

公共关系学教程

GONG GONG GUAN XI XUE JIAO CHENG

齐家福 栗宗祥 杨红波 主编



中国物资出版社

GONG GONG GUAN XI XUE JIAO CHENG

公共关系学教程

主 编 齐家福 栗宗祥 杨红波

中国物资出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

公共关系学教程/齐家福、栗宗祥、杨红波主编. 北京: 中国物资出版社, 2004. 8

ISBN 7-5047-1864-5

I. 公… II. ①齐…②栗…③杨… III. 公共关系学-教材
IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 083787 号

责任编辑 沈兴龙

责任印制 沈兴龙

责任校对 李晓春

中国物资出版社出版发行

网址: <http://www.clph.cn>

社址: 北京市西城区月坛北街 25 号

电话: (010) 68589540 邮政编码: 100834

全国新华书店经销

永清县印刷厂印刷

开本: 850×1168 1/32 印张: 12.5 字数: 310 千字

2004 年 8 月第 1 版 2004 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 7-5047-1864-5/C·0042

定价: 25 元

(图书出版例子装质量问题, 本社负责调换)

《公共关系学教程》编委会

主 编	齐家福	栗宗祥	杨红波
副主编	张秀春	路丽娜	武意染
	王玉杰	李雁飞	连宝宏

前 言

在现代社会政治、经济发展中,在市场经济条件下,公共关系作为一门新兴的学科,具有其他学科无法替代的作用,已经渗透到了社会生活的各个领域,得到了广泛的运用。公共关系学的研究也有了迅猛的发展,公共关系工作也越来越多规范。为了普及公共关系知识,培养人们的公共关系意识,提高人们的公关能力,许多大中专院校都开设了公共关系课。为满足教学需要,我们组织编写了这部教材。

本书由齐家福拟定编写大纲,由齐家福(第一章、第二章、第八章)、栗宗祥(第七章第一节、第二节、第三节、第四节)、杨红波(第五章第一节、第二节)任主编,张秀春(第三章)、路丽娜(第四章)、连宝宏(第五章第三节)、王玉杰(第六章)、李雁飞(第七章第五节、第六节)、武意染(第九章)任副主编,最后由主编统稿、定稿。

需要特别强调的是,在本书编写过程中,参考了国内一些公共关系著作、教材的研究成果,恕不一一列出,在此我们谨向有关编著者表示衷心的感谢。

由于编者水平有限,书中难免存在不足之处,欢迎广大读者批评指正。

编 者

2004年7月

目 录

第一章	导论	(1)
第一节	公共关系学的研究对象与研究内容	(1)
第二节	学习公共关系学的意义和方法	(4)
第二章	公共关系概述	(7)
第一节	公共关系的内涵和特征	(7)
第二节	公共关系的功能	(12)
第三节	现代公共关系的产生和发展	(31)
第三章	公共关系的客体	(53)
第一节	公众	(53)
第二节	目标公众	(66)
第四章	公共关系的主体	(85)
第一节	公共关系的组织机构	(85)
第二节	公共关系人员	(100)
第五章	公共关系传播	(119)
第一节	公共关系传播原理	(119)
第二节	公共关系传播的方式	(130)
第三节	公共关系传播的效果	(173)
第六章	公共关系工作的程序	(192)
第一节	公共关系调查	(192)
第二节	公共关系策划	(203)
第三节	公共关系形象传播	(211)
第四节	公共关系效果评估	(216)

第七章	公共关系实务	(226)
第一节	公共关系实务概述	(226)
第二节	日常公共关系实务工作	(229)
第三节	公共关系广告	(239)
第四节	公共关系专项活动	(247)
第五节	公共关系危机处理	(268)
第六节	公共关系谈判实务	(281)
第八章	部门公共关系	(297)
第一节	企业公共关系	(297)
第二节	政府公共关系	(314)
第三节	政法部门公共关系	(328)
第九章	公共关系社交礼仪	(371)
第一节	社交礼仪概述	(371)
第二节	社交礼节	(374)
参考文献		(393)

第一章 导 论

公共关系学是一门新兴的边缘学科，它同时又是一门综合性、交叉性很强的学科，它综合地运用了管理学、大众传播学、市场营销学、心理学等学科的理论和方法。但是，公共关系学作为一门独立的学科，有自己特定的研究对象和研究内容。

第一节 公共关系学的研究对象与研究内容

一、公共关系学的研究对象

公共关系学是一门综合性、交叉性、应用性较强的边缘学科，同时也是一门新兴的学科。公共关系学有其特定的研究对象。它研究的首要对象就是公共关系，它研究公共关系的理论，也研究公共关系的实务，同时还要研究公共关系的发展历史，以及公共关系学的相关学科。概括地讲，公共关系学是研究公共关系理论与实践及其一般规律的科学。

二、公共关系学的研究内容

公共关系学的研究对象，又可细化为公共关系学具体的研究内容。根据公共关系学的研究对象，公共关系学的研究内容包括：

（一）公共关系概述

要进行公共关系学研究，首先要了解公共关系。主要研究公共关系的内涵和外延、公共关系的特征和功能，了解公共关系发展的历史。

（二）公共关系的客体

公共关系的客体也就是公共关系的对象，是构成公共关系活动的三大基本要素之一。主要研究对谁搞公共关系的问题。

（三）公共关系的主体

公共关系的主体也就是公共关系的组织机构和人员，也是构成公共关系活动的三大基本要素之一。主要研究谁来搞公共关系的问题。

（四）公共关系的传播

传播是公共关系主体和客体之间联系的桥梁和手段，也是公共关系活动的三大基本要素之一。主要研究通过什么手段来搞公共关系。

（五）公共关系的工作程序

这是公共关系活动科学化、规范化的要求。主要研究公共关系工作的一般方法、步骤，即怎样去搞公共关系。

（六）公共关系实务

公共关系实务，也就是公共关系的具体活动。主要研究公共关系广告、公共关系谈判等各种专题活动。

（七）部门公共关系

主要研究企事业单位、政府及公安机关、监狱、法院、检察院等政法机关的公共关系活动。

（八）公共关系社交礼仪

主要研究开展公共关系工作中应注意的行为规则和各种惯用的交流形式。

公共关系学研究的八个方面并不是孤立的、彼此独立的，而是相互联系、相互渗透的。其中，公共关系概述是公共关系学研究的基础；而公共关系主体、公共关系客体和公共关系传播是构成公共关系活动过程的三大要素；公共关系程序讲的是公共关系工作的方法、步骤；公共关系实务、部门公共关系是开展公共关系工作的具

体研究；公共关系社交礼仪是做好公共关系工作的基本要求。无论是公共关系传播、公共关系实务，还是公共关系社交礼仪，都离不开主体和客体。同时，公共关系主体和客体之间也是密切联系的，如果没有主体，也就谈不上客体；当然，如果没有客体，主体也就失去了工作目标。总之，公共关系八个方面的具体研究内容是一个彼此联系、不可分割的有机整体。

三、公共关系学的学科特征

公共关系学的学科特征是与它的研究对象和研究内容分不开的。从公共关系学的研究对象和研究内容中，我们可以概括出它的学科特征：

（一）理论性

任何一门科学都是在对实践活动进行理性思考的基础上产生的，离开了理论，就不能称之为科学。公共关系学就是公共关系的理论状态，是对公共关系活动进行的理论概括和总结，是对公共关系活动规律性的认识。公共关系学首先要研究的就是公共关系理论。

（二）实践性

公共关系学不仅研究公共关系理论，而且还要研究公共关系实践。可以说，公共关系实践是公共关系理论产生的基础，离开了公共关系实践活动，公共关系学也就无从产生和发展。

（三）综合性

公共关系学虽然建立在公共关系实践的基础上，但它同时也广泛吸收了管理学、传播学、市场学、广告学、行为学、心理学、民俗学、历史学等许多学科的基本原理及研究成果。可以说，公共关系学是一门综合性的边缘学科。

（四）应用性

公共关系学是一门应用性很强的科学。学习公共关系学的基本

理论和公共关系实务，就是要掌握如何去开展公共关系工作的方法，最终把公共关系理论付诸实践，指导公共关系工作。

第二节 学习公共关系学的意义和方法

一、学习公共关系学的意义

公共关系学是历史发展到一定阶段的产物，是人类的文明成果，同时它也在促进人类文明的发展。学习公共关系学，对于促进社会主义现代化建设事业具有重要的现实意义。

（一）有利于发展社会主义市场经济，促进生产力的发展

社会主义市场经济的发展，要求企业和一些事业单位自主经营、自负盈亏，要独立地处理人、财、物和产、供、销等多方面的关系。而这些关系的解决，都要求企业或事业单位处理好与相关公众的关系。例如，一个工厂要发展，首先要解决材料问题、人才问题、技术问题；其次还要生产出合格的产品，处理好内部员工的关系；最后要把产品卖出去，开辟市场，处理好同经销商的关系、同顾客的关系。这些问题或关系的解决，都要依靠公共关系工作。再如，一所学校要发展，就要解决生源问题、教学质量问题、学生毕业后的就业问题等等。这些问题的解决，也离不开公共关系工作。通过学习公共关系学，就能有效地处理好一个组织与相关公众的关系。这样，就有利于发展社会主义市场经济，促进生产力的发展。

（二）有利于树立民主观念，促进社会主义民主政治建设

受几千年封建意识的影响，人们的民主观念还比较淡薄，特别是有些公务员的民主观念还没有真正树立起来，自以为地位比一般民众高，认识不到政府与民众关系的重要性，常常以“大老爷”自居，摆官架子。这就影响了政府的形象，降低了政府在人民群众中的威信。公共关系是一种平等互利的关系，它崇尚民主，善待公众，要求社会组织（包括政府）协调好同内外公众的关系。通过学

习公共关系学，一方面可以增强政府及其工作人员的民主观念，让政府广泛地听取民众意见，与民众进行广泛的信息交流，得到人民群众的支持和理解；另一方面，也可以增强民众的民主观念，使广大人民群众积极参政、议政，从而促进社会主义民主政治建设。

（三）有利于转变社会风气，促进精神文明建设

有人把公共关系学错误地理解为拉关系、走后门，这是不对的。一个时期以来，社会风气出现了滑坡，办什么事都要凭“关系”，都要请客、送礼，这是庸俗关系学的表现。公共关系学与庸俗关系学有着本质的区别。庸俗关系学的本质是私人之间的庸俗关系，它往往以各种利益、权利为手段，进行私下的非法的交易，出发点是个人私利；而公共关系学的本质是社会组织与相关公众之间的社会关系，它主要利用大众传播媒介进行公开的合法的信息传播，出发点是公众利益。可见，公共关系学是对庸俗关系学的批判与否定。

通过学习公共关系学，可以增强人们的公关意识，使人们自觉地开展规范科学的公共关系活动，从而有效地抵制各种不正之风，促进社会风气的根本好转，促进社会主义精神文明建设。

二、学习公共关系学的方法

学习公共关系学的方法很多，但最根本的方法就是理论联系实际的方法。从公共关系学的研究内容来看，既有公共关系理论，又有公共关系实践。公共关系学的理论来源于公共关系实践。如果只学习公共关系学理论，而忽视了公共关系实践，那么，就不能真正地理解公共关系理论，所学的理论发挥不了作用。如果只有公共关系实践，而忽视了公共关系理论，那么，就会使公共关系实践失去理论的指导，实践就会成为盲目的行动。公共关系理论只有同公共关系实践结合起来，才能发挥其作用，而学习公共关系学的最终目的就是要用来指导公共关系实践。所以，理论联系实际的方法是学

习公共关系学最根本的方法。当然，理论联系实际可以用公共关系理论结合具体的实践活动，亲身体验，也可以通过分析一些典型的案例来学习。

思考题

1. 公共关系学研究的对象是什么？
2. 公共关系学研究的内容有哪些？
3. 公共关系学的学科特征有哪些？
4. 学习公共关系学有何意义？

第二章 公共关系概论

公共关系真正成为一项公认的事业，始于 20 世纪初的美国，是商品经济高度发展的产物。20 世纪 80 年代开始传入我国，并在我国迅速传播开来。国际公共关系学者以及中国公共关系学者给公共关系下了几百个定义。本章主要介绍公共关系的内涵、特征、功能及公共关系的发展史。

第一节 公共关系的内涵和特征

一、公共关系的内涵

公共关系的内涵是公共关系学研究的首要问题，是公共关系理论的核心内容。

“公共关系”一词译自英语“Public Relations”。“Public”通常译为“公共的”、“公众的”或“公众”、“民众”。而“Relation”中文通常译为“关系”，加上“s”之后，即“Relations”，不是简单地指复数的“关系”，而是专指“交往”、“利害关系”。因此，“公共关系”的英语本意应该是指“公众之间的交往”、“公众之间的利害关系”。“公共关系”的英文缩写是“PR”。

简单地理解，“公共关系”就是社会组织之间与其内外各种公众之间的关系，简称“公关”。但这还不能作为“公共关系”的定义。要给“公共关系”下个十分准确的定义是很困难的。事实上，“公共关系”的定义随公共关系的发展在不断地充实和完善。在公共关系职业诞生的一百多年时间里，国际、国内的公关组织和公关学者给公共关系下的定义多达几百种。

（一）国外的公共关系定义

1976 出版的《韦伯斯特 20 世纪新辞典》认为，公共关系是通过宣传与一般公众建立的关系，是公司、组织或军事机构向公众报告它的活动、政策等情况，试图建立有利公众舆论的职能。这一定义是对早期公共关系的反映，它强调社会组织的行为和利益。社会组织向公众单向地发布信息，不考虑公众的信息反馈，把公众看成机械的信息接收者。在公共关系的活动中不注重公众的利益，认为公共关系的目标仅仅是为组织建立有利的公众舆论。

在《大众传播学导论》中，公共关系的定义有所发展，认为公共关系是一个公司或机构为它的各类公众建立有利于双方关系而采取的有计划、有组织的行为。这个定义开始涉及公众的利益，强调公共关系要为组织和公众双方的利益服务。

1980 年出版的《美利坚百科全书》认为，公共关系是关于建立一个组织同既定公众之间相互了解的活动。这一定义明确了公共关系的双向性，即“相互了解”，为公共关系的进一步发展提供了理论依据。

1981 年出版的《不列颠百科全书》认为，公共关系是旨在传递有关个人、公司、政府机构或其他组织的信息，并改善公众对于其态度的种种政策或行动。这一定义强调了两点：一是要传递信息，二是要改善公众的态度。

此外，国外流行的公共关系定义还有：

1. 公共关系是一种管理职能，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或机构试图赢得与它们有关的人们的理解、同情和支持。这是国际公共关系协会关于公共关系的定义。

2. 首先，公共关系是一个人或一个组织为获取大众的信任 and 好感，借以迎合大众的兴趣来调整其政策与服务方针的一种经常不断的工作；其次，公共关系是将这种已调整的政策与服务方针加以

说明,以获取大众了解和欢迎的一种工作。这是美国公共关系协会征询了 2000 余名公共关系专家的意见后提出的定义。’

3. 公共关系工作是为建立和维持一个组织与公众之间的相互理解而付出的一种有目的、有计划的持续努力。这是英国公共关系协会的定义。

4. 公共关系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,而有计划地采用一切向内和向外的传播方式的总和。这是英国著名的公共关系专家弗兰克·杰弗金斯(Frank Jefkins)提出的公共关系定义。

5. 公共关系是帮助一个组织和它的公众之间建立和维持交往与合作关系的一种管理职能;它涉及到各种问题的处理;它使管理部门为公众舆论服务,并对公众舆论做出反应;它明确并强调管理部门为公众利益服务的责任;它帮助管理部门掌握情况的变化,并有效地运用这些变化,使之成为帮助预测趋势的早期警报系统;它以良好的、符合职业道德水准的传播技术和研究方法作为自己的主要工具。这是美国公共关系和教育基金会的哈罗博士在分析归纳了 472 个公共关系定义后提出的定义。这个定义被认为最具有代表性。但这种过于繁琐的表述不仅使定义违背了言简意赅的要求,也晦涩难懂,不便于人们学习和掌握。

(二) 国内的公共关系定义

近几年来,我国的公共关系著作和公共关系学者也给公共关系下了众多的定义:

1. 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和艺术。这是熊源伟主编的《公共关系学》中的定义。

2. 公共关系是一种内求团结、外求发展的经营管理艺术。它运用合理的原则和方法,通过有计划而持久的努力,协调和改善组织机构的对内对外关系,使本组织机构的各项政策和活动符合广大

公众的需求，在公众中树立起良好形象，以谋求公众对本组织机构的了解、信任、好感和合作，并获得共同利益。这是王乐夫等编著的《公共关系学》中的定义。

3. 公共关系是一个社会组织用传播手段使自己与公众相互了解和相互适应的一种活动或职能。这是居延安编著《公共关系学导论》中的定义。

4. 公共关系是运用各种信息传播手段，在组织机构的内部和外部形成双向的信息流通网络，从而不断地改善管理与经营，赢得社会各界的信任和支持，取得自身效益与社会整体效益完善统一的政策与行动。这是明安香编著的《当代实用公共关系》中的定义。

5. 公共关系是社会组织运用柔性传播手段来协调与公众之间的关系，塑造组织形象，使组织、公众、社会共同受益的管理活动。这是何慧星等编著的《公共关系学》中的定义。

另外，还有一些形象直观的公共关系定义。如：

“公共关系是百分之九十靠自己做得对，百分之十靠宣传。”

“公共关系是说服和左右社会大众的技术。”

“公共关系就是争取对你有用的朋友。”

“公共关系是信与爱的运动。”

“公共关系就是讨公众喜欢。”

“公共关系就是促进善意。”

“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。”

“PR（公共关系）= P（自己行动）+ R（被人认识）。即 Personally act + Recognize。”

（三）公共关系定义的归纳

上述各种公共关系定义的表述虽然存在差异，但其基本思想是相同的。通过对众多公共关系定义的分析，我们可以归纳出以下观点：