

面向
新世纪
中小学干部
教育丛书

主编 张民生

MIAN XIANG XIN SHI JI
ZHONG XIAO XUE GAN BU
JIAO YU CONG SHU

学校公共 关系研究

陈家昌 冯大鸣 著

辽宁人民出版社

学校公共关系研究

G47/91

陈家昌 冯大鸣 等著

辽宁人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

学校公共关系研究/陈家昌, 冯大鸣著. —沈阳: 辽宁人民出版社, 1998.8

ISBN 7-205-04311-5

I. 学… I. ①陈… ②冯… III. 学校管理-公共关系学
IV. G47

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98) 第 21134 号

辽宁人民出版社出版

(沈阳市和平区十一纬路 25 号 邮政编码 110003)

辽宁省新华书店发行 朝阳新华印刷厂分厂印刷

开本: 850×1168 毫米 1/32 字数: 183 千字 印张: 8¹/₂

1998 年 8 月第 1 版

2002 年 3 月第 2 次印刷

责任编辑: 赵翰章

版式设计: 墨地

封面设计: 徐鹤子采

责任校对: 田青

定价: 14.00 元

总 序

《面向新世纪中小学干部教育丛书》是在上海社会科学“八五”重点科研项目成果的基础上扩展而成的。

随着教育的深入发展，上海的各级教育行政部门在中小学校长队伍建设方面做了不少工作，使这支队伍起了相当大的变化。做好培养中小学干部的工作，关系到21世纪上海基础教育的质量，关系到上海经济和社会发展的速度。我们要以邓小平同志建设有中国特色社会主义理论和党的基本路线为指导，贯彻落实全国和上海教育工作会议的精神，抓住机遇，加强中小学校长的进修和培养，帮助他们掌握办学规律，具有创造性工作的能力和提高管理学校的水平。本套丛书旨在和广大中小学校长一起，面对新形势下学校管理中出现的种种困惑、矛盾、经验及各方面的教改信息，锻炼理论思维和研究的能力，从而形成坚定正确的、有鲜明个性的办学观念和工作思路，成为能够主动选择、主动发展的学校管理者。

《面向新世纪中小学干部教育丛书》共有10本。力图把握我国新时期学校管理改革中的基本问题，遵循理论与实践相结合的原则，共同探讨中国当代的中小学校长应该怎么办学校；如何创办办学特色；探索成功的教学管理；校园经济行为的管理；如何进行评价与激励；学校公共关系研究；新时代师资队伍建

设；学生培养；领导哲学与办学策略等等方面。我想，这些问题和方面也是我们校长进修与培训中形成的热点和专题。

这套丛书以“新”“实”为基本出发点，力求反映当前教育管理理论与改革的实际，体现中国特色，努力使它具有较高的学术性和较强的可读性。丛书的作者大都是上海教育学院的青年教师和在第一线工作的校长，是共同合作的产物。从某种意义上说也反映了上海教院的干训实际。

当前，我们正处于世纪之交的新时期，这是一个全新的、充满活力、竞争取胜与希望的时代。我们为“九五”的中小学干部培训撰写和出版这套丛书，这是历史的挑战，也是历史的机遇。希望这套丛书对促进中小学校长的职业成熟和教育事业发展产生积极的影响。同时敬请广大读者对该套丛书加以评论。

张民生

1996年2月

前 言

面向新世纪，学校也应研究公共关系

19世纪末叶，现代公共关系诞生于当时商品经济发展最快的美国。过了差不多一个世纪，它才作为一个依然新鲜而又容易被人们误解的名词，趁着思想解放和改革开放的春风悄悄地从南风窗飘进华夏大地，又伴随着发展社会主义市场经济的阵阵热浪由南至北由东到西迅速地传播开去。现代公关为中国人接受的时间虽不长，但其发展的势头却很猛，获取的实效也颇为惊人。目前，我国的经济实体大多已把公共关系视作经营管理与营销的一种不可或缺的手段而广泛运用，一些党政机关与事业单位也纷纷把公共关系作为一种柔性管理的职能和扩大社会影响的有效方式而结合自身的实际制定并实施种种公关策略。为适应社会化公关的需要，我国的高等院校眼下已普遍开设公共关系课与专业，理论界也撰写出版了大量研究公共关系的论文、教材和著作。诚如国际公关学界一些人士兴奋地指出的那样，20世纪末中国公关研究的迅速崛起与实际工作的全面启动，为世界公共关系发展史增添了一道色彩斑斓的风景线。

这本书就是在这样的大背景下问世的。公共关系作为一种思潮向社会各个层面积极渗透，教育界不可能不受其影响。公

公共关系是一门塑造形象的艺术和科学，它研究的是一个社会组织如何通过信息传播建立和发展与公众之间的良好关系。面向新世纪的我国中小学刚从计划经济状态下封闭的办学模式中走出，就面临着市场经济条件下开放办学式的激烈竞争。这种竞争既是办学条件、师资质量、管理水平等反映的学校综合实力的竞争，也是学校之间综合形象的竞争。认真研究并积极开展公关活动，努力在公众心目中树立学校的良好形象，是校长在办学中掌握较大主动权的一种有效方法。同时，走出封闭办学环境的中小学，在“面向世界、面向未来、面向现代化”的进程中，非常需要发展与社会各界的友好关系，争取来自社会的更多支持，公共关系正是在这方面起着不可替代的作用。

我们认为，面向新世纪中小学干部教育丛书编委会决定编撰出版《学校公共关系研究》一书，是一项顺应公关在我国逐步趋于社会化的探索性举措。事实上，自90年代初以来，一些省市尝试在校长研修班和培训班开设“学校公共关系”讲座，大多取得较好的效果，受到中小学校长们较普遍的欢迎，被认为是一门“有利于建树学校良好形象的；能为增强学校的社会知名度和美誉度发挥有益作用”的课程。近几年，我们也曾分别为上海市与浦东新区的多届校长班作过“学校公关研究”讲座，听课的校长们比较集中的反映一是认为在世纪之交我国教育社会化正在逐步形成之际，学校研究公关确实是十分必要和非常及时的，二是认为许多学校实际上早就自发地在做着带有公关色彩的工作，只是由于缺乏系统理论的指导而使这类工作经常陷于无意识、无计划和不规范的状态之中。由此可见，丛书编委会的决定是合乎当前学校公关工作亟待理论指导的实际的。

编委会确定本书写作的指导思想是，根据学校这一特定的社会组织的自身特点，探讨如何运用公关原理来提高学校的社会声誉，实施学校“内求团结、外求发展”的生存与发展战略。我们认为，公共关系是一门独立的社会学科，而时下名目众多的公关学，实际上都是公关在某一领域的具体运用，根本谈不上是一门独立的学科。因为，创立一门独立的学科绝非想象的那么简单，它至少需要满足以下三大重要条件，一是必须有深厚的哲学渊源，二是该学科应当具备自身发展的完整的历史轨迹，三是形成的系统观点必须得到社会的广泛认同。以上述三个要求来衡量，分门别类的公关学都形成不了独立的学科。学校公关也如此，它不是一门相对独立的学科，而只是公共关系在学校工作中的运用。因此，这本书的书名为《学校公共关系研究》，而不是《学校公共关系学》。书的内容除简略介绍公共关系的思想发展史、基本原理、基本工作过程及应当遵循的原则之外，主要是研究如何在学校的实际工作中融入公共关系的内容，为学校创设一个宽松和谐的有利于学校保持旺盛发展势头的内外人际环境。

本书以中小学校长及学校后备干部为主要读者对象，在写作上力求体现贴近学校实际、简明、实用的特点。

贴近学校实际——本书尽量围绕学校的实际工作进行研讨。首先，公共关系涉及的领域十分宽泛，其中有许多内容与学校工作关系不大，本书一般不作介绍。例如，学校不可能设立公关部，也不可能长期聘用专业的公关人员，因此本书对公关机构的设置与专业人员的素质等不作研讨。其次，学校有自身的特点，与一般经济实体相比，学校是不以营利为目的的社

会组织，反映在本书中主要表现为始终强调学校公关以社会效益为重的原则。第三，本书在阐述、举例、论证时都力求注意不偏离学校工作的实际。例如，在信息传播方面，一般公关著作都比较注重广告制作，而学校则既无必要也不可能在这方面花费大量财力；因此，从略。

简明——本书的篇幅不长。在阐述理论时尽量做到简洁明了，言简意赅。为方便读者理解，所举的例子都加以简要分析，力求深入浅出。回顾公共关系发展史，也注意做到简练扼要，仅对几位在公关的不同发展阶段起重要作用的人物的思想进行分析，以此阐明公共关系兴起与发展的历史原因。

实用——公共关系是应用学科，实用性是其基本属性之一。研讨公共关系如何运用于学校工作，所涉及的也都是实用性很强的问题。本书在论述学校开展公关研究的意义以及公关发展的概况，学校公关的分类、目标、原则、职能、程序等基本理论的同时，还以专章介绍和研究了公共关系的学校文字工作中的运用、学校综合性公关活动的实务操作、校长的公关技巧等等，力求能适应广大中小学校长的实际需要。

本书得以出版，首先要感谢辽宁人民出版社的热情鼓励与大力支持，该社责任编辑对书稿精益求精的态度使我们深受感动。丛书编委会十分关心和重视本书的写作与出版工作，多次提出具有指导意义的意见与建议。上海教育学院吴秀娟教授以强烈的事业心和高度的责任感对本书从选题、厘定计划、章节安排，直至材料组织、文字推敲等，提出了一系列中肯、坦诚、富有建设性的指导意见与修改建议，并且审阅全部书稿，为本书的撰写与出版付出了大量劳动。在此，谨向他们表示真诚的

敬意和谢意。一些中小学校长热心地为本书提供案例素材，他们是夏尚志、吴波、蒋仲贤、唐斌、傅嘉陵、顾雪娣、陈学良、秦镜熙、周承钰等。此外，本书撰写过程中还参考了国内外学者的有关研究成果，引用了几所中小学的经验材料，在此一并致以衷心的感谢。

本书写作历时两年余，数易其稿。具体分工如下：上海师资培训中心王观凤（第一章），上海教育学院冯大鸣（第四章、第五章第一节、第六章、第七章、第九章第二节、第四节），罗湘（第五章第二节），浦东新区教育学院陈家昌（第二章、第三章、第八章、第九章第一节、第三节、第五节、第十章）。最后由陈家昌，对全书的内容与文字作了修改与定稿。尽管我们尽了较大努力，但由于面对的是公关与学校管理相结合的一个全新领域，而笔者的学识、能力和精力都有限，书中疏漏与错误之处在所难免，因此，恳切地希望得到各界的批评指点。

目 录

总 序	1
前 言 面向新世纪, 学校也应研究公共关系	1
第一章 办好学校应当研究公共关系	1
第一节 学校研究公共关系是适应社会主义 市场经济的需要	1
一、市场经济的特点及其对教育的影响	2
二、市场经济为学校公关活动提供宽广的背景	5
第二节 学校研究公共关系是教育管理体制 改革的需要	7
一、在体制改革中发展学校与社会的公关活动	7
二、在体制改革中开展学校内部的公关活动	9
第三节 学校研究公共关系是提高学校管理 水平的需要	12
一、公共关系是提高学校管理水平的有效手段	12
二、公共关系是促进学校信息流通的重要渠道	13
三、学校的未来发展需要公共关系	15
第二章 公共关系的一般原理	19
第一节 公共关系的由来及其发展概述	19
一、公共关系的由来	19

二、公共关系发展概述	24
第二节 公共关系的构成要素与学校工作	28
一、公共关系定义及其构成要素	28
二、学校与公共关系的构成要素	33
第三章 学校的整体形象设计与全员公关	40
第一节 学校 CI 设计的原则与方法	40
一、CI 的概念及其涵义	41
二、学校 CI 设计的原则	42
三、学校 CI 设计的方法	43
第二节 优化学校的整体形象	45
一、学校领导公共关系形象	46
二、师生员工的公关形象	53
第四章 学校公众的分类	59
第一节 学校公众的划分	59
一、根据学校公众的发展过程划分	60
二、根据组织的隶属关系划分	63
三、根据公众对学校的重要性划分	64
四、根据公众对学校的态度划分	65
五、根据公众的稳定程度划分	67
第二节 学校“内求团结，外求发展”策略	69
一、“内求团结”的策略	69
二、“外求发展”的策略	77
第五章 学校公共关系的目标和原则	90
第一节 学校公共关系的基本目标	90
一、学校管理目标与学校公共关系目标	90

二、建树学校形象是学校公共关系的基本目标	92
第二节 学校公共关系的基本原则	94
一、国家意志、社会责任、公众利益和学校 发展相统一的原则	95
二、公关活动的科学性与艺术性相结合的原则	104
三、公关活动的宣传鼓动性与真实性 相结合的原则	106
第六章 学校公共关系的基本职能	110
第一节 信息的采集与传播	110
一、信息的采集	110
二、信息的处理	114
三、信息的发送	115
第二节 参与决策	119
一、掌握相关资料	120
二、预测公众反映	122
三、提出决策参考方案	125
第三节 协调内外关系	125
一、协调关系的中心任务	126
二、协调关系的基本途径	137
第七章 学校公共关系工作的基本程序	140
第一节 制定学校公共关系计划	140
一、调查研究, 分析现状	140
二、设计形象, 制定目标	145
三、拟定方案, 预测投入	150
第二节 组织学校公共关系活动	153

一、选择公关方式·····	154
二、运用传播技巧·····	156
第三节 评价学校公共关系结果 ·····	166
一、评价结果的基本要点·····	166
二、评价结果的基本方法·····	169
第八章 学校文字工作中的公共关系 ·····	172
第一节 学校常用文书与公共关系 ·····	172
一、学校公文与公共关系·····	172
二、学校一般文书与公共关系·····	182
第二节 学校其他文字材料与公共关系 ·····	186
一、编制学校画册·····	186
二、编辑校庆纪念集·····	189
三、撰写新闻报道·····	193
四、编辑校内报刊·····	199
第九章 学校综合性公关活动操作举要 ·····	203
第一节 策划学校庆典活动 ·····	203
一、筹备阶段·····	204
二、实施阶段·····	210
三、总结阶段·····	212
第二节 举办专题展览 ·····	213
一、专题展览的作用与类型·····	213
二、举办专题展览的一般程序·····	214
第三节 内外宾接待工作 ·····	216
一、内宾接待工作的程序与内容·····	217
二、外事接待工作的程序和内容·····	218

三、学校接待工作的要求·····	220
第四节 组织社会公益服务 ·····	221
一、组织社会公益服务的公关意义·····	221
二、社会公益服务的组织·····	222
第五节 突发事件的紧急处理 ·····	224
一、形成学校突发事件的原因·····	224
二、处理突发事件的原则和方法·····	228
第十章 校长的亲合魅力与谈判技巧 ·····	232
第一节 校长的亲合魅力 ·····	232
一、校长的人格魅力·····	232
二、校长的感情投资·····	238
第二节 校长的谈判和拒绝艺术 ·····	243
一、校长的谈判艺术·····	243
二、校长的拒绝艺术·····	247

第一章 办好学校应当研究公共关系

公共关系作为一门学问和一项有计划的自觉的社会活动引入我国的时间虽不长，但它发展的势头却很迅猛。十多年来，公共关系已经渗透到国内经济和社会文化领域的各个层面，并且取得公认的成果。目前教育界人士普遍认为，在社会主义市场经济的新环境下，要想办好学校也必须研究公共关系。

第一节 学校研究公共关系是适应社会主义市场经济的需要

教育作为上层建筑的一个组成部分，必然要受到一定的经济基础的制约。我国还处于社会主义初级阶段，长期以来商品经济不发达，自给自足的生活方式所形成的闭关自守的习惯势力影响很深，高度的计划经济和过度集中的行政管理体制决定了较长时期学校封闭的办学模式。办学经费来源、招生与毕业去向、教学内容的确定、校舍的建设与维修、教学设施的配备等等，都由政府和教育行政主管部门统一计划，统一安排，统一管理，学校基本上没有自主权。在这种情况下，学校很少与外界进行人员、物资和信息的交流，处于被动的封闭状态。随

着改革开放的深入特别是社会主义市场经济体制的逐渐确立，我国的教育事业进入一个具有重大历史意义的发展时期。学校的办学体制、投资体制、管理体制和育人模式等多方面都将发生深刻的变化，才能主动适应社会主义市场经济的要求和社会可持续发展战略对教育的要求。

一、市场经济的特点及其对教育的影响

邓小平建设有中国特色的社会主义理论确定了我国现阶段实行社会主义市场经济，自从党的十四大明确这一指导思想以来，整个社会加大了改革开放的力度。这场改革要解决我国经济发展的管理体制和运行机制的问题，它不仅仅只是一个经济问题，而是涉及到社会方方面面的全局性的系统工程，包括行政权力的再分配、人们利益的再分配等重大问题以及人们的价值观念、道德观念、思想习惯和生活方式都将发生一系列史无前例的变化。这种影响是全面的、无法避免的。任何社会组织要生存与发展，都必须主动顺应这一社会化的市场经济潮流。我们认为市场经济有以下四方面的特点：

(一) 自主性

自主性是市场经济的根本特点。在市场这个由价格、供求关系和竞争等要素构成的系统中，企业是一个独立的经济实体。它不能像过去那样一切等上级主管部门安排，而必须自主地根据来自市场的各种信息来调整自身的经营行为，在激烈的市场竞争中，找到适合自己发展的道路。这一由经济部门带来的自主性，必将影响社会的其他行业，学校不可能不受波及。因此，学校要根据本校的特点自主地确定学校的办学思想，自主地开