

<<大学应用写作>>

图书基本信息

书名：<<大学应用写作>>

13位ISBN编号：9787811181296

10位ISBN编号：7811181290

出版时间：2008-5

出版时间：上海大学出版社

作者：吴仁援 编

页数：510

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

随着社会进步与人类文明的发展，应用文体写作的意义与重要性已被越来越多的现代人所认识。应用文体的写作有其自身的思维特征与文体格式规范。

为了让更多的大学生以及社会各界人士了解、掌握并得心应手地去写作各类各种应用文体，我们在长期应用文写作教学实践的基础上，经过不断探索、提高、加工、修改，编写完成了本教材。

在各级领导的大力支持下，各位前辈、同仁协力同心、克服困难，自1990年起在原上海工业大学范围内开设了“中文（应用）写作”的必修课程；1994年新上海大学成立后，“应用写作”又成为全校各院系各专业选修人数最多、覆盖面最广的中文课程。

记得18年前刚刚开设“中文（应用）写作”课程时，时任上海工业大学常务副校长的徐匡迪老师为我们编著的第一部应用写作教材——《新编大学语文》（写作卷）（浙江大学出版社1991年版）热情地撰写了序言：“语言是交流思想的工具，在当今的信息社会，驾驭语言文字的能力，在很大程度上将决定着劳动者的工作效能及劳动成果的有效传播。

阐明一个科学概念，要求用准确、精炼的语言来表述，容不得半点含糊；论证一个科学理论，要求严密的逻辑推理，或演绎、或归纳，容不得半点差错。

正是语言科学和自然科学的互相渗透，才产生了算法语言、数理逻辑、人工智能、社会医学等新的学科，任何一个符合时代要求的大学生、研究生都必须具有扎实的语言基础。

即便是学习外语，不过好母语关，也是不堪设想的。

## <<大学应用写作>>

### 内容概要

本教材撰写的指导思想是：将应用写作思维能力培养与格式规范训练紧密结合；将基础理论与写作实践密切联系；将传统技法与现代文体特征自然融贯；将写作基础知识与人文精神关怀、人格素质培养有机结合，并侧重于大学生应用文体写作实际能力的掌握、提高。

全书系统地介绍了当代应用文体写作的理论框架和作者对应用写作的时代性思考，并全面阐述了各类各种应用文体的写作准备要素、格式规范要领等。

它既可作为大学应用写作的教学用书，亦可作为社会上广大应用写作自学者的辅导读本。

本教材由校内外富有教学积累又具实践经验的学者、教师共同参与编撰。

成书八年来，大家又有了许多新的应用写作理论研究、教学实践、经验收获、教训汲取。

为紧跟时代步伐，适应社会发展，综合市场、教学、读者等各方意见、建议，基于团结和谐、科学发展的原则，此次修订按照原结构建制，保持原有特色和优势，保留原来的宗旨、格局、结构、章节、侧重。

## 书籍目录

上编 应用写作基础篇 第一章 应用写作本体论 第一节 应用写作的内涵、特征、功能 第二节 应用写作的产生与发展趋势 第二章 应用写作主体论 第一节 应用写作主体的作用 第二节 应用写作主体的提高 第三章 应用写作客体论 第一节 应用写作客体的收集 第二节 应用写作客体的确立 第四章 应用写作载体论 第一节 应用写作载体的构式 第二节 应用写作载体的要素 第五章 应用写作受体论 第一节 应用写作受体的影响 第二节 应用写作受体的需求下编 应用写作的文体篇 第六章 社交类文书写作 第一节 社交类文书写作的准备 第二节 一般书信 第三节 专用书信 第四节 致辞与演讲词 第七章 管理类文体写作 第一节 管理类文体写作的准备 第二节 公文概述 第三节 公告通告通知通报 第四节 报告请示批复函 第五节 计划总结 简报规章 制度 第八章 经贸类文体写作 第一节 经贸类文体写作的准备 第二节 商函 第三节 商标、商品说明书 第四节 经济合同 第五节 商情报告 第六节 经济广告 第七节 经济新闻 第九章 法律类文体写作 第一节 法律类文体写作的准备 第二节 协商、调解文书 第三节 仲裁文书 第四节 诉讼文书 第十章 科技类文体写作 第一节 科技类文体写作的准备 第二节 科技论文 第三节 科技报告 第四节 科技文摘 第五节 科技写作中图、表及公式的制作与编排附录

## 章节摘录

(一) 上级写作受体 指写作受体是写作主体的上级机关, 例如公文写作中的“报告”、“请示”, 这些文体一般是写给上级机关的, 上级机关成为文章的接受者。

上级机关作为写作受体, 要求文章在内容上要实事求是, 实话实说; 在表达上要条理清楚, 行文简约、恭敬; 在格式上要规范统一, 准确无误。

(二) 平级写作受体 指写作受体是写作主体的平级机关, 例如公文写作中的“通知”、“函”等, 这些文体一般是写给平级机关的, 平级机关成为文章的接受者。

平级机关作为写作受体, 要求文章能够体现相互之间的商洽、支持与协作, 具有相互体谅、平等协商的精神, 在行文和语言上要诚恳、热情、平和, 尊重对方, 以礼待人。

(三) 下级写作受体 指写作受体是写作主体的下级机关, 例如公文写作中的“命令”、“指令”、“指示”等, 这些公文一般是写给下级机关的, 下级机关成为文章的接受者。

下级机关作为写作受体, 要求文章在内容上要高瞻远瞩, 有的放矢, 体现对下属的领导与指导, 在行文上庄重威严、严谨周密, 既坚持原则, 又能以理服人。

四、写作受体的共同需求 写作受体既有以上不同点, 又具有以下共性: (一) 求新的心理 “文似看山不喜平。”

求新是一般写作受体具有的最普遍的心理。

新颖的、创造性的、别具一格的东西很容易成为人们的注意对象。

相反, 刻板的、千篇一律的、单调重复的东西就不易引起人们的注意和兴趣。

写作受体需要文章, 根本的愿望是希望通过文章看到新成果, 得到新见解, 受到新的启发。

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>