

公关

ZHANGYANSONG BIANZHU

张岩松 编著

交际艺术

GONGGUAN JIAOJI YISHU



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

公关

ZHANGYANSONG BIANZHU

张岩松 编著

交际艺术

GONGGUAN JIAOJI YISHU



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

公关交际艺术/张岩松编著. —北京: 经济管理出版社, 2004

ISBN 7-80207-017-1

I. 公… II. 张… III. 人间交往 IV. C912.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 086418 号

出版发行: 经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 北京海淀求实印刷厂

经销: 新华书店

责任编辑: 卢小生

技术编辑: 晓 成

责任校对: 平 实

787mm×1092mm/16

17.5 印张

321 千字

2004 年 9 月第 1 版

2004 年 9 月第 1 次印刷

印数: 1—6000 册

定价: 25.00 元

书号: ISBN 7-80207-017-1/F·18

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部
负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974

邮编: 100836

前言

无论从人的生存和发展的本质，还是从当今社会发展的特点来看，人都是离不开自己的同类的，人需要交往。早在距今 3000 多年前《诗经》中就有“嘒其鸣矣，求其友声。相彼鸟矣，犹求友声；矧伊人兮，不求友声”的诗句，充分表达了人类渴望交往的愿望。

与人之间的接触、交流无疑是一项挑战，许多人在这项挑战中失败了。美国人际关系学者阿尔伯特·爱德华·威根，在他的研究报告《探索你的心理世界》中指出：在一年内失去工作的 4000 名职工中，只有 400 人即总数的 10% 是因不能胜任工作而被开除的，其余 90% 则是因为不能很好地处理人际关系而被解雇的。这在一定程度上印证了美国人际关系专家戴尔·卡耐基的话：“一个人事业的成功，15% 靠自身的努力，而 85% 取决于良好的人际关系。”

人与人的交往可谓是人类社会中最具奥秘、最丰富的学问，也是公共关系中最生动最活跃的组成部分。因此，了解和掌握公共关系艺术，对提高人际交往的信心和能力，不断赢得各类公众的赏识、支持、合作和友谊，塑造良好的个人形象和组织形象，促进各项事业的成功都是具有深远意义的。正是基于此，作者才不揣浅薄，编写了《公关交际艺术》一书。

本书从人际交往、语言艺术和交际礼仪三个方面对公关交际艺术进行了探讨，努力做到融理论性、实践性、知识性、趣味性和可操作性于一体，深入浅出，翔实具体，为帮助读者掌握并在实践中更好地应用公关交际方面的知识和技巧，每章后列举了“思考·讨论·训练”题若干。本书既可作为公关人员、市场营销人员、商业服务人员等各界人士了解公关交际艺术，不断提高交际能力和水平的实用手册，还可作为各类高校提高大学生公关基本素质的教材。同时它对每一个想搞好人际关系，实现自我价值的人都具有较深刻的指导意义和参考价值。

本书在编写过程中，参考了大量报刊文献，吸收了国内外学者的最新研究

成果，在此向各位专家、学者表示衷心的感谢。本书的出版得到了经济管理出版社卢小生社长的大力支持与帮助，在此一并致谢。

本书是尝试之作，加之作者学识水平有限，对书中的疏漏之处敬请读者批评指正。

作 者

2004 年 4 月于大连

目 录

上篇 人际交往

第一章 公共关系人际交往概述	(3)
第一节 人际交往的含义与类型	(3)
第二节 现代人际交往的特点	(6)
第三节 公共关系与人际关系的异同	(9)
第四节 公共关系人际交往原则	(12)
第五节 人际交往在公共关系中的作用	(20)
思考·讨论·训练	(22)
第二章 人际交往指导	(24)
第一节 交际障碍分析	(24)
第二节 人际吸引规律	(32)
第三节 交际心理效应	(38)
第四节 交际素质培养	(44)
思考·讨论·训练	(53)
第三章 人际交往技巧	(57)
第一节 熟记姓名 赢得公众	(57)
第二节 察言观色 知人而交	(59)
第三节 巧妙暗示 增进效果	(64)
第四节 自我披露 展示形象	(66)
第五节 认真聆听 尊重公众	(70)
第六节 空间距离 服务交往	(73)
第七节 成功切入 融洽关系	(79)
思考·讨论·训练	(83)
第四章 公共关系交际方式	(85)
第一节 招待宴请	(85)

第二节 联谊活动	(90)
第三节 专题会议	(94)
第四节 参观游览	(101)
思考·讨论·训练	(104)

中篇 语言艺术

第五章 公关语言概述	(107)
第一节 公关语言的主要形式	(107)
第二节 公关语言的功能	(112)
第三节 公关语言的运用原则	(114)
思考·讨论·训练	(124)
第六章 公关语言艺术运用(上)	(127)
第一节 提问的语言艺术	(127)
第二节 介绍的语言艺术	(130)
第三节 答记者问的语言艺术	(132)
第四节 赞美的语言艺术	(136)
第五节 即兴讲话的语言艺术	(140)
第六节 交谈的语言艺术	(142)
思考·讨论·训练	(147)
第七章 公关语言艺术运用(下)	(149)
第一节 谈判的语言艺术	(149)
第二节 论辩的语言艺术	(158)
第三节 演讲的语言艺术	(162)
第四节 推销的语言艺术	(175)
思考·讨论·训练	(187)
第八章 语言艺术修养	(191)
第一节 塑造良好的语言形象	(191)
第二节 形成独特的语言风格	(193)
第三节 培养优异的表情语言	(197)
思考·讨论·训练	(199)

下篇 交际礼仪

第九章 交际礼仪概述	(203)
第一节 交际礼仪	(203)
第二节 公关礼仪	(208)
第三节 交际礼仪与公关礼仪的关系	(211)
思考·讨论·训练	(213)
第十章 个人礼仪形象塑造	(214)
第一节 仪容	(214)
第二节 仪表	(218)
第三节 仪态	(222)
思考·讨论·训练	(228)
第十一章 日常交际礼仪	(230)
第一节 称呼	(230)
第二节 握手	(233)
第三节 名片	(235)
第四节 电话	(238)
第五节 馈赠	(242)
第六节 赴宴	(246)
第七节 探访	(249)
思考·讨论·训练	(251)
第十二章 涉外交际礼仪	(254)
第一节 东西方文化差异对礼仪的影响	(254)
第二节 涉外交往的基本原则	(259)
第三节 涉外交往的礼仪修养	(263)
思考·讨论·训练	(271)
主要参考书目	(272)

上 篇

人 际 交 往

一个人事业的成功，15%靠自身努力，而85%取决于良好的人际关系。

——戴尔·卡耐基

知识使人变得文雅，而交际能使人变得完美。

——托马斯·富勒

处理人际关系的能力就像日常生活中的糖和咖啡一样必不可少，我愿意出高薪聘请这类人才。

——约翰·洛克菲勒

第一章

公共关系人际交往概述

人际交往是公共关系中最活跃、最生动的组成部分，掌握公共关系人际交往的基本规律对公关人员塑造良好的个人形象和组织形象，实现公共关系目标具有至关重要的意义。

本章拟探讨有关人际交往的基本情况、人际交往与公共关系的关系及其在公共关系中的作用等问题。

第一节 人际交往的含义与类型

一、人际交往的含义

古希腊哲学家亚里士多德曾说：一个生活在社会之外的人，同人不发生关系的人，不是动物就是神。如果人完全脱离了人际交往，脱离了社会，人就不再是人，而成为动物。美国心理学家沙赫特曾做过这样的实验：他以每小时15美元的酬金先后聘请了5位志愿者进入一个与外界完全隔绝的小屋，屋里除提供必要的物质生活条件外，没有任何社会信息进入，以观察人在与世隔绝时的反应。结果，其中1个人在小屋里只待了两小时就出来了，3个人待了两天，最长一个人待了8天。这位待了8天的人出来后说：“如果让我再在里面待1分钟，我就要疯了。”实验证明，没有一个人愿意与其他人隔绝，人们都害怕孤独。国外有的学者估计，人们在日常生活中，除8小时的睡眠时间以外，其余16小时中约70%（10小时左右）都在进行着人际交往。那么，究竟什么是人际交往呢？

交往是标志人类活动的特殊领域的概念。交际在英语中使用“Communi-

cation”一词表达,其含义有通讯、传达、交流、意见的交换等。交际在汉语中又称为交往。“交”有接合、通气、赋予的意思;“际”有接受、接纳、交合、会合、彼此之间等意思。朱熹对“交际”的注释是:“交际谓人以礼仪币帛相交接也。”这里所说的“礼仪”的“相交接”,即日常所说的“礼尚往来”,主要是指人与人之间的精神性的交换;而“币帛”的“相交接”,是指人与人之间的物质性的交换。朱熹把人与人之间精神和物质的交换称为交际,这种诠释是很有见地的。

由此可见,人际交往是人在共同社会活动中,通过人与人之间的相互接触、互通信息、交流情感,或达到相互了解,彼此吸取对方的长处和积极因素,从而增进友情,和谐合作,促进事业成功;或彼此满足相互间的精神慰藉,实现自我价值,增加社会群体的凝聚力。

人际交往是人得以生存、人类社会得以存在和发展的基础和保证。纷繁复杂的人类社会是人际关系耦合的网络系统,而交际是将个人与个人、个人与群体、群体与群体联结成社会网络必不可少的手段,是促进人际关系和谐、保持社会有机稳定发展的强有力的纽带。人际交往根植于人类的合群性,发展升华于人的劳动过程。人要生存,就要生产,而生产必然有人与人之间的各种联系和交往,从而使交际成为社会生产的必要条件。马克思说,人的本质是一切社会关系的总和。人的一切社会关系正是在人际交往中得以暴露和展示的。每个人在交际中实现其自身,实现其人的社会属性,肯定其价值。总之,没有了交往,便没有了人和人类社会。

人际交往是人类生活中不可或缺的重要组成部分。在现代社会中,人们所从事的劳动和工作越来越复杂,社会化程度越来越高,既有严密、科学的分工,又有严格的整体配合,需要越来越多的人合作才能成功。同样,随着人们物质生活水平的提高,各种信息纷至沓来,人们比以往更渴望理解、更渴望沟通、更渴望文化生活和精神交往,而交际恰似劳动、语言和闲暇一样,是人类生活中不可或缺的重要组成部分。

人际交往活动是非常复杂的,有着各种各样的形式和内容,但在人际关系的一般结构中,包括以下6种要素:

1. 两个或两个以上的人。两个人构成交际的最基本单位。单个人所进行的活动尽管可能涉及另外的人,但也不能称为交际;同时,交往中的个人都具有自己的个性心理特征,每个人的个性心理特征都会影响交际过程。

2. 特定的交际动机。人的任何交际活动都是由特定的动机推动的,是为了满足某种需要。动机所指向的目标可能是物质的,也可能是精神的。

3. 相互认知。交际中的人与人之间存在相互觉察、了解以及彼此基础上

的相互理解。同时,伴随相互认识,每个人都会有感情的投入,产生或喜欢,或厌恶的情感倾向。

4. 相互沟通。交际中的双方存在着信息的交换。沟通既包括认识上的沟通,也包括情感上的沟通。沟通可能以语言为媒介,也可能以非语言的动作、表情为媒介。信息沟通是产生相互认知、达到交际目的、建立人际关系的基础。

5. 心理和行为上的互动。在交往中,一方发出的信息刺激会引起另一方心理和行为上的反应,这种反应又会作为新的信息刺激作用于前者,由此产生双方的相互作用与相互影响。

6. 一定的交往情景。人和人之间的任何交往都是在一定的社会背景和现实的社会环境中进行的,特别是交往时所处的现实微观环境会给交往带来直接的影响。

二、人际交往的类型

在现实生活中,人际交往的方式、种类很多,同时各种方式和种类又各有不同的功能。我们可以按照不同的标准,把人际交往分为各种不同的类型。

(一) 根据交往的规模分类

根据交往规模的大小,可分为个人与个人的交往、个人与群体的交往、群体与群体的交往、群体与组织的交往、组织之间的交往、组织与个人的交往等。

(二) 根据交往使用的符号分类

语言交往是通过有声的口头语言进行的交往。语言作为一种符号,是人类最基本的交际沟通工具。人运用语言进行交往的基础,是交往双方对同一语言所代表的意义必须有共同理解。使用不同方言或使用不同民族语言的人相互交往就会发生困难,必须借助翻译作为沟通中介。语言的作用是传递信息。说话、演说、讲课、作报告、打电话都是在主要运用语言传递信息。

非语言交往是指人与人之间用一定的身势动作传递信息、相互作用的方式。在人际交往中,目光、手势、体态、面部表情都能传递大量信息,其中以目光和面部表情传递的信息最为丰富。眉飞色舞表示喜悦,瞠目结舌表示惊讶,横眉冷对表示愤怒,嗤之以鼻表示轻蔑。人的眉、眼、口、舌、鼻和面部肌肉的综合运用,可以向对方传递自己多姿多彩的心理活动。公关人员在与公众的交往中,其一言一行、一举一动都能表达出对于对方是否尊重、信任、热情、友好,这看起来是细枝末节,但往往会给交往带来很大影响。

（三）根据信息的传递方式分类

根据信息的传递方式分类，可以把交往分为口头交往、书面交往和大众传播。

口头交往即语言交往。书面交往是运用书面文字进行的交往活动。写信、发通知、发布告、拍电报都是书面交往。自从人类发明了文字，人类的交往方式向前大大跨越了一步。书面交往不像语言交往那样稍纵即逝。它传递的信息能够再现，一纸情书可以反复阅读，余味无穷。它还可以保存、查对。文字表达能力是公关人员必备的素质之一。

大众传播是用现代传播工具为媒介所进行的信息交流活动。自从人类发明无线电广播、电子等现代通讯工具以来，大众传播迅速发展起来。大众传播手段的发展使地球“缩小”了，使人际间的距离拉近了，虽然远在天涯，却似近在咫尺。它在公关中被广泛运用。

此外，我们还可以根据交往的其他形式划分出其他若干交往类型。例如，根据人们交往的信息流向将其分为单向交往和双向交往；根据交往时间分为长期交往、间断交往和偶然交往；根据交往的途径可分为直接交往（双方利用口头、形体语言）和间接交往（双方利用媒介）；根据交往者不同的人际关系特征分类，一般可分为血缘关系的交往、地缘关系的交往、业缘关系的交往。

从以上诸种分类中，我们对交往的形式及其特征可谓初见端倪了。值得注意的是，在实际交往中，往往是各种类型交叉、融合、共同发生作用，而不是简单割裂的，在公关交际中尤其是这样。

第二节 现代人际交往的特点

一、讲求实惠

在现代社会条件下，虽然商品经济由落后趋向发达，生产力由低水平向高水平发展，但绝对“大公无私”的社会经济基础及由此决定的社会心理基础并不完全具备，人与人之间的大部分联系，取决于对方能否给自己提供帮助并给对方合理的、力所能及的回报。也就是说，现代人际交往更讲究实际，讲究互惠互利。如果在交往中双方能够为对方提供合理的、力所能及的帮助或回报，则会在长时间内保持良好的交往关系；一旦一方感到对方无论在精神上或物质

上都不能使自己有所收益时,或感到对方的需求对自己是一种负担、一种累赘时,双方的关系便可能淡化、疏远甚至终止。

二、注重效能

珍惜时间,注重办事效率,是现代人际交往的另一个重要特征。科技进步促进了经济发展,物质生活更加丰富,文化生活色彩纷呈,人们比以往更感到时间的紧迫。“时间就是金钱,效率就是生命”的观念深入人心,这成为指导现代人际交往的信条。人们不满足于在人际交往中反复考虑、犹豫不决、有意拖延,无实质性的接触也令人生厌,明快、高效的交际受到普遍的欢迎。这与观念陈旧、思维迟钝、缺乏紧迫感的传统人际交往形成鲜明的对照。

三、讲究技巧

与传统人际交往相比,现代人际交往的目标性明显增强。在公共关系中,人际交往或是为了树立组织形象、传播沟通信息,或是为了协调谅解、咨询建议……为了达到目的,人们往往依据心理学知识,学习和掌握人际交往的方法技巧,研究对方的人格特征和行为特征,破除陈旧的框框和固定不变的模式,采取灵活多变的交往方式,以达到交往的目的。

四、接触广泛

与过去相比,人们需要更多的工作伙伴和朋友,加之由于社会生活内容的复杂性,也决定了现代人际交往具有广泛性的特点。人们的横向交际明显加宽,交际的空间距离增大,范围宽广,渠道增多,方式更为多样。现代人一扫传统人的“各人自扫门前雪,莫管他人瓦上霜”、“鸡犬之声相闻,老死不相往来”的行为特征,广交朋友,博采信息,跨越单位、职业、性别、年龄、职位等纵向和横向障碍,形成了广泛而深刻的人际联系。人们穿梭般往来于城市与城市之间,而城市生产生活中的流水作业、公众集会、社团组织、娱乐活动、体育比赛,等等,使芸芸众生匆匆相聚又匆匆分离,形成了人际交往频率高、时间短、接触广泛的活跃局面。

五、缺乏深度

现代交际，一方面具有广泛性，即人际交往的视野开阔、人员众多、范围宽广、接触频繁；另一方面又具有缺乏深度的特点。由于世俗的影响，交际的功利性加强，交际的深度受到影响，深交（一般指知心朋友）的面有所缩小，每个人也许和几位过往亲密、相知很深的亲属、朋友、师长保持长期的联系，但和成百上千的人只能是泛泛之交，“闹市中的孤独者”增多，他们忙忙碌碌，送往迎来，又慢慢在交际中感到人与人之间缺乏理解、缺少真正的友谊。为解决这种情况，专家们提出“有限交往”的理论，即不求全方位的交往，只求某一两个方面的交往，比如棋友、牌友、茶友、球友，等等。我们不妨在相交往的每个人身上只取其一点加以接纳，以此为基础，同其建立良好的人际关系。这样，众多的呈射线状的“有限交往”，便构成了我们全方位的交往网络。如果真正做到，就会拥有许多朋友。这一理论对每个公关人员都是有启发的。

六、选择面宽

过去，单调的生活方式造就人际交往中单调的模式：要么对方和您是亲戚关系，要么是由于业务的必要往来而不得不保持联系。今天不同了，由于科技的进步，经济的发展，物质比以往表现更加丰富而多变化，文化生活也色彩缤纷，人们从您的身边匆匆地流过，各种信息扑面而来，令您应接不暇。多种多样的选择机会摆在您面前，令人欣喜而又眼花缭乱。特别是您将选择的朋友，有的是心目中期待已久的英雄、偶像，有的可能是在某次接触中忽然认识到对方价值的新派人物，有的也许自此成为良师益友……显然，选择面宽是时代进步的一个标志。

七、层次提高

随着人们物质和精神生活水平的提高，越来越多的人的社交由追求低层次需求的满足逐渐向高层次转化，更多的人已不满足于社交功能仅局限在生活中的互相帮助，或一起喝喝酒、聊聊天。他们希望通过人际交往给自己更多精神上的满足，希望在交际中能进一步提高、充实自己，希望得到别人的尊重，希望展现自己多方面的才能，所以松散的文学、艺术、体育团体及读书会等明显增多。

八、方式多元

长期以来,维系人们之间感情的重要纽带是血缘亲缘关系。近些年来,人们之间的这种亲情关系淡化了,而一些非亲情的经过“有心栽培”,感情变得比亲戚还亲。这表明人们的社交方式已从单一化迈向了多元化。推动这种进步的主要原因,当然是现代工具的日渐普及。电话、手机、互联网等现代化通讯手段,摩托车、汽车、火车、飞机等现代化交通工具,都为广泛的社交活动提供了便利的条件。人们的交往方式,已不再满足于走访住所、书信来往等传统形式了,代之以周末聚会、集体旅游、电话问候、广播电视点歌等。有些人更加开放,干脆在杂志上大大方方刊出了征友启事或上网结交网友。

第三节 公共关系与人际关系的异同

公共关系与人际关系,作为人类社会关系的两大主要关系形态,是所有社会组织都要面对并着手处理的“关系”。这两种关系的好与坏,直接关系到社会组织的生死存亡。

一、公共关系与人际关系的区别

(一) 产生基础不同

人际关系是以血缘、地缘、业缘为纽带所形成的人与人之间的相互作用、相互影响、相互联系,是一种“个体型”的社会关系,其原始形态与人类的起源同步。如兄弟姊妹、同乡、同事、同学关系等都属于人际关系的范畴。因此,可以说,凡是有人的地方就有人际关系。人际关系是人类社会中一种十分古老的、较低层次的关系形态。公共关系则是以业缘关系为纽带(即社会组织的经营行为所引发的)所形成的特定的社会组织与其相关公众之间的利益互动关系,是一种“群体型”社会关系,其原始形态产生的时间应略晚于人际关系,它以社会组织的产生为依托。如媒介关系、政府关系、社区关系等都属于公共关系的范畴。凡是有社会组织的地方都有公共关系。公共关系是人类社会中一种较高层次的关系形态。也就是说,公共关系与人际关系虽同为社会关系,但却是人类社会关系的两种不同表现形式,处于不同的层次,在性质上有