

<p>三、高阶完善</p> <p>1. 分析课文的论据的相近与不同。</p> <p>看《怀疑与学问》，思考：</p> <p>(1) 戴震与笛卡尔的论据都是为了证明“怀疑是积极方面建设新学说启迪新发明的基本条件”，能否删去一个？</p> <p>(2) 写“三皇五帝”和“腐草为萤”都是为了证明“怀疑能助我们辨伪去妄”，是否显得重复？</p> <p>看《敬业与乐业》，思考：</p> <p>(3) 作者写了孔子对饱食终日的无业游民的无奈，是为了证明“有业之必要”，后又写百丈禅师继续证明，是否啰嗦？</p> <p>看《从拴象说开去》，思考：</p> <p>(4) 文章五六段已经举了牛顿、乔布斯、渡边淳一、袁隆平等丰富的事例，第七段内容删去也并不影响文章的论证。你觉得呢？</p> <p>2. 由此看出，要让论据更有说服力，最好还需做到？</p> <p>明确：全面充分（板书）</p> <p>3. 常常可以从哪些不同角度写出全面充分的论据呢？结合课内或做过的习题的实例说明。</p> <p>明确：事实论据与道理论据；中外；古今；正反；人类文化与自然现象；名人普通人……</p> <p>4. 习作中也有同学注意到了这一点。</p> <p>【屏显】前置作业中优秀的习作。</p> <p>5. 升格改写三</p> <p>换一个角度再补充一个论据，充实语段，使论据更全面充分，更能支撑观点。</p> <p>6. 成果展示。（投影修改后的习作，学生上台自己解说）</p>
<p>作业布置</p> <p>“身处逆境，更要坚守希望”</p> <p>寻找更多的论据，结合学过的其他议论文知识，在现有语段基础上写一篇议论文。要求：论据充分；思路清晰</p>
<p>板书设计</p> <p>论据要合理充分</p> <p>——议论文写作基础</p> <p>定向突出</p> <p>简明概括</p> <p>全面充分</p>

成的教学资源，稍加提炼，是很好的语料。

要讲练结合。我们日常的作文教学，常常停留于鉴赏辨析评价，学生的收获也停留于感知、认知，即“若有所悟”，到下次写作时很有可能又从零开始。要改变这种情形，就必须由“感知”“认知”到“体知”。写作课，只有在讲的基础上，有及时的针对性练习，才会落到实处，学生才更可能有实实在在的获得感。

要有层次的递进，内容的升华。相同内容的反复强调势必让人乏味，若确定好梯度，由易到难，既方便学生入门，又促其渐入佳境，课堂效果更有保证。

二、吹尽黄沙——备课

有了充足的准备，提炼斟酌，形成如下教案。

三、千锤百炼——评价反思

聆听他人评价，静思亦有所感。

课堂内容可谓扎实有效，课堂生成有亮点。但因时间紧而未能充分展现课堂成果，是遗憾，一个原因是三个部分平均用力。重点可放在第二点或第三点上。

本课集中致力于教学生“改”出好的论据，但仍有部分学生面临的问题是没有论据，无从改起。另外，升格改写后的针对性的有效评价，是不够的。

课堂设计前，对内容反复的斟酌，精心的提炼，是下了些功夫的，所以最终内容基本做到内部逻辑自治。但对于前人的思考成果搜罗不够，吸收不足。

余映潮老师在给语文老师的教学建议中提到“诗意的手法”，即课堂的核心内容一定要借助某种巧妙形式得以托出。本节课教学手法还是比较单一的，三个主要

环节几乎等于平行展开，缺乏跌宕多姿的变化，尽管有抢答、小组探究等形式，但没有从根本上改变现状。

教学要有效，一定要研究学情，以学定教。在批改学生的前置作业后，发现实际上学生的主要问题是事例展开不足，叙述过于简单。这让第二个核心环节得出的论据要求——“简洁概括”失去了学情依据，某种程度上变成了只是老师想讲的“一厢情愿”。看来，有理念，还需有魄力，更需有具体问题具体分析机变。

四、放眼远观——为高中议论文写作奠基

初中作文要求一般都写着“文体不限”，而实际教学中一线老师都会叮嘱“尽量不写议论文”，而更倡导学生写叙事性文章，在完整细致的叙事基础上，恰当地抒情议论。这或许一方面是因为对于初中学生来说，发表观点契合情理还要论证充分，要求过高了；另一方面也是基于考试成绩的考虑，定出的保守战略。

但高中却着重培养学生的议论文写作，高考也一定程度上更侧重考察学生的议论水平，近年盛行其道的“任务驱动型作文”更是客观上为议论文强力加持。

学生的能力是渐变的，不可能今日不了解，明日一朝而成。在初中议论文阅读教学后，升格目标，乘风破浪，既是对本阶段教学的升华，更是为学生长远发展铺下坚固的基石。

思维的发展与提升是语文学科核心素养的题中之义，而议论尤重思维。议论文写作，强调逻辑的推导，要求“言之有理”“言之有据”“言之有序”，在学生议论综合能力大厦建成前，就让本课作其中的一块基石吧。

新媒体环境下广播电台营销渠道建设的探讨

李万龙

(鄂尔多斯市广播电视台 内蒙古 鄂尔多斯 017000)

【摘要】新媒体环境下，我国广播电台迎来了新的发展机遇，营销渠道变得更加多元化，对广播电台的营销工作人员也提出了更多、更高的要求，以此带动广播电台的快速发展，推动广播产业持续、稳定发展。基于此，广播电台需要立足于新媒体环境，对当前广播电台营销特点及发展趋势进行深入分析，从而加快营销渠道建设，找到适合自己的营销渠道。借助新媒体发展的“东风”，加快广播电台的社会宣传与推广，扩大受众范围，更好地适应社会发展新形势。

【关键词】新媒体环境；广播电台；现状；营销渠道

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2020.07.281

引言

新媒体环境下，广播电台的信息传播速度变得更加迅速，信息传播影响力也更大，对广播电台营销工作提出了更高的要求，需要广播电台认清新媒体环境特点以及发展趋势，结合自身发展优势积极探索全新的营销渠道，丰富营销内容、创新营销方式，借助新媒体技术搭建全新的营销平台，促进广播电台健康、快速发展，紧跟时代发展潮流，提高营销资源利用率，加快广播产业发展。

一、新媒体环境下广播电台营销发展现状

近几年，随着新媒体的诞生与快速发展，广播电台的生存空间一再被压缩，已经面临着生死存亡的严峻问题，必须做出有效的转变，这样才能适应新媒体环境带来的技术变革和营销新模式，确保广播产业的持续发展。第一，在新媒体的冲击下，广播电台的节目受众人数不断减少，人们获得新闻资讯的途径逐渐丰富，手机、电脑等移动终端是当下最流行的方式，广播电台由于节目时间和收听设备的影响，逐渐被人们所抛弃^[1]。第二，在新媒体环境下，电视节目、网络节目是人们休闲娱乐首选的观看内容，广播电台节目的受众群体越来越少，基本上集中在汽车驾驶员和老年人群中，广告营销产生的社会影响比较小，渐渐被广告商所抛弃。第三，广播电台的节目内容与方式创新性不足，很难收获一批忠实的听众，再加上营销管理机制不完善，使得广播电台营销渠道越来越少，严重制约了广播产业的发展。

二、新媒体环境下广播电台营销渠道建设

(一) 创新节目宣传与推广模式

广播电台在新媒体环境下要想获得营销推广突出，首先要做的事情就是创新广播节目宣传与推广模式。在传统宣传与推广模式下，广播电台节目的宣传和推广

基本上是现有节目的结尾处进行介绍，或者在广告时间进行推广，缺少足够的覆盖面，受众较少，没有起到很好的宣传与推广作用。在新媒体环境下，广播电台节目宣传与推广也要“走出去”，开展多维度的推广，将线上推广与线下推广结合起来，扩大宣传与推广影响力，让更多的听众了解到广播电台节目的内容与方式，增加听众数量^[2]。例如，目前百姓比较关心的话题是孩子教育、汽车保养和维修、小区环境改善等民生话题，广播电台就可以选择在特定的时间节点走入社会基层、走进社区和学校等，积极开展线下宣传，例如高考进行活动、社会普法宣传进社区等活动，凸显出广播电台节目亲民和可以面对面交流的优势，并借机宣传广播电台各种类型的民生话题节目，获得百姓的认可与喜爱，进而扩大广播电台节目影响范围，提高收听率。

(二) 打造精品广播节目

在新媒体环境下，广播电台要想获得一席之地，并且保持长久的竞争力，就必须从听众的兴趣爱好、关注点以及实际需求方面入手，根据广播电台现有的制作经验以及制作能力，打造精品广播节目，满足听众的需求，以此收获一批忠实的听众，并且逐渐扩大受众范围，开发新的营销渠道，提高精品广播节目社会影响力。广播电台精品节目的打造要以听众数量增长、节目参与度提升、收听满意率提升为根本目标，通过丰富节目内容、创新节目方式去延长听众收听节目的时间，获得听众的认可，实现情感上的共鸣，以此才能保证受众粘度，实现广播电台广告投入与产出收益的平衡发展，提高广播电台营销效益，获得充足的发展资金和动力。例如，广播电台可以根据时下百姓最关注的民生话题，打造一批精品广播节目，在不同的时间段进行播出，满足不同人群的收听需求，例如《都市帮帮团》《法律援助》《今日说车》等，帮助百姓解决各种各样的民生问题，调节邻里矛盾和利益纠

纷等,增加节目和百姓的直接对话,以此提高营销效果。

(三) 加强资源与技术的匹配

新媒体环境下,广播电台营销受到冲击是必然趋势,也是无法更改的现实,因此,广播电台就需要积极面对挑战,加强资源与技术的匹配融合,挖掘出广播电台的节目优势,充分利用新媒体技术收回听众的心,稳定发展。例如,广播电台可以立足于新媒体环境,以现有的广播电台节目为基础,创建媒体融合发展平台,以新媒体技术为支撑,实现广播电台节目升级聚变,提高广播电台节目播出水平。同时,为了推动广播电台节目的营销发展,广播电台需要增加对新媒体的重视与技术应用,并充分利用新媒体技术的优势创立自由的新媒体平台,将传统媒体与新媒体有机结合起来,丰富营销内容、创新营销方式,让听众可以从不同的渠道收听到节目,扩大影响力。

(四) 实施多元营销模式

随着新媒体的诞生与快速发展,广播电台营销也需要寻找新的利益增长点,对现有的营销资源进行优化配置,扩大营销范围与服务对象,提高自身市场竞争力,实现营销利益的快速增长,降低营销风险,使得广播电台在竞争激烈的媒体市场中占据一席之地^[3]。基于此,广播电台营销需要以传统主流媒体为基础,充分利用网络等新媒体的宣传与推广渠道,实现新旧媒体的有效合作,进行资源共享,为广播

电台节目开设网络网站、微信公众号、微博主页等,从不同的渠道去宣传和推广节目,预告节目播出时间和内容,提高广播电台节目的快捷性与广泛性,通过实施多元营销模式去改变广播电台的营销现状,适应新媒体环境的发展趋势。

三、结论

总之,在新媒体环境下,我国广播电台营销正面临着受众严重流失、营销态势严峻、管理机制落后以及营销内容、方式创新性不足等问题,急需在今后的营销工作中找到有效的出路,充分发挥新媒体环境优势,提高自身营销资源利用率,借助先进的新媒体技术创新节目宣传与推广模式、打造精品广播节目、加强资源与技术融合、实施多元营销模式,推动广播电台的持续、稳定发展,站稳脚跟,更好地适应新媒体环境,并在其中谋求新发展和新机遇。

参考文献

- [1] 闫敏. 新媒体环境下广播电视营销模式研究——以山西广播电视台的运营为例[J]. 传播力研究, 2018, 2(33): 84.
- [2] 刘伦三. 新媒体环境下广播电视台如何转型发展[J]. 电视指南, 2018, 154(12): 157-157.
- [3] 卢宇红. 浅析互联网时代广播电台的新媒体营销策略[J]. 知识经济, 2018(08): 57+59.

对当代平面设计互动性设计形式的探讨

刘燕

(四川职业技术学院 四川 遂宁 629000)

[摘要]基于科学技术不断进步的时代背景下,我国平面设计工作表现形式也更具多样化。尤其是多媒体技术的存在,更是促使平面设计具有更多互动性的信息。为了更好地了解当前平面设计互动性的多种形式,文章将针对这一话题展开详细的分析。

[关键词]平面设计; 互动性设计; 信息技术

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2020.07.282

引言

在当前平面设计互动性设计过程中,要想保证最终设计作品具有极高的质量标准,此时则需要设计人员分析出互动性设计的根源。伴随着时代的进步发展,人们的审美能力得到了有效的提高,这些都是推动平面设计更好发展的重要力量。基于当前人们多样化的需求下,为了能够保证作品能够与群众之间形成良好的交流关系,这也是就是平面设计互动性形式出现的根本原因。

1. 平面设计互动性的设计形式

1.1 字体设计不完善

在平面设计形式还没有正式过渡到互动性方向之时,设计师王序的缺省汉字笔画展示形式就体现了这一目标。基于不完整的汉字笔画形式之上,完美的与设计核心相融合,当观众在观看过程中,营造一种视觉上的冲击,在欣赏作品时还能够加以交互性的思索,这些缺少的笔画隐藏的内容代表着什么。从本质上来讲,该作品当中缺少的笔画结构,实际上就是在给人们以暗示,虽然表面上看上去不是一幅完整的作品,但是实际上欣赏的观众不在少数,更是在作品当中传递了一些当代的设计信息。

1.2 信息设计的“未完成”互动性

在《土地》这一设计作品当中,正时让观众欣赏时的感受实施了全程的记录。王序在创作作品过程中,前期的调研工作借助表格的形式,先分析出作品设计主要的方向,围绕群众的受关注点加以展开正式的作品设计。在对作品进行欣赏过程中,通过作品表现呈现出来的信息,确保观众揣摩作者思想的基础上,作者因为应用了表格调研的方式,也能保证自身与观众之间形成密切的情感联系,引导观众能够全身心投入到作品内涵当中的基础上,更是凸显设计互动性的重要表现。

1.3 平面设计互动性产生的原因

随着科学技术的不断发展,信息可谓是经历了重重环节,从刚开始的语言,再到后来的书写,再到当前信息传递的多媒体背景。基于该种现状下,传统中单一平面设计方式如今也更加具有的具有多元化。在平面设计过程中,不管是哪种类型的信息形式,都能够影响其设计的方式。首先,群众要想准确的获取信息,那么多样性的视觉是关键的形式。在实际进行平面设计过程中,通过具有极高效率的传播视觉方式,能够体现出平面设计的内涵。人们在接收信息过程中,视觉方面发挥着关键的价值,在平面设计交互性环节,也需要借助人们的视觉,撞击人们的心灵,促使各项信息能够及时高效的传递。除此之外,平面设计作品与受众之间的联系。体现出交互性的平面设计工作,促使人们通过作品能够感受到作者内心真实的想法,由此也直接影响了使用人员与工具之间的联系,从本质上来讲,这种呈现单一传输方向的关系,主要就是作品自身想要传递的信息,至于欣赏人员是否明白其中蕴含的内

容,则不能很好的说明。基于平面设计作品交互性特性下,拉近了作品与观众两者的关系,确保群众通过作品看清作者表达的思想之上,也能够实现对观众之间有效的沟通,原本具有静态的作品,如今显得更具生动性。

2. 当代的互动性平面设计的基本思路

2.1 注重清晰度

对于平面设计互动性来说,在设计人员工作过程中,需要对设计环节包含的诸多方面加以深入的分析,为实现平面设计互动性要素打下坚实的基础。归根结底,在平面设计互动性时^[1],设计人员最关键的应该是图像的清晰程度。在早期出现的岩洞壁画当中,很多设计人员从中找到灵感,自此也打开了平面设计的道路,这是最早人们认识图像的形成。在科学技术迅猛发展之上,当新媒体还没有出现时,在平面设计过程中,设计人员应用的还是印刷等形式。不管是哪个时代的平面设计,往往图像的清晰度都是必须考虑的重要方面。尤其是针对当前观众多样化的视觉需求,身为平面设计的相关工作人员,就应该对图像的清晰度提出更高的标准。

2.2 强调时效性

借助计算机进行的平面设计工作,制作过程相同,但是展示形式却千变万化。在过去很长一段时间内,依托于CMYK印刷彩色模式的印刷平面设计形式,通过色彩之间的比较,能够对平面设计的核心加以分析。面对当前互动性平面设计具有的时效性特征设计师需要考虑关注在某一段时间段的需求,设计思维上要与时俱进,否则容易脱离设计的实际需求。在我国平面设计互动性的展示形式当中,倡导的就是形神合一,关注作品给人视觉感受的基础上,也希望能够给观众更好的视觉体验。在目前设计人员设计过程中,应该围绕中华文化为核心,改变过去五花八门的设计形式^[2]。

结论

简而言之,基于新媒体技术基础上,为我国平面设计互动性形式提供了发展机遇。为了能够促使我国平面设计工作迈向稳定的发展方向,文章针对当代平面设计互动性设计形式进行了深入的分析,希望能够给相关人士提供重要的参考价值。

参考文献

- [1] 邓靓. 网络媒体环境中如何构建基于互动的平面设计教学体系. 美术教育研究, 2015(20).
 - [2] 吴锡平, 王俊. 平面广告设计语言的互动性分析. 包装工程, 2016(24).
- 作者简介:
第一作者:刘燕(1983年10月),女,四川遂宁人,硕士,讲师,主要从事美术教育工作。

关于信息与计算科学专业的“金课”课程教学活动设计原则与途径

胡振华

(湖南城市学院 湖南 益阳 413000)

[摘要]信息与计算科学专业的“金课”课程教学活动设计是振兴教育,落实培育人才的重要着力点。“金课”教学活动设计原则有主体性、基础性及科学性,设计途径有依据学生需求搭建框架、以学生为中心促进“金课”转换、基于信息化技术优化“金课”样态。

[关键词]“金课”; 设计原则; 信息与计算科学专业

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2020.07.283

在“金课”课程教学活动中,信息与计算科学专业一流课程建设能否达到目标,直接关系到高校育人能力能否全面提升。但是,知识爆炸时代下信息与计算科学专业面临着教学体系交叉融合与高度分化。而设计信息与计算科学专业“金课”是落实高校教学全面发展的的重要举措,使理论知识传递更加符合学科交叉相融规律,实现专业互通、知识完整、效率提升。

一、关于信息与计算科学专业设计“金课”教学活动意义

传统信息与计算科学专业课程教学活动围绕学科知识与技能展开设计,形成结构化课程体系,便于教师协调安排教学内容。以“金课”为标准设计课程必然会造成功能撕裂或单向传授,不仅难以展现信息与计算科学专业知识变化的广度与深度,还不利于学生搭建系统性知识结构。根据学生学习特点规划信息与计算科学专业课程,优化课程结构,进而更好地发挥知识传递作用。以“金课”为目标设计信息与计算科学专业课程有助于转变学生参与学习的身份,全面掌握理论知识体系,