

现代公共关系丛书

公共关系实务操作

陈 靖 主编



高等教育出版社

现代公共关系丛书

公共关系实务操作

陈 靖 主编

高等教育出版社

图书在版编目(CIP)数据

公共关系实务操作/陈靖主编. —北京:高等教育出版社,
2000.6

(现代公共关系丛书)

ISBN 7-04-008664-6

I.公... II.陈... III.人间交往-方法

IV.C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 62036 号

责任编辑 卫 葵 特约编辑 李 琦
封面设计 乐嘉敏 责任印制 蔡敏燕

书 名 公共关系实务操作
主 编 陈靖

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市东城区沙滩后街 55 号 邮政编码 100009
电 话 010-64054588 传 真 010-64014048
021-62587650 021-62551530
网 址 <http://www.hep.edu.cn>

排 版 南京理工排版校对公司
印 刷 商务印书馆上海印刷股份有限公司

开 本	850 × 1168 1/32	版 次	2000 年 7 月第 1 版
印 张	10.625	印 次	2000 年 7 月第 1 次
字 数	274 000	定 价	13.80 元

凡购买高等教育出版社图书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请在所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

前 言

人类已迈进 21 世纪,回眸凝望,20 世纪给我们留下了瑰丽多彩的公共关系历史长卷;展望未来,中国的公共关系事业方兴未艾,将不断向广度和深度发展。公共关系作为一门协调公众关系、塑造组织形象的管理科学,一门传播信息、广结人缘的工作艺术,在全球经济发展与国际交往中正在发挥越来越大的作用。因而,它必然受到各国政府与公众的关注,从而为建立和平、稳定、公正、合理的国际新秩序,营造和谐的国际环境发挥积极作用。

改革是我国社会主义各项事业发展的根本动力,开放使我国人民加强了与各国人民的密切联系,增强了与各国人民的友谊与团结。我国社会主义事业发展所取得的每一项成就都离不开改革开放。同样,改革开放也造就了公共关系事业,而公共关系事业的发展又进一步推动了改革开放。目前,在我国,公共关系作为一门崭新的学科和新兴的职业,正越来越受到社会各界人士的青睐和支持,特别是高校的莘莘学子更以青年人特有的敏感和热情欢迎和学习这门新学科。为此,在高校全面推进素质教育的过程中,我们编写了这套“现代公共关系丛书”,从现代公共关系原理、公共关系实务操作、公共关系语言艺术、公共关系礼仪文化、公共关系心理策略、公共关系策划谋略 6 个方面介绍了

2 前 言

公共关系知识和技巧,旨在向全社会普及公共关系知识、推广人际沟通技巧,以形成浓厚的社会文化氛围与祥和、稳定的社会环境。本丛书对高校学生来说,有助于提高科学素质和人文素质,增强策划、创新能力,学会自我形象包装,正确处理公众关系,学会生存和适应社会的技能,为成功地走向社会奠定基础。

公共关系的本质在于创新,在正确处理公众关系中实现自身价值。实践表明,凡是一项成功的公共关系实务活动,都是突破传统思维模式,进行创新策划的结果。公共关系一旦失去了创新,囿于固有的活动模式,也就无所作为,失去了应有的社会价值。千古伟业已是昨夜星辰,美好的光辉前景需要开拓创新才能结出丰硕果实。社会主义市场经济的发展和社会主义精神文明建设为建设有中国特色的公共关系提供了取之不竭的源泉。

现代公共关系丛书的编写,总结了改革开放以来公共关系实践的成功经验,以协调关系和形象管理为主线,多角度、多层次、跨学科地阐述了公共关系原理与实务知识,操作要领与技能、技巧,优秀实例评析等。丛书注重科学性与艺术性、系统性与操作性、借鉴性与创新性相结合,注意吸收国外公共关系理论与实践的最新成果,力求理论崭新、体系独特、突出适用能力的培养,融知识性、系统性、科学性和可操作性于一体,形成全面、新颖、精炼、实用的特色。因而,它不仅是一套全面、系统地介绍公共关系知识与技巧的教材,满足各类高等院校开设公共关系专业课、必修课和选修课的教学需要,而且也是一套普及公共关系知识、指导人们创造性地从事公共关系实践活动的社会读物。

“现代公共关系丛书”的作者是一批长期从事高校公共关系教学与实践的教授、学者、中青年教师。他们充分利用高校教育资源的优势,深入社会公共关系实践领域,广泛开展调查研究,经过不断探索、潜心研究,撰写了这一套丛书。这是他们长期教学实践成功经验的总结和升华。

丛书的编写得到了中国高等教育学会公共关系教育研究会的大力支持,并组成了由李健荣教授任主任,邱伟光教授任总主编,李敏慎、管文虎、陈靖、阮兴树、范振杰、胡近等教授为委员的编写委员会,以加强与指导丛书的编写工作。高等教育出版社的有关同志自始至终给予热情的指导,使“现代公共关系丛书”如期与读者见面。尽管丛书中某些部分提出的新观念、新方法尚待进一步推敲、完善与提高,但仍不失其应用价值。相信丛书的问世能对我国公共关系理论与实践的发展起到积极的推动作用。

邱伟光

现代公共关系丛书

现代公共关系原理	李健荣
公共关系实务操作	陈 靖
公共关系礼仪文化	邱伟光
公共关系心理策略	胡 近
公共关系策划谋略	范振杰
公共关系语言艺术	阮兴树等

目 录

1	第一章 绪论
1	第一节 公共关系实务的涵义与特征
9	第二节 公共关系实务的操作原则
19	第三节 公共关系实务的操作艺术
29	第二章 公共关系实务活动的程序
29	第一节 开展公共关系实务调查
34	第二节 编制公共关系实务计划
38	第三节 实施公共关系实务计划
42	第四节 公共关系实施效果的评估
46	第三章 公共关系实务创新的策略
46	第一节 创新的概念、结构及其实质
53	第二节 公共关系实务的创新
66	第三节 公共关系实务创新策略的运用
73	第四章 公共关系专题活动的操作
73	第一节 公共关系专题活动的特征与组织
79	第二节 一般性专题活动
97	第三节 特殊性专题活动
105	第五章 公共关系的运用领域

105	第一节 政府公共关系实务
112	第二节 企业及其他组织公共关系实务
125	第三节 国际公共关系实务
132	第六章 公共关系实务运作模式
132	第一节 开发、建立形象的公共关系模式
144	第二节 巩固、发展形象的公共关系模式
155	第三节 调整、纠正形象的公共关系模式
166	第七章 公共关系实务的发展新形态
166	第一节 文化公共关系及其实务运作
177	第二节 绿色公共关系及其实务运作
185	第三节 网络公共关系及其实务运作
194	第八章 公共关系实务技术
194	第一节 公共关系谈判
206	第二节 公共关系营销
217	第三节 公共关系广告
227	第四节 公共关系实务的整合
237	第九章 公共关系实务运用技巧
237	第一节 公共关系实务技巧的一般要求
243	第二节 公共关系实务技巧的具体运用
264	第三节 公共关系实务技巧的培养
276	第十章 公共关系的职业规范
276	第一节 公共关系的职业道德
282	第二节 公共关系的职业行为准则

285	第三节 公共关系人员的职业训练
290	附录一 公共关系实务操作案例
323	附录二 国际公共关系协会及部分国家公共关系 行为准则
329	后 记

第一章 绪 论

公共关系实务是一门操作性很强的应用科学,它通过调查、策划、实施、评估等一系列行为活动达到树立组织形象、优化环境、推动社会进步与文明的目的,具有强烈的实践性、创造性、有序性、整体性的特征,是公共关系社会效益最直接的体现,在公共关系的形成、发展中占有重要的地位。

公共关系实务是公共关系重要的组成部分,是公共关系科学原理和基本规律的实际应用,表现在组织策划与实施的一系列公共关系活动之中,是实现公共关系目标的重要保证。正确认识和理解公共关系实务的内涵和基本特征,全面把握公共关系实务的原则和基本方法,熟练掌握公共关系实务的操作技巧和艺术,是增强公共关系实务效果的前提和基础。

第一节 公共关系实务的涵义与特征

一、公共关系实务的产生

从一般意义上说,自有人类历史以来,就有人与人之间的交往活动,在改造客观世界的过程中形成了社会关系,也就有了组织与个人关系的公共关系实践活动的萌芽。但是从严格的科学意义上理解,公共关系产生在现代工业社会,它是现代大工业生产发展的必然产物。美国是现代资本主义最发达的国家,也是最早利用公共关系的国家。

1641年美国哈佛学院派出“三人宣传团”到英国募捐,编写了一本宣传小册子——《新英格兰的第一个成果》,这是近代历史上开展公共关系的第一本宣传材料。比较正规的公共关系实践活动发端于美国的废奴运动、立宪运动、总统竞选等政治活动中。以亚历山大·汉弥尔顿为首的争取宪法获得批准的政治活动被称为“有史以来最杰出的公共关系工作”。由杰克逊开创的利用宣传活动争取选民的竞选,实质上就是一次“形象竞争”,可以说它是现代公共关系的前身和雏形,以后美国总统的历次竞选活动加速了现代公共关系的诞生,也促使公共关系手段进一步现代化。可见,美国的公共关系实务来源于组织参与社会政治活动的需要,来源于协调组织与社会、公众关系的需要。同样,把公共关系实务运用到社会经济、文化活动中,也可进一步密切组织与社会、公众的关系。随着岁月的推移,从美国的公共关系事务所的实践家艾维·李到把公共关系引入高等学校的伯内斯,公共关系走过一条从实践到理论,再由理论指导实践的发展道路。在我国,改革开放以后公共关系逐渐引入,深圳、广州等沿海城市的企业、宾馆等单位率先成立了公共关系部,开始从事公共关系实践活动。此后国内的一些学者、专家由此总结实践经验,上升到理论,编入教材,高等学校开始设置公共关系课程,进行职业培训,形成了一支强有力的公共关系专业队伍。

所以,公共关系学源于公共关系实务,并指导公共关系实务的发展。从二者形成的时间顺序来看,先有公共关系实务,后有公共关系学,公共关系实务是公共关系学形成的基础,公共关系学是公共关系实务发展的必然结果。从相互关系来看,二者是辩证统一、密不可分的。

二、公共关系实务的涵义

公共关系实务是相对于公共关系学原理而言的,表现在一系列组织的行为活动之中,展示组织公共关系状态的发展水平。公共关系实务的涵义是组织通过传播与公众发生双向沟通、协调关系、构建信

誉和形象的一系列活动的总和。它包括公共关系调查、公共关系策划、公共关系咨询、公共关系心理、公共关系宣传、公共关系服务以及各种专题活动等等。正确理解公共关系实务的涵义,应该把握以下几个方面:

(1) 公共关系实务活动的宗旨是为公众服务。公共关系实务就是一种为公众服务的组织行为活动。在公共关系的各种服务活动之中,组织作为社会的组成部分,必须履行和承担自己的职责和义务,它必须通过一系列服务活动为社会和公众带来物质与精神方面的利益,满足公众的各种需要。公共关系实务活动就是使公众在接受利益的同时,认同社会组织,创造出和谐的互动关系,促进组织目标的实现。在公共关系实务中,社会组织要高度重视公众的心理需求,积极开展公众欢迎的公共关系实务活动,实现社会组织与公众在利益上的沟通与认同,使公众在心理上真心实意地承认社会组织。公共关系实务必须立足于为公众服务,着眼于社会效益,在为社会、为公众服务的过程中树立组织的社会形象。因此,公共关系实务实质上是一种特殊形式的公众服务关系。

(2) 公共关系实务活动的终极目标是在社会公众中树立本组织良好的社会形象和信誉。公共关系实务并不是一件简单的技术操作性的服务性工作。社会组织作为公共关系实务活动的主体,还有自己的目标。这个目标是层次复杂而又有机整合的系列结构。其近期的目标根据社会组织的实际需要,经过短期的努力就能实现,通常有提高知名度、发布信息、与公众沟通感情、协调与邻里社区的关系等。公共关系实务不同阶段的目标最终组合起来,共同实现其终极目标,即树立社会组织的形象和信誉。形象和信誉对于现代社会组织来说,是存在和发展的根本希望,是无形的资产和财富。因此,社会组织必须高度重视自己形象和信誉的树立,而树立形象和信誉的最佳途径就是开展一系列公共关系实务活动。社会组织发起服务公众的公共关系实务活动,其核心动机就是树立本组织的社会形象和信誉,提高本

组织的内部凝聚力和对外吸引力,为实现组织的目标创造和谐的公众环境。

(3) 公共关系实务的性质决定其有自己的特殊活动领域。公共关系实务的日常活动主要是了解公众的利益与愿望以及对组织的态度,分析组织内外环境的变化趋势,预测组织决策的结果,实施为公众利益服务的行动方案,开展对内对外的公共关系媒介宣传,举办各类公共关系专题活动。简而言之,就是运用公共关系学的科学理论和科学方法尤其是管理和行为科学的知识,通过公共关系调查,进行社会组织存在与发展环境的研究和分析,找出组织的发展之路,促进组织与社会和公众的相互了解和沟通,树立组织的形象和信誉,最终推动组织目标的实现。显然,这些实务活动是社会组织其他工作部门无法替代的,只能由公共关系组织机构完成。公共关系机构的人员所从事的这些组织行为活动的总和就构成了公共关系实务。

三、公共关系实务的特征

公共关系实务有自己独特的内容和要求,这些特质反映在其活动过程中,使公共关系实务区别于社会组织的其他工作,构成自己的基本特征,在公共关系实务的两种基本类型——职业性公共关系实务活动和日常性公共关系实务活动中都能充分地体现出来。

1. 公共关系实务的目的性特征

公共关系实务从来都是为了某种长远或近期的目标精心计划而开展的,有很强的目的性,即充分地向社会公众发布真实的信息,培养公众的良好意愿,执行符合公众利益的决策,争取公众的理解与支持,创造对社会组织有利的公众舆论环境,这是一个社会组织最宝贵的财富。社会组织在公共关系实务中发挥主体作用,主要表现在它利用自己的主导优势控制公共关系实务活动,形成良好的公众舆论,使社会组织与社会公众之间结成友好、团结、合作的相互关系,归根到底,就是要提高社会组织的形象和信誉。

公共关系实务目标具体表现在以下四个方面：

(1) 公共关系实务目标与社会组织总目标相协调，为总目标的实现服务。社会组织的总目标决定了发展的战略方针，也决定了公共关系实务工作的性质。公共关系实务目标总体上而言，就是为社会组织总目标的实现创造有利的条件。

(2) 公共关系实务目标与公共关系总目标相一致。公共关系总目标是树立社会组织整体形象，公共关系实务目标作为其中组成部分，应有助于整体形象的建立。

(3) 公共关系实务目标立足于塑造社会组织的有效形象，能够为社会组织经营目标的实现创造和谐的公众条件，为社会组织的发展带来切实的效益，如重新赢得公众的信任、促进组织产品的销售等。

(4) 公共关系实务目标具有可操作性。公共关系实务目标是指导公共关系实务活动的基本依据，只有做到具体化、准确化、可操作化，才能指导公共关系实务活动。公共关系实务目标的具体化过程，就是把抽象的目标概念转化为明确具体的目标指数的过程。

公共关系实务不是“无为之治”，在实际活动中，要充分体现出公共关系实务的目的性特征，在制定公共关系计划，确定公共关系目标时，必须做到定性期望与定量期望、总体长远目标与具体现实目标相结合，使公共关系实务活动既有自己的纲领和努力方向，又能带来切实的效益，从而保持公共关系实务作为社会组织的一项实际行为活动所特有的生命力。

2. 公共关系实务的整体性特征

(1) 公共关系实务是社会组织行为活动的重要组成部分，是社会组织的社会行为之一，它与组织的工作总体是局部与整体的关系。社会组织的工作总体是一个结构性的系统，是由一系列社会行为所构成的。如企业作为一个社会组织系统，其工作总体可划分出生产工作、销售工作、财会工作、公共关系实务活动等，这些工作有机地结合

起来,共同实现企业的经济效益目标和社会效益目标。公共关系实务是组织的工作体系中的一个小系统,它必须与其他性质的工作相互协调、相互配合、相互支持,在社会组织各类工作的整体发展中发挥自己独特的作用,促进社会组织整体目标的实现。公共关系实务属于社会组织的工作网络,促进社会组织的整体发展,这是公共关系实务整体性的重要表现。

(2) 公共关系实务是一个相对独立的、完整的体系,是一个结构完整、范围明确的有机整体。公共关系实务的目标就是使社会组织坚持正确的发展方向,促使组织的决策方针和工作程序符合社会利益和公众利益。为此,公共关系实务就必须经常性地开展各种调查活动,收集有关信息;编辑各种宣传资料,有效地输出组织的信息;协调组织与公众的各方面的关系,提高组织的知名度;定期分析、研究组织的环境条件和公众意向,向组织决策领导提供积极性咨询建议;教育和引导员工,使之具有强烈的组织归属感和责任意识等等。这些日常活动形成一个严密的体系,为增进组织的形象效益和品牌效益服务。

(3) 公共关系实务的运行是一个完整的动态过程,这种动态过程的整体性是公共关系实务整体性的具体表现。公共关系实务作为一种工作艺术,具有计划性、连贯性和完整性,它的运行过程基本上可以划分出四个有机的程序环节,即调查研究和形象分析—制定公共关系计划和实施方案—实施公共关系方案和开展公共关系传播—评估效益和改进公共关系活动,这四个程序通常被称为公共关系工作四步法。这四个基本步骤互相衔接、环环相扣,是一个循环往复、首尾相接的完整过程,忽略其中任何一个环节,都不可能收到相应的公共关系效益。在这四个环节中,调查公众的意向、分析本组织的社会形象,是制定公共关系计划的基础。公共关系计划和实施方案是确定公共关系实务的行动方向。执行公共关系工作方案是公共关系实务的中心环节。公正、客观地分析公共关系实务的效果和组织的公共关

系状态,是下一步有效地开展公共关系实务工作的前提。因而,公共关系实务的基本程序应该是一个紧密相接的完整过程,呈现出动态的有序性和整体的有机性。

(4) 公共关系实务工作不满足于获得分散的、孤立的公关效益,而是追求公关实务活动的整合效益。从本质上讲,公共关系实务活动就是树立社会组织的良好形象和信誉,提高组织的内在凝聚力和对外吸引力,通过社会效益的获得追求经济效益;提高员工的思想、业务素质,以社会组织成员完善的人格力量促进社会的发展。

3. 公共关系实务的创造性特征

公共关系实务的对象是层次多样、心态各异的公众,其基本背景是纷繁复杂、变幻莫测的现代社会。公共关系实务的生命力在于创造,公共关系实务的魅力在于创新。公共关系实务在本质上是一种创造性活动,缺乏创造力的公共关系实务活动是没有生命力的。

公共关系实务的创造性特征体现为公共关系人员在创新意识支配下的标新立异。比如,上海市杨浦区“文明办”与四平街道在所属社区的家庭、高校的师生和辖区单位的职工中开展征集格言活动,这一公共关系实务活动组织实施后,在短短的 20 多天中就征集到了 5 000 多条格言,最后选出 60 余条,由地区的企事业单位赞助,制作成新颖别致的格言灯箱,挂在四平路人行道两边。这些 5 米多高的格言灯箱两面白底红字,写上“文明永远是人类可贵的语言”、“高尚的道德是一本书”、“做个好邻居、社区更温馨”、“孝心是对生命的尊重与回报”、“多一份绿化、添一份生机”等内容,格言简洁隽永、寓意深长,给每一个路人以潜移默化的文明熏陶,使申城增添了一道文明风景线,而提供格言的群众也接受了一次最好的自我教育。这种征集文明格言的宣传是策划与设计人员创造意识和创造力的表现。由此例得到的启示告诉我们,公共关系实务要体现出创造性特征必须要做到以下四点:

(1) 按科学精神办事。科学是创造的前提,公共关系实务的创新