

实用文体写作

实用文体写作

3

4

上海三联书店

陈艺岚 主编

华北水利水电学院图书馆



207323038

H152.3

X414

实用文体写作

实用文体写作



H152.3
X414

撰写 陈艺岚 廖持亮

732303

上海三联书店

陈艺岚 主编

图书在版编目(CIP)数据

实用文体写作/陈艺岚主编. — 上海:上海三联书店,
2004.2

ISBN 7-5426-1887-3

I. 实... II. 陈... III. 汉语—应用文—写作
IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 006617 号

实用文体写作

主 编/陈艺岚

责任编辑/徐如麒

装帧设计/徐 徐

监 制/朱美娜

责任校对/何 俊

出版发行/上海三联书店

(200235)中国上海市钦州南路 81 号

<http://www.sanlianc.com>

E-mail:sanlianc @ online.sh.cn

印 刷/上海惠顿实业公司印刷

版 次/2004 年 2 月第 1 版

印 次/2004 年 7 月第 2 次印刷

开 本/850×1168 1/32

字 数/190 千字

印 张/8.625

印 数/6000—11000

ISBN 7-5426-1887-3
G·649 定价:18.00 元

目 录

第一章 绪论	1
第一节 实用文体写作概述	2
第二节 实用文体写作的程序	7
第三节 本书的体例	24
第二章 行政公文	34
第一节 公文常识	35
第二节 通传类	49
第三节 报请类	59
第四节 联系类	66
第五节 实录类	70
第三章 事务文体	81
第一节 规章类	82
第二节 计划类	89
第三节 总结类	98
第四节 资讯类	102
第五节 会务类	112
第四章 商务文体	131
第一节 市场调查报告	132
第二节 可行性研究报告	144

第三节	协议与合同·····	154
第四节	招投标文件·····	167
第五章	公关文体·····	182
第一节	企业简介·····	183
第二节	产品说明书·····	186
第三节	新闻发布稿和新闻通稿·····	191
第四节	启事与声明·····	199
第五节	商务公关信函·····	204
第六节	致辞·····	215
第六章	人事文体·····	230
第一节	简历和求职信·····	231
第二节	述职报告·····	238
第三节	人事考察材料·····	244
第四节	聘书、解聘书·····	251
附 录		
	国家行政机关公文处理办法·····	259
后 记	·····	269



第一章 绪 论



导学

“实用文体写作”是一门正在发展和不断完善的学科,是社会科学范畴里的一门实用学科。它以实用文体为学习和研究对象,是各种实用文体写作实践的理论总结,是指导实用文写作实践的理论依据。

教学要求:掌握实用文体的文体知识,理解实用文体各阶段的写作程序,了解本教材的写作体例。

本章重点:实用文体的释义、特征。

本章难点:实用文体的写作程序。

教学建议:建议通过大量阅读,熟悉文章文体特点,掌握常用习惯用语,培养对实用文体的理解能力。

第一节 实用文体写作概述

一、实用文体写作释义

所有写作的文体类型可划归为两大类,一为文艺文体,一为实用文体。在人们所接触的书面文字中,百分之九十五甚至更多的是实用文体,它是相对于文艺文体的一大文章类别。

实用文体是国家机关、企事业单位、社会团体和个人在处理公务和事务、协助管理和决策、实行公关和联系的过程中,经常运用的有着直接社会效用并具有规范格式的一类文体的总称。

人们在日常生活、学习、工作和社会活动中经常需要使用实用文体,因此,凡是适应社会生产与社会生活中的实际需要,为了解决一定的实际问题而进行的写作活动,均可称之为实用文体写作。

二、实用文体写作的特征

任何写作活动都是作者、读者、载体三个基本要素相互作用、相互融合的过程。相比于文艺文体的写作,实用文体写作在这三要素的构成上呈现出自己的鲜明特征。

(一)作者角色的多样性和变化性

实用文体写作体系庞大,文体众多,类别纷繁,不同的文体或文种的写作需要用不同的身份来构筑话语,甚至在同一文种中也会出现不同的话语角度。如果对作者角色进行分类,可以分成社会作者、群体作者和个人作者三种基本类型。

三种基本类型的写作者角色与实用文体(文种)之间的对应关系大致如下:

社会作者角色——令使类行政公文、法规性事务文书等。

群体作者角色——报请类公文、事务文体、商务文体、公关文体、人事文体等。

个体作者角色——私人书信、述职报告等。

现实工作往往比上述的大致归类要具体复杂得多,有些文体

(文种)可以跨越不同类型,如:通传类公文、事务文体、公关文体等的作者角色,既可以是社会作者角色又可以是群体作者角色;商务信函、礼仪文书、诉讼文书等的写作者角色,既可以是群体作者角色又可以是个体作者角色。

因此,作为实用文体的作者角色,应该追随文体(文种)的改变而进行角色转换,配之以相应的思维方式、话语角度和表达手段,并通过语言技巧准确体现在文章中。

(二)读者的特定性和指向性

从实用写作的社会角度分析,实用文章的阅读对象相当宽泛,但并非没有边际。这些读者大都是一些特定的群体或个人,他们又往往在职业、身份、岗位等方面有着自己的特殊责任和特殊需求,实用文章的实用性就在于能够积极协助履行各种各样的社会职责,充分满足不同对象的特殊需求。

首先,读者的特定性体现在阅读群体必须依照文体而界定,如司法文书、财会文书、金融文书等相对应的读者群,就分别是法律界人士、财会人员、金融业人士;又如:行政公文的读者群,可以是从事公共事业管理工作的文秘人员,也可以在经济、文化等其他领域工作的文员。其次,具体到某些文种,其选择读者群的指向性十分明显,如行政公文都有明确的受文对象,一般是在发文者的职权范围内,特别是报请类公文,只能是发文者的上级部门。诉讼状的读者一般是人民法院;产品说明书的读者是产品的使用者;市场调查报告的读者是企业内部的决策人员和企划人员。求职信只有人事工作者、用人部门主管和领导阅读,而聘书和解聘书便只有求职者本人看到。再如,各种公关文体只能面对特定的社交场合和交际对象,指向性不明可能会“失礼”。这种特定性和指向性有时候又是双向的,比如,计划的阅读者既是领导者又是承办者。

因此,作为实用文体的作者,必须练就过硬的写作技术,针对特定读者群拟制特定需求的实用文章。

(三)载体的程序化和格式化

程序化,指实用文体的文章所构成内容,大都有着合乎逻辑的顺序,格式化,指其构成形式上有着比较固定的模式。这些程序和格式有约定俗成的一面,但更多的是由事物自身发展规律和人们认识客观事物的思维规律决定的。例如,市场调查报告的基本写作程序是“概述市场概况——分析市场的历史和现状及其因果关系,预测市场今后的发展趋势和变化规律——建议或设想”,这一程序显然是人们认识客观事物时所惯常使用的思维习惯;求职信的内容基本按照“求职目的及个人基本情况、专业底蕴及主要成绩、工作经验及工作态度、个人爱好及特长、所获奖励及荣誉、要求可供职的工作范围及期盼面试的希望”等的程序来写,这显然是用人单位面对一个素昧平生的求职者时所想要知道的“你是什么人——你有何才能——你打算竞聘何职位”的一般认识规律。又例如:行政公文的写法只要记住公文标题、主送机关、正文、公文生效标识及成文时间五大格式要素,再依据行文的不同需要配搭一些小的格式要素(如附件、附注等),就基本上能拟制出一份规范的公文来了。

实用写作的载体所表现出的程序化和格式化特征,为实用写作实施相应的运思和表达两个程序提供了依据,也提供了大量的经验材料。

三、学习实用文体写作的意义

在科学技术突飞猛进的当代,文章成了信息生产、贮存、传递、交流的一种主要手段,成了将先进科学技术转化为生产力的重要媒介。有人把人们的阅读和写作能力称为“第一文化”,把掌握电子计算机语言称为“第二文化”。一个现代人,必须掌握这两种“文化”,而第一文化又是第二文化的基础。

在现实社会里,无论修学何种专业,从事何种工作,都需要用写来规划未来、总结经验、表达意愿、申述理由、做出决定、处理问

题、反映情况、交流信息、上传下达和策划活动,等等。特别在科技、商业、行政这几个领域工作的人员,应具备的才能之一就是一定的写作才能,他们每进行一项工作,或传播、或归档,都要见诸文字。在美国有一条不成文的规定:科技、行政、管理人员完成某一任务,都有严格的要求,直至最后写成报告或论文才算真正完成。

对于在各个领域、各行各业工作的文职人员而言,为了正常发挥其综合协调作用,就必须首先从加强实用文体写作的能力开始,通过学习实用文体的基本理论和基础知识,逐步提高实用文体的写作能力,能够写出言之有物、切合实际的实用文体来,以达到提高工作效率、加强行政管理、推动商务运作、实现信息传播价值、促进生产力发展的目的。

四、实用文体写作的学习方法

不久前《郑州晚报》发表署名调查文章称:“近期政府公文写作人员空缺岗位较多,但符合条件的应聘者寥寥无几。”同时附加几组统计数字。某高校一位中文系的硕士研究生,毕业后留校当校刊编辑,其写作水平可想而知。后来他下海去到某集团公司任行政办公室秘书,写作需求发生了巨大变化,他的适应情况怎样呢?据该办公室的主任介绍:“工作五年才敢把文字工作任务交给他。”这两个例子说明一个事实,即写好实用文体绝非易事。

实用文体写作不同于文艺文体写作的特别之处在于它是一项综合能力的多样整合的技能。其写作的目的在于及时、准确地反映情况、处理问题、预测趋势,为此作者首先是必须拥有相当的政策理论水平,能依法办事,熟悉所在部门的业务,充分领会领导的意图;其次是具备科学的思维能力、管理能力和较强的办事能力;再次是善于结合不同的文种特点,恰如其分地进行表达。

实用文体写作课程的训练并不能系统、全面地培养上述多种能力,仅仅能够提供一些对策性建议和训练内容,关键还要依靠学习者本人日常的自我锻炼、自我修养来逐步提高,才能真正获得写

作实用文体的能力。以下提供几条学习方法：

（一）掌握基本要领，领悟写作门道

写作，首先是一种有规律的实践活动。自觉驾驭写作规律，掌握写作基本要领，就会减少盲目性，提高自觉性，掌握写作的主动权。写作有极其丰富的理论知识，初学写作者，首先要学好写作基本理论，掌握写作基本要领。比如，写一切文章都要有主题，不同的文章，有不同的表现主题的方法；确立和提炼主题，也有一系列具体要求和做法。懂得这些要求和做法，对于认识和表现主题是大有好处的。又如结构，它是构制成篇的重要手段，文章的布局尽管千变万化，但它必须遵循一定的原则，按照这些原则组织内容及其外部形态，文章就会顺理成章，自然严谨。从文体来讲，各类文章都有自己的特点和写作方法，只有掌握了各类文体的理论知识，才能写出跟相应文体“感觉”一致的文章来。

（二）熟悉业务，拓宽知识面

实用文体，综合反映出社会工作实质、领导意图和社会管理职能，是在社会生活中提出问题、分析问题和解决问题的重要手段。撰写一般的行政公文、事务文体，如通知、会议纪要、计划、总结等，需要熟悉业务，更不用说像市场预测报告、可行性研究报告、合同等行业性比较突出的文书，一旦内容不合理，书写不完善，就有可能使国家和集体蒙受巨大的损失。只有精通业务，并注意自觉拓宽知识面，增加对相关专业的理解能力，才能头脑清醒地抓住问题的关键来撰写文章。所以，要真正写好实用文体，就必须熟悉本行业、本部门的业务工作，只有具备相当水平的业务能力，才能够完成工作任务和提高工作效率。

（三）注重方法，重视揣摩、借鉴

方法，是我们实现目标的必备手段，方法对路，则事半功倍。实用文体写作作为一门工具课、实践课，写当然是最重要的。多练多写，方能善写。但同时，我们也不能一味蛮写。写作最讲究揣摩

体会,所谓“学而不思则罔,思而不学则怠”,行与知是矛盾的统一体,写作训练的过程应是心智积极参与的过程。具体来说,可以通过电子网络途径,多读一些由党中央、国务院以及省、市各级政府发布的合乎规范的文书,了解它们在思想内容、表达形式、写作方法、版面设计等方面是如何处理的,以加深对教材内容的理解。也可以多阅读各行各业的实用文体范例,理解范例呈现在文体上的性质、特点、写法,对于规范之处要多吸收,对于不规范之处要多注意。重视借鉴范例,揣摩作者写作用心,将对我们自己的写作活动大有裨益。

(四)勤练写多改进,在实践中掌握写作规律

写作是一种技能,技能是要经过反复实践才能够获得的。多写多练多改是提高写作能力的关键。学习理论知识,丰富生活积累,阅读他人著作,是必要的吸收,但最终的目的在于运用。好比学游泳就要经常下水,学打球就要经常下场,学习任何一项技能,都只有依靠勤学苦练来达到熟能生巧的目的,写作也一样,只有勤练写和多改进,才能得心应手。做好教材所提供的练习固然是一种实践,除此之外,最好有意识地把日常工作中所遇到的事情拿来练写,如开会做记录,会后编简报、写纪要,讲话前写讲稿,上马一个项目前做市场调查报告或订策划方案,每一季度、每年写工作总结,等等。这样通过实践,就把知识转化为能力,形成熟练的技巧了。

第二节 实用文体写作的程序

一、实用文体写作的准备阶段

写任何文章前,都要有所准备,没有准备写不出好文章。实用文体的写作也不例外,其准备阶段可分为感知和积累两个环节。

(一)感知

一些学者专家把写作的智力因素归纳为采集力、想象力、观察力、摄取力、感受力、思维力、记忆力等,其中的观察力、感受力可看

作一种感知的能力。感知能力强的作者在进行实用文体写作的过程中,能够有效地通过感知获取写作材料,准确使用语言进行写作,构思能力和表达能力都较强,这是从浅层来看的;从深层来看,则善于从司空见惯的现象中找出特殊的東西,从平淡中找出典型,并善于发现事物的本质,写作时不为个别现象所迷惑,可以避免片面性,可以从复杂的问题中找出解决问题的线索,有助于准确判断,使文章观点立论正确而深刻。

感知能力是可以培养出来的,积极参加社会实践,深入到社会基层,亲历亲为,见识多广,就能真切、深刻地感知;有意识地训练人体感官,达到迅速综合外界刺激,并反应灵敏的程度,就能够感知到事物丰富的内涵。

(二) 积累

积累,即准备材料,包括材料的搜集、材料的核实和材料的选择。

首先,要尽可能从文件、书籍、报刊、网络等多种途径去发现材料、占有材料,包括正面的、反面的、现实的、过去的、完整的、零碎的材料都应该搜集。材料搜集得越充分,越全面,下笔时的选择余地就越大,写起来也就越顺手。如果随写随找,既费时又费力。

其次,要注意核实手中的一切材料,最好边搜集边核实。即使一些已被公认的情况,也不能大而化之,而对细节则更要弄清事实。

材料齐备及核实后,仍然会有很大份量,而且通常毫无头绪,这时候就要懂得选择材料。要围绕主题,从大量材料中筛选出能充分说明主题的典型事例、细节或数据等。有必要的話,可以制图表来理顺材料。

积累的途径有很多,主要分为通过亲身获取的第一手材料和通过查阅获得的第二手材料。第一手感性材料固然珍贵,文献、书籍等第二手材料也很有价值。

积累的方法也有很多,观察体验、调查采访、阅读视听、电脑检

索等等,只要坚持事事关心,日积月累,勤于深入基层,实地体验,善于分析研究,筛查整合,最终建立起属于自己的资料库,那么一旦下笔就能“言之有物”、“言之有据”了。

二、实用文体写作的运思阶段

(一)旨意分析

实用文体写作的旨意分析就是分析主题思想,确立写作观点。它不同于文艺文体的主题的确立,后者是作家的生活实践以及对生活的深切感受。作家将自己的所见所闻所感进行反复分析、研究,理出一个明晰的思想,这就是文艺文体的主题。而实用文体多是“命题作文”,主题大则立足于国家、立足于法律,在根本上不能和各方面的法律、法规相违背,不能违反政府的政策和上级的精神;小则立足于实际、立足于执行,在原则上要建立在实事求是的基础上,充分考虑实际执行与落实的可行性。所以对旨意的分析要求正确、鲜明、集中,符合客观实际情况,完全摒弃虚构和捏造。一篇实用文章只能有一个基本观点,贯穿全文,不能随意更换,基本观点要和分观点统一。旨意分析的具体做法是:

1. 从行文依据中寻找旨意,包括工作的需要、解决问题的需要、现有材料的局限。实用文体的行文目的也正是上述三点。

2. 提炼旨意,包括限制旨意、深化旨意、提高旨意。限制旨意是要抓住一点,不任意扩大,针对最关键、最重要的问题阐明看法或态度,杜绝一文双旨的现象;深化旨意指运用科学原理分析、研究,揭示规律性的认识,使文章具有一定理论深度、指导意义和启发作用;提高旨意是不能局限于有一说一、就事论事,要往高层次上概括、集中地确立旨意,做到旨意能够统帅全部材料。

(二)信息评价

信息,是一种认识的不确定性“熵”的表现,信息量就是“熵”值。对象不确定性越大,它所含的信息量就越高,反之,信息量就越低。信息度就是信息的量度,或者说是通过概率所表现的信息量。信息

度一般来说会跟阅读者的理解能力呈反比,某篇文章的信息度高,意味着它包含阅读者所不知道或不能理解的信息越多,反之则越少。因此,提倡每篇实用文章的信息度要控制在合适的水平,如果信息度过低,阅读者得不到足够的信息量,就会失去阅读兴趣;如果信息度过高,阅读者难以理解,就会产生畏难情绪,也失去阅读热情。为此,实用文体的写作者应该懂得进行信息评价,每篇文章都有特定的阅读对象,以此来衡量它的信息度的高低,就能准确地把握文章的难易程度,提高信息交流的质量和效率。

(三)谋篇构局

进行实用文体写作,动笔之前通常要对文稿的基本内容、主旨框架、层次段落、开头结尾等,进行一番系统的考虑和总体的设计,这就是谋篇构局。

谋篇构局好比立定格局,搭好骨架,它是进入实际写作阶段之前一个必经的环节。由于实用文体写作是反映现实工作的,而每一件工作都遵循着自身的发展规律来经历开端、运作和结束的阶段,要用文稿来反映动态工作的内部关系和发展规律,需要一定的技巧,那么谋篇构局就是确保文稿高质量的前提条件。

可以把谋篇构局看作两方面的思考:一为谋篇,即定开头和结尾、定主次和详略;二为构局,即定格局。

1. 谋篇。开头和结尾是文章的有机组成部分,在通篇文章中起重要作用。白居易曾大力主张文章应“首句标其目,卒章显其志”,意思是开头要标榜旨意,结尾要彰显结论。好的开头,能够紧紧抓住读者,激起他们阅读全文的愿望和冲动。好的结尾,是文章内容发展的必然结果,是旨意的深化和升华,使读者深得教益。

开头和结尾并无固定模式,不仅文学文体的开头和结尾常常妙笔生花,就是实用文体的开头和结尾也是笔法多样。开头大概有说明写作动机、交代写作背景、直奔写作主旨、引用典型事例、揭示全篇内容等形式;结尾大概有作出结论、点明主题、希望要求、号

召激励、致敬祝颂、自然收尾等形式。

主次和详略是安排文章的整体和局部的关系,这是一个分清主次、处理详略的谋划过程,如果一篇文章各部分落墨和用材均衡,平分秋色,四平八稳,并非好文章。要想给读者留下深刻印象,使实用文体的实用价值得到最大体现,就必须使文章主次分明、详略得当。

确定主次和详略的原则如下:

(1)根据文章旨意的需要。与旨意关系小的要浓缩简略,取材从简,篇幅缩减;与旨意关系重大的要详细展开,深入剖析,取材宜丰,篇幅足够。只有这样,文章才显得重点突出,旨意鲜明。

(2)根据体裁特点的需要。不同体裁的文章,对主次详略有不同的需求。以陈述性为主的文章,应详写事项内容;以论述性为主的文章,应详写事理观点;以说明性为主的文章,应详写材料数据。所以应根据文体各自的体裁分别作主次安排和详略处理。

(3)根据读者对象的需要。文章是写给人看的,谋篇时不能不考虑到阅读对象的需要。包括不同的年龄、文化、职业层次和不同的理解能力等等。在不影响表意的前提下,凡读者需要了解而又不熟悉、难以明白的内容应详写,反之,就不用细加叙说了。

2. 构局。通常有三种思路:

(1)横式格局:文稿的思想内容一般体现为并列关系或对比关系。例如以下文段脉络:

回顾几年来的安全保卫工作情况,我校之所以能达到今天这种状况,主要是实现了“五个一”:

一、有一个共识,做到思想落实。

二、有一个班子,做到领导落实。

三、有一支队伍,做到组织落实。

四、有一套制度,做到责任落实。

五、有一定投入,做到经费落实。

——《实现“五个一” 创造安定的校园环境》

各类报告、总结、讲话稿、典型材料、考察报告等文稿,大量存在着并列的思想内容,如摆出几个方面的问题,提出几个方面的要求,讲述几点体会,总结几条经验,等等。只有选择横式并列关系,写出的文稿才会眉目清楚,条理分明。而对比关系则常见于各类通报、简报之中,讲话稿也用,如对比两者或数者某些属性或特征的相似点,对比同一事物内部存在着来自各个不同方面的相异之处或不同发展阶段的变化情况,等等。采用横式对比关系,可以使所要论述的问题更加鲜明,更有说服力。横式格局符合人们希望化繁为简、一目了然的阅读心理。

(2)纵式格局:文稿的思想内容一般体现为因果关系或承接关系。例如以下文段脉络:

一、全国洗衣机市场现状

(一)市场态势。

(二)洗衣机拥有率。

(三)现有洗衣机品种、规格情况。

二、用户对洗衣机的意见

(一)用户对洗衣机的总体评价。

(二)用户对洗衣机不满意的方面。

(三)使用中出现的問題。

三、用户对售后服务的意见

(一)维修次数。

(二)维修时距。

(三)维修不方便的原因。

(四)“三包”情况。

四、洗衣机市场预测

(一)购买意向。

(二)洗衣机品种需求。

(三)牌号选择。

五、消费者购买依据