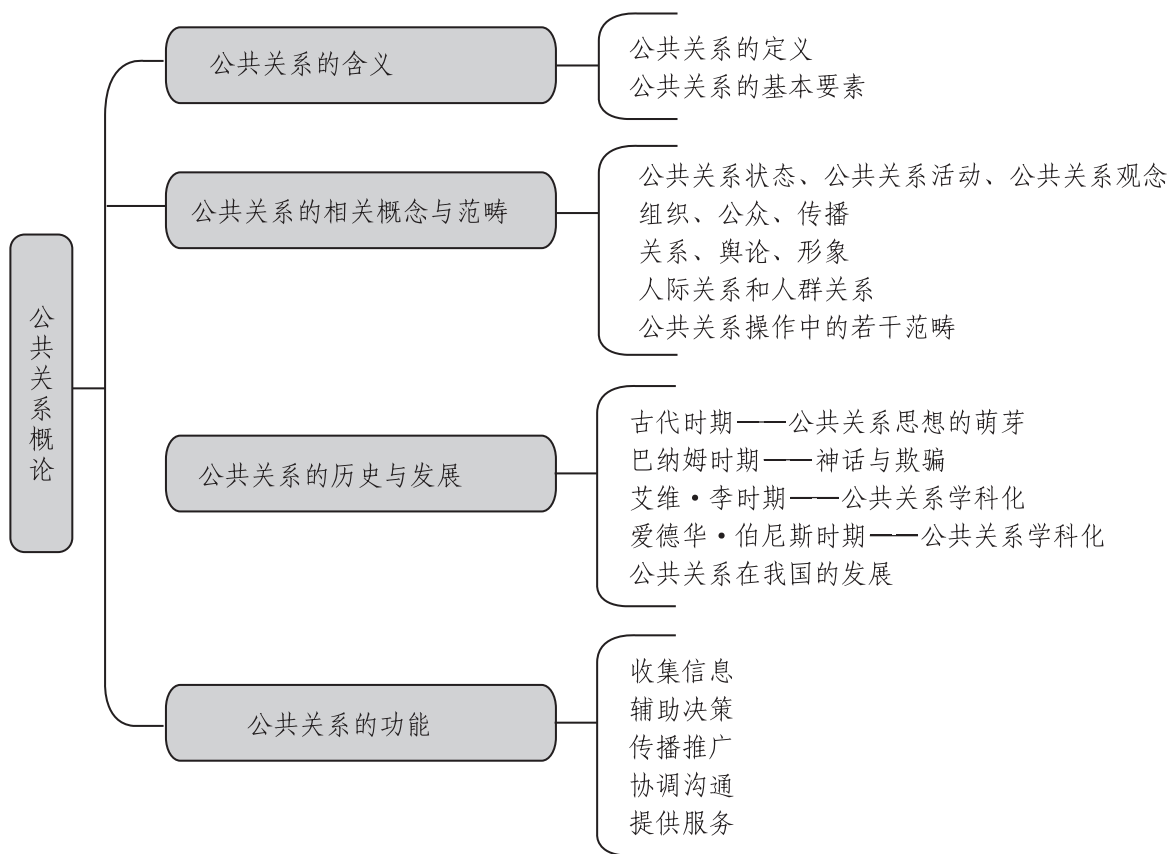


第一章

公共关系概论



教材知识架构



本章考纲解读

通过本章学习,了解公共关系操作中的若干范畴;公共关系的历史与发展的四个阶段;人际关系与人群关系的概念。理解公共关系的基本要素;公共关系状态;公共关系活动;公共关系观念。掌握公共关系的定义;组织、公众、传播的概念;关系、舆论、形象的概念。

本章重点主要有公共关系的定义;公共关系的基本要素;公共关系的五大功能。具体来说,

考生应:

识记:公共关系的定义;公共关系操作中的若干范畴;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、危机管理;公共关系发展的四个阶段;公共关系的五大功能。

领会:公共关系的基本要素;人际关系和人群关系;公共关系状态、公共关系活动、公共关系观念;公共关系思想的萌芽;巴纳姆时期的神话与欺骗;公共关系的收集信息、辅助决策、提供服务功能。

简单应用:关系、舆论、形象;公共关系职业化;公共关系学科化;公共关系的协调沟通功能。

综合应用:组织、公众、传播;公共关系在我国的发展;公共关系的传播推广功能。



考点考频分析

序号	考点	考题年份及题号	题型	分值	再考率
1	公共关系的定义	2014. 10. 1	单选	1	★★★★★
		2014. 10. 2	单选	1	
		2014. 10. 31	简答	5	
		2013. 01. 1	单选	1	
		2012. 10. 2	单选	1	
		2012. 10. 31	简答	5	
		2011. 10. 1	单选	1	
2	公共关系的相关概念与范畴	2014. 04. 10	单选	1	★★★★★
		2013. 01. 21	多选	2	
		2011. 10. 2	单选	1	
		2011. 10. 31	名词解释	3	
3	公共关系的历史与发展	2014. 04. 1	单选	1	★★★★★
		2013. 10. 1	单选	1	
		2012. 01. 1	单选	1	
		2012. 01. 3	单选	1	
		2011. 10. 3	单选	1	
		2011. 10. 4	单选	1	
		2012. 10. 1	单选	1	
		2011. 10. 32	名词解释	3	
4	公共关系的功能	2014. 04. 21	多选	2	★★
		2011. 10. 36	简答	5	



重难点知识串讲

考点一、公共关系的定义(P₃₉₋₄₂)

1. 管理论公共关系定义(P₃₉)

管理论强调公共关系的管理属性。比如,美国学者雷克斯·哈罗博士认为:“公共关系是一种独特的管理职能。”

管理论公共关系定义:公共关系是确定、建立和维持一个组织与决定其成败的各类公众之间的互益关系的一种管理功能。

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,并对之作出反应;

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。

2. 传播论公共关系定义(P₃₉)

传播论代表人物:英国学者弗兰克·杰夫金斯。

传播论侧重于公共关系的传播属性。

传播论公共关系定义: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的目标,而有计划地采用一切向内和向外的传播沟通方式的总和。

3. 传播管理论公共关系定义(P₃₉)

传播管理论代表人物: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。

传播管理论将管理论和传播论结合起来,明确界定公共关系是组织的一种特定的传播管理行为和职能。

传播管理论公共关系定义:公共关系是一个组织与其相关公众之间的传播管理。

4. 咨询论公共关系定义(P₄₀)

咨询论侧重于公共关系的决策咨询功能。

咨询论公共关系最具有代表性的文献是国际公共关系协会于1978年8月发表的《墨西哥宣言》。

咨询论公共关系定义:公共关系是一门艺术和社会科学。它分析趋势,预测后果,向机构领导人提供意见,履行一系列有计划的行动,以服务于本机构和公众的共同利益。

5. 社会关系论公共关系定义(P₄₀)

社会关系论强调公共关系是一种公众性、社会性的关系或活动。

社会关系论代表人物:美国普林斯顿大学的蔡尔滋教授。

社会关系论公共关系定义:公共关系是我们所从事的各种活动、所发生的各种关系的通称,这些活动与关系都是公众性的,并且都有其社会意义。

6.《中国职业大词典》对公共关系的定义(P₄₀)

公共关系是从事组织机构公众信息传播、关系协调与形象管理事务的调查、咨询、策划和实施的一种实践活动。

7.《公共关系季刊》罗列的公共关系的特征(P₄₀₋₄₁)

(1)公共关系是一个完整的职能,目的在于增进公司利益和达成其他整体的目标。

(2)公共关系并不制定政策,但是可以帮助管理当局表达公司的政策。

(3)对于受公司措施影响的人们,公共关系人员注意他们的印象和可能的反应,因此,重大的措施虽然表面上与公共关系无关,也应先向公共关系部门咨询。

(4)行动比空言有力,所有信誉都建立在行动而非语言文字之上,但如果要让他人知悉并了解公司的行动,就得借助于语言文字。

(5)公共关系虽然是管理部门的职责,却仍然有其明确的责任范围,如果要实行这种责任,就必须配备适当的预算及人员,至于所担负的任务必须限于公司公共关系范围以内的工作。

(6)公共关系人人有责,公共关系部门的最终目标是使人人了解传播对于良好的管理是必要而不可分割的。

(7)关于公司的形象是相对的,要依据某种公众对于公司的具体要求和兴趣而定。

(8)人们经常根据不完整的证据形成对公司的印象,要尽力为公司争取良好的印象。

(9)因为公司是在舆论所形成的环境下营运发展的,因此对于任何人士所具有的访问权力均应尊重。

(10)人们通常对于了解最少的事务感到厌恶、恐惧或猜疑,如果不提出理由并加以解释,人们就会自行想象,因此透露、传播资料信息不要吝惜。

(11)不可歪曲及夸大事实,公共关系的主旨在于陈述事实,以便他人对于公司能公平评估,引起公众兴趣,进而对他们产生影响。

(12)少做做得好,比多做做不好要强。

(13)在观念的领域中,要特别注意,其竞争非常激烈,公共关系的一项基本任务就是要引起别人对于公司的好感和兴趣。

(14)公共关系艺术成分多于科学成分,这种艺术一定要以社会科学的崭新知识为基础,对于公众对象的组成及态度要作科学的评估,对于公司本身要有透彻的认识。

8.公共关系的基本要素(P₄₁₋₄₂)

(1)公共关系的行为主体是组织机构。

(2)公共关系的沟通对象是相关公众。

(3)公共关系的工作手段是传播沟通媒介。

(4)公共关系的过程是信息的双向交流。

(5)公共关系的目的是为组织机构树立良好的公众形象。



真题链接

1. (2014. 10. 1)单项选择题:侧重从公关的传播属性来理解公共关系的学者是 ()

- A. 雷克斯·哈罗
B. 弗兰克·杰夫金斯
C. 詹姆斯·格鲁尼格
D. 蔡尔滋

【答案】 B (P₃₉)

【考点】 公共关系理论

【解析】 弗兰克·杰夫金斯侧重从公共关系的传播属性来理解公共关系。

2. (2014. 10. 2)单项选择题:公关的行为主体是 ()

- A. 相关公众
B. 组织机构
C. 传播沟通媒介
D. 个人

【答案】 B (P₄₁)

【考点】 公共关系的行为主体

【解析】 公共关系的行为主体是组织机构。

3. (2014. 10. 31)简答题:简述公共关系的基本要素。

【答案】 (P₄₁)

公共关系的基本要素包括:

- (1)公共关系的行为主体是组织机构。
- (2)公共关系的沟通对象是相关公众。
- (3)公共关系的工作手段是传播沟通媒介。
- (4)公共关系的过程是信息的双向交流。
- (5)公共关系的目的是为组织机构树立良好的公众形象。

4. (2011. 10. 1)单项选择题:现代公共关系传播的本质是组织与公众之间 ()

- A. 信息的双向交流
B. 信息的单向交流
C. 领导与被领导的关系
D. 管理与被管理的关系

【答案】 A (P₄₁)

【考点】 公共关系传播

【解析】 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。

考点二、公共关系的相关概念与范畴(P₄₂₋₅₂)

1. 公共关系状态定义(P₄₂)

公共关系状态即一个组织与其公众环境之间客观上存在的关系状况和舆论状况。

公共关系状态是客观存在的。

公共关系状态与公共关系活动之间存在密切的联系。

2. 公共关系活动定义(P₄₃)

公共关系活动即运用传播沟通的方法去协调组织的社会关系,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公共关系工作。

3. 公共关系观念定义(P₄₃)

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,它不仅指导着公共关系实务工作的健康发展,而且渗透到管理者日常行为的各个方面,成为引导、规范组织行为的一种价值观念和行为规范。

4. 公共关系观念内容(P₄₃₋₄₄)

形象观念;

公众观念;

传播观念;

协调观念;

互惠观念;

服务观念。

除上述观念之外,公共关系观念还包括现代的信息意识、整体意识、社会意识、竞争意识、危机意识等。

5. 公共关系的形象观念内容(P₄₃)

公共关系的形象观念表现为主体在决策和行动中高度重视自身的声誉和形象,自觉地进行形象投资、形象管理、形象塑造,将信誉和形象作为组织的无形资产、无形财富,把树立和维护良好的组织形象作为重要的战略目标。

6. 公共关系的公众观念内容(P₄₃)

公共关系的公众观念表现为领导者和管理者高度重视公众的利益,将公众的意愿作为决策和行动的依据,将符合与满足公众的要求作为组织的价值追求,并以此作为制定组织经营方针和管理政策的重要原则。

7. 公共关系的传播观念内容(P₄₃₋₄₄)

公共关系的传播观念表现为经营者和管理者强烈的传播意识和沟通欲望,自觉地利用一切传播的机会和传播媒介去影响公众、引导公众和争取公众,并善于运用双向沟通的方法去赢得公众的理解、信任与好感。

8. 公共关系的协调观念内容(P₄₄)

公共关系的协调观念表现为善于调节、平衡和统一各种不同的关系、不同的利益、不同的要素,懂得“统筹”、“兼顾”、“缓冲”、“折中”、“调和”、“妥协”的意义和价值,努力在矛盾中求和谐,在动态中求平衡。

9. 公共关系的互惠观念内容(P₄₄)

公共关系的互惠观念表现为在交往与合作中,将平等互利、追求双赢作为处理各种关系的行为准则,将自身的发展与对方的发展联系起来,通过协助对方,满足对方来争取双方的共同利益。

10. 公共关系的服务观念内容(P₄₄)

公共关系的服务观念表现为对他人、对社会的一种奉献精神,使自己的存在和行为给对方带来满意和方便,用服务去赢得好感和信誉。

11. 公共关系学的基本概念(P₄₄₋₄₅)



组织、公众、传播是公共关系学中三个最基本的概念,因为它们表达了公共关系现象和活动的三个最基本的要素。

- (1)组织——公共关系的主体;
- (2)公众——公共关系的对象;
- (3)传播——公共关系的过程和方式。

12. 关系的概念(P₄₆)

关系是指组织与公众之间相处和交往的行为和状态,简单说就是组织与公众之间的联系。

公共关系不是泛指“任何”或“所有”的社会关系,而是指与“私人关系”相对应的具有社会公共性质的一种特殊关系。

13. 公共关系的特征(P₄₆)

- (1)特指组织与公众之间的关系;
- (2)特指信息交流的关系。

14. 舆论的概念(P₄₆)

舆论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,是社会上大多数人对组织的看法和意见的公开表达。

15. 形象的概念(P₄₇)

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。

16. 形象的意义(P₄₇₋₄₈)

- (1)公共关系所说的形象其本质是信誉,重视组织形象实质上是重视组织信誉。
- (2)公共关系将建设和完善组织形象的内涵放在第一位,然后才考虑建构组织形象的外观。
- (3)公共关系塑造的是组织的整体形象,而不仅仅限定在个别的、具体的产品形象或人员形象要素上。
- (4)公共关系形象是通过组织的传播活动去影响公众的观念和态度而形成的。

17. 人际关系的定义(P₄₈)

人际关系主要指个人关系、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。

这个概念主要从个体关系的角度概括人的各种社会关系,其涵盖面包括个人在生活、生产及其他社会活动中形成的一切人与人之间的关系。可以说是一种个体关系学。

18. 公共关系与人际关系的联系(P₄₈₋₄₉)

从内容上看,公共关系包括了一部分人际关系。组织的公共关系活动包括了组织中的个人与公众对象之间的关系,公众对象中也存在着许多个体的对象。因此组织与公众的关系也经常表现为个人与个人的关系,即代表组织的个人与公众群体中的个人之间的相互交往。

从方法上看,公共关系实务也包括了人际沟通的技巧,即面对面的情感交流和说服技巧。公共关系人员需要具备较强的人际沟通能力,具有良好的交际素质与涵养。良好的人际关系必然有助于组织公共关系的成功。

19. 公共关系与人际关系的区别(P₄₉)

- (1)从主体上看,公共关系的行为主体是组织,人际关系的主体仅是个人。

(2)从对象上看,公共关系的对象是与组织相关的所有公众及其舆论,而人际关系则包含许多与组织无关的私人关系对象。

(3)从内容上看,公共关系是一种组织的管理活动与职能,处理的是组织事务与公众事务。人际关系处理的许多私人事务和公众没有关系。

(4)从方式上看,公共关系十分强调运用公众传播和大众传播的方式作远距离、大范围的公众沟通,人际关系则比较局限于面对面、个体对个体的交流方式。可见,公共关系并不等于人际关系。

20. 人群关系的概念(P₄₉)

人群关系这一概念属于管理心理学、行为科学的范畴,主要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。即从管理的角度,研究群体内部人的需要、动机、态度、行为及相互关系对组织效率、群体活力的作用和影响。

21. 公共关系与人群关系的联系(P₄₉)

人群关系主要指组织内部的人际关系,而良好的内部关系是公共关系的基础。与内部公众沟通,协调内部关系也是公共关系实务的重要内容。

同时,公共关系学也要借助行为科学、管理心理学的理论和方法来分析人群的心理特征和行为规律,以便科学地处理人群关系。因此公共关系与人群关系是有一定联系的。

22. 公共关系与人群关系的区别(P₄₉)

(1)公共关系不局限于管理组织和群体内部的传播、沟通,还包括大量的外部关系,要面对复杂的社会公众环境。

(2)公共关系不局限于管理现场直接面对面的群体关系和个人关系,还需要特别关注不直接见面的、远距离的人群沟通,并十分重视人群环境的长远变化和发展趋势。也就是说,公共关系需要兼顾内部和外部的关系、眼前和未来的关系。

(3)人际关系和人群关系均侧重从人的心理和行为的角度来探讨人和人的关系,而公共关系则从信息传播沟通的角度研究人和人的关系。这三种“关系学”角度不同,重点有别。从一定意义上说,人群关系论是人际关系学在组织管理中的应用;公共关系学又是人群关系论的进一步发展,它将人际关系的管理从组织内部扩大到组织外部。这三种“关系学”之间既有联系也有区别,不可混淆。

23. 公共关系操作中的若干范畴(P₄₉₋₅₂)

- (1)交际;
- (2)宣传与新闻;
- (3)广告;
- (4)营销推广;
- (5)公共事务;
- (6)游说;
- (7)开发;
- (8)论题处理;
- (9)危机管理。



以上范畴都可视为是广义公共关系职能或方法的一部分,但在理论上和实践上均不应将它们等同于、混淆于或取代“公共关系”。

真题链接

1. (2014. 04. 10)单项选择题:公共关系的过程和方式是 ()

- A. 传播 B. 组织 C. 公众 D. 形象

【答案】 A (P₄₅)

【考点】 传播的含义

【解析】 传播与沟通是公共关系活动的过程和方式。

2. (2013. 01. 21)多项选择题:公共关系观念包括 ()

- A. 形象观念 B. 公众观念 C. 传播观念 D. 服务观念
E. 协调观念

【答案】 ABCDE(P₄₃)

【考点】 公共关系观念

【解析】 公共关系观念包括:形象观念;公众观念;传播观念;服务观念;协调观念;互惠观念。

3. (2011. 10. 2)单项选择题:公共关系的主体是 ()

- A. 公众 B. 组织 C. 群众 D. 个人

【答案】 B (P₄₄)

【考点】 公共关系的主体

【解析】 公共关系的主体是组织。

4. (2011. 10. 31)名词解释题:人群关系

【答案】 (P₄₉)

人群关系主要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。

考点三、公共关系的历史与发展(P₅₂₋₅₇)

1. 古代时期——公共关系思想的萌芽(P₅₂)

(1)记载古罗马儒略·凯撒功绩的纪实著作《高卢战记》被公共关系同业公会主席李利·比诺称为“第一流的公共关系著作”。

(2)亚里士多德的《修辞学》堪称是最早问世的公共关系学的理论书籍。

2. 巴纳姆时期——神话与欺骗(发端时期)(P₅₃)

(1)19世纪中叶在美国风行的报刊宣传活动,被认为是现代公共关系业的前身。当时最有名的代表人物叫巴纳姆,公共关系发展史上把这一段时期称为巴纳姆时期。

(2)便士报运动:19世纪30年代,美国报界掀起了一场“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。

3. 艾维·李时期——公共关系职业化(P₅₄₋₅₅)

艾维·李作为公共关系之父,不仅首创了公共关系这一专门职业,而且,他提出的“说真话”、“公



3. (2012. 01. 1)单项选择题:最早的公共关系学的理论书籍是 ()

- A.《礼记》 B.《修辞学》 C.《政治学》 D.《论语》

【答案】 B (P₅₂)

【考点】 公共关系学理论

【解析】 最早的公共关系学的理论书籍是《修辞学》。

4. (2012. 01. 3)单项选择题:公共关系传入我国是在 ()

- A. 20 世纪 70 年代末 B. 20 世纪 80 年代初
C. 20 世纪 80 年代末 D. 20 世纪 90 年代初

【答案】 B (P₅₆)

【考点】 公共关系的传播

【解析】 20 世纪 80 年代初,公共关系传入中国。

5. (2011. 10. 3)单项选择题:被美国学术界誉为“公共关系圣经”的著作是 ()

- A.《公众舆论的形成》 B.《公共关系学》
C.《有效的公共关系》 D.《原则宣言》

【答案】 C (P₅₆)

【考点】 公共关系理论

【解析】 1952 年,美国的卡特利普和森特两人出版了他们的权威性的公共关系专著《有效的公共关系》,论述了“双向对称”的公共关系模式,在公共关系的目标上将组织和公众的利益置于同等重要的位置,在方法上坚持组织与公众之间的双向传播与沟通。此书被美国学术界誉为“公共关系的圣经”。

6. (2011. 10. 4)单项选择题:公共关系作为一种专门化的社会职业,产生于 ()

- A. 19 世纪初 B. 19 世纪中叶
C. 20 世纪初 D. 20 世纪中叶

【答案】 C (P₅₄)

【考点】 公共关系的产生

【解析】 公共关系作为一种专门化的社会职业,产生于 20 世纪初。

7. (2012. 10. 1)单项选择题:公共关系作为一门学科产生于 ()

- A. 美国 B. 英国 C. 葡萄牙 D. 荷兰

【答案】 A (P₅₂)

【考点】 公共关系的产生

【解析】 公共关系作为一门学科,最早产生于美国。

8. (2011. 10. 32)名词解释题:便士报运动

【答案】 (P₅₃)

19 世纪 30 年代,美国报界掀起了一场“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。

考点四、公共关系的功能(P₅₇₋₆₁)1. 公共关系的功能的含义(P₅₇)

公共关系的功能是指公共关系在组织的行政管理或经营管理过程中的工作范围及其应当承担的责任。

2. 公共关系的功能的内容(P₅₇₋₆₁)

- (1) 收集信息;
- (2) 辅助决策
- (3) 传播推广;
- (4) 协调沟通;
- (5) 提供服务。

3. 收集信息的内容(P₅₇₋₅₈)

- (1) 与组织形象有关的信息;
- (2) 组织环境中的各种社会信息。

4. 与组织形象有关的信息内容(P₅₇₋₅₈)

- (1) 产品形象信息;
- (2) 组织形象信息。

5. 组织形象信息(P₅₈)

组织的整体形象,还反映在公众对组织其他的要素的评价。这些要素主要包括:

- (1) 公众对组织机构的评价;
- (2) 公众对组织管理水平的评价;
- (3) 公众对组织人员素质的评价;
- (4) 公众对组织服务素质的评价。

6. 辅助决策的内容(P₅₈₋₅₉)

- (1) 为确立决策目标提供咨询建议;
- (2) 为决策提供信息服务;
- (3) 协助拟订和选择决策方案;
- (4) 评价决策效果。

7. 传播推广的内容(P₅₉)

- (1) 创造舆论,告知公众;
- (2) 强化舆论,扩大影响;
- (3) 引导舆论,控制形象。

8. 协调沟通的内容(P₆₀)

- (1) 协调内部关系,增强组织凝聚力。
- (2) 开展社会沟通,建立和谐的社会环境。

9. 提供服务的内容(P₆₀₋₆₁)

- (1) 在组织内部为各个业务部门和职能部门服务;
- (2) 在组织外部提供社会服务。



真题链接

(2014. 04. 21)多项选择题:公关的基本功能包括 ()

- A. 收集信息 B. 辅助决策 C. 传播推广 D. 协调沟通
E. 提供服务

【答案】 ABCDE(P₅₇₋₆₁)

【考点】 公共关系的基本功能

【解析】 公共关系的基本功能为:(1)收集信息;(2)辅助决策;(3)传播推广;(4)沟通协调;(5)提供服务。



知识强化训练

一、单项选择题

- 侧重从公共关系的传播属性来理解公共关系的学者是 ()
A. 雷克斯·哈罗 B. 弗兰克·杰夫金斯
C. 詹姆斯·格鲁尼格 D. 罗伯特·希斯
- 管理论侧重点是 ()
A. 管理属性 B. 传播属性
C. 管理论和传播论结合起来 D. 公共关系决策咨询功能
- 咨询论侧重于公共关系决策咨询功能。国际公共关系协会于 1978 年 8 月发表了咨询论公共关系的代表作品 ()
A.《墨西哥宣言》 B.《公共关系季刊》 C.《高卢战记》 D.《修辞学》
- 公共关系的沟通对象是 ()
A. 组织机构 B. 相关公众
C. 传播沟通媒介 D. 树立良好的公众形象
- 指导公共关系实务工作,引导、规范着组织行为的一种价值观念和行为准则是指 ()
A. 公共关系活动 B. 公共关系对象 C. 公共关系行为 D. 公共关系观念
- 在交往与合作中,将平等互利、追求双赢作为处理各种关系的行为准则,将自身的发展与对方的发展联系起来,通过协助对方,满足对方来争取双方的共同利益的公共关系观念是指 ()
A. 互惠观念 B. 协调观念 C. 服务观念 D. 公众观念

7. 懂得“统筹”、“兼顾”、“缓冲”、“折中”、“调和”、“妥协”的意义和价值,努力在矛盾中求和谐,在动态中求平衡。这种公共关系观念是指 ()
- A. 传播观念 B. 形象观念 C. 协调观念 D. 公众观念
8. 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是指 ()
- A. 形象 B. 传播 C. 关系 D. 公众
9. 公共关系所说的形象其本质是 ()
- A. 产品 B. 服务 C. 职工 D. 信誉
10. 19 世纪中叶,现代公共关系业代表人物是 ()
- A. 爱德华·伯尼斯 B. 巴纳姆 C. 艾维·李 D. 亚里士多德
11. 1923 年,美国学者爱德华·伯尼斯首次在纽约大学讲授公共关系课程,同年出版了被称为公共关系理论发展史的“第一个里程碑”的专著 ()
- A.《修辞学》 B.《有效的公共关系》 C.《高卢战记》 D.《公众舆论的形成》
12. 中国国际公共关系协会的成立标志着中国的公共关系与国际接轨。中国国际公共关系协会成立于 ()
- A. 1937 年 B. 1987 年 C. 1952 年 D. 1991 年
13. 公共关系作为一种专门化的社会职业,产生于 ()
- A. 19 世纪初 B. 19 世纪中叶 C. 20 世纪初 D. 20 世纪中叶
14. 公共关系在组织的行政管理或经营管理过程中的工作范围及其应当承担的责任是指 ()
- A. 公共关系的功能 B. 公共关系的对象 C. 公共关系的传播 D. 公共关系的行为

二、多项选择题

15. 公共关系学的基本概念包括 ()
- A. 公众 B. 传播 C. 观念 D. 关系
- E. 组织
16. 下列属于组织环境中社会信息的内容 ()
- A. 公众对组织机构的评价 B. 公众对组织管理水平的评价
- C. 公众对组织人员素质的评价 D. 组织形象信息
- E. 公众对组织服务素质的评价
17. 传播推广的内容包括 ()
- A. 创造舆论 B. 告知公众 C. 引导舆论 D. 强化舆论
- E. 控制形象

三、简答题

18. 简述公共关系辅助决策的主要内容。



19. 简述公共关系观念内容。
20. 简述公共关系与人际关系的联系。
21. 简述公共关系的基本要素。
22. 简答公共关系形象的意义。

四、论述题

23. 论述公共关系的功能。
24. 论述公共关系与人群关系的联系与区别。
25. 论述公共关系与人际关系的区别。



参考答案及解析

一、单项选择题

- 1.【答案】 B (P₃₉)

【考点】 公共关系的定义

【解析】 传播论代表人物是英国学者弗兰克·杰夫金斯。传播论侧重于公共关系的传播属性。传播论公共关系定义: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目标,而有计划地采用一切向内和向外的传播沟通方式的总和。

- 2.【答案】 A (P₃₉)

【考点】 公共关系的定义

【解析】 管理论强调公共关系的管理属性。美国雷克斯·哈罗博士认为:公共关系是一种独特的管理职能。管理论公共关系定义:公共关系是确定、建立和维持一个组织与决定其成败的各类公众之间的互益关系的一种管理功能。

- 3.【答案】 A (P₄₀)

【考点】 公共关系的定义

【解析】 咨询论侧重于公共关系的决策咨询功能。咨询论公共关系定义:公共关系是一门艺术和社会科学。它分析趋势,预测后果,向机构领导人提供意见,履行一系列有计划的行动,以服务于本机构和公众的共同利益。

- 4.【答案】 B (P₄₁₋₄₂)

【考点】 公共关系的基本要素

【解析】 公共关系的基本要素包括:(1)公共关系的行为主体是组织机构。(2)公共关系的沟通对象是相关公众。(3)公共关系的工作手段是传播沟通媒介。(4)公共关系的过程是信息的双向交流。(5)公共关系的目的是为组织机构树立良好的公众形象。其中,公共关系的沟

通对象是相关公众。

5.【答案】 D (P₄₃)

【考点】 公共关系观念定义

【解析】 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,它不仅指导着公共关系实务工作的健康发展,而且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。

6.【答案】 A (P₄₄)

【考点】 公共关系的互惠观念内容

【解析】 公共关系的互惠观念表现为在交往与合作中,将平等互利、追求双赢作为处理各种关系的行为准则,将自身的发展与对方的发展联系起来,通过协助对方,满足对方来争取双方的共同利益。

7.【答案】 C (P₄₄)

【考点】 公共关系的协调观念内容

【解析】 公共关系的协调观念表现为善于调节、平衡和统一各种不同的关系、不同的利益、不同的要素,懂得“统筹”、“兼顾”、“缓冲”、“折中”、“调和”、“妥协”的意义和价值,努力在矛盾中求和谐,在动态中求平衡。

8.【答案】 A (P₄₇)

【考点】 形象的概念

【解析】 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。

9.【答案】 D (P₄₇₋₄₈)

【考点】 形象的意义

【解析】 形象的意义表现为:(1)公共关系所说的形象其本质是信誉,重视组织形象实质上是重视组织信誉。(2)公共关系将建设和完善组织形象的内涵放在第一位,然后才考虑建构组织形象的外观。(3)公共关系塑造的是组织的整体形象,而不仅仅限定在个别的、具体的产品形象或人员形象要素上。(4)公共关系形象是通过组织的传播活动去影响公众的观念和态度而形成的。其中,公共关系所说的形象其本质是信誉,重视组织形象实质上是重视组织信誉。

10.【答案】 B (P₅₃)

【考点】 巴纳姆时期

【解析】 19世纪中叶,现代公共关系业代表人物是巴纳姆,公共关系发展史上把这一段时期称为巴纳姆时期。

11.【答案】 D (P₅₅)

【考点】 爱德华·伯尼斯时期



【解析】 1923年,美国学者爱德华·伯尼斯首次在纽约大学讲授公共关系课程,同年出版了被称为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》。

12. **【答案】** D (P₅₆)

【考点】 中国国际公共关系协会

【解析】 1991年成立中国国际公共关系协会,标志着中国的公共关系与国际接轨。

13. **【答案】** C (P₅₄)

【考点】 公共关系的产生

【解析】 公共关系作为一种专门化的社会职业,产生于20世纪初。

14. **【答案】** A (P₅₇)

【考点】 公共关系的功能的含义

【解析】 公共关系的功能是指公共关系在组织的行政管理或经营管理过程中的工作范围及其应当承担的责任。

二、多项选择题

15. **【答案】** ABE(P₄₄₋₄₅)

【考点】 公共关系学的基本概念

【解析】 组织、公众、传播是公共关系学中三个最基本的概念,因为它们表达了公共关系现象和活动的三个最基本的要素。(1)组织——公共关系的主体;(2)公众——公共关系的对象;(3)传播——公共关系的过程和方式。

16. **【答案】** ABCE(P₅₇₋₅₈)

【考点】 组织环境中的各种社会信息的内容

【解析】 组织的整体形象,还反映在公众对组织其他的要素的评价。这些要素主要包括:
①公众对组织机构的评价;②公众对组织管理水平的评价;③公众对组织人员素质的评价;
④公众对组织服务素质的评价。

17. **【答案】** ABCDE(P₅₉)

【考点】 传播推广的内容

【解析】 传播推广的内容包括:(1)创造舆论,告知公众;(2)强化舆论,扩大影响;(3)引导舆论,控制形象。

三、简答题

18. (P₅₈₋₅₉)

公共关系辅助决策的主要内容有:

- (1)为确立决策目标提供咨询建议;
- (2)为决策提供信息服务;

(3)协助拟订和选择决策方案；

(4)评价决策效果。

19. (P₄₃₋₄₄)

公共关系观念主要有：

(1)形象观念。

公共关系的形象观念表现为主体在决策和行动中高度重视自身的声誉和形象,自觉地进行形象投资、形象管理、形象塑造,将信誉和形象作为组织的无形资产、无形财富,把树立和维护良好的组织形象作为重要的战略目标。

(2)传播观念。

公共关系的传播观念表现为经营者和管理者强烈的传播意识和沟通欲望,自觉地利用一切传播的机会和传播媒介去影响公众、引导公众和争取公众,并善于运用双向沟通的方法去赢得公众的理解、信任与好感。

(3)公众观念。

公共关系的公众观念表现为领导者和管理者高度重视公众的利益,将公众的意愿作为决策和行动的依据,将符合与满足公众的要求作为组织的价值追求,并以此作为制定组织经营方针和管理政策的重要原则。

(4)协调观念。

公共关系的协调观念表现为善于调节、平衡和统一各种不同的关系、不同的利益、不同的要素,懂得“统筹”、“兼顾”、“缓冲”、“折中”、“调和”、“妥协”的意义和价值,努力在矛盾中求和谐,在动态中求平衡。

(5)互惠观念。

公共关系的互惠观念表现为在交往与合作中,将平等互利、追求双赢作为处理各种关系的行为准则,将自身的发展与对方的发展联系起来,通过协助对方,满足对方来争取双方的共同利益。

(6)服务观念。

公共关系的服务观念表现为对他人、对社会的一种奉献精神,使自己的存在和行为给对方带来满意和方便,用服务去赢得好感和信誉。

除上述观念之外,公共关系观念还包括现代的信息意识、整体意识、社会意识、竞争意识、危机意识等。

20. (P₄₈₋₄₉)

公共关系与人际关系的联系主要表现为：

从内容上看,公共关系包括了一部分人际关系。组织的公共关系活动包括了组织中的个人



与公众对象之间的关系,公众对象中也存在着许多个体的对象。因此组织与公众的关系也经常表现为个人与个人的关系,即代表组织的个人与公众群体中的个人之间的相互交往。从方法上看,公共关系实务也包括了人际沟通的技巧,即面对面的情感交流和说服技巧。公共关系人员需要具备较强的人际沟通能力,具有良好的交际素质与涵养。良好的人际关系必然有助于组织公共关系的成功。

21. (P₄₁₋₄₂)

公共关系的基本要素包括:

- (1)公共关系的行为主体是组织机构。
- (2)公共关系的沟通对象是相关公众。
- (3)公共关系的工作手段是传播沟通媒介。
- (4)公共关系的过程是信息的双向交流。
- (5)公共关系的目的是为组织机构树立良好的公众形象。

22. (P₄₇₋₄₈)

公共关系形象的意义主要表现为:

- (1)公共关系所说的形象其本质是信誉,重视组织形象实质上是重视组织信誉。
- (2)公共关系将建设和完善组织形象的内涵放在第一位,然后才考虑建构组织形象的外观。
- (3)公共关系塑造的是组织的整体形象,而不仅仅限定在个别的、具体的产品形象或人员形象要素上。
- (4)公共关系形象是通过组织的传播活动去影响公众的观念和态度而形成的。

四、论述题

23. (P₅₇₋₆₁)

公共关系的功能表现为:

- (1)收集信息;
- (2)辅助决策;
- (3)传播推广;
- (4)沟通协调;
- (5)提供服务。

24. (P₄₉)

(1)公共关系与人群关系的联系表现为:

人群关系主要指组织内部的人际关系,而良好的内部关系是公共关系的基础。与内部公众沟通,协调内部关系也是公共关系实务的重要内容。

同时,公共关系学也要借助行为科学、管理心理学的理论和方法来分析人群的心理特征和行

为规律,以便科学地处理人群关系。因此公共关系与人群关系是有一定联系的。

(2)公共关系与人群关系的区别主要表现为:

- ①公共关系不局限于组织和群体内部的传播、沟通,还包括大量的外部关系,要面对复杂的社会公众环境。
- ②公共关系不局限于管理现场直接面对面的群体关系和个人关系,还需要特别关注不直接见面的、远距离的人群沟通,并十分重视人群环境的长远变化和发展趋势。也就是说,公共关系需要兼顾内部和外部的关系、眼前和未来的关系。
- ③人际关系和人群关系均侧重从人的心理和行为的角度来探讨人和人的关系,而公共关系则从信息传播沟通的角度研究人和人的关系。这三种“关系学”角度不同,重点有别。从一定意义上说,人群关系论是人际关系学在组织管理中的应用;公共关系学又是人群关系论的进一步发展,它将人际关系的管理从组织内部扩大到组织外部。这三种“关系学”既有联系也有区别,不可混淆。

25. (P₄₉)

公共关系与人际关系的区别主要表现为:

- (1)从主体上看,公共关系的行为主体是组织,人际关系的行为主体仅是个人。
- (2)从对象上看,公共关系的对象是与组织相关的所有公众及其舆论,而人际关系则包含许多与组织无关的私人关系对象。
- (3)从内容上看,公共关系是一种组织的管理活动与职能,处理的是组织事务和公众事务。人际关系处理的许多私人事务和公众没有关系。
- (4)从方式上看,公共关系十分强调运用公众传播和大众传播的方式作远距离、大范围的公众沟通,人际关系则比较局限于面对面、个体对个体的交流方式。可见,公共关系并不等于人际关系。