

贴近会计，贴近会计人

肖玉峰

作为一名《财务与会计》的忠实读者，出于对杂志的热爱，我几乎是每期必读。多年来，我最喜欢阅读的栏目是“会计人语”，她是一个有故事、有思想、有品位、贴近会计、贴近会计人的好栏目。每年年度优秀文章评比获奖的文章基本上都会出现“会计人语”，2016年度优秀文章评比中“会计人语”的几篇文章获得一、二等奖。可见，喜欢阅读“会计人语”者大有人在。

作为一名作者，我也有幸在《财务与会计》上发表过一些文章。由于我处在会计岗位的最基层，受知识水平所限也实在写不出很高深的会计理论文章，所以我另辟蹊径，从会计和会计人的角度写了些“会计人语”的文章。如果再缩小一点范围，就是从贴近会计，贴近会计人方面入手，用文字展现会计人的风采，让读者从阅读中得到某种启示和享受。

我的写作体会是“会计人语”的文章一要有意义，二要有意思。有意义的文稿要有较强的思想性，让读者阅读后有奋进之志之感，文字表达严肃认真，又富有哲理；有意思的文稿要有一定的故事情节，加上风趣幽默和轻松活泼的文字，给人以美的享受。

先说有意思。我曾经在《财务与会计》发表过一篇文章，名曰《她的名字叫“世界冠军”》。因为我身边有个会计人叫郭晶晶，名同世界跳水冠军郭晶晶，每到银行办事，有工作人员就风趣地叫她“世界冠军”。我捕捉到这个有意思的故事后，又经过较长时间的观察，便从她身上发现了一些可以挖掘的有价值的东西，后以《她的名字叫“世界冠军”》为题写了篇有关会计人的文章。这篇文章开头的文字是这样写的：苗条的身材，清秀的脸庞，甜甜的微笑中常有两个陷下去的酒窝，戴着一副黑色框架眼镜，看上去像个小博士……

2017年第21期的《财务与会计》刊登了我写的《做个在快乐生活中赚钱的会计人》，原先的题目是《快乐生活，顺便赚钱》，也是用轻松活泼的文字写的。文章第三段开头是这样写的：有一次，我刚跨进银行的门，理财经理就满脸微笑着迎上来喊：肖老师好！我也风趣幽默地回敬说：大客户来了，经理不出来迎接怎么行呢？逗得对

方更是笑弯了腰……以上两段文字出现在《财务与会计》上，读了是不是有点意思呢？

有意思，风趣幽默，轻松活泼皆成文章，充分体现了“会计人语”的人性化特点，让《财务与会计》这本政策性较强又颇具高深学问的杂志，由于“会计人语”的存在而稍微变得活泼了一点，可爱了一点，更能适合不同层次的会计人阅读。

再说有意义。如果“会计人语”光是有意思，给人的感觉可能分量轻了点。事实上，有意义和有意思同时存在，有意义占大头，有意思也不示弱，有意义处于主导地位，有意思当好配角，两个很明显的特点构成了今天较为丰满的“会计人语”栏目。三年前，我发表过一篇《不想要“高级”》，指出面对诱人的高级会计师职称，有些人明知不够格，却又想方设法获取。我在文中写道：如果只有高级会计师的桂冠，而没有高级会计师的知识能力，我为这样的“高级”脸红……其实你的会计知识水平、会计业务能力究竟达到何种程度，够不够“高级”，身边熟悉你的人都有一双雪亮的眼睛在看着。如果明明不够“高级”，而想方设法弄到了“高级”，自以为本事够大，沾沾自喜，却不知丢掉的是做人、做学问的尊严。今年，我又写了篇《你出书了吗？》，文中对眼下出书市场的“乱”，也说了一些有意义的话：倘出本书只是自我欣赏，不问有无阅读市场，这样的书还是不出为好，出得越多，造成的浪费也越多。作为会计人，这出书的成本也是不难算出来的。

有意义就是提升正能量，批评不正之风，引导会计人向上，向善；有意思就是强化阅读效果，适当调节阅读气氛，照顾百姓大众的阅读需求，让不同的会计人都能从中找到所需的阅读内容。“会计人语”在贴近会计、贴近会计人方面确实功不可没，如果说还有什么值得再提高的话，愚以为，所刊发的文稿不宜过长，每篇两千字左右为宜，在写作上增加一点文学性，文字表达简洁明快，或轻松自如，行云流水般流畅。如此不断完善，“会计人语”定会越办越好，成为名牌杂志中的名牌栏目。□

（作者单位：扬州市友谊商店）

责任编辑 陈利花