

公共关系理论始终未得到应有的探究和阐明，人们总是把公共关系理解为一种纯粹的操作技术或技巧。殊不知，当我们仅仅将其作为手段来用

时，忽视了它作为一种根源于现代社会交往内在要求的

公共关系管理

基本精神，忽视了它作为一种现代社会组织管理的重要理念。将公共关系提升到管理的层面来加以把握，全面系统地阐释公共关系作为现代社会组织管理理念和功能的内涵，不仅是公共关系理论发展的客观要求，也是公共关系实践发展的迫切需要。

■ 李 兵 编著



人文素质系列教材

公共关系管理

李 兵 编著

 云南大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

公共关系管理/李兵编著. —昆明: 云南大学出版社,
2004

ISBN 7 - 81068 - 807 - 3

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 063879 号

公共关系管理

李 兵 编著

责任编辑 宋 武

封面设计 丁群亚

责任校对 何传玉

出版发行 云南大学出版社

印 装 云南福保东陆印刷股份有限公司

开 本 787 × 1092 毫米 1/16

字 数 279 千

印 张 16.25

印 数 0001 - 3000

版 次 2004 年 7 月第 1 版

印 次 2004 年 7 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 7 - 81068 - 807 - 3/F·318

定 价 24.00 元

地 址: 云南省昆明市翠湖北路 2 号云南大学英华园内
(邮编: 650091)

发行电话: 发行部 0871 - 5033244

网 址: <http://www.ynup.com> E-mail: market@ynup.com

总 序

20 世纪 70 年代末到现在的 20 多年是我国经济、文化、社会快速发展的时期,也是我国高等教育发展最快的时期。从恢复到发展,从发展到走向大众,高等教育作为一种社会需求,进入了大众阶层,成为一个公民进入社会的通行证,而不再是少数精英阶层的标志。这个跨越导致了我国高等教育一波未平一波又起的改革。从前苏联的教育模式到英美教育模式的跨越,从学年制到学分制的过渡,从专业的分合到学科的拓展,从单一的学科到综合学院的延伸,从课程的改革到素质的强调,从专才到通才的转向,令人目不暇接。然而,高等教育的各种改革仿佛都忽略了一个重要环节:20 多年来,中国在从一个高度计划性的单一社会向多元化现代社会迈进的进程中,对即将走进社会的青年公民专业知识和综合素质的深切呼唤。

一个人从幼年到青年,从学校、家庭到走进社会,实际上经历了从个体的人、家庭的人到社会人的过程。我一直认为,作为一个社会人,需要一系列知识和素质,更需要爱心和责任。社会的人和个体的自然人相比,社会人不是为个体而活着,他需要为他人、为很多人活着,包括自己的亲人、朋友、同事、民族,甚至国家。因此,他比个体的自然人活得更累、活得更苦,但也注定要比个体的自然人活得更实在,活得更幸福。为了这种实在、幸福,社会人必须勇敢地面对人生、面对社会,了解人生、了解社会。

今天的社会是个多元的社会。我想当你作为一个社会人,在这个纷繁复杂的社会中生存时,至少你必须认识到这么几个方面:第一,家庭是社会的最小细胞,你首先是家庭的人,必须要学会爱家,爱自己的父母、兄弟姐妹、妻子、丈夫,有了这种付出,你才能得到亲人的爱,才会有爱的归宿。第二,民族、国家是一种历史,更是一种深层意义上的归宿。只有树立民族自尊心,国家荣誉感,在这个冲撞交融的世界里,无论你走得多远,才会有自己的根。第三,宇宙、自然给予了我们赖

以生存的天空、大地,行云流水、草木鲜花让你感受了世界的缤纷。热爱自然,就是热爱生命,这种意识会让你永远呼吸清新的空气,感受生命的可贵。第四,现代社会是高度发达的物质社会,现代人是经济人。现代社会深深烙在我们每个人身上的是经济的烙印。顺应时代,用经济的规律认识社会,认识你自己,生命才更有价值,生活才更加实在。第五,他人是你生存、发展的依托,社会是你发展的平台,当你学会和他人相处,用真情去对待他人,学会克制自己的欲望,用艺术、用美去消解泛滥的功利和贪欲,整个世界会为你敞开心扉,大地上会有你栖居的诗意的小屋。

基于这样的认识,当几位长期在第一线进行教学,深知大学生们希望获得怎样的知识和人文素质的老师们,提出为选修课编写《天人之际:中国哲学与中国文化》、《社会心理学:理论与实践》、《“经济人”与现代社会》、《公共关系管理》、《美学·审美·生活》和《插花艺术基础》6本教材的构想时,作为一个曾与他们并肩战斗多年的同事,我非常赞赏并为之激动!我尽我的一切力量给予协助,甚至深怕这套教材由于这样那样的因素而流产。当6位老师在繁重的工作之余,按期将这套素质教材交到出版社,并要我给这套素质教材写个总序时,我没有理由拒绝。

最后我想说的是,为责任而不是职称,为爱心而不是敷衍,为学生所需而不是上级所求而编写的这6本教材,在今天高校的素质教育改革中一定会起到积极的促进作用,学生们会通过阅读教材以及教师们的教学得到进入社会的知识和素养。

李 炎

2004年7月18日于云大英华园

【目 录】

导言：拓宽公共关系的视野	(1)
一、公共关系的概念及其多层次性	(2)
二、提升公共关系在现代社会中的地位	(11)
三、公共关系的历史和逻辑	(19)
第一章 公共关系与管理	(28)
第一节 不断扩展的管理内涵	(28)
一、管理的概念	(28)
二、早期管理思想的发展	(29)
三、现代管理理论丛林	(32)
第二节 作为管理职能和理念的公共关系	(35)
一、从概念看公共关系管理	(35)
二、公共关系管理的特征	(37)
三、公共关系管理的意义	(38)
第三节 现代管理必须导入公共关系理念	(40)
一、现代管理的新趋势	(40)
二、现代管理必须导入公共关系理念	(45)
第二章 环境管理	(54)
第一节 组织环境分析	(54)
一、组织环境的概念	(54)
二、组织环境的内容及分类	(55)
三、组织环境的特征	(60)
第二节 公共关系视阈中的环境	(62)
一、传统公共关系对环境看法	(62)
二、公共关系管理对环境的认识	(62)
第三节 公共关系：一种社会生态观	(65)
一、生态世界观及其方法论意义	(65)
二、公共关系的社会生态本质	(68)
三、组织和环境之间的社会生态效应	(69)
四、组织和环境之间生态关系的优化	(71)

第三章 关系管理	(74)
第一节 关系辨析	(74)
一、关系.....	(74)
二、公共关系与人际关系.....	(77)
三、公共关系与人群关系.....	(78)
四、社会关系与公共关系.....	(79)
第二节 公共关系的自在性和自为性	(82)
一、自在性和自为性的内涵.....	(82)
二、公共关系的自在性.....	(83)
三、公共关系的自为性.....	(84)
第三节 关系管理的意义、类型及功能	(86)
一、关系管理的意义.....	(86)
二、关系管理的类型及内容.....	(86)
三、关系管理的功能.....	(92)
第四章 形象管理	(96)
第一节 形象的概念和构成	(96)
一、全面认识组织形象问题.....	(96)
二、组织形象的概念.....	(98)
三、组织形象的构成.....	(100)
第二节 组织形象的功能和评价指标	(102)
一、组织形象的功能.....	(102)
二、形象的评价指标.....	(104)
第三节 组织形象管理的内容	(110)
一、组织形象的设计与建立.....	(110)
二、组织形象的维护和矫正.....	(114)
第五章 人力资源管理	(121)
第一节 内求团结的艺术	(121)
一、内部公共关系概述.....	(121)
二、内部关系的分类和特点.....	(123)
三、内部公共关系的功能.....	(127)
第二节 公共关系与人力资源管理	(129)
一、一般人力资源管理的概念.....	(129)
二、公共关系人力资源管理.....	(131)
第三节 公共关系人力资源管理的原则、方式和手段	(133)
一、管理原则.....	(133)

二、管理方式	(135)
三、管理手段——内部沟通	(137)
第六章 公众管理	(142)
第一节 公众的涵义、特征和分类	(142)
一、公众的概念与特征	(142)
二、公众的分类及其意义	(144)
第二节 将工作对象纳入管理的视野	(148)
一、公众在公共关系中的地位	(148)
二、将公众纳入管理视野的意义	(150)
三、公众选择	(152)
第三节 有针对性地影响公众	(153)
一、影响公众行为的主要因素	(153)
二、影响公众应当遵循的基本原则	(156)
三、有针对性地影响内部公众	(157)
四、有针对性地影响外部公众	(159)
第七章 传播管理	(167)
第一节 传播的概念和功能	(167)
一、传播的涵义及其基本要素	(167)
二、公共关系传播的基本特性	(169)
三、传播在公共关系中的作用	(170)
第二节 公共关系传播的类型与媒介	(172)
一、公共关系传播的基本类型	(172)
二、公共关系传播的主要媒介	(176)
三、常见的大众媒介	(179)
四、传播媒介的选择	(181)
第三节 传播管理的原则和内容	(182)
一、公共关系传播的一般规律	(182)
二、传播管理应当遵循的基本原则	(184)
三、公共关系传播的一般要求	(185)
四、实施有效传播的条件和方法	(188)
第八章 运作管理	(192)
第一节 运作管理的原则	(192)
一、透明性原则	(192)
二、真实性原则	(194)
三、恒久性原则	(195)

四、平等性原则	(196)
五、互惠性原则	(196)
六、全员性原则	(197)
第二节 运作管理的程序	(198)
一、公共关系调查	(198)
二、公共关系策划	(202)
三、公共关系实施	(206)
四、公共关系的效果评估	(208)
第三节 运作模式	(210)
一、开发型公共关系运作模式	(210)
二、引导型公共关系运作模式	(211)
三、调整型公共关系运作模式	(212)
第四节 专门活动管理	(213)
一、宣传性活动管理	(214)
二、专题活动管理	(216)
三、危机事件管理	(218)
第九章 主体管理	(225)
第一节 公共关系的工作机构	(225)
一、公共关系部	(225)
二、公共关系公司	(230)
三、公共关系社团	(233)
第二节 公共关系从业人员	(236)
一、公共关系人员的素质	(236)
二、公共关系人员应遵守的原则	(242)
三、公共关系人员的培养和资格认证	(244)
参考文献	(250)
后 记	(253)

导 言

拓宽公共关系的视野

公共关系作为一门现代管理科学和艺术自 20 世纪 80 年代初传入中国大陆以来，已经走过了二十多年曲折发展的历程。尽管“公共关系”这个名词在中国已有了很高的知名度，并且在现实社会生活中发挥着越来越重要的作用，以至于人们经常将其作为处理棘手问题的重要手段。但是，颇为遗憾的是，无论是在理论的层面，还是在实践的层面，其地位并不高，甚至还常常被一些偏见和误解所缠绕，在不少人心目中“公关”往往被当成某种以不正当手段达到个人或小团体利益的代名词。究其原因，既与“公关”的某些现实表现有关，也与人们对公共关系的认知和理解程度分不开。但归根到底，还应当从公共关系本身去找原因：公共关系理论始终未得到应有的探究和阐明，总是把公共关系理解和把握为一种纯粹的操作技术或技巧。殊不知，当着我们仅仅将其作为手段来用时，因忽视了它作为一种根源于现代社会交往内在要求的基本精神，忽视了它作为一种现代社会组织管理的重要理念，而难以发挥它在现实生活中应有的作用，以至于还会同一些不正当的行为相混淆。公共关系实践也因缺乏强有力的理论支撑，很难被当做一项“严肃”的管理事务来对待，而被一些喜欢玩弄雕虫小技的人蛊惑着去做一些片面追求轰动效应的事情，常常导致事倍功半，甚至事与愿违。因此，将公共关系提升到管理的层面来加以把握，全面系统地阐释公共关系作为现代社会组织管理理念和功能的内涵，不仅是公共关系理论发展的客观要求，也是公共关系实践发展的迫切需要。

一、公共关系的概念及其多层次性

(一) 公共关系概念

1. 词义及有代表性的定义举要

公共关系是一个伴随中国的改革开放而进入中国大陆的“舶来品”，在1996年修订版的《现代汉语词典》中，仍然查不到“公共关系”这个条目，只是在一些专业词典中，才能查到这个词。“公共关系”是从英文“Public Relations”直译过来的。“Public”在英文中有形容词和名词两种词性，作为形容词有“公众的、大众的、公用的、公共的”等含义，作为名词有“公众、民众”的意思。“Relation”作为名词，主要有“关系、联系、家人、亲属”等意思，加上“s”变为复数形式。在汉译中，一般将其译为“公共关系”，也有少数学者将其译为“公众关系”，无论哪一种译法应当说都是准确的，前者突出了这种关系的“公共性”，以区别于一般的私人关系（private relations），后者强调了它主要是针对“公众”所产生的关系，凸现了公共关系开展工作的对象。但鉴于“公共关系”已为多数人所接受，为避免在这个新名词层出不穷的时代造成不必要的概念混乱，目前普遍采用“公共关系”这个译名。

需要指出的是，公共关系的简称“公关”这个词，在汉语中有两个同音词即“攻关”和“攻官”。本来公关与这两个词是不应该发生混同的，但问题是，在现实中由于人们对公关理解上的歧义，经常误将“公关”误写或误解成“攻关”或“攻官”。甚至还有人直言不讳地认为，在中国搞公关其实就是“攻官”，这大概与中国有较长的计划经济历史分不开。提出这个问题，是为了避免闹出这种不应有的笑话，也是为了还公关以它的本来面目。

那么，到底什么是“公共关系”呢？直到目前为止，这依然是一个众说纷纭、莫衷一是的领域。据有关人士统计，仅在20世纪80年代，世界各国的公共关系学者和有影响的公共关系专家为公共关系下过的定义就不下1000条。造成这种状况的原因主要是：第一，公共关系是一门实践性很强的学问，随着公共关系活动领域的扩展，功能和作用的不断变化，其定义也就随之发生变化。第二，来自不同学科背景的人，对公共关系往往有不同的理解，如有传播学背景或从事过传播活动的人，则多将公共关系界定为一种特殊的传播活动，有管理学背景或从事过管理活动的人，一般将公共关系解说为一种特殊的管理活动或职能。下面先列举若干中外有代表性

的定义，然后再对其作一些分析。

首先看国外有代表性的定义。

(1) 现代公共关系的理论先驱，第一部公共关系理论著作《舆论之凝结》的作者爱德华·伯纳斯认为：“公共关系是处理一个团体与公众（决定该团体活力的公众）之间关系的职业。”

(2) 美国著名公共关系研究权威斯各特·卡特利普和艾伦·森特在其名著《有效公共关系》中所下的定义是：“公共关系是一种管理职能，它确定、建立和维持一个组织与决定其成败的各类公众之间的互利关系。”

(3) 1976年，美国著名公共关系学者莱克斯·哈罗博士在美国公共关系研究和教育基金会的资助下，收集和整理了472条定义，在此基础上，他对公共关系作了如下界定：“公共关系是一种独特的管理功能。它能帮助建立和维护一个组织与其各类公众之间传播、理解、接受和合作的相互联系；参与问题或事件的管理；帮助管理层及时了解舆论并且作出反应；界定和强调管理层服务于公共利益的责任；帮助管理层及时了解和有效地利用变化，以便作为一个早期警报系统帮助预料发展趋势；并且利用研究和健全的、符合职业道德的传播作为其主要手段。”

(4) 1978年，在墨西哥首都墨西哥城召开的各国公共关系协会第一次世界大会上，各国代表求同存异通过了这样一个定义：“公共关系是一门艺术和社会科学。它分析发展趋势，预测后果，向机构领导人提供咨询意见，履行一系列有计划的行动，以服务于本机构和公众的共同利益。”

(5) 1981年出版的《大不列颠百科全书》对公共关系的定义是：“旨在传递有关个人、公司、政府机构或其他组织的信息，并改善公众对于其态度的种种政策或行动。”

(6) 美国普林斯顿大学蔡尔滋教授对公共关系作了如下的揭示：“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。”

“公共关系是为了公众的利益，协调和修正我们个人和企业那些具有社会意义的行为。”

(7) 英国著名公共关系学者弗兰克林·杰弗金斯认为：“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定目标，而有计划地采用一切向内和向外的传播沟通方式的总和。”

(8) 1982年举行的第35届美国公共关系协会全国代表大会对公

共关系做出了如下表述：

- ①它是一个组织管理中所进行的一种有计划、持久性的活动；
- ②它处理的是一个组织与其各类公众之间的关系；
- ③它监测组织内外人们的意识、舆论、态度和行为；
- ④它分析组织所采取的政策、程序和行动对各类公众的影响；
- ⑤它调整那些与公众利益相冲突并影响组织生存和发展的政策、程序和行动；
- ⑥它向管理阶层的人员提供咨询，帮助制定新的政策、程序和行动方案，而这一切都是有利的组织和它的公众的；
- ⑦它建立和维持一个组织与其各类公众之间的双向交流；
- ⑧它使组织内外人们的意识、舆论、态度和行为产生某些具体的变化；
- ⑨最后，它使一个组织与它的各类公众产生新的、持久的关系。

(9) 国际公共关系协会的定义是：“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，公立的和私人的组织、机构试图赢得同他们有关的人们的理解、同情和支持——借助对舆论的估价，以尽可能地协调它自己的政策和做法，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。”

(10) 英国公共关系学会的定义是：“公共关系的实施是一种积极的、有计划的以及持久的努力，以建立及维持一个机构与其公众之间的相互了解。”

(11) 美国公共关系协会在征询了2 000多名公共关系专家的意见的基础上，从中选择了4则定义向社会推荐：

“公共关系是企业管理机构经过自我检讨与改进后，将其态度公诸社会，借以获得顾客、员工及社会好感和了解这样一种经常不断的工作。”

“首先，公共关系是一个人或一个组织为获取大众之信任和好感，借以迎合大众之兴趣而调整其政策与服务方针的一种经常不断的工作。其次，公共关系是对此种已调整的政策与服务方针加以说明，以获得大众了解与欢迎的一项工作。”

“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一个组织的了解并产生信任。”

“公共关系是工商管理机构用以测验大众态度、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。”

(12) 美国著名公共关系学者詹姆斯·格鲁尼格认为：“公共关系是一个组织与它的相关公众之间的传播管理。”

再看国内有影响的学者的定义。

(1) 明安香在《塑造形象的艺术——公共关系学概论》中的定义是：“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種内部外部关系时，采取的一系列政策与行动。”

(2) 居延安等在其编著的《公共关系学》中的定义是：“公共关系是一个社会组织在运行中，为使自己与公众相互了解、相互合作而进行的传播活动和采取的行为规范。”

(3) 王乐夫、廖为建等在其出版于 20 世纪 80 年代的《公共关系学》一书中，对公共关系作了这样的界定：“公共关系是一种内求团结完善、外求和谐发展的经营管理艺术。即一个社会组织在自身完善的基础上，运用各种信息沟通传播的手段，协调和改善自身的人事环境和舆论气氛，使本组织机构的各项政策、活动和产品符合于相关公众的需要，争取公众对自己的理解、信任、好感与合作，在双方互利中共同发展。”

(4) 全国 16 所高校的公共关系学教师联合编写的《公共关系学》教材对公共关系的界定是：“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和艺术。”

(5) 翟向东在《中国公共关系教程》中对公共关系的表述是：“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、科技等方面的关系，调动一切积极因素，促进社会主义物质文明和精神文明建设的—门科学。”

(6) 中国台湾学者祝振华在其著作中指出：“五伦以外的人类关系，谓之公共关系。”

(7) 在 2002 年经济科学出版社出版的最新版（修订版）的《公共关系学》教材中，对公共关系定义做出了如下表述：“公共关系是社会组织为了寻求良好合作与和谐发展，通过形象塑造、传播管理、利益协调等方式，同相关的公众结成的一种社会关系。它包括政府与社会各界的关系、企业与消费者及有关客户的关系、领导与

员工的关系等等。”

此外，还有一些关于公共关系比较通俗的表述，尽管它们都不能成为严格的科学或学科定义，但却能在某一点上对于人们理解和把握公共关系给予了印象深刻的启发。它们是：

“公共关系 90% 靠做得好，10% 靠宣传。”

“广告是叫人买我，公关是叫人爱我。”

“公共关系是说服和左右社会大众的技术。”

“公共关系是博取好感的技术。”

“公共关系是创造风气的技术。”

“公共关系是无情的商业世界中的感情。”

“公共关系是无形的推销术”等等。

2. 从管理角度理解公共关系

上述我们罗列了近 20 条在中国公共关系领域有较大影响的定义，这些定义或繁或简，或注重学理性，或注重操作性，或突出公共关系的这方面特征，或突出那方面特征，总之都从不同侧面揭示了公共关系的主要性质、功能或特征。这是我们认识公共关系的起点，也是我们对公共关系进行理论研究进而加深对公共关系理解的逻辑前提。按照本书的主旨，对上述定义我们可以做出如下分析：

第一，公共关系具有显著的管理特征。管理，按照最一般的理解，可以界定为：“计划、组织、领导和控制组织成员的工作和使用所有的可用组织资源来达到既定的组织目标的过程。”^① 该书还认为，管理涉及到人际关系和时间两个基本因素。我国学者给管理所下的一般定义是：“管理是社会组织中，为了实现预期目标，以人人为中心进行的协调活动。”^② 上述关于管理的界定表明：其一，管理的目的是为了实现组织预期的目标；其二，管理的本质是协调组织内部成员的工作和利用组织可支配的各种资源；其三，管理表现为一个过程；其四，管理的核心因素是人。

公共关系具有管理的全部特征，具体表现为，它是社会组织为了实现自己的预期目标所展开的一种有计划、有组织、有步骤的活动；它是一种更为直接的协调组织内外人际关系的工作，并服务于组织对各种资源的开发和利用；它表现为一个可控制、可调节的动

① [美] 詹姆斯·斯通纳、爱德华·弗雷曼、丹尼尔·小吉尔伯特著，刘学等译：《管理学教程》，华夏出版社 2001 年版，第 6 页。

② 包国宪、钟占国等编著：《管理学——理论与方法》，兰州大学出版社 1998 年版，第 2 页。

态过程；它强调以人为本的时代精神，把工作的中心聚焦在协调组织内外各种社会关系的问题上。

第二，公共关系本身就是一种管理职能或功能。在上述关于公共关系的定义中，不少权威的公共关系学者都明确地指出，公共关系是一种管理功能。即使没有直接将公共关系划入管理的范畴，也从不同的方面揭示了公共关系的管理特性，不管是建立和协调组织与相关公众的关系，还是争取公众对组织政策和行为的理解，抑或是在组织与公众之间开展双向的信息交流活动，本质上都具有“计划、组织、领导、控制”等管理的性质，或者说它本身就是一种典型的管理功能或过程。

第三，公共关系还是现代管理理念的重要组成部分。它具有理想性、导向性、规范性、原则性等特征，是贯穿在人类活动中并对活动起着调节和控制作用的基本精神。公共关系本质上是在社会组织和相关公众之间寻求利益的平衡，谋求共同的发展，它把组织和公众的关系看成是相互联系、相互依存的社会生态系统，把内外关系的和谐和争取公众的理解、信任、支持和合作作为自己基本的工作目标，并把“对话”（双向的信息交流与沟通）作为开展工作的基本方式和手段。这些都体现了鲜明的时代特点，是现代管理理念的题中应有之义。在现代社会，一种缺乏公共关系精神的管理是难以取得成功的。

基于上述认识，我们可以从管理的角度对公共关系做出如下界定：所谓公共关系管理，就是某一社会主体为了实现自己的目标，以寻求自身利益和相关公众利益的统一为出发点，以信息的双向沟通和交流为基本手段，而进行的协调内外关系、优化资源配置、提升主体形象的管理活动。

（二）公共关系的多层次性

把公共关系理解为一种管理活动或职能，并不排斥公共关系所具有的其他性质和功能，我们依然可以把公共关系看成是一种社会关系、一种传播活动、一种社会职业、一门学科等。因而，把握公共关系的多层次性，在理论和实践上都是十分必要的。

1. 概念的多义性

英文中的 Public Relations 至少有四种指称，即一种社会关系的客观状态、一种以改善和优化这种关系状态为目的的活动、一种以从事这种活动为谋生手段和实现个人价值方式的职业、一种以这种关系的演变和活动的规律为研究对象的专门学科。

首先，公共关系是一种社会关系的客观状态。作为一种客观状态的公共关系是任何社会组织都必然要发生的与相关的公众之间的联系。任何社会组织都不可能孤立地存在和发展，都必然要同其他社会组织、群体和个人发生各种联系。例如，企业组织离不开消费其产品或服务的顾客、离不开经销其产品的批发商和零售商、离不开政府为其设置的政策环境和经营条件等等。当着社会组织与这些因素发生关系时，它便处在了某种公共关系状态之中，这种状态的好坏，换言之，组织与这些公众之间的关系是否平衡或和谐，将直接影响到组织目标的实现，关乎组织的生存与发展。

其次，公共关系是一种自觉的行为或活动。当人们意识到公共关系状态对一个组织具有影响的时候，人们便开始探索平衡和协调这种关系的方式和手段，在这个意义上，公共关系无论是作为一种状态，还是作为一种活动，都与人类的存在一样久远。但是，在相当漫长的历史时期，由于一个组织所能产生的社会关系相对简单，而且更多的是纵向的等级关系，与横向公众的关系状态的好坏对组织的存在与发展并不构成致命的影响，因而，它并没有引起人们足够的关注，至多是在进行其他活动时顺带调整一下相互关系。然而，只有当社会发展到这种横向的关系状态如不得到改善就足以威胁到一个组织生存的时候，公共关系才由“名词”转化为“动词”，才成为社会组织必须投入相应的人力、物力、财力去开展的一项有计划、有组织、有步骤的活动。公共关系作为一个专门术语，其核心的意思就是指一种以改善组织与相关公众关系状态的活动。

再次，公共关系是一种社会职业。当着一种活动成为社会所必须，能够在社会生活中发挥其独特的、不可替代的作用时，也就意味着它可以发展为一种相对稳定的社会职业，亦即成为一部分具有相应专业知识和技能，能够胜任这种活动的人的谋生手段和实现自身价值的一种方式。公共关系作为一种职业在其发祥地——美国几乎是与公共关系活动的出现而同步形成的，随着艾维·李等第一批公共关系从业人员的问世，公关职业化浪潮便一波高过一波地兴旺起来。据美国劳工部的统计，在美国，公共关系从业人员 1950 年为 19 000 人，1960 年为 31 000 人，1970 年为 76 000 人，1980 年为 126 000 人，1990 年为 162 000 人，当时预计到 2000 年将达到 197 000 人，专业从业人员呈明显的直线上升的趋势。^① 这些从业人员被各类公司、

^① 参见斯科特·卡特利普等著：《公共关系教程》，华夏出版社 2001 年版，第 27 页。