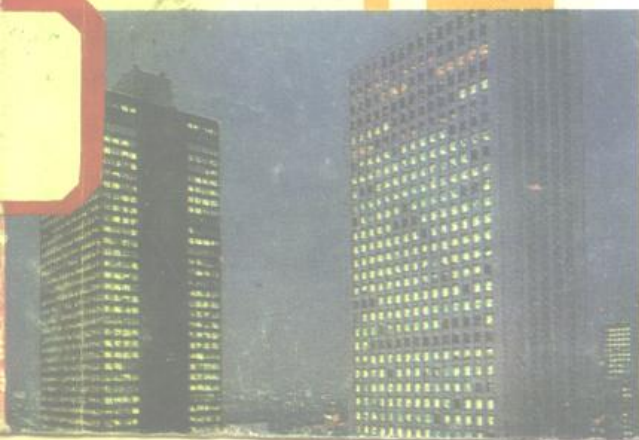


公关 文秘 英语

○ 崔 刚 主 编

○ 北京理工大学出版社



公关文秘英语

崔 刚 主编
宁有权 毕玉玲 编

北京理工大学出版社

(京)新登字 149 号

内容简介

本书参考国内外出版的有关英语应用文及商业英语的大量书籍,结合我国公关、文秘工作人员的实际需要,详细论述了公关、文秘工作人员需处理的书信、备忘录、报告书、通知、建议书、演说稿等十几种公文的写作方法,并附有大量规范的实例。本书注重实用性,对每种公文有详细切实可行的指导性建议。书末附有公共告示用语。

本书的读者对象为公关、文秘工作者及广大英语爱好者。

公关文秘英语

崔刚 主编

*

北京理工大学出版社出版发行

各地新华书店经售

国防工业出版社印刷厂印刷

*

787×1092 毫米 32 开本 11.875 印张 244 千字

1993 年 3 月第一版 1993 年 7 月第 2 次印刷

ISBN 7-81013-697-6/H·52

印数:10101—20200 册 定价:5.90 元

前 言

公关文秘工作是一项综合性很强的工作。随着我国改革开放的不断深入,一个全国范围内的学习外语的热潮又一次兴起。人们越来越清楚地认识到,形势的发展迫使人们必须掌握英语这一工具,而形势对于从事公关文秘工作的人的要求则越来越高。在未来的社会里,一个人要想在公关文秘事业上取得成功,必须具备用英文撰写各种公文的能力。然而,这是一件极不容易的事,因为要想用英文撰写公文,不仅需要较高的基础英语水平,还应对公文的格式、写法有个详细的了解,需要经过大量的训练。我们编写此书的目的也正是为了帮助那些正在从事或有志于从事公关文秘工作的朋友们突破这一难关。

本书基本覆盖了从事公关文秘工作所要处理的各种公文,并引用了大量的实例。如果读者能从此书得到一些收获,那将是本书编者最感欣慰的事了。

在本书的编写过程中,我们参考了国内外出版的有关书籍,并引用了大量的实例,在此谨向这些书的作者表示衷心的感谢。北京外国语学院薛绍平同志也给予了大力的支持,在此一并致谢。

由于编者水平有限,加之成书仓促,敬请广大读者及专家批评指正。

崔刚

1992年8月4日于北京

目 录

第一章 概说	(1)
一、立意准确,目的了然	(1)
二、起草提纲	(2)
三、段落分明	(2)
四、文字清晰,结构简单	(3)
五、组织严密	(4)
六、润色与修改	(5)
七、慎重使用标点	(8)
第二章 公关商务信函	(16)
一、商务英文信函的格式	(16)
二、商务信函的撰写技巧	(30)
三、商务信函分类例解	(43)
第三章 电报	(112)
一、电报的种类	(112)
二、电报计费方法	(113)
三、电报的格式	(114)
四、电报文稿的撰写	(115)
五、撰写电稿分类参考用语	(122)
六、电报常用词汇	(134)
第四章 电传	(139)
一、电传的特点	(139)
二、电传的通讯程序	(140)
三、电传的种类及收费标准	(141)

四、电传文稿的格式	(141)
五、怎样起草电传文稿	(144)
六、撰写电传文稿参与用语	(148)
七、电传常用词汇	(157)
八、国际贸易电讯电传缩略语	(159)
第五章 办公室便笺	(197)
第六章 报告书	(219)
第七章 建议书	(268)
第八章 会议议程与会议记录	(283)
第九章 合同与协议	(297)
第十章 商务公关英语演说	(305)
第十一章 广告、通告、启事及其它	(320)
第十二章 公共英文新闻稿	(334)
一、新闻报道五要素	(334)
二、新闻报道的结构	(335)
三、报刊新闻分类举例	(342)
附录 公共告示用语	(368)

第一章 概 说

公关文秘是一项综合性的工作,它需要从事公关文秘工作的人具备各方面的才能。而正确、熟练、快速的写作能力是首先要具备的。用汉语进行各种文体的公文写作对许多人来说已不陌生,然而,许多人对用英文进行各种文体的公文写作却知之甚少,即使是英语专业毕业的人,要想真正用英文处理好公关文秘的各项工作也绝非易事,因为要具备正确、迅速地用英文写作的能力不仅需要有极高的基础英语水平,还需要对各种文体的格式、要求、写作方法等有一个全面的了解,并且需要大量的训练。今天,随着我国改革开放的不断深入,外商独资、中外合资企业不断增多,中外贸易也更加频繁,这对从事公关文秘工作的人提出了越来越高的要求。人们要想在公关文秘领域求得一席之地,必须具备用英语进行各种文体的公文写作的能力,本书的目的也正是在于帮助读者掌握这方面的知识,为您的事业助一臂之力。

用英语进行各种公文的写作,首先应具备英语写作的一般知识。因此,在本章,我们将讨论英文写作的一般性要求与步骤。

一、立意准确,目的了然

一篇好的公文,应该是“意在笔先”并“以文传意”,不能草率地任意挥洒而成。要做到这一点,就要进行巧妙的构思,新

颖的立意,然后下笔。

在行文之前,必须要确定一个中心思想。正如有人所说:“Clear writing comes from clear thinking.”因此我们建议在动笔撰写公文之前,应注意以下几点:

1. 该公文的读者对象是谁,写作的目的何在? 针对不同的读者对象,不同的目的,在选词、造句、修辞、文体上都应该有所不同。

2. 搜集足够的材料。只有材料充实,公文才显得有血有肉,说服力强,达到预期的效果。

3. 对公文的长度有个大概的计划。

4. 计划写作公文的时间。公关文秘是一项极为繁忙的工作,充分计划好时间可以使工作更有效率。

二、起草提纲

先写提纲(outline)可以做到有条理地组织安排写作内容,因此,写提纲是公文撰写的第一步。首先可以使你在写作中确定意旨,手头的材料很多,在写提纲的同时可以有所取舍;其次,草拟提纲,可以对手头的资料进行逻辑式的安排。提纲的撰写,因文体的不同而有所不同,这一点我们在后面的详细论述过程中将会看到。

三、段落分明

分段是文章组织上的一个重要步骤,我国古代就有“起、承、转、合”四段之说。中文是这样,用英文写作也同样如此。各种公文必须段落清楚,每一个段落应紧紧围绕一个中心。这样,不但可以使文章眉目清楚,易于阅读,而且有时可以增强

公文的说服,让读者能抓住主题,领会得透彻。一个段落结束了。读者就会知道一个意思说完了,下面再说的是另一层意思。这样,读者的思路也就无形中和作者的思想协调起来。

文章的段落必须围绕公文的中心思想,使所有段落形成一个完整统一的整体,所有的段落应该有一个基本目标,即清晰、有效地表达一个单一的中心思想,所有的段落并非由相同的方式组织而成,然而都应力求达到以下的要求:

1. 只包含一个中心思想;
2. 具有统一性;
3. 具有连贯性和连续性;
4. 适当的铺垫。

四、文字清晰,结构简单

公文用字必须精炼、准确、易懂,避免用生僻词汇。要做到这一点,建议从以下几个方面着手:

1. 对要讲的内容心中有数(Outline what you want to say)。对在公文里要表达的内容归纳为几点,把这几讲清楚了,公文的目的也就达到了。

2. 对读者有很好的了解(Start where your readers are)。阅读对象是谁,他们对所要表达的内容已经知道了多少,有没有关于这一方面的知识,做到这一点,才能产生好的效果。

3. 尽量不用专业术语(Avoid jargon)。专业术语在某些公文中是难以避免的,但是,用的过多就容易使读者感到不知所云。

4. 紧紧围绕主题(Stick to the point)。与主题无关的内容尽量少写,甚至不写。

5. 尽量简明 (Be as brief as possible)。读者文摘 (Reader's Digest) 曾经为读者提供了以下达到写作简明的方法:

(1) 把所要表达的内容的各个要点按逻辑顺序排列 (Present your points in logical ABC order)。

(2) 不要在读者已经知道的东西上面浪费笔墨 (Don't word telling people what they have already known)。

(3) 避免一些不必要的事实材料 (Cut out excess evidence and unnecessary anecdotes)。

(4) 尽量用主动式。例如:

The cherry tree was chopped down by George Washington. 应改为 George Washington chopped down the cherry tree.

(5) 能用一个单词的尽量不用短语。例如:

at the present time——now

in the event of ——if

in the majority of instance——usually

当然,上述建议只适合一般的公文,一些特殊公文和合同有它自己特殊的要求。

五、组织严密

要使一篇公文达到预期的目的,不仅需要它具有很好的内容,清晰的语句,更需具备严密的组织安排。如果一篇公文没有经过一番构思,缺乏严密的组织安排,就无法吸引读者。要把一篇公文很好地组织起来,作者必须依照明确的写作计划,而不能在动笔时任意拼凑。文章组织得好,层次便分明,一

步接一步，一层接一层，使读者心领神会；组织得不好，便会层次纷乱，东蹦西跳，让人看了不知所云。

有些人得到的材料很多，但不知如何下笔，从何处说起，这便是不懂得文章的组织。因为材料是零碎的、散乱的；文章是完整的、有层次的。经过一番整理、排列、组合，然后才能把散乱的材料加以运用，组织成一篇完整、严密的公文。要做到这一点，应注意以下几个方面：

1. 整个公文有一个主题。主题不确定，结构就会松散、意义不明确。

2. 要集中力量表现主题。公文必须集中力量表现主题，不能游移、含混、不着边际，“上下五千年，纵横八百里”，无所不谈，或者反反复复，这是绝对不能允许的。

3. 要前后贯穿。公文撰写要注意前后的呼应，意思紧密无间，因此在撰写过程中，要注意承接、转折、呼应的作用，使全文前后联系紧密，写题纲时便应事先安排一下，怎样开头，哪些应作为重点，段落如何划分，采取什么方法把它们贯穿起来。

总之，公文的组织有一个特定的目的，把自己观点以最有效、最有说服力的方式表达出来。

六、润色与修改

古人云：“善做不如善改，善改不如善删。”这句话道出了中文写作的秘诀。对英文写作也同样适用。写作的技巧在于修改。修改，其单纯的意义在于删去文章中的多余的词，意义表达不明确，以及可读性不强的词句，以简洁的文字代替，能给读者一个明确而完整的印象。修改后的文章，经过一番去芜

存蓄的工作,才能达到预期的目的。

有些人不愿意修改自己的文章,提起笔来,一挥而就,文不加点,连回头看一遍都不耐烦,这显然是极端错误的。还有些人不善于修改自己文章,纵然在写成文章之后看上几遍还找不出要修改的地方,这可能是缺乏修改的习惯,以至于满心想修改,总觉得无从下手。自己修改自己的文章,的确也有些困难,在写的时候用过一番苦心,自然觉得这样写才对,这样写才好,在这样的心理基础之上去看自己的文章,不容易发现它的毛病所在。在这种情况下,如果条件允许,最好请别人看一看,提提意见,而别人则能比较客观地看待它,容易找出问题来。对于那些并不紧急的公文,可以在写好后放置几天,过几天再看看,这样,原来写公文时的构思情形在记忆中已经淡漠了,不再保留自己原来的意识,而且可能又想到了新的素材,产生了新的想法,这样容易在原文中找出问题来。

在具体检查、润色、修改过程中,建议从以下几方面考虑:

1. AGREEMENT; 主语与谓语在人称和数上是否一致?
关系代词与先行词是否一致?
2. BRIEF; 公文是否简明扼要?
3. CASE; 所用代词的格是否正确?
4. COHERENCE; 语气与段落铺垫是否有道理?
5. DIVISION; 句子及段落的划分是否正确?
6. EXPRESSION; 所表达的内容是否与公文的目的一致?
7. FACT; 是否为加强说明公文意旨而列举了事实根据?
8. GENDER; 代词的性别是否有误?

9. HANDWRITING: 笔迹、印刷、打印是否清楚?
10. INCOMPLETE: 是否在所用的及物动词后忘了加宾语? 句子是否完整?
11. JOIN: 复合句及复杂句是否正确?
12. KEY: 是否把一些关键的思想表达清楚了?
13. LONG: 句子中及物动词的宾语是否太长? 段落是否冗长?
14. MOOD: 如果用了虚拟语气, 是否正确?
15. NOMBBER: 抽象名词是否加了 s 或者单数形式的名词加了 s?
16. OMIT: 是否合理地删去了多余的单词?
17. PROPOSITION: 文章内容的陈述是否合乎逻辑?
18. PUNCTUATION: 是否正确使用了标点?
19. QUESTION: 反问的口气中, 疑问句是否使用得恰当得体?
20. RECONSTRUCT: 文章的结构是否需要重新组织?
21. SPELLING: 是否有拼写错误?
22. TENSE: 时态是否正确?
23. UNITY: 公文的思想是否统一? 一段话讲了几件事, 是否未说明确, 又转到其它方面去了, 以致削弱了公文的说服力?
24. VOICE: 语态运用是否恰当?
25. WORD: 是否用错了单词? 用了自造词? 或该用动词却用了分词等等。

七、慎重使用标点

一篇成功的公文,除了在单词、短语、句型、语法上准确无误外,标点符号的使用也很重要。从事公关和写作的人,要用英语写好各种公文,首先必须学会标点符号的使用。

1. [.]句号

(1)用于陈述句与命令句句末。例:

Discount cannot now be allowed.

An early reply would be appreciated.

(2)缩写字后要用句点。例:

K. L. Liang

J. M. Collins

(3)简略字后要用句点。例:

a. m., p. m. (上午,下午)

Dec. (December)

MR., Mrs.

(4)十进位数货币记数法、元与角之间要用句点分开。例:

\$ 15. 09 \$ 3. 45

注意:

(a) 英语与汉语的句点不同,不能混用。

(b) 罗马数字后不用句点,例:

George V (乔治五世)

(c) 政府、机构的许多惯用专有名称后不用句点。例:

BBC (British Broadcasting Corporation 英国广播公司)

NBC (National Bus Company 英国国际汽车公司)

UNESCO (United Nations Educational, Scientific and

Cultural Organization 联合国教科文组织)

(d) 直接引语或引文句末的句点一般在引号内。例:

He said, "I'm a student." (他说, "我是大学生")

2. [,] 逗点

(1) 用于句中并列成分之间。例:

Miss Ayton has a pleasing and attractive personality, and we have found her character beyond reproach. (Ayton 小姐的性格令人愉快并具有吸引力, 我们发现她的人品无可指责。)

(2) 日、月和年之间用逗点分开。例:

August 15, 1992

National Day, 1991

(3) 句中的独立成分要用逗点与句子的其他部分分开。

例:

Finally, is her attitude to work satisfactory?

(最后一点, 她的工作态度是否令人满意?)

(4) 状语短语或从句在前时, 后面一般用逗点隔开。例:

As we have not yet received the cable, would you please look into the matter? (因为我们还未收到电报, 你能否查一下此事?)

(5) 在非限制性定语从句前, 要用逗点。例:

Beijing is our capital, where many high buildings are under construction. (北京是我们的首都, 正在建设许多高楼大厦。)

(6) 在 however, of course, certainly, surely, indeed 等词之后用逗点以表示语气转折。例:

Our transactions with this firm, however, have been so small that they don't justify an opinion from us about their financial standing. (可是,我们与该公司的贸易合作往来不多,无法完全讲出该公司的财政情况。)

(7)在缩略的句子中,用逗点来代替省略的词,可避免重复。例:

The first half time was dull; the second half time, exciting. (上半场踢得很沉闷,下半场就很紧张、激烈。)

(8)对比或比较的句子间要用逗点。例:

The more, the better. (越多越好。)

(9)直接引语要用逗点,与句子其它成分分开。例:

He said, "This is not my signature." (他说:“这不是我的签字。”)

(10)用逗点分开地址中的街道、城市 and 国名。例:

25 First Avenue, New York, USA

38 Suzhou Street, Beijing, China

(11)在英文书信的结束语后要用逗点。例:

Yours sincerely,

Cordially yours,

Yours truly,

Sincerely yours,

3. [?]问号

(1)用在疑问句之后。例:

Do they order freely? (他们自由定货吗?)

(2)在附加词之后要用问号。例:

He can do it well, can't he?

(3)对一件事或一个数字表示怀疑,可以在括弧中写一个问号来表示。这种用法并不影响其他标点符号的使用。例:

The contract was signed on August 15 (?), 1985. (这份合同是1985年8月15日(?)签订的。)

4. [']所有格符号或省略号

(1)该符号在形式上和逗号相同,但其位置在词的左上角。

(2)用所有格符号表示名词的所有格,但不能表示代词的所有格。例:

one day's work (一天的工作)

two months' leave (两周的假期)

(3)用作省略号。例:

five o'clock=five of the clock

'85=1985

I'd=I had; I would

we're=we are

5. [;] 分号

(1)意义相关或对等的分句之间如果不用连接词,便可用分号将其分开。例:

We should be willing to allow credit up to \$400; We have in fact had several orders from this firm for much larger amounts. (我们愿意给予400美元的贷款;实际上我们已经收到了该公司更大的订货量。)

(2)在有连接作用的副词 therefore, however, hence, accordingly, so, thus, otherwise, moreover 等词前面常用分号。例: