

赵浦根 张 达 刘淑珍 著

公共关系 教程

(修订本)

中共中央党校出版社

公共关系教程

(修订本)

赵浦根 张 达 刘淑珍 著

中共中央党校出版社
·北 京·

图书在版编目 (CIP) 数据

公共关系教程/赵浦根等著. —修订本. —北京: 中共中央党校出版社, 2002.5

ISBN 7-5035-2320-4

I. 公… II. 赵… III. 公共关系学—教材 IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 044082 号

中共中央党校出版社出版发行

社址: 北京市海淀区大有庄 100 号

电话: (010) 62805800 (办公室) (010) 62805824 (发行部)

邮编: 100091 网址: [www. dxcbs. net](http://www.dxcbs.net)

新华书店经销

中共中央党校印刷厂印刷 河北三河丰华装订厂装订

2002 年 5 月第 1 版 2006 年 2 月第 4 次印刷

开本: 850 毫米×1168 毫米 1/32 印张: 9.5

字数: 246 千字 印数: 15001—19000 册

定价: 14.50 元

目 录

绪 论 公共关系与公共关系学	(1)
第一节 公共关系涵义	(1)
一 公共关系一词的由来	(1)
二 国内外对公共关系涵义的分歧	(1)
三 上述涵义分歧的不同点与共同点	(3)
四 本书对公共关系涵义的表述	(5)
五 公共关系与其他几个关系的界定	(7)
第二节 公共关系概说	(10)
一 公共关系的构成要素	(10)
二 公共关系的目标	(11)
三 公共关系的职能	(16)
四 公共关系的基本原则	(19)
第三节 公共关系学	(24)
一 公共关系学的定义和研究对象	(24)
二 公共关系学的研究内容和本书结构	(25)
三 学习公共关系学的意义	(28)
四 怎样学习公共关系学	(31)
 第一章 公共关系的历史与现状	(33)
第一节 中外古代的公共关系活动	(33)
一 中国古代的公共关系活动	(33)
二 外国古代的公共关系活动	(37)
第二节 现代公共关系的创立及发展	(41)

一	现代公共关系在美国的创立	(41)
二	现代公共关系在世界各地的发展	(48)
三	现代公共关系的发展趋势	(52)
第三节	现代公共关系在我国的兴起和发展	(55)
一	我国兴起现代公共关系的原因	(55)
二	现代公共关系在我国的历程	(58)
三	公共关系作用在我国日益明显	(62)
第二章	公共关系主体	(64)
第一节	公共关系主体：社会组织	(64)
一	社会组织的含义、特征和类型	(64)
二	社会组织的环境	(68)
三	社会组织的观念	(69)
四	社会组织的协调	(73)
第二节	公共关系主体的实施机构	(76)
一	公共关系机构的含义与分类	(76)
二	公共关系部	(77)
三	公共关系公司	(83)
四	两种公共关系机构的比较	(86)
第三节	公共关系主体的公共关系人员	(88)
一	公共关系人员的工作	(88)
二	公共关系人员的基本要求	(91)
三	公共关系人员的选拔与培训	(99)
第三章	公共关系客体	(104)
第一节	公共关系客体：公众	(104)
一	公众的涵义	(104)
二	公众的特征	(105)

第二节	公众分类分析	(107)
一	公众分类的意义	(107)
二	按公众与组织的关系和态度分类	(108)
三	按公众对组织的影响程度分类	(110)
四	按公众的稳定性与组织程度分类	(111)
五	按公众本身的发展分类	(112)
第三节	几种基本的公众关系	(114)
一	员工关系	(114)
二	媒介关系	(116)
三	政府关系	(120)
四	顾客关系	(122)
五	社区关系	(123)
第四节	公众心理分析	(124)
一	公众心理分析的意义	(124)
二	现代公众心理的基本特征	(125)
三	公众心理形成的机制	(126)
四	公众心理定势及其运用	(129)
第四章	公共关系传播	(131)
第一节	公共关系与传播	(131)
一	传播	(131)
二	公共关系与传播媒介	(133)
三	传播媒介与传播实务	(135)
第二节	公共关系的口语传播	(136)
一	口语传播及其应用	(136)
二	演讲	(137)
三	谈判	(139)
四	论辩	(143)

五	答记者问·····	(145)
第三节	公共关系的书面传播·····	(148)
一	书面传播的特点与分类·····	(148)
二	新闻·····	(149)
三	广告·····	(151)
四	文书·····	(153)
第四节	公共关系的电子传播·····	(161)
一	电子传播及其特点·····	(161)
二	广播·····	(162)
三	电视·····	(164)
四	网络·····	(165)
第五章	社会组织形象的塑造·····	(167)
第一节	组织形象的构成与特征·····	(167)
一	组织形象的含义·····	(167)
二	组织形象的构成要素·····	(167)
三	组织形象的基本特征·····	(169)
四	组织形象的评价·····	(170)
五	塑造组织形象的意义·····	(172)
第二节	组织形象的定位与设计·····	(173)
一	组织形象的定位·····	(173)
二	组织形象的设计·····	(176)
第三节	组织形象的树立与发展·····	(180)
一	组织形象的树立·····	(180)
二	组织形象发展·····	(182)
三	树立组织形象的方法·····	(184)
第六章	公共关系调查·····	(186)

第一节	公共关系调查的作用	(186)
一	公共关系调查的涵义	(186)
二	公共关系调查的作用	(187)
三	公共关系调查的原则	(189)
第二节	公共关系调查的内容	(191)
一	社会组织自身状况的调查	(191)
二	社会公众状况的调查	(194)
三	社会环境调查	(197)
四	新闻传播媒介状况调查	(198)
第三节	公共关系调查的方式方法	(199)
一	公共关系调查的步骤	(199)
二	公共关系调查的方式方法	(204)
第七章	公共关系策划与实施	(210)
第一节	公共关系策划概说	(210)
一	公共关系策划及其作用	(210)
二	公共关系策划的原则	(211)
三	公共关系策划的创意	(213)
第二节	公共关系策划的基本步骤	(216)
一	确立目标	(216)
二	提炼主题	(217)
三	制定方案	(217)
四	预算经费	(221)
五	申报决策	(222)
第三节	公共关系实施	(223)
一	公共关系实施及其原则要求	(223)
二	公共关系实施方案	(225)
三	公共关系实施的管理	(227)

第八章 公共关系评估	(232)
第一节 公共关系评估及其地位与作用	(232)
一 公共关系评估.....	(232)
二 公共关系评估的地位.....	(233)
三 公共关系评估的作用.....	(234)
第二节 公共关系评估的内容	(236)
一 公共关系评估的内容分类.....	(236)
二 综合性公共关系评估.....	(237)
三 专题性公共关系评估.....	(239)
第三节 公共关系评估程序与评估报告	(242)
一 公共关系评估的一般程序.....	(242)
二 公共关系评估报告.....	(246)
 第九章 公共关系与文化	(248)
第一节 公共关系与民俗文化	(248)
一 风俗与公共关系.....	(248)
二 行为风俗.....	(250)
三 饮食风俗.....	(252)
四 服饰风俗.....	(257)
第二节 公共关系与礼仪文化	(259)
一 礼仪与公共关系.....	(259)
二 会客礼仪.....	(261)
三 宴请礼仪.....	(262)
四 外事往来礼仪.....	(266)
第三节 公共关系与市场文化	(267)
一 市场文化的含义与构成.....	(267)
二 从市场文化看公共关系.....	(269)

三	公共关系的文化趋势·····	(270)
第十章	部门公共关系·····	(273)
第一节	企业公共关系·····	(273)
一	企业公共关系的目标·····	(273)
二	生产性企业的公共关系·····	(274)
三	服务性商业企业的公共关系·····	(275)
第二节	政府公共关系·····	(277)
一	政府公共关系的意义·····	(277)
二	政府公共关系的特点·····	(279)
三	政府公共关系的任务·····	(280)
四	政府公共关系的原则·····	(283)
五	政府公共关系的方式·····	(286)
第三节	非营利性组织的公共关系·····	(288)
一	教育部门的公共关系·····	(288)
二	群众团体的公共关系·····	(289)
三	军事部门的公共关系·····	(290)
后 记·····		(293)

绪论 公共关系与公共关系学

第一节 公共关系涵义

一、公共关系一词的由来

“公共关系”一词是舶来品，是从英文 Public Relations 翻译而来的。英语常将 Public Relations 简称为 PR，汉语常将“公共关系”简称为“公关”。

在英文中，Public Relations 两个单词都有两种词性。作为形容词，Public 可以译为“公共的”，作为名词则可以译为“公众”；作为名词，Relations 可以译为“关系”，作为动词，则可译为“联络”，加上“s”即形成复数。所以，有的学者把它们译作“公众关系”、“公众联络”，更多的则译为“公共关系”。我们使用“公共关系”这一概念，一是因为它自港澳地区翻译传入大陆后已形成约定俗成的习惯叫法，二是认为它更准确地反映了社会组织与公众结成关系的根本属性。

二、国内外对公共关系涵义的分歧

对公共关系的涵义，历史上先后有过几百种不同见解，可谓仁者见仁，智者见智，众说纷纭，至今尚未统一。由于篇幅有限，不能一一介绍，现仅英、美等有代表性的公共关系协会或学会、国际上权威性的大型辞书及一些有影响的学者、国内通俗读本所下的涵义作些介绍。

1. 英、美及国际公共关系协会所下的涵义

英国公共关系协会认为，“公共关系的实施是一种积极的、有计划的和持久的努力，以建立及维持一个机构与其公众之间的相互了解”。

国际公共关系协会认为，“公共关系是分析趋势预测趋势，为组织领导提供决策咨询，执行既有利于组织又有利于公众的行动计划的艺术和科学”。

而美国公共关系学会对公共关系下的涵义有若干，其中主要的有四种，即：①“公共关系是企业管理机构经过自我检讨与改进后，将其态度公诸社会，借以获得顾客、员工及社会的好感和了解这样一种经常不断的工作”；②“首先，公共关系是一个人或一个组织为获得大众的信任与好感，借以迎合大众的兴趣而调整其政策与服务方针的一种经常不断的工作。其次，公共关系是将此种已调整的政策与服务方针加以说明，以获得大众了解与欢迎的一种工作”；③“公共关系是一种技术，此种技术在于激发大众对于任何一个人或一个组织的了解而对其发生信任”；④“公共关系是工商管理机构用以测验大众态度，检查本企业的政策与服务方针是否得到大众的了解与欢迎的一种职能”。

2. 国际上最有权权威的大型辞书《韦伯斯 20 世纪新辞典》和《大英百科全书》对公共关系所下的涵义

《韦伯斯 20 世纪新辞典》认为，“公共关系，通过宣传与一般公众建立的关系；公司、组织或军事机构等向公众报告它的活动、政策等情况，企图建立有利的公众舆论的职能”。

《大英百科全书》则认为，“公共关系是指在传递关于个人、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政策和活动”。

3. 国际上有影响的学者的意见

国际上有影响的学者很多，我们仅举四位：

(1) 现代公共关系学的先驱之一爱德华·伯纳斯认为，公共

关系是“一种处理一个团体与公众或者是决定该团体活力的公众之间的关系”的职业”。

(2) 美国著名的公共关系学者斯科特·卡特，他和阿伦·森特共同认为，“公共关系是一种通过优良的品格和负责的行为来影响公共舆论的有计划的努力，它建立在双方满意的双向交流的基础上”。

(3) 美国哈洛博士在分析归纳了 472 个公共关系定义之后认为，“公共关系是帮助在一个组织和它的公众之间建立和维持传播，接受和合作关系的一种管理功能；涉及到各种问题的处理；使管理部门了解公众舆论并作出反应；明确和强调管理部门服务于公众利益的责任；帮助管理部门掌握变化情况并有效地运用这些变化，使之成为帮助预测趋势的早期警报系统；运用研究成果和良好的、符合职业道德水准的传播技术作为自己的主要工具”。

(4) 英国著名公共关系专家弗兰克·杰弗金斯认为，“公共关系就是一个组织为了达到与它的公众之间相互了解的确定目标，而有计划地采用一切向内和向外的传播方式的总和”。

4. 国内各种通俗读本上的涵义

有的认为“公共关系是百分之九十靠自己做得好，百分之十靠宣传”；有的则认为“公共关系即通过建立良好的人际关系来辅助事业的成功”；还有的认为“公共关系就是促进善意”，“是博取好感的技术”，“是信与爱的运动”，“是讨公众的喜欢”等等，不一而足。

从上面的实例介绍中，我们可以看出国内外对公共关系涵义的认识是很不一致的。

三、上述涵义分歧的不同点与共同点

1. 不同点及原因分析

不同点至少表现在以下两个方面：

(1) 公共关系是什么及其特征方面。

从上列涵义中，可以概括出以下几种说法：

①公共关系是一种科学和艺术。如国际公共关系协会就是这种观点。

②公共关系是一种工作。如美国公共关系学会就是这种观点。

③公共关系是一种职业。如现代公共关系学先驱之一的爱德华·伯纳斯就持这种观点。

④公共关系是一种技术。如国内有些通俗读本采用这种观点。

⑤公共关系是社会组织与公众结成的关系。如《韦伯斯 20 世纪新辞典》就是这样概括的。

(2) 公共关系是干什么的。

关于这一方面，大体有四种不同见解：

①公共关系是一种现代管理职能和艺术。如美国哈洛博士持这种观点。

②公共关系是社会组织与公众之间的双向传播活动。如《大英百科全书》持这种观点。

③公共关系是社会组织与公众的相互联系，是社会关系的一种。如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，这种活动和关系都是公众性的，并且都有社会意义。

④公共关系是实务。如有的认为，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；公共关系是说服和左右社会大众的技术，等等。

国内外对公共关系涵义认识不同大体上有三个原因：

①观察、研究的角度与层面不同。有的从管理角度，有的从传播角度，有的从利益层面，有的从信息层面等来表述公共关系

涵义的,因而对公共关系概念的核心内容没有形成较为一致的意见。

②对公共关系的根本属性和本质特征虽有揭示但用力不够,所以表述各异。

③有的没有遵循下定义的规则,或同语反复或循环定义,或定义过宽或定义过窄,造成许多不规范定义的出现。

2. 共同点及其价值定位

但是,从上面的实例中也不难看出,对公共关系涵义的认识是有共同点的,它至少有以下五点:

(1) 公共关系是客观存在的一种社会关系。

(2) 公共关系的任务是协调一个组织和它的各类公众之间的关系。

(3) 公共关系的职能是在收集信息的基础上,评估本组织的政策、行为在公众中的影响,进而提出公共关系活动的计划、目标,再通过传播、沟通等活动实施公共关系的计划、目标,最后收集反馈信息,设计下一步新的行动。

(4) 公共关系的目的是建立、维持本组织和公众之间的双向交流,使组织内外人们的思想、态度和行为向有利于本组织发展的方向变化。

(5) 公共关系的基本精神是诚实、开放、互惠互利。

上述共同点的价值定位十分重要,因为它已或多或少地对公共关系的属性、特征等作出了揭示和反映,比如大部分涵义都将公共关系定位于社会组织与公众发生的联系。这对我们认识、了解公共关系有积极意义,为我们从事理论研究打下了基础,提供了条件,对实践活动起了指导、推动作用,产生了很有价值的影响。

四、本书对公共关系涵义的表述

本书根据国内外对公共关系涵义共同点的认识,认为公共关

系是指社会组织为了寻求自身发展的最佳社会环境，通过形象塑造、传播、沟通、协调等活动，同相关公众结成的一种社会关系。我们认为，这样的涵义是符合公共关系自身固有的基本特征的。

(1) 公共关系是社会组织与公众之间的一种社会关系。在这种社会关系中，主体是社会组织。这个社会组织可以是一个工厂，也可以是一家商店、一家银行、一所学校、一个医院、一级政府或一个政府部门等等；客体是与某一社会组织有着直接或间接利益联系的相关公众。相关公众既可以是个人，也可以是群体或组织。一个社会组织的公众除了员工、股东是内部公众之外，更主要的是顾客、社区、政府等等外部公众。这种主客体之间的关系决定了公共关系的性质是“公共的”，而非私人的。

(2) 公共关系的目的是塑造社会组织的良好形象。公共关系是为特定目标而建立和维系的，因此社会组织所开展的公关活动不是有目的的行动，而是有目的有计划的行动。其目的是外求扩大组织的认知度和美誉度，内求组织内部的和谐度。简言之，就是为了塑造组织的良好形象，为组织的发展创造最佳的社会环境。

(3) 社会组织与公众之间的中介是公关人员的传播沟通活动。

(4) 公共关系的产生、发展是与市场经济联系在一起的。从世界范围来说，现代公共关系诞生于上世纪初的西方国家，发源于二次世界大战以后，是与西方的市场经济背景分不开的。从我国的情况来说，现代公共关系在上世纪 80 年代初才传入我国，接着迅速地盛行于各行各业，也是与我国的改革开放和逐步推行社会主义市场经济分不开的。在此之前，我国实行的是计划经济，在计划经济条件下，任何社会组织的社会地位、社会功能、社会关系以至社会形象都是由中央或上级主管部门确定的，而且

往往是几十年一贯制，是不需要公共关系的。我国社会主义市场经济体制建立的实践再次证明，公共关系是与市场经济紧密相连的。

五、公共关系与其他几个关系的界定

1. 公共关系与庸俗关系

有些人一听说公共关系，就会联想到当前的一些为了达到某种不正当的目的而进行拉关系走后门的活动，并且误认为这就是公共关系。实际上这是误解。当前社会上存在的拉关系、走后门活动属于庸俗关系，同公共关系活动有着本质的区别。其区别就在于：

(1) 两者产生的条件不同。庸俗关系是商品经济不发达、商品生产不充分、商品竞争不激烈，乃至商品严重匮乏的结果；而公共关系则是商品经济高度发达、商品生产充分发展、商品竞争十分激烈的产物。

(2) 工作对象与目的不同。庸俗关系的工作对象不管是为了个人或团体，都是私下、秘密的私人关系，其目的是谋求不合理的个人利益或小团体利益。而公共关系的对象，主要是社会组织的内部、外部的各种公众，是一个组织机构面对社会环境和其他组织，工作对象都是公开的、公共的社会关系，其目的是正当的，是为了提高组织的经济效益和社会效益的。

(3) 两者产生的影响不同。庸俗关系把人际关系“商品化”，而公共关系把商品关系“人情化”。因此，我们绝不能把公共关系理解为拉关系走后门。

2. 公共关系与人际关系

人际关系是指人们在相互作用、相互影响的交往过程中所建立、维持的人与人之间的联系。它与公共关系既有联系又有区别。