

AI 赋能下公共关系传播的创新路径研究

丁晓蕊

英国伯明翰大学, 英国 伯明翰 B152TT

DOI:10.61369/SE.2026050001

摘 要 : 在数字技术迭代以及媒介环境变革的双重驱动之下, 人工智能也就是 AI 技术已经深度渗透到公共关系即 PR 传播的全流程当中, 对传播主体、渠道、内容以及受众的互动逻辑进行了重构, 为实现公共关系传播方面的质量提升和效率提高以及模式创新提供了新的可能性。借助技术 – 组织 – 环境也就是 TOE 框架以及人机协作思想, 来审视人工智能在公共关系传播当中的实际运用, 就可以系统地梳理它带来的关键赋能以及所遭遇的切实挑战, 那么重点开展对 AI 技术在内容生产、受众精准触达、危机管理以及效果评估等环节创新路径的探索工作, 提出“技术赋能 – 组织适配 – 风险防控”三位一体的实施策略, 组织借助智能算法来开展公共关系策略的革新工作, 能够有效提高信息传递的效果, 给行业创新带来方法论方面的指引以及操作范本。

关 键 词 : AI 赋能; 公共关系传播; 创新路径; 人机协同; 危机管理

Research on Innovative Pathways for Public Relations Communication Empowered by AI

Ding Xiaorui

University of Birmingham, Birmingham, UK B15 2TT

Abstract : Driven by the dual forces of digital technology iteration and media environment transformation, artificial intelligence (AI) technology has deeply penetrated the entire process of public relations (PR) communication, reconfiguring the interactive logic among communication entities, channels, content, and audiences. This has opened up new possibilities for enhancing the quality, efficiency, and innovation of public relations communication. By leveraging the Technology–Organization–Environment (TOE) framework and the concept of human–machine collaboration, this study examines the practical application of AI in public relations communication. It systematically organizes the key empowerments and practical challenges it brings. The focus is on exploring innovative pathways for AI technology in content production, precise audience reach, crisis management, and effectiveness evaluation. A "technology empowerment–organization adaptation–risk prevention and control" trinity implementation strategy is proposed. By utilizing intelligent algorithms to drive innovation in public relations strategies, organizations can effectively enhance the effectiveness of information dissemination, providing methodological guidance and operational templates for industry innovation.

Keywords : AI empowerment; public relations communication; innovative pathways; human–machine collaboration; crisis management

引言

随着生成式 AI、大数据分析、自然语言处理等技术得以快速迭代, 公共关系传播已经从传统的“单向灌输”模式转变到“双向互动、精准匹配”的智能化模式当中, 全球公关行业正在加快开展智能技术的整合工作, Muck Rack 机构 2025 年的调研数据显示, 超过 70% 的传播从业者已经把生成式 AI 工具当作日常工作流程的一部分来使用, 绝大多数受访者都肯定了人工智能能够提高效率, 七成以上的人员认为它对成果品质进行了优化。人工智能正在开展重塑政务沟通以及商业传播格局的工作, 公益领域的信息传递方式正在经历深刻的变革。技术革新促使信息分发机制得以实现效率的跃升, 目标触达的精度有了显著的提高, 传播形态呈现出丰富的多样性。实际上, 人工智能技术的应用并不是单纯地进行技术嵌合, 在具体开展实施阶段的时候, 它经常会遭遇多重困境。组织内部会存在技术体系整合不足的情况, 潜在的数据威胁比较显著, 适宜的专业人员很匮乏, 信息传播过程当中规范边界也不清晰, 人工智能所具备的先进性还没有完全进行转化, 来成为传播影响力。

一、AI 赋能公共关系传播的核心优势与理论基础

（一）核心优势

智能科技借助信息处理、分析推演、自动生成等关键特性，来推动公共关系传播开展系统化的革新，其主要价值集中于三个维度当中，一是提高传播效率，AI 能够替代人工去开展内容初稿生成、舆情监测、数据整理等重复性工作，把公关人员从繁琐的基础劳动当中解放出来，使其聚焦战略制定创意策划等核心环节方面，借助生成式 AI 可以把单篇新闻稿的创作时间从 4 小时缩短到 30 分钟，极大程度上提高了内容生产效率。二是来实现精准传播，借助大数据开展用户行为、兴趣偏好以及情感倾向的分析，AI 能够构建精准的受众画像，得以实现传播内容和受众需求的精准匹配，避免“广撒网”式传播所造成的资源浪费，提高传播方面的针对性以及有效性。新媒体的诞生突破了地区间在公共关系传播方面的限制，借助网络、通讯卫星等技术手段能够把信息传播到各地，有效减少物理位置对于社交关系的影响。^[1]智慧互动体验借助聊天机器人、虚拟形象等载体来实现全天候响应，提高了用户参与度以及连接强度。

（二）理论基础

本研究基于两个关键理论框架来开展相关工作，探索一下人工智能实现对公关传播进行革新的可能途径，AI 在公关领域运用所得到的效果，取决于三个关键的维度，也就是技术特性、企业内在条件以及市场外部环境，它们共同塑造了应用场景，TOE 框架揭示出了这种多维互动的关系 AI 能够在公关领域产生影响，它的关键之处在于组织 ready、客户以及竞争对手带来的现实压力，这些要素一同发挥作用，让 AI 的相对优势可以充分展现。

二、AI 赋能公共关系传播的现实困境

（一）技术应用碎片化，赋能效能未充分释放

在公关传播领域当中，AI 技术的应用呈现出了分散化的特性，部分组织仅仅在单一环节开展引入 AI 工具的工作，比如只运用 AI 来生成内容初稿，或者只借助 AI 去做舆情监测工作，没有实现 AI 技术和公关传播全流程（也就是内容策划、生产）技术应用为何仅仅停留在表层呢？主要原因是它没有和“分发、互动、评估”这三个环节真正开展交织工作。同时，不同 AI 工具之间缺少数据的互通以及协同联动，形成了“信息孤岛”，比如舆情监测数据没办法直接为内容生产提供参考，内容传播数据和受众反馈数据相互脱节，AI 的潜能没有得到充分释放，技术红利的转化受到了阻碍。新媒体的发展使得整个媒体生态发生了转变，企业、组织的公关意识本来就不强，媒体环境的改变更使得企业、组织和个人缺乏新媒体公关的本质意识，目标不明确。^[2]

（二）数据安全与隐私保护风险突出

AI 来驱动公共关系传播，它的根基是基于海量数据，然而数据在开展采集、存留以及运用这些方面的工作当中，会潜藏着多重安全风险，部分组织借助收集姓名、联系方式以及兴趣偏好来开展精准画像的构建工作，有时甚至会囊括隐私信息。这样的行为实际上已经构成了对《个人信息保护法》等法规的违背，消费者信心受到了严重的冲击。不够完善的数据安全制度以及技术防护体系，让数据泄露以及篡改的风险在 AI 处理过程当中显著提

高，数据的安全性和完整性难以得以有效保障，此外，AI 训练数据存在的偏差有可能致使算法产生偏见，进而让传播内容出现导向方面的偏差，对公共关系传播的效果造成影响。

（三）专业人才短缺，制约技术落地与创新

鉴于要把 AI 技术融入网络舆情处置以及品牌建设等核心工作当中，那就需要复合型的专业人才来开展相关工作，这些人才要掌握公共关系传播方面的专业知识，并且拥有人工智能技术应用能力，掌握 AI 工具的操作技巧，拥有进行数据处理和分析的能力，能够制定出有效的 AI 应用优化方案。我国公关行业目前面临着复合型人才匮乏的状况，大多数从业者对人工智能技术的了解不够，没办法有效地借助相关工具来推进工作；AI 技术人员缺少公关传播方面的专业素养，没办法精准地把公关传播的需求以及痛点把握好，这就使得 AI 技术和公关实践出现脱节的情况，难以实现有效的融合创新。现有的公关从业者在 AI 技能方面比较匮乏，这会制约技术的落地。

（四）传播伦理失范，引发信任危机

公关传播领域当中运用了 AI 技术，这引发了一系列伦理方面的探讨，并且公众信任也因此面临着挑战，一是 AI 生成内容的真实性难以得到保障，部分组织为了追求传播效率，会把 AI 生成的内容直接拿来使用，没去进行严格的审核，从而让内容出现了事实错误以及虚假信息，组织的公信力出现受损情况，主要原因是出现了信息误导的状况。在传播过程中道德认同的问题如果得到认可，那么人们都会在合理道德的框架内生活，社会就会变得和谐。^[3]AI 虚拟代言以及深度伪造技术正在对真实与虚构的界限进行模糊，虚假视频和换脸操作催生出了新型传播风险，公众会面临信息真伪的辨识困境，第三方面是算法伦理方面的问题，AI 算法具有隐蔽性，这可能会造成传播内容出现同质化、极端化的情况，进而加剧信息茧房效应，对公众的认知判断产生影响，并且算法偏见有可能会引发对特定群体的歧视，引发社会争议。公共关系传播的最高标准就是通过良好的形象塑造增强组织的影响力，同时获得更大的社会效益。^[4]

三、AI 赋能下公共关系传播的创新路径

（一）构建全流程 AI 赋能体系，实现传播效能升级

科技应用长时间面临着碎片化方面的难题，传播领域迫切需要进行 AI 与公关完整流程的整合工作，逐步构建起深度融合的支撑模式，使得传播格局从被动应对转变为主动预测，在内容生产这个环节当中，凭借生成式 AI 工具，把组织品牌调性以及受众需求结合起来，快速开展新闻稿、社交媒体文案、短视频脚本等多形态内容的生成工作，并且依靠 AI 算法来对内容表达进行优化，对不同传播渠道的风格进行适配，通过电视发射技术，能够使电视将相应的信息，有效的传输到电视设备调试环节中，从而通过后驱动电源射频信号对相关信息的接收，有效将以电磁波形式传递的新闻信息加以接收，最终形成广播电视信息。可见，电视发射技术在广播电视发射天线技术中的应用，具有稳定性作用。^[5]同时由人工去开展内容审核、情感校准以及创意提升工作，保证内容的真实性与感染力；在内容分发这个环节当中，借助 AI 大数据分析这一手段，来精准定位目标受众，得以实现内容的个性化分发，会根据受众的在线时间、兴趣偏好等方面，推送适宜的内

容,把传播范围进行扩大,开展转化效果的提升工作;对于新媒体而言,要实现市场营销的效果,稳定且明确的受众群体是最需要首先确定的。^[6]

（二）强化数据安全，筑牢隐私保护防线

立足数据安全与隐私保护,建立健全数据管理制度与技术防护体系,实现 AI 赋能与风险防控的协同推进,数据采集行为会受到现行法规的严格约束,包括《个人信息保护法》在内的法律框架确立了操作标准,信息处理活动需要把范围限定在实现特定目标所需要的最低限度当中,存储环节同样要契合既定规范,企业需要严格开展个人数据采集范围的限制工作,在获取用户授权之前,必须要清晰地说明所进行的数据处理工作的具体用途。那么需要对技术防护措施持续开展强化工作,应当优先把数据加密以及身份验证机制进行部署,借助异常行为监控系统可以有效识别潜在的威胁,需要定期去处理安全漏洞的排查工作,数据完整性是必须要得以保障的,发现安全缺陷之后,得马上采取相关行动来处理这个问题。

（三）培育复合型专业人才，夯实技术落地基础

人才缺口需要马上开展创新解决方案的探索工作,培育机制以及外部引进策略需要协同起来发力,并且配合有效的激励手段来形成闭环。这种复合型人才发展模式可以为智能技术驱动的传播领域输送专业力量。专门的信息传播机构既需要充足的资金、设备,又需要大量的专业化人才。^[7]一是开展加强内部培训的工作,针对现有的公关人员,开展 AI 技术应用方面的培训,内容涵盖 AI 工具操作、数据解读、算法优化等,来提升公关人员的 AI 应用能力,公关专业素养需要和智能科技知识进行深度的结合,并且跨领域思维训练也应该同步开展推进;公关团队迫切需要吸纳在传播理论以及人工智能技术方面都精通的跨界人才,把高校以及科研院所当作重要合作伙伴。引入这类复合型专家极大程度上提高了团队实力,产学研的协同效应逐步得以实现,开展精准育人计划的实施工作,来为行业输送专门技术人才;创新驱动机制会促使公关从业者自发地开展智能技术应用的钻研工作,探索传播领域当中技术融合的路径,业绩突出的人员会获得相应的激励,这样的模式能够有效调动专业人员的自主创新动力。

（四）规范传播伦理，构建可信传播环境

那么要保证传播伦理的基本原则得以遵守,并且构建针对 AI 驱动公关活动的伦理准则以及监督机制,进行可能出现的道德问题的管控工作,这样来打造值得信赖的信息交流氛围,“逃离”活动全程,从开始推广、吸引受众参与、活动具体实施过程,到结果公布,再到后期参加者的体验分享,主办方全部选择使用

参考文献

[1] 刘海波. 新媒体环境下公共关系传播模式与策略探析 [J]. 传播与版权, 2020, (09): 179-181. DOI: 10.16852/j.cnki.45-1390/g2.2020.09.064.

[2] 王琰. 新媒体环境下的公共关系传播策略研究 [J]. 新闻知识, 2015, (10): 44-45.

[3] 黄晶. 论公共关系有效传播的影响因素 [J]. 现代经济信息, 2018, (09): 456.

[4] 王欣. 公共关系传播对组织形象塑造的重要性 [J]. 新闻研究导刊, 2016, 7(22): 23-24. DOI: 10.26918/j.xwyjtk.2016.22.010.

[5] 陈曦. 微信时代公共关系传播沟通模式探究 [J]. 通讯世界, 2017, (13): 280-281.

[6] 孟祥健. 新媒体背景下公共关系事件营销传播 [J]. 农家参谋, 2019, (03): 218.

[7] 郭振伟. 论公共关系与新闻传播的关系 [J]. 青年文学家, 2009, (19): 133.

[8] 季相君. 新媒体背景下公共关系事件营销传播 [J]. 新媒体研究, 2017, 3(12): 61-62. DOI: 10.16604/j.cnki.issn2096-0360.2017.12.027.

[9] 蒋睿萍. 新媒体时代高校品牌形象的建构与传播——评《高校品牌构建与公共关系传播》[J]. 新闻爱好者, 2022, (06): 2. DOI: 10.16017/j.cnki.xwzh.2022.06.036.

[10] 陈岳铸. 新媒体在警察公共关系传播中的运用——以华盛顿哥伦比亚特区警察公共关系为例 [C]// 北京中外软信息技术研究院. 2015 第一届世纪之星创新教育论坛论文集. 中国人民公安大学, 2015: 381.

微信、微博、直播、知乎等新媒体平台进行传播。^[8]一是开展 AI 生成内容审核机制的建立工作,明确审核主体以及审核流程,对 AI 生成的所有内容进行严格的审核工作,重点去核查内容的真实性、客观性以及合规性,杜绝虚假信息、违规内容的传播,同时按照规定对 AI 生成合成内容添加标识,提升透明性与可解释性;人工智能方面的应用范围需要开展严格的界定工作,禁止凭借智能系统去处理不实推广、蓄意诽谤或者合成伪造等不当操作。虚拟形象代言以及深度合成技术必须划定清晰的使用红线,避免误导受众;那么伦理教育需要进一步深化,来对公关人员开展伦理方面的培训工作,让他们的伦理以及责任观念得以增强,引导他们把 AI 技术当作工具来规范运用,坚守公关传播当中的诚信准则,并且注重人文关怀,避免传播内容出现同质化以及冷漠化的情况,来实现技术赋能与人文关怀的有机结合。传统传播媒体都是通过单一方式进行,而网络传播能够将文字、声音、视频、图像等多种方式有效结合,将信息数字化,使其更容易被公众所接受,实现传播效率最大化。^[9]

（五）强化组织适配与环境协同，优化赋能生态

结合 TOE 框架,优化组织内部适配条件与外部环境协同,为 AI 赋能公关传播提供良好的生态支撑。在组织内部,提升组织 readiness,加大 AI 技术投入,完善相关管理制度,明确各部门的职责分工,推动公关部门与技术部门的协同合作,确保 AI 技术的顺利落地;同时,获得高层管理支持,将 AI 赋能纳入组织公关传播战略,统筹推进技术应用与创新。要善于利用多方资源与平台。新媒体时代背景下,相关部门可开拓思维,加强与一些新兴媒介的合作,拓宽警媒合作的广度。^[10]

四、结束语

智能科技开展了迅猛的革新工作,把公关传播格局重塑了,高效精准的交互特性将传统传播链条彻底改变了。这样的变革让信息传递变得更迅捷,目标定位变得更明确,双向沟通变得更顺畅,公关传播需要来实现从旧有模式朝着智能化方面的转型。眼下,人工智能在公共关系传播领域开展赋能工作的进程,遭遇了多重现实阻碍。技术应用呈现出零散的状态,数据安全方面存在显著的隐患,同时专业人才储备不够充足,传播伦理也面临失序的挑战。这些因素共同发挥作用,限制了人工智能技术潜能的全面释放。