

现代公共关系丛书

现代公共关系原理

李健荣 主编

高等教育出版社

现代公共关系丛书

现代公共关系原理

李健荣 主编

高等教育出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代公共关系原理/李健荣主编. —北京:高等教育出版社,
2000.6

(现代公共关系丛书)

ISBN 7-04-008556-9

I. 现... II. 李... III. 公共关系学 IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 62041 号

责任编辑 卫 葵 特约编辑 刘成军
封面设计 乐嘉敏 责任印制 蔡敏燕

书 名 现代公共关系原理
主 编 李健荣

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
021-62587050 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	8	印 次	2000 年 7 月第 1 次
字 数	200 000	定 价	10.80 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

目 录

1	第一章 绪论
1	第一节 公共关系简介
12	第二节 现代公共关系学
19	第三节 现代公共关系原则
24	第二章 现代公共关系的源与流
24	第一节 古代准公共关系
30	第二节 现代公共关系的兴起
35	第三节 现代公共关系的发展
44	第四节 公共关系在我国的传播与发展
53	第三章 现代公共关系意识
53	第一节 现代公共关系意识概述
57	第二节 公共关系意识内容(一)
65	第三节 公共关系意识内容(二)
72	第四章 现代公共关系主体
72	第一节 组织概述
83	第二节 组织分类及公共关系特征
95	第三节 社会组织在公共关系活动中的地位
103	第五章 现代公共关系客体

103	第一节 公众概述
113	第二节 公众的特点
124	第三节 公众分类
138	第六章 现代公共关系媒体
138	第一节 现代公共关系媒体概述
144	第二节 现代组织的公共关系传播
152	第三节 现代公共关系的实施途径与方法
159	第四节 网络公共关系
168	第七章 现代公共关系环境
168	第一节 现代公共关系环境概述
171	第二节 公共关系主体、客体、媒体、环境的关系
177	第八章 现代公共关系目标
177	第一节 现代公共关系目标概述
179	第二节 现代公共关系目标的制定
184	第三节 现代公共关系目标管理
187	第九章 现代公共关系职能
187	第一节 搜集情报
192	第二节 决策咨询
199	第三节 沟通协调
202	第十章 现代公共关系机制
202	第一节 现代公共关系机制概述
203	第二节 社会控制机制和心理控制机制
207	第三节 激励机制与道德机制

214	第十一章	现代公共关系管理
214	第一节	现代公共关系管理概述
227	第二节	现代公共关系管理绩效评估
233	第三节	现代公共关系组织管理、人员管理和信 息管理
244		后记

第一章 绪 论

公共关系是现代组织经营管理的支柱之一。公共关系本质上是一种利益关系,以利益为纽带,把组织和公众联系起来,相互依存、相互作用、相互影响、共同发展。公共关系活动目前已在各行各业得到了广泛的应用和发展。

中国现代科学意义上的公共关系是改革、开放的产物。社会主义市场经济体制的逐步确立,使公共关系迅速普及。中国即将加入WTO,这将使竞争加剧,交往频率提高,经济生活的纵、横向联系频繁,组织与公众的交流更为迫切。因特网的建立与运用,给公共关系注入了新的生机,并将引起一场重大变革。这些都将为中国的公共关系带来新的挑战 and 机遇。

第一节 公共关系简介

一、什么是关系

1. 关系的分类

什么是关系?这是学习和研究现代公共关系原理首先要解决的问题,也是公共关系学的理论基石之一。要弄清公共关系的基本内涵,首先必须解剖公共关系的细胞——关系,从中揭示出公共关系的本质和运作规律。

关系是随人类的诞生而出现的一种现象。社会生产力的发展,推

动了人类社会的发展,于是地球上的关系逐渐增多,变得复杂起来。在现代市场经济中,各种关系尤为错综复杂。为了便于学习和研究,我们先对关系进行分类。

地球上的关系分为两大类:自然界的自然关系,社会上的人与人的关系。自然界的关系可分为动植物关系,动植物与环境的关系,植物之间相生相克的关系,植物与水、土、光照的关系,动物的种群关系,动物的食物链关系,动植物与人类活动的关系等等。人类社会上的关系更是丰富多彩,在政治上是统治者与被统治者的关系,在工作上是领导和被领导的关系,其他还有经济关系、文化关系、阶级关系、亲友关系、地缘关系、思想关系、法律关系、道德关系,等等。我们先对关系的分类作一初步介绍,为后面的研究奠定基础。

2. 现代社会关系的复杂性、多变性和重要性

生产力的发展,推动了人类社会的进步,也使社会关系越来越具有复杂性、多变性和重要性。

在商品经济不发达的社会里,人们交往少,关系相对比较简单。随着商品经济的日益发达,以及交通、通信工具的发展,世界范围内的人流、物流、信息流空前加大、加快,每一次流动都构建了一批新的关系。这种关系跨洲界、跨国界、跨省界,纵横交错。

人们的社会关系随现代社会的经济生活、文化生活、学习生活、家庭生活、社区生活的变动而变动。

社会关系的重要性是有目共睹的,同样的学历、同样的能力,得到不同关系的“关照”,可对人生发展产生不同的影响。难怪有人说:关系是一笔用钱买不到的财富,关系就是命运,关系就是商机,从某层面来看,是有一定道理的。关系是一种资源,可供大力开发。

3. 关系含义的分析

关系是事物的相互联系,这个联系包括事物与事物之间以及事物内部诸要素之间的相互作用。公共关系本质上研究的是人与人之间的关系。离开了人的存在和介入,它就没有任何意义可言。诚如马

克思所说：“动物不对什么发生‘关系’，而且根本没有‘关系’；对于动物说来，它对他物的关系不是作为关系存在的。”^①关系还存在于人和自然之间。人依自然而生存，自然因人而改变。在哲学上，把“关系”高度抽象化了：矛盾就是关系。

二、什么是社会关系

1. 社会关系含义的分析

社会关系是人们在共同的实践过程中形成的相互关系的总称。社会关系可分为物质关系和思想关系两大类。生产关系是社会关系的基础，它决定政治、法律、道德、艺术、宗教等其他社会关系的性质，而社会关系又反作用于生产关系。在阶级社会中，社会关系主要表现为阶级关系。

人类从产生的那天起，必定发生联系，进行生产活动与社会交往。马克思指出：“人们在生产中不仅仅同自然界发生关系。他们如果不以一定方式结合起来共同活动和互相交换其活动，便不能进行生产。为了进行生产，人们便发生一定的联系和关系；只有在这些社会联系和社会关系的范围内，才会有他们对自然的关系，才会有生产。”^②说明人不仅仅同自然界发生关系，而且要同社会、同他人发生关系。所以，社会关系的存在是不依人们的意志为转移的。只要人类存在，人类社会存在，社会关系就一定会发生、发展。

2. 研究社会关系的意义

社会上每一个人都处于一定的社会关系之中，社会关系对人们的影响很大。而且每一个社会关系都有一定的能量，如果把这些能量调动起来，其作用是不可小看的。

① 《马克思恩格斯选集》第一卷，第35页。

② 《马克思恩格斯选集》第一卷，第362页。

三、现代公共关系的含义

1. 现代社会怎样对关系进行管理

组织怎样对公众进行关系的管理呢？其方法是很多的，概括起来，有以下五种方法：

(1) 行政的方法。利用行政命令来处理某种关系，比如：上班迟到、早退或工作出差错，给以记过、警告等处分。这是权力手段。

(2) 经济的方法。利用物质奖惩来管理某种关系，例如：一位职工在工作上做出了很大的成绩，奖励他一套住房。这是经济手段。

(3) 思想政治教育的方法。利用疏导、劝说、树立理想等方法来处理某种关系，例如：一位学生学习目的不明确，成绩下降，后经老师做思想政治工作，明确了学习目的，鼓起了劲，改进了方法，成绩有了提高。这是思想政治教育手段。

(4) 宗教的方法。利用劝说、感化、寄托来世，处理某种关系。这是宗教手段。

(5) 公共关系的方法。制订政策，持续不断地双向沟通，使组织与公众相互理解、适应，树立良好形象，增强号召力，实现组织目标。这是公共关系的手段。

以上五种对关系的管理方法中前四种，均存在不同程度的局限性。如第一种行政的方法，如果这个“关系”不属于你管辖的范围，你就难以运用这种方法来管理。第二种经济的方法，如果该公众不在你的组织之内，如何来奖励他？否则有行贿之嫌。第三种思想政治教育的方法，如果他不属于你的组织系统，也不同意你的政治信仰，就无法进行管理。第四种宗教的方法，对信徒有用，对非信徒就难了。公共关系的方法是比较通用的方法。因为它排除了组织系统、政治信仰与宗教信仰的限制，依靠信息的反复传播与沟通，使组织与公众达到相互了解、理解、谅解、适应，兼顾双方利益，达成共识，实现双方的目标。这种方法易于为双方或多方所接受，在市场经济中是比较适用、

通行的方法。

2. 公共关系的定义

“公共关系”一词是从英文 public relations 译来的。从 1892 年美国的多尔曼·伊顿在耶鲁大学作了题为“公共关系与法律职业的责任”的演讲,第一次使用了“公共关系”(简称“公关”)的概念起至今,有关公关之定义已逾千种。几乎每一本书,都是一家之说。对这众多定义,我们进行分析、综合,可分为五种类型:(1)管理职能论;(2)传播沟通论;(3)社会关系论;(4)现象描述论;(5)表征综合论。

以上五种类型的定义,各类公共关系著作中均有介绍,本书不想一一分析,只是想说,为什么一个公共关系概念,经过多年的研究,还是难以形成一个比较一致的观点?原因有以下几方面:第一,定义的繁多,显示了公共关系的年轻、成长性和不成熟性;第二,国内外专家、学者、组织从不同的价值取向来理解和解释公共关系,用不同的语言来表述;第三,显示了公共关系园地百家争鸣、百花齐放景象。

我们的观点是:公共关系是组织运用传播手段,协调公众关系、改善发展环境、树立良好形象的管理活动。这一定义有以下几层含义:

(1) 公共关系是一种特殊的社会关系,它揭示了组织与公众的关系状态,发生这种关系的前提是组织与公众有某种利益上的牵连。如果没有一定利益上的联系,是不能构成公共关系这对矛盾的。这种利益上的关系是界定公共关系的重要条件之一。

(2) 公共关系是一种管理活动。它是组织为了实现组织目标进行的实践活动。通过对各项活动的管理,渐次推进目标的实现。

(3) 公共关系的重要任务是树立良好的组织形象。通过树立良好形象,增强组织的吸引力、凝聚力、感召力,形成归属感,提高组织的知名度与美誉度。这样,才能实现组织目标和公关目标。树立良好形象有二层含义,一是组织形象,包括硬件和软件形象;二是成员形象,特别是公关人员形象,从注重外在形象到注重内在形象,即素质

和能力方面转移。

(4) 组织总是在一个具体的环境中来实现组织目标和公关目标的。因此,环境是否良好,与组织的利益关系极大。通过公关活动来改善环境,使环境对组织有利,帮助组织实现各种目标。

(5) 组织要改善环境,树立良好形象,要运用信息的传播与沟通的手段,把信息定向传播,然后收集公众反馈信息,通过运用各种原则、原理,指导协调好与公众的关系,创造良好的关系状态,实现组织目标。

通过以上分析,我们认为,公共关系就是一种形象的管理活动。

3. 公共关系的结构要素

公共关系的结构由组织、公众、媒体、环境四个要素组成,要素与要素之间相互联系、相互制约。组织是公共关系活动的主体,是公关活动的发起者、策划者、实施者、调控者与评估者。公众是公共关系活动的对象,在组织目标实现的过程中,发挥出巨大的能动作用。媒体是组织实施关系管理的载体,是联系组织与公众的桥梁和纽带。环境是组织与公众生活的载体,活动的物质空间。组织、公众、媒体在一个特定的具体空间里进行运作,实现组织目标。进行公共关系活动,这四个要素缺一不可。

四、现代公共关系的含义分析

1. 公共关系是一种关系

公共关系的定义揭示了它是一种组织与公众的关系,发生这种关系的前提是组织与公众有某种利益上的牵连。这种利益上的关系是界定公共关系的重要条件之一。

2. 公共关系是一种观念

在现代市场经济催发下形成的公共关系,成为一种人们的普遍看法。办事的时候,人们常说,要有公关思想,这个公关思想就是公关观念。公关观念的内涵极为丰富,如信息传播沟通、协调、透明度、双

向平衡、互惠互利等。没有这些观念,是难以实现对关系的管理的。

3. 公共关系是一种文化

文化是人类在改造自然、社会和人本身等方面所进行的各种活动,以及所创造的物质财富和精神财富。

现代公共关系在社会生活中是为主文化服务的亚文化,是联系社会主文化与该文化群体中的个体文化——组织与公众的一个重要桥梁和中介。亚文化得到组织与公众的认同和接受,融入他们的生活中去,具有生命力与影响力。同时,亚文化接受主文化的指导和影响。所以,现代公共关系是现代生活社会中一种文化现象,从组织运作的各个环节来看,无不充满了文化的氛围。

4. 公共关系是一种活动

现代公共关系是一种见之于实践的活动,是组织为了实现组织目标进行公关的实践活动,如进行公关策划、信息传播、沟通、协调等,无一不是具体的公关活动。

5. 公共关系是一种状态

现代公共关系是指一种公关状态。公关状态是指组织与公众相互联系的情况、相互作用的程度及其发展趋势。公关状态表现在知名度、美誉度、凝聚力及组织效率和社会效益等五方面。如果某一个组织在这五个方面做得较好,那么公关状态良好。

6. 公共关系是一种意识

现代公共关系是一种意识,即全员公关意识。具有全员公关意识的组织,他们的公关工作不仅会得到全体内部职工的支持,而且内部职工也会自觉地去从事公关工作,创造出良好的公关效益。

7. 公共关系是一种艺术或方法

现代公共关系为实现组织目标,在运作中表现为一种艺术或方法,采取最佳的方法来沟通、传播,使关系协调,实现组织目标。在公关活动中,常常听到某项活动搞得不好,便会有人说:“这个人公关不行!”就是指运用公共关系的艺术或方法失当,导致公关活动失败。

8. 公共关系是一门科学

现代公共关系又表现为一种理论形态,形成了一门系统的理论体系,有自己的概念、原理、原则、范畴和具体的操作技巧及规律,随着公关实践的发展而不断完善和丰富。它既是一门高度综合的边缘性、交叉性学科,也是具有可操作性的应用学科。

9. 公共关系是一种职业

现代公共关系自从艾维·李首创公关职业化先河以来,已形成了一支颇具规模的职业大军。截止 1999 年底,对全国公关市场(港、澳、台除外)调查显示,公关市场总收入 10 亿元,从业人员已达 10 万多人。进入新世纪,我国将加入 WTO,社会主义市场经济将有一个更大的发展,组织之间、个人之间的纵向、横向联系会有更大的扩展,以迎接新形势与新挑战。公共关系这一朝阳职业,深受人们尤其是青年人的喜爱。1999 年 1 月 4 日,国家劳动和社会保障部正式批文,成立国家职业资格工作委员会公关专业委员会,同年 5 月出版发行的《国家职业分类大典》中,收入了公关职业的名称、公关职业定义及公关职业工作。这标志着国家正式承认了公关这一职业。公关在社会各行各业中从此占有了一席之地。

总之,现代公共关系的内涵十分丰富,需要我们深入挖掘。

五、现代公共关系的特征

1. 信息的双向传播与沟通

组织是靠信息的传播与沟通,使受众知晓,然后把受众的信息反馈给组织(传者),通过多次的反馈,使组织与公众找到可以接受的一点,我们称它为“中点”,体现在利益上双方均可接受。通过这样的信息传播与沟通,使主客体达成共识。

2. 兼顾公众利益(又叫双向平衡)

进行公共关系活动,实现组织目标,必须制订组织的方针、政策。这个方针、政策是为组织目标服务的,也是为组织的利益服务的。在