



公 共 关 系 学 论 纲

主编 戴维新 周卫 徐刚

警官教育出版社

公共关系学论纲

主 编 戴维新 周 卫 徐 刚
副主编 杨 钧 周伦理 周星林
廖文杰 陈 军

警官教育出版社

公共关系学论纲

GONGGONG GUANXIXUE LUNGANG

戴维新 周 卫 徐 刚 主编

警官教育出版社出版

(100038 北京市西城区木樨地北里2号)

河北省抚宁县印刷厂印刷 本社发行

1998年3月第1版 1998年3月第1次印刷

开本:850×1168毫米 1/32 印张:12.5

字数:308千 印数:0,001~5,000册

ISBN 7-81027-949-1/G·376 定价:16.00元

本社图书出现印装质量问题,由发行部负责调换

联系电话:(010)63274348

前 言

公共关系学是研究组织与公众之间相互传播沟通的行为、规律和方法的一门综合性、应用性的新兴学科。在现代社会中,公共关系学已广泛地应用于政府部门、工商企业及各种事业单位和社会团体。随着社会主义市场经济的发展,改革开放的进一步深化,它越来越显示出重要的作用。为此,在教学、研究、实践的基础上,我们组织了一些专家、学者和从事公共关系工作的实际工作者共同编写了《公共关系学论纲》一书。

在编写过程中,本书吸收了当今国内外公共关系学著作之所长,特别是吸取了社会主义市场经济条件下公共关系实践活动的新经验及其研究的新成果,较系统、科学地阐述了公共关系学的基本理论及公共关系的实用技巧。具有知识性、可读性、实用性和可操作性。

本书由戴维新、周卫、徐刚任主编,由杨钧、周伦理、周星林、廖文杰、陈军任副主编。戴维新拟定编写提纲,并对各章作了修改和补充,最后由主编对全书进行了统改、定稿。参加各章编写的作者是:戴维新(第一章);周卫(第二章);张微(第三章);徐刚(第四章);陈军(第五章);周星林(第六章第一节);魏向前(第六章第二节);石军(第七章);戴维新(第八章);周伦理(第九章);杨钧(第十章);廖文杰(第十一章);鲁宏(第十二章);白桦、张淑琴(第十三章);张淑红(第十四章第一节);张书元(第十四章第二、三节);谭昆智(第十五章)。

在编写过程中,我们参阅和汲取了有关论著、教材的研究成果,在此谨向原作者表示谢意。由于编者水平所限,书中难免有不妥之处,敬请读者批评指正。

编 者

1998年3月

目 录

前言	(1)
第一章 公共关系学概述	(1)
第一节 公共关系学的研究对象和内容	(1)
第二节 公共关系学与相关学科的关系	(10)
第三节 学习公共关系学的意义和方法	(18)
第二章 公共关系	(27)
第一节 公共关系的概念	(27)
第二节 公共关系的相关概念	(33)
第三节 公共关系的由来和发展	(38)
第三章 公共关系的主体——组织	(45)
第一节 公共关系的组织机构	(45)
第二节 公共关系工作人员	(55)
第四章 公共关系的客体——公众	(71)
第一节 公众	(71)
第二节 公众心理分析	(78)
第三节 目标公众	(88)
第五章 公共关系的手段——传播	(94)
第一节 公共关系与传播	(94)
第二节 公共关系的语言传播	(100)
第三节 公共关系的非语言传播	(111)
第四节 公共关系的书面传播	(116)

第五节 公共关系的电子传播	(119)
第六节 图像和标识	(124)
第六章 公共关系的工作原则与职能	(127)
第一节 公共关系的工作原则	(127)
第二节 公共关系的职能	(134)
第七章 公共关系工作的程序	(149)
第一节 公共关系调查	(149)
第二节 公共关系计划的制定	(158)
第三节 公共关系方案的实施	(163)
第四节 公共关系工作效果的评估	(170)
第八章 公共关系策划	(176)
第一节 公共关系策划的涵义、特征和作用	(176)
第二节 公共关系策划的原则	(185)
第三节 公共关系策划的方法	(189)
第九章 公共关系广告	(195)
第一节 公共关系广告的特点与种类	(195)
第二节 公共关系广告的制作	(199)
第三节 公共关系广告效果的检测	(207)
第十章 公共关系专题活动	(213)
第一节 会议活动	(213)
第二节 专项活动	(220)
第三节 新闻宣传活动	(228)
第四节 接待	(240)
第十一章 公共关系危机的处理	(245)
第一节 公共关系危机的类型	(245)
第二节 公共关系危机的处理对策	(250)

第十二章 公共关系部门实务	(262)
第一节 企业公共关系实务	(262)
第二节 政府公共关系实务	(270)
第十三章 公共关系文书	(283)
第一节 信件	(283)
第二节 柬帖	(295)
第三节 致词	(303)
第四节 函件	(310)
第十四章 公共关系社交礼仪	(316)
第一节 社会交际礼仪	(316)
第二节 国际交际礼仪	(331)
第三节 公共关系与民俗文化	(341)
第十五章 公共关系语言艺术	(349)
第一节 公共关系与语言	(349)
第二节 公共关系语言艺术的基本特征	(358)
第三节 公共关系语言艺术的主要方法	(365)
第四节 公共关系语言艺术的应用	(375)
主要参考书目	(385)

第一章 公共关系学概述

公共关系学是一门新兴学科。随着我国改革开放的深入发展和社会主义市场经济体制的逐步建立，公共关系以其独特的功能和魅力，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竞争的强有力手段。公共关系学也越来越受到社会组织和人们的普遍重视。在现代社会中，人们强烈地感受到，学习和研究公共关系学的重要性和迫切性。为了学习和研究公共关系学，掌握公共关系学的基本理论、实施公共关系技术的有效操作，正确开展公共关系活动，我们需要了解公共关系学的研究对象与内容，公共关系学与相关学科的关系，学习公共关系学的意义和方法等。

第一节 公共关系学的研究对象和内容

一、公共关系学的研究对象

科学的区分在于研究对象的不同。毛泽东同志说：“对于某一现象的领域所特有的某一种矛盾的研究，就构成某一门科学的对象。”^① 公共关系活动由其特殊的矛盾及其运动的特殊规律，构成了公共关系学的研究对象。

公共关系学是研究社会组织的公共关系活动及其发展规律的科学。公共关系目标是在公共关系活动的各个要素之间的相互联

^① 《毛泽东选集》合订本，第284页。

系和相互制约中实现的。现代社会面临纵横交错的公众关系网络，只有在公共关系诸要素相互协调配合的条件下才能实现组织的公共关系目标与任务。公共关系活动内在诸要素包括公共关系的主体——社会组织、公共关系的客体——社会公众、公共关系的手段——传播沟通三大要素。其中，社会组织是公共关系活动的发起者，社会公众是公共关系活动的对象，传播沟通是公共关系活动的方式和技法。这三者的矛盾运动构成了公共关系学的具体研究对象。

(一) 以公众利益的满足为中心建立组织与公众之间的良好关系

公共关系学既要研究社会组织的基本特征、性质、类型和承担的公共关系的任务，又要研究社会公众的特征、心理、分类及选择公众的原则。同时，公共关系学更注重社会组织与社会公众之间关系的研究。

在公共关系主体中，社会组织举足轻重，如果没有它提出开展公共关系活动的要求，不从人、财、物等方面提供开展公共关系活动的基本条件，就不可能产生公共关系机构和公共关系人员；离开公共关系主体构成要素的公共关系机构和公共关系人员，社会组织也难以履行公共关系的职能。作为公共关系客体的社会公众，是社会组织赖以生存的基础，组织一旦离开了公众，便不会有任何公共关系。因此，确切地辨认、准确地把握社会组织所面临的社会公众，是开展公共关系工作的基础和首要环节。任何社会组织为了自身的生存和发展，都必须主动和相关公众进行交往。公共关系学研究现代社会组织各种具体的公众往来关系，诸如消费者关系、社区关系、新闻媒介关系、政府关系、员工关系、竞争者关系、涉外关系等等，组织通过了解公众的需求、满足各类公众的需求来把握自己的命运，来寻求自身的发展。公共关系侧重探讨一个组织如何引导、改变和强化公众行

为。公共关系学就是通过这种主观见诸于客观的社会实践——公共关系活动，来探索社会组织运用传播沟通手段使之与自己的公众相互了解、相互协调，以实现组织的目标——树立良好的形象和声誉。

（二）社会组织从事公共关系活动的规律

人的一切社会群体活动，都有客观规律。同样，公共关系活动也有客观规律。社会组织要拥有美好的形象，就要自觉遵循公共关系活动的规律。公共关系学有哪些规律呢？这是一个需要深入研究和探索的问题。但是，从公共关系实务中反映出的公共关系活动规律主要有公共关系开发规律、公共关系引导规律、公共关系调整规律。

公共关系开发规律要求通过公众的直接人际交往，依靠实际行动去建立组织形象。这种活动规律主要用于组织的建设初期或组织开展公共关系的初期，以及组织扩大规模、迅速向外辐射发展的时期。

公共关系引导规律要求通过传播、劝说、教育等活动，去建立组织内外的协同关系，使组织与其公众实现相互适应。这种活动规律要在组织的内外活动中加以体现和应用。

公共关系调整规律要求注意预防和纠正问题，针对不同情况，通过调整组织行为去解决组织的公共关系危机。这种活动规律往往以协商、防守或进攻形式表现在处理危机、解决问题的公共关系活动中。

（三）组织利用传播沟通手段谋求自我发展的各种策略

传播沟通，建立组织形象是公共关系活动过程的关键环节。因为要使一个组织在公众心目中形成良好的组织形象，要让公众对这个组织的行为加以理解和支持，首先就得使公众对这个组织的目标有所了解，在组织与公众之间形成畅通的双向交流，增进彼此的交往与协作，要达到这个目的，就必须善于运用公共关系

的传播沟通手段，通过它联结组织与公众。传播沟通是联结公共关系活动主体与客体的桥梁和纽带。公共关系活动过程就是一个组织与公众之间进行信息传播和沟通的过程。公共关系也正是因为利用传播沟通的手段才成为一种独特的活动。

公共关系学要具体研究传播沟通的特点及在组织的不同发展时期的作用，研究传播沟通的方式和媒介，研究传播沟通的一般过程，侧重研究传播沟通的各种策略等问题。

二、公共关系学的研究内容

公共关系学是根据其研究对象，从公共关系活动的一般规律出发，建立自己的学科体系。这样的学科体系，能够比较突出地体现应用科学的特点，对公共关系的行为起到理论咨询和实际指导的作用。在我国，作为中国特色的社会主义公共关系学的学科体系，还应是社会主义内容与中华民族行为方式相结合的新体系，就其本质和主体来看，它应当符合中国的国情，应当体现社会主义的时代精神和时代风尚，应当揭示现实社会关系的本质和发展趋势，应当表现中华民族的民族精神和崭新的人际关系。

如果从系统的角度去研究公共关系学，我们应遵循如下的原则建设公共关系学的新体系，即理论性与实践性相结合；稳定性与创造性相结合；现实性与超前性相结合；技术性与操作性相结合；科学性与艺术性相结合。

基于上述原则要求和规范，公共关系学的学科体系大体上包括原理、实务、技术。这三部分是互相联系、互相制约的整体，从而构成了公共关系学学科体系的基本内容。

（一）公共关系学原理

单就公共关系学的原理而言，它的体系还很不完善，至今仍处于发展之中。不过，公共关系学的实践已从一个地区、一个国家遍及世界各国，近百年来已积累了甚为可观的经验。这就为我

们继续深入探讨这一学科的基本原理、理论构架、主要观点、研究方法和具体技能等提供了良好的客观条件。公共关系学原理主要包括：(1)公共关系学的研究对象和内容；(2)公共关系及其相关的概念；(3)公共关系的主体（组织）；(4)公共关系的客体（公众）；(5)公共关系的手段（传播）；(6)公共关系的工作原则与职能；(7)公共关系工作的程序；(8)公共关系策划。公共关系学原理是公共关系学的核心内容，它为公共关系学的发展奠定了基础，对于公共关系学的应用起着巨大的指导作用。

（二）公共关系实务

公共关系学是一门应用性很强的学科，它的任何实施环节和内容，都不同程度地带有实务性，离开了实务性，公共关系也就不存在了。公共关系实务是指社会组织开展公共关系所必须做的一系列工作。

如何认识公共关系实务呢？首先，公共关系实务是一个整体概念，研究公共关系实务，应该从整体上看，而不是从某个环节、某个具体的行为上看。局部性的实际工作，如写一封信、登一个广告，虽然属于实务的范畴，但它不可能也无法替代真正的公共关系的作用与功能。其次，公共关系实务意味着一个特定阶段。有效的公共关系实务，体现了对组织或机构的公共关系现状的改善。原有的状况是一个特定阶段，现有的状况又是一个特定的阶段，从原有阶段到现有阶段的这一变更过程，便是公共关系实务有效实施或给予作用的阶段。因此，公共关系实务的有效性，应该以能否改变现状为标志，以能否形成一种新的影响为特征。再次，公共关系实务反映了一个策划过程。公共关系的实施在于策划，而策划的艺术则取决于实务的安排。公共关系实务着重于策划艺术和策划过程的研究。^①

^① 参见《公共关系》1991年第1期，晓伟文“公关实务的基本概念”。

公共关系实务工作不同于公共关系学原理，它涉及公共关系实际工作过程的方法。公共关系实务工作强调的是“如何去做”，即做的时候要采用的工具和方法，以及这些工具和方法如何运用的问题；如何运用这些特有的工具和方法去完成所做的工作；在做这些工作的过程中应该遵守的行为规范。

公共关系实务的主要类型有：(1) 公共关系广告；(2) 公共关系专题活动（包括庆典、展览、赞助、竞赛、舞会及其他社会服务活动）；(3) 危机处理；(4) 公共关系部门实务（包括企业公共关系实务和政府公共关系实务）；(5) 公共关系文书撰写。

（三）公共关系技术

同从事其他任何一项活动一样，开展公共关系活动也需要一定的专业技术，如为了实现组织与公众的沟通，就要掌握必要的调查方法来了解公众的社会、文化、心理特点，就要运用一定的传播媒介和途径把组织情况介绍给公众；要了解社会公众心目中对一个组织机构的看法和评价，就要掌握测量组织社会形象的技术和方法；要进行社交往来，就要懂得各种礼仪的规定和策略要求等等。公共关系技术是公共关系活动的基础；公共关系技术是实现组织公共关系目标的重要手段；公共关系技术是公共关系人员必备的条件；公共关系技术是制约传播效率的主要因素；掌握公共关系技术是促进我国公共关系活动开展的要求。

公共关系技术是吸收了其他技术成果而形成的，它与其他技术存在着千丝万缕的联系，有着一般技术的共同特征。但是，它又是一种独特的技术，有着自己的个性特征。一是规范性。公共关系技术的存在和运用，必须有一定的标准和操作规则，可称为工艺标准流程。如公共关系调查就要按一定的步骤进行，各种公共关系会议按一定程序进行等。二是定量性。公共关系技术本身有某种精确性，因此，能运用公共关系技术的领域和问题，必须在一定程度上能够定量化，即能使用数学工具，包括计算数学、

模糊数学和运筹学，需要建立数学模型和数学公式，要采用先进的计算工具——电子计算机。如对组织形象评估，就要制作“组织形象地位四象限图”、“组织形象要素调查表”和“形象内容间隔图”。各图以不同的方式对一组织的形象作出定量的分析和比较。三是可操作性。公共关系技术多在规范性的公共关系活动中应用，要求提供解决问题的一定模式、程序、标准和工具，由公共关系人员实际操作。

公共关系技术的主要内容有：（1）公共关系活动的程序，即调查分析——形象设计——形象传播——形象评估；（2）公共关系传播技法（包括文字传播、电子传播、非语言传播及语言交流、图象标识）；（3）公共关系社交的礼仪（包括社交礼节、对外交往礼仪、一般公关礼仪）；（4）公共关系语言艺术。本书着重介绍社交礼仪和语言艺术。

在上述公共关系学研究的内容中，公共关系原理是公共关系学的核心。但它只有在和公共关系应用（公共关系应用包括公共关系实务部分和技术部分）结合起来时，才能发挥出巨大的能量。公共关系在社会实践中得以应用，又为公共关系原理的丰富、发展、深化和完善提供新的素材，并对公共关系原理的正确与否给以检验。

公共关系学是一个学科群，既有总论性的公共关系学，又有分论性的公共关系学。研究公共关系活动一般的，或说从总体上研究公共关系活动的，是总论性的公共关系学，一般叫做公共关系学概论、通论、原理、概要、纲要、论纲、教程，包括中国公共关系学、现代公共关系学等。研究公共关系活动特殊的，或说从局部上研究公共关系活动的，是分论性的公共关系学，这是研究公共关系活动某一层次、侧面、环节、领域公共关系问题的学问，如企业公共关系学、政府公共关系学、商业公共关系学、公用事业公共关系学、国际公共关系学等。它们各有不同的研究范

围。本书重点研究总论性的公共关系学。

三、公共关系学的学科特征

公共关系学作为一门专门研究公共关系活动及其发展规律的综合性应用学科，具有以下特征：

（一）公共关系学属于“人学”范畴的新学科

在现代公共关系学的研究中，公共关系学的学科性质及归属问题始终是公关界讨论的热点。我们研究公共关系学，不仅要了解和探讨公共关系学的研究对象和内容，更重要的是要探讨公共关系学的学科性质及归属问题，因为，这是一个影响到公共关系学能否存在，并因此而长足发展的问题。

随着现代科学的发展，科学的分类已突破了传统的“二分法”，即“自然科学”与“社会科学”，而采用“三分法”，即在原有“自然科学”和“社会科学”之外，又加上了“管理科学”。根据 R·M·克朗一些系统分析专家的细分原则，人类知识范畴可划分为三大系统：一是环境知识（自然科学）；二是人文知识（社会科学、行为科学、生命科学）；三是管理知识（对两类知识加以综合运用的知识）。公共关系学是一门交叉性很强的边缘学科，它应属于“关于人以及人的管理知识”的学科，即介于人文知识和管理知识之间的学科，我们可以把它称做“人学”研究范畴。

公共关系学之所以归属于“人学”研究范畴，其原因是：第一，人类的历史研究表明，至今还没有一门人文学科能像公共关系学那样，直接施教于人及人的群体，给人们一种实实在在的操作要领和行动规范。正是在这个意义上，人们把公共关系学称做“社会操作学”或“临床社会学”。社会是一种关系的网络，从物质到精神的，它们都在关系的位置上表现出自己的存在价值，公共关系学研究协调社会群体乃至个人在各个不同位置上的关系，

把私人关系上升为公共关系，这正符合社会历史进程的内在机制，符合人类社会发展的规律。作为“人学”范畴的新学科——公共关系学，它的产生和发展标志着社会已经发展到一个新的历史时期，即公众自主、人际协调和公共关系的时期。第二，公共关系学作为人的知识与人的管理知识系统，不在于解释社会是什么，而着重在于如何构造社会——即在平等竞争的基础上协调各社会群体。实施公共关系的目的是为了激发社会组织及社会公众参与合乎理性的竞争，通过双向传导的方法和技术手段达到社会组织与公众的协调，增加社会的活力。最终使得整个社会在宏观上保持和谐发展。

（二）公共关系学是一门独立的学科

公共关系是社会关系中客观存在的关系，随着社会组织的规范化、现代化的发展，公共关系在社会组织中所起的作用越来越大，已成为科学研究中的一个重要范畴，不少学科都涉及到它，从特定的角度研究它。公共关系学由于其自身的发展和成熟，已经具有了独特的性质和特点，独立的研究对象和研究内容，形成了独立的研究体系。它的工作范围很清晰，功能、原则很明确，我们既不能把它当做一个大箩筐，什么都朝里头装，也不能因为公共关系学与某一学科联系较多，就将其归属于某一学科之内。随着实践的广泛运用和理论探索的深入，把公共关系学作为某一学科的分支显然是不合适的。一般说来，处在建立和发展中的新兴边缘学科的体系尚不完善，其理论研究的相当部分总要横跨多门学科，这些相关学科都可以从各自不同的角度对其活动及规律进行研究。正因为如此，任何一门学科无法替代，也不可能对公共关系进行全面而科学的研究考察。公共关系学独具特色，完全有理由自成系统，进行独立研究。

当前，我们研究公共关系学，不仅要了解和探讨公共关系学与其相关学科交叉点及重合的界域，更重要的是要寻找那些尚未

涉足的领域，完善公共关系学的理论体系，加强公共关系学功能的研究，拓宽公共关系学的应用范围。

（三）公共关系学是一门综合性的应用学科

公共关系学具有综合性和实用性的特点。这种特点体现在两方面，一方面从理论上讲，公共关系学是综合运用传播学、新闻学、广告学、社会学、心理学、经济学、市场学、行为学等现代科学知识，总结近、现代经营管理和行政管理科学的成果和方法所形成的一门包含有较多硬科学成分的软科学，是一门综合性的交叉学科。另一方面从实践上讲，公共关系活动是一项综合性的实践活动。公共关系学同一些纯理论学科不同，它具有强烈的实践性，注重于实用。公共关系学着眼于具体指导组织建立自身良好形象的公共关系活动。公共关系学被广泛地运用于社会的各类组织，在经营管理、市场营运、大众传播等领域发挥着独特的功能，因此，日益受到人们的重视。

第二节 公共关系学及相关学科的关系

一、公共关系学与管理学

公共关系学与管理学是一种什么样的关系，有人认为，公共关系学属于管理学的范畴。这种看法显然是说不通的。学科之所以存在，前提就是因为有它自己独特的研究目标和对象。搞清楚公共关系学与管理学的关系主要应该从职能关系上进行分析，从实际的需求关系上去研究。总的说，公共关系学与管理学既有联系，又有区别。

从联系上看，公共关系学与管理学，都是社会经济高度发展的产物，都属于新兴学科，学科历史都差不多，尽管管理学的概念比公共关系学的概念提出得要早一点。同时二者都应用系统论