



主编 高天星 副主编 杜建国

现 代

公 共 关 系 学

出版社 XIAN DAI GONG GONG GUAN XI XUE

現代公共关系学

主 编 高天星

副主编 杜建国

编著者 (以编写章节先后为序)

高天星 杜建国 王 梅 韩煜旻

孙恒友 刘丽红 王秀梅

河南人民出版社

现代公共关系学

主 编 高天星

副主编 杜建国

责任编辑 武国华

河南人民出版社出版发行

开封第一印刷厂印刷

850×1168毫米 32开本 7.75印张 189千字

1990年4月第1版 1990年4月第1次印刷

印数1—8,000册

ISBN 7 - 215 - 00950 - 5 / G · 119

定价:3.90元

前 言

“文章合为时而著”。近几年，公共关系活动在我国兴起，正在逐步地扩展和普及；公共关系学的研讨，也引起了理论界的兴趣和重视。为适应公共关系活动发展和勃兴的需要，为促进公共关系学研究的深入和繁兴，为继承和弘扬我国民族精神中公关意识的优良美德，为介绍、了解、学习和借鉴世界各民族创造的文明成果，做到“洋为中用”，我们萌发了写一本《现代公共关系学》的想法。经过两年多的酝酿、准备和努力，总算初遂人愿；现在，终于把此书呈献给读者朋友。

我们的时代，是一个伟大变革的时代。“对内搞活，对外开放”的基本国策，是具有深远历史意义的转变，它以不可阻挡的态势，冲刷着封闭凝固的思想观念和人际意识。改革开放，必然引起社会关系的变革；崭新的人际关系结构必将出现，陈旧封闭的关系网络必然会破除。目前，我们的国家，我们的民族，最需要的是稳定环境和振奋精神。而稳定政治、稳定经济、稳定社会，首先要稳定群众情绪，创造祥和融洽的社会环境；使人的社会关系和谐，人际关系协调；使群众气顺心平，精神愉悦；唯此，才能使广大群众鼓舞起来，精神振奋地投身到社会主义建设的雄伟事业中去。现代公共关系学作为完善人的品格，和谐人际关系，协调群体交往的美育学，有不可替代的特殊效能。

现代社会，人与人，人与群体，群体与群体之间的交往；国家与国家，民族与民族的交往，已冲破时空界限，其交流的规模之大，频率之高，数量之多，内容之广，信息传递之快，都是前所未有的。面对如此纷繁复杂的社会关系，现代公共关系学作为

一门研究人的公共关系活动及其活动规律的科学，其作用更是不容低估的。

尽管现代公共关系学在当今社会有如此重要的作用和效能，可它毕竟是新时代的一门新兴学科。还处在刚刚起步的初级阶段，实务层次和理论研究层次不高，致使人们对它还缺乏清晰完整的认识。加之，在公共关系活动中，传播了一些错误信息和错误概念，或者对其认识肤浅和庸俗，使公关变成了一个带有嘲讽意味的贬义词，这不仅使人对公关产生了误解，败坏了公关的声誉，污损了公关的形象，而且也严重影响了公关事业在我国的健康发展。有鉴于此，我们认为，公关论著的出版，应当遵循一个正确的导向，应该力求有利于公共关系的健康发展。我们期望本书的出版，对人们澄清对公关的模糊认识有所裨益；对公共关系学的理论研讨，能引出积极的结果。

科学在不断发展，认识在不断深化和修正，只有当研究者最大限度地接近科学真理时，才能作出科学的结论和为人们认同的评价。尽管公共关系学刚刚在我国起步，可是，在许多研究者的艰苦努力下，已取得令人瞩目的丰硕成果。我们也一直以高度的关切之情注目我国现代公共关系学的工作与成就。公共关系生活中涌现出来的新经验，好经验；公共关系学理论研究的新成果，新观念，增长了我们的知识，激发了我们的思想，拓展了我们的视野；或在资料上丰富了我们，或在观点上启发了我们。在本书的编写过程中，有借鉴，有引用，有吸收，在此深表感谢，敬请鉴谅。

《现代公共关系学》不但是集体劳作的结晶，而且和关心公共关系事业的诸多同志的鼓励是分不开的。在此，对荆文超、冯明显、陈民、侯邦、陈晋卿、魏世庄、余进仓、申建玲等同志的宝贵建议与热诚支持表示感谢。

因为公共关系学是一门古老而又年轻的综合性学科，构建科

学的理论体系，内容丰富，任务艰巨；同时，它对我们来说，也还是一个不完全了解，和尚没深刻认识的领域，编著中的错误定会不少；请读者朋友和同行批评斧正，俾补其疏，不吝赐教。

是为前言。

高天星

庚午年春节
郑州大学璞篁斋

目 录

前言	(1)
绪论	(1)
一、辩证认识公共关系学的勃兴	(2)
二、科学地揭示公共关系学的特征	(4)
三、总结古代公共关系的思想意识	(8)
四、建设中国公共关系学的新体系	(11)
第一章 现代公共关系学概览	(14)
第一节 公共关系与公共关系学	(14)
第二节 公共关系学的公关原则	(23)
第三节 公共关系学的学说异同论	(26)
第四节 现代公共关系学的研究对象	(33)
第二章 现代公共关系学的创建与发展	(37)
第一节 中国古代的公关意识与活动	(37)
第二节 现代公共关系事业的勃兴	(46)
第三节 公共关系事业在世界各地的发展	(50)
第四节 现代公共关系事业在中国的兴起	(53)
第三章 现代公共关系学的应用领域	(58)
第一节 现代公共关系学在企业单位的应用	(58)
第二节 现代公共关系学在事业单位的应用	(63)
第三节 现代公共关系学在社会单位的应用	(70)
第四章 现代公共关系的形象塑造艺术	(75)
第一节 组织形象的塑造和作用	(75)
第二节 形象设计的方法和艺术	(80)

第三节	组织形象的宣传艺术·····	(88)
第五章	现代公共关系人员的素质·····	(96)
第一节	提高公关人员素质的意义·····	(96)
第二节	公共关系人员的基本素质·····	(98)
第三节	公关人员提高素质的途经·····	(106)
第六章	现代公共关系的传播艺术·····	(113)
第一节	选择传播方式的艺术·····	(114)
第二节	选择传播媒介的艺术·····	(120)
第三节	公关活动的广告艺术·····	(131)
第七章	现代公共关系的沟通艺术·····	(134)
第一节	公关活动的辨认公众艺术·····	(134)
第二节	公共关系沟通的目的和原则·····	(139)
第三节	公共关系沟通的艺术和方法·····	(141)
第八章	现代公共关系的交际艺术·····	(152)
第一节	人际交往的奥秘·····	(153)
第二节	言语交往和非言语交往·····	(156)
第三节	成功交往的思辨分析·····	(167)
第九章	现代公共关系的活动艺术·····	(176)
第一节	寻找活动目标的艺术·····	(176)
第二节	制订活动计划的方略·····	(185)
第三节	公关活动的类型·····	(187)
第十章	建立具有中国特色的公共关系学·····	(198)
第一节	公共关系事业在中国的发展·····	(198)
第二节	中国现代公共关系学的基本特点·····	(202)
第三节	中国现代公共关系学的发展前景·····	(207)

附录一:

(1) 政治领域公关实务·····	(215)
---------------------	---------

 中国共产党在重庆谈判期间的公关工作经验

- (2) 企业领域公关实务…………… (224)
 “两伊”杜康酒争夺战后的反思
- (3) 商业领域公关实务…………… (230)
 “一分钱经营”中的公关意识

附录二:

- (1) 中国公共关系职业道德准则(草案)…………… (237)
- (2) 国际公共关系协会行为准则…………… (238)

绪 论

公共关系学是一门年轻的学科，从1882年这一概念的提出，到1906年把这一思想付诸实践，公共关系学作为一门新兴的边缘学科的确立，作为人际关系的一种哲学和艺术，至今也不过百年的历史。公共关系又是一个古老的命题，说它古老，是因为人类初始，它就作为一种社会现象和人际交往状态，广泛地存在于人世间。

伴随新技术革命的兴起，人们的生产方式、生活方式和思想观念也迅速地发生了深刻变革。这种变革远远地超出了生产和经济范围，延伸到社会生活的各个层次，并促进了社会人际关系和公共关系意识的更新。人类社会关系的方式，从早期的契约交往、血缘交往、亲缘交往，到其后的物质交往、精神交往和政治交往、文化艺术交往，现代已发展到科学交往、信息交往和情感交往，并向着未来的“太空”交往正作着认真准备。

马克思指出，“每一个时代，在其获得新的思想时，也获得了新的眼光”。在当今日新月异的时代，在注重现实和未来的时代，作为研究现代人的社会关系、现象及其交往规律的公共关系学，如何审时度势地伴随现代人公共关系意识的变化而发展；在社会关系的深刻变革过程中科学地把握公共关系学的本质，及其活动轨迹与规律；在国内外对公共关系学的认识异见纷呈，学派林立的态势面前，如何建设具有中国特色的公共关系学？这是我们研究公共关系学和撰写本书的出发点和目的所在。

“根之茂者其实遂，膏之沃者其光晔。”建立具有中国特色的公共关系学新体系，科学地揭示公共关系学的本质和特征，不

仅需要对其有深刻认识，亦要有深厚的功力和较高的理论修养，这是我们力所不及的。我们只是希图用审视的眼光，研究一下现代公共关系活动中的老问题，回视一下公共关系学从创立到勃兴的某些发展轨迹，并在理论体系上作出重新构思的尝试，为推动这一学科的发展与繁荣做一些积累工作。

一、辩证认识公共关系学的勃兴

在我国古老文明的土地上，正经历着一次前所未有的改革。伴随改革开放的全面展开与深化，我国的经济得到了巨大发展，作为精神文明建设重要组成部分的社会关系网络，也呈现出崭新的面貌。社会主义需要商品经济的繁荣，这是一条民富国强的必由之路。伴随商品经济的繁荣，公共关系学应运而生。一个规模可观的公关活动浪潮在我国兴起。基于此，公共关系学可说是商品经济的产物。

短短几年，以公关为名称的学术组织、社会团体、公关协会、公关学会、公关研究会、公关委员会、公关俱乐部、公关联谊会等名目繁多的社团组织，如猝不及防的登陆台风，从沿海刮向内地。现在，省市级的公共关系组织可说已覆盖大半个中国。

短短几年，从事公共关系的人已达数万，专门的公关机构也以千计。据有关部门统计和概算，受过正式培训和函授等形式的成人教育的人达五万之众。如果加上自学，或多少接受过公关普及教育的人数，至少突破了六十万。目前，不少高校和中等学校也开设了公关课程，他们之中会有多少人加入这个队伍，难以预料。公关职业繁荣的美国，发展公关事业有八十多年的漫长历程，我国仅在短短几年之中，呈现出如此繁盛的态势，令人惊讶。正如人们喜忧参半的慨叹：“从来没见过一门新兴的学科有如此之快的发展和普及速度”。

公共关系学的兴起与普及，尽管多数人对它有好感，不容衰

读。但因为它发展迅猛，对其缺乏深层的思考，理论准备不够，欠缺正确地舆论导向，也致使许多人对其缺乏全面完整的认识，甚至以偏概全的理解其功能，在社会上造成了误解和混乱。如，有的人，一讲到公关，似乎就是“公关小姐”、“公关先生”；而这些“先生”和“小姐”，又必须有好身材、好脸蛋，会跳舞，能唱歌，显然，这种认识是狭隘的，是肤浅的。再如，有的人，把公关艺术理解为会说话，懂礼仪，会拉关系，会走后门。公关需要具备礼仪知识，但公关学决不等于礼仪常识。更有甚者，有的企业，以单纯的营利目的，打着“公关活动”的招牌大搞不正之风，挂羊头卖狗肉，沽名钓誉，非法营利；这就更加败坏了公关的声名，污损了公关的形象，也污染了社会环境。《宋史·范正平传》有言：“若于通途广阳中，为往来之观，以耸动庸俗，不可也。”社会公共关系活动中的这些鄙陋庸俗认识和作为，不但会把公关搞得声名狼籍，而且会严重障碍我国刚刚起步的公关事业的健康发展，无益于使其向高层次引导，朝高层次发展。

鸟瞰我国公共关系学的发展与现状，必须持辩证的观点；面对勃兴的公关热潮，必须进行冷静思考。既要看清它的成绩，又要看到它的缺陷；既要看到它的主流，又要看到它的邪道；既要认识它的价值，又不把它当作万能之策；既要看到它的迅猛发展，又要抑制它的泛滥。

辩证地认识我国公共关系学的发展现状，我们认为，现代公共关系学目前在我国的发展，具有几个突出特点。其一，我国的公共关系实务，是由南向北扩展，由沿海向内地扩展，由经济领域向社会活动的各个领域扩展。幅射面大，影响面广。其二，我国公共关系学的理论研究发展趋势，是由民间个别人的自发研究，向有组织有计划的方向发展；是由粗浅的低层次介绍向理论的高层次发展；是由局部领域向社会广阔领域发展。这种发展态势，有益于具有中国特色的公共关系学体系的早日完善。其三，

公共关系学的教育、培训、普及、由点到面铺开。由公共关系学的短期培训，到系列讲座，到高校开设课程，到国家教委下达文件把它列入许多专业的必修课程，到把它列于高校许多专业的教学计划；有益公共关系人才的培养和素质的提高。其四，公共关系学的活动日益丰富，宣传逐步深入广泛。当前，以公关名义的学会、研究会、联谊会如雨后春笋，相继成立；拓展了公共关系实务和活动的领域；公共关系报刊和著作在各地相继出版，扩大了宣传范围，提高了宣传档次；这对树立良好的公关形象，使其沿着健康的轨道发展是有裨益的。

二、科学地揭示公共关系学的特征

似曾相见难相识。公共关系学这门年轻而又古老的学科，近观，已有百年历史；远眺，其渊源流长。可是，至今仍没有确定一个公认的定义；至今人们还没有认识它的真面目。黑格尔在《精神现象学》的序言中曾指出：“一般说来，熟知的东西所以不是真正知道了的东西，正因为它是熟知的。”熟知并不等于真知。这阐明了一种普遍的现象和容易被忽略的道理。人们生活在社会关系与人际关系交往之中，但却没能真切地认识它。熟悉与真识之间，还有一段距离，它需要许多人共同来探索这个尚没真知的领域，努力揭示出它的奥秘。

在国外，美国公共关系研究和教育基金会邀请众多公共关系专家，分析了当今西方的472个定义，把公共关系界定为：“公共关系是一种鲜明的管理功能，它帮助建立和维持一个组织与其公众之间的相互交流、理解、认可和合作；它涉及对各类问题的管理；它帮助管理人员保持与公众之间的信息传递和反馈，它确立并强调管理人员为公众利益服务的责任；它帮助管理人员随时掌握社会变化，作为早期报警系统预测未来；它以正常的、合乎道德的传播技术作为主要工具”。这个定义，虽力图尽其功能之

详，因不概括，得不到公关界的认可。

国际公共关系协会的定义是：“公共关系是一项经营管理功能，属于一种经常性与计划性的工作，不论公私机构或组织，均通过它来保持与有关公众的了解、同情和支持，即审度公众的意见，使本机构的政策与措施尽量符合公众意见，再运用有计划的大量资料，争取建设性的合作，以获取共同利益。”这个定义，因只能适用局部事业，内涵与外延狭窄，也没得到认同。尽管因此机构的权威性，此定义流行通用；但因其缺乏对公共关系的整体概括；我们认为此定义仅能作为一个公共关系学的局部定义而存在，它对科学的公关学来说，是没有权威的。

基于各国公关学者对提出的众多公关学定义不认同，1978年8月8日至10日在墨西哥城召开的世界公共关系协会大会上，经过协商论证，又把公关的定义界定为：“公共关系的实施是分析趋势，预测后果，向机构领导人提供意见，履行一系列有计划的行动，以服务于本机构和公众利益的艺术和社会科学。”尽管这个定义，对公共关系作了深层思考，把这个学科上升到协调艺术，定位到社会科学；我们认为，这个定义仍停留在表层的叙述与概括上，仍没揭示出该学科的本质特征。

公共关系学在我国兴起后，出版了许多论著，发表了众多论文，不少研究者也试图科学界定公共关系学。但也无一得到社会的普遍认同。为此，深圳大学大众传播系在《人民日报》、《光明日报》等报刊，刊登广告，举办了“公关定义有奖征集”活动。定义的征集得到了热烈的响应，和广泛的支持。应征定义的作者几乎遍及全国，应征者有社会各行各业人员。在征集到的数百个定义中，遴选出了96个定义。最后经过多次研究与评审，选定了十个定义。其中，获得较多赞同者的定义是：“公共关系是公共关系活动的简称，是特定组织机构为了谋求自身和相关公众的共同利益而创造自身美好形象，遵循互利性、长期性、经常性、

计划性的原则；运用真实、新颖的信息双向传播技艺作用于公众，预测公众或市场需求，评估、调整自己的决策和公共关系状态；赢得公众的喜爱、信任、理解与合作；开拓内部团结、外部和谐的网状公共关系状态这样一种现代经营管理活动。公共关系学则是研究公共关系活动及其发展规律的科学。”这个定义虽然比较科学，揭示的内容较广。但是，这个定义不能自圆其说，且上下矛盾。即然把公共关系界定为“一种现代经营管理活动”，为什么又把公共关系学界定为“是研究公共关系活动及其发展规律的科学”。“经营管理活动”，是“公共关系活动”的一个部分，一个分支；公共关系活动包括经营管理活动，但不等于经营管理活动。所以，这个定义，仍然不周密、不准确。

“有多少人，公共关系学就有多少定义”。尽管这种认识过于悲观。但说明，目前国内外关于公共关系学的定义是很多的，可谓五花八门，众说纷纭。我们认为，众多的异见，反映了公共关系学的发展，和理论研究的活跃；同时，也可以开阔人的视野，帮助人们从多种角度，不同侧面去理解公共关系学。另一方面，公共关系学至今没有一个被人们认同的科学定义，也说明，已提出的诸多定义仍多是局部的、表层的、混乱的、肢解的、感性的。还没深入到公共关系学的本质，还没升华到理论高度。

正如给美和美学下定义很难一样，定义公共关系和公共关系学也非易事。但是，虽难，但不等于不可知，不可为，不可企及。我们认为，要科学地定义公共关系和公共关系学，古往今来，人们研究人的本质的理论成果，是开启公共关系学大门的钥匙。以马克思主义对人的本质的揭示为指导，对公共关系的模糊认识，就会澄清；对公共关系学的混乱理解，就会明晰。

中外古今，人的问题是一切科学的中心问题。因为，人世间的一切现象，无不与人的问题密切相关；人类的一切思想就其实质来考察，不过是对人与自然，是对人的社会制度的思考；是对

人自身、人的生活、人的关系的思考。自然宇宙学说，探索的是“天之骄子”——人在自然界，在宇宙中的地位。伦理学的核心是研讨人际之间的道德规范；政治学和经济学区论的是人的政治关系和经济关系；历史学是对人类经历的叙述和反思；家庭学突出地体现着血缘关系，亲缘关系。公共关系学无疑的应当把人的社会关系作为研究对象。

人围绕着自然宇宙旋转。这仅是问题的一个方面。基于人的理性是世界的主宰的认识，可以说，自然宇宙也在围绕着人旋转。那么，大千世界之中，人的本质是什么呢？马克思认为，“人的活动是形形色色的”。他把人的“生命活动”，“生活过程”，“物质生产”，统统看作是人的活动。关于人的本质，他曾经深刻指出：“人的本质并不是单个人所固有的抽象物，实际上，它是一切社会关系的总和”。社会环境创造了人，人也创造了社会环境。社会是由人组成的，在人类的经济、政治和文化等纷繁的社会实践中，人与人之间总是形成特定的社会关系。人是最主要的能动因素，即改变社会环境，创造社会美与完善社会美的主要动力。另外，社会美主要表现在社会关系中的人的美，而社会关系中的人，他的思想、品格、行为、作风、习惯，也就是他的人格，受社会关系的制约，也反映着某一时代的社会关系。要言之，就是人格美映照社会美的内容；社会美，在人格美中也得到充分的体现。基于对人的本质的这种认识，公共关系学便可作如下定义：

公共关系学是研究人的社会关系及其活动规律的科学；是完善人的品格，和谐人际关系，协调群体交往的美育学；是一门古老而又年轻的综合性社会科学。

公共关系学正如公共关系的概念一样，其内涵极为丰富，其外延极为宽泛。这样来界定公共关系学的原因，将在其后，专章论述。

公共关系学在我国的研究和实践，起步较晚；目前，尚停留

在“经济公关”和“企业公关”的窄狭境地，对公共关系学还缺乏深层思考和整体思考。我们认为，公共关系学不是万能的，不可能包医社会关系的诸多弊端。公共关系学是人际关系和群体关系的哲学；不单是获利的技术与权谋；而是完善人的精神品格的系统美育工程。为此，一方面要加强对它的理论研究；一方面要勇于开拓公共关系的实践活动，使认识日益清晰和深化。这样，我国的公共关系事业的前景将是壮丽的；我国的现代公共关系学将会是具有特色的，其理论价值也会是巨大的。

三、总结古代公共关系的思想意识

只有民族的，才是世界的。无论是东方还是西方，世界各民族都有独具特色的精神和思想。一个民族的精神和思想，离不开本民族的生活、习惯、感情、语言和文化，离不开民族的历史发展。而各民族言语文字的不同，地理环境的差异，经济和社会形态的有别，一个民族的精神与思想，又总有一个民族特质、民族精神、民族风貌的问题。公共关系的思想意识和公共关系的行为方式，也是民族精神的体现。虽然，伴随着国家与国家、民族与民族之间交往的增加，交流越来越频繁紧密；但是一个国家和民族的社会关系活动和公共关系的思想意识，仍然具有鲜明的独特的民族个性。中华民族的思想文化，在世界文明史上占有极其重要的地位。她源远流长，博大精深，光华灿烂，蔚为大观。我们的祖先给我们留下了一份异常丰厚的珍贵的思想文化宝藏，我们应该倍加珍爱和保护，弘扬中华民族的优秀思想文化遗产；并在继承的基础上，有所发展，有所创新。

我国古代的公共关系思想意识，是我国优秀思想文化遗产的组成部分，是非常珍贵的。正确的态度应当是，认识它，重视它，整理它，批判继承，弘扬精华。因为我国的现代公共关系学的勃兴，是从西方汲取借鉴而来的，所以在建设其新体系时，有排