



普通高等教育“十五”国家级规划教材

警察公共关系

JINGCHA GONGGONG GUANXI

公安部政治部 编

群众出版社

普通高等教育“十五”国家级规划教材

警察公共关系

公安部政治部 编

公安机关
内部发行

群众出版社

2013年·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

警察公共关系 / 公安部政治部编. —北京: 群众出版社,
2008.3

普通高等教育“十五”国家级规划教材.

公安机关内部发行

ISBN 978-7-5014-4168-6

I. 警… II. 公… III. 警察—公共关系学—高等学校—
教材 IV. D035.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 168180 号

警察公共关系

编 者: 公安部政治部

责任编辑: 单 迪

封面设计: 董 睿

责任印制: 连 生

出版发行: 群众出版社 电话: (010) 52173000 转

地 址: 北京市丰台区方庄芳星园三区 15 号楼

邮 编: 100078

网 址: www.qzchs.com

信 箱: qzs@qzchs.com

印 刷: 北京通天印刷有限责任公司

开 本: 850 × 1168 毫米 32 开本

字 数: 490 千字

印 张: 20

版 次: 2008 年 3 月第 1 版 2013 年 3 月第 3 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5014-4168-6 / D · 2049

定 价: 46.00 元

群众版图书, 版权所有, 侵权必究

群众版图书, 印装错误随时退换

公安机关内部发行

普通高等教育“十五”国家级规划教材

编辑委员会

主	任：	蔡安季			
委	员：	李春生	孙建国	张 涛	武冬立
		陈伟明	何 挺	崔芝崑	郭铁男
		董福元	杨 钧	柯良栋	王 俭
		王彦吉	王世全	杨 隽	

普通高等教育“十五”国家级规划教材

警察公共关系

主 编 郑 敏

副 主 编 王 哲 张 烽

撰 稿 人 (以姓氏笔画排序)

王 哲 李冠一 张 烽

郑 敏 董 放

编 务 陈延超 张 翼 丁 成

前 言

为了适应新时期公安工作和公安队伍建设改革与发展的需要,全面提高公安高等院校教育教学质量,培养合格的公安专门人才,我们组织开展了“十五”国家级教材规划选题的申报工作,并按照教育部的统一部署,承担了17种教材规划选题的制作任务,组织公安机关、公安院校的专家、教授和业务骨干编写了这套“十五”国家级公安类规划教材。

这套教材以党的十六大精神和“三个代表”重要思想为指导,围绕贯彻落实《中共中央关于进一步加强和改进公安工作的决定》(中发[2003]13号)和第二十次全国公安会议精神,运用辩证唯物主义和历史唯物主义的观点,依据国家法律、法规和公安工作的各项路线、方针、政策,在认真总结新时期公安工作经验及公安高等教育自身发展规律,充分吸收各学科最新理论成果和国外相关领域有益经验的基础上编写而成。教材在内容上针对当前公安工作中出现的新情况、新问题,坚持系统性、科学性和先进性的统一,既注意全面阐述基本原理在公安工作中的应用,又注意及时体现本学科理

论研究的前沿动态和公安工作改革的最新情况，具有一定的应用性和前瞻性。教材紧密结合公安高等教育改革与发展的实际，以培养学生警察职业能力为核心，着重阐述了本学科及相关学科的基础理论、基础知识和基本技能，力求对培养和提高学生的专业素质起到积极的推动作用。

这套教材是在全国公安类专业教材编审委员会及公安部政治部的统一领导和组织下分组集体编写而成的。每门教材经编写组精心组织、反复论证和集思广益，并聘请有关专家、学者对教材初稿进行了审阅，整套教材经全国公安类专业教材编审委员会审核定稿。

公安部政治部

二〇〇四年六月

编者的话

随着我国社会主义市场经济的飞速发展,警察组织所处的内部环境和外部环境出现了一系列前所未有的新变化。面对新的形势和警察组织与方方面面的错综复杂的关系,如何改善警察组织的内外环境,维护和塑造警察组织的优良形象,进一步提高警察组织的整体战斗力,不仅成为近一时期各级警察组织通过实践活动摸索和探讨的热点问题,而且成为警界学者、专家研究的重点课题。

为了适应警察工作实践对警察公共关系教学和研究的需要,我们特组织部分长期从事警察公共关系教学 and 研究的教师编写了《警察公共关系》这本教材。本书吸收一般公共关系的基本理论,借鉴了警察公共关系研究的相关理论,总结了各级警察组织的公共关系实践经验,结合警察教育和培训的特点编写而成。我们对部分内容作了一定程度的创新,使整个内容体系更合理,同时配合案例分析,突出了警察公共关系的可操作性特点。本书既着重介绍警察公共关系的基本概念、指导原则、主体、客体、传播、程序等基础理论,又详细介绍了如何

开展警民关系活动、与相关组织的公共关系活动、内部公共关系活动、专题活动、警察礼仪等实际操作内容。

本书共十二章。第一章由郑敏编写，第二章、第六章第三、四节、第九章、第十章、第十一章由王哲编写，第三章、第四章、第六章第一、二节、第七章由张烽编写，第五章、第十二章由董放编写，第八章由李冠一编写。

本书不足之处，敬请读者和同行不吝赐教。

编 者

2007年5月

第一章 绪 论	1
第一节 公共关系概述	1
第二节 公共关系发展简史	10
第三节 警察公共关系的要素和特征	25
第四节 研究警察公共关系的意义	34
第二章 警察公共关系的指导思想和原则	47
第一节 警察公共关系的指导思想	47
第二节 警察公共关系的原则	51
第三节 警察公共关系的功能	60
第三章 警察公共关系机构和人员	78
第一节 警察公共关系机构的设置	78
第二节 警察公共关系人员	86
第三节 警察公共关系意识	107
第四章 警察公共关系客体——公众	128
第一节 公众及其分类	128
第二节 公众的行为规律	138
第三节 影响公众行为的因素	155
第五章 警察公共关系传播	173
第一节 警察公共关系传播概述	173
第二节 警察公共关系的传播媒介及运用	186
第三节 警察公共关系传播的原则、方法及效果	204
第六章 警察公共关系程序	228

第一节 警察公共关系调查	228
第二节 警察公共关系策划	240
第三节 警察公共关系实施	250
第四节 警察公共关系评估	262
第七章 警民公共关系	290
第一节 警民关系在警察公共关系工作中的地位	290
第二节 影响警民关系的因素	293
第三节 警民关系心理分析	301
第四节 构建良性互动的新型警民关系	306
第八章 警察组织与相关组织的公共关系	334
第一节 警察组织与新闻媒体的公共关系	334
第二节 警察组织与政治公众的公共关系	351
第三节 警察组织与外围组织的公共关系	355
第九章 警察组织内部公共关系	367
第一节 警察组织内部公共关系的内容及原则	367
第二节 警察组织内部公共关系的沟通	385
第三节 警察组织内部公共关系的协调	393
第四节 建设警察组织文化	413
第十章 警察公共关系活动	436
第一节 警察公共关系日常工作	436
第二节 警察公共关系模式	450
第三节 警察公共关系专题活动	469
第十一章 新型警察公共关系活动	519
第一节 警察组织的文化公共关系	519
第二节 警察组织的网络公共关系	529
第三节 警察组织的危机公共关系	540
第十二章 警察公共关系礼仪	578
第一节 警察公共关系礼仪概述	578

第一章 绪 论

公共关系又称公众关系，简称公关。它是研究组织与其内外公众之间关系的一门科学。随着信息技术的飞速发展，大众传播媒介已成为人们获取信息的主要手段，对人们的生活和工作起到越来越重要的作用。同时，由于生产社会化的加强，市场的扩大和社会关系的日益复杂化，公共关系作为组织管理的有效措施和谋求内部团结、外部发展的重要手段，越来越以其独特的魅力受到社会各界的普遍重视和各类组织的广泛应用。

在我国，随着改革开放的不断深化和政治、经济、文化事业的飞速发展，各种社会关系越来越复杂，全社会对警察工作的要求也越来越高。面临新的形势，我国警察组织要在努力提高工作质量和效率的同时，深入开展广泛的公共关系，对内加强自身建设，对外取得社会公众对警察事业的理解与支持，从而创造和谐的内外组织环境，更好地完成人民警察所担负的历史使命。

本章将要阐明的是公共关系的概念、公共关系发展史、警察公共关系的概念、发展状况以及研究警察公共关系的意义等几个方面的问题。

|| 第一节 公共关系概述 ||

一、公共关系的含义

“公共关系”一词，源于英文“Public Relations”。在英文里

Public 有两种词性,一种是形容词,意为公众的、公共的、公开的,另一种是名词,意为公众、民众、大众、群众。Relations 指复数的关系、联系、交往。“Public Relations”一词意为,通过宣传手段建立与公众的联系,简称“PR”,译成中文应是“公众关系”,由于“Public Relations”刚传入中国时,被译为“公共关系”且已被大多数人接受,尽管它不如“公众关系”准确,但本书仍沿用已经约定俗成的“公共关系”译法。

(一) 国内外关于公共关系的代表性定义

关于对公共关系的准确表述,中外公共关系理论研究者从不同的方面提出上百条定义,争论较多,莫衷一是。下面摘录一些有代表性的论述作为参考:

1. 美国公共关系专家、公共关系学创始人爱得华·伯内斯 1923 年在《舆论之凝结》一书中指出:“公共关系是一种处理一个团体与公众或者是决定该团体活力的公众之间的关系的职业。”

2. 美国公共关系专家卡特里普和森特 1952 年在《有效公共关系》一书中写道:“公共关系是在某一组织与决定其成败的各方公众之间建立和保持互利关系的管理职能。”

3. 世界公共关系协会 1978 年 8 月在墨西哥城召开的国际公共关系大会通过的《墨西哥宣言》是这样对公共关系进行描述的:“公共关系是一门艺术和社会科学。它分析发展趋势,预测其后果,为组织领导者咨询并实行有计划的既为组织又为公众利益服务的行动方案。”

4. 英国公共关系协会对公共关系的定义是:“公共关系工作是为建立和维持一组织与其公众之间的相互理解而付出的一种有目的、有计划的持续努力。”

5. 美国公共关系协会的定义是:“首先,公共关系是一个人或一个组织为获取大众的信任和好感,借以迎合大众的兴趣来调整其政策与服务方针的一种经常不断的工作。其次,公共关系是

将这种已调整的政策与服务方针加以说明,以获取大众了解和欢迎的一种工作。”

6. 中国公共关系翻译家于里教授认为:“公共关系的根本任务,就是增进组织与公众之间的认同,建立和保持互利关系。它在实践中必须借助于传播媒介,在组织与公众之间架起一座双向对称的沟通桥梁,以便达到认同,建立和保持双方互利关系。”

正是由于不同国家的不同公共关系专家对公共关系有着不同的看法,因此,对什么是公共关系很难确定一个人们共同认可的定义。美国公共关系学者雷克斯·哈罗博士于1976年查阅了大量的公共关系书籍、杂志,走访了83位公共关系组织领导人,征集研究了472条公共关系定义,提出了他自己独特的定义:“公共关系是一种特殊的管理职能。它帮助一个社会组织建立和维持与其公众之间的相互沟通、认可和合作,负责解决和处理各种问题和争端,使管理部门了解民意并及时作出反应,规定和强调管理部门为公众利益服务的责任,帮助管理部门及时觉察并有效地利用发生的变化,从而起到早期警报系统预测趋势的作用;运用调查研究和健全的、合乎道德的传播技术作为其主要工具。”

从美国哈罗博士的做法中我们可以看出,从人们不同的角度,按照人们不同的理解以及人们对公共关系不同重点的强调,将得出对公共关系不同的定义。

(二) 公共关系的含义

1. 公共关系含义的演变。从国内外公共关系理论研究者对公共关系所下的定义可以看出,自公共关系理论产生到现在,对公共关系概念的认识基本上经历了由简单到复杂的三个阶段:

(1) 单向公共关系概念阶段。持这种观点的人认为,公共关系是影响别人的一种宣传努力,是说服其他人的单向传播。单向公共关系概念几乎完全依赖宣传和说服性传播,典型地表现为新闻宣传的形式。今天,持这种观点的人仍然不少。

(2) 双向公共关系概念阶段。持这种观点的人认为,公共关系不单单是一种单向传播,而是一个包括双向传播和相互关系的完整概念,强调传播的相互交流、相互关系和相互理解。

(3) 扩大的双向公共关系概念阶段。持这种观点的人认为,在双向传播和相互关系的基础上,公共关系还应包括组织调整在内,即公共关系还应有帮助组织适应他们的环境的功能,给公共关系的角色增加了咨询管理和采取矫正行动的功能。

2. 公共关系的含义。通过以上分析,我们可以把公共关系的定义概括为:公共关系就是社会组织通过双向传播来协调处理好与其相关公众的关系,以建立良好的组织形象、优化组织生存环境的一种管理职能。

从定义可以看出,公共关系包含了以下几层含义:

(1) 公共关系是一种状态。公共关系是一种客观存在的社会状态,是一个组织赖以生存和发展的公众环境的情形和状况。公共关系状态可区分为单纯的公共关系状态和有目的活动中的公共关系状态两类。前者是指尚未被自觉意识到的公共关系状态;后者是指公共关系活动所追求的良好公共关系状态。

(2) 公共关系是一种活动。当一个社会组织采取实际行动去改善自己与公众的关系时,就已经在从事公共关系活动了。公共关系活动是运用传播沟通的方法来协调组织的社会关系,影响组织的公众舆论,塑造组织的良好形象,优化组织的运作环境的一系列公共关系工作,包括调查研究、策划设计、活动实施、评估检验等。

(3) 公共关系是一种意识。公共关系活动是受公共关系观念制约的。当一个组织认识到公共关系状态的客观存在并自觉开展公共关系活动时,它的公共关系意识也开始形成,变为一种影响和制约组织政策、行为的管理哲学。如:形象意识、公众意识、传播意识、协调意识、服务意识等。用这些公共关系意识来

指导实践便成为一种行为的规范和准则,把这些意识系统化、理论化便成为现代公共关系理论。一个好的社会组织总是强调“全员公关”,即要求全体员工都要树立公共关系意识,以展示组织的良好形象。

(4) 公共关系是一项管理职能。一个组织的管理,无论是对内管理还是对外管理,其实质是协调内外关系,保证工作目标顺利实现。公共关系正是建立在双向信息沟通基础上,通过组织和公众双向调适,帮助组织与社会变动同步的一项专门活动,为管理活动提供了一个良好的实现手段,从而成为管理活动不可分割的重要内容。

二、公共关系的特征

(一) 以公众为对象

公共关系是组织与公众结成的关系。公共关系活动的策划者和实施者,必须把公众的利益放在比组织自身更重要的位置来考虑问题,才能得到公众的理解与支持,才能建立良好的公共关系。

(二) 以平等互惠、真诚合作为原则

公共关系是以利益关系为基础的,这种以双方利益为桥梁的相互关系,特别强调平等相待,互惠互利。同时组织在公共关系活动中必须真诚,才能取信与民,赢得公众的合作。

(三) 以双向沟通为手段

公共关系必须以双向沟通为手段,即一方面通过传播媒介向外部传递组织的方针政策,加深公众对组织的认识 and 了解,赢得公众的信任和支持;另一方面是反馈信息,目的是吸引舆情和民意来调整和改善自身,使组织的决策更加符合社会公众的要求。可以说,没有沟通,就没有公共关系。

(四) 以树立良好的组织形象为目标

一个社会组织有了良好的形象和声誉,对内就有极强的凝聚

力，对外就有极强的吸引力，能够赢得社会公众的广泛的信任和支持。因此，塑造良好的组织形象是公共关系的核心问题。

（五）以长远着想、平时努力为方针

树立组织的良好形象不是一朝一夕，一时一事就能做到的，需要从长远着想，经过平时不懈努力，日积月累才能实现。同时，即使组织有了良好的形象，也要不断努力加以维护和发展。

三、公共关系的职能

公共关系以塑造社会组织的良好形象为工作目标，围绕这一目标而开展的具体活动和工作便形成了它的职能范围。公共关系的职能也就是公共关系机构或从业人员的职责与作用。公共关系的主要职能有五个：

（一）传播组织形象

公共关系工作是信息收集和传播科学的具体运用，是一种传播与收集的艺术。这种传播其主要目的是将良好的组织形象输送给公众，传播的主要手段是新闻媒介，传播的主要内容是增加组织的知名度和美誉度。

公共关系在传播组织形象方面的工作步骤是通过科学的公共关系调查活动，结合组织情况，进行规划设计，制定整体战略，指导协调组织整体公共关系活动。运用多种传播媒介与手段，有效地传播组织的外在形象和体现组织的内在精神，使公众产生深刻、鲜明而持久的印象，最终完成塑造良好形象的任务，以保证组织事业的成功。

（二）协调组织环境

公共关系的职能之一就是为组织发展创造一个良好的社会环境、舆论环境。这一职能表现在长期开展公共关系工作的基础上，要做好两方面的工作。

1. 通过监测社会环境，及时准确地掌握社会各界公众的意见和反映，密切注意公众的心理变化，了解社会舆论的动向，积