

教育公共关系学

JIAOYUGONGGONGGUANXIXUE

刘健儿 编著

中国广播电视出版社

JIAOYUGONGGONGGUANXIXUE

教育公共关系学

刘健儿 编著

中国广播电视出版社

图书在版编目(CIP)数据

教育公共关系学/刘健儿编著.-北京:中国广播电视出版社,2000.6

ISBN 7-5043-3509-6

I.教… II.刘… III.教育工作-公共关系学
IV.G51

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 60145 号

作 者 刘健儿
责任编辑 王本玉
特约编辑 张 辉
装帧设计 郭同桢
出版发行 中国广播电视出版社
电 话: 66093580 66093583
社 址 北京复外大街 2 号(邮政编码: 100866)
经 销 全国各地新华书店
印 刷 北京昌平前进印刷厂
开 本 850×1168 毫米 1/32
字 数 192 千字
印 张 8.25
版 次 2000 年 6 月第 1 版 2000 年 6 月第 1 次印刷
印 数 5000 册
书 号 ISBN 7-5043-3509-6/G·1353
定 价 15.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

前 言

本书论述了教育组织(学校和幼儿园)公共关系工作的理论和实务。

全书内容共分四部分:第一、二、三、四、十二章阐述了教育公共关系的理论和方法基础、涵义和意义、构成要素、职能和原则,以及组织机构和人员素质等问题,其中第三章探讨了教育公共关系的涵义和意义,是教育公共关系的基本理论部分。第五、六、九章阐述了教育组织与家长、社区、上级主管部门、学生、教职工等内外部公众的公共关系以及对公众开展的综合性公共关系活动,并列专节探讨了非公办教育组织的公共关系问题;第七、八章阐述了教育公共关系工作的四个阶段;第十、十一章阐述了教育公共关系的各种技巧。

为了便于教师教学和学生学习,每章均按照教学要求、主要概念、正文内容、本章小结、复习思考题、实习作业(根据教学内容需要布置)的体例编写。

本书在编写过程中,参考借鉴了国内外有关专家的著作,引用了一些资料,在此表示衷心的感谢。

由于编者水平有限,书中肯定存在不少不足之处,恳请有关专家和广大读者不吝批评指正。

编 者

2000年6月

<h1>目 录</h1>	
第一章 绪 论	(1)
第一节 现代公共关系实践的发展	(1)
一、现代公共关系活动在国外的发展	(2)
二、现代公共关系活动在我国的发展	(5)
第二节 教育公共关系的理论和方法基础	(6)
一、教育公共关系与公共关系学	(6)
二、教育公共关系与教育管理学的	(8)
三、教育公共关系与心理学和传播学	(10)
第二章 教育公共关系的构成要素	(12)
第一节 教育公共关系主体	(13)
一、教育组织	(13)
二、狭义的教育公共关系主体	(16)
三、广义的教育公共关系主体	(16)
第二节 教育公共关系对象	(18)
一、教育组织公众及其特点	(19)
二、教育组织公众的分类	(20)
第三节 教育公共关系中介	(26)
一、传播和传播过程	(26)
二、传播的形式类型和过程方式	(28)
三、传播媒介	(31)
第三章 教育公共关系的涵义和意义	(34)
第一节 教育公共关系的涵义	(34)
一、以教育组织为主体的公共关系	(34)

二、教育组织与其公众之间的利益关系·····	(39)
三、关系协调是教育公共关系的基本内容·····	(43)
四、促进教育管理和教育现代化的双重功能·····	(50)
第二节 教育公共关系的意义·····	(51)
一、教育竞争和教育组织发展战略的需要·····	(51)
二、提高教育组织效能的需要·····	(55)
三、教育现代化的需要·····	(56)
第四章 教育公共关系的职能和原则·····	(59)
第一节 教育公共关系的职能·····	(59)
一、传播和收集信息·····	(59)
二、咨询建议·····	(62)
三、协调关系·····	(63)
四、塑造形象·····	(65)
五、争取外援和合作·····	(66)
第二节 教育公共关系的原则·····	(67)
一、重视教育组织形象·····	(67)
二、尊重客观事实·····	(70)
三、社会整体效益为上、公众利益为重·····	(73)
四、双向沟通·····	(76)
五、全面渗透·····	(78)
第五章 教育组织外部公共关系·····	(81)
第一节 教育组织与家长的公共关系·····	(81)
一、教育组织与家长公共关系的意义和作用·····	(81)
二、家长的心理特点·····	(83)
三、对家长开展公共关系工作的形式及其内容和方法 ·····	(85)
第二节 教育组织与社区的公共关系·····	(90)
一、教育组织与社区公共关系的意义·····	(90)

二、社区公众的需要·····	(92)
三、对社区开展公共关系工作的内容·····	(93)
第三节 教育组织与上级主管部门的公共关系 ···	(95)
一、上级主管部门的特点和需要·····	(96)
二、教育组织与上级主管部门公共关系的意义和作用 ·····	(97)
三、教育组织与上级主管部门公共关系的原则·····	(97)
四、教育组织与上级主管部门公共关系的内容·····	(98)
第四节 非公办教育组织的对外公共关系·····	(101)
一、非公办教育组织公共关系的问题 ·····	(101)
二、非公办教育组织对外公共关系的内容 ·····	(102)
第六章 教育组织内部公共关系·····	(106)
第一节 教育组织与学生的公共关系·····	(106)
一、教育组织与学生公共关系的意义 ·····	(107)
二、师生关系的特点 ·····	(108)
三、学生的心理需要 ·····	(109)
四、教育组织与学生公共关系的原则 ·····	(110)
五、教育组织与学生公共关系的内容和方法 ···	(111)
第二节 教育组织与教职工的公共关系·····	(115)
一、教育组织与教职工公共关系的意义 ·····	(115)
二、教职工的基本需要 ·····	(116)
三、教育组织与教职工公共关系的内容 ·····	(117)
第三节 教育组织各部门之间的公共关系·····	(120)
一、教育组织各部门之间公共关系的意义 ·····	(120)
二、教育组织各部门之间公共关系的内容 ·····	(121)

第七章 教育公共关系工作过程(一)·····	(124)
第一节 教育公共关系调查的作用和原则·····	(124)
一、教育公共关系调查的作用·····	(124)
二、教育公共关系调查的原则·····	(125)
第二节 教育公共关系调查的程序·····	(126)
一、确定调查的问题、范围和內容·····	(126)
二、选择调查方法·····	(128)
三、搜集和整理分析资料·····	(137)
四、写调查报告·····	(142)
第八章 教育公共关系工作过程(二)·····	(144)
第一节 制订教育公共关系计划·····	(144)
一、确定教育公共关系目标·····	(144)
二、辨认教育公共关系对象·····	(148)
三、编制教育公共关系计划·····	(149)
第二节 实施教育公共关系活动·····	(152)
一、实施教育公共关系活动的原则·····	(152)
二、实施教育公共关系活动的步骤、途径和传播方式 ·····	(154)
第三节 教育公共关系评估·····	(155)
一、教育公共关系评估的意义和作用·····	(155)
二、教育公共关系评估的内容·····	(156)
三、教育公共关系评估的方法·····	(157)
四、教育公共关系评估的程序·····	(159)
第九章 教育公共关系综合性活动·····	(162)
第一节 庆典活动·····	(162)
一、庆典活动的类型和特点·····	(162)
二、庆典活动的计划和准备·····	(163)
三、现场组织和新闻报道·····	(166)

第二节 开放日	(167)
一、开放日的作用	(167)
二、开放日的准备和安排	(168)
第三节 社会捐赠和赞助	(170)
一、社会捐赠和赞助的意义	(170)
二、社会捐赠和赞助的原则	(171)
三、社会捐赠和赞助的实施	(172)
第四节 危机事件处理	(173)
一、危机事件的含义和特点	(174)
二、危机事件的类型和预防	(174)
三、危机事件处理的含义和意义	(177)
四、危机事件公共关系处理的方法	(178)
第十章 教育公共关系的传播技巧	(182)
第一节 文字传播技巧	(182)
一、演讲稿	(182)
二、新闻稿	(185)
三、宣传资料	(187)
四、广告稿	(188)
五、常用公文文书	(190)
第二节 口语传播技巧	(193)
一、演讲	(193)
二、劝说	(195)
三、新闻发布会	(197)
第三节 实像传播技巧	(200)
一、校(园)内环境的设计和布置	(200)
二、教育教学活动公开展示	(203)
三、橱窗展示	(204)

第十一章 教育公共关系的其他技巧	(207)
第一节 教育公共关系接待技巧	(207)
一、接待室布置	(207)
二、日常公共关系接待技巧	(208)
三、其他接待技巧	(210)
第二节 人际沟通技巧	(217)
一、善于运用非语言形式	(217)
二、合理利用心理效应	(223)
第三节 社交礼节礼仪	(226)
一、日常社交礼节礼仪	(226)
二、交谈的礼节礼仪	(233)
第十二章 教育公共关系组织机构和工作人员	(238)
第一节 教育公共关系组织机构	(238)
一、专门设置	(238)
二、兼职设置	(239)
三、外聘公共关系顾问	(240)
第二节 教育公共关系工作人员的素质	(241)
一、职业道德和职业精神	(241)
二、知识和经验结构	(243)
三、能力结构	(245)
四、心理素质	(248)
五、法律政策水平	(249)
主要参考文献	(251)

第一章 绪 论

【教学要求】

1. 了解现代公共关系实践的主要情况。
2. 了解公共关系学、教育管理学的心理学、传播学与教育公共关系之间的关系。

教育公共关系是由教育组织及其人员开展的公共关系活动。教育公共关系作为一种有意识、有目的、有计划、有理论指导的活动,一方面,它的兴起和发展受到现代公共关系实践蓬勃发展的影响和推动;另一方面,它的理论和方法也受到公共关系学等一些学科的影响和启示,在一定程度上对这些学科的理论 and 知识进行了应用。在绪论部分,我们首先将现代公共关系实践的主要情况作一些介绍,然后对教育公共关系的理论和方法基础作一些探讨。

第一节 现代公共关系实践的发展

“公共关系”一词的英语原文是“Public Relations”(缩写为“PR”)。PR 一词最早出现于 19 世纪的美国。但是,公共关系活动远早于公共关系概念的出现和理论的研究。早在古代,我国和外国都有不少公共关系活动的事例,例如,古罗马共和国曾将法律刻在十二块铜牌上(即著名的“十二铜表法”),向全国公布,这是统治者运用公共关系手段公开争取民众支持

的表现；又如，我国秦末刘邦率领军队攻下咸阳时，与百姓公开“约法三章”，也是他运用公共关系手段争取民心的表现。然而，古代的公共关系活动是零星的、自发的，与现代公共关系的涵义有明显的区别。

一、现代公共关系活动在国外的发展

现代意义的公共关系活动是随着现代社会的发展需要而兴起和发展起来的。首先，随着现代社会商品经济越来越发达，市场竞争越来越激烈，企业要生存和发展，需要主动争取客户和合作者的理解支持。其次，现代民主政治条件下，政府要想推行施政方案和各项政策，需要取得民众的理解和支持，候选人要当选，需要争取选民的支持。这些需要推动了现代公共关系活动的兴起和发展。最后，现代化大众传播工具的发展，现代交通工具和设施的发达，为现代公共关系活动提供了技术和便利条件。

现代公共关系活动孕育和兴起于美国。19世纪中叶，美国出现了以大众为读者对象的通俗报纸，因一便士可买一份报而被称为“便士报”，价格低廉使报纸发行量大增。一些公司便雇佣专门人员编造虚假夸大的新闻，以此扩大自己的影响，而报刊为了迎合下层广大读者的好奇心理，以便保持和扩大发行量，也积极发表此类文章，这便掀起了大规模的“报刊宣传运动”。被这些公司雇佣为其服务的报刊工作人员，亦称为报刊宣传员（或报刊联络员）。当时最著名的报刊宣传员是菲尔斯·巴纳姆。他为了扩大自己的马戏团的影响，利用报纸制造了一个著名的新闻：声称马戏团有一个叫赫斯的黑人女奴已有160多岁，100年前曾养育过美国第一任总统乔治·华盛顿。这一消息引起很大轰动，人们纷纷欲求一睹赫斯为快。但赫斯死后，经解剖发现她只有80多岁。这一时期的公共关

系活动的特点是开始有目的、有意识地利用大众传播工具制造新闻和宣传形象,但宣传者只是为了自己的利益不顾事实编造谎言,欺骗公众。因此,后来遭到了公众的批评。

19世纪末20世纪初,由于资本家大肆压榨工人,激起广大民众的强烈不满,新闻界转向揭露资本家的丑行,掀起一场“揭丑运动”。“揭丑运动”使许多资本家和财团声名狼藉,劳资关系日趋恶化,他们迫切需要与公众缓和矛盾,改善关系。于是,现代公共关系应运而生。1903年,《纽约时报》记者艾维·李在纽约创立了世界上第一家收费服务的公共关系咨询事务所(或宣传顾问事务所),这被认为是现代公共关系诞生的标志。艾维·李是牧师的儿子,曾先后就读于普林斯顿大学与哈佛大学,后在《纽约日报》、《纽约时报》、《纽约世界报》任记者。他的事务所专门为企业和其他社会组织提供传播和宣传服务,协助客户与公众和新闻界建立和保持一种良好的关系。他的公共关系思想核心是“说真话”。他认为“公众必须被告之”,公众需要了解与他们利益相关的真实情况。劳资关系紧张的一个原因是企业对工人采取保密做法,不对他们讲实情,妨碍了彼此之间意见和信息的交流。1906年,他向新闻界发表了《原则宣言》,阐述了他的“公开管理原理”,主张要向公众提供公开的真实的消息。他要客户坚信:凡对公众有益的,最终必对企业 and 组织有益。艾维·李的思想和努力使他在新闻界和公众之中树立了很高声誉,也帮助许多企业扭转了困境,树立了较好的形象。1908年,美国电话电报公司在公司内部设立专职的公共关系部,这是世界上最早在企业内部设立的专门的公共关系机构。艾维·李曾被聘为其顾问。艾维·李的公共关系思想主张“说真话”,对后来公共关系的发展有很大影响,因此被后人尊为“现代公共关系之父”。但是,他的工作主要是凭经验和直觉,并没有在公众中进行科学调

查,而另一位著名的公共关系专家伯纳斯则将现代公共关系向科学化推进了一步。

随着艾维·李的工作和影响以及第一个企业内公共关系专门机构的建立,许多企业纷纷仿效成立公共关系部,公共关系活动在美国得到迅速发展。1913年,伯纳斯被美国福特汽车公司聘为公共关系部经理,他为该公司筹划并实施了一系列旨在发展公众福利和社会服务的计划,大大提高了该公司在公众和社会中的影响,对促进福特公司的发展起了很大作用。第一次世界大战后,伯纳斯主要从事公共关系的理论研究和教学工作。他被后人视为现代公共关系的先驱者之一。伯纳斯的公共关系思想比艾维·李更进一步,他强调,必须先了解公众的爱好、期望、需要、态度、观点和价值取向等等,然后有目的、有针对性地对公众进行宣传,以便迎合公众的特定要求,而不是简单地说真话。

20世纪50年代以后,公共关系活动更是突飞猛进地发展。这一时期最有影响的专家当推卡特利普。卡特利普在与他人合著的《有效的公共关系》一书中,首次提出了“双向交流”的公共关系原则,创立了著名的公共关系“双向对称”模式。他认为,20世纪初以来的公共关系活动主要是强调企业影响公众的单向的宣传活动,而这种做法已不能适应二次大战后的情况。“双向对称”就是强调企业或组织与公众之间的双向交流、双向传播、相互影响、相互作用。一方面,要把企业或组织的想法和信息传播给公众,使公众理解企业或组织;另一方面,也要把公众的想法和信息传播给企业或组织,企业或组织也应理解公众,使企业或组织与公众之间达成一种和谐、互利的关系,而不是只考虑企业或组织的利益,忽视公众的利益。这种强调双方交流互利的观念,从此成为现代公共关系的理论基础和准则。

随着公共关系活动在美国的迅速发展,公共关系走向职业化的步伐日益加快。1966年,美国《商业周刊》发表统计报告称,在数百家美国最大的公司中,有75%设立了公共关系部,而1980年美国《幸福》杂志排出的500家美国最大的实业公司中有436家设立了公众传播部。除了公司内设立的公关部之外,独立的收费服务的公共关系咨询公司也迅速发展,专业公共关系从业人员猛增。1960年,美国公共关系咨询公司有1350家以上,职业公共关系人员达10万人。80年代,美国专门的公共关系公司已超过2000家,职业公共关系人员已超过15万人。随着公共关系事业的发展,各种公共关系协会纷纷成立。

二次大战后,美国的公共关系热也逐渐扩展到世界其他国家,许多国家纷纷建立专门的公共关系公司,企业内部纷纷设立公共关系部,公共关系从业队伍迅速扩大,公共关系协会也纷纷成立,公共关系国际化的热浪随之掀起。1955年,国际公共关系协会在伦敦成立,现已开过多次公共关系世界大会,会员国遍及世界60余个国家。

二、现代公共关系活动在我国的发展

我国主要是从改革开放后开始引入公共关系理论和开展公共关系活动的。

1983年,广州中国大酒店最早在国内设立了公共关系部。1984年,广州白云山制药厂设立的公共关系部是我国第一个国营企业成立的公共关系部。1985年1月,深圳市总工会举办国内第一个公共关系培训班。5月,广州中山大学公共关系研究会成立,是我国高等院校第一个研究公共关系的学术团体。6月,珠海市应用传播研究所成立,这是我国第一个官方公共关系学术研究机构。8月,中国环球公共关系公

司成立,这是我国第一家公共关系专业公司。9月,深圳大学在国内率先开设大众传播专业。1986年1月,国内第一个公共关系民间团体——广东地区公共关系俱乐部成立。11月,国内第一家官方组织的公共关系机构——上海市公共关系协会成立。1987年6月,中国公共关系协会成立。1988年国内第一家公共关系报纸《公共关系报》在杭州创刊。1989年4月,在北京举办了国际公共关系研讨会,来自12个国家和地区的专家学者和企业界人士就“公共关系与企业发展”问题进行了研讨。1991年4月,中国国际公共关系协会在北京成立。

第二节 教育公共关系的理论和方法基础

一、教育公共关系与公共关系学

教育公共关系的理论和实践受公共关系学及其发展的影响较大。20世纪80年代以来,我国学术界对国外的公共关系学作了大量介绍,并且出版了多部我国学者编写的公共关系学,这对我国教育公共关系的理论建设和实践活动产生明显的影响和推动作用。

公共关系学对公共关系的基本涵义作了长期的和较为深入的探讨,尽管至今为止对于公共关系基本涵义的认识并不一致,但是,仍然取得了一定程度的共识。公共关系学认为,公共关系是社会组织与公众之间的关系,其中社会组织是公共关系的主体,公众是公共关系的对象;社会组织与公众是通过传播活动进行联系的,这种传播活动应当具有一定的原则和规范,以便保证其正常而有效地开展;社会组织与公众之间应该是双向的信息交流,而不应仅仅由社会组织向公众单向

传递信息;社会组织可以根据信息的反馈控制自身的行为,因而公共关系具有一定的管理职能;公共关系的目的是通过社会组织与公众相互了解、相互合作,以利于社会组织在公众中树立起良好形象,并与公众共同获得利益等等。公共关系学对公共关系的职能也作了较全面的研究。公共关系学关于公共关系职能的认识也并不统一,研究者常提到的公共关系的职能有:收集信息、咨询建议、监测环境、参与决策、协调关系、树立形象等。公共关系学还对公共关系的原则作了专门的探讨。学者们对于公共关系的原则的提法也不完全一致,公共关系学中较多提到的公共关系的原则有:尊重事实、双向沟通、重视形象、注重社会整体利益、公众至上等。公共关系学还对公共关系的工作过程进行了分析,大多数研究者都同意将公共关系的工作过程分为调查、计划、实施、评估这样四个阶段。公共关系学的上述有关探讨和研究对于教育公共关系的理论研究和实践活动具有重要的启发作用和应用价值。

但是,教育公共关系不应该是公共关系学简单的理论移植和实践应用。首先,作为教育公共关系的主体——教育组织有其自身的特殊性。一方面,公共关系学探讨的公共关系主体是一般意义上的社会组织,社会组织这一概念揭示了各种不同类型组织的共同性、一般性和普遍性的本质,这对于人们理解和认识各种不同类型组织的共同规律很有意义。但是,各种不同类型的组织还有其自身的特殊性,教育组织作为各种不同类型的组织之一,也有其自身的特殊性,社会组织与教育组织的关系是普遍性与特殊性的关系,研究普遍性尽管对理解特殊性有意义,但是,不能代替对特殊性的研究。另一方面,公共关系学主要是对营利组织(工厂、公司等)的公共关系活动进行研究、总结、概括而发展起来的,营利组织作为各种不同类型的社会组织之一,也有其自身的特点,营利组织的