

中国高等教育学会 规划教材
公共关系教育专业委员会

中国公共关系事业的发展,是中国改革开放的必然趋势,它以新型的管理科学,协调社会各方面关系,密切党和广大人民群众的联系,调动各种积极因素,维护安定团结,促进社会主义建设。

——李瑞环

公共关系实务

GONGGONGGUANXI SHIWU

邱伟光 阎照武 © 主编



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
安徽大学出版社

公共关系实务

主编 邱伟光 阎照武



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
安徽大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

公共关系实务/邱伟光、阎照武主编. —合肥:安徽大学出版社,2011.5
ISBN 978-7-5664-0153-3

I. ①公… II. ①邱…②阎… III. ①公共关系学 IV. ①C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 100813 号

公共关系实务

邱伟光 阎照武 主编

出版发行: 北京师范大学出版集团
安徽大学出版社
(安徽省合肥市肥西路3号 邮编 230039)
www.bnupg.com.cn
www.ahupress.com.cn

印 刷: 中国科学技术大学印刷厂
经 销: 全国新华书店
开 本: 170mm×240mm
印 张: 17
字 数: 322 千字
版 次: 2011 年 8 月第 1 版
印 次: 2011 年 8 月第 1 次印刷
定 价: 34.00 元
ISBN 978-7-5664-0153-3

责任编辑:王先斌 刘 强
责任印制:陈 如

装帧设计:张同龙

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话:0551-5106311

外埠邮购电话:0551-5107716

本书如有印装质量问题,请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话:0551-5106311

中国高等教育学会公共关系教育专业委员会

公共关系教材编委会

主 任 阎照武

副主任 邱伟光 夏昌祥 贺德亮

委 员 (按姓氏笔画排列)

王先斌 王 群 王学俭 王鲁捷 王晓霞
尹 雯 尹明丽 韦冬雪 龙志鹤 田丽艳
尼玛拉姆 刘庆龙 邱伟光 曲醒夫 李玉鸿
李克荣 陈 敏 陈小桃 张 宁 张连海
张振宁 张德成 吴满意 范振杰 贺德亮
胡建新 钱振林 钱海红 夏昌祥 阎照武
景庆虹

序

最近,邱伟光、阎照武两位教授将他们主编的高职院校通用教材《公共关系实务》清稿寄来要我为其作序。拜读之后,觉得这是一部内容很新颖、很有针对性、又颇具实用性的力作。下面谨就这几个特点谈点个人感受,与各位交流。

一、新颖性

首先,教材的框架体系编排较新,仅从全书的章节题目即可看出与过去出版的许多公共关系教材有明显不同,如教材将公共关系专业人员的修养和公共关系技能培养都分别增列一章,这反映了作者对公共关系理论和实务技能的最新认识。其次,教材的具体内容和文字表述比较有新意,许多新的研究成果被吸收到相关理论知识的论述之中,特别是对公共关系实务活动必备的专业知识和技能进行了深入浅出的介绍,文风清新,娓娓道来,犹如春风拂面。再者,所选择最新的鲜活案例,大多为近一两年甚至是刚刚发生的,充满了新时代的创新精神,广泛涉猎了国内外公共关系的新发展和新走向。



现代公共关系学说是 20 世纪 80 年代初从西方传入中国大陆的。之后,公共关系实务便在大江南北、黄河两岸和各行各业逐渐展开,并产生了一定实效。但客观地讲,也有些公共关系实践活动被歪曲了或被丑化了。前已出版的某些公共关系书籍,包括部分通俗读物和教材仍停留在照抄照搬状态,概念混乱,观点相互矛盾,甚至有些著作让读者看了莫名其妙。进入 90 年代,尤其是 21 世纪以来,中国的公共关系策划、实施水平有了明显提升,颇具代表性的是申办奥运会、世博会的成功,表明我国的公共关系能力已达到了国际先进的水准。在此过程中,中国高等教育学会公共关系教育专业委员会的专家教授不仅在传播公共关系理论知识和公共关系实务运作中发挥了积极作用,而且担起了培养公共关系专业人才和编写公共关系学教科书的重任,这些颇具创造性的工作,是令人振奋和值得肯定的。

二、针对性

《公共关系实务》的另一个鲜明特点,是为满足高职教育和人才发展需要而编写的,针对性强。教材编写的指导思想和具体内容都能从高职院校的人才培养目标、规格和教学规律出发,始终把着力点放在学生公共关系技能与素质的培养上。这显然与普通高校本科学生的公共关系教育和人才成长的要求有很大不同。

中国的社会经济、政治、文化发展和各项建设事业,既需要大批专业学科知识理论较为扎实系统、具备良好实践创新能力的本科毕业生,也需要更多综合素质好、掌握专门技能的高职院校毕业生。正如《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020 年)》所指出的:才能“满足人民群众接受职业教育的需求,满足经济社会对高素质劳动者和技能型人才的需求”。



据介绍,高职院校从今年开始已与普通高校分别命题考试、招生录取,其专业教育、课程设置、教材内容、教学过程以及考核评价标准等等,当然都应当服从和服务于应用型、复合型、技能型优秀人才的培养。本教材有利于高职院校引导学生形成良好的公共关系素质和专业技能,能够较好地促进应用型、复合型、技能型人才的成长。

三、实用性

《公共关系实务》教材的实用性,首先表现在:该书实现了公共关系理论知识、专业技能、实践案例的有机结合,即在讲授公共关系知识理论、案例的过程中,重视指引和帮助学生培养公共关系素质和实际动手操作的技能,这与国家强调的素质教育必须以能力为重相一致,与学生毕业之后要从事的实际工作相吻合,因而有利于调动学生的主观能动性,符合高职院校学生认识水平、实践技能提高的规律。此类以案例带动公共关系知识学习和实践能力锻炼的教科书,其实用性是显而易见的。

其次,《公共关系实务》的章节编排和具体理论知识阐述、案例讲解以及实践教学要求等,都能注重围绕公共关系素质和专业技能培养而展开,环环相扣,层层推进,可以指导学生深入浅出、渐入佳境,逐步形成较完整的公共关系实务本领。这样就从教学内容和过程设计及其组织实施中增强教材的实用性。

第三,该教材共有13章,30万字,与高职院校的课堂教学时间大体相适应,有利于教师精讲,适宜学生阅读,并可以利用理论教育节余的学时组织课外社会实践活动,更好地开展师生互动,培养大学生的公共关系素质和专业技能。这一考虑和颇具匠心的做法,也能够增加该教材的实用性。



总之,《公共关系实务》是一本比较适于高职院校开展公共关系素质教育教学的好教材。我相信,该书一定会在今后的公共关系教学实践和理论研究中产生积极的效果,为造就应用型、复合型、技能型的优秀人才发挥重大的作用。诚如是,善莫大焉。

是为序。

汪 钦

2011年6月12日

目 录

第一章 导论	1
第一节 公共关系的起源和发展	2
第二节 公共关系的含义、特征及本质	6
第三节 公共关系相关概念辨析	9
第四节 公共关系实务的现实意义	13
第二章 公共关系实务构成	17
第一节 公共关系主体	18
第二节 公共关系客体	22
第三节 公共关系介体	28
第四节 公共关系环境	34
第三章 公共关系的操作步骤	41
第一节 公共关系调查	42
第二节 公共关系计划	48
第三节 公共关系实施	52
第四节 公共关系评估	57



第四章 公共关系运作	64
第一节 营利性组织公共关系运作	65
第二节 非营利性组织公共关系运作	73
第三节 公益性组织公共关系运作	77
第四节 互利性组织公共关系运作	83
第五章 高校公共关系实务运作	88
第一节 公共关系素质培育	90
第二节 高校形象建设	93
第三节 高校公共关系实务运作艺术	98
第六章 公共关系形象策划	103
第一节 CIS 与 CS 形象策划	105
第二节 组织形象管理	110
第三节 组织形象危机处理	114
第七章 公共关系专题活动策划	123
第一节 庆典类专题活动策划	125
第二节 网络类专题活动策划	128
第三节 生态类专题活动策划	131
第四节 会展类专题活动策划	135
第八章 公共关系心理策略运用	144
第一节 公众心理策略运用	146
第二节 公共关系交往心理策略运用	151
第三节 传播沟通心理策略运用	155
第四节 团体心理策略运用	160
第九章 公共关系专业人员修养	164
第一节 公共关系专业人员思想修养	165



第二节	公共关系专业人员道德修养	168
第三节	公共关系专业人员礼仪修养	173
第四节	公共关系专业人员艺术修养	178
第十章	公共关系礼仪素质训练	182
第一节	个人礼仪素质训练	183
第二节	组织群体礼仪素质的培养	187
第三节	节日礼节仪式的操作	193
第四节	国外礼俗风情与禁忌	199
第十一章	公关关系技能培养	205
第一节	公共关系能力培养	206
第二节	公共关系技巧运用	210
第三节	公共关系实践技能的训练	216
第十二章	公共关系的应用	222
第一节	公共关系在策划中应用	223
第二节	公共关系在广告中应用	229
第三节	公共关系在营销中应用	233
第四节	公共关系在整合传播营销中应用	239
第十三章	公共关系的发展	245
第一节	国外公共关系的新走向	247
第二节	中国公共关系的新发展	250
第三节	公共关系发展的新表现	253
参考文献		257
后 记		259

第一章

导论

公共关系的实践是通过调解冲突和建立为保持社会秩序所必要的生动活泼与根本一致的关系来为社会服务的。

——斯科特·卡特李普

艾伦·森特

格伦·布鲁姆



本章导读

公共关系是社会组织与相关公众之间的一种社会关系,其本质为利益联系,具有客观性、互联性、目的性、复杂性等基本特征。公共关系实务即社会组织为平衡、协调公众意愿和利益而开展的实践活动,在公共关系产生之后就已开始了;与之相适应的公共关系理论随之也逐步形成,并指导新的公共关系实践活动。



学习目标

了解公共关系及其实务产生的历史、本质、特征、发展规律和公共关系学的系列概念,认识学习公共关系实务的重要意义,从而主动掌握公共关系实务程序、方法,培养实践操作能力,形成良好的公共关系思想道德素质、科学文化素质、专业技术素质及心理素质,有益于顺利就业、创业及成功。



基本概念

公共关系 公共关系实务 公共关系学



第一节 公共关系的起源和发展

一、公共关系的起源

公共关系即社会组织与公众之间的一种社会关系,这是至今为止大家对其所下的定义,或说是大多数人形成的一个共识。由此可知,自从人类进入文明社会,或者说在有了社会组织之后,公共关系及其实务活动就一直存在着。

考古学家在伊拉克发现,早在公元前 1800 年,古巴比伦王国就已有公共关系活动记录。当时的一份农业公告可称之为人类历史上公共关系实务的一种表达形式。古希腊的民主政治所催生的公众代表会议和陪审团制度,为公众表达自己的意见提供了平台。公元前 4 世纪出现一批从事法律、道德、宗教、哲学研究和演讲传播的教师、哲学家,苏格拉底、柏拉图、亚里士多德即是其代表人物。亚里士多德的《修辞学》被西方一些学者视为人类历史上最早的公共关系著作。古罗马帝国的统治者恺撒发行了世界上最早的日报——《每日记闻》,作为自己与臣民沟通并传播本人意志的工具。他还写作了被西方公共关系学者称为“第一流”公共关系著作的《高卢战记》,该书流传甚广。

从中国古代看,无论是盘庚迁都的三次演说,还是大禹率众治水“三过家门而不入”事迹的传扬;无论是《左传》中的“子产不毁乡校”,还是苏秦、张仪“合纵连横”的游说联络、沟通、协调活动,商鞅变法“令出必行”、“徙木赏金”,无论是三国时代的诸葛亮“七擒七纵孟获”,还是明朝郑和七下西洋等等,同样都是具有公共关系性质的实践活动。2500 年前的孔子、老子、墨子等,不仅可以被称为春秋战国时期开展公共关系活动的杰出代表,而且他们已有许多关于君臣素养和形象、国家与民众相互关系、知识理论及信息传播等方面的论述。

对于公共关系及其实务活动古已有之的提法,现代公共关系大师对此是予以肯定的。美国斯科特·卡特李普、艾伦·森特、格伦·布鲁姆在《美国公关简史》中就明确指出:“要同别人沟通并要对付舆论压力所作的努力,可以追溯到古代;只是所使用的各种工具、专门化的程度、知识的力度以及需要努力的强度,同今天相比都是崭新的。这方面的发展持续了许多年代。诱发它的起源和发展的



因素是众多的,而且是复杂的。”^①

二、国外公共关系实务的产生

现代公共关系起源于美国。《美国公关简史》指出:美国公众关系的起源应该在美国革命中寻找。这场革命在以有教养的显贵为首的爱国者与以商业有产者为首的保皇党人之间发生,导致争夺政权的斗争。后来,争取公众支持的努力,在以汉密尔顿为首的工商资产利益集团与以杰斐逊为首的种植园主—农场主集团之间所发生的冲突中进行过;在以杰克逊为首的农业边民集团与以尼古拉斯·比德尔为首的财政金融势力之间的斗争中进行过;而且,在血腥的内战期间进行过。由此可知“20世纪公众关系的发展,直接与政治改革运动引起的权力斗争相联系”。^②除了政治条件之外,市场经济大背景下社会组织之间的相互竞争,人群关系理论、行为科学等人性文化、管理学说的问世,科学技术的快速进步,信息通信技术和控制技术的出现,以报刊为代表的新闻和大众传播事业的发展,这些都为从法律上规定社会组织与公众之间的关系、确定公众在一切组织工作中的地位以及公共关系实务活动和理论的诞生提供了客观环境条件。特别需要强调的是:美国当时严重的社会矛盾和社会组织与公众之间的利益冲突,造成了公共关系危机不断发生并且日益加剧,进一步加速了现代公共关系理论及实务的兴起。美国的公共关系实践活动和理论发展,大体上经历了以下四个历史阶段:

1. 巴纳姆的“公众受愚弄”时期

在这一时期,企业界利用廉价的报纸对广大读者进行富有戏剧性的新闻广告宣传。巴纳姆为了达到惊人的宣传效果,发明了许多标新立异的方法,以求达到哗众取宠、赚取读者和消费者金钱的目的。当时垄断资本家为了获得高额利润,完全不顾公众的利益,甚至公开嘲笑、谩骂公众。这是资本家在公共关系历史上所开创的丑恶时期。

2. 艾维·李的职业化时期

该时期也称单向灌输观念时期或单向传播式的公共关系时期。其特点是:社会组织为了自身的利益单向地向公众传输信息。艾维·李的主导思想是组织要对公众坦率和公开,必须说真话。但认为公众是被动消极的,强调要加强组织

① 于里编译:《国际公众关系原理与实务》,工商出版社,1996,第1页。

② 于里编译:[美]斯科特·卡特李普、艾伦·森特·格伦·布鲁姆:《美国公关简史》。



对公众的严格管束。艾维·李 1904 年成立了“帕克和李”公司,为社会公众提供收费的公共关系服务。他的公共关系思想集中体现在著名的两项原则上:“公众必须被告知”和“对公众讲真话”,以及 1906 年他在报界发表的《原则宣言》:“凡是有益于公众的事务必有益于企业和组织。”

3. 伯内斯的公共关系科学化时期

到了 20 世纪 20 年代,公共关系无论在广度上还是在深度上都得到了显著的发展。此时,出版了有关公共关系学及其从业人员的书籍,学校也开设了公共关系专业课程。社会科学家们开始关注公共关系职业领域和理论的研究,报刊等大众媒体也纷纷对此发表评论。这一时期的代表人物是爱德华·伯内斯。他于 1919 年和妻子开办了一家公共关系公司,开始致力于公共关系理论研究。他在 1923 年出版了第一部论述公共关系理论的专著《舆论明鉴》,详细阐述了“公共关系咨询”这一概念和“公共关系咨询的两种作用:其一是向工商业组织推荐它们应采纳的政策,这种政策的实施可以保证工商业组织的行为符合社会利益;其二是把工商业组织执行的合理政策、采取的有益社会的行为向社会广泛宣传,帮助工商业组织赢得公众的好感、信任和支持”。^①书中还提出公共关系的原理、实务方法和职业道德守则等。从此,公共关系正式从新闻领域分离出来,成为一门独立的相对完善的新型学科。伯内斯的名言和公共关系理论的核心是“投公众所好”。他认为“投公众所好”是公共关系实务的立足点,主张获得公众的谅解和合作应当成为社会组织公共关系活动的基本信条。以公众为中心,了解公众的喜好,明确公众对组织的期待、要求和态度,确定公众的价值观念,应该是公共关系专业人员和社会组织最基本的工作,而后,按照公众的意愿进行宣传,才能做好公共关系实务。伯内斯对公共关系学说的发展和有效开展公共关系活动的主要贡献是:初步建立了现代公共关系学的理论体系,提出公共关系实务运作应当包括从计划到反馈、最后重新评价等 8 个基本程序,使公共关系活动职业化,程序、方法、技巧规范化。他特别“强调社会科学与公共关系的联系”。

4. 卡特李普的“双向对称”时期

卡特李普强调“双向沟通,双向平衡,公众参与”。1952 年,他和艾伦·森特合著的《有效的公共关系》,是一部集公共关系理论研究成果之大成的代表作,到 2000 年出版了第八版,被译成十多种语言,成为世界畅销书。50 多年来,该书一

^① 熊源伟等:《公共关系学》,安徽人民出版社,2003。



直被人们称为公共关系领域的“圣经”，并在世界各大学被广泛应用于公共关系教学。这部权威著作对公共关系研究有三大贡献：一是提出了“双向对称”的公共关系理论，把公共关系看成社会组织与公众之间的互动过程，揭示了公共关系的本质特征；二是首次提出了公共关系实务的“四步工作法”，即“调研、策划、实施、评估”，奠定了公共关系实务科学操作的理论基础；三是提出了“调整—适应”的公共关系发展模式，即认为任何组织都是在开放的社会环境中存在和发展的，公共关系活动的任务就是帮助组织通过自我调整，更好地适应公众与社会环境。这在很大程度上拓展了公共关系实务和社会组织的发展空间，为现代公共关系职业在美国进入繁荣时期提供了充分的理论指导条件。至此，公共关系学说和公共关系职业活动进一步得以科学化。

现代公共关系理论传播和实务在世界各地的扩展，是从 20 世纪 20 年代以后开始的。随着美国向西欧输入公共关系学说，公共关系理论和实务在欧洲许多国家迅速展开；中美洲、南美洲的一些国家和澳大利亚、新西兰、日本、南非等国，也都活跃着“公共关系顾问”的身影，并先后建立了专门从事公共关系业务的机构。进入 20 世纪 70 年代以后，各种公共关系活动、职业人员、公司已遍布世界主要国家和地区，其势头至今依然方兴未艾。

三、现代公共关系理论在中国大陆的传播与实务开展

公共关系理论传播到我国台湾和香港地区是 20 世纪 60 年代的事情。到了 80 年代初，又传入中国大陆，并呈由南向北、自东向西，先服务行业、外资企业后工业、国有企业、其他社会组织、政府组织的格局和趋势。具体一点讲，中国大陆公共关系理论传播及实务开展，大体经历了四个阶段：

1. 1986 年前的引进传播阶段

中国人的关系情结，使人们对现代公共关系理论和实践活动极为关注；电视连续剧《公关小姐》的播出，使公共关系一夜成名；酒店公共关系活动的开展以及新闻界、学术界及社会各方面的广泛传播，使公共关系学说和实践活动的发展一帆风顺。

2. 1987—1993 年的普及成长阶段

1987 年，中国公共关系协会成立，之后各省市也相继成立公共关系协会。1991 年 5 月，中国公共关系协会在北京召开全国公共关系工作会议，李瑞环等党和国家领导人在给会议的贺词中充分肯定了中国公共关系事业取得的成绩，并指明了今后发展的方向，提出了任务。然而，这一时期中国的公共关系道路是



不平坦的。其特点可概括为内冷外热、内忧外患、内通外联。1991年,中国国际公共关系协会在北京成立,标志着中国公共关系事业已开始与世界接轨,并有了良好的国内发展环境。

3. 1994—1999年的实践发展阶段

这一阶段的特点主要是:公共关系工作开始从宣传接待型走向咨询策划型,引入了CI、CIS组织形象设计的内容,此类市场营销、形象塑造为企业公共关系创造了不凡的业绩。1995年中国高等教育学会公共关系教育专业委员会成立,在高等学校开始了公共关系知识理论传播和人才培养工作;当年,中山大学经教育部批准试办公共关系本科专业。1997年,国家劳动和社会保障部成立了中国公共关系职业审查委员会,正式将中国公共关系职业人员命名为“公关员”,并于1999年把公共关系职业列入《国家职业分类大典》,标志着经过近20年的发展,公共关系职业获得了国家的认可。

4. 2000年至今的稳步提高阶段

其主要特征表现为:国家积极运用公共关系活动推动工作,如申办和举办北京奥运会、上海世博会以及政府举办新闻发布会和加强应急管理;不少企业自觉运用公共关系手段,屡创佳绩;国际公共关系活动的开展,如以中国制造、中国形象为主题在国外举办大型广告宣传展览等。自2000年始,我国开始推广公共关系专业人员上岗资格考试,使“公关员”走上了职业化、专业化的发展道路。到2008年全国至少有公共关系公司1500家,国内公共关系市场的营业额达140亿元。2003年,中国国际公共关系协会宣布,把每年的12月20日定为“中国公关节”。2005年,美国举办了中美公共关系高层峰会。世界著名的公共关系大师格鲁尼格等人多次来华,与中国公共关系界进行对话交流。中国的一些公共关系专家学者也多次应邀出席国际会议,参与公共关系项目的评奖活动,与国外公共关系专家学者进行广泛的交流。

第二节 公共关系的含义、特征及本质

一、公共关系的含义

公共关系或公众关系,其英文为Public Relations,包含两层意思:一是