

2023年读后感类论文格式(优秀8篇)

当看完一部影视作品后，相信大家的视野一定开拓了不少吧，是时候静下心来好好写写读后感了。那么该如何才能够写好一篇读后感呢？下面我就给大家讲一讲优秀的读后感文章怎么写，我们一起来了解一下吧。

读后感类论文格式篇一

第二段：定义“读后感”和“心得体会”

我们先来定义一下“读后感”和“心得体会”。所谓“读后感”就是读者在阅读完文章后，对文中所述意思的一个概括和总结，可以是个人对主题的感受、观点的批判或对文中走向的综合评价。而“心得体会”则是读者在阅读一本书或文章时，对其中的内容、思想和情感所产生的感悟和反思。简而言之，两者都是基于阅读经验而得出的感性认识和体验。

第三段：论证“读后感”和“心得体会”是否等同于一篇论文？

在我看来，虽然“读后感”和“心得体会”都是基于阅读所得的感悟与思考，但它们与一篇正式的论文还是有所不同的。首先，“论文”需要遵守一定的学术规范和论述方式，而“读后感”和“心得体会”则可以更加随意和自由地表达个人的思想和情感。其次，“读后感”和“心得体会”着重于体验和感性认识，而论文则需要更加严谨和理性，要求内容正确、科学、准确。

第四段：如何提高读后感和心得体会的写作质量？

虽然“读后感”和“心得体会”不同于正式的“论文”，但写作技巧和方法还是有所讲究的。首先，我们需要细心阅读文章，仔细品味文字，提取出重要的信息和思想，并结合自

己的感性认识，进行总结和概括。其次，在写作过程中，我们需要注意语言的准确性，不要使用过于模糊或不当的词汇，以免影响表达的准确性。最后，需要注意格式和排版的规范性，让文章结构清晰，易于阅读。

第五段：总结

综上所述，“读后感”和“心得体会”虽然不是正式的“论文”，但它们可以提升我们的阅读品味和思考能力，并帮助我们更好地理解文章，从而提高自身的综合素质。当然，在写作过程中，我们还需要注意方法、技巧和规范，以提高文章的质量和表达效果。

读后感类论文格式篇二

在经济学研究中，有两种趋势。一种是规范研究，另一种是实证研究。前者以某种“规范”为依据，给出一种标准，然后再指出应该怎么做；后者则以现实中实际发生的情况为依据，解释事情为什么会像现在这样。

张五常反对“规范”研究，赞赏“实证”研究。他认为有些“规范”纯粹是空中楼阁，从来没有得到过验证，怎么可以以此为依据呢？他有一句名言，“有些经济学家总喜欢研究那些从来没有发生过的事情”，就是这个意思。

“经济解释”这四个字，涵义就是用经济学思维解释实际中发生的事情，代表了实证研究。与它相对应的名词应该就是“经济规范”了。

在过去，大多数经济学家往往根据应该是什么来分析，这是一种旨在提供政策建议的规范方法。但是，近年来情况已经开始发生变化。

许多经济学家现在开始解释事情为什么像现在这样，这是一

种立足与推导和检验假说的实证方法。

实证研究的典型方法是，首先找出大多数行为主体的行为方式，然后寻找原因。但是，有时候某些行为主体就是在胡作非为，这时就不是解释的问题了，而是要直接指出不可以这样做。这种情况往往发生在政府身上，一个直接原因是市场机制对政治权利不起作用。

张五常在解释产权理论的应用时，说私有产权可以解释历史发展。

私有财产是经济增长最重要的前提。现在快速增长的每一个国家都主要是把经济建立在私有企业制度之上。就是说，大多数生产性资源都归私人所有，不受政府行为的干预。这一点曾经是偶然的現象。

但亚洲的经验却证实了一个铁的规律：在整个历史上，没有一个经济在不存在较为明确的定义和执行的私有产权结构的情况下取得了重要的增长。反过来说则是，在明确定义和私有产权支配着大多数重要资源时，没有一个经济没有增长。

我们无论是回顾欧洲的罗马帝国还是回顾中国的清朝，都找不到这一规则的例外。

当私有产权被压制时，经济就会大大增加交易成本和运行成本。结果是增长受阻。换言之，广义的交易成本虽然在私有产权及相关的自由企业制度也非常之高，但仍然比在人类已知的任何其他制度下要低得多。

张先生他更相信交易的作用，按张先生的说法交易是可以做到互利的，这样更符合“自私前提”。

而这里的“自私前提”实际上是经济学的两个基本假定之一，即“理性的经济人”假定。

。不过我个人还是认为经济学应该避开哲学上人类本质的讨论，而使用“理性的经济人”的假定较为合理。

既然我们已经有了人类本质“自私”的假定前提，那么我们当然会追问人类行为的外部的原因到底是什么呢？其实这也是经济学的核心问题，张先生在《经济解释》中用“缺乏”一词来说明这个问题。既然市场上的物品是“缺乏”的，那么我们想拥有它就必须付出一定的代价。

张先生认为这个代价的高低就应当用市场价格的高低来衡量，而应排除政治权力或其他非正常因素的影响。换句话说，个人手中的货币就是经济市场上的“选票”，它的多少决定了你可以消费的商品的多少，而政治权力的介入必然会削弱这个“选票”的作用。

“缺乏”引起了竞争，张先生认为“‘没有竞争’这句话，从比较严格的经济学来看，是难以成立的。”没有竞争这个社会也就没有进步，但竞争不应当是无序的、恶性的，竞争“跟任何运动游戏一样，是要有游戏规则的。”张先生认为“产权制度就是竞争的游戏规则”。

产权理论并不应仅局限于市场，有时它的某些观点当被引入到政治领域后，同样会产生某些意想不到的结果，当然这还有待于实践。

对于效用的观点在经济学中是有争议的，有的学者认为它是有的，而有的学者认为这是一种唯心的观点，也有的学者认为它的不存在是因为它的不可度量性。

张先生似乎不太同意“效用”理论，例如他在文中有这样的阐述“我反对功用理论的主要原因，是‘功用’只不过是经济学者想出来的概念，是空中楼阁，在真实世界不存在，所以要推出可以被事实验证的含意不仅困难，而且陷阱太多，以致推出来的很容易是套套逻辑，自欺欺人。”

至于需求定律，谁都知道这是经济学中最为核心的灵魂思想，倘若离开了它，我们的经济学似乎也就不存在了。

在认识需求定律时，我们必须区分需求量的变动和需求量的变动这两个概念。需求量是个变量，在其他条件不变时，它是由价格量的变动所引起的。

而需求的变动是在价格不变时，由其它因素的变动所引起的需求数量的变动，在几何图形上表现为整个需求曲线的变动。张先生也不惜花了一节的篇幅来向我们区别这两个概念，我认为这是有必要的。而经济学历史上著名的“吉芬反论”似乎又同我们的需求定律是那样的格格不入。

张先生为说明这个问题，主要引用了弗理德曼的观点。按弗理德曼的观点，“要是我们以社会整体的一般均衡来看世界，吉芬反论不能成立。”但弗理德曼的观点并非完美，张先生的解决方案是就是“逻辑上，只要有竞争(而在社会中竞争无处不在)，吉芬物品不可能存在。”

吉芬物品的存在应当是有条件的，但当在一个竞争的社会中时，很难会有违反需求定律的吉芬物品存在。

通过读《经济解释》，经济问题可以比较通俗的进行理解。读经济学的人应该要熟悉这么一本不可错过的书。我想凡是读过的同学都会对经济学有更深刻更直观的认识。最后一句凡是好书都不应错过。

读后感类论文格式篇三

第一段：引言（100字）

读书是提高自身素养的一种重要途径，读书之后的反思和记录是让自己更好成长的有力帮手。因此，在学术领域中，研究者经常对自己的阅读做出评价并进行总结，这也是读后感

和心得体会产生的背景。但是，有人质疑读后感和心得体会是否真的是论文，这让我们需要进行认真探究和思考。

第二段：读后感和心得体会的定义（200字）

读后感和心得体会通常是读书之后产生的个人感想和心得体会的总结。它们能够帮助人们更好地吸收、理解知识和思考问题，而且也是读书过程中不可或缺的一个环节。它们并不是正式的论文，但常常被用作自学能力和学术水平的评估指标。读后感和心得体会的书写是一种对高质量阅读进行深入思考和系统总结的过程，它可以让我们更好地解决问题和提高自身的综合素质。

第三段：读后感和心得体会与论文的比较（300字）

与论文相比，读后感和心得体会的性质、内容和目标都存在区别。论文作为一份的学术研究成果，通常需要经历多次修改和严格筛选过程，而读后感和体验感受则只需把个人理解的思考和感受记录下来。论文重点在于揭示相关研究背景和解决特定问题所使用的方法和过程，而读后感和心得体会则是自身对于阅读内容的体悟和体验之后的主观总结和反思。这些总结强调的是在思想和学习上的好处和成长，而不是论文中对语言、结构和格式等规范要求的高度重视。

第四段：读后感和心得体会带来的好处（300字）

读后感和心得体会写作是一种良好的学习和思考方式，可以帮助我们更好地理解所学知识、提高自己的语文素质，同时也会带来更好的成长。通过这种表达方式，我们可以更加深入的研究和思考所读的内容，并把自己的思考与信念深入挖掘出来。此外，这种书写方式也有助于人们更好地反思自己的学习和思考方法，知道如何通过阅读获取更多的思维启发和领悟，帮助个人在个人成长和职业发展上取得更好的结果。

第五段：结论（200字）

在总结和结论中，我们应该看到读后感和心得体会写作有助于我们形成更深层次的自主学习和自我总结过程。这种学习方式不仅有助于提高我们的语文素养，并且能够让我们更加深入的研究我们所感兴趣和想学习的内容。虽然它们与论文相比并不具备同样的学术价值，但是在阅读理解和思考能力方面却是一种强有力的帮助。在当今信息化时代，我们应当懂得如何对本身的思维和阅读过程进行一些总结和反思，从而深化思考、提高学习效果、实现个人成长。因此我们应当多多书写读后感和心得体会作为思考的过程，提高我们的认识，促进个人的成长和发展。

读后感类论文格式篇四

在现代社会中，读后感和心得体会已经成为了人们学习和思索的重要方式，而它们是否可以归类为论文呢？对于这个问题，我认为不完全可以。下面我将从几个方面来详细阐述我的看法。

首先，读后感和心得体会是一种主观性的表达方式，并不需要太过严谨的结构。不同于论文的要求，读后感和心得体会更多地强调个人情感和思考的表达。它们的结构可能会比较自由，没有标准的论文格式，更注重的是表达自己的内心感受和观点。在这种情况下，它们和论文并不具有同等的科研意义，比较适合用来分享自己的体验和思考，而不是进行理论探讨。

其次，读后感和心得体会在言语表达和逻辑推理上并没有过多的优化和精益求精的要求。相比论文的严谨性和科学性，读后感和心得体会的主要价值在于思想的交流和分享，可以较为自由地借助自己的语言表达自己的情感和情绪，产生引导和启迪读者思考的作用。作者的经历和体验可以引起读者的共鸣，从而得到更深入的沟通和交流。

再次，读后感和心得体会的篇幅比论文较短，通常在几百字到几千字之间。这样的篇幅相比于完整的论文来说，相对较短，探讨的内容会显得更加深入简洁。在文章构建和表达中，需要注重点到点和突出重点，更好地突出作者切实的体验和思考，带领读者共同思考和探讨。

最后，读后感和心得体会所探讨的领域相对比较宽泛，通常以文学、历史、哲学、艺术、经济等为代表，旨在从作者的视角出发，向读者分享对于其中关键要素、思想路线、思考方式、历史事件的看法和思考，分享自己的思考过程和体验。而学术性的论文更多地以科学研究和理论探讨为基础，着重于规范和证明的实际意义，以更严谨和精益求精的方式展现自己的想法和研究成果。

总之，读后感和心得体会和论文都是表达思想和交流的方式，但它们的性质不同。读后感和心得体会更多的是以个人的经验和感言分享、启迪、引导读者，不需要有论文的完整格式和结构；而学术性的论文更多地以理性思考、科学研究和论证技巧为基础，遵循一定的学术规则 and 标准，在这个领域更加注重严谨性和科学性的表达。因此，我们应当根据自己所要传递的内容和目的来选择所需表达方式，不要搞混读后感和心得体会与论文的界限，使之发挥最大的价值。

读后感类论文格式篇五

论文读后感大全，读论文总会有自己的想法，那就写下来吧！下面是小编带来的论文读后感大全，欢迎阅读！

1835年秋天，马克思在中学毕业考试中的一篇题为《青年在选择职业时的考虑》中写到要为人类的幸福而工作，他认为“如果人只是为自己而劳动，他也许能成为有名的学者、绝顶的聪明人、出色的诗人，但他绝不可能成为真正的完人和伟人。” ‘ ‘那些为共同目标劳动因而使自己变得更加高

尚的人，历史承认他们是伟人；那些为最大多数人们带来幸福的人，经验赞扬他们为最幸福的人。”他进一步发挥他的思想。

“如果我们选择了最能为人类福利而劳动的职业，我们就不会为它的重负所压倒，因为这是为全人类所做的牺牲；那时我们感到的将不是一点点自私而可怜的快乐，我们的幸福将属于千万人，我们的事业并不显赫一时，但将永远存在；而面对我们的骨灰，高尚的人们将洒下热泪。”马克思把自己的想法都写进了这篇文章中，教师看了大为惊异，深受资产阶级思想影响的老师对这作文只作了“思想丰富，理解深刻。”这八个字的评语。

这告诉我们理想重要，立志重要，周恩来总理少年时期便有“为中华之崛起而读书”的伟大志向。

中佛罗里达大学傅萧萧博士的论文读后感

在全球旅游中，仅仅重申新兴市场作为“主要的旅游客源或是目的地”(p. 419)的重要性已经是老生常谈，从这点来看，李想博士的文章恰逢其时且富有建设性。

如今，越来越多的来自新兴世界地区的人参与到旅游实践中，然而在学术领域里，我们对这类市场的研究却很滞后。

当“发展中国家显示出相当的增长势头和经济潜力”时 (p. 419)[]新兴市场就不仅仅是一个情境或是一个背景，还是一种机制，一种促进消费者行为形成、中介的机制，在这种情形下，我们应该重新认识 (reconfigure) 消费者行为。

蓬勃发展的中国市场非常符合这一情形，故而中国旅游市场研究者应该更细致地理解其消费者的心理机制和行为表现。

“为什么”的问题

作为新兴市场(尤指中国)的旅游研究者,我常常收到这样的问题,“中国文化有怎样的独特之处?”或是“中国消费者与西方消费者有怎样的区别?”虽然这些都是我经常思考的问题,但是我不得不承认想回答这些问题并不容易,在李想博士文章里,我得到了一些启发。

文章中,李想博士从新兴市场和发达市场、宏观和微观角度描述了“新兴市场情境与其他市场的区别问题”,其中有一个观察尤其吸引我,同时也是我在近来研究中提出的一个重要问题:尽管市场增长已经鼓励了许多有关中国旅游者的研究,但是大多数研究仍采用西方的范式或者是“中国样本加西方框架”来验证(新瓶装旧酒),同时,许多研究者已经意识到使用西方范式研究中国市场存在一些局限,例如以下几点。

现代旅游理论很大程度上基于以欧洲为中心的范式假设。

然而,作为以东方文化为基础的发展中国家,中国的情况和欧洲以西方文化为基础的发达国家之间存在一定的差异。

在跨文化情境下,如果不加区分地套用西方范式和框架,不尝试发展概念,则会给测量内容和情境、以及理论推广带来潜在的问题。

特别是从其他的社会和文化情境中提炼的有限的测量题项可能限制了中国旅游者充分表达他们行为和体验的能力。

在不同的文化情境中,维度和组成题项是否能够通过同样的方式被解读是存在疑问的。

应该指出的是,当和其他西方旅游者做比较时,尽管中国旅游者似乎并没有表现出完全不同的行为,但是他们拥有一些

由文化根基产生的特点，而在之前的测量中并没有捕捉这些特点。

因此，已有的维度和组成题项可能无法发现中国旅游者行为的一些细微差别。

例如，类似的维度，由于受社会和文化的重建影响，可能并不显示相同程度的相关性或重要性。

李想博士提出通过教育获得更高社会地位的例子说明了这一问题。

尽管几乎所有的社会都强调教育的意义，但是与教育追求有关的期望可能在不同文化之间存在差异。

例如，“学而优则仕”这一中国信仰可能是一个中国文化视角的具体维度。

这种文化差异可能是测量中国旅游者行为时在方法论上面临的主要困难。

此外，李想博士指出来自新兴市场的消费者已表现出“消费动机的快速转变，从基本的生理/生存需要到对质量、价值、便利以及更快乐的追求”(p. 420)□

从需要实现的视角看，人类需要是复杂且宽泛的，尽管食物和住所等基本需要可以在不同的文化背景下理解，但是由社会和文化参数框定的更高水平的需要则不容易理解。

来自新兴地区的旅游者可能以相当不同的方式看世界；他们的社会和文化需要可能有所不同，因而有关度假行为的视角可能大相径庭。

“前方有什么机会”的问题

在谈到“前方有什么机会”的问题时，李想博士概括了一系列未来研究的机会，敦促我们扩大消费者基础。

总体上来看，中国社会经济正在经历市场导向改革、大规模城市移民以及不断扩大的阶级分化等变革，由此催生了与中国情境相关的特殊细分市场，包括新中产阶级旅游者、中国的暴发户、个人主义风格的千禧旅游者以及常常被忽略的低收入、低教育的旅游者。

这些新兴的细分市场的存在表明旅游活动越来越开放多元，同时有着很大的市场消费潜力，但是我们对这些人群的休闲和旅行需要的了解却非常少。

同时，这些市场的存在使得如今中国的社会结构变得错综复杂，一个典型的例子是近来已经受到西方媒体广泛关注的杀马特亚文化群。

当年轻的移居者在城市和乡村社会经济现实中挣扎时，当这一群体的数量在不断增长时，我们对他们的了解却少之又少。

同时，我们又可以合理推断，对于那些处在变化的政治历史模式前沿的群体来讲，休闲和旅行的体验具有社会经济意义。

我和我的合作者已经尝试在更宽泛的社会现象情境下对旅游进行解读，在某种意义上，探索旅游的变迁实际上是如何揭示社会的变化。

“那又怎样”的问题

既然西方量表解释中国旅游者行为的力量有限，在我们的研究中，就需要超越现代的以欧洲为中心的观点，而不是仅仅复制已有的量表。

那么，如何能做到呢？我们怎样更充分、准确地应对新兴市场

群体?作为研究者，我们想要更丰富、更敏感地解读新兴旅游市场，具体在测量的层面，则需要聚焦于构念、题项上，进而思考如何产生与文化、社会经济相关的维度。

可以说理论构建的时间似乎已成熟，装在新瓶子中的旧酒尝起来不新鲜，而我们可以为新酒装入新瓶子中喝彩。

然而，虽然西方的范式在应用中存在严重局限，但并不是完全无效，这意味着我们不一定需要或是应该提倡完全的范式转换或是普世规则来推翻之前的实证现象。

正如李想博士所主张，尽管我们承认传统营销原则的`局限，即“它们建立在不能可靠地解释新兴市场特性的社会经济条件和体验经济的基础上”(p. 424)[]寻找中层理论来寻求解释是现实的，因为“我们不仅能够结构化地重新组织已有的发现，延展它们的边界(大致是“旧酒，新瓶”方法)，而且可以提出新的研究问题，引领新的方向(“新酒，新瓶”方法)”(p. 424)[]

通过新瓶中的旧酒，我们只能“举杯消愁愁更愁”，然而端起新瓶中的新酒，我们则能“共君一醉一陶然”。

事实上，包括我自己和我的合作者在内的许多研究者已经开始使用更基础的方法和更本土的视角来探索中国消费者是哪类消费者，他们在旅途中寻找什么，他们实际上做什么。

有如下两个例子。

- 1) 传统文化价值作为中国消费者指导原则的角色。
- 2) 现代化和全球化如何与传统文化价值体系互动，乃至挑战传统文化价值体系。

中国与其他新兴市场在国内、区域内、长距离的国际旅游行

为和体验上的差别将会是另一个有趣的研究主题。

这样的洞察将产生理论意义，并且为试图吸引中国以及其他新兴市场的目的地和企业提供实际可用的框架。

最后的思考

文化是动态的，新兴市场的概念也是如此。

正如李想博士指出的，新兴市场将生长成为先进的经济，而先进的经济将可能再次成为新兴市场。

有趣的是，中国这一新兴市场，在过去的两千年中曾经是世界上占主导地位的经济，直到1810年，西方才通过产业革命超过了中国。

在此之前，西方人通过横跨大陆的旅程去获得东方商品，例如瓷器、茶以及丝绸等。

来自中国——当时世界的中心的任何物品都被认为是优质的、有地位的。

如今，在中国与西方的第二次接触中，中国正在发展、过渡和新兴。

谁又知道接下来将发生什么？可是时候将新酒倒入新瓶中来满足我们的求知欲了。

读后感类论文格式篇六

美术教育论文读后感（一）

假期特别找了一本外国的教育书籍《德国美术教育》，书中介绍了在德国文化大背景中，德国的艺术教育既保留了本民

族思辩性、有序性的特点，又吸收了宽容性、多元性等优点，形成了具有相当伸缩力的教学模式。从我们的美术教育的角度看德国的艺术教育，它具有很强的个性，深受启发：

一、多样的教学方法，丰富多彩的教学素材，以启迪孩子的智慧。

在德国，作为一名合格的教师，除了达到大学本科毕业外，还得用2—3年的时间来专修教育理论，通过教学实践才能确定。这样决定了一支具有较高素质的教师队伍，完成具有相当伸缩性的艺术教育成为可能。在小学，根据儿童的年龄特点，面对刚从幼儿园到小学的孩子，学校对一、二年级实行包班，教师明确所教学科的教学大纲和内容，不设日课表（但应要求教师尽可能地向一个学科内容为一课时过渡），教师所教内容可随机应变，如：课堂内突然出现了美丽的蝴蝶，孩子的注意力自然随蝴蝶而转，这时教师的教学内容随蝴蝶而变，让学生观察蝴蝶飞的动态、形状，介绍有关蝴蝶的种类、习性等常识，然后要用语言来描绘蝴蝶；用彩色笔画蝴蝶。把常识、语文、美术等课结合起来，达到较好的教学效果。在这儿我体会到学科的横向联系，教学的灵活性，颇像我们的综合实践课，但在国内似乎缺少一个过渡的阶段，让教师从一个循规蹈矩的状态突然转变到一个随心所欲的状态，结果必然是混乱失败的。

二、重视美术教学中创造力的培养，给孩子以广阔的思维空间，让孩子独立地用不同的手法表达自己的情感。

在美术教学中，创造力的培养应首先注意创造性思维，而创造性思维是以发散性思维为特征的。关于发散性思维，美国心理学家基尔福特认为：“创造性思维指的是重新组织观念，而产生新的结果，并且在面对一个对象时，做出各种选择的假设。”在德国艺术教学大纲中从小学到中学始终强调创造力的培养，在教学中着重研究创造的行为过程。与自己的教学相比，我似乎更注重学生的作业效果，在以后的课堂上应

该找到更好方法，既能发散学生的思维，又能有好的作品出现。

三、师生之间提倡“帮助我，让我自己来做”，淡化教师的权威性，使教师由权威变为顾问，创造平等对话的关系。

教学过程中，为学生创造一个美好的环境，启发学生如何感受和发现，使学生认识到事物本身美的潜在性，尊重学生对人和物的不同感受及表现。从小培养学生独立分析问题的能力，让学生独立自主地解决问题，根据不同对象具有多样选择的可能性。这一点与我们的教学观念不谋而合，淡化教师的权威性，与学生做朋友，才能更好的帮助学生发现美，表现美。

四、教师根据学生原有的知识能力，贴近学生的生活，让学生在愉快中获得新的知识。

对于色彩的基本知识，在德国的美术教学中表现为有序而轻松，色彩以心爱的事物为对象来认识；色环通过色板的游戏找色彩之间的关系；色调的联系通过一些故事描述等方法来出现。如：“一座房间夜里着火了”，（既形成色调，又认识暗与亮的关系）；“公主希望城市变成红色”；“绿色宫殿里的红色巫师”等。表现有兴趣的内容促成知识掌握，不至于太理论化。

组织参观当地的一些博物馆和参加一些传统节日，结合这些活动来表现印象最深、最喜欢的事。如参观汽车博物馆，画出不同时期汽车的风格；汽车比赛的场景；星期天的登山活动；为狂欢节制作脸谱等。这些对学生来说，有生活体验，丰富了知识，又能生动地在画面中体现。

这些灵活有趣贴近生活的教学方法才是我们应该追求的，而让学生死记硬背，甚至加以考试，还要在他们人生第一次重大事件中记录上一笔，不是学生没兴趣不爱学，是我们硬把

学生踢出了艺术的大门，不是老师们教不好，而是我们赤足站在烧得火红的石头上，只有快步奔跑保命，无力顾及其它。

除以上四大方面以外，德国艺术教育同时强调艺术教育的学科性，体系框架十分清晰，学科色彩很浓等等。总之，艺术教育始终是围绕最高教育目标，学生不仅是学会画画的技术，更重要的是培养创造力、审美力、动手能力及个性的发展。努力使艺术与工业发展和科技发展相适应，把美术造型观念和能力渗透到日常生活中去，与一切领域的活动相联系。德国对艺术教育的理解及其观念，对我们的艺术教育深受启发，值得我们借鉴。

美术教育论文读后感（二）

美术学作为人文学科的核心之一，凝聚着浓郁的人文精神。人的理想、愿望、情感、道德、意志、价值、尊严、智慧、美、自由等人文特征都内蕴于不同历史、不同国度的艺术家所创造的美术作品中。因此在小学美术教学中融入人文素质的培育思想，让学生在创作过程中具备浓厚的人文性质，可不断提升和培养的人文素养，陶冶小学生的身心。

二、小学美术教育中融入人文素质教育的课堂实践

1. 注重学生审美情趣的培育，在弘扬艺术精神中提高学生的人文素养

中华民族传统文化积淀着浓厚的人文精神，即以人为核心，把人的伦理精神、道德情操的提升与超越放在首位。弘扬艺术精神从娃娃开始，对小学生进行审美情趣与艺术精神的培养，要让他们从小接受对事物、社会，对人生价值和意义的一种理解，为他们今后形成高尚的思想品德奠定基础。如，我讲授了人美版小学美术教材第六册中的一节课，内容是“威武的盾牌”。在这一课中，为让学生很明显地感受到编者的这个意图，在教学实践中不仅从美术角度来阐述盾牌

功能，还可以通过盾牌上的动物头图案设计使盾牌增强威武感，给敌人造成心理上的恐惧感，从而削弱敌人的战斗力。这种引导式的教学手段，较好地让学生了解了盾牌的功能和特点，知道了盾牌是古代士兵用的一种防御性的武器；并且知道了盾牌威武是为了让敌人见了胆战心惊。学生通过学习能以绘画的形式表现出威武的盾牌，特点突出、表现完整。通过教学，我完成了课前设计的所有教学任务，达到了一定的预期效果。

2. 注重学生人文史观的培育，在提升人文情怀中提高学生的人文素养

长期以来，我在平日的美术教学中都坚持让学生收集整理当地的人文景观和自然美景，在课堂上进行介绍赏析。通过美术课堂，教师在陶冶学生健康审美情趣的同时弘扬了人文情怀，从而提升学生的人文素养，升华美术教学。如，人美版小学美术教材第六册第八课“彩墨游戏二”中我是这样设计的：第三环节结合教学内容进行随堂欣赏是欣赏的一种重要形式，学生从艺术大师吴冠中早期画的江南水乡中初步了解彩墨画的语言——点、线、面，它们把画面表现得美丽多姿……（边播放课件边进行描述）图1白墙黑瓦，小桥流水，江南水乡仿佛刚从春雨蒙蒙之中苏醒过来……图2垂柳飞燕，红男绿女，为水墨江南增添了无限生机，图3寥寥几笔，流水人家，既准确地塑造了形体，也精细地分割了空间；图4流畅的线条，活泼而丰富的彩点，构成一幅充满诗意的乡村美景。

3. 注重学生实践能力的培养，在增进知识融合中提高学生的人文素养

现在美术教材在体现美术学科社会性、艺术性的同时，更注重展现美术学科的实用性和人文性，为丰富美术课堂教学内容提供了一个更广阔的空间。在平时的美术教学中除了有意识地联系音乐、文学、历史、媒体艺术等人文学科外，还特别注重架起美术学科与自然学科的桥梁，培养学生的知识迁

移能力。如：“光芒四射的花灯”将美术教学与民间艺术相结合，让学生动手设计制作彩灯，通过欣赏、感知联想、创设情境等教学方法使学生对我国传统灯饰、灯节产生一种亲切、熟悉和融合的感觉，丰富学生的素质教育内涵，培养学生对民间艺术的审美情趣和能力，激发学生的民族意识与情感，开发学生的创造潜能研究。

4. 注重学生情感抒发的培育，在感悟现实生活中提高学生的人文素养

生活是艺术的源泉，艺术是生活的再现。随着人们物质生活的进步发展，人们对精神生活的要求也逐渐提升。在当今，小区规划讲究格调，居室布置讲究情调，穿衣打扮讲究别致，服装配饰讲究协调。日常生活中的艺术无时不在，无处不在，它正悄悄融入现代人的衣食住行和精神世界中，并以多样的形式滋润着社会文明。因此美术课堂教学不应仅垂青于历史，只注重单一的、理论化的专业知识，而应与时俱进，使人文精神和美术文化进入到学生的真实生活世界，让美术课堂教学真正成为沟通学生现实生活和理想生活的桥梁，激发学生的学习兴趣，使学生的精神生活随着社会物质文明的进步而提高。

总之，美术教育与人文教育的有机结合，为美术课程增添了新的生命力，美术课堂教学中的人文因素对学生心灵的滋润是潜移默化的。我希望通过自己的努力，提高学生人文素养，升华美术教育。

美术教育论文读后感（三）

断断续续地，我教少儿学习美术已近二十年了。经验告诉我，三到十岁的少儿不应将大量的时间化在学习简笔画上，也不宜直接学习素描写生。尤其是近几年利用周末独立办班后，更是切身体验到家长和孩子，尤其是孩子的需要——不是想简单地学会画几副简笔画就够了，而是想通过美术这门艺术

挖掘潜力、完善人格、体验别样的成功、别样的乐趣。因此，在我的“尖尖角”美术乐园里，如何让孩子在快乐的氛围中循序渐进地学会发现美、欣赏美、表现美、创造美，是我最主要的教学目标。围绕这个目标，我将所有的学生按照年龄和基础的不同分编成几个班，引导孩子从不同的角度去观察事物，用尽可能用丰富多变有趣的手法来表现美术的方方面面，既不强求孩子的作品跟老师的一样，更不要求和其他孩子一样，鼓励每一个孩子都尽可能地表达出自己的特色。比如我教孩子画小鸟，练习圆、半圆、三角形的组合图形，我通常是先引导孩子回忆并联想曾经见过的各种小鸟，都是什么颜色、什么形状，然后请同学们自己先试着画一画，评一评。总结出小鸟的基本形是圆、半圆与三角形的组合，色彩是丰富多变的。然后我会利用至少三个课时教孩子运用三种以上的方法来表现小鸟。一、剪纸拼贴画，二、简笔画，三、写生临摹加想象画。同时，每一节的课后作业我都会要求孩子带着课堂所学知识去重新观察分析生活和书中的小鸟，然后在新课开始的时候与同学相互交流自己的新发现。对于每一个孩子我都会设法找出一个优点，当堂在他们的《美育周记册》上画上红色的星星、月亮、太阳等等，以资鼓励。对于学生的作品，无论是家庭作业还是课堂练习，我都会认真地将它们悬挂在教室里，经常地找个理由点评一番，充分地肯定优点，慎重地、建议性地指出不足。比如小鸟的头画的不圆，我会微笑着说：“哎呀，小鸟是不是不听话，被他的妈妈打了一锤，把头给砸扁啦？”如果孩子画的小鸟身子太小，我会说：“小鸟好可爱哟，有点像大头儿子哦。再画一个身体大点的，强壮点的鸟儿做它的小头爸爸，好吗？”这样一说，孩子多半会带着快乐的好玩的心情再画几只鸟出来。时常是2-xx-xx小时课都上完了，许多孩子还不愿意放下画笔回家。

今年五一长假期间，我带了几个孩子上附近的山上写生，有位路过的老者询问：你这是教美术、素描还是简笔画呢？这话初一听似乎老者还挺懂行，细一琢磨其实是个外行。可以断言，这位老者对美术是一知半解，对少儿美术教育的内容

和方法更是一窍不通。

经过美术专业训练的人都知道，美术不仅仅是拿笔在纸上绘画。如果说美术是一座四层楼，绘画则是这四层中的一层，另外三层分别是工艺美术、建筑艺术和雕塑。而素描和简笔画呢，则不过就是这楼中的钢筋或几小块砖。在我的日常美术教学中，对第一次来学习美术的孩子和家长，我总是这样讲解美术的分类和学习目标：美术好比是一个人，我们的四肢可分别代表美术的四大门类；学习美术就是要学习如何观察美、发现美、欣赏美和创造美。如果说美术像语文的话，那么简笔画就像其中的夸张手法，而学习素描就有点像语文课上学字词语法，那么写生呢就好比是写日记。大家都知道，学习语文不可能只学写日记，更不可能把夸张手法作为主课讲上一学期。但是奇怪的是，目前社会上就有很多课外美术辅导班把简笔画教孩子一画就是一两年！搞的很多家长对美术产生误解，以为孩子学美术就非得学简笔画，学素描就非得画石膏，也不考虑孩子的年龄和个性特点，随便进个美术班就算学美术了。实在是荒谬。（）

我认为，4-14岁的孩子学美术应该尽可能地教孩子了解、接触到美术的各大门类。根据孩子的不同年龄和接受能力分班教学。围绕造型、色彩和创意这三个基本要素，综合运用绘画、工艺、雕塑等多种表现技巧引导孩子从美术的角度认识生活、表现生活、热爱生活，提高美的鉴赏力和表现力。我的美术教学以激发保护孩子的美术学习兴趣为主要目标，坚决反对美术教师图省事，一味地只教孩子学习简笔画。对于3-6岁初学美术的孩子，我更主张孩子的家长尽可能地陪同孩子一起学习，以便配合老师对孩子的美术学习给以经常性的，相对比较理性和科学的辅导。目前为止我带了xx-xx这样的课外美术辅导班，我叫做美育亲子班，每班有6-1xx-xx学生各带6-10位家长，孩子的学习兴趣及作品效果明显优于没有家长陪同的班级。

读后感类论文格式篇七

在全球旅游中，仅仅重申新兴市场作为“主要的旅游客源或是目的地”(p. 419)的重要性已经是老生常谈，从这点来看，李想博士的文章恰逢其时且富有建设性。如今，越来越多的来自新兴世界地区的人参与到旅游实践中，然而在学术领域里，我们对这类市场的研究却很滞后。当“发展中国家显示出相当的增长势头和经济潜力”时 (p. 419) 新兴市场就不仅仅是一个情境或是一个背景，还是一种机制，一种促进消费者行为形成、中介的机制，在这种情形下，我们应该重新认识 (reconfigure) 消费者行为。蓬勃发展的中国市场非常符合这一情形，故而中国旅游市场研究者应该更细致地理解其消费者的心理机制和行为表现。

作为新兴市场(尤指中国)的旅游研究者，我常常收到这样的问题，“中国文化有怎样的独特之处?”或是“中国消费者与西方消费者有怎样的区别?”虽然这些都是我经常思考的问题，但是我不得不承认想回答这些问题并不容易，在李想博士文章里，我得到了一些启发。文章中，李想博士从新兴市场和发达市场、宏观和微观角度描述了“新兴市场情境与其他市场的区别问题”，其中有一个观察尤其吸引我，同时也是我在近来研究中提出的一个重要问题：尽管市场增长已经鼓励了许多有关中国旅游者的研究，但是大多数研究仍采用西方的范式或者是“中国样本加西方框架”来验证(新瓶装旧酒)，同时，许多研究者已经意识到使用西方范式研究中国市场存在一些局限，例如以下几点。

现代旅游理论很大程度上基于以欧洲为中心的范式假设。然而，作为以东方文化为基础的发展中国家，中国的情况和欧洲以西方文化为基础的发达国家之间存在一定的差异。在跨文化情境下，如果不加区分地套用西方范式和框架，不尝试发展概念，则会给测量内容和情境、以及理论推广带来潜在的问题。特别是从其他的社会和文化情境中提炼的有限的测

量题项可能限制了中国旅游者充分表达他们行为和体验的能力。在不同的文化情境中，维度和组成题项是否能够通过同样的方式被解读是存在疑问的。

应该指出的是，当和其他西方旅游者做比较时，尽管中国旅游者似乎并没有表现出完全不同的行为，但是他们拥有一些由文化根基产生的特点，而在之前的测量中并没有捕捉这些特点。因此，已有的维度和组成题项可能无法发现中国旅游者行为的一些细微差别。例如，类似的维度，由于受社会和文化的重建影响，可能并不显示相同程度的相关性或重要性。李想博士提出通过教育获得更高社会地位的例子说明了这一问题。尽管几乎所有的社会都强调教育的意义，但是与教育追求有关的期望可能在不同文化之间存在差异。例如，“学而优则仕”这一中国信仰可能是一个中国文化视角的具体维度。这种文化差异可能是测量中国旅游者行为时在方法论上面临的主要困难。

此外，李想博士指出来自新兴市场的消费者已表现出“消费动机的快速转变，从基本的生理/生存需要到对质量、价值、便利以及更快乐的追求”(p. 420)从需要实现的视角看，人类需要是复杂且宽泛的，尽管食物和住所等基本需要可以在不同的文化背景下理解，但是由社会和文化参数框定的更高水平的需要则不容易理解。来自新兴地区的旅游者可能以相当不同的方式看世界；他们的社会和文化需要可能有所不同，因而有关度假行为的视角可能大相径庭。

在谈到“前方有什么机会”的问题时，李想博士概括了一系列未来研究的机会，敦促我们扩大消费者基础。总体上来看，中国社会经济正在经历市场导向改革、大规模城市移民以及不断扩大的阶级分化等变革，由此催生了与中国情境相关的特殊细分市场，包括新中产阶级旅游者、中国的暴发户、个人主义风格的千禧旅游者以及常常被忽略的低收入、低教育的旅游者。这些新兴的细分市场的存在表明旅游活动越来越开放多元，同时有着很大的市场消费潜力，但是我们对这些

人群的休闲和旅行需要的了解却非常少。同时，这些市场的存在使得如今中国的社会结构变得错综复杂，一个典型的例子是近来已经受到西方媒体广泛关注的杀马特亚文化群。当年轻的移居者在城市和乡村社会经济现实中挣扎时，当这一群体的数量在不断增长时，我们对他们的了解却少之又少。同时，我们又可以合理推断，对于那些处在变化的政治历史模式前沿的群体来讲，休闲和旅行的体验具有社会经济意义。我和我的合作者已经尝试在更宽泛的社会现象情境下对旅游进行解读，在某种意义上，探索旅游的变迁实际上是如何揭示社会的变化。

既然西方量表解释中国旅游者行为的力量有限，在我们的研究中，就需要超越现代的以欧洲为中心的观点，而不是仅仅复制已有的量表。那么，如何能做到呢？我们怎样更充分、准确地应对新兴市场群体？作为研究者，我们想要更丰富、更敏感地解读新兴旅游市场，具体在测量的层面，则需要聚焦于构念、题项上，进而思考如何产生与文化、社会经济相关的维度。可以说理论构建的时间似乎已成熟，装在新瓶子中的旧酒尝起来不新鲜，而我们可以为新酒装入新瓶子中喝彩。

然而，虽然西方的范式在应用中存在严重局限，但并不是完全无效，这意味着我们不一定需要或是应该提倡完全的范式转换或是普世规则来推翻之前的实证现象。正如李想博士所主张，尽管我们承认传统营销原则的局限，即“它们建立在不能可靠地解释新兴市场特性的社会经济条件和体验经济的基础上” (p. 424)□寻找中层理论来寻求解释是现实的，因为“我们不仅能够结构化地重新组织已有的发现，延展它们的边界(大致是“旧酒，新瓶”方法)，而且可以提出新的研究问题，引领新的方向(“新酒，新瓶”方法)”(p. 424)□通过新瓶中的旧酒，我们只能“举杯消愁愁更愁”，然而端起新瓶中的新酒，我们则能“共君一醉一陶然”。

事实上，包括我自己和我的合作者在内的许多研究者已经开始使用更基础的方法和更本土的视角来探索中国消费者是哪

类消费者，他们在旅途中寻找什么，他们实际上做什么。有如下两个例子。1) 传统文化价值作为中国消费者指导原则的角色。2) 现代化和全球化如何与传统文化价值体系互动，乃至挑战传统文化价值体系。中国与其他新兴市场在国内、区域内、长距离的国际旅游行为和体验上的差别将会是另一个有趣的研究主题。这样的洞察将产生理论意义，并且为试图吸引中国以及其他新兴市场的目的地和企业提供实际可用的框架。

文化是动态的，新兴市场的概念也是如此。正如李想博士指出的，新兴市场将生长成为先进的经济，而先进的经济将可能再次成为新兴市场。有趣的是，中国这一新兴市场，在过去的两千年中曾经是世界上占主导地位的经济，直到1810年，西方才通过产业革命超过了中国。在此之前，西方人通过横跨大陆的旅程去获得东方商品，例如瓷器、茶以及丝绸等。来自中国——当时世界的中心的任何物品都被认为是优质的、有地位的。如今，在中国与西方的第二次接触中，中国正在发展、过渡和新兴。谁又知道接下来将发生什么？可是时候将新酒倒入新瓶中来满足我们的求知欲了。

读后感类论文格式篇八

酷狼朋友罗克的故事太多了，我非常感兴趣。他是一个聪明的发明家。他研究了人体能量吸收器，把人自身散发的热量攒成电，大伙儿从此不用交电费了，他还研究出防暑疫苗，打一针凉快一夏天，还有防寒疫苗，文凭针，官运针，愉快针，孝顺针……他甚至还能捣鼓出人造龙卷风，使善良反败为胜，战胜邪恶，他还发明了垃圾炼金机，能把垃圾炼成黄金，那叫彻底的变废为宝！罗克还是个教育家，他发明了50句家长忌语和50句教师忌语，可最后还是宣告失败，他任地球-球长后，不仅解决了计算机“万年虫”的困扰，还从此免了后代的“n年虫”之忧，罗克甚至还当上上帝，让孩子在六岁时学会“父话”，能够和母语”讲得一样流利。他是一个

奇思妙想的发明家，我非常喜欢他，佩服得五体投地。我也想和他一样当地球球长和上帝，为人类造福。也想……我平时除了认真钻研。刻苦学习以外，还能积极动脑筋。记得有一次，我的地球仪褪色了，变得模模糊糊，看不清，只得让他退休了。我想这样要买许多地球仪，得用许多钱，不是很浪费吗？怎样能让地球仪不褪色呢？要么把它放在柜子里，可是又放不下，怎么办呢？这时，我看见桌子上有一只三江购物的袋子，把它套在地球仪上，打一个结，怎样非常方便，要用时只要把袋子拿掉。我已经用了5年了，但地球仪还是跟刚买来的一样新。在生活中，我就是这样爱动脑筋。当然，像故事中的罗克一样成为一个发明家，还远远不够。必须克服各种困难，加倍努力。勇于实践，大胆探索，创新。