

湖南省高等教育
21世纪课程教材

理工科大学 生 社会科学 知识 读本

公共关系学 导论

李洪基
黄正泉 → 主编

◆ 湖南师范大学出版社

湖南省高等教育 21 世纪课程教材
理工科大学社会科学知识读本

公共关系学导论

李洪基 黄正泉 主编

湖南师范大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

公共关系学导论 / 李洪基, 黄正泉主编. — 长沙: 湖南师范大学出版社, 2000.9

ISBN7—81031—969—8/G·453

I. 公... II. ①李...②黄... III. 公共关系学—高等学校—教材 IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 47064 号

公共关系学导论

主 编: 李洪基 黄正泉

责任编辑: 莫 华

责任校对: 伟 魁

湖南师范大学出版社出版发行

(长沙市岳麓山)

湖南省新华书店经销 湖南航天长宇印刷有限责任公司印刷

850×1168 32 开 10 印张 248 千字

2000 年 9 月第 1 版 2000 年 9 月第 1 次印刷

印数: 1—3700 册

ISBN7—81031—969—8/G·453

定价: 12.80 元

《理工科大学社会科学知识读本》

编 委 会

学术顾问（以姓氏笔划为序）

田国强（美国德克萨斯 A&M 大学教授、博士生导师、
原中国留美经济学会会长）

刘大椿（中国人民大学教授、博士生导师）

刘美珣（清华大学教授、博士生导师）

刘湘溶（湖南师范大学教授、博士生导师）

肖灼基（北京大学教授、博士生导师）

张岂之（清华大学教授、博士生导师）

唐凯麟（湖南师范大学教授、博士生导师）

钱淦荣（北京大学教授、博士生导师）

总 主 编

李洪基

副总主编

熊俊钧 屈林岩

策划与执行总主编

屈林岩

编委会成员（以姓氏笔划为序）

李洪基 屈林岩 柳礼泉 黄 河 熊俊钧

《理工科大学生社会科学知识读本》

总 序

随着教育思想观念改革与教学内容及课程体系改革的深入，加强高等理工农医院校学生的人文社会科学教育已成为高等教育界的共识。但从目前的情况看，文化素质教育课程和教材建设普遍存在重文史哲类学科、轻经管法类学科的现象，这显然不能适应 21 世纪科技、经济、社会发展对高级专门人才知识、能力、素质的要求。我们知道，为了提高干部队伍素质，由江泽民总书记写序并要求县处级以上领导干部学习的系列读本，多数书目都是经管法类学科的。最近，也是由江泽民总书记写序，供广大农村基层干部和农民阅读的系列读本，也多是经管法类学科方面的知识。因此，作为培养 21 世纪社会主义建设者和接班人的高等院校，有责任也有必要加强文化素质教育中经管法类学科基础和应用知识的教育。

编写《理工科大学生社会科学知识读本》（以下简称《读本》），就是为了培养理工农医类学生适应 21 世纪科技、经济、社会发展所需要的经管法类学科方面的基础知识、能力与素质。如通过学习经济学，可以了解供给与需求、生产、流通、分配与消费等市场经济基础知识，懂得技术经济与价值工程，从而把科学价值与经济效益统一起来，将科技成果尽快地转化为生产力；通过学习管理学，学会协调社会组织内部各项事物和配置各种资源，变潜在的生产力为现实的生产力；通过学习社会学，了解社会的结构、功能及发生、发展规律，从而顺应历史发展的潮流，

为社会改革、社会管理和社会进步多作贡献；通过学习公共关系学，为社会组织树立形象，建立信誉，创造效率；通过学习领导科学，掌握领导活动和领导工作中的规律，使学生毕业后能成为社会主义现代化建设和各行各业的领导人才，等等。因此，拟确定《市场经济学导论》、《管理学导论》、《社会学导论》和《公共关系学导论》、《领导科学导论》等为《读本》的首批书目。《读本》吸取了我们主持完成的湖南省面向 21 世纪重点教改项目《高等理工农医院校人文社会科学素质教育的目标和课程设置的 research 和实践》的研究成果，力求贯彻“要精、管用”的原则，力求体现理工农医类学生学习人文社会科学知识的特点，注意内容的基础性与应用性、系统性与针对性、科学性与可读性等方面的统一。《读本》既可作为高等理工农医院校开设人文社会科学课程的教材，也可作为大学生学习人文社会科学知识的有益读物。

《读本》的编写和出版得到了田国强、刘大椿、刘美珣、刘湘溶、肖灼基、张岂之、唐凯麟、钱淦荣等一批国内外著名学者、教授的热情指导与鼓励，在此我们表示诚挚的谢意。重视和加强高等理工农医院校的人文社会科学教育，是一项开创性的工作，也是一项艰巨复杂的系统工程，我们的工作仅仅是起步。在迎接 21 世纪的挑战中，世界舞台上最激烈的竞争将转向培养创新人才的教育领域，而加强人文社会科学教育，培养文理相通的复合型人才，又是世界教育领域的一个共同趋势。我们愿为此尽绵薄之力。

李洪基
2000 年 7 月

目 录

公共关系学导论

第一章 公共关系学概论	(1)
第一节 公共关系	(2)
一、公共关系的定义与涵义	(2)
二、公共关系的基本特征	(4)
三、公共关系的类型	(7)
四、公共关系的职能	(11)
第二节 公共关系学	(16)
一、公共关系学的研究对象和范围	(16)
二、公共关系学的研究方法	(19)
第三节 学习、研究公共关系学的现实意义	(20)
一、公共关系学的研究是市场经济发展的需要	(21)
二、公共关系学的研究是促进改革开放的需要	(21)
三、公共关系学的研究是创造和谐的内外环境的需要	(23)
第二章 公共关系的兴起与发展	(25)
第一节 公共关系的兴起与发展	(25)

一、公共关系的兴起	(26)
二、公共关系发展的基础	(32)
三、公共关系发展的现状与趋势	(34)
四、公共关系在中国	(36)
第二节 公共关系学的形成	(39)
一、公共关系学的形成	(39)
二、公共关系理论的新发展	(40)
第三章 公共关系的主体	(43)
第一节 组织	(43)
一、组织的概念、类型	(43)
二、组织的素质和行为	(47)
三、组织形象	(49)
第二节 公共关系工作机构	(56)
一、公共关系部	(56)
二、公共关系公司	(61)
第三节 公共关系人员	(64)
一、公共关系人员的基本素质	(64)
二、公共关系人员的培训	(71)
第四章 公共关系的客体	(76)
第一节 公众概述	(76)
一、公众的定义	(76)
二、公众的特点	(77)
三、公众的分类	(78)
第二节 公众的心理	(81)
一、公众的流行心理特征	(82)
二、公众的心理倾向	(86)

三、与公众的心理沟通	(91)
第五章 公共关系的传播	(96)
第一节 传播概述	(96)
一、传播的定义与涵义	(96)
二、传播的特征	(97)
三、传播的功能	(98)
四、传播的基本要素	(98)
第二节 传播机制	(100)
一、传播模式	(100)
二、传播类型	(103)
第三节 传播媒介	(107)
一、传播媒介的种类	(107)
二、大众传播媒介	(109)
三、其他传播媒介	(112)
第四节 有效传播	(113)
一、传播效果理论	(113)
二、传播障碍	(114)
三、有效传播	(116)
第六章 公共关系的调查与策划	(121)
第一节 公共关系调查	(122)
一、公共关系调查的作用	(122)
二、公共关系调查的原则	(123)
三、公共关系调查的内容	(124)
四、公共关系调查的程序与方法	(133)
第二节 公共关系策划	(137)
一、公共关系策划的涵义、意义和特性	(137)

二、公共关系策划的原则·····	(141)
三、公共关系策划的程序·····	(143)
四、公共关系策划可借鉴的公共关系活动模式·····	(151)
五、公共关系策划的新趋势·····	(153)
第七章 公共关系的实施与评估·····	(156)
第一节 公共关系实施·····	(156)
一、公共关系实施的特点及意义·····	(157)
二、公共关系实施中的障碍因素·····	(159)
三、公共关系实施的原则与方法·····	(164)
第二节 公共关系评估·····	(168)
一、公共关系评估的意义·····	(168)
二、公共关系评估的程序·····	(170)
三、公共关系评估的内容与标准·····	(171)
四、公共关系评估的方法·····	(176)
第八章 公共关系传播艺术 (一) ·····	(179)
第一节 言语传播·····	(179)
一、公共关系语言艺术的一般原则·····	(180)
二、公共关系语言艺术的基本特征·····	(181)
三、公共关系语言艺术的主要方法·····	(182)
四、公共关系语言艺术的主要技巧·····	(185)
第二节 演讲艺术·····	(191)
一、分析听众心理·····	(191)
二、精彩的开头·····	(192)
三、提炼主题, 集中内容·····	(193)
四、巧妙的结尾·····	(196)
第三节 谈判艺术·····	(197)

一、谈判的一般程序·····	(197)
二、谈判的一般原则·····	(198)
三、谈判的主要言语技巧·····	(205)
第四节 论辩艺术·····	(206)
一、论辩的性质、意义与要求·····	(206)
二、论辩的艺术与技巧·····	(210)
三、诡辩的识别和辩驳·····	(211)
四、论辩者的修养·····	(211)
第九章 公共关系传播艺术 (二) ·····	(213)
第一节 文字传播·····	(213)
一、公共关系新闻稿·····	(214)
二、公共关系广告·····	(216)
三、公共关系信函与柬帖·····	(220)
四、公共关系说明书·····	(222)
五、公共关系标语·····	(223)
六、组织报刊·····	(224)
第二节 复合传播·····	(225)
一、策划媒介事件·····	(226)
二、记者招待会·····	(227)
三、赞助社会公益活动·····	(229)
四、展览会·····	(230)
五、节庆活动·····	(231)
第三节 CI 传播·····	(233)
一、CI 传播的涵义·····	(233)
二、CI 传播的过程和内容·····	(237)
三、CI 传播的特点和功能·····	(238)
四、网络 CI·····	(239)

五、CS 战略与 CI 传播·····	(242)
第四节 危机公关·····	(243)
一、公共关系危机概说·····	(244)
二、危机公共关系的发展·····	(245)
三、处理公共关系危机的基本对策·····	(247)
四、公共关系纠纷·····	(248)
 第十章 公关礼仪·····	(252)
第一节 见面礼仪·····	(252)
一、介绍礼仪·····	(253)
二、称呼礼仪·····	(254)
三、致意礼仪·····	(256)
第二节 迎送、接待、拜访礼仪·····	(258)
一、迎送礼仪·····	(259)
二、接待礼仪·····	(260)
三、拜访礼仪·····	(263)
第三节 电话、舞会、宴会礼仪·····	(265)
一、电话礼仪·····	(265)
二、舞会礼仪·····	(269)
三、宴会礼仪·····	(273)
 第十一章 公共关系的基本原则和道德准则·····	(282)
第一节 公共关系的基本原则·····	(282)
一、实事求是原则·····	(283)
二、利益统一原则·····	(284)
三、信誉统一原则·····	(286)
四、科学指导原则·····	(287)
第二节 公共关系的道德准则·····	(287)

一、以诚为本，公正待人·····	(288)
二、不谋私利，奉公守法·····	(289)
三、讲究信誉，礼貌谦逊·····	(290)
 附录一 国际公共关系协会行为守则·····	 (294)
附录二 国际公共关系协会职业行为准则·····	(296)
附录三 《国际道德准则》简介·····	(298)
附录四 中国公共关系职业道德准则·····	(299)
 主要参考文献·····	 (301)
 后 记·····	 (303)

第一章 公共关系学概论

公共关系学导论

公共关系学作为一门新兴综合性应用学科，在 20 世纪 20 年代发源于美国。随着社会的不断开放，市场经济的不断繁荣，民主政治的不断完善，知识经济和信息传播技术的不断发展，社会文明的不断提高，公共关系的社会作用也日益增强，越来越广泛地被人们应用于社会生活的各个领域，并且成为一种倍受人们青睐的职业。

社会主义市场经济的形成和企业经营机制的转换，要求树立良好的组织形象，建立和发展国际的与国内的、地区的与区域的、部门的与企业的全面协调的和多元化的公共关系。立足于理性的高度，学习、研究公共关系学，开展公共关系活动，将有助于我们在实践中自觉地运用这门科学。

第一节 公共关系

“公共关系”一词，译自英文“Public Relations”，其英文缩写为“PR”，它也被译为“公众关系”，或简称为“公关”。

一、公共关系的定义与涵义

公共关系的定义是研究公共关系学首先面临的问题，也是公共关系理论中的核心内容。由于公共关系及学科形成的时间不长，因而人们对公共关系的认识还存在许多不一致的地方，这集中反映在对公共关系的定义上。

目前，国外对公共关系较有代表性的定义主要有：

美国公共关系研究与教育基金会主席哈罗博士（Rex. L. Harow），通过征求 83 名公共关系领导人的意见，研究分析了 472 个定义，得出了这样一个定义：“公共关系是一种独特的管理职能。它帮助一个组织与其公众之间建立相互沟通、了解、接受与合作的渠道；参与问题与纠纷的处理；将公众的意见传达给管理部门并作出反应；明确与加强为公众利益服务的管理责任。它作为监视预警系统，帮助管理部门预先作好应变准备，与社会动向保持一致地加以作用。它用调查研究和正确并合乎道德的沟通技术作为其重要工具。”

英国公共关系学会把公共关系定义为：“在组织和它的公众之间建立和维持相互了解的、有目的、有计划的持续过程。”

《韦伯斯特新国际辞典》中所下的定义是：“通过传播大量有说服力的材料，发展邻里的相互交流和估价公众的反映，从而促进个人、公司或机构同他人、各种公众以及社区之间的亲善友好关系。”

国际公共关系协会对公共关系所下的定义：“公共关系是一种管理功能。”

在 1978 年召开的各国公共关系协会第一次世界大会发表的《墨西哥声明》中公共关系的定义是：“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，为组织咨询并实行有计划的行动方案。这种行动方案将服务该组织和公众的共同利益。”

《美利坚百科全书》中下的定义是：“公共关系是关于建立一个组织同既定公众之间相互了解的活动。”

国内公共关系学者在研究了国外文献资料的基础上，也先后提出了一些公共关系的定义。如：

“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的对内对外关系，使本组织机构的各项政策和活动符合广大公众的需求，在公众中树立起良好形象，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。”^①

“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。”^②

“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。”^③

“公共关系是用传播手段塑造组织自身良好形象的艺术。”^④

纵观上述国内外学者关于公共关系的种种定义或涵义的表述，我们不难作出较为满意的公共关系定义：公共关系是社会组织运用传播手段，使组织与公众相互联系、相互合作，以有利于双方为目标而采取的有计划、有组织的行为。

这一定义包含着公共关系如下四个方面的基本涵义：第一，

① 王乐夫等：《公共关系学》，辽宁人民出版社，1986 年版。

② 熊源伟主编：《公共关系学》，安徽人民出版社，1990 年版。

③ 居延安等：《公共关系学》，复旦大学出版社，1989 年版。

④ 毛经权：《公共关系学》，浙江教育出版社，1987 年版。

公共关系是社会组织与公众之间的关系，在这种关系中，社会组织是主体，公众是客体；第二，主体与客体之间关系建立的手段是传播。通过传播，主体把信息传给客体，并不断从客体处得到信息反馈，成为双向的信息交流关系；第三，公共关系具有明确的目的性，这就是有利于双方的共同利益。因此，公共关系又是一种有计划、有组织的行为，也可以说，公共关系的实质是一种管理功能和经营艺术；第四，公共关系的主要职能是通过传播沟通，建立起组织与公众相互合作的关系。

北欧联合公司一位公关经理给学员讲解什么是公共关系时，说了这样一段话：“好比一名青年追求伴侣，可以用许多办法，大献殷勤就是一种，但这不是公共关系，而是推销。努力修饰自己的外貌和风度，讲究谈吐举止，也是一种吸引人的办法，不过，这也不是公共关系，而是广告。如果这位青年经过周密的研究思考，制定个计划来，而且埋头苦干，以成绩来获得他人的称赞，然后通过他人之口将对自己的评价传递出去，这可就是公共关系了。”当然，这只能说是一种通俗的解释。引用这种比喻的说法，也许有利于我们了解公共关系的基本涵义。

二、公共关系的基本特征

研究公共关系的基本特征就是要找出公共关系区别于一般关系的那些性状，为此，首先必须了解构成公共关系的基本要素。

1. 公共关系的构成要素

大凡“关系”总是指事物之间的联系。所谓“联系”，是指事物与事物之间或事物内部各要素之间的相互作用。公共关系的构成要素分别为社会组织、公众、传播，即主体、客体、媒体。

社会组织。社会组织作为公共关系的主体，即公共关系的承担者、实施者、行为者，决定着公共关系状态和公共关系活动，因此在公关三要素中起着主导作用。从某种意义上讲，公共关系的目的是由社会组织的总目标决定的。公共关系活动必须围绕