

GONGGONGGUANXI  
LILUNYUSHIWU

# 公共关系理论与实务

---

孟庆耘 著

辽宁人民出版社

# 公共关系理论与实务

GONGGONGGUANXILILUNYUSHIWU

孟庆耘 著

辽宁人民出版社

© 孟庆耘 2007

图书在版编目 (CIP) 数据

公共关系理论与实务/孟庆耘著.-沈阳:辽宁人民出版社, 2007.8

ISBN 978-7-205-06240-8

I. 公… II. 孟… III. 公共关系学 IV. C912.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2007) 第137538号

---

出版发行: 辽宁人民出版社

(地址: 沈阳市和平区十一纬路25号 邮编: 110003)

印刷: 沈阳天择彩色广告印刷有限公司

幅面尺寸: 146mm×208mm

印张: 13<sup>5</sup>/<sub>8</sub>

字数: 336千字

印数: 1-1,000册

出版时间: 2007年8月第1版

印刷时间: 2007年8月第1次印刷

责任编辑: 伯灵

封面设计: 杨勇

版式设计: 王珏菲

责任校对: 王绍斌

书号: ISBN 978-7-205-06240-8

---

定 价: 23.00元

## 前言

在20世纪80年代初期，公共关系随着外资企业开始进入我国，当时人们还以一种怀疑的目光看待这一新颖的事物。随着外资企业在大陆的兴盛，人们发现，公共关系是现代企业经营中不可缺少的管理科学。因此，20世纪从80年代中、后期，公共关系在中国从南方向北方，从沿海向内陆掀起了高潮。许多大学开设选修课，许多企业和社会团体，在成功运用公共关系的实践中，取得了良好的社会效益和显著的经济效益。但是，我国的社会主义还处于初级阶段，商品经济不够完善和发达，所以，目前我国的公共关系事业还是处于起步阶段，还显得稚嫩和不成熟。我们有些人甚至企业，并没有把它看成是一种管理科学，在国外不仅是公司、企业、商社设有公共关系部，而且政府机关、警察局、社会团体，甚至连宗教组织也设有公关部门。发达国家的大学很早就开设了公共关系课程，培养本科、硕士、博士等高级公关人才，并有大量有关公共关系学的出版读物，公共关系对企业管理和行政管理产生了重要的影响。如今，公共关系已经是一个全球通用的热门行业，而我国仍有些人误认为公共关系是点金术，以为雇用几个公关小姐就可以发大财，把公关小姐当成“促销女郎”，或者将公共关系等同于“庸俗关系学”，认为公共关系就是拉关系，走后门，请客吃饭，不正之风，这些现象和偏见扭曲了公共关系的实质

和形象。

公共关系产生于20世纪初的美国，虽经近百年的发展，它仍是一门新兴的学科。但是其现代的管理科学与艺术在社会组织传播信息、协调关系、塑造形象等方面发挥着巨大作用。

全书共八章内容，第一章 公共关系理论基本问题，第二章 公共关系的起源，第三章 公共关系主体、机构和人员，第四章 公共关系客体，第五章 公共关系的传播沟通，第六章 公共关系的工作程序，第七章 公共关系实务，第八章 公共关系礼仪。各章都附有练习、思考、讨论题，方便读者和学习者巩固相应知识，本书特别适合高职专和高等院校的学生以及初涉公共关系职场的读者作为教材使用，也可以作为工商企业职工和公务员上岗培训以及在职培训的参考书。

本书在写作中，得到了鲁迅美术学院文化传播与管理系主任、博士、硕士生导师张伟教授的指导和支持，佟琳老师承担了搜集资料、打印等基础性工作，杨波、杨慧、吴晶琦等老师给与了大力帮助，在此表示感谢。同时，在本书的写作过程中，为了增加本书的权威性，参考了一些国内外知名专家和学者编着的有关方面的教材、著作、案例，在此也衷心表示感谢。

作 者

2007年6月

# 目录

<b>第一章 公共关系理论基本问题</b> .....	1
<b>第一节 公共关系的含义</b> .....	1
一、公共关系的概念 .....	1
二、公共关系的构成要素 .....	11
三、公共关系特征 .....	16
<b>第二节 公共关系的功能与作用</b> .....	24
一、公共关系对社会组织的功能与作用 .....	24
二、公共关系对社会的功能与作用 .....	32
<b>第三节 公共关系的几层含义及相关概念</b> .....	35
一、公共关系的几层含义 .....	35
二、公共关系与其他相关概念的辨析 .....	41
<b>第二章 公共关系的起源</b> .....	47
<b>第一节 公共关系的起源</b> .....	47
一、公共关系的源流 .....	48
二、早期公共关系的特点 .....	52
<b>第二节 现代公共关系的产生与发展</b> .....	52
一、现代公共关系的起源与发展 .....	53
二、现代公共关系的特征 .....	68
三、现代公共关系产生与发展的社会历史原因 .....	71
四、现代公共关系发展的基本趋势 .....	78

<b>第三节 公共关系在中国</b> .....	81
一、中国公共关系事业发展的历程 .....	81
二、公共关系在中国发展的历史条件 .....	87
三、公共关系在中国的发展与挑战 .....	90
<b>第三章 公共关系主体、机构和人员</b> .....	94
<b>第一节 公共关系主体</b> .....	94
一、社会组织含义 .....	95
二、社会组织的特征 .....	96
三、社会组织的分类 .....	97
<b>第二节 公共关系机构</b> .....	99
一、公共关系部 .....	99
二、公共关系公司 .....	109
三、公共关系社团 .....	118
<b>第三节 公共关系从业人员</b> .....	122
一、公共关系人员的基本素质 .....	123
二、公共关系人员的职业道德和准则 .....	131
<b>第四章 公共关系客体——公众</b> .....	136
<b>第一节 公众的含义和特征</b> .....	136
一、公众的含义 .....	136
二、公众的特征 .....	137
<b>第二节 公众的分类及其意义</b> .....	139
一、公众的分类方法 .....	140
二、公众分类的意义 .....	149
<b>第三节 基本目标公众分析</b> .....	150
一、员工关系对象 .....	150
二、顾客关系对象 .....	152
三、媒介关系对象 .....	152
四、政府关系对象 .....	154
五、社区关系对象 .....	155

六、名流关系对象 .....	156
七、国际公众对象 .....	156
八、其他公众对象 .....	157
<b>第五章 公共关系的传播沟通</b> .....	<b>159</b>
<b>第一节 公共关系传播系统</b> .....	<b>159</b>
一、公共关系传播的含义 .....	159
二、公共关系传播要素 .....	161
三、公共关系传播模式类型 .....	164
四、公共关系传播媒介 .....	166
五、公共关系传播类型 .....	174
<b>第二节 公共关系的传播原则和效果</b> .....	<b>179</b>
一、公共关系的传播原则 .....	179
二、公共关系传播障碍 .....	187
三、公共关系传播效果 .....	189
<b>第六章 公共关系的工作程序</b> .....	<b>192</b>
<b>第一节 公共关系调查</b> .....	<b>192</b>
一、公共关系调查的作用与原则 .....	193
二、公共关系调查的内容和范围 .....	198
三、公共关系调查的过程和方法 .....	208
<b>第二节 公共关系策划</b> .....	<b>220</b>
一、公共关系策划的作用与原则 .....	220
二、公共关系策划的程序 .....	225
<b>第三节 公共关系实施</b> .....	<b>235</b>
一、公共关系实施的特点与原则 .....	235
二、公共关系的实施过程 .....	239
<b>第四节 公共关系评估</b> .....	<b>242</b>
一、公共关系评估的作用与意义 .....	242
二、公共关系评估的程序与内容 .....	243
三、公共关系评估的方法和评估报告 .....	247

<b>第七章 公共关系实务</b> .....	252
<b>第一节 公共关系专题活动</b> .....	252
一、社交型的公共关系专题活动 .....	253
二、传播型的公共关系专题活动 .....	264
<b>第二节 公共关系谈判</b> .....	281
一、公共关系谈判的原则 .....	281
二、公共关系谈判的准备工作 .....	283
三、公共关系谈判过程的策略 .....	287
<b>第三节 公共关系危机管理</b> .....	299
一、公共关系危机产生的原因 .....	299
二、公共关系危机的类型 .....	304
三、公共关系危机的管理 .....	310
<b>第八章 公共关系礼仪</b> .....	325
<b>第一节 公共关系礼仪概述</b> .....	325
一、公共关系礼仪的含义 .....	326
二、公共关系礼仪的作用 .....	329
三、公共关系礼仪的原则 .....	329
<b>第二节 公共关系交往礼仪</b> .....	332
一、日常交往礼仪 .....	332
二、公众场合交往礼仪 .....	343
三、涉外交往礼仪 .....	363
<b>第三节 求职应聘礼仪</b> .....	375
一、求职应聘的准备 .....	375
二、求职文稿 .....	394
三、求职应聘艺术及礼仪 .....	406
<b>参考文献</b> .....	423

## 第一章

# 公共关系理论基本问题

**本章要点：**我们无论学习什么科学知识，首先必须了解和掌握运用学科的基本理论，只有掌握了学科的基本理论，才能从整体上把握这门学科的理论框架和基础性问题。公共关系作为一门独立完整的学科，也有它特定的概念、要素与原则、本质特征、对象和内容、功能和作用。这些问题构成了公共关系学的基本理论。

## 第一节 公共关系的含义

### 一、公共关系的概念

“公共关系”一词是舶来品，公共关系源于英文“Public Relations”的汉语译称，缩写符号为PR，其中Public作形容词，意为“公开的”、“公众的”，Relations即“关系”，因此在中文表述中既可译为“公共关系”也可译为“公众关系”，一些海外和港台学者认为译成“公众关系”更加贴切，而在大

陆“公共关系”一词已经广泛使用，为大多数人所接受。所以我们也采用“公共关系”这种译法。

### 1. 繁多“公共关系”定义

目前从因特网上可以查询到的图书，仅中国大陆出版的已经被中国国家图书馆收藏的公共关系类图书就有1000多种，在世界范围，同类出版物有数千种之多。公共关系定义也是众口不一，十分繁多。1882年，美国律师、文官制度倡导者多尔曼·伊顿在耶鲁大学法学院作了题为《公共关系与法律职业的责任》的演讲，第一次使用了“公共关系”的概念。从那时起至今，正式发表的“公共关系”定义已近千种。

如何从纷繁众多的公共关系定义中把握真正含义呢？我们把众多公共关系定义大体归纳为7种类型。也是目前比较有影响和具有代表性的公共关系定义。

#### (1) 公共关系是一种管理职能——管理职能说

“管理职能说”这类型的定义是把公共关系看作是计划、财务一样的管理职能。

1976年，美国公共关系研究和教育基金会资助莱克斯·哈罗博士（Rex Harlow）在收集和分析了472种定义后对公共关系所下的定义是：公共关系是一种特殊的管理职能，它帮助一个组织和它的公众之间建立交流、理解、认可与合作；它参与处理各种问题与事件；它帮助部门了解民意，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测者，帮助企业保持与社会同步；它使用有效的传播技能和研究方法作为基本工具。

这个定义被认为是一个最全面的定义，但这个定义的缺点就是过于细致冗长，不符合下定义的基本要求，不过这个定义确实表达了公共关系的基本内涵。

美国著名公共关系学者卡特李普（Scott M. Cutlip）和森特（Allen H. Centre）在《有效公共关系》中，认为：“公共关系是

这样一种管理功能，它确定、建立和维持一个组织与决定其成败的各类工种之间的互利关系。”

美国公共关系协会曾给公共关系下这样的定义：“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，公立的和私人的组织、机构试图赢得同他们有关的人们的理解、同情和支持——借助对舆论的估价，以尽可能地协调它自己的政策和做法，依靠有计划的、广泛的信息传播，赢得更有效的合作，更好地实现它们共同利益。”

这一类型的定义在国外较为流行，形成了一个管理学派，在我国也有很多人持这种观点。它所强调的是公共关系的职能或功能，实际上并没有回答“公共关系是哪一种关系”，而只回答了“公共关系是做什么的”。

#### (2) 公共关系是一种传播沟通——传播沟通说

这一类型定义强调公共关系是社会组织与公众的一种传播沟通方式。在国外，持这种观点的人不在少数，在美国大学中，公共关系专业往往设在新闻传播学院。

英国著名公共关系学者弗兰克·杰夫金斯(Frank Jefkins)认为：“公共关系是由为达到相互理解有关的特定目标而进行的各种有计划的沟通联络所组成的，这种沟通联络处于组织与公众之间，既是向内的，也是向外的。”

美国公共关系学者约翰·马斯顿(John Manston)讲的就更直接了，他认为：“公共关系就是运用有说服力的传播去影响重要的公众。”

1981年出版的《不列颠百科全书》把公共关系定义为：“旨在传递有关个人、公司、政府机构或其他组织的信息，并改善公众对其态度的种种政策或行动。”

这一类型定义在国外也很盛行，形成一个传播学派，与管理学派形成了势均力敌的两大流派体系。在我国也有大量学者持这种观点，例如，中山大学政治与公共事业管理学院副院

长、教授、中国公共关系协会学术委员会委员、中国国际公共关系协会理事、学术委员会副主任廖为建先生，从1985年开始从事公共关系教学与研究，是中国公共关系“传播学派”的倡导者。这种类型的定义强调的是公共关系的手段和方式。实际上并没有回答“公共关系是哪一种关系”，而只是回答了“怎样建立关系”。

### (3) 公共关系是一种社会活动与关系——社会关系说

持这种观点的人认为，“关系”体现公共关系的本质属性，公共关系是一种特定的社会关系，正确认识公众关系、处理公众关系是开展公共关系的出发点和归宿。他们避开了管理职能论倾向的公共关系的目标和传播沟通论偏重的公共关系的手段和方式。

美国普林斯顿大学教授希（蔡）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通称，这些活动与关系是公众性的，并且都有社会意义。”

这类型的定义在国外的繁多定义中并不多见，它对公共关系的本质有所揭示，但是不够深刻，定义比较概括和抽象，仍然没有明确回答“公共关系是哪一种关系”。

### (4) 公共关系是一种实务——现象描述说

这种类型的观点正好与社会关系说偏重理论相反，现象描述论是倾向直观形象和简单明了，他们是抓住公共关系的某一功能或某种现象进行描述，非常具体实务。

美国公共关系协会征询了2000多名公共关系专家的意见，从中选出四种公共关系定义向社会推荐：

一是：“公共关系是企业管理机构经过自我检讨与改进后，将其态度公诸社会，借以获得顾客、员工及社会的好感和理解这样一种经常不断的工作。”

二是：“首先，公共关系是一个人或一个组织为获取大众之信任与好感，借以迎合大众之兴趣而调整其政策与服务方针

的一种经常不断的工作。其次，公共关系是对此种已调整的政策与服务方针加以说明，以获得大众了解与欢迎的一项工作。”

三是：“公共关系是一种技术，此种技术在于激发大众对于任何一个人或一个组织的了解并产生信任。”

四是：“公共关系是工商管理机构用以测验大众态度，检查本企业的政策与服务方针是否得到大众的了解与欢迎的一种职能。”

这四种定义很直接生动地描述了公共关系如何去做具体的工作。

一些学者对公共关系的描述就更直观简洁：

公共关系是努力干好、让人知晓；

公共关系是创造同意的学问；

公共关系是争取对你有用的朋友；

公共关系是90%靠自己做的对，10%靠宣传；

公共关系是说服和左右社会大众的技术；

公共关系是通过良好的人际关系来辅助事业成功；

公共关系是内求团结、外求发展、树立形象、推销自己的艺术，等等。

这类型的定义对于宣传和推荐公共关系，引起人们对公共关系的兴趣是有一定帮助的，因为它直观、通俗、形象、生动、具体，但是，它们只是揭示了公共关系的部分内涵，而没有从整体上准确地回答“公共关系是什么”。

#### (5) 表征综合论

持这一类型观点的学者认为，前面几种类型的定义都只是反映了公共关系某一方面的含义或特征，因此，他们试图通过一个定义把公共关系的所有内涵和特征都包括进去，综合公共关系的各种表现和特征。

美国《公共关系季刊》曾详细罗列了公共关系的14个特

征。1982年11月，美国公共关系协会（PRSA）在其一流成员组成的专家小组的努力下，正式采用了一个“关于公共关系的官方陈述”。这一定义除了概念方面的内容外，还将各种活动、结果和对公共关系实践的知识要求包括在内。把公共关系定义为：它是一个组织管理中所进行的一种有计划、持久的活动；它处理的是一个组织与其各类公众之间的关系；它监测组织内外人们的意识、舆论、态度和行为；它分析组织所采取的政策、程序和行动对各类公众的影响；它调整那些与公众利益相冲突并影响组织生存和发展的政策、程序和行动；它向管理阶层的人员提供咨询，帮助制定新的政策、程序和行动方案，而这一切都是有利的于组织与它的公众的；它建立和维持一个组织与其各类公众之间的双向交流；它使组织内外人们的意识、舆论、态度和行为产生某些具体的变化；最后，它使一个组织与它的各类公众产生新的、持久的关系。

这一定义只是综合了公共关系的表现形式，仍然没有回答“公共关系是哪种关系”，而且，也不符合下定义的要求。

### （6）经营艺术和科学

持这种观点的人认为，公共关系还只是一门不精确的学科，许多公共关系问题不应该存在唯一正确答案，因为公共关系在实际运作中，强调创造性，生动形象性，要求从整体上把握公共关系及其工作。

1978年8月在墨西哥召开的世界公共关系协会大会上，代表们经过商讨，发表了《墨西哥宣言》，在《宣言》中提出了公共关系的定义，即“公共关系是一门艺术和社会科学。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，以服务于本机构和公众利益。”

这一定义目前在国际上具有一定的代表性和权威性，它着重指出了公共关系应属于什么领域和学科的研究范围，但是仍然没有回答“公共关系是哪一种关系”，实际上只是回答了

“公共关系学是一门什么性质的科学”。

### (7) 形象塑造

持这一种观点的大多是国内的学者。把形象塑造作为公共关系的核心。深圳大学传播系主任、博士、中国公共关系协会学术委员会副主任、中国国际公共关系协会理事余明阳先生是“形象学派”的倡导者，他将“形象塑造”作为公共关系的核心概念。当然，这一观点着重强调了公共关系的核心问题，而没有回答“公共关系”是哪一种关系。

## 2. 对繁多公共关系定义的评价

### (1) 存在繁多公共关系定义的原因

纵观公共关系产生近100年来的历史上形成的各种关于公共关系的定义，再从国际国内公共关系学者的观点中，其中有合理的、有价值的，同时又有着还不完善与不成熟的问题存在。为何近百年来没有一个定义成为公众认可的定义。公共关系之所以难以形成统一、一致的看法，原因有四个：

①公共关系含义的多维性。英语“Public Relations”一词有多重含义，存在一词多用的问题，“公共关系”既指“公共关系”本身，又指“公共关系学”、“公共关系活动”、“公共关系工作”、“公共关系职能”、“公共关系状态”等等。把“公共关系”一词当作“公共关系”很多派生词的代用词，严格地说都混淆了“公共关系”这一概念与其一些分支概念“公共关系功能”、“公共关系手段”、“公共关系活动”、“公共关系学”等的界限，不符合逻辑上对概念下定义的要求。实际上，这些派生词与“公共关系”是有差别的，每个词都有自己特有的含义，不作区别只用一个“公共关系”，必然不会有一个一致性的定义。

②公共关系历史短暂。现代意义上的公共关系也只有上百年的历史，公共关系还处在成长成熟时期，它的理论和实践内容又都是在不断发展和丰富，随着公共关系实践和理论的发

展，公共关系定义还需进一步完善，有必要也有可能对公共关系作出更为科学的定义。

③公共关系活动的多样性。公共关系涉及了不同的学科和实践领域，研究者和从业者各自的经历和所处的社会环境以及所从事的行业领域都有所不同，因此对公共关系的理解，对“公共关系”这一概念所下的定义往往不同，熊原伟先生曾提到“有多少个公共关系学家便可以产生多少种公共关系的定义”。

④没有遵循下定义的规则。在给公共关系定义时，出现了或同语反复或循环定义，或定义过宽或定义过窄等现象，造成许多不规范的定义出现。

基于以上原因，公共关系定义繁多，众说纷纭并不是奇怪的事情。

### (2) 繁多定义中的价值

虽然公共关系的定义繁多，众说纷纭，但是却有相当大的合理成分和有价值的观点。

首先，确定了公共关系研究对象。确定公共关系研究的对象，才能从总体上把握住公共关系的实质，才能对学科理论做进一步的深入研究和探索。

其次，揭示了公共关系的属性和特征。这对人们从事理论研究打下了坚实的基础，提供了有利条件，而且对公共关系实践起到了指导和推动作用，对公共关系务实活动和理论研究产生了积极影响。

最后，有着广阔的理论研究和实践活动空间。没有一个统一的定义，也就是没有一个固定的框架和模式，其理论研究的更宽广，也就会更深入。同样实践活动的领域也就更广阔。

### 3. 如何给“公共关系”下定义

任何一门学科都要有一个定义来规范它，但是，目前准确、全面而且系统一致的定义是很难强求，很多学科也都存在