



中国当代实用文体写作大系

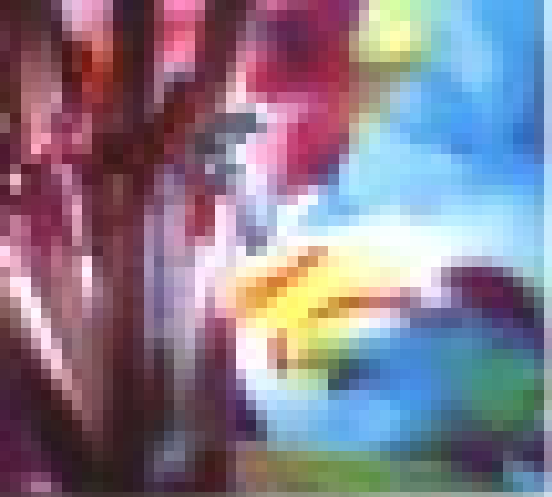
当代

公关礼仪文书写作

DANG DAI GONG GUAN
LI YI WEN SHU XIE ZUO

◆ 柳宏著

陕西师范大学出版社



时代

时代教育

时代教育出版传媒集团
时代出版传媒股份有限公司

时代教育

中国当代实用文体写作大系

当代公关礼仪文书写作

柳 宏 著

南京师范大学出版社

图书代号:JC125500

当代公关礼仪文书写作

柳 宏 著

陕西师范大学出版社出版发行

(西安市陕西师大 120 信箱 邮政编码 710062)

新华书店经销 西北大学印刷厂印刷

开本 850×1168 1/32 印张 16.125 插页 4 字数 433 千

1998 年 10 月第 1 版 2000 年 12 月第 2 次印刷

印数:5001—8000

ISBN 7-5613-1840-5/G·1383

定 价:19.80 元

开户行:西安工行小寨分理处 账号:216-144610-44-815

读者购书、书店添货或发现印刷装订问题,请与发行科

联系、调换。

电话:(029)5251046 5233753

目 录

上编 公关礼仪文书概论

第一章 绪论

第一节 公关礼仪文书的命名 (3)

第二节 公关礼仪文书写作的意义 (10)

第二章 公关礼仪文书的特征

第一节 行为产生的应用性 (15)

第二节 行为指向的多样性 (19)

第三节 行为目的的协调性 (23)

第三章 公关礼仪文书的分类

第一节 分类的意义 (30)

第二节 分类的原则和标准 (34)

第三节 公关礼仪文书的分类 (37)

第四章 公关礼仪文书的模式

第一节 公关礼仪文书的构成要素 (40)

第二节 公关礼仪文书的常见模式 (45)

第三节 关于模式的思考 (53)

第五章 公关礼仪文书的语言

第一节 庄重与典雅交融的特点 (56)

第二节 文言白话相结合的特点 (60)

第三节 专用语惯用语统一的特点 (62)

下编 公关礼仪文书写作

第六章 书报类文书写作

第一节 报刊文书范式	(70)
一 白皮书	(70)
二 声明	(73)
三 条约	(80)
四 公报	(85)
五 公开信	(89)
六 公关新闻	(94)
七 编者按	(100)
八 发刊词	(103)
第二节 书籍文书范式	(107)
一 内容提要	(107)
二 序	(110)
三 后记	(115)
四 著作出版推荐意见书	(119)
第三节 内刊文书范式	(122)
一 公关简报	(122)
二 公关信息	(129)
三 公关计划	(134)
四 公关总结	(143)
五 公关调查报告	(146)

第七章 通信类文书写作

第一节	广告文书范式	(155)
一	公关广告	(155)
二	公益广告	(162)
三	礼仪广告	(168)
第二节	电报文书范式	(172)
一	慰问电	(173)
二	贺电	(175)
三	致敬电	(178)
四	唁电	(181)
五	日常电报	(183)
第三节	启事文书范式	(186)
一	招生启事	(187)
二	招聘启事	(190)
三	招工启事	(193)
四	招领启事	(194)
五	征文启事	(196)
六	征订启事	(200)
七	征婚启事	(203)
八	寻物启事	(206)
九	寻人启事	(208)
十	开业启事	(210)
十一	迁移启事	(211)
十二	更正启事	(213)
十三	改刊启事	(215)
十四	更名启事	(217)

第八章 书信类文书写作

第一节 一般书信范式	(221)
一 家书	(222)
二 情书	(231)
三 社交书信	(241)
四 明信片	(251)
五 贺卡	(255)
第二节 专用书信范式	(265)
一 介绍信	(265)
二 证明信	(267)
三 推荐信	(270)
四 表扬信	(272)
五 感谢信	(275)
六 求职信	(277)
七 辞却信	(281)
八 慰问信	(284)
九 申请书	(289)
十 邀请书	(293)
十一 倡议书	(294)
第三节 英文书信范式	(299)
一、概念及特点	(299)
二、信封格式	(300)
三、内页格式	(303)

第九章 演说类文书写作

第一节 致词文书范式	(326)
一 欢迎词	(327)

二	欢送词	·····	(330)
三	答谢词	·····	(335)
四	开幕词	·····	(339)
五	闭幕词	·····	(343)
六	悼词	·····	(346)
第二节	祝词文书范式	·····	(352)
一	祝酒词	·····	(352)
二	祝寿词	·····	(355)
三	贺词	·····	(358)
四	婚礼祝词	·····	(363)
第三节	阐释文书范式	·····	(372)
一	讲话稿	·····	(373)
二	演讲稿	·····	(379)
三	解说词	·····	(388)
四	述职报告	·····	(393)

第十章 条牌帖簿类文书写作

第一节	条类文书范式	·····	(399)
一	请假条	·····	(400)
二	留言条	·····	(403)
三	馈赠条	·····	(405)
四	催索条	·····	(407)
五	邀约条	·····	(410)
六	托事条	·····	(412)
七	借条	·····	(415)
八	欠条	·····	(417)
九	领条	·····	(418)

十	收条	·····	(419)
第二节	牌类文书范式	·····	(421)
一	标语	·····	(421)
二	须知	·····	(424)
三	公约	·····	(426)
四	海报	·····	(429)
五	讣告	·····	(433)
第三节	帖类文书范式	·····	(436)
一	请柬	·····	(437)
二	赠礼帖	·····	(445)
三	谢帖	·····	(447)
四	封包	·····	(451)
五	名片	·····	(457)
第四节	幛类文书范式	·····	(461)
一	匾幛	·····	(462)
二	镜屏	·····	(468)

附录

附录一	书信常用称谓表	·····	(474)
附录二	常见书信惯用语和祝颂语	·····	(478)
附录三	公关礼仪文书常用词语汇释	·····	(486)
附录四	公关礼仪文书常用术语英汉对照表	·····	(492)
附录五	主要参考书目	·····	(503)

上 编

公关礼仪文书概论

第一章

绪 论

中国是一个礼仪之邦。但传统礼仪常常将其作为衡量个人修养的重要标志,这样认识礼仪的功用似乎显得封闭和狭窄。自80年代引进公共关系后,拓宽了人们的认知视野。人们逐渐认识到,礼仪和公关一样,在塑造政府、机关、组织、个人的形象方面,在内求团结,外求发展,提高知名度、信誉度和竞争力方面同样发挥着重要的作用。可见,公关和礼仪密切联系,不可截然分开。

我们知道,公关礼仪文书在实现组织职能和目标过程中,发挥着重要的工具、媒介作用。但是目前出版的有关写作书籍,只是公关写作、礼仪写作,并没有将公关文书、礼仪文书结合在一起,本书试图探讨中国当代公关礼仪文书写作的有关问题及写作范式。那么,首先有必要对公关礼仪文书的命名、发展及写作的意义等问题予以阐述。

第一节 公关礼仪文书的命名

一、公关文书

探讨公关礼仪文书,还是先从公关文书说起;说起公关文书,还得从公关起笔。

公关,是公共关系的简称。它是舶来品,其英文为 Public

Relations, 缩写为 PR。

关于什么是公共关系,众说不一。如“公关就是说服和左右社会大众的技术”;“公关就是社会组织树立良好形象以博取好感的艺术”;“公关就是社会组织争取有用朋友的技术”等等。这些说法比较简单和通俗,下面介绍几种较为严格的公关定义。

美国公共关系学会的定义是:“公共关系是一个组织为最有效地实现其目标而与社会保持某些方面联系的职能。”这一定义强调了公共关系是一种职能,而这种职能的内涵和表现形式就是保持组织与公众的联系,其目的是为了有效地实现组织目标。

美国著名公关专家哈罗博士,经过对 472 个公共关系定义进行剖析后,提出了一个比较全面的定义:“公共关系是一种独特的管理活动。它帮助一个组织建立并维持与其公众之间的沟通、理解、认可和合作;它参与各种问题和纠纷的处理;它帮助管理部门了解民意并作出反应;它确认与加强为公众利益服务的管理责任;它作为社会趋势的监视者,帮助管理部门与社会变动保持一致。它以有效的传播技术、沟通技术和调查研究技术作为其基本工具。”这一定义较为详尽地阐述了公共关系多方面的职能。

英国公共关系学会的定义是:“公共关系是一个组织与其公众之间,为获得并保持相互之间的了解与沟通而进行的经审慎研究的、有计划的持续努力。”这一定义点明了公关工作的组织性与计划性。

国际公关协会 1978 年在墨西哥召开的世界性公关大会的定义是:“公共关系是一门社会科学。它分析发展趋势,预测发展结果,它为组织管理者提供决策咨询,它提供既有利于组织,又有利于社会公众的行动方案。”这一定义强调了公关的社会科学性质,阐明了公共关系的作用和职责。

近年来,我国公关研究人员也提出了一些具有我国特点的公关定义。例如:“公共关系是一种内求团结、外求发展的经营艺术。它运用合理的原则和方法,通过有计划而持久的努力,协调和改善组织机构的对内对外关系,使本组织机构的各项政策和活动符合于广大

公众的需求,在公众中树立起良好形象,以谋求公众对本组织机构的了解、信任、好感和合作,并获得共同的利益。”(《公共关系学》,王乐夫等编著,辽宁人民出版社,1986年版)。又如:“所谓公共关系,就是一个企业或组织,为了增进内部及社会公众的信任与支持,为自身事业发展创造最佳的社会关系环境,在分析和处理自身面临的各种内部外部关系时,采取的一系列科学的政策与行动。”(《公共关系学概论》,中国社科院新闻所公共关系课题组编,科普出版社,1986年版)还有的研究者认为:“公共关系的定义有广义狭义之分。广义的定义是:公共关系是社会交流学。这是一个国家、团体、企业和个人有计划、有手段地促进和其他国家或国际社会、团体、机构、企业和个人之间的相互了解与沟通,以建立良好的生存环境,从而达到自身顺利存在和发展的目的。狭义的定义是:公共关系属于经营管理学,工作范围主要是经营管理,通过运用最新科学理论和科学手段,运用大众传播工具,进行市场和生存环境调查,找出自身发展之路,树立自身良好形象从而推动自身向前发展”。(《企业公共关系》,张历历等编,北京经济学院出版社,1988年版)

上述各种定义、观点不尽一致,但可以帮助我们对公共关系形成更具体深入的认识。公共关系是公共关系活动、公共关系工作、公共关系职业以及公共关系学的统称。在总体上,它包括如下诸种功能:它要提高组织的声誉,树立组织的形象;它要在组织与公众之间建立相互沟通、了解、合作的渠道;它对组织的生存环境及有关情况进行分析、预测;它通过传播媒介,实现组织与公众的双向沟通和利益满足。

由此可见,公共关系的功能之多确实让人青睐。那么,如何实现这些功能呢?传输的工具多种多样,但其中最重要的、不可缺少的一种就是公关文书。比如,公共活动中需要经常把组织内部的情况发布出去,以此介绍、宣传自己的组织,协调组织与公众之间的关系,这就需要不断地用新闻报道形式宣传自己的形象。再如,在社区大会、记者招待会、庆典大会、酒会、茶会等各种会议上,有关人员必须讲话、

致辞,为了表示庄重,为了塑造组织的形象,通常需要预先写好各种演说稿。又如,为了加强组织内部员工的凝聚力,保证组织内部关系的和谐一致,从而更好地实现组织目标,需要公共关系人员协助领导搞好调研,制订计划,写出总结。

可见,公关文书,是政府机关、企事业单位、群众团体在开展公共关系活动中所使用的各种应用文体。

二、礼仪文书

礼仪,即礼节和仪式。礼,在我们的生活中无处不在,大至开国典礼、国际交往中的礼仪,小至向人道歉时的用语“对不起”、“请原谅”等等,都是礼的表现。

在社会发展过程中,当社会生产力逐步提高,剩余产品出现,私有财产成为可能时,群体内部的纷争自然而起,人际关系随之趋向复杂,到了没有规矩便不成方圆的地步,就必须要有有一定的规范对人们的行为进行约束,这种规范可谓另一种意义上的“礼”,或称“礼法”。这种形式的礼在道德修养、安家治国、人际交往中有着重要的作用。《礼记·典礼》说:“道德仁义,非礼不成;教训正俗,非礼不备;分争辨讼,非礼不决;君臣上下,父子兄弟,非礼不定;宦学事师,非礼不亲;班朝治军,莅官行法,非礼威严不行;祷祠祭祀,供给鬼神非礼,不诚不庄。”正是强调了“礼法”或“礼治”的作用,这一直被儒家视为王道仁政的核心思想,并为历代君王奉为典则。可见,礼在中国,历史悠久,应用广泛,在中国传统文化中有着举足轻重的地位。

礼必须通过一定的仪式礼节表现出来。比如,古代为了表示对死者的悼念之礼,必须通过停尸、招魂、吊丧、入殓、送葬等仪式体现出来。比如,现代外事往来中,为了表示对重要外宾的欢迎之礼,常常通过“红地毯”、“鸣礼炮”等仪式礼节体现出来。礼不是空洞、抽象的,而是具体可感的。礼通过仪具体显现出来,仪是礼的外在表现,仪生于礼而合乎礼,故称礼仪。

礼仪具有推动社会文明、提高道德修养、协调人际关系等多方面的功能和作用。而实现这种功能,就不能缺少礼仪文书这一重要的载体和工具。比如,亲朋好友,相隔遥远,必须通过书信互通信息,增进了解,培养感情。又如,结婚是人生旅途中一件富有纪念意义的盛事,围绕这一庆典活动,必须用请柬邀请有关宾客;主婚人、证婚人必须在婚礼上致词;有关宾客需要通过贺词向新郎、新娘表示祝贺;新郎、新娘也应通过答谢词对来宾的热情祝贺表示感谢等。此外,不少礼仪活动中,礼仪文书本身就是仪式礼节,如悼念死者花圈上的挽联,墓碑上的碑文,再如名片上的片文等等。我国的礼仪文书和我国的礼仪一样,历史悠久,应用广泛,形式多样。

由此可知,礼仪文书是机关、单位、团体及个人在礼仪交往活动中使用的各种应用文体。

三、公关礼仪文书的命名

通过以上阐述,可以看出,公关和礼仪两者之间,既有联系,又有区别。

首先,公关、礼仪都有鲜明的交际色彩。但公关重视公众,英文 public 就有公共的意思,它强调一个社会组织与其相关的社会公众之间的关系,它并不注重个人或私人之间的人际交往;而礼仪则不同,它更重视和强调个人之间的交往关系。

其次,公关和礼仪都有善的意图和美的愿望。但两者的目标归属不尽相同。公关追求树立社会组织的良好形象,以求得社会公众的了解、信任、支持和合作;而礼仪则明显地表现为重视个人之间的沟通、了解。

再次,公关、礼仪活动都能产生社会效益和经济效益。但公关似乎是将社会效益和经济效益结合在一起,或者是通过社会效益追求经济效益。当然,公关追求经济效益时也重视组织利益和公众利益的双方满足。而礼仪更多地投向人们的心灵和情感,更侧重追求情感效