

中国现代青年
公共关系丛书
ZHONGGUO XIANDAI QINGNIAN
GONGGONG GUANXI CONGSHU

现代青年公共关系

XIANDAI QINGNIAN GONGGONG GUANXI

技巧

JIQIAO

张斯忠 主编



中国科学技术大学出版社

中国现代青年公共关系丛书

现代青年公共关系技巧

张斯忠 主编

中国科学技术大学出版社

2001·合肥

内 容 简 介

公共关系技巧是公关运作的方法与手段,公关目标与个人目标的实现,要运用一定的方法与手段,这是做好公关工作的重要环节。

本书比较全面、系统地研究了 62 个公关技巧,其中,不少技巧是首次从公关实践中提炼出来的。比如:色彩语言、花卉语言,吆喝技巧、模糊技巧、饥渴技巧;蝴蝶效应、门坎效应 杠杆效应等,运用这些技巧,有助于目标的实现。打开本书,就会看到“芝麻”为您开启智慧之门。本书内容新鲜,贴近生活,既有大量生动活泼的例子,又有理论上的探索,是广大读者尤其是青年朋友的智囊团和思想库。

本书可供有志于创业的读者、青年朋友、大、中、专院校师生和公关人员阅读。

图书在版编目(CIP)数据

现代青年公共关系技巧/张斯忠主编. —合肥:中国科学技术大学出版社,2001.6

(现代青年公共关系丛书)

ISBN 7-312-00994-8

I. 现… II. 张… III. 公共关系学—青年读物 IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 33424 号

中国科学技术大学出版社出版发行

(安徽省合肥市金寨路 96 号,230026)

中国科学技术大学印刷厂印刷

全国新华书店经销

*

开本:850×1168/32 印张:13 字数:338 千

2001 年 6 月第 1 版 2001 年 6 月第 1 次印刷

印数:1—5000 册 定价:18.00 元

心英日一に於同

陳亨



如日ナ。

中国现代青年公共关系丛书
编 委 会

主 任：王仲伟

主 编：张斯忠

副主编：(以姓氏笔画为序)

丁长有 陆沪根 张德芳 钱奇然

编 委：(以姓氏笔画为序)

丁长有 王仲伟 王剑华 陆沪根

张德芳 张斯忠 邵 峰 钱奇然

《现代青年公共关系技巧》
编 委 会

主 编：张斯忠

副主编：(以姓氏笔画为序)

胡中柱 洪守义 袁海燕 道良德

编 委：(以姓氏笔画为序)

胡中柱 洪守义 张斯忠

袁海燕 道良德 谢海风

总 序

王 仲 伟

现代公共关系学是现代市场经济的产物。

随着我国改革、开放的深入，社会主义市场经济的孕育和发展，“公关”也成为我国社会生活中的一个日益频繁、日益复杂的和相对独立的交往沟通的领域。

研究和掌握现代公关理论和公关技巧，可以促进我国市场经济和各项事业的发展。

活跃在公关领域中，有一支数量庞大的年轻人的队伍，他们以其特有的青春朝气、风采和创造力，给这一领域带来了一派生机与活力。

青年与公关有着特殊的联系。公共关系，作为当今纷繁复杂的社会关系，固然不是为年轻人所独占的。但是，年轻人在对事业上强烈的成功和发展的追求，年轻人对社交需求的强烈愿望，年轻人充沛的精力所焕发出的活动能量，年轻人敏捷的思维和交往活动所带来的社交节奏，年轻人丰富的情感所形成的独特魅力，年轻人健美的体魄所具有的风采，年轻人广泛的兴趣所带来的社交方式多样化，都使得他们成为当今公关舞台上的一支生力军。多数成功的公关范例是由年轻人创造的，许多公关明星诞生于青年之中，青年人使公关更充满青春活力，青年公关使青年人更焕发出青春的光华。

然而，公共关系既是一种特定的社会关系，处理这种关系又是一门专门的学问，一种特殊的艺术。我国青年要在公关活动中，如

鱼在水,泳跃自如,就得学习青年公共关系学,并在实践中不断总结经验,更好地指导青年的公关活动,从而丰富这门学科。

正是为适应我国青年掌握青年公关理论和技巧的需要,一批青年公关理论工作者和青年工作者,联袂对现代青年公关问题作了初步的探讨,并将陆续编辑出版一套“中国现代青年公共关系丛书”。虽然这套丛书限于编写水平,还有诸多不足之处,但如果它能对青年的成长、成才、发展有所启迪,如果它能使青年朋友对这一领域引起兴趣,唤起进一步探索、研究的热情,那么,丛书也就发挥了抛砖引玉的作用。这也正是我们所希望的。

序

周慕尧

公共关系这一学科队伍是在邓小平理论指引下,随着改革开放的大潮,不断成长和发展起来的,现已成为推动社会主义市场经济发展的一支生力军,为社会主义市场经济的繁荣和发展,为我国改革开放营造良好的人文环境作出了贡献。

公共关系是社会关系中的一种特殊关系,作为一种现代的文化现象,它已成为现代社会生活的重要组成部分。随着改革开放的逐渐深入和社会的不断进步,良好的经济和社会环境为青年人的发展创造了广阔的空间,借助于公共关系的理论与方法,将更有利于青年人的成长和发展。为此,部分省市的公关研究人员和青年工作者,携手撰写了《现代青年公共关系技巧》(中国现代青年公共关系丛书之三)。全书分为三大块:语言、技巧和效应,从公关的实践中,多层面多视角地总结提炼了六十多种公关的方法技巧,并广泛地进行了阐述论证。我相信:本书的出版将进一步促进公关事业的发展,并能使广大读者从中获得裨益。

中国现代青年公共关系丛书

- 现代青年公共关系学
- 现代青年公共关系技巧
- 现代青年公共关系案例精选
- 现代青年公共关系实务 (待出)
- 现代青年公共关系策划学 (待出)

H116.1/01

责任编辑：高哲峰

封面设计：晓 晨

目 次

总序	(1)
序	(3)



一、花卉语言	(3)
二、色彩语言	(11)
三、服饰语言	(18)
四、口头语言	(27)
五、头部语言	(36)
六、面部语言	(41)
七、笑的语言	(45)
八、嘴的语言	(50)
九、眉目语言	(53)
十、手的语言	(61)
十一、腿的语言	(70)
十二、实物语言	(73)
十三、幽默语言	(82)
十四、边界语言	(92)

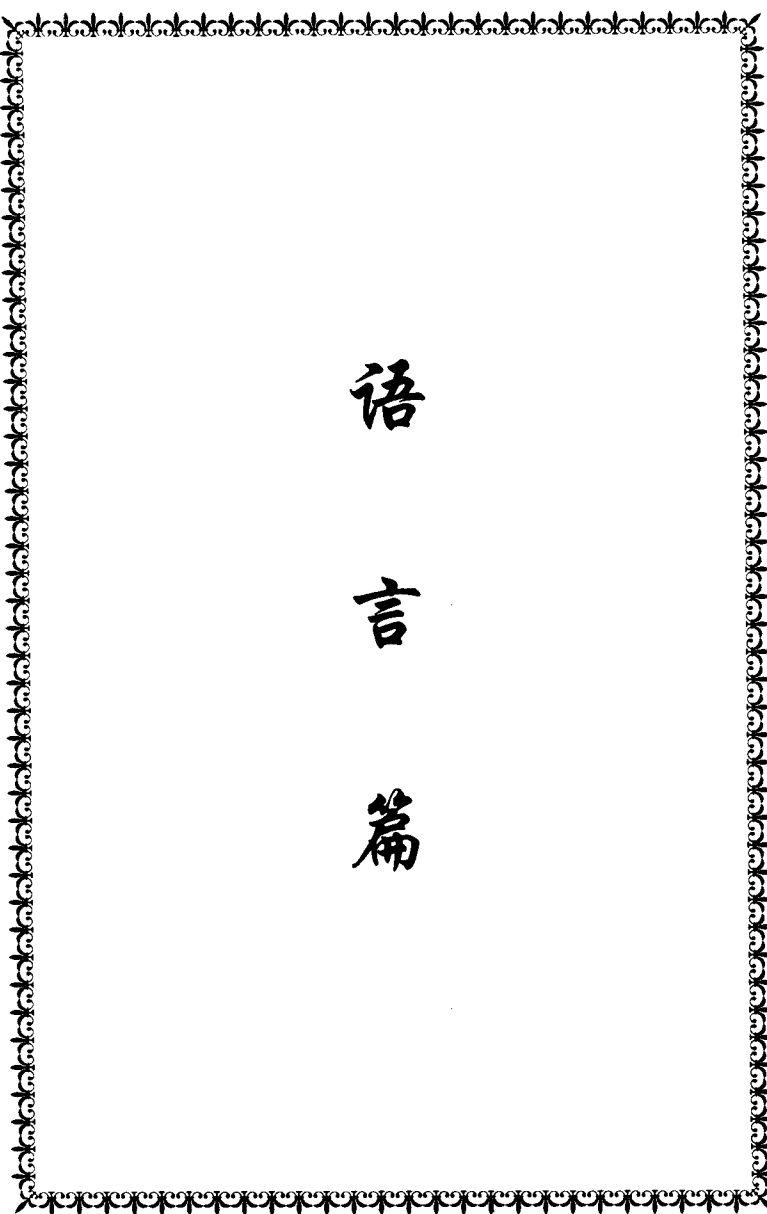


一、赞美技巧	(101)
--------------	-------

二、吆喝技巧	(108)
三、招聘技巧	(115)
四、应聘技巧	(121)
五、大学生的求职技巧	(131)
六、择时技巧	(145)
七、择地技巧	(149)
八、择机技巧	(153)
九、应变技巧	(157)
十、模糊技巧	(164)
十一、暗示技巧	(170)
十二、助人技巧	(182)
十三、拒绝技巧	(189)
十四、补偿技巧	(196)
十五、说服技巧	(201)
十六、聆听技巧	(207)
十七、隐含技巧	(212)
十八、饥渴技巧	(214)
十九、情感交流技巧	(219)
二十、相容技巧	(224)
二十一、求异技巧	(232)
二十二、求同技巧	(240)
二十三、授权技巧	(247)
二十四、谈判技巧	(251)
二十五、协调技巧	(265)
二十六、沟通技巧	(273)



一、名片效应	(283)
二、名人效应	(288)
三、名物效应	(292)
四、礼品效应	(297)
五、轰动效应	(302)
六、蝴蝶效应	(306)
七、野狼效应	(312)
八、鲶鱼效应	(315)
九、刺猬效应	(321)
十、光环效应	(325)
十一、首因效应	(332)
十二、布里丹效应	(339)
十三、门坎效应	(342)
十四、异性效应	(347)
十五、示范效应	(353)
十六、距离效应	(356)
十七、共生效应	(362)
十八、边际效应	(366)
十九、杠杆效应	(372)
二十、赞助效应	(379)
二十一、互补效应	(387)
二十二、加减效应	(392)
后记	(399)

A decorative rectangular border with a repeating floral or scroll-like pattern, enclosing the central text.

语 言 篇

原书空白页

一、花卉语言

花与草的总称,叫花卉。不同的花与草的搭配,可表示一定的含义,传达人们难以用语言表达的情意,受者破译了其中的秘密,就达到了送花人的目的。

90年代初,上海速递公司接到北京外贸部门一位洪先生的电报,请他们送一束鲜花到上海某高校的女教师宿舍,给他的同学李小姐,并附上电报。要次日早晨八点整送达。速递公司选了一束花给李小姐。花的搭配是:红玫瑰、百合花、并蒂莲、郁金香、茉莉花、勿忘我草各一支。用透明纸包好,再系一根鲜艳的绸带,更显艳丽。次日八点整,工作人员将花送到李小姐手中。她看了电报内容,双手接过花束,亲吻着尚有露水的花瓣和绿叶,顿时眼眶中注满了深情的泪水。第二天,她便飞到北京,与心上人见面了。

这是怎么一回事?原来,他们是同窗,毕业后,一个分到外贸部工作,一个留校教书。彼此鸿雁传书不断,可是谁也无勇气说出:“我爱您!”这一年外贸部门派洪先生去中国驻美国大使馆工作,三年后才能回国。于是,洪先生便致电上海速递公司,要求送一束表达恋情的花给女友。速递公司据此精心选择了花的种类,表达的花卉语言是:“我真心爱你,希望与你永结百年之喜到永远、永远!”李小姐是有很好文学修养的女性,破译了花卉的含义,欣喜若狂,芳心颤动,次日便飞到北京。

世界上的鲜花是最为清新和美丽的,将它送人,蕴含着浓浓的情意,象征着美好,为人们所普遍接受与理解。

自人类进入文明社会后,在长期的社会文化熏陶下,人们赋予

花卉各种含义,以表达人们某种情感和愿望,形成了富有诗意的花卉语言。

用花卉表达情感和愿望,是人们一种高雅的情调。以花卉为礼品,在我国的历史极其悠久。在《诗经》中,已有许多记载。此后随着社会生产和文化的发展,在文学史上留下了无数歌颂花卉的华章,像是满天繁星,表达了人们的一种美好的情操。

(一) 送花的种类

以花为礼品的形式有:

1. 盆景

茉莉花盆景、橘树盆景、五针松盆景等。这些立体的画、无声的诗,其格调高雅,为历代人们所喜爱。

2. 一束花

把几种花卉表示的语言组成一个整体,综合表示某一特定含义。迎宾时送花束或花环。

3. 一枝花

就某一特定的单纯的情感,送上一枝花或草。如情人节,小伙子送一枝红玫瑰给女友,向她求爱。

4. 胸花

一般在大型庆典中,送给单个人,别于胸前。宴会上也有送胸花的。

5. 花篮

在组织开张、纪念、庆典或隆重演出的时候,送花篮,以示祝贺,烘托气氛。

(二) 花卉语言介绍

不同的性格、不同的人、不同的年龄、不同的民族、不同的地区、不同的国家,对花卉语言的破译和理解有一定的区别,在实际运用中,应注意掌握。这儿介绍的,只是通用的花卉语言。