

高等学校公共管理类系列教材



公共部门公共关系学

Public Relations of Public Department

■ 黄德林 李迎新 主编

Public Relations of Public Department



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

高等学校公共管理类系列教材



公共部门公共关系学

主 编 黄德林 李迎新
副主编 姜红明 何 岚 谢小青



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

公共部门公共关系学/黄德林,李迎新主编. —武汉:武汉大学出版社,2009.2

高等学校公共管理类系列教材

ISBN 978-7-307-06862-9

I. 公… II. ①黄… ②李… III. 公共管理—公共关系学—高等学校—教材 IV. D035

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 010624 号

责任编辑:舒 刚 责任校对:刘 欣 版式设计:马 佳

出版发行: **武汉大学出版社** (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷:湖北恒泰印务有限公司

开本: 720 × 1000 1/16 印张:24.75 字数:441 千字 插页:1

版次: 2009 年 2 月第 1 版 2009 年 2 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-06862-9/D · 870 定价:32.00 元

版权所有,不得翻印;凡购我社的图书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

目 录

第1章 公共部门公共关系导论	1
1.1 理解公共关系	1
1.1.1 公共关系的定义	1
1.1.2 公共关系的构成要素	5
1.1.3 公共部门公共关系的特征	7
1.1.4 公共部门公共关系的基本目标	11
1.1.5 公共部门公共关系的基本原则	12
1.2 公共部门公共关系的作用与意义	14
1.2.1 公共部门公共关系的直接导向作用	14
1.2.2 公共部门公共关系的间接作用	16
1.2.3 公共部门公共关系的意义	20
1.3 公共部门公共关系的职责与职能	22
1.3.1 公共关系的职责	23
1.3.2 公共关系的职能	27
1.4 公共部门公共关系学的理论与方法	31
1.4.1 公共部门公共关系学的研究内容	31
1.4.2 公共部门公共关系学的理论演进	32
1.4.3 公共部门公共关系学的研究方法	38
本章小结	40
关键术语	40
思考题	40
案 例	41
第2章 公共部门形象与公信力	43
2.1 公共部门的类型及其特点	43

2.1.1	公共部门的类型	43
2.1.2	公共部门的特点	46
2.2	公共部门公共关系机构设置	49
2.2.1	组织内部的公共关系部门	49
2.2.2	专业公共关系公司	53
2.2.3	公共关系协会	54
2.3	公共部门公信力与软实力	55
2.3.1	公共部门公信力	55
2.3.2	公共部门软实力建设	59
2.4	公共部门公共关系人员素质与能力	63
2.4.1	公共关系从业人员的心理素质	63
2.4.2	公共关系从业人员的结构	64
2.4.3	努力提高我国公共部门公共关系人员的素质	67
	本章小结	70
	关键术语	70
	思考题	70
	案 例	71
第3章	公共部门公共关系的环境	74
3.1	理解公共部门公共关系环境	74
3.1.1	公共关系环境的含义与特征	74
3.1.2	公共部门公共关系环境的含义与特征	76
3.1.3	公共部门公共关系环境的类型	78
3.1.4	公共部门公共关系环境与公共部门公共关系的互动	80
3.1.5	研究公共部门公共关系环境的意义	83
3.2	公共部门公共关系经济环境	85
3.2.1	公共部门公共关系经济环境的内容	85
3.2.2	经济环境对公共部门公共关系的影响	86
3.2.3	当代中国的公共部门公共关系经济环境	87
3.3	公共部门公共关系政治环境	88
3.3.1	公共部门公共关系政治环境的内容	88
3.3.2	政治环境对公共部门公共关系的影响	89
3.3.3	当代中国的公共部门公共关系政治环境	90

3.4	公共部门公共关系文化环境	91
3.4.1	公共部门公共关系文化环境的内容	91
3.4.2	当代中国的公共部门公共关系文化环境	93
3.5	公共部门公共关系国际环境	95
3.5.1	公共部门公共关系国际环境的内容	95
3.5.2	当代公共部门公共关系国际环境的基本特征	95
3.5.3	当代公共部门公共关系国际环境的基本状况	97
3.5.4	当代中国的公共部门公共关系国际环境	98
3.6	当代中国公共部门公共关系的其他环境	99
	本章小结	100
	关键术语	100
	思考题	101
	案例	101
第4章	公共部门公共关系对象(一)	103
4.1	公众及其分类	103
4.1.1	公众的含义及其特点	103
4.1.2	公众的分类	106
4.2	工人关系	108
4.2.1	现阶段工人社会地位变迁	108
4.2.2	公共部门工人关系要点	110
4.3	农民关系	111
4.3.1	公共部门农民关系中存在的问题	112
4.3.2	理顺公共部门农民关系的举措	114
4.4	企业家关系	116
4.4.1	企业家的社会作用	116
4.4.2	公共部门企业家关系的完善措施	117
4.5	科技教育界关系	121
4.5.1	公共部门对科技教育界的作用	121
4.5.2	科技教育界的公共责任	122
4.6	文化体育界关系	124
4.6.1	文化体育界和公共部门的相互联系	124
4.6.2	公共部门文化体育界关系的现代变革	125

4.7 弱势群体的关心与扶持	127
4.7.1 关心与扶持弱势群体是公共部门的责任	127
4.7.2 公共部门关心和扶持弱势群体的主导性作用	128
本章小结	131
关键术语	131
思考题	131
案例	132
第5章 公共部门公共关系对象(二):新闻界关系	134
5.1 新闻界的分类与特点	134
5.1.1 印刷类媒介	134
5.1.2 电子类媒介	136
5.2 传播过程与效果评估	139
5.2.1 传播过程	139
5.2.2 效果评估	140
5.3 传播的原则与一般方法	142
5.3.1 传播的原则	142
5.3.2 传播的一般方法	146
5.4 传播媒介选择与处理新闻界关系方法	149
5.4.1 传播媒介的选择	149
5.4.2 处理新闻界关系方法	150
本章小结	154
关键术语	154
思考题	154
案 例	155
第6章 公共部门公共关系对象(三):内部公共关系	157
6.1 内部公务员关系	157
6.1.1 公务员公共关系中要处理好的三个问题	157
6.1.2 提高公务员的公共关系主体观念	159
6.1.3 完善公务员的道德自律	161
6.2 平级公共部门关系	164
6.2.1 传统集权体制的消极影响	165

6.2.2	当前省级政府间关系存在的不足	166
6.2.3	改进省级政府间关系的对策建议	168
6.3	上下级公共部门关系	171
6.3.1	中央与地方政府职能的划分	171
6.3.2	中央与地方政府关系的体制性特点	172
6.3.3	中央政府部门与地方之间的利益博弈	174
6.3.4	改进中央与地方政府关系的对策建议	175
	本章小结	178
	关键词	178
	思考题	178
	案 例	179
第7章	公共部门形象评估与优化	181
7.1	公共部门形象调查与评估	181
7.1.1	公共部门形象调查	181
7.1.2	公共部门形象评估	183
7.2	公共政策制订与实施前的民意测评	184
7.2.1	确定调查目的和方案	184
7.2.2	确定调查人口总体	184
7.2.3	抽样	184
7.2.4	设计问卷	187
7.2.5	调查访问	187
7.2.6	整理资料数据	188
7.2.7	撰写调查报告	188
7.3	公共部门形象优化计划制定	188
7.3.1	公关计划的类型与内容	188
7.3.2	公关活动计划的步骤	189
7.4	公共部门形象优化计划实施	193
7.4.1	公关计划实施是行动与传播的统一	193
7.4.2	控制公关行动与传播的方法	194
7.5	公共部门形象优化计划实施效果评估与调整	194
7.5.1	公共部门形象优化活动效果的类别与特性	194
7.5.2	公关活动评估的基本程序	196

7.5.3 测定公关活动效果的方法	196
7.5.4 公共部门形象优化计划的调整	198
本章小结	200
关键术语	200
思考题	200
案 例	201

第8章 公共部门公共关系专题活动（一）

8.1 庆典活动的策划	203
8.1.1 庆典活动的类型	203
8.1.2 庆典活动的特点	204
8.1.3 庆典活动的策划	205
8.1.4 操作实施过程应注意的问题	206
8.1.5 策划的技巧	207
8.2 开放参观活动的组织	208
8.2.1 组织开放参观活动的作用	208
8.2.2 组织开放参观活动的程序	210
8.3 展览会的举办	212
8.3.1 展览会的特点、类型	213
8.3.2 展览会的筹备与操作	214
8.3.3 展览会实施中应注意的问题	217
8.4 记者招待会的组织	218
8.4.1 记者招待会的定义及特点	218
8.4.2 记者招待会的策划	218
8.4.3 记者招待会的组织	219
8.4.4 记者招待会后的工作	221
8.4.5 应该注意的问题	222
8.5 组织刊物的编辑	222
8.5.1 组织刊物的特点、类型、作用	222
8.5.2 组织刊物的内容	223
8.5.3 组织刊物的编辑、出版与印刷	224
8.5.4 组织刊物编辑的现状	226
8.5.5 办好组织刊物的建议	226

本章小结	227
关键术语	227
思考题	227
案 例	228
第9章 公共部门公共关系专题活动（二）	230
9.1 听证会的组织	230
9.1.1 听证会概述	230
9.1.2 听证会的范围与主体	233
9.1.3 组织听证会过程中应该注意的一些问题与改进措施	236
9.2 对话会的组织	238
9.2.1 对话会的定义以及对话会的特征	238
9.2.2 组织对话会应注意的几个问题	239
9.2.3 我国组织对话会的实践状况以及经验的缺失	241
9.3 信访活动的接待与处理	243
9.3.1 信访的定义及作用	243
9.3.2 信访接待与处理现状及问题	245
9.3.3 信访接待与处理方式的改变	246
9.4 协调会的组织	249
9.4.1 协调会的定义和作用	250
9.4.2 协调会的类型	251
9.4.3 组织协调会应注意的问题	252
9.4.4 协调会的程序	254
本章小结	254
关键术语	254
思考题	255
案 例	255
第10章 公共部门的危机公关	257
10.1 危机公关概述	257
10.1.1 危机的含义	257
10.1.2 公共关系危机的类型	258
10.1.3 危机公关的意义	260

10.2 公共部门的危机成因与处理·····	262
10.2.1 公共部门的危机成因·····	262
10.2.2 公共部门的危机处理·····	265
10.2.3 危机处理的技巧·····	267
10.3 公共部门危机公关中的媒体运用·····	268
10.3.1 危机公关中媒体运用的失败教训和成功经验·····	268
10.3.2 公共部门在危机公关中的媒体应对策略·····	271
本章小结·····	274
关键术语·····	274
思考题·····	274
案 例·····	274

第 11 章 不同类型公共部门之间关系协调 ····· 279

11.1 政府的主要公共关系·····	279
11.1.1 主体性政府公共关系·····	279
11.1.2 对象性政府公共关系·····	279
11.1.3 功能性政府公共关系·····	280
11.1.4 阶段性政府公共关系·····	281
11.2 政府与人大关系的协调·····	282
11.2.1 地方人大对政府监督的内容·····	282
11.2.2 地方人大对政府监督的意义·····	283
11.2.3 协调地方人大与政府关系的思路·····	285
11.3 政府与政协关系的协调·····	289
11.3.1 人民政协的优势·····	289
11.3.2 政协委员参与公共管理的依据·····	291
11.3.3 充分发挥政协委员在维护公共利益方面的作用·····	292
11.4 政府与法院关系的协调·····	293
11.4.1 政府的角色·····	294
11.4.2 法院的角色·····	296
本章小结·····	297
关键术语·····	297
思考题·····	297
案 例·····	298

第 12 章 非政府组织公共关系	300
12.1 非政府组织的界定及类型	300
12.1.1 非政府组织的定义和特征	300
12.1.2 非政府组织的类型和范围	302
12.1.3 非政府组织在我国现状和作用	304
12.2 非政府组织公共关系概述	305
12.2.1 公共关系与非政府组织的发展	306
12.2.2 非政府组织公共关系的内涵	308
12.2.3 非政府组织公共关系活动的任务及实现途径	310
12.2.4 我国非政府组织公共关系的现状、问题及对策	314
12.3 非政府组织公共关系举要	316
12.3.1 学校公共关系	316
12.3.2 医院公共关系	319
12.3.3 社会福利机构公共关系	321
12.3.4 社团公共关系	322
本章小结	323
关键术语	324
思考题	324
案 例	324
第 13 章 公共部门国际公共关系	328
13.1 公共部门国际公共关系的概念、特点和基本原则	328
13.1.1 公共部门国际公共关系的概念、种类和要素	328
13.1.2 公共部门国际公共关系的特点	331
13.1.3 公共部门国际公共关系的原则	332
13.2 公共部门国际公共关系的主要内容、实施程序及实施方式	334
13.2.1 公共部门国际公共关系的主要内容	334
13.2.2 公共部门国际公共关系的实施程序	337
13.2.3 实施公共部门国际公共关系的主要方式	341
13.3 公共部门国际公共关系的新发展	343
13.3.1 公共部门国际公共关系的发展环境	343
13.3.2 全球化与国际公共关系	344

13.3.3 全球问题与国际公共关系·····	346
本章小结·····	347
关键术语·····	347
思考题·····	347
案 例·····	348
第14章 公共部门公共关系职业道德与礼仪 ·····	352
14.1 公共部门公共关系职业道德·····	352
14.1.1 公共部门公共关系职业道德的含义·····	353
14.1.2 公共部门公共关系职业道德的内容·····	356
14.2 公共部门公共关系礼仪·····	359
14.2.1 公共部门公共关系礼仪的含义·····	360
14.2.2 公共部门公共关系礼仪的主要内容·····	361
本章小结·····	370
关键术语·····	371
思考题·····	371
案 例·····	371
参考文献 ·····	376
后记 ·····	382

第1章

公共部门公共关系导论

1.1 理解公共关系

自从公共关系诞生以来，已经形成许许多多公共关系的定义。美国著名公共关系学者哈罗博士搜集了20世纪以来的472种有代表性的公共关系定义，但至今仍没有被人们普遍接受的定论，原因就在于公共关系活动本身的复杂性；再者，由于人们观察问题的角度不同，侧重点不同，得出的结论也就不同。

1.1.1 公共关系的定义

“公共关系”一词是由英文“Public Relations”翻译而来，又称“公众关系”。“Public”本身包含公（有）的、公众（事务）的、政府的、公家的、公立的、社会的、公用的、公共的、公开的等多种意思，它的反义词是“私人的”。在中国语境中，“关系”具有六个方面的基本含义：一是指一般事物之间相互作用、相互影响的状态；二是指人和人或人和事物之间的某种性质的联系；三是对有关事物的影响或重要性以及值得注意的地方（常跟“没有、有”连用）；四是泛指原因、条件等；五是表明有某种组织关系的证件；六是指关联、牵涉。就公共关系的内涵而言，基于不同的认识和研究视角，许多学者以及学科提出了不同的解释，即便是公开出版的《百科全书》、《辞典》，版本不同，定义和解释也不一样。

1. 西方学者的观点

(1) 雷克斯·哈罗的定义

学者雷克斯·哈罗认为：公共关系是一种独特的管理职能。它帮助一个组

织建立并维持与公众之间双向的交流、理解、认可和合作；它参与处理各种问题和事件；它帮助管理者及时了解公众舆论，并对之作出反应；它确定并强调管理部门为公众利益服务的责任；它作为社会发展趋势的监视系统，帮助管理者掌握并有效地利用社会变化，从而保持与社会变动同步；它运用健全的、正当的传播技能和研究方法作为主要的工具。

(2) 斯科特·卡特李普等人的定义

斯科特·卡特李普等人在《有效公共关系》一书中认为，公共关系是一种管理职能，它用以认定、建立和维持某个组织与各类公众之间的互利关系，而各类公众则是决定其成败的关键。

(3) 弗兰克·杰夫金斯的定义

弗兰克·杰夫金斯认为，公共关系工作包括了一个组织与其公众之间各种形式的、有计划的对内对外交往，旨在获取与相互理解有关的特定目标。我国20世纪90年代出版的一些书籍也强调了沟通传播的思想。

(4) 《不列颠百科全书》的定义

《不列颠百科全书》给公共关系的定义是：公共关系是指传播关于个人、公司、政府机构或者其他组织的信息，以改善公众对他们的态度的一种政策和活动。

(5) 国际公共关系协会的定义

国际公共关系协会将公关关系定义为：公共关系是一项经营管理的功能，属于一种经常性和计划性的工作；不论公私机构或组织，均通过它来保持与其相关的公众了解、同情和支持，亦即审度公众的意见，使本机构的政策与措施尽量与之配合，再运用有计划的大量资料，争取建设性的合作，而获取共同利益。

(6) 《墨西哥声明》的定义

1978年8月，在墨西哥城召开的世界公共关系协会大会上，代表们对公共关系的含义达成共识：公共关系是一门艺术和社会科学；公共关系的实施是分析趋势，预测后果，向组织领导人提供意见，履行一连串有计划的行动，以服务于本组织和公众的利益。

2. 不同学科视野中的公共关系含义

一些研究者基于不同的研究兴趣和偏好，根据学科自身的特殊性，对公共关系的内涵作出了不同的解释。

(1) 管理说

此类定义特别强调了公共关系的管理属性，突出了公共关系的基本功能和核心作用。例如，美国学者卡特利普和森特就认为“公共关系是这样一种管理功能：它确定建立和维持一个组织与决定其成败的各类公众之间的互益关系”。

(2) 传播说

此类定义侧重于公共关系的传播属性。例如，英国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与它的公众之间相互了解，而有计划地采用一切向内和向外的传播沟通方式的总和。”

(3) 传播管理说

此类定义将管理与传播相结合，强调公共关系是组织的一种特定的传播管理行为和职能。当代美国公共关系的学术权威，马里兰大学的詹姆斯·格鲁尼格教授认为：“公共关系是一个组织与其相关公众之间的传播管理。”

(4) 关系说

此类定义强调公共关系是一种公众性、社会性的关系或活动。如美国普林斯顿大学的资深教授蔡尔兹认为：“公共关系是我们所从事的各种活动、所发生的各种关系的通称，这些活动与关系都是公众性的，并且都有其社会意义。”

(5) 协调说

此类定义是对“关系说”的深化，认为公共关系主要是协调组织与公众之间的社会关系。中山大学的王乐夫教授在《公共关系学》一书中认为：“维持企业的营利性和社会性之平衡就是公共关系。”

(6) 形象说

此类定义强调公共关系的宗旨是为组织塑造良好的形象。我国学者熊源伟先生在其主编的《公共关系学》一书中认为：“公共关系是社会组织为了塑造组织良好的形象，通过传播、沟通手段来影响公众的科学和艺术。”

3. 本书的观点

综合来说，我们认为，公共关系是公共部门为了达到目标，树立良好形象，以实现自身可持续发展需要，综合运用现代沟通、组织、传播等技术手段与公共部门的公共关系对象协调和平衡各种关系的实践活动。

这个定义可以从以下五个方面进行理解：

(1) 公共关系是一种实践活动。公共关系是一种公关部门与其关系对象建立良好、和谐的关系的实践活动，其目的是推动公关状态向良性的方向发展

转化,以促进公共部门目标的实现。当人们说某公共部门的公共关系开展得很好时,指的就是公共关系活动开展得很好。公共关系活动的开展要依靠传播,通过传媒来沟通。一个具体的公共部门为了开展管理活动,就要取得公共关系对象的理解、支持与合作。要想与公共关系对象建立有效的沟通,就得凭借各种传播活动和传播媒体将相关信息发布、扩散给社会,这样才能经常了解到他们的意见、情绪、态度和动向,从而使该公共部门适应公共关系对象的需求,同时调整和规范自己的公共关系实践活动。

(2) 公共关系是一种意识^①。公共关系作为一种意识,即意味着任何公共部门都应当与自己的公共关系对象共同发展。它强调自身效益、公众效益和社会效益与保护自然环境的统一;强调珍惜公关部门的信誉,树立组织形象与满足公众需求的一致性;强调在争取公众、沟通信息、情感交流中必须坚持真实、诚信的原则,自觉树立和完善公关意识,这是公关活动的核心,也是现代社会的文明观。由此可见,一个良好的公共部门总是十分重视公关,关注全员的公关意识,开展全员公关活动,以求最大限度地开展内外公关活动,取得良好的公关效果,保证公共部门的发展目标的达成。

(3) 公共关系活动中的信息交流是一种双向交流。公关部门与其公共关系对象之间双向往复的信息交流是公共关系的中心任务。公关部门的信息发布会诱发其公共关系对象的需求偏好以及行为选择。这是公共关系主体对客体的信息传输。同时,公共关系行为主体又可借助信息的反馈来了解公共关系对象对该公共部门的了解程度、接受程度以及具体的意见和要求等,借以调整、改善本公共部门的业务和公共关系活动。通过这种双向的信息交流,公共部门与其公共关系对象之间可以增进相互了解、信任、支持与合作,从而保证和促进双向公共关系的顺利开展。

(4) 公共关系是方法、技术与专业技能的综合体现。公共关系活动是一种管理职能,有着特定的工作方式和方法。一个完整的公共关系活动包括信息传播交流、公共关系方法调整、公共关系效果检验、评价及反馈。作为一种新型的职业技术,公共关系活动具有计划性、系统性、科学性和艺术性的特点。

(5) 公共关系是一门科学^②。现代公共关系作为一门学科,它表现为一种理论形态,形成了一门系统的理论体系。它有自己的概念、原理、原则、范畴和具体操作技巧及规律,并随着公共关系实践的发展而不断完善和丰富。它

① 谢玉华:《公共部门公共关系学》,湖南人民出版社2003年版,第1页。

② 郝树人:《公共关系学》,东北财经大学出版社2006年版,第4页。