

高校公关专业教材

公关与文秘写作

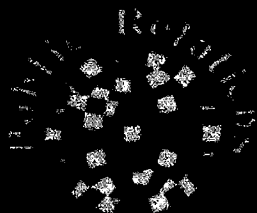
GONGGUAN YU WENMI XIEZUO

史玉峤 吴永峰 著

公关

青岛出版社





高校公关专业教材

公关与文秘写作

GONGGUAN YU WENMI XIEZUO

史玉峤 吴永峰 著

青岛出版社

图书在版编目(CIP)数据

公关与文秘写作/史玉峤,吴永峰编著. —2版. —青岛:青岛出版社,
2001 高校公关专业教材
ISBN 7-5436-1057-4

I. 公... II. 史... 吴... III. 汉语-应用文-写作-高等学校-教材
IV. G152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 75354 号

书 名 公关与文秘写作
编 著 者 史玉峤 吴永峰
出版发行 青岛出版社(青岛市徐州路 77 号,266071)
邮购电话 (0532)5814750 5840637
责任编辑 李忠东
装帧设计 刘 媛
照 排 青岛新华出版照排公司
印 刷 青岛双星集团华信印刷厂
出版日期 2000 年 1 月第 2 版,2002 年 3 月第 6 次印刷
开 本 32 开(850×1168 毫米)
印 张 10.25
插 页 2
字 数 260 千
印 数 31001~35000
书 号 ISBN 7-5436-1057-4/G·522
定 价 16.00 元

前 言

改革开放以来,公共关系学科在我国迅速兴起和发展,高等院校纷纷设置公共关系专业,开设公共关系课程。为此,我们曾组织出版了“高校公关专业用书”,共计18种,得到国内公关界的重视和肯定。经过近些年的使用,根据公关形势的发展、变化和公关实践的需要,我们对该套高校教材着手修订、改编,推出二版精品系列,以飨广大读者。

公关与文秘写作有着极为密切的联系,公关人员应具备现代公关与文秘写作的知识与能力。有鉴于此,我们推出了这本《公关与文秘写作》。该书作者史玉峤先生在公关与文秘写作研究方面较有造诣和成就,在国内文秘学界亦是有一定的知名度的学者,如曾出版过《公关与文秘》、《现代秘书学》、《现代文秘写作》、《现代秘书心理学》等著作,这是写好该书的重要前提条件。该书在写作过程中,力求做到知识性、理论性、可操作性相统一,具有规范性、学术性、实用性,适用于高等院校、成人教育、自学考试教学需要。

该书参考了国内外大量的有关著作、论文和范例,因受篇幅所限,难以一一注出,在此谨表谢忱。

目 录

第一章 绪 论	[1]
第一节 公共关系与文秘工作	[1]
第二节 公关文秘学——一门交叉学科	[11]
第二章 公关文秘的综合职能	[16]
第一节 沟通信息	[16]
第二节 辅助决策	[22]
第三节 协调关系	[27]
第四节 办理事务	[36]
第三章 公关文秘人员的素质要求	[40]
第一节 公关文秘人员的职业道德	[40]
第二节 公关文秘人员的知识结构和智能结构	[42]
第三节 公关文秘人员的心理品质	[46]
第四章 公关文秘与文书工作	[54]
第一节 文书工作概说	[54]
第二节 文书运行的程序	[57]
第三节 行文规则	[62]
第四节 文书立卷	[65]
第五章 公关文秘与会议工作	[69]
第一节 会议概说	[69]
第二节 会议组织工作	[71]

第三节 会议文字工作	[79]
第六章 公关文秘与事务工作	[86]
第一节 电话事务	[86]
第二节 接待事务	[90]
第三节 值班事务	[92]
第四节 随从事务	[95]
第五节 印章管理	[97]
第七章 公务文书写作.....	[100]
第一节 公务文书概说.....	[100]
第二节 报告、请示、批复.....	[105]
第三节 命令(令)、意见、决定.....	[111]
第四节 通知、通报、函.....	[119]
第五节 公告、通告	[128]
第六节 议案、会议纪要	[131]
第八章 事务文书写作.....	[136]
第一节 计划、总结	[136]
第二节 简报、调查报告	[147]
第三节 规章制度.....	[157]
第四节 商务文书.....	[174]
第五节 公共关系案例与分析文书.....	[193]
第九章 演讲文书写作.....	[204]
第一节 演讲文书概说.....	[204]
第二节 工作报告、政治讲话稿	[207]
第三节 一般演讲稿.....	[212]
第四节 致词.....	[216]
第十章 礼仪文书写作.....	[224]
第一节 礼仪文书概说.....	[224]
第二节 社交书信.....	[225]

第三节	请柬、聘书	[232]
第十一章	新闻文书写作	[236]
第一节	新闻概说	[236]
第二节	消息	[239]
第三节	通讯	[246]
第十二章	涉外文书写作	[255]
第一节	涉外文书概说	[255]
第二节	商业书信	[257]
第三节	电报、电传、传真	[272]
附录 1	中国共产党机关公文处理条例	[286]
附录 2	国家行政机关公文处理办法	[295]
附录 3	标点符号用法	[303]
附录 4	出版物上数字用法的规定	[312]

第一章 绪 论

第一节 公共关系与文秘工作

一、公共关系

(一)公共关系的源起与发展

当今世界,任何社会组织要获得成功与发展,要获得一种良好的组织状态,要获得人们的理解、信任和支持,都离不开公共关系。

“公共关系”一词是英文“Public Relations”的中文译称,英文缩写为“P. R. ”,中文简称为“公关”。“Public”一词的原意是“公开的”、“公众的”、“公共的”,“Relation”的意思是“关系”或“交往”。这两个词合在一起,从字面上解释,是指各种非个人的公众关系。

考察公共关系思想的演变,我们发现它经历了以下 5 个时期:

1. 自发时期

在古代,由于社会内部客观存在着各种“类公共关系”,所以人们在从事社会活动的过程中,形成了朴素的、自发的公共关系思想。只是它与人类的其他活动交织在一起,尚未分化出来,而且还比较零碎、片面。譬如:春秋战国时期,诸子百家争鸣风盛,不同学派从各自的立场出发,对处理人文关系进行了论述。比较突出的是,孟子提出了“君轻民重”的观点。他认为:“君之视臣如手足,则臣视君如心腹;君之视臣如犬马,则臣视君如国人;君之视臣如土芥,则臣视君如寇仇。”“仁言不如仁声之入人心也,善政不如善教之得民也。”这种对大众的重视和舆论的关注,是极有见地的。后世

唐太宗的“水可载舟，亦可覆舟”之言正是对“君轻民重”思想的形象写照。秦末刘邦率大军攻入咸阳，与关中父老“约法三章”，提出“杀人者死，伤人及盗抵罪”。这种类公共关系活动，既宣传了自己的政治主张，又树立了自身的形象，赢得了人心。

2. 孕育时期

19 世纪上半叶，随着民主政治和商品经济的繁荣，美国的大众传播事业迅速发展。在 30 年代，美国出现了“便士报运动”，即报纸以低廉的价格和通俗的内容争取大量的读者，进入千家万户，并成为政府和工商企业不敢忽视、竞相争取的大众舆论工具。正是在这个时期，孕育了职业化的公共关系传播思想：一个组织为了自身的生存和发展，必须通过传播去影响公众。初期的报刊宣传偏重于为宣传而宣传，有的报刊甚至不择手段，编造虚假消息，制造所谓的“轰动效应”。例如：巴纳姆为了提高自己的名气，编造了一位 160 多岁的女黑奴在 100 年前养育过华盛顿总统的消息，引起舆论大哗。他趁势以各种笔名向报社投寄“读者来信”，制造了一场公开讨论。巴纳姆认为，只要报刊上没将他的名字拼错就是胜利，“凡宣传皆好事”。这虽然与现代公关思想的实质相去甚远，但其对公众舆论的追求蕴含着公关思想的成分。

3. 形成时期

1903 年，美国《纽约时报》记者艾维·李在纽约创立了世界上第一家“宣传顾问事务所”，其业务是专门为企业或其他社会组织提供传播和宣传服务，协助它们建立和维持与公众及新闻界的正常联系。他反复向其客户灌输的信条是：“凡是有益于公众的事业，最终必将有益于企业和组织。”事务所的第一客户是深受“扒粪运动”之苦的洛克菲勒财团，当时该财团的内外公众都怨声载道，罢工运动使其一筹莫展。艾维·李劝洛克菲勒认真调查造成罢工的真正原因，将真情公布于众，请工人领袖与资方一道协商解决劳资纠纷。他还建议一方面提高工人薪金及福利，另一方面多从事一些

社会公益事业。其后,洛克菲勒财团果然改变了形象,摆脱了困境,艾维·李也因此而名声大噪。1906年,艾维·李在给报界的《原则宣言》中,明确阐述了公共关系的职业目标,指出一个组织要获得良好声誉,就必须真实地传播,尊重公众的知晓权,增进公众对组织的了解。正是艾维·李的不懈努力,使单纯的“报刊宣传”得以向公共关系转化,为公共关系这个新兴行业赢得了信誉。后人尊其为“公共关系之父”。

4. 发展时期

这个时期是公共关系思想更加系统化、理论化的时期,其代表人物是伯内斯。伯内斯很重视对公众的研究,认为企业不仅要为社会及公众所了解,更重要的是必须获得公众的谅解与合作。他主张要根据公众的特点和要求来制定传播的政策、计划,“投公众之所好”,实施有的放矢的传播沟通。伯内斯还将1897年美国《铁路文献年鉴》中出现的“公共关系”一词与艾维·李的公关思想相结合,赋予这一名词新的科学含义,使之很快流行开来。伯内斯和同时期的公关学者还进行了大量研究,编撰了一批公共关系著作。美国的大学也纷纷开设了这门课程。应该说,引入公众研究,强调双向沟通,将公共关系思想引上了更加科学的轨道。

5. 成熟时期

公共关系发展到20世纪50年代,“双向传播与沟通”被公关界普遍接受。1952年,美国现代公关权威卡特李普和森特的《有效公共关系》问世。这本被誉为现代公关“圣经”的著作,正式提出和论述了“双向对称”的公共关系模式,主张组织和公众的利益并重、平衡,为了组织和公众的共同利益,既要把组织的信息向公众传播和解释,又要把公众的信息向组织传播和解释,使组织和公众在双向传播与沟通中形成和谐与平衡。“双向对称”模式的确立,标志着现代公关思想走向成熟。

现代公共关系发端于美国。二次世界大战后,各国都日益重视

运用公共关系来沟通信息,协调关系,树立形象,赢得支持。

公共关系在 20 世纪 80 年代初传到中国。它最早是作为一种经营管理技术在深圳、广州的合资酒店中被运用,随之作为一门学科和专业被广泛接受、应用。自 1983 年起,国内的企事业单位有的开始设置公共关系部门,有的则赋予文秘部门以公关职能,并不断加以强化。1985 年起,国内的高校纷纷开设公共关系课程或专业。1987 年在北京成立了中国公共关系协会,标志着公共关系在我国已被正式确认。1991 年召开的“全国第四届公共关系联席会议”,通过了《中国公共关系职业道德准则》,表明公关在我国开始走向规范。随着政策开放和市场经济的不断发展以及加入 WTO,中国的公共关系不断地走向深入和繁荣。

(二)公共关系的定义

1. 公共关系定义的历史考察

由于公共关系的综合性和应用领域的广泛性,人们对公共关系的定义多种多样,其中较有代表性的、对公共关系学的发展产生过重要影响的定义有以下几种:

(1)管理职能论——强调公共关系的管理职能

持这种观点者认为:公共关系是一种管理职能。它倾向于强调公共关系的目的是。

美国《公共关系新闻》对公共关系的定义为:“公共关系是一种管理当局的职能,这种职能是估量公众态度,使一个机构的政策与程序和公众利益一致,并执行一连串有计划的行为以赢得公众的了解和接受。”

国际公共关系协会给公共关系下的定义是:公共关系是一种管理职能。它具有连续性与计划性。通过公共关系,各类机构或组织赢得相关公众的理解、同情和支持——借助对舆论的评价,以尽可能地协调它们自己的政策与措施,依靠有计划、广泛的信息传播,赢得更有效的合作,更好地实现它们的共同利益。

美国学者莱克斯·哈罗博士在收集和分析了有关公共关系的472种定义之后,对公共关系所下的定义是:公共关系是一种特殊的管理职能。它帮助建立和维持一个组织与其公众之间的相互交流、理解、认可和合作;它涉及对各类问题的处理;它帮助管理人员了解公众舆论并对其作出反应;它确定并强调管理人员为公众利益服务的责任;它帮助管理人员了解并有效地利用社会变化,起一种预测趋势的早期预警作用;它研究和利用正常的、合乎道德的传播技能作为其主要工具。

(2)传播沟通论——强调公共关系的传播沟通职能

持这种观点者认为公共关系是社会组织与公众的一种传播沟通方式。它强调公共关系的手段,认为公共关系离不开传播沟通。

英国学者弗兰克·杰夫金斯认为:公共关系就是一个组织为了达到与它的公众之间相互了解的确立目标而有计划地采用一切向内和向外的传播沟通方式的总和。

美国学者约翰·马斯顿认为:公共关系就是运用有说服力的传播去影响重要的公众。

《不列颠百科全书》(1981年版)将公共关系定义为:公共关系是旨在传递有关个人、公司、政府机构或其他组织的信息,并改善公众对于其态度的种种政策或行动。

(3)社会关系论——强调公共关系的社会属性

持此类观点者侧重于从公共关系活动本身的属性上去考察公共关系,认为公共关系是社会关系的一种。

美国学者希尔兹认为:公共关系是我们所从事的各种活动、所发生的各种关系的通称——这些活动与关系都是公众性的,并且都有社会意义。公共关系是为了公众的利益,协调和修正我们个人和企业那些具有社会意义的行为。

英国公共关系学会对公共关系所作的定义为:公共关系的实施是一种积极的、有计划的以及持久的努力,以建立及维护一个机

构与其公众之间的相互了解。

(4)现象描述论——强调公共关系实务

此类观点侧重于描述公共关系的某一功能或某种现象,简洁明了,生动形象,具体实在。

美国公共关系协会从其所征询的 2000 多名公共关系专家的意见中选出的定义就带有浓厚的现象描述色彩。例如:

——公共关系是企业管理机构经过自我检讨与改进后,将其态度公诸社会,借以获得顾客、员工及社会的好感和了解的经常不断的工作。

——首先,公共关系是一个人或一个组织为获取大众之信任与好感,借以迎合大众之兴趣而调整其政策与服务方针的一种经常不断的工作。其次,公共关系是对此种已调整的政策与服务方针加以说明,以获取大众了解与欢迎的工作。

——公共关系是 90%靠自己做得对,10%靠宣传。

——公共关系是说服和左右社会大众的技术。

——公共关系就是讨公众喜欢。

(5)表征综合论——强调公共关系的综合性

持该类观点者采用将公共关系的各种表征综合起来的办法来给出公共关系的定义。

1978 年,在世界公关协会大会上,代表们对公共关系的涵义达成以下共识:公共关系是一门艺术和社会科学。公共关系的实施是分析趋势、预测后果,向机构领导人提供意见、履行一连串有计划的行动,以服务于本机构和公众利益。这个定义目前在国际上有一定的代表性和权威性。

2. 公共关系的定义及其涵义分析

我们认为,给公共关系下定义既要抓住本质,又要照顾全面。有鉴于此,公共关系的定义应当是:公共关系作为一种现代管理职能,是指一个社会组织通过有计划、有目的的信息传播手段与公众

进行双向信息交流,从而树立良好的组织形象,赢得内外公众的信任和支持,为组织的发展创造最佳的社会环境。公共关系通常可指代为公共关系状态、公共关系活动和公共关系学科。

这个定义概括了公共关系的手段、对象、职能与目标,可以说是一个比较完整、科学的定义。第一,公共关系的行为主体是社会组织,公共关系的沟通对象(客体)是相关公众,公共关系就是社会组织与公众之间的关系。第二,社会组织与公众之间关系的纽带是传播活动,公共关系作为一种经营管理活动,离不开运用各种人际沟通和大众传播媒介去影响公众的态度和行为。第三,主客体之间是一种双向的信息交流关系,社会组织将信息发送给公众,并不断从公众那里获得反馈信息。第四,主体是一个控制系统,因而公共关系具有一定的控制管理功能。第五,公共关系是一种有目的自觉活动,其目标是与公众建立和保持良好的沟通关系,赢得公众的理解、信任和支持,树立良好的组织形象。

完整、科学地理解公共关系的定义及其涵义的各要点,是本书研究公关与文秘写作的逻辑前提。

3. 公共关系的特征

公共关系具有以下重要特征:

(1) 社会性

所谓社会性,是指公共关系主、客体之间关系的本质属性。公共关系不同于一般的人际关系和人际交往。它是组织与各类公众之间的关系。组织是这种关系结构中的支点。离开组织,就谈不上什么公共关系。正因为如此,公共关系也就具有了非个人的社会属性。当然,公共关系也有可能采取人际关系的某些形式,但就内容而言,它始终具有社会性的特征。

(2) 目的性

所谓目的性,是指公共关系始终是一种有目标取向的实践活动。没有目的的公共关系是无意义的,因而也是不存在的。公共关

系的活动形式是多种多样、丰富多彩的,而每一种具体形式的公关活动都有其特定的目的,总是围绕着创造良好的公共关系状态这一终极目的而展开的。公共关系之所以备受人们关注且被广泛应用,原因正在于它有助于实现组织的某种目的要求。

(3)双向性

所谓双向性,是指公共关系活动是主体与客体之间的一种双向交流和互惠互利的过程。公共关系就过程而言,是组织与公众的双向交流;就结果而言,是组织与公众的互惠互利。公共关系依靠传播作为联结组织与公众的桥梁:一方面,组织向公众传播信息,让自我获得公众的认识和了解;另一方面,组织又必须不断吸收来自公众方面的有关信息,以调整和改善自身行为,从而达到与公众之间的感情和信息的双向沟通。公共关系以一定的利益关系为基础。组织与公众之间的平等相待、互惠互利是公共关系的一项重要原则。组织要谋求自身发展,必须注意组织利益与公众利益的平衡协调。

(4)长远性

所谓长远性,是指公共关系着重于长远效果。公共关系不是一种短期行为,而是具有长期性、战略性的特点。它要求组织在公共关系工作中,必须着眼于长远打算。当组织的眼前利益和长远利益发生冲突时,应当着眼于大处,着眼于将来,甚至付出暂时牺牲以维护自身的长远发展。长远性的另一个涵义是:公共关系工作是一个长期的过程。组织要赢得公众的理解、信赖和支持,需要经过持续不断的长期努力。

(5)道德性

所谓道德性,是指公共关系工作十分强调职业道德,其活动过程要受严格的职业道德规范的约束。这一特点是与公共关系工作的特殊性质相联系的。公共关系工作的对象是以群体或个体形式存在的各类公众,其成败的关键,从根本上讲,在于是否能取信于公众,是否能赢得他们的理解和支持。这就使公关工作充满了道德

性。对社会和公众负责是每一个公关从业人员都应牢记并严格遵循的行为准则。

我们应认识和掌握上述公共关系特征,以便在公关与文秘写作中充分体现公关的本质与特征,达到公关与文秘写作的佳境。

二、文秘工作

(一)文秘工作的萌生和演进

文秘工作是人类社会发展到一定阶段的产物,是组织管理活动的重要构成部分。

在我国,文秘工作的萌生可追溯到原始社会的后期。那时,氏族部落中出现了管理机构和管理者,后者由群众共同推选,负责管理部落中的事务。作为辅佐管理的秘书和文秘工作亦得以萌芽。

此后,随着阶级的产生、国家的形成、文字的出现,作为统治阶级传达政令、制定法规、处理公务、记载事项的工具,各种文书迅速增加,文书工作日趋复杂,非有专门才学之人不能胜任,于是出现了专门从事文字活动的史官。西周时我国最早的文秘工作机构成型,这就是太史寮,内设大史、小史、内史、外史、御史,分掌有关工作。秘书工作正是随着政权的需求、文字的应用而脱离萌芽状态,得以不断发展的。

从秦汉的御史、尚书、主簿到魏晋的秘书监、秘书令,从隋唐的三省(中书省、门下省、尚书省)、翰林院到宋元的政事堂、枢密院、参议府,从明之内阁、文书房到清之秘书院、军机处,纵观古代社会的文秘活动,我们可以看到它始终是与国家的管理活动紧密相连的,成为国家管理中不可分割而又独具意义的一个构成部分。文秘活动的职能范围时大时小,但撰拟和处理文书一直是文秘活动的主要内容。“百官以书治职,万民以契明事。”^① 文秘活动是管理和

^① (唐)李鼎祚:《周易集解》。

组织的重要手段,也是人类不断走向文明时代的重要标志。

我国现代意义的文秘工作,肇始于孙中山先生在民主革命活动中聘用私人政治秘书。中国共产党自成立之日起就极为重视文秘工作。党的三大通过的《中国共产党中央执行委员会组织法》规定:“秘书负本党内外文书及通信及开会记录之责任,并管理本党文件。”在这次大会上,毛泽东当选中央执行委员,并担任中央秘书。中华人民共和国成立后,党和国家十分重视文秘工作,并在总结解放区文秘工作经验的基础上,逐步建立起新中国统一的文秘工作制度。党的十一届三中全会以来,我国的文秘工作走出了十年动乱造成的瘫痪、半瘫痪状态,进入了改革和发展的黄金时代。

无论何种社会制度,无论是经济发达国家还是发展中国家,文秘工作都是国家和社会组织进行管理的不可缺少的辅助力量。

文秘工作具有以下主要特征:

1. 文牍性。文秘工作与文书的撰制、传递、办理、保管有着天然的联系,古今皆然。

2. 补偿性。文秘工作对于领导活动起着拾遗补缺的作用。这种知识、智力、能力、精力等方面的补偿,推动着领导活动的有效进行。

3. 受动性。文秘工作是辅佐领导活动的,领导为主,文秘是辅。文秘工作受领导活动和领导意图的制约,并须围绕领导活动的目标而展开。

4. 潜隐性。文秘工作相对于其他业务工作,具有潜在与隐匿的性质,是一种幕后的角色。

5. 机密性。文秘人员处于领导近身,知密多,知密早,知密深。严格地说,文秘工作是一项机要工作,文秘人员也是机要人员。

(二)文秘的定义

文秘,亦称作“秘书”。在我国,早在汉代就有“秘书”一词,始指宫廷里的藏书,后发展为官职名称。西方“秘书”一词源于拉丁文