

21世纪

高等学校通识教育系列教材

公共关系学通识教程

余永跃 主编

公共关系是一种传播行为，公共关系是一种现代交往方式。

公共关系是一种社会组织运用传播的手段使组织自身和各种社会公众相互了解、相互适应的管理活动或管理职能。

公共关系是一种管理职能，公共关系是一种经营策略。

公共关系学是一门新兴研究组织形象的新兴学科。公共关系学是一门跨学科的综合性应用科学。



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社



21 世纪高等学校通识教育系列教材

<http://www.wdp.com.cn>

公共关系学通识教程

●余永跃 主编



武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

公共关系学通识教程/余永跃主编. —武汉:武汉大学出版社,
2007.5
21世纪高等学校通识教育系列教材
ISBN 978-7-307-05385-4

I. 公… II. 余… III. 公共关系学—高等学校—教材
IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 153043 号

责任编辑:陶佳珞 谢 森 责任校对:刘 欣 版式设计:支 笛

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件:wdp4@whu.edu.cn 网址:www.wdp.com.cn)

印刷:湖北鄂东印务有限公司

开本:880×1230 1/32 印张:13.75 字数:352千字

版次:2007年5月第1版 2007年5月第1次印刷

ISBN 978-7-307-05385-4/C·170 定价:21.00元

版权所有,不得翻印;凡购买我社的图书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

21世纪

高等学校通识教育系列教材

- 简明世界史
- 简明中国史
- ▲ 大学语文
- ▲ 写作
- ▲ 演讲理论与欣赏
- ▲ 音乐的文化与审美
- 人文科学概论
- ▲ 伦理学简论
- ▲ 美学
- 逻辑学导论
- 社会心理学

- ▲ 法律理念
- 国际法与国际组织
- ▲ 社会转型与转型社会
- ▲ 人类学基础
- ▲ 中国经济改革与发展
- ▲ 电子商务与电子政务
- 中国禁书概览
- 当代中国政治制度
- 西方政治制度
- 当代国际关系与中国外交
- 当代中国社会问题透视
- 管理学
- ▲ 大学生健康

- 数学精神与方法
- ▲ 博弈论
- 化学与社会
- 生命科学导论
- ▲ 资源环境与可持续发展
- 20世纪物理学
- ▲ 宇宙新概念
- 材料科学
- ▲ 科学技术史

- ▲ 中国文化概论
- 中国文学简史
- ▲ 外国文学名著导读
- 西方发达国家文化
- 中国哲学智慧
- 西方哲学史
- 中国美术鉴赏
- ▲ 维纳斯巡礼
- ▲ 诗词曲赋鉴赏

- ▲ 创业学
- ▲ 公共关系学通识教程
- ▲ 社交礼仪
- 领导学
- 建筑美学
- 科技革命与世界发展
- ▲ 《孙子兵法》鉴赏
- ▲ 性与社会
- 书法

▲ 已出书

编审委员会

主任委员：顾海良
刘经南

委员：陶德麟
韩德培
马克昌
谭崇台
刘纲纪
朱 雷
冯天瑜
彭斐章
郭齐勇
陆耀东
杨弘远
查全性
宁津生

21世纪

高等学校通识教育系列教材

总

序

顾海良



进入新世纪，中国高等教育发展形成的共识之一，就是要着力教育创新。教育创新共识的形成，是以对时代发展的新特点的理解为基础的，以对当今世界和我国教育发展的新趋势的分析为背景的，以实现中华民族的伟大复兴和社会主义教育事业发展的历史任务为目标的，深刻地反映了高等教育确立“以人为本”新理念的必然要求。

教育创新的首要之义就在于，教育要与经济社会发展的实际相结合，要与我国社会主义现代化建设对各类高层次人才培养的需要相适应，努力造就具有创造精神和实践能力的全面

发展的人才。为了达到教育创新的这些要求，高等教育不仅要实行教育理论和理念的创新，而且还要深化教育教学改革，着力提高教育教学质量和水平。特别要注重学科与专业设置的调整和完善，形成有利于先进科学技术发展和提高国民经济发展水平的学科专业和教学内容；要注重人才培养结构的优化，形成既能适应现代化建设对各级各类高层次人才的需求，又能体现和反映高校优秀的办学特色、办学风格和办学传统的人才培养模式。教育教学创新的这些措施，必然提出怎样对传统意义上的以“学科”、“专业”为主体的教育教学结构进行整合，并使之与现代社会发展要求相适应的“通识”教育相兼容和相结合的重大问题。

高等教育人才培养模式中的“专”、“通”关系问题，并不是现在才提出来的。至于与“专业”教育相对应的“通识”教育的思想，出现得更早些。在亚里士多德那里，就有与“自由”教育相联系的“通识”教育的思想。这里所讲的“通识”教育，通常是指对学生普遍进行的共通的文化教育，使学生具有一定广度的知识和技能，使学生的人格与学识、理智与情感、身体与心理等各方面得到自由、和谐和全面的发展。

世界高等教育的发展曾经经历过时以“通识”教育为主、时以“专业”教育为主，或者两者并举、并立的发展时期。从高等教育发展历史来看，早期的高等教育似倚重于“通识”教育。随着经济、科技和社会分工的不断发展和进步，高等教育也相应地细分为不同学科、专业，分别培养不同领域的专业人才，“专业”教育的比重不断增大。20世纪中叶以来，经济的迅猛发展、科技的飞速进步、知识的不断交叉融合，使学科之间更新频率加快，高度分化和高度综合并存，“专才”与“通识”的需求同在。但是在总体上，“通识”似更多地受到重视。这是因为，新时代高等教育培养的

人才，应该具有很强的应变能力和适应能力，应该具有更为宽厚的知识基础和相当广博的知识层面，应该具有更强的信息获取能力和多方面的交流能力。显然，仅仅依靠知识领域过窄的专业教育，是难以培养出这样的人才的。

我国大学本科教育专业一度划分过细，学生知识结构单一，素质教育薄弱，人才的社会适应性多有不足。随着国家经济体制改革的深入、产业结构调整步伐的加快和国民经济的飞速发展，国家和社会对人才需求的类型和结构发生了急剧变化，对人才的规格和质量的要求也不断提高，划分过细的专业教育易于造成人才供给的结构性短缺。经济全球化发展和我国加入 WTO，对我国高等教育人才培养提出了更为严峻的课题，继续走划分过窄、过细的专业教育之路，就可能出现一方面人才短缺、另一方面就业困难的严峻局面，将严重阻碍我国经济社会的发展，也将使我国高等教育陷于困境。我国教育界的有识之士和国家教育主管部门，已经深切地认识到这种严峻的形势。教育部前几年就在多方征求意见的基础上，推出了经大幅度修订的新的本科专业目录，使本科专业种类调整得更为宽泛些。各高等学校也在进一步加大教学改革力度，研究和修订教学计划，改革教学内容，努力使专业壁垒渐趋弱化，基础知识教育得到强化。这些都将有利于学生拓宽知识面，涉猎不同学科和专业领域，增强适应能力，全面提高综合素质。

在高等教育“通”、“专”关系的处理上，教育创新提供了解决问题的根本方法。通过教育创新，一方面能构筑高水平的通识教育的平台，另一方面也能增强专业教育的适应性，目的就是做好“因材施教”，实现“学以致用”。在这一过程中，除了要解决好选人制度即招生制度创新和教师队伍建设创新外，还要注重教学内容、教学方式和方法，以及教材建设等方面的创新。武汉大学有着坚持教育教学改革的优良传

统，在教学内容、教学方式和方法改革、教材建设等方面做出了很多有益的努力。学校投入大量的精力和经费加强名师、名课、名教材建设，其中通识教育指导选修课程建设得到全国许多高校教师的积极支持和高度赞赏。

近些年来，我们经过精心组织与策划，奉献给广大读者的这套通识教育系列教材，力图向大学生展示不同学科领域的普遍知识及新成果、新趋势或新信息，为大学生提供感受和理解不同学术领域和文化层面的基本知识、思想精髓、研究方法和理论体系，为大学生日后的长远学习提供广阔的视野。我们殷切地希望能有更多更好的通识教材面世，不仅要授学生以知识、强学生之能力，更要树学生之崇高理想、育学生之创新精神、立学生以民族振兴志向！

（作者系武汉大学党委书记、教授、博士生导师）

目 录

第一部分 一把沟通钥匙

公共关系礼仪

第一章 公共关系礼仪	3
第一节 公共关系礼仪的基本知识	3
一、礼仪	3
二、公共关系礼仪	3
三、公共关系礼仪的内涵	4
第二节 公共关系礼仪的基本原则	6
第三节 国家公务员礼仪基本知识	10
一、学习公务员礼仪知识的必要性	11
二、国家公务员应具备的礼仪形象	13
三、国家公务员礼仪基本知识介绍	18

第二部分 两种发展趋势

危机公共关系

国际公共关系

第二章 危机公共关系	33
第一节 公共关系危机的含义	33
第二节 公共关系危机产生的原因和特点	35

一、公共关系危机产生的原因	35
二、公共关系危机的特点	43
第三节 公共关系危机的常见类型	46
一、从内容方面来看	47
二、从形式方面来看	48
三、从范围方面来看	49
四、从危害程度方面来看	49
五、从危机带来损失的表现形态方面来看	50
六、从危机产生的主客观原因方面来看	51
七、从危机的显示形态方面来看	51
八、从危机的严重程度方面来看	52
九、从危机涉及的内容方面来看	52
第四节 公共关系危机处理的基本原则	53
一、事先防范原则	53
二、公众利益至上原则	54
三、及时沟通原则	54
四、兼顾法律原则	55
五、诚实原则	55
六、及时性原则	55
七、冷静性原则	55
八、全面性原则	55
九、开诚布公原则	55
十、公正性原则	56
十一、客观性原则	56
十二、效率性原则	56
十三、针对性原则	56
十四、人道主义原则	56
十五、维护声誉原则	57
十六、强控原则	57

第五节 公共关系危机处理的基本程序和方法	57
一、公共关系危机处理的基本程序	57
二、处理公关危机的方法	64
第六节 处理公关危机事件的注意事项	73
一、注意应急性与长远性的统一	73
二、注意诚恳性与责任性的统一	73
三、注意务实性与务虚性的统一	73
四、注意谨慎性与果断性的统一	73
五、注意主体性和整体性的统一	74
六、注意原则性和灵活性的统一	74
 第三章 国际公共关系	75
第一节 国际公共关系的含义	76
第二节 国际公共关系的构成要素	77
一、国际公共关系的主体——涉外社会组织	77
二、国际公共关系的客体——国际公众	79
三、国际公共关系的中介——国际传播	81
第三节 处理国际公共关系的基本原则、途径和技巧	82
一、开展国际公共关系的基本原则	82
二、开展国际公共关系的基本途径	83
三、开展国际公共关系的基本技巧	90
第四节 国际公共关系的操作程序	94
一、国际公共关系的调查研究	94
二、国际性项目的策划与实施	95
三、国际公共关系活动的评估	96
第五节 国际公共关系的新潮流	97
一、国际公共关系的新领域	98
二、国际公共关系的新态势和新走向	100
三、中国逐渐成为国际著名公共关系公司注目的焦点	102

第三部分 三个基本要素

公共关系主体

公共关系客体

公共关系媒体

第四章 公共关系主体	111
第一节 公关主体之一——公关组织	111
一、社会组织的含义	111
二、社会组织的特征	112
三、社会组织的环境	114
四、社会组织的分类	116
五、社会组织的形象	120
六、组织目标与公关目标	123
第二节 公关主体之二——公关机构	123
一、公共关系部	123
二、公共关系公司	134
三、公共关系社团	141
第三节 公关主体之三——公关人员	144
一、公共关系人员的基本素质和能力要求	145
二、公共关系人员的职业道德规范	152
三、公共关系人员的层次和日常工作	159
第五章 公共关系客体	162
第一节 公众的含义和特征	162
一、公众的含义	162
二、公众的特征	163
第二节 公众的分类	166

一、根据组织公关活动的内外对象来分	167
二、根据公众对组织的态度来分	167
三、根据公众与组织关系的重要程度来分	168
四、根据在发展过程中不同阶段的公众特点来分	169
五、根据与组织关系的稳定程度来分	171
六、根据组织的价值判断来分	172
第三节 目标公众的层次	173
一、领导管理层——最关键的公众	173
二、员工公众——最基础的公众	175
三、股东公众——最重要的公众	176
四、顾客公众——最主要的公众	178
五、媒介公众——最敏感的公众	179
六、政府公众——最权威的公众	181
七、社区公众——最复杂的公众	184
八、竞争者公众——最广泛的公众	186
九、国际公众——最神秘的公众	188
十、名流公众——最独特的公众	190
第四节 公众心理分析	191
一、公众的心理特征	191
二、影响公众行为的个体心理	192
三、影响公众行为的角色心理	199
四、影响公众行为的群体心理	199
第五节 处理与公关公众关系的原则	203
一、处理与公众的关系时,坚持以事实为基础的原则	204
二、处理与公众的关系时,坚持持之以恒的原则	205
三、处理与公众的关系时,坚持对社会负责的原则	206
四、处理与公众的关系时,坚持以真情沟通的原则	207
第六章 公共关系媒体	209

第一节 公关媒体的类型·····	209
一、大众传播媒体·····	209
二、人际交往传播媒体·····	220
三、电子传播媒体·····	226
四、新型媒介技术·····	227
第二节 公关媒体的功能·····	229
一、扩大传播者的传播能力·····	229
二、创造良好的外部环境·····	230
三、创造组织的凝聚力·····	230
四、提供新的传播语言形式·····	231
五、赋予媒介相应地位,影响传播者的形象·····	231
六、引起传播行为的变化,克服组织信息自流·····	231
第三节 公关媒体选择的原则·····	232
一、合乎经济的原则·····	232
二、目标导向的原则·····	233
三、根据目标公众的原则·····	233
四、根据传播内容的原则·····	233
五、适应媒体本身特征的原则·····	234

第四部分 四步工作方法

公共关系调查
公共关系策划
公共关系实施
公共关系评估

第七章 公共关系调查·····	237
第一节 公共关系调查的内容·····	238
一、一般性公共关系调查内容·····	238

二、特殊性公共关系调查内容	243
第二节 公共关系调查的意义和原则	244
一、公共关系调查的意义	244
二、公共关系调查的原则	245
第三节 公共关系调查的程序	247
一、确定调查目标	247
二、制订调查方案	248
三、实施公关调查,收集调查资料	249
四、分析处理调查结果	249
五、撰写公关调查报告	249
第四节 公共关系调查的方法	249
一、公共关系调查方法论	250
二、公关调查的方式和具体方法	251
三、公关调查技术	253
第五节 公共关系调查报告的撰写和利用	256
一、调查报告的种类	256
二、调查报告的撰写	257
三、调查报告的利用	257
第八章 公共关系策划	259
第一节 公共关系策划的界定	259
一、公共关系策划的含义	259
二、公共关系策划的特性	261
第二节 公共关系策划的内容和原则	263
一、公共关系策划的内容	263
二、公共关系策划的原则	266
第三节 公共关系策划的基本程序	268
一、公共关系策划的准备性工作	269
二、公共关系策划的实质性工作	272

第四节 公共关系计划的制定与预算	277
一、计划(活动方案)的制定	277
二、公共关系预算	278
第五节 公共关系策划书的撰写	280
一、封面	280
二、序文	280
三、目录	281
四、正文	281
五、附件	281
第九章 公共关系实施	283
第一节 公共关系实施的意义与特点	283
一、公共关系实施的意义	283
二、公共关系实施的特点	284
第二节 影响公共关系实施的因素分析	287
一、计划目标障碍	288
二、传播沟通障碍	288
三、意外干扰障碍	292
第三节 公共关系实施的活动方式	292
一、按照协调公共关系的需要类型分	293
二、按照公共关系活动的任务类型分	293
三、按照公共关系活动的业务类型分	295
第十章 公共关系评估	299
第一节 公共关系评估的意义	299
一、是衡量公共关系工作的依据	299
二、是改进公共关系的重要环节	300
三、是激励内部公众、引起领导重视的重要形式	300
四、是开展后续公关工作的必要前提和依据	300