

Journalism & Communication 新闻传播学通用教材 ◆

实用传播文体写作

Shiyong Chuanbo Wenti Xiezuo

毕 耕 著

復旦大學

• 新闻传播学通用教材 •

实用传播文体写作

毕 耕 著

復旦大學 出版社

图书在版编目(CIP)数据

实用传播文体写作/毕耕著. —上海:复旦大学出版社, 2007. 5
新闻传播学通用教材
ISBN 978-7-309-05444-6

I. 实… II. 毕… III. 传播学-应用文-写作-高等学校-教材
IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 038787 号

实用传播文体写作

毕 耕 著

出版发行 复旦大学出版社 上海市国权路 579 号 邮编 200433
86-21-65642857(门市零售)
86-21-65118853(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)
fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

责任编辑 黄文杰
总 编 辑 高若海
出 品 人 贺圣遂

印 刷 上海第二教育学院印刷厂
开 本 890 × 1240 1/32
印 张 14.75
字 数 425 千
版 次 2007 年 5 月第一版第一次印刷
印 数 1—6 000

书 号 ISBN 978-7-309-05444-6/H · 1093
定 价 26.00 元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

目 录

第一章 传播文体总论	1
第一节 传播和传播文体.....	1
第二节 传播文体写作系统.....	9
第三节 传播文体写作的过程和规律	19
第四节 传播文体写作的历史和发展	26
第五节 学习传播文体写作的意义和方法	29
 第二章 新闻传播文体	33
第一节 消息	34
第二节 通讯	44
第三节 综述	53
第四节 人物专访	60
第五节 新闻特写	67
第六节 新闻评论	74
第七节 电子媒介新闻	82
 第三章 广告传播文体	97
第一节 商业广告	97
第二节 公益广告.....	103
第三节 报刊广告.....	108
第四节 广播广告.....	114
第五节 影视广告.....	119

第六节	网络广告·····	127
第七节	广告策划书·····	134
第四章	经济传播文体·····	142
第一节	商业资讯·····	142
第二节	市场调研报告·····	146
第三节	市场预测报告·····	152
第四节	经济活动分析报告·····	159
第五节	审计报告·····	165
第六节	招标书 投标书·····	169
第七节	经济合同·····	174
第八节	商品说明书·····	184
第五章	法律传播文体·····	191
第一节	起诉状·····	191
第二节	上诉状·····	195
第三节	答辩状·····	198
第四节	辩护词·····	201
第五节	公证书·····	206
第六节	判决书 调解书·····	210
第七节	仲裁文书·····	216
第六章	科技传播文体·····	225
第一节	文摘 综述·····	226
第二节	科技论文·····	234
第三节	科技报告·····	245
第四节	可行性研究报告·····	252

第五节	设计说明书	259
第六节	项目申请书	264
第七节	专利申请书	270
第八节	科普作品	277
第七章	政务传播文体	282
第一节	行政公文概述	282
第二节	指令性公文	294
第三节	知照性公文	310
第四节	报请性公文	322
第八章	事务传播文体	331
第一节	计划	331
第二节	总结	336
第三节	简报	342
第四节	调查报告	346
第五节	工作研究	356
第六节	典型材料	360
第七节	公示	364
第八节	法规文书	368
第九章	会务传播文体	377
第一节	开幕词 闭幕词	377
第二节	会议报告	383
第三节	就职讲话	388
第四节	述职报告	391
第五节	演讲稿	396

第六节 欢迎词 欢送词 答谢词·····	401
第七节 会议记录·····	407
第十章 日常传播文体·····	413
第一节 博客·····	413
第二节 书信·····	418
第三节 请柬 聘书·····	424
第四节 题词 贺词·····	427
第五节 介绍信 证明信·····	431
第六节 申请书 求职信·····	436
第七节 慰问信 表扬信 倡议书·····	440
第八节 启事 海报 讣告 ·····	448
第九节 对联·····	454
主要参考文献·····	459
后记·····	462

第一章 传播文体总论

传播是人类与生俱来的一种社会现象,是人们在社会生活中进行信息沟通、传递与交换的方式。自传播现象产生以来,就出现了语言和文字这两种传播形式,写作活动也就随之而生了。写作是以文字符号为主要工具,以各种书面形式为载体,记录、加工和传播各种有用信息的社会活动,是人类社会交流思想感情,总结生产实践与社会实践经验,记录科学技术研究成果,为实际工作和社会生活服务的重要工具。

传播与写作具有不可分割的必然联系,写作就是传播活动的主要形式之一,是实现传播功能的重要途径。写作按不同的要求和标准,可以划分为不同的类型。人们通常根据写作目的与方式的不同,将其划分为文学创作与实用写作两大类。文学创作是运用虚构的方式和形象思维的方法,通过叙述故事情节和塑造人物形象来满足人们的审美需求。实用写作则不同,它的内容必须真实准确,不得有半点虚构的成分,并直接用于处理公私事务,交流情况,沟通信息,解决实际问题。传播文体写作是实用写作中一个重要的组成部分,具有内容丰富、文体多样等特点,使用频率高,应用范围广,是人类社会生活中不可或缺的重要工具。它同各种类型的写作一样,都是一种创新性的精神劳动,有着自身所固有的许多特点和规律。正确认识这些特点和规律,对于学习和掌握写作理论知识,提高实际写作技能,都有十分重要的意义。

第一节 传播和传播文体

一、传播的概念、分类和发展历程

1. 传播的概念和分类

传播一词古已有之,最早见于《北史·突厥传》:“传播中外,咸使知

闻”。《现代汉语词典》把传播解释为“广泛散布”，包括物质和精神内容的传递散布。传播学中的“传播”，不是汉语“传播”的自然演绎，而是来源于英文 communication，其含义为通信、会话、传达、交流和交通等，后来则演变成信息的传递、交换和共享，成为传播学的一个重要概念范畴。

传播现象是自然界与人类社会普遍存在的一种共同现象，人们通常将其划分为非人类传播与人类传播两大类型。前者是指自然界的一种信息的传递，如日月星辰的宇宙射线，地壳运动中地震波的变化，动物的体表颜色和声音，以及蜜蜂的舞蹈等，这都是在传递相关的信息。后者通常是指人类社会生活中各种信息的传递，包括口头、书面语言以及表情、动作等身体语言对思想感情的表达等。由于自然界与人的生理传播现象属于自然科学所研究的范畴，因此，人们便把传播限定为人类的“社会性”的行为，这就为传播学的研究划分了明确范围，从而使之成为一门以人类传播为特定研究对象的社会科学。

关于传播概念的内涵，不同的人有不同的解释，其定义也不下数百种。如郭庆光把传播定义为：“所谓传播，即社会信息的传递或社会系统的运行。”^①邵培仁将传播概括为：“传播是人类通过符号和媒介交流信息以期发生相应变化的活动。”^②以上这些定义，从不同的角度概括了传播的基本特征，但似乎过于抽象，仍然不够本质。因此，可以给传播下一个简单的定义：传播是人类社会信息传递的行为过程。这一概念的内涵包括五个要点，即传播是一种社会行为，是人与人之间的双向互动过程，是信息的沟通与交流，传播离不开符号与媒介，并由传播者、符号、媒介、接受者和传播效果这五大要素构成。既然传播是人类信息传播的行为与过程，那么作为一门独立的学科，传播学就是研究人类信息传播活动及其规律的科学。

传播作为一种复杂的社会现象，通常表现出各种各样的形态，具备多种不同的功能。按照不同的标准，可以对此进行不同的划分。人们

① 郭庆光：《传播学教程》，中国人民大学出版社，1999年11月版，第5页。

② 邵培仁：《传播学》，高等教育出版社，2000年6月版，第30页。

通常按照传播的层次,划分为自我传播、人际传播、组织传播和大众传播四种类型。自我传播是指个人的意识活动与思维活动,个人主体与客体之间的对话交流,这是最小规模的一个人的“传播”。人际传播是指两人或两人以上规模的人与人之间的交流,通常可划分为两人间传播、小群体传播和公众传播三类。组织传播是在一个组织机构中,内部与外部之间的信息交流。大众传播是以社会公众为传播对象,通过报纸、杂志、广播、电视、网络等大众传媒向社会发布信息。由于大众传播是从事信息生产与传播的专业机构所实施的活动,比其他的传播形式具有更大的优势和能量,因而在社会生活中发挥的作用更大,影响也更强。

2. 传播的发展历程

传播是与人类社会的发展同步进行的,从原始社会的结绳记事到现代的广播、电视与网络传播,都是人类的传播能力不断发展飞跃的见证。回顾人类的传播历史就不难发现,信息技术的发展对传播思维与传播方式的进步,有着至关重要的推动作用。迄今为止,人类的传播活动可分为四个阶段,具体如下。

(1) 口头传播阶段。人类最初交流信息的传播方式,主要是靠动作、表情、叫喊等,同动物没有多大的区别。后来经过漫长的发展,人类逐渐创造自己的语言形式,这是人类摆脱动物性,从野蛮走向文明的重要标志。人类通过语言进行口头传播,社会信息完全是个人主观意识的流露和表达,没有任何外化、物化的客观信息,群体记忆几乎是唯一的完整的存储方式,大脑成了重要的存储物质信息的媒介。口头传播的信息交流方式,只是面对面的直接交流。由于自然声音传播的时空范围极其有限,只能靠两条腿的行走来扩大传播范围,如马拉松长跑就是为了纪念一次具有英雄色彩的传播活动。同时,由于传播的信息都是主观信息,所以社会信息量可能会因为个体生命的死亡而减少甚至消失,或者因时间的推移而出现错漏与遗忘。正是这种口头传播的方式,决定了社会信息传播的简单化和有限性的特点。

(2) 文字传播阶段。文字符号的出现,是人类传播史上一座重要的里程碑。为了克服共同记忆显而易见的缺憾,人类便将某些信息存

储在社会成员的大脑之外,人类学家称之为“离体记忆”,如木棒刻痕、岩石涂雕、山洞壁画和结绳记事等。可以说,人类早期所创造的象形文字,就是这种记事图画所发展、演变的产物。在象形文字的基础上,又出现了表音和表意文字,最后形成了书写符号与声音符号相结合,用以表达概念和意义的语言文字。文字书写的出现,代替了面对面的口头传播,使信息的内容更加精确与复杂,而且还有永久保存的功能,做到了“有案可稽”。同时,由于书写可以保存事实,并能代代相传,因此历史的概念得以确定,曾经流行于口头传播时期的歌谣、神话、传说等,则可以载入历史的典籍。人类的知识创造和科技发明,以及思想文化意识等都可以通过记录而永久流传,这也是文字书写推动人类社会文明进步的一个重大功绩。但是,由于书写是一项要求极高的活动,使用范围较窄,参与的人数较少,只能被少数人所掌握与利用,因而所产生的信息量也十分有限,难以向社会公众广泛普及。

(3) 印刷传播阶段。信息的大规模传播,应归结为印刷术的发明。印刷术起源于殷商时期的印章以及后来的拓印术,大约在隋末唐初出现了雕板印刷。世界上现存的第一部印刷品,就是我国唐代印刷的佛典《金刚经》。北宋庆历年间,毕昇发明了活字印刷,大大提高了印刷的功效。1315年,中国最先铸出了铜活字。后来,我国的印刷术随“丝绸之路”传向西方。1450年,德国人古登堡研制成功了金属活字印刷机,进行大规模工业化的印刷生产。印刷术的出现,大大增强了文字信息资源的数量与质量,扩大了信息传播的范围,使过去垄断在少数人手中的书写权利向社会公众开放,实现了文化知识和社会信息的普及与传播,并促进了不同文化之间的沟通与交流。

(4) 电子传播阶段。电子传播媒介的产生与发展,是人类科技史上又一次伟大的飞跃,使人类真正实现了“千里眼”、“顺风耳”的幻想,让每个人都可以做到“脚步不出门,能知天下事”。所谓电子传播媒介,是指依靠电子的流动而传播信息的介质,即电报、电话、广播、电视和因特网等。1920年,美国匹兹堡 KDKA 电台首次开播,成为世界上的第一座电台。1936年,英国广播公司建立了世界上第一座公共电视发射台。1969年,美国国防部资助建立的阿帕网的形成,标志着互联网最

初雏形的诞生。随后在 20 世纪 90 年代中期,以国际互联网为代表的全球网络的迅猛发展,卫星与光纤通讯技术的日益完备,出现了以互联网为载体的新型媒体——网络媒体,将人类社会带进了网络传播时代。据专家估计,截止到 2005 年底,全球互联网用户已达 10 亿。我国从 1995 年开始发展互联网业务,到目前为止网络站点达 69 万个,网络用户人数已超过 1 亿。

3. 传播学的产生及其原因

人类在漫长的生产实践活动过程中,逐渐产生了一定的社会关系和语言系统,进而形成了文字符号,以及后来的印刷术与电子通信等,从而告别了结绳记事的蒙昧时代,进入到了现代工业文明的新时代。人类目前通过传播所进行的一切社会活动,都是为了满足日益增长的信息需要,并以此来推动社会的发展与进步。然而,从历史的角度来看,人类早期的传播活动却是自发的、无意识的,没有科学观念的支配与指导,也没有成文的定义与规范。随着社会的发展和科学观念的进步,把传播现象作为一门独立的学科来研究已成为历史的必然。

作为一门新兴的应用学科,传播学最早产生于大洋彼岸的美国。20 世纪三四十年代,由于现代科技的迅猛发展,工业化大生产的突飞猛进,直接导致了对信息需求的急剧增加,有力地促进了传播业的迅速崛起。大众传播的日益兴盛,反过来又对美国的政治、经济、文化等产生了巨大的影响。政治家们为了获得或巩固自己的政治地位而更加重视舆论宣传,军事上为了赢得“二战”的胜利而进行战争动员与对敌宣传,经济上要利用传媒来进行广告营销,推动消费市场等。总之,传播学在美国的产生是由许多原因共同促成的,是社会发展到一定阶段的必然结果。

二、传播文体的含义、特点和分类

1. 传播文体的含义

人类的信息传播活动,无论是过去的口头、文字和印刷传播,还是现代的广播、电视与网络传播,虽然传播媒介在不断地发展变化,但从接受的角度来看,人们始终是从视觉与听觉方面来接受信息的,因而已

可把传播分为视觉传播和听觉传播两大类。视觉传播是通过文字、符号和影像来传递信息,听觉传播是以声音为媒介来传递信息,其中前者占主导地位。无论哪一种形式,都离不开文字与写作。且不说书籍、报刊等印刷媒介主要是由文字构成,即便是广播、影视和网络等电子媒体也是以文字为基础的。广播、影视与图画需要底稿、脚本和说明,而网络的大部分内容都是文字。由此可见,文字就是信息的外化与载体,写作则是信息传播的重要方式与途径,传播文体也就成了人类传递信息、交流思想与沟通感情的重要工具。

传播文体通常也称为传播文书,它是近年来开始流行的一个新概念,是随着信息学科、传播学科的发展而产生的写作门类,也是写作学的一个重要分支。传播文体的概念,可简单概括为:传播文体是人们用于传播各种实用信息的一种重要的文体形式,是传播学与写作学相结合的产物。它的写作主体既可以是新闻机构、国家机关、社会团体和企事业单位等,也可以是任何的个体人士。它的写作对象十分广泛,包括政治、经济、科技、法律、教育等各个方面的内容,其外延几乎涵盖了除文学创作之外的其他一切实用写作活动,是信息传播活动中不可或缺的一种重要文体。

2. 传播文体的特点

传播文体写作是一种以语言文字为工具,记录、加工和传递各种信息的创造性的精神生产活动,是现代信息社会不可缺少的重要组成部分。它在表现丰富多彩的现实生活,反映客观事物及其规律等方面具有不可替代的作用,体现出鲜明的时代特征。传播文体的特点,具体表现在以下几个方面。

(1) 功能的实用性。传播文体最根本的特点,就是它的实用性。我国自古就有“尚实用”的写作传统,传播文体的产生、发展与勃兴,就是不断满足社会功用的结果。自产生之日起,传播文体就以讲究实用为目的,以满足社会需求为己任,直接用于传递信息,交流情况,协商工作,处理问题,为人们的实际工作和日常生活服务。例如,《国家行政机关公文处理办法》在第一章总则中指出:行政公文“是行政机关在行政管理过程中形成的具有法定效力和规范体式的文书,是依法行政和进

行公务活动的重要工具”。这里特别指出它是一种“重要工具”，就是要强调它的实用性。再如，经济合同的作用就在于督促和监督签订合同的各方共同履行某种经济行为，计划是为完成某项具体工作而制订的行动纲领，这些都表现出直接的实用功利性。

(2) 应用的广泛性。传播文体是为了满足人们日常工作与生活的需要而产生的，它的这种实用功能也就决定了应用的广泛性。传播文体的内容十分丰富，涉及国家机关、社会团体、企事业单位和广大人民群众的工作与生活的方方面面，既用于传达贯彻党和国家的方针政策，又用于反映人民群众的意见与要求，同时还用于协商工作、交流经验和传递信息等。它不仅内容丰富，形式多样，而且实用性强，广泛应用于社会生活的各个层面，为广大群众所喜闻乐见，在现代社会中发挥着重要的桥梁与纽带作用。无论是领导干部、科学家与企业主，还是普通百姓等，人们都可以运用它来为日常工作和服务。

(3) 内容的真实性。一般而言，很多实用文体的内容都讲究真实性，但传播文体与文学创作的真实性却有根本性的区别。文学创作讲究的是艺术真实，作家可以运用形象思维，通过虚构和想象来塑造艺术形象。然而，在传播文体写作中，却不允许有任何虚构与想象的成分。它最根本的要求，就是要注重事实的真实，即现实生活中存在的事实，包括时间、地点、人物、事件以及资料、数据等，都必须有根有据，确凿可靠。例如，新闻报道的事件必须具体真实，调查报告的材料必须准确可靠，学术论文与科研报告中所引证的事实和数据都要求精确无误，真实可信。

(4) 格式的规范性。传播文体的一个重要特点，就是讲究文本格式的标准化和规范性。尽管文体形式可以多种多样，但都有相对稳定的格式与规范。这种规范性的产生，主要有两种原因：一是为了实施现代化的管理，方便储存、检索等而经有关部门制定的。例如，国务院办公厅颁布的《国家行政机关公文处理办法》，就对行政公文的格式作出了明确的规定，任何部门、单位或个人都不能随意更改。法规性文体如章程、规定、办法等，也都有比较固定的写作模式。二是在长期的写作实践中逐步形成的，是对传统的继承。如书信一般由称谓、问候、正文、

落款、日期等五个部分构成,消息一般多采用“倒金字塔结构”等。这种约定俗成的格式,写作时也不得随意改变。

(5) 时间的限定性。传播文体因直接为处理公私事务和社会生活服务,所以一向都受到时间的限制,具有鲜明的时效性。这里的时效性主要有两层含义:一是传播文体的写作要讲究时效,如新闻、简报和公文的写作都要求迅速及时,不能延误时间。二是指已经写出的成品,其功用或效力要受到时间的限制,超出规定时间就会失效。如告知类公文包括通知、通告的时效性就很强,合同、广告、计划等也都会受到时间的制约。当然,不同种类的传播文体对时效的要求是不完全相同的,不能一概而论。仅以新闻文体为例:消息、简讯要求在第一时间内就报道新闻事件,而通讯、综述和人物专访等对时效性的要求则不那么严格。

3. 传播文体的分类

传播文体的分类,就是将各种各样的传播文体,按照一定的标准划分为不同类型。各种传播文体的产生,都是在长期写作实践过程中逐步形成的。为了使用与研究的需要,人们将功能和结构特点相同和相近的写作成品,总结归纳为某一类型,于是便有了文体的分类。也就是说,各种文体不同种类的形成,既取决于社会发展的需要,同时又是人们长期以来对写作活动及其规律不断研究和总结的结果。

传播文体的分类,历来都十分复杂。由于人们对这类文体的理解与看法不同,研究的视角和划分的标准不同,因而在不同的历史时期,出现了许多不同的分类,至今也没有统一的定论。一般而言,主要有两种划分标准:一是根据传播的内容,将其划分为新闻传播文体、广告传播文体、经济传播文体、科技传播文体等。二是根据其实用功能,将传播文体分为政务传播文体、事务传播文体、会务传播文体和日常传播文体等。由于以上两种划分方法都难以覆盖所有的内容,因此,人们便将这两种方法综合使用,各取所长。尽管有些地方相互交叉融合,但仍不失为一种切实可行的办法。随着实用写作的发展趋势越来越多样化,传播文体的种类将随之不断地发展变化,现代写作学对写作成品的分类研究也将越来越科学、深入和日臻完善。

第二节 传播文体写作系统

一、传播文体的系统构成

传播文体的写作,实质上就是信息的产生、加工和传播的过程,是一个复杂的有机的写作系统。这一系统的核心要素就是写作主体,它通过对材料的摄取与加工,进而归纳抽象出某种明确的思想与观点,再借助于一定的结构形态和语言形式表达出来,最后形成特定的文本形式,并以此来实现文本写作的功能。换言之,传播文体写作系统的存在目的和系统功能,就是借助于稳定的系统结构以及同外界环境的物质信息交流来实现的。传播文体的系统构成,主要包括以下四大要素。

1. 写作主体

传播文体的写作主体,就是指文章的作者。在写作活动过程中,它是起主导的决定性作用的因素。从作者的构成类型上看,可分为个体式作者和群体式作者两种。个体式作者是指独立完成全部写作任务的人,群体式作者是指由两个或两个以上的人为完成写作任务所组成的写作集体。要成为写作主体必须具备相应的主客观条件,即要有一定的文化素质和写作能力等,其中以素质为基础,能力为主体。传播文体写作是一种富有创造性的复杂的脑力劳动,它要求作者必须具备相应的素养和能力。

(1) 思想理论素养。作者的思想理论素养主要是指作者的人生观和世界观,包括道德品质、科学认识、文化知识和理论素养等。它直接决定和影响着传播文体的立意,而立意则是一篇文章的核心和灵魂。传播文体的立意是否深刻、新颖、独到,主要来自于作者的思想深度和理论水平。所谓文品即人品,就是这个道理。要提高作者的思想理论素养,必须加强马克思主义、毛泽东思想和邓小平理论的学习,用现代科学文化知识武装头脑,加深对党和国家的方针政策的理解,努力深化对各种社会现象和社会问题的认识。只有这样,才能以正确的思想和科学的方法来指导传播文体的写作。

(2) 政策法制观念。传播文体是传达党和国家的方针政策,贯彻执行国家法律与法规的重要工具,是为社会主义建设和广大人民群众的根本利益服务的。作者的政策水平的高低和法制观念如何,将对此产生重大的影响。因此,传播文体的写作者必须不断加强自身的政策修养,强化法制观念,时时处处坚持依法行政,依法办事。在传播文体的写作实践中,无论是表达集体观点,还是个人意愿,都必须以党和国家的方针政策为指导,以法律、法规条文为依据。不仅要使写作内容符合政策与法治原则,而且还要注意行文关系的制度化、规范化,真正做到思想性、政策性和法律性相统一。

(3) 专业技术知识。多种传播文体都有极强的专业性,常常与有关专业和业务有密切的联系。从事传播文体写作的作者,必须懂得甚至精通相关方面的专业知识才行。因此说,具备一定的专业知识,就是写好传播文体的重要基础和前提条件。例如,经济类写作必须具备有经济方面的知识,司法类写作必须具备有法律方面的知识,写作科技报告、学术论文则更要求作者是那个领域的专家。撰写广告词、说明文等,也必须熟悉有关的业务。如果要撰写有关经济资讯方面的文章,而作者却缺乏经济方面的专业知识,即便有很高的写作水平也是很难写好的。

(4) 综合思维能力。在传播文体的写作过程中,作者的思维能力是具有决定作用的因素,而思维能力则是通过具体的思维形式和方法表现出来的。这些重要的思维形式主要有逻辑思维、形象思维、灵感思维和创造性思维等四种,具体说明如下。

逻辑思维是指运用概念、判断、推理来揭示事物的内在联系,反映事物客观规律的思维方法。在传播文体的写作活动中,逻辑思维的运功形式和过程是:由概念到判断,由判断发展到推理,在推理中又产生新的概念和判断,如此循环往复,从而使人的认识不断深化和提高。常见的逻辑思维方式,主要有以下几种:①分析和综合。分析是把整体分解为部分,把复杂事物分解为简单要素,把历史过程分解为片断,把动态凝固为静态来研究的一种逻辑方法。综合是将各种零散的材料,通过分析研究之后组合成一个新的整体,以动态方式考察对象的一种逻辑