

“十一五”全国教育系统干部培训·校长培训用书

XIAOZHANG GONGGUANYISHU

中小学校基本管理校长培训教程 七

校长公关艺术

韦昌勇 主 编
张曦艳 编 著



世界知识出版社

“十一五”全国教育系统干部培训·校长培训用书

中小学校基本管理校长培训教程⑦

校长 公关艺术

张曦艳 编著

 世界知识出版社

图书在版编目(CIP)数据

校长公关艺术/韦昌勇主编. —北京:世界知识出版社,2007. 10

中小学校基本管理校长培训教程

ISBN 978-7-5012-3227-7

I. 校… II. 韦… III. 中小学-学校管理-公共关系学-教材 IV. G637.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 153331 号

责任编辑 郭宝珍 李广顺

图书策划 杨再鹏

封面设计 王 灿

责任校对 张 永

责任出版 赵 玥

书 名 中小学校基本管理校长培训教程

编 著 张曦艳

出版发行 世界知识出版社

地址邮编 北京市东城区干面胡同 51 号(100010)

印 刷 北京盛兰兄弟印刷装订有限公司

经 销 各地新华书店

开本印张 720 × 965 毫米 1/16 10 印张

字 数 169 千字

版次印次 2007 年 10 月第 1 版 2007 年 10 月第 1 次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5012-3227-7

定 价 238.00 元(全 10 册)

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 翻印必究

中小学校基本管理校长培训教程

编 委 会

顾 问：张仁贤

主 编：韦昌勇

编 委：（按姓氏笔划排序）

王文蓉

王 杰

李文红

张 旭

张曦艳

陆家海

徐 晶

梁秀清

黎 君

目 录

I 学校公共关系概述

1 学校公共关系的基本特征.....	3
2 学校公共关系的必要性和可能性	5
3 学校公共关系的对象——公众	9
4 学校公共关系的原则	11
5 学校公共关系的内容——信息传播	14
6 学校公共关系的目标	17

II 树立和维护学校形象

1 学校形象的作用	27
2 学校形象的构成	27
3 树立和维护学校形象的方法和途径	31

III 学校公共关系的职能

1 采集信息	41
2 咨询建议	42
3 宣传教育	44
4 传播沟通	46
5 协调关系	48
6 争取支持	50

IV 学校公共关系协调

- 1 领导关系的协调 57
- 2 学校各职能部门的公共关系的协调 58
- 3 教职员工公共关系的协调 59
- 4 社区公共关系的协调 63

V 学校公共关系口才

- 1 交谈口才 69
- 2 问答口才 69
- 3 说服口才 70
- 4 赞扬口才 71
- 5 批评口才 72
- 6 推拒口才 73
- 7 演讲口才 74
- 8 辩论口才 82
- 9 谈判口才 82

VI 学校公共关系文书

- 1 书信 87
- 2 公文 88

VII 学校公共关系交往

- 1 公共关系交往基本原则 97
- 2 公共关系交往中的形象塑造 98

3 公共关系交往技巧	101
4 公共关系交往中的语言技巧	103

VIII 学校公共关系礼仪

1 日常基本礼节	113
2 社交礼仪	115
3 会议礼仪	116

IX 学校公共关系交际

1 接 待	125
2 会见与会谈	126
3 宴 请	127

X 学校公共关系专题活动

1 家长会	131
2 学校开放参观日	139
3 庆典活动	140
4 社区活动	141
5 社会公益事业赞助	143
6 突发事件的处理	144

参考文献	151
-------------------	-----

I

学校公共关系概述

学校作为一类社会组织与其他组织一样，面临着生存和发展的任务，同样必须在互利互惠、承担责任、友善理解的基础上，致力于与周围的社会组织、个人保持良好关系，改善自身形象，这样才能争取到内外公众的支持、合作，才能得到良好发展。从这一点来看，学校也需要公共关系，也应开展各种各样的公共关系活动。学校公共关系是指学校运用各种传播手段，谋求内外公众的信赖、理解、合作、支持，从而最终有利于实现学校的教育目标的管理活动。学校公共关系的主体就是学校本身，它的活动内容就是运用各种传播手段，把学校为实现教育目标而制定的各项教育、教学管理目标以及所采取的相应措施，及时传达到公众之中，树立学校的良好形象，提高知名度和美誉度，“内求团结，外求发展”，最后达到提高教育质量和人才培养质量的目的。

1

学校公共关系的基本特征

学校公共关系是指学校运用信息传播手段,为学校树立良好形象,从而得到公众的理解、信息、支技与合作而进行的一种学校管理职能活动。

一、学校公共关系的特点

1. 学校公共关系的最终目的是培养全面发展的合格人才

学校是专门的育人场所,它进行的是有计划、有目的、有组织的教育活动,它的存在就是为了多出人才,出好人才,实现国家的教育目标。学校的性质、目标决定了学校的公共关系必须以教育人为最终目标。学校公共关系争取内外公众的支持、合作,树立良好学校形象,提高学校的声誉,获得公众的人力、物力、财力等方面的支持,这些局部的、短期的目标,最后的落脚点只能是有利于尽快培养出更多的全面发展的合格人才,学校公共关系的价值评判标准只能是这一点,否则,学校公共关系就走入了误区。这也是学校公共关系的最主要的特殊性所在。

2. 学校公共关系具有非营利性

公共关系起源于企业的经营管理活动中,获得经济利益是其重要目的。学校开展的公关活动虽然在某些时候或个别活动是出于营利目的,但在学校公共关系中不占主要地位,不能代表学校公共关系的方向。学校公共关系是借助公共关系宣传自己,树立自身良好形象,得到社会组织和个人的理解、配合、支持,以便提供质量更高、效果更好的教育服务,满足人们求知、求能的需要,使人的身心得到和谐发展。所以学校公共关系具有非营利性的特点。

3. 学校公共关系具有地区性

企业的公关对象和公众大多数是跨地区、多方面的,甚至是国际性的。而学校以本地区组织和个人为主要服务对象,主要与学校所在地的组织、个人发生联系。如学校一般都以招收本地区学生为主,与本地区的学生家长、政府机构发生联系,跟学校所在地街道、组织建立社区关系,接受本地区教育行政部门的直接领导。

4. 學校公共關係中與公關對象的關係具有直接性

在企业公共关系中，企业与公众的关系，特别是与消费者、用户的关系，主要是以产品为中介，而学校则直接为公众服务，



学校公共关系具有不同于企业、政府机关及其他社会团体公共关系的特点。

它与公众的关系不以产品为中介，而是直接与服务对象发生联系。学校将学生集中在校园里，面对面教学生知识，培养学生能力，形成学生良好品德，学校的服务活动直接作用于学生。公众对学校的评价主要依赖于其对自身直接服务的好坏来进行。

二、學校公共關係的本質屬性

1. 學校公共關係是一種社會關係狀態

学校公共关系是指学校在公众环境中一种特定的情形和状况。任何一所学校，从它产生的第一天起，就处在一定的社会关系和公众舆论状态之中。它是一种客观存在的社会现象，不以人的意志为转移。

2. 学校公共关系是学校应用各种媒体传播、服务或活动与其公众建立和谐的关系

3. 學校公共關係是一種社會實踐活動

学校公共关系是一种有计划、有组织、有系统、长期性的活动，它建立在学校与相关公众互动的基础上。学校通过运用信息媒介和传播沟通艺术开展对外活动，从而协调学校的社会关系，影响学校的公众舆论，塑造学校的社会形象，改善学校生存、发展的外部环境。

4. 學校公共關係是一種觀念、意識

学校公共关系状态反映出一定的观念、意识，直接受着指导思想、行为准则和价值取向的制约。学校的公共关系观念包括形象意识、公关意识、传播意识、互惠意识等。



学校公共关系与“拉关系”、“走后门”是有本质区别的。

5. 學校公共關係是一門學科

学校公共关系是具有自身理论体系的一门学科。它是以学校公共关系的客观现象和规律为研究对象的一门综合性的应用学科；或者说，学校公共关系是研究学校与公众之间传播与沟通的行为、规律和方法的一门学科。

6. 学校公共关系的目的是，想建立学校与其公众之间的了解、支持、鼓励与合作

2

学校公共关系的必要性和可能性

千头万绪的学校工作固然要以教学工作为主体,随着 21 世纪的到来,学校教育将更加基础化、综合化、社会化、网络化和国际化,社会公共关系学日益成为现代学校不可缺少的一种教育管理功能和手段。

一、学校公共关系的必要性

1. 从学校是社会组织的一分子来看

公共关系是一种社会联系状态,它具有客观性和普遍性的特征,只要有组织和个人存在的地方,就会有公共关系。学校也像其他任何社会组织一样,与周围的组织、个人有密切的联系,必须不断与社会环境保持着物质、能量、信息的交换,自觉或不自觉地处于一定的公共关系的联系之中。作为社会组织的一分子,学校开展公共关系是不以人的主观意志为转移的。何况教育只是具有相对独立性,本质上是受制于一定社会的政治、经济的。学校既要了解社会,深入社会,从社会需要出发确定培养目标,也要实现目标,这些须臾也离不开公共关系活动。

2. 从学校自身的建设和发展来看

(1) 学校办学条件的改善需要公共关系。学校的办学必须有一定的物质作保证,学校一方面要争取政府机构这一教育经费投入的主渠道更多的拨款——这需要开展对教育行政主管部门的公共关系。除此之外,学校应广泛地争取社会各界,尤其是企业界的财力、物力支持,改善学校的场地、设施、实习基地。由于我国长期以来教育投入严重不足,是穷国办大教育,很多学校面临着经费紧张、办学条件差的问题,积极开展公共关系以改善办学条件显得尤为重要。

(2) 学校教育任务的完成需要公共关系。社会是一个大系统,学生除了在学校接受正规的教育影响外,还受到校内外各种正面、负面的教育影响。要培养社会需要的合格人才,不但需要广大师生员工创造一个优良的内部教育环境,而且需要家长、社会的有力配合,创设一个良好的外部教育环境,否则很难达到教育的正效果,有时甚至会出现教育的反效果。而要统一教育

力量就必须开展公共关系活动，与社会、家长加强信息和情感沟通，宣传学校的教育思想、教育目标、教育措施，以求得他们的理解，形成教育的合力。

(3) 学校要在竞争中取胜需要公共关系。随着我国从计划经济体制向市场经济体制转轨，“在竞争中求发展”的意识已深入到各行各业。虽然教育竞争有自身的特点，但学校与学校之间、学校内部需要竞争已成为大家的共识。学校要在竞争中取胜，开展公共关系必不可少，尤其是校与校之间。目前各校师资水平、生源质量、办学设施等还不均衡，新校、老校都希望办出水平、办出特色，要提高学校的知名度、美誉度，学校就必须采用各种公关手段推销学校、介绍学校，使学校公众对学校情况能够知晓，对学校的发展产生信心，获得他们对学校各方面的支持和教育上的配合，得到较好的生源和优秀的教师，这样才能由弱变强，强校更上一层楼。

3. 从学校公共关系的功能来看

学校公共关系具有决策功能、协调功能、凝聚功能、激励功能、塑造形象功能，这些功能的发挥无疑有利于学校组织目标的实现。

(1) 决策功能。决策是学校领导的首要工作，在学校管理工作中起着决定成败的关键作用。要进行科学的决策，必须收集信息、情报，了解学校的实际、学校与外部的关系、外部环境的需要，在此基础上拟定各种可行的方案等。要做到这些，单靠校长是不够的，必须集思广益，做到决策民主化，有时还要求助于各级各类智囊；另外，一个好的决策方案只有实施了才是有效决策，而要实施必须依赖广大教职员工。学校的科学决策必须遵循上述要求，而上述要求的达到不能离开公共关系，学校公共关系采集信息、决策咨询、传播沟通等职能的发挥都有助于决策，而且学校公共关系其他功能的发挥贯穿于决策过程的始终。

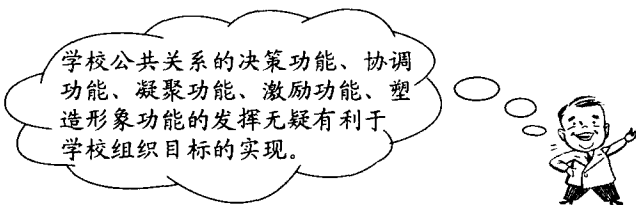
(2) 协调功能。学校公共关系表明的是学校与学校公众之间的社会联系状态，反映学校公众对学校的认识、评价、支持与合作的程度、趋向。一个学校与其公众保持良好的关系则公众对其评价是良好的，对它的支持是真诚的，并且乐于与它合作，学校处于一种“人和”的佳境，为学校发展创设了良好的环境，学校的发展如鱼得水。正因为学校公共关系能消除误解，交流信息，增进了解，统一认识，从而在公众与学校之间起到了润滑剂的作用，能协调好各方关系。

(3) 凝聚功能。学校公共关系是一种社会关系，它是学校与其公众在相互交往、相互联系的过程中产生的。良好的公共关系犹如一种强有力的黏合剂，把学校公共关系各方凝聚成一个利益共同体，互相支持，互相帮助，共

同发展。对于学校内部来说,良好的内部公关则使全体教职员工凝聚成一个整体,增强学校凝聚力,也促进学校发展。

(4) 激励功能。学校公共关系的对象既包括学校外部公众,也包括学校的师生员工,良好的公共关系是激励组织成员努力工作的重要因素。在具有良好公共关系的学校里,部门之间、教职员工之间真诚团结、心情舒畅、协调配合、互相促进,充满着集体主义自豪感,从而激发教职员工为实现组织目标而忘我工作。从激励的心理机制来看,只要学校公共关系注意满足外部公众的需要(物质需要和精神需要),对外部公众同样能起到激励作用,调动他们支持学校、帮助办学的积极性。

(5) 塑造形象功能。从公共关系的角度来看,一所学校的形象是内外公众对学校整体印象的知觉、评价,它包括校舍、设施、校服、校园环境等外显的物质因素,更重要的是教育质量、办学实绩、特色、师生素质、领导作风、教风、学风、精神面貌等因素。良好的学校形象是一笔宝贵的无形资产。但学校形象不是少数几个人创造的,学校每个成员的一举一动、一言一行都关系到学校形象,学校通过公共关系活动,提高师生员工对形象塑造的认识,加强与外部公众的沟通,积极参加社



学校公共关系的决策功能、协调功能、凝聚功能、激励功能、塑造形象功能的发挥无疑有利于学校组织目标的实现。

区的文化教育服务、公益服务,参与各种文体活动,可以从中显示学校实力,塑造学校优秀群体形象。另外,形象是人的主观见之于客观的结果。学校公共关系可运用各种公关技术、传播媒介,塑造良好的学校形象,举行各种公关活动,使公众对学校办学实绩、领导形象、教师形象、学生形象有正确的认识。

二、学校公共关系的可能性

从影响公共关系的因素看,如空间距离、人员素质、交往频率、相互需要等,学校有自己得天独厚的优势。

1. 教育优势

公共关系的一个重要前提是:公共关系的主体与它的公众之间有相互需要,这种需要可以是互补性需要,也可以是一致性需要。学校公共关系的一个最重要的优势是在于它满足了相关公众的教育需要。随着社会主义市场经济体制的逐步推进,科技、人才、知识在社会生产力的发展中发挥着越来越

大的作用。而且知識經濟社會臨近，信息社會已經到來，終身教育體系逐步確立，一方面對教育提出了一系列新的要求，使教育面臨著嚴峻挑戰，另一方面也體現了學校教育功能的日益擴大，教育對社會發展、個體發展影響力日益增強。從國家、社會、民族到普通公民，從來沒有像今天這樣關注教育。“教育是社會的核心，是提高社會生活質量的基本手段”，“教育在社會發展和個人發展中起基礎性作用”，“教育對未來是一種關鍵投資”。學校教育尤其是中小學教育就成為公眾這種強烈教育需求的最基礎、最關鍵的階段，學校開展公共關係就具有了教育優勢。

2. 距離優勢

公共關係各方的地理位置不同，會形成不同的公共關係。一般說來，如果公共關係各方素質和文明水準都比較高，文化心理也比較接近、相容，那麼地理位置越近，越容易建立、維持良好的公共關係。學校公共關係具有地區性，它主要致力於為本地區的人口提供教育服務，與本地的政府機構、社會團體、企業、學生家長建立聯繫，這些組織和個人也相對容易成為學校的公眾，也容易與學校建立起良好的公共關係。

3. 人員優勢

開展公共關係工作必須有較高素質的公關人員，要遵守一定的工作準則和道德準則，如以事實為根據、互惠互利、誠實守信、負有職業義務感、不損人利己，等等；公關人員也必須有廣博的知識、較強的開創意識、一定的組織能力和宣傳鼓動能力，還必須掌握一定的公共關係技術，如演講技巧、寫作技能、調查方法、交際藝術等。而學校在這方面具有一定的優勢。因為學校具有一支有學歷、

高素質的教師隊伍，教師的職業性質和職業要求決定了教師容



要充分发挥学校的教育优势、距离优势、人员优势和关系优势，提高学校公共关系的效果。

易具備上述條件，開展公共關係具有良好的基礎。只要學校領導搞好了內部公關，學校即使沒有專設的公關機構、公關人員，也能在外部公關中得心應手，可成為全員公關的典範。

4. 關係優勢

學校的首要公眾是在校學生，而學生背後聯結著各種複雜的關係，首先是學生家長分布在各行各業；而數量巨大、關係廣泛的校友也是學校公共關係不可忽視的重要力量。此外，學校還有數量可觀的各科教師、職工、員工家屬等各種各樣的關係。

3

学校公共关系的对象——公众

公众是学校公共关系中最基本、最重要的概念。公众既是一个学校赖以生存的根据，也是学校发展公共关系的唯一工作对象。

一、公众的特定含义

公众作为公共关系的基本构成要素，是公共关系学中一个相当重要的概念。它最初由英文 Public 一词翻译而来，有泛指公众、民众的含义，也有特指某一方面公众、群众的含义。在公共关系学中，一般把公众理解为因面临共同的问题与特定的公共关系主体相互联系及相互作用的个人、群体或组织的总和。

学校公共关系对象的特定含义是：与一个学校发生直接或间接联系，对该学校的生存和发展具有现实或潜在的影响力个人、群体和社会团体。学校公共关系中的公众具有如下特征：公共关系中的公众一定与学校构成某种利益关系；公共关系中的公众要与学校构成互动关系，这意味着学校和公众是相互影响，学校与公众发生利益关系也是双向的，即互惠互利；公众是一个复杂的系统，表现为多层次的主体结构，有多种类型。

二、公众的划分标准

学校的公众对象就是指那些与学校有利益关系、相互联系、相互影响的个人、群体、组织。对学校公众的划分不是随便进行的，而是根据不同的需要、从学校不同时期的公共关系目标出发，从当时当地的客观条件出发来进行的。根据不同的标准，我们可以对公众作不同的划分，如按人口学分类；按性别、职业、教育程度分类；按公众对组织的不同态度分类；等等。下面列举几种学校公共关系中最常见、最实用的公众划分。

（一）把公众看做一个过程来划分

公众的发展一般有这样一个过程：当组织的行为对公众产生了某种后果时，这种后果就会导致公众与组织之间的关系发生由疏到密的变化，依照这一过程，可以把公众分为非公众、潜在公众、知晓公众、行动公众。

1. 非公众

学校所在的环境中，有一部分个人、组织在一定的时空条件下，既不受学校的行为影响，也不作用于学校，在学校的视野中，这一部分公众就成了非公众。学校正确找出非公众，将其排除在公共关系工作范围之外，可以减少公共关系的盲目性。

2. 潜在公众

一定的个人、群体、组织与学校的行为发生了利益关系，他们已面临着由学校行为引起的共同问题，但他们本身暂未意识到这种问题的存在。这时在学校视野中，他们就成了潜在公众。潜在公众在未意识到他们的问题之前不会采取行动，对学校的影响也是潜在的。学校公共关系中发现潜在公众，可增加公共关系的预见性。

3. 知晓公众

知晓公众一般由潜在公众发展而来，他们已意识到自己与学校面临的共同问题，会对问题产生的缘由、解决方法、今后发展趋势等相关方面的信息产生兴趣，但他们并未采取行动寻求问题的解决。学校以积极的态度、正确的方法对待知晓公众，可做到公共关系工作的及时性。

4. 行动公众

行动公众由知晓公众发展而来，他们不仅意识到问题的存在，而且采取行动以求问题的解决。学校应根据利益关系，促成或改变行动公众的态度，维护学校利益，即如下面所示：行动公众—知晓公众—潜在公众—非公众。问题对学校有利，一般来说，就努力使公众由右到左发展，否则由左到右发展。

例如，某报社报道了某校勤工俭学的先进事迹，这时该报社就是学校的行动公众；而在此之前，报社已对学校的先进事迹有所了解，这时报社就是学校的知晓公众；当学校的先进事迹已经产生，报社并不知晓，则该报社就是学校的潜在公众；如果由于时空、信息等条件的限制，报社将不与学校发生任何关系，就成了学校的非公众。在这种情况下，学校就应利用各种传播渠道，施展公关策略，将学校推销出去，使报社这样的公众由非公众发展为行动公众。

（二）从公众与学校之间有无归属关系来分类

学校公共关系的发展已慢慢走向专业化，公关的对象将更加扩大，学校公共关系分为内部与外部公共关系两类。

1. 内部公众

学校内部公众一般与学校有从属关系，是学校的组成部分，主要包括教