

公共关系学各章节重点(1-3章) PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/152/2021_2022__E5_85_AC_E5_85_B1_E5_85_B3_E7_c67_152511.htm 第一章 公共关系的概念

1、“公共关系”一词源自英文Public Relations,也可称为“公众关系”。

2、公共关系的定义：

A、管理说：突出公共关系的管理属性。（美：雷克斯哈罗）

B、传播说：公共关系的传播属性。（英：费兰克）

C、传播管理说：强调PR是组织一种特定的传播管理行为和职能。美，詹姆斯格鲁尼格：PR是一个组织与其相关公众之间的传播管理。

D、咨询说：PR的决策咨询功能。《墨西哥宣言》

E、关系说：公众性或社会性的关系或活动。（美：蔡尔兹）

F、协调说：是关系说的深化，指协调组织与公众间的关系。

G、形象说：为组织塑造良好的形象。

3、美国《公共关系季刊》详细罗列了公共关系的14种特征。

4、确定PR本质的依据和方法：

A、分析构成公共关系活动的基本要素。（PR三要素：组织、传播、公众）

B、分析三要素之间的相互作用及本质联系。

组织 传播沟通 公众（主体）（客体）

现代公共关系传播的本质是：组织与公众之间信息的双向交流

现代公关传播的本质特征是：组织与公众沟通交流的“双向性”

“传播沟通”是现代公共关系理论的精髓，是公共关系的本质属性。

5、理解公共关系本质属性的三个角度：

A、PR的“关系”性质：组织与公众环境之间的信息交流关系。

B、PR的“职能”性质：组织与社会公众之间的传播沟通的目标、资源、对象、手段、过程和效果等基本要素的管理，即传播（沟通）管理。（现代组织经营管理的“四大支柱”：资金、技术、人

才和PR) C、PR的“科学”性质：作为一门综合性的应用学科，是一门以传播学和管理学为主要依托的传播管理学或组织传播学。（总之，PR是组织的“传播沟通关系”，组织的“传播沟通职能”，组织的“传播管理学科”，“组织与公众之间的传播沟通”是其本质属性。）

6、公共关系状态：一个组织与公众环境之间客观上存在的关系状况和舆论状况。（基础、结果）

7、公共关系活动（实务）：运用传播沟通的方法去协调组织和社会关系，影响组织的公众舆论，塑造组织的良好形象，优化组织的运作环境的一系列工作。（是否科学的重要标志：是否有现代的公共关系意识和科学的公关理论作指导。）

8、公共关系观念：是一种影响和制约着组织的政策和行为的经营观念和管理哲学，它指导着公关实务工作的健康发展，渗透到管理者日常行为的各个方面，成为引导、规范着组织行为的一种价值观念和行为规范。9、组织：是PR活动的主体，即PR的承担者、实施者、行为者。

10、公众：是PR传播沟通的对象。

11、传播沟通：是PR活动的过程和方式。PR的方式：人际传播、组织传播、公众传播、大众传播；言语沟通、文字沟通、非语言文字沟通的方法等；印刷媒介、电子媒介、实物媒介的技术等。组织与公众联结的方式、公共关系的运行机制就是传播沟通。

12、关系：组织与公众之间的联系。这种联系的性质和程度，是衡量公共关系状态的客观标志。（两个主要特征：一是特指组织与公众间的关系；二是特指信息交流的关系。）

13、舆论：在PR中指社会公众对组织的政策、行为、人员或产品所形成的看法和意见的总和，是大多数人对组织的看法和意见的公开表达。

14、形象：指组织的总体特征和实际表现在社会公

众中获得的认知和评价。 15、与PR相关的两个“关系”概念：
：人际关系：指个人关系、私人关系，即个人在社会交往实践中形成的人与人之间的相互作用和相互影响。 人群关系：指群体内部活动和组织管理过程中人与人、人与群体的关系。

16、公共关系与人际关系的联系及区别：联系：A．从内容上看，公共关系包括了一部分人际关系。 B．从方法上看，公共关系实务也包括了人际沟通的技巧，这也有助于组织公共关系的成功。 区别 A．从主体上看，公关的主体是组织，人际的主体是个人。 B．从对象上看，公关的主体是公众，人际的主体是私人关系对象。 C．从内容上看，公关是组织的管理活动与职能，处理的是组织和公众事务；人际处理的完全是私人事务。 D．从方式上看，公关强调远距离、大范围的公众沟通，而人际则局限于面对面、个人对个人的交流。

17、公关与人群关系的联系与区别：联系：A．人群关系指组织内部的人际关系，内部关系同时也是公关的基础和重要内容。 B．公关也要借助相关的理论和方法来分析公众的心理特征和行为规律，以科学的处理公众关系。 区别：A．公关不局限于组织的内部沟通，还包括大量的外部关系，而对复杂的社会公众环境。 B．公关除了要管理面对面的群体和个人关系，还要关注远距离的公众沟通，并重视其变化和趋势。（人群关系是人际关系学在组织管理中的应用，公共关系是人群关系论的进一步发展，将人际关系的管理从组织内部扩大到组织外部。三者有联系也有区别）

第二章 公共关系的起源与发展

1、公共关系作为一种职业和学科，最早产生于美国。 2、亚里士多德的《修辞学》是早早问世的公共关系的理论书籍。 3、美国19世纪中叶风行的报刊宣传活

动是公共关系的发端，其代表人物是巴纳姆。4、19世纪30年代，美国掀起了“便士报”运动，即报纸以低廉的价格和通俗的内容去争取大量的读者，使报纸完成了大众化、通俗化的飞跃。有些公司为了省下广告费，雇佣志人制造新闻来扩大影响，报纸为了迎合读者也乐于发表，这两样的配合就出现了报刊宣传活动。5、1903年 - 1912年，有20000多篇揭丑文章发表，同时还有社论等，形成了美国近代史上著名的“清垃圾运动”。（又称为“扒粪运动”、“揭丑运动”）6、1903年艾维李开办了第一家宣传顾问事务所，他也是第一个职业公共关系人。1906年他发表了具有里程碑性质的《原则宣言》。他被称为公共关系之父及先驱者，提出的“说真话”、“公众必须被告知”等论述，使PR的研究上升为带有规律性的原则和方法，推动了该学科的发展。7、1923年，爱德华伯尼斯出版了公共关系理论发展史的“第一个里程碑”的专著——《公众舆论的形成》。（1928，《舆论》；1952年，《公共关系学》）他把公共关系从新闻传播领域中分离出来，并进行研究，使之最终成为一门独立完整的新兴学科。8、1947年，波士顿成立了第一所公共关系学院；1952年，美国的卡特利普和森特俩人出版了《有效的公共关系》，论述了“双向对称”的公共关系模式，在美被誉为“公共关系的圣经”。9、1998年，美公关学者詹姆斯格鲁尼格主持的“卓越公共关系和传播管理”课题研究接近尾声，涉及卓越传播的三个层次：传播核心层、知识核心层、文化核心层。（“普遍原则，特殊运用”、“放眼全球，立足本地”）10、1948年，美国全国公共关系协会（PRSA）成立，并制定了“公共关系人员职业规范守则”。1955年，国际公

公共关系联合会(IPRA)在英国成立。1978年8月，世界公共关系协会在墨西哥召开大会，定义了公共关系。11、80年代开始，美国博雅公共关系公司、希尔-诺顿公共关系公司、爱德曼公共关系公司都在中国设立了分公司或办事机构。1985年，深圳大学开设了PR专科，1994年，中山大学开设了本科。1986年，我国第一家专业公关公司——中国环球公共关系公司在北京注册。1986年12月，上海成立了第一个公共关系协会。1987年5月，中国公共关系协会在北京成立。1991年4月，中国国际公共关系协会在北京成立。1999年12月，广东省举行了首次初级“公关员”职业上岗培训和考试，标志着中国的公共关系已经正式步入职业化的阶段。2000年，全国推行了公关员的职业上岗考试，标志着我国的公共关系已开始走向职业化和行业化的道路。

第三章 公共关系的职责和功能

- 1、公共关系的基本职责：收集信息、辅助决策、传播推广、沟通协调、提供服务
- 2、收集的信息包括有：
 - 与组织有关的信息：产品形象信息、组织形象信息
 - 组织环境中的各种社会信息：社会的政治、经济、文化、科学等
- 3、辅助决策：
 - A．为确立决策目标提供咨询建议
 - B．为决策提供信息服务
 - C．协助拟定和选择决策方案
 - D．从公众关系角度评价决策效果
- 4．传播推广：
 - A．创造舆论，告知公众
 - B．强化舆论，扩大影响
 - C．引导舆论，控制形象（传播推广是PR活动的主要方式，也是其关键环节。）
- 5．协调沟通：
 - A．协调内部关系，增强组织凝聚力
 - B．开展社会沟通，建立和谐的社会环境（协调沟通是PR的根本职责。）
- 6．提供服务：
 - A．在组织内部为各个业务部门和职能部门服务
 - B．在组织外部提供社会服务
- 7．与公共关系职能相关的活动范畴：交际

、宣传与新闻、广告、营销推广、公共事务、游说、开发、论题处理、危机处理 8 . 公共关系对组织的直接功能表现为：树立组织形象、协调组织的关系网络 9 . 树立组织形象的原则：有效性原则、总体性原则、符号化原则 1 0 . 树立组织形象的意义：A . 组织形象是组织的无形资产 B . 良好的组织形象能够激励士气 C . 良好的组织形象，有利于营造和谐的组织社区环境。 11 . 协调关系的意义：A . 协调内部关系可以增强组织的凝聚力。 B . 协调外部关系可以建立和谐的外部环境。 C . 协调内外关系，能够为建立和维持良好的组织形象提供条件。 1 2 . 公共关系对于个人和社会的间接功能：提高个人素质和优化社会环境。 1 3 . 提高个人素质体现在两个方面：促使个人观念更新、有助于个人能力提高 1 4 . 公共关系的优化社会环境主要体现在：A . 社会互动环境：沟通社会信息、协调社会行为、净化社会风气 B . 社会心理环境 1 5 . 公共关系发展的新特点：A . 公关理论整合化 B . 公关实务专业化 C . 公关手段现代化 D . 公关教学层次化 E . 公关地位战略化 1 6 . 公共关系职能应用的新趋势：A . 市场公共关系的热潮 B . 金融公共关系的动态 C . 政府公共关系的焦点 D . 全球性问题带来的全球性沟通与合作的大趋势 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com