第一图书网, tushu007.com

<<文章学基础教程>>

图书基本信息

书名：<<文章学基础教程>>

13位ISBN编号：9787301172155

10位ISBN编号：730117215X

出版时间：2010-7

出版时间：北京大学

作者：陈亚丽

页数：234

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

第一图书网, tushu007.com

前言

这一篇书序，原本应由我的导师张寿康先生来写的。
如果他还健在的话+一定会为我欣然命笔的。
然而不幸的是，他于1991年夏天，在主持完文章学的年会返京的当晚便猝然离开了人世。
他在没能把文章学完全推向社会，而我的羽翼也还未丰满的时候，就这样过早地、怀着满腔的热情与憧憬悄然离开了我们，离开了他开创的文章学事业。
作为他唯一的人室弟子，我从他离开我的那一天起，就立志要继续他未尽的事业，尽我最大的努力去实现他的夙愿。
现在，我经过两年，其实应该算是四年（从1991年导师仙逝算起）甚至是九年（从上研究生接触文章学算起）时间的酝酿、积累，终于写成了这部文章学专著。
首先，我要把它奉献给我的导师；其次，奉献给所有的文章学研究者以及所有想提高自身普通文章写作能力的普通人。
此时此刻，我的心情难以用语言来表达。
我曾经像一只孤雁，在遇到暴风雨的时候，必须耗尽全身的力气去与暴风雨搏斗，以免迷航。
我多么渴望时时有导师为我领航，为我指点迷津！
但是命运却偏偏要考验我一下，逼我未到“ 而立 ”之年，就必须自己对未来做出抉择。
好在命运对我还不算特别残酷。
经过自己的不懈努力，不懈探索，不懈追求，今天我终于可以欣慰地告慰我的导师了，我没有辜负他的教诲之恩，我确实在他开辟的田野里不停地耕耘，而且还有收获。
我希望这本小书能够对所有那些自强不息的人，所有想自立于社会的人，所有想提高自身文化素养的人有启发、有教益。
我铭记着我的导师的一句话，建立文章学就是要“ 为提高全民的文化水平做出贡献 ”。
我的这本小书就权作是一次尝试吧。

第一图书网, tushu007.com

<<文章学基础教程>>

内容概要

本书着重从普通文章如新闻、公文、应用文、科普文章等与文学作品的差异的角度去探究文章的本质、文章的基本理论、文章的审美、文章的社会性以及文章的文体等内容，既讲理论，又涉及实际操作，对常用普通文章的写作技法亦有具体、翔实的讲解，对提高读者普通文章的写作技能将有直接的裨益和帮助。
本书适宜于大学生、中学教师以及一切致力于提高写作能力的社会人士。

第一图书网, tushu007.com

<<文章学基础教程>>

书籍目录

第一版自序再版自序绪论第一章　文章的本质　第一节　文章本质辨析　第二节　文章本体探微第二章　文章的原理 第一节　文章章　法与技法 第二节　文章三律论 第三节　文章修饰论第三章　文章文体概说　第一节　新闻类　第二节　礼仪类　第三节　公文类　第四节　经济类　第五节　探索类第四章　文章的审美 第一节　情感容量 第二节　美感容量 第三节　信息容量 第四节　娱乐容量第五章　文章的社会性 第一节　文章功能说略 第二节　文章受体新说 第三节　文章传播展望第六章　文章简史浏览第七章　文章学与语文能力训练参考文献

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

经济类文章的写作，与一般普通文章相比，有它的特殊性。

第一，经济类文章具有专业性。

反映经济生活的实用文章，必须尊重客观经济规律。

对于作者来说，不懂经济之道，很难写好经济文章。

另外，有些经济应用文章，像合同书等，有相应的规格和模式，写作者必须遵从。

第二，经济类文章具有功利性。

普通文章没有严格的特定的读者对象.文章写出来发表后，读者是否喜欢读，完全由读者主宰。

而经济类文章不同，它的读者对象是特定的，而且有时是读者迫不及待地等候文章的诞生，如市场调查报告、可行性研究报告等。

另外，这种经济类的文章，有些从诞生之日起就与经济效益挂钩。

写得好，可能会给企业带来意想不到的利益，如商品广告。

在普通文章里，经济类文章的社会效益恐怕是最为直接的了。

第三，经济类文章讲求科学性。

在写作态度和文章风格上，经济类文章的写作都具有求实性。

经济类文章的好坏，不由读者主观评判，而是出自实践去检验。

普通文章的客观实在性在经济类文章里得到了集中体现。

如“市场调查报告”的好坏，不看文字表达如何，而要看是否符合实际情况。

这类文章必须忠实于事实，不能掺杂半点作者的主观臆想，更不要说“虚构”了。

因为这样的文章直接制约着产品的生产及销售，起一种“指挥棒”的作用。

它是商品活动中制定重要决策的依据。

即使是商品广告，虽要有创意，但也仍然不能脱离事实，否则读者（观众）会因感觉上当受骗而失去对企业的信任，因而损害了企业的形象。

第四，经济类文章的作者是多元的。

写经济类文章与其他普通文章有一个突出的差异，就是其他普通文章的作者，一般都是一个，可以“闭门造车”，而经济类的文章往往需要多个作者协同合作。

比如“市场调查报告”.要搞到准确的经济信息，一个人的力量是不够的，必须由多位作者共同围绕一个论题去调查，撒下“天罗地网”，调查的面铺得越大，调查的结果也就越准确。

又如“可行性研究报告”的写作，除了提供材料的人、具体撰写的人之外，还要请有关的专家来审核、论证。

广告的写作与制作也是一位作者所不能完成的。

以下就经济类文章中应用频率相对较高的几种文体详细介绍。

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