

PR

現代公共關係學

主編 胡稅根

副主編 孔偉成

童惠敏

奕德泉

杭州大學出版社



现代公共关系学

主 编 胡税根
副主编 孔伟成 童惠敏
奕德泉

杭州大学出版社

现代公共关系学

胡税根 主编

*

杭州大学出版社出版

(杭州天目山路 34 号)

*

浙江省新华书店经销 杭州文教印刷厂印刷

850×1168 毫米 1/32 13.625 印张 365 千字

1991 年 2 月第 1 版 1991 年 2 月第 1 次印刷

印数: 0—7000 册

书号: ISBN 7-81035-074-9/G·032

定 价: 5.80 元

序 言

当读完了这本《现代公共关系学》书稿之后，我相信，这本书的出版一定会受到广大读者的欢迎。尤其对从事公共关系研究、教学和实际工作的同志来说，这是一本很有价值的参考书。

凡有人们集体劳动、工作和生活的地方，都面临着一个管理问题，而公共关系也必然包含在其中。然而在我国传统的管理科学中，却往往忽视了这个重要的问题。随着国家的改革开放、商品经济的繁荣、科学技术的进步、社会大生产的发展，使得本来隐含在管理之中的公共关系问题逐渐突出起来，引起人们的重视。从而，引进被西方社会当作一种先进经营管理方法和艺术的公共关系学就成为必然了。近年来，公共关系被众多的企业和社会集团所运用，并取得显著的效果。由于现代公共关系学是一门新兴边缘学科，它对大多数人来说，还是相当陌生的，这本书的出版，将为从事和渴望学习公共关系的人们提供一部有用的读物。

作者在收集了大量资料、文献，作了较深入的研究和综合之后，从理论与实务两个方面，系统地、全面地、详尽地对公共关系学的研究对象和公共关系的性质特征、发展历史、工作原理、变化规律以及实务操作等作了论述和探讨，全书内容丰富、深入浅出、充满哲理、文笔清晰，融知识性与可读性为一体。这本《现代公共关系学》的出版，无论对于普及公共关系学的知识，还是对管理科学的研究、教学和应用都具有重要的理论意义和实用价值。

周行权

1990年12月

目 录

上 篇 公共关系理论

第 一 章	绪 论	(1)
第一节	现代公共关系学的研究对象.....	(1)
第二节	现代公共关系学的性质和特点.....	(9)
第三节	研究现代公共关系学的方法和意义.....	(15)
第 二 章	公共关系的本质	(22)
第一节	公共关系的本质.....	(22)
第二节	公共关系的核心范畴.....	(29)
第三节	公共关系的多维界定.....	(33)
第 三 章	公共关系的起源和发展	(38)
第一节	古代公共关系的萌芽.....	(38)
第二节	公共关系的兴起.....	(44)
第三节	现代公共关系的发展.....	(54)
第 四 章	公共关系的职能	(65)
第一节	搜集信息.....	(65)
第二节	协调关系.....	(68)
第三节	传播沟通.....	(73)
第四节	塑造形象.....	(76)
第五节	增进效益.....	(81)
第 五 章	公众对象	(86)

第一节	公众的涵义和分类方法	(86)
第二节	公众心理	(94)
第三节	公众舆论	(100)
第 六 章	公众关系	(105)
第一节	职工关系	(105)
第二节	股东关系	(108)
第三节	顾客关系	(110)
第四节	供应商关系	(112)
第五节	社区关系	(114)
第六节	媒介关系	(116)
第七节	教育科研关系	(120)
第八节	金融关系	(123)
第九节	政府关系	(125)
第 七 章	公共关系的工作程序	(128)
第一节	公共关系的调查分析	(128)
第二节	制订公共关系计划	(135)
第三节	公共关系计划的实施	(138)
第四节	公共关系工作效果的评估	(143)
第 八 章	公共关系传播	(145)
第一节	公共关系传播的作用	(145)
第二节	公共关系传播的过程	(148)
第三节	公共关系传播的原则	(155)
第 九 章	公共关系人员	(159)
第一节	公共关系人员的素质	(159)
第二节	公共关系人员的培养	(166)
第三节	公共关系人员的职业道德规范	(169)
第 十 章	公共关系组织	(172)
第一节	公共关系部	(172)

第二节	公共关系公司	(179)
第十一章	部门公共关系	(186)
第一节	政府公共关系	(186)
第二节	企业公共关系	(191)
第三节	国际公共关系	(192)
第四节	其他社会组织的公共关系	(196)

下 篇 公共关系实务

第十二章	公共关系调查	(199)
第一节	公共关系调查的职能和作用	(199)
第二节	公共关系调查的内容	(202)
第三节	公共关系调查的一般程序	(204)
第四节	公共关系调查的方法	(212)
第十三章	公共关系广告	(216)
第一节	公共关系广告的涵义	(216)
第二节	公共关系广告的基本原则	(222)
第三节	公共关系广告的一般程序	(226)
第四节	公共关系广告的设计制作	(231)
第十四章	公共关系专题活动	(237)
第一节	专题活动概述	(237)
第二节	开幕典礼	(240)
第三节	开放参观	(242)
第四节	展览会	(246)
第五节	新闻发布会	(253)
第六节	赞助	(264)
第十五章	公共关系中的组织自办媒介	(266)
第一节	印刷媒介	(266)
第二节	电子媒介	(284)

第十六章	公共关系中的谈判技巧 ·····	(295)
第一节	谈判和谈判的原则·····	(295)
第二节	谈判的类型和方法·····	(298)
第三节	谈判的一般程序·····	(308)
第四节	谈判的技巧·····	(312)
第十七章	公共关系中的交际技术 ·····	(322)
第一节	交际的基本常识·····	(322)
第二节	言谈技巧·····	(327)
第三节	演讲技巧·····	(332)
第四节	论辩技巧·····	(340)
第十八章	公共关系中的法律规范 ·····	(347)
第一节	公共关系法律制度·····	(347)
第二节	企业外部关系的法律指导·····	(352)
第三节	企业内部关系的法律调整·····	(367)
第四节	涉外经济活动中的法律问题·····	(372)
第十九章	公共关系中的文书 ·····	(377)
第一节	公文·····	(377)
第二节	新闻稿·····	(382)
第三节	公关简报·····	(386)
第四节	调查报告·····	(387)
第五节	组织刊物·····	(391)
第二十章	公共关系中的礼节与礼仪 ·····	(395)
第一节	日常的基本礼节与礼仪·····	(395)
第二节	中外民间节日·····	(411)
第三节	国外礼俗·····	(418)

第一章 绪 论

现代公共关系学是一门研究公共关系及其发展变化规律的新兴边缘学科。它在本世纪初诞生于美国。此后，随着社会政治、经济、文化的发展以及科学技术的进步，公共关系在政治生活和经济生活等领域日益发挥重要作用，作为公共关系的理论化的公共关系学也随之受到世界各国政界、工商界和其他社会组织的广泛重视。然而，公共关系作为西方社会的一种先进经营管理方法和艺术被引进我国，则是在80年代后短短几年中。几年来，这门学科虽有一定发展，但对大多数人来说依然相当陌生。为了便于大家了解、学习和研究公共关系学，本章着重论述现代公共关系学的研究对象、现代公共关系学的特点和性质、研究现代公共关系学的方法和意义等三方面内容。

第一节 现代公共关系学的研究对象

任何一门学科，都有自己特定的研究对象。现代公共关系学是研究公共关系及其发展变化规律的一门学科。因此，要学习和研究现代公共关系学，必须首先了解公共关系的涵义。

一、公共关系的涵义

公共关系一词，是由英文“Public Relations”翻译而来的，简称“公关”或“PR”。在英文中，Public 具有不同词性的两种含义。它既可用作形容词“公共的”，又可用作名词“公众”。因此，公共关系亦可称为“公众关系”。由于公共关系一

词已经广泛流传而被人们所接受，因而也就成了约定俗成的概念。

公共关系这个词，若从不同的角度去理解，就有着不同的涵义。

公共关系首先是一种状态。因为在社会生活中，一个组织无论是否意识到公共关系，是否从事公共关系活动，它总是与其他组织和个人存在着广泛的联系，因此，任何社会组织都存在于良好的、平衡的或紧张的公共关系状态之中。这是不以人们的意志为转移的客观存在的现象。当社会组织没有明确意识到这种状态存在，没有自觉地为改善公共关系而展开活动时，它们所形成的是自发的公共关系状态。相反，社会组织意识到这种状态的存在，并自觉地进行改善公共关系状态的活动，其所形成的则是自觉的公共关系状态。其次，公共关系又是一种活动。当一个社会组织意识到公共关系状态的存在，并认识到这种状态对组织存在和发展的重要性时，就会采取措施，有目的地进行改善公共关系状态的活动。在改善公共关系状态的活动中，那些社会组织成员人人都能做到的公共关系活动称为日常性的公共关系活动，而那些需要完整的计划和专门性的技术才能进行的公共关系活动称为专门性的公共关系活动。可见，公共关系学作为专门从事公共关系研究的学科，是研究社会组织如何通过有效的公共关系活动去改善自己的公共关系状态，从而达到顺利发展的目的的科学。

目前，国内外学术界对公共关系尚无统一的认识，对公共关系的定义也有着各种各样的表述。我们先来介绍一些国外公共关系学专家和学者提出的各自不同的定义。这些定义大致可以分为以下几种类型。

第一，侧重于将公共关系作为一种管理职能。

国际公共关系协会提出的定义为：“公共关系是一项经营管理的功能，它具有连续性与计划性，通过公共关系，公私机构与

组织试图赢得与其有关的人们的理解、同情与支持。亦即依靠对舆论的估计，尽可能协调其政策与措施，依靠有计划的、广泛的信息传播，争取建设性的合作，以获致共同利益。”

美国《公共关系新闻》杂志认为：“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。”

哈洛博士在美国公共关系研究与教育基金会的赞助下进行广泛研究后，对公共关系下的定义为：“公共关系是一种独特的管理职能。它帮助一个组织建立并维持与公众之间的交流、理解、认可与合作；它参与处理各种问题与事件；它帮助管理部门了解民意，并对之作出反应；它确定并强调企业为公众利益服务的责任；它作为社会趋势的监视者，帮助企业保持与社会变动同步；它使用有效的传播技能和研究方法作为基本的工具。”

美国贝逊企业管理学院公共关系系主任康菲尔认为：“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，此项原则应溶于政策之中，向社会大众阐扬，以获得谅解与信任。”

第二，侧重于将公共关系作为一种信息传播活动。

英国公共关系学会的定义是：“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。”

《大英百科全书》公共关系条目的定义是“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。”

《韦伯斯特新国际辞典》第三版公共关系条目的定义为：“公共关系是通过传播大量具有说服力的材料，促进社会上人与人之间，或人与公司之间，或公司与公司之间亲密友好的关系。”

美国学者艾吉等合著的《大众传播学导论》一书指出：“公共关系是一个公司或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、有组织的行动。”

美国学者约翰·马斯顿认为：“公共关系就是运用有说服力的传播去影响重要的公众。”

美国学者柯特利普和森特认为：“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。”

英国学者弗兰克·杰弗金斯在《公共关系》一书中认为公共关系的定义应该是：“一个组织为了达到与它的公众之间相互了解地确定目标而有计划地采用一切向内向外的传播方法的总和。”

第三，侧重于将公共关系作为是一种社会组织维护公众的利益以获得公众认同的行动。

世界公共关系协会 1978 年 8 月在墨西哥大会上通过的定义为：“公共关系的实施是分析趋势，预测后果，向机构领导人提供意见，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。”

美国学者赛得尔认为：“公共关系是一个连续不断的过程。在此过程中，管理部门对外设法争取顾客及社会各界的谅解与信任，对内则不断自我检讨与纠正。”

美国普林斯顿大学希尔滋教授认为：“公共关系是我们所从事的各种活动、所发生的各种关系的统称，这些活动与关系都是公众性的，并且都有其社会意义。”

日本学者小林太三郎认为：“公共关系就是维持企业组织的营利性与社会性的平衡。”

美国柯格德大学的鲁克博士认为：“所谓公共关系，就是一个人或是组织，为使其他个人与团体获得更多的利益，而适当运

用其本身的政策、劳务服务与活动。其次便是说明其政策、劳务服务、活动，使社会能正确理解，并加以适当的评价。”

日本公共关系专家田中宽次郎认为：“公共关系就是良好的公共关系状态。亦即与社会保持良好的关系的技术。以企业的经营而言，若不能与外界社会保持良好的关系，就不可能持续经营下去。”

还有一些从事公共关系工作的专业人员，一般根据自己的经验，对于公共关系进行了通俗解释。这些解释，五花八门，但言简意赅，均侧重于突出某种功能。比如：

公共关系是“旨在影响特殊公众的说服力传播”。

公共关系是“争取对你有用的朋友”。

公共关系是“一门研究如何建立信誉，从而使事业获得成功的学问”。

公共关系是“百分之九十靠自己做得对，百分之十靠宣传”。

公共关系是“通过建立良好的人际关系来辅助事业的成功”。

公共关系是“一个建立公众信任，增进公众了解的计划方案”。

公共关系是“促进善意”。

公共关系是“博得好感的技术”。

公共关系是“要大家爱我”。

公共关系是“使公司得利的，就是那些个人称为礼貌与德性的修养”。

公共关系就是“信与爱的结合”。

公共关系就是“讨公众的喜欢”。

在我国，由于近几年才开始进行公共关系的理论研究和实践活动，因此对公众关系还缺乏理论上的深刻认识。但我国从事公

共关系教学、研究、实践的专家或学者也对公共关系定义作了许多解说，其理解也是各不相同的。

台湾学者李茂政在《传播学通论》中指出：“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。

台湾公共关系专家祝振华提出：“五伦以外的人类关系，谓之公众关系。”“公共关系学，是以促进了解为基础，内求团结，外求发展的管理哲学。”

王乐夫等编的《公共关系学》指出：“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对内、对外关系，使本组织机构的各项政策和活动符合于广大公众的需求，在公众中树立良好形象，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。”

明安香主编的《公共关系学概论》解释，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和支持，为自身事业发展创造最佳的社会关系环境，在分析自身面临的各种内部、外部关系时，采取一系列科学的政策与行动。”

居延安著的《公共关系学导论》的定义是：“公共关系是一个组织运用各种传播手段，使自己与公众相互了解和相互适应的一种活动或职能。”

毛经权主编的《公共关系学》的定义是：“公共关系是一个组织运用各种传播手段，在组织与社会公众利益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。”

虽然公共关系的定义众说纷纭，但我们可以看到构成这些定

又的共同点是：

1. 公共关系的主体是社会组织或代表社会组织的个人，这与一般个人是有区别的。

2. 公共关系的客体是社会公众，而社会公众是由与社会组织有利益关系的个人、群体或组织所构成的。

3. 公共关系的过程主要是利用传播手段来进行社会组织与它的社会公众之间的双向沟通。

4. 公共关系的目的是通过沟通活动，使社会组织取得公众的信任、理解、支持和合作，从而使本组织在公众中树立起良好的形象。

5. 公共关系的目标不是一蹴而就的，只有通过长期不断的努力才能实现。

6. 公共关系的实施首先要调查评价公众态度，分析形势，预测后果；其次要制定周密的计划和方案；然后实施，审时度势，进行传播沟通；最后要评价效果。因此，公共关系活动是一种策略活动。

所以，根据公共关系的涵义以及各种公共关系定义的共同点，我们把公共关系定义为：公共关系是社会组织运用传播手段与公众进行双向沟通，以协调其公众关系，从而树立社会组织的良好形象的一种管理职能和持久的策略行动。

二、现代公共关系学的研究对象

每门学科都是对某一领域内所特有规律的研究和总结，而某一领域内所特有的规律就成了某一学科的研究对象。现代公共关系学研究对象是社会组织的公共关系及其发展变化的规律。由于公共关系是由社会组织、社会公众和传播沟通三个基本要素构成，所以现代公共关系学的具体研究对象是：① 社会组织与公众之间的关系及其变化规律；② 社会组织与有关公众之间进行信息传播交流与沟通的规律；③ 社会组织运用公共关系作为一种重

要管理职能的具体规律。现代公共关系学研究的目的是：使现代社会组织能在复杂多变的社会环境中，运用传播手段，与其各类公众进行沟通和交流，减少矛盾和摩擦，获得理解、支持和合作，从而树立社会组织的良好形象，以求得社会组织长期生存和发展。根据公共关系学研究对象以及公共关系发展和实践的特点，现代公共关系学研究的范围主要包括公共关系历史、公共关系理论和公共关系实务三部分。公共关系历史研究公共关系的产生、演变、发展的过程和社会历史条件。公共关系理论研究公共关系的内涵、职能、机构设置等。公共关系实务研究公共关系实践活动中所需要的技术、方法和技巧。因此，现代公共关系学研究的内容是极为丰富的。具体来说，它包括：

第一，公共关系的历史。主要研究公共关系的起源、产生、发展和它在世界范围推广的过程。

第二，公共关系的内涵。主要研究公共关系的定义、本质、核心范畴和多维界定。

第三，公共关系的职能。主要研究公共关系的五大职能，即搜集信息、协调关系、传播沟通、塑造形象、增进效益。

第四，公众对象。主要研究公众类型、特点、公众心理和公众舆论。

第五，公众关系类型。主要研究组织处理公众关系，包括职工关系、股东关系、顾客关系、媒介关系、社区关系、政府关系、国际公共关系等的原理和具体方法。

第六，公共关系的工作程序。主要研究公共关系“四步工作法”。即调查分析、制定计划、实施传播、评价效果。

第七，公共关系的传播活动。主要研究公共关系传播的作用、过程、原则等。

第八，公共关系人员。主要研究公共关系人员的素质要求、各级各类公共关系人员的培训途径和方法。

第九，公共关系的组织机构。主要研究社会组织公共关系部门和专业公共关系公司的机构设置、组织原则、组织类型、工作方式、作用和收费方式等。

第十，部门公共关系。主要研究政府、企业以及其他社会组织公共关系工作的特点和活动内容等。

第十一，公共关系实务。主要研究公共关系调查、公共关系广告、公共关系专题活动等的涵义、程序、方法和设计。

第二节 现代公共关系学的性质和特点

学习和研究任何一门科学，都要根据它自身的特点和性质，运用一定的方法，才能掌握它的发展变化规律。这一节主要研究现代公共关系学的特点和学科性质。

一、现代公共关系学的特点

现代公共关系学的特点，是由它的研究对象和内容所决定的。与其他学科相比，它具有以下四个方面的特点：

首先是综合性。现代公共关系学是研究社会组织的公共关系及其发展变化规律的一门学科。而影响社会组织公共关系的因素非常复杂，既包括与社会组织有关的各类公众，又包括影响组织的各种政治、经济、法律、社会、文化、技术、心理等方面的因素，因此，必须采用系统观点，分析各种复杂的因素，广泛地吸收其他学科的知识，以形成公共关系学的基本理论，所以，其理论基础具有综合性。同样，它还要借助于其他有关学科的研究方法对社会组织的公共关系进行综合的分析研究，其研究方法也具有综合性。

其次是广泛性。公共关系是由社会组织、公众和传播沟通三要素构成的。从研究内容看，现代公共关系既包括一般地对公共关系的本质、公共关系历史、公共关系职能、公共关系工作程序