

社交媒体时代公共关系礼仪的新挑战与应对

刘秀芳

邯郸幼儿师范高等专科学校, 河北 邯郸 056300

DOI:10.61369/HASS.2025060020

摘 要： 社交媒体的飞速进步正对公关礼仪的固有框架产生深远影响。信息传播势头迅猛，企业、政府部门及公众人物在公共交流领域遭遇了前所未有的挑战。在社交网络全球风潮席卷全球的背景下，本文对公共关系礼仪所遇到的新挑战进行了系统挖掘，剖析传播策略、形象构建与危机干预领域的重大调整。实践案例与理论分析相交织，本论文对变革提出应对之略，力求打造与新时代表征相符的公关礼仪体系以资借鉴。

关 键 词： 社交媒体；公共关系；礼仪变革

New Challenges And Responses To Public Relations Etiquette In The Era Of Social Media

Liu Xiufang

Handan Preschool Teachers College, Handan , Hebei 056300

Abstract： The rapid advancement of social media is having a profound impact on the inherent framework of public relations etiquette. The momentum of information dissemination is rapid, and enterprises, government departments, and public figures are facing unprecedented challenges in the field of public communication. Against the backdrop of the global trend of social networking sweeping the globe, this article systematically explores the new challenges faced by public relations etiquette, analyzing the significant adjustments in communication strategies, image building, and crisis intervention. The interweaving of practical cases and theoretical analysis, this paper proposes strategies for responding to changes, striving to create a public relations etiquette system that is in line with the characteristics of the new era for reference.

Keywords： social media; public relations; etiquette reform

引言

在信息交织的现世潮流之中，社交媒体已经成为公众发声、信息获取及社会交往的关键渠道。传播渠道的变革极大地提升了沟通效能，对公关礼仪的既定规矩提出了新的挑战^[1]。社会各界对更透明、高效、充满人性光辉的交流渠道充满向往，这引起了机构与个人在应对舆论、塑造形象、维护信任等方面的持续增长的需求。故而，对社交平台背景下的公关礼仪适用性及演变轨迹进行再思考，已成为传播界迫切需要深入研究的核心问题。

一、社交媒体重构公共关系礼仪的基础逻辑

（一）传播方式的变革对礼仪规范的冲击

随着社交媒介的崛起，信息流已从单向流动过渡至双向互动的阶段。在此阶段，渠道布局、反馈流程及内容呈现模式均出现了重大转变^[2]。传统公关模式以集体领导为支柱，信息管控是核心纽带，其依循规范化的场合、官方口吻及官方发布准则。网络社交领域的开放性、去中心化趋势与即时传播属性，使信息流通不再仅限于单一主体范围，个人可亲自涉入信息制作与传播的

领域。信息传播版图更替轨迹，信息发布的边界变得模糊不清，对公关领域的表述标准、应对手段和责任归属提出了新的要求。例如，在微博、推特等社交信息互动界面，若组织在回应公众关注时依旧采用过于正式、程序化的语言，往往难以达到理想的传播效果，或许激起误解与不良情绪。鉴于新型传播环境下互动需求的变化，需对公关礼仪的“言辞框架”进行新的审视。

（二）公众参与意识增强下的互动规则调整

社交媒介的兴起对信息传播体系进行了根本性的重塑，极大地改变了公众在社会中的角色与定位。民众的定位已从单一接收

者转变为互动者、评论者，甚至传播者^[3]。该角色的演变明显促进了公众的参与欲望，组织在公众互动中感受到了更多样化、繁复的公众意见与情绪波动。传统公关传统强调对公众的引导与约束，其沟通准则广泛扎根于组织的核心逻辑。在社交平台环境里，人们迫切希望构筑一个更加公正、开放且沟通迅速的交流空间，这一需求对传统公关的“权威反馈体系”与“单向对话模式”产生了直接冲击。遭遇公关危机挑战，社会期望机构快速且透明地提供反馈，与之产生情感上的共鸣效应，而非仅事后辩解或套路化回应。步入制定新型交流规范的关键阶段，组织需全面评估民众参与活动的积极性高低，重新定义互动的框架、频率与言辞，从而提升沟通效率并维护良好关系。

（三）信息即时性对传统公关节奏的挑战

社交平台的信息传播速度远超传统媒介的范畴，这种即时性对公关节奏的把握提出了更高要求。往日信息界熠熠生辉，企业可采取举办新闻通报会、散发新闻资料、参与电视节目访谈等方法，对信息发布的时间节点、内容布局与传播手段进行细致调控。在社交网络领域内，信息传播速度如同闪电，舆论热度急剧攀升，公众的关注点显得零星而分散。此变化要求机构在遭遇紧急事件或公众质疑之际，必须迅速作出应对，否则易受公众舆论的牵绊，甚至可能陷入不利局面。在众多企业遭遇困境的关头，未及迅速公布官方声明稿，常引发流言病毒般迅速扩散的危机，使品牌形象遭受重创之痛楚。鉴于传统公关应对的迟缓与审批环节的复杂冗余，传播迭代速度已不再适应，组织亟须塑造更为高效的内部应对策略，加强信息处理与传播效能的提升，应对社交媒体时代公共传播节奏的即时应对技巧与策略。^[4]

二、社交媒体时代公共关系礼仪面临的核心问题

（一）语言风格与表达尺度的重新界定

在社交媒介的漩涡里，语言风格的灵活调整已成为公关礼仪演变的关键话题之一。在传统公关领域内，惯用周密、规范的表述途径，追求提升机构的权威与专业形象水平。网络交流空间层，口语化言辞、传播迅速、情感表达强烈，人们偏爱简明、温馨且有个性化的言辞。组织在公关活动中应调整语言风格以提升品牌形象，既要规避官方语调过于僵化导致传播受阻，也需警惕言辞过分通俗可能引起的表述失误与混淆。在社交平台界域面域微博、抖音等区域，若干商家引入流行语和幽默手法，常常由于对语境掌控不恰当或语义表达不够明确，导致公众理解上的误解，有时甚至给人留下草率和不诚恳的印象。穿梭在社交网络的漩涡里，技术挑战困扰着公关人员：在保持形象一致性的条件下，精确拿捏言辞的精准度，跟上这一快速演进的步伐。^[5]

（二）危机事件中情绪管理与回应节奏的把控

社交网络在危机信息传播中显现出显著的扩张影响力，其急速蔓延与广泛散布的特性，使组织在处理危机时面临了前所未有的挑战。在传统媒体沟通框架下，“先调查后回应”的步骤已无法跟上舆论的迅速变化，公众对组织回应的迅速性和情感表达的期望值大幅攀升。当前阶段，情绪调整与快速响应同步性成为公

执行的核心要素。在应对突发状况的关键节点，组织需精准把握并共感于公众情绪起伏，以平息波动并重塑信任，同时也要在信息尚不完整的情况下保持谨慎态度，阻绝信息失实或言辞不周引发的舆论潮涌。此外，社交平台算法往往放大情感内容的传播广度，故而在实施应对措施时，仅就内容视野范围界线层面维度，需分析其在平台上的传播路线及受众的接纳方式。面临突发状况，公关实践中的核心挑战环节，在舆论快速变化中迅速作出反应，实现情感与信息传递的精确融合，实现同步传播的目标。

（三）组织形象与公众期待之间的动态平衡

在社交网络版图界域界域界域界域界域界域，公众对组织形象的理解已不再仅限于官方发布渠道，而是依托日常对话、用户评价、社交互动等多渠道信息共同构建形象。认知结构的重塑，组织的形象逐渐显现出复杂性，公众的期望因而呈现出主观性与多维度观。古典公关的根基，追求一致性及恒定性以塑造组织形象。然而，进入社交网络新篇章，组织需对公众对透明度、责任与情感组带的更高期待给予反馈，直面由平台特性诱发的形象碎片化困扰。例如，该集团在社交界散布资讯，针对不同受众的多样性格表现，可能引起形象印象的误读，甚至造成公众对机构行为解读的分歧现象。在当下多渠道、多场景、多目标受众的传播生态中，巩固形象连贯性与信赖度，敏捷对接公众期待之新期待，公关礼仪体系重构的核心技术挑战已凸显为关键问题点。^[6]

三、应对策略与实践路径

（一）构建基于社交媒体特性的礼仪规范体系

直面社交网络对传统公关礼仪的颠覆，组织应在制度层面构建一套与新传播环境相适应的礼仪规范。应深植于平台特性的特性，细致考察语言风格、互动形式、响应速度等关键点，构建一个既实用又可度量的行为规范体系。在语言运用策略的层面上分析，应形成“表达技巧的等级阶梯”，依据不同平台属性（例如微博、公众号、短视频）及目标受众（例如消费者、媒体、意见领袖）确立多元表述方针，力求巩固，优化互动性。在对话往来之际，需对公众关注的焦点及其应对策略进行清晰界定，警惕交流频繁可能引起的资讯无序，或许因应对不周全引发信任的裂痕。此外，礼仪规范须具备及时响应的更新特性，它能紧密捕捉平台算法的更新、用户行为模式的演变和舆情走向的调整轨迹，持续调整与精炼，实时把握传播环境的演变节奏。

（二）强化组织内部的舆情响应机制与培训机制

在社交平台主导的传播场域里，企业亟须构建迅速响应的舆论监控框架，迅速应对突发舆情及日常公关挑战。本模式需融合资讯监控、风险评价、内容验证、部门联动等核心环节，以便应对舆论高潮的关键节点，敏捷汇编资讯、策略规划与对外联络。例如，采纳“舆情应对流程图谱化”模式，设定不同等级的舆情启动门槛，细致划分各层级决策权限与执行路线，明显提升应对效率。同时，设立全面的培训结构，强化公关团队对社交媒体语境的洞察与应对技巧。课程需涉猎传播法则、受众心理解读、情绪化内容的辨识与引导手段，协助从业者于舆论旋涡中坚守专业

判断与表达调控的意志。^[7]

（三）借助数据与算法优化公众沟通策略

自社交媒体开始采用内容筛选机制，以内容为核心的传统公关传播模式已难以保证信息有效传播。故而，机构应采用数据挖掘与算法逻辑，刷新公众沟通模式，提高信息传播的精确性与敏捷性。另一方面，需形成以用户行为数据为轴心的内容匹配体系。精准挖掘目标群体的兴趣中心、互动习惯及情感动向，执行个性化信息推送路径，确保公关资料与传播要求及用户接受度相协调。此外，应当探索“算法反向干预”策略，剖析推荐算法的内部逻辑，调整内容结构、关键词配置及发布时间轴，提升信息展示与传播的效能水平。以自然语言处理技术为武器系统平台装

备库系统平台库库库库库，快速洞察民众心声，提升调整公关策略的敏捷性，推动向数据依赖型发展的变革。如此，在纷扰的社交传播界域里，显著增强公关活动的科学性与实际效能。^[8]

四、结论

社交媒介全面革新了信息传递的渠道，全面革新了公关的基本原则与操作流程。在此情境下，个体与机构需重新探讨互动边界的定位、交流手段与公众期望的对应关系，通过不断调整构建适应新时代的沟通规范体系。游历于纷扰的舆论洪流里，唯有如此，方能稳固信赖、塑造美好形象，维持沟通无阻拦。

参考文献

[1] 许晓妍. 新时代社交媒体发展对公共关系的作用 [J]. 国际公关, 2025, (09): 140-142.
[2] 陈思琪. 《社交媒体策略：消费者革命中的营销、广告和公共关系》（节选）英汉翻译实践报告 [D]. 杭州师范大学, 2022.
[3] 王昀. 游离在传统与转型之间：公共关系的社交媒体实践及其新闻业想象 [J]. 新闻与传播评论, 2019, 72(06): 108-119.
[4] 王芳芳. 基于全媒体人才培养的公共关系教学改革与创新 [J]. 传媒论坛, 2024, 7(23)..
[5] 王文琦. 数字化时代下的品牌公关：社交媒体平台的运用与消费者参与 [J]. 中国传媒教育观察, 2024, (00): 22-30.
[6] 陈晓倩. 真实性视域下社交媒体政府公共传播的影响力研究 [D]. 浙江传媒学院, 2024.
[7] 郭佳. 社交化媒体时代，公共关系在战略传播中的价值 [J]. 国际公关, 2021, (09): 157-168.
[8] 覃云. 基于融媒体传播的企业公共关系策略研究 [J]. 国际公关, 2025, (04): 5-8.