

<<当代实用写作>>

图书基本信息

书名：<<当代实用写作>>

13位ISBN编号：9787030192370

10位ISBN编号：7030192370

出版时间：2007-8

出版时间：科学

作者：方守金，郝长海主

页数：246

字数：366000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

为深化祖国语言文学教学改革，提高当代大学生汉语应用能力，根据普通本科和高职高专学生的培养目标与素质要求，我们编写了这本实用写作教材。

实用文书在我国源远流长，自文字产生以来，它就一直在人们的生活和社会的发展中发挥着重要作用。

进入以知识经济迅猛发展、科学技术日新月异为显著特征的21世纪，实用文书更是被广泛运用于人们的生活、工作、学习和社会交往之中，并成为国家政治法律经济管理文化教育社会工作等诸多方面良性运转必不可少的基础工具之一。

有鉴于此，我国高校普遍开设应用写作课程，以促使所有专业的大学生学习、掌握实用写作的基础理论、文体知识和写作技能，这是明智的，也是必要的。

本书以培养、提高大学生和文秘管理人员的实用写作能力为目标，在介绍实用写作的基本理论和文体知识的基础上，结合大量例文与实训操作，重点阐述行政公文、事务文书、经济文书和科研文书中常用的40多个文种的格式规范与结构写法，以利于学习者既能系统全面地了解实用写作的学科知识，又能熟练准确地掌握具体文种的写作技能。

本书编写方案由吉林大学珠海学院中文系郝长海教授和珠海城市职业技术学院基础部方守金教授提出，经编写组讨论确定。

第一章、第六章、第七章由方守金编写；第二章由刘继红（珠海城市职业技术学院）编写；第三章由高军青（吉林大学珠海学院）编写；第四章、第五章由詹秀华（电子科技大学中山学院）编写；第八章由黄志坚（珠海广播电视大学）编写；第九章、第十章由杨文琴（北京理工大学珠海学院）编写；第十一章由王光华（江门职业技术学院）和方守金编写。

初稿完成后，郝长海、方守金负责全书的统稿工作，并由方守金做了具体修订。

在编写过程中，我们参阅、借鉴了有关专家和同行的研究成果。

受科学出版社委托，中共淮南市委副书记李家龙先生、吉林大学珠海学院中文系赵洪林教授审读了书稿。

北京理工大学珠海学院人文部主任陈坤林教授，珠海城市职业技术学院副院长宫峰博士、教务处张建夕处长、图书馆熊俊超馆长，江门职业技术学院教育与教育技术系何进军主任给了我们很大支持和指导。

科学出版社的孙杰先生和责任编辑王彦女士为本书的出版也付出了大量心血。

在此一并深表感谢。

由于学识和能力所限，本书虽已出版，仍有许多疏谬之处，敬请专家指正。

内容概要

本书阐述实用文书的基础理论、文体知识与写作方法。

本书有三大特点：一是思路清晰，富于新意。

全书分实用写作概论、行政公文、事务文书、经济文书和科研文书5个模块，相对独立又融为一体，并集纳了21世纪应用写作的研究成果，引入大量2004年以后的新鲜例证，行文简洁而富有时代气息；二是重点突出，够用即可。

在说明行政公文、事务文书的文体知识和写作要点的基础上，结合实例深讲商品说明书、广告文案、经济消息、商务信函、招标书和投标书、经济合同、经济法律文书和科研文书的知识与写法；三是实用性和可操作性强。

除大量例文可作参照样本外，每章还设有“实训导引”环节，以帮助学习者巩固理解与动手实践。

本书适合作为普通本科院校、高职高专和成人高等教育“应用写作”公共基础课的教学用书，也可作为“经济应用文写作”、“商务写作”的专业课教材，以及管理和文秘从业人员的参考书。

<<当代实用写作>>

书籍目录

第一章 当代实用写作概论

第一节 实用写作的概念、范围和特点

第二节 实用文书的要素

第三节 实用文书的格式与规范

第四节 实用文体新趋势：电子文书

实训导引

第二章 行政公文

第一节 决定、意见

第二节 通告、通知、通报

第三节 报告、请示、批复

第四节 函、会议纪要

实训导引

第三章 事务文书

第一节 计划、总结、述职报告

第二节 调查报告、简报

第三节 演讲稿、开幕词与闭幕词

第四节 章程、规定、制度

第五节 求职信、推荐信

实训导引

第四章 商品说明书

第一节 商品说明书的含义和种类

第二节 商品说明书的作用和特点

第三节 商品说明书的结构与写法

第四节 商品说明书写作的基本要求

实训导引

第五章 广告文案

第一节 广告文案的含义和种类

第二节 广告文案的作用和特点

第三节 广告文案的结构与写法

第四节 系列广告文案的写作

第五节 广告文案写作的基本要求

实训导引

第六章 商务信函

第一节 商务信函的含义和种类

第二节 商务信函的结构和特点

第三节 商务信函写作的基本要求

实训导引

第七章 经济新闻

第一节 经济消息的含义和种类

第二节 经济消息的作用和特点

第三节 经济消息的结构和写法

第四节 经济消息写作的基本要求

实训导引

第八章 招标文书和投标文书

第一节 招标文书

<<当代实用写作>>

第二节 投标文件

实训导引

第九章 经济合同

第一节 经济合同的含义与作用

第二节 经济合同的种类、样式和特点

第三节 经济合同的条款

第四节 经济合同的结构和写法

第五节 经济合同写作的基本要求

实训导引

第十章 经济法律文书

第一节 经济纠纷起诉状

第二节 经济纠纷上诉状

第三节 经济纠纷申诉状

第四节 经济纠纷答辩状

实训导引

第十一章 科研文体

第一节 实验报告

第二节 毕业设计

第三节 学术论文

第四节 专题评论

实训导引

参考文献

章节摘录

由于受众面的广泛，广告语言有着巨大的社会影响力。为此广告文案的创作除了要注意内容上的真实健康，还要注意维护汉语言的纯洁，自觉使用规范的语言，而不可一味地为吸引公众“眼球”、追求商业利益而忽视语言运用的规范性。在这方面最值得引起注意是当今广告文案中滥用谐音、乱造词语现象。表现之一是利用谐音字乱改成语，如“天尝地酒”、“有痔无恐”、“好色之涂”、“来势胸胸”、“随心所浴”、“与食俱进”等，这种做法在一定程度上影响了青少年对语言知识的正确理解和掌握，已引起有关方面的重视。

由国家工商行政管理局审议通过、1998年3月1日起实行的《广告语言文字管理暂行规定》第11条专门规定“广告中成语的使用必须符合国家有关规定，不得引起误导”，但此种现象依然在当今广告用语中时有所见。

另一种表现是利用谐音双关，大打“擦边球”，公然传递带有格调低下内容庸俗的信息。如某女性内衣广告语为“玩（完）美女人”，某广告公司户外发包广告在一美女的画面之外加上广告词“等着你来包”（其中“包”还特意用黄色作了处理），某口香糖电视广告词的开头一句为“你知道亲嘴（清嘴）的滋味吗”等，此种用语现象有时表面上看并没有违反语言的规范性，而其实是一种更隐蔽的且具有更大社会危害性的语言运用违规现象，因为它们带来的是思想文化上的污染。对以上不良现象，我们在广告文案的创作中应自觉抵制。

广告语言是一种语言的艺术，应在遵守语言规范的前提下自觉追求一种新奇性，既准确简洁又灵活生动。

首先，广告语言应该尽量精练、扼要，以尽可能少的文字表达最丰富的信息内容。

如大众汽车广告，画面是一辆在崎岖山坡行驶的汽车，文案仅仅两个字“山羊”，以极其简洁的比喻直接点出广告主题，令人对该车型的卓越越野性能留下很深印象。

其次，应追求语言表达上的艺术性，利用汉语言在语音、语法、修辞各个层面上的可能性，写出清新优美、富有情趣的文案。

如台湾“俏皮宝宝”纸尿裤的标题为“有谁比妈妈更能摸清宝宝的底细”，一语双关，既俏皮温馨又蕴涵深意，令人回味无穷。

如换成“舒服柔软，宝宝喜欢”或“妈妈的选择，宝宝的最爱”等不是不可以，但肯定大为逊色。

.....

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>