

公共关系学 问答

张蕴武等 编著
黑龙江人民出版社



GONGGONGGUANXIXUEWENDA

公共关系学问答

张蕴武 彭桂英 编著
魏运龙 李慧敏

黑龙江人民出版社

1989年·哈尔滨

责任编辑：杨 国

封面设计：李 欣

公共关系学问答

Gong gong Guan xi xue Wen da

张蕴武 彭桂英 魏运龙 李慧敏 编著

黑龙江人民出版社出版

(哈尔滨市道里地段街 179 号)

黑龙江新华印刷二厂制版 黑龙江新华印刷二厂印刷

黑龙江省新华书店发行

开本 787×1092 毫米 1/32·印张 11 10/16

字数：200,000

1990 年 2 月第 1 版 1990 年 2 月第 1 次印刷

印数 1— 2,035

ISBN 7-207-01309-4/C·55 定价：4.40 元

前 言

公共关系——一个鲜为人知又令人困惑的名词，随着改革开放的洪流，由南向北迅速地传播着，中华大地上掀起了一股“公关热潮。”

许多人一提起公共关系，就和“拉关系”，“走后门”相提并论。这是对公共关系的一种误解。那么，公共关系与“庸俗关系学”到底有何区别？公共关系学是发财之道吗？我们国家需要公共关系学吗？一系列问号摆在人们面前。

国外的专家、学者经过实践，总结出公共关系学是一门行之有效的管理科学，也是一门管理艺术。它对发展商品经济实在太重要了。所以它一诞生，就引起人们的广泛重视，在世界各国迅速兴起。目前仅美国就有大约 1,500 家公共关系专业咨询公司，公共关系专业人员达几十万人。香港弹丸之地，也有 20 多家公共关系顾问公司和上百家的兼营公共关系和广告业公司。

我国经济要繁荣，企业将面临着众多而又广泛的社会关系，对这些关系的恰当处理将是企业运营成败的关键。而公共关系学就是解决这些难题的灵丹妙药，吸引着众多的人们去学习、去追求。你想发家致富吗？你想拉好与各方面的关系吗？它也是非学不可的学问。尤其在我国引进商品经济竞

争机制之后，“关系”的学问就更加重要了。但是，公共关系学是一门科学，做为科学就有它的一定规律。当前，不少人还不了解它，不熟悉它。我们编写这本书，目的是向广大读者宣传公共关系学的基本原理、基本知识、基本技巧，以适应“公关热”的需要。

本书第一、二、三、四、五、六、十三章，由张蕴武编著，第七、九、十章，由李慧敏编著，第八、十一章，由魏运龙编著，第十二章及附录部分由彭桂英编著。

我们在编写过程中，得到哈师大图书馆馆长和全体同事的大力支持，在此，我们表示衷心的感谢。

由于我们的水平所限，疏陋之处在所难免，诚恳的希望各位读者批评、指正。

编著者

1989年3月于哈尔滨师范大学

目 录

第一章 概 论.....	1
第一节 公共关系的基本概念.....	1
1. 公共关系的定义是什么?	1
2. 目前国际公认的对公共关系定义权威性论述有哪些?	2
3. 剖析各国权威对公共关系的定义得出的七条要点是 什么?	4
4. 美国《公共关系季刊》所提出的公共关系的十四条要点是 什么?	4
5. 公共关系的性质是什么?	6
6. 公共关系的特征是什么?	7
7. 公共关系思想是什么?	9
8. 公共关系思想在企业形象中的具体表现是什么?	10
9. 社会整体效益的含义是什么?	11
10. 怎样注重社会整体效益?	12
11. 向企业职工渗透公共关系思想和公共关系目标常见的做 法是什么?	13
12. 公共关系工作的主要内容是什么?	14
13. 公共关系工作流程是什么?	15
14. 怎样把公共关系工作渗透到经营管理的全过程中去?	15
15. 公共关系工作成功的条件是什么?	16
16. 公共关系属于什么范畴?	18

17. 公共关系的结构是什么?	19
18. 什么是公共关系实务? 它的基本功能是什么?	20
19. 公共关系实务的定义是什么?	21
20. 公共关系实务的目的和意义是什么?	22
21. 公共关系实务与争取人과의区别是什么?	23
22. 什么是公共关系学? 它研究的范围是什么?	23
第二节 公共关系的对象	25
23. 公共关系学研究的对象是什么?	25
24. 公共关系学中所指的公众是什么?	25
25. 公众的性质是什么?	26
26. 公众的同质性是什么?	26
27. 公众的群体性是什么?	27
28. 公众的可变性是什么?	28
29. 怎样妥善处理好同各种公众的关系?	28
第三节 公共关系基础	29
30. 科学技术的进步怎样促进了公共关系的发展?	29
31. 商业化社会对公共关系需要的原因是什么?	30
32. 民主化社会对公共关系需要的原因是什么?	31
第四节 现代公共关系的界定	32
33. 公共关系与拉关系的区别是什么?	32
34. 公共关系与人际关系的联系与区别是什么?	33
35. 公共关系与新闻传播的区别与相同点是什么?	33
36. 公共关系与推销的联系与区别是什么?	34
37. 公共关系与广告的联系与区别是什么?	35
38. 公共关系与促销的区别是什么?	36
39. 公共关系与宣传的联系与区别是什么?	37
第二章 公共关系的兴起与发展	39

第一节 公共关系的兴起.....	39
1. 公共关系是怎样兴起的?	39
2. 古代时期的内容是什么?	39
3. 巴纳姆时期的内容是什么?	41
4. 李时期的内容是什么?	41
5. 伯尼斯时期的内容是什么?	43
6. 现代时期的内容是什么?	44
第二节 公共关系在各国的发展.....	45
7. 公共关系产生和发展的条件是什么?	45
8. 现代公共关系之父——艾维·李对公共关系学的贡献是 什么?	46
9. 美国早期的公共关系发展如何?	48
10. 美国现代公共关系发展情况如何?	48
11. 日本公共关系的发展情况如何?	50
12. 国际公共关系的发展情况如何?	50
13. 现代西方社会的公共关系学发展如何?	51
第三章 社会关系、人际关系和公共 关系的内容及联系与区别.....	53
第一节 关系的一般属性.....	53
1. 关系的人文性是什么?	53
2. 关系的必然性是什么?	54
3. 关系的广泛性是什么?	54
4. 实现关系的机制是什么?	55
第二节 社会关系、人际关系和公共关系 的内容及联系与区别.....	56
5. 什么是社会关系?	56
6. 什么是人际关系?	57

7. 人际关系行为准则和它的意义是什么?	57
8. 制约人际交往吸引的因素是什么?	58
9. 中华民族的个性特征是什么?	59
10. 正式群体中的人际关系和它的作用是什么?	61
11. 非正式群体中的人际关系和它的作用是什么?	61
12. 怎样正确对待非正式群体中的人际关系?	63
13. 处理人际关系的一般原则是什么?	64
14. 处理好人际关系的语言要求是什么?	64
15. 什么是公共关系?	65
16. 公共关系与人际关系的联系和区别是什么?	66
17. 社会关系与人际关系的联系与区别是什么?	67
18. 公共关系与社会关系的联系与区别是什么?	68
第四章 公共关系的职能	69
第一节 建立信誉塑造形象	69
(一)信息搜集	69
1. 获取信息的目的和意义是什么?	69
2. 搜集信息的内容和范围是什么?	70
3. 获取信息的方式是什么?	71
4. 怎样建立科学的信息系统?	71
5. 怎样开发新闻媒介信息资源?	72
6. 需要建立哪些信息制度?	73
7. 什么是公共关系的反馈信息? 它的内容有哪些?	74
(二)咨询建议	74
8. 咨询建议的重要性是什么?	74
9. 咨询建议的内容是什么?	75
10. 如何对组织形象做出评估预测?	76
11. 评估预测函数式的应用及其意义是什么?	76
12. 怎样对企业知名度和美誉度做出评估和咨询?	77

13. 怎样进行公众的心理分析、预测和咨询?	78
14. 怎样对本企业的方针、政策、计划进行咨询评议?	79
(三)建立信誉,树立形象	80
15. 什么是信誉?	80
16. 建立信誉的整体性原则是什么?	80
17. 建立信誉的竞争性原则是什么?	81
18. 建立信誉的形象性原则是什么?	82
19. 建立信誉的长期性原则是什么?	83
20. 公共关系的五种形象是什么?	84
第二节 争取谅解	85
(一)传播沟通	85
21. 搞好大众传播的重要性是什么?	85
22. 传播沟通的目的是什么?	85
23. 怎样才能使公共关系劝导传播取得良好效果?	86
24. 传播沟通的过程是什么?	87
25. 传播沟通的主要途径是什么?	88
26. 企业在不同时期传播沟通的内容和重点是什么?	88
(二)社会交往	89
27. 搞好社会交往的重要性是什么?	89
28. 搞好社会交往的原则是什么?	89
29. 交往分哪些类型? 它们的特征是什么?	90
30. 社会知觉的内容是什么?	91
31. 自我认知的内容是什么?	92
32. 阻碍人际关系建立的因素是什么?	92
33. 不易与人建立良好关系的有几种人?	93
34. 什么是差异性障碍?	93
35. 职务障碍是什么?	94
36. 职业障碍是什么?	94

37. 文化障碍是什么?	95
38. 年龄障碍是什么?	95
39. 性别障碍是什么?	96
40. 语言障碍是什么?	97
41. 性格障碍是什么?	97
42. 环境障碍是什么?	98
43. 关系障碍是什么?	98
44. 对等障碍是什么?	99
45. 建立人际关系的条件是什么?	99
46. 改善人际关系的途径是什么?	100
47. 公共关系人员的社交形象是什么?	101
48. 公共关系人员怎样树立良好的精神面貌?	101
49. 公共关系人员怎样积极待人接物?	102
50. 公共关系人员怎样做到举止仪表有修养?	103
51. 公共关系人员怎样树立良好的道德风尚?	103
52. 公共关系人员如何组织社交活动?	104
53. 如何拟定社交活动计划?	104
54. 如何确定邀请对象和发出邀请信息?	105
55. 怎样组织好各种社交活动?	105
(三)争取谅解.....	106
56. 怎样正确认识公共关系纠纷?	106
57. 常见的公共关系纠纷有哪些?	106
58. 处理好公共关系纠纷的必要性是什么?	107
59. 怎样进行预防纠纷的舆论调查?	108
60. 解决纠纷的四个步骤是什么?	108
61. 处理纠纷公共关系人员应遵守什么原则?	109
第三节 增进社会整体效益.....	110
(一)教育引导.....	110

62. 教育引导工作的内容和重要意义是什么?	110
63. 怎样教育引导企业职工重视本单位的形象和声誉?	111
64. 公关人员职业培训的内容是什么?	111
(二)协调咨商.....	112
65. 协调咨商的重要性是什么?	112
66. 公共关系人员的协调职能是什么?	113
(三)增进效益.....	114
67. 增进社会整体效益包括哪些方面?	114
68. 增进企业宏观经济效益的内容是什么?	114
69. 促进文体教育和社会福利事业的内容是什么?	115
70. 防止环境污染的内容是什么?	116
71. 增进企业微观经济效益的内容是什么?	117
第五章 公共关系与经营决策	118
第一节 确立决策目标与公共关系	118
1. 什么是经营决策? 公共关系对决策的意义是什么?	118
2. 怎样从公共关系角度发现决策问题?	118
3. 怎样根据公众的利益和需要确立决策目标?	119
4. 为什么说公共关系目标应是决策目标系统的重要因素?	120
第二节 决策信息获取与公共关系	121
5. 公共关系对于决策信息获取作用是什么?	121
6. 什么是外源信息? 它与公共关系的联系是什么?	121
7. 什么是内源信息? 它与公共关系的联系是什么?	122
8. 公共关系部征集合理化建议的内容是什么?	123
第三节 决策方案的拟订与公共关系	123
9. 决策方案的拟订为何以公众利益为出发点.	123
10. 决策方案时为何应包括公共关系目标的实现方案?	124

11. 决策目标时应采取哪些应变措施?	125
12. 决策方案时怎样处理好决策层与专家集团的关系?	125
第四节 决策方案的评估与公共关系	126
13. 决策方案选择标准为何应当包括公共关系原则?	126
14. 为什么说公众是决策方案最有权威的评议者?	127
第六章 公共关系的对象	128
第一节 公众及其定义	128
1. 公共关系的对象及其定义是什么?	128
2. 规定企业或组织的公众理由是什么?	128
3. 公众的基本特征是什么?	129
4. 多数企业或组织共有的七种基本公众是什么?	130
5. 我国一般企业或组织的十二类公众是什么?	131
6. 用图示法表示公共关系对象是怎样的?	131
第二节 公众的分类	132
7. 公众分类法有哪些?	132
8. 什么是按组织面对的系统分类法?	133
9. 什么是按人口学结构分类法?	134
10. 什么是做为一种过程分类法?	134
11. 什么是按组织状态进行分类法?	135
12. 什么是按公众对组织的态度分类法(一)?	135
13. 什么是按公众对组织的态度分类法(二)?	136
14. 什么是按组织需要分类法?	136
15. 什么是常见的公众横向分类法?	137
16. 什么是按组织对公众的看法分类法?	138
17. 什么是根据公众稳定程度和组织程度的分类法?	139
18. 企业所涉及到的 24 种公众是什么?	139
第三节 几种基本公众关系	140

19. 什么是员工关系?	140
20. 什么是股东关系?	141
21. 什么是顾客关系?	142
22. 什么是社区关系?	143
23. 什么是媒介关系?	144
24. 什么是政府关系?	145
25. 什么是国际公共关系?	145
第七章 公共关系的工作程序	147
第一节 调查分析	147
1. 调查分析的目的是什么?	147
2. 公共关系调查的对象是什么?	147
3. 公共关系调查的作用是什么?	148
4. 公共关系基本情况的调查内容是什么?	149
5. 公众意见的调查内容有哪些?	149
6. 社会环境的调查内容有哪些?	150
7. 文献研究调查法是怎样的?	151
8. 公共关系审查法是怎样的?	151
9. 公共关系预测方式是怎样的?	152
10. 民意测验调查法是怎样的?	153
第二节 制定计划	154
11. 怎样确立公共关系活动目标?	154
12. 如何确定公共关系活动的对象公众?	155
13. 怎样确定公共关系活动的主题?	156
14. 制定具体行动方案要注意到哪些因素?	156
第三节 实施方案	158
15. 如何使计划的实施以公众需要为出发点?	158
16. 怎样进行销售领域中的公共关系活动?	158

17. 如何检查计划实施过程中的障碍?	159
第四节 评价效果	160
18. 怎样报告公共关系活动情况?	160
19. 评价公共关系活动效果的方式有哪些?	161
20. 新闻媒介对公共关系的反馈作用是什么?	162
第八章 公共关系的组织机构与人员素质	163
第一节 公共关系机构的设置	163
1. 设置公共关系机构的必要性是什么?	163
2. 公共关系的组织机构可分哪两大类?	164
第二节 公共关系部	164
3. 为什么说公共关系部是重要的职能部门?	164
4. 公共关系负责人在企业中的地位是什么?	165
5. 公共关系部的主要任务是什么?	166
6. 公共关系部经理的职责是什么?	167
7. 公共关系部的组织特点是什么?	168
8. 公共关系部的组织原则是什么?	169
9. 公共关系部从组织的规模可分哪三种类型?	170
10. 公共关系部从领导方式上可分哪三种类型?	172
11. 公共关系部从工作方式上可分哪三种类型?	172
第三节 公共关系公司	174
12. 公共关系公司的基本职能是什么?	174
13. 公共关系公司的机构主要分几个部分?	174
14. 公共关系公司工作的形式是什么?	175
15. 公共关系公司的收费方式是什么?	176
第四节 两种公共关系机构的利与弊	176
16. 公共关系部的长处和短处是什么?	176
17. 公共关系公司的长处和短处是什么?	177

第五节 公共关系人员	179
18. 对公共关系工作人员应有哪些要求?	179
19. 公共关系人员的职业道德是什么?	181
20. 公共关系专职工作人员应受过什么教育?	182
21. 对公共关系一般工作人员的要求是什么?	182
22. 对公共关系一般工作人员的职业技能训练途径是什么?	183
23. 为什么说人人都能成为公共关系人员?	183
第九章 公共关系的应用理论——传播	185
第一节 公共关系传播	185
1. 公共关系传播的目的是什么?	185
2. 如何使公众了解和分享组织信息?	185
3. 如何改变公众的态度?	186
4. 如何使公众采取组织所希望的行为?	188
5. 公共关系的传播过程是怎样的?	189
第二节 公共关系的传播方式	191
6. 什么是人际传播?	191
7. 什么是大众传播?	191
8. 人际传播的特点是什么?	192
9. 大众传播的特点是什么?	192
10. 如何做好传播工作?	193
11. 怎样得到传播的好效果?	195
第三节 公共关系的传播媒介	196
12. 什么是新闻性媒介?	196
13. 报纸有何优点与缺点?	197
14. 杂志有何优点与缺点?	198
15. 广播有何优点和缺点?	199
16. 电视有何优点和缺点?	201

17. 新闻电影有何优点和缺点?	202
18. 新闻性媒介的共同特点是什么?	203
19. 什么是宣传性媒介?	204
20. 印刷品有些什么特点?	204
21. 图片资料的作用是什么?	205
22. 幻灯宣传在什么情况下适用?	206
23. 录音、录象适用于哪些方面?	206
24. 展览媒介有些什么特点?	207
25. 专题活动的宣传效果怎样?	208
26. 会议媒介在哪些方面能起到作用?	209
27. 纪念品媒介具有哪些特点?	210
28. 什么是广告性媒介?	212
29. 广告提供信息的内容是什么?	213
30. 公共关系广告的作用有哪些方面?	214
31. 社会赞助有哪些方式?	216
32. 选择传播媒介的原则是什么?	217

第十章 公共关系的应用技术——技巧

与应用	219
-----------	-----

第一节 怎样做好新闻宣传

1. 如何撰写新闻稿?	219
2. 怎样写出高质量的稿件?	222
3. 怎样准备宣传资料?	223
4. 怎样编写年报?	228
5. 怎样编写新闻公报?	229

第二节 怎样做好公共关系广告

6. 怎样使广告与新闻宣传相配合?	231
7. 公共关系广告的目标是怎样的?	233