

# 简明

# 公共关系学

主编 刘长水  
ZHUBIAN LIU CHANGSHUI

J GONG GONG GUANXI XUE

山东友谊出版社

m

## 前 言

公共关系,作为一个事业,一门科学,一门艺术,原本产生于西方。它在产生和发展的过程中,曾对资本主义经济的发展起了很大的推动作用,从某种意义上讲缓解了资本主义社会日益尖锐的矛盾。我国改革开放的春风,把公共关系也移植到了我们这个古老的国度。随着公共关系在中国的传播和发展,越来越多的人认识到公共关系是社会组织竞争、发展的法宝之一;众多的组织争相建立公共关系机构;几百所大学开设了公共关系课程。人们寄希望于公共关系能为我国的社会主义市场经济注入生机和活力。

为了适应大专院校和成人高校公关教学的需要,为社会培养高层次的公关人才,促进有中国特色的社会主义公共关系事业向纵深方向发展,由山东财政学院、山东妇女管理干部学院、济南大学等单位在公关教学和公关研究方面有较深造诣的教师编写了这本《简明公共关系学》。

全书的编写提纲由刘长水同志构思设计,经编委会讨论、修改后分工编写:第一章,刘长水;第二章,马平花;第三章,谭兆才、谭谦;第四章,刘长水;第五章,马英贤;第六章,王娅;第七章,李淑卿;第八章,刘晓琳;第九章,王黎琴;第十章,刘长水、刘涌、张鸣;第十一章,刘晓琳。初稿完成后,由编委会初审,最后,由刘长水同志修改、定稿。

本书编写过程中编写者参阅了国内外大量的公共关系论著和文章,并引用了其中一些资料,在此谨向有关作者深表谢意。

由于时间仓促,加之我们水平有限,书中纰缪之处在所难免,敬请读者批评指正。

**编写者**

1994年7月

## 《简明公共关系学》编委会

主 编 刘长水

副主编 (以姓氏笔画为序)

王 娅 王黎琴 刘晓琳

李淑卿 谭兆才

编 委 (以姓氏笔画为序)

马平花 马英贤 王 娅 王黎琴

刘长水 刘 涌 刘晓琳 张 鸣

李淑卿 谭兆才 谭 谦

# 目 录

第一章 导论.....	(1)
第一节 公共关系的涵义.....	(2)
一、什么是公共关系 .....	(2)
二、公共关系的构成要素和类型 .....	(7)
第二节 公共关系学的研究内容和研究方法 .....	(10)
一、公共关系学的研究对象.....	(10)
二、公共关系学的研究范围.....	(11)
三、学习公共关系学的方法.....	(14)
第三节 学习、研究公共关系学的现实意义.....	(17)
一、开展公共关系可以优化社会环境,促进 精神文明建设.....	(17)
二、开展公共关系能促进社会主义市场经 济的发展.....	(20)
三、开展公共关系,可以改善政府与社会公众的 关系,加快社会主义民主政治建设的进程 .....	(23)
四、公共关系能培养和提高个人的素质创造 良好的成才环境.....	(23)
第二章 公共关系的历史沿革 .....	(25)
第一节 公共关系的史前史 .....	(25)
一、原始社会的准公共关系活动.....	(26)

二、奴隶社会和封建社会的准公共关系·····	(28)
三、资本主义自由竞争阶段的准公关活动·····	(31)
第二节 公共关系的产生和发展·····	(33)
一、从20世纪初到20年代末是现代公共关系的诞生阶段·····	(34)
二、从20世纪30年代至60年代是公共关系的成长阶段·····	(36)
三、从20世纪60年代至现在,是公共关系迅速发展的阶段·····	(39)
第三节 公共关系在我国的兴起·····	(41)
一、改革开放为公共关系的兴起创造了条件·····	(42)
二、我国公共关系的兴起与发展走向·····	(45)
三、我国“公关热”后的冷思考·····	(49)
第三章 公共关系的原则和功能·····	(55)
第一节 公共关系的原则·····	(55)
一、求实守信原则·····	(56)
二、以利益为归宿的原则·····	(58)
三、以科学为指导的原则·····	(61)
四、以双向信息交流为条件的原则·····	(62)
五、全员PR原则·····	(64)
六、德是衡量公关从业人员的首要标准的原则·····	(65)
第二节 公共关系的功能·····	(68)
一、塑造形象,提高信誉·····	(68)
二、搜集信息,预测变化·····	(71)
三、咨询决策,提供建议·····	(74)

四、排忧解难, 畅导理解 .....	(79)
五、交往传扬, 沟通发展 .....	(83)
六、教育引导, 全员公关 .....	(85)
第四章 公共关系的组织机构和从业人员 .....	(87)
第一节 公共关系的组织机构 .....	(87)
一、公共关系部 .....	(87)
二、公共关系公司 .....	(97)
三、公共关系协会 .....	(101)
第二节 公共关系从业人员 .....	(101)
一、公共关系从业人员的职业道德 .....	(102)
二、公共关系从业人员的素质 .....	(105)
三、公共关系从业人员的形象 .....	(112)
四、公共关系从业人员的培养与考评 .....	(115)
第五章 公共关系的对象——公众 .....	(119)
第一节 公众的涵义和特点 .....	(119)
一、公众的涵义 .....	(119)
二、公众的特点 .....	(120)
第二节 公众的分类 .....	(123)
一、按照公众与组织的内外关系可将组织的 公众分为内部公众和外部公众 .....	(123)
二、按照公众对组织的重要程度可划分为首要 公众、次要公众和边缘公众 .....	(124)
三、按照公众对组织的态度, 可将公众区分为 顺意公众、逆意公众和独立公众 .....	(125)
四、按照公众发展过程不同阶段的特点, 可以 将公众分为非公众、潜在公众、知晓公众、	

行动公众 .....	(126)
五、根据组织对公众的态度可以将公众划分为受欢迎的公众,不受欢迎的公众和被追求的公众 .....	(128)
六、根据公众构成的稳定性程度,可将公众划分为临时公众、周期公众和稳定公众 .....	(128)
第三节 公众的心理分析 .....	(129)
一、公众的心理定势 .....	(130)
二、消费者的心理特点 .....	(135)
三、新闻传播界公众的心理特点 .....	(138)
四、社区公众的心理特点 .....	(139)
第四节 几种主要的公共关系 .....	(141)
一、员工关系 .....	(141)
二、顾客关系 .....	(144)
三、媒介关系 .....	(147)
第六章 公共关系的传播 .....	(151)
第一节 传播的涵义及类型 .....	(151)
一、传播的基本涵义 .....	(151)
二、传播的类型 .....	(154)
第二节 公共关系传播媒介 .....	(159)
一、大众传播媒介 .....	(159)
二、其它传播媒介 .....	(165)
三、公关广告 .....	(167)
四、公共关系传播媒介的选用原则 .....	(169)
第三节 公共关系传播的原则与效果 .....	(170)
一、公共关系传播的原则 .....	(170)



二、公共关系的传播效果 .....	(177)
第七章 公共关系工作程序 .....	(179)
第一节 调查研究确定目标 .....	(179)
一、公共关系调查的意义 .....	(179)
二、公共关系调查的内容 .....	(182)
三、公共关系调查的方法 .....	(185)
第二节 编制计划,设计方案 .....	(189)
一、编制公共关系计划的原则 .....	(190)
二、公共关系计划的程序 .....	(191)
第三节 策划实施 传播沟通 .....	(197)
一、影响公共关系计划实施的因素 .....	(198)
二、信息传播的内容及所传信息应具备的特点 .....	(200)
三、传播沟通的策略与技巧 .....	(203)
第四节 效果评估 反馈调整 .....	(205)
一、评估的意义和原则 .....	(205)
二、评估的内容 .....	(206)
三、评估的方法与程序 .....	(207)
第八章 公共关系实务 .....	(210)
第一节 公共关系专题活动 .....	(210)
一、记者招待会 .....	(210)
二、展览会 .....	(215)
三、社会赞助 .....	(218)
四、参观 .....	(222)
第二节 突发事件处理 .....	(225)
一、突发事件概述 .....	(225)

二、突发事件的处理原则 .....	(227)
三、突发事件的具体处理措施 .....	(228)
第三节 制造新闻 .....	(229)
一、何为“制造新闻” .....	(230)
二、“制造新闻”活动的意义 .....	(230)
三、怎样进行“制造新闻”的活动 .....	(231)
第四节 谈判 .....	(233)
一、谈判的涵义及其特点 .....	(233)
二、谈判的类型 .....	(234)
三、谈判前的准备 .....	(235)
四、谈判的程序 .....	(236)
五、谈判的原则和策略 .....	(237)
六、谈判中的注意事项 .....	(239)
第九章 公共关系言语沟通 .....	(241)
第一节 概说 .....	(241)
一、什么是言语沟通 .....	(241)
二、言语沟通在公共关系中的作用 .....	(241)
第二节 言语沟通形式 .....	(243)
一、有声语言 .....	(244)
二、态势语 .....	(246)
第三节 言语沟通技巧 .....	(246)
一、委婉法 .....	(246)
二、模糊法 .....	(247)
三、幽默法 .....	(248)
四、暗示法 .....	(249)
第四节 演讲语言艺术 .....	(250)

一、演讲概说 .....	(250)
二、演讲语言特点 .....	(252)
第五节 社交语言艺术 .....	(261)
一、社交语言运用的原则 .....	(261)
二、常见社交用语 .....	(266)
第十章 公共关系文书的写作 .....	(273)
第一节 新闻报道和简报 .....	(273)
一、新闻稿的撰写 .....	(273)
二、简报的写作 .....	(280)
第二节 函牍与柬贴 .....	(283)
一、函牍 .....	(283)
二、柬贴 .....	(286)
第三节 公文与调查报告 .....	(288)
一、公文 .....	(288)
二、调查报告 .....	(291)
第四节 公约类应用文 .....	(294)
一、合同 .....	(295)
二、协议书与意向书 .....	(298)
第十一章 社交礼节与国际礼仪 .....	(300)
第一节 社交礼节 .....	(300)
一、日常交往的基本原则 .....	(300)
二、见面时常施的礼节类型 .....	(303)
三、人际交往的礼节礼貌 .....	(306)
第二节 仪容 仪表 仪态 .....	(313)
一、仪容、仪表、仪态及要求 .....	(313)
二、个人仪容 .....	(314)

三、服饰佩带 .....	(315)
四、举止行为 .....	(318)
第三节 国际礼仪 .....	(321)
一、礼仪规则 .....	(321)
二、涉外交际的礼仪 .....	(323)

## 第一章 导 论

公共关系学作为一门新兴的、实用性的边缘社会学科,是现代科学技术迅速进步、商品经济高度发展的产物,它为社会服务的实用价值和诱人的发展前景,已被越来越多的人所重视。有人曾把公共关系同技术、管理一起列为现代企业的三大支柱。西方有的学者,把以电脑为代表的科学技术水平,以旅游业为代表的富裕生活程度,以公共关系为代表的经济管理效能,并列为衡量一个国家发达程度的三大标志。

从世界范围来说,现代公共关系的出现已有近百年的历史,但公共关系步入中国大地,并在理论上被认可、在实践中被系统地运用,迄今不过10几年的时间。在此之前,似乎没有多少人谙熟“公共关系”这个词所蕴涵的内容。今日中国,随着改革开放的深入进行,“公共关系热”由广州、深圳发端,自南向北蓬勃兴起,为社会主义市场经济注入了生机。然而,人们也不无忧虑地看到,公关庸俗化、低级化,正侵蚀着公关事业的机体。在不少人心目中,公关=漂亮小姐+高级场所+时髦应酬。对公关概念的狭隘理解,也使正常的公关活动演绎出不少不和谐的插曲。因此,在展示公共关系的各个侧面之前,首先需要对公共关系的涵义、公共关系学的研究内容和研究方法,以及学习、研究公共关系学的现实意义作一个简单的介绍。

## 第一节 公共关系的涵义

公共关系一词源于美国,它是英文 Public Relations 的直译,英文简称(P·R)。“Public”通常有两种用法:其一是作为形容词——公开的、公共的;其二作为名词——公众。中文译称“公共关系”中的“公共”一词,实际上包含了这两种含义。“Relations”为复数,中文译为“关系”。

### 一、什么是公共关系

#### 1. 公共关系的两种状态

公共关系这个概念,我们可以从两个方面去考察。从静态上看,公共关系是一种客观存在的状态。在现代社会,任何社会组织都处在一个极其复杂的公共关系网络之中,客观上都在自觉或不自觉的、主动或被动地从事着某些公共关系活动,不以社会组织及其成员是否意识到它的存在为转移,因而,也可以称作自然状态的公共关系。从动态上看,公共关系是指社会组织为了达到某种明确的目标,自觉地、有计划地从事公共关系活动。动、静两种公共关系既有区别又有联系。动态的公共关系的效果直接影响着静态公共关系的状况。在动、静公共关系的矛盾中,动态的公共关系一般处于主导地位。公共关系学正是着眼于对动态中的公共关系的研究,即研究一个组织如何通过有效的公共关系活动去实现自己的目标。

#### 2. 公共关系定义的多样性

作为一种职业和一门学科的现代公共关系的出现,至今不到百年的时间,但国内外的专家、学者或权威机构已经给它

下了上千条定义,真可谓是众说纷纭,莫衷一是。归纳起来,有以下几种具有代表性的观点:

(1)倾向于以公共关系的管理职能定义公共关系。这种观点认为,公共关系是一种现代管理职能。

国际公共关系协会曾给公共关系作如下定义:公共关系是一种管理功能。它具有连续性和计划性。通过公共关系,公立的和私立的组织、机构试图赢得同他们有关的人们的理解、同情和支持——借助对舆论的估价,以尽可能地协调它们自己的政策和做法,依靠有计划的、广泛的信息传播,赢得更有效的合作,更好地实现它们的共同利益。

美国的莱克斯·哈罗博士,曾采访了83名公共关系领导人,分析了472个关于公共关系的定义,提出了一个详细的定义:公共关系是一种特殊的管理职能。它在组织及其公众之间建立并保持双向的传播、谅解、接受和合作;它参与处理各种问题和难题;它帮助管理部门及时了解舆论并作出反应;它明确和强调管理部门为公众利益服务的责任;它帮助管理部门随时掌握并有效地利用变化的形势,帮助预测发展趋势,以作为早期警报系统;它运用研究方法和健全的、正当的传播技能作为其主要工具。

在我国也有不少学者持这一观点。如王乐夫等编著的《公共关系学》一书,给公共关系所下的定义是:“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于广大公众的需要,在公众中树立起良好的形象,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。”

(2)偏重于以公共关系的手段定义公共关系。持这种观点的学者强调了公共关系的运作特点,认为公共关系离不开传播沟通,公共关系学是传播学的子学科。

《大英百科全书》将公共关系定义为:“公共关系是旨在传递关于个人、公司、政府机构或者其他组织的信息,以改善公众对他们的态度的一种政策和活动。”

美国人约翰·马斯顿认为:公共关系就是运用有说服力的传播去影响重要的公众。

在我国,由于第一批公共关系研究者中,有不少原来是从事新闻传播研究的,他们大都倾向于这观点。如居延安在他的《公共关系学导论》中说:“公共关系是一个社会组织用传播的手段使自己与公众相互了解和相互适应的一种活动或职能。”

(3)主张从公共关系的社会联系状态入手定义公共关系。这种观点认为,公共关系是社会关系的一种,即社会组织与公众之间的相互联系。

美国普林斯顿大学的希尔滋认为:公共关系是我们所从事的各种活动、所发生的各种关系的通称,这些活动和关系都是公众性的,并且都有社会意义。

英国公共关系学会对公共关系所作的定义是:公共关系的实施是一种积极的、有计划的以及持久的努力,以建立及维护一个机构与其公众之间的相互了解。

(4)通过对公共关系某一功能或某种现象的描述定义公共关系。持这种观点的研究者往往注重公共关系实务。例如:

——公共关系就是通过良好的人际关系来辅助事业成功。

——公共关系就是争取对你有用的朋友。



——公共关系就是信与爱的运动。

——公共关系是说服和左右社会大众的技术。

——公共关系是90%靠自己做得对,10%靠宣传。

(5)坚持从本质属性或核心概念入手定义公共关系

英国人弗兰克·杰弗金斯认为：“公共关系工作包括了一个组织与其公众之间各种形式的、有计划的对内对外交往，旨在获取与相互理解有关的特定目标。”

1978年8月，在墨西哥城召开的世界公共关系协会上发表了《墨西哥声明》，其中关于公共关系的定义是：公共关系是一门艺术和社会科学。它分析发展趋势，预测其后果，为组织领导者咨询并实行有计划的行动方案。这种行动方案将服务于该组织和公众的共同利益。

在国内，有不少的研究者也倾向于这种观点。

关于公共关系的定义出现众说纷纭的现象，其主要原因：一是“公共关系”一词本身既可作动词，指一项活动，又可作名词，指一门学科；二是公共关系的涉及面广，内容丰富，包罗万象，人们观察它的角度不同，因而提出的定义所强调的侧面也各有差异；三是作为一门学科的公共关系学本身还不够成熟，人们对公共关系本质的认识要取得一致还需要一个过程。随着公共关系实践和理论的发展，对公共关系作出的定义必将更加科学，更趋完善。

### 3. 公共关系的基本涵义

上述国内外专家、学者和权威机构关于公共关系的定义，虽然表述的侧重点不同，但其中有许多共同的东西。对此，我们进行了认真的分析研究，在此基础上提出了自己的见解：所谓公共关系，是社会组织运用传播、沟通手段和管理职能，塑