



实用公关 语言 学

SHIYONG GONGGUAN YUYANXUE

武占坤 主编

实用公关语言学

主 编 武占坤
副主编 齐晓茹 宇文宏 姚锡远
 续红伟 张立权

北京语言学院出版社

(京)新登字 157 号

图书在版编目(CIP)数据

实用公关语言学/武占坤主编. —北京:北京语言学院出版社,1996.8

ISBN 7-5619-0482-7

I. 实…

Ⅱ. 武…

Ⅲ. 公关语言学:应用语言学

Ⅳ. C912.3-05

出版发行:北京语言学院出版社

(北京海淀区学院路 15 号 邮政编码 100083)

印 刷:北京语言学院出版社印刷厂

经 销:全国新华书店

版 次:1996 年 8 月第 1 版 1996 年 8 月第 1 次印刷

开 本:850×1168 毫米 1/32 印张:8

字 数:200 千字 印数:1—5000 册

定 价:11.00 元

编委会名单

顾 问：邵守义

主 编：武占坤

副主编：齐晓茹 宇文宏 姚锡远
续红伟 张立权

编 委：	曹忠义	陈美健	邓 梅	郭伏良
	贺志朴	侯玉书	黄云明	李军涛
	刘福泉	马叔骏	齐晓茹	宋天锁
	陶崇诚	王新玲	王雪梅	王占福
	武占坤	邢向东	续红伟	姚锡远
	宇文宏	宇文玉芬	张立权	张 莉
	张 薇			

序

在“出书难，难于上青天”的形势下，我们何苦来，要冒着劳动成果报废的危险，不惮“爬格子”的苦楚，编写这本《实用公关语言学》呢？何苦来！这首先是“苦来”于书呆子们，“春蚕到死丝方尽”的治学呆气，其次是“苦来”于对“科学是第一生产力”的信仰。

滚滚长江东逝水，浪花淘尽英雄。在大浪淘沙面前，不随“大江东去”的，除民族魂魄、人民业绩外，大概要属，人类智慧结晶的科技之树不老，知识之果长青了。“千古江山，英雄无觅，孙仲谋处。舞榭歌台，风流总被雨打风吹去。”而科学的伟力，却把人类的文明，推上了“登月”的高度；知识的热能，使人生的价值，升华得比黄金还要耀眼。知识的富有，不愁股票跌，不怕天火烧，不弹食客铗，不扣富儿门，无须跪朝乞顶戴，不必绕市卖金貂。我们的先民，早就彻悟这个道理，口碑载记说：“与其满身珠宝，不如学问满脑”，“阳光照亮世界，知识照亮人生。”

《实用公关语言学》，是讲公关语用“文韬武略”的教材。它照亮的是公关语用交兵时，通往凯旋门的道路。它教人们在群英会上，如何唇枪舌剑胜群儒；教人们在晏子使楚处境下，如何巧于反唇振国威；教人们在大庭广众之下，如何先声夺人惊四座；教人们在谈判桌上，如何谈笑风生凯歌还。它既是一门展示规律的科学，又是一种教人发挥主观能动性进行创造的艺术。它的功能是使人们在公关语用上智勇双全，满腔灵秀，一身潇洒。

学术高峰，原本就山重水复，高无止境，何况《实用公关语

言学》又是一座横空出世的处女峰。攀登这门学问的极顶，这该是若干代人的历史征程。我们这个革路蓝缕的急就章，最多只能算这座高山脚下的一岭或半坡。莫道君行早，更有早行人。这一岭半坡之上，还印有先行者的汗渍和脚印。读者是本书的“上帝”。本书的功过，只有靠读者去评说。

“锄禾日当午，汗滴禾下土，谁知盘中餐，粒粒皆辛苦。”

谢谢与本书出版有关的一切辛苦者。

武占坤

1995年5月28日

于河北大学南苑

目 录

第一章 公关语言学概说	(1)
第一节 公关语言学的属性	(1)
一、公关语言学是语言学的分支科学	(1)
二、公关语言学是多学科交叉的语言边缘学科	(2)
第二节 公关语言学的研究对象、范围和方法	(2)
一、公关语言学的研究对象	(2)
二、公关语言学的研究范围	(3)
三、公关语言学的研究方法	(5)
四、公关语言学与邻近学科的界定	(6)
第三节 公关语言学的具体任务	(9)
一、概括规律, 指导实践	(9)
二、加强理论研究, 丰富语言科学理论体系	(10)
第二章 公关语用与公关	(12)
第一节 与公关语用密切相关的几个公关概念	(12)
一、公关概说	(12)
二、公关的主体与客体	(13)
三、公关实务活动	(15)
第二节 公关语用目标与公关意识	(17)
一、美化组织形象意识	(17)
二、公众至上意识	(18)

第三章 公关语用角度的语言观	(19)
第一节 自然语言与非自然语言	(19)
一、非自然语言简介	(20)
二、非自然语言与自然语言的关系	(22)
第二节 自然语言的“言语”与“语言”	(27)
一、言语与语言的关系	(27)
二、言语交际的语用程序	(29)
三、言语交际的几种方式	(31)
第四章 公关语言的性质、特点	(35)
第一节 公关语言的性质	(35)
一、公关语言不是全民语言的行业变体	(35)
二、公关语言有规范形式与非规范形式之分	(36)
三、公关语言有典型形态与非典型形态之分	(38)
第二节 公关语言的特点	(38)
一、公关语言在内容上有集中的公关实务性	(39)
二、公关语言的郑重性	(39)
三、公关语言的礼貌性	(40)
四、公关语言的情意性	(42)
五、公关语言的双向性	(43)
六、公关语言的谋划性	(44)
第三节 公关言语活动的“听”	(45)
一、“听”是人类获得生存信息的重要渠道	(45)
二、怎样做到善听能解	(47)
第五章 公关语用原则	(51)
第一节 诚信的原则	(51)
一、真诚不欺	(51)

二、讲信用话	(54)
第二节 “三切”的原则	(55)
一、切旨	(56)
二、切境	(58)
三、切身	(65)
第三节 得体的原则	(66)
一、得语体之体	(66)
二、得分寸之体	(69)
第六章 公关语用四巧	(73)
第一节 巧于善始	(74)
一、通情为善	(74)
二、求同为善	(78)
三、集通情和求同于一身	(81)
第二节 巧于即兴	(82)
第三节 巧于应变	(85)
一、幽默以应	(86)
二、机智以应	(91)
三、归谬以应	(92)
四、反唇以应	(96)
五、反诘以应	(98)
六、模棱以应	(99)
七、别解以应	(100)
第四节 巧于回避	(101)
一、避实就虚	(102)
二、以攻为守	(103)
三、无效回答	(105)
四、充耳不闻	(106)

第七章 公关语言风格的三种境界	(107)
第一节 语言风格概说	(107)
第二节 辞约意丰的风格	(109)
一、辞约是以意丰为前提的	(109)
二、简洁是智慧的灵魂	(114)
三、辞约意丰是公关语用的最低要求也是基础风格	(117)
第三节 质朴清新的风格	(118)
一、质朴	(118)
二、清新	(122)
第四节 生动活泼的风格	(127)
一、怎样理解言语的生动活泼	(127)
二、生动活泼的效应	(128)
三、怎样实现语用的生动活泼	(129)
第八章 公关语用的几种体式	(141)
第一节 语用体式概说	(141)
第二节 演讲语用体式	(142)
一、演讲的本质、目的和特点	(142)
二、演讲的类型	(148)
三、演讲的篇章结构	(151)
四、演讲口才的训练	(156)
五、有备演讲的准备程序例示	(158)
第三节 谈判语用体式	(167)
一、谈判语言的分类及特点	(167)
二、影响谈判者语言运用的主要因素	(168)
三、谈判语言运用的一般原则	(170)

四、谈判各阶段语言运用的特点·····	(173)
五、诸种语言表达形式的运用·····	(177)
第四节 柜台语用体式·····	(179)
一、柜台语用的特性和作用·····	(179)
二、柜台语用艺术是以科学性为基础的·····	(183)
三、柜台语用三部曲·····	(184)
四、柜台语用的禁忌·····	(195)
第五节 公关广告语用体式·····	(196)
一、公关广告语言概述·····	(197)
二、公关广告的种类·····	(198)
三、公关广告的语用原则·····	(199)
四、公关广告语言的组成·····	(205)
第六节 答记者问语用体式·····	(211)
一、答记者问的语用特点·····	(211)
二、答记者问的语用艺术·····	(213)
三、答问常用的四法例示·····	(216)
第七节 导游语用体式·····	(220)
一、导游语言的特点·····	(220)
二、导游语言的技巧·····	(222)
 第九章 公关语用的禁忌·····	 (229)
第一节 习俗上的禁忌·····	(229)
一、所谓的禁忌·····	(230)
二、问语的禁忌·····	(231)
三、谈话内容的禁忌·····	(232)
第二节 体态上的禁忌·····	(234)
一、站姿的禁忌·····	(234)
二、坐姿的禁忌·····	(235)

三、手势的禁忌·····	(235)
第三节 语词上的禁忌·····	(237)
一、凶祸词语的禁忌·····	(238)
二、其他方面的词语禁忌·····	(239)
后 记·····	(242)

第一章 公关语言学概说

第一节 公关语言学的属性

一、公关语言学是语言学的分支科学

语言学是以语言体系为研究对象的，它有两个下位学科：一是理论语言学，即以语言系统的发生、发展、性质、功能、构成要素、结构规律等为研究对象的语言学；二是应用语言学，即以语言符号系统在实际应用中的原则、方式、技艺为研究对象的语言学。随着现代科技的发展，语言学又和许多学科发生相互渗透相互交叉的关系，因而形成许多边缘学科。近年来，机器语言学、病理语言学、社会语言学、心理语言学、交际语言学、文化语言学等的出现，都是相关学科在语言研究中的具体交叉形成的。公关语言学属于应用语言学范畴。公关语言学是语言学与公关学及其相关学科的交叉而形成的一门新的学科。公关语言学研究的目的在于分析、探讨公关实务活动中，语言运用的原则性、方法论和模式观。在语言研究发展到有“自然语言”和“非自然语言”提法的今天。公关语言运用的主要还是“自然语言”。例如根据不同的公关对象、不同的公关目的、不同的公关场合，确定语言风格的选择、具体词语的组合、语音语调的调配，以及语言信息传播手段的调控等等，这实质上都是对自然语言本身各要素的运用。因而，有关自然语言本身的性质、功能、结构、风格等普通语言学研究所取得的基本观点，同样是指导今天公关言语研究的基本理

论。所以语言学是公关语言学的本质属性。

二、公关语言学是多学科交叉的语言边缘学科

作为一门独立的学科,公关语言学只考察在公众关系活动中,运用语言这个交际工具的言语现象,所以公关语言的研究与“公关学”又有着密不可分的关系。公关语言用的方法和规律,与公众关系活动中的对象、目的、内容、背景以及这种活动的原则等等莫不息息相关,因此,公关语言学首先是公共关系学的边缘产物。公关活动是一种社会性开放式的交际过程。公关对象的心理状态、文化背景、社会关系、职业经历、社会地位、以及交际双方对信息的传播与控制的方式方法等,无不对公关活动产生影响。因此,公关语言学与社会学、社会心理学、文化学、语境学、交际学、管理学、控制论、信息论等无不有着内在联系。因而,公关语言学又是与这多种学科交叉渗透而形成的语言边缘学科。

第二节 公关语言学的研究对象、范围和方法

一、公关语言学的研究对象

一门学科的确立,首先决定于其特定的研究对象。公关语言学是关于公关实务活动中语言应用的科学。例如一次周恩来宴请东欧外交使节,宴席上有一道汤,汤中有冬笋片,刻有中国传统“卍”(万)字形图案与当年德国法西斯的徽章标志相似,客人惊问:“这道菜为什么有法西斯标志。”总理解释说:“这是中国传统的万字图案,象征:‘吉祥万福’‘福寿绵长’之意,表示对客人的良好祝愿。”总理夹起一个笋片,风趣地说:“就算是法西斯标志,也没关系么,我们大家一起消灭法西斯,把它吃掉。”客人哈哈一笑,一场误会过去了,宾主尽欢。这种公关活动的口头交际语言,就属于公关语言学研究的对象。又如1972年中美上海联合

公报有这么一段话：

“美国重申它对中国人民自己和平解决台湾问题的关心，考虑到这一前景，它确认从台湾撤出全部美国武装力量和军事设施的最终目的。”

（《中美上海公报》）

上面这段文字中，有一个词引起了一场外交争论，这个词就是“前景。”在美方提出的原文中，用的是“前提”一词，当时的外交部长乔冠华经过认真思考提出，应将“前提”改为“前景”，用“前提”听上去是华盛顿单方面强加的东西，美方俨然是以救世主的架势出现的。谈判双方应当是平等的，用“前景”更积极些，可以显示出双方的诚意。美方代表在乔冠华义正辞严、有理有节的交涉下，不得不把“前提”一词改为“前景”。可以看出，“前景”一词在公报中有着不可估量的政治价值。一词之差，维护了中国的尊严。《中美上海公报》是外交文书，也是典型的带有公关目的的言语成品。诸如此类的书面言语成品，理所当然的是公关语言学的研究对象。

公关言语是一个动态的言语过程，它包括言语行为和言语成果即话语和文章。所以，公关语言学不仅要研究语言本身，还要研究与公关语言活动有关的一系列问题。如影响言语主体语用的基本素质、言语信息传播的方法与模式，公关语用的基本原则、公关言语的禁忌等。

二、公关语言学的研究范围

明确了公关语言学的研究对象，也就为确定公关语言学研究范围提供了依据。但要科学地划分公关语言学研究范围，并非轻而易举的事情。这是因为首先要确立公关与非公关、语言与非语言的界线，把非公关的、非公关语言的现象排除出公关语言学研究范围，才能更具体地界定公关语言学研究范围。

（一）非公关性言语不属于公关语言学研究范围。

公关语言学的对象必须是为实现某种公关目的而运用的语言，换句话说，凡不是为了了一定公关目的而运用的语言，都不属于公关语言学研究范围。在人们的言语交际活动中，有许多言语行为不是公关性的。公关目的，在于谋求组织机构内外公众的良好关系。”所以不是用于这一目的的言语活动及其成品不属于公关语言学研究范围。因此，像小说、诗歌、散文、剧本、学术论文等书面言语作品，或说评书、说相声、教师授课、考试中的口试等口头言语活动，都不是“谋求组织机构内外公众良好关系”的，都不属于公关语言学研究范畴。“公众关系”中的“公关”一词是对“私人”而言的，公众关系主要是处理组织与组织、组织与公众之间的社会关系，而不是一般的“私人关系。”个人与个人之间的生活言语活动和言语作品，如人们日常见面的寒暄、亲友间的交往对话、家庭成员间日常生活上的谈话等等以及个人的信件、电报、假条、学习上的心得笔记、生活日记等，均属“私人”的言语活动或言语成品，即便它们是专职公关人员如公关经理、公关部主任、公关小姐、公关先生、专职外交人员等的言语活动，也都不能视为公关语言，应当排除在公关语言学研究范围之外。

（二）非语言性的公关行为不属于公关语言学研究范围。

语言是公关交际的重要工具，但并非所有公关交际活动都是由语言充当信息载体工具的。如宣传企业产品或宣传本单位基本状况的图画或照片，为提高产品质量信誉度而采取的实际表演，为扩大本企业的知名度而举行的各种宣传活动，以及为推销产品而举行的实物展览等，这些手段应该说都是为了一定的公关目的而举行的，具有明显的公关性质，但这些都不是公关语言学的范围，因为这些活动虽然是公关行为，但与语言无关，公关语言学不研究它们。

排除了非公关语言学研究的内容，我们就可以具体地划定公关语言学研究范围。

首先，公关语言学要研究公关实务活动中的各种口头言语。如在外交谈判、外事活动、商务谈判、民事调解、官方的送往迎来、说服教育、宣传演讲、讲话报告等活动中所运用的口头话语。除研究口头话语的本身外，还研究在言语表达中起重要补充作用的副语言现象。如语音、语调、语速、重音、停顿等。

其次，公关书面言语成品也是公关语言学研究的重要内容。如外交文件、谈判记录、新闻公报、经济合同、应用文告、公务文书、标语口号、商品广告、招牌楹联以及新闻报导、解说词等书面用语。

其三，公关语言的语用原则、语用技巧、传播手段和公关言语主体的语言修养以及公关言语活动的辅助性手段，即体态语。如言语者的眼神、表情、动作、姿态、手势等等。也属公关语言学的研究范围。

三、公关语言学的研究方法

公关语言学在我国语言学研究中，尚属一门全新的科学。怎样开展对公关语言学的研究呢？

一门学科从研究方法上看，不外乎两大分野，一是用什么理论作为该门学科的理论指导，二是开展研究的具体手段。

公关语言学是语言学的一个下位分支科学。因此，普通语言学的基本理论，也同样适用于公关语言学研究。如语言是特殊的社会现象的理论、语言的工具性理论、语言的符号性理论，对于公关语言学研究有着重要的指导意义。尤其是区分语言和言语的理论，更是公关语言学研究方法的核心。公关语言学属于语用学范畴，语用上的机制论、辩证法、美学观等根本性的理论观点，对公关语用学的研究有着宏观上的指导意义。