

全国广播电视中专
通用教材

公共关系学

(修订版)

主编 秦园珠

QUANGUO
GUANGBO
DIANSHI
ZHONGZHUAN
TONGYONG
JIAOCAI

江苏科学技术出版社

全国广播电视中专通用教材

公共关系学

(修订版)

主编单位 江西广播电视大学
南京广播电视大学

主 编 秦园珠
副主编 李立华 王敷健
主 审 徐福基

江苏科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

公共关系学/秦园珠主编;熊建设等编写. —修订版. —
南京:江苏科学技术出版社,1995.3 (1999重印)
全国广播电视中专通用教材
ISBN 7-5345-1908-X

I. 公… II. ①秦… ②熊… III. 公共关系学—广播电视教育:中等教育—教材 IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 24084 号

全国广播电视中专通用教材

公共关系学

(修订版)

主 编 秦园珠

副主编 李立华 王敷健

出版发行:江苏科学技术出版社

印 刷:江浦第二印刷厂

开本 787mm×1092mm 1/32 印张 11.125 字数 220 000

1995年4月第1版 2001年8月第11次印刷

印数 88 001—91 500 册

ISBN 7-5345-1908-X

C·17 定价:10.90 元

责任编辑 孙广能

图书如有印装质量问题,可随时向我社出版科调换。

全 国 广 播 电 视 大 学

电 视 中 专 教 材 建 设 委 员 会

(2000 年 1 月)

常 务 主 任	乔显浩	王朝宁	刁纯志	刘方惠	朱延才
	梁赵清	吴茂林	陈金琪	张从信	张长荫
	范月媛	徐 皓	徐崇植	盛 毅	秦园珠
	解长令				
主 任	王小明	王绍亮	巴克·夏米		马传新
	刘长福	孙广能	许慈如	杜小娣	李伯川
	陈生根	陈龙岗	陈福祥	肖显荣	杨治朝
	胡汉萍	翁秀霖	张云霞	张世平	张伯敏
	张春信	张承聚	赵胜富	郭文奇	钱常林
	梁小瑞	梁创勋	韩云先	傅凤英	潘汉洲
	冀鼎全				
秘 书 长 委 员	马良生	刘国良	刘兴武	韩贺民	
	于 江	马 林	马 虹	马骏岭	王步云
	王莉莎	王勋建	方之励	邓颂东	师 涛
	刘中强	刘鸿霸	冯时健	孙 明	李欣频
	李延凤	李金祥	李锦时	刑谷若	林志新
	吴迎健	吴伶俐	张澍园	金小河	周又新
	范森荣	陈汉光	陈爱玉	郑学文	潘先强
	赵 莉	赵桂凌	徐声宇	童钧洪	蔡 羽
	齐长兴	商鼎成	智勇发	虞 方	董令威
	褚怀强	戴世行	韩宗禹		

出版说明

广播电视中等专业教育的起点是初中毕业生,目标是培养有较强实际工作能力和综合素质的应用型中级专业技术人员。

自1985年全国广播电视大学系统相继开办广播电视中等专业教育以来,在中央广播电视大学的支持下,全国广播电视大学中专教材建设委员会(前身为全国广播电视大学电视中专教材编制委员会)从1989年12月起,经过五年的努力,已编制出版了财经、机电、农产品加工等类课程的系列文字教材及配套的练习册、实验指导书、教学指导书等。这一系列广播电视中专教材的出版,对推动全国广播电视中专教育的发展起到了积极作用。

1995年,国家教委下发了《关于加强广播电视、函授中等专业教育管理的意见》的文件。根据文件精神,中央广播电视中等专业学校为了进一步规范教学要求,提高教材的建设质量,与全国广播电视大学中专教材建设委员会共同组织有关学科专家和教师,对原出版的部分教材按照新编课程教学大纲进行了重新编写或修订,并针对一些适应面广、通用性强的专业,开始了新一轮的教材建设。

广播电视中专教材编制宗旨是：紧密结合培养目标，针对学生特点，充分依靠学科和媒体设计与制作专家，进行面向 21 世纪多种媒体的教材建设。主媒体是文字教材，同时还制有音像等现代媒体教材与之相配套。广播电视中专教材亦可供普通中专、成人中专、职业高中、职业培训等选用，还可供自学使用。

敬请广大教师和读者在使用广播电视中专系列教材过程中，对其存在的不足之处予以批评指正，以便修订再版。

中央广播电视中等专业学校
全国广播电视大学中专教材建设委员会

1998 年 5 月

修订版前言

本书在广播电视大学电视中专教材编制委员会统一组织下,参照国家部颁中等专业学校《公共关系学》课程教学大纲,结合广播电视远距离教育的实际进行编制的。

全书共分十三章,内容包括:公共关系学的研究对象和地位;公共关系的基本特征;公共关系的历史和发展;公共关系的机构与职能;公共关系的基本原则;公共关系的基本工作程序;公共关系的传播与媒介;公共关系的类别;公共关系心理;公共关系人员;公共关系言语;公共关系谈判;公共关系专题活动;公共关系文书;公共关系人员社交礼仪等。

本书结合我国实际,从理论性和实用性、系统性和简明性的结合上,系统介绍了公共关系学的基本概念与基本理论,描述了这门学科的基本框架,反映了这门学科的历史发展、应用价值以及目前研究的水平。

为了较好地适应广播电视远距离教学的需要,本书从教与学两方面着眼,由正文、学习指导、练习与思考三部分组成,力求该书形象直观,具体实用;在编写内容上力求贯彻“必须”、“够用”的原则,做到在保证必要的基本理论前提下,删减偏深的论证和过繁的理论推导,使其具有科学性、完整性、针对性。在编写体系上明确学习指导、练习与思考所占的一定比例,使之既成为“教本”,又成为“练本”和“学本”。

本书所用计量单位、名词术语和标准,均采用国家法定计

量单位及国家最新标准。

本书原版系江西广播电视大学为主编单位,秦园珠为主编;南京市广播电视大学为副主编单位,李立华为副主编。参加本书编写的有熊建设(第一、六章),王敷健(第二、三章),熊江鹏(第四、五章),秦园珠(第七章),彭小华(第八、九章),李立华(第十一章),唐文渊(第十、十二章)。全书由秦园珠主持统稿,江苏省社会科学院徐福基主审。

现修订版根据市场经济的发展和教学实践的需要增加了“公共关系谈判”一章(由卢省花编写),并对部分章节进行了修改。由于原版的个别编者不能参加修改工作,故由以下同志承担了修改任务:熊建设(第一、六章),王敷建(第二、三章),罗义(第四、五、八章),秦园珠(第七章)。原版第九、十、十一、十二章未作修改。本次修改全书由秦园珠、王敷建主持统稿。由于修改时间紧迫,可能存在不少缺点错误,敬请广大读者批评指正。

本书是广播电视中专教材,还可作为成人中专、普通中专、职业高中教材,亦可作为广大自学者,特别是做公关工作同志的自学用书。

《公共关系学》编写组

1994年11月

目 录

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地位	1
第二节 公共关系的基本特征	8
第三节 公共关系的历史和发展	17
学习指导	23
练习与思考	25
第二章 公共关系的机构与主要职能	27
第一节 公共关系的机构	27
第二节 公共关系的主要职能	36
学习指导	51
练习与思考	53
第三章 公共关系的基本原则	54
第一节 平等互利原则	54
第二节 真实性原则	61
第三节 对公众负责的原则	68
学习指导	73
练习与思考	74
第四章 公共关系的工作程序	76
第一节 调查分析	76
第二节 策划方案	84
第三节 公共关系计划的实施	90
第四节 检测评估	96
学习指导	100
练习与思考	102

第五章 公共关系的传播与媒介	104
第一节 信息的传播	104
第二节 公共关系的传播媒介	112
第三节 公共关系广告	120
学习指导	125
练习与思考	127
第六章 公共关系的类别	129
第一节 社会公众	129
第二节 单位内部的公共关系	136
第三节 单位外部的公共关系	144
学习指导	151
练习与思考	152
第七章 公共关系心理	154
第一节 公关的心理基础	155
第二节 人际关系在公关活动中的应用	163
第三节 公关中的心理效应	169
学习指导	176
练习与思考	177
第八章 公共关系人员	179
第一节 公共关系人员的分类	179
第二节 公共关系人员的素质要求	184
第三节 公共关系人员的培训与检测	195
学习指导	200
练习与思考	201
第九章 公共关系谈判	203
第一节 公关谈判前的准备	203
第二节 公关谈判的基本程序	210
第三节 公关谈判的策略和技巧	217
第四节 谈判能力的自我测验	223
学习指导	232

练习与思考	233
第十章 公共关系言语	234
第一节 言语交际基本技巧	234
第二节 公关活动言语技巧	243
学习指导	256
练习与思考	258
第十一章 公共关系专题活动	260
第一节 记者招待会	261
第二节 举办展览会	266
第三节 举办赞助活动	272
学习指导	277
练习与思考	279
第十二章 公共关系文书	281
第一节 公共关系文书	281
第二节 公务文书	285
第三节 事务文书	292
第四节 财经文书	297
第五节 法律文书	299
学习指导	303
练习与思考	304
第十三章 公共关系人员的社交礼仪	306
第一节 一般工作中的礼仪	306
第二节 宴请中的礼仪	314
第三节 其他礼仪	317
学习指导	324
练习与思考	326
练习与思考参考答案与提示	328

第一章 公共关系学概述

公共关系学是本世纪初诞生的一门新兴的应用性和综合性的社会学科,它是现代商品经济和信息传播技术高度发展的产物。虽然它的历史并不长,但在欧美、日本等经济发达的国家里却备受青睐。随着我国经济改革和对外开放的深入,作为一种管理职能、经营策略、传播行为和现代交往方式,也越来越引起企业管理和行政管理人员的重视。

本书旨在通过对公共关系的基本概念、历史发展、研究对象、基本职能、基本原则、组织机构、工作程序及一些基本技能的介绍,帮助大家提高公共关系的理论认识 and 实践能力,使公共关系活动成为一种有理论指导的自觉的活动,运用这门学问为我国的社会主义现代化建设服务。

第一节 公共关系学的研究对象和地位

一、公共关系定义

概念及特点

“公共关系”一词源出于美国。公共关系学产生于西方工业发达国家。它被介绍到我国大陆,是在 70 年代末期。什么是公共关系?我们下的定义是:公共关系是一个社会组织运用传播手段使自己与公众相互了解、相互合作的一种管理活动。这个定义表明了公共关系的五个特点:公共关系是一种公众关系;公共关系是一种传播活动;公共关系是一种双方信息交

流的关系；公共关系具有管理的职能；公共关系是一种有目的
的自觉的活动。

由于公共关系在理论上涉及的学科范畴较广，在实践上又被应用于各种不同的组织和不同的领域，所以，自从公共关系学成为一门独立的学科以来，国内外从事公共关系学研究的学者一直在探索关于公共关系较为通俗易懂而又简明扼要的定义，并且对此作出解说。然而仁者见仁，智者见智，至今没有得出一个为大家公认的标准定义。这里我们介绍一些国外书籍、学者和组织较有代表性和权威性的说法。

《韦伯斯特二十世纪新辞典》1976年第二版是这样给公共关系下定义的：“公共关系是通过宣传与一般公众建立的关系，是公司、组织或军事机构等向公众报告它的活动、政策等情况，企图建立有利的公众舆论的职能。”这一定义留下了早期公关活动的痕迹。首先，它强调单向的信息发布，即组织向公众报告情况，而没有提到将公众的要求、愿望、情绪及其他有关的信息反馈给组织。其次，他认为公关的目的仅仅是为组织“建立有利的公众舆论，”即公关完全是为组织的利益服务的，而没有提到要注重公众的利益。

长期从事公关研究的美国学者雷克斯·哈罗博士在美国公共关系研究与教育基金会的赞助下，于1976年翻阅了大量的有关书报杂志，并采访了83名公共关系领导人，征求他们对公共关系定义的意见。在分析归纳所收集的472条公共关系定义后提出了这样一个定义：“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双向的交流、理解、认可与合作；它参与处理各种问题与事件；它帮助管理者及时了解公众舆论，并对它作出反映；它确定并强调管理部门为公众利益服务的责任；它作为社会发展趋势的监视系统，

帮助管理者掌握、并有效地利用社会变化,保持与社会变动同步;它运用健全的、正当的传播技能和研究方法作为主要的工具。”这是一个被公认为最全面的定义,其缺点是显得太长。但从中我们可以看出其所表达的公共关系的基本内涵及西方工业发达国家公共关系工作所涉及的内容。

1978年8月8~10日,在墨西哥城举行的国际公共关系协会世界会议上通过了这样的定义:“公共关系是一门艺术和社会科学。它分析发展趋势,预测其结果,为组织领导者咨询并实行有计划的、服务于该组织和公众共同利益的行动方案。”该定义曾一度成为国际上被尊重的权威定义。然而,随着公共关系实务在社会生活中的深化,该定义就显示出了它的不足之处,它把公共关系限定在仅仅为决策提供资料、证据的狭隘的境域,没有点明公共关系是一种信息交流活动,并且忽视了公共关系执行决策与验证决策的重要意义。

《大英百科全书》中给公共关系所下的定义是:“公共关系是旨在传递关于个人、公司、政府机构或其他组织的信息,以改善公众对他们的态度的一种政策和活动。公共关系部或公共关系公司的主要任务是发布新闻,安排记者招待会,回答公众的投书,规划对社区活动的参与,准备电影、宣传资料、雇员刊物、给股东的报告以及标准信件,规划广告项目,筹划展览会和参观访问,调查公众舆论。”这个定义很具体,它说明了公共关系工作是一种传播信息的工作,并列举了公关人员日常所从事的事务,使人们对公共关系工作的性质有一个具体的印象。但是,它还只是强调单向的信息传播。因此,不能算是一个严格的定义。

近年来,国内一些研究公共关系的学者在参考了国外文献资料的基础上,从我国公共关系的现实出发,也对公共关系

下了不少定义。如：

“公共关系是一种内求团结、外求发展的经营管理艺术。”^①

“公共关系是用传播手段塑造组织自身良好形象的艺术。”^②

“公共关系是一个社会组织用传播的手段使自己与公众相互了解和相互适应的一种活动或职能。”^③

上述众多的公共关系定义各有侧重，各有所长，我们可从中窥见这些学者和组织是如何思考一个理想的公共关系定义的。

二、公共关系学的研究对象

公共关系学是一门独立的学科，它有其自己特定的研究对象和需要揭示的特殊的矛盾规律，它具有其他学科所无法代替的功能。概括地说，公共关系学研究的是社会各类组织机构与各种公众群体构成的社会总体环境之间的关系及其规律，并从这种关系与规律中总结、探索和归纳出有利于社会组织构建良好的公共关系的方法、途径、组织模式等等。具体地说，公共关系学的研究对象包括以下几个方面：

1. 公共关系的基本特征

基本特征包括公共关系活动的主体、客体、媒介等。

2. 公共关系的基本职能

① 王乐夫等 《公共关系学》 辽宁人民出版社 1986 年版

② 明安看 《公共关系—塑造形象的艺术》 科学普及出版社 1986 年版

③ 居延安 《公共关系学导论》 上海人民出版社 1987 年版

基本职能主要研究公共关系建立信誉,树立良好的企业形象的原则和手段,协调关系,提高效益的职能。

3. 公共关系的基本原则

公共关系不是以血缘、地域为基础,而是以一定的利益关系为基础的,这种以利益关系为纽带的双方,必须平等对待,风雨同舟,真诚合作,相互遵循平等互利、真实性,注重对公众负责等原则。

4. 公共关系的组织机构

着重研究各类组织公共关系部、专业公共关系公司的机构设置,组织原则,组织类型,工作方式,业务范畴等。

5. 组织内、外部的公共关系

着重研究单位内部处理职工关系,单位外部处理客户关系、社区关系、新闻界关系等的原理和方法。

6. 公共关系的工作程序

工作程序如公共关系工作的四个步骤:调查分析、策划方案、具体实施、检测评估等。

7. 公共关系的应用技术

应用技术包括新闻宣传,举行记者招待会,举办展览会等方面的应用技巧。

8. 公共关系人员的职业培训

着重研究培训各类公共关系人员的内容与途径。

三、公共关系学的地位

1. 学科地位

公共关系作为一门学科,它是当今世界的科学“整体化”发展趋势的产物。特别是近几年来,随着我国改革开放的进一步深入,公共关系已迅速在各地传播,并越来越受到各阶层人

士的青睐。

第一，社会民主化建设需要公共关系。因为只有上下沟通，才能使民主政治成为一种可能。从某种意义上说，公共关系可以影响政府的工作，通过公关使公众了解、支持、监督政府的工作。在美国有各种游说团，如农业、制造业、工会等。在国会都有各自的游说团，它们的目的是试图把触角伸进国会，通过影响国会来制定、通过有利于各自利益的政策。政治游说团在英国也很普遍，选举前，这种游说可以使候选人接受某项民意。在平时，这种游说可以对政府决策及立法产生一定的影响。另外，政府也可通过公关渠道，让人民群众了解政府的工作。前不久，中华人民共和国第八届全国人民代表大会第二次会议期间，让中外记者采访大会开幕式、闭幕式，按记者要求举行各类记者招待会、新闻发布会等，就是一种政府公共关系。

第二，经济体制改革，企业“转轨变型”需要公共关系。经济体制改革的中心环节是增强企业活力，使企业成为相对独立的经济实体，管理也由过去的执行型转变为经济开拓型。这样，企业便面临着各种环境的挑战，要处理好复杂的外部关系，同时又要调动企业内部职工的积极性、主动性，公关活动就成为一项必不可少的工作。

第三，商品经济的迅速发展需要公共关系。在商品交换由卖方市场向买方市场转换过程中，利用公关活动促销越来越受到企业的重视。通过有意识地研究如何建立良好的公众关系，对已建立的公众关系进行经常的调节，如通过公关活动增进消费者与工商企业的感情，通过公关广告在公众中树立良好的产品形象和企业形象，向社会提供质优价廉的商品和服务，以在公众中树立良好的信誉，从而争取消费者，争取协作