



绪 论



想一想:

假如你是山西药科职业学院的院长，在新生开学典礼上怎么致辞？

假如你要竞选班长，怎样发表精彩演讲？

假如你是一名药店老板，怎样让你的药店在老百姓的心目中受到青睐？

任务一 公共关系的含义

一、公共关系的表现形式

-  (1) 公共关系状态。
-  (2) 公共关系活动。
-  (3) 公共关系意识。
-  (4) 公共关系学。

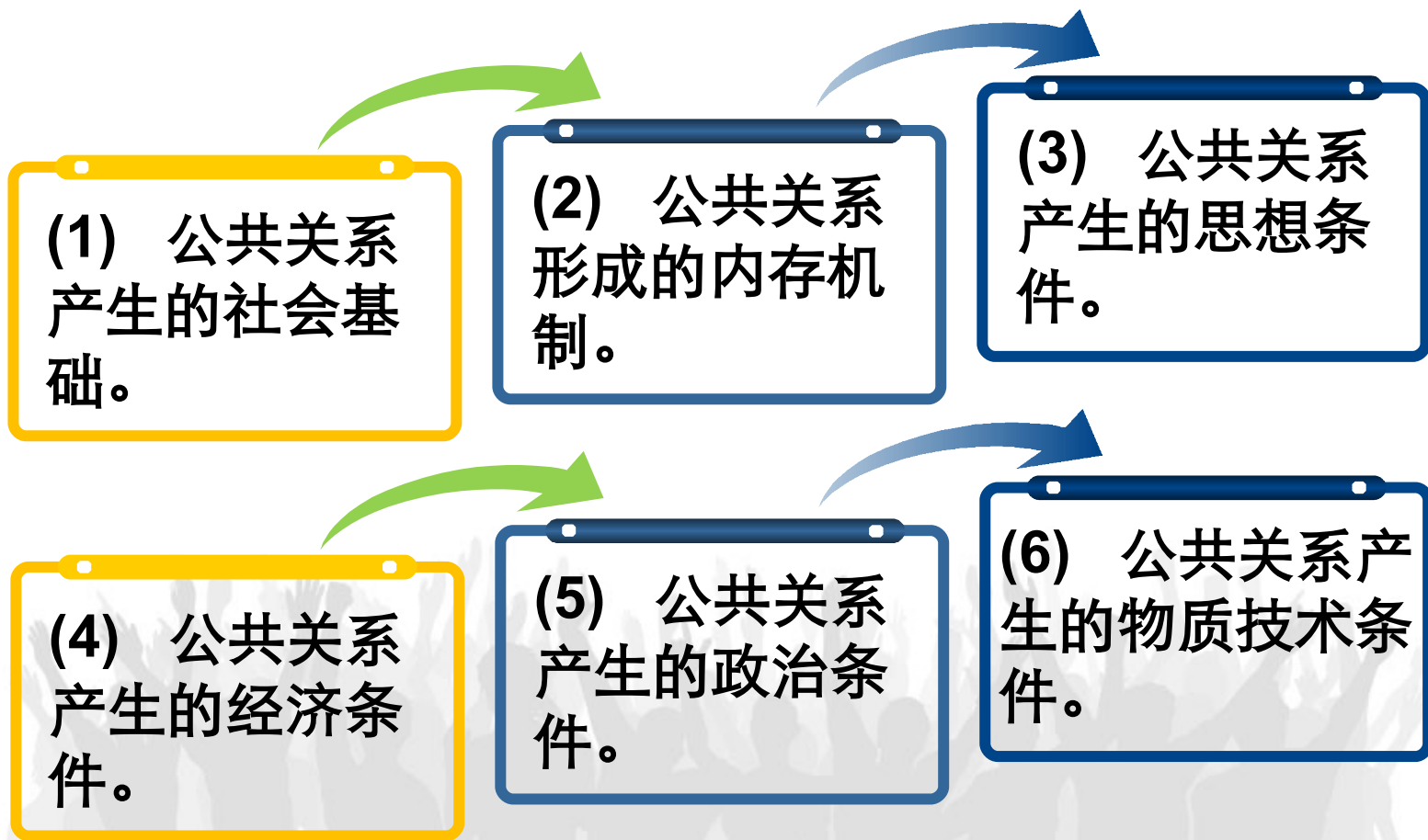
任务一 公共关系的含义

二、公共关系的内在含义

- (1) 公共关系——塑造形象的艺术。
- (2) 公共关系——建立和谐友善的关系。
- (3) 公共关系——强调真情的沟通。
- (4) 公共关系——利用传播媒介开展有效的传播。
- (5) 公共关系——建立一流的信誉。

任务一 公共关系的含义

三、公共关系形成的原因与条件



任务二 公共关系的构成要素

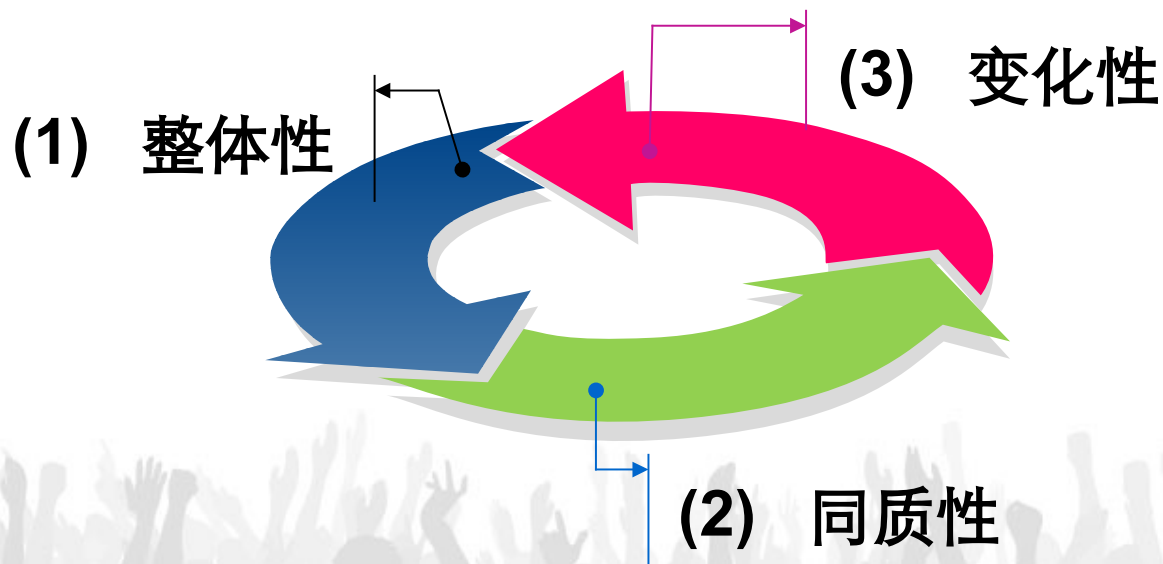
一、公共关系的主体——组织



组织，指各种类型的社会组织，包括政治组织、经济组织（企业）、文化组织、军事组织、宗教组织等，这些组织都是公共关系的活动主体。

任务二 公共关系的构成要素

二、公共关系的客体——公众



任务二 公共关系的构成要素

三、公共关系的中介——传播

(1) 人际传播。

(2) 组织传播。

(3) 群体传播。

(4) 大众传播。

(5) 网络传播。

任务三 公共关系的主要职能

三、公共关系的中介——传播

1 采集信息，监测环境。

2 咨询建议，参与决策。

3 传播沟通，塑造形象。

4 平衡利益，协调关系。

任务三 公共关系的主要职能

三、公共关系的中介——传播

5 社会交往，组建网络。

6 教育引导，培育市场。

7 科学预警，危机管理。

案例分析

2001 年 7 月 13 日，是全国人民永远难忘的日子。随着国际奥委会主席萨马兰奇的一声“Beijing”，全中国都沸腾了，举国上下成为一片欢呼的海洋。中央电视台随即在屏幕上打出了四个大字“我们赢了”，各地也举办了多种多样的庆祝活动，可以说北京申奥的胜利也是中国政府公关的胜利。

北京申奥过程是经过精心策划和实施的。公关主体是中国，是北京。李岚清副总理在申奥报告陈述时说：“在过去 20 年改革开放的过程中，中国已成为世界上经济发展最快的国家之一。我们将继续保持政治稳定、社会进步和经济繁荣。”国际奥委会执委何振梁则说：“选择北京，你们将把奥运会第一次带到世界上拥有 1/5 人口的国家，让十几亿人民的创造力和奉献精神为奥林匹克服务。”任职国际奥委会主席长达 21 年之久的

萨马兰奇卸任时最大的心愿就是把奥运会带到世界人口最多，又有巨大经济潜力的中国。正如刘淇市长在申奥成功报告会上所说：“北京申奥成功是因为有了日益强大繁荣的祖国作后盾。”由此可见，中国已经成为受世人关注、有重要影响力的大国。

北京申奥成功的一个重要原因是具有**最高的民众支持率**。95% 支持北京申奥的民众和受中国奥运情绪感染的国际奥委会委员，这是北京申奥最重要的目标公众。挪威籍国际奥委会委员乔恩奥拉夫感慨万分地说：“北京申奥给我印象最深的是来自中国民众的支持。就我个人来说，我从北京得到的申奥信息是其他 4 个城市之和的 2 倍。所有这些信息里都包含着同一个主题，那就是给正在腾飞的中国再一个全面腾飞的机会吧！”

北京奥申委确定了“新北京，新奥运”的申办口号，提出了“绿色奥运，科技奥运，人文奥运”的申办理念，提供了一部长达 500 页，涉及 17 个主题的申办报告，并把“95% 的公众支持率”的调查结果写进其中，还制作了精美的北京申奥宣传片。投票前夕的新闻发布会上，北京奥申委秘书长慷慨陈词：“我们有信心创造历史。这将是奥运会第一次来到有近 13 亿人口和 5000 年文明史的东方大国。”在 2008 年奥运会期间，各国媒体可以享受百分之百的新闻报道自由。”

2001 年 4 月 4 日，是申奥揭晓倒计时 100 天，北京奥申委提出了 4 月 4 日为全国支持北京申奥统一行动日的倡议。这个倡议得到了全球华人的积极响应，申奥热潮风起云涌。5 月 8 日，全球华人支持北京申奥联合委员会在德国杜塞尔多夫市举办了以“全球华人心连心，齐心协力申奥运”为主题的系列活动。6 月 16 日，中华全国体育总会和中国台北田协共同举办了“北京奥运炎黄之光”海峡两岸长跑活动。6 月 23 日，美国西部华人在雄伟的居庸关举办了祝北京申奥成功的“奥运龙——大地艺术作品展示”活动。所有这些都是**加强内部公共关系行为**的体现。

2001 年 6 月 12 日，北京奥申委派代表参加了在肯尼亚举行的非洲国家奥委会联合会第 9 次大会。6 月 23 日晚上，古老的紫禁城飘荡起世界三大男高音帕瓦罗蒂、多明戈和卡雷拉斯激昂高亢的歌声，全世界都为这种中西文化合璧之美而赞叹，这是一个难眠的“623”奥林匹克之夜。作为国际奥委会副主席、北京申奥代表团顾问的何振梁，从 2001 年 2 月以来的 5 个多月里，他就有 69 天在国外和飞机上，出访 11 次，走了 20 多个国家和地区。所有这些都是为**发展外部公共关系**而做的努力。

北京奥申委吸取了悉尼申奥的成功经验，“不要光自己说，更要让人家看”。为此，北京奥申委主动与西方媒体广泛接触，邀请外国记者来华访问，让世界了解中国、了解北京。2001年2月21日，以海因维尔布鲁根为主席的国际奥委会评估团一行17人，对北京进行了为期4天的考察。维尔布鲁根说：“评估团看到了一个真实的北京，北京申办奥运会得到了政府和民众的大力支持，北京奥申委的工作是积极有效的。”7月13日北京申奥团陈述报告一结束，立刻就有各国奥委会委员轮番提问，涉及环境、场地、语言、运动设施、反兴奋剂、资金盈余等问题。代表团成员用英语一一作答，列出了令人信服的事实数据。正如北京申奥代表团助理所说：“提问多是一件好事，说明大家对北京特别关注，很想知道详细情况。”

北京申奥团的陈述与众不同。它包含了三个基本方面：一是坚实的保证，二是明确的优势，三是调动国际奥委会委员的情感。在看似平淡中隐含着“玄机”，那就是中国人民的真诚、朴实和实在。难怪美籍国际奥委会委员德弗朗茨女士在投票结束后说：“很多委员都被何先生的真诚所感动。”2000年9月9日，国家主席江泽民致信国际奥委会主席萨马兰奇，表明中国政府完全支持北京申办2008年奥运会。2001年7月13日，北京申奥代表团第一个出场陈述的李岚清副总理庄严承诺：“如果此次奥运会发生盈余，我们将用它来建立一个奥林匹克友谊基金，来帮助发展中国家的体育事业。如果发生赤字，将由中国政府承担。”这不仅增强了国际奥委会委员对北京办好2008年奥运会的信心，而且激发了国际奥委会委员对中国的好感和敬意，这为中国塑造了良好的公众形象。

任何组织的发展和成功都有赖于良好的公众环境，都需要得到公众舆论的认可和支 持。北京奥申委秘书长在申奥投票前的新闻发布会上，陈述了北京能够申办成功的六点理由：第一，北京市民对申办的支持率达到 95%。北京奥运会的确代表“人文奥运”；第二，近 20 年来，越来越多的北京市民参与到文化与体育交流中，渴望成为国际体育大家庭中的一员……北京在申奥投票第二轮就以 56 票的绝对优势胜出，其中很多票源自亚非拉国家。因为中国政府力所能及的帮助，使这些国家中的部分国家的体育基础设施状况有了极大的改善。不仅如此，中国政府还承诺用奥运会所得来发展这些国家的体育事业，这些国家虽然不大，影响力有限，但在国际奥委会大家庭中却享有平等投票权。中国奥申委的这一系列举措，使这些国家的成员们大为感动，所以支持北京申奥也就成了理所当然。正由于中国有这种良好的公众关系，才确保了北京申奥的成功。

社会组织往往借助各种传播手段实现与公众之间的双向沟通，在双向沟通中达到双向的信息传递。由著名导演张艺谋执导的北京申奥宣传片《新北京新奥运》，成功地在短时间内把北京辉煌的成就、迷人的风采和中国人民对奥运的期盼表现得淋漓尽致。由于国际奥委会委员中至少有一半未来过中国，该片除了从运动员、运动会角度展现外，还从历史的角度来展示中国的历史和现状，来展示北京的历史和现状，从而满足了国际奥委会委员对中国、对北京深厚的心理文化需求，使他们对中国、对北京更加了解，更为中国、北京的变化所惊叹，深深地被中国、被北京所吸引，起到了很好的宣传效果。正如澳大利亚籍国际奥委会委员高斯帕说：“和中国申办 2000 年奥运会相比，中国的变化真是太大了，这种变化将会带动体育的发展。”高斯帕毫不讳言自己的一票投给了北京。

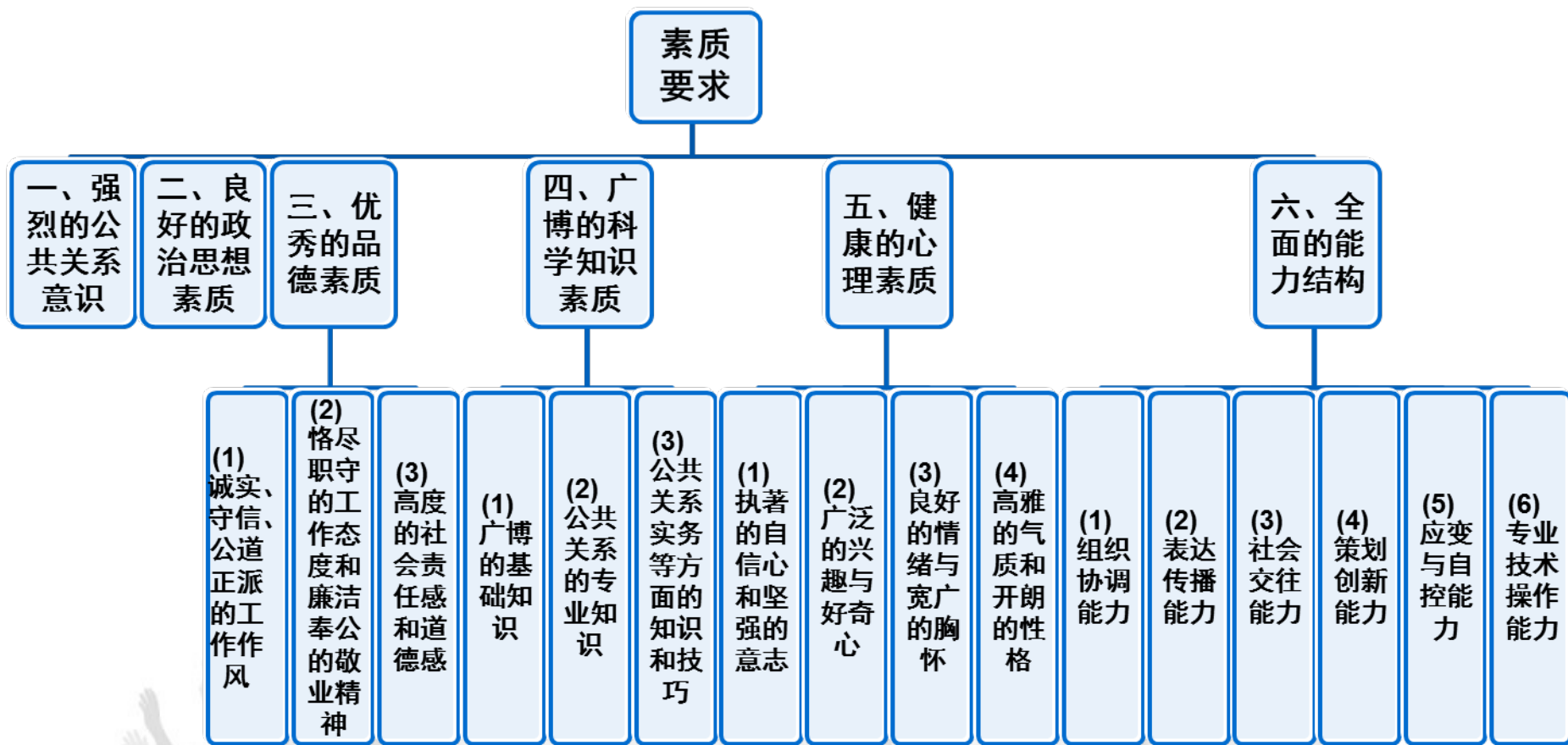


思考

1. “申奥”是公关活动吗？为什么？

2. 结合案例，谈谈学习公共关系学的现实意义。

任务四 公共关系人员的素质要求



你会坐吗？

一家公司准备聘用一名公关部长，经笔试筛选后，只剩 8 名应试者等待面试。面试限定他们每人在两分钟内对主考官的提问作出回答。当每位应试者进入考场时，主考官说的是同一句话：“请您把大衣放好，在我面前坐下。”

然而，在进行面试的房间中，除了主考官使用的一张桌子和一把椅子外，什么东西也没有。有两名应试者听到主考官的话以后，不知所措，另有两名急得直掉眼泪；还有一名听到提问后，脱下自己的大衣，搁在主考官的桌子上，然后说了句：“还有什么问题？”结果，这五名应试者全部被淘汰了。

剩下的三名应试者，一名听到主考官发问后，先是一愣，旋即脱下大衣，往右手上一搭，躬身致礼，轻轻地说道：“这里没有椅子，我可以站着回答您的问话吗？”公司对这个人的评语是：“有一定的应变能力，但创新开拓不足。彬彬有礼，能适应严格的管理制度，可用于财务和秘书部门。”

另一名应试者听到问题后，马上回答道：“既然没有椅子，就不用坐了。感谢您的关心，我愿听候下一个问题。”公司对此人的评语是：“守中略有攻，可先培养用于对内，然后再对外。”最后一名考生的反应是，听到主考官的发问后，他眼睛一眨，随即出门去，把候考时坐过的椅子搬进来，放在离主考官侧前约一米处，然后脱下自己的大衣，折好后放在椅子背后，自己就在椅子上端坐着。当“时间到”的铃声一响，他马上站起来，欠身一礼，说了声“谢谢”，便退出考试房间，把门轻轻地关上，公司对此人的评语是：“不着一词而巧妙地回答了问题；性格富有开拓精神，加上笔试成绩佳，可以录用为公关部长。”

假如你是应试者，你准备怎样放置大衣、怎样坐下？



感谢！