

——美国500强企业商务写作的首选教材——

第二版

美国 商务写作

EFFECTIVE BUSINESS & NONFICTION WRITING

如何像职业作家一样进行商务写作和实用文体写作

[美] JAN YAGER 著
黄小燕 于洪钊 译

中国长安出版社

——美国 500 强企业商务写作的首选教材——

第二版

美国 商务写作

如何像职业作家一样进行商务写作和实用文体写作

[美] JAN YAGER 著

黄小燕 于洪钊 译

中国长安出版社

EFFECTIVE BUSINESS & NONFICTION WRITING

图书在版编目 (CIP) 数据

美国商务写作 / (美) JAN YAGER 著; 黄小燕 于洪钊译. —北京:
中国长安出版社, 2004.4

ISBN 7-80175-147-7

I. 美… II. ①J…②黄…③于… III. 商务-应用文-写作-
手册 IV. H152.3-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 035375 号

书名原文: EFFECTIVE BUSINESS & NONFICTION WRITING

published by Hannacroix Creek Books, Inc.

1127 High Ridge Road, PMB 110

Stamford, CT 06905-1203 U.S.A.

E-mail: Hannacroix@aol.com

URL: www.Hannacroix.com

Copyright (c) 2001 by Jan Yager, Ph.D. (2nd edition)

Copyright (c) 1985 by J.L. Barkas, Ph.D. (1st edition, originally
published under the title, *How to Write Like a Professional*)

J.L. Barkas, Ph.D. is the maiden name of Jan Yager, Ph.D.

版权登记号:

图字 01-2004-2280 号

本书中文简体字版由 JAN YAGER 授权中国长安出版社在中国独家出版, 未经出版者书面许可, 不得以任何方式抄袭、复制或摘录本书中的任何部分。

美国商务写作

(美) JAN YAGER 著 黄小燕 于洪钊译

出版: 中国长安出版社

社址: 北京市东城区北池子大街 14 号 (100006)

网址: <http://www.ccapress.com>

邮箱: cca@ccapress.com

责编: 常征 孙洁

发行: 中国长安出版社 全国新华书店经销

电话: 010-65270593

印刷: 北京星月印刷厂

印张: 18

字数: 206 千字

印次: 2004 年 6 月第 1 版 2004 年 6 月第 1 次印刷

印数: 3000 册

书号: ISBN 7-80175-147-7/F·009

定价: 39.80 元

(如有印装错误 本社负责调换)

第二版序

小至第一次找工作时使用的简历封面，大到为提高自身及企业知名度在全国性杂志上发表的文章，商务写作和实用文体写作总会影响你以及你的职业生涯。

幸运的是，高超的商务写作和实用文体写作能力是每一个有阅读和写作能力的人都能够学会的。当然，说它们能够锻炼文字和基本写作能力更具说服力。这些特征是有用的，但不是完全必须的。真正关键的是搜集事实、阐述想法、花费时间写作和修改，直到写出满意的作品。技能性的商务写作和实用文体写作是可以学会的，本书将向你提供这类写作的基础训练。

第二版中所添加的新的内容

在本书的第一版——《如何像职业作家一样写作》（1985年以我的闺名芭克丝出版）中陈述的主要写作技巧仍然适用于今天。我修订了旧标题中不适用于第二版的错误，删除了已故作家约翰尼·卡逊素关于当时情况的描述，并且更新了作家组织的地址，还增加了他们的网址。

但是，总的来说，我选择在第二版中尽可能多地保留第一版的完整性。我的目标是修订第一版，在第二版中加入基本的商务写作和实用文体写作技巧，而不是要写一本全新的书。

新增的资源，包括网址，都附在章节的结尾，如第三章“写作工具”23页，第七章“发表作品”77页和第八章“结论充分运用你的写作技能”102页。

序言包括一些新的知识，即作家的时间管理以及如何有效写作电子邮件和传真的技巧。除了这些新知识，在第二版序言中你还会看到新增加的商务写作和实用文体写作技能的重点部分，以章节为序。本书中的信息是按第一版的章节顺序排列的。

作家时间管理小贴士

在第一版的第二章《写作障碍》中描述的写作障碍原因以及克服写作障

碍的方法，在今天依然和它首次发表时一样有用（这些见识是建立在对 165 位作家的问卷调查和对其他作家的采访以及我自己丰富的写作经验基础上的）。但是，作家的写作环境有了很大变化，总是有许多外在的和内在的因素分散他的注意力，妨碍他进行正常的写作。现在，似乎忙于任何事情都比写作容易。更具欺骗性的是你所忙的那些事情似乎都与写作有关，比如说在网上冲浪来做调查、接收并回复电子邮件，但是你真正应该写作的商务文体和实用文体作品——信件、报告、建议书、小册子、文章和专著却迟迟没有动笔。

因此，认真考虑一下如何将管理时间的技巧应用到写作过程中是至关重要的。

基于我自 20 世纪 80 年代以来对时间管理的研究和咨询，我总结出以下 15 条建议：

1. 把“安排时间写作”作为你所有计划中的优先考虑对象，确保自己总是想方设法地挤时间进行创作。

2. 不论你要写什么类型的作品，都要将其作为早上该做的第一件事，尤其要安排在网上查收电子邮件之前。你用来读写电子邮件的力量很可能会削弱你进行其他类型创作的能力。

3. 为写作安排一个时间表，哪怕一天只有一个小时。（一天一个小时意味着一年 365 个小时，如果以一天写作 8 小时来算的话，相当于写作 46 个全天。）对于大多数人来说，坚持每天都写一点要比偶尔写一次相对容易些，周末也一样。

4. 珍惜你的写作时间。它是很宝贵的，不能浪费挥霍掉。

5. 每天早起一小时，用来写作。

6. 每天晚睡一小时，也用来写作。

7. 利用空闲的时间随便写点什么。比如说在约会开始前的等待时间里，在火车上、飞机上、午餐时间、工作日的晚上和周末。

8. 如果你习惯于在电脑上写作，而赶上正好你想写，身边又没有电脑的情况，你可以采取这两种方式：用便笺本、铅笔或钢笔写，或者先录音，稍晚些再抄录一遍。

9. 如果别人并未要求你在 $x \times$ 时间以前必须完成作品，那你就自己设定一个截止日期。

10. 如果你的截止日期很远，三个月或者一年，尤其在面对较大的写作任务时，比如建议书、报告或专著，为了更好地督促自己完成任务，你应该在中间设立许多小的截止日期，把一个复杂的任务分解成几个小部分会更容易。

易完成。

11. 完成每一个特定的写作任务后，都给自己有形的奖赏。

12. 你是一个完美主义者么？这一点可能会迫使你花费过多的时间完成每件作品。尽管你想提交一些调查研究充分、文字优美准确的作品，但是对于某些写作任务而言，你可能会在修改和编辑上花费超乎常理、不必要的时间和精力。

13. 写作和修改很花费时间，尤其在进行诸如报告、文章或专著等那些需要多方面调查的写作任务时，很难估算要花多长时间进行写作，多长时间进行修改。你要记得完成每个写作任务所花费的时间，这样你就能够对自己完成某一类型的作品所花费的时间有一个大致的估算。当你再进行某一特定类型的作品创作时，便能够更好地安排写作时间。

14. 如果可能的话，不要将约会紧接在你的写作之后。如果你写得很有感觉，文字源源不断地涌出来，那你肯定想继续写作，而不愿意突然停下去约会。但是，如果在最终完成之前必须中止写作，你觉得哪种方式最便于稍后继续写作——你必须完成整篇草稿么？还是一章？或者你最好在一段的中途停下来（要在你中止的地方做记号）？自己亲自试一下，看看哪种方式最适合你。

15. 在你完成作品后，不要急于交上去或寄走，要将它们放上一段时间，这样当你在几个小时或几天后重读的时候，能以一个新视角重新修改。即使你要将文稿交给编辑或校对员，也要像刚才提到的那样做。

（想获得更多关于管理时间的信息，请参看我的《新千年创造性的时间管理》一书，汉娜克希腊图书公司，1999年出版。尤其是第二章——创造性的时间管理的七个原则和第七章——如何应用时间管理原则。）

第三章“写作工具”中新增内容

随着本书第一版的出版，“写作是否使用电脑”的问题已经不再是问题了，取而代之的是“应该买什么类型的电脑”，“手提的”还是“台式的”，要买多大内存的。

如果你用电脑写作，并且依赖于软件所提供的拼写和语法检查功能，那要切记，这些写作工具可能会有失误的时候。比如说，如果英文都是大写的，它就检查不出拼写错误。使用电脑编辑程序的确很方便，但我还是推荐雇佣一名专职的编辑或校对员检查最终的文稿。

如果你用电脑的话，一定要用多种方式备份。不论你在电脑上写什么，都要记得一定要备份，可以保存到硬盘上，保存到软盘上，也可以保存到类

似于 Iomega® Zip™ 的专门备份系统上。如果你写的是长篇文章，适时保存并备份是十分必要的，以防停电或不小心将原文件删除。

如果你用电脑的话，一定想知道在你的软件程序里有什么样的商务写作模板可供你使用。有许多模块都提供商务信件的原型，你可以根据“向导”中的提示完成某些特定的样式设计和结构安排，比如回复地址写在哪里，日期写在哪里，哪里应该留出空白。通过这项功能，你就能够定制出属于你自己的个性化的商务信件模板了。

还有一点要记住，电脑并不是所有人的最佳写作工具。如果你想继续手写，使用打字机，或者先录音再抄录，只要这些方式适合你，那就继续使用吧。电脑是写作和从事研究的有力工具，但是从你的旧的写作方式转换到这种新的写作方式是需要一段时间学习的。

新增参考资料（实用文体作者的图书馆）

第一版中提到的所有参考资料——同义词字典、案例专集、世界年鉴、单卷百科全书以及语法参考书等依然适用于写作。对我们而言，最大的不同之处是可以通过光盘，将这些参考资料作为文字处理程序的一部分使用，而不再像过去那样，只能手动查找印刷版本。你甚至还可以在因特网上免费查找：<http://www.encyclopedia.com>。

第六章“商务写作，学术写作和个人写作”中新增内容

在第一版中，有关传统的商务写作形式，如商务信件、备忘录和报告和学术作品类型的讨论，在第二版序言中，我要重点介绍两种在第一版出版后流行起来的商务文体——电子邮件和传真，以及你为公司网站写作时应注意的关键事项。

电子邮件

不要被电子邮件的表面非正式性所欺骗，用于商务往来的电子邮件也是商务文体的一种。你会从本书中学到所有应该注意的事项：正确的拼写及语法、简洁、恰当的语气和文体、准确的事实和出众的内容。

使电子邮件具有可读性，主要依赖于以下两个因素：主题栏中填写什么（这一点完全由你控制）和你的邮件地址中是否有“名字识别”，这样别人会优先打开、回复你的邮件。因此，熟练地运用简明扼要、引人注目的标题，以增加你的电子邮件被人打开和阅读的可能性，这点很重要。尽量清楚地

“标题栏”内注明关键内容，但不能看起来过度自夸或用夸张的手法渲染。比如，下文有一些例子，教你如何使标题概括而清晰：

Re: 8月5日来函回复内容

Re: 8月7日的电话采访

丹麦之行

Re: 星期五的电话会议

这是向组织投稿的方式么？

Re: 紧急命令，明天截止

还要考虑一下如何利用你的名字和相关的回邮地址来增加邮件被回复的可能性。比如：自己的名字@××公司（而不是会隐藏你身份的模糊的电子邮箱）。

一旦你成功地使人打开你的电子邮箱，接下来要使他人读完你的邮件，并产生好的印象，然后回复你，你就要做到包括备忘录等，尽量使内容简短。电子邮件的风格对其接收的形式起着关键作用。还有，出于礼貌，你还要以恰当的问候语开始电子邮件，比如：“亲爱的××”，在结尾处，你可以附上此封邮件的期望结果，或者你想同大家分享的信息。但是，当你回信时，尤其当你是群发对象之一时，对方更容易接受小而非正式的回复，比如：“恭喜你！谢谢你和我一起分享这个好消息！”当别人给你发了一封简短的“迷你夸耀”信，通知你他的某项成就时，就更没必要回复长篇大论了。

下文是商务往来中所用的电子邮件，它们能迅速传达信息（过去这些信息可能都是通过电话传达的）。

例 1

亲爱的××：

只想告诉你，8月5号到8号期间我要去华盛顿开会。

此致

例 2

你好，××：

我会弄清楚这张照片能否在我这边扫描；如果需要你把它存在磁盘上，我会通知你的。

你认为以下哪个标题适合这个程序？

(列出标题)

你的意见如何？……谢谢！

……

避免在电子邮件中全部使用大写字母，那会被看作你在对收信人“喊叫”。

如果你不能百分百地保证电子邮件的安全性，请不要通过它传递涉密信息。

第
二
版
序

要确保收信人一定会看信并回复。如果你将同一封信发给许多人，并且他们彼此并不认识，最为礼貌的做法是发“盲信”，即收信人看不见其他人的电子邮箱。相反，如果你在单位里或是管理层内部发信，你应该让收信人知道他们收到的是副件，就像是一封正式的信件底部都会标注“CC”（副本）一样。

传真

避免传真任何机密文件，除非你已确定接收传真的人正在传真机旁，并允许你传真机密文件，或者你要完全确定该传真是“指定收件人”，不允许被其他人阅读。（如果不能确定上述情形，要通过快递，当天或隔天及时送达到收件人手中。）

将发件人、公司、回传号码和传真号码等重要信息写在页码某一页或封面上。注明传真的总页码，包括封面。

如果这份传真很关键，你没有立即得到回复，那你可以紧接着通过电话或电子邮件的形式询问一下，确认对方是否收到传真。

传真表示迅速传递信息，但你可以通过发电子邮件或传统的商务信件进行商务交流，避免滥用传真。在使用传真机时，要考虑传送质量，商务往来中总是使用平常的传真的用纸，但由于无法确定接收方传真机的质量，所以你最好还是使用传统的邮寄方式，或者在网上发过去文件的电子版，再让对方打印出来。在大多数情况下，集传真、打印、扫描和复印四项功能为一体的机器要比单纯的传真机更受欢迎，也更普及。

在网上提交商务作品

也许有时你不得不在网上进行商务写作，或者也可以交手稿，网管或编

辑会完成剩下的工作——将手稿电子化。但是即使你没有被要求把手稿变为原代码（html 等），也要了解一些在网上写作的技巧，因为当你完成手稿时，可能会被要求将其变成电子版的。

网络版的商用文体通常意味着比传统手稿多得多的主标题和贡标题。网络的性质决定了当一篇文章被大大小小的标题分解为若干小部分时，读者更容易接受。并且你还可以将标题改为不同的颜色，比如主标题改为绿色，副标题改为蓝色，而在传统的纸质文件中，很少会有这种要求。

当进行网络写作时，短句要比长句更易被读者接受。不同于传统纸质文件的是，网络作品通常要求你去为已完成的部分写一个摘要，然后再继续剩下的写作。摘要可以以句子的形式出现，也可以以关键词的形式出现，或者二者结合，例如：

1. 文章摘要：
(这里是 1-3 句话)
2. 本文揭示了：
(3-6 个关键词)

找出这些链接需要使用的形式，或者如果你愿意提供基本信息，让网络编辑或网管帮你建立链接。

第七章“发表作品”更新

正像 20 世纪 80 年代所预言的那样，书籍的出版工作在许多方面正迅速地发生着变化。

出现了哪些变化呢？

- 电子图书——直接在因特网上出版的或借助电子设备读取的非纸质书籍。
- 按需打印。由此，可以一次只发表一篇文章或打印一本图书。（这一点同传统的印刷方式相比，是一个显著的变化。考虑到收回成本和印刷效率的问题，传统的印刷方式每次至少要印刷上百册，通常要 1000 到 3000 本。）
- 大多数大型出版机构、学术出版社或高校出版社以及一些小的出版公司越来越倾向于自己出版。
- 获得写作任务的过程也发生了变化，现在的作家倾向于通过电子邮件询问编辑。网站甚至直接在网页上发帖子，寻找有潜力的作家。（这方面

的例子有 www.womenCONNECT.com^① 网站——一个有关女性职业、生活和健康的网站，在它的网页上，有一个“WCC 征文”的启示。

这里要重点说明的是，不论你的实用文体作品将发表在何种媒体上：报纸、杂志、网络还是图书；不论将以何种形式出版：电子版还是纸质版；也不论出版者是谁，这些作品都要高标准，严要求。

在我刚开始我的写作生涯时，如果想在杂志上发表文章，从投稿到发表至少要用 6 个月时间，而出书的时间更长，从交手稿到出版面世要 18 个月之久。今天，这个时间大大缩短了，大概要 12 个月就可以了。一些大型的主要出版机构要 6-9 个月的时间，而一些小一点的出版社或图书公司甚至能够快到几乎马上面世。

现在，从交稿到出版——别人能够在市面上买到并阅读到，该时间几乎可以说是瞬时间的。并且一篇文章或一本书可以在网页上保留几个月甚至几年，而在过去，报纸上的文章只能留存一天，期刊上的文章也不过一两个月而已。

但是，现在还没有人找到加快创造性过程的方法。要想创造出真正有价值的，给人印象深刻的，研究充分的，结构严谨的实用文体作品，还要取决于作者本人。

既然现在你的作品可以很快就出版面世，并且拥有更多的读者，推广时间也较过去更长，那么在你打算发表时，无论是在网络上还是通过更多传统的方式，你自己要首先对作品满意。

在使用电脑中的拼写及语法检查功能的同时，还要用传统的方式校对和编辑一遍。如果条件允许的话，在交稿前，还要请别人给你再重新校对、编辑一遍。

伴随着图书数量的剧增和图书出版形式的多样化：电子版、纸质的、音频类等等，还出现了一个趋势，即不论你是自费出版还是交到代理机构，都要同时附有一份全面的图书营销计划作为实用文体写作图书建议的一部分。关于这方面有一本很不错的书——图书代理人麦克·拉逊写的《如何写作计划书》的修订版（辛辛那提，俄亥俄州：作家文摘，1997 年）。拉逊通过三个已经卖给大型出版机构的计划书样本，清晰地讲述了写作图书计划书的概要。

总结

拙劣的写作能力会影响你自身的发展和公司的前途。花时间仔细考虑你

^① 由于网页在不断更新，甚至过期删除，所以不能保证本书中提供的网页全部都会打开。

想要表述的内容，然后选取一个适合某一特定传输方式的写作方法，如电子邮件、备忘录、信件、传真、报告、计划书、文章或是专著。要记住的是，商务写作只是商务交流的一种工具，你可以用它来弥补其它交流工具的不足，如电话（包括电话会议）或会议。要根据双方交流的形式和每个实用文体各自的特点选择最合适的写作工具。你的一份简短的手写感谢信要比一份两页的打印的商业文稿更容易加强双方的合作关系。

总而言之，为了切实提高写作水平，你必须做到：第一，勤于练习（你会发现该书中提供的练习对于你的写作是一种很有效的方法）；第二，不论是要作为电子邮件发给其他人、在网络上发表还是交给上司、客户、老师或编辑，交之前都要仔细地重读一遍你的文稿，问问自己下列问题：

- 这是我想要获得的作品吗？
- 它有趣吗？写得好吗？
- 读者能迅速抓到要点吗？
- 例子充分吗？合适吗？
- 这篇作品很好地反映了我的公司和我吗？

尽管我不能保证回复每个人，但我还是欢迎你们对本书提出自己的看法，还可以告诉我一些网站、参考资料和案例，以备将来的版本或者其他相关文章使用。除了各种纪实类和虚构类作品的网站之外，我还有一个专门介绍写作方法和出版方法的网站：www.JanYager.com/writing。

Jan Yager, Ph.D.

P. O. Box 8038

Stamford, CT 06905 - 8038

jjager@aol.com

<http://www.JanYager.com>

<http://www.JanYager.com/friendship>

<http://www.JanYager.com/writing>

第一版序

你是否会为老板要你下周五交的报告而犯愁？你想给编辑写封可供出版的信件吗？你的备忘录具有可读性吗？你是否经常耽误了指派的写作任务，哪怕你十二万分愿意去完成它们？你是否总梦想着你的写作能显得更专业些？这本书就是专为你——每一个有写作欲望却又不敢动笔，或者总期待写得更好却不知该从何下手的人而写的。事实上，这本书本应是一本我在是一名学生、一个行政部门秘书、一个编辑、甚至一个初露头角、跃跃欲试想成为职业实用文体写手时该用的书。我希望这本书能使你了解优秀写作应具备的基本功，从而使你掌握纪实性（或者说是说明性）文字写作的窍门。不管你是因为必须写而写作，或者是因为自己想写而写作；不管你是否从未通过你的写作获得什么；也不管有朝一日写作是否使你名利双收，有效的写作将使你更加成功和自信。

专门为即将成为或者已经是职业作家、学者和社会科学家们而写的书已有很多。为那些想完善自己的措辞和文风的人们而写的书也很多。有关写作风格和内容的基本构成都融合在了这本简洁精巧的书中，具有很高的可读性。本书并不意味着取代对语言研究和措辞的更多更细致的指导。相反，希望本书能成为那些对实用文体感到束手无措的写手们的新起点，或是那些想使自己的写作耳目一新的人们的振奋剂。为了方便你的阅读，我忽略了脚注，而直接在全文结束后给出附注，参考文献则标注在每章末尾。如果你想深入研究学习本书中任何一个课题，如文库研究、文字处理、诉讼状、演讲稿、商函写作或出版等等，可以在参考文献中找到更多的增补信息来源。

希望你能喜欢阅读这本书，并进行每一章中的写作练习。基本上，想完善写作只有两条路可行：多写、多读。

“多写”意味着你所要做的必须远远超过完成本书中从商务写作到个人实用文体写作的练习，不管你是觉得无奈被迫或是纯属本意。“多读”意味着扩大你自己对好作品的阅读量，不管是过去的古典主义作家或是当代优秀作家的作品。传记作家和评论家安德鲁·莫洛亚曾在《写作的艺术》（纽约：德顿，1960）一书中说明了阅读对于写作的莫大帮助。在此书中他提了些适合任何年龄的写作者的很好的建议：

年轻的写作者将在对一系列名家著作的阅读中得到最好的训练。对名家著作的深入研究将使他了解一部巨著是怎样诞生的。熟悉一流的写作技术将给他提供杰出的范例。刚开始阅读时，像任何一个普通的年轻书迷那样，从阅读中得到乐趣。接着当他开始对那些名作变得非常熟悉之后，他将会一遍又一遍地重温名作，目的是“将文章分割成小段”，了解名著是怎样产生那样震撼人心的艺术效果的。

我将在本书中与你分享我得之不易的写作经验。通过此书，你将获得我用了15年时间才取得的東西：信心和纪实性写作带来的乐趣。从1972年我的文章第一次出现在全国性杂志上至今，我已出版了7本纪实报告、1篇专题论文、1篇学术论文，以及许许多多发表在报纸、期刊、杂志上的文章。所以我想我能提供给你对此深刻的了解和窍门，这将帮助你更加轻松而自信地写作。你可以将自己从对写作的恐惧以及误区等一系列压制你写作的困扰中解救出来。纪实写作是一种令人愉悦的体验；当然，它也是一种必需的技巧。

目 录

第一章 开场白 关于语言	(1)
练习题	(8)
第二章 写作障碍及其克服措施	(9)
看法一：作家是天生的，而不是后天培养的	(12)
看法二：只有在有灵感的时候，我才写得出文章	(12)
看法三：初稿是最好的	(13)
看法四：我没有足够的材料开始写作	(14)
看法五：我需要长时间地单独进行写作	(14)
看法六：读者不会喜欢我写的文章	(15)
看法七：一旦有了开头，我就会继续写下去， 直至完成	(16)
看法八：我必须天天写作，如果有一天中断了， 我就无法继续写下去	(17)
写作障碍的解决方法	(18)
自由写作（无压力写作）	(18)
奖励机制	(19)
空手道单劈法	(19)
制定期限	(20)
友好地对待核心的批评	(20)
将写作看成是一种过程	(20)
区别对待休息和障碍	(20)
使用录音机	(21)

阐明写作原因	(21)
更加自信	(21)
练习题	(22)
第三章 写作工具	(23)
文字处理程序简述	(24)
读者	(24)
个人喜好	(24)
支持服务	(24)
经费	(24)
实用文体作者的图书馆	(28)
写作地点	(29)
练习题	(31)
第四章 作品内容	(32)
创意	(32)
收集材料(进行研究)	(36)
采访	(37)
观察	(42)
调查问卷	(44)
充分利用现存资源	(45)
练习题	(49)
第五章 写作风格	(50)
有效写作实例	(52)
按规则写作(正确性)	(55)
易读性(清楚表达内容)	(57)
吸引你的读者(适用性)	(62)
练习题	(62)

第六章 商务写作、学术写作和个人写作	(65)
信函	(66)
私人信件	(67)
商务信函	(67)
备忘录	(70)
报告	(72)
考试、学年论文、学术论文和学位论文	(74)
练习题	(76)
第七章 发表作品	(77)
询问信	(80)
寻找市场	(83)
前言：我为什么是单身？	(93)
简介：单身的普遍现象	(93)
暂时性单身人士	(94)
持续性单身人士	(95)
结论 单身现象今后的发展趋势	(96)
参考书目	(96)
练习题	(100)
第八章 结论 充分运用你的写作技能	(102)
写作计划	(107)
作家协会	(109)
出版作品要考虑的法律问题	(111)
采访授权书	(111)
材料使用权	(113)
诽谤和侵犯隐私	(115)
抄袭	(117)
练习题	(118)