

公共关系学 概论

GONGGONG
GUANXITUE
GAILUN

主编\李占才

上海交通大学出版社

公共关系学概论

主 编 李占才

副主编 王忠越 李雅茹

撰稿人(以姓氏笔画为序)

王 芹 王忠越 向宏霞

李占才 李雅茹 武 霞

薛念文

上海交通大学出版社

内 容 提 要

本书对公共关系、公共关系学的科学内涵,作了高度概括。阐述了作为新兴应用学科的公共关系学的学科性质、研究对象以及学习公共关系学的意义和方法;对公共关系的历史、公共关系的构成要素、公共关系的职能与作用、公共关系基本原则和要求、公共关系组织机构和从业人员、公共关系基本类型、公共关系心理、公共关系调查、公共关系策划、公共关系的实施、公共关系评估以及专题公共关系活动等涉及公共关系基本内涵的方方面面,结合一些典型案例,作了比较详尽地分析和阐述,使读者对公共关系理论和公共关系实务原理、方法,有一个清晰地、准确地认识和把握。每章附有思考题,便于学生对各章重点内容的学习和掌握。本书适宜于高等院校本专科生公共关系学选修课教材,也适宜于对公共关系学有兴趣的读者自学阅读。

图书在版编目(CIP)数据

公共关系学概论/李占才主编. —上海:上海交通大学出版社,2005
ISBN 7—313—03890—9

I. 公... II. 李... III. 公共关系学—概论 IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 010468 号

公共关系学概论

李占才 主编

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 877 号 邮政编码 200030)

电话:64071208 出版人:张天蔚

上海市美术印刷厂印刷 全国新华书店经销

开本:880mm×1230mm 1/32 印张:11.375 字数:322 千字

2005 年 2 月第 1 版 2005 年 2 月第 1 次印刷

印数:1—5 050

ISBN7—313—03890—9/C·078 定价:19.00 元

版权所有 侵权必究

目 录

第一章 导论	1
一、什么是公共关系	1
二、公共关系学的学科内涵、性质及研究对象	13
三、为什么要学习公共关系学	18
四、如何学习公共关系学	22
第二章 公共关系的渊源、兴起与发展	25
一、公共关系的起源	25
二、现代公共关系的兴起与发展	31
三、中国公共关系	42
第三章 公共关系构成要素	51
一、公共关系的主体——社会组织	51
二、公共关系的客体——公众	59
三、公共关系的手段——传播与沟通	65
第四章 公共关系的职能与作用	79
一、公共关系的职能	79
二、公共关系的作用	86
第五章 公共关系基本原则和要求	93
一、公共关系基本原则	93
二、公关实务基本要求	113

第六章 公共关系组织机构与从业人员	122
一、公共关系组织机构	122
二、公共关系从业人员	132
第七章 公共关系的类型	170
一、部门型公共关系	170
二、对象型公共关系	176
三、功能型公共关系	195
第八章 公共关系心理	200
一、公共关系心理概述	200
二、公众心理	202
三、对公众心理的认知	217
四、影响公众心理的方法	223
第九章 公共关系调查	230
一、公共关系调查的基本概念	231
二、公共关系调查的意义	238
三、公共关系调查的基本原则	241
四、公共关系调查的基本方法	243
第十章 公共关系策划	254
一、公共关系策划的含义	254
二、公共关系策划的意义	259
三、公共关系策划的基本原则	262
四、公共关系策划的具体步骤	264
第十一章 公共关系实施	274
一、公共关系实施的意义与要求	274

二、公共关系实施的特点	277
三、公共关系实施障碍的排除	282
第十二章 公共关系评估	286
一、公共关系评估的内涵和意义	286
二、公共关系评估的内容	287
三、公共关系评估的程序	291
四、公共关系评估的方法	293
五、公共关系评估的检测	296
第十三章 专题公共关系活动	301
一、专题公共关系活动概述	301
二、突发事件处理	306
三、公共关系广告	315
四、公共关系演讲	328
五、公共关系谈判	334
六、其他专题活动	341
参考文献	353
后记	355

第一章 导 论

一、什么是公共关系

1. 关系的内涵

关系是指人或事物之间的相互联系,或者牵涉、影响。它既表示事物之间相互联系、相互作用、相互影响的状态,也表示人与人或者人与事物之间的某种联系、作用或影响。在自然界的万事万物中,包括人与自然、人与人之间,存在着方方面面的、点点滴滴的、千姿百态的、千丝万缕的、丰富多彩的、这样或那样的、平和或奇异的、有形或无形的、必然或偶然的、认识或未被认识的……关系。

在自然界,斗转星移,日月交辉,风雨雷电,沧海桑田,花开花谢,潮涨潮落;阳光、空气、土壤、水分、禾苗、花朵、果实、种子;羊儿吃草,鱼儿戏水,飞蛾扑火,蜂儿采蜜;苹果往地面上掉,不到熟透的时候或者没有外力的帮助,它又总掉不下来;鸡毛往天上飞,凭借一时之风力,哪怕它飞得比树还高,但终究还会掉下来。这一切的一切,都有其内在的规律,都有说得清或说不清的缘由,都存在着这样或那样的关系。

人与自然之间,关联大啦!人,本身就是自然界的最大造化,是自然界孕育的杰作。自然界给予人无限的恩惠和福泽,但它同时也给人带来或造成了无数灾害和磨难。人类依靠自然而生存,又努力改造自然谋发展。然而,人对自然的改造一旦无度、无节或者不得法,又会受到自然的“嘲讽”、“戏弄”和惩罚。人与自然的关系,何其错综复杂。

自从有了人,就有了人群,就有了人类社会。人与人之间必然存在或发生平和的、生动的关系,即构成广泛的社会关系。社会关系是人们在共同的实践活动中结成的、以生产关系为基础的相互关系的总称。

我们通常所说的公共关系、劳动关系(劳资关系)、人际关系等等,归根到底还是人与人之间的联系,也可以称为广义的社会关系。人与人之间的关系,有先天的,有后天的,有静态的,有动态的;静态、动态是会转化的。人际之间,有各种各样的关系:血缘关系、姻缘关系、地缘关系、学缘关系、业缘关系、趣缘关系、机缘关系,等等。缘,佛教用语,缘分也,即因缘,现泛指人与人联系的可能性或引起人与人联系的纽带。

社会领域内不同主体之间的关系的基本特性:

(1) 客观性。关系的客观性表现在两个方面:第一,人与人之间的关系,以人的存在为先决条件,有了人,才能产生人与人的关系;有了人便有了人类社会,便有了人际——社会关系。第二,关系一旦因人的存在而存在,便超越了人的意志,成为人的外在对象物,影响和制约着人的行为,摆脱是不可能或者是很困难的。

(2) 能动性。人,具有主观意识,可以汲取知识,学习本领,具有能动性。如前所述,关系具有客观性,但人在各种关系面前不是无能为力的,可以正视关系、运用关系、建立关系、改善关系。

(3) 效能性。关系具有效能性,这也是关系存在的价值。换句话说,关系是有作用的,父母子女之间血脉相连的亲情,夫妻、情人之间心有灵犀的爱情,阶级、民族、同胞之间血浓于水的手足之情,同志、同学、同事、朋友之间肝胆相照的友情,都会起到或产生巨大的作用,甚至商场上合作伙伴之间同舟共济,竞争对手之间惺惺相惜的情怀,也会产生相生、相克、相长的作用。当然,效能既有积极的、健康的正面效能,也有消极的、龌龊的负面效能。我们应该充分发挥它的正效能,防止、遏制或者削弱它的负效能。

(4) 广泛性。人与人的关系,有些是与生俱来的。人们为了在社会中生存和发展,必然会与他人以及社会组织建立、发生各种各样的关系。这些关系以不同的构成对象、不同的表现形式、不同的性质特点、不同的目标目的、不同的作用效应,广泛存在于人们的经济生活、政治生活、文化生活等一切生活之中。关系无处不在、无时不有,任何人、任何组织都在一定的关系之中,脱离了关系,便无法生存和发展。因此,关系具有广泛性。

(5) 局限性。每一个人在自己的人生旅途中,每一个社会组织在自己的运行过程中,所建立起来的关系,所发生过的关系,总是有限的。也就是说,每一个人、每一个社会组织,不可能与所有的人或社会组织都建立、发生关系。某一种关系的形式、特征,不是存在、体现于所有的关系之中;某一种关系方式,不是适合所有的人或组织。而且,关系的作用,也不是万能的,不是任何事情全凭关系就能办成、办好的。从这些方面来说,关系具有局限性。

(6) 复杂性。人类社会是一个开放性的关系网络系统,作为社会成员的个人或者组织,都是社会关系总系统中的一个支系统、分系统、子系统。每个人、每个组织都具有与其他人、其他组织完全不同或不完全相同的关系体系,各自的关系体系中既可能相交、相切、相叠,也可能相背、相争、相斥,更可能相交、相切、相叠、相背、相争、相斥扭合在一起。我的朋友的朋友,既可能是我的朋友,也可能是我的敌人;我的朋友的敌人,可能也是我的敌人,但也可能恰恰是我的朋友;而我的敌人的朋友,未必不能成为我的朋友。人与人之间具有多种多样的关系,如家庭关系、邻里关系、同学关系、师生关系、同事关系、上下级关系等等;相同的人之间,也会有多层关系或不同的关系表现形式,如鲁迅与许广平,既是师生关系,又是夫妻关系,更是同志关系。黄埔出身的国共两党的将领,是校友关系,又是敌对关系,有的又成为共事的同事关系。对于社会组织来说,每个组织的关系网络中都具有多种类型的关系,如同行关系、协作关系、供求关系、领属关系、竞争关系等。相同形式或类型的关系,又可能具有主动与被动、直接与间接、亲密与疏远、短暂与长远等不同的特点。因此,关系具有复杂性。任何人、任何社会组织,都面临着复杂的各种各样的关系,只有发挥主体的积极能动作用,主动地、科学地对待关系、认识关系、分析关系、处理关系,才能使各种各样的关系得以建立、协调、改善并为我所用。

(7) 变化性。人或社会组织形成、建立起来的各种关系,并非一成不变的,而是在不断地发展变化之中的。恋人会分道扬镳,朋友会反目成仇,接班人会成为掘墓人,敌人也会成为朋友。长幼之间,尊卑会淡化,代沟会消除而成为“忘年交”。同学之间,误会会化解,隔阂会消除

而成为推心置腹的朋友。恋人之间,若即若离,会走向如漆似胶,也会走向形同路人。社会组织,今天是竞争对手,明天可能会成为合作伙伴。我们要正视关系的变化性,不断地发展良好的关系,改善不尽如人意的关系。

(8) 角色性。每个人、每个组织,都有自己的关系体系或关系网络,都在自己的关系体系或关系网络中扮演着各不相同的关系角色。例如,一个人在父母面前是子女,在子女面前是父母;在上级领导面前是下属,在下属面前是领导,在一定情况下,领导可能变成了下属,下属可能变成了领导;在自己的老师面前是学生,在自己的学生面前又成为老师,在特殊情况下,自己的老师可能成为自己的同学甚至学生,自己的学生也可能成为自己的同学甚或老师;如果他(她)是出租车司机,在乘客面前他(她)是司机,但要是搭乘别人的出租车,他(她)又成为乘客;如果他(她)是商店营业员,在他(她)工作时他(她)要为顾客提供服务,但是当他(她)到别的商店买东西时他(她)又成了顾客,享受别人提供的服务。对于每一个人来说,在不同场合下、面对不同的对象,会成为乘客、顾客、旅客、父母、子女、兄弟、姊妹、同学、师长、学生、领导、下属等不同的角色。对于一个社会组织来说,也同样充当着不同的角色。例如,一家商店,对社会来说,它是一个社会组织单位;对供货单位来说,它是销售商;对用货单位来说,它是供货商;对供电、供水等部门来说,它是用户;出资支持社会公益活动,它是赞助商;面对顾客,它提供服务;面对主管部门,它接受领导;面对公安、防疫、消防等职能部门,它接受管理、监督并享受服务……关系的角色性,使多种多样的关系不仅具有不同的性质,而且具有丰富多彩的内容。每个人、每个组织,只有增强角色意识,准确地进行角色定位,在各种场合下,面对不同的对象,扮演好所应该扮演的角色,才能处理好各种关系。

(9) 时代性。不同的时代,关系的形式、类型、特征以至内容,都会有所不同。在生产水平低下、科学不发达、交通不方便、信息不灵通的古代社会,“鸡犬之声相闻,老死不相往来”,人与人之间的关系比较简单、单纯。而在科学技术飞速发展、信息网络化突飞猛进、经济全球化全面演进、“市场法则”的影响日益广泛深入的当今时代,地球变得越

来越小,人们的交往方式、交往手段日新月异,人与人之间的关系由封闭型向开放性、由依赖型向独立型、由情感型向契约型、由同质型向异质型转化,人们对待关系的态度、把握关系的角度、发展关系的深度、处理关系的灵活度、利用关系的力度等等都有了巨大的发展变化。而且,对关系的评判标准,也有了新的内涵。了解关系的时代性,把握新时代关系的形式、类型、内涵和特征,有利于我们建立、处理、改善各种关系。

(10) 传递性。关系主体之间具有一定的传递性。例如,张大甲是张老甲的儿子,张小甲是张大甲的儿子,那么张小甲是张老甲的孙子,张老甲与张小甲是有血缘关系的祖孙。张三与李四是好朋友,李四与王五是好朋友,通过李四,张三可以与王五相识,而且他们成为朋友的可能性也比较大。小刘与小马是高中时代的好朋友,两个人考取了两所不同的高校读书,小刘不仅自己直升了研究生,还鼓动小马也考取自己所在学校的研究生。两个总公司是合作伙伴,他们下面的子公司或分支机构之间建立合作关系的可能性比较大。开发商拖欠建筑商的工程款,引发建筑商拖欠建筑工人的工资和提供材料方的料款,材料提供商就可能拖欠本部门员工工资和材料制造厂货款,材料制造厂又可能拖欠本厂工人工资和不能如期偿还原料款……一环套一环,影响到许多合作者和关系人之间的关系,以至影响社会经济秩序或社会安定。两个国家建立了友好关系,两国中的一些城市结成友好城市关系,两国人民的友好往来也会比较频繁;两国人民有传统友谊和良好感情,也会影响、促使两国交善;反之亦然。我们把这些现象,称为关系的传递性。

判断关系正当与否(不用高尚、低下;高级、低级;进步、落后等)的标准是:法律标准、纪律标准、伦理标准。

第一,法律标准。法律是由国家制定或认可的,以权利义务为主要内容的,体现国家意志,受国家强制力保证执行的行为规范的总和。法律是每个公民都必须遵守的行为规范,具有绝对的强制性和权威性。任何社交活动,都必须在法律允许的范围内进行;任何关系,都必须符合法律规范。否则,触犯了法律,必将受到法律的制裁和惩处。

第二,纪律标准。纪律是指党政机关、团体、部队、企业、学校等所制定的、为所属人员必须遵守的行动规则,它对人们的制约强度虽然低

于法律,但仍然具有约束力。遵纪守法,是对公民的基本要求,也是公民必须履行的义务。任何关系,都不得违纪。否则,依然会受到惩罚和制裁。

第三,伦理标准。伦理是指处理人与人相互关系所应该遵循的共同道德准则和道德规范,它既不同于强制性的法律制裁,也不同于行政性的纪律约束,而是良心和道德的制约。任何关系,都受伦理的约束,应该遵循道德规范,符合道德准则。否则,会受到社会舆论和自己良心的谴责。

2. 公共关系基本概念

“公共”从字面上讲,“公”与“私”相对,国家的、集体的、单位的、社会组织的、大家伙儿的,属于“共同”性质的范畴。共,相同的,共同具有的,亦有“共同”之含义。

《现代汉语词典》说:公共关系是“指团体或者个人在社会活动中的相互关系”。“公共关系”一词,源自英语的“Public Relations”(简称PR)。“Public”可译为“公共的”、“公众的”或者“公开的”,“Relations”可译为“关系”。英语“Public Relations”本来就是一个多意词,既可用它来表述公共关系,也可用它来表述与公共关系相关的事物和现象,最常见的是表示公共关系状态、公共关系活动、公共关系科学等。这样一来,这个词就具有了多层含义。我们应该对“公共关系”的概念加以界定和解释。

公共关系定义有许多种,其中具有代表性的定义有:

(1) 管理职能论。这种观点认为,公共关系是一种管理职能。认为公共关系是社会组织对社会公众的一种有目的的传播与沟通活动,以此来影响公众的行动,实现组织的目标。因此,公共关系是社会组织的一项重要管理职能,甚至有人将其视为一种新的管理哲学或管理方法。这类定义比较强调公共关系的目标,认为公共关系就是组织实现自己目标的一项重要管理职能。

国际公共关系协会曾经给“公共关系”作如下定义:公共关系是一种管理功能,它具有连续性和计划性。通过公共关系,公立的和私立的

组织、机构试图赢得同它们有关的人们的理解、同情和支持——借助对舆论的估价，尽可能地协调它们自己的政策和做法，依靠有计划的、广泛的信息传播，赢得更有效的合作，更好地实现它们的共同利益。

美国《公共关系新闻》杂志给“公共关系”下的定义是：公共关系是一种管理职能，它评估公众的态度，检验个人或组织的政策、活动是否与公众的利益相一致，并负责设计与执行旨在争取公众理解与认可的行动计划。

美国学者莱克斯·哈罗(Rex Harlow)给“公共关系”下的定义是：公共关系是一种独特的管理职能。它帮助一个组织建立并维持与公众之间的交流、理解、认可与合作；它参与处理各种问题与事件；它帮助管理部门了解民意并对之作出反应；它确定并强调企业为公众利益服务的责任；它作为社会趋势的监督者，帮助企业保持与社会变动同步；它使用有效的传播技能和研究方法作为基本的工具。

在我国，不少学者赞同管理职能论的观点。

(2) 传播沟通论。持这种观点的学者侧重于从公共关系的运作过程和特点来考虑并界定公共关系，认为公共关系是社会组织与公众的一种传播沟通方式和传播沟通活动。这类定义比较强调公共关系的手段和过程，认为公共关系离不开传播沟通。

英国学者弗兰克·杰弗金斯(Frank Jefkins)在《公共关系》一书中提出的“公共关系”定义是：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立目标而有计划地采用的一切向内向外的传播沟通方式的总和。

美国学者约翰·马斯顿(John Marston)给“公共关系”下的定义更为坦率：公共关系就是运用有说服力的传播去影响重要的公众。

1981年出版的《不列颠百科全书》关于“公共关系”的定义是：公共关系旨在传递有关个人、公司、政府机构或其他组织的信息，并改善公众对其态度的种种政策或行动。

《韦伯斯特新国际辞典》第三版关于“公共关系”的定义是：通过传播大量有说服力的材料，促进社会上人与人之间、或人与公司之间、或公司与公司之间亲密友好的关系。

(3) 社会关系论。持这种观点的学者从公共关系的状态以及公共关系的对象、效果涉及、影响整个社会的角度来认识公共关系,认为公共关系是社会组织与社会之间的关系,是一种特殊的社会关系,是优化社会互动环境的一种努力。

美国普林斯顿大学教授希尔兹(H. L. Chils)认为,公共关系是我们所从事的各种活动、所发生的各种关系的统称,这些活动与关系都是公众性的,并且都有其社会意义。

英国公共关系学会对“公共关系”所作的定义是:公共关系的实施是一种积极的、有计划的以及持久的努力,目的是建立和维护一个机构与其公众之间的相互了解。认为公共关系是社会关系的一种。

日本学者田中宽次郎认为,公共关系就是良好的公共关系状态,即与社会保持良好的关系的技术。以企业的经营而言,若不能与外界社会保持良好的关系,就不可能继续经营下去。

(4) 现象描述论。持这一观点的学者,关注公共关系实务,抓住公共关系的某种功能、现象或者一个侧面,进行形象、生动的描述,从而给公共关系以通俗的解释和具体操作性定义。例如:

——公共关系是企业管理机构经过自我检讨与改进以后,将其态度公诸于社会,借以获得顾客、员工及社会的好感和了解的经常性工作。

——公共关系是一种技术,此种技术在于激发大众对于任何一个人或组织的了解并产生信任。

——公共关系是工商管理机构用以监测大众态度、检查本企业的政策与服务方针是否得到大众的了解与欢迎的一种职能。

——公共关系就是争取对你有用的朋友。

——公共关系是内求团结、外谋发展、树立形象、推销自己的艺术。

——公共关系是和气生财的秘诀。

——公共关系是90%靠自己做得好,10%靠说(宣传)得好。

——公共关系就是努力干好,让人知晓。

——公共关系是信与爱的运动。

——公共关系就是讨公众喜欢。

- 公共关系就是通过良好的人际关系来辅助自己事业成功。
- 公共关系就是促进善意。
- 公共关系是旨在影响特殊公众的说服性传播。
- 公共关系是一门研究如何建立信誉,从而使事业获得成功的

学问。

- 公共关系是创造同意的学问。
- 公共关系就是扩大知名度,提高美誉度。
- 公共关系就是说服和左右社会大众的技术。
- 公共关系是创造风气的技术。
- 公共关系是一个建立公众信任,增进公众了解的计划方案。
- 公共关系不是一台打字机可以买到,也不是一张订货单可以延期,它是一种生活方式——时时刻刻表露在各种态度与行动中,对于工作人员、顾客以及整个社会都有影响。

——公共关系使公司得到的,就是那些在个人称为礼貌与德性的修养。

——广告是要大家买我,公共关系是要大家爱我。

—— $PR(\text{公共关系}) = P(\text{自己行动}) + R(\text{被他人认识})$ 。

.....

(5) 特征综合论。这类观点是将公共关系的各种特征综合起来加以表述。

1978年8月,世界公共关系协会发表《墨西哥宣言》,指出:公共关系是一门艺术和社会科学。公共关系的实施是分析趋势,预测后果,向机构领导人提供意见,履行一系列有计划的行为,以服务于本机构和公众的共同利益。

美国公共关系研究与教育基金会主席哈洛博士征求了83名公共关系领导人的意见,研究了472个公共关系定义,然后对“公共关系”作出的定义是:公共关系是一种独特的管理职能。它帮助一个组织与其公众之间建立和保持相互沟通、了解、接受与合作的渠道;参与问题和纠纷的处理;将公众的意见传达给管理部门并作出反应;明确与加强为公众利益服务的管理责任;它还作为监视预警系统,帮助管理部门预先

做好应变准备,与社会动向保持一致并有效地加以利用。它用调查研究和正确并合乎道德的沟通技术作为其重要工具。

公共关系引入中国以后,已经出版了许多教材、著作,提出了许许多多有所相同又有所不同的关于公共关系的定义。下面列举几种教材、著作关于公共关系的定义。

居延安等人的《公共关系学》的表述是:“公共关系是一个社会组织在运行中,为使自己与公众相互理解、相互合作而进行的传播活动和采取的行为规范。”

蒋春堂主编的《公共关系学教程》(新版)的表述是:“公共关系是社会组织为了实现某种利益目标通过传播沟通与其公众建立并协调发展的互利互惠的社会关系。”

熊源伟主编的《公共关系学》的表述是:“公共关系是社会组织为了塑造组织形象,通过传播、沟通手段来影响公众的科学与艺术。”

谢玉华主编的《公共关系教程》的表述是:“公共关系是组织为了自身的发展,运用传播、沟通等手段与公众协调关系,树立组织良好形象,以促进组织目标的实现。”

丁军强主编的《公共关系原理与实务》赞成“管理职能说”,即“公共关系是一种旨在建立和维护组织与公众之间互利互惠关系的管理职能”。

夏赞君、谢伯端主编的《公共关系学》的表述是:“公共关系是社会组织以双向沟通为手段,塑造形象、争取公众的一种特殊职能。”

吴勤堂的《公共关系学》的表述是:“公共关系是指社会组织与社会公众通过信息的传播交流,达到彼此的信赖和支持,两者相互作用、相互影响的状态和联系。”

明安香的《塑造形象的艺术——公共关系学概论》的表述是:“所谓公共关系,就是一个企业或组织,为了增进内部及社会公众的信任与支持,为自身事业发展创造最佳的社会环境,在分析和处理自身面临的各种内部外部各项关系时,采取的一系列政策与行动。”

廖为建的《公共关系学简明教程》中的表述是:“公共关系就是协调各种公众关系,争取社会舆论支持的一种实践活动。”他在《公共关系

学》中的表述是：“公共关系是一个组织与其相关公众之间的传播管理。”

翟向东在《中国公共关系教程》中提出：“如果把中国公共关系的含义作一广义的概括，即中国的公共关系是在建设有中国特色的社会主义理论指导下，社会组织（党的组织、政府、企业和事业单位、团体等）通过沟通信息、协调利益、化解矛盾，理顺和改善人际、社际、国际间在经济、政治、文化、科学等方面的关系，协调一切积极因素，促进社会主义物质文明和精神文明建设的一门科学。”

我们比较赞同这样的表述：公共关系是社会组织为了实现自己的目标，以传播沟通为手段，使自己与公众相互了解，从而建立、发展、改善、协调与其公众之间的关系。其状态称为公共关系状态，表现为一种社会关系；其过程表现为围绕目标、计划的行为、活动，称为公共关系活动。

公共关系的主体为社会组织，公共关系的客体为公众，公共关系的手段是传播与沟通。

作为关系，其客观承担者是社会组织和公众，因此，从广义上说，公共关系就是社会组织与公众之间的联系和相互作用。它包括动、静两种形态：当社会组织与公众之间的联系、相互作用处于相对静止的状况时，公共关系只是表现为这二者之间的一种静态关系，又称为“公共关系状态”，属于社会关系的一种；当社会组织与公众之间的联系、相互作用构成了“运动状态”时，公共关系就表现为社会组织与公众之间的传播与沟通活动。运动总是遵循着一定的规律，活动总是遵循着一定的规范，所以作为传播与沟通活动的公共关系，又必然体现着一种行为规范，这种公共关系是动态关系。

动、静态公共关系之间的关系：静态的公共关系状态可以成为动态公共关系的重要条件，动态的公共关系的效果直接影响静态的公共关系状况。在动、静公共关系的矛盾中，动态的公共关系一般处于主导地位。通常意义上的公共关系，主要是指动态公共关系，又称为公共关系活动。

公共关系的主体是社会组织，社会组织的主体是人，人的活动有自