



现代组织通用人力资源管理学精品教材

丛书主编◎李宝元

Public Relations
in Modern Organizations (the 2nd Edition)

现代组织公共关系学

(第2版)

于 然◎著



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社



现代组织通用人力资源管理学精品教材

丛书主编◎李宝元

Public Relations
in Modern Organizations (the 2nd Edition)

现代组织公共关系学

(第2版)

干 然◎著



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代组织公共关系学 / 于然著. — 2 版. — 北京: 北京师范大学出版社, 2014. 1

(现代组织通用人力资源管理学精品教材)

ISBN 978-7-303-17370-9

I. ① 现… II. ① 于… III. ① 公共关系学—教材
IV. ① C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 298663 号

营销中心电话 010-58802181 58805532

北师大出版社高等教育分社网 <http://gaojiao.bnup.com>

电子邮箱 gaojiao@bnupg.com

XIANDAI ZUZHI GONGGONG GUANXIXUE

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com

北京新街口外大街 19 号

邮政编码: 100875

印刷: 北京京师印务有限公司

装订: 三河万利装订厂

经销: 全国新华书店

开本: 184 mm × 260 mm

印张: 24

字数: 535 千字

版次: 2014 年 1 月第 1 版

印次: 2014 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 38.00 元

策划编辑: 马洪立

责任编辑: 马洪立 李 念

美术编辑: 王齐云

装帧设计: 王齐云

责任校对: 李 菡

责任印制: 陈 涛

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010-58800697

北京读者服务部电话: 010-58808104

外埠邮购电话: 010-58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010-58800825

京师经管系列教材编写指导委员会

主 任：赖德胜 沈越

副主任：赵春明 高明华 杨澄宇

委 员：李宝元 胡海峰 曲如晓 孙 川

罗楚亮 吴沁红

现代组织通用人力资源管理学精品教材

编辑委员会

学术指导委员会主任

赖德胜 北京师范大学经济与工商管理学院院长，教授、博士生导师

学术指导委员会专家成员(以姓氏音序排列):

陈全明 中南财经政法大学人力资源研究中心主任，教授、博士生导师
崔 勋 南开大学商学院副院长，人力资源管理系教授、博士生导师
董克用 中国人民大学公共管理学院院长，教授、博士生导师
李燕萍 武汉大学经济与管理学院常务副院长，教授、博士生导师
廖泉文 厦门大学管理学院教授、博士生导师
莫 荣 人力资源和社会保障部劳动科学研究所副所长，研究员、博士生导师
彭剑锋 中国人民大学劳动人事学院人力资源管理系教授、博士生导师
石金涛 上海交通大学安泰经济与管理学院人力资源管理研究所教授、博士生导师
时 勘 中国科学院学部调查研究中心主任，教授、博士生导师
王通讯 中国人事科学研究院研究员，教授、博士生导师
杨百寅 清华大学经济管理学院人力资源与组织行为系主任，教授、博士生导师
杨河清 首都经济贸易大学劳动经济学院院长，教授、博士生导师
姚先国 浙江大学公共管理学院院长，教授、博士生导师
姚裕群 中国人民大学劳动人事学院教授、博士生导师
袁伦渠 国务院参事，北京交通大学经济管理学院教授、博士生导师
张一池 北京大学光华管理学院组织管理系教授、博士生导师
赵曙明 南京大学商学院院长，教授、博士生导师

主 编

李宝元 北京师范大学人本发展与管理中心主任，教授、博士生导师

副主编

孔繁敏 北京大学光华管理学院企业文化研究所所长，美国明尼苏达大学 HR&IR 博士
李永瑞 北京师范大学管理学院副院长，副教授、心理学博士
吴春波 中国人民大学公共管理学院组织与人力资源研究所教授、博士生导师
张 琪 首都经济贸易大学教务处处长，劳动经济学院教授

编 委(按姓氏音序排列)

- 陈 燕 北京师范大学经济与工商管理学院人力资源管理系副教授、管理学博士
- 陈益民 南京林业大学经济管理学院副教授
- 葛玉良 北京师范大学经济与工商管理学院副书记, 副教授
- 侯荔江 西南财经大学公共管理学院人力资源管理系主任, 副教授、经济学博士
- 焦 豪 北京师范大学经济与工商管理学院讲师、管理学博士
- 李江予 北京师范大学经济与工商管理学院副教授、心理学博士
- 李 静 北京师范大学经济与工商管理学院人力资源管理系讲师、工学博士
- 李庆安 北京师范大学心理学院教授、博士生导师
- 李欲晓 北京师范大学经济与工商管理学院副教授、管理学博士
- 刘 钢 东北师范大学商学院人力资源系主任, 讲师、管理学博士
- 刘 军 山东财经大学工商管理学院教授、经济学博士
- 刘平青 北京理工大学管理与经济学院组织与人力资源管理系主任, 教授、管理学博士
- 刘燕华 西北民族大学管理学院院长、教授
- 牟芳华 山东财经大学公共管理学院副院长、教授
- 曲 庆 清华大学经济管理学院人力资源与组织行为系副教授、管理学博士
- 宋国学 黑龙江大学经济与工商管理学院人力资源管理系主任, 副教授、管理学博士
- 王长城 中南财经政法大学公共管理学院教授、博士生导师
- 王建民 北京师范大学管理学院教授、博士生导师
- 王文周 北京师范大学经济与工商管理学院人力资源管理系讲师、管理学博士
- 王 燕 重庆工商大学 MBA 教育中心副主任, 副教授、经济学博士
- 颜士梅 浙江大学管理学院企业管理系副教授、管理学博士
- 叶晓倩 武汉大学经济与管理学院工商管理系副教授、管理学博士
- 余恩海 华北电力大学经济与管理学院人力资源管理系主任, 副教授、管理学博士
- 于桂兰 吉林大学商学院人力资源管理系主任, 教授、经济学博士
- 于 然 北京师范大学经济与工商管理学院人力资源管理系副教授、教育学博士
- 袁庆宏 南开大学商学院人力资源管理系主任, 教授、管理学博士
- 张爱卿 中央财经大学商学院人力资源管理系主任, 教授、管理学博士
- 张平淡 北京师范大学经济与工商管理学院 MBA 中心主任, 副教授、管理学博士
- 张西超 北京师范大学心理学院副教授、心理学博士
- 张 跃 北京师范大学经济与工商管理学院人力资源管理系副教授、经济学博士
- Carolina Gruenschloss 北京师范大学经济与工商管理学院讲师、管理学博士

总序

《现代组织通用人力资源管理学精品教材》丛书，在国内著名人力资源管理专家组成的高端学术团队指导下，由北京师范大学经济与工商管理学院人力资源管理系策划组织编写。

本丛书的基本宗旨和努力目标，简单地讲，就是“追国际前沿，接本土地气”。我们要求编写者追踪现代人力资源管理领域前沿最新学术研究成果，把准各类组织人力资源管理实践脉搏和发展走势，能够将学术前沿成果与中外组织特别是本土实践紧密结合起来，以严格的学术规范、权威的专业水平、高端的技术水准进行“创造性转述”。

与人力资源管理领域其他系列教材相比，本丛书的主要特色可以归纳为三句话，即“现代组织大口径，原理方法普适用，多元实践广贯通”。所谓“现代组织”，并不局限于“现代企业组织”，还涵盖“现代政府组织”与“现代非营利组织”；因此，要求各教材编写者在内容安排上，要覆盖三类组织“大口径”，大致按照“基本原理”、“操作方法”和“多元实践”三个模块来构架，形成逻辑合理、层次清晰和内容完备的学科体系。同时，在读者定位上，也本着“普适用，广贯通”原则，通过科学、合理、巧妙的篇章架构和导读指引，使每本教材在广泛适用高等院校人力资源管理专业本科、研究生，特别是 MBA、MPA 教学需要的同时，也能够作为企业界经理、政界公务员和事业单位管理人员的首选 HR 读本或参考书。

本丛书在内容体例、版式设计和栏目安排上，都“颇多思量”，甚至可以不夸张地说，是“独具匠心”。我们要求各书编著者，在保持学术严肃性、研究科学性的同时，力求理论解说通俗易懂，文本具有可读性，并且在体例安排上，努力达到“现代前沿中有雅俗共赏的乡土气息，严肃认真中有图文并茂的活泼氛围”这样一种书香境界或视觉效果。

例如，在正文中穿插“著名学者小传”栏目，以增强读者对学术氛围的真切感应；还在正文相关位置开辟“大师高论”、“经理亲历”、“典型案例”等专栏，提供一系列生动、丰富、有趣的背景资料，以深化读者对相关原理和方法的学习理解，或增强读者对相关问题复杂性的切实感受；每章前后设置有对应的教学单元，以帮助读者掌握学习方法、把握学习内容，使之学会“纲举目张”并能在现实情境中“活学活用”。

这些辅助栏目与正文内容相互映衬、参照、呼应，可以使读者在学习一般原理方法时，具有“活灵活现”的实感意境。此外，本丛书严格按照学术规范，通过章末“注释”和书末“参考文献”，为读者提供尽量周全的学术线索指引，以及进一步研究提高的学术平台。

这里，我们要特别感谢丛书学术指导委员会及编委会成员，向来自北京大学、清华大学、浙江大学、南京大学、武汉大学、南开大学、厦门大学、吉林大学、黑龙江大学、北京理工大学、北京交通大学、上海交通大学、华北电力大学、中国人民大学、北京师范大学、东北师范大学、首都经济贸易大学、中央财经大学、中南财经政法大学、重庆工商大学、山东财经大学、南京林业大学和西北民族大学，以及中国人事科学研究院、人力资源和社会保障部劳动科学研究所等大学及科研院所的专家学者及作者们，深表谢忱！也感谢北京师范大学经济与工商管理学院领导及同事们在各方面给予我们的关怀、理解和帮助！同样，真诚感谢北京师范大学出版集团、北京师范大学出版社及高教分社领导的大力支持，特别是社会科学编辑部负责人、本丛书策划编辑马洪立先生及其团队的默契合作和辛苦劳作！

也恳请广大读者朋友们在使用和阅读本丛书的过程中，随时反馈意见和建议，帮助我们将丛书朝着“顶端极品”境界，不断推进、再推进。邮箱地址：byli@163.com.

丛书主编

袁宝元

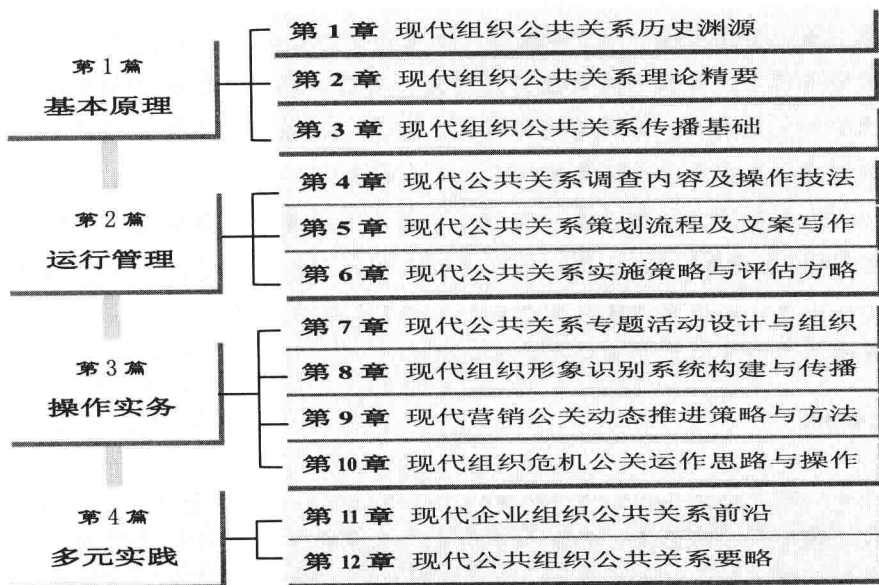
2011年仲夏于北京师范大学经济与工商管理学院
人力资源管理系

导 读

以崭新面貌摆放在读者面前的这本《现代组织公共关系学》，是作者基于多年公共关系学教学科研经验，在《公共关系理论与实务》(中国人口出版社 2004 年版)的基础上增补修订而成的。本书广泛吸纳国内外公共关系学领域前沿学术成果，追踪各类组织公共关系最新实践动态，将公共关系思想理念与操作技术相结合，是知识性、理论性和实践性较强的一部标准教科书。

◇ 篇章结构

本书以“塑造和维护组织形象”为核心目标，对公共关系领域既有理论和实践成果进行吸收、提炼和转述，初步构建了一套自有特色、内容完整的公共关系学学科体系。全书分“基本原理”、“运行管理”、“操作实务”和“多元实践”四篇，共十二章内容，全面系统、重点突出、切合实际、科学逻辑地展现了现代组织公共关系的精要内涵、经典思想、前沿成果和关键操作技法。



第1篇 基本原理 分三章全面阐释了现代组织公共关系的核心思想和基本原理。第1章，追溯现代组织公共关系理论与实践的时代背景、演变脉络、发展现状及

未来走势；第2章，详细阐述现代组织公共关系基本原理，从公共关系的核心概念、目标追求、构成要素、基本原则和主要职能等方面勾勒出公共关系的理论体系；第3章，介绍现代组织公共关系传播的基础，从传播理论的发展、公众心理规律的认知，到对组织文化及跨文化管理的剖析，展现多学科理论对公共关系传播及公共关系工作的影响。

第2篇 运行管理 分三章全面描述现代组织公共关系运行管理过程，展现公共关系四步工作法中的公共关系调查、公共关系策划、公共关系实施和公共关系评估逐步递进的逻辑关系。第4章，概要介绍公共关系调查的内容及操作技法；第5章，概要介绍公共关系策划流程和文案写作，重点阐述创意在公共关系策划中的核心作用；第6章，概要介绍阐述公共关系实施策略和评估方略。公共关系实施的关键在于，建立指挥系统，选取恰当的管理方法，进行实施的领导与控制；公共关系评估是对公共关系调查、策划和实施过程与效果的总结和评价，是公共关系全过程的最后一步，也是新的公共关系运作过程的基础。

第3篇 操作实务 分四章重点介绍目前公共关系实务工作中常见的和重要的活动。第7章，主要介绍庆典活动、赞助活动、新闻发布会、展览会和开放参观等现代公共关系专题活动的设计与组织；第8章，从组织理念识别、视觉识别和行为识别三个维度介绍现代组织形象识别系统的构建与传播；第9章，主要以新产品上市、品牌推广、追求顾客满意和公益营销等方面介绍现代营销公关动态推进策略与方法；第10章，针对组织常见的危机和危机事件，主要介绍了现代组织危机公关运作的思路与操作要点。

第4篇 多元实践 分两章概要介绍现代企业组织、政府公共组织和非营利组织公共关系的特点、特殊问题及应特别关注的要点。现代组织公共关系起源于工商企业组织公共关系实践，前面描述的基本原理和方法虽然为各类组织所“通用”，但实践基础和背景离企业组织情景最接近，关系最直接、最密切，因此，第11章，专述企业公共关系时没有全面涉及，只结合中国企业改革与发展实践，主要聚焦于最为前沿的“跨国企业并购”的公共关系问题加以评介；第12章，关于政府组织与非营利组织公共关系，则追溯到这两类组织不同于企业组织的特殊属性，并结合中国国情，重点提出其在公共关系方面应该注意的问题。

◇ 体例安排

首先，在版式设计上，我们努力做到独特新颖、图文并茂。

关于操作方法的描述，力争具体形象、直观精练；有关理论解说，力求深入浅出、通俗易懂。在正文相关部分，我们特别穿插了“异域经验”、“情景故事”、“操作方法”等专栏，以生动、丰富、有趣的背景资料，与主题内容相互映衬、参照和呼应，以便使读者在学习掌握本原理方法时，身处“活灵活现”的实感意境。

其次，在每章前后，我们精心设计了教学栏目。

每章前，有“主旨内容提要”、“学习目标要求”，使读者在学习每章之前，能够对本章主旨内容、教学目标有一个纲领性、轮廓性的了解，做到方向明确、主线清楚、心中有数。

每章后，相应设置了“延伸思考问题”和“技能操作训练”，以帮助读者进一步提高研究分析问题的能力，能够举一反三、一通百通、活学活用。

◇ 教学建议

在本书编写中，我们广泛收集和归纳中外公共关系相关经典思想理念和精练操作方法，力图为广大读者，特别是青年学生提供一部高水平的准经典教科书。它可作为高校管理类专业大学生和研究生的学习用书或参考书，也可作为实业或事业界人士，特别是从事公共关系工作或相关人员的自学读本或培训教本使用。

◇ 特别致谢

需特别说明的是，本书参阅了国内外大量的资料和文献，引用和转述了中外公共关系理论和实践的优秀学术文献和研究成果。在此，对有关作者谨表诚挚谢意！

在本书编写过程中，我们得到业界及学界很多专家学者的支持和指导，特别是北京师范大学经济与工商管理学院领导及同事的关怀、指点和帮助，在此致以谢忱！特别感谢李宝元教授在本书写作过程中给予的鼓励与帮助！谭英协助我搜集整理了部分学术资料，整理编排了参考文献，在此表示感谢！

最后，欢迎广大读者朋友们反馈批评意见！

信息反馈邮址：yuran918@163.com。

目 录

第 1 篇

基 本 原 理

第 1 章

现代组织公共关系历史渊源/3

□ 主旨内容提要

□ 学习目标要求

1.1 东西方文明古国的公共关系思想与实践/3

1.1-1 古代西方政治宣传/3

1.1-2 古代中国治国思想/5

1.1-3 古代中国公关活动/7

1.2 现代公共关系在美国的启蒙与发展/10

1.2-1 早期政治动员/10

1.2-2 报刊宣传运动/11

1.2-3 新闻揭丑运动/12

1.2-4 公共关系职业化/13

1.3 现代组织公共关系新时代的形成与推进/14

1.3-1 形成理论体系/14

1.3-2 进入理论丛林/15

1.3-3 研究视野与前沿/17

1.3-4 发展特征与趋势/18

1.4 中国公共关系的引进演化与发展趋势/19

- 1.4-1 机械引进和初步发展/20
- 1.4-2 形成体系和稳定推进/21
- 1.4-3 发展脉络与特色/22
- 1.4-4 发展原因与未来展望/23

本章专栏

- 专栏 1-1: 人物轶事 大哲学家苏格拉底/4
- 专栏 1-2: 经商之道 红顶商人胡雪岩的成败/6
- 专栏 1-3: 历史浏览 战国时期“士”阶层的崛起与作为/8
- 专栏 1-4: 公关故事 “大处思考”: 伯奈斯的公关理念/15

■ 延伸思考问题

■ 技能操作训练

第2章

现代组织公共关系理论精要/27

□ 主旨内容提要

□ 学习目标要求

2.1 现代组织公共关系核心概念和目标追求/27

- 2.1-1 公共关系含义/27
- 2.1-2 组织形象释义/29
- 2.1-3 三大目标追求/31

2.2 现代组织公共关系构成要素及内在关系/32

- 2.2-1 社会组织与环境/32
- 2.2-2 识别公众/34
- 2.2-3 选择传播媒介/35

2.3 现代组织公共关系基本准则和职能定位/37

- 2.3-1 基本准则/37
- 2.3-2 职能定位/39
- 2.3-3 战略公共关系/42

2.4 现代公共关系组织架构及职业状况/43

- 2.4-1 公共关系部门设置/43
- 2.4-2 专业公共关系公司/46
- 2.4-3 公共关系社团/49
- 2.4-4 职业状况/50

本章专栏

- 专栏 2-1: 实验论证** 媒介传播实验/36
专栏 2-2: 成功典范 中国顾客免费电话的由来/40
专栏 2-3: 异域经验 日本企业的公共关系/41

■ 延伸思考问题

■ 技能操作训练

第 3 章

现代组织公共关系传播基础/53

□ 主旨内容提要

□ 学习目标要求

3.1 公共关系传播规律及其管理理论/53

- 3.1-1 传播模式及其核心思想/54
3.1-2 传播类型概览/56
3.1-3 传播效果研究/58
3.1-4 传播理论发展/59

3.2 公众心理规律及其应用研究/61

- 3.2-1 公众心理特征/62
3.2-2 公众心理倾向/63
3.2-3 公众心理定势/66
3.2-4 认知公众心理/68
3.2-5 影响公众心理方法/72

3.3 现代组织文化理论与跨文化管理/78

- 3.3-1 文化与组织文化/78
3.3-2 组织文化建设/81
3.3-3 文化差异现象/83
3.3-4 跨文化管理/86

本章专栏

- 专栏 3-1: 情景故事** 一位推销员获得的启示/64
专栏 3-2: 学术档案 价值取向类型/65
专栏 3-3: 相关链接 文化的差异性素描/79
专栏 3-4: 奇闻轶事 员工与企业/82

■ 延伸思考问题

■ 技能操作训练

第2篇

运行管理

第4章

现代公共关系调查内容及操作技法/93

□ 主旨内容提要

□ 学习目标要求

4.1 公共关系调查：原因、定位与作用/93

4.1-1 调查研究缘由/94

4.1-2 特点与地位/95

4.2 公共关系调查内容：知天知地与知己知彼/98

4.2-1 内部基本情况调查/98

4.2-2 外部公众调查/99

4.2-3 组织环境调查/101

4.2-4 传播媒介状况调查/102

4.3 公共关系调查程序：科学性与逻辑性统一/103

4.3-1 确定目标/103

4.3-2 制订方案/103

4.3-3 搜集资料/104

4.3-4 处理结果/104

4.4 公共关系调查方法：分类与操作要点/105

4.4-1 访问调查/105

4.4-2 问卷调查/109

4.4-3 抽样调查/113

4.4-4 观察调查法/114

4.4-5 文献调查法/116

本章专栏

专栏 4-1：情景故事 “无调查”风险/96

专栏 4-2：典型案例 长城饭店的日常调查与策划/99

专栏 4-3：公关趣闻 关注“语言”/102

专栏 4-4：相关链接 访问调查的技巧与训练/108**■ 延伸思考问题****■ 技能操作训练****第 5 章****现代公共关系策划流程及文案写作/119****□ 主旨内容提要****□ 学习目标要求****5.1 策划思想与公共关系策划/119**

5.1-1 追溯策划源泉/120

5.1-2 公共关系策划释义/121

5.1-3 策划基本原则/123

5.2 公共关系策划的创意流程与技巧/124

5.2-1 创意思维解读/124

5.2-2 创意流程/128

5.2-3 创意智障/130

5.2-4 操作技巧素描/133

5.3 公共关系策划基本要素及文案写作/137

5.3-1 基本要素整合/137

5.3-2 策划方法选择/139

5.3-3 策划文案构成/141

5.3-4 文案基本格式/142

本章专栏**专栏 5-1：经典回顾** 中国古代策划思想/121**专栏 5-2：相关链接** 创意检核表法/125**专栏 5-3：情景故事** 测一测你的思维/127**专栏 5-4：创意趣闻** 将木梳卖给和尚/132**■ 延伸思考问题****■ 技能操作训练**

第 6 章

现代公共关系实施策略与评估方略/145

□ 主旨内容提要

□ 学习目标要求

6.1 公共关系实施概览：特点、原则与准备/145

6.1-1 实施特点/145

6.1-2 实施原则/147

6.1-3 实施准备/148

6.1-4 克服实施障碍/149

6.2 公共关系实施管理：指挥、控制与反馈/151

6.2-1 建立实施指挥系统/151

6.2-2 选择恰当的管理方法/152

6.2-3 实施控制与反馈/154

6.3 公共关系评估概要：标准、程序与途径/156

6.3-1 公关评估意义/157

6.3-2 评估人与评估标准/158

6.3-3 评估程序与方法/160

6.3-4 评估内容与评估报告/161

6.4 公共关系评估模式：阶段、步骤与内容/166

6.4-1 准备过程/166

6.4-2 实施过程/167

6.4-3 活动效果/169

本章专栏

专栏 6-1：典型案例 评估 KFC 秒杀门事件/161

专栏 6-2：学术探究 公共关系形象评估指标体系的两维四象限模型/168

■ 延伸思考问题

■ 技能操作训练