

公共关系

百题问答

吴文虎 编著



新闻学自学辅导丛书

中国新闻出版社

新闻学自学辅导丛书

公共关系学百题问答

吴文虎 编著

中国新闻出版社

1988年·北京

公共关系学百题问答

责任编辑：郑昭红

公共关系学百题问答 吴文虎编著

中国新闻出版社出版发行
(北京朝阳门外水碓子东里24号)
北京东光印刷厂印刷
新华书店经销

787×1092毫米 32开 印张5 字数100千
1988年8月第1版 1988年8月第1次印刷
印数：1—17000册

ISBN 7-80041-078-1/G·73 中

定 价：1.45元

京 32 1 3841

出版说明

党的十一届三中全会以来，我国新闻事业空前繁荣，新闻队伍日益壮大，新闻研究工作和新闻教育事业蓬勃兴起。为了适应这一新的发展形势，我们编辑出版了这套新闻学自学辅导丛书，作为普及新闻学知识的系列读物。

这套丛书的内容，除新闻理论、新闻采访写作、新闻评论写作、新闻摄影、广播电视新闻、报纸编辑、中国新闻事业史、外国新闻事业、现代国际关系等传统专业科目外，还包括新闻心理学、新闻事业经营管理、传播学概论、广告学、公共关系学等新发展起来的学科。

为了便于读者抓住重点，方便记忆，每册都采用了“百题问答”的形式。设题务求全面、明确，解答力求准确、简练、通俗；尽量做到理论联系实际，具有科学性、知识性和可读性。

这套丛书的读者对象，是新闻单位的编辑、记者和通讯员、党政机关和部队的宣传干部，大专院校、电视大学、业余大学新闻专业的学生，参加自学考试的新闻专业的学员以及对新闻有兴趣的广大城乡职工、知识青年和中学生。

本书编写者，主要是暨南大学新闻系、历史系和中国社会科学院新闻研究所的教师和科研人员。在编写过程中，主要参阅了全国高等教育自学考试新闻专业委员会指定的教材和已经出版的一些新闻学著作。由于编写时间仓促，错误和不足之处在所难免，希望新闻界同行和广大读者指正。

即 刻 出 版

中国新闻出版社编辑部

1987年12月

(18)	? 公共关系学概论	33
(28)	? 公共关系学概论	33
(78)	? 公共关系学概论	33
(86)	? 公共关系学概论	33
(96)	? 公共关系学概论	33

目 录

1. 什么是公共关系?		(1)
2. 什么是公共关系学?		(3)
3. 公共关系学的研究范围是什么?		(5)
4. 公共关系学的研究对象是什么?		(6)
5. 公共关系和宣传有什么区别?		(8)
6. 公共关系和广告有什么不同?		(9)
7. 公共关系和民意测验有什么关系?		(11)
8. 公共关系和社会交际往来是一回事吗?		(12)
9. 学习公共关系学有什么现实意义?		(13)
10. 为什么说在我国开展现代公共关系势在必行?		(15)
11. 现代公共关系兴起的主要原因是什么?		(17)
12. 公共关系的发展经历了哪几个历史时期?		(18)
13. 艾维·李创立的公共关系思想是什么?		(20)
14. 伯尼斯对公共关系作出了什么贡献?		(21)
15. 为什么说公共关系学是应用性的边缘学科?		(23)
16. 为什么说公共关系学是一门管理哲学?		(24)
17. 公共关系学和传播学有什么联系?		(26)
18. 公共关系学和市场营销学有什么联系?		(28)
19. 公共关系有哪些基本特征?		(29)
20. 一般社会的人群关系有哪些属性?		(31)
21. 什么是社会关系?		(32)

22. 什么是个性关系?.....	(34)
23. 公共关系的基本性质是什么?.....	(35)
24. 为什么说公共关系是一种公众关系?.....	(37)
25. 为什么说公共关系是一种传播活动?.....	(38)
26. 为什么说公共关系是一种管理职能?.....	(39)
27. 什么是公众? 它是何特性?.....	(41)
28. 公众是怎样分类的?.....	(42)
29. 何为非公众、潜在公众、知晓公众和行动公众?...	(44)
30. 社会环境与社会组织及公众之间有什么联系?...	(45)
31. 什么是公共关系意识?.....	(46)
32. 构成公共关系的三大要素是什么?.....	(47)
33. 为什么说社会组织是公共关系的主体?.....	(49)
34. 为什么说社会公众是公共关系的客体?.....	(50)
35. 为什么说公共关系的活动过程就是传播过程?...	(52)
36. 怎样寻求公共关系的最佳传播效果?.....	(53)
37. 公共关系有哪些主要职能?.....	(55)
38. 何为公共关系信息? 怎样收集公共关系信息?...	(56)
39. 怎样建立企业的社会信誉?.....	(58)
40. 什么是企业形象?.....	(60)
41. 良好的企业形象应当具备哪些条件?.....	(61)
42. 公共关系怎样发挥协调沟通、争取谅解职能? ...	(62)
43. 公共关系怎样为领导提供咨询和提出建议?.....	(64)
44. 企业内部怎样借助公共关系对所属员工进行教 育和引导?.....	(65)
45. 公共关系怎样为企业和社会增进效益?.....	(66)
46. 公共关系怎样为企业经营决策发挥作用?.....	(68)

- (47) 什么是公共关系的基本原则?..... (69)
- (48) 公共关系为什么要坚持以事实为基础?..... (71)
- (49) 公共关系为什么要以公众研究为根据?..... (72)
- (50) 公共关系为什么要以公众利益为出发点?..... (73)
- (51) 公共关系为什么要以科学为指导?..... (75)
- (52) 公共关系学和“庸俗关系学”有什么区别?..... (76)
- (53) 什么是公共关系的“四步工作法”?..... (78)
- (54) 怎样通过调查分析确立公共关系的目标?..... (80)
- (55) 怎样制订公共关系的计划方案?..... (81)
- (56) 怎样实施公共关系的计划?..... (83)
- (57) 怎样评价和改进公共关系工作?..... (84)
- (58) 根据工作方式划分可有哪几种公共关系模式?... (86)
- (59) 根据组织与环境之间的整合状况,可以划分哪
(60) 几种公共关系模式?..... (88)
- (60) 什么是组织或企业内部和外部的公共关系?..... (89)
- (61) 怎样处理组织与大众媒介的关系?..... (91)
- (62) 怎样处理企业与消费者之间的关系?..... (92)
- (63) 怎样处理组织与社区之间的关系?..... (94)
- (64) 怎样处理企业与股东之间的关系?..... (95)
- (65) 怎样处理组织与政府部门之间的关系?..... (97)
- (66) 怎样处理组织内部的员工关系?..... (98)
- (67) 一个组织应当怎样掌握开展公共关系活动的时
(68) 机?..... (100)
- (68) 公共关系的组织机构有哪几种类型?..... (101)
- (69) 组织和企业怎样着手建立公共关系部门?..... (103)
- (70) 什么是公共关系咨询公司及其经营方式?..... (105)

71. 公共关系部门有哪几项基本业务?.....	(106)
72. 什么是公共关系的调查?.....	(108)
73. 公共关系调查有哪几种主要方法?.....	(109)
74. 怎样进行公共关系的个案研究?.....	(111)
75. 公共关系广告和一般广告有什么不同?.....	(112)
76. 什么是公共关系预算?.....	(114)
77. 公共关系部门怎样编写年报?.....	(115)
78. 公共关系部门怎样准备宣传资料?.....	(116)
79. 公共关系部门怎样制作有特色的新闻报道?.....	(118)
80. 公共关系部门怎样处理突发性事件?.....	(119)
81. 公共关系部门怎样进行谈判?.....	(120)
82. 公共关系部门怎样组织各种有关活动?.....	(122)
83. 公共关系部门怎样筹备各种有关会议?.....	(124)
84. 公共关系人员应当具备哪些基本素质?.....	(125)
85. 公共关系人员应当遵守哪些职业道德准则?.....	(127)
86. 公共关系人员应从事哪几项主要工作?.....	(128)
87. 公共关系人员应有哪些组织能力?.....	(129)
88. 公共关系人员应有哪些交际能力?.....	(131)
89. 公共关系人员应有哪些宣传推广能力?.....	(132)
90. 公共关系人员应有哪些表达能力?.....	(134)
91. 怎样培养和训练公共关系人员?.....	(135)
92. 公共关系部经理的职责和工作范围是什么?.....	(136)
93. 公共关系主要运用于哪些社会领域?.....	(138)
94. 怎样开展工商企业的公共关系?.....	(139)
95. 怎样开展交通旅游业的公共关系?.....	(141)
96. 怎样开展旅馆饭店业的公共关系?.....	(142)

97. 新闻机构是否需要开展公共关系?.....(144)
98. 政府部门怎样开展公共关系?.....(146)
99. 什么是国际公共关系?.....(147)
100. 怎样建立有中国特色的公共关系学?(149)

1. 什么是公共关系?

“公共关系”一词，最早出现于1882年的美国，它是英语 Public Relations 的直译，简称“公关”(PR)。

公共关系是一个组织运用传播的手段，使自己适应环境、增进内部及社会公众的信任与支持，并使环境适应自己，为自身发展创造最佳社会关系环境的一种活动。它的主要职能是沟通信息，协调关系，扫除障碍，谋求合作。

对于公共关系的确切涵义，人们的认识并不一致。有关公共关系的定义很多，主要可分以下几种类型：

公共关系是一种管理职能，或属管理哲学的范畴。

国际公共关系协会曾这样提出：“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，公私机构与组织试图赢得与其有关的人们的理解、同情和支持。亦即依靠对舆论的估计，尽可能协调其政策与措施，依靠有计划的、广泛的信息传播，争取建设性的合作，以获致共同利益。”

在美国公共关系研究和教育基金会的赞助下，莱克斯·哈洛博士从收集到的472条公共关系定义中，筛选、归纳出了这样一个定义：“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、接受和合作关系；参与问题和纠纷的处理；使管理部门了解公众舆论并作出反应；明确和加强为公众利益服务的管理责任；它还作为监视预警系统，帮助管理部门预先作好应变准备，与社会动向保持一致并有效地加以利用。它用调查研究和良好的、合乎道德的传播技术作为重要工具。”

美国公共关系专家康菲尔则认为：“公共关系是一种管理哲学，在所有决策和行动上，都以公众利益为前提。此项原则应厘定于政策中，向社会公众阐扬，以获得谅解和信任。”

二、强调公共关系中组织和公众之间利益上的互惠与认同。

早期的公共关系强调为组织的利益服务和信息的单向传递，1976年版的《韦伯斯特二十世纪新辞典》仍在定义内保留了这一痕迹。它认为，“公共关系是通过宣传与一般公众建立的关系；是公司、组织或军事机构等向公众报告它的活动、政策等情况，企图建立有利的公众舆论的职能。”

经过长期的实践，人们已认识到：“公共关系是评价公众态度，为个人或组织的政策和工作程序与公众利益建立认同关系，制订和执行行动计划以求公众理解和接受的管理职能。”（美国《公共关系通讯》）1978年世界公共关系协会在墨西哥大会的声明中也认为：“公共关系是分析趋势、预测趋势、为组织领导提供决策咨询，执行既有利于组织又有利于公众的行动计划的艺术和社会科学。”

三、强调公共关系是一种信息传播交流的活动。

美国公共关系学权威柯特利普和森特认为，“公共关系是以相互满意的双向传播为基础，以好名声和负责任的

行为影响舆论的有计划的努力。”英国公共关系学会也把公共关系定义为“在组织和它的公众之间建立和维持相互了解的、有目的、有计划的持续过程。”

此外,还有不少有关公共关系的通俗解释,如公共关系是“一门研究如何建立信誉,从而使事业获得成功学问”;是“旨在影响特殊公众的说服性传播”;公共关系就是“争取对你有用的朋友”等等。这些解释,有助于我们对它的理解。

2. 什么是公共关系学?

公共关系学是研究组织或个人与其有关的公众或团体,借助信息传播建立互相了解和依赖的关系,以获得对自身有益的支持与合作的过程及规律的一门学科。

就一般意义上来说,作为组织或个人,与公众之间相互了解和信任的公共关系活动早已有之。但是,作为现代管理科学和借助大众传播媒介的公共关系工作,则在本世纪初起源于经济发达的美国。而公共关系学是在现代公共关系的实践中不断积累和提高,并在公共关系事业出现之后才逐步形成的。1904年,被称为“现代公共关系之父”的《纽约时报》记者艾维·李,在纽约开办了第一家宣传事务所,成为向顾客提供劳务咨询而收取费用的第一个公共关系从业人员。1908年,美国电话电报公司率先配备公共关系专职人员,尔后又设立了公共关系部。许多大企业也纷纷仿效,公共关系事业开始有了迅速的发展。1923年,纽约大学首先开设公共关系课程,由著名学者、当代公共

关系学权威伯内斯主讲。

第二次世界大战以后，公共关系事业在美国和世界各地都有了很大的发展。公共关系机构除在政治界、实业界设立以外，还遍及教育、卫生、工会、宗教、慈善等各种部门，在现代政治、经济、文化等领域中作用日益显著。目前，美国公共关系从业人员超过12万人，公共关系专业咨询公司有1500多家，数以百计的大学设有公共关系专业，并出版了大量的有关公共关系的研究文献和学术专著。在西欧、北美、大洋洲、非洲的许多国家和我国香港、台湾及大陆沿海地区，都越来越重视公共关系事业的发展。国际公共关系协会成立于1955年，总部设在伦敦。截至1983年底，已拥有来自60个国家的760名会员。

公共关系学是商品经济高度发展的产物，是现代经济与社会活动空前复杂的产物，是反映社会现代化生产规律和社会人际关系的先进管理科学。它是一门应用性很强的学科，主要研究的内容有：

一、公共关系的职能。主要研究公共关系的四大职能，即建立信誉，加强竞争，争取谅解，提高效益。

二、公共关系的工作程序。主要研究公共关系工作的四个步骤，即调查分析、制定方案、传播与实施、评估与调整。

三、公共关系的组织机构。主要研究各类组织和企业公共关系部和专业公共关系公司的机构设置问题。

四、公共关系与新闻媒介。主要研究公共关系工作怎样运用新闻传播媒介，企业如何与新闻媒介保持密切联系等。

五、内部与外部公共关系。包括研究企业内部处理职工关系、股东关系和在外处理客户关系、社区关系、新闻界关系的原理和具体方法。

六、各行各业的公共关系。主要研究工业、商业、服务行业、政府部门、文教机构、群众团体中的公共关系工作。

七、国际公共关系。主要研究开拓国际市场，开展国际公共关系的原理、要求和方法。

3. 公共关系学的研究范围是什么？

公共关系学的研究范围，大体上可包括公共关系的历史、理论和实务（即应用）三个组成部分。

公共关系的职业化、理论化，在实践中逐渐形成一门学科并在世界范围内得到广泛的关注和研讨，迄今还不到100年。但如追本溯源，那种原始状态的公共关系则古已有之。远古时代的人类社会，即已具备公共关系的一些基本要素，如社会组织、社会公众，相互沟通的需要和关系的形成，信息交流促成的协调一致等。因此，对公共关系的历史源流问题仍然要加以认真的考察和论证，特别要从历史的演变和沿革中，分析公共关系从原始的、一般的、不自觉的状态到近代社会取得突破性发展的基本动因和变化特征，从而丰富我们的认识，找出公共关系的发展规律。这也就是说，我们不仅要从“共时性”的角度，探讨现代公共关系的结构与功能、理论与实务，而且要从“历时性”的角度，深入挖掘公共关系的历史源流，使我们对公共关系的认识更深刻、更具体，切实做到温故而知新。

就公共关系学的理论而言，它的体系还很不完善，至今还在发展之中。不过，公共关系的实践已从一个地区、一个国家扩展到世界各国，近百年来已经积累了甚为可观的经验。这就为我们继续深入探讨这一学科的基本原理、理论构架、主要观点、研究方法和具体技能等，提供了良好的客观条件。而且，公共关系学的先驱和不少学者也已进行了许多开拓性的工作。在公共关系学的理论建设中，我们还需要注意它的应用性、边缘性和独立性。公共关系学不是社会科学中“牵头”的基础理论，而是具体的应用理论。同时，公共关系学植根于行为科学，与社会学、心理学、人类文化学、传播学、市场营销学有着密切的联系，而且还要在众多的学科边缘中形成独特的核心理论，成为一门独立的新兴学科。

公共关系学由于其自身应用性很强，因而有关实用部分的内容最为丰富。国内外有关公共关系的专著、教科书和文献资料，多半都以公共关系的实务作为研究和阐述的重点。我们不能因为公共关系学论及具体细致的方法、手段、技巧而把它看作是有“术”而无“学”，是一种先天的弱点。其实，这正是不少应用学科的优势和特点。公共关系学和那些理论抽象层次很高的基础学科如哲学、美学等，是不能简单地类比的。我们需要使之条理化、系统化，并且得到有关理论的指导和滋养。

4. 公共关系学的研究对象是什么？

确定公共关系学的研究对象，就是在这一学科的研究

范围内确定具体的研究目标。总的说来，公共关系学的研究对象是社会组织的公共关系。一方面，社会组织的公共关系不同于一般社会人际关系，如家庭关系、朋友关系、同学关系、同乡关系、同事关系等，而是社会组织与它所联系和相关的公众之间的关系。另一方面，社会组织的公共关系应当看作是一种自觉的、有意识的专门性的公共关系活动。因为公共关系的状态存在于任何组织或个人之中，这种状态往往是一种社会交往和人际交往的需要与具体表现，人们并不自觉地意识到这是一种值得探讨的行为，一种需要改善的活动，一种独特的管理职能。这也就是说，我们只有把自觉与不自觉、专门性与一般性的公共关系行为或活动加以区别开来，才能更好地把握住这门学科的研究对象。

具体地说，公共关系学的研究对象是：一、研究与社会组织或企业相关的“公众”关系，以及如何妥善处理这些关系（如消费者关系、媒介关系、社区关系、内部公众关系等）；二、研究社会组织与公众之间运用信息传播进行相互沟通的规律；三、研究公共关系作为社会组织的一种重要管理职能的具体规律。

从以上三个方面去研究公共关系学，仍然是客观的整体的探讨。而这种探讨又必须和微观的分析紧密地结合起来。比如，可以深入研究其中一种公众关系，并且置于某一公共关系活动中去详加考察。再如，公共关系的实务涉及许多手段、方法与技能的运用，对此既要详细地条分缕析，加强它的实用性；同时，又应和公共关系意识、理论和原则联系起来。这样做，并不是去肢解公共关系学的研