

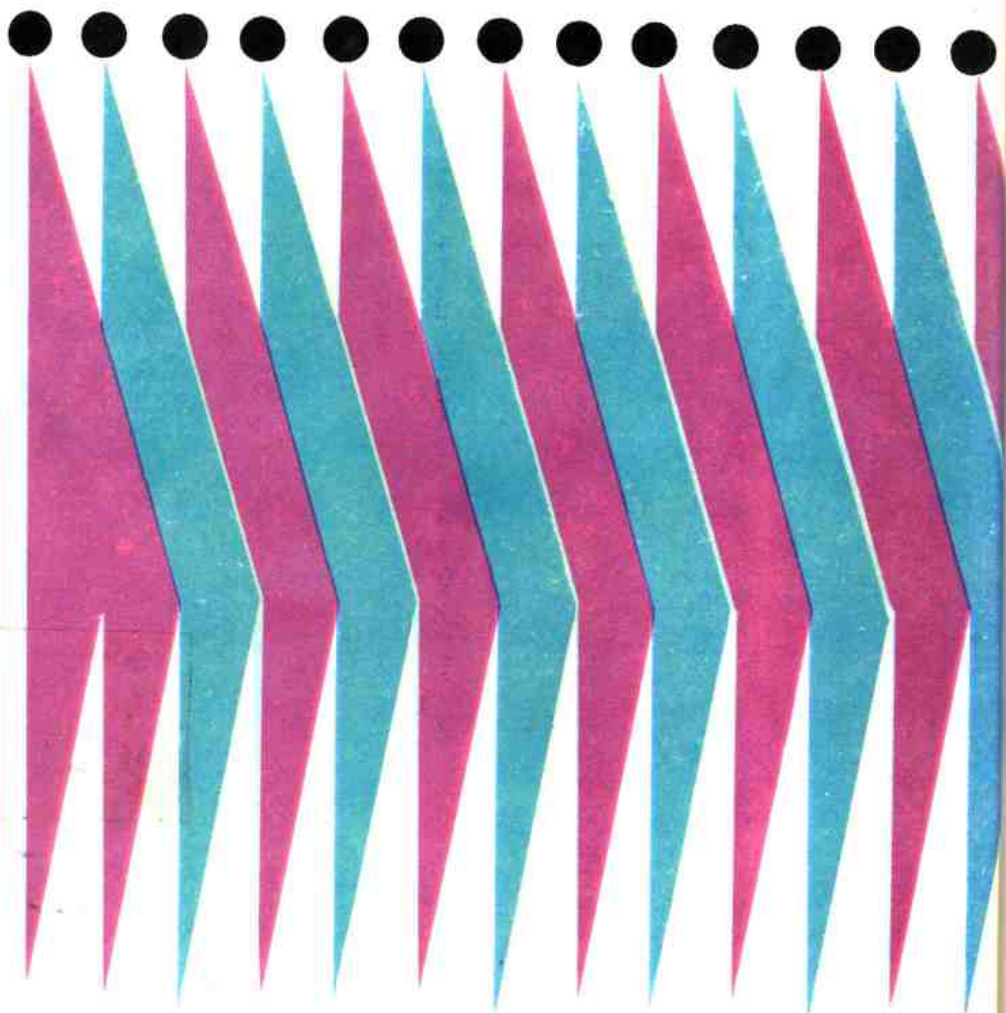
中外公关文化系列宝典

公关宝典



● 郭枫 关竹青 蔡光瑞/主编

● 延边大学出版社



●中外公关文化系列宝典

公关宝典

郭 枫 关竹青 蔡光瑞 主编

延边大学出版社

(吉) 新登字 13 号

内 容 简 介

本宝典是为适应培养公众的公关意识，提高公关人员素质和办公效率的迫切要求而编写的。

全书内容共十二部分，前五部分基本是阐述公共关系原理；后七部分为公关实务部分，比较全面地分析和介绍了公关技巧、基本原则、文体写作、公关人员与公关机构以及公关广告、企业公关创意和各行各业公共关系。

全书突出了系统性与创造性相结合、理论性与实用性并重、知识性与可读性兼顾。本书适合于各行各业公关人员、职工干部、各类大专院校师生学习阅读参考。

中外公关文化系列宝典

公 关 宝 典

郭 枫 关竹青 蔡光瑞 主 编

延边大学出版社出版
(吉林省延吉市延边大学院内)
全国新华书店经销
长春市第九印刷厂

开本：787×1092 毫米 1/32 印张：26.5625

字数：928.8 千字 印数：2000

1995 年 1 月第 1 版 1995 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 7-5634-0607-7/G·73

[全套定价：220.0 元] 本书定价：40.0 元

《中外公关文化系列宝典》

编辑委员会

- 总顾问：谷长春 高文 李国泰
顾问：唐茂盛 杨庆才 杨海泉 邢文国
主任：杜长龄
副主任：(以姓氏笔画为序)
全兴洙 张洪顺 创作义 赵国光
徐鸿翼 郭枫 詹铁坤 魏巨凤
主编：郭枫
副主编：(以姓氏笔画为序)
王景丹 方占仁 王力 全兴洙
关竹青 刘忠信 孙世文 孙毅
郑淑乔 蔡光瑞 蒋朝参
编委：(以姓氏笔画为序)
于春林 王会俊 王素蓉 王育新
刘永宽 刘金泰 刘进良 刘均青
吴蓉 杨文恒 岳颖茂 唐凤琴
徐云舫 张利民 郝文礼 曹杰
郭秀兰 常静辉 董玉林 鲍恩贵
总策划：郭枫 全兴洙 王鹏

注：《中外公关文化系列宝典》1994年首批公开出版的专著有：《公关宝典》、《交际宝典》、《礼俗宝典》、《演讲宝典》、《秘书宝典》、《推销宝典》。

《公关宝典》编辑委员会

主 编：郭 枫 关竹青 蔡光瑞
副主编：王景丹 郑淑乔 孙世文
刘忠信 赵晓磊 徐卫红

编 委：(以姓氏笔画为序)

毛振芹	方占仁	王 力	毛 茜
史学谦	冯淑芹	刘一农	季维荣
吴旭光	李佐良	邢连仲	周 勇
周晓清	班玉生	敖玉莲	傅政凯
裴玉丽			

公关文化要大力发展

——《中外公关文化系列宝典》代序

杜长龄

一九九四年十一月五日

公共关系学是一门综合性的新兴学科，是人类社会实践的产物，是人类创造的精神财富，是人类智慧的结晶，显现出了鲜明的文化特色。

公共关系学，在欧美各国，被广泛地运用，发挥着独特的作用。十多年来，这朵科学之花在改革开放的春风沐浴下，在中国大地上生根发芽，茁壮成长，硕果累累。这门实用性很强的新学科越来越受到社会，特别是企业界广泛地关注。具有中国特色的公共关系学正在蕴育诞生。它潜在功能和魅力愈发显现出来。

公关文化，顾名思义是以公关内容为主体的文化。它外延的内容和范围比较广，与公关主体内容有联系的相关学科，理所当然为公关文化范畴。

《中外公关文化系列宝典》的编写就是按照上述思路策划、设计和确定选题的。本系列宝典已出版面世共有6部，即《公关宝典》、《交际宝典》、《礼俗宝典》、《演讲宝典》、《秘书宝典》、《推销宝典》，计划编到10部。本系列宝典的问世，将有利于公关文化的普及、应用和发展。

本系列宝典的编写遵循四条原则：一是全。内容力争全面，但又不面面俱到编成大全模样。做到去粗取精，全而不杂，体现宝典的特色。二是新。内容形成完整体系，跟上时代步伐，力求新颖。三是精。精选材料，力求准确科学。四是实。做到篇章结构

严谨，选词举例科学准确，行文简洁明了，深入浅出，通俗易懂，力求实用。

本系列宝典的全体编写人员在撰写文稿和统稿、改稿、定稿时，都坚持了上述原则。因此本系列宝典突出了“全面、新颖、精炼、实用”的特点，是一套综合、全面、系统、完整的公关文化实用性很强的工具书，对我国宝典类图书编纂进行一次有益的尝试，填补了空白。

本系列宝典主编郭枫副教授，这些年来他专心致致，潜心科研，著述颇丰，成果硕然，是一名优秀的科研工作者。他把一批有关专家学者和实际工作者组织起来编写这样颇具规模并有一定质量的巨作，又一次显示了他的能力和魄力。希望他今后继续对事业执著追求，为社会提供更多更好的精神产品做出新奉献。

本系列宝典在编写过程中得到了各方面的大力支持。吉林省人大常委会副主任谷长春、民建中央常委、吉林省政协副主席李国泰、原吉林省政协副主席高文担任总顾问；吉林省工商联党组书记、常务副会长唐茂盛、吉林省政府副秘书长杨庆才、《视听导报社》主编那文国担任顾问。在此谨向他们致以衷心地谢意。

参加本系列宝典编写人员主要是有关高等院校专家学者、教师以及专业工作者。作者们以自己的学识和专业水平，并认真吸收、借鉴了有关专著、教材和报刊文献资料等，精心设计，反复研讨，认真编纂，为本系列宝典的面世付出了宝贵的心血和辛勤的汗水。我们应该向他们致谢。

由于我们的水平有限，编写时间又短，难免有失误不当之处，欢迎批评指正！

目 录

编者的话

公共关系概论

一、古老的事业,新兴的学科	10
(一)公共关系的产生	1
(二)公共关系的发展	1
(三)现代公共关系的兴起	4
二、公共关系的定义及特征	7
(一)公共关系的定义	7
(二)公共关系的特征	7
三、公共关系研究的范围及对象	9
(一)公共关系研究的范围	9
(二)公共关系研究的对象	9
四、公共关系的性质	10
(一)公共关系的自然属性	10
(二)公共关系的社会属性	10
五、公共关系的界定	10
(一)公共关系与“庸俗关系学”的区别	10
(二)公共关系与宣传的联系与区别	12
(三)公共关系与广告的区别与联系	12
(四)公共关系与新闻的联系与区别	14
(五)公共关系与推销的联系与区别	15
(六)公共关系与企业公共关系	16
(七)公共关系与应酬、交际活动	16
(八)公共关系与人际关系的联系与区别	17

(九)公共关系与拉关系的区别 17	系的产生和发展提供了必 要条件 21
六、公共关系学是社会进步的产物 19	七、公共关系在中国现代化 建设中的重要地位 22
(一)现代社会化大生产需要公 共关系 19	(一)公共关系是社会协商对话 的渠道 22
(二)商品经济的兴起和发展需 要公共关系 20	(二)我国四化建设需要公共关 系 23
(三)社会主义市场经济也需要 公共关系 21	(三)发展具有中国特色的公共 关系 24
(四)现代科学的进步为公共关	

公共关系的结构要素

一、社会组织——公共关系的主体 25	(五)公众的分类 39
(一)组织的含义 25	(六)公众的心理分析 54
(二)组织的分类 25	三、传播——公共关系的手段 70
(三)组织的基本特征 27	(一)公共关系传播的含义 70
(四)组织与环境 29	(二)公共关系传播的目的 71
(五)组织的总目标与公共关系 目标 30	(三)公共关系传播的过程 75
(六)组织的管理结构 32	(四)公共关系传播的符号 76
二、公众——公共关系的客体 33	(五)传播的基本形式 79
(一)公众的概念 34	(六)公共关系传播的原则 105
(二)公众与环境 34	
(三)公众的构成 35	
(四)公众的特点 36	

沟通活动及实施

一、沟通的基本含义和特点 … 109	四、沟通的障碍 …………… 137
(一)沟通的基本含义…… 109	(一)语言障碍…………… 137
(二)沟通的特点…………… 110	(二)知识经验障碍…………… 138
(三)沟通的原则…………… 110	(三)态度、观点、信仰的障碍
(四)沟通的层次…………… 111	…………… 139
二、沟通的过程 …………… 112	(四)个性因素,社会角色的障
(一)沟通的基本因素…… 112	碍 …………… 139
(二)沟通的过程…………… 114	(五)社会风俗习惯,文化差异
(三)沟通过程的一般分类	的障碍 …………… 140
…………… 118	(六)信息超载的障碍…… 140
三、沟通的类型(型式) ……… 136	(七)沟通时机的障碍…… 141
(一)主动——被动型…… 136	(八)信息内容凌乱和信息失真
(二)主动——主动型…… 136	的障碍 …………… 142
(三)被动——主动型…… 137	五、沟通媒介 …………… 142
(四)被动——被动型…… 137	(一)内部沟通媒介…………… 142
	(二)大众沟通媒介…………… 148

公共关系的主要职能

一、建立组织信誉、塑造组织形象	特点作好公关工作 ………
…………… 153	…………… 175
(一)建立组织信誉…………… 153	(五)企业形象的基本模式
(二)塑造组织形象…………… 158	…………… 178
(三)形象的特性和被认知的条	(六)树立组织形象的基础工作
件…………… 172	…………… 180
(四)根据组织发展不同时期的	(七)塑造组织形象的程序
	…………… 185

(八)塑造组织形象魅力应遵循的原则.....	188	(三)及时调和矛盾,防止纠纷的发生.....	224
(九)公共关系工作的基本原则.....	192	(四)协调公共关系的程序.....	225
二、收集信息.....	206	(五)协调公共关系纠纷的原则.....	227
(一)信息的定义及特征.....	206	四、决策咨询建议、决策参谋.....	228
(二)收集信息的范围.....	209	(一)什么是决策.....	228
(三)收集信息的方式方法.....	210	(二)咨询在决策中的地位和作用.....	229
(四)收集信息的程序.....	214	(三)公共关系在决策中的作用.....	231
(五)掌握信息开发的原则.....	217	(四)企业经营决策.....	234
三、协调关系、争取谅解.....	222	(五)决策者的素质.....	244
(一)广结人缘的艺术.....	222		
(二)明确各类公共关系纠纷.....			

公共关系的一般过程

一、调查研究.....	253	二、制定计划.....	263
(一)调查研究的必要性.....	253	(一)确定公共关系活动目标.....	265
(二)调查研究的范围内容.....	254	(二)确定传播方式和媒介.....	273
(三)调查研究的基本步骤.....	256	(三)撰写书面报告.....	274
(四)公共关系调查的基本方式和方法.....	258	三、策动传播.....	275
(五)撰写调查报告.....	263	(一)讯息的宗旨.....	279
		(二)讯息的内容.....	280
		(三)讯息的结构和语言.....	281

(四)有关传播的模式·····	282	(三)评估的内容·····	287
(五)沟通的障碍·····	283	(四)总体评估·····	288
(六)宣传与沟通·····	284	(五)具体评估·····	288
(七)公共关系人员经常进行的 传播活动·····	285	(六)评估的具体方法·····	289
四、评估结果·····	286	(七)必须保持评估的充分与客 观性·····	290
(一)评估的意义·····	286	(八)关于公共关系活动评估的 报告·····	291
(二)评估工作的四个阶段 ·····	287	(九)评估中的注意事项 ·····	291

几种常见的公共关系

一、职工关系·····	293	(二)正确处理好与三大媒介的 关系·····	355
(一)职工是企业的重要公众 ·····	293	三、顾客关系·····	378
(二)了解职工的需要——职工 关系基础·····	294	(一)顾客关系及其重要性 ·····	378
(三)有效地沟通——良好职工 关系的起点·····	304	(二)建立良好顾客关系的目的 ·····	379
(四)建立良好职工关系的手段 ·····	305	(三)顾客关系的基本思想—— “顾客至上”·····	382
(五)从分享信息到参与决策 ——新型职工关系的形 成·····	318	(四)顾客关系的内容及其基本 环节·····	382
(六)实施有效的管理方式 ·····	320	(五)顾客关系的基础·····	385
(七)搞好职工关系不可忽视的 问题——非正式群体 ·····	338	(六)研究顾客心理·····	388
二、媒介关系·····	346	(七)解决生产问题·····	496
(一)三大媒介及其特点 ·····	347	(八)加强市场管理·····	497
		四、社区关系·····	497
		(一)社区及社区关系的重要性 ·····	497

(二)同社区进行社区公共关系工作的内容.....	400	(二)与股东联系的方式.....	404
(三)同社区进行公共关系的方法.....	401	(三)如何开好股东年会.....	406
五、股东关系	403	(四)正确处理股东关系.....	407
(一)股东关系的重要性.....			

公共关系实务与技巧

一、公共关系活动	411	(一)谈判的礼仪.....	488
(一)公共关系专题活动.....	412	(二)谈判的目的.....	490
(二)特殊场合下的公共关系活动.....	422	(三)谈判的类型和内容.....	493
(三)公共关系中的新闻活动.....	443	(四)谈判的基本原则.....	496
(四)几种常见的公共关系活动模式及其案例.....	458	(五)谈判的准备.....	502
二、公共关系中的谈判艺术	487	(六)谈判的一般过程.....	507
		(七)谈判的基本技巧.....	514
		(八)常见的谈判策略.....	517
		(九)非正式场合下的谈判技巧.....	522
		(十)谈判心理.....	524

各行各业公共关系

一、政府公共关系	530	(三)政府公共关系活动的内容.....	532
(一)政府公共关系的必要性.....	530	(四)政府公共关系活动技巧.....	533
(二)政府公共关系的特点.....	531		

二、企业公共关系	540	(二)学校公共关系的职能	561
(一)企业公共关系对现代化管理的意义	540	(三)学校公共关系的特点和技巧	566
(二)企业公共关系内容	541	四、国际公共关系	573
(三)企业公共关系的特点	547	(一)我国企业开展国际公共关系的必要性	573
(四)处理好企业公共关系中的几种关系	559	(二)国际公共关系活动的特点	574
三、学校公共关系	560	(三)国际公共关系活动的内容	574
(一)公共关系对学校现代化管理的重要作用	560	(四)国际公共关系活动技巧	575

公共关系工作人员与公共关系组织机构

一、公共关系工作人员	578	634
(一)公共关系人员应有的素质	578	(六)公共关系人员的职业道德	644
(二)公共关系人员的基本技能	585	(七)公共关系人员的培训	647
(三)公共关系人员社会交往中的待人接物	604	二、公共关系组织机构	656
(四)公共关系演讲	621	(一)公共关系部	656
(五)公共关系人员的交往风度		(二)公共关系公司	664

公共关系广告

一、广告的定义	670	(四)富于创新的原则	687
(一)广告的定义	670	(五)避免商迹的原则	688
(二)公共关系广告的定义	670	(六)寻求佳时的原则	689
二、广告的种类	671	五、公共关系广告宣传的 策略与效果	689
(一)商业广告	671	(一)公共关系广告的策略及要 求	689
(二)公共关系广告	675	(二)广告的认知与效果	691
三、广告的职能	683	(三)增强广告效果的心理方法	700
(一)商业广告的职能	683	六、公共关系广告的制作程序	702
(二)公共关系广告的特殊职能	685	(一)确定主题	702
四、作好公共关系广告的原则	686	(二)选择媒体	703
(一)实事求是的原则	686	(三)构思写作	713
(二)明确目标的原则	687	(四)公共关系广告效果的测定	716
(三)独具风格的原则	687		

企业公共关系策划

一、公共关系策划的概念及特点	718	二、公共关系策划活动的要素	719
(一)公共关系策划的概念	718	(一)策划人才	719
(二)公共关系策划的特点	718	(二)策划目标	720
		(三)策划对象	720
		(四)策划方案	720

三、企业公共关系策划对象		(四)企业公关策划目标确立的过程	766
.....	721		
(一)企业环境	721	七、企业公共关系策划方案	
(二)企业形象	726	768
(三)企业文化建设	731	(一)公共关系策划方案及其特征	768
(四)企业技术创新	737	(二)依法设计公共关系策划方案	770
四、企业公共关系策划程序		(三)公共关系策划方案生成的法定化	771
.....	742	(四)公共关系策划方案的计划化	771
(一)公共关系策划的阶段	742	八、公共关系策划的情报信息	
(二)公共关系策划的程序	744	773
(三)策划可借鉴的公共关系活动模式	753	(一)情报、信息的重要性	773
五、企业公共关系策划原则		(二)公共关系策划需要的情报、信息	774
.....	755	(三)企业情报、信息采集的方法	776
(一)公共关系策划原则的涵义和重要性	755	九、企业公共关系策划者	
(二)公共关系策划原则的客观依据	755	777
(三)公共关系策划的主要原则及其具体要求	758	(一)公共关系策划者的“智”	777
(四)公共关系策划原则的体系	762	(二)公共关系策划者的“信”	780
六、企业公共关系策划的目标		(三)公共关系策划者的“仁”	781
.....	762	(四)公共关系策划者的“勇”	781
(一)公共关系策划目标的涵义	762	(五)公共关系策划者的“严”	782
(二)企业公关策划目标的重要作用	763		
(三)企业公关策划目标体系结构	764		

附录:

一、公共关系学会、协会、研究会和公司简介 783

1. 国际公共关系协会 783
2. 企业传播者国际协会
..... 783
3. 国际公共关系咨询公司
..... 783
4. 泛美公共关系协会联盟
..... 783
5. 欧洲公共关系联盟 783
6. 泛太平洋公共关系联盟
..... 784
7. 美国公共关系协会 (PRSA)
..... 784
8. 英国公共关系协会 784
9. 中国公共关系学会、协会和
研究会(所) 784

二、公共关系行为准则简介

- 790
1. 国际公共关系行为准则
..... 790
 2. 美国公共关系协会 (PRSA)

职业规范守则

- 791
3. 美国公共关系顾问协会
(PRSA)公共关系顾问工作
准则 792
 4. 英国公共关系协会 (IPR)职
业行为准则 793
 5. 尼日利亚公共关系协会
(NIPR)行为准则 794
 6. 北京长城饭店公共关系培训
指南(摘要) 794
 7. 吉林省公共关系写作研究会
章程 804

三、公共关系专著目录 805

四、公共关系大事年表 808

五、公共关系学常用概念和术语解
释 814

六、中外节日一览表 818

七、结婚周年纪念日表 820