

<<公关语言学>>

图书基本信息

书名：<<公关语言学>>

13位ISBN编号：9787811351460

10位ISBN编号：7811351463

出版时间：2010-1

出版时间：暨南大学出版社

作者：黎运汉 编

页数：382

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<公关语言学>>

前言

为了适应我国公关事业兴起与发展的需要,1990年,我与几位学弟编著了《公关语言学》一书。此书至今已走过了20个年头,20年来,承蒙专家学者们的称赞、推荐和广大读者朋友的喜爱,出过初版、增订本、修订版。

印刷了12次,发行了8万多册,是国内使用最广泛的公关语言学教材,近百所高等院校和中等专业学校中的应用性较强的文经类学科,如中文、语用、外交、新闻、传播、公关、广告、管理、法律、秘书、经贸、商业、财政、银行、税务、物流、旅游等专业将其用作提高大学生、中专生公关基本素质的实用教材或重要读物。

广大公关人员、市场营销人员、商务、旅游服务人员、对语言艺术感兴趣的青年,以及语言学、公共关系学工作者也用作进修教材或教学科研参考书。

现代,随着经济全球化、知识经济化、社会信息化的发展,公关活动已经出现全球化发展趋势。进入21世纪以来,随着改革开放的逐步深入和社会主义市场经济的迅猛发展,我国的公共关系已呈现出蓬勃发展的局面。

公共关系实务已逐步专业化,公关实务的内容已覆盖政治公关、军事公关、外交公关、事业公关、企业公关、宗教公关、环境公关、文体公关、福利及慈善公关等各个领域;公关实务活动方式已扩展到公关调研、搜集信息、展示形象、关系评估、信息传播、新闻发布、报刊宣传、广告宣传、公关演讲、谈判辩说、社会庆典、娱乐联欢、公益赞助、产品展销、活动策划、接待公众、危机处理等,而这些活动的关键是语言。

基于这种新的时代,新的社会现实,作为研究公关语言现象及其规律的《公关语言学》,必须与时俱进。

为此,我们最近又在2004年的第三版基础上做了相当幅度的修订。

(1) 调整了体系架构。

全书分为四编:第一编公关语言学导论,主要阐释公关、公关语言的内涵、公关语言的特点和公关语言交际活动、交际模式与公关语言交际能力的培养,论述公关语言学的对象、任务、范围、性质和功用,探讨公关语言的语用原则和公关语言的心理机制;第二编公关语言现象综说,主要阐释公关语言的文化意蕴,论析公关语言的副语言和体态语,研究公关礼貌语言,概述公关语言表现风格;第三编公关语言表达艺术,主要探讨公关语言口头表达艺术,研究公关语言书面表达艺术;第四编公关语言领会艺术,主要论述公关语言的听解艺术,探讨公关语言的读解艺术。

<<公关语言学>>

内容概要

全书分为四编：第一编公关语言学导论，主要阐释公关、公关语言的内涵、公关语言的特点和公关语言交际活动、交际模式与公关语言交际能力的培养，论述公关语言学的对象、任务、范围、性质和功用，探讨公关语言的语用原则和公关语言的心理机制；第二编公关语言现象综说，主要阐释公关语言的文化意蕴，论析公关语言的副语言和体态语，研究公关礼貌语言，概述公关语言表现风格；第三编公关语言表达艺术，主要探讨公关语言口头表达艺术，研究公关语言书面表达艺术；第四编公关语言领会艺术，主要论述公关语言的听解艺术，探讨公关语言的读解艺术。

<<公关语言学>>

书籍目录

前言初版序(张寿康)增订版前言第一编 公关语言学导论 第一章 公关、公关实务、语言、公关语言和公关语言交际 第一节 公关、公关实务、语言和公关语言的定义 第二节 公关语言的基本特点 第三节 公关语言交际 第二章 公关语言学的建构 第一节 公关语言学的研究对象和研究范围 第二节 公关语言学的性质 第三节 公关语言学的任务和功用 第三章 公关语言的语用原则 第一节 公关语言表达原则 第二节 公关语言领会原则 第四章 公关语言的心理机制 第一节 公关语言交际的心理因素 第二节 公关语言交际中公关主体心理的自我调控 第三节 公关语言交际中公关客体的个性心理第二编 公关语言现象综说 第五章 跨文化的公关语言 第一节 语言与文化 第二节 公关语言文化的功用 第三节 跨文化公关与跨文化公关语言的性质 第四节 跨文化公关的语言策略 第五节 公关语言与亚文化 第六节 汉英交际语言文化差异举隅 第七节 中日交际语言文化异同举隅 第六章 副语言和体态语 第一节 副语言 第二节 体态语 第七章 公关礼貌语言 第一节 礼、礼貌与礼貌语言 第二节 公关礼貌语言的特征 第三节 公关礼貌语言的价值 第四节 公关礼貌语言的运用 第八章 公关语言表现风格 第一节 公关语言表现风格与公关形象、公关语体 第二节 公关语言表现风格的基本格调和多样化风貌第三编 公关语言表达艺术 第九章 公关语言口头表达艺术(一) 第一节 公关语言口头表达的特点与要求 第二节 公关社交的语言艺术 第三节 公关电话交谈的语言艺术 第四节 公关对话的语言艺术 第五节 公关答记者问的语言艺术 第六节 公关谈判的语言艺术 第七节 公关演讲的语言艺术 第十章 公关语言口头表达艺术(二) 第一节 专职公关人员的口头表达艺术 第二节 领导、管理人员的口头表达艺术 第三节 商业柜台服务人员的口头表达艺术 第四节 导游的口头表达艺术 第十一章 公关语言书面表达艺术(一) 第一节 公关广告 第二节 公关调查报告 第三节 公关新闻稿 第四节 公关信函和柬帖 第五节 公关说明书 第十二章 公关语言书面表达艺术(二) 第一节 公关标语、口号 第二节 公关楹联 第三节 企业招牌的命名 第四节 产品、商标的命名 第五节 公关题词赠言 第六节 名片第四编 公关语言领会艺术 第十三章 公关语言听解艺术 第一节 听解的重要性及其作用 第二节 听解的特点和要求 第三节 听解的一般技巧 第十四章 公关语言读解艺术 第一节 阅读理解的特点和过程 第二节 阅读理解的基本方法与技巧

章节摘录

二、公关实务 公关实务是公共关系实务的简称。

它是指一定的社会组织用特定的方法，针对特定的客体所进行的旨在确认、建立、维系、强化或改善公共关系的种种努力。

公关实务包括专门性公关活动、日常公关工作，也包括具有公关目的和意义的管理及一般本行工作。公关实务是现代社会每个自主组织生存和发展必不可少的工作，其目的是为公关主体利益服务，因此，公关主体是公关实务的核心因素和直接责任者。

公关事务的开展，离不开信息的传递交流。

信息传递交流的主要工具是语言。

三、语言 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，另一功能是充当思维工具，还有一功能是充当文化保存和传播的手段。

语言和言语的关系是十分密切、相辅相成的。

两者既有联系，又有区别；既彼此制约，又互相依存。

没有语言，就没有言语；没有言语，也就没有语言。

语言是抽象的，言语是具体的；语言是全民的，言语是个人的。

言语是对语言的具体运用及最终成品。

说写表达、听读领会都是对语言的具体运用，都是言语活动，而说写出来供给别人听读的话语和文章都是言语活动的成品。

四、公关语言 公关语言不是指作为全民语言的声音与意义结合的符号系统，而是指全民语言在公共关系领域中的一种职业性、语用性变体，是社会组织、公关人员在公关实务中为实现公关目标而对全民语言的具体运用及其产生的言语成品。

根据现代语言学区分语言和言语的原理，公关语言实际上是公关言语。

由于平常人们对“语言”和“言语”两个概念的区分并不像语言学那样严格，经常把“言语”也统称为“语言”。

所以，依从习惯，我们把“公关言语”称为“公关语言”。

公关语言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。

无疑，公关实务活动是由公关主体与它的内外公众双方构成的，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，但公关语言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，公关语言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，也兼及公众话语、文章的听解和读解。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>