

公共关系学

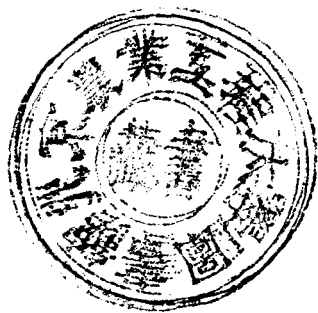
王辉 张进 编著

光明日报出版社

2012.3
27

公共关系学

王 辉 张 进 编著



光明日报出版社

2R22/11

公 共 关 系 学

王 辉 张 进 编著

光明日报出版社出版发行

新华书店经销

顺义太平印刷厂印刷

787×1092毫米32开本 9.25印张 196.000字

1989年11月第1版 1989年11月北京第1次印刷

印数0.001—6,500

SIBN 7—80014—541—7/B·028 定价4.00元

目 录

第一章 公共关系简介.....	(1)
第一节 公共关系概要.....	(1)
第二节 公共关系的历史沿革.....	(7)
第三节 我国公共关系的现状.....	(16)
第二章 公共关系的组织结构.....	(19)
第一节 公共关系在组织中的作用.....	(19)
第二节 公共关系部门的结构和职能.....	(23)
第三章 公共关系的计划.....	(30)
第一节 公共关系目标的确定.....	(30)
第二节 公众的确认.....	(48)
第三节 公共关系预算.....	(57)
第四节 公共关系结果的评估.....	(59)
第四章 公共关系技术(一).....	(78)
第一节 新闻稿的写作.....	(78)
第二节 如何举办新闻发布会.....	(85)
第三节 如何使用广播.....	(88)
第四节 如何利用电视.....	(92)
第五节 电影、照片和幻灯片.....	(96)
第五章 公共关系技术(二).....	(100)
第一节 如何进行接待和组织参观.....	(100)
第二节 宴会、自助餐和酒会的组织.....	(110)

第三节	展览会的组织	(120)
第四节	公共关系广告	(125)
第五节	一些特殊的公共关系活动	(131)
第六节	公共关系文书	(136)
第六章	企业内部的公共关系	(142)
第一节	内部信息交流与员工关系	(142)
第二节	股东关系	(159)
第七章	企业外部的公共关系	(163)
第一节	社区关系	(163)
第二节	新闻媒介关系	(172)
第八章	公共关系人员的素质和培训	(190)
第一节	公共关系人员的素质	(190)
第二节	公共关系人员素质的理论	(201)
第三节	公共关系人员的培训	(264)
附 录		
1.	国际公共关系协会行为准则	(269)
2.	英国公共关系协会 (IPR) 职业行为准则	(271)
3.	美国公共关系协会 (PRSA) 职业规范准则	(274)
4.	公共关系大事年表	(276)
5.	中外节日一览表	(285)
6.	结婚周年纪念表	(290)

第一章 公共关系简介

第一节 公共关系概要

一、公共关系已成为一门职业

在今天的美国社会里,棒球运动员、卡车司机、秘书、邮递员等人都认为自己在从事一门职业。他们认为的“职业”就是利用特殊的技能完成某项工作,从而获得报偿;然而,社会科学对职业的定义却是很窄的。社会学家认为,从传统上来看,只有三门职业,即医生、律师和教士。近年来有许多新的职业加入了这个行列,如教育、机械工程、建筑、企业管理、制药等等。

作为一门职业,它不但要有益他人和社会,还要出于从事本职业人自己的兴趣;既需要有专门的训练,也要有专门的人对此进行研究和教育工作。一项工作达到职业地位,不但要有很高的理论标准,同时,针对控制他的组织,从事某一职业的人要有很大的自主性。公共关系经过几十年的努力,在80年代的今天,已经基本上成为一门正式的职业了。

早在1922年,美国人波内斯(E.L.Bernays)就认为公共关系是一门新的职业,公共关系咨询不同于一般的大众

传播和新闻公布。从事公共关系咨询的人利用社会科学提供的各种知识了解公众的意见、动机，并利用公共关系技术和方法修正或改变某一组织、群体的意见。公共关系的目的是向公众解释某一组织、同时也向该组织提供有关公众的信息，解释、处理这些信息。25年后，一个名叫皮姆劳特（J. Pimlott）的人花了近一年的时间专门研究美国的公共关系活动。他认为公共关系是社会顺应变化的环境和解决态度、观念、制度和人格之间冲突的一种方法。皮姆劳特相信，尽管教育和通讯技术高速发展，但公共关系有助于在我们——千百万普普通通的男男女女与他们——在企业、政府、劳工组织、大学和其他地方从事管理的人们之间架起一座沟通鸿沟的桥梁。他提出，公共关系对政府尤其重要，如果政府不能做到不断地向它的公民发布信息，那么它的管理职能就不能继续进行下去。公共关系传播各种各样的哪怕是最微不足道的信息，没有这些信息，个人就不能很好地充当一个公民。公共关系活动告诉人们如何及怎样交付各种税务、怎样避免火灾、怎样才能最好地供养他的家庭、如何买到称心的衣服，进哪所学校最好，在图书馆中可以看到哪些最新的书籍等等。

波内斯和皮姆劳特上述对公共关系的描述可能过于乐观，如果真如他们所言，那么公共关系这一职业将对人民的生活起到重要作用。然而，事实却不象人们想象的那么好，即使在公共关系比较发达的美国，也只是在本世纪80年代末期，公共关系才趋近于它真正的职业状态。以前从事公共关系活动的许多人很少受过正规的专业训练，他们来自各个不同的行业，如新闻、广告、社会学、心理学等，他们没有打

算真正地进入这一行业，而只是为了生活找一个工作而已。虽然许多人的工作具有公共关系的职能，但没有真正地想使它成为一门职业。现在，公共关系作为一门正式的职业，不但从事它的人要有专门的知识和技术，而且大量的公共关系研究和教学工作，更加巩固了这一职业在社会上的地位。

二、公共关系的内涵

公共关系这一中文名称大概出现于本世纪60年代，在香港和台湾，人们称之为公众关系，两种称呼都来自英文Public Relations。其中的Relations是“关系”的意思，而Public一词却有两种涵义，一是作为形容词，意为“公共”另一种用法是作为名词，意为“公众”。在这里我们使用“公共关系”，主要是约定俗成的结果。无论是“公共关系”，还是“公众关系”叫法上无关紧要，只是一个称呼问题，通过下面的介绍，我们对Public Relations一词会有更准确和更深刻的理解。

1、公共关系不是什么

由于公共关系本身就有不同的含义，加之它完全是一种舶来品，引入我国的时间又不长，人们往往对它有一些模糊的认识。为了更好地理解公共关系，我们首先来看一看公共关系不是什么。

(1) 公共关系不是请客吃饭

有人把公共关系与庸俗的关系学混为一谈，认为搞公共关系无非就是请客吃饭，拉拉关系而已，这在根本上歪曲了公共关系的本义。

(2) 公共关系不是广告

公共关系活动虽然有时要作广告，但它与单纯的广告却

有所不同。广告的目的很清楚，就是为了在最短的时间里，在最大的范围内直接推销某种产品或服务，而且它的效果也是直接的。公共关系则不同，公共关系的目的在于塑造整个企业的形象，需要进行包括广告在内的大量工作，而效果却不是立杆见影的。

（3）公共关系不是宣传

公共关系是要进行一定的宣传工作，但它却与一般的宣传有所区别。我们传统的宣传工作，无论是企业的还是事业的，都属于政治思想工作的范畴，是政治思想工作的手段和工具。而公共关系宣传工作，则属于经营管理和行政管理的范畴，它直接参与管理过程，是经营管理和行政管理的重要组成部分。另外，宣传工作一般都是单向的“灌输”，而且往往有一些夸大的成分；公共关系则强调建立双向的信息沟通网络，既要向公众及时、准确、有效地传递自己的信息，又要随时搜集、整理公众的意见，对这些信息和意见不应该进行人为的夸大或缩小。

2、公共关系是什么

既然公共关系不是上述的活动，那么公共关系到底是什么呢？我们可以简单地概括成以下几点：

（1）公共关系是信息的发布者。它把一个组织的许多观点、想法、意见、决策及时地传达给有关的公众，起到一种新闻发布人的作用，增加公众对本组织的认识。

（2）公共关系是环境的监察者。它应及时了解公众对组织的态度，及时了解公众的有关想法，看法、并把这些信息有效地反馈给组织，增加组织对公众的了解。

（3）公共关系是信息沟通的媒介。通过它，组织和

公众可以互相沟通、互相理解，起到一种桥梁的作用。

(4) 公共关系是决策的参与者。一个组织不会是一个独立的机构，它的各项重大决策不但要依赖于公共关系提供的各种公众意见，而且决策的实施也要通过公共关系向公众发布和解释。没有公共关系的参与，很难制定一项真正切实可行的决策。

(5) 公共关系是问题的解决者。它不只是参与和辅助管理，有时则需要它独立解决问题，比如职工与领导之间有分歧、居民对工厂有意见，就需要开展公共关系活动加以解决。

三、公共关系的定义

通过以上的描述，我们或许对公共关系有了一个大概的了解。从表面上来看，从事公共关系的人，有的是专职，有的是业余。他们从事的工作有编写新闻稿、召开新闻发布会、调查职工和顾客的意见、会见本组织的经理、制定公共关系的计划、评估公共关系的结果等等，我们很难用一句话明确地给它下一个定义。我们可以首先看一下某些有影响的书籍上的公共关系定义。

1980年出版的《美利坚百科全书》的定义是：

“公共关系是关于建立一个组织同其既定公众之间相互了解的活动”。

1981年出版的《不列颠百科全书》对公共关系是这样定义的：

“旨在传递有关个人、公司、政府机构或其他组织的信息，并改善公众对其态度的种种政策或行动”。

《韦伯斯特新国际辞典》第3版从三个侧面给公共关系

下了定义：

“通过传播有说服力的材料，促进邻里的相互信任和估价公众的反映，以便增进个人、公司或机构同他人、各种公众及社区之间的亲善友好关系。

个人、组织或机构同公众获得亲善友好关系的程度。

发展相互了解和友好关系的艺术和科学”。

国际公共关系协会关于公共关系的定义是：

“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人们的理解、同情和支持”。

我们还可以举出许多种不同的定义，每一个从事或研究公共关系的人对它都会有不同的定义和看法。在本书中，我们对公共关系下的定义是这样的：

公共关系是管理的一种形式，是对组织和它的公众之间相互沟通的管理。

组织、公众、沟通不但是理解公共关系概念的关键，也是本书常用的三个概念，我们在这里进行详细的说明。

组织是由一群人组成的，根据职责、权力而进行不同的分工和层次划分，具有明确的目标、制度和独特的意识，并随时与外部环境进行调整和适应的有机体。

公众是指这样的一些群体，他们的共同利益受某一个组织的行动和政策的影响；反过来，这些群体的行动和意见也影响着这个组织。不同的组织具有不同的公众。比如：

一个工厂面临的公众，从其内部来说，大体上有工人、干部、技术人员，可能还有股东、董事等；从其外部来说，大体上有客户、原料供应商、同行企业、政府部门、新闻界

等等。

一所学校面临的公众就不同于工厂了。从其内部来说有教师、后勤人员、行政干部、学生；从其外部来说有学生家长、考生、校友、赞助者、上级教育部门等。

沟通是指个体、团体或组织的一种行为，当人们需要把自己的信息传递给他人，或从他人那里获得信息时就需要进行沟通。

应当指出，公共关系过分地受到社会科学的影响，甚至可以说公共关系只是社会和行为科学的应用，由于这些社会科学的内容过于广泛（包括心理学、经济学、社会学、人类学、政治学、地理学等），如果公共关系过多地依赖这些学科，不但自己不能及早地独立起来，同时也使人们觉得它不是一种正式的职业。从事公共关系实践和教学的人，要想使其成为一种正式的职业，就必须在借鉴其他社会科学知识的基础上发展公共关系自己的概念和理论框架，同时将这些理论应用于实践活动。

第二节 公共关系的历史沿革

要想了解和学习一门学科，必须对它的历史发展有所认识。下面我们就介绍一下公共关系的历史发展过程。

一、希腊、罗马时代

讲到公共关系的历史发展，几乎所有的人都会提到古希腊和罗马时期的类似公共关系活动。在古希腊，诗人就是公共关系人员，有韵律的诗歌便于记忆，也便于流传，所以，有钱的贵族就利用这一工具为她们歌功颂德。雇用来的诗人

充当了最初的宣传人员。这种用诗歌操纵舆论的作法在古希腊是很普遍的。

罗马人改进了诗歌的形式，使它更加精练，并巧妙地渗透到政府工作中，政府委托诗人创作诗歌宣传政府的主张。

罗马帝国以后，世界文明走向衰落。中世纪是一个充满恐惧和迷信的时代，欧洲分割成许多小国，互相之间经常打仗，人们之间几乎没有正常的交流。这个时期，意大利北部和法国的一些诗人形成了唯一的传播媒介，他们用诗歌传唱各种消息，从一个城堡到另一个城堡，从一个镇子到另一个镇子。他们的诗歌饱含着巨大的热情、丰富的信息和强烈的反抗欲望，受到人们的欢迎。

文艺复兴时期出现的机器印刷技术，对宣传活动产生了很大影响，人们的意见和政府的主张可以迅速地互相沟通。随后的17、18世纪，政客们越来越多地使用印刷品向公众陈述他们的观点和主张。17世纪60年代，第一张报纸问世，它和图书、传单，外加法国的沙龙和英国的咖啡馆，成为了重要的新闻媒介和信息沟通的工具。

二、公共关系对美国革命的影响

许多人认为美国革命是历史上“类似公共关系”活动的最重要产物。美国的学龄儿童天天学到的东西和绝大部分成人所相信的都一样：美国革命是普通的公民为反对不受欢迎的政府而开展的运动，是殖民地人民反对专制君主的斗争。美国独立战争之前，绝大多数有权势的公民是支持英国人统治的；而绝大多数的平民百姓则漠不关心。要想推翻殖民统治，必须要赢得公众的支持，这就必须进行一番艰苦的宣传工作。

没有人把当时的宣传鼓动者描述为公共关系的先驱，宣

传活动也不是这些人天天都在从事的工作。然而，他们所作的许多推动革命的工作与现在公共关系人员所从事的工作是非常相似的。我们可以举出几个当时起到重要作用的宣传家，如詹姆斯·欧提斯（J. Otis）、约翰·亚当斯（J. Adams）、本杰明·弗兰克林（B. Franklin）、托马斯·潘恩（T. Paine）、亚历山大·汉密尔顿（A. Hamilton）等。当然，最重要的一个人是萨缪尔·亚当斯（S. Adams），从1750年起，他出于某种个人的原因仇视英国人，并和一些人联合起来组织反对英国人的革命活动，他们到处收集材料，详细，但有时不免夸大地公布英国人对美国当地人的迫害。到1783年在这33年的时间里，共印刷出版了1500多种攻击英国人的小册子，其中有许多是亚当斯亲自编写的。他还在13个殖民地区建立了通讯委员会，以便保持联系，通报英国人的胡作非为。由于这样不断的宣传，使人们认识到了英国的罪恶，激发了人们的反英情绪，独立战争不可避免地爆发了。

美国独立战争时期，有个民族英雄名叫内森·希尔（N. Hill），他的故事在当时广为流传，就是现在，他的名字也为人们所熟知。而实际上，他的英雄形象是由亚历山大·汉密尔顿塑造的。内森·希尔是一个不高明的间谍，在执行第一次任务时就被捕了，被捕后就没有说过一句话；而汉密尔顿却让他“说”出了那句著名的话：“我遗憾的是我只能为我的祖国贡献一次生命”。汉密尔顿认识到在革命处于低潮的时候，需要一个殉难者来鼓舞人们的士气，于是就塑造了这一形象。当希尔的事迹传开后，令人难以置信地激发了美国人坚持斗争到底的精神，取得了最后的胜利。

总之，如果没有上述这些人长期的类似公共关系活动，

美国是不会这么早从殖民地的统治中独立出来的。

三、公共关系的正式建立

虽然公共关系有一个这么长的过去，但这些类似公共关系的活动不能称之为真正的公共关系。我们现在普遍接受的公共关系一词最早出现在1882年，美国律师、文官制度倡导者多尔曼·伊顿（D. Eaton）在耶鲁法学院发表了题为《公共关系与法律职业的责任》的演讲，为公共关系这一概念在现实意义上的应用开创了先例。

1903年，艾维·李（Ivy L. Lee）开办了宣传咨询事务所，公开对外营业，具有了公共关系职业的雏型，他也因此而成为公共关系的鼻祖。艾维·李的许多思想对现在的公共关系很有影响：他认为必须告诉人们好的消息和坏的消息，要相信民众的智慧，如果人们了解了真相，他们会做出正确判断的，在处理宾夕法尼亚铁路案中就证明了这一点。当时，宾夕法尼亚铁路发生了使许多人丧生的严重事故，开始时老板们想把这些隐瞒下来，但艾维·李认为这只能欲盖弥彰。因为血已洒在了路上，遇难者的悲痛是隐藏不了的，只能向死难者家属和伤者赔偿，并同时加强铁路安全，这样才是最好的解决方法，也有利于今后铁路的进一步发展。结果，他把这一次惨案变成了一次公共关系宣传活动，并取得了预想的成果。

1908年，美国电话电报公司（AT&T）首先设立了公共关系部，新闻关系专家韦尔（T. N. Vail）担任第一任经理，该公司首先利用公共关系广告树立公司形象。1913年，爱德华·波内斯被福特汽车公司聘任为公共关系经理，为公共关系发展做出了重大贡献。1919年，波内斯夫妇创办了第一家公共关系公司。1924年，美国《芝加哥论坛报》发表社论，

评说公共关系已成为一项专门职业、一种管理艺术和一门科学，号召企业管理人员和社会各界重视公共关系。由此公共关系这一概念广为流行起来，美国各界都纷纷成立相应的公共关系协会。1955年，国际公共关系协会成立于伦敦，现拥有来自60个国家的760多名会员，并有自己的刊物。公共关系的研究和教育活动也在世界范围内蓬勃兴起。

四、公共关系的四种模型

为了更好地认识公共关系，了解它的发展过程，我们把公共关系的发展分为四种模型来介绍，这四种模型是：(1)新闻代理模型、(2)公众信息模型、(3)双向非对称模型、(4)双向对称模型。这四种模型都有自己不同的目标、沟通形式，需要不同的方法来评估他们的成败，这四种模型代表了公共关系发展的四个阶段，也可以看作是现有公共关系活动的四种形式。它们发展的时间虽然有所不同，但在现代的公共关系活动

表1—1 公共关系四种模型的比较

模 型	新闻代理	公众信息	双向非对称	双向对称	
内 容	目 的	宣 传	传播信息	科学的说服	相互理解
	沟通形式	信息源→ 接受者	信息源→ 接受者	信息源↔ 接受者	团体↔团体
	研究情况	很少进行研究	很少；只有 读者调查和可 读性研究	态度、评估 研究	有关理解和 评估的研究
内 容	沟通性质	单向	单向	双向、非平衡	双向、平衡
	在现代公共 关系活动中应 用的比例	15%	50%	20%	15%

中都有应用.我们通过下面这张表,详细地介绍这四种模型。

1、目的不同

四种模型首先在目的上有所不同,即它们为所在组织行使的职能不同。尽管公共关系的主要目的是沟通,但这四种模型却各有侧重。

在新闻代理模型中,宣传是其唯一目的,因而在这里所提供的信息是不完全的,甚至有时是不真实的、歪曲的。

在公众信息模型中,公共关系的目的是传播信息。这不一定有说服他人的意图,只是把有关的信息公布出去而已。从事这一活动的人主要是新闻界人士,他们的工作只是把各组织的信息客观地告知公众。

虽然非对称性的公共关系活动其职能是科学地说服,然而从事这一工作的人却更象出版商或广告员,他们利用社会科学中有关态度的理论和研究作为说服公众的工具,以使公众接受本组织的观点或做出有利于本组织的行为。

在双向对称模型中,公共关系活动是组织和公众之间沟通的一个媒介,目的是促使组织和它的公众之间的相互理解。虽然这时也使用社会科学的理论和方法,但对公共关系计划和评估的理论不再是说服理论而是传播理论。

2、沟通的形式、性质不同

我们也可以从沟通的性质、形式上来看这四种模型的不同。在前两种模型中,信息总是从组织向公众单方面的传递,从事公共关系的人认为他们只需告诉他人有关的信息,而不用去倾听别人的意见。当然,这两种模型之间也有差别,在新闻代理模型中,公共关系人员一般来讲不对所宣传的东西负责,因而可以有一些虚构的东西,在公众信息模型中则不能如