

中等商业学校试用教材

公共关系概论

中国商业出版社

(京) 新登字 073 号

责任编辑：任荣华
责任校对：徐守赞

中等商业学校试用教材
公共关系概论

中国商业出版社出版发行
(北京广安门内报国寺1号)

邮政编码：100053

新华书店总店科技发行所经销
北京北方印刷厂印刷

787×1092毫米 32开 7.26印张 163千字
1993年4月第1版 1993年11月第2次印刷
印数：90000—141000册 定价：3.30元
ISBN7-5044-1598-1/F·986

第一章 绪论	(1)
第一节 公共关系的对象和任务.....	(1)
第二节 公共关系的产生和发展.....	(9)
第二章 公共关系的基本职能和基本原则	(18)
第一节 公共关系的基本职能.....	(18)
第二节 公共关系的基本目标.....	(27)
第三节 公共关系的基本原则.....	(35)
第三章 公共关系活动的一般程序	(43)
第一节 公共关系状态分析.....	(43)
第二节 公共关系活动计划的制订.....	(50)
第三节 公共关系的实施.....	(59)
第四节 公共关系效果的评价.....	(65)
第四章 公共关系主体	(72)
第一节 社会组织.....	(72)
第二节 社会组织内部的公共关系机构.....	(79)
第三节 公共关系人员.....	(91)
第五章 公共关系客体	(100)
第一节 公众.....	(100)
第二节 公众的分类.....	(106)
第三节 公众选择.....	(110)
第六章 公共关系的传播方式和传播媒介	(116)
第一节 传播和传播方式.....	(116)

第二节	公共关系的传播媒介.....	(132)
第三节	信息沟通及其模式.....	(137)
第七章	公共关系的协调.....	(149)
第一节	社会组织外部公共关系的协调.....	(149)
第二节	社会组织内部公共关系的协调.....	(174)
第八章	公共关系技术.....	(184)
第一节	公共关系的新闻宣传.....	(184)
第二节	公共关系广告.....	(191)
第三节	公共关系交往.....	(200)
第四节	公共关系专题活动.....	(208)
第五节	其它公共关系宣传方式.....	(216)

第一章 绪 论

第一节 公共关系学的研究

对象和任务

一、公共关系的概念

公共关系一词，是从英文 Public Relations 直译而来。大约在本世纪 60 年代，首先流行于香港和台湾。其英文的缩写为 PR 或 P.R.，中文简称为“公关”。

公共关系起源于本世纪初的美国。公共关系学作为一门新兴学科，在国外还不足半个世纪，在国内仅仅是最近十年内的事情。由于公共关系的历史短，学科建设晚，人们对公共关系的解释还没有统一的认识。倾向将“公共关系”归属于管理学科的，说它是一种独特的管理职能、经营谋略；倾向将“公共关系”归属于传播学科的，说它就是运用有说服力的传播去影响重要的公众；倾向将“公共关系”归属于市场学科的，说它就是维持企业组织的营利性与社会性之间的平衡；还有的从实际工作经验的角度作出各自不同的表述。真是众说纷纭，莫衷一是。在我国，由于开展公共关系的时间不长，实践经验不足，对公共关系定义还缺乏理论上的深入研究。因此，在教学科研和实务中，对公共关系的认识和介绍，基本上是以引进国外的某些定义为主。

多年来，一些权威组织或出版物在众多学者、专家的研究成果的基础上，对公共关系的定义力求作出具有代表性的

综合，如：公共关系的概念

国际公共协会提出的定义为：“公共关系是一项经营管理的功能，属于一种经常性与计划性的工作，不论公私机构或组织，均通过它来保持与其相关的公众之了解、同情和支持，亦即审度公众的意见，使本机构的政策与措施尽量与之配合，再运用有计划的大量资料，争取建设性的合作，而获致共同的利益。”

世界公共关系协会 1978 年 8 月的墨西哥城会议概括的定义为：“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的艺术和社会科学。”

《韦纳斯特新国际字典》第三版对公共关系条目所下的定义为：“公共关系是通过传播大量具有说服力的材料，促进社会上人与人之间、或人与公司之间、或公司与公司之间亲善友好的关系。”

《大英百科全书》公共关系条目的定义则是：“公共关系是旨在传递关于个人、公司、政府机构或者其它组织的信息以改善公众对他们的态度的政策和活动。”

尽管学者、专家们对公共关系作出多种各不相同的表述，但是，透过对这些定义的研究，可以使我们把握关于公共关系的某些本质特征。那就是：（一）公共关系的基本性质是一种现代管理职能；（二）公共关系的基本内容是社会组织协调与其公众之间的关系；（三）公共关系的基本原则是以社会利益为重，平等互惠；（四）公共关系的基本手段是双向信息传播；（五）公共关系的基本目标是在社会公众心目中树立良好的社会组织形象。

基于上述理解，我们认为公共关系是一个社会组织用传

播手段，使自己与公众相互了解和相互适应的一种活动或职能。

此外，在学习和研究公共关系的概念时，我们还要特别注意理解公共关系概念中既相联系又相区别的双重涵义：应该将公共关系看作是客观的社会状态和能动的社会实践的统一，即“状态”与“活动”的统一。

从静态的角度看，公共关系是一种状态。这种状态有两层意思，首先是指一般的公共关系状态 (State of public relation)，这是任何组织和个人都存在的一种客观现象；其次是指由于公共关系工作而产生效果良好的公共关系状态 (good public relations)，这是经过主观努力以后实现的有价值的状态。

从动态的角度看，公共关系又是一种有意识的活动。这种活动也有两层意思，首先是指日常的公共关系活动 (public relations)，对于一个组织来说，日常的公共关系活动要靠组织的全体成员去进行；其次是指专门性的公共关系活动 (Public Relations)，就是指由公共关系部门负责的，组织专门的公共关系人员去完成的公共关系工作。

因此，我们说，公共关系是一种特殊的关系。公共关系是一种“公众”关系；是一种为协调关系而进行的传播活动；是一种谋求社会组织在良好的内外环境中得以发展的管理职能或行为规范。

二、公共关系的构成要素

公共关系不论是指“状态”，还是指“活动”或是指“管理职能”，都必须有三个构成要素，社会组织、公众和传播。

(一) 社会组织。是指按照一定的目的、任务和形式建立起来的社会群体或社会集团。社会组织是公共关系的主体。

任何一个社会组织都存在于一定的物质环境和文化环境之中，社会组织与环境的相互作用是一种客观存在，从公共关系的角度看，社会组织是行为的主体，应该而且必须按照自己的既定目标来策划各种旨在影响环境和适应环境的公共关系行动。这种主体性的发挥很大程度上依赖于组织的公共关系部或公共关系人员。另外，社会组织的主体性还表现在公共关系目标的制定上，表现在公共关系目标与组织总目标的吻合上。如果一个组织有公共关系部，但无明确的公共关系目标，那么就等于没有公共关系，社会组织也就不成其为公共关系的主体了。

(二) 公众。是指因面临某个共同问题而形成的与组织发生相互影响，相互作用的各种社会群体和个人的总和。公众是公共关系的客体。

公共关系所指的公众，与日常生活中的“群众”、“大众”等词不同，有着特定的含义。它是指“面临相同问题”的群体，并且是与组织具有某种直接或间接利害关系的人或人群的总和。它是具体的而非一般广义上的社会大众，如顾客、职工、竞争对手、新闻媒介等等。社会组织有时也可以成为公众。

公共关系的公众虽然同社会组织存在着相互影响，但从公共关系的角度看，它是社会组织实施公共关系工作的对象，是公共关系所要创造的良好内外部环境。有公众而无公共关系是可能的，但没有公众的公共关系却不存在。

(三) 传播。是指人与人之间、人与社会组织群体之间、组织与组织之间借助于语言文字和其它各种载体，直接或间接地进行思想、感情、信息的传递行为和活动。传播是联结公共关系主、客体的不可缺少的构成要素。传播是公共关系

的活动方式和工作过程，因此它是公共关系的手段要素。

为协调关系而开展传播活动，这是公共关系特殊性的表现，离开了传播活动就没有公共关系。超出了用传播的手段来协调各种关系，也不属于公共关系。由于公共关系所反应的公众具有一定的深度和广度，因此公共关系的传播活动也表现为多层次性。



公共关系的三个构成要素是一个有机整体，它们对于公共关系来说是缺一不可的，三者关系可以用图 1-1 来表示。

公共关系主体 公共关系的手段、形式和过程 公共关系客体

图 1-1 公共关系三要素的关系图

三、公共关系学的研究对象和研究任务

(一) 研究对象

通过对公共关系概念的介绍，可以看出，公共关系学作为一门新兴的社会学科，是对公共关系实践的理论总结。公共关系学的研究对象主要是现代社会中公共关系活动现象及其内在规律。 理论、实物、规律、现象。

这一表述具有三层含义：第一，强调公共关系学不是对某些公共关系技巧的简单归纳和介绍，而是对公共关系问题提出专门的理论研究的科学；第二，确定了公共关系学的研究范围是现代社会组织机构的公共关系活动，这是公共关系学作为一门学科的质的规定性；第三，提出了公共关系学的任务在于对公共关系活动的方式方法进行研究并揭示其规律性。

根据对象的特点和研究的需要，研究的具体内容可分为公共关系史、公共关系理论和公共关系业务(应用)三个部分。

公共关系史，研究公共关系的产生和发展，研究的重点应是近现代，特别是现代史。

公共关系理论，我们着重研究公共关系理论的微观部分，即公共关系的基本职能、基本目标和基本原则，公共关系活动的一般程序，公共关系的三个构成要素：社会组织、公众和传播。

公共关系业务，主要研究公共关系的协调和公共关系技术。

一般来说，公共关系学研究的对象是稳定的，但它的具体内容则是不断发展的。这是因为，首先，公共关系客体在不断变化，公共关系实践在不断深化，研究对象的具体内容也一定会随之发展；其次，公共关系学的研究对象还将随着人们对公共关系学理论知识的丰富而深化，将随着社会组织与公众之间关系模式的更新而不断变化；再次，公共关系学的研究对象，总是植根于历史的经济关系之中，并被一定的经济关系所决定，因而公共关系学的研究同其他社会学科一样，具有历史的时代性。

（二）研究任务

1. 社会主义公共关系学的首要任务是为建设物质文明和精神文明服务。公共关系学是保证一个社会组织事业成功的科学，而一个社会组织的事业成功归根到底是社会主义的物质文明和精神文明建设。因此，公共关系学在阐述社会组织如何协调好内外部关系，为组织的发展创造天时、地利、人和的最佳条件，实际上就是在为实现社会主义的两个文明建设服务。明确这一研究任务，可以保证公共关系学研究的社会主义方向，建设有中国特色的社会主义公共关系学。

2. 社会主义公共关系学的根本任务是协调社会组织与

公众的关系，为社会组织的成功服务。在商品经济社会中，物质利益原则是普遍存在的客观规律。一个社会组织与公众的关系往往由于利益的不同而具有矛盾性。研究公共关系学，就是要在社会组织与公众关系之中注入“润滑剂”，从而达到消除组织与公众已经存在的矛盾和避免可能发生的矛盾，进而让公众了解组织，支持组织的行动，为实现组织的目标创造一个良好的社会和心理环境。

3. 抵制和反对一切不正之风，为端正社会风气服务，是研究社会主义公共关系学的一项十分紧迫的任务。我国现在正处于社会主义初级阶段，生产力水平还比较低，社会主义经济制度、政治制度和文化制度都还不够成熟和完善，旧社会遗留下来的痕迹，加上外来影响，为不正之风的萌发提供了适宜气候和活动场所。因此，公共关系学研究的任务，就是要引导社会组织与公众建立正常的、符合社会道德的关系，克服那种“十个大公章不如一个熟面孔”的不正常现象，以利于维护良好的社会经济秩序和行为准则，从而净化社会风气。

4. 研究公共关系学还有一个经常性和实践性很强的任务，这就是根据实际情况，在各种社会组织中普及公共关系知识，传授公共关系技巧，形成人人都做公共关系工作的新局面。只有这样，才能使公共关系成为广大组织成员参加公共关系活动的理论武器和行动指南，才能真正保证社会组织公共关系目标的实现。

（三）研究方法

1. 遵循实践第一的研究方法。公共关系学是一门实践性很强的科学，这就决定了实践方法是其最基本的方法。一个社会组织的公共关系活动，只有坚持实践的观点，才能正

确理解组织自身与社会、公众的相互作用，对各层次的公众需要作出符合实际的判断，并且从正确的判断中确定组织公共关系的长期目标和短期目标，选择适当的公共关系途径和方法，采取最佳的公共关系技巧。因此，实践是研究公共关系学的基础。

2. 坚持一切从客观事实出发的研究方法。实践表明，客观性问题，是一个组织开展公共关系活动成功与否的生命线。因为，公共关系活动是主体与客体信息双向交流的过程。在这个过程中，公共关系人员必须客观真实的了解内外公众的意见和倾向，并且客观真实地向他们传达本组织的计划、政策和行动方案，以便取得公众的信任和支持，建立和发展良好的关系。因此，在公共关系学的研究中，必须具有求实的态度，实事求是地研究组织的公共关系现象；必须正确地解释公共关系事实，运用公共关系学的理论，进行判断、推理和概括，不断进行去伪存真的工作；必须精确地掌握公共关系活动中的各类数据，准确地预测和分析组织与公众相互关系的最佳位置。

3. 提倡洋为中用的研究方法。公共关系学的研究，要科学地吸收国外经验，这是由公共关系学发展的历史和现状决定的。公共关系学起源于美国，发展于发达的资本主义国家，特别是把公共关系学应用于企业的经营管理，经历了几十年的发展道路，形成了一门学科的理论体系。这些理论，通常可分为价值层次上的理论和操作层次上的理论。前者带有明显的资产阶级倾向，后者则往往客观地揭示了公共关系活动的技术技巧与规律。我们说洋为中用，就是要注意研究分析外国公共关系的价值理论，同时更要积极引进和消化外国公共关系的操作技术理论，使其为发展我国公共关系学服

务。

4. 实行系统综合观察与分析的研究方法。由于一个社会组织面对着纷繁复杂、层次各异的公众对象，因此研究公共关系学必须全面地思考问题，系统地综合各种情况，切忌简单化和片面性。其次，公共关系学是一门多学科交叉的综合性学科，客观上要求公共关系学的研究必须多侧面的、主体式的、全方位的观察公共关系现象，还要借助相关学科的研究成果，综合利用现代科技力量，使公共关系活动取得最佳效果。

当然，公共关系学中的具体研究方法是多种多样的，这些方法我们将在以后的各章中结合实例分析，分别进行介绍。

第二节 公共关系的产生和发展

一、公共关系是社会经济发展到一定阶段上的必然产物

(一) 公共关系兴起的社会经济条件

公共关系学说作为一种上层建筑的范畴，它的产生和发展取决于商品经济的发展。17世纪，在工业革命的机器轰鸣声中，资本主义商品经济在欧洲首先冲破了封建自然经济的桎梏，使封闭的小生产逐步转变成开放的社会化大生产。正如马克思、恩格斯在《共产党宣言》中所论述的：“蒸汽和机器引起了工业生产的革命。现代大工业代替了工场手工业；”“大工业建立了由美洲的发现所准备好的世界市场；”“不断扩大产品销路的需要，驱使资产阶级奔走于全球各地。它必须到处落户，到处创业，到处建立联系。”因此，商品成了繁复交错的社会联系的媒介，使得凝聚在商品流通中的人与人之

近现代公共关系产生和发展的必然产物
胡印川 教授

间的关系高度立体化、复杂化。进入帝国主义时代尤其如此。这一切自然引起人们重视和关注各种社会关系的研究和处理，而在商品经济最为发达的美国，就最早开始了这种有意识有计划的研究与处理，以调整各种相互联系的社会活动，于是公共关系作为一种社会职业就应运而生了。这是现代社会公共关系兴起、发展的社会经济条件。

（二）公共关系兴起的政治条件

公共关系在美国的产生，最早出现于美国的独立战争。那时，贵族爱国者与资产阶级保守党之间存在着严重的分歧和争斗。为了压倒对方，对立的两派之间在斗争中都千方百计地想赢得公众的支持。美国产生公共关系的这一政治背景告诉我们，公共关系的兴起是民主政治取代党制政治的结果。虽然资本主义民主有很大的虚假性和局限性，但它对于封建专制是一大历史进步。资本主义民主政治下的政府选举，虽然在根本上不改变其阶级性质，但它毕竟十分注意同社会各界人士保持良好的关系，而资产阶级为了缓和劳资矛盾，巩固自己的统治，也越来越注重了解民意，同时还努力让民众了解政府的施政纲领和各项政策，以争取民众的支持。这种社会政治状况当然有利于公共关系的迅速发展。

（三）公共关系兴起的技术条件

公共关系产生发展的第三个条件是科学技术的发展。这个技术条件主要是指大众传播手段的发展和完善。在落后的农业经济社会里，生产规模狭小，交通工具和信息传递工具落后，使人们处在一种闭塞的状况之中，不可能有广泛的交往。而在工业社会中，生产的社会化要求人们必须互相依赖、互相沟通，这种需要推动了传播手段的发展，而传播手段的发展反过来使人们大规模的交往成为可能。这就为人们

建立和发展公共关系提供了重要的技术和方法。在信息时代，社会关系是种种信息的重要来源。随着新技术革命的深入发展，微观科技的广泛应用，使任何一个组织机构都能更准确、迅速地各类公众建立关系、沟通信息，并据此在瞬息万变的社会环境中提高应变能力，这必然促进公共关系的进一步发展。

综上所述，公共关系是人类社会发展到一定阶段的必然产物，必将随着社会经济的发展而发展。

二、公共关系理论的形成和发展

公共关系学作为一门独立的学科出现，只是本世纪的事。但是，公共关系的活动，却早在古代就有了。自从出现了人类社会以及因此而产生利益主体之时，作为客观存在的公共关系状态就产生了。人们为了协调各利益主体间的关系，便有了不自觉的、类似的公共关系活动。我们讨论公共关系理论的形成和发展历史，其目的是为了更好地了解公共关系的特点和作用。

（一）古代公共关系的渊源

在古代，人们已经重视相互间的关系，并注意到舆论的作用。

古希腊人认为，一个人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构筑的。亚里士多德在他的经典性著作《修辞学》中，就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。这本书在西方公共关系学界堪称最早问世的公共关系学的理论书籍。

古罗马独裁者——儒略·凯撒，也是一位精通沟通技术的大师，他面对即将来临的战争，印发大量的传单来进行宣

传和鼓动，以获得民众的支持。他那本记载着他的赫赫战功的《高卢战纪》，帮助他登上了独裁者的宝座。这本书后来被公共关系业工会主席亨利·比诺称为“第一流的公共关系著作”。

中国是一个历史悠久的文明古国，公共关系的影响在古代政治、经济生活中出现的例子不胜枚举。又以春秋战国时期尤为鼎盛。那时诸侯割据，烽烟四起，不同利益集团并存以及复杂的战争环境，出现了一批不同凡响的谋士食客。他们周游列国，鼓动如簧之舌，演出了无数精彩激烈的具有极高公共关系艺术的历史剧。孔子说：“与朋友交，言而有信。”“人而无信，不知其可也。”孟子说：“天时不如地利，地利不如人和。”这些公共关系思想现代人都在采用。而战国时期的两位纵横家苏秦和张仪可以说是我国公共关系的“鼻祖”。苏秦游说燕、赵、韩、魏、齐、楚六国，以合纵抗秦；张仪则游说六国，以拆散合纵关系，与秦联横，使秦最后得以并吞六国，一统天下。

无论在中国古代，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行为。但是，这一切仅仅是“类似”而已。公共关系作为一种新的社会思想和活动，其源头并不在古代，而是在美国 19 世纪中叶风行的报刊宣传活动之中。

（二）近代公共关系的发端

现代概念的公共关系可以溯源到美国的独立战争时期。当时，南北双方的政治集团和军事力量都把争取公众作为争夺的焦点，使公共关系一开始就成为美国各派政治斗争的工具。随着民主政体在美国的建立健全，公众舆论在政治生活中变得举足轻重，成为对统治者权威最有效的牵制力。同

时，统治者也利用公众舆论塑造自己的“形象”，开展公共关系工作。

公共关系的重要内容是报刊宣传，因此，公共关系的起源问题，就与 19 世纪中叶美国的一系列报刊宣传活动有关。19 世纪 30 年代，首先由美国的《纽约太阳报》带头，掀起了所谓“便士报运动”（即一便士买一份报纸）。此后，以普通劳动人民为读者对象的通俗化的报纸，就此如雨后春笋般诞生了。报纸的日渐大众化，成了现代公共关系的先导。

但是，“报刊宣传”活动主要是由那些急欲宣传自己、为自己制造种种神话的公司或机构组织的。当时，以巴纳姆为代表的报刊宣传员，积极承担起为雇佣他们的公司或组织编造各种离奇的故事，以引起公众的好奇和注意。因此，这一时期报刊宣传活动的特点，是“公众受愚弄”。

（三）公共关系的蓬勃发展

19 世纪下半叶，商品经济的发展达到了惊人的速度，美国经济开始从自由竞争走向垄断，百来个经济巨头控制了美国的经济命脉，占据了所有财富的 54%。这些巨头为了巩固他们的这种垄断地位，对内根本无视员工的利益，在企业管理上更是把上层管理信息作为机密，不准员工过问；对外极力损害公众利益，奉行所谓“只要我能发财，将公众利益见鬼去吧”的经营哲学。企业中这种“非人性化”的现象当然引起社会公众舆论的强烈不满和抨击。据统计，从 1903 年到 1912 年的十年间，就有 2000 多篇揭露实业界、传播界丑闻的文章，形成了近代美国史上著名的“扒粪运动”。

“扒粪运动”的冲击，使工商企业领导人意识到取悦公众，与公众建立良好关系的重要性。许多企业开始聘请懂行的专家专门从事改变与新闻媒介关系的工作，并且打开了工