

【文题展示】

阅读下面的材料,根据要求写一篇不少于800字的文章。

在网上,“美国害怕了”“日本吓傻了”“欧洲后悔了”之类徒有浮夸外表的文章,总能赚取不少点击量;子虚乌有的某国“跪求中国伸出援手”、夸大其词的“有人哭晕在厕所”等“跪求体”“哭晕体”也在网络媒体上频现。

有人认为这是获得关注的另类表达,无可厚非;有人认为这种浮夸荒诞的文风,亟待监管。

某报刊为此开辟专栏,谈论“写作的责任与担当”这一话题。请你以读者或报刊编者的身份,给专栏写一篇文章,表明你的态度,阐述你的看法。

要求:综合材料及含意,选好角度,确定立意,明确文体,自拟标题;不要套作,不得抄袭。

【题意解析】

这是一则典型的表态说理型任务驱动作文题,材料新颖,任务明确。材料交代了一些网络文章弥漫着浮夸之风的事实,贴近考生生活,且具有一定的时代性,能够引发考生思考,让考生有话可说,有素材可写。仔细剖析材料可知,第一段给出了生活中随处可见的社会现象(问题),容易让考生联想到日常生活中所见的一些微信朋友圈文章或新闻媒体报道等“夺人眼球”的标题;第二段通过“有人认为……;有人认为……”的简单形式表明了人们或赞成或反对的态度,对考生的立意、价值观作出引导。当然考生也可跳过这两个观点,另选角度。写作要求标明任务,即文章为“某报刊专栏”文章,这就要求考生注意措词、语气等。而“写作的责任与担当”更是表明论题,如果看完材料还不明白要写什么,此时应该豁然开朗了。总体来说,考生只要围绕“写作的责任与担当”来写,便不会出现偏题、跑题现象,如能深挖问题实质,就能获得更高的分数。

【教学目标】

- 1.学会表态说理型任务驱动作文的审题方法。
- 2.要求:选好角度,确定立意,明确文体,自拟标题;不要套作,不得抄袭;不少于800字。
- 3.用0.5mm黑色签字笔或黑色钢笔工整书写,确保笔画不写出格外,全文无画线或涂黑。

【多维思路】

1.常规角度

文风无小事。文风不端照见心态不正,语言浮夸助长浮夸风气。无论出于什么动机,浮夸文风都可谓有百害而无一利,其结果只会是误国害民。文风是态度,文风是作风,写作者要肩负责任和担当,要让健康向上、激励人心的文风充满网络空间。

2.核心角度

吸睛与担当并重,让标题与“心灵”契合。在时代特征、市场需求的引导下,文章标题另类以夺人眼球无可厚非,但一定要把握好尺度。正如“眼睛是心灵的窗户”,标题便是文章的眼睛。人们往往能够借助标题洞彻文章的“心灵”,所以标题与“心灵”一定要高度契合,要体现出责任与担当。

3.创新角度

浮夸文风折射不自信心态。文风折射社会心态,描摹价值取向。浮夸自大的文风,在很大程度上会把主流价值观“带偏”,让部分国民心态“扭曲”。以自欺或自吹的方式换来的自信与自豪,并不会使国人真正得到尊重,反而会蒙住人们正确、客观看待事物的眼睛。

【技法应对】

表态说理型任务驱动作文,其材料一般是对某些社会现象、某个争议事件进行全面、客观描述,要求考生对这些现象、事件进行思考,抓住关键,分析其中的复杂关系,并

发表自己的看法和评价,表明自己的态度。这类作文题的鲜明特点是主体的多样性和解读的多元化,因此,考生只要抓住其中一点进行深入论证即可,切忌贪多求全。

写好表态说理型任务驱动作文,要注意以下几点:

1.抓住核心矛盾,表明自我立场。表态说理型任务驱动作文的材料,一般都包含了需要厘清的矛盾或者需要作出选择的内容。写好此类作文,考生需要洞察世事,抓住材料的核心事实与主要矛盾,定位写作角色。面对需要解决的矛盾,能够表明自己的立场,并能够辨析其成因和关系;面对需要作出的选择,能够充分阐明理由,切忌定位错误,否则行文思路就会飘忽不定,从而导致作文中心不明确。

2.坚持实事求是,想法切实可行。表态说理型任务驱动作文的核心在于务实,它强调切实解决问题,所以考生要看清考题的要求,把任务落到实处。从立意而言,一要从材料各构成要件的前因后果和相互影响入手,将矛盾的双方作为自己思考的焦点;二要根据自己对材料的理解和生活感受,把思考的焦点延展开来,由点连线,深入拓展作文立意;三要根据现象形成的机制,兼顾现象的复杂性,对现象作不同角度的剖析,以线建面,进一步丰富作文的立意,使之深刻、辩证,更有警醒的力量。

3.紧扣中心,即事说理。考生必须在阅读材料的基础上,梳理、抓住核心话题,确立作文主旨,然后,以主旨为纲,从材料出发,紧紧围绕,即事说理,表明自己的态度,阐述自己的看法或观点。

【典范例文一】

标题无需另类

◎王恩初

**开头部分:**不知从何时起,写作圈掀起了一场“浮夸风”,写作者认为“标题另类才霸气”。一时间,一些写作者费尽心思想另类标题。

一些书籍如《从你的全世界路过》《你的孤独虽败犹荣》等,因名字吸睛进入了人们的视野,赢得了读者的关注与追捧。那些长期隐藏在朋友圈、公众号的写作者们见状,也坐不住了。起初,他们只是模仿,之后却大玩创新,“女人看了要流泪,男人看了会沉默”“日本侵占钓鱼岛,不转不是中国人”之类的标题频频出现在读者眼前。每当看到这种标题,我都会想,拟这种标题的人一定有一副丑陋的面孔,他什么也不考虑,只是盯着不断增加的阅读量,得意地笑着说:“任务完成了。”

(开头部分列举事例,亮明观点。)

**主体部分(1):**为了追求高点击量,为了迎合部分读者的猎奇心理,写作者们放下了脸面,卸下了肩上的责任和担当,值得吗?答案当然是否定的。试问,历史长河中的无数写作者,留名青史的都有谁?他们又是靠什么留名的呢?

唐代诗人杜甫的“三吏”“三别”,关心百姓疾苦;南宋词人陆游临终前直呼“王师北定中原日,家祭无忘告乃翁”,倾诉收复中原的愿望;当代作家鲁迅在风雨飘摇的年代高呼“救救孩子”,为社会发声……这些被读者敬重、留名青史的诗人、作家,不问朝代、不问家世,更不问文章标题,他们都有着共同特征——肩负责任,为民众、社会、国家发声,唤醒民智,改良风气。

所以我认为,写作者要肩负一定的社会责任与担当,要“为天地立心,为生民立命,为往圣继绝学,为万世开太平”。写作者要以笔为刀,同混沌蒙昧的黑暗作斗争,成为针砭时弊、推动社会发展的先锋。唯有如此,才能在身后留下美名,受到后世的尊重和敬仰。

(以古人事迹为例,证明观点“写作者需要肩负一定的社会责任与担当”,说服力强。)

**主体部分(2):**而今天,在那些浮夸、荒诞的另类标题背后蜷缩着的写作者,只是为了吸引读者的关注,而文章内容毫无内涵可言,甚至粗俗鄙陋。不由想起2018年被查封的微信公众号“二更食堂”,借助另类标题,将“滴滴顺风车空姐遇难案”渲染包装成低俗的内容。将媒体人本该扛在肩上的责任担当踩在脚下,这样的写作者,怎么会写出触动人心、发人深省的文章?又怎么会被敬重、被铭记?

(举例说明今天另类标题背后写作者的真实心理,与名垂青史的古人进行对比,强调观点。)



《作文周刊》报社公众号



测文网



**结尾:**敬告写作者,标题无需另类。肩扛责任、担当,才是写作者的正道。

(结尾部分言简意赅,照应主题。)

### 点评

作文对标题另类现象进行分析,得出另类标题虽能吸睛但毫无责任担当的结论。在论证时,考生列举了朋友圈常见的另类标题,瞬间拉近了与读者间的距离;列举杜甫、陆游、鲁迅的例子,有力地论证了承担起社会责任、担当的重要性,升华了作文主旨。在写作语言上,风格符合“专栏刊发”的任务要求,辛辣犀利,直指社会弊病,借助古今作家事例增添了作文的文学色彩,增强了作文的可读性。

### 【典范例文二】

## 抓好文风,以文化人

◎毛静怡

**开头:**最近一段时期以来,“跪求体”“哭晕体”“吓尿体”等浮夸自大的文风频频出现,从某个角度来说,这种文风污染了舆论生态,扭曲了国民心态,不利于成风化人、凝聚人心、构建清朗网络空间。

(开头直接表明观点,浮夸文风从某个角度来说,污染了舆论生态,扭曲了国民心态,不利于成风化人、凝聚人心、构建清朗网络空间。)

**主体部分(1):**你肯定读到过“美国害怕了”“日本吓傻了”“欧洲后悔了”之类的文章,这些文章总能赚取不少的点击量。然而,就是这些文章,有的一味夸大、以偏概全,高喊“在这些领域,中国创下多个‘世界第一’!无人表示不服”;有的任意拔高,贻人口实,鼓吹“别怕,中国科技实力超越美国,居世界第一”;有的一厢情愿、照单全收,将国外的只言片语,放大成“中国在世界舞台上占据中心位置”“中国现在是全球第一经济体”等。

细细品读这些“雄文”,我们就会发现其共性:一无事实骨架,二无内容血肉,三无思想含量,徒有浮躁外壳,经不起一点推敲与深思。要知道,文章不会因为浮夸而增色,国家也不会因为自大而变强。挑动极端情绪、肆意传播偏见,容易使公众走进夜郎自大、自吹自擂的误区,导致社会陷入信息碎片化、思维程序化的认知闭环。

(列举大量浮夸文章的标题,并加以分析,提出文章不会因为浮夸而增色,国家也不会因为自大而变强。)

**主体部分(2):**有网友感慨,进入自媒体时代,新闻越来越多,真相却越来越远。的确,浮夸自大的文风套路,看似抄了“10万+”的近路,实则误入了新闻报道的歧路。据统计,去年新媒体运营行业人数超过300万,各类机构对内容创业者的投资金额超过50亿元,可谓既有前途,又有“钱途”。然而,自媒体要想创作自如,还需恪守自律。倘若毫无底线蹭热点,肆无忌惮造噱头,结果只能是违背道德水准,偏离法治轨道,荼毒公众认知不说,更消解媒体公信力。

言之无文,行而不远。有人疑惑,是不会写文章了吗?并不是。还记得,南海仲裁闹剧群情激愤,“中国一点都不能少”的声音产生共鸣。许多文章针锋相对却有礼有节,气贯长虹而又言之有物,这样的文风文气,怎能不引发舆论场同声同气?全媒体时代,真实、客观、理性的新闻准绳没有变,新鲜、有趣、优质的价值取向没有变,平实、求实、务实的文风导向也没有变。只有创作者自律自觉,将文风与世风勾连,给流量和情绪松绑,方能写出真正从容自信的作品。

(列举各类数字,分析自媒体行业的发展现状,说明自媒体需自律,不能毫无底线蹭热点、肆无忌惮造噱头,同时给出事例,表明全媒体时代新闻准绳、价值取向、文风导向都没有变,只有创作者自律自觉,方能写出真正从容自信的作品。)

**结尾:**好的舆论可以成为发展的“推进器”、民意的“晴雨表”、社会的“黏合剂”、道德的“风向标”,不好的舆论可以成为民众的“迷魂汤”、社会的“分离器”、杀人的“软刀子”、动乱的“催化剂”。新闻讲事实,讲真相,来不得半点虚假和浮夸,我们要树立良好文风,做到真正的以文化人。

(结尾部分点明好的舆论与不好的舆论的影响,再次表明我们要树立良好文风,做到真正的以文化人,呼应标题,首尾圆合,结构完整。)

### 点评

这篇作文以“引——议——联——结”的结构组织全文,开头引述材料,提出当前存在的现象,即好多人将中国的一点成绩放大成“在世界舞台上占据中心位置”,混淆视听;然后对此进行议论,认为“挑动极端情绪、肆意传播偏见,容易使公众走进夜郎自大、自吹自擂、的误区”,可谓一针见血,接着联系实际进行阐发,阐明优良文风的重要性;

最后水到渠成地得出结论,号召我们要树立良好文风,做到真正的以文化人。全文思路清晰,结构严谨,语言老到精练,具有较强的说服力。

### 【典范例文三】

## 擦亮眼睛,洞悉“吓尿体”

◎沈心语

**开头:**最近在网上,“美国害怕了”“日本吓傻了”“欧洲后悔了”之类的文章,总能赚取不少点击量。这种所谓的“吓尿体”文章浮夸自大,尤其喜欢在标题里充满豪情地指斥这个认怂了、那个吓尿了。先不说这样的标题是否严谨,问题的关键在于,这类“吓尿体”文章的内容根本就谈不上“硬货”,通篇玩弄的都是挑动读者情绪的花招。这类文章不是以事实、逻辑取胜,而是以标题、情绪致胜。

(开头即列举现象,并对这些现象进行分析,提出“吓尿体”文章不是以事实、逻辑取胜,而是以标题、情绪致胜。)

**主体部分(1):**“吓尿体”文章的作者都是识别热点的高手,他们最懂得哪些话题可以抓住公众的眼球,挑动公众的情绪。傍上热点就万事大吉,至于内容是否经得起考验,这不是他们关心的重点。他们惯用的伎俩,要么是以偏概全,如我国在某些领域取得了一些成绩,到了他们口中就变成了“创下多个世界第一,无人表示不服”;要么就是满口跑火车、任意编造拔高,比如公然宣称“中国已经是全球第一经济体”等等。

我们都知道“文责自负”这个道理,可是到了“吓尿体”作者们那里,好像一切约束都不存在了,想怎么浮夸就怎么浮夸,想怎么自大就怎么自大。其实,他们在心里未必没有经过算计,只是他们自信这样的文章大有市场,甚至是越浮夸自大越会受到欢迎。社会上也的确有偏爱这一口的人,但这样的人毕竟是少数,更多的“吓尿体”拥趸们只是被蒙蔽、被教唆。从本质上说,后者是“吓尿体”的受害者。

**主体部分(2):**这个社会上的绝大多数人,都有着天然的、质朴的民族自信和爱国情怀。“吓尿体”的可鄙之处在于,他们利用了这份真诚,扮演着推波助澜、带偏方向的角色。经过这些年来发展,中国的成就有目共睹,一切都可以用事实说话。但在“吓尿体”文章里,自信被异化成了自大,自豪被异化成了狂妄,无论对于国家、社会还是民众来讲,这种致幻剂式的东西都是有害的。

(分析“吓尿体”文章为什么会受欢迎,剖析其本质及危害。)

**结尾:**幸福是奋斗出来的,国家强盛也是奋斗出来的。靠“吓尿体”式的浮夸吹嘘,吹不出一个光彩的未来。在“吓尿体”文章面前,我们尤其需要擦亮眼睛,明察秋毫,树立起实事求是的文风。

(结尾部分号召在“吓尿体”文章面前,我们要擦亮眼睛,树立起实事求是的文风。言简意赅,观点明确。)

### 点评

作文开头就提出“吓尿体”这一概念,并就它的内涵与外延进行阐释,即“吓尿体”文章特别喜欢浮夸自大,尤其爱在标题里充满豪情地指斥这个认怂了、那个吓尿了,这是引论部分,提出问题;接着是主体部分,分析问题,指出“吓尿体”的特征、性质等,剖析其产生的根源,揭示其危害;最后解决问题,号召我们要擦亮眼睛,树立起实事求是的文风。全文逐层深入,步步为营,思维缜密,结构严谨,语言简洁凝练。

### 【作文“微”训练】

阅读下面的文字,按要求写作。

对于不少年轻人来说,若没有日历的提示,一些传统佳节到底是哪天可能并不清楚。诸如“寒食节”“重阳节”“腊八节”等,其起源、内涵、习俗早已被淡忘。而感恩节、圣诞节等西方节日,却得到不少人的热捧;像11月11日“双十一”、5月17日“吃货节”、5月20日“网络情人节”等人造节日,也已成为大众购物消费的狂欢节。

为何会出现这样的现象?为什么我们需要节日?我们究竟需要怎样的节日?请综合材料及含意写一段不超过200字的文字,阐述你的看法。

【王学华/供稿】