

公共关系学

自学考试指导与题解

廖为建 主审
吴柏林 谭昆智 主编

全国高等教育自学考试指定教材配套辅导丛书



DUFEP

东北财经大学出版社

欲平知
PDG

前 言

本书是全国高等教育自学考试《公共关系学》的配套辅导用书。

编写依据：

1. 全国高等教育自学考试指导委员会颁布的《公共关系学自学考试大纲》（参加大纲讨论及编写的主要成员是廖为建、吴柏林、谭昆智。由廖为建负责定稿）。

2. 全国高等教育自学考试指导委员会组编写的指定教材《公共关系学》（廖为建主编，高等教育出版社出版）。

本书特点：

1. 本书在编写过程中，严格以考试大纲为依据，以指定教材为基础。充分体现“在考查课程主体知识的同时，注重考查能力尤其是应用能力”的新的命题指导思想。

2. 全书分为两大部分，第一部分是“学习指导与综合测试题及答案”；第二部分是“附录”。

第一部分“学习指导与综合测试题及答案”完全依照指定教材的结构，以章为单位，每章设“本章学习内容提示与分析”与“本章综合测试题及答案”两节内容。

“本章学习内容提示与分析”主要是对各章内容的总结归纳，严格按照大纲的要求，列出本章的“考核点”与“考核要求”，在“考核要求”中又把“考核点”所涉及的知识分“识记”、“领会”、“应用”三个层次交待给应试者，以方便其复习考试。

“本章综合测试题及答案”则根据考试大纲对各知识点不同能力层次的要求，将知识点及细目以大纲示范的标准形式即：“单项选择题”、“多项选择题”、“名词解释题”、“简答题”、“论述题”和“案例分析题”等编写，覆盖全部考核内容，适当突出重点章节，并且针对

大纲中强调“领会”、“应用”的重点内容，加大了覆盖的密度。所有试题均给出较为详尽的参考答案。

第二部分“附录”分“模拟试卷（一）及参考答案”、“模拟试卷（二）及参考答案”及“《公共关系学》学习方法与应试技巧”三节内容。

两套模拟试题综合了考试大纲和教材对应试者的要求，恰当地运用了科学的组题模式配备考题。这两套模拟试题为应试者提供了检验其学习效果的一个参考尺度。“《公共关系学》学习方法与应试技巧”中的内容对应试者来讲，更有参考价值。

本书可供参加高等教育自学考试的学员集体组织学习或个人自学使用，也可供相关专业人士参加其他考试参考。

欢迎读者对本书提出宝贵的意见与建议。

祝广大应试者自学成功！

作 者

2001年7月

第一部分 学习指导与综合测试题及答案

第1章 公共关系的概念	1
本章学习内容提示与分析	1
本章综合测试题及答案	2
第2章 公共关系的起源与发展	17
本章学习内容提示与分析	17
本章综合测试题及答案	17
第3章 公共关系的职责和功能	30
本章学习内容提示与分析	30
本章综合测试题及答案	31
第4章 公共关系组织机构与人员	48
本章学习内容提示与分析	48
本章综合测试题及答案	49
第5章 公共关系的对象	73
本章学习内容提示与分析	73
本章综合测试题及答案	74
第6章 公众心理分析	96
本章学习内容提示与分析	96
本章综合测试题及答案	97
第7章 公共关系的过程	117
本章学习内容提示与分析	117

本章综合测试题及答案	118
第 8 章 公共关系传播模式与媒介	146
本章学习内容提示与分析	146
本章综合测试题及答案	147
第 9 章 公共关系实务 (上)	159
本章学习内容提示与分析	159
本章综合测试题及答案	160
第 10 章 公共关系实务 (下)	182
本章学习内容提示与分析	182
本章综合测试题及答案	183
第 11 章 企业公共关系	202
本章学习内容提示与分析	202
本章综合测试题及答案	203
第 12 章 政府公共关系	221
本章学习内容提示与分析	221
本章综合测试题及答案	222

第二部分 附 录

一、模拟试卷 (一) 及参考答案	247
二、模拟试卷 (二) 及参考答案	259
三、《公共关系学》学习方法与应试技巧	270

第一部分 学习指导与综合测试题及答案

第 1 章 公共关系的概念

本章学习内容与提示与分析

一、考核点

1. 公共关系的定义及其本质属性。
2. 公共关系的分支概念和范畴。
3. 与公共关系相关的学科概念。

二、考核要求

(一) 关于公共关系的定义及其本质属性

1. 识记：①七种有代表性的公共关系定义；②公共关系的本质属性。
2. 领会：①各种公共关系定义的侧重点；②理解公共关系本质属性的三个角度。
3. 应用：①比较各种公共关系定义的异同；②举例说明自己对公共关系本质属性的理解。

(二) 关于公共关系的分支概念和范畴

1. 识记：①公共关系状态、公共关系活动、公共关系观念；②组织、公众、传播；③关系、舆论、形象。
2. 领会：①公共关系状态的两个方面；②公共关系状态与公共关系活动的关系；③现代公共关系活动的特定涵义；④公共关系观念的主要内容；⑤如何理解组织是公共关系活动的主体；⑥如何理解公众是公共关系活动的对象；⑦如何理解传播沟通是公共关系活动的过程 and 方式；⑧“关系”一词在公共关系学中的特定涵义；⑨“舆论”一词在公共关系学中的涵义；⑩“形象”一词在公共关系学中的特定涵义。
3. 应用：①结合实例说明“公共关系状态”、“公共关系活动”、“公共关系

观念”三个概念及其相互关系；②结合实例说明“组织”、“公众”和“传播”三个公共关系的基本要素；③在实践中正确把握“关系”、“舆论”和“形象”三个概念之间的关系。

(三) 相关的学科概念的区别与联系

1. 识记：①人际关系；②人群关系。
2. 领会：①公共关系与人际关系的联系与区别；②公共关系与人群关系的联系与区别。
3. 应用：①在实际生活和管理实践中正确区分公共关系与人际关系、人群关系。

本章综合测试题及答案

综合测试题

一、单项选择题

1. 公共关系也可称作（ ）
 - A. 团体关系
 - B. 人群关系
 - C. 人际关系
 - D. 公众关系
2. 公共关系的本质属性是（ ）
 - A. 管理
 - B. 交流
 - C. 传播沟通
 - D. 宣传
3. 在使用“公共关系”这一概念的时候，它表示一些不同层次的涵义，是表示一种客观的实在，即（ ）
 - A. 公共关系状态
 - B. 公共关系活动
 - C. 公共关系观念
 - D. 公共关系传播
4. 公共关系状态既是组织开展公共关系活动的（ ），也是组织的公共关系活动形成的结果
 - A. 基础
 - B. 交流
 - C. 联系
 - D. 过程
5. 公共关系活动是运用（ ）的方法去协调组织的社会关系，影响组织的公众舆论，塑造组织的良好形象，优化组织的运作环境的一系列公共关系工作

- A. 传播沟通 B. 单向交流
C. 满足对方 D. 内部传播

6. 公共关系的服 务观念表现为对他人、对社会的一种奉献精神，使自己的存在和行为给对方带来满意和方便，用()去赢得好感和信誉

- A. 服务 B. 联系 C. 交流 D. 活动

7. “人际关系”和“人群关系”均侧重从人的心理和行为的角度来探讨人和人的关系，而公共关系则从()的角度研究人和人的关系

- A. 信息传播沟通 B. 单向交流
C. 满足对方 D. 内部传播

8. 公共关系的主体是()。

- A. 组织 B. 公众 C. 个人 D. 团体

9. 美国公共关系学术权威詹姆斯·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()管理

- A. 交流 B. 传播 C. 联系 D. 交往

10. 从传播主体的角度看，公共关系是一种有目的、有计划、受控制、持久的()

- A. 结果 B. 状态 C. 过程 D. 行为

11. Communication 一词在中文里既可以译作传播，也译作()

- A. 沟通 B. 交流 C. 过程 D. 结果

12. 在使用“公共关系”这一概念的时候，表示引导、规范组织行为的一种价值观念和行为准则的是()

- A. 公共关系状态 B. 公共关系活动
C. 公共关系观念 D. 公共关系行为

13. ()是公共关系的过程和方式

- A. 组织 B. 公众 C. 传播 D. 状态

14. 公共关系的功能和方法还会不断地发展和演变，但其核心内涵，即()不会改变

- A. 双向传播与沟通 B. 单向传播

C. 内部传播

D. 外部沟通

15. () 主要指个人关系、私人关系, 即个人在社会交往实践中形成的人与人之间的相互作用和相互影响

A. 人际关系

B. 人群关系

C. 公共关系

D. 社会关系

16. () 这一概念属于管理心理学、行为科学的范畴, 主要指群体内部活动和组织管理过程中人与人、人与群体的关系

A. 人际关系

B. 人群关系

C. 公共关系

D. 社会关系

二、多项选择题

1. 公共关系活动过程的三个基本要素是()

A. 组织 B. 群众 C. 传播 D. 交流 E. 公众

2. “组织”和“公众”是公共关系的承担者, 分别是公共关系的()

A. 主体 B. 手段 C. 过程 D. 客体 E. 宗旨

3. 被称为现代组织经营管理的“四大支柱”是()

A. 资金 B. 设备 C. 人才 D. 公共关系 E. 技术

4. 公共关系状态即一个组织与其公众环境之间客观上存在的()

A. 服务状况 B. 舆论状况 C. 心理状况

D. 行为状况 E. 关系状况

5. 公共关系的“公众观念”表现为领导者和管理者高度重视公众的利益, 将()作为决策行动的依据和组织的价值追求, 并以此作为制定组织的经营方针和管理政策的重要原则

A. 公众的意愿

B. 符合与满足公众的要求

C. 处理关系的行为准则

D. 平等互利

E. 追求双赢

6. 公共关系的“互惠观念”表现为在交往与合作中, 将()作为处理各种关系的行为准则

- A. 平等互利 B. 追求双赢 C. 公众的利益
D. 公众意愿 E. 善于调节
7. 组织的公共关系状态包括()
- A. 社会关系状态 B. 社会舆论状态
C. 人际关系状态 D. 人群关系状态
E. 公众发展状态
8. 公众关系是由组织运行过程中涉及的()所共同构成的
- A. 人际关系 B. 团体关系 C. 组织关系
D. 群体关系 E. 个人关系
9. 公共关系具有代表性的定义包括()
- A. 公共关系是协调组织与公众之间的社会关系
B. 公共关系是一门艺术和社会科学
C. 公共关系是一种独特的管理职能
D. 公共关系是一个组织与其相关公众之间的传播管理
E. 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
10. 传播沟通是()
- A. 现代公共关系理论的精髓
B. 公共关系的客体
C. 公共关系活动的过程和方式
D. 贯串公共关系理论和实务的一条基线
E. 公共关系的本质属性
11. 公共关系是()
- A. 一种特殊的社会实践活动
B. 从属于组织总目标的
C. 组织整体功能中的一个有机构成部分
D. 组织职能系统中的一个子系统
E. 一种有目的、有计划、受控制、持久的过程
12. 公共关系具有代表性的定义有管理说、传播说、()
- A. 传播管理说 B. 咨询说 C. 关系说

D. 协调说

E. 形象说

三、名词解释题

1. 传播管理说

2. 卡特利普和森特对公共关系的定义

3. 弗兰克·杰夫金斯对公共关系的定义

4. 咨询说

5. 关系说

6. 协调说

7. 形象说

8. 公共关系的本质

9. 公共关系状态

10. 公共关系活动

11. 公共关系观念

12. 关系

13. 舆论

14. 形象

15. 人际关系

16. 人群关系

四、简答题

1. 简述公共关系具有代表性的“管理说”定义。

2. 简述公共关系具有代表性的“传播说”定义。

3. 简述公共关系具有代表性的“传播管理说”定义。

4. 简述公共关系具有代表性的“咨询说”定义。

5. 简述公共关系具有代表性的“关系说”定义。

6. 简述公共关系具有代表性的“协调说”定义。

7. 简述公共关系具有代表性的“形象说”定义。

8. 如何理解公共关系的形象观念、公众观念？

9. 如何理解公共关系的传播观念、协调观念？

10. 如何理解公共关系的互惠观念和服务观念？

11. 为什么说组织是公共关系活动的主体？

12. 为什么说公众是公共关系传播沟通的对象？

13. 为什么说传播沟通是公共关系活动的过程和方式？

五、论述题

1. 从关系、职能、学科的角度论述公共关系的本质属性。

2. 试析公共关系的“形象”概念。

3. 试述公共关系与“人际关系”的联系与区别。

4. 试述公共关系与“人群关系”的联系与区别。

【参考答案】

一、单项选择题

- 1.D 2.C 3.A 4.A 5.A 6.A 7.A 8.A
9.B 10.C 11.A 12.C 13.C 14.A 15.A 16.B

二、多项选择题

- 1.ACCE 2.AD 3.ACDE 4.BE
5.AB 6.AB 7.AB 8.CDE
9.ABCDE 10.ACDE 11.ABCDE 12.ABCDE

三、名词解释题

1. 传播管理说：将管理说和传播说结合起来，强调公共关系是组织一种特定的传播管理行为和职能。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。”

2. 卡特利普和森特对公共关系的定义：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。

3. 弗兰克·杰夫金斯对公共关系的定义：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切目标，而有计划地采用一切向内和向外的传播沟通方式的总和。

4. 咨询说：侧重于公共关系的决策咨询功能，最有代表性的是国际公共关系协会于1978年8月发表的《墨西哥宣言》：“公共关系是一门艺术和社会科学。它分析趋势，预测后果，向机构领导人提供意见，履行一系列有计划的行动，以服务于本机构和公众的共同利益。”

5. 关系说：强调公共关系是一种公众性、社会性的关系或活动。美国普林斯顿大学的资深公关教授蔡尔滋认为，“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。”

6. 协调说：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。比如，“维持企业的营利性和社会性之平衡就是公共关系”。

7. 形象说：从塑造形象的角度揭示公共关系的本质属性，强调公共关系的宗旨是为组织塑造良好的形象。比如，“公共关系是社会组织为了塑造组织形象，通过传播、沟通手段来影响公众的科学与艺术。”

8. 公共关系的本质：是组织机构与相关公众之间的双向传播与沟通。

9. 公共关系状态：即一个组织与其公众环境之间客观上存在的关系状况和舆论状况。公共关系状态是客观存在的，任何组织或个人都处在一定的公共关系状态之中。它既是组织公共关系活动的基础，也是组织公共关系活动的结果。

10. 公共关系活动：即运用传播沟通的方法去协调组织的社会关系，影响组织的公众舆论，塑造组织的良好形象，优化组织的运作环境的一系列公共关系工作。公共关系实务活动是组织活动的一部分，是一种特殊的组织职能。

11. 公共关系观念：是一种影响和制约着组织的政策和行为的经营观念和管理哲学，它不仅指导着公共关系实务工作的健康发展，而且渗透到管理者日常行为的各个方面，成为引导、规范着组织行为的一种价值观念和行为规范。

12. 关系：主要指组织与公众之间的相处和交往的行为和状态，简单说就是组织与公众之间的联系。这种相处和交往的性质和程度，是组织的公众环境状态中比较直观的方面。公共关系“好”还是“不好”，从这种联系的性质和程度就可以直接判断。

13. 舆论：指社会公众对组织的政策、行为、人员或产品所形成的看法和意见的总和，是社会上大多数人对组织的看法和意见的公开表达。这种公众意见的性质和程度是衡量公共关系状态的客观标志。这种舆论反映和评价的性质和程度，是组织公众环境状态中无形的方面。舆论标志着大多数社会公众对组织的基本态度和行为。

14. 形象：指组织的总体特征和实际表现在社会公众中获得的认

知和评价。一个组织的社会形象体现了它的社会关系状态和社会舆论状态的总和。良好的公关形象意味着良好的公众关系和社会舆论。

15. 人际关系：主要指个人关系、私人关系，即个人在社会交往实践中形成的人与人之间的相互作用和相互影响。它主要从个体关系的角度概括人的各种社会关系，其涵盖面包括个人在生活、生产及其他社会活动中形成的一切人与人之间的关系。

16. 人群关系：这一概念属于管理心理学、行为科学的范畴，主要指群体内部活动和组织管理过程中人与人、人与群体的关系，即从管理的角度，研究群体内部人的需要、动机、态度、行为及相互关系对组织效率、群体活力的作用和影响。

四、简答题

1. “管理说”这类定义突出公共关系的管理属性。美国著名公关学者雷克斯·哈罗博士认为：“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、认可与合作；它参与处理各种问题与事件；它帮助管理者及时了解公众舆论，并对之作出反应；它明确并强调管理部门为公众利益服务的责任；它作为社会变化趋势的监视系统，帮助管理者及时掌握并有效地利用社会变化，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。”

美国学者卡特利普和森特认为：“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”这类定义侧重于公共关系的传播属性。英国著名公关学者弗兰克·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。”

3. “传播管理说”这类定义将管理说和传播说结合起来，强调公共关系是组织一种特定的传播管理行为和职能。当代美国公共关系学术权威，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. “咨询说”这类定义侧重于公共关系的决策咨询功能，最有代表性的是国际公共关系协会于1978年8月发表的《墨西哥宣言》：“公共关系是一门艺术和社会科学。它分析趋势，预测后果，向机构领导人提供意见，履行一系列有计划的行为，以服务于本机构和公众的共同利益。”

5. “关系说”这类定义强调公共关系是一种公众性、社会性的关系或活动。美国普林斯顿大学的资深公关教授蔡尔滋认为：“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。”

6. “协调说”（或“平衡说”）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。比如，“维持企业的营利性和社会性之平衡就是公共关系。”

7. 这类定义从塑造形象的角度揭示公共关系的本质属性，强调公共关系的宗旨是为组织塑造良好的形象。比如，“公共关系是社会组织为了塑造组织形象，通过传播、沟通手段来影响公众的科学与技术。”

8. 公共关系的“形象观念”表现为主体在决策和行动中高度重视自身的声誉和形象，自觉地进行形象投资、形象管理、形象塑造，将信誉和形象视作组织的无形资产、无形财富，把树立和维护良好的组织形象作为重要的战略目标。

公共关系的“公众观念”表现为领导者和管理者高度重视公众的利益，将公众的意愿作为决策和行动的依据，将符合与满足公众的要求作为组织的价值追求，并以此作为制定组织的经营方针和管理政策的重要原则。

9. 公共关系的“传播观念”表现为经营者和管理者强烈的传播意识和沟通欲望，自觉地利用一切传播的机会和传播媒介去影响公众、引导公众和争取公众，并善于运用双向沟通的方法去赢得公众的理解、信任与好感。

公共关系的“协调观念”表现为善于调节、平衡和统一各种不同的关系、不同的利益、不同的要素，懂得“统筹”、“兼顾”、“缓冲”、

“折衷”、“调和”、“妥协”的意义和价值，努力在矛盾中求和谐，在动态中求平衡。

10. 公共关系的“互惠观念”表现为在交往与合作中，将平等互利、追求双赢作为处理各种关系的行为准则，将自身的发展与对方的发展联系起来，通过协助对方、满足对方来争取双方的共同利益。

公共关系的“服务观念”则表现为对他人、对社会的一种奉献精神，使自己的存在和行为给对方带来满意和方便，用服务去赢得好感和信誉。

11. 组织是公共关系活动的主体，即公共关系的承担者、实施者、行为者。公共关系是一种组织的活动，而不是个人的事务和技巧；公共关系涉及组织的目标、战略、政策、计划、方法、活动、产品、人员、环境等诸要素，而不停留在个人活动的层面上；公共关系处理的是组织的关系和舆论，而非私人的关系和事务；公共关系追求整体的公关效应和组织的社会形象，而不局限于个人的印象、情感和利益。

组织作为公共关系的主体，有其总体目标和需要。公共关系的诸项功能并不是游离于组织的总体目标之外而孤立存在的。因此，公共关系是从属于组织总目标的，是组织整体功能中的一个有机组成部分，是组织职能系统中的一个子系统。

公共关系学主要将组织作为传播沟通主体来进行研究。任何组织都是一个传播沟通的主体，都具有公众传播沟通的行为和功能。将这种行为和功能抽象出来进行考察，可以发现各种不同的组织在公众传播沟通方面的共性，认识这些共性是进一步研究各类不同组织的公众传播行为的个性特征的前提。

12. 公众是公共关系传播沟通的对象。公众关系是由组织运行过程中涉及的个人关系、群体关系、组织关系所共同构成的。这些个人、群体和组织构成了组织的公众环境。组织的公共关系工作便是针对这个公众环境进行的。

公共关系的过程是组织与公众之间经过传播沟通活动相互影响、相互制约的过程。“公众”是任何公关活动不可缺少的一个方面。离

开了公众，公共关系活动就无所指向，本身也失去意义。因此，任何组织在计划和实施自己的公关工作的时候，都必须首先确认自己的公众对象，分析研究自己的公众对象，根据公众对象的特点去制定公共关系工作的目标和计划，随着公众对象的变化去调整自己的公关政策和行为。

公众作为公共关系的对象、客体，并不是完全被动的，也不是随意受摆布的。各种公众对象都是有意志、有愿望、有行动的个体、群体或组织，会主动地采取行动来表达自己的意志和要求，主动地对公关主体的政策、行为作出相应的反应，从而对公共关系主体形成社会压力和舆论压力。因此，公众的观点、意见、态度和行为在公共关系过程中是一系列不断运动、变化的因素。

公共关系学对公众的研究主要是从传播沟通对象的角度，研究公众的总体特征和各个目标公众的具体特点，研究影响公众行为和舆论的心理、文化等因素，研究不同的公众类型及其对公关政策和活动的影响，研究一些主要的公众关系对组织的作用和意义。

13. 传播沟通是公共关系活动的过程和方式。公共关系活动的过程，就是运用各种传播媒介和沟通手段，在组织与公众之间建立有效的双向联系和交流，促成相互间的了解、共识、好感与合作。公共关系的手段和方式包括各种人际传播、组织传播、公众传播、大众传播的形式；包括各种言语沟通、文字沟通、非语言文字沟通的方法；包括各种印刷媒介、电子媒介、实物媒介的技术。运用现代信息社会的各种传播沟通手段来建立和完善组织与公众之间的关系，就是公共关系活动的实质性内容。

传播沟通的涵义是人类社会中信息的传递、接收、交流和分享，即运用一定的符号，通过一定的媒介，将信息传递给对方；对方接收到信息后引起一定的反应，亦以一定的信息形式反馈回来；通过这种双向的交流，双方逐渐达到分享信息、相互了解、形成共识的目的。人类社会是依靠传播沟通去形成各种社会关系的，特别是在信息社会，要有效地形成和发展各种社会关系更加离不开传播沟通。

组织与公众联结的方式、公共关系的运行机制就是传播沟通。公