

GAOXIAO YIXUE RENWEN XILIE GUIHUA JIAOCAI



“十二五”医学人文系列规划教材

公共关系学

GONGGONG GUANXIXUE

主编 兰迎春 陈 军



山东人民出版社

GAOXIAO YIXUE RENWEN XILIE GUIHUA JIAOCAI



“十二五”医学人文系列规划教材

公共关系学

GONGGONG GUANXIXUE

主 编 兰迎春 陈 军

山东人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

公共关系学/兰迎春, 陈军主编. —济南: 山东人民出版社, 2010. 2
ISBN 978-7-209-04884-2

I. ①公… II. ①兰… ②陈… III. ①公共关系学
IV. ①C912. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 023169 号

责任编辑: 袁丽娟 王 晶

封面设计: 武 斌

公共关系学

兰迎春 陈军 主编

山东出版集团

山东人民出版社出版发行

社 址: 济南市经九路胜利大街 39 号 邮 编: 250001

网 址: <http://www.sd-book.com.cn>

发行部: (0531) 82098027 82098028

新华书店经销

山东新华印刷厂临沂厂印装

规 格 16 开(169mm×239mm)

印 张 17.5

字 数 300 千字 插 页 2

版 次 2010 年 2 月第 1 版

印 次 2010 年 2 月第 1 次

ISBN 978-7-209-04884-2

定 价 30.00 元

如有质量问题, 请与印刷厂调换。 电话: (0539) 2925659

编委会成员名单

主 编 兰迎春 陈 军

副主编 陈海玉 张誉琳 王 敏

编 委 (按姓氏笔画排序)

马振鹏 王 伟 李珊珊

李 强 张 黎 孟焕秀

娄鹏宇

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 公共关系的基本概念	(1)
一、公共关系的基本含义	(1)
二、公共关系学的基本含义	(6)
第二节 公共关系的产生和发展	(11)
一、早期的公共关系思想与活动	(11)
二、现代公共关系的兴起和发展	(13)
第三节 公共关系学与其他学科的关系	(21)
一、公共关系学与管理学	(22)
二、公共关系学与市场营销学	(22)
第四节 学习公共关系学的意义和方法	(23)
一、学习公共关系学的意义	(23)
二、学习公共关系学的方法	(26)
第二章 公共关系的主体与客体	(29)
第一节 公共关系的主体	(29)
一、社会组织概念及特征	(29)
二、社会组织的环境	(30)
三、社会组织的形象	(32)
四、社会组织的公关目标	(36)
五、社会组织的新形态:社会性个人	(38)
第二节 公共关系的客体	(39)
一、公众的概念及特征	(39)
二、公众的分类	(41)
三、公众的分析	(43)

第三节 医院公共关系	(51)
一、医院公共关系的主体与客体	(51)
二、医院内部的公共关系	(51)
三、医院外部的公共关系	(53)
第三章 公共关系的职能、类型与基本原则	(56)
第一节 公共关系的职能	(56)
一、采集信息、监测环境	(56)
二、咨询建议、参与决策	(57)
三、协调关系、联络感情	(58)
四、沟通引导、凝聚力量	(59)
五、策划活动、应对突发事件	(60)
第二节 公共关系的类型	(61)
一、部门型公共关系	(61)
二、对象型公共关系	(66)
三、功能型公共关系	(77)
第三节 公共关系的基本原则	(80)
一、公共关系的基本原则	(80)
二、医院公共关系的基本原则	(83)
第四章 公共关系机构与人员	(85)
第一节 公共关系机构	(85)
一、公共关系机构设置的必要性和原则	(85)
二、公共关系机构的地位和作用	(87)
三、公共关系机构在社会组织中的位置	(89)
四、公共关系机构的类型和分工	(91)
五、公共关系组织机构	(93)
第二节 公共关系人员	(97)
一、公共关系人员的层次和分类	(97)
二、公共关系人员的基本素质与基本能力	(99)
三、公共关系人员的职业道德和职业准则	(104)
四、公共关系人员的仪表	(106)
五、公共关系人员的招聘、培养和考核	(110)
六、公共关系从业人员的资格认证	(112)

第五章 公共关系活动的程序	(114)
第一节 公共关系活动的调查研究	(114)
一、公共关系活动调查的目的和意义	(114)
二、公共关系活动调查的内容	(115)
三、公共关系活动调查的方法	(120)
第二节 公共关系活动策划	(123)
一、公共关系活动策划的概念和意义	(124)
二、公共关系活动策划的原则	(124)
三、公共关系活动策划的思维特点	(126)
四、公共关系活动策划的程序	(127)
第三节 公共关系计划的实施	(131)
一、公共关系计划实施在公共关系活动中的作用	(131)
二、影响公共关系计划实施的因素	(133)
三、公共关系计划实施的原则与方法	(134)
第四节 公共关系策划活动的评估	(137)
一、公共关系策划活动评估及其作用	(138)
二、公共关系策划活动评估的标准	(140)
三、公共关系策划活动评估的方法	(141)
第六章 公共关系传播	(143)
第一节 公共关系传播的基本原理	(143)
一、传播的基本原理	(143)
二、公共关系传播	(151)
三、公共关系传播的基本原则	(156)
第二节 公共关系传播的基本形式	(161)
一、公共关系的语言传播	(161)
二、公共关系的体态传播	(166)
三、公共关系的书面传播	(169)
四、公共关系的电子传播	(172)
第七章 公共关系的危机管理	(178)
第一节 公共关系危机及其对组织的影响	(178)
一、公共关系危机概念的界定	(178)
二、公共关系危机产生的原因	(179)

三、公共关系危机的特征	(183)
四、公共关系危机的类型	(185)
五、公共关系危机对组织发展的危害	(187)
第二节 公共关系危机管理	(187)
一、公共关系危机管理的概念	(188)
二、预防性危机管理	(189)
三、处理性危机管理	(192)
四、善后危机管理工作	(197)
五、医院公共关系危机管理	(198)
第八章 公共关系专题活动	(203)
第一节 公共关系专题活动概述	(203)
一、公共关系专题活动的定义	(203)
二、公共关系专题活动的主要形式	(204)
三、公共关系专题活动的作用	(204)
第二节 赞助活动	(205)
一、赞助活动的目的	(205)
二、赞助活动的主要对象	(206)
三、赞助活动的策划开展	(207)
四、赞助活动的注意事项	(208)
第三节 庆典活动	(209)
一、庆典活动的类型	(209)
二、庆典活动的开展	(210)
第四节 新闻发布会	(212)
一、新闻发布会的含义与特点	(212)
二、新闻发布会的作用	(213)
三、新闻发布会的组织安排	(214)
第五节 组织开放日活动	(217)
一、组织开放日活动的作用	(217)
二、组织开放日活动的开展	(218)
第六节 展览会	(220)
一、展览会作用	(220)
二、展览会的类型	(220)

三、展览会的组织	(221)
第七节 举办会议	(223)
一、会议的类型及其作用	(223)
二、举办会议的准备工作	(224)
三、会议的主持及其技巧	(227)
第九章 公共关系礼仪	(235)
第一节 公共关系礼仪概述	(235)
一、礼仪是一种行为准则	(235)
二、公共关系礼仪是礼仪的一种表现形式	(237)
第二节 公共关系交往中的礼仪	(238)
一、广结善缘是公共关系交往的目的	(238)
二、公共关系交往中的礼仪要求	(238)
三、公共关系交往中的沟通手段	(239)
第三节 公共关系语言中的礼仪	(242)
一、口头语言中的公共关系礼仪	(242)
二、书面语言中的公共关系礼仪	(245)
三、体态语言中的公共关系礼仪	(250)
第四节 国际公共关系礼仪的基本规范	(253)
一、国际公共关系的含义和特征	(253)
二、国际公共关系的外事礼宾礼仪	(253)
第五节 医护人员的基本礼仪	(257)
一、医护人员礼仪的重要性	(257)
二、医护人员服务礼仪的基本规范	(258)
三、医护人员的公务礼仪	(259)
第六节 大学生的基本礼仪	(261)
一、大学生在校基本礼仪	(261)
二、大学生求职礼仪	(264)
三、工作礼仪	(267)
参考文献	(270)
后 记	(272)

第一节 公共关系的基本概念

一、公共关系的基本含义

(一)公共关系的定义

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、大家伙的等,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。

“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”本来就是一个多义词,即用它来表述公共关系,也用它来表述与公共关系相关的事物和现象,最常见的是指代公共关系状态、公共关系活动、公共关系科学等。不论是其字面意思还是其实际意思基本上都是一致的,都是指组织机构与公众之间的沟通与传播关系。

1947年,美国著名的公共关系学专家雷克斯·哈罗博士(Rex L. Harlow)在认真分析和研究前人的基础上,对前人关于公共关系学的定义和概念进行归纳和整理,共罗列了472个不同的公共关系学定义概念。半个多世纪过去了,关于公共关系学的定义概念之争不仅没有平息,反而愈演愈烈。

关于公共关系的定义有很多,其中具有代表性的定义主要有:

第一,职能说。主要从公共关系的应用功能和作用来认识,阐述它的基本特征。在这一类观点中比较有名的是哈罗博士所提出的定义: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双向的交流、理解认可与合作;它参与处理各种问题与事件;它帮助管理部门及时了解公众舆论,并对

之做出反应;它明确并强调管理部门为公众利益服务的责任;它作为社会变化趋势的监视系统,帮助管理部门及时掌握并有效地利用社会变化,保持与社会变化同步;它运用健全的、正当的传播技能和研究方法作为主要的工具。这样较为详尽的定义详细地说明了公共关系的主要功能和作用,有不少的学者也持这一观点。美国学者卡特利普和森特(Scott M. Cutlip & Ailen Center)同样认为:“公共关系是这样一种管理职能: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益关系。”但是,在他们的定义中都有一个不容忽视的问题,就是关于公共关系的“主体”的问题,我们将在后面再作论述。

第二,传播说。这类观点更多地是从公共关系的运作特点来考虑的,侧重于公共关系的传播属性。比较有代表性的是英国著名的公共关系学专家弗兰克·杰夫金斯(Frank Jefkins)和美国学者约翰·马斯顿(John Marston)。杰夫金斯认为:“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。”马斯顿讲得更为坦率:公共关系就是运用有说服力的传播去影响重要的公众。这类定义强调的是公共关系的手段,把“传播”作为公共关系必不可少的一种工具。在我国有大量的研究者持这种观点,从而与职能论者构成势均力敌的两大流派体系。

第三,其他学说。其他学说,都从不同的角度、不同的层面对公共关系进行阐述。比较有名的有以下几种:

咨询说。强调公共关系的决策、咨询功能,最有代表性的是国际公共关系协会于1978年发表的《墨西哥宣言》:“公共关系是一门艺术和社会科学。它分析趋势、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。”

关系说。比较有名的是美国普林斯顿大学资深公共关系专家希尔兹(H. L. Chils),他认为:公共关系是我们所从事的各种活动、所发生的各种关系的通称,这些活动与关系都是公众性的,并且都有其社会意义。另外,英国公共关系协会也有一种定义: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。这一类定义往往比较笼统、抽象,理论色彩浓厚。

形象说。这是美国公共关系协会征询了2000多位公共关系专家的意见,从中选出了4种带有很浓的形象描写色彩的定义。

——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的经常不断的工作。

——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种工作。

——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了解与欢迎的一种职能。

当然,还有一些定义非常形象、直观、简洁明了,但只是解释公共关系的部分含义,总体上不够全面和准确。比如:

——公共关系就是促进善意。

——公共关系是信与爱的运动。

——公共关系就是争取对你有用的朋友。

——公共关系就是说服和左右社会大众的技术。

——公共关系就是讨公众喜欢。

综合各种定义,我们给公共关系下一个定义:公共关系是一个社会组织用传播手段使自己与公众之间形成双向交流,使双方达到相互了解和相互适应的管理活动。这个定义反映了公共关系是一种传播活动,也是一种管理职能。

公共关系本质上是一种管理功能,它通过执行一连串有计划的行动,在公众中树立组织的良好形象和声誉,以取得公众的了解、信任和支持,促进组织目标的实现。这个定义的要点:(1)社会组织——公共关系的主体。具有主导作用。(2)公众——公共关系的客体。公众分为:组织公众,即一切与该组织有关的其他社会组织;群体公众,即因与组织有关的某一共同问题而形成的一群人;个体公众,即与该组织有关联的个人。(3)传播媒介与沟通手段——公共关系主体与客体沟通的途径、方式。传播媒介指报刊、电视、广播、网络等。沟通手段指各种具体沟通方式,如对话、会议、各类活动等等。(4)相互了解、信任和支持的依存关系——公共关系的本质。了解是指舆论的和谐,信任是指理解与谅解,支持是指利益一致而引起的行为倾向的一致。

(二)构成公共关系的三大要素

1. 社会组织

社会组织是执行一定的社会职能,完成某些特定的社会目标,组成一个独立单位的社会群体。社会组织是公共关系的主体。其主体性主要表现在:(1)社会组织是公共关系活动的利益主体。公关是为组织服务的,追求组织的利益。(2)

公共关系活动内容受组织目标制约。公关活动是围绕组织目标展开的。(3)社会组织是公共关系的主持者和策划者,是传播过程的信息源。(4)公共关系的形式与规模受组织内部结构的限制。

2. 公众

公众是与公共关系主体即社会组织发生联系及相互作用的个人、群体或组织的总称。公众共同面临一个有关组织的待解决问题。不同组织的公众不完全相同。公众与社会组织的联系是显现的,也可能是隐含的。

公众的分类:

(1)按公众的一般形成过程,可分四类:①非公众,指那些在一定时空条件下不可能与组织发生联系的公众;②潜在公众,由尚未意识到已经客观存在了的某个共同问题的公众;③知晓公众,虽然意识到了面临的共同问题,但尚未与组织发生联系的公众;④行动公众,不仅意识到面临的共同问题,而且已经开始采取行动以求得共同问题解决的公众。

(2)根据组织的内外两种职能,可分为内部公众和外部公众两类。内部公众主要由组织本身的成员组成,其余的公众便是组织的外部公众。

(3)根据对于组织目标的重要性,可将公众分为首要公众、次要公众、边缘公众三类。决定组织生存和发展的公众称首要公众;对组织的生存和发展有影响,但不起决定作用的公众称次要公众;边缘公众是仅仅与组织有关联的公众,他们对组织的生存和发展几乎不产生影响。

(4)根据公众对组织的态度,可分为顺意公众、逆意公众、中立公众三类。对组织的政策措施、采取的行动持赞成和支持态度的那部分公众称顺意公众;对组织的政策措施持否定态度和反对态度的那部分公众称逆意公众;对组织的政策措施持中立态度或观点态度不明朗的那部分公众称中立公众。

3. 传播

传播是双向的信息沟通过程,信息通过某种媒介从发出者传递到接受者,同时信息发出者通过相反的途径收到反馈信息的过程就是传播。传播具有5项要素:传播者、受传者、媒介、信息、效果反馈。同时还具有三类传播媒介:一是符号媒介,如语言、文字等;二是实物媒介,如实物展览、商品展销等;三是体态媒介,如眼神、语调、表情、姿势等。

信息传播有两种方式:(1)人际沟通:是指两个或两个以上的个人在公共关系活动中相互交流观点、思想和情感的过程,包括语言沟通和非语言沟通。(2)大众传播:职业传播者利用报刊、广播、电视等大众传播手段,同时向众多的接受

者传播信息,以期对传播对象产生影响的过程。大众传播的特点表现在:传播者是一个群体,具有内部分工;接受者具有开放性;信息量大,信息全面;具有同时性和可复制性;反馈间接、不同步。

(三)公共关系的基本特征

所谓公共关系基本特征,是指公共关系与其他类型的社会关系相比较所具有的基本特点。

1. 公共关系具有公众性

公共关系是社会组织与其公众之间的关系,是一种“公家关系”,不是一般私人往来、私人关系。公共关系的主体是各种各样的社会组织,客体是社会公众。社会公众既有个人,也有社会组织,是与成为公共关系主体的社会组织相互联系、相互影响、相互作用的社会组织和个人的总和。因此,公共关系的公众性特点比较显著。

2. 公共关系具有互利性

公共关系的主体与客体之间存在着“互利性”,公共关系不是以血缘、地缘、学缘等纽带为基础建立起来的,而是以一定的利益关系、利害关系为基础建立、发展起来的。公共关系是基于公共关系的主体社会组织与公共关系的客体公众之间的共同愿望、共同利益或目标基础上的。社会组织在发展过程中必须得到相关社会公众的支持,它开展公关活动是为了实现本组织的目标,争取获得更多的利益;但是,公众也必须得益,只有公众的某些利益获得满足,他们才能对进行公共关系活动的主体——社会组织“买账”,才能与之“合作”,才能给予其支持,以有利于其实现自己的目标。从这个角度上讲,公共关系是以互惠为原则的。只有实现主客体之间的互惠互利,才能保证公共关系的建立和发展。否则,单方面受益甚至损人利己,是无法建立、维系良好的公共关系的,因此说,公共关系具有主客体之间的互利性。

3. 公共关系具有开放性

人与人的关系,局限于个体之间的往来,有相当部分属于“隐私”;世界上许许多多的关系都可以是秘密的、封闭的,而公共关系一般都是公开的、开放的。作为公共关系主体的社会组织,开展公共关系活动完全是合理合法、正大光明的,使用正当的手段、合法的途径大张旗鼓地宣传自己,协调与公众之间的关系,没有必要像“拉关系、走后门”和“非法公关”那样“偷偷摸摸”地进行;而且,公关的目的就是为了让更多的公众了解自己,扩大本组织的知名度,提高本组织的美誉度,塑造良好的组织形象,以谋求本组织的生存和发展,实现组织目标。因此

公共关系既不可能是封闭性的,也不可能是完全隐秘的。

4. 公共关系具有流动性

作为公共关系主体的社会组织,其运行是动态的,它一直处于发展变化的过程中。而且,社会组织所面对的公共关系客体——公众,更是不断变化的。不仅公众对象一直处于动态的变化之中,而且公众层面也是流动变化的,非公众、潜在公众、知晓公众、行动公众会发生转化。再者,公众具有层次性,其要求是千差万别的;公众的主观意识、价值趋向、消费理念、可使用资源等等也会不断地发展变化,其态度、行为也就必然会发生变化。对公共关系效果起着决定性作用的社会组织形象,一直处于动态的发展变化之中。社会组织形象不仅具有主观与客观的两重性,而且具有多维性和相对性,它在公众心目中的“定势”——好、坏,美、丑等“印象”,是会发生变化的。社会组织与公众建立良好的关系,获得美好的声誉,是必须经过长期的努力才能做到的。尽管这种良好的关系、美好的声誉具有相对稳定性,但是它绝对不是一劳永逸的,如果放松了努力,良好的关系、美好的声誉就会向反面转化;一旦社会组织形象发生恶化,经过加倍地努力,它也可以向良性方面转化。可以说,在公共关系中,发展变化无处不在,无时不有,使它一直处于“流动”的状态。

二、公共关系学的基本含义

(一)公共关系学的定义

公共关系成为现代社会普遍存在的客观实践以后,从20世纪初开始引起人们的关注,逐步形成了一门新兴的独立的现代科学——公共关系学。

我们所说的公共关系,往往涵盖公共关系理论、公共关系原则、公共关系历史、公共关系类型、公共关系规范、公共关系调查、公共关系策划、公共关系心理、公共关系实施、公共关系专题活动、公共关系评估、公共关系组织机构与从业人员、公共关系研究、公共关系教学等诸多领域和方面。因此,公共关系学的内容应该而且必然涉及公共关系的方方面面。

公共关系学是一门以公共关系的客观现实和活动规律为研究对象的、新兴的综合性的应用学科,是研究组织与公众之间传播与沟通的行为、规律和方法的一门学科。作为一个学科,公共关系学的研究对象从总体上看,它必须包括所有的公共关系的社会现象和活动规律。

公共关系学是公共关系实践活动的反应,又对公共关系认识的深化及其公共关系活动的健康开展起着指导作用。公共关系活动是丰富多彩的,对公共关

系的认识是不断深入的,公共关系的理论总结是不断升华的,因此,公共关系学这门新兴学科必然有着灿烂的发展前景。

(二)公共关系学的学科性质

学科性质一般是指某一学科不同于其他学科的、属于本学科特有的基本属性。把握学科性质,有利于界定该学科的基本内涵,建树该学科的基础理论,建构该学科的基本框架,营造该学科的内容体系,提炼该学科的基本知识,提升该学科的科学水平……一句话,可以繁荣和发展这门学科。同时,对于学习者来说,了解了学科性质,有助于理解其基础理论,领会其基本知识,掌握其基本技巧,从而提高学习效率以及应用能力。因此,我们应该明确公共关系学的学科性质。

公共关系学属于一门什么学科,主要应该由它的研究对象、研究任务、具体内容以及学科指导思想 and 研究所运用的基本方法等来分析认定。由于它的内容涉及门类的多样性,在学科建构和发展过程中,在学科体系和内容中,综合运用了许多基础学科和应用性学科的基本原理与最新成果,所以对它的学科属性的判断和认定,存在相当大的分歧。目前,比较流行的观点有五种。

(1)传播学论。这种观点强调,公共关系是一种传播活动,它遵循传播规律,因此公共关系学应该属于传播学的范畴。

(2)组织行为学论。这种观点认为,公共关系的主体是社会组织,社会组织开展公共关系活动,本质上是一种社会组织行为,必须依据组织行为的原则和规范,因此,公共关系学属于组织行为学范畴。

(3)社会学论。这种观点强调,公共关系是一种社会关系,研究公共关系,应该把它放在社会关系的框架之内,依据社会学的理论来进行,因此,公共关系学属于社会学范畴。

(4)管理学论。这种观点认为,公共关系具有管理职能,研究公共关系适用管理学理论和知识,因此,公共关系学属于管理学范畴。

(5)综合学科论。这种观点认为,各种分支学科说,各有侧重点,分别强调了公共关系的某一方面,都有一定的合理性,但是均不能反映公共关系学的全貌,因此,公共关系学是一门新兴的、现代的、边缘的、交叉的综合学科。

我们同意第五种观点。公共关系学是一门独立的综合性社会科学,它属于一门应用性学科。认识公共关系学的学科性质,要从以下四个方面来理解。

(1)综合性、边缘性。公共关系学是在广泛吸收、融合其他社会科学理论和成果的基础上建构起来的一门新兴学科,它运用哲学的一些认识论和方法论以

及哲学思辨方法,以社会学、心理学、管理学、组织行为学、信息学、社交学、人际关系学、传播学等相关学科的理论为基础,并借鉴了经济学、政治学、法学、领导学、决策学、运筹学、舆论学等学科的有关理论,应用了逻辑学、符号学、语言学、市场学、营销学、谈判学、新闻学、写作学、广告学等学科的相关方法和技巧,因此,它是一门多学科相互渗透、兼容并蓄的综合性边缘学科。但是,它并不是各种学科的杂糅和拼凑,而是一门与相关学科虽然有很大联系却又独成体系的专门学科。其他学科虽然也可以从各自学科的角度对公共关系的某些方面或者领域进行研究,但只有公共关系学才能对公共关系现象及其规律进行全面系统的研究,形成比较完整的专门学科。

(2)理论性、实践性。所谓理论性,是人们把实践中获得的感性认识和具体经验,进行理性思考,总结、概括、提炼为一种知识或者思想体系。科学理论是客观实践的准确反映,能够正确地反映客观事物的本质和规律,并经得起客观实践的检验。同时,它又必然会对客观实践起到巨大的指导作用。公共关系学虽然是一门新兴的现代科学,但人类与公共关系活动相同或相似的活动却是由来已久,可以说是与人类社会同步产生、发展的。有了人,就有了人类社会,就有了人际交往,就有了各种形态的人际关系。有了人类社会,就有了人类社会的组织形态,它就必须面对自己的公众,进行一些必要的协调与沟通,这便可以称作“公共关系”的雏形。在历史长河中,人与人、组织与组织、组织与个人、个人与组织间的交往、沟通,一直是人类实践活动的重要内容之一。这种实践的长期的历史积淀,已经孕育出许多人类关系学说。人类在这方面的实践及其对实践的认识,成为公共关系学丰富的历史养料。当历史演进到 20 世纪初,现代公共关系勃兴,公共关系学诞生。公共关系学的诞生,进一步推动公共关系实践活动广泛深入的开展,这又为公共关系理论的发展与完善提供了条件。人们通过对公共关系实践的历史与现状的考察、分析和认识,建树了公共关系基本含义、构成要素(主体——社会组织、客体——公众、手段——传播沟通)、职能与作用、原则与规范、基本类型以及公共关系心理、公共关系机构与从业人员、公共关系实务(调查、策划、实施、评估、专题活动)等有关公共关系方方面面的理论,揭示出公共关系的本质特征和活动规律,总结出公共关系实践所应用的科学方法和艺术技巧,提出公共关系活动的程序和运作要领。公共关系学源自公共关系实践,从公共关系实践中总结概括出公共关系理论;公共关系理论研究服务于公共关系实践,公共关系理论运用于公共关系实践,对公共关系实践起指导作用。因此说,公共关系学有鲜明的理论与实践相结合的学科特点,而且它尤其注重实践性,强调应用