

十二五规划教材

中国 公共关系

实用教程

■ 徐永森 丁乐飞◎主编



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
安徽大学出版社

十二五规划教材

中国公共关系实用教程

徐永森 丁乐飞 ● 主编



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
安徽大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国公共关系实用教程/徐永森,丁乐飞主编. —合肥:安徽大学出版社,
2011.7

ISBN 978-7-5664-0156-4

I. ①中… II. ①徐… ②丁… III. ①公共关系学—中国—教材 IV. ①C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 110334 号

中国公共关系实用教程

徐永森 丁乐飞 主编

出版发行: 北京师范大学出版集团
安徽大学出版社
(安徽省合肥市肥西路3号 邮编 230039)
www.bnupg.com.cn
www.ahupress.com.cn

印 刷: 中国科学技术大学印刷厂
经 销: 全国新华书店
开 本: 170mm×240mm
印 张: 14
字 数: 240 千字
版 次: 2011 年 7 月第 1 版
印 次: 2011 年 7 月第 1 次印刷
定 价: 28.00 元
ISBN 978-7-5664-0156-4

责任编辑:王先斌
责任印制:赵明炎

装帧设计:张同龙

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话:0551-5106311

外埠邮购电话:0551-5107716

本书如有印装质量问题,请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话:0551-5106311

编委会名单

主 编 徐永森 丁乐飞

副主编 钟 瑶 杜 娟 刘建芬 徐小平

编 委 (按姓氏笔画排序)

丁 晨	史贤华	朱 坤	庄莉红
汪 艳	李 明	吴静波	张洪波
张晓丽	阿迎萍	陈锦伦	秦元春

导言 公共关系教材建设的丰碑

中国现代公共关系是从 20 世纪 80 年代开始引进的。随着改革开放对公共关系普及与人才教育培养的迫切需求,各类公共关系读物风起云涌,呈现出一片生机勃勃的景象。30 年来国内编辑出版的书籍有数百部。这些书籍主要包括:广普读物:如手册、辞书、小读本等;专业读物:如公关写作、语言、礼仪、策划、案例等;正规教材,用于各大专院校、中等专科学校、中等技术学校、社会培训,这些书版本众多,影响深远,对公共关系教育起着主导性、关键性的作用。

纵观 30 年中国公共关系教材的编写、出版与使用,从宏观层面上看,其学科体系完整,内容大同小异,风格正统朴实,主要可分为以下几大类型:

通论型 这类教材用量大、影响广,它是公共关系教材的主流。其内容涵盖中外公共关系理论、实践与知识,其教学目的是普及公共关系知识,提高学习者理论认知水平,打好公共关系教育的基础。如明安香主编的《公共关系学概论》(1986 年)、熊源伟主编的《公共关系学》(1990 年)、赵传蕙主编的《公共关系学通论》(1992 年)、齐冰等编写的《公共关系通论》(1993 年)等。还有其他众多版本同类教材。这些教材用于基础教育,内容主要包括:公共关系的概念与本质、历史发展、功能作用、组织机构与人员、各种传播、行业公关等。20 世纪 80—90 年代,这类教材反复编写出版,对中国公共关系事业的发展和公关人才的培养起着极其重要的作用。

理实并重型 这类教材在阐述公共关系基本理论的同时,加大实务信息和实践操作经验做法的总结说明,理论与实践并举。其体例对正统的通论型教材有所突破,满足了现代公共关系教育的需求。如丁乐飞主编的《公共关系原理与实务》(1990 年),汪秀英著的《公众关系学原理与应用》(1991 年),王维平、李映



洲编著的《公共关系原理与应用》(1992年),李道平、单振运合著的《公共关系协调原理与实务》(1997年),廖为建主编的全国自考教材《公共关系学》(2000年)等。这类教材用了更多、更大的篇幅说明公共关系的工作程序与各项公共关系工作,诸如新闻传播、广告宣传、专题活动、礼仪、日常工作、案例等。教学目的在于提高学生(学员)的素质与实践能力,引导学生(学员)用公共关系的理念、经验、技巧等去解决各种社会问题,为改革开放和各行业组织服务。

中国特色型 这类教材立意创新,对中国传统文化与现实两个文明建设的开拓较为深刻,突破了常用公共关系教科书的编写模式,实现了公共关系理论与实践的中国化。最典型的代表作如翟向东主编的《中国公共关系教程》(1994年),它以中国特色公共关系为主线,深入地阐述了中国传统文化与现代公共关系的融合,落脚点在于为改革开放、市场经济、文明建设服务等。书中用较多的文字书写了中国特色公共关系之路以及现代信息传播、高智能的组织策划、各种技术技巧的运用等。又如崔中义、杨毅著的《中国公共关系论》(1994年),从国情出发,分多种板块,阐明中国公共关系的方方面面。同类的还有其他书著。这类教材学术研究成分明显,运用时虽然难以直接完全地搬上讲台,但其科学思维方法和国情化的探索,启迪价值很大。

实用型 随着改革开放的深入进行和社会需求的扩大,这类教材在新世纪逐渐受到重视和推广。这类教材体例完善,内容充实,实用价值大。实用型教材的最大特点是:密切联系中国经济、政治、文化改革与建设的实际,把公共关系教育的目标、任务落实到实务工作中来,公共关系的经验性、应用性、技术性得以突显。它着力培养的是学生(学员)的实务操作水平和解决各行业的组织实际问题的能力。

如郭惠民、居易主编的公共关系职业培训和鉴定教材《公关员》,一举打破常规教材体例框架,大大压缩了理论知识部分,从沟通协调、信息传播、调研和评估、专题活动、危机管理、咨询方面等对不同等级的公关员标示出不同的技术要求,全书编写体例和风格清新实在。

又如徐永森、丁乐飞主编的《中国公共关系实用教程》,提出了公共关系教学的新思维和新模式,其主导思想重在实践应用,花大力气把教材编写的学科体系和教学的重心从通论性转化到应用性上来。全书总结了多年公共关系的实践经验与技能,分三大块,弱化了基础理论知识,细化了社交礼仪,大篇幅传授公共关系实务工作的经验、做法、技术技巧等各项实际工作。为了提高实践效果,每章



除正文外,增添了“提要”、“案例点评”和“练习设计”等栏目,使学生(学员)学了能用,用了有效。

此类教材还有很多,诸如李兴国主编的《公共关系实用教程》、曾宪植等编写的《公共关系实务大全》等。

回顾中国公共关系教材建设发展的 30 年历史,其学科体系、主体内容、传播使用总体上是科学的、规范的、平稳向前推进的。当然,在各个不同时期,各类教材又有着微观的区别,即表现为不同的纲要、内涵和风格。20 世纪 80 年代及 90 年代初期,中国公共关系教材建设较多地吸收了外来的营养,借鉴了外国的理念和经验,坚持拿来主义,洋为中用,改头换面,自成体系。90 年代中后期,中国公共关系教材建设在积累一定实践经验和理论探索的基础上,大量充实了国情内涵和应用特色,或整体、或部分地改造了前期教材,实现了一次提升和飞跃。新世纪因为国内外一系列重大问题的出现和急需解决,公共关系有了更大的发展空间。考验和机遇同现,解决社会组织各种问题,培养更多有实际工作能力的人才,充分展示公共关系的生命力和前瞻性,成为中国公共关系教材建设新的历史使命。总之,中国公共关系教材建设走过的历程和它取得的业绩,铸造了一座丰碑,值得赞赏,值得珍惜。

(本文发表于《公关世界》2010 年第 2 期 作者丁乐飞、徐永森、王先斌)

目 录

导言 公共关系教材建设的丰碑.....	1
---------------------	---

A 部 公共关系基础理论与知识

第一章 公共关系发展历程	3
第一节 公共关系历史渊源	3
第二节 现代公共关系在美国的形成	6
第三节 现代公共关系在世界的传播	9
第四节 现代公共关系在中国的大发展	12
第二章 公共关系基本原理	21
第一节 公共关系本质	21
第二节 公共关系构建元素	24
第三节 公共关系职能作用	44

B 部 公共关系社会交往与礼仪

第三章 公共关系社会交往	59
第一节 公共关系社会交往概述	59
第二节 公共关系语言	62
第三节 公共关系文书写作	68



第四章 公共关系礼仪	79
第一节 公共关系礼仪概述	79
第二节 公共关系基本礼仪	82
第三节 公共关系主要礼节	89
第四节 东西方国家礼俗习俗	92
第五节 中国民间节日简介	100

C 部 公共关系工作

第五章 公共关系工作程序	109
第一节 公共关系调研	109
第二节 公共关系策划方案	116
第三节 公共关系策划方案的实施	124
第四节 公共关系评估	127
第六章 公共关系宣传与活动	134
第一节 公共关系新闻传播	134
第二节 公共关系广告宣传	143
第三节 公共关系各种活动	152
第七章 公共关系专项工作	166
第一节 危机公共关系	166
第二节 谈判公共关系	171
第三节 谋职公共关系	174
第四节 公共关系案例编写	184
第八章 组织形象设计	193
第一节 组织形象	193
第二节 组织形象识别系统	198
第三节 组织形象设计流程	200
第四节 组织标识形象设计的基本技术与手段	204
后语 为公共关系教与学铺好路	211
主要参考文献	213

A

部

公共关系基础理论与知识

第一章 公共关系发展历程

【本章提要】 公共关系源远流长,远在中国、古希腊、古罗马时期就有原始的公共关系思想哲理和实践活动。现代公共关系形成于20世纪初的美国,后传遍世界各国。20世纪80年代初现代公共关系引进中国,30年来发展迅猛,成绩卓著。

第一节 公共关系历史渊源

一、古中国的关系哲理与游说

中国古代公共关系的萌芽早于古希腊和古罗马。早在春秋战国时期,中国的思想与言论就较为自由活跃,那时便出现了百家争鸣、百花齐放的文化盛世。当时产生的士阶层,在社会上举足轻重,深受各诸侯君王的器重与信赖,形成策士游说成风、舌战宣讲艺术发达的历史局面。那时的哲学、教育、文化思想,构成了中国古文化的一个高峰。

(一) 关系哲理

中国古代的关系哲理十分丰富,影响深远。孔子主张仁爱、爱人;他看重人、宽待人、依赖人;提倡“和为贵”,礼为尚,强调君臣关系,为人处世讲究和谐。墨子主张兼爱,交相利,互惠互利,不能只顾自己损害别人;用人以德、贤、贡献为



准,公平竞争,民主、平等,反对终身制。孟子主张仁、义、礼、智;以民为本,民为贵,社稷次之,君为轻;与民同心同乐,听政于民,施教于民。在古中国,先哲们的仁、和、互利、民生等主张蕴含着丰富的原始公共关系的理念,至今对中国特色公共关系的建设仍有重要的借鉴意义。

(二)策士游说

春秋战国策士游说兴起。当时周王朝衰落,各诸侯国相互倾轧,战争连年。一些有识之士利用自己的智慧和劝服的优势,穿梭于各国之间,游说献策。据《战国策·秦策》所载:当时周王室衰微,群雄并起,倾轧兼并,战争不断,关系纵横,外交穿梭,阴谋诡计,局面错综复杂。各诸侯国为保存和壮大自己的力量,大量启用策士进行游说,论辩成风,造成战国时期崇尚策士、辩士,积极倡导游说活动的历史风尚。各国策士利用自己的观点主张以及演说的口才,四处游说。他们或分析时势,因人而发,如商鞅说服秦王改革;或辩是非,解疑难,攻心动情,如触菴说赵太后;或寓理于物,巧喻显理,如邹忌谏齐王时的比美等。其中最典型、影响最大的游说活动,就是闻名古今的纵横之争。战国时期的游说活动遍及诸侯各国,涉及政治改革、经济发展、军事战争等,促进了诸侯国内的上下沟通,处理了各诸侯国之间的争斗关系,从思想上、心理上、感情上、策略上加强了政权建设。战国游说开启了言论自由的先河,发扬了民主政治的风气,许多游说的策略技巧值得现代公共关系借鉴。

二、古希腊论辩术

古希腊推行民主政治,对话、演讲、论辩受到重视。在公元前4世纪,一批从事法律、道德、宗教、哲学研究与宣传的教师和演说家在社会上十分活跃,他们被史学家称为诡辩学者。这些人利用当时大民主的社会环境,漫游各地进行讲学,对政治和社会问题发表意见,并与不同观点的对手进行论辩交锋。他们是世界上最出色的论辩专家和思想家,其出众的代表人物有柏拉图和亚里斯多德等。

柏拉图是古希腊著名的教育家。他长于论辩和宣传。他认为论辩术是国家政权建设与进行民主管理的基本技术与条件。为了培养人才,他在雅典郊外办了一所学园即柏拉图学园。他提出对国家管理者要进行专门的、系统的论辩教育。他还认为要维护国家的安定与统治,必须重视舆论宣传,宣布政务的实施,规劝和收拢人心。他把演讲论辩的口头宣传看成国家管理与人际交往的重要



手段。

亚里斯多德是古希腊著名的哲学家,《修辞学》就是他的代表作之一。这部著作讲的是语言修辞的艺术。他强调语言修辞在人际交往和宣讲中的重要性。他认为,修辞是沟通政治家、艺术家和社会公众相互关系的重要手段与工具,是寻求相互了解与信任的艺术。他指出,在交往沟通中,要用感情的呼唤去争取公众的了解与信任。要从感情入手去增强宣讲和劝服艺术的感召力和真切可靠性。他从语言修辞和情感感化诸方面,阐述了传播沟通的必要性及其基本原则与手段。《修辞学》中包含着丰富的公共关系思想与技术,被西方学者视为最古老的公共关系经典之作。

三、古罗马宣讲活动

古罗马的原始公共关系意识晚于古希腊,其宣讲活动形式也不同于古希腊。古罗马的宣传家们以律师、名人和帝国颂扬者的面目出现。他们通常利用大型的群众集会以及游行、庆贺的场合、方式,为贵族和帝国的统治者唱赞歌。他们的宣讲活动多以维护国家的尊严和为贵族、元老歌功颂德为主要内容。当然,他们也尊重公众舆论的价值,他们认为“民众之声是上帝的声音”。他们创造了“公众赞成”、“公众反对”的表态方式与语言词汇。古罗马的宣讲活动是以公众性的集体宣教代替了古希腊的个人论辩,其宣传效果影响更大,更有集中性。其最具代表性的人物是恺撒。

恺撒在政治上推行民主,他是一位精通沟通之道、善于言辞的军事家与政治家。他在任职期间,首设“每日纪闻”公告牌,公布元老院的活动,争取平民对政府的了解与支持,让平民及时了解国家大事。在罗马出军远征时,恺撒作为军事统管,经常派使节携带军事战况返回罗马,在广场向公众宣扬战果。他不仅塑造了罗马民族的自尊与自信,而且不断树立自己的“神圣”形象。他在高卢任职期间,安抚部落,架设桥梁,抵御日尔曼人的入侵,一度率军远征不列颠。后来他成为罗马的皇帝,维护了共和国的体制,控制了元老院。他写作的《高卢战记》记载了他的业绩和功德,成为一部纪实性的经典之作而广泛流传。国外的公共关系学者称这部书是出色的公共关系宣传佳作。

古中国、古希腊、古罗马的原始公共关系意识和理念,主要强调的是思想伦理哲理、演讲论辩及劝服的传播形式,重视民主政治建设和赞扬形象价值。但它受到生产力不发达和传播技术的限制,再加上政治制度的束缚,不可能形成系统



的公共关系科学与实践,但它的启蒙价值对后世的影响很大,特别是对现代公共关系早期建设十分重要。

第二节 现代公共关系在美国的形成

一、亚当斯时期——现代公共关系的萌芽

美国现代公共关系的萌芽最早可追溯到 18 世纪中期的反殖民主义斗争,其代表人物是塞缪尔·亚当斯。美国原为英国的殖民地,18 世纪中期,革命先驱塞缪尔·亚当斯等革命者,发起反对英国殖民统治的斗争。他们于 1766 年在波士顿建立“解放之子”,1775 年又建立“公众宣传委员会”,利用当时已较先进的传播技术与工具,出版各种宣传小册子,1750—1783 年,各种出版物有 1500 余种。

塞缪尔·亚当斯和他的同事为了达到反对殖民政策和争取独立解放的目的,成功地抓住舆论工具,通过编印宣传材料、发布新闻消息、游说演讲、制造轰动社会效应的一系列事件,进行有效的反对英国殖民主义的革命宣传与活动,唤起美国公众的爱国激情与反英意识,为现代公共关系积累了宝贵的经验。斯科特·卡特李普、阿伦·森特、格伦·布鲁姆在他们的权威著作《有效公共关系》中,曾对亚当斯时期的宣传意识、宣传技术和宣传经验给予很高的评价。他们认为,当代公共关系中的组织公众舆论的技术,是由亚当斯及其同事创造的。

二、巴纳姆时期——现代公共关系的发端

19 世纪中叶在美国风行的报刊宣传活动,被当作现代公共关系的发端。当时最具代表性的人物就是巴纳姆。巴纳姆时期的公关思想和实践,第一个特点是不重视公众利益。其宣传往往围绕企业形象,通过情节性的故事编写来提高自身的知名度或美誉度,从而开创了利用新闻媒介传播企业形象的先河。第二个特点是几乎所有的报刊宣传员都以获得免费的报纸版面为目的,不择手段地制造各种假新闻,欺骗公众。

这使整个巴纳姆时期在公共关系历史上成了一个不光彩的、有人称之为“公



众受愚弄的时期”、“反公共关系的时期”或“公共关系的黑暗时期”。后来,人们以此为鉴,明确了在公共关系活动中必须奉行诚实、公正和维护公众利益的原则和精神。

三、艾维·李时期——现代公共关系职业化

19 世纪末 20 世纪初,西方社会处在从自由资本主义向垄断资本主义过渡的阶段,各种矛盾空前尖锐,工人运动此起彼伏,美国民众已厌恶巴纳姆式的宣传活动,于是由新闻界带头发起了一场“扒粪运动”,在报纸上揭露资本家的各种丑陋行为,短短十几年间就发表此类文章 2000 多篇。在这一背景下产生了以艾维·李为代表人物的新型公共关系的思想和活动。

艾维·李的贡献主要有两个方面:一是要求企业在宣传活动中向公众讲真话。1905 年他向新闻界发表了著名的《原则宣言》,提出“我们的计划,是代表企业单位及公众组织,对于公众有价值且为公众所乐闻的话题,坦率而公开地向报界和公众提供迅速而准确的消息”。这些思想后来被人们称为企业的“门户开放原则”。二是使公共关系成为一种职业。1904 年,艾维·李与人合作在纽约创办了世界上第一家正式的公共关系公司——派克与李公司,向社会提供宣传方面的咨询服务,并收取费用。《原则宣言》就是艾维·李向新闻界散发的该公司的服务宗旨。公司成立后,前来洽谈业务的公司络绎不绝,其先后接受了美国电话电报公司、洛克菲勒公司、宾州铁路公司、无烟煤公司的邀请,处理劳资纠纷和社会摩擦,都取得了很大的成功,尤其以解决洛克菲勒公司的问题最为出名。洛克菲勒在“扒粪运动”中被搞得狼狈不堪,艾维·李建议他改变保持沉默的做法,对工人罢工的原因进行调查,并将事实真相公布于众,同时改善工人待遇,多做慈善事业。这些建议被采纳后,洛克菲勒最终摆脱了困境。

艾维·李作为公共关系之父,不仅首创了“公共关系”这一专门职业,而且,他提出的“说真话”、“公众必须被告知”的命题,将“公共利益与诚实”带进了公共关系的领域,使公共关系这门学科从对一些简单问题进行探讨上升为探求带有某些规律性的原则和方法,大大推动了这门学科的发展。

四、爱德华·伯内斯时期——现代公共关系科学化

爱德华·伯内斯 1913 年受聘于美国福特汽车公司,担任该公司的公共关系经理。第一次世界大战期间,他又在威尔逊总统成立的官方公共关系机构“克里



尔委员会”担任委员,专门负责向国外的新闻媒体提供有关美国参战情况的背景和解释性材料。第一次世界大战结束后,伯内斯及其夫人在纽约开办了公共关系公司。1923年,他以教授的身份首次在纽约大学讲授公共关系课程,同年出版了被称为公共关系理论发展史“第一个里程碑”的专著——《舆论明鉴》(也译为《舆论之凝结》)。在书中,伯内斯首先详尽阐述了“公共关系咨询”这一概念,而且提出了公共关系的原则、实务方法和职业道德守则等。1928年,他写出《舆论》一书。1952年,他又出版了《公共关系学》教科书,从而形成了较完整的公共关系理论和方法体系。

伯内斯的主要贡献在于,他把公共关系理论从新闻传播领域中分离出来,并对公共关系的原理与方法进行较系统的研究,使之系统化、完整化,最终使之成为一门独立完整的新兴学科。伯内斯在理论上作出的贡献,对于公共关系学科的形成和进一步发展具有划时代的里程碑的意义。

伯内斯的另一重要贡献是提出了“投公众所好”这一公共关系宣传的基本原则。他认为,公众需要什么,组织就应提供什么,公共关系贡献给公众的应是他们最迫切希望得到的,为此,组织应确切了解公众的需求与利益,在此基础上开展传播活动,以迎合公众的要求。他认为,为了得到稳定而持续的发展,组织不仅要使公众了解自己,更重要的是必须获得他们的谅解与合作。因此,他提出,公共关系的重要职责是向组织提供政策咨询,而不仅仅是向社会作宣传。伯内斯提出公共关系活动的八个程序,包括计划、反馈和重新评估等,为公共关系职业化、科学化作出了不懈的努力。

五、现代公共关系在美国形成的诸因素

现代公共关系形成于19世纪末20世纪初的美国,之后在世界各地迅速传播、发展。促使现代公共关系在美国形成的原因是多方面的。

(一)商品经济的高度发展

商品经济的高速发展是现代公共关系产生的前提。商品经济以社会化生产、社会化交换为其重要特征。市场需求、消费者心理、公众态度成为影响一个企业生存与发展的重要因素。企业开始面向公众,他们通过各种渠道寻求公众的了解、信任与支持,为企业获得更大的发展与实际利益。公共关系的作用与意义已被企业家和公众所认识,逐渐成为加强经济管理与沟通各种关系的法宝。