

公差与配合

姚宪弟

董睿

宋运城

编著

机械工业出版社

公 关 交 际 学

姚宪弟 董 睿 宋运城 编著



机械工业出版社

(京)新登字 054 号

公关交际学是公共关系学的子学科,作者以公关人员的个人交际艺术为主线,以提高公关人员的个人内在素质为目的,以全新的结构,从新的角度、新的方位,对公关人员的公关心理、公关交际、公关思维、公关准则、公关素质等进行了比较详尽的论述,集理论性、实践性、知识性、趣味性、系统性、艺术性于一体。本书既可作为各类公关专业的培训教材,又可作为公关人员的实用手册,还是广大公关爱好者的通俗读物。愿广大读者开卷有益、重塑自身。

图书在版编目(CIP)数据

公关交际学/姚宪弟 董睿 宋运城 编著. —北京:机械工业出版社, 1995. 7

ISBN 7-111-04752-4

I. 公… II. 姚… III. 公共关系学-人间交往-概论
IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (95) 第 06309 号

出版人: 马九荣 (北京市百万庄南街 1 号 邮政编码 100037)
责任编辑: 赖尚元 版式设计: 冉晓华 责任校对: 孙志筠
封面设计: 肖 晴 责任印制: 王国光
北京市密云县印刷厂印刷 · 新华书店北京发行所发行
1995 年 6 月第 1 版 · 1995 年 6 月第 1 次印刷
787mm×1092mm^{1/32} · 7.625 印张 · 162 千字
0 001—5 000 册
定价: 8.00 元

前言

伴随着我国国门的打开而步入中国大地的公共关系学，迄今不过十几年的历史。十几年来，在广大公关界人士和众多有头脑的企业家的共同努力下，公共关系在我国有了长足的发展。随着我国改革开放的不断深入，特别是社会主义市场经济的不断发展和完善，公共关系将会受到广大中国人的普遍关注和重视。中国的公共关系事业方兴未艾。但是，现行的公共关系教材，大多是介绍国外的公共关系理论，我们知道，现代公共关系学产生于西方资本主义发达国家，国外的公共关系理论不一定完全适合我国国情。如何借鉴国外经验，建立一种能够反映我国公共关系实践的特殊规律，适合我国国情的、具有中国特色的公共关系学的理论体系，开创中国公共关系事业发展的新局面的任务就摆在我们面前。

中国公共关系事业是宏伟的，前途是光明的，但仍面临着重重困难和障碍，亟待克服和消除。原因固然很多，其中一个重要原因就是公共关系从业人员的素质和管理水平不高所致。任何一项工作，都需要人去干，去实践，人的因素是决定的因素，如果没有良好素质的人，即使有再好的理论，绝好的环境和设备，也做不好这项工作，公共关系当然亦不例外。笔者在近年的教学和实践中发现，现有的公共关系学教材，虽然都程度不同地列有公共关系从业人员的素质这一章节，但由于种种原因，没能也没有展开来论述，此其一。另

一方面，一些从事公关工作的人员，素质也不高，甚至有人把公共关系当作“拉关系、走后门”，或者认为搞公关只要有漂亮的脸蛋就行，此其二。这不但歪曲了公共关系的形象，而且极大地影响公共关系工作的正常进行。因此，研究和细化公关人员的素质，培养高质量的公关人才，是我们亟待解决的问题之一。

本着上述目的，我们编著了这本《公关交际学》，旨在为尽快提高公关人员的个人素质做点工作。本书比较详尽地论述了公关与交际的关系；公关心理；公关交际艺术；公关思维艺术；公关交际之道；人际交往基础知识和公关人员必备的能力、礼仪常识和知识结构。在编著过程中，我们努力把理论性与实践性、科学性与知识性、可读性与操作性、艺术性与趣味性结合在一起，使本书既能作为公关专业的教材使用，又能作为公关人员的普通读物。根据本书所阐述的内容，对于每一个想搞好个人人际关系，实现自我价值的人，都有较深刻的指导意义和参考价值。

马克思曾经指出：“人的本质并不是单个人所固有的抽象物。在其现实性上，它是一切社会关系的总和”。^①所谓社会关系的总和，就是人们在社会实践活动中，在认识和改造自然和社会的过程中，所形成的各种复杂的社会关系的总和。具体来讲，就是物质的社会关系和精神的社會关系的总和。人的一生就是生活在这种社会关系总和之中，你既可能为这些社会关系所左右，也可能左右这些社会关系。如果你能左右这些社会关系、驾驭这些关系，并不断扩展你与这些社会关系的联系，你就会是人生的强者，你的人生就会显得更有价

① 《马克思恩格斯选集》第一卷，第18页。

值。公共关系作为庞大的社会关系家族中的一员，它和其它社会关系，特别是人与人之间的关系具有千丝万缕的联系，所以说：如果你想成为一个生活的强者，如果你想成为一个优秀的高级公关人才，如果你想实现自己的人生价值，请你一览《公关交际学》，它定会给你以真实的帮助和温馨的成功。

尝试可能成功，也可能失败，然而失败的尝试要比犹豫徘徊和固步自封更有意义。恳切期待专家和读者多多指教。

目 录

前言

第一章 概述	1
一、公关与交际	1
二、建立有中国特色的公关交际学	3
第二章 公关交际心理	5
第一节 性格篇	5
一、开放性性格	5
二、公关不适性格简介及分析	11
三、优良性格陶冶之途径	14
四、公关人员最佳性格“十度”	17
第二节 障碍篇	24
一、社会知觉和归因障碍	24
二、个性障碍	27
三、其它障碍	31
第三节 拾遗篇	33
一、同类反应法则	33
二、皮格马利翁效应	34
三、培养良好的社交风度	34
四、人和人的行为举止	36
五、处世格言十五则	38
六、交际语丝	39
第三章 公关交际艺术	40
第一节 语言交际艺术	40
一、发音基础与练习	40
二、交谈艺术	44

三、谈判艺术	48
四、演讲艺术	54
五、模糊语言艺术	57
六、反语艺术*	59
七、致歉艺术	60
第二节 非言语交际艺术	63
一、通过听觉接受信息的非言语交际	64
二、通过视觉接受信息的非言语交际	64
三、通过其他途径接受信息的非言语交际	64
第三节 其他交际艺术	74
一、劝说交际艺术	74
二、暗示感染模仿交际艺术	86
三、送礼交际艺术	99
四、与上司相处的艺术	110
第四章 公关思维艺术	115
第一节 概述	116
一、思维	116
二、思维方式	117
三、思维方法	117
第二节 思维的种类	118
一、经验思维	118
二、理论思维	120
三、形象思维	121
四、直觉思维	122
第三节 思维方法	123
一、辩证逻辑思维方法	123
二、现代科学思维方法	132
第四节 思维活动的表现形式	139
一、发散性思维和收敛性思维	139

二、单一化思维和多样化思维	141
三、纵向思维和横向思维	143
四、静态思维和动态思维	145
五、后馈思维和超前思维	147
第五章 公关交际之道	149
一、公关交际九大原则	149
二、公关交际九要诀	153
第六章 人际关系基础	172
第一节 人际关系概述	172
一、人际关系的概念及分类	172
二、人际关系形态	176
三、人际关系的平衡	178
四、人际交往	180
五、人际关系测量	181
第二节 影响人际关系的诸因素	184
一、增进人际吸引的因素	185
二、阻碍人际吸引的因素	195
第三节 建立良好的人际关系途径	196
第七章 公关交际必备	203
第一节 能力篇	203
一、交际能力	203
二、出色的语言表达能力	204
三、较强的组织能力	205
四、出色的应变能力	206
五、敏锐的观察能力	207
六、科学的分析和判断能力	207
七、文字表达能力	208
八、良好的阅读能力	209
九、超常的记忆能力	209

十、有效的自我控制能力	210
第二节 礼仪篇	210
一、握手、拱手与鞠躬	211
二、称呼	214
三、介绍	215
四、怎样使用名片	217
五、守时守约	218
六、拜会与告辞礼仪	218
七、接待礼仪	219
八、客套话与敬辞举例	219
九、书信中的礼节	220
十、体态礼仪	221
第三节 知识篇	226
一、公共关系的基本理论	227
二、与公共关系密切相关的学科知识	228
三、开展公关工作所需要的一些具体操作性专业知识	229
参考文献	230
后记	231

第一章 概 述

一、公关与交际

公共关系是英文 Public Relations 的译文。所谓关系，总是指事物之间的联系。所谓联系，是指事物与事物之间和事物内部各要素之间的相互作用。公共关系，在公共关系学里通常指的是一种有目的的传播活动和行为规范。

严格来讲，公共关系应该是现代社会的产物，因为自觉的公关意识只有在商品经济成为社会的主要经济形式时才能形成，也只有在商品经济或市场经济中，人们才不得不在公关意识的指导下进行公关活动。至于说古代有无公共关系，不能一概而论，有人认为有，有人认为无，但是，至少在商品经济的发展过程中，公共关系也就应该或必然地有它的萌芽状态了。只不过到本世纪初才引起人们的注意，进而有意地去研究它、发展它、应用它。到现在为止，公共关系学充其量也只能说是一门年轻的、比较成熟的科学。

公共关系学一般可分为公共关系理论、公共关系实务和公共关系史三大块。公关理论主要是研究公共关系的三个基本要素和三种基本类型。三个基本要素是：社会组织、公众和传播活动。三个基本类型是：主体或部门型公共关系、对象型公共关系和功能型公共关系。公关实务的内容十分广泛，主要有：①确定公关目标；②收集和处理信息；③制定工作程序和计划；④组织各种传播活动；⑤评价活动结果；⑥公关人员的培训和机构设置。

公共关系学作为社会组织与公众之间的关系，归根到底是一种社会关系。它系统地认为，社会是一个开放的系统。所谓系统，从哲学上讲，就是由一定数量相互联系的要素所组成的具有一定复杂程度的整体。社会之作为一个系统，是因为作为社会基本要素的人以及由人组成的社会组织之间存在着一定的客观的相互联系，这种联系就是社会关系。由于社会关系的基本要素是人以及由人组成的社会组织，所以社会关系从本质上讲就是社会领域内人与人之间的关系。作为社会关系的一种——公共关系，虽然专指社会组织与公众之间的关系，但说到底，仍然是一种人与人之间的关系。

个人与个人之间的关系通常称为人际关系，这种关系也是社会关系中最基本的社会关系。个人活动是人类社会集体活动的前提和基础。所谓集体活动，就是由处在一定集体关系中的个人活动所构成的系统活动。虽然集体活动的结果并不是个人活动结果的简单叠加，但是离开了个人活动，集体活动就是一种空洞的抽象。正因为这样，个人的社会关系是其它社会关系的基础。其他社会关系说到底总是通过个人活动来实现的。公共关系活动显然是调节社会组织与公众的关系，但这些活动都是建立在个人活动的基础之上的，都是通过每个人的活动来实现的，也就是说是由公共关系人员和由其组成的公共关系部门来实现的。公关人员在实现其公关目标的活动中必然要间接或直接地同他人打交道，打交道的过程就是交际的过程。交际过程的质量如何、效果如何直接影响着公关目标的实现与否。本书所要探讨的正是在这一过程中进行活动的个人。所以，公关交际学是一门探讨公共关系活动中公关人员进行交际的现象和规律的科学。其次，作为普通的个人，在其生活中也势必同各种人打交道，所以，个

人也有一个公关问题：如何塑造自己的形象，让社会接受自己，容纳自己，再造自己，也是一个重要的现实问题，这也是公关交际学的目的之一。

二、建立有中国特色的公关交际学

和公共关系学相比，交际学则更显得幼稚和年轻，但时至今日，还没有一本系统的、比较权威性 or 经典性的交际学著作面世，虽然有很多探讨人际关系的书籍。虽然几乎所有的公共关系学著作和教材里都谈到公关人员的素质这一问题，但在作者看来都显得过于简单、苍白。这或许是由于这一问题并不是公共关系学所探讨的重点。但这却是每一个组织领导和每一个想成为一个出色的公关人员的人最关心的问题。党的十四大提出了建立有中国特色的社会主义市场经济这一目标，迅猛发展的市场经济，将对公关人员提出更高的要求。开放的国家，开放的社会，开放的世界，只有具有相当交际能力的开放的人，才能在这样的社会海洋里如鱼得水，如虎添翼。鉴于此，一门面向研究公关人员交际的学问也就应运而生了。应该说，它的诞生并不是作者的杜撰，而是历史和社会的自然选择。这也是以公关交际学命名本书的原因。

作为一门学科，当然要有自己的研究对象。公关交际学研究的对象是人，是处在公关活动中的人。研究公关活动中的人的活动现象和规律。实际上，几乎所有的社会科学都离不开对人的研究，只不过看问题的角度不同而已。心理学、哲学、伦理学、教育学、美学、管理科学等，都是从不同角度对人进行研究的科学。

公关交际学也是一门综合性的边缘应用学科，它涉及的学科十分广泛。哲学、社会学、心理学、逻辑学、传播学、美学、公共关系学、交际学等都与公关交际学有密切的联系。当

然，最为密切的当数公共关系学和交际学。

公关交际学是一门崭新的学科。本书在科学性、实用性的前提下将对公关人员交际现象分以下几个方面进行研究和介绍：①公关交际心理；②公关交际规律；③公关交际艺术；④公关交际原则和技巧；⑤公关交际素质；⑥公关交际经验与理论。各部分之间既有独立性也有联系性。在此基础上笔者设想将本书编成公关人员的一种手册性的资料，便于公关人员随时学习与查阅。

当然，假如你想在公关世界成为一个强者，学习本书将会对你有百利而无一害。在此，笔者还建议学习者尽量做到以下几点。

① 把每一章至少阅读两遍。

② 找出自己感觉最重要的，并划上重点记号。

③ 把它放在你的手头，争取每月温习一遍。

④ 在干中学，试图把书中的一些原则、技巧、方法运用到工作中。

⑤ 争取每星期反省一下自己，看自己违犯了哪些原则，遵循了哪些原则。

如果你能做到这些，笔者担保你一定会走上成功之路。当然，起决定作用的是你是否有持之以恒、渴望成功、有错必改的决心和信心。

第二章 公关交际心理

第一节 性 格 篇

我并不赞成性格可以决定一个人是否能够成为公关人员的说法,但优良的性格的确是成为一个优秀公关人员的前提。不同时代对性格提出不同的要求,不同的职业要求适合于这个职业的性格,同时还将引起一个人性格上的变化。航海家习于冒险;游牧民强悍豪爽;个体小农自由散漫,安土重迁;现代工业要求有纪律的工人;好的驾驶员需要大胆和谨慎;好的医生需要勇气和细心;一个优秀的演唱家常需要大海一样的激情;要干好护士这一行尤其需要的是关怀和体贴之心;营业员需要耐心;指挥者需要简练和果决等。总之,各项工作有各项工作的特点,不同的工作需要不同的性格。三十六行,行行有着本身所需的性格特征。公关工作也不例外,有人反对这种说法,其实没有多大道理:试问是否每一个人、每一种性格都可以成为一个优秀的公关人员呢?答案显然是否定的。

一、开放性性格

公共关系活动在我国一方面是对对外开放后才发展起来的,另一方面,对外开放、市场经济、时代发展也呼吁着公共关系。对外开放是中国的必然也是世界的必然,我们正在走向和迎来的将是一个更加开放的社会、开放的世界、开放的时代。这样的时代要求具有开放性性格的人与之相适应。只有开放性性格的人才能在这样的社会里大展才华、游刃有余。

公共关系活动的本身就是一个开放的系统，“闭门公关”充其量只是半个公关。有人把公关的任务总结为“内求团结，外求发展”，是有一定道理的。所以，现代公共关系人员首先应该具备开放性性格，才能使你的工作做得更出色、更富有成效。那么，究竟具备什么样的特征才是开放性性格呢？

（一）善于活动、长于交际

开放性性格的最明显特征就是善于活动、长于交际。作为公关人员，如果能够在陌生的环境里，能够迅速和周围的人们建立起融洽的关系，很快地沟通人际间的感情，善于说服别人接受自己的观点和主张，鼓动别人和自己合作，并对周围人的思想、感情、态度、行为能很快地了解，作出相应的反应，那当然是再好不过的了。

作为一个公共关系从业人员，必然要和你所处的社会保持一种密切的联系，以便更快和更深刻地洞悉社会所发生的变化。大量的社会信息、市场信息以及人们社会生活中发生的新变化、新趋势等有相当一部分可以从社会交际中获得，而且速度快容量大，可以获得很重要的第一手材料，是一种简洁、省力、省钱的调查研究。

另外，广泛的社会交际，可以使你思想活跃，视野开阔，学到新知识，扩大知识面，从而弥补自己的不足，并促进你的个性全面发展。其次，在交际活动中会遇到各种各样的人和事，通过处理各种事情和与各种人打交道，能够锻炼和提高你的观察、应变、组织等方面的能力。国内外一些心理学工作者的研究表明，人的幽默、机智、敏捷、乐观、合群等性格特征都和善于交际有着很大的关系，而这些性格特征正是一个优秀的公关人员所必须具备的。

（二）敞开心灵，坦诚相见

如果说善于交际是开放性性格的外在表现，那么心灵敞开则是开放性性格的内在表现。一个人交际的范围和广度，反映着他性格开放的量的方面。而心灵敞开的程度，则反映了他性格开放的质的方面。显然，积极与人交际，但并未敞开自己心灵的人，虽然有开放性格的表象，但是却没有开放性性格的实质。

作为一个公关人员，虽然要求精于世故，但并不是要处世圆滑城府过深。这样会人为地造成人与人之间的隔膜，削弱人与人之间感情联系的纽带，再说，思想沟通、信息交流本来都是双向的，你能给别人提供信息，别人才能给你提供有用的信息；你能有新的思想启发别人，别人才愿意和你进行思想交流；你对别人敞开心灵，别人也会同样回报给你以信任，只要你胸怀坦荡、心地坦然，就容易和别人建立起亲密融洽和相互信任的关系。

（三）胸怀博大，兼容并包

一个公关人员应该有宽广的胸怀，善于接受不同的意见，甚至竞争对手也要把它作为学习对象。只有向自己的敌人学习，才能最终战胜自己的敌人。事实上，往往是真正的对手或敌人才真正攻击和寻找你的弱点和错误，这正是你改正的极好机会。在市场竞争日益激烈的今天，一个优秀的公关人员必须学会这一点。

其次，在交际中不要有门户之见，要积极地接触和了解各种不同的观点、思想和不同层次的人，不要以为自己大学毕业就对工人、农民、个体户、一般职员等不屑一顾，这样你将会失去很多学习的机会。

再次，对于你所还不习惯的东西和某些超出常规的新奇