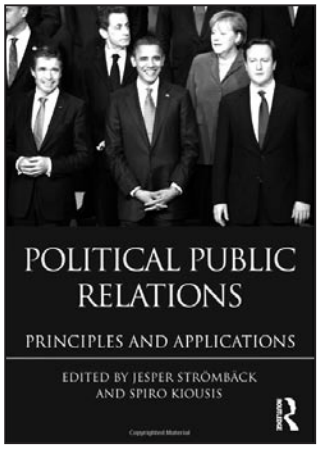
政治公關：原理及應用

書　名：《Political Public Relations: Principles and Applications》

編　輯：Jesper Strömbäck , Spiro Kiousis

出版社：Routledge

出版日期：2011年3月



Strömbäck 和 Kiousis 憑藉政治傳播學、政治新聞學等方面的造詣，合編了《政治公關：原理及應用》一書，收集了 15 篇來自多位學者在政治公關的理論及應用等領域的論文，旨在為政治傳播、公共關係、政治學及其他領域之間的學術集合尋求理論發展和實證研究，該書也是明確圍繞政治公關的「第一本書」。

他們認為，政治公關正處於公共關係、政治傳播、政治學和政治行銷的交界處，但較少受到傳播學者、政治學者的集體研究，因此該書主要精選了這些相關學科的集合，涵蓋政治公關理論發展及未來研究方向、新聞管理、議程設置、戰略框架、總統選舉中的應用、企業組織的國內和國際政治公關、數位傳播等內容。

Strömbäck 和 Kiousis 在文中綜合政治傳播、公共關係、組織傳播等方面的理論，認為政治公關是一個「管理過程」，而一些學者則認為政治公關只是關於「媒介管理、形象管理和資訊管理」。

但事實上，媒介作為公關中的一大重要利益相關者，或者是說載體，在政治公關中發揮著重要的仲介角色，因此書中的所有章節都涉及到「媒介」，包括對議程設置的深入探討、多種媒介的傳播效果等研究。Lieber 和 Golan 認為，議程設置假設或者第二層的議程設置，都是主要研究如何將議題轉移或屬性突出從媒體體現在大眾上，而議程建構則可以探討媒介議程的過程和行動。

Tedesco在其《Political Public Relations and Agenda Building》文中探討議程建構的進程，並強調成功的媒介關係及議程設置需要關係培養的技能。而對媒介常規和結構的認識、提供給受眾的相關資訊、時效性和新聞價值將會使得公關得以成功。

此外，學者也提出，目前的研究大部分都是以主流媒體分析為主，希望未來的研究可以涵蓋更多的新媒體、社交媒介和自有媒體（owned media），以及對比分析不同媒體的效果如何。

而 Sweetser 在《Digital Political Public Relations》指出，使用自有媒體——移動技術可能可以幫助競選活動構建一個更詳細的支持者資料庫，也可以更好地激勵投票者付諸行動。這或許也為未來的香港特首選舉，提供了一個新的政治公關平台。

韓冰
偉達公眾關係顧問有限公司顧問