第一图书网, tushu007.com

<<现代应用文>>

图书基本信息

书名：<<现代应用文>>

13位ISBN编号：9787309017878

10位ISBN编号：7309017870

出版时间：2002-05

出版时间：复旦大学出版社

作者：于成鲲 编

页数：481

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

内容概要

《中国（内地台港澳）高校通用教材：现代应用文》为中国内地、台湾、香港教授学者联合编写，选例与体制均考虑各地区的需要；《中国（内地台港澳）高校通用教材：现代应用文》为现代应用文教程，选择了较多的现代适用文体与现行实例；《中国（内地台港澳）高校通用教材：现代应用文》考虑到各地大学生未来就业的实际需要，安排了中文、英文两种个例与练习；《中国（内地台港澳）高校通用教材：现代应用文》的操作性强，要求学生学习使用电脑、Fax传真、复印机、电子出件等手段进行操作。
《中国（内地台港澳）高校通用教材：现代应用文》的练习形式丰富。
每一章都有练习设计与练习指引。
其形式包括撰写文稿，改写文稿，问题研讨，个例报告，文案改错，英文翻译，文书设计，个案评述等等。
《中国（内地台港澳）高校通用教材：现代应用文》的编辑体例打破了传统的排列方法，采用模块式的条块分割与条块结合方法。
《中国（内地台港澳）高校通用教材：现代应用文》为新型的试用教材，欢迎中国内地、香港、台湾、澳门等地区的大专院校选用。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

第一章　绪论第一节 应用文的概念与特点第二节 应用文的作用第三节 应用文的历史发展第四节 现代应用文的发展特点第二章　信函第一节 概述第二节 一般书信的结构与写作要求第三节 公函、商函与电子函件第四节 信函写作练习第三章　行政公文第一节 概述第二节 行政公文的特点、程式与语言要求第三节 行政公文类型举例第四节 行政公文写作练习第四章　礼仪文书第一节 概述第二节 礼仪文书的特点与写作要求第三节 礼仪文书类型举例第四节 礼仪书写作练习第五章　现代企业文书第一节 概述第二节 现代企业文书的制作特点与使用特点第三节 现代企业文书类型举例第四节 现代企业管理文书写作练习第六章　国际贸易文书第一节 概述第二节 国际贸易文书的写作要求第三节 国际贸易文书举例第四节 国际贸易文书写作练习第七章 契约第一节 概述第二节 契约的构成与写作要求第三节 契约的类型格式和举例第四节 经济合同写作练习第八章 广告文案第一节 概述第二节 广告文案的结构与制作要求第三节 广告文案的表达类型举例第四节 广告文案的撰写第五节 广告文案写作练习第九章 国际经济诉讼文书……第十章 报告书后记

章节摘录

应用文在我国已存在3500多年了，可谓历史悠久，源远流长。
经过数千年的发展衍变，文章体制不断发展、变化、完善、丰富，形成了自己的独特的风格。
“观今宜鉴古，无古不成今。
”为了继承与发展我国应用文的优良传统，做到古为今用，提高当代应用文的写作水平，有必要对应用文发生、发展的过程做——简要的回顾。
纵观中国古代应用文发生、发展的历史，大致可划分以下几个阶段。
一、上古时期　从远古到战国的漫长的历史时期，是我国古代应用文的萌芽时期或准备期）。
具有代表性的作品多见于甲骨文、钟鼎文、《尚书》。
其体制有典、谟、训、诰、誓、命、令、教、方、简、契、判、符、上书、檄、移书等多种形式。
其特点是文字简朴，形式简单，体系不完整，尚未形成固定的程式。
原始社会没有文字，但由于社会的急切需要，出现了口头及各种形式的应用文。
生产上由于人们祈求天地保佑，风调雨顺，希望来年有一个好收成；政治、军事方面，统治者希望有吉祥的日子统一行动以争取胜利；频繁的权力斗争，也渴望有统一指挥的号令，以达到推翻旧统治者的目的。
因而祈求、允诺、指挥、誓言等应用文，则应运而生。
宗教活动是孕育应用文的土壤。
原始宗教发展到一定阶段，便出现了专门从事宗教活动的巫觋。
这些人掌握了祭祀活动的权力。
在宗教仪式中，他们是神灵的代表，可以传达神的意志，也可以把人的祈求转告给神。
巫觋作为神与人之间的中介，统治者利用这个“中介”，借助神灵，加强统治。
甲骨卜辞是目前我们见到的最早以文字为载体的应用文，就是宗教活动的产物。
专门从事宗教活动的巫觋，在应用文的孕育过程中，起到了一定的催化作用。
在经济活动中，随着商品交换（市）的发展，出现了“质”“剂”等契约形式。
据《周易·系辞下》记载，神农氏“日中为市，致天下之民，聚天下之货，交易而退，各得其所，盖取诸《噬嗑》”，并说“上古结绳而治，后世圣人易之以书契”，《周礼》“地官”中有“大市以质，小市以剂”，质指长券，剂指短券，大市指买卖人口牛马之市，小市指买卖兵器珍异等物品之市。
这里的“契”相当于今日的合同形式。
早在3500年前殷商时期的甲骨文，也叫契文、龟甲文字、殷墟文字。
以甲骨文字组成的章句叫甲骨卜辞。
甲骨卜辞的内容，据郭沫若《卜辞通纂》的分类，除干支数字外，可分为世系、天象、食货、征伐、畋游等5类。
这些甲骨卜辞，都可视为殷代王室的档案，可称为公务文件。
卜辞最短的只有几个字，最多的100多字，文词简约，不假修饰，真实地保留了当时社会的痕迹。
钟鼎铭文进一步证实了文字与应用文的关系。
青铜器开始是作为炊具、酒具、工具出现的，后来则发展为礼器。
礼器是体现礼冶的，主要用于各种礼仪场合。
到了西周，青铜器的使用范围日益扩大，并在大量青铜器上铸有铭文。
这些铭文意在宣扬文工、武王的善德和天命，记述战争的胜利，为巩固统治起了作用。
青铜器铭文，还有凭证和档案的作用。
如西周成王五年的河樽，铭文122字，记载了成王的诰词。
青铜器上的铭文，较之甲骨卜辞，在章法卜已有了较大的发展。
大盂鼎铭文的内容具体，结构完整，文字简的。
由此不难看出，西周时期应用文中的公牍文书，从内容到形式，已经接近成熟的阶段。
在西周的青铜器上，不但有了公牍文件，而且有了记载私人物资交换的契约。
西周恭王时代的格伯簋，器和盖上均有铭文，就记载了以马匹换土地的事情。

以上铭文不仅证明应用文的客观存在，还说明应用文开始洞沿公牍文书与私人文书两条线同时发展。

根据下列材料草拟一份公文。

近年来，随着科技的进步和教育的发展，社会为个人提供的受教育机会日益增多，党政机关许多岗位对干部的知识化、专业化的要求也越来越高。

为适应形势发展和工作需要，广大干部重视知识的更新和知识结构的改善，利用业余时间刻苦学习，接受继续教育，这对于改善干部队伍的文化和专业知识结构，提高干部的素质具有重要作用。成绩是肯定的。

目前，有一些教育、培训单位管理不严，滥发学历、学位证书。少数干部片面追求学历，甚至弄虚作假。这些现象，损害了国家学历、学位教育的声誉，败坏了党风和社会风气，造成了十分不良的社会影响，必须予以坚决纠正和制止。

针对上述情况，中央组织部、人事部、教育部、国务院学位委员会，为把广大干部的学习热情引导到诚实学习和刻苦努力、求知进取上来，于2002年4月1日提出了有关加强和规范干部学历、学位管理工作的几条意见。

第一条意见是：各级教育行政部门和干部培训主管部门，要采取有力措施，规范学历、学位证书的管理工作。对不具备学历教育资格的教育、培训单位举办的所谓“学历班”等，要坚决予以清理；对有学历、学位授予资格的教育、培训单位，要加强管理，督促他们认真按有关规定开展干部的在职教育，严格教学标准，保证教学届量，对那些违反有关规定和职业道德滥发学历、学位证书的教育，培训单位，要进行整顿，直至取消学历、学位授予资格，并对有关责任人进行严肃处理。

第二条意见是：从2002年5月开始，各级组织人事部门要按照干部管理权限，对本级党政机关工作人员特别是县（处）级以上领导干部通过在职学习持有并载人档案的学历、学位证书、进行一次认真的检查清理。学历、学位情况填写不规范的，要加以规范对在学历、学位上有弄虚作假行为的干部，本人主动向组织说明情况，表示放弃虚假学历、学位的，由组织人事部门予以更正，不再追究本人责任；不主动说明情况、经检查被发现的，由纪检监察部门和干部监督部门查处；对本意见下发后仍用各种不正当手段谋取学历、学位，欺骗组织的，要从重处理。各级教育行政部门和教育培训单位要积极协助有关部门做好对干部学历、学位的认证工作。

今后，这项工作应作为组织人事部门干部管理的经常性工作，逐步走上科学化、法制化、规范化的轨道。

第三条意见是：各级党委、政府及其组织人事部门要全贯彻干部队伍“四化”方针，在提拔、使用干部时，要全面、客观看待干部的学历和实际知识水平，讲学历而不惟学历。要教育和引导广大干部特别是领导干部和年轻干部树立终身学习的意识，鼓励他的认真学习马列主义、毛泽东思想、邓小平理论和江泽民同志“三个代表”重要思想，认真学习现代科学文化知识，注意加强世界观人生观的改造，克服追名逐利，把提高学历、学位当作提拔，使用资本的思想倾向，不断提高自身素质，提高为人民服务的本领。同时，切实做好干部在职学习的组织管理工作，坚决防止和克服少数干部片面追求学历、学位甚至弄虚作假的倾向。各级组织人事部　　门在录用、考察、考核干部时，要加强与教育行政部门的沟通和联系，做好干部学历、学位的认定工作。

请根据上述文字材料代中央组织部、人事部、教育部、国务院学位委员会起草一份公文。具体要求是：　①自选一种最合适的公文文体。

②采取标准公文格式。

③要求对上述文字材料加以梳理，词句上作适当增删，使之顺畅、简明。

练习五　研讨　　1．请比较中国内地、台湾、香港、澳门行政公文中的公告、通告在用法上有什么不同?　　2．请研究一下中国内地的行政公文中的请示与报告（台湾公文中的报告、签、呈）在用法、文章结构、语言表达等方面的区别。

3. 请研讨中国内地行政公文中报告与意见的差异。
4. 综合与分析能力是行政公文写作的基本功。
2001年中央、国家机关考试录用机关工作人员和国家公务员采用下列“申论”形式，试研究模拟写一份“申论”稿。
2. 防御型广告　防止被对方营销攻势说服的广告——或者相反。
即如何才能维持较大市场份额，使忠于品牌的人保持忠诚。
3. 驳斥型广告　明确或含蓄地引用竞争对手的诉求（或消费者的观点），然后驳倒，而不是只讲自己的品牌优点。
赫兹汽车广告词“第一等于最好”，阿维公司广告随即驳斥：“第一等于最好，表明第二更加努力”。
4. 感情创意　用感情或感觉达到目的，唤起温暖和爱心。
5. 选用代言人　利用代言人如名人乔丹，称赞自己的产品。
创意方法不同，结构与解说文字也迥然不同。
第三节　广告文案的表达类型举例　广告，按不同的分类标准，有不同的类型。
按主要使用区域，广告分为启事广告与商品广告。
启事广告指党政机关、社会团体、企业集团、事业单位以及个人向公众或某些个人的直言式的公开的告白、知照、说明和礼仪表示。
如公告、通告、海报、启事、声明、招聘、征婚、结婚、讣告、寻人、调房、出租、征租、招商、招领、招生等等。
因为它较多涉及人事，又称人事广告。
这一类广告要求标明性质、目的、事实、要求、对象和启事人。
广告的另一种类型，是商品广告。
这一类广告包括宣传企业形象、企业产品和传递商品信息。
其作用在于传播商品信息、加速商品流通、指导消费、推动竞争，具有宣传与推广的媒介作用。
这一类广告可以为广告主带来巨大的经济利益，有利于扩大再生产，同时也有益于消费者。
随着现代科技的进步与发展，这类广告的艺术性和吸引力也越来越强，主要表现为创意性广告形式。
另一种分类法是以载体为分类标准，以载体命名的广告形式。
如电视广告、报纸广告、广播广告、路牌广告、车船广告，灯箱广告、杂志广告、橱窗广告、包装广告、邮寄广告等等。
这一分类法很容易为一般群众所接受，它通俗、明白、简单、牢靠。
由于是以载体为依据的，所以这一类广告的性质、特点比较接近。
为便于学习制作富有创意性的商品广告，我们也可以广告文案的表达方法与表现技巧为标准，进行分类与划分。
现代流行的比较型广告，防御型广告，驳斥型广告，感情创意型广告，代言人广告都是从表达创意的角度划分的。
尽管有些个别广告并不容易进行归类。
具体的表达类型分列如下：　（一）描写体　这一类型采用文学手法，描绘事物形象具体，容易给人以深刻的印象，故其在商业广告中占了很大的比重。
在这类广告中，有比拟型广告，如德国爱迪达球鞋广告，以猫捉老鼠的灵活比拟穿这种鞋可以灵活自如地投篮。
其文案如下：　捉老鼠与投篮　两色底皮面超级篮球鞋　猫在捉老鼠的时候，奔跑、急行、回转、跃扑，直到捉住老鼠，整个过程，竟是如此灵活敏捷，这与它的内垫脚掌有密切的关系。
同样的，一个杰出的篮球运动员，能够美妙地做出冲刺、切入、急停、转身、跳投到进球的连续动作，这除了个人的技能与训练外，一双理想的篮球鞋是功不可没的。
新推出的爱迪达两色底皮面超级篮球鞋，一上市就获得喜爱篮球运动人士的青睐。
……

第一图书网, tushu007.com

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