



专业教材

现代公共 关系学教程

下

亢淑芬 郭惠民 王京芝 编著
康文久 徐 慧 胡晓阳



人民教育出版社

PR专业教材之二

现代公共关系学教程

(下册)

亢淑芬 郭惠民 王京芝
康文久 徐 慧 胡晓阳

编著

人民教育出版社出版

现代公共关系学教程(下)

亢淑芬等编著

●
人民教育出版社出版发行

北京飞达印刷厂印装

●
开本787×1092 1/32 印张: 8.9插页 字数: 196千

1990年3月第1版 1990年3月第1次印刷

印数 1—5000

ISBN 7-107-10627-9

C·1896 定价 3.50元

PR专业教材编委会

(均以姓氏笔划为序)

主 编：向 前 康文久

副主编：亢淑芬 郭惠民

编 委：王京芝 亢淑芬 刘建明
朱及群 向 前 张思前
胡晓阳 郭惠民 高红玲
徐 慧 康文久 曾宪法

关于中国公关的断想

——代序

(一)

80年代，改革开放。公关，这门现代管理科学，随着外资企业舶来中国，飘然踏上了我们这片国土，从南到北，迅速博得各界特别是企业界和新闻界的青睐。于是，公关协会、公关学会、公关公司、公关培训……恰如一夜春风，千树梨花。人们学习、研讨、模仿、运用，乃至有的人由于无知或者有意将它的形象扭曲。

中国历史上第一次出现了公关热，热得有点痴狂，引得报告文学家们喜忧参半地写道：公关的头上顶着一个迷人的光环！

非理性的热，自然是要冷却的，但冷却不是公关生命的终结，相反，只有经过降温，公关才能更坚实地扎根在我们这片国土上。

相信，会有这么一天，中国公关将以鲜明的社会主义特色，光耀于世界。

道路当然是曲折的。中国公关光耀于世界的那一天，或许姗姗来迟。这一方面是由于公共关系在我国大发展的客观条件现在还不成熟，社会主义商品经济尚不发达，社会主义民主进程和国家政治体制的改革刚刚起步，人民群众的文化素养有待提高，传统文化的积淀，尤其是庸俗“关系学”又

视公关科学为冤家，竭力将其扭曲甚至吞没。另一方面，公关科学自身也还没有在中国这片国土扎下根来，它需要“换水土”，需要适应中国的政治、经济和文化背景，需要根据中国的国情调整自身而又保持其科学精神，并由此确立其理论基础和活动原则。

无论客观环境的改善还是自身条件的完备，都不可能一蹴而就，需要一个过程，甚至可能是一个带着阵痛的过程。但是，过程的另一端是广阔天地！

因为，当代和未来的中国需要公关科学。

十年改革，使我国的经济生活发生了巨大变化，形成了国营、集体、公私合营、私营等多种经济成份并存而又富有竞争活力的生动局面。全国大大小小的企业一百多万个，都需要借助公关参与竞争，发展自身。公私合营企业、中外合资企业、国内各种私营企业需借助公关自不待言，就是国营企业、集体企业，也不能再象过去那样完全地依靠“行政保姆”的照管，而在相当程度上需要借助公关独立开辟市场，独立协调自身与环境的关系，独立谋生；不断深化的政治体制改革，不断发展的社会主义民主，也需要借助公关这一现代文化完善自身；就国际环境来说，虽然矛盾、对抗依然存在，然而和平、民主、对话毕竟成为当代世界的潮流，国家之间和各种政治势力、经济势力之间冲突的缓和、关系的协调，都需要借助公关科学。这就为公关事业在各国包括在中国的发展，创造了较好的大环境。

可以乐观地说，随着我国改革开放的不断深入，社会主义商品经济和民主进程不断发展，我国社会将越来越需要公共关系这门科学。而公关科学也将越来越显示出它在中国

存在的理由和它的生命力！

(二)

从理论上说，社会主义商品经济和社会主义民主的高度发展，能为公关科学创造出远胜于资本主义的良好生长环境。

虽然，公关科学对资本主义经济、政治的发展曾经起过而且仍在起着重要的推动作用，但是在资本主义制度下，公关科学的基本原则如坦诚相见、共同发展、平等对话、为公众服务等，只能部分地、有条件地实现，而不可能全面、彻底地实现。在资本主义社会，这些原则实质上仅仅是资本主义企业或其它社会组织谋求自身发展的一种策略，一种手段，其根本目的仍然是为了资本家发财或捞取政治资本。为资本主义商品经济发展而服务的公关事业，是不可能真正摆脱资本主义那种你死我活竞争规律支配的。所以，尽管西方公关专家、学者们为贯彻公关原则努力了数十年，但是在资本主义制度下，损人利己、尔虞我诈等违背公关原则的“公关活动”仍时有发生，并且永远也不可能杜绝。

社会主义商品经济也有竞争，但竞争的目的不是为了个人发财，而是为了最大限度地发展社会生产，满足人民群众不断增长的物质文化要求。竞争企业之间，既有局部利益相矛盾的一面，又有根本利益相一致的一面；既受市场规律支配，有相互竞争的一面，又受国家政策和计划的指导调节，有相互协调合作的一面。社会主义公有制是基本的所有制形式，人民群众是国家的主人，这样的社会，才是公关科学发

展的理想环境。只有在这样的社会条件下，平等对话、共同发展、坦诚相见、为公众服务等原则，才能够全面、彻底地实现。尽管在社会主义初级阶段，封建的、资本主义的各种腐朽观念还会侵蚀这些公关原则，但是随着社会主义政治、经济、文化的发展，形形色色的腐朽观念终究会被彻底克服。

我们有理由相信，诞生于商品经济高度发达的资本主义社会的公关文化，其升华和完善，当在商品经济和政治民主高度发展的社会主义社会。会有那么一天，公共关系学必定在社会主义的土壤上成长成为一种既具有科学美，又具有社会美的管理艺术；社会主义的公关事业将会成为一种崇高的、令人艳羡的事业。那时候，它的头顶上就会切切实实地升起一个迷人的光环，而不象现在人们心目中虚构的那样。

(三)

公共关系学是一门管理科学，可以为资本主义服务，也可以为社会主义服务。但是，公共关系事业和公共关系活动，由于它从属的社会制度不同，必然带有不同的政治倾向和功利色彩。资本主义的公共关系事业，服务于资本主义经济和政治；社会主义的公共关系事业，则必须为社会主义的经济和政治服务。否认公关科学的普遍指导意义，是不对的；抹煞公关事业的不同政治倾向，同样是有害的。

我们的公共关系事业，必须坚持社会主义方向，忠实地为发展我国的社会主义商品经济和建设我国的社会主义民主政治服务。

我国的公共关系事业,必须坚持为人民服务的宗旨,把为人民服务 and 为公众服务统一起来,决不允许做损害人民、损害公众利益的事。

我国的公共关系事业,必须坚持国家利益高于组织自身利益的原则。当国家利益和组织自身利益发生矛盾时,应当兼顾国家、组织自身和公众的利益,并以组织自身利益服从于国家利益。总的说来,社会主义国家的利益代表着全体人民的利益,损害国家利益,有悖为人民服务的宗旨,从根本上说也是对组织自身利益的损害;而维护国家利益,归根结底也是对组织自身利益的维护。

我们的公共关系活动,还需要坚持平等对话、共同发展、坦诚相见、民主决策等原则。尊重外部公众,尊重内部公众,员工是企业的主人。

我们的公共关系人员,应该模范地执行和遵守国家的方针、政策、法律、法令,遵守社会公德,成为遵纪守法的模范,成为建设社会主义文明的模范。

(四)

公共关系事业的发展,要求我们培养成千上万的专业人才。但是,我国的公关教育究竟应该怎么办?培养什么样规格的人才,是中专、大专还是本科?要不要设硕士、博士?各种规格的人才应该具备什么样的知识结构?同一层面不同服务方向的专业课程框架,又应如何构制?等等。对此,国外没有统一模式,即使有也不能照搬,而国内既缺乏理论分析,又缺乏实践经验,一切都是刚刚开始。然而,这些又是

摆在我们面前亟待解决的问题。怎么办？唯有积极探索。借鉴是需要的，但更需要实践，需要根据我国国情，摸索自己的路子，绘制自己的教育蓝图。我们认为，不管中国公关教育的框架将来如何构制，不管公关人员的规格将来如何确定，实践已经告诉我们，中国既需要能够从事普通传播工作和公关接待业务的一般人才，又需要能够从事公关咨询、公关决策和掌握专业化公关传播技能的高级人才。

本着探索的精神，我们在几年教学、科研的基础上，试编了这套教材，主要是供大专院校教学使用，也适用于自学。为了培养公关人员的涉外活动能力，我们还特邀国际关系学院国际新闻系蒋云副教授主编了《公共关系实用英语》（上下册），作为本教材的配套教材。

由于水平有限，成书时间仓促，疏漏在所难免。诚望公关界的学者、专家和各界读者朋友们赐教。

PR专业教材编委会

执笔：康文久

1989年9月于北京国际关系学院

前 言

本书是《现代公共关系学教程》的下册，由于本书上册已经阐述了公共关系基本的理论问题，因此下册在这方面适当从简或从略。下册在编写体例、写作方式和风格上尽可能与上册保持一致，以求教材的统一和协调。

公共关系工作人员需要准确把握并熟练应用公关技术和方法，但目前一些书中介绍公关实务都比较简单，缺乏详尽的操作程序。我们把主要的公关技术按照操作程序详细讲解，是为了便于对公关人员进行技能训练，达到提高工作能力的目的。为此，我们在书中使用了大量的实例，并在一些章节后附有参考资料。

参考资料和论述中的实例主要来自企业，但公共关系的工作方法和技巧不仅适用于企业，同样也适用于其他社会组织。

书中的章节排列无内在联系，各自独立成篇，同等重要。

本书是我们多年从事教学研究和公关实践的成果。资料使用的截止时间为1989年12月。

本书第一、二、七章由亢淑芬撰写；第三、五、九章由郭惠民撰写；第四章由王京芝撰写；第六章由康文久、徐慧撰写；第八章由胡晓阳撰写。全书统稿亢淑芬。

亢淑芬 执笔
1990年1月1日
于国际关系学院

目 录

第一章 调查研究方法(一)	(1)
第一节 调查研究步骤	(1)
第二节 非规则调查	(4)
第三节 问卷设计	(10)
第四节 抽样方法	(17)
第二章 调查研究方法(二)	(31)
第一节 搜集资料的方法	(31)
第二节 报告	(39)
第三节 调查研究的国际合作	(44)
第四节 调查研究中的法律和道德问题	(47)
第三章 记者招待会	(55)
第一节 记者招待会的传播方式	(56)
第二节 如何组织记者招待会	(58)
第三节 组织记者招待会应注意的若干问题	(64)
第四章 展览会	(82)
第一节 展览会的历史和作用	(83)
第二节 展览会的种类	(86)
第三节 展览会的组织	(89)
第四节 展览会效果的评估	(110)
第五章 企业内部报刊	(117)

第一节	企业文化与企业内部报刊·····	(119)
第二节	企业内部报刊的编辑和发行·····	(128)
第三节	如何办好企业内部报刊·····	(133)
第六章	公共关系广告·····	(136)
第一节	公共关系广告产生与发展的社会背景···	(137)
第二节	公共关系广告的特点与功用·····	(142)
第三节	公共关系广告的种类·····	(147)
第四节	公共关系广告的策划与实施·····	(157)
第七章	赞助·····	(169)
第一节	赞助的法律和道德问题·····	(169)
第二节	赞助的原则和方法·····	(172)
第三节	赞助的共同行动·····	(184)
第八章	谈判的原则和方法·····	(186)
第一节	谈判是一项重要的人际交往活动·····	(186)
第二节	谈判活动中所涉及的问题·····	(191)
第三节	谈判活动中使用的各种技巧·····	(207)
第四节	谈判活动中经常使用的策略·····	(215)
第五节	谈判实例三则·····	(220)
第九章	公共关系教育·····	(231)
第一节	中外公共关系教育·····	(232)
第二节	公共关系教育的形式和内容·····	(243)
第三节	公共关系研究与公共关系教育·····	(251)

第一章 调查研究方法（一）

本章提要

1. 调查研究是公共关系的重要技术之一。
2. 公共关系调查中非规则调查与规则调查同样重要。
3. 调查研究采用的形式要由调查的目的和内容来决定。
4. 调查问卷的设计和抽样方法是至关重要的，公共关系人员应该了解这方面的知识。
5. 公共关系工作必须坚持没有调查就没有发言权，没有正确的调查，也没有发言权的优良传统。

调查研究方法是公共关系工作的重要技术，八十年代以来大量使用电脑处理信息资料，使公共关系工作科学化、操作化，把公共关系推向了一个新阶段。

第一节 调查研究步骤

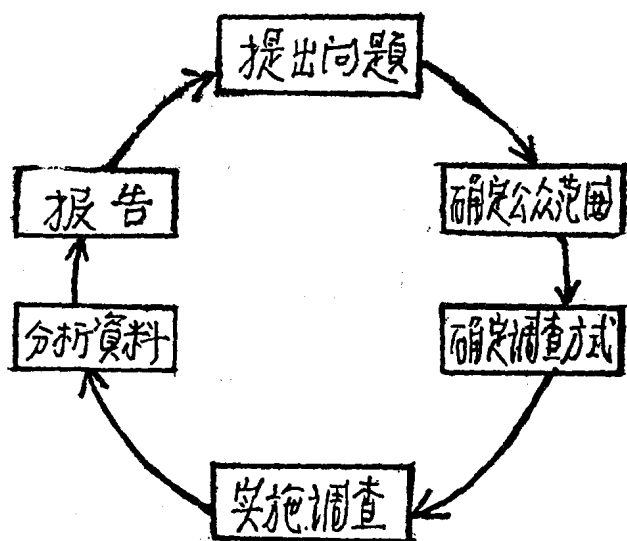
调查研究的步骤可以用下页的图来表示：

一、提出问题

即提出为什么调查的问题。

公共关系调查中有长期调查和临时调查两种。

长期调查即在一定时间内持续进行的调查，它适用于基



本资料的搜集和贮存。

基本资料含：组织的历史资料、大事记、职工基本情况、与生产或服务有关的统计数字、同行业中主要竞争者的基本资料等等。

临时调查是针对某一个临时性问题进行的调查，适用于确定专项公共关系活动方案和效果评估。

即专项公共关系活动前对公众态度、社会环境的调查和预测；专项公共关系活动后对经济效益和社会效果的评估等。

公共关系调查前必须明确是长期调查还是临时调查，为什么要进行某项调查。如果是临时调查还应该明白需要调查的是与什么有关的问题。

二、确定公众范围

即向哪些人调查。

这里的公众不同于一般社会调查中的对象。一般社会问题的调查对象是大范围的，可以是一个地区的全体公民，也可以是全国的公民或某一种职业某一年龄段的公民。

公共关系的公众通常是较小范围的，他们只是与组织有关系的那一部分人。如与切尔诺贝利核泄露事故有关的公众，只是当地几百公里之内的居民，与核技术有关的政府官员，技术人员等，这些公众的范围是确定的。

所以，公共关系调查开始前，可以很容易地划出调查对象的范围。

三、确定调查方式

调查方式有规则和非规则两种。

规则调查依一定规则抽样，设计问卷，处理资料，调查的结果可以量化。适用于对较大范围内带全局性的问题进行调查。

非规则调查可以只有一些调查提纲或设想等，调查的结果不便量化，只要得出某种印象或弄清某个问题就可以了。可以用在正式调查之前进行试验性或探索性调查，也可以用在一般性了解情况的调查。

四、实施调查

非规则调查的实施比较简单，各公共关系部门都能进

行。规则调查比较复杂，一些中小型企业单独实施困难较多，需要与社会调查、民意测验或大学的研究机构合作，这些机构的技术和人员都可以为企业提供帮助。

五、分析资料

分析资料是将搜集来的资料分类、计算、比较的研究过程，最后将资料输入计算机贮存，以备随时调用。

六、报 告

这是调查研究最后一步，也是调查研究结果的综合体现。

无论是规则调查还是非规则调查，这些步骤都是必要的，事实上也是存在的。

第二节 非规则调查

非规则调查在公共关系工作中仍然是重要的、经常使用的方法。这不仅因为现代调查技术的困难，非规则调查的简便易行，还因为事实证明非规则调查亦具有现实性和可靠性。所以公共关系调查中并不排斥哪一种调查方式。

一、非规则调查在调查研究中的重要作用

中国共产党有调查研究的优良传统，我们有许多有关调查研究的文件和文章，对调查研究进行过理论上和方法上的总结。“没有调查，没有发言权”^①早已成为各级干部和广

^①毛泽东《反对本本主义》，《毛泽东著作选读》（上册），人民出版社1985年版，第48页。