

茅海燕 编著

公关言语表达学

GONGGUAN YANYU
BIAODAXUE

◆ 苏州大学出版社

公关言语表达学

茅海燕 编著

苏州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

公关言语表达学/茅海燕编著. —苏州:苏州大学出版社,2008.12

ISBN 978-7-81137-169-7

I. 公… II. 茅… III. 公共关系学—社会语言学—研究
IV. C912.3 H0

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 197278 号

公关言语表达学

茅海燕 编著

责任编辑 金振华

苏州大学出版社出版发行

(地址:苏州市干将东路 200 号 邮编:215021)

丹阳市教育印刷厂印装

(地址:丹阳市西门外 邮编:212300)

开本 850mm×1168mm 1/32 印张 8.75 字数 215 千

2008 年 12 月第 1 版 2008 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81137-169-7 定价:32.00 元

苏州大学版图书若有印装错误,本社负责调换
苏州大学出版社营销部 电话:0512-67258835

内容简介

公关言语表达是当代语言学适应商品经济发展与民主政治、民主管理的产物,属于语言应用研究的范畴。应用语言学是语言学的一个重要方面,它着重研究语言在各个领域中的实际应用问题。本书依据应用语言学的有关理论,结合公关理论,从理论到实践,对公关言语表达在公共关系行为中的运用规律及其方法进行探索。全书分为理论篇、修养篇、技能篇和鉴思篇四个部分,分别介绍公共关系与言语表达、公关人员道德与情商的修养、公关言语在公关实务中的运用,对部分公关言语成功事例进行分析。

本书适用于公关、文秘、新闻、广告、经济、旅游、商业、银行、税务、人力资源管理和中文等专业的教学,也可供公关实务人员、对公关活动中的语言应用感兴趣的读者朋友自学使用。

前 言

公共关系是现代社会组织外求和谐发展、内求团结完善的经营管理艺术。公共关系有三个要素：公关主体、公关客体、信息传播。而语言是信息的载体，语言运用的优劣直接影响着公关交际的效果。公关语言研究的兴起，是当代语言学顺应社会实践的需要，遵循学科发展规律，从微观走向宏观、从静态走向动态、从自身内部走向外部世界的大势使然。

公关语言学是研究公关实务领域语言运用规律的科学，它是当代语言学适应商品经济发展与民主政治、民主管理的产物，是研究言语运用的语言学中的一个新兴的分支学科，又可称为公关言语表达学。公关语言学作为一门独立完整的学科，有其特定的研究对象、范围、本质属性及其相关的术语、基本原理。这些属性不但决定了这门学科建立的必要性，而且决定了该学科的总体构架。

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）的表达与领会。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、合作的语言技能的掌握。因此，社会发展对公关人员的素质提出了更高的要求，其中，语言素质的提高是公关人员综合素质的首要方面。

公关言语表达学与其他语言应用研究一样，具有动态性、功效性、应用性等特征。公关言语表达学的功能是多元化、多层次的。

从社会组织本身的角度出发,公关活动总的来说是帮助社会组织实现自身目标,其中包括搜索信息、传播沟通、协调关系、处理纠纷、参与决策、改善环境、增进社会效益、树立企业形象等。研究公关言语表达学,对公共关系学的丰富完善,对公关实务活动的开展具有积极的影响。

茅海燕

2008年3月31日于京口

目 录

理 论 篇

第一章 概述	3
第一节 公关言语表达学的研究范围.....	4
第二节 公关言语表达学的性质和特点.....	6
第三节 公关言语表达学的功能	10
第二章 公共关系与言语表达	13
第一节 公共关系理论	13
第二节 言语交际理论	28
第三节 公共关系与言语表达	42
第三章 公关言语表达	47
第一节 公关言语的传播	47
第二节 公关言语的书面表达形式	52
第三节 公关言语的口头表达形式	60
第四节 公关言语的接受与反馈	69
第五节 公关言语中的体态语	75

修 养 篇

第四章 道德修养与情商的培养	97
第一节 道德修养	98

第二节	情商的培养	102
	[附]“情商镜”	109
第五章	综合素质修养	123
第一节	公关人员知识修养	123
第二节	公关人员能力修养	128
第六章	跨文化交际	133
第一节	跨文化交际要略	133
	[附]国际礼仪基本准则	138
第二节	世界各国风俗文化	139

技能篇

第七章	公关言语在公关实务中的应用	197
第一节	公关言语在公关调查中的应用	198
第二节	公关言语在公关策划中的应用	211
第三节	公关言语在公关谈判中的应用	220

鉴思篇

第八章	公关事例分析	233
第一节	公关成功事例分析	233
第二节	公关广告中的言语分析	238
第三节	危机公关分析	243
附录一:	个人公关言行	252
附录二:	组织公关言行	261
参考文献		266
后记		268



理

论

篇



第一章

概 述

公共关系作为一种文明意识,一门管理的艺术,19世纪初就在西方诞生了。公共关系学是20世纪80年代在我国兴起和发展起来的一门综合性的应用学科,目前国内已成为一个比较热门的学科。它主要研究一个社会组织如何运用各种信息传播、双向沟通的手段,为自己创造良好的社会关系环境和社会舆论环境,使自己和环境之间相互适应,同步发展。它是现代社会组织外求和谐发展、内求团结完善的经营管理艺术。公共关系有三个要素:公关主体、公关客体、信息传播。而语言是信息的载体,语言运用的优劣直接影响着公关交际的效果。公关语言研究的兴起,是当代语言学顺应社会实践的需要,遵循学科发展规律,从微观走向宏观、从静态走向动态、从自身内部走向外部世界的大势使然。

公关语言学是研究公关实务领域语言运用规律的科学,它是当代语言学适应商品经济发展与民主政治、民主管理的产物,是研究言语运用的语言学中的一个新兴的分支学科,又可称为公关言语表达学。公关语言学作为一门独立完整的学科,有其特定的研究对象、范围、本质属性及其相关的术语、基本原理。这些属性不但决定了建立这门学科的必要性,而且决定了该学科的总体构架。

第一节 公关言语表达学的研究范围

我国在改革开放的过程中,公共关系和公共关系实务日益彰显其重要性,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)的表达与领会。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、合作的语言技能的掌握。因此,社会发展对公关人员的素质提出了更高的要求,其中,语言素质的提高是公关人员综合素质的首要方面。

公关实务的开展,离不开信息的传递交流,而信息传递交流的主要工具就是语言。

一、公关言语

语言是人类社会特有的现象。它是声音与意义结合的符号系统。语言的基本功能是充当交际工具。交际是人类生活中不可缺少的社会活动,在这一社会活动中,每个人既是交际的主体,又是交际的客体,他用自己的言行去影响别人,同时也被别人的言行所影响,从而双向交流、双向影响的互动效果。

言语是对语言的具体运用及其成品。以说话为例,每一个正常的人都可以说话,说话就是用声音包装自己的思想感情,并把它传递给别人。每个人不仅要说话,而且也要听话。当一个人听话的时候,他就会把别人说出的现成的话语加以翻译还原,从而理解说话人的思想感情及其目的。说话表达、听话领会,都是对语言的运用,都是言语活动。说出来供别人听的话是言语活动的成品。公关言语就是语言在公关实务领域的具体运用及其成品。它包括

公关主体开展公关实务工作的言语活动,也包括开展公关实务工作的言语活动所产生的结果、成品。公关言语活动必须在公关主体与它的特定的内外公众之间进行,但公关言语仅指公关主体的言语活动及其成品,不包括公众的言语活动及其成品。

公关言语活动既包括表达,也包括领会。表达是公关主体的表达,领会是公关主体对公众的话语、文章的听解、读解。因此,公关言语主要指公关主体为特定公关目的而进行的言语活动及其成品。

二、公关言语学的研究对象

公关言语学的研究对象具体是指在公关实务领域中应用语言的现象,也就是存在于公关实务活动之中的言语现象。它是研究在公共关系行为中言语运用的语言规律及其方法的一门学科。

公共关系的状态通常分为内部公共关系和外部公共关系两类。传递交流的方式以双向传播沟通为主,涉及的对象有主体和客体之分。

公关言语学的研究对象专指公关主体在公关活动中的言语现象。公关言语活动从表达和领会的角度看,可分为表达活动和领会活动;从语言媒介形式看,可分为口头的说听和书面的读写。

从公关言语的工具看,公关言语的主要工具是人类自然语言,包括口语和书面语;公关言语也大量应用自然语言的辅助工具,例如口语的伴随语言手段——体态语。公关书面语传递信息也会应用一些伴随语言手段,如字形、图表等。因此,能充当自然语言辅助工具的非自然语言手段也属公关言语学的研究范围。

综上所述,我们可以用表总结如下(见表 1-1):

表 1-1

公关 主体	表达活动	自然语言	口语	
			书面语	
	领会活动	非自然语言	口语的伴随语言手段——体态语	
			书面语的伴随语言手段——文字、图表等	

第二节 公关言语表达学的性质和特点

一、公关言语表达学的性质

语言学是以人类语言为研究对象的学科,探索范围包括语言的结构、语言的运用、语言的社会功能和历史发展,以及其他与语言有关的问题。把语言学知识运用于实际工作,就叫应用语言学。

语言学可以从两个层面开展研究,即理论研究与应用研究。语言理论研究侧重于静态研究,语言应用研究侧重于动态研究。应用语言学是语言学的一个重要方面,它着重解决现实中的实际问题,研究语言在各个领域中的实际应用问题,一般不接触语言的历史状态。而理论语言学则着重探索理论问题,在总结规律时往往涉及语言的历史状态。两者之间的关系是密不可分的:理论要以应用(实践)为基础,应用又以理论为指导。可以说,语言理论是应用语言学的基本武器,而应用语言学则是鉴定各种语言理论的实验场。

语言研究的应用方面和理论方面最初并没有划分开来。19世纪初,语言理论方面的研究和应用方面的研究开始分化,作为应用语言学一个分支的语言学同当时着重探讨历史问题的语言学分了手。19世纪末叶,J. N. 博杜恩·德·库尔德内提出了“应用语

言学”这个概念,但没有得到人们的广泛注意。20世纪以来,语言学得到了进一步的发展。特别是近40年来,政治、经济、文化各方面向语言学提出了与科学技术、国民经济的发展有密切关系的新任务,语言的应用范围得到了空前扩大,这才使得语言应用和语言理论方面的研究明确地区分开来,“应用语言学”这个名词开始广泛运用。

“语言学由于应用范围的扩大,同其他学科的联系也增加了。过去,语言学只同文学、人类学、历史学、地理学、考古学、心理学、哲学和文化史等有联系;而今,它同数学、信息论、控制论、物理学、电子学、医学、符号学、情报学、通信技术、计算机科学、自动化技术等发生了密切联系。语言学的领域如此扩展,无疑地带来了新的分工和一些部门的分化。有的人进行历史比较,有的人钻研理论,有的人解决实际问题,还有一些人则研究一些最新的、对国民经济有重大作用,而且与尖端学科相联系的边缘问题。所有这一切,都促成了应用语言学与理论语言学的分化。”^①

应用语言学是一门新兴的边缘语言学科,涉及理论语言学、语言哲学、语用学、心理语言学、社会语言学、神经语言学、实验语音学、语义学等语言学科。

林焘先生认为,应用语言学的最大特点就在于能够紧密结合社会现实,为现实生活服务。随着语言学应用范围的迅速扩大,应用语言学研究受到语言学界的普遍重视。在改革开放政策的指引下,中国语言学更得到了前所未有的发展,一个十分突出的变化就是出现了社会语言学、心理语言学、计算语言学、语用学、对外汉语教学等新型学科,它们大都和应用语言学有密切关系,甚至本身就是应用语言学的内容。这说明,应用语言学在中国已经发展成熟。

^① 林焘:“应用语言学是中国现代语言学发展的动力”(载《世纪之交的应用语言学》,于根元著,北京广播学院出版社2000年12月版)。

而公关言语学的研究对象是公关实务领域中应用语言的现象,是公关实务活动中具体的言语现象。因此,公关言语学应属于语言应用研究的范畴。公关言语学的研究对象具体是指在公关实务领域中应用语言的现象,也就是存在于公关实务活动之中的诸多言语现象。因此,公关言语学的本质属性是语言学。

二、公关言语表达学的特点

公关言语学的研究对象是公关实务领域中应用语言的现象,是公关实务活动中具体的言语现象。公关言语学与其他语言应用研究一样具有动态性、功效性等特征,但同时还有一些明显的特点:

1. 预策性

公共关系事务是由一个个活动构成的。活动成效如何,目的能否达到,取决于公关实务预先策划的优劣。任何公关实务活动,都离不开策划这个环节。策划是公关实务活动顺利进行的灵魂。

公共关系策划具有明确的目的性,每一次策划活动都是为了实现某一个或几个明确的目标,或为了提高组织的知名度,或为了组织的美誉度,或为了树立组织的整体形象,或为了树立产品形象。策划的目的性决定了策划的针对性,即根据目的的不同,所处内外环境的不同,策划出带有针对性的能解决实际问题的系列活动。由于公共关系工作的复杂性,预先策划实际上就成了公共关系工作的一个重要环节。在一系列的策划活动中,必然要以书面形式或口头提纲形式把即将开展的活动一一罗列表述,并反复推敲,选定最佳表述方案,以便公关实务活动得以顺利进行,所以,预策性是公关言语学的一个基本特征。

2. 应用性

公关言语学的研究离不开公关实务的实践活动,研究公关言语学的目的也在于更好地去指导公关实践。离开了公关实践活

动,公关言语学的研究也就失去了研究的价值。这正体现了公关言语表达学的应用性特征。

3. 程序性

具有公关特色的言语表达,应该能有效地协调公众关系,帮助人们达到交谈的目的。它是公关实务活动中相关人员必须掌握的公关技能。公关语言的基本要求是温文尔雅,不伤和气。因此,言语表达具有明显的程序性。

比如,在公关实务活动中始终要运用礼貌语,不仅能给对方以文明、有教养的印象,有利于双方心理上的接近,而且能为今后继续交往打下良好的基础。

再如,会面预约的接受与转达,时间运筹与工作计划,计划表的制作、分发,计划改变的联系、调整(有关人员的联络、交涉、调整、老板的再认可);计划的外出管理,住宿的选定与预约,交通工具的选定与车票或机票的预约、购买,旅程表的制作;海外出差的出入境手续,机场的接送;感谢信的制作与寄发;等等。这些书面或口头言语表达在公关实务活动中都是按照一定程序进行并完成的。

4. 多样性

公关实务活动中,因为组织的性质不同、实力不同、职能不同、环境不同、问题不同,所开展的公关活动也不尽相同。例如,大型企业设置大型规范的专职公关机构,小型企业可能设置小型或兼职公关机构,或不设公关机构而只设公关秘书。政府组织重视社会服务公关,企业组织重视营销公关;而作为饭店企业,不仅注重专项公关,更看重全员公关等。因此,公关实务的多样性也必然带动或要求公关言语表达的多样性。

比如,在公关实务活动中比较常见的礼仪活动形式之一的宴会就有不同的规格,公关言语也会随之而有所变动。人们通常把政府机关、社会团体举办的,具有一定目的和比较讲究礼仪的酒席