

第 1 章

公关语言的魅力

公共关系在现代社会生活中发挥着独特的功能，并已渗透到社会生活的各个方面。它不仅对社会组织实现自身目标有直接作用，而且对提高个人素质，以便更好地适应现代社会发展的需要也有不可低估的影响。在公共关系活动中，应时刻牢记自己的言行不是个人之事，而是关系到组织形象和声誉。特别是出现难堪的场面，或碰到棘手的问题时，也要控制自己的情绪，注意语言的表达，做到不卑不亢，从容自若。用自然、沉稳的仪态和恰当得体的言辞表现出自己良好的说话水平。

第 1 节

语言是公关的关键

一、公关须过口才关

人的一生中，要想达到最基本的人际沟通乃至最成功

的社交公关效果，就不能不使用语言，即先要过口才这一关。为什么生活中有那么多成功的幸运儿，他们有的才华横溢，风度翩翩，处处引人注目；而有的人和蔼可亲，善解人意，令人一见如故，顿生无限信赖，从而赢得了比“天时”、“地利”更重要的“人和”；有的则精明练达，沉着勇敢，能够面对前途道路的任何艰难险阻？

到底是什么构成了并显示出他们的才华和风度，从而使他们显得和蔼可亲或者精明干练？答案除了观念、行动上的积极与消极的差别以外，最主要的还是取决于你外化出来的举止言谈。

俗话说得好：“言为心声。”结结巴巴、罗罗嗦嗦、语无伦次、言之无物的谈吐很少不令人讨厌的；而谈吐不俗、能言善辩、文采飞扬、不温不火的言词总是让人身心愉悦。这就是社交场上为何会有人与人差别的原因所在了。

社交公关才能最高的，往往是那些被称为具有“绅士风度”的人。他们待人接物时礼貌得体，知识丰富并且善于辞令，时而妙语如珠，时而幽默风趣。他们在任何交际场合都能给人愉快，受人欢迎。即使发生了不愉快的事，他们也能冷静自持，以适当的方式泰然处之。他们总是具有一种特殊的吸引力，并且，这种吸引力将不断地随着他们口才魅力而得到加强。因此，具有一副好口才，等于社交公关活动成功了一半。

夏目志郎是日本著名的推销商，其口才之好，甚至已达到了向不识英语的农民推销英语百科辞典的程度。

一天，他来到了东京附近的某县里，那儿住着很多农民。在当地人的眼里，小孩子跟英语百科辞典根本搭不上关系。夏目志郎抱着向艰难挑战的精神，积极地想突破销售障碍。当他敲开一农家的门并说明来意时，农家主人一

口拒绝说：“我们农夫没有必要讲英语。”夏目志郎迎难而上，他首先批评农家不重视英语会影响下一代的生存能力，是对下一代的不负责任。“现在，日本不同于过去了。要使用英语的地方很多，今后英语的重要性会大大提高。而您不擅长英语这一点就照样会传给孩子，再传给孙子，这样，将不擅长英语的事传下去实际上是对下一代的负责任。”这番批评果然奏效，农夫不再反驳。

接着，夏目志郎又以农家养狗为例，向农民说明了英语百科辞典在英语教学上的卓越成效。“府上养狗，您和家人是否怕狗？”他问。“不，都不怕。”农家主人答道。“因为惯于养狗，所以不怕狗，因此说，从小养成习惯，这对英语学习是非常重要的。在自己身边有这样好的英语教材，小孩子一定会亲近它，不知不觉中就会对英语产生兴趣，不是很好吗？”农夫听得有理，于是就爽快地买下一套精装本的儿童英语百科辞典。

你看，夏目志郎是多好的口才！他先使农夫接受原以为不需要的东西，其实是很需要的，然后，进一步将这可能需要东西，变为眼前的需要，一步步地说服了那位农民。我们相信，以他的这种口才，无论是在什么场合，都会无往而不利的。

这种生活中的例子就不多说了，只说历史上的事例。公元前四世纪中叶，强大的希腊北部马其顿王菲力二世，本来可以不费吹灰之力就能征服处在沉睡般中的雅典国民，但爱国者德莫西尼通过自己的滔滔辩才和呐喊，鼓动、组织人民起来奋力反抗，造成了征服者行动中的巨大阻力，使之为之付出惨重的代价；我国古代的战国时期，秦国崛起，欲霸神州。苏秦鼓动其如簧之舌，各国游说，致使六国共同抗秦，解除危机，获得一时的安宁，阻碍了秦国的称霸过程；而后来的张仪又以其伶牙俐齿，说得抗

秦联盟纷崩瓦解，从而为秦国最后统一中国奠定了基础；法国大革命雅各宾专政时期，正是由于罗伯斯庇尔的激情演说，战胜了保守势力的重重阻挠，才把罪恶滔天的法国国王路易十六推上了历史的断头台；在美国历史上，假如没有菲特瑞克·亨利当年“诉诸武力”的慷慨陈辞，也许就没有今天的美国；就连二战的罪魁祸首希特勒这个战争狂人，当年只是维也纳街头的一名流浪汉，他的发迹在很大程度上也是靠自我训练出来的那张极富煽动力的嘴巴。

当然，并非只有在轰轰烈烈的伟大事业中，口才才有自己的用武之地。无论何种职业，皆需口才。

当代世界，口才的作用可谓大矣。大到联合国大会的讲坛，各国代表在这里或为阐述本国的立场观点侃侃而谈，或因意见不合而尖锐交锋，唇枪舌剑；联合国秘书长更常常以其雄辩的口才，扮演着“高级说客”的角色，斡旋于各国之间，左右着国际形势的进展。何止联合国如此！小到日常生活，人际往来，恰当的语言也是促进理解、协调气氛、增进感情的必要条件。

实际上，从各种国际谈判、贸易洽谈，到新闻发布、货物推销等等，从国家最高领导人到各行各业的每一个人员，都在频频转动着三寸之舌，为完成特定使命而讲不尽万语千言。所以，我们说，公关须过口才关，就是这个道理。

二、口才开拓机遇多

当今时代，并不需要那些摇唇鼓舌的说客和那些舌锋尖锐的空头政治家，我们提倡的是“少说多干”。但这并不是说我们可以不要口才。应该看到，人们在日常生活、工作中都离不开说话，口才的好坏无疑已成为一个人生活和事业优劣胜败的一个重要因素。

无论何时何地，“词不达意”会给你带来不尽的麻烦，比如，使人误解、与人结怨。在社交场上，你也许由于不能随机应变和出言不敏而被弄得言屈词穷、窘态百出；在领导人竞选上，你也许因拙于言词未能取得选票而败北；在大庭广众的演讲中，你也许未能诉之以理、动之以情而无法收到预期的效果；在谈判中，你也许无惊人之语和击败对手的绝招而不能够取胜；在法庭辩论中，你也许没有犀利的言词、严密的逻辑而败在对方的手中；在激烈的商场竞争中，你也许无美言和动人的外表而失去成为富翁的机会；甚至在婚姻、恋爱、家庭上，你也许因为没有甜言蜜语而得不到对方的垂青或者无法让自己的家庭幸福美满。

总之，假如你注意观察的话，就会发现：生活中，出言不当，会令你四面楚歌；用语妥贴则能使你左右逢源。因此，对一个人的生活和事业来说，善于言谈的人，可以借助口才的力量促成自己的事业，为社会多做贡献；而拙于言谈的人，往往会失去机遇，或将事情越办越糟，因而抱恨终生。

所以，现代社会的种种机遇，要靠你的口才来开拓；个人生活中的种种成功，要靠你的口才来促成。在一次贸易洽谈会上，一位推销商对一个正在观看公司产品说明的顾客说：“请问，您想买什么？”顾客不感兴趣地说：“这儿没什么可买的。”推销商淡淡一笑说：“是呀，别人也说过这话。”然后，当买方正为此而得意时，这个推销商微笑着又说：“可是，他们后来都改变了看法。”“哦，为什么？”顾客情不自禁地问。于是，推销商正式开始了他的推销。你看，这就叫口才。对于商人而言，口才会招徕顾客。而对于服务人员来说，口才则会留住永久的客人。

1984年，美国华盛顿黑人市长在北海仿膳餐厅举行

答谢宴会。席间，服务员端上一盘点心，并彬彬有礼地介绍道：“慈禧太后有一次夜里梦见肉末烧饼，第二天早上，碰巧赶上厨师也为她准备了肉末烧饼，她想到这是吉祥如意的象征。今天，各位吃的就是那种肉末烧饼，愿大家今后事事如意，步步吉祥……”

她这一段话顿时引来了一阵掌声。华盛顿市市长高兴地敬了这位服务员一杯酒，说：“下次来北京，愿再来你们这里作客！”这位服务员的口才可真不错，她不仅迎合了人们对名人的模仿、对奇闻逸事的兴趣和对美好生活的渴求等多种心态，并且，还能以简洁清晰、亲切生动的话语娓娓道出，自然能赢得阵阵掌声。短短几句话，不仅与特定的时空和谐统一，而且，还起到了点染时空氛围的独特作用。真是菜点令人如意，话语也让人如意。这也是口才——恰到好处的口才！难怪，那位市长先生仍愿再次光临呢。

有一个美国朋友讲过这样一个故事：他所在的公司要招考一位打字员。初试录取了两名，最后面试时再决定录用其中一人。这两人，一位是华裔，一位是西班牙人。他们打字能力是：西班牙小姐每分钟 30 字，华裔同胞每分钟 70 字。但是，考完之后，这位传统的中国女子，安静地等在门外，而西班牙小姐却径直闯进主管人的办公室。她声称自己打字技术一向快速准确，只是当时太紧张了，没考好，但是，这份工作对她太重要，她非得到不可。最后结果，主管人录用了她。而那位打字技巧高于西班牙的华裔女士，却在胸有成竹地静候佳音中，失去了机会。

在我们今天的市场经济大潮中，现行的双向选择的就业时机要求我们：充分地发挥你的口才，就有可能得到一份好工作；否则，就会白白地失去良机，从而可能影响你一生的成就。

总之，良好的口才才能为你广交朋友、拓宽事业打下一份坚实的基础，不断地创造成功的机遇。作为一个跨世纪的现代人，若要事业成功，口才是你必备的能力。

三、口才让君美名传

放眼世界，每个国家，每个民族莫不是一代复一代地流传着自己的名人先哲们那些睿智的、雄辩的、机敏的、幽默的、富有鼓动性、启迪性和征服力的言词，把他们的语言表达艺术当做国家民族的骄傲。例如，几乎所有的美国总统都要评述他们的演讲才能。林肯总统 1863 年在国家烈士公墓落成典礼上发表的演说，其演说词还被铸成金字，放在牛津大学，作为英语演讲的最高典范。可以说，口才不仅会帮助人们建功立业，而且，还会使人名扬四海。

虽然，我国人民早已习惯了甘当“无名英雄”的传统，但是，在充满了激烈竞争的当今时代，市场经济已开始呼唤“有名英雄”的出现。而口才则会帮助您做到这一点。

中央电视台的年轻节目主持人杨澜是一颗耀眼的新星。1991 年 9 月 19 日晚，杨澜在广州市天河体育中心演出。节目进行中，她在下台阶时不慎摔了下来。这是众目睽睽下的一个十分意外、令人难堪的事故。她该怎么办呢？全场都为她捏着把汗。

但杨澜很沉着地爬了起来，镇定自若地对台下观众说：“真是人有失足，马有失蹄呀。我刚才这个狮子滚绣球的节目滚得还不熟练吧？看来这次演出的台阶不那么好下哩！但台上的节目会很精彩的。不信，你们瞧他们！”

杨澜在这儿显露了口才中的“自我解嘲”这一手，她先说自己“失足”摔倒，跟“马有失蹄”一样，都是生活

中很难绝对避免的意外；然后，再把自己的摔倒描述为“不熟练”的“狮子滚绣球”的节目；继而语带双关地指出“台阶”不那么好下（因舞台的台阶不好下，她才跌倒了；为此，她不是正自找喻义的“台阶”下么）；最后，她又及时地转移视线，把观众的注意力从自己身上引开。在碎然遭遇的窘迫情景中，杨澜能如此不卑不亢、风趣诙谐地应急解窘，自下“台阶”，真难为了她灵巧的“三寸之舌”！

因此，在杨澜以其清纯流畅的节目主持艺术，使全国亿万电视观众为之倾倒的同时，她在处理生活中的一些“突发事件”时，那敏捷的思维、同样清纯的风格、应付自如的流畅口才，同样令人敬佩。所以，去年风靡东亚的亚洲大学生辩论赛请她去作主持人，决非偶然。

当然，语言可以造福，也可以招祸；它可以使人流芳千母卜也能使人遗臭万年。比如，一个企业，为扩大知名度，到处作广告，大搞宣传。这样，企业形象倒是树立起来了弃然而，由于忽视了对产品质量的把关，使得大量用户到消费者协会去投诉。由于其知名度高，很快其产品质量有质量问题的消息就到处传遍了。这时，该企业真是“百口莫辩”了。可见“水能载舟，亦能覆舟”，我们在发挥口才的同时，应当注意一个“度”才行。也只有如此，才能真正做到——口才让君“美名”传！

第2节

仪表身姿有助公关

公关人员不可不重视外部形象，因为人的仪表、风

度、姿态等是无声的语气，对听众有潜移默化的影响，它是有声语言的补充，它所产生的信息交流作用，在于它能诉诸人的视觉，对人的心理产生某种暗示作用。在《邱吉尔传记》中，作者评论邱吉尔的演讲：“我们永远无法从印在纸上的演讲词来认识一个演讲家何以成功。有时印在纸上的说词，可以是平淡无奇的，但当时确实得到很大的成功，得到听众狂热的反应。这只有在当场亲身听到他演说的人才能体验到、感受到他对听众的强大吸引力，除此以外，没有任何其他的办法使我们懂得他的演讲魔力。他的魔力，并不全在他口中所说的语言，还包括他出现在听众眼前的整个动态，包括他说话声调、手势、面部表情、身体的动作，包括他的笑容、他的目光、他眉头的一皱、他下巴的一抖……整个的他，在散发着一一种强大的吸引人的力量。”

眼凝视听众，精神饱满，有时一只手伸向前方，手指向上抬起，具有一种巨大的号召力。列宁的体态与有声语言是协调的，他的这个形象给人们留下了深刻的印象。

这里所说的仪表，是指人的容貌、身材、体型以及服饰打扮等等。在口语交际场合，仪表是送给另仪见面礼。仪表美不美，在很大程度上决定别人对你有没有好感，从而影响到他们是否能接受自己的观点和意见，达到口语交际的目的。

在公众场合，对仪表的具体要求是：

一、整洁

应注重身体和服饰的整洁。身体的整洁在口语表达活动中，主要表现在头部和面部上，不能蓬头垢面，头发应常保持清洁、整齐，衣服应干净、清爽，不一定要要求华贵。

二、得当

在活动中，服饰和装扮应服从身份和环境的需要，应大方、得体。服装和装扮能传达出一定的信息，比如穿牛仔装，显得潇洒、随和、热情、奔放，适宜年青人穿着但不适合于庄重场合。穿西服戴领带，显得举止庄重、沉稳。女性穿裙装，显得含蓄、漂亮、充满女性魅力。女性化妆也以化淡妆为宜，这样显得正派、能干。

三、效果

在口语表达活动中最主要的是讲求仪表服饰的效果。不能一味地追求时髦和华贵，过分地标新立异，穿着打扮应和时代风尚、时代精神、具体的口语交际环境相协调，与口语交际活动的主体相映衬，不能喧宾夺主。一般来说，喜庆场合穿扮可以鲜明、华贵一些，一般的公务活动和在气奴悲伤的场所活动应穿扮得色彩淡雅、庄重，才能给人留下良好的印象。经常听到有人夸赞说某人风度很好，大家却愿意亲近他，所谓风度，是指人的言谈、举止、神情、姿态等方面的表现和风貌。从理论上说，指的是一种理想的人格及这种人格所表露出来的外部特征。在古代，这种理想的人格表现为儒家所言的“君子”风度，即：良好的道德修养，精深的文化修养，仪表端庄、言行恭敬、态度谦和、胸襟宽阔，富有同情心和宽容精神。在现代的口语表达活动中，风度应表现为一种诱人的气质和品格。如知识丰富、广博，兴趣多样，待人真诚、大方；懂得尊重、体谅别人，能勇敢对待困难、精神振奋、热情向上；不趋炎附势，不趾高气扬。这种气质和品格的培养，要靠平时坚持不懈地学习、积累和修炼。

一个人的身体姿态也和口语表达有着密切的关系，身

姿能显现谈话者的内在思想。一个内心缺乏勇气的口语表达者，他的外表一定会显得怯懦、缺乏魅力。如站立不稳、不直、枢背、斜肩、不自然地抓耳朵、挠头发、弄纽扣、扯衣角，或两脚交替摩擦等，这些都会给人留下胆小、不自然、不雅观、缺乏自信的印象，没有人愿意和这种人交谈。

正确的身姿整体形象应该是身体站直、收腹、头保持直立。若是登台发言，一般应站在讲台的中间，不应站在讲台的一侧或角落，也不应站得太后。站立时两脚自然平行分开、距离与肩同宽，两手轻松下垂靠身体两侧，脚跟站稳、重心放在右脚上，这样才显得精神、自然。还有一种站姿是一脚在前，一脚在后，两脚之间有点距离，重心稍靠前、身体稍微前倾，这种站式显得稳重潇洒，给人一种气宇轩昂、胸有成竹之感。在开口之前已让人感到振奋，演说就有了成功的基础。

专家告诫说：良好的体态，首先要给人一个精神饱满的印象，弯腰驼背的模样，不仅给人一种颓丧感，而且对发声说话不利。目前，西方讲究的演讲姿势，特点是头抬得高些，背挺得直，眼光注视观众，这种体态，不但充满活力，而且使你的话语带有权威性，因为这种体态显示了一种自信和坚定。当然，也有人出于策略需要的故意装出颓丧不振的样子，以尽量打消对方听话的兴趣。在某种情况下，这也是一种技巧。美国著名律师达罗，有时会在他的对手向陪审团提出证据时耍点小花招，他乱动乱摆，甚至让手中的雪茄烟灰逐渐增长，直到人们的眼睛望着他，直到手中烟灰落下来，使对手说不下去。不过这种情况在日常交流中是极少见的。

手的动作对说话的效果也有很大的影响。由于手势有具体、鲜明、形象，动作幅度较大的特点，所以在辅助表

情达意、增强演讲的吸引力、使听众得到美的感受等方面，具有特殊的功能。潇洒的手势，最主要的标志是协调、适度，给人以美感。但有的演讲者不重视手势的运用，上了场仿佛石人一般站立，两手对裤缝无力下垂，或后背，或双手一直按住讲台，不做一个动作。有的虽然用手势，但不潇洒，无变化，讲了一阵后机械地胡乱比划几下，或一直重复一个习惯动作。有的动作过多，两句一招，三句一式，令人眼花缭乱，不得要领。有的手势夸张失诚，让人感到滑稽、别扭、不自然。这些不规范、不具美感的手势，对演讲起不到积极作用反而会使听众厌烦，分散注意力，有的甚至会起消极作用。

手势的使用是加强说话感染力的一种辅助动作，但决不能代替说话，说话时，身体应自然地坐着或站着，手自然放好，必要时用面部表情配合你的语调，真正要加强语气和引人注意时，才让手帮你的忙。总之，不要以为把手静放不动是笨拙的事情，真正的笨拙倒是说话时无节制地挥手。有人统计过：说话时 70% 无须动手动脚的。

一般来说，乱动手出于两种理由：一是下意识的举动，如搔首弄姿、拉耳册手，或甩甩铅笔、摆弄锁链之类，无非是掩饰一下内心的不安。另一种情况，是有些人主观上为加强语气而特意采取的手势动作。但他们用得不得当，双手无规律地乱摆，手势使用太多，成了无意义的举动，这是一个人轻浮或狂妄的表现，在社交上极不得体。不随意乱动，充分显示稳重、诚实、温雅，反而令人敬慕。使用手势并无一定规程，只能从内心寻找依据。

感情与手势是一致的。演说时两臂垂直，手掌向后，手指半弯，把大拇指触在大腿上等动作，会弄得笑话百出，无法体现说话人的精神和活力。

那么，正确的手势又是如何呢？有人把常见的手势分

为以下 4 种：

●情意手势，主要用来表达谈话者的情感。

如在演讲中说道“我们一定要把改革开放坚持下去！”配合有声语言举起右手掌，由右上方向左下方劈下，并在句尾的“去”字顺势握成拳头（在“去”上握拳），显得有力而果断，给人以信心和力量。

●指示手势，用于指明要说的人、事、物、方向等。

如“要振兴中华，只有一个选择，就是必须走建设具有中国特色的社会主义道路。”配合有声语言，右手上举于头侧握拳伸出食指，引起别人对这一神圣选择的关注。

象形手势，用来描摹、比划具体事物或人的形貌。

如“什么是爱？爱不是索取，而是奉献！”配合有声语言，双臂在胸前平伸，臂微弯，手心朝上，模拟献物状，会加深对方对爱的理解。

●象征手势，用来表达抽象概念。

如“同学们，让我们到祖国建设最需要的地方去！”配合有声语言，右手向前方伸出，象征边疆、农村、矿山等最需要的地方。

手势可以根据手的动作范围分为三个区域：上区为肩部以上，多表现宏大、积极、张扬的、有气势的、鼓舞似的内容和感情，在演讲、辩论中应用较多。中区为肩部至腰部，多用于一般性的叙述事物和说明事理，表现坦诚、平静、和气等中性意义，这是用得最多的一个区域。下区为腰部以下，多表示憎恶、不悦、不屑、不齿、排斥、否定、压抑等贬义。

手势的动用场合很多，在日常的实际运用中，手势包括握手、拱手、招手、挥手、摆手、摇手、伸出手臂或手指等动作。

以上各种手势动作，不管是哪一种，都要做到有感而

发，准确、自然、优雅而不生硬，一定要从实际出发，使动作恰当而简明地说明问题，表达感情。

手势动作还应精当，那种自始至终手舞足蹈的做法会分散听者的注意力，也容易引起听者的反感，表达也不会有好的效果。头部动作虽然简单，但运用得当也能传递一定的信息。如点头表示肯定、赞许；摇头表示否定、拒绝；歪头表示怀疑、深思或撒娇。

脚的动作除了表达强烈的感情时有跺脚的动作以外，一般不常使用。脚站立时不应抖动，这样给人不稳重或不耐烦的感觉。

表情在言语交往、表情达意中也有重要的作用。是人们内在情感的外在表现，是向听众传达口语表达者思想感情的桥梁，能准确灵敏地反映出人的各种情绪，如热情、友好、勇敢、高兴、轻松、悲哀、痛苦、愤怒、沉着、压抑、犹豫等。在口语交际活动中，要给人真诚的微笑，让人感受到礼貌、热情和友好。为了正确地表达自己的感情，脸色、眼神、眉毛应协调配合表情和有声语言所表达的感情，否则表情缺乏真诚，不伦不类。所以在进行口语表达时，感情应真诚，表现出的表情才真实自然，才能起到感染听者的作用。

在和人谈话的时候，不要紧盯住某一听众和某一些人，使对方受到目光侵犯；不要总是仰视天棚或俯视地板，或紧盯住讲稿或左顾右盼；不要眼球滴溜溜乱转或眼动头不动，做手势时手到眼不到；不要边说边想时频繁眨眼或闭目，切忌当众说话时挤眉弄眼或撇嘴角、吐舌头、揉鼻子等。

面部表情应该随着演讲的内容和情感表达的需要做到得体、自然、丰富，使之成为无声的语言，准确、迅速、鲜明地表达给听众，才能达到此时无声胜有声的功效。

在口语活动中，眼睛能表达更多的无声语言。因为人们常说：眼睛是心灵的窗户。通过目光，可以探知对方的心情和感情的倾向。那么，在口语表达活动中，我们应如何运用“目光”呢？一般说来，两人在交谈时，对方都应看着对方，这样才显得有礼貌。眼光游离不定或埋头只看自己手头上的东西（如书、指甲、小什物等），会给人轻浮或傲慢的感觉。交谈时眼光应看着对方，但在要和对方视线直接接触时，又应立即回避对方的目光，以免对方尴尬，这一点一定要处理好。在演讲等听众很多的场合，口语表达者的目光扫视应遍及全场，不能只盯一个地方或只盯某一听众，目光眼神应准确、真实、自然地表现出自己的内心世界，从而影响和感染听众，使听众一看就心领神会。若发现听众骚动和讲话，可用目光制止，即用目光投向不安静的地方。

总的说来，仪表、姿态、表情等都是有声语言的补充和辅助手段，听众的感染主要还是来自于有声语言，体态等是口语表达活动中表情达意时的自然流露的结果。表达前可以设计各种仪表姿态，但要以内容为基础，以自然为原则，不应给人事先设计的印象。否则会影响表达的真实性，降低效果。

应做到以下两点：

一是要求自然，舒展大方；不挤眉弄眼，哗众取宠，耸肩缩头，刻板机械。

二是要适度，体态语应与内容相配合，与内容相协调，服从内容需要；不能喧宾夺主。

第3节

公关传播中的语言形式

公共关系就其本质而言，是一种传播活动。传播，是指人与人之间信息的传递与分享。公共关系传播（简称“公关传播”），是公关主体通过一定的语言媒介向客体传递信息，以其唤起特定的反应和行为的一种活动。这里所指的“语言”，应该理解为一种能够传递信息的符号系统，已超越了通常“自然语言”的语义界限。

传递信息的符号系统，不仅包括日语、书面语，还包括默语（即“沉默”或“停顿”）、体语（即“人体语言”）类语言（即说话时的“重读”、“语调”、“笑声”和“掌声”）和时空语（即传播过程中的“时间”和“环境”）等。例如，在公众演讲这一典型的公关传播活动中，演讲者既要运用口语进行表述与论证；又要运用表情，手势等体语动作给公众以表象；还要注意服饰、仪表以示对人的尊重；并且必须重视演讲时间的安排和环境的布置等时空效应。这一传播过程中的言语符号、表情符号、手势符号、服饰符号和时空符号构成一个体系，整体传递给公众；公众对这些符号的反应又构成了另一个符号系统——目光符号（注视演讲者）、类语言符号（赞赏演讲者的观点而发出的笑声或掌声）。可见，公关传播实际上是一个符号系统与另一个符号系统之间的一种广义的交换行为。当然，没有“感受”，交换行为无从产生；没有这种交换，互动也无从引起。从这个意义上说，公关传播中的任何具有意义并能引起互动的符号，都可以称之为“语言”。

公关传播的语言形式，可分为五大类：一是有声语言；二是书面语言；三是无声语言；四是类语言；五是时空语言。

一、有声语言

有声语言即自然语言，是以说和听为形式的口头语言。一般可分会话式和独白式两种类型。

会话，是两个或几个人之间所进行的交谈。这是公关传播中应用最广泛的一种双向沟通的语言形式。会话式交谈的特点有：

第一，会话依靠双方共同理解的情景，语言形式往往比较简略，甚至说话时还会出现某些词语的脱漏、句子成分的缺乏等现象。

第二，会话一般无法在事先作详尽的准备，说话的双方现场意识感较强，可以随时根据对方的反应，调整应答和发问。

独白，是一个人讲众人听的一种单向传播的语言形式。它与会话式不同，常见的有各种类型的演讲和报告、新闻发布会上的发言、为宾客致迎送辞等。独白式的特点：

第一，单向性地传递，听众容易“走神”。因此，独白从发端到结束，必须始终指向听众，调动有效的手段，紧紧地抓住听众的注意力。

第二，与会话相比，独白式的信息反馈速度较慢，形式一般以听众的笑声、掌声为常见。

二、书面语言

书面语言是有声语言的一种文字符号形式。在公关传播中，使用文字媒介进行信息传递的类型有三种：