

公共关系学

主 编：谢俊贵

副主编：邓名瑛 柴铭姝

朱秋莲 张伟萍

工 商 出 版 社

责任编辑 张文锐 董云竹

封面设计 彩 林

图书在版编目(CIP)数据

公共关系学/谢俊贵主编. —北京:工商出版社, 2002. 5

ISBN 7-80012-697-8

I. 公… II. 谢… III. 公共关系学 IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 030730 号

书名/公共关系学

主编/谢俊贵

出版·发行/工商出版社

经销/新华书店

印刷/北京白河印刷厂

开本/850×1168 毫米 1/32 印张/13.375 字数/334 千

版本/2002 年 6 月第 1 版 2002 年 6 月第 1 次印刷

印数/01-2000 册

社址/北京市丰台区花乡育芳园东里 23 号(100070)

电话/(010)63730074

出版声明/版权所有,侵权必究。

书号:ISBN 7-80012-697-8/D·160

定价:26.00 元

(如有缺页或倒装,本社负责退换)

目 录

第一章 公共关系综合观照	1
第一节 公共关系一般问题	1
第二节 公共关系工作概说	16
第三节 公共关系学科体系	34
第二章 公共关系历史考察	45
第一节 公共关系的起源和发展	45
第二节 公共关系在中国的发展	58
第三节 公共关系发展条件分析	66
第三章 公共关系主体分析	79
第一节 现代社会组织	79
第二节 公共关系机构	91
第三节 公共关系人员	105
第四章 公共关系客体分析	115
第一节 公众的涵义与分类	115
第二节 社会组织内部公众	124
第三节 社会组织外部公众	134
第五章 公共关系调查研究	153
第一节 公共关系调查研究涵义与功能	154

第二节	公共关系调查研究的内容范围·····	164
第三节	公共关系调查研究的一般程序·····	177
第四节	公共关系调查研究的基本方法·····	185
第六章	公共关系活动策划·····	193
第一节	策划与公共关系活动策划的涵义·····	193
第二节	公共关系活动策划的特征与功用·····	203
第三节	公共关系活动策划的类型与原则·····	211
第四节	公共关系活动策划的程序与方法·····	221
第七章	公共关系信息传播·····	231
第一节	公共关系信息传播基本问题·····	231
第二节	公共关系信息传播类型分析·····	244
第三节	公共关系信息传播主要通道·····	250
第四节	公共关系信息传播一般要求·····	262
第八章	公共关系专题活动·····	270
第一节	会议交流活动·····	270
第二节	纪念庆典活动策划·····	277
第三节	文化娱乐活动策划·····	284
第四节	社会公益活动策划·····	291
第五节	商品展览活动策划·····	299
第九章	公共关系危机处理·····	309
第一节	公共关系危机及其处理概述·····	309
第二节	公共关系危机处理通用程序·····	322
第三节	公共关系危机处理基本策略·····	331

第十章 公共关系检测评估 ·····	347
第一节 公共关系检测评估的涵义与作用·····	347
第二节 公共关系检测评估的主体与程序·····	351
第三节 公共关系检测评估的层次及内容·····	357
第四节 公共关系检测评估报告及其撰写·····	370
 第十一章 公共关系交往礼仪 ·····	377
第一节 基本礼仪·····	377
第二节 饮食礼仪·····	391
第三节 服饰礼仪·····	400
第四节 习俗礼仪·····	410
 主要参考文献 ·····	417
后 记 ·····	420

第一章 公共关系综合观照

公共关系学是一门应用性很强的社会科学,它在各行各业、各种各样的社会组织中都有着广泛的用途,它对社会管理、企业管理的许多方面都起着非常重要的作用。正因为如此,这门发端于国外的新兴社会科学,在我国改革开放的新的历史时期,被作为一种人类社会的成功管理经验和现代文明成果引入了我国大陆,并在我国大陆迅速传播和广泛应用。但是,由于这门学科毕竟是近些年才从国外引进的,不少人对公共关系究竟是什么,公共关系工作究竟干什么,公共关系学究竟研究什么并不十分了解,因而社会上的公共关系领域中也出现了一些鱼目混珠、泥沙俱下的现象。为了正本清源,我们先对公共关系、公共关系工作、公共关系学三个基本概念及其有关问题作一个总括性的讨论。

第一节 公共关系一般问题

公共关系一般问题是指诸如公共关系的基本概念、基本要素、基本特性等方面的问题,人们如果要正确认识公共关系、具体掌握公共关系学,并在此基础上有效开展公共关系工作,就必须优先搞清公共关系的这些一般问题。

一、公共关系的基本涵义

“公共关系”一词是中国大陆改革开放后的“舶来品”,它是英文“public relations”的汉译名称。因此,对公共关系这一概念的理

解,首先应该弄清其英文原义,然后再具体对其作出科学界定。

(一)“public relations”一词的多层涵义

按照《韦氏新九版大学词典》(Webster's Ninth New Collegiate Dictionary)的说法,英文公共关系“public relations”一词的可查历史是1807年第一次被辑入《韦氏新九版大学词典》之中。^①由此可以看出,“public relations”一词,从词源学的意义上讲,其出现的时间应该早于1807年。但是,“public relations”一词开始作为现代公共关系学意义上的专门术语来采用,却要晚于这个时间。据美国普林斯顿大学埃里克·戈德曼教授研究,这个概念最早出现于1882年美国律师多尔曼·伊顿在耶鲁大学法学院所作的题为“公共关系与法律职业的责任”的演说之中。不过,伊顿当时只是在一种非公共关系专业场合使用了这一词语,况且伊顿所取用的意义基本上只是指公共利益问题。更多人的意见是,对“public relations”一词最早的正式使用,应该是美国铁路联合会,它在1897年编辑的《铁路文献年鉴》一书中正式使用了这一概念。^②

“public relations”这一概念,自从引入中国大陆以来,在译法上存在着一些差别。其原因是,“public relations”一词是一个复合词,它是由“public”和“relations”两词复合而成的。其中,“public”既可作形容词,也可作名词。作形容词讲,它有“公众的”、“公共的”、“大众的”之意;作名词讲,其意即为“公众”。若取其形容词之词性,“public relations”既可译为“公共关系”,也可译为“公众关系”。若取其名词之词性,则“public relations”一词只可译为“公众关系”。如果我们既照顾名词词性,又照顾形容词词性,那么,

① 邱伟光:《公共关系学原理》,华东师范大学出版社,1994年,第1页。

② 李强主编:《公共关系学概论》,中国人民大学出版社,1991年,第1页。

“public relations”最好的译法是“公众关系”。但是,由于该词的最初中译者将其译成了“公共关系”,且“公共关系”一词目前已经在我国流传甚广,所以我们确定因循这一译法,不再另作更改,仅仅提醒大家一句话,“公共关系”就是“公众关系”。

关于“public relations”一词,还不只是一个汉译名称的问题,其实“public relations”作为一个术语,它是有着多重涵义的。也就是说,“public relations”一词在不同的场合下使用,其涵义有所不同。首先,“public relations”一词可以用于表示一种社会联系,这时它可译为“公共关系”;其次,“public relations”一词可以用于表示一种组织行为,这时它可译为“公共关系工作”;再次,“public relations”一词还可用于表示一种专门学科,这时它可译为“公共关系学”。总之,“public relations”在公共关系学中的涵义,可以说是极为丰富的,这也是我们下面要介绍到的人们对公共关系这一概念的解释和界定众说纷纭、莫衷一是的一个重要原因。

(二)公共关系的多种定义

自从公共关系诞生以来,国内外的学术界已从不同角度、不同层次对公共关系这一概念进行了界定,形成了不少的认识成果。广泛了解国内外学术界有关这方面的代表性成果,有助于我们全面地、深刻地认识公共关系这一概念。

1. 国外的代表性定义

国外学术界关于公共关系的定义很多,其中有代表性的定义也不少。现代公共关系工作的先驱者之一、美国著名的公共关系学家爱德华·伯尼斯认为:“公共关系是处理一个团体与公众(决定该团体活力的公众)之间的关系的职业。”^①美国著名的公共关系研究权威卡特李普和森特在《有效公共关系》中下了这样的定义:“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

^① 李道平等著:《公共关系学》,经济科学出版社,2000年,第4页。

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。”

①美国著名公共关系学者詹姆斯·格鲁尼格认为:“公共关系是一个组织与它的相关公众之间的传播管理。”②英国著名的公共关系学者弗兰克·杰夫金斯指出:“公共关系是由为达到相互理解有关的特定目标而进行的各种有计划的沟通联络所组成的,这种沟通联络处于组织与公众之间,既是向内的,也是向外的。”③美国公共关系研究和教育基金会主席莱克斯·哈洛博士于1976年在收集和分析了472种定义后对公共关系所下的定义是:“公共关系具有明显的管理职能。它能帮助一个组织及其公众建立和维持相互间的交流、理解,达到接受及合作的目的;它涉及到管理部门的重大问题;它能帮助管理部门保持接受公众舆论的反映并对之作出反应;它能解释和强调管理部门的责任,为公众利益服务;它能帮助管理部门与变化保持一致并有效地利用变化,从而作为一种提前警报系统来帮助预测未来发展趋势;它能把研究及合乎道德的传播技巧作为自己的主要工具。”④美国普林斯顿大学蔡尔滋教授则认为:“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。”“公共关系是为了公众的利益,协调和修正我们个人和企业那些具有社会意义的行为。”⑤

此外,国外的一些公共关系学术团体也对公共关系进行了定

① [美]斯科特·卡特李普等著:《有效公共关系》,中国财政经济出版社,1988年,第8页。

② 李道平等著:《公共关系学》,经济科学出版社,2000年,第4页。

③ [英]弗兰克·杰夫金斯著:《公共关系学》,商务印书馆,1990年,第5页。

④ [美]丹尼斯·威尔科克斯等著:《公共关系的战略与战术》,解放军出版社,1992年,第6-7页。

⑤ 李道平等著:《公共关系学》,经济科学出版社,2000年,第4页。

义,其中比较重要的有国际公共关系协会的定义、美国公共关系协会的定义、英国公共关系协会的定义、各国公共关系协会墨西哥会议的定义等。国际公共关系协会的对公共关系的定义是:“公共关系是一种管理功能。它具有连续性和计划性。通过公共关系,公立的和私人的组织、机构试图赢得同他们有关的人们的理解、同情和支持——借助对舆论的估价,以尽可能地协调它自己的政策和做法,依靠有计划的、广泛的信息传播,赢得更有效的合作,更好地实现它们的共同利益。”^① 美国公共关系协会 1982 年 11 月举行的第 35 届全国代表大会对公共关系的定义是:“(1)它是一个组织管理中所进行的一种有计划、持久的活动;(2)它处理的是一个组织与其各类公众之间的关系;(3)它监测组织内外人们的意识、舆论、态度和行为;(4)它分析组织所采取的政策、程序和行动对各类公众的影响;(5)它调整那些与公众利益相冲突并影响组织生存和发展的政策、程序和行动;(6)它向管理阶层的人员提供咨询,帮助制定新的政策、程序和行动方案,而这一切都是有利于组织与它的公众的;(7)它建立和维持一个组织与其各类公众之间的双向交流;(8)它使组织内外人们的意识、舆论、态度和行为产生某些具体的变化;(9)最后,它使一个组织与它的各类公众产生新的、持久的关系。”^② 英国公共关系学会对公共关系的定义是:“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。”^③ 1978 年 8 月 8 日至 10 日,各国公共关系协会世界第一次大会在墨西哥城召开,会上通过了如下定义:“公共关系的实施是分析趋势、预测后果,向组织领导人提供咨询意见,并履行一系列有计划的行为以服务于本组织和公众

① 李道平等著:《公共关系学》,经济科学出版社,2000 年,第 3 页。

② 李道平等著:《公共关系学》,经济科学出版社,2000 年,第 3-4 页。

③ 李道平等著:《公共关系学》,经济科学出版社,2000 年,第 4 页。

共同利益的艺术和社会科学。”^①

2. 国内的代表性定义

国内学术界关于公共关系的定义也不少,有的定义也具有一定的代表性。例如:王乐夫等人在《公共关系学》一书中对公共关系的定义是:“公共关系是一种内求团结完善、外求和谐发展的经营管理艺术。即一个社会组织在自身完善的基础上,运用各种信息沟通传播的手段,协调和改善自身的人事环境和舆论气氛,使本组织机构的各项政策、活动和产品符合于相关公众的需求,争取公众对自己的理解、信任、好感与合作,在双方互利中共同发展。”^②廖为建在《公共关系学简明教程》一书中则认为:“公共关系(公众关系)即组织在经营管理中运用信息沟通媒介,促进组织与相关公众之间的双向了解、理解、信任与合作,为组织机构树立良好的公众形象。”^③徐波在其所著的《公共关系学》一书中的定义是:“公共关系是以社会组织为主体、组织的各类公众为客体、传播为手段的管理活动,它在社会组织和其各类公众之间形成双向交流,使双方达到相互适应、相互合作的目的。”^④居延安等人在其所著的《公共关系学》一书则中把公共关系定义为:“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。”^⑤熊源伟主编的全国通用教材《公共关系学》中作了这样的界定:“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。”^⑥李道平等著

① 李道平等著:《公共关系学》,经济科学出版社,2000年,第2页。

② 李道平等著:《公共关系学》,经济科学出版社,2000年,第5页。

③ 廖为建著:《公共关系学简明教程(修订本)》,中山大学出版社,1993年,第1页。

④ 徐波著:《公共关系学》,中共中央党校出版社,1989年,第7页。

⑤ 居延安等著:《公共关系学》,复旦大学出版社,1989年,第9页。

⑥ 熊源伟主编:《公共关系学》,安徽人民出版社,1990年,第16页。

的最新版《公共关系学》一书中把公共关系定义为：“公共关系是社会组织为了寻求良好合作与发展，通过形象塑造、传播管理、利益协调等方式，同相关公众结成的一种社会关系。它包括政府与社会各界的关系、企业与消费者及有关客户的关系、领导与员工的关系等等。”^①翟向东在《中国公共关系教程》一书绪言中指出：“如果把中国公共关系的含义作一广义的概括，即中国的公共关系是在建设有中国特色的社会主义理论指导下，社会组织（党的组织、政府、企业和事业单位、团体等）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、文化、科技等方面的关系，调动一切积极因素，促进社会主义物质文明和精神文明建设的一门科学。”^②此外，台湾学者祝振华对公共关系有着与一般学者很为不同的理解，他把公共关系看成是一种十分宽泛的社会关系，他在其著作中指出：“五伦以外的人类关系，谓之公共关系。”^③

（三）公共关系的一般理解

南京大学周晓虹教授在其所著的《走向社会的名片——公共关系理论与实务》一书中这样写道：“什么是公共关系？这是我们进入这个富有创造性与挑战性的领域所必须直面的第一个问题，但使我们可能最驻足不前的恐怕也正是这样一个在门外汉看来不应有什么困难的问题。”^④从上述国内外关于公共关系概念定义的众说纷纭中，我们更感觉到在进入公共关系学科领域之前，更有

① 李道平等著：《公共关系学》，经济科学出版社，2000年，第9页。

② 翟向东主编：《中国公共关系教程》，中国商业出版社，1990年，绪言第7页。

③ 汪秀英著：《公众关系学》，中国商业出版社，1991年，第10页。

④ 周晓虹著：《走向社会的名片——公共关系理论与实务》，中国社会科学出版社，1993年，第6页。

必要搞清什么是公共关系的问题。

在我们看来,所谓公共关系,应该是指社会组织与其相关公众之间的一种社会信息交流关系,它是一定社会组织在优化自身行为的基础上,借助各种信息传播媒介,塑造自身良好社会形象,增进自身与其相关公众之间的相互了解、理解、合作与支持的一种自觉行动,也是一门研究社会组织与其相关公众之间的社会信息交流关系的发生、发展规律和构建、推进方法的一门学科。关于公共关系的这样一个定义,我们还可作如下的具体理解:

首先,公共关系是一种社会性最强的社会关系。

社会关系按其社会性强弱来分大致可分为三个层次:第一层次是自发性社会关系,它包括血缘关系和地缘关系,如五服之内的关系、邻里关系等。这种社会关系一般来说是自然形成的,社会化程度较低,社会性很弱。第二层次是人际性社会关系,即人际关系,它是指个人与个人之间通过自觉的交往而形成的社会关系。这种社会关系比自发性社会关系的社会化程度要高,社会性要强,它反映了人们走出自然封闭之圈,走向广阔社会天地的步子已经迈开,并具有较强的自觉性,但它仍然局限于私人性质的交往,社会化程度还不是太高,社会性还显得较弱。第三层次是公众性社会关系,即所谓公共关系或曰公众关系。公共关系是由于社会组织的一般社会行为和广泛社会影响而引起的一种社会交往关系。在公共关系中,公共关系的行为主体是社会性最强的社会单位——社会组织;公共关系的行为客体,即社会组织的交往对象不再局限于血缘和地缘规定的范围之内的人员,也不再局限于某一个别的具体人员,而是扩及与社会组织的社会行为相关的广大社会公众,社会组织与其相关公众的交往方式也不再是私人性的方式,而是公众性的、社会化的方式,所以说,公共关系是一种社会化程度最高、社会性最强的社会关系。

其次,公共关系是一种双向的社会信息交流关系。

公共关系是一种信息交流关系,而且是一种双向的社会信息交流关系,这可以从三个层次上来认识:第一,公共关系是一种信息交流关系。公共关系作为一种社会关系,它有别于各种一般的具体社会关系,如政治关系、经济关系、法律关系、家庭伦理关系、人际情感交流关系等,它一般是指社会组织与其相关公众之间的信息交流关系,这就是说,公共关系的发生和发展,都是以社会组织与其相关公众之间的信息交流为基础的。第二,公共关系是一种高透明度的信息交流关系。公共关系作为一种信息交流关系,它具有广泛的公众性、显著的公开性和极强的社会性。它不像那些低层次的私人关系特别是庸俗关系那样,靠私下的、隐蔽的甚至不可告人的交往方式去构建和推进,而是通过公开性的和大众化的信息交流手段进行社会信息传播与沟通来构建和推进,与其他层次较低的社会关系比较,它具有很高的透明度。第三,公共关系是一种双向的社会信息交流关系。公共关系与广告传播不同,其信息交流具有双向特性。一方面,社会组织要将有关自身情况的信息传向公众,以求得公众的了解和理解,改变公众对自身的认识 and 态度;另一方面,社会组织还要从公众那里获得系统全面的需求性信息和评价性信息,以作为改善自身行为、塑造良好社会形象、服务广大社会公众的决策依据。双向的社会信息交流是公共关系的本质所在。

再次,公共关系是一种十分善意的社会交往关系。公共关系作为社会组织与其相关之间的一种特定的社会关系,它是一种十分善意的社会交往关系。

第一,公共关系以社会组织的优良行为作为客观基础。公共关系虽以求得广大社会公众对社会组织的了解、理解、合作与支持作为其基本目标,但它是以前社会组织的行爲优化作为客观基础的。只有通过优化社会组织自身的行爲,塑造社会组织的良好形象,才能真正建立良好的公共关系。

第二,公共关系以互惠互利作为基本原则。公共关系强调社会组织的追求目标与相关公众合理需求的一致性,并且认定,凡是有损公众利益的事情,最终必定损害组织自身的利益,因而它特别注重谋求与维护公众的利益,并通过谋求和维护公众的利益来谋求和维护组织自身的利益。

第三,公共关系以社会价值作为基本价值取向。在经济效益与社会效益的关系处理问题上,公共关系反对只讲经济效益、不顾社会效益的做法,它主张以社会价值作为基本的价值导向,主张通过优化社会组织的社会行为、树立良好的社会形象、营造良好的社会环境、取得良好的社会效益来博得广大社会公众的认可与支持,在此基础上来求得良好的经济效益。

由此看来,公共关系是一门刻求善意的学问,它与用坑、蒙、诈、骗来追求经济效益的假公共关系是不可同日而语的。

二、公共关系的基本构成

公共关系是一种客观存在,它是由一些因素构成的。其中构成公共关系的必要的和主要的因素(或成分),我们称之为公共关系构成要素。关于公共关系的构成要素,有人认为是三大要素,即:组织、公众和媒介。我们认为公共关系的构成要素,应该是三个,即:公共关系主体、公共关系客体、公共关系媒体。

(一)公共关系主体

公共关系主体是指公共关系行为的实施者。一般来讲,公共关系主体是现代社会组织(以下简称社会组织)及其代表社会组织行使各种公共关系职能的机构和人员。具体来讲,它包括三个层次,即:社会组织(即现代社会组织);代表社会组织行使公共关系职能的公共关系机构(其中最基本的是社会组织的公共关系部门);代表社会组织行使公共关系职能的公共关系人员。社会组织是公共关系的总体行为主体,通常来讲,没有社会组织,也就没有

所谓的公共关系。社会组织的公共关系部门是社会组织公共关系专门职能的管理机构,它是社会组织公共关系的职能行为主体。其他的公共关系机构,如公共关系公司、公共关系社团等,也可受托成为社会组织公共关系的职能行为主体。社会组织的公共关系人员是在社会组织中专门从事公共关系工作的管理人员,他们代表社会组织具体承担和处理各种公共关系事务,从微观层次来看,社会组织的公共关系人员是社会组织公共关系的具体行为主体。

(二)公共关系客体

公共关系客体是指社会组织开展公共关系工作的对象,有时也称为公共关系对象,公共关系目标对象,公共关系工作对象等。在公共关系学中,公共关系客体统称为公众。相对于具体的社会组织来说,公共关系客体就是该社会组织的相关公众。相关公众是一个相对的概念,它是指与一定社会组织利益相关的具有共同需求的个人、群体、组织的集合体。组织内部的员工,与组织相关的股东、顾客、读者、观众、社区居民、政府官员、新闻记者、社会名流、竞争对手,以及与社会组织相关的各种其他组织,都是社会组织的相关公众。相关公众构成了社会组织生存与发展的社会环境。它对社会组织产生制约和影响,是与社会组织相互联系、相互作用的社会群体。社会组织的公共关系工作,其基本的目的就是要协调好社会组织与这些相关公众的关系,求得他们对社会组织的了解、理解、支持与合作,为社会组织的生存与发展创造良好的公众环境。

(三)公共关系媒体

公共关系媒体是指联通社会组织与相关公众之间的社会信息交流关系的各种传播媒介。传播媒介是社会信息交流的渠道、途径和手段,是信息传输的载体。社会组织要借助于传播媒介才能与相关公众进行具体的社会信息交流,才能与相关公众具体建立各种社会信息交流关系,才能真正求得广大社会公众对社会组织