

谢承志 著

祝你成功 公关新方法

愿你快乐 幽默新解读

YOU MO

GONGGUAN

幽默家
公关

上海辞书出版社

谢承志 著

C912.3/220

2008

祝你成功 公关新方法

愿你快乐 幽默新解读

YOUNG
GONGGUAN

幽默
默公
关

上海辞书出版社

图书在版编目(CIP)数据

幽默公关/谢承志著. —上海:上海辞书出版社,2008.6
ISBN 978-7-5326-2441-6

I. 幽... II. 谢... III. 幽默(美学)—应用—公共关系学
IV. C912.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第021894号

责任编辑 张良一
装帧设计 杨钟玮

出版人 张晓敏

幽默公关

上海世纪出版股份有限公司 出版、发行
上海辞书出版社
(上海陕西北路457号 邮政编码 200040)
电话:021—62472088

www.ewen.cc www.cishu.com.cn

上海长鹰印刷厂印刷

开本 890×1240 1/32 印张 11.25 插页 1 字数 271 000

2008年6月第1版 2008年6月第1次印刷

ISBN 978-7-5326-2441-6/C·10

定价:24.00元

如发生印刷、装订质量问题,读者可向工厂调换

联系电话:021—58670433



幽默与公关有交汇之处——从“幽默公关”稳定美国政局说起

1981年3月30日下午2时25分,美国前总统里根遇刺,生命危在旦夕。美国政局大乱,人心惶惶。总统高级顾问们将自己关在白宫地下室的紧急会议室内,苦思冥想、千方百计想采用某种公关策略来稳定政局。

然而由于苦无公关良策,眼看着股市暴跌、物价飞涨,局势越来越乱。

就在政治家们束手无策时,里根的幽默公关,引得美国上下不断地大笑,美国政局也由此稳定下来。原来下午3时左右,里根夫人南希来到救治室探视,南希握着丈夫的手俯身吻了他的前额。里根说:“亲爱的,我忘记闪开了。”善用幽默,是里根缓和别人情绪的奥秘。在生死关头,里根同样表现出了一贯的幽默。实际上,他对南希说的是一句人家用过的旧警句。据说,1926年拳王杰克·登普西,在重量级拳击赛中把冠军头衔输给根·滕尼后曾向他妻子讲过这句话。里根这是用“仿拟”法制造幽默。

下午4时,医护人员将里根从担架移上二号手术室的手术台时,他看到站在周围的医生个个都神情紧张的样子,便幽默地说:“请告诉我,你们都是共和党员。”医生们都被里根的幽默逗乐了。隶属自由派的民主党员约瑟夫·乔达诺医生代表大家回答:“总统先生,今天我们都是共和党员。”在电视机前观看实况转播的观众被逗乐了,经其他媒体传递此富含幽默的新闻后,整个美国被逗乐了。这里里根是用“颠倒”法制造幽默。他巧妙地将医患关系“颠倒”为政治上的党派关系,从而制





公·关

造了幽默。

手术结束后几个小时，他写给医生一张便条，摹仿喜剧家韦·希·菲尔兹的语气幽默地说：“说来说去，我还是呆在费城的好。”这则是运用仿拟法制造幽默了！

片刻之后，他又从特级护理间给等在外面的白宫助理人员写了一张幽默便条：“温斯顿·丘吉尔曾说‘遭到枪击而没送命的感受是最令人兴奋的。’”

两小时后，他又送出了第三张幽默便条：“假如我在好莱坞时也这么引人注目，我就不会从那儿出来了。”而这两段幽默则是使用“移植”法制造的。

里根的一次又一次幽默，在引得美国上下不断地大笑的同时，人们不断接受并强化的信息是，总统的健康没有大问题，你们看他不是像平时一样幽默吗？这远比发布新闻稿说总统如何健康不知道要好多少倍！人们不担心总统的健康了，美国政局能不稳定下来吗？

难怪美国著名的幽默作家罗伯特·奥尔本评论说：“在使全国镇静方面，总统的幽默胜过了三吨重的新闻稿。”

用“三吨重的新闻稿”稳定不了美国政局，而里根总统的幽默公关却奇迹般地稳定了美国政局。可见，幽默公关的魅力有多大！

公关的本质是组织通过传播与沟通，将信息传递给公众——与组织有某种利益相关的人群。所以说，公关的传播与沟通，是基于人与人之间的沟通。而幽默则是人类智慧的结晶，是人类沟通中的极品；也就是说，这两门看似不相干的学科有了或多或少的交汇之处。正因为如此，不少优秀的公关案例或多或少地就和幽默挂上了钩。具体地说，有些优秀的公关案例或多或少地借鉴了幽默构成法，有些优秀的公关案例或多或少地与幽默有异曲同工之妙。

需要说明的是，就像一次幽默中不可能用尽所有的幽默手法一样，





富有幽默色彩的公关活动也不可能一次用尽所有的幽默手法;更不是
说,所有优秀的公关案例都和幽默有关。本书只是想从一个全新的角
度来认识公关、研究公关。

在具有幽默色彩的公关案例中,可以发现一般常见的幽默手法:如
对比、反复、错综、移植、比喻、拈连、仿拟、飞白、颠倒等。再进一步探讨
这些具有幽默色彩的优秀公关案例,不难发现:

幽默是人际沟通的最佳桥梁之一;

幽默是公关策划的最佳源泉之一;

幽默是媒介传播的最佳利器之一;

幽默是谈判协商的最佳媒介之一;

幽默是面对危机的最佳盾牌之一。





幽默与公关有交汇之处

——从“幽默公关”稳定美国政局说起

· · · · · · 策 划 篇 · · · · · ·

序言——幽默是公关策划的最佳源泉之一

——“从尿出啤酒来”说起 ····· 3

普京总统的“幽默一举”

——策划目标幽默之一 ····· 5

北美防空司令部播报的圣诞老人行踪？

——策划目标幽默之二 ····· 9

美国总统的快餐是猪肉皮？

——分析信息之幽默 ····· 12

毕加索也画假画？

——诚信原则之幽默 ····· 15

获金牌的，奖金罐？

——可行性原则之幽默 ····· 18

卖没有颜色和款式的服装？

——创造性原则幽默之一 ····· 24

靠赔本买卖发大财？

——创造性原则幽默之二 ····· 28





2

公·关

“不准偷看！”

——创造性原则幽默之三 32

比尔·盖茨“极度夸张”发大财

——产品形象策划之幽默 37

“没有东西”的旅舍生意红火

——逆向思维幽默之一 42

开业三天，高价迎宾？

——逆向思维幽默之二 46

洛克菲勒靠捐土地发大财？

——纵深思维之幽默 50

北大百年校庆在火车上开？

——联想思维之幽默 55

变两千多吨废料为黄金？

——辐射思维之幽默 60

饿着写作只为少写些多余的话？

——辐辏思维之幽默 65

· · · · · · 沟 通 篇 · · · · · ·

序言——幽默是人际沟通的最佳桥梁之一

——从“马路与‘人路’”说起 73

邮票作为敲门砖？

——寻找共同点之幽默 75

听出微笑来？

——电话通联之幽默 82

卡米拉访美穿错衣服？





——服饰之幽默	87
陈毅“将”日本鬼子的“军”	
——介绍之幽默	91
小布什握手有错？	
——礼仪之幽默	95
一张名片三个亿	
——举止幽默之一	98
洋指挥为何逃下台去？	
——举止幽默之二	101
第一内人，“男女不分”？	
——接待之幽默	106
林肯是两面派？	
——与下级沟通之幽默	110
我反对，因为它太好了！	
——与上级沟通之幽默	114
只吃这服务也上算？	
——与消费者沟通幽默之一	119
100 美元引来几千万美元？	
——与消费者沟通幽默之二	125
资本家还有红色的？	
——政府公关之幽默	130
鸽子搞公关？	
——社区公关之幽默	135
麦当劳成功靠体育？	
——体育公关之幽默	139



· · · · · 传 播 篇 · · · · ·

序言——幽默是媒介传播的最佳利器之一

——从“皇冠”牌香烟的幽默广告说起 ····· 147

不信,死给你看?

——传播幽默之一 ····· 149

保险公司靠寻人启事发家?

——传播幽默之二 ····· 154

三井会社的“嫁接法”?

——公关调查幽默之一 ····· 158

《红高粱》靠小红褂获奖?

——公关调查幽默之二 ····· 163

婚礼要用潜望镜?

——信息分析之幽默 ····· 167

松下给顾客测量体温?

——座谈会之幽默 ····· 173

没有醉鬼的酒店?

——诱导欲望之幽默 ····· 177

盲人怎样看《狮子王》?

——人文关怀之幽默 ····· 181

刘翔胸前的耐克 12.88

——名人效应之幽默 ····· 185

餐馆搞笑发财?

——公关活动幽默之一 ····· 191

记者也卖菜?





——公关活动幽默之二	196
报纸印在丝绸上？	
——公关活动幽默之三	201
尼克松骂娘？	
——记者招待会之幽默	205

· · · · · 谈 判 篇 · · · · ·

序言——幽默是谈判协商的最佳媒介之一	
——从“上帝带来光明、促使谈判成功？”说起	213
谈判“得胜”，工人失业？	
——双赢谈判之幽默	214
国际军事法庭座次以体重排列？	
——哈佛原则法之幽默	218
基辛格为何受到赞赏？	
——最佳替代方案之幽默	223
普希金的出生地搬家了？	
——谈判开局幽默之一	227
扁鼻子是碰壁的缘故？	
——谈判开局幽默之二	230
我是小偷？你是强盗！	
——谈判开局幽默之三	233
你要吃一对鲸鱼才行	
——报价幽默之一	238
“鱼饵报价法”的陷阱	
——报价幽默之二	243





成为朋友也可以消灭政敌？

——僵持之幽默 248

囚犯共同选择抗拒？

——技巧——冒险之幽默 252

抢来的东西最好吃！

——技巧——制造竞争之幽默 257

自杀就能贷到款？

——谈判技巧——坚持之幽默 262

美国报了珍珠港之仇？

——情报因素之幽默 267

装傻占上风？

——时间因素之幽默 272

让步成了熊猫？

——让步之幽默 277

· · · · · 危 机 篇 · · · · ·

序言——幽默是面对危机的最佳盾牌之一

——从“让我们一起消灭法西斯”说起 287

鸡翅中吃出手指甲？

——公关危机之幽默 289

故意造成最大的原油泄漏事故？

——公关危机特点之幽默 294

止痛胶囊含氰化物？

——危机处理原则之幽默 298

骂出来的成功？





——处理投诉态度之幽默	302
卢浮宫失火,抢救什么?	
——先发制人之幽默	306
“以酒代歌”巧解围	
——当即答复之幽默	310
燕子妈妈向人道歉?	
——推迟答复之幽默	314
口服液吃死人?	
——内部危机之幽默	318
康泰克曾面临灭顶之灾?	
——不当组织行为之幽默	324
爱多 VCD 为何破产?	
——企业纠纷危机之幽默	328
张百发为钱江啤酒平反?	
——失实报道之幽默	333
飞机事故后还要主动广为宣传?	
——危机处理步骤幽默之一	337
真李逵“大打假李逵”	
——危机处理步骤幽默之二	343



策划篇



序言——幽默是公关 策划的最佳源泉之一——“从尿出啤酒来”说起

比利时撒利尔酒厂成功地策划了一次幽默公关,国际名城布鲁塞尔的名胜——“撒尿的小男孩”铜像——尿出啤酒来(详情见下面的文章),从而使撒利尔啤酒走向了欧洲、走向了世界!

这家酒厂的策划具有幽默的色彩,他们是用“移植”来制造幽默的。移植是幽默创作的主要技巧手段之一,即把在某种场合中显得十分自然、和谐的情节或语言移至另一种迥然不同的场合中去,使之与新环境构成超出人们正常设想和合理预想的种种矛盾,从而产生幽默的效果。

这家酒厂的成功告诉我们,成功的公关活动和广告传播,关键在于事先的策划。当然,公关策划有其特殊的要求和原则,但有必要强调的是,公关活动策划的一个重要方面,即策划者要有幽默感,策划的公关活动和广告传播最好蕴含幽默。幽默是人类共同具有的天性,人们一旦从你策划的公关活动和广告传播中领悟到某种幽默,那么他们就在哈哈大笑的同时,非常愉悦地接受了你传递的信息。这样就能达到了最佳公关效果。

再举一例,泰国曼谷有家酒吧门口放着一只大酒桶,桶壁上写着四个醒目的大字:“不准偷看!”是用“颠倒”法来制造幽默的,明明他想要大家看他的酒,他偏说“不准偷看!”,明明他的酒清醇芳香,他偏偏不宣传。大家忍不住“偷看”到了“清醇芳香”的酒时,幽默形成了,人们被逗乐了,酒瘾也上来了,酒吧老板的目的也就“水到渠成”!(详细的分析见下面的文章)这比“王婆卖瓜自卖自夸”式的直接吆喝,不知好上千百倍。试想如果门口挂的是“本店之酒世界一流”之类的招牌,会有这样





4

公·关

的效果吗？

君不见社会上许多企业搞的活动看上去也红红火火，声势颇大；但人们往往嗤之以鼻，收效甚微；有的虽然花了大钱，结果却招来一通批评，甚至给企业的形象抹黑，干了“赔了夫人又折兵”的买卖！

说到底，公关策划本是一门学问、一门艺术，值得研究、值得探讨。但更重要的是，不要忘了幽默！

