

审题

确定中心

写法提示

范文示例

ZHONG XUE SHENG SHUO MING WEN



CHANG JIAN TI MU

中学生 说明文 常见题目 60

于漪 陶本一 徐汉华/编著

北京·华夏出版社·1994

中学生说[]题目 60

(审题·确定中心·写法提示·范文示例)

于漪 陶本一 徐汉华 编著

华夏出版社

1994年·北京

(京)新登字 045 号

图书在版编目(CIP)数据

中学生说明文常见题目 60:审题·确定中心·写法提示
·范文示例/于漪等编著。—北京:华夏出版社,1994. 6 ISBN
7-5080-0472-8

I. 中… II. 于… III. 说明文-中学-教学参考资料 IV
.G634.340.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(94)第 04562 号

华夏出版社出版发行

(北京东直门外香河园北里4号)

新华书店经销

北京昌平第二印刷厂印刷

787×1092毫米 32开本 6.25印张 12.5千字

1994年6月北京第1版 1994年6月北京第1次印刷

印数1—21000册

定价:5.50元

出版前言

本书是在全国著名的中学语文特级教师于漪主持下,为在校学习的初、高中学生编写的。

记叙文、议论文、说明文是中学生学习写作的主要内容,更是中学生需要掌握的主要文体。编著者经过调查,并分析了学生的习作,找出了中学生写作文时在审题、表达中所存在的问题,根据学生的学习需要,就上述三种文体选设了 60 个在应试和习作中常见的题目,每一题下均设有“审题”、“确定中心”、“写法提示”等内容。为了给学生提供具体的仿写、学写文章,编著者还从全国范围内组织选择了典型的范文及写作提纲,附于每一题的篇末。全书指导性与示范性并重,对于中学生学习写作文、提高写作能力有直接的帮助。

1994 年 3 月

目 录

背书的窍门	(1)
漫谈广告的语言	(5)
江南的气候谚语	(8)
报 纸	(11)
——我们的精神食粮	
介绍《语文报》	(14)
我的语文课本	(17)
《习作选》前言	(20)
漫画《武大郎开店》的说明	(26)
生活中的化学现象	(29)
桂林的山与水	(32)
我们的校园	(36)
家乡一座桥	(40)
欢迎你报考我们的学校	(43)
雪花的一生	(46)
月有阴晴圆缺	(49)
手	(53)
绿化好处多	(57)
我班同学体育锻炼的几种情况	(60)
用眼卫生	(63)
广播操好处多	(66)

名字小说	(69)
我家的房间布置	(73)
我学会了理发	(76)
怎样刻图章	(79)
怎样编写黑板报	(82)
集 邮	(84)
矿石标本的采集	(87)
饲养金鱼的学问	(90)
要是我来管理学校的图书馆	(93)
透明骨骼标本的制作	(97)
两种名贵的鱼	(100)
青 蛙	(103)
蝙蝠的习性	(105)
石头告诉我们	(108)
西 瓜	(111)
介绍一种农作物的新品种	(113)
松 树	(116)
菊 花	(118)
山芋与洋山芋	(120)
“摇钱树”——泡桐	(123)
糖的功过	(126)
我最喜爱的一件工艺品	(129)
煤气与沼气	(131)
煤	(134)
河上(或江上)的船	(137)
美观轻巧 方便实用	(141)

——介绍塑料磁性笔盒

知识橱窗	(144)
国 徽	(146)
自行车	(149)
鞋	(152)
针	(155)
笔的家族	(158)
从斗笠到自动折伞	(161)
假 山	(164)
高压锅	(167)
钢 笔	(170)
船 模	(173)
排 球	(176)
产品说明书	(179)
器物短说明	(182)

背书的窍门

【审题】

这个题目说明的重点是“窍门”，也就是所谓的“诀窍”。背书不能死记硬背，死记硬背虽然能达到“把书背出来”的目的，但费时多，遗忘快。

本文要在掌握人脑记忆的科学知识的前提下，对记忆的产生、如何加深对背的东西的理解、如何避免遗忘等进行科学的阐述。

【确定中心】

文章旨在通过记忆的产生及其本质、如何加强记忆、如何与遗忘作斗争等科学知识的阐述，说明背书的确有“窍门”可寻的道理。

【写法提示】

1. 感性经验式的介绍。把自己在背书实践中归纳出来的几条行之有效的办法，分门别类地进行介绍，在表达方法上着重于说明文的文艺性，把“窍门”的介绍和形象的描绘结合起来，寓事理的说明于形象的描绘之中，以抒情的笔调写说明文字，使读者不仅懂得“背书的窍门”，而且能提高背书的乐趣。

2. 科学性的说明介绍。从分析记忆的特征——人脑的功能出发，抓住问题的本质，对大脑在一般情况下的记忆功能，在抑制条件下的记忆障碍及遗忘的规律进行科学的说明。在表达方法上则运用数据、图表进行细致的比较说明，使说明内

容超越一般的生活经验,从内在的大脑印象联系的角度,说明形象记忆的原理。在说明和遗忘作斗争时,可采用“遗忘曲线”说明如何科学地利用时间,克服遗忘现象。

【范文示例】

背书的窍门

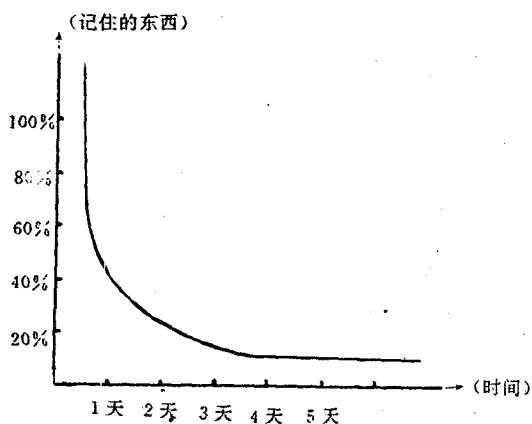
有的同学埋怨自己的脑子笨,连一篇较简单的文章也要读个把小时才能背出。他们常问:“背书真的有窍门吗?”要回答这个问题,首先得从大脑的构造谈起。

人的大脑有一个皮层,叫做大脑皮层,上面分布着不计其数的神经细胞。整个大脑皮层有好几个感受区域,其中记忆区域是我们进行识记活动的主要场所。我们背书,就好比是在大脑皮层中印上一个个字。要把字记得清楚,就必须使它在大脑皮层中印得深。要达到这个目的,就需要我们对背的东西有深刻的理解。一般认为,要谈得上对背的东西理解,就要做到以下三点:首先,要对内容理解。它是背书的一项基本工作,是联想记忆的枢纽。其次,要把文章词汇的含义弄清。如背诵《岳阳楼记》时,就必须理解词汇的含义,使每个词汇都在头脑中形成一幅幅画面。即使一时忘记这段怎么背了,只要一联想到那一幅幅画面,我们就会一下子回忆起那段文字来了。最后,要做到对特征的理解。如果你在背书时记住了某段文字的位置特征,即使一下子忘了,只要联想起文字所在的那个位置,那段文字也常常会浮现在你的眼前。

当然,上述只是背书的第一步工作。要做到很快地记住某段文字,就要避免“前摄抑制”和“后摄抑制”。所谓“前摄抑制”,就是在紧张的学习活动之后马上进行记忆,“前摄抑制”

将导致记忆效果差。反之“后摄抑制”就是在进行记忆活动之后又马上进行紧张的学习活动，“后摄抑制”同样也导致记忆效果差。人的大脑是人体的器官，它也需要休息和营养，在紧张的学习活动中，大脑始终处于兴奋状态。而后，它就要从兴奋状态转向抑制状态。如果在这个时候不休息一会儿，却紧接着进行记忆活动，势必会引起大脑的过度疲劳和供血紧张，往往会事与愿违了。反之，如果在进行记忆活动之后又马上进行紧张的学习活动，会使记住的东西印象淡薄。这正如已经在沙滩上写上了一个字，又在其上面画别的东西，结果字和画掺和在一起，就难以辨认了。因此，我们在背书的时候应尽力避免“前摄抑制”和“后摄抑制”的发生。

另外，我们在背书的时候要特别注意遗忘规律。这是一位外国心理学家发现的。它的内容大致是：人如果刚记住某种东西时，遗忘的速度非常快。而后，随着时间的推移，遗忘速度也逐渐在变慢（如图）。从遗忘曲线示意图上，我们能够从感性上认识到上述的规律。



它告诉我们，背完书后，我们还需要及时地进行复习。假如你用20分钟背出了一篇课文，那么你就要用一小段时间进行复习，从而达到延缓遗忘速度的目的。我们要时刻记住：在我们的记忆活动中，我们要每时每刻同遗忘作斗争，斗争的武器就是复习。

其他还有许多背书的方法。行之有效的是分散记忆法。它就是把需要熟记的东西分成若干部分，分几天背诵。这样往往可以避免一下子记得多而又忘得多的毛病。

总之，背书的方法有多种多样，但是不管是哪一种方法，都要符合大脑的工作规律和遗忘规律。我们每个人都要根据科学原理总结自己的背书经验。祝愿每个人都能找到更多的背书的窍门。（蔡旭东）

徐公毅

漫谈广告的语言

【审题】

这个题目有一定的时代性。广告语言为当今热门话题之一,要写好这个题目也需具备有关方面的一些知识。文章不必纯粹罗列众多广告语言,汇集各种比较出色的商品广告语言进行“展览”(当然,由于写作需要,也少不了收集一定数量的广告语言作为例子)。文章应就广告语言的特点、类别、样式进行较为详细的介绍,让读者了解什么是广告语言,怎样才算是好的广告语言,从而为自己撰写广告语言打下基础。

【确立中心】

本题可以就广告语言在商品之战中的重要性、广告语言在现代家庭生活中的地位及广告语言的特点等方面的知识逐一向人们作些介绍。

【写法提示】

这类文章可按阐述性说明文的要求去写,先综合,后分析。以“附文”为例,先写广告在现代家庭生活中的作用、广告语言与别的文学语言的区别,然后用分类说明方法,抓住广告语言的三大特点逐层展开说明。在每个层次的说明中,又做到“理、例、析”三者同步,有血有肉,具体实在。

【范文示例】

漫谈广告的语言(片断)

广告,作为一种传播商品信息的手段,早已受到生产厂家和广大消费者的青睐。广播电视,书报杂志,街头巷尾,到处可见各种式样的广告。广告已深入到每一个现代家庭,为生产与经营、供给与需求架起“友谊”的桥梁。

当然,就广告本身而言,它确是一门挺热门的艺术,涉及到样品陈列、橱窗设计、电视、广播、摄影、绘画、音乐、语言诸多方面。这里仅略谈一下广告的语言艺术。

广告的语言不同于别的文学语言。广告篇幅短小,针对性强,所以广告的语言要简略、准确、形象地反映商品的最大特点,因此要字斟句酌,有分量。它不需要也不允许大段的修饰,却要能起画龙点睛的作用,同时也需要具有耐人寻味的艺术风格,使人产生强烈的购买欲望。具体说来,广告的语言应有三大特点:

一、简明、准确。广告的对象是广大消费者,他们最关心的是商品本身。广告的语言就应当尽量抓住他们的心理,力求简明、准确地反映商品的特点、用途,给人留下深刻的印象,迅速作出反馈:这正是我所需要的。且看上海手表四厂做的钻石牌手表广告:“在十次获得全国评比第一名之后又在1985年下半年度质量评比中,走时、可靠性、防水、防震、防磁均得满分,创全国手表质量评比史上最佳水平!”短短几十个字,就不容置疑地说明了该表的最大特点,使你不能不为钻石表的质量惊叹,选购手表时准会盯上“钻石”,这比起某些商品广告“质量可靠,信誉第一”之类苍白、空洞的套话,当然更能打动消费者。美国靠广告发家的冰淇淋大王汤姆·卡维尔就曾不无感

叹地说过：“我们做广告的对象是老百姓，他们的言谈、举止和我们差不多。”

二、富有表现力，引人入胜。要善于用巧妙的语言吸引人们的注意力。日本救心制药株式会社出品的“救心”药广告语就挺有特色。“要救心，用‘救心’。”前一个“救心”不言而喻，点出此药的功能，是为心脏病患者解除病痛。后一个“救心”是此种药名。这样的广告语言不仅醒目，而且也使患者产生一种亲切感。俗话不是说“解铃还须系铃人”吗，是不是“救心还需要‘救心’药”呢？患者自然就争相购买了。这就是广告语言的魅力。其实何止是药品呢，比如做电热毯广告就可来一句“多么温暖、甜美的梦”，做电风扇广告时，我看来一句“徐徐凉风伴你度过炎热的酷夏”就挺好。不过应注意的是，要使广告的语言富有表现力，引人入胜，不能牵强附会。否则反而会弄巧成拙，让人啼笑皆非。

三、巧于“自夸”，耐人寻味。广告是推销商品，和对手进行激烈竞争的重要手段。因此，广告语言应充满自信，含有符合实际的“自夸”，但又不给人以“畅销世界、誉满全球”的空泛、虚假感。请看日本美能达7000照相机广告语：“或许将来全世界的照相机都能与美能达7000一样”，粗看起来，平淡无奇，其实不然。假如“全世界的照相机都能与美能达一样”，那么“美能达7000”自然算不上出类拔萃的优质产品了。但是，请注意，这不是现在，是在“将来”，而现在“美能达7000”是谁也比不上的。“将来”别的产品真能赶上它吗？不，那只能是“或许”。多么巧妙而委婉的自夸，我们不能不为这则广告巧妙的“自夸”所折服。（陈晓敏）

陈 森

江南的气候谚语

【审题】

这个题目要求我们说明的是江南地区的气候谚语的产生、分类、特点等。要写好这个题目，首先要看清题目的限制条件，然后对你生活的周围地区作一番调查访问，收集一定数量的有关气候的谚语，研究分析这些谚语的地域性，科学性，吸收其精华，剔除其糟粕，最后按一定条理整理成文。

【确定中心】

本题可以从江南气候谚语的产生、分类、研究的意义等方面来向人们作一些介绍。

【写法提示】

可以不拘形式，现提出两种方法，供大家参考。

1. 可以像下面的附文那样：先写谚语的来源，再写气候谚语的分类介绍说明，最后写谚语的价值。

2. 可以先写谚语地域性的特点，再写这个地区的谚语种种及分类，最后分析介绍谚语的科学性和作用。

【范文示例】

江南的气候谚语

千百年来，江南地区的劳动人民，在生产实践的过程中，积累了丰富的气象、物候方面的知识，常常用谚语来总结他们

的知识和经验。谚语也叫“老话”、“俗话”，言简意赅，通俗易懂，便于大家传诵。

气候谚语，大致可分为两类：

一类是反映气候与作物播种、成熟和收割的关系。如：“清明选种，谷雨落谷”，说明春耕生产从清明前后开始了。因为江南地区“清明断雪，谷雨断霜”。气候转暖了，大秋作物可以下种了。芒种前后，江南地区冬小麦成熟，宜抓紧时间收割了，所以农谚说：“芒种三朝大割麦”，“蚕老一息，麦老一日”，类似这样物候节令的农谚是很多的，如“处暑萝卜白露菜”，“秋分割早稻（中粳稻），寒露无青稻，霜降一齐倒”。事实上江南地区的单季晚粳稻，每年确是在霜降前后两三天收割的。有的谚语富有哲理性，把天气冷、热、水、旱同作物丰歉的关系阐明了。如江南流行着这样一些哲理性谚语：“六月（阴历）不热，五谷（粮食作物的总称）不结（结实）”，“人被热得跳，稻在田中笑”，“夏旱仓仓满，秋旱断绝粮”。

另一类谚语，直接反映了江南地区阴、晴、风、雨、冷、热等气候变化。这一类谚语，又可分为两种：一种是普通的常规情况，另一种是特殊情况。现分别说明。在常规的情况下，劳动人民观天的谚语是很多的：“东虹日头（晴）西虹雨”，“朝看东南，夜（傍晚）看西北”，“月晕而雨，日晕而风”。一般情况下，江南地区，东南风湿湿，西南风闷热，西北风干燥，东北风湿度高。每逢东北风大作时，人们常说：“东北风，雨祖宗”。深秋初冬，夜寒昼热，多刮西风，常常是清晨白霜皑皑，中午万里无云，红日当空，谚语说：“厚霜毒（热）日头。”如果霜天大刮东南风或东风，冷热空气锋面相接，则天气有变，谚语说：“霜后东风一日晴。”在气候多变的特殊情况下，又有另一些谚语反映了这种情况。夏至前后，江南进入梅雨季节，西南风却送来了

温湿空气，入雾后刮西南风也常下雨。人们常说，“梅里西风，时里雨，时里西风等时雨”。这时正值播秧，需要雨水，人们称这种雨为“及时雨”。立秋以后，秋高气爽，空气中湿度低了，起阵打雷，雷声特响，但雨不会太大，人们常说：“秋雷打败阵”，“拉空磨”。

江南气候谚语，是很值得研究的，有较高的科学价值。我们要以科学的积极的态度收集整理各地区的谚语。气候谚语的区域性也很强，有些只能适合一定的地域范围。“人间四月芳菲尽，山寺桃花始盛开”。说明了地区不同，地势高低不同，气候也随之不同。研究气候谚语一定要同气象、物候结合起来，使之广为传诵，以利于农业生产。（夏汉林）