

教育部推荐教材

21世纪高职高专系列规划教材

公共关系

主 编 潘彦维 杨 军

副主编 杨筱莹 苏 燕 雷 英

主 审 董义才



北京师范大学出版社
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PRESS

教育部推荐教材

21世纪高职高专系列规划教材

公共关系

主 编 潘彦维 杨 军

副主编 杨筱莹 苏 燕 雷 英

参 编 (排名不分先后)

和 珍 姜 红 李果桦 郭正蓉

罗翌紫怡 缪煌荣 冯晓莉 李福纯 李 南

主 审 董义才



北京师范大学出版社
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

公共关系/潘彦维等主编. —北京: 北京师范大学出版社,
2007. 2

(21 世纪高职高专系列规划教材)

ISBN 978 - 7 - 303 - 08416 - 8

I. 公… II. 潘… III. 公共关系学 - 高等学校 - 技术学
校 - 教材 IV. C912. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 013708 号

出版发行: 北京师范大学出版社 [www. bnup. com. cn](http://www.bnup.com.cn)

北京新街口外大街 19 号

邮政编码: 1 0 0 8 7 5

出 版 人: 赖德胜

印 刷: 北京东方圣雅印刷有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 185 mm × 260 mm

印 张: 11. 75

字 数: 250 千字

版 次: 2007 年 2 月第 1 版

印 次: 2007 年 2 月第 1 次印刷

定 价: 19. 00 元

责任编辑: 周光明

美术编辑: 孙 琳

责任校对: 李 菡

责任印制: 董本刚

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010 - 58800697

本书如有印装质量问题, 请与出版部联系调换。

电话: 010 - 58800825

出版说明

随着我国经济建设的发展,社会对技术型应用人才的需求日趋紧迫,这也促进了我国职业教育的迅猛发展,我国职业教育已经进入了平稳、持续、有序的发展阶段。为了适应社会对技术型应用人才的需求和职业教育的发展,教育部对职业教育进行了卓有成效的改革,职业教育与成人教育司、高等教育司分别颁布了调整后的中等职业教育、高等职业教育专业设置目录,为职业院校专业设置提供了依据。教育部连同其他五部委共同确定数控技术应用、计算机应用与软件技术、汽车运用与维修、护理为紧缺人才培养专业,选择了上千家高职、中职学校和企业作为示范培养单位,拨出专款进行扶持,力争培养一批具有较高实践能力的紧缺人才。

职业教育的快速发展,也为职业教材的出版发行迎来了新的春天和新的挑战。教材出版发行为职业教育的发展服务,必须体现新的理念、新的要求,进行必要的改革。为此,在教育部高等教育司、职业教育与成人教育司、北京师范大学等的大力支持下,北京师范大学出版社在全国范围内筹建了“全国职业教育教材改革与出版领导小组”,集全国各地上百位专家、教授于一体,对中等高等职业院校的文化基础课、专业基础课、专业课教材的改革与出版工作进行深入的研究与指导。2004年8月,“全国职业教育教材改革与出版领导小组”召开了“全国有特色高职教材改革研讨会”,来自全国20多个省、市、区的近百位高职院校的院校长、系主任、教研室主任和一线骨干教师参加了此次会议。围绕如何编写出版好适应新形势发展的高等职业教育教材,与会代表进行了热烈的研讨,为新一轮教材的出版献计献策。这次会议共组织高职教材50余种,包括文化基础课、电工电子、数控、计算机教材。2005年~2006年期间,“全国职业教育教材改革与出版领导小组”先后在昆明、哈尔滨、天津召开高职高专教材研讨会,对当前高职高专教材的改革与发展、高职院校教学、师资培养等进行了深入的探讨,同时推出了一批公共素质教育、商贸、财会、旅游类高职教材。这些教材的特点如下。

1. 紧紧围绕教育改革,适应新的教学要求。过渡时期具有新的教学要求,这批教材是在教育部的指导下,针对过渡时期教学的特点,以3年制为基础,

兼顾2年制,以“实用、够用”为度,淡化理论,注重实践,消减过时、用不上的知识,内容体系更趋合理。

2.教材配套齐全。将逐步完善各类专业课、专业基础课、文化基础课教材,所出版的教材都配有电子教案,部分教材配有电子课件和实验、习题指导。

3.教材编写力求语言通俗简练,讲解深入浅出,使学生在理解的基础上学习,不囫圇吞枣,死记硬背。

4.教材配有大量的例题、习题、实训,通过例题讲解、习题练习、实验实训,加强学生对理论的理解以及动手能力的培养。

5.反映行业新的发展,教材编写注重吸收新知识、新技术、新工艺。

北京师范大学出版社是教育部职业教育教材出版基地之一,有着近20年的职业教育教材出版历史,具有丰富的编辑出版经验。这批高职教材的编写得到了教育部相关部门的大力支持,部分教材通过教育部审核,被列入职业教育与成人教育司高职推荐教材,并有25种教材列为“十一五”国家级规划教材。我们还将开发电子信息类的通信、机电、电气、计算机、工商管理等专业教材,希望广大师生积极选用。

教材建设是一项任重道远的工作,需要教师、专家、学校、出版社、教育行政部门的共同努力才能逐步获得发展。我们衷心希望更多的学校、更多的专家加入到我们的教材改革出版工作中来,北京师范大学出版社职业教育与教师教育分社全体人员也将备加努力,为职业教育的改革与发展服务。

全国职业教育教材改革与出版领导小组
北京师范大学出版社

参加教材编写的单位名单

(排名不分先后)

沈阳工程学院
山东劳动职业技术学院
济宁职业技术学院
辽宁省交通高等专科学校
浙江机电职业技术学院
杭州职业技术学院
西安科技大学电子信息学院
西安科技大学通信学院
西安科技大学机械学院
天津渤海职业技术学院
天津渤海集团公司教育中心
连云港职业技术学院
景德镇高等专科学校
徐州工业职业技术学院
广州大学科技贸易技术学院
江西信息应用职业技术学院
浙江商业职业技术学院
内蒙古电子信息职业技术学院
济源职业技术学院
河南科技学院
苏州经贸职业技术学院
浙江工商职业技术学院
温州大学
四川工商职业技术学院
常州轻工职业技术学院
河北工业职业技术学院
太原理工大学轻纺学院
浙江交通职业技术学院
保定职业技术学院
绵阳职业技术学院
北岳职业技术学院

天津职业大学
石家庄信息工程职业学院
襄樊职业技术学院
九江职业技术学院
青岛远洋船员学院
无锡科技职业学院
广东白云职业技术学院
三峡大学职业技术学院
西安欧亚学院实验中心
天津机电职业技术学院
漯河职业技术学院
济南市高级技工学校
沈阳职业技术学院
江西新余高等专科学校
赣南师范学院
江西交通职业技术学院
河北农业大学城建学院
华北电力大学
北京工业职业技术学院
湖北职业技术学院
河北化工医药职业技术学院
天津电子信息职业技术学院
广东松山职业技术学院
常州轻工职业技术学院
北京师范大学
山西大学工程学院
平顶山工学院
黄石理工学院
广东岭南职业技术学院
青岛港湾职业技术学院
郑州铁路职业技术学院

北京电子科技职业学院
北京农业职业技术学院
宁波职业技术学院
宁波工程学院
北京化工大学成教学院
天津交通职业技术学院
济南电子机械工程学院
山东职业技术学院
天津中德职业技术学院
天津现代职业技术学院
天津青年职业技术学院
无锡南洋学院
北京城市学院
北京经济技术职业学院
北京联合大学
大红鹰职业技术学院
广东华立学院
广西工贸职业技术学院
贵州商业高等专科学校
桂林旅游职业技术学院
河北司法警官职业学院
黑龙江省教科院
湖北财经高等专科学校
华东师范大学职成教所
淮南职业技术学院
淮阴工学院
黄河水利职业技术学院
南京工业职业技术学院
南京铁道职业技术学院
黔南民族职业技术学院
青岛职业技术学院
陕西财经职业技术学院
陕西职业技术学院
深圳信息职业技术学院
深圳职业技术学院
石家庄职业技术学院
四川建筑职业技术学院
四川职业技术学院
太原旅游职业技术学院

泰山职业技术学院
温州职业技术学院
无锡商业职业技术学院
武汉商业服务学院
杨凌职业技术学院
浙江工贸职业技术学院
郑州旅游职业技术学院
淄博职业技术学院
云南机电职业技术学院
云南林业职业技术学院
云南国防工业职业技术学院
云南文化艺术职业学院
云南农业职业技术学院
云南能源职业技术学院
云南省交通职业技术学院
云南司法警官职业学院
云南热带作物职业技术学院
西双版纳职业技术学院
玉溪农业职业技术学院
云南科技信息职业学院
昆明艺术职业学院
云南经济管理职业学院
云南农业大学
云南师范大学
昆明大学
陕西安康师范学院
云南水利水电学校
昆明工业职业技术学院
云南财税学院
云南大学高职学院
山西综合职业技术学院
温州科技职业技术学院
昆明广播电视大学
天津中德职业技术学院
天津职教中心
天津现代职业技术学院
天津师范大学
武警昆明指挥学院

前 言

“公共关系学”是一门综合性的应用科学，学科以建立社会组织与社会成员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，公共关系将越来越成为现代组织参与社会竞争的重要手段，它在经济与社会生活中的作用将越来越大，任何组织要想求生存、求发展，必须重视学习与应用公共关系的知识与技巧，积极开展公共关系活动。同时，对于每个人来说，无论从事什么工作，都要与组织、与他人相处，广交朋友，化解矛盾，处理危机等。因此，公共关系也是指导人们日常行为，调整人际关系，增强自身社会适应性的一种有效工具。

本书根据教育部《关于加强高职高专教育人才培养工作的若干意见》和《关于开展高职高专教学改革试点工作的意见》等文件精神而编写。遵循高等职业教育规律，强调知识、能力与素质的培养，注重理论与实践的结合。本书的内容由三个部分组成。第一部分为公共关系的基本理论，内容包括公共关系概述、公共关系的构成要素、公共关系工作程序；第二部分为公关实务，内容包括专题性公共关系策划、危机公共关系、组织形象分析与形象设计；第三部分为公关人际沟通与礼仪。本书强调案例教学，每章由一个典型的案例导入课程，重要的知识点都穿插了典型案例，帮助学生更好的理解公关理论知识，每章后面的案例分析，则引导学生运用所学知识分析思考和进行课堂讨论，加深对理论的认识。本书的一大亮点是突出了综合实训，有效地指导学生把理论知识应用于实践，旨在提高学生的实践能力。

本课程不仅为专业培养服务，更是高职高专学生非常重要的素质教育课程。通过本课程的教学使学生掌握公共关系的工作方法、公关策划、形象塑造、礼仪等知识，培养学生的公共关系职业素质和能力，提高学生的综合能力，助其达到事业的成功，做人的成功，更有利于学生成才。

本书编写分工为：云南农业职业技术学院潘彦维编写第四章，李果桦编写第七章，杨筱莹编写综合实训第一、二、三节，第三章第三节、第四节，郭正蓉编写综合实训第四、五、六节，姜红编写综合实训七、八节；云南文化艺术职业学院的苏燕、李福纯编写第一章；云南交通职业技术学院李南、冯晓莉编写第二章；云南能源职业技术学院缪煌荣编写第三章第一节、第二节；云南经济管理职业学院杨军、罗璧紫怡编写第五章；云南科技信息职业学院雷英、云南林业职业技术学院和珍编写第六章。本书由潘彦维、杨军担任主编，杨筱莹、苏燕、雷英担任副主编。

本书在编写过程中参阅了大量的相关文献，得到了北京师范大学出版社的大力支持，在此一并致谢。由于水平有限，教材不足之处，恳请同行专家和广大读者提出宝贵意见，以便改进。

编者

2007年1月31日

目 录

第一章 公共关系概述 (1)

学习目标 (1)

导入案例 (1)

第一节 公共关系和公共关系学
..... (1)

第二节 公共关系的产生与发展
..... (5)

第三节 学习公共关系学的现
实意义 (11)

本章小结 (13)

案例分析 (13)

课堂讨论 (13)

思考题 (13)

第二章 公共关系的构成要素 (15)

学习目标 (15)

导入案例 (15)

第一节 公共关系主体——
社会组织 (17)

第二节 公共关系客体——公众
..... (20)

第三节 公共关系媒介 (28)

本章小结 (34)

案例分析 (35)

课堂讨论 (35)

思考题 (35)

第三章 公共关系工作程序 ... (37)

学习目标 (37)

导入案例 (37)

第一节 公共关系调查 (39)

第二节 公共关系策划 (42)

第三节 公共关系实施 (46)

第四节 公共关系评估 (47)

本章小结 (49)

案例分析 (49)

课堂讨论 (50)

思考题 (51)

第四章 专题性公共关系策划 (52)

学习目标 (52)

导入案例 (52)

第一节 专题性公共关系策划的
程序 (53)

第二节 公共关系专题活动
策划 (57)

第三节 公共关系新闻策划
..... (66)

第四节 公共关系广告策划
..... (71)

本章小结 (80)

案例分析 (80)

课堂讨论 (82)

思考题 (83)

第五章 危机公共关系 (84)

学习目标 (84)

导入案例 (84)

第一节 公共关系危机概述
..... (85)

第二节 公共关系危机处理
..... (87)

第三节 公共关系危机预防	(91)	学习目标	(120)
本章小结	(93)	导入案例	(120)
案例分析	(94)	第一节 公关人际沟通	(121)
课堂讨论	(95)	第二节 公关礼仪	(125)
思考题	(95)	本章小结	(138)
第六章 组织形象分析与形象设计	(96)	案例分析	(139)
学习目标	(96)	课堂讨论	(140)
导入案例	(96)	思考题	(140)
第一节 组织形象分析	(96)	综合实训一 公关调查	(141)
第二节 组织形象设计	(102)	综合实训二 公关策划	(145)
第三节 CIS 战略	(106)	综合实训三 公关演讲	(148)
本章小结	(114)	综合实训四 危机公关处理	(152)
案例分析	(115)	综合实训五 新闻发布会与记者招待会	(158)
课堂讨论	(119)	综合实训六 公关礼仪	(162)
思考题	(119)	综合实训七 模拟应聘	(166)
第七章 公关人际沟通与礼仪	(120)	综合实训八 人际沟通	(170)
		参考文献	(175)

第一章 公共关系概述

【学习目标】

了解公共关系的概念、基本特征,掌握研究公共关系学的意义与方法,认识公共关系产生与发展的历史和我国公共关系事业的发展趋势。

【导入案例】

美国前总统尼克松在《尼克松回忆录》中,详细介绍了导致他被国会弹劾的“水门事件”经过,并坦陈:“这是公共关系的失策。”有公关专家就此事件评论:“在处理这事件的法律和政治问题时,明显的表现出了对公关工作的一无所知,一味的将掩盖真相视为公关手段,根本没有认识到公共关系必须以坦率而诚实的态度处理解决任何问题。”

无独有偶,20世纪末,又一位美国总统陷入所谓“拉链门”困境,那就是克林顿与白宫秘书莱温斯基的性丑闻事件。面对着美国国民的强烈不满,独立检察官肯尼思·斯塔尔那逼人的气势,及由共和党人占主导地位的国会发起的弹劾,克林顿班子的公关专家们却非常成功地将这一有可能导致第二位被弹劾总统的重大事件逐步平息,而且还使克林顿民众支持率重新回升,以致这一案例被美国大学公关教科书《公关战略和战术》收为公关成功案例。

现实生活中,我们也经常能看到所谓的“公关”现象存在,如“拉关系、走后门”等,那么公共关系究竟是怎么回事?

第一节 公共关系和公共关系学

一、公共关系的概念

“公共关系”一词是英语 Public Relation 两个词的组合。它既用来表述公共关系,也用来表述公共关系相关的事物和现象,最常见的是代表公共关系状态、公共关系活动、公共关系学科等。因此“Public Relation”是一个多义词,具有多层含义。

1. 公共关系的基本概念

有关公共关系的定义有多种分析角度,我们将介绍以下几种观点。

(1) 管理职能论

管理职能论认为,公共关系是一种管理职能,是社会组织对社会公众的一种有目的的传播与沟通活动,以此来影响公众的行为,实现组织的目标。因此,公共关系是社会组织的一项重要管理职能,甚至有人将其视为一种新的管理哲学和管理方法。

在这种理论框架下,国际公共关系协会曾经给公共关系作如下定义:公共关系是一种管理功能,它具有连续性和计划性。通过公共关系,公立私立的组织机构试图赢得人们的理解、同情和支持——借助对舆论的估价,尽可能地协调它们对自己的政策和做法,依靠有计划的、广泛的信息传播,赢得更有效的合作,更好地实现他们的共



同利益。

美国《公共关系新闻》杂志给公共关系下的定义是：公共关系是一种管理职能，它评估公众的态度，检验个人或组织的政策、活动是否与公众的利益相一致，并负责设计与执行，旨在争取公众理解与认可的行动计划。

美国学者莱克斯·哈罗(Rex Harlow)给公共关系下的定义是：公共关系是一种独特的管理职能。它帮助一个组织建立并维持与公众之间的交流、理解、认可与合作；它参与处理各种问题与事件；它帮助管理部门了解民意，并对之作出反应；它确定并强调企业为公众利益服务的责任；它作为社会趋势的监督者，帮助企业保持与社会同步变动；它使用有效的传播技能和研究方法作为基本的工具。

在我国，管理职能论的观点也得到部分公共关系学者和研究人员的认同。

(2)传播沟通论

传播沟通论认为公共关系是社会组织与公众的传播沟通方式和传播沟通活动。它比较强调公共关系的手段和过程，认为公共关系离不开传播沟通。

英国学者弗兰克·杰弗金斯(Frank Jefkins)在《公共关系》一书中提出的公共关系定义是：公共关系就是一个组织为了达到与它的公众之间相互了解的明确目标而有计划地采用的一切向内向外的传播沟通方式的总和。

美国学者约翰·马斯顿(John Marston)给公共关系下的定义更为坦率，即公共关系就是运用有说服力的传播去影响重要的公众。

《韦伯斯新国际辞典》关于公共关系的定义是：通过传播大量有说服力的材料，促进社会上人与人之间，人与公司之间，或公司与公司之间亲密友好的关系。

(3)社会关系论

社会关系论认为公共关系是社会组织与社会之间的关系，是一种特殊的社会关系，是优化社会互动环境的一种努力。

美国普林斯顿大学教授 H. L. 希尔兹(H. L. Chils)认为，公共关系是我们所从事的各种活动，所发生的各种关系的统称，这些活动与关系都是公众性的，并且都有其社会意义。

英国公共关系学会对公共关系所作的定义是：公共关系的实施是一种积极的、有计划的及持久的努力，目的是建立和维护一个机构与其公众之间的相互了解，公共关系是社会关系的一种。

(4)现象描述论

它更偏向于公共关系的事务操作，有些定义不仅形象生动，而且具体直观。譬如“公共关系就是讨公众喜欢。”

“公共关系就是博取好感的技术。”

“公共关系即通过良好的人际关系辅助事业成功。”

“公共关系是内求团结，外求发展、树立形象、推销自己的艺术。”

“公共关系使公司得到那些在个人称为礼貌与德性的修养。”

(5)表征综合论

它将上述观点加以综述,以墨西哥1978年8月召开世界公关协会形成的共识最具代表性:“公共关系是一门艺术和社会学科。公共关系的实施是分析趋势,预测后果,向机构领导人提供意见,履行一连串有计划的行动,以服务于机构和公众利益。”

2. 我国对公共关系的定义

我国引入公共关系这个概念以后,已经出版了许多教材、著作,提出了许许多多有所相同又有所不同的关于公共关系的定义。下面列举几种教材、著作关于公共关系的定义。

居延安等人的《公共关系学》的表述是:“公共关系是一个社会组织为了取得与其特定公众的双向沟通和精诚合作而进行的遵循一定行为规范和准则的传播活动。”

蒋春堂主编的《公共关系学教程》(新版)的表述是:“公共关系是社会组织为了实现某种利益目标,通过传播沟通与其公众建立并协调发展的互利互惠的社会关系。”

熊源伟主编的《公共关系学》的表述是:“公共关系是社会组织为了塑造组织形象,通过传播、沟通手段来影响公众的科学与艺术。”

谢玉华主编的《公共关系教程》的表述是:“公共关系是组织为了自身的发展,运用传播、沟通等手段与公众协调关系,树立组织的良好形象,以促进组织目标的实现。”

明安香的《塑造形象的艺术:公共关系学概论》的表述是:“所谓公共关系,就是一个企业或组织,为了增进内部及社会公众的信任与支持,为自身事业发展创造最佳的社会环境,在分析和处理自身面临的内部、外部各项关系时,采取的一系列政策与行动。”

目前我国公关界较公认的定义是:“公共关系是一种内求团结、外求发展的经营管理艺术,它运用分理的原则和方法,通过有计划而持久的努力,协调和改善组织机构对内对外的关系,使本组织机构的各项政策和活动符合广大公众的要求,在公众中树立良好形象,以谋求公众对本组织机构的了解、信任、好感和合作,并获得共同利益。”这个概念较全面的概括了公共关系的含义和运作。

对公共关系定义的准确理解,应从公共关系状态、公共关系活动、公共关系学三个层次分析,正如国际公关协会前主席萨姆·布莱克所讲的:公共关系至少有两个层次,一是两个组织发生关系的时候,这里就有公共关系,这种关系自始至终都存在,另一层更重要的是公关实践,专业化的公关实践旨在利用公共关系手段使管理处良好状态中。

3. 公共关系的基本特征

公共关系的基本特征,是指公共关系与其他类型的社会关系相比较所具有的基本特点,概括起来有六个方面。

(1) 以社会公众为工作对象

公共关系特指一定的组织机构和与其相关的社会公众之间的相互关系。公共关系与一般的人际关系不同:人际关系以个人为支点,是个人之间的线性关系;而公共关系以组织为支点,是组织与其公众结成的网状关系。组织必须坚持着眼于自己的公众,才能生存和发展。公共关系活动的策划者和实施者均应始终确认公众是自己的工作



对象。

(2)以塑造形象为工作目标

公共关系的基本目标是为一定的组织机构在社会公众中树立良好形象，塑造形象是公共关系的核心问题，组织应通过各种公共关系活动，有效地提高自身的知名度和美誉度。良好的组织形象有利于组织顺应大势，适应环境，使组织在生存、竞争、发展中不断充实、成熟和壮大。

(3)以传播沟通为工作方式

以传播沟通作为工作方法或手段，既是公共关系区别于一般管理职能的重要方面，也是它与单纯的宣传、广告的不同所在。在组织与公众之间，一方面组织应策划对外传播，使公众认识、了解自己；另一方面，它又要吸取舆论民意以调整、改善自身。只有达成有效的双向意见沟通，才能使组织与公众在交流沟通、共享信息的基础上增进了解、理解和合作。

(4)以互惠互利为工作原则

从根本上说，公共关系的内在驱动力是双方的利益要求，但不能将公共关系视为只是社会组织与公众之间的利益关系，而没有情感交流和道义上的帮助。恰恰相反，公共关系正是要建立一种情感融洽、富有职业道德的相互了解、相互合作的关系，并由此与公众获得共同利益。可见，公共关系的互惠互利原则是一种双赢的结果。

(5)以真实诚恳为工作信条

公共关系塑造组织形象，必须奉行真实的信条、倡导诚恳的作风。真实的传播、善意的协调、友好的交往，才能在公众的心目中产生信任感，才能赢得公众自觉的合作。反之，任何一种虚假的信息传播、生硬刻板的接待服务，甚至居心叵测的交往，都将使组织形象受损，这实在是公共关系工作的大忌。

(6)以注重长远为工作方针

组织与公众间的相互关系，不是靠一朝一夕建立起来的；即使建立起来，也还需要加以维护、调整和发展，因此均需要长期的不懈努力。“宜未雨而绸缪，毋临渴而掘井”，这是公共关系的基本方针。公共关系与一般广告、推销不同：一般广告、推销的目标是直接的、局部的、战术性的，因而是短期的；公共关系的目标则是间接的、全面的、战略性的，公共关系着眼于长远利益。公共关系活动是推销组织，让公众了解并喜欢你的组织，从而喜欢你的产品和服务，公共关系是“无形的推销术”。

二、公共关系学的科学内涵和研究对象

1. 公共关系学的概念

公共关系成为现代社会普遍存在的客观实践以后，从20世纪初开始引起人们的关注，逐步形成一门新兴的、独立的现代科学——公共关系学。

我们所说的公共关系，往往涵盖公共关系理论、公共关系原则、公共关系历史、公共关系类型、企业公共关系、政府公共关系、公共关系专题活动、公共关系组织机构与从业人员、公共关系研究、公共关系教学等诸多领域和方面。因此，公共关系学

的内容必然涉及公共关系的方方面面。那么,可以这么说,研究公共关系一切领域和所有内容的学问,即为公共关系学。

公共关系学是公共关系实践活动的反映,对公共关系认识的深化及其公共关系活动的健康开展起着指导作用。公共关系活动是丰富多彩的,对公共关系的认识是不断深入的,公共关系的理论总结是不断升华的。因此,公共关系学这门新兴学科必然有灿烂的发展前景。

2. 公共关系学的研究对象

公共关系学是公共关系实践活动的反映,因而它的研究对象就应该是公共关系活动现象及其内在规律。具体说来,研究内容主要包括公共关系理论、公共关系实务和公共关系的历史。

公共关系理论,主要是探讨公共关系学科的性质、研究对象及公共关系学与其他相关学科的关系,界定公共关系基本概念,阐述公共关系的基本特征、构成要素、基本类型、社会作用、主要功能、基本原则、行为规范、工作要领等。对公共关系构成要素的研究,明确公共关系主体、客体和传播活动三个基本要素。公共关系主体是社会组织,公共关系学阐明一般社会组织的特征、类型、目标、运行方式,公共关系社团、部门、公司的类型、特征、工作内容及其规范,公共关系工作人员的公关意识、心理素质、知识结构、能力结构和职业原则;公共关系客体是公众,公共关系学探讨并论述公众的构成、公众的基本特征和类型、公众心理、公众行为预测等;公共关系传播活动,是研究并阐述传播沟通原理、原则、规律、机制、作用及其运作流程和行为规范。

公共关系实务,是作为应用性学科的公共关系学研究的重要内容。公共关系实务内容非常广泛,主要有:公共关系目标的确定、公共关系调查、公共关系信息采集与处理、公共关系策划、公关工作程序和工作计划、公共关系实施、公共关系评估和公关专题活动等。

公共关系的历史,研究人类历史进程中公共关系的演变、发展,现代公共关系产生的历史背景及其兴起原因,现代公共关系发展轨迹,当代不同国家或地区公共关系实践状况及公共关系学科发展状况,公共关系实践活动及公共关系学科在我国的发展进程,并探讨包括公共关系学科在内的广义公共关系的发展趋势。

随着世界全球化的进程,随着科学技术尤其是信息技术的日新月异,随着人们之间的交往和联系的日益广泛及其手段、方式的多样性,随着公共关系实践活动的不断深入发展,公共关系学研究对象和学科内容,必将日益丰富多彩。这是一门方兴未艾、充满生机和活力的新兴学科,其发展前景必将灿烂辉煌。

第二节 公共关系的产生与发展

公共关系作为一种新兴的职业和新兴的研究领域,一出现就受到了人们的热切关注。对于一个新鲜事物的认识,最重要的是要有历史观,只有在历史的长河中考察,



我们才知道它是从哪里来的，又该往哪里去，对于公共关系也是如此。我们只有深刻了解公共关系的历史渊源与现实发展，才能知道公共关系的未来前景，才能更好地把握我国公共关系的发展。

一、公共关系的萌芽

公共关系学的理论不是一开始就有的，它的许多理论都是现代传播学、舆论学、管理学发展的直接产物，所以，公共关系学的历史实际上只有几十年。但公共关系思想及类似于公共关系的活动，在各个国家、各个民族的古代任何社会都可以找到影子。可以说，古代时期是公共关系思想的萌芽时期。

考古学家发现，远在公元前 1800 年，伊拉克的一种农业公告很有点像现代社会某些农业组织公共关系的宣传资料。它告诉农民如何播种、灌溉，如何对付危害庄稼的老鼠，如何收获庄稼等。

在古希腊，社会对沟通技术非常重视，并对从事这门技术的人给予很高的评价和奖励，有些深谙沟通学问的第一流演说家常常被推为首领。此外，那些参加国家最高统治者竞选的人，大多是些擅长言辞及在学识上享有较高声望的诡辩学者，他们善于对自己的功德、业绩和才能大肆吹捧和赞扬，以争取选民。例如，古罗马恺撒大帝能登上独裁者的宝座，那本记载着他的功绩的纪实著作《高卢战记》起了很大的作用。这本书被称为“第一流的公共关系著作”。古希腊人认为，较强的修辞能力是参与政治过程的基本条件之一，因为政治家与公众之间的桥梁是靠修辞来架筑的。古希腊哲学家亚里士多德在他的经典著作《修辞学》一书中，详细阐述了修辞的艺术，即如何运用语言来影响听众的思想和行为的艺术。因此西方公共关系学界认为，亚里士多德的《修辞学》堪称最早问世的公共关系学的理论书籍。

在我国古代，到处也显现着公关思想的光辉。古代的人们特别重视对人际关系的研究和人际关系的处理。以孔孟为代表的儒家文化就强调“仁”“义”“礼”“信”，重视“人和”等，以此来调和社会矛盾，协调人与人之间的关系。在我国古代的经济活动中，公关的影子也到处可见。比如，酒店或茶馆门口，挑出一面旗帜，上书“酒”或“茶”字来招徕顾客，这类似于今天的广告宣传。许多商店招牌上写着“百年老店”的字样，目的就是让人们知道这家店牌子老、信誉好。许多商店常用“如假包换”“童叟无欺”来说明经营作风正派，公平诚实，以赢得顾客的信任。近代史上的商业名城广州，类似于今天公共关系的活动更为频繁，也较为典型。广州市民沿袭至今的饮茶风俗，最初就是为了适应商业行业间信息沟通、洽谈生意、协调共同利益等的需要形成的。旧时的广州茶楼一直是人们互通信息、洽谈业务、密切同行业之间关系的重要场所。

无论在我国还是在外国的历史上，都可以找到大量类似现代公共关系的思想和活动。但从严格意义上来讲，古人的这些公共关系活动，还不是真正的现代意义上的公共关系，只是具有了类似于现代公共关系的活动和思想。现代意义上的公共关系，产生于现代工业社会，它是现代工业生产发展的必然产物。商品经济的高度发展改变了传统的生产方式和交往方式，形成了新型的社会交往方式，它为公共关系的产生和发

展提供了充分的社会基础和良好的经济条件,使现代公共关系不仅有了发展的可能,而且成为社会发展的必然。

二、现代公共关系的产生与发展

公共关系作为一种新兴职业、一门学科,始于19世纪末20世纪初的美国。根据美国公共学者格伦宁和亨特的研究报告,随着资本主义经济、政治、思想文化和其他社会条件的不断发展变化,公共关系逐渐形成了四种传播模式,而这四种传播模式恰恰代表了公共关系发展的四个阶段。

1. 巴纳姆时期——自我吹嘘式的公共关系

19世纪中叶,在美国风行一时的代理报刊宣传活动是公关史上最早的有组织性的活动。

19世纪30年代,美国的不少财团、公司专门聘请一定人员制造具有煽动作用的新闻、舆论,从而美化自己的形象、夸大自己的实力,因而在当时以大众为对象、大量印发适合普通读者的“便士报”也不失时机地为他们吹捧、宣传。而这一切,也正迎合了中下层读者的心理需要。于是,一种互惠互利的报刊代理活动便应运而生。其中最具代表性的报刊代理人非尔斯·巴纳姆,便是以善于制造舆论、推动马路演出而路人皆知。这个马戏团的老板,把报纸作为最佳宣传手段而四处散发经大力渲染过的马戏神话:马戏团中有一个矮小的“汤姆将军”,曾在多年前率领一群侏儒赶着一群马车去拜见维多利亚女皇;有一个戏团的黑人女奴,曾在100年前养育过美国第一位总统乔治·华盛顿将军等。于是大家在好奇心的驱使下,纷纷到马戏团一饱眼福,从而使马戏团的生意红火起来,收入扶摇直上。当大众在一阵失望后再清醒过来时,各种批评指责都扑向了报刊宣传活动。同时,大家也因此而意识到报刊宣传活动实质是一种对公共关系的进一步形成和发展有着极大推动作用的行为。也正是类似马戏团之流的宣传形式的介入,给公共关系在这一时期的发展蒙上了一层可怕的阴影。因而这一时期又被人们称为“公共关系倒流时期”“公共关系最黑暗的时期”。诚然,任何事物都具有其两面性,这一时期的公共关系除了给世人留下一片可怕的阴影之外,同时也促使人们引以为鉴,从而加强了人们在公共关系活动中遵守公正、诚实和一切都要维护公众利益的公共信条。此外,在报刊宣传代理活动时期的1882年,一篇题为《公共关系与法律职业的责任》的精彩演说由美国著名律师、文官制度的倡导者多尔曼·伊顿在耶鲁大学法学院发表。“公共关系”这一概念也由此被正式提出。1897年,由美国铁路协会编写的《铁路文献年鉴》中也正式使用了公共关系这一名词。总之,不论这一时期光彩与否,它在整个公共关系发展史中,都起到了承上启下的重要作用,并为日后公共关系的飞速发展奠定了坚实的基础。

2. 艾维·李时期——单向传播式的公共关系

艾维·李曾是《纽约日报》《纽约时报》和《纽约世界报》的一位记者。他于1903年在美国创办了标志着现代公共关系问世的首家公共关系事务所。从此,公共关系进入了一个飞速发展的崭新阶段。针对巴纳姆式宣传活动的局限性,艾维·李提出了“说真