



李元授 主编

高职高专新闻专业规划教材
新闻通讯员基本功培训教材

李元授 杨桃莲 林玉琼 著

公共关系

GGGX

新华出版社

李元授 主编

高职高专新闻专业规划教材

新闻通讯员基本功培训教材

公 共 关 系

李元授 杨桃莲 林玉琼 著

新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

公共关系/李元授主编. —北京: 新华出版社, 2005. 12

高职高专新闻专业规划教材. 新闻通讯员基本功培训教材

ISBN 7-5011-7223-4

I. 公… II. 李… III. 公共关系学—高等学校: 技术学校—
教材 IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 108289 号

公 共 关 系

李元授 杨桃莲 林玉琼 著

*

新华出版社出版发行

(北京石景山区京原路 8 号 邮编: 100043)

新华出版社网址: <http://www.xinhupub.com>

发行中心联系电话: (010) 63077122

中国新闻书店: (010) 63072012

新华书店经销

新华出版社激光照排中心照排

北京市振宏福利印刷厂印刷

*

880 毫米×1230 毫米 32 开本 12 印张 280 千字

2005 年 12 月第一版 2005 年 12 月北京第一次印刷

ISBN 7-5011-7223-4 定价: 22.00 元

主 编 简 介

李元授先生 湖北赤壁人氏，毕业于北京外国语大学和武汉大学；武汉大学新闻与传播学院教授，中国传媒大学等几所大学兼职教授、特聘教授，澳门教育研究中心客座教授，华中科技大学出版社特约编审。

主要研究方向为新闻信息传播、新闻新兴学科、节目主持艺术与大学生文化素质教育等。先后主持国家教育部“新闻信息研究”等人文社科项目的研究；先后出版《新闻信息概论》、《新闻传播学》、《新闻语言学》、《节目主持人概论》、《知名主持人妙语评点》（上、下册）等12部学术专著，发表论文数十篇；在国家教育部主持的《大学生文化素质教育书系》中，主编《现代公共关系艺术》、《交际与口才》、《交际礼仪学》3部教材；先后主编《新闻新学科高级教材》、《节目主持艺术丛书》、《交际学丛书》、《人际交往精粹丛书》、《新世纪人才素质训练丛书》、《创造性人才素质训练教材》、《综合素质训练系列教程》、《高职高专新闻专业规划教材》等8套丛书，个人专著及所主编的著作合计近70部，1000余万字。其所出版的著作曾数次荣获国家教育部等省部级奖励。

责任编辑 原兴伟
封面设计 晓 名

内 容 提 要

《公共关系》系“高职高专新闻专业规划教材”，亦可作为“新闻通讯员基本功培训教材”。

本教材运用公共关系学的基本原理，借鉴相关学科的理论与方法，从《正本清源话公关》开篇，论述了公共关系的内涵、构成要素与主要特征；在此基础上，着重阐述了公共关系心理、公共关系调查、公共关系策划、公共关系实施、公共关系评估、公共关系语言、公共关系谈判与公共关系礼仪；最后，勉励大学生们学会塑造良好的公关形象。本教材具有科学性、实用性与可操作性，既可作为高职高专院校新闻专业教材及公共课教材，也可作为新闻通讯员和新闻从业人员的培训教材，又可作为企事业单位中相关行业的培训教材，还可作为广大读者自学进修读物。

高职高专新闻专业规划教材 新闻通讯员基本功培训教材

编 委 会

学术顾问	何梓华	邓生才	
主 编	李元授		
执行主编	覃洪斌		
副 主 编	蒋贻杰	徐亚平	
特约编委	石令明	荀建忠	黄艳芳
编 委	彭菊华	陈志鸿	杨欣欣
	黄幼民	周 威	杨桃莲
	李 鹏	吕智胜	陈 添
	陈 克	白文勇	商维中
	石令明	荀建忠	黄艳芳
	蒋贻杰	徐亚平	覃洪斌
	李元授		

序 —

改革开放以来，我国的新闻教育事业发展很快，取得了很大成绩；新闻学与传播学的学科地位显著提高，新闻教育的办学规模空前扩大。据教育部高等教育司今年的统计，我国新闻学类专业点已有 661 个，其中，广告学专业点 232 个、新闻学专业点 209 个、广播电视新闻学专业点 146 个、编辑出版学专业点 50 个、传播学专业点 24 个。新闻学类专业点培养的本科生和研究生完全可以满足新闻媒体的需要。特别是近年来，我国新闻媒体的数量基本上控制在：报纸约 2200 多种；期刊杂志约 8000 多种；广播电台、电视台、有线电视台各约 1000 家。根据国家新闻出版总署的“控制规模，优化结构，提高质量，增进效益”的方针，预计今后若干年内，新闻媒体将维持现有规模，数量上不会有大的增长，媒体将致力于新闻报道质量的提高，因而对新闻人才的需求将是有限的。

但是，事情还有另一面。大家都知道，新闻学是一门政治性和实践性都比较强的应用型学科，它除了需要培养掌握采编业务的记者和编辑外，还需要培养大量掌握高新技术的专门人才。在新闻媒体中，这两种人才是互相配合、协调工作的；只有这样，他们才能把新闻报道有声有色地传播出去。比如，广播电视要有录音、摄像和工程技术人才；广告要有制作广告的技术人才；报纸杂志要有印刷出版人才；图片要有摄影技术人

才；计算机要有录入、编辑人才；网络要有网络传播人才等等。10年前，为了适应新闻媒体工作的需要，教育部高等教育新闻学专业自学考试委员会曾经研究制定开考新闻学类专业应用型人才的自学考试计划；后来，由于难度大、问题多而未能实现。因此，培养掌握各种高新技术应用型人才新闻职业教育，不同于高等院校人才培养供大于求的情况，它始终是一块处女地。

自从1999年我国高等教育实施扩招政策以来，高等职业教育异军突起，在校生人数已经超过全国大学生总数的一半。据了解，不少省市的高等职业院校已设立了新闻学专业点，其中，有的专业点规模还不小。高等职业院校的新闻学专业点正在为培养掌握高新技术的应用型人才探索新路、开拓发展空间；同时，也为我国的新闻教育事业注入了新的活力。

高等职业院校的新闻学专业点与高等院校传统的新闻学类专业点不同，它侧重培养的是掌握高新技术的应用型人才。它们的毕业生既可以面向新闻媒体，又可以面向众多的行政单位和各类企业、公司的宣传部门，因而有着广阔的发展空间。

当前，高职高专的课程设置尚在探索之中，教材建设还处在草创阶段。值得高兴的是，新华出版社新近出版的“高职高专新闻专业规划教材”为我们填补了教材建设上的一项空白。这套教材由武汉大学新闻与传播学院李元授教授任主编，每本教材均由新闻学专家牵头，广西职业技术学院的相关教师参加编写，从而保证了教材的学科特点和职业技术特点。教材编委会提出的教材编写的三项原则是正确的：它注重科学性，既传授新闻学的基本理论和基本知识，又强调能力的培养和技能的强化训练，以此体现教材的科学性与职业技术特点；它注重技术的应用性，强调教材要让学生看得懂、学得会、用得上，以此体现教材的实用性与可操作性；它注重教材内容的新鲜，要求尽可能反映最新的科学技术成果，多用21世纪以来的案例，

以此体现教材的时代性与针对性。这套为培养新闻高技能应用型人才而编写的教材具有开创性，这是教材的可贵之处。当然，教材是否科学、适用，还有待实践的检验，并需要多方面听取意见，经过反复修改，使之不断完善。

由于这套教材的实用性与可操作性比较强，因而也适用于培训新闻通讯员时作参考；而目前，培训新闻通讯员不是正缺少一套相应的教材么。

是为序。

何梓华

2005年8月18日于中国人民大学

序 二

《全国教育事业第十个五年计划》提出，我国“十五”期间应在“发展高等职业技术教育实现重大突破”。从1999年实施扩招政策以来，中国高等教育迅速实现了从精英阶段到大众化阶段的跨越式发展，取得了举世瞩目的成绩。其中，高等职业教育异军突起，成效显著，其在校生人数已超过全国大学生总数的一半，可谓“半壁江山”，为我国实现高等教育大众化的历史性跨越做出了巨大的贡献。

我国要全面建设小康社会，需要数以亿计的高素质劳动者、数以千万计的专门人才和一大批拔尖创新人才，而高等职业教育就担负着培养数以千万计的高技能专门人才的重要任务。“以培养高技能人才为目标，以服务为宗旨，以就业为导向，走产学研结合的改革之路”是高等职业教育的显著特色。与普通高等教育不同，高等职业教育有自己全新的教育理念，其办学模式、教学方案、课程设置、教材建设与教学管理等均带有明显的职业技术特点。就教材建设而言，因是以就业为导向，甚至是订单式的培养，因此，许多高职高专院校所使用的教材不大统一，呈现出百花齐放的格局；这就需要调查研究，要理清所设专业公认的主干课教材。几年来，有的高职高专院校进行了有益的尝试，编出了若干高职高专的专业教材，而新闻专业尚属空白。好在广西职业技术学院率先对新闻专业的教材编

写进行了积极的探索。

广西职业技术学院系国家重点建设的高职高专院校，该院新闻专业系教育部教学改革示范性建设专业。按照教育部和广西教育厅的要求，该院应尽快编写出相应的新闻专业教材。为了确保新闻专业教材的学科特点与职业技术特点，该院于2004年初成立了由新闻学专家教授与该院任课老师组成的编委会，就新闻专业教材的编写，在广西、湖北、湖南、安徽及北京、上海等省市（区）的高职高专院校进一步进行了调查研究，理清了高职院校新闻专业必修的主干课教材，包括《新闻学概论》、《新闻采访》、《新闻写作》、《新闻编辑》、《新闻评论》、《广播电视概论》、《大众传播技术》和《公共关系》8种。每本教材均由新闻学专家牵头，该院相关教师参加编写，以保证教材的编写质量。以出版新闻著作、新闻专业教材著称的新华出版社也有编辑出版高职高专新闻专业教材的规划，促成了这套教材的问世。

承前所述，本教材为高职高专新闻专业专科教材。其编写原则有三：

1. 具有职业技术特点，有别于普通高校的本科教材。注重科学性，强调能力的培养，强化技能的训练。
2. 注重技术的应用性。在“实用”上下功夫，强调可操作性，让学生看得懂，学得会，用得上。
3. 注重内容的新鲜，要求尽可能反映最新的科学技术成果，多用21世纪以来的案例。

由于本教材实用性与可操作性强，因而也适用于新闻通讯员的培训，这样，本教材既是“高职高专新闻专业规划教材”，也是“新闻通讯员基本功培训教材”。

承蒙教育部新闻学学科教学指导委员会主任委员、中国新闻教育学会会长、中国人民大学何梓华教授担任本教材的学术

顾问，并拨冗赐序，编委会谨此致以崇高的敬礼！在编撰教材的过程中，我们参阅了诸多新闻论文论著，所引材料尽可能注明，其中或许有遗漏，这里谨向相关作者致谢并致歉。

敬请同行专家和广大读者对本教材批评指导。

是为序。

李元授

2005年8月1日于武汉大学

目 录

序 一.....	何梓华(1)
序 二.....	李元授(1)
导 语 正本清源话公关.....	(1)
第一章 公共关系概述.....	(3)
第一节 公共关系的内涵.....	(3)
一、“公共关系”的译名	(3)
二、“公共关系”一词的多种指代及其含义	(4)
三、公共关系的定义	(8)
第二节 公共关系主体——社会组织	(13)
一、公共关系主体的界定.....	(13)
二、社会组织的主要特征与类型.....	(15)
三、组织的外部环境与社会形象.....	(17)
第三节 公共关系客体——公众	(21)
一、公众的主要特征.....	(21)
二、公众的分类.....	(25)
三、现代公众意识.....	(29)
第四节 公共关系媒体——传播	(32)
一、公共关系传播的含义.....	(32)
二、公共关系传播的特性、要素和类型	(33)
三、公共关系传播的效果和基本原则.....	(35)

第五节 公共关系的主要特征	(38)
一、公共关系本质	(38)
二、公关工作基本原则	(39)
三、公共关系的主要特征	(41)
【思考与训练】	(45)
第二章 公共关系心理	(48)
第一节 公众知觉	(48)
一、知觉特点及印象形成模式	(48)
二、影响知觉的因素	(51)
三、知觉偏见	(53)
第二节 公众需要与动机	(57)
一、需要与动机概述	(57)
二、需要层次理论	(58)
三、双因素理论	(61)
四、期望理论	(62)
五、公平理论	(63)
第三节 公众态度	(65)
一、态度的特征	(65)
二、态度的形成	(67)
三、态度的测量	(68)
第四节 集体行为	(75)
一、时尚	(75)
二、舆论	(77)
三、骚乱	(80)
【思考与训练】	(83)
第三章 公共关系调查	(86)
第一节 公共关系调查概述	(86)
一、公共关系调查的意义	(86)
二、公共关系调查的类型	(87)

三、公共关系调查的内容	(90)
四、公共关系调查的原则	(92)
第二节 抽样方法	(93)
一、简单随机抽样	(94)
二、分层抽样	(96)
三、等距抽样	(97)
四、整群抽样	(99)
五、阶段抽样	(100)
六、非概率抽样	(101)
第三节 问卷设计技巧	(102)
一、问题的类型	(102)
二、提问中的常见错误	(106)
三、问题的排列	(110)
四、问卷说明	(111)
第四节 资料的收集与分析	(113)
一、资料收集的方法	(113)
二、资料的处理与分析	(116)
【思考与训练】	(124)
第四章 公共关系策划	(127)
第一节 公共关系策划的特征与作用	(127)
一、公共关系策划的含义	(127)
二、公共关系策划的特征	(129)
三、公共关系策划的作用与价值	(131)
第二节 公共关系策划的原则与程序	(136)
一、公共关系策划的原则	(136)
二、公共关系策划的程序	(138)
三、公共关系策划书范例	
——泰格生态公寓植树节公关策划书	(144)
第三节 公共关系策划的思维与方法	(149)

一、公共关系策划的思维——创造性思维	(149)
二、创造性思维的培养	(153)
三、创造性思维的方法	(156)
四、公关策划的技法	(159)
第四节 公共关系策划案例精选	(160)
【思考与训练】	(167)
第五章 公共关系实施与评估	(170)
第一节 公共关系实施的特点与原则	(171)
一、公共关系实施的特点	(171)
二、公共关系实施的原则	(173)
第二节 公共关系实施的运作模式	(178)
一、公共关系实施的目标模式	(178)
二、公共关系实施的活动模式	(183)
三、公共关系实施的复合模式	(187)
第三节 公共关系实施的危机处理	(189)
一、危机事件的特点与类别	(189)
二、危机处理的公关技巧	(191)
第四节 公共关系评估	(194)
一、公共关系评估的步骤	(195)
二、公共关系评估的主要方法	(196)
【思考与训练】	(197)
第六章 公共关系语言	(201)
第一节 语言与公共关系语言	(201)
一、公共关系语言的含义与特性	(201)
二、公共关系语言的形式	(206)
第二节 公共关系语言的一般原则	(212)
一、认清对象	(212)
二、诚心实说	(213)
三、合乎语境	(216)