



警察公共关系学

肖金军 主编

南京大学出版社

警察公共关系学

主 编 肖金军

副主编 王 珺 史清华

南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

警察公共关系学/肖金军主编. —南京:南京大学出版社, 2004. 5

高等公安院校教材

ISBN 7-305-04222-6

I. 警... II. 肖... III. 警察—公共关系学—高等学校—教材 IV. D035.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 021691 号

- 丛 书 名 高等公安院校教材
书 名 警察公共关系学
主 编 肖金军
出版发行 南京大学出版社
社 址 南京市汉口路 22 号 邮编 210093
电 话 025-83596923 025-83592317 传真 025-83686347
网 址 <http://press.nju.edu.cn>
电子邮件 nupress1@public1.ptt.js.cn
经 销 全国各地新华书店
印 刷 扬中邮电印刷厂
开 本 850×1168 1/32 印张 13 字数 303 千
版 次 2004 年 5 月第 1 版 2004 年 5 月第 1 次印刷
印 数 1-4000 册
ISBN 7-305-04222-6/D·485
定 价 27.00 元

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购
图书销售部门联系调换

前 言

20 世纪末以来,伴随我国政治民主化、法制化的进程和政府职能由管理型向服务型的转变,具有特殊地位和象征意义的警察组织适应这一转变显得尤为迫切。在这一转变进程中,公共关系以其实用性和有效性迅速进入警察组织活动领域,实践催生着警察公共关系的成长。

由于警察公共关系“母体”公共关系学理论上的薄弱性、内容上的庞杂性、现实发展过程中的起伏性等方面的局限性,警察组织偏重实践的传统,以及公安教育与科研的薄弱等,导致警察公共关系并没有“百舸争流”。一方面警察实战部门自觉或不自觉的“公共关系”活动越来越多,另一方面警察公共关系的理论研究却“门庭冷落”,无论是专著、教材或论文都较少,因此,进行警察公共关系实务的总结和理论的探讨就更为迫切和重要。

为适应这一变化和要求,江苏警官学院社会学教研室组织编写了这本《警察公共关系学》。本书一方面可作为广大警察院校的学生学习的教材,另一方面也为正在从事和将要从事警察公共关系工作的实战部门的警察提供参考。

本书重在回答警察公共关系的基本理论问题和介绍警察公共关系在实践中的操作与应用,不侧重于学理的探讨。本书吸收了相关学科的理论成果和公安实践中的有益经验,既具有完整的理论体系,又具有实践上的针对性和操作性。

有必要一提的是,本书避开了警察公共关系的内部公共关系,这并不意味着警察组织的内部公共关系不重要,从公共关系的角度来观察、研究和实现管理,对警察组织具有非常意义,本书这样安排的目的是避免与《警察管理学》的重复与交叉。

本书是江苏警官学院社会学教研室集体劳动的结晶。参加本书编写的有:肖金军(第一章),王珺(第二章、第九章),史清华(第三章、第七章第五节、第八章、第十章),许晓红(南京大学社会学系硕士研究生在读)(第六章、第七章),陈月(第四章、第五章)。全书由肖金军最后统稿。

江苏警官学院夏文信教授、南京大学社会学系肖萍副教授和江苏警官学院公安管理系刘崇奎副主任于百忙之中审阅了书稿,并提出了宝贵的修改意见,我们特此表示衷心的感谢。在写作的过程中,我们参考和引用了许多人的研究成果,在此表示感谢。

由于我们的水平所限,本书多有缺点和不当之处,敬请读者赐教。

编者

2004年1月

目 录

第一章 警察公共关系的基本问题

第一节	警察公共关系的涵义	1
第二节	警察公共关系的特征	12
第三节	警察公共关系的功能	22
第四节	警察公共关系研究的意义	28

第二章 警察公共关系的历史源脉

第一节	中国古代的准公关思想及其实践	38
第二节	外国公共关系的兴起及发展	49
第三节	公共关系在我国的传播和兴起	60
第四节	西方警察公共关系的思想和实践	65
第五节	我国警察公共关系的思想和实践	75

第三章 警察组织形象设计原理

第一节	警察组织形象的特性与功能	86
第二节	警察组织形象构成：子形象与形象要素	89
第三节	警察组织形象设计的原则	98
第四节	警察组织形象设计的工作范围与任务	101

第五节	警察组织形象设计实务	106
-----	------------	-----

第四章 警察公共关系调查

第一节	警察公共关系调查的意义与原则	117
第二节	警察公共关系调查的内容	121
第三节	警察公共关系调查的过程	127
第四节	警察公共关系调查的基本方法	135

第五章 警察公共关系策划

第一节	警察公共关系策划的涵义	153
第二节	警察公共关系策划的原则	156
第三节	警察公共关系策划的基本要素与程序	158
第四节	警察公共关系策划中的创造性思维与技巧	165
第五节	警察公共关系策划书的设计与写作	170

第六章 警察公共关系的传播

第一节	警察公共关系传播概述	186
第二节	警察公共关系传播的对象——公众	193
第三节	警察公共关系传播的功能及问题	207
第四节	警察公共关系传播媒介的特点	214

第七章 警察公共关系的沟通

第一节	警察公共关系沟通的含义和作用	230
第二节	警察公共关系沟通的内容和原则	237
第三节	沟通的技巧	246
第四节	群众工作	259

第五节	警用谈判·····	264
-----	-----------	-----

第八章 警察公共关系中的危机管理

第一节	警察公共关系危机的性质、特点和常见类型···	278
第二节	警察公共关系危机监控与防范的途径与方法 ·····	283
第三节	警察公共关系危机处理的一般程序和方式·····	287
第四节	警察危机公关中的典型对策·····	294
第五节	警察公共关系危机管理案例·····	300

第九章 警察公共关系专题活动

第一节	警民共建活动·····	309
第二节	警察文化节·····	316
第三节	警方网站·····	322
第四节	社会公益赞助·····	328
第五节	新闻发布会·····	331
第六节	参观游览活动·····	338

第十章 警察公共关系礼仪

第一节	警察礼仪概述·····	342
第二节	警察礼仪的功能·····	347
第三节	警察的仪表、仪态礼仪·····	351
第四节	警察的行为礼仪·····	356
第五节	警察文书礼仪·····	376

附录

附录一.....	386
附录二.....	390
附录三.....	403
参考文献.....	407

附录一 警察公共关系学

1.1 警察公共关系学概述.....	1
1.2 警察公共关系学的意义.....	2
1.3 警察公共关系学的发展.....	3
1.4 警察公共关系学的任务.....	4
1.5 警察公共关系学的原则.....	5
1.6 警察公共关系学的方法.....	6

附录二 警察公共关系学

2.1 警察公共关系学的意义.....	1
2.2 警察公共关系学的发展.....	2
2.3 警察公共关系学的任务.....	3
2.4 警察公共关系学的原则.....	4
2.5 警察公共关系学的方法.....	5

第一章 警察公共关系的基本问题

以公共关系学作为学科背景和理论渊源的警察公共关系,在因应社会变迁和警察实战要求的过程中,逐渐形成了具有自身属性的概念、特征和功能。对其概念、特征和功能这些问题给予合理回答是开展警察公共关系研究的必要前提。

第一节 警察公共关系的涵义

一、公共关系的定义

要确定警察公共关系的定义,首先要认识什么是公共关系。公共关系定义是公共关系学研究中首先面临的问题,也是公共关系理论中的核心内容之一。由于公共关系发展的历史较短,传入我国更是仅仅 20 来年,而且进入我国后又以现实的需要和使用为主,从而使其概念的演变更多是一种归纳。学术的生存与发展有赖于学术的历史传承,我们将对既有理论观点进行综合考察,以探求公共关系的涵义。

(一) 对历史上各种公共关系定义的综合考察

历史解读的方式是多样的,历史记录与叙述有时并不是以其真实而存在,历史是“眼中的世界”,亦是“镜中我”,历史有其

崇拜权威的偏好和其固有的“道”。历史上关于公共关系涵义的表达非常之多,在众多的公共关系涵义中,有一些表述是很有代表性的。有学者通过研究以往对公共关系学发展产生过重要影响的公共关系定义,将其分为五种类型:^①

1. 管理职能论

持这种观点的研究者认为,公共关系是一种管理职能。国际公共关系协会曾给公共关系作过如下定义:“公共关系是一种管理功能,它具有连续性和计划性。通过公共关系,公立的和私人的组织、机构试图赢得同他们有关的人们的理解、同情和支持——借助对舆论的估价,以尽可能地协调他们自己的政策和做法,依靠有计划的、广泛的信息传播,赢得更有效的合作,更好地实现他们的共同利益。”这个定义非常鲜明地强调了公共关系的管理职能,其活动形式是“有计划的、广泛的信息传播”,结果是“更好地实现它们的共同利益”。

2. 传播沟通论

持这种观点的研究者更多地是从公共关系的运作特点上来考虑的,认为公共关系是社会组织与公众的一种传播沟通方式。

英国人弗兰克·杰夫金斯(Frank Jerkins)认为:公共关系是由为达到与相互理解有关的特定目标而进行的各种有计划的沟通联络所组成的,这种沟通联络处于组织与公众之间,既是向内的,也是向外的。杰夫金斯特别强调公共关系是由“各种有计划的沟通联络所组成的”,强调了公共关系在运作方式和手段上依赖沟通联络的特点。

美国人约翰·马斯顿(John Marston)讲得更为坦率:公共关系就是运用有说服力的传播去影响重要的公众。1981年出版的《不列颠百科全书》将公共关系定义为:旨在传递有关个人、

^① 熊源伟主编:《公共关系学》,安徽人民出版社2000年版,第1~7页。

公司、政府机构或其他组织的信息,并改善公众对于其态度的种种政策或行动。这一类定义强调的是公共关系的手段,认为公共关系不能离开传播沟通。在我国也有大量研究者持这种观点,他们与上述管理职能论构成势均力敌的管理学派和传播学派两大体系。

3. 社会关系论

持这类观点的研究者避开了管理职能论倾向与公共关系的目标、传播沟通论偏重于公共关系的手段的争论,认为公共关系是社会关系的一种,必须从此入手来把握公共关系的实质。

美国普林斯顿大学的希尔滋(H. L. Chils)认为:公共关系是我们所从事的各种活动、所发生的各种关系的通称,这些活动与关系都是公众性的,并且都有社会意义。

英国公共关系学会对公共关系所作定义为:公共关系的实施是一种积极的、有计划的以及持久的努力,以建立及维护一个机构与其公众之间的相互了解。这一类定义往往比较笼统而抽象,理论色彩浓厚。

4. 现象描述论

持这一类观点的研究者往往倾向于公共关系实务。与社会关系论偏重学理、抽象正好相反,现象描述论倾向于直观形象和浅显明了。他们通常抓住公共关系的某一功能或某种现象进行描述,非常具体实在。美国公共关系协会征询了两千多名公共关系专家的意见,中选出的四种公共关系定义,都带有很浓的现象描述色彩。

公共关系是企业管理机构经过自我检讨与改进后,将其态度公诸社会,借以获得顾客、员工及社会的好感和了解的经常不断的工作。首先,公共关系是一个人或一个组织为获取大众之信任与好感,借以迎合大众之兴趣而调整其政策与服务方针的一种经常不断的工作。其次,公共关系是对此种已调整的政策

与服务方针加以说明,以获取大众了解与欢迎的一种工作。公共关系是一种技术,此种技术在于激发大众对于任何一个人或一个组织的了解并产生信任。公共关系是工商管理机构用以测验大众态度、检查本企业的政策与服务方针是否得到大众的了解与欢迎的一种职能。

这一类定义简洁明了,生动形象,便于记忆。不过,它们只是揭示了公共关系的部分涵义,从总体上讲不够全面、准确。

5. 表征综合论

持这一类观点的研究者采用将公共关系的各种表征综合起来的办法来解决问题。

1978年8月,在墨西哥城召开的世界公共关系协会大会上,代表们对公共关系的涵义形成了共识:公共关系是一门艺术和社会科学。公共关系的实施是分析趋势,预测后果,向机构领导人提供意见,履行一连串有计划的行动,以服务于本机构和公众利益。这个定义目前在国际上有一定的代表性和权威性。

美国《公共关系季刊》将公共关系的表征综合为十四要点:

第一,公共关系是一个完整的职能,目的在于增进公司利益和达到其他整体目标;

第二,公共关系并不制定政策,但是可以帮助管理当局表白公司政策;

第三,对于受公司措施影响的人们,公共关系人员注意他们的印象与可能反应,重大的措施虽然表面上与公共关系无关,但也应在出台前先向公共关系部门咨询;

第四,行动比空言有力,所有信誉都建立在行动而非语言文字之上,但如果要让他人知悉并了解公司的行动,就得借助于语言文字;

第五,公共关系虽然是管理部门的职责,但也必须配备适当的预算及人员,至于所担负的任务必须限于公共关系范围以内

的工作；

第六，公共关系人人有责，公共关系部门的最终目标是使人人了解传播对于良好管理是必要而不可分割的；

第七，公司的形象是相对的，依某种公众对于公司的具体要求和兴趣而定，例如股东、金融界、政府、教育家及舆论界，就各有各的看法；

第八，人们经常根据不完全的证据形成对公司的印象，例如公司的名称，与某一位员工通信或偶然的会晤，虽然这些都是小事，但应尽力注意去为公司争取良好的印象；

第九，因为公司是在舆论所形成的环境下营运发展的，因此对于任何人士所具有的访问权利均应尊重；

第十，人们通常对于了解最少的事物感到厌恶、恐惧或猜疑，如果不提出理由并加以解释，人们就会自行想像，因此透露、传播资料信息不要吝惜；

第十一，不可歪曲和夸大事实，公共关系的主旨在于陈述事实，以便他人对于公司能公平评估，引起公众兴趣，进而对公众产生影响；

第十二，少做做得好，比多做做不好要强；

第十三，在观念的领域中，要引起特别的注意，其间竞争非常激烈，公共关系的一项基本任务就是要引起别人对于公司的好感和兴趣；

第十四，公共关系艺术成分多于科学成分，这种艺术一定要以社会科学的崭新知识为基础；对于公众对象的组成及态度要作科学的评估，对于公司本身要有透彻的认识。

也有学者认为^①，一个完整的定义应把事物的本质、基本内

^① 史有春著：《公共关系学——形象设计、信息传播和社会交往》，南京大学出版社2002年版，第6~7页。

容的规定性表述清楚,而一门学科的基本定义是构建该学科基本理论框架、展开讨论的重要起点,并非无足轻重。不管后述的公关定义是否准确,都应注意到有这样几种方法或途径可以去寻找、确定公共关系的基本规定性:

第一种方法是定义归纳法。即对几百种定义进行分析比较,通过取长补短归纳出更为完善的定义。比如美国莱克斯·哈罗(Rex Harlow)博士就用此法给公共关系下了一个至今仍算完整的定义:公共关系是一种特殊的管理职能。

第二种方法是实践总结法。即从历史或现实出发,把那些称之为公共关系的活动、现象加以总结、提炼,从而发展为一个较完整的概念。比如:在被称为美国的“公共关系的黑暗时期”(1830年),菲尔斯·巴纳姆认为“凡宣传皆好事”。又如19世纪末“扒粪运动”时期,“公共关系之父”艾维·李强调公开、真实、慈善等。在实践中,由于公关现象十分复杂,使用此方法可能犹如盲人摸象,难以全面,人们经常会片面甚至错误地理解公关,这是实践总结法的局限性。

第三种方法是逻辑分析法,即从公共关系(Public Relations)基本词义出发,用逻辑推理法逐步演绎出公共关系的多种规定性:公共关系在本质上是一种社会关系;公共关系是指社会组织与其相关公众之间的关系,作为扩展,一些个体也可能成为公关主体;公共关系活动的目标是达到良好的公共关系状态,以实现组织的最终使命;公共关系还是一种管理职能等。

对于诸多关于公共关系涵义的表述,我们认为可以从这样几个维度来分析和认识:

首先,公共关系定义的多样性源于公共关系实践的丰富性。从时间维度和序列来看,从公共关系诞生至今,人类已是“物是人非”。社会实践的变化与社会的需求,都影响着公共关系理论研究。

其次,公共关系定义的多样性源于公共关系理论渊源的多样性。从传统的观点来看,管理学、传播学、社会学是其三大直接理论来源。因学科研究对象与方法的差异,导致公共关系定义的差异是一种必然。

再次,公共关系定义的多样性是公共关系学科的发展性的体现。学科的成熟,是以其具有比较稳定的概念系统为标志之一的。公共关系定义的多样性,从某种意义上说明公共关系学科尚需进一步发展与完善。随着公共关系实践和理论的发展,有必要也有可能进一步对公共关系作出更为科学的定义。

最后,公共关系涵义的多维性是学科应用的多样性的直接体现与需求,我们不必立即强求有一个统一定义。公共关系学的研究对象相对来说是比较确定的,只要我们从总体上把握住公共关系的实质,形成共识,就能对学科理论作深入研究。

我们认为一个定义不能囊括所有的规定性,抽象程度越低则其越具有局限性,而抽象程度越高则保证了越界的风险,但其固有的属性与特征则不够明显。那么怎样才能形成较为准确的定义,又形成什么样的所谓准确的定义,则成为众多学者力避而又无法回避的学科“元问题”。我们认为,公共关系学的逻辑起点与逻辑展开的范畴是公共关系的三要素——主体、传播与沟通、客体在时空环境下的组合。给公共关系下定义,既要考虑到公关活动内容逻辑上的全面性和完整性,又要考虑到公共关系学作为一门独立学科其内容体系的独特性。据此,可以根据公共关系特定时空环境下的活动目标和内容等基本规定性给公共关系作如下定义^①:公共关系是一个社会组织的公众关系管理职能。社会组织主要通过自身形象设计、双向信息传播和广泛

^① 史有春著:《公共关系学——形象设计、信息传播和社会交往》,南京大学出版社 2002 年版,第 8 页。

的社会交往,在公众中树立良好的形象并达成和谐的交往状态,为自身事业的发展创造最佳的社会环境,实现组织的既定目标,同时实现社会赋予的特有目标。

二、警察公共关系的定义

警察公共关系的定义亦如公共关系的定义一样,呈现出多样性,并且更多表现为“做什么”的多样性。但因公安工作的时代需要,警察公共关系的活动差异显著,因而警察公共关系外延式的定义变化较大。警察公共关系在学科隶属上的争论不大,因公安工作的“管理”传统一般将其归于管理学。

对众多的公共关系定义,公安大学孙娟进行了系统的、学科性的阐释^①:1991年其首次提出:警察公共关系是将公共关系的基本原理、方法与公安管理相结合的产物。警察公共关系首先是一种方略,即以现代管理理论为基础,在社会系统的范畴里考察公安机关的组织管理和社会管理的有效性。通过建立相应的管理机制,密切和公安机关外部的联系,使公安工作更适应社会需要,更能得到各方面公众的广泛支持。它的基本思想是:提倡警政公开,注重双向信息交流;重视树立人民警察形象;重视挖掘公众潜力,争取社会支持;追求社会效益。1995年其提出新的警察公共关系的定义:“警察公共关系是以提高自身影响力为基点的促进警察组织和其公众良性互动,争取最大社会效益的一种管理职能和活动过程。”这种过程可以概括为:提高警察组织自身的影响力,为社会提供最佳服务,树立良好的组织形象,争取更多的公众支持,获得最佳的组织效益和社会效益。警察公共关系是一种管理系统,是从社会系统的角度通过统筹协调

^① 孙娟著:《警察公共关系理论与形象战略》,中国人民公安大学出版社2000年版,第12~17页。