



高校公共关系学专业系列教材

总主编◎张 云



公共关系概论

——理论、实践和案例

张 云◎主编



华东师范大学出版社



高校公共关系学专

编◎张 云

公共关系概论

——理论、实践和案例

张 云◎主编



华东师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

公共关系概论:理论、实践和案例/张云主编. —上海:
华东师范大学出版社, 2016. 6
高校公共关系学专业系列教材
ISBN 978-7-5675-5373-6

I. ①公… II. ①张… III. ①公共关系学—高等学校—
教材 IV. ①C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 143156 号

公共关系概论——理论、实践和案例

主 编 张 云
责任编辑 范耀华
责任校对 陈 易
装帧设计 卢晓红 俞 樾

出版发行 华东师范大学出版社
社 址 上海市中山北路 3663 号 邮编 200062
网 址 www.ecnupress.com.cn
电 话 021-60821666 行政传真 021-62572105
客服电话 021-62865537 门市(邮购)电话 021-62869887
地 址 上海市中山北路 3663 号华东师范大学校内先锋路口
网 店 <http://hdsdcbs.tmall.com>

印 刷 者 常熟市文化印刷有限公司
开 本 787×1092 16 开
印 张 16.75
字 数 376 千字
版 次 2016 年 10 月第 1 版
印 次 2016 年 10 月第 1 次
书 号 ISBN 978-7-5675-5373-6/C·241
定 价 37.00 元

出 版 人 王 焰

(如发现本版图书有印订质量问题,请寄回本社客服中心调换或电话 021-62865537 联系)

丛书顾问

居 易	郭惠民	廖为建	余明阳	邢 颖
崔秀芝	涂光晋	程曼丽	李兴国	赵传蕙
纪华强	邱伟光	齐小华	秦启文	杨 魁
钟育赣	吴友富	孟 建	陈先红	

总序

这套公共关系学专业系列教材丛书总计 20 本。第一批出版的是 13 本,分别为《公共关系概论——理论、实践和案例》、《公共关系实务》、《公共关系伦理》、《公共关系礼仪》、《公共关系口才》、《公共关系写作》、《网络公关实务》、《政府公共关系》、《危机公关——理念、制度与运作路径》、《公共关系战略与策划》、《组织文化管理》、《品牌塑造与管理》和《公关营销策略》。后面还有 7 本,书名和作者已基本确定,有些已经开始动手撰写了。

参加这套丛书编写的人员主要包括北京、上海、广州、武汉、南昌等地的从事公共关系学教学与研究的高校教师,参编学校包括中山大学、中国传媒大学、华东师范大学、华中科技大学、中国人民大学、上海外国语大学、上海师范大学、南昌大学。或许后面还会有新的学校和人员加入。

这样一个规模的公共关系学专业系列教材丛书,在国内是没有过的,在世界上可能也是开了一个先例。为此,要特别感谢华东师范大学出版社,感谢高等教育分社社长翁春敏先生领衔的专业团队。他们为了中国公关事业的推进和发展,甘冒经营风险,参与整个丛书的策划活动,付出了大量的联系、审稿、编辑等劳动,给予了我们全力的支持!感谢各参编学校的各位作者,为提高每本书的质量兢兢业业、恪尽职守,为丛书的整体质量奠定了基础。感谢丛书的顾问团队,不端名师大家的架子,热心参议、参谋,提携同道与后生!

说到这套丛书的顾问团队,那是必须要作些介绍和说明的。首先是居易、郭惠民、廖为建、余明阳、邢颖、崔秀芝,在 20 世纪 80 年代,他们绝对是中国公关界^①一流学者的代表,不但各有高质量的著述,而且积极参加各种学术活动,口碑极好,同时还都是积极投身于公关策划的高手。涂光晋、程曼丽、李兴国、赵传蕙、纪华强、邱伟光、齐小华、秦启文、杨魁、钟育赣,都是 90 年代中国高校中公共关系学专业和公共关系学方向的学科带头人,个个口才了得,一肚子的公关经略,名师大

^① 本文中使用的“中国公关界”这个概念,是“中国大陆公关界”的简称,不包括港澳台地区。

家,当之无愧。吴友富、孟建、陈先红,是进入 21 世纪后中国公关界新出现的学科领军人物,吴友富在学科建设和平台建设方面、孟建在国家公关和公共传播方面、陈先红在学术研究和国际同行合作方面作出的贡献和取得的成就都令人心悦诚服。尤其是陈先红,凭借其年龄优势和执着的劲头大有方兴未艾的发展势头,让我十分期待和看好。^①

忽然冒出一个感觉——“咱们公关有力量!”

说到公关的力量,不禁想起了公共关系史上一个著名的故事。1984 年,美国电视台记者比尔·莫耶斯在采访公共关系先驱爱德华·伯内斯时,对他说了这样一段称赞的话:“你有办法要爱迪生、亨利·福特、洛克菲勒、胡佛、柯立芝、库里奇等 20 多位美国名人和广大美国人民按照你的意思去做,你让全世界在同一时刻关掉电灯,你使得美国妇女得以在公共场合抽烟……这已经不能算是影响了,而应该说是一种力量!”^②

这就是公关的力量。然而它发生在美国,而不是中国。

——中国的公关有力量吗?这是每一个关心、关注公共关系的人都应该思考的问题。这个问题很复杂。我的看法是:从公关的视角看,中国至少曾经在历史上显示过无比巨大的力量。例如,中国共产党在革命年代内部团结一心,以崇高的理想和严明的纪律有效地管理和指挥政党和军队,对外赢得民心,得到包括民主党派在内的人民的广泛的支持、响应和参与,最后成功夺取政权。这难道不也是“公关的力量”吗?这种力量,难道不是一种强大的“正能量”吗?

然而,很多人并不这样看。他们从狭义的角度,甚至带着偏见的态度,把公共关系理解为“利用关系”,以为公共关系就是“不择手段搞关系”。因而,他们把公共关系视为一种与公平、正义等价值观无关的“工具”。这种偏见至少产生了两种结果:一是,它成为社会大环境中阻碍公共关系发展的重要因素;二是,它成为一些组织和个人谋取利益而不择手段的一种旗号。两种结果形成为一股力量,这就是“反公关的力量”。

中国的公共关系,是在改革开放的大背景下,在 20 世纪 80 年代中期从外部引

^① 这里没有排座次、分层划代的意思。他们各有千秋,只是视角不同而已。20 世纪 90 年代及 2000 年以后在公关界叱咤风云的人物,有些早就在公关界耕耘了。

^② 这段话被引用得非常广泛,到底最早出自何处已很难查找。在此且作存疑。

入“公共关系”这个概念后开始发展的。由此也就形成了“时间意义上的公共关系”和“实践意义上的公共关系”两种史学观。前者不承认“公共关系”概念引入前的史学史,即不承认这一概念引入前存在实践意义上的公共关系;后者认为公共关系作为一种社会实践活动,在“公共关系”这一概念引入前早已存在,因此中国公共关系包括前后两个不同的历史阶段。从改革开放前的极“左”思潮中一路走过来的中国人,很大一部分带着一种惯性,自然而然地成为前一种史学观的俘虏,这阻碍了他们去了解和深入地认识公共关系,因而也就有意无意地加入了“反公关的力量”,或者至少是成为了一类漠然的旁观者。

这种分析或许也就解释了一种社会现象:为什么“反公关的力量”主要来自于经历过极左思潮的那代人,而20世纪80年代以后出生的年轻人对“公共关系”却持有一种广泛的开放胸怀。

两种力量——“公关的力量”和“反公关的力量”之间的较量,构成了中国公共关系近30年来的历史。对此我们需要反思。

居易先生曾对我说过一句体己话:“我一觉睡了十年,醒来一看,中国公关界还是老样子。”这话距今至少已有15年了,我一直铭刻于心,把它视为座右铭。为什么两种力量的较量一直处在胶着状态?从主观方面来看,我以为主要有以下一些原因。

第一,缺乏强烈的政治意识。

中国公关界的人士从总体上来说一直在努力,但学界和业界普遍具有一种“学科意识”或“经济意识”。“学科意识”主要表现为仅仅把公共关系看作一门课程、一个专业或是一门学科,较多关注的是它与广告、传播、管理之间的关系,试图保持一种学科独立性,回避或完全忽略了它与政治的联系;“经济意识”主要表现为重视对公共关系“投入——产出”的考量,在效益低下的教育、科研领域患得患失,缺乏全身心投入的牺牲精神,在能够带来效益的项目咨询等领域孜孜以求,满足于获取多方面的回报。这两种意识,都是无可厚非的,但同时也是具有很大局限性的。局限性主要在于没有深刻地认识到在中国要想确立公共关系的地位,首先要有强烈的政治意识。只有得到政治上的认同,“公关的力量”才能够势如破竹。然而,将近30年来,又有多少公关界的人士在这方面试图作出贡献呢?屈指可数。^①

^① 这里所说的主要是学界和业界。就全国和各地的公关协会来说,“政治意识”相对来说还是较强的。

第二,缺乏足够和有效的平台。

首先是缺乏有效的传播平台。中国公关界在最兴旺的时候曾经有过“两报两刊”,即《公共关系报》、《公共关系导报》、《公共关系》、《公关世界》。如今唯一幸存的只有《公关世界》,还始终未被纳入核心期刊,甚至在有些学校、部门看来还算不上是学术期刊。当然,有比没有好,至少它可以让“公共关系”这一概念得到广泛、持续的传播。^①中国的公共关系教材、书籍、案例集出版了不少,但能够沉淀下来的不多。中国高校公共关系专业和公共关系方向相当一部分设置在新闻传播学院,尤其是中国人民大学、复旦大学、厦门大学、华中科技大学、武汉大学等,它们的校友几乎遍布新闻传播领域,人脉极广,但渠道优势却没有转化为传播优势,人们还是较少见到重要媒体发表公共关系方面的重头文章。让人记忆犹新的还是1984年《经济日报》头版发表的关于白云山制药厂率先设立公共关系部的报道和社论。近年来虽然新增了《国际公关》期刊和“中国公关网”这样的网络媒体,但其影响力还未充分显示,传播面还是明显不够的。

其次是缺乏广泛的教育平台。中国高校中几乎每所学校都有讲授公共关系学的教师,都开设了公共关系学课程,然而开设公共关系学专业的却不多。截至2014年5月,开设全日制公共关系学本科专业的高校是18所,建立公共关系学硕士点的是6所(中山大学、中国传媒大学、华东师范大学、上海外国语大学、西南大学、暨南大学),建立公共关系学博士点的只有一所(华中科技大学)。^②

缺乏有效的平台,当然首先是缺乏足够的平台,尽管有客观方面的原因,但也更应该从主观方面作检讨。

第三,缺乏执着、专一的学者。

在中国公关界,至少在学界,在执着、专一这方面我很佩服两个人:陈先红和谭昆智。1994年我和陈先红相识的时候,她才28岁,是一所不太出名的高校的讲师,当时她还没有名片,是在我给她的名片背面手写了她的信息,然后分发给其他人的。让我没想到的是,她竟然近乎狂热地成为了她自称的“公关麦田的守望者”,执着、专一地辛勤耕耘于公关研究的领域。20年啊,如今终于铁杵磨成针,她成为了华中科技大学公共关系学科的带头人,成为了中国公关界当之无愧的一流学者。

^① 这几年有起色,新增了上海外国语大学创办的《公共关系评论》、中国国际公共关系协会创办的《国际公关》、中国公共关系协会创办的《公共关系》,都定位为学术期刊。但其影响力才刚刚开始。

^② 这也反映了此起彼伏、在困难中发展的一种态势。在这些学校中,有停招、停办的,有恢复招生的,有从专业降格为方向的,也有新增的。总体上是在增加。

谭昆智与我则是相见恨晚。他对公关的执着和专一除了体现在奋笔疾书一本又一本教材和专著外,在培养公关专业学生方面还是一位倾心投入的“狂人”。他不断地请校外导师(例如公关公司和广告公司的老总)给学生开讲座,不断地组织学生搞活动,一有机会就带着学生出门搞策划,俨然就像是一位带领球队准备夺冠奥运会的教练,整天和他的学生泡在一起。我一直以为他比我年轻,谁知道他还长我几岁。

同样执着于公共关系教学和研究几十年的还有邱伟光教授。中国公关界编书、编教材最多的人非他莫属。不过他是我的老师,在这里不便对他赞誉过多。

可惜中国公关界像他们这样执着的人实在还是太少了。其原因除了我前面讲过的“学科意识”和“经济意识”过强之外,还有一个重要原因,就是他们大多横跨两个或三个学科或专业,公关专业往往是他们的第二专业甚至是副业,因此他们展示才华的空间也就有了更多的选择。既然公关这个“小舞台”不如其他专业和学科的“大舞台”那样广大、稳固和辉煌,那么首选“大舞台”也就自然成为理性的选择。即便是邱伟光教授,他也曾多次教导我:要摆正第一专业和第二专业的位置。可惜我没有听他的话,两个方面的投入都不足,结果在两个方面都没有取得令人满意的成就。

第四,缺乏显示公关力量的有力报道。

中国公关为中国的改革开放、为中国的现代化建设发挥了正能量,这方面的案例很多,但只是散见于公关的圈子内,自编自演,自得其乐,而不见于权威媒体的报道。我们对国际公共关系研究了20多年,最后在权威媒体出现的却是“公共外交”、“民间外交”这一类新概念。中国公关为北京奥运会、上海世博会作出了多少贡献?结果在权威媒体上连“公共关系”四个字都很难找到。没有人会对此负责,也没有人能对此负责。但是有没有人想过作一番尝试呢?有没有人像陈先红那样执拗地锲而不舍呢?——当然,“站着说话不腰疼”,我也没有作过这样的尝试。

我对公共关系在中国的发展前景始终充满信心。我在1992年的一篇文章中就写过:“我认为改革就是调整关系,开放就是发展关系,因而越是改革开放就越需要公共关系。”尽管“关系”和“公共关系”这两个概念是有区别的,但是“公共关系”首先是一种“关系”。尤其是在改革开放这样的“公共领域”中的大变革、大调

整、大发展,它所带来的“关系”的变化,难道不正是“公共关系”大展身手的大舞台吗?这种信心和信念,我始终没有改变。

中国的公共关系事业从总体上来说还是在曲折中前行的。今天公共关系类的机构和公司无论从数量和质量方面来看都与20年前不能同日而语,它们已经成为社会发展中一支重要的力量;教育部新颁布的专业目录已经正式纳入了公共关系学专业,相信会有越来越多的高校开设公共关系学专业;更具国际化视野和更具开放胸怀的年轻一代已经充实到公共关系的各个领域,包括进入了高校公共关系的师资队伍;大陆公关界与港澳台地区和国外同行的联系和交流已经成为常态,互相借鉴、互相推广和互相促进已奠定了厚实的基础;新一轮更深入、更全面的改革开放的大幕已经开启,必然会为公共关系的发展带来更加宽松的环境和新的历史机遇。瓶颈正在逐一打开,朝霞正在缓缓升起。

此时此际,出版一套规模空前的公共关系学专业系列教材丛书可谓是正当其时。有幸在从教30多年、介入公共关系领域20多年之后做成这样一件“大事”,我深感欣慰。

张云

2014年5月1日

目录

总序

第一章 无处不在的公共关系——公共关系的含义、表现和作用 1

第一节 公共关系的含义 3

第二节 公共关系的表现 11

第三节 公共关系的作用 16

第二章 “我公关”与“被公关”——公共关系的主体、客体与类型 27

第一节 公共关系的主体 29

第二节 公共关系的客体 34

第三节 公共关系的类型 38

第三章 打造公关的“车”与“桥”——公共关系中的传播与沟通 49

第一节 公共关系中的传播 51

第二节 公共关系中的沟通 59

第三节 公共关系中传播与沟通的关系 68

第四章 让过程有序地推进——公共关系的过程管理 75

第一节 调研与计划 77

第二节 执行与应变 87

第三节 公关活动评估 95

第五章 有“舞台”还要有好“演员”——公关人员的素质能力要求 101

第一节 公关人员的综合素质要求 103

第二节 公关人员的业务能力要求 116

第六章 别忘了“家和万事兴”——组织内部的公共关系 123

第一节 组织与员工的关系 125

- 第二节 组织与投资者的关系 132
- 第三节 企业文化与公共关系的结合 138

目录

第七章 做社会网络中的“蜘蛛人”——组织对外的公共关系 145

- 第一节 社会网络中的各种关系 147
- 第二节 网络关系的保养与维修 156
- 第三节 组织的社会责任 161

第八章 说服你的听众——公关视域中的沟通技巧 169

- 第一节 认识公关场合 171
- 第二节 熟悉公关礼仪 174
- 第三节 打动人的技巧 179
- 第四节 化解对抗的艺术 184

第九章 吸引你的观众——公关视域中的文字表达 191

- 第一节 以事实为基础 194
- 第二节 以煽情为特点 199
- 第三节 以公众感受为依据 205

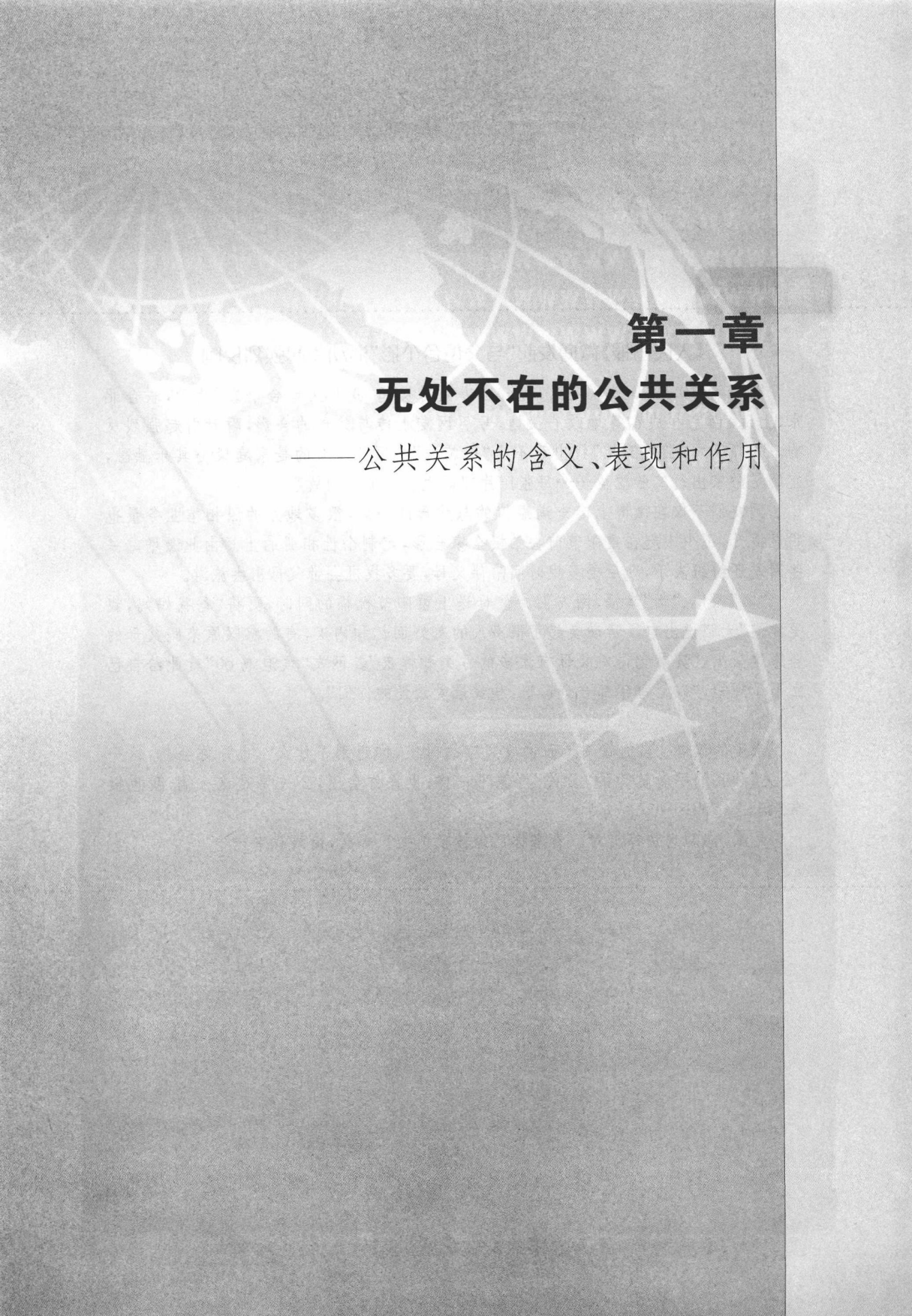
第十章 在新媒体上互动——公共关系的保养与拓展 211

- 第一节 用好你的手机 213
- 第二节 用好你的“伊妹儿” 222
- 第三节 充分利用互联网 226
- 第四节 传统媒体并没有过时 230

第十一章 热热闹闹过个“节”——公共关系的专题活动 235

- 第一节 专题活动的类别 237
- 第二节 专题活动的准备 241
- 第三节 公关专题活动的组织 244

后记 254



第一章 无处不在的公共关系

——公共关系的含义、表现和作用

案例导入

《人民日报》微博发起“与父母合个影”活动引起强烈反响

2012年10月20日,《人民日报》官方微博发起“我与父母合个影”活动,联合北京、上海、南京和成都等地政府微博,号召网友上传与父母的合影,瞬时引起强烈反响。众多网友“翻箱倒柜”找出了不少“压箱底”的照片。有的是家庭聚会其乐融融,有的是举家出行笑脸盈盈……每张照片都诉说着一个家的故事。

网友们不仅在微博上传充满温情的与父母的合影,很多地方的照相馆业务量也明显提升,不少人赶在重阳节前去拍摄全家合影,定制个性相册的生意由此激增。一些网友还纷纷表示,今后要多找时间陪伴父母,要多找机会带父母出去旅游。

“晒”照片、“晒”幸福,网友们为父母送上重阳节祝福的同时,更将“爸爸妈妈,我爱你们”大胆说出口。活动唤起了很多人的美好回忆和内疚,有的感叹原来跟父母的合影这么少,“突然觉得对父母有太多的亏欠和愧疚”。网友“黑泡泡 oO”就此给自己立下了规矩,“以后每年都合个影吧,和我最爱最爱的你们”。

亲爱的读者:当你看到上面这段文字的时候,你想到了什么?也许你会想,这个“公关”和我们平时认为的“公关”好像不一样;也许你会想,公关要是这么搞,我也挺愿意干这行的……

是的,你的想法都挺对。看来你已经被吸引啦!那么,请跟我来——

第一节 公共关系的含义

公共关系是个舶来品,发源于美国,英译为“Public Relations”,简称 PR。“Public”的中文意思为“公众的、公开的”,带有共享之意;“Relations”的中文译为“关系”。正因为如此,中国最早从事公关著述翻译的于里教授一直主张把“Public Relations”翻译为“公众关系”。从英文的原意来看,翻译为“公共关系”或“公众关系”都没错,但是,如今“公共关系”一词已经约定俗成。

一、从源头上来看含义

既然公共关系是一个舶来品,那么要理解它的含义,首先就应该从源头上来探寻。让我们先来看看被称为“公共关系缔造者”的艾维·李的创业故事。

案例 1-1-1

艾维·李的创业故事

1903 年,艾维·李开办了世界上第一个公共关系咨询事务所——宣传顾问事务所,相当于现在的公共关系顾问公司,主要致力于帮助客户建立和维持与社会公众之间的关系。

当时,美国的劳资关系非常紧张,企业和社会的关系也形成了严重的对立。一场由一群有良知的媒体自发发起的,旨在揭发企业丑闻的“扒粪运动”掀起了揭丑浪潮。许多大企业都受困于这场舆论运动,包括“石油大王”洛克菲勒、美国铁路公司等等。他们为了让自己摆脱舆论压力,试图收买一些代理人自己说谎辩解,但都没有成功。

1914 年,艾维·李开始为洛克菲勒财团服务。他建议洛克菲勒同工会领袖商讨解决劳资纠纷的方案,让洛克菲勒走亲民路线,如:倾听工人的抱怨、与工人的妻子跳舞等。还通过打高尔夫球、参加教会活动、参加慈善捐赠等方式,拉近公司与工人和民众的距离,展现公司人性化的一面。洛克菲勒听取了艾维·李的建议,争取到了公众的理解与信任,成功地从“扒粪运动”带来的负面影响中走了出来,成为美国公益事业的好榜样。

艾维·李还参与了宾夕法尼亚州铁路公司发生人员伤亡事故时的危机处理。他认为一个组织要想获得长远的发展,就不能隐瞒真相、欺骗公众,必须向社会公布真相,向事故的受难者家属提供赔偿,并向社会诚恳道歉。在他的坚持下,这场危机后来也成功地得到了化解。

案例评点

从艾维·李创业的故事中,我们可以得出如下三个方面的结论:

第一,公共关系是在企业面临内外危机的条件下产生的,企业是最早的公共关系的主体,企业对内和对外两种关系的改善是公共关系的自的。

第二,公共关系要主动“出击”,防止被动。主动性是区分公共关系主体和客体的分水岭。

第三,公共关系要“讲真话”,要有诚意,而诚意是善意的集中表现。这是公共关系的基本原则。

艾维·李之后,对公共关系的创立产生重大影响的另一位人物是爱德华·伯内斯。他从1913年开始就担任美国福特汽车公司的高管,长期从事公共关系实践。而他的更大贡献是使公共关系走上理论化、系统化的道路,完成了前辈未完成的使命。1923年,他出版的公共关系理论著作《舆论明鉴》,被称为公共关系学的第一部经典性著作;1925年,他编写了教科书《公共关系学》;1952年他又同卡特李普一起著述了《有效公共关系》。这些著作都让公共关系形成了较为完整的体系,为现代公共关系学奠定了理论基础。因此,在公共关系领域内,艾维·李被称为“公共关系之父”,而伯内斯则被称为“公共关系学之父”。我们认为,伯内斯继承了艾维·李的种子,孕育出了公共关系独立的胎儿。

爱德华·伯内斯对公共关系含义的经典表述是：“公共关系是处理一个团体与公众或者是决定该团体活动的公众之间的关系的职业。”——他把公共关系看作是一种“职业”。为什么？因为他认为这就应该是一个“职业”，而他就是从事这个职业的人。然而我们还是要问：这个“职业”是干什么的？其实他在定义中已经说明了：“处理一个团体与公众或者是决定该团体活动的公众之间的关系。”

二、公共关系和公共关系学

要说公共关系的含义,是不能不说到公共关系学的,特别是在伯内斯把公共关系实践上升到公共关系理论之后。

概而言之,公共关系是一种状态,是一类活动,是一种职业,还有……但是,从理论和学科的层面来看,它也是一种学问、一种学科、一种理论,从这一层面来看,它就是“公共关系学”。

顾名思义,公共关系学是研究公共关系的学问或学科。就一般的论述顺序而言,总是先讲什么是公共关系,然后再讲什么是公共关系学。然而在我们看来,这在逻辑上是有问题的。因为,如果什么是公共关系已经很清楚了,那么公共关系学还要研究什么“公共关系”呢?

公共关系学之所以能够成为一门学问和学科,就在于它研究对象的复杂性。或许我们可以这样说:迄今为止,我们对公共关系的研究还是浅层次的,到底什么是公共关系,昨天的

解释和今天的也不一样,今天的解释也会和明天的不一样,而这是要靠公共关系学研究的不断深入来发展的。

因此,这里就很有必要来回顾一下公共关系学研究的历史。

资料 1

国外公共关系学以及学科发展的状况

如前所述,伯内斯是公共关系学研究的创始人。1923年,他在美国纽约大学开设了世界上第一门公共关系学课程,并出版了世界上第一本公共关系学的教科书。

伯内斯所在的美国不仅是世界上公共关系学教育开始得最早、同时也是最发达的国家,早在1947年,波士顿大学就成立了公共关系学院,开设了硕士、博士学位课程。1964年底,全美有14所学院授予公共关系学学士学位,29所学院设有公共关系系。到1970年代,全美有300多所大学开设公共关系课程或开办公关专业。2005年,美国公共关系专业的本科毕业生有17 279人,硕士596人,博士38人,师资635人。

美国的公共关系教育基本上采用两种模式:一种是设置在新闻学院或传播学院的模式;另一种是设置在商务学院或管理学院的模式。以波士顿大学的公共关系专业(研究生)为例,它设有非营利组织公共关系、企业公共关系和政府公共关系3个专业方向,其7门必修课分别是:当代公共关系(Contemporary Public Relations)、传播原理(Communication Theory)、传播研究(Communication Research)、媒体关系(Media Relations)、传播的财务和战略管理(Financial & Strategic Management for Communication Professionals)、写作课以及一门专业方向课。

英国开办公关专业的有24所大学,比较知名的是伦敦大学学院和伦敦政治经济学院等。在大学本科教育中,公共关系学大多数是作为一些传媒或商务管理专业的课程出现,到了硕士阶段才有正式的公共关系专业。开设公共关系专业硕士课程的有纽卡斯尔大学、利兹城市大学、卡迪夫大学、斯特灵大学、威斯敏斯特大学等8所,其中,偏重一般公共关系的2所,偏向传播媒体的3所,偏向国际公共关系的3所。

与公共关系教育和学科发展的状况一样,公共关系研究的代表人物和著述也主要产生在美国和英国。要了解这方面的状况,实际上只需看一下国内翻译出版的代表性著作。下面我们给大家开一个简单的书单:

斯科特·卡特李普等(美国)《有效公共关系》(中国财政经济出版社,1988)、《公共关系教程》(华夏出版社,2001);詹姆斯·格鲁尼格等(美国)《卓越公共关系与传播管理》(北京大学出版社,2008);丹尼斯·威尔科克斯(美国)《公共关系战略与战术》(新华出版社,1992);H·弗雷齐尔·穆尔等(美国)《公共关系学》(中国人民大学出版社,1990);罗伯特·罗雷(美国)《管理公共关系学》(南开大学出版社,1990);罗伯特·L·狄斯达等(美国)《公共关系手册》(社会科学文献出版社,1989);弗兰克林·