

<<政府公共关系>>

图书基本信息

书名：<<政府公共关系>>

13位ISBN编号：9787301137444

10位ISBN编号：7301137443

出版时间：2009-4

出版时间：唐钧 北京大学出版社 (2009-04出版)

作者：唐钧

页数：260

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<政府公共关系>>

### 前言

政府公共关系能够展示政府形象，包括政府行为及与社会各界接触面上的所有关系，是政府行为所产生的社会影响的总称，是政府处理与社会各界关系的统称。

通过政府公共关系这个平台，政府的理念、行为与社会各界的预期、要求产生互动，发生关联。

在民主和法治时代，政府公共关系平台的作用日益广泛，影响更加深远。

第一，环境推动政府公共关系的到来。

一方面，政府公共关系是政府行为的终端。

政府的决策、政策执行等几乎所有方面，都要通过政府公共关系的“窗口”与社会各界发生联系。

在很大程度上，社会各界通过政府公共关系对政府进行检验。

另一方面，政府公共关系又是政府行为的始点。

政府的理念和行为，尤其是与社会各界广泛接触的领域，会深入了解和全面把握社会各界的诉求；从公共关系的方面开展行为，推动相关的创新与改革。

第二，公众要求政府公共关系的践行。

从理念层面，政府以“民意”引导“回应型”政府的建设，以“民心”引导“责任政府”的建设，以“民愿”引导“服务型”政府的建设。

从操作层面，政府更加广泛地开展公共关系活动，越来越熟练地应用公共关系方式方法，不断建立健全政府与社会各界的公共关系平台，稳步提升政府公共关系的社会效益。

政府公共关系时代所带来的，将是以公民为中心的政府治理模式，是以为人民服务为宗旨的政府全面改革。

## <<政府公共关系>>

### 内容概要

政府公共关系是政府与社会的“接触面”；是政府的“窗口”，也是社会的“眼睛”。

政府公共关系时代到来，政府和公务员需要直面公众和正视媒体。

政府在正常状态下，需做好公众引导，搭建公关平台，应用媒体渠道，实施科学管理，从而全方位塑造公众认可的良好形象。

政府在危机状态下，需做好危机沟通，积极调解冲突，应用传统媒体和网络媒体，争取转危为机，渡过难关。

政府公共关系的应用，服务于政府引领社会科学发展和全面构建和谐社会的。

#### 作者简介

唐钧，中国人民大学政府管理与改革研究中心副主任，危机管理研究中心副主任，公共管理学院教师。

长期从事危机公关、应急管理、社会维稳、风险治理、政府形象的理论研究和实际操作，主持参与了“社会维稳风险治理与科学管理体系建设”、“国家公共危机管理系统研究”、“城市安全与应急规划”、“信息化风险及风险管理”等项目。

专著：《公共部门的危机公关与管理——政府与事业单位的危机公共关系解决方案》（中国人民大学出版社，2007）；主编：《政府公共关系策略与实务》（中国传媒大学出版社，2008），《中外紧急救援成功案例研究》（中国社会出版社，2008）。

## <<政府公共关系>>

### 书籍目录

序言：政府公共关系时代的到来  
政府公共关系概论篇  
第一章 政府公共关系概述  
第一节 政府公共关系的概念与特征  
第二节 政府常态公共关系概况  
第三节 政府危机公共关系[案例研究]英国政府（政党）公共关系  
政府常态公共关系篇  
第二章 政府常态公关的形象塑造  
第一节 政府形象的要素与机理  
第二节 政府形象塑造中的问题与原则[案例研究]北京申奥的形象建设与公关活动  
第三章 政府常态公关的公众引导  
第一节 政府内部公众的全员公关  
第二节 国内社会公众的牵引指导  
第三节 国际公众的求同与合作[案例研究]中国政府节约能源的公关活动[案例研究]中俄互办“国家年”  
第四章 政府常态公关的平台搭建  
第一节 发布和展示型专题活动  
第二节 参与和体验型专题活动[案例研究]重庆直辖市十周年庆典  
第五章 政府常态公关的媒介应用  
第一节 政府常态公关中的媒介分析  
第二节 政府常态公关中的媒介应用[案例研究]俄罗斯前总统普京的公关媒介选择  
第六章 政府常态公关的科学管理  
第一节 政府常态公关的策划  
第二节 政府常态公关的评估[案例研究]“创意英国”在中国的公关活动  
政府危机公共关系篇  
第七章 政府危机公关概述  
第一节 政府危机公关的原则  
第二节 政府危机公关的步骤  
第三节 政府危机公关的责任模型  
第四节 政府的转危为机[案例研究]哈尔滨市“饮用水问题”应急管理  
与危机公关  
第八章 政府的公众危机公关  
第一节 公众危机公关的基础  
第二节 政府与公众的危机沟通  
第三节 公众的冲突调解[案例研究]政府信访工作的改革与创新  
第九章 政府的媒体危机公关  
主要参考文献

## &lt;&lt;政府公共关系&gt;&gt;

## 章节摘录

政府公共关系概论篇第一章 政府公共关系概述本章全面介绍政府公共关系的基本情况，包括政府公共关系的概念、特征、原则，政府常态公共关系和政府危机公共关系的要素、原则、机理等方面的基础知识，并辅以英国政府（政党）公共关系的实践为案例，有助于学生全面把握政府公共关系的概况。

第一节 政府公共关系的概念与特征一、政府公共关系的概念由于政府自身性质及其涉及公共领域的广泛性和复杂性，公共关系引入政府领域后，我们难以对政府公共关系给出统一的定义。

从政府管理的角度出发，我们首先对政府公共关系的内涵和外延两个方面进行研究。

（一）政府公共关系的内涵1.政府公共关系的概念根据内涵和外延的不同，我们可以对政府公共关系的概念作三种界定。

第一种，狭义的界定认为，政府公共关系是指政府为了塑造良好形象而采取的专项公关手段。

第二种，较广义的界定认为，政府公共关系是指政府通过各种有效的现代化传播途径和沟通手段，与社会公众相互联系、相互作用，以塑造形象和获取支持的活动。

第三种，广义的界定认为，政府公共关系是指政府与社会各界良性互动，以塑造良好形象，争取公众对政府工作的理解和支持的所有活动的总称。

我们在研究过程中，为了全面、深入地研究政府公共关系，主要采纳第三种广义的界定方法。

2.政府公共关系的概念要素对于政府公共关系的概念，我们可以从四个方面理解其要素。

第一，政府公共关系以政府部门和公务员为主体。

政府公共关系与国情紧密相关，本书立足于中国现实情况，开展政府公共关系的研究。

从广义上讲，政府组织包括中央和地方的全部立法、行政、司法机关以及执政党的组织机构；从狭义上讲，政府通常仅指国家的行政机关。

一般情况下采用广义的政府概念，即包括中国共产党的组织机构、人民代表大会、政治协商会议、人民法院、人民检察院以及政府各个组成部门等。

政府公务人员同样是政府公共关系的主体，在全员公关的理念下，政府每个成员都应对政府形象负责。

其中，领导者和窗口行业人员是政府公关的重要途径和关键因素。

<<政府公共关系>>

编辑推荐

《政府公共关系》由北京大学出版社出版。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>