



全国高等教育自学考试指定教材 公共关系专业(专科)

公关心理学

附：公关心理学自学考试大纲

课程代码
0643
[2001年版]

组编/全国高等教育自学考试指导委员会
主编/程曼丽

辽宁教育出版社

全国高等教育自学考试指定教材
公共关系专业(专科)

公关心理学

(附:公关心理学自学考试大纲)

(2001 年版)

全国高等教育自学考试指导委员会 组编

主编 程曼丽

辽宁教育出版社
沈 阳

图书在版编目 (CIP) 数据

公关心理学/程曼丽主编.—1版.—沈阳:辽宁教育出版社, 2004.9

全国高等教育自学考试公共关系专业 (专科)
课程用书

ISBN 978-7-5382-7061-7

I.公… II.程… III.公共关系学: 社会心理学-
高等教育-自学考试-自学参考资料 IV C912.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2004) 第086736号

辽宁教育出版社出版

(沈阳市和平区十一纬路25号 邮政编码 110003)

(联系电话: 024-23265976 010-64172241 传真: 024-23265940)

开本: 880 毫米×1230 毫米 大 32 开本 字数: 220 千字 印张: 7.75

印数: 17001 - 22000

2004 年 9 月第 1 版 2008 年 4 月第 6 次印刷

责任编辑: 马 新 李可可 于 谨

封面设计: 曹 铀

定 价: 11.00 元

本书如有质量问题, 请与教材供应部门联系

组 编 前 言

当您开始阅读本书时，人类已经迈入了 21 世纪。

这是一个变幻难测的世纪，这是一个催人奋进的时代，科学技术飞速发展，知识更替日新月异。希望、困惑、机遇、挑战，随时随地都有可能出现在每一个社会成员的生活之中。抓住机遇，寻求发展，迎接挑战，适应变化的制胜法宝就是学习——依靠自己学习，终生学习。

作为我国高等教育组成部分的自学考试，其职责就是在高等教育这个水平上倡导自学、鼓励自学、帮助自学、推动自学，为每一个自学者铺就成才之路。组织编写供读者学习的教材就是履行这个职责的重要环节。毫无疑问，这种教材应为适合自学，应当有利于学习者掌握、了解新知识、新信息，有利于学习者增强创新意识，培养实践能力，形成自学能力，也有利于学习者学以致用，解决实际工作中所遇到的问题。具有如此特点的书，我们虽然沿用了“教材”这个概念，但它与那种仅供教师讲、学生听、教师不讲、学生不懂，以“教”为中心的教科书相比，已经在内容安排、编写体例、行文风格等方面都大不相同了。希望读者对此有所了解，以便从一开始就树立起依靠自己学习的坚定信念，不断探索适合自己的学习方法，充分利用已有的知识基础和实际工作经验，最大限度地发挥自己的潜能，以达到学习的目标。

欢迎读者提出意见和建议。

全国高等教育自学考试指导委员会

2000 年 9 月

律 师 声 明

湖南通程律师集团事务所和中国律师知识产权维权业务协作网各成员所接受教育部考试中心的委托,在中华人民共和国行政辖区内依法维护其著作权及与著作权有关的权利。特声明如下:

一、教育部考试中心合法拥有全国高等教育自学考试指导委员会组织的全国高等教育自学考试指定教材近 700 多种图书的著作权。

二、全国高等教育自学考试指定教材已采用专门的防伪措施。凡假冒其防伪措施,复制、发行全国高等教育自学考试指定教材均构成侵权,必须承担相应的法律责任;凡销售全国高等教育自学考试指定教材侵权复制品的图书经销行为亦构成侵权,亦须承担相应的法律责任。

三、湖南通程律师集团事务所和中国律师知识产权维权业务协作网各成员所,将采取必要措施制止或消除任何侵犯教育部考试中心著作权及与著作权有关的权利的侵权行为,依法维护其著作权合法权益。

欢迎社会各界人士对侵犯教育部考试中心著作权的侵权行为进行举报。

维权电话: 0731 — 5535762

传真: 0731 — 5384397

特此声明!

湖南通程律师集团事务所

杨金柱、戴松叶律师

2006 年 6 月

附:中国律师知识产权维权业务协作网核心成员所名单

(排名不分先后,各地普通成员所名单未列)

天津津瀚律师事务所	广西中司律师事务所	北京市盈科律师事务所
辽宁开宇律师事务所	西藏雪域律师事务所	陕西许小平律师事务所
福建建达律师事务所	重庆康实律师事务所	湖南通程律师集团事务所
山西黄河律师事务所	浙江京衡律师事务所	湖北楚风德浩律师事务所
四川信言律师事务所	上海天宏律师事务所	福建天衡联合律师事务所
江西名大律师事务所	新疆巨臣律师事务所	海南东方国信律师事务所
河南仟问律师事务所	内蒙诚安律师事务所	吉林大华铭仁律师事务所
安徽协利律师事务所	贵州持恒律师事务所	甘肃中天律师(集团)事务所
南京知识律师事务所	宁夏方和圆律师事务所	国浩律师集团(昆明)事务所
山东中强律师事务所	黑龙江三维律师事务所	河北太平洋世纪律师事务所
湖南通程律师集团湘剑律师事务所深圳分所		湖南人和律师事务所珠海分所

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 公共关系心理学的学科性质	(1)
第二节 公共关系心理学的研究对象	(5)
第三节 公共关系心理学的研究方法	(8)
第四节 公共关系心理学的研究任务	(12)
第二章 组织的心理氛围	(16)
第一节 组织心理氛围概述	(16)
第二节 组织心理氛围的核心内容	(18)
第三节 组织良好心理氛围的营造	(24)
第三章 公众心理概述	(29)
第一节 公众与公众心理	(29)
第二节 公众的认知过程	(38)
第三节 公众的情感过程	(43)
第四节 公众的意志过程	(49)
第四章 公众个体心理分析	(57)
第一节 公众个体心理概述	(57)
第二节 公众个体心理特征	(78)
第三节 公众个体行为分析	(88)
第五章 群体公众心理	(96)
第一节 公众群体及其分类	(96)
第二节 公众群体心理特征	(104)
第三节 群体领导心理定势	(106)
第四节 群体公众心理定势	(113)
第六章 社会组织形象分析	(118)

第一节 社会组织形象概述 (118)

第二节 公众印象与组织形象 (124)

第三节 影响公众印象形成的心理效应 (130)

第四节 印象管理 (135)

第七章 公共关系传播与公众心理 (139)

第一节 公共关系传播的要素与模式 (139)

第二节 公共关系传播对公众心理的影响 (145)

第三节 公共关系传播中的人际交往 (163)

第八章 公共关系传播效果的心理分析 (176)

第一节 公众态度分析 (176)

第二节 公众态度的测定 (179)

第三节 公众逆反心理与行为 (184)

第九章 公关人员的心理素质和能力要求 (192)

第一节 公关人员应具备的心理素质 (192)

第二节 公关人员应具备的能力 (196)

第三节 公关人员在人际交往过程中应消除的
心理障碍 (200)

参考书目 (208)

后记 (210)

公关心理学自学考试大纲 (213)

第一章 绪 论

公共关系既是社会组织向公众传递信息、施加影响的过程，同时也是公众心理发生变化乃至产生行动的过程。而公共关系心理学（简称公关心理学）研究的正是组织与公众之间的心理互动，即二者寻求沟通、理解与合作的心理发生现象及其规律。如果把公共关系粗分为理论与实务的话，公共关系心理学当属理论范畴。

第一节 公共关系心理学的学科性质

研究公共关系心理学，首先应当从它的学科性质谈起。

公共关系心理学既是心理学，又是公共关系学。说得确切些，它既是心理学的一个分支，又是公共关系学的重要组成部分。

一、公共关系心理学是心理学的分支

心理学是一个门类繁多的庞大的学科体系，它主要研究人的心理现象及其规律，即人的心理活动缘何产生，过程是怎样的，人的个性特征是如何形成的，人的心理活动与他的社会实践有什么关系等等。

随着科学技术的进步和人类社会各个实践领域的发展，心理学与其他学科彼此渗透，相互融合，形成了不同的分支。这些分支按照不同的方法，可以进行不同的分类：

首先，按研究主体划分，心理学可分为普通（个体）心理学、社会（群体）心理学、发展心理学、动物心理学、比较心理学、变态心理学、缺陷心理学等。

其次，按研究领域划分，心理学可分为教育心理学、劳动心理学、管理心理学、临床心理学、文艺心理学、体育心理学、军事心

理学、司法心理学、商业心理学等。

再次，按研究方法划分，心理学可分为实验心理学、生理心理学、心理物理学、心理测量学、心理发生学等。

以上这些划分中，按研究主体划分是心理学研究中最经常采用的划分方法。从系统论的角度看，如果把心理学比作一棵枝繁叶茂的大树，那么树干就是普通心理学，而社会心理学、个体心理学则是主干上端的两个分支，在这两个分支之上，又派生出更多的细小分支。分支与分支之间有许多交叉，它们彼此联系，相互渗透，继而又出现更多的新的分支。

前苏联科学院院士、科学分类学家凯德洛夫曾经指出心理学在现代科学中的重要地位。他认为，人既是各种认识活动和实践活动的主角，也是心理活动的主要载体。没有人的参加，没有符合人的心理规律的活动，任何一个认识过程和实践过程都难以实现。心理活动的规律不仅贯穿于人的生命过程的始终、人类社会实践的始终，而且贯穿于每门科学发展的始终。^①

既然心理活动贯穿于人类社会实践的始终，贯穿于每门科学发展的始终，那么，从心理角度考察公共关系活动中主、客体关系的公共关系心理学的学科地位就是不容置疑的了。应当说，公共关系心理学就是普通心理学主干上派生出的众多分支之一，是心理学理论在公共关系实践中的运用。

公共关系心理学与普通心理学的异同在于：

第一，普通心理学侧重于研究人的内在心理活动，而公共关系心理学则注重考察人的心理与行为之间的关系；

第二，普通心理学侧重于研究人的心理活动的一般规律，而公共关系心理学则从公共关系活动的特定情境出发，考察处在这一状态中的人们特殊的心理活动及其规律；

第三，普通心理学主要研究自然的、未经修饰的刺激环境所引起的（人的）心理反应及心理反应过程，而公共关系心理学则重点

^① 参见王正文等著《实用管理心理学简编》，第19页。教育科学出版社1991年出版。

研究人们因公共关系活动而产生的心理反应和心理定势，以及公众的心理活动与组织目标实现之间的关系。

总之，公共关系心理学派生于普通心理学，并以普通心理学（尤其是以社会心理学）作为自己的理论基础。它是心理学学科体系的一部分，是心理学的重要分支。

二、公共关系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关活动及其规律的科学，是对公共关系实践的总结、提升和理论化。它的研究内容主要包括：

（一）社会组织与公众的各种关系状态及其规律

社会组织与公众是构成公共关系（活动或状态）的基本要素。其中，组织是公共关系行为的发出者，即主体，公众是公共关系行为的承受者，即客体。

一个社会组织面对的公众是多种多样的，以企业而论就有员工关系、政府关系、媒介关系、顾客关系、社区关系、国际关系等等。既如此，如何处理好员工关系，调动广大职工的积极性，提高组织的凝聚力与向心力；如何处理好与新闻媒介的关系，寻求尽可能多的有利于组织的报道，提高组织的美誉度；如何协调好方方面面的关系，减少不必要的矛盾与摩擦，赢得社会各界的支持与合作，对社会组织来说就是至关重要的了。因此，研究各种具体的关系对象，找出它们之间相互作用、相互制约的内在联系，寻求协调各种关系的方法与技巧，探索组织如何利用公关网络为自己创造最佳的生存、发展环境，就成为公共关系学面临的重要课题。

（二）信息沟通的现象与规律

社会组织与公众之间的联系通过传播媒介（包括大众传播媒介和人际交往手段）实现，因此，信息沟通或传播就成为连接公共关系主、客体的重要手段。

人类早期的信息传播是单向的，即由主体传至客体，而客体则始终处于被动状态，这就在很大程度上限制了传授双方的沟通与交流。在现代社会中，组织要想与公众保持良好的关系状态，为自己的发展创造有利的外部环境，就必须实现与公众的双向交流。一方面，组织应当迅速及时地把有关信息传达给公众，获得他们的理

解、信任与支持，同时应当及时全面地掌握公众方面的信息反馈，为组织下一步的决策提供参考依据。

公共关系学把组织与公众之间的信息交流作为重要的考察内容，它既研究信息传播的功能、机制、原理，信息传播的渠道、方法、技巧，同时也研究组织如何通过双向交流，及时、准确、有效地传递信息，反映外界环境的变化，从而获得良好的社会和经济效益。

（三）公关活动策划、实施的方法与规律

公共关系活动是公共关系计划、方案的推展、实施过程。这一过程从调查研究开始，经历调研、策划、实施、评估四个步骤（亦称“四步工作法”）。

调查研究是公共关系工作程序的第一步，它的目的是了解公众意见和社会趋势，分析市场变化和公众需求，发现组织所面临的问题，为确定公共关系工作目标和制订计划奠定基础。

公共关系计划（或策划）是公共关系工作的指南，它在调查研究的基础上形成。公共关系计划通常包括公共关系活动的目标、对象、主题、时机、费用等等。

计划实施是将头脑中和字面上的东西落到实处的过程。由于公关活动的很大一部分内容是针对特定公众进行的信息传播，因而公关计划的实施也就是制作信息、传播信息并在此过程中及时检查、调整的过程。

效果评估是公共关系工作程序的最后一个步骤。它意在了解某项计划或方案在组织内外产生什么效果，引起什么反响，有哪些问题和不足，还需做怎样的改进和调整。

综上所述，公共关系就是人（代表组织的人）与人之间的关系，公关活动也是以人为主体的活动。因此，无论是目标公众的确定、传播媒介的选择还是公关方案的实施，都离不开人的心理活动，也就离不开对人的心理过程的考察和审视。这就确定了公关心理学在公共关系学科体系中的重要地位。

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（如公共关系策划、公共关系传播、公共关

系管理等)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的对象,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支系区分开来。

第二节 公共关系心理学的研究对象

分析了公共关系心理学在心理学和公共关系学中的地位之后,对于公共关系心理学的研究对象,就比较容易表述和解释了。

简单地说,公共关系心理学研究的是参与公共关系活动的双方在相互交往过程中的心理现象及其规律。

对这一表述,需要作几点说明:

第一,这里所说的“公共关系活动”是指运动着的公共关系状态,即动态公共关系。

一般来说,公共关系表现为静与动两种状态,“静态”是指组织与公众之间客观存在着的状态(无论是否意识到,无论是否调整过),“动态”则是指组织通过开展具体工作来改善或改变与公众原有的关系状态。所谓公共关系活动,即是指后一种形态。也就是说,当一个社会组织自觉采取措施去改善原有的公众关系状态时,它就是在从事公关活动了。

社会组织开展的公共关系活动大致可以分为两类,一类是日常的公共关系活动,另一类是专门性的公共关系活动。日常公共关系活动主要是指各种例行的和临时性的工作,如处理公众事务及各种交往;专门性的公共关系活动则是指按照既定方案,运用各种手段开展的具有一定规模的活动。以上两类活动都以组织内部的公共关系部门为依托,但后一种活动所需资金、人力、技术的投入会更大一些,有时还需借助外部力量。以活动的侧重点而论,公共关系活动可以分为宣传、交际、社会服务等不同的类型。

宣传型公共关系活动是指组织利用各种传播媒介和交流方式向公众传播有关信息，让他们了解组织，信任组织，支持组织，从而形成有利于组织发展的社会舆论。可供宣传型公共关系活动使用的传播媒介大致有三种：一是新闻媒介，如报纸、杂志、广播、电视等；二是自控媒介，如广播站、闭路电视、厂报、黑板报等；三是其他媒介，如路牌、灯箱、车体、楼体等。

交际型公共关系活动是指在人际交往中开展公共关系工作的一种模式。目的是通过人与人的直接接触，进行情感上的联络，为组织广结良缘，建立广泛的社会关系网络，形成有利于组织发展的人际环境。其形式包括各式各样的招待会、座谈会、工作午餐、宴会、舞会、茶话会以及慰问、访谈等。

社会服务型公共关系活动是以组织财与物的实际付出为特征的。它具体包括扶贫救灾，赞助社会福利、慈善事业，节假日的义务服务、资助公共设施的建设等。从近期看，这种活动不但不能给组织带来直接的经济效益，还会使它付出额外的费用；但从长远看，它能够给组织带来良好的形象与声誉，使组织获得更好的发展环境。

当然，上述几种类型的公共关系活动不是各自独立、互不相涉的，它们常常在同一次公共关系活动中互相配合，发挥作用，只不过有所侧重而已。

第二，这里所说的“参与公共关系活动的双方”是指公共关系行为的发出者（或公共关系活动的组织者）——社会组织和公共关系行为的承受者——公众。

组织是社会的构成要素之一。它是指人们为了合理、有效地达到自己的目标，有计划、有步骤地建立起来的一种社会机构。这种机构有自己的目标、宗旨，有一套工作制度和办法，成员间有明确的分工和职责范围。

从不同的角度出发，组织可以划分为不同的类型。例如，按照组织成员之间的关系来划分，组织可以包括正式组织和非正式组织；按照组织的功能和目标划分，它可以包括产业组织、整合组织和政治组织；按照获利者的类型划分，它又可以包括互利组织、营

利组织、服务性组织和公益性组织。从原则上讲，任何类型的组织都有协调内外关系、树立良好形象、寻求公众的认可与支持，以获得稳定发展的需要（即搞好公共关系的需要）。

公众也称目标公众，它是公共关系行为的承受者，是社会组织意欲影响的对象。需要说明的是，公众并非一般意义上的“广大群众”，而是与组织有着某种利益关系的特定群体。

公众一般由两部分组成，一部分是组织内部公众，另一部分是组织外部公众。内部公众是构成组织的一个重要因素，它对于组织，犹如人民对于国家一样，是不可或缺的。公共关系的一个重要任务，就是沟通组织内部上下之间、成员之间的信息联系，消除各种不利因素，使组织获得良好的发展环境。外部公众是处于组织之外、与组织有着密切联系的社会群体。对于政府机构来说，它是其影响所及的那一部分群众；对于工商企业来说，它是与组织发生着各种联系的协作者、竞争者、用户和消费者。公共关系的一个重要任务，就是影响这一部分公众，改变他们的态度，引起相应的行为。

第三，这里所说的“心理现象”是指公众对组织形象的主观映象。其中既包括内部公众对组织形象的感知与期许，也包括外部公众对组织形象的认知与评价。前者是组织形象形成的基础，后者是组织形象改造与完善的依据。也就是说，公共关系心理学所考察的“心理现象”包括两个部分，一部分是主体即社会组织及其成员的心理，另一部分是客体即公众心理。首先是组织心理。组织是公共关系活动的策划和实施者，也是形象赖以依托的基本单位，而内部公众对组织期望值的高低（即它的心理活动），又直接决定着组织形象的好坏。因此，组织心理分析是公共关系心理研究的一个起点。组织心理研究的重点是组织内部的心理氛围。“心理氛围”是指组织内部以群体意识为主要内容的对组织、对工作、对内部人际关系以及对组织外在形象认知和感受的综合反应。了解心理氛围形成的过程、特点及其规律，不但有助于调整和改善组织内部的关系状态，而且有助于提高组织对外公共关系活动的效能。

其次是公众心理。公众心理是公共关系活动的承受者对主体行

为的感知与反映，它是组织调整自身行为以塑造良好形象的根据。因此，公众心理分析是公共关系心理研究的一个重要内容。公众心理包括个体心理和群体心理两部分。“个体心理”是指作为公共关系活动承受者的公众个体所具有的心理状态和倾向，它具体表现为个体的不同兴趣、动机、需要等。“群体心理”是指作为公共关系活动承受者的公众的共同心理状态和倾向，它具体表现为认同感、归属感、排外感等。研究公众的个体心理和群体心理，有助于组织了解传播对象的特征，从而有的放矢地开展公共关系活动。

第三节 公共关系心理学的研究方法

为了使公共关系心理学的研究更符合客观规律，需要采取一系列科学的研究方法。公共关系心理学的研究方法包括两部分，一部分是理论研究方法，一部分是实证研究方法。

一、理论研究方法

理论研究方法包括系统分析的方法、动态研究的方法和比较研究的方法。

（一）系统分析的方法

系统的方法也是辩证的方法，它要求人们不是孤立地、片面地，而是从社会生活的总体联系中去认识和把握事物。

按照系统科学的观点，大至社会，小至社区、团体、组织，都是由相互联系、相互作用的多种要素组合而成的“系统”，每个系统的上下左右之间都存在着纵向和横向的复杂联系。同时，每个系统又存在于一定的环境（包括社会环境和自然环境）之中，它的生存和发展不可避免地受到环境和条件的制约。

系统分析的方法，要求人们在研究每个“系统”时，都要对其内部结构、外部联系和环境条件进行综合考察，在此基础上找出最佳的形式和途径，来调节该“系统”内部和外部的关系，取得平衡，以实现“系统”的合理运行。

根据系统分析的方法，我们首先要把组织、把它欲意影响的公

众看作一个复杂的系统，它由多种要素构成，又受到各种条件（例如社会政治条件、经济条件、国际环境等）的影响和制约。同时我们还要看到，组织或公众系统只是整个社会的一部分，或曰社会的“子系统”，它与社会的其他部分、其他系统（例如社区系统，媒介系统等等）之间存在着不间断的能量转换和信息交流，存在着纵横交错的联系。因此，我们在研究组织、公众的心理现象及其规律时，必须坚持系统论的观点，从组织、公众与其他系统的相互联系、交互作用中去把握研究对象，探寻出符合客观实际的影响公众心理及态度的实施方案。

（二）动态研究的方法

在客观环境和条件的交互作用下，组织和公众的关系总是处在不断的变化和发展之中。因此，要想近乎客观地反映组织的心理状态及其对公众心理的影响，必须采取动态研究方法，用发展和变化的观点去观察事物。只有借助于动态研究，我们才能看到由环境、条件等变因引起的传播者、受传者、传播内容及媒介的变化，才能根据这些变化提出相应的调节措施，提高公共关系活动的效力。

运用动态研究的方法，我们应当看到，公共关系活动的主体——组织是不断变化着的。它由小到大、由弱到强，其影响力和辐射面是不同的；受众也是如此。随着组织规模的扩大或缩小，随着组织生产类型的相互转换（由单一型变为多角型，或由多角型变为单一型），公众的数量和性质都会发生相应的变化，其心理状态同样也会发生变化。这些变化对组织与公众心理都会产生或大或小的影响。因此，我们在进行公共关系心理学研究的时候，不能忽略变化的因素。

（三）比较研究的方法

所谓比较，就是把两种或两种以上的同类事物放在一起，辨别其异同或优劣。这种方法具有广泛的应用价值，是公共关系心理学不可或缺的研究方法。

运用这种方法，我们将对公关心理学的研究对象——这门学科本身及其组成要素进行比较分析，弄清它们在同类事物中的共性与个性。

在前面，我们已经将公共关系心理学与普通心理学，与公共关系学的其他支系进行了比较，明确了公共关系心理学在心理学、公共关系学中的位置及其学科属性。后面我们还将对不同类型的组织进行比较，分析它们影响公众心理的个性特征；对不同类型的公众进行比较，分析他们不同的心理定势及其特征与要求；对不同的传播媒介和内容进行比较，以说明某一类传播内容选用何种手段才能达到最佳效果。

需要说明的是，上述几种研究方法不是互不相干、各自独立的；动态研究并不排斥静态分析，系统方法也不否定个别考察。一句话，它们相互交融，共同运用于公共关系心理学的研究中。

二、实证研究方法

实证研究方法包括观察法、谈话法、测验法、个案法、实验法。

（一）观察法

研究者直接观察他人的行为，并把观察结果按时间顺序系统地记录下来，这种研究方法就叫观察法。在现代社会中，观察法有时也采用先进技术，如使用视听器材设备，像摄影机、录相机、录音机、闭路电视等。

观察法又分自然观察或实验室观察两种。这主要依被观察者所处的情境特点而定。自然观察是指在被观察者不知情的情况下所进行的观察。实验室观察则是指在某些人为控制的条件下所进行的观察，被观察者可能知道，也可能不知道。

以观察者与被观察者的关系而论，观察还可分为参与观察与非参与观察两种。观察者直接参与被观察者的活动，并在该活动中进行的观察称参与观察；观察者不参与被观察者的活动，以旁观者的身分进行的观察称非参与观察。

观察法目的明确，方便易行，所得材料比较系统，故应用较广，也是公共关系心理学常用的研究方法之一。其缺陷在于仅能了解大量的一般现象和表面现象，很难进一步弄清现象后面隐藏的本质特征，故最好能与其他方法配合用，以期取得更大的收益。

（二）谈话法