

21世纪高职高专精品规划教材

GONGGONG GUANXI LILUN YU SHIWU



主编 阮可 朱臣 李成建

公共关系 理论与实务

北京工业大学出版社

• 21 世纪高职高专精品规划教材

公共关系理论与实务

主 编 阮 可 朱 臣 李成建
副主编 张春泉 马海萍 周 鹏
杨 娜

北京工业大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

·公共关系理论与实务 / 阮可, 朱臣, 李成建主编. —北京: 北京工业大学出版社, 2005.10

ISBN 7-5639-1555-9

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 110509 号

公共关系理论与实务

主编 阮可 朱臣 李成建

※

北京工业大学出版社出版发行

邮编: 100022 电话: (010) 67392308

各地新华书店经销

徐水宏远印刷厂印刷

※

2005 年 10 月第 1 版 2005 年 10 月第 1 次印刷

850mm×1168mm 32 开本 12.5 印张 314 千字

ISBN 7-5639-1555-9/C·39

定价: 23.00 元

目 录

第一章 公共关系概述	(1)
第一节 公共关系的基本理论	(1)
第二节 公共关系的产生与发展	(23)
第二章 公共关系的主体——社会组织	(39)
第一节 组织概述	(39)
第二节 组织发展与公共关系	(44)
第三节 组织形象的塑造	(52)
第三章 公共关系的客体——公众	(64)
第一节 公众概述	(64)
第二节 基本目标公众分析	(71)
第三节 公众心理定势分析	(82)
第四章 公共关系的媒介——传播	(102)
第一节 公共关系与传播	(102)
第二节 公共关系传播媒介	(114)
第三节 公共关系传播效果	(126)
第四节 公共关系传播的语言艺术	(134)
第五章 公共关系的职能、原则与准则	(146)
第一节 公共关系的基本职能	(146)
第二节 公共关系工作的原则	(161)

第三节 公共关系的职业行为准则	(169)
第六章 公共关系的组织机构	(177)
第一节 公共关系部	(177)
第二节 公共关系公司	(186)
第三节 公共关系社团	(197)
第七章 公共关系的工作人员	(202)
第一节 公共关系人员的要求	(202)
第二节 公共关系人员的素质	(213)
第三节 公共关系人员的能力	(218)
第四节 公共关系人员的职业道德准则	(222)
第八章 公共关系的一般过程	(229)
第一节 调查研究	(229)
第二节 制定计划	(244)
第三节 组织实施	(252)
第四节 检查评估	(263)
第九章 公共关系策划	(281)
第一节 公共关系策划概述	(281)
第二节 公共关系策划方法	(288)
第十章 公共关系专题活动	(314)
第一节 会议活动	(314)
第二节 专项活动	(321)
第三节 新闻宣传活动	(328)
第四节 谈判	(333)
第十一章 公共关系危机处理	(346)
第一节 公共关系危机的类型	(346)
第二节 公共关系危机的处理对策	(351)

第十二章	公共关系礼仪·····	(363)
第一节	公共关系礼仪概述·····	(363)
第二节	日常交往的礼仪·····	(366)
第三节	公众场合的礼仪·····	(375)
第四节	涉外交往的礼仪·····	(379)
参考文献	·····	(391)
后 记	·····	(393)

第一章 公共关系概述

本章主要介绍公共关系的基本理论，包括公共关系的概念及其派生概念，基本特征，学科内涵、性质及研究对象，分析学习和研究公共关系学的意义与方法，同时介绍公共关系产生与发展的历史，并简要分析我国公共关系事业的发展趋势。

第一节 公共关系的基本理论

何谓公共关系？何谓公共关系学？这是每一位想要了解和从事公共关系研究的人都应首先弄清楚的问题。我们将对公共关系的定义、基本特征以及公共关系学的学科体系逐层进行剖析和阐述，使读者通过学习，能掌握公共关系的基本理论，在思想观念和理论上对公共关系和公共关系学有一个总体的认识。

一、公共关系的定义

公共：从字面上讲，公，与“私”相对，指国家的、集体的、单位的、社会组织的、大家的等，属于“共同”性质的范畴；共，相同的，共同具有的，亦有“共同”之含义。新华辞典说，公共关系是指团体或者个人在社会活动中的相互关系。“公共关系”一词，源自英语的“public relations”（简称PR）。“public”可译为“公共的”、“公众的”或者“公开的”，“relations”可译为“关系”。英语“public relations”本来就是一个多义词，既用它来表述公共关系，也用它来表述与公共关系相关的事物和

现象,最常见的是指代公共关系状态、公共关系活动、公共关系学科等。这样一来,这个词就具有了多层含义,我们应该对“公共关系”的概念加以界定和解释。

(一) 公共关系的基本概念

公共关系的定义有许多种,其中具有代表性的定义有以下几种。

1. 管理职能论

这种观点认为,公共关系是一种管理职能。认为公共关系是社会组织对社会公众的一种有目的的传播与沟通活动,以此来影响公众的行动,实现组织的目标。因此,公共关系是社会组织的一项重要管理职能,甚至有人将其视为一种新的管理哲学或管理方法。这类定义比较强调公共关系的目标,认为公共关系就是组织实现自己目标的一项重要管理职能。

国际公共关系协会曾经给公共关系作如下定义: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,公立的和私立的组织、机构试图赢得同它们有关的人们的理解、同情和支持——借助对舆论的估价,尽可能地协调它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,更好地实现它们的共同利益。

美国《公共关系新闻》杂志给公共关系下的定义是:公共关系是一种管理职能,它评估公众的态度,检验个人或组织的政策、活动是否与公众的利益相一致,并负责设计与执行旨在争取公众理解与认可的行动计划。

美国学者莱克斯·哈罗(Rex Harlow)给公共关系下的定义是:公共关系是一种独特的管理职能。它帮助一个组织建立并维持与公众之间的交流、理解、认可与合作;它参与处理各种问题与事件;它帮助管理部门了解民意,并对之作出反应;它确定并强调企业为公众利益服务的责任;它作为社会趋势的监督者,帮助企业保持与社会变动同步;它使用有效的传播技能和研究方法

作为基本的工具。

在我国，不少学者赞同管理职能论的观点。

2. 传播沟通论

持这种观点的学者侧重于从公共关系的运作过程和特点来考虑并界定公共关系，认为公共关系是社会组织与公众的一种传播沟通方式，一种传播沟通活动。这类定义比较强调公共关系的手段和过程，认为公共关系离不开传播沟通。

英国学者弗兰克·杰弗金斯（Frank Jefkins）在《公共关系》一书中提出的公共关系的定义是：公共关系就是一个组织为了达到与它的公众之间相互了解的确定目标而有计划地采用的一切向内向外的传播沟通方式的总和。

美国学者约翰·马斯顿（John Marston）给公共关系下的定义更为坦率，即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》关于公共关系的定义是：公共关系旨在传递有关个人、公司、政府机构或其他组织的信息，并改善公众对其态度的种种政策或行动。

《韦伯斯特新国际辞典》第三版关于公共关系的定义是：通过传播大量有说服力的材料，促进社会上人与人之间，或人与公司之间，或公司与公司之间亲密友好的关系。

3. 社会关系论

持这种观点的学者从公共关系的状态以及公共关系的对象、效果涉及、影响整个社会的角度来认识公共关系，认为公共关系是社会组织与社会之间的关系，是一种特殊的社会关系，是优化社会互动环境的一种努力。

美国普林斯顿大学教授希尔兹（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统称，这些活动与关系都是公众性的，并且都有其社会意义。

英国公共关系学会对公共关系所作的定义是：公共关系的实

施是一种积极的、有计划的以及持久的努力，目的是建立和维护一个机构与其公众之间的相互了解。认为公共关系是社会关系的一种。

日本学者田中宽次郎认为，公共关系就是良好的公共关系状态，即与社会保持良好关系的技术。以企业的经营而言，若不能与外界社会保持良好的关系，就不可能继续经营下去。

4. 现象描述论

持这一观点的学者，关注公共关系实务，抓住公共关系的某种功能、现象或者一个侧面，进行形象、生动的描述，从而给公共关系以通俗的解释和具体操作性定义。例如：

——公共关系是企业管理机构经过自我检讨与改进以后，将其态度公诸于社会，借以获得顾客、员工及社会的好感和了解的经常性工作。

——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组织的了解并产生信任。

——公共关系是工商管理机构用以监测大众态度、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。

——公共关系就是争取对你有用的朋友。

——公共关系是内求团结、外谋发展、树立形象、推销自己的艺术。

——公共关系是和气生财的秘诀。

——公共关系是90%靠自己做得好，10%靠说（宣传）得好。

——公共关系就是努力干好，让人知晓。

——公共关系是信与爱的运动。

——公共关系就是讨公众喜欢。

——公共关系就是通过良好的人际关系来辅助自己事业成功。

——公共关系就是促进善意。

——公共关系是旨在影响特殊公众的说服力传播。

——公共关系是一门研究如何建立信誉从而使事业获得成功的学问。

——公共关系是创造同意的学问。

——公共关系就是扩大知名度，提高美誉度。

——公共关系就是说服和左右社会大众的技术。

——公共关系是创造风气的技术。

——公共关系是一个建立公众信任、增进公众了解的计划方案。

——公共关系不是一台打字机可以买到，也不是一张订货单可以延期。它是一种生活方式——时时刻刻表露在各种态度与行动中，对于工作人员、顾客以及整个社会都有影响。

——公共关系使公司得到的，就是那些被个人称为礼貌与德性的修养。

——广告是要大家买我，公共关系是要大家爱我。

—— $PR(\text{公共关系}) = P(\text{自己行动}) + R(\text{被他人认识})$

.....

5. 特征综合论

这类观点是将公共关系的各种特征综合起来加以表述。

1978年8月，世界公共关系协会发表《墨西哥宣言》，指出：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，履行一系列有计划的行动，以服务于本机构和公众的共同利益。

美国公共关系研究与教育基金会主席哈洛博士征求了83名公共关系领导人的意见，研究了472个公共关系定义，然后给公共关系作出的定义是：公共关系是一种独特的管理职能。它帮助一个组织与其公众之间建立和保持相互沟通、了解、接受与合作的渠道；参与问题和纠纷的处理；将公众的意见传达给管理部门并作出反应；明确与加强为公众利益服务的管理责任；它还作为

监视预警系统，帮助管理部门预先做好应变准备，与社会动向保持一致并有效地加以利用。它用调查研究和正确并合乎道德的沟通技术作为其重要工具。

（二）我国对公共关系的定义

我国引入公共关系这个概念以后，已经出版了许多教材、著作，提出了许许多多有所相同又有所不同的关于公共关系的定义。下面列举几种教材、著作关于公共关系的定义。

居延安等人的《公共关系学》的表述是：“公共关系是一个社会组织在运行中，为使自己与公众相互理解、相互合作而进行的传播活动和采取的行为规范。”

蒋春堂主编的《公共关系学教程》（新版）的表述是：“公共关系是社会组织为了实现某种利益目标通过传播沟通与其公众建立并协调发展的互利互惠的社会关系。”

熊源伟主编的《公共关系学》的表述是：“公共关系是社会组织为了塑造组织形象，通过传播、沟通手段来影响公众的科学艺术。”

谢玉华主编的《公共关系教程》的表述是：“公共关系是组织为了自身的发展，运用传播、沟通等手段与公众协调关系，树立组织良好形象，以促进组织目标的实现。”

丁军强主编的《公共关系原理与实务》赞成“管理职能说”，即：“公共关系是一种旨在建立和维护组织与公众之间互利互惠关系的管理职能。”

夏赞君、谢伯端主编的《公共关系学》的表述是：“公共关系是社会组织以双向沟通为手段，塑造形象，争取公众的一种特殊职能。”

吴勤堂的《公共关系学》的表述是：“公共关系是指社会组织与社会公众通过信息的传播交流，达到彼此信赖和支持，两者相互作用、相互影响的状态和联系。”

明安香的《塑造形象的艺术——公共关系学概论》的表述是：“所谓公共关系，就是一个企业或组织，为了增进内部及社会公众的信任与支持，为自身事业发展创造最佳的社会环境，在分析和处理自身面临的内部外部各项关系时，采取的一系列政策与行动。”

廖为建在《公共关系学简明教程》中的表述是：“公共关系就是协调各种公众关系，争取社会舆论支持的一种实践活动。”他在《公共关系学》中的表述是：“公共关系是一个组织与其相关公众之间的传播管理。”

翟向东在《中国公共关系教程》中提出：“如果把中国公共关系的含义作一广义的概括，即中国的公共关系是在建设有中国特色的社会主义理论指导下，社会组织（党的组织、政府、企业和事业单位、团体等）通过沟通信息、协调利益、化解矛盾，理顺和改善人际、社际、国际间在经济、政治、文化、科学等方面的关系，协调一切积极因素，促进社会主义物质文明和精神文明建设的一门科学。”

我们比较赞同这样的表述：公共关系是社会组织为了实现自己的目标，以传播沟通为手段，使自己与公众相互了解，从而建立、发展、改善、协调与其公众之间的关系。其状态被称为公共关系状态，表现为一种社会关系；其过程表现为围绕目标、计划的行为、活动，被称为公共关系活动。

（三）公共关系的派生概念

“公共关系”是“公共关系学”这门学科中最基本、最关键、最重要、使用频率最高的一个概念。这一概念的含义确定之后，我们就可以在此基础上，顺理成章地给出由“公共关系”所派生的一系列相关概念的定义。如“公共关系意识”、“公共关系思想”、“公共关系状态”、“公共关系活动”、“公共关系活动方式”、“公共关系工作”、“公共关系事业”、“公共关系职业”、“公共关

系科学”、“公共关系艺术”、“公共关系实务”、“公共关系策划”、“公共关系技巧”等。尽管这些概念都是由“公共关系”一词派生出来的,也有人有时笼统地称之为“公共关系”,但实质上这些概念都具有与“公共关系”不完全相同的特定含义。下面我们将对其中几个主要概念加以说明。

1. 公共关系意识

公共关系意识即公共关系思想或公共关系观念。公共关系作为一种思想可以说自古就有,如“礼之用,和为贵”,“天时、地利、人和”,“己所不欲,勿施于人”等。现代意义的公共关系观念或公共关系意识,是一种影响和制约组织政策与行为的经营战略和管理哲学。它是公共关系实践在人们头脑中的反映,是公关从业人员应该具备的基本素质的核心,其中主要包括塑造形象的意识、真诚互惠的意识、服务公众的意识、传播沟通的意识、创新审美的意识、立足长远的意识等。

2. 公共关系状态

公共关系状态是指一个社会组织所处的社会关系状况和社会舆论状况。公共关系状态是客观存在的,任何一个组织或个人都处在一定的公共关系状态之中。它既是组织开展公共关系活动的基础,也是组织开展公共关系活动的结果。一般来说,一个组织所面临的公共关系状态可有自觉和自然、良好与不良的区别。自觉的公共关系状态是指组织通过有意识地开展公共关系活动而拥有的状况。自然的公共关系状态是指组织在没有公共关系意识的情况下自然形成的状况。良好的公共关系状态是指组织拥有较好的形象和信誉,深受公众的信赖并能得到公众的支持。不良的公共关系状态是指组织与公众的关系不和谐,社会舆论或公众环境不利于组织的生存和发展。

3. 公共关系活动

公共关系活动是指一个社会组织为了确认公众并与其建立、

维系和改善公共关系而开展的协调、沟通、传播活动。“公共关系活动”包含着以下含义：第一，公共关系活动是一个动态过程，这种动态过程的表现形式是传播沟通；第二，公共关系活动是社会组织的一种行为，行为的目的是改善公共关系状态或优化社会环境；第三，公共关系活动是一种有目的的活动的，实现目的的程度取决于活动效果；第四，公共关系活动的效果取决于公共关系构成要素的组合方式和协调程度。根据不同的标准，可对公共关系活动作不同的区分。

4. 公共关系职业

公共关系职业是指专门提供公共关系方面的劳务而收取费用的行业。从事该职业机构叫做公共关系公司、公共关系事务所等；从事该职业的人员叫做公共关系从业人员或公关员。公共关系作为一种职业最早出现在美国。近几年，公共关系的职业化在我国也取得了突破性的进展。1999年1月，国家劳动和社会保障部正式批准成立了国家职业资格工作委员会公关专业委员会。1999年5月国家劳动和社会保障部正式出版了部颁《国家职业分类大典》，公共关系正式列入其中。受劳动和社会保障部的委托，全国公共关系职业审定委员会专家办公室拟定的公共关系职业的名称和定义如下：

公共关系职业名称：公关员

公共关系职业定义：专门从事组织机构公众信息传播、关系协调与形象管理事务的调查、咨询、策划和实施的人员。

（四）公共关系的基本特征

所谓公共关系的基本特征，是指公共关系与其他类型的社会关系相比较所具有的基本特点。

1. 公共关系具有公众性

公共关系是社会组织与其公众之间的关系，是一种“公家关系”，不是一般私人往来、私人关系。公共关系的主体是各种各

样的社会组织，客体是社会公众。社会公众既有个人，也有社会组织，是与成为公共关系主体的社会组织相互联系、相互影响、相互作用的社会组织和个人的总和。因此，公共关系的公众性特点比较显著。

2. 公共关系具有互利性

公共关系的主体与客体之间存在着“互利性”，公共关系不是以血缘、地缘、学缘等为纽带建立起来的，而是以一定的利益关系、利害关系为基础建立、发展起来的。公共关系是建立在公共关系的主体——社会组织，与公共关系的客体——公众之间的共同愿望、共同利益或目标基础上的。社会组织在发展过程中必须得到相关社会公众的支持，它开展公关活动是为了实现本组织的目标，争取获得更多的利益；但是，公众也必须得益，公众的某些利益获得满足，他们才能对进行公共关系活动的主体——社会组织“买账”，才能与之“合作”，才能给予其支持，以有利于其实现自己的目标。从这个角度上讲，公共关系是以互惠为原则的。只有实现主客体之间的互惠互利，才能保证公共关系的建立和发展。否则，单方面受益甚至损人利己，是无法建立、维系良好的公共关系的。因此，公共关系具有主客体之间的互利性。

3. 公共关系具有开放性

人与人的关系，局限于个体之间的往来，有相当部分属于“隐私”；世界上许许多多的关系都可以是秘密的、封闭的，而公共关系一般都是公开的、开放的。作为公共关系的主体社会组织，开展公共关系活动完全是合理合法、正大光明的，使用正当的手段、合法的途径大张旗鼓地宣传自己，协调与公众之间的关系，没有必要像“拉关系、走后门”和“非法公关”那样偷偷摸摸地进行；而且，公关的目的就是为了让更多的公众了解自己，扩大本组织的知名度，提高本组织的美誉度，塑造良好的组织形象，以谋求本组织的生存和发展，实现组织目标，因此，公共关

系既不可能是封闭性的，也不可能是完全隐秘的。

4. 公共关系具有流动性

作为公共关系主体的社会组织，其运行是动态的，是一直处于发展变化的过程中的。而且，社会组织所面对的公共关系客体——公众，更是不断变化的。不仅公众对象一直处于动态的变化之中，而且公众层面也是流动变化的，非公众、潜在公众、知晓公众、行动公众会发生转化。再者，公众具有层次性，其要求是千差万别的；公众的主观意识、价值趋向、消费理念、可使用资源等也会不断地发展变化，其态度、行为也就必然会发生变化。对公共关系效果起着决定性作用的社会组织形象，一直处于动态的发展变化之中。社会组织形象不仅具有主观与客观的两重性，而且具有多维性和相对性，它在公众心目中的“定势”——好、坏，美、丑等印象，是会发生变化的。社会组织与公众建立良好的关系，获得美好的声誉，是必须经过长期的努力才能做到的。尽管这种良好的关系、美好的声誉具有一定的相对稳定性，但是它绝对不是一劳永逸的，放松了努力，良好的关系、美好的声誉会淡化甚至向反面转化；一旦社会组织形象发生恶化，经过加倍的努力，它也可以向良性方面转化。可以说，在公共关系中，发展变化无处不在，无时不有，使它一直处于“流动”的状态。

二、公共关系学的学科内涵、性质及研究对象

1. 公共关系学的概念

公共关系成为现代社会普遍存在的客观实践以后，从20世纪初开始引起人们的关注，逐步形成为一门新兴的独立的现代科学——公共关系学。

我们所说的公共关系，往往涵盖公共关系理论、公共关系原则、公共关系历史、公共关系类型、公共关系规范、公共关系调