



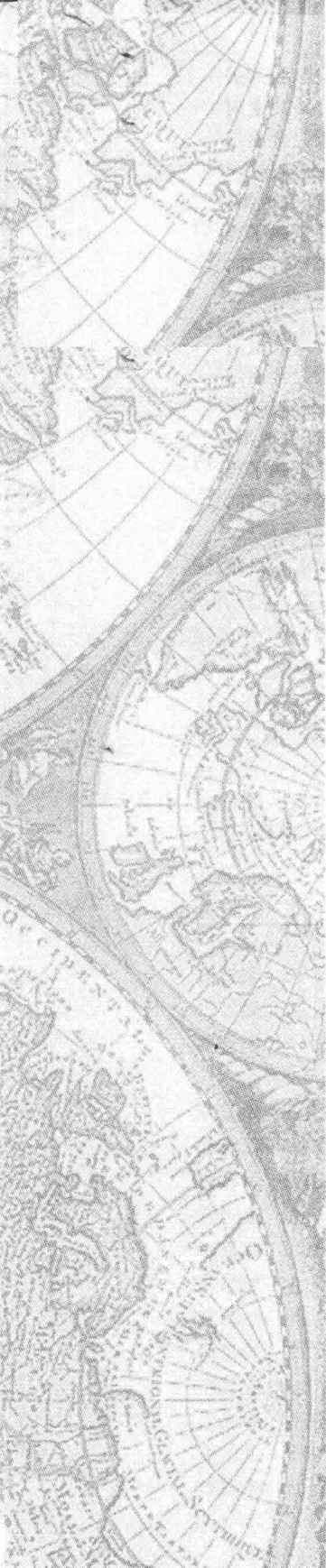
普通高等教育“十二五”规划教材

公共关系原理与实务

蒋楠 主编



科学出版社



公共关系原理与实务

蒋楠 主编

科学出版社

北京

内 容 简 介

本书从公共关系的基本含义入手,阐述了公共关系历史、公共关系主体——社会组织、公共关系手段——传播及媒介、公共关系对象——公众等基本理论,对公共关系四步工作法进行了较为全面综合的分析与展示,专门分析了一些重点组织的公共关系情况,描述了公共关系礼仪与文书写作。本书结合国际、国内最新理论研究成果,凝练了长期从事理论研究人员的研究心得,系统而精当地反映了当前公共关系的发展水准,其独具的“职场观摩”与“实务演练”等内容,适合课堂学习与课下自学、课堂演练与课外拓展。

本书具有较强的教学应用与专业培训特点,适合作为本专科院校教学用书,以及相关干部培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

公共关系原理与实务/蒋楠主编. —北京:科学出版社,2011
(普通高等教育“十二五”规划教材)

ISBN 978-7-03-032431-3

I. ①公… II. ①蒋 … III. ①公共关系学-高等学校-教材
IV. ①C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 197130 号

责任编辑:王京苏 / 责任校对:张怡君
责任印制:张克忠 / 封面设计:番茄文化

科学出版社 出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

北京市安泰印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2011 年 10 月第 一 版 开本:720×1000 1/16

2011 年 10 月第一次印刷 印张:16

印数:1—3 000 字数:320 000

定价:32.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换)

前言

这是一个呼唤公共关系的时代。2008年5月1日,《中华人民共和国政府信息公开条例》开始施行,截至2010年年底,全国13个中央部门和单位,31个省(自治区、直辖市)和新疆生产建设兵团党委都已经设立了新闻发言人,自上而下的新闻发布体系已经建立。2011年8月3日,《关于深化政务公开加强政务服务的意见》公布,同时,各级政府网站的在线互动也使政情、民情有了更顺畅的表达通道。由此,我国的信息流通环境将变得更加流畅与透明。企业、事业单位也在政府垂范下,更加注意完善自身的新闻发布制度与公众沟通工作,公众的沟通意识也变得更加自觉,公共关系的社会环境不断成熟。

这是一个主动运用公共关系的时代。进入21世纪以来,不太平的世界似乎还在向社会的各个角落延伸着不安定,各种危机的发生成为常态,而对危机的预防与应对也让常规化的工作管理者们开始将所在组织的公共关系管理视为最重要的工作之一。他们主动将这一理念在所有员工中普及。可以说,谁不懂公共关系,谁就无法成为合格的管理者。

这是一个深度关注公共关系的时代。从中国形象广告(人物篇)在美国播出,到个人微博在人们生活中发挥着不大不小的自发媒体作用,公共关系已从国家对外传播使命渗透进了老百姓生活的方方面面,品牌与信誉成为让所有人关注的词。中国的大国形象、负责任形象已胜过GDP世界排名第二的评价,成为令全世界密切注视的标杆,而企业乃至个人对组织品牌与声誉的重视与维护早已使公共关系成为生活中不可或缺的因子,融入我们的思想中。

在这样的一个时代,公共关系的专业人才需要培养,公共关系学的理论需要提升,公共关系的实践需要总结,从事公共关系研究的学者自然有义务担当起时代赋予的重任。对于本书的编写,我们酝酿了很久,在对其体系仔细斟酌后,我们仍沿用了—个十分传统的模式,只希望达致、简约,最终完成对理论与实践的清晰概括。

本书具有如下特点。

(1) 理论尽量严谨。在写作过程中,我们深入研究国内外学者的思想与观点,

对于卓有建树的理论观点，通过“观点链接”或专门标题展示出来，供研究与学习者参考，其中不乏一些持有异议者，但更多的是带给阅读者启发，拓展视域，以期管中窥豹，发现更有深度与宽度的见解。所有的引用都有详尽的出处供查询，在可能的情况下也提供“资料链接”，以备读者了解相关的情况。

(2) 实务尽量求实。公共关系学是一门具有较强实用性的科学，全书始终将实践运用作为重点，不仅增加“职场观摩”的案例，在章节中也尽量配合一些实际案例，让这一理论不脱职场，每章结尾“实务演练”中的“分析案例”与“职场模拟”，也是为了将鲜活、严酷的职场生活拉进充满斯文气的书中，不让阅读者远离现实。引入案例实际仅仅是想抛砖引玉，希望读者真正将自身融入公共关系的专业状态中。

(3) 教材尽量好使。作为教材，不是提供一个标准的范本，而是给教学者提供一种思路。每章前的“带着问题预习”和“课堂学习思考”，是一种作为教材发挥对课堂教学作用的探讨，而章尾的作业性题目，是方便教师教书育人，使学生学有所用，希望这样的教材对学生有益，让教师省力。

本书编写分工如下（根据章序）：中国计量学院的蒋楠完成第一章至第四章，温州大学的刘藏岩完成第三章、第十一章，中国计量学院的霍荣棉完成第五章第一节、第二节，中国计量学院的戴瑞娇完成第五章第三节至第六节、第六章，衢州学院的敬坤完成第七章，太原理工大学的方改娥完成第八章、第九章，中国计量学院的吴丽完成第十章。蒋楠对全书进行了统稿与审定。

优秀的书籍往往与优秀的出版社紧密相关。科学出版社的同志们为本书的出版付出了巨大的努力，尤其是本书责任编辑王京苏付出了大量心血，他对注释的严谨要求、对字词的谨慎商榷、对版式编排的精细思考，让人感动得不敢有丝毫的懈怠，更何况，将自己多年的研究成果奉于社会、就教于公共关系学界的同仁，我们有诚惶诚恐之感，期盼赢得认同，更希望在交流中提高，只有学术的交流才会使理论的研究得到更加深入的推进。毕竟，我们处在一个公共关系的时代！

编者

2011年8月

目 录

前言

第一章

公共关系学概述 1

第一节 公共关系学的含义 1

第二节 公共关系的要素与特征 12

第三节 公共关系的职能 17

职场观摩 21

实务演练 22

第二章

公共关系发展历程 24

第一节 公共关系职业的诞生 24

第二节 公共关系科学化进程 30

第三节 公共关系管理程序化形成 34

第四节 卓越公共关系崛起 36

第五节 公共关系在中国 41

职场观摩 50

实务演练 50

第三章

公共关系主体——社会组织 52

第一节 社会组织中的公关机构——公共关系部 52

第二节 专业公关机构——公共关系公司 61

第三节 公关活动的操作者——公共关系从业人员 66

第四节 公共关系职业道德 73

职场观摩 78

实务演练 78

第四章

公共关系手段——传播及媒介 80

第一节 公共关系传播理论 80

第二节 公共关系传播媒介 87

第三节 公共关系活动中的人际沟通 95

职场观摩 99

实务演练 100

第五章

公共关系对象——公众 101

第一节 公众概述 101

第二节 公众心理 105

第三节 内部公众 111

第四节 顾客公众 116

第五节 媒介公众 118

第六节 其他公众 120

职场观摩 124

实务演练 124

第六章

公共关系调查 126

第一节 公共关系调查的含义与特点 126

第二节	公共关系调查的原则与程序	127
第三节	公共关系调查的内容	131
第四节	公共关系调查的方法	133
第五节	公共关系调查报告	139
职场观摩		142
实务演练		142

第七章

公共关系策划	143
--------------	-----

第一节	公共关系策划的原则与步骤	143
第二节	公共关系策划的创造性思维	148
第三节	公共关系策划类型	154
第四节	公共关系策划书	162
职场观摩		163
实务演练		164

第八章

公共关系活动实施	165
----------------	-----

第一节	公共关系活动实施的原则与过程	165
第二节	公共关系策划活动的实施	171
第三节	公共关系危机管理	177
第四节	影响公共关系活动实施的因素	185
职场观摩		189
实务演练		190

第九章

公共关系活动效果的评估	191
-------------------	-----

第一节	公共关系评估的内容和程序	191
第二节	公共关系评估的标准与方法	196
第三节	公共关系评估报告	200
职场观摩		202
实务演练		203

第十章	
	组织公共关系举要 204
第一节	企业公共关系 204
第二节	政府公共关系 210
第三节	医院、学校等组织的公共关系 215
职场观摩	 220
实务演练	 221
第十一章	
	公共关系礼仪与文书 222
第一节	公共关系礼仪 222
第二节	公共关系文书 233
职场观摩	 241
实务演练	 242
参考文献	
	 243

第一章 公共关系学概述

【带着问题预习】

1. 公共关系与社会上的“拉关系”有什么本质区别？
2. 为什么说沟通是公共关系学的核心概念？

【课堂学习思考】

1. 了解公共关系的定义。
2. 明确公共关系的要素和特征。

第一节 公共关系学的含义

一、公共关系释义

公共关系一词是舶来品，英文是“public relations”。从字面意思上理解，公共关系是指一种共同的、公共的关系。但“关系”一词，本身具有相互性、私人性及排他性。因此，按其英文的本意理解，应该翻译成“公众关系”更为准确，即主体针对公众所建立、开展的一种关系，由于公共关系的叫法在中国已经约定俗成，所以也就称之为公共关系。

我们可以从以下三个方面来理解公共关系。

1. 公共关系学研究的是社会关系

公共关系学研究社会中与组织有密切依存性的周边公众其存在、表现倾向及变化的过程。社会组织在成长的过程中，必须注意研究公众的心理与行为表现，妥善处理与各类公众的关系，通过自身的恰当表现，与公众建立良好的关系，来赢得公众的关注与认可，以实现组织的发展目标。因此，从社会组织角度来说，公共关系学不是泛泛地研究全社会的人群，而是有针对性地研究与社会组织有密切相关性的那部分公众。

2. 公共关系表现出一种公开关系

公共关系是与个人关系相对的关系。与个人关系的隐私性不同，公共关系具有公开性或开放性。社会组织在有限的时间内，希望同时与更多的人获得相互的了解与认知，因而倾向于使用大众传播媒介，以公开、开放的姿态与公众对话、沟通。公共关系是一项阳光下的工程，拒绝组织中的成员与工作对象之间开展私下的商业

交易或进行隐秘性行为,倡导内部民主与信息开放。虽然公共关系活动中会包括大量个人间的交流活动,但其出发点与表现方式都是代表组织、体现集体利益的。组织针对公众开展的公共关系活动,越公开越好。

3. 公共关系代表的是一种集体关系

从发出公共关系活动一方的角度来说,公共关系是一种以组织的名义来处理公众关系的行为,它的运作、实现过程与成果体现,均展示了一种集体的意志,代表了整个组织。从接受公共关系活动的一方——公共关系的对象公众来说,公共关系亦是具有某种共同利益的集体或人群,他们或许会以个体的形式表现出来,如个别顾客、某个客户等,但实际上,他们背后的数量往往难以计数。如果组织不慎得罪了公众中的一员,可能就意味着对所有公众的伤害,那它有可能遭遇灭顶之灾,因此处理好公共关系对组织来说意义重大。

正因为如此,公共关系从其诞生时起,就受到了众多社会组织的极大关注,其全新面貌和独特作用,令人刮目相看。

观点链接

做正确的事

如果简单给公关下一个定义,所谓公关就是“做正确的事”,良好地表现自己,并将这种外在表现的本质精神传递给公众。在过去的30年里,公关的业务数量有了非凡的增长,并赢得了更为广泛的社会尊重,如今公关显然已经发展为一个成长型的产业。

资料来源:费雷泽·P.西泰尔.2004.公共关系实务.第8版.梁浚洁,罗惟正,江林,等译.北京:机械工业出版社:4.

二、对公共关系的多种解释

从公共关系产生开始,对公共关系的理解就仁者见仁,智者见智,即使是较为权威的定义,也多得令人莫衷一是。这并不是说公共关系是一个不成形的“大杂烩”,而恰恰是反映了公共关系多领域与多功能的适用性。

关于公共关系的定义,有代表性的主要有以下八种。

(1) 被称为“公共关系之父”的美国公共关系职业创始人艾维·李(Ivy Lee)认为,公共关系是一种公开的新闻宣传活动。^①

(2) 被认为是公共关系理论创始人的爱德华·L.伯内斯(Edward L. Bernays)认为,公共关系是“向公众提供信息,在公众的指引下调整组织的态度与行动,努

^① 格伦·布鲁姆,艾伦·森特,斯科特·卡特里普,等.2002.有效的公共关系.第8版.明安香译.北京:华夏出版社:4,100,101.

力使组织的态度和行动与组织内部的人或所服务的公众利益相吻合”。^①

(3) 格伦·布鲁姆(Glen M. Broom)等在《有效的公共关系》一书中,提出公共关系的定义是“公共关系是这样一种管理功能,它能建立和维持组织与公众之间互利互惠的关系,而一个组织的成功或失败取决于公众”。^②

(4) 美国资深公关专家兼学者费雷泽·P. 西泰尔认为“公共关系是一个有计划的过程,立足于双方都满意的双向沟通,通过可靠的文字和适当的表现来影响公众的看法”。^③

(5) 当代美国公关界的代表人物詹姆斯·格鲁尼格(James E. Grunig)在其研究成果“卓越公共关系”中提出,公共关系是“一个组织与其公众之间的传播管理”,其目的是建立一种与这些公众相互信任的关系。^④

(6) 美国公关学者伦纳德·萨菲尔(Leonard Saffir)在《强势公关》中提出“公共关系已经成为了一门有影响力而且系统完备的成熟学科,能够通过强大而温和的手段影响人们的观念”,“如果使用得当,公关能发挥双向作用,即提供反馈信息,预测公众舆论,同时制订计划,影响和引导舆论”。^⑤

(7) 法国普及性百科全书《我知道什么?》丛书《公共关系》册中认为:“公共关系是一种氛围而不具有物质的实在性,是一种精神状态而不是一项客观内容,是一种才智和暗中的说服,而不是可以具体计算的产品。”^⑥

(8) 美国公关业界著名人物菲利普·莱斯礼在其写作的《公关手册》中认为,公共关系是“协助一个组织和公众相互适应”。^⑦

从上述国外公共关系学者与专家对公共关系定义的界定可以看出,对公共关系的理解是与社会经济发展水平同步演进、逐渐完善的。这些表述既体现了对公共关系特性的认识,也显示了公共关系学理论的日臻成熟。

三、公共关系的定义

在学习公共关系的定义之前,首先要明确以下七个问题。

① 费雷泽·P. 西泰尔. 2008. 公共关系实务. 第10版. 潘艳丽, 陈静, 等译. 北京: 清华大学出版社: 3.

② 格伦·布鲁姆, 艾伦·森特, 斯科特·卡特里普, 等. 2002. 有效的公共关系. 第8版. 明安香译. 北京: 华夏出版社: 4.

③ 詹姆斯·格鲁尼格, 等. 2008. 卓越公共关系与传播管理. 卫五名, 等译. 北京: 北京大学出版社: 4.

④ 伦纳德·萨菲尔. 2002. 强势公关. 梁皎洁, 段燕译. 北京: 机械工业出版社: 4, 8.

⑤ 让·肖墨利, 班尼·于斯曼. 1996. 公共关系. 侯建译. 北京: 商务印书馆: 30.

⑥ 菲利普·莱斯礼. 2004. 公关圣经: 公关理论与实务全书(莱斯礼公关与传播手册). 石芳瑜, 蔡承志, 温蒂雅, 等译. 汕头: 汕头大学出版社: 31.

1. 公共关系是社会组织的一种主动行为

公共关系是一种动态的社会活动,是某一社会组织主动发出的一种社会行为。它不是静态的关系。对一个社会组织来说,只有主动地、有计划地与自身的公众开展沟通活动,公共关系活动才能有效展开,才能说组织有公共关系行为。社会组织与公众的公共关系不是无缘无故自然建立的,而是社会组织因内在需要而发出的一种主动行为。

2. 公共关系的对象是目标公众

社会组织开展公共关系活动针对的是什么样的公众,这是一个十分重要的问题。公共关系的对象是公众,但并不是漫无目标的。对一个组织来说,在开展公共关系活动时,必然有一个主要目标和重点,针对的对象只能是目标公众,而不可能是任何公众,只有针对目标公众,社会组织的公共关系活动才能具有针对性、有效性,因此,社会组织在开展公共关系活动时,首先要确定的是目标公众。

3. 公共关系的传播是双向交流

社会组织开展公共关系活动,从本质上来说是传播活动,即以大众传播媒介或人际传播的形式,向自己的目标公众进行信息的传播。表面上看,这是一种单向的信息传输活动,实际上,这一传播活动要进行和维持下去,必须依赖于公众的反馈,因而,具有效率的公共关系活动一定是组织与公众平等的双向交流(two-way communication)活动,双向沟通是公共关系活动的基本手段。

4. 公共关系的目标是营造社会环境

对于任何一个社会组织来说,在其周围都存在着不同的组织或群体,它们与社会组织构成了一个相互依存的社会状态,组织要想生存,必须要与这些组织或群体处理好关系;组织要想发展,更需要这些组织或群体的支持。这些组织或群体实际上就是组织生存与发展的社会环境。因此,公共关系目标是营造组织生存与发展的良性环境。这是组织开展公共关系活动的内在动力。

5. 公共关系学是系统的科学

公共关系学在今天已被认定为一门独立的学科,但是公共关系学鲜明的实用性、跨学科的边缘性和多学科交叉的综合性特点,又使人们容易对其产生诸多误解。例如,有些人把公共关系看成是一种达到组织或个人私利的手段或技巧,也有人将它视为缔造组织宣传神话以愚弄公众的工具。其实,经过近 100 年的发展,公共关系学已经形成为严密的科学,具有系统的知识体系与逻辑构架。要正确理解和运用公共关系,必须掌握其科学体系,否则就会导致片面、偏颇,甚至走入误区。

6. 公共关系是组织的战略管理

社会组织运用公共关系手段来营造其生存与发展环境,使公共关系担当起了影响组织未来发展的战略性使命,公共关系的成功会极大地帮助组织快速发展,而公共关系的失败,则可能导致组织陷入难以自拔的困境,甚至永无翻身之日。因此,现代社会,任何组织都需要密切关注自身的公共关系状态,积极进行有效的公共关

系管理,从战略的高度重视公共关系活动的开展,为组织的生存与发展创造广阔的空间。

7. 公共关系的运用是一门艺术

公共关系的对象是目标公众,是社会关系中的某一特定群体。在开展公共关系活动时,组织需要针对不同人、不同时间开展恰当有效的信息交流活动。这一过程复杂多变。要高质量地完成这一任务,对组织公共关系活动的人员的素质要求很高。公共关系从业人员不仅要掌握新闻传播与人际沟通的技巧,而且需要具有缜密的思维、细密的心理体验、恰当的应对谋略、宏观的布局及周到的组织工作等。优秀的公共关系人员,应当能够以艺术的手法运用公共关系。

综上所述,公共关系的定义可以归纳如下:社会组织为了营造自身有利的生存与发展的社会环境,针对目标公众,运用传播手段,开展双向沟通交流的战略性的管理活动。

公共关系学是研究社会组织开展公共关系活动规律的科学,着重于对公共关系基本理论与普遍原则的探讨,是一门提高社会组织生存与发展能力的科学。

观点链接

如今时代已经变了。今天如果有哪一个首席执行官大声叫嚷“我不需要公关”,那他肯定是一个白痴,因为他没有别的选择。不管你喜欢还是不喜欢,任何组织都离不开公关。当然,关键是要建立良好的公共关系……公关几乎影响到每一个需要与其他人打交道的人,我们每一个人在每天都需要以一种或多种方式进行公关活动。对于组织来说,每一通电话,每一封信以至每一次面对面的接触等,都是公关实践。

资料来源:费雷泽·P. 西泰尔. 2004. 公共关系实务. 第8版. 梁汶洁, 罗惟正, 江林, 等译. 北京:机械工业出版社: 6, 7.

四、公共关系学的核心概念

每一个学科均存在着自身的核心概念,核心概念是贯穿该学科的最中心、最本质的内容,它基本等同于“纲”,纲举目张。因此把握住一个学科的核心概念,也就抓住了这一学科的灵魂。

界定一门学科的核心概念,需要符合如下四个标准。

(1) 内在性。成为一门学科的核心概念,首先必须是内在的而非表层的,是隐性的而非显性的。要捕捉核心概念,需要剥离层层显性、表层的内容,使其显露出真正体现学科特点的内容来,在确定学科的核心概念上,由于研究者的立场和角度的不同,所下结论也会不同。

(2) 全面性。核心概念是学科的中心,它应该能够全面反映这门学科的主要思想,能够贯穿于这门学科的始终。它如一根线,将这门学科各个方面串联起来,

由此形成对学科体系的清晰了解。

(3) 深刻性。核心概念要求能深刻揭示学科特性,体现出对学科的内在领悟,具有长远的运用价值,剔除学科的主观表征,有助于对学科真正含义的理解。

(4) 实质性。毋庸置疑,核心概念要求能反映学科的实质,通过把握学科的核心概念来全面了解该学科精髓。假如一个概念看起来能全面、深刻地反映这门学科的某些特征,但未必能揭示其实质,则这样的概念也不能称为核心概念。

因此,作为核心概念,应该具有内在、全面、深刻反映学科实质的特性,通过确立学科的核心概念,能帮助理解和把握该学科,这是界定核心概念的目的。

公共关系学的核心概念是什么?学者们对此见仁见智。纵观公共关系学的发展历程和思想脉络,分析公共关系实务的内在规律,可以看出,公共关系学的核心概念是沟通。

1. 沟通是公共关系活动的基本手段

从表面上看,公共关系活动是社会组织主动开展的传播活动,它似乎是一种单向的信息传输。实际上,公共关系活动必须是一种双向的信息交流活动。因为社会组织在针对目标公众开展沟通活动时,无论其形式是人与人之间的信息互动,还是通过各种媒介表现的信息传播,如果没有实现双向的信息流动过程,那么组织的公共关系活动就无法实现其最终的目的,也就不是真正意义上的公共关系。对于社会组织来说,每一次公共关系活动都是一种真正的沟通活动,因此沟通是公共关系活动的基本手段。

2. 沟通体现了公共关系活动的内在目的

从一般意义上来看,组织开展公共关系,是为了获得目标公众的了解、理解,以实现双方的认同,最终使组织赢得公众的支持。这一任务的实现,实际上是在营造对组织有利的生存与发展环境,这是社会组织针对目标公众开展公共关系的根本目的,因此,社会组织不论以什么样的方式与目标公众进行交流,其要达到的内在目的都是完成有效的沟通,只有这样,才能对社会的生存与发展环境产生积极的影响,也才能体现公共关系的价值。

3. 沟通体现了公共关系的实质

社会组织在开展公共关系活动时,针对目标公众进行信息的传播,不是简单的告知,也不是自我粉饰,而是与公众进行平等的沟通活动。双向的沟通交流,意在增进彼此的了解和理解,促进组织及时调整自我计划,以更有效的方式寻求与公众的合作,使组织的生存环境更加安全、稳定、良好。这一切的完成有赖于恰当的沟通,可以说在公共关系活动中,沟通体现了公共关系的实质。

4. 沟通反映了公共关系学的学科特色

公共关系学是一门综合性、边缘性学科。它研究的是社会组织利用各种媒介与目标公众进行交流与沟通的活动。沟通恰恰体现了公共关系学的学科特点。它着眼于社会组织与其有高度依存性的公众的关系建立,以灵活的交流方式来实现自身生

存环境的营造。这要求它必须站在组织全局的高度思考组织的生存质量。这样的工作使命使公共关系与其他学科产生了鲜明的差异,以沟通为主旨的公共关系学,丰富了管理学、传播学、新闻学、社会学等学科内容。在实践运用中,这一特色也为公共关系在组织中恰当地发挥作用,作出了不可替代的贡献。

五、公共关系学的学科基础

观点链接

公众关系基本上不是传播学。更确切地说,它是一门应用社会科学,根据这门社会科学,公关从业人员就客户和雇主的态度或行为提出忠告,以便赢得公众的支持。换句话说,优秀的公关从业人员首先提出忠告,然后执行这些忠告。行动胜于言词,而且行动不会说谎。

我相信,公众关系并不是向传播媒介送交文章或新闻报道。精明的公关从业人员应该从事研究,以便仔细地观察各种态度。

……然而,由于公众关系更多的是以战略和策略为基础,所以我认为,社会科学即使不是在更大的程度上,也是在同等的程度上对它产生影响,而且使得公众关系工作更有效。

资料来源:詹姆斯·格鲁尼格.1996.未来的公众关系教学//于里.1996.国际公众关系原理与实务.北京:工商出版社:177,178.

公共关系学是一门具有综合性、交叉性特点的应用性科学,其学科基础比较庞杂。从公共关系学的应用领域来说,公共关系最初被应用于政治宣传,在其逐渐完善的过程中,被广泛应用于政府部门,成为政治管理的重要手段,因而政治学是公共关系学的主要学科基础;公共关系成为职业,并由此形成行业规模,得益于工商企业对其内在的需求,公共关系在企业管理中被普遍运用,为公共关系的健康发展铺垫了厚实的基础,管理学无疑也是公共关系学的主要学科基础;公共关系学研究社会公众,探讨公众特点与心理,因而社会学与心理学也构成了其学科背景;而开展公共关系的手段主要是新闻传播,新闻学、传播学也就成为公共关系学的学科基础的组成部分。当然,在公共关系学形成严谨学科体系的过程中,还有更多的学科理论成为其支撑,只是相对权重不同而已。

1. 政治学

政治学是一门以研究政治行为、政治体制及政治相关领域为主的社会科学,从本质上来说,政治学关注的是一种政府行为影响下的公共性社会关系。公共关系的活动,无时不与政府发生着密切的关联,政府公共关系是任何组织的公共关系中的重要内容,而政治制度、法律规章等都会对公共关系活动产生深刻的影响。对政治学的深入研究,有助于组织公共关系活动的有效开展,有利于组织与周边政府有关部门相互依存度的建立。

2. 管理学

管理学是系统研究管理活动基本规律和一般方法的科学，其核心内容主要是合理调配组织的人力、物力、财力，恰当处理组织中人与人之间的关系，努力实现组织内部环境与外部环境的融洽适应。公共关系是社会组织主动开展营造自身生存环境的战略性管理活动，从组织角度来说，公共关系承担着一种管理的职能，其开展的内部公关与外部公关与管理学的目标相一致，也被视为管理科学的一部分。

3. 社会学

社会学是一门研究社会形态的应用科学，是通过社会关系研究社会生活、社会矛盾、社会问题、社会管理、社会发展等及其规律的科学。公共关系的对象公众是组织开展公共关系活动时针对的某些特定人群，他们分散在社会上，因某种原因与组织发生特定的关联，组织要实现公共关系活动的有效性，就必须以社会学的认识视角与方法论，对公众的存在与表现进行分析与把握，以便更有针对性地与公众开展平等的沟通与交流，赢得公众的理解与支持。

4. 心理学

心理学是研究心理现象及其规律的科学。在组织的公共关系管理工作中，需要运用心理学来分析公众的心理现象与行为，把握公众的心理规律，了解群体心理的一般过程与个体心理差异，在开展公共关系活动中，及时地将真实的信息，以公众心理习惯接受的方式传达给公众，并从公众中获得真实、准确的反馈信息，双方在平等、诚信的沟通基础上实现相互的了解、理解，使社会组织有着更加良好的生存与发展氛围。

5. 传播学

传播学是研究人类信息传播活动及其规律的科学。在公共关系的工作中，有大量的内容与传播发生关系，社会组织要针对内部公众和外部公众开展公共关系工作，必须运用各种传播手段，在推动组织与公众沟通的有效性上，必须要深入研究传播过程的规律性。在某种意义上，公共关系被视为一种传播活动，因而传播学的理论对公共关系学的研究有重要的指导意义。

6. 新闻学

新闻学是研究人类社会新闻活动规律的科学，在大众传播学之前，新闻学是唯一研究大众传播现象和活动的科学。公共关系作为一门职业是从新闻业中脱胎出来的，与新闻工作有着天然而密切的联系。在组织的公共关系工作中，新闻传播是重要的内容，它是组织与公众双向沟通的基本手段之一，组织的公共关系人员应该具有基本的新闻素质，否则，组织的对外公共关系工作很难具有效率。

观点链接

公众关系（即公共关系，编者注）是一个专业领域，更明确地说是一个传播专业。公关从业人员帮助各种组织管理它们的传播——当他们在确定问题，