

人际与公共关系学

刘培森 主编

重庆大学出版社

大

932749

33.6
C324 大

人际与公共关系学

主 编 刘培森
副主编 刘吉福 纪晓丽
张顺国

重庆大学出版社

人际与公共关系学

刘培森 主编

*

重庆大学出版社出版发行

新华书店经销

重庆后勤工程学院印刷厂印刷

*

开本:787×1092 1/32 印张: 9 字数: 202 千

1994年 7 月第 1 版 1995年 4 月第 2 次印刷

印数: 3001-6000

ISBN 7-5624-0952-8/C·29 定价:7.50元

(川)新登字 020 号

《人际与公共关系学》编委会

主 任 刘培森

副主任 杨学忠 孙 露

编 委 (以姓氏笔划为序)

刘培森	刘吉福	刘建华	冉茂盛
孙 露	申继华	肖顺杰	杨学忠
胡自力	张 运	张顺国	纪晓丽
陈静宇	赖常明	谢晋洋	蒋稼欢

内 容 提 要

该书是一本融众多学科之精华,具有独立体系的综合性著作。它在简要地论述了公共关系的概念、发展史略和人际关系的历史演变、功能、发展趋势、创造良好人际关系的条件、人际关系与公共关系的联系与区别后,系统地介绍了公共关系学的主要内容及基础知识、公关人员的素质和职业培训,并探讨了建立有中国特色的公共关系学的有关问题。

本书可作大学本、专科生的教材,还可作为管理类研究生、二学位学生,以及广大企业管理干部和党政机关干部的参考教材。

社会主义市场经
济需要公共关系
学和公共关系事
業。

吳云鵬

于1994年5月山城

※吳云鵬是我国著名生物力学与生物流变学专家,中国生物流变学委员会主任委员,伦敦应用科学院荣誉博士,重庆大学教授、博士生导师、校长。

公共關係學是一門新興
的現代管理科學在社會
主義現代化建設中將發
揮重大作用

姜脩尚書

一九九四年夏

※姜修尚 重庆大学教授、教育家，原重庆大学采矿工程系主任，被英国剑桥国际人物传记中心载入该中心出版的亚洲、澳洲及远东名人录（第一版），现任中国煤炭学会名誉理事。

序

时光荏苒，物换星移。我们正处在科技、经济和社会蓬勃发展的时期。此时此刻，众多的科学家以他们的大智大慧争相预言着未来世界的种种，举起希望的火炬指引着人们前进的道路，开拓未来，创造辉煌；未来的人们也将在更加融洽和谐的氛围中交往、工作和生活。

社交乃社会上人与人之间的交际往来，它是人类生活的影子。马克思说过：“社会是人们交往作用的产物。”没有社交活动，人类的生活是不可想象的。这就是说交往自古有之，源远流长。至于如何交往，交往的内容、方式，则是随着时代的发展而变化的。古希腊辩证法的奠基人赫拉克利特有句名言：“一切皆流。”与过去历史上任何时期相比，当今世界在各方面都以空前的高速度和紧张的节奏迅猛向前，这对交往提出了更高要求并付予新的内涵。

面对迅猛发展的开放的世界，我们的政府，我们的企业如何及时反映外界环境变化，预测世界和社会变动的趋势，调整自己的策略，及时、准确、有效地传递信息，以赢得内外公众的了解，建立良好的信誉和形象，获得事业的成功？这就需要学习和掌握一门重要的学问——公共关系学。

国外学者研究表明：本世纪以来，西方国家的工、商企业凡是能度过危机获得发展的，无不依赖于公共关系。在政治领域，公共关系同样重要。美国“水门事件”发生后，尼克松曾总结了导致他下台的教训说：“这是公共关系的失策！”这告诉我们公共关系在现代社会活动中的重要性。

我们“现在比任何时候都迫切需要公共关系的推动和促进，这是因为社会主义市场经济的形成和企业经营机制的转

换,要求我们建立和改善地区的、区域的、部门的及企业的相互协调、多样化的公共关系和良好的形象”。“现代社会,政府公共关系已成为政府从事管理的重要组成部分,成为政府沟通、协调内外关系的强有力手段。”(吴学谦:《充满希望的豪迈事业——公共关系》)

“公共关系的热风”,在风靡世界 90 多年之后,随着我国社会主义市场经济的发展,正在祖国大地,从南到北,从东到西兴起。各界人士,包括实业界、商界、教育科技界、政府机关等对她产生了兴趣,特别是青年一代兴趣更为浓郁。在市场经济条件下人际关系怎么了?怎样处理好人际关系?如何进行组织间的交往?人际关系与公共关系对事业的成功有什么作用?……等等,都需要学习、指导、探讨和研究。

我校刘培森教授主编的《人际与公共关系学》是一本融众多学科之精华而成的综合性著作,具有较强的科学性、知识性、实用性及可读性。这本书可以满足不同层次的读者的需要,既可作为大中专管理专业的教材,亦可作为理工科专业的选修课教材,更是广大青年和从事公共关系工作的朋友们的益友。

我很高兴将这本书郑重推荐给广大读者,愿它能开阔你们的视野,丰富你们的知识和生活,用你们的勤奋和智慧开创未来。

顾乐观

1994 年 4 月 15 日

※顾乐观是我国著名电力专家、重庆大学教授、博士生导师、党委书记兼校董事会董事长

前 言

公共关系学是一门新兴的现代管理学科,它是研究向特定的公众输导和获取信息的手段、步骤的学科,其功能是一个社会组织运用传播手段使自己适应环境并使环境适应自己。

李瑞环同志说:中国公共关系事业的发展,是中国改革开放的必然趋势,它以新型的管理科学,协调社会各方面的关系,密切党和广大人民群众的联系,调动各种积极因素,维护安定团结,促进社会主义建设。

十余年来,由于公共关系热风的影响和知识的传播,我国的实业界、商业界、教育科技界、党政机关等对它都产生了兴趣,特别是青年,尤其是大中专学生的兴趣更为浓厚。他们积极参与公共关系活动与实践,并已取得了很大的成绩。随着社会主义市场经济体制的建立和发展,中国公共关系事业一定会有一个更好的发展前景。它在扩大信息交流,促进商品流通、沟通企业联系,建立新型的人际关系,发展国际合作中将发挥更大的作用。

《人际与公共关系学》是一本融众多学科之精华、具有独立体系的综合性著作。它在简明地论述了公共关系的概念,发展史略,人际关系的历史演变、功能、发展趋势,影响人际关系的因素,创造良好人际关系的条件和人际关系与公共关系的联系与区别之后,系统地介绍了公共关系学的主要内容:公共关系的职能、企业公共关系、公共关系与新闻媒介、公共关系与谈判、公共关系工作方法、公共关系组织机构、公关人员的素质、能力与培养等。为便于理解公关原理和操作应用,还编

辑了中外公共关系案例,以及公关活动中应具备的系列知识,常用公关词语(英汉对照)。全书坚持洋为中用,古为今用,博采众长,融合提炼,自成一家的原则,对如何建立具有中国特色的公共关系学的问题,进行了有益的探讨。

《人际与公共关系学》一书,从1989年以来,在重庆大学和其他兄弟院校以及企业作为教材使用,颇受欢迎。这次修订出版又吸收了一些同志参与,是群体智慧的结晶。在修订过程中,参考和吸收了一些同仁的研究成果,这里谨向这些成果的创造者致以崇高的敬意和深深的谢忱。

本书的编写与出版,得到重庆大学、重庆大学钢厂、海山实业有限公司、重庆迅达集团公司等单位的大力支持。重庆大学党委书记顾乐观教授,校长吴云鹏教授,采矿工程系老主任姜修尚教授十分关心这本书的写作,并为它作序、题词。在此,谨向这些单位和领导同志一并致以崇高敬意和由衷的感谢。

公共关系学是一门正在发展的学科,它涉及的问题较复杂,研究的方面很广泛。但毕竟这是一块新“开垦”的领域。有待我们去探索和实践。由于我们学识业务、水平有限,书中存在的缺点,乃至错误在所难免,敬请广大读者批评指正。

编著者

1994年1月4日



作者简介

刘培森 教授 四川遂宁人,1960年毕业于重庆大学。先后在重庆大学采矿工程系和管理工程系任教,长期做党团的基层工作,并兼任两系行政负责工作。现任重庆大学工商管理学院继续教育部主任、硕士研究生导师,并担任中国企业领导学研究会常务理事、四川省行为科学学会理事、重庆市行为科学学会副会长。专著、主编著作有:《管理心理学与领导艺术》、《现代商品美学》、《领导科学与艺术》、《四川省科技志》(分篇主编)、《现代领导与系统科学》;合编、参编著作有:《中国大百科全书·矿冶卷》、《中国教育大辞典·第七卷》、《教育管理辞典》、《能源管理技术基础》、《高等学校管理案例》;主编教材8部。完成省市重大科研项目7项。发表学术论文50余篇,并被多种报刊转载。

174876/04

目 录

前言

第一章 概论	1
第一节 什么是公共关系	1
第二节 公共关系的兴起和发展	10
第三节 建立具有中国特色的公共关系	14
第二章 人际关系与公共关系	19
第一节 什么是人际关系	19
第二节 人际关系的特点及我国古代的研究	27
第三节 人际关系的功能	31
第四节 人际关系与公共关系	38
第三章 公共关系的职能	42
第一节 塑造形象 建立信誉	43
第二节 广结人缘 争取谅解	48
第三节 咨询沟通 决策参谋	50
第四节 整体进取 增进效益	53
第四章 公共关系的组织机构	57
第一节 建立公共关系机构的条件	57
第二节 企业内部公共关系机构	58
第三节 公共关系部	60
第四节 公共关系公司	72
第五节 两种公共关系机构的利与弊	76
第五章 企业公共关系	80
第一节 企业公共关系工作的对象和特点	80
第二节 企业内部公共关系	83

第三节 企业外部公共关系	91
第六章 公共关系与谈判	98
第一节 什么是谈判	98
第二节 谈判的理论、方法与技巧	103
第七章 公共关系与新闻媒介	111
第一节 新闻传播的模式与特点	111
第二节 图象标识与非语言传播媒介	115
第三节 公共关系人员如何运用新闻媒介	120
第四节 突发事件的处理	130
第八章 公共关系行动的工作步骤	134
第一节 调查研究	134
第二节 制定计划	138
第三节 实施与传播	140
第四节 反馈评估	145
第九章 公共关系人员的素质与能力	150
第一节 组织协调能力	151
第二节 宣传与推广能力	154
第三节 交际能力	159
第四节 自控与应变能力	166
第五节 表达能力	172
第六节 创造能力	175
第十章 公共关系人员的培训	178
第一节 公共关系人员的来源	178
第二节 公共关系人员的职业道德	179
第三节 公共关系人员的教育与培养	182
第十一章 公共关系案例	185
第一节 企业的公共关系	185

第二节	服务行业的公共关系·····	189
第三节	社区公共关系·····	194
第四节	政府公共关系条例一则·····	199
第十二章	公共关系人员的必读文献·····	203
第一节	各种关系中的礼仪行为·····	203
第二节	公共关系规则·····	205
第三节	有关公共关系资料汇集·····	212
第四节	CI 系统 ABC ·····	250
附:	公共关系中礼仪行为图例 ·····	255
编后语 ·····		269
主要参考文献 ·····		271

第一章 概 论

公共关系学是一门新兴的学科。在当今欧美各国，它被广泛地应用于社会的各个部门，日益受到人们的重视。国外曾有此种说法：“本世纪以来西方国家的工商企业凡能渡过危机获得发展的，均有赖于公共关系。”这话也许有些夸张，但却给了我们一个信息，即公共关系在现代经济活动中是多么重要。

随着我国的改革开放，公共关系作为一种西方的经营管理方法被引进我国，并在我国的经济生活中逐渐显示出它的作用。以发展的眼光来看，公共关系在我国广泛开展势在必行。在本章，我们将对什么是公共关系、公共关系的起源发展及有中国特色的公共关系加以介绍。

第一节 什么是公共关系

“公共关系”一词，译自美国的“Public Relations”一词，在英语里，Public 既可作形容词“公共的”又可作名词“公众”理解。因而，海外不少学者认为将“Public Relations”译作“公众关系”更为准确，更能体现组织与它面临的各类公众间的关系。不过因“公共关系”一词已广为运用，因而在本书中仍沿用这种译法。

一、公共关系的基本概念

公共关系是一门新兴的学科，到目前为止，学术界尚无一个统一的定义。从它产生至今的近一百年来，学者们根据自己的理解给予它的定义就有上千条之多，但我们仍可以从中找到

出共同之处。下表先介绍几个国家的经典定义。见表 1-1。哈洛博士(Dr. Rex F. Harlow)关于“公共关系”的定义是在翻阅了大量书报杂志、采访了 83 名公关领导人后,搜集了 427 个定义,从中提炼而成,因而在经典定义中具有一定的代表性。可以将这个定义浓缩为:公共关系即为一个组织和它的公众之间的传播管理系统。

除西方学者外,中国、日本等国学者对此亦有论述。

日本电通广告公司的首任公共关系部长田中次朗是日本最早推行公共关系的人,他说:“所谓公共关系,就是 Good Public Relations(良好公共关系),亦即与社会保持良好关系的技术。以企业的经营而言,若不能与外界社会保持良好的关系,就不可能继续经营下去。”

台湾学者祝振华根据公共关系与中国传统人际关系的区别,提出:“五伦以外的人际关系,谓之公共关系。”“公共关系学,是以促进了解为基础,内求团结、外求发展的管理哲学。”

表 1-1 公共关系的经典定义

来 源	定 义	年 代
《韦伯斯特 20 世纪新辞典》	通过宣传与一般公众建立的关系,公司、组织或军事机构等向公众报告它的活动、政策等情况,企图建立有利于公众舆论的职能。	1976
《公共关系通讯》 (美国)	公共关系是评价公众态度,为个人或组织的政策和工作程序与公众利益建立认同关系、制定和执行活动计划以求公众理解和接受的管理职能。	1982
英国公共关系学会	在组织和它的公众之间建立和维持相互了解、有目的、有计划的持续过程。	1984