

公共关系学概论

樊泳雪 编著

四川大学出版社

2006 年·成都

前 言

公共关系学是研究组织与相关公众之间相互传播沟通的行为、规律和方法的一门学科。它是管理学、传播学、社会学、心理学、市场营销学等学科相互交叉、融合而产生的一门综合性、应用性的新兴前沿学科。

公共关系学具有特殊的管理功能，即通过组织形象的有效管理来提升组织的无形资产。它关注的是政治、经济、环境、技术乃至整个社会系统的运作，同时，在不同的社会层面均表现出它广泛的可参与性、协调性、传播性以及塑造形象的专业特征。因此，在现代社会中，公共关系被广泛应用于各行各业，成为现代组织塑造良好的公众形象，谋求更好的生存和发展的当然手段。

当今世界正发生复杂而深刻的变化。经济全球化、政治多极化、文化多样化和信息网络化，正在成为这个时代的重要特征。公共关系将越来越成为现代组织参与社会竞争的重要手段，它在经济与社会生活中的作用将越来越大，任何组织要想求生存、求发展，必须重视学习和应用公共关系的知识与技巧，积极开展公共关系活动。同时，公共关系对于每一个人来说，无论从事什么工作，都要与组织、与他人相处，广交朋友、化解矛盾、处理危机等。因此，公共关系也是指导人们日常行为，调整人际关系，增强自身社会适应性的一种有效工具。作为大学生，为了提高自身的科学素质与人文素质，为了适应社会、提高自身综合竞争力，不论学什么专业，实际上也都应该掌握与了解一定的公共关系知识与技巧，只有这样，才能为今后成功地走向社会、适应社会、参与社会竞争创造良好条件。为了让大学生学好相关知识，

我们编写了这本教材。

本书由樊泳雪拟定写作提纲、统稿、审定，并写作前言、第一章、第二章、第三章、第四章、第五章、第六章、第九章。杨晶写作第七章、第八章、第十章。

本书的编写，参考与借鉴了众多专家学者的著作以及网上的资料，在此我们深表谢意。

公共关系学学科发展很快。要编著一本好的教材，对于我们来说难度很大，加之时间紧、水平有限，缺点和不足在所难免。希望专家、学者、同行和广大读者批评指正，我们表示衷心的感谢！

编者

2006 年 6 月

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 公共关系的含义	(1)
第二节 公共关系的相关学科与范畴	(12)
第三节 公共关系学	(20)
第二章 公共关系的起源和发展	(35)
第一节 公共关系的起源	(35)
第二节 公共关系思想的发展过程	(45)
第三节 现代公共关系的传播和发展	(50)
第三章 公共关系的职能与作用	(71)
第一节 公共关系的职能	(71)
第二节 公共关系的作用	(84)
第四章 公共关系构成要素	(91)
第一节 公共关系的主体——社会组织	(91)
第二节 公共关系的客体——公众	(99)
第三节 公共关系的手段——传播与沟通	(112)
第五章 公众的心理研究	(129)
第一节 公共关系心理概述	(129)
第二节 认知与公众行为	(135)
第三节 需要与公众行为	(145)
第四节 态度与公众行为	(153)

第六章 公共关系组织机构与从业人员·····	(168)
第一节 公共关系组织机构·····	(168)
第二节 公共关系专业人员·····	(180)
第七章 公共关系的运作过程·····	(216)
第一节 公共关系调查·····	(216)
第二节 公共关系策划·····	(236)
第三节 公共关系实施·····	(248)
第四节 公共关系评估·····	(256)
第八章 公共关系日常事务·····	(272)
第一节 公共关系日常工作·····	(272)
第二节 公共关系专项活动·····	(279)
第三节 公共关系危机管理·····	(294)
第九章 政府公共关系·····	(311)
第一节 政府公共关系的含义、特征·····	(311)
第二节 政府公共关系的职能、原则和意义·····	(315)
第三节 我国政府公共关系·····	(326)
第十章 企业公共关系管理·····	(337)
第一节 企业公共关系广告·····	(337)
第二节 企业形象管理·····	(350)
主要参考书目·····	(376)

第一章 绪 论

第一节 公共关系的含义

到底什么是公共关系，一百多年来有多种说法。“公共关系”一般简称为“公关”，它最早出现于 1807 年美国的《韦氏新九版大学辞典》中。它源自于英文的 Public Relations，缩写为 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”，也有学者将它们译作“公众关系”，但更多的人使用“公共关系”一词。其实译作“公众关系”在含义上更为直接，因为这个词的本义就是指一个组织与公众之间的关系。由于“公共关系”译名广为流传，是语言的约定俗成，我们就此使用“公共关系”。

根据国内外 20 多年的研究，对公共关系的界定至少可以归结为以下五种。

1. 公共关系是一门学科

1923 年，美国著名公关专家爱德华·伯尼斯出版了世界上的第一本公关专著《公众舆论的形成》，并在纽约大学开设了公共关系课程。在这里，他把公共关系作为一门学科。

2. 公共关系是一种思想意识和观念

组织公共关系状态的现实存在，公共关系理论和实践的不断发展，使公共关系的思想和观念逐步被人们接受和认识，并成为人们的一种自觉的行动。

3. 公共关系是一种职业

1903年，当美国公共关系专家艾维·李开办第一家宣传顾问事务所，以收费的形式为企业进行公关活动时，公关职业便由此正式出现了。所以，艾维·李又被称为“现代公共关系之父”。

4. 公共关系是一种客观状态

这是说公共关系是一种客观现实，从组织建立时就有的，不管人们是否意识到，它都会影响到组织的存在和发展。

5. 公共关系是一种活动

当人们逐步认识到组织内外的关系环境对于组织的生存和发展的重要性时，就产生了大量的公共关系活动。按现代公共关系的说法，公共关系的实际事务开始大量产生。组织有意识的公共活动的出现，为公共关系的发展起到了强大的推动作用。

从上面可以看出，人们对“公共关系”的理解是不同的。那么，到底如何理解和把握公共关系的概念呢？这必须从公共关系的定义着手来加以解决。

一、公共关系的定义

由于公共关系的学科综合性，关于公共关系的定义，不同的研究者从各自不同的学科背景出发，给公共关系下了不同的定义。下面介绍一些具有代表性的定义。

（一）墨西哥定义

1978年8月，在墨西哥城召开的世界公共关系协会大会上，与会代表一致同意：公共关系是分析趋势、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为以服务于公众共同利益的一门艺术以及社会科学。这指出了公共关系是一门艺术和社会科学。

（二）国际公共关系协会的定义

该协会认为，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的了解、同情和支持，也即审度公众的意见，使本机构的政策、措施尽量与之配合，再运用有计划的大量资料，争取建设性的合作，从而获得共同利益。

（三）康菲尔德的定义

美国贝逊企业管理学院公共关系学系主任康菲尔德指出：公共关系就是一种管理思想，即在所有决策和行动上，都要以公众利益为前提。这一原则必须体现在政策上，并向社会大众阐述，以获得大众的理解和信任。

（四）雷克斯·哈罗的定义

美国著名的公共关系学者雷克斯·哈罗博士，在综合分析了472条定义后，提出了自己对公共关系的界定。他认为，公共关系是一种独特的管理职能。它帮助一个组织建立并维持与公众之间双向的交流、理解、认可与合作；它参与处理各种问题与事件；它帮助管理者及时了解公众舆论，并对之做出反应；它明确并强调管理部门为公众利益服务的责任；它作为社会变化趋势的监视系统，帮助管理者及时掌握并有效地利用社会变化，保持与社会变动同步；它运用健全的、正当的传播技能和研究方法作为主要的工具。

（五）蔡尔滋的定义

美国普林斯顿大学资深的公共关系专家蔡尔滋教授认为，公共关系是我们所从事的各种活动、所发生的各种关系的总称，这些活动与关系都是公众性的，并且都有其社会意义。也就是说，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。

（六）卡特利普与森特的定义

美国公关学者卡特利普和森特认为，公共关系是一种管理功

能，它确定、建立和维持一个组织与决定其成败的各类公众之间的互益关系。与此同时，英国著名公关学者弗兰克·杰夫金斯认为，公共关系就是一个组织为了达到与它的公众之间相互了解的确定目标，而有计划地采用的一切向内和向外的传播沟通方式的总和。

当代美国公共关系学术权威，马里兰大学的詹姆斯·格鲁尼格教授认为，公共关系是一个组织与其相关公众之间的传播管理。

（七）笔者的定义

国内著名的公共关系理论家廖为建、居延安、祝振华等从不同的角度也给公共关系下了不同的定义。

我们认为：公共关系就是组织为了其生存发展，通过双向沟通的方式，与相关公众建立的互动关系。其目的在于获得公众的了解、理解、认同与支持。

这一界定包含了如下特性。

1. 揭示了公共关系的主体是组织

任何公共关系的承担者、实施者、行为者都是组织。所以，在这个意义上讲，公共关系的主体是组织。无论什么组织，无论是否进行公关活动，不论是否具有公关意识，它都处在特定的公共关系状态之中。必须明了的是：公共关系是一种组织的活动，而不是私人与个体的事务；公共关系涉及的是组织的愿景、目标、战略、计划、组织、方法、人员、内外环境的变化以及预测与分析等，而不是停留于个体层面。当然，在中国这种特殊的文化背景下，现实的个人层面的人际关系，也可以利用于为实现组织目标服务。但是，必须注意的是，在理解公共关系的时候，其行为主体是组织而非个人，应该从组织和管理的层面去认识和理解公共关系。

2. 揭示了公共关系的主要手段是双向沟通

这里一定要注意，公共关系的主要手段是借助各种媒介，最终实现组织与公众之间的双向沟通。一方面，组织借助一定的传播手段，把有关组织的信息及时、准确地告知公众；另一方面，组织又要通过相关的手段，把公众对组织的认知、了解、看法、建议反馈给组织。真正实现组织与公众之间的双向沟通，促成相互间的了解、共识、好感与合作。传播沟通既是公共关系的方式，也是公共关系的过程。公共关系作为一种管理方式和经营技艺，它的主要特点就是运用传播沟通手段去适应环境、影响公众、树立组织的良好形象，以此赢得公众的理解、认可与支持。

3. 揭示了公共关系的对象是相关公众

任何活动都有指向性，公共关系活动也是如此。公共关系活动的对象，就是与组织的生存和发展相关的公众。这里的公众涉及个人、组织、群体。它们构成了组织的公众环境。组织的公共关系工作总是针对这个公众环境进行的。公众作为公共关系的对象和客体，并不是完全被动的。各类公众对象都是有意志、有诉求和有行为的个体、群体和组织，它们会主动地采取行动来表达自己的意志和要求，从而对公共关系的主体形成压力。

4. 揭示了公共关系的目的是为了获得公众的了解、理解、认同与支持

一个组织通过有意识的公共关系活动，主要是向公众阐述自己的经营宗旨、理念、价值追求以及产品与服务。目的在于让公众接受与认可，因为，公众对于组织而言是衣食父母，是上帝。公众是否接纳与认可组织，直接关系到组织的生存和发展。所以，组织一切公共关系工作的出发点和最终归宿都要围绕是否赢得公众的了解、理解、认同与支持来展开。总之，谁赢得了公众谁就赢得了市场，谁失去了公众谁就失去了一切。这既是一切组织应当具有的经营理念，也应当是一切组织的行为准则。

二、公共关系的基本特性

公共关系作为一种客观存在，必然有区别于如师生关系、商品关系的基本点，这些基本点就构成了公共关系的特殊属性。我们研究和把握公共关系的基本特性，将有助于我们更好的认识和了解公共关系。而要把握公共关系的基本特性，必须先弄清公共关系的一些基本问题。

（一）公共关系的基本问题

1. 从公共关系的职能上看，主要是处理组织与相关社会公众关系的活动

所谓的关系是指人与人、事物与事物、人与事物间的某种相互作用、相互影响的状态或联系。对于社会，人们可以从各个角度来了解、认识它。从事物联系的角度看，只要有社会的存在，就有一定的社会形态，有形态就必然有其基本的结构。所谓的结构就是由各种因素相联系着的整体。从这个意义上看社会，社会就是一个由各种因素互相联系着的网络。

公共关系所处理的是相关社会组织的社会关系问题，它是以社会组织为基本单位而不是以个人为单位的在社会的关系网络中所进行的活动。在这错综复杂的关系网络中，每个组织机构的存在和活动形成了自己的公共关系，影响到自己的公众，同时公众也影响制约着这一组织的活动和发展，成为这一组织生存、发展的社会环境。组织的存在和活动就形成了对内的职工关系、股东关系；对外的顾客关系、政府关系、新闻界关系、教育界关系以及各种社会团体关系等等。

在这种关系网络里，关系状态是任何实际存在的社会组织机构都具有的一种伴随现象，任何机构一旦存在就都必然处于某种公共关系状态之中。在这样的情势下，任何社会团体要想求得生存与发展，不管你愿意不愿意，自觉不自觉，每天都得处理这些

复杂的社会关系问题。只有科学地处理好这些关系，才能创造出最佳的社会关系环境来保证事业的成功。各组织所开展的活动目标虽有所不同，所针对的公众对象虽各有侧重，但其实质上都是在争取各自公众的理解与支持，都是力图处理好与自己公众的社会关系，为自己创造更好的生存和发展的社会空间环境。从这个意义上看，公共关系是一种处理关系的艺术或科学。

2. 从公共关系活动的前提考察，强调组织与公众利益的共同与一致

公共关系与一般人际关系，特别是中国传统的人际关系不同。公共关系不是以血缘、地域等因素为基础的，而是以一定的利益关系为基础。

一个组织机构的公众对象，均是与该组织机构目标和发展具有一定利益关系或有影响、有制约力的个人、群体或组织。这种以一定利益关系为纽带建立起来的双方关系，要求其相互支持，就得特别强调利益一致，这一公共关系至关重要的前提。

只有利益的一致才能赢得支持，才能求得共同发展。只有求得共同发展，建立良好的公共关系才有牢靠的基础。

许多组织所开展的活动之所以能成功，之所以能被称之为公关活动，就在于这些活动不但顾及到这些组织的利益，而且也符合他们各自公众的利益，符合社会发展的根本利益。反之，如果离开这些基本的前提，为一己私利而进行鼓吹，不但终将失败，而且也称不上是公共关系。对公众利益的维护与增进，不但是公共关系活动成功的保证，而且也是当代公共关系活动的最高伦理标准。

3. 公共关系活动的最根本目标，就是要树立组织良好的形象

一个组织机构的各种管理职能都有着自身特定的目标。例如，一个企业的各管理职能，有的是以经济为目标，有的是以技

术等为其特定目标的。而公共关系这种管理职能，则是以树立适合于本组织机构生存和发展的最优形象为自己的目标。

这种以组织机构形象为目标的传播活动与一般单纯为推销某种产品、劳务，或宣传灌输某种观念的组织传播活动有着根本的区别，它是一个组织战略目标的最重要的组成部分。形象的好坏给组织带来的影响绝非是多销点或少销点产品，而是牵涉到整个组织的生存和发展的社会环境问题，如职工的士气、资金来源、人才的利用、消费者态度、销售渠道、政府关系、媒介关系以及在社区中的地位等问题。只有树立起一个能被最广大公众所接受、得到公众尊敬的组织形象，组织与社会各界的良好关系的建立才成为可能。

4. 公共关系的主要手段是双向的传播沟通

要实现公共关系的目标，从长远和根本上来说，既不能靠请客送礼、贿赂收买、拉关系走后门，也不能靠自吹自擂、说大话欺骗公众。它所采用的是现代科学的运用信息、传播信息的理论和方法，以此来协调组织机构的各种社会关系。例如，靠传播学的方法监察环境，及时向决策层提供公众关系的信息和社会环境变化的信息。又如，它可设计制订组织机构内部合理的传播体系，来正确地解决职工与组织机构的关系，调动职工的积极性，提高管理效率、工作效率。同时，它也可以科学地利用各种传播渠道、传播方式，向外界提供组织机构的信息，使外界了解企业，建立对企业的好感和信赖。

作为一种活动，公共关系本质上是一种组织传播行为，是一种以塑造组织形象为目标的组织传播行为。作为组织机构一种管理职能的公共关系，它和经济管理采用经济手段来协调经济运行、技术管理采用技术手段来协调生产是很不一样的，手段的不同是公共关系区别于其他管理职能的一大特征。

5. 公共关系活动是持续进行的过程

公共关系活动的这种形式特征是由其目标的内容所决定的。公共关系是以树立形象为其目标，组织形象的树立又并非一朝一夕的努力，也不是一曝十寒的推行所能达到的。它必须是经过有计划、有组织、持久的努力方可实现。它是一种战略性的、长期性的工作，因此，其活动形式也就必然表现为一种持续不断的过程。

6. 公共关系活动效果应是全面、长期和稳定的

公共关系管理是从组织的全局出发，靠协调组织机构的各种社会关系，靠长期扎扎实实的工作，靠提高组织机构的各种机能来取得效果的。由于公关工作是从组织机构的全局出发的，所以工作一旦取得效果也就带有全面性的特征；又由于效果是靠长期扎实工作，持续不断的努力而成的，所以效果也就较为稳定和长久。

（二）公共关系的基本特征

我们可以总结归纳出不同的公共关系活动所共有的一些共同特征，即基本的特征。这些特征主要表现在以下几个方面。

1. 客观性

公共关系的客观性是由社会关系的客观性影响和决定的。从社会整体的角度考察，任何社会都是由一定量的人群所组成的，社会就是人与人相互交往、相互影响和相互作用的产物。人们在共同的物质生产与精神生产等活动过程中彼此间结成各种各样的社会关系。这些各种形态的社会关系实际是不以人的意志为转移的客观的物质关系。公共关系是由组织与相关的个体、群体、组织之间的互动而形成的关系，它与社会上的个人关系、社会关系一起，构成了社会关系的大的系统。而现代社会又是高度组织化的社会，各类社会组织已经成为全部社会生活领域中占据主导地位的群体形式，它的社会作用越来越明显。社会组织在其生存、

发展的过程中，对环境的依赖也不断增强，双方处于持续的相互作用之中。社会组织必须不断地从外界环境中获得相关信息与能量，用以维持自身组织的生存和发展；同时，社会组织还必须通过内部转换过程向外界提供可以接受的信息，以保持与外部环境的动态平衡和良性循环。而要很好地完成这个双向沟通的目标，就必须建立和维持良好的公共关系。总之，公共关系的产生和发展，有其客观必然性，它是客观存在的，不以人的意志为转移的。

2. 公共性

公共关系是社会组织与相关的个体、群体及组织发生的联系。在当代社会，社会组织是社会群体的主要存在形式。社会组织面临的外部环境，是指组织界线以外的一切影响组织活动的因素。从公共关系的角度看，主要指组织的相关公众。社会组织的结构、功能、目标，社会组织与环境互动的目标以及产生的影响，与个人的、私人的关系相比，具有更高的层次和水平。也就是说，它不是个体私人性质的，而是属于社会的，具有社会意义的。公共关系活动的主体、作用对象都是组织，相互沟通的媒介主要是大众传播媒介，活动的目的是为组织和公众谋利益，是公众性和公益性的。因此，我们认为，公共关系具有明显的公共性特征。

3. 稳定性

社会组织与公众的关系是长期存在的，不仅为了谋求眼前利益，而更主要的是考虑长远利益。公共关系的建立与维持，是一种连续的、持久的、有计划的努力。从宏观上看，社会组织与公众互动是长久的；从微观上看，社会组织同某种公众对象建立起关系后，不会很快解除这种关系，而要尽力维持下去。所以，公共关系具有一定的稳定性。

4. 相关性

社会组织与公众建立关系不是随意的、随机的，而是有明确的对象性和指向性的。公共关系是在社会组织与相关的公众之间建立起来并维系下去的。这里所谓的相关性，就是指某类社会群体的共同利益被某一社会组织的政策和行动所影响；反过来，这类社会群体的舆论和行为也制约着这个社会组织，甚至决定着这个社会组织的生存和发展。

5. 间接性

社会组织与相关公众的联系往往是不能直接地、面对面地进行的，一般要通过一定的媒介才能互动。客观地讲，人与物都可以充当这种媒介。一个单位派出人员前往相关组织或群体游说、洽谈，这是以人为媒介。一位组织发言人通过大众媒介，如广播、电视、报纸等向公众发布新闻，这是以物为媒介。通过媒介进行交往是公共关系间接性的体现。

6. 互利性

我们都明白，满足各自的精神与物质需要是各种社会交往背后的普遍动机。社会组织之间的相互交往，既以满足自己的需求为前提，又以满足对方组织的需要为必要条件。互补是社会关系建立和发展的动力和条件。互利是相互交往的基础。只有在互惠互利的基础上，才能够建立和维持相互间的关系。所以，互利性构成公共关系的基本特性。

7. 可变性

公共关系是因应环境变化而采取不同手段的管理手段和方式。可变性是适应环境的重要特性，具体体现在两个方面：第一，公共关系的性质是可以发生变化的，原先的合作互助关系可能因为利益冲突等因素影响而变为竞争或敌对关系，反过来，对立性的关系也可转化为合作性的关系；第二，虽然建立起来的关系具有一定的稳定性，但也不排除因某种原因双方另择对家，主

客体都可能进行置换。

第二节 公共关系的相关学科与范畴

公共关系这一学科概念，涉及许多的相关学科概念与范畴。弄清这些相关的学科概念与范畴，对于更加完整和准确的理解公共关系会有很大的帮助。

一、与公共关系相关的人际关系和人群关系

（一）三者的相似之处

这三者都是研究社会关系的学说，人际关系指的是人们在社会实践中所形成的个人与个人间的心理关系。人群关系指的是社会组织内部的人与人、群体与群体、部门与部门间，以及这三者间的关系。公共关系指的是社会的组织与其内外公众间的信息交流关系。

（二）三者的差异所在

从研究的角度看，人际关系研究的角度是社会交往中的个体；人群关系研究的角度是组织内部管理中的个体和群体；公共关系研究的角度是组织经营管理中的组织传播行为。

从研究的目标看，人际关系的目的是为达到人与人和谐的社会交往；人群关系是为了在组织内部建立良好的人际关系以达到有效的领导和管理的目的；公共关系的目的是建立适应组织生存和发展需要的形象。

从研究的内容看，公共关系涉及的内容要比人际关系和人群关系丰富得多。和人际关系相比，它不但涉及个人关系，而且涉