



廖伦建◎著

应用 写作美学

ing Aesthetics

中国文史出版社



廖伦建◎著

应用 写作美学



Application Writing Aesthetics

中国文史出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

应用写作美学 / 廖伦建著. —北京: 中国文史出版社, 2013. 8

ISBN 978-7-5034-4219-3

I. ①应… II. ①廖… III. ①汉语—应用文—写作—美学理论 IV. ①H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 192189 号

责任编辑: 李晓薇

出版发行: 中国文史出版社

网 址: www.wenshipress.com

社 址: 北京市西城区太平桥大街 23 号 邮编: 100811

电 话: 010-66173572 66168268 66192736 (发行部)

传 真: 010-66192703

印 装: 北京天正元印务有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 170mm × 240mm 1/16

印 张: 15.5

字 数: 253 千字

版 次: 2013 年 9 月北京第 1 版

印 次: 2013 年 9 月第 1 次印刷

定 价: 46.00 元

文史版图书, 版权所有, 侵权必究。

文史版图书, 印装错误可与发行部联系退换。

目 录

CONTENTS

第一章 应用写作的审美与实践概论	1
第一节 应用写作审美的客观性、系统性	1
第二节 应用写作审美的必要性、可行性	9
第三节 应用写作审美的战略性、战术性	12
第二章 古代应用写作的美学运用	28
第一节 先秦至两汉应用写作审美	28
第二节 魏晋至唐宋应用写作审美	33
第三节 元明清时期应用写作审美	44
第四节 唐代诗歌的应用写作审美	50
第三章 现代党政公文的审美与写作	56
第一节 党政公文写作美学原则	56
第二节 公文要素的审美与标识	69
第三节 公文内容的审美与写作	82
第四节 十八大报告的美学探析	85
第四章 现代事务文书的审美与写作	98
第一节 新闻的审美与写作	98

第二节	解说词的审美与写作	110
第三节	总结的审美与写作	118
第四节	调查报告的审美与写作	126
第五节	讲话稿的审美与写作	139
第五章	现代经济文体的审美与写作	150
第一节	经济广告的审美与写作	150
第二节	经济论文的审美与写作	165
第三节	企业音乐电视审美与写作	178
第四节	唐诗在经济写作的美学运用	187
第六章	现代私务文体的审美与写作	199
第一节	对联的审美与写作	199
第二节	新婚祝酒辞的雅俗技巧	208
第三节	求职信的审美与写作	212
第四节	手机短信的审美与写作	226
后 记		241

第一章

应用写作的审美与实践概论

第一节 应用写作审美的客观性、系统性

有一句名言:生活中不是缺少美,而是缺少发现美的眼睛。推而广之,应用文不是缺少美,而是缺少美的发现。我们现在迫切需要建设一套应用写作的审美标准,以便更大程度地提升应用文作者和读者的审美意识及审美能力,提高应用写作的积极性和应用文体的质量。

一、应用写作为何羞于言美、畏于言美

现在一些谈及应用文审美的文章,感觉仍然是理不直、气不壮:有的认为有些应用文可以写得美一些,有的应用文就没有必要,也没有可能;有的认为应用文在具备“实用性”、“工具性”等本质特征的同时,也应该力求具有“审美性”,把应用文的审美性放在“本质特征”之外等。

更有人认为审美性是文学作品的专利,与应用文无缘。产生这种认识的原因在于:

一是自从应用文为“艺文之末品”的传统观念深入人心之后,人们往往误以为应用文是刻板、枯燥、乏味的同义词,结果绝大部分的人都想当然地认为学习应用文难以获得审美的愉悦。他们不仅漠视了古今中外那些优秀的应用文可以取得众多读者的愉悦性这一事实,更重要的是,只注重于应用文的“外在美”,而忽略了

应用文的“心灵美”、“行为美”，缺少对应用文美的发现。缺少从一处旧瓦房看出历史的沉淀与沧桑；从一块贫瘠的土地看到丰收的稻田；从一块普通的石头看到精美的雕塑作品这样的眼光。

二是认为应用文以“实用性”、“工具性”为其本质特征，作为党政机关、团体、企事业单位在公务活动中使用的文字工具，应用文以行使职能、方便实用为目的，以通俗易懂、客观严谨为主要表现风格，以规范的格式和严密的办理程序为主要特色，无必要也很难具有审美性。

那么，请问现实生活中那些“实用”的东西都不追求美吗？其实，“实用性与艺术性不是相互排斥而是相辅相成的。实用性的文章也要求能产生美感，正如一座房子不但要能住人而且要样式美观一样。”（朱光潜语）“通俗平易、客观严谨、规范的格式、严密的程序”难道不是一种更重要的美吗？语言通俗、材料客观、格式规范、程序严密是作者和读者在写作和阅读应用文时共同的审美追求，怎么反而没有美了昵？

三是用文艺作品的审美标准来评价应用文，故应用文无美。承认应用文是“艺文之末品”，但千万别忘了“政事之先务”，其功用性谁重谁次是显而易见的。美的标准不仅有时代性，也有独特性。三寸金莲曾经是中国古代女子的一种美，留长辫子也曾是中国古代男子的一种美，“养在深闺人未识”是古代女孩子的美，“读万卷书，行万里路”是男子汉的美……这些是我们众所皆知的常识。不能用男性的阳刚美去评论女性，不能用模特身材的审美标准去挑选举重运动员；梅枝以曲为美，杉木以直为美，微雕小中见美，大海阔中见美……不同的对象有不同的审美尺度，我们有什么理由用文艺作品的审美标准来否认应用文具用审美性呢？

二、应用写作要斗胆言美、科学言美

（一）应用写作要斗胆言美——应用写作美的现实性

其实，就美的特征而言，笔者认为，应用文较文艺作品有更多的理由提振它的审美性。

美具有客观性，美产生于人类客观的社会实践活动，没有美的事物本身就无所谓美；另外，美的标准也具有客观性。“文章是客观事物的反映”，应用文是客观事物直接的正面的反映，文艺作品则可能是客观事物间接的、侧面的反映。从这个角度上说，应用文的美更易于被人们发现，更易于被人们承认。调查报告中的

先进单位,公文通报中的模范人物可以很快得到大家的一致肯定,因为他们是真实的、客观的;而文学作品则未必然,有的人可能敬佩得五体投地,有的则可能令人将信将疑,疑团重重,因为这些对象离生活“远”了一些,“虚”了一些。

美具有社会性。美是人类社会出现后才有的,自然美的社会性是人类实践赋予的,太阳因它给予人类以光明、热量,大地因它给予人类以生息、繁衍,因而是美的。老鼠、苍蝇、蚊子与人为害,因而是丑的。自然美有社会性,社会美的社会性更是不言而喻了。如服装模特就体重而言是以偏瘦为美,还是以偏胖为美,还是以中等体重为美,是人为认定的。美的社会性告诉我们,美的事物或具有物质生活的功利性,或具有精神生活的功利性,一座再美丽的女郎雕塑,没有人买回家娶为新娘。文艺作品主要以精神生活的功利性体现出审美价值,应用文体则主要以物质生活的功利性体现出审美价值。“政事之先务”、“经国之大业、不朽之盛事”,我们有足够的理由彰显应用写作之美。

美具有形象性。美的事物必须是具体的、形象的,凭欣赏者的感官可以感觉到的。我们常说的美的形象是内容的合目的性与形式的合规律性二者的统一,其中就要求它的质料和形式合乎规律性,如对称、均衡、比例、和谐等。在这一特征上,应用文体较文艺作品具有明显的优势:内容的合目的性较文艺作品要容易把握,形式的合规律性较文艺作品要易于操作。一篇应用文有无达到写作目的与一篇文艺作品有无达到写作目的,前者易于鉴定,后者难于把握。许多应用文已有国家或部门颁布的写作规范,达到形式美易于操作;而文学作品,在形式上追求创新,规律性太抽象,难以把握。正如,朦胧诗有人说是美的极致,有人则不知美在何方。又如,卡通系列的产品是幼稚还是可爱,不同的人就有不同的评价!

美具有愉悦性。众所周知,人们在阅读文学作品时,常常因其精致的结构、曲折的情节、华美的语言而触发联想、想象等一系列审美反应;并且在这一审美过程之中,审美主体(读者)常常会激动莫名、如醉如痴,产生如饮美酒、如吮甘露般的愉悦舒泰之感。而阅读应用文体很难达到这一境界。

且慢,假如农夫看到“久旱逢甘霖”的天气预报,假如考生看到“金榜题名”的入学通知,假如患者得到病情治愈的诊断,假如失物者见到招领启事……其激动和愉悦程度又如何!

(二)应用写作要科学言美——应用写作美的系统性

应用写作不仅要斗胆言美,更要善于言美、科学言美。要根据应用写作过程

和写作成果应用文的自身特征,确定应用写作的审美导向,从而帮助作者和读者发现、审视应用写作之美,鉴赏、品味应用写作之美,升华、创造应用写作之美。

1. 应用写作功能上的实用美、工具美

实用性和工具性是应用写作的基本特征,也是应用写作最基本的审美尺度。它是美的社会性源于美的事物,美或具有物质生活的功利性,或具有精神生活的功利性决定的。

应用文在物质生活上的功利性是显而易见的。它和口头语言一样,是人类最重要的信息交际工具。科学史上曾有过这样的事:19世纪30年代,英国著名的物理学家、化学家法拉第发现了电磁感应作用。可是,表达这一科研成果的论文《电池实验研究》,在表达上“模糊不堪”,人们很难理解他的观点,以致这一成果不被人们所承认。事隔40年以后,克斯韦在法拉第研究的基础上,写出了《论电和磁》一书,克斯韦在书中论述简明、准确,使其理论得以确立,因此得到科学家的肯定。我国著名数学家陈景润关于 $(1+2)$ 的问题,早在1965年已证出,其导师也已认定,但只因其论文的文字表达问题,继续修改了8年才得以发表。如果在这8年中 $(1+2)$ 问题也被别人证出并发表了论文,桂冠也就不是他的了。

应用文体具有:规范管理、事务处理、信息传播、宣传鼓动、学术科研、处理纠纷、公关协调、总结检查等多种功能,正是在这些功能中体现出它的实用美、工具美。一项重要国策的出台,可能产生一场广泛深入持久的大改革;一份重要法规的出台,可能规范着十几亿中国人的言论和行为;一张小广告,可能让一个企业起死回生;一份求职信,可以改变一个人一生的命运……

应用文体在精神生活上功利性也是不容轻视的。

一封家书,在不能“常回家看看”的情况下,就是报平安,向长辈汇报工作,向晚辈提出嘱托的重要工具了。所以杜甫才会发出“烽火连三月,家书抵万金”的慨叹。

一封情书,寄托着男女双方的爱慕、思念与关怀。“千里姻缘一线牵”的月老是不存在的,所以在没有电话、网络的年代,李商隐就只能写下“蓬山此去无多路,青鸟殷勤为探看”的诗句了。

一字座右铭助人成名。我国著名山水画家李可染年轻时学画,曾写了一个“王”字作座右铭,“王”与“亡”同音,其意思是学不好画毋宁死。正是在这种奋发精神的激励下,他勤学苦练,终于以独特的艺术风格著称于中国画坛。

巧改对联救活一命。1963年秋天,郭沫若到南海普陀山游览,在梵音洞拾到一个笔记本,打开一看,扉页上写着一联:“年年失望年年望,处处难寻处处寻”。横批:“春在哪里?”再翻一页是一首绝命诗,署着当天的日子。郭沫若看后很着急,马上叫人寻找失主。结果找到的失主是一位神色忧郁,行动失常的姑娘。经了解,这位姑娘考大学三次落榜,爱情也遭挫折,于是她决定“魂归普陀”。郭老耐心开导她,十分关心地说:“这副对联表明你有一定的文化,不过下联和横批太消沉了,这不好!我替你改一改,你看如何?”姑娘点点头。郭老改道:“年年失望年年望,事事难成事事成。”横批:“春在心中”。姑娘看后感慨不已。她向郭老表示,要永记教诲,在人生道路上奋勇前进!

2. 应用写作过程上的快速美、及时美

文学写作要求迅速地反映现实生活,也可以冷静地坐下来对历史回顾反思,允许作者反复“推敲”、“两句三年得,一吟双泪流”;而应用文写作要跟上时代发展的快节奏,迅速及时地反映有关信息,展示时代的变化,推介科技创新成果等。这是因为应用文体的功能具有时效性,如商标不及时注册、发明不及时申报,就无法得到法律的有力保护;有些科研成果,时过境迁后其效用也会降低,或完全失去,使“黄金”变为“垃圾”。

曹植七步成诗是一种美,袁虎倚马可待是一种美。写新闻、作会议记录等必须具有倚马可待的本领,时间就是金钱,效率就是生命。在二十一世纪的今天,时不我待、事不我等,抢机遇、抓先机,决策要准、决策要快,决策的发出、贯彻、落实要及时,有关公文的写作快慢是争取时间的重要因素,岂容忽视!当然,不是所有的应用文写得越快越好,但所有的应用文都要求写得及时,不能成了“马后炮”,不能把计划写成了总结,把请示写成了报告。

一般地说,文学作品写作的时间可长一些,需要较多推敲斟酌的时间,其审美价值也更长一些,优秀的文学作品,几千年后其审美价值不减。但也不尽然,像法规这样的应用文,就不能写得太快,其推敲斟酌的要求又在文学作品之上。一部法律可以管几十年、几百年,一首诗、一篇小说有可能只是昙花一现。

3. 应用文体材料上的真实美、科学美、新颖美

求真务实是一种美德,求真务实的实用文也是一种美文。

应用文体的材料必须绝对真实,其来源应是经过认真调查研究、科学实验和统计计算所得,不允许有任何的虚构。引用的资料要注明出处,文中的数据要反

复核对,防止差错。

古人把立德、立功、立言当成努力方向。所以,立功德碑越来越多,而且还常常为功德引起政治风波。韩愈撰《平淮西碑》,推崇宰相裴度,也适当地表彰了李愬战绩,本是一篇记事翔实、赞颂得体的好碑文,可是李愬不平。愬妻是唐安公主的女儿,出入内宫,诉说此碑写来失实,唐宪宗就使段文昌另作碑文。段文昌归功于李愬,碑文写得很蹩脚,甚至描述李愬战功部分,也不如韩文生动。李商隐作《韩碑》诗说:“碑高三丈字如斗,负以灵鳌蟠以螭。句奇语重喻者少,谗之天子言其私。长绳百尺拽碑倒,粗沙大石相磨合。公之斯文若元气,先时已入人肝脾。”这一件功德碑案,至今尚无定论。宋朝苏东坡说,他曾见过一首诗:“淮西功业冠吾唐,吏部文章日月光。千古断碑人脍炙,世间谁数段文昌。”可知记功颂德要恰如其分,如挟私失实,就会贻笑千古。

材料的科学美,一是指所写作的材料不是个别的、偶然的现象,而是反映了客观事物的本质,是局部真实和整体真实的统一;某些带有预测性的材料,应提供科学的预测依据和预测方法。二是指应用文中的材料要具有代表性、说服力,要收到以一当十的效果。

材料的新颖美是由应用文体的写作目的所决定的。当今社会的信息化,使信息的传递速度加快,也使信息的陈旧速度加快。人们迫切要求从文章中能获得有关方面最新的信息材料,从而使信息材料的新颖性成为经济管理、学术科研、信息传播等文章的重要衡量标准。

4. 应用文体主旨上的鲜明美、深刻美、创新美

应用文体最忌讳观点表现的隐蔽含糊,唯恐表意不明,引起歧义。它要求准确地概括、提炼写作材料所能体现出来的最本质、最深刻、最新鲜的意义;要是非分明,提法明确;切忌故作曲笔、含蓄隐晦,旁敲侧击、含沙射影。

应用文体与文学作品都要求主旨深刻,但由于应用文体的实用性,如调查报告、可行性研究报告、经济活动分析报告、决策咨询报告、科研论文等,要求它们在主旨的深刻性上,或者一语击中时弊,或者明确破解难题,或者发表精辟见解等。总之,需要作者围绕现实社会具体工作揭示其客观规律,或分析问题的原因,或提出解决问题的措施。

应用文体的主旨在鲜明性、深刻性的基础上,还应具有创见性或信息的新鲜性。创见性和新鲜性是知识经济文体的生命力,在科研报告、学术论文和专利申

请书中尤其如此。

请看一则明末在福建省寿宁县任知县的冯梦龙所写的县志中的一份文告。全文如下：

禁溺女告示

寿宁县正堂冯，为严禁淹女以惩治薄俗事：访得寿民生女多不肯留养，即时淹死，或抛弃路途。不知是何缘故？是何心肠？一般十月怀胎，吃尽辛苦，不论男女，总是骨肉，何忍淹弃？为父者你自想，若不收女，你妻从何而来？为母者你自想，若不收女，你身从何活？况且生男未必孝顺，生女未必忤逆。若是有家的收养此女，何损家财？若是无家的收养此女，到八九岁过继人家，也值银数两，不曾负你怀抱之恩。如今好善的百姓，畜牲还怕杀害，况且活活一条性命，置之死地，你心何安？今后，各乡、各堡但有生女不肯收养，欲行淹杀及抛弃者，许两邻举首，本县拿男子重责三十，枷号一月，首人赏银五钱。若容隐不报，他人举发，两邻同罪。或有他故必不能留，该图呈明，许托别家有奶者抱养。其抱养之家，本县给赏三钱，以旌其善。养大之后，不许本生父母来认。每月朔望，乡头结状中并入“本乡并无淹女”等话。事关风俗，毋视泛常，须至示者。

这张告示，针对寿宁的溺女陋习，为妇女争生存权，提倡男女平等，主旨既鲜明又深刻，实属可贵，直至今天，仍有很强的现实意义。

5. 应用文体结构的规范美、平直美、严谨美

文学作品的结构以标新立异、独出心裁为美；而应用文体的结构以相对稳定、符合规范为美。某些应用文体因约定俗成或因国家颁布了有关规定，从而使其结构具有很强的规范性。如《中华人民共和国国家标准科学技术报告、学位论文和学术论文的编写格式》是我们制作科学技术报告、学术论文的依据；《中华人民共和国合同法》则对制作合同的主要条款、原则作了明确规定。

文学作品的结构追求“曲线美”，应用文体的结构追求“挺拔美”。应用文体的布局不追求文学作品的“峰回路转，曲径通幽”，不倡导“欲擒故纵”、“绝处逢生”、“故布疑阵”、“奇峰突起”、“误会巧合”等写作技法，而力求结构的平直性、顺理成章、水到渠成。正如曲到巧处不易，直到极处同样不易。

应用文体的结构力求严谨性。材料与观点必须严格统一，不得“节外生枝”，不得“浮想联翩”，不得出现互相矛盾或互不相干的现象；内容的表述要有严密的逻辑性和明确的条理性。清代某秀才写了篇蹩脚文章，请大学士纪晓岚批改。纪

晓岚批道：“两个黄鹂鸣翠柳，一行白鹭上青天。”秀才见是杜甫名句，甚为不解，纪晓岚笑道：“‘两个黄鹂鸣翠柳’，不知所云也；‘一行白鹭上青天’，不知所去也。”那种不知所云、不知所去的应用文是于己无利、于人无益的。

6. 应用文体语言的缜密美、简明美、技术美

应用文体在语言上首先应力求缜密。语言要准确地反映材料的真实面目，准确地阐明观点，如准确地说明科技成果的研制过程、功能、特点、使用方法等。文中的名词、术语、缩写语、符号、计量单位的使用均不得有误，“差之毫厘，失之千里”，用在这里，毫无夸张之意。因为应用的需要，应用文体的语言在语法、逻辑等上有严格的规范要求。而文学语言，为了塑造典型的需要，常常打破这些规范的要求。一切通常视为“语病”的现象，在文学作品的语言中不仅常见，而且成了技巧。

汪伦诓李白的故事，在文学上传为美谈，在应用写作上则给我们新的启示。李白是何等大诗人，居然被一乡民所“骗”，原因何在？其中的重要原因之一，就是汪伦写给李白的信缺少严密的逻辑性。“先生好游乎？此地有十里桃花；先生好饮乎，此地有万家酒店……”众生周知李白既喜欢山村风景，又爱开怀畅饮，“十里桃花”、“万家酒店”在诗人的眼里不过是夸张的手法，形容桃花满山，酒店相连。如果李白知道只有一潭水、一家酒店，其结果就很可能定论了。如果今天我们在求职信中写道：“我是北大学生，我是奥林匹克数学奖金牌得主。”而实际情况呢，只是在北大幼儿园上过学，是奥林匹克数学奖金牌获得者的朋友，采用这种偷换概念的手法相信不会得到任何一家用人单位的谅解。

应用文体的语言追求“淡妆美”，以明确为要，以洗练为上，言简意赅，词达而已。反对陈词滥调，反对冗长赘述，只要能清楚明白，语言越简练、越经济越好。明人吴纳说过“篇中不可有冗章，章中不可有冗句，句中不可有冗字”。我们讲“一字入公文，九牛拔不出”讲的就是这个道理。而文学语言则丰富繁丽，追求“浓抹美”。为尽情达意，可以反复形容，细致描绘，自由联想，无限想象。应用文体无论在记叙事实、介绍知识，还是说明主张时，语言都必须直截了当，使读者看得明白，知其所云，从而达到传播信息，加强科学管理的目的。文学语言要求读者思而得之，有充分的想象与回味余地，暗示地造成一种“弦外之音”、“言外之意”。

应用文体在写作手段和工具上，除主要使用文字外，还经常使用图像、表格、照片、公式等，具有较强的技术性。不同行业、不同部门的应用文，涉及不同的专

业名称、技术用语,“外行看热闹,内行看门道”,这种专业技术性,在应用文体的语言上表现将会越来越突出。

第二节 应用写作审美的必要性、可行性

一、应用写作审美的必要性

(一)应用文体美是应用写作主体的客观需要

应用写作的主体指应用写作的作者,在公务文书写作中,主体主要以政府机关、人民团体、企事业单位的身份出现;在私务文书中,主体以个人的名义出现。在知识爆炸、信息奔流、竞争涨潮的时代,写作主体对应用文体的美有了前所未有的迫切需要。

作为公务文书的作者已充分认识到:公务文书之美是创造招商软环境、提升文化软实力的重要工具,一份招商文书优势特色表述不突出,一篇招商讲话稿要点不明,措词不准、情感不真,招商十有八九要泡汤。一家公司,如果所做的广告不能准确把握消费者的心理,语言干瘪,毫无创意,结果除浪费广告费之外,还会有损企业形象,真正是“抓鸡不成反蚀把米”。一家企业,如果做不好自己的“企业简介”,如果没有自己特色的企业文化,那么这个企业的对外形象就会大打折扣;更重要的是规范的应用文是所有单位提高工作效率、增加经济效益的有力工具,一份请示如果写得不符合要求,轻则要重新写过,重则被请示的工作得不到解决;一份合同订得不合乎要求,轻则带来一系列的矛盾纠纷,重则带来巨大的经济损失;如此等等,不一而足。

总之,就公务文书的主体而言,要树立良好的外在形象,要推动工作的顺利进展,要建立管理的良好秩序,要取得经济的丰厚效益,等等,无不需要提升应用文体的审美要求。

(二)应用文体美是应用写作受体的迫切要求

作为私务文书的作者也已充分认识到:人的一生中,经常要用到应用文,能写好高质优美的应用文体是多么的重要。叶圣陶先生在1981年8月7日对《写作》杂志编辑部工作人员的一次谈话中,明确地指出:“工作和生活中经常需要写作,所以写作是每个人非学不可的,而且是非学好不可的。”叶老谈话时还强调,实用

写作尤其重要,每个人不一定都必须学会写小说、诗歌等东西,但是一定要能写工作和生活中的实用文章,而且非写得既通顺又扎实不可。

一封家书写不好,不仅不能报平安,还会给父母徒增许多烦恼。一个周知的教育故事,有个在外读书的人,逢上春雨连绵天不能回家,托人带回家一封书信。父母拆开书信一看,顿时傻眼了,原来儿子的信上写着:“人家有命,我没有命;家中有命,快送命来;家中无命,快送钱买命。”你看这不是晴天霹雳,飞来横祸,赶到学校一看,儿子好端端的,搞清缘由,原来是把“伞”字误写成“命”。一字之差,险些没要了父母的命。

一封情书写不好,不仅得不到对方的爱,反而会带来莫名的耻辱。苏联教育家加里宁,在给中学生讲语文知识的重要性时曾经讲过一段很风趣的话:“有位男青年写了封信给他的心上人,他写道:‘亲爱的,我爱你爱得没有止境(笑声),我的心情是这样的热烈,我简直无法形容,我不知道用什么话才能表达出来(笑声)。”假如这个情人是个普通幼稚的姑娘,当然她会说:‘妙极了。’(笑声)但假如她不是一个幼稚姑娘,而是一个很有学识的姑娘,那她又会怎么样呢?我相信这个姑娘一定会说:‘可怜的孩子啊,你的脑袋怎么这样笨啊!’”

一封求职信如果写不合格,你的求职就绝对没有希望。请看两份被“夸张”了的不合格的求职信:

姓名:父母取的

年龄:不小了

身高:很高

体重:中等

居住地:家里

电话:在身上

电子邮件:朋友帮我申请的

上班时间:8小时

应征职位:一位

学历:如果毕业的话有高中学历

语言能力:有

兴趣:很多

生日:还没到吧!

经历:刚来的时候摔了一跟头!

曾任职位:小学时当过少先队小队长喔!

婚姻状况:父母已结婚

未来期望:再找好工作

看了这份牛头不对马嘴,答非所问的求职信,主考官眼冒金花,董事长更是当场晕倒也就不足为怪了。

另一封求职信内容如下:

可以为爱喝酒的老板开车子;可以为爱请客的老板发帖子;

可以为闹诉讼的老板写状子;可以为搞策划的老板出点子;

可以为怕事儿的老板壮胆子;可以为逃债务的老板兜圈子;

可以为追债务的老板操刀子;可以为没门卫的老板看场子;

可以为搞营销的老板扯幌子;可以为没性格的老板耍性子;

可以为开饭馆的老板刷盘子;可以为做广告的老板画牌子;

可以为喜滋事的老板生乱子;可以为效益差的老板找路子;

可以为慕虚荣的老板生面子;可以为缺哥们儿的老板拉杆子;

可以为包二奶的老板哄妻子;可以为做地产的老板卖房子;

可以为大企业的老板管班子;可以为好打听的老板做探子;

可以为智商低的老板想法子;可以为想登天的老板架梯子。

与上一封求职信不同的是,这位求职者可谓神通广大、能力无限,恐怕孙行者再世也会自愧不如。只奇怪这位能力集大成者居然会没有吃饱饭的工作,其实说怪也不怪,这种万事都能的人多数都是万事都不专的人。况且这位老兄的能力是好坏不分,说明他的思想自然也是正误不辨,若将其当做贤才心腹重用,难免成事不足、败事有余。再说这位能力卓杰、才能超群的圣贤何人供奉得起、侍候得了?让哪位老板能不敬而远之。

二、应用写作审美的可行性

(一)应用写作主体审美能力的提高

改革开放以来,应用写作堂而皇之地登上了大雅之堂,成了大中专学校的必修课或选修课程之一,各种公文写作培训班、各类秘书培训班、公务员培训班相继开办,加上九年义务教育的普及,国民文化素质的不断提高,人们的文字表达能

力,尤其是应用文体的写作能力有了较大范围的快速提高,为写作规范高质的应用文打下了坚实的基础。

(二)应用写作条件与日俱增的改善

一方面,《中国共产党机关公文处理条例》、《国家行政机关公文处理办法》、《中华人民共和国合同法》、《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国国家标准科学技术报告、学位论文和学术论文的编写格式》、《中华人民共和国立法法》等法规的出台,为应用文的规范美创造了十分有利的条件,有法可依、有规可循,一些应用文体规范美的要求已经十分明确,既有了自己的写作实践,又有了他人的写作示范。

另一方面,现代科技的进步、信息的畅通,写作和印刷技术的飞跃式进步,为应用文体的写作美创造了前所未有的条件。计算机的普及使文字写作速度提高,电话、传真等的运用使资料的收聚更快速、更全面、更准确,尤其是互联网的出现,在资料的收聚上创造了极其方便的条件,现代排版印刷技术,为字号的大小、字体的变化、文字的色彩、文图的共享等创造了可能,应用文体创造自身的美已经不是画梅止渴,而是品梅解渴的事实了。

第三节 应用写作审美的战略性、战术性

一、应用写作审美的战略性

(一)因文而异,注重得体

应用文体的审美要因文而异,不能千篇一律。实用美、真实美、典型美、鲜明美等可以作为统一的审美标准,而快速美、新颖美、创新美、简明美等审美标准就要因文种而异。不能拿新闻、会议记录与法律、规章比成文的快速美,不能拿通知、通告与新闻、调查报告比材料的新颖美,不能拿学术论文、科技报告与命令、判决书比主旨的创新美,不能拿一副对联、一则广告去与工作总结、调查报告比语言的简明美……

应用文体的语言美要注意得体性。列宁指出:“文体应与内容相呼应,文章的语气应适合文章的论旨。”(克鲁普斯卡娅《向列宁学习工作方法》)刘勰在《文心雕龙·诏策》中作过这样的论述:“治戎變伐,则辞有荐雷之威;眚灾肆赦,则文有