

商业汉语口语研究



[商业汉语口语研究 下载链接1](#)

著者:张黎

出版者:中国传媒大学出版社

出版时间:2007-6

装帧:

isbn:9787810859721

《商业汉语口语研究：现场促销语言调查与分析》就试图从现场促销这个比较活跃、比较有代表性的商业交际领域入手，对现场促销人员的口头促销语言进行调查与分析，在此基础上揭示出现场促销语言的基本结构以及交际功能等特征，从而为认识与研究商业汉语口语提供一个真实的例证。

近20年来，中国的经济发展迅速，经济活动已经成为社会生活的重心，汉语在商业领域的应用非常活跃，汉语的商业价值和地位迅速提升。然而，对商业领域汉语实际使用情况尤其是口语的研究，却是汉语应用研究的薄弱环节，对这一领域内的语言事实及其内在特征和使用规律未曾进行系统的研究，尚未形成系统的研究理论，研究手段也有所不足。为此，需要语言学界进行大量深入的实际调查研究工作，以探究该领域汉语使用的基本情况。

作者介绍：

张黎，1963年生，吉林省辽源市人。北京大学汉语专业本科及研究生毕业，中国传媒大学语言学及应用语言学专业博士，北京语言大学副教授。主讲商务口语交际、商务汉语教学专题、经济调研等课程。曾赴俄罗斯、新加坡、美国等国讲学和做学术访问。著有《经贸汉语课程研究》《语言活性汉语及其应用研究》《现代汉语语义活用词典》《商务汉语系列教材》《商务口语教程》等专著、工具书和教材，发表汉语及汉语教学、企业管理论文二十余篇，社会经济评论数十篇、诗歌作品数十首，并出版诗集《青兮蓝兮》。

目录: 序

序

第一章 绪论

1.1 研究对象及相关概念

1.1.1 什么是现场促销语言

1.1.2 现场促销的言语交际过程

1.1.3 关于现场促销以及专卖店（区）

1.2 研究的理论意义

1.3 研究的实践意义

1.4 研究的创新点

1.5 相关研究综述

1.5.1 有关商业销售领域汉语口语的研究

1.5.2 国内外对于商业领域语言的研究

1.5.3 篇章与语篇、话语分析的研究

1.6 研究过程与研究方法简介

1.7 录音语料转写符号说明

1.8 本书的例句体例

第二章 现场促销语言的词汇及语音特征

2.1 专用术语

2.1.1 由通用词汇引申而成的专用术语

2.1.2 字母词

2.2 统计特征突出的词汇

2.2.1 使用频率较高的名词

2.2.2 使用频率较高的代词

2.2.3 使用频率较高的动词

2.2.4 使用频率较高的能愿动词

2.2.5 使用频率较高的形容词

2.2.6 使用频率较高的程度副词

2.2.7 使用频率较高的量词

2.3 现场促销语言语音特征浅析

2.3.1 基本语调特征

2.3.2 几种语音现象在现场促销语言中的表现

第三章 现场促销语言的句法结构分析

3.1 结构形式上的特点

3.1.1 句子的复杂程度

3.1.2 疑问句较多

3.1.3 祈使句较少

3.1.4 判断句、存在句大量使用

3.1.5 一些特殊句式的使用情况

3.1.6 比较句使用情况

3.1.7 紧缩句使用较多

3.1.8 插入成分的特点

3.1.9 述补结构出现频率偏低

3.2 句法结构的语义结构关系

3.2.1 主谓结构的语义结构关系分布

3.2.2 述宾结构的语义结构关系分布

3.2.3 从及物性角度对语义结构的考察

.....

第四章 现场促销交际行为的会话分析

第五章 现场促销各主要交际环节的语言特征综合分析

第六章 现场促销语言研究的基本结论与启示

参考文献

一、中文参考文献

二、外文参考文献

附 原始录音语料样本

一、服装

二、汽车

三、数码相机

四、手机

五、建材

六、房地产

后记

· · · · · (收起)

[商业汉语口语研究 下载链接1](#)

标签

语言学

社会语言学

评论

[商业汉语口语研究 下载链接1](#)

书评

[商业汉语口语研究 下载链接1](#)