

<<学术论文的创造性阅读>>

图书基本信息

书名：<<学术论文的创造性阅读>>

13位ISBN编号：9787308053518

10位ISBN编号：7308053512

出版时间：2007-6

出版单位：浙江大学

作者：汤建民

页数：167

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>

<<学术论文的创造性阅读>>

内容概要

阅读既是一个消费过程，又是一个生产过程。

所以阅读不仅贵在深刻理解原文，而且还贵在超越原文，这种超越就是要求读者以我为主，以批判性、思维性、独创性方法来阅读。

《学术论文的创造性阅读》分析了学术论文的格式特点和修辞特点，学术论文的形成机制、评价机制和选择机制，并在此基础上创造性地构建了阅读学术论文的五种创造性阅读方法，即理解式阅读法、延伸式阅读法、类比式阅读法、样例式阅读法和透视式阅读法。

全书寓意丰富，思维独特，富于启发价值，特别适合于高校青年教师、在校研究生和对学习方法感兴趣的人员阅读。

<<学术论文的创造性阅读>>

作者简介

汤建民，1967年7月生，浙江省东阳市人，现任浙江树人大学副教授，高级经济师。主要从事科学学、创造学、科学方法论研究。研究论文主要发表于《科学学研究》、《自然辩证法研究》、《科学管理研究》等期刊。

<<学术论文的创造性阅读>>

书籍目录

前言 第一章 概论 第一节 阅读：作为学习的主要方式 第二节 有关阅读方法研究与应用的现状 第三节 阅读的种类 第四节 什么是创造性阅读 第五节 阅读学体系的构建和本书的写作框架 第二章 学术论文阅读的准备性分析：学术论文文本论 第一节 学术论文的格式特点 第二节 学术论文的修辞特点 第三节 学术论文的形成机制：互文性理论 第四节 学术论文的评价机制 第五节 学术论文的选择机制 第三章 学术论文创造性阅读的方法 第一节 创造性阅读的过程模型 第二节 理解式阅读法 第三节 延伸式阅读法 第四节 类比式阅读法 第五节 样例式阅读法 第六节 透视式阅读法 第四章 创造性阅读的系统观 第一节 阅读方法的系统观 第二节 阅读收获的系统观 第三节 读和写的系统观 第四节 阅读：作为人生创造中的一个过程 参考文献 后记

<<学术论文的创造性阅读>>

章节摘录

在第二章中，我们讨论了文本的形成、评价和选择机制，它是阅读的重要基础，不仅有利于我们学会如何评书、选书，也有利于我们了解应如何看书。

在第三章中，我们则对理解式阅读法、延伸式阅读法、类比式阅读法、样例式阅读法和透视式阅读法作了介绍。

很显然，在宏观上如何认识这些阅读的战略和方法，在微观上又应该如何具体地选择这些阅读的战略和方法，都还是非常困难的，因为它受到很多因素的影响。

比如读者所处的阅读阶段，是在校生还是职业人？

阅读的目的主要是为了扩大视野，积累知识，还是为了创造知识，或是为当下的写作服务？

文本的性质又是怎样？

比如，对于有的文本来讲，我们也许要同时用多种方法，因为这些文本大多见解独到、寓意深刻、内容丰富，值得多角度地反复阅读才能深刻领会，用的方法当然也要几种结合才行。

而对有的文本，也许根本不需要费什么心思，因为这些文本浅显易懂，也不包含特殊的值得进一步挖掘的信息含量，对这些文本只要略读或扫几眼就可以了，也就是说，它们都不属于创造性阅读的范围。

。

另外，对方法的选择而言，阅读一个文本，一般来说都需要以理解式阅读为主，也就是先提倡死读书，只有等基础打实了，再适当地开始用延伸法、类比法、透视法等高级的方法，好比是活读书，这样才可能是最好的策略。

如就一个人一生的治学计划来说，在初学或积累阶段，我们还是要提倡以深透理解为主，以阅读本领域的文本为主，而在打好了基础以后，也就是进入到了高级阶段时，则应该提倡用多种高级阅读方法来阅读，多阅读一些相关领域甚至表面上看似无关领域的书。

.....

<<学术论文的创造性阅读>>

编辑推荐

阅读既是一个消费过程，又是一个生产过程。

所以阅读不仅贵在深刻理解原文，而且还贵在超越原文，这种超越就是要求读者以我为主，以批判性、思维性、独创性方法来阅读，做到“睹一事于句中，反三隅于字外”。

创造性的阅读主要为了获得“思”，进入“思”的状态，获得某种启发和感悟。

在开始阅读其他人文本的同时，也是我们自己思考另一问题的开始。

我们既依赖于原文，又力求脱离、超越原文。

所以，如果原文是一片人海，我们也只取一瓢；如果原文是一条涓涓小溪，我们也可能从中阅读出自己的滚滚黄河、滔滔长江。

学者的创造性阅读，总是一种期待式的阅读。

<<学术论文的创造性阅读>>

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>