

EFFECTIVE PUBLIC RELATIONS

有效
公共
关系

斯科特·卡特李普 著
阿伦·森 特
格伦·布鲁姆

中国财政经济出版社

斯科特·卡特李普
阿伦·森 特 著
格伦·布鲁姆

有效公共关系

汤滨 王彦 孙会良 译
沈其煜 校订

中国财政经济出版社

DA 58/20

6th edition

Effective Public relations

© 1985, 1982, 1978, 1964, 1958, 1952

版权 Prentice-Hall, Inc, Englewood Cliffs,
New-Jersey 07632

有效公共关系

斯科特·卡特李普

阿伦·森特 著

格伦·布鲁姆

汤滨 王彦_译 孙会良 译

沈其煜 校订

*

中国财政经济出版社出版

(北京东城大佛寺东街8号)

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

*

密云双井印刷厂印刷

850×1168毫米 32开 17.875印张 1插页 425 000字

1988年11月第1版 1988年11月北京第1次印刷

印数: 1—9 300 定价: 6.30元

ISBN 7-5005-0269-9/F·0238

译 者 的 话

公共关系学是一门新兴的管理科学。它在整个世界范围内受到了极为广泛的重视，“公共关系热”已经席卷全球。美国是公共关系学最发达的国家之一，有许多经验值得借鉴。正因为如此，我们翻译了《有效公共关系》一书，把它献给我国企业界、政府部门、教育部门、新闻机构、社会团体、科研单位以及其他一切有志于研究这门学科或准备献身于公共关系事业的朋友们。

《有效公共关系》是一部在公共关系领域内具有重大影响的权威性著作。自1952年出版以来，已被译成多种文字，介绍到意大利、西班牙、日本等国家。在美国，这本书已经再版了6次，我们选用的是1985年最新版本。

本书完整地阐述了公共关系学的一系列基础理论，全面介绍了具有较高价值的实际应用方法，运用了系统论、控制论、信息论等最新科学的思想与原则，并将公共关系学的理论和方法与各行业各部门的特点具体结合，分别就工商企业、社会团体、政府部门、教育部门的公共关系活动展开了专门的论述。全书分为理论与实务两大部分，内容丰富，逻辑性较强，有较强的实用参考价值。

近年来，公共关系学已随着对外开放的窗口引进我国。如果这本书能够对朋友们在各自岗位上开展公共关系活动或理论研究有所帮助，那正是我们所企望的。

我们的愿望是美好的，但水平却是有限。我们力图使这个译本忠实无误地将原书再现于读者面前。欢迎读者朋友们对翻译中的缺点与错误提出批评和指正。

应当说明，由于原书篇幅过长，译本对部分内容作了删节；一些对我国读者意义不大的注释，也从略未译。

译 者

1987年11月

目 录

序 言.....	(1)
----------	-------

第一部分 公共关系的基本理论与程序

第一章 当代公共关系概述.....	(4)
-------------------	-------

一、公共关系概念的演变.....	(4)
------------------	-------

二、公共关系的定义.....	(6)
----------------	-------

三、公共关系与市场营销.....	(8)
------------------	-------

四、公共关系的基本活动.....	(11)
------------------	--------

五、认知与成熟.....	(21)
--------------	--------

第二章 公共关系的产生与发展.....	(24)
---------------------	--------

一、美国公共关系的起源.....	(26)
------------------	--------

二、美国中期的公共关系.....	(30)
------------------	--------

三、趋向成熟时期的公共关系.....	(36)
--------------------	--------

第三章 公共关系人员.....	(63)
-----------------	--------

一、数量和规模.....	(63)
--------------	--------

二、公共关系人员队伍的几个特点.....	(66)
----------------------	--------

三、公共关系人员的工作内容.....	(70)
--------------------	--------

四、公共关系人员的角色.....	(73)
------------------	--------

五、公共关系行业特性.....	(79)
-----------------	--------

六、公共关系人员成功的条件.....	(80)
--------------------	--------

第四章 公共关系的组织环境	(84)
一、公共关系与组织管理.....	(86)
二、公共关系人员的作用.....	(87)
三、参与决策过程.....	(88)
四、公共关系部.....	(89)
五、公共关系部门的名称.....	(91)
六、组织图表.....	(92)
七、与其它部门的配合.....	(94)
八、外部顾问或咨询公司.....	(98)
九、公共关系功能与组织的一体化.....	(104)
第五章 公共关系的社会环境	(106)
一、基本趋势.....	(110)
二、趋势发展的结果.....	(116)
三、总结.....	(123)
第六章 公共关系的法律	(125)
一、公共关系与第一修正案.....	(125)
二、游说.....	(129)
三、员工与管理者之间的沟通.....	(132)
四、财务公共关系活动.....	(133)
五、利用新闻媒介.....	(137)
六、对情报的利用.....	(142)
七、版权与商标权.....	(146)
第七章 沟通与公众舆论	(149)
一、力量结构.....	(153)
二、公众舆论界说.....	(155)
三、态度形成的基本因素.....	(161)
四、一个由公众团体和公众组成的社会.....	(172)

五、态度变化的控制机制·····	(174)
六、态度变化的促成者或创造者·····	(176)
七、概括与总结·····	(177)
八、说服的原则·····	(179)
第八章 调整与适应——公共关系学的理论模式·····	(180)
一、系统考察·····	(180)
二、环境变化产生的压力·····	(183)
三、子系统与母系统·····	(184)
四、作为系统的组织·····	(185)
五、开放系统与封闭系统·····	(186)
六、控制论在开放系统中的应用·····	(190)
七、开放系统的公共关系·····	(192)
八、一个开放系统模型·····	(194)
第九章 公共关系程序一：公共关系问题确定·····	(197)
一、公共关系程序的4个步骤·····	(197)
二、调研的作用·····	(200)
三、关于调研的看法和态度·····	(200)
四、倾听是调研过程的一个环节·····	(201)
五、确定问题环境·····	(202)
六、研究过程·····	(207)
七、非规则化或“探测”方法·····	(208)
八、正式方法·····	(218)
第十章 程序二：公共关系计划与方案的设计和制定·····	(223)
一、目标管理·····	(224)
二、战略与策略·····	(229)
三、战略构思·····	(232)
四、公共关系计划过程中的难点·····	(235)

五、计划的实施·····	(240)
六、评价——事前检查·····	(244)
七、评价——事后检查·····	(246)
八、总的评价·····	(246)

第十一章 程序三：公共关系活动及沟通活动

的实施·····	(248)
一、沟通的性质·····	(250)
二、传播过程·····	(264)
三、沟通障碍·····	(265)
四、沟通活动·····	(268)
五、传统模式·····	(270)
六、语义学·····	(271)
七、作为沟通者的公共关系人员·····	(273)
八、标志的运用·····	(275)
九、沟通的7个“C”·····	(277)

第十二章 程序四：公共关系评估·····(279)

一、评估研究过程·····	(281)
二、项目评估的层次·····	(285)
三、评估结果的解释与利用·····	(297)

第十三章 内部公众·····(300)

一、沟通与工作关系·····	(300)
二、雇员关系的目标·····	(304)
三、组织文化·····	(305)
四、雇员沟通·····	(306)
五、工会——管理者与劳工关系的桥梁·····	(309)
六、沟通领导的要素·····	(309)
七、公共关系的作用·····	(314)

第十四章 内部沟通媒介	(316)
一、书面媒介.....	(316)
二、口头媒介.....	(323)
三、图像媒介.....	(327)
第十五章 大众沟通媒介	(331)
一、宣传的作用.....	(331)
二、大众媒介.....	(335)
三、公共关系广告.....	(353)
第十六章 外部公众	(355)
一、社区.....	(357)
二、社区关系的基本方法.....	(363)
三、社区关系审查.....	(369)
四、妇女.....	(370)
五、青年公众.....	(373)
六、黑人公众.....	(378)
第十七章 媒介关系	(383)
一、中间人.....	(383)
二、新闻界关系.....	(386)
三、具体的指导方针.....	(393)
四、新闻会议.....	(395)
五、新闻消息的准备.....	(399)
六、照片.....	(400)
七、优秀稿件的标准.....	(401)
第十八章 向职业化发展	(403)
一、公共关系对社会的影响.....	(405)
二、寻求职业标准.....	(408)
三、行业组织.....	(411)

四、颁发许可证问题·····	(420)
五、公共关系职业教育·····	(423)
六、公共关系科研活动与文献·····	(426)
七、追求更高的目标·····	(429)

第二部分 公共关系实务

第十九章 工商企业的公共关系 ·····	(434)
一、几个明显的特性·····	(434)
二、自由企业与公众利益·····	(437)
三、公共关系的任务与挑战·····	(444)
四、企业对新的社会环境的反应·····	(446)
五、公司的财务关系·····	(451)
六、在消费者事务中的作用·····	(456)
七、以历史作为开端·····	(457)
第二十章 协会与工会的公共关系 ·····	(459)
一、协会·····	(459)
二、工会·····	(466)
第二十一章 社会福利、保健机构、教会和艺术团体的公共关系 ·····	(472)
一、变化趋势·····	(475)
二、福利机构的公共关系·····	(476)
三、医院和保健机构的公共关系·····	(478)
四、教会的公共关系·····	(493)
五、图书馆、博物馆、艺术团体的公共关系·····	(498)
六、资金筹措·····	(499)
第二十二章 政府部门的公共关系 ·····	(507)

一、公共关系在政治运动中的作用·····	(512)
二、公共关系在政府部门的作用·····	(516)
三、联邦政府的公共关系·····	(522)
四、州与地方政府的公共关系·····	(525)
第二十三章 学校的公共关系·····	(529)
一、公共学校的公共关系·····	(529)
二、高等学校的公共关系·····	(549)

序 言

在这个充满挑战气氛的领域内，《有效公共关系》作为一本标准的基础教科书，它的第六个版本把它带入了第四个十年。

这个版本，精心地剔除陈旧的东西，全面地补充当代的内容，使这本书能够代表这一学科领域的最新发展水平，并能够展示未来的发展趋势。同时，它还真实地反映了当代所有趋于成熟的专业性先导理论所共有的一切特征——严谨，准确，注重调查研究。

自1952年出版以来，这本书一直被广泛使用，始终畅销于公共关系服务领域，还被译为意大利、日本、朝鲜和西班牙语等国语言的版本，为这些国家所使用。在整个世界范围内，本书满足了三代公共关系人员的需要。

当本书第一次出版时，公共关系行业正处于新兴时期，它的功能还没有明确地被定义，它的基本原则和思想还没有全面地被接受。而今天，它正以稳定持续的步伐向前迈进，它的功能已经实现了细分化，它的实质已经清晰地展现在人们面前，并受到广泛的理解和接受。当年许多第一次在这本书上提出的概念，今天已成为公共关系实践中的标准化程序了。在今天这个充满矛盾的世界里，冲突往往被沟通取代，人们对公共关系功能的实质已不再怀疑。由于社会在不断扩大，人们之间的联系日益加强，对公共关系的需要也在同时增长。公共关系人员，无论是作为个人还是集体，工作能力和职业道德水平都在不断提高。这一方面，可以从美国公共关系协会、国际企业沟通者协会、加拿大公共关系协会的宗旨与规划中反映出来。执教公共关系课程的大专教师们，在公共关系发展过程中起到了主要作用。

浏览一下目录就可以发现，本书第六版在结构上作了较大的调整，增加了一些新的章节，并对有些章节进行了合并、浓缩与删节。这样，就保证本书在内容上适应现代公共关系实践的需要，并对未来公共关系的发展有所启示。

根据使用这本教科书的教师们的建议，我们努力使这本书在内容与结构上同样适合于学生和刚刚进入这一领域的公共关系人员。本书阐述了公共关系的基本定义，追溯了这一行业发展的历史演变过程，并探讨了从事这一行业的专业人员的角色与素质，分析了包容公共关系活动的组织环境、社会环境和法律环境。第七章强调指出，在今天的公众舆论形成过程中，沟通比以往任何时期发挥的作用都更加重要。第八章是新补充的一章，主要是为了满足读者们对公共关系理论模式研究的需要。下面4章主要描述了解决公共关系问题的4个程序，早在1952年我们就已把它们带给了公共关系人员，但是这次又作了全面的修改与补充。根据朋友们的建议，第十八章已经移到了本书的基本理论和程序部分。本书的第二部分，详细论述了企业行业协会、民办机构、政府部门和高等教育部门的公共关系问题与实践。

许多年以来，我们一直感激广大公共关系人员、学生以及我们的同事们，是他们通过提供经过深思熟虑的建议与批评、大量的调查数据和事例以及在实践中和在课堂上持续地使用我们的著作，给予了我们大量的帮助。如果没有这样的支持与帮助，没有任何作品当然也包括这本被学生们戏称为“圣经”的教科书能够达到今天已经创造的销售记录。在这里，让我们再次表达我们衷心的感谢与感谢。

斯科特·卡特李普

阿伦·森特

格伦·布鲁姆

第 一 部 分

公共关系的基本理论与程序

第一章 当代公共关系概述

为了满足人类的各种需要与要求，不同的个人和社会单位都要建立与维护相互之间的关系。由于这些关系相互依赖与相互影响的程度不同，所以表现出不同层次的社会交往和经济往来。现代社会正是由这些与日俱增的相互依赖、复杂多样和充满矛盾的各种关系组成的。

人际关系这一术语经常用来表示研究与调整人与人之间的关系。国际关系一般仅涉及国与国之间的关系，而公共关系则是研究一个组织在其所处的社会环境中与其它组织、群体与个人之间的关系。但是在实际生活中，人们对公共关系的解释却不限于此，而是众说纷纭各不相同。本章的目的就是要明确这一概念的含义，探寻其定义的演变过程，把公共关系与组织的其它功能和活动区别开来。分析的起点应该从纵观这一概念如何随组织与社会的发展而演变开始。

一、公共关系概念的演变

在过去的年代中，各种不同的公共关系概念反映了它在各个组织与社会中所发挥的不同功能与作用，也体现了人们对正在兴起的公共关系行业根本属性的探索所付出的努力。一些重要的历史事实，表现了当今公共关系所具有的涵义的形成过程。

本世纪初，公共关系经常被用来保护大企业的利益，抵御新闻部门的攻击与政府的管理。虽然这一时期公共关系具有许多积极作用，但是，它的重点是“介绍自己的情况”，制定对应策略，影响公众舆论，避免公共政策变化给企业经营活动带来的影响。在美国卷入第一次世界大战期间，公共关系的概念被说成是一种控制着社会舆论和社会局势的单向诱导式沟通。为战争服务的“公众消息委员会”（The Committee on Public Information）也应运而生。该委员会由乔治·克里尔（George Creel）领导，主要负责组织全国性最广泛的宣传运动，统一公众舆论来支持战争。这个时期的公共关系被看作是一种影响他人的宣传活动。

诱导式宣传这一概念，一直被许多人用来解释公共关系的含义。例如，一本最近出版的字典，把公共关系定义为：“为了获得公众的理解和好感，而进行的诱导活动。”这一概念与爱德华·伯奈斯（Edward L. Bernays）的一本很有影响的书——《诱导工程学》基本吻合。至今，许多公共关系人员仍然发现，许多决策管理人员都把公共关系理解为一种诱导活动。

在第二次世界大战后的几十年中，公共关系由诱导活动逐渐演化为有组织的沟通交往活动。在公共关系的定义中也出现了“交流的”、“共同的”、“相互之间的”词语。这说明，公共关系由单方面的诱导发展为双方面的交互作用和影响。在韦氏（韦伯斯特webster）第三版国际大字典中，把公共关系解释为：“它已发展成为一种相互理解和信赖的艺术和科学。”基于这一定义，英国公共关系协会把公共关系表述为：“一个组织努力建立和维持与相关公众之间的相互了解。”在本书的前一版本中也将公共关系表述为相互作用的概念：“公共关系是通过优良的品质和尽责的行为来影响公众舆论的一种有计划的活动，它是以相互