

高等院校应用型特色规划教材  
公共基础课系列



体现案例教学特点 挖掘学生学习兴趣

# 公共关系与商务礼仪

张岩松 主 编



清华大学出版社





# 公共关系与商务礼仪

张岩松 主 编

清华大学出版社  
北 京

## 内 容 简 介

本书以国家职业标准为依据,以应用能力培养为主线,以“实用、适用、够用”为原则,从职业岗位入手,根据公共关系以及商务交际工作要求确定教材的具体内容,把原本分属公共关系与商务礼仪的两方面知识巧妙地结合在一起,形成独特的内容体系。全书内容分为程序公共关系、日常公共关系、专题公共关系、商务人员礼仪和商务交际礼仪五大项目,每个项目下设若干个任务,共计 24 个任务。每一个任务包含学习目标、案例导入、基本知识、能力开发(案例思考和实践训练)、课后练习题五个部分,便于教师在教学中以实际任务为载体,突出能力培养,让学生学做结合,从而使学生更好地理解 and 把握各项公共关系任务和商务交际礼仪规范,切实提高公共关系和商务礼仪的应用能力和操作水平。

本书既可作为应用型本科、职业教育本科院校和高职高专院校经管类专业教材,也可作为大学生就业指导、素质提升的通识类教材以及各类企事业单位工作人员的岗位培训教材和参考读物。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

### 图书在版编目(CIP)数据

公共关系与商务礼仪/张岩松主编.--北京:清华大学出版社,2015

ISBN 978-7-302-39743-4

I. ①公… II. ①张… III. ①公共关系学—高等学校—教材 ②商务—礼仪—高等学校—教材  
IV. ①C912.3 ②F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 071309 号

责任编辑:张龙卿

封面设计:徐日强

责任校对:袁 芳

责任印制:何 芊

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, [c-service@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)

质 量 反 馈:010-62772015, [zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn)

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795764

印 刷 者:三河市君旺印务有限公司

装 订 者:三河市新茂装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:23.25 字 数:529 千字

版 次:2015 年 10 月第 1 版 印 次:2015 年 10 月第 1 次印刷

印 数:1~2500

定 价:43.00 元

产品编号:060535-01

# 前 言

## FOREWORD

公共关系活动和商务活动的频繁和活跃是我们所处时代的重要特征之一,从某种意义上说,公关能力、礼仪素养是人生幸福、事业成功之路的通行证。为了帮助大学生提升公关能力和商务礼仪素养,增强其职业竞争力,以更好地适应社会、愉快工作、幸福生活、和谐发展,我们编写了这本《公共关系与商务礼仪》。

本书以国家职业标准为依据,以应用能力培养为主线,以“实用、适用、够用”为原则,从职业岗位入手,根据公共关系以及商务交际工作要求确定教材的具体内容,充分考虑到学生课时限制和读者时间因素,通过删繁就简、留其精华,把原本分属公共关系与商务礼仪的两方面知识巧妙地结合在一起,形成独特的内容体系。在“绪论”中对公共关系、商务礼仪概述的基础上,将全书内容分为程序公共关系、日常公共关系、专题公共关系、商务人员礼仪和商务交际礼仪五大项目,每个项目下设若干个任务,共计 24 个任务。每一个任务包含学习目标、案例导入、基本知识、能力开发(案例思考和实践训练)、课后练习题五个部分,便于教师在教学中以实际任务为载体,突出能力培养,让学生学做结合,从而使学生更好地理解 and 把握各项公共关系任务和商务交际礼仪规范,切实提高公共关系和商务礼仪的应用能力和操作水平。

本书由张岩松主编,高琳、乌玉洁任副主编。张岩松编写项目 4;高琳编写项目 1 和项目 2;乌玉洁编写项目 3 和项目 5。李健、蔡颖颖、许峰、唐长菁、付强、马蕾、李桂英、车秀英、于丽娟、王艳洁、王允、高琳、陈百君、刘晓燕、潘丽、凌云、白冰、杨帆、穆秀英、刘桂华、刘志敏参与了绪论的编写。全书由高琳统稿。

本书体系新颖简练,内容重点突出,读者适用面宽,突出能力培养,案例新颖,训练题多样,可操作性强。它既可作为应用型本科、职业教育本科院校和高职高专院校经管类专业教材,也可作为大学生就业指导、素质提升的通识类教材以及各类企事业单位工作人员的岗位培训教材和参考读物。

在本书的编写过程中,参考了大量报纸文献以及相关网站,吸收了国内外学者最新的研究成果,在此向各位专家、学者表示衷心的感谢。

由于编写水平有限,书中可能有疏漏之处,敬请广大读者提出宝贵的意见和建议,以便今后修订完善。

编 者

2015 年 8 月

# 目 录

## CONTENTS

|          |   |
|----------|---|
| 绪论 ..... | 1 |
|----------|---|

### 项目 1 程序公共关系

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 任务 1 公共关系调查 .....        | 25 |
| 学习目标 .....               | 25 |
| 案例导入 .....               | 25 |
| 1.1 基本知识 .....           | 25 |
| 1.1.1 公共关系调查的内容 .....    | 26 |
| 1.1.2 公共关系调查的程序 .....    | 29 |
| 1.1.3 公共关系调查的方法 .....    | 32 |
| 1.1.4 调查报告的撰写 .....      | 37 |
| 1.2 能力开发 .....           | 41 |
| 1.2.1 案例思考 .....         | 41 |
| 1.2.2 实践训练 .....         | 45 |
| 课后练习题 .....              | 46 |
| 任务 2 公共关系策划 .....        | 47 |
| 学习目标 .....               | 47 |
| 案例导入 .....               | 47 |
| 2.1 基本知识 .....           | 48 |
| 2.1.1 公共关系策划的概念与原则 ..... | 48 |
| 2.1.2 公共关系策划的基本要素 .....  | 51 |
| 2.1.3 公共关系策划方案的撰写 .....  | 59 |
| 2.2 能力开发 .....           | 61 |
| 2.2.1 案例思考 .....         | 61 |
| 2.2.2 实践训练 .....         | 63 |

|                         |    |
|-------------------------|----|
| 课后练习题 .....             | 64 |
| <b>任务3 公共关系实施</b> ..... | 66 |
| 学习目标 .....              | 66 |
| 案例导入 .....              | 66 |
| 3.1 基本知识 .....          | 67 |
| 3.1.1 公共关系实施的特点 .....   | 68 |
| 3.1.2 公共关系实施的原则 .....   | 69 |
| 3.1.3 公共关系实施的方案设计 ..... | 70 |
| 3.1.4 公共关系实施的障碍分析 ..... | 73 |
| 3.2 能力开发 .....          | 76 |
| 3.2.1 案例思考 .....        | 76 |
| 3.2.2 实践训练 .....        | 80 |
| 课后练习题 .....             | 81 |
| <b>任务4 公共关系评估</b> ..... | 82 |
| 学习目标 .....              | 82 |
| 案例导入 .....              | 82 |
| 4.1 基本知识 .....          | 84 |
| 4.1.1 公共关系评估的程序 .....   | 84 |
| 4.1.2 公共关系评估的方法 .....   | 86 |
| 4.1.3 撰写公共关系评估报告 .....  | 88 |
| 4.2 能力开发 .....          | 93 |
| 4.2.1 案例思考 .....        | 93 |
| 4.2.2 实践训练 .....        | 94 |
| 课后练习题 .....             | 94 |

## 项目2 日常公共关系

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| <b>任务5 采集信息</b> ..... | 97  |
| 学习目标 .....            | 97  |
| 案例导入 .....            | 97  |
| 5.1 基本知识 .....        | 98  |
| 5.1.1 采集信息的内容 .....   | 98  |
| 5.1.2 采集信息的方法 .....   | 99  |
| 5.1.3 处理信息 .....      | 100 |
| 5.2 能力开发 .....        | 101 |
| 5.2.1 案例思考 .....      | 101 |

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 5.2.2 实践训练 .....            | 102 |
| 课后练习题 .....                 | 103 |
| <b>任务6 策动传播</b> .....       | 104 |
| 学习目标 .....                  | 104 |
| 案例导入 .....                  | 104 |
| 6.1 基本知识 .....              | 104 |
| 6.1.1 公共关系传播媒介 .....        | 105 |
| 6.1.2 影响传播效果的因素 .....       | 107 |
| 6.1.3 策动传播的重要手段——制造新闻 ..... | 110 |
| 6.2 能力开发 .....              | 116 |
| 6.2.1 案例思考 .....            | 116 |
| 6.2.2 实践训练 .....            | 118 |
| 课后练习题 .....                 | 118 |
| <b>任务7 塑造形象</b> .....       | 119 |
| 学习目标 .....                  | 119 |
| 案例导入 .....                  | 119 |
| 7.1 基本知识 .....              | 120 |
| 7.1.1 什么是企业形象 .....         | 120 |
| 7.1.2 企业形象的完善 .....         | 122 |
| 7.1.3 CIS: 企业形象塑造的利器 .....  | 127 |
| 7.2 能力开发 .....              | 132 |
| 7.2.1 案例思考 .....            | 132 |
| 7.2.2 实践训练 .....            | 135 |
| 课后练习题 .....                 | 136 |
| <b>任务8 协调沟通</b> .....       | 137 |
| 学习目标 .....                  | 137 |
| 案例导入 .....                  | 137 |
| 8.1 基本知识 .....              | 138 |
| 8.1.1 协调沟通的内容 .....         | 138 |
| 8.1.2 协调沟通的方式 .....         | 139 |
| 8.2 能力开发 .....              | 140 |
| 8.2.1 案例思考 .....            | 140 |
| 8.2.2 实践训练 .....            | 141 |
| 课后练习题 .....                 | 141 |

|                     |     |
|---------------------|-----|
| <b>任务 9 网络公关</b>    | 143 |
| 学习目标                | 143 |
| 案例导入                | 143 |
| 9.1 基本知识            | 144 |
| 9.1.1 网络公共关系的特点     | 144 |
| 9.1.2 网络公共关系运作的原则   | 145 |
| 9.1.3 网络公共关系的活动方式   | 146 |
| 9.1.4 博客公共关系        | 148 |
| 9.1.5 微博公共关系        | 153 |
| 9.2 能力开发            | 154 |
| 9.2.1 案例思考          | 154 |
| 9.2.2 实践训练          | 156 |
| 课后练习题               | 156 |
| <b>任务 10 危机处理</b>   | 157 |
| 学习目标                | 157 |
| 案例导入                | 157 |
| 10.1 基本知识           | 157 |
| 10.1.1 企业危机处理的一般程序  | 158 |
| 10.1.2 危机处理中的传播沟通策略 | 160 |
| 10.1.3 危机处理中的内部沟通   | 163 |
| 10.1.4 危机处理中的信息发布   | 165 |
| 10.1.5 网络危机应对       | 168 |
| 10.2 能力开发           | 172 |
| 10.2.1 案例思考         | 172 |
| 10.2.2 实践训练         | 175 |
| 课后练习题               | 175 |

### 项目 3 专题公共关系

|                      |     |
|----------------------|-----|
| <b>任务 11 专题会议的组织</b> | 179 |
| 学习目标                 | 179 |
| 案例导入                 | 179 |
| 11.1 基本知识            | 179 |
| 11.1.1 会议活动的筹备       | 180 |
| 11.1.2 会务活动的安排       | 182 |
| 11.1.3 会务活动中的服务      | 185 |

|                            |            |
|----------------------------|------------|
| 11.2 能力开发 .....            | 186        |
| 11.2.1 案例思考 .....          | 186        |
| 11.2.2 实践训练 .....          | 188        |
| 课后练习题 .....                | 189        |
| <b>任务 12 庆典活动的组织 .....</b> | <b>190</b> |
| 学习目标 .....                 | 190        |
| 案例导入 .....                 | 190        |
| 12.1 基本知识 .....            | 191        |
| 12.1.1 庆典活动的策划 .....       | 191        |
| 12.1.2 庆典活动的准备工作 .....     | 192        |
| 12.1.3 庆典活动的实施 .....       | 193        |
| 12.1.4 庆典活动注意事项 .....      | 194        |
| 12.1.5 其他庆典活动 .....        | 195        |
| 12.2 能力开发 .....            | 196        |
| 12.2.1 案例思考 .....          | 196        |
| 12.2.2 实践训练 .....          | 197        |
| 课后练习题 .....                | 198        |
| <b>任务 13 展览活动的组织 .....</b> | <b>199</b> |
| 学习目标 .....                 | 199        |
| 案例导入 .....                 | 199        |
| 13.1 基本知识 .....            | 200        |
| 13.1.1 展览会的策划 .....        | 200        |
| 13.1.2 展览会的组织 .....        | 202        |
| 13.1.3 展览会的效果检测 .....      | 204        |
| 13.1.4 展览会应注意的问题 .....     | 204        |
| 13.2 能力开发 .....            | 205        |
| 13.2.1 案例思考 .....          | 205        |
| 13.2.2 实践训练 .....          | 207        |
| 课后练习题 .....                | 208        |
| <b>任务 14 赞助活动的组织 .....</b> | <b>209</b> |
| 学习目标 .....                 | 209        |
| 案例导入 .....                 | 209        |
| 14.1 基本知识 .....            | 210        |
| 14.1.1 赞助类型 .....          | 210        |
| 14.1.2 赞助活动策划 .....        | 211        |

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| 14.1.3 赞助活动的步骤 .....        | 212        |
| 14.2 能力开发 .....             | 214        |
| 14.2.1 案例思考 .....           | 214        |
| 14.2.2 实践训练 .....           | 215        |
| 课后练习题 .....                 | 216        |
| <b>任务 15 参观活动的组织 .....</b>  | <b>217</b> |
| 学习目标 .....                  | 217        |
| 案例导入 .....                  | 217        |
| 15.1 基本知识 .....             | 217        |
| 15.1.1 开放参观的类型 .....        | 218        |
| 15.1.2 开放参观活动的组织实施 .....    | 218        |
| 15.2 能力开发 .....             | 220        |
| 15.2.1 案例思考 .....           | 220        |
| 15.2.2 实践训练 .....           | 222        |
| 课后练习题 .....                 | 222        |
| <b>任务 16 新闻发布会的组织 .....</b> | <b>223</b> |
| 学习目标 .....                  | 223        |
| 案例导入 .....                  | 223        |
| 16.1 基本知识 .....             | 223        |
| 16.1.1 新闻发布会会前的筹备 .....     | 223        |
| 16.1.2 新闻发布会会中和会后工作 .....   | 226        |
| 16.1.3 新闻发布会应注意的问题 .....    | 227        |
| 16.2 能力开发 .....             | 227        |
| 16.2.1 案例思考 .....           | 227        |
| 16.2.2 实践训练 .....           | 230        |
| 课后练习题 .....                 | 230        |

## 项目 4 商务人员礼仪

|                       |            |
|-----------------------|------------|
| <b>任务 17 仪容 .....</b> | <b>233</b> |
| 学习目标 .....            | 233        |
| 案例导入 .....            | 233        |
| 17.1 基本知识 .....       | 234        |
| 17.1.1 仪容的基本要求 .....  | 234        |
| 17.1.2 手部的护理 .....    | 235        |
| 17.1.3 头发的修饰 .....    | 236        |

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 17.1.4 化妆的技巧 .....      | 236 |
| 17.2 能力开发 .....         | 240 |
| 17.2.1 案例思考 .....       | 240 |
| 17.2.2 实践训练 .....       | 241 |
| 课后练习题 .....             | 242 |
| <b>任务 18 服饰</b> .....   | 243 |
| 学习目标 .....              | 243 |
| 案例导入 .....              | 243 |
| 18.1 基本知识 .....         | 244 |
| 18.1.1 服装的类别 .....      | 244 |
| 18.1.2 着装的基本要求 .....    | 245 |
| 18.1.3 正装的穿着 .....      | 249 |
| 18.1.4 商务便装的穿着要领 .....  | 250 |
| 18.1.5 服装饰物的佩戴 .....    | 250 |
| 18.1.6 工作性用品的选择 .....   | 253 |
| 18.2 能力开发 .....         | 254 |
| 18.2.1 案例思考 .....       | 254 |
| 18.2.2 实践训练 .....       | 255 |
| 课后练习题 .....             | 256 |
| <b>任务 19 仪态</b> .....   | 258 |
| 学习目标 .....              | 258 |
| 案例导入 .....              | 258 |
| 19.1 基本知识 .....         | 258 |
| 19.1.1 体态 .....         | 259 |
| 19.1.2 眼神 .....         | 264 |
| 19.1.3 微笑 .....         | 266 |
| 19.1.4 手势 .....         | 268 |
| 19.1.5 举止 .....         | 268 |
| 19.2 能力开发 .....         | 270 |
| 19.2.1 案例思考 .....       | 270 |
| 19.2.2 实践训练 .....       | 271 |
| 课后练习题 .....             | 272 |
| <br><b>项目 5 商务交际礼仪</b>  |     |
| <b>任务 20 商务会面</b> ..... | 275 |
| 学习目标 .....              | 275 |

|                         |            |
|-------------------------|------------|
| 案例导入 .....              | 275        |
| 20.1 基本知识 .....         | 276        |
| 20.1.1 称呼 .....         | 276        |
| 20.1.2 介绍 .....         | 278        |
| 20.1.3 握手 .....         | 282        |
| 20.1.4 名片 .....         | 287        |
| 20.1.5 馈赠礼仪 .....       | 290        |
| 20.2 能力开发 .....         | 295        |
| 20.2.1 案例思考 .....       | 295        |
| 20.2.2 实践训练 .....       | 296        |
| 课后练习题 .....             | 297        |
| <b>任务 21 商务拜访 .....</b> | <b>298</b> |
| 学习目标 .....              | 298        |
| 案例导入 .....              | 298        |
| 21.1 基本知识 .....         | 299        |
| 21.1.1 拜访前的准备 .....     | 299        |
| 21.1.2 拜访的预约 .....      | 300        |
| 21.1.3 拜访过程中的礼仪 .....   | 302        |
| 21.2 能力开发 .....         | 305        |
| 21.2.1 案例思考 .....       | 305        |
| 21.2.2 实践训练 .....       | 306        |
| 课后练习题 .....             | 306        |
| <b>任务 22 商务接待 .....</b> | <b>307</b> |
| 学习目标 .....              | 307        |
| 案例导入 .....              | 307        |
| 22.1 基本知识 .....         | 307        |
| 22.1.1 做好接待的准备 .....    | 308        |
| 22.1.2 接待的具体礼仪 .....    | 309        |
| 22.2 能力开发 .....         | 314        |
| 22.2.1 案例思考 .....       | 314        |
| 22.2.2 实践训练 .....       | 316        |
| 课后练习题 .....             | 316        |
| <b>任务 23 商务沟通 .....</b> | <b>317</b> |
| 学习目标 .....              | 317        |
| 案例导入 .....              | 317        |

|              |              |            |
|--------------|--------------|------------|
| 23.1         | 基本知识         | 318        |
| 23.1.1       | 商务沟通的原则      | 318        |
| 23.1.2       | 商务沟通的语言要求    | 319        |
| 23.1.3       | 商务沟通的技巧      | 321        |
| 23.1.4       | 电话沟通的礼仪      | 328        |
| 23.1.5       | 顾客投诉的处理      | 332        |
| 23.2         | 能力开发         | 336        |
| 23.2.1       | 案例思考         | 336        |
| 23.2.2       | 实践训练         | 340        |
|              | 课后练习题        | 341        |
| <b>任务 24</b> | <b>商务宴请</b>  | <b>342</b> |
|              | 学习目标         | 342        |
|              | 案例导入         | 342        |
| 24.1         | 基本知识         | 342        |
| 24.1.1       | 宴会的种类        | 343        |
| 24.1.2       | 宴会的组织        | 344        |
| 24.1.3       | 赴宴的礼仪        | 346        |
| 24.1.4       | 吃西餐的礼仪       | 348        |
| 24.1.5       | 冷餐会礼仪与鸡尾酒会礼仪 | 350        |
| 24.2         | 能力开发         | 350        |
| 24.2.1       | 案例思考         | 350        |
| 24.2.2       | 实践训练         | 352        |
|              | 课后练习题        | 352        |
|              | <b>参考文献</b>  | <b>353</b> |

# 绪 论

让我们首先对公共关系和商务礼仪有一个总体的了解和把握,以便更好地掌握其知识体系和操作要领。

## 一、公共关系概述

“公共关系”一词来自英语 Public Relations,简称“P. R.”。由于它是由两个英文词汇组成的,所以它包括两层含义:一是 Public;二是 Relations。Public 以两种词性表现出来:一种是形容词,意为公众的、公共的、公众事务的,与 Private(私人)相对应,表明它是非私人的、非秘密性的;另一种是名词,意为公众、大众,表明它不是个体,而是集团、群体。Relations 为名词,意为关系、交往等。一般来说,简单的关系是以个体与个体的形式联系在一起并进行交往的,是一种简单的、直接的交往,这种关系我们称为“人际关系”。由于 Relations 以特定的形式出现,其内涵更丰富,意义更深远。

首先,这种关系被复数所限定,表明它只能是在复杂的交往中体现出的多种关系。这种关系可能是直接关系,也可能是间接关系;可能是单向关系,也可能是双向乃至多向关系。

其次,这种关系被英语 Public 所限定,表明它只能是社会组织在复杂的社会交往中与其各类公众及公众群体之间所建立起来的非个体、非秘密、非私人的关系,这种关系具有公众性、公开性、群体性、社会性等特点。

综合两个英语词汇的内涵和特点进行分析,将 Public Relations 译为“公众关系”更为确切,因为它是站在一个固定的角度——社会组织来分析其所面临的各种关系。不同的社会组织,由于其业务特点、工作对象不同,因而会面临不同的公众对象,从而形成不同的公众关系。同一个社会组织,由于不同时期工作的重点不同,也会面临不同的公众,形成不同的公众关系。这说明“公众关系”并不具有公共性,它不可能像“公共电话”、“公共汽车”、“公共图书馆”、“公共浴室”、“公共厕所”那样具有普遍意义,但是因“公共关系”已经约定俗成并广为流传,这里也将其叫作“公共关系”,以便容易被更多的读者所接受。

### 1. 公共关系的表现形式

关于对“公共关系”概念的理解,还可以从不同的角度去分析,使其表现出不同的形式。

#### (1) 公共关系状态

从静态公共关系的角度来看,公共关系首先是一种社会状态,即一个组织所处的公众关系状态和社会舆论状态。社会组织的公共关系状态是无形的,但也是客观的,无论是有意、无意,任何社会组织都处在一定的公共关系状态之中,这种状态是与任何社会组织相伴的一种客观存在,是不以社会组织的意志为转移的。因此,就任何社会组织而言,都不存在有无公共关系状态的问题,而只有良好的或不良的、自觉的或自然的公共关系状态的区别。这种客观存在着的公共关系状态,形成对社会组织有利的或不利的内外环境,对组织的生存和发展起着积极的或消极的作用。

#### (2) 公共关系活动

从动态公共关系的角度来看,公共关系又是一种活动或工作。当一个组织通过自己的努力来改善自身的公共关系状态时,就是在从事公共关系活动和开展公共关系工作,这是主观见诸客观的一种实践过程。其实,任何一个组织为了生存和发展,为了实现自己的目标和责任,总要处理方方面面的关系,这实际上就是在进行公共关系活动和开展公共关系工作。在这方面同样不存在有无的差别,而只是可以区分为自发的或被动的、出色的或不力的、有效的或无效的、专门的或兼顾的。当然,只有自觉地、有计划地、创造性地开展有效的公共关系活动,才能积极构建组织良好的公共关系状态。一个组织也只有自觉地、有计划地进行公共关系活动,才能出手不凡、有所创造、事半功倍。因此,公共关系活动又被称为“公共关系艺术”。另外,随着公共关系活动专业化的需要,公共关系已经成为一种职业,有其专门的组织、机构及人员。

#### (3) 公共关系意识

公共关系也是一种意识、观念,它是现代组织及其人员对公共关系客观状态的自觉认识和理解,是对公共关系活动经验的能动反映和概括。例如,塑造形象意识、服务公众意识、传播沟通意识、诚信互惠意识、广结良缘意识、立足长远意识、创新审美意识、危机忧患意识等。公共关系意识来源于公共关系实践活动,因而对后者有明显的依赖性。公共关系意识一经形成,就具有相对的独立性和能动性,从而对公共关系实践活动具有指导意义。对任何组织来说,构建良好的公共关系状态,必须开展有效的公共关系活动,而这些活动又必然是在一定的公共关系意识指导下进行的。反之,没有正确的公共关系意识,就不可能自觉地进行公共关系活动,因而也不会形成良好的公共关系状态。可以说,公共关系意识是自觉构建良好的公共关系状态的思想基础和开展有效的公共关系活动的行动指南,是现代组织及其人员的必备素质。不同的社会组织及人员有无自觉的和正确的公共关系意识,的确有天壤之别,而且其结果也大不一样。人们谈论公共关系,往往津津乐道那些独具匠心的手段和技巧,而忽视其中包含的公共关系意识和思想,这是公共关系无法上层次、上水平的关键所在。其实,公共关系本质上是一种思想、一种文化、一种战略,只有在正确的思想和战略的基础上,公共关系才能有精彩的运作和闪光的创造。

#### (4) 公共关系学

公共关系学是一门新兴的软管理学科,它以公共关系活动及其规律性为研究对象,既是一门多学科交叉并具有自己的概念、范畴及其系统的理论科学,又是一门具有明显的可操作特征的应用科学。这门学科在公共关系实践活动中受到社会重视,客观上需要在系统总结和理论升华的基础上建立和发展起来,同时这门学科又成为强化公共关系意识和推动公共关系实践的指南。学习和普及公共关系学,增加社会组织及其人员的公共关系意识,并且研究和应用公共关系学的基本理论指导企业和其他各类社会组织的公共关系工作,对于促进企业经营管理水平的全面提高乃至整个社会的和谐与发展都具有重要的意义。当今世界电子计算机技术的发展和其在社会各个领域的广泛普及,已经极大地推动了整个社会物质和精神文明的进步;公共关系学理论的发展和为各类社会组织的普遍应用,同样必然造就整个社会精神和物质的文明与进步。

公共关系的上述主要层次是互相区别又互相联系的。这些层次在认识和说明公共关系概念时应当区分清楚。

### 2. 公共关系的内在含义

公共关系是社会关系的一种管理职能,反映的是事物之间的相互联系、相互作用的机制和状态。所谓公共关系,就是社会组织为了适应并改变环境,树立良好的社会形象,通过开展传播沟通活动使与其相关的公众彼此真诚合作、互惠互利、相互适应的一种状态。公共关系的基本含义应从以下几个方面加以把握。

#### (1) 公共关系——塑造形象的艺术

形象就是某一事物或人在公众心目中的印象,或者说是公众对某一事物或人的总体评价。“形象”一词的内涵和外延都很大。从构成社会的主体来说,有国家形象、城市形象、地区形象、组织形象、个人形象;就一家具体的企业来说,有企业形象、产品形象、商标形象、环境形象、领导形象、员工形象。形象有好坏优劣之分。影响形象的因素纷繁复杂,一个不利的因素就可能导致形象不佳,而最佳形象的获得容不得任何不利的因素。因此,公共关系特别强调:组织必须时刻注意建立和维护良好的社会形象,否则将直接影响到目标的实现。

今天,形象已引起了人们的重视,我们常说“维护祖国尊严”、“珍视企业信誉”、“创建文明城市”、“给人留下美好的‘第一印象’”等,都是要求人们注重形象。1960年和1968年,尼克松两次竞选美国总统,由不注重形象到注重形象,结果一败一胜,其经验教训告诉我们:注重形象是十分重要的,它关系到组织的生存与发展,关系到事业的成败,关系到目标的实现。

#### (2) 公共关系——建立和谐友善的关系

关系是人和人之间或事物之间通过人的相互作用、相互影响而形成的具有某种联系的状态。公共关系的定义强调公共关系是组织与其相关公众相互适应的状态。这种相互适应的状态就是指要形成一种和谐友善的关系状态。

人类自诞生开始,就与自然界产生了一定的联系,人与人进行交往就产生了关系。随着人类的增多,关系愈加复杂。人们由于共同目标的需要聚集在一起,形成一定的群体或

组织时,因人的作用和影响,这个群体或组织之间也产生了关系,进而形成了邻里关系、组织与组织关系、社会关系、城乡关系、国际关系等。关系也具有双维性:一方面,关系具有客观性;另一方面,关系又具有动态性。正是基于关系的二维性,公共关系强调要利用传播沟通、相互协调、真诚合作、互惠互利等改善组织与公众之间的关系。公共关系界有一句俗话:“公共关系不能树立敌人。”公共关系要广结善缘、广交朋友,只有与社会公众形成一种和谐友善的关系,组织才能与公众相互适应、协调发展。

### (3) 公共关系——强调真情的沟通

所谓“沟通”,是指社会组织、公众运用信息符号进行的思想、观念、情感或信息交流的过程。一个组织要想在公众中树立良好的形象,首先必须把组织的有关信息告诉公众,让公众了解组织,同时还必须了解公众的想法、意见、建议等。要做到这一点,组织必须进行沟通,否则就会出现信息阻塞,造成误解、偏见,出现矛盾,从而影响到组织与公众之间良好关系的建立。

真情的沟通能获得公众的理解、信任、支持与合作。在现实社会中解决矛盾和冲突的方法只有两个:要么战争,要么和平。当人们选择平时,唯一的解决方法就是真诚地沟通。公共关系强调运用真诚的沟通改善组织的对内、对外关系,为组织创造一个友善和谐的生存与发展环境。

### (4) 公共关系——利用传播媒介开展有效的传播

西方学者强调公共关系 90%靠自己做得好,10%靠宣传。公共关系不仅要求社会组织自身要努力工作,还要善于宣传自己及其已有的成果。这一点似乎与中国传统的价值观念相悖,实际上这是个观念问题。中国的改革开放政策正是转变传统观念的结果。我国的各行各业,尤其是企业必须尽快转变观念,学会传播并善于推销自己,否则必然在竞争中被淘汰。同时,还要利用传播媒介探究传播技巧,并进行有效的传播,因为积极主动地开展有效的传播才是提升组织形象的重要手段。

### (5) 公共关系——建立一流的信誉

信誉,通常是指信用、名声。公共关系强调建立一流信誉,就是要为组织争取得到公众的信任、赞美和支持,提高组织的美誉度。组织的良好信誉的建立,一方面需要组织所有员工在日常性公共关系活动中遵章守纪,讲究社会公德,说到做到,善待公众;另一方面需要组织在开展专门性公共关系活动中有意识地为组织树立一个可信任的形象,在出现突发事件、意外事故的情况下更要坚持组织的基本宗旨,这是对组织信誉的考验。信誉就是财富,信誉就是资源,建立一流信誉就是公共关系追求的目标和努力的方向。

## 3. 公共关系形成的原因与条件

公共关系不是凭空产生的,它的形成有深刻的社会基础与必备条件。

### (1) 公共关系产生的社会基础

当社会发展到一定阶段,过去那种组织程度比较低的初级社会群体已不能适应需求,形式多样的社会组织应运而生。一个社会必须从外界环境得到支持,才能生存和发展,社会组织有意识地与环境互动,同环境相互依赖、相互作用,公共关系就产生了。所以,社会组织的建立和分化,是公共关系产生的社会基础。