

高校公关专业用书



公共关系概论

黄绍彬 顾之民 主编

青岛出版社

高校公关专业用书

主 编 吕明灼

副主编 胡维华

公共关系概论

主 编 黄绍彬 顾之民

副主编 雷泽宽 孙顺华

社裕禄 吕舟雷

青岛出版社

鲁新登字 08 号

责任编辑 李忠东

封面设计 范开玉

高校公关专业用书
公共关系概论
(修订本)

黄绍彬 顾之民 主编

*

青岛出版社出版
(青岛市徐州路 77 号)

邮政编码:266071

新华书店北京发行所发行

五莲县印刷厂印刷

*

1994 年 8 月第 1 版 1997 年 1 月第 4 次印刷
32 开(850×1168 毫米) 8.5 印张 2 插页 210 千字

印数 19201—24250

ISBN 7-5436-1053-1/G · 518

定价:10.20 元

“高校公关专业用书”编委会

主 编 吕明灼

副主编 胡维华

策 划 李忠东

编 委 (按姓氏笔画排列)

王圣诵 王 伟 孔祥军

孔德元 叶文琴 史玉峤

吕少平 齐 冰 孙顺华

张利庠 张克非 张宝文

杨 魁 陈德耀 查灿长

徐莉娜 黄绍彬 黄洪民

前 言

在今天这个充满挑战、竞争的世界里,由于社会交往的不断扩大,各国和各民族之间的相互依赖日益加强,战争的硝烟已逐渐被人类和平的呼声淹没,激烈的冲突正在被信息的沟通取代,以真诚的情感交流和良好的社会服务为主旋律的组织形象塑造——公共关系学不仅被世界各国普遍接受,而且在各国人民的社会经济生活中占据了相当重要的地位。

随着我国社会主义市场经济体制的建立与发展,各类社会组织、尤其是工商企业和服务行业广泛地开展公共关系活动,已显示出绚烂多彩的魅力,对社会革新起着推波助澜的作用。但是,由于人们认识上的不足,也出现了许多“错位”和“误区”,反映出我国对公共关系理论的探索比较薄弱,大量的公关人员急需培养。为此,编写一套全面、系统的公共关系教材已迫在眉睫。我们响应青岛大学吕明灼教授等提出的编写高校公关专业用书的倡议,着手编写了这本《公共关系学概论》,作为其中的一种。

本书编写采用集体讨论、分章执笔、总纂修定的方式,具体分工如下:第一章,顾之民;第二章,孙顺华;第三章,李丽舟;第四章,杜裕禄;第五章,李丽舟、孙顺华;第六章,吕舟雷;第七章、第八章,万国邦;第九章,吕舟雷;第十章,孙延洲、吕舟雷;第十一章,雷泽宽、刘宁;第十二章,孙顺华。

本书编写的特点是:各章撰稿者以认真、严谨的态度,根据自身从事该项内容的教学和科研的心得体会,充分发挥个人的学识

优势；以公关理论与我国改革开放的社会实践紧密结合，在吸取国外先进公关理论的同时，注重弘扬我国传统的优秀文化；注重公关历史发展的客观规律，突出现代公关的时代特征。全书从公关界定入手，着力阐述公共关系的性质与特征以及与公共关系相关的社会现象，从而提出研究公共关系学的现实意义。在介绍世界公关发展的轨迹时，探索了建立有中国特色社会主义公共关系的思路。本书较详尽地叙述了公共关系的三要素和四步工作法，进而为开展公关策划、公关实务活动的各种模式铺垫了路基。为适应我国各类组织都需要开展公关的要求，按政府、工商企业、服务行业、金融机构和涉外企业的具体特点，分别指出其公关活动的要旨和途径。全书力求充分体现出公关的现代气息，并试图提高公关理论的研究水平。

由于撰写者来自全国不同地方的大专院校，信息交流困难，加之编写时间紧迫，可能存在错漏和偏颇之处，祈望广大师生和社会读者批评指正。

目 录

总 序	吕明灼
前 言	(1)
第一章 导 论	(1)
第一节 公共关系与公共关系学	(1)
第二节 公共关系的性质	(6)
第三节 公共关系的主要职能	(18)
第四节 公共关系与相关的社会现象	(25)
第五节 研究公共关系的现实意义	(31)
第二章 公共关系的产生与发展	(35)
第一节 公共关系史前期争取公众的思想与活动	(35)
第二节 现代公共关系在美国的兴起与发展	(39)
第三节 公共关系在世界上的传播及发展趋势	(46)
第四节 中国的公共关系事业	(50)
第三章 公共关系的主体与客体	(59)
第一节 公共关系的主体——组织	(59)
第二节 公共关系的客体——公众	(64)
第四章 公共关系传播	(77)
第一节 公共关系的手段要素——传播	(77)
第二节 公共关系传播的功能与目的	(81)
第三节 公共关系传播的内容与形式	(84)
第四节 公共关系传播媒介的选择	(89)

第五节 公共关系传播的效果	(94)
第五章 公共关系机构与人员	(100)
第一节 公共关系机构的设置	(100)
第二节 公共关系人员的素质要求	(108)
第三节 公共关系人员的培养途径	(115)
第六章 公共关系策划	(119)
第一节 公共关系策划的类型与价值	(119)
第二节 公关策划的特征与原则	(123)
第三节 公关策划的内容	(131)
第七章 公共关系实施程序	(140)
第一节 调查研究	(140)
第二节 拟定计划	(146)
第三节 策动传播	(151)
第四节 评估效果	(154)
第八章 公共关系实务	(163)
第一节 记者招待会	(163)
第二节 展览会	(167)
第三节 典礼与仪式	(172)
第四节 社会赞助	(175)
第五节 其它公关活动	(178)
第九章 公共关系技巧	(183)
第一节 公关谈判技巧	(183)
第二节 公关演讲技巧	(190)
第三节 公关社交技巧	(195)
第十章 公关应用文与公关广告	(204)
第一节 公文、函件、简报	(204)
第二节 新闻稿	(211)
第三节 公关广告	(216)

第十一章	部门公共关系	(233)
第一节	政府机关的公共关系.....	(233)
第二节	工业企业的公共关系.....	(238)
第三节	商业服务业的公共关系.....	(245)
第四节	金融机构的公共关系.....	(252)
第五节	涉外公共关系.....	(255)
第十二章	公共关系道德准则	(261)
第一节	《国际公共关系道德准则》的制定及其内容.....	(261)
第二节	《中国公共关系职业道德准则》 的制定及其内容	(262)

第一章 导 论

公共关系导入中国以后,已在神州大地生根、开花、结果。许多社会组织自觉地开展社会主义公共关系活动,并收到了良好的效果,引起了我国各界人士的瞩目。然而,它跨进我国国门的时间不长,还远未被人们普遍认识和接受,人们认识上常常出现“错位”,甚至被引入误区。因此,高等院校很有必要开设公共关系课程,让更多的人学习和了解公共关系的涵义、特征以及它在我国社会主义市场经济中的地位与作用,并掌握公共关系的运用技巧,使公共关系在我国社会主义建设中发挥更大的作用。

第一节 公共关系与公共关系学

一、公共关系的定义

当前,人们对公共关系的理解五花八门,莫衷一是。有人认为,公共关系是一种社会关系;有人认为,公共关系是一种管理活动;也有人认为,公共关系是一种职业;还有人认为,公共关系是一种感情的融通。对公共关系的理解之所以产生诸多歧义,是因为公共关系这一语词本身存在多义现象,在不同的语境中所表达的概念不同。这种多义现象,也说明了公共关系这一概念所包含的丰富内容。

在学术界,对公共关系的理解也颇不一致,有的把它纳入管理范畴,有的把它列入传播范畴,有的把它看作是一种社会关系,也有的把它当作一种技术、一门艺术来研究。

20 世纪初,资本主义世界的经济蒙受古典经济学派“自由放任”思潮的影响,出现公共关系这一名词。它最初只是用来保护大企业家的自身利益,抵御新闻媒介的攻击与政府的管理。它的重点是“介绍自我”,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不利影响。譬如《韦伯斯特 20 世纪新辞典》(第 2 版)指出:“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,建立自身有利的公众舆论的职能。”这一概念与早期著名的公共关系理论家爱德华·伯尼斯所著《诱导工程学》讲述的有关公共关系学概念的内容基本吻合。这种单向诱导或沟通一直被许多人用来解释公共关系的涵义,他们把公共关系看成是一种影响他人的宣传活动。

20 世纪 30 年代末,美国学者哈伍德·L·蔡尔德不赞同当时公共关系的定义与传统的看法,认为公共关系不只是“调和人们态度的艺术”,也不只是“诚实和利益关系的开发”。他的基本观点是:“公共关系是对我们社会中个体或组织的具有社会意义的行为在公众利益方面的协调或调整。”这种调整一个组织内外环境的说法是现在比较成熟的公共关系概念的核心内容,但这一思想直到第二次世界大战后才作为现代公共关系概念的组成部分重新表现出来。1978 年,国际公共关系协会(The International Public Relations Association)所采用的有关公共关系的定义中,强调了“为协调组织与公众利益而提供决策咨询”作为公关定义的核心内容。该会于 1978 年在墨西哥召开的第一次国际公共关系协会世界大会上发表的《墨西哥声明》中指出:“公共关系是分析发展趋势,预测未来结果,为组织领导者提供决策咨询,执行有利于组织又有利于公众

的行为计划的艺术和科学。”在此期间，英国著名公共关系学者弗兰克·杰夫金斯认为：“公共关系就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沟通方式的总和。”

1976年，美国人莱克斯·哈洛博士在美国公共关系研究和教育基金会的赞助下，收集了472条定义，进行分析归纳，将公共关系的定义综合为：“公共关系是一种特殊的经营管理功能，它帮助一个组织与其公众之间建立并维持沟通、了解、接受和合作关系；它涉及到各种问题的处理；有助于管理部门对公众舆论的了解并及时作出反应；强调和认定以公众利益为核心的经营管理，帮助管理部门预测未来的发展趋势，消除不良趋势；运用调查研究和良好的、符合职业道德标准的传播方式作为基本手段，使之成为帮助预测趋势的早期警报系统。”哈洛博士的定义，对于公共关系的内容概括得较为全面：

公共关系的性质——是一种管理职能。

公共关系的目的一—使组织与公众之间建立良好的公共关系状态，争取公众的理解和支持。

公共关系的任务——发挥管理职能，包括调查公众、预测趋势、向领导者建议、作出顺应变化的决策。

公共关系的手段——通过良好的符合职业道德的传播技术和方式作为主要工具。

哈洛博士的定义虽然较为全面，但文字冗长，而且内容上还有所疏漏。

当今最具权威性的公共关系著作是美国斯科特·卡特李普和阿伦·森特合著的《有效公共关系》，该书1985年出版的第6次版本中对公共关系定义所包含的共同内容作了系统的概括，提出理想的公共关系活动应体现以下标准：

——它是一个组织所进行的有计划的、持续的经营管理活动。

——它研究一个组织与其不同公众之间的相互关系。

——它控制组织内外各种意识、舆论、态度和行为。

——它着力于分析一个组织的政策、行为及整个活动程序对各种公众的影响。

——它对于组织的生存与公众利益相互矛盾中的各种政策、行为、活动程序进行调整。

——它协助经营管理人员建立组织与其公众之间的互利政策、活动程序和行为。

——它建立和保持组织与其公众之间的双向沟通。

——它在组织内外,对公众意识、舆论、态度和行为方面制造一些特殊的变化。

——它建立一个组织与公众的新的关系或保持原有的关系。

通过对公共关系概念演化的概述和对公共关系实践活动的种种描述,我们对公共关系的定义作如下阐述:公共关系是一个社会组织主动地、有计划地运用双向沟通的传播手段开展各种活动,以达到维护公众利益、树立组织形象、与公众建立良好的关系状态的一种管理职能。

由上述定义可见:公共关系属管理范畴,它是一种管理职能,是通过开展公关活动达到良好的公关状态的一种管理职能。

公共关系活动,亦称为公共关系实务,指的是公共关系的动态过程,包括组织为了塑造自身良好形象而从事的一切活动(英语中称为 Public Relations Practice)。公共关系实务的内容有日常业务和专题活动两个方面。

公共关系状态是一种静态关系,指一个社会组织与社会公众之间的社会联系状态。这种联系不是单一的,而是一组联系。因此,公共关系在英语中用复数形式表示:Public Relations。例如:一个企业与其内部的各部门、全体管理人员和职工、投资者之间的联系状态,与其外部的原料供应单位、产品经销单位、广大用户、消费者、

政府有关部门、新闻宣传单位和各种社会团体以及它所处的社区的居民等种种群体和个人之间的联系状态。如果是一个学校,它所面临的公众,在内部有教师、职员、勤杂人员、其他附属机构的工作人员(如研究所研究人员、刊物编辑部工作人员)、学生,在外部有学生家长、考生、校友、上级教育部门、兄弟学校、所处地区政府有关部门和新闻单位等。学校就应与这些公众建立起良好的公共关系状态。总之,任何一个组织都面对着一组复杂的联系状态。这种联系以组织的领导机构为核心,形成辐射形的交错网络。组织内部与外部的联系,组织内部部门与部门、个人与部门、个人与个人之间的联系,外部单位之间、个人之间、单位与个人之间的联系,这些错综复杂的联系必定会影响到组织的公共关系状态。

二、公共关系学——一门综合性管理科学

从人类发展的进程看,人类科学从古代的混沌整化状态走向近代的精密分化状态,这是人类科学技术的一大进步。20世纪以来,人类科学又在高度分化的同时,出现了高度综合化的趋势。自然科学与人文科学相互渗透、相互融合、相互交叉,形成了许多新兴的综合性学科。公共关系学就是当今世界科学“综合化”、“整体化”发展趋势的产物。它是运用传播学、社会学、经济学、政治学、新闻学、心理学、逻辑学、信息论等多种现代科学知识,总结了现代经营管理和行政管理的经验与方法而形成的一门综合性很强的软管理科学。

公共关系学研究对象应包含公共关系状态和公共关系活动两个方面。前者是目的,后者是手段。

(一)静态地研究公共关系状态

围绕这个问题,公共关系学研究三个方面的内容:

1. 什么是社会组织,社会组织的功能,社会组织与它所处的社会环境的关系,公共关系组织机构。

2. 什么是社会公众,组织与内部公众、外部公众的关系。

3. 实现公共关系的中介手段——传播,传播的目的、过程、技巧、效果。

(二)动态地研究公共关系活动

围绕这个问题,公共关系学研究以下内容:公共关系的实施过程、公共关系策划、公共关系实务的具体任务、公共关系实务的技术和方法以及各部门公共关系的特殊内容。

公共关系学就是通过对以上内容的研究,联系公共关系发展的历史过程,探寻公共关系工作的一般性规律。

综上所述,我们认为:公共关系学是研究社会组织与其公众建立良好公共关系状态的方式、方法和规律的一门综合性管理科学。

第二节 公共关系的性质

公共关系是一门多学科交叉的综合性科学。从静态角度看,它是一种关系状态,是一种特殊的社会关系,涉及到社会学所要研究的内容;从动态角度看,它是一门研究如何实现良好公共关系状态的管理科学。因此,我们在研究公共关系的性质时,既要从社会关系的角度去研究它的属性,也要从管理科学的角度去总结它的特征,这样更有利于我们对公共关系的深入理解。

一、人类关系的一般属性

人类从一开始就具有与动物不同的社会性。正如恩格斯所说:“为了在发展过程中脱离动物状态,实现自然界中的最伟大的进步,还需要一种因素:以群的联合力量和集体行动来弥补个体自卫能力的不足。”^①恩格斯所说的群体联系就是一种有别于动物个体

^①《马克思恩格斯选集》第4卷第29页。

间联系的社会关系，恩格斯称它是社会的本能，并认为社会本能是从猿进化到人的最重要的标志之一。

人必须依赖于群体，依赖于一定的社会关系，这种社会关系的本能决定了人与人之间的一切关系都具有以下的一般属性：

（一）关系的能动性

社会物质生活的客观存在，反映了人类意识活动的目的性和计划性，反映了人类的一切活动总是基于实践的某种需要，带着一定的主观倾向，抱着一定的动机和目的进行。但是，人类意识对世界的反映是一个能动的创造性过程，人类活动的目的从来就不是停滞在某一种简单的或原始的需要上。随着人们对世界的不断认识，人的主体意识日益强烈，人类群体的社会联系也越来越广泛，这样人类才能实现其认识世界和改造世界的功能。因此，人的主体能动性是人类社会关系的一种基本属性，也是世界上除人类以外任何有机物和无机物所不可能具有的。

（二）关系的复杂性

人类的历史归根到底是社会物质资料生产和发展的历史。物质资料的生产是人类社会赖以生存和发展的基础，而人们在社会生产中所结成的生产关系是一切社会关系的基础。人类首先在劳动过程中结成的人们之间的生产关系，如劳动资料的占有和使用关系，劳动员工的协作关系，劳动产品的交换、分配与消费关系等等。随着人们之间的社会结合方式的不同，作为最基本的、最原始的、决定一切其它社会关系的生产关系也随着社会的演进而发展，并且由此而产生出人们之间的其它政治和思想的社会关系，这些关系结成了人类社会复杂关系的网络。

从最抽象的层次看，人们之间存在着物质生产关系、经济关系、政治关系、法律关系、宗教关系和道德关系等等。由这些关系组成的社会关系体现在具体的社会角色层次上，又有领导与被领导的关系、同事关系、同学关系、同一血缘的家族关系以及夫妻关系、

朋友关系等等。在这些关系中，一个人又可同时处于相对应的各种角色关系中。例如：从同一所学校毕业进入到同一工作单位工作的夫妻两人，在家里彼此间是夫妻关系，在工作单位可能是同事关系，也可能是领导与被领导的关系。

由于人类关系存在着这种多维交叉性，人们在研究和处理各类关系时必须采取不同的方式和方法。社会关系的复杂性是社会科学的一项极其重要的研究课题。

（三）关系的多变性

一切关系的产生、发展和中止都是一个“活”的变化着的过程，它主要反映在具有个性的人际关系上。这里所指的人际关系，是具体的人与人之间看得见、摸得着的关系，是潜在的社会关系的表现形式。马克思说：“正是个人相互间这种私人的个人的关系，他们作为个人的相互关系，创立了——并且每天都在重新创立着——现存的关系。”^①

以生产关系为基础的社会关系是一种抽象关系。比如：资本家和工人的关系是一种剥削与被剥削的关系，而这种关系是从无数个具体的资本家和工人的关系中抽象出来的，它是建立在各个个人在社会关系中所占的地位的基础上，因而具有非个性的性质。人与人在社会中的相互交往则渗杂着大量的感情因素和其它的人文因素。例如：一对生死与共的朋友，又可能是两个仇深似海的敌人。但一切个性并非先于社会而产生，它总是打上社会的烙印，受着一定社会环境的影响，并且不断地影响着社会。

二、公共关系的特殊属性

上述“关系”的一般属性，使我们认识到“关系”是人类社会所特有的，是人们意识的能动性的反映，它的复杂性表现在社会关系

^①《马克思恩格斯全集》第3卷第515页。