



公共关系新论 考试辅导

主编 任正臣

 南京大学出版社



公共关系新论 考试辅导

主编 任正臣

 南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

公共关系新论考试辅导/任正臣主编. —南京:南京大学出版社, 2009. 7

ISBN 978-7-305-06281-0

I. 公… II. 任… III. 公共关系学—高等教育—自学考试—自学参考资料 IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 117653 号

出 版 者 南京大学出版社
社 址 南京市汉口路 22 号 邮 编 210093
网 址 <http://www.NjupCo.com>
出 版 人 左 健
书 名 公共关系新论考试辅导
主 编 任正臣
责任编辑 王向民 编辑热线 025-83594275
照 排 南京南琳图文制作有限公司
印 刷 南京京新印刷厂
开 本 787×960 1/16 印张 17.25 字数 322 千
版 次 2009 年 7 月第 1 版 2009 年 7 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-305-06281-0
定 价 30.00 元
发行热线 025-83594756
电子邮箱 Press@NjupCo.com
Sales@NjupCo.com(市场部)

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购
图书销售部门联系调换

编者前言

为了帮助江苏省自学考试各专业考生更好地掌握公共关系学这门课程的基本内容和复习重点,我们根据朱力、任正臣、张海波等编著的《公共关系新论:理论与实务》一书编写了这本《公共关系新论考试辅导》。本书的结构由四部分构成,即考核知识点、考核要求、考核内容和本章练习题。参加本书编写的有任正臣、徐懋、翟进、肖萍、张海波等,最后由任正臣统编定稿。

编 者

2009 年 4 月

目 录

第一篇 公共关系理论篇

第一章 公共关系的起源与发展	3
第一节 什么是公共关系	3
第二节 公共关系产生的条件与现状	5
第三节 公共关系在我国的兴起	9
第二章 公共关系的要素和程序	19
第一节 公共关系的主体	19
第二节 公共关系的客体	24
第三节 公共关系的程序	26
第三章 公共关系的基本原则	42
第一节 公共关系的目标原则	42
第二节 公共关系的实务原则	44
第四章 公众心理分析	53
第一节 公众的需要与动机	53
第二节 公众态度分析	56
第三节 公众心理定势	58
第四节 公众心理的表现形式	61
第五节 公众相符行为	65

第五章 公共关系调查 84

- 第一节 公共关系调查的界定 84
- 第二节 公共关系调查的基本内容 86
- 第三节 公共关系调查的基本程序 90
- 第四节 公共关系调查的主要方法 93

第六章 公共关系传播 109

- 第一节 传播的一般原理 109
- 第二节 公共关系与传播 113
- 第三节 公共关系传播技巧 116
- 第四节 公共关系传播的形态变化 118

第二篇 公共关系实务篇

第七章 公共关系策划 139

- 第一节 什么是公共关系策划 139
- 第二节 公共关系策划的要素 140
- 第三节 公共关系策划的原则 142
- 第四节 公共关系策划的技巧 143
- 第五节 公共关系策划的程序 145
- 第六节 公关策划的创意与文案 148

第八章 公共关系的危机管理 165

- 第一节 公共关系危机分析 165
- 第二节 公共关系危机预防 169
- 第三节 公共关系危机的处理 172
- 第四节 组织形象的重塑 177

第九章 企业公共关系	189
第一节 公共关系理论是企业管理理论的拓展	189
第二节 企业公共关系的概念、作用与特点	192
第三节 企业的伦理与社会责任	193
第四节 企业公共关系的活动模式	196
第五节 企业内部的公共关系	199
第六节 企业外部的公共关系	203
第十章 政府公共关系	223
第一节 何为政府公共关系	223
第二节 政府公共关系的内容	224
第三节 如何加强政府公共关系	227
第十一章 国际公共关系	236
第一节 国际公共关系概述	236
第二节 国际公共关系活动	240
第三节 几种重要的国际公共关系活动举要	243
第四节 国际公共关系的外事礼宾礼仪	245
附录:公共关系学自学考试大纲	255

第一篇 公共关系理论篇

第一章 公共关系的起源与发展

第一节 什么是公共关系

考核知识点

- 公共关系的定义
- 公共关系的职能

考核要求

- 识记

公共关系 公共关系实务 公共关系学 知名度与美誉度

- 领会

公共关系定义的要点 公共关系的职能

考核内容

一、公共关系的定义

公共关系是一个社会组织运用科学的传播媒介和沟通手段,同公众建立起来的相互了解、信任和支持的依存关系。我们将这种关系和为建立这种关系而展开的活动,统称为公共关系。公共关系本质上是一种管理功能,它通过执行一连串有计划的行动,在公众中塑造组织的良好形象和声誉,以取得公众的了解、信任和支持,促进组织目标的实现。

这个定义的要点是:

(1) 社会组织。这是公共关系的主体,具有主导的、能动的作用,组织包括政党、政府、社团、工厂、商店、学校、宾馆、军队等各类形式。

(2) 公众。这是公共关系的客体,是公共关系的对象,它是指一切与本组织有关的其他社会组织、群体与个人,以及本组织的内部成员。

(3) 传播媒介与沟通手段。这是公共关系主体与客体沟通的途径与方式。传

播媒介指报刊、电视、广播、网站等,沟通手段指各种具体沟通方式,如对话、面谈、会议、各类活动等等。

(4) 相互了解、信任和支持的依存关系,这是公共关系的本质。公共关系体现为组织与公众之间双向沟通的联系。了解是指双方信息公开、平等,信任是指理解与谅解,支持是指双方行为方向的一致性。

我们把具体的公共关系工作或公共关系实践称作公共关系实务(Public Relations Practice)。公共关系是一种关系,我们讲要搞公共关系,实际上是指通过做公共关系实务工作以获得良好的公共关系。为建立良好的公共关系而展开的活动,或某一组织公共关系的具体实施和进行过程,就是公共关系实务。

公共关系学研究公共关系存在和发展的一般规律与管理机制,是关于传播、建立、维持良好组织形象的一门科学。因此,公共关系学也可以称之为组织形象学。

二、公共关系的职能

公共关系以塑造社会组织的良好形象为工作目标,围绕这一目标而开展的具体活动和工作便形成它的职能范围。公共关系的职能也就是公共关系机构或从业人员的职责与发挥的效能。公共关系的主要职能有五个。

1. 传播组织形象

公共关系工作是传播科学的具体运用。这种传播其主要目的是将良好的组织形象传递给公众,传播的主要手段是新闻媒介,传播的主要内容是增加组织的知名度和美誉度。所谓知名度,就是一个组织被外界知晓的程度。一个组织公众的多少,往往反映了其知名度的高低。所谓美誉度,则是指一个组织被公众赞誉的程度。公共关系工作不仅要提高组织的知名度,更重要的是提高组织的美誉度。

2. 协调组织环境

公共关系的职能之一就是为组织发展创造一个良好的社会环境和舆论环境。一方面,通过检测社会环境,及时准确地掌握社会各界公众的意见和反映,密切注意公众对组织的心态变化,了解社会舆论的动向,积极协调各方面的关系,避免组织与公众可能发生的冲突与纠纷。另一方面,一旦发生冲突或产生危机,积极运用公共关系手段,促成相互之间诚恳坦率的沟通,以争取社会舆论理解,避免组织形象受损,促成冲突事件圆满解决。

3. 参与组织决策

公共关系在决策过程中以提供咨询的方式发挥参谋作用。① 公共关系部门以其掌握的大量内部与外部的信息,向领导者提供决策依据。决策的基础是信息,只有获得大量的可靠信息,才能制定达到目标的可行方案。信息包括组织形象信

息、组织产品信息、组织运行状态及其发展趋势信息等。② 公共关系部门向决策者提供各类咨询建议,如公众一般情况咨询,公众的专门情况咨询,公众心理变化和趋势咨询,使决策者据以制定与公众意向及社会舆论的发展方向一致的战略决策。③ 公共关系部门可向决策者提供决策方案实施效果的评价与反馈,以及时完善、修正实施方案。

4. 加强组织团结

公共关系是一门“内求团结、外求发展”的艺术,发挥着团结组织内部成员的职能。① 它通过信息交流来沟通组织成员的思想情感,形成团体意识,树立组织成员的光荣感、责任感,形成组织成员关心、维护组织形象的意识。② 协调组织内部各种关系,扫除各种矛盾摩擦。一方面,公共关系工作人员经常向领导反映下级员工的情绪、意见、要求,提出调动积极性的建议;另一方面,做好上传下达工作,向组织成员介绍组织目标和管理方针政策,传达领导意图,消除误会,搞好配合。③ 它通过开展各类有益于组织团结的活动,建设良好的组织文化,增强组织成员的集体主义精神,调动组织成员的积极性、创造性和主人翁意识。

5. 增进组织效益

公共关系是一种管理职能,它能够帮助组织更好地实现其目标和效益,公共关系工作在赢得社会各界公众了解、信任和支持的基础上,可以增进组织的自身效益和社会的整体效益。

第二节 公共关系产生的条件与现状

考核知识点

- 公共关系产生的历史条件
- 现代公共关系学的发展状况
- 当代西方公共关系发展的特点

考核要求

- 识记

艾维·李的公关思想 伯纳斯的公关思想

- 领会

公共关系产生的历史条件 当代西方公共关系发展的特点

考核内容

一、公共关系产生的历史条件

现代公共关系起源于美国。其产生的客观条件是：

1. 商品经济发展为公共关系产生奠定了经济基础

(1) 生产结构的改变引起社会关系复杂化。垄断资本主义的无情竞争,改变了生产结构和市场结构,导致了社会业缘关系日趋复杂化。昔日的对手变成了今日的伙伴;昔日的同行变成了今日的股东;资金、市场、产品直至人员、厂房都形成了新的格局,需要新的管理。企业已不是单纯性生产组织,它要面对整个社会,面对更为复杂的市场环境。

(2) 社会化大生产需要协调好各方面关系。商品经济发展带来了广泛深入的社会分工,各种生产部门、服务部门、管理部门专业化程度日益提高,要求企业打破“小而全”的自然经济的经营方式。这就需要用公共关系实务的管理方法来建立和维持。

(3) 商品交换需要建立良好的合作关系。公共关系可以在消费者与企业、企业与企业、企业与政府、企业与其他部门之间通过沟通建立这种关系,适应商品交换的需要。

2. 社会公众力量崛起为公共关系产生奠定了社会基础

(1) 卖方市场向买方市场的转变,使企业更加需要公众的支持。企业的生存除了要生产出好产品,迎合市场需要外,还在于能否在社会上形成一个令人满意受人尊敬的形象,能否取得公众的信任。

(2) 风起云涌的工人运动显示了人民大众的力量。风起云涌的工人运动沉重地打击了大资本家们,显示了工人阶级的强大力量,这也迫使资本家要缓和劳资矛盾,改善同工人及社会公众的关系。

(3) 经济危机证明了企业与公众关系的重要性。公众再也不是毫无力量、无法发表意见、分散的乌合之众,公众有了话语权,成为一种可以左右工商业发展的强大力量,企业必须了解公众需要,获得公众支持。

3. 传播媒介的发达为公共关系发展奠定了科学条件

(1) 先进的传播媒介为公共关系发展提供了科学手段。发达的新闻媒介使信息传播的速度更快,范围更广,对社会影响更大,公共关系借助传播媒介得到迅猛发展。

(2) 先进的传播媒介使新闻舆论更有力量。传播媒介在社会舆论的倾向性方面握有很大的主动性。在传播媒介的作用下,一些资本家的丑恶嘴脸和贪婪本性被揭露。即使是极有实力的集团和人物,也往往被新闻舆论的声势和力量所慑服,

不得不表示出谦恭的态度,不得不对工人的正当要求表示让步和妥协。

(3) 新闻传播媒介确立了公共关系的社会地位。新闻传播媒介可以通过种种渠道揭露某些资本家的肮脏交易内幕,公布他们的阴谋和狡诈行为。面对强大的社会舆论压力,迫使资本家考虑自己的行动与社会公众利益和谐与吻合,迫使他们设法使自己的形象获得社会及公众舆论的支持和赞赏。公共关系终于得到了重视,成了垄断集团及资本家自我生存与发展所必须采取的工具。公共关系职业化因此应运而生。

4. 民主政治的进步为公共关系发展奠定了政治基础

(1) 统治阶级政治活动需要公共关系。能否取得公众舆论支持,成为美国历届总统角逐成败的关键因素之一。竞选活动中总统候选人周游各地,发表演说,举行记者招待会,访问选民区,进行家访等方式都是具体的公共关系活动,目的在于沟通、联络,树立自己的良好形象。统治阶级为了加强控制,不得不注意公众舆论的威力,迫使历任总统设法与外界保持经常性的联系,通过多种渠道,利用各种大众传播工具,来塑造政府首脑形象,宣传政府政绩,取悦公众,取得社会各界的谅解和支持。此外,在政府部门的行政管理中开始引入公共关系,开始设立一些专门机构负责与公众联系,处理公共事务。

(2) 民主政治推动公共关系产生。资产阶级革命后,加上《自由大宪章》《人权宣言》《独立宣言》等文告的传扬,民主观念逐渐深入人心。尽管资产阶级政府也是少数人统治多数人,但是他们表面上不得不打着“平等”的幌子,推行“普选权”,实行一种所谓全民参政的“民主政治”,这种体制在客观上促进了社会各政党维持一种相互依赖、彼此合作的关系。

(3) 工人阶级不断斗争,需要公共关系协调。在工人阶级和广大人民不懈努力下,社会公众获得的民主权利在不断地加强和充实。公共关系作为协调各种政治力量的工具和体现民主管理的手段而受重视。

5. 现代社会科学理论为公共关系学奠定了理论基础

(1) 现代管理思想从“重物”到“重人”的转变。

(2) 社会学、行为科学及其他社会科学理论的成熟,为公共关系奠定了科学理论基础。20世纪30~50年代,社会学、心理学、行为科学、传播学、舆论学、经济学、管理学、市场学等社会科学趋于成熟,这为公共关系学理论体系的丰富完善提供了坚实的理论基础。

二、现代公共关系学的发展状况

1903年,美国《纽约时报》的记者艾维·李(Ivy-Lee,1877~1934)在纽约创立

了世界上第一家“宣传顾问事务所”，即公共关系咨询所。这也是现代公共关系诞生的标志。艾维·李被尊称为“公共关系之父”。他的公共关系思想核心就是“说真话”。

艾维·李的贡献在于使公共关系正式成为一门职业，并创立了公共关系的若干原则、方法。而在推进公共关系学科化方面作出重要贡献的是爱德华·伯纳斯(Edward Bernays)。

1923年，他完成了经典著作《舆论之凝结》。这是世界上第一部公共关系学专著。同年，他在纽约大学首次开设并主讲公共关系课程。1952年，他编纂了教科书《公共关系学》，从理论上对20世纪美国的公共关系实践进行了概括总结，使公共关系学有了完整的学科体系。“投公众所好”是伯纳斯公共关系思想的重要组成部分。

在公共关系学科发展方面作出贡献的还有美国的斯科特·卡特李普、阿伦·森特和格伦·布鲁姆。他们于1952年合著了《有效公共关系》一书，提出了组织与公众“双向交流”的基本思想，完整阐述了公共关系基本理论，运用系统论、控制论、信息论等最新科学的思想原则，并用公共关系学的理论和方法联系各行各业的特点进行阐述。

在20世纪20年代末期，公共关系的思想和实务方法从美国传到英国，在一定程度上受到重视。1926年成立的皇家营销部，是英国第一个正式的公共关系机构，这一部门以后充分发挥了促进英国市场活跃、发展的作用。

第二次世界大战期间，公共关系实务方法受到美国的重视和充分利用。第二次世界大战结束后，随着世界经济的恢复和发展，公共关系实务进入一个迅速发展的时期。美国战争信息办公室的成员，成为一批十分活跃的公共关系实务人员，战后转入工商业界发展。20世纪50~60年代，在美国，消费者的权利越来越受到尊重，公共关系实务成了企业不可缺少的管理手段，公共关系同资金、设备、人才一起被称为现代企业的“四大支柱”。

三、当代西方公共关系发展的特点

1. 公共关系在各国广泛流行。
2. 公共关系的职能不断扩大。
3. 公共关系部门日益增多。
4. 公共关系成为新型职业。
5. 公共关系学的教育开始普及。
6. 公共关系活动国际化。

第三节 公共关系在我国的兴起

考核知识点

- 我国古代公共关系的萌芽
- 我国公共关系的优良传统
- 我国公共关系的传播
- 我国公共关系兴起的原因

考核要求

- 识记

中国古代朴素的公关意识 公共关系在我国传播的情况

- 领会

中国共产党和人民军队在长期的革命活动中对公共关系理论和实践的贡献
公共关系与拉关系等不正之风有严格的区别

- 应用

公共关系在我国兴起的原因

考核内容

一、我国公共关系的优良传统

从公共关系的角度看,中国共产党和人民军队在长期的革命活动中对公共关系理论和实践的贡献,主要表现在三个方面:

1. 创造了大量公共关系范例

中国共产党和人民军队,从小到大,由弱到强,在不到 30 年的时间内就夺取了政权,可以说这是与争取大众了解、信任和支持,树立良好形象的群众工作分不开的。朱德军长秋毫无犯的公关范例;刘伯承二喝“结盟酒”的公关范例;中国共产党正确处理西安事变危机公共关系范例等。

2. 涌现了大批杰出的公共关系人才

波澜壮阔、风起云涌的中国革命战争,不仅造就了大批革命的政治家、军事家,而且,为他们施展公共关系才能提供了广阔的舞台。毛泽东、周恩来、陈毅等许多党和军队的领导人显示出杰出的公关才能。毛泽东、周恩来的公关事迹。

3. 丰富了公共关系理论

我党我军在长期的革命斗争中积累了丰富的公共关系的实践经验和思想理论,有丰富的协调处理内外矛盾的经验方法。

二、我国公共关系的传播

公共关系是随着改革开放的春风进入我国,形成热潮的。1981年,在深圳和广州兴建的一批中外合资大酒店,设立了专业性的公共关系部,从香港和海外聘请公共关系专业人员主持工作。“公共关系”这个新名词,随即流行起来。我国出现了第一批公共关系从业人员。

1984年,广州白云山制药厂率先设立公共关系部,以总产值1%作为活动经费,用于信誉投资。不少企业纷纷仿效。1985年9月,深圳大学设立公共关系专业,正式招生。1986年11月,由中科院新闻组公共关系课题组编著的我国第一部系统论述公共关系理论与实践的专著《公共关系概论》问世。1987年6月,中国公共关系协会在北京成立。

三、我国公共关系兴起的原因

1. 经济市场化

企业要与外界建立一种长期稳定的合作关系,最根本的就是要树立良好形象及建立双向、多向的联系。企业自身形象不好,声名狼藉,没有人了解企业,企业也不了解别人,彼此不了解,良好的形象就无从谈起,与外界打交道就有障碍。因此,树立企业良好形象,做好双向及多向联系的工作是公共关系活动的基本要旨。市场经济中各种资源是不断地流动的,跨越了地域的局限,而各种经济实体在市場中的自由竞争,产生出更加错综复杂的内外关系,公共关系工作更加有用武之地。

2. 政治民主化

改革开放后逐步形成的民主、宽松的政治环境是公共关系生存的前提条件之一,公共关系又是政治民主建设的有效手段。

(1) 公共关系是双向沟通的有效途径。社会主义国家的政治民主化有两个主要目标:一是政府行为应遵循公开化原则,政府工作要增加透明度,让党和政府的决策与活动为公众所了解,让人民作出自己的选择;二是政府行为应遵循民主化原则,政府在组织管理中将日益重视公众的意愿和要求,这就需加强政府与公众之间的彼此沟通与相互理解,而这正是公共关系的基本职能与方法。公共关系可以在提高政治透明度、沟通组织上下内外联系、协调政府与公众各方面关系上发挥作用。