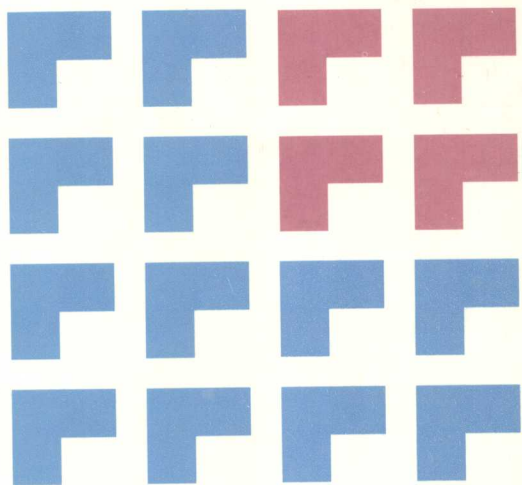


全国高等教育自学考试指定教材辅导用书
高等教育自学考试同步辅导/同步训练

(行政管理专业)

公共关系学概论

全国高等教育自学考试指定教材辅导用书编委会 组编



中国人事出版社

全国高等教育自学考试指定教材辅导用书

高等教育自学考试同步辅导/同步训练

公共关系学概论

全国高等教育自学考试指定教材辅导用书编委会 组编

中国人事出版社

图书在版编目(CIP)数据

全国高等教育自学考试行政管理专业同步辅导同步训练
/全国高等教育自学考试指定教材辅导用书编委会组编—北
京:中国人事出版社,1998.4

ISBN 7—80139—220—5

I.全··· II.全··· III.行政管理—高等教育—
自学考试—自学参考资料 IV.G642.749

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 09521 号

中国人事出版社出版

(版权所有 翻印必究)

100028 北京朝阳区西坝河南里 17 号楼

新华书店经销

北京仰山印刷厂印刷

*

1998 年 4 月第 1 版 1998 年 4 月第 1 次印刷

开本:850×1168 毫米 1/32 印张:85

字数:1500 千字 印数:00001—12,000 套

全套(共 10 册)总定价 100.00 元

(图书出现印装问题,本社负责调换)

说 明

本丛书是全国高等教育自学考试(行政管理专业)自学考试大纲、教材的配套辅导用书。

编者为中国人民大学、北京大学等高校从事本专业的教研工作的专家学者,并具有丰富的自学考试辅导经验。

本书的编写依据:

1. 全国高等教育自学考试指导委员会颁布的《公共关系学概论自学考试大纲》;

2. 指定教材《公共关系学概论》(王乐夫主编,高等教育出版社出版)。

本书的特点:

本书以自学考试大纲规定的考核知识点及能力层次为线索,按指定教材分章辅导,将自学考试中每一章节可能出现的所有考核知识点按考试题型编写同步练习题,最后附两套模拟试题。

本书在突出重点、难点,准确解答疑点的同时,兼顾学科的系统性,对于考生深入学习指定教材的内容,深刻领会考试大纲、教材的精髓,掌握重点难点,正确解答各科题型,富有切实的指导意义。

一分耕耘,一分收获,祝有志于自学的朋友能在考试中取得优异成绩。

编 者

1998年4月

目 录

第一章 导 论.....	(1)
要点·难点解析.....	(1)
同步练习.....	(4)
参考答案.....	(7)
第二章 公共关系的概论	(13)
要点·难点解析	(13)
同步练习	(19)
参考答案	(24)
第三章 公共关系的起源和发展	(36)
要点·难点解析	(36)
同步练习	(39)
参考答案	(41)
第四章 公共关系的功能和组织	(53)
要点·难点解析	(53)
同步练习	(59)
参考答案	(63)
第五章 公共关系的对象	(72)
要点·难点解析	(72)
同步练习	(80)
参考答案	(84)
第六章 公共关系的过程	(96)
要点·难点解析	(96)

同步练习.....	(105)
参考答案.....	(109)
第七章 公共关系传播媒介和方式.....	(120)
要点·难点解析.....	(120)
同步练习.....	(128)
参考答案.....	(132)
第八章 公共关系活动实务.....	(144)
要点·难点解析.....	(144)
同步练习.....	(153)
参考答案.....	(157)
第九章 公共关系部门实务.....	(169)
要点·难点解析.....	(169)
同步练习.....	(172)
参考答案.....	(176)
模拟试题(一).....	(187)
参考答案.....	(190)
模拟试题(二).....	(196)
参考答案.....	(199)
模拟试题(三).....	(206)
参考答案.....	(209)

第一章 导 论

要点·难点解析

学习目的和要求：通过本章的学习，了解公共关系学的研究对象、基本内容、认识公共关系学的主要研究角度、方法和现实意义。

第一节 公共关系学的研究对象和内容

一、公共关系学的研究对象

公共关系学的研究参对象就是“组织与公众之间的传播沟通”这种公共关系的现象和活动。从三个角度来加以理解。

（一）“公共关系”的性质

公共关系特指组织与公众之间的传播沟通关系，即组织与公众环境之间信息交流关系。

（二）“公共关系职能”的性质

公共关系的职能是以优化公众环境，树立组织形象为任务的一种传播沟通职能。即运用各种传播、沟通手段去影响公众的观点、态度和行为，争取公众舆论论的理解和支持，为组织的生存、发展创造良好的社会环境。

（三）“公共关系学科”的性质

公共关系是一门综合性的应用传播学、组织传播学，既是现代传播学发展的一个分支，也是现代经营管理学的一个构成部分，它是现代传播学在组织经营管理中的应用和发展。

从以上三个方面可以了解，公共关系是一种“传播沟通关系”，具有“传播沟通职能”，是一门“传播沟通学科”。“组织与公众之间的传播和沟通”就是公共关系学的研究对象。

二、公共关系学的基本内容

公共关系学的基本内容包括以下九个方面：

（一）公共关系的概念—公共关系是什么；公共关系的三个基本要素—社会组织，公众，传播与沟通。

（二）公共关系的历史—公共关系是怎么来的；从历史角度阐述公关的形成、发展概况、产生的社会历史条件。

（三）公共关系的行为主体—公共关系由谁来做，有什么作用。

（四）公共关系的对象—公共关系对谁做。

（五）公共关系的管理过程—公共关系如何进行。完整地了解公共关系工作的整个过程。

（六）公共关系的媒介—公共关系用什么手段来进行。学习和掌握公共关系的基本工具和技术手段。

（七）公共关系活动实务—公共关系工作主要做什么。主要的公共关系实务包括调查研究、新闻传播、公关广告、专题活动、处理危机、交际事务等等。

（八）公共关系的职业道德和法律制约—公共关系行为基本准则。

（九）公共关系在中国应用的国情和特色—公共关系的中国特色。

第二节 公共关系的研究角度和方法

公共关系学是一门综合性的边缘应用学科，它涉及的学科十分广泛。与公共关系学有密切联系的相关学科是：社会学、心理学、新闻学、管理学、传播学、广告学、市场学、经济学等基础

学科和应用学科。

对公共关系进行研究的学科角度主要有：从管理学的角度，从经营学的角度，从传播学的角度等等。

一、从管理学的角度

- 特点：（1）将公共关系作为管理过程的一个要素；
（2）将公共关系本身视作管理的一个过程。

二、从经营学的角度

特点：（1）将公关作为实施推广，影响环境的手段，突出公关的谋略、技巧、艺术的实用研究。

（2）更重视信息和形象的商业价值，将信息、形象关系作为重要的经营要素和资源，将公共关系作为经营投入的一部分，并努力使其转化为实际财富，产生出经济效益。

三、从传播学的角度

特点：（1）按传播的基本模式分析公共关系的三个基本要素。

（2）从公众舆论的角度研究、处理组织的公众环境和公众形象问题。

（3）研究各种不同的传播方式及其传播效果。

（4）直接引入传播学中有关传播媒介与技术的研究，对公共关系各种媒介的特点、功能进行分析。

第三节 学习公共关系学的现实意义

公共关系是现代社会发展的产物，而它的出现又推动了现代社会的发展，就这个意义上说，任何处于现代社会的国家，它的公共关系学研究都有一定的现实意义，同世界发达国家相比，我国的公共关系研究则更具有特殊的现实意义。

一、公共关系适应对外开放的需发

对外开放要调动一切可以调动的力量，开拓一切可以开拓的

渠道进行我国的现代化建设，这样就需要加强与外部世界之间的双向沟通，一方面不断了解世界，汲取对自身建设和发展有利的各种信息，另一方面要传播自己，增进各国对中国的了解、理解和支持。

二、公共关系适应体制改革的需要

体制改革强化了组织的活力，强化了组织的自主意识、自主行为，使公共关系日益成为组织自身的一种行为机制和经营管理方式。

三、公共关系适应市场经济发展的需要

市场经济的发展带来了激烈的市场竞争，公共关系作为一种形象竞争的手段，能够加强企业整体的竞争能力，提高组织的知名度、美誉度，促进经济效益和社会效益同步发展。

四、公共关系适应现代信息社会的需要

现代信息社会的大众传播网络覆盖了社会每个角落，组织在日常运转中非常需要运用公共关系去了解舆论，影响舆论，改善组织的生存发展环境。

五、公共关系适应社会稳定的需要

社会稳定、政治稳定、人心稳定都需要加强全社会的公共关系工作，通过双向沟通，各类组织与社会之间创造了一个相互了解、理解、信任和谐的气氛，形成一个“天时、地利 人和”的社会发展环境。

同步练习

一、单项选择题（在备选答案中只有一个是正确的，将其选出并把它标号写在题干后括号内）

1. 公共关系是组织的（ ）的产物。

- A. 行政行为 B. 政治行为
C. 传播沟通行为 D. 经济行为

2. “组织与公众之间的传播和沟通”就是公共关系学的()。

- A. 主要内容 B. 方法论
C. 研究对象 D. 根本目的

3. 公共关系学的研究内容是特指的组织与公众之间的()问题。

- A. 沟通与被沟通 B. 反馈
C. 传播沟通 D. 交往

4. 自觉地遵守职业道德和接受法律约束,是公共关系能够正确地发挥作用的()。

- A. 基础 B. 结果 C. 原因 D. 前提

二、多项选择题(在备选答案中有二至五个是正确的,将其全部选出并把它们的标号写在题干后括号内)

1. 公共关系的经营管理对象和内容是()。

- A. 公众关系 B. 公众场合
C. 公众舆论 D. 公众范围
E. 公众意志

2. 公共关系学具有较强的()。

- A. 操作性 B. 传统性
C. 应用性 D. 价值性
E. 控制性

3. 公共关系学就是研究组织与公众之间传播沟通的()。

- A. 行为 B. 规范
C. 规律 D. 秩序
E. 方法

4. 公共关系的三个基本要素是()

A. 组织

B. 环境

C. 公众

D. 媒介

E. 行为

三、填空题

1. 公共关系的职能是以优化_____, 树立_____为任务的一种传播沟通职能。

2. 公共关系是_____、_____与_____相结合的产物。

3. 公共关系与_____、_____和_____并列, 被称为现代组织经营管理的“四大支柱”。

4. 公共关系学在管理学和市场学中的位置, 反映了_____、_____的时代特征。

5. 公共关系是一种“_____”, 具有“传播沟通职能”, 是一门“传播沟通的学科”。

6. 公共关系学是一门综合性的应用学科, 各相关学科从特定的角度, 以特定的方法研究组织与公众之间的_____、_____和_____。

7. 从传播角度研究公共关系学, 形成了组织经营管理科学中特定的“_____”、“_____”的专门领域。

四、判断题 (判断正误, 并简单说明理由)

1. 公共关系是组织的经济行为的产物。 ()

2. 公共关系与其它性质的社会关系是相同的。 ()

3. 公共关系作为一种经营管理职能与生产管理、技术管理等并无不同之处。 ()

4. 现代经营管理学是公共关系学的一个分支。 ()

五、名词解释题

1. “公共关系”的性质

2. “公共职能”的性质

3. “公关学科”的性质

六、简答题

1. 如何理解公共关系学的研究对象

2. 公共关系学的研究内容有哪些？

七、论述题

1. 公共关系学有哪些主要的相关学科？这些学科对公共关系学研究的角度有什么特点？

2. 学习公共关系学的现实意义是什么？

参考答案

一、单项选择题

1. C 2. C 3. C 4. D

二、多项选择题

1. ACD 2. AC 3. ACE 4. ACD

三、填空题

1. 公众环境 组织形象
2. 经营管理学科 传播学科
3. 资金、技术、人才
4. 现代经营、管理理论
5. 传播沟通关系
6. 关系 规律 沟通手段
7. 信息管理 传播管理

四、判断题

1. 错误。公共关系不是组织的经济行为、政治行为或行政行为的产物，而是组织的传播沟通行为的产物。

2. 错误。公共关系不同于其他性质的社会关系，只是渗透在其他具体社

会关系中的一种信息传播与沟通的关系。

3. 错误。公共关系的目标、对象和手段均不同于其他管理职能，是一门独特的管理领域。

4. 错误。公共关系学是传播学在组织经营管理中的具体应用，是现代经营管理学的一个构成部分。

五、名词解释题

1. “公共关系”的性质：公共关系特指组织与公众之间的传播沟通关系，即组织与公众环境之间的信息交流关系。

2. “公关职能”的性质：公共关系的职能是以优化公众环境，树立组织形象为任务的一种传播沟通职能。即运用各种传播，沟通的手段去影响公众的观点、态度和行为，争取公众舆论的理解和支持，为组织的生存和发展创造良好的社会环境。

3. “公关学科”的性质：公共关系是一门综合性的应用传播学、组织传播学，既是现代传播学发展的一个分支，又是现代经营管理学的一个构成部分。它是现代传播学在组织经营管理中的应用和发展。公共关系学是经营管理学科与传播学科相结合的产物；专门研究组织经营管理过程中的公众传播沟通问题，或者说，用现代传播学的理论和方法来研究和处理组织的公众关系和公众形象问题。

六、简答题

1. 如何理解公共关系学的研究对象？

答：公共关系学是研究组织与公众之间传播沟通的行为、规律和方法的一门综合性学科，它的研究对象就是“组织与公众之间的传播沟通”这种公共关系的现象和活动。对于公共关系学的这一研究对象，可以从以下二个角度来加以理解。

(1) 公共关系特指组织与公众之间的传播沟通关系，即组织与公众环境之间的信息交流关系。公共关系本身并不是组织的经济行为、政治行为或行政行为的产物，而是组织的传播沟通行为的产物。它不同于其它性质的社会关系，只是渗透在其它具体“社会关系中的一种信息传播与沟通的关系。

(2) 公共关系的职能是以优化公众环境，树立组织形象为任务的一种传

播沟通职能。即运用各种传播沟通手段去影响公众的观点、态度和行为，争取公众舆论的同情和支持，为组织的生存和发展创造良好的社会环境。与其他管理职能相比，公共关系具有不同的目标、对象和手段，是一种独特的管理领域。

(3) 公共关系是一门综合性的应用传播学、组织传播学，既是现代传播学发展的一个分支，也是现代经营管理学的一个构成部分。它是现代传播学在组织经营管理中的应用和发展，专门研究组织经营管理过程中的公众传播沟通问题，或者说，用现代传播学的理论和方法来研究和处理组织的公众关系和公众形象问题。

2. 公共关系学的研究内容有哪些？

答：公共关系学的研究内容不是泛指传播沟通现象，而是特指的组织与公众之间的传播沟通问题。其基本内容包括：公共关系的概念、公共关系的历史、公共关系的行为主体、公共关系的对象、公共关系的管理过程、公共关系的媒体、公共关系活动实务、公共关系的职业道德和法律制约、公共关系在中国应用的国情和特色。

七、论述题

1. 公共关系学有哪些主要的相关学科？这些学科对公共关系学研究的角度有什么特点？

答：公共关系学作为一门综合性的应用学科，有一些重要的相关学科，主要是管理学、经营学、传播学和社会心理学、行为科学、社会学的社会调查与统计等。这些学科对公共关系学研究的角度具有以下特点：

(1) 从管理学的角度。现代管理学比较重视管理活动中的信息传播和沟通问题，对公众舆论和公众关系在组织决策、计划、领导、指挥控制、协调、监督等管理环节中的影响和作用进行研究，从而将公共关系视为一种管理行为、管理过程和管理方法，视作整体管理职能的一部分，确认公共关系在管理中的地位 and 作用。管理学对公共关系的研究，首先比较突出地表现在将公共关系作为管理过程中的一个要素，研究它与管理过程的其他要素之间的关系，从而确定它在管理系统中的特殊地位和作用；其次，管理学将公共关系本身视作管理的一个过程，将纷繁、无序的公共关系和公众舆论纳入管理的

轨道，成为一种有目标、有计划、有步骤、有序、可控的过程，从而揭示公共关系在管理活动中的特殊内容和规律。

(2) 从经营学的角度。现代经营理论比较侧重从组织和环境之间的互动状态和变化趋势来研究公关的传播沟通问题，将公共关系看作是组织和外部环境相互作用的一种状态和机制，看作是维持组织和环境之间动态平衡与和谐关系的一种经营策略和方法。经营学对公共关系的研究特点，一是将公关作为推动、影响环境的手段，突出公关的谋略、技巧、艺术的实用研究。二是更重视信息和形象的商业价值，将信息、形象、关系作为重要的经营要素和资源，将公共关系作为经营投入的一部分，努力使这种无形资产转化为实际财富，产生出经济效益。

(3) 从传播学的角度。就理论的相关程度来说，传播学与公共关系学的联系最为密切，甚至可以被看作是公共关系学的“母体”学科。从传播学的角度研究公共关系，基本上体现了公共关系学的理论特色。传播学的基本理论和方法贯穿整个公共关系的理论和实务，决定了公共关系学的专业性质和学科性质。以传播学的方法来研究公共关系，比较主要地体现在：一是按传播的基本模式分析公共关系的三个基本要素，即组织、公众和媒介，并基本上按这三个要素展公共关系学的主要理论。二是从公众舆论的角度研究，处理组织的公众环境和公众形象问题，通过分析、影响舆论去作用于组织的公众环境，调整组织的公众形象。三是有关各种不同的传播方式的研究，在公共关系活动方式的概括上被充分借鉴。四是有关传播效果的研究，对探讨公共关系的沟通传播效果发挥了指导作用。五是直接引入传播学中有关传播媒介与技术的研究，对公共关系各种媒介的特点、功能进行分析。

(4) 从社会心理学、行为科学和社会学的角度。社会心理学是公共关系学的基础理论之一，它的许多研究内容和研究方法都被应用在公共关系的研究之中。如社会心理学中关于社会认知效应的研究及关于改变态度方法的研究，对于公关传播策略和方法的研究具有理论和实用意义。行为科学关于组织内部人的需要、欲望、情绪、动机、思想和行为的研究，以及群体内部人与人的关系对群体活动、效率的影响的研究等方面的内容，在公共关系学的研究中被引用和借鉴来解决组织内部关系的协调、沟通问题。社会学中有关

社会调查研究的技术和方法的理论，直接应用在公共关系的调查研究实务中。

2. 学习公共关系学的现实意义是什么？

答：学习和应用好公共关系学，具有十分重要的现实意义。对外开放、体制改革、市场经济以及信息社会带来的变化与发展，根本上改变了各类组织生存和发展的社会环境和条件，各种组织日益需要运用公共关系来适应这种变化。

(1) 公共关系适应对外开放的需要。对外开放打破了长期封闭的组织环境，使组织进入了国际沟通的大环境。各类组织及其人员在国际交往中需要调整或更新陈旧的交往观念和行为，学会运用国际公共关系的惯例和方法去发展外向型的经济、政治和文化事业。对外开放使组织的政策、行为、人员和产品在国际交往中和竞争中面对着国际的评价，国际形象的问题日益突出，需要加强各类组织，特别是外向型组织及人员的公关意识和形象管理。对外开放需要加强与外部世界之间的双向沟通，一方面不断了解世界，汲取对自身建设和发展有利的各种信息；另一方面不断传播自己，增进世界各国对中国的了解、理解、好感和支持。这种国际性的双向沟通不仅建立在国家外交的层次上，而且存在于各类组织的外向型政治、经济、文化活动的公共关系工作中。

(2) 公共关系适应体制改革的需要。体制改革改变了传统的组织关系结构和关系状态，使公共关系成为组织日常面对的一种重要关系。传统的条条块块、行政隶属关系和纵向约束关系逐步减少，横向关系和社会公众关系迅速增加。组织从过去主要面向国家和行政部门，转向面对各类复杂的社会公众，从而使组织所处的关系结构从单一纵向结构向多元化、立体化结构转变，从行政关系状态向公共关系状态转变。体制改革强化了组织的自主意识和自主行为，使公共关系日益成为组织自身的一种行为机制和经营管理方式。传统的“等、靠、要”的惰性行为转向积极主动开发自身的公共关系，运用公共关系去解决人、财、物等资源投入和产品的销售问题。在改革中组织的公共关系功能日益强化，公共关系成为组织求生存、谋发展的一种管理政策和经营方法。