

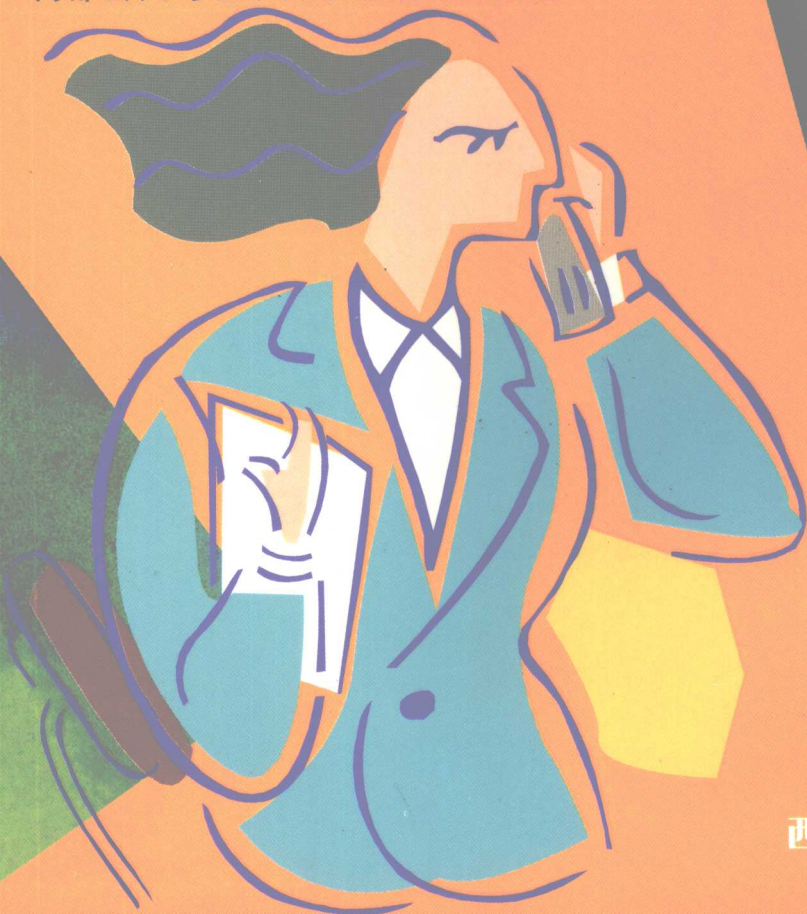
李道魁 王冰蔚 郭玲 编著

礼仪公关系列教材

GONGGONG GUANXI XINLIXUE

公共关系心理学

公关人员的心理素质
公众的心理倾向
公众的心理特征
公众的心理定势
公共关系传播心理与实务
利用社会影响改变公众心理
人际交往心理与实务
内部公关与组织内心理氛围的营造



西南财经大学出版社

李道魁 王冰蔚 郭玲 编著

礼仪公关系列教材

GONGGONG GUANXI XINLIXUE

公共关系心理学

公关人员的心理素质
公众的心理倾向
公众的心理特征
公众的心理定势
公共关系传播心理与实务
利用社会影响改变公众心理
人际交往心理与实务
内部公关与组织内心理氛围的营造



西南财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

公共关系心理学/李道魁,王冰蔚,郭玲编著. —成都:西南财经大学出版社,2008.6

ISBN 978 - 7 - 81088 - 851 - 6

I. 公… II. ①李…②王…③郭… III. 公共关系学:社会心理学
IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 146165 号

公共关系心理学

李道魁 王冰蔚 郭玲 编著

责任编辑:黄霞 赵琴 向小英

封面设计:杨红鹰

责任印制:封俊川

出版发行:	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址:	http://www.xcpress.net
电子邮件:	xcpress@mail.sc.cninfo.net
邮政编码:	610074
电 话:	028 - 87353785 87352368
印 刷:	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸:	160mm × 240mm
印 张:	19.5
字 数:	310 千字
版 次:	2008 年 6 月第 1 版
印 次:	2008 年 6 月第 1 次印刷
印 数:	1—3000 册
书 号:	ISBN 978 - 7 - 81088 - 851 - 6
定 价:	35.00 元

1. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。
2. 版权所有,翻印必究。
3. 本书封底无本社数码防伪标志,不得销售。

前言

公共关系心理学是研究公共关系的主客体及其在传播沟通中特有的心理状态和心理活动规律的科学。它是一门实用性较强的综合性的应用学科,在整个心理科学体系中属于应用心理学的范畴,是心理学的一个分支,也是公共关系学的重要组成部分。在激烈的市场竞争中,组织形象已被视为组织的无形资产,那些不注重团体及个体自身形象、缺乏人际交往艺术技巧的团体已难以发展。任何团体和个人只有了解公关活动双方的心理和传播活动的心理规律及其特征,才能有效地处理公共关系,深化对公共关系活动规律的认识。而公共关系心理学就是将心理学的一般原理和知识融入公共关系活动中,探讨公关活动实践中的心理现象、心理规律、心理策略等。可以说,一个组织想在这个充满竞争压力的社会中存在、发展,就不能无视公共关系心理学。

参加本书撰写的人员有:李道魁(第一章)、王冰蔚(第二、三、七、九、十章)、郭玲(第四、五、六、八章)。李道魁负责本书的编写方案及最终定稿,王冰蔚(河南科技学院)、郭玲(郑州师范高等专科学校)负责提纲拟定、统稿与校对等工作。本书的撰写者都是长期从事公关心理学研究和教学工作的人员,对公关心理学进行了系统、深入地研究和探讨,在吸纳公共关系学和心理学等学科体系研究成果的基础上,形成了自己的研究成果。本书内容丰富、结构清晰,理论研究与实证研究相结合,通俗易懂。

作为一本系统研究公共关系心理学方面的书籍,在撰写过程中,我们既总结了多年来在高等院校教育教学与公共关系工作的实际经验,也参考并吸纳了国内外学者许多有价值的相关研究成果,并引用了部分资料,本书已尽量在参考文献中逐一列出,在此深表谢意!

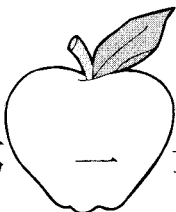
由于本学科可供参考的资料有限,同时限于时间与作者水平,书中难免有不妥之处,敬请各位专家、同行和读者批评指正。

李道魁
2008年5月

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 公共关系与心理学概述	(1)
第二节 公共关系心理学的性质和研究对象	(8)
第三节 公共关系心理学的研究原则和方法	(13)
第二章 组织形象	(19)
第一节 组织形象概述	(19)
第二节 组织形象与公众印象	(28)
第三节 组织形象与公众态度	(34)
第四节 组织形象与公众舆论	(40)
第五节 组织形象塑造	(43)
第三章 公关人员的心理素质	(49)
第一节 公关人员的心理素质内涵与结构	(49)
第二节 公关人员健全的自我意识及其培养	(53)
第三节 公关人员的情绪管理	(62)
第四节 公关人员遭受的挫折及应对	(68)
第四章 公众的心理倾向	(77)
第一节 公众的需要	(77)
第二节 公众的动机	(93)
第三节 公众的兴趣	(98)
第四节 公众的价值观	(104)
第五章 公众的心理特征	(114)
第一节 公众的个性心理特征	(114)
第二节 公众的角色心理特征	(127)
第三节 重要目标公众的心理特征	(138)
第四节 公众的群体心理特征	(147)

第六章 公众的心理定势	(156)
第一节 公众心理定势概述	(156)
第二节 个体心理定势	(160)
第三节 群体心理定势	(169)
第四节 流行心理定势	(177)
第七章 公共关系传播心理与实务	(191)
第一节 公共关系传播概述	(191)
第二节 受传者心理分析	(202)
第三节 传播效果的提高	(211)
第八章 利用社会影响改变公众心理	(219)
第一节 他人在场	(220)
第二节 从众	(226)
第三节 暗示	(229)
第四节 模仿	(235)
第五节 感染	(239)
第九章 人际交往心理与实务	(246)
第一节 人际交往概述	(246)
第二节 人际吸引与人际关系发展阶段	(252)
第三节 了解人际交往中的人性特点	(257)
第四节 掌握人际交往的原则与方法	(261)
第十章 内部公关与组织内心理氛围的营造	(271)
第一节 内部公关概述	(271)
第二节 组织内心理氛围概述	(275)
第三节 协调内部人际关系, 构建和谐组织	(278)
第四节 培养员工的主人翁意识	(283)
第五节 增强企业凝聚力	(288)
第六节 调动员工积极性	(292)
参考文献	(303)



第一章

绪论

公共关系心理学是应现代社会发展需要而产生的一门学科，尤其在一个全面重视组织公共关系的时代，公共关系心理学的作用日益受到人们的关注。

第一节 公共关系与心理学概述

在学习公关心理学之前，我们需要了解公共关系和心理学的基本知识。

一、公共关系的含义

“公共关系”一词是舶来品，其英文为 Public Relations，缩写符号为 PR，简称“公关”，也可译为“公众关系”。就不同的学者对公共关系定义的不同界定中，我们也不难发现其中的一些趋同之处。这些趋同之处主要表现在以下方面：

第一，公共关系是一个组织与其公众之间的关系。这种关系是一个组织在与公众的相互作用和相互影响中形成的。

第二，公共关系是一种特殊的思想和活动。作为一种思想，它渗透到组织的全部活动之中；作为一种活动，它又具有区别于组织的其他活动的特殊性和特殊要求。

第三，公共关系是现代组织管理的独立职能。公共关系的主要任务就是协调组织与公众的相互关系，使组织适应公众的要求，使公众

有利于组织的成长与发展。

第四，信息沟通与传播是公共关系的特殊手段。公共关系用以协调组织与公众的主要手段，就是信息沟通与传播。信息沟通与传播主要是以现代大众传播媒介为物质工具。

我们根据成功的公共关系的经验，吸收众多定义的可取之处，给公共关系定义如下：公共关系是指一个社会组织遵循一定的原则，通过双向的信息沟通，为组织树立良好形象，旨在谋求组织内部的凝聚力与社会公众的谅解和支持，从而形成一种组织和公众之间良好的、互动的社会关系。

人们普遍认为公共关系是由三要素构成的：主体、客体和传播。

社会组织是公共关系的主体，是公共关系活动的发起者、策划者、实施者、调控者和评估者，在公共关系的三大要素中，处于主体地位，具有主导性。它包括政治组织、经济组织、文化组织、宗教组织、群众组织等。社会公众是公共关系的客体，包括特定组织相关的内部公众和外部公众。联系主体与客体的纽带与桥梁是传播。在一个组织内部，有组织与内部公众之间的上源下向流和下源上向流，保证信息畅通。在组织与外部环境（外部公众）之间，有内源外向流和外源内向流，以保证提高组织的知名度和外部信息反馈，修正公关方案。

二、心理学的研究对象

心理学是研究心理现象的产生、发展及其变化规律的科学。心理学研究所揭示的许多规律是各个应用心理学科的理论基础，当然也是公关心理学的重要理论基础。

心理学的研究对象是心理现象。心理现象是多种多样的，也是非常复杂的。心理学主要研究人的心理现象，也研究动物的心理现象；既研究个体的心理现象，也研究群体的社会心理现象。与物理、化学等现象不同，心理现象不具形体性，是人的内部世界的精神生活，他人无法直接进行观察，但是通过对行为的观察和分析，却可以客观地研究人的心理。因此，心理学还研究行为及其与心理的关系。

（一）个体的心理现象

心理学上所说的个体是指动物和人类的一个个有生命的整体。我们每个人都知道，人有许多心理现象，如感觉、知觉、注意、记忆、思维、情绪、态度、动机、意志、能力、气质、性格以及信仰、期待、做梦等等。现代心理学的一种流行的观点是把人的心理现象看成一个

复杂的系统。据此，有些人把心理现象划分为心理事实与心理规律；有的人把心理现象划分为无意识现象与意识现象。我们采取的是多数心理学家的观点，即把心理现象划分为心理过程、个性心理和心理状态三大范畴。

1. 心理过程

心理过程是指人对客观事物不同方面及相互关系的反映过程。他是心理现象的动态形式，包括认识过程、情感过程、意志过程。

(1) 认识过程。认识过程是人的最基本的心理过程，是人从感性认识到理性认识的发展过程，包括感觉、知觉、记忆、思维和想像等过程。我们看到一种颜色，听到一种声音，尝到一种滋味，闻到一种气味，摸到一种事物表面的光滑程度，都是属于最简单的认识过程——感觉。在感觉的基础上，我们能够辨认出这是盛开的牡丹花，那是歌唱的百灵鸟；这是鲜红的苹果，那是崭新的书桌等，这些就是知觉。感觉和知觉往往紧密地联系在一起，不能截然分开，可以统称为感知觉。感知过的事物能够以经验的形式在头脑中留下痕迹，以后在一定条件下还可以再现或回忆起它的形象和特征。例如，一个人游览了杭州西湖，美丽的景色会在其大脑中留下深刻的印象；读了李白的《望庐山瀑布》，遇到一定的情境，会自然而然地吟诵出来。这种人脑对过去经历的事物的反映，叫做记忆。人不仅能直接地感知事物的表面特征，还能间接地、概括地反映事物的内在的、本质的特征。例如，医生根据病人的脉搏、体温、舌苔等的变化，可以推断其体内的疾患，这就是思维。人在头脑中不仅能够再现过去事物的形象，而且还能在此基础上创造新事物的形象。例如，文学艺术家塑造典型形象，我们在头脑中对未来生活和工作情景的勾画等，这类心理活动的过程叫想像。

感觉、知觉、记忆、思维和想像都是属于人的认识过程。

(2) 情感过程。人对客观事物的认识，并不是呆板的、冷漠的，而总是对它表现出鲜明的态度体验，渗透着一种感情色彩。例如，我们对祖国名山大川的赞美，对社会丑恶现象的愤恨，对本职工作的热爱，为取得的成绩而喜悦等。这些在认识基础上产生的喜、怒、哀、乐等态度体验，心理学上称之为情感过程。

(3) 意志过程。人不仅能认识客观事物，并对它产生一定的情感体验，而且还能够自觉地改造客观世界。为了认识和改造世界，人总是主动地确定目标、制定计划，并树立信心，坚持不懈地去战胜困难

和挫折,以达到预期的目的,这种心理活动的过程叫意志过程。人凭借意志的力量,支持、保护自己所喜欢的事物,反对、摒弃自己所厌恶的事物,积极主动地创造人类的物质文明和精神文明。所以,意志是人的意识能动性的集中表现。

认识、情感和意志过程是相互联系、相互统一的整体。一方面,人的情绪和意志受认识活动的影响。所谓“知之深,爱之切”就说明认识对情绪的影响,而“知识就是力量”则说明认识对意志行动的重要影响。另一方面,人的情绪和意志也影响着认识活动。积极的情感、锐意进取的精神能推动人的认识活动;相反,消极的情感、萎靡不振、畏难苟安就会阻碍人的认识活动。再者,情绪和意志也是密切联系、相互作用的。情绪既可以成为意志行动的动力,也可以成为意志行动的阻力,可以加以控制、调节。

2. 个性心理

人是社会的个体,是某一社会享有一定权利的成员,能够而且应该承担与此相应的社会角色和履行义务,从而实现自身的潜能。每个人的精神面貌都不相同,各自记录着自己的生活史。个性是指一个人的总的精神面貌。它是通过个人的生活经历形成的,反映了人与人之间稳定的差异特征。个性的心理结构包含极复杂的成分。我们可以把个性结构划分为三个主要的子系统:个性心理特征、个性倾向性和自我。

(1) 个性心理特征。个性心理特征是人的多种心理特征的一种独特的组合。它集中反映了一个人的精神面貌的稳定的类型差异。例如,有的人聪明,有的人愚笨;有的人有高度发展的数学才能,有的人有高度发展的音乐才能。这些都是能力上的差异。能力标志着人在完成某项任务、参与某项活动时的潜在的可能性特征。例如,有的人活泼好动、反应敏捷;有的人直率热情、情绪易冲动;有的人安静稳重、反应迟缓;有的人敏感、情绪体验深刻、孤僻。这些都是气质上的差异。气质标志着人的心理活动的稳定的动力特征。例如,有的人果断、坚韧不拔;有的人优柔寡断、朝三暮四;有的人急功近利,还有的人嫉恶如仇。这些都是性格上的不同。性格显示着人对现实的稳定的态度和行为方式上的特征。能力、气质、性格统称为个性心理特征。

(2) 个性倾向性。个性倾向性是推动人进行活动的动力系统,是个性结构中最活跃的因素。它决定着人对周围世界认识和态度的选择趋向,决定着人追求什么,什么对他来说是最有价值的。个性倾向性



主要包括需要、动机和价值观。需要是个性倾向性的基础。人有各种需要，如生理需要、安全需要、交往需要、成就需要等等。个性是人在活动中满足各种需要的基础上形成和发展起来的。人的一切活动，无论是简单的或是复杂的，都是在某种内部动力推动下进行的。这种推动人进行活动，并使活动指向一定目标的内部动力，称为动机。动机的基础是人的各种需要。对一个人来说，什么是最重要的？想要怎样生活？又该怎样生活？由此而产生的愿望、态度、目标、理想、信念等等，都是由这个人的价值观所支配的。价值观是一种渗透于人的所有行动和个性中的支配着人评价和衡量好与坏、对与错的心理倾向性。价值观的基础也是人的各种需要。如果说需要是个性倾向性的基础，那么价值观则处于个性倾向性的最高层次。它制约和调节着人的需要、动机等个性倾向性成分。

(3) 自我。自我即自我意识，是个人对自己的自觉因素。自我意识是一种多维度、多层次的心理系统。从心理形式上来看，自我意识表现为认知的、情绪的和意志的三种形式。①属于认知的有：自我观察、自我概念、自我认定、自我评价等等，统称为“自我认识”。自我认识使个人认识到自己的身心特点、自己与他人及自然界的关系。自我认识主要涉及“我是一个什么样的人”、“我为什么是这样的一个人”等问题。②属于情绪的有：自我感受、自爱、自尊、自恃、自卑、责任感、义务感、优越感等等，统称为“自我体验”。自我体验主要涉及“我是否满意自己”、“我能否悦纳自己”等问题。③属于意志的有：自立、自主、自制、自强、自卫、自信、自律等等，可统称为“自我控制”。自我控制表现为个人对自己行为活动的调节、自己对待他人和自己态度的调节等，如“我怎样节制自己”、“我如何改变自己的现状，使我成为自己理想中的人”等。自我意识的上述三种表现形式综合为一个整体，便成为个性的基础——自我。自我使一个人的个性心理特征和个性倾向性等成为统一的整体。如果自我发生障碍，人就有可能失去自己肉体的实在感，或者感觉不到自己的情感体验，觉得自己陷入了麻木不仁的状态，或者感到自己不能做主，总是受人摆布等等，从而导致人格障碍。个性结构中的诸种心理成分不是无组织的、杂乱无章的，它们是由自我进行协调和控制而成为一个有组织的、稳定的整体。

总之，从人的心理特征的整体性、稳定性和差异性上来看，一个人的总的精神面貌就是他的个性。个性是一个多维度的、具有层次结

构的心理构成物，而个性心理（其主要结构：个性心理特征、个性倾向性和自我）是心理学研究的另一个重要内容。

3. 意识和无意识

人的心理现象，绝大多数是当事人能够觉知到的，但也有不少是当事人不能觉知到的。从能否被当事人觉知到的角度来看，可以把人的心理划分为意识现象和无意识现象。

（1）意识现象。意识就是现时正被人觉知到的心理现象。我们在清醒状态下，能够意识到作用于感官的外界环境（如感知到各种颜色、声音、车辆、街道、人群等等）；能够意识到自己的行为目标，对行为的控制，使环境适应于自己的需要；能够意识到认识、情绪和意志行动中的心理活动和心理状态；能够意识到自己的身心特点和行为特点，把“自我”与“非我”、“主体”与“客体”区别开来；还能意识到“自我”与“非我”、“主体”与“客体”的相互关系。个人对于自我的意识称为自我意识。意识使人能够认识事物、评价事物、认识自身、评价自身，并实现对环境 and 自身的能动的改造。总之，意识是我们保持生活正常的心理部分，它涉及心理现象的广大范围，就像一个复杂庞大的心理文件系统，包含着我们觉知到的一切消息、观念、情感、希望和需要等等，还包括我们从睡眠中醒来时对梦境内容的意识。我们对这些“心理文件”的觉知，通常是用词来标记的。

（2）无意识现象。除了意识活动，人还有无意识活动。无意识活动在人的心理生活中是很普遍的。我们每个人都有做梦的经验，梦境的内容可能被我们意识到，但梦的产生和进程是我们意识不到的，也不能进行自觉调节和控制。人的自动化了的活动，在通常的情况下我们是意识不到这类活动的结构的。无法回忆起的记忆或无法理解的情绪常属于无意识之列。偶尔，无意识的一些东西也会闯入意识之中，诸如失言或说溜了嘴、笔误，会把自己无意识的愿望泄露出来。有意识的动作或经验可能在梦境、联想和神经紧张症中表现为无意识的东西。总之，无意识活动也是人反映外部世界的一种特殊形式。人借助它来回答各种信号，但却未能意识到这种反应的整个过程或它的个别阶段。

在人的日常生活、学习和工作中意识活动 and 无意识活动是紧密联系着的。意识和无意识都是心理学的研究对象。

（二）个体心理和行为

心理学通过行为来研究人的心理。行为就是个体对所处情境的一

种反应系统，这种反应有内在生理性的（如肌肉运动、腺体分泌等）和外在心理性的（如言语、表情等）。在日常生活中，人的行为是很复杂的，如吃饭、穿衣、写文章、驾驶汽车等行为，都是由一系列反应动作所组成而成为某种特定的反应系统的。行为是在一定的情境中产生的。引发个体反应的情境因素称为刺激。刺激可以来自外部环境，也可能起于机体的内部。例如，外界的声音、光线、温度、气味，他人讲话的内容、动作、面部表情以及机体内的内分泌或血液中化学成分的变化，头脑中浮现的思想观念、欲望等都可以成为引发个体反应的刺激。人类的行为具有一定的心理成分，受刺激所制约，并且是由一定的刺激而引起。因此，不考虑哪一种或哪一些刺激对具体人的影响，就无法理解人的行为。

行为与心理是不同的，但两者又是密切联系的。引起行为的刺激通常是以人的心理为中介而起作用的。每个人都存在着一些个体差异，如知识经验、态度需要、个性特征和价值观等方面的差异。由于心理条件的不同，同样的刺激在不同人身上的反应并不相同；由于心理条件的不同，同一个人在不同的时间、地点和条件下对同样的刺激所引起的反应也不相同。例如，一张观看足球赛的入场券，可以使球迷欣喜若狂，但非足球爱好者的反应则是淡漠的；即使是球迷，如果由于身体欠佳或者有重要的工作必须去完成，对球赛入场券的反应也是不同的。这也说明，人的心理现象是由一定的刺激引起的，心理支配着行为并又通过行为表现出来。

人不同于动物，人具有主观能动性。人的心理对行为的支配和调节通常是很复杂的。人可以有意地掩盖自己的某些心理活动不在行为中表现出来，可以做出与内心不符的行为表现，甚至某些行为出乎自己的掌控。也就是说，人的外在行为和内部的心理活动的关系不像动物的行为和心理的关系那样是单义，它往往是多义的。如微笑，它可能表示对某人的好感，也可能嘲笑某人的愚蠢，还可能是笑里藏刀，心里盘算着暗算某人等等。因此，要正确地理解人的行为，确定行为所表达的心理活动，最重要的是要了解引起和制约行为的各种条件，并且系统地揭示这些条件和行为的因果关系，才能明确行为的意义。

（三）社会心理和社会行为

心理学主要研究人的心理。人是社会的人。他不可能一个人独来独往，而总是要与其他社会成员发生种种联系，结成各种社会关系，如民族关系、阶级关系、上下级关系、亲属关系、师生关系等等，由

此就产生了各种社会心理现象。例如,时尚、风俗、社会习惯和偏见、舆论和流言,以及不同团体、民族的心理特点等。当然,这些社会心理现象也表现在个体的心理现象之中。显然地,如果仅研究个体心理而不从整个团体以及团体关系的角度来加以研究,就无法理解这些社会心理现象。因此,心理学还要研究团体的社会心理现象。

社会心理和社会行为既有区别而又密切联系。社会心理是人们的心理活动,同时又存在于人与人之间,人心相通,互有影响(即心理气氛的影响)。在人们的社会交往中,社会心理表现在社会行为中,社会行为是受社会心理支配的。但是,社会行为和社会心理也并不完全一致。相同的社会行为不一定有相同的社会心理;同样,相同的社会心理也不一定都有相同的社会行为。

第二节 公共关系心理学的性质和研究对象

了解了什么是公共关系和心理学的研究体系等基础知识后,我们来认识公共关系心理学的学科性质以及什么是公共关系心理学。

一、公共关系心理学的性质

公共关系心理学是20世纪90年代国内才兴起的新兴学科。它将心理学的一般原理和知识融入公共关系活动中,探讨公关活动实践中的心理现象、心理规律、心理策略等。它是一门实用性较强的综合性的应用学科;它在整个心理科学体系中属于应用心理学的范畴,是心理学的一个分支。公共关系心理学既是心理学,又是公共关系学,是公共关系学的重要组成部分。

(一) 公共关系学是一门综合性的应用学科

公共关系学作为一门综合性的应用学科,是现代许多学科综合交叉发展的产物,与许多学科有着密不可分的联系。

公共关系学首先是现代管理科学发展的结果。当代管理理论通过运用现代科技手段研究社会系统,并对社会组织进行内外环境的分析和研究,从而在社会管理中起到了重要作用。作为管理理论重要组成部分的管理心理学的主要内容是从个体和群体两个层次上,研究激励、动机、需要和目标之间的关系,以及组织的政策、领导者的品质对被领导者的心理影响等。这些理论研究为公共关系心理学的发展提供了

重要的理论指导。公共关系本身就具有管理职能,而公关心理学也要研究组织内部公众的心理活动规律,调动内部公众的积极性。但是,对组织成员积极性的调动与形象塑造、社会组织内外心理环境优化之间的关系的,对组织管理中人的研究,特别是对人的心理行为与管理的不关系的研究等,还需要进一步深化和具体化。于是,公共关系心理学便产生了。

社会学是研究整个社会整体以及社会生活中人们相互之间的社会关系和社会行为的科学。社会学家解释和说明社会群体中人的行为,致力于关于人的本性、社交、文化和各种社会群体的社会关系和社会问题的一般规律,尤其是关于人类的社会关系、社会团体以及它们之间的相互关系等方面的研究。这些都与公关心理学有着十分密切的关系。

社会心理学是研究在人们的社会相互作用中,个体和群体社会心理活动发生、发展和变化规律的科学。社会心理学所研究的个体对社会的影响、社会对个体心理的影响、在群体中人与人的相互作用所产生的心理现象,有关团体、交往、沟通、模仿、暗示、社会舆论、团体压力以及人际关系等理论和内容,都是公共关系心理学研究的重要基础。

除此之外,公关心理学还与行为学、人类学、传播学、广告学有直接的关系。可以说,公关心理学是运用现代管理理论以及心理学、社会学、社会心理学和人类学等理论来综合研究人类公共关系行为的科学。

(二) 公关心理学是心理学的一个分支

心理学是研究心理现象的产生、发展及其变化规律的科学。现代心理学是一个学科体系。在心理学的学科体系中,包含有多种多样的心理学分支。这些心理学分支有些担负理论上的任务,有些担负实践上的任务。根据它们担负任务的不同,可以大致把各分支心理学划分为两个大的领域:基础领域和应用领域。

1. 基础领域

基础领域的心理学分支,主要研究心理科学中同各分支心理学有关的基础理论和基本的方法论问题,研究心理发生和发展的基本规律问题。基础领域的心理学分支包括普通心理学、实验心理学、比较心理学、发展心理学、生理心理学和社会心理学等。下面就与公共关系心理学联系紧密的几门学科研究对象简单加以介绍:

普通心理学是研究心理现象一般规律的科学。它研究心理学的基本理论,阐述正常成人心理(认识、情绪、意志和个性心理等)的一般规律,同时也概括各分支学科的研究成果。在普通心理学范围内还包括感知觉心理学、记忆心理学、思维心理学、言语心理学、动机心理学、情绪心理学、意志心理学、个性心理学等等。普通心理学为各分支心理学提供了理论基础,也是学习心理学的入门学科。

发展心理学是研究人类个体心理发展规律的科学。发展心理学按照人生发展的各个阶段,可分为婴幼儿心理学、儿童心理学、少年心理学、青年心理学、成年心理学和老年心理学,分别研究各年龄阶段的心理特点及其形成规律。

社会心理学是研究社会心理的基本过程及其变化发展的条件和规律的科学。具体地说,它研究社会认知、社会动机、社会态度、社会感情、团体心理(如民族心理、阶级心理、小团体人际关系心理等),以及时尚、风俗、舆论、流言等社会心理现象的特点及其变化发展的条件和规律。

2. 应用领域

心理学的应用领域甚广。可以不夸张地说,凡属人类的各种社会实践均涉及到人的问题,都是心理学应用的领域,属于心理学应用于社会实践的各分支学科。其发展较成熟的学科主要有教育心理学、劳动心理学、管理心理学、医学心理学、商业心理学、军事心理学、司法心理学等。

管理心理学是研究各种管理工作中管理者和被管理者的心理活动规律的科学。它包括行政管理心理学、企业管理心理学、学校管理心理学等。

商业心理学是研究商品销售过程中商品经营者与购买者心理活动规律的科学。主要研究商业人员的选择、培训和职业指导,以及消费者的动机、知觉和决策等。它包括销售心理学、旅游心理学、广告心理学等。

作为公共关系心理学是心理学应用领域的分支学科。被称为“公共关系之父”的艾维·李(Ivy lee),1903年辞去了《纽约世界报》记者的职务,开始投身于公共关系方面的工作,使他的公司成为公共关系公司的前身。公共关系从此进入了职业化时期。公共关系作为一门职业,它有着自己的活动目的、活动方式和手段以及独特的工作对象。公共关系工作人员要使其行为获得预期结果,就必须明了自身

以及公众的心理活动规律,掌握并运用作用于二者之间的沟通传播的心理规律。于是,应公共关系实践的需要,便产生了公关心理学。公关心理学是以公关活动中人的心理活动规律为对象的科学,是心理学体系的一个分支,属于心理学的应用领域。

(三) 公关心理学是公共关系学的重要组成部分

公共关系学是研究公共关系活动的规律及其传播沟通方式的一门新兴的综合性社会应用学科。它的研究内容主要有社会组织与公众的各种关系状态及其规律、信息沟通的现象与规律、公关活动策划实施的方法与规律。无论是目标公众的确定与了解、传播媒介的选择或是公关方案的实施,都离不开人的心理活动,当然也就离不开对组织和公众的心理特征和心理过程的考察和审视。因此,研究组织、公众及传播沟通的心理特征和规律的公关心理学就成了公共关系学科的重要组成部分。

作为公共关系学科体系的一个重要组成部分,公关心理学与这一学科体系的其他部分如公关策划、传播、技能、管理等有着密切的联系。其共同点在于它们都是以公关活动作为考察和研究对象,并在此基础上抽象出指导性的理论。然而,公关心理学与其他分支又有着比较大的区别。具体表现在:公关心理学是从心理学的角度来研究公关现象,它不但考察公关活动的一般过程,而且考察这些活动背后的心理现象并力求总结出带有规律性的东西。这就将它同公共关系学的其他分支学科区分开来。

二、什么是公共关系心理学

公共关系心理学有着其独特的研究对象和内容,是不能被其他学科的研究领域所替代的。公共关系的具体实现形式是组织与组织、组织与个人、个人与个人之间的关系,但都是人与人之间的交往和影响关系。因此,只有了解公关活动双方的心理和传播活动规律及其特征,才能有效地处理公共关系,深化对公共关系活动规律的认识。然而,尽管公共关系学、心理学、社会心理学、管理心理学都要涉及到公共关系心理学的部分领域,但没有任何一门学科的研究能够完全涵盖公共关系心理学的研究领域。

那么什么是公共关系心理学呢?公共关系心理学是研究公共关系的主客体及其在传播沟通中特有的心理状态和心理活动规律的科学。