

现代文秘实用系列丛书

欧阳周 主 编

实用文秘公文技巧



中南工业大学出版社

• 现代文秘实用系列丛书 •

实用文秘公关技巧

主 编 欧阳周

副主编 彭小平
汪振华

中南工业大学出版社

【湘】新登字 010 号

实用文秘公关技巧

主 编 欧阳周

副主编 彭小平 汪振华

责任编辑：梅 文

*

中南工业大学出版社出版发行

湖 南 大 学 印 刷 厂 印 装

湖 南 省 新 华 书 店 经 销

*

开本：787×1092 1/32 印张：8.75 字数：202千字

1994年11月第1版 1995年3月第2次印刷

印数：7001—13000

*

ISBN 7-81020-671-O/H · 069

定价：7.00元

本书如有印装质量问题，请直接与生产厂家联系解决

前 言

近年来,随着我国改革的深入,开放的扩大和社会的进步,各系统、各行业、各部门、各单位都十分重视加强信息传递、调查研究、智囊咨询、组织协调、检查监督等方面的工作,努力提高工作质量和效率,因而,作为领导的耳目、参谋和助手的文秘人员越来越受到人们的重视,文秘工作在建设有中国特色的社会主义事业中发挥着越来越大的作用。

正是为了适应形势的发展和实际工作的迫切需要,国内一些高校相继兴办秘书学系或行政管理与文秘、高级文秘、涉外文秘、文秘与公关、中英文秘与办公室自动化等专业,更多的高校则是在有关专业开设了具有很强操作性和实用性的文秘课程,受到了社会上各用人单位和学生们的普遍欢迎。这是教育与市场经济接轨、为行政管理体制和经济管理体制的改革服务的实际举措,是教育改革深入发展的具体体现。办学需要教材,这些年社会上出版的文秘教材、著作不少,它们自成体系,各有特色,不但满足了教学的急需,而且有力地推动了文秘工作的实践和理论的深入与发展。这是一个十分可喜的成就!

时代的发展对现代文秘人员提出了更新、更高的要求。今

天,作为一个称职的、有作为的文秘人员,不仅要能起草文件、处理文电、搜集信息、综合情况、接待来访、办理会务、安排礼仪活动、承担日常业务工作,而且还要能说会道、掌握语言艺术懂得公关技巧、建立和谐的人际关系;要懂得一两门外语、拓宽业务范围、广泛进行国际交流;要具有操作电脑和复印、传真等技能,实现办公室自动化等,才能真正适应不断发展的新形势的要求。基于上述宗旨,中南工业大学出版社组织编写《现代文秘实用系列丛书》,这是很有见地和胆识的。全套丛书共有五本:《实用文秘写作教程》、《实用文秘写作教程》、《实用文秘公关技巧》、《实用文秘英语教程》、《实用文秘电脑教程》。每本书都从理论和实践的结合上,系统扼要地讲解其基本原理、基础知识和操作技能,强调理论学习与实际操作、动脑与动手的有机结合,以达到学以致用目的。

本套丛书体系严密,内容丰富,文例新颖,简明实用,深入浅出,可操作性强,做到了融科学性、思想性、知识性与技能性、趣味性、整体性于一炉,适于秘书学系和各文秘专业以及有关专业开设文秘课程作教材用,也适于广大文秘人员和国家公务员进行自学,对社会青年学习文秘知识更是一套难得的参考书。

编 者

1994年4月14日于星沙

目 录

1 导论	(1)
§ 1 文秘人员和文秘工作	(2)
§ 2 公共关系的含义、构成要素和基本职能	(6)
§ 3 文秘人员必须重视公共关系	(14)
2 文秘人员公关工作的一般程序	(19)
§ 1 形象调查	(20)
§ 2 制定计划	(27)
§ 3 组织实施	(32)
§ 4 检测效果	(37)
3 文秘人员的内部公共关系	(45)
§ 1 内部公共关系的重要性	(45)
§ 2 文秘人员的内部公共关系	(50)
§ 3 处理内部公共关系的原则和方法	(55)
§ 4 建立良好内部公共关系的技巧	(58)

4	文秘人员的外部公共关系	(66)
§ 1	外部公共关系的重要性	(67)
§ 2	文秘人员的外部公共关系	(69)
§ 3	建立良好外部公共关系的技巧(一)	(74)
§ 4	建立良好外部公共关系的技巧(二)	(80)
5	公共关系调查	(86)
§ 1	文秘人员与公共关系调查	(86)
§ 2	公共关系调查的目的和功用	(88)
§ 3	公共关系调查的内容	(90)
§ 4	公共关系调查的方法	(93)
6	公共关系策划	(110)
§ 1	公共关系策划的目的和功用	(110)
§ 2	公共关系策划的原则	(112)
§ 3	公共关系策划的程序	(116)
§ 4	公共关系活动模式的类型	(121)
7	公共关系广告	(130)
§ 1	文秘人员与公共关系广告	(130)
§ 2	广告、公共关系广告的含义及二者的区别	(133)
§ 3	公共关系广告的特点	(136)
§ 4	公共关系广告的目标和类别	(140)
§ 5	公共关系广告词的写作	(144)
8	协调工作	(149)

§ 1	文秘人员与协调工作	(149)
§ 2	协调工作的范围和内容	(154)
§ 3	协调工作的原则和要求	(161)
§ 4	协调的艺术	(165)
9	会务工作	(170)
§ 1	文秘人员与会务工作	(170)
§ 2	会议的类型和作用	(172)
§ 3	会务工作的内容 and 要求	(175)
§ 4	会议的控制和效率	(184)
10	信访工作	(187)
§ 1	文秘人员与信访工作	(187)
§ 2	信访工作的概念	(189)
§ 3	信访工作的任务	(191)
§ 4	信访工作的原则	(194)
§ 5	信访工作的制度	(198)
§ 6	信访工作的要求	(202)
11	接待工作	(208)
§ 1	文秘人员与接待工作	(208)
§ 2	巧作自我介绍	(210)
§ 3	电话	(213)
§ 4	迎送	(214)
§ 5	交谈	(216)
§ 6	宴请	(219)

§ 7	游览参观	(223)
12	公共关系专题活动	(227)
§ 1	文秘人员与公共关系专题活动	(227)
§ 2	新闻发布会	(229)
§ 3	社会赞助活动	(232)
§ 4	展览会(展销会)	(235)
§ 5	典礼与仪式	(239)
§ 6	联谊活动	(242)
§ 7	突发事件的处理	(244)
13	公关礼仪	(247)
§ 1	文秘人员的仪容美	(247)
§ 2	日常基本礼仪	(249)
§ 3	喜庆、不幸场面及其应对	(254)
§ 4	服饰礼仪	(257)
§ 5	外事日常交往礼节	(262)
	参考文献	(269)
	后 记	(271)

1

导 论

文秘人员是秘书群体中主要从事文字工作的,是秘书部门的主体,其工作性质要求他常常扮演“公关大使”的角色。文秘人员、文秘工作与公共关系有着天然的联系。在文秘人员所从事的一切实际工作中,无不渗透着公共关系的因素,也或多或少都包含有公共关系的工作。如果一个文秘人员公关意识淡薄,连最起码的公关技巧也不懂得,那他就会耳目闭塞、信息不灵,很难得到各个方面的关注、支持和帮助,本职工作是肯定干不好的。对于一个单位的领导人来说,文秘人员和公关人员同为他的耳目、智囊和得力助手。尽管文秘人员与公关人员的职责、地位、作用有所不同,但也不可否认,他们的工作在某些方面或在某种程度上又是重合的,总目标是一致的。在当前改革开放的新形势下,随着体制改革和经济建设的发展,对文秘人员提出了新任务和更高的要求。作为一个称职的、有作为的现代文秘人员,必须树立强烈的公关意识,了解公关原理和实务,掌握基本的公关技

巧,处理好上下左右、四面八方的公共关系,塑造自身和组织的良好形象,创造“天时、地利、人和”的社会环境,这样才能切实提高工作效率和工作质量,事半功倍,卓有成效地搞好本职工作。

§ 1 文秘人员和文秘工作

一. 文秘人员

秘书,是我国党政机关、人民团体、企事业单位普遍设置的一个行政职位,在国外也是最广泛的社会职业之一。所谓秘书,是指那些为领导中枢和领导者提供综合性、辅助性服务的公务人员,是以文字、研究、组织、协调的能力为手段,围绕领导意图工作的脑力劳动者。秘书部门最基本的任务之一,就是处理文电,撰写文稿。文秘人员是秘书部门的主体,占据特殊重要的地位。其他的秘书人员,如行政秘书、法律秘书、科技秘书、机要秘书、生活秘书以及配备给领导同志的个人专职秘书等,他们也都离不开文字工作。因此,在通常情况下,“秘书”与“文秘”、“文秘人员”的含义,往往被人们同等看待。

二. 文秘工作

文秘工作是以领导中枢和领导者的工作运转和决策服务为宗旨、由文秘人员根据领导意图完成的各项综合性、辅助性工作的统称。

秘书工作的具体内容,主要是起草文稿、校核文稿、制发文书、处理文电、调查研究、采集信息、综合协调、查办问题、办理会

务、接待来访、操办事务、印章管理、立卷归档、机要交通、值班工作、安排领导工作日程、办理领导交办事宜等,范围是相当广泛的,工作是十分繁杂的。当然,并非每一个秘书工作人员都要承担上述所有的工作。这要视机关、单位层次的高低和秘书部门的大小而定,而有相应的分工。一般说来,高层的、大的机关、单位工作量大,责任重大,人员也多,分工就细;基层的、小的机关、单位工作多,面又广,人员少,分工就粗,秘书工作人员往往身兼数职,样样要干,样样要管,成了“不管部”的“部长”。有人将秘书工作简单概括为“办文、办事、办会”,虽然不够全面,但大体上还是符合实际情况的;这里将“办文”列在首位,可见其地位的重要性。离开了“办文”这主体部分或核心部分的工作,离开了这一条主线,秘书部门也就丧失了它的基本职能,根本发挥不了秘书部门对领导的耳目、参谋、助手的作用。正因为这样,通常人们将“秘书工作”与“文秘工作”同等看待,是很有道理的。“秘书工作”和“文秘工作”二者在概念的内涵和外延上是有区别的,前者包括了后者,但文秘工作是整个秘书工作的核心和主体,是它的职能基础,所以,人们才约定俗成地将“秘书工作”称之为“文秘工作”。

三. 文秘人员和文秘工作的作用

文秘人员和文秘工作的基本职能,可用八字来概括:辅助管理、综合服务。文秘人员和文秘工作的作用,主要表现在以下几个方面:

(一). 枢纽作用

秘书部门处于领导机关之下、其他各职能部门之间的中心位置,协助领导处理全面工作。文秘人员经常通过文件、会议和

其他方式传达上级的政策、方针、工作部署和本单位领导的指示,及时检查督办,以保证决策、指示能及时、完整地贯彻实施;同时与各职能部门密切联系,了解他们的工作情况,听取他们的批评和建议,总结和交流经验。对外而言,无论是上级、同级、下级或外单位的人来联系工作,一般均由文秘人员接待,并协助领导处理和解决各种问题。这样,秘书部门就成了承上启下、沟通左右的总枢纽,成了信息集散、文件吞吐、上情下达、下情上传、内外交流的总渠道,从而保证单位日常工作和领导工作的正常运转。

(二). 助手作用

文秘人员是协助领导工作、办理既不能由其它职能部门办理、又是领导者个人承担不了的各项工作,使领导者有更多的时间和精力去抓全面工作和处理重大问题。文秘人员草拟文稿、组织会议、调查研究、提供信息资料,协助领导处理各种问题,起到了助手的作用;他为领导安排工作日程,接受领导委托处理文电、参加会议、传达指令、操办事务、管理印章、完成领导交办事项,也起到了助手的作用。

(三). 参谋作用

文秘人员经常和领导一起工作,关系密切,这就为其发挥参谋作用提供了优越的条件。文秘人员的参谋作用贯穿于领导人对管理工作的整个过程中,其实质是为领导决策服务。诸如:在撰文、核文、筛选文件时,文秘人员经常给领导提供一些参考性意见;搜集和分析各种信息,以备领导咨询;将经过梳理、综合的准确信息及时提供给领导,作为领导决策的依据;对当前形势、工作状况及发展趋势,认真地进行分析研究,协助领导作出正确的判断;在领导作出决策前,提出一个乃至几个方案供领导参考、

选择;协助领导制定工作规划、计划,明确工作目标;在办事时,经常出主意,想办法,预先提出方案,供领导参考等。

(四). 耳目作用

文秘人员积极、主动地进行调查研究,广泛、周密、经常地收集情况、资料,掌握各方面的信息、动态和情况,及时反映给领导,为领导决策和指导工作提供参考。同时,将领导的意图传达下去,进行追踪调查,提供信息反馈,以检验决策是否正确,发现偏差,及时纠正。对平日收集到的各种信息,及时进行加工、疏理、分类、编排,认清其性质,甄别其真伪,估价其意义,判断其效用,提供给领导和有关职能部门参考。

(五). 协调作用

文秘人员运用各种行之有效的工作方法,在单位与单位之间、部门与部门之间、个人与个人之间、领导与员工之间联络、沟通、商洽、平衡、协调,使之消除隔阂、化解矛盾、调整关系、和谐气氛、统一目标、整齐步调、同心协力、密切合作,发挥群体优势,创造最佳的工作环境,以获取最理想的工作效能。协调,可以是政策协调、职责协调、会议协调,也可以是人际关系的协调。

(六). 门面作用

秘书部门素有“关口”和“窗口”之称。所谓“关口”,是指在一个单位里,文秘人员要把好文字关、用印关、保密关等,特别是文件、信息的上承下达都要经过文秘人员之手。所谓“窗口”,是指上下、内外联系,群众来信来访,各方来人洽谈工作,商办各种事情,都由文秘人员接待。文秘人员的待人接物、工作质量、办事效率如何,不仅关系到文秘人员个人的形象,同时也关系到机关、单位的形象,起着支撑“门面”的作用。

四．文秘工作的发展趋势

在现代社会中,在改革开放的新形势下,事业兴旺,事务繁多,文秘人员和文秘工作显得越来越重要。近年来,随着工作重点的转移和各条战线取得的伟大成就,我国的文秘工作也开创出了新的局面。

1985年1月,中央召开了第三次全国秘书长、办公厅主任会议,着重研究了新形势下如何更好地发挥秘书部门的参谋、助手作用问题,提出新时期秘书工作必须完成的“四个转变”,这就是:从偏重于简单地办文办事,转变为既办文办事,又出谋献策;从单纯地收发传递,转变为综合处理信息;从单纯凭老经验办事,转变为实行科学化管理;从过去的被动服务,转变为力争主动服务。使秘书工作进入了一个新的阶段。

“四个转变”是新时期文秘工作新发展的科学总结,它对文秘工作提出了新的更高的要求,指明了文秘工作的发展趋向和工作重点。

§ 2 公共关系的含义、构成要素和基本职能

一．公共关系

公共关系又称“公众关系”,简称“公关”。它是英文 Public Relations 的直译,英文缩写为 PR。究竟什么是公共关系,至今众说纷纭,莫衷一是,没有一个统一的定义。1976年,美国的哈罗从收集的大量资料中发现,世界各国关于公共关系的定义,竟多达 472 个,其中较流行的也不下 10 余个。为什么会出现这种

情况呢?主要是因为各人观察的角度不同、对公共关系本质和特征的理解不同以及文字表述不同而造成的。吸收各派意见的优长,从我国公共关系的实践出发,我们将公共关系的含义作如下界定:公共关系是社会组织及其成员,为实现特定的目标,通过一定的传播媒介,在社会公众中塑造形象、沟通信息、协调关系,以增进与内外公众相互了解和相互适应的一种持久的策略行动。

公共关系的基本特征是:以公众为对象;以沟通为手段;以真诚为信条;以美誉为目标;以互惠为原则;以长久为方针。

公共关系一般可分为静态公共关系和动态公共关系、内部公共关系和外部公共关系。静态公共关系是指实际上客观存在的公共关系现象和活动,它是不以社会组织及其成员是否意识到它的存在为转移,是任何社会组织都无法避免的,亦称为自然状态的公共关系。动态公共关系是指在自觉意识下有计划、有目的、有步骤进行的、体现了公共关系职能的公关现象和活动,它又可分为日常性公关活动和专业性公关活动两大类。内部公共关系指社会组织同其内部公众之间的关系以及内部公众相互之间的关系,主要包括领导成员之间的关系、员工关系、干群关系、股东关系、部门关系等。外部公共关系指社会组织同外部各类公众的关系,主要包括媒介关系、社区关系、政府关系、金融关系以及同顾客、消费者、竞争者、供应者、特殊社团的关系等。一个组织与上级、同级、下级组织之间的关系,也属于外部公共关系的范畴。

二. 公共关系的构成要素

公共关系作为一种带普遍性的社会关系,它构成的基本要

素是：公共关系的主体——社会组织；公共关系的客体——公众；联结主客体之间的中介——传播。在公共关系实践过程中，这三个要素是密不可分、缺一不可的。

社会组织是指人们在共同目标的基础上，按照一定的统属关系构成的群体。社会组织是因为社会分工的需要而建立起来的，它有领导、有目标、有计划、有信息联系、有协作意愿，成员间又有明确的分工和职责范围，还有一套运行的制度。任何一个社会组织都不是孤立存在的，它是整个社会环境的一个组成部分，与社会环境有着相互依赖、相互影响、交互作用的密切关系。一方面，社会组织要受到社会环境的制约；另一方面，它又反过来对社会环境有所改造，有所超越。从组织环境学的角度看，一个组织的环境是指组织本身所处的社会环境与内部协调机制的总称。从环境的层次上看，影响组织效能的客观环境有下列三个层次：大环境——包括国家、社会的政治、经济、文化等三大系统，对组织的影响是巨大而全面的；中环境——包括市场、分配、供应、技术、竞争、服务和团体压力等次级系统，各类组织不论其性质如何，均需依赖这些系统，才能实现组织的目标；小环境——包括组织结构、工作条件、人才配备、领导威信、人际关系等再次级系统。这些系统，决定了组织的特性。组织未能发挥效能，主要是在适应环境的各个环节上出了问题。因此，一个社会组织要善于适应和利用社会环境，并在适应和利用环境的过程中，努力改造和超越社会环境，争取各方面的支持和帮助，使本组织处于最佳运转状态之中。

公众，指的是对一个社会组织的目标和发展具有现实的或潜在的利益关系和影响力的所有个人、群体和组织。公共关系实质上是公众关系，或者说公共关系是一种与公众之间的互动关