

成果相关教学科研项目一览表

发表论文57 篇，包括中文核心期刊4 篇，对高职专业建设、课程建设、产教融合以及人才培养模式研究具有重要的参考价值。

序号	论文名称	作者及排名	刊物名称	年份及收录网站
1	《传统风貌建筑生态修复设计——中堂、玄关、中景、走廊、包间》	苗苗， 1	传媒	2023、北大核心
2	《胡杨》、《克莱因蓝》纺织类文创设计作品	王怡文， 1	印染	2022、北大核心
3	借助建筑器材在短视频营造画面的空间表现	王怡文， 1	建筑结构	2022，北大核心
4	生态美学思想融入高校公共艺术教育的路径研究	苗苗， 1	美术教育研究	2024、知网收录
5	文化自信背景下高职院校人文课堂建设探究	荆梦婷， 1	科教文汇	2021、知网收录
6	短视频赋能乡村传播事业发展的路径——以“村超”现象为例	刘光钰， 1	艺海	2024、知网收录
7	短视频时代民办高校媒介形象构建策略	罗敏， 1	河北画报	2022、万方收录
8	北斗/GNSS 应用技术在网络视听可视化领域的发展趋势	刘光钰， 1	东西南北	2024、万方收录
9	短视频广告策划研究——以传统服装广告为例	王怡文， 1	炫动漫	2022，知网收录
10	民俗文化元素在 APP 界面设计中的应用研究	汪倩， 1	鞋类工艺与设计	2021、知网收录
11	传承千年工艺——草木染工艺在空间设计风格创新与发展	肖园琼， 1	明日风尚	2021、知网收录
12	大数据时代下媒体所面临的伦理问题及解决对策	贺霞， 1	环球首映	2021、万方收录
13	新媒体环境下广播新闻的转型	贺霞， 1	时代人物	2021、维普收录
14	社区安全视角下交通道路安全设计策略探究	李端慧， 1	美与时代（城市）	2021、维普收录
15	“数字时代”背景下美术信息化教育教学探究分析	李端慧， 1	速读	2021、万方收录
16	职业教育精准对接区域产业链产教融合模式探索	苗苗， 1	绿色包装	2022、知网收录
17	文化资本视域下传媒类专业“大学语文”课程思政研究——以诗歌教学为例	荆梦婷， 1	林区教学	2022、知网收录
18	深化校地企党建共建， 共促高校党建与中心工作的实践与思考——以广州华南商贸职业学院为例	肖园琼， 2	青春岁月	2022、万方收录

序号	论文名称	作者及排名	刊物名称	年份及收录网站
19	传统美学视角下移动端 UI 界面设计的应用研究	汪倩, 1	艺术品鉴	2022、知网收录
20	室内环境艺术设计中装饰创新研究	李旭彬, 1	动漫先锋	2022、万方收录
21	高校媒介素养教育的研究图谱分析——以知网2011—2020年的期刊论文为例	魏来, 1	新教育时代	2021, 万方收录
22	信息化教学课程探究案例——以平面设计课程治愈性创意画面的创作为例	王怡文, 1	文艺生活	2020, 万方收录
23	高职环境艺术设计专业手绘透视技法的教学探析	万可萌, 1	文渊 (高中版)	2020、万方收录
24	新疆风景写生系列作品	万可萌, 1	艺术大观	2019、维普收录
25	视觉的系统传达中平面海报的核心地位研究	王怡文, 1	中文科技期刊数据库(全文版)社会科学	2020、维普收录
26	满族服饰图案的分类与文化内涵	苗苗, 1	纺织报告	2021、知网收录
27	艺术设计类专业实践教学基地建设的路径与意义	苗苗, 1	纺织报告	2023、知网收录
28	生态美育背景下陶瓷艺术赏析在高校公共艺术课程的开展	苗苗, 1	陶瓷科学与艺术	2023、知网收录
29	艺术专业人才培养模式创新——以陶瓷艺术设计课程为例	苗苗, 1	陶瓷科学与艺术	2023、知网收录
30	图形创意在现代包装设计中的创新应用研究	苗苗, 1	绿色包装	2023、知网收录
31	岭南文化融入大学语文课程思政建设的研究——以网络新闻与传播专业为例	荆梦婷, 1	科教文汇	2023、知网收录
32	居住空间适老化设计研究——以麓云居为例	庞启玲, 1	佛山陶瓷	2023、知网收录
33	全媒体语境下视觉传达艺术设计创新路径	苗苗, 1	艺术大观	2021、知网收录
34	休闲旅游背景下乡村老旧民居改造设计与再利用	苗苗, 1	鞋类工艺与设计	2024、知网收录
35	大学生社交媒体自我呈现的研究	魏来, 1	电脑采购	2020、万方收录
36	从传统印刷媒介到全媒体——高校传播体系变革研究	苗苗, 1	网印工业	2024、知网收录
37	乡村新质生产力涌动大学生青年潮	陈超群, 1	村委主任	2024、知网收录
38	新时期地方高职院校学生管理工作有效开展机制构建研究	陈超群, 1	湖北开放职业学院学报	2024、知网收录
39	刘光钰摄影作品《秩序》	刘光钰, 1	三角洲	2024、知网收录



序号	论文名称	作者及排名	刊物名称	年份及收录网站
40	高职院校校园融媒体建设的必要性与路径研究	苗苗, 1	大观(论坛)	2021、知网收录
41	生态造景在景观设计中的应用研究	肖园琼, 1	大观	2021、知网收录
42	陶瓷装饰肌理在建筑环境空间中数字化的应用研究	肖园琼, 1	陶瓷	2024、知网收录
43	职业院校结构化教师教学创新团队建设研究	李玥, 1	公关世界	2024、知网收录
44	数字摄影技术对摄影艺术创作的影响	唐楠, 1	漫动作	2024、维普收录
45	《丝韵精灵》标志设计	梁小霞, 1	机械工业出版社	2024
46	思政视域下木版年画融入构成基础课程探析	刘婉榕, 1	发展教育学	2024、知网外文库收录
47	短视频平台中农村宝妈创业者的形象、困境与出路	荆梦婷, 1	国际公关	2025、知网收录
48	岭南传统建筑的数字化交互设计实践研究	肖园琼, 1	中华手工	2025、万方收录
49	虚拟现实技术在数字媒体艺术创作中的实践与探索	李旭彬, 1	东方娱乐周刊	2025、万方收录
50	蒙古族地域文化元素在设计色彩课程中的融合探索	侯石明, 2	时代论坛	2025、龙源网收录
51	AIGC 驱动下岭南粤剧的数字化传承	申园园, 1	玩具世界	2025、知网收录
52	网页设计与制作课程多元化评价的探索与实践	李秀玲, 1	玩具世界	2025、知网收录
53	基于Unity的手游可靠性设计方案	李秀玲, 1	信息技术时代	2025、万方收录
54	秦绣融入高校校园文化建设的路径研究	谭婷, 1	特别关注(英文)	2025、万方收录
55	职业院校校企合作共建专业模式创新	梁小霞, 1	品牌研究	2025、维普收录
56	设计与传媒专业高校教学：困境突围与创新路径	崔铁军、马文娟, 1、2	《美丽中国》杂志社	2025
57	论课程思政视域下高职院校组织育人路径创新	阎洪, 1	广东职业技术教育与研究	2025

国家新闻出版署主管 中国新闻出版研究院主办

中文核心期刊 CSSCI(扩展版)来源期刊

邮发代号: 2-970 国内统一连续出版物号: CN11-4574/G2 国际标准连续出版物号: ISSN1009-9263 定价: 18.00元(人民币)



# M传媒 MEDIA

服务传媒 引领传媒

- P12 大语言模型引领内容生产方式变革
- P14 构筑新闻传播研究的方法基线
- P24 “四级媒体”融合发展的现状和特点
- P30 担当党刊使命 做强主题宣传
- P64 搭建审美桥梁: 国际化背景下的中国品牌传播研究

——以茅台美学体系营造与传播为例

## 新征程传媒教育的机遇与使命

ISSN 1009-9263



9 771009 926233

2023年10月下20 总第409期



主管 国家新闻出版署  
主办 中国新闻出版研究院

编辑出版 传媒杂志社  
顾问 柳斌杰 李东东

社长兼主编 杨驰原  
副主编 鲁艳敏  
执行副主编 左志新

编辑部主任 沈金萍 010-52257130  
新媒体部主任 李 栋 010-52257126  
新媒体部副主任 陈 琦 010-52257130  
编辑 钱尔赫 孙 航  
郭文昕 曲涌旭 010-52257133/26

特约终审 任孟山  
特约编审 王 艳 马 莉 冉 然 甘 露 孙 莹  
特约编辑 陈文沁 马 宁 王 秦 朱垚颖 杨石华  
陈 强

运营总监 王清江  
美术总监 胡玉玲  
编务 杭丽坤 010-52257131  
发行部 航 向 010-52257134 (兼传真)

《传媒》专用投稿邮箱 xinchuanmei@vip.163.com  
地址 北京市丰台区三路居路97号  
邮编 100073  
开户名称 中国书籍出版社有限公司  
开户银行 中国光大银行宣武支行  
账号 35040188000068884



传媒公众号

广告发布登记号 京丰工商广字第0042号  
国际标准连续出版物号 ISSN1009-9263  
国内统一连续出版物号 CN11-4574/G2  
出版日期 上半月刊每月10日 下半月刊每月25日  
邮发代号 2-970  
海外发行 中国国际图书贸易集团有限公司  
国际代号 M5285  
印刷 北京永诚印刷有限公司

#### 本刊声明

1. 本刊文章只代表作者个人观点,其文字、图片的版权、肖像权、名誉权均由作者自负。
2. 请勿“一稿多投”,凡投往本刊的稿件应保证此前未在其他媒体登载过。
3. 本刊已许可中国知网、维普、超星等平台以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。所有署名作者向本刊提交文章发表之行为视为同意上述声明。如作者不同意网络传播,请在投稿时声明,本刊将做适当处理。



## 吴尚之 中国期刊协会会长

### 看点:

党刊处在媒体融合发展的重要窗口期,要加速“两个转移”即向数字化转型、向线上转移,探索期刊融合发展的路径和可持续发展模式,在充分利用公域流量平台的同时,探索基于私域流量的互联网内容销售方式和盈利模式;加快推进“两个融合”即网上与网下的融合、期刊出版与文化产业的融合,更新观念,创新理念,把传统的单一纸质期刊,变为多样化、多载体、多形式的阅读产品、知识产品、信息产品和文化产品。

P30

## 卢剑锋 中国新闻出版研究院传媒研究所副研究员

### 看点:

县级融媒体立足本县域实际,因地制宜地推动智慧城镇、智慧社区、绿色乡村的建设,打造社区信息枢纽,也为完善社会治理体系起着重要的推动作用。多数县级融媒体客户端开设了“爆料”“互助”等本地化信息沟通功能模块,并有一部分以跟帖等方式优化了网民与政府机构互动交流的功能,有利于及时发现问题,了解民情民意。

P24

## 郑红 厦门广播电视集团新闻中心副主任

### 看点:

2020年至今,“看厦门”APP已发起超过千场网络直播,内容包括重要新闻事件、台风暴雨天气突发、本土文旅网红地打卡、海峡两岸互动交流、公益带货直播等。同时,经常性地与央视等中央级媒体进行新媒体直播等合作,积累了丰富的网络直播经验,也提升了对厦门、福建的宣传力度。

P46



## 特别策划

### 新征程传媒教育的机遇与使命

#### 009 分析新机遇 研讨新使命

——2023年传媒年会院长论坛综述 / 王鹏飞 许晓童

#### 012 大语言模型引领内容生产方式变革 / 刘亚东

#### 014 构筑新闻传播研究的方法基线 / 刘德寰 赵竞鹤

#### 018 新征程中传媒教育的跨学科与国际化发展 / 杭敏 张亦晨

#### 021 加强面向南亚东南亚的国际传播人才培养 / 廖圣清 舒瑾涵

## 媒体融合

#### 024 “四级媒体”融合发展的现状和特点 / 卢剑锋

#### 027 党报AI主播的实践创新研究

——以“任小融”“齐小鲁”“小楠”为例 / 宋志君 于特浩

## 报刊观察

#### 030 担当党刊使命 做强主题宣传 / 吴尚之

#### 032 元宇宙视域下学术期刊出版的全流程变革 / 文辉 居维清

## 广电聚焦

#### 035 贾樟柯电影声音符号的美学建构及其媒介意义 / 崔赫

#### 038 中央广播电视总台年轻态表达的“出圈”传播路径 / 路建宁

#### 041 《典籍里的中国》的传统文化青年受众传播策略 / 余锐

#### 044 “体验型”新闻节目的跨界内容生产与创新路径 / 毕园

## 新兴传媒

#### 046 解析“看厦门”APP迭代升级的用户密码 / 郑红 王继成



049 从“数字皮囊”到“有趣灵魂”：生成式AI引领数字人交互模式变革 / 王熙涵 吕欣

051 政务新媒体的创新策略  
——以“四平警事”为例 / 李国军 王凯

### 国际传播

054 从“走出去”到“走进来”：网络文学的海外传播策略转向 / 闫文君

058 再现理论视角下中国脱贫攻坚形象的国际传播  
——以扶贫主题纪录片国际传播为研究对象 / 马陈静

061 立体·理性·多维：中国纪录片“出海”的驱动力分析 / 蒋成

### 媒体实战

064 搭建审美桥梁：国际化背景下的中国品牌传播研究  
——以茅台美学体系营造与传播为例 / 丁雄军

066 融媒时代典型人物报道的突破与创新  
——以全国脱贫攻坚先进个人杨宁系列报道为例 / 胡康怡 吴兰

070 深挖理论实践“富矿”打造宣传新思想重要窗口  
——2022年度福建新闻名专栏一等奖“屏山君”栏目创作谈 / 严顺龙

### 传媒广角

073 新媒体时代广西戏曲文化的传播策略研究 / 梁桀

076 体育赛事直播画面的广播组织权保护路径  
——围绕实时盗播问题的研究 / 吴凡 宋杰

079 数字图书馆知识服务媒体矩阵的建设困境与对策 / 马亚玲

### 传媒史学

082 晋绥革命根据地红色出版的历史考察及时代价值 / 张俏

085 《每日译报》对中国共产党形象塑造的现实启示 / 徐希宇

### 理论探索

088 共情、联想、反思：动画影像的色彩情感机制研究 / 夏文英 田少煦

091 共景敞视主义下公共考古的文化传播研究 / 徐志宏

094 主题出版研究知识演进、热点分析和未来展望  
——基于CiteSpace可视化分析 / 付哈利 黄靖贵

### 传媒书评

媒体策略连结“一带一路”（李迁禧 赵佳鹏）/ 全媒体时代不同类型电视节目的策划分析（孙丽佳 袁媛）/ 新媒体时代高校思想政治教育的创新发展（周宇）/ 高校戏剧表演中的意境创造教学思路（袁柏林）/ 媒介融合视域下中国当代艺术的交流与传播（李凡珊）

### 大语言模型引领内容生产方式变革

作者：南开大学新闻与传播学院院长、教授 刘亚东

摘要：

ChatGPT不会也不能完全取代编辑和记者的角色。编辑最耀眼之处，在于他们面对复杂事物所表现的敏感性、洞察力和判断力，而这是ChatGPT在可预见的未来无法企及的。记者的很多工作由于如下原因，同样是ChatGPT无法替代的：一是无法进行实地报道；二是缺乏人类的思考能力；三是无法获得独家新闻；四是没有人情感。

P12

### 新征程中传媒教育的跨学科与国际化发展

作者：清华大学新闻与传播学院副院长、教授 杭敏 等

摘要：

在新的时代背景下，培养具备跨学科素养、立足实践需求、具有国际胜任力的传媒人才势在必行。新文科语境下的传媒人才培养体系构建可以从三方面推进：探索交叉融合的专业方向，培养学生多学科思维和跨专业能力；注重平衡学科理论与实践能力，强调知识学习和应用创新并重；立足中国，放眼全球，展示专业能力，彰显文化自信，探索国际合作的新思路，服务于国家和社会需求。

P18

### 加强面向南亚东南亚的国际传播人才培养

作者：云南大学新闻学院院长、复旦大学新闻学院教授 廖圣清 等

摘要：

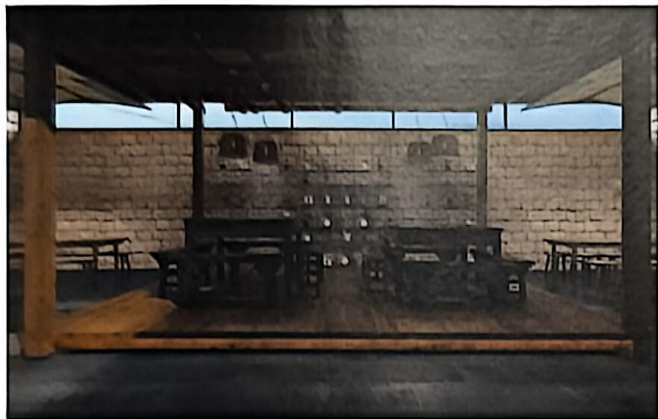
南亚东南亚国际传播的教师队伍需要具备跨学科、国际化的特征。在跨学科方面，应当注重跨学科师资队伍建设，建立由新闻传播学科教师牵头，多学科教师参与的教师团队，纳入小语种、社会学、计算机科学、信息科学等领域的教师。在国际化上，可以纳入有南亚东南亚学习、工作经验的教师，也可以引进来自南亚东南亚的国际教师，为人才教育提供更大空间。

P21



# ■ 艺术与设计作品精选

## 室内·设计



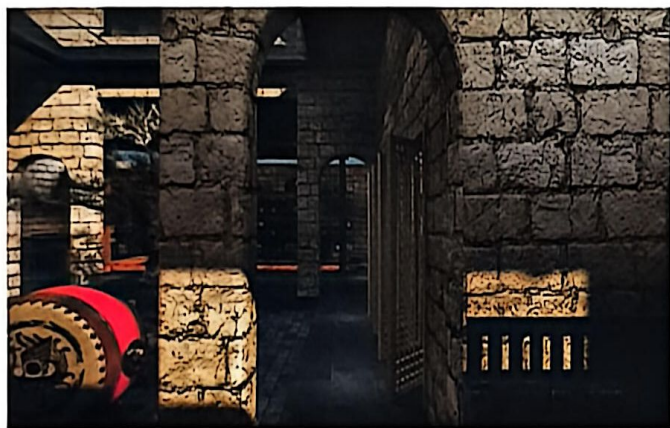
《传统风貌建筑生态修复设计——中堂》

苗苗 杨伟庆 陈蓉



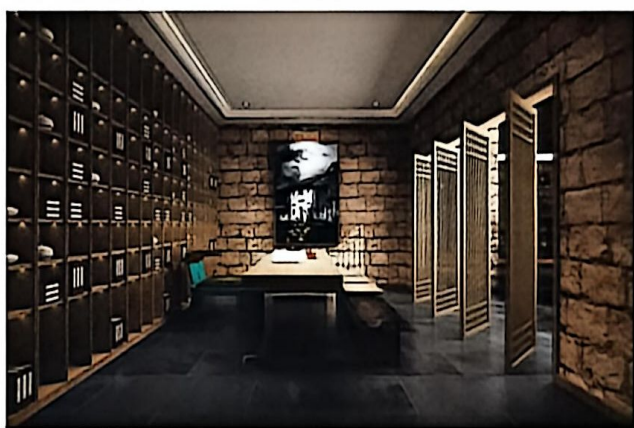
《传统风貌建筑生态修复设计——玄关 中景》

苗苗 杨伟庆 陈蓉



《传统风貌建筑生态修复设计——走廊》

苗苗 杨伟庆 陈蓉



《传统风貌建筑生态修复设计——包间》

苗苗 杨伟庆 陈蓉

**苗苗**，女，1982年生，吉林长春人，硕士，广州华南商贸职业学院副教授，研究方向：艺术教育、生态美育。

**杨伟庆**，男，1987年生，广东顺德人，硕士，广州华南商贸职业学院助教，研究方向：中国传统建筑。

**陈蓉**，女，2002年生，广东梅州人，广州华南商贸职业学院助教，研究方向：视觉传达设计。

**基金项目：**2022年度广东省科技创新战略专项资金（大学生科技创新培育）立项项目：“攀登计划”重点项目“创新创业视阈下古村落旧屋改造的生态修复——以广州市白云区钟落潭镇迎安小镇为例”，项目编号：pdjh2022a1113。

# 中国茅台 香飘世界

— CHINA MOUTAI —  
A TOAST TO THE WORLD



贵州茅台酒股份有限公司  
KWEICHOW MOUTAI CO.,LTD



全国中文核心期刊  
全国百种重点期刊  
全国百种优秀期刊  
华东地区优秀期刊



— 主 办 —  
上海市纺织科学研究院有限公司  
全国印染科技信息中心  
中国染料工业协会会刊

China Dyeing & Finishing

印染



印染杂志微信公众号

ISSN 1000-4017  
CN 31-1245/TS

12

月刊 (monthly)  
2022年 12月  
(第48卷 第12期)

# 可持续无氟防水剂

bluesign® (蓝标) 认证产品

雅可风 FP-FF

丙烯酸酯类, 通用性强, 耐洗优异

雅可风 FP-NFU

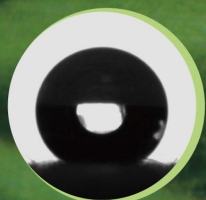
聚氨酯改性, 手抓痕低, 适合性广

雅可风 FP-NFS

有机硅改性, 手感柔软, 稳定性好

雅草特 WR-101

丙烯酸酯类, 防水、防虹吸, 洗后晾干



雅运防水  
眼见未“湿” 万无一“湿”

股票名称: 雅运股份

股票代码: 603790

ISO 9001:2015 质量管理体系认证

ISO 14001:2015 环境管理体系认证

ISO 45001:2016 职业健康安全管理体系认证



携手探索 灿烂共享

innovative ideas that color your world

ISSN 1000-4017



上海雅运科技有限公司

地址: 上海市嘉定区江桥镇金园六路388号

邮编: 201812

电话: 86-21-69136448

传真: 86-21-69130388

OEKO-TEX®  
CONFIDENCE IN TEXTILES  
ECO PASSPORT

Tex-100认证



GOTS认证



Bluesign 合作伙伴

www.argus.net.cn

广告





海成化工  
HAICHENG CHEMICAL



国家高新  
技术企业



# 亲水硅油 HC-3008

品质引领市场，技术创造价值

## 基本特性

### BASIC CHARACTERISTICS

- 1、瞬间亲水，赋予丰满和柔软的自然手感，提高织物的弹性回复性。
- 2、可与抗起毛起球剂96101搭配使用，满足手感和抗起毛起球评级的要求。
- 3、可与抗菌剂仙护盾搭配使用，满足抗菌整理和亲水手感整理的要求。
- 4、具有良好的化学稳定性和机械稳定性，易于回修。

## 应用方向

### APPLICATION DIRECTION

- 1、应用于各类织物的瞬间亲水手感整理。
- 2、应用于德绒类面料的亲水柔软整理。
- 3、应用于抗起毛起球与手感兼顾的同浴后整理工艺。
- 4、应用于抗菌整理与亲水柔软整理同浴后整理工艺。



绍兴海成化工有限公司

SHAOXING HAICHENG CHEMICAL CO.,LTD.

技 术：137 3223 5238

销 售：139 0671 4985

邮 箱：sale@hzjoin.cn

网 址：www.haicheng.com.cn

邮发代号：4-220

发行范围：公开发行

每期定价：15.00元

广告



China Dyeing & Finishing

YINRAN

印染 YINRAN  
创刊于1975年



微信公众号



PDF下载

本刊拥有整体版权（包括文字、图片），有权进行数字发行，本刊支付作者的稿酬已包括信息网络传播权的收入。作者在投稿时如无书面声明，即视作同意授予本刊数字传播及本刊合作平台的信息网络传播权。特此声明。

版权所有，未经书面许可，本刊内容不得以任何形式转载或复制。



主管  
主办

上海纺织控股（集团）公司  
上海市纺织科学研究院有限公司  
全国印染科技信息中心  
《印染》编辑部

编辑出版

主编  
常务副主编  
责任编辑  
美编  
排版  
市场主管

何叶丽  
陈颖  
车映红、黄雅婷  
庄华伟  
李淑萍  
叶早萍

地址

上海市平凉路988号

邮编

200082

编辑部电话

021-51670288、55210011-328

广告部电话

021-55213494、55210011-375

网址

www.cntexcloud.com

投稿系统

http://yira.cbpt.cnki.net

电子邮箱

yinran1975@126.com

中国标准连续出版物号

ISSN 1000-4017  
CN 31-1245/TS

总发行处

上海市报刊发行局

订阅处

全国各地邮局（公开发行）

邮发代号

4-220

国内定价

15.00元（港澳台地区邮费另收）

国外定价

15.00美元

印刷

上海市崇明堡港印刷厂

出版日期

每月25日

Authority in Charge  
Sponsor

Shanghai Textile Holding(Group)Corporation  
Shanghai Textile Research Institute Co.,Ltd.  
China Dyeing and Finishing Information Center(CDFIC)  
Dyeing and Finishing Editorial Office

Publisher

HE Yeli

Editor-in-Chief

CHEN Ying

Deputy Editor

CHE Yinghong, HUANG Yating

Responsible Editor

ZHUANG Huawei

Art Manager

LI Shuping

Typesetter

YE Zaoping

Marketing Manager

988 Pingliang Road, Shanghai 200082, China

Address

86-21-51670288, 55213494

Tel

Website

www.cntexcloud.com

Online Submission System

http://yira.cbpt.cnki.net

E-mail

yinran1975@126.com

CSCN

ISSN 1000-4017

CN 31-1245/TS



## 联胜酶制剂 ——很有魅力



- 中性多能抛光粉D650  
• 固含量制造，稳定性高，易贮存。
- 高浓中性抛光酶D400  
• 高性价比，低布面强力损失。
- 除氧酶K30  
• 宽温宽pH值适用，易操作。

香港联胜投资有限公司  
苏州联胜化学有限公司



地址：苏州市相城区渭塘镇沿塘工业区 邮编：215134  
电话：0512-65907588 传真：0512-65901660  
网址：www.lshx.cn

# 目次

2022年12月·第48卷·  
第12期（总第660期）

## 研究报告 Scientific Research

### 改性SiO<sub>2</sub>/聚丙烯酸酯无氟拒水剂的制备及应用 (1)

赵治涛, 张璐璐, 李永生, 杜金梅, 许长海

Preparation and application of modified-SiO<sub>2</sub>/fluorine-free acrylate water repellent

ZHAO Zhitao, ZHANG Lulu, LI Yongsheng, DU Jinmei, XU Changhai

### 漆酶催化茶多酚染色明胶改性棉织物的性能 (6)

陈鑫怡, 李俊玲, 崔桂新, 黄荣华, 苏 静, 王鸿博

Performance of gelatin-modified cotton fabric dyed with laccase catalyzed tea polyphenol

CHEN Xinyi, LI Junling, CUI Guixin, HUANG Ronghua, SU Jing, WANG Hongbo

### 氧化石墨烯改性聚磷酸铵/聚氨酯复合纤维膜的制备及阻燃性能 (11)

李 瑶, 张 瑞, 曹力文, 胡啸林, 瞿建刚

Preparation of graphene oxide modified ammonium phosphate/polyurethane composite fiber membrane and its flame retardant properties

LI Yao, ZHANG Rui, CAO Liwen, HU Xiaolin, QU Jiangang

### 双氧水/MPC体系氧化清洗对涤纶耐摩擦色牢度的影响 (17)

权格格, 王雪燕

Effect of H<sub>2</sub>O<sub>2</sub>/MPC oxidation clearing on color fastness to crocking of polyester

QUAN Gege, WANG Xueyan

## 生产技术 Production Techniques

### 超细涤纶的原位矿化染色新技术 (22)

陆健华, 徐成书, 邢建伟, 欧阳磊, 辛舜星

New technology of *in-situ* mineralization dyeing of ultrafine polyester

LU Jianhua, XU Chengshu, XING Jianwei, OUYANG Lei, XIN Shunxing

### 棉织物臭氧前处理生产实践 (26)

邱致者, 高志超, 刘尊东, 孙明旺, 高洪国

Practice of ozone desizing technology for cotton fabric

QIU Zhizhe, GAO Zhichao, LIU Zundong, SUN Mingwang, GAO Hongguo

### 高色牢度锦/氨织物的阴阳离子双固色工艺 (30)

陈迎春, 陶小驰, 李 兵

Fixation of nylon/spandex fabric with anionic and cationic fixatives for high color fastness

CHEN Yingchun, TAO Xiaochi, LI Bing

### 酸性还原清洗剂BL-1680的应用 (33)

万文佼, 姚春婵, 张翊翔, 应朝晖, 张劲峰

Application of acidic reduction clearing agent BL-1680

WAN Wenjiao, YAO Chunchan, ZHANG Yixiang, YING Zhaohui, ZHANG Jinfeng

### 单亲单防仿棉涤纶弹力色织面料的开发 (37)

朱培松, 汤成坦, 杨正华, 陈鑫涛

Development of one side hydrophilic and one side water- and oil-repellent cotton-like polyester elastic yarn dyed fabric

ZHU Peisong, TANG Chengtan, YANG Zhenghua, CHEN Xintao

### 钨掺杂二氧化钒@聚多巴胺的制备及应用 (39)

周建华, 李昕悦, 刘 庚

Preparation and application of tungsten-doped vanadium dioxide@polydopamine

ZHOU Jianhua, LI Xinyue, LIU Geng

## 羊毛角蛋白的制备及对棉织物的阻燃整理 (43)

刘淑萍, 李亮, 李淑静, 刘让同

Preparation of keratin solution from waste wool and its application to cotton fabric flame retardant finish

LIU Shuping, LI Liang, LI Shujing, LIU Rangtong

## ZnO/聚丙烯酸酯复合乳液的原位聚合及性能 (48)

冯琳, 丁杰, 李朝晖

In-situ polymerization and application of ZnO/polyacrylate composite emulsion

FENG Lin, DING Jie, LI Zhaohui

## 皮革胶原基絮凝剂对印染废水的脱色性能 (52)

李崇裔, 谢桂容, 廖红光, 余小光, 张翔, 文水平

Decolorization property of dyeing effluents with leather collagen-based flocculants

LI Chongyi, XIE Guirong, LIAO Hongguang, YU Xiaoguang, ZHANG Xiang, WEN Shuiping

微球状BiOCl/C-TiO<sub>2</sub>复合材料的制备及光催化性能 (58)

王瑞娟, 吴娟凤, 景钊淇

Preparation and photocatalytic activity of microspherical BiOCl/C-TiO<sub>2</sub>

WANG Ruijuan, WU Juanfeng, JING Yiqi

## 典型印染废水处理工艺中重金属污染物的分布与去除 (62)

张智琦, 鲁慧云, 薛星韬, 姚敏, 高华生

Distribution and removal of selected heavy metal pollutants in typical dyeing wastewater treatment processes

ZHANG Zhiqi, LU Huiyun, XUE Xingtao, YAO Min, GAO Huasheng

## 测试与标准 Testing and Standard

## 纺织品中甲醛含量的气相色谱-质谱法测定 (66)

王亚云, 乔振杰, 杨启鹏

Determination of formaldehyde in textiles by gas chromatography-mass spectrometry

WANG Yayun, QIAO Zhenjie, YANG Qipeng

## 高效液相色谱法测定聚丙烯酸酯类胶黏剂中的水性残留单体 (70)

赵静, 卢科, 黄飞, 许军斌, 许海波

Determination of water-based residual monomers in polyacrylate adhesives by HPLC

ZHAO Jing, LU Ke, HUANG Fei, XU Junbin, XU Haibo

## 述评 Review

## 红外隐身纺织品的研究现状与进展 (74)

王万安, 张飞飞, 景卓元, 姜笑天, 辛昊

Research status and progress of infrared stealth textiles

WANG Wan'an, ZHANG Feifei, JING Zhuoyuan, JIANG Xiaotian, XIN Hao

## 要闻链接 Important News Interlinking

## 孙瑞哲: 抓住关键着力点, 奋进集群新征程等 (79)

## 2022年1~12期(总第649~660期)目录 (83)

## 艺术与设计 Art and Design

民间手工印染艺术设计的现代发展

郭亚楠 (86)

基于动画角色塑造的服装设计探索

郝思思 (88)

传统文化在影视服装设计中的应用

杜菁菁 (90)

国际贸易背景下的中国体育服装品牌打造

王玉凤 (92)

## 广告索引·公司名称索引 (94)

涤纶免水洗印花  
我们提供整体解决方案

## 产品优势:

1.

科峰牌纳米分散染料, 粒径超细, 渗透性强, 极易渗透到涤纶纤维内部, 稳定性好, 存放6个月不分层。

2.

节能减排、绿色高效; 印花后免水洗、免皂洗、较传统印花节水90%以上, COD排放减少90%以上。

3.

节省成本20%以上

4.

配上我们的自交联增稠剂和不含乳化剂的高温成膜型硅油, 即使印制深色花样, 干湿摩擦牢度也可达4~5级。

## 诚聘:

!

有同行业销售经验的销售代表, 有较强的责任心和沟通能力, 公司将为您提供优厚的待遇和广阔的发展空间。请发简历至 E-mail: 13905715800@139.com



## 欢迎垂询及索取样品

李先生: 13905715800  
李先生: 18668034223



## 浙江科峰有机硅有限公司

地址: 浙江省海宁市高新技术产业园区春潮路6号(杭州下沙大学城)  
电话: 86-573-87966816/87968926 传真: 86-573-87968812  
邮箱: 13905715800@139.com  
www.zjkfchem.com



## 丝光机的“管家婆”——淡碱回收扩容蒸发器

您厂有丝光机吗？淡碱回收吗？现国家倡导循环经济,再生资源再利用,如果您厂有2台丝光机,购买我公司KZ-216型扩容蒸发器,每天24小时开机,3个月即可收回投资款,如果市场碱价上调,您厂将会获得更大的收益。同时污水处理负担将大大减轻。我公司在全国及国外已销售200多台套碱回收设备,浙江湖州美欣达印染、广东佛山南方印染、福建石狮市协盛协丰印染、宁波维科集团特阔布印染、山东昌邑大有印染、江苏常州印试中心印染等一大批全国重点印染企业都在使用中,同时为企业获得了很大的经济效益(牛仔布丝光淡碱液回收,现山东枣庄蓝之杰印染厂、浙江海宁八方布业印染厂等企业使用效果很好,无需再增加淡碱液脱色装置)。欢迎全国印染界朋友到使用厂家参观,需要资料来电即寄。

扩容蒸发器主要技术参数

项目	型号				
	KZ-108C	KZ-110	KZ-216	KZ-216B	KZ-216A
处理能力 t/h	2.5	3	5	4	8
汽水比±0.2	1:2.5	1:3	1:4	1:4	1:4
进碱浓度(g/L)	50				
出碱浓度(g/L)	300				
蒸汽压力(MPa)	0.10~0.15				
蒸汽耗量(t/h)	0.65	0.96	1	0.9	1.6
电机总功率(kW)	20.7	24.7	39	39	53
主机净重(t)	8.8	13.5	24	21	30
主机尺寸m(长×宽×高)	3.0×2.5×2.4	4.0×2.5×2.4	6.1×3.6×2.7	5.77×3.4×2.7	7.3×3.6×2.7
厂房面积(m²)	2×54	2×54	2×115	2×110	2×120
操作方法	单效间歇	单效连续	两效连续	两效连续	两效连续
适用丝光机台数	1	1	2	2	3~4

中国江苏镇江兴恒纺织机械有限公司  
原 中国 江 苏 镇 江 纺 织 机 械 厂  
地 址:江苏省镇江市九里间陈家门路  
邮编:212008  
经营厂长:张晓祥 13605286651  
电 话:0511-88855332  
传 真:0511-88855331

广告

## 本期广告目录

· 染 料 ·	名毅化工·····彩13	富淼科技·····黑 95	· 欣 赏 ·
油墨泗联·····彩 2	湖北奥克·····彩14	上海艾恺·····黑 95	《亭苑》、《冬梅》油画·康琳·····彩46
安诺其·····彩 5	大金化学·····彩16	福建广文·····黑 96	《英红九号茶饼设计之黄洞山》、《英红九号茶饼设计
上海佰源·····彩15	中纺化工·····彩18	绍兴惟勤·····黑 97	之竹田河》国画·庄佳峰·····彩 47
德美科·····彩 19	元纳化工·····彩 23	西安楚龙达·····黑 98	《红尘蝶舞》、《一花一世界》、《漾影逐波》、《幽梦》陶瓷
双康实业·····彩 20	新海天·····彩 24	· 设 备 ·	装饰·张晓颜·····彩48
昶祥色彩·····彩21	维明化学·····彩 25	恒天立信·····彩 6	水彩风景写生·张生·····彩49
龙华染料·····彩31	洁宜康·····彩 26	恒天立信·····彩 7	《苗绣博物馆》·袁芳·····彩 50
蒙州化学·····彩 34	恩沔化工·····彩 28	南通三信·····彩 8	《古韵》、《炫彩》服装设计·谢楠·····彩 51
盛元化工·····彩 40	杭州祥元·····彩 29	华东印染·····彩 35	《乡村的小房舍》数字绘画·李艺·····彩 52
· 助 剂 ·	上海化工·····彩 30	· 其 他 ·	《黑衣壮族少女》、《乐队》油画·吴振宇·····彩 53
雅运化工·····封一	恒星化工·····彩 32	瑞鹰科技·····彩 12	《胡杨》、《克莱因蓝》纺织类文创设计作品·王怡文
华大浩宏·····封二	天源化工·····彩 33	新亿成·····彩17	·····彩 54
京昆化学·····封三	富淼科技·····彩 37	厦门瑞比·····彩 22	《老木马》水粉画·王博纳·····彩55
海成化工·····封四	斯丹丁·····彩 39	SDL Atlas·····彩 27	《水·愿》、《艾德莱》服装设计·佟菲·····彩 56
德美化工·····彩 1	联胜化学·····彩 42	染料展·····彩 36	《瓷韵》服装设计·宋德凤、姜振川·····彩 57
雅运化工·····彩 3	科峰化工·····彩 43	纺织之光·····彩 38	《缕》、《线》纺织图形设计·李星·····彩 58
德宝化工·····彩 4	多恩科技·····彩 44	公益·····黑 29、57	《黑苗人首蝴蝶纹包装设计》·陈郭竟·····彩 59
拓信有机硅·····彩 9	上海晟越·····彩 45	兴恒纺机·····黑 94	
科凯精化·····彩10	传化智联·····彩 60	· 招 聘 ·	
艾文生物·····彩11	传清化工·····黑 16	联胜化学·····黑 96	

## 作品欣赏 · 文创设计



**作品名称：**《胡杨》、《克莱因蓝》纺织类文创设计作品

**作者简介：**王怡文（1987—），女，广东汕头人，硕士，广州华南商贸职业学院，讲师。研究方向：设计教育。

**基金项目：**2021年度“全面深化课程教育教学改革”项目课堂“广告设计制作”编号：HMKG202112。

中国知网

www.cnki.net

总库

检索

CNKI AI

出版来源

我的CNKI

?

充值

会员

星海音...

719302568...

知网节

印染 . 2022, 48 (12) 查看该刊数据库收录来源

“

☆

←

📄

🔔

AI

记笔记

荐

# 《胡杨》、《克莱因蓝》纺织类文创设计作品

王怡文

广州华南商贸职业学院

摘要:

<正>~~

基金资助:

2021年度“全面深化课程教育教学改革”项目课堂“广告设计与制作”编号:HMKG202112;

专辑:

工程科技 I 辑;工程科技 II 辑

专题:

工业通用技术及设备

分类号:

TB472

在线公开时间:

2022-12-22 16:45 (知网平台在线公开时间,不代表文献的发表时间)



# 建筑结构®

## Building Structure

ISSN 1002-848X  
CN 11-2833/TU  
CODEN JJIEEG



11月上  
2022

Vol.52 No.21  
第52卷 第21期

主管：中国建设科技集团股份有限公司

主办：亚太建设科技信息研究院有限公司

中国土木工程学会

[www.buildingstructure.cn](http://www.buildingstructure.cn)

广告

从心而筑  
奋楫前行



### 庆祝广东省建筑设计研究院有限公司成立70周年



广州白云国际机场三期扩建工程



中 文 核 心 期 刊  
中 国 科 技 核 心 期 刊  
( 中 国 科 技 论 文 统 计 源 期 刊 )  
中 国 科 协 建 筑 科 学 领 域 高 质 量 科 技 期 刊  
中 国 科 学 引 文 数 据 库 来 源 期 刊  
《 中 国 学 术 期 刊 文 摘 》 收 录 期 刊  
RCCSE 中 国 核 心 学 术 期 刊 ( A )  
中 国 学 术 期 刊 网 络 出 版 总 库  
万 方 数 据 知 识 服 务 平 台  
维 普 中 文 科 技 期 刊 数 据 库  
超 星 期 刊 “ 域 出 版 ” 平 台  
JST 日 本 科 学 技 术 振 兴 机 构 数 据 库 ( 日 )  
科 技 期 刊 世 界 影 响 力 指 数 ( WJCI ) 报 告  
中 国 期 刊 方 阵 “ 双 效 ” 期 刊  
建 设 部 优 秀 科 技 期 刊

主管单位 中国建设科技集团股份有限公司  
主办单位 亚太建设科技信息研究院有限公司  
中国土木工程学会  
协办单位 北京市建筑设计研究院有限公司  
华东建筑设计研究院有限公司  
同济大学建筑设计研究院(集团)有限公司  
中南建筑设计院股份有限公司  
浙江大学建筑设计研究院  
奥雅纳工程顾问  
杭萧钢构股份有限公司  
编辑出版 《建筑结构》编辑部  
地址 北京市西城区德胜门外大街 36 号 A 座 4 层  
邮编 100120  
电话 010-57368777( 邮购 ); 57368783( 广告 )  
57368782/4/5, 57369042/5( 编辑 )  
网址 www. buildingstructure. cn

社 长 兼 主 编 王学东  
副 社 长 魏 星  
执行主编兼所长 王 彬  
副 所 长 吴定燕( 副主编 ) 李 娜( 运营部主任 )  
科 研 总 工 刘 鹏  
编 辑 部 时娇娇( 主任 ) 李会珍( 副主任 )  
张梅花 高洪涛 曹晓庆  
刘润琦 程 哲

事 业 发 展 部 左丹丹( 副主任 ) 成 乐  
运 营 部 赵 翹( 副主任 )  
吴 琼 秦 耕 万金硕

责 任 编 辑 李会珍  
印 刷 单 位 河北华商印刷有限公司  
发 行 范 围 公开发行  
国 内 发 行 中国邮政集团公司北京市报刊发行局  
订 阅 全国各地邮局 邮发代号 2-755  
邮 购 零 售 《建筑结构》编辑部  
国 外 发 行 中国国际图书贸易集团有限公司  
( 北京 399 信箱 ) 国外发行代号 M4199

国内统一连续出版物号 CN 11-2833/TU

国际标准连续出版物号 ISSN 1002-848X

广告经营许可证号 京西市监广登字 20170237 号

版权声明: 刊登于《建筑结构》杂志的所有稿件( 文字和图片资料 ), 视同作者同意将本论文著作权及图片所有权中的汇编权( 文章的部分或全部 )、印刷版和电子版( 包括光盘版和网络版等 ) 的复制权、发行权、翻译权、信息网络传播权的专有使用权在全世界范围内授予《建筑结构》杂志社, 同时授权《建筑结构》杂志社独家代理许可第三者使用上述权利。作者文章著作权使用费计入稿酬一次付清, 本刊不再另付报酬。



建筑结构微信



减震技术微信



结构云学堂



建筑结构微博

# 建筑结构 (半月刊)

JIANZHU JIEGOU

( 1971 年 9 月创刊 )

第 52 卷第 21 期( 总第 585 期 )

2022 年 11 月 10 日出版

## 目 次

### · 建筑结构抗震性能化设计专栏 ·

- 钢筋混凝土构件的抗震性能评价方法及不同指标对比研究  
..... 周建龙 江晓峰 王 璞 高心宇 王志骏( 1 )  
超限高层结构抗震性能化设计方法探讨  
..... 肖从真 李建辉 孙 超 魏 越 李寅斌( 8 )  
“两水准两阶段”抗震性能化设计方法及工程应用  
..... 韩小雷 傅钦昭 季 静 杨新刚( 14 )  
建筑结构抗震性能化设计的地震动参数与地震动记录选取  
..... 吕大刚 王 丛 伊广丽 乔卓琦( 22 )  
混凝土损伤变量及评价标准在抗震性能化设计中的应用  
..... 张 谨 龚敏锋( 33 )  
美国高层建筑抗震性能化设计简介  
..... 朱立刚( 42 )  
建筑结构防地震倒塌性能设计  
..... 陆新征 顾栋炼 赵鹏举 张 弛 谢昭波( 50 )

### · 广东省建筑设计研究院有限公司专栏 ·

- 广州白云国际机场三号航站楼结构抗震设计  
..... 罗赤字 区 彤 谭 坚 戴朋森( 58 )  
张连飞 张艳辉 李文生 林松伟  
广州白云国际机场三号航站楼超长结构分析与设计  
..... 谭 坚 区 彤 戴朋森 林松伟( 66 )  
罗赤字 骆杰鑫 刘思为 林全攀  
汕头亚青会场馆项目( 一期 ) 主体结构设计  
..... 谭 坚 区 彤 张艳辉 兰春光( 73 )  
戴朋森 杨 新 李文生 林全攀  
汕头亚青会场馆项目( 一期 ) 钢结构关键技术分析  
..... 区 彤 张艳辉 谭 坚 兰春光 林松伟( 80 )  
广州空港会展中心复合张弦桁架结构体系选型与分析  
..... 陈进于 区 彤 罗赤字( 88 )  
张佳武 林章尹 张增球  
南海区体育中心结构设计  
..... 廖旭钊 劳智源 罗赤字 谭 和( 96 )  
王俊杰 李恺平 赖鸿立 石开荣



# 借助建筑器材在短视频营造画面的空间表现

在当下信息流时代，各行各业的从业人员都在借助媒体的力量，提高大众对社会多个行业领域的关注度，建筑业也不例外。现阶段，短视频作为引流方式较快的一种宣传方式，逐渐成为建筑业推广营销人员将房产变现的方法之一。工作者将工程队所建造的房屋内部空间布局及构造方式，以短视频的方式呈现给大众，继而提高人们对这一领域的认知程度，增加人们对行业的认可度。在这过程中，为增加内部空间布局的美感，工作者可以适当将建筑器材运用于内部空间装饰过程中，以此提高整个空间的艺术性，为人们带来更震撼的视觉享受，吸引更多人关注与之相关的短视频内容。

《20道美感空间设计经典法则》一书主要讲述了建筑行业工作者进行方案设计时，所遵循的基本原则有哪些，从多个角度阐明人们视觉因素对建筑物美感的影响因素。为了使建筑物的内部空间更具有美感，工作人员需要将线条与图形元素作为设计方案的基本元素去运用，注重建筑空间的对称性以及立体性。让建筑空间更具有美感，不仅需要工作人员不断调整设计方案，还需要工作者丰富自己所掌握的的建筑知识体系，让自己知晓更多的美学理论，工作者要详细了解中西方建筑行业发展史，结合美术元素对其进行剖析，以此帮助自己了解美术元素在建筑空间构造过程中的运用方式。涉及的内容比较广泛，既提及了建筑设计原理及其工作者在完成设计方案时所运用的经典法则有哪些，又提及了运用美学原理提高建筑物构造的美感，以此为人们带来更美好的生活环境，提高建筑物的艺术性等相关内容。为了让整个建筑空间更加符合人们的审美观念，工作者在设计过程中运用了多种美术设计原理，以此提高建筑物所呈现出的形象美感。

正如《20道美感空间设计经典法则》书中所提及的那样，对建筑空间进行设计时，工作人员不仅需要运用到数学知识，还需要运用到美术设计原理。事实上，将这两者结合在一起进行运用的工作者，他们通常会借助相关器材来完成整个空间的布局工作。工作者会从美学的角度对现有建筑物的空间布局进行有效分析，根据对称原理以及多种美学设计原理，对建筑物内部空间的物品摆放位置进行有效调整，继而提升内部空间的美感。事实上，在现实生活中，人们日常活动的建筑物空间内部，各个空间区域之间存在从属关系，并非所有的空间都是主要活动空间。根据这一特质，工作者对内部空间进行布置时，应该注重合理筛选各个活动空间之间所运用的布置元素，各个元素之间交替出现在各个区域内，能够增加各区域之间的关联性，避免因强烈色差感而影响整个建筑方案的呈现效果。除了颜色搭配方案之外，整个建筑物的外形特征通常也与美学原理相关。现阶段，在世界的各个角落里，存在很多外形特别具有美感的建筑物，这些建筑物的风格并不统一，有的风格偏向于古典，有的风格较为中式，但无论这些建筑物是哪种风格，它们都具有一个共同点，设计方案所采用的元素符合整个建筑物的设计风格，不会出现“多种风格的美学元素共同存在于同一建筑空间内”这样的情况。

本书撰写了这样一项内容，建筑行业工作者在对建筑物内的空间进行设计时，需要对其所运用的建筑器材以及材料进行挑选，并根据整个设计方案所偏向的风格体系，合理挑选空间布局过程中所运用的色彩原料。工作人员在挑选所用材料时，需要将安全项目放在主要因素，并同时注意所建造的结构是否满足力学要求，确保其具有一定的稳固性。随着该行业的发展速度逐渐有所提升，建筑空间这一概念逐渐出现在人们的视野中。设计人员对整个空间布局进行设计时，通常会结合该行业相关的理论基础知识完成相应的工作任务。在构造房屋结构时，通常需要用梁、拱以及专业的建筑器材，提高整个张弦结构的平衡性。在营造建筑空间的过程中，人们的视觉因素对整体呈现效果也具有一定的影响效果，结合多种房屋建造方案，能够使整个空间结构更加符合人们的审美观念。工作人员在进行空间布局时，比较注重整个房屋的功能是否足够多样性，遵循基本的设计原则，力求此空间能够满足人们生活需求的同时，也具有一定的美感。以公共建筑为例，工作人员对其建筑空间进行设计时，比较偏好使用“建筑物外形比较简单”的设计方案，更要注重对整个建造过程使用材料进行严格把控。这类建筑物的存在意义不仅仅是为了



给人们提供基本的保暖功能，而且也是为了更好地体现当地的人文历史，提升城市建筑所蕴含的文化底蕴。

现阶段，受信息技术的影响，很多行业在发展过程中都需要结合网络信息技术，优化现有发展策略，建筑行业也不例外。近年来，在信息技术领域里，图文结合方式的营销推广方式已经不再是当下较流行的信息传播方式，视频直播以及短视频的信息传播方式，似乎被更多的人所喜爱。与图文形式不同的是，当相关工作人员将建筑行业相关内容以短视频的方式为观众进行解说时，能够让观众从视觉、听觉等多个方面接收到相关内容，从而产生联动效果，帮助人们加深其自身对建筑行业相关知识的认知程度。很多建筑物在完成整个建造工程后，需要将与之相关的内部空间布局分布图展示给消费者群体。在传统的宣传模式上，建造商通常会让专业人员拍摄内部空间布局的相关照片，并为其匹配相应的营销文案，激发人们对此类商业建筑物的兴趣度。在这种宣传模式下，需要消费者根据建造商所提供的图文信息，提高自己对各类建筑物内部空间布局的了解程度，自主筛选出适合自己的房屋类型，并通过缴纳一部分定金的形式，来预订自己所看好的房屋，继而实现工作人员制定的目标，刺激大众群体进行消费。在这种信息传播方式下，工作人员的被动性较大，需要根据消费者的喜好为其推荐符合其需求的房屋。短视频信息传播方式的出现改变了这一现状，相关工作者不再需要根据消费者的喜好而去有选择性地推送消息，而是需要以短视频的方式，将整个建筑空间画面呈现给消费者，更加直观地让消费者感受到房屋内部环境，增加他们在这其中的代入感。除了借助短视频的营销方式，相关工作者可以对建筑器材进行合理有效地运用，通过此类器材的合理运用，优化整个建筑物内部空间的构造方案。或者也可以通过该部分器材的运用，对整个建筑物内部空间进行重新布置，以此让整个空间更具有层次感，提高整个建筑体在短视频镜头前的立体感。

在以短视频的方式营造房屋空间画面时，需要严格控制整个音频、视频素材的总时长。一条简短视频内容的黄金播放时间大约是一分钟左右，如果其中包含的内容比较繁杂，工作人员通常会将整条素材的演播时长控制在三分分钟左右。其他时间长度的视频也并非不存在，但其产生的宣传效果有所减弱。为了让展示建筑空间的短视频拥有黄金推送效果，工作人员需要根据具体的输出内容来决定视频时间长短。当工作人员仅仅将建筑空间的整体呈现效果展示给大众时，需要将建筑器材摆放在显眼的位置，它的存在主要是为了增添整个空间的美感，以此确保房屋内部空间表现形式比较饱满。当工作人员不仅需要为大众展示整个房屋内部空间的布局方式，而且还要为人们详细讲述各功能区域存在的意义时，就需要适当增加整个视频的长度，将整个短视频的播放时间从一分钟延长至三分钟。在这个视频画面中，工作人员需要提前准备好需要使用的建筑器材，调整好机器的摆放位置，在对各个功能区域进行介绍时，需要调整机位，让建筑空间能以更清晰的画面在短视频中呈现给大众。在这三分种的短视频画面中，工作人员可以将建筑器材作为可移动的空间装饰品。尤其是装修风格为叙利亚风格时，建筑器材的存在便使建筑空间内的整体风格更加凸出，继而激发人们对这一题材短视频内容的兴趣，同时也使人们在观看短视频时更加有代入感，提高整个视频页面的受关注程度，借助建筑器材提高整个建筑空间在短视频画面中的呈现效果。完成短视频的制作工作之后，工作人员需要对整个视频画面进行快速剪辑，将画面中大众不太感兴趣的视频素材进行加速处理，避免因人们手动加速的操作而使人们错过视频中工作者为人们普及的建筑业理论知识。工作人员在运营整个短视频的播放工作时，需要根据人们的个人喜好对短视频内容进行个性化调整，避免人们对不符合自己审美眼光的短视频产生厌烦心理，继而有效提高建筑器材对整个短视频呈现效果所起到的正面作用。

随着信息技术的发展，出现在人们生活中的应用软件越来越多，人们所能接收信息的方式也越来越多。在当下这个生活快节奏的环境下，比内容输出方式更重要的是，将网络信息传递给用户的方式是否高效。现阶段，短视频作为一种集声音、画面等多种因素而组成的内容传播方式，备受年轻人喜爱。为了迎合时代的发展，建筑行业的工作者需要适当以短视频的方式，将整个建筑空间以真实画面呈现在人们眼前，提高人们对这一建筑空间内部构造的了解程度，继而完成建筑行业工作者为人们普及相关专业知识的任务，提升人们对该行业的熟悉程度。

作者：王怡文（广州华南商贸职业学院）

【课题项目】2022年度广东省普通高校青年创新人才类项目（哲学社会科学）项目（编号：2022WQNCX276）。

→ ↺ 🏠 ⚙

🔒 <https://kns.cnki.net/kcms/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&dbname=CJFDAUTO&filename=JCJG2> 🔌 ⚡ ⋮ ▾ 🔍 🏷 🔍 🏠 📄 📄 📄 📄 📄 📄



文献网节

充值

会员

欢迎

登录

建筑结构 . 2022,52(21) 北大核心 CSCD

“ ☆ ↶ ↷ 🔔

📝 记笔记

## 借助建筑器材在短视频营造画面的空间表现

王怡文  
广州华南商贸职业学院

**摘要:** <正> 在当下信息流时代, 各行各业的从业人员都在借助媒体的力量, 提高大众对社会多个行业领域的关注度, 建筑业也不例外。现阶段, 短视频作为引流方式较快的一种宣传方式, 逐渐成为建筑业推广营销人员将房产变现的方法之一。工作者将工程队所建造的房屋内部空间布局及构造方式, 以短视频的方式呈现给大众, 继而提高人们对这一领域的认知程度, 增加人们对行业的认可度。在这过程中, 为增加内部空间布局的美感, 工作者可以适当将建筑器材运用于内部空间装饰过程中,

**基金资助:** 2022年度广东省普通高校青年创新人才类项目(哲学社会科学)项目(编号: 2022WQNCX276);

**专辑:** 工程技术II辑; 信息科技

**专题:** 建筑科学与工程; 计算机软件及计算机应用

**分类号:** TU17

📱 手机阅读

🔗 HTML阅读

📖 CAJ下载

📄 PDF下载



下载手机APP

用APP扫此码

同步阅读该篇文章

温馨提示: 阅读CAJ格式原文, 请使用[CAJ浏览器](#)。

下载: 13 页码: 166-167

页数: 2 大小: 468K

2024 ( 03

2月上 总第310期

经国家新闻出版署认定的首批A类学术期刊  
华东地区优秀期刊 中国知网全文收录期刊  
国家哲学社会科学学术期刊数据库和国家哲学社会  
科学文献中心收录期刊  
中国核心期刊(遴选)数据库收录期刊  
万方数据—数字化期刊群收录期刊  
中文科技期刊数据库全文收录期刊

# 艺术教育研究

ART EDUCATION RESEARCH





总第310期

2024年2月15日出版

刊期:半月刊

刊名题写:沈鹏(2010年题)

主 管:安徽出版集团有限责任公司

主 办:时代出版传媒股份有限公司  
安徽省科学教育研究会

协 办:安徽大学  
上海大学美术学院  
湖北美术学院  
广西师范大学美术学院  
哈尔滨师范大学美术学院

编 辑:《美术教育研究》编辑部  
出版单位:安徽科教文汇期刊中心有限公司

社 址:安徽省合肥市花园街4号  
科技大厦5楼E座

编 辑 部:安徽省合肥市花园街4号  
科技大厦11楼A座

邮 编:230001

投稿邮箱:msjyyj@163.com

网 址:www.msjyyj.com

编辑部电话:0551-62631597

办公室电话:0551-62817410

国际标准连续出版物号:ISSN 1674-9286

国内统一连续出版物号:CN 34-1313/J

发行范围:公开发行

国内发行:中国邮政集团有限公司安徽省报刊发行局  
本刊发行部

邮发代号:26-227(上半月)、26-231(下半月)

国外发行:中国国际图书贸易集团有限公司

国外发行代号:SM8960

本刊常年法律顾问:唐春飞

(安徽道同律师事务所 手机:13705591260)

定价:(国内)35.00元 (国外)10.00美元

制版印刷:合肥精艺印刷有限公司

顾问(以姓氏笔画为序):

石 峰 卢家丰 朱清时 杜 诚  
杨力舟 汪观清 张 俊 张立辰  
张春生 邵大箴 赵培根 秦德文  
黄德宽 程大利 靳尚谊

主任编委(以姓氏笔画为序):

尹吉男 叶长海 卢禹舜 田海明  
田黎明 冯 远 朱秀坤 刘 健  
江巨荣 许 江 许大钧 李少田  
李振声 杨炳延 汪大伟 沈 千  
张景鸿 陈 强 陈振濂 陈琪林  
周建强 赵山林 徐勇民 徐晓庚  
唐国贵 凌承纬 崔学路 程宝泓  
童明康 蔺永钧 潘公凯

编委(以姓氏笔画为序):

王 平 王 犁 王 霖 王大川  
王小卫 王山岭 王佛生 王德祺  
孔 成 丘 挺 刘佳生 庄华峰  
李 荏 李 梅 李 鹏 李江海  
杨 震 杨玉华 杨四平 张 昕  
张 泉 张玉春 张建平 张和敬  
应一平 陈 林 陈树良 林海钟  
周益民 宓建毅 胡育泉 胡海燕  
顾建平 顾党胜 钱 铭 徐 敏  
翁震宇 凌 华 麻显钢 蒋 悦  
蒋正鸿 滋 芜

社长:滋 芜

名誉总编辑:陈 林

总编辑:许文彩

执行社长:李小波

副社长:朱宏丞 王祖川 李韶华

副总编辑:汪 媛 王 旭

特约副总编辑:孔 成 许伟东

社长助理兼策划:凌 华

总编助理:杨英曦

办公室主任:谢栋坤

通联部主任:章文远

编辑部主任:杨 婷

特约编辑:胡晓雯 胡 峻 汪 一

本期责任编辑:王 旭

美术编辑:杨英曦 戴 蕾

文字编辑:张 泽 缪 健 朱志武

王雨晴 李思琪 张 瑞

《美术教育研究》创刊号顾问、编委会及学术支持单位：

顾问(以姓氏笔画为序)：

王伯敏 孔仲超 石 峰 石谷风 卢家丰  
朱清时 刘文西 杜 诚 杨力舟 吴山明  
汪观清 沈 鹏 张 俊 张立辰 张春生  
张浚生 邵大箴 周沧米 胡华令 赵培根  
秦德文 黄 澍 黄德宽 程大利 靳尚谊

主任编委(以姓氏笔画为序)：

尹吉男 叶长海 卢禹舜 田海明 田黎明  
冯 远 朱秀坤 刘 健 江巨荣 许 江  
许大钧 李少田 李振声 杨炳延 汪大伟  
沈 干 张景鸿 陈 强 陈振濂 陈琪林  
周建强 赵山林 徐勇民 凌承伟 崔学路  
梁桂元 程宝泓 童明康 蔺永钧 潘公凯

编委(以姓氏笔画为序)：

王 平 王 犁 王 霖 王大川 王小卫  
王山岭 王佛生 王德棋 孔 成 丘 挺  
刘佳生 许文彩 许伟东 李小波 张 泉  
张玉春 张和敬 林海钟 宓建毅 胡育泉  
胡海燕 俞宽宏 顾建平 顾党胜 徐 敏  
高万佳 唐懋滨 凌 华 蒋 悦 蒋正鸿  
蒯 芜

学术支持：中央美术学院  
中国美术学院  
广州美术学院  
鲁迅美术学院  
西安美术学院  
南京艺术学院  
四川美术学院  
天津美术学院  
首都师范大学美术学院  
南京师范大学美术学院



卷首语

1 踏雪寻梅

艺术资讯

- 6 首届中国青年版画双年展举办  
6 “跨越时空的对话——恽南田  
没骨真迹与时代演进”展览举办  
6 “走进田野——潘鲁生艺术特展”举办  
7 “手稿·文献·生活——绘画中的光晕故事”  
展览举办  
7 “天行艺道——水墨45年”展览开幕  
7 《回到铅笔》出版

艺术欣赏

8 水韵南浔

美术时空

- 寒江雪 10 论“以拓入画” 周 鑫  
16 简豪散淡——陈淳花鸟画风论 张悦潇  
20 张积素《辋川图》研究 郑燕影  
23 再读吴家样——古北岳庙壁画“曲阳鬼” 郝伟坤  
26 中国画的“善意”“真意”“美意” 杨 丹  
29 “雅”“俗”合流：论中国画在明清时期的  
新走向 张志灿  
32 20世纪二三十年代现代民族绘画  
在中国美术史上的研究价值 刘腾闻  
35 新媒体对当代版画创作的影响研究 尹乃军  
38 珂勒惠支绘画中的母职空间与父职的消隐 叶 彦  
屠旭东 41 感性与召唤——大卫·霍克尼风景画刍议 王玉娟

## 人文研究

- 44 论中国古代陶瓷设计的朴拙境界 明苗苗 黄越华
- 48 意向东行——中国现代雕塑  
写意实践类型研究 张超 黄雪兰
- 52 “道”“器”相引——雕塑艺术中的线性之美  
王润玺 李 梁

## 非物质文化遗产

- 55 非遗与传统文化传播在数字技术视野下的  
逻辑变化 胡 宇
- 58 数字动漫技术在非物质文化遗产保护中的  
可行性思考 郭 萍
- 61 贵州水族剪纸艺术融入高职美术教学的  
路径研究 刘秋雅
- 64 邳州年画中的人物造型语言特征探析 柳天然
- 67 文旅融合模式下陆丰麦秆画当代性发展  
路径研究 林培亮

## 理论研究

- 70 课程思政深化高职动漫专业教学改革探究  
刘媛霞 田凤秋
- 73 极简主义雕塑的剧场性构建 朱迅霖
- 76 物理性的回归 强 墨
- 79 乡村公共艺术的在地性研究 杨 阳 彭 雪
- 82 基于场馆学习视角的博物馆教育探索 余烁淇
- 85 高校学生助力乡村校园文化建设的  
探索与分析 黄斯榆 陈弘苑
- 88 连环画创作在当下的美学意义和发展探究 刘旻明
- 91 广东高校设计专业“双创”教育师生调研问卷  
设计与因素关系分析 林 宇 朱 云
- 94 雨课堂混合学习模式的应用与学习者  
评价因子分析 梁泽浩

## 视觉设计

- 97 基于移情映射的文创设计推动  
“博物馆之城”的建设研究 安 琪
- 101 传统文化在界面设计中的转译设计策略  
研究 周翠菊
- 104 无彩色系与平面构成教学中形的  
组合原理的强作用关系 李娟娟 龙 聪
- 108 “魅力轻院”文创产品设计实践 张小玲
- ## 园林与建筑
- 111 基于农户视角的鄂东南祠堂戏台  
空间功能演化研究 董 黎 张海富
- ## 教学心得
- 114 日常本真：乡土文化融入美术课程的  
逻辑理路与实践路径 张晓嘉
- 118 标准引领、行业驱动、艺工融合：工艺美术  
创新应用型人才高本贯通协同培养  
探索与实践 林 涓
- 121 基于信息设计的整合媒介阅读的教学实践 麦绮琪
- 124 基于通识教育的高校美育教学实践研究  
杨 灏 杨佩熹 李宗晏
- 127 美育融入高校思政课教学的困境与对策探析  
张 浩 张立家
- 130 数字时代下高校体验式美育发展探究  
代滨弦 王志扬
- 133 大美育背景下的造型基础课程  
构建与实践研究 黄梦林
- 136 徽文化融入地方高校美育路径探析  
卞修婉 周亚东 杨硕鹏
- 139 中国美术史课程育人功能开发与创新设计 陈盈盈
- 142 美育的艺术实践与理论探索 谭 毅



145	跨学科设计教育工作室的人才培养模式的构建	马良华	183	薛晓霞作品
148	SPOC模式下设计专业协同育人机制研究	谢 欧 涂元生	184	彭嘉怡作品
151	生态美学思想融入高校公共艺术教育的 路径研究	苗 苗	185	杨丽作品
154	文化创意产业背景下沂蒙地域文化与 视觉传达设计教育融合研究	李光宇	186	胡力文作品
157	铜仁地区剪纸元素融入幼儿园民族传统 体育玩教具路径探索	任筱菲	187	尹晓璐 苗国祯 王粲夫作品
161	高职环境艺术设计专业传承岭南建筑文化的 路径研究	陈 萍	188	乔红娟作品
164	融合性高中美术校本课程实践研究	赵 岩		
167	核心素养导向的美术教学评价路径探析	陈丹阳 刘春晓		
170	借力童画表征 助推道德生长	潘兆良 徐祝瑾		
173	“双减”背景下小学美术大单元教学研究	李晓东		
176	STEM教学理念下的幼儿园绘本教学中 师幼互动策略探讨	朱园园		
179	幼小衔接阶段的“绘画-识字-游戏”课程研究	夏 媛		
艺术菁英				
182	张维作品			

封面:春涧(局部)/郭味蕖  
封二:三桃园/杜诚 程大利  
封三:征稿启事  
封底:快雪时晴/何专连

## 公 示

根据《新闻记者证管理办法》有关规定和《国家新闻出版署关于开展2023年度新闻记者证核验工作的通知》(国新出发电〔2024〕2号)要求,本单位认真组织开展新闻记者证年度核验工作。现将通过年度核验的人员名单予以公示。

通过年度核验人员名单:戴蕾、朱志武、许文彩、杨英曦、张泽、王旭、杨婷。

监督电话:0551-62817410

美术教育研究

## 本刊声明

- 一、本刊严禁抄袭、一稿多投之作。在本刊发表的所有作品,署名作者,文责自负,由此引发的一切纠纷均由作者承担,本刊不负连带责任。
- 二、向本刊投稿,即被视为同意将文章的信息网络传播权也授予本刊,如作者不同意,请在来稿时向本刊申明。
- 三、本刊如有印刷、装订等质量问题,请寄回本社调换。
- 四、本社未在其他各省、市、地区设立联络处、办事处、记者站、代理商等。我刊唯一社址:安徽省合肥市花园街科技大厦5楼E座;唯一编辑部地址:安徽省合肥市花园街4号科技大厦11楼A座;投稿邮箱:msjyy@163.com;联系电话:0551-62631597(编辑部)。

**摘要:**随着人类对自然环境的认识不断深化,生态美学作为一种关注人与自然、人与社会、人与人和谐共处的美学思想,逐渐受到人们的关注。将其融入高校公共艺术教育可以有效提升学生的审美素养和环保意识,培养学生的创新思维 and 实践能力。通过多种途径,可以进一步推动生态美学在地方高校公共艺术教育中的应用和发展。研究结果表明,生态美学思想融入高校公共艺术教育可以有效提升学生的综合素质和创新能力,为培养具有创新思维和实践能力的人才作出贡献。

**关键词:**生态美学 公共艺术教育 路径研究

公共艺术教育是高校美育的重要组成部分,随着生态美学思想的兴起,将其融入公共艺术教育已成为一种新的发展趋势。

## 一、生态美学思想融入高校公共艺术教育的优势分析

### 1. 培养学生的审美素养

首先,生态美学思想可以开阔学生的审美视野。传统美学主要关注艺术作品的表现形式和内容,而生态美学更加注重艺术作品背后的生态意义和价值。通过学习生态美学,学生可以了解到自然界的多样性和复杂性,从而拓宽自己的审美视野<sup>[1]</sup>。其次,生态美学思想可以增强学生的环保意识。生态美学强调人与自然的和谐共生,认为人类应该尊重自然、保护自然。通过学习生态美学,学生可以深刻认识到环境保护的重要性,从而增强自己的环保意识。

### 2. 促进文化传承

生态美学思想融入高校公共艺术教育,不仅有助于提升学生的审美素养和环保意识,而且有助于促进文化的传承和创新。生态美学强调多元性和开放性,鼓励学生探索不同的文化背景和艺术形式。通过学习生态美学,学生可以接触到各种不同的艺术风格和文化传统,从而拓宽自己的文化视野。传统美学主要关注经典艺术作品的传承和保护,生态美学则倡导文化传承和创新,更加注重艺术作品的创新和多元化。通过学习生态美学,学生可以了解到文化传承的重要性,坚定文化自信,同时也可以探索新的艺术形式和表达方式,促进文化的创新和发展。

### 3. 探索艺术创新

生态美学思想融入高校公共艺术教育,有利于促进艺术创新。生态美学关注艺术作品与自然环境、社会文化的互动关系。这可以引导学生思考艺术的多元性和

社会性,激发他们对现实世界的思考和表达,从而推动艺术的创新和发展。生态美学强调整体性和系统性。在生态美学中,艺术作品不再仅仅是一个单独的实体,还与其所处的社会环境、文化背景等要素相互关联。这种整体性和系统性的思考方式可以帮助学生从更广的视角、更高的维度理解艺术,推动艺术创新。

## 二、生态美学思想融入公共艺术教育的案例研究

### 1. 深圳地铁11号线后海站艺术墙

深圳市政府大力推动“文化地铁”建设,提出艺术墙方案,发掘站点的人文历史因素,结合地铁车站装修,注重打造艺术精品,满足社会各群体的文化需求。该项目由深圳市公共艺术中心负责统筹艺术墙的设计、创作及监理。后海站艺术墙作品《风生水起》根据八卦中的要义创作:巽卦为风,坎卦为水,微风渐起,活水转动,“风”水交替,日月运转。“风”指风调雨顺,乃祈福所愿;“生”指生生不息,为万物根源;“水”指灵气,福气吉祥;“起”指起居走向,天地人和。巨大尺寸的艺术墙作品选择金属作为材料,具有牢固性和安全性。最初考虑的材料是铜或不锈钢,但考虑到墙体的承重能力,后来改为铝材,重量减轻了一半多。后海站以灰色、白色为主基调,因此艺术墙作品《风生水起》的颜色就考虑采用反差较大的金色。

艺术墙作品《风生水起》属于公共艺术作品,充满哲学思想与人文关怀,既表达了自然力量的神奇和伟大,又表达了中华民族的传统哲学思想,同时体现了兼具传统性和现代性的艺术表现力。在一个公共生活的新空间中,需要能传达社会精神诉求的公共艺术作品。

### 2. 甘肃秦安石节子美术馆

石节子美术馆是当代艺术融入乡村的典型案列。石节子村因村边有花岗岩矿藏而得名,位于甘肃省东南



部,海拔1300米。石节子美术馆是植入黄土地的美术馆,也是以石节子村十三户院落为基础,以研究、收藏、展示当地村民生活与当代艺术作品为主的综合艺术博物馆。

石节子美术馆是一个特殊的美术馆,它由整个自然村庄的山水、田园、植被、树木、院落、家禽、农具、日用品及村民构成,村庄里每一个空间场景都是整个环境艺术的一部分。2012年,创作者用花椒树枝、花椒籽、花椒、土块组合构成了《石节子山水》作品。创作者将当地村里的红土、黄土、果树枝,村民的毛发、衣服、布条通过泥浆融合,制作了《基因棒》作品,同时获得了收入。《基因棒》是通过废物再利用制作而成的艺术作品,这类作品在石节子村还有很多。石节子村的艺术实践以一种合理、有效的方式处理了艺术与村民生存生活、生态环境之间的关系,在建设乡村艺术环境的同时,也实现了艺术与生态的和谐共生。石节子村在艺术实践中处理艺术与地缘生态之间的关系,值得我国其他乡村借鉴学习。

### 3. 海南生态软件园沃克公园景观艺术雕塑

海南生态软件园沃克公园的艺术策划以“科技+艺术+人文”为主题,呈现海南有温度、人性化的生态艺术科技园区。2022年,受海南生态软件园集团委托,ToMASTER明日大师作为公共艺术总顾问,通过雕塑作品在公共空间营造定制化场景,契合主题“微城市,从心生活”,让人们收获更加独特的艺术体验,让无形的音乐传递艺术美感。

此前,海南生态软件园已多次委托ToMASTER明日大师策划并落地了《高山流水》《乐波流转》《风入松》《山水云》《顾盼》《听说》《一滴沧海》《莲》等多件公共艺术作品。其中,《高山流水》雕塑展现的是一位抚琴的老者正坐在荷塘边上等待知音的到来,正如海南生态软件园期盼志同道合的企业加入。《乐波流转》这件作品则将音乐带给人们的美好感受以具象的方式展现在人们眼中。无形的乐曲在乐谱上翩然翻飞,汇聚流淌,肆意又自由,形成可触可视的线条,像音乐家低眉信手的弹奏,连绵不绝,悠远深长,又像随音乐起舞的舞者,纱衣轻盈,长袖翩跹,挥动上下,游龙逶迤。流畅而凝练的作品线条中蕴含单纯质朴的音乐之美,“止之于有穷,流之于无止”,和庄子所说的“道”一般,流动变化,浪漫无限。这些公共艺术作品的艺术语言是抽象而简洁的,如同抽象思维一样,离开了事物表面,深入自然核心,呈现出音乐内在的运动规律,引领人们把握大千世界各种音乐的节奏律动。

### 4. 襄阳中华紫薇园景观雕塑

襄阳中华紫薇园景观雕塑由500片色彩鲜艳、高度各异的穿孔钢鳍片组成,位于襄阳中华紫薇园入口处。设计者将音乐、韵律和舞蹈融入周边景观,作为打造雕塑造型的主要参考。游客可穿过景观雕塑进入襄阳中华紫薇园。受歌德“建筑是凝固的

音乐”的启发,设计师利用大量钢鳍片展现了灵动的声波凝固的瞬间。众多钢鳍片共同形成一个照明装置,与广场音响系统相连,以一种直观的方式响应广场上的活动:音乐声越大,灯光移动的速度越快,广场的照明度越高。

打造雕塑的鳍片采用穿孔紫色不锈钢板包覆。钢板经阳极氧化处理后,在电解液中浸泡着色,能在保留不锈钢主要特征的同时确保其耐腐蚀性。日间,不锈钢板的亚光表面可反映周边环境,并随太阳的移动而不断变幻,打造多变的外观。金属具有闪耀的表面,而鳍片则分设在四个不同的水池。水面的倒影进一步丰富了光线的变换。夜间,设在鳍片内的照明设备则根据广场活动人群的移动频率,为雕塑打造出生动多变的造型。

## 三、生态美学思想融入高校公共艺术教育的路径分析

### 1. 生态美学思想融入地方高校公共艺术教育选修课

#### (1) 注重对教学内容选择

在选择生态美学融入地方高校公共艺术教育选修课的教学内容时,教师应充分考虑学生的兴趣和需求,结合地方特色和资源,选择具有代表性和实用性的案例。这样可以让学生更好地理解并接受生态美学,同时也可以促进地方文化的传承和发展。选择当地的艺术作品或文化活动,可以让学生通过实地考察或参与体验的方式,深入了解生态美学在地方文化中的应用和价值。这样可以让学生更加直观地感受到生态美学的重要性,并且与当地文化产生共鸣,增强对生态美学的认同感和归属感<sup>[2]</sup>。

此外,教师还可以将生态美学与相关学科交叉融合,如与环境科学、地理学、社会学等学科有机结合,进一步拓展学生对生态美学的认识和理解。这样可以让学生从多角度理解和探索生态美学,不仅可以提高他们的审美素养,而且可以培养他们的跨学科思维 and 实践能力。

#### (2) 校本教材的编写

编写适合地方高校的校本教材,可以更好地满足学生的学习需求,促进生态美学的应用和发展。在编写校本教材时,教师可以结合地方特色和资源,将生态美学思想融入校本教材,让学生更好地了解和接受生态美学。可以在校本教材中增加地方艺术或民俗文化活动的相关内容,让学生可以更深入地了解当地文化的独特魅力和价值。同时,可以在教材中设置与生态美学相关的实践操作环节,让学生可以通过亲身体验和操作,进一步加深对生态美学的认识和理解。

此外,在编写教材时,教师还可以借鉴国内外先进的生态美学理论和实践经验,结合地方高校的实际情况和学生需求,编写出具有实用性和可操作性的校本教材。这样可以为学生提供实操指导和案例分析,让他们可以通过教材中的具体案例和实操,



更好地掌握生态美学的基本理论和实践技能。

## 2. 教学手段多样化,坚持理论与实践相结合

### (1)开展校外公共艺术教育实践活动

开展校外公共艺术教育实践活动,可以让学生更加直观地感受到生态美学在现实生活中的应用价值。教师可以组织学生参观当地的艺术馆、博物馆、文化遗址等,让学生通过实地考察和体验,深入了解当地文化的独特魅力和价值<sup>[3]</sup>。此外,也可以组织学生参与环保志愿者活动,如植树造林、垃圾分类等,让学生亲身体验生态美学在环保方面的应用价值。

### (2)开发设计校内创新实践课程

开发设计校内创新实践课程,如艺术创作、环境设计等,可以让学生通过亲身体验和实践,进一步加深对生态美学的认识和理解,同时也可培养学生的创新思维和实践能力。

总之,将生态美学思想融入地方高校公共艺术教育课需要注重教学内容的选择、校本教材的编写、教学手段的多样化以及坚持理论与实践相结合。这样可以更好地满足学生的学习需求,促进生态美学的应用和发展,同时也可以提升地方高校公共艺术教育的质量和水平。

## 3. 建立校内公共艺术生态设计传承教学基地

建立校内公共艺术生态设计传承教学基地是推动生态美学思想融入高校公共艺术教育的重要途径之一。这个教学基地可以为学生提供更加专业的实践场所,让学生能够更加深入地了解生态美学的基本理论和实践形式。同时,可以邀请当地的艺术师、环保专家等来校开设讲座和给予指导,让学生与专家交流和互动,进一步拓展学生对生态美学的认识和理解。

在教学基地中,可以设置与生态美学相关的课程和项目,如生态设计、绿色建筑、环境保护等。这些课程和项目可以让学生更加深入地了解生态美学的基本概念与方法,掌握相关的实践技能。同时,教学基地还可以组织各种实践活动,如艺术创作、环保志愿者活动等,让学生亲身体验生态美学在现实生活中的应用价值<sup>[4]</sup>。建立校内公共艺术生态设计传承教学基地,可以促进地方文化与生态美学的有机结合。同时,也可以培养学生的创新思维和实践能力,为地方高校的公共艺术教育注入活力。

## 4. 加强师资队伍建设与人才培养

只有形成专业的教师团队和人才培养体系,才能为学生提供高质量的生态美学教育。高校要通过多种途径加强师资队伍建设,如选拔具有相关专业背景和经验的教师、组织培训和研修等。同时,可以设立专门的研究机构或团队,加强对生态美学的研究和应用,提高教师的学术水平和教学能力。此外,还可以通过与企业和机构合作,为学生提供更多的实践机会和就业渠道,进一步推动生态美学在地方高校公共艺术教育中的

应用和发展。加强师资队伍建设与人才培养,可以进一步提高教师的专业素养和教学能力,使其更好地为学生传授生态美学的理论知识和实践技能,同时可以为地方高校公共艺术教育的发展提供更加稳定和可持续的动力。

## 5. 推动学校公共艺术教育课程体系建设

推动学校公共艺术教育课程体系建设是推动生态美学思想融入高校公共艺术教育的关键环节之一。只有建立完善的课程体系,才能够为学生提供全面和系统的生态美学教育。开设与生态美学相关的专业课程,如生态设计、绿色建筑、环境保护等,可以让学生更加深入地了解生态美学的基本理论和实践技能。同时,可以增加实践环节,让学生通过亲身体验和实践,进一步加深对生态美学的认识和理解<sup>[5]</sup>。此外,还可以优化课程结构,将生态美学与其他相关学科有机结合,进一步加强学生对生态美学知识的掌握。推动学校公共艺术教育课程体系建设,可以进一步提高地方高校公共艺术教育的质量和水平。

## 结语

将生态美学融入高校公共艺术教育可以有效提升学生的审美素养和环保意识,培养学生的创新思维和实践能力。通过建立校内公共艺术生态设计传承教学基地、加强师资队伍建设、与人才培养、推动学校公共艺术教育课程体系建设等途径,可以进一步推动生态美学在地方高校公共艺术教育中的应用和发展,为培养具有创新思维和实践能力的人才作出更大的贡献。

基金项目:2022年度广东省普通高校特色创新类项目“‘三全育人’背景下的高职院校生态美育构建路径研究”(项目编号:2022WTSX328)。

## 参考文献:

- [1]周易琳,房钰栋.生态美学视域下的乡村公共艺术设计研究[J].工业设计,2023(2):62-64.
- [2]卫梓琪,王生高.新时代背景下民办高校公共艺术教育的内涵特征及提升路径[J].河南农业,2023(21):18-19,22.
- [3]王艳娣.民间美术融入地方高校公共艺术教育的路径——以舟山渔民画为例[J].艺术教育,2020(8):244-247.
- [4]王智忠.新文科视域下公共艺术教育课程构建——以书法课程为例[J].艺术与设计(理论),2023,2(7):149-152.
- [5]陈阳.高校公共艺术教育课程思政融合模式与路径研究[J].品位·经典,2023(11):150-152.

(作者单位:广州华南商贸职业学院云智设计传媒学院)

编辑 张 泽





快雪时晴(中国画) 何专连(厦门大学)

国际标准连续出版物号: ISSN 1674-9286  
国内统一连续出版物号: CN 34-1313/J  
邮发代号: 26-227(上半月)、26-231(下半月)  
国外发行代号: SM8960  
邮箱: msjyyj@163.com  
网址: www.msjyyj.com

定价: (国内)35.00元 (国外)10.00美元



官方微信



官方网站

ISSN 1674-9286



9 771674 928242

03>



# 科教文汇

Journal of Science and Education

- 国家新闻出版署认定的学术期刊
- 安徽省优秀期刊
- 中国知网全文收录期刊
- 万方数据—数字化期刊群收录期刊
- 中国核心期刊(遴选)数据库收录

6  
2023

3月下半月 总第582期  
No.6, 2023 Sum No.582



网 址:www.kjwhzss.com  
投稿邮箱:kjwhbjb@kjwhzss.com

## 征稿启事

《科教文汇》(国际标准连续出版物号:ISSN 1672-7894,国内统一连续出版物号:CN 34-1274/G,国内邮发代号26-205)是由安徽省科学技术协会主管,安徽省老科技工作者协会、安徽省科学教育研究会主办的省级教育类综合性学术刊物。《科教文汇》秉承“科教兴国、文汇天下、教研结合、共同发展”的宗旨,注重教研教改成果的宣传、案例的分析、经验的介绍及学术的交流。

本刊为半月刊,系国家新闻出版署认定的学术期刊、安徽省优秀期刊。本刊已被中国知网全文收录、万方数据-数字化期刊群收录、中国核心期刊(遴选)数据库收录。

欢迎来稿,欢迎订阅。

主要征稿栏目:

教育观察、教育管理、思政教育、教改教法、课程思政、职业教育、基础教育、教育心理、文化博览等。

来稿请投:kjwhbjb@kjwhzss.com

联系电话:0551-62638706

QQ:1353339286

官方网站:www.kjwhzss.com

相关事项说明:

1. 来稿须拥护党的基本路线和方针政策,遵守国家有关出版的法律法规,遵守学术写作规范和学术道德;应具有科学性、先进性和实用性,论点鲜明、论据充分、数据真实、逻辑严谨、文字准确、语句通顺。

2. 来稿的著作权属于作者。文责由作者自负。本刊编辑对稿件有删改权,作者若不允许对文稿做文字性及少量内容删改,或不同意其他报、刊、数据库等转载、摘编、收录其作品,请在来稿时声明。

3. 严禁一稿多投、剽窃、伪造数据等学术不端行为,否则一切后果均由作者本人负责。

《科教文汇》编辑部

欢迎来稿 欢迎订阅

国际标准连续出版物号:ISSN 1672-7894  
国内统一连续出版物号:CN 34-1274/G  
国外发行代号:SM1881  
国内邮发代号:26-205  
定 价:(国内)20元 (国外)10美元

ISSN 1672-7894





# 科教文汇

Kejiao Wenhui

2023年第6期(总第582期)

刊名题写:王伯敏(2004年题)

## 顾问(以姓氏笔画为序)

王启敏 卢家丰 田黎明 朱清时 杜 诚 杨力舟  
张 俊 张春生 陈基余 赵培根 秦德文 徐勇民  
黄德宽 蒋 凤 童明康 靳尚谊 潘公凯

## 主任编委(以姓氏笔画为序)

王 鸿 叶长海 田海明 朱志林 朱秀坤 江巨荣  
许大钧 李少田 李振声 李献臣 杨洪立 吴中杰  
张 泉 张和敬 张育瑄 陈贤忠 陈树良 周建强  
宓建毅 赵山林 顾党胜 唐国贵

## 编委(以姓氏笔画为序)

王大川 孔向阳 石坤胜 庄华峰 许文彩 许伟东  
李小波 杨四平 杨玉华 何宏祥 冷青禾 汪 媛  
张玉春 张启明 陈 林 陈 敏 林海钟 胡海燕  
俞宽宏 顾建平 钱 铭 黄从慎 程自信

主 管:安徽省科学技术协会

主 办:安徽省老科技工作者协会

安徽省科学教育研究会

协 办:安徽省政协教科文卫体委员会

安徽省教育厅陶行知研究会

地 址:安徽省合肥市花园街4号科技大厦5楼E座

邮 编:230001

联系电话:0551-62638706

办公室电话:0551-62817410

网 址:www.kjwhzss.com

投稿邮箱:kjwhbjb@kjwhzss.com

出版单位:安徽科教文汇期刊中心有限公司

出版日期:2023年3月30日

国际标准连续出版物号:ISSN 1672-7894

国内统一连续出版物号:CN 34-1274/G

发行范围:公开发行

国内发行:中国邮政集团有限公司安徽省报刊发行局

本刊发行部

邮发代号:26-205

国外发行:中国国际图书贸易集团有限公司

国外发行代号:SM1881

定 价:(国内)20.00元(国外)10.00美元

制版印刷:合肥安博印务有限公司

名誉社长兼总编辑:李小波

社长:许文彩

执行总编辑:汪 媛

执行社长:朱宏丞

副社长:凌 华 李韶华

副总编辑:顾建平 杨呈祥

特约副总编辑:黄从慎

社长助理:李 荏

办公室主任:谢栋坤

编辑部副主任:李前鋒

责任编辑:杨呈祥 李 荏 黄从慎 李前鋒

文字编辑:张效瑞 李金枝 江嫣萍 刘婷婷

王 犁 朱晓旭 章 柏

英文编辑:顾 杰

美术编辑:凌 华 王 霖 牛红红

特邀编辑:许伟东 王小卫

法律顾问:唐春飞

## 《科教文汇》创刊号顾问、编委会

### 顾问(以姓氏笔画为序)

王伯敏 龙 念 卢家丰 田黎明 朱清时 杜 诚  
李明忠 杨力舟 杨洪立 沈培新 张 俊 张春生  
张浚生 陈基余 李家宏 郑 锐 赵培根 秦德文  
徐勇民 黄德宽 蒋 凤 童明康 靳尚谊 潘公凯

### 主任编委(以姓氏笔画为序)

王 鸿 孔仲起 叶长海 田海明 朱志林 朱秀坤  
江巨荣 许大钧 李小波 李少田 李振声 李献臣  
吴山明 吴中杰 冷青禾 张 泉 张和敬 张育瑄  
陈贤忠 陈树良 周建强 宓建毅 赵山林 顾党胜  
钱 林 唐国贵 鲍 加

### 编委(以姓氏笔画为序)

王大川 孔向阳 石坤胜 朱宏丞 庄华峰 许文彩  
许伟东 李 荏 李韶华 杨四平 杨玉华 何宏祥  
辛 生 汪 媛 宋家新 张玉春 张启明 陈 林  
陈 敏 林海钟 胡海燕 俞宽宏 顾建平 钱 铭  
凌 华 程自信 谢之锋



- 137 岭南文化融入大学语文课程思政建设的研究——以网络新闻与传播专业为例 .....荆梦婷 贺霞
- 141 思政元素融入创新管理课程的教学探索 .....刘业鑫 吴伟伟 王大永
- 145 “一核心三结合五维度”课程思政建设模式的构建及实践  
——以单片机原理及应用课程思政教学为例 .....雷辉
- 149 海洋药用生物资源学课程思政探索与实践 .....张婧 罗雄明 胡丽莉
- 153 “求真、向善、尚美”——学前教育专业课程思政建设的起点和归宿 .....李静静 丁洁

## 基础教育

- 157 GaussView 软件在高中化学杂化轨道理论教学中的应用 .....慈成刚 陈晓丽 臧杰超 许铭
- 162 课程思政融入高中地理教学的策略研究——以必修一为例 .....贾艳红 李水霞 章彩连
- 166 基于FIAS的科学课堂言语互动行为分析及改进建议  
——以“一师一优课”平台上的“人类认识地球及其运动的历史”教学为例  
.....张桂男 陈莉 夏亭
- 171 论中小学科普研学实践课程开发的原则与策略  
——以中国(长沙)创新设计产业园科普研学课程为例 .....肖弘哲 向超
- 175 农村留守儿童家庭教育现状调查研究——以江西修水县农村为例 .....付忠莲 胡金秀
- 179 农村留守幼儿良好生活习惯的培养策略探析 .....张兴忠

## 文化博览

- 183 《钱氏家训》引领大学生厚植家国情怀的时代价值和实践路径 .....张朝霞 范叶青
- 186 基于利益相关者理论的传统村落乡村文化保护机制研究——以顺德杏坛青田村为例 .....朱振峰

### 本刊声明

一、本刊有权对所有来稿进行编辑;严禁一稿多投、剽窃或抄袭行为。在本刊发表的所有作品,署名作者文责自负,由此引发的一切纠纷均由作者承担。

二、向本刊投稿,即被视为同意将文章的信息网络传播权也授予本刊。如作者不同意,请在来稿时向本刊声明。

三、本刊未在其他各省、市、地区设立联络处、办事处、记者站、代理商等。

四、本刊如有印刷、装订等质量问题,请寄回编辑部调换。本刊编辑部地址为:安徽省合肥市花园街4号科技大厦4楼D座;投稿邮箱:kjwhbjb@kjwhzss.com;联系电话:0551-62638706。



# 岭南文化融入大学语文课程思政建设的研究

——以网络新闻与传播专业为例

荆梦婷 贺霞

(广州华南商贸职业学院 广东·广州 510550)

**摘要:**岭南文化源远流长,是中华优秀传统文化的重要组成部分,是孕育课程思政元素的重要土壤。文章基于网络新闻与传播专业大学语文课程的教学实践,分析岭南文化融入大学语文课程思政建设存在的问题,并从课程内容结构、教学手段、课程评价体系、教师队伍建设四个方面提出改进办法。

**关键词:**课程思政;大学语文;岭南文化;网络新闻与传播专业

**中图分类号:**G642 **文献标识码:**A **DOI:**10.16871/j.cnki.kjwh.2023.06.033

在中国共产党成立100周年之际,中共中央、国务院印发了《关于新时代加强和改进思想政治工作的意见》。文件指出学校要加快思政教育体系的构建,完善理想信念教育齐抓共管机制,培养全面发展的社会主义接班人。针对思政工作,提出以文化人、以文育人,注重中华优秀传统文化的传承,提高文艺作品的质量和新闻舆论的传播力、影响力。<sup>[1]</sup>地域文化是中华优秀传统文化的重要组成部分,因此探索将岭南文化融入课堂教学,是贯彻落实这些要求的重要举措。

## 1 岭南文化包蕴海量的大学语文课程思政资源

地域优秀传统文化是中华优秀传统文化的重要组成部分。以“改革开放精神”“特区精神”为核心,以粤港澳大湾区为优势,以“岭南诗派”为文学资源,以“三雕一彩一绣”工艺为特色的岭南元素,将多元、创新、开放、务实的岭南文化作为课程思政重要内容纳入网络新闻与传播专业(以下简称网传专业)的文化育人体系,融入大学语文课程,不仅能依托地域特色建构特色职业教育,丰富课程资源,发挥课程思政在立德树人中的作用,还能引导学生发挥网传专业优势,助力岭南优秀文化资源的创新发展和对外传播。

### 1.1 “春天的故事”书写的改革开放精神和特区精神

1979年,深圳蛇口响起了“开山第一炮”,开启了中国改革开放的启幕乐章。此后,码头现、高楼起、风来栖、百业兴。习近平总书记指出:“改革开放铸就的伟大改革开放精神,极大丰富了民族精神内涵,成为当代中国人民最鲜明的精神标识!”把以“解放思想、实事求是”为核心的改革开放精神和以“敢闯敢试、敢为人先、埋头苦干”为主要内容的特区精神融入课堂教学,能发挥革命历史的教育作用,培养学生坚定信念、艰苦奋斗、进取拼搏的品质。

### 1.2 “一带一路”建设中粤港澳大湾区贡献的国际传播力量

《粤港澳大湾区发展规划纲要》提出,粤港澳大湾区要为“一带一路”的建设贡献力量,协同发展,成为“一带一路”建设中一颗璀璨的明珠。大湾区是世界观察中国的窗口,担负着向世界讲好中国故事、传播好中国声音的使命。在大学语文课堂中呈现“人文湾区”的风采,既能让“和平合作、开放包容”的丝路精神浸润学生的心灵,又能鼓励师生一起探索岭南文化的价值和内涵,推动岭南文化的对外传播。

### 1.3 “岭南诗派”蕴含的“雅正”美学思想

岭南地区自古以恶劣荒远著称,但与之形成鲜

基金项目:2020年度广东普通高校认定类科研项目(青年创新人才类)“粤港澳大湾区高职院校传媒类专业课程思政构建路径的研究——以大学语文课程为例”(项目编号:2020WQNCX233)。

作者简介:荆梦婷(1991—),女,硕士,讲师,研究方向为文艺美学、新媒体与网络传播;贺霞(1993—),女,硕士,讲师,研究方向为传播与文化。



明对比的是独领风骚的岭南文坛:有“文场元帅”之誉的张九龄,有“风雅之功”的“南园五子”,有掀起“诗界革命”的黄遵宪和梁启超。这些人被后人称为“岭南诗派”,其温厚和平而无佻荡绮靡的诗品、学先正典型而有风人之体的诗法、雄伟高亢兼具劲厉之势的诗风,都能在潜移默化中使学生感受到刚正不阿、淡泊平和、通达自然之美。

#### 1.4 “三雕一彩一绣”工艺制作中呈现的工匠精神

明清时期,广州成为中国最重要的对外贸易通商口岸。顺应外商对中国工艺品的需求,广府的工艺品发展迅速。“三雕一彩一绣”则是广州传统工艺的主要代表,即象雕、玉雕、木雕、广彩和广绣。无论哪种工艺品的制作,都考验着匠人的智慧与手艺,其不仅传承技艺,还传承精神。2006年,广绣被列为国家级非物质文化遗产,是执着专注、精益求精的工匠精神的鲜明体现。而陈少芳、许灿光等一代代的广绣传人所表现出来的爱岗敬业、争创一流的劳模精神也为思政教育提供了丰富的内涵,鞭策着学生养成艰苦奋斗、勇于创新的精神。

## 2 岭南文化融入大学语文课程思政建设存在的问题

在实际教学过程中,受课程内容结构、教学方法与手段选择、教学评价体系建设等多方面因素的影响,岭南文化融入大学语文课程思政的效果难言理想。调查显示,超过半数的学生将大学语文视为“加入了文学元素的思政课”。具体问题主要集中在以下三个方面。

#### 2.1 重思政而轻专业,课程内容结构失衡

语文学科以其广袤的包容性,几乎能够同化所有的思政元素,因此更容易蒙蔽任课教师的眼睛,在课程内容结构的设计和组织的上常会出现思政元素与专业知识比例失衡、重点不清的问题。

《高等学校课程思政建设指导纲要》明确指出,专业教育课程要根据不同学科专业的特色和优势,深入研究不同专业的育人目标,深度挖掘提炼专业知识体系中所蕴含的思想价值和精神内涵。可见,课程思政的实施必须结合专业特色,融入专业教育。大学语文能够很好地辅助新闻传播类专业课程的学习<sup>[1]</sup>。对网传专业学生而言,大学语文课程教学的作用主要有三:一是训练学生基本的汉语语言文字表达能力;二是提升学生的文学素养和批评鉴赏能力;三是提升学生的文化修养,拓展学生的知识视野。后续课程如网络新闻采访与写作、新媒

体文案写作与传播等的教学,都必须以大学语文为基础,才能取得良好的教学效果。这就要求教师在大学语文课堂中必须首先提升学生的写作与鉴赏能力。但是,部分教师以作品的主旨为原点,花费大量的时间进行说教或毫无节制的拓展,却忽略了最基本的文本分析与教学,忽略了对学生书面语言表达能力训练,导致课程重点把握不清,不利于学生语文能力的提升。

此外,作为网传专业的基础课,大学语文还必须体现专业特色,彰显价值引领性,坚持马克思主义新闻观,做好舆论引导,讲好中国故事。这一点,往往为教师所忽略。如教学《大湾区的天空》一诗,在欣赏完诗歌的语言、意象、主旨之后,一些教师只是简单地激发学生的家国情怀便匆匆结束了教学。这一做法未能基于网传专业特色去引导学生讲好中国故事,导致思政元素流于表面,不能与专业教育、职业理想、职业素养进行深度的融合,削弱了课程思政的育人效果。

#### 2.2 教学模式、教学方法单一

随着教学改革的深化和各类教学比赛的开展,大学语文课堂中存在的“填鸭式”教学、教师“一言堂”的情况有所改善。但在实际教学中,受教学内容和课时的限制,课堂教学仍以教师讲授为主,课程思政目标也仅仅通过解读作者的思想感情来实现,不少教师将课程思政简单理解为讲授能够开展思政教育的文章,把对文章的分析欣赏等同于课程思政。这就导致了理解上的偏颇,造成思政元素挖掘不足,思政浸润课堂的手段不够丰富。虽然教师有意识地在课堂教学中增加学生输出观点的机会,但所采用的方式仍然比较机械,多以讨论、问答、汇报为主。课中用到的信息化教学手段也较为单一,其中PPT、视频最为常用,虽有使用在线学习平台,但多停留在签到、选人的层面上,也几乎不会使用AR、VR、AI等技术。笔者对125名学生进行问卷调查发现:82.4%的学生认为“大学语文课堂与高中没有区别”;97.8%的学生认为“课堂中的思政引导带有强烈的说教色彩,较为生硬”;52.8%的学生表示课堂中输出的个人观点更倾向于“惯性或无意识”,18.4%的学生表示“难以理清个人观点”,仅有28.8%的学生表示是“经过认真思考总结出的个人观点”。这说明大学语文任课教师对课程思政缺乏深入的思考,难以根据学生学情和教学内容采取丰富有效的教学手段,把思政育人做到“润物细无声”,打击了学生的学习积极性。



### 2.3 评价体系有待完善

岭南文化融入大学语文课程思政建设需要一套成熟完善的评价机制,从而对相关建设效果做出客观全面的评价。但目前对于课程思政评价体系的研究较少<sup>[1]</sup>,这一难题并非大学语文学科独有。2021年以来,对课程思政评价体系的研究逐渐增多,但目前学术界并未形成统一的意见。评价体系的确立,需要制定一套可量化的标准,但课程思政主要指向价值评判,其中思想引领、价值内化、情感表达、精神提升等难以量化,且容易受到主观因素的干扰,因此课程思政评价体系建设仍是目前学校和教师最为困惑和亟待解决的问题<sup>[1]</sup>。现有的大学语文课程思政评价体系存在数据采集不充分、评价方式单一的问题,评价的系统性还不足,课程思政内容的教学评价与课程专业知识的关联融合比较薄弱,反馈保障和持续改进措施仍需加强。

## 3 岭南文化融入大学语文课程思政的可行路径

历史文化的丰富性、厚重性以及现代文化的开放性、创新性水乳交融<sup>[4]</sup>,使岭南地区得风气之先,在近现代中国历史上产生了巨大的影响;岭南文化也成为大学语文课程思政的“活教材”和“资源库”。为了充分汲取岭南文化的营养,促进大学语文课程思政建设,可以从以下四个方面进行改进。

### 3.1 明确课程定位,优化课程内容结构,开发校本教材

课程思政并非简单介绍岭南文化,更重要的是能够根据专业特色,将岭南文化融入专业教学。这就要求教师必须在明确课程定位的基础上组织课程内容。各个学校基于教学实际,其大学语文课程的开设情况各不相同。有的将其作为专业基础课,有的将其作为公共课,还有的没有开设。课程性质不同,教师对课程内容结构的规划也就不尽相同。广州华南商贸职业学院(以下简称我校)将大学语文作为网传专业的基础课,且该专业没有开设写作基础、阅读鉴赏等相似课程。因此,我校网传专业大学语文设置了文学阅读、鉴赏批评、基础写作三大板块教学内容。同时,作为网络新闻采访与写作、新媒体文案写作与传播专业的先导课程,大学语文必须首先提升学生的基础写作能力,即学生对汉字、词、句、篇章结构的掌握能力。

近年来也出现了一批“专题式”结构的大学语

文教材。这些教材有的设置了岭南文化专题,旨在介绍岭南民俗、岭南建筑等,但所选文章仅停留在简单的科普层面,文学性不足。教师在进行该专题的教学时往往是通读课文,然后由小组或个人分别介绍岭南民俗。这显然混淆了大学语文课程与中华优秀传统文化课程的界限,无法有效提升学生的写作能力和文学鉴赏能力。因此,教师在融合岭南文化元素进行教学时要找准落脚点,在选择教学篇目时应注意对学生写作能力的提升,保证思政教育与专业教育之间的平衡。在阅读鉴赏、写作积累板块的教学中,教师可以鼓励学生充分发挥新闻人的“实录”精神,利用所学的写作技巧,对岭南民俗文化予以记录、传播,讲好岭南故事,实现思政教育与专业教育的深度融合。还有的教材同时设有“普通话”专题、“交际口才”专题,但网传专业也设有播音与主持、交际口才等课程,这就出现了教学内容上的重复。

鉴于以上情况,粤港澳大湾区各高职院校应立足于本校的实际情况开发校本教材,以便更好地将岭南文化融入大学语文课程思政,并取得良好的教学效果。

### 3.2 创新教学手段,丰富思政元素的融入方式,提升学生参与度

#### 3.2.1 采用多种教学方法,活跃课堂氛围

在充分了解学情的基础上,教师可以适当减少讲授法的应用频次、降低教师观点的输出密度,除讨论、问答等传统互动方式外,还可以采取辩论、演讲、情节演绎等方式提高学生的表达能力和表现能力,深化学生对于岭南文化的思考。案例教学法亦有应用,但多是对案例的简单分析,难以从案例中汲取有效信息,削弱了案例教学的效果。教师可尝试将角色扮演、翻转课堂与案例教学相结合。如在以“岭南文化”为主题的写作训练中,教师可事先准备一篇质量不高的作文,由学生扮演教师或报刊编辑,对该作文进行详细批注,归纳总结其中存在的问题,并综合运用多种写作技巧,努力将其修改成一篇佳作。如此一来,便实现了课程知识、岭南文化、职业教育的融合。

除此之外,教师还应当重视技术赋能教法改革,融合模式识别、数据画像、VR、XR、知识图谱、学习分析等技术,为学生打造虚实融合的活动空间,提供真实体验的虚拟环境,为学生开展实践探究提供技术支持<sup>[5]</sup>,推动岭南文化更好地融入大学



语文课程思政。

### 3.2.2 打破时空界限,充分利用第二课堂实现思政育人

第二课堂以其丰富多彩的活动形式实现了思政元素的自然融入以及理论知识与实践操作的自然结合,具有无可比拟的优势。我校在学生活动中重视彰显岭南风韵。教师鼓励学生参加朗诵、征文、辩论比赛,积极加入社团的宣传部门,主动发挥专业优势,利用新媒体平台促进岭南文化的传播。同时打破课堂的时空限制,拓展教学场地,重视田野调查。通过“三下乡”、实地采访等方式,使学生亲身感受岭南魅力,培养学生的家国情怀,引导学生主动做岭南文化的传播者和传承人。

### 3.3 完善课程思政评价体系

课程思政评价是一个复杂的系统性工程,不仅要对学生学习效果进行过程性评价和终结性评价,还要对教师实施课程思政的过程与效果进行评价,因此应分别制定测评量表。前者主要测评学生对思政目标和教学内容的认可度,对教学过程各环节的参与度,对教师教学手段的认可度,课程思政物化成果(即作业)的质量,在实施课程思政前后对岭南文化的了解程度、价值观念、实践行为的变化情况等。后者主要考量教学目标是否设置有思政目标,教学内容能否兼顾岭南文化、思政引领和专业教育,在教学设计与实施中是否主动浸润思政内容,教学方法与手段是否灵活并体现“以学生为中心”,以及实际取得的教学效果。

### 3.4 提高教师队伍的思政水平

学校应重视课程思政教学团队建设,以师德师风建设为引领,建立课程思政建设机制,增强教师的课程思政意识,提高教师的课程思政能力。随着

人才流动的加强,粤港澳大湾区高职院校吸引了一大批外来人才,他们对岭南文化并不熟悉。学校要重视对教师进行历史、人文、地理等方面的本土文化培训,教师也要主动研习岭南文化,学习课程思政的方法和理念,从岭南文化中挖掘适合大学语文课程思政的素材,实现课程思政、岭南文化、专业教育的有效融合。

## 4 结语

课程思政的实施是为了更好地立德树人,岭南文化中蕴含的思政元素为立德树人提供了丰富的营养。粤港澳大湾区高职院校只有在学科体系、教学体系、教材体系、管理体系等多方面共同发力,才能将岭南文化、课程思政、专业知识、职业能力、职业理想有机结合,真正解决思政课、专业课“两张皮”的问题,提升课程思政效果。

## 参考文献

- [1] 新华网.中共中央 国务院印发《关于新时代加强和改进思想政治工作的意见》[EB/OL].(2021-07-12)[2023-01-14]. [www.news.cn/politics/zyw/2021-07/12/c\\_1127647536.htm](http://www.news.cn/politics/zyw/2021-07/12/c_1127647536.htm).
- [2] 高博亚.论大学语文课程对新闻传播专业大学生的提升[J].卫星电视与宽带多媒体,2019(7):72-73.
- [3] 王岳喜.论高校课程思政评价体系的构建[J].思想理论教育导刊,2020(10):125-130.
- [4] 陈伟军.以岭南文化夯实大湾区人文底蕴[J].人民论坛,2019(19):124-126.
- [5] 郭孔生,薛慧丽,佟晓彤.5G+AI技术赋能高职院校课程思政设计研究:以大学语文课程为例[J].湖北职业技术学院学报,2022,25(2):35-42.

## Research on the Integration of Lingnan Culture into the Ideological and Political Construction of the College Chinese Course:

### Taking the Network Journalism and Communication Major as an Example

JING Mengting, HE Xia

**Abstract:** Lingnan culture has a long history and is an important part of the fine traditional Chinese culture, as well as an important soil for the ideological and political education in specialized courses. Based on the teaching practice of the College Chinese course in the network journalism and communication major, this paper analyzes the problems of integrating Lingnan culture into the ideological and political construction of the course, and proposes improvement methods from four aspects: course content structure, teaching methods, course evaluation system, and teacher team construction.

**Key words:** ideological and political education in specialized courses; College Chinese; Lingnan culture; the network journalism and communication major

编辑:张效瑞

# 藝 海



2024.08

Y I H A I

Sponsored By Hunan  
Provincial Art Research  
Institute



创 刊  
于  
1958年

ISSN 1673-1611



9 771673 161244



国家艺术基金2022-2024年度资助项目  
跟踪指导工作会





# 目录

## Contents

社 长 邹清华  
主 编 王 林  
编辑部主任 杨 建  
编辑部副主任 谢 雨

责任编辑 杨 建 刘小红  
翁婷皓 张贵志

封面设计 翁婷皓

平面设计 小 林

### 版权声明

本刊已许可中国知网、龙源期刊网、万方数据库、重庆维普《中文科技期刊数据库》以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。如作者不同意网络传播，请在投稿时特别声明。

《艺海》编辑部

田汉戏剧奖优秀期刊  
湖南省一级期刊  
中国期刊全文数据库（CJFD）全文收录期刊  
龙源期刊网全文收录期刊  
万方数据库全文收录期刊  
重庆维普《中文科技期刊数据库》全文收录期刊  
汉王书城全文收录期刊

### 剧本新作

3 蒋庄懿 / 长松特立

### 华夏艺谭

17 陆晗笑 / 《缀白裘》中演出本的舞台搬演

22 韩博文 / 超越视界：万玛才旦电影中陌生化手法研究

### 梨园撷英

26 黄勇涛 / 论湘剧《翠屏山·兄弟酒楼》中石秀的表演艺术

29 江向英 / 当传统艺术与现代科技相遇

32 李 波 / 戏曲艺术中导演的创作职能

35 郑 军 / 戏曲电影的魅力

38 谭三章 / 坚持创新演出 践行保护传承

41 熊张鹿鸣 / 论《临川四梦》中的“梦文学”与“时代文学”

45 谢剑英 / 花鼓现代戏乡村女性人物塑造刍议

### 黄钟大吕

48 姚 垚 / 合唱在群众文化建设中的作用

51 谢能姣 / 瑶族音乐的特色与代表作品

### 水墨丹青

57 杨恒琪 / 当代壁画材料研究

52 蔡志华 / 为时而著，为事而作

66 张 博 / 版画形式与版画语言之间的关系

70 赵宏福 / 构图在油画中的作用



《艺海》2024/08

# 目录

## Contents

### 传媒论道

- 74 刘光钰 / 短视频赋能乡村传播事业发展的路径
- 79 杨 波 / 农村戏曲演出中布景设计的创新实践
- 83 宗传玉 / 视觉设计语言下的乡村产品包装设计研究
- 72 刘建平 周子豪 / 《问苍茫》：三重维度再现历史之光
- 76 李逸菲 舒兴川 / 基于成都本土文化元素的大运会公共视觉艺术研究

### 护花春泥

- 72 罗 敏 / 湖湘红色文化与地方高校设计教育的深度融合

### 缤纷图影

刊 名：《艺海》2024年8月号

主管单位：湖南省文化和旅游厅

主办单位：湖南省艺术研究院

出版单位：《艺海》编辑部

电 话：0731-84456454

传 真：0731-89908386

投稿邮箱：yhbijy@163.com

邮政编码：410114

地 址：长沙市天心区万家丽南路  
二段688号长沙总部基地  
16栋

制版印刷：长沙超悦印刷有限公司

发行单位：湖南省报刊发行局

订 阅：全国各地邮局（所）

刊 号：ISSN 1673-1611

CN 43-1208/J

邮发代号：42-254

国内定价：15.00元

出版日期：2024.8

# 短视频赋能乡村传播事业发展的路径

## ——以“村超”现象为例

■ 刘光钰 广州华南商贸职业学院

〔摘要〕随着短视频平台的兴起，乡村传播事业得到了前所未有的发展机遇。本论文以“村超”现象为例，探讨短视频在乡村传播事业发展中的赋能路径。通过对村超（乡村足球联赛）以及村BA（乡村篮球联赛）等现象的热度变化进行分析，揭示其中的可持续性因素。研究发现，短视频平台为乡村传播事业提供了广阔的传播渠道，促进了乡村文化的传承与创新。然而，要实现可持续发展，需要在内容质量、社会参与和政策支持等方面寻找平衡。

〔关键词〕短视频；乡村传播；村BA；村超；可持续性

短视频平台的发展给传播领域带来的是划时代的变革和影响。在城市化进程中，乡村传播事业一直面临挑战，而短视频平台的兴起为乡村传播提供了前所未有的机遇。其中，以贵州“村超”等热门现象凸显了短视频在乡村传播中的巨大影响力。然而，这些现象的热度是否具有可持续性，以及如何在乡村传播事业中实现可持续发展，仍然是一个需要深入研究的问题。

### 一、“村超”现象的影响与热度变化

#### 1. 影响与价值

“村超”（乡村足球联赛）作为一种新型的体育赛事，通过短视频等新媒体平台，迅速在乡村间传播开来。透过“村超”可从以下几个方面来分析其影响：

##### （1）促进体育文化传承

“村超”联赛的兴起为乡村体育文化传承与发展注入了新的活力。这一比赛形式鼓励乡村居民积极参与足球比赛，不仅促进了健康的生活方式，更在传承体育文化方面发挥了积极作用。乡村足球作为一种传统的体育活动，在“村超”的推动下焕发出新的生机。首先，足球比赛作为一种具有浓厚人文情怀的运动，在乡村中代代相传。通过“村超”联赛，乡村居民们得以亲身参与，传统的足球文化得以延续。这不仅加深了乡村居民对体育的热爱，也为年轻一代传递了持久的体育精神。其次，足球比赛的举办促使乡村社区之间的交流与合作。各个村庄之间的比赛不仅仅是竞技，更是一次跨足球场地的社交活动。这种交流有助于打破社区之间的隔阂，促进乡村社区更紧密的联系，从而加强体育文化的传递。



## （2）激发乡村活力

“村超”联赛的举办为乡村注入了前所未有的活力。通过比赛，乡村居民不仅获得了锻炼的机会，更得以参与一个更广泛的社交圈中。首先，比赛提供了一个锻炼身体、展示才华的平台，激发了乡村居民积极参与的热情。参与足球比赛不仅仅是一项体育活动，更是一种展示个人技能和团队协作的机会。这种参与感增强了乡村居民的自信心，提升了他们的积极态度。其次，赛事的组织和参与加强了乡村社区的凝聚力。乡村居民在共同备战、比赛、庆祝等过程中建立了更加紧密的联系。社区的凝聚力得以加强，为乡村的全面振兴创造了有力的社会基础。

## （3）拓展乡村形象

“村超”联赛通过短视频等媒体的传播，为乡村形象拓展了更广阔的舞台。传统上，乡村往往被视为与现代生活脱节的地方，但“村超”通过赛事呈现了一个全新的乡村形象。首先，短视频等新媒体形式将乡村的美丽风景、独特文化展示给更多的人。这些画面不仅令人眼前一亮，更改变了人们对乡村的刻板印象。乡村不再只是草木繁茂的地方，更是拥有活力的社区。其次，通过“村超”的传播，乡村也成了一种吸引人的旅游目的地。观众通过短视频等渠道了解到乡村的特色，可能会激发他们的兴趣，产生前往乡村参观、度假的念头，从而促进了乡村旅游的发展。

### 2. 热度变化与可持续性

“村超”的热度变化及其热度是否具有可持续性是值得探讨的问题。在初始阶段，由于新鲜感和刺激感，很多人对“村超”表现出高度的关注度，短视频平台上涌现出大量相关内容。然而，随着时间的推移，热度可能逐渐下降，可能出现以下几种情况：

#### （1）观众兴趣减退

随着时间的推移，观众对“村超”联赛的好奇心和新鲜感可能会逐渐减退，从而导致观众数量的减少，进而影响联赛的参与度。这种现象在新兴事物推出后常常会出现。起初，人们对于这种全新的乡村体育联赛可能会表现出极大的兴趣，但随着时间的推移，这种兴趣可能逐渐淡化。这可能与人们的好奇心和兴趣持续时间有关。人们往往对于新鲜事物充满好奇，但随着时间的推移，他们可能会追求新的刺激和体验。这可能导致观众逐渐减少，影响到联赛的热度和影响力。

#### （2）内容同质化

随着“村超”联赛的热度上升，可能会出现大量的内容同质化现象。这意味着短视频、直播等媒体上涌现出的内容开始呈现相似的主题、形式和风格，导致观众产生审美疲劳，降低了对内容的兴趣。这种现象于社交媒体和网络传播中频发。

#### （3）资源投入问题

“村超”联赛的运营和推广需要一定的资源投入，包括场地租赁、设备采购、赛事宣传等。如果热度下降，可能会影响赛事的运营，甚至导致赛事的终止。这种情况可能会影响到赛事的可持续性发展。

### 三、短视频赋能乡村传播事业发展的积极作用

#### 1. 媒体多样性与覆盖广度

短视频作为一种高度视觉化的媒体,以其独特的语言形式吸引了大量的观众。在“村超”联赛的案例中,通过在各大短视频平台上发布与比赛相关的内容,乡村传播事业得以充分利用媒体多样性和广度的覆盖。不同于传统媒体,短视频能够在短短几分钟的时间内,将比赛的激烈、选手的拼搏以及乡村的美丽风光传达给观众。通过短视频,观众不再需要在电视前等待,而是可以随时随地通过手机观看比赛的精彩瞬间。这种媒体多样性的传播方式,极大地方便了观众,提升了他们获取信息的便捷性。观众通过视听的方式,能够更加身临其境地感受到比赛的紧张刺激、选手的付出以及乡村的独特之美。这种视觉冲击不仅大大提高了观众的体验,也增强了他们对乡村传播的兴趣。

#### 2. 故事性与情感共鸣

短视频平台强调情感共鸣,而“村超”联赛的故事性元素正好满足这一特点。选手们的成长故事、团队的努力拼搏,都是极具感染力的故事情节。通过在短视频中展现选手们的个人成长历程,观众能够深入了解他们的付出和努力,产生情感共鸣。观众或许会在某个选手的故事中找到与自己类似的经历,从而引发共鸣和情感共振。这些真实而饱含情感的故事通过短视频传播,拉近了选手与观众之间的距离。观众在观看的过程中,能够更加身临其境地感受选手们的坚持和付出,甚至能够从中汲取动力。这种情感共鸣不仅加深了观众对“村超”联赛的关注,也加强了他们对乡村传播事业的认同。

#### 3. 互动性与参与感

短视频平台的互动性为观众参与提供了便利。通过评论、点赞、分享等互动方式,观众能够与内容产生更加紧密的联系。在“村超”联赛的案例中,这种互动性为观众与赛事之间建立了更深层次的互动关系,激发了他们的参与感。观众可以通过评论区表达对于比赛的想法、对选手的支持以及对赛事的期待。这种实时的互动让观众感受到他们的声音被听到,他们的意见被重视。同时,观众还可以通过点赞、分享等方式,将自己喜欢的内容传播给更多人,从而扩大了赛事的影响范围。这种互动性不仅增强了观众的参与感,也为乡村传播事业带来更多的参与度和活力。

#### 4. 社交媒体效应与口碑传播

短视频内容易于在社交媒体上分享和传播,这进一步提升了“村超”联赛的影响力。观众可以将有趣的片段、精彩瞬间分享到自己的朋友圈、社交平台,从而将内容传播得更广。社交媒体效应在这个过程中发挥得淋漓尽致。社交媒体平台上的分享和转发带来了内容的传播指数级增长。当一位观众分享了一段有趣的“村超”视频,可能会引发更多人的兴趣,进而传播给更多的人。这种社交传播形成了正向的口碑效应,吸引了更多人关注“村超”联赛。甚至一些被吸引的观众可能会萌生前往现场观赛的念头,从而亲自感受比赛和乡村的魅力。

#### 5. 品牌建设与商业合作

“村超”联赛借助短视频平台,为乡村传播事业的品牌建设提供了独特的机会。这一平台使得联赛能够以全新的方式展示乡村文化、旅游资源和发展潜力,从而形成独特的品牌形象。通过精心策划的短视频内容,联赛能够将乡村的魅力生动地呈现在观众眼前,引发他们的兴趣与关注。在短视频中,可以通过展示乡村的风景名胜、传统手工艺、美食文化等多方面的元素,塑造一个丰富多彩的乡村形象。观众通过视听的方式,能够更加直观地了解乡村的独特之处,从而对乡村传播事业产生浓厚的兴趣。联赛的可持续发展离不开品牌建设,品牌建设也为乡村



的整体形象塑造做出了积极的贡献。

#### 四、短视频赋能乡村传播事业发展的路径

##### 1. 策划与内容创意

在短视频赋能乡村传播事业的路径中，策划与内容创意是一个关键的起点。以“村超”为例，其成功的短视频传播策略深刻体现了策划与创意的重要性。赛事组织者需要制定细致的内容策略，明确要传递的核心信息和情感元素。这就意味着需要精准定位目标受众，了解他们的兴趣和需求，以便创作出吸引人、具有共鸣的内容。选手的故事、比赛的激烈程度以及乡村的风光都是可以被挖掘的创意元素。通过深入采访选手，探索他们的成长背景、坚持和付出，可以创造出感人至深的人物故事，引发观众的共鸣。同时，捕捉比赛的紧张刺激和选手的拼搏精神，能够为观众带来视觉和情感的双重冲击。此外，通过展现乡村的美丽风景、特色文化，也可以为短视频赋予更多吸引力和感染力。基于确定的创意，可以制定详细的拍摄计划。选择合适的拍摄地点、角度和时机，有助于保证视频的质量和吸引力。策划与内容创意的精心设计，将为后续的制作和传播奠定坚实基础。

##### 2. 制作与后期处理

制作和后期处理是短视频创作过程中不可或缺的环节。以“村超”为例，赛事的精彩瞬间和选手的努力都需要通过高质量的拍摄和后期处理来呈现。专业的拍摄和直播设备在技术加持下使得视频质量大幅度提高。通过高清的画面质量、稳定的摄影手法，能够更好地捕捉选手们比赛时的动作和情感表达。通过提升视觉观感的刺激，富有感染力的视觉画面给观众以沉浸感体验。通过后期特效等处理技术让视频质量提升的同时也让视频画面更具吸引力。剪辑、配乐、字幕添加等手段，能够增强视频的视听效果。通过精心的剪辑，将选手的拼搏精神和乡村的美景有机地融合在一起，创造出引人入胜的故事叙述。声画艺术的结合能够引导观众的情感，引发观众产生共鸣。字幕的包装设计可以帮助观众更好地理解节目内容从而增加内容的传达效果。

##### 3. 平台选择与传播

在短视频赋能乡村传播事业的路径中，选择合适的短视频平台是至关重要的一步。不同的短视频平台拥有不同的用户特点、传播机制和社交环境，因此平台的选择直接影响着内容的触达程度和影响力。以“村超”为例，合理选择平台有助于更好地吸引目标受众。选择何种平台，需要综合考量平台的用户群体。对于“村超”这类乡村体育赛事，年轻人可能是一个重要的目标受众。因此，流行的短视频平台如抖音、快手等可能更具吸引力，因为这些平台的用户主要是年轻人，他们更容易接受新鲜、有趣的内容。在整个传播过程中至关重要的是如何充分利用短视频平台的互动性，用户在观看视频节目的同时，主动通过评论、点赞、分享等方式与内容进行互动。鼓励观众参与互动，例如提出问题、表达对选手的支持或分享自己的看法，有助于增强观众的参与感和对内容的投入程度。同时，与观众的互动也是建立观众忠诚度和增加传播范围的途径之一。

##### 4. 故事传递与情感共鸣

短视频在乡村传播事业中的核心元素是故事传递和情感共鸣。通过故事，可以将观众引入一个个真实而有趣的情境，从而更好地传递乡村的价值观、文化特点和生活风貌。以“村超”为例，选手的成长故事和团队的努力都是能够产生情感共鸣的素材。选手的成长故事，尤其是背后的坚持和付出，可以激发观众的共鸣情感。通过深入挖掘选手的背景、目标和奋斗历程，可以将这些个体故事与乡村的价值观相连接，传递出坚持、拼搏、团结等积极的信息。同时，团队的努力也是一个能够引发共鸣的话题。将选手们的合作精神、凝聚力和努力拼搏的场面展示给观众，

能够让观众感受到团队的凝聚力和向上向善的力量。

#### 5. 持续更新与创新

短视频赋能乡村传播事业的路径并不是一成不变的，需要持续更新和创新。观众的兴趣和需求会随着时间的推移而变化，因此，保持内容的新鲜感和创新性至关重要。定期推出新的内容、新的创意，能够保持观众的关注度和兴趣。以“村超”为例，可以在每个赛季都推出新的比赛亮点、选手故事等，让观众时刻期待着新的内容。同时，要结合观众的喜好以及持续关注观众的反馈从而进行调整与改进。通过观众的参与和反馈，可以更好地了解他们的需求，从而更好地进行内容创作和更新。持续发展的关键在于创新。在短视频内容的制作和传播中，可以尝试新的拍摄技术、叙事方式、互动形式等。不断挖掘新的创意，有助于吸引更多的观众，推动乡村传播事业在短视频平台上保持活跃。

#### 结语

综上所述，短视频作为乡村传播事业的新途径，为乡村故事、文化和发展提供了更广阔的舞台。随着技术的不断发展和观众需求的变化，短视频将继续在乡村传播事业中扮演重要的角色，为乡村的发展注入新的活力。我们应不断创新、积极探索，在短视频的帮助下，共同见证乡村传播事业的繁荣与发展。

（责任编辑：杨建）

---

#### 参考文献：

- [1]任纪元. 面向乡村振兴的“村红”价值提升策略研究[D].河南大学,2022.
- [2]夏荣. 抖音短视频的乡村文化书写[D].湖北民族大学,2022.
- [3]欧红英. 基于乡村受众的短视频健康传播研究[D].湖南大学,2021.
- [4]焦红霞. 探寻贵州“村超”成功密码[N]. 中国改革报,2023
- [5]赵亮晨.“村BA”和“村超”“下半场”怎么打? [J].科学大观园,2023(15).
- [6]吴秉泽,王新伟.“村超”“村BA”火爆出圈的密码[N]. 经济日报,2023-08-10(012).

本文系广州华南商贸职业学院校级质量工程项目“视觉传达设计专业群专业教学资源库”研究成果，项目编号:2022HMLGCO8.



# 河北画报

文艺  
研究

PICTORIAL 河北省优秀期刊

NO.480 09/2022

广告经营许可证号 1301024D00002

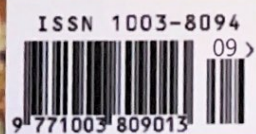


ISSN 1003-8094  
CN13-1006/Z

非物质文化遗产保护的创新模式探讨

“文化自信”视域下高职院校非遗舞蹈创新人才培养路径

中国石窟艺术的沉浸式体验和活态化传承



9 771003 809013



河北画报社官方网站

封面作者：李东红



总策划: 张雪燕  
社长: 孙泓洁  
副社长: 李丽霞 丁悦

艺术总监: 吴波

执行主编: 杜伟  
编辑部副主任: 王巧欣 张素爽  
编辑: 张伟 张骄明 池彦朋 田野

图片编辑部主任: 冯涛  
副主任: 田雨

事业部主任: 缪济临

发行部主任: 刘岩  
发行: 郑占奇 张东辉

设计部主任: 董燕  
副主任: 杜聚霞  
版面设计: 张培 王舒宇 韩钰

校对: 彭振海  
法律顾问: 河北子辰律师事务所 刘占清

中国标准连续出版物号: ISSN 1003-8094  
CN13-1006/Z  
发行范围: 公开  
国内发行单位: 河北画报社发行部  
国外发行单位: 中国国际图书总公司  
(中国国际书店) 北京 399 信箱  
广告经营许可证编号: 1301024D00002  
《河北画报》网站: www.hebpic.com  
《河北画报》发行全国及海外  
《河北画报》由河北省档案馆收藏  
《河北画报》由政府采购, 发行至省内部分农家书屋

本刊稿件一经采用, 即表明作者将该作品的专有出版权和网络传播权授权本刊行使。以上授权稿酬我刊在作品发表时一次性支付。如作者不同意作品被制定网络传播, 请在来稿时向本刊声明。

万方数据库 www.wanfangdata.com.cn  
超星期刊出版平台 www.chaoxing.com

《河北画报》对国内以下航班、列车、宾馆实行赠阅  
东航河北分公司石家庄机场至全国各地航班  
北京铁路局石家庄站至全国各地重点列车的软席、软卧车厢  
石家庄高速客运公司至全国各地高速“大巴”  
河北境内各市重点涉外宾馆

印刷: 石家庄海德印刷有限公司  
出版日期: 每月 25 日

编辑部 88870972 88870973  
综合办公室 86048856 86691569  
图片编辑部 86049581 86046090  
发行部 85881006  
财务部 86215644  
图文设计中心 86047140  
投稿邮箱 hbbbjb@163.com

地址: 石家庄市新华区和平西路 275 号  
邮编: 050000

如换用本刊图文请付稿酬并注明出处

# CONTENTS

目录 Hebei Pictorial  
2022.09

## 非遗研究 | Intangible cultural heritage research

- 001 | 非物质文化遗产保护的创新模式探讨 / 高秀霞
- 004 | 论非物质文化遗产的传承推广优化设计策略  
——以苏恒泰油纸伞为例 / 许冰冰 王云龙
- 007 | 基于信息技术的非遗戏曲教学优化的研究  
/ 钱逾 向丹丹 闵安琪 马琳 黄镜彬
- 010 | 文化遗产资源的数字化保护与传播研究  
——以无锡运河为例 / 韩涛 张曦之
- 013 | “文化自信”视域下高职院校非遗舞蹈创新人才培养路径  
/ 刘丽超
- 016 | 中国石窟艺术的沉浸式体验和活态化传承  
/ 黄东 张洪明 杨元东

## 美术与设计 | Art and design

- 019 | 淡水彩技法中的干湿画法和相关画家 / 兰澳婷 李意淳
- 022 | 以衣载德: 中国山水与花鸟绘画符号语言在校服设计中的应用  
/ 邵一格 刘艺琳 肖立志
- 025 | 吉祥图案在节令礼品设计中的应用 / 王佳钰
- 028 | 地域文化视觉下海报招贴设计的“简约”表述 / 王月鑫
- 031 | 从郭熙《早春图》看北宋山水画精神的转变 / 牛晓莹
- 034 | 工匠精神导向下江西漆艺的活态传承研究 / 刘晗露
- 037 | 迷幻字体在1960年代美国摇滚海报中的形式与功能 / 任煜欣
- 040 | “指手画心”——梁玖教授“图片小品”鉴赏 / 郝熙
- 043 | 宋画——理学之高 / 景素春
- 046 | 约翰·埃弗里特·米莱斯《奥菲莉亚》角色内涵解读 / 戴姝仪



049 | 现代包装设计中雕塑艺术的应用研究 / 邱薇

052 | 包装设计中卡通形象的优越性研究 / 李亚芸

055 | 远古时期西藏美术研究综述 / 左琪

058 | 对当代绘画艺术多元化格局的重新审视 / 李杨

061 | 具茨山岩画的初步研究 / 李星垣

064 | 韩国现代雕塑初期的继承与裂变 / 谭旭

067 | 民俗艺术元素在广告设计中的应用研究 / 郑允超

070 | 十八世纪的洛可可艺术设计 / 杨雨楠

073 | 中国传统写意人物画的艺术特色分析 / 瞿大明

076 | 互动性儿童药品优化包装设计研究  
——以“圣药堂”为例 / 陶丹 崔敏

079 | 绿色环保材料在现代包装设计中的应用分析 / 邓腾

082 | 漳州木版年画在文创产品设计中的应用 / 卢志扬 何文巍

### 档案信息 | Archival information

085 | 网络环境下公共图书馆采编工作的现状和发展趋势  
/ 张明燕

088 | 论现代信息技术在高校教学档案管理中的有效运用  
/ 文科

091 | 生态意识视域下乡村博物馆建设研究 / 陆燕平 王洪让

094 | 博物馆教育的现状与发展新趋势 / 李红梅

### 文化旅游 | Cultural tourism

097 | 乡村振兴视阈下民族地区传统文化传承与可持续发展  
——以贵州省盘县滑石板村为例 / 章梅艳 田修胜 许源

100 | 中国古村落文化输出困境与出路分析——以西递为例  
/ 严甲林 周雅文 肖宇 程文浩 曹静

### 音乐与舞蹈 | Music and dance

103 | 广场舞的发展过程及创编形态 / 刘杨

106 | 戏曲舞蹈在戏曲表演中的作用 / 艾芳

109 | 西藏波卓波央艺术表演特色及当代的发展  
/ 何丞颀 韩若晨 徐丽雯 钟祺

112 | 声乐演唱中的舞台表演技巧探析 / 张亚磊

115 | 音乐欣赏——以交响童话《彼得与狼》为例 / 刘振菲

118 | 中国古典诗词歌曲演唱风格与技巧分析 / 吴开志

121 | 试论音乐结构对舞蹈作品创编的启示 / 刘路子

124 | 如何将传统音乐文化融入高职声乐 / 陆琳

127 | 新媒体舞台设计中构成艺术的应用研究 / 张涛

130 | 中国原创芭蕾舞剧跨文化传播的有效性研究 / 赵瑾瑜

133 | “乡愁与群体记忆”  
——比较视野下“桐乡三跳”说唱艺术的可持续发展  
/ 邓懿

136 | 探究中国秧歌的种类以及艺术特征 / 吴保

139 | 广西宜州壮族赶歌圩现状及传承的思考 / 龙江江

142 | 文化馆钢琴演奏与钢琴伴奏教学的融合探究 / 刘晟翔

### 影视传媒 | Movie and television media

145 | 精准扶贫题材影视的共同体叙事研究 / 杨璐 李欣泽

148 | 电影《肖申克的救赎》积极心理因素分析 / 赵源源

151 | 《雄狮少年》动画电影的现实主义创作特征与价值观的

构建 / 邢真真 李丹

154 | 生态翻译学视阈下的城市形象片字幕翻译审视

——以《黄山·梦之城》为例 / 程微

157 | 影视剪辑思维与技巧实践研究 / 朱雪莲

160 | 短视频时代民办高校媒介形象构建策略 / 罗敏

163 | 数字音频在影视作品中作用的探究 / 杜蕊

166 | 从儿童视角探诗艺品格与民族内蕴异同

——以《城南旧事》与《小鞋子》为例

/ 李层层

169 | 新媒体时代播音主持语言艺术及创新策略 / 边巴次仁

172 | 包容与对话：《衣尚中国》的中华文化之美 / 程倩倩

175 | 网络综艺节目如何打造跨界IP

——以《超新星运动会》为例 / 叶蕊心

## 艺术研究 | Art research

178 | 纪念性公共艺术形式分析

——以浩劫纪念碑为例 / 李星易

181 | 从威尼斯双年展看中国当代艺术家的跨文化互动

/ 王雨亭

184 | 从不可移动文物角度浅谈我国文物保护的法制化进程

/ 张剑玺

187 | 现代汉服的属性及其功能研究 / 武忍

190 | 乡村振兴战略下农产品包装的品牌塑造及价值提升探讨

/ 董有国

193 | 论传统合院民居演变的“模因性” / 刘延静

196 | 城市纪念性广场的空间设计研究——以郑州二七广场为例

/ 海晶娟

199 | 《小偷家族》中的家族关系的考察分析——以母女关系为

中心 / 尹茸苇

202 | 关联理论视角下手机广告语的“一本多译”研究 / 李奇明

205 | 孔子学院岗前培训跨文化交际课程研究 / 毛洁

## 教育艺术 | The Art of education

208 | 论中国艺术学科研究生的“自我跳动”教育权 / 郝熙

211 | “互联网+”背景下线上古筝教学模式的几点思考

/ 许敬欢

214 | 高职院校环境艺术设计专业融入乡村振兴的教学模式研究

/ 刘会颖

217 | 蔡元培社会美育的实践与探索 / 刘璐

220 | 奥尔夫音乐教学法与方言童谣教学的融合探索

——以安阳童谣为例 / 李静

223 | 多元美术文化发展背景下高校油画教学探究 / 久益尚

226 | 新时代美术教育中的表现性评价 / 刘亚楠

229 | 2021年全国高等学校音乐教育专业本科生基本功展示

舞蹈单项比赛改革初探 / 黄安

232 | 高职艺术设计专业基础课基于成果导向的教学改革探索

/ 宁秀和

235 | 高校艺术类教学中“导师制”的实施初探 / 赵华珍

238 | 法国北加莱海峡高等艺术学院本科教育的启示

/ 邓俊峰 董芳

封三 | 《摄影作品》 / 王楠楠



# 短视频时代民办高校媒介形象构建策略

罗敏

(广州华南商贸职业学院)

**摘要:**近年来,在公立院校扩招和生源逐年减少的双重压力下,民办高校面临巨大的招生困境。针对这一现象,民办高校纷纷开始利用短视频进行形象建构和招生宣传。然而在宣传过程中出现了低点赞量、低播放量、内容同质化等问题。因此,本文以广东地区民办高校官方视频号为例进行分析,探讨如何利用短视频多维度多层次地塑造和构建民办高校形象的策略。

**关键词:**短视频;民办高校形象;传播策略

民办高校指的是企业事业组织、社会团体及其他社会组织和公民个人利用非国家财政性教育经费,面向社会举办的高等学校及其他教育机构,其办学层次分专科和本科,包含独立设置的民办高等学校、独立学院和其他普通高校的民办二级学院。经过多年的发展,民办高校已具有一定规模,满足了大众化教育背景下社会对优质教育选择的需要。近年来,随着公立院校扩招和高考生源的逐年减少,民办高校的生存与发展遇到史无前例的瓶颈——“生源荒”。对于民办高校而言,学费是其主要的经费来源,因此提高招生规模显得尤为重要。自2018年6月以来,民办高校纷纷开通短视频账号进行招生宣传。短视频这种新型的传播方式,打破了传统的“两微”宣传模式,由原本单一的视觉传播形式延伸为视听传播,为民办高校的形象构建和招生宣传提供了新途径。

## 一、短视频在民办高校形象构建中的特征与优势

第49次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2021年12月,我国网民规模达10.32亿。其中短视频用户超过9亿,人均单日使用时长110分钟的,超越了即时通讯位居榜首。短视频以吸入、吸时、吸睛、吸金等四大特点成为用户粘性最高、人均单日使用时长最高的视听产品。尤其伴随着5G时代的到来,整个社会或将进入一个无视频不欢的“新时代”。

短视频是指时长在15秒至5分钟以内的视频传播内容,是继图片、文字之后出现的一种新的内容表达形态。短视频内容集文字、图片、声音于一身,提高了信息容量,提升了信息广度,带给用户更好的视听体验。此外,用户观看短视频不仅可以点赞、评论,还可以转发。一条包含精彩内容的短视频,如果能够引发广大用户的兴趣并被他们积极转发,那么就很有可能达到病毒式传播的效果,大大增加了短视频的影响力。

其次,在快节奏的生活方式下,人们获取信息时习惯追求“短、平、快”的消费方式。而短视频传播的信息观点鲜明、内容集中、言简意赅,刚好契合了当下人们繁忙生活中的碎片化浏览需求。这就意味着民办高校使用短视频拍摄作为与用户交流的语言将更容易被受众接受,从而达到更好的宣传效果。

## 二、民办高校短视频账号运营现状及问题

笔者考查广东地区51所民办高校官方视频号账号的运营现状,并选取了点赞量、转发量、评论量排名较前的短视频内容进行分析,研究发现:

(一)广东地区民办高校逐渐重视视频号的宣传,开通率为94%

笔者发现,51所民办高校中48所已经开通视频号,其中2所高校未注册任何视频号,1所高校抖音视频号处于停用状态

**作者简介:**罗敏(1984-),女,汉族,四川广元人,硕士研究生,助教,研究方向:新媒体。



外,视频号开通率达到了94%,说明民办高校认识到利用视频号对自身形象建构的重要性。

(二) 民办高校视频号开通时间普遍较晚,多以招生为目的从开通时间上看,其中9所高校视频号开通时间为2018年,14所高校于2019年开通,17所高校于2020年开通,9所高校于2021年开通。广东地区民办高校视频号开通时间普遍较晚,而且开通时间大多数集中在6.7月,这一时间段刚好处于招生时期,因此希望借助短视频进行招生。

(三) 民办高校视频号开通平台仍以抖音为主,部分高校兼顾抖音和腾讯微视

从视频平台来看,大部分高校开通的视频号中以抖音为主,因为抖音可以通过算法,主动持续性推送用户感兴趣的內容,潜藏着巨大的用户市场。部分院校同时兼顾抖音和腾讯微视,采用同样内容都平台分发的方式,不过同一个视频在两种渠道上获取的浏览量不可同日而语。

(四) 内容同质化现象严重,但也涌现出特色作品

大部分高校的视频号内容以校园风光、新闻播报、学生生活为主,展示了校园的面貌,学校的青春气息,重复度高,创意度低,可看性较差,缺少各自鲜明的内容特色,内容同质化现象较为严重。但是也有部分高校已经开始摸索自己的特色,形成固定的栏目,并获得不错的关注度。以私立华联学院为例,该学院于2021年5月10日开通官方抖音账号,共发布28部作品,但却通过极具特色的内容捕获17万粉丝。

(五) 无固定更新频率,寒暑假经常处于停更状态

大部分民办高校的视频号更新频率很低,寒暑假停更是常态。有些高校视频号自2019年开通后,3年时间共短视频作品不足100个,甚至有高校直接停止更新。当然也有部分高校保持较高的更新频率,例如珠海科技学院和北京理工大学珠海学院开通时间最早,共发布作品300个以上,更新频率稳定,均积超过10w粉丝,为本校的宣传树立了良好的形象。

(六) 视频内容呈现出PGC和UGC两种形式

民办高校的视频号呈现出两种PGC和UGC两种形式,一是由学校记者团承担运营,这一部分账号内容贴近学生生活,关注学生的所思所想,比较接地气,但视频质量不高。另一类是学校官方制作,内容精良,视角高大上,但与用户的距离较远,更新频率低,如何将两者结合将是高校视频号运营的重要课题。

(七) 普遍重视与网友的互动沟通

作为官微视频号的运营方,大部分高校都重视与网友的互动和沟通,有及时回复网友的评论,但可能因为时间和精力有限,不能做到有问必答。还有部分高校只是偶有互动,有些置之不理。

(八) 对网络舆情监测力度不够

作为招生的视频,展现学校优秀的一面是必然,但过于粉饰会引来学生吐槽,笔者发现非常多的在校学生在视频号下方

吐槽视频内容及学校的管理,很多的官微并未回应。但也有个别高校借助视频号回应学生退费的呼声,很好的控制了舆情,是其他高校的榜样。

### 三、民办高校利用短视频构建形象的策略

民办高校不同于名牌本科院校自带流量和名人效应,受众群体的关注点与公办本科院校的学生也有差异,其视频号更需要用心运营,因此,作者结合对民办高校官方账号的观察分析提出以下策略:

(一) 主动构建高校立体形象

互联网时代人们早已习惯先上网广泛获取信息,然后对信息进行筛选、对比和分析,最后再做出决策。官网、官微以及短视频账号都是人们获取信息的途径,其中短视频信息量最大,不仅能展示校园风光、宿舍、食堂及教学等硬件设施,同时能展现学校学风、成绩、资源、师资等软实力,比文字+图片的形式更直观。人们做出决策的路径决定了在网络世界中民办高校更应该主动利用网络宣传,积极展示自我形象。

随着招生压力逐年增大,视频号的开通对于民办高校而言意义重大。一方面可以提升学校的知名度,另一方面也能推动学校的招生工作。酒香不怕巷子深的时代已经一去不返了,如何让千家万户知晓美酒将是民办高校宣传的主要课题。

(二) 专业团队制作,多平台分发

俗话说,工欲善其事必先利其器,组建专业的视频号运营团队的重要性是不言而喻的。专业团队的成员构成应该由策划、运营、拍摄和后期制作等人员组成,各司其职。组建专业团队后可以实现高质量内容多平台分发的方式,可以吸引不同平台的粉丝,持续更新也将不再是问题。

对于民办高校,笔者并不建议建立视频号矩阵,一方面因为矩阵视频号的建立会使用户分流,另一方面是因为很多二级学院和机构没有专业的团队,无法完成账号的内容产出和持续更新,很多民办院校二级机构的账号形同虚设。因此,二级机构的内容可以在官方账号上发布,即可以积累粉丝又解决了官方账号选题枯竭的问题。

(三) UGC+PGC的内容相结合

PGC由学校提供内容,质量较高,具有权威性,但做不到每天更新内容,在内容数量上是劣势,这也是高校视频号更新频率低的主要原因之一。UGC是指用户生成内容,即学生原创的内容。UGC创作的内容贴近生活,能够拉近用户与创作者之间的距离。高校的视频号既想要保持更新频率,又想要产出高质量的作品,可以考虑PGC+UGC相结合的内容创作方式布局短视频号的内容,推进高校短视频内容的多元化建设,提升所输出内容的持续性、吸引力与可读性。

(四) 拓宽题材选择范围,适时紧跟网络热点

高校多集中宣传校园动态、学生生活等,题材的选择范围有限,长此以往,用户也会产生审美疲劳。大部分高校只从自



身角度出发进行宣传,并未思考与用户之间的关系,给人独立于世,不可高攀的“象牙塔”的形象。短视频内容的题材还可以从建立与外界、与用户之间的联系的角度出发,比如及时紧跟网络热点或者发布用户此时关心的内容。以暨南大学视频号为例,暨大视频号在冬奥会期间,发布《如何成为苏炳添的学生》以及《我的导师是苏炳添》的视频,两条视频共获得百万点赞量。再比如最近爆火的刘畊宏本草纲目健身操,网络上已经出了消防版、医生版等非常多版本,高校版也可以考虑,提升校园的知名度。

当然,紧跟网络热点并不是盲目跟风,选择符合高校定位,能够展示校园特色、展示学生风貌的题材,在选择中做到有的放矢。

#### (五) 内容为本,提升议题设置能力

内容是民办高校构建自身形象过程中的“建设根本”,高校作为视频号议题的设置者,其议题设置的水平直接关系到高校形象的构建及影响力。精心构思和策划具有传播力和引领力的议题,不仅可以引发人们的关注、讨论,营造良好的舆论氛围,还能牵引他们的思想,增进对学校的认同感,在不知不觉中提升学校的形象和影响力。比如私立华联学院从大学生最关心的问题入手,发布了系列作品,如《学历和能力哪个重要》《大学生应不应该谈恋爱》等引发了网友的广泛讨论,成功获得10w+的点赞量。广东科技学院官抖发布《这届老师,太可了》的视频引发抖友8w+点赞和上万评论,以优秀的教师为对象,通过短视频中讲述其先进故事或者展示其才艺,以传播榜样力量,也是议题设置中不可或缺的一环。

另外,可以挖掘本校的历史文化特色、学术优势、智力资源,打造具有本校特色、群体归属感的视频内容。例如,广东外语外贸大学南国商学院官方微信号发布了一条《外语绕口令挑战》的视频,视频中随机挑选学校英语、德语、法语、韩语等不同语言专业的学生挑战绕口令,挖掘出了学校的语言特色,向外界展示了学生的语言功底。

学校还可抓住重要时间节点,如女神节、校庆、开学季、毕业季等,策划一些有创意的短视频,吸引社会媒体的关注,从而扩大学校的对外传播力度,获得社会关注,提升学校的社会知名度。

#### (六) 保持固定更新频率

从广东民办高校的视频账号来看,有不少高校的视频号在平时更新较少,到了招生季突然集中性地发布大量与招考相关的内容。还有部分高校寒暑假基本处于停更状态,开学才重启更新。这些更新方式都不利于粉丝的积累,也无法全面展示学校的形象。纵观粉丝突破十万的账号,基本都是开通时间较早并保持持续更新。以北京大学为例,北大官方抖音账号自2019年1月1日开通账号以来,共产生作品数量为1073,平均每日一更,更新频率最高,粉丝数量及点赞量位居高校前列。因此,保持固定的更新频率有利于积累粉丝,才能在招生宣传时发挥“养兵千日,用兵一时”的功效。

#### (七) 重视互动,制定不同类型的评论回复策略

大部分民办高校都比较重视互动,但部分高校在视频号的评论区的即时性互动上则显得非常迟钝,甚至经常置之不理,有很多咨询学校招生的信息也并未得到相应的回复。一般情况下,乐于发表评论的网友大多有强烈的自我表现欲望,他们时常在评论区发表看法,并且非常期待与官方账号的互动,一旦得到的回应,网友都会表达出开心和激动的心情。因此,官方视频号也应重视评论的回复,适时恰当的回复不仅可以帮助粉丝解疑释惑,二者的良性互动还有利于拉近与用户的关系,提升学校的品牌影响力,塑造的良好形象。

#### (八) 及时监控舆情,防范网络舆情事件

互联网是一把双刃剑,民办高校要想通过短视频进行宣传 and 建构自身的形象,则需要克服短视频平台带来的负能量和副作用。民办高校短视频账号的评论区经常看到网友吐槽学校的管理模式、收费昂贵等问题,因此,民办高校更应加强短视频平台上的舆情监控和处理能力。在内容发布上,做好“把关人”的角色;同时加强舆情监测,建立健全舆情处理应对机制,一旦发现不良内容或导向的内容,第一时间做出反应,切实有效防止负面内容传播,舆情升级。

### 四、结语

短视频时代,民办高校利用短视频进行宣传不仅可以向社会展示自身的形象,还可以迅速地拉近与社会受众、学生之间的距离,赢得社会关注。我们从短视频中看到的校园不仅是一所可以求知求学的大学,还是充满青春活力、精彩有趣的大学。这种全新的宣传方式更接地气,更加生动活泼,让高校形象摆脱了“高冷”的刻板印象,从“象牙塔”中走了出来,受到诸多高校的追捧与认可。

但是在运营的过程中仍有诸多需要优化和改进的地方,首先民办高校应高度重视对自身形象的建设,其次创新管理方式,着力打造专业的运营团队;然后倾力建设内容,构建本校特色的短视频栏目,并不断地进行探索和创新,最终塑造出更具特色的高校形象,赢得社会各界的美誉。

#### 参考文献

- [1] 冯家霞.移动短视频影像对高校形象的塑造与传播研究[J].新闻研究导刊,2020(18).
- [2] 赵月奇.高校官方抖音号对高校形象的塑造与传播研究——以“985工程”高校官方抖音号为例[J].2014(5).
- [3] 杜晓煦,郭力瑾,蔡顺孔,帅.高校移动短视频的应用现状及应对策略——以抖音APP为例[J].视听,2019(9).
- [4] 吴圣华.高校大学生中短视频APP传播效果研究[J].新闻传播,2020(10).
- [5] 杨添文.“媒体融合”背景下短视频在高校宣传工作中的应用创新[J].声屏世界,2021(4).
- [6] 代姝婷.符号学视阈下抖音短视频对高校形象建构的研究——以中南财经政法大学官方抖音号为例[J].新媒体研究,2021-07-25.



广告经营许可证号: 1301024000002

邮编: 050041

定价: 20.00 元

CN13-1026 / 2



# 東西南北

2024年9月下第18期（总第 662期）半月刊

## 大国系列纪录片的跨媒介艺术研究

全媒体记者的数字化转型策略

生成式人工智能在新闻传播业的应用及其风险应对

2024年9月下总第662期

主管 \_ 吉林日报报业集团

主办 \_ 吉林日报报业集团

出版 \_ 东西南北杂志社

社长、主编 \_ 王斗

副社长、副主编 \_ 徐晓丽

执行主编 \_ 徐晓丽

编辑部主任 \_ 庞春颖

责任编辑 \_ 李云云 宁文娟

文字编辑 \_ 李佳 张倩 崔晋铭 许莹 王珊瑚

刘海东 代爽 葛阿婧

美术部主任 \_ 初亚新

编辑部信箱: dxnbbjb99@126.com

dxnb1987@sina.com

编辑部电话 \_ (0431)88600080

发行部电话 \_ (0431)88601001

发行部 \_ 曲婉菁

新媒体部 \_ 李瑾历 徐铭泽 王美娇

王新戈 李巴特

社办主任 \_ 殷雪燕

广告发行联系人 \_ 李甜甜

广告发行联系电话 \_ (0431)88600760

发行 \_ 东西南北杂志社

国内总发行 \_ 中国邮政集团公司吉林省报刊发行分公司

国内发行代号 \_ 12-3

订阅 \_ 全国各地邮局(所)

国外总发行 \_ 中国国际图书贸易总公司(北京399信箱)

国外发行代号 \_ SM938

社址 \_ 长春市高新技术产业开发区火炬路1518号

邮政编码 \_ 130033

广告经营许可证 \_ 吉工商广字119号

本刊合作网站 www.qikan.com(龙源期刊网)

印刷 \_ 吉林省海德堡印务有限公司

出版日期 \_ 每月1日、15日(如有印刷问题,请寄回印厂调换新刊)

ISSN 1000-7296

CN 22-1086/Z

本刊启事

凡本刊所转载文章和配图的作者,请与本刊编辑部联系稿酬事宜。部分图片来源于网络,如有侵权请联系编辑部删除。因版面设置有限,部分文章系摘编浓缩而成,敬请各位原作者见谅!对于本刊转载、摘编的所有作品,均严格遵守《中华人民共和国著作权法》的规定。职务作品向拥有作品著作权的机构支付稿酬,非职务作品向权利所有者支付稿酬或取得授权。谨致谢意!

投稿一经采用,即视为授权杂志社刊登出版,且同意无偿授权杂志社进行相关数字平台的收录和传播,如不同意,请在来稿时声明。

本刊所刊发的原创文章仅代表作者自己的学术观点,仅供理论交流及参考,不代表本刊观点与立场,特此声明!



## 传媒观察

- 02 / 生成式人工智能在新闻传播业的应用及其风险应对
- 05 / 大国系列纪录片的跨媒介艺术研究
- 08 / 全媒体记者的数字化转型策略
- 11 / 融媒体时代广播电视采编工作创新策略
- 14 / 媒体融合时代电视新闻采编的创新意识探析
- 17 / 网络剧中植入式广告的创意研究  
——以《庆余年2》为例
- 20 / 短视频时代播音主持人能力提升策略
- 23 / 融媒体视角下新媒体编辑创新机制分析
- 26 / 流媒体时代优秀新闻摄影作品拍摄策略探析
- 29 / 科技期刊出版对新质生产力发展的促进作用

## 传媒前沿

- 32 / 广播电视广播工程在应急通讯中的作用分析
- 35 / 新媒体平台生态下的内容创新与传播机制研究
- 38 / 文化自信与新媒介现实下的中华文化传播实践
- 41 / 智媒时代老年群体的健康传播困境与思考
- 44 / AI与5G技术在应急广播中的应用探讨
- 47 / 做好广播电视“户户通”工程的管理与维护对策分析
- 50 / 电视播音主持人与电视记者的现场采访技巧探析
- 53 / AIGC技术生成视频的技术原理与应用探究
- 56 / 新媒体时代高职院校心理育人工作策略研究
- 59 / 广电领域电力系统智能体系建设与分析

## 智媒时代

- 62 / 市、县融媒现状与出路探析
- 65 / 文化传承和精神传播：  
图书馆特色主题阅读活动开展策略
- 68 / 全媒体时代高校辅导员网络舆情应对策略研究
- 71 / 微博平台公共舆论传播的特征及管理对策探析
- 74 / 融媒体时代优秀传统文化创新报道的探索  
——以南京报业传媒集团《当文物遇上二十四节气》为例
- 77 / 媒介融合视域下  
新媒体编辑应具备的创新意识和融合能力
- 80 / AI语音合成技术在广播中的创新应用
- 83 / 从《黑神话：悟空》看数字游戏的文化传播功能

## 传媒艺术

- 86 / 漫画类科普公众号传播效果分析
- 89 / 数字化生存中“网丑”现象的症候分析及对策研究
- 92 / 铸牢中华民族共同体意识下援藏精神的传播研究
- 95 / 北斗/GNSS应用技术在网络视听可视化领域的发展趋势
- 98 / 基于媒介融合的时政新闻传播策略研究
- 101 / 抖音短视频“土味”广告面临的困境及其对策研究
- 104 / 基于三网融合背景的广电网络技术分析
- 107 / 报纸编辑能力研究

## 舆论场

- 110 / 音乐类综艺出海的传播效果提升路径研究  
——基于《歌手2024》YouTube评论
- 113 / 传播政治经济学视域下  
新媒体影视广告传播的“被迫”与“自由”  
——影视广告创意之我见
- 116 / 融媒时代主题报道的创新表达  
——以中国新闻奖、安徽新闻奖获奖作品为例
- 119 / 媒体融合背景下新闻采编方式的创新探索
- 122 / 影响广播电视信号传输与发射的因素  
及排除策略探析
- 125 / 城市地标建筑的国际传播策略研究  
——以广州塔为例
- 128 / 奖项对儿童文学作品传播、影响之研究
- 131 / 新媒体时代报纸编辑转型研究

## 传媒生活

- 134 / 县级融媒体中心记者采编能力提升探究
- 137 / ChatGPT在短视频领域中的应用
- 140 / 从“我”到“我们”：社区参与式博物馆的记忆重构与叙事  
——基于机场新村“我们都是机场人”开幕展的考察
- 143 / 浅谈融媒体时代下广播少儿节目可视化的发展与研究
- 146 / 自媒体平台乱象治理研究
- 149 / 融媒体时代报纸新闻传播影响力的提升路径
- 152 / 生成式人工智能背景下短视频特征与智能创作探析  
——以抖音为例
- 155 / 基于短视频作业的系统性思维培养研究
- 158 / 人工智能发展背景下新闻伦理的困境与突破

## 传媒观察

- 02 / 生成式人工智能在新闻传播业的应用及其风险应对  
05 / 大国系列纪录片的跨媒介艺术研究  
08 / 全媒体记者的数字化转型策略  
11 / 融媒体时代广播电视采编工作创新策略  
14 / 媒体融合时代电视新闻采编的创新意识探析  
17 / 网络剧中植入式广告的创意研究  
——以《庆余年2》为例  
20 / 短视频时代播音主持人能力提升策略  
23 / 融媒体视角下新媒体编辑创新机制分析  
26 / 流媒体时代优秀新闻摄影作品拍摄策略探析  
29 / 科技期刊出版对新质生产力发展的促进作用

## 传媒前沿

- 32 / 广播电视广播工程在应急通讯中的作用分析  
35 / 新媒体平台生态下的内容创新与传播机制研究  
38 / 文化自信与新媒介现实下的中华文化传播实践  
41 / 智媒时代老年群体的健康传播困境与思考  
44 / AI与5G技术在应急广播中的应用探讨  
47 / 做好广播电视“户户通”工程的管理与维护对策分析  
50 / 电视播音主持人与电视记者的现场采访技巧探析  
53 / AIGC技术生成视频的技术原理与应用探究  
56 / 新媒体时代高职院校心理育人工作策略研究  
59 / 广电领域电力系统智能体系建设与分析

## 智媒时代

- 62 / 市、县融媒现状与出路探析  
65 / 文化传承和精神传播：  
图书馆特色主题阅读活动开展策略  
68 / 全媒体时代高校辅导员网络舆情应对策略研究  
71 / 微博平台公共舆论传播的特征及管理对策探析  
74 / 融媒体时代优秀传统文化创新报道的探索  
——以南京报业传媒集团《当文物遇上二十四节气》为例  
媒介融合视域下  
新媒体编辑应具备的创新意识和融合能力  
「语音合成技术在广播中的创新应用  
「黑神话：悟空」看数字游戏的文化传播功能

## 传媒艺术

- 86 / 漫画类科普公众号传播效果分析  
89 / 数字化生存中“网丑”现象的症候分析及对策研究  
92 / 铸牢中华民族共同体意识下援藏精神的传播研究  
95 / 北斗/GNSS应用技术在网络视听可视化领域的发展趋势  
98 / 基于媒介融合的时政新闻传播策略研究  
101 / 抖音短视频“土味”广告面临的困境及其对策研究  
104 / 基于三网融合背景的广电网络技术分析  
107 / 报纸编辑能力研究

## 舆论场

- 110 / 音乐类综艺出海的传播效果提升路径研究  
——基于《歌手2024》YouTube评论  
113 / 传播政治经济学视域下  
新媒体影视广告传播的“被迫”与“自由”  
——影视广告创意之我见  
116 / 融媒时代主题报道的创新表达  
——以中国新闻奖、安徽新闻奖获奖作品为例  
119 / 媒体融合背景下新闻采编方式的创新策略  
122 / 影响广播电视信号传输与发射的因素  
及排除策略探析  
125 / 城市地标建筑的国际传播策略研究  
——以广州塔为例  
128 / 奖项对儿童文学作品传播、影响之研究  
131 / 新媒体时代报纸编辑转型研究

## 传媒生活

- 134 / 县级融媒体中心记者采编能力提升探究  
137 / ChatGPT在短视频领域中的应用  
140 / 从“我”到“我们”：社区参与式博物馆的记忆重构与叙事  
——基于机场新村“我们都是机场人”开幕展的考察  
143 / 浅谈融媒体时代下广播少儿节目可视化的发展与研究  
146 / 自媒体平台乱象治理研究  
149 / 融媒体时代报纸新闻传播影响力的提升路径  
152 / 生成式人工智能背景下短视频特征与智能创作探析  
——以抖音为例  
155 / 基于短视频作业的系统性思维培养研究  
158 / 人工智能发展背景下新闻伦理的困境与突破

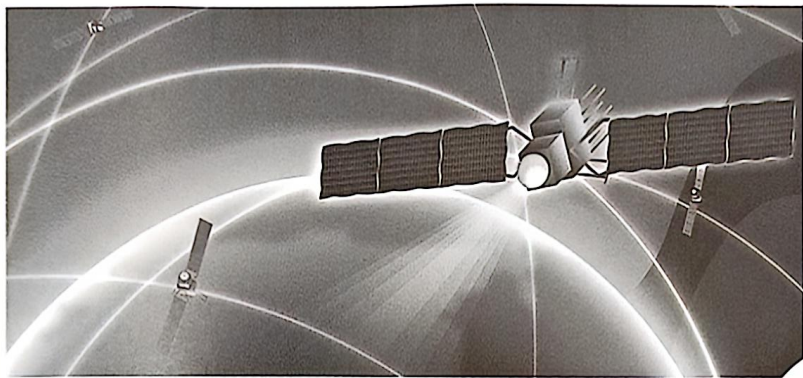


# 北斗/GNSS应用技术 在网络视听可视化领域的发展趋势

文/刘光钰(广州华南商贸职业学院)

随着北斗卫星导航系统的迅猛发展,卫星导航定位技术(GNSS)在网络视听可视化领域的应用日益受到关注。为适应现代化社会的发展需要,不断推进广播电视行业进一步实现健康稳定地发展,本文介绍了北斗/GNSS技术的基本原理和特点,分析了北斗/GNSS在广播电视网络视听领域的具体应用,并结合现代化信息技术的发展,指出北斗/GNSS应用技术在网络视听可视化领域的发展趋势,以期为相关工作人员提供参考。

关键词:北斗/GNSS;网络视听可视化;广播电视;位置服务



北斗卫星导航系统是中国自主研发的卫星导航定位系统,具有全球覆盖、高精度、高可靠性等优势,广泛应用于交通、农业、测绘等领域。随着信息技术的飞速发展,北斗/GNSS在广播电视网络视听领域的应用也逐渐受到重视。在数字化转型背景下,广播电视行业正积极探索创新,提升用户体验,满足不断变化的受众需求。北斗/GNSS技术作为一项强大的定位技术,为广播电视网络视听领域的发展带来了新的机遇和挑战。

## 北斗/GNSS应用技术的基本原理和特点

北斗卫星导航系统的基本原理类似于其他卫星导航系统,如美国的全球定位系统(Global Positioning System)。该系统将多颗卫星分布在地球轨道上,这些卫星以确定的轨道速度和位置绕地球运行,发射精确的信号。用户终端设备接收来自不同卫星的信号,并通过测量信号传播时间差来计算用户位置。[1](曹冲,北斗/GNSS应用产业技术发展现状与趋势[A]卫星导航定位与北斗系统应用2019——北斗服务全球 融合创新应用[C].中国卫星导航定位协会、郑州市人民政府,中国卫星导航定位协会,2019:06.)通过多颗卫星的信号交叉定位,可以实现精准的三维定位。具体而言,北斗/GNSS应用技术具有以下特点。

### (一)全球覆盖

北斗卫星导航系统作为一个全球性的导航系统,其最显著的特点之一就是能够在全球范围内为用户提供定位和导航服

务。不受地理位置的限制,用户在任何地点都能够接收到北斗卫星的信号。这使得北斗在广播电视网络视听领域的应用具备了强大的可扩展性。无论是城市、农村还是偏远地区,用户都能够获得定位和导航信息,为广播电视平台提供了更广泛的覆盖面,实现更精准的定位服务。

### (二)多模组合

北斗系统的多模组合特点使其在不同应用场景下具备更高的定位精度。除了全球卫星导航系统,北斗还包括区域增强系统,例如地区差分系统。这种多模组合的方式可以在特定区域内提供更准确的定位信息。在广播电视网络视听领域,这意味着广播电视平台可以根据用户所处的地理位置、选择合适的定位模式,从而为用户提供更加精准和个性化的内容和服务。这对于用户体验的提升具有积极的影响。[2](邢建平,北斗GNSS/INS/DR 敏捷精准微系统技术与集成应用.山东省:山东大学,2019-04-20.)

### (三)高精度定位

北斗卫星导航系统在其高精度服务中提供的定位精度在厘米级,这在许多需要高精度定位的应用领域具有重要意义。在广播电视网络视听领域,高精度定位技术可以为用户提供更准确的位置信息,从而实现更精细化的服务。例如,广播电视平台可以根据用户的精确位置信息,为其推荐附近的特色节目、活动或商家促销信息,提升用户参与感和互动性。



#### (四)多频信号

北斗卫星系统发射的多频信号具有更好的抗大气层传播误差能力,从而可以提高定位的精度和可靠性。这一特点在城市等信号遮挡和干扰较大的地区尤为重要。在广播电视网络视听领域,多频信号可以有效地克服信号被建筑物、山脉等遮挡导致的定位偏差,使得用户在复杂环境下仍能获得精准的定位信息,为他们提供更好的广播电视体验。

#### 北斗/GNSS在广播电视网络视听领域的具体应用

##### 精准定位服务和内容定制

北斗/GNSS技术在广播电视网络视听领域的应用,首要体现为精准的位置服务和内容定制方面。利用这项技术,广播电视平台可以准确获取用户的位置信息,从而为用户提供更高品质的个性化服务。基于用户的实时位置,平台可以实现内容精准定制,将与用户所处地区相关的内容推送给他们。[3]例如,基于北斗/GNSS精准空间信息服务集成系统关键技术及产业化应用,上海市:上海华测导航技术股份有限公司,2016-12-20。)例如,当用户身处一个历史名城时,平台可以根据其位置,为其推送关于该城市历史文化的节目和介绍,以满足用户对当地文化的兴趣。同样,在特定的活动、展览或节日期间,平台可以根据用户所在地的活动信息,推送相关的内容,让用户及时获取有价值的信息。这种个性化定制的优势在于,用户更有可能对所推送的内容产生兴趣,从而增加观看的积极性和满意度。通过将内容与用户所处的位置环境相匹配,平台能够建立更紧密的连接,加强用户与广播电视内容之间的互动关系,提升用户留存率和使用频次。

##### (二)互动节目体验

北斗/GNSS技术为提高广播电视节目的互动性带来了全新的可能。定位信息的应用使得节目制作方能够设计更具创意和趣味性的互动环节,增加受众与节目之间的参与度和黏性。例如,一档真人秀节目可以设计类似“寻宝游戏”的互动环节。利用北斗/GNSS技术,节目可以要求观众前往特定地点寻找线索、解锁谜题或完成挑战任务。用户的位置信息能够被实时监测,

确保他们在规定的时间内到达指定地点并完成任务。[4](邓中亮.北斗/GNSS多模导航关键技术研究及应用.福建省:厦门雅迅网络股份有限公司,2016-05-27。)这种互动式的内容设计不仅增加了观众对节目的兴趣,还提升了其观看体验的互动性和乐趣。

##### (三)定向广告投放

北斗/GNSS技术的应用在广告投放领域为广播电视平台带来了一种高度精准的广告传播方式。基于用户的实时位置信息,平台可以精确分析用户所处的地理位置、周围环境以及可能的消费行为。这使得平台能够根据不同的位置特点,向用户推送与其所处位置紧密相关的广告内容。例如,当用户走近商业区域时,平台可以根据该区域的商家促销活动,向用户推送附近商家的特别优惠信息。这种定向广告投放不仅提高了广告的点击率和转化率,还能够更好地满足用户的实际需求,因为所推送的广告与用户当前所处的环境高度匹配。定向广告投放的优势在于有效地提高了广告效果,减少了无关广告对用户的干扰,使广告更具针对性。这不仅有助于商家提升广告投放的效果,还能够提升用户对广告的兴趣,促使用户更愿意与商家互动。[5](陈豫蓉,蒋鑫.技术融合,产业协同——中国移动北斗+5G在新基建领域的应用[J].卫星应用,2021,04:25-27.)

##### (四)场馆导览和赛事观看

在大型体育比赛、演出和其他大型活动中,北斗/GNSS技术的应用可为观众提供更便捷的场馆导览和赛事观看体验。通过该技术,观众可以在智能设备上获取详细的场馆地图、座位指引和设施位置信息。这项技术可以帮助观众更快地找到座位,避免迷路和浪费时间。此外,观众可以借助该技术查找最近的食物和饮料摊位、卫生间等设施,从而提升参与活动的舒适度。特别是在体育赛事方面,观众可以利用智能设备获取比赛进程、数据和解说信息,使观看体验更加丰富和深入。[6](陈明剑.北斗综合信息服务技术应用思考[J].网信军民融合,2019,12:35-38.)通过北斗/GNSS技术,观众可以获取准确的比赛定位信息,了解球员的位置和移动轨迹,增加对比赛的理解和互动。

#### 北斗/GNSS应用技术在网络视听可视化领域的发展趋势

##### (一)个性化定制的提升

未来,随着北斗/GNSS应用技术的不断发展和深化,个性化定制将成为广播电视网络视听领域的一个重要趋势。在个性化定制方面,广播电视平台可以更加深入地了解用户的兴趣、偏好和行为习惯。通过获取用户的实时位置信息,平台可以更精准地了解用户所处的环境和情境,进而根据不同地点的特点,为用户推荐更具针对性的内容。[7](曹劭舟.基于北斗卫星定位系统的移动社交网络平台设计[J].企业技术开发,2012,16:40-42.)例如,当用户身处家中时,平台可以根据用户的观看历史,为其推荐类似类型的节目。而当用户在旅行中或旅游景点附近



时,平台则可以向其推送与当地文化、历史、风景等相关的内容。此外,结合历史观看记录和兴趣偏好,广播电视平台可以为用户量身定制播放列表,确保用户能够接触到他们感兴趣的内容。这种个性化的内容定制将使用户更容易找到吸引他们的节目,从而提升他们的观看体验和满意度。

### (二)融合虚拟现实和增强现实技术

北斗/GNSS技术在未来将会与虚拟现实(VR)和增强现实(AR)技术融合,为广播电视网络视听领域带来更为丰富、沉浸式的观看体验。除了定位功能,北斗/GNSS技术的位置信息将被用于创造更具创意和互动性的内容。在虚拟现实方面,北斗/GNSS技术可以用来为用户创建虚拟的环境。例如,用户可以通过佩戴VR头盔,融入虚拟的旅游目的地,享受身临其境的观看体验。[8](金耀,周又眉,张贺,等.北斗+5G融合定位技术研究及应用进展[J].全球定位系统,2023,4:12-18.)北斗/GNSS技术可以确保虚拟场景与用户的实际位置相匹配,让用户仿佛置身于目的地,提升了观看的沉浸感和娱乐性。增强现实方面,北斗/GNSS技术可以为用户的实际环境添加虚拟元素,丰富其观看体验。例如,在历史纪录片中,用户可以使用智能设备,通过AR技术观看当时的历史场景,在现实环境中看到古代城市的重建,增强学习和体验的效果。北斗/GNSS技术可以确保虚拟元素与用户的位置相匹配,使得虚拟内容与现实世界紧密结合,增加用户观看的真实感和参与度。

### (三)区域营销和推广

随着北斗/GNSS技术的进一步发展,其在广告领域的应用将更加广泛和深入。广播电视平台可以充分利用用户的实时位置信息,为商家提供高度精准的区域营销和推广服务。这种定向的广告投放方式将极大地增加广告的有效性和用户参与度。[9](张新强.新一代直播卫星位置管理系统高并发设计与实现[J].广播与电视技术,2021,01:120-125.)例如,当用户进入一个商业中心或购物街区时,平台可以向其推送该地区商家的特别优惠、促销活动等信息。由于这些广告信息与用户所处的实际环境高度相关,用户更有可能对其产生兴趣,从而增加广告的点击率和转化率。这种区域营销和推广的模式对于商家来说具有很大的吸引力。商家可以根据用户的位置和消费行为,更有针对性地设计广告内容,从而提高广告投放的效果。同时,用户也会从这种模式中受益,因为他们将获得更加贴近实际需求的广告信息,而不是一味地被大量无关的广告所困扰。此外,区域营销和推广还可以激发用户的兴趣,

促使他们主动寻找商家的优惠信息。用户可能会在前往特定地点时,主动查询附近的商家优惠,这既为用户提供了便利,又提高了商家广告的曝光率。这种互动性有助于更好地建立用户和商家关系。

### (四)数据分析和智能决策

随着北斗/GNSS技术的应用逐渐扩大,广播电视平台将获得大量的用户位置数据。这些数据将成为宝贵的资源,通过数据分析和人工智能技术的加持,可以为平台提供更深入的用户洞察,从而实现更智能化的内容决策和优化。通过对用户位置数据的分析,广播电视平台可以了解用户的移动轨迹、常去地点、活动范围等。这些信息能够揭示出用户的兴趣爱好、生活习惯等关键特征。通过数据挖掘和分析,平台可以建立用户画像,深入理解用户的需求,从而更好地满足他们的观看欲望。基于用户位置行为模式的分析,广播电视平台可以预测用户可能感兴趣的内容类型。例如,根据用户过去在某一地区的观看历史,平台可以推测用户对该地区文化、历史等方面的兴趣。这有助于平台做出更智能的内容推荐,提高用户观看的精准度和满意度。数据分析和智能决策不仅可以应用在内容推荐方面,还可以用于广告投放和节目制作等方面。平台可以根据用户位置数据,为广告商提供更准确的定向广告投放服务,从而提高广告的效果和点击率。同时,节目制作方可以根据用户位置数据,调整节目内容和制作风格,以更好地迎合受众的喜好和需求。然而,随之而来的是隐私和数据安全问题。为保障用户数据的安全和隐私,平台需要采取严格的数据保护措施,确保用户数据不被滥用或泄露。[10](张昕.基于北斗系统的自动驾驶实验平台[J].科学技术创新,2021,34:87-89.)

结语:随着北斗/GNSS技术在广播电视网络视听领域的不断应用和深化,人们见证了一个新的媒体时代的开启。这项技术的全球覆盖、多模组合、高精度定位和多频信号等特点,为广播电视行业带来了前所未有的创新机遇。从个性化定制的内容推送,到与虚拟现实和增强现实技术的融合,再到定向广告投放和场馆导览,北斗/GNSS技术正在推动广播电视网络视听领域的不断进步。总而言之,北斗/GNSS技术在广播电视网络视听领域的应用将持续推动行业的发展和创新,为观众带来更优质、个性化和多样化的观看体验。同时,广播电视平台将借助这项技术,不断探索新的应用领域,为观众创造更美好的数字娱乐未来。



国家优秀期刊

国内统一刊号: CN23-1577/J

国际标准刊号: ISSN 2095-2023

邮发代号: 4-929

# 炫动漫

教学  
与  
创作

2022  
03







定价：30 元

ISSN 2095-2023



9 771002 779299

03 >





炫动漫



2022年第3期

执行主编：张天宇

编辑部主任：张 华

责任编辑：程雪娜 华 丹 高学迪 赵 旺

张 燕 温计保 张 娟 张书杰

路继斌 马 莉 王彩凤 张静纯

编 委：王 晓 邢 亮 张佳萍 常军旗

美术编辑：张金梅

查稿电话：0453-6245995

学术指导：中国青少年科技辅导员协会

主管/主办单位：黑龙江牡丹江新闻传媒集团有限公司、牡丹江大鹏盛艺影视动画有限公司

国际刊号：ISSN 2095-2023

国内刊号：CN 23-1577/J

邮发代号：4-929

零售定价：30.00 元

国内订阅：全国各地邮局

发行单位：全国公开发行

通联地址：北京市通州区商业楼1号

# 目 录

## CONTENTS

### 【素质教育】

- 翻转课堂运用于高职体育教学中的对策…………… 付 彦 1
- 高中地理知识点的生活化教学策略解析…………… 顾 睿 2
- 新课程理念下高中数学教学策略初探…………… 赵江兵 3
- 小学音乐教学中怎样培养小学生音乐素养… 肖 慧 张铁男 4
- 幼儿园项目化学习的价值与策略…………… 刘 雯 5
- 让学生激情飞扬——初中散文阅读教学的情感激发… 戴燕侠 6
- 浅析吴冠中水墨画《春风又绿江南岸》的社会科学方法…………… 徐沐阳 7
- 新媒体视域下高校思政教育和美育的有机融合…………… 李 卯 8
- 基于核心素养的中职数学教学的研究…………… 杨 博 9
- 问题意识与创新能力的培养…………… 李 桃 邓冰荣 10
- 幼儿园科学小实验活动的开展策略…………… 吴月萍 11
- 从《诗经》中的女性形象看先秦的婚恋观…………… 文紫娟 12
- 机械数控加工技术水平提高策略分析…………… 赵小冬 陈 刚 13
- 如何在小学高年级语文教学中融入心理健康教育… 田 波 14
- 提高小学数学课堂教学有效性的策略… 古丽巴哈尔·库尔班 15
- 初中化学实验课堂的教学优化路径…………… 刘世荣 16
- 小学音乐课堂如何提升教学有效性…………… 唐培松 17
- 任务探究教学法在中职艺术设计课堂中的运用…………… 李思贤 18
- 小学数学课堂中的生活化教学价值与路径分析…………… 张 勇 徐天慧 19
- 借助主题活动提升幼儿自主学习能力的思考…………… 曹嘉琪 20
- 浅析初中美术教学中的学科融合…………… 母仕辉 21
- 情境教学法在高中生物新课程教学中的应用…………… 郝 萍 22
- “双减”背景下小学语文作业的有效设计 …………… 许 玉 23
- 个体层面的青少年体育核心价值观…………… 韩有泽 24
- 试析深度学习视域下的高中英语阅读教学探究…………… 刘 昆 25
- 初中数学变式教学的认识分析和实践研究…………… 郑月琼 26
- 论群文阅读中的教师作用…………… 秦昕艳 27



基于“四度六步”教学法的初中数学专题复习课探讨 ——以《“手拉手”模型的探究与应用》为例·····	周林利 96	寓教于乐 乐在其中——小学语文写作教学策略探究·····	张树珍 132
幼儿自主探究能力培养路径·····	王 媛 101	短视频广告策划研究——以传统服装广告为例·····	王怡文 133
初中数学教学中培养学生及时复习的习惯探析·····	陈 密 102	词汇量对学生故事续写写作影响的研究·····	赵欢还 134
色彩教学在小学美术教育中的实施·····	刘立军 103	对中职学校国家奖学金评选机制的若干思考·····	黄 平 吴萍莉 136
浅谈情境创设在文言文一词多义教学中的运用·····	曹美玉 104	网络时代职业学校思想政治教育的几点思考·····	陈 婷 137
“双减”政策下小学音乐快乐课堂的打造策略·····	吕冬梅 常壮壮 李鑫鑫 105	西岭雪山滑雪运动开展现状研究·····	叶 超 138
新时代高校体育课程与思政教育融合研究·····	余 飞 106	“双减”政策下语文教学“减负增效”的策略探讨·····	徐 敏 139
高职体育职业体能教学体系创新探讨·····	付 彦 107	基于学生核心素养的小学美术智慧课堂教学研究·····	张 超 140
体育类学校排球教学策略探析·····	刘 洋 108	新课改背景下小学语文古诗词教学策略研究·····	陈梦茜 141
中职音乐教学培养学生审美能力的实践研究·····	刘福花 109	高中政治教学中培养学生道德品质的策略·····	王 念 142
简析双减政策下初中音乐的教学策略·····	高 弦 110	小学综合实践活动中爱国情感的培养研究·····	王 晨 143
<b>【教学反思】</b>		乡村振兴背景下乡村康养旅游机制——以河南槐树湾村为例·····	徐鑫宇 144
如何在高中语文教学中渗透德育教育·····	龚 芹 111	火辣辣的东北情——浅谈东北秧歌的艺术风格·····	王 琦 145
如何在小学体育教学中培养学生核心素养·····	李珊珊 112	体验式教学在高中音乐鉴赏课中的应用探究·····	王 磊 146
分析运用初中美术鉴赏教学培养学生核心素养·····	陈丽娅 113	中职计算机教学中学生创新能力的培养策略探讨·····	何彩平 147
革命文化教育与小学语文教学的融合研究·····	袁明勇 114	浅析小学数学分层作业的应用·····	李瑞芳 148
幼儿园开放性游戏场的构建·····	王梦云 115	挖掘物理习题以涵养社会责任——以人教版物理必修三 《电磁感应与电磁波初步》为例·····	汤志浩 149
浅谈初中班主任管理的新模式·····	黄琼兰 116	论舞蹈审美思维的启发在舞蹈教学中的价值——以舞蹈鉴赏 课程为例·····	阮情怡 150
农村小学数学课程资源的开发策略研究·····	古丽巴哈尔·库尔班 117	网络教学模式下的高校计算机教学策略刍议·····	王宇祥 151
小学生心理健康教育模式探究·····	冯 艳 118	“双减”背景下戏剧教学法在小学英语教学中的实践研究·····	宋 敏 152
语文课堂教学中渗透心理健康教育·····	陈选国 119	浅谈核心素养发展视域下的高中地理课程创新策略·····	顾 睿 154
美术基础教育中的教与学·····	王 虹 120	小议高中语文教学中口语交际能力的培养·····	李瑞雪 155
野火吹劲草，春风拂古城——《野火春风斗古城》中的女性 形象分析·····	余芯蕊 121	莫高窟壁画人物的角色造型设计以及创作启发与思考·····	黄晓娜 156
如何上好疫情之下的网课·····	何艳辉 122	数字媒体时代下动漫设计的发展与应用探析·····	李旻熹 158
班主任视角下小学高年级学生青春期逆反心理辅导策略研究 ·····	冯 敏 123	越剧经典剧目动漫卡通形象设计研究·····	史晓波 159
试论信息技术融入初中语文课堂·····	邹婷婷 124	浅谈英语教学中的美育渗透·····	李俊红 160
初中物理探究实验教学的开展策略·····	宁月玲 125	不忘初心 答卷无止·····	陈 晨 161
基于多技术融合的中职学校实训课教学平台建设的研究·····	黄 晶 126	“互联网+”助推我校城乡教育一体化进程·····	廖 波 162
高中语文教学中培养学生人文精神的策略解读·····	王小龙 128	基于有效教学理论的小学校本课程管理策略·····	张粉丽 163
班本前测：促进儿童数学思维发展的有效策略·····	乔海兵 129		
中华优秀传统文化创造性转化的逻辑架构与实践理路·····	马玉梅 130		



# 短视频广告策划研究——以传统服装广告为例

王怡文

广州华南商贸职业学院

**摘要:**文章以服装品牌为例子对短视频广告策划进行研究,探索新媒体时代服装品牌短视频的广告方式,通过人设与场景定位、场景的设计,与KOL合作,让传统文化的展现提升品牌的附加值等方法,研究短视频广告中传统服装品牌如何做好广告策划的同时展示传统的文化自信。

**关键词:**短视频、广告策划、服装、品牌、传统文化

**中图分类号:** G4 **文献标识码:** A

信息时代的到来使各类信息的推广方式发生改变,尤其是服饰行业的推广方式,同样发生了翻天覆地的变化。现阶段,传统的纸媒宣传途径早已不再是最高效的引流方式,短视频推广方式似乎更容易被消费者所接受,短视频传播方式逐渐超过传统图文叙述方式所产生的宣传效果。为了让传统服饰拥有更广阔的发展前景,设计师逐渐将传统文化元素与服饰进行有效结合,让服饰所蕴含的文化属性更加浓厚,以此满足消费者的需求,提升服饰款式的推广意义。随着互联网行业的普及,服饰文化的传播途径也在发生着改变,广告、纸媒、电视节目早已不再是人们了解传统文化的唯一途径,社会中各类信息的传播形式逐渐从文字转化为视频,人们更习惯于观看视频来直观地感受中国传统文化的魅力。为了让人们更充分地理解中国传统文化,很多相关人员开始将传统服饰与传统文化进行有效结合,使人们在了解服饰款式的同时,增加其自身对传统文化的理解。近年来,越来越多蕴含古典元素的服饰逐渐出现在消费者的视野中,在很多电商平台甚至大街小巷,消费者都能看到身穿汉服的模特或者普通人。这一现象的出现,从侧面论证了服装的多功能性,除了满足人们的日常基本需求,它更是推广传统文化的有效途径。从部分电商平台所售卖的古风类服饰销量上得知,这一现象的出现直接将传统文化再一次在网络上翻红。

事实上,汉服的爆红是有迹可循的,在这其中,很多电商平台的营销人员以及服饰业工作者起到至关重要的作用。首先,服饰行业工作者将极具汉代传统文化特色的元素作为服饰款式设计方案的参考素材,根据现代人的穿衣方式以及生活习惯对传统汉服进行改良,使其更加符合现代人的需求,并在服饰上添加现代人感兴趣的传统文化元素,以此完成服饰的制作过程;其次,电商平台的营销人员在汉服开始售卖之前,以短视频的形式在平台上进行预热,不断运用各种热点话题引发人们对预售服饰的关注度,结合消费者心理学激发人们对预售服饰的好奇心理,增加人们对该款服饰的期待值;然后,在服饰在网络平台开始售卖时,以短视频的方式为人们介绍有关服饰面料、版型以及尺寸等相关信息,让人们更直观地了解服饰相关信息;最后,销售人员需要将与该款服饰款式相关的传统文化内容,在视频中为大家进行知识科普。以这款蕴含古典元素的服饰款式作为媒介,将其作为人们了解我国历史文化的平台,通过短视频的方式来增加人们对它的了解程度,继而达到有效推广的目的地。

现阶段,传统服饰行业在发展过程中面临一定的困境,传统的门店销售渠道已经不能有效增加客户粘性,越来越多年轻人的购物方式从线下购物转为线上购物,这样的现状延缓了传统服饰行业的发展速度。为了确保服饰行业能够可持续发展,相关工作人员不仅需要优化服饰设计方案,而且还需要为服饰赋予更多的文化意义。因此,将传统文化作为服饰设计的主要

元素,是未来传统服饰行业的发展趋势。与此同时,传统文化也增加了一个自我展示的平台,提高了它在社会上的曝光度,使其更容易被人们所了解,提高人们对传统文化的认知程度。短视频作为当下传播信息效率最高的一种传播途径,受到各个年龄段人群的喜爱,由此可见,运用短视频的方式将承载传统文化的新款服饰信息传递给人们,能够让人们在最短的时间内了解传统文化,理解传统文化不断传承下去的意义。

短视频广告比不过当前主流的视频带货,但是短视频广告的引流价值高与成交转化率都是其他传统电商平台所无法相比的,而相比于线下平台而言,短视频的成本小得多,所以短视频也就变成了一种很重要的宣传和带货方式。

## 一、人设与古风场景的设计

短视频背景人物与模特搭配以及场景设计都是品牌特性的表达。每个品牌都有特定的消费者定位,品牌可以根据消费者的特性进行人设的设计,搭配古风场景,透过模特的人设,针对品牌服饰的市场发展的目标客户加以针对性的曝光。短视频广告的信息内容输出要注重质量。这些设计可以借鉴大流量正能量的账号内容输出,融入古风创意进行创新。打造IP向消费者传递品牌调性和商品特性。同时融合了更多元素的剧情内涵,并采用了多样化方法表现商品的特色和细节,以提升消费者的购买欲。另外,高品质的剪辑技术和清晰、精美的画面效果也为其获得了众多忠诚粉丝,为服装品牌的长远发展赋能蓄力。

## 二、场景的设计

服装中最常见的场景是街拍的画面,通过在地标建筑或者一些商业街道,展现随意的造型,提供很丰富的方式去刻画角色,营造自然的美感而获得好评。这类拍摄一般可以借助传统美食、园林建筑和服装进行色彩搭配,通过巧妙取景来提升服装的美感进行衬托出服装的匠心设计。同时,也可以采用街头访谈的形式,这也是目前在短视频广告中较为普遍主题,访谈能给观者提供一种即时性的兴趣,访谈能对品牌的新款服饰进行工艺的讲解或者一些活动提供热点话题问答,从而产生了一定的社会互动。在街拍中,还可以选择专卖店进行取景,让消费者能真实感觉服装的真实效果,甚至有一定的代入感,对于提高专卖店附近的获客率有比较明显的效果。

## 三、以KOL为主的场景

KOL通常是指在某方面具有相当话语权、影响力,并对别人的行为造成很大影响的人。KOL拥有庞大粉丝群,对粉丝们形成了很大吸引力。他们的粉丝不同于传统意义上的粉丝,KOL通常专注于某一方面,并有着鲜明的人设定位,短视频KOL推广其实是一个“粉丝经济”,通过和粉丝交流,进行一系列和商品有关的行为,并凭借对粉丝的关心和信任,逐渐形成消费行为。品牌可以通过和KOL合作,实现带货变现。KOL的实际

(下转 135 页)



通过对高二年级学生进行词汇量测试发现,从平均水平看,高三学生优于高二学生,而且,高三学生词汇测试的离散性更小一点,学生水平更为集中一些;通过跟部分学生交流,笔者了解到,词汇量丰富的高二学生都存在不同程度、不同途径的自学,有的学生自己背诵高考3500词,有的学生使用app自学单词,也有的学生通过阅读英文报纸积累词汇。这些原因都导致了学生词汇水平离散较大,但学生水平有差异也属正常现象,且本研究重在分析比较高二年级学生与高三年级学生词汇量的平均水平,因此同年级内部的差异不影响研究结果。

#### 2. 词汇量与故事续写得分的相关性

通过以词汇量得分为自变量,故事续写成绩为因变量做配对样本检验可以得出词汇量与故事续写成绩成正高度相关;就个体而言,通过测试也可得知,同一级部的学生,词汇量大的学生,其故事续写成绩优于词汇量小的学生,这都充分说明词汇量与故事续写成绩的高度正相关,也充分体现了词汇量在故事续写练习中的重要性;这也对学生学习和课堂教学提供了重要的理论依据,在学习过程中,学生们应改变自己死记硬背的机械式记忆方法,充分利用多重策略学习词汇,巩固所学,充分提现现代学生学习的主动性和灵活性。

#### 四、结论

通过本次调查,可得出以下结论:1)高二年级学生和高三年级学生词汇掌握存在差异,高三年级学生平均词汇量要高于高二年级学生。2)高年级学生在故事续写中能够更加灵活的运用高级词汇,能够准确地使用动词、副词等;低年级学生在故事续写中的表现较为一般,受词汇量的限制,部分同学未能读懂文章,大部分同学续写表达简单,并存在反复使用同一词汇的现象。3)词汇量与故事续写得分存在一定的相关性。

以上研究对高考故事续写的教与学存在一定的指导意义。1)在词汇教学中,教师除了向学生传授词汇学习策略外,还应当选择恰当的呈现方式,帮助学生吸收、存储和巩固目标词汇,实现接受性词汇向能产性词汇转变的目的。(刘凌、秦晓晴2014:161)2)不同年级学生英语水平存在差异,因此,在教学过程中,教师应根据不同阶段的学生水平,采取不一样的教学方法。3)词汇量与故事续写得分之间具有较强的相关性。在故事续写练习中,学生应自觉进行计划,善于运用多种策略与方式主动学习积累词汇,将词汇量的学习与使用放在重要位置。

当然,本研究也不可避免地存在一些问题,如续写文章的题材,文章中词汇同性分布不均衡,部分受试者在多种测试中可能产生抵触情绪等,这些问题都是今后开展相关实证性研究需要改进加强的地方。

#### 参考文献

- [1]姜琳、涂孟玮.读后续写对二语词汇学习的作用研究.现代外语(双月刊).2006,(12):6-39.
- [2]王初明、尹鲁霞.读后续写题型研究.外语教学与研究.2013,(09):5-45.
- [3]Brown,H.D.Teaching By Principles[M].Prentice Hall Refents,1994.
- [4]Wilkins,D.A. Linguistics in Language Teaching[M].London:Edward Arnold,1978.
- [5]徐密斌、李炯英.国内英语词汇教学研究:回顾和前瞻.Foreign Language World,2007.
- [6]Harmer.The Practice of English Language Teaching[M].London:Longman,1990:158.

(上接133页)

效应体现在促销、互动、体验等活动中,能提供高度且精准的曝光度。品牌在推广活动中,与KOL展开互动并开展针对性的开展单品或者品牌宣传能有效的提高品牌的好感度从而提升品牌明星单品的成交率。KOL的形象应该与品牌的形象是不谋而合,品牌通过与知名的KOL展开合作,促进销售。如通过以KOL为话题中心开展话题营销。品牌通过KOL强大的粉丝资源,巨大影响力,展开粉丝沟通,通过一系列,循序渐进的话题推进,展开针对服装品牌工艺、面料、设计、对文化自信的品牌个性展示等与服饰以及服装周边相关的内容沟通。这种宣传方式我们也可以称为内容营销,是当前短视频推广的一个主要方式,短视频的内容策划中可以运用古装舞蹈等通过演员多角度表现,展示服装在实际场景中的真实效果。KOL可以把通过品牌线下专卖店来开展体验营销,通过优质的内容吸引忠实顾客来实地打卡,将门店的产品形象呈现给顾客以及潜在顾客,在短视频渠道上可以实现更广泛深入的宣传,同时还可以形成一系列的线下体验互动,如通过邀请随机的顾客开展互动体验和KOL一起出境。通过KOL的带动体验让营销变成一个时尚活动,从而产生引流号召力,来获得品牌的好感度。

#### 四、让传统文化的展现提升品牌的附加值

肖珺、李朝霞在《唤醒、激活与复现:传统文化短视频的传播功能》一文提到。“基于抖音平台的案例分析发现,传统文化短视频的传播功能主要有三个:一是唤醒功能,表现为通过大众或人际传播唤醒逐渐模糊甚至陌生的中国文化记忆;二是激活功能,激活传统文化原有的生命力,通过展示、围观、讨论和分享令远离现代生活的传统文化焕发出新的活力;三是复现功能,表现为依托对技艺的记录、对场景的复现等碎片化的局部拼图逐渐再现和再诠释中国文化的可能途径。”

随着中国服装类短视频保有量的持续上升,各种服装品牌

的短视频也将以各种方式进行商业曝光与品牌引导。品牌除了以上的宣传方式外,短视频广告还应该注重内容的趣味性提升,来增强营销效果,利用趣味性的原则来引导用户进行互动,并以此达到获客的目的。同时注重品牌的互动性,着力维护短视频评论区,增强消费者对品牌的兴趣体验以及个性化满足,增强消费者的内容代入感,从而获得消费者对品牌好感度、依恋度的提升。

传统服饰行业发展至今,它的传播方式一直在变,但它所代表的文化意义却从未改变。服饰作为人们日常生活中常见的消耗品,一直是展现传统文化最日常的方式。新媒体时代的到来,为传统服饰行业的发展带来一定的助力,短视频信息传播方式的存在让传统服饰的传播途径不再受时间、距离以及空间的限制,人们通过电子设备就能了解传统服饰以及文化的相关内容。这种信息传播方式增加了传统服饰曝光度的同时,也提高了传统文化的宣传力度,增加人们了解传统文化的机会。为了让两者能够更好地融合在一起,服饰业及新媒体行业的工作人员需要进行及时有效地沟通,增加彼此之间的默契度,互相配合做好短视频宣传工作,继而推动服饰业的发展,促进传统文化在当下时代的发展。

#### 参考文献

- [1]肖珺、李朝霞.唤醒、激活与复现:传统文化短视频的传播功能[J].新媒体与社会,2020.

作者简介:王怡文(1987.1—)女,汉族,广东省汕头市人,硕士研究生。单位:广州华南商贸职业学院,职称:讲师(骨干教师)。研究方向:设计教育、设计传播。

基金资助:2021年度校级“全面深化课程教育教学改革”项目专项课题一广告设计与制作,课题编号(HMKG202112)



本刊为“中国核心期刊(遴选)数据库”收录期刊  
本刊为《国家科技学术期刊开放平台》收录期刊

本刊为中国知网全文收录期刊  
本刊为维普网全文收录期刊

# 鞋类工艺与设计

SHOES TECHNOLOGY AND DESIGN

总第392期

2021 No.21



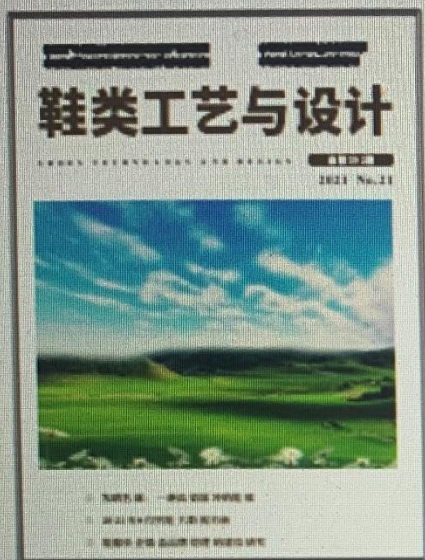
- 发明名称：一种高效缓冲的鞋底
- 2021年8月男鞋大数据分析
- 鞋服央企精益品牌管理的建设研究



# 鞋类工艺与设计

本刊为“中国核心期刊(遴选)数据库”收录期刊  
本刊为《国家科技学术期刊开放平台》收录期刊  
本刊为中国知网全文收录期刊  
本刊为维普网全文收录期刊

半月刊 第21期 总第392期 2021年11月15日出版



国际标准刊号: ISSN 2096-9163

国内统一刊号: CN 10-1726/TS

邮发代号: 82-951

广告发布登记: 京朝市监广登字  
20210006号

邮发代号: 82-951

定价: 15.00元

## 版权声明

\* 本刊作者授权本刊, 未经本刊允许不得  
任意转载或摘编。

\* 本刊收录的稿件包含了本刊及与关联出  
版物、网站、“域出版”平台及其他合作  
出版物与网站的使用与转载, 凡向本刊投  
稿, 即视为同意以上声明, 如有异议, 请  
在投稿时声明。

如有印刷质量问题, 请与本刊发行部联系  
联系电话: 010-64337758

## 版权

Administrator 主管

中国轻工业联合会  
China National Light Industry Council



Sponsor 主办

中国皮革制鞋研究院有限公司  
China Leather & Footwear Research  
Institute Co.Ltd.

Publication 出版

《中国皮革》杂志社有限公司  
China Leather Publisher Co.Ltd.

Editor-in-Chief 主编

刘鹏杰 Liu Pengjie

## 编辑部

Editor 编辑

宋影 Song Ying  
曹慧 Cao Hui  
钟月 Zhong Yue  
王楚 Wang Chu  
王长坤 Wang Changkun  
冯森 Feng Sen  
黄玉娟 Huang Yujiao  
安伟 An Wei

Editor in charge 责任编辑

任巧 Ren Qiao

Art Editor 美编

李倩 Li Qian

Editorial Board 编委名单

于百计	弓太生	徐波
李运河	孙家珏	王立新
陈念慧	丘理	施凯
李雪梅	陈启贤	陈国宇
张哲	罗向东	万蓬勃
汤运启	卢建军	彭凯林

Tel 查稿电话

010-64351739

E-mail 电子邮件

xlgyysj@163.com

Web 网址

www.leather365.com

## 发行 & 制作

Distribution 发行

《鞋类工艺与设计》发行部

Address 地址

北京市朝阳区将台西路18号100016

Domestic 国内总发行

中国邮政集团公司北京市报刊发行局

Abroad 国外总发行

中国国际贸易总公司(北京399信箱)

Design 制作

《中国皮革》杂志社有限公司

Printing & plating 印刷制版

廊坊市安次区码头镇谊晨印刷厂

## 广告业务

gent in Fujian 福建地区负责人

张永金

Tel 电话

0595-22192068

Address 地址

泉州市丰泽区东海泰禾广场9号写字楼1715

Postcode 邮编

362000



# CONTENTS 目录

## 鞋用专利

- 1 发明名称:一种高效缓冲的鞋底

## 鞋类资讯

- 2 TOP100|2021年8月男鞋大数据分析  
4 TOP100|2021年8月女鞋大数据分析

## 专题聚焦

- 6 牢固树立精益思想是企业推行精益管理的关键  
——以际华三五二二装具饰品公司为例 ..... 邓志明  
8 际华三五二二纺织公司精益管理工作浅谈 ..... 邢满堂  
11 浅谈精益生产管理在纺织企业染整生产中的应用与资源  
优化 ..... 刘风英  
13 浅析精益管理在国有企业中的融合应用  
——以3517橡胶制品公司为例  
..... 段超, 张思聪  
15 鞋服央企精益品牌管理的建设研究  
..... 高子恩, 马钊

## 鞋服设计

- 17 鞋底防滑性能的影响因素和分析 ..... 张园芳  
20 桂北苗族服饰文化传承研究 ..... 胡玉丽  
23 “四史教育”融入中职学校服装设计课程初探  
..... 蔡志刚, 杨尧

## 视觉设计

- 29 大方彝族漆器视觉符号对贵州特产包装设计的启示

- ..... 韩嘉瑜  
32 对美术装帧设计形态的构成方式研究 ..... 任一娟  
35 基于海昏侯博物馆文物“制具尚用”理念的文创产品设计  
研究 ..... 孙浩  
38 剪纸类文创品牌视觉形象设计研究  
——以漳浦游金美剪纸艺术馆为例 ..... 戴桂铎  
41 藏式纹样在文创产品设计中的应用研究 ..... 柳文花  
44 浅谈图形创意在广告艺术设计中的作用分析  
..... 张安琪  
48 基于感官体验的品牌听觉识别设计研究 ..... 许斯哲  
51 楚文化元素在旅游类标识设计中的应用 ..... 史颖颖  
54 艾德玛模式在传统节日海报设计中的初步运用  
..... 殷悦  
57 传统食品包装中的视觉元素图形设计 ..... 李艳艳

## 艺术设计

- 60 论舞蹈音乐结构与舞蹈表演的关系 ..... 李沁岩  
63 浅谈动画场景设计中的色彩应用  
..... 王孟隆, 陈远哲  
66 艺术歌曲《乡音乡情》的音乐元素及其演唱技法分析  
..... 邢洁  
69 数字技术在雕塑艺术中的应用分析 ..... 赵强  
72 生活美学视野下的宋代茶文化艺术 ..... 梁洁  
75 从《唐宫夜宴》看传统舞蹈如何焕发新活力  
..... 潘荣华  
78 基于黄河文化的住宅室内设计研究 ..... 杨旭  
81 传统民间美术在现代环境艺术设计中的运用  
..... 艾雪银



- 87 现代美术设计中民间艺术造型及色彩的应用探析  
..... 王紫龙

## 艺术教育

- 90 德育元素融入高校公共艺术课程教学对策研究  
..... 芮 潇, 刘晓青
- 93 山西省高校艺术专业学生在线学习情况调查研究  
..... 杨欣怡, 杨 洋, 张钰璐, 李舒文, 马文慧
- 96 新媒体在高校美术教育中的应用 ..... 黄 菲
- 99 乡村振兴战略下高职院校艺术设计人才专业素养培育途径研究..... 赵美川

## 设计论坛

- 102 民俗文化元素在 APP 界面设计中的应用研究  
..... 汪 倩
- 104 建水紫陶文化价值和工艺传承  
..... 李锐扬, 徐国栋, 李 琛
- 107 艺术景观中雕塑设计的关键探讨 ..... 谢树涛
- 110 中外传统文化对游戏角色造型的影响 ..... 于 佳

扫描二维码即可体验手机应用程序

同步便捷



长期办理订阅

开户行:

中国工商银行股份有限公司北京望京支行

帐号: 0200003509000098353

支付宝账号: ad@leather365.com

收款单位: 《中国皮革》杂志社有限公司

关注中国皮革杂志社官方微信  
获取《鞋类工艺与设计》  
全部内容





# 民俗文化元素在 APP 界面设计中的应用研究

汪倩

(广州华南商贸职业学院, 广东 广州 510080)

**摘要:** 新信息技术的发展为文化传播形式提供了更多的可能性, 移动 APP 成为传播民俗文化的重要媒介。本文以移动端 APP 界面设计为中心, 分析民俗文化元素在 APP 中的视觉设计形式, 探究如何将 APP 界面设计与民俗元素相融合, 为我国民俗文化的传承与发展提供一定思路。

**关键词:** 民俗文化; 设计元素; APP

中图分类号 TP311 文献标识码 A DOI:10.3969/j.issn.2096-3793.2021-21-029

## Application of folk cultural elements in app interface design

WANG Qian

(Guangzhou South China Business Trade College, Guangzhou 510080, China)

**Abstract:** The development of new information technology provides more possibilities for cultural communication forms, and mobile app has become an important medium for spreading folk culture. Focusing on the mobile app interface design, this paper analyzes the visual design form of folk cultural elements in app, and explores how to integrate app interface design with folk elements, so as to provide some ideas for the inheritance and development of folk culture in China.

**Key words:** folk culture; design elements; application

### 引言

随着智能科技的发展, 移动手机已成为人们生活中不可或缺的部分, 由此衍生出的短视频、广告运营、APP 等新媒体形式迅速崛起。本文着重以移动 APP 界面设计为主要研究载体, 分析如何将民俗文化元素融入到 APP 界面设计之中; 如何在还原民俗文化的基础上对民俗元素进行创意重构, 在提高用户视觉观赏度的同时, 表达出民俗文化的精神内涵。通过新时代设计手段推动民俗文化传播, 将 APP 界面设计与民俗文化元素相互融合, 设计出符合现代用户审美的视觉展示效果, 进一步推动民俗文化的创新与传承。

#### 1 传统民俗文化的现状分析

##### 1.1 民俗文化元素的传播形式

新媒体产业迅速发展, 更具娱乐化、社交化、碎片化的传播形式, 以及新兴的 UGC 社区表现形式纷纷而出, 促使各类新媒体产品的传播形式与运营推广呈现出百花齐放的势态。其中, 以曝光量、流量呈上升趋势的民俗文化产品模块为主, 传播形式由初期视觉设计、文创设计, 逐渐向新媒体交互设计演变。如以神话故事为背景

改编的动画电影《大鱼海棠》、历史人物为背景改编的动漫《天行九歌》等作品, 而传播形式的转变, 以及更具特色的表现形式有效吸引用户的关注。譬如, 在视觉层面, 将新时代审美标准与民俗文化元素相结合, 进一步引起年轻人群的广泛关注, 加强民俗文化的传播力度与推广范围。在精神层面, 相继脱颖而出的文化类媒体传播形式, 成为各大网络平台的推流导向, 为文化类产品增加更多的曝光量。通过对新媒体技术和民俗文化元素相互融合, 以新的形式展现在大众视野之中, 为其赋予了新的活力与意义, 使民俗文化进一步得到传承。

##### 1.2 民俗文化元素的寓意内涵

民俗文化指民间大众的风俗生活习惯, 其生活习惯与风俗特征在受到不同的地理、经济环境、社会构成、宗教思想的影响下形成了独特的艺术形式。鲁迅先生曾说过民间美术是“生产者的艺术”, 表明民间艺术以实用性为主要特征, 在实践过程中不断完善, 从而形成具有地域特征与民俗特色的艺术表现形式。在设计过程中, 原先写实的装饰纹样和雕刻图案太过复杂, 视觉表现形式转变成更具时代特征、简洁性的艺术表现形式。但不论视觉层面如何更改, 实用性是其最根本的设计原则, 缺乏实

作者简介: 汪倩 (1995-), 女, 江西吉安人, 硕士, 主要研究方向为艺术史论、视觉传达设计, 邮箱: 834906009@qq.com

基金项目: 2020 年广州华南商贸职业学院“质量工程”精品在线开放课程: UI 设计 (项目编号: 2020HMLG16)



用性的民俗艺术作品华而不实,终会被人们淘汰和遗忘。

## 2 民俗文化类APP的表现形式

### 2.1 民俗文化类APP应用类型

民俗文化类APP的兴起吸引了大量用户关注,不论是从视觉设计、功能定位,以及文化传播力度等方面都做到推陈出新,各媒体平台加大力度推广文化类APP产品,民俗文化的传播范围进一步得到拓展。民俗元素浓厚的文化底蕴和独特的表现形式,为文创类产品提供了更多的发展空间,相关APP种类与日俱增,使其得到不同年龄阶段用户的喜爱与关注。其中,文化类APP可分为应用、资讯、传统工艺几种类型。应用类以功能设计为核心,为用户解决相应的问题;资讯类以民俗文化内容为核心,提供民俗文化的阅览;传统工艺类以民俗工艺技术为核心,将传统工艺制作流程呈现于用户面前,为广大用户提供观赏的机会。

### 2.2 民俗文化类APP功能定位

民俗文化类APP根据产品主题、用户人群的不同,在功能定位与界面排版的形式上也有所限制。其中APP功能定位,主要通过对用户需求分析获取用户对民俗文化类APP的看法与关注点,对用户进行分类并整理出典型的“用户角色”。“用户角色”根据基本属性、操作习惯、目标需求等特征作为依据进行分类。以用户需求为目标导向,在确定功能形式之后,明确各个功能模块之间的层级关系。民俗文化类APP受众范围相对较小,在明确功能模块之后,通过线框图呈现主题信息群、勾勒出结构和布局,以及用户交互界面的主体视觉效果。通过对民俗文化类APP清晰的功能定位,进一步挖掘其更深层次的文化内涵,突出民俗文化类APP特色和识别度,拓展文创产品的推广范围,实现民俗文化类APP的可持续发展。

## 3 民俗文化元素的提取与重构设计

### 3.1 民俗图案的形态重构

民间大众为表现当地的民族特色与宗教信仰,将特殊图案以不同形式呈现于日常生活中,图案经过长时间的传承与改造,其视觉特征带有相应的文化底蕴。民俗图案形态的重构,主要对内容与文化信息进行可视化处理,结合排版、比例、位置等视觉特征来体现界面层次关系,以独特新奇的设计形式展现给用户,吸引用户的关注度。在民俗图案中普遍表现为故事传述或人物形态,使用的主题以神话故事、宗教图像,以及象征美好寓意的图案为主。由此在APP界面设计过程中,通过保留原有形态下对其元素进行简化重构,结合色彩搭配在APP的界面图标、图形动效中进行展示。通过从民俗文化中提取最具象

征性的视觉元素,将其与现代设计理念相结合,用现代化信息媒介来传达民俗文化精神,实现民俗文化和现代技术的完美结合。

### 3.2 民俗元素中色彩的提取

文化类APP中设计风格的呈现,不仅包含图案与文字排版,其色彩搭配也占据主要位置。色彩作为人类视觉最具敏感性的要素,能够引起人们对事物的各种联想。在文化类APP界面中,其美学特征则主要体现在民俗元素中色彩的提取与调和,通过对色彩明度、纯度的调整,给用户带来不同的视觉感受。如“匠木”APP选择以木制材料相近的黄褐色作为logo和主界面的背景色,将榫卯制作图片与文字的结合,很好诠释了传统手工艺的匠心制作过程与精神内涵。因此,APP界面设计中色彩的搭配,可根据文化主题选择最具代表性的颜色,通过色彩调和与重构,在体现新设计理念的同时贴合主题,表达民俗文化内涵。

### 3.3 APP界面中文化内涵的体现

民俗文化精神通常以图形轮廓、人物器皿等物象作为载体来体现,结合社会风俗习惯,创造出具有美好寓意的视觉图案。在文化类APP界面中,文化内涵的提取与表达,不仅能让产品具有民族风格,还能激起大众对民俗文化的自豪感,从而真正打动用户。以APP设计框架为载体,对标签栏、搜索栏、banner广告、以及页面图文排版等内容进行创新设计,将民俗文化元素的形式与寓意体现于APP界面设计之中,实现民俗元素的提炼与重构。通过分析民俗元素的特征,结合现代化设计理念与信息技术,对其进行重新诠释,提供更丰富的文化信息与视觉感受,最终构建出新的视觉表达形式。

## 4 结语

随着新媒体技术的发展,APP界面设计的内容与视觉效果更加丰富多彩,用户对APP产品的视觉审美与使用功能的需求逐渐增高,文化类APP产品设计的形式也更具多元化。在APP界面设计中,可通过对民俗文化元素的提炼与重构,将民俗元素的图形、色彩、文字与APP界面设计内容相结合,增强文化类APP界面中的精神内涵,进一步提高文化类APP产品设计的独立性与创新性。

### 参考文献:

- [1] 吴思.基于移动设备中“川剧文化”用户界面的设计研究[D].西南交通大学,2014.
- [2] 郑一舟.传统文化类APP界面视觉设计研究[D].合肥工业大学,2017.
- [3] 王静.传统文化类APP设计研究[D].江南大学,2016.





ISSN 2096-9163 国内统一刊号: CN10-1726/TS 邮发代号: 82-951 定价: **15.00** 元