

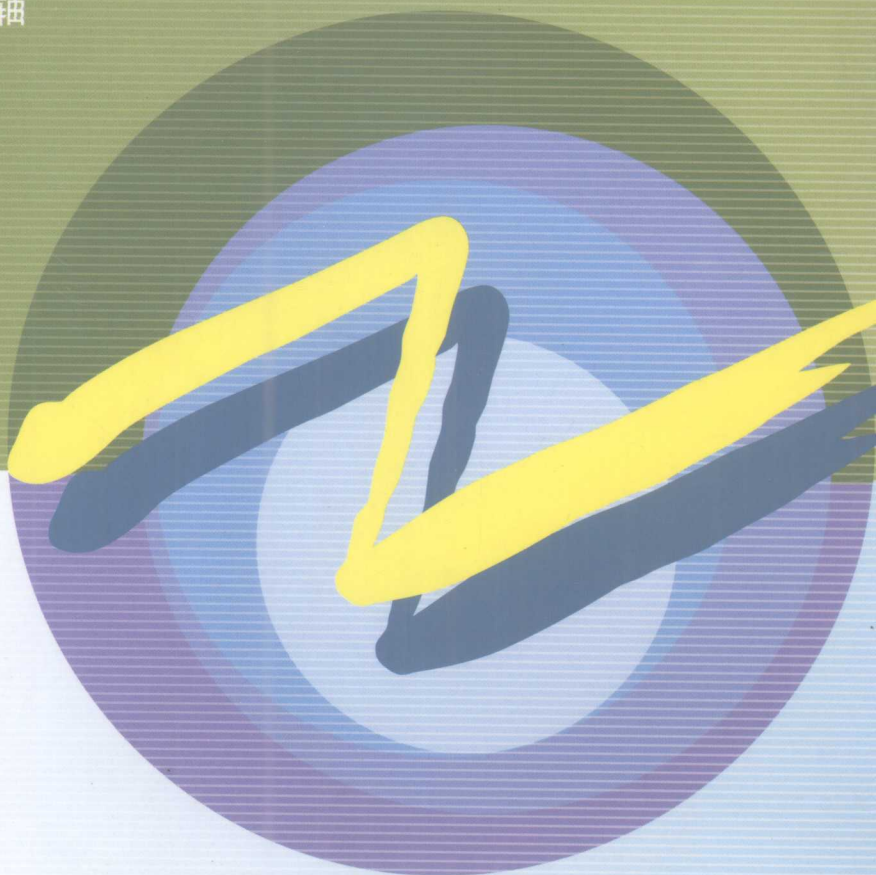


中等职业学校素质教育系列教材
中等职业学校系列教材编委会专家审定

礼仪规范教程

LIYI GUIFAN JIAOCHENG

主编 童地轴



明出版社

.1
8



中等职业学校素质教育系列教材

礼仪规范教程

主 编 童地轴

编 委 童地轴 程子坚

吴远琼 赵昌帆

开明出版社

内容提要

本书是中等职业学校公共素质课教材,主要包括:礼仪绪论、校园礼仪、修养礼仪、社交礼仪、职业礼仪、生活礼仪、风俗礼仪及外事礼仪。

本书结合中等职业学校的特点与学生就业要求,突出礼仪基本知识与常规训练。

本书还可以作为旅游、服务等相关专业的培训教材。

策 划 现代畅想职业教育研究所

责任编辑 吕志敏

书 名	礼仪规范教程
主 编	童地轴
出版发行	开明出版社
地 址	北京市海淀区西三环北路 19 号
经 销	各地新华书店
印 刷	北京市彩虹印刷有限责任公司
开 本	787mm×960mm 1/16
印 张	12
字 数	220 000
版 次	2006 年 8 月第 1 版 2007 年 7 月第 2 版
印 次	2007 年 7 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-80133-993-2
定 价	15.00 元

版权所有 侵权必究

前言

我国是一个拥有五千年历史的文明古国,以“礼仪之邦”著称于世。在构建和谐社会的今天,讲文明、懂礼貌是我国每一位公民必须具备的基本素质。礼仪教育是道德教育的基本内容,是职业道德教育的基础教育。学习礼仪知识有助于提高职业学校学生的整体素质,提高每一位学生的文明程度。

人生处处有礼仪。作为中等职业学校的学生,掌握一定的礼仪知识,使自己的仪表仪容、言谈举止、气质风度与众不同,在社会公众面前显示出职业特点,是很有必要的。

本书针对中等职业学校的特点,从实际角度出发,提高学生的社会交往,待人处事以及择业的能力。为适应中等职业学校学生的素质培养需要,满足社会对职业学校学生的要求,我们编写了《礼仪规范教程》。

本书共八章,主要内容包括:礼仪绪论、校园礼仪、修养礼仪、社交礼仪、职业礼仪、生活礼仪、风俗礼仪及外事礼仪。

本书在编写过程中,注重知识的普及,使书中的内容浅显易懂,并把趣味性和时尚性融入书中,让学生既学习了礼仪知识又懂得如何为人处事。同时,本书以了解社会、学会生活、遵守公德、努力创业等方面系统讲述了礼仪规范,使学生得到系统的学习,接受礼仪教育,自我养成规范礼仪的习惯,提高个人素质。书中还阐述了现代社交礼仪规范和要求,每章节设有“小贴士”、“做一做”、“想一想”栏目,让学生在学习礼仪规范知识时更具有实用性。

本书由童地轴主编。在编写过程中,得到有关省市教育行政部门、教学教研部门及中等职业学校的大力支持与协作,同时也引用了大量他人研究成果,在此一并表示感谢!

由于编者水平有限,书中难免有不妥之处,恳请读者批评指正。

编 者

2006年7月



第一章 礼仪绪论	1	一、如何着装	44
第一节 什么是礼仪	2	二、修饰你的仪容	46
一、礼仪和礼节	2	三、服饰及其文化	49
二、礼仪的原则	2	四、优雅的人体语言	51
三、礼仪的特点	4	第二节 气质动心	52
四、礼仪的作用	5	一、“入乎其内，出乎其外”	52
第二节 公关与礼仪	6	二、培育高尚的情趣	53
一、公共关系	6	三、提升文化修养	54
二、公共关系礼仪	10	四、加强公德意识	54
第三节 道德与礼仪	14	五、做一个“人缘型”的人	55
一、礼仪与素质修养	14	第三节 言为心声	57
二、礼仪与道德修养	15	一、学会与别人交谈	57
第二章 校园礼仪	19	二、演讲的技巧	59
第一节 校园礼仪环境	20	三、如何谈判	62
一、文化环境是礼仪教育的基础	20	第四节 文如其人	64
二、人文环境是礼仪教育的平台	23	一、公文	64
第二节 感恩的心——尊敬教师的礼仪	26	二、信函	66
一、滴水之恩，涌泉相报	26	三、网络	67
二、人生的引路人	27	第四章 社交礼仪	69
三、心灵的塑造者	28	第一节 见面的礼仪	70
四、品德的示范者	29	一、怎样见面	70
第三节 良好的习惯——沉淀礼仪素养	30	二、细节决定成败	73
一、寸金难买寸光阴——时间习惯	30	第二节 与人相处的礼仪	76
二、循序渐进——学习习惯	32	一、与父母相处	76
三、三思后行——思考习惯	34	二、与异性相处	77
四、病从口入——饮食卫生习惯	34	三、与邻居相处	79
第四节 循规蹈矩——学生礼仪	37	四、与朋友相处	80
一、上课的礼仪	37	五、与弱势群体相处	81
二、同学相处的礼仪	38	第三节 组织活动的礼仪	84
三、我们是集体中的一员	39	一、会议的组织	84
四、十八岁成人仪式	41	二、庆典	86
第三章 修养礼仪	43	三、展销会	87
第一节 外表动人	44	四、签字仪式	88
		五、剪彩	88

第四节 礼尚往来	90	三、拜会	136
一、礼多人不怪	90	四、做客	136
二、有“礼”走遍天下	91	五、邀约	137
三、礼轻情意重	92	六、聚会	138
第五章 职业礼仪	95	第七章 风俗礼仪	139
第一节 面试求职礼仪	96	第一节 民间信仰礼仪	140
一、简历	96	一、民间崇拜	140
二、自荐书	98	二、民间信仰与建筑	143
三、面试	99	三、民间信仰的价值	145
四、求职失败的教训	102	第二节 传统节日礼仪	146
第二节 微笑的魅力	104	一、源远流长的历史	146
一、无声的语言	104	二、传统的节日	146
二、无价的财富	104	第三节 宗族文化礼仪	155
三、无穷的魅力	105	一、姓氏	155
四、无言的服务	106	二、家谱	156
第三节 诚信走天下	107	三、祠堂	157
一、利益之源	107	四、认祖	158
二、无形资产	107	第四节 生肖文化礼仪	158
三、基本品行	108	一、生肖的来历	159
四、处世之宝	109	二、生肖与阴阳历	159
第六章 生活礼仪	111	三、天人合一	160
第一节 餐饮文化	112	四、不是迷信	161
一、中餐	112	第八章 外事礼仪	163
二、西餐	115	第一节 我是中国人	164
三、自助餐	117	一、维护尊严	164
四、中国茶艺	119	二、依据国际惯例	165
第二节 公共场合礼仪	122	第二节 外事无小事	168
一、构筑和谐的交通环境	122	一、外事工作	168
二、体现礼仪之邦的风韵	125	二、我国的礼宾工作	169
第三节 旅游的礼仪	128	三、外事接待	170
一、行程准备	128	第三节 尊重外国人的习俗	174
二、知识背景	129	一、东方人习俗礼仪	174
三、审美情趣	130	二、西方国家习俗礼仪	177
四、做文明的使者	131	三、非洲国家习俗礼仪	181
五、住宿的学问	132	第四节 外事纪律	183
六、让旅游陶冶自己	133	一、遵守《涉外人员守则》	183
第四节 会客的礼仪	134	二、政治纪律	184
一、私人接待	134	三、业务纪律	184
二、公务接待	135	四、出国注意事项	185

第一章 礼仪绪论

第一节 什么是礼仪

第二节 公关与礼仪

第三节 道德与礼仪

第一节 什么是礼仪

礼仪是指人们在社交活动中所共同遵守的礼节和仪式,是必须严格遵守的一种待人接物的行为规范。这些规矩往往是约定俗成、相沿成习的。

一、礼仪和礼节

礼仪是“礼”和“仪”两个词组合起来的合成词。礼是指特定民族、人群或国家基于客观历史传统而形成的,以确立维护社会等级秩序为核心内容的价值观念、道德规范以及与之相适应的典章制度、行为方式。

礼仪是指人们在社交活动中所共同遵守的礼节、仪式,即必须严格遵守的一种礼貌行为规范和法则。礼仪和礼节既相互联系又相互区别。礼节是待人接物的规矩,表示尊敬、祝颂、哀悼等,属于礼仪行为规范。

礼仪是一种行为规范,而礼节则是这种行为规范的具体表现形式。比如,在举行婚礼仪式时,夫妻互拜、互赠礼物,主婚人、证婚人讲话就属于礼仪的一种具体礼节。礼仪具有相对的稳定性,而礼节则随着时代的变迁、人们思想道德观念的改变而有所变化。中国是一个礼仪大国,在奴隶社会和封建社会时期就非常重视礼节,并把礼节作为约束人们的行为和安邦治国的一个重要手段。统治阶级要人们“非礼勿视,非礼勿听,非礼勿言,非礼勿动”。随着社会的进步,人们思想观念的变化,有很多礼节已被逐步淘汰,但礼仪则变化较小,而且具有相对的稳定性。

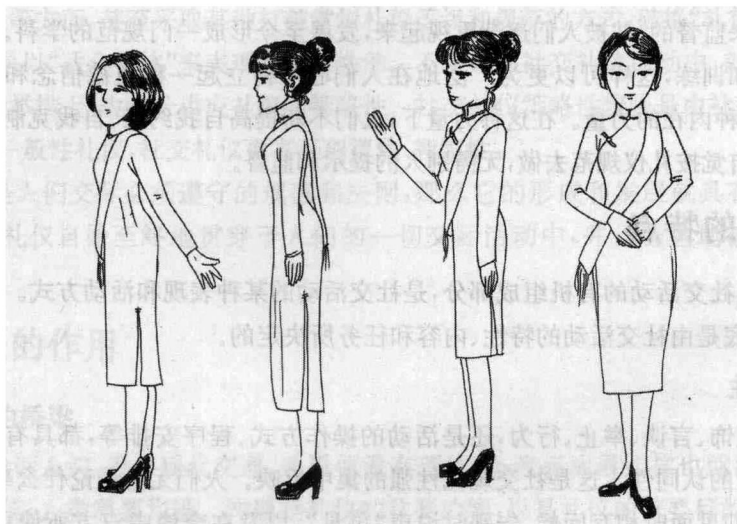
礼仪一般是在比较正规的场合时运用,而礼节则是人们日常交际运用的一些具体规则。很明显,礼仪是针对公关交际活动的整体而言的,礼节不仅在正规交际场合中常用,在非正规交际活动中也常用。

二、礼仪的原则

在社会高度发展的今天,人与人的交往愈加频繁,我们的空间变得越来越小。无论是从事哪一行业,都要涉及到各种各样的交际活动。我们的言行举止影响着个人的前程与命运,有时也关系到公司或企业的形象。具有良好社交礼仪规范和风度的人,在任何场合都会受到人们的欢迎,尤其是对于公关人员来说,得体的服饰和优雅的举止将会给你的公关带来意想不到的收获。

(一)真实诚信

礼仪是建立信誉的行为规范。礼仪通过事实“塑造”出良好的形象。因此,真实真诚是礼仪



的基本原则,也是对从事公关礼仪人员的道德要求。坦诚、亲切、负责的态度是一切礼仪的基础。在社会交往中,通过礼仪传递信息的首要原则是真实可信,绝对不能有任何虚假。

真实与信誉相通,真实是取信于民的资本。真实性受到怀疑,所代表的单位和个人声誉将会受到严重的损害。“言必信,行必果”。取信于人在人际交往中是非常重要的。真诚是人与人相处的基础,是打开社会交往的金钥匙。

(二)互相尊重

人们对尊重的需要包括对获得信心、能力、本领、成就、独立和自由的愿望。来自他人的尊重包括这样一些概念:威望、地位、名誉、赏识、认可、接纳等。一个具有足够自尊的人总是更有信心,更有能力,也更有效率,自然也包括对自己在社会上所扮演的角色的正确认识,否则就会为了满足自己的自尊而造成对别人的无礼。礼仪讲究互尊原则,即相互尊敬、坦诚、谦恭、和善及得体,“你敬我一尺,我敬你一丈”,才能满足每个人的自尊心理。

(三)心胸宽阔

心胸宽广就是宽容,宽宏大量,能够原谅别人的过失,能设身处地为别人着想。在现代社会,宽容已被作为现代人的一种礼仪素质。对人都应该宽宏大量,决不能求全责备,更不能鸡蛋里挑骨头。公关礼仪也要有宽容的一面,给人以宽宏大量的形象,这样才可以在公关活动中面对不同的人。

(四)自觉自律

礼仪不是法律,不是由司法机关强制执行的。礼仪是待人处事的规范,是社会群体日常生活与交往过程中形成的合乎道德及规范的一些行为准则。这些行为规范并不是某一个人或某一个团体所规定的,而是由社会大众一致认可并约定俗成的行为规范。因此,礼仪是靠人自觉来维系

的,靠社会舆论来监督的,并被人们逐渐重视起来,发展至今形成一门规范的学科。礼仪作为一门学科,需要教育和训练,这样可以更为广泛地在人们心中树立起一种道德信念和礼貌修养准则。这样就会获得一种内在的力量。在这种力量下,人们不断提高自我约束、自我克制的能力,在与他人交往时,就会自觉按礼仪规范去做,无需别人的提示和监督。

三、礼仪的特点

社交礼仪是社交活动的有机组成部分,是社交活动的某种表现和活动方式。因此,社交礼仪的特点,归根到底是由社交活动的特性、内容和任务所决定的。

(一)规范性

无论个人服饰、言谈、举止、行为,还是活动的操作方式、程序安排等,都具有很强的规范性,也就是具有广泛的认同性。这是社交规范性强的集中反映。人们无论谈论什么事都要运用礼貌语言。例如,人们见面时相互问候,告别时说声“再见”,以及在交谈中双方所使用的都是比较规范的礼貌语言。在公关礼仪活动中,人们究竟应该怎样施礼都有一定的规范。例如,人们见面时以握手等行为表示问候,告别时用握手、招手表示再见。关系特别的甚至以拥抱、亲吻表示问候和告别。另外,怎样握手、拥抱等也有严格的规定。

小贴士 规范性是交际礼仪的本质特点。它告诉人们应该怎样做,而不应该怎样做;怎样做是对的,怎样做是错的。

(二)形式性

社交礼仪活动有较稳定的若干方式和形式,如会见、会谈、访问、宴会、联谊会等,而且每种方式和形式都有基本运行模式和程序,讲究外在的表现形态,追求一定的形式效应。即使个人的社交礼仪行为,也十分注意形象效果。一定的形式总是为一定的社交内容和任务服务的,讲究科学性,也应当注意实际效益。交际礼仪的种类繁多,表现形式也多种多样。正式交际场合中的礼仪更是多种多样,礼仪的要求也就更为严格。

(三)层次性

社交礼仪总是根据不同社交对象、不同关系、不同社交任务和内容,确定不同的礼仪活动的等级、规格、规模,还涉及礼仪活动举行的地点场所,以及参加者和主持人、主办单位、礼仪活动的具体安排等。不同级别的社交活动要求有不同的礼仪规模,这二者是相统一的,级别越高,礼仪的形式越近于庄重、严肃。

(四)策略性

社交礼仪一般都注意策略性。这种策略性表现在对礼仪活动举办的时间、地点和时机的选择上;表现在对不同社交对象采取不同礼仪方式,系统考虑错综复杂的相互关系,充分利用社交对象

之间的相互关系等方面,甚至采取某种打破常规礼仪等级和规范的方式,破格“礼待”。在大多数情况下,社交礼仪是以“适合得体”来表现其策略性的。不仅是在社交礼仪活动中,就是在个人服饰、言谈举止和行为举措上,也十分讲究礼仪和策略性。社交礼仪策略性较强是由社交活动策略性强所决定的,较之一般性礼仪,社交礼仪更富于理智性、智慧性。

礼仪既然是人们交际必须遵守的规范和法则,那么它的形成和发展就具有一定的历史背景。从古至今,礼仪自始至终地贯穿于人们的一切交际活动中,并且普遍地被人们所接受和确认。

四、礼仪的作用

(一)沟通的桥梁

实际生活告诉人们,没有现代交通、通讯便没有现代化;没有沟通同样也就没有现代化。可见,社会需要礼仪,人类需要沟通。沟通是礼仪的首要功能,也是礼仪的首要目的。

(二)协调的锁链

每个人都是社会舞台上的演员,既要演好自己的戏,又要善于与其他角色协调配合。人们在交往过程中,需要以礼仪这种交际手段来不断调节,按一定的规范协调人际关系。人,既是个体的人,也是社会的人。我中有你,你中有我,这是人类的显著特点,是礼仪调节人际关系的出发点。公共关系的发展,靠个体彼此之间的协调,也靠个体与群体之间的协调。这样才能使你、我、他融合在一起,形成一个社交整体,从而在各自的位置上推动社会前进。交际礼仪能使陌生人相识乃至相相知,能使相识相知的人更进一步加深情谊。

小贴士 人在社会中生活,需求是多种多样的,既有包括物质在内的基本需求,也有包括精神在内的层次需求。要满足人们的这些需求,交际礼仪就起到了显著的作用。因此,在实际工作中,我们应特别注意交际礼仪的运用,并通过它来促进本人或本组织的发展,树立良好的形象。

做一做

在社会交往中,礼仪应该遵循哪些原则?

第二节 公关与礼仪

良好的礼仪修养是公关人员必备的素养,是公关工作的前提。知礼、守礼才能保证与人正常交往,良好交往,才能赢得人们的尊敬,塑造一个良好的个人形象,同时也塑造良好的组织形象,从而更好地开展公关工作。否则,不仅损害个人形象,也损害组织形象。

一、公共关系

公共关系是社会组织为了寻求良好合作与和谐发展,通过形象塑造、传播管理、利益协调等方式,同相关的公众结成的一种社会关系。

(一)公共关系的要素

小贴士 公共关系的组成主要有三大要素:社会组织、媒介、公众。社会组织是公共关系活动的主体,公众是公共关系活动的客体,传播是公共关系活动的媒介。

1. 社会组织

社会组织是人们根据社会分工的需要有计划、有组织建立起来的一种社会机构。社会组织具有一定的组织形象。组织形象是指公众对于社会组织的总体评价和印象,是社会组织在公众心目中的反映。它本身是一个中性概念,一般由组织内在精神和组织外在风格构成。社会组织是在一定的环境中运行的。公共关系作为社会组织运行过程中的一个方面的工作,主要面对的是公众环境。

2. 公众

公众是特指公共关系对象,即与公共关系主体联系及相互作用的个人、群体或组织。公众具有同质性、多样性、相关性、多变性。公众是社会组织公共关系的对象。任何一个组织都处在一定的内外环境之中,这个环境就是指组织所面临的各种社会条件以及各类内外部公众人。任何一个组织的公众都可分为内部公众和外部公众,因而有内部公共关系和外部公共关系之分。公共关系的重要职能就是通过创造性的工作,给自身事业的发展创造一个最佳的社会关系环境,使自己适应于环境,也使环境适用于自己。公众可分类为内部公众、顾客公众、媒介公众、政府公众、社区公众和国际公众。

3. 传播

传播特指人与人、人与群体或社会之间的信息传递、接受、交流、分享过程。在公共关系中,传播是一种有着独特的规范的信息传播活动,它不仅包括信息传递、接受、交流、分享一系

列过程,还包括信息的收集与处理,并且综合地运用各种传播方式和传播媒介。公共关系的一切活动都是传播活动。这种传播,不仅指通过传播媒体的大众传播,而且更多的是指人际传播,有时还指不同文化背景之间的跨文化传播;不仅指信息传播,而且更多的是信息沟通、情感传递、形象传播。

(二)公共关系的特征

1. 以美誉为目标

在公众中塑造、建立和维护组织的良好形象是公共关系活动的根本目的,而这种形象既与组织的总体有关,也与公众的状态和变化趋势直接相连。这就要求组织必须有合理的经营决策机制、正确的经营理念和创新精神,并根据公众、社会的需要及其变化,及时调整和修正自己的行为,不断地改进产品和服务,以便在公众面前树立良好的形象。可以这么说,良好的形象是组织最大的财富,是组织生存和发展的出发点和归宿,企业的一切工作都是为了顾客展开,失去了社会公众的支持和理解,组织也就没有存在的必要了。

2. 以沟通为手段

在现代社会,社会组织与公众打交道,实际上是通过信息双向交流和沟通来实现的。正是通过这种双向交流和信息共享过程,才形成了组织与公众之间的共同利益和互动关系。这是公共关系区别于法律、道德和制度等意识形态的地方。在这里,组织和公众之间可以进行平等自愿的、充分的信息交流和反馈,没有任何强制力量,双方都可畅所欲言。

3. 以利益为纽带

对于一个社会组织而言,当然应该追求自身利益的最大化,但很多组织在这一过程中却发生了迷失。有的为求得一时之利,却失去更多,有的甚至什么也没得到。造成这种现象的根本原因就在于:利益从来都是相互的,从来没有一厢情愿的利益。人际交往中人们常说:与人方便就是与己方便;而对社会组织而言,只有在互惠互利的情况下,才能真正达到自身利益的最大化。组织的公共关系工作之所以有成效、之所以必要,恰恰在于它能协调双方的利益,通过公共关系,可以实现双方利益的最大化,这也是具备公关意识的组织和不具备公关意识的组织的最大区别。

4. 以真诚为信条

追求真实是现代公共关系工作的基本原则,在现代社会中,信息及传媒手段空前发达,这使得任何组织都无法长期封锁消息、控制消息,以隐瞒真相,欺骗公众。正如美国前总统林肯所说,你可以在某一时刻欺骗所有人,也可以在所有时刻欺骗某些人,但你绝对不能在所有时刻欺骗所有人。真相总会被人知道。因此公共关系强调真实原则,要求公关人员实事求是地向公众提供真实信息,以取得公众的信任和理解。

5. 以长远为方针

由于公共关系是通过协调沟通、树立组织形象、建立互惠互利关系的过程,这个过程既包

括向公众传递信息的过程,也包括影响并改变公众态度的过程,甚至还包括组织转型,如改变现有形象、塑造新的形象的过程。所有这一切,都不是一朝一夕就能完成的,必须经过长期艰苦的努力。因此,在公共关系工作中,公共关系组织和公关人员不应计较一时的得失,而要着眼于长远利益,只要持续不断地努力,付出总有回报。

(三)公共关系的原则

1. 求真务实

真实性原则是指组织在开展公共关系活动时,必须建立在组织良好行为和掌握事实的基础之上,向公众如实传递有关组织的信息,同时向组织决策者如实传递有关公众的信息。真实是公共关系的基本原则,也是对公共关系人员的根本的道德要求,是公共关系的生命。隐瞒、歪曲、推诿是公共关系的大敌,坦诚、亲切、负责的态度是公共关系成功的要诀。如果公共关系传递的信息的真实性受到怀疑,那么公共关系工作就很难取得预期的效果。公共关系如实地输入信息很重要,如实地输出信息更重要。真实与信誉相通,真实是取信于民的资本。真实性受到怀疑,组织的声誉将会受到严重的损害。

2. 平等互惠

社会组织在开展公共关系活动中,要注意信守平等互惠原则。平等互惠原则是指公关活动要兼顾组织与公众的双方利益,在平等的地位上使双方互利互惠。公共关系活动必须遵守平等互惠的原则,不能单纯追求组织单方面的利益。只有在公众也同样受惠的前提下,才可能得到公众的支持和合作。事实上,任何一种良好的社会关系要得到维护和发展,都必须对双方有利。公共关系强调主体和客体的平等权利和义务,尊重双方的共同利益和各自独立的利益,谋求本组织利益与相关公众利益的平衡协调并促成组织运作与环境达成自动平衡。对企业来说,平等互惠是与物质利益紧密联系在一起。现代公共关系是建立在商品经济基础上的。在商品经济中,商品生产经营者的主要目的之一是获取利润。为此就要生产、经营对他人有用的商品。商品生产者不能随心所欲地“赚钱”,它要受等价交换原则的支配。建立在商品经济基础上的公共关系既有合作又有竞争;既有互助的道德人情的联系,又有讨价还价的交换关系,不讲互利是建立不起科学的公共关系的。

小贴士 平等互利,就是既讲“利己”,又讲“利他”。公共关系并不是一味地讲“利他”,也要讲“利己”,但“利己”不是利己主义。公共关系是在不违反法律和道德的前提下,让别人先得益,最后对自己也有利。

3. 整体一致

整体一致原则是指社会组织在开展公共关系活动时,要站在“社会”的高度,对由活动可能产生的对社会经济效益、社会生态效益及社会精神文明建设等几方面的影响综合起来统一考虑,使诸方面均符合公众的长期利益和根本利益。这种力求使诸因素效益一致的思想 and 作

法我们称其为整体一致原则。在社会文明不断发展的今天,越来越多的社会组织认识到坚持社会整体效益的重要性。主动贯彻整体一致思想,严格按整体一致原则办事,在社会上产生了积极影响。

4. 全员参与

全员公关原则是指一个组织公关工作的开展,不仅要依靠专职公关机构和公关人员的不懈努力,而且有赖于组织由各部门和全体员工的配合,要求组织的全体成员都注意树立公共关系观念,都要关注并参与公共关系工作,都要为公共关系工作作出贡献。只有全员公关,才能建立和维持组织的良好公关状态;对组织负责和对公众负责是每个员工的神圣职责;全员公关原则的确立,也是由我国组织的社会主义性质决定的。全员公关既是员工的责任和义务,也是员工应有的权力。

小贴士 公共关系作为一种管理职能,其责任是管理组织的无形资产——知名度和美誉度。全员公关是社会主义组织民主管理方式在公关这一特殊管理上的体现。

(四)公共关系的作用

1. 对社会组织的作用

当公众对社会组织缺乏认识和了解时,社会组织应主动地宣传自己、介绍自己,促进公众的认知和了解。有了良好的评价之后,组织应努力强化这种良好的舆论态势,使社会组织形象深入公众心中。当社会组织形象受损时,组织应该根据不同情形采取相应措施。在公关过程中,通过社会交往,塑造单位良好形象。公共关系的对象——公众,是特定的人群而不是单个的人,但是任何公关工作总是要落实到个人身上。因此,除了通过大众传播引导舆论从而影响大量公众外,借助各种社交活动即人际交往,为组织建立广泛的社会联系,“广结良缘”也是公共关系的重要功能之一。公共关系还能沟通内外,减少摩擦,化解冲突,平衡关系。

2. 对个人的作用

公共关系能推动个人观念不断更新,促使个人能力得到提高。在从事公关活动时,公关人员的交际能力和水平往往会对公关活动效果产生很大影响,有时甚至是决定性的。交际能力在公关活动中有极大的重要性,因此公关人员必须努力学习并掌握各种交际礼仪和规范,不断提高自己的交际能力和水平。在公共关系活动中,公关人员常常要与不同的组织和个人打交道,经常会面临各种突发事件,其自身的心理状态也会随时发生变化。这就促使公关人员要随时调整自己的心态,摆正自己的位置,在任何情况下都能以良好的职业态度和乐观的心情去面对工作和生活,这样就会对提高自我调节能力有所帮助。

小贴士 公关人员在从事公关工作中,其应变能力自然而然地得到锻炼并且逐步提高。

3. 对社会的作用

公共关系能净化社会风气,调控社会行为。以追求交流、协作、互惠互利为特色的公关意识和以运用公平、公正、公开的手段为特征的公关活动,在 20 世纪逐渐得到了社会的认同,进而成为了现代占主导地位的社会观念和价值标准的一个非常重要的方面,使得那种暗箱操作、权钱交易、权色交易、钱色交易等丑恶行为越来越受到社会舆论的谴责。通过公平、公开、互惠互利的公共关系活动,完全可以达到目的,人们当然没有必要再去用那些不正当的或有违法律和道德的手段。这样,公共关系就在无形中起到了净化社会风气、调控社会行为的作用。

公共关系可以提供给社会一种良好的关系氛围,它可以用真诚广泛地进行社会交往、双向交流、沟通,帮助人们摆脱孤独、恐惧、忧虑和隔阂,帮助人们提高心理适应能力和心理承受能力,从而营造一种良好的社会心理环境。在公关活动中,社会成员看到自己的意见得到重视、自己的权利得到尊重,又会唤起他们对社会事务、国家事务的主动参与意识,这样就会在社会形成一种积极、健康的政治环境,这将大大有利于民主政治的健全和发展。

二、公共关系礼仪

美国心理学家马斯洛曾经提出“人的需要”五个层次,即生理需要、安全需要、爱的需要、尊重的需要、自我实现的需要。这五种需要由低层次向高层次发展,其中爱的需要、尊重的需要、自我实现的需要,有助于我们理解公共关系中的礼仪问题。

(一) 礼仪是公关的需要

在公共关系工作中,不同组织的人经过接触、交往,就会产生一定的情感,这种情感是建立友谊、彼此互相接纳的前提。公共关系工作之所以要花很大的精力用于人际交往,加强与组织内部和外部公众的感情联系,甚至不惜感情投资,是因为组织满足各类人物的这种需要,可以使公众在被爱和有所归属的感觉中,增强对组织的向心力。同时,组织也因为有了对公众表示爱和接纳的行为,增强了组织的吸引力和凝聚力。尊重的需要,包括自己受到社会和他人的尊重、自己尊重自己两方面。他尊就是渴求社会和他人的注意、承认、接受、赏识,有尊严、有地位、有威望;自尊则渴求信心、独立、支配、力量、成就,体验自我存在的价值。公关的本质,就是在公关活动中注意人的尊重。有了尊重,在公关交往中就不会随心所欲、粗俗无礼,就会珍惜他人的人格和价值,关心组织、他人的利益和需求,按照他人能够接受、感到满意或愉快的方式去交往。有了尊重,在公关交往中就会尽可能地表现出自信和能力,充分展示外在魅力与内在的人格力量,树立良好的形象,以得到社会与他人的尊重与赏识。

正因为人有友爱、合作、尊重、名誉、注意等需要,长期以来,在人与人交往实践中形成了各种各样的礼仪。不同国家、不同民族、不同社会交往场合均无例外。只要人与人进行交往,就会伴

随一定的礼仪。因为,礼仪通过表示礼貌、敬重的礼节和仪式,来满足人们的友爱、合作、尊重、名誉、注意等需要。它反映了社会交往的一定规则、习俗和程序,成为社会交往的行为规范和人际关系中各个角色应具备的权利与义务。有了礼仪,人与人之间的关系就有了润滑剂,可以正常、协调、轻松,甚至愉快地维持和发展。公关礼仪最终是体现人与人、组织与组织的和谐与合作。人的自我实现的需要,在公关礼仪中,表现为美好的个性、对组织和他人善良的态度、个人潜能和道德力量的充分发挥,可以促使公关礼仪的价值在公关工作中完满地体现出来。

(二)礼仪在公共关系中的作用

小贴士 公共关系不等同于人际关系,因此,人际关系中的礼仪不可能完全满足公共关系的需要,公共关系必须建立自己的礼仪体系。

为了实现公共关系中的“人和”,保证有良好的公共关系状态,就要懂得尊重他人的各种需要,讲究礼仪。在公关交往中,遵循礼仪,不但有利于组织与公众的沟通,而且有利于树立本组织的良好形象,推动组织发展。公关礼仪在公关工作中起着举足轻重的作用。

1. 交流信息

在公共关系的交往中,人的主观能动性被充分调动,各种传播媒体在人的不同交往形式中,发挥信息沟通的作用。或者是人与人的直接交往,如聚会、访问、谈判等,或者是人们运用报纸、刊物、广播、电视、电话、宣传资料、实物、书信进行的间接交往。交往中促进了信息的流动,达到了人与人之间的信息沟通。公共关系中的各种交往形式,无疑对加强社会组织与公众之间的联系,促进信息的沟通,起了积极的作用。

2. 协调沟通

礼仪借助于一定的外部表情形式,如问候、握手、邀请、迎送、慰问、预约等等,能够促进公共关系的协调。一个组织与公众的关系是丰富多样的,有内部公众关系,如职工关系、干群关系等;有外部公众关系,如顾客关系、新闻媒介关系;有个人与个人间的关系,如领导与具体群众、售货员与具体购买者的关系;有组织与个人,如企业与具体记者、具体消费者的关系;有组织与组织的关系,如企业与政府、工厂、社区中商场、学校的关系等。不管是以职务名义或组织名义与公众打交道,由个人出面交往是必然的。在为实现公关目标所进行的社会交往中,人人要遵从社会的行为规范,按照正常的社会秩序,遵守一定的礼仪,这样才能与他人保持一种平等、互相尊重、相互帮助的关系,避免出现交往中的人际障碍和摩擦,使相互之间的关系协调发展,促进社会组织工作的顺利开展。

3. 广结良缘

每一个社会组织为了生存和发展,不仅要巩固现有的公众关系,还要“广结良缘”,拓展多方面的新的关系,以求得到更多公众的理解和帮助,创造出良好的生存与发展的内外部环境。俗话说:“多个朋友多条路,多个敌人多堵墙。”对人的真诚、友善、谦让、得体,美好的仪容、仪表、仪态,