



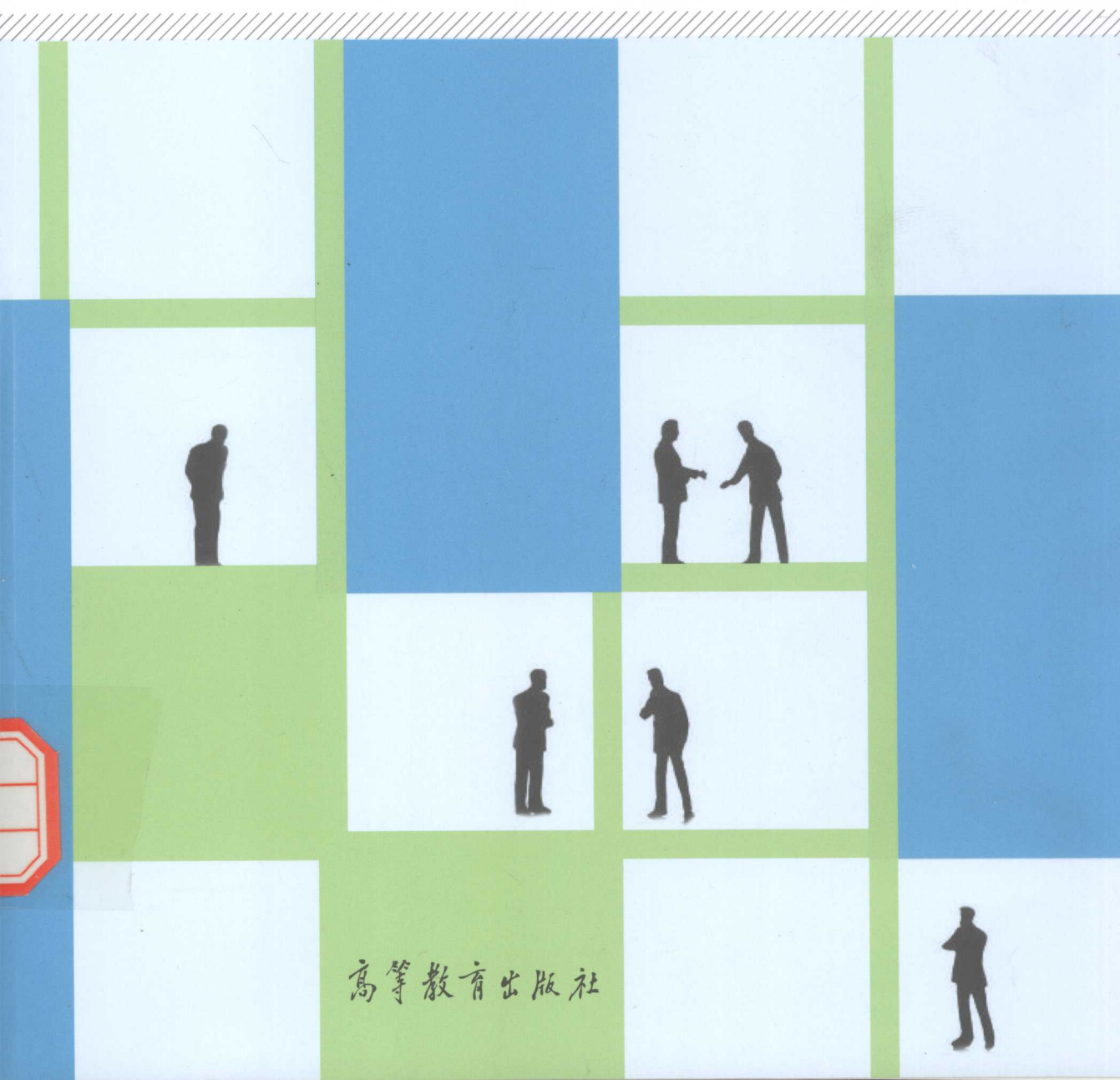
普通高等教育“十一五”国家级规划教材

现代公关礼仪

(第四版)

主 编 熊卫平

副主编 陆季春 徐美萍



高等教育出版社



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

现代公关礼仪

XIANDAI GONGGUAN LIYI

(第四版)

主 编 熊卫平

副主编 陆季春 徐美萍

高等教育出版社·北京

图书在版编目(CIP)数据

现代公关礼仪 / 熊卫平主编. —4版. —北京:
高等教育出版社, 2016.1

ISBN 978-7-04-044178-9

I. ①现… II. ①熊… III. ①公共关系学—礼仪—高
等学校—教材 IV. ①C912.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第272019号

策划编辑 张晶晶 责任编辑 张晶晶 封面设计 吴昊 责任印制 高忠富

出版发行	高等教育出版社	咨询电话	400-810-0598
社 址	北京市西城区德外大街4号	网 址	http://www.hep.edu.cn
邮政编码	100120		http://www.hep.com.cn
印 刷	上海天地海设计印刷有限公司		http://www.hepsh.com
开 本	787mm×1092mm 1/16	网上订购	http://www.landaco.com
印 张	16.5		http://www.landaco.com.cn
字 数	324千字	版 次	2004年7月第1版
			2016年1月第4版
购书热线	021-56717287	印 次	2016年1月第1次印刷
	010-58581118	定 价	32.00元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究

物 料 号 44178-00

第四版修订说明

《现代公关礼仪》第二和第三版都进行过较大的调整,现在本书已经进入较平稳的使用期,因此,第四版再版时主要是在全书的具体用词细节上做了修订,并更新了部分数据和案例。比较大的修改是在第二章:公关人员的个人礼仪。其中,在第三节电话礼仪中增加了手机和微信的礼仪,在第六节服装礼仪中增加了一些内容。如:第二章第六节第一部分“着装原则”中增加了“职业着装的建议”“职业着装禁忌”“女士找准自己的穿衣风格的技巧”“时尚职业装”;在第七节“仪容礼仪”中增加了“职场中的发型”。为了提高读者阅读的兴趣及提升应用的能力,同时还配置了相关的图示。

本书第一版出版至今已有十年,感谢各位老师及学生这么多年的支持与帮助,感谢出版社工作人员的辛苦付出,让我们继续努力吧!

熊卫平

2016年1月于浙江大学

礼仪的现代解读

(代第三版序)

《现代公关礼仪》(第二版)自2007年出版以来,一直得到广大高校学生及读者的喜爱,而且还获得了“普通高等教育‘十一五’国家级规划教材”的荣誉,这就让我们有了更大的动力将第三版做好。近年来,编者面向高校的老师和学生、政府领导及企业的管理者开设了不少礼仪讲座,在频繁的活动,我们对礼仪不断有新的思考,认知水平逐步提高,希望借本书第三版的机会与读者分享,并对第三版的改动进行简单的说明。

关于礼仪的一些现代意义上的解读,我们希望通过以下三个方面来探讨。

一、关于礼仪对于当下文化竞争的意义

中国目前正在规划的是政治、经济、文化、社会的全方位的发展格局,而文化竞争处于比以往更为突出的地位。在世界文化趋于多元化的背景下,西方国家对中国文化的兴趣越来越高,而不少中国的人群与个体却频频让西方国家失望。据世界旅游组织预测,至2020年,中国将取代日本和美国成为出境旅游者最多的国家,中国出境旅游人数的增加一方面可使目的地国家收入增长,但中国游客的不雅行为却成为影响人们对中国的整体印象的重要方面。中国香港迪士尼主题乐园开放以来,香港居民对一幅刊登在报纸上的照片感到恶心:一个孩子在母亲的允许下对着游乐园的一面墙壁小便。尽管不文明游客并非中国独有,但这并不表示中国游客有了可以原谅自己的理由。西方很多媒体列举了中国游客在海外的不文明行为,如不修边幅,行为不检;不讲卫生,随地吐痰,乱扔垃圾;不听导游人员指示,不遵守当地习俗,在禁烟区吸烟,在公共交通工具上不给残疾人士让位;不遵守公共秩序,在机场禁区办手续、安检时践踏黄线;在风景区乱刻乱涂或损坏文物;不爱护环境和公共设施等。这些不文明的举动绝大多数都可能触犯了当地的法律、公园管理规定和公共交通工具条例等。曾几何时,韩国外交通商部把这种在海外旅游期间行为不检点、给国家形象造成损害的本国人称为“丑陋的韩国人”,并且根据韩国《护照法》第八条规定,对于那些在国外旅游期间,违反当地法律从而损害韩国形

象的人,政府将在一定期限内拒绝为其发放护照,最高期限可达三年。中国政府目前也提出要开展“提升中国公民旅游文明素质行动计划”,有关部门准备修订《中国护照法》,以后外出旅游过程中有损害中国游客形象的行为且证据确凿的护照持有人,将会受到不发护照或限制出境等处罚。作为“礼仪之邦”的中国,刚刚经历过2008年北京奥运会、2010年上海世博会及广州亚运会的中国,该如何重新考量自身的文化竞争力,如何通过个体的礼仪举止来体现中国文化竞争的价值,这是高校从事礼仪教学和研究的教师必须思考的问题。

二、关于礼仪学术研究的学科定位问题

作为道德的外在表现,人们自然更多地倾向于从伦理学的角度来探讨礼仪,但是,如果我们拘泥于从伦理规范的角度来研究却可能是不够全面及深入的。大量事实证明,在人与人的交往中,人们不免要受心理及生理因素的影响,人际交往的一切规范与准则,几乎都以对人的了解及理解为前提。当你与他人交谈时,彼此之间就存在着个体敏感度的差异,当认为彼此“话不投机”时,也许正是由彼此语言的节奏感的不合拍所导致。这种认知的深入,让我们有了更多的对他人及对自己的宽容,就可能具体而正确地找到人与人交往的安全的思维保障。

三、关于礼仪学习的实践操作意义

在这个问题上可以对礼仪的人生经营成本及礼仪的利他性或利己性进行讨论。

首先,如果人们愿意接受礼仪是人生经营的成本的观念,那么礼仪学习及操作的实践意义就更有说服力了。比如说对“慎独”的理解,如果“慎独”指的是一个人独处时需要具备一种自律的力量,那么这种力量产生的依据又是什么呢?“你站在桥上看风景,看风景的人在楼上看你。”在一个没有人的景区,你正在观赏风景时随便扔了一个饮料瓶,你以为没有人看到。可能有一幢高楼,有人正在大楼的窗边欣赏风景,突然看到了你的行为,他会很扫兴,这件事情会给你带来什么样的影响呢?你去某家公司面试,考官正是那位欣赏风景的人,如果你的面试失利是因为那一次的行为(见教材第一部分,“礼仪的作用”之“个人举止”),而这一次面试对你来说又是迄今为止最好的机会时,那么礼仪的成本定性也就应该有了可以衡量的指标了。也许有人会怀疑,真的会有这么巧吗?那么道德、法律、宗教、制度、规则及礼仪产生的依据又是什么呢?你说体现了社会的秩序,那么所有这些因素之所以会对社会秩序产生作用的意义正是因为它们都能够让一个人“怕点什么”。因此,除非一个人的生存与发展与他人的评价毫无关联性,否则对他人的适应及对社会的适应过程必然涉及一个社会基本的人与人交往的标准或规范,即礼仪的要求。又如我们在描述女士的坐姿时特别提出不要坐满整个椅子,最好是椅子的 $\frac{2}{3}$ 或者 $\frac{1}{2}$,为什么呢?因为当你坐满整个椅子时大腿压着椅子的形象就会显得粗陋而无法符合视觉上的审美要求。那么为什么一个人要向他人体现出审美的价值呢?思维到了这一步也就不需要再进行论证了。

其次是关于礼仪的利他性及利己性的分析。礼仪从其本意来理解是对自己提

要求而不对别人提要求,正是因为不对别人提要求而可以保证自己不被别人伤害,所以礼仪其实最终也是利己的。当我们论证“道歉”的礼仪时特别强调向别人表示歉意是一个人心胸坦然的表现,反过来,如果被伤害的是你时你能否表现另外一份豁达呢?伤害你的永远是你自己,因为是你自己让自己感觉到正在被伤害。又如当强调不要让自己在同一件事情上失败两次时,我们强调失败可以是某件“事情本身”,但是我们却有机会体现我们面对失败的“做人”的道理,因此,我们可能输在事情上但却可以赢在做人上,就是这个道理,做人比做事情还要重要。

这三个方面的思考是我们在第三版中特别希望与礼仪课程老师、学生及其他读者共享的,这也是我们对礼仪当下价值的理解,正是这种理解让我们对第三版更加充满信心。

下面就第三版的调整进行简单的说明。第三版在体例上继续沿用第二版的基本框架,由礼仪与公关礼仪、公关人员的个人礼仪、公关实务礼仪、公关文书与函电礼仪及中外习俗礼仪五个部分构成;在表述方式上继续延续第二版的标志性特色,即注重运用伦理学、心理学及生命科学等学科的研究成果,探索礼仪操作规范背后的思维路径,以案例分析、资料链接及提示思考等方式保证读者在学习的同时同步跟进对于礼仪的接受及现代意义上的解读。

第三版的内容,在以下四个方面进行了调整。

一是在第三部分“公关实务礼仪”的“演讲”中增加了演讲稿的实例,演讲是公关管理者普遍运用的一种信息表达方式,我们分析了演讲稿中可以传播的具体的公关信息。

二是为了强化礼仪的可操作性而专门在第二部分增加了 21 张礼仪图片。

三是为规范礼仪的分类标准将原来第八节中的“握手礼”调整到第二节“见面礼仪”中。

四是在第三版中特别邀请了长期从事礼仪教学与研究工作的陆季春老师重新撰写了第五部分,不仅将原来的较显冗长的标题“我国主要少数民族礼仪、世界主要国家礼仪”改为简洁的“中外习俗礼仪”,而且在内容上进行了全面的更新。陆老师作为长期使用本书第一版、第二版的专业人士,对中外习俗礼仪作出了相当系统而具体的阐述。

我们要对所有帮助及支持我们的人士表达真诚的谢意。首先对高等教育出版社的领导及责任编辑致谢,没有你们长期的扶持及推广,本书不可能有这么好的社会影响力;同时对众多使用本书的高校礼仪课程老师表达我们的敬意,作为同行,我们希望以本书作为平台有机会不断地共享大家对礼仪的理解;最后要对成千上万的学生及读者表达我们最真诚的谢意,正是你们的阅读所带来的热烈的反馈给了我们再版的机会及信心,也给了本书长期存在的价值。谢谢大家!

熊卫平

2011 年 5 月于浙江大学

致读者

(代第二版序)

当你拿到一张集体照,也许你会以最快的速度先找到自己,如果照片上的你笑得很灿烂,你会很满意这张照片;但是,如果照片上的你笑得并不好,而别的人笑得很灿烂,你也许就不会认为这张照片是拍得好的。这并非是因为人的自私,而是因为人的惯性思维。当人们在对某件事情作出判断时,往往会从自己的角度出发,这是一种自然而然的现象。因此,在学习礼仪之前让我们一起来思考一个问题:当礼仪或伦理遭遇心理学时,我们是否该对别人作出更多的体谅与理解。

我在与学生们的交流中发现,礼仪所教的往往是应该做的或不应该做的,很少会让学生们明白“为什么”。对礼仪是否应该进行逻辑的论证呢?我为什么要这样做而不能是那样做?我告诉他们,别问为什么,你只要这样去做就行了,因为这是规范,这是一种习俗。孔子早就说过:“己所不欲,勿施于人。”如果能够加上康德的逻辑论证,我们就会了解种种规范、习俗背后支撑的是什么思维,这也就让我们有了愿意操作的依据。

当我们开始写这本书的时候,我们的首要目标是让学生及其他的读者能对礼仪有更全面的理解,因为,当人们仅仅把礼仪放在一种简单操作层面的时候,对礼仪的地位及其作用的了解往往是肤浅的,而且当我们在总结各自的经验与教训时,往往容易将礼仪资源的运用忽视掉,也许我们并不知道自己到底是哪方面的资源用得不合理,才导致有些事情做得不是很完美。从第一版的情况来看,我们非常高兴地得知,我们成功地做到了这一点,因为这本书受到了欢迎。这让人既高兴又惭愧。面对第二版修订的机会,如何能使这本书更具吸引力,且能够帮助大家对礼仪有更进一步的理解,这仍然是我们的主要目标。

第二版到底新在哪里?主要体现在以下四个方面:

一是内容上的新,即增加了一些新的内容。特别是第一部分,对于礼仪的认知增加了一些伦理学及心理学方面的研究成果,围绕着礼仪的作用及基本的原则,进行了多方面的论述,特别是针对公关礼仪在公关管理中的地位有了一些新的论证。另外在第三部分中增加了中式宴请的礼仪规范,第四部分增加了公关策划文案的详细文本。

二是体例上的新,在第一部分的叙述中穿插了思考、案例、资料阅读及相关知识的链接,希望能与读者同步推进,一起进入阅读与思考的状态。

三是排版上的新,增加了一些图示,我们希望这些图示能给大家在阅读时带来一些轻松与愉悦。

四是突出了案例分析的地位,增加了一些新的案例,并在书中提供了分析及思考。

第二版的内容仍然安排为五个部分:第一部分是对礼仪的基本论述,包括公关礼仪的定位分析及公关礼仪在一个组织公关资源管理中的地位及相关作用的分析,其中有关礼仪的一些新的认知是我从事教学与研究以来的心得,希望能与大家分享;第二部分介绍作为微观的公关主体,公关人员的个人礼仪修养及要求,大致可以从语言、行为、服饰、仪表等四个方面来体现,其中有关日常生活的礼仪规范与一般的礼仪要求具有很大的兼容性;第三部分是公关实务礼仪,包括公关日常实务礼仪及公关专项活动礼仪,其操作中的规范性及共通性是我们需要遵循的,尽管结合公关活动的具体情况还可以适当地进行调整,但是作为程序的礼仪要求往往需要坚持;第四部分是公关文书与函电礼仪,这一部分既介绍了一般公关文书格式的规范,同时更多地体现了公关语言的艺术性及说服力;最后一部分是我国主要的少数民族的习俗礼仪,并列举了几个国家的礼仪风俗及规范。礼仪与习俗有着千丝万缕的联系,因此,少数民族及外国的礼仪要求与其风俗习惯有着很强的关联性,在本书中将不再进行专门的论证,只是简单地作些列举。

希望这本书能给你带来以下帮助:

一是能意识到礼仪及公关礼仪资源的客观存在,并能在日常生活及学习中有意识地加以运用。这是一个各种资源都可以成为竞争手段的年代,在人与人交往的时候,人们往往是凭着对他人的评价来对事情进行判断,从某种角度来说,做人比做事情更重要,公关工作也是如此。

二是形成一种全新的思维方式及对生活、工作新的态度。首先,礼仪作为一种思维方式,它体现的是你对人生的认识及对他人的认识,这种思维方式将影响你的语言、行为及着装和仪表;其次,礼仪是一种生活态度,生活并不仅仅源自物质的满足,在社会的生存与发展中,人们将会不断地强化生活品质提升的要求,因此,礼仪

也可以说是一种生活的艺术；最后，礼仪应该是一种人生经营的行为，这种经营的过程贯穿了人的一生一世。

在学习本书时向你提供以下两个方面的建议，一，不仅注意礼仪的知识点，更要明确礼仪的逻辑性论证，即清楚“为什么”，结合日常生活多多实训，最后掌握一种以静制动的基本思维，即以宽容为本。二，不断地实践自己的礼仪知识或礼仪的思维方式，让这种思维能形成一种惯性，从而使自己在面对众多的疑惑时能从容应对。

熊卫平

2007年4月于浙江大学

目 录

.....	第一章 礼仪与公关礼仪	1
	第一节 礼仪	2
	第二节 公关礼仪	19
	案例 1-1 谁对谁错	27
	案例 1-2 个人接触的威力	29
	案例 1-3 人总得“怕”点什么	31
.....	第二章 公关人员的个人礼仪	33
	第一节 礼貌用语	33
	第二节 见面礼仪	39
	第三节 电话礼仪	50
	第四节 日常行为礼仪	55
	第五节 目光、距离、位置礼仪	58
	第六节 服饰礼仪	62
	第七节 仪容礼仪	83
	第八节 仪态	91
	案例 2-1 子贡与养马人	99
	案例 2-2 我认识你们的服装	100
	案例 2-3 他们都成功了	101
.....	第三章 公关实务礼仪	103
	第一节 公关日常实务礼仪	103

第二节	公关专项活动礼仪	115
案例 3-1	一次成功的演讲	162
案例 3-2	塑造美国总统的奇才	166
案例 3-3	让语言来说服你吧	168
.....	第四章 公关文书与函电礼仪	171
第一节	公关文书的内容与特点	171
第二节	日常公关文书礼仪	172
第三节	社交礼仪类公关文书	179
第四节	公共关系专业文书礼仪	194
案例 4-1	谨祝各位圣诞快乐	207
案例 4-2	修改了六次的回执	208
案例 4-3	让文字来影响你们吧	209
.....	第五章 中外习俗礼仪	210
第一节	习俗礼仪综述	210
第二节	中国习俗礼仪	212
第三节	外国习俗礼仪	220
第四节	中外馈赠习俗礼仪	238
案例 5-1	两道菜引发的悲剧	241
案例 5-2	痛饮“洗手水”	242
.....	参考书目	243
.....	后记	245

第一章 礼仪与公关礼仪

现代意义上的公共关系学产生于 20 世纪 20 年代的美国,它是基于社会组织的传播沟通行为所产生的对公关资源的管理。对于社会组织来说,公共关系管理已与人力资源管理、技术管理、资金管理一起构成了管理的四大支柱。它不仅与其他的 management 手段并列存在,同时还深深地渗透进了其他的管理行为之中,体现了公关管理的独特作用。

在所有的管理模式中,公共关系学讲究的是形象的投资与经营,也就是一种无形资产的管理,作为一门与组织的形象包装及舆论引导直接联系的学说,它追求的是让社会公众对一个组织产生好感及认同,这种认同往往要以理解为基础,因此,公共关系是追求组织自身的形象与公众对组织的认知形象相统一的一门艺术。公共关系学是一门集管理学与传播学为一体的学科,具有极大的兼容性,而且在其自身的发展中又逐渐与其他的学科相互融合,产生了大量的交叉性学科,如公关心理学、公关营销学、公关伦理学、公关广告学等,但在所有与公共关系相关的专业课程设置中,最有艺术性和审美意义的课程就是公关礼仪。

作为公共关系的从业人员,由于经常要进行对内、对外的沟通与协调,因此对一般礼仪知识的掌握和运用就显得特别重要,礼仪也就成了公关人员进行公关具体活动及与公众交往时必须遵守的最基本的规范和准则之一,也就是说,礼仪是公关人员必须掌握并娴熟运用的人际交往技能。对公关人员来说,礼仪不仅是公众交往中的通行证,还是体现公关人员自身修养水平和业务素质的标志。礼仪虽然有一套大家所公认的规则,但在不同的场合有不同的表现形式。懂得礼仪规则是容易的,但是懂得在不同场合、不同对象面前恰如其分地运用不同的礼仪形式,就不是容易的事情了。有鉴于此,我们便将公关活动中的具体行为准则与规范,以及公关人员的个人形象的基本要求,编撰成公关礼仪的内容。虽然这里所说的公关礼仪侧重于公关人员在公关活动中应该遵循的礼仪要求,但是公关礼仪与其他交际礼仪也有相通之处,因此,在介绍公关礼仪要求时,自然也会涉及一般人际交往的礼仪。本章主要介绍礼仪的基本原理并阐述其与公关活动的关系、地位和作用,

即公关礼仪对于公关管理的支持,以及公关礼仪的原则与具体运用的方法,进而探讨礼仪与公共关系的基本结合点。

第一节 礼 仪

礼仪是一个复合词,由“礼”和“仪”两部分组成。按《说文》的解释,“禮”即“履也。所以事神致福也。从示从豊”。示是神,豊是豆器上放的祭品,豆是“礼器”。所以礼本来反映的是祭祀敬神,以求神灵降福,由此又引申出表敬意的意思。“仪”按《辞源》解释,可能表现两层意思,一是指容止仪表,如《诗经·大雅》所言:“令仪令色,小心翼翼。”二是指法度、标准,正如《国语·周》中所说的:“度之于轨仪。”

《礼记》认为:“道德仁义,非礼不成;教训正俗,非礼不备;公争辨讼,非礼不决;君臣上下,父子兄弟,非礼不定;宦学事师,非礼不亲;班朝治军,莅官行法,非礼威严不行;祷祠祭祀,供给鬼神,非礼不诚不庄。”这深入浅出地说明了“礼”与道德修养、导民治国、社会交往的关系及其重要作用。

朱熹在对孔子“齐之以礼”加注时就认为:“礼,谓制度品节也。”显然,朱熹是把礼作为一种制度。

周公集礼之大成,提出了一系列的礼制,即所谓的“礼仪三百”“威仪三千”。后又从周礼发展出“三纲五常”“三从四德”等一系列礼仪教条。

英语中的礼仪一词是从法语 *etiquette* 演变而来的。法语 *etiquette* 原意指法庭上用的一种“通行证”,它上面记载着进入法庭时应遵守的事项。后来其他各种公众场合也都制定了相关的行为准则。这些规则由繁而简,构成系统,逐渐成为大家公认的,也就是大家都愿意自觉遵守的国际礼仪。

简单地说,礼仪就是体现“礼”的仪表、仪态和仪式,是人与人交往时必须遵守的行为规范与准则,是道德的外在表现。

一般来说,礼仪作为一种约束和规范,主要表现在以下四个方面。

(1) 仪表:指一个人的外表,如容貌、服饰、姿态、举止等。这是一个人形象最直观的表现,而且也是一个人被评价时重要的内容。正是由于其外露,因此需要进行必要的修饰,这种修饰体现的正是对他人的一种尊重。正如有人请你就餐,你修饰后再赴宴,就在告诉别人你是多么重视这次宴请。曾经有人说过:真正的美丽应该以活力或生命力作为前提。其实这句话道出了礼仪的本质,因为一个有活力的或具有生命力的人,可以感染自己身边的人,因此注重仪表不仅是利己的,而且也是利他的。

(2) 礼貌:表示一种规范,是一个人必须掌握和运用的要求,如果不如此运用即为失礼,而这种要求的最大特点即是对自己提出的要求,而不是强求别人。如与人见面时互相问声好这其实是一种彼此的需要,但是如果你向别人问好而别人并

未回礼,则你应该抱有一种心态,即他可能并没有看到。这正符合礼貌的出发点,我们首先要保证让自己有礼,而这种付出并不是为了得到回报,因此对别人的宽容其实正是“礼”的一种表现。

(3) 礼节:表示礼貌时的方式或节度,是一个人表示敬意、问候、祝愿等惯用的形式。它强调的是人们在交往时必须掌握好一种度,过或不及都会达不到效果。例如,双方如果距离较远,则可以通过无声的目光语或挥手、点头致意等方式来表示问候,没有必要大声地打招呼;如果在电梯里与认识的人打招呼也只能是点到为止,没有必要热情而积极,因为在狭小的电梯空间里要尽量保持安静,不能影响其他人。

(4) 仪式:指做事情的程序。正是因为很多时候大家需要完成的是同一件事情,要统一彼此的步调,便需要一种共同的规则,这样从整个事情的过程来看就形成了一种大家都必须掌握并能熟练操作的程序,如开幕典礼、签字仪式、剪彩仪式等。这种程序不仅是让事情的解决找到了一种方式,更重要的也是让大家有所适应。这一点对公关工作来说,特别是进行跨文化交流时,显得尤为突出。当然,如果涉及的是一个隆重且重要的仪式,双方的工作人员往往需要反复协商和安排,甚至还需要不断进行彩排,因此,真正容易错的往往是没有经过事先准备的,但需要你从头至尾安排好的仪式。

有关礼仪的认知问题人们众说纷纭,但有一位长期从事礼仪推广的同仁曾说过这样一句话:“对长辈有礼是本分,对平辈有礼是和善,对晚辈有礼是高贵,对所有人有礼是一种安全。”这里体现的应该就是我们礼仪的真正理解。礼仪事实上是一种以某种思维方式支撑的规范,它在一个人的生命中也是一种经营活动,更是一种生活方式。正如前面所言,如果“对长辈有礼是本分”,与其说是为了表现对长辈的尊重不如说是要求人与人交往时抱有一颗感恩的心,因为我们现在所享受的一切都是我们的前辈通过艰苦劳动所传给我们的。依此类推,我们需要感激的恐怕不仅仅是我们的前辈,还有大自然,因为它赋予了我们一切,如阳光、空气、水等。同样,“对平辈有礼是和善”告诉我们的是,如果想为自己营造一个良好的工作或学习的环境,你必须学会付出,因为工作环境的好坏并不完全取决于你的同事或朋友,也取决于你自己,这是一种个人生存能力的培养,也是一个人每天生活或工作心情的必然经营。“对晚辈有礼是高贵”更是体现了礼仪作为人生经营的哲学意义。一个人做的每件事情、说的每句话都是其人生的一个痕迹或人生轨迹的组成部分,当你在总结自身的成功与失败时,切不可忘记礼仪的经营也是人生成功或失败的重要因素所在。对晚辈有礼,表达的是一种人生的投入,这不是一种做作而是对人本身认知的体现,每个人都应该得到尊重,无论其年龄的大小、社会地位的高低、财富的多少,有礼是自身的修养而不是一种逢迎。“对所有人有礼是一种安全”也是同样的道理。在人的一生中,偶尔对别人造成伤害是难免的,但是不要故意伤害别人,因为任何伤害都会产生反作用力,而每个人都处在一种发展与变化之中,

为了经营好一辈子,获取知识、经验、财富、健康的同时别忘记赢得他人长久的信任与尊重,这也是人生的成功与价值。

中国是礼仪之邦。我们所知道的礼有的是从小得到的家庭教育的熏陶,有的是自学校学习而来的,其实进入社会后,对礼仪的学习更为重要,因为对一个人礼仪方面的评价往往可以判定一个人的品格和最基本的修养,因它轻则可以影响你的人际交往,重则可以影响你的前途与命运。因此有人曾经说过,礼仪是社会人的终身必修课。而作为社会人在研讨礼仪时往往会受其所在历史背景的影响,在一个以数量为主要评价标准的市场经济社会,人们可能会更多地考虑成本与产出、投入与效益的关系。事实上如果人生也是一次投资的话,那么礼仪则是一种最富有持久作用的投资行为,因为它贯穿着你的一生。正如维克托尔所说:生命既不是受害,也不是欢乐,只是我们必须做的事业,我们必须诚实地经营这份事业,直到生命的终结。

一、礼仪的内容

学习礼仪首先要从掌握礼仪的基本内容开始,而对礼仪内容的划分一向有不同的标准,我们列举其中的几种。

如从礼仪的基本组成因素来看,它可以包括礼仪的主体、礼仪的客体、礼仪的媒体、礼仪的环境等内容。礼仪的主体是指礼仪的操作者和实施者,它可以是个人也可以是组织;礼仪的客体,即礼仪的对象,它指的是礼仪活动的指向者和承受者,它可以是人,也可以是物;礼仪的媒体是指开展礼仪活动的媒介,它实际上是礼仪的内容和形式的统一,可以是实物媒介、人体媒介,也可以是通过活动体现出来的活动媒介等;礼仪的环境是指礼仪活动得以进行的时空环境,礼仪的环境通常制约着礼仪的实施效果。

礼仪按其主体、客体的范围又可以进一步细分。如按礼仪的客体及适用的范围划分,可以分为政务礼仪、商务礼仪、服务礼仪、社交礼仪、涉外礼仪等。按礼仪的主体划分,可以分为交警礼仪、护士礼仪、公关人员礼仪、文秘礼仪、公务员礼仪、服务员礼仪等。

按礼仪表达的方式,礼仪还可以分为语言礼仪、服饰礼仪、仪表礼仪、行为礼仪等。

一般,我们都以礼仪所体现的形式来进行礼仪内容的分析,因此,本书首先从公关人员的仪表、服饰、语言、行为等方面来阐述礼仪的基本规范与要求,同时根据公关礼仪主体的特殊性,分析一个组织开展公关工作时的礼仪规范与要求。

二、礼仪的作用

南怀瑾先生在《历史的经验》一书中曾专门讲述了“礼”的流弊。他认为,在中国的文化中最喜欢讲礼,礼也就成了一种制度。有礼、讲规矩,在公家或私人的行为上是比较好的,但是相反,制度、规矩行久了,太多了,会出大毛病,会使人偷懒、

逃避。汉文帝反对礼的理由是,儒家的礼太繁琐了,按《礼记》的规矩,讲话、走路、站、坐、穿衣,生活上的一点一滴,都要小心谨慎,令人非常痛苦。汉文帝认为这不是礼的真正精神。曹操的谋士郭嘉对曹操说,不必担心袁绍,因为袁绍作为世家少年,处处讲规矩,到处摆架子,一定会失败。

孔子在《论语·雍也》里曾说过:“质胜文则野,文胜质则史,文质彬彬,然后君子。”这里的意思是指,如果一个人只注重质朴的品质不注重外在的仪表修饰时会显得粗野,如果光是注重外在的仪表修饰但缺乏质朴的品质会显得虚伪,只有当一个人既注重内在品格质朴又注重外在礼节仪表时才是一个真正有教养的人。英国著名哲学家洛克也说过:礼仪是一个人在他的一切别种美德之上加上的一层藻饰,使它们对他产生效用,去为他获得一切与他接近的人的尊重与好感。例如,某人是一个高贵的、自信的、谦虚的、老实的人,但是,如果没有良好的礼仪体现,他的上述美德却可能会被看成是骄傲的、自负的、无用的、愚蠢的。换句话说,一个人的良好品德与教养同样需要一种适当的而且是准确的表现方式,如果这种表现方式不得体,其所有的内在美德很可能产生反面的作用,因此,礼仪的作用是不容低估的。

对一名社会成员来说,礼仪的显著作用是塑造和展示其个人形象。个人形象是一个人在社会交往中所得到的整体的评价,是一个人的形象系统,借用企业整体形象识别(corporate identity system, CIS)的使用惯例,我们将个人的整体形象识别系统用“PIS”来表示,即 personal identity system。礼仪在个人形象的塑造上讲究的是整体性,它追求的同样是整体大于部分之和的效果。一般来说,一个人应该从以下六个方面来表现其完整的个人形象。

[思考]

个人形象是一个人在别人认知中的结果,也是别人对他的一种评价,因为衡量形象好坏的标准不在于你自己,而是别人的审美及相关的社会标准,所以,对礼仪环境的认知就成了一切礼仪操作的基础,而这种礼仪环境的认知过程应该是严谨且科学的。那么,你认为“对牛弹琴”的责任到底应由谁来承担呢?

(一) 内在品质

内在品质的要求是个人形象的本质所在。外在的美是暂时的,永恒的美来自内心,在处理人与人的关系上,它的要求很简单,无非就是希望将个人与社会、小我与大我的关系摆好。上海有一家企业,专门在员工手册上留出了一页,上面书写郑板桥的手迹“难得糊涂,吃亏是福”,可谓用心良苦,人们在交往时最难克服的往往是对别人的种种要求,尽管这些要求有时是合理的,但是他人却可能并不能如你所愿,这时如果能够宽以待人,那么这些计较也就不会困扰自己了。