

30 分钟系列丛书 ⑪

报告的写作

(汉英对照)

帕特里克·福赛斯 / 著 常玉田 / 译
黄震华 王克礼 / 审定

To Write a Report



对外经济贸易大学出版社

30 分钟系列丛书

报告的写作

To Write a Report

(汉英对照)

帕特里克·福赛斯/著

常玉田/译

黄震华 王克礼/审定

对外经济贸易大学出版社

(京)新登字 182 号

图书在版编目(CIP)数据

报告的写作/(英)福赛斯(Forsyth, P.)著;常玉田译.--北京:对外经济贸易大学出版社,1998.10 (30分钟系列;11)

书名原文:30 Minutes to Write a Report

ISBN 7-81000-891-9

I. 报… II. ①福… ②常… III. 报告-写作 IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 26533 号

Kogan Page Limited

120 Pentonville Road

London N1 9JN

ISBN 0 7494 2360 9

©Patrick Forsyth, 1997

北京市版权局著作权合同登记号:图字:01-98-1292 号

©1998 年 对外经济贸易大学出版社出版发行
版权所有 翻印必究

报告的写作

(汉英对照)

帕特里克·福赛斯 著

常玉田 译

黄震华 王克礼 审定

责任编辑:李 艺

对外经济贸易大学出版社
北京惠新东街 12 号 邮政编码:100029

北京兆成印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行
开本:787×1092 1/32 5 印张 72 千字
1998 年 10 月北京第 1 版 1998 年 10 月北京第 1 次印刷

ISBN 7-81000-891-9/H·210
印数:00001—25000 册 定价:8.00 元

30 分钟系列丛书

(汉英对照)

1. 面试之前
2. 开会
3. 演讲与发言
4. 交际技巧
5. 商业写作速成
6. 半小时上网
7. 正确决策的诀窍
8. 怎样写简历和求职信
9. 商业计划书
10. 营销计划的制定
11. 报告的写作
12. 推销信的写作
13. 使你自己变得更富
14. 怎样做一笔好买卖
15. 怎样增强自信心
16. 考驾驶执照之前

KA6 95/03

引 言

“写作很容易，只需坐下来，两眼盯着白纸，直到额头上凝起血珠子。”

吉恩·富勒

写作，尤其是商业写作，似乎总是一种苦差事。而按其定义来讲，报告又是商业写作中比较长的写作形式。可是报告自有其重要的作用，所以还是得有人写、而且得写好。如果一件写作活儿撂在了你的桌子上、而你的第一反应是忧虑甚至害怕，那么这本书就是为你写的。即使你已经写过好多好多的报告，但又想提高一下自己的写作技巧，那么这本书也会有所帮助。

报告的写作可以称为一种职业技能。换句话说，在许多种职业中，成功的前提之一，甚至于升迁擢用，都取决于是否能很好

引

言





地表现出这种职业技能。如果你递交一份经缜密考虑的文件,人们更有可能愿意读读放在面前的东西,并且能够注意到里面说的内容。其它的一些技能也都如此,但同它们一样,一份写得好的报告的出台并非偶然;经过学习,当然还有练习,才能驾轻就熟。

这套丛书的目的是在尽可能短的时间里达到各自的目标。所以,我们言归正传,谈谈报告写作的“方法”问题。

目 录

引 言

第一章 重大的机会	(1)
常见的现象.....	(1)
最坏的情况.....	(3)
妙笔与败笔.....	(5)
读者的期望.....	(6)
具体的要求与报答.....	(7)
第二章 准备与起草	(9)
第一个问题:为什么?	(10)
信息就是力量	(14)
系统的方法	(15)

第三章 形式和结构	(23)
开头	(24)
中间	(26)
结尾	(32)
还有什么?	(34)
第四章 语言的威力	(35)
得体而有效的风格	(36)
读者期望什么	(37)
读者讨厌什么	(42)
作者的应取之道	(44)
语言的运用	(46)
应当避免的错误	(51)
按规矩办	(55)
风格问题	(58)
第五章 版面与格式	(59)
报告的格式	(60)
页面的编排	(62)
图表的应用	(65)
报告的整体“包装”	(67)
最后的判断	(69)
后记	(71)

CONTENTS

Introduction	75
1 The Opportunity	77
Prevailing standards 77; The worst case 79; Easily influenced: for good or ill 80; Reader expectations 80; Specific requirements and rewards 11	
2 Preparation and Drafting	85
The first question: why? 86; Information is power 90; A systematic approach 92	
3 Shape and Structure	99
1. The beginning 100; 2. The middle 102; 3. The end 108; Anything further? 110	
4 The Power of Language	111
An appropriate and effective style 112; What readers expect 113; Readers' dislikes 118; The writer's approach 119; The use of language 122; Mistakes to avoid 126; Following the rules 129; Style 132	
5 The Right Look	133
The format of a report 134; The layout of the pages 136; The use of exhibits 139; The overall	

'packaging' of a report 140; A final judgement
143

Afterword

145

The 30 Minutes Series

The Kogan Page 30 Minutes Series has been devised to give your confidence a boost when faced with tackling a new skill or challenge for the first time.

So the next time you're thrown in at the deep end and want to bring your skills up to scratch or pep up your career prospects, turn to the *30 Minutes Series* for help!

Titles available are:

- 30 Minutes Before Your Job Interview
- 30 Minutes Before a Meeting
- 30 Minutes Before a Presentation
- 30 Minutes to Boost Your Communication Skills
- 30 Minutes to Succeed in Business Writing
- 30 Minutes to Master the Internet
- 30 Minutes to Make the Right Decision
- 30 Minutes to Prepare a Job Application
- 30 Minutes to Write a Business Plan
- 30 Minutes to Write a Marketing Plan
- 30 Minutes to Write a Report

30 Minutes to Write Sales Letters

Available from all good booksellers.

For further information on the series, please contact:

Kogan Page, 120 Pentonville Road, London NI
9JN

Tel:0171 278 0433 Fax:0171 837 6348



第一章 重大的机会

“在商业上,它相当于足球的无防守射门”。这话原指演讲演示(说这话的是一部有关演讲培训的影片中的一个角色。电影名叫《我未料到会这样》,录像艺术有限公司出品),但一样适用于报告。我说你写的每份报告都代表了一次机会,似乎显得有点儿奇怪,可是“机会”一词并非夸张,值得把它作为本书第一章的标题。

常见的现象

你最近一次不得不看别人写的一篇报告是什么时候?当时你喜欢看下去吗?至少是觉得不费劲吧?你对它的主题及其作者还留下什么印象吗?报告是否使得你同



意了它所说的主要意思？是否促使你立即采取了相应的行动？对以上问题，你的答案恐怕都是否定的。因为报告写得不好的情况实在太多了。对一份写得不好的报告的反应最轻的是讨厌，最重的可能是激烈的反对。

一篇好报告何以会这么难得呢？原因多种多样：写得仓促；模仿了某个过时的套路或者格式；抑或实际上是份标准文件，挖挖补补之后拿去应付某种新的场合。除此之外，这类报告缺点错误之多几乎令人难以卒读。结构松散，毫无条理，缺乏风格。用了十个词儿去讲三个词应能说清楚的事儿。这类报告极难看得懂，实际上还会给人误导，因此也就达不到它们的本来目的。

不管原因何在，写不好总是个问题。写作这种技能并非生而有之；我们已经掌握的技巧、养成的习惯并非一成不变。培训一番定然不大一样，而且应当尽快开始。例如参加培训班学习，阅读本书这样的读物，下决心尝试几种没用过的方法，等等。我教的课程涉及商业写作的各个方面，常常看到人们在课程结业后离开时的实践能力比起刚入学时有根本的变化。全面思考整个过程确实能起作用，可以很快地确立

新习惯、好习惯。

写作这一方面，习惯的势力在起着很大的作用。许多东西是在“自动装置”的操纵下写下的，一些不良习惯和做法积重难返，有损于很好的商业文章的写作。这是因为我们到底想写些什么，自己早就不再认真地思考了。

最坏的情况

正象许多事情一样，创造质量的因素不只一种，而是多种因素的结合。未经构思、考虑，或是匆匆草就、未作检查，充满胡乱堆砌的行话、套话、官话，缺乏风格，晦涩难懂，用词不当、行文过长，如果一个报告是这个样子，那么它的效果必定是彻底的失败。

例一是个稍加丑化的极端例子，代表着最为差劲的商业写作；它的内容如此杂乱无章，以致于若要弄明白它的含义，还得给它添加几个副标题才行。

我想说的实际上并非仅仅是批评否定现行的标准。如果说有些可取之处的话，那就是提供了一种机会，使一些人愿意不怕麻烦，为其读者写出更好的文字来。这

重
大
的
机
会





样,你写的就会与众不同;你能达到你的目的,还可树立一种正面形象。这本小书的中心意思便是:要想保证总能做到这一点是比较容易的。

例一:毫无章法的文章一例,取材于某办公室布告栏。(复制自本书作者另一本书《如何写好报告和建议书》)

标准进度报告

(适用于那些无进度可报的人)

在调查阶段,该调查于2月14日收了尾,在其目的在于建立初步活动的初期的准备工作方面取得了很大的进步。(我们正在准备开始,但是还没做任何事情。)

已对背景信息作了复审,对这一项目的各个构成部分的功能性结构已经配备了合适的人力资源。(我们议论了一下这事儿,说好由乔治领头)。

在选择最佳的方式和方法方面遇到了相当大的困难,但是正在对这个难题进行着顽强的进攻,而且我们期望这一发展阶段将会以令人满意的速度前进。(乔治正在阅读情况说明。)为了防止在同一领域出现对以前的工作的不必要的重复,有必

(下接5页)

(上接4页)

要建立一支项目团队,该团队已经进行了一次广泛的巡行,访问了与这项研究有着直接相关性的各个部门。(乔治和玛丽看望了大家,一块儿过得挺愉快。)

指导委员会定期举行了多次会议,并且考虑了许多重要的政策性问题,涉及到整个体系的各个组织层次和移交给与产生自广泛的功能性规范说明的具体任务有关系的人员的责任内容。(这到底是什么意思?)据认为,随着必需的人员逐渐到位以发挥他们在那些必须在作出决策之前进行的讨论中的作用,进展的速度将会持续加快。(如果可能,我们真的想尽快做点儿事儿。)

重大的机会



妙笔与败笔

写一篇优秀的报告不仅需要在许多方面小心在意,其本身也是一个微妙的过程。换句话说,往往稍不留神就能冲淡你想说的准确含义。一句话、一个短语、甚至一个词,倘若使用不当,都会削弱文章的明晰度和作用。因此,也正如下面要讲到的,注意



细节、避免这类缺陷是十分关键的。

当然,相反的情形也是如此:稍作更改即可令文章在许多方面生色。如果某个短语选择得当,可能会使平平常常的段落变得令人耳目一新,难以忘却。例如本章开头第一句中的“无防守射门”。这一短语肯定要比简单地讲“好的报告写作可以提供机会”有力得多。

然而,什么样的报告才叫好并不是个学术问题;报告写得成功与否,最终的裁判当然还是读者。

读者的期望

向商业界引入大批的行话术语方面,并非仅有心理学家一派。不过,生造了我铭记在心的“认知成本”(cognitive cost)这个短语的人确是一位心理学家。举个例子就能明白它是什么意思,假如你想很快地查出电脑中的某个操作故障。由于你并不知道怎么做,于是就去查阅使用手册。对许多人来说,只消看一眼那厚厚的手册就会明白:“这可真费劲。”也就是说,这么一本手册的认知成本很高,它写得密密麻麻,一望可知难以查阅。