



世纪高职高专系列规划教材

21SHIJI GAOZHI GAOZHUAN XILIEGUIHUA JIAOCAI

GONGGONGGUANXIXUEJICHUYUSHIWU

公共关系学基础与实务

主 编 / 王 琪

副主编 / 牛陇安 陈国燕 李 丽



西北大学出版社



前 言

当今的时代，是以和平和发展为主题的时代，也是一个市场竞争，英雄辈出的时代。信息技术的迅猛发展和网络的普及，理论创新、制度创新、科技创新、文化创新等各方面创新已成为推动经济、社会发展的重要资源和动力。在这种大环境下，不论是企业、政府或个人，都已经十分清楚地意识到公共关系对组织发展的重要性。

公共关系是一门新兴的管理科学，也是一种专门职业和一门艺术。从它创立之日起就显示出旺盛的生命力。今天，在生产关系、商品流通、人际关系、外交往来、民族素质、政治生活等方面都发挥了它巨大的作用和潜能，公共关系意识和形象意识已成为一种风靡世界的现代思潮。难怪有人将公共关系、资金、人才、设备一起称为现代社会组织的四大支柱，把公共关系发展的水平作为衡量一个国家发达的标志之一。

本书根据教育部对职业技术学院人才培养目标的要求，在阐述公共关系基础与实务的基础上，注重策划案例教学。培养学生的动手能力，加强实践教学环节，力求把学生培养成为既有良好的职业道德和公共关系素养，又具备一定的专业知识和处理实际问题能力的高等技术应用性专门人才。

本书由王琪副教授担任主编，负责全书的策划创意，拟定提纲，总纂及定稿，并与卞文博共同编写了第八章。李丽编写第一、二章，牛陇安编写第三、六章，陈国燕编写第四章，王宾编写第五章，杨笑琪编写第七章，褚林华编写第九章。



在本书的编写过程中参考了许多国内外公共关系方面的有关著作和文献，并借鉴了国际互联网上的一些信息和资料，恕不一一列举，谨表示衷心感谢。

本书在编写过程中，得到了陕西省教育厅高等教育处，西北大学出版社的大力支持和悉心指导，并提出了宝贵的意见和建议，在此表示诚挚的谢意。

由于笔者水平有限，加之时间仓促，研究工作尚不够深入，书中难免有不足之处，敬请各位专家学者批评指正。

编 者

2003 年 1 月 3 日



目 录

第一章 公共关系的产生和发展	(1)
第一节 公共关系的涵义	(1)
第二节 公共关系在中国	(16)
第三节 公共关系发展趋势	(21)
第二章 社会组织与机构设置	(26)
第一节 社会组织	(26)
第二节 公共关系组织机构	(28)
第三节 公共关系人员	(39)
第三章 公共关系的对象和职能	(52)
第一节 公共关系的对象——公众	(52)
第二节 公众行为分析	(66)
第三节 公共关系的职能	(81)
第四章 公共关系传播与专题活动	(86)
第一节 公共关系传播	(86)
第二节 公共关系传播媒介	(97)
第三节 公共关系专题活动	(108)
第五章 公共关系的策划与创意	(125)
第一节 公共关系的策划	(125)
第二节 公共关系策划方案	(136)
第三节 公共关系策划的创意	(141)
第六章 公共关系的实施	(151)
第一节 公共关系实施的特点与原则	(151)



第二节 公共关系实施的过程与方法	(157)
第三节 公共关系实施管理	(163)
第七章 公共关系交际礼仪	(172)
第一节 公共关系交际	(172)
第二节 公共关系交际礼仪	(184)
第三节 公共关系中的人际交往	(210)
第八章 企业公共关系与广告策划	(222)
第一节 企业公共关系的特征	(222)
第二节 CI 战略	(230)
第三节 企业广告策划	(240)
第九章 公共关系的评估与标准	(251)
第一节 公共关系评估	(251)
第二节 公共关系评估的标准	(254)
第三节 公共关系评估的步骤与程序	(259)



第一章

公共关系的产生和发展

【本章提示】 在本章学习中，您应该了解公共关系的涵义和发展；理解公共关系的特征；掌握公共关系的原则。

恭则不悔，宽则得众，信而人焉，敏则有功，惠则足以使民。——孔子

第一节 公共关系的涵义

当人类步入 21 世纪，科学技术飞速发展，市场竞争日益激烈，形成了一系列需要研究解决的新问题，为此，许多知识学科和职业都会成为适应变化的制胜法宝，公共关系就是其中的一种。

一、什么是公共关系

什么是公共关系，这是公共关系研究中首先面临的问题，也是公共关系理论中的核心内容之一，更是学术界争论不休的课题。目前对公共关系的涵义表述非常多，说法各不相同，但最具有代表性的有以下几种：

第一，管理职能论。在国内外，许多学者和研究人员认为：



公共关系是一种管理职能。国际公共关系学协会曾经给公共关系下过这样的定义：公共关系是一种管理职能，它具有连续性和计划性。通过公共关系，公立和私人的组织、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，尽可能地协调他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多有效的合作，更好地实现他们的共同利益。

1976 年，美国公共关系学研究和教育基金会资助莱克斯·哈罗 (Rex. Harlow) 在分析 472 种定义后对公共关系学下了一个定义：“公共关系学是一种特殊的管理职能。它帮助一个组织建立并保持与公众之间的交流和理解、认可和合作；它参与处理各种问题与实践；它帮助管理部门了解民意并对之作出反应；它确定并强调企业为公众利益服务的责任；它作为社会趋势的检测者，帮助企业与社会同步；它使用有限的传播技能和研究方法作其基本工具。”

第二，传播沟通论。这种观点是从公共关系的运作特点来考虑的，认为公共关系是环境组织与公众的一种沟通方式。英国人傅兰克·杰夫金斯 (Frank. Jefkins) 认为：是由为达到与相互理解有关的特定目标而进行的各种有计划的沟通联络，所组成的这种沟通联络处于组织与公众之间，既是内向的也是外向的。他强调公共关系在运作方式和手段上依赖沟通联络的特点。

英国人约翰·马斯顿 (John. Marston) 讲得更直接：公共关系是运用有说服力的传播去影响重要的公众。

1881 年出版的《不列颠百科全书》将公共关系定义为：旨在传递有关个人、公司、政府机构或其他组织的信息，并改善公众对于其态度的种种政策和行为。

这一定义强调的是公共关系的手段，认为公共关系离不开传播与沟通。它与管理职能论构成势均力敌的管理学派和传播学派两大体系。



第三，社会关系论。这类观点的研究者避开了管理职能论，倾向于公共关系的目的是，认为公共关系是社会关系的一种，必须从此入手来把握公共关系的实质。

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，这些活动与关系都是公众性的，都有社会意义。这一定义较为抽象，更多地从公共关系的本质属性上去思考问题。

英国公共关系学会对公共关系所作定义为：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。这一定义往往比较笼统而抽象，理论色彩浓厚。

第四，现象描述论。此定义倾向于公共关系实务，与社会关系论偏重理论、抽象正好相反，现象描述往往重于直观现象，比较浅显明了。其中有下面四种定义，都带有很浓的现象描述色彩。

一种观点认为，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、员工及社会好感和了解的、经常不断的工作。

一种观点认为，首先，公共关系是一个人或组织为获取大众之信任与好感，借以迎合大众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，公共关系是对此种已调整的政策与服务方针加以说明，以获取大众了解与欢迎的一种工作。

一种观点认为，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组织的了解并产生信任。

还有人认为，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。

这四种定义仅仅揭示了公共关系的部分涵义，从总体上讲，



还不够全面、正确。

第五, 表征综合论。1978 年 8 月, 在墨西哥城召开的世界公共关系协会大会上, 代表们对公共关系的涵义形成了共识: 公共关系是一门艺术和社会科学。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, 履行一连串有计划的行动以服务于本机构和公众利益。这个定义目前在国际上有一定的代表性和权威性。

在公共关系的历史上, 关于公共关系的定义十分繁杂, 上述五类有着相当强的代表性和影响力。对于诸多关于公共关系涵义的表述, 我们可以作如下评价: 首先, 公共关系多样性源于公共关系涵义的多维性, 我们不必强求有个统一的定义。其次, 历史上形成的各种定义各具特色, 各有优缺点。不少有代表性的定义, 对推动公共关系的理论研究和实务活动产生了积极影响; 也有一些定义具有相当大的片面性, 导致了观念的偏差和行动的失误, 有待于清理。最后, 公共关系的定义尚需进一步完善。

综合以上观点和定义, 我们认为: 公共关系是一个社会组织用传播手段使自己与公众之间形成双向交流, 使双方达到相互了解和相互适应的管理活动。公共关系是一种“公众”关系, 是一种传播活动, 也是一种管理职能。

在我们的生活中公共关系随处可见, 就拿一个小伙追求一位漂亮姑娘的例子来说明公共关系的涵义吧。如果这位小伙子对姑娘大献殷勤, 起劲地表白自己如何如何喜欢她、如何如何欣赏她, 这不是公共关系, 而是推销; 如果小伙子精心地打扮了自己, 并以翩翩风度去吸引姑娘的注意力, 这也不是公共关系, 而是广告; 如果小伙子认准了目标, 制订了计划, 埋头苦干, 取得了优异的成绩, 赢得了大家的好评而这种赞扬之词又通过众人之口传入姑娘的耳中, 使姑娘对小伙子产生了尊敬, 进而转为钦佩和爱慕之情, 这才是公共关系。



这个事例形象地说明了公共关系就是社会组织与公众环境之间的沟通与传播的关系。它通过组织把自身的本职工作做好,同时将与自己打交道的各种公众的关系搞好,这些形象通过舆论传播的方式,即通过他人之口将这些好的形象传播出去,以形成好的口碑和较高的知名度。公共关系既不同于商业性广告,又不同于一般的推销活动,它是一种管理活动。它有三大要素:社会组织、传播、公众。

二、公共关系的三大构成要素及其协调

1. 公共关系的三大构成要素

公共关系的三大构成要素分别是指社会组织、传播、公众。社会组织是指人们为了有效地达到特定的目标,按照一定的宗旨、制度和系统建起来的共同活动的集体。社会组织有明确的目标和确定的职能,内部成员有明确的分工,并确立出旨在协调其成员活动的正式关系结构。社会组织是人类社会的组合方式,是社会关系有组织、有秩序的体现。

传播是人与人、人群与人群通过传播形成的关系。公共关系作为关系的一种,自然也是通过传播来传递信息、协调公众行为,塑造良好的组织形象。《文心雕龙》曾描绘:“战国争雄,辩士云涌;纵横参谋,长短角势;转凡聘其巧能,飞钳伏其精术。一人六辩,重于九鼎之宝;三寸之舌,强于百万之师。”各国谋士利用自己的观点主张以及演说的口才,四处游说,如商鞅、触龙、邹忌等,其中最典型,影响最大的游说活动,就是闻名古今的纵横之争,苏秦主张合纵,张仪主张连横,二者针锋相对,各游遍列国展开一场军战前的大舌战。他们在“国际间”的游说、宣传、劝服和沟通工作,实际上类似于政府公共关系活动,并以这些说客为传播和沟通手段。

公众是公共关系的客体,即对象。不同的社会组织有不同的



公众。随着社会的发展,公众对社会组织的影响和制约越来越大。

构成公共关系的上述三大要素,既有区别又有联系,缺一不可。

2. 公共关系三大要素的协调

要搞好公共关系三大要素的协调工作,必须从以下几个方面做起:

首先,要注重社会组织的主导性。社会组织作为公共关系的主体决定了公共关系状态和主宰着公共关系活动。社会组织的任何运作,都是通过传播来影响公众,尤其在当今信息社会,社会组织的任何运作很快就会引起公众的反响。

其次,要注重传播的效能性。公共关系之所以能够产生作用,得益于传播沟通手段。因此,社会组织的各种良好的行为要转化为实际公共关系中的知名度和美誉度,必须充分依靠传播、沟通。在现代社会“做了还要说”、“做得好加上说得好”是非常重要的。

再次,要重视公众的权威性。虽然公众在公共关系活动中处于被影响、被作用的地位,但是公众决不是消极的、被愚弄的对象。公众的支持是无形的财富和成功的决定因素。故在现代公共关系三大要素中,公众的权威性日益被社会公认。

最后,要注重主体、传播、客体的统一协调。构成公共关系的三大要素,存在着多种多样的组合。一切公共关系活动所追求的都是这三大要素的最佳状态和优化组合。可是,协调是相对的,不协调是绝对的,公共关系从业人员的职责是使之尽量趋向协调。

总之,要取得三者的协调,必须充分重视三大要素的方方面面。切不可偏重一方、忽视其他。

上面,我们对公共关系的涵义与构成的要素进行了分析。这



样，我们也就明确了公共关系学的涵义：它是指以公共关系的客观现象和活动规律为研究对象的一门综合性的应用学科，是研究组织与公共关系之间传播与沟通的行为、规律和方法的一门学科。它的特点，一是应用性很强的边缘性学科；二在理论上具有综合性、交叉性，涉及的学科有社会学、哲学、政治学、经济学、传播学、管理学、伦理学等。

三、公共关系的产生和发展

1. 公共关系的历史渊源

公共关系作为一门学科、一种职业，时间不算太长。但是，公共关系作为一种客观的社会关系和一种思想与活动方式，随着人类社会的出现就已经存在了。早在 2300 年前，古希腊著名学者亚里士多德在其《修辞学》一书中就强调指出传播者的可信性，认为要使用感情的呼吁影响听众，并把修辞看作是争取和影响听众思想与行为的艺术。西方公共关系学者把《修辞学》视为人类历史上最早的公共关系著作。

在古代近似于公共关系的社會行为和思想，不仅在当时人们的政治生活和经济生活中得到相当程度的发展，而且在人们的日常交往中也得到较为集中的体现。

在政治生活中，部落的首领、帝王、政治活动家已经懂得了以诱导、劝说的方式来影响公众的态度和社会舆论，在古希腊、古埃及、波斯皆如此。

古罗马的独裁者恺撒就是一位精通传播技术的君王。面对即将发生的战争，他通过散发各种传单来宣传和鼓动，以获得民众的支持。他能登上独裁者的宝座，他的那本记录功绩的纪实著作《高卢战记》发挥了很大的作用。这本书被后人称为“第一流的公共关系著作”。

我国古代也有很多带有公共关系意识的典型事例。不少杰出



的政治家依靠公共关系的思想得以治国平天下。《左传·襄公三十一年》中“子产不毁乡校”一文，通过子产不毁乡校的故事，说明他是如何重视公众信息。子产执政后，竭力沟通，改善与民众的关系，加上其他的改革措施，使郑国摆脱了受晋楚双重压迫的困境。

其次，在经济活动中，尤其是商业活动中，人们也自觉和不自觉地运用各种传播手段和沟通技巧来宣传自己，树立良好声誉和形象，以便招徕顾客或者实现自己的经济目标。

明代郑和下西洋是一个典型的古代国际公共关系活动。郑和七次远航下西洋历时 28 年，途经 30 余国。他率领船队，每到一地都以瓷器、丝绸等物品与当地的产品进行交换，并与亚非各国加强了经济和文化上的联系，这在世界公共关系史上占有十分重要的地位。

此外，在人们的日常交往中，公共关系意识和思想也得到一定程度的体现。诸如：“有朋自远方来，不亦乐乎！”、“天时不如地利，地利不如人和”等。

2. 近代、现代公共关系的发展

近代公共关系活动首先产生在美国。而美国的公共关系则起源于美国的独立战争。真正有组织的公共关系活动发端于 19 世纪下半叶在美国风行一时的报刊宣传代理活动。当时最有代表性的人物是菲尔斯·巴纳姆，他因制造舆论宣传，推动马戏演出而闻名于世。这一时期有人称之为“公众受愚弄”时期、“反公共关系”时期。后来，人们以此为戒，在公共关系活动中奉行诚实、公正和维护公共利益的原则和精神。此外，1882 年，美国律师、文官制度的倡导者多尔曼·伊顿在耶鲁大学法学院发表的题为《公共关系与法律职业的责任》的演讲，他首次使用了公共关系这一概念。1897 年美国铁路协会编的《铁路文献年鉴》也第一次正式使用了“公共关系”这一名称。被称为“公共关系之



父”的艾维·李于 1903 年创办了全世界第一家公共关系事务所，代表企业与公众对话。这样，一种新型的公共关系职业就这样产生了。从此公共关系事业进入了一个前所未有的现代发展时期。他的思想主要体现在他给报界的一份《原则宣言》中，他说他的工作是公开进行的，目的是提供新闻。他可以向报界提供任何必须提供的材料，且一定准确无误。他认为公共关系的最根本的信条是：说真话！1906 年，他成功地处理了宾夕法尼亚州的铁路事故和煤矿工人的罢工事件，为公共关系的基本原则奠定了基础，开创了公共关系的正确道路。从此，他成为蜚声社会的公共关系专家，被人们誉为“公共关系之父”。

与艾维·李同为公共关系先驱的爱德华·伯尼斯在创立公共关系学方面，有其独特的贡献。1913 年，他被福特汽车公司聘为公共关系经理。1919 年伯尼斯夫妇创办了美国第一家公共关系公司，进一步推动了公共关系事业的发展。伯尼斯 1928 年出版了系统论述公共关系的第一本著作《舆论》，1952 年出版了教科书《公共关系学》。他对公共关系的原理和方法的总结，已经形成了较为完整的体系。50 年代后，从业人员开始和专家学者结合起来，从而形成了“双向对称”的公共关系模式。这一模式是柯特利普和森特于 1952 年在其著作《有效公共关系》中提出来的。他们认为，公共关系就是一个组织为了和公众建立良好的关系而运用的传播原理和方法。这个思想完善了公共关系学的理论体系，使公共关系学日趋成熟，并上升到理论的高度。

9

伯尼斯对于公共关系的职业化和科学化都做出了极为突出的贡献。他不仅撰写了第一本关于公共关系的专著并率先在大学开设了公共关系课程，而且还以其理论上的阐释，提高了公共关系的实践和理论水平。他在《舆论》一书中第一次提出了“公共关系咨询”的概念，并对它的作用作了详细的解释。伯尼斯公共关系思想的一个重要组成部分就是他提出的“投公众所好”的主张。



美国著名公共关系专家柯特利普和森特合著的《有效公共关系》是这一时期出现的一部集公共关系理论研究成果之大成的代表作。

格鲁尼格是另一位美国公关界的大师级人物，他现年 52 岁，在美国马里兰大学新闻学院任教授，是研究公共关系学和传播学的著名学者，1984 年出版的《公共关系管理》是他的代表作。其中最有影响的就是四种模式：第一种，新闻代理型模式；第二种，公共信息型模式；第三种，双向非对称型模式；第四种，双向对称型模式。

布莱克教授是英国公关界的杰出代表人物，作为英国公共关系协会和国际公共关系协会的创始人之一，在长达半个多世纪的公共关系生涯中，他先后主编过英国公共关系协会主办的《公共关系》杂志和国际公共关系协会主办的《国际公共关系评论》。1982 年，他就任国际公共关系协会主席期间，主持编写了国际公共关系协会第四号“金皮书”——《职业公共关系教育的模式》，对全球公共关系教育的发展起到了导向性的重要作用。

二次大战以后，国际间的经济、技术和劳务合作日趋频繁和紧密。资本主义经济的国际化加速了商品销售，促进了国际贸易的发展。因此，在各行各业中，国际公共关系事业都得到长足发展，出现了像博雅公司和伟达公司这样的国际性公共关系大型企业。

总之，公共关系在其历史发展过程中，从巴纳姆、艾维·李、伯尼斯到柯特利普、森特和杰夫金斯、格鲁尼格和布莱克，是一个日趋成熟和不断完善的过程。严格来说，50 年代以后，公共关系的面貌才发生了巨大的变化，从而才真正走上科学化、职业化、规范化的发展道路。



四、现代公共关系的特征

1. 以事实为依据

事实是公共关系活动的绝对前提。无论是形象塑造还是关系协调,公共关系工作都必须坚持实事求是地反映情况、真实地传递信息。这一点是一切公共关系活动的前提,也是每一个公共关系人员和公共关系组织都必须无条件遵循的法则。

20 年前,美国爆出了令人膛目的政治丑闻——水门事件。在强大的压力下,尼克松总统被迫下台,事后,他意味深长地说道:“这是公共关系的失策!”这是一则失败的政府公共关系实例。白宫在围绕水门丑闻所开展的各种“工作”明显地暴露了他们在政府公共关系方面所犯的错误,同时也说明如果政府违反了公共关系原则,也同样会面临危机。他们的错误之一是掩盖事实真相,而且,错上加错,第一步是封锁消息,第二步开列“敌对分子名单”,第三步是拒绝水门事件委员会的调查。错误之二是蔑视公众,错误之三,与媒体交恶。

公共关系活动从掌握事实开始。在一切公共关系实务活动中,对客观事实全面、完整、公正的了解是第一步工作。无论是内部关系调解、外部公众协调、形象修整完善、危机关系处理,都从调查研究事实开始。没有调查就没有发言权。在没有充分掌握事实之前进行所谓的策划、出主意,只能是无的放矢,这一点是必须清楚认识的。

2. 真诚是公共关系人员的信条

世界上有影响的公共关系人员行为准则都对从业人员有着关于真诚方面的品德约束,这是为人的重要品格,更是公共关系人员必不可少的信条。公共关系人员作为社会组织形象的直接代表,其真诚的品质代表着社会组织,必须着眼于对自己的公众负责的崇高的社会责任心。只有时时处处真诚待人,真诚传播信



息,才能得到广大公众的信任与认同,才有可能赢得良好的社会评价。海尔集团之所以能发展成为国际知名大企业就是有“真诚到永远”的企业名训。

3. 以沟通为手段

沟通是公共关系活动的重要手段。首先,要认清沟通的公众对象。公共关系是指一定的社会与其相关的社会公众之间的相互关系,公共关系以组织为支点,是组织与公众结成的关系。因此,公共关系活动的重要方式就是与公众沟通。

其次,明确沟通的主要目标。在公众之中树立组织的美好形象是公共关系活动的根本目标。搞好公共关系的目的是为了组织拥有良好的声誉,以利于组织的生存和发展。塑造形象是公共关系的核心问题。组织形象的美化,是公共关系活动追求的效果。

再次,立足长远沟、通社会组织与公众建立起良好的关系、获得美好的声誉、让公众获益,所有这一切,都不是一日之功所能及的,必须经过长期的艰苦努力。如果说,广告和推销更多地考虑眼前利益的话,那么,公共关系则主要着眼于长远效果。

4. 以互惠为原则

我们尽管强调情感和真诚,但作为服务于社会组织的公共关系,对其利益目标是不会含糊的。

首先,公共关系明确认定利益目标,公开认定自身公共关系活动的利己特点,而且情感、真诚与利益目标不但不相矛盾,反而是缺一不可的。对于现时期社会组织来说,没有利益目标的公共关系倒是虚伪的、不存在的,公开的利益目标态度只会使利益目标更趋合理。

其次,公共关系的道德是“大家都赢”。公共关系的利益目标是合理的,是通过为公众对象提供利益服务而取得的,是为社会道德规范认同和支持的。最好的公共关系状态便是公共关系主