

高等学校管理类专业课程教材

公共关系学

□ 李道平等 编著



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

高等学校管理类专业课程教材

公共关系学

Gonggong Guanxixue

□ 李道平等 编著



高等教育出版社 · 北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

图书在版编目(CIP)数据

公共关系学/李道平等编著. —北京:高等教育出版社,
2010.3

ISBN 978-7-04-028963-3

I. ①公… II. ①李… 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(2010)第 017943 号

策划编辑 张冬梅 责任编辑 施春花 封面设计 王凌波 责任绘图 黄建英
版式设计 张 岚 责任校对 金 辉 责任印制 朱学忠

出版发行	高等教育出版社	购书热线	010-58581118
社 址	北京市西城区德外大街 4 号	咨询电话	400-810-0598
邮政编码	100120	网 址	http://www.hep.edu.cn
总 机	010-58581000		http://www.hep.com.cn
		网上订购	http://www.landaco.com
经 销	蓝色畅想图书发行有限公司		http://www.landaco.com.cn
印 刷	北京佳信达欣艺术印刷有限公司	畅想教育	http://www.widedu.com
开 本	787×960 1/16	版 次	2010 年 3 月第 1 版
印 张	28	印 次	2010 年 3 月第 1 次印刷
字 数	520 000	定 价	29.80 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 28963-00

前言

我们每天一睁开眼睛,就同各种各样的关系打交道了。关系像空气一样,随时随地包裹着我们。关系处好了,我们的事业顺利,我们的精神愉快,我们的生活幸福。这也是我们越来越重视关系,越来越注重学习公共关系学的原因。

当代中国的公共关系无论是实践活动还是理论研究与教学工作,都取得了累累硕果:

——公共关系的实践活动从自发走向自为、从盲目走向自觉、从照搬走向自主创造。各行各业、各个地区充分运用公共关系的职能发展经济、开拓事业,各种专题的公共关系活动或包含着公共关系意识与方法的工作遍地开花,公共关系在促进社会进步的同时,自身也在不断成长、壮大。

政府积极运用公共关系推动工作:北京奥运会、上海世博会、政府应急管理,公共关系大显身手;企业普遍采用公关手段,创造佳绩。政府与企业是公共关系工作特别活跃的领域。

公共关系市场和公共关系专业公司长足发展。据中国国际公关协会统计,2000年,国内公关行业具有3个以上长期客户、员工人数超过20人的专业公关公司数目达到100家左右,专业公司从业人数超过5000人。这一年,国内公关市场的营业额约15亿人民币。而到了2008年,这个数字达到140亿。

——公共关系专业化、职业化有较大发展。一批专业公共关系公司、集团纷纷组建并探索性地前进,一些专业人员已经专门从事公共关系实务运作、理论研究和教学工作,国家劳动和社会保障部已经批准将公共关系职业载入“国家职业分类大典”,公共关系工作已进入国家正式职业行列。1999年,国家职业资格工作委员会专门设立公共关系专业委员会。这标志着我国公共关系职业化迈出关键一步。

——公共关系人才培养和教育普及化、规范化。各种社会办学满足了人们学习公共关系学并掌握其技能的需要,全国大部分高校开设了公共关系学课程,部分高校设立了公共关系大专或本科专业,公共关系方向的硕士生、博士生也开始培养。

2006年初,中国国际公共关系协会与原国家人事部高级公务员培训中心合作开展了公务员公共关系专业培训。来自中央国家机关的公务员和事业单位的工作人员,全国各省、市党政机关和企事业单位的人员接受了培训。中国高级公务员培训中心启动公务员公共关系专业培训,标志着公共关系作为独立的专业学科纳入到公务员培训系列之中。

公共关系相关教材出版令人目不暇接,目前已被国家图书馆馆藏的就达1 000多种。

——公共关系理论研究成果丰硕。全国公共关系理论研讨会已成功地举办了多次,一批专著和有影响的论文发表,形象学派、协调学派、传播学派、管理学派的产生,活跃了学术空气,细化和深化了对公共关系的研究。

我们一直行进在中国公关界的队伍中,亲历了中国公共关系的征程。随着经济、文化、社会和科学技术的加速发展,人类社会将面临巨变,公共关系将会备受关爱,社会对专业公共关系人员的需求越来越多,对每个“社会的人”的公共关系素养也会有更高的要求。公共关系的普及化、专业化、职业化、规范化,都要求公共关系培训和教育有更长足的发展,这就需要公共关系教材建设很好的配合。

20世纪80年代中期,中国大陆第一代公共关系教材面世,其开山之作有中国社会科学院新闻研究所明安香等人编写的《塑造形象的艺术——公共关系学概论》、王乐夫和廖为建等人编著的《公共关系学》等。这一代教材主要完成了公共关系学的引进任务。

20世纪90年代初,一批对中外公共关系理论作了一定的梳理并初步结合中国国情和公共关系实践经验、有一定个性化的教材问世。其中以熊源伟等人编写的《公共关系学》、翟向东等人撰写的《中国公共关系教程》等影响较大,学术界有人将其称为第二代教材代表作。第二代教材的主要贡献是初步形成了适合中国国情的公共关系的理论框架,为公共关系学在中国的广泛传播立下汗马功劳。

历史发展到21世纪,公共关系理论研究有了较为深入的进展,产生了很多新的学术观点,总结、提炼出许多新的实际操作方法和案例。回头再看以前的教材,感到有很多发展、完善的工作可做,公共关系教材的编写面临新的突破。

社会实践发展的需要、公共关系教育和培训对新教材的呼唤、公共关系学科理论自身寻求有突破性的发展以及一批长期从事公共关系实践、教学和理论研究的人士有责任感的推动,促使中国公共关系界要推出新一代的公共关系学的教材。

经过数位专家学者的努力,新的教材编写工作终于有了结果——全国适用教材《公共关系学》诞生了!

与以往的公共关系教材相比,本书有以下几个特点:

第一,构建了一个崭新的公共关系学科体系。全书以公共关系基础理论、公共关系历史、公共关系四大要素作为领头,以公共关系三大目标、公共关系工作三大基本方法、公共关系活动四大步骤作为躯体,形成一个完整的、有机的、有逻辑性的学科体系。

第二,几个重要的学术流派首次融合,使公共关系学科体系更为丰满,内容结构更加合理。形象塑造、沟通管理、关系协调等学派的倡导人携手合作,将各派观点和方法集大成于一书,使公共关系理论建设和教材编写走进一个新时期、新境界。

第三,全书内容有很多创新。学科体系的创新,为全书搭起了新的框架;学术流派的融合,使本书兼收并蓄,带来综合后产生的新意;新知识、新观点、新方法、新材料、新案例等的大量运用,使全书面目一新。

第四,实力派作者汇聚联手,使本书的写作具有相当的权威性和影响力。参加本书编写的作者,都是目前国内公共关系界的知名人士。他们长期从事公共关系实践活动和公共关系理论研究和教学工作,有深厚的理论功底和丰富的实践经验。比起若干年前,现在他们见识多了,见解深了,技能丰富了,水平提高了,写出的书稿成熟多了。还有一些有影响的公共关系学者、专家虽未亲自撰稿,但他们对本书的关心和提出的咨询意见以及所提供的有关资料,也使本书增色许多。

第五,理论与实用并重。我们特别注意把握公共关系学是一门应用性学科的特点,在编写时,对理论问题以简练、通俗的语言阐述,对操作性的方法和技巧的介绍给予充足的篇幅并强调做到具体、细致、实用,使读者学之能懂、会举一反三并创造性地运用。

第六,体例规范、完整,并有新的形式。每章开始有教学目的和案例引入,创造具体情境;正文表述符合要求;典型案例列于正文后,便于理论联系实际,增加可读性,提高学习兴趣;每章最后附有本章小结、关键词、复习思考题、案例讨论题、补充与提高等,以便于读者总结、思考、复习、训练。

本书由廖为建、余明阳、李道平任学术顾问,具体编写、审订工作由李道平负责。

撰稿人由以下同志担任:第一章,李道平;第二章,余以游;第三章,刘庆龙、熊卫平;第四章,廖为建;第五章,舒咏平;第六章,薛可;第七章,纪华强、陈志云;第八章,李道平、樊建廷、陈志云;第九章,谢俊贵;第十章,游为民;第十一章,黄翔;第十二章,干勤。舒咏平协助李道平做了许多具体工作。单振运为部分章节撰写了

稿件。

本书的编写工作得到了中国公共关系界同仁的关注和大力支持。许多著名公共关系界领导、专家和学校老师经常询问本书编写情况,一些朋友因自身工作太忙无暇参与本书写作,但却为我们提供了很多咨询意见和有关资料。高等教育出版社的编辑们为本书出版做了大量工作。在此,我们全体编写人员表示衷心的感谢,谢谢你们的帮助和支持!

在本书出版之际,中国公共关系业已进入一个较好的发展时期。经济全球化使中国公共关系业面临巨大的机会;互联网在中国的飞速发展,给中国公共关系业带来新的服务方式和手段;政府职能部门改革的深化和经济运行与国际接轨,为中国公共关系业发展提供了良好条件。我们期望本书的推出能为中国公共关系业的发展贡献一份力量。

当然,一门新学科的成熟不是短时期就能实现的。公共关系类教材的完善也需要公共关系界同仁持续地努力。本书虽然作了一些新的探索和尝试,但还存在一些不足。我们将不断修订此书,使其日臻完善。我们祈望广大师生和读者朋友对本书提出批评及修改意见,帮助我们提高编写水平。我们盼望有更多、更好的公共关系类图书面世!

编写组全体成员

2010年1月

目 录

第一章 公共关系的基本理论	1
第一节 公共关系的含义	2
第二节 公共关系的构造要素、形成原因与条件	10
第三节 公共关系的基本属性	16
第四节 公共关系的功能与地位	20
第五节 公共关系学的范畴与体系	28
第二章 公共关系的产生与发展	41
第一节 公共关系的起源	42
第二节 现代公共关系的发展与特征	47
第三节 公共关系在中国	53
第四节 公共关系的发展趋势	59
第三章 公共关系主体、机构及人员	68
第一节 公共关系主体	69
第二节 公共关系机构	73
第三节 公共关系人员	81
第四节 公共关系礼仪	85
第五节 公共关系职业道德	97
第四章 公共关系客体	103
第一节 公众的含义和特征	104
第二节 公众的分类	106
第三节 公共关系工作主要对象	114
第五章 公共关系的三大目标	127
第一节 三大目标的内涵	128
第二节 确定三大目标的意义	135
第三节 三大目标的分解与量化确定	138
第六章 社会组织的形象塑造	145

第一节	组织形象的内涵与意义	146
第二节	组织形象的定位与设计	150
第三节	组织形象的建立与推广	161
第四节	组织形象的巩固与矫正	169
第七章	公共关系媒介与沟通管理	181
第一节	口头传播媒介	182
第二节	视觉传播媒介	187
第三节	组织外部的大众传播媒介	195
第四节	组织设置的公众传播媒介	199
第五节	网络传播媒介	206
第六节	活动与媒介事件	211
第七节	传播与传播方式	223
第八节	公共关系的言语传播	227
第九节	公共关系新闻传播	240
第十节	公共关系广告传播	254
第十一节	整合传播管理	259
第八章	社会组织与公众的协调	268
第一节	公共关系协调概述	269
第二节	组织内部公共关系的协调	289
第三节	组织外部公共关系的协调	291
第四节	不同社会组织的公共关系协调	294
第五节	危机处理	297
第九章	公共关系调查	309
第一节	公共关系调查的含义、地位和作用	310
第二节	公共关系调查的内容范围	314
第三节	公共关系调查的一般程序	320
第四节	公共关系调查的基本方法	326
第十章	公共关系策划	345
第一节	公共关系策划的作用和原则	346
第二节	公共关系策划的基本要素	351
第三节	公共关系策划的创意技法	358
第四节	公共关系策划方案的价值与构成	365
第十一章	公共关系实施	374
第一节	公共关系实施的特点与原则	375

第二节	公共关系实施的方案设计·····	378
第三节	公共关系实施的准备·····	387
第四节	公共关系实施管理方法·····	392
第十二章	公共关系评估·····	403
第一节	公共关系评估的含义及其作用·····	404
第二节	公共关系评估人与评估标准·····	407
第三节	公共关系评估的程序、步骤与内容·····	409
第四节	公共关系评估报告·····	416
参考文献·····		428
高等学校管理类专业主要课程教材·····		431

第一章 公共关系的基本理论

教 学 目 的

学习一门新的学科知识,首先必须了解其最基本的理论,这样才能做到既高屋建瓴地从整体上把握这门学科的基本框架,同时又深刻地领会该学科的本质及特点。

通过对本章的学习,我们要充分认识什么是公共关系,公共关系对我们的工作和生活及社会发展有何重要意义和作用,系统掌握公共关系学的基础理论和概念以及公共关系工作的重要规律和原则。

【案例 1-1】

珠海重奖科学家

珠海市,南与澳门陆路相连,东与香港隔海相望,是我国首批对外开放的四个经济特区之一。1991年,工业年增产速度达67%,其中依靠科技进步占34%。为进一步推动作为第一生产力的科学技术的发展,珠海市决定“重奖有突出贡献的科技人员”。同年,珠海市的有关部门对此创意做了大量的拟定方案及其法规化的工作。1992年初,该市市长向来珠海视察的中央领导同志汇报了重奖计划,得到中央领导同志的赞同。3月8日,珠海市委、市政府召开隆重的首届科技进步奖励大会。会上,“凝血酶”的首席获奖者迟斌之、“BH-0111型80-480门系列控制用户交换机”的首席获奖者沈定兴、“丽珠得乐冲剂”的获奖者徐庆中,分别获得重奖——一辆奥迪小汽车、一套住宅、

一笔30万元的奖金。诸多记者迅速对此进行报道传播。一时间,“珠海重奖科学家”的新闻传遍大江南北,海外传媒也做了大量的报道。

“重奖”产生了多方效应,不仅珠海市尊重知识、尊重人才蔚然成风,而且使得人才、成果、资金源源不断地涌入珠海市。同时,珠海市的经济发展速度显著加快,且极大地提升了珠海市的认知度、美誉度、和谐度。

从公共关系学的角度分析此案例,重奖科学家是典型的公共关系工作。那么,公共关系是什么?它的价值在哪里?让我们来逐步了解。

第一节 公共关系的含义

一、关系、社会关系、公共关系

在日常工作、学习、生活中,“关系”、“社会关系”、“公共关系”等经常出现在我们的话语中,这是因为:我们每天一睁开眼睛,就要和各种各样的关系打交道。关系像空气,看不见、摸不着,但我们却时时被它们影响。

我们学习和研究公共关系学,有必要像剥笋一样,层层进入。我们首先来探讨关系是什么。

(一) 关系

关系是什么?关系是人或事物之间的相互联系。也就是说,人与人之间、事物与事物之间、人与事物之间发生联系,就有了关系。

联系产生关系,明白这一点非常重要。关系不是凭空产生的,在联系的基础上,才能建立关系。我们开展公共关系工作,必须十分重视联系。

联系,是指人或事物彼此连接、联合、结合在一起。

在哲学教科书上,联系有两重含义:一是指世界上的一切事物、现象、过程之间的相互影响、相互制约和相互作用;二是指各种事物、现象、过程内部诸要素、诸成分、诸阶段之间的相互影响、相互制约和相互作用。

用一句话表述,联系就是事物、现象、过程之间以及它们内部诸要素、诸成分、诸阶段之间的相互影响、相互制约和相互作用。而关系就是人与人、事物与事物之间相互联系、相互贯通、相互渗透、相互影响、相互依赖、相互对立、相互作用、相互制约、相互协调、相互转化、相互融合的状态。

(二) 社会关系

人与人之间的联系,构成了人际关系。社会是人际关系的结合。广义的人际关系通常又被称作社会关系,包括群体、个人相互之间的关系。

社会关系是指人们在相互交往和社会活动过程中形成的关系。

人作为自然存在物,他们之间必然发生自然关系,如空间位置关系、生理关系等。除此之外,人们还必然在改造自然界活动的基础上形成人与人之间协作劳动和相互交换活动的社会关系。

只有借助一定的社会关系,人们才能获得和运用劳动成果。这是社会关系的价值所在。

既然人们的社会交往产生了社会关系,那么我们就来介绍一些有关交往的理论知识。

“交往”是一个多学科共同使用的科学概念,又是一个多层次概念。

哲学上的交往概念是指人所特有相互往来关系的一种存在方式。心理学上的交往概念指人与人之间的心理接触或直接沟通,彼此达到一定的认知。社会学上的交往概念指特意完成的交往行为,通过交往行为形成特定的社会联系。语言学用交往表明信息交流。

交往具有层次性:广义的交往,包括人与自然、人与人的交往;次广义交往指人与人的相互作用,包括个人之间、群体之间、国家与民族之间的相互作用,一般我们说的交往是指这个层次;狭义的交往指与生产相对应的交往,即物质交往;最狭义的交往指劳动产品的交换。

历史唯物主义对交往概念的内涵表述为:

交往是人类特有的存在方式和活动方式,是人与人之间发生社会关系的一种中介,是以物质交往为基础的全部经济、政治、思想文化交往的总和。

交往是一种以主客体关系为中介的主体与主体之间的关系。这种关系本质上是互动的,而非一方主动另一方被动,也就是说相互需要,彼此主动。

对于交往,我们划分出不同的种类:

根据交往的领域不同,划分出政治的、行政的(权力的)、经济的、文化的、军事的、科技的交往。

根据交往在社会发展中所起的不同作用,划分出积极的和消极的交往。

根据是否需要中间环节,划分出直接的和间接的交往。

根据交往主体的不同,划分出个人与个人、个人与人的群体、人的群体相互之间的交往。

根据交往的范围,划分出内部交往与外部交往,如国内交往和国际交往。

根据交往的性质,划分出合作的、竞争的、对立(对抗)的、冲突的交往。

与交往的这些种类相对应,社会关系也可以划分出若干类型。比如,从人交往的规模,可分为个人与个人、个人与人的群体、人的群体相互之间的关系;从人们交往的领域,可分为政治的、行政的(权力的)、经济的、文化的、军事的、科技的、外交

的关系;从人们交往的内容,可分为信息的、物质的、感情的、精神的关系;从人们交往的性质,可分为合作的、竞争的、对立的、冲突的关系;从交往的范围,可分为内部的、外部的、国际的、省际的、市际的关系,等等。

在上面介绍关系时,我们用了“联系”;在介绍社会关系时,用了“交往”;在后面的对公共关系有关问题进行阐述时,我们将使用“互动”。在本书中,它们作为同义语使用。

(三) 公共关系

对社会关系还有一种分类,就是个人关系与公共关系。公共关系是对社会关系的一种细分。

个人关系是狭义的人际关系,特指个人之间私人性质的关系。比如,血缘关系(父母与子女)、族缘关系(亲戚)、学缘关系(同学)、地缘关系(老乡、邻居)、情缘关系(朋友)等。

“公共关系”是20世纪80年代中期后在中国大陆被广泛使用的词语,是改革开放后的“舶来品”,是英语“Public Relations”的汉语译称。

Public既可以译为“公共的”,又可以译为“公众”。Relation译为“关系”,加“s”即形成复数;当动词用时译为“联络”,按照前面的“联系产生关系”的定义,公众联络形成公共关系。Public Relations,也有学者将它们译作“公众关系”,更多的人使用“公共关系”一词。

本书采用“公共关系”这种译称。原因有两条:第一,现在大部分人已约定俗成、习惯地使用这个词;第二,Relation有“关系、关联”的意思,已有学者推荐使用Relationship,即有固有的、已建立起来的、更进一层的关系,Organization-public Relationships(OPR),表达“组织与群众关系”。“公共关系”特指社会组织与相关公众结成的关系,这种关系具有“公共”的性质,与狭义的特指个人之间交往的“私人关系”一词相对应。使用“公共关系”可以更准确地反映社会组织与相关公众结成关系的根本属性。

我国著名学者于光远先生早在1985年3月29日发表《关于建立和发展“社会主义关系学”的理论和实践——问题的提出》(《南方经济》1985年第四期)一文,文中指出:“公共关系”这个概念是同“私关系”相对而言的,不是“私关系”。如家庭关系、私人朋友之间的关系就是“私关系”。私关系之外就是公共关系。因此,政府、企业、社会团体间的关系都是“公共关系”。

二、国内外有代表性的公共关系定义介绍

目前,从互联网上可以查询到,仅中国大陆出版的已被中国国家图书馆收藏的公共关系类图书就有1000多种。在世界范围,同类出版物有数千种之多。关于

公共关系的定义,也是众口不一,十分繁多。我们选择若干有代表性的定义排列如下:

(1) 1976年,美国公共关系研究和教育基金会资助雷克斯·哈罗(Rex L. Harlow)博士在收集和分析了472种定义后对公共关系所下的定义是:“公共关系是一种特殊的管理职能。它帮助一个组织建立并保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测者,帮助企业与社会保持同步;它使用有效的传播技能和研究方法作为基本工具。”

(2) 1978年8月8日至10日,在墨西哥城召开的各国公共关系协会世界第一次大会上通过如下定义:“公共关系的实施是分析趋势、预测后果,向组织领导人提供咨询意见,并履行一系列有计划的行为以服务于本组织和公众共同利益的艺术和社会科学。”

(3) 1981年出版的《不列颠百科全书》将公共关系定义为:“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。”

(4) 1982年11月举行的第35届美国公共关系协会全国代表大会对公共关系定义作如下表述:

- 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,而这一切都是有利于组织与它的公众的;
- 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。

(5) 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。”

(6) 美国公共关系协会征询了2 000多名公共关系专家的意见,从中选出四

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、员工及社会的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与好感，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，以获取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。”

(7) 英国公共关系学会所下定义为：“公共关系的实施是一种积极的、有计划的以及持久的努力，以建立及维护一个机构与其公众之间的相互了解。”

(8) 美国著名公共关系学者詹姆斯·格鲁尼格(James Grunig)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。”

(9) 现代公共关系工作的先驱之一、美国著名的公共关系顾问爱德华·伯内斯(Edward L. Bernays)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)之间的关系的职业。”

(10) 美国著名的公共关系研究权威斯科特·卡特李普(Scott M. Cutlip)和艾伦·森特(Allen H. Center)在《有效公共关系》中下了这样的定义：“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。”

(11) 美国普林斯顿大学蔡尔滋(Childs)教授揭示：“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。”

(12) 英国著名的公共关系学者弗兰克·杰弗金斯(Frank Jefkins)指出：“公共关系是由为达到相互理解有关的特定目标而进行的各种有计划的沟通联络所组成的，这种沟通联络处于组织与公众之间，既是向内的，也是向外的。”

(13) 中国学者王乐夫、廖为建等人在《公共关系学》一书中下的定义为：“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、活动和产品符合相关公众的需求，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。”

(14) 明安香在《塑造形象的艺术——公共关系学概论》中写道：“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各项关系时，采取

的一系列政策与行动。”

(15) 居延安等人在由他们编著的《公共关系学》中表述:“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。”

(16) 余明阳在全国通用教材《公共关系学》中作了这样的界定:“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。”

(17) 翟向东在《中国公共关系教程》一书绪言中表述道:“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一门科学。”

(18) 李道平在《公共关系协调原理与实务》一书中下的定义是:“公共关系是社会组织为了赢得支持与合作,实现自身的生存和发展,通过一定的媒介与方式,同相关公众结成的一种社会关系。它包括政府与社会各界的关系、企业与消费者的关系、银行与储户的关系、报社与读者的关系、学校与师生的关系等。”

(19) 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。”

以上这些定义,或繁或简,或长或短,从不同角度、不同层次描述了公共关系,它们都是人们在研究公共关系概念时形成的成果。对这些研究成果进行分析和总结,有助于我们全面、深刻地认识公共关系。

三、对诸多公共关系定义的分析与概括

上面列举的这些公共关系定义,都是较为有代表性的,基本上反映了公共关系学界已有的认识成果。对它们进行分析和概括,我们不难发现,这些定义主要是从“公共关系是什么”、“公共关系有何特征”、“建立和维系公共关系的目的是什么”、“如何建立和维系公共关系”等几个方面描绘和表述“公共关系”的。

(一) 公共关系是什么

从上列定义中,可以概括出以下几种说法:

- (1) 公共关系是人类的一种社会关系。
- (2) 公共关系是一种科学和艺术。
- (3) 公共关系是一种行为或活动。
- (4) 公共关系是一种工作。
- (5) 公共关系是一种职业。
- (6) 公共关系是一种技术。