

现代妇女 公共关系

主 编 孙殿义
副主编 侯亚非 罗慧兰



中国女性丛书

中国
人民大学
出版社



现代妇女 公共关系

主 编 孙殿义
副主编 侯亚非 罗慧兰

● 中国女性丛书

中国人民大学出版社

(京)新登字 156 号

中国女性丛书

现代妇女公共关系

主 编 孙殿义

副主编 侯亚非 罗慧兰

出版者:中国人民大学出版社

发行者:中国人民大学出版社

(北京海淀路 39 号 邮码 100872)

印刷者:北京市南南资源技术开发公司排版

北京市丰台区丰华印刷厂印刷

经销者:新华书店总店北京发行所

开 本:850×1168 毫米 32 开

字 数:189 000

印 张:8.125 插页 3

版 次:1993 年 8 月第 1 版

印 次:1993 年 8 月第 1 次印刷

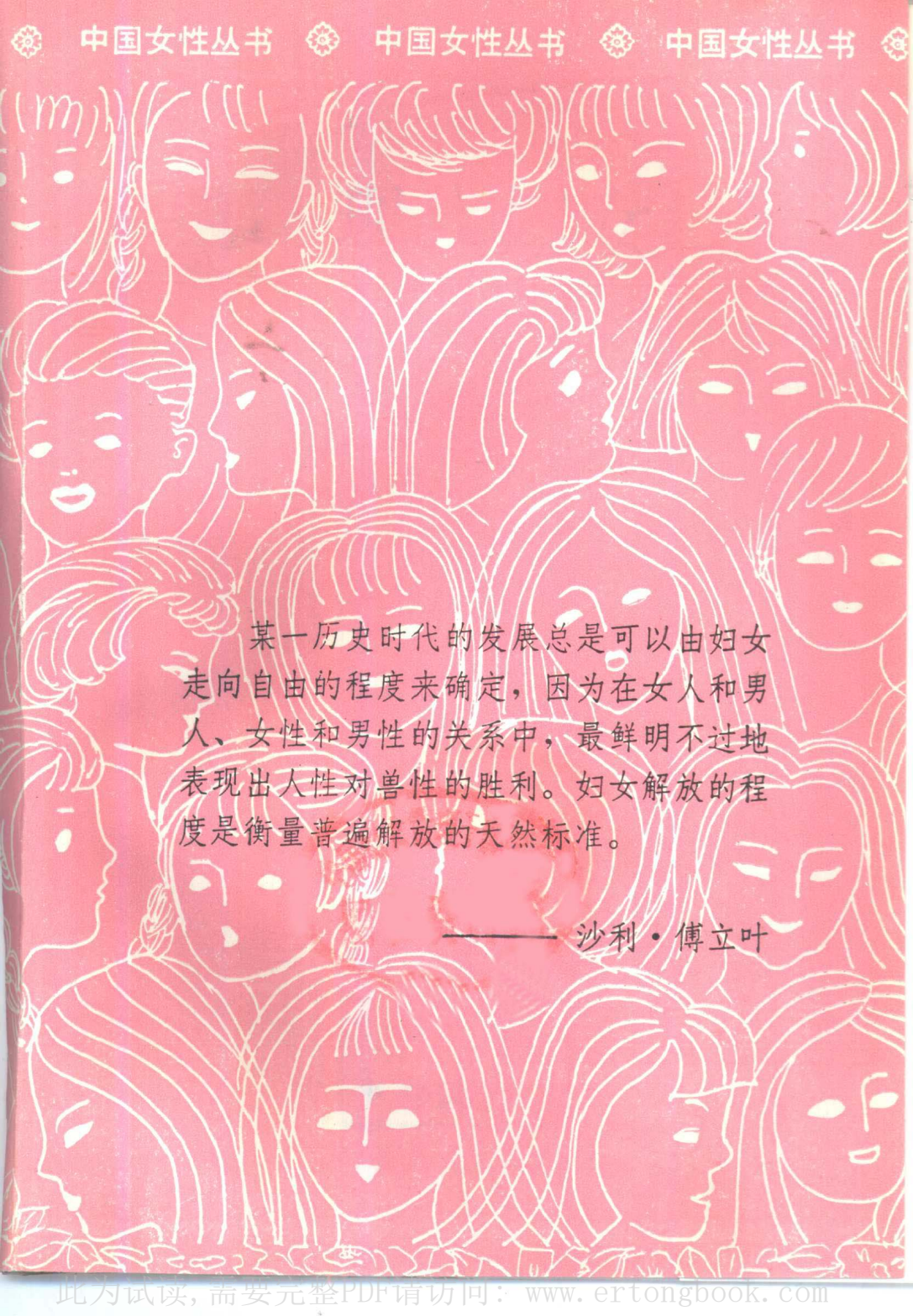
册 数:1- 3000

书 号:ISBN7-300-01698-7/C·10P

定 价:5.70元

每个了解一点历史的人也都知道，没有妇女的酵素就不可能有伟大的社会变革。社会的进步可以用女性（丑的也包括在内）的社会地位来精确地衡量。

—— 卡尔·马克思



某一历史时代的发展总是可以由妇女走向自由的程度来确定，因为在女人和男人、女性和男性的关系中，最鲜明不过地表现出人性对兽性的胜利。妇女解放的程度是衡量普遍解放的天然标准。

—— 沙利·傅立叶

《中国女性丛书》

主 编 关 涛

李淮春

副主编 李静之

张心绪

本书编著人员：（按姓氏笔划为序）

安先武 孙殿义 罗惠兰

周 晓 张 焕 郝正立

侯亚非 段为民 程曼丽

目 录

第一章 公共关系和公共关系的历史沿革	(1)
第一节 公共关系的定义、特征、意义和方法.....	(1)
一、公共关系的定义	(1)
二、公共关系的特征	(4)
三、学习公共关系学的意义和方法	(6)
第二节 公共关系的由来和发展.....	(9)
一、公共关系的起源和演变	(9)
二、西方公共关系兴起和发展的条件.....	(12)
三、现代公共关系发展的趋势.....	(14)
四、公共关系在中国的传播和发展.....	(15)
五、中国公共关系的特点和展望.....	(18)
第二章 公共关系学原理和妇女公共关系	(23)
第一节 公共关系学的一般原理	(23)
一、公共关系的构成要素.....	(23)
二、公共关系的职能.....	(27)
三、公共关系意识.....	(29)
第二节 一般公共关系和妇女公共关系	(33)

一、妇女公共关系的界说及其特点·····	(33)
二、我国妇女公共关系现状·····	(35)
三、在我国发展妇女公共关系的重要性·····	(41)
第三章 妇女公共关系的主体 ·····	(43)
第一节 妇女社会组织类型和特性 ·····	(43)
一、妇女社会组织的类型·····	(43)
二、妇女社会组织的特性·····	(46)
第二节 妇女社会组织的环境与形象 ·····	(48)
一、妇女社会组织的环境·····	(48)
二、妇女社会组织的形象·····	(51)
第三节 妇女组织的公共关系机构和人员 ·····	(54)
一、妇女组织的公共关系机构·····	(54)
二、妇女组织的公共关系人员·····	(57)
第四章 妇女公共关系的客体 ·····	(61)
第一节 妇女组织公众的含义和特点 ·····	(61)
一、妇女组织公众的含义·····	(61)
二、妇女组织公众的特点·····	(62)
第二节 妇女组织公众的构成和分类 ·····	(65)
一、妇女组织公众的构成·····	(65)
二、妇女组织公众的分类·····	(66)
第三节 妇女组织公众关系的几个问题 ·····	(72)
一、妇女组织公众在妇女公共关系中的地位·····	(72)
二、处理妇女公众关系的几个原则·····	(73)
三、几种常见的妇女组织公众关系·····	(74)
第五章 妇女公共关系的桥梁 ·····	(80)

第一节 传播的过程和方式	(80)
一、传播的过程	(80)
二、传播的方式	(83)
第二节 妇女组织的传播符号和效果	(87)
一、传播符号	(87)
二、传播媒介	(90)
三、传播效果	(91)
第三节 妇女组织公共关系传播的原则和障碍	(94)
一、妇女组织公共关系传播的原则	(94)
二、妇女组织公共关系传播的障碍	(99)
 第六章 妇女公共关系的工作程序和活动策划	 (104)
第一节 妇女公共关系的工作程序	(104)
一、公共关系调查	(104)
二、公共关系计划与实施	(108)
三、公共关系效果评估	(113)
第二节 妇女组织的公共关系策划	(114)
一、公共关系策划的含义、要素和重要性	(115)
二、公共关系策划的原则	(116)
三、公共关系策划的技法	(119)
四、妇女组织公共关系策划的重点	(124)
 第七章 妇女组织和人际关系	 (126)
第一节 人际关系和人际关系学	(127)
一、人际关系的含义和特点	(127)
二、人际关系学说的由来和发展	(129)
第二节 人际关系内容分析	(134)
一、人际关系的构成	(134)

二、人际关系的分类	(135)
三、人际关系的形态	(140)
四、人际关系的因素	(143)
第三节 人际关系的准则和人际交往的艺术	(148)
一、人际关系的准则	(148)
二、人际交往的艺术	(153)
第八章 妇女公共关系活动模式与实施技巧	(160)
第一节 妇女公共关系活动的模式	(160)
一、妇女公共关系活动实务	(160)
二、妇女公共关系实务的模式	(162)
第二节 妇女公共关系活动的实用技巧	(170)
一、组织实施公共关系专题活动的技巧	(170)
二、妇女公共关系的其它综合性活动	(175)
第九章 妇女公共关系实务中的语言技巧	(180)
第一节 口头语言传播的特点	(181)
一、口头语言的功能与特点	(181)
二、口头语言与书面表达的关系	(181)
三、语言传播的基本要求	(182)
第二节 语言传播的技巧	(183)
一、情感与态度	(183)
二、发挥体态语言的协同作用	(184)
三、空间距离的灵活运用	(186)
四、委婉与含蓄	(186)
五、幽默与风趣	(187)
六、避讳法	(188)
七、说服的艺术	(189)

第三节 语言技巧的应用	(190)
一、面对面交谈的技巧	(190)
二、会议中的语言技巧	(193)
三、演讲的语言技巧	(195)
第十章 妇女公共关系实务中的文字技巧	(198)
第一节 文字传播与公关写作	(198)
一、文字传播的特点	(198)
二、公关写作的一般规则	(200)
第二节 公关实用文体与文字传播的技巧	(202)
一、新闻稿	(202)
二、公共关系广告	(204)
三、宣传资料	(209)
四、内部报刊	(211)
五、公关常用文书	(215)
第十一章 妇女公关实务中的实像技巧	(218)
第一节 实像传播的形式与技巧	(218)
一、实像传播的形式	(218)
二、实像传播的技巧	(220)
三、实像传播的特点	(222)
第二节 实像传播技巧的应用	(224)
一、展览会	(225)
二、橱窗陈列	(227)
三、工作场所的布置	(228)
四、实用饰品的设计配套	(230)
第十二章 妇女公关实务中的社交礼仪	(232)

第一节 日常交往中的礼仪·····	(232)
一、介绍·····	(232)
二、握手·····	(235)
三、交谈·····	(237)
四、用餐·····	(239)
第二节 一些特殊场合的礼仪·····	(241)
一、戏院与剧场·····	(241)
二、参观展览·····	(242)
三、舞会·····	(242)
四、拜访·····	(243)
第三节 涉外交往中的礼仪·····	(244)
一、称呼与姓名·····	(244)
二、进入外国人的办公室或住所·····	(246)
三、服饰·····	(247)
四、参加宴请·····	(248)
第四节 妇女公关业务活动的组织与礼仪·····	(249)
一、会见与会谈·····	(249)
二、参观与游览·····	(250)
三、宴会·····	(251)
后记·····	(253)



第一章

公共关系和公共 关系的历史沿革

现代妇女公共关系是一般公共关系的一个分支，在探讨这门分支公共关系学科之前，必须把握公共关系的定义、特征，学习公共关系学的意义和方法，以及公共关系的历史等基本知识。

第一节 公共关系的定义、 特征、意义和方法

一、公共关系的定义

“公共关系”一词，是译自英文，英文缩写是 PR。公共关系也可以称“公众关系”，简称“公关”。公共关系是个含义复杂的概念。对于公共关系的定义，学术界有各种不同的注解。下面对国外学者的各种提法作一简要介绍：

（一）美国公共关系协会（PRSA）提出的四条定义：1. 公共关系是企业管理机构经过自我检讨与改进后，将其态度公诸社会，借以获得顾客、员工及社会的好感和了解这样一种

经常不断的工作。2. 首先,公共关系是—个人或一个组织为获取大众之信任与好感,借以迎合大众兴趣而调整其政策与服务方针的一种经常不断的工作。其次,公共关系是将此种已调整的政策与服务方针加以说明,以获得大众了解与欢迎的一种工作。3. 公共关系是一种技术,此种技术在于激发大众对于任何—个人或一个组织的了解而对之产生信任。4. 公共关系是工商管理机构用以测验大众态度,检查本企业的政策与服务方针是否得到大众的了解与欢迎的一种职能。

(二)1980年出版的《美利坚百科全书》认为:公共关系是关于建立一个组织同其既定公众之间相互了解的活动。

(三)1981年出版的《不列颠百科全书》认为:公共关系是旨在传递有关个人、公司、政府机构或其它组织的信息,并改善公众对于其态度的种种政策或行动。

(四)英国公共关系学会(BIPR)认为:公共关系的实施是一种积极的、有计划的以及持久的努力,以建立及维护一个机构与其公众之间的相互了解。

(五)国际公共关系协会(IPRA)认为: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,而获致共同利益。

(六)1978年8月在墨西哥召开的世界公共关系协会大会上通过的定义是:公共关系的实施是分析趋势、预测后果、向机构的领导人提供意见、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。

(七)美国贝逊企业管理学院公共关系学系主任康菲尔德(B. R. Canfield)认为:公共关系是一种管理哲学,在所有决策

和行动上,都以公众利益为前提。此项原则应贯穿在政策中,并应向大众阐明,以期获得他们的谅解与信任。

(八)美国著名学者卡特利普和森特(Scott M. Cutlip & Allen H. Center)认为:公共关系是这样一种管理功能,它确定、建立和维持一个组织与决定其成败的各类公众之间的互益关系。

(九)英国著名学者弗兰克·杰夫金斯(Frank Jefkpins)认为:公共关系就是一个组织为了达到与它的公众之间相互了解的特定目标,而有计划地采用的一切对内、对外传播方式的总和。

我国大陆和港台学者对公共关系定义的理解也是多种多样的。下面作一扼要介绍:

(一)港台学者的看法:1. 台湾的公共关系专家祝振华认为:五伦以外的人类关系,谓之公众关系。2. 台湾传播学者李茂政认为:公共关系是一项管理职能,它评估公众态度,企求个人或组织的政策和程序,与公众利益趋于一致,并且规划及执行有关争取公众了解和被公众接纳的行动方案。3. 台湾学者崔宝瑛认为:公共关系的内容,是讨论怎样把个人、企业或政府所决定的政策,利用报纸、电台、电视及其它各种传播媒介向大众报道,并且研究怎样把大众的意见与行动寻求出来,以供给个人、企业或政府在拟定或修正政策时参考。4. 香港学者王良认为:现代公共关系是一个各种有关政策与行为之计划性的方案,它能建立“公众信心”并增进“公众了解”。

(二)大陆学者的看法:1. 中国社会科学院新闻研究所公共关系课题组编著的《公共关系学概论》认为:所谓公共关系,就是一个企业或组织,为了增进内部及社会公众的信任与支持,为自身事业发展创造最佳的社会关系环境,在分析和处理自身面临的各種内部外部关系时,采取的一系列科学的政策

与行动。2. 中山大学王乐夫等著《公共关系学》认为：公共关系是一种内求团结完善、外求和谐发展的经营管理艺术。即一个社会组织在自身完善的基础上，运用各种信息沟通传播的手段，协调和改善自身的人事环境和舆论气氛，使本组织机构的各项政策、活动和产品符合于相关公众的需求，争取公众对自己的理解、信任、好感与合作，在双方互利中共同发展。3. 复旦大学居延安著的《公共关系学导论》认为：公共关系是一个社会组织用传播的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。4. 熊源伟主编的《公共关系学》认为：公共关系是社会组织为了塑造组织形象，通过传播、沟通手段来影响公众的科学与艺术。

综观各种关于公共关系的定义，一般都回答组织与公众的关系，以及活动目的和手段等基本要点。我们认为：公共关系是指某一社会组织通过各种传播活动，在组织与社会公众之间建立的相互了解和信赖的关系，以促进组织本身目标的实现。

二、公共关系的特征

公共关系是现代社会经济活动空前复杂，信息传播高度发达，竞争异常激烈下的产物，是现代组织管理中的重要一环。公共关系的特征有五个：

（一）公共关系特指一定的组织机构和与它相关的社会公众之间的关系。公共关系是一种公众关系。公共关系是以一定的组织机构为主体，与相关的社会公众之间形成的社会信息沟通网络。公共关系活动就是由“组织”、“公众”、“传播”三个基本要素构成的。公共关系实质上是一种社会关系，不是个人与个人直接的私人关系。社会关系是指人们在社会活动过程中所结成的相互关系。它包括生产关系、政治关系、

法律关系、宗教关系以及人们在交往过程中形成的各种人际关系。

公共关系同人际关系是密不可分的。公共关系不等同于人际关系。二者是有区别的：

1. 人际关系以个人为支点，研究个人与个人之间的线性关系，是为个体服务的；公共关系则以社会组织为支点，主要研究社会组织机构与公众对象之间的网状关系，是为社会组织服务的。

2. 处理人际关系可以用合作、调适、竞争、对抗等多种方法；而处理公共关系则主要采用信息传播的方法。

3. 自有人类以来就有人际关系，人们就在自觉或不自觉地处理人际关系；而公共关系只是随着现代商品经济、民主政治和信息文化的发展才产生和发展起来的。

4. 人际关系虽然历史悠久，涉及面广，但没有专门处理人际关系的职业；而公共关系则表现了职业化的特点，它是一种管理职能，要求设置专业机构和配备专职人员。

（二）公共关系的基本目标是努力建立本组织机构在社会公众中的信誉和良好形象。这种形象的集中表现是知名度和美誉度。现代公共关系活动是以追求良好的公共关系状态为目标，以赢得各界公众对自己的了解、信任、好感与合作，从而促进事业的成功。

（三）公共关系的基本原则是真诚合作、平等互利。公共关系是以一定的利益关系为基础的，必须坚持平等相待、互利互惠的原则。真诚是公共关系的起点，平等是公共关系的保证，互利是公共关系的本质。

（四）公共关系的基本方针是着眼于长远打算，着手于平时努力，以追求组织机构自身效益和社会整体效益的统一。为了组织的生存和发展，为了社会整体的长远的利益，必须舍得