



公
共
关
系
系
列

*Oral Communication
in Public Relations*

公关口语



| 徐秋英/著 |



公关口语的价值取向在于获得公众的理解和支持，同公众构建和谐关系。为此，它要采用艺术的沟通形式，追求无重复的创新。创新的过程是施展技巧的过程。它的表现往往是独辟蹊径，令人心悦诚服。



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



公共关系系列

Oral Communication
in Public Relations

公关口语



徐秋英/著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

中国·北京

图书在版编目(CIP)数据

公关口语/徐秋英著. —北京:中国经济出版社, 2008. 7

ISBN 978-7-5017-7858-4

I. 公… II. 徐… III. 公共关系学—语言艺术 IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 132155 号

出版发行: 中国经济出版社(100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 乔卫兵 刘晨(电话: 010-68300010 88377716)

责任印制: 石星岳

封面设计: 华子图文设计公司

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京金华印刷有限公司

开 本: 787mm×960mm 1/16

印张: 21.5 字数: 349千字

版 次: 2008年7月第1版

印次: 2008年7月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5017-7858-4/F·6862

定价: 39.80元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,由我社发行部门负责调换,电话:68330607

版权所有 盗版必究

举报电话:010-68359418 68319282

国家版权局反盗版举报中心电话:12390

服务热线:68344225 68369586 68346406 68309176

前言

说起公关口语,人们并不陌生。现代人为了更好地融入社会,求得生存和发展,就要善于和他人、和组织打交道,打交道就要张口说话,就离不开公关口语的运用。谁善于运用公关口语,谁就具有了现代社会生存和发展的基本能力。这就迫使人们不得不对公关口语给予更多的关注和学习,以求得更好地把握和运用,使自己置身于各种社会关系中,尤其是公共关系中,立于不败之地。

改革开放以来,随着社会经济的突飞猛进,公共关系事业在我国得到了长足的发展。公共关系作为一门学科,在不断发展;谈论公关语言的书,大批涌现,其中不乏有创见的作品,这固然可喜,但比起飞速发展的公关事业,公关研究的层面仍需不断深入和拓展,对公关口语的研究,同样需要进一步深入下去,拓展开来。

本书的写作目的就是想“深入”和“拓展”方面作些新的探讨。

一、认识公关口语,首先要认识公共关系。这里不在于给公关下定义,而在于如何认识它的本质。定义可以成百上千,本质只能是一个。当然,可以有不同的视角,得到不同的结论。我认为,公关的本质是社会组织 and 公众在各种联系、交互作用中求得和谐发展、建立和谐关系的一种行为方式。沟通信息、相互理解、树立形象,无一不是为建立和谐关系而做的努力。从这种本质性认识出发,对公关口语的认识才便于深入。

二、公关口语作为语言的一种运用形式,不仅要讲究科学,也要讲究艺术。在这两方面,人们着实下过工夫,但有时表达效果仍不如意,这其中涉及多种因素,但人们往往忽略了一个很重要的因素,就是在思维方法、思维形式的运用上着力不够,这就需要下些“由表及里”的工夫,不光从语法、修辞上找原委,还要从逻辑上探究究竟。公关口语是一刻也离不开逻辑的。“工欲善其事,必先利其器”,一个组织成员,要想在公关实务中有效地运用公关口语,达到公关目的,先要问问自己,是否在自觉地运用逻辑工具,让自己的话说得更准确、更深刻,于是,本书增加了公关口语逻辑内容,意在将之研究引向深入。

三、公关口语作为公关行为的一种表现形式,随着市场经济的发展而发展,这是必然的。于是,公关口语系统链中,不断出现新的链接点。其实,这些“新成员”是客观存在的,只是需要我们逐渐认识它们、接纳它们。比如,随着国门打开,改革开放力度不断加大,内外交往增多,出现跨文化沟通现象,不少同人将研究目光投向跨文化交流。本书力图从构建和谐世界角度,探讨跨文化交流中的公关口语问题。又如,一种文化的产生和发展,有其历史渊源。公关口语具有文化属性,同本民族文化有着密切的联系。优秀的中国传统文化为现代公关口语提供了传承的条件。本书用了一定笔墨,探讨中国文化同公关口语的关系,力图从中国文化宝库中挖掘更多宝藏,以丰富现代公关口语。这样,公关口语研究的层面将得到拓展。

四、为便于读者阅读和实践,本书分上、下两篇。上篇第一章至第九章,是从总体上概述公关口语知识。包括公关口语概念、特点、功用,主客体要素构成、审美价值、语用技巧,公关口语对传统文化的传承,对跨文化交流中的要求以及对逻辑工具的运用,最后是如何通过训练来提高公关口语表达能力。下篇第十章至第十六章,是语体应用篇,体现了公关口语可操作性、实践性强的特色。语体是人们在特定的交际领域所使用的语言材料和表现手段而形成的特色和格调。公关口语运用中,根据一定公关目的,在不同公关场合,面对不同公众,需选用相应的语言材料和表现手段来传递信息,形成不同的公关口语语体。在此,向读者介绍公关实务中常用的如形象管理、交流沟通、接待服务、社会应酬、演讲辩论、推销、谈判等语体运用中的口语技巧。

本书是在1998年版《公关口语》的基础上,作了较大增删修改而成。转眼过去的十年,只是历史的一瞬,却让作者赢得了进一步领悟公关、公关口语真谛的宝贵时间。本书在知识的阐述、例证的运用上,突出了时代性、实用性,力求给人以新鲜感。我相信,呈现在读者面前的这本书,会对读者有更大的帮助。

本书可作为高等学校公关口语课教材、公关人员口语表达培训教材,也可作为有意提高个人口语表达能力的青年朋友的自学读物。

本书在撰写过程中,参考了有关文献(见后面参考书目),在此深表谢意!

徐秋英

2007年1月于北京

前言/1

上篇 知识概述篇

第一章 现代人生存发展的基本工具——公关口语/3

第一节 口语与公关口语/4

第二节 公关口语的特点与功用/9

第三节 公关口语的语用原则/17

第二章 公关口语的主客体要素/23

第一节 公关口语的主体要素/24

第二节 公关口语的客体要素/33

第三节 公关口语主客体要素的关系/37

第三章 公关口语的审美价值/47

第一节 公关口语具有审美价值/48

第二节 公关口语的审美特征/53

第三节 公关口语审美价值的实现/56

第四章 谈吐动人的要义——公关口语基本语用技巧/61

第一节 表述技巧/62

第二节 修辞技巧/80

第五章 增强魅力之道——公关口语辅助语用技巧/89

第一节 副语言技巧/90

目录

第二节 倾听技巧/100

第三节 提高交流效率/104

第六章 逻辑是公关口语必要的工具/111

第一节 动于衷,形于外——认识与表达/112

第二节 准确表达与思维形式的运用/120

第三节 公关口语违反逻辑规律举隅/132

第七章 中国文化对公关口语的影响/139

第一节 中国文化与公关口语/140

第二节 传统价值观、思维方式对公关口语的影响/142

第三节 传统语言观铸就中国特色的公关口语/150

第四节 闪耀智慧光辉的中国古代公关口语/157

第八章 跨文化交流中的公关口语/163

第一节 跨文化交流是客观存在/164

第二节 跨文化交流中的公关礼节/170

第三节 跨文化交流中的体态语/176

第四节 “入境向禁”与“入乡随俗”/181

第五节 公关口语在跨文化交流中发展/186

第九章 公关口语能力的训练与提高/191

第一节 “磨刀不误砍柴工”——口才训练的必要/192

第二节 战胜当众说话的恐惧/195

第三节 公关口语的技巧训练/199

第四节 走出公关口语表达误区/203

下篇 语体应用篇

第十章 形象管理的表达技巧/209

第一节 调查与咨询/210

第二节 接、打电话/215

第三节 即席发言/218

第十一章 交流沟通的语言形象/223

第一节 寒暄/224

第二节 应酬/228

第三节 交谈/233

第四节 说服劝导/238

第五节 答记者问/243

第十二章 接待与服务的语言艺术/251

第一节 把握好公关接待的几个环节/252

第二节 怎样为参观者作解说/257

第三节 售货员如何同“上帝”说话/260

第四节 旅游服务的口语技巧/265

第十三章 公关演讲的成功要诀/273

第一节 无处不在的公关演讲/274

第二节 公关演讲要诀/278

第三节 演讲者形象设计/284

第四节 精彩演讲赏析/286

第十四章 激情论辩的语言设计/293

第一节 论辩是解决矛盾的锐利武器/294

第二节 把逻辑装进精美的“话匣子”里——论辩技法/298

目录

第三节 在唇枪舌剑中展示魅力——论辩赛的组织/303

第十五章 成功推销的交谈艺术/309

第一节 推销是劝购的艺术/310

第二节 把话说到顾客“心坎上”/313

第三节 推销的口语技巧/317

第十六章 公关谈判的沟通策略/321

第一节 互利双赢的公关谈判/322

第二节 谈判中如何说服对手/326

第三节 谈判的口语技巧/329

参考书目/333

上篇

知识概述篇

现代人生存发展的 基本工具

——公关口语

第一节 口语与公关口语

第二节 公关口语的特点与功用

第三节 公关口语的语用原则

第一章

公关口语是在公关实务中运用的口语交际工具。人们运用它交流信息,协调沟通,建立和谐关系,用以达到公关目的。它在公关实务中具有不可替代的作用。我们了解公关口语的含义,了解它同一般口头表达的区别、它的特点、功用及语用原则,对于更有效地运用公关口语是必要的。

第一节 口语与公关口语

一、对口语的认识

(一)口语及其产生

口语是在一定的语境中,借助某些辅助手段传递信息的有声语言,也即说话时使用的语言。它是一种特殊的社会现象,随人类社会的产生而产生,又随人类社会的发展而发展。人类脱离了动物,变成了社会的人,要生存、要劳动、要同大自然搏斗,就要协调人和人之间的关系和行为,就“已经到了彼此间有些什么非说不可的地步了”,“口部的器官也逐步学会了发出一个个清晰的音节”,“语言从劳动中和劳动一起产生出来”。^①这种语言是有声语言,也就是口头语言。可见,人类语言的发展历程,是先从有声语言开始的。随着社会的发展,人类不断地运用语言这一重要交际工具,彼此交流思想,相互了解,促进物质生产、精神生产,促进社会进步,语言在这一过程中,也就更为丰富和完善。

既然人类社会语言先从口语开始,口语就成为了人类语言的第一种基本形态。它诉诸人的听觉器官,靠说话人发出负载一定意义的语音,通过振动的空气层传播到听者耳中,达到交流目的。通过这种有声语言进行的交流活动无处不在,人的这

^① 马克思恩格斯选集·第3卷·上海:人民出版社,1972.

种交流活动与生俱来。“我们用啼哭开始一生,以停止说话、传意终止生命,其间几十年,几乎全用在传的活动上。”^①这里说的“传的活动”是指用各种形式进行信息传播,包括有形的、无形的、有声的、无声的,而其中尤其突出“说话”,即口语交流,这是人类独有的交际能力。人同其他动物的一个本质区别,在于人类会使用口头语言这一交流工具,在于有了使用这一工具的本领,随之而有的智力增长,从而建成文明社会。

(二)口语同书面语

随着生产的发展、文字的出现,又产生了书面语言。书面语言诉诸人的视觉器官,其成品供人阅读。书面语是在口语的基础上发展起来的,它只能是人类语言的第二种基本形态。人类因为有了口语和书面语,才把自己的生存质量从保证衣食住行提高到与人进行复杂交际的新阶段。

口语和书面语这两种人类语言的基本形态,同出一源,都源于思维。人脑受客观事物的刺激要进行思维,思维的结果需要表达。表达方式不外两种,或动口说,或用笔写。从这个意义上说,说和写是一致的。但是,说和写又完全是两码事,口语和书面语不能画等号。善说的人不一定都能写;能写的人也不一定都善说。战国末年的韩非、汉代的杨雄均“为人口吃,不能道说”,只得靠著书来表达政见。可见,想好的一件事,并非每个人均能做到想说就说、想写就写。这里有表达能力的限制,也有口语同书面语差异的限制。

(三)口语的特点

口语不同于书面语,表现在如下几个特点上:

一是直接性。要完成一个口语表达过程离不开信息、说话者和听者几个要素。说者同听者直接见面,传递的信息交互发出,形成双向沟通。说、听之间形成一个信息传递过程,说者把信息直接传递给听者,不需经过中间环节,听者直接收到信息,可以马上反馈,从听者变为说者,听、说二者可以互相补充、提问、研讨、辩论。由于这种直接交流是在同一时间、同一场合内进行,有利于信息传递迅速及时,表达充分完整。

^① 余也鲁:《中国文化与传统中传的理论实际的探索》,北京:中国展望出版社,1985。

二是灵活性。口语表达较之书面表达要灵活得多。如果需要,口语表达随时可以进行。如两友见面时的问候、参加某项活动的即席发言、听到看到某种现象的评论等。说话不像写文章那样在选词造句、布局谋篇等方面要求严格。说话应通顺、明白,但有时又可说得不够通顺、明白,甚至前言不搭后语,这时听者可根据上下句判断对方说话的意思,实在不明白,还可当场询问。说者也可根据听者反应,随时调整自己说话的内容及方式,如转变话题,增减信息量,变换语调、语速等。说话往往是即兴而发,难度更大,有不少人把当众说话视为畏途。

三是暂留性。对说者而言,说话时边想边说,不可能完整、准确地记住自己讲过的全部内容,讲后面的话时,无暇顾及前面说了什么,即使有意回忆,也只能忆起大致轮廓。对听者而言,听到的语言瞬间即逝。据心理学家实验,一般人听连续的语流,精确地留在记忆中的时间大约不超过 10 秒,超过 10 秒的记忆就模糊不清、残缺不全了。说话的这种暂留性同写文章、读文章截然不同。写文章可以反复琢磨、推敲、修改,读文章可以反复阅读、揣摩、体味,其内容可长时间留在记忆中。跟书面语相比,这实在是口语的一个弱点了。

四是双刃性。自从人类在劳动中创造了语言,至今有几万年历史。口头语言作为人们交流思想、表情达意的工具,在人类历史发展中建立了不可磨灭的功勋。但在口语表达时,由于从思维到表达的过程很短,往往有言语不慎、出口伤人的情况,“伤人之语,甚于刀戟”。对此,商店的售货员感触最深。他们整天接待顾客,一天不知要说多少句话。一句话可以说得人心暖,一句话也可以说得人心寒。有人不了解口语的这种两面作用,说话不动脑子,有口无心,经常是脱口而出,“一言既出,驷马难追”,说者无心,听者有意,为此而得罪人。说话如一把“双刃剑”,人人都可以佩带它,关键是看你会不会使用。

(四)口语是人类传递信息的基本手段

口语作为人类社会的重要交际工具,越来越受到人们的重视。早在两千多年前,我们的祖先就很重视口语表达,把说话作为表达见解、交流思想的工具。春秋战国时期,政治上群雄并起,思想上百家争鸣,各国统治者利用一批讲究辞令的辩才,进行外交斗争,如苏秦、张仪等人以口舌为武器,纵横捭阖,声震天下。同样,西方人也从很早就深知说话的巨大力量,认为舌头就是一把利剑,比打仗更有威力。尤其进入现代社会以来,人们更重视口语的作用。美国人德鲁克在《怎样当好一名

雇员》中说：“你的工作越是脱离了体力劳动，你负担的组织工作就越多，那么如何使用口头和书面的形式去表达你的思想就显得越重要。这种表达能力或许是你种技能中最重要的。”这里，他把口头表达同书面表达并论，并把口头表达置于首位。美国著名成人教育家卡耐基通过举办各种语言训练班，培养人们进行“有效的说话”。他的学生从美国扩展到许多国家，形成一个世界范围内的学说话运动。

随着改革开放事业的发展，我国各行各业人员面对瞬息万变的社会生活、川流不息的信息资源、复杂微妙的人际关系，越发认识到口语交际的重要。人们在社会实践中切实体会到，是否善于辞令，关系重大。善于说话，讲究说话艺术，在职场竞争中，可以得到好职位，可以获得较多的擢升机会；在社交场合，给人好印象，获得好人缘，结交更多的朋友；在工作场合，比如律师，有利于帮你的当事人打赢官司，比如店主，可以吸引更多的顾客。对科技人员来说，据统计，其专业信息 50%～80%来自文字以外的渠道，甚至有的科技发明竟是在交谈中触动灵感而成。尽管现代科技飞速发展，各种信息交流手段层出不穷，但到什么时候也丢不掉口耳相传这一基本的传播方式，口语是人类传播信息最基本、最重要的活动方式和手段。

口语表达是个复杂的生理、心理过程，受多种因素制约，构成口语表达形式的多种多样。有粗糙、零散的非规范口语，也有连贯的、符合普通话规范的、接近书面语的口语。我们要研究的是后者，即标准口语或规范口语。有人把规范口语仅限于诸如“走吧你！”、“他完了是你！”这一类所谓“地道的口语”范围内，这就人为地缩小了口语的外延，而我们平时运用口语，尤其是在演讲、谈判、辩论时，更多地还是运用接近书面语的口语。当然，这样认识并非要否认口语的独立性质及其在语言系统中相对独立的地位；恰恰相反，是为了改变口语较之书面语研究相对滞后的状况，将它从语言系统中独立出来，按照口语表达规范标准，作深入研究。

如上所述，我们要研究规范口语，但本书研究的又不是所有的规范口语，只是其中的公关口语。

二、对公关口语的认识

（一）什么是公共关系、公关实务

既然在“口语”前用“公关”限制，有必要对公共关系、公关实务作些说明。什么是公共关系，尽管有关定义众说纷纭，莫衷一是，但总应有一个讨论问题的出发点

和依据。本书的观点是,公共关系就是一个组织通过沟通、传播等手段,建立和改善与各类公众的关系,这种关系是相互理解的关系、互相协调的关系、亲密融洽的关系、互利互惠的关系,最终形成和谐关系。现代公关产生于19世纪末20世纪初的美国,它是现代社会市场经济发展的产物。市场经济高度发展,造成社会组织高度分化,组织间的协调、融通和整合,就成为必然的了,其目标是社会组织同公众之间建立起和谐关系,以求得整个社会的发展。这种组织同公众和谐发展的行为方式,是一个组织自身生存发展的基本保障。

公关实务是为了实现公关目标而做的有计划和不懈的努力,包括“分析发展趋势,预测其结果,向组织领导提出忠告并完成既有利于本组织又有利于公众利益的有计划的方案”。^① 社会组织为改善和强化与公众的关系,应动员内外力量,实施公关计划。市场经济越发展,对公关实务的要求也就越高。我国目前搞社会主义市场经济,更需不断改善人际、社际、国际间的文化、经济、科技等方面关系,调动一切积极因素,形成一个大公关环境,为市场经济服务。

传播沟通是公关的显著特征,是实施公关计划的主要手段。公关语言作为传播沟通的主要工具,分为书面语体和口头语体两大类。公关语言的书面语体是以文字符号为传播工具,辅之以色彩、图形等,包括调查报告、新闻报道、广告、信函、聘书、合同、标语等,其根本任务是用书面语向特定的公众传播信息。公关语言的口头语体是以有声语言为传播工具,辅之以表情、动作等态势语,包括咨询、答记者问、接打电话、导游解说、商业服务、营销、演讲、谈判、辩论等使用的口语,其根本任务是用自然语言并借助体态语向特定的公众传递信息。

一个组织为正常有效地运行,时刻离不开公关。公关口语服务于公关实务,是公关实务的重要工具,也是公关实务的一种形式。公关人员无论是分析组织的发展趋势、预测未来,还是向组织领导提出建议并完成本组织的公关计划,都无法忽视对口语的运用。

(二)什么是公关口语

公关口语是在公关实务中所运用的口语。由此看出,并非任何口语都是公关口语,它只运用于公关实务中。同时,公关口语应是规范的口语,但并非所有规范

^① [英]弗兰克林·杰弗金斯. 最新公共关系技巧. 北京:北京大学出版社,1993.