



教育部高职高专规划教材
Jiaoyubu Gaozhi Gaozhuan Guihua Jiaocai

邱伟光 主编

公共关系



中国财政经济出版社

教育部

 高职高专规划教材

公 共 关 系

邱伟光 主编 |

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

公共关系/邱伟光主编. - 北京: 中国财政经济出版社, 2000. 7

教育部高职高专规划教材

ISBN 7-5005-4715-3

I. 公… II. 邱… III. 公共关系 - 高等教育 - 教材 IV. C912. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 62209 号

中国财政经济出版社 出版

URL: <http://www.cfeph.com>

E-mail: cfeph @ dre.gov.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京东城大佛寺东街 8 号 邮政编码: 100010

发行电话: 010-64003399(传真), 64013338-293, 294

河北〇五印刷厂印刷

850×1168 毫米 32 开 11.375 印张 266 000 字

2000 年 6 月第 1 版 2000 年 6 月河北第 1 次印刷

印数: 1-10 060 定价: 16.00 元

ISBN 7-5005-4715-3/F·4240

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

前 言

现代意义上的公共关系产生于西方的工业社会，根植于发达的商品经济的土壤，是社会生产发展到一定历史阶段的产物。我国改革开放的社会条件孕育了公共关系的诞生，市场经济的激烈竞争、知识经济的发展和高科技的传播媒介技术催化了公共关系的成熟，使公共关系在我国得到蓬勃的发展，由此推动了我国改革开放和经济的繁荣，促进了社会的文明与进步。

公共关系是现代社会的一门新学科，从其知识构成的属性和特点来看，它是集社会学、心理学、管理学、传播学、行为学、经济学等多门学科综合发展的整体性应用科学；从其应用的领域和功能来看，它是社会组织传播信息、协调关系、咨询服务、塑造形象、促进事业成功的一种工作艺术。它不仅具有增进组织活力，增长效益，推动社会主义物质文明的发展作用，而且具有优化社会环境，转变社会风气，提高民族素质，加强社会主义精神文明建

设的作用。

公共关系作为一门基础课程的教材，以应用为宗旨，教材的内容重点放在公共关系理论原理的应用思路、应用方法、操作技能以及案例分析上，突出对象的应用能力的培养。全书共分十二章，理论部分主要考察公共关系概念、构成要素、职能、管理及其一般程序，其中特别是揭示良性公共关系状态形成的机制和条件，以增强公共关系的有效性与科学性。应用部分从组织形象塑造与 CIS、CS 策划到公共关系各项专题活动的组织实施，特别是公共关系沟通、培养、礼节的技巧与创意能力的培养与训练，以提高对象的策划、咨询、服务、创新的知识与能力素质。

本教材突出通俗性、趣味性，不仅适用于高职、高专培养应用性人才的特点，而且适用于成人学生与各行各业的实际工作人员。

参与本书的编写人员及分工：邱伟光（第一，二，七，十一章），王维忠（第三，四，五，十二章），侯平（第六，八，九，十章）。全书由主编邱伟光审阅统改定稿。本书的编写与出版得到财经出版社领导和编辑的大力支持与热情指导，在此致以衷心的感谢。

在本书的编写过程中，我们曾参考和引用了专家、学者的部分著述及相关资料，在此恕不一一列举，并向有关作者表示谢忱。公共关系的学科建设是一项系统工程，需要人们长期的努力和艰苦的探索。由于我们的理论知识和实践经验不足，教材中难免有不当之处，恳切希望公关业界的朋友和读者不吝指正。

编 者

2000 年 4 月

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 公共关系的历史形成	(1)
第二节 公共关系的科学含义和特征	(9)
第三节 公共关系的基本职能	(17)
第四节 公共关系的社会意义	(32)
第二章 公共关系的构成要素	(40)
第一节 公共关系主体——社会组织	(40)
第二节 公共关系客体——公众	(46)
第三节 公共关系中介——传播	(56)
第三章 公共关系的工作程序	(62)
第一节 公共关系调查	(62)
第二节 公共关系方案的制订	(75)
第三节 公共关系方案的实施	(83)
第四节 公共关系评估	(93)
第四章 组织的形象塑造	(101)

第一节 现代组织形象的概念.....	(101)
第二节 现代组织形象的特征.....	(107)
第三节 现代组织形象的塑造.....	(111)
第五章 现代企业 CIS 战略和 CS 战略	(122)
第一节 现代企业的 CIS 战略的概念	(122)
第二节 现代企业的 CIS 策划	(136)
第三节 现代企业的 CS 战略	(147)
第六章 公共关系专题活动.....	(159)
第一节 新闻发布会.....	(159)
第二节 展览会.....	(163)
第三节 业务洽谈会.....	(169)
第四节 赞助活动.....	(172)
第五节 庆典活动、参观活动、联谊活动.....	(175)
第七章 公共关系的类型.....	(180)
第一节 选择公共关系类型的原则.....	(180)
第二节 公共关系的基本类型.....	(183)
第三节 公共关系类型的新发展.....	(191)
第八章 公共关系沟通技巧.....	(207)
第一节 公共关系沟通的基本特征.....	(207)
第二节 公共关系沟通的主要类型.....	(212)
第三节 公共关系沟通的一般技巧.....	(225)
第九章 公共关系语言艺术.....	(230)
第一节 口头语言艺术.....	(230)
第二节 书面语言艺术.....	(235)
第三节 体态语言艺术.....	(243)
第四节 电子多媒体语言艺术.....	(246)
第十章 公共关系的交往礼节.....	(252)

第一节	交往的基本礼节·····	(252)
第二节	行为举止的基本礼仪·····	(266)
第三节	宴请的基本礼仪·····	(273)
第四节	服饰的基本礼仪·····	(277)
第十一章	公共关系的管理·····	(285)
第一节	公共关系的领导管理·····	(285)
第二节	公共关系的目标管理·····	(295)
第三节	公共关系的机构管理·····	(305)
第十二章	公共关系创意能力的培养与训练·····	(313)
第一节	公共关系创意及其作用·····	(313)
第二节	公共关系创意能力的培养·····	(320)
第三节	公共关系创意能力训练·····	(332)

第一章

绪 论

公共关系作为一门独立的整体性的应用科学，具有自身形成、发展的历史，科学的含义、特殊的职能和重要的意义。学习与运用公共关系，从公共关系科学含义的形成、发展中认识和把握其职能和重要性，对有效地开展公共关系实践活动具有深刻的指导意义。

第一节

公共关系的历史形成

公共关系和公共关系职业是在 20 世纪初形成的，但是社会组织的公共关系和公共关系行为都早已存在。像其它任何一门科学一样，公共关系也是在人们的社会实践中产生，并在其发展过程中不断地得到丰富和完善的。

一、公共关系的萌芽

公共关系的概念出现虽晚，但它的历史源远流长，可以追溯到古代的文明时代。从一般意义上说，自有人类历史以来，就有人类改造客观世界的实践活动，也就产生组织与公众的关系，也就有了公共关系的行为和活动。它是伴随着人类社会同步发展的一种客观状态，经过公共关系职能部门有意识的策划和自觉的运用，始终对人类社会的经济发展和社会的变迁起着积极的促进作用。

公共关系是一种客观状态，它是依存于社会组织的一种客观现象。任何一个社会组织都会存在某种公共关系的客观状态，问题是人们是否意识到这种公共关系客观状态的存在，是否有目的地自觉地从事公共关系活动。早在远古时代，我们的祖先已经在生产活动中萌发了一些公共关系的朴素思想。自发地从事了类似现代公共关系的实践活动。但是，这些思想和活动都是自发的、随意的，只能看作是公共关系某些个别思想的萌芽。

随着生产力的发展，人际交往范围的扩大，任何社会的统治阶级都非常重视人的关系的研究和人际关系的处理，中外历史上的政治家、思想家、教育家都曾提出过许多处理人與人关系的正确思想。在我国，以孔孟为代表的儒家学说就非常强调“仁”与“人和”的思想，以此来协调社会的矛盾和人与人的关系。比如，我国民间广泛流传的“将相和”的故事，就充分体现了“和为贵”的思想，以及“两和皆友，两斗皆仇”的伦理观念。“人和”的思想，历来是我国封建社会处理人與人关系的伦理行为准则，这无疑对缓和社会的阶级矛盾和促进社会的经济发展都起了积极的推动作用。但是，在阶级社会里，这些正确处理人與人关系的伦理思想都带有浓厚的政治色彩，都是直接为巩固统治阶级的政

权服务的。所以，历来的统治阶级都把“得人心者得天下，失人心者失天下”作为国泰民安的治国格言。这类朴素的公共关系语言和成功的案例在我国浩瀚的史海上不胜枚举。

同样，在古代的西方社会也曾产生过许多朴素的公共关系思想和类似公共关系的实践活动，他们与我国唯一有区别的是更加重视实践操作的培养。古希腊的哲学家亚里士多德的《工具论》、《修辞学》和苏格拉底的诡辩术都曾论述过语言与文字在人与人交往关系中的重要媒介作用。古罗马的“十二铜表法”，在历史上第一次将法律刻在十二块铜牌上，向全国民众公布。这与考古学家在伊拉克发掘的“农业公告”一样，是西方社会利用宣传材料去影响公众观点或行动的一种公共关系行为活动。至于各国统治者的演说、文告、传记和一些传说的宫廷仪式以及教会的传授布道所组织的一系列宗教活动更是充满了浓厚的公共关系的色彩，反映了古代西方人对公共关系的认识成果。

二、公共关系的产生

从严格的意义上说，公共关系产生在现代工业社会。它是生产力、商品经济高度发展的产物。现代化的社会大生产改变了社会传统的生产方式和交往方式，形成新型的组织或个人之间的交往关系。它为公共关系的产生和发展提供了充分的社会基础和良好的政治、经济、技术条件，使现代公共关系的产生不仅有了发展的可能，而且成为社会发展的必然。

美国是现代资本主义发达的国家，也是最早利用公共关系的国家。在国内革命期间，封建贵族与资产阶级争夺政权的激烈斗争中，其领导人就清楚地懂得公众支持的重要性，并且知道如何去诱发和引导公众的舆论，他们利用各种机会和场合进行政治宣传和舆论发动，争取公众，以实现自己的政治目的。所以，美国

公共关系领域的发展，是直接与国内的政治变革运动所引起的权力斗争相联系的，是为维护资产阶级利益及建立、巩固资产阶级政权服务的。

1641年的美国哈佛学院派出“三人宣传团”到英国募捐，编写了一本宣传小册子——《新英格兰的第一个成果》，1643年在伦敦正式印刷。这是近代历史上形成宣传性公共关系的开端。1897年，公共关系这一用语出现在美国铁路协会《铁路文献年鉴》上。比较正规的公共关系实践活动发端于废奴运动、立宪运动、总统竞选等政治活动中。以亚历山大·汉弥尔顿为首的争取宪法获得批准的政治活动被称为“有史以来最杰出的公共关系工作”。由杰克逊开始的利用宣传活动争取选民的竞选，实质上就是一次“形象竞争”，可以说它是现代公共关系的前身和雏形，美国总统的历次竞选活动加速了现代公共关系的诞生，也促使公共关系手段的进一步现代化。

19世纪末至20世纪初资本主义从自由竞争发展到高度垄断阶段，美国的铁路、钢铁、石油、煤炭和银行等经济命脉都掌握在大财团手中。这种垄断与集中加深了社会各种矛盾，尤其是劳资关系越来越紧张。据统计1903年至1912年的十年间，约有2000多篇揭露美国实业界丑闻和阴暗面的文章发表，同时还有社论和漫画，这就形成了美国近代史上著名的“扒粪运动”，揭开美国公共关系历史的初页。

在强大的舆论冲击下，那些寡头们开始认识到，单靠瞒天过海的手法已毫无用处，只有主动与新闻媒介搞好关系、以诚恳和真实的态度使组织与公众得到沟通，以讲真话来求得公众的谅解，才能改变组织的形象。这样，公共关系作为一种树立组织新形象的工作的重要作用突出了。

从这开始，就出现了要向公众提供真实信息的公共关系潮

流，其代表人物是美国的艾维·李（Ivy Lee 1877~1934）。1903年他在纽约开办“公共关系事务所”，提供咨询服务的活动，成为第一个向顾客传播信息，进行有偿服务的职业公共关系人员，公共关系职业也由此正式产生。该事务所成立后，颇受新闻界的关注和公众的青睐，以后他协调了美国无烟煤业发生的劳资矛盾，协助宾夕法尼亚铁路公司处理意外事故的善后工作。1905年艾维·李向报界发表了著名的《原则宣言》，他的信条是：“公众必须被告知”。他认为企业与员工、企业与新闻界、企业与社会关系的紧张和摩擦，主要是由于企业管理人员采取保守秘密的做法，妨碍了意见和消息的充分沟通。因此，他积极协助企业主管人员改革旧的政策和做法，尤其是改善对待内部员工和外部公众的态度。他认为：一家公司或一个组织要获得良好的声誉，就必须把真实情况告诉公众，如果真情对公司、对组织不利，那么，就应调整公司或组织的行为。艾维·李对公共关系的重要功绩使他被美国公众视为“现代公共关系之父”。

促使公共关系活动走向正规化、系统化、科学化的另一个重要历史人物是美国著名的公共关系理论家、实践家爱德华·伯内斯。1914年，他被美国总统威尔逊任命为“公众信息委员会”的顾问。在战争年代，他作为一名新闻记者，对公众进行大规模的劝说活动。“投公众所好”是爱德华·伯内斯公共关系的重要思想，他还认为公共关系的模式应该是组织与公众进行双向的沟通交流。1923年，他首先提出了“公共关系咨询”的概念，他所撰写的《舆论之凝结》是历史上第一部公共关系的著作。同年，他在纽约大学首先开设公共关系的课程，开辟了公共关系研究的新领域。伯内斯于1962年退休，但是他作为鼓动家和批评家继续在公共关系领域内活跃了22年，对公共关系学的建立作出了重大的贡献。1991年第十二届世界各国公共关系大会召开时，

他还以 99 岁高龄参加了这一会议，并对公共关系的功能定位等学术问题的讨论发表了看法，他被世界公认为“国际公共关系界的泰斗”。

三、公共关系的发展

随着商品经济的进一步发展，许多企业十分重视公众，把处理公众的公共关系工作放到重要的地位。1930 年，卡尔·博雅成立公共关系公司——博雅公司，现发展为世界上最大的跨国公共关系公司。第二次世界大战结束以后的几十年中公共关系进入一个迅猛的发展年代，美国的公共关系热浪波及全球。1946 年荷兰出现了公共关系事务所，1948 年继美英等国，挪威、联邦德国、意大利、比利时、瑞典、芬兰和亚洲的日本、新加坡、韩国等国也先后组建公共关系协会，各国之间的公共关系组织加强联系与协作，导致 1955 年在伦敦成立国际公共关系协会，标志着公共关系已向国际化方向发展。

与此同时，公共关系的理论研究也朝着纵深方向发展。1952 年，斯科特·卡特李普、阿作·森伦、格伦·布鲁姆三位美国学者合著的《有效公共关系》一书出版，在书中，他们提出了“双向对称”的模式。他们提出，公共关系一方面要把组织的想法和信息向公众进行传播和解释，另一方面，又要把公众的想法和信息向组织进行传播和解释，目的是使组织与公众结成一种和谐关系。这种观点，比较典型地概括了现代公共关系过程的本质特点。

瓦尔特·塞弗特是美国另一公共关系专家，自 1958 年起长期在高等学校从事公共关系的教学工作，塞弗特首先提出了职业公共关系程序四步工作法的理论。这四步程序是：研究（计划）、行动（做）、传播（说）、评价（证明）。在此基础上，美国公共

关系学者柯特利普和森特在《实用公共关系》一书中，把公共关系的一般过程分为调查研究、制定计划、策动传播、评估结果四个步骤，这一科学概括，被世人普遍接受和使用。英国公共关系学者弗兰克·杰夫金斯在《实用公共关系学》一书中认为：“公共关系不是一种神秘的伎俩，而是一项需要具备广泛知识的艰苦工作”。为此，他把公共关系与广告、市场营销、企业管理紧密结合起来，拓宽了公共关系的实用领域。

从以上公共关系发展的历史可以充分看出：它有两个特点：一是公共关系的理论研究与实践的結合日益密切，日趋成熟并获得广泛传播，二是公共关系学走向世界，公共关系活动成为一种全球现象。

四、公共关系在中国

新中国建立以前，我国并没有系统引进国外公共关系的理论，正式进行公共关系实务工作的企业或社会组织也极少，但当时个别社会组织已有不少十分有效地运用公共关系实务的典型事例。比如，在当时东亚最繁华的工商城市上海的华成烟草公司、信谊药厂等企业利用广告、新闻报导等方式吸引传播界和社会大众的注意力，以提高企业的知名度，安排专门的人员负责处理对外关系的协调和联系工作，扩大组织的美誉度，但这些都是公共关系实务的具体活动，还未能形成系统策划和长期地坚持下去。

现代公共关系传入我国是从 60 年代开始的。随着东亚、南亚一带经济的迅速发展，美国、日本和西欧国家的一些跨国公司，开始在我国台湾省、香港地区设立子公司，并将其在母公司采用的管理方式和体制带到了这些地区，在子公司中组建公共关系部，聘用受过专业训练的公共关系人员从事有关业务活动。在这样一种外来影响下，现代公共关系实务活动，在台湾和香港流

行起来，整个 70 年代，特别是在国际金融、贸易、货物转口中心的香港，公共关系活动发展得格外迅速，并进入了较高水平的发展阶段。据统计，当时专门从事公共关系工作的公关顾问公司已有 20 多家，兼营公共关系工作和广告业务的公司上百家。尤其在酒店、新闻传播机构、大中型企业中均设有公共关系部和专业公共关系职员。

20 世纪 80 年代公共关系传入中国大陆，公共关系在中国大陆的兴起是历史的必然。党的十一届三中全会以后，我国进入社会主义现代化建设的新时期，经济工作成为一切工作的中心，实行改革开放、发展市场经济需要公共关系，而市场经济的发展，改革开放的深入进行，为公共关系的兴起和发展提供了充分的条件和必要保证。

在党的改革开放政策引导下，1980 年《广东省经济特区条例》颁发，设立了深圳、珠海、汕头三个特区。不久后，在深圳的一些中外合资企业，按照海外的管理模式，最早设立了公共关系部，开展了一系列公共关系业务活动。尔后，在广州的一些大型宾馆也相继成立公共关系机构，开展了相应的公共关系活动，引起全国的注目和重视。“白天鹅宾馆”是广州最早设立公共关系的组织，“中国大酒店”、“花园酒店”则从香港和美国聘请受过专门教育的专业人员担任“公共关系部经理”。此后，上海、北京等大城市的一些合资、独资企业也相继开展了公共关系活动，成立了公共关系机构，加入到我国公共关系行列。1986 年 12 月，上海市成立公共关系协会，成为全国第一家省市一级的公共关系团体，1988 年 9 月在深圳成立国际公共关系协会中国分会，1991 年 9 月，中国国际公共关系协会成立，促进中国公共关系的国际化，推动了国内公共关系的发展。

与此同时，我国公共关系的学科建设也迈出新的步伐，一大

批公共关系书籍与研究成果相继出版，中山大学开设了全国第一个本科“公共关系专业”，成人教育、自学考试以及各种类型的短期进修、培训相继举行，为我国普及公共关系意识，培训公共关系人才起到促进作用。1999年1月，国家劳动和社会保障部正式批文，决定成立国家职业资格工作委员会公共关系专业委员会，审议公关员的国家职业标准，对公关职业的名称，公关职业定义及公关职业工作描述进行审定，为公共关系职业化、规范化奠定了基础。

改革开放以来，我国的公共关系事业从无到有，从小到大，取得了迅速的发展。特别是1992年党的十四大以来，呈现出一派欣欣向荣的景象，而且这一发展态势必将随着我国社会主义市场经济的发展而日益强大。

第二节

公共关系的科学含义和特征

一、公共关系的科学含义

科学理解公共关系的含义，深刻揭示公共关系内在本质和特殊属性，是我们有效地开展公共关系活动的基础，也是人们自觉地增强公共关系意识的重要保证。

（一）公共关系的特殊属性

1. 公共关系是组织与公众的关系。

公共关系是社会关系的一种特殊表现形式。它既不是广义的、一般的人与人之间的社会关系，也不是日常的、普通的个人交往的人际关系，而是一种潜在的、已经发生的以利益关系为维