

Public Relations

公共关系学

邓 蓉 李 华 吴春霞 编著



中国农业出版社

公共关系学

Public Relations

邓蓉 李华 吴春霞 编著

中国农业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

公共关系学/邓蓉, 李华, 吴春霞编著. —北京: 中国农业出版社, 2008. 7

ISBN 978 - 7 - 109 - 12652 - 7

I. 公… II. ①邓…②李…③吴… III. 公共关系学
IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 066959 号

中国农业出版社出版
(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)
(邮政编码 100125)
责任编辑 姚 红

中国农业出版社印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行
2008 年 6 月第 1 版 2008 年 6 月北京第 1 次印刷

开本: 850mm×1168mm 1/32 印张: 9.125

字数: 230 千字 印数: 1~2 000 册

定价: 30.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

前 言

公共关系学是伴随着改革开放的浪潮引入中国的，随着我国 30 年来的改革、开放和发展的步伐加快，公共关系学在我国无论是实践活动还是理论研究都取得了丰硕的成果。在 20 世纪 80 年末和 90 年代初，全国的大部分高等院校都开设了公共关系学课程，部分院校还设立了公共关系学专业，这标志着中国的公共关系学作为一个学科已经渐趋成熟，学科体系也已经基本稳定。

公共关系学涵盖了丰富的内容，它不仅是一种专门的知识，而且也是一种很有实用价值的技能。首先，公共关系是一种理念、一种意识，是一种要使自己发展就必须同时使其他人也得到发展的共赢思想；其次，公共关系又是一种方法、一种技能，一种可以在自身发展的同时也实现其他社会成员共同发展的共赢技能；第三，公共关系还是当代社会的一种文化现象，尊重、理解、支持和合作是其深层次的蕴涵。随着我国经济体制向市场经济的转轨，社会中的一些矛盾逐渐显现出来。随着公共关系学知识和技能的日益普及，将会有助于化解这些矛盾，也有助于我国建立和谐社会。

这本《公共关系学》共包括 12 章，每一章具体内容如

下：第一章公共关系概述、第二章公共关系的组织环境和社会环境、第三章公共关系的基本理论、第四章公共关系的主体、第五章公共关系的客体、第六章组织形象的塑造、第七章公共关系危机处理、第八章公共关系程序Ⅰ：公共关系调查、第九章公共关系程序Ⅱ：公共关系策划、第十章公共关系程序Ⅲ：公共关系实施、第十一章公共关系程序Ⅳ：公共关系评估和第十二章公共关系礼仪。

在本书的写作过程中，参考和借鉴了国内外许多学者的论文和论著，从中获益颇多，在此深表感谢。由于作者水平有限，本书难免存在不足之处，加之公共关系学的某些观点和问题也尚待进一步探讨，敬请专家和读者批评指正。

作 者

2008.5

目 录

第一章 公共关系概述	1
第一节 公共关系的产生	1
第二节 公共关系概念的演变	7
第三节 公共关系的基本活动	11
第四节 公共关系在美国的发展	17
第五节 公共关系在中国的发展	27
第二章 公共关系的组织环境和社会环境	32
第一节 公共关系的组织环境	32
第二节 公共关系的社会环境	42
第三章 公共关系的基本理论	50
第一节 公共关系的基本属性	50
第二节 公共关系学的范畴与学科体系	53
第三节 公众的心理特征与决策倾向	59
第四节 公共关系开放系统模型	79
第四章 公共关系的主体	91
第一节 公共关系主体概述	91
第二节 公共关系的机构	108
第三节 公共关系的人员	116
第五章 公共关系的客体	126
第一节 公众的涵义和特点	126
第二节 公众的分类	130

第三节	公共关系工作的公众分析	139
第六章	社会组织形象塑造	146
第一节	组织形象的内涵与意义	146
第二节	组织形象的定位与设计	150
第三节	组织形象的建立与推广	160
第四节	组织形象的巩固与矫正	166
第七章	公共关系危机处理	170
第一节	公共关系危机概述	170
第二节	公共关系危机处理的原则和措施	175
第三节	公共关系危机预防	180
第八章	公共关系程序 I：公共关系调查	182
第一节	公共关系程序的四个步骤	182
第二节	公共关系调查概述	185
第三节	公共关系调查的内容	189
第四节	公共关系调查的程序和方法	198
第九章	公共关系程序 II：公共关系策划	203
第一节	公共关系策划概述	203
第二节	公共关系策划过程	207
第三节	可借鉴的公共关系活动模式	212
第十章	公共关系程序 III：公共关系实施	218
第一节	公共关系实施概述	218
第二节	影响公共关系实施的因素分析	223
第三节	公共关系实施的准备	230
第四节	公共关系实施的管理方法	232

第十一章 公共关系程序Ⅳ：公共关系评估	240
第一节 公共关系评估的作用、分类和内容	240
第二节 公共关系评估的程序和方法	248
第三节 公共关系评估报告	254
第十二章 公共关系礼仪	258
第一节 公共关系礼仪概述	258
第二节 公共关系人员日常礼仪	260
参考文献	281

第一章 公共关系概述

为了生存和发展，不同的个人和社会单位都要建立与维护相互之间的关系。由于这些关系相互依赖、相互影响的程度不同，所以表现出不同层次的社会交往和经济往来。现代社会正是由这些与日俱增的相互依赖关系和复杂多样的矛盾而组成的。

人际关系这一术语用来表示研究与调整人和人之间的关系。国际关系一般仅涉及国与国之间的关系，而公共关系则是研究一个组织在其所处的社会环境中与其他组织、群体和个人之间的关系。

公共关系是现代社会的产物，随着市场经济、民主政治和传播技术的发展，公共关系越来越成为现代社会的一种普遍现象。但是，公共关系作为一种客观存在的社会关系和一种思想与活动方式却源远流长。

第一节 公共关系的产生

一、公共关系的产生

研究公共关系是怎样在适应社会不断变化的需要中发展的，这有助于我们进一步研究公共关系的功能及其优势和弱点。许多从事公共关系工作的人员并没有意识到他所从事的行业的历史，因此，他们不能充分理解公共关系在社会中的地位和作用，这就在一定程度上削弱了公共关系的重要性。

现有的关于公共关系的历史，大多是通过过分渲染的新奇事件和几个五彩缤纷的人物个性的描述而形成的简单化的神秘故

事。而公共关系的产生却是一个复杂的、具有戏剧性的历史演变过程。这个过程是现今公共关系学科体系中一个至关重要的组成部分。

（一）认识的变化

公共关系的产生不能简单地说是由新闻代理的出现而开始的，更不能完全归功于艾维·李或阿瑟·佩奇与他人进行沟通并用来对付舆论的种种努力。这一领域的发展已经跨越了几十年，导致其产生和发展的因素多而复杂。

1. 对公众赞成与公众反对的认识。古希腊的理论家就曾论述过公众意志的重要性，尽管他们没有专门使用“舆论”这个词汇。古罗马人的政治词汇中和中世纪的著作中出现的某些短语和思想都与现代概念的舆论相差无几。他们还创造了“公众赞成”和“公众反对”这样的专有名词，并认为“公众的声音就是上帝的声音”。

2. 对宣传的认识。利用宣传材料去影响公众的观点或行动，可以追溯到人类文明出现的最早阶段。考古学家在伊拉克发现了一份 19 世纪的农场公告，其内容是告诉农民如何对付田鼠、如何收获等问题，这很像今天管理农业的部门发布的农业公告。

英国公共关系的起源是几个世纪以前的事情，当时的英国国王认为大法官应该加强与教会、商人和手工业者的联系，并且应该注意调整他们与政府之间的关系。17 世纪英国的天主教会成立了传道总会，“宣传”一词就是在那个时候产生的。

3. 对公共关系的认识。美国的公共关系起源于封建贵族与资产阶级夺政权的美国革命时期。此后，在美国的几次大的斗争与冲突中，其领导者都为争取公众的支持付出了很大的努力。在 20 世纪，从西奥多·罗斯福时代至今，公共关系领域的每一次发展都直接与政治变革运动所引起的政权斗争相联系。

这些权力集团的斗争，对公共关系的发展起了很大的促进作用

用，因为国家政治和经济集团为了实现其统治，必须依赖公共关系来赢得公众的支持。

（二）技术发展促进了公共关系发展

公共关系的发展也反映了飞速发展的技术需要社会公众的接受与利用。例如，当贝尔电话公司改用全数字电话拨号系统时，在西海岸地区遭到了由卡尔·梅领导的“反数字拨号系统”组织的强烈反对；美国邮政部门在推行用五位号码划分美国邮区制度的时候，也受到公众的强烈反对。

（三）当社会冲突和社会变化出现时，公共关系才表现出其意义

公共关系只有与社会冲突和社会变化相联系时，才表现出其意义，这一点已被过去的历史所证实。当一个企业的地位受到员工、农民、小企业或成熟起来的一代人的挑战与威胁时，它就会对公共关系表现出强烈的兴趣。它具体地表现为，当公众对于劳工管理条例表示反对意见时，劳工计划就会有所改善。

同样，公共关系在政府中发展最快的时期也正是危机时期，在美国表现为第一次世界大战时期、经济大萧条和新政时期、第二次世界大战时期、朝鲜战争时期、越南战争时期……总之，公共关系的功能必须从其产生的历史过程中加以考察。

二、公共关系产生的原因分析

英文“public relations”一词最早出现于1882年美国律师多尔曼·伊顿（D. Eaton）在耶鲁大学法学院对毕业班所作的《公共关系与法律职业的责任》演讲中，但那时该词表示的并非现代意义上的“公共关系”，而是“大众利益”的意思。现代意义上的公共关系这一用语第一次正式使用是在1897年，出现在美国

铁路协会的《铁路文献年鉴》上。这个概念真正作为科学用语而流传和普及则要归功于美国著名公共关系专家爱德华·伯内斯(Edward L. Bernays), 1923 年他完成了世界上第一部公共关系学专著《公众舆论之凝结》(Crystallizing Public Opinion), 并在纽约大学开设公共关系课程, 使公共关系逐渐发展成为一门新的学科。因此, 从比较严格的意义上来看, 现代公共关系产生于 19 世纪末 20 世纪初的美国, 这与当时美国社会的政治、经济、文化、科技等情况是分不开的。

(一) 民主政治——公共关系发展的制度安排

从社会制度的发展历史来看, 公共关系的产生是社会民主制度发展的必然产物。在人类社会数千年的漫长发展历程中, 绝大多数时间是处在封建专制制度或宗教专制制度之下。在这种制度之下, 君主或宗教首领拥有至高无上的权力。从本质上来看, 在封建专制制度或宗教专制制度之下是不可能发展出真正的公共关系的。西方的文艺复兴和宗教改革使欧洲从长达数千年的“黑暗时代”中解放了出来。随着经济关系的变化, 资本主义的民主政体逐步替代了封建专制政体, 这就使得公共关系有了可以生存的土壤。

虽然资本主义的民主制度并不完美, 但是对比专制制度它已经是大大地进步了。在资本主义社会, 政党要执政就得想办法争取社会舆论和选民的支持, 最终还要靠竞选来赢得胜利。在这一社会民主化的进程之中, 公民的参与意识不断提高, 对于各种社会重大问题, 特别是关系到自己切身利益的问题, 公民会通过各种渠道来表达自己的意见。在这种情况下, 公众的意愿成为竞选者或执政者必须加以考虑的问题。如何才能有效地与民众进行沟通, 如何才能在政府与民众之间建立起和谐的沟通关系, 这已经成为各地政府、各个政党以及各个社会集团所面临的新问题。

(二) 市场经济——公共关系发展的现实土壤

在农业社会里，其经济模式是一种自给自足的封闭式的生产方式，其生产组织方式是以一家一户为单位的。农业社会中人与人之间关系的维系主要是靠血缘关系、地缘关系、人际关系，也依靠传统的伦理观念和义务。直到资本主义社会发展的前期，大工业仍不十分发达，受到社会经济发展水平的限制，人们的社会联系依然是相当狭隘的。那时的商品交换基本上不用做广告，更没有必要花大力气去开展公共关系活动。

随着时代的发展，特别是工业革命之后，经济突飞猛进地发展，工业社会逐步替代了农业社会。大工业的市场经济突破了时空和血缘的局限，形成了以市场为中心的广泛的社会分工协作关系。在这种情况下，任何社会组织只有得到社会的广泛承认，获得社会整体的支持，才可能良好地生存和发展。所以，市场经济的发展必然需要公共关系也随之发展。

在市场经济的发展过程中，市场经历了由“卖方市场”向“买方市场”的逐步转变。卖方市场就市场上卖什么东西，主要由卖方（即生产者）来决定。也就是说，企业生产什么，市场上就卖什么。而买方市场就是指市场上卖什么东西，主要由买方（即消费者）来决定。也就是说，消费者需要什么，企业就生产什么。

在买方市场条件下，消费者具有更多的优势，有充分的商品选择权。为此，卖方必须通过发展与消费者的良好关系来有效地维护这一商品交换关系，以维持卖方的市场稳定和发展。在这样的背景之下，经营者主动与消费者或公众构建公共关系，增进相互理解与支持，提升组织形象和声誉，就显得越来越重要了。

另外，随着市场经济的发展，消费者的消费水平也会随着经济的发展而不断提高，从原来的满足温饱需求逐步转向满足消费者的个性需求。在这种情况下，生产者或销售者就必须对消费者

的多样化个性需求有及时而深入的了解与掌握，以便能提供适销对路的商品。这时就需要公共关系工作来促进生产者或销售者与消费者的双向沟通和相互了解。

在市场经济的背景之下，经营者能否争取到顾客并赢得市场，这已经成为关系到经营者生存状况的重大课题，这也直接促进了公共关系的兴起。

（三）人性文化——公共关系发展的精神源泉

美国是世界上少有的移民国家，几乎没有历史传统的包袱。美国文化体系中有三个突出特点：个人主义、英雄主义、理性主义。个人主义使美国人富于自由浪漫的色彩；英雄主义使美国人崇拜巨头伟业，富于竞争的精神；理性主义使他们注重严密的法规，崇尚教条、数据和实效。管理科学的鼻祖泰罗的思想及其制度，便是理性主义的典型代表。它将人视为机器的一部分，强调严格的操作程序，作业计量定额，颠倒了人与机器的关系，使手段异化为目的。

泰罗的这种管理思想和制度，虽然在短期内取得了高效率，但同时也促使劳资矛盾日趋尖锐化，并孕育着社会的危机和动荡不安。正是在严峻的现实面前，人们才逐渐意识到纯粹理性文化的局限性。这时，人文主义思想又重新抬头，在管理中也开始更加注重人性、注重个人和群体的文化精神理念。20世纪初梅奥（Mayo）在著名的“霍桑实验”中提出的“人群关系理论”，便是人性文化逐渐形成的体现。

此外，大众传播的发展，社会化大生产的发展，也促使社会生活、社会交往更趋向开放化。这种尊重人性的、尊重个人感情和尊严的文化，正是公共关系得以产生的精神源泉。

（四）传播技术——公共关系发展的技术支持

随着经济的发展和政治变革，人们交往的空间不断扩大，人

们需要了解的信息量也越来越大。为适应这种新的需要，信息传播技术，特别是大众传播技术迅速发展起来。印刷技术日益普及与提高，报刊媒介遍及千家万户；电子技术不断发展，并进而带来广播、电影、电话、电视等传播媒介的变革；在电脑和网络普及的现代信息社会，信息传播的速度与深度以及保真程度都有了崭新的发展。

各种信息在瞬间即可传遍世界各地，新的传播体系使整个世界变得越来越像一个村落。这种“地球村”的发展趋势，使一个多空间、多层次、多元化的传播体系逐渐在全世界范围内形成，并使得言论自由、新闻自由的理想能进一步地实现，从而使得社会舆论的力量、公众意见的表达越来越具有影响力。

公众对社会组织机构的政策、制度和管理的实际干预能力大大增强了。这种干预力量又不以人的意志为转移地向社会各管理层渗透，政府和企业界不考虑公众意愿的管理方法已行不通。摆在管理阶层面前唯一的出路就是尽快地学会有效地驾驭新的传播手段和传播技术，与自己的公众建立起一种崭新的有利于相互了解、相互协调的沟通关系。

由此可见，传播技术、信息通讯技术、控制技术的出现和飞速发展是现代公共关系的形成与发展提供了重要的物质技术支持。

第二节 公共关系概念的演变

在过去的年代中，各种不同的公共关系概念反映了它在各个组织与社会中所发挥的不同功能与作用，也体现了人们对正在兴起的公共关系行业根本属性的探索所付出的努力。一些重要的历史事实表现了当今公共关系的概念的形成过程。

在 20 世纪初，公共关系经常被用来保护大企业的利益，并以此来抵御新闻部门的攻击和政府部门的管理。虽然这一时期的

公共关系具有许多积极作用，但其重点仅是“介绍自己的情况”，制定相应的策略，影响公众舆论，避免政策变化给企业经营活动带来的影响。

一、公共关系几层含义

（一）诱导式宣传

诱导式宣传这一概念一直被许多人用来解释公共关系的含义。例如，有一本字典就把公共关系定义为“为了获得公众的理解和好感而进行的诱导宣传活动”。现在，仍然有许多决策管理人员把公共关系理解为一种诱导宣传活动。

（二）相互了解和沟通

在第二次世界大战之后的几十年中，公共关系由诱导宣传活动逐渐演化为有组织的沟通交往活动，这时在公共关系的定义中才出现了“交流的”、“共同的”、“相互之间的”等词语。

美国出版的韦氏国际大词典第三版中，把公共关系解释为：“它已发展成为一种增进相互理解和信赖的艺术和科学”。基于这一定义，英国公共关系协会把公共关系表述为：“一个组织努力地致力于建立和维持与相关公众之间的相互了解。”最近出版的一本书提出了另一种以沟通为核心的公共关系定义，即“公共关系是一种组织与其相关公众之间沟通的管理活动。”

（三）公众利益的协调和调整

在 20 世纪 30 年代末，哈伍德·L. 蔡尔德（Harwood L. Child）在其著作中就当时对公共关系的定义和传统的看法，提出了新的看法。他认为：公共关系“不是对一种观点的阐述和解释，不是调和人们态度的艺术”；相反，公共关系“是对我们

社会中个体或组织的具有社会意义的行为在公众利益方面的协调或调整”。

蔡尔德的这一观点不仅对公共关系的概念，而且对公共关系的实践活动都有很大的影响。他的关于公共关系是用来调整一个组织的内外环境的说法，已经是现在比较成熟的公共关系概念的核心内容。他还提出了公共关系项目就是正确的行动加上沟通战略的思想。

（四）以公共关系的任务和职能来定义

形成公共关系概念的另一种方法，是分析公共关系的各种具体任务与职能，并通过对这些内容的描述而形成定义。比如可以表述为：公共关系是一个单位或组织制定和实施赢得公众理解和接受的活动规划、评价公众的态度、确保自己的政策和行为与公众利益保持一致的一种经营管理功能。

二、公共关系的定义及基本特征

（一）简单定义

公共关系的一般定义为：公共关系是通过优良的品德和尽责的行为，来影响公众舆论的一种有计划的活动，它是以相互满足的双向沟通为基础的。

（二）综合定义

公共关系的定义多种多样，公共关系的先驱和学者雷克斯·哈洛（Rex Harlow）博士搜集了 20 世纪以来发表的公共关系定义 472 条，并将主要的部分提炼出来，再将基本内容予以分类，然后通过综合分析得出了目前理论界和实际部门普遍认可的一种综合定义。其定义的内容如下：