

普通高等院校“十三五”规划教材

公共关系学

GONGGONG •

GUANXIXUE •

陈 军 李 晓 陈有真◎主编



清华大学出版社

普通高等院校“十三五”规划教材

公共关系学

GONGGONG •

GUANXIXUE •

陈 军 李 晓 陈有真◎主 编
王 伟 李 旭 任 屿 杨雪莲◎副主编
王 杨◎参 编

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书根据高等院校的教学要求,系统论述了公共关系的基本理论,阐述了公共关系活动调研、策划、传播、危机管理等具体实务,并介绍了公共关系活动的礼仪、礼节。全书共分十章,分别为导论、公共关系的历史和发展、公共关系的主体、公共关系的客体、公共关系的传播、公共关系的主要职能、公共关系工作的程序、公共关系危机、公共关系专题活动,以及公共关系礼仪。

本书适合作为高等院校管理专业、市场营销专业及其他相关专业“公共关系学”课程的教材,也可作为公共关系从业人员的培训用书和参考书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

公共关系学/陈军,李晓,陈有真主编. —北京:清华大学出版社,2018

(普通高等院校“十三五”规划教材)

ISBN 978-7-302-49393-8

I. ①公… II. ①陈… ②李… ③陈… III. ①公共关系学-高等学校-教材 IV. ①C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 012094 号

责任编辑:刘志彬

封面设计:汉风唐韵

责任校对:宋玉莲

责任印制:王静怡

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:三河市海新印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:15 字 数:337 千字

版 次:2018 年 1 月第 1 版 印 次:2018 年 1 月第 1 次印刷

印 数:1~3000

定 价:46.00 元

产品编号:077903-01

前言

公共关系学是一门综合性的应用学科，它涉及社会学、管理学、心理学、传播学、营销学、经济学等多门学科。公共关系学以建立社会组织与社会公众之间良好的沟通关系，在社会公众心目中树立社会组织的良好形象为主线贯穿始终。随着社会主义市场经济的发展，公共关系学在理论上对社会组织提出的指导原则和在实践上对这些组织提供的全方位服务已经被越来越多的社会组织所接纳。现代公共关系的发展已经超越了单纯为组织服务的范畴，对个人的形象塑造、人际交往等也发挥着巨大的作用，可以说公共关系学是一门研究蕴含事物生存发展哲理的学科。在现代社会中，没有公共关系意识的社会组织，不可能成为优秀的组织，没有公共关系能力的组织，不可能赢得社会公众的信赖而取得市场竞争的主动权。公共关系学在现代社会发展中承担着推动社会进步、完善各类社会组织、为两个文明建设服务的历史重任。

“公共关系学”是高等院校管理专业、市场营销专业的主干课程之一，也是其他专业学生应该掌握的基础知识之一。希望通过对本书的学习，帮助学生掌握公共关系学的基本理论和基本技能，加强现代公关意识，并通过所学的公共关系知识提升自己处理公共关系危机的能力，提高沟通能力、人际交往能力和社会适应能力。

本书以实用性为编写原则，立足于公共关系的核心目标——协调关系和塑造形象来设计教材内容，从理论和实务两个方面来阐述公共关系学知识，适合作为高等院校管理专业、市场营销专业及其他相关专业“公共关系学”课程的教材，也可作为公共关系从业人员的培训用书和参考书。

本书由潍坊医学院陈军、泰山医学院李晓、西南交通大学陈有真任主编，潍坊医学院王伟、山东服装职业学院李旭、广东医科大学任屿、河南工学院杨雪莲任副主编，泰山职业技术学院王杨参与编写。

本书在编写过程中参考和借鉴了许多专家、学者的研究成果，在此致以真挚的感谢。

鉴于编者的水平所限，本书如有不当之处，恳请广大读者和专家给予批评指正。

编者

目 录

第一章 导论	1
第一节 公共关系概述	1
第二节 公共关系学的研究对象和任务	4
第三节 公共关系学的特点、性质、原则和作用	5
第四节 公共关系学与其他学科的关系	10
思考题	13
第二章 公共关系的历史和发展	14
第一节 早期的公共关系	14
第二节 现代公共关系的产生、形成与发展	16
第三节 中国公共关系的传入和发展	22
思考题	24
第三章 公共关系的主体	25
第一节 社会组织	25
第二节 公共关系机构	35
第三节 公共关系从业人员	43
思考题	51
第四章 公共关系的客体	52
第一节 公众	52
第二节 内部公共关系	69
第三节 外部公共关系	74
思考题	81

第五章 公共关系的传播	82
第一节 公共关系传播概述	82
第二节 公共关系的语言传播	87
第三节 公共关系的非语言传播	92
第四节 公共关系的书面传播	94
第五节 公共关系的电子传播	97
第六节 图像和标识	102
第七节 传播的效果	103
思考题	105
第六章 公共关系的主要职能	106
第一节 收集信息, 监测环境	106
第二节 树立组织形象, 建立社会信誉	110
第三节 协调沟通, 争取相互谅解	115
第四节 咨询建议, 参与组织决策	122
第五节 教育引导, 服务社会	127
第六节 推动业务, 全面增进效益	130
思考题	131
第七章 公共关系工作的程序	132
第一节 公共关系调查	132
第二节 公共关系计划的制订	141
第三节 公共关系计划的实施	148
第四节 公共关系工作的效果评估	154
思考题	160
第八章 公共关系危机	161
第一节 公共关系危机概述	161
第二节 公共关系危机的处理	169
第三节 公共关系危机管理	175
思考题	184

第九章 公共关系专题活动	185
第一节 公共关系专题活动概述	185
第二节 赞助活动	187
第三节 庆典活动	190
第四节 新闻发布会	193
第五节 组织开放日	197
第六节 展览会	198
思考题	202
 第十章 公共关系礼仪	 203
第一节 现代社交礼仪概述	203
第二节 公共关系交往中的礼仪	209
第三节 公共关系语言中的礼仪	212
第四节 国际公共关系礼仪的基本规范	219
第五节 大学生礼仪	222
思考题	230
 参考文献	 231

1

第一章

导论

学习目标

1. 掌握公共关系的含义、公共关系学的研究对象和任务。
2. 熟悉公共关系的特点、性质、原则和作用。
3. 了解公共关系与其他学科的关系。

“公共关系”一词是英文“public relations”的中文译称，简称 PR。公共关系是现代社会的产物，随着商品经济和传播技术的发展，其社会作用也越来越重要。随着社会的发展，公共关系越来越广泛地应用于社会生活的各个领域，成为市场经济发展的催化剂和企业参与市场竞争的强有力手段。因此，人们对它的研究也越来越深入。

第一节 公共关系概述

一、公共关系的含义

公共关系具有双重含义，一是公共关系的客观状态；二是公共关系的社会活动。

（一）公共关系的客观状态

公共关系的客观状态是从静态的角度来理解的。在人类的社会生活中，任何一种社会组织或群体都客观地存在于社会这个大环境中，都和一些组织或群体中的成员发生着一定性质的联系，它们之间互相影响、互相作用，这种既定状态不受人的意志的左右而客观存在着。这种与组织或与组织的成员始终联络着的客观现象，就是公共关系的客观状态。进一步分析，如果社会组织不从事任何公共关系活动而表现出来的公共关系状态，称为原始

公共关系状态；如果社会组织从事某种具体的公共关系活动，以改善现有的组织状态，称为良好的公共关系状态。一般来说，任何社会组织都不是一个静止的物体，一个社会组织一旦置身于复杂的社会机体中，就开始了各种形式的活动，不断追求着良好的公共关系状态。公共关系的客观状态具有以下特点。

(1) 客观性。公共关系不以任何人的意志为转移，它是一种客观状态，具有客观性。

(2) 既成性与发展性。公共关系是一种既有的现象，同时，又是一种正在发生和发展的现象。因此，它既具有既成性，又具有发展性。

(3) 自发性和自觉性。公共关系既可以处于尚未被人们自觉意识的状态，从而具有自发性；又可以处于已被人们认识并加以有意识利用的状态中，从而具有自觉性。

(二) 公共关系的社会活动

公共关系的社会活动是从动态的角度来分析的。一个组织或肩负着组织任务的群体中的成员，为了实现预定的目标，有计划、有组织地运用传播手段，通过信息交流、情感传送来改变公众态度、引发公众行为等有效活动，去改善公共关系状态，以便创造最佳环境，保证预定目标的实现，这种组织或个人的主观能动活动就是公共关系的社会活动。公共关系的活动可分为两类：日常的公共关系活动和专门的公共关系活动。前者指组织成员在平时生活和工作中经常遇到的各种关系，为协调这些关系而立即着手开展那些简易的活动，如微笑服务、礼貌待客、社交事务等；后者指公共关系部门及从业人员为达到一个组织的目的有计划地凭借一些技术措施或方法去开展专门性的活动。从以上分析可以看出，一个社会组织与相关组织、群体和个人的公共关系只有通过特殊的交往，经过一系列的公共关系活动才能真正形成。公共关系的社会活动具有以下特点。

(1) 目的性。任何公共关系活动都具有自己明确的目标，都是想通过公共关系活动来改善本组织的客观状态。

(2) 技术性。任何公共关系活动都要采取必要的技术和手段，通过特定的方式去开展活动以实现自己的目标。

(3) 群体性。任何公共关系活动都是以社会组织为主体，以一定的组织机构为支点开展公共关系活动的。

公共关系的双重含义说明：一方面，公共关系作为一种社会关系的活动，它是以公共关系状态为基础而开展的，没有公共关系的客观状态，则不会发生公共关系的活动；另一方面，组织机构通过公关活动的有效开展，来改善自己的客观状态，以达到组织自身顺利发展的目的。由此可见，公共关系的客观状态是公共关系活动开展的基础，而公共关系的社会活动则是达到良好状态的手段。

二、公共关系的定义

公共关系的定义是公共关系理论研究所面临的首要问题，也是公共关系理论的核心内容之一，更是学术界争论不休的问题。

自从 20 世纪 20 年代公共关系兴起以来，许多研究公共关系的学者和从事公共关系工

作的专家，一直在探究给公共关系做出较为科学、清晰、准确的定义。目前，国内外对公共关系的定义有几百种，其中具有代表性的有以下几种。

美国公共关系研究和教育基金会的哈罗博士认为：“公共关系学是一种独特的管理职能，它帮助一个组织与它的公众之间建立交流、理解、认可和合作关系；它参与处理各种问题与事件；它帮助管理部门了解公众舆论，并对之做出反应；它明确并强调管理部门为公众利益服务的责任；它帮助管理部门掌握情况的变化，并监视这些变化，预测变化的趋势，以使组织与社会变化同步发展；它以良好、符合职业道德的传播技术和研究方法作为基本的工具。”

英国公共关系协会的定义：“公共关系学是一个组织或个人与任何人群或组织之间，围绕一个组织或个人应该争取获得并保持良好声誉的目标，所进行的建立和改善相互了解的、有计划的、持续的努力。”

国际公共关系协会墨西哥声明中指出：“公共关系学是分析动向、预测结果，为组织领导提供决策咨询，执行既有利于组织，又有利于公众的计划行动的艺术和科学。”

《韦伯斯特 20 世纪新词典》(1976 年版)认为：“公共关系学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其活动、政策等情况，试图建立有利的公众舆论的职能。”

美国公共关系学会的定义：“公共关系学是一个组织为最有效地实现其目标而与社会保持某些方面联系的职能。”

王乐夫等编著的《公共关系学》认为：“公共关系学是一种内求团结、外求发展的经营管理艺术。它运用合理的原则和方法，通过有计划而持久的努力，协调和改善组织机构的对内外关系，使本组织机构的各项政策和活动符合广大公众的需求，在公众中树立起良好形象，以谋求公众对本组织的了解、信任、好感与合作，并获得共同利益。”

毛经权主编的《公共关系学》的定义：“公共关系学是一个组织运用各种传播手段，在组织与社会公众之间建立相互了解和信赖的关系，并通过双向的信息交流，在社会公众中树立起良好的形象和信誉，以取得理解、支持和合作，从而有利于促进组织本身目标的实现。”

居延安的《公共关系学导论》认为：“公共关系学是一个社会组织用传播的手段使自己与公众相互了解和相互适应的一种活动或职能。”

另外，还有一些更为直观的定义，例如，“公共关系就是努力干好，让人知晓”，“公共关系是创造同意的学问”，“公共关系是 90%靠自己做得对，10%靠宣传”，“公共关系是通过良好的人际关系来辅助事业成功”。这些定义简单明了，生动形象，但它们都只揭示了公共关系的部分含义，从总体上来讲不够全面。

以上可见，关于公共关系的定义众说纷纭，这说明“公共关系”一词不是缺乏含义，而是囊括太多，不能用一句话或几句话来概括。同时也说明公共关系作为一门学科还不成熟，人们对它的认识还需要一个过程。

第二节 公共关系学的研究对象和任务

公共关系学是研究公共关系活动规律及其传播沟通方式的一门新兴的综合性社会应用学科。所谓综合性学科,是指公共关系学是综合了传播学、新闻学、社会学、政治学、管理学、经济学、舆论学、心理学、信息论等多学科的理论知识而形成的交叉学科;所谓应用性学科,是指公共关系学具有很强的实践性,注重应用。

一、公共关系学的研究对象

任何一门学科都有自己特殊的研究对象,公共关系学的研究对象是社会组织所面临的各种公共的社会关系,包括上级主管部门、顾客、竞争对手、新闻媒介、组织内部成员,以及社会上的各种组织、群体及个人。

社会关系是客观存在的,任何社会组织要生存和发展,都必须科学、合理地建立和运用同自身密切相关的社会关系。在当今社会里,任何一个社会组织都处在主体化的社会关系网络之中,与社会的方方面面发生着联系。在这种环境下,任何一个社会组织要生存和发展,都必须科学地分析和恰当地处理各种社会关系,为组织目标的实现创造最佳的社会环境。俗话说:“天时不如地利,地利不如人和。”在天时、地利、人和这三大因素中,“人和”是事业成功的关键因素。这里所说的“人和”,就是指社会组织或个人与社会各方面关系的和谐,也就是公共关系学所要研究的主要对象。

二、公共关系学的研究任务

公共关系学的研究任务包括了社会组织关系的各个方面,但是主要的研究任务可归纳为以下几个方面。

► 1. 树立良好形象

任何一个社会组织要得到发展,就必须处理好与社会各方面的关系,树立本组织在社会上的良好形象。追求卓越的组织形象是公共关系工作的研究任务,亦是公共关系的最终目的。现代社会里,尤其是在组织竞争日趋激烈的市场经济环境中,良好的组织形象或者说良好的组织声誉和“口碑”,已经成为组织决胜市场、长足发展的一项重要“资源”。组织的公共关系工作就是通过各方面工作的开展,不断维护、巩固、提升组织形象,赢得更多的公众对组织的关注、理解、支持与合作,以促进组织的发展。一个组织的形象包括内部形象和外部形象,组织形象的树立主要靠组织的影响力,而这种影响力不仅要靠双向的信息沟通去传播,更要靠组织本身的行为取信于社会公众,只有这样,树立起来的形象才是可靠的、持久的。

► 2. 建立信息网络

公共关系运行机制中的重要环节是主客体之间进行信息沟通。这种信息沟通必须有一

定的信息网络, 公共关系学既要建立组织内部畅通无阻的信息网络, 又要建立同社会之间的信息网络, 运用新闻传播理论和大众传播工具, 使组织与社会实现双向沟通。这是公共关系学要研究的重要任务之一。

▶ 3. 处理公众关系

公共关系学要研究如何处理好与各种社会公众的关系, 这种关系的处理, 是建立在组织与公众双向信息沟通的基础上, 开展正规的社会交往活动, 只有这样, 才能处理好与公众的关系, 特别是与本组织的生存和发展有密切关系的公众的关系。公共关系学就是要研究处理好这类关系的理论和方法。

▶ 4. 监测社会环境

社会组织的每项活动的开展, 必然会受到社会环境的制约和影响, 公共关系必须监测社会环境的变化, 包括政策方针、法令法规的变化, 公众关心热点的变化, 公众心理和经济承受能力的变化, 自然环境的变化等。社会组织只有掌握了所处社会环境的变化及其对自身的影响因素, 才能制定适应变化情况的方针政策和各项管理措施, 以保证自身的生存和发展。

▶ 5. 分析发展趋势

公共关系的又一个任务是根据本组织所处环境的变化, 以及与本组织相关的各种社会因素, 预测组织近期或远期的发展趋势, 预测社会组织目标实现过程中可能遇到的社会反应及问题。本组织可根据这些预测结果, 制定相应的措施以应付可能发生的变化。

第三节 公共关系学的特点、性质、原则和作用

公共关系经过近一百年来发展, 已经成为一门日臻成熟的独立学科。了解和把握公共关系学学科的特点和性质是学习和了解公共关系学的基础。公共关系学是一门综合性的应用学科。它有自己特定的研究对象及理论体系, 也具有其他学科所无法代替的社会功能。

一、公共关系学的特点

作为一门新兴的独立学科, 公共关系学具有两个明显的特点。

(一) 高度的综合性

公共关系学是多学科综合发展的产物, 它的科学性建立在多种学科理论的高度渗透、高度综合的基础之上。公共关系学吸取了经营管理学科、传播学科、组织行为学科, 以及应用技术学科等相关学科的理论成果, 是一门基础广泛的综合性学科, 或者说是一门交叉性的边缘学科。因此, 学习公共关系学理论必须具有广博的知识基础, 对公共关系必须进行多学科、多角度、多侧面的综合研究。

（二）强烈的应用性

公共关系学研究的对象是社会组织与其相关公众之间的传播沟通行为，离开了这种传播沟通行为，公共关系学便毫无存在的意义与价值。因此，公共关系学是一门实践性很强，理论与实践结合得很紧的应用学科。公共关系学是在实践活动的基础上产生，又反过来指导公共关系的实践活动。但它不是从一般的意义上去规定公共关系实务的操作技术与行为范围，而是予以具有方法论性质的指导，充分显示出鲜明的应用性特点。目前，公共关系学的应用性越来越为人们所重视。

二、公共关系学的性质

对于公共关系学学科性质的认识，目前尚无完全统一的看法，国内外较为流行的观点有几种。

（一）公共关系是一种专门职业

公共关系是现代企业和社会组织内必不可少的一种工作，是现代经营管理和行政管理的有机组成部分，它担负着信息分布、环境检测、趋势预报、组织协调、决策咨询、教育引导等多项职能。一般的组织都设有专门的公共关系职能部门，配备一些精明能干的公共关系人员。实践证明，一个组织的公关部门精干、人员得力，组织就如虎添翼，能极大地促进组织事业的发展；反之，则影响组织的生存和发展。

（二）公共关系是一门管理学科

公共关系是一门新兴的管理学科，是现代管理学的一个重要分支。它运用新闻学、传播学、心理学、管理学、统计学等学科的基本理论、方法和研究成果，研究社会组织在处理各种社会关系时，必须运用的理论、方法和技术，以及它所具有的特点、类型、模式和规律，反映了现代经营理论和管理理论的时代特征。因此，公共关系学属于管理学的范畴，公共关系学是现代管理学的一个构成部分。

（三）公共关系是一种社会关系

公共关系本质上是一种社会组织的行为，强调这种公众性、社会性行为的主体是组织，因此，公共关系学是社会学或组织行为学的分支学科。

（四）公共关系是一种传播活动和交往艺术

公共关系是运用信息传播的原理和方法，准确、及时、有效地搜集和传递内部和外部的信息，运用社会学、心理学的原理和方法，科学地分析和处理各种社会关系，巧妙地激发公众对本组织的了解、信任和支持。想要达到这个目的，必须要遵循传播规律，重点是研究如何运用现代传播学的理论和方法，在组织管理过程中与公众进行传播与沟通。在公共关系实践中，交往的艺术非常重要，从理论和方法上讲，只要正确地运用，必然会获得预期的效果。但是，从交往实践上来看，交往艺术水平的不同，会导致交往的效果有很大的差异。

（五）公共关系是一种指导思想

在传统的管理中，多数企业都将“以质量求生存”作为发展的信条。现代管理中，除了仍强调“质量第一”的思想外，还要适应社会化联系及激烈竞争的需要，把做好公共关系工

作放在关系组织生存和发展的地位,当作一种指导思想来对待。现代管理理论和实践证明,公共关系是一种至关重要的现代管理思想,它是现代组织在目前的社会环境下,搞好经营管理、获得生存和发展、争取事业成功的一种指导思想。

三、公共关系工作的原则

公共关系作为一门现代管理的学科和一门新兴的职业,有它必须遵循的原则。公共关系的原则对公共关系工作具有重要的指导作用。按照这些原则来从事公共关系工作,才能保证公共关系沿着健康的道路发展,发挥公共关系特有的作用。

(一) 公共关系工作原则的含义

原则就是人们思想和行动的准则。公共关系工作的原则,简单来讲,就是组织在开展或实施公共关系工作过程中应当遵循的行为准则。具体来讲,公共关系工作的原则是公共关系性质、目的、职能、任务、方法、手段的综合表现和抽象概括,是组织正确地确定公关目标,处理与公众的关系,开展公关活动等应当恪守和奉行的指导思想、基本方针和行为规范。

(二) 公共关系工作原则的基本内容

► 1. 实事求是原则

实事求是原则就是要根据客观存在的事实说话,让公众知晓真实情况,这是公共关系工作的首要原则。实事求是公共关系的核心。现代“公共关系之父”艾维·李的公关思想就是真实性和公开性,要敢于对公众说真话。因为客观事实是第一性的,人的认识是第二性的,有了客观事实,才会有公共关系。如果不尊重客观事实,说假话,提供假资料,出了问题遮遮掩掩,这就违背了人们的认识规律,也违背了公共关系的根本宗旨,这些行为根本不是公共关系活动,而是愚弄和欺骗公众的手段。因此,否定了实事求是的原则,也就否定了公共关系本身。

► 2. 全员公关原则

公共关系是面向社会各个方面和广大公众的活动,这就要求社会组织的全体成员都要树立公共关系观念,都要为公共关系工作的成功做出贡献。

所谓全员公关原则,是指在一个组织内增强全体员工的公关意识,促使全体员工共同关注公关工作,调动全体员工参与公关工作的自觉性和积极性,围绕组织整体的公关目标,使之相互协调、相互配合。公共关系的责任是通过踏实细致的工作影响公众舆论,而提高组织的知名度和美誉度。这些不是仅靠公关人员就能完成的,特别是服务性公关,需要组织全体员工的协调配合,才能付诸实施。事实上,完整的公共关系活动是渗透在社会组织的各类活动中的。除了专职公共关系人员从事的专题公共关系活动外,社会组织的每一个成员都是组织与外部公众联系的重要触角。

组织的公共关系工作,不仅要依靠公共关系专门机构和专职人员的努力,还有赖于组织各部门的密切配合和全体员工的共同关心与参与。这就必须强调全员公关原则,要求组织的全体成员都要树立公共关系意识,共同关注并参与公共关系工作,共同推动组织公共关系目标的实现。

► 3. 互惠互利原则

公共关系的行为规范明确指出,公共关系是以社会效益为依据的,它既包括了社会组织自身的利益,也包括了社会公众的利益。

所谓互惠互利原则,就是公共关系不仅要维护本组织的利益,而且也要维护公众利益,同时又兼顾国家整体利益。实质上,互惠互利是要求摆正各方面的利益关系,决不能只顾自己而不考虑别人,或者只顾自身经济效益而损害社会效益和生态效益。公共关系就是“公众”关系,离开了公众,公共关系就成了无源之水。要建立和保持良好的公共关系,必须密切关注公众利益,以公众利益为出发点,把公众利益放在首位,这是以为公众服务为宗旨的必然要求。一个组织有无存在和发展的价值,取决于公众是否需要它,所以,组织必须为公众服务,千方百计地为公众谋取更大利益。必要时,要牺牲自身的、局部的、暂时的既得利益,而赢得长远的、整体的、更大的利益。

► 4. 时空意识原则

公共关系中的时空意识原则,是指公共关系要注重抓住有利时机、把握有效空间来开展公共关系活动,这直接关系到公共关系效能的问题。

公共关系的有利时机,是指能够最大限度地发挥公共关系工作效能的时间和机会。在公共关系工作中,有利时机虽然多种多样,但却瞬息万变、稍纵即逝,公共关系人员要善于抓住这些有利时机开展公共关系活动。

公共关系中的有效空间包括有效的工作空间、有效的视觉空间、有效的听觉空间和有效的感情空间。把握住这些方面的有效空间,将使公共关系具有秩序性、条理性,增强公共关系工作的效果。

► 5. 社会责任原则

对社会公众负责是公共关系中必须贯彻的原则,包括对组织负责和对公众负责。公共关系的对象是公众,在对待公众的问题上有两种不同的态度:一是愚弄公众、欺骗公众;二是尊重公众、服务公众。第一种态度是与公共关系宗旨背道而驰的。公众是由特定的人群和群体组成的,对公众负责也就是对他人负责。建设高度的精神文明就必须把对公众负责作为公共关系工作的基本原则。另外,对公众负责是公共关系根本利益所在。公共关系的终极目标是赢得公众的理解、支持与合作,促进组织的事业获得成功。因此,公众的态度对组织具有举足轻重的作用。态度是由利益决定的,双方利益一致,自然容易合作。双方利益不完全一致,公共关系工作就要在对公众负责的基础上加以协调,把公众的利益作为基本出发点。只有最大限度地满足了公众的利益,才能取得公众支持,组织的根本利益才有可能实现。

对组织负责的准则是:公共关系的计划、方案中,以及在公共关系活动的过程中,都要本着对组织负责的精神,保证其活动能促进组织目标的实现。

► 6. 开拓创新的原则

公共关系工作就其本质来说是一种创造性的活动。所谓开拓创新的原则是指在公共关系工作中不能教条地去按固定的模式、现成的经验去处理公关事务,而是要随着社会的发展、环境的变化、工作的需要去不断地发展和创新,只有这样,公共关系才具有强大的生命力。

四、公共关系的作用

对一个社会组织来说,公共关系的作用非常重要,而且涉及各个方面。概括地说,公共关系对于一个社会组织的作用就是内求团结、外求发展,这既是公共关系的作用,也是公共关系工作的目的。

(一) 组织内部公共关系的作用

组织内部的公共关系,是组织全部公共关系的基础,也是组织外部公共关系成功的保证,其具体作用有以下几点。

► 1. 促进内部的团结与合作

要使内部关系和谐统一,就必须协调组织的各种关系。一个社会组织就是一个系统,它由许多部门构成,有各级领导和广大职工。组织的员工关系、股东关系、部门关系、领导班子的关系都是组织内部的诸多关系,如何疏通这些关系,保持沟通渠道的畅通,是关系协调的基础。组织要发挥公关的协调功能,促进内部成员之间的团结,在工作中形成良好的合作关系,促使组织内部的信息交流上情下达、下情上达,增强组织决策的透明度,使员工保持思想上的一致和行动上的统一,形成团队精神,增强组织的向心力和凝聚力。组织内部成员之间若产生摩擦与不和谐的行为,领导及公关人员要及时协调好这些关系。为了促进内部的团结与合作,就要关心员工的利益,尽量满足员工的福利要求,创造舒适的工作环境与人脉氛围,使他们对组织产生安全感和归属感,保持组织内部的团结,自觉地为实现组织目标尽心尽力。

► 2. 提高广大职工的主人翁意识

现代科学管理提倡广大职工参与管理,以激发其主人翁意识。公共关系工作可以促进职工参与民主管,从而调动他们的积极性和主动性。

► 3. 从根本上改善组织的素质

一个组织的素质体现在领导层、全体成员的素质和整个组织结构等各个方面。公共关系工作可以利用其职能,促进组织领导和职工的素质不断提高,从而使组织整体素质得以提升。

► 4. 提高组织的工作效率和竞争能力

通过公共关系工作,加强了组织内部团结,形成了和谐的关系,增强了组织的凝聚力,提高了广大职工和整个组织的素质,从而提高了组织的工作效率和竞争力。

(二) 组织外部公共关系的作用

组织外部公共关系的主要作用是加强与其他社会组织和广大公众的联系,以获得他们的支持与合作,为组织的发展创造良好的社会环境。其具体作用有以下几点。

► 1. 促进组织与公众之间的相互了解

现代社会是一个巨大的系统,各种社会组织之间都存在这样或那样的联系,任何一个社会组织的发展,都必须得到其他社会组织的支持与合作。

公共关系工作是为了使社会组织与公众保持双向沟通、联络感情、发展友谊,通过争

取各类公众的好感和支持，为组织生存与发展奠定“人和”的基础，形成融洽、合作的人际环境。社会组织要根据公众环境的变化和公众需求的发展，及时调整组织目标和协调行为，主动与公众协商，妥善处理利益矛盾，消除抵触，化解冲突，借助互相合作的整体力量，发展自己，促进事业的成功。

在现代社会，关系本身就是一种财富、一种资源。公共关系的协调功能能使组织的关系资源得到开发，形成良好的组织形象，使组织的无形资产增值。使关系资源在一定条件下转变为现实的生产力，推动社会持续、高速的发展。关系协调，能使组织与公众的交往机会增多，优化组织互动的公众环境；能使组织与公众的心态稳定，精神得到满足，改善组织心理环境；能使公众的利益得到协调，组织的效益增强，发展组织的经济环境；能使员工的主人翁地位得到体现，外部公众的矛盾得到协调解决，有利于社会政治民主化的建设，推动社会的改革、稳定与发展。

► 2. 协调组织与公众之间的利害关系

组织一旦与公众发生矛盾、纠纷、争端，在弄清问题的真相后，要选择合适的解决方法，妥善处理矛盾关系。首先，要与发生矛盾的公众统一对问题真相的认识；其次，要设身处地为公众着想，为社会组织长远利益和发展考虑，尽心、尽力、尽快地改进和完善组织不尽如人意的地方；最后，要态度诚恳地向对方公众道歉，希望求得谅解。当然，与人为善、表示歉意不等于无原则让步，也不等于满足公众提出的一切不合理的要求。但是，一定程度的让步有利于改善公众关系，创造融洽和谐的公众氛围，树立和完善组织的形象。

► 3. 为组织的生存和发展创造良好的社会环境

现代社会的发展给各种社会组织的生存和发展都提供了机会和条件，但是，任何一个组织要能获得这样的机会和条件，还要通过自身的努力，特别是要通过公共关系工作去争取，创造一个能够使社会公众了解、各种社会组织协调配合、各个方面的利害冲突得到协调和消除的良好社会环境，这也是组织外部公共关系工作应当努力实现的奋斗目标。

第四节 公共关系学与其他学科的关系

公共关系学是一门边缘科学，而且是“聚合型”的边缘科学，因此，它与众多学科之间有着极为密切的相关性。认识和了解公共关系学与其他学科之间的相关性，既有助于对各部门学科的了解，也有助于对公共关系学本身学科性质的更深层次的理解和认识，更有助于明确公关部门和人员应具备的知识素养和知识结构，下面就其关系最为密切的学科进行简要的阐述。

一、公共关系学与管理学

公共关系学实际上属于管理学的范畴，但是两者之间既有联系，又有区别。要搞清楚公共关系学与管理学的关系应该从两者的职能关系上进行分析，从实际的需求关系入手进行研究。