

智慧课程赋能新闻专业“专思创”融合教学模式创新研究

陶薇

数智时代背景下，高等教育正加速向以学生为中心、技术深度融入、教学形态多元的智慧教育转型。新闻传播行业也正经历数智化发展，对具备复合知识与素养的新闻人才提出了更高的要求。在此背景下，高校新闻专业教学应借力智慧教育，回应新闻传播行业对专业过硬、思想端正、创意丰富的复合型人才的需求。依托智慧课程，新闻专业的“专思创”融合教学创新应从教学方法、教学手段、教学活动、教学生态等方面不断探索。

一、坚持以学生为中心，创新教学方法激活学生潜能

分层化开展案例教学。在传统案例教学的基础上，新闻专业智慧课程的案例库建设可以选取兼具专业代表性、思政导向性与双创启发性的案例，按照学生“专思创”能力的不同等级进行分层设计，来匹配学生课程学习中的发展需求。教师基于智慧型案例库开展案例教学，能有针对性地调配教学资源，实施差异化指导。例如，针对低年级学生，选取基础报道采写、典型新闻事件评析等案例，侧重培养其专业认知与逻辑思维；面向高年级学生，引入融合媒体项目策划、新媒体产品创新等案例，重点提升其问题解决能力与创新意识。通过分层化的案例教学，可确保不同层次学生均能获得专业能力提升、思想素养熏陶和创新思维激发。

沉浸式实施情景教学。情景模拟是新闻专业课程的重要教学方法之一。智慧课程具备虚拟仿真特性，教师可通过搭建融合“专思创”教学目标的沉浸式教学场景，高度还原新闻采编、舆情应对、现场报道、广告策划等真实工作情境，让学生深度参与新闻行业全流程实践，使其在模拟实践中逐步提升应对复杂新闻业务问题的综合素养。

个性化应用实践教学。实践教学法是提高学生“专思创”具身性认知的有效方法。但在传统实践教学中，往往难以实现个性化任务分配；当学生进入虚拟或实际新闻现场时，若缺乏具体、明确、针对性的个性化实践任务，学习易流于“走过场”“当看客”。而智慧课程可依据学生能力数据，为不同“专思创”水平的学生分配个性化任务，让每个学生在实践现场都能主动参与，有效提升实践学习的有效性和活跃度，助力学生在个性化实践中实现“专思创”素养的系统性提升。

二、深度融入生成式 AI，革新教学手段赋能融合实践

AI作为智能助教，强化“专思创”融合教学中的高阶能力培养。AI工具可在备、教、辅、改、考等全教学环节发挥作用，将教师从重复性劳动中解放出来，使其能专注于“专思创”融合教学的重心聚焦于高阶思维训练和创新引导。例如，“笔力”是卓越新闻人才培养的核心能力，新闻专业多门课程需通过反复写作训练提升学生笔

力；但传统教学中，教师需花费大量精力批改作业基础性问题，难以针对学生写作中体现的专业视角、价值取向和创意思维提供深度指导。而AI可替代教师完成上述基础性批改工作，让教师有更多精力专注于学生高阶能力的培养与引导。

AI作为智能伙伴，深化“专思创”融合教学中的教学互动程度。传统课程中，师生互动常局限于课堂，且互动方式、频率有限。在智慧课程中，AI可与学生实时对话，帮助其深化对新闻理论与实践的理解，启发学生从多元立场分析新闻事件，引导学生突破固有思维与创意瓶颈，成为学生的“智能伙伴”。这种互动方式大幅提升了学生学习的灵活性与高效性，使其“专思创”能力在人机协同中得到系统提升。

AI作为批判性思维陪练，有助于“专思创”融合教学中中学生的价值理性生成。然而，学生长期依赖AI易形成“认知外包”，滋生惰性思维，丧失独立思考意识与能力。因此，智慧课程应将生成式AI打造为“批判性思维陪练”，在教学中设置“专思创”多维度思辨场景，通过连续、深度的提问，迫使学生澄清概念、审视证据。例如，在新闻评论教学中，学生可先借助AI针对特定议题生成多篇不同立场的评论初稿，再结合新闻专业伦理与社会价值观，分析各初稿的论证逻辑漏洞、信息来源可靠性及潜在舆论导向风险，并提出修正方案。在此过程中，学生需运用扎实的新闻专业知识，调动独立思考能力与批判精神，在与AI的思辨互动中强化对价值理性的认知与坚守，避免陷入技术依赖导致的思维钝化。

三、践行混合式教学设计，凭借多元教学活动丰富融合教学内容

智慧课程的混合式教学设计，不仅是教学时间与空间的融合，更是知识建构与能力培养的有机统一，能让课程教学内容在丰富多元的活动中得到充分拓展与深化。

线上教学与课堂联动。线上教学可依托学习通、雨课堂等智慧学习平台，构建课程知识图谱与问题图谱，整合优质专业慕课、行业前沿案例库、AI互动练习等资源，引导学生利用碎片化时间系统梳理专业知识，形成初步认知。线下课堂则聚焦重难点突破，通过翻转课堂、专题辩论、工作坊等形式，组织学生围绕真实新闻项目开展深度研讨；教师依据学生的线上学习数据反馈的共性问题与个性需求，提供精准的专业指导、价值引领与创新启发。

同步异步教学互补。同步教学通过直播互动、实时研讨等形式，确保师生在固定时间围绕“专思创”融合教学目标开展深度交流。例如，在突发新闻事件分析中，教师可组织学生开展线上同步讨论，引导其快速运用专业知识、明确价值立场、提出突破建议。异步教学则借助智慧平台的资源推送、任务发布、延时答疑等功能，适配学生个性化学习节奏；学生可自主安排时间参与案

例复盘、创意构思分享、跨小组协作等活动。两种教学方式相互补充，既保障了教学的时效性与互动性，又为学生提供了灵活探索专业深度、锤炼思维维度、激发创新灵感的空间。

四、构建“师－生－机”认知共同体，打造交互共生的融合教学生态

智慧课程以“问题逻辑认知模式”为指引，教师、学生、AI三者协同配合，在课程中共同完成发现问题、分析与解决的过程，形成“师－生－机”认知共同体。在这一共同体中，教师扮演“编剧”与“导演”角色，学生是“主演”，AI则是“伙伴”。教师依据“专思创”教学目标，搭建智慧课程的知识图谱与问题图谱，将课程的专业点、思政点、创新点融入课程“剧本”设计。学习过程中，学生作为“主演”，在与AI的协同互动中自主完成问题探索；AI既提供教学资料，又提供学习陪伴；教师则在“幕后”以“导演”身份，随时为学生提供方向性建议与指导。

例如，在《新媒体运营》课程中，教师围绕“专思创”融合目标，设计“文旅类抖音账号策划”项目作为教学“剧本”。首先，教师抛出核心话题引发学生兴趣：“热门抖音文旅账号具备哪些核心特质？”学生作为“主演”，开启问题探索的“剧情”；通过与教师、AI的互动，逐步梳理出热门文旅账号策划的核心要素——竞品分析、账号定位、内容风格、传播策略、盈利模式等。AI根据学生的初步发现，推送相关案例库、行业分析报告、内容制作工具等课程资源，帮助其补足专业知识短板，明确策划思路与方法。随后，学生分组协作，在AI辅助下完成抖音号策划全案，并结合专业知识对AI产出的方案进行筛选与修改；教师以“导演”身份，针对性指导学生的决策逻辑与价值取向。最后，AI对各组方案进行比较评价，师生再结合专业性、价值性、创新性开展综合评议与讨论，帮助学生形成对文旅新媒体传播本质的深度认知与思考。

面对智慧教育新浪潮，新闻专业的“专思创”融合教学创新需从方法、手段、活动、生态等维度持续突破，主动适应新闻业对复合型全媒体人才的迫切需求，以技术赋能教学生态重构，推动知识传授向价值引领、能力塑造深度融合。唯有如此，才能在媒介变革浪潮中坚守育人初心，培养出既懂专业逻辑又具思辨精神和创新意识时代新人。

（作者单位：湖北民族大学文学与传媒学院。基金项目：本文系湖北省高等学校省级教学改革研究项目《新闻专业全媒体人才“四力”培养的“专思创”融合教学模式研究》（2022365）、教育部产学合作协同育人项目《面向创新能力培养的广告课程教学改革研究》（230803221252738）研究成果）

教育的目的：价值创造还是价值萃取

王燕玲

教育的目的是什么？当“好成绩·好大学·好工作·高收入·成功人生”成为普通人接受教育的行动逻辑时，教育的功利性清晰得令人失理，由此产生教育需求的超积极性内卷，让人们愈发不堪重负。

一、教育的价值萃取动机

教育作为促进人们实现不可替代性的重要手段，从胎教开始，人们就怕在起跑线上错过培养不可替代性的机会。在后续成长过程中，更将教育视为不断积累不可替代性、保障未来有机会获得价值萃取之“租金”的唯一选择。这样的生活态度不仅积极，甚至趋于极端，逐渐只剩下理性的算计。因此，教育之价值萃取的危害值得我们深刻反思。

事实上，人们在超积极地筹备“不可替代性”时，常会发现自己根本不清楚什么样的“不可替代性”真正具备不可替代性。毕竟这一判定权始终掌握在市场需求的价格机制中。因此，在教育过程中，当所有人都无法预判未来的核心竞争力时，只能依赖权且可控的“教育符号”增加保障。这些符号，如高学历、好学校、好专业，都需通过考试竞争获取，“好成绩”自然首当其冲成为不可替代性的代名词，进而催生了当下教育领域无处不在的内卷。

教育内卷若仅带来竞争，或许尚可接受，但最糟糕的是，它会让人们形成“竞争失利者没有不可替代性，就没有好价格，进而‘没价值’”的人生否定逻辑。更可怕的是，这种否定已从外界评价逐渐内化为失利者的自我否定，不可避免地引发受教育者日益突出的心理危机。

二、“知识改变命运”的功利倾向

要改变这一现状，靠“素质教育替代应试教育”的简单说教显然行不通。毕竟人人都想过“有价值的一生”，若对“有价值”的理解始终停留在“有价格”层面，那么通过获取高收入证明人生价值，就成了再正不过的选择。可人生价值怎能浅薄地用收入高低来衡量？这一悖论的核心，在于我们忽略了对集体贡献的尊重。

若能认清“社会产量的实现从来都是集体协作的结果”，便会明白再微小的贡献也是价值创造——没有谁的人生“更值得过”，每个人的存在都是他人不可或缺的支撑。这并非主张平均主义，客观上贡献大小的小区分与竞争确实存在，但这个充满竞争的价值创造过程，理应是一场正和博弈。也就是说，无论以何种标准评价贡献大小，都不能在表彰“多得者”的同时，让“少得者”陷入自卑与挫败。必须通过明确场景边界给予“少得者”安慰，让他们理解“只是在这次、这一种集体协作场景中贡献较小”。例如，面对考试成绩，表扬优秀者的同时，绝不能将“成绩好”泛化为所有场景的评价标准，不能认为“学习好就样样好”；对成绩不理

想的学生，教师更应明确“这只是一次考试”。

与此同时，教育更应向优秀者传递正确的自我评价认知。从某种程度上说，正是“失败者”的衬托，才成就了“成功者”的“成功”——这是相对评价，而非绝对评价。因此，成功者不应以“鹤立鸡群的成就感”将“高所得”视为理所当然，而应秉持“鲜花感谢绿叶”的心态，对“低所得者”给予支持与回馈。若无法深刻理解这种利益共生机制，能力者便容易陷入自大狂妄，甚至横行霸道；更何况能力者往往更易获得权力，由他们主导的权力生态系统，会越发“只见明星、不见普通”，破坏以集体贡献为核心的价值创造型组织文化，进而让组织成员为“当明星”陷入更深的内卷。由此可见，在学校教育中，对优秀者的价值观引导尤为关键。

自力资本理论推动教育需求扩张以来，“知识改变命运”这句名言被注入了过多功利心。其观点所强调的“教育塑造人，影响人的观念与行为，让人不断提升自我”的核心内涵，日益被曲解为“通过教育实现好工作、高收入、成功人生”。这种无视社会经济水平、缺乏对劳动岗位规范与结构性理性分析的简单结论，让人们对教育产生了深深的功利迷信。

三、以价值创造的心态为教育祛魅

为实现“通过教育获得不可替代性、获取超额租金”的目标，受教育者及其家庭愿意付出很长时间完成学历教育的“苦修”——在他们看来，相比于之后“成功人生”的长期自苦，这段时间不过是“有利可图的暂时牺牲”，这便是对教育功利迷信的真实写照。可他们不曾想，并非所有人都能安然走完这场“苦修”；更何况，即便以优秀姿态完成学历教育，真的能“一劳永逸地躺着吃租”吗？唯有以价值创造的心态为教育祛魅，才能让所有受教育者坦然接受“成为集体贡献一员”的定位——即便只是最微小的一员，也能在学校教育中安心地发现自己，成为自我，而非狂热地想要跻身“吃租阶层”。

因此，要让教育真正实现价值创造的“有用性”，核心在于构建尊重和认可“微光”的机制，打破以收入、价格为唯一标准的价值评价体系。只有让全社会的价值观回归“集体创造”而非“个体创租”，才能引导教育重回“使受教育者成为其自己”的本质定位，让学历教育中的所有参与者都能在“不以成绩为唯一指挥棒”的正常秩序中，成长为具备价值创造能力的个体。

（作者单位：云南大学政府管理学院。云南省社科基金一般项目：云南城市边缘带转型社区封闭式治理风险与公共性重构研究（课题编号：YB2022033））

网络思想政治教育实践的理论创新与路径探索

杨杭

在数字化浪潮席卷全球的今天，高校思想政治教育正经历着前所未有的变革。当前，互联网已成为高校意识形态斗争的主战场，也成为开展思想政治工作的重要阵地之一。习近平总书记强调：“过不了互联网这一关，就过不了长期执政这一关。”这一论断深刻揭示了网络空间在思想政治教育中的战略地位。大学生群体作为网络原住民，网络已成为其生活联络、学习知识、获取信息、表达诉求、构建身份认同的核心场域。这种时空重构要求高校必须构建数字时代的思想政治教育网络主阵地，实现从“被动应对”到“主动引领”的转型。

以大学生为代表的互联网群体规模持续扩大，在一定程度上改变并影响着互联网文化环境，也推动着教育模式的不断革新。当代大学生呈现“强主体性、高参与、碎片化注意力”的行为特征，传统“灌输式”教育已难以满足其认知需求。近年来，多数高校以易班建设为抓手打造网络思政教育平台，通过实名认证、建立网上班级社团、搭建轻应用、发布大学生生涯等方式，构建起网络思政教育大数据平台。这种“中央厨房”式内容生产体系，实现了从“人找信息”到“信息找人”的智能匹配，印证了网络思政对青年群体的精准触达能力——既为当代大学生网络生活提供了良好平台，也成为高校思政育人的又一主战场。习近平总书记指出“人在哪儿，宣传思想工作重点就在哪儿”，这要求我们必须将思想政治教育教育资源精准投放至网络空间，实现线上线下育人生态的深度融合。具体而言，可依托现有平台与大数据分析技术，实时监测大学生网络行为轨迹，识别其兴趣点与认知盲区，进而定制化个性化思政内容。例如，在抖音、微博等社交平台开发“微思政”短视频，结合热点事件开展价值引导，增强教育的时效性与吸引力；将思政元素嵌入虚拟现实课堂、在线社区讨论等沉浸式体验场景，应对注意力碎片化挑战。同时，在路径探索中需强化协同机制，联合政府、企业和社会组织共建网络思政资源库，确保意识形态安全与教育实效的平衡。

在理论层面，当前多学科交叉融合为育人理论创新提供了强劲动力和崭新视角。思想政治教育研究正经历深刻的范式转型，各个人文社科理论视角和研究范式的融合为思想政治教育提供了新的思路和方法。例如，心理学理论的深度融入为数字时代的育人实践提供了科学支撑；在发展心理学视角下，探索通过系统的“数字人格塑造”路径，不仅关注个体的认知与情感发展，更致力于在数字化生存中实现个体内在价值追求与外在社会价值规范的和谐统一；基于认知行为疗法、科学设计并实施思政课程、通识课程，

（作者单位：吉林农业大学）

加强高职院校基层党建品牌建设 推动高等职业教育高质量发展

王乐乐

党的二十大报告明确提出“增强党组织政治功能和组织功能”，把基层党组织建设成为有效实现党的领导的坚强战斗堡垒”，这为基层党组织建设提供了根本遵循。就高职院校而言，充分发挥高职院校基层党组织的战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用，必须不断加强和创新基层党建工作。党建品牌作为高职院校基层党建工作成果的集中体现，具有导向示范和辐射价值，对于助推实现高等职业教育高质量发展具有重要意义。

一、加强思想认同，明确高职院校基层党建品牌定位“高度”

加强思想认同是党建品牌建设的“铸魂工程”。高职院校基层党建品牌建设的首要任务在于统一思想、凝聚共识，确立品牌建设的政治高度与价值导向。一是强化政治引领，始终坚持把党的政治建设摆在首位。以习近平新时代中国特色社会主义思想作为根本遵循，通过品牌创建，增强党员服务意识和政治意识，推动全面从严治党向基层建设基础。二是深化价值认同，明确品牌建设的育人导向。将社会主义核心价值观贯穿品牌建设全过程，突出“为党育人、为国育才”的使命担当，促使党建品牌不仅是组织工作的“亮点工程”，更是提升人才培养质量的“系统工程”。三是强化目标导向，服务于学校发展大局和国家战略需求。既要突出特色，又要避免同质化，科学规划创建方案，制定出包括品牌名称、标志、核心理念及其深刻内涵以及一系列独具特色的活动和行之有效的方案，推动党建工作与中心工作、业务工作深度融合。

二、强化品牌效应，拓宽高职院校基层党建品牌影响“广度”

强化品牌效应是一项系统工程，高职院校要多措并

举，提高品牌的知名度和美誉度。一是构建多维传播矩阵。立足于信息技术和人工智能技术快速发展的时代，高职院校要突破传统的“线下”宣传模式，应充分利用各类媒体和网络平台，充分发挥“人工智能+宣传”优势，广泛宣传党建品牌的理念、内涵和建设成果，打造“线上+线下”融合传播格局。二是注重品牌故事化传播。党建品牌应善于挖掘和讲述真实、鲜活、感人的“党建故事”，制作和发布多样化的党建品牌宣传内容，以小见大，展现基层党组织的战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用。三是推动品牌成果转化。可举办申报现场观摩会、发表学术论文、出版案例集、开展现场观摩会、经验交流会、成果展示周等方式，系统总结和宣传品牌建设的经验与实践路径，将品牌建设成果转化为可借鉴、可推广的经验模式，辐射带动更多党组织参与到品牌创建工作中来，形成良好的党建工作氛围。

三、突出职教特色，提升高职院校基层党建品牌内涵“深度”

高职院校与普通本科院校在办学定位、人才培养模式、服务面向等方面明显不同，高职院校基层党建品牌建设更应突出职教特色。一是聚焦专业群建设，打造“党建+专业”融合品牌。专业是高职院校的核心竞争力，也是党建品牌建设的重要载体，高职院校党建工作应与专业群建设同规划、同部署、同考核，实现组织设置与专业布局相匹配。二是融入产教融合实践，构建“党建+企业”协同品牌。可通过与行业龙头企业共建“校企党建共同体”，在订单培养、现代学徒制、产业学院等项目中嵌入党建元素，实现“党建引领、产教融合、协同育人”三合一。三是厚植品牌文化底色，创建“党建+工匠精神”特色品牌。工匠精神是职业教育的灵魂，应将“执着专注、精益求精、一丝不苟、追求卓越”的工

匠精神融入品牌文化建设，坚持外引内培相结合，外引“大国工匠进校园”“技能大师讲党课”，内培“党员技能标兵”“大学生技术能手”，提升党建品牌内涵“深度”。

四、完善制度体系，加大高职院校基层党建品牌可持续发展“力度”

党建品牌建设是一项长期性、系统性工程，需要依靠健全的制度体系持久保障。一是强化组织领导和统筹规划。学校党委应将党建品牌建设纳入党建工作总体布局，成立专门的领导小组，制定相关制度，明确品牌建设的指导思想、基本原则、目标任务、实施路径与责任分工，确保党建品牌创建工作有序推进。二是完善运行管理制度。建立品牌创建、培育、评估、推广的全周期管理制度，设立党建品牌建设专家委员会，负责品牌立项评审、过程指导与成果验收，提升品牌建设的科学性与专业性。三是建立健全资源保障制度。设立党建品牌专项经费，纳入学校年度预算，用于品牌活动开展、阵地建设、宣传推广与成果奖励；优化党组织设置，加强党支部标准化规范化建设，提升基层党组织的凝聚力和战斗力；整合校内外资源，建立“党建+”资源库，为品牌建设提供智力支持与实践平台。

（作者单位：广西机电职业技术学院马克思主义学院。课题名称：本文系中国机械工程师会机械职业教育思想政治工作研究会2023年度课题《新时代高职院校基层党建工作品牌建设的理论与实践》（项目编号：SZ23AA010）和广西教育科学“十四五”规划2023年度专项课题《新时代民办高校党建与思政“双融双促”实践路径研究》（项目编号：2023ZJY2234）阶段性成果）

新媒体场域的群体性话语生产与机制研究——以微博为例

周倩

微博作为中国影响力的高媒体平台之一，以去中心化、实时性和互动性的特征，推动了群体性话语的生产与传播。群体话语的生成不仅依赖个体贡献，更离不开群体之间的协同与互动。平台算法、社交网络结构以及用户参与行为，共同塑造了微博这一新媒体环境中的话语生态。

一、群体性话语生产的文化机制：身份认同与社会资源的交织

微博平台上，群体性话语的生产并非仅仅依赖于个体信息的传递和共享，更是资本并非单一—的资源，而是一种通过社会关系网络获取影响力和资源的能力。微博平台上，大V用户（拥有较大社会影响力和粉丝群体的用户）通过其高影响力和话语权，主导了信息的传播方向与舆论的形成。大V发布观点，普通用户通过转发、评论等方式参与其中，进一步扩展信息的传播范围，增强群

体性话语的社会影响力。可见，社会资本与话语权力的分布，直接决定了信息的传播速度、覆盖范围与影响深度。

二、话语生产的技术逻辑：平台算法与社交网络结构的双重作用

微博平台的技术特性在群体性话语的生产与传播中占据核心地位。首先，平台的推荐算法系统直接影响了信息的曝光力度和传播路径。通过对用户兴趣和行为精准分析，微博的推荐系统可以高效地将用户感兴趣的话题推送至其信息流中，从而加速群体性话语的生成与扩散。微博平台的实时性和互动性，使得话语不仅能够快速传播，还能够短时间内获得海量的用户反馈，形成动态的舆论反应。

社交网络结构同样在话语生产的过程中扮演着至关重要的角色。微博上的用户关系网络呈现出高度去中心化的特点，不同用户之间的互动关系、关注节点的分布以及网络中心性的不同，影响着信息在平台上的传播速度与范围。高中心性节点往往具有较强的传播能力，能够推动话语在平台上形成广泛的影响力。可见，微博平台通过社交网络的紧密连接，促进了信息的可见传播和集体智慧的形成，用户之间的互动与协作不断推动群体性话语的多元生成。

三、话语规范的演变：动态性与道德规范的互动

新媒体环境中的话语传播具有显著的动态性和互动

性。传统媒体时代，话语权主要集中在少数媒体机构和社会精英手中，公众的参与空间有限。而微博等新媒体平台则突破这一传播格局，每位用户都可以成为话语生产与传播的参与者。平台上，用户间的互动频繁，信息的实时发布和反馈机制使得话语的生成更加迅速和多样化。这种去中心化、实时性和互动性的特征，将微博变为信息传播和舆论反应的主要阵地。

然而，话语传播的动态性也带来了诸多挑战，尤其体现在信息真实性与道德规范层面。新媒体平台的舆论形成，常受部分高影响力用户与平台算法驱动，易导致信息偏向性与观点极化。对此，微博等平台需进一步加强内容审核与平台治理，加大对虚假信息、谣言的防控力度。同时，媒体素养教育也是维护话语规范的重要举措——提升用户的信息识别能力，增强其在信息传播中的社会责任感，是保障话语传播生态健康发展的必要步骤。微博作为新媒体平台，突破了传统媒体的局限性，通过去中心化、实时互动和算法推荐等技术手段，推动了群体性话语的多元化生产与广泛传播。文化机制、技术逻辑与话语规范相互交织，形成了复杂的传播生态系统。未来，随着技术的不断发展和社交平台治理的不断完善，微博等新媒体平台将在话语生产、传播与管理方面展现更多可能性。

（作者单位：西北师范大学。本文系西北师范大学研究生科研资助项目成果之一，项目编号：2024CZX-LXS194）