

普通高等教育“十一五”国家级规划教材修订版

应用文写作

(第二版)

王首程 主编

Practical writing



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

普通高等教育“十一五”国家级规划教材修订版

应用文写作

Yingyongwen Xiezuo

(第二版)

王首程 主编

孔宪峰 樊慧 副主编



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容提要

本书一版为普通高等教育“十一五”国家级规划教材。全书分为应用文概说、会务文书、调研文书、交际文书、公务文书、商务文书、新闻传播类文书和新媒体文书共八章。除概说外,文种写作各章的内容均由相关文体的案例开篇,然后按照“案例启示”、“范文例举”、“写作知识”、“例文评析”、“知识拓展”、“写作练习”六个部分依次展开。其中“写作练习”设计了“阅读分析”、“病文诊断”、“情境写作”几种练习方式。书中的理论阐述简明扼要,例证内容贴近学生的实际需要。

本书可作为应用性、技能型人才培养的教材,也可供广大社会读者学习参考。

图书在版编目(CIP)数据

应用文写作 / 王首程主编. —2 版. —北京: 高等教育出版社, 2012. 8

ISBN 978 - 7 - 04 - 034918 - 4

I. ①应… II. ①王… III. ①汉语 - 应用文 - 写作 - 高等学校 - 教材 IV. ①H152. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 141122 号

策划编辑 杨莉
插图绘制 黄建英

责任编辑 杨莉
责任校对 刘春萍

封面设计 于涛
责任印制 韩刚

版式设计 马敬茹

出版发行 高等教育出版社
社址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100120
印刷 北京市密东印刷有限公司
开本 787mm × 1092mm 1/16
印张 17
字数 410 千字
购书热线 010 - 58581118
咨询电话 400 - 810 - 0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
版 次 2008 年 4 月第 1 版
2012 年 8 月第 2 版
印 次 2012 年 8 月第 1 次印刷
定 价 29.90 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 34918 - 00

再版前言

2008年4月,本书作为普通高等教育“十一五”国家级规划教材正式出版,并在当年获评为教育部普通高等教育精品教材。到2011年底,本书已十几次印行,先后被数十所高校选作教材,中南医科大学等高校还将本书列为研究生入学考试指定复习用书。作为编者,我们为此而感到欣慰。

根据教材管理的有关要求,高等教育出版社2011年将本书的修订列入了议程,并具体组织了本次修订。2011年10月22日,在高等教育出版社于郑州召开的修订研讨会上,主编王首程教授代表编写组阐述了修订本书的指导思想,其核心观点是进一步革新应用文写作观念,努力实现三个增强:

一是增强应用文写作的时代性。应用文是记录时代的文书,惟其如此,才意义非凡。今天的时代既追求简单、高效,又提倡包装、礼仪,应用文写作教学应该予以正视和反映。

二是增强应用文写作的社会性。应用文不能紧锁在机关大院里。接了“地气”,应用文才真的有用,才具有广泛性,才有可能枝繁叶茂。

三是增强应用文写作的交流感。如果始终居高临下,动辄指示、命令,还怎么进行交流?如果过分强调尊卑不易、上下有别,还如何有效沟通?网络时代是稀释权威的时代,应用文写作教学需要增加参与性环节,让学生在平行互动的语境中实现知识和技能的增值。

上述思想获得了与会专家、老师的高度认同。

为此,修订后的《应用文写作》较一版有了几个明显的变化:

一是有了增加。最明显的是增加了“新媒体文书”一章,分别介绍了微博发布稿、微博评论、微博私信以及手机短信的传播特性和写作要求——这些内容可能是首次在教育类教科书中出现。

二是作了调整。作为为学生职业素养的生成和提高服务的教科书,“应用文写作”的重心应该再低一点,距离生活和职业再近一点。出于这样的考虑,此次修订更新了大部分文例,全书因此而更加鲜活、实用。此外还进一步理顺了关系,譬如将会议新闻通稿调整到了新闻传播类文书中。

三是有了提高。包括全书内容质量的提高和编写水平的提高。书中的图表有所增加,制作了配套的教学课件,编写了供老师参考的写作练习提示性答案,离教学的实际需求更接近了。

本次修订由王首程主编主持实施。各章执笔人如下:王首程执笔第一章应用文概说、第四章交际文书、第八章新媒体文书;樊慧执笔第二章会务文书、第六章商务文书;韩鸿雁执笔第三章调研文书;孔宪峰执笔第五章公务文书、第七章新闻传播类文书。全书最后由主编统稿、改定。

没有最好,只有更好。在追求更好的过程中,期待着始终有您一路鞭策、同行。

王首程

二〇一二年二月

于广州大学

第一版前言

当代社会,工业产品中技术、信息和知识的含量日益提高,社会消费品更新换代的速度日益加快,科学技术综合化趋势日益增强。与此同时,社会成员所面对的不确定因素越来越多,职业更替的现象也越来越频繁。在这样的背景下,职业“能力”系统中的“学习能力”,即“生成能力的能力”就变得更加宝贵。怎样才能让未来的职业人获得学习能力,成为能够不断更新、不断进步的智能型应用人才和适应环境、宽专多能的复合型人才呢?方法之一就是提高学生的思维品质,让他们获得更为理想的写作技能。因此,我们编写了这本作为普通高等教育“十一五”国家级规划教材的《应用文写作》。

应用文写作类的教材已经出版了很多,想要编写出新意来,真的很难,但是我们还是做了努力。

本书选择的突破口如下:

一、不求体系完整,但求职业性强

当代和未来一段时期,高技能职业岗位对从业人员“写”的技能需求如何,是本书集中关注的话题。在分析上述需求的基础上,本书确立了努力培养、提升未来职业人职业素质的编写思想。全书框架设计、文种选择,都不再囿于应用文写作的学科体系,阐释的重点也集中指向了未来职业人的文化素质以及职业岗位对应用文写作能力的实际需要。编者希望书中的案例选择、习题设计,都能够有助于培养学生积极向上的人生态度、开拓进取的职业精神、沉着应变的处事能力、乐于助人的团队意识和爱岗敬业的职业品质。这些态度、精神、能力、意识、品质对学生获得良好的职业素养是至关重要的。

二、不求博大精深,但求学了有用

本书着力体现职业教育“求用”的功能与特征。全书的框架设计虽仍然以基本知识的传授为基础,但是坚决告别了以往求博贪大的编著心理,转而在理论阐释上严格遵循“必需、够用”的原则,以腾出更多的篇幅介绍和分析应用写作案例,以期更有效地培养学生的动笔能力。书中特别注意了从日常的生活和交际中归纳写作知识,积累写作案例,也特别注重了结合学生日常的生活需要和未来的职业岗位需要,展开写作练习。这一切的目的就是为了让学后真的有用,并且,让学生在学的过程中就能够感受到学后真的有用。

三、既求先生好教,更求学生易学

教材是为谁编写的?道理看似简单,操作起来却非常不易。本书编写者在深入研究当下高等职业教育应用写作课程功能、定位以及教学设计理念的基础上,更加系统地分析、研究了高职院校学生的智能特征及学习、认知特点,防止内容过于高深,让学生感到难学进而厌学。既好教,又易学,当然最为理想,也是编者不懈追求的目标。为此,本书从选文、选例到选择表达方式,都做了一些努力。

此外,在本书编写过程中,编者还时时提醒自己努力追求以下几个“一点”:

(1) 让书再薄一点;

- (2) 让内容再精一点;
- (3) 让理论再少一点;
- (4) 让例子再新一点;
- (5) 让知识离学生再近一点。

从现在的书稿来看,我们的上述设计思想有些得到了很好的体现,有些体现得还不是很好。不过我们会继续努力的。在自我完善的过程中,我们也特别希望听取读者的意见,特别需要得到您的帮助。

本书由中国职业教育学会教学工作委员会常务理事兼秘书与公共关系专业委员会主任王首程教授主编,孔宪峰、樊慧、陈岗林为副主编。全书的框架以及各章、节、款的具体内容由主编统一设计,随后由各位参编人员分头执笔编写。各章执笔人如下:王首程执笔第一章,樊慧执笔第二章、第六章,彭玉玲执笔第三章,陈岗林执笔第四章和第七章第三节,孔宪峰执笔第五章和第七章第一、二节。全书最后由主编统稿、改定。广州大学新闻与传播学院戴剑平教授负责书稿的审定工作,并提出了许多非常有价值的意见和建议,在此表示衷心感谢。

本书的编者都有着多年的应用文写作教学经验,其中的多数编者至今还坚守在高等职业院校应用文写作的教学一线。这本《应用文写作》的出版,是编者献给高等职业教育的一份薄礼。

编者

二〇〇八年一月

目 录

第一章 应用文概说	1
第一节 应用文的功能	1
一、应用文是工具	1
二、应用文是凭证	3
第二节 应用文的文体特点	4
一、应用文有实用性	4
二、应用文注重规范性	5
三、应用文追求形式美	9
第三节 应用文的写作要求	9
一、吃透意图	9
二、摸清背景	10
三、选准格式	10
四、用好语言	11
五、快速成文	13
第四节 应用文的格式规范	14
一、法定的格式	15
二、俗定的格式	18
三、变通的格式	19
第五节 应用文的文面布局	22
一、应用文格式与文面的和谐	22
二、应用文的封面布局	22
三、应用文的标题布局	24
四、应用文的图表布局	24
第二章 会务文书	28
第一节 会议策划案	29
一、会议策划案的概念和用途	30
二、会议策划案的结构及写作要求	30
第二节 会议规则与议程	34
一、会议规则	35
二、会议议程	36
第三节 会议记录	39
一、会议记录的文体特点	39
二、会议记录主体应突出的重点	40

三、会议记录的要求	40
第四节 会议简报	42
一、会议简报的概念	44
二、会议简报的格式	44
第五节 会议备忘录	48
一、会议备忘录的文体特点	49
二、会议备忘录的格式与写作要求	49
三、会议纪要、会议记录与会议备忘录的异同	49
第六节 会议讲话稿	53
一、会议讲话稿的文体特点及写作要求	55
二、会议讲话稿的结构	56
三、代拟讲话稿的写作要求	56
四、腹稿的特点和构思方式	56
第三章 调研文书	60
第一节 调查报告	61
一、调查报告的文体特点	62
二、调查报告的种类	62
三、调查报告的结构和写作要求	63
第二节 情况反映报告	68
一、情况反映报告的分类和文体特点	69
二、情况反映报告的结构和写作要求	70
第三节 实验报告	74
一、实验报告的文体特点	75
二、实验报告的分类及格式与写法	76
三、实验报告的写作要求	78
第四节 实习报告	82
一、实习报告的文体特点	84
二、实习报告的基本结构	85
三、实习报告的写作要求	85
第五节 业绩报告	89
一、业绩报告的文体特点	90
二、业绩报告的写作要求	90
第六节 统计分析报告	92
一、统计分析报告的文体特点	94
二、统计分析报告的格式和写法	95
三、统计分析报告的写作要求	96
第四章 交际文书	100
第一节 书信	101

一、书信的含义	102
二、书信格式的写作要求	103
三、书信内容的写作要求	104
第二节 启事	112
一、启事的特点	113
二、启事的写作要求	113
第三节 柬帖	122
一、柬帖的文体特点	122
二、柬帖的结构	123
附:名片	128
一、名片的来历	128
二、名片的作用	129
三、名片的格式	129
四、名片的设计制作	130
五、名片的写作要求	130
第五章 公务文书	131
第一节 行政类公文	132
一、行政类公文的分类	133
二、行政类公文的格式	134
三、行政类公文的行文规则	137
四、通知的写作要求	144
五、通报的写作要求	146
六、报告的写作要求	148
七、请示的写作要求	150
八、函的写作要求	151
九、会议纪要的写作要求	152
十、行政公文的惯用语	153
第二节 事务类公文	160
一、事务类公文的特点和分类	161
二、事务类公文的格式和写作要求	162
三、计划的种类与写作要求	162
四、总结的类型与写作要求	163
第六章 商务文书	168
第一节 协议书	168
一、协议书的分类	169
二、协议书的格式	169
三、协议书的写作要求	170
第二节 产品说明书	173

一、产品说明书的文体特点	175
二、产品说明书的格式	175
三、产品说明书的写作要求	176
第三节 招标书与投标书	180
一、招标书	182
二、投标书	184
第七章 新闻传播类文书	189
第一节 消息	190
一、消息的类型及文体特点	191
二、消息的写作要求	192
第二节 通讯	204
一、通讯的类型及文体特点	206
二、通讯的写作要求	208
第三节 广告文案	216
一、广告文案的概念与特点	216
二、广告文案的分类与作用	217
三、广告文案的结构与写作要求	219
第八章 新媒体文书	228
第一节 微博发布	229
一、微博的传播特性	230
二、微博的文本特点	232
三、微博发布内容的写作原则	233
第二节 微博评论	238
一、微博评论要有睿智	239
二、微博评论要有理性	239
三、微博评论要摆事实、讲道理	240
四、微博评论要俗中求雅	240
第三节 微博私信	243
一、微博私信的传播特征	243
二、微博私信的写作要求	245
第四节 手机短信	249
一、手机短信的传播特性	249
二、手机短信的写作要求	251
主要参考书目	258

第一章 应用文概说

第一节 应用文的功能

应用文是实用性文章的总称。此类文章或有工具之能,或有凭证之用,是人们生活和工作中的亲密伴侣。

一、应用文是工具

(一) 应用文是传播工具

人类的传播活动分为自我传播、人际传播、组织传播、大众传播等几种类型,应用文在各种类型的传播中都扮演着十分重要的角色。

1. 应用文是大众传播的工具

大众传播是专业化的媒介组织运用先进的传播技术和手段,以一般社会大众为消费对象的大规模的信息生产和传播活动。显然,这样的传播必须借助“文章”才能进行,这些“文章”包括广告文案、新闻消息、新闻通讯、新闻评论和新闻专题稿等。另外,电视节目里口播的内容也算是应用文——口播、口述的“背后”都有文稿。就连不用解说的卡通片,其实也是按照“脚本”设计制作的。可以说,离开了应用文,大众传播就难以进行了。

2. 应用文是组织传播的工具

组织传播是最能够体现人的社会属性以及人的职业角色的传播活动。组织传播是在组织系统内,依据组织明文规定的原则进行的信息传递与交流。其具体的传递与交流方式,主要依赖于公函往来、文件传达、信息情报交换和各类会议活动。显而易见,前三项都离不开应用文。稍微正规一点的会议活动也离不开应用文,如会议通知、会议简报、会议讲话稿或发言稿等。所以说,应用文是组织传播的工具,离开了这一工具,现代组织传播几乎无法进行。

3. 应用文是人际传播的工具

人际传播是个人与个人之间的信息传播活动,也是由两个个体系统连接而成的新的信息传播系统。

人类自从群居以来,就有了相互交往的欲望。发展到今天,人际交往的空间愈益广泛、多向。不同的交往目的、不同的交往对象、不同的交流内容促进了不同文体的产生。今天,有谁能说不依赖应用文就可自由地与人交往呢? 尽管文章并非人类交往的唯一媒介,但是,在许多类型的交往中,文章却是最佳媒介,并具有不可替代性。譬如书信——谁能一生不写书信? 也许有人真的不写书信,那么他一定会失去很多很多,甚至失去了还不能察觉。

4. 应用文是自我传播的工具

自我传播是个人接受外部信息并在人体内部进行信息处理的活动。自我传播是“I”和“Me”

的对话,比如我们平时的自我反思过程、自言自语都属于自我传播。既然是个体内部进行的信息传播,应该不需要应用文了吧?也不是。如今,写日记的人似乎少了,但是利用计算机记录并存储感言、逸事留作日后自娱、自乐、自思的却大大增多了。自己利用电子信箱给自己发邮件,记录下生活中的某个瞬间,也是一个很不错的选择,并且很多人都已经做了这样的选择。瞧,他们借助电子手段记录和存储的、自发自收的,不都是“应用文”吗?

(二) 应用文是表达情感的工具

写作目的大致可分为两类,一类是为了怡情,另一类是为了应用。怡情之文,其基本功能是表达某种情感;应用之文,其基本功能就是要充当人类传播的工具。

既然如此,应用文怎么又可以用来表达情感呢?

我们知道,人的情感是比较复杂的,表达情感的方式也多种多样。那些抽象的、含蓄的、莫名的、个性化的情感,适宜用怡情文来表达,而那些具体的、直白的、清晰的,具有社会共性和价值认同的情感,就比较适合用应用文来表达。如:

同意!

赞成!

绝不允许。

务必做到。

分别以来,日思夜想……

以上都是常见于应用文中的语词,都表达了鲜明的情感。

应用文的笔端能够寄托高尚的情怀,也能够包藏龌龊的用心。诬告信、诽谤材料、低俗的广告、虚假的新闻、欺诈性的宣传所表达的“情怀”,至今还在扰乱着社会的安宁。

(三) 应用文是成就大业的工具

文章是成就千秋伟业、实现个人理想的工具——古代人早就发现了这一“秘诀”。从隋唐的诗赋到宋代的制义,再到元代的八比,又到明清的八股——中国的科举考试经历了几个发展阶段,造就了多种特殊的文体。各代王朝通过比试文章,录取了十万计的进士,百万计的举人。历史上千千万万的考生迷恋诗赋、痴情八股、精于策论,所为者,理想与大业也。如今呢,聘任考试有作文,晋升职称看论文,公务员考试更要考应用文写作。一些企业通过传媒悬赏征集广告文案,每每引得应征者跃跃欲试。熟通应用文,能写出一手应用性好的文章,就多了很多发展机会,工作中就多了很多选择,实现人生理想就多了一份保证。

环顾左右,在现实的世界里,生活就是这样的真实:两人竞争一个职位,胜任者的优势可能只有一项——比较会写;两人同时就职于一家机构,一段时间后,一位得到提升,另一位仍原地踏步,这有时也和两人的写作能力强弱有关。由于会写,有些人成了报界的著名记者,有些人成了广告界的文案“大师”,有人以此博得上司的信赖,拓展了自己的空间……

当代人已经不再讳言应用写作在某些方面的功利取向了。一名广告文案创作者曾抱怨说:“我知道这份文案得不到市场的回应,但是没有办法,客户要求我这样写。”功利取向甚至已经成了一些职业写作的主要特征。很难说这名广告撰稿人的处置有什么不妥之处,也许他是对的。

二、应用文是凭证

(一) 应用文是事实凭证

有些应用文能够证明一个事实的客观存在。例如,一份结婚证书可以证明一桩婚姻事实的存在,一份学历证明能够证实一段学习经历的存在,一张借条证明的是拆借事实的存在,一张收据证实的是一个相应的偿还事实。

那么一份会议记录呢,至少可以证明谁参加了会议,谁在会上说了什么。会议记录还可以证明会议布置了什么,要求了什么,做出了什么决议。作为参加了会议的人,你不可以对自己不利的时候就推诿说对布置的内容,对要求的事项,对做出的决议不知道、不清楚,否则你可能会很被动。因为有会议记录为证。

应用文家族成员中具有凭证作用的文种还有很多很多,譬如委托书、公证书以及委任状、遗嘱,等等。

(二) 应用文是交往凭证

具有交往凭证功用的应用文集中在“官文书”中的外交文书和“私文书”中的酬酢文书中。典型的酬酢文书有书信、题词、赠言、柬帖和备忘录等文种。

此外,一些公私往来函电、启事公告等文书,也具有交往凭证的功用。

具有交往凭证功用的文章记录了国家之间、省市之间以及企事业单位、家庭、个人之间交往的过程。其中的一些文章则转化成了档案,成为历史的记录。

(三) 应用文是承诺凭证

“一诺千金”,“白纸黑字”。前者是说做出承诺就一定要兑现,后者强调的是一般的小事情可以口头承诺,大的事情还是要“立字为据”,还要靠合同、协议等“应用文”来解决问题。

文字广告也经常对产品或服务做出承诺。做了承诺,就有个凭证放在那里,不予兑现就要承担违约责任。2007年8月23日,中央电视台经济频道《经济与法》栏目播出了一个案例,名称是“被调包的银行卡”。说的是2005年12月29日晚上8:00左右,广东省中山市的刘先生在一台自动柜员机上取款时,银行卡被骗子调了包。刘先生马上拨打了银行的客户服务电话办理挂失,但是连续拨打了30分钟才打通银行的电话,办理了柜员卡挂失。可是,由于前后耽搁了40多分钟,银行卡上的26 000元钱已经入了骗子的腰包。

刘先生出示了联通公司提供的手机通话清单,而且有民警证明他拨打了银行的服务电话。刘先生认为,被骗子调包自己有责任,但是打不通银行的热线电话是造成26 000元损失的直接原因。2006年2月8日,刘先生向中山市人民法院提起诉讼,请求法院判令银行赔偿自己的损失。诉讼依据是银行宣传服务热线功能的广告上清楚地写着:“热线电话,一拨就通,24小时为你热线服务,有一个专业的理财专家,为你热情地提供服务。”法院审理后支持了原告的请求。2006年11月,中山市中级人民法院做出判决,最终银行赔偿了刘先生的损失。

此判例证实了应用文中所做的承诺都是凭证。承诺了又不兑现,就要承担相应的违约责任。

第二节 应用文的文体特点

一、应用文有实用性

实用,是应用文存在的第一理由。应用文的实用性集中体现在行文目的明确、行文要求具体上。

(一) 行文目的明确

应用文的行文目的通常都在文中直截了当地表达,让对方清晰可知。下面是一份会议接待方案中的一段内容:

由中国教育部和日本电通公司主办、深圳大学承办的“第二届中国广告人才培养研讨会”将于8月6日至8日在深圳大学如期举行,经贵校推荐,您将作为贵校代表参加本次研讨会。

本次研讨会的全体代表将住在深圳明华国际会议中心(四星酒店),会议的住宿和餐饮费用由主办方支付,不收会务费。您只需支付自己的往返交通费用。会议为您安排了从8月5日到8日共4个晚上的住宿,9日中午12点前退房。会议进行3天,将有6位嘉宾讲授广告前沿的案例和理论。

8月5日晚6:30,将在明华国际会议中心举行欢迎酒会,教育部、电通和深圳大学领导将欢迎各位的到来。

上述文字,句句务实,绝无冗余。字里行间,作者的行文目的清晰可见。

(二) 行文要求具体

应用文不仅行文目的明确,文中的要求一般都很具体,让别人读了就知道应该怎样去行动。下面再看另一份会议接待方案中的一段文案:

……为发展我市对外交流合作,拟本着热情友好的态度,做好接待工作。具体安排如下:

一、接送、陪同

外宾抵离时,由市外办×××主任出面迎送,市外办一位领导全程陪同。

二、会见、宴请

拟请×××市长于3月28日(星期四)下午17:40出席在×××聚贤殿举行的《×××与×××加强交流合作备忘录》签字仪式,并于18:00在×××聚贤殿宴请代表团。拟请×××副市长出席签字和宴请,市外办、市侨办、市旅游局及有关方面的领导陪同出席。

拟请×××副市长于3月28日(星期四)上午9:30在市政府东厅会见代表团,并出席3月30日(星期六)晚19:30在×××宾馆宏图府举行的答谢宴会。市外办、市侨办、市旅游局领导陪同会见并出席答谢宴会。

三、主要活动

拟请市旅游局于3月28日上午10:10在市政府东厅与×××观光局会谈,探讨两地旅游合作的可能性。

四、参观游览

拟安排代表团参观×××、×××、×××、×××等。

五、礼宾礼遇

代表团抵离时备贵宾室。请××机场边检给予方便,海关给予免验,卫检给予方便。

六、安全保卫

请市公安局××处统一负责,派先导车。

七、住宿、交通

安排代表团下榻×××宾馆,备标准客房九间;在穗期间,安排奔驰轿车一辆,大巴一辆。有关费用由市外办负责。

八、新闻报道

请《××日报》、××电视台发布综合消息。请市档案局安排摄影。

.....

和以上安排相配套的,还有实施细则。相关人员按照这样的安排和细则,就可以各司其职了。接待工作的质量和效率,也就有了保证。

二、应用文注重规范性

应用文的规范性是通过行文关系规范、行文程序规范、文稿内容规范以及行文格式规范来体现的。

(一) 行文关系规范

行文者与受文者可构成几种关系,最为常见的有:

(1) 公私关系。例如代拟机关书函,受文者为个人,或代机关领导个人向有关组织行文。

(2) 上下关系。即代拟机关送上级组织或下级组织的公文。

(3) 往复关系。“往”指主动向受文者行文,“复”是回应对方的来文。

在公务应用文写作中经常需要面对的行文关系还有:

(1) 党政关系。中国共产党各级组织与国家各级行政机关之间分别由各自的秘书人员代行文。譬如党委机关发文,内容如果不涉及政府工作,不一定非要把政府机关列为收文对象。政府机关就属于自身职责范围内的事项发文,也不提倡拖着党委机关联合行文。至于上级行政机关向下级党的组织发指示,下级党的组织向上级行政机关汇报工作,都是关系不顺的表现。

(2) 组织与个人的关系。我国行政公文管理法规规定:无论公民个人还是领导者,都不应以个人的名义向组织发公文;以组织的名义起草的公文也不可以发给个人。把个人名字同组织并列,把收文者确定为“局党委、某书记”等,也都属于行文关系混乱。

(3) 领导机关和部门的关系。“党委”与“党委部门”、“政府”和“政府部门”均为不同层级的机构。党委部门与政府部门可以在职权范围内向各自下一级机关的有关业务部门行文,但是,未经授权,不应该向下一级党委、政府行文,更不能用部门的名义批转同级部门或下一级领导机关的报告。“××省政府办公厅批转××市政府的××报告”,“中共××县委组织部给中共××市委的报告”之类的行文,均属没有理顺关系。

上述关系并非出自逻辑划分,其目的也不是要从外延上去认识“行文关系”这一概念。公私、上下、党政、往复关系的描述,旨在提醒拟文者在涉及这些关系时,有一些既定的规则一定要遵行。例如:个人不得向组织发送“通知”;下级行政组织向业务主管上级部门请示问题应该以“函”行文;行政机关不得向党的机关发指示;没有“请示”来文,就不应该有“批复”之类的复

文……在日常工作中,经常能见到上级组织对下级组织用“意见”这一文种承载一些指示性、要求下属遵行的内容,而《中国共产党机关公文条例》规定:意见“用于对重要问题提出见解和处理办法”。所以一些下级组织也经常向上级组织用“意见”行文,以表达自己的主张、要求,希望获得上级的支持。来自上级的“意见”需要贯彻执行,那么来自下级的“意见”呢?同一文种是否具有同样的法定权威,这在认识上就出现了分歧。这样的分歧也反映出明确行文关系规则的必要性。

行文关系不仅直接制约文种的选择,还派生出相应的结构、用语规则。“以上请遵照执行”反映的显然是上级与下级的行文关系,“以上当否,请予批复”反映的不仅是上下关系,还有往复关系。

(二) 行文程序规范

自我传播、人际传播的行文过程可以随兴而致,组织传播中的行文过程则必须遵守规则。主要包括:

1. 行文主体合法

组织传播中的应用文行文需要获得相应的授权,不能凭爱好和热情而为。凡属于本部门以及自己工作职责范围以内的事务,按照惯例应该由自己来拟稿的,任务一经下达,则应毫不推诿,全力快速完成。按照惯例不属于自己职责范围内的事务,自己则不必主动申请承担行文任务。例如许多基层单位的党委办公室和行政办公室是合一的,但是党委与行政秘书工作却相对有所分工。分工负责行政秘书工作的,未经授权,不应主动起草关于党务工作的文字材料。否则不仅会因为情况不熟导致政策的把握出现偏差,给工作带来被动,还容易在客观上打乱日常的工作秩序,为人际关系增加不和谐因素。

写好了初稿是否就可以发送出去呢?这也要视情况、文种和工作职责分工而定。总之,组织传播和大众传播中的应用文行文有很多规矩,必须加以遵守。

2. 文种选择恰当

文种有别,始于《尚书》。《尚书》分《虞书》、《夏书》、《商书》、《周书》四个部分,其中《商书》、《周书》中的誓辞、诏令、诰言、训辞等,是迄今发现的我国最早的几类文体。到了魏晋南北朝,刘勰在《文心雕龙》中论及的文体已有 59 类之多,被后世称作应用文的,约占四分之三。罗列如下:

祝、盟、铭、箴、诔、碑、哀、吊、诏、策、檄、移、

封禅、章、表、奏、启、对、书、记、谱、籍、簿、录、

方、术、占、式、律、令、法、制、符、契、券、疏、

关、刺、解、牒、状、列、辞、谚。

上述文种,各自职能早有划分。《文心雕龙·章表》曰:“章以谢恩,奏以按劾,表以陈情,议以执异。”意思说,“章”是用作谢恩的;“奏”是用于弹劾,即检举揭发他人的;“表”是用于陈述衷情;“议”是用来发表不同的意见。文种的职能既已约定俗成,承载不同的内容,在不同的场合使用,就要按照文种职能的规则,去选择相应的文种。否则,用“批复”答复“报告”,用“意见”代替“指示”或者代替“报告”,用“通知”答复“请示”,用“函”代替“通知”,均属于混淆文种关系,不仅公文的作用难以发挥,而且还会捅娄子、添乱子。若用“通知”代替“请柬”来邀约友人,很可能不但请不来朋友,还会丢面子。

3. 行文规则清楚

应用文文体繁杂,行文规则也有种种不同。其中尤以党政公文的行文规则最为繁复,主要包括:

(1) 行文应当确有必要,注重实效,坚持少而精。无论是各级党的机关还是各级行政机关,其行文均应务实。可发可不发的公文则不发,可长可短的公文要短。

(2) 凡向上级机关行文请示问题,一般只主送一个上级机关;如果需要其他机关的上级机关知道,可以用抄送形式,但不得同时抄送下级机关。

不得越级向上级机关行文,尤其不得越级请示问题;因特殊情况必须越级行文请示事项时,应当同时抄送被越过的上级机关。

党委各部门在各自的职权范围内可以向下级党委的相关部门行文。党委办公厅(室)根据党委授权,可以向下级党委行文;党委的其他部门,不得对下级党委发布指示性公文。部门之间对有关问题未经协商一致,不得各自向下行文。

(3) 政府各部门在本部门职权范围内,可以互相行文,可以向下一级政府的有关业务部门行文,只有在获得本级政府授权后,才可以在自身的职权范围内,向下一级政府行文。向下级机关的重要行文,应当同时抄送直接上级机关。同级党的机关、党的机关与其他同级机关之间必要时可以联合行文。

(4) 同级政府、同级政府各部门、上级政府部门与下一级政府可以联合行文;政府及其部门与同级党委、军队机关及其部门可以联合行文;政府部门与同级人民团体和行使行政职能的事业单位也可以联合行文。联合行文应当确有必要,单位不宜过多。

(5) 不相隶属机关之间一般用函行文。受双重领导的机关向上级机关行文,应当写明主送机关和抄送机关,由主送机关负责答复其请示事项。上级机关向受双重领导的下级机关行文,应当抄送其另一上级机关。

(6) 向上级机关请示问题,应当一文一事,不应当在非请示公文中夹带请示事项。请示事项涉及其他部门业务范围时,应当经过协商并取得一致意见后上报;经过协商未能取得一致意见时,应当在请示中写明。除特殊情况外,请示应当送上级机关的办公厅(室)按规定程序处理,不应直接送领导者个人。

(7) 党委各部门应当向本级党委请示问题,未经本级党委同意或授权,不得越过本级党委向上级党委主管部门请示重大问题。

(8) 对不符合行文规则的上报公文,上级机关的秘书部门可退回下级呈报机关。

经批准在报刊上全文发布的行政法规和规章,应当视为正式公文依据执行,可不再行文。同时,由发文机关印制少量文本,存档备查。

对上述规则务必清楚,然后照章行事,各类文种才能各司其职,充分发挥出各自的功能。

(三) 文稿内容规范

内容规范主要是指公务应用文中的内容要遵纪、守法,顾全大局。公务应用文中涉及以下内容的,需要以高度的责任意识加以对待。

1. 国家利益

当代涉外商业活动中的文书往来日益增多。其间,国家利益观念一刻也不能放松。譬如文稿中出现了“WTO 成员国”等提法,就有可能让别有用心的人钻空子,从而导致国家利益受到伤害。复杂的政治斗争环境要求我们谨慎地判断该不该写,需要以什么口径写,如何遣词造句,并