东北师范大学文库

公共关系学基础教程

耿义成　车广吉　编著

东 北 师 范 大 学 出 版 社
长　春

需要全本请访问 www.ertongbook.com

图书在版编目（CIP）数据

公共关系学基础教程/耿义成　车广吉编著. —长春：东北师范大学出版社，2003.8
ISBN 7-5602-3491-7

Ⅰ.公…　Ⅱ.①耿…　②车…　Ⅲ.公共关系学—高等学校—教材　Ⅳ.G912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2003）第 070676 号

□责任编辑：石　晶　□责任校对：滕阿荣
□封面设计：李冰彬　□责任印制：栾喜湖

东北师范大学出版社出版发行
长春市人民大街 5268 号（130024）
电话：0431—5695744　5688470
传真：0431—5695734
网址：http://www.nenup.edu.cn
电子函件：Sdcbs@mail.jl.cn
东北师范大学出版社激光照排中心制版
印刷厂印刷
2003 年 3 月第 1 版　2003 年 3 月第 1 次印刷
幅面尺寸：140 mm×203 mm　印张：10.75　字数：260 千
印数：001 — 5000 册

ISBN 7-5602-3491-7/C·31　定价：18.80 元

本书系东北师范大学
图书出版基金项目

序

无论是在源远流长的人类文化长河中流淌的公共关系思想，还是成熟于20世纪初的现代公共关系学，在为人类社会物质文明的发展创造极大财富的同时，更为人类社会精神文明的发展注入了无穷的精神力量。

新的世纪，我们迎来了一个以信息化和经济全球化为主要特征的时代，竞争与合作成为这个瞬息万变的时代人际交往的主题。作为一种社会生存工具，公共关系的思想和方法得到越来越多的人们的重视。在中国，由于对公共关系学的研究起步较晚，人们在思想意识、思维方法等方面表现出了对公共关系学的无限渴望。

这样的事实同样对教育提出了严峻的挑战，因为教育不仅要发掘学生的潜质，传授知识，培养技能，养成社会的责任感，还要让我们的学生努力掌握生存的手段，使他们能够很好地适应风云激荡的未来时代对人才提出的各种要求，勇敢而乐观地面对生活，自如而灵活地处理各种关系。这是教育，尤其是高等教育的重大使命，当然，这也是素质教育的必然要求，是人的全面发展的应有之义。

公共关系学是一门交叉性、综合性、应用性和实践性都很强的新兴学科。东北师范大学耿义成教授、车广吉教授对这一学科多年潜心研究，并在教学领域进行了积极的探索和实践，在此基础上编著了这部《公共关系学基础教程》。这部著作是他们辛勤

的汗水和智慧的结晶。

《公共关系学基础教程》以马列主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，贯彻了“培养德智体美全面发展的社会主义劳动者和专门人才”的教育方针，并且集中了其他公共关系学理论和实务工作优点，重在创新，特色鲜明。我衷心地希望这部著作能为研究和探索适合我国国情的公共关系学做出贡献，也希望它能成为广大青年学生学习和生活的良师益友。

谨此为序，恭致祝贺。

东北师范大学党委书记

2003 年 1 月 13 日

需要全本请访问 www.ertongbook.com

前　言

《公共关系学基础教程》一书，不仅吸纳了前人公共关系学理论和实务工作中的优点，而且结合中国国情，有所创新，把马列主义、毛泽东思想、邓小平理论和江泽民“三个代表”思想贯穿于全书的内容之中，形成自己的鲜明特色。

全书依据高等学校培养学生德、智、体全面发展，努力成为有理想、有道德、有文化、有纪律的社会主义事业的建设者和接班人的目标要求，针对学生存在的客观实际问题，从理论到实务工作，从宏观理论到微观理念，注重了对学生能力的培养，具有较强的针对性。

全书由公共关系学理论和公共关系实践活动两方面有机结合构成。从总分的关系入手设章立节。例如：绪论是全书的理论和实践问题的总体概述；第一章现代公共关系的历史发展，既追述了人类社会“类”公共关系思想和实践活动发展的历史过程，又重点地强调了现代公共关系产生和发展的民主政治、市场经济、社会技术和历史文化等条件；第二章至第五章，详细地论述了公共关系的主体及其功能、公共关系的客体和公共关系的手段等基本理论问题；第六章至第九章，认真地分析了现代公共关系工作的基本程序；最后一章，明确地指出了社会组织及公关人员应注意的基本礼仪问题。全书结构合理，逻辑性强，形成了一个完整的体系。为了便于学生和自学者学习，每章后面附有思考题。

该书的问世，不仅为我们建立有中国特色社会主义公共关系

学理论框架结构，而且为广大读者特别是高等学校的学生学习公共关系学提供了一本有价值的实用教材。

本书在编写过程中使用了有关著者的材料，一并表示谢意！敬请广大读者和专家们批评指正。

编　者

2002.12

绪　论

“类”公共关系活动是伴随人类组织和群体活动的产生发展同步而行的。在原始社会中，各部落的酋长们常利用击鼓的声音和踏步的曲调，把群众集合起来，然后向他们进行部落群体意识的宣传，让他们疯狂地冲向敌人，并拼命厮杀；或者抵御来自自然灾害和野兽的袭击。在奴隶社会中，我国的商代盘庚迁殷，周代公刘迁豳，皆在迁都前对其部族进行宣传动员，使百姓能及时准确地理解他们的意图，主动配合他们搞好搬迁活动。在奴隶社会向封建社会转变时期，“类”公关思想和活动已有较高的水平，如：春秋时期的《子产不毁乡校》，战国时期的《冯谖客孟尝君》等例，均堪称是“类”公关的精品。在西方文明古国，这种“类”公关活动也皆然如此。在古希腊，一些王公贵族为树立自己的形象而专门雇佣一批文人墨客替他们写赞美诗，这些诗人被认为是最早的“公共关系人员”。古罗马的凯撒大帝在进军高卢时，用大众语言写成战报，在罗马广场上广为传播，所以人们称他的《高卢战记》是第一流的“公共关系实务”小册子。在伊拉克考古发掘的“农业公告”，表明西方社会已出现了利用宣传资料去影响公众观点或行动的“类”公关活动。在封建社会中，我国的“类”公关思想和实务更加活跃，如秦时刘邦的“约法三章”，西汉时期张骞的通西域之行，东汉时期班超通使西域的外交活动，三国时期诸葛亮的“舌战群儒”，西晋时期晋文王司马昭的“护阮义举”，东晋时期王导丞相的“新亭对泣”，五胡十六国时期苻坚淝水败北

的历史教训，南北朝时期齐明帝肖鸾的“假节俭丢位”，北魏孝文帝元宏的“均田制”与“三长制”，隋时隋高祖杨坚器重苏威，唐代时期唐太宗李世民的“贞观之治”，五代十国时期南唐的清淮节度使刘仁赡不因亲情而毁法，北宋时期宋太祖赵匡胤的“杯酒释兵权”，南宋时期的苏武出使金国，元朝忽必烈痛骂降将无耻，明代时期明太祖朱元璋的重民思想，清朝皇帝康熙统一台湾的英明决策等例，足以证明我国封建社会“类”公关思想和实践活动的能力。但这种“类”公关与现代公共关系仍有一定的差距，作为现代公共关系理论和活动，必须具备民主政治、市场经济、社会技术和历史文化四大条件。

19 世纪 30 年代，美国人本杰明·戴伊创办了第一份面向广大群众的通俗化报纸——《纽约太阳报》，从而掀起了一场“便士报运动”。之后，工商企业为节省广告费，聘请记者作为自己的新闻代理人，利用媒介进行“免费宣传”，这样，廉价媒介便引发了一场“报刊宣传活动”。这种“报刊宣传活动”便是现代公共关系职业化的雏形。因为它在客观上造就了一批商业性的，并逐渐职业化的专业传播人士，即报刊宣传员队伍。19 世纪末，美国资本主义发展进入高度垄断阶段，垄断资本家强取豪夺，激化了劳资矛盾，损害了社会公众利益，引起了公众舆论的强烈不满。为此，大众传播界发动了一场旷日持久的“揭丑运动”。这次运动促进了现代公共关系职业化的进程。1903—1906 年，“现代公共关系之父”美国人艾维·李与朋友开办的宣传顾问事务所，标志着现代公共关系职业化的开始，并确立了现代公共关系职业规范化的实践基础。1923 年，美国学者爱德华·伯纳斯《舆论之凝结》一书问世，奠定了现代公共关系学理论的基础。1952 年，美国学者卡特利普和森特《有效的公共关系》一书的发表，提出了“双向对称”的理论，使现代公共关系学理论更加系统化。正是在现代公共关系实践活动规范化和学科理论系统化

的作用下，仅数十年间，现代公共关系便呈现出了燎原全球的强劲势头，作为一门新兴学科令世人瞩目。

上个世纪80年代初，“公共关系”这个陌生的概念，悄悄地离开欧美大陆通过我国改革开放的窗口进入了“龙”的故乡。它带来了春的气息，掀开了中国“类”公关宝藏的覆土，犹如地下的岩浆喷涌而出，形成了滚滚的公关热浪。这突如其来的新生事物，并没有令国人惊呆，更没有使国人恐慌，他们像拥抱自己久居国外的儿女，紧紧地把它揽在怀中，用亲情笑吻它的脸庞。20多年来，它像一朵美丽的鲜花，在改革细雨的滋润中，在开放春风的吹拂下，从四季鲜花盛开的南海边陲到美丽富饶的松花江畔绽放，从碧波荡漾的东海之滨到峰峦起伏的天山脚下飘香。我们相信，在我国社会主义市场经济的条件下，民主政治的环境中，传播技术走高的时代里，传统“类”公关思想和实践的基础上，现代公共关系的理论和实践将会在社会主义现代化建设中更加灿烂辉煌。

现代公共关系的思想和活动，是人类“类”公共关系思想和实践活动不断演化和发展的必然产物，在一定的社会条件下，是其思想理论化、系统化、科学化，实践活动系统化、规律化、规范化的集中体现。在理论方面，不仅对其基本含义有了明确的界定，而且对其基本理论的形成有了科学的认定。在实践方面，不仅对其行为活动有了规律性的认识，而且对其活动有了规范化的要求。为了使我们能科学地认识和理解现代公共关系的理论，自觉地实践公共关系的活动，我们将在绪论中对其基本的理论和实践问题加以介绍。

第一节　公共关系的概念

一、公共关系的含义

“公共关系”一词是中国大陆改革开放后的“舶来品”，英文是“public relations”，缩写（PR）。“public”既可以译为“公共的”，又可以译为“公众”；“relation”译为“关系”，加“s”即形成复数。“public relations”，既可译为“公共关系”，也可译为“公众关系”，但目前我国更多的人将其译为“公共关系”。这种译法既能适应大多数人约定俗成的客观实际，又能准确地反映社会组织与公众结成关系的根本属性。

二、国内外较有代表性的公共关系定义

（一）国外有代表性的公共关系定义

由于有关专家和学者在透视公共关系定义时所揭示的角度和理解程度的不同，因此在语言表述上自然有所不同。有人说有一本公共关系学著作就有一个定义，这种说法虽然有点夸张，但目前公共关系的定义至少有近千种。下面我们介绍几种在国外有代表性的定义。

1. 国际公共关系协会曾提出这样一个定义：“公共关系是一项经营管理的功能，属于一种经常性与计划性的工作，不论公私机构或组织，均通过它来保持与其相关的公众之了解、同情和支持，亦即审度公众的意见，使本机构的政策与措施尽量与之配合，再有计划地运用大量资料，争取建设性的合作，而获取共同利益。”

2. 1978 年 8 月 8 日至 10 日，在墨西哥城召开的世界公共关系大会上通过的定义为：“公共关系的实施是分析趋势，预测后果，向组织领导人提供咨询意见，并履行一系列有计划的行动以服务于本组织和公众共同利益的艺术和社会科学。”

3. 美国公共关系协会征询了 2000 多名公共关系专家的意见，从中选推四则定义：

（1）首先，“公共关系是一个人或一个组织为获取大众之信

需要全本请访问 www.ertongbook.com

任与好感，借以迎合大众之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项工作”。

（2）“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。”

（3）“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的这样一种经常不断的工作。”

（4）美国《公共关系新闻》认为：“公共关系是一种管理当局的职能。这种职能是估量公众态度，使一个机构的政策与程序和公众利益一致，并执行一连串有计划的行为以赢得公众的了解和接受。”

4. 英国公共关系学会下的定义是：“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。”

5.1976 年，美国公共关系研究和教育基金会资助者莱克斯·哈罗博士在收集和分析了 472 种定义后为其下的定义是：“公共关系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、理解、认可与合作；它参与处理各种问题与事件；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；它作为社会趋势的监测者，帮助企业保持与社会同步；它使用有效的传播技能和研究方法作为基本工具。”

6. 现代公共关系理论的奠基人之一——爱德华·伯纳斯认为：“公共关系是处理一个团体与公众（决定该团体活力的公众）之间的关系的职业。”

7. 美国著名的公共关系研究权威卡特利普和森特所下的公共关系的定义是：“公共关系是一种管理职能，是确定、建立和

维持一个组织与决定其成败的各类公众之间的互利关系。”

8. 美国著名的公共关系学者詹姆斯·格鲁尼格认为：“公共关系是一个组织与它的相关公众之间的传播管理。”

9. 美国普林斯顿大学教授蔡尔兹认为：“公共关系是我们所从事的各种活动，所发生的各种关系的统称——这些活动与关系都是公众性的，并且都有其社会意义。”“公共关系是为了公众的利益，协调和修正我们个人和企业那些具有社会意义的行为。”

10. 英国著名的公共关系学者弗兰克·杰夫金斯指出：“公共关系是由为达到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，既是向内的，也是向外的。”

（二）国内有代表性的定义

1. 明安香在《塑造形象的艺术——公共关系学概论》中写道：“所谓公共关系，就是一个企业或组织，为了增进内部及社会公众的信任与支持，为自身事业发展创造最佳的社会环境，在分析和处理自身面临的各种内部外部各项关系时，采取的一系列政策与行动。”

2. 余明阳在全国通用教材《公共关系学》中作的定义为：“公共关系是社会组织为了塑造组织形象，通过传播、沟通手段来影响公众的科学和艺术。”

3. 廖为建在《公共关系学简明教程》一书中表述为：“公共关系（公众关系）即组织在经营管理中运用信息传播沟通媒介，促进组织与相关公众之间的双向了解、理解、信任与合作，为组织机构树立良好的公众形象。”

4. 王乐夫、廖为建等人在《公共关系学》一书中的定义是：“公共关系是一种内求团结完善，外求和谐发展的经营管理艺术。即一个社会组织在自身完善的基础上，运用各种信息沟通传播的手段，协调和改善自身的人事环境和舆论气氛，使本组织机构的

各项政策、活动和产品符合相关公众的需求，争取公众对自己的理解、信任、好感与合作，在双方互利中共同发展。”

5. 居延安等人在由他们编著的《公共关系学》一书中认为：“公共关系是一个组织在运行中，为使自己与公众相互了解、相互合作而进行的传播活动和采取的行为规范。”

6. 翟向东在《中国公共关系教程》中表述为：“如果把中国公共关系的含义作一广义的概括，即中国的公共关系是在建设有中国特色的社会主义理论指导下，社会组织（党的组织、政府、企业和事业单位、团体等）通过沟通信息，协调利益，化解矛盾，理顺和改善人际、社际、国际间在经济、政治、文化、科技等方面的关系，调动一切积极因素，促进社会主义物质文明和精神文明建设的一门科学。”

7. 台湾学者祝振华给公共关系界定的定义为：“五伦以外人类关系，谓之公共关系。”

8. 李道平等著的《公共关系学》中认为：“公共关系是社会组织为了寻求良好合作与和谐发展，通过形象塑造、传播管理、利益协调等方式，同相关的公众结成的一种社会关系。它包括政府与社会各界的关系、企业与消费者及有关客户的关系、领导与员工的关系等等。”

我们认为公共关系是：“一切社会组织为了树立其良好的公众形象，采取有效的管理手段，通过各种传播媒介与自己的相关公众建立互通信息、互相信任、相互合作、平等互利关系的一种社会客观状态。”

三、国内外公共关系定义的分析和概括

以上我们列举的中外有关公共关系定义的代表性结论，基本上反映了公共关系学界已有的丰硕成果。我们认真分析和概括这些定义的时候，不难看出它们是从“公共关系是什么”、“公共关系有何特征”、“建立公共关系的目的是什么”、“怎样建立和维系

公共关系”等方面来表述“公共关系”的。

（一）公共关系是什么

我们通过分析将其概括为：

1. 公共关系是一种管理功能或职能。

2. 公共关系是一种人类关系。

3. 公共关系是一种工作。

4. 公共关系是一种职业。

5. 公共关系是一种技术。

6. 公共关系是一种科学和艺术。

7. 公共关系是一种行为或活动。

8. 公共关系是一系列的政策。

（二）公共关系的基本特征

我们通过分析将其揭示的基本特征概括为：

1. 公共关系是社会组织与公众结成的关系。

2. 公共关系的社会组织与公众具有相关性。

3. 公共关系具有公共性。

4. 公共关系具有互利性。

5. 公共关系具有连续性。

（三）建立和维系公共关系的目的

我们通过分析认为不同的定义其表述各有所不同：

1. 传递、交流信息，增进相互了解。

2. 获得理解，改善态度。

3. 塑造组织形象。

4. 服务公众。

5. 争取支持，赢得合作。

6. 互惠互利，实现共同利益平衡。

7. 求生存谋发展，与社会保持同步。

8. 加强管理，保持组织持续稳定的发展。

（四）如何建立和维系公共关系

我们通过分析认为他们对此做了下列描述：

1. 运用信息沟通与传播手段。

2. 社会组织与公众进行双向交流。

3. 对社会组织自身和公众进行协调。

四、对已有定义的评价

我们运用马克思关于辩证唯物主义的思想，去评定各种公共关系的定义时，可从合理有价值和不完善有问题两方面来认定。

（一）已有定义的价值方面

有关专家或学者站在不同的时期从不同的角度界定公共关系的定义，或多或少地对其属性、特征等进行了揭示和反映，这对人们认识、了解公共关系起到了积极引导的作用，为人们从事理论研究打下了基础，提供了条件，对他们的实践活动同样起到了指导和推动的积极作用，产生了很有价值的影响。比如，很多定义不仅明确地表述了公共关系是社会组织与相关公众的联系，而且强调了为树立组织的公众形象，需要通过信息的双向沟通而实现组织的管理目标等等。这对人们把握公共关系最基本的特征有着极为重要的指导作用。

（二）已有定义的问题方面

1. 概念不清，表述混乱。英语“public relations”一词有多重含义，当我们把它们翻译成汉语时，没有进行概念的区分，仍然一词多用，“公共关系”既指“公共关系”本身，又指“公共关系学”、“公共关系活动”、“公共关系工作”、“公共关系职能”和“公共关系状态”等等，把“公共关系”一词当做“公共关系”很多派生词的代用词。实际上，这些派生词与“公共关系”是有差别的，每个词都有自己特有的含义。不作区分只用一个词来表述，必然会造成混乱。

2. 对公共关系的根本属性和本质特征虽有揭示但显不足，

表述不突出。

3. 观察、研究的角度、层面不同，有的从管理的角度，有的从传播角度，有的从利益层面，有的从信息层面等，对公共关系概念的核心内容没有形成较为一致的看法。

4. 有些定义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等，出现了一些不规范的定义。

上述几种情况说明人们在界定公共关系时尚存在着不同程度的问题。

第二节 公共关系的几层含义

我们只有掌握了“公共关系”的不同含义，才能更深刻地理解“公共关系”。它的基本涵义有“公共关系观念”、“公共关系活动（实务）”、“公共关系状态”和“公共关系学”。

一、公共关系观念

观念是指客观事物在人脑里留下的概括的形象。公共关系观念是指客观的公共关系状态和能动的公共关系活动在人们思维中的反映，并以观念和文化的形式，构成经营管理中的一种价值观念、行为准则和道德规范。它影响和指导着个人或组织决策与行为的选择取向，从而反作用于人们的公关活动，并间接影响着实际的公关状态。

公共关系观念是公共关系思想形成的基础，也是公共关系活动的先导。人们只有自觉地意识到公共关系状态的客观性和公共关系活动的重要性，才能形成一定的公关观念或公关意识，其中主要有形象意识、公众意识、传播意识、协调意识、互惠意识等等。

形象意识指社会组织在决策和行为中高度重视声誉和形象，

需要全本请访问 www.ertongbook.com