

秘书口头交际中无声语的作用 PDF转换可能丢失图片或格式  
，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/450/2021\\_2022\\_\\_E7\\_A7\\_98\\_E4\\_B9\\_A6\\_E5\\_8F\\_A3\\_E5\\_c39\\_450656.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/450/2021_2022__E7_A7_98_E4_B9_A6_E5_8F_A3_E5_c39_450656.htm) (一) 补充有声言语  
在有声言语还没有把意思表达得很清楚、很具体、很完整的时候，无声语言的运用、如果恰到好处，就会有效地传达主体的意旨，将主体心中想说而由于种种原因没有说出的话，通过这种间接的方式自觉或不自觉的表达出来。例如你参加某公司的招聘考试，面试之后，主考官漫不经心地把手伸给你，并说：“我们会告诉你消息的”。聪明的你综合考官的言行，察“言”观色，应该马上得出这样的判断，录取的希望渺茫，因为他那纯属敷衍的握手和不痛不痒的套话已经表明他对你缺乏兴趣。但是，如果主考官谈话之后站了起来，热情地同你握手，甚至送你走出办公室的门，甚至给你按下电梯的电钮，说：“等着吧，我们一定会告诉你消息的！”很显然，考官的动作表明他对你比较满意，你确实可以等待该单位的消息或作进一步的努力。又如：某某采购员出差到外省，顺便到一位亲戚家做客，亲戚关心地问：“你家小红长多高了？”采购员回答：“长这么高了。”同时用手在自己的额头那儿比划一下。亲戚高兴地说：“哟，快赶上你了，长得真快啊。”“这么高”是个模糊概念，手一比就具体了，对方心里就有数了。你去商店买货，隔着柜台看不清品牌，于是对营业员说：“请拿那一种看看。”同时用手指向自己需要的品牌，“那一种”的含义就具体化了。(二) 强化有声言语  
在某些情况下，仅仅使用有声言语是不够的，这时无声言语的使用就成为必要，通过无声言语，使主体所表达的信

息向深度和广度转化，从而强化主体信息表达的感染力。这种起强化作用的无声言语，可分为自觉或不自觉两种：1.说话的同时，不自觉地用体态语来加强表达效果。例如某人工作到深夜，终于抵挡不住瞌睡虫的进攻，说：“我要睡觉了！”与此同时，打一个哈欠或伸一个懒腰。见到此景此情，一个有同情心的人大概不会阻拦他上床休息。又如我们平常口里喊：“来呀，快来呀”时，会自然地做一个招手的动作；对别人说“再见”时，会同时做出挥手的动作；营业员在回答顾客“对不起，这种毛衣前两天卖完了”时会习惯性地做一个双手一摊、肩膀一耸的动作。这些动作，都印证和强化了有声言语的内容。2.为了强化有声言语，有时候还须主动设计无声言语，这就显示了人的主观能动性，体现了主体的创造才能。例如：小王的经理的夫人不幸因车祸去世，小王前往经理家去参加追悼会时，便自觉地换下他那件红色的休闲服而穿上一套深蓝色的西服。这种深色的西服，与追悼会上肃穆、庄重、沉痛的气氛是协调的。如果小王再向经理说一些表示哀悼、安慰的话，并紧紧握住经理的手说：“x经理，请节哀。”那么，可以断定，小王在这次追悼会上的表现是十分得体的。他的着装、握手等无声言语强化了他的明智和同情心。又如，某服装公司一业务员和一家大商场服装部经理谈生意。这位服装部经理认定服装公司的这批货大有赚头，但他不动声色，假装缺乏兴趣地说：“我们服装部这个季度的货都已经进满了，各种款式、面料和档次的服装都有，完全可以不进货了。但是您辛辛苦苦从上海赶来，算是看得上我们商场。这样吧，这批货我们订下，但我们只能出18万，算交个朋友吧。”可上海服装公司那位业务员也是商海老手了，

听到这番话，马上站起来，说：“既然如此，我们一切免谈，打扰了。”一边说，一边从谈判桌上抓起公文包，转身要走。这位服装部经理连忙拦住他，忙不迭地说：“别走，别走，一切好商量嘛，坐下再谈，好好谈。”最终双方以25万元成交。在这场商战中，业务员抓起公文包要走，显然是故作姿态。但他这套无声言语，却重重地敲了服装部经理一棒，致使正在打着如意算盘的经理赶快赔小心，说好话。就这样，业务员扭转了被动局面，抓住了谈判的主动权。又如，在宴席上，某厂销售科经理已不胜酒力，为了避免酒后吐真言，将销售的底价透露给客户，在对方强大的敬酒攻势下；坚决地摇头，说：“不喝了，我实在不能再喝了。”同时，将酒杯倒扣在桌上。这样，对方只好停止劝酒。将酒杯倒放这样小小的一个动作，就强化了拒不喝酒的决心和意志。令人知难而退。

（三）取代有声言语 在一些特定的场合，无声言语可以不依附有声言语而独立传情达意，表现主体的思想情感。甚至用无声言语才是最佳选择，这的确是“此时无声胜有声”了。有时买卖双方公共场所洽谈生意，为了不让外人了解内情，就用手势来讨价还价，最后击掌成交。又如你到商场购物时得到服务员的“微笑服务”，想必你会加深对这家商场的好感，显示出强烈的购买欲。人的情感是非常复杂、细腻、微妙的。有时候用言语来表达是困难的、笨拙的，而无声言语在传情达意时则较有声言语便利得多。热恋中的情人，更多的时候是用眼睛、用手传情；朋友唱完一曲卡拉OK，大家用热烈的掌声表示赞赏；运动场上，运动员没有取得预期的成绩，难受得哭了，这时教练或队友用双手拥抱他，以示安慰和鼓励，这个动作表达的意思，也不是一句“

别难过”所能包含的。（四）塑造美的形象 有声言语能显示主体的文化程度、个性特征，展示主体的个性魅力。但是，若想成为一位绅士或淑女，光是从容、流利、幽默、机智、得体的谈吐还是不够的，还需要无声言语的密切配合。例如服饰。商业社会注重包装，强调形式美。参加商业谈判时，如果你随随便便，将一件已穿了半个月的不干不净的休闲服穿在身上和对方洽谈，恐怕难以引起对方的好感。如果你稍加修饰，西装革履，显得整洁大方，谈判的结果也许要好得多。又如步态。如果你走路沉稳，不急不缓，不摇不摆，给人以沉着、自信、干练的感觉，客户肯定会相信你的实力，不敢低估您的水平。又如生活习惯。不随地吐痰是一个人应当遵守的公德，然而许多人不以为然，照吐不误，不吐不快。据报载，一家食品厂欲与一外商合资经营，当该厂厂长与外方经理视察食品车间时，中方厂长吐了一口痰，并用鞋擦去，外方经理见此，不禁皱眉。就这样，几百万元美元的外资就流失了。因此，商务人员必须时时刻刻注重自己的形象，塑造一尊美的自我形象，让更多的人愿意走近你，和你交朋友，谈生意。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)