

# 第一章 导 论

同不久前的情形相比，现在已很少有人对企业和社会组织是否需要和接受公共关系产生疑问。甚至谈论“公共关系”和求助于“公共关系”，已成为那些不安于现状和积极进取的企业家，试图改善自身形象的政府决策者，以及执著于“自我实现”的现代青年们的一种象征和时尚。这无疑是一种巨大的变化。

然而，不可否认的是，公共关系作为我们时代的一种现象，它在我们的经济、政治、社会和文化生活中的意义并没有普遍为公众所认识，在许多情况下，仍然没有普遍得到管理部门的认识。人们常常把公共关系等同于新闻宣传、广告和巧言吝啬的游说，认为它仅仅是无形的销售、谋求一致意见和改善组织形象。而理论界许多关于公共关系的讨论和观点不仅使人们很少受到启发，反而使人们的认识变得更为混乱和模糊。因此，澄清公共关系概念的内涵，界定公共关系学的研究对象、内容、学科属性和基本功能，就成为本章要讨论的主要问题。

## 第一节 公共关系的涵义与特征

人们如何界定和理解“公共关系”，将决定人们如何接受

和对待“公共关系”。因此，澄清公共关系的基本内涵，勾勒公共关系的基本特征，就不仅是公共关系理论研究的核心内容和学术争论的焦点，而且成为决定公共关系实践活动的价值取向、运作方式和社会效能的关键所在。

### 一、公共关系的多维界定与分析

根据《韦氏新九版大学辞典》介绍，“公共关系”概念第一次出现于 1807 年，距今已有 190 多年。在此期间，人们从不同的角度理解和界定公共关系，至今提出的定义不下几百种。这些定义从不同的角度揭示了公共关系的基本内涵，描绘了公共关系的基本功能与特征，是我们全面而科学地理解和把握公共关系基本内涵与特征的重要依据。

尽管公共关系的定义不胜枚举，但从人们对公共关系概念界定和分析的角度与方法上可以将其分为三类，即语义式、内涵式和功能式。

#### （一）语义式分析

这种方法主要通过对“公共关系”，即英文中“Public Relations”一词的语义分析，寻找“公共关系”的本初涵义和基本内涵。

在英语中，Public Relations 是由“Public”和“Relations”两个词所构成的一个复合词。因此，对其进行语义分析，可以为我们初步了解“公共关系”的内涵提供某种启示。

在英文中，“Public”，通常有两种词性和用法。一是作为形容词，意即“公开的”、“公共的”。二是作为名词，意即“公众”。对此，我国学术界存在某些分歧。一种观点认为，在“Public Relations”中，“Public”作为形容词来修饰“Relations”，着重强调“关系”的“公开性”和“社会性”，因而将其译为“公共关系”并无什么不妥。另一种较为普遍的观点则认为，从现代公共关系学所实际研究的对象和内容来看，在

“Public Relations”中，“Public”所使用的是它的名词词性。所以，将“Public Relations”译成“公共关系”是不太准确的，准确的译法应当是“公众关系”。其实，在对公共关系一词理解时，“Public”应当既包含公开的、公共的含义，又指“公众”，很难舍此即彼。

而在“Public Relations”中，“Relations”中文译为“关系”。但由于它是复数，因此人们认为这种“关系”不是单一的，而是多重的和复杂的。

基于此，可以认为，公共关系是社会组织与公众结成的各种关系的总称。事实上，随着公共关系实践活动的不断发展和人们对公共关系的理解和认识的不断深化和拓展，这种语义学的解释已经无法涵盖现代公共关系的丰富内涵。

## （二）内涵式界定与分析

在公共关系界，人们更多地运用抽象和概括的方法，揭示公共关系的本质属性和基本内涵，即回答公共关系“是什么”。但由于公共关系涉及范围广，内容丰富，加之人们对公共关系认识的角度不同，强调的侧重点各有差异，因而有关公共关系本质属性和基本内涵的界定与表述也就多种多样。总括起来，主要有如下几种具有代表性的观点：

### 1. 公共关系是一种传播活动。

《韦伯斯特二十世纪新辞典》（1976年版）的定义：公共关系是“通过宣传与一般公众建立的关系；是公司、组织或军事机构向公众报告它的活动、政策等情况，企图建立有利的公众舆论的职能。”

《大英百科全书》的定义：“公共关系是旨在传递关于个人、公司、政府机构或者其他组织的信息，以改善公众对他们的态度的一种政策和活动。公共关系部或公共关系公司的主要任务是发布新闻，安排记者招待会，回答公众的投书，规划对

社区活动的参与，准备电影、宣传资料、雇员刊物、给股东的报告以及标准信件，规划广告项目，筹划展览会和参观访问，调查公共舆论。”

英国著名公共关系专家弗兰克·杰夫金斯（Frank Jefkins）指出：“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切目标，而有计划地采用一切向内和向外的传播沟通方式的总和。”

美国著名学者约翰·马斯顿（John Marston）则认为，公共关系就是运用有说服力的传播去影响重要的公众。

还有人认为，“公共关系是一个社会组织用传播的手段使自己与公众相互了解和相互适应的一种活动或职能。”

## 2. 公共关系是一种管理活动（或功能）。

美国《公共关系新闻》杂志的定义：“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。”

国际公共关系协会（The International Public Relations Association）给公共关系下过如下定义：“公共关系是一种管理功能。它具有连续性和计划性。通过它，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，即借助对舆论的估价，以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。”

美国著名学者卡特利普和森特（Scott M. Cutlip & Allen H. Center）认为：“公共关系是这样一种管理功能：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。”

## 3. 公共关系是一种独特的组织活动（或行为）。

W. 艾吉等在《大众传播学导论》中指出：“公共关系是一个公司或机构为与它的各类公众建立有利于双方关系而采取的有计划、有组织的行为。”

《美利坚百科全书》1980年版的定义为：“公共关系是关于建立一个组织同其既定公众之间相互了解的活动。”

中国社会科学院新闻研究所公共关系课题组认为：“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，为自身事业的发展创造最佳的社会关系环境，在分析和处理自身面临的各種内部和外部关系时，采取的一系列科学的政策与行动。”

有的学者则认为：“所谓公共关系，是一个社会组织为了促进相关的公众对它的理解、合作和支持，而采取的一系列有计划的努力和活动。”

4. 公共关系是一种特殊的（或公众性的）社会关系。

美国普林斯顿大学的资深公共关系教授切尔滋（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通称。这些活动与关系都是公众性的，并且都有其社会意义。”

有一种观点认为：“公共关系是指社会组织运用科学的传播和沟通手段，在自己和公众之间不断建立和发展起来的一种相互理解、支持和依存的关系。”

另一种观点则认为，“公共关系是社会关系的一种特殊表现形式，它既不是广义的、一般的人与人之间的社会关系，也不是日常的、个别的相互交往的人际关系，而是一种复合的群体关系。这种关系以潜在的、知晓的利益关系为前提。”

5. 公共关系是一种思想（观念）、科学与艺术（技术）。

1978年在墨西哥召开的第一次国际公共关系协会世界大会上发表的《墨西哥宣言》指出：“公共关系是分析发展趋势来

预测未来结果，为组织领导者提供决策咨询，执行有利于组织又有利于公众的行为计划的艺术和科学。”

美国早期公共关系专家坎菲尔德认为：“公共关系是一种管理哲学，这种管理哲学在所有决策行动上都以公众利益为本，……以期获得公众的谅解和信任。”

美国公共关系学者弗雷齐尔·穆尔等认为：“公共关系是一种用政策和实际做法表示的社会管理哲学，它争取在双向沟通基础上通过与公众的敏感的交流活动，得到相互理解和好感。”

日本公关、广告学者田中寅次郎认为：“公共关系就是良好的公共关系状态，亦即与社会保持良好关系的技术。”

我国公共关系专家王乐夫等人则认为：“公共关系是一种内求团结、外求发展的经营管理艺术。”

不可否认，上述关于公共关系的界定具有明显的差异。尽管这些表述分别从不同的角度凸现了公共关系的某一种属性，但也都有其相对的合理性。其实，各种界定之间只是侧重点的不同，并非实质上的冲突或矛盾。因此，从不同的角度认识公共关系的固有属性，将有助于我们去把握公共关系的本质内涵。

### （三）功能式界定与分析

由于应用性和操作性是公共关系的显著特征，因而人们在界定公共关系时往往倾向于描述、概括或凸现公共关系的功能、作用或运作方法，来阐释和说明公共关系“有何用”、“做什么”或“如何做”。同样，由于人们认识的角度和强调的方面不同，就形成了不同的观点：

#### 1. 认为公共关系旨在强化组织的管理功能。

美国公共关系研究和教育基金会的雷克斯·哈罗博士（Rex L. Harlow）有如下表述：“公共关系是一种独特的管理职能。它帮助一个组织和它的公众之间建立交流、理解、认可

和合作关系；它参与各种问题和事件的处理；它帮助管理部门了解公众舆论，并对之作出反应；它明确并强调管理部门为公众利益服务的责任；它帮助管理部门掌握情况的变化，并监视这些变化，预测变化的趋势，以使组织与社会变化同步发展；它以良好的、符合职业道德的传播技术和研究方法作为基本的工具。”

还有学者认为：“公共关系是一种内求团结、外求发展的经营管理艺术。它运用合理的原则和方法，通过有计划而持久的努力，协调和改善组织机构的对内对外关系，使本组织机构的各项政策和活动符合于广大公众的需求，在公众中树立起良好形象，以谋求公众对本组织机构的了解、信任、好感和合作，并获得共同利益。”

2. 认为公共关系旨在加强组织与公众之间的相互交流、沟通和理解。

英国著名公共关系专家杰夫金斯认为：“公共关系就是社会组织通过精心准备，按照计划并持续不断地努力建立和保持与它所面对的公众之间的相互理解。”“公关的目标仅仅是建立并保持理解。”

有的学者认为：“公共关系是一个组织运用各种传播手段，在组织与社会公众之间建立相互了解和信赖的关系，并通过双向的信息交流，在社会公众中树立起良好的形象和声誉，以取得理解、支持和合作，从而有利于促进组织本身目标的实现。”

3. 认为公共关系旨在协调或改善组织与公众之间的关系。

美国公共关系协会的定义：“公共关系是一个组织为最有效地实现其目标而与机会保持某些方面联系的职能。”

现代公共关系的先驱者爱德华·伯纳斯指出：“公共关系是一种处理一个团体与公众或者是决定该团体活力的公众之间关系的职业；公共关系就是投公众所好。”

有的学者也认为，公共关系的核心或目的，决不是塑造形象，而是协调组织与公众间的利益关系。塑造组织形象只不过是其手段而已。

#### 4. 认为公共关系旨在树立或塑造良好的组织形象。

全国通用教材《公共关系学》认为：“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。”

有的学者也认为：“公共关系是用传播手段塑造组织自身良好形象的艺术。”

也有人认为：“公共关系工作的目的就是扩大组织的社会影响，树立组织的良好形象，在公众中提高组织的知名度、美誉度和信任度，建立广泛的公众市场，增进组织的社会效益和经济效益。”

#### 5. 认为公共关系对于社会组织的功能与作用是由许多方面构成的整体。

美国《公共关系季刊》曾将公共关系概括为以下十四个方面：

第一，公共关系是一个完整的职能，目的在于增进公司利益和达到其他整体目标；

第二，公共关系并不制定政策，但是可以帮助管理当局表白公司的政策；

第三，对于受公司措施影响的人们，公共关系人员注意他们的印象与可能反应，重大的措施虽然表面上与公共关系无关，但也应在出台前先向公共关系部门咨询；

第四，行动比空言有力，所有信誉都建立在行动而非语言文字之上，但如果要让他人知悉并了解公司的行为，就得借助于语言文字；

第五，公共关系虽然是管理部门的职责，但也必须配备适

当的预算及人员，至于所担负的任务必须限于公司公共关系范围以内的工作；

第六，公共关系人人有责，公共关系部门的最终目标是使人人了解传播对于良好管理，是必要而不可分割的；

第七，公司的形象是相对的，依某种公众对于公司的具体要求和兴趣而定，例如股东、金融界、政府、教育家及舆论界，就各有各的看法；

第八，人们经常根据不完全的证据形成对公司的印象，例如公司的名称，与某一位员工通信或偶然的会晤，虽然这些都是小事，但应尽力去注意为公司争取良好的印象；

第九，因为公司是在舆论所形成的环境下营运发展，因此对于任何人士所具有的访问权利均应尊重；

第十，人们通常对于了解最少的事物感到厌恶、恐惧或猜疑，如果不提出理由并加以解释，人们就会自行想象，因此透露、传播资料信息不要吝惜；

第十一，不可歪曲和夸大事实，公共关系的主旨在于陈述事实，以便他人对于公司能公平评估，引起公众兴趣，进而对公众产生影响；

第十二，少做做得好，比多做做不好要强；

第十三，在观念的领域中，要引起特别的注意，其间竞争非常激烈，公共关系的一项基本任务就是要引起别人对于公司的好感和兴趣；

第十四，公共关系艺术成分多于科学成分，这种艺术一定要以社会科学的崭新知识为基础，对于公众对象的组成及态度要作科学的评估，对于公司本身要有透彻的认识。

除此之外，还有许多对公共关系更为生动和直观的表述：

公共关系就是讨公众喜欢。

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。

公共关系就是创造风气的技术。

公共关系是说服和左右社会大众的技术。

公共关系就是通过良好的人际关系来辅助事业成功。

广告是要大家买我，公共关系是要大家爱我。

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。

公共关系是百分之九十靠自己做得对，百分之十靠宣传。

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。

总之，关于公共关系的界定和表述是多维的和多种多样的。虽然各种观点有其偏颇之处，但是，它们都从各自的角度描述或概括了公共关系的基本特征，为公共关系学的深入研究奠定了基础；虽然它们在表述上差异较大，但是，在关于公共关系的主体、客体、中介和特征等方面却有了较为一致的认识。特别是，我们应当看到，公共关系涉及到诸多不同的学科和实践领域，在理论上是一门正在发展的学科，在实践中是一项充满活力的新事业。因此，对公共关系有不同的认识和界定就是难免的和奇怪的。不过，问题的关键在于，我们应当透过对公共关系的种种表象性描述，领悟公共关系的真谛，把握公共关系的本质。

## 二、公共关系的本质

公共关系的定义必须能够反映公共关系现象的本质属性。这就是说，我们要把握公共关系的本质属性，就要揭示出公共关系最核心和最基本的特性，从而说明它与同类现象中其他现象的差别，界定其基本内涵。

### （一）公共关系的本质界定

就其本质而言，所谓公共关系，就是社会组织与其公众在相互交往和互动的过程中形成的，从而对社会组织的生存与发展产生整体而持久影响的各种关系的总和。

具体来说，公共关系的这一表述，包括以下几层含义：

1. 公共关系属于社会关系的范畴。它是社会组织与其公众之间形成的一种独特的“社会关系”。因此，在这种独特的“社会关系”中，社会组织与公众互为主客体，从而决定了公共关系是一种“公众关系”，而不是以个体的人为支点所形成的“人际关系”或者其它一般的社会关系。这是公共关系区别于其它一般社会关系的基本属性。同时，公共关系作为一种独特的“社会关系”，是社会组织与其相关公众之间所结成的各种关系的总和，既包括社会组织与公众之间形成的认知关系，由评价所构成的态度和舆论关系，以及行为交往关系，又包括它们之间所结成的各种利益关系和情感关系等等，因而是一种由诸多复杂的关系所构成的复杂的关系网络或复合性关系。这就是说，公共关系无论就其外延或者内涵，对于社会组织来说，都是一种全方位的整体性复合型关系，是一种独特的“社会关系”。

2. 公共关系作为一种独特的“社会关系”，产生和形成于社会组织与公众相互交往和互动的过程之中。这就是说，社会组织与公众之间交往与互动的性质和状态，规定和制约着公共关系的性质和状态。交往与互动，是社会组织与公众之间结成公共关系的中介。因此，公共关系就其现实性而言，它始终存在于社会组织与其公众相互交往与互动的过程之中，并通过具体而现实的相互交往和互动得以表现。

3. 公共关系作为一种独特的“社会关系”，构成了社会组织与其公众相互交往和互动的基本条件，以及生存与发展的基

本环境，因而从整体上对社会组织生存与发展产生持久而深刻的影响。因此，公共关系不仅是社会组织与其公众之间所结成的一种多维性的结构性关系，而且也是一种制约和规范社会组织生存与发展的功能性关系。从而，对于社会组织而言，公共关系不但是客观的和必然的，而且是有待于认识和改造的。于是，公共关系学和公共关系活动，就不仅是必要的，而且是可能的和现实的。

## （二）公共关系的分支概念与分层界定

公共关系作为社会组织与公众之间形成的一种独特的“社会关系”，无论就其内涵或外延而言，都具有很大的包容性。因此，要完整而深入地理解和把握公共关系丰富的内涵，还应当对其进行多层次的分析和界定，从而建构公共关系分支概念及其逻辑体系。

### 1. 公共关系状态

公共关系状态，就是社会组织与公众之间形成的并对社会组织的生存与发展产生影响的各种关系的总体状况。它是社会组织行为活动的结果，同时也是社会组织生存与发展的基本条件和基础。

公共关系状态具有客观性，即任何社会组织事实上都处在一定的公共关系状态之中。所不同的是，从社会组织对其公共关系状态是否有自觉努力的角度看，公共关系状态可以区分为“自觉的公共关系状态”和“自发的公共关系状态”；从公共关系状态对社会组织的生存与发展是否产生积极影响的角度看，公共关系状态可以区分为“良好的公共关系状态”和“不良的公共关系状态”。

### 2. 公共关系活动

公共关系活动，又称为公共关系实务或工作，是指社会组织通过交往和互动即协调和沟通的手段与方法来改善组织的公

共关系状态，从而优化组织的生存发展环境的公共关系实践或工作。公共关系活动是社会组织整体行为活动特别是其经营管理活动的重要组成部分，它为组织实现其目标提供重要的帮助和保障。

如同公共关系是一种独特的社会关系一样，公共关系活动是一种特殊的社会实践活动。因此，只要社会组织或代表组织扮演某种角色的个人，以某种方式去改善组织的公共关系状态时，就属于公共关系活动的范畴。

在日常交往中，通过自觉的努力来提高沟通与协调的效果，改善或优化交往关系，属于日常性公共关系活动的一部分。但是，现代公共关系活动的专业化和规范化程度已经得到了极大的提高，它作为社会组织经营管理的重要活动，包括调查研究、咨询决策、创意策划、设计制作、传播推广、组织实施等极为复杂的活动内容和工作环节，要求经过专门训练的高素质的公共关系专门人才和专门的机构来实施，因而已经发展成为一个引人瞩目的综合性智力产业。

### 3. 公共关系意识

公共关系意识，亦称公共关系思想、公共关系观念，就是在对公共关系状态和公共关系活动的认识过程中所形成的，对于公共关系活动具有指导作用的公共关系的思想、观念和原则。它是一种现代化的经营管理思想和理念，诸如公众意识、沟通意识、协调意识、互惠意识、形象意识、服务意识、长远意识等等。

公共关系活动和实践是现代公共关系意识产生和不断创新的源泉，公共关系意识又通过对公共关系活动的指导最终达到优化和改善公共关系状态的目的。

### 三、公共关系的基本特征

公共关系是社会组织与公众之间形成的一种独特的“社会

关系”。这种“社会关系”是社会组织与公众相互交往和互动的产物，从而对组织自身的生存与发展产生整体而持久的影响。因此，公共关系的这一本质属性使其具有如下基本特征：

### 1. 客观性

所谓公共关系的客观性，是指公共关系是与社会组织相伴随的一种由组织与公众的交往和互动关系的性质和状况所决定的客观的关系状态或现象。

这就是说，公共关系对于社会组织而言，是一种客观的存在，无论组织是否意识到它，无论是否符合组织的意愿，它事实上都客观地存在着。所以，对于社会组织而言，唯一正确的态度，就是承认它的客观存在，并努力去认识它、研究它，从而最终去改善它。

### 2. 复杂性

公共关系是社会组织与公众之间形成的各种关系的总和。具体来说，公共关系的复杂性主要表现在：

首先，与社会组织互为主客体的公众在其性质和特点上是复杂多样的。这就决定了公共关系也必然是复杂多样的。

其次，社会组织与其公众形成的各种关系就其性质和类型也是复杂多样的，诸如认知关系、舆论关系、行为关系、利益关系、权力关系、情感关系、冲突关系、合作关系等等。

第三，受社会组织各种主客观因素的影响，社会组织的公共关系状态的变化也是复杂多样的。

第四，影响社会组织公共关系状态的途径、手段、方式和方法是多种多样的。

### 3. 创造性

由公共关系的复杂性所决定，公共关系活动必须是一种创新性工作，才能不断找到优化和改善组织生存发展环境的最佳途径，保持公共关系的生命力。从这个意义上说，公共关系是

一门现代经营管理艺术。

#### 4. 目的性

公共关系的目性，集中地体现在社会组织通过沟通和协调活动来优化组织的生存发展环境，最终保障组织顺利实现其根本目标。所以，这就要求公共关系活动具有明确的指向性和现实性，既能以公众利益为出发点，又能给组织带来切实利益。

#### 5. 战略性

公共关系对社会组织的整体和长远发展产生重要影响，因此社会组织必须将公共关系纳入其经营管理的战略体系之中，并且在开展公共关系活动的过程中，制定战略规划，确定战略目标、战略重点、战略步骤和战略途径，从而体现公共关系的全局意识和长远意识。

## 第二节 公共关系学的研究对象、内容与性质

公共关系学是研究公共关系的本质和规律的学科，是关于公共关系的特点及其变化与发展规律的知识体系。公共关系学是一门独立的学科，它有其特定的研究对象和内容，具有独特的学科性质。

### 一、公共关系学的研究对象和内容

公共关系学就是关于公共关系的学问，它是人们关于公共关系现象及公共关系活动的意识、观念、思想和知识的理论化和系统化。因此，公共关系学的研究对象就是公共关系现象的本质及其变化发展规律。

根据公共关系学研究对象和公共关系的基本特征，以及公共关系学研究的现实需要，公共关系学的研究内容和知识构

成，一般可分为三大部分，即公共关系理论、公共关系运作和公共关系历史。

### 1. 公共关系理论

公共关系理论是公共关系学的核心和灵魂，它旨在系统阐述公共关系的本质特征及其一般规律。具体来说，主要包括：

- (1) 公共关系的本质与基本特征。
- (2) 公共关系的基本原则与功能。
- (3) 公共关系意识与观念。

(4) 公共关系活动过程的基本要素，即社会组织、公众和沟通（传播）。

### 2. 公共关系运作（应用）

公共关系运作或应用，是公共关系学知识构成的主体，也是公共关系学理论研究的出发点和归宿点，它旨在系统研究和说明社会组织如何通过有效的手段、方式和方法开展公共关系活动或工作，优化组织的生存与发展环境。与公共关系理论具有相对独立性和相对稳定性不同，公共关系运作或应用则具有显著的开放性、时代性、多样性和操作性的特征。具体来说，公共关系运作或应用主要包括：

- (1) 公共关系状态的调查与研究。
- (2) 公共关系战略与计划的制定。
- (3) 公共关系创意与策划。
- (4) 公共关系战略与计划的实施。
- (5) 公共关系活动的基本模式与类型。
- (6) 企业形象战略的推广与实施。
- (7) 企业文化战略的推广与实施。
- (8) 企业营销战略的推广与实施。
- (9) 不同行业与部门公共关系的特点与要求。
- (10) 公共关系活动效果的测评与反馈。

- (11) 公共关系组织机构的类型、特点及组建的基本原则。
- (12) 公共关系从业人员的培养与训练。

### 3. 公共关系历史

对公共关系历史演变的研究，就是要通过考察公共关系在不同社会历史阶段中不同的表现、成因及其特点，更加明确地认识在现代社会条件下，开展自觉和有效的公共关系活动和工作的必要性和重要性，并为我们提供必要的历史借鉴。公共关系历史的主要内容有：

- (1) 古代公共关系的涵义、表现和特征。
- (2) 现代公共关系的形成与发展过程。
- (3) 现代公共关系形成与发展的因素与条件。
- (4) 公共关系在中国的传播与发展。

### 二、公共关系学的学科性质

目前，关于公共关系学的学科性质和学科归属问题，国内外还没有形成统一的认识。但人们较为一致的看法是：公共关系学是一门综合性的边缘应用学科。

#### 1. 公共关系学是一门应用性学科

公共关系学的应用性主要表现在它的内容、研究对象、范围、重点及具分支学科等方面。

首先，公共关系学的内容和范围体现了它的应用性。公共关系学是一门在实践活动基础上产生，又用以指导实践活动的应用科学，它研究公共关系学的理论如何科学地指导公共关系活动，如何使公共关系实际工作能够取得更大的成效。同时，公共关系学的理论应用是紧密结合公共关系活动过程的各个环节进行的，这些环节和过程规定了公共关系学的内容。

其次，公共关系学的研究对象和重点体现了它的应用性。公共关系学是一门指导社会组织有效开展公共关系活动的应用科学。公共关系学既研究公共关系的一般规律，也研究公共关