

黎运汉 主编

A large, stylized graphic on the left side of the cover, consisting of a large orange semi-circle and a yellow semi-circle below it, separated by a white diagonal line. A small green and white geometric logo is visible on the far left edge.

公关语言学

暨南大学出版社

H0
79

k3

190203

-05-

公关语言学

主 编 黎运汉

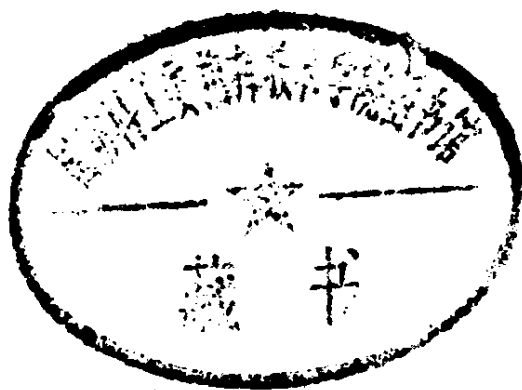
编著者 黎运汉 宗世海

曹乃玲 李剑云

刘凤玲



精工部002 2 00645280



暨南大学出版社

1994 · 广州

粤新登字 13 号

公关语言学

黎运汉 主编

*

暨南大学出版社出版

(广州·石牌)

广东省新华书店经销

广东德庆县印刷厂印刷

*

开本：850×1168 1/32 印张：14.375 字数：360 千字

1990 年 12 月第 1 版 1994 年 9 月第 4 次印刷

印数：30001—40000 册

ISBN 7—81029—039—8/H·3

定价：9.00 元

GF77/32

序

张寿康

中共十一届三中全会以后，国家贯彻正确的基本路线，改革开放成为基本路线的重要内容。在改革开放的过程中，公共关系和公共关系实务日益重要。公共关系学、公关语言学、公关修辞学、公关文章学应运而生。公共关系的实务离不开交往、交际和信息交流，而交往、交际和信息交流离不开语言（包括口语、书面语以及体态语）的表达和领会。要建立、维系、强化良好的公共关系，离不开促进互相沟通、了解、合作的语言技艺的掌握。改革开放的事业，要求公关人员素质的提高，其中语文素质是公关人员素质的重要方面。公关的实践促使人们提高认识，要求理论的概括和研究，这就需要有比较全面地论述公关语言的、理论联系实践的书。黎运汉等同志所著的《公关语言学》就堪当此任。

“公关语言学”是一个学术研究的新领域，运汉同志研究这一课题多年。我和运汉同志相识已久，1980年以来，在中国修辞学会的多次学术讨论会和香港召开的研讨会上见面晤谈。运汉同志博学多闻，研精覃思，著有《现代汉语修辞学》（与张维耿合

著，商务印书馆香港分馆版）、《现代汉语语体修辞学》（主编并参与撰写，广西教育出版社版）、《汉语风格探索》（商务印书馆版）、《秦牧作品语言艺术》（广西教育出版社版）等书。1990年10月中国修辞学会在郑州召开成立10周年学术讨论会，运汉同志向我谈了《公关语言学》的著述情况。我阅读了书的细目、纲要和部分书稿，觉得《公关语言学》具有引人注目的特点。

首先，它建立了一个比较完备的科学体系。目前已有几本研究公关语言艺术的书问世，但多限于比较具体的语言技巧的归纳。而《公关语言学》一书运用公关学、语言学尤其言语学原理，系统地研究公关实务领域的语言运用问题，从原理到实践，从言语行为到言语成品，从表达到领会，从口语到书面语，既有自然语言运用技巧的研究，又归纳、阐述了体态语的运用技巧以及公关专栏、公关出版物的编制技艺，从而构建了一个比较完备的公关语言学框架。

其次，它具有较高的理论水平。我国的公关学研究尚处于引进、探索阶段，语言学中的言语学研究，还没有完全独立出来进行，其中领会领域的研究几乎是空白。本书在公关学和言语学方面都进行了比较深入的研究。它首先严格区分了公关与公关实务、典型公关实务与非典型公关实务；同时严格区分了语言与言语，言语活动与言语成品，从而确定了公关言语的范围以及公关语言学的研究对象、公关语言学的性质。什么是公关实务，什么不是；什么是典型公关言语，什么是非典型公关言语，什么不是公关言语，在本书中都得到了较好的理论上的区分，具有理论意义。它在研究公关言语表达的同时，又总结了公关言语领会的一些具体规律，从而使言语领会学的研究首先在公关语言运用领域里得到尝试，也使公关学中的“双向沟通”观在公关语言研究中得到了落实，具有理论上的开拓性。它对公关言语风格的平实主

调和多样化风貌的概括也具有较高的科学性。

第三，它进行了广泛而比较扎实的事实研究，富有指导公关语言实践的品格。本书作者提出“语言运用贯穿于公关实务的始终”、“言语能力是公关实务人员的最基本能力”，是语中肯綮的。从第五章起，它分别阐述了公关言语口头表达艺术、公关言语书面表达艺术、公关言语听解艺术、读解艺术，总结了非自然语言——体态语的运用规律（关于我对体态语的认识见《实用体态语·序》，北京出版社1991年版），书中对公关标语口号、楹联、命名以及公关专栏、出版物的研究，内容新颖，语例丰富，对公关口语、体态语的阐述，也较为具体深入。全书具有指导公关言语实践的突出实用性。

这是一部具有开拓性的教材与专著。由于调查条件、写作时间的限制，书中也有不足之处。比如个别公关语体还没有研究到，全书篇幅也略嫌过大等。希望在今后的实践中不断予以改进，在再版时加以补充和修订。我是十分乐意给这本书写序言向读者推荐的。

1990年11月于北京师院晓虎

目 录

序.....	张寿康
第一章 公关语言学概说.....	(1)
第一节 公关语言学的研究对象和研究范围.....	(1)
一、公关语言学的研究对象.....	(1)
二、公关语言学的研究范围.....	(2)
第二节 公关语言学的性质.....	(7)
一、语言学是公关语言学最本质的属性.....	(7)
二、公关语言学具有交叉性特点.....	(8)
第三节 公关语言学的任务和功用.....	(9)
一、公关语言学的任务.....	(9)
二、公关语言学的功用.....	(11)
第四节 建立公关语言学的必要性.....	(13)
一、建立公关语言学是公关事业发展的需要.....	(13)
二、建立公关语言学是现代语言学发展的必然.....	(14)
第二章 公关、语言和公关语言运用.....	(16)
第一节 公关与公关实务.....	(16)
一、公共关系 (公关)	(16)
1. 公共关系的内涵和分类.....	(16)
2. 公共关系状态及其指标.....	(22)
3. 公共关系的重要性和公共关系意识.....	(23)
二、公共关系实务 (公关实务)	(25)
1. 公共关系实务的内涵.....	(25)

2. 公共关系实务的基本过程	(26)
3. 公共关系实务的工作原则	(30)
第二节 语言与言语交际	(33)
一、语言是音义结合的符号系统	(33)
二、语言是人类最重要的交际工具和思维工具	(36)
三、言语交际是对语言系统的积极运用	(38)
1. 语言和言语	(38)
2. 言语活动：表达和领会	(39)
3. 言语交际的过程及其原则	(42)
4. 言语交际的模式	(46)
第三节 公关实务与言语交际	(50)
一、言语交际是公关实务的基本手段	(50)
1. 语言运用从公关现状的调查确定开始	(50)
2. 语言运用贯穿于公关实务活动的始终	(51)
3. 语言的形象、表情功能与公关实务目标的实 现	(53)
二、公关实务人员的言语能力	(55)
1. 言语能力是公关实务人员的基本能力	(55)
2. 言语魅力与公关人员的形象风度	(57)
3. 公关言语能力的培养	(59)
第三章 公关言语的含义、特点及其语用原则	(62)
第一节 公关言语的含义	(62)
一、公关言语是语言在公关实务领域中的具体 运用及其成品	(62)
二、公关言语活动的工具是自然语言及其辅助 物——体态语言	(63)
三、公关言语是公关主体的言语活动及其结果	(64)
四、公关言语包括典型公关言语和非典型公关	

言语	(65)
五、公关言语活动包括言语表达和言语领会	(67)
第二节 公关言语的特点	(68)
一、公关言语的广泛性和实用性	(69)
二、公实言语的双向性	(71)
三、公关言语的文明礼貌性	(73)
四、公关言语的情感性	(77)
第三节 公关言语的语用原则	(79)
一、公关言语表达原则	(81)
1. 必须为确切传达组织信息、实现公关实务目的 的服务	(81)
2. 必须适应不同公众的不同特点	(82)
3. 必须适应特定的言语环境	(87)
4. 必须遵守公认的语言规范	(88)
二、公关言语领会原则	(93)
1. 以具体的言语成品为依据	(93)
2. 按照公众语言的具体规范理解话语文章	(94)
3. 充分利用言语环境	(95)
第四章 公关言语风格	(100)
第一节 言语风格与公关形象、公关语体	(100)
一、言语风格与公关形象	(100)
二、言语风格与公关语体	(104)
第二节 公关言语风格的基本格调和多样化风貌	(109)
一、基本格调——平实	(109)
二、多样化风貌	(117)
第五章 公关言语口头表达艺术 (一)	(134)
第一节 公关口头表达的一般要求	(134)

一、话语目的明确	(135)
二、用语通俗文雅	(136)
三、及时调整,灵活应变	(138)
四、借助副语言和体态语言表情达意	(140)
第二节 交谈的言语艺术	(141)
一、攀谈	(142)
二、接待	(147)
三、主持面试	(155)
第三节 电话交谈的言语艺术	(157)
一、打电话的言语艺术	(158)
二、接电话的言语艺术	(161)
第四节 对话的言语艺术	(165)
一、灵活应对	(165)
二、有情有理	(168)
三、讲究文采	(170)
第五节 答记者问的言语艺术	(172)
一、直言相告	(173)
二、正面驳斥	(174)
三、巧予闪避	(175)
四、无效回答	(176)
第六节 公关谈判的言语艺术	(177)
一、谈判与公关谈判	(177)
二、公关谈判的主要言语技巧	(179)
1. 探测虚实	(179)
2. 巧予暗示	(181)
3. 正面交锋	(182)
4. 灵活让步	(184)
第七节 公关演讲的言语艺术	(186)

一、公关演讲的场合与类型	(187)
二、公关演讲的基本言语技巧	(189)
第六章 公关言语口头表达艺术(二)	(200)
第一节 专职公关人员的口头表达艺术	(200)
一、采集信息的言语艺术	(201)
二、参观解说的言语艺术	(205)
三、调解公众矛盾的言语艺术	(207)
第二节 领导、管理人员的口头表达艺术	(209)
一、作报告的言语艺术	(209)
1. 有针对性,用词得体	(210)
2. 有新鲜感,戒陈词滥调	(210)
3. 简洁明快,戒重复罗嗦	(213)
4. 富于激情,注意体态语	(214)
二、下达命令、布置任务的言语艺术	(215)
三、表扬、批评的言语艺术	(221)
四、个别谈话的言语艺术	(227)
1. 开门见山,单刀直入	(227)
2. 迂回侧击,启发诱导	(229)
3. 耐心倾听,善于提问	(230)
第三节 商业柜台服务人员的口头表达艺术	(231)
一、商业服务与公关言语	(231)
二、商业柜台服务人员的言语艺术	(232)
1. 接近的言语艺术	(232)
2. 应酬的言语艺术	(234)
3. 介绍商品的言语艺术	(235)
4. 诱导的言语艺术	(237)
5. 处理矛盾的言语艺术	(238)
第四节 旅游业服务人员的口头表达艺术	(240)

一、旅游业与公关	(240)
二、旅馆服务人员的言语艺术	(241)
三、导游员的言语艺术	(246)
第七章 副语言和体态语	(253)
第一节 副语言	(254)
一、语调	(255)
二、语顿	(256)
三、语速	(259)
四、重音	(260)
五、笑声	(263)
第二节 体态语	(266)
一、体态语概说	(266)
1. 体态语的含义及其重要性	(266)
2. 体态语的特点	(268)
3. 体态语的分类	(270)
4. 体态语的功能	(271)
二、体态语的运用	(273)
1. 表情语的运用	(273)
2. 手势语的运用	(280)
3. 体姿语的运用	(289)
第八章 公关言语书面表达艺术 (一)	(295)
第一节 公关调查报告	(295)
一、调查报告与公关调查报告	(295)
二、公关调查报告的言语要求	(295)
第二节 公关广告	(301)
一、广告与公关广告	(301)
二、公关广告的言语要求	(303)
第三节 公关新闻稿	(311)

一、新闻稿与公关新闻稿	(311)
二、公关新闻稿的言语要求	(312)
第四节 公关信函和柬帖	(320)
一、公关信函	(320)
二、公关柬帖	(327)
第五节 公关说明书	(330)
一、说明书与公关说明书	(330)
二、公关说明书的言语要求	(330)
第九章 公关言语书面表达艺术 (二)	(340)
第一节 公关标语、口号	(340)
一、标语、口号与公关	(340)
二、公关标语、口号拟订的依据	(342)
三、公关标语、口号的言语要求	(343)
第二节 公关楹联	(346)
一、楹联与公关楹联	(346)
二、公关楹联的言语要求	(346)
三、公关楹联的表现手法	(349)
第三节 公关组织、产品、商标的命名	(352)
一、组织、产品、商标的命名与公关	(352)
二、公关组织、产品、商标命名的言语要求	(354)
三、公关组织、产品、商标命名的艺术手法	(358)
第十章 公关专栏和公关出版物的编制	(360)
第一节 公关专栏、公关出版物的含义和作用	(360)
一、公关专栏、公关出版物的含义和分类	(360)
二、公关专栏、公关出版物的作用	(361)
第二节 公关专栏、 关出版物的编制技艺	(362)
一、公关专栏、公关出版物编制技艺概说	(362)
二、黑板报、墙报、橱窗的编制技艺	(364)

三、简报、年报的编制技艺	(366)
四、报纸、刊物的编制技艺	(369)
五、宣传册页、书籍画册的编制技艺	(375)
第十一章 公关言语听解艺术	(383)
第一节 听解的重要性及其作用	(383)
一、听和说同等重要	(383)
二、听解是建立良好关系的有效途径	(384)
三、听解是获取信息的重要手段	(387)
第二节 听解的特点和要求	(389)
一、听解的特点	(389)
1. 受制性	(390)
2. 能动性	(391)
二、听解的要求	(393)
第三节 听解的基本技巧	(386)
一、专心静听	(396)
二、言外之意的揣摩	(397)
三、体态语言的释读	(400)
第十二章 公关言语读解艺术	(406)
第一节 阅读理解的一般原理	(407)
一、阅读理解的含义和特点	(407)
二、阅读理解的过程	(409)
第二节 阅读理解的基本方法与技巧	(415)
一、正确读解的前提条件	(415)
二、阅读理解的基本方法	(418)
1. 朗读法与默读法	(418)
2. 精读法与略读法	(419)
3. 规范性读解、利己性读解与歪解	(422)
三、阅读理解的基本技巧	(424)

1. 不同语言单位的读解技巧	(424)
2. 不同语体文章的读解技巧	(431)
后 记	(442)

第一章 公关语言学概说

公关语言学是研究公关实务领域语言运用规律的科学。

第一节 公关语言学的研究对象和研究范围

一、公关语言学的研究对象

公关语言学的研究对象是什么呢？是在公关实务领域中运用语言的现象，也就是存在于公关实务活动之中的言语现象，它包括公关言语活动和公关言语成品。公关言语活动是指一个组织为了特定的公关目的而对特定公众所进行的言语活动：从表达和领会的角度看它分为表达活动和领会活动，从语言媒介形式说它分为口头的说听和书面的写读，而无论是表达活动还是领会活动，无论是说听还是写读都要以人类自然语言为主要工具，其中的说听活动还要运用到非自然的体态语言等。公关言语成品是指公关言语活动所产生的成品，也即公关主体所说出来的话语和写出来的文章。先看一个例子。据说，有一次，周恩来总理在北京召开记者招待会。周总理先介绍了我国经济建设的情况和我国的对外方针，接着进行答记者问。一西方记者问：“请问总理先生，中

国可有妓女？”对这个提问，总理是体会到别有用意的，但他既不是支支吾吾、躲躲闪闪，也不是义正辞严、语露锋芒，而是正视西方记者回答说：“有，”然后停了下来，瞬间，全场哗然。几秒钟之后，周总理环视一下大家，接着说：“在中国的台湾省。”话音未落，全场爆发出雷鸣般的掌声。这是一次很典型的公关口头言语活动。总理准确领会了记者的话意之后，运用自然语言因素“有”、“停了下来”、“在中国的台湾省”与非自然语言因素的表情语“正视西方记者”、“环视一下大家”相结合的表达手段组成话语对记者的提问作了准确的回答，获得了奇特的交际效果。这种在公关实务领域中的口头言语表达和领会活动及其话语便是公关语言学的研究对象。又如，上海医药公司有一幅推销东海牌鱼肝油的广告，广告中间镶嵌着“东海”两个大字，画面是一个正在翻卷的巨浪，巨浪由大小渐次的45组“东海”字样构成，呈现汹涌澎湃之势，象征着东海牌鱼肝油的品种之多，产量之丰富。这幅广告作者创造性地将自然语言因素与文字形状、色彩衬托等伴随语言因素巧妙有机地结合，因而创意独特，形式新颖优美，很能引起人们遐想。这种在公关实务领域的书面言语表达活动及其成品也是公关语言学的研究对象。

在公关实务领域，有时也会使用实物作媒介进行信息传播。例如，香港《大公报》的一则消息：“英国一家造船厂为了宣传其厂所制造的船只性能优良，特地将一艘快艇分割为二截，由该厂经理亲自驾驶其中一截在湖上行驶，只见船只在水面上飞驰而过，并未因半截而沉没。这个广告一出，订单纷涌而至。”而这样的实物媒介与自然语言无关，它不是公关语言学的研究对象。

二、公关语言学的研究范围

科学的研究对象决定了它的研究范围。按照我们对公关语言学的研究对象是公关实务领域的言语现象及其成品的理解，公关