

国际标准连续出版物号: ISSN 2095-3208
国内统一连续出版物号: CN18-1418/J

2022年第3期/总第050期

NO.03 2022

◎ 人民币定价: 28.00

视听语言

艺术教育

文化广角

传承

艺论

艺术赏析

一 高校图书馆纸本图书借阅率下降的原因及策略研究

二 巴川戏剧文化在现代家具设计中的应用

三 剧本文学在戏剧表演中的作用及功能研究

四 剧本杀中的中国传统文化实践解析

五 三全育人背景下《视听语言》课程思政教育实施探讨

ISSN 2095-3208



中国书画名家

003 我是启功

009 于右任

012 许麟庐

014 自我画《霞光》说起

杜悦萍

文化广角

016 乡村文化振兴背景下推动县级图书馆高质量发展研究 符琼 王亚蕾

019 浅谈光明区社区广场文化的现状与发展思路 黎晓玲

022 历史城市中心景观的价值重塑与再生 乔姗姗

025 高校图书馆纸本图书借阅率下降的原因及策略研究 陈静

028 银川市品牌乡村“一村一品”全媒体推广活动探索 杜彩英

031 探析县级融媒体中心记者的融合转型 蒋志雄

034 融媒体背景下移动短视频新闻传播策略探析 胡流冰川

036 中华优秀传统文化融入《形势与政策》课程的必要性：基于三个维度 蒲燕妮

038 浅谈加快现代公共文化服务体系建设提升城市文化“软实力”

——以四川省攀枝花市公共文化服务体系建设为例

巫丹

040 谈有效发挥公共图书馆社会教育服务职能

冉华

艺术赏析

042 简论西班牙统一过程中王朝联姻的作用 何雯

045 欧美电影东方元素跨文化传播对国产电影的启示 姬敏

048 西南地区民歌钢琴伴奏的色彩与风格 王媛

051 论现代科技对视觉传达设计的作用及其应用 荆娇

053 视觉传达设计中传统元素的应用 薄晓彤

055 性别作为观察当代中国音乐的新视角 何兴华

057 挖小根蒜 王春梅

058 生于泥，长于土 吕辰璐

059 访钢琴双博士吕南樵：钢琴乐章，心中远方 孙静

060 我爷爷 姜瀚丹

061 与海的约定 刘高峰

传承

062 “非遗”语境下越剧发展的“四轮驱动”探索 沈艳

065 苏州评话《三国演义》中人物描写的个性化思考 沈瑜

068 养护历史遗存资源，营造城市文化创意街区

——以北京孔庙、国子监及周边胡同创意街区为例谈历史文化资源的保护、

养护与再生 常硕

071 关于书籍装帧中独立而完整的视觉引导研究 韩琳

074 浅析“六法”论在唐代仕女画中的运用 刘泉

077 敦煌石窟飞天造型形象演变 苏嘉禾

080 马勺戏剧文化在现代家具设计中的应用 智晓琦

083 关于光山花鼓戏教育功能的几点思考 周虎

086 地方志书资料储备对年鉴编纂思路的影响 王庆国

089 开笔礼的当代实践与意义 金茹雪

092 中国艺术的禅宗精神——以宋代山水画为例 董思岐 郭栩彤

095 黄梅戏艺术中的楚文化特色 王婷婷

主管单位 河北出版传媒集团有限责任公司

主办单位 河北教育出版社有限责任公司

编辑出版 北京颂雅风文化传媒有限责任公司

社长/刘 峰

主 编/孙海新

责任编辑/闫 璐

特约编辑/辛 朋 张振华

审读校对/万 鹏 宋 哲

美术设计/宋小猫

组稿编辑/李苗苗 满雪宁

冯媛媛 于德航

苏 鹏 张雅丽

李 安 陈清侠

王 伟 王笑宁

孙荣荣 王春燕

张 松 陈 楠

邵庚欣 曹楠楠

宿智皓 刘 辉

地址/河北省石家庄市联盟路705号

电话/010-84852503 0311-88816358/88816368

国内连续出版物号 CN13-1413/J

国际标准连续出版物号 ISSN 2095-3208

邮发代号 18-215

投稿邮箱 songyafengzazhi@163.com

印 制 天津市永盈印刷有限公司

版权所有

未经本刊书面授权许可，严禁转载翻印

本期杂志标注“来自网络”的图片，因一时未能联系到版权所有人，敬请作者与我们联系，以便及时支付稿酬。

版权声明：

1. 本刊版权属《颂雅风》所有，未经许可，任何自然人、法人不得以任何方式全部或局部翻印、仿制、篡改。

2. 除作者另有声明，本刊对稿件有权修改。

3. 凡《颂雅风》刊登的所有稿件，均将在万方数据库平台电子出版。所有在《颂雅风》杂志刊登稿件的作者，均将视其已授权在万方数据库平台电子出版。

4. 欢迎监督我们的工作，并提出宝贵意见，特别欢迎提供如何提高刊物质量的建议。同时若发现本刊发表的文章有抄袭现象，请向本刊编辑部举报。

5. 如有印刷、装订、质量等问题，请与杂志社联系调换。

098 丝绸之路建筑遗址数字化保护与展示	龚上雅
100 浅谈福船船模制作技艺的发展	洪玉生
102 中国舞蹈文化生态学的文本归类与研究	刘丽超
104 田园未逝,牧歌不辍——浅谈莎士比亚戏剧中的田园牧歌图景	刘懿莹
106 浅析中国古代建筑艺术在景观设计中的应用	王莉莎

艺论

108 剧本文学在戏剧表演中的作用及功能研究	郭艳静
111 2010—2021 年国内室内装饰设计研究动态与热点——基于 CiteSpace 的可视化分析	卢海鳌
114 以《极乐迪斯科》的美术风格讨论传统绘画对电子游戏的影响	王 简
117 关于马克斯·韦伯“合理化”思想的一种解读	杨延杰
120 运用舞蹈艺术对大学生心理健康进行调节的探索与尝试	赵苒希 曹译木
123 浅析《长征组歌》的演唱处理与指挥实践——以《飞跃大渡河》为例	韩再红 陈 铭
126 全浊声母上声字的演变分析	任 杰
129 剧本杀中的中国传统文化实践解析	王佳琛 张培培 巨奕冬
132 老挝《帕拉帕拉姆》与《罗摩衍那》女主人公形象对比研究	丁雪清
134 面“疫”而思 战“疫”而歌——将“战疫”歌曲融入《乐理与视唱》教学	孟 闫
136 群文曲艺里的一朵花——三人评书和多人评书	李 云
138 美声唱法在民族声乐中的运用探讨	盛 馥
140 小提琴演奏艺术对二胡演奏艺术的影响	吴 彬
142 舞台技师在舞台设计中的重要性	雍国成
144 中国视域下的西方音乐史研究	郑祺文
146 我的想象力、我的创造力和我的动画制作——乐高搭建、动画设计、动画制作	毕静远

艺术教育

148 以情动人 用情化人——浅析中职语文教学中的情感教学	车 敏
151 “戏剧教育”与“教育戏剧”——音乐教育专业音乐戏剧表演公共课教学探究	杨 晨
154 新时代高校学前教育“美育”路径的研究与探索	赵梦莹 曲 雁 孙秀莲
156 三全育人背景下《视听语言》课程思政教育实施探讨	王鹏威 覃 丽
158 洛丽塔	徐 然
160 艺术类高职院校声乐和声编创的方法探究	杨 卓
162 谈竹笛演奏与教学基础训练	张 帅
164 英美文学在大学英语教育中的应用	秦 颖
166 汲取国学精髓,传承中华文化——青少年宫开展国学教育策略研究	黄彩娜
169 美育与大学生思想政治教育的融合探究	孙 婷
172 运用多媒体实施“开放式”音乐教学的尝试与体会	吴 霜
175 美育进中考对学校音乐教育的影响	覃芳芳
178 高校音乐专业钢琴课教学改革的实践与思考	谢 丁
181 新媒体平台与高职院校传统美育文化融合模式探析	黄 妍
184 高职高专早教专业音乐课程教学模式探析	姜灿华
187 电脑音乐在音乐教学中的渗透路径探索	张鹏宇
189 声乐教学逆向思维运用	杨凤玲
191 中职语文教学中核心素养的有效渗透	张沛英
193 地方高校线上、线下混合模式的《和声学》课程构建	刘晓静
195 简谈对舞蹈专业学生的心理培养	魏兰涛
197 如何解决男高音的演唱技巧问题	宋 刚
199 以音乐舞台剧培养高校学生核心素养探究	刘 玢 刘蓓蓓

新媒体平台与高职院校传统美育文化融合模式探析

◎黄妍

摘要: 新媒体技术发展深刻影响着传统文化美育的生态,要充分利用新媒体平台,根据高雅与趣味综合平衡、互动性与引导性的交互作用、平台调性与美育内容的有机融合、重点平台打造与全媒体矩阵结合的原则,探索新媒体平台传统美育文化的新模式。

关键词: 新媒体平台 传统美育文化 融合模式

信息技术的快速发展广泛而深刻地影响着人类社会,其中新媒体平台的崛起与应用,更为探索美育改革模式、推进美育工作提供了新的机遇和思路。2015年,《国务院办公厅关于加强和改进学校美育工作的意见》指出:“以国家实施‘宽带中国’战略为契机,加强美育网络资源建设”。要“充分利用信息化手段”“鼓励各级各类学校结合‘互联网+’发展新形势,创新学校美育教育教学方式,加强基于移动互联网的学习平台建设”在此机遇和背景下,探索新媒体平台与传统美育文化的融合模式也成为高职院校美育的重要课题。

一、新媒体平台中的美育新生态

新媒体的定义是处于动态变化过程中的。1967年,美国哥伦比亚广播电视网(CBS)技术研究所所长戈尔德·马克(P. Goldmark)首先提出了“新媒体”这一概念。1998年5月联合国新闻委员会召开的年会上首次称互联网为“第四媒体”,是继报刊、广播、电视三大传统媒体之后的第四种主要大众传播媒体。随着智能手机的发展,基于移动端的互联网又被称为“第五媒体”,后两种媒体常常被称为“新媒体”,主要是指利用数字技术、网络技术、移动技术,通过互联网、无线通信网、有线网络等渠道以及电脑、手机、数字电视机等终端,向用户提供信息和娱乐的传播形态和媒体形态。

其中的“新”是一个相对的概念,只是与“旧”“传统”相比较而言。由于不断会有新的数字媒介出现,网络本身也是不断发展,因此“新媒体”的内涵也在不断发生变化,作为动态的研究对象出现。本文中的“新媒体”主要指向以手机移动

端为载体的互联网媒体平台。

二、新媒体平台与传统文化美育融合的原则

新媒体平台的传播特点,既呈现出传播范围广、速度快、受众层面多的传统媒体的优越性,又凸显了信息失真、网络暴力、浮浅化、平面化、娱乐化的诸多不利因素,面对日益复杂的新媒体环境,在进行美育教学的过程中,既需要充分利用其传播面广、接受度高等优越性的同时,也要防范负面不利影响。

(一) 高雅化与趣味化的综合平衡

高校美育的目的在于涵养人的精神世界,避免沦为纯粹的“工具人”。而学生正处于一个价值观初步形成阶段,兴趣爱好游移不定,意志不坚,易于被娱乐性更强的内容所吸引,对较为高深的思想、文化不感兴趣。为此,既要发挥新媒体平台广受学生欢迎,用户黏性较强的优势,适当吸取其娱乐化的表达方式,也要小心规避其不良的负面影响,对学生的审美趋向进行正面引导。

美育工作要向学生的兴趣爱好贴近,适当引入新媒体平台中娱乐化、大众化的内容,先引起学生的兴趣,可以将高雅内容趣味化。如以学生喜闻乐见的卡通形象予以展示,或采用网络流行语进行通俗化解读,或借助影像形式,让学生易于接受、乐于接受。高雅、深刻的美学熏陶虽然在传播速度、热度上无法和短平快的娱乐内容传播相比,但因其经典性,而具有更长久的润物无声、深潜入心的影响作用,这也符合高雅性与娱乐性相融合的原则,在保证美学的本质性元素不被损害的前提下,可进行适当的年轻化、趣味化表现,如河南卫视元宵奇妙夜的表达,通过将乐

伎出土文物化身为活泼可爱的唐朝少女,就将学生们喜闻乐见的卡通形象与文物的历史厚重沉淀进行嫁接,也收获了良好的文化传播美育效果。如“中国诗词大会”这类普及性质的既有相当娱乐性又有一定深度的节目,也可以成为引导学生进一步了解传统诗词之美的契机。

当然,在保持适度娱乐性、通俗化的同时,也要坚决抵制网络中庸俗无聊、肤浅甚至扭曲的、错误的观念,以美育精神的高雅感熏陶、提升学生的审美品位,在尊重学生多元化的审美观念、兴趣的同时,也要以正确的价值观、高雅的美学观引导学生。

(二) 互动性与引导性的交互作用

传统课堂教学与传统媒体的传播方式类似,以教师讲授为主,学生参与度不高,进入新媒体时代,美育也要与时俱进,充分汲取新媒体平台受众既是接受者又是传播者、创作者的特点,通过鼓励学生参与线上活动、互动点评、进行二次创作等方式,增强学生的参与意识。

要鼓励学生自主创作富有个性、富有美感的网络作品,如开展校园文创产品的设计,通过线下设计、线上展示,让大学生从设计美,到鉴赏美、展示美,在完整的美育校园文化活动中提升美的素养。也可以组织社团活动,如开展诗词比赛、绘画雕塑手工比赛、朗诵征文、艺术表演等活动,提高大学生在美育活动中的主动性和积极性。

如举办书法、绘画、音乐等线上活动,鼓励学生积极参赛、点评,发挥创意,让学生畅所欲言,也充分激发学生的创意和积极性,引入线上线下联动直播、在线点评,营造真实感、代入感、新鲜感、互动感,形成沉浸式工作体验,身临其境,提

高学生的活跃度和参与度。

(三) 平台调性与美育内容的有机融合

不同的新媒体平台有其特定的用户群体、用户对象,在推行美育教育的时候注意结合平台调性与学生使用习惯,采取不同的内容推广与美育教学。对应平台渠道的传播策略、使用模式也应有所不同。如“易班”是官方主推的大学生综合性互动平台,具有严肃性、政治性较强的特点,可发布重要美育相关的重要新闻,增强其权威性,对于以娱乐为主的短视频类新媒体平台,则以传统文化的各类宣传、影视视频为主。如最近两年备受欢迎的国潮风节日晚会演出,让学生通过观赏较高美学意蕴的传统文化视频,增强学生对于传统文化的兴趣,营造良好的美学体验,提升对传统文化的兴趣。微信公众号有较多的深度文章,各大博物馆、图书馆的公众号,有较多的美育深度文章,可让学生关注公众号,通过深度文章的阅读、学习,加强整体美学素养,减少过多短平快碎片信息摄入,提升学生的整体美学感悟力和深度思考能力。

(四) 重点平台打造与全媒体矩阵结合

多种新媒体平台容易引起信息冗余、重复,导致学生疲于应对甚至产生排斥心理,可重点打造一到两个重点宣传平台。先形成良好的社群氛围与互动基础,学生的黏性提升,有利于提高平台的活跃度和参与度,再在此基础上综合运用多个平台,推进美育工作的深入开展,打造立体化美育新媒体传播格局。

重点平台需有品牌意识,引导学生对平台的权威、经典产生认可。如关于美育的相关活动、讯息,都在该平台上首先发布、推广,校园意见领袖的发言、互推也放在重点平台,形成品牌效应。组织上加强学校层面的统筹设置,二级学院跟进落实。在打造重点平台的基础上,充分利用其他新媒体平台的讯息、资源,形成合力,在其他平台上设置与重点平台的链接,将所有的用户再导流回重点平台,或在重点平台设置引流模式,发布与学生息息相关的内容。以微博为例,可推送某些话题登上微博热搜,再以线下活动为契机,各新

媒体传播形式互为支撑,互相助力,形成一个不断扩大、加深,并带来越来越多关注度的美育传播场,提升重点平台的知名度、品牌影响力。

三、新媒体平台与传统文化美育融合的模式

新媒体平台主要有社交类、视频号类、校园APP类,社交类以微信、微博、头条号为代表,视频号以抖音、播客、微信视频号为代表,校园APP类以“易班”为代表。

在将新媒体平台与传统文化美育融合的过程中,一个显著问题就是忽略平台本身调性,导致宣传内容和平台风格不契合,也就无法引起学生兴趣。因此,在使用平台过程中,结合平台的架构方式、风格特点、传播模式进行对应的内容嵌入,更好地收到事半功倍的效果。

(一) 基于“易班”的红色美育模式

“易班”创始于2007年,开始只是基于网络新媒体社区的探索,经过十多年的发展,逐渐成为集思政教育、专业教育、校园活动、学生生活、交流互动于一体的新型大学生网络综合社交平台,影响力日益广泛。据各地“易班”使用统计,高职院校基本实现学生百分百注册“易班”平台。

由于“易班”与教学管理、学生生活深度绑定,充分渗透到学生日常生活中去,可利用学生注册率高,结合其生活、学习、娱乐、社交需求,通过教师、学生工作群、学校的多方引导,让学生形成有问题,找“易班”的习惯,增强学生对平台的黏性,在此基础上,可建设基于“易班”的红色德育模式。

“易班”由于其官方背景、具有较大的权威属性,不一定要刻意打造亲民属性,而是树立其权威性形象,发挥引导作用。以比较典正的内容为主,代表正确、主流的意识形态的美育平台,所发的内容集中在较为庄重、正式的集体性质美育活动,如学术类的美学课程、国家级的各类文化、艺术展演,权威的形象与严肃准确的官方信息,反而能够给学生一种稳重可信的感觉。可以多推送一些正能量、符合主流价值观、紧跟社会热点以及重要讲话的相关

视频,例如习近平总书记重要讲话精神、时事热点、学习榜样。将传统文化中关于忠勇仁义的故事、历史人物与百年为国捐躯的人物串联贯通,将雕塑、绘画、音乐、叙事等美育形态融合于一体。结合党的百年征程,开展各类主题活动。

此外,还要重点打造专业权威的信息平台形象,目前网络信息真假掺杂,学生在面对纷扰繁杂的信息洪流往往无所适从,很容易被情绪煽动性的文章、言论所误导,而通过建立“易班”的权威平台,营造出公正、准确的信息来源形象,培养学生重大问题看“易班”的浏览习惯,起到风清气正的良好引导作用。

(二) 基于社交式平台的美育微传播模式

微博、微信、知乎是社交属性鲜明的新媒体平台,微博主要用于公共平台的信息传播、评论,微信则带有更多的“熟人团体”社交属性,可结合不同的平台调性进行美育教育。这类社交平台可以学生为主体,充分发挥其参与性,调动其积极性,以学生参与、主导,教师引导的美育方式为导向,发布内容以活泼有趣、贴近学生认知水平、兴趣爱好的相关资讯、活动为主。

“微平台”的美育模式是和平台调性密切结合的,要充分发挥这类微平台的互动功能,微信、微博的互动性强,转发率高,内容短小、轻松愉快,可结合热点的美育话题展开,加强与学生的分享、体验、交流和对话。如塑造人格化的美育IP形象,在微信朋友圈中打造亲切、活泼、可爱的美育人物形象,推送是贴近校园生活、学生喜好的美学信息,最大限度地吸引大学生的关注,激发其情感的共鸣和审美的兴趣,将高校美育教育与美育实践有机结合起来,让学生在碎片化、零散化的日常生活、学习的间隙,也能充分感受到美的熏陶,让美如春风化雨、润物无声地潜移默化引导大学生们的生活、情感与思考,提高其美学品位。

社交式平台虽然以学生为主体,但因学生的社会阅历较浅、青春易于冲动,很容易被网络谣言、言论所煽动,学生的发言、互动、表达仍然需要教师以及学校管理者的正确引导。在引导方式上,

要避免直接式说教、单向化灌输。可通过打造KOL,有效提高学生接受度。KOL即专业的关键意见和领导者(Key OpinionLeader),本是营销管理理论的概念,KOL群体的特点是专业知识丰富、掌握更多的讯息和产品资料,在某一领域有专业见解,在相关的消费者群体中被广泛认可和信任,同时对该消费者群体的市场购买和行为具有较大的影响力。可打造教师KOL形象。因教师对学生而言具有权威性与亲和力,学生天然对教师较为信服,教师可利用此优势,以身作则,在平台中分享个人的教学日常、教学心得与人生经验,让学生产生亲切感,形成“网红”顺势加以引导,以正确的价值观、行为方式、先进理念对学生加以引导。

(三) 基于视频号的美育影音化传播模式

美育本就离不开视觉化的呈现与感受,在新媒体发展日益深化的背景下,视觉信息传播成为常态。2021年8月27日,中国互联网络信息中心发布了第48次《中国互联网络发展状况统计报告》,截至2021年6月,我国网络视频用户规模达9.44亿,占网民整体的93.4%;其中,短视频用户规模达8.88亿,占网民整体的87.8%。视频号以影像、声音、画面带给观众更直观的感受、更强烈的视觉冲击,因此更受年轻人的欢迎。而在美育领域,据调查,在思政、美育教育中使用短视频的仅占22.23%,所在专业开设短视频号的仅占8.38%,因此,美育教育对短视频的利用仍有待加强。要加强美育工作,必须重视视频号类的新媒体平台。

美感是人的审美需求得到满足而产生的情感体验,抖音以音、像的方式直观呈现事物,直接带来感知上的美学体验。在抖音平台不仅可以领略到祖国大美河山和秀丽风景,还可以欣赏到宛转悠扬、令人沉醉的天籁之音,对美的体验感愈加强烈。例如博主李子柒的短视频展现出诗意田园的美学意境,大量关于祖国美好山河、传统文化的视觉,让学生直接感受到美的冲击、带来更为深入的沉浸式美学体验。

借助短视频,还能结合地方文化特色展开特色化的美育,如粤语地区的粤语诗

词朗诵,便借助抖音平台产生了较大的热潮。抖音上的诗词吟诵短视频具有碎片化、趣味化的特点,吟诵一首诗词的时长在几十秒到两分钟之间。相比长达数小时的系统课程,短视频不易给观者造成审美疲劳,即使非专业人员无意中刷到此视频,也不会迅速“划走”。抖音的评论区也保留了传统诗词吟诵的交互性特点,在抖音评论区,视频发布者与接受者以及接受者之间可以实现即时有效的沟通和交流。大学生对新事物接受能力强,可鼓励学生自主录制制作微电影、摄影、网络视频、动漫和创新创业等主题元素,推出“微电影大赛”“美学微视频”等主题活动,不仅提高学生的参与积极性,还让他们在参与美、制作美的美育实践中获得更为深入的美学体验。

新媒体平台众多,除了以上三种模式之外,可以发掘的空间依然很大,如基于图书馆、博物馆类公众号的美育传播、美育新媒体平台的深度研讨模式等。

参考文献:

- [1] 中国政府网. 中共中央办公厅 国务院办公厅关于全面加强和改进学校美育工作的意见 [EB/OL]. http://www.gov.cn/zhengce/2020-10/15/content_5551609.htm
- [2] 张俊文. 数字媒体概论 [M]. 上海: 复旦大学出版社, 2009.
- [3] 林楠, 吴佩婷. 新媒体时代下的碎片化现象分析 [J]. 广西师范大学学报(哲学社会科学版), 2014(4): 47-51.
- [4] 罗应棉, 陈雨露. 新媒体语境下高职学生“丧文化”特征、生成原因及引导策略研究 [J]. 机械职业教育, 2021(2): 50-53.
- [5] 张莲. 短视频背景下高职学生党员教育的困境及对策——基于对广东农工商职业技术学院的调查 [J]. 新闻研究导刊 2021(6): 39-40.
- [6] 王芳. 抖音短视频平台的粤语诗词吟诵 [J]. 视听, 2021(10): 108-110.

基金项目:

1. 广东省教育教学改革项目“基于新媒体平台的高职院校传统美育课程模式探索与实践”[项目编号:

GDJG2019041] 阶段性成果。

2. 广东省教育厅2018年重点平台科研项目立项《工科高职院校美育育人与双创能力培养互融模式研究》[项目编号: 2018GWQNCX017]。

作者简介: 黄妍, 讲师, 文学博士。

作者单位:

广东工贸职业技术学院工商管理学院