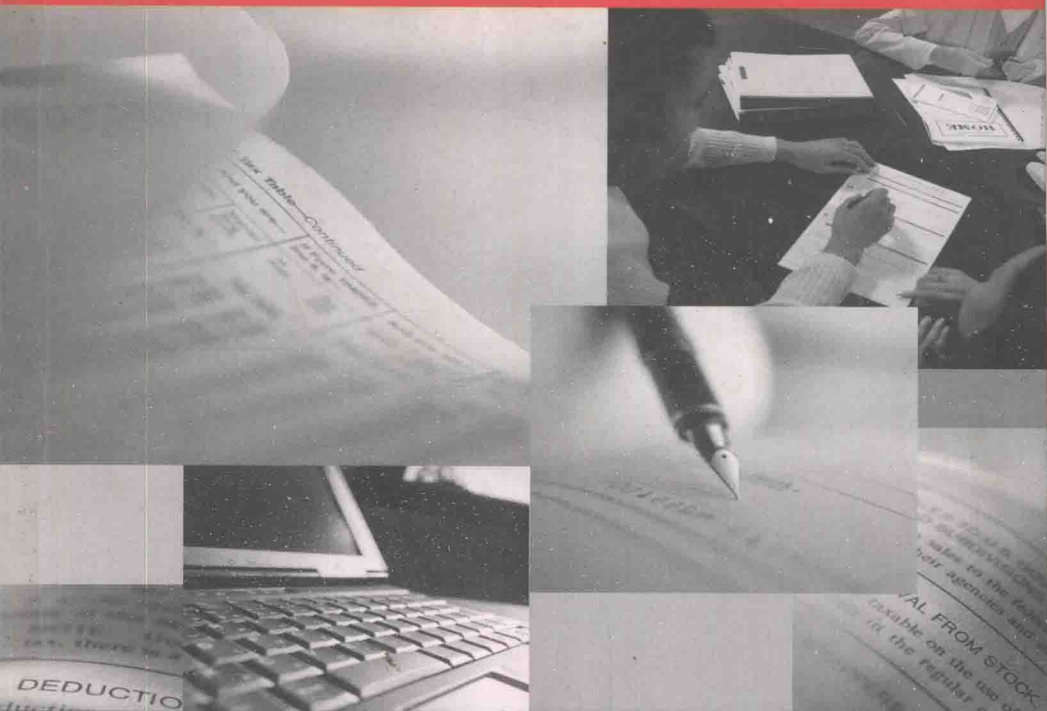




公共关系写作教程

叶茂康 著



复旦大学出版社

www.fudanpress.com.cn

公共关系写作教程

叶茂康 著

復旦大學出版社

图书在版编目(CIP)数据

公共关系写作教程/叶茂康著. —上海:复旦大学出版社, 2003. 11
ISBN 7-309-03782-0

I. 公… II. 叶… III. 公共关系学-应用文-写作-教材 IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 083108 号

公共关系写作教程

叶茂康 著

出版发行 复旦大学出版社

上海市国权路 579 号 邮编 200433

86-21-65118853(发行部) 86-21-65109143(邮购)

fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

责任编辑 孙 晶

装帧设计 周 进

总 编 辑 高若海

出 品 人 贺圣遂

印 刷 常熟市华顺印刷有限公司

开 本 850 × 1168 1/32

印 张 13.25

字 数 366 千

版 次 2003 年 11 月第一版 2003 年 11 月第一次印刷

印 数 1—6 000

书 号 ISBN 7-309-03782-0/C·65

定 价 18.00 元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

序

叶茂康先生的《公共关系写作教程》已告付梓。作为好友,我在表示祝贺之余,亦有一些感想,就此写下,权作序言。

中国现代公共关系的发展,迄今已走过了二十多年的历程。大约从 20 世纪 90 年代初期开始,我们的一些学者开始对中国公共关系的理论研究进行梳理,于是就有了公共关系的“形象说”、“传播说”、“协调说”等各种观点。1994 年 11 月,我在当时《公共关系报》组织的“关于公共关系学核心概念的讨论”专版上撰文谈到这一问题。我提到,国外公共关系发展了一百多年,对公共关系的定义有数百种之多,却一直未见整合出相对统一的几大说,至今仍是处在百家争鸣之中。为此,我建议:我们能否换一种视角,以开放式研究来开阔自己的思路,如对已有的中外公共关系定义中最常出现一些关键词进行频率统计,从中求得共识。这一建议,亦得到了不少朋友的呼应。

1997 年 11 月,全国公共关系职业审定委员会(现更名为国家职业资格工作委员会公共关系专业委员会)成立。委员会成立伊始,所做的重要工作之一,就是给公共关系职业下一定义,并据此对公共关系职业工作进行描述。经过反复讨论,委员会的专家、学者们在公共关系职业定义的关键词上达成了共识,即将公共关系职业定位于“信息传播、关系协调、形象管理”这三个词 12 个字,并以此构成了公共关系的职业定义。这一定义已载入 1999 年 5

月出版的《中华人民共和国职业分类大典》。在此基础上制定的“公关员国家职业标准”，经国家劳动与社会保障部批准，也已于2000年5月起在全国颁布施行。

作为委员会当时主持这一讨论的负责人之一，我当时的一个深刻印象就是：当委员们就公关职业的关键词最终达成共识时，大家无意中发现，这三个词恰好对应了所谓的“形象说”、“传播说”和“协调说”。这也许从一个侧面说明：这些关于公共关系的观点很难单独成立，它们之间实际上存在着一种互补关系。而委员们对这三个词的排列顺序，也反映出它们之间的某种递进关系，乃至互动关系，即由信息传播进行关系协调达到形象管理，在形象管理目标之下通过有效的信息传播求得关系协调。由此也可见，信息传播是公共关系这一职业的最基础特征。其实，国外关于公共关系从业人员的角色研究中，也有类似的结论。如美国学者卡特里普（Cutlip S. M.）和森特（Center A. H.），在素有“公关圣经”之称的《有效公共关系》第四版（1971年）中，提出了公共关系人员具有“专家诊断者”角色的观点。若干年后，《有效公共关系》一书后加入的作者布鲁姆（Broom G. M.）在与另一位学者史密斯（Smith G. D.）的合作研究中，又提出了公共关系人员的另外三种角色，即“沟通促进者”、“问题解决者”、“传播技术者”。这就是我们现时在《有效公共关系》一书见到的公共关系人员角色的四分法。进入80年代，布鲁姆和《卓越公共关系》作者之一的多齐尔（Dozier D. M.）所做的进一步研究发现：“专家诊断者”、“沟通促进者”和“问题解决者”这三种角色存在高度的交叉和重叠，可以在相当程度上互换，并在“传播管理者”这一角色中得到统一。因此，公共关系人员的四种角色可以简化为两种角色，即“传播管理者”和“传播技术者”。

80年代后半期,美国当代著名公共关系学者格鲁尼格(Grunig J. E.)在他主持的耗资40万美元、时间长达十年之久的“卓越公共关系和传播管理的研究”中,肯定了公共关系人员角色的两分法,明确指出:公关从业人员在组织内有两种角色,即战略性地策划、制定传播计划的管理角色和编写、制作传播材料的技术角色,并强调卓越公共关系部门应该由一位管理者而不是技术者担任领导。

在多齐尔和格鲁尼格夫妇撰写的汇集这一研究主要成果的《卓越公共关系》(全译名为《卓越公共关系与传播管理经理指南》,1995年首版)一书中,专门列出一章(第四章),题为“了解传统的传播者技巧”。在他们看来,传播技巧包括写作、编辑、制作、摄影、平面设计和媒介关系中一些活动的组织等等。这些传统的传播技巧与公共关系人员的“传播技术者”的角色相连接,在卓越公关部门中起着重要的也是基础性的作用。但他们也强调指出:“确实,卓越公关部门较之欠卓越公关部门倾向于拥有更多的技术专长。然而,传统的传播技巧并不是使卓越公关部门变得卓越的主要因素。在传统技巧领域里增加部门的专长对卓越的整体传播成效甚微。那么部门和组织应如何对待传统技巧呢?将传播技巧运用于对战略目标实现的追求,这是区分卓越传播与欠卓越传播的标志。”

之所以要就公共关系的“职业”和相关的“角色”问题谈上这么几句,乃是因为,关于公共关系从业人员写作能力方面的要求,本身并不是一个新的话题。《有效公共关系》的作者早就指出:在公共关系人员成功的条件中,“写作能力是遥遥领先处于第一位的”。所以,“在你开始攀登公共关系的阶梯之前请学习如何写作”。问题在于,“能力”应该服从职业角色的要求,卓越的公共关

系工作应该是在传播管理知识背景的指导下熟练运用各种传播技巧。这也意味着公共关系写作决不能就写作技巧谈写作技巧,而必须将各种写作技巧的运用置于组织公共关系战略目标框架的考量之中。这一点,正构成了叶茂康先生《公共关系写作教程》一书的基调和特色,也是我大力推荐此书的主要原因。

叶茂康先生因主编《上海公关》杂志而进入公共关系领域,迄今已有十年时间。而这十年,正是中国公共关系事业步入职业化、专业化发展的关键时期。叶茂康先生由主编杂志进而参与公共关系研究和实践,近年来又在高校讲坛上教授公共关系课程,在公共关系理论研究和实务操作上积累甚多。他撰写的《公共关系写作教程》,无疑是对其多年来所参与的类型各异的公关实践活动的经验理论总结。浏览全书,不难看出,他对各种文案的写作技巧的介绍和阐述,渗透着他本人对公共关系之道的思考和领悟。这就使得这本教材与一些同类出版物相比,既有着更高的境界和更开阔的视野,又有着很强的操作层面上的实际指导意义。这本教材所涉及的工作范畴和所选入的范文,也证明了这一点。诸如危机管理、组织形象设计等领域有关文案的写作问题,以往似乎还没有哪一本公共关系写作教材较为深入地谈到过。而这些,不仅仅是一名“传播技术者”,同时也是一名“传播管理者”应该了解和掌握的。

最后还想强调的是:这本教材中的一百多则范文,凝聚着一批公共关系专业人士(包括叶茂康先生本人)多年实践的心血,不仅文字较为规范,所表现的内容亦有不少可圈点之处,确实值得初学公共关系写作者参考。但正如作者在《导论》中所言:“这些范文各有其不同的背景、内容和写作特点,同时也有其自身的某种局限,很难说就一定构成了某一类文案写作的‘典范’和‘样板’。初

学公关写作者可以学习,可以借鉴,但应‘得意而忘形’,掌握其撰写要领而不拘泥于其某种文字表现方式,切忌以其为唯一模式而盲目模仿。”我觉得,这一提醒十分重要。关键的问题,仍然是阅读者对公共关系之道的学习和领悟。总之,公共关系既是一门科学,又是一门艺术。公共关系写作也是如此。惟有在公共关系之道的导引下,才可能有卓越的公共关系写作。也惟有不断创新,突破陈规,公共关系写作才能有所发展,并在实现组织公共关系战略目标中体现出真正的公共关系之道。

郭惠民

国际关系学院副院长、教授

中国国际公共关系协会学术委员会常务副主任

国家职业工作委员会公共关系专业委员会副主任

2003年11月于北京西三旗

目 录

导 论.....	1
一、什么是公关写作	1
二、我们为什么要学习公关写作	2
三、我们怎样学习公关写作	5
四、关于本书体例	10
第一篇 沟通协调类文案的写作	12
一、本篇概说	12
二、通知	14
三、请柬和邀请函	19
(一) 请柬.....	19
(二) 邀请函.....	23
四、公函和介绍信	29
(一) 公函.....	29
(二) 介绍信.....	37
五、公关致词和演说稿	38
(一) 公关致词.....	38
(二) 演说稿.....	45
六、会议纪要和备忘录	54
(一) 会议纪要.....	54
(二) 备忘录.....	63

第二篇 信息传播类文案的写作	68
上篇 各类新闻稿的写作	69
一、目标的确立和媒介的研究	69
二、一般新闻(消息)稿	77
(一) 新闻要素:6个“W”还是8个“W”	78
(二) 新闻(消息)稿的基本结构和撰写方法	83
三、新闻通讯及特写稿	99
(一) 新闻通讯及特写的类型	99
(二) 新闻通讯及特写的写作要点	105
四、人物专访稿	111
下篇 其他传播类文案的写作	115
一、宣传网页文案	116
二、对外宣传册文案	121
三、专题宣传片脚本	129
第三篇 调查评估类文案的写作	141
一、把握工作范围	142
(一) 公共关系调查	142
(二) 公共关系评估	147
二、调查方案	149
(一) 调查总体方案	150
(二) 调查实施方案	159
三、调查问卷	163
(一) 调查问卷的基本要素	163
(二) 调查问卷的设计原则	181
四、调查报告	187
(一) 调查报告撰写的准备工作	187

(二) 调查报告的结构和写作要领	191
五、公关评估报告	208
(一) 评估报告撰写的准备工作	209
(二) 评估报告的结构和写作方法	213
第四篇 专题活动类文案的写作	218
一、确立基本概念	219
二、专题活动策划书	222
(一) 精心策划:文案撰写的根本前提	223
(二) 规范格式:文案撰写的技术处理	233
(三) 完整合理:文案撰写的整体要求	263
三、专题活动实施方案	265
四、专题活动其他应用文案	277
(一) 活动串联词	277
(二) 媒介提问设计	283
(三) 活动总结报告	288
第五篇 管理咨询类文案的写作	297
上篇 危机管理文案的撰写	299
一、重视危机管理	299
二、危机管理计划	302
(一) 危机管理计划撰写的前期工作	302
(二) 危机管理计划的要素和撰写要领	311
三、危机管理其他文案	335
(一) 危机信息和危机事件报告书	336
(二) 公告和对外声明	340
(三) 危机事务交涉函	348
四、危机管理手册	352

下篇 组织形象设计和咨询文案的撰写	353
一、组织形象设计和咨询及相关文案	353
(一) 组织形象设计和咨询的一般概念	353
(二) 组织形象设计和咨询的相关文案	356
二、理念识别系统文本	359
(一) 阐明理念识别系统的意义和作用	361
(二) 说明理念识别系统设计的基本依据	365
(三) 介绍理念识别系统设计遵循的原则	367
(四) 理念识别系统各要素的设计和阐述	369
三、员工行为规范	381
(一) 员工行为规范的写作要求	382
(二) 员工行为规范的结构和写作方法	384
四、组织 CIS 宣言	388
五、组织形象咨询报告	394
(一) 组织形象咨询报告的类型	394
(二) 组织形象咨询报告的结构和写作要领	395
后 记	406

导 论

一、什么是公关写作

摆在读者朋友面前的这本《公共关系写作教程》，要讲授的是关于公关写作的知识和技能。

首先一个问题：什么是公关写作？

有些人认为，公关写作就是各种表现公关内容的文稿的写作。于是在某些公关写作教科书中，讲“柬帖”必须是“公关柬帖”，说“消息”也一定是“公关消息”，似乎文章的内容一旦与公关无直接关系，其写作也就不属于公关写作了。这一看法，其实有误。

从当代公共关系的发展和实践考察，我们不难发现，公共关系实务早已从原先的单一运作进入了全方位服务时期。除了常规的沟通协调、信息传播（包括媒介发稿）、大型活动策划和实施外，整合传播、品牌推广、危机管理、议题管理、企业形象设计、企业发展咨询等内容已构成了公共关系新的热点。尤其随着一大批专业公共关系机构的崛起，公关服务的范围已拓展到各相关领域。而在这些领域的服务中，无一不需要写作知识和技能的运用。所以，我们没有必要硬性维护“公关写作”的所谓纯洁性，人为地画地为牢，把公关写作局限在表现公关内容的文稿写作上。在笔者看来，所谓公关写作，实质包括了公共关系实务中所需运用的一切文体写作的知识和技能。从这一意义上说，公关写作所涉及的许多文

体,如果分解开来孤立地进行考察,就和其他写作(如公文写作等)没有什么区别。

但这岂不是等于说,公关写作是有关写作知识和技能的简单相加?显然不能这么理解。这是因为:凝聚在公共关系事务之中的有关文体已经过新的整合而发生了某种质的变化。它为公共关系这一总体目标服务。它的表现内容、篇章结构乃至文字风格,都以对公共关系工作的性质和特定目标的深刻理解为基本前提,并形成其自身的质的规定性。偏离了这一前提和规定,即便一个写作能力强如专业作家之人,也未必能写出符合规范要求的公共关系文案来。

因此,讲授公关写作,就绝不能仅仅就一般写作的知识和技能来谈写作,而必须紧密结合公共关系实务中的许多实际问题展开,强调服务于公共关系总目标下的各种文体的特殊要求和规范。不仅让公共关系从业人员知道应该怎么写,而且使他们懂得为什么要这样写,从而真正学以致用。

这也是本教材所希望达到的目标。

二、我们为什么要学习公关写作

这似乎是个多余的问题。但对于这一问题,是否每一个公共关系从业人员或有志于投身公共关系事业的青年朋友均已有清醒的认识呢?似乎大可存疑。所以,有必要略作阐述。

在中国,公共关系职业作为一门新兴的社会职业,近年来正日益走俏,这已是一个不争的事实。公共关系职业在市场经济中所发挥的越来越重要的影响,公共关系职业的创造性、挑战性和新鲜感,以及这一职业优厚的薪酬,吸引着越来越多的青年朋友跃跃欲试,希冀在这一领域一展身手。所以,步入新世纪以来,公共关系俨然已成为社会上最热门的职业之一。但是,许多青年朋友在被

公共关系职业的光环所吸引从而积极投身于斯的同时,却往往忽略了这一职业对人才的高要求。结果就出现这样一种状况:一方面是各类社会组织公共关系部门和专业公共关系机构抱怨招聘不到符合要求的专业人才,另一方面则是相当一批有志于公共关系职业的青年学子(包括部分公共关系专业的毕业生)却在为不能被聘从事公共关系工作而深感沮丧。这两者之间无疑构成了巨大的落差。

事实上,要成为一名合格的公共关系人员,至少应具备这样六方面条件:(1)具有良好的仪表风度;(2)善于人际交往和沟通协调;(3)能熟练地撰写各类文案;(4)掌握一门外语;(5)熟悉计算机和办公自动化操作;(6)有较敏锐的市场意识和感觉。其中,第一条和第二条是人们对公共关系从业人员条件的常规理解,许多青年朋友既有志于公共关系职业,一般均认为自己已具备了这样的条件。第四条和第五条虽然要求略高,但对于一些高学历的青年朋友来说亦非难事。所以问题往往出在第三条和第六条上。关于市场意识和感觉对于一名公共关系从业人员的重要性,以往有关文章似乎谈得不多,其实大有强调之必要。这一问题,后面还会提到,此处暂且从略。

这里想重点谈谈公共关系从业人员的第三个条件,即公关写作知识和技能的把握。坦率地说,置身于公共关系行业多年,笔者对一个现象始终不解。那就是:相当一部分公共关系从业人员的写作技能较弱,乃至不少人无法撰写出一份比较符合规范的文案来。这也许和中国公共关系职业的初期发展特点有关,即在众多社会组织乃至一些专业公共关系机构中,早期聘用公关人员时一般更重视其人际交往和沟通协调能力,充其量再加上有关活动的组织和实施能力。对于写作能力,则往往有所忽视。前些年,有人认为中国现有的公共关系从业人员队伍整体素质不高,这大概也是理由之一。

随着中国公共关系专业化、职业化建设进程的加速,公关写作能力对于一名合格公共关系从业人员的重要性日益显现。这一点,已为越来越多的公共关系从业人员所认识。无论作为一名在某一社会组织公共关系部任职的专业人员,还是一名在专业公共关系机构任职的业务人员,其工作的性质,决定了他(或她)必须能够较为熟练地撰写从一般柬帖、会议致辞到新闻稿、专题活动策划书、评估报告,乃至危机管理方案、企业咨询报告等一系列文案,否则就无法有效地开展公共关系工作。对于一些专业公共关系机构而言,能否提供好的文案,有时甚至是生死攸关的大事情。试想:如果一家号称专业公共关系机构的公司,在和客户的交往之中,小则不能拟写文字通顺、条理清晰的柬帖和函件,大则无法提供规范的建议书、管理咨询方案,客户又如何放心将事关自身企业或品牌形象的事务委托给这样一家公司去代理?

所以,在近年来许多专业公共关系机构以及一部分企业公共关系部门所急需招聘的人员中,高级文案人员赫然列在显要位置。这一事实说明了什么?无须多言,大家已经可以明白。

在西方发达国家,不少公共关系从业人员是从新闻界转行而来的,乃至先从事几年新闻记者工作然后再投身公共关系职业,一度被许多人认为是欲在公共关系领域一展身手之辈的正途。其中原因固然是多方面的,但毫无疑问,凡当过记者的公共关系从业人员,一般均能写出一手比较规范而又漂亮的文章。这也是他们在公共关系领域如鱼得水的重要因素。中国的公共关系事业起步较晚,虽然发展至今,已有了一些曾经在新闻媒介工作过的公共关系专业人员,但总体比例尚低。我们当然不可能要求凡从事公共关系职业者先去当几年记者,但可以对他们提出某种期盼,希望他们能通过各种培训、进修和自学,尽快提高自己的写作水平,能较为熟练地撰写公共关系工作开展中所需要的各种文案。这应该不是什么苛求。

所以,对公共关系从业人员来说,学习公关写作,乃是个人要想在事业上有所发展、有所成就的必不可少的修炼。而对整个中国公共关系事业来说,这也可以在一定程度上推动公关从业队伍整体水平的提升。

三、我们怎样学习公关写作

既然公关写作知识和技能的掌握对于公共关系从业人员来说如此重要,那么,我们应该怎样来学习公关写作呢?

有许多青年朋友这样问过笔者。

对此,一般的说法无外乎“多写多练”。而根据笔者的经验,宁可更为强调综合素质和技能的提高,强调“功夫在诗外”。

这当然不是说“多写多练”无关紧要。作为一个大半辈子在与各种文体写作打交道之人,笔者深知写作作为一项技能,如同其他技能一样,必须“拳不离手,曲不离口”,并在坚持不懈的写作实践里去体悟个中三昧,从中获得提高。如果有一段时间搁笔不写,再动笔时自己也会感到文笔生涩,文思枯竭。公关写作也是同样道理。这一条,大家容易明白,所以无须赘言。

但同时必须看到,一篇文稿的质量高低,并不仅仅取决于其文字是否通顺,是否鲜有错别字或病句。虽然文字通顺和没有病句本是写作的最基本要求,但这是一个中学生也可以通过“多写多练”而达到的水准。我们说一篇文稿写得好,固然有赞美其文字表达的意思,但更多的还是指这一文字形式与其所蕴涵的思想内涵的有机统一,以及字里行间所体现的那种极具说服力的内在逻辑力量。从这一意义上说,一个人写作能力的强弱,实际是其综合素质的集中体现,并不仅仅是一个文字表达水平问题。

公关写作同样如此。这几年,笔者在工作交往中经常遇到一些毕业于大学中文专业、现正在专业公共关系机构或企业公共关