

公共关系学

(大 专)

主编 乔德福



河南省党校系统学历教育教材编写组

河南省党校系统学历教育教材

公共关系学

主 编 乔德福
副主编 白玉生 耿德胜 丁同民
赵桂清 侯殿收

河南省党校系统学历教育教材编写组

一九九八年八月

目 录

上编 理论篇

第一章 绪论..... (1)

第一节 现代社会的公共关系..... (1)

第二节 公共关系学的研究对象和内容..... (7)

第三节 学习研究公共关系学的意义和方法..... (11)

第二章 公共关系的起源和发展..... (16)

第一节 公共关系的历史渊源..... (16)

第二节 公共关系在世界范围的兴起..... (20)

第三节 公共关系在中国的发展..... (26)

第三章 公共关系的主体..... (29)

第一节 公共关系的社会组织..... (29)

第二节 公共关系从业人员..... (36)

第四章 公共关系的客体..... (43)

第一节 公众特点及其分类..... (43)

第二节 公众心理..... (49)

第五章 公共关系的内容..... (54)

第一节 信息和信息方法..... (54)

第二节	信息载体——传播媒介	(56)
第三节	信息传播在公共关系中的作用	(60)
第六章	公共关系的道德法律	(63)
第一节	公关职业道德	(63)
第二节	公共关系的法律规范	(69)
第三节	增强公关人员的道德意识和法律观念	(73)
第七章	公共关系的职能	(77)
第一节	信息交流	(77)
第二节	决策咨询	(82)
第三节	协调沟通	(85)
第四节	形象评估	(89)
第八章	公共关系的原则	(93)
第一节	实事求是的原则	(93)
第二节	社会效益的原则	(96)
第三节	公众需求的原则	(100)
第四节	科学指导的原则	(104)
第九章	主体或部门公共关系	(107)
第一节	企业公共关系	(107)
第二节	政府公共关系	(112)
第三节	事业性组织公共关系	(117)
第十章	对象公共关系	(122)
第一节	政府和社会公众关系	(122)
第二节	社会人际公共关系	(125)

第三节 新闻媒介公众关系	(130)
--------------	-------

第四节 国际公共关系	(133)
------------	-------

第十一章 专题活动型公共关系 (137)

第一节 专题活动的基本要素	(137)
---------------	-------

第二节 介绍几类专题活动	(142)
--------------	-------

下篇 实务篇

第十二章 公共关系调查 (151)

第一节 公关调查的涵义和作用	(151)
----------------	-------

第二节 公关调查的内容和原则	(154)
----------------	-------

第三节 公关调查的程序和方法	(157)
----------------	-------

第十三章 公共关系策划 (166)

第一节 公共关系策划的基本要素和特征	(166)
--------------------	-------

第二节 公共关系策划的程序和原则	(169)
------------------	-------

第三节 几种重要的公共关系策划	(174)
-----------------	-------

第十四章 公共关系实施 (181)

第一节 公共关系传播的特性和类型	(181)
------------------	-------

第二节 公共关系传播的方式和要求	(185)
------------------	-------

第三节 公共关系传播的过程	(192)
---------------	-------

第十五章 公共关系评估 (198)

第一节 公共关系评估的涵义和意义	(198)
------------------	-------

第二节	公共关系评估的内容和要求	(202)
第三节	公共关系评估的步骤和方式	(206)
第十六章	公共关系语言	(209)
第一节	语言传播的特点和技巧	(209)
第二节	语言传播在公共关系中的运用	(214)
第三节	常见的几种语言传播形式	(219)
第十七章	公共关系文字	(226)
第一节	文字传播的特点和技巧	(226)
第二节	文字传播在公共关系中的运用	(230)
第三节	常见的几种公关文书	(235)
第十八章	公共关系新闻媒介	(241)
第一节	新闻媒介的特点和功能	(241)
第二节	新闻媒介在公共关系中的具体运用	(246)
第三节	新闻媒介的综合运用方法	(251)
第十九章	公共关系技巧艺术	(257)
第一节	谈话	(257)
第二节	演讲	(260)
第三节	谈判	(262)
第四节	协调	(266)
第五节	广告	(269)
第二十章	公共关系礼仪	(272)
第一节	公关交际	(272)
第二节	公关礼仪规范	(278)

第一章 绪论

公共关系是现代社会的产物，随着商品经济和传播技术的发展，公共关系越来越成为现代社会的一种普遍现象，它的社会作用也表现得越来越重要。因此，人们对它的研究也越来越广泛，越来越深入。本世纪初，公共关系学首先从美国兴起，经过半个多世纪的发展，它已在世界范围内广泛传播。党的十一届三中全会以后，随着改革开放的深入，公共关系活动在我国逐步发展。公共关系学，也成为一门独立的新兴学科在不断地丰富和发展。

第一节 现代社会的公共关系

一、公共关系的种种定义

“公共关系”一词是英文“publicRelations”的直译，还可译为“公众关系”，简称“公关”或“pR”。据《韦氏新九版大词典》载：“公共关系”一词最早出现于1087年，其词意是“大众利益”。1882年美国纽约律师多尔曼·伊赖在耶鲁法学院作题为《公共关系与法律职业的责任》演说中提出了“公共关系”这一概念。现代意义上的“公共关系”是1897年美国铁路协会的《铁路文献年鉴》上出现的。但由于学科建设晚，人们对公共关系的认识还存在着许多不一致的地方，这集中表现在人们对公共关系的定义上，人们从不同的角度给公共关系下了相应的定义。目前，国外对公共关系学下的定义有700余种，其中有代表性的是：

美国的《传统辞典》将公共关系定义为“为促进组织与公众

公共关系学是：

行动 广告
技术 管理
艺术 计划
行为

间的有益关系所采取的各种行动。”这个定义引起人们的不同意见，认为它忽略了公关中一些重要的内容，如调研、计划、评估以及管理状况。

《幸福》杂志把公关定义为：由于有效的沟通与传播而获得的为公众赞赏的行动绩效。

《韦伯斯特二十世纪新辞典》1976年版的定义：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。

艾吉的《大众传播学导论》的定义：公共关系是一个公司或者机构为与它的各类公众建立有利于双方关系而采取的有计划、有组织的行为。

《公共关系新闻》杂志的定义：公共关系是一种管理职能，它评估公众的态度，检验个人或组织的政策、活动是否与公众的利益相一致，并负责设计与执行旨在争取公众理解与认可的行动计划。

日本电通广告部长田中寅次郎的定义：“所谓公共关系，就是与社会保持良好关系的技术”。

《大英百科全书》的定义：公共关系是旨在传播关于个人、公司、政府或者其他组织的信息，以改善公众对他们的态度的一种政策和活动。

1978年，首届国际公关协会会员大会提出的定义：“公关实务是艺术，也是社会科学。它分析趋势，预测后果，为组织领导层咨询参谋，实施满足本组织和公众共同利益的有计划的行动方案。”

美国公共关系协会的定义：“公共关系是一个组织为最有效地实现其目标而与社会保持某些方面联系的职能。”

英国公共关系学会的定义：“公共关系的实施是一种积极的、

有多少个公共关系家 就有多少个公共定义

有计划的、以及持久的努力，以建立和维护一个机构与其公众之间的相互了解。”

近几年来，国内公共关系学的学者根据我国公共关系的实践，也提出了一些公共关系的定义。其中影响较大的有：

王乐夫等编著的《公共关系学》的定义：“公共关系是一种内求团结、外求发展的经营管理艺术。它运用合理的原则和方法，通过有计划而持久的努力，协调和改善组织机构的对内外关系，使本组织机构的各项政策和活动符合于广大公众的需求，在公众中树立起良好的形象，以谋求公众对本组织机构的了解、信任、好感和合作，并获得共同利益。”

毛经权著的《公共关系学》的定义：“公共关系是一个组织运用各种传播手段，在组织与社会公众之间建立相互了解和信赖的关系，并通过双向的信息交流，在社会公众中树立起良好的形象和声誉，以取得理解、支持和合作，从而有利于促进组织本身目标的实现。”

明安香所著的《公共关系——塑造形象的艺术》的定义：“公共关系是用传播手段塑造组织自身良好形象的艺术。”

居延安所著的《公共关系学导论》的定义：“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。”

在公共关系定义上出现的众说纷纭的现象，说明了作为一门学科的公共关系学本身还不够成熟，人们对公共关系本质认识的统一需要有一个过程。由于公共关系涉及面广，内容丰富，认识角度不同，人们提出的定义的侧重点也各异。但从上述这些定义可以看出，尽管表述不同，但基本上包含着以下要点：①公共关系是组织的一种职能；②传播是公共关系的主要活动方式和手段；③公共关系的直接任务是建立组织与公众的良好联系；④公共关系的根本目的是塑造组织的形象，争取公众对组织的理解和

支持。

二、公共关系的基本涵义和性质

1. 社会关系

学习研究公共关系，必须首先分析“关系”、“社会关系”的含义。所谓关系，从最一般的意义上说，是指事物之间的客观联系，或者说，是事物与事物之间以及事物内部各要素之间的相互作用和相互影响。如自然关系、人与人之间的社会关系、以及人与自然的关系，这三种最基本的客观联系都有其内在的规律，人们对其关系状态和规律的研究就形成了人类的科学文化知识体系。

所谓社会关系，是指人们在共同的社会活动过程中所形成的相互联系，即以生产关系为基础的物质关系和精神关系的总和。马克思主义认为，社会关系是在人与人的具体交往过程中实现的。从人与人的具体交往过程出发，我们可以从总体上把社会关系分为多种多样的具体表现形式，如以血缘关系为纽带的家庭、亲属、婚姻等亲缘关系；以人的生存空间为背景的邻里、城乡、社区、乡亲等地缘关系；以职业为基础的上下级、同事、同学、宾主等业缘关系；以偶然性相遇交往为条件的朋友、路人等泛缘关系；以社会构成要素为基础的政治、法律、经济、文化、阶级、宗教关系等等。以上这些关系可分为个体关系、组织关系和社会群体关系，并非都是公共关系。

2. 公共关系的基本涵义

公共关系是一种本身具有调节功能的特殊关系，它是一种有目的的传播活动和行为规范。根据国内外关于公共关系定义的要求，我们将公共关系定义为：公共关系是指一个社会组织为了自身的生存和发展，通过一定的传播方式，沟通与社会公众的相互了解、相互合作，塑造自身良好的形象而进行的社会活动和管理

行为。

这个定义至少包含着这样几层涵义：第一、公共关系是社会组织与公众之间的关系，其中社会组织是主体，公众是客体；第二、主体与客体之间联系的纽带是传播活动，这种传播活动具有一定的行为规范，以保证其正常而有效地开展；第三、主体与客体之间是双向的信息交流关系，主体发布信息给客体，并不断地从客体那里得到信息反馈；第四、主体是一个控制系统，它能够根据信息的反馈时刻调整自己的行为及其规范，以便同客体加强进一步的交流和合作，是一种管理行为；第五、作为社会活动和管理行为的公共关系是一种自觉的行为，具有明确的目的性，其目的是使社会组织与公众相互了解和相互合作，以利在公众中树立良好的社会形象，取得公众的信赖，获取最大利益。这五层意思，简言之：公共关系是一种公众关系，是一种传播活动，是信息交流关系，是一种管理活动，是有目的自觉活动。这些就是公共关系的基本涵义。

3. 公共关系的性质

根据对公共关系基本涵义的分析，可以看出，公共关系实质上是社会组织借助传播手段来协调自身与社会公众之间的一种管理行为。美国的哈洛博士分析了472个公共关系定义之后认为：

- ①“公共关系是一种独特的管理职能，它帮助一个组织和它的公众之间建立交流理解、认可与合作关系；②它参与各种问题和事件的处理；③它帮助管理部门了解公众舆论，并对之作出反应；④它明确并强调管理部门为公众利益服务的责任；⑤它协助管理部门掌握情况的变化，并监视这些变化，预测变化的趋势，使组织与社会变化同步发展；⑥它以良好的符合职业道德的传播技术和研究方法作为基本的工作”。（转引居延安、赵建华等编者的《公共关系学》复旦大学出版社第5页）

一般地说，任何社会组织的基本功能，一是维护组织及其内

部成员的生存发展，^{（对外）}二是促进社会协调发展。而要实现这两大功能，就必须与社会公众建立协调的关系。因此，一个社会组织在其运行过程中必须确立三大任务，即社会贡献、自身的生存发展和公共关系。就这三大任务的关系而言，是相互制约、相互影响，其中建立协调的公共关系是保证社会组织生存发展和社会贡献的基础。同时，自身的生存发展和社会贡献，是通过一系列的决策、执行、监督等管理活动实现的。因而，公共关系活动本身既是一个计划实施过程，又是一个管理过程。因而，公共关系是一种特殊的管理行为，其最终目的或根本宗旨是在维护社会利益和促进社会发展的前提下，谋取社会、组织和个人三者之间思想行动和利益的协调一致，共同发展。

三、公共关系的基本特征

要完整地把握公共关系的准确内涵，必须抓住最本质、最基本的特征。公共关系有以下几个方面的特征：

1. 公共关系是一种组织关系的总和

公共关系是一个社会组织与相关组织、群体和个人的交流活动关系。它与人际关系的根本区别是：人际关系是以个人为支点，而公共关系是以组织为支点。公共关系是指社会组织所处的社会关系网络。社会公众是对社会组织的生存与发展具有一定影响力与约束力的人们。一般说来，社会组织的公共关系包括社会组织与其内部公众的各种关系和社会组织与其外部公众的各种关系。公共关系实际上是一个社会组织赖以生存和发展的内部和外部社会关系的总和。

2. 公共关系以塑造组织良好的社会形象为目的

良好的组织形象和社会声誉是无价之宝，是实现组织生存发展壮大的重要因素。一个社会组织有了良好的社会形象和声誉，在其内部就会增强向心力，形成强大的凝聚力；在社会上就会增

强吸引力，赢得公众的信赖和支持，这样就有了强大的生命源泉。因此，公共关系的目的是要塑造组织的良好形象和美好声誉。

3. 公共关系以平等互利、相互合作为基本原则

公共关系强调关系双方利益的均衡协调，根据双方利益的共同点建立起平等互利的相互合作的关系。若一个组织只考虑自身的利益，而不考虑公众的利益，甚至利用公共关系去损害公众的利益，那么公共关系就丧失了它本来的作用，成为虚假的谎言和渔利手段，最终只能是搬起石头砸自己的脚。公共关系只有使社会组织和其相关的公众都受益，才能保证组织与相关公众间的公共关系长期健康的发展。因此，平等互利，真诚合作是开展公关活动，争取公众的信赖支持的最好方式。

4. 公共关系以双向沟通、信息交流为基本方法

马克思曾经说过：“社会——不管其形式如何——究竟是什么呢？是人们交往活动的广场。”公共关系作为一种人类交往活动，它不同于人际关系。它是双向的，而不是单向的。一方面使组织及时、全面地了解社会公众的需求信息，并把这些信息提供给组织的决策者，以调整、改善组织的决策和行动；另一方面通过传播媒介来宣传组织的主张和政策，使社会公众认识、了解自身，实现双向的意见沟通，求得公众的信任和合作。公共关系的主要手段是通过各种传播媒介维系组织与其公众之间的信息交流，以平衡、协调组织与公众的关系。

第二节 公共关系学的研究对象和内容

一、公共关系学的学科性质

公共关系学是一门新兴的应用性科学。作为一门独立的公共

关系学科，最早发端于美国，至今仅有半个多世纪。在我国发展的时间更短，十一届三中全会以来才兴起。况且，公共关系学的理论体系的研究相对薄弱，对一些基本的理论远没有达到统一的认识。目前，人们对公共关系学性质的认识，尚未有完全一致的看法。比较一致的看法是，公共关系是一门社会应用学科，具有很强的应用性，从公共关系的具体工作性质上就可佐证。美国公共关系学会教育委员会对公共关系的专业人员提出了八项基本要求，这些要求全部是应用性的即写作、编撰、散布、执行活动、计划、演讲、制作、计划和宣传。因此，我们认为公共关系学是一门研究公共关系活动规律及其方法艺术的新兴的社会应用科学。

公共关系学是一门综合性的边缘学科。公共关系学涉及的学科十分广泛，哲学、社会学、心理学、传播学、新闻学、逻辑学、政治学、经济学、管理学、舆论学、广告学、市场学、信息学等等基础学科和应用学科都与公共关系学有密切的联系。它是这些学科理论的综合运用，是一门多学科交叉型的知识结构。正因为如此，关于公共关系的学科归属问题，就像关于公共关系学的定义一样，人们至今尚未有完全统一的认识。公共关系学既不能简单地归属于某一学科，也不是单纯某一门学科的范畴。公共关系学横跨许多学科的研究领域，这些学科都可以而且应该从各自学科的角度对公共关系现象和规律进行研究。但正因如此，除公共关系学之外，其他任何学科都不可能对公共关系进行全面的研究。所以，公共关系学是一门综合性的边缘学科。

综上所述，我们认为，公共关系学是一门研究公共关系活动规律及其方法艺术的新兴的综合性应用性的边缘学科。

二、公共关系学的研究对象和内容

1. 公共关系学的研究对象

作业2. ? 开始
公共关系学是公共关系实践活动的反映，它的研究对象是社会组织的公共关系活动现象及其内在规律，是社会组织公共关系活动内在各个要素之间的相互联系、相互制约、相互作用的矛盾运行规律。

2. ① 公共关系三大要素
公共关系活动是由公共关系主体——社会组织、公共关系客体——社会公众和公共关系内容——信息传播三大要素构成的。这三者的矛盾运动就构成了公共关系的具体研究对象。根据研究对象的特点和研究的需要，公共关系学同其他应用科学一样，一般可分为公共关系理论、公共关系实务（应用）、公共关系史三部分。从目前的研究状况看，公共关系学三部分的发展并不平衡。一般说来，理论部分相对薄弱，实务部分比较充实，史的部分还较落后。这三部分的具体研究对象是：社会组织与相关公众的矛盾运动及发展变化规律是公共关系学理论研究对象，也即第一个具体研究对象；社会组织运用传播媒介与相关公众进行沟通的规律是公共关系学实务研究的对象，也即第二个对象；公共关系的产生发展的历史规律是公共关系学史研究的对象，也即第三个研究对象。

2. 公共关系学的研究内容

根据公共关系学目前的研究状况，我们认为公共关系学的研究内容应由公共关系学理论和实务两部分构成。

公共关系学的理论部分主要对公共关系的三大基本要素、公共关系的三个基本类型、公共关系的职能原则及从业规范进行分别的考察和研究。公共关系的三大基本要素包括主体、客体、内容。公共关系的主体就是社会组织，一般是指根据一定目标、结构和准则建立起来并共同行动的社会群体或社会集团，它是公共关系活动的发动者，是公共关系活动的主导方面，是构成公共关系活动的首要因素。对于社会组织，要研究它的特点、设置模式、工作运行和从业人员。公共关系的客体是社会公众，这是一

22
个社会组织赖以生存和发展的主要社会环境，是与组织有关的社会群体，是公共关系活动的对象，它是公共关系主体的受动者，是公共关系活动的重要构成要素。对于公众，要研究公众构成分类、特点、公众心理及行为预测等。公共关系的内容是信息传播，它是联结公共关系主体和对象的中介环节，也是实现公共关系目标的基本手段。对于传播，要研究传播规律、方式及作用等等。公共关系的三个类型是：主体或部门型公共关系，对象型公共关系和专题活动功能型公共关系。对于主体或部门型公共关系要分别研究政府公共关系、企业公共关系、事业团体公共关系等等；对于对象型公共关系要分别研究员工关系、消费者关系、媒介关系、社会关系、股东关系和国际公共关系等；对于专题活动功能型公共关系要分别研究政治型公共关系、经济型公共关系、文化型公共关系等等。对于公共关系的职能来说，主要是研究交流、决策、沟通、评估的职能；对于公共关系的原则来说主要研究公共关系活动应遵循的实事求是、社会整体效益、平等互利、科学指导等原则；对于道德法规来说，主要研究公共关系的职业道德和法律规范。

公共关系实务是目前公共关系研究的重要部分。现在国内外出版了许多公共关系的教科书和读物，专门阐述和讨论公共关系的应用。它的内容也十分广泛，主要有公共关系活动的基本程序、方法、艺术。对于公共关系活动的基本程序来说，主要研究公关调查——收集和处理信息；公关策划——制定工作程序和工作计划；公关实施——组织大规模的传播活动；公关评估——评介活动结果。对于公关方法来说，主要研究公关语言、公关文字（写作）、公关新闻媒介等；对于公关技巧艺术来说，主要研究公关活动的谈话、演讲、谈判、协调、广告及公关交际礼仪规范。以上所列举的，虽然不能说是公共关系应用的全部，但起码可以说是公共关系应用的大致轮廓。

公共关系史的研究重点是近现代，特别是现代史。因为，古代的公共关系仅仅处于原始状态，真正的公共关系也即通常说的公共关系是指现代意义上的公共关系，则作为现代社会一种客观存在的公共关系，它是以现代社会的发展为基础的。作为历史的研究，公共关系史的研究主要应以公共关系自身的历史变迁和发展作为主要内容。因为公共关系史的研究比较落后，本书将这个问题作为一章放在公共关系理论部分进行阐述和说明。

第三节 学习研究公共关系学的意义和方法

一、学习研究公共关系学的意义

公共关系是现代社会发展的产物，而它的出现又推动了现代社会的发展。学习研究公共关系学具有重要的现实意义。

1. 学习研究公共关系学有利于社会主义市场经济的发展

目前，我们正在发展社会主义市场经济。但是必须看到市场经济的建立和完善是一个长期的过程，因为计划经济体制仍在起作用，新的市场经济体制和秩序还没有完全建立起来，人们的市场经济意识的培养还需一个过程，市场经济的竞争法规还不完善，等等。所有这些都不利于我们市场经济的正常发展。因为新旧体制并存，就有空子可钻，搞庸俗关系学而不要或不依靠公共关系；因为有计划经济的意识，有些厂长依靠市长而不是找市场，只希望按国家计划办事，对公共关系不闻不问；有些经营者见利忘义，做不仁买卖，甚至销售伪劣商品，完全不顾公共关系信誉，等等。因此，学习研究公共关系有利于普及公关意识，更好地联络企业内外部公众之间的感情，沟通企业和政府之间的关系，协调企业与公众环境的关系，促进横向经济联合②是发展社