

康家珑 / 著

# 以言攻心

让说服更有效

说服同一对象，有人磨破嘴唇对方仍是岿然不动，而有人寥寥数语就能让对方欣然从命。  
奥妙何在？读读本书就会豁然开朗。



中国经济出版社  
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

# 以言攻心

让·说·服·更·有·效

康家珑 / 著



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

·北京·

## 图书在版编目 (CIP) 数据

以言攻心——让说服更有效/康家珑著.

北京: 中国经济出版社, 2011.5

ISBN 978-7-5136-0457-4

I. ①以… II. ①康… III. ①说服—语言艺术 IV. ①H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 246588 号

责任编辑 牛慧珍

责任审读 霍宏涛

责任印制 张江虹

封面设计 任燕飞

出版发行 中国经济出版社

印刷者 三河市佳星印装有限公司

经销者 各地新华书店

开本 710mm × 1000mm 1/16

印张 14

字数 215 千字

版次 2011 年 5 月第 1 版

印次 2011 年 5 月第 1 次

书号 ISBN 978-7-5136-0457-4/C·131

定价 32.00 元

中国经济出版社 网址 [www.economyph.com](http://www.economyph.com) 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换(联系电话: 010-68319116)

版权所有 盗版必究(举报电话: 010-68359418 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话: 12390)

服务热线: 010-68344225 88386794

## 一、说服无处不在

### (一) 说服成就和谐 / 002

1. 生存需要交际 / 002
2. 交际引发说服 / 003

### (二) 说服的本质 / 006

1. “说”是行为过程 / 006
2. “服”是行为结果 / 016

### (三) 说服形形色色 / 019

1. 从传播手段看 / 019
2. 从行为指向看 / 021
3. 从涉及领域看 / 021

## 二、增强说服者的魅力

### (一) 声望的权威性 / 029

1. 职务高、权力大 / 030
2. 年龄大、资历深 / 030
3. 技能强 / 031

### (二) 语言的可靠性 / 032

1. 语言真诚 / 032
2. 言行一致 / 033

(三) 动机纯正 / 034

1. 内容利他 / 035
2. 方式随意 / 038
3. 信息间接 / 038

(四) 形象修饰 / 039

1. 外貌修饰 / 039
2. 言语修饰 / 041

三、从心理上说服

(一) 针对对象的心理 / 048

1. 针对爱面子心理 / 049
2. 针对需求心理 / 060
3. 针对怕惹事的心理 / 063
4. 针对不信任的心理 / 063
5. 针对逆反心理 / 064

(二) 关注对象的性格 / 066

1. 对外向者——仔细倾听 / 066
2. 对内向者——循循善诱 / 068
3. 对好强者——以针对芒 / 069
4. 对无赖者——以牙还牙 / 069
5. 对自卑者——以动促达 / 070
6. 对偏执者——以迂为直 / 073

(三) 弄清对方的态度 / 074

1. 改变对方的态度距离 / 075
2. 降低对方的防御程度 / 077

(四) 调适心理关系 / 081

1. 保存性的调控 / 081
2. 改造性的调适 / 083

(五) 语言暗示 / 089

1. 息息相关 / 089

2. 声东击西 / 090
3. 若即若离 / 092
4. 反差对比 / 093
5. 假此济彼 / 094

#### 四、从情感上说服

##### (一)情感感受 / 099

1. 将心比心 / 099
2. 宽大为怀 / 106

##### (二)情绪感染 / 118

1. 诉之悲情 / 119
2. 激发同情心 / 120
3. 激发责任感 / 121
4. 激发爱心 / 122
5. 诉诸恐惧 / 123
6. 情理交融 / 125

#### 五、从理性上说服

##### (一)分析到位 / 131

1. 逆向分析法 / 132
2. 剥离分析法 / 133
3. 矛盾分析法 / 135
4. 正反分析法 / 137
5. 综合分析法 / 137
6. 因果分析法 / 138

##### (二)论证有力 / 142

1. 论据丰富 / 142
2. 论证恰当 / 147

## 六、从道德上说服

### (一) 利用舆论说服 / 161

1. 营造舆论环境 / 161
2. 净化舆论环境 / 170

### (二) 利用道德认识功能说服 / 173

1. 了解道德内容 / 173
2. 仿效道德范例 / 176
3. 唤醒道德良心 / 177

### (三) 利用道德调节功能说服 / 178

1. 否定的评价 / 179
2. 肯定的评价 / 181

### (四) 勿使语言暴力 / 182

1. 颐指气使, 咄咄逼人 / 183
2. 政治定格, 无限上纲 / 185
3. 词语重复, 信息低劣 / 186

## 七、从事实上说服

### (一) 事实说服五光十色 / 190

1. 实物说服 / 190
2. 实事说服 / 192
3. 实践说服 / 193

### (二) 事实真伪仔细甄别 / 196

1. 火眼金睛——翻箱倒柜细拿捏 / 197
2. 五彩缤纷——不被浮云遮望眼 / 199
3. 道听途说——他出手时你小心 / 204

### (三) 事实运用无缝对接 / 205

1. 典型性 / 205
2. 针对性 / 207
3. 新颖性 / 210

## 后 记

## 一、说服无处不在

世间有一种成就可以使人很快完成伟业，并获得世人的认识，那就是讲话令人喜悦的能力。

——[古希腊]苏格拉底

一个人从另一个人的谏言中所得来的光明，比从他自己的理解力、判断力中所得到的光明更干净纯粹。

——[英]培根



## （一）说服成就和谐 III

“说服”与人类社会生活息息相关，只要有人的地方就离不开说服。随着现代传播技术的飞速发展，说服成了现代社会谋生存、求发展必不可少的手段。人们尽管对“说服”并不生疏，并且都曾在不同范围、不同程度上实践过说服，但对“说服”是怎么产生的、本质是什么、如何提高说服效果等问题，在认识和实践上还存在着许多朦胧之处，所以我们有必要掀开“说服”的面纱，看看“说服”的庐山真面目。

### 1. 生存需要交际

文艺复兴时期，法国著名的人文主义者田蒙说过，“世界上最重要的事情就是认识自我”。古希腊神话中的“司芬克斯之谜”讲的就是这个道理。司芬克斯是底比斯城外一头人面兽身的怪兽。它总要给路过自己身边的底比斯城居民出一则同样的谜语：早晨四条腿，中午两条腿，晚上三条腿，是什么？如果路人答不出来，怪兽就要把他吃掉。在相当长的时期内，所有底比斯城人没有一个人能给出答案。最终，他们都被怪兽吃掉了。因此，底比斯城长期陷于动荡和苦难之中。终于有一天，有位叫俄狄浦斯的英雄来到了司芬克斯面前。俄狄浦斯说：“这则谜语的答案就是人！因为人刚来到这个世界的时候是婴儿，只会爬行，所以是四条腿；当人长大能直立行走的时候，就相当于到了中午，所以是两条腿；当人进入晚年的时候，就如同到了晚上，要拄上拐杖才能行走，所以是三条腿。”谜底解开了，怪兽摔死了，底比斯城从此恢复了宁静。

这则神话告诉我们，人最可怕的悲剧就是对自身的不了解。一个人如果连自身都不了解，那他就很难把握自己的命运，受人宰割也就在所难

免。人只有了解自身、掌握自身，才能最终获得安宁和发展。因此，认识自我是实现自我、提升自我的前提条件。

人的本性是需要。“需要”犹如玫瑰，有耀眼的色彩，有沁馨的花香，还有扎人的青刺。“需要”是推动社会发展的基本动力。没有人的需要，社会就会停止。生存的需要，死亡的厌恶，性欲的冲动，温饱的谋取，发展的探求……这些都是人们最普遍、最基本的需要。所不同的，只是随着时间和空间的变化，人们表达需要、满足需要的方式不同罢了。

满足需要，最基本的活动就是生产。可是，个人力量与自然力量、社会力量相比，强弱悬殊，因此人们的生产必须以交际作为前提进行合作。造房、做衣、种粮……没有一件能够离开与他人的交际合作。可以说，交际是人类的必然伴侣。从人猿相互揖别开始，交际就与人结下了不解之缘。交际使人类产生了语言，发展了思维；交际中人与人结成了各种关系，共同从事物质的生产与交流，不断推动了生产力的发展；交际增强了人与人之间、团体与团体之间的相互了解、相互合作和相互竞争，推动着社会的世代相袭、朝代更替，使社会不断地从低级向高级发展。

一个人从生到死都是在交际中走过来的。每个人从呱呱落地的那一刻起，就已经开始了人际关系的建立和发展。最早是与妈妈和助产师发生关系，往后随着年龄的增长，交际的人员会不断增多，交际的范围会不断扩大，交际的关系也会越来越复杂。总之，任何人都不能孤立存在，都必须和别人发生关系。

## 2. 交际引发说服

人生活在社会关系的大网中，人的社会性决定了人与人之间必然会存在一定的关系，发生着各种各样的影响。在社会发展的每一进程中，这种复杂的社会关系使得每个人都要利用别人，同时也都会被别人所利用。

有一位师傅收了三个徒弟。有一天，他给每个徒弟发了一把同样大小的谷穗，说：“明天你们每个人都必须告诉我有多少谷粒。”

第二天，三个徒弟都来报告。

大徒弟说：“这把谷穗一共有谷子 1328 粒。”

师傅问：“你是怎么数出来的？”

大徒弟说：“我是先把它揉碎了，再放在一张纸上，一粒一粒数出来的。”

二徒弟说：“这把谷穗有 1430 颗谷粒。我是先把谷穗揉碎撒在地上，再抱一只大公鸡来啄。我是一下一下地数着鸡头算出来的。”

三徒弟说：“我这把谷穗有谷粒 1350 粒。”

师傅问道：“你是怎么知道的呢？”

三徒弟说：“我是问了两位师兄的谷粒数量后，再取他俩的中间数得出的。”

师傅把大徒弟叫到跟前说：“你办事耐得烦，是好事。你在数谷粒的时候，是不是常常眼花，是不是做梦都会梦见谷粒？耐烦之人还要学习疏朗心境，你以后要开阔心胸免得急躁。”

他对二徒弟说：“你比师兄机巧，会使用工具。公鸡吃谷你得一下一下数，惠于世，又惠于畜。你以后要学会明辨真伪。公鸡啄谷低头，啄沙也低头，你怎么知道公鸡吃到肚里的都是谷粒而不是沙子呢？”

最后，他告诉第三个徒弟：“你最聪明，因为你知道利用人。世上所有的人都是需要互济的，每个人都要利用人又都要被别人所利用。甲，利用乙吃粮；乙，利用丙穿衣；丙，利用丁盖房……你利用的是师兄的心念，这比利用实物更有用。我要提醒你的是，在利用他人的时候切勿轻信。要明白：人会利你，也会误你。”

师傅的话道出了一个真理：在人类社会，每个人都不是孤立的。每个人都要利用别人，同时也都会被别人所利用。事必躬亲的人算不上是一个有智慧的人。

人是具有不同思想、不同情感、不同个性的动物。我们必须明白：在我们利用别人或别人利用我们的时候，交际对象并不是一个可以任人随意摆布的木偶，而是有情感、有思想、有自己对事物作出反应的独特方式。由于思想、情感、个性等方面的差异，不同人之间有时会出现思想和行为不一致的情况，甚至出现尖锐的对立。这就会使得“利用”出现一些困难。为了行动一致、“利用”顺当、和谐发展，就需要“说

## 一、说服无处不在

服”，需要一些人用一种思想或态度，去影响不同思想、不同态度的另一些人，使大家的意见统一、行动协调。可以说，说服是摆平矛盾、发展和谐的一种方法。

抗日战争时期，在印度、缅甸打击日寇的中国远征军，有个连队在野人山遭到了日寇的重重包围。原始森林里狼嚎虎啸，日寇的包围圈愈来愈小，再加上连日的血战和亡命的奔波，全连士兵的心头笼罩着绝望、恐怖。入夜，连长命令突围，但没有一个士兵响应。黑暗中有人说：“反正冲不出去了，还不如坐在这里等死，何必辛苦呢？”连长听了正要发火，但一看到大家脸上弥漫着的消极情绪，也就忍住了。连长坐下来，抽了一支烟，就和大家唠起了家常：“你们知道娶媳妇有多风光吗？俺那媳妇翠花，就是在震天的爆竹声中被一大群吹鼓手簇拥到家中来的。跟媳妇生活那滋味儿美得更是没法说了……”停了一下，连长又说，“俺爹娘辛苦了大半辈子，俺还没有好好孝敬过他们几天。等仗一打完，俺就回去给爹娘端茶倒水去。”听到这里，士兵们都默默地站了起来，其中一个士兵说：“为了回去孝敬爹娘和风光光地娶上媳妇，咱们豁出去了！”奇迹发生了，全连在日寇铁桶似的包围圈里，硬是撕开了一个缺口，与前来增援的友军胜利会师，取得了突围的伟大胜利。

士兵们能够从绝望中奋起突围，依靠的是连长巧妙的说服。在日寇重重包围、狼嚎虎啸的原始森林里，到处充满了恐怖。战士们十分清楚：敌我力量、人与自然的对比悬殊，他们要突围出去，几乎是以卵击石。在生命受到严重威胁的时候，为激励战士奋起突围，连长没有大讲突围形势、突围意义之类的空洞道理，而是立足当时的环境，根据战士的认识能力、理解能力选择说服内容：他抛开突围之事，把苦闷悲观的情绪紧锁心底，用轻松乐观的态度，大讲“孝敬爹娘”“风光娶媳妇”这样一些轻松、美好的话题，以此来转移战士对残酷现实的注意力，诱发士兵对“回去孝敬爹娘”“风光娶媳妇”的美好想象。美好的憧憬带来了新的希望，鼓足了坚决突围的信心，增添了奋起抗争的力量。最后，连长的话终于打动了士兵的心，突围获得了胜利。突围的胜利，就是说服的成功。

## （二）说服的本质 III

“说服”是通过一定的语言信息交流，促使对方改变对某个事物或现象的态度和行为。顾名思义，“说服”可以分成两部分：一部分是“说”，另一部分是“服”。从这个角度看，“说服”实质上就是信息传递行为的一种过程和结果。“说”是信息传递的一种行为过程；“服”是信息传递的行为结果。可以说，说服是以言攻心的一种行为。

### 1. “说”是行为过程

“说服”这种信息传递的行为过程，尽管相当复杂，但是就基本过程来说，它是在一定的情境中，说服者有目的、有计划地向被说服者传递经过周密设计的信息，借以改变被说服者原有态度的过程。或者说，说服的过程实际上就是在一定情境中人们双向信息沟通的过程。下面我们对这个过程作一些介绍。

#### （1）说服的组成要素

从信息学的角度来看，“说服”主要由说服主体、说服动机、说服情境、说服工具四个要素组成。

第一，说服主体。说服过程中的现实参与者都是说服的主体，包括说服者、被说服者。

说服者、被说服者的角色定位，并不是固定不变的，常常与信息传递的类型有关系。

从信息传递的方向来看，说服的信息传递可以分为单向传递和双向传递。说服信息的单向传递，是指一方发出信息，另一方接收信息。信息传递由“说（发出信息）”开始，到“听（接收信息）”结束。用书面的方式（比如写信）来说服别人，就是一种单向说服。即使是口头说服，也可

以是单向的，比如大会动员报告，台上的报告者“说”，台下的听众听，信息是单向传递的。

在说服信息的单向交流中，说服者是主动的，是说服行为的主导者、话题等信息的确定者、话语的发出者，其任务是“说”。被说服者是说服行为的被动接受者，是话语信息的接收者，其任务是“听”。曾经有两位同胞姐妹为了父亲的遗产产生了纠纷。她俩把在外地的大姐请回来作裁判，求得对财产的合理分配。大姐到达的当晚，就把两位妹妹请到自己的住处，亲自做了一顿饭请她俩吃。在餐桌上，姐姐发现两位妹妹互不理睬，便装作没有看见，叹了口气说：“唉！如今大家经济条件好了，办这么一桌饭也不费吹灰之力了。还记得你们小的时候吗？有时候连鸡蛋都吃不上呢！我记得有一回你们俩看见邻居家的贝贝拿着个煮鸡蛋，就吵着也要鸡蛋吃。我没法子，就煮了一个洋山芋骗你们说这是洋鸡蛋，你们俩高兴得直拍手。大姐说小妹你先咬一口，小妹说姐姐你先咬一口……”说着说着，姐姐哽咽起来，听着听着，两位妹妹都落下了眼泪，一场遗产纠纷就此化解了。<sup>①</sup>

姐姐是个聪明人，她非常明白：要说服两个妹妹，如果只是就事论事去谈论财产的分割问题，那是永远不会使两个妹妹感到“公平”的；如果两位妹妹忘记了姐妹之间的血肉之情，一味从私利出发，在膨胀了的占有欲驱使下，不断地斤斤计较，财产纠纷是永远无法调解的。于是，姐姐非常自然地采用了触景生情的方法：通过回忆小时候，家里因为穷吃不起鸡蛋，自己就用煮熟的小山芋冒充煮鸡蛋骗妹妹，而妹妹俩却互相谦让不肯先吃第一口。姐姐用充满情味的儿时小事唤起了两位妹妹的骨肉真情，促使她俩在对待父辈遗产上互谅互让。大姐的说服过程，就是一个信息单向交流的过程。在这个过程中，姐姐是说服者，两位妹妹是被说服者；在整个说服过程中，两位妹妹只是静静的听者，始终一言未发。在“说—听”的信息交流中，姐姐使得两位妹妹“落下了眼泪”，最终达到了说服两位妹妹化解矛盾的目的。

---

<sup>①</sup> 朱川. 实用调解技巧 [C] // 谷梁, 富上元. 有话好好说. 上海: 上海社会科学院出版社, 2003: 265 - 266.

说服信息的双向传递，是指交际双方都具有发出和接收信息的权利。在说服的双向交流中，一方在说服，另一方可以反说服，因此，说服者与说服者的角色是随着交流过程的发展变化而交互变换的。比如，对不同观点、不同做法进行的说服辩论，就是一种双向交流；电视台就某一问题所举办的一些谈话节目，也是一种双向说服。

在双向说服的过程中，双方会产生一些互动的效果。一方的语言、表情、情绪等，会影响另一方对信息内容、信息载体、表达方法等方面的调整或选择。在印度和尼泊尔交界的边境检查站，就曾经发生过这样一件十分有趣的事：一位卫兵拦住一位妇女，责备她携带的茶叶太多，要罚款。这名妇女先用尼泊尔语争辩她所带的茶叶没有超出规定的许可量；当她听出卫兵的口音以后，就立刻转用尼瓦尔语恳求卫兵能看在老乡的面子上放她过关；最后，在批评这种边防检查制度有问题的时候，她又改用英语来说。<sup>①</sup>

这名妇女开头并不了解卫兵的自然情况，所以用尼泊尔语解释，企图说服卫兵放行。当说服未果并从争辩中听出了卫兵的口音以后，这名妇女就立即转换信息载体，选用尼瓦尔语与卫兵交谈，企图用方言来与这名卫兵套近乎，向卫兵显示双方交际关系的一致性，以达到说服卫兵能够看在老乡的面子上予以放行的目的。这位妇女最后又转换信息载体，用英语向卫兵指出检查制度的不合理，是为了传递她的言外之意：我是一个有身份有教养的人，我不满的是腐败，并不是想要走私几盒茶叶。这是一方的口音影响另一方选择交际载体的例子。

第二，说服动机。说服动机即说服目的，表现为预期的目的、愿望、要求等。它是产生说服的始发力量和推动力量，也就是平时所说的引起、维持、推动说服行为去达到一定目的的内部动力。

说服动机能否实现，必须通过对方的反馈才能得知。因此，真正的说服应该是一个信息传递和信息反馈的闭环系统。被说服者能否接受说服者发出的信息，取决于双方有无沟通的愿望，有无说服对方的相应能力。

说服动机有时是直接显现的，有时是隐匿的。直接显现的说服动机、

---

<sup>①</sup> 祝晓瑾. 社会语言学概论 [M]. 长沙: 湖南教育出版社, 1992: 199 - 200.

说服目标，常常是由说服者直接提出，并通过一定的论证来表现的。隐匿的说服动机，常常是说服者利用推断或间接暗示的方法，让被说服者自然得出结论。美国作家欧·亨利的《最后一片叶子》讲了一个这样的故事：

一个女病人看见病房外的树叶一片片被风吹得飘落下来，而她的身体也一天天坏下去，因此女病人很伤感地说：“当树叶全部掉光时，我也就死了。”有一位画家得知这件事情以后，就用他画的树叶去装饰树枝，以此来增强病人战胜疾病的勇气。最终，画家画出来的那一片片树叶帮助病人战胜了病魔。

女病人的伤感是由环境联想导致的。画家为了要说服女病人丢掉伤感、鼓起生活的勇气去战胜病魔，没有使用什么豪言壮语，只是悄悄地改变说服的环境——用自己画出的树叶去装饰凋零的树枝。画家用画笔装饰出树木葱郁、生气勃勃的环境，让这位多愁善感的女病人，看到了生的希望，增强了活的信心，最终战胜了病魔。画家的说服目标是隐蔽的，他是让病人自己通过联想，诱导她在不知不觉中增强活下去的勇气。画家这种隐匿性的说服比直接指出问题的说服，更能使她信服。

一般说来，隐匿说服动机，使被说服者在认可说服者提出的证据的基础上，凭借自己的思考和判断推出说服者预期的结论（说服者的说服动机），因而它常常更加令人信服；而直接显现说服动机，对一些智力较高、自尊心较强的人会起到反作用，他们会觉得对方低估了自己的判断力和推断力。许多实验都证明，隐匿说服动机的说服效果比较显著，但是也必须看到，隐匿说服动机的说服会受到一定条件的限制。比如，说服者所传播的信息必须逻辑完整，环环相扣，能让听众循着思维步骤得出唯一的结论；被说服者必须有兴趣、有时间来思考说服者留给他的结论，而且他还必须具有一定的理解推断的能力，能够正确推出说服者所隐含的结论而不出现误解和歪曲。如果没有满足这些条件，隐匿说服动机就达不到应有的说服效果。所以，说服动机是显还是隐，应当从具体的对象和情景来考虑。

第三，说服情境。任何说服都不是在真空中发生的，都必须在一定的时间、空间和社会文化背景中发生。因此，自然（时间、空间等）环境、社会文化背景是构成说服情境的两大要素。如果说“说服”是一种演出的



话，那么“说服的情境”就是一个舞台。“说服”与“说服情境”之间的关系，就是演戏与舞台的关系。说服的情境对于说服信息的传递有限制、补充等作用。因为人们在理解话语的时候，他的一切思索——判断和推理——都要在情境中进行。比如，同样一个独词句“水”，在不同的环境里说出，所表达的意思是不同的。当病人在病房里说它的时候，“水”所表达的意思就是“我渴，我要喝水”；当一个人在游艇上指着艇底说出来的时候，“水”所表达的意思就是“游艇漏水了，请赶快采取措施”。这些不同的意思，都是由情境补充限制的。

正像“水能载舟亦能覆舟”一样，情境既能增殖（增加、生殖）语言信息，也能损减或改变语言信息。有一个媳妇结婚多年没有生育，后来得了个“千金”非常高兴，但婆婆重男轻女并不高兴，婆媳关系日益紧张。一天，一只母鸡刚刚下了蛋不停地“咯嗒咯嗒”地叫，婆婆听了心烦，随口说了句“生个蛋有什么张扬的”。媳妇一听，认为婆婆话里带刺，是在骂她，便与婆婆吵起来了。她们吵架，就是因语言信息被情境损减而引起的。可见，情境对信息的传递有一定的影响。

第四，说服工具。任何说服都需要凭借说服工具。这里所说的说服工具就是运载、传播说服信息的载体。人们使用的说服工具主要是语言符号，但有时也会使用非语言符号。

所谓非语言符号，就是指用来传递说服信息的实物，或人的肢体、表情等。比如，在某商场商品展示橱窗里，一架台式电风扇在不停地转动。电扇旁边还写了一行文字说明：“此电扇开始运转时间是×年×月×日，至今没有关停过。”商场这种做法，就是借用实物——“不停转动的电扇”，向顾客传递这样的信息：这种品牌的电风扇，质量是上等的，进而达到说服顾客相信电风扇的质量，踊跃购买这款电风扇。

必须说明的是，语言符号是说服中最重要的说服工具；非语言符号只是一种辅助性的说服符号。因为：第一，非语言符号具有民族性，而且同一个非语言符号常常可以表达不同的含义。同样一个跷起大拇指的手势，中国人表示的意思是“赞扬”；日本人表示的是“老爷子”；希腊人表示的是“滚蛋”；而英国、澳大利亚、新西兰等地，既可以表示“搭车”之意，也可以是一种侮辱人的信号。第二，非语言符号很难表达连续而复杂的意