

110 年 3 月份 推薦書目

精 準 寫 作

作者：洪震宇

出版社：漫遊者文化

出版日期：2020 年 1 月 15 日

語言：繁體中文

ISBN：9789864893737



作者簡介

洪震宇

清華大學社會學碩士、政大社會系畢業。現為自由作家。

台灣少數連結人文與商業的創作者與實踐者。曾任《天下雜誌》副總編輯、創意總監，規劃過三一九鄉專輯；以及《GQ》國際中文版副總編輯。

除了擔任跨領域的企業創意顧問，長期推動風土節氣飲食、在地旅行與社區組織運作，2012 年受邀於 TEDxTaipei 發表演說，曾獲選為《Shopping Design》2013 年年度影響力人物，被稱為是「台灣新品種旅行設計師」。

目前致力於成為跨領域專業的溝通者，希望將複雜的事情變得簡單、有趣，更有深度。擔任跨專業領域培訓教練，引導企業、地方組織、公益團體、教育界與政府部門，培養故事力、提問力、寫作力與企劃力，提升溝通與創新能力。

著有《風土經濟學：地方創生的 21 堂風土設計課》、《機會效應——掌握人生轉折點，察覺成功之路的偶然與必然》、《走自己的路，做有故事的人——從生活脈絡尋找改變的力量》、《風土餐桌小旅行》、《旅人的食材曆》、《樂活國民曆》（與彭啟明、李咸陽合著）、《資訊夢工場》等。

曾獲開卷美好生活書獎、金鼎獎優良作品推薦、入選台北國際書展大獎、經濟部財經管理傳記類金書獎，並多次獲誠品選書等。

以上資料取自博客來網路書店

內容簡介

主管指派的報告主題，卻不知道該寫什麼內容？

洋洋灑灑寫滿的企劃案，卻被批評沒有重點？

客戶來的 E M A I L 不知道如何適切地回覆？

只知道收集與整理資料，卻不知道如何說服客戶，讓他們受到感動？

寫作如同寫程式，一段一段都是嚴謹的邏輯條理，才能傳達精準的溝通與說服。這本書帶領你，從構思、邏輯、情意、結構到觀點，扎下厚實的基礎能力，讓你透過寫作精鍊思考，有效解決工作問題

資深文字人暨創意人洪震宇，結合在雜誌界十二年累積的採訪寫作與編輯經驗，與近十年投入企業培訓與公開課，講授溝通、表達、寫作主題的精華，整理出「精準寫作」的架構與步驟，讓你寫的「精簡」、「精巧」與「精深」。

這本書正是你的寫作教練。洪震宇把寫作能力拆解成 20 堂課，每一堂都有一個目標與主題，並透過刻意練習的方式，有階段、有步驟與目標的逐層練習，無論上班族、公務員、公關、企劃行銷，到老師、學生都能加以運用。

序

寫作，人人必備的基本能力

我曾是驕傲的寫作者。寫作，的確是一種容易讓人驕傲的能力，那代表只有少數人擁有知識跟表達的能力。十年前，我離開媒體工作，我想知道，除了寫作之外，人生還有什麼可能性？

不寫作的時候，我反而學到更多。我要大量接觸不同的人，穿梭在各種場合，從市場、廟口、田裡、海邊、餐廳、演講廳與教室，我需要打開感知天線去了解旅人、聽眾與學員的需求，哪裡開心、哪邊失神、為何感動。這些在現場的真實回饋，幫助我不斷修正調整，精進自己的表達與引導能力。

寫作反而是我的副產品。十年來，我出了七本不同主題的書（包括這一本《精準寫作》），這是滿足我的好奇心、想了解這個世界、跟世界溝通的一種方式。

我的寫作能力也隨著時間持續改變。記得我在誠品講堂開設一門〈日常生活裡的文創人類學家〉，這是我把人類學方法，應用在企業創新、旅行、餐飲與說故事領域的十堂課。與我合作的出版社編輯，當時也參與了其中一堂課，她在現場突然覺得寫作的洪震宇，跟講課的洪震宇是截然不同的人。她還問在場的聽眾，能否比較出兩者的差異？她認為，前一種的洪震宇思考很多，文字比較厚重，後一種的洪震宇節奏很快，內容生動有趣，不僅引導聽者思考，也能打動內心。

我當時並未仔細思考兩者的差異。後來陸續又出了幾本書，文字表達更簡潔生動，我才領悟，在現場面對旅人、聽眾與讀者累積的經驗，無形中更精進我的寫作能力。

首先是節奏。行文速度輕快有力，想法或故事要一路推進，才能讓人一頁接一頁看下去。其次是簡單。不過度雕琢文字，文句變短，文字簡單具體好理解。第三是鋪梗製造意外。經常模擬讀者感受，思考如何製造閱讀樂趣，讓他們驚訝、好奇與期待。

但是，我會變成一位寫作教學者，真的純屬意外。

有一次我出席講座擔任講者，一位出版社副總經理想邀請我開作文課，我當時很疑惑，現在還有人要學寫作嗎？我會寫作，但不知道如何教寫作，因此婉謝了朋友好意。

直到有一天，我陪小二女兒寫國語習作，發覺課本內容與題目很死板，一直在背誦成語跟造句，這樣的填鴨式教學，無法讓孩子理解、聯想與活用。我突發奇想，如果我來教國語會怎麼教？如果教寫作，該如何教起？

有了念頭，就開始行動。我當下列出教學課綱，經過反覆修正，發現這套寫作流程與方法不僅能教小孩，還能教大人。

同時間，我也尋找輔助教學的參考書。我翻閱了市面上各種寫作書，卻發現沒有一本能夠滿足我的教學需求。在我看來，它們的問題是：第一缺乏系統化，不易應用。這些書談了大量的技巧與觀念，但是實際運用時，不是過於零碎，就是太過抽象，造成已經嫺熟寫作的人不需要讀，而無法掌握寫作的人，卻無法應用與模仿。

其次，這些寫作書當中，要不是以銷售為目的的文案寫作，就是應付考試的作文書，卻忽略了職場上溝通表達的寫作技能。不管是企業內部溝通、或是斜槓工作者，甚至是固定撰文發表意見的人，都需要一套有系統、循序漸進引導的寫作方法，幫助寫作者撰寫與論述，有效傳達與說服。

我認為，論述才是寫作最重要的能力。當我們能把想法、經驗統整聚焦，以簡潔有力、條理分明的方式表達，就能說服他人，進行有效溝通。

2018年，我嘗試跟澄意文創合開「深頁十堂寫作課」公開班，竟然吸引不少上班族報名。原來不少人都有出書的目標，或是撰寫公文、部落格、以及寫文章與顧客溝通的需求，甚至找尋未來斜槓的機會。因此，他們願意花十週的時間，下班之後來學習寫作，而且一連開了十三班。

來自各專業領域的學員，共同問題是不擅長用文字表達，平常沒時間認真思考，導致文章寫得乾澀破碎，不然就是填滿各種網路資訊，看似內容豐富，實際上無比空洞。

即使是媒體工作者，寫作也遭遇不少問題。我曾教一家知名財經雜誌年輕記者的寫作力，課前閱讀大家的初稿，歸納出三個寫作問題：第一、觀點不清楚，文章缺乏結構；第二、沒有消化每段要寫的重點，導致數據太多，堆積了很多內容，讀者卻不容易掌握重點；第三、文章不夠深入，缺乏精挑細選的細節與例子，無法讓讀者印象深刻。

這些問題，也是大部分職場工作者的問題。寫作是一種思考與溝通表達的能力，需要將複雜的資訊與事物，重新消化整理，以有邏輯條理的方式，一字一句、一段一段精準的傳達出來，幫助他人理解，達到有效溝通與說服的能力。

隨著大環境的改變、社群媒體的興起，當人人都可以直接對外界溝通時，寫作就不是少數人的特權，而是基本的溝通能力，只要你需要溝通表達，就需要寫作能力。

然而會寫作，並不等於會教寫作。我除了開寫作公開班、以及帶領好幾個媒體的寫作課，加上在企業教精準表達力，也是應用寫作課的金字塔結構（請參考第八課），另外又錄製過線上寫作課，這些不同對象、不同教學介面累積的經驗，讓我萃取出更有效的教學方法，能夠解決大部分學習寫作的問題。

這本《精準寫作》的定位，主要針對職場工作者的寫作需求，他們不要求複雜的寫作技巧，而是簡潔有力的精準溝通，這需要有系統的方法，才能有效應用。這本書也希望成為一切寫作書的基礎，讓寫作者掌握基本功之後，再去強化其他技巧。

這本書的主軸是精準寫作，具有三個重點，分別是「精簡」、「精巧」與「精深」。精簡是文字要簡潔好讀，讓人好理解，精巧是表達要生動有趣，才能吸引人，精深則要有文章深度，讓讀者有收穫，達到深入人心的目的。

為了幫助讀者提升精準寫作力，這本書成三部分，讓讀者能循序漸進的練習，分別是精準寫作的力量、精準寫作的技術，以及精準寫作的應用，每堂課都有課後練習作業，希望從概念、方法與應用來幫助讀者學習寫作基本功。這本書的示範案例，主要來自我的著作，加上公開課課堂上討論的案例，以及學員的練習內容，讓讀者更容易參考運用。

我認為，寫作不只是溝通表達，已經是未來必備的能力。《進擊：未來社會的九大生存法則》就強調，美國小學生現在不只是學習寫程式，同時重視寫作教育，這是每個學科的根基。「我們教孩子寫作是因為寫東西可以幫助你學習。我們用寫來表達我們的思想，

同理，我們也用編程（註：寫程式）來表達我們的思想……教人們編程的主要目的並不是幫助他們找到工作，雖然，這是個很棒的副作用。事實上，教人們編程是教他們思考。」《進擊：未來社會的九大生存法則》強調。

寫作跟寫程式一樣，需要嚴謹的邏輯思考，才能進行精準有效的溝通。每一行程式都必須扣緊主題，環環相扣，才能編寫出程式碼，驅動硬體運作。同樣的，寫作上每一段的內容、段落之間的邏輯關係，就跟每一行程式一樣，必須清晰有條理，才能達到溝通的效果。

寫作教我的事，就是保持好奇、觀察、思考與表達。只要具備這些能力，就能勇往直前，不怕被時代淘汰。我也把這套寫作方法傳授給唸小學的女兒，培養她們進擊未來的能力。

對我來說，我不只是寫作教練，仍持續在寫作的路上前行。因為我有許多主題想探索，需要透過寫作對這個世界溝通，我的寫作旅程，才剛開始起步。

我更相信，各位讀者只要一步一步持續練習精準寫作，也能創造自己的奇幻旅程。

以上資料取自博客來網路書店

內容試閱

寫作，簡潔傳達你的見解

這是寫作者崛起的時代。

許多人在網路、部落格、社群媒體書寫，表達自己的想法；或是當小編，透過網站、電商來行銷，展現專業，經營自己的事業。

我們也運用文字與照片，在網路上呈現私底下的日常生活。「我們有前所未有的機會將寫作融入日常生活。現在大多數人的手指幾乎整天都離不開鍵盤，二十五年前可不是這麼一回事，」《微寫作》指出，「現在我們寫作不是為了接受某種評鑑，而是為了溝通、娛樂、遊說，或是為了贏得他人的注意。」

從唯讀文化到讀寫文化

過去，寫作被認為是少數菁英的職業；甚至在十多年前，寫作還被視為只是為了應付考試，跟我們的生活與工作無關。在二〇〇七年數位科技大爆發之前，當時智慧型手機、臉書與 Twitter 尚未推出，網路只有部落格，書寫者很有限，大多數人仍處於被動接收訊息的狀態。

那時的電影、電視、報紙、書籍與廣播，都是單向傳播給消費者、讀者，讀者只能被動觀賞、閱讀與聆聽，這是一種無法主動參與的「唯讀文化」，最多只有讀者來函、讀者投書，可以表達的管道很有限。

數位科技大爆發之後，結合電腦、手機與網路科技的交會力量，寫作的門檻變低，讀者從被動的「唯讀文化」，到主動參與的「讀寫文化」。人人都能寫作，都能成為自媒體，不用投稿與審稿，想寫就寫，想貼就貼，只要文章有趣有意思，自然就會有讀者按讚與追隨。

注意力經濟的兩難

然而，這也是寫作者被淹沒的時代。

我們清醒的時候，幾乎都在閱讀，也隨時都能寫作，發表意見。「部落客和他們的讀者顛覆了注意力產業的生態——言論和注意力都被民主化，『大家』都有機會當講者和觀眾。」吳修銘（Tim Wu）在《注意力商人》中這麼評論。

人人都在爭奪大眾的注意力，希望創造自己的注意力經濟。我們身處資訊充斥的世界，有各種出版品、各種類型的文字作品，這不再是一個小池塘，而是流速日益湍急、河道日益寬廣、水流越來越強勁的大河。

讀者的注意力被大量的零碎訊息切割，無法專心聚焦。身在其中的寫作者，更被湧而來的其他競爭文章給淹沒。網路小編每天都要固定大量發文，不然就會被更多的文章洗版，成為資訊洪流的泡沫。

網路讓我們自由，也讓我們不自由。網路讓我們得以自由書寫，找尋大量資料，充分表達自己的特色與想法；相對的，也讓我們陷入注意力商人鋪天蓋地的消費大網之中，好像人們只能成為被操弄的消費者。

《網路讓我們變笨？》說明，網際網路鼓勵我們用打游擊的方式採集細碎的資訊，並且不斷被各種訊息干擾，加上習慣快速略讀，失去了專注與沉思的能力，也將思想和記憶交付給強大的雲端系統，我們身而為人的知性與感性，正在慢慢消逝。

然而在網路經濟下，又打開了許多兼職、斜槓與一人公司創業的契機。除了透過部落格、網站、社群媒體來書寫表達自己的想法、專業，或是推銷服務或產品，也有更多人想透過寫作來進行自我探索，傳達自己的興趣、熱情，跟更多人交流，找尋各種改變現狀的機會。

與其成為被動的消費者、閱讀者，不如成為主動積極、運用深度思考的寫作者。藉由有組織的輸入與輸出的寫作過程，增加思考厚度，不人云亦云，才能有效抵禦注意力商人的操弄，透過寫作建立更多的正面連結，開拓自己人生的疆域。

以精準寫作創造影響力

我們該如何運用寫作來強化深度思考？

《眾媒時代，我們該如何做內容》分析了上百萬篇樣本，歸納出文章被大量分享的四個原因：文章具有結論與清楚的觀點、長篇大論更容易被分享、引發讀者情緒變化與有影響力的內容。

從這個結論可以發現，被大量轉發的文章，是兼具理性論述思考，以及感性連結的寫作力，我稱為「精準寫作的技術」。

精準寫作是什麼？

精準寫作跟一般寫作、文案寫作有什麼差異？我認為精準寫作著重在，對讀者有精準的溝通效果。包括有明確的觀點，清楚的邏輯、文章有結構，內容具體，文字簡潔有力，能夠站在讀者角度，滿足讀者閱讀的需求。

精準寫作可以拆解成兩個角度。首先是「精」，有三個特色，分別是「精簡」、「精巧」與「精深」。精簡是文字要簡潔好讀，讓人好理解，精巧是表達要生動有趣，才能吸引人，精深則要有文章深度，讓讀者有收穫，達到深入人心的目的。

另一個角度是「準」。準在於重視讀者需求與感受，前提是要先設定溝通的對象，接著站在讀者角度思考，了解讀者的需求、痛點與期待，再來設定文章如何能滿足、解決讀這問題，進而改變原本認知。經過深思熟慮之後，才將寫作的「精簡」、「精巧」與「精深」三個特色，徹底執行到位。

在這個前提下，精準寫作首重精確的邏輯表達，論理清楚，挑選重要細節、數據與例子，讓讀者了解、產生認同與共鳴，而非只是美感文字的修飾。

長文寫作對抗淺薄思考

寫作是心智綜合能力的呈現。有英文寫作聖經之稱的《寫作風格的意識》，就強調寫作之難，在於如何把零散抽象如網狀的想法，透過有層次的樹狀結構，展現在一字一句依序出現的語句中，讓讀者有效解讀。

學好寫作，就能學好思考。寫作是掌握點線面的思考能力，作者要先把自己的想法整理清楚，才能運用寫作技巧，精確地傳達給讀者，幫助他們理解，達到有效溝通說服的效果。

網路時代，更需要學習運用精準寫作傳達的長文寫作，來對抗淺薄思考。資深編輯康文炳在《深度報導寫作》指出，現代人用文字溝通的機會增加，但也讓寫作更零碎化、淺薄化、草率、不深刻，長文寫作成為瀕臨失傳的技能。

文案寫作與簡報思考的盲點

目前職場關於寫作應用的能力有兩種：文案寫作與簡報技巧。這兩種技巧雖然以溝通為目的，操作上卻容易產生內容零碎化、片面，和不深刻的問題。

寫文案前的打磨功夫

市面上各種關於寫作的書籍、線上或線下課程，我觀察都是以推銷商品、講求變現吸睛的文案寫作為主。人人都想當注意力商人，學習廣告行銷的寫作套路，希望迅速就能透過文案來行銷變現。

然而，看似精簡的文案，背後卻需要強大的寫作與思考基礎。寫文案之前得做扎實的功課，包括了解產品、市場趨勢，接著再切入消費者定位、產品定位，有了完整想法之後，再來則是如何用簡潔有力、不花俏的文字、標題，迅速攫取讀者注意，進而打動內心痛點，這是一個很精密的打磨過程。

現在大家想學習的文案寫作，卻是形式上輕薄短小的行銷文。如果大家只學習這種文字書寫，就難以顧及內容要有結論與清楚的觀點、能夠引發讀者情緒變化。我認為，這才是一篇深具影響力的文章該有的元素。大家應該先打好寫作基礎，再學習短文案技巧，就不會有所失衡。

簡報思考容易片段化、聽者難以整體思考

再者，是上班族最喜歡學習的簡報技巧。簡報其實跟寫作不同，是以一張張投影片為單位，運用圖片與簡單文字，每張傳達一個訊息，我稱為「簡報思考」。

我在實體的寫作課上，一位數位金融專業的學員告訴我，她可以快速製作簡報，卻不會寫作，即使要將簡報訊息組織成有條有理的文字，也不知該從何著手。這個問題出在只用一頁頁投影片的片段思考，而非整體的結構思考。

簡報思考除了造成片段化的問題，也容易出現聽者無法完整思考的問題。因為每張投影片都是快速傳達重點與結論，聽者很容易看到下一張，就忘了前幾張的重點，甚至會抓不到報告的整體脈絡，當下好像聽懂了，結束後卻無法有效回溯思考。

亞馬遜推崇的寫作思考

亞馬遜執行長貝佐斯每週要參與公司內部幾十場簡報會議，發現會後重新閱讀內容，卻不知道想表達什麼，因此貝佐斯規定，不准員工在會議上使用投影片。簡報內容要以文章形式呈現，讓與會者只要閱讀資料就能理解。

貝佐斯進一步要求，簡報者只能用最少一頁或最多六頁的 A4 紙呈現內容。簡報者必須先有清晰深入的思考，用完整方式表達自己的思想，也就是要構思主題、目的、對象、重點與如何說服，有開場，有結論，接著一段一段、一字一句寫出來，這其實比 PPT 難寫。

亞馬遜會議的變革，說明了用「寫作思考」來改善簡報思考的問題。「在亞馬遜，能否邏輯清晰、簡潔有力地寫出一篇文章，是非常重要的能力，」《Amazon 的人為什麼這麼厲害？》寫道。

不管是簡報思考或寫作思考，關鍵都是思考。先思考，再寫作，傳達清晰有邏輯的想法，幫助聽者和讀者擁有完整脈絡、了解重點，理解整體內容，能被你的主張跟結論說服。

以上資料取自博客來網路書店