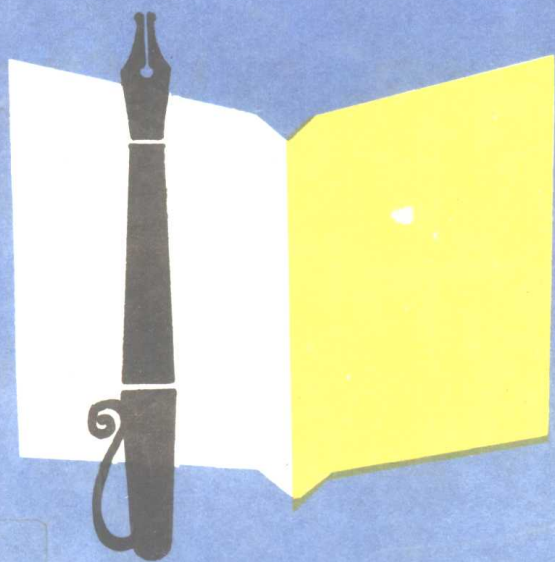


公关文秘

王序荪 主编



黑龙江科学技术出版社

公关文秘

王序荪 主编

黑龙江科学技术出版社

责任编辑:孙旭凤
封面设计:张秉顺

公关文秘

王序荪 主编

黑龙江科学技术出版社出版

(哈尔滨市南岗区建设街 41 号)

哈尔滨新路印刷厂印刷

787×1092 毫米 32 开本 8 印张 160 千字

1995 年 9 月第 1 版 · 1995 年 9 月第 1 次印刷

印数:1—5000 册 定价:12.80 元

ISBN 7-5388-2866-4/Z · 456

《公关文秘》编写人员名单

主 编：王序荪

副主编：那瑞琴 宋戈

作 者：王序荪 王英姿 王雪莉 孔繁娟

冯惠杰 那瑞琴 宋 戈 高雅珍

目 录

引 论 受人喜爱的新兴职业——公关文秘·····	(1)
第一章 公关文秘——组织中的高层次管理者·····	(9)
一、服务领导·····	(9)
二、争取公众·····	(11)
三、争取内部公众——内求团结·····	(15)
四、争取外部公众——外求发展·····	(21)
第二章 公关文秘——组织形象的体现者·····	(32)
一、什么是形象·····	(32)
二、形象的作用·····	(33)
三、形象类别·····	(34)
四、形象树立·····	(44)
五、形象调整·····	(48)
六、公关文秘塑造形象的途径·····	(51)
第三章 公关文秘职业形象·····	(55)
一、公关文秘形象设计的美学原则·····	(55)
二、公关文秘形象塑造的基本途径·····	(59)
三、公关文秘的角色扮演·····	(67)

四、创造自我格局,寻求最佳结合	(71)
第四章 公关文书业务指要	(74)
一、文书的一般知识.....	(74)
二、文书的处理.....	(77)
三、几种特殊文书的处理.....	(89)
四、行文关系.....	(96)
第五章 公关秘书业务指要.....	(100)
一、秘书工作概述	(100)
二、参谋助手性的工作	(103)
三、组织协调工作	(111)
四、信访管理	(115)
五、事务性管理	(119)
第六章 公关文秘是组织中的桥梁和纽带.....	(122)
一、在协调综合工作中发挥桥梁纽带作用	(122)
二、在调解领导意见分歧过程中发挥桥梁纽带作用	(125)
三、在解决“扯皮”问题的工作中发挥桥梁纽带作用	(127)
四、在信访接待工作中发挥桥梁纽带作用	(130)
五、在处理人际关系中发挥桥梁纽带作用	(132)
第七章 公关文秘是领导的参谋和助手.....	(139)
一、在文件处理工作中当参谋助手	(139)

二、在督促检查工作中当参谋助手	(143)
三、在会务管理工作中当参谋助手	(147)
四、在公关工作中当参谋助手	(154)
五、在信息工作中当参谋助手	(159)
第八章 公关文秘实用文体写作	(163)
一、报告 请示 批复	(164)
二、通告 通知 通报 函	(168)
三、计划 总结 汇报提纲	(174)
四、会议记录 会议纪要 仪式程序	(178)
五、开幕词 闭幕词 讲话稿 讲演稿 发言稿	(183)
六、表扬信 感谢信 祝贺信 慰问信 请柬 ...	(193)
七、申请书 推荐书 聘请书 邀请书	(199)
八、守则 公约 条据 合同	(203)
九、声明 启事 海报 广告	(208)
第九章 受命于危难之际——危机公关	(215)
一、树立危机意识	(215)
二、果断处理,化险为夷	(220)
三、创造契机,重塑新形象	(222)
四、危机公关要求的心理素养	(226)
附录 1 国际公共关系协会行为准则	(232)

附录 2 美国公共关系协会 (PRSA)	
关于公共关系业务的职业道德准则	(233)
附录 3 公关文秘礼仪须知	(236)
后记	(249)

引 论

受人喜爱的新兴职业——公关文秘

改革开放的浪潮,席卷中华大地,使我们这个古老的国家发生了许多惊心动魄的变化:政治上的一国两制、经济上的开放搞活、文化上的“多头引进”等等。真象 MTV 中那些频频闪变的电视镜头,使人目不暇接,感到自己的精神头有点儿不够用了。在这些变化中也包括人们工作、生活内容和方式的变化,职业的变化。公关文秘的出现即是其中变化之一。

随着当前政治、经济、文化新格局的出现,各种公司、企业,名目繁多的机构,如雨后春笋般地滋生出来,他们各有自己的工作范围和业务。原有的部门或机构,在适应市场经济的过程中也大大增强了自己的独立性。领导部门和领导者一方面要竭力扩大与外界的交往,发展自身业务,另一方面又要从繁重的事务圈子中跳出来,以主要精力从事决策和开创性的工作,这样就需要有一个(或几个)精明强干的人,作为助手和参谋来辅佐。这些处于一个组织中最高决策层之下,周旋于内外公众之中的人,常常就是被我们称作公关文秘的人士。

“公关文秘”,顾名思义,它既包括公共关系,亦包括文书、秘书。但它并不是二者简单的叠加,而是公共关系开拓活动中的文秘,是文秘工作支持下的公共关系活动。从而使“公关”和“文秘”都进入了一个更高的活动层次,也为从事它的工作人员提供了更广阔的活动天地。文书、秘书历来的形象是勤勤恳

息、任劳任怨地埋头苦干，从早到晚地“爬格子”，处理事务，典型的“无名英雄”。而公关文秘这个职业，使文秘工作走出抄抄写写的封闭环境，进入多彩的人际交往领域；也使公共关系具有影响一个组织的实在的工作手段。所以我们看到公关文秘人员在一个组织内部，往往是最活跃和有相当实际权限的人。

公关文秘作为一种新兴职业，其突出优点是能满足现代化社会对办公业务处理的快节奏、高效率的要求，对工作人员数量要求少、质量要求高，所以他们常常以一当十地高速度工作，给人留下深刻的印象。

公关文秘受人喜爱还在于它抓住了现代人的从感受触发行为的心理模式。现代生活中人们日益趋向以自己的实际感受而不是逻辑推理来判定事物，愿意按照自己的感情倾向而不是他人的指示来决定自己的选择。公关文秘在工作中散发出的公共关系魅力就在于有意识地运用这些心理规律，以艺术性的手法去争取人心。所以这些工作人员无论待人接物，还是处理各种事务都注重给人以最恰当的心理感受，以求引起所期望的行为。

一次某部门借一家高级宾馆召开学术会议，在结束送客时，宾馆负责人突然怒气冲冲地找工作人员，声称一房间地毯受到严重污染，要求主办单位高额赔偿损失。由于客人已返程，一时无从查找和追究，但不处理此事整个工作便无法继续进行。此事告急到办公室，公关秘书知道后立即打电话到宾馆，向负责人道歉，表示一定妥善处理，平息其怒火。接下来想办法时，突然记起曾在报纸上看到过某单位处理污染很有办法的报导，马上拨通电话，说明情况，请求援助。没想到该单位领导立即答应派专家前往处理，结果取得了相当满意的成效。

宾馆经理看了处理后的地毯，惊喜地竖起大拇指，不仅不再要求赔偿，还感谢为他们介绍了这样一个应急的“救援”单位。因为地毯污染事故在这里是经常发生的。于是一场火烧火燎的紧急事故便在机智的公关秘书协调下化解了。

那么公关文秘有什么特点呢？相对而言：

一、职务层次较高

公关文秘多居于中型或小型组织的领导层之中，是该组织完成自己任务、处理业务不可缺少的领导机构组成部分，或是决策的参与者，比如收集和提供各类信息、进行咨询、提出建议、传达贯彻决议等。对外还往往作为组织的代表或领导的代言人发表意见，处理问题。而不仅仅是领导机关的附属机构或服务人员。

二、工作职业化

即有自己相对独立的工作范围和技能技巧。如公关活动技能、组织协调技能、文秘工作技能，掌握办公自动化手段等，有的甚至要求具有翻译、财会、保镖等技能。正因如此许多意欲从事此项工作的人都着意进行专业学习与训练，掌握多方面的技能，以求更好地胜任工作。

公关文秘的职业化使从事它的工作人员更加具有独立的社会地位，因为专门的技能技巧使他们不可被任意取代，职业水平决定着工作效率，本行业的特定的活动领域和行为规范划分出从业人员的层次等等。这也是从业者感到自豪和受到社会众人钦慕的内在原因。

三、具有相对的自主性和创造性

公关文秘人员在处理事务中,在掌握领导规定原则的前提下可以自主地处理一些问题,以减轻领导负担,提高工作效率。由于他们有较强的工作能力、文化素养,广泛地与各界接触,掌握大量的信息和关系,加之经常参与领导层的决策活动,领导也要求他们提出一些建设性的意见,进行一些创造性的活动。比如怎样举行新闻发布会、怎样组织具有新意的节日庆祝活动、怎样调动职工积极性等等。他们不再像大机关里的秘书那样消极、被动地为领导服务,而是在自己担负的工作领域内展现自己的才华,进行高效率的工作。

总之,公关文秘正以其崭新的职业面貌出现于社会,受到越来越多的人的关心和喜爱。但它的这种吸引力并不是偶然的,而是来自它独特的精神风貌:

首先在于公关文秘本身的工作魅力。它处于较高的层次,是各方面联络、协调的中心。公关文秘常常一身多任、一专多能,大到领导决策、小到事务安排都离不开他(她),所以他们也常常成为一个组织内部上上下下最受人关注的成员,也是最有影响力的成员之一。这种职业领域较其他职业提供了更多的表达自己见解、施展自己才华、体现自身价值的机会,也常常体验到自我实现的满足感。

第二是公关文秘干练的工作作风。由于公关文秘面临大量的事务需要在短时间内完善地处理,就要求他们具有准确、果断、及时、高效的工作作风。不能拖拖拉拉、犹豫不决、更不能推诿蒙混。要做到这一点是很不容易的。纯熟的业务技巧是基础,还需要有广博的知识、机敏的反应和丰富的经验。一

个成熟的公关文秘工作人员,在外人眼里常常有一种指挥若定、处变不惊的大将风度。他们高度自信但不自负,紧张而繁重的工作并不影响他们多方面的爱好和对现代社会丰富内容的享受,在他们的心里保存着一个对他人和对自己多彩的感情世界。

第三是公关文秘的潇洒风度。公关文秘受人瞩目很大程度上还由于他(她)所具有的公关素养。不仅要在外貌上具有吸引力,更重要的是他们懂得怎样去树立组织和自己的良好形象,能在各种场合中得体地与各界人士交往。他们往往言谈机敏风趣,处世通情达理,感情真挚和煦,工作中能将明确的目的和原则与灵活的手段巧妙地结合起来,将种种新颖的设想变为现实,运用艺术性的手法争取公众,完满地完成各项任务。

在某种意义上,公关文秘工作人员的内在气质和外部形象体现了时代的风貌,产生“领先一步”的社会效果。

总之,公关文秘是一个具有时代气息的,受人欢迎的职业。

他们为领导所赏识,因为是得力的助手和参谋;

他们为公众所喜爱,因为是大家的知心朋友;

他们为自己感到自豪,因为在工作中体现着自身的价值。

但是这一切不会自然获得,而需要以出色的工作为条件,本书正是为您提供了一条满足这些条件的捷径。

案例分析：

我在报纸的夹缝中看到了这样一则广告：^①

招 聘 秘 书

我们——一家正在发展的中外合资企业，特招聘秘书一名。我们将对合格的应聘者提供可观的薪水及假期、午餐等待遇。

欢迎具有一定的工作经验并能从事开拓性工作的先生、女士前来应聘。

ABC 公司

ABC 公司，这是一家很有名气的外资企业，能进入这样的公司工作，是我梦寐以求的。问题是我刚从秘书学校毕业，谈不上“从事实际工作的经验”。我行吗？

尽管如此，我还是决定去一试！

招聘工作是在 ABC 公司办公大楼底层的一个房间里进行的。房间的一头坐着两位主考人，另一头则挤满了应聘的人，我仔细数了数，应聘的共有 8 个，我是最后 1 名。

直到这时，我才发现自己犯了一个不大不小的错误：别人都是西装革履，风度翩翩，只有我穿着茄克衫，躲在人群的最后，太不惹眼了。

招聘口试开始，主考人依次向每个应聘者提问，每人回答限时为 5 分钟，在回答完各种问题后，再综合衡量，最后决定取舍。

^① 摘自《秘书》1992 年第 12 期)

主考者的提问，不外乎以下几个方面，比如：请提供学历证书；有什么特殊技能？你认为如何才能做好秘书工作？等等。而应聘者也几乎都是一个模式：正襟危坐中尽量提供对方一个忠厚老实的印象。在5分钟的时间内，引起对方的重视。

终于轮到我了，不知怎地，我忽然决定改变所有的一切。于是，我迅速拿出了随身携带的铅笔和记事本，潇洒地坐到应聘席。

“在此之前你有多长的秘书工作经历？”二位主考官单刀直入地发问。

“没有，一点也没有。”我如实回答，声音洪亮，使全屋的人都大吃一惊！

“那么，你……”我胸有成竹地知道他们该问第二个问题了，没等主考官话音落地，我用一气呵成的英语打断了主考官发问：“Don't you ask something either?”（你们不会问点别的东西吗？）

“噢！你的英语口语还可以嘛！”

我立即补充道：“我有本市外语夜大学颁发的英语口语合格证书。”

在两名主考官交换了一个不易察觉的眼色之后，其中的一名突然盯着我手中的纸和铅笔，发问道：“请告诉我，你现在在干什么？”

“速记。记下我们之间的谈话，回去整理一下，或许日后有用。”说着，我随手把速记文字交到主考官手中。我看到了他们藏而不露的笑容。

就这样，在众人的惊奇和羡慕中，我——“OK！”

我终于懂得：扬长避短就是OK！

思考题：

1. 使这位应试者获得成功的基本因素是什么？
2. 主考官看中了他的什么能力？

练习：

设想一下，你在此情境中采取什么对策和行动以达到应聘的目的。

第一章

公关文秘——组织中的高层次管理者

公关文秘人员,特别是一些女性工作者,很容易被人看作是“花瓶”,是一种装饰或摆设。事实上他们的工作直接关系到一个组织目标的完成与否。这些任务概括起来可以分为两个方面:服务领导和争取公众。

一、服务领导

公关文秘首先面对的是本组织的领导,也就是要为领导服务。这种服务体现在几方面作用的发挥上:

(一)助手作用

公关文秘人员要为领导活动的顺利进行做好各种准备工作,如调查研究,整理材料,召集与会人员,形成文字材料等,要具体落实各种决议和指示的贯彻、执行以及结果信息的反馈;此外还要完成领导交办的各项任务。有时这些任务非常具体,甚至琐碎,但往往很重要。这就需要我们以认真负责的精神,细致周到地做好服务工作。例如,一次某公司经理与一客户相约在洽谈会上签订合同,秘书拿出事先准备好的新笔。岂知签约时,客户拿着的这支笔一次、二次、三次都写不出字来,突然间笔竟又漏出好几点墨水,弄污了合同……。当秘书慌忙找来另一支笔去找客户时,对方已与另一家签了约。经理为此事痛心疾首,秘书也为此懊丧不已。类似这种因“小”失“大”的事在秘书工作中不胜枚举。