

GONGGONG  
GUANXIXUEDAOLUN

居延安·著



公共关系学导论



上海人民出版社

C912  
3  
1

# 公共关系学导论

居延安著

U36292



女子学院 0044308

上海人民出版社

责任编辑 屠玮涓  
封面装帧 杨德鸿

公共关系学导论

居延安著

上海人民出版社出版

(上海绍兴路54号)

新华书店上海发行所发行 祝桥新华印刷厂印刷

开本 787×1092 1/32 印张 9.25 插页 4 字数 173,000

1987年4月第1版 1987年4月第1次印刷

印数 1—35,000

书号 17074·31 定价 1.80元

# 目 录

<b>第一章 作为一门学科的公共关系学</b> .....	1
第一节 什么是公共关系学 .....	2
第二节 研究公共关系学的现实意义 .....	13
第三节 建立和发展我国的公共关系学 .....	20
本章提要 .....	22
思考题 .....	23
<b>第二章 公共关系的由来和发展</b> .....	24
第一节 古代时期 .....	25
第二节 巴纳姆时期 .....	27
第三节 李时期 .....	29
第四节 伯尼斯时期 .....	31
第五节 现代时期 .....	32
本章提要 .....	34
思考题 .....	34
<b>第三章 社会关系、个性关系和公共关系</b> .....	36
第一节 关系的一般属性 .....	36
第二节 社会关系 .....	40

第三节	个性关系	42
第四节	关系实现的机制	43
第五节	公共关系	46
本章提要		59
思考题		60
<b>第四章</b>	<b>公共关系的构成要素</b>	61
第一节	社会组织——公共关系的主体	61
第二节	公众——公共关系的客体	70
第三节	传播——公共关系的过程	78
本章提要		89
思考题		90
<b>第五章</b>	<b>公共关系的基本原则</b>	91
第一节	公共关系以事实为基础	91
第二节	公共关系以公众研究为根据	99
第三节	公共关系以公众利益为出发点	102
第四节	公共关系以科学为指导	107
本章提要		111
思考题		111
<b>第六章</b>	<b>公共关系的—般过程</b>	113
第一节	调查研究	114
第二节	制订计划	124
第三节	策动传播	129
第四节	评价结果	139
本章提要		142
思考题		142

<b>第七章 三种常见的公共关系</b> .....	144
第一节 媒介关系 .....	144
第二节 职工关系 .....	151
第三节 消费者关系 .....	162
本章提要 .....	168
思考题 .....	169
<b>第八章 公共关系技术举要</b> .....	170
第一节 怎样准备宣传资料 .....	170
第二节 怎样编写年报 .....	184
第三节 怎样写新闻公报 .....	189
本章提要 .....	199
思考题 .....	200
<b>第九章 公共关系的机构设置</b> .....	201
第一节 公共关系咨询公司 .....	202
第二节 组织的公共关系部 .....	208
本章提要 .....	213
思考题 .....	214
<b>第十章 公共关系从业人员的培养</b> .....	215
第一节 人员培养的迫切性和可能性 .....	215
第二节 培养方式 .....	217
第三节 对公共关系人员的职业要求 .....	218
本章提要 .....	223
思考题 .....	223
<b>第十一章 公共关系个案讨论(一)</b> .....	224
第一节 政府公共关系: 上海市政府新闻处 .....	224

第二节	企业公共关系：上海自来水公司·····	229
第三节	企业公共关系：新安善印打字社·····	233
第四节	宾馆公共关系：上海锦江饭店·····	238
第五节	协会公共关系：上海市公共关系协会·····	244
<b>第十二章</b>	<b>公共关系个案讨论(二)</b> ·····	250
第一节	“一篇小报道取得大效果”·····	250
第二节	“消除误解，赢得声誉”·····	256
第三节	“严肃的批评是对企业的拯救”·····	261
第四节	“宣传片面有损组织形象”·····	272
<b>附录一</b>	<b>公共关系学的教育和课程设置</b> ·····	276
<b>附录二</b>	<b>美国公共关系协会公共关系职业准则</b> ·····	280
<b>附录三</b>	<b>公共关系学常用概念和术语解释</b> ·····	283
<b>后 记</b>	·····	289

## 第 一 章

# 作为一门学科的公共关系学

公共关系是一个组织运用传播的手段使自己适应环境并使环境适应自己的一种活动或职能。它要解决的不是所有关系，而仅仅是一种协调关系；它不是管理职能的全部，而仅仅是它的一部分。

公共关系的英文为“Public Relations”。“Public”（“公共”或“公众”）与“Private”（私人）相对应，因此公共关系搞的不是私人关系，相反，它有自己的职业道德水准，也正因为如此，它才在国际上确立了自己的地位。

公共关系学产生于西方工业发达国家，它被介绍到我国仅仅是这几年的事。即便在西方工业发达国家，公共关系学也是一门非常年轻的学科，自它诞生至今还不到半个世纪。与一般学科的产生、发展的规律一样，公共关系学也是产生于公共关系实践之后。就是说，先有公共关系的实践，然后才有公共关系学。我国的情况也是这样，尽管许多人还不太了解公共关系学，甚至从未听说过公共关系这个



名词，但实际上可能早已在从事不带公共关系标签的公共关系活动了。特别是在对外开放、对内搞活的基本国策实施以来，客观上已经向各种社会组织提出了进行公共关系活动的迫切需要，而且许多组织已经适应了这种需要，开始在一定的范围内，用一定的方法开展公共关系活动了。但人们尚未形成自觉的公共关系意识，仍然不能运用公共关系学的理论来指导自己的公共关系实践。这就需要我们较为系统地来介绍这门年轻的学科，为正在或即将从事公共关系工作的人提供一些必要的概念、范畴、理论体系和方法。

公共关系学还是一门新的学科，体系还很不完善，需要我们去发展。社会主义公共关系的性质、过程和任务还有待我们去研究。但不管怎样，公共关系这个领域已经向我们展现了丰富的内容，迅速地进入这个领域已经成为我们的许多组织的当务之急。

## 第一节 什么是公共关系学

### 一、公共关系学的研究对象

公共关系学的研究对象是社会组织的公共关系。因此，了解了什么是社会组织的公共关系，公共关系学的对象问题也就解决了。

#### 1. 公共关系的定义

什么是公共关系？对这有多种解释，我们先来介绍国

外的一些经典性定义。

《韦伯斯特二十世纪新辞典》一九七六年第二版是这样给公共关系下定义的：“公共关系：通过宣传与一般公众建立的关系；公司、组织或军事机构等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。”<sup>①</sup> 这一定义留下了早期公共关系活动的痕迹。首先，它强调单向的信息发布：组织向公众报告情况，而没有提到将公众的要求、愿望、情绪及其他有关信息反馈给组织。其次，它认为公共关系的目的仅仅是为组织“建立有利的公众舆论”，就是说公共关系完全是为组织的利益服务的。

美国的公共关系业务通讯刊物《公共关系通讯》的公共关系定义是：“公共关系是评价公众态度、为个人或组织的政策和工作程序与公众利益建立认同关系、制订和执行行动计划以求公众理解和接受的管理职能。”<sup>②</sup> 这个定义肯定了“认同”公众利益的必要，并且明确指出公共关系是社会组织的管理职能，但它没有点明社会组织与公众的信息交流关系。

英国公共关系学会曾把公共关系定义为“在组织和它

---

① Webster's New Twentieth Century Dictionary, unabridged, 2nd ed. Will-Collins & World Publishing Co., Inc., 1976, p1456.

② Scott M. Cutlip & Allen H. Center: Effective Public Relations, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, 1982, p5.

的公众之间建立和维持相互了解的、有目的、有计划的持续过程”。<sup>①</sup>这个定义有两个特点，一是强调了社会组织与公众之间的双向沟通，二是指出了公共关系活动的目的性、计划性和持续性。

美国公共关系学研究权威柯特利普 (Scott M. Cutlip) 和森特 (Allen H. Center) 认为：“公共关系是以相互满意的双向传播为基础，以好名声和负责任的行为影响舆论的有计划的努力。”<sup>②</sup>这里，柯特利普和森特强调了组织的信誉和公共关系工作的职业道德。

国际公共关系协会也曾经给公共关系下过定义：“公共关系是分析趋势、预测趋势，为组织领导提供决策咨询，执行既有利于组织又有利于公众的行动计划的艺术和科学。”<sup>③</sup>这个定义把公共关系的精髓都点出来了，它明确指出公共关系工作必须“既有利于组织又有利于公众”，是一种有一定职业道德水准的工作。此外，该定义还指出公共关系既是一种“艺术”——即实践性、应用性很强的工作，又是一门“科学”——它必须以现代科学理论为指导。这个定义的不足之处在于，它没有点明公共关系是一种信息交流活动，这是公共关系区别于其他功能性工作的一个重要

---

① James E. Grunig & Todd Hunt: *Managing Public Relations*, Holt, Rinehart and Winston, 1984, p7.

② James E. Grunig & Todd Hunt: *Managing Public Relations*, Holt, Rinehart and Winston, 1984, p7.

③ 同上书,第7—8页。

标志。

现在我们再来看看《大英百科全书》的定义：“公共关系是旨在传递关于个人、公司、政府机构或者其他组织的信息，以改善公众对他们的态度的政策和活动。公共关系部或公共关系公司的主要任务是发布新闻；安排记者招待会；回答公众的投书；规划对社区活动的参与；准备电影、宣传资料、雇员刊物、给股东的报告以及标准信件；规划广告项目；规划展览会和参观访问；调查公众舆论。”<sup>①</sup>看来，这个定义是最为具体的了，它明言公共关系工作是一种信息工作。此外它还列举了公共关系人员日常从事的工作，使人们对公共关系工作的性质有个具体的印象。然而，该定义的缺陷在于太琐细了，它的后半部分事实上是对前半部分（真正的定义部分）的注释。

在美国公共关系研究和教育基金会的赞助下，哈洛博士(Dr Rex F. Harlow)曾在一九七六年翻阅了大量的书报杂志，采访了八十三名公共关系领导人，征求他们对公共关系定义的意见，总共收集了四百七十二个定义。经过他的分析归纳，得出了这样一个定义：“公共关系是帮助在一个组织和它的公众之间建立和维持传播、接受和合作关系的一种管理功能；涉及到各种问题的处理；使管理部门了解公众舆论并作出反应；明确和强调管理部门服务于公众利益的责任；帮助管理部门掌握变化情况并有效地运用这些变

U36292

① 参阅《大英百科全书》。

化,使之成为帮助预测趋势的早期警报系统;运用研究成果和良好的、符合职业道德水准的传播技术作为自己的主要工具。”<sup>①</sup>作为定义,哈洛博士犯了冗长的大忌,但由于他是从四百七十二个定义中提取出来的,因此具有一定的代表性。人们可以从这个定义中看出西方工业发达国家的公共关系工作到底涉及到哪些内容。如果我们把哈洛定义浓缩一下,那么可以这样来表述:公共关系即为一个组织和它的公众之间的传播管理系统。

至此,我们介绍、分析、比较了七个国外经典性的公共关系定义。这些定义尽管各有长处和短处,各有强调的侧面,但仍然给我们描绘了公共关系的轮廓。任何事物都是由若干个侧面或层次构成的,由于人们观察的角度或地位不同,因此常会产生一种事物多种定义的现象。

我们现在需要的是一个言简意赅的定义,一个既能体现公共关系的本质特征、又通俗易懂的定义。鉴于此,我们可以这样来给公共关系下定义: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。我们的定义点出了公共关系的三个本质特征:公共关系是一种“公众”关系;公共关系是一种传播活动;公共关系是一种管理职能。

## 2. 研究对象的具体化

---

① James E. Grunig & Todd Hunt: *Managing Public Relations* Holt, Rinehart and Winston, 1984, p7.

确定公共关系的三个本质特征，可以使公共关系学的研究对象具体化。这就是说，公共关系学主要是研究各种具体的“公众”关系(如媒介关系、消费者关系、内部公众关系、政府关系等)；研究社会组织与公众之间的信息传播规律；研究公共关系作为社会组织的管理职能的种种规律。

作为一个整体的公共关系学必须包括对所有公共关系现象和规律的探讨。但作为一个公共关系学研究人员，他不可能顾及公共关系的所有方面或层次，而只能对具体对象加以研究，如有些研究人员可以把眼光放在组织与公众的传播上；有些研究人员可以着重研究某一种“公众”关系；有些研究人员可以把公共关系作为组织的管理职能来研究。

这样做并不是把公共关系学的研究对象肢解了，并不是不要考察各个具体研究对象之间的交互作用。事实上，任何把某一公共关系领域作为自己主攻方向的研究人员，都必须认真考察该领域与其分支领域的互动关系，必须悉心研究该具体对象与其他具体对象之间的关系。只有这样，他才能在自己的研究领域做出成绩。

## 二、公共关系学的研究范围

与许多其他学科一样，公共关系学也是由历史、理论和应用三大部分组成。这就是我们所说的公共关系学的研究范围。

公共关系学的学科史并不长，但公共关系的实践可以追溯到很久以前。对公共关系究竟什么时候出现的问题，尚有不同的看法。国外有些学者认为，公共关系的源头

在远古时代就出现了，因为那时已经出现了构成公共关系的基本要素：社会组织、公众和信息流通。但这些都处于某种原始状态，与现代社会组织从事的公共关系活动相距太远了，因此对今人来说没有什么实际价值。也有人认为，公共关系可以从古希腊、古罗马的文明中找到自己的影子，因为在那时的社会生活中存在着大量的劝说活动，而亚里士多德的《修辞学》堪称最早的公共关系理论书。这不免也有些牵强，因为现代社会的公共关系活动有着自己独特的模式，是由于现代经济生活、政治生活和其他社会生活的需要而产生的。人们普遍接受的一个观点是，公共关系的“前身”是十九世纪三十年代开始在美国风行起来的各种组织的报刊宣传活动。这些问题都是公共关系的历史源流问题。

对公共关系的从业人员来说，仅仅知道公共关系的历史是不够的，更重要的是从历史的变迁中了解公共关系发生、发展的演变过程，了解公共关系是如何随着社会的进步、环境的变化而改变自己的工作内容、工作重心和工作策略，了解哪些做法应予坚持、哪些做法应予修改、哪些做法应予摒弃。

分析研究表明，从大的方面看，公共关系的实践和理论已经发生了许多带有根本性的变化。变化之一，就是单向的宣传、灌输模式已逐渐为双向沟通模式所取代；其二，光凭经验、直觉的做法已逐渐让位于现代科学理论的指导；其三，公共关系从业人员的职业道德水准已有了很大的提高；

其四，公共关系和公共关系学已开始在世界范围内进行传播，它们的价值正在为越来越多的理论和实际工作者所认识。总之，认识公共关系的这些历史变化对我们是有启发借鉴作用的。

公共关系学的理论和应用是密不可分的，理论指导应用，应用实践又不断地为理论研究提供新的材料，提出新的课题。现代公共关系与其“前身”报刊宣传活动的一个重要区别是，前者是由成熟的社会科学理论来指导的，而后者只涉及到一些“技巧”。刚刚涉足公共关系领域的人应该首先树立起这样一个观念，那就是公共关系并不是一种万金油式的工作，什么人都可以来做和做得好的，而是一种专门的职业，它要求从业人员不仅应该具备职业所需要的各种素质和技能，而且必须掌握工作所要求的各种科学理论，懂得运用这些理论来指导自己的工作实践。

公共关系学研究的理论可分基础理论和核心理论两大类。基础理论涉及社会学、心理学、社会心理学、传播学、新闻学、管理学、舆论学、广告学等基础和应用性社会科学、人文科学。这些学科的许多理论不是公共关系学理论“本身”，但是公共关系学必须加以研究，公共关系的从业人员必须予以掌握。比如，由于公共关系的主体是各种社会组织，客体是各类公众，因此社会学中关于社会组织、关于公众的理论不仅对公共关系有极大的参考价值和借鉴作用，而且成为必不可少的了。由于公共关系的效果最终要落实到公众中每个活生生的人的身上，因此心理学的介入就不可避免



了,不借助心理学的概念、范畴和理论,人们就很难理解人的态度和行为的改变。社会心理学把学科的重心落在社会这个宏观系统与个人这个微观系统的交叉面上,即一方面研究人的社会行为的心理机制,另一方面又要考察人的心理过程的社会机制。当我们研究社会组织与公众的关系、公众群体与行为个体的关系时,就必须借助社会心理学的观察问题的视野。传播学中关于信息的理论、关于意义的理论、关于传播者和受传者的理论、关于传播过程和传播效果的理论、关于大众传播的理论、关于组织传播的理论、关于个人间沟通的理论、关于国际传播和跨文化传播的理论等等,对公共关系学的研究有着直接的指导意义。由于新闻媒介是公共关系必须处理的最重要的外部“公众”,因此新闻学的理论就成了公共关系学必须吮吸的乳汁。既然公共关系是社会组织的一种管理职能,那么科学管理的理论对公共关系学的重要性就是不言而喻的了。公共关系的机构设置、公共关系人员在管理系统中的报告关系、公共关系对组织决策的影响等问题都是公共关系学研究人员所关心的。从一定意义上说,公共关系学研究的是社会组织引导公众舆论的学问,因此对舆论学的理论是不可忽视的,舆论的产生、强化和弱化、舆论对社会行为的影响、舆论的控制、舆论调查的科学程序等问题常常在公共关系学研究的“预算单”上占有首要的地位。由于广告宣传常常是一个组织的公共关系总体规划的一个组成部分,因此广告学也应该是公共关系研究和从业人员的必修课,广告学的理论对一