

<<中国现代公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<中国现代公共关系学>>

13位ISBN编号：9787811103601

10位ISBN编号：7811103605

出版时间：2008-1

出版时间：安徽大学出版社

作者：丁乐飞

页数：255

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>

## <<中国现代公共关系学>>

### 前言

最近，安徽大学公关学者丁乐飞老师等同志组织编写了一部《中国现代公共关系学》。本书由安徽省8所大学的公关学者和教育工作者丁乐飞、张洪波、徐永森、徐小平、秦元春、杜娟、王先斌、魏明国、史贤华和翟年祥共同编写。

乐飞老师是《公关世界》的老朋友，每有佳作必想到《公关世界》。他虽已年近七旬，又患有高血压等病，但他不以为意，仍孜孜于公关理论的探索和公关教学。在党中央发出构建社会主义和谐社会的伟大号召不久，他率先提出了“深化公共关系和谐本质”的理念，指出“和谐理念是公共关系的最高境界”。

《公关世界》认为这是一篇颇具政治敏感的有见地的好文章，故将之发在2005年第5期的卷首语上。他认为，公共关系是一门讲究和谐的科学艺术，和谐是公共关系理念、意识的精华和道德行为的基础规范。

本书提出现代公关从形成那天起，就铸造了它生存发展的科学思想和精神支柱：和谐。正是和谐引导社会组织消除矛盾纠纷，理顺政治民主，促成社会稳定，达到人格完美化的最高境界。乐飞老师退休后，一直坚持退而不休，并在安徽大学为全校学生上大课讲授“公关社交礼仪与策划设计”，在多所高校和一些企业举办公共关系知识讲座。

乐飞老师与翟年祥老师2004年就编写过一部《公共关系教程》，受到公关教育界好评，并再版发行。

2006年在北京召开的中国公关教育20年成果表彰大会上，乐飞老师荣获“杰出贡献”奖。

笔者深为乐飞老师这种热爱公关事业的精神所感动。所以在他让我为他们编写的这部新作《中国现代公共关系学》写序的时候，颇感力不从心。我是晚年才介入公关的，对于公关学并无深入研究。但是乐飞老师和编写组各位老师的盛情难却，只好勉强提笔，说说我的浅见。

## <<中国现代公共关系学>>

### 内容概要

《普通高校公共基础课教材：中国现代公共关系学》是在总结中国公共关系教育20余年历史的基础上，面向新世纪的需要编写的。

《普通高校公共基础课教材：中国现代公共关系学》在公共关系和谐思想理念的指导下，结合国外公共关系的理论与实践以及中国传统文化和现代文明的特色，强化了公共关系实务操作的经验，突出了大学生公共关系人文素质教育的历史使命，力图构建中国特色的公共关系新体系。

这部教材结构体系科学严密，观点鲜明而有创新，阐述逻辑清晰，内容深刻，篇幅精悍适中，适合于高等院校本科生、专科生和社会职业培训使用，是一部供教学与阅读的好教材。

## <<中国现代公共关系学>>

### 作者简介

翟年祥，男，1963年2月生，副教授。

1980年至1982年就读于安徽劳动大学，1982年1月至1984年7月在安徽师大政教系学习，1985年9月至1987年7月就读于南开大学社会学系，获硕士学位。

1984年7月至1985年7月在安徽大学法律系工作，1988年7月至今先后在安徽大学管理系、管理学院任教。

目前主要从事社会学、社会保障、公共关系学等方面的教学和研究工作。

主讲社会学原理、公共关系学、政府公共关系学、广告学、广告管理、证券与证券管理等课程。

已发表“我国当前的劳动就业与社会保障”、“进城农民工社会保障若干问题研究”等学术论文30余篇，出版《公共关系教程》、《公共关系》、《广告学教程》、《广告学词典》、《社会保障概论》等著作11部。

## <<中国现代公共关系学>>

### 书籍目录

序第一章 公共关系本质解析第一节 公共关系概念诠释第二节 公共关系本质研究的界定第三节 公共关系和谐理论的阐述第四节 公共关系构建元素第五节 公共关系学科辨析第二章 公共关系发展历程第一节 古代公共关系第二节 现代公共关系在美国的形成与发展第三节 公共关系在其他国家的传播第四节 现代公共关系在中国的大发展第三章 公共关系社会组织与人员第一节 一般社会组织第二节 公共关系专业组织第三节 公共关系人员的基本素质与要求第四节 不同层次的公关员第四章 公共关系公众第一节 公共关系公众概述第二节 企业公众关系分析第三节 政府公众关系分析第四节 国际公众关系分析第五章 公共关系传播第一节 公共关系传播概述第二节 公共关系大众传播与媒介第三节 公共关系组织传播与媒介第四节 公共关系人际传播与媒介第六章 公共关系社交与礼仪第一节 公共关系社交概述第二节 公共关系言语交往第三节 公共关系文书交往第四节 公共关系礼仪概述第五节 公共关系常用礼仪第六节 公共关系主要礼节第七节 东两方礼仪习俗第七章 公共关系形象塑造与设计第一节 公共关系形象概述第二节 公共关系形象塑造第三节 公共关系形象设计第八章 公共关系策划与活动第一节 公共关系策划概述第二节 公共关系宣传活动与策划第三节 公共关系专项活动与策划第九章 公共关系危机管理第一节 危机概述第二节 危机预防第三节 危机公共关系处理第十章 公共关系案例第一节 公共关系案例概述第二节 公共关系案例编写与分析第三节 公共关系案例选读与评析公共关系职业行为准则主要参阅文献编后说明

章节摘录

第一章 公共关系本质解析 第一节 公共关系概念诠释 一、“公共关系”概念的确立

“公共关系”概念源于美国。最早见于美国总统托马斯·杰弗逊的“国会声明”和1807年美国Jn版的《韦氏新九版大学词典》中，那时的“公共关系”概念内涵尚不清晰。

1882年，多尔曼·伊顿律师在耶鲁大学毕业班“公共关系与法律职业的责任”演讲中，明确使用了“公共关系”概念，并多次讲到了“公众利益”等法律问题。

1897年，美国《铁路文献年鉴》又一次明确使用了“公共关系”概念。

“公共关系”概念具有现代科学意义价值的表述，在20世纪初有了实质性的突破。

1919年，现代公共关系创始人之一的艾维·李，在一篇咨询通讯中，不仅使用了“公共关系”概念，而且赋予它更新的含义。

艾维·李针对当时美国舆论造假的现实，提出公共关系的信条：“说真话”，“公众被告之”。

同时他还创办了公共关系事务所，开展职业化的公共关系工作。

而另一位公共关系理论的奠基者爱德华·伯内斯，总结自己多年来社会公共关系工作经验，出版了具有里程碑意义的专著——《公共舆论的形成》（又译作《舆论明鉴》），系统地归纳和整理了公共关系的性质、功能、咨询工作等重要问题。

他提出“投公众之所好”的名言。

其后美国众多的学者、专家、经营家、政治家又根据美国政治民主化和商品经济发展的需要，对公共关系的理论和实践作了多种描述，使“公共关系”逐步形成科学概念，在社会上广泛传播。

二、“公共关系”概念的基本含义 “公共关系”英文为Public Relations。它含有两层意思：

一层是Public，它可以作名词来理解，表示“公众”、“群体”、非个人的意思；又可作为形容词，表示“公众的”、“社会的”、“群体的”、“分开的”或“公共的”、“非秘密的”意思。

另一层是Relations，它表示“关系”、“交往”、“联络”等意思。

由于词尾加上“s”它又表明上述关系不是单一的，而是多种关系的意思，表意较为复杂。

<<中国现代公共关系学>>

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>