

通用教材



Gong Gong Guan Xi Jiao Cheng

公共关系 教程

《公共关系教程》编写组

QUARTZ



安徽大学出版社

公共关系教程

通用教材

《公共关系教程》编写组

安徽大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

公共关系教程/丁乐飞,翟年祥主编. —合肥:安徽
大学出版社,2004.1

ISBN 7-81052-758-4

I.公... II.①丁...②翟... III.公共关系学-教
材 IV.C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 120971 号

公共关系教程

丁乐飞 翟年祥 主编

出版发行	安徽大学出版社 (合肥市肥西路3号 邮编 230039)	经 销	新华书店
联系电话	编辑室 0551-5108458 发行部 0551-5108397	印 刷	中国科学技术大学印刷厂
电子信箱	ahdxchps@mail.hf.ah.cn	开 本	850×1168 1/32
责任编辑	王先斌	印 张	15.25
封面设计	张 犇	字 数	380 千
		版 次	2004 年 1 月第 1 版
		印 次	2004 年 1 月第 1 次印刷

ISBN7-81052-758-4/C·17

定价:21.00 元

如有影响阅读的印装质量问题,请与出版社发行部联系调换

《公共关系教程》编委会名单

顾 问:王孝哲

主 编:丁乐飞 翟年祥

副主编:许明炎 徐永森 杜 娟

编委与撰稿人:(按姓氏笔画排列)

丁乐飞	王孝哲	许明炎
任雪萍	杜 娟	张晓丽
张洪波	宋 凡	周葆生
周建华	封定一	项光勤
徐永森	钱钟坤	秦元春
顾祝平	唐 莉	舒咏明
霍前锋	翟年祥	魏名国

目 录

上部 公共关系基本理论

第一章 本质解析	3
第一节 公共关系概念	3
第二节 公共关系定义	5
第三节 公共关系属性	11
第四节 公共关系特征	14
第五节 公共关系认识障碍辨析	17
第二章 历史沿革	23
第一节 公共关系的历史渊源	23
第二节 现代公共关系在美国的形成	28
第三节 公共关系在发达国家的传播	37
第四节 公共关系在中国	43
第五节 对未来公共关系的展望	49
第三章 职能作用	52
第一节 凝聚员工	52
第二节 树立信誉	55
第三节 传播信息	60
第四节 协调关系	64
第五节 咨询建议	66

第四章 构建要素	70
第一节 公共关系主体——社会组织	70
第二节 公共关系客体——公众	79
第三节 公共关系介体——传播	93
第五章 运用领域	104
第一节 企业公共关系	104
第二节 政府公共关系	110
第三节 事业团体公共关系	118
第四节 国际公共关系	126
第六章 组织建设	135
第一节 公共关系组织建设概述	135
第二节 公共关系社团组织	139
第三节 公共关系部	143
第四节 公共关系公司	147
第七章 专业人才	152
第一节 公共关系专业人才观	152
第二节 公共关系专业人才素质	159
第三节 公共关系专业人才的教育与培训	168

下部 公共关系实务操作

第八章 实务工作程式	175
第一节 公共关系调研	175
第二节 公共关系策划	182
第三节 公共关系活动的实施与评估	192
第九章 言语沟通	198
第一节 公共关系言语沟通概述	198
第二节 公共关系演讲	206

第三节	公共关系谈判·····	215
第四节	人际交往言语·····	222
第五节	会议言语与说服·····	228
第十章	文字传播沟通·····	234
第一节	文字传播沟通概述·····	234
第二节	新闻稿·····	237
第三节	公共关系广告·····	245
第四节	公共关系文书·····	252
第五节	其他公关应用文·····	261
第十一章	影像传播·····	267
第一节	公共关系影视传播·····	267
第二节	公共关系实像展示·····	270
第三节	公共关系环境塑造·····	279
第四节	公共关系人体宣传·····	281
第十二章	网络传播·····	285
第一节	网络传播概述·····	285
第二节	电子邮件·····	293
第三节	网上论坛(BBS)·····	296
第四节	万维网(WWW)信息服务·····	299
第十三章	形象战略·····	303
第一节	公共关系形象概述·····	303
第二节	公共关系形象塑造·····	312
第三节	公共关系形象设计·····	321
第四节	导入 CIS 策略·····	327
第五节	CS 策略·····	334
第十四章	危机管理·····	341
第一节	公共关系危机概述·····	341

第二节	公共关系危机预防·····	351
第三节	公共关系危机处理·····	357
第十五章	专题活动·····	365
第一节	公共关系专题活动概述·····	365
第二节	新闻发布会·····	368
第三节	展览会·····	372
第四节	赞助活动·····	376
第五节	庆典活动·····	382
第六节	对外开放参观·····	388
第七节	联谊活动·····	391
第十六章	公共关系礼仪·····	393
第一节	公共关系礼仪概述·····	393
第二节	公共关系语言礼仪·····	395
第三节	公共关系服饰礼仪·····	402
第四节	公共关系仪表礼仪·····	407
第五节	公共关系基本礼节·····	411
第十七章	案例·····	418
第一节	公共关系案例概述·····	418
第二节	公共关系案例的编写·····	422
第三节	公共关系案例选·····	427
第十八章	附文·····	453
附录一	公共关系人员国家职业标准·····	453
附录二	公共关系职业行为准则·····	469
附录三	公共关系考题参考模式·····	475
附录四	主要阅读参考书目·····	479
编 后 记	·····	481

上 部

公共关系基本理论

第一章 本质解析

第一节 公共关系概念

一、公共关系词义解析

“公共关系”一词是由英文翻译过来的,它源于美国,其英文是“public relations”,英文缩写为 PR,中文简称公关。“public”作为形容词表示“公开的”、“公共的”意思;作为名词表示“公众”、“群体”、“社会”、非个人或私人的意思。“relations”作为名词表示“关系”的意思;作为动词表示“联络”的意思。

由于“public relations”是一个复合性的多义词,在将它翻译成中文时出现了下面几种情况:一是把它翻译成“公众关系”,它直接反映了词的本义,含义明确,有利于人们正确认识和准确把握,且国外和港台地区大多认可这种译法,我国国内也有一些学者认为这样翻译较为准确。二是把它翻译成“公众联络”,它也贴近原词的含义,强调它是多种关系及活动的组合,我国国内很少采取此说。三是把它译成“公共关系”,这是我国通用的译法,强调它是一种组织的、集体的状态和行为,而不是个人的、私人的关系,它与社会上流传的庸俗关系有区别。这种翻译符合中国国情,也容易划清公私界线,人们容易接受,开展工作好讲话。尽管这种翻译并不太妥贴,含义也较笼统模糊,但 1980 年代以来它已广为应用,许多书籍、报刊、论文、各级公共关系社团等组

织均用此译法,已经约定俗成,现在无法改译。因此,在工作时,对国外人士讲“公众关系”,对国内人士称“公共关系”,可以针对不同对象灵活应对。

二、公共关系概念的演化

公共关系作为一个概念的产生和发展有了近百年的历史,概念的内涵随着社会的发展和政治、经济、文化发展的需要,也在不断地充实和完善。

据史料记载,公共关系这个概念最早见于 1807 年的《韦氏新九版大学词典》。到了 1882 年,多尔曼·伊顿律师在耶鲁大学一次题为“公共关系与法律职业的责任”的演说中,不仅使用了公共关系一词,而且多次讲到“公众利益”等法律问题,使公共关系有了明确的指向含义。1897 年《铁路文献年鉴》再次确立公共关系概念。到了 20 世纪初现代公共关系在美国形成时,公共关系创始人艾维·李和爱德华·伯内斯以及一些政治家、企业家对公共关系的理念与实践才有了更为具体明确的认识和表述,逐渐地有了明确的共识。

具有实质意义的公共关系概念,大致经历了如下的演进和发展过程:第一,20 世纪前和初期,公共关系伴随着工业化和商品经济的发展以及政治斗争和民主化的进程,在报刊宣传运动中,主要偏重于“宣传自己”、“介绍自己”,其新闻传播功效较为突出。第二,第一次世界大战期间,公共关系被一些组织用作反非正义战争宣传,一些公众团体和媒介大造舆论,诱导和激励公众支持和参与正义战争。自此公共关系明显地突破了“自我”,为公众和社会服务。这一时期,劝服活动十分活跃,舆论的巨大作用得到充分的展示。第三,第二次世界大战后,世界政局和经济格局发生了很大的、深刻的变化。政治民主化进程加快,市场

经济突飞猛进。一些先进的工业化国家开始借助公共关系来处理政治和经济中出现的各种矛盾与纠纷。他们利用沟通协调的手段团结合作,公共关系主体与客体的双向交流应运而生,这时的公共关系已不同于传统的新闻单向传播。第四,20世纪中后期,公共关系作为一种管理哲学思想和传播沟通活动,更加强调组织内外公众关系的处理和社会环境的整合。在世界各国出现的多文化、多模式,使公共关系更具活力,公共关系概念的内涵也得到进一步的充实和完善。

第二节 公共关系定义

由于各个国家政治制度、经济发展、文化传统、民族语言、宗教信仰的差异,再加上各个行业对公共关系的不同需求,专家学者们对公共关系的认识,特别是对公共关系定义的理论归纳与表述也呈现出众说纷纭的局面。现在,我们只能客观地介绍一些国内外有代表性的定义供读者学习择用。

一、国际上有代表性的定义

(一) 雷克斯·哈罗(Rex F. Harlow)定义

公共关系是一种特殊的经营管理功能,它有助于建立和维持一个组织与其公众之间的相互沟通、理解、接受和合作;负责解决和处理各种公众问题;有助于对公众舆论的不断了解和及时作出反应;强调和认定以公众利益为核心的经营管理责任;有助于使经营管理活动与有效地利用各种变化保持一致;既作为一种早期警报系统,也有助于预测未来的发展趋势;公众调研、传播、合乎道德的沟通交往作为

公共关系的基本手段而被广泛地运用。^①

这个定义把公共关系认定为一种“特殊的经营管理功能”，它具体表现为与公众的沟通，处理公众问题，重视公众舆论和公众利益，保持活动的一致性，预测未来，使用沟通手段等。定义全面地概括了公共关系功能的方方面面，但文字表述过长。由于这个定义是美国公共关系协会创始人、著名公共关系学者和活动家哈罗于1976年查阅大量书刊、咨询众多的名人、集中分析研究了四百多条公共关系定义而最后归纳出来的，不仅在美国具有权威性，而且在世界各国公共关系界，特别是1980年代的中国影响很大。

（二）斯科特·卡特李普(Scott M·Cutlip)等人定义

公共关系是一种管理职能，它用以认定、建立和维持某个组织与各类公众之间的互利关系，而各类公众则是决定其成败的关键。^②

这个定义也强调了公共关系的管理职能，突出了组织与公众之间互惠互利的关系原则，同时把公众的地位与作用提到“关键”的高度。这个定义摘自卡特李普等合著的《有效公共关系》。这本书在美国教育界、理论界具有权威性，它又被译为多种文字在世界各国传播，其影响与作用可想而知。我国早期的公共关系理论借鉴《有效公共关系》的内容很多。

（三）弗兰克·杰夫金斯(Frank Jefkins)定义

公共关系工作包括了一个组织与其公众之间各种形式

① 张龙祥主编：《中国公共关系大百科全书》，第107页，中共中央党校出版社，2002。

② 张龙祥主编：《中国公共关系大百科全书》，第108页，中共中央党校出版社，2002。

的、有计划的对内对外交往,旨在获取与相互理解有关的特定目标。^①

这个定义把公共关系界定为传播沟通活动,而这个活动的组织实施是社会组织有计划的交往行为,其目的是获取特定的目标。由于杰夫金斯是英国著名的公共关系教育家,出书很多,又到过世界各国讲学,所以名气大、影响大。我国 1990 年代出版的一些书籍也强调了沟通传播的思想。

(四)《不列颠百科全书》定义

公共关系是指传播关于个人、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一种政策和活动。^②

这个定义突出了公共关系的本质属性是“政策和活动”,这种“政策和活动”是由社会组织与公众共同组成的。定义明确指出传递信息、改善态度的重要性,它对公共关系活动的组织与开展具有重要的实践指导意义。

(五)《墨西哥声明》定义

公共关系是一门艺术和社会科学。它分析发展趋势,预测其结果,为组织领导者咨询并实行有计划的行动方案。这种行动方案将服务于该组织和公众的共同利益。^③

这个定义是在 1978 年墨西哥世界公共关系大会上讨论研究认定的。它明确肯定公共关系的学科性质和实践艺术。把为

① 张龙祥主编:《中国公共关系大百科全书》,第 108 页,中共中央党校出版社,2002。

② 张龙祥主编:《中国公共关系大百科全书》,第 109 页,中共中央党校出版社,2002。

③ 张龙祥主编:《中国公共关系大百科全书》,第 1111 页,中共中央党校出版社,2002。

领导者咨询辅助决策提了出来,同时指出制订科学的行动方案,维护社会组织与公众的共同利益。公共关系还具有超前的分析趋势和预测结果的功能与作用等。

(六) 国际公共关系协会定义

公共关系是一项经营管理的功能,属于一种经常性和计划性的工作,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,而获取共同利益。^①

这个定义把公共关系归结为“经营管理”,指出它是一种常规性的工作,其目的是保持组织与公众的良好沟通与合作,从而实现双方的互利。国际公共关系协会是国际上的权威公共关系组织,其号召力、影响力很大,这个定义下得实在,便于指导公共关系工作的实践运行。

二、国内有影响的定义

(一) 翟向东定义

中国的公共关系就是在建设有中国特色的社会主义理论指导下,社会组织(党政团体、企事业单位)通过沟通信息,协调利益,化解矛盾,理顺和改善人际、社际、国际间在经济、政治、科技、文化等方面的关系,调动各种积极因素,促进社会主义物质文明和精神文明建设的一门学问和艺术。^②

① 张龙祥主编:《中国公共关系大百科全书》,第110页,中共中央党校出版社,2002。

② 翟向东主编:《中国公共关系教程》,第66页,中国商业出版社,1994。

这个定义是结合中国国情、总结多年经验认识而提出来的。它的指导思想明确,解决的“关系”清晰,处理的手段也很实用。定义全面地归纳和表述了中国公共关系的方方面面,提炼出它是“一门学问和艺术”。定义是在中国公共关系协会学术委员会编写的《中国公共关系教程》中提出的,这本书又集中了中国国内十几位著名的公共关系学者参加编写;定义吸纳了李瑞环和薄一波给中国公共关系的题词,书和定义具有很高的权威性,在国内影响大,但语句较长。

(二) 余明阳等人定义

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和艺术。^①

这个定义出现于熊源伟主编的《公共关系学》。定义突出了塑造组织形象的理念,把形象视为公共关系的理想目标和内容的核心,在理论上肯定了公共关系的科学性,在实践上又认定了它的艺术性。这个定义界定较早,又是“全国通用教材”的观点,在一段时间里对高教公共关系教育影响深远,成为有特点的一家之说。

(三) 居延安定义

公共关系是一个社会组织在运行中,为使自己与公众相互了解、相互合作而进行的传播活动和采取的行为规范。^②

这个定义强调了社会组织的行为以及它与公众的相互关系,这种关系通过传播活动和行为规范来完善。它指出公共关系三个要素之间的相互关联与作用。这个定义出自居延安主著

① 熊源伟主编:《公共关系学》,第16页,安徽人民出版社,1990。

② 居延安等:《公共关系学》,第10页,复旦大学出版社,2001。