

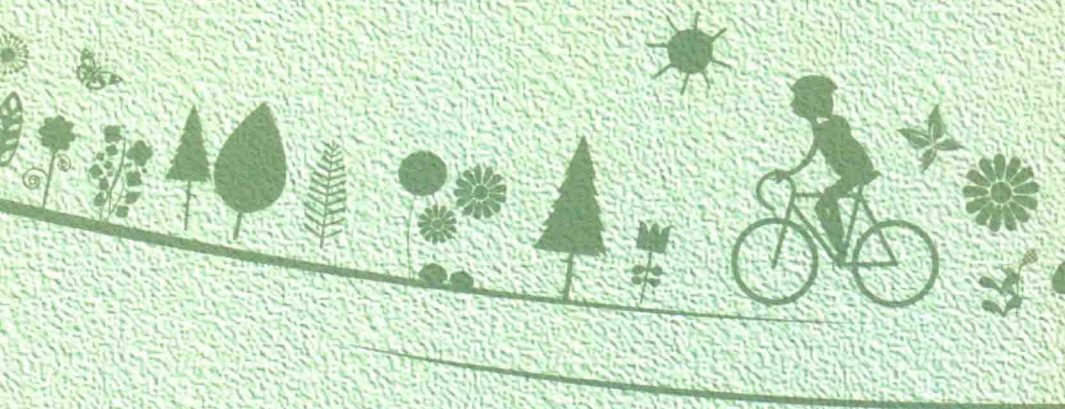


快乐阅读书屋

王多明 编著

说明文 一传到位

happy reading 作文知识类



贵州出版集团
贵州人民出版社

说明文一传到位

王多明 编著



贵州出版集团
贵州人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

说明文一传到位 / 王多明编著. — 贵阳: 贵州人民出版社, 2013. 9

ISBN 978 - 7 - 221 - 11365 - 8

I. ①说… II. ①王… III. ①说明文 - 写作 - 中小学 - 教学参考资料 IV. ①G634.343

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 201379 号

说明文一传到位

王多明 编著

出版发行	贵州出版集团 贵州人民出版社
地 址	贵阳市中华北路 289 号
责任编辑	龙建人 徐 晶
封面设计	熊 锋
印 刷	贵阳经纬印刷厂
规 格	850mm × 1168mm 1/16
字 数	80 千字
印 张	9.5
版 次	2014 年 7 月第 1 版
印 次	2014 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 221 - 11365 - 8 定 价: 18.00 元

出版说明

兴趣是最好的老师,知识的学习更是如此。如果学习者缺乏兴趣,阅读就将是一个枯燥无味的过程,轻松快乐的学习也就无从谈起。基于这样的事实,本着“兴趣阅读、快乐学习”的理念,我们经过深入调研,与国内的众多专家学者及一线教师全力合作,为所有希望将学习变得轻松愉快的朋友奉献上“快乐阅读”书屋。

“快乐阅读”书屋,以知识的轻松学习为核心,强调阅读的趣味性。它力求将各种枯燥无味的知识以轻松快乐的方式呈现,让读者朋友便于理解接受。它的各种努力,只有一个目标,即力图将知识学习过程轻松化、趣味化。读者朋友在阅读过程中,既能保持心情愉快,又能学有所得。在轻松愉快的氛围中学习,让知识学习成为读者朋友的兴趣,本身就是提高学习效率最有效的途径。

“快乐阅读”书屋首批图书分为“语文知识”、“作文知识”、“数学知识”、“文学导步”、“文学欣赏”、“语言文化”、“个人修养”七大板块,各个板块之下又有细分。英语、生物、化学等相关的知识板块将会在以后陆续推出。针对不同学科知识的特点,本书屋以不同的方式来达到轻松快乐的目的。要么是以故事的形式,在故事的展开之中融入相关知识;要么是理清该知识点的背景,追根溯源,让读者朋友知其然,更知其所以然,让理解更为轻松。总而言之,就是以最恰当的方式呈现相关的知识。

希望这套“快乐阅读”书屋能陪伴每一位读者朋友度过美好的阅读时光。

编者

2014年5月

开卷交代

说明文是说明事物的情况或道理的文章。

在我们的学习、生活和工作过程中,说明文与我们休戚相关。人与人的交流,人在社会中学习、生活和工作,需要向别人,或别人要向我们说明的事和理,这样的事真是太多了,我们离不开说明文。

既然我们不可能远离说明文,那就认真地阅读、学习、探讨它,把说明文弄明白了,我们的学习、生活和工作就会更轻松、更幸福和更愉快。

说明文的种类很多,从古代文章到现代文体,细分也有上百种,大体上每一种说明文都有自己的写作要求。学习和练习写作说明文,要了解说明文与记叙文、议论文的区别,按不同类别的说明文的要求进行写作,就能写出规范的说明文。为了说明的需要,我们会在一篇文章中,使用多种表达方式和修辞,使说明文更加具有文采,更能让读者在愉快的心情中看明白我们要说明事物的情况或道理。

写作说明文能力的提高,需要正确方式指导下的训练。多读、多思,在区别不同表达方式的情况下,做各种写作训练,在基础说明文写好后,再考虑增加其他的表达方式和语言修饰成分。

学校的集体学习,为我们提供了集体讨论,开展写作竞赛的环境,教师和学生是“同一战壕中的战友”,共同为学习知识和提高能力一起努力。教师和学生应该是学习活动中相互照应的朋友,在先学帮后学的过程中,在知识传递和能力提高的过程中,师生间的朋友关系,能消除多种障碍,使学习活动取得比较好的效果。

这本《说明文一传到位》,向读者介绍了老师朋友从生活中的胜景,





引导学生朋友进入学习中胜景的故事,可以使读者在轻松愉快的阅读中,了解他们的学习活动过程。老师和学生以朋友的关系认识、探讨说明文,深究读懂,写作训练,修改提高,在进行多种说明文写作比赛的学习活动中,引导同学们提高了写作说明文的能力。

学习的目的在于应用,我们的生活也确实离不开说明文,既然离不开,我们就亲近它,学好它。

目 录

开卷交代	001
引子:五招教你一传到位	001
第一章 与说明文亲密接触	
——第一招,认识说明文	003
小结:说明文的概念	018
第二章 从药品说明书看说明文写作	
——第二招,不可忽视写作要点	019
小结:说明文的写作要求	035
第三章 各式各样的说明文	
——第三招,了解各种说明文的写作特点	036
小结:说明文的种类	062
第四章 说明文写作的自我提高	
——第四招,写作技巧全攻略	063
小结:练习说明文写作的方法	088
第五章 说明文在生活中的应用	
——第五招,清楚说明文的应用场合	089
小结:学会运用说明文	116
结束语	117
附录:需延伸阅读的说明文	122

001

说明文一传到位



五招教你一传到位

坏天气,让人不能出门旅游,师生两朋友在欣赏广告式说明文中,讨论说明文的基本概念,让人在神游中体会说明文。

好文章,古今中外皆有,写作说明文能让人明白事物和事理,分析说明文的初始定义,使人从明白中写出说明文,学习如此便当。

001

说好了要去看“金海雪山”的,可是,天一下子就变得阴沉起来。

旻宏望着窗外厚厚的云层,心烦意乱,拨打手机,发短信给他的老师朋友。“南边有雨,去西边?”不一会,收到短信,“西边来电,也有雨。”回短信“?”“??”。

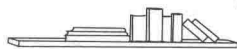
老师朋友发来一篇文章和一组照片,让烦躁不安的旻宏静下心来。

旻宏的这位“老师朋友”,本来是老师,因两人关系特别,渐渐变成朋友了。

正值油菜花在坝子里盛开的时候,周围山坡上的李子花凑趣地怒放着。不知哪位艺术家,把这美景称为“金海雪山”。消息传开,前来观赏的游客络绎不绝,这里便成了许多人向往的旅游景区了。今天休息,旻宏的心早已神往,天公不作美,好在“老师朋友”在手机



旻宏





上发来短文章和一组照片,让这位初中学生网游了一番。

看罢老师朋友的短文章和照片,旻宏拨打手机,直接与对方通话。“老师朋友,你的说明文太精彩了,让我暂时放弃了到现场体验‘金海雪山’的念头,却增加了与你见面的期待。你能来我家吗?”

“来,我们一起畅游‘金海雪山’,怎样?”

老师朋友去年到过“金海雪山”,拍下了许多照片。今天,他专为此位学生朋友写了段导游词式的说明:

阳春三月菜花开,万亩金黄迎面来,遍坡李花镶边上,天上美景落人间。贵定县盘江音寨河两岸,万亩金黄的油菜花与千顷雪白的李子花同期开放,一幅彩画“金海雪山”尽收眼底。

每至春分,远山近峦,满坡绽开雪白纯洁的李花,恰与音寨河两岸满田满坝金黄油菜花形成鲜明对比,房前屋后粉红色桃花点缀,翠绿色的树丛衬托打底,布依山寨隐现其中,绚烂的色彩,旖旎的景致,华丽的气质,绘画出了“金海雪山”的奇景。

老师朋友和学生朋友相遇了。他们把相约去“金海雪山”旅游,变成了一番旅游景点说明文的讨论。而这仅仅是一个开始,正是通过多次与老师朋友的讨论,学生朋友掌握了说明文的基本知识和写作技巧,学会了“说明文一传到位”的五招。

第一章

与说明文亲密接触

——第一招，认识说明文

老师和学生见面后，老师朋友拿出一篇介绍英国伦敦威斯敏斯特教堂的说明文。

“这是一篇写作年代和我年龄相仿，获得 1958 年国际广告大赛奖的英国旅游协会的广告。你想去英国旅游，这是一篇导游说明书。你念给我听听。”学生朋友一板一眼地念下去：

轻轻地踱过历代君王们漫长的沉睡。

伦敦威斯敏斯特大教堂中的亨利七世小教堂里，历代英皇——亨利七世、伊丽莎白一世和苏格兰的玛丽女皇都下葬于此。有 22 代帝王都曾在这里接受加冕典礼。

在英国，这样著名的大教堂有 30 个，每座教堂都是一件独树一帜的艺术珍品。在你访问英国时至少要来参观一所教堂，免得虚此一行。

备有介绍英国教堂的彩色导游册，函索即寄。

英国旅游协会

“老师，这篇说明文，好在哪里？为什么会得奖呢？”

老师朋友说：“这则广告被评为国际广告大赛奖，主要是在写作上

003

说明文一传到位





抓住了读者的探寻欲、求知欲。短短 180 字,把伦敦著名教堂的旅游价值作了介绍,还兼顾其他的 30 所教堂,提醒大家,访问英国,至少要参观一所教堂,免得虚此一行。读了这则广告,很多人都会打消不去参观的念头。”

“老师,你也想到英国去参观教堂?”

“你说呢?”

老师毕竟是老师,没有直接回答学生的提问,继续说:“说明性旅游散文,中国古已有之。郦道元写的《水经注·三峡》,徐霞客写的《徐霞客游记·游滇日记》,都是经典的说明性旅游文章,被称为最后一位士大夫的汪曾祺写的《岳阳楼记》也是说明性旅游好文章。他们以记录说明旅游地的地形、地貌、时令、动植物、民俗、景观、历史,以及成因等,为写作侧重点写出的旅游文章,真是值得我们细细品味的。《竹器竹趣》是一篇介绍贵州赤水市的说明性旅游散文,也值得一读。”



老师朋友

这些以说明为主的旅游散文,确实能为旅游景点产生广告传播的作用。

老师朋友说,广告的主要目的是向别人诉说请求,是考验写作者水平的说明文,写作中要语言精练,几秒钟内就能抓住读者或听众。

“你还不知道,中国和外国许多文学名家,都动手写过说明文式的广告。”

“朋友”,学生此时把“老师”二字省掉了,接着又补充道:“老师,我在本《趣味广告》中,看过鲁迅、老舍写的推销他们自己写的书的广告;杜甫开中药铺,写过对联广告;诗人闻捷写过卖电灯泡的广告;前苏

联的诗人,马雅可夫斯基写过卖肥皂的广告。”

“你记得的真不少,今天给你介绍两位古人写的食品广告。”

“是旅游食品吗?”

“也算是吧,至少是特色食品。在旅游地出售,不就是旅游食品了吗?”

老师朋友说,宋代大学士苏东坡在谪居海南岛儋县时,曾经为一位卖油炸馓子的邻居老妇人写过一首广告诗:

纤手搓来玉色匀,碧油煎曲嫩黄深。
夜来春睡知轻重,压匾佳人缠臂金。

这短短的 28 个字,写出了馓子的加工过程,活脱脱地描绘出了馓子的色、香、脆。油炸馓子至今仍是被人们喜爱的食品之一。这则广告历时近 900 年,今天仍被写进教材中,让人们景仰和效法,是不是可以说明,写得妙的说明文,能永葆艺术魅力呢?

还有明代的苏平,曾写过一首豆腐诗,从广告角度看,新颖别致,与今日俗气十足的广告相比,真不可同日而语。

传得淮南术最佳,皮肤褪尽见精华。
一轮磨上流琼液,百沸汤中滚雪花。
瓦灌浸来蟾有影,金刀剖破玉无瑕。
个中滋味谁得知,多在僧家与道家。

“这首广告诗式的说明文,把豆腐的生产过程极其形象地、细致地刻画出来。从豆子浸泡褪去表皮,到磨浆、煮豆浆,到切开豆腐,吃上豆腐,比喻贴切、生动。作者精妙的构思,读后情趣盎然,全诗未提‘豆腐’二字,然而,每句都突出了豆腐的品格与质量,读了以后,可以让从审美中获得豆子变豆腐的知识。如果作者苏平不懂得豆腐的生产过程,他





能表达得这样绘声绘色?”

“当然不会。”学生朋友赶紧回答。

本来要出去看“金海雪山”的,天公不作美,计划改变了,这位老师朋友,真会抓机会,将课本中没有的文章,语文老师没有讲过的例文,一下子讲了许多个。学生朋友耐心地听着,想得到更多的东西,以后在与同学们讨论时,可以有更多插话的资本,让同学们“另眼相看”。

老师从这位忘年交朋友的眼神中,探视出他的愿望,就说:“我们还是来讨论正题吧,从说明文的概念出发,走一条一是一,二是二的路子。”

“什么是说明文呢?”老师朋友作了一下停顿,然后说:“我们讲的说明文,是指介绍事物的形状、构造、类别、关系、功能,解释事物的原理、含义、特点等,给人们以知识的一种文章体式。说明文是以说明为主要表现方法,说明事物、阐明事理的文章。”

“有些辞书说,说明文是为说明某一问题或解释某一事物,让人了解其情况的一种公告性应用文。一般来说,要写明问题或事物的概况、性质等等,有时还需要向读者表明态度、提出想法、希望和要求。”

“老师,说明在写作中是一种表达方式,对吗?”

“是的,说明是文章写作中的五种表达方式之一。这五种表达方式是:叙述、描写、抒情、议论、说明。

“说明是用简明朴实的文字,将事物的性质、特征、状态、功能、成因、发展等,解说、介绍出来,使人获得有关信息和知识的一种表达方式。‘说明’这种表达方式,具有科学性、客观性、知识性等特点,这些特点正好用来介绍商品和劳务信息。所以,用说明为主要表达方式的广告,在广告中要占多数。

“以说明为主要表达方式的文章,叫说明文。说明文在文体中是一个大的类别,它包括许多文种,如辞书、教科书、科普说明文、商品说明书、展览解说词、旅游导游词等等。

“说明体广告,也是一种说明文。说明体广告,是以说明为主要表

达方式的广告;也可以说,是以说明为表达方式,传播广告主的信息的广告。

“说明体广告,又称说明式广告,或广告说明文。如《报刊文摘》曾刊登的说明体广告,题为《××大学新闻学院公共关系学函授招生》。”

老师朋友讲到这里,他说:“我来读一下。”

××大学新闻学院公共关系学函授招生

公共关系学是一门新兴的学科,对您树立良好形象,正确处理各种关系很有帮助。

本期函授以教授专家撰写的80余万字的教材和辅导材料为主,分期函授,指导学习。由专门老师布置作业。逐一批改,回答咨询。

中学以上文化水平的学生、工人、军人及企事业单位机关工作者均可报名学习。

每年2月开学,学期半年。

每人收费×××元(含一切费用)。

经开卷考试,成绩合格者,由复旦大学成人教育学院颁发单科合格证书。

地址:××大学新闻学院公关函授班收。(简章备索)

这份广告的主要表达方式就是说明。换句话说,这是以说明文为载体,传播复旦大学公共关系学函授招生的信息。由于运用说明的方式,广告写得简明、朴实、客观、冷静、具体、有条不紊,它告诉读者,公共关系学是一门什么样的学科,有什么作用;函授的教材、学习方式是怎样的,以及什么人可以报名;什么时间开学、学费多少;怎样考试、报名等等事项,说得十分清楚、明白。

说明体广告的长处是文字简短,朴实无华,受众易于理解、掌握。

写说明体广告应该注意以下几点:一是说明要客观、准确;二是文字





要简明、易懂,遇到多数受众不熟悉的专业术语,要作适当的解释;三是次序要清楚,条理要井然;四是内容要全面、具体。

写说明体广告,也可以少量运用描写、议论、抒情、叙述,使广告文生动活泼,但必须以说明为主,否则就不能称其为说明体广告了。

说明作为表达方式,在说明事物时,又有多种具体方法,如下定义、做诠释、举例子、作比较、用数字、绘图画等。这些说明的方法,在说明体广告中,都可以运用。在其他内容和形式的说明文中,使用这些方法,能使说明文更加生动。

“老师,用说明写广告,会不会让人觉得呆板,缺乏煽动性呢?”

“哟,你小子也懂得广告要煽情,鼓动受众接受你的建议和意见,让他们被唤起来的希望变成需求啊。”

“说明文式的广告,少用描写、议论、抒情和叙述,是不是就不生动了呢?请你看看这篇世界公认的,美国广告大师,大卫·奥格威在上个世纪60年代写的一篇说明式的推销汽车的广告。”

“老师,你说的是‘劳斯莱斯’汽车的广告吗?我在爸爸的书桌上已看过了。”说完,快步走进房间,拿出一张广告。

大卫·奥格威亲自动手写的广告文案:

“这辆新型‘劳斯莱斯’在时速六十英里时 最大闹声是来自电钟”

“什么原因使得‘劳斯莱斯’,成为世界上最好的车子?”一位知名的“劳斯莱斯”工程师说:“说穿了,根本没有什么真正的戏法——这只不过是耐心地注意到细节。”

1. 行车技术主编报告:在时速六十英里时,最大闹声是来自电钟。引擎是出奇的寂静。三个消音装置把声音的频率在听觉上拔掉。

2. 每个“劳斯莱斯”的引擎在安装前,都先以最大气门开足七小时,而每辆车子都在各种不同的路面试车数百英里。

3. “劳斯莱斯”是为车主自己驾驶而设计的,它比国内制造的最大型车小十八英寸。

4. 本车有机动方向盘,机动刹车及自动排档,设易驾驶与停车,不需司机。

5. 除驾驶速度计之外,在车身与车盘之间,互相无金属之衔接。整个车身都加以封闭绝缘。

6. 完成的车子要在最后测验室经过一个星期的精密调整。在这里分别受到九十八种严酷的考验。例如:工程师们使用听诊器来注意听轮轴所发的低弱声音。

7. “劳斯莱斯”保用三年。已有了从东岸到西岸的经销网及零件站,在服务上不再有任何麻烦了。

8. 著名的“劳斯莱斯”引擎冷却器,除了“亨利·莱斯”在 1933 年去世时,把红色的姓名第一个字母 R 改为黑色外,从来没更改过。

9. 汽车车身之设计制造,在全部十四层油漆完成之前,先涂五层底漆,然后每次都用人工磨光。

10. 移动在方向盘柱上的开关,你就能够调整减震器以适应道路状况。(驾驶不觉疲劳,是本车显著的特点。)

11. 另外有后车窗除霜开关,控制着由 1360 条看不见的在玻璃中的热线网。备有两套通风系统,因而你坐在车内也可随意关闭全部车窗而调节空气以求舒适。

12. 座位垫面是由八头英国牛的皮所制——足够制作 128 双软皮鞋。

13. 镶贴胡桃木的野餐桌可从仪器板下拉出。另外有两个在前座后面旋转出来。

14. 你也能有下列各额外随意的选择,像是:做浓咖啡(Espresso Coffee)的机械、电话自动记录器(Dictating machine)、床、盥洗用冷热水、一支电刮胡刀等。

15. 你只要压下驾驶者座下的橡板,就能使整个车盘加上润滑油。





在仪器板上的计量器,指示出曲轴箱中机油

16. 汽油消耗量极低,因而不需要买特经济。

17. 具有两种不同传统的机动刹车,水力制动器与机械制动器。“劳斯莱斯”是非常安全的汽车——也是非常灵活的车子。可在时速八十五英里时宁静地行驶。最高时速超过一百英里。

18. “劳斯莱斯”的工程师们定期访问以检修车主的汽车,并在服务时提出忠告。

19. “班特利”是“劳斯莱斯”所制造。

除了引擎冷却器之外,两车完全一样,是同一工厂中同一群工程师所制造。

“班特利”因为其引擎冷却器制造较为简单,所以便宜三百美元。对驾驶“劳斯莱斯”感觉没有信心的人士可买一辆“班特利”。

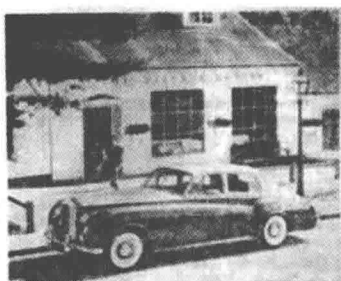
价格:本广告画面的车子——在主要港口岸边交货——\$13,550 美元。

假如你想得到驾驶“劳斯莱斯”或“班特利”的愉快经验,请与我们的经销商接洽。他的名号写于本页的底端。

劳斯莱斯公司 纽约 洛克斐勒广场十号

喷射引擎与未来

某些航空公司已为他们的“波音 707”及“道格拉斯 DC8”选用了“劳斯莱斯”的涡轮喷射引擎。“劳斯莱斯”的喷射螺旋桨引擎则用之于“韦克子爵机”,“爱童 F-27”式机及“墨西哥·湾圭亚那”式机上。



"At 60 miles an hour the loudest noise in this new Rolls-Royce comes from the electric clock"

What you first observe when you enter the car is the electric clock. It is the only noise in the car.



Fig. 22.2. A famous long-distance, long-range advertisement. Features the Phantom III with motor in Phantom II. The Rolls-Royce is generally "unconcerned" in "British" or "American" and certainly more than 1000 words. (Rolls-Royce motor and engine, Phantom II, Phantom III)