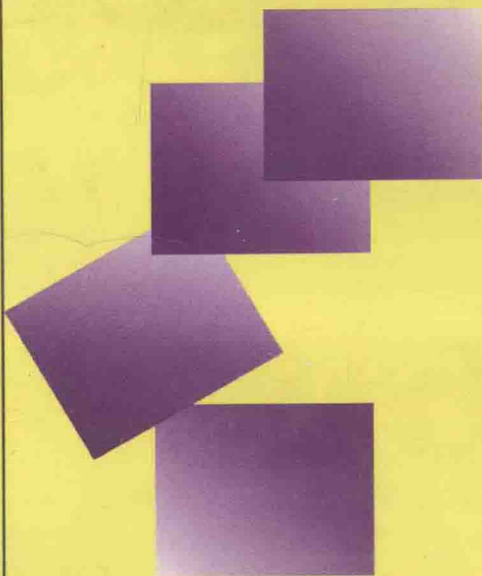


公共关系学 概论

主 编 刘光坤 潘彦维
主 审 郭 寰

BONB BONB BUAN XI XUE BAI JUAN



云南大学出版社

公共关系学概论

主 编/刘光坤 潘彦维

主 审/郭 震

云 南 大 学 出 版 社

责任编辑/周永坤

封面设计/丁群亚

公共关系学概论

刘光坤 主编

云南大学出版社出版发行

(云南大学校内)

云南民族印刷厂印装

开本:850×1168 1/32 印张:12.5 字数:313.6 千

1999年1月第1版 1999年1月第1次印刷

印数:0001—5000

ISBN 7—81068—018—5/F·175

定价:16.00 元

《公共关系学概论》编委会

顾 问/古孝生

主 任/吴远喜

主 编/刘光坤 潘彦维

副主编/李维斗 李华伦 杨汝辑

缪煌熔 万 晴 郭 寰

刘宜平

主 审/郭 寰

副主审/毛元金 韩昕葵

前 言

公共关系是一门新的管理学科。本世纪初形成于美国，后被西方发达国家运用于各部门并发挥着越来越重要的作用。现在公共关系在世界上已成为一个极热门、发展极快的行业，并且成为一个国家和地区经济、文明发达程度的标志。特别是在世纪之交的今天，世界经济正处在从传统的工业经济过渡到知识经济的进程中。在这一伟大的变革时期，公共关系无疑将成为以高新科技知识为资本；以智力为依托；以高技术产业为主要支柱，以创新为生命的知识经济腾飞的强有力的翅膀。

在我国，随着社会主义市场经济体制的建立和“形象”问题的提出，为新世纪中国公共关系实务的开展提供了良好的环境和丰富的内涵；高新技术的发展和知识经济的兴起，对公关人员的综合素质提出了更高的要求，为新世纪中国公关教育展示了美好的前景。公共关系作为一种新的思想理论和管理科学，将在各类学校中成为普遍关注的学科，素质教育的内涵得到拓展，使受教育者更能适应就业市场的需求和未来发展的挑战。公共关系学必将成为各类学校培养新世纪人才的重要学科。

“云南省职教协会公共关系学科教研会”自成立以来，就在省教委职教处、职教协会关心与指导下，有

组织、有层次地对我省中等专业学校开设“公共关系课程”的情况进行了较长时间的调研，并结合我们的省情组织部分老师编写了适合各类中专学校、党校、职高、技校使用的《公共关系学概论》一书，以求为我省中等职业技术教育作出我们应有的贡献。

省职教协会公共关系学科教研会
1999 年 1 月

目 录

前 言	(1)
第一章 公共关系概述	(1)
第一节 公共关系的基本概念	(2)
一、公共关系的涵义	(2)
二、公共关系的要素与特征	(5)
三、公共关系的研究范畴	(9)
第二节 公共关系的产生与发展	(15)
一、公共关系的起源和发展	(16)
二、公共关系在各国的发展和发展的基本社会条件	(24)
思考题	(32)
第二章 公共关系的职能、原则和组织形象	(34)
第一节 公共关系的职能	(34)
一、塑造形象,赢得公众	(34)
二、沟通内外,协调关系	(35)
三、收集信息,监测环境	(36)
四、策动宣传,形成舆论	(38)
五、咨询建议,决策参谋	(39)
六、教育引导,社会服务	(40)
第二节 公共关系的基本原则	(41)
一、实事求是的原则	(42)
二、平等互利的原则	(43)

三、对公众负责与讲求信用的原则	(44)
四、整体利益和长远利益的原则	(46)
五、双向交流与平时联络原则	(47)
六、全员公关的原则	(48)
七、以组织自身素质为基础的原则	(50)
八、坚持社会主义精神文明原则	(51)
第三节 公共关系的组织形象	(52)
一、组织形象的含义和内容	(52)
二、组织形象的特征	(54)
三、组织形象的重要性	(56)
四、组织形象的分析	(58)
思考题	(65)
 第三章 公共关系的主体、客体、传媒和沟通	(66)
第一节 公共关系的行为主体	(66)
一、组织的含义及基本特征	(66)
二、公共关系部的组织机构	(67)
三、公共关系公司	(74)
四、公共关系社团	(79)
五、公共关系从业人员的基本素质	(83)
第二节 公共关系的客体	(94)
一、公众的涵义	(94)
二、公众的特征	(95)
三、公众的分类	(100)
四、公众的选择	(106)
五、公共关系的基本目标和公众分析	(107)
第三节 公共关系传播媒介和沟通原则	(114)
一、传播的概述	(114)

二、公共关系传播媒介	(125)
三、公共关系的沟通原则	(136)
思考题	(147)
第四章 公共关系的工作程序	(149)
第一节 公共关系调查	(149)
一、公共关系调查的意义	(149)
二、公共关系调查的原则	(152)
三、公共关系调查的内容	(154)
四、公共关系调查的过程	(156)
五、公共关系调查的方法	(158)
第二节 公共关系策划	(163)
一、公共关系策划的价值和作用	(163)
二、公共关系策划的特征	(164)
三、公共关系策划的原则	(165)
四、公共关系策划的一般工作程序	(167)
第三节 公共关系计划的实施	(176)
一、公共关系计划组织实施的基本要求和时机选择 ..	(176)
二、确定公共关系活动的方式	(178)
三、确定公关活动的原则	(180)
四、公共关系计划实施的影响因素	(182)
第四节 公共关系的评估	(184)
一、衡量公关效果	(185)
二、向组织报告	(188)
三、激励	(188)
思考题	(189)

第五章 公共关系的宣传与写作	(190)
第一节 公共关系的宣传	(190)
一、公共关系的新闻传播技术	(190)
二、公共关系的宣传技术	(197)
三、公共关系的广告技术	(202)
第二节 公共关系写作	(214)
一、公文类文体写作	(215)
二、事务文书写作	(224)
三、新闻稿	(228)
四、经济文书	(229)
五、演讲文书	(230)
六、礼仪文书	(232)
思考题	(235)
第六章 公共关系的交际与谈判	(236)
第一节 公共关系的交往及礼仪	(237)
一、交往技术	(237)
二、公关礼仪	(245)
第二节 公共关系的言谈与谈判	(255)
一、言谈技术	(255)
二、谈判技术	(262)
思考题	(271)
第七章 公共关系的综合活动	(272)
第一节 公共关系的专项活动	(272)
一、赞助活动	(272)
二、产品展示会	(276)
三、庆典活动	(282)

四、开放参观与座谈	(287)
五、社会服务活动	(290)
六、公共关系危机及处理	(291)
第二节 组织会议的活动	(297)
一、会议的含义	(297)
二、会议的分类	(297)
三、会议的作用	(298)
四、会议活动计划的制定	(299)
五、会议的组织	(300)
六、会议成功应具备的条件	(301)
思考题	(309)
 第八章 公共关系的应用	 (310)
第一节 内部公共关系与社区关系	(310)
一、组织内部的公共关系工作	(310)
二、社区关系	(324)
第二节 盈利性组织的公共关系与非盈利性组织的 公共关系	(331)
一、盈利性组织的公共关系	(331)
二、非盈利性组织的公共关系	(337)
第三节 国际公共关系	(348)
一、国际公共关系的概念	(348)
二、开展国际公共关系活动的基本原则	(351)
三、国际公共关系的操作方法	(353)
四、国际公共关系的新发展	(356)
思考题	(357)

第九章 公共关系案例举例	(358)
案例一:大西北的一颗公关之星	(358)
案例二:“智取”天津	(362)
案例三:办好农田“第一车间”	(367)
案例四:中国教育,拜托了!	(368)
案例五:“燕舞牌”收录机家喻户晓	(372)
案例六:海鸥表和菊花茶	(373)
案例七:通往顾客心灵的桥梁	(374)
案例八:“泸州老窖”获奖之后	(376)
案例九:借梯登高	(380)
案例十:面对突如其来的危机	(382)
后 记	(387)

第一章 公共关系概述

公共关系学是本世纪初形成的一门新兴的综合性应用学科。在西方发达国家,它被广泛应用于社会的各个部门,并发挥着独特的作用,日益受到人们的重视。工商企业和社会机构普遍设置公共关系部门;专门从事公共关系工作的公司应运而生;许多国家和地区都有公共关系协会,不少学校开设了“公共关系课程”;国际上成立了公共关系协会和国际公共关系学会。一般来说,在经济发达和文明程度较高的国家和地区,对公共关系都较为重视。从某种意义上讲,公共关系的发展情况可以反映出一个国家和地区经济和文明的发达程度。

80年代中期,公共关系传到我国,先在合资企业落脚,然后传向社会各界。1984年广州白云山制药总厂成立了中国大陆企业中的第一个公共关系部,标志着中国企业公共关系事业的发展进入了新的历史时期。十多年来,中国的公关事业取得了令人鼓舞的进步。在理论建设上,全国出版了200多种公关图书,公开发行了以两种报纸、两种刊物为先导的近30种报刊、杂志。在组织建设上,1987年成立了中国公共关系协会,1991年成立了中国国际公共关系学会。现在,各省、自治区、直辖市都有了公关组织。在教育建设上,约400多所高校开设了公关课,几十所大学设立了公共关系专业。各地的公关公司、头脑公司、点子公司纷纷涌现。目前一个新的公共关系发展高潮正在到来。

公共关系学作为一门独立、完整的学科,有其特定的概念、要素和特征、研究范畴及发展历史,这些问题不但使这门学科有其存在和研究的必要,而且决定了该学科的总体构架。本章将在以下

两节中分别阐述公共关系中最基本的理论问题和历史发展问题。

第一节 公共关系的基本概念

一、公共关系的涵义

公共关系,又称“公众关系”,简称“公关”。英文是“Public Relations”,缩写为“PR”。

“公共关系”一词,最早出现在 1882 年美国著名律师多尔曼·伊顿(D·Eaton)对耶鲁大学毕业班的一次演讲中。但那时表示的意思并非现代意义上的公共关系,而是“大众利益”之意。现代意义上的公共关系,首次正式使用是 1897 年,它出现在美国铁路联合会编辑的《铁路文献年鉴》一书中。

然而,“公共关系”,在英文 Public Relations 的原意中,包含着三重涵义,这就是公共关系状态、公共关系活动(或工作)和公共关系学。

(一)公共关系状态

公共关系状态是指一个组织所处的社会关系状态和社会舆论状态,也就是该组织在公众心目中的现实形象。社会关系状态指一个组织与其相关公众之间联系的程度,如相互间的关系是紧密还是疏远、是融洽还是紧张、是合作还是对抗等等。社会舆论状态指对一个组织公众舆论的反应程度,如公众舆论是赞赏还是反对、是强烈还是冷漠等等。

公共关系状态是无形的,却是客观的,不以社会组织的主观设想为转移。这就是说,一个组织的公共关系状态不存在有或没有的问题,只存在是良好的公共关系状态,还是不良的公共关系状态;是自觉的公共关系状态,还是自然的公共关系状态的问题。一个组织所追求的,当然应是自觉的、良好的公共关系状态。

所谓良好的公共关系状态是指一个组织在其公众中拥有良好

的组织形象,受到公众的支持和信赖的境况。这说明组织处于积极有利的社会关系环境和社会舆论气氛中,这是组织生存和发展的基础,也是一种无形的财富。相反,不良的公共关系状态说明组织形象欠佳,不能被公众理解、支持和信赖。这种公共关系状态不但使社会组织无法取得“人和”之便利,而且还使社会组织处于潜在的危机之中,一旦产生某种契机,便会对社会组织造成危害。

所谓自觉的公共关系状态是指一个组织通过有意识的开展一系列的公共关系活动之后,在公众中所拥有的组织形象,组织能够自觉地、明确地意识到自身的形象。而自然的公共关系状态则是指组织在无为的情况下自然而然地获得的组织形象。

认识公共关系状态的客观性,是社会组织有效地开展公共关系活动的前提。

(二)公共关系活动(或工作)

公共关系活动或者公共关系工作,是指一个组织为创造良好的社会环境,争取公众舆论支持的一种协调、沟通、传播活动。也就是以创造良好的公共关系状态为目的的一种信息沟通活动。通常情况下,可以从以下三方面对公共关系活动进行具体的分析和把握。

1. 自觉的公共关系活动和自发的公共关系活动

自觉的公共关系活动是指社会组织在一定的理论指导下,具有明确目的和自觉意识,经过周密计划和科学组织所开展的公共关系活动。

自发的公共关系活动则是指那些没有理论指导、缺乏明确目标、没有科学组织和系统计划的公共关系行为。

2. 单一的公共关系活动和系列的公共关系活动

单一的公共关系指目标单一、运作方式独立、规模较小的公共关系活动,一般由组织内部的公共关系部门来完成。

系列的公共关系活动指一系列的公共关系活动,它们互相配

合,往往由几个部门甚至几家公共关系公司介入组织、实施。

3. 兼及的公共关系活动和专门的公共关系活动

兼及的公共关系活动并非由公共关系部门和公共关系从业人员所从事。在组织日常业务和行政工作中,人人都可以做到,人们都应该做好的那些交往、协调和沟通工作,如谦虚、礼貌、真诚、信任等只是在组织日常事务中,兼顾了公共关系活动。

专门的公共关系活动则是指那些从事公共关系工作的人员,有计划地、系统地运用有关传播和沟通的技术手段以达到特定公共关系目标的特定活动。

(三)公共关系学

(公共关系学是一门以公共关系活动及其内在规律为研究对象的交叉应用科学。)它有完整的研究内容、任务和方法。

1. 公共关系学研究的主要内容

一般理论研究。公共关系学研究公共关系概念,公共关系的功能、机构、人员、公众、手段等。这些是公共关系学赖以建立的理论基础。

相关理论研究。即研究公共关系在学科群中的地位以及学科间的相互渗透问题。

公共关系史研究。研究公共关系理论与实践的发生、发展以及逐步完善的过程。

公共关系活动研究。即研究公共关系的具体运作过程。

公众研究。即研究不同社会组织或同一社会组织面对不同公众开展公共关系活动的特定方式与方法。

2. 公共关系学的任务

公共关系学的研究,是为了弄清理论、指导实践、培养人才、服务社会。

3. 公共关系学的研究方法

公共关系学的研究,以方法论角度讲,主要有经验的方法、实

验方法和测验方法三种。通过这些方法来总结、概括理论,探讨公共关系活动内在的规律。

由以上分析可以看出,公共关系一词有三重既相区别又相联系的涵义。人们在不同的情况下使用公共关系一词往往有不同的含意,比如当人们在讲“注意组织的公共关系”的时候,人们是指要注意维护和完善组织的良好的公共关系状态;当人们说“公共关系要通过建立良好的人际关系来辅助事业的成功”的时候,他们指的是公共关系活动;当人们把公共关系看作是“内求团结,外求发展的管理哲学”时,指的是公共关系学。

二、公共关系的要素与特征

4. (一)公共关系的三大构成要素

1. 公共关系的三大构成要素

由于公共关系是社会组织通过信息传播与公众进行沟通并争取公众的信任与支持的活动。在这种活动中,社会组织、公众和传播是缺一不可的,因此这三者就构成了公共关系的三要素。这三个要素也就构成了公共关系的基本范畴,所有的公共关系理论研究、公共关系实际操作和公共关系运行发展都围绕着三者的关系层层展开。

(1)公共关系的主体要素——社会组织。社会组织是构成宏观社会的个人的特定集合。这种集合的特定性包括其有计划、有领导,成员间有明确分工和职责范围,有一套运行制度等。

社会组织有一定的目标,而公共关系的目标便是社会组织目标中的子目标、分目标。公共关系活动必须紧紧围绕着社会组织的总体目标来制定自身的特定目标。

社会组织的运行是在一定的现实条件和环境之下进行的,在运行过程中必然要涉及到多方面的因素。社会组织必须妥善处理同各个方面的关系,使社会组织获得各方支持,处于良性运转之