

南京视觉艺术职业学院

成立于2000年

占地面积800亩

是一所按国际标准创办的综合性艺术大学

设有传媒系、设计系、人文艺术系和国际学院

建有演播厅、音乐厅、高尔夫练习场

NIVA摄影艺术博物馆、南视觉美术馆等一流的教育教学设施

学院先后与韩国中部大学

美国橘郡海岸学院合作办学

学分互认

师资共享

学院以办国际化、品牌化的一流高等艺术院校为目标

在教学方法、内部设施、管理模式方面均与国际接轨

十余年来

秉承着“精艺创新、追求卓越”的校训

“专业+品味+出国实习深造”的办学理念

成功培养了一批批优秀的毕业生

我校本科部借助于南京艺术学院、南京大学

江南大学、南京师范大学、韩国中部大学等国内外知名高校合作开展

“专接本”、“专转本”、“专升本”、“3+1韩国国际本科”等各种培养模式

为学生搭建了攻读本科的平台。



南京视觉艺术职业学院

中·美·韩联合打造

专科入学·本科毕业

校友会垂询电话: 025-57246666

Email: NIVAxiaoyouhui@163.com

http://www.niva.cn

2000~2018

目录

DESIGN 设计 004

国内外滨海城市景观带游憩空间设计浅析 005

浅析插画在平面海报中的导视功能 006

关于城市办公建筑景观规划设计的研究 008

精品酒店建筑设计研究 010

论平面设计与新媒体的相互融合 012

平面设计交互中的艺术通感 015

图形符号在现代平面设计中的运用 019

原创图形创意插画中的“日本平面设计大师” 021

中国现代美术史中的人文性 021

书籍 024

优秀设计作品 034

MEDIA 媒体 038

“美食+文化”制作理念下的创新 039

国产网络剧的价值导向规范研究 041

情景剧创作中声音设计的思路及技巧 043

视觉传达设计思想在广告摄影中的体现 044

论历史人物故事在影视剧中的再创作 045

“动态镜头”“运动镜头”“运动摄像”及相关概念探索和研究 046

计算机视觉艺术在数字媒体中的应用 047

数字媒体时代动漫形象品牌的IP化运营探析 049

数字媒体艺术在非物质文化遗产传承中的应用 051

影视后期制作与编辑方法初探 053

书籍 054

Herog enligne 062

颜与体 063

Apple 064

Fair 065

红 066

时光变迁 068

蜕变 069

四非 070

梦想与梦 071

FEATURE 专题 074

反腐倡廉对于提升中共形象的作用 075

音乐存在方式与音乐作品存在方式之关系探微 077

红叶石楠开放式组织培养抗污染试验初报 079

沉浸式音乐表演类综艺节目创新策略——以《幻乐之城》为例 082

高校音乐表演专业学生实践能力校外合作培养模式探析 084

基于岗位需求的空中乘务专业人才培养模式探析 086

美学视角下的音乐表演艺术解读——评《音乐表演美学》 088

现代音乐美学对声乐表演艺术的启示 089

职业院校中高职衔接人才培养方案比较研究——以酒店管理专业为例 091

关于高职院校实验室安全管理體系的研究与探索 094

书籍 097

电影 100

主管：江苏省教育厅
主办：南京视觉艺术职业学院
编辑出版：《视觉艺术》编辑部

编委会
主任：周宁
委员：
黄绮冰 谢建华 尹必健 赵勇 张建霞 杜江 黄剑玲
闫炎 严昊 吴黎霞 韩宏民 刘文佳
曹恺 李嫣 吴苹 张燕 赵清

主编：周宁
副主编：黄绮冰 谢建华
编务：殷美全
板式设计：顾鹏鹏
编辑部电话：025-57246677
传真：025-57246655

地址：
南京市溧水区柘塘镇柘宁东路116号 南京视觉艺术职业学院
邮政编码：211215
E-mail：niva2000bj@163.com

内部资料 免费交流
准印证号：S 2018 00000159

NIVA

VISUAI ARTS 视觉艺术

编者的话

艺术这玩意儿

南京视觉艺术职业学院

成立于2000年

占地面积800亩

是一所按国际标准创办的综合性艺术大学

设有传媒系、设计系、人文艺术系和国际学院

建有演播厅、音乐厅、高尔夫练习场

NIVA摄影艺术博物馆、南视觉美术馆等一流的教育教学设施

学院先后与韩国中部大学

美国橘郡海岸学院合作办学

学分互认

师资共享

学院以办国际化、品牌化的一流高等艺术院校为目标

在教学方法、内部设施、管理模式方面均与国际接轨

十余年来

秉承着“精艺创新、追求卓越”的校训

“专业+品味+出国实习深造”的办学理念

成功培养了一批批优秀的毕业生

我校本科部借助于南京艺术学院、南京大学

江南大学、南京师范大学、韩国中部大学等国内外知名高校合作开展

“专接本”、“专转本”、“专升本”、“3+1韩国国际本科”等各种培养模式

为学生搭建了攻读本科的平台。

2000~2018

精艺创新 / 追求卓越

以办国际化、品牌化的一流高等艺术院校为目标

“专业+品味+出国实习深造”的办学理念

- 专接本 -
- 专转本 -
- 专升本 -
- 3+1 韩国国际本科 -



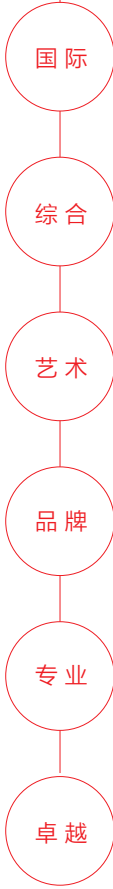


欢迎关注南京视觉艺术职业学院
官方微信公众号



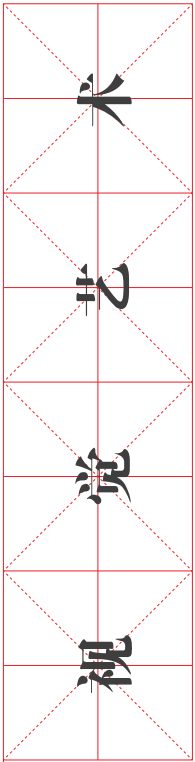
中 · 美 · 韩联合打造 专科入学 · 本科毕业

NIVA 南京视觉艺术职业学院
Nanjing Institute of Visual Arts

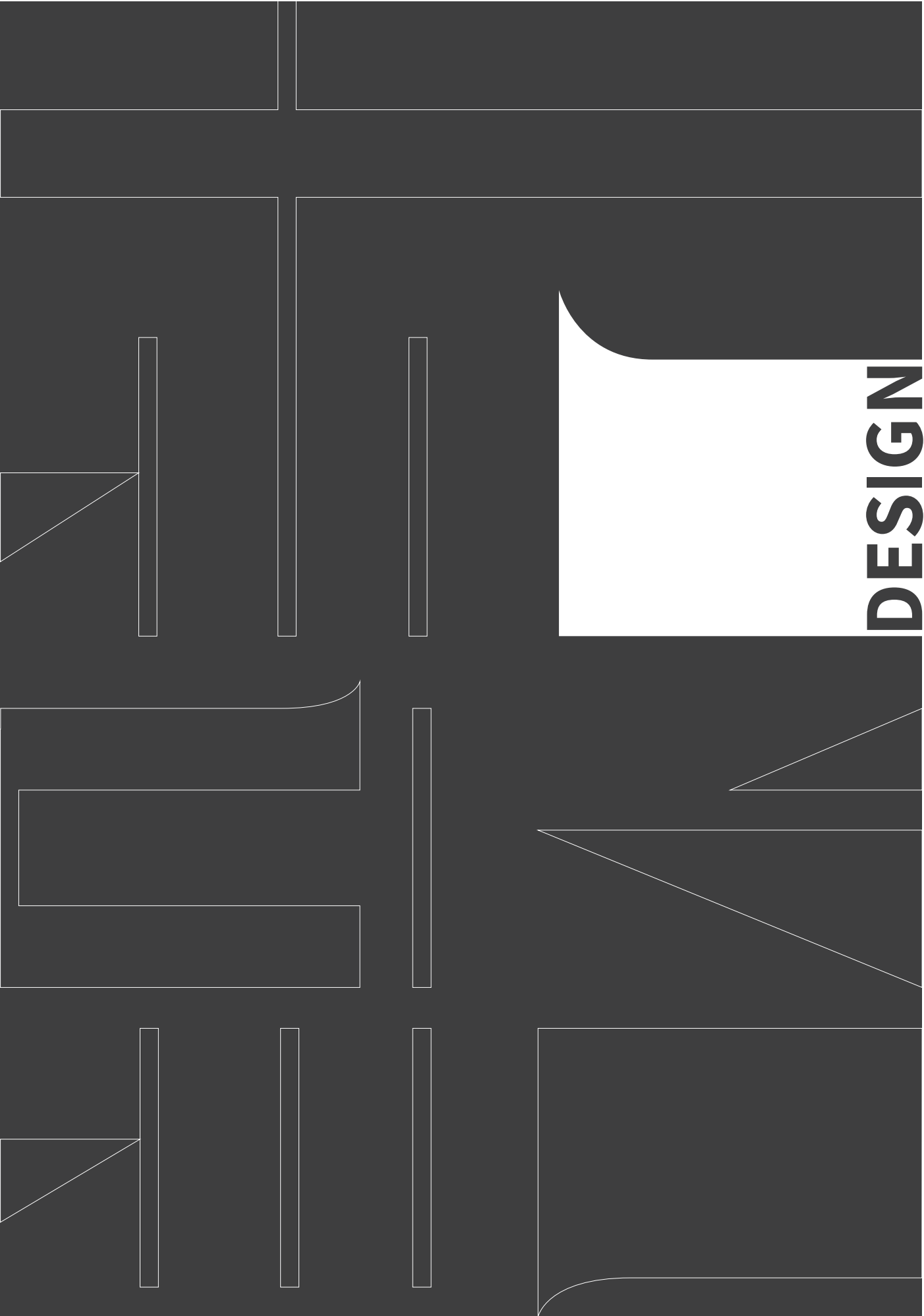


NIVA 用国际理念 创中国一流高等职业艺术大学

地址 中国南京溧水区柘宁东路116号 电话/025-57246677 57246666 传真/025-57246655
AD/NO.116 Zhening Road Lishui Nanjing China NIVAXiaoyouhui@163.com www.niva.cn



精 艺 创 新 / 追 求 卓 越



DESIGN

国内外滨海城市景观带游憩空间设计浅析

文 苗群英 南京视觉艺术职业学院

目前我国正飞速的由发展中国家向发达型国家转变，现今社会滨海城市作为我国城市的重点发展区域越来越受到人们的关注，其景观带游憩空间的开发和建设也成了时下热点。然而在城市中开发设计能够给人们提供休闲、度假、观光游览的游憩空间却存在诸多问题，因此解决开发建设能满足人们各种需求的游憩空间具有重要的意义。

一、国外滨海城市游憩空间设计概况

国外滨海城市游憩空间的设计研究是从19世纪末开始的，早期的研究比较零散，直到20世纪30年代才有了系统的研究，20世纪中期，世界骤然掀起滨海环境开发热潮，这才使滨海城市游憩空间的研究逐渐走向成熟。由于历史文化及传统等诸多方面的原因，西方国家一直比较重视人们对游憩的需求。如美国的波士顿、纽约、巴尔的摩市，智利的圣地亚哥，西班牙的巴塞罗那港，都有大型的滨海地区城市设计项目，其中，美国早期巴尔的摩市的巴尔的摩内港改造是滨海城市设计中的典范；西班牙的巴塞罗那港也具有代表意义；岛国日本更是进行了大规模的滨海地区的设计开发工作，结合环境的设计，诞生了横滨的填海新区“未来21世纪”项目。

纵观国外城市历史发展和滨海地区成功改建的经验，可以发现主要有以下几个共同特点：

- （1）为不断满足人们对游憩功能的需求，使滨海城市的建设逐渐完善，因此在功能和形式的设计上，形成市民与滨海区域环境的相互协调和发展。
- （2）在保证生态环境健康发展的前提下，注入新的时代特征，建设多样化的开敞空间和多种游憩功能的空间，为人们提供更多的选择性。
- （3）着重对道路的可达性和延续性

进行设计，将非机动车道和滨海区的观光道有序自然的融合在一起，保证了人们可以在使用交通工具的情况下安全抵达水体边缘。

二、国内滨海城市游憩空间设计概况

我国20世纪90年代末期才开始对城市游憩空间进行设计研究，虽然起步比外国要晚，但是结合设计的典型及学习最新的设计理念，现阶段我国对游憩空间的设计研究正在快速发展。如大连的滨海路建设、天津滨海新区的建设、厦门的五缘湾、环路岛、青岛的新区规划、海口西海岸城市设计、北戴河新区概念规划设计，葫芦岛北港工业区设计等等，都是比较重大且具有代表性的滨海地区城市设计项目。结合国外近五十年来滨海城市的研究与开发建设实践，利用他们优秀的经验、设计理念和方法，取其精华，弃其糟粕，为我国滨海城市游憩空间的开发提供参考和借鉴。

我国的滨海城市景观带游憩空间设计，不仅规划了滨海区域发展的新方向，而且还根据不同的地域特点展现了不同类型的游憩空间，以求满足人们的游憩需求。然而在快速的城市化建设当中，随着人们游憩需求的增加，针对滨海城市景观带游憩空间也发现了一些现存的共性问题：

- （1）忽视对城市个性的思考，缺乏对城市自身形象的营建与塑造，导致城市特色的缺失，繁花似锦的外观景象，实质却千篇一律，贫乏平淡。
- （2）缺乏对人与自然和谐相处的认识。
- （3）缺少游憩、景观、人性化、生态、可持续，五位一体的设计思路。
- （4）缺乏对海洋文化的重视和研究，导致特色海洋文化符号的表现形式单一。
- （5）缺乏景观组成要素的多样性及人性化设计。
- （6）游憩空间规划呆板，功能单一，缺少具有当地特色的游憩设施，难以吸引人们的眼球。

三、国内外典型滨海城市的对比分析与借鉴

城 市	曼哈顿	大 连	青 岛	三 亚
自然 景观	狭长的小岛，海洋性气候，绿化景观四季分明。	依山傍海，每一个沿路的景观节点皆是滨海路景观带的重要组成部分。	远山、近海、临景，景观结构层次分明。	具有热带风情，椰树、沙滩等是主要的景观表现元素。
建筑 景观	现代风格，地标性建筑，展现出大都市的繁荣与豪华。	现代简约风格与环境协调，体现环境色。	欧式风格、异国情调、活跃明快的色调。	以东南亚建筑风格为主，以自身色彩的完整性和环境的协调性为原则。
道路 格局	将景观道路、人行道路和机动车道路相结合，使其兼具景观功能和交通功能。	以景观功能为主，道路依山傍海，且设计较长的人行栈道。	兼具景观功能和交通功能，道路依山而建。	以景观功能为主，主要沿海边沙滩，形成弧线形状。
游 憩 空间	以城市公园、广场、艺术中心为主，改善和扩展轮渡服务，开放度高。	以城市公园、广场，艺术中心为主，改善和扩展轮渡服务，开放度高。	以文化广场、主题公园为主，集中布置，开放度高。	以滨海广场、滨海公园为主，连续布置，开放度一般。

近年来，受经济全球化的影响，引发了一系列问题。如城市特色缺失、环境污染严重、人们日益增长的物质文化需求与生态保护不协调，城市景观的营建组合方式死板单一。

上述问题已经较大的影响了我国滨海城市景观带游憩空间的设计品质，需要进一步寻求更好的解决方法，有针对性地强化设计。通过对比曼哈顿、大连、青岛、三亚四个各具特色的海滨城市（如表），可以得出以下结论：

在自然景观设计方面，各滨海城市应充分利用自身的环境特质，结合城市特点，创造出具有特色的景观设计；在建筑景观设计方面，要与城市文化相结合，以色彩文化和建筑风格突出城市特征；在道路格局设计方面，要与自然岸线、沙滩等海景相结合，充分展现出交通功能和景观功能；在游憩空间设计方面，重点突出为人们提供各种游憩活动的广场、公园、海水浴场等空间。

4. 结语

现今，纵观国内外各滨海城市的开发和设计，都表现出了对游憩空间的重视，为了有效利用滨海城市的游憩资源，提升城市的竞争力，本文对一些国内外富有滨海地域特色的游憩空间设计进行初步探索，并作出了相应的对比分析和借鉴，以求实现游憩、景观、人性化、生态、可持续这五方面总体效益的最优化，使人们享受更加和谐、均衡，自然美好的生活。

浅析插画在平面海报中的导读功能

文 任燕 南京视觉艺术职业学院

随着数字化技术的飞速发展，当代的平面海报的创作思路和传播途径较以前都有了巨大的改变。可谓是日新月异，其构成元素，艺术形式，表现方法都有了非常大的发展和突破，已经超越了其宣传和告知的单一功能，而更多是为了满足了人们的视觉审美需求。另一方面，随着平面设计及媒介传播方式的转变，插画设计也在不断深化和拓展，它与平面海报的交互和影响也更为密切。最为突出的是，电脑的使用丰富了插画设计的表现手法，拓展了插画设计的创意空间，通过混合与叠加多种表现形式，使得插画和其他平面手法的兼容性进一步加强。这也使得平面海报的创作需求在插画的引导下更为个性化。

在平面设计中，插画的导读功能的主要表现为视觉意义上的吸引和诱导以及进一步的看读功能。优秀的插画能将平面海报的主题和内容与观者的消费心理和实际需求联系起来。它通过有意味的形式聚合观众的吸引力，并促使观者想要得知海报具体细节和内容，进而诱导消费者的视线从插画转换至文案。插图设计风格特点主要体现在通俗性、创造性及多样化等特点，其种类也向着多元化的方向发展，具体包括写实风格、抽象风格、时尚风格、数码风格及手绘风格。写实类、漫画卡通类以及时尚类是插画设计中最具代表性的三种艺术表现形式，它们能一定程度上快速而有效地传达平面海报中的主题和内容，抓住消费者心理，实现观众视线由图像至文案的快速转换。更有效地抓住平面海报的表现意图和创作主旨。下面以写实类、漫画卡通类以及时尚类是插画设计为例具体阐述插画在平面海报中的导读功能和实际应用。

写实类插画的主要表现为摄影和写实性绘画，这类风格的插画作品以较为真实的画面直观地表现场景，通过具体的物象把信息真实而可信地传达给观众。这种表现方法通俗易懂，通过再现物象和场景，大众无需借助文字解读，即能全面而完整地了解设计者的创作意图。写实性插画的直观而具象跨越了国界、种族、以及语言障碍，直接引导读者读取平面海报中的各种信息，获得了各类人群的喜爱和信任。

在插画设计发展之初，写实类绘画是平面海报中插画运用的主流。上世纪，民国时期的上海曾出现了大量以写实风格插画为主体的平面海报，其作品在西方样式的平面海报中吸纳了中国传统仕女画的图式，中西合璧，其海报设计形式领一时风骚，其中以“月份牌”最具代表性。它在宣传商品的同时，巧妙地将中国传统的人物形象融入到平面海报中，成为宣传商品特性与传递艺术品味的重要手段。“月份牌”是中西融合时代下的产物，也是上世纪中国平面海报设计中展露的一种新的样式，时代特征鲜明，其影响久远。以《快乐小姐》（图一）为例，



图一：快乐小姐

海报中的小姐身着蓝色布料的旗袍，双手交叉在胸前，自信而优雅。其甜美的微笑和窈窕的身姿对于海报所推销的布料已是极好的形象代言，这种写实插画在海报中的运用，使得其商品宣传目的直接而明了，读者甚至无需借助文字的辅助阅读就能很快了解海报中要传达的信息，可以说，《快乐小姐》是写实类的插画在平面海报中的导读成功运用的经典范例。

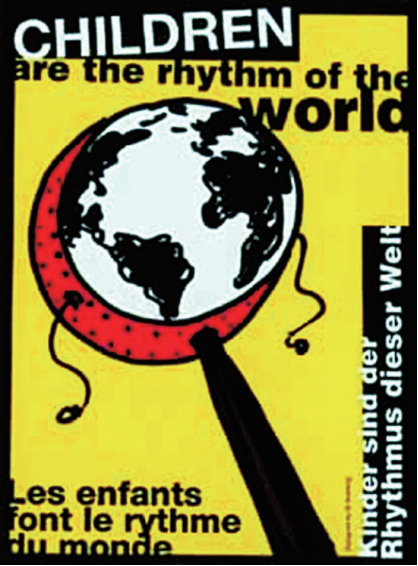


图二：《I want you》

再如，二战时期美国非常有名的征兵海报《I want you》（图二），海报中一脸严肃的美国大叔，头戴高高的星星帽子，身着西装领带，右手的食指坚定而有力地直指观众，海报下方配以征兵口号：“I want you”。海报中美国大叔的形象咄咄逼人，真实而直接地传达了作者的创作意图，他想对观众表达出“对，就是你了！不要再犹豫了！”的心理活动，具有很高的号召力。这类写实性的画面不需要过多的文字和色彩的辅助，画面的情感表达明确，主题清晰，读者一目了然。

另外，写实类平面海报的发展与摄影的发展息息相关。自19世纪摄影术的诞生以来，它就逐渐取代了写实性的绘画的部分功能，也极大地拓展了插画在平面海报的表现空间。摄影的真实性和瞬间再现的独特优势，被广泛地运用于平面海报设计中，成为写实类插画的主流，其直观性相较于写实绘画更为突出，限于篇幅，不在赘述。

在图像发展的多元时代，卡通插画也凸显了其在平面海报中的导读作用。漫画、卡通类插画具有极强的亲切感和趣味性，表现手法轻松幽默，人物造型通过通过漫画式的夸张和创造，极易使读者产生好奇和共鸣。运用卡通插画的这类海报不仅受到儿童的喜爱，也为成人读者所喜闻乐见，受众群体十分广泛。与直观明确的写实性海报相比，卡通插画海报在内容形象上更加突出了绘画性和原创性，因而阅读的轻松性和娱乐性更为突出。另外，卡通和漫画的插画在色彩的运用简洁、明丽而夸张，具有很高的辨识度。卡通类的插画



图三：《儿童是世界的旋律》

运用到平面海报设计中，不仅丰富了海报设计的形式，而且使海报设计注入了新的活力，海报中生动的卡通形象或通过夸张表情和动作使大众在欣赏中倍感轻松愉悦，或通过明快亮丽的色彩吸引人们的视线，极易于记忆和传播。

在视觉图像纷乱与爆发的当下，人们对于千篇一律的写实类广告难免产生视觉上的审美疲劳。而卡通类的广告在传达信息的同时，其简洁的造型与色彩顿时给人一种轻松感，眼前为之一亮，这种表现手法往往更容易被人所接受。中国知名平面设计师毕学锋的海报作品《儿童是世界的旋律》（图三），以强烈的色彩对比、浓郁的卡通形象，简约的绘画表现形式来表达主题，让人深思，为之震撼。可以看出作者对于儿童的强烈情感呼之欲出。可以说，卡通造型唤醒了读者的眼睛，也触动了读者的心灵，他对于海报主题的表现主题的引导可谓产生了无可替代的作用。

科技和互联网的发展拓展了平面设计及媒介传播方式，这也使得时尚类插画成为平面海报设计中不可或缺的重要手段。一方面，计算机制图的广泛使用丰富了插画设计的表现手法，极大地拓展了插画设计的表现空间。它可以轻易地融合多种表现形式，使得插画和其他平面手法表现手法更加兼容。另一方面，也满足了设计师个性化的创作需求，视觉设计的电脑化和网络化，推动了新旧设计思路的快速转换和潜在递进，它也使得沉寂已久的插画设计获得了新的发展时机。

在这样的潮流和趋势下，时尚类插画风格为主导呈现出两种风格迥异的流派。就设计和表现的方法而言，新锐化的插画设计和多种视觉艺术形式互动这两种手法引领了平面海报设计的主潮，成为平面视觉要素中最主要的导读元素。



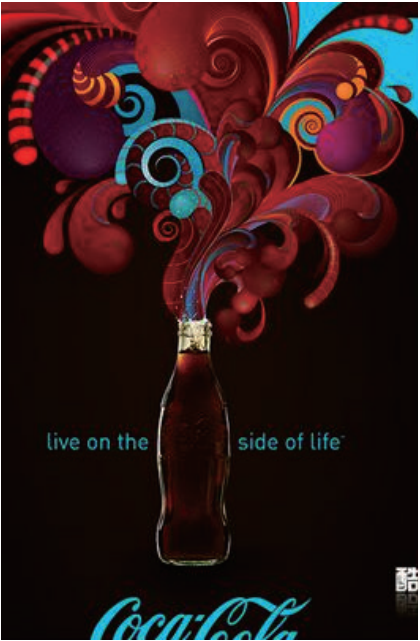
图四：巴西人字形拖鞋海报

新锐化的插画设计手法，通过鲜明快、优雅奢华和女性主义的方法来营造夸张的时尚感和现代品位。如巴西人字形拖鞋的海报（图四），造型夸张，色彩运用大胆，凸显了时尚女性的流行美。这类插画，在明快的色彩和时尚前卫的图形混搭中，有力地传达出作者的创意理念及品牌诉求。而多种视觉艺术形式的互动与整和的设计手法通过电脑技术打破现实与冥想的界限，把真实客观的事物同人们想象的世界结合起来。其表现形式也从二维拓展到三维，因而画面效果也更为出彩，形成了绘画和摄影都无法表现的视觉效果，它为插画海报的设计延伸了新的内涵与空间。如（图五）所示可口可乐插图海报，把现实中的可乐瓶和幻想中的景象呈现出来，融合了多种视觉艺术形式，极具时尚感与魔幻色彩，有力地传达了插画设计的美感和活力。这种抽象和具象的图形组合充满了多变与幻想，很好地契合了年青人的情趣，受到他们的青睐。这种独特的画面在传达商品的主题同时，大众也从阅读中获得视觉审美的满足。不可否认，时尚类插画的创意与审美对于设计者和商家来说都至关重要，其创意和定位直接决定了读者的关注度。可以说，现代插图设计的发展不仅是一种艺术形式和艺术风格的问题，更是一种社会文化现象，平面海报设计与插画设计的巧妙融合也是一种当代艺术作品。

结语

插画作为平面海报设计中的最主要的元素，与设计中的字体、色彩、版式等其他诸多元素相比，插画的图形

具有更直观、更强的说服力，与文字的繁琐相比插画有着独特的优势，其直观性使得它在传递信息方面更加直接迅速。写实类、漫画卡通类以及时尚类这三种主要形式的插画将信息简单而清晰地传递给消费者，让人们在阅读和审美的过程中获得自觉地接纳，在视觉吸引和引导功能上发挥了积极的作用，其重要性不言而喻。插画以强烈的视觉冲击力和丰富的表现方式，为平面海报设计的未来拓展了诸多可能。另一方面，新媒体和网络时代的飞速发展依然在不断地影响和改变我们的生活形态，这使得平面海报的视觉设计，更为即时性和多元化，这种现代设计节奏也使得传统插画获得了重新发展的契机，在这相互依存的关系中，探讨插画在平面海报中的导读功能就具有新的意义。



图五：可口可乐插图海报



关于城市办公建筑景观规划设计的研究

文 闫茹 南京视觉艺术职业学院

一、办公建筑中庭空间及景观设计的概念

1.办公建筑中庭空间

办公建筑中具有大面积的侧光或者是顶光采光面，并且是上下垂直连通的，高度可贯穿整个建筑，或者只是单层和多层的；空间的体积相对较大，且有一定的室外空间的感觉；一般位于接近入口和大堂处，也可以位于办公建筑的一侧或者是正中心的室内空间就叫做是办公建筑中庭空间。并且办公建筑中庭空间主要是用来供人们休息等候、通行、小聚交往以及设计景观的室内空间。

2.景观设计

景观设计是指具有生态学、植物学、美学以及建筑学等相关专业知识的人对环境或者是建筑进行的有意识改造的一种思维的过程以及筹划策略，并且景观设计一般是以传统园林理论为基础的。简单的讲，景观设计就是采用工程技术和园林艺术等手段，通过改变地形、营造建筑小品、布置园路以及种植植物等方法，将一定范围内的空间设计成适合生活、工作、游憩的场所，或者是营造自然环境的一个过程。通过进行景观设计，不但能够让环境具有日常使用的功能，还具有美学的欣赏价值，并且能够使生态可持续性的发展得到有效的保障。

二、办建筑内部公共空间的构成

办公建筑首层公共空间通常包括3部分：门厅（大堂）、中庭和电梯间，这些空间客流量大，因此是使用次数最多的场所，是整幢建筑的核心空间，也是设计师着墨最多的地方。

1.办公建筑门厅（大堂）

门厅和大堂是人们进入办公建筑的第一场所和离开之前的最后场所，创造一种形象是该空间的第一个重要

的成功，被认为是现代中庭建筑构成形式的开端。根据对波特曼中庭空间的分析，中庭这个共享共生的室内公共空间主要包括两方面的物质内容：一方面是引入阳光、植物、水池、喷泉、雕塑、观光电梯、自动扶梯和人这些景观元素，另一方面是建筑本身富于创新和变化的形态，包括中庭顶部充满张力的结构框架和明亮通透的大面积玻璃，这是形成中庭空间近似自然的光环境的主要因素。办公楼的中庭应当是一个相对恬静、正式的场所，空间中弥漫着自然、友好、高雅的氛围，它既能不露痕迹的协助展览、观望、交流、等待、休息等多种行为同时发生，让置身其中的人感到一切都是那么的井然有序、顺理成章，同时又能让环境中的人产生一种尊重与被尊重感，让人觉得不是所有人都能来分享这个场所的，从而个个举止优雅，在享受空间的同时注意使自己的行为不影响他人。中庭空间的尺度设计也有一定的规则，一方面应该考虑到使中庭作为办公楼内大型的聚会场所的可能，另一方面应当注意避免带给人们心理上的空旷感，在三维空间内，通过精心的空间要素的设计，使超人的尺度感由大化小，从而将中庭成功地变成人们活动的场所。

向心型内庭是最常见的形式，这种中庭的四边或三边嵌入到建筑体中，成为内部空间的中心，和外部秩序空间联系较弱。向心内庭位于建筑平面的中间，四周是围合的办公空间，这里是公共视觉焦点，也是信息交流的地方。如图3，德国汉堡的高层双X办公楼，其中庭倒“V”型的支撑结构形式本身形成装饰符号，这些元素形成空间虚的界面，在开放的中庭内部与绿化一起形成相对隐蔽的休息区；面向中庭的设备层立面用红色烤漆玻璃装饰，与淡蓝色的清水隔断立面共同

为安静严肃的办公空间注入动感和时尚。在向心型内庭中，采光天花设计给室内空间提供了部分自然光线，符合人的趋光性这一心理诉求，另一方面，节约了部分电能，这种空间在寒暑极端天气中使用率较高。

外向型边庭，边庭一般处于建筑边界，远离核心筒，空间的内向性减弱，外向性更强，是常见的公共空间形态。这种空间对外往往面临道路、小广场或景观花园，成为景观较好的室内空间，因此边庭的外环境设计风格要兼顾到室内的设计风格，使其保持一致性；另一方面，室内环境设计风格也可以室外化，如将水景、绿化等自然要素引入边庭，除延续室外的景观外，还能达到净化空气，调节室内微循环的目的，从而营造人性化办公空间。边庭向外的界面一般是建筑的外立面，多为通透的落地玻璃幕墙，这种材料最大化的把景观纳入室内，但是应注意夏季的热岛效应，如可以采用隔热膜、中空保温玻璃、遮阳膜等以达到保温隔热的目的。由于这种边庭更接近于室外环境，作为休息区的场所常常受到人们追捧，使用率极高。

3.办公建筑电梯间

电梯是高层建筑垂直方向唯一的交通手段。以电梯为核心的垂直交通体系以及与其密切相关的标准层空间组合方式，是高层办公建筑整个空间布局的关键。每个人进入办公室，都会经过这样的顺序：首先，在功能方面，它是人们从地面空间转向其他楼层的中转站，给人提供短暂的停留空间。其次，在设计风格上，首层电梯间和门厅大堂的风格应采取统一的符号、色彩和材料，以取得整体的视觉效果，和大堂一起给人留下整体的第一印象。最后，电梯间是多种信息传递的场所，诸如关于楼层分布、各公

司及各服务空间分布、乃至广告信息等都会在该空间出现，因此这种识别系统的设计应和建筑室内公共空间相呼应，会起到更好的装饰效果；另外因为空间的特点，人们多是近距离观察建筑界面，设计师应结合灯光和细节来展示建筑的品质。电梯间应树立起一个良好的形象气氛，来表达对建筑本身独特的属性和文化内涵。

结论：

如今城市办公建筑一般在几楼或几十楼的大厦，首先要对大厦本身的容纳程度进行设计，整体规划建筑的外部及内部结构，使每一位办公的人员感觉到环境优雅，心情舒畅。



图一：德邦物流总部上海总部C区办公楼大堂

2.办公建筑中庭

美国建筑师波特曼在亚特兰大摄政旅馆创造性地引入中庭空间所获得

品酒店设计理念的新老客户。因此在设计之前首先要对服务对象进行社会调查，了解不同类型客户对酒店的需求，尤其是对硬件要求即对建筑设计方面的要求。

精品酒店不同于传统酒店的最大特点在于识别性强，个性化和独特的品味逐渐成为服务性酒店彰显的特色。这就要求建筑设计既要与当地环境相融合还要有所创新，与当地的传统建筑有所区别，增加酒店的识别性，提升片区整体城市形象。比如，在建筑的材质、功能、结构和形式等方面有所创新，尽可能给客户留下全新的入住体验与深刻视觉印象。

2.2 平面设计与空间设计

酒店的总体布局是各功能空间要素共同构成的一个整体，合理的功能分配是酒店建筑设计的基本要求。精品酒店的平面设计要把握秩序的精华，即适度的规律和各空间组织的合理性，遵循科学、人性、合理的原则。鉴于现代都市寸土寸金，所以酒店的平面设计与空间设计要合理节约，在满足所有功能的前提下合理排布功能。精品酒店的功能空间一般包括:公共活动空间、休闲活动空间、客房空间、服务空间。平面设计中要注重不同空间之间的联系与交流。

(1)应注重流线的重要性，流线能给顾客带来更好的体验和宾至如归的舒适感受。客人的流线是流线设计的中中之重，客人自入住到离开的全程路径正是体验酒店提供服务的主动线。在流线中不仅应串联餐厅、客房等基本功能，更应加入茶吧、休息区等体现酒店文化内涵特色的区域。将特色休闲空间串入客人流线，体现出精品酒店体验式的流线逻辑关系，增强酒店价值，使顾客在休闲中满足自身对品质的需求。除了功能的逻辑关系，塑造环境的序列也是精品酒店设计中空间组合的要点。塑造更好的环境有益于氛围营造，这也正是精品酒店空间序列的内涵所在。

(2)精品酒店的各个空间应注重其内涵与性格多样，不同性格的空间赋予其不同的活动内容，使得不同功能的使用带来不同的空间体验。如气势恢宏的大堂;私密的客房、庭院;温馨的电梯厅、咖啡吧;开敞的草坪、露台等等。多样性的空间，便于塑造具有各自独特文化内涵的精品酒店空间体验。

(3)一定要重视空间塑造在整体项

精品酒店建筑设计研究

文 王若骥

精品酒店指以一整套完善高标准硬件设施和酒店服务系统、特色鲜明的酒店类型。它在进入21世纪以来引起我国民众的关注和兴趣。精品酒店除了高质量的服务外，建筑设计也是其在一众酒店中脱颖而出的关键。

一、精品酒店的特点及发展现状

精品酒店不同于传统酒店，精品酒店的主题鲜明，风格各异。它的外立面造型和室内设计水准要求较高，极具特色且用材考究，个别酒店装修标准可与五星级酒店媲美。但精品酒店的规模一般较小，房屋数量有限，配套设施一般不对外开放，其私密性较强。市场定位在于吸引25~50岁之间的具有一定经济基础和文化修养的群体，所以其内外风格都彰显一种低调奢华的“气质”。

精品酒店出现于20世纪80年代初期的美国，在近年才真正起步发展壮大，所以它的设计还有待更加完善和成熟。精品酒店在我国的分布状况也不平衡，主要分布于我国的一线发达城市，这些城市的民众对高品质的精品酒店和文化内涵认可度高。国外知名品牌和国内特色品牌均有较高的市场认可度，发展势头良好且呈持续的文化精神。时而现代摩登，时而优雅简约，又时而深邃的反应民族文化氛围。正因为选用新材料新工艺，使

得不论反应的文化特质如何，大体的风格一定是品质及高，带有情调的建筑面貌。细节的处理上也正应和其风格的选择，通过细部的处理将时尚的科技感，或是简约朴素的质感，挥余地，精品酒店的方向具有无限的可能性!亦或是自豪的弥足氛围渲染的愈发明晰。酒店的个性化设计与文化特质吸引着追求更高品质需求的客户，使得他们产生对酒店品牌的喜爱与心理认同。

1.1小结

细分市场是酒店产业不可避免的发展趋势。精品酒店将凭借自己不同于传统酒店的独特之处和别具一格的设计理念，赢得更大的生存发展空间。精品酒店的建筑设计必须要具有具体的主题特色，富有创意，功能多样化，酒店的平面和空间设计要与外部环境相映衬，注重塑造内在文化理念和酒店主题的表现，能更好的满足消费者的精神需求。精品酒店性增长的喜人态势。

二、精品酒店的建筑设计要点

2.1 精品酒店的建筑设计原则

精品酒店的设计要遵循与环境协调共生的原则。精品酒店的整体风格虽然大多以新潮的现代简约造型结合高品质的外立面材料，以独特的面貌示人，但还应考虑适应周边环境，与所处城市的特质与文化风貌相结合。在进行设计之前，设计师应首先对当地的人文环境、城市特色和气候条件等自然因素进行深入了解，在其基础上融合精品酒店品牌自身的人文精髓。设计中注重处理特色的公共空间，以表现精品酒店的独特之处。

“以人为本”不仅是社会发展的根本，也是精品酒店建筑设计所遵循的原则。酒店建筑中的“以人为本”即酒店必须以使用者的需求为设计原则，从生理和心理两方面满足客户的需要，通过提升品牌价值吸引符合精

目设计中的重要性。精品酒店的空间做为使用的载体，具有得天独厚的功能诉求。人们对更具文化性、更具舒适感、更具设计性、更具质感的空间需求均体现在对空间塑造的要求上。比如入口空间的设计，精品酒店讲究高雅与低调并存，注重保护顾客的隐私，所以，酒店入口空间的设计保持低调简单，但用材与设计感要求颇高，低调的入口更能适应中产阶级顾客不喜高调的特点。比如大堂的设计，精品酒店的大堂不同于传统酒店，其功能性要求不是很高，但是其大堂更注重酒店文化精神的体现，所以在大堂设计中要充分展现酒店的主题和风格，在空间装饰和细部设计方面要精益求精，为顾客营造温馨亲切而又不失典雅大气的气氛。再比如客房空间是精品酒店的重点，对于客房的设计要把握功能设计、人性化设计和风格设计的基本点，即客房内部设计能满足客户正常的功能需求，彰显酒店风格。

2.3 酒店外部空间的设计

精品酒店的外部空间主要由地形要素、水体要素、景观要素与建筑灰空间等构成，它主要将自然环境作为依托来设计的。交通流线可达性强是外部空间设计考虑的重要基点，入口、道路和停车场三者是紧密相连的。入口的设置较为明显但注重私密性。精品酒店的客容量不大，所以停车场宜紧凑排布，但要求方便车辆出入而不会造成拥堵。在进行道路设计时可结合植被进行点缀，营造和谐的自然景观。水景观是大部分精品酒店外部景观点睛之处，如果依附于江、河、湖，就利用自然景观来改造适宜欣赏的水景观，如果位于城市繁华区，就可利用人工手段结合酒店文化特质的不同打造不同氛围的景观水体。建筑灰空间处理应结合室外景观，塑造出独特宜人的空间体验。

2.4酒店建筑设计中文化理念的体现

在精品酒店设计中建筑是文化

表达最真实和最直观的途径，从根本上奠定了酒店的文化基调和主题特色。精品酒店建筑设计中文化的表达主要体现在建筑风格的选择与建筑细节的处理上。从风格上来讲，精品酒店更多的是用新的建筑材料、施工工艺去表达一种带有极强个性特色的文化精神。时而现代摩登，时而优雅简约，又时而深邃的反应民族文化氛围。正因为选用新材料新工艺，使得不论反应的文化特质如何，大体的风格一定是品质及高，带有情调的建筑面貌。细节的处理上也正应和其风格的选择，通过细部的处理将时尚的科技感，或是简约朴素的质感，挥余地，精品酒店的方向具有无限的可能性!亦或是自豪的弥足氛围渲染的愈发明晰。酒店的个性化设计与文化特质吸引着追求更高品质需求的客户，使得他们产生对酒店品牌的喜爱与心理认同。

2.5 小结

细分市场是酒店产业不可避免的发展趋势。精品酒店将凭借自己不同于传统酒店的独特之处和别具一格的设计理念，赢得更大的生存发展空间。精品酒店的建筑设计必须要具有具体的主题特色，富有创意，功能多样化，酒店的平面和空间设计要与外部环境相映衬，注重塑造内在文化理念和酒店主题的表现，能更好的满足消费者的精神需求。精品酒店的设计没有固定的各式，大道无形，在了解基本设计原则的基础上可以具有创作精神的大胆实践，因为精品酒店本就是个性化、精致化、定制化的集合，不再千篇一律。从这个角度来说，精品酒店的设计具有极大的发挥余地，精品酒店的方向具有无限的可能性！

论平面设计与新媒体的相互融合

文 许晓伟 嘉兴学院

引言

在目前的新媒体艺术表现形式下，会有平面设计的存在，考虑到其本身的艺术特征，就需要推动新媒体艺术的发展与革新。目前，平面设计偏向于三维交互式设计这一方面，因此就需要合理地分析新媒体艺术的特点，进而促进新媒体和平面设计之间的相互融合，这样就可以提供更为广阔的空间，让平面设计作品的设计更具深度。

一、新媒体平面设计的特点

(一)平面设计通俗化

上一个世纪，艺术设计专业具有“高大上”的特点，并且学习过程专业而复杂。但是在现在强大的软硬件和输入输出平台下，艺术设计的实现变得更加便捷。平面设计中最难的文字设计也可以通过电脑直接实现，并且没有任何的瑕疵，不需要反复修改。就算是设计复杂的创意字体，都可以凭借软件来随意调整，进而大幅度地提升这一过程的效率。数年之前，在网络上就已经出现了创意美术字的直接生成，输入字体之后系统自动生成创意文字，这种方式在实际的应用中还存在一定的局限性，过于程序化让字体创意设计能力表现得有些固化，相信在未来的发展中，这一应用会越来越成熟，进而对字体以及设计产生巨大的影响。

(二)由静态向动态转变

在分析这一种变化之前，首先需要了解传统传媒介质与现有介质的区别。传统平面设计的介质就是纸质。如广告设计书籍、报纸等。但是现在的设计介质和平台出现了

改变，大部分都被屏幕取代。这样就使得传统媒体的萎缩和新媒体的出现形成对比。在艺术设计方面，图形与图像的合并是最明显的例子，这样就使得动态影像与静态图像之间的接线被模糊化。

传统的报纸杂志，会有固定不变的图文编排，图片本身也是处于静态的，没有视频或者是动态影像。但是新媒体的出现，却使得其出现了变化，使得彼此之间的区别相对模糊。就如在新媒体下的gif格式，无论是预览、置入还是下载，都属于完全的图片格式，但是将图片连续起来，就可以形成一个短小的视频故事。这样的方式在新媒体之中得到广泛的应用，这种图片格式将图片和视频之间的界线模糊化，但是传统艺术设计与教学之中却没有这一种图片格式系统化的训练，也还没有相对应的指导。

(三)由单向传递向交互性转变

信息传递存在单一性、不可更改等特性，在这样的情况下，艺术设计使用的元素本身属于“固态”和“静止”的。但是新媒体下，信息传递不再属于单向与静止，存在更多的交互与参与的内容，这样就让艺术设计元素真正动起来。而传统设计之中是不会存在这一个“动”的，但是却可以将新媒体的特征完全呈现出来。因此，主要可以将这一种特征把握好，那么就可以合理地搭配原本静止的各种设计元素，并且在新媒体之下更好地呈现出来，这就成为对现代艺术设计最重要的挑战。

二、新媒体下的平面设计

(一)基于数字化网络的“新”平面设计

当新媒体技术下的平面设计融合数字化网络之后，就会有Flash动画设计、网页设计以及三维虚拟等不同设计领域的出现。数字化网络时代的来临，将各个国家的人们联系在一起，成为设计的超时空帮手。在网络空间之中，人们能够了解异国风情文化、寻找远方数据，并且建立起全新的社交群体，这就呈现出数字化网络的便利。随着新媒体技术的不断出现，对于平面设计师也带来了更多的想法与

创意，通过新媒体技术本身的复制与虚拟化功能，就可以将其逐一的实现。信息本身的呈现，也不会再利用枯燥的文字将其呈现出来，视频动态画面以及图片多形式的画面，就可以让人们愿意去阅读和接受。

(二)多种感官并存的“新”平面设计

通过现代电子设备先进技术的使用，就可以让平面设计进入到动态化的设计领域之中。当新媒体出现之后，就可以利用现代化的科技手段呈现出平面设计，原本单调、静止的信息传播方式改变，从而让平面设计呈现出动感十足、高度活跃的特点，同时也给表现手法带来更新的新意。

在进行作品设计的时候，还需要与新媒体设备特点相互结合起来，如在印刷媒体过程中应用，就可以将部分截取出来呈现作品;在网页之中应用，则需要利用动态化的形态将其呈现出来，并且还可以在不同的媒介之中通过不同的视觉效果来呈现。随着新媒体的融入，在平面设计之中，就可以转变单调的画面呈现模式，让其变得生动而活泼，这样才能满足平面设计的设计规律和基本概念要求，从而呈现出更具扩张力的作品，这样就可以让新的设计理念和形式满足技术发展的需求。

三、平面设计与新媒体的融合途径

(一)新媒体环境下平面设计的发展方向

1. 互动参与:信息剧增产生的问题就是信息本身的贬值，其重要的信息变得更具价值。赫伯特·希曼曾经说过，信息消耗了什么很

明显，其直接消耗的就是接收者的注意力。大量的信息则稀释了注意力。也就是说，当信息量逐渐增大之后，就很容易被人们忽视信息，信息量越大，人们想要在其中寻找到有用信息的检索成本也会逐渐升高。在面对大量的信息时，人们适应等待自己需要的信息，但是这样却不会主动去寻找，在面对信息的时候，人们无法提起兴趣，尤其是针对促销的广告信息。就如，当一个人离得很远来讲话的时候，我们可以用手或者是雷达一类的东西放在耳朵后面，这样就可以提升接受的音量。但是声音源很近，而且很大的时候，那么我们会捂住耳朵，人们并不是对信息失去了兴趣，而是需要确保信息的接受效果，能够邀请受众参与，这样才是一个靠谱的选择。



图1 能治愈你的，便是你自己的微笑



三、平面设计与新媒体的融合途径

(一)新媒体环境下平面设计的发展方向

1. 互动参与:信息剧增产生的问题就是信息本身的贬值，其重要的信息变得更具价值。赫伯特·希曼曾经说过，信息消耗了什么很



图2 爱没有标签



图3 屏读时代的生活方式

在超级杯Makelt Happy的户外，可口可乐公司设计了一个与消费者相互互动的广告牌(如图1)。广告主题设计定格在《能治愈你的，变是你自己的微笑》，在最初设计的时候岑长的简单，主体设计包含了一个瓶盖和吸管所构成的微笑表情。设计的构想是:当靠近它之后，对其做表情，emoji也会跟着你学习，做出相互类似的形态。如此的互动，很容易让人们养成好心情，于是，“快乐决定权在于你自己”这一个主体的概念，就被受众逐渐所接纳。所以，通过这样的设计。可口可乐公司的这一种“欢乐”直接植入受众的心理，更重要的是能够让每一个和他面对的人都能够带走美好的笑容，这一个互动的创意设计，就成为平面设计与新媒体融合的绝佳配合。

2. 超出边界:在互联网中，跨界是一个经常被提起的概念，为了寻求与其余领域的合作，成为放大相互资源价值的一种手段。在进行平面设计的时候，有一个名词叫“出血”，这是平面设计之中经常会使用的一个概念，也

就是在印刷之前的设计中，需要针对成品的边界做好溢出的处理，这样才可以避免裁切之后出现成品白边的问题。一直以来，边界都是每一个领域，每一个人都在寻找的一个定义，因为了解并掌握边界之后，就能确保成品的完美。在互联网的推动下，新媒体带来的信息洪流，形成了圈层的现象，不同圈层的人对于对方行为很难理解，来源于内心边界的划定，就让人们被局限于更小的范围之内。互联网带来的全球互联，让人们的身體与感官得到解放，但是却带来了心灵禁锢，这是没有预料到的结果，新媒体在这一个时代之中加速了人与人之间的相互沟通，但是却疏远了心与心的相互交织。在当前的新时代下，如何才能能够在平面设计之中探寻情感设计的方法，就需要借助新媒体的技术特点和传播的效率，从而对人性进行探索，找到黏合全人类的方法，这就是目前最重要的一个课题。

在《爱没有标签》的公益广告活动中，设计的主题是一次感动心灵的诉说(如图2)。在最初的



图4 让脚丫与草地接吻

设计为:在街道的空地上,有一块利用X光投影的屏幕,然后在画面之中呈现一对男女骨骼相拥,随着双方都分开,从屏幕的两边探出脑袋,原来是两位女性,这样让台下的观众很惊讶,他们是同性恋者,屏幕之上的标语是爱没有性别之分的广告语设计。有了这一种设计之后,在后续的策划之中吸引了有幸福的男同性恋、有肤色差异的情侣、老年夫妻等,但是最终都体现出最初设计所要求的没有外表的区分,只有来自于灵魂本源的爱意。这一点就是告诉人们,爱之所以是美好的,是因为它本身的自由,没有任何的羁绊,爱是跨越种族、跨越性别、跨越缺陷的。这一个广告语设计,就通过跨越空间和平面的方式,来阐述跨越任何边界这一个道理,呈现出爱就是一切边界的终点。

(二)新媒体为平面设计带来表达空间

1.屏读时代的“看”法:在古代,文化都是围绕语言进行的。凭借语言的口口相传,人们渡过了文化传承。随着文字与印刷技术的发展,人们也正式进入阅读为中心的文明时代。随着印刷技术的蔓延,复制变得更加廉价,图书的大规模生产,直接改变了人们的思考方式,大量词汇的出现也丰富了人们的交流与沟通,进而带动文明的发展和进步。大量的文

学作品、学术著作、社会思潮抓紧出现,利用纸张承载信息,将人们带入阅读世界。在今天,每一年会有超过38亿个屏幕产生,全球超过50亿个数字屏幕在我们生活之中闪烁,数字屏幕正在占据我们生活的平面。文字也从原本的纸张逐渐转移到手机、电视、电脑之中,人们也从原本纸张的白纸黑字之中逐渐脱离,从而进入一个没有固定逻辑、固定色彩以及漂浮的空间之中。文字从开始没有添加任何的附加信息,逐渐转移,从而不再依靠文字和语言来进行表达和传递,使得文字逐渐变得具有欣赏性,而图片与连续闪烁的照片,其本身也具有可阅读的性质。人们在获取信息与传输信息的时候,就可以通过阅读屏幕来加以实现,这样就使得“屏读”的时代正式来临(如图3)。

2.互动体验的传播空间:当体验成为一个经济门类之后,随着其出现,对于人们的需求就会产生极大的不确定性。在不知道自己需要什么的时候,创造需求远比提供产生要重要得多,而这一种需求,其本身则来源于体验。

在当前激烈的商业环境之下,在世界各个地区,写字楼附近公共空间都保持相互一致的色调,那就是严谨的低调灰。为了能够让人们找到愉悦而轻松的休闲视窗,在可口可乐公司的前面就不会了一大块绿地,并且还设置了一台智能售货机(如图4)。当人

们面对智能售货机的时候,只要能够赤着脚,那么就会获取一瓶免费的可乐。这一片草坪吸引了很多午休的上班族,当一对女孩脱鞋领取可口可乐之后,越来越多的人开始脱下鞋子踏上草坪,在草坪之中喝着可口可乐,享受悠闲的午休时光。当人们聚集在这里,感受到阳光和青草的触感。在这一个紧张的工作环境之中,能够临时搭建一个与陌生人享受阳光的场地,通过这样的体验,传递给受众的不仅仅是可口可乐这一个产品,更多的是一种对生活的体察,带给人们的一种精神。使得人们在感受快乐价值的同时,也能够感受随时轻松获取的道理。

结语

总而言之,在当前互联网信息技术的推动之下,新媒体领域得到一定程度的发展,使得新媒体技术之间趋于成熟,平面设计在一定程度上也会受到新媒体艺术的影响,只有强调新媒体和平面设计之间的相互融合,那么就一定能够为平面设计创造更为广阔的空间,推动平面设计有序、可持续地发展下去。



平面设计交互中的艺术通感

文 夏璇 王海峰 夏桂英

狭义的交互设计是指人机之间的交互,平面设计交互是平面设计中设计作品与作品受众之间一种沟通互动的关系,而这种关系由艺术通感来联接。广义上来说,任何设计都存在一定程度的交互,平面设计更不例外,一般的交互是借助视觉、听觉或者触觉完成,“通感”它是人们共有的一种生理、心理现象。通感在医学研究中显示,人的大脑神经是由大量的神经元组成,一旦人们的感官受到外界的刺激,则会产生一种信息,这种信息会对大脑产生一定的刺激,致使人体产生各种感觉,最终形成通感。当今设计中的交互与通感的研究逐渐从单纯的信息感受向着整体的审美与创作领域拓展,从而将复杂、奇特的通感体验融入到设计与审美中去,使得艺术通感可以广泛的运用在各种平面设计交互中。设计师利用这种感受,通过作品对受众的多感官进行刺激,将想象转化为受众的真实体验,最终达到情感与设计的完美统一,艺术通感的研究有利于更有效的实现平面设计交互的最理想效果。

一、设计中艺术通感的作用

艺术通感的产生表现在多方面,形状、颜色、空间、动势等等。面对艺术时,我们忽视了我们原本拥有的,通过各种感觉去感知事物的天分,概念与知觉分了家,思维在抽象概念中迂回不前。在那些一眼就看得出意义的事物面前,我们反而感到迷糊不解艺术通感的研究能够唤醒受众对作品的审美感知力,有效提升受众与作品的情感交流,同时有

利于作品及设计师情感的表达。

1.1 对于设计创造工作的作用

在设计过程中,意念是灵魂,形式是躯体。意念有耐于形式的传达,形式依靠意念赋予生命。设计工作者就像是在创造有思想的生命,而艺术通感的研究正是挖掘这种有思想的生命。随着设计种类的不断丰富与发展,设计中通感的运用越来越多,通感手法的融入可以有效调动受众的多个感官,实现多感官的综合互动,同时可以使得其思想、意志与情感的交流与互通性不断提升。同时,通过这种方式,可以有效的建立各种感官的综合互动,从而提炼出更多的共通元素,为艺术作品内容与主题的表达提供必要的作用。比如,在平面设计中,设计者如果想把一些客观内容融入设计,则需要深入分析这些复杂的心理变化,同时通过一定的媒介表现与支持,最终达到一定的效果,设计中的通感可以为这种分析与构思提供一种思路,为设计创造提供多种可能性。

在设计中,可以有效借助艺术的通感,同时充分利用想象来实现艺术的创造与欣赏,将人与物、物与物、人与自然等多方面的界限打通。比如,每个人对不同颜色有统一的认知和不同的理解,统一的认知建立在同样的文化、社会背景下,而不同的理解可能与个人不同社会阅历有关,一种自己喜欢的色彩可能会激发一种对于往事的回忆,从而产生快乐或者悲伤的记忆,最终带出多种感受的全面迸发,将色彩、声音、气味和轮廓的感受全部带动起来,构成一



种具有创造性的通感,对作品产生更为全面、完整的感受。通过这种方式,不仅仅可以更好的发挥设计师的主观能动性,同时可以对受众的各种感受进行有效的强化与补充,全面激发设计师设计灵感的同时,将各类思维的处理条理化,形象化,实现各因素的有机交融,从而创造出更加典型的视觉形象。

1.2 对于平面设计交互的作用

当今的平面设计不再是简单的平面文案与产品宣传,特别是在同质化严重的今天,一个好的平面设计作品需要从生理或心理层面打动受众。在通感中,颜色似乎会有温度,声音似乎会有形象,冷暖似乎会有重量。平面设计对于空间本质的定性有平面性、幻觉性、暧昧性或矛盾性,而当受众看到不同的类型的时候也会产生不同的心理感受。例如靳与刘设计顾问公司的商标设计见图1,作品很好的把中国文化和现代艺术思想相结合,同时根据设计公司本身的功能性需求体现理性与稳定感。选择平面性的设计理念,该设计选择了中国吉祥图案“方胜”作为原型,“方胜”的图案外形简洁且布局稳定。为了体现人与人之间的你中有我,我中有你的共赢合作理念,设计把主要的两个菱形方块一部分进行重叠。而在菱形的每个方角处都安排了一个绿色的小圆,体现了多元化、全方位的设计理念。同时绿色的圆形与紫色方正的菱形方圆并济,使的画面更加的和谐。平面性的设计里,我们看不到相应的厚度与透视,只有平面的简单与稳定感。这个设计成功的通过平面性设计理念向受众传达出想要达到的艺术通感。艺术通感的研究可作为设计师一种有效的设计途径,在平面设计交互中的应用能够使设计的目的性更加明确,也会使设计效果更加事半功倍。同时,在平面设计中,设计师可以采用不同的手法进行艺术通感的优化运用,将作品的审美性进行升华,从而将设计师的情感更加准确及明晰的表现出来。另外,在平面设计中利用艺术通感手段,

还可以为受众提供更加丰富的想象及再创造空间，从而让受众不仅仅在视觉中得到满足，同时可以与情感及多种感官融合，达到作品与受众高度融合的状态。



图1

二、通感在平面交互中的视觉思维与符号学分析

平面设计离不开视觉，视觉不仅仅是一种感知事物的方式，同时也是一种特殊的思维方式，通感便是建立在视觉思维基础上的多种思维的融合，因此在平面设计交互中，研究通感的视觉思维呈现与符号学特征分析是设计师把握平面设计交互中通感手法运用的基础。

2.1 视觉形成过程中的思维及语言分析

平面广告设计中，可以将一些非视觉元素通过艺术通感的方式转化为视觉元素，同时借助一些视觉的特殊思维与语言给受众以更加美好的视觉体验。同时可以充分利用这种视觉体验进行受众心理感知的引导，实现受众与事物之间的视觉传达过程的转移与升华。在此过程中，平面设计中的视觉语言元素所呈现出来的一些符号是和受众的情感不谋而合的，这种符号通过形象、色彩等多种方式进行更加合理化的呈现，比如图形便是其中一种具有明显代表性的视觉符号。

视觉符号语言的运用是基于设计师思维的可视化形态设计，因此这种设计师是需要设计师进行抽象概念的具象化，转化为一些具有符号性的视觉元素，同时借助各种媒介传达给受众，最终达到平面广告的宣传与交互目的，这种目的的实现同样离不开通感手法的综合运用。例如上海平面设计专业委员会主办的国际海报展的主体创作《互动》主题海报见图2，“互动”是大会邀请的

主题。旨在探讨现代社会人与人之间的关系。笔者通过“互”字与眼睛形状的相似性，提炼出简单的几何符号，以及与太极图的结合设计出看似头脑互通的幻觉。意图表现人与人的互动在于思想的沟通，这是视觉符号语言抽象概念的具象化应用，给人心理产生的一种感受，因此设计师在设计工作中需要进行认真的思考，确定自己需要传达的思想，同时以这种思想为基础选择合适的视觉语言，之后利用一些符号化的元素进行表现，同时要保证所呈现出来的元素具有典型的代表性与鲜明的个性特征，能够保证在受众层面的通译性。



图2《互动》主题海报

视觉思维的思考需要建立在形式语言的基础上，视觉形象深入到思维内部后，会让我们充分感知视觉形象，以此激发想象力，最终促进思维灵感的产生，因此，在设计中，大部分的设计师都是采用将视觉思维与思想感情巧妙的交织在一起的形式来充分地挖掘自身具有的创造力，在设计中融入更多的鲜活符号元素，在通感的作用下激发受众与设计、受众与设计师的良性互动，创造出更多，更经典的设计作品。

2.2 视觉的形成与转译中的符号学分析

平面设计首先是建立在视觉元素基础上，是一种视觉形象的艺术化呈现方式，因此，视觉元素的设计感尤为重要，受众通过视觉的感受其接受设计信息，通感的起点与最终呈现也需要视觉方式呈现。平

面设计中，五感是人与生俱来的能力，而五感层面的通感则是建立在设计者对于受众思想的把握，设计元素的转译，符号化视觉元素的呈现上，因此通感的实现需要借助符号化视觉元素的强有力支撑，同时需要设计师对符号化元素的形成与转译的良好把握。设计师在平面设计中不仅仅是一个构思者，同时也是翻译者，执行者，其不仅需要把握设计元素，同时也需要把握作品与受众的互动，借助符号化语言的提炼与视觉元素的呈现，将设计理念进行系统、全面的传达。

三、平面设计交互中艺术通感的运用表现

艺术通感的研究，运用于平面广告中。以广告为载体，以宣传品为核心，围绕宣传品的特点寻找与受众的契合点，采用多种方式建立两者的桥梁，是平面设计交互的典型代表，同时也是艺术通感手法运用的主要土壤。艺术通感是一根纽带，有效的搭接设计师、设计作品、受众之间的互动桥梁。

3.1 平面广告素材的艺术通感表现

人们通过五感来感受外界信息，以眼睛、耳朵、鼻子、舌头、皮肤等为媒介，同时人们也依靠五感搜集各种素材，因此广告设计中素材的收集也是依靠五感实现，这些元素被分为五种不同的符号(视觉、听觉、味觉、嗅觉、触觉符号)，平面广告设计便是将这些元素烹饪为符号大餐，通过五感的认知与汇总，把各种环境信息转化为创意素材信息，融入自己的设计思想，最终将这些素材在融汇中通感。平面广告素材中视觉与五光十色，听觉有宫、商、角、徵、羽，味觉有甜、酸、苦、辣、咸，嗅觉与触觉同样有着丰富的感受与认知，这些各具特色的素材便是平面广告的艺术宝库，从一种感觉出发，串联多种感觉，最终实现多角度，多感觉的认知。比如，音乐是一种听觉体验，人们会在动听的音乐中将这些元素在脑海中形成一幅幅视觉画面，这种感官的升华并非切实可见，而是大脑对于多种元素的二次加工，是大量元素的大脑意向融



合。艺术通感不仅仅给我们一个创意施展的空间，同时各种感官在各司其职的基础上相互融合，相互之间并非孤立存在，而是可以相互关联，融会贯通，最终为平面广告的创意与设计提供了丰厚的土壤。

3.2 平面广告思维的艺术通感表现

人们认识与表达世界并不是单纯的依靠感官，而是需要在感官的配合下，进行思想、情感与意志的沟通，作为一种创造性思维，广告创意思维的内涵与外延可以无限大。其不仅仅可以提供新颖且有价值的思维成果，帮助人们认知未知的领域，同时可以不断的推动科学研究与艺术活动，成为社会发展的动力源泉。平面广告思维的艺术通感表现可以从符号学的能指与所知两个角度进行分析。

3.3 符号学能指层面的艺术通感

符号学能指一般是物象本身，是显露在表面的现象，可以通过视觉直接认识。符号学中的表象是人们对于事物感知后形成的形象思维记忆，在平面广告设计中，当遇到一个抽象的事物或者概念的时候，我们并不会首先通过抽象的概念去解释，而会在脑海中对抽象事物具象化，不自觉的在脑海中呈现出与这个抽象事物所匹配的具象视觉形象。比如，我们通过品尝糖、蜂蜜等体味出甜的味道，当再次接触到甜这个词的时候，脑海中会呈现出糖或者蜂蜜的物象，我们对于谦卑有着卑躬屈膝的人物形象认知等等，这便是一种符号学的能指的体现，也是格式塔心理学中经常提到的思维填充，同样是当今广告创意中赖

以生存 的通感切入点之一。

采用符号学能指层面的艺术通感表现平面设计作品是一种极为常用的手段，比如方便面的外包装一般会直接印刷泡好的方便面形象，这种方式看起来非常直观，即使上面不出现任何文字，人们也很明确的知道内装物品是什么，只是这种方式产生的艺术通感更加直接，且设计感相对较弱，但是其传达准确性与通感的直接性比其他手法无法比拟的，因此在平面广告设计中占据着主体地位，而设计师需要做的便是在保持这种能指的直接性基础上尽量优化设计。

3.4 符号学所指层面的艺术通感

所指是建立在能指之上的一种意象化指代，意象是客观事物在人们心目中的形象，其思维的创造性极强，意象与表象的区别便是符号学中所指与能指的区别。人们通过主观意识去阐述世界，这也是广告设计中思维的物质化呈现，我们不难看出，在很多艺术形式中都包含着能指与所指两部分，所指所带给人们的不仅仅是物质本身，同样也是人们对于客观事物的美好心理体验的呈现。设计中想要达到所指的目的，就要对受众进行心理分析预估，并将这种心理因素转化为相应的符号或视觉形象。表达符号学中的所指其实是思维与感觉的桥梁，任何事物都有其意象性特征，而且从产生到结束都是视觉对客观事物的意象性解读，解读的过程是一个抽象化、概括性的过程。在消费社会中，广告所承担的角色便是在产品与人之间进行转换，

将一种结构转换为另一种结构，或者进行转码，从客观事物转化为意象符号，让人们将产品与自己的需求或者某种美好的生活场景关联，激发购买欲望。广告一般从视觉形象入手，借助其符号性的能指与所指部分的搭配，激发受众的联想、审美、理解等，从而带动全面感觉的迸发，视觉引导其他四种感觉中的一种或者多种，最终达到艺术通感的效果，同时激发整体知觉的兴奋感与感受的升华。

日本设计大师原研哉在自己的著作《设计中的设计》中提出了设计的本质：“以五感为设计的方向，把沟通设计的理念引入平面设计。”平面设计不仅仅是一种视觉设计，而需要通过视觉引导其他感觉，最终达到信息的完整呈现，激发受众的认知欲望。日本2005年爱知世界博览会以“自然的睿智”强调人与自然的关系，原研哉为此做了一系列设计，以动、植物为主题，强调人与自然的和谐相处，同时通过不同容器的限制，突出因人的发展大量挤压动植物的生存空间，甚至导致很多动植物濒临灭绝。其能指为动植物本身与挤压的条框，所指则引发思考，是谁将他们挤压在这么小的空间内，如果将我们挤压在这种空间内，我们的感受会如何。

3.5 平面设计方法的艺术通感表现

平面设计虽然局限在基础的设计层面，但是其表达方式是多感觉的综合实现，设计师利用丰富的

图片、文字、色彩、道具等，同时充分结合现代设计方法刺激人们的视觉感官，最终达到视觉传达的效果。平面广告从符号学角度分析便是一种图形符号化的过程，从信息学角度看则是一种信息编码的过程。平面广告不是一种简单的单向沟通，而是一种相对比较复杂的双向互动，这种互动包含了设计师的编码与受众的解码两个过程。设计师的编码则需要依靠广告创意的方法实现，设计师根据其需要表达的或者传播的效果为寄出，确定哪些意义及形式通过那种符号方式呈现，这就是设计的编码过程，也是平面广告创意方法的构思过程；编码过程的影响因素很多，比如受众的要求和心理状态、媒体的投放方式、产品的定位等等。编码完成后，则需要受众对其进行转码与解码过程，这个过程中艺术通感开始发挥极大的作用，是平面广告创意实现的桥梁和催化剂，设计不仅仅是为了视觉的加工，而是一种信息的综合加工，整个过程不仅仅需要信息的收集与分析，同时需要信息的重组与升华，最终达到形式化的视觉表现。平面设计的创意方法很多，但是方法仅仅是一种手段，平面广告的最终目的是传达，通过不同手段，结合不同情景与产品需求，最终达到不同的传达效果，这才是广告设计的核心所在，当然这个过程中艺术通感的把握显得格外重要。

例如李锦记辣酱的广告设计，其充分利用了艺术通感的手法进行平面广告创意设计，图片中以典型历史人物包拯和张飞为形象，首先是黑脸的包拯被辣成了红脸，其

次以红脸的张飞形象传达辣酱的效果，搭配人们吃到辣之后的统一表情，从而体现出其产品的典型特征——辣，这便是通过视觉手段表现味觉的典型代表之一。设计中，笔者采用了视觉、味觉和心觉元素，让广告素材更大限度的形象化，简单化，形成了明显的可视、可闻、可感的视觉元素符号，同时搭配必要的广告词与表情动作，在表现方法上运用味觉视觉化、抽象直观化，最终达到其广告宣传的效果。

3.6 平面设计效果的艺术通感表现

以平面设计中的广告设计为例，平面广告设计效果便是达到广而告之的目的，让受众记住广告，接受产品与服务，从而激发他们的购买欲望。广告设计的目的是宣传，宣传的实现途径则需要受众的共鸣，让公众强烈的感受到这个广告的渗透力和影响力，实现这个目的的基础是受众首先熟悉广告，了解广告，认可广告，这就有赖于受众的解码分析，影响解码的因素也很多，但是主要是受众的个性化特征与区域性文化特征的影响，针对不同的受众，我们应该有提前的预知判断，因为不同的受众由与教育背景、成长环境、性格特征等因素的影响，面对同一设计作品所产生的心理感知是不同的，那设计本身所产生的效果也是不同的。



平面广告设计的效果的预估是设计师设计工作的一部分，同时也是设计的重要组成部分，好的设计师应当对效果的呈现有一个明确的预估，通过预估调整其设计的构思及创意，这种预估应当建立在明确的受众定位、产品定位及宣传效果定位上。这种效果的预估准确性需要设计师充分了解受众的心理状态，生活环境和 社会阅历等，能够预测到广告呈现状态下的受众通感的效果等，从而把握设计的方向。

四、结语

艺术通感来源于生活素材的归纳总结，当与艺术作品不期而遇时，情形会是什么样的呢？各种色彩传递的情绪是怎 么的呢？在对单个要素做出评判之前要先体验画面向我们传达的整体感受。我们要能够感知作品传达出来的艺术通感，它是人的生理与心理的一种艺术共通的感知。而这种感知需要设计师通过符号性，心理分析等多种手段加以提炼。在设计中运用艺术通感的手段主要是为了调动受众的感官体验，在交互方式上实现受众认知场景的联想呈现，同时充分把握设计的情感化功能。只有通过艺术通感的合理提炼才能归纳出不同的人对于平面设计效果的需求进行合理设计。平面设计交互的艺术通感把心理感受转化为情感体验，拉近设计师、设计作品、受众之间的心理距离。让设计发挥更具感染力的效果，增强用户体验。

图形符号在现代平面设计中的运用

文 王锋

文字、图形、色彩是组成平面设计的三大要素。其中，图形作为视觉语言传达的媒介，不仅与文字和色彩相互配合，更凭着自身独特的创造性和想象力，深刻地影响着设计作品的表达效果。21世纪以来，图形符号已经从最初单纯的图案变得更加多元，而同构图形、共生图形、异变图形、换置图形纷纷凭借鲜明的个性化、单纯化、审美性、象征性以及传达性等特点，被广泛应用于平面设计中。以标志设计为例，那些具有象征意义和内涵的视觉图形符号，经过设计师的挑选、组合、转换、再生，变成受众认可的符号，在一定程度上提升了标志作品的艺术性。那些具备深厚文化内涵的象征性图形符号更是一种时代的表现，赋予了标志设计不同的面貌。无论是在包装设计还是网页设计中，图形符号都成为了最受设计师认可且被广泛应用的重要元素。

一、图形符号的概念及其特点

图形是一种表达形式，多以几何线条和几何符号来反映事物的特征和规律。符号有着强烈的指代和交流功能，有着语言符号和非语言符号之分，是信息传播和交流的重要途径。所谓图形符号，就是以图形为主要特征，传递信息、表达情感的一种视觉符号，是人们认识事物的重要途径。图形符号主要包括图像符号、指示符号、象征符号，有着可辨别性、大众性、制约性、创新性与理解性等特点。无论是哪种类型的图形符号，都为现代平面设计提供了广泛的灵感来源和设计素材，成为

了平面设计作品中敏感而又备受关注的视觉中心。例如点、线、面变化形式构成的非具象图形，能够赋予作品独特的表现力，便于设计师发挥创造力和想象力；例如鸳鸯、橄榄枝等具象图形不仅能够直观反映事物的特征，还被赋予了一定的象征意义。

二、图形符号在现代平面设计中的运用

随着生活节奏的加快，生动、鲜明、简洁的图形符号成了平面设计师普遍使用的艺术元素，他们或 直接应用，或加工变形，通过各种有效的方法赋予图形符号更加符合时代需求，也更容易为人们所接受的全新形式，从而使平面设计作品不再平庸，彰显出独特的视觉魅力。

2.1 图形符号在标志设计中的运用

标志设计不仅是实用物的设计，更是一术的设计。由于标志设计强调易识别性，在设计过程中，设计师普遍将图形或文字符号作为表现语言，同时构成简 易而又独具内涵的语言形式，使受众能够迅速接收设计中所传达的信息，实现最初的设计意图。

首先，是具象图形在标志设计中的运用。生活中所接触到的人物、动物、植物、风景等都是图形所包含的范围，设计师对其进行摹仿或者直接应用，便成为了一种具象图形。这种图形符号往往是现实中实际存在的各种事物，因此具备极强的辨识性，能够实现标志设计的形象化表达。从具象图形的应用方法来看，主要包括图形组合法、图形简化法和图形重构法。以图形组合法为例，设计师可以将两种不同的图形进行融合，进行标识设计。

例如北京奥运会的标志设计便是将图形与文字结合，整个设计不仅直观表明了举办奥运会的城市，同时也在一定程度上体现了北京人对奥运会的热情和向往。图形重构法是对图形进行重新打散、分割和移位，然后根据设计师的设计意图并结合一定的审美法则进行组合，形成一种全新的图形形式。例如一家物流公司的标志设计为了体现“快速”这一特点，将马的形象进行了分解和重构处理，完全打破了现实中马的形象，马头在右，马尾在左，直接去掉了马身，给受众带来与众不同的视觉体验，表达了该企业快捷的特点。

其次，是错视图形在标志设计中的运用。错视即视错觉，是在心理因素的支配下，或受到一定的客观因素干扰后，人们对图形产生的一种与客观事实不相符的错误感觉。这种“欺骗性”的图形有归纳的错视、自然界的错视、深度空间的错视、间隔的错视等，其作用既可以引起人们心理上的不安，也能带给人们快乐和美好的感受。在标志设计中，设计师既要考虑视觉的造型元素，又要注意其背景元素，创造出具有丰富信息量的标志，以吸引受众的注意力，从而获得视觉传达的成功。

最后，是卡通图形在标志设计中的运用。通俗、直观的卡通图形，或沉稳内敛，或活泼可爱，这种强大的生命力和亲和力使其成为了现代标志设计的新亮点，赋予了标志设计作品更加丰富的表现形式和图式语言。例如米其林轮胎标志是一个“米其林宝宝”，这一标识将轮胎组合成卡通人物形象，风趣可爱的轮胎外形配上夸张迷人的微笑，成功让米其林品牌扬天下。



2.2 图形符号在海报设计中的运用

海报是一种常见的宣传载体，它仿佛是一面镜子，人们透过这面镜子，可以体会到其传达的深刻内涵。在不断发展的当今社会，海报更是焕发出无穷的魅力。那些融入了图形符号的海报设计，以更加强烈的视角效果，创造出了不同思想深度、审美趣味、视觉感知的优秀设计作品。

首先，是图形化文字在电影海报设计中的运用电影海报作为电影宣传的主要手段，以其独特的创意与表现，承担着表现影片主题和介绍情节的任务，是电影的宣传名片。在电影海报设计中，图形语言的应用主要借助图形化文字进行表达，通过图形与文字的结合，既包含文字的抽象概念，又具备图形的鲜明特性，使文字成为一种独立的状态。字形同构法就是将原本不同或者有些联系的笔画和图形组合在一起，进行巧妙的转换与重构，从而形成一种全新的文字图像。在电影海报的设计过程中，设计师往往要根据影片的主题和内容，同时结合人们生活中较为常见的图像与文字，以此进行审美性与内涵化设计，赋予其全新的视觉感受，深化其主题与思想。例如电影《颤栗汪洋》的海报设计，就是典型的字形同构法。"OPEN WATER"中的字母与字母相互联系，共同构成了一个较为封闭的汪洋，配合前方的鲨鱼鳍，给观众带来一种近乎窒息的感觉。同时，设计师营造出真实、紧张的氛围，使观众犹如身临其境，作品所带来的视觉震撼令人赞叹。

其次，是错视图形在海报设计中的运用。错视图形不仅在标志设计中有所应用，而且在海报设计中也是最为常见的一种元素。在海报设计中，错视图形主要有矛盾错视图形、形态错视图形、远近倒转错视图形等，这些图形或借助人类视觉中视点顺序交换和转换原理，或将图和底的关系进行对调，或通过形体和结构上的相互结合，对人们的视觉进行一定干扰，使人们形成一种视觉错误，从而实现一种虚实相生、纵横交错、明暗互补的艺术效果。日本设计师福田繁雄在其著名作品《贝多芬第九交响曲》系列海报中，始终将贝多芬的头像作为基本形，然后对其头发的部分进行同

构置换。当人们看到这幅作品时，很容易就能分辨出“贝多芬”的形象，但再次端详，又发现这一形象是由音符、鸟、马、鱼等并不相关的基本元素所构成的。这种趣味性的构图方式，使作品多了一分灵感与创意，给观众留下了深刻的印象。

2.3 图形符号在包装设计中的运用

在日新月异的当今社会，包装市场的竞争十分激烈，当消费者面对琳琅满目的商品时，独具创意的包装设计总是能为商品的销售提供支持。图形符号是包装设计中不可或缺的重要元素，巧妙的图形创意能够给商品包装带来独特的视觉表现，起到吸引目标受众和宣传产品的作用。

首先，是图形符号在礼品包装设计中的运用。礼品多是作为馈赠物品出现，在包装设计中，图形符号既要展现商品的重要信息，又要进一步加强人与人之间的情感交流。例如台湾某品牌的凤梨酥包装在设计上融入了手绘插画的形式，对传统图形进行创新性表达，既有东方人喜爱的喜庆气氛，又不乏西方的图形元素。这样的图形创意拓宽了该产品的受众范围，经常被游客选为伴手礼赠送亲友。

其次，是图形符号在化妆品包装设计中的运用。化妆品是女性追求美丽的一种选择，女性不仅对化妆品的品质有很高的要求，而且对包装设计有着更高的要求，这一点在高档化妆品中表现得十分突出。例如某品牌护肤品的系列包装中，设计师将图形创意的灵感聚焦在该产品的主要原料——蜂蜜上，并对

原创图形创意
插画中的
“日本平面设计大师”

文 刘思琦

一、图形创意简析

图形是图画元素，是说明性的图画形象，是传播信息的一种有效视觉形式。创意是创造新意，寻求新颖，追求独特的构想。图形创意是设计者通过独特的表现手法与创意去表现图形，将视觉元素整合、分离、重组、拼接等达到形成独特视觉美感的效果，是用艺术手法将语言变为图形的设计过程，从而进一步表达出作品的思想感情和内涵。图形创意的基本方法有:正负形、同构图形、异影图形、渐变图形、矛盾空间等。图形创意是一种方法和技巧，离不开平面设计载体，比如在原创插画的运用上，经过与图形创意的融合和更新，达到形式美感，艺术性，趣味性的统一。

二、日本平面设计大师作品中的图形创意表现

(一)村上隆作品中的创意表现

“做艺术就是为了赚钱。一个艺术作品好不好，金额是评价当中最容易了解的轴线。”——村上隆村上隆开辟了新的艺术通道，他的作品融合了东、西方文明，高雅、通俗文化元素，传统日本绘画和西方卡通形象相结合，同时又极具娱乐性、观赏性和收藏价值。他的作品创作题材与众不同，元素独特，色彩艳丽，怪异有趣，还创立了他自己称为“超平”的风格和理论(如图 1、2、3)。

村上隆擅长于运用卡通形象，色彩明艳缤纷，同时也对图形创意手法运用的炉火纯青，(如图2)“太阳花”系列中，村上隆将简单的太阳花形象进行图形叠加，太阳花的大小不一，颜色各异，使之有了另一种和谐

的美感。每一朵太阳花在视觉上都可以视为一个点，村上隆就是将这些大大小小，颜色鲜艳的点互相交叠，组合，排列，让整副插画极具震撼力和艺术美感。



图2《互动》主题海报

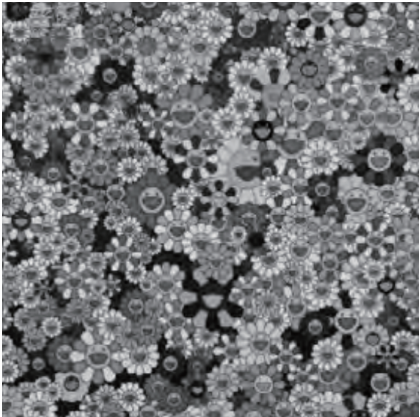


图2《互动》主题海报

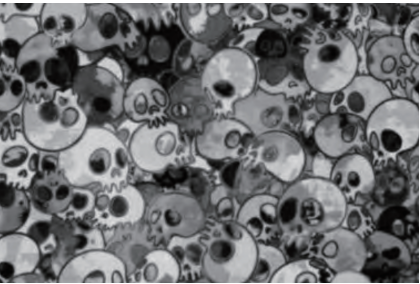


图3村上隆“骷髅”

(二)草间弥生作品中的创意表现

“先有圆点，才有挚爱。”——草间弥生圆点女王、日本艺术天后、精神病、怪婆婆——草间弥生，用半个世纪的艺术创作来不断证明自己。她的创作元素是圆点，把圆点密集排列，根据所想描绘图形的结构、肌理，来安排波点的颜色和大小。作为一位著名的波普艺术家，她从不而终，三十年都只关注圆点，坚持不懈地创作各式各样的“黑色童话”，用色彩和元素张扬地演

绎自己内心深处对艺术的信念。她体会过自杀、疯癫、孤独、在恐惧之中衍生幻觉，并疯狂创作。因而在欣赏这样的作品时，不仅会深深为她的圆点着迷，而且在这幻觉中有种嗑药一般的无尽快感充斥着感官(如图4)。(如图5)对波点重复使用，按照南瓜形体做出大小的区别。草间弥生用圆点做出了南瓜的阴影变化，使用超偏平的元素去塑造立体南瓜，背景用了分裂条纹，符合主题“繁殖”。草间弥生说过圆点是万物之源，一切生物，生命都来自于圆点。她在圆点之间刻意地制造连续性，稍微改造大小去排列就能塑造出一种超现实的抽象艺术创作。



图4 草间作品集

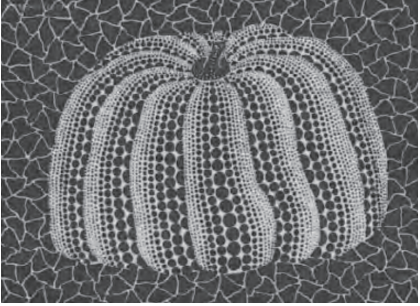


图5 草间弥生的“南瓜”

(三)福田繁雄作品中的创意表现

“不求第一，只求唯一。”——福田繁雄福田繁雄在运用图形创意方面在艺术界已是佼佼者，他的海报作品精简，幽默，充满了故事性和深意，对正负形和矛盾空间的表现尤为突出。把不可能的空间和元素进行组合，在颜色上进行区分而产生双重意象，创造出一种简单风趣的视觉图形语言，他的作品有时候更像是一副漫画小品，使观者产生无限想象，并产生视觉愉悦。他的作品隐含哲理性和情感性，比如反战题材的海报，环保题材的招贴。

(如图6)福田繁雄采用了异质同构的图形创意技法，在本体不变的情况下，将简单元素置换，他把子弹的方向做了改变，反战思想显而易见，而且将海报做得趣味横生。表面看并不符合逻辑，有点张冠李戴，但是整体的颜色、结构、要素没有改变，还是很整体的。(如图7)是在《1987年福田繁雄招贴展》中的作品，他运用线、面的穿插，创造了一个平面的三维空间，做出一个人是俯视而另外一个人则是仰视的效果，产生了视觉悖论，带来视觉趣味。

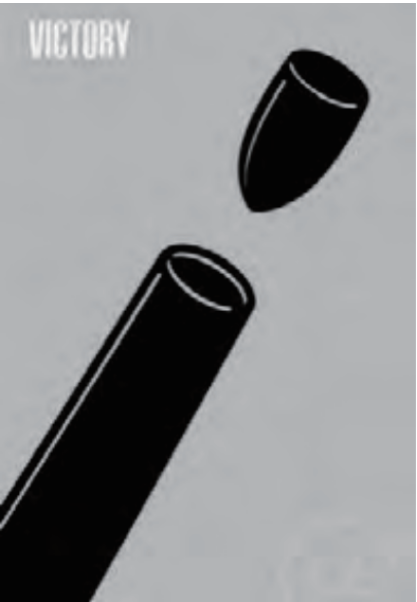


图6 福田繁雄《1945年的胜利》



图7 福田繁雄《矛盾空间》

三、原创插画中的创意技巧

(一)村上隆的“复合叠加”

复合图形，这种形象间的相互关系表现出抽象的、非现实的或悖于常

理的图形组合。现实中的任何小元素都可以作为母元素，经过设计师的加工和想象达到理想的效果，图形创意技巧表达出两种诉求： 1.吸引大众注意力。2.直观准确传达信息和情感。(如图8)所示，日本设计大师系列插画——《村上隆》中我对于村上隆经典要素彩色骷髅便用了这一创意手法，在创作时有意去参照了马赛克拼贴法，丰富装饰性，将多个单个骷髅叠加排列，形成气势感，此时的骷髅头就不是单一的骷髅头了，而是骷髅头群，或者说色彩像素群，丰富了画面，有了复杂的层次。并且与高纯度色调相搭配，带给受众诡异神秘的气氛，整体画面感统一，富有观赏价值，对观者产生极大的吸引力。



图8 福田繁雄《1945年的胜利》

(二)草间弥生的“异质同构”

异质同构，使原来平平无奇的形象视觉元素成为新奇的视觉图形，融合两种元素内涵。事物形态元素的“异”往往就是构成形式上的“同”，只要捕捉住事物之间的异同点，通过一个合理的链接，就可以构造出新颖的造型。在设计过程中，异质同构图形的创造需要保留原有形象的特点，或者显著的局部特征，这样才能具有物像可识别性(如图9)所示，日本设计大师系列插画——《草间弥生》，在创作这幅插画时我把草间弥生的头的外形和她作品中的南瓜的外形联想到了一起，于是对草间弥生经典的橘色锅盖头做了图形创意处理，与她的作品“南瓜”进行了异质同构，塑造了新的艺术设计效果。这样既容易使



受众瞬间辨识出草间弥生，又丰富了画面感，增加了层次，加深了观者对南瓜系列作品的印象。创作最巧妙之处在于，异质同构的南瓜的纹理构造和头发本身的构造形态很贴合，不会给人牵强之感，使草间弥生本人跳出了“怪婆婆”的标签，形象俏皮可爱充满趣味。



图9 插画《草间弥生》

(三)福田繁雄的“正负形”

正负形是图形创意中最基本的手法，是一种艺术性视觉图案，正负两个图形共用边和线，它们是相辅相成，互不可分的，可以让人产生两种感觉。营造空间感，增强感染力是正负形的巨大魅力之所在，在中国道教太极图中，“阴阳鱼”对立统一相辅相成，黑白之间制约又平衡，揭示了万物生长的哲理和奥秘。日本平面设计大师系列插画——《福田繁雄》，就是利用“图”、“底”间的互生互存的关系来塑造一种视错觉艺术。作品巧妙利用绿、蓝两种颜色作为正负，形成手臂，上下重复并置，虚实互补，互生互存，创造出了简洁而有趣的效果，其手法为"正倒位图底反转"。我将两组正负形做了交叉排列，使其带有动感，形成一股无形的巨大能量。正负

形语言更像是一个猎人为了扑获猎物而去设置陷阱，需要设计师在创作之前就要进行理性的思考，分析，合理安排正形及颜色表现，从而得到新颖独特对比强烈的插画视觉表现(如图10)。



图10 插画《福田繁雄》

四、图形创意在原创插画中的情感表达

(一)神秘诡异

情感是设计活动中重要的心理因素，它渗透于整个设计思维的全过程，由设计思维对象引起的视觉、知觉，都带有一定的情感因素。图形并来源于生活，图形创意正是给观者感官上的刺激而产生某种情感。在日本平面设计大师系列插画《村上隆》中，利用村上隆的形象做了平面化处理，同时把太阳花，骷髅头，Mr.Dob，火焰都加进插画之中丰富画面，既有骷髅紧实的排列，又有火焰任意的分布，疏密结合，村上隆的脸将其处理成面具分裂状，在遵从本体的形象同时也体现了艺术面前真实的自我释放。恐怖元素的加入和色彩的叠加混合在原创插画中营造了神秘诡异的气氛。

(二)天真童趣

一切艺术都是抒情，有情感的设计是最能打动人的设计，原创插画就是如此。在日本平面设计大师系列插画《草间弥生》中，视觉中心是草间弥生和花，在衣服的前后有大大小小的金色南瓜，巧妙之处在于与背景颜色融合却又稍有差异，南瓜的纹理形成阴影面自动突出了主体形象草间。

头部盛开的花，就像是她的设计灵感，不断被滋养，源源不断地创作，那两只蝴蝶是受众，紧紧环绕着她的作品，被吸引，追逐着，崇拜着。红黄的高纯度对比，圆点的衣服无不体现着天真和童趣，轻松愉悦，更抓眼球。背景是“繁殖”的纹理，龟裂的视觉感增添装饰性。

人的注意力有强弱之分，也有起伏，当注意力改变时，背景有可能成为图形，图形也有可能成为背景。在日本平面设计大师系列插画《福田繁雄》中，“F”，是福田的简写，把F作为主体的一部分，放在和福田繁雄脸部同样醒目的位置，只用手臂正负形去充当背景，颜色用了纯度很高的黄和蓝，吸引注意力，与海浪统一协调。近代日本设计大多吸取了美国德国等设计方法并融合了自己国家的文化特点，往往是既有嬉皮的幽默感又符合大众心理学，简洁且有趣。值得一提的是只有福田繁雄这一位设计大师，我把他肩部的形用海浪代替了，原因是在2009年，福田繁雄因病去世了，为了表达对他的悼念，对他设计的敬意，画成海浪状体现一种安静祥和，严肃凝重之感。

(四)庆祝喜悦

原创插画中的图形创意，离不开情感的表现与传递。每一根线条每一个笔触无不在诉说着作者的感情。“东奔西走，南船北马，日日是祝祭。”这是浅叶克己的名言，将整体插画的气氛处理成庆祝的感觉，欢快、悦动，向上喷发的动势。与之前几张插画不同的是，《浅叶克己》加入了更多文字元素，充当图形，原因是浅叶克己喜欢研究东巴文字，也喜欢写毛笔字，在他的海报中经常看到毛笔字体变形的元素，同时在作品里加入了他的爱好——乒乓球、墨水，毛笔字体等。值得一提的是，整个图形喷发是从他的帽子里喷出的，用了超现实的手法(如图11)。



图11 插画《浅叶克己》

结语

在瞬息万变的信息时代背景下，我们被各种雷同的插画作品所干扰，图形创意以独特的设计表现手法可创造出新颖奇特的插画作品，越来越受到受到大众的青睐。创新是民族进步发展的源动力，也是视觉作品的设计内在要求，崇尚艺术的创新表现力、追求情感的真实诉求、使作品具有更生动、更强烈的艺术魅力。



书籍

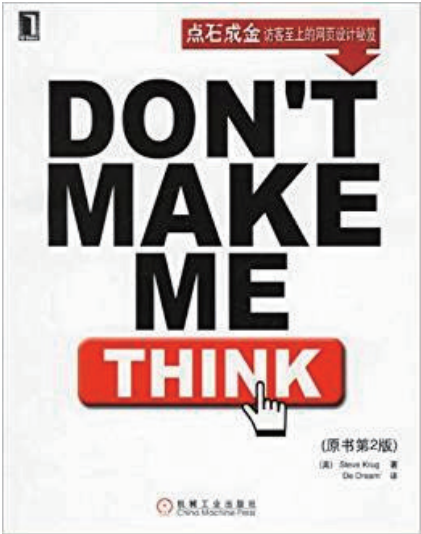


《写给大家看的设计书(第3版)》
作者：威廉姆斯 (Robin Williams)
译者：苏金国 刘亮

《写给大家看的设计书(第3版)》内容简介：美术功课不好？没有艺术细胞？毫无设计经验？没关系！在设计大师Robin Williams看来，设计其实很简单。在这部畅销全球多年、影响了一代设计师的经典著作中，Robjn Williams将优秀设计的秘诀归纳为对比、重复、对齐和亲密性四条基本原则，并用简洁通俗、幽默生动的文笔，同时配以大量经过修改进行前后对比的实例图解和设计练习（并提供解答），直观而清晰地传授给读者。

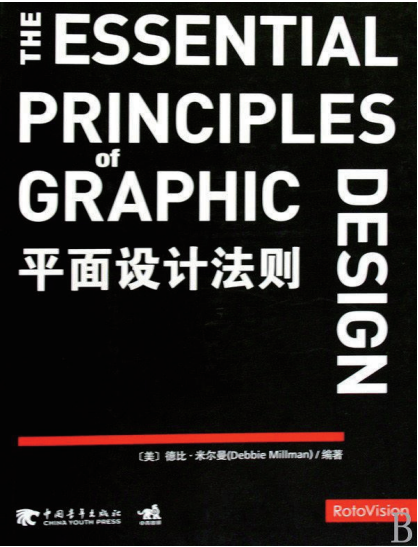
复杂的设计原理在《写给大家看的设计书(第3版)》中凝炼为亲密性、对齐、重复和对比4个基本原则。作者以其简洁明快的风格，将优秀设计所必须遵循的这4个基本原则及其背后的原理通俗易懂地展现在读者面前。《写给大家看的设计书》包含大量的示例，让你了解怎样才能按照自己的方式设计出美观且内容丰富的产品。

《写给大家看的设计书(第3版)》适用于各行各业需要从事设计工作的读者，也适用于有经验的设计人员。



《点石成金:访客至上的网页设计秘笈》
作者：Steve Krug
译者：De Dream

《点石成金:访客至上的网页设计秘笈(原书第2版)》内容包括：用户模式，为浏览而设计，导航设计，主页布局，可用性测试。如果你在进行网站设计，为网站编程，或者管理网站，那么一定要读一读此书。有些网站看起来很杂乱；有些网站能让你轻松地找到资料；有些网站让你犹如置身迷宫，为什么网站的可用性会有如此大的反差？用户在访问网站时有怎样的心理？遵循什么样的原则来设计网站才能吸引访客？这本全球Web设计人员的必读经典会给出答案。《点石成金:访客至上的网页设计秘笈(原书第2版)》外文名：don't make me think!



《平面设计法则》
作者：【美】德比·米尔曼
译者：胡蓝云

《平面设计法则》对学习设计的学生来说是一个一站式的资源库，既是有趣的基础教程，同时也是深入设计领域实践的“入门读物”。《平面设计法则》围绕着三个有递进关系的部分展开基本法则、创作流程的法则和各个领域的设计法则。基本法则：由知名设计师从文字、色彩、版式及设计风格等设计元素的角度入手，讲述平面设计基础的、一般性的方法。创作流程的法则：结合项目案例，解析从概念策略、市场研究、图形图像到设计工作流程和后期制作的工作方法和要点。各个领域的设计法则：通过知名设计师分析自己设计的作品，与读者一起分享宝贵的经验。这些案例几乎涵盖所有平面设计的领域。



《美国视觉传达完全教程》
作者：（美国）唐纳德·A. 诺曼

会改变你看待世界的方式的一本书，改变你的设计评价标准。虽然很薄，很老。但里面讲述的原则却长久不衰。设计是双向的。设计是为了解决问题的。形式追随内容。



《美国视觉传达完全教程》
作者：（美）瑞恩 (Ryan.W.)、柯诺瓦 (Conover.Th) 著

《美国视觉传达完全教程》的内容安排在视觉传达理论、美术史、创意策划、案例分析以及设计实践之间，把握了良好的平衡。全球知名的视觉艺术家在《美国视觉传达完全教程》中与大家分享他们的美学观，并且在对话中用第一人称的方式叙述了他们在幕后所做的努力和尝试。

介绍了摄影、插画、记录片、多媒体以及新媒体等领域的先锋理念。在“平面设计实践”练习中，为读者提供了客户委托的设计项目，突出了设计的核心理念。这些项目有许多曾是作者亲自完成过的设计任务。

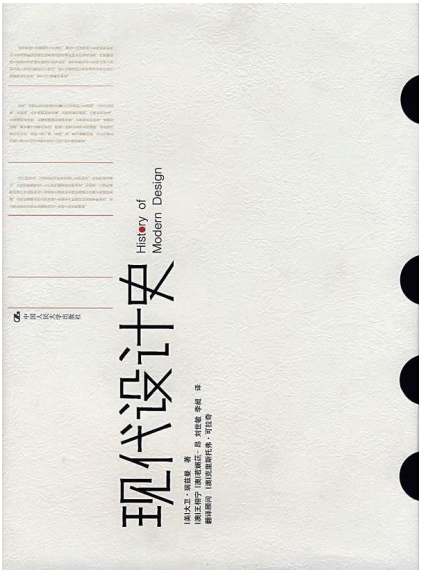
贯穿全书的彩色图片，为读者展现了当今最具创造力的视觉艺术家和设计师的绝妙作品。《美国视觉传达完全教程》的封面设计和内页排版都曾获奖，向读者展示了当今最优秀的书籍设计。





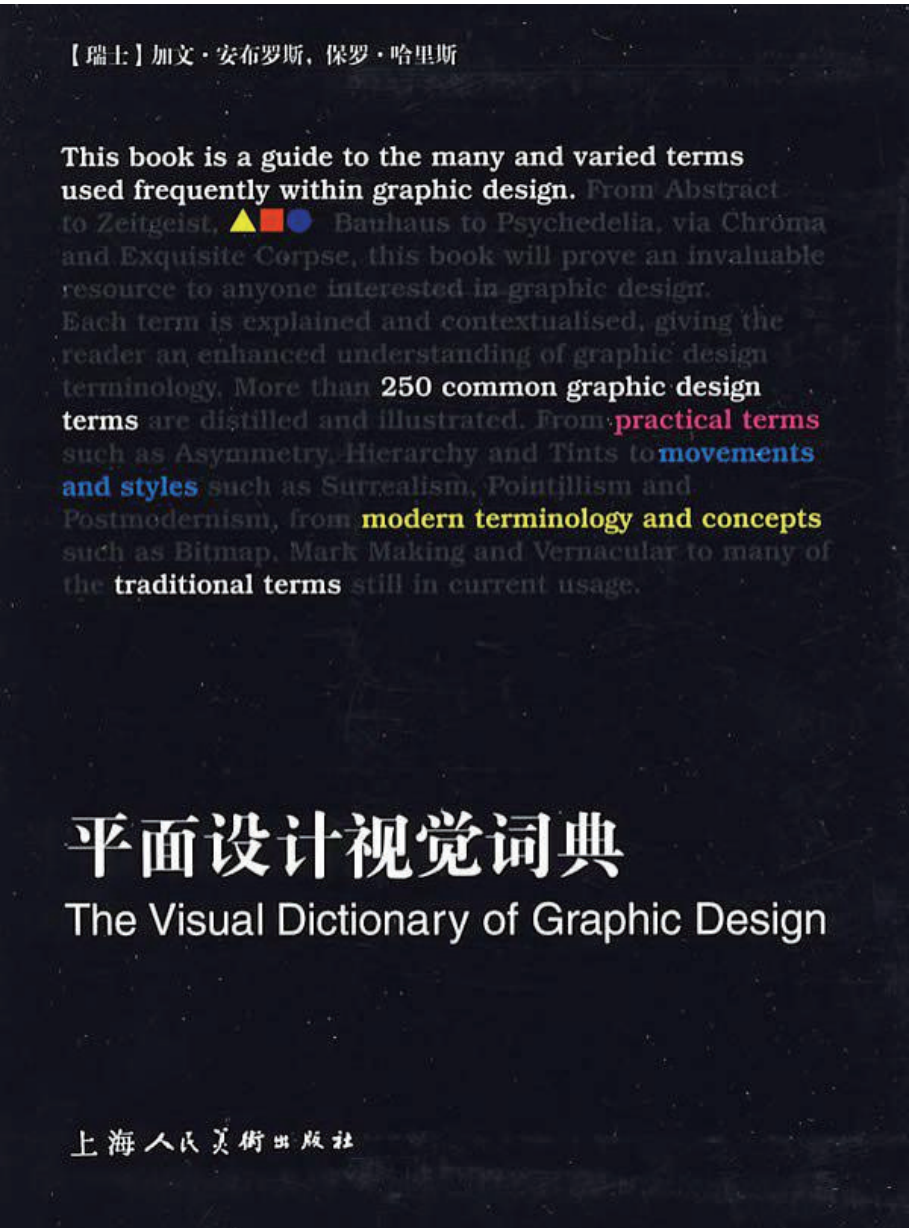
《艺术的故事》
作者：[英] 贡布里希 (Sir E.H.Gombrich)

如果你只有时间读一本艺术史，这个是最好的选择。我们不爱读艺术史是因为学校里读了太多坏胃口的教科书。作者和译者都是顶好的，艺术史会改变你的看待和评价艺术的方式，提升你的审美感觉。



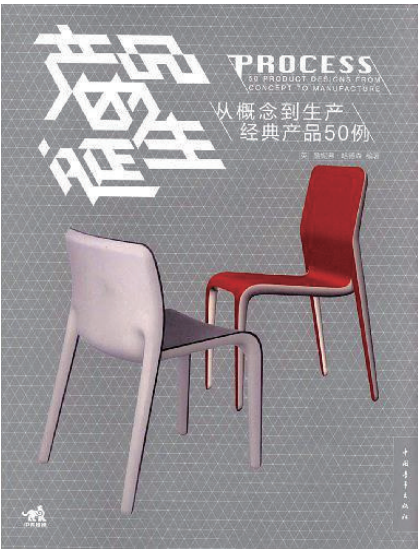
《现代设计史》
作者：（美）瑞兹曼

如果你只有时间读一本设计史，这个是最好的选择。不要去看王受之”写”的那本，要看就去看Meggs的原版。这本书翻译欠点，读起来会稍有枯燥。读历史的时候，不要为了当一个知道分子而去记忆或背诵。在读的时候要随时去思考，设计的改变是如何发生的，在一个时代背景下，为什么一个设计会是那样的形式。你还可以从百年前的经典作品里获得灵感，并惊异于它们居然毫不过时。还可以从许多大师的身影中看到，要成为一个卓越的设计师，你需要懂得远远不止是设计。



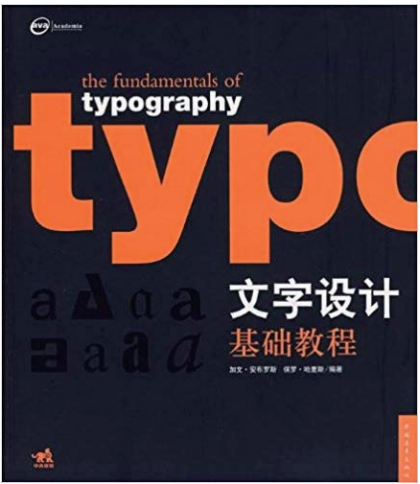
《平面设计视觉词典》
作者：（瑞士）加文·安布罗斯/（瑞士）哈里斯（Harris，P.）

《平面设计视觉词典》旨在对平面设计中容易混淆的一些专业词汇予以区别和解释，比如斜线和斜体的区别，重印、套印、翻转的区别等。为了方便读者了解平面设计的范例，书中还运用许多商业设计的实例作为图示，这些商业设计都是由当代顶尖的设计事务所设计的，它将有助于我们准确地掌握印刷流程中的专业词汇和规范。比如，如何使用省略号，在widows、orphans&hyph0中的排列规则，以及怎样正确使用数词等。欢迎使用《平面设计视觉词典》。这是一本主要对平面设计领域常用的单词进行图文对照解释的词典并在每一页的页末提供相关词条的链接。



《产品的诞生》
作者：（英）哈德森

告诉你真正的设计是如何运作和产生的。你在纸上、鼠标上完成的，那仅仅是链条中的一环。不要把视野局限在你的专业范围内，工程、工艺、材料、调研、分析、商业运作、策略，了解得越多，站得越高。



《产品的诞生》
作者：（英）加文·安布罗斯

浅显好读的Typography入门读本。里面具备你应该了解的大部分字体相关的基础知识。



《七日掌握设计配色基础》
作者：[日]视觉设计研究所

本书是日本设计视觉设计研究所编著的《新设计丛书》系列中的《设计配色基础》。全书分为“配色的准备”和“配色的实践”两大部分。“配色准备”部分主要帮助读者了解配色的整体效果以及有关配色的基础知识——色彩的基本概念以及配色的基础原理；“配色的实践”部分介绍了突出型、融合型两种配色方法，并在此基础上讲解了营造画面氛围的方法，以及如何利用色彩给人的感受来表达主题。

全书通过丰富的图例来介绍有关配色的知识，使学习变得生动有趣。在阅读部分，以多个色彩组合说明不同颜色搭配带来的不同效果，便于读者理解；章节之后附有生动的练习题来检验学习效果，增强读者学习的成就感；同时书中配有多个小贴士来介绍配色在日常生活中的使用方法，使读者不仅可以将所穴道的配色知识灵活运用在工作之中，同时还可以用这些知识把日常生活变得绚丽多姿、五彩斑斓。相信本书一定能够成为热爱生活，注重品位的“色彩人士”的好帮手。



《设计中的设计 | 全本》
作者：[日]原研哉

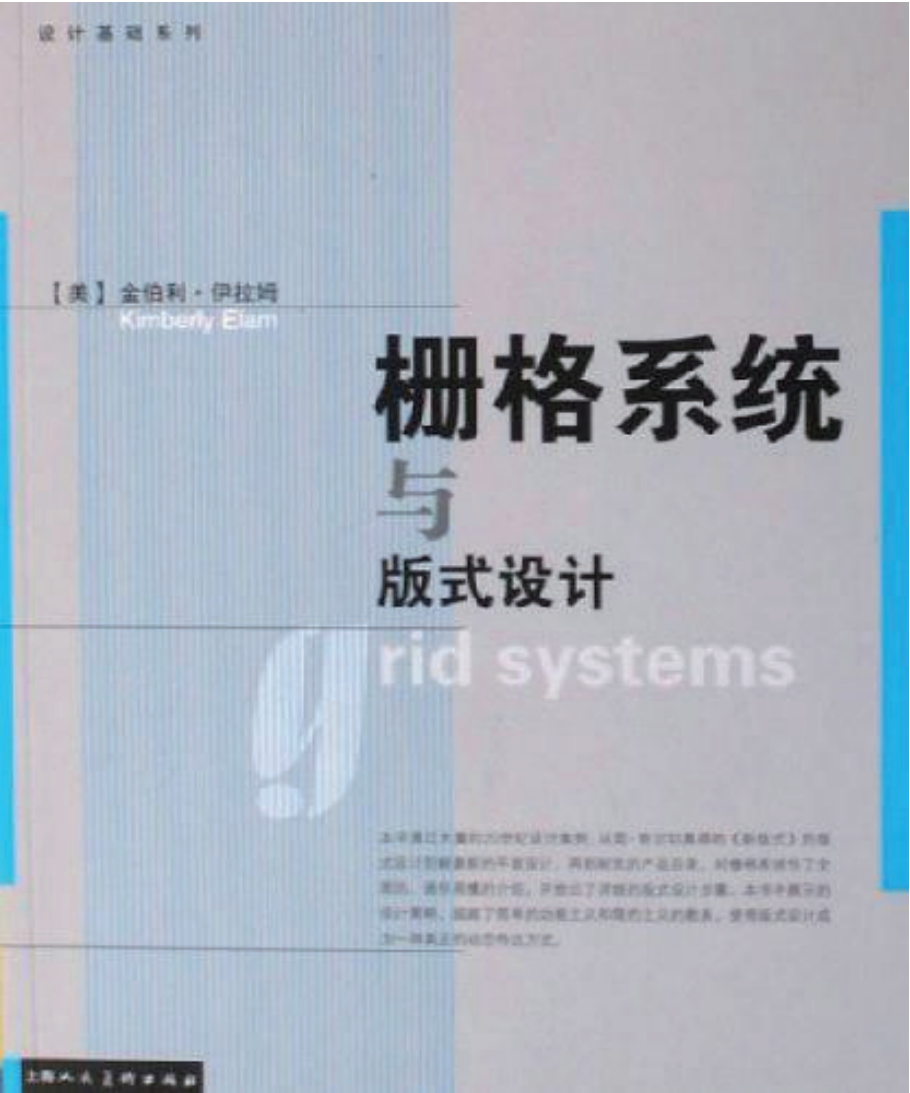
本书是对原研哉的设计理念以及作品的沿承、发展的归总。作为日本中生代设计师的中坚，原研哉的设计在某种程度上体现了现当代日本设计的精髓。他以一双无视外部世界飞速发展变化的眼睛面对“日常生活”，以谦虚但同时尖锐的目光寻找设计被需要的所在，并将自己精确地安置在他的意图能够被赋予生命的地方。当我们的日常生活正在越来越陷入自身窠臼之时，他敏锐地感知到了设计的征候和迹象，并且自觉自主地挑战其中的未知领域。他的设计作品显现出来不落陈规的清新，在这样的态度下，他拓展了设计的视野和范畴，在他所经历之处，崭新的地平线不断被发现和拓展。



《美国广告设计实用教程》
作者：（美）蓝达（Landa，R.）

本书透视深入人心的成功广告背后，教你通往创意过程中平易近人的方法，这本全彩色的书为我们提供了高度图解化的、深入幕后的成功广告方法，包括各种媒体的广告-如平面、电视、网络、以及游击广告等，使学生能更好地找到创意解决方案。

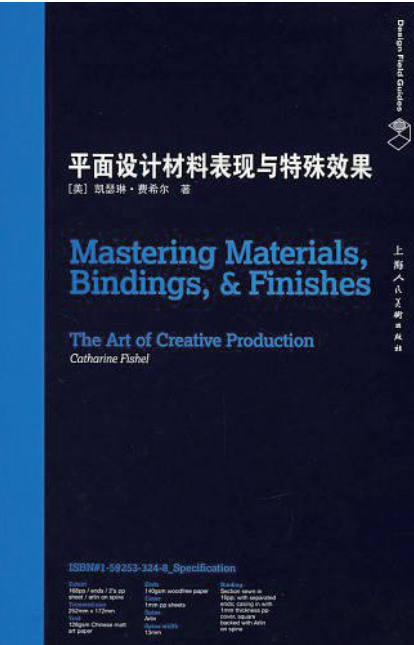
本书鼓励学生突破过去显而易见的设计套路，而去寻找自己的大创意。数十个著名的广告活动表明了这样的概念——即语言与画面关系、视觉隐喻、相互统一的活动等等。本书中收录了许多广为受人尊敬的创意总监的访谈，还有许多章节是阐述了开发想象创意、文案、以及广告史。它完美融合了广告理念与设计战略，是初、中级广告设计课程的极佳教材，也作为各种视觉传达课程计划的核心课程教材。



《栅格系统与版式设计》
作者：（美）伊拉姆（Elam.k.）

本书通过大量的20世纪设计案例，从简·奇尔切奥得的《新版式》的版式设计到鲍豪斯的平面设计，再到耐克的产品目录，对栅格系统作了全面的、通俗易懂的介绍，并给出了详细的版式设计步骤。本书中展示的设计超越了简单的功能主义和简约主义的教条，使得版式设计成为一种真正的动态传达方式。

在她的畅销书《设计几何学》中，金伯利·伊拉姆揭示那些成功的设计作品，如何运用比例，对称和其他几何体系来构成各种视觉关系。她的这本《栅格系统与版式设计》，是普林斯顿建筑出版社畅销西方的简明设计系列丛书中的第三本。在本书中，伊拉姆仍然展示着锐利的目光和清晰的解说，阐释一个最为流行，也可能最为微妙，然而中国读者理解最少的视觉组织系统——栅格系统。



《平面设计材料表现与特殊效果》
作者：（美）费希尔

《平面设计材料表现与特殊效果》是一本涉及到数百种处理方式的指导书，并讲述了在你的设计中如何正确运用这些处理方式的相关知识。你将获悉众多设计理念、难点、缺陷，还有那些富有经验的设计者运用那些设计效果的心得体会。

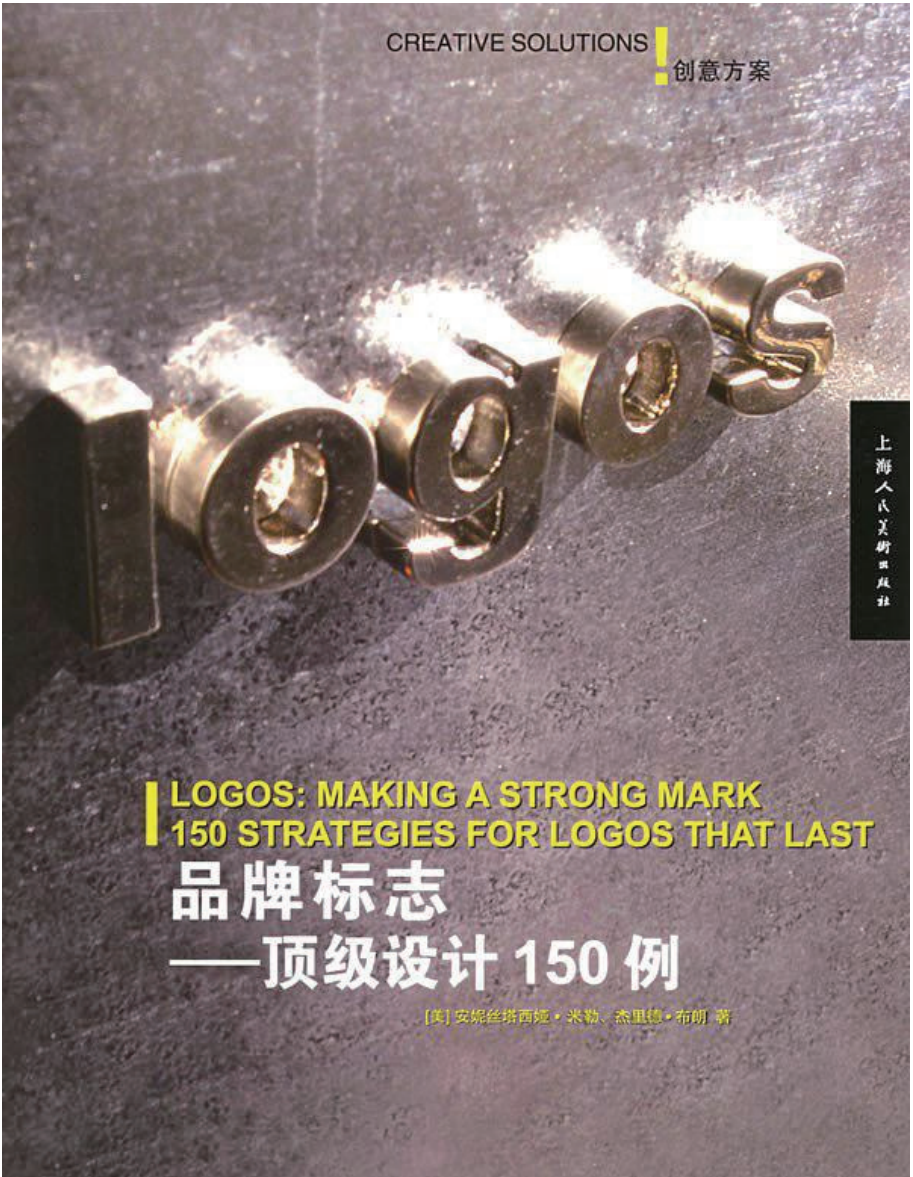
设计者喜欢在他们的设计中融入特别的元素，让设计显得出众。这些特殊处理常常是使得观者与设计产生共鸣的要素。然而，这些特殊的润色成本常常是昂贵的，而且要正确地运用它们也相当困难。



《平面设计工艺:材料与印刷的创意解决方案》
作者：（英）梅森

《平面设计工艺:材料与印刷的创意解决方案》旨在为设计师和其他从事委托项目设计的专业人员提供视觉效果参考，同时在常见的材料和工艺的选择上给予具有参考价值的指导。《平面设计工艺》中涉及的设计印刷方式在行业中都很普及，这些印刷品在为人共知并且称道的完美功能性背后，从未在真正意义上被学者仔细研究过。

全书详尽地图片资料展示了标志由创意到完成的整个过程。对任何一个希望积极从事标志创作的人来说，不论是设计师或是企业家，本书都不失为简明的参考资料。

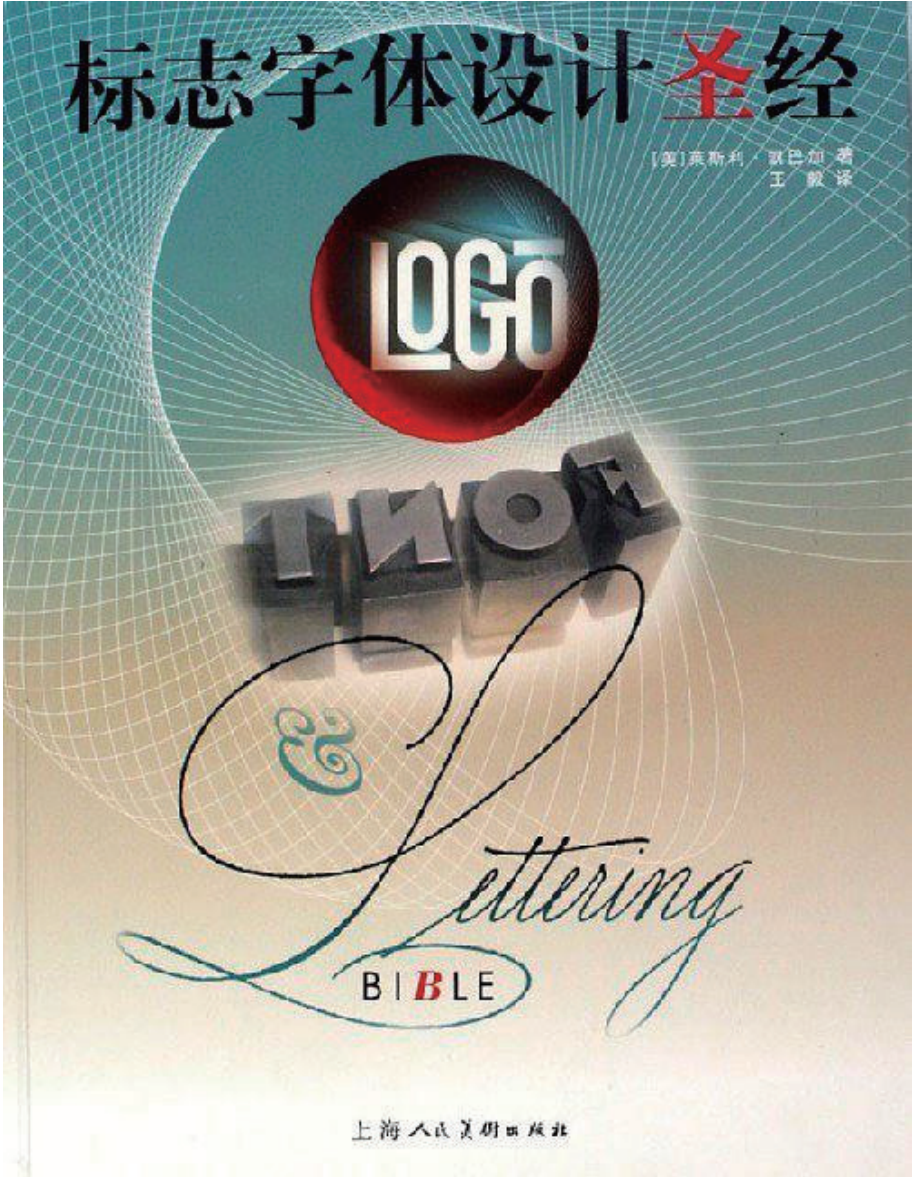


《品牌标志:顶级设计150例》
作者：（美）安妮丝塔西娅·米勒

标志设计是设计师趋之若鹜的项目，然而它通常也是一名设计师最难驾驭的项目之一。在本书中作者讨论了设计师试图创作一种成功的标志遇到的各种各样的挑战。论及的标志案例现了设计师的创造力及深入挖掘灵感的过程。

《品牌标志——顶级设计150例》研究了150例来自各行各类的标志，为设计师提供了能随时应用的大量的富有见地的建设。作者追溯了每种标志的起稿、发展及完成的过程。此外，本书共有15处仔细探讨了被重新设计的标志。文中解释了改变的原因，并且同时对比了新旧两种标志，讨论了此种更新是否成功。

全书详尽地图片资料展示了标志由创意到完成的整个过程。对任何一个希望积极从事标志创作的人来说，不论是设计师或是企业家，本书都不失为简明的参考资料。



《标志字体设计圣经》
作者：（美）凯巴加

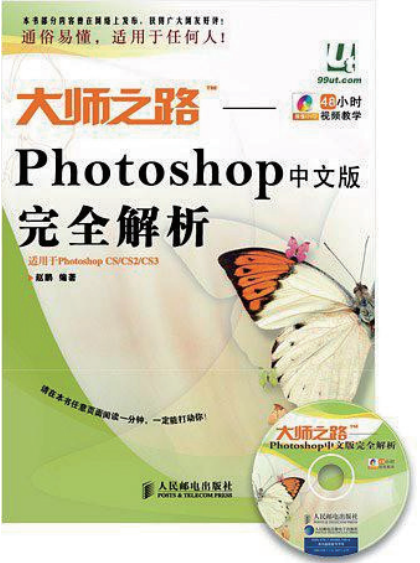
作为一位平面设计师，为什么一定要依赖那些已有的字体、用别人的图形——如果你能够创造自己的标志、字体和书写的话。莱斯利·凯巴加是畅销书《设计色彩组合指南》的作者，他写作了这本字体方面的教科书，既适用于那些富有经验的平面设计专业人士，也可供初学设计者使用。在本书中你将学到：·用传统方式和电脑软件绘制富有创意的标志设计·对高质量字体和标志设计的敏锐体察；·设计你自己的定制字体；创办赢利的标志、字体和书写设计事业；在标志、字体和书写方面，这是目前为止最为全面的论述!本书阅读轻松、浏览有趣，图例丰富，使得学习字体设计成为乐事。它提供了从开始到完成的所有信息，这正是你在今天竞争激烈的设计市场要获得成功所必需的。

这本书里面有你没有想到的各种事情——即使你最大胆的想像也从未想到过，在字体和标志方面你需要知道这些。这是低端和高端两类设计上一本疯狂而又不可缺少的纲要之作。——西莫尔·切瓦斯特

这是一本非常个性化的书，超越了一般的程序手册，在别的地方你很难找到这样的实用信息。我喜欢书中时而来一点真真假假、疯疯癫癫的调侃，它对于字体很严肃，但丝毫不刻板。——马修·卡特

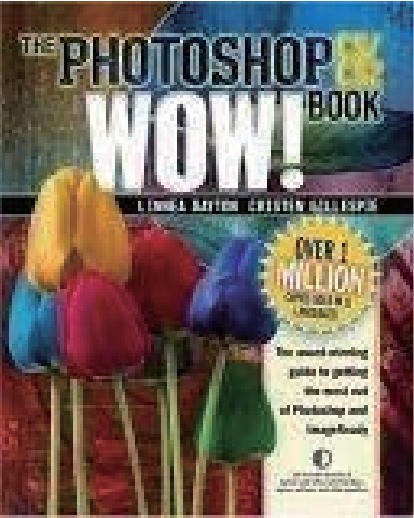
20世纪的凸版照相和快照，数字字体和电脑绘制的技术潮流，在这二者之间，本书搭建了一座急需的桥梁。莱斯利·凯巴加将字体和书写设计的所有传统法则融合了起来，并将它们应用到我们今天的工作方式上。——迈克尔·多里特

这本书澄清了如今在字体设计排版方面的种种喧闹混乱，显示了怎样让字体书写为几乎所有的目的服务。凯巴加的风格、精力和幽默感，使得他的这本书成为我所见过的最全面的字体和书写指南。——罗杰·布莱克



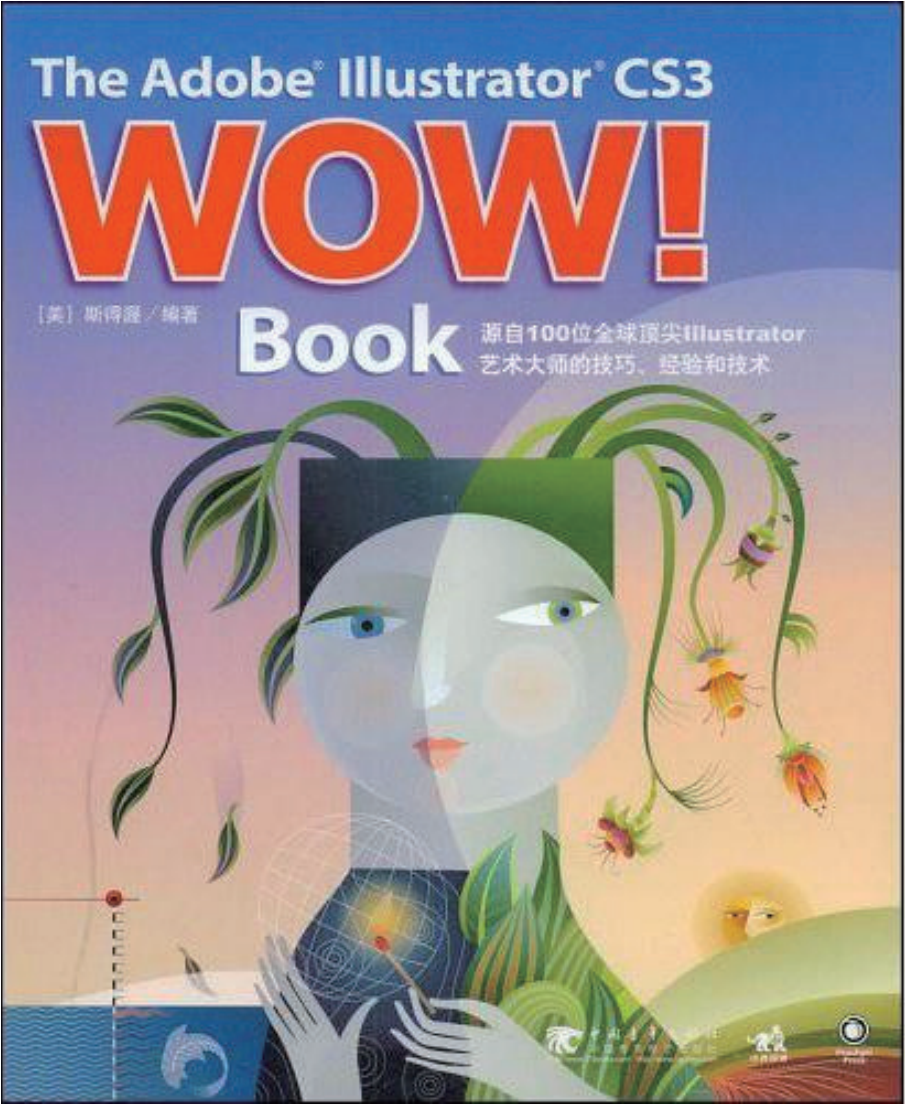
《大师之路》
作者：赵鹏

《大师之路:Photoshop中文版完全解析》以介绍Photoshop选区、图层、路径3大基础为主线，从色彩原理入手，注重基础知识，辅以大量实例，全面剖析了Photoshop的应用。对于其他内容，如色彩调整和各类工具的应用，也均采用与实际操作相结合的方式讲解。另外，还简单明了地介绍了扩展应用的领域。所附教学光盘的内容可自成一套独立的视频教学体系。本书完全按照初学者的认知角度编写，重点介绍图像原理和概念。让读者掌握计算机图像领域“万变不离其宗”的基本知识，并可应用到印刷排版、网页制作，甚至影视合成等应用领域。



《PHOTOSHOP CS/CS2 WOW!BOOK》
作者：戴顿

从Photoshop 2.5开始，Photoshop Wow!book在全世界范围内的设计师、绘图师和摄影师之间广为传颂。本书是最新版本的Photoshop Wow!book，不仅在技术方面包含了Photostqop的所有方面，更提供了Step by Step的实例供读者演练、学习，这些实例不仅包含各种类型的商业案例，也包含了大量创意独特的个性作品。这些精美的作品和海量的技巧更令本书达到了一个前所未有的高度。同时，书中还包含有大量源自世界顶尖设计师和摄影师的创作秘技，这些短小精悍的秘技将会使繁琐、艰难的工作瞬间变得轻松起来。



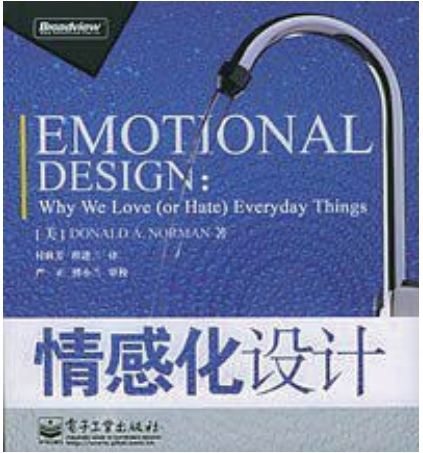
《The Adobe Illustrator cs3 WOW! Book》
作者：（美）斯得渥 编

我所见过的最好的教程书。最好最好最好，同时适合初学者和高阶用户。而且幸运的是，它属于AI这个重要的工具。在某些程度上，我认为AI比PS更重要，因为PS是处理工具，而AI是创造工具。你做平面、插画、角色和UI设计更是离不开它。



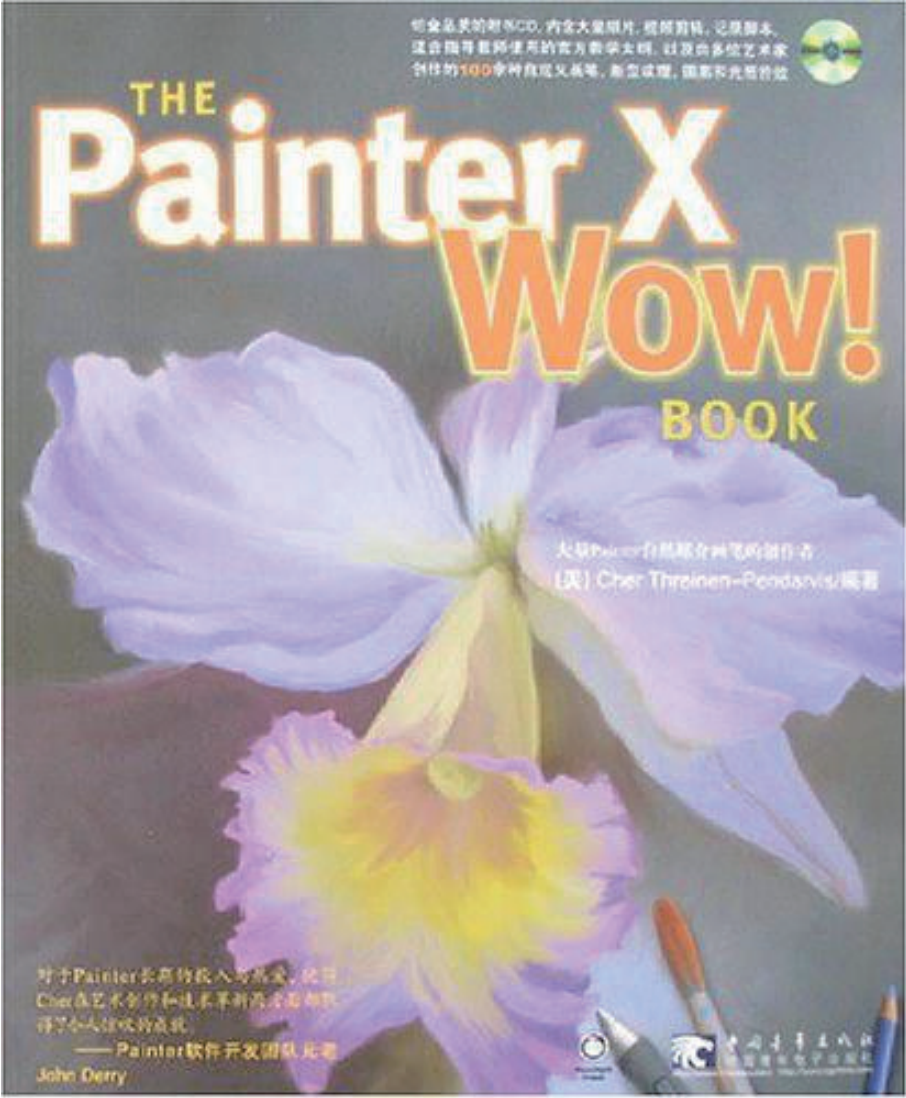
《消费者行为学》
作者：（美）卡纽克

设计师还必须要去了解的两个领域：心理学和传播学。如果你只有时间读一本心理学相关，我还是推荐最为实用和密切的消费者行为学。（《设计心理学》和心理学没有关系，烂出版社的烂名字。）如果你觉得这本大部头难以消化，我建议你先读《影响力》和《社会性动物》也许你会爱上心理学。然后可以读一些知视觉，格式塔，和认知心理学的书。



《情感化设计》
作者：[美] 唐纳德·A·诺曼

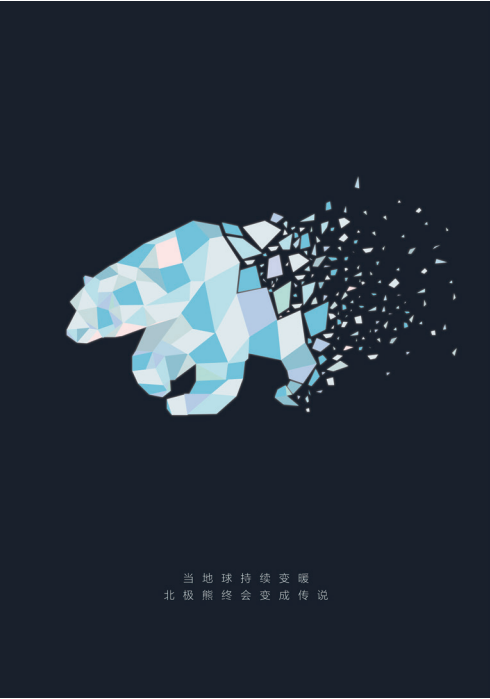
我认为这是一本被低估了的书，有人说它和设计心理学大同小异，也有人说它翻来覆去就在说那么几句话。但是我每一阶段都会能从这本书里读出不同的心得，在遇到许多成功和伟大的案例的时候，我都会想起这本书里的话。建议去读英文原版。



《Painter X WOW!Book》
作者：（美）彭达维斯

如果你准备干设计，我建议你买个数位板，然后尝试一下painter（不管你是不是接受过绘画训练）它们会拓展你的创作方式。这是Painter 目前最好的教程，《Painter X 的标准培训教程》也不错，可以作为用户手册备查。另外我建议一定要去学一种3D创作工具，不用学很深，能够做基本的造型和建模就可以。最后将几种工具结合起来运用，对你的创作提升帮助也会非常大。但这个我目前也没有做到。所以就先不推荐3D的书了。





温室效应-林润苗



保护野生动物-林润苗



旅游·南京-林润苗



《“餐”具》——叉——陈丽萍



《“餐”具》——刀——陈丽萍



《“餐”具》——筷子——陈丽萍

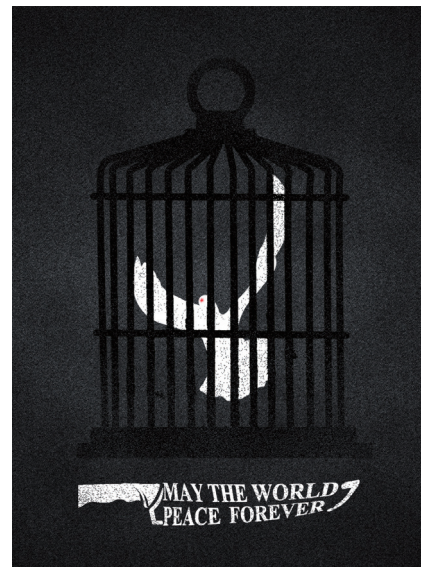


《N?XT》——陈雪婷





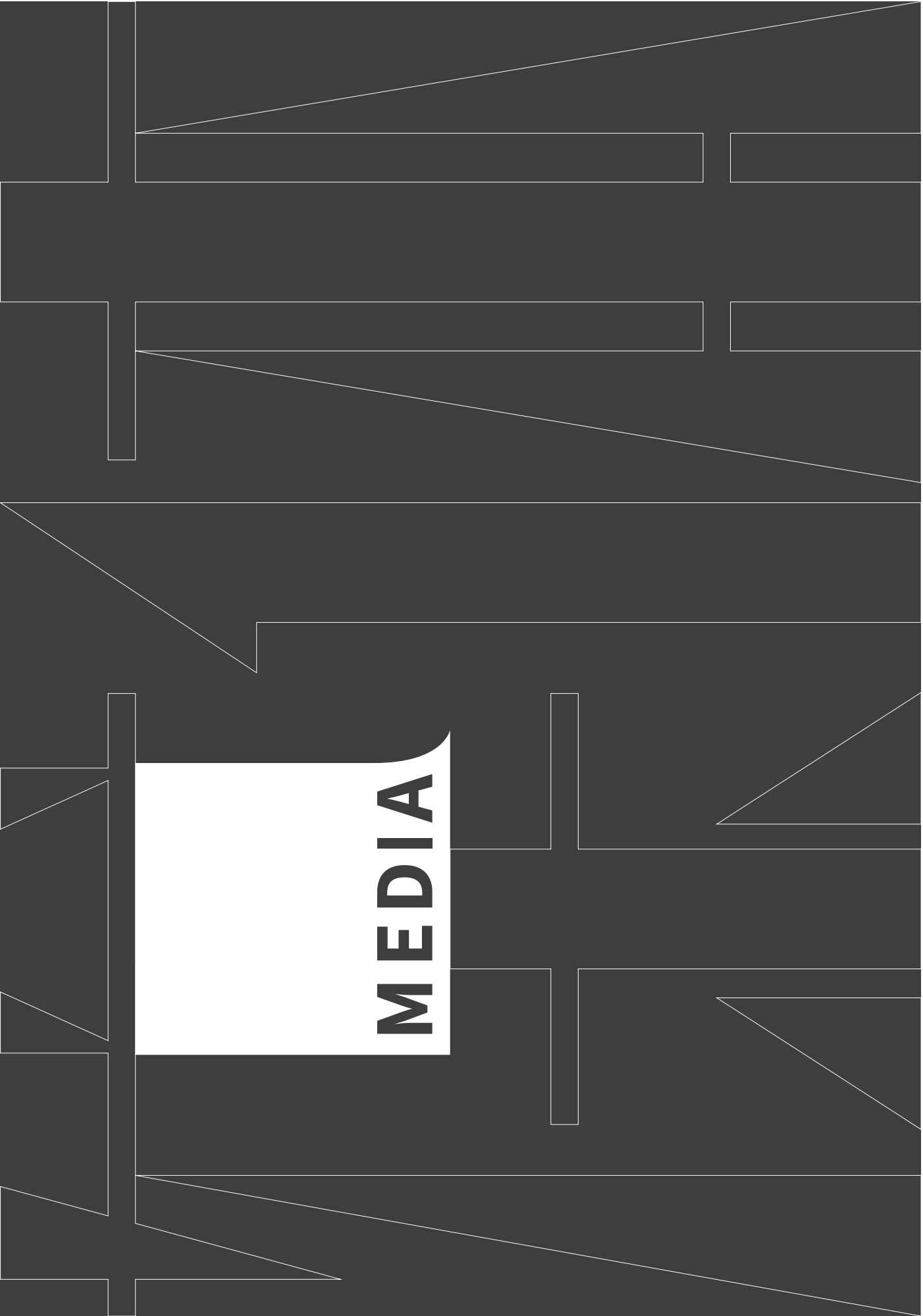
《N?XT》——陈雪婷



《笼中鸽》——李想



《四号地块商业办公景观设计》——张恬



“美食+文化” 制作理念下的 创新

——从纪录片《舌尖上的中国叁》谈起

文 李东冬 南京视觉艺术职业学院

系列纪录片《舌尖上的中国》自2012年推出以来广受好评，其散文般的叙事结构、故事化的审美特征已然成为近年来我国美食类纪录片的艺术标杆。《舌尖上的中国叁》(以下简称《舌尖叁》)的推出，更标志着该系列的制作模式逐渐走向成熟。创作者延续了“形散神聚”的叙事风格，并在内涵上寻求突破，立足“中国”二字，在品味佳肴的同时回望中华民族的饮食发展史，从美食背后独特的文化渊源说起，以人文观照的视角重新审视了国人对于中华美食的传承发扬、情感寄托与精神追求。本文拟从上述角度入手，分析人文视域下美食类纪录片《舌尖叁》的创新模式与风格特色。

一、十年磨一剑——大国工匠的气度体现

作为近年来我国关注度最高的纪录片之一，《舌尖上的中国》系列能够屡次获得收视率破“2”的佳绩，其根本原因在于故事性极强的叙事风格。每集50分钟的片长，通常由数个片段拼接而成，这些故事看似相距千里，散落于祖国的大

江南北，却往往有着共同的精神内核，如果说散文般行云流水的解说文案是该系列古典意趣的体现，那么每集中极富凝聚力的主题思想正是该片真正的精髓所在。《舌尖叁》的创作团队为了进一步深化作品的“中国”内涵，来到全国二十几个省市取景，拍摄地点达上百处，这种行遍千山、蛰伏潜渊的创作态度，本身便是工匠精神的鲜活体现，为该片表现美食的传承精神奠定了基础。

匠心看似是一个宏大而抽象的主题，美食的平民视角恰好为讲述匠人故事提供了微观切入点。《舌尖叁》通过对几百位美食传承者的采访，以小切口、大主题、百姓话语的亲民方式，生动地展现了中华美食代代相传的非凡匠心。在第一集《器》中，七孔穿山灶、银杏砧板、泡菜老坛等古老的美食器具纷纷登场，在诉说民间匠人巧思的同时，更通过平凡灶具中的历史沧桑感，彰显了该片应有的人文底蕴。而章丘铁锅的故事一经播出更引起了全社会的关注，光泽如明镜的手工铁锅、一把锤头的老铁匠，他们守候在汉代冶铁遗址前，在数十年叮叮当当的声响中，锤炼出了大国匠人最坚韧的初心。“三万六千锤，一锤不能少”、“你糊弄锅，锅就糊弄你”，片中几位铁匠师傅淳厚平实的话语，足以在这个批量制造的时代，唤醒观众心中崇尚古朴的温情。第五集《食》更是将镜头直接对准了美食的创造者与传承者们，西安回坊里的老白家羊肉，从打馍、熬汤、煮肉的原料方法，乃至三片羊肉的选材搭配，都经过了老白父子的千百次尝试与改良。镜头下香气氤氲的水盆羊肉与浓郁的西北风情一起，温暖着游人风尘仆仆的客心。片中更是着重表



现了老白家羊肉每天必行的惯例，清晨父亲一定要亲口品尝今日的羊汤，亲自把关后才能开门迎接八方来客。父子间的技艺传承与不变匠心，让观众看到了厨人对美食品质的坚守，这也正是中华美食能够历久弥新、源远流长的根本原因。

该片以美食的制作过程为时间线索，以地方美食的传播路线为空间线索，共同讴歌了薪火相传、精益求精的工匠气度。在饮食从生活必需品逐渐升值的今天，其消费属性与文化属性并行发展，《舌尖叁》开篇即立足中国国情弘扬了匠人精神，旨在说明背对浮华、恪守本心的重要性，匠心能够决定一种菜品、一个菜系甚至整个中华饮食文化的走向。

二、客从何处来——国人情感的深度关怀

对于传统人文题材的纪录片而言，明确时空范围、唤醒观众的心理认同感是十分重要的，这即要求《舌尖叁》立足于中国，讲好中国故事。在故事的三要素一人、事件、环境中，该片的叙事重点无疑是一个大写的“人”。一方面，食材本身只是自然界的恩宠，正因为有了人的参与才能升格为博大精深的美食文化;另一方面，在快节奏的当今社会，美食是人们生活中最重要的心理慰藉。该片镜头下的人文关怀，在万古长夜中烛照人心，由一种味道勾起思乡心绪，让观众触碰到了美食背后的情怀温度。

从选材上看，《舌尖叁》中出现的上百种美食中，大部分都是老百姓耳熟能详的地方菜，甚至还包括煎饼果子、麻辣烫等“草根”小吃，从而在很大程度上改变了观众对于纪录片曲高和寡的固有印象。事实上，雅俗共赏的艺术效果对于美食题材而言尤为

重要，该系列作品的创作目的并不是在山珍海味间穿梭，满足于观众感官上的需求，而是为了生动直观地呈现出中华美食背后的民俗文化、地域特色。因此《舌尖叁》中专门利用一整集的时长讲述小吃，腾冲稀豆粉、汕头鱼丸、逍遥镇胡辣汤、泉州石花膏等地方名吃，几乎涵盖了祖国的大江南北，也引发了观众心中的浓浓乡愁。在《香》一集中，该片用大量笔墨展现了乐山串串与天津煎饼果子的制作过程，如何熬制麻辣烫的底汤，如何配制煎饼的面糊，该片以跟拍与特写镜头相结合的方式为观众解开了谜团。生活化的镜头语言赋予了该片鲜活的生命力，没有了《舌尖上的中国》中大段的食物特写，取而代之的是更多制作美食、享受美食的生活记录，每一道菜品的故事中都写满了顾客真诚的笑脸，这种平白直观的呈现方式远远胜过一道道华美精致却给人以距离感的美食。

《舌尖叁》以美食为线索烘托乡愁，巧妙地将味道喻为故乡的信使，同时又以人为线索，讲述了许多关于迁徙与牵系的故事。十六岁开始学习摔面的孙竹青从家乡来到青岛，“一年房租22万，15块一碗面，一年得卖多少碗摔面”，少有美食纪录片用镜头言说厨人生活的劳碌，该片却敢于直面油盐酱醋、一粥一饭的百姓生活，这些都再次印证了纪录片的真实性与客观性原则。这位胶东汉子并未因为都市高昂的生活成本而舍弃初心，数年来始终坚持大骨熬汤，一碗摔面“摔”出了男儿的筋骨，“摔”出了一家人的幸福。与单纯地展现食物相比，开掘其背后的人文内涵显然更能激发观众的心理认同，片中的美食故事好似就发生在你我身边的那家餐馆，广泛的受众基础让该片所传递的人文关怀必将封存于观众心中。

三、江河万古流——华夏文明的历史溯源

随着观众审美标准的逐渐提升，单一的美食呈现必然会面临众口难调的窘境，因此《舌尖叁》将突破

点放在了人文情怀上，这可谓是大势所趋。与《舌尖上的中国》不同的是，该片不仅需要解决“怎样吃”的问题，更需要回答“中国人为什么这样吃”，换言之，该片的最终目的在于探寻中国独特的饮食传统，追溯数千年来国人美食文化的渊源。《宴》、《养》、《生》三集均立足于我国传统文化与哲学思想，分别从宗族、中医、节气等方面入手，展现了国人的生活智慧。作为从刀耕火种时代走出的农业文明，本就源于靠山吃山、靠水吃水的饮食习性。该片不仅构建了我国美食文化与传统文化之间的联系，在沟通古今之间，更对中华民族的饮食发展史进行了归纳总结，深化了该片的人文内蕴。

尾声《合》一集聚焦于当下我国的人口流动，以地域为单位，来反思饮食口味如何反映地方特色、民族性格等问题。该集的创作思路新颖，比如拍摄逍遥镇胡辣汤，展现地道河南名吃走遍全国的历程；讲述广州浓汤煲的故事，道出入乡随俗的收获与喜悦；通过陈老为川菜正名的行动，溯源辣椒传入中国后的前世今生。初看该片时观众或许无法理解频繁的地域切换，直到全片终了才明白了创作者的巧思妙想，当我们处于刻板印象的束缚中，认为川菜必须有一层火红的辣椒时，该片却独辟蹊径，将镜头转向烟雨江南、潮湿的贵州，详细叙述了辣椒从文人雅物到祛湿良药再到调味品的发展过程。其间，叙事、说理、抒情合而为一。

此外，《舌尖叁》不仅展现了我国各地区之间的交流，更首创式地将中国美食对外传播的内容搬上了荧屏，80后厨师朱杰改良家乡土菜，向外国友人推广江南菜品，外国友人不远万里来到中国，学习传统点心枣泥山药糕的做法，一来

一往之间，搭建起了中外交流沟通的桥梁。片中关于国际传播的镜头虽少，却实现了该片在文化领域中的整体升值，代表着我国美食纪录片走向世界的理念，在“一带一路”的现实环境下，该片创新国际视角，以美食叩响了与各国友好交流的大门，是《舌尖》系列体现人文内涵的又一次突破。

《舌尖叁》颠覆了传统美食纪录片以叙事为重心的思维方式，在全片终结时，它印刻在观众脑海深处的不只是感官上的满足，更是对中华美食文化的由衷认同，对古人意趣与今人情怀的感同身受。该片采用家国同构的宏观视角，将平民百姓家中的点点灯火汇聚成华夏文明的传承之火，以小见大的故事化叙事将该系列纪录片的人文情怀渲染到了极致。《舌尖叁》最重要的创新在于其深度挖掘了中华美食的人文底蕴，为同类纪录片的创作及品牌打造提供了鲜活的范本。



国产网络剧的价值导向规范研究

文 李东冬 南京视觉艺术职业学院

一、引言

近年来，随着互联网用户和移动端用户数量的激增，众多传统影视制作公司和大量资本纷纷涌入网剧市场，各大视频网站也进一步加大了网络剧的投拍力度，使网络剧一时间被推向了资本的风口浪尖。据《2016年中国网络剧市场发展现状及行业发展趋势》显示：“2015年网络剧全年播放量达274.5亿，较2014年的123亿增长了1.1倍，总部数达379部，同比增加85%，总集数达5008集，同比增加了72%。”数量的快速发展在一定程度上带动了网络剧创作质量的提升，使其逐渐进入到了一个专业化制作、平台化发展的时期。与此同时，网络自制剧作为一个新兴事物，在其正面价值构建的过程中，仍存在大量的负面隐患。许多网剧品质低下，制片方为了追求利益最大化，不惜凭借低俗、暴力、恶搞、色情等内容博收视率。2012年，一部《东北往事之黑道风云20年》因为尺度过大而被禁播；2016年开年，又有《太子妃升职记》《心理罪》《无心法师》《盗墓笔记》《暗黑者》《探灵档案》等6部网络剧因涉及血腥暴力、色情粗俗、封建迷信等原因被举报，随后被广电总局下令紧急停播，并做事后审查。

二、网络剧发展过程中存在的问题

网络剧看似“井喷”的繁荣盛况之下也掩盖了其存在的诸多问题，这些问题不仅背离了传播伦理和社会的价值导向，甚至触犯了国家法律法规，具体表现为以下几个方面。

（一）艺术创新意识匮乏，套用、改编及同质化创作倾向严重

在中国当下的电视行业里，如《爸爸去哪儿》《中国好声音》《奔跑吧兄弟》等广为人知的节目都是买的国外的版权，而这种“套用”和“改编”的思维也极大的影响了国内的网络剧创作。早期的网络剧，多为网友或小型工作室制作，内容上较为单一，制作水平上也参差不齐。如果说这一时期的作品沉迷于将经典进行恶搞和“翻拍”还情有可原的话，那么近年各大视频网站斥巨资打造的网剧却仍未摆脱缺乏原创的问题。如搜狐自制热播剧《屌丝男士》的借鉴原型是德国喜剧小品《屌丝女士》，乐视网出品的《开心麻花剧场》则是参照了美国情景喜剧《生活大爆炸》的制作方式，日剧《世界奇妙物语》则被爱奇艺翻拍成了《不可思议的夏天》。虽然借鉴其它成型的模式，可以收获稳定的受众，降低投资风险，但也恰恰体现了国内视频网站在创新上的乏力。此外，当下网络剧创作题材相对局限，许多内容都着眼于现代都市背景下有关职场、爱情和友情的故事，或是集中在由网络小说改编的盗墓、奇幻、穿越等题材上。从长远上看，这种同质化的创作倾向很难引起受众的持续追捧，久而久之，容易给受众带来审美疲劳。

（二）商业上过分依赖广告盈利收入，致使植入广告泛滥

受观众收视及消费习惯的影响，目前国内的视频网站还未真正形成

大规模的靠自制剧收费观看来盈利的模式，因此广告植入式营销便被各大网站视为当下最可靠的盈利手段。这种方式本无可厚非，可一些网络剧在追求利益的同时，极大地牺牲了作品的艺术质量。许多网剧一味展示产品特写并冷不丁的在主人公台词里加入直白的广告语，致使观众瞬间出戏。这种强制性的植入手段虽然能够引起观众对商品的注意，但也会让观众从心里产生反感与抵触心理，严重打破了作品艺术性和商业性的平衡。

（三）为了吸引受众关注，不惜触及道德底线

“网络自制剧作为网络媒介视频信号最前沿的发展，它传达了网络文化精神，对文化生态的维护也是责无旁贷。网络自制剧的创作不仅是艺术生产和商业运行的过程，也具有传播文化的思想建设作用”。近年来，为了在激烈的市场竞争中获得最大利益，某些网络剧开始有意打色情、暴力的擦边球，从而迎合受众的低级趣味，并不断挑战大众的传统价值观。像网络剧《黑道风云》中肝肠横流的画面随处可见，充斥着暴力血腥；《太子妃升职记》则被认为是在以隐晦的方式讲述同性之间的情感故事，并且全剧多处存在的大尺度的裸露镜头，被观众认为有伤风化。还有部分网站对刑侦、灵异、暴力等题材的把关力度明显不足，很多内容不仅缺乏文化内涵及观赏价值，甚至脏话连篇，触及了伦理道德底线。

（四）网络剧市场环境过分膨胀，泛娱乐化倾向严重

为了迎合“网络亚文化”对青年一代的影响，网络剧自出现以来，大都呈现出强烈的娱乐化倾向，表现在题材上尤为热衷于恶搞和“翻拍”，甚至为了充分体现了创作者自我消费的娱乐精神，剧里的角色常常由网友自行扮演，并溶入现代互联网思维和对白的元素，对经典进行消解，以期达到一切皆为搞笑的目的。就当下来看，传统上严肃、有序、逻辑、理性的话语形式不断被网络剧所抛弃，取而代之的是戏仿、拼贴、无厘头等年轻人所推崇的对抗经典的表达方式。然而任何事物都应存有一定的“度”，当下一些网剧为了吸引受众眼球，寻

求利益空间的最大化，处处呈现戏耍、刺激、媚俗之态，在迎合商品化消费趣味特征的道路上越走越远。这恰恰体现了当下社会欲望张扬与价值迷失的现状，毕竟对娱乐环境的片面营造，会致使文化产品本身应具备的核心功能大大减弱。

三、网络剧存在问题的价值导向规范

(一)提升创新能力，树立精品意识

任何一种文化产品，其自身内容的优劣都会影响其长远发展。网络自制剧作为视频网站竞争的核心产品，更应重视内容的创新，树立精品意识。当下网络剧看似繁荣的市场背后是大部分作品由于内容的粗糙而被观众摒弃，一些套用和改编成型案例的作品虽然暂时能让人眼前一亮，获得较高的点击率，但从长远上看，这种状况如果不能得到根本的改善，将会极大的影响网络剧自身的发展。况且到目前为止，绝大部分视频网站还处于源源不断的烧钱阶段，何时盈利尚不可知。若要改变这一状况，视频网站在节目创作上必然要提升创新能力，不断加强自身作品的艺术性和自律性。在内容选择上想办法提升观众的参与性与互动性，广泛征集题材和故事，走差异化道路，避免类型扎堆。此外，视频网站在商业层面上应开创更多的盈利渠道，避免对植入广告的过多依赖。具体措施上可以借鉴网络小说及网络游戏的成功经验，培养年轻一代付费观看网络剧的习惯，同时更利于打造优质内容，形成良性循环。此外视频网站还可以和传统电视媒介联合起来，将优质节目反向输出给电视媒体，扩宽网络剧的播出渠道，实现多平台播放。

(二)加强日常监管与主动引导相结合的措施

国家广电总局和国家互联网信息办于2012年7月联合下发《关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知》(广发〔2012〕53号)，“要求互联网视听节目服务单位，切实履行开办主体职责，承担大众传媒的社会责任，对播出的网络

剧、微电影等网络视听节目负责”。然而，在实际实施过程中，相当一部分内容低俗、格调低下、渲染暴力色情的网络剧却依旧我行我素，引发了受众的不满。面对这样的状况，广电总局在2014年1月又下发了《关于进一步完善网络剧、微电影等网络视听节目管理的补充通知》(新广电发〔2014〕2号)，将制作方和播出方的权力进一步压缩，并实施“线上线下载标准一致”的网络剧审查措施。尽管如此，对于网络自制剧这样一种伴随着互联网发展起来的新生事物，监管部门仍应兼顾规范和引导相结合的治理原则，确保网络剧相对自由的创作空间，同时发挥相关行业组织与扶持的职能，在打击和处罚违规作品的同时，也应对创意独特、播出效果良好的作品及出品方进行正面宣传和奖励，引导视频网站健康有序的发展。

(三)引进专业人才，提高创作者的专业素养

在激烈的互联网市场竞争中，视频网站若想生存下来并取得长足的发展，自然离不开专业的制作团体，于是人才的培养、引进和储备便显得极为迫切。自2011年开始，优酷、土豆和腾讯视频等网站就已经开始力推各自版本的“青年导演扶植计划”，邀请了众多知名影视剧导演为其进行全面的创作指导，并举办了一系列的短片大赛，其目的都在于发掘和培养新人。在专业人才的引进上，则应不局限于专业、行业、单位、学历、年龄等，即便是一些营销人才、推广人才等都可以在视频网站这个更灵活更自由的平台展现自己的才华。与此同时，创作者自身也应不断提升专业素养，强化职业道德意识，坚守人文艺术情怀，不能逐利忘义，将媒体的责任感和使命感抛于脑后，毕竟“观众是电视市场的主导者，但这并不意味着观众都有正确的价值取向和审美判断力。引导或曰导向意识是媒体人始终要坚守的。”

(四)重视媒介素养教育，提高受众

的文化鉴赏能力

当下的网络自制剧受众多为年轻人，甚至不乏众多的青少年，他们追逐流行而排斥经典，具有较强的叛逆性。这种不成熟的心理特征会使他们很容易被一些低俗化的网络视听内容所吸引，影响其正确价值观的构建。就整个社会层面来看，当下大众的影视欣赏层次仍处于较低水平，全民影视鉴赏与批判能力也相对低下，这也使得一些低俗化网剧存在着不小的生存空间，这个问题不是仅靠监管部门的“堵”能解决的。因此，国家相关部门不妨可以结合时代特点，将影视媒介素养教育纳入到全民教育体系中，使年轻一代提高欣赏层次，具备鉴别影片雅俗的能力，并自发抵制劣质作品，这样才可以变被动为主动，最终促使网络剧长远健康地发展。

情景剧创作中声音设计的思路及技巧

文 刘觉敏 南京视觉艺术职业学院

媒介的发展，尤其是随着网络媒介、手机媒介的发展对我国情景剧的创作的思路和技巧提出了新的要求和准则，主要播出平台的转移一一由主要在传统媒介电视上播出转移到了网络媒介甚至手机视频客户端上播出，不仅仅从创作题材上扩大了情景剧一贯局限于“家庭”的概念，剧集时长也更为灵活，更有甚者干脆将情景剧纳入了“网剧”的范畴。

麦克卢汉曾说：“我们的任何一种延伸(或曰任何一种新的技术)，都要在我们的事务中引进一种新的尺度”。这里的“尺度”指的是在人们的实践活动中会产生与媒介相关的标准和方式，这种标准和方式不是媒介的具体内容给带来的，而是媒介本身的性质决定着。这也正是为什么当今我国情景剧的创作会有诸多变化的原因。具体来看，在当今的情景剧作品的声音设计方面，同样也呈现出了诸多新的特点。本文将围绕情景剧创作中的声音设计的思路与技巧来展开论述。

情景剧的创作中，声音的设计主要包括三个方面:语言、音乐、音响。与其他类型影视作品相同的是，在情景剧中，语言、音乐、音响的功能依然可以笼统地概况为:语言表意、音乐表情、音响表真。而区别于其他类型的影视作品而言，情景剧中的声音设计的思路又有其独特之处。

首先，从语言的设计来看，在情景剧中，语言承担了大部分的叙事功能。情景剧语言设计思路的变化，主要是因情景剧所针对的受众发生变化而决定的。当下情景剧作品的受众，已不再像早期那样广撒网，以“家”的概念包揽了各个年龄层次的观众。在新时期的情景剧作品中，更多的是针对年轻一族的受众，生活节奏较快、对外来新事物和讯息比较敏

感，因此，当今情景剧中台词设计语速更快了，这样就大大地提高了单位时长内的信息量。制作更新的周期也缩短了，多以每周更新的节奏来保持新鲜度，另外，在对话设计中融入了现实生活中的热点以及网络新词等，这样更容易与年轻观众产生共鸣。情景剧的假定性使得近年来很多作品都涉猎古装情节，而在泛娱乐化的大时代背景下，情景剧中的这些涉及古装的情节，并不像历史正剧那样严格考证，尊重史实，而是呈现出典型的后现代色彩，恶搞权威、无厘头穿越，这些特征在台词的设计中也体现得淋漓尽致。

其次，从音乐设计的角度来说，情景剧中的音乐主要还是由纯音乐和歌曲两大类构成，其中纯音乐主要包含主题音乐、场景音乐、背景音乐三大类，而歌曲主要包括片头主题歌、片尾主题歌以及插曲。而情景剧的剧情节奏相对一般传统电视剧而言更加紧凑，每一集的时长更短，这对于情景剧音乐设计也提出了相应的要求，既要配合剧情表达，刻画角色形象，也要辅助抒发人物内心情感，挖掘内心世界，渲染气氛烘托情绪，更重要的是，可以利用音乐激发联想，引发时空转变，这一点在很多情景剧作品中都很常见，简单来说就是利用音乐实现转场，在情景剧中多见于音乐配合一组室外的空镜头(如街景、小区景、马路上来往车辆等画面内容)来实现转场。经过这些年的发展，为了适应当下更多年轻观众的收视习惯和观影节奏，在如今的情景剧中，还加入了一些背景音乐，用来配合画面，辅助影片形成自己独有的，张弛有度的节奏，使观众保持新鲜感和兴趣点。

再次，关于音效设计，在情景剧中，最有特点之处就是根据剧情的设计适时地加入带有评价意义的音效作为配合，辅助剧情的表达。最典型的

例子便是“罐装笑声”的加入，在片中更像是在提醒观众：“此处该有笑声”，起到暗示观众的作用。

再者，在一些角色出场时，也常用音效来配合描述角色的滑稽感，实际上也是用音效来评价角色的性质，这些都是属于主观音效的范畴。除此之外，在情景剧中，还有一些客观音效的使用，根据实际剧情，为表达真实感，也会设计相应的音效。在主观音效的设计上，常见的办法有(1)夸张，例如对心跳声或者秒钟滴答声的放大表现。(2)重复，是指将影视作品中出现过某种具有典型意义或者具有代表性的声音，多次重复出现，用来加重描述的分量，渲染环境的氛围，深化作品主题，突出人物的性格，增强情绪感染力，引发观众的想象和联想，领悟音响反复出现时的深刻含义。(3)主观音效也可以用来帮助转场，常常可以增加影片的紧张感。(4)停顿。在一段正常的声画空间中，突然停顿下来，停止一切音效，可以在影片中形成一种“此时无声胜有声”的效果。音效，在情景剧创作中，是不可缺失的重要一环，它影响着作品的层次和细腻度。

以上所述，是情景剧创作中声音设计的一些思路和技巧，这些设计思路和制作技巧，不会一直保持，它也会随着时间的向前推进而不断顺应潮流变化发展，一方面适应观众的喜好，另一方面创造新的视听语言规律。当然，新的东西，不一定都能顺利地被大众接受，会有批评的声音出现。但更重要的是，我们应该勇敢地新的创作环境中大胆实践，敢于创新和挑战。这样才能创造出更有新意，更有生命力的作品。

视觉传达设计思想在广告摄影中的体现

文 杨清新 南京视觉艺术职业学院

广告摄影是视觉传达设计思想在广告中体现的重要媒介，在广告设计中一定要遵循广告摄影的理论。广告摄影是现代科学技术在广告领域的具体体现，影象是广告设计的背景。广告摄影。现代广告摄影主要是商业性质。现代广告摄影集技术性和艺术性为一体，是一种重要的商业宣传形式。

一、广告摄影的特点

1、商业性

广告摄影具有鲜明的商业性，它实质上并不是摄影师思想和意志在摄影上的表达，它的目标是进行商业宣传，并不是艺术的体现与表达，审美也不是商业摄影的唯一目标，广告摄影的关键在于信息传播，以群众接受为主要目的。最主要的是要关注广告播出后的效果和影响。从这个角度来说，广告摄影带有鲜明的商业性质，对于不具备商业性质的摄影，实质上只能叫做摄影艺术。

2、形象性、表现性

广告摄影除了具有鲜明的商业性质，形象性、表现性也是广告摄影的重要特征。广告摄影在形象性方面有比文字更强的说服力。资料显示：不同背景、不同年龄、不同地域之间的人对图像的接受能力都比文字强。图像可以跨越国界，不同语言、不同国界的人都可以和图像无障碍地进行交流，因此可见，图像在传递信息和情感交流方面的障碍非常小。另外，广告摄影可以真实再现商品的信息，让顾客看到真实、逼真的效果，所以在表达方面图像比文字的表达效果更好，能更加真切、形象地表现广告的具体内容，广告比文字更加吸引人。

二、视觉传达设计思想在广告摄影中的具体体现

随着科技的发展和人们对广告效果的追求，广告除了原本具有的传统形象性及表现性之外，广告还可以将抽象的东西具体化，可其散发出艺术的魅力。

进入20世纪以后，广告摄影在逐步完善化，广告理念不再是传统的附于艺术的传统理念。它表现出了人们对广告的原始设计意识。20世纪初期，一本关于广告摄影的经典教程对广告摄影提出了新标准：广告摄影要将照片和所要表达的意思清楚明白地表达出来。20世纪以后，无论是从照片的质量还是表达方式上，广告都有一种让人充满想象力、引人注目和给人留下深刻印象，照片所要表达的都清楚明了。凡是没有意义的东西都不要保留在照片中，引人注目并不需要所有的照片都留下来，只要将特定的意思表达清楚，广告的魅力也会散发出来。有时为了让广告更加赏心悦目，我们还会根据一定的目的给广告添加一些色彩或一定的装饰。由此可见，20世纪以后，广告已经超出了传统的艺术范畴，已经具有了一定的商业性质，也有了一定的表现性的特征，它已经超出了纯艺术的范畴。

经过20年的发展，到20实际20年代以后广告摄影已经真正拥有了设计意识。俄国、法国、德国的摄影和艺术都对当时的广告摄影也产生了重要的影响。由于德国当时在摄影方面受传统的束缚比较小，现代摄影的视觉传达设计理念由此启蒙。德国的包豪斯设计学校提出的技术与艺术结合的思想体现了现代广告摄影的理念。同时，德国包豪斯也提出，广告摄影不应该仅仅局限于对物体的真实再现，最重要的是要注重对某种理念的传达。同时，这也是现代设计理论的表现。当时，由于纳粹对包豪斯的负面影响，包豪斯的学员走向世界各地，现代设计理论也逐步走向了世界各地。

到了20实际40年代，瑞士的设计师H.B.麦特将广告摄影作为视觉传达的新方法并在这方面展开了积极的探索。他的思想继承了纳吉的设计理念和创作风格，并在实践中进行了

实施。他的这种视觉传达思想对后期的广告摄影从业者产生了重要的影响。后来，这一时期的瑞士设计风格成为设计的主流风格。它追求摄影画面与构成要素之间的和谐。在那一时期，摄影师们都以瑞士设计风格为自己的创作风格。瑞士设计风格也最终促使广告摄影突出了纯艺术的限制，充满了商业的色彩。

经过瑞士设计风格这一阶段之后，美国的表现主义摄影风格也风靡一时。表现主义广告摄影风格大多通过暗喻和双关等表现手法向观众展示出荒诞、离奇的视觉效果。表现主义理论强调，为了吸引观众的眼球，我们必须把平常的东西变得特殊。

20世纪60年代以后，随着科技的发展许多的广告研究成果在各个国家的推广和应用。广告摄影已经超出了地域的限制。由此便产生了国际主义视觉设计风格。国际主义视觉设计风格强调视觉传达是一门艺术，它对社会经济、文化和人类生活产生了重要的影响，集体协同创作模式是国际主义视觉设计风格的主要创作模式，这一风格是当时大家都认可的主流风格，但是这种风格极大地限制了设计者的风格。因此，后现代主义视觉设计风格认为国际主义视觉设计风格过于严肃和程序化。

21世纪以后，电子计算机等图像处理工具的完善，广告摄影师可以根据自己的想法在计算机上对摄影作品进行随意处理。在当今的广告设计领域，创造力是最有价值、也是大家都认同的东西。广告摄影师的创造力也得到了空前的发挥，各种设计风格都在其中得到了体现。广告摄影的商业性、创意和视觉传达效果实现了有机融合。

三、结束语

广告摄影是将图片与摄影师的创意进行有机融合，将广告摄影的商业性、表现性和形象性进行详细地演绎。随着社会的发展，视觉传达设计思想在广告摄影中体现得也越来越明显。广告摄影实现了商品信息的传递和情感的交流，是信息和科技时代的一种必不可少的商业宣传手段。实现广告创意和摄影的商业性的完美结合是设计师的执着追求。

人类文化的传播经历了口耳相传、文字传播、视觉传播等阶段。在这个过程中，人们通过听说实现了人与人的沟通交流，通过文字实现了文化的记载与传承。而随着科学技术的不断发展，电视、电影、图片、广告已经渗透进人们生活的各个角落，成为文化传播的重要途径。同时，我国具有五千年的历史文明，这是现代文化的根基和源泉，因此，影视文化的发展同样离不开古代文明。在这种背景下，历史题材的影视剧历来都受到观众的广泛喜爱。目前，许多人对历史人物和故事的了解都源于影视作品。因此，如何恰当的将影视艺术与历史事实结合在一起，使影视作品既有娱乐性、观赏性，有尊重历史事实，是当前引起社会各界广泛关注的社会热点问题。

一、历史人物故事在影视剧中的再创作手法

1、运用环境进行再创作

在许多历史题材的影视剧中，常运用环境氛围来塑造人物形象，渲染故事背景。例如，在《开国大典》中，就巧妙地运用光线来营造故事氛围。在这部影片中，蒋介石出场时光线都相对昏暗，且伴随小雨。无论是观察长江防御，还是坐船到台湾，蒋介石出现的这些场景构图都十分灰暗，呈现出一种兵败如山倒的悲哀和无奈。与之相反，影片中毛泽东的出场光线则多明亮柔和。这种光线不仅营造了喜悦的气氛，也增添了影片的构图张力，增强了人物的表现力。

2、运用细节进行再创作

历史题材的影视作品也时常采用细节来塑造人物，讲述历史故事。例如，在影片《开国大典》中就有这样一个细节：小战士给毛泽东梳完头发要离开时，发现毛泽东手里有一支烟，于是赶紧划火柴，但由于火柴潮，所以一直点不着，毛泽东拿过火柴在自己的棉裤上摩擦几下，在桌子一端点着了火柴，

论历史人物故事在影视剧中的再创作

文 张伟强 南京视觉艺术职业学院

然后他开心的笑了。这处细节描写极富张力，充分显示了毛泽东幽默、平等、乐观的性格特点。

二、历史人物故事在影视剧中的再创作现状

1、人物故事改动较大

早在上世纪九十年代，我国影视剧就出现了“历史题材热”，这些历史题材的影视剧多改编自历史故事或小说，其中涉及许多历史人物。许多历史剧并为遵循历史事实，而是随意改编。例如，2013年各大卫视就陆续播出《大秦帝国》、《楚汉传奇》、《隋唐演义》、《精忠岳飞》等历史剧，它们均以正剧自称，但在其中却有许多歪曲历史的情节。例如，在《隋唐英雄》中将唐太宗的出生时间提前了十年，瓦岗寨的诸位英雄也长期纠缠于儿女私情中。同时，《楚汉传奇》中也将刘邦塑造的过于智慧，“西楚霸王”项羽却显得有勇无谋，且沉迷于爱情。这些历史剧都以正剧的身份出现在观众面前，剧中的许多人物也都以历史人物为原型，但细究起来就不难发现，其中许多人物和情节依然与历史事实有较大差别。

2、历史人物符号化

通常情况下，人们在观看影视剧时常对剧中人物进行符号化认定，即单纯的从伦理道德层面评判剧中人物的善恶。例如秦始皇、岳飞、和珅、武则天、刘墉等人物形象，就是由影视剧人物形象的符号化而被定型。当前，许多历史剧为了吸引大众目光，肆意改编历史故事，导致剧中的人物形象与真实的历史人物相去甚远，误导了观众，使观众对历史人物和故事产生误解。影视剧的编剧与导演固然可以根据情感表达需求对历史人物和故事进行适当筛选，但需注意，许多历史人物和故事都有古籍记载，因此，在塑

造人物形象，讲述历史故事时应当关注其真实性，主动承担起传承民族历史文化的责任。近年来，出现在影视剧中的《宫锁心玉》、《步步惊心》、《后宫甄嬛传》深受青年观众喜爱。但这些影视剧在人物塑造方面呈现出鲜明的多符号化倾向，这些电视剧都涉及到清朝皇帝雍正，但却讲述了他与不同女子的爱情故事，虽然观众都清楚这并非真正的历史，但受观影情绪的影响，仍旧会认为雍正的感情生活丰富。那么，在这些影视剧的影响下，这为历史上勤于朝政的皇帝，就被代表他的符号潜移默化地改变了形象。影视剧作为艺术的一种，同样会在不知不觉中影响观众的认知，因此，历史剧中的人物和故事应当尊重历史，对观众进行正确的引导。

“动态镜头” “运动镜头” “运动摄像” 及相关概念 探索和研究

文 李守明

在我国很多高等院校的新闻传播专业中都设置了摄影课程专业，这门专业的实践性极为突出，所以其对理论指导实践的要求就会很高。但是，在我国有些的摄影教材中，普遍存在着概念模糊，解释不详，部分专业术语的界定不清等问题。而教材实施的主要对象就是院校学生和一些初学者，如果教材中一些基础概念模糊，会对学习者造成理论知识学习上的困扰，以及业内人士在进行交流的时候也会产生歧义。所以，文章对“动态镜头”“运动镜头”“运动摄像”进行了详细的辨别解析。

一、不同角度辨析电视画面的“运动”

现在的电视画面中有关“运动”的术语主要有三个：“运动镜头”“运动摄像”“电视画面运动”。首先，从拍摄角度切入，则把电视画面的拍摄归为两类“固定拍摄”和“运动拍摄”。为了不造成这两个概念的模糊，对摄像机的工作原理进行分析得出，摄影的对象和场景只有“静态”和“动态”两种。其次，从观众的角度看，把电视的镜头分为“静态”和“动态”两类，这也是电视画面构图的基本形式，即“静态构图”和“动态构图”，其出发点都是画面给观众的视觉感受。“运动镜头”在一些教材中的使用是混乱的，例如，理论的画面制作进行时，概念“静止镜头”就可以包括拍摄主体在画面中的运动状态，用概念“运动镜头”单纯指“运动摄像”取得的画面。所以，这样的理论术语的解释有很大的局限性，非常容易使学习者出现概念的混淆。只有从不同的角度辨别电视画面“运动”，才能尽量避免摄影学习者的概念误解

和混淆。

2、解决电视画面“运动”概念模糊问题的对策

解决电视画面“运动”概念模糊的问题，也要从多个角度切入，以拍摄的立场为原则，引用一个新的概念“固定拍摄”与传统的“运动摄像”形成一对概念。以编辑的立场用“静态镜头”和“动态镜头”，使观众了解和认识电视画面。对传统的概念也要进行严格的限定即“固定镜头”和“运动镜头”。为了让摄影学习者能够有清晰的思路和概念的辨别思维，同时更好地指导他们进行实践摄影，也可以从电视画面中运动呈现的方式来进行辨别，例如，让拍摄的电视画面获得动感的方法以及对“电视画面运动”概念的辨析方法。“电视画面运动”核心并不是摄像机怎样进行画面的拍摄，而是要看拍摄的画面中有没有表现出运动的画面特征。

3、运动摄像的具体手段3.1摇摄

摇摄就是固定摄像机的机位，在拍摄中改变镜头的光轴。利用三脚架或者人体作为摇摄的中心。使人物整体保持在静止的状态，来进行某一身体聚焦部位的动态视觉效果，如眼球的转动。如果想进行主体画面的移动，要通过摇来进行跟踪。但是，经常会因为距离过近，容易出现主体形体异常的现象。而远距离的拍摄，如果只是机位的移动来跟踪拍摄对象也是不现实的。所以，在进行近距离拍摄的时候，应该移动机位来进行主体的跟踪，远距离拍

摄的时候则要用摇摄的方法来进行。

3.2、移动拍摄

通过移动机位来取得画面运动的方式称为移动拍摄，换个说法就是在移动取景的摄像机机位的同时还进行了画面的捕捉。通过机位的移动，使拍摄的方向发生变化，所以相对于摇摄而言，移动拍摄的自由度更高。

3.3、变焦距拍摄

变焦距的拍摄指的就是把摄像机的机位固定在某个位置，变化镜头的焦距，来实现观众感受到电视画面的“运动”。尤其在一些不容易进行机位移动的远距离主体拍摄，就可以改变镜头的焦距来进行。变焦拍摄可以打破空间上对机位的限制来进行画面主体的空间自由的拍摄。

4、结语

讨论电视画面运动时，会混淆一些关键的名词概念或者概念意义模糊，直接影响了摄影初学者对摄影理论知识的认知和理解，从而影响到其在具体实践中的操作，也会影响摄影实践教学的效果。所以，一定要对摄影专业中的术语进行仔细辨别以及对“动态镜头”“运动镜头”“运动摄像”等概念进行更准确的分析。



1、计算机视觉艺术概论

计算机视觉艺术是科技与艺术的结合，是科技与社会发展的要求与必然趋势。通过对人类发展历史的回顾可以发现，从人类有记录的文明开始，一直在创造不同的“视觉形象”，以期更好、更准确地传达信息，达到互相沟通交流的目的。

视觉艺术，顾名思义是以满足视觉为目的的艺术或作品的表现形式。它不同于平时使用的口头语及文字，而是一种由视觉基本元素和设计原则共同构成的一套具有传达意义的规范或符号系统。其中基本元素包括诸如线条、形状、明暗、色彩、质感和空间等元素在内，是构成一件作品的基础;设计准则包括布局、对比、节奏、平衡及统一等方面，是艺术家用来组织和运用基本元素的原则和方法。

由此可见，视觉艺术是运用一定的物质材料，塑造直观的视觉形象，包括绘画、摄影、电影、图像、版画、装置、建筑、设计、表演及概念艺术等所有和视觉相关的表现形式。

随着计算机的普及，计算机视觉与计算机视觉艺术相应地快速发展起来。计算机视觉又称机械视觉，是利用机械对人类视觉进行模仿的光学识别系统来实现相关的功能。计算机视觉通过一定的技术运用，对数字影像进行处理与分析，能够完成人工不能完成任务，且具有非常高的准确性。而计算机视觉艺术在计算机视觉的基础上，以艺术的形式来表现出计算机视觉范畴内的本质与美。

最初的计算机视觉艺术比较抽象，只运用最基本的点、线、面等元素，通过直观地展示传达了信息的作用。后来，随着计算机各方面技术的发展与成熟，技术人员更多地运用图像、动画、声音和色彩等元素，使计算机视觉表现形式趋向多样化、具体化及形象化。

现如今，广大群众在解决基本的温饱问题后，对精神层面有了更高的要求，开始追求个性化的自我表达。计算机不仅仅单纯地传达信息，更是在传达视觉艺术的真与美，表现视觉艺术的本质。

二、数字媒体的定义与特点

数字媒体是伴随着计算机发展而出现的另一个概念，是指以二进制数的形式记录、处理、传播和获取过程中的信息载体，包括在文字、图形、图像、声音、

计算机视觉 艺术在数字 媒体中的应用

文 曹琨

视频影像和动画等感觉媒体基础上，用数字化技术生成、制作、管理、传播、运营和消费的文化内容产品及服务，具有高增值、强辐射、低消耗、广就业及软渗透的属性。

按照标准的不同，数字媒体可以划分为不同的类别。譬如:按时间属性，数字媒体可以分为静止媒体与连续媒体;按来源属性，数字媒体可分为自然媒体与合成媒体;按组成元素，数字媒体可分为单一媒体与多媒体。

通过计算机存储、处理和传播的信息媒体称为数字媒体。数字媒体一般是指多媒体，即由数字技术支持的信息传输载体，具有表现形式复杂、视觉冲击力强和互动特性鲜明等特点。数字媒体的快速发展影响着各个领域的发展，已经成为全产业未来发展的驱动力与不可或缺的能量，而不再局限于互联网与IT行业。大数据时代，数字媒体的发展以传播者为中心转向以受众为中心，成为集公共传播、信息、服务、文化娱乐和交流互动于一体的多媒体信息终端。可以说，数字媒体的快速发展，得益于它自身的特点。譬如，传播多样化、传播内容丰富化、传播渠道交互化、传播受众个性化和传播效果智能化等。“文化为体，科技为酶”，这是数字媒体的精髓。

数字媒体产业的发展在某种程度上体现了一个国家在信息服务、技术研究与创新方面的实力与水平。因此，数字媒体在全球都受到了重视，在未来发展中，势不可挡。

三、计算机视觉艺术在数字媒体中的功能与表现

作为艺术的一个分支，计算机视觉艺术从本质上来说，在包含艺术基本特征的基础上，还有更为显著的功能。

3.1 审美功能

计算机视觉艺术与其它意识形态的区别在

于它的审美价值，这是最主要、最基本的特征。艺术家通过艺术创作来表现和传达自己的审美感受和审美理想，欣赏者通过艺术欣赏来获得美感，并满足自己的审美需要。艺术的审美功能是人类真善美的结晶，是美与形式美的统一，是人类审美意识的集中体现。

3.2 社会功能

计算机视觉艺术的社会功能是人们通过艺术活动而认识自然、认识社会、认识历史 and 了解人生。艺术形象通常是主客观的统一、内容与形式的统一及个性与共性的统一，在这一系列的统一中，计算机视觉艺术将自身的社会功能发挥得淋漓尽致。

3.3 教育功能

教育功能指的是人们通过艺术活动，受到真、善、美的熏陶和感染，从而潜移默化地引起思想感情、人生态度和价值观念等的深刻变化，获得精神享受和审美愉悦。

在实际的应用中，计算机视觉艺术之于数字媒体，主要应用在四个方面。

3.3.1 构图

在数字媒体领域，色彩变幻无穷，构图新颖独特，用以表达不同的情感或事物。譬如，若对整个场景做出表达，需要通对全景的构图来实现。若是近景，侧重于对细节的把握;若是热情温暖，一般选用红色;若是表达青春活力，则大多会选用绿色。因为不同的色彩表达不一样的情感，不同的图像传达不一样的信息，所以构图决定着计算机视觉艺术的表现。

3.3.2 动画

动画常常借助于卡通形象来传达信息。

譬如，电视上经常看到的旺旺广告，大大的眼睛，非常可爱，讨人喜欢。迪斯尼的一系列卡通形象，白雪公主、米老鼠及唐老鸭等，都是成功利用动画的经典代表作，充分展现了动画的艺术性。

3.3.3 网游

从简单的页游、平面游戏，到3D游戏，从观看到直接参与，网游越来越受到人们的喜爱。特别是年轻人与小孩子，精致的画面，不但吸引了人们来围观、欣赏，还促使人们积极参与到其中。从本质上讲，游戏的发展得益于计算机视觉艺术的发展，场面越逼真，剧情越刺激，越能发挥计算机视觉艺术的魅力。画面的渲染和模拟场景的真实程度，直接决定着游戏的受吸引程度。

3.3.4 影视剧

计算机视觉艺术在影视作品中有非常多的运用。无论是现实生活还是虚拟世界，计算机视觉艺术都得到了充分的表达。美国动画大师威廉·翰纳与瑟芬·芭芭拉共同创作的《猫和老鼠》，颠覆了传统印象中的猫和老鼠形象，妙趣横生。TOM是一只可爱的猫，十分喜爱恶作剧。JERRY是和TOM生活在一起的小老鼠。他们在生活中相互为伴，总是打闹。猫和老鼠是现实中的天敌，他们两个在一起总是闹出很多麻烦和笑话。影片中，没有动物世界中恃强凌弱的残酷，只有两个邻居之间的日常琐事和纷争，诸如小老鼠JERRY偷吃了TOM的奶酪，TOM把捕鼠器放到了JERRY的洞口口等，中间穿插的无数恶作剧和幽默片断，让人感受到久违的天真和快意。美国把猫和老鼠的故事搬上电视，虽然情节单一，但深受大家的喜爱。计算机视觉艺术不仅让人享受了影视文化，而且充分感受到影视作品中的视觉艺术，更深深记住了那两个可爱的动画形象。

四、计算机视觉艺术与数字媒体相辅相成

目前，我国的互联网与虚拟现实技术，已经达到一个新的高度，智能化的生活方式将推广普及到各个领域与行业。未来的时代，将是一个充满数字媒体的时代。每个人都应肩负起责任，在实践中创新，完善计算机视觉艺术在数字媒体中的运用，让艺术在传承与创新中腾飞。

五、结语

计算机视觉艺术带给数字媒体的内容非常丰富，更大意义上是一种创作方式的历史性变革与创新。数字媒体已成为中国的主流媒体，影响着80后、90后的年轻人群，他们有相对独特的视觉要求，在一定程度上提高了评价视觉作品的标准。在数字媒体中运用计算机视觉艺术，必须简单谨慎，不杂入任何因素，才能在极大程度上提高大众对美的感受。



后，这个群体成为互联网动漫的主要受众群。

数字媒体时代，动漫品牌形象主要依靠数字媒体平台和数字技术实现商业价值转化。第一，在动漫创作过程中，创作者可借助数字媒体平台与数字技术增加信息获取渠道、了解用户需求、获取更多的信息资源，进而及时调整作品写作方向以适应市场需求。第二，当动漫形象进入市场后，可通过数字媒体平台获取受众反馈，同时组织活动，扩大动漫形象的市场影响力，为动漫IP吸引更多的粉丝用户。第三，以粉丝用户为基础，挖掘动漫衍生品的价值，进而实现动漫形象的商业价值转化。由此可见，动漫品牌形象的IP化运营是时代发展对动漫品牌形象品牌运营提出的新命题。

四、动漫品牌形象的IP化运营

相对国外发达国家，我国对于动漫产业的发展缺乏前瞻性认识，虽然有孙悟空、哪吒、葫芦娃、黑猫警长等优秀的动漫形象，但未对这些形象进行系统的规划和经营，随着时间的推移及新作品的出现，这些优秀的动漫形象逐渐被淹没在历史的洪流中，未能带动周边衍生品市场及动漫产业链的形成。数字媒体时代，互联网宣传与推广渠道为动漫形象的传播提供了更有利的条件和更广阔的空间，我们应该充分利用互联网数字媒体平台和多渠道的运营方式来推广我国动漫形象，让这些动漫形象成为真正意义上的IP，摆脱被时间尘封的命运。

1. 数字媒体平台的优势

(1)互联网平台的传播和推广相较于传统的纸质媒介或电视媒介的信息传播，互联网平台的信息传播具有互动性、广泛性、丰富性、可直接参与等特点。互联网技术在信息传播中的优势及广泛应用，为动漫品牌形象的IP化运营提供了新方向。如“中国娃娃”“BOBOTOTO”等借助互联网在全球范围内成为家喻户晓的动漫品牌。如今，这些动漫品牌形象已经走出互联网，成为独立的IP以及图书、玩具、生活用品的主角。

(2)面向手机用户的推广智能手机已经成为70后、80后、90后及00后的日常用品，深刻地改变了人们的社交方式与信息获取方式。现今，人们随时随地拿着手机看书、看动画、聊天，毋庸置疑，手机必将成为动漫品牌形象IP化运营的重要平台。一方面，手机用户是主要的传播者，可爱有趣的动漫形象很容易通过手机形成发

数字媒体时代
动漫品牌形象
的IP化运营
探析

文 王若鸿

二、IP化运营的先进性

《文化部“十三五”时期文化发展改革规划》提出，要加快发展动漫、网络文化等新型文化业态，支持原创动漫创作，培育民族动漫品牌。数字媒体时代动漫品牌形象的IP化运营，是指以互联网、手机、iPad、LED电视、楼宇电视、车载电视等为载体，通过公众号、视频直播以及微营销等多种方式推广动漫形象，以动漫形象为基础开拓衍生品市场并获得收益的过程。数字媒体具有传播速度快、范围广、方式多样化，受众接受信息自由度高等优势，这对动漫品牌形象的传播和推广非常有利。

一、动漫品牌形象运营的价值

数字媒体时代，动漫营销渠道日益多样化。在这样的背景下，与动漫形象有关的食物、服装、玩具等周边衍生品市场不断扩大，促使动漫产业链更加完善。动漫衍生品的价值是由产品本身的价值和动漫形象的符号价值构成的，两种价值融合之后产生更大的价值。如迪士尼公司与钟表制造商索尔·沃特伯里公司合作，贴牌生产米老鼠手表，给这家濒临破产的手表公司赢得了—个起死回生的机会。目前，动漫产业在欧美及日本等发达国家已经发展成—种支柱型产业，能为国家创造上百亿元、上千亿元的经济价值。因此，数字媒体时代，如何运营动漫品牌形象，扩大动漫形象的受众群，进而获取动漫衍生品的价值对运营商来说十分重要。

散式传播，另一方面，手机具有个性化的特点，用户的开机及待机画面、手机桌面等为动漫形象的推广提供了有利条件。

(3)丰富的数字媒体形式当今社会的生活、工作节奏非常快，越来越多的人将娱乐时间安排在“途中”，比如上下班途中、上学和放学途中等，毫无疑问，“途中”成为蕴含巨大商机的领域。LED电视、楼宇电视、车载电视等数字媒体，凭借直观、生动、有趣的展示形式成为动漫形象品牌IP化运营必不可少的平台。同时，动漫形象与户外数字媒体的结合，无形中扩大了动漫形象的传播范围与速度。

2.多渠道的运营方式

(1)基于微商的IP化运营

微商与70后、80后、90后、00后密切相关，其运营渠道有微信、微博、论坛、百度贴吧、百度百科、百度知道、QQ空间等。作为数字化媒体时代的运营商，微商转变传统营销思维，为动漫形象品牌的IP化运营开辟了新营地，实现了用户聚集和用户情感培养。笔者认为，微商开展动漫形象品牌IP化运营应注意两点。第一，多领域合作，创新推广内容。通过多领域合作、与其他产品捆绑营销等方式实现动漫形象的推广，如将动漫形象运用于平台宣传，一方面，可以增强宣传内容的生动性、活泼性，以及宣传语的吸引力，另一方面，可以让用户对动漫形象加深印象。第二，重新界定划分标准，培养粉丝用户。微商在销售动漫衍生品，如印有动漫形象的水杯、抱枕、床品、衣服等的过程中，可改变以往以商品种类为划分标准的方式，转而以动漫形象为划分标准，将动漫形象打造成IP，迎合不同粉丝用户的需求，培养粉丝用户对IP的情感，进而提升动漫形象品牌价值。

(2)基于聊天软件的IP化运营

任何新事物的出现都可能为动漫形象品牌运营注入新活力，比如社交平台的表情包就是动漫形象品牌IP化运营的新渠道。互联网缩短了人与人之间的空间距离，表情包消除了陌生人之间的心理隔阂。随着时代的发展，人们在互联网平台上的交流日益频繁，对表情包的需求也逐渐增加，庞大的消费市场让表情包发展成为独立产业。笔者认为，运营商在运营动漫形象品牌的过程中，应与微信、QQ等热门聊天软件合作，提供免费的动漫形象表情包，在聚集一定数量的粉丝用户后，再推出新

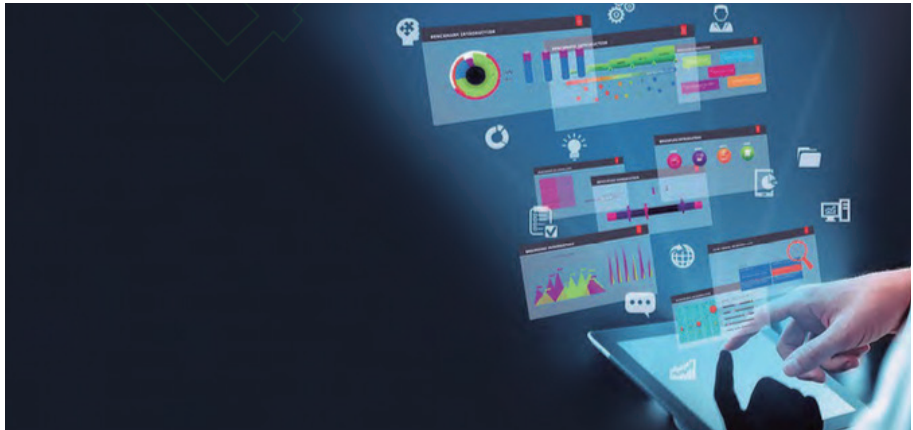
的表情包，设定不同的收费标准，以获取经济利益，开辟动漫形象品牌的IP化运营之路。运营商在运营过程中，还可开发漫画、动画、周边等衍生品，打造动漫产业链，真正实现动漫形象品牌的IP化运营。

(3)基于APP的IP化运营

“互联网+”理念提出以来，实现了与教育、医疗、保险、金融、媒体等行业及领域的融合，并取得了显著成果，推动了传统行业的转型升级。在“互联网+动漫”营销策略的实施过程中，尤其要注重动漫APP的开发，因为动漫APP是动漫从业者与网民沟通的渠道，也是可以实现泛娱乐动画、行业垂直、社交定制的数字社交动漫平台，对动漫行业合作和IP化运营起到推动作用。比如目前国内最具规模的网络动漫平台腾讯动漫APP，其通过动漫行业合作来开展IP共生计划，实现成熟IP的授权、跨界与定制。笔者认为，在动漫形象品牌IP化运营过程中，运营商可以借鉴腾讯动漫APP的运营模式，开发自有动漫APP，或与一些运作成熟的动漫APP合作，开发消消乐类型动漫形象小游戏，在合作的动漫APP平台上提供免费下载，在下载量达到一定数量，且该动漫形象被大众接受和喜爱之后，再推出该款动漫形象游戏的升级版，实行收费下载。

(4)基于直播平台的IP化运营

中国互联网络信息中心(CNNIC)在京发布第41次《中国互联网络发展状况统计报告》，报告显示，截至2017年12月，我国网民规模达7.72亿，互联网普及率达55.8%，超过世界平均水平4.1个百分点。强烈的市场需求、政策的鼓励引导、企业的资源支持推动我国网络娱乐产业进入全面繁荣期。在网络娱乐应用中，网络直播用户规模年增长率最高，达到22.6%，其中游戏直播用户规模增速达53.1%，真人秀直播用户规模增速达51.9%。相关资料显示，我国网络娱乐内容进一步规



范，以网络游戏和网络视频为代表的网络娱乐行业营收进一步提升。同时期，我国境内外上市互联网企业数量达到102家，总体市值为8.97万亿元。其中，腾讯、阿里巴巴和百度公司的市值之和占总体市值的73.9%。直播平台涉及游戏直播、饮食直播、聊天直播等丰富内容，主播收益以粉丝的虚拟礼物为主要来源，这为动漫形象品牌的IP化运营提供了新契机。运营商通过与直播平台合作，开发可以给主播赠送的动漫形象虚拟礼物等，进而实现动漫形象的商业价值转化。这种模式在明星直播中更为明显，明星效应能为动漫形象品牌的IP化运营创造巨大的经济效益，在增加动漫形象粉丝用户数量的同时增强用户黏性。

(5)基于公众号的IP化运营

微信拥有超过10亿的月活跃用户，为UGC内容生产打下了坚实的基础，也为微信公众号推广热度发酵提供了有利条件。笔者认为，基于公众号的动漫形象品牌IP化运营可以从三个方面着手。第一，基于微信用户年龄、职业、兴趣爱好、消费行为等多维数据构建强大的数据库，精准定位微信用户，为动漫形象品牌IP化运营智能筛选适配的媒体资源，将品牌信息精准推送给目标微信用户。第二，公众号要注重粉丝用户的维护，激发用户对动漫形象的喜爱，促使用户产生消费行为，实现动漫形象衍生品的销售。第三，通过公众号的精准营销，可以实现盈利模式的多元化。比如内容打赏模式，即公众号发布有关动漫形象的故事或视频，读者以点赞或评论的形式与作者互动并打赏。

数字媒体时代，动漫产业发展迎来了新的发展机遇与挑战。动漫形象品牌IP化运营是动漫产业发展的必然趋势，这种运营模式一方面满足了受众与市场需求，另一方面为动漫形象品牌运营提供了新的思路。

近年来，文化遗产的保护和传承备受关注，我国政府也出台相应的政策和文件保护文化遗产，同时也将数字媒体艺术引入文化遗产的保护、传播和传承中。例如美国的“美国记忆”、意大利的“数字化米开朗其罗”、法国的“数字虚拟卢浮宫”；我国的“数字化虚拟洞窟”、数字化故宫、北京数字博物馆等，为文化遗产保护揭开了新的篇章。

文化遗产是民族文化的象征，非物质文化遗产是文化遗产重要组成部分,也是民族特色文化之一。今天，非物质文化遗产受价值观念、公众基础和外来文化的冲击，改变了其传统的生存环境和空间，使得非物质文化遗产的传承逐步失去昔日的辉煌。

一、数字媒体艺术特征

21世纪，科学技术、计算机、通信网络技术的高速发展，将人们带进了“数字化”时代，助推了以数字化方式存在与传播的媒介快速发展，使得艺术的界限和表现形式发生了根本性地变化，促进了新的艺术表现形态——“数字媒体艺术”的诞生。数字媒体艺术与传统的艺术种类的表现方式不同，打破传统艺术思维的固有形态，具有较强的时代性，具有以下几个特征：

1.技术性。数字媒体艺术是基于计算机和信息科技综合发展的，其技术性包含数字化技术和信息技术。数字化技术，以计算机为基础将要表达的“要素”转化为数字信息，呈现出数字化和多样化的特点；信息技术，以信息技术为基础搭建数字信息展示平台和系统，具有跨媒介、跨时空的特征。

2.艺术性。数字媒体艺术不仅具有传统艺术的表现特点，还涵盖“技术化艺术”的特征，其具有的可复制性和随意性的特征，呈现为静态虚拟艺术、动态虚拟艺术、网络艺术和交互艺术等。

3.互动性。数字媒体艺术的互动性是建立在“技术”和“艺术”性基础上，依托互联网技术和媒体终端，以产品为核心展开的交流、互动。这一过程有交互、互动的特征和便捷、高效特点。

二、非物质文化遗产在传承中存在的问题

非物质文化遗产(以下简称为:非遗)的传承是一种传授和继承的过程，既有保护功能，又有继承作用。随着东西方文化的相互碰撞、接纳、融合，促进了我国非物质文化遗产的保护和发展。然而，非遗具

数字媒体艺术在非物质文化遗产传承中的应用

文 冷荣亮 冯艳

有较强民族性、区域性、地方性，随着时间的流逝，由于非遗的保护理念与方法的传统，很多文化遗产面临着严重的威胁和破坏。近年来，社会各界在非遗的传承中，一直在不断地探索，虽已取得了骄人的成绩，但还存在诸多问题，主要表现在以下三个方面：

第一，非遗的“虚拟”特征，使得其存在、保存与呈现殊为困难。非遗作为“无形文化遗产”，诸多非遗本身就不是一次成型永久不变的，它的存在方式具有相对的“虚拟性”，保存和呈现相对困难，使得部分非遗逐渐甚至彻底消失在我们的生活中。

第二，公众基础缺乏，保护的意识淡薄。非遗以非物质形态存在，与群众生活密切相关、世代相承的传统文化表现形式，但我国非遗项目数量众多、分布广泛，受经济发展的影响，缺乏公众基础，公众参与保护的意识淡薄，诸多传统的家族传承、师徒传承逐渐减少，并呈现老龄化现象。

第三，外来文化入侵，冲击着非遗的热衷度。从国际范围看，尽管非遗具有口头传说和表述，表演艺术，社会风俗、礼仪、节庆，传统的手工艺、技能和传统工具等方面，但是我国部分非遗项目面临着“内忧外患”的局面。一方面受外来文化入侵，冲击着对本国非遗的热衷度；另一方面出现了争相抢夺的现象，如韩国向联合国教科文组织提出申请，要求将源于中国的传统节日——端午节，列为其国的世界非遗项目。

三、数字媒体艺术在非遗传承中的应用

传承，是传授和继承的过程。运用数字媒体艺术传授和继承非遗，是运用数字媒体艺术的表现形式将非遗进行技术上、艺术上和互动上的呈现，受众通过呈现的信息来认知、理解、传播非遗。笔者意图在该部分阐述中，运用数字媒体艺术的特征(艺术性、技术性、交互性)，结合安徽省非物质文化遗产——凤阳凤画的传承应

用，探究数字媒体艺术在非遗传承中的应用，意在保护、重构、传播非遗。

凤阳凤画，2007年首批入选安徽省民间美术类非物质文化遗产。其工艺运用民间色彩，技法吸取工笔画的勾线和敷色，同时兼蓄年画画法。题材多为丹凤朝阳、百鸟朝凤、四扇屏、百鸟献寿等深受广大群众喜爱。

(一)用技术性保护形态，改变非遗的保存和呈现

目前，在非遗的保护中，较多的采用“实践记忆”、传承“继承人”等方式，这些方式大都采用实践活动或行为来实现，较之数字媒体艺术的数字化、多样化、跨媒介、跨时空的特征相差甚远。运用数字媒体艺术的数字技术，可将非遗的资料转化为具有声音、图形、图像、文字等数据信息，为非遗显示、记录、存储、传输、管理提供较大的便捷性。用数字媒体的信息化技术保护非遗，多角度、全方位的展陈非遗的信息可拓展其传播空间，改变非遗保存和呈现困境。综上能让更多的受众了解非遗项目，熏陶和培养更多的继承人，还可以在环节上降低非遗传承可能出现的问题风险。

以凤阳凤画为例，从技术角度保护凤画，可以通过数字化数据采集、数字化处理两个方面实施：

1.数字化数据采集，结合现代的拍、录设备(相机、摄像机、录影机等)将凤阳凤画的绘制材料、技法和风格等进行收集，结合采集的资料，将其归纳为文字、图像和视频信息，并按照一定的分类模式归纳整理。

2.数字化处理中，大致可分平面化数据处理、动态视频处理和网络化处理。在

平面化数据处理中,可以将画在宣纸上的凤画,通过高扫描仪或者相机转化为平面化数字图像;还可以结合凤画的用色和图案规律,通过平面软件提取,建立完整的图案库和颜色库,运用交互软件制作成自动生成凤画的“产品”。动态视频处理,运用音视频编辑软件将凤阳凤画的素材和资料整理为视频产品,结合凤画的特征,创作凤画动画片、VR视觉作品等。网络化处理具有较强的传播性和观赏性,可以通过网站、移动终端、多媒体作品、电子出版物等形式处理,例如设计凤画展示的网页(如图1)。



图 1 凤阳凤画网页展示 (图片来源:滁州文明网)

(二)用艺术性重构形象，提升公众基础与保护意识

非遗作为文化遗产的一类,具有一定的艺术特征。数字媒体艺术和非遗的融合,重构出一种“科技化艺术”的艺术形象。这种科技艺术呈现出绘画、视频、动画、游戏等艺术形态,具有情景再现、形象逼真的视觉效果。在数字媒体艺术创作中,将非遗的元素引入其中,不仅能丰富视觉设计的表现形式,增添视觉计的意蕴,还有利于更好地传承与发展文化遗产,使之成为世界认识中国的一种标识和象征。引入非遗元素为创作形象,让更多的受众了解和赏析到非遗的艺术形态,可以大大提升非遗公众基础与保护意识。动画片《年画中的传奇》取材于非遗“武强年画”,讲述了虚拟的年画世界中,关公、钟馗与秦叔宝等年画人物一起维护年画世界的正义与和平的传奇

术中既显示传统性,又具有鲜明的时代特性,促进非遗得到更好地传承。

综上所述,数字媒体艺术的网络化、数字化、互动性为文化遗产的传承提供了理念支持和技术保障。现今,数字媒体艺术是文化遗产传承中最具活力的新兴艺术表现形式之一,其数字化的处理手段与展示方式,更容易保留和传承文化遗产,也易于其发扬与传播。随着经济的发展,东西方文化的交融,如何更好地传承中华民族的非物质文化遗产,对我们来说又是一个重要的课题。对于数字媒体艺术在文化遗产传承中的应用研究,才刚刚开始。



图 2 大包干·风还巢



技术占据着非常重要的地位,此技术主要以磁带为载体,在对一些镜头画面进行剪辑时,工作人员需要在时间轴上仔细搜索画面内容,这种方法消耗时间较多。但是,这种技术也存在一定的优点,它能够满足某些节目的要求,保证每个镜头的时间都超过5s,并且,每个镜头内还包含着一定的信息,因此,这种技术比较适合一些新闻类节目。

2.2非线性编辑方法

非线性编辑方法在传统处理技术的基础上进行了创新。如果拍摄的素材和效果满足节目组的要求,那么后期制作人员就不用对其进行加工;如果拍摄的素材不符合节目组的需要,那么后期制作人员就需要对其进行再加工,直到满足节目方的要求。这种非线性编辑方法不需要在素材的时间轴上进行搜索,因此,其相比于线性编辑方法来说具有较大的自主性。非线性编辑方法可以准确对想要剪辑的时间点进行定位,这在一定程度上有效简化了传统方式的操作步骤,节约了后期制作和编辑时间,提高了工作人员的编辑效率。

三、影视制作后期编辑方法的探究

3.1制作新闻片时选用线性编辑方法

电视新闻要求的镜头长度和一般影片的镜头要求时长有很大不同,新闻片每个镜头的长度都需要超过5s,以此增加新闻节目的信息量,并且,新闻片中很少运用特技效果,大部分镜头都是直接连接的,新闻中出现的人物声音也都是采用同期声或后期配音,所以,在制作新闻节目时,使用线性编辑方法是比较适合的。线性编辑方法通常采用的是分量连接,这样能够有效减小在信号传输过程中造成的损失,保证新闻节目播出质量。

3.2制作影视节目的片头以及广告片时选用非线性编辑方法

在制作影视节目的片头时,经常会大量使用一些特殊的处理方式,其中包括多

影视后期制作与编辑方法初探

文 刘潇潇

层画面的运动、透明和画面的快慢动作等,在专题片制作过程中,除应用一些特殊处理技术外,还大量使用了一些超过5s的镜头,针对这些特殊的处理要求,采用非线性编辑方法是比较正确的。

四、结语

随着我国影视行业的快速发展,影视后期制作与编辑方法在影视节目的后期编辑过程中起着非常重要的作用,因此,在选择适合影片的处理技术时,我们要根据实际情况来对编辑手段进行选择,以此保证编辑方法的实用性。另外,影视后期技术的发展和科技的发展息息相关,科技的快速发展必然带动着影视行业的发展。本文结合多个方面,对影视后期制作与编辑方法等进行了细致探究,希望可以帮助更多人对影视后期制作与编辑方法有一个深刻了解。

二、影视后期的编辑方法

一般影视后期制作的方式大致分为两种,分别是线性编辑方法和非线性编辑方法。编辑方式的选用需要以实际情况为基础,在对一些特殊的作品进行后期处理时,也可以将这两种编辑方法结合起来使用,尽可能让它们呈现出各自不同的特色。

2.1线性编辑方法

线性编辑方法的出现使我国的编辑技术有了新发展。目前,后期处理人员都是利用控制器与编放机等来对影片素材进行剪辑处理,同时在处理影片图像和声音时,也是利用这些来完成的。线性编辑方法可以依据现实需要来进行选择,在线性编辑的整个系统中,镜头序列处理





《电影·剧场和运动》
作者：黄建宏

这是一本汇集超过十年的当代影像评论所成的文集，其中主要分为两个部分的“论丛”，分别是电影笔记与欧陆剧场。在《电影，剧场和运动》一书中，作者放眼全球经典电影作品、剧场和运动，以纯粹的文字形式凝结出对“独特当下”的思考。该评论文集是一本艺术跨界的文集，交织着“欧洲”理论的省思、影像范畴的搜寻与台湾影像现象的批判式调查。在这些由评论所组成的“论丛”里，它所蕴含的是对自由的不断追寻与独立思考的尝试。



《傅雷译文集·艺术哲学》
作者：[法]丹纳 著

《艺术哲学》是“一部有关艺术、历史及人类文化的巨著”，“采用的不是一般教科书的形式，而是以渊博精深之见解指出艺术发展的主要潮流”。丹纳主张研究学问，应“从事实出发，不从主义出发；不是提出教训而是探求规律，证明规律”。他认为物质文明与精神文明的性质面貌都取决于种族、环境、时代三大因素，从原则出发，阐扬了意大利、尼德兰和古代艺术流派。最后一编“艺术中的理想”，为丹纳的美学思想。全书不但条分缕析，明白晓畅，而且富有热情，色彩富丽，绝无一般理论文章的枯索沉闷之弊。



《世俗的肉身—劳伦斯的绘画世界》
作者：[英]劳伦斯/萨加 著

《世俗的肉身(劳伦斯的绘画世界)》是国际著名劳伦斯研究专家凯斯·萨加博士近年在劳伦斯学方面的一个zui新成果。劳伦斯的画作散落世界各地，被各大博物馆和大学收藏。在萨加博士的多年努力下，基本寻找到了他的重要绘画作品，衰集成册，并为此写出了洋洋数万言的学术研究文字，追述、评价劳伦斯的绘画生涯，探索劳伦斯的文学与绘画活动之间的互动关系，使劳伦斯这位文学艺术通才的形象更加立体、生动。



《黑白摄影专业教程》
作者：伍振荣 编著

黑白摄影即以黑白片来表现被景物影像的摄影。黑白摄影可以带我们进入一个单色的世界，在这个世界中，任何色彩都不再存在，物体只表现为明暗两种。观看作品时，注意力全都被画面要表达的事物或者情绪所占据。当然，黑白照片也可以为作品添加一个浪漫、永恒的神秘气息。与普通的彩色摄影作品相比，呈现出完全不同的观片体验。

黑白摄影并非彩色作品的黑白版本，要拍摄出精彩的黑白摄影作品，需要涉及到大量黑白摄影的学问，同时数码时代的摄影人普遍没有受过黑白摄影艺术的训练，要途中自学黑白创作、要制作出精彩的作品，倍感吃力，因此，作为大学资深的摄影高级讲师以及摄影家，《黑白摄影专业教程》作者伍振荣先生特此编著此书。

《黑白摄影专业教程》首先详细介绍了黑白摄影的历史、发展以及独特的表达理念。进而，作者对每幅图片的彩色以及黑白两种展现形式进行比较，突出黑白摄影的独到之处。之后，通过对黑白图片曝光度（加亮或加深）和黑白色调调整的详细介绍，教会使用者如何增加画面的局部亮度、暗度以及层次感等等。最后，用两个篇幅分别介绍了胶卷粒子和影像上色，教会使用者如何使用菲林粒子和不同色调，以增加黑白影像的粗糙感和质感。



《最糟也最棒的书店》
作者：[日]松浦弥太郎

从独自在路边摆摊，开着装满书本的货车四处买书与卖书开始，松浦弥太郎创立移动书店m&co.traveling booksellers创业，最后在东京中目黑、南青山成立cow books书店，松浦弥太郎将自己的工作与生活经验、开店经过一一写下，告诉你二手书店经营的诀窍。



《浪漫丰碑波德莱尔谈德拉克洛瓦》
作者：波德莱尔

关于艺术和艺术家的文章，是波德莱尔著作的一个重要组成部分。对于他爱慕的艺术家，他那敏锐的洞察力正源于他与艺术家的那种意气相投和心照不宣，从而使他能够洞察艺术家作品的秘密。在本书的叙述中，波德莱尔在德拉克洛瓦身上发现与自己相类似的有关艺术的忧虑和美学思想，直至在画家身上认出自己，甚至把自己与画家视为同一个人，通过对德拉克洛瓦的分析、思考与延伸，将其作品进行了重组、再创作，在字里行间，把增添上新远景的作品展现给读者，同时，也为自己在这个世界上找到一位艺术生命的镜像。





《亚洲背景下的日本电影》

作者：波德莱尔

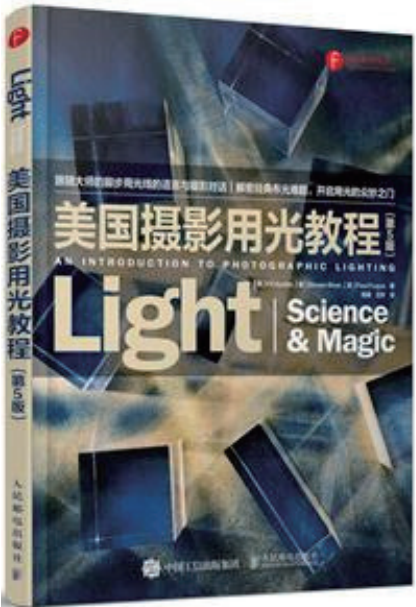
《亚洲背景下的日本电影》摒弃了电影史内部研究的传统视点，将日本电影放在韩国、朝鲜、中国内地、香港、台湾地区这些东亚电影的更大的范围中重新考虑，超越了单单只是比较影片之间的类似或探讨他们的影响关系等层面，在20世纪近代史流变中，验证电影在这些区域所起到的作用。



《全新黑白摄影教程》

作者：（美）霍伦斯坦 著

这本不可多得的、完全图解形式的简明摄影指南，由经验丰富的教授和摄影家所撰写。作者为摄影这项zui普及的艺术活动提供了一本完全的入门指导教材。书中囊括了从基本摄影原理到摄影器材、拍摄技巧、感光材料和冲洗工艺的全部内容，并与国际知名摄影家的作品进行同步对比讲解。这次再版的《全新黑白摄影教程》还包括了自动操作、数码摄影、新型及改进型的胶片和放大纸、手工着色等内容，保留了对初学者和有经验的摄影者同等重要的内容，并增加了全新的一章——摄影用光，使全书知识体系更加完整。



《美国摄影用光教程》

作者：本书编委会

本书以丰富的案例和实践指导，为读者全面提供了有关光线的特性和用光原则的理论。书中包含大量精彩作品和布光示意图，并加以详细地步骤指导。对于如何为那些较为困难的被摄体——如各种性质的表面、金属体、玻璃制品、液体、极端情形（黑对黑和白对白）、人像等——进行用光，本书也提供了全方位的指导。新版本增加了全新章节“建立你的新工作室”，重新修订并扩充的第8章“表现人物”，超过100幅新照片和信息栏，更新了有关闪光灯、led灯板和荧光灯的新近信息等新内容。本书适合专业摄影师以及摄影爱好者阅读，也可作为摄影艺术专业课程的教材。



《拉斐尔前派的梦》

作者：[英]威廉·冈特

《拉斐尔前派的梦》讲述了拉斐尔前派、唯美主义和新古典主义运动的兴衰史，共同构成了19世纪下半叶到20世纪初英国乃至欧洲的人文思想和社会生活风貌的全景。在《拉斐尔前派的梦》中，冈特成功地塑造了“一个实利主义时代中的一些困惑的理想主义者”，“他们如同一个个堂·吉诃德，头脑中充满了中世纪的骑士精神，充满了奇特的探求和高远的志向。

英国著名艺术史论家、作家威廉·冈特(William Gaunt，1900—1980)的名作《拉斐尔前派的梦》发表于1941年，zui初的书名是《拉斐尔前派的悲剧》。或许是更想强调这些“艺术骑士”的理想与现实冲，突的深刻含义，冈特才决定隐去了“悲剧”这个书名。但是，拉斐尔前派的历史和作者叙述文字的悲剧基调却依然浓重，这使全书如同一曲凄美的挽歌。书中的纷繁人物和事件被作者的生花妙笔描绘得栩栩如生，使今天的人们读后掩卷沉思，在全面了解19世纪中后期英国一个重要的艺术思潮之外，又多了一份对艺术与社会现实、艺术与人生的思考。

拉斐尔前派可说是写实主义、自然主义与唯美主义互相结合所诞生的艺术。拉斐尔前派有三个代表人物，他们是但丁·加布里埃尔·罗塞蒂、威廉·赫尔曼·亨特、约翰·埃弗雷特·密莱。当时这个画派可是给波澜不惊的英国画坛带来了一股不小的震荡。正如其名称所反映的，PRB的成员们认为英国绘画处于一种垂死的状态，对此感到十分绝望，并希望能重新获得早期意大利艺术中的那种真挚和简朴。而按他们的观点，正是拉斐尔（Raphael）的出现，使得工于心计、形式僵死的学院主义（academism）取代了这种真挚和简朴，所以他们在作画理念和手法上返回拉斐尔之前，以此来实现他们的理想。在绘画方面，PRB非常憎恶那种学院式的“机械形态”和表现生活琐屑的风俗画，他们选择一些宗教性的或对道德起促进作用的主题，试图通过对周遭事物的仔细观察，来尽量忠实于他们所欲表达的自然。同时，他们也在绘画表现技法上有所选择，使其画面表现出一种干净、明亮和强聚焦（sharp-focus）的风格。PRB一开始屡遭批评界的诋毁攻击，直至著名评论家罗斯金（Ruskin）插手帮忙，成为他们的支持者。只是到了1853年，成功刚刚开始，这个团体就已是名存实亡，各个成员都有自己的艺术主见，各奔前程了。



《美国国家地理大师摄影作品:迈克尔·尼科尔斯》

作者：（美）迈克尔·尼科尔斯 著

《迈克尔·尼科尔斯（美国国家地理大师摄影作品）》是美国《国家地理》近年来难得推出的一套阵容齐整的摄影类丛书，展示了《国家地理》杂志的签约摄影师的技艺、风格与视界。它将告诉你，美国《国家地理》签约摄影师具有哪些特质，他们商标式的独特风格是如何形成的，以及他们如何将眼光、正直和激情结合在一起，拍出伟大的作品。《迈克尔·尼科尔斯（美国国家地理大师摄影作品）》介绍迈克尔·尼科尔斯，他是世界知名的野生动物摄影师，曾是玛格南图片社的成员，1996年成为美国国家地理的签约摄影师，为《国家地理》杂志拍摄了多个专题。





《大师教你拍好片》
作者：美国国家地理学会

《大师教你拍好片》是由美国国家地理学会编写的一本关于摄影的基础类教程，内容主要包括摄影基本理论知识、相机工作原理、摄影发展史以及各种常见的摄影题材的具体拍摄讲解，涵盖了有关摄影的基本理论及日常拍摄题材。与其说这是一本拍摄教程，本书更像是一本摄影笔记，将全部视角集中在相机、摄影与摄影师三者之间。

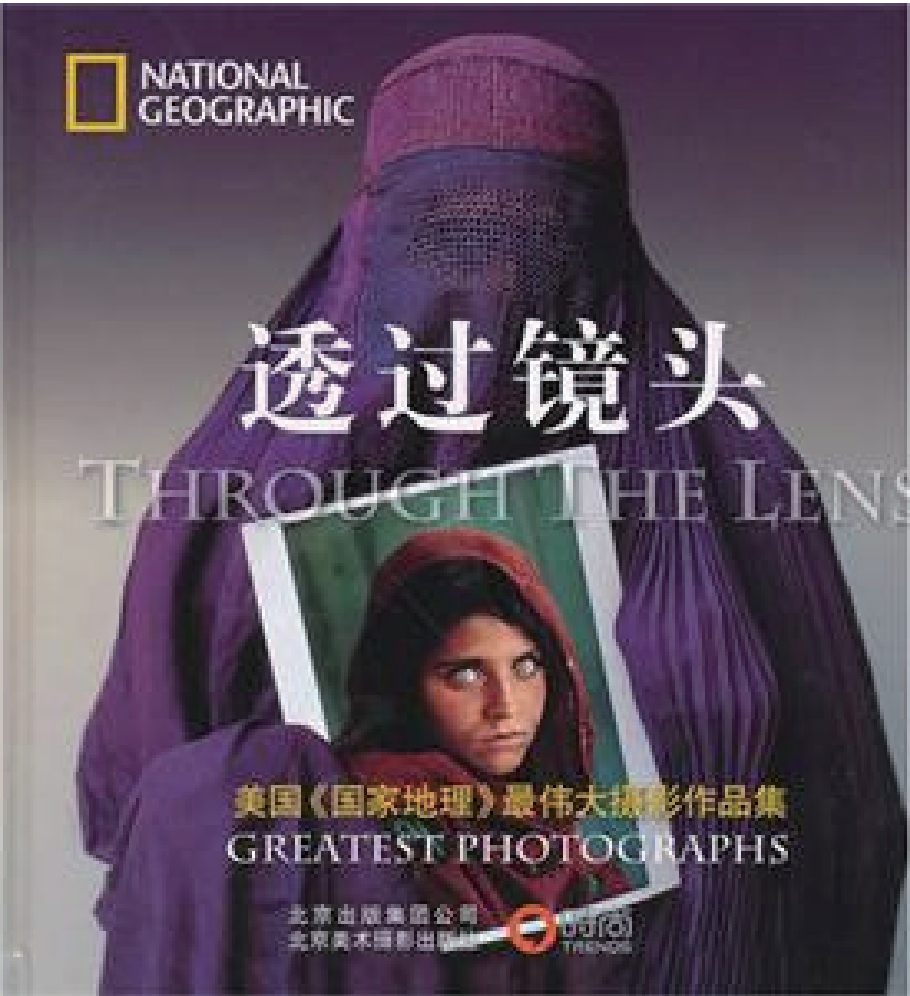
书中的章节设置围绕着有关相机的基础知识展开——相机如何工作，不同的镜头各自不同的作用，如何正确曝光以及如何利用一些特殊拍摄技巧，例如如何拍摄一组出色的家庭写真、水下摄影或掌握捕捉烟火瞬间的拍摄技巧等。本书中zui大的亮点在于每一章中及章尾都加入了一个特别的部分——“我的观点”和“优秀照片拍摄要素”。“我的观点”均由美国《国家地理》杂志zui优秀的摄影师亲自讲述他们在拍照时不同寻常的拍摄经历以及拍摄想法。而“优秀照片拍摄要素”则是由长期供职于美国国家地理的摄影师詹姆斯·p.布莱尔从主体、构图、光线和曝光四个方面解读12位美国《国家地理》杂志标志性摄影师的成功作品。书中第二部分“摄影发展史”以时间轴的形式串联起从文艺复兴时期的暗箱到今天的数字革命摄影发展历程中的重大节点。第三部分“拍摄您的世界”同样包含六章内容，介绍了使用不同设置拍摄所选主题的zui佳方法，以及使用特殊技巧的方法。

100多年以来，美国《国家地理》丛书和杂志，以及现在的美国国家地理网站，收藏了世界上zui伟大的摄影师的作品。在本书中，收集了大量来自美国《国家地理》杂志摄影师zui好的摄影作品以及一些出色的业余摄影师所拍摄的照片，以供读者欣赏和学习。



《私人摄像机-主观电影和散文影片》
作者：(美)迈克尔·尼科尔斯著

《私人摄像机》关注一个越来越受关注的领域：散文电影。第一部分从理论、实践、美学的角度分析散文电影；第二部分关注同源主观diyi人称非虚构电影：日记电影、游记、札记和自画像。这些是关于思考、调查以及自我反思的电影形式。导演从镜头后面走到了镜头前，用diyi人称的口吻向观众陈述、分享自我。这种作者式、实验、激进式的散文电影属于先锋政治电影家族，并且呼应了我们今天需要的更即兴的自传式私人表达形式。本书涉及的导演包括戈达尔、克利斯马克，哈伦法罗基、帕索里尼、亚历山大索科洛夫、安东尼奥尼、费里尼、乔纳斯米克斯，阿涅斯瓦尔达等。作者试图对电影体验、作者电影和观众、电影与真实以及主体性给予更新锐的解读。



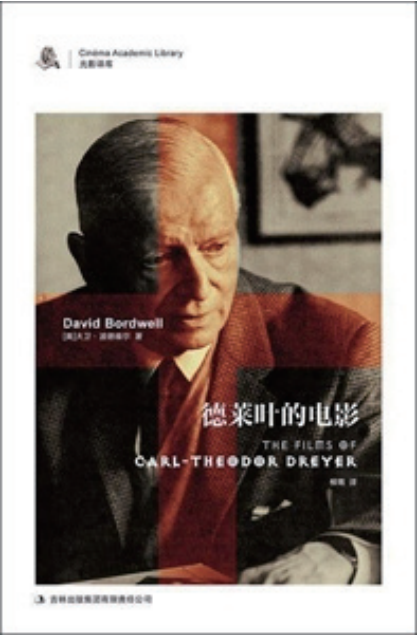
透过镜头-美国《国家地理》最伟大摄影作品集
作者：(美)迈克尔·尼科尔斯著

作为全球最大的非赢利性科学与教育组织之一，美国国家地理学会自 1888年创建以来，始终引导着自然摄影、文化摄影和动物摄影的潮流。《透过镜头》是国家地理学会迄今为止内容zui为广泛、也是zui为重要的一本出版物，它秉承了《国家地理》一以贯之的融科学与知识，新闻与艺术为一体的风格和“整个世界的一切都是我们探索的主题”的宗旨，及“人性化的地理学”理念，在惊叹与永恒之间，展示着不同区域自然与文化生动真实的状态，用图片传达出《国家地理》摄影师对我们这个多样世界的理解与感受。《透过镜头》由美国国家地理学会编写。



《拍出价值感:提升商品价值感的摄影法则》
作者：许毅著

本书主要包括：一学就会！基础拍摄技巧；拍出专业感的采光设备；简单的棚灯打光技法；高水平控光主题活用技巧等。



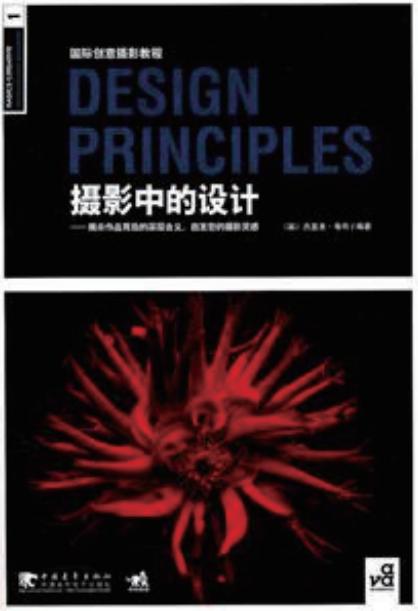
《德莱叶的电影》
作者：[美]大卫·波德维尔 著

五十多年来，德莱叶被视作电影领域最具个人风格的大师之一，《圣女贞德受难记》、《吸血鬼》、《神谴之日》和《盖特尔德》是这位严苛的、充满创造力的电影作者最广为人知的作品。《德莱叶的电影》分析了德莱叶全部的作品，尤其详析了他后期的几部作品。作者引用了300余幅电影定格画面，详解德莱叶的技术风格。同时，波德维尔也回溯了好莱坞传统的电影手法、作者电影这一概念的成型发展，以及电影叙事的原则与解构。最终，《德莱叶的电影》不仅如一道光照亮了德莱叶的创造生涯，更为现代电影研究提供了一种范式。



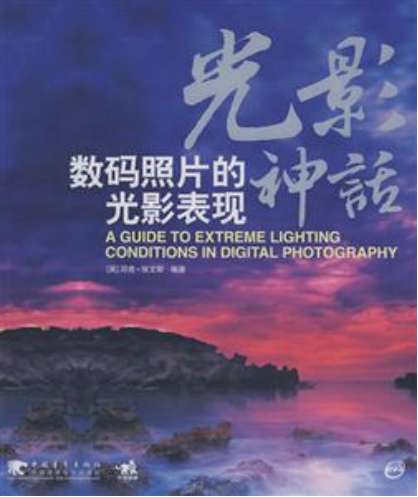
《数码摄影心经》
作者：（日）冈岛和幸 著

《数码摄影心经》通过60节内容，超过300个实例深入讲解了摄影的基础知识以及各种实用拍摄技法。为了让读者的思路更加清晰，作者别出心裁地将拍摄技法分为对焦、拍摄点的选择、色彩、用光、曝光和构图等几大部分。并在每一节中列出最重要的3个知识点，让读者能更有针对性地学习技法知识。美轮美奂的图片加上全新的摄影理念，让提高摄影水平在短时间内即可实现！



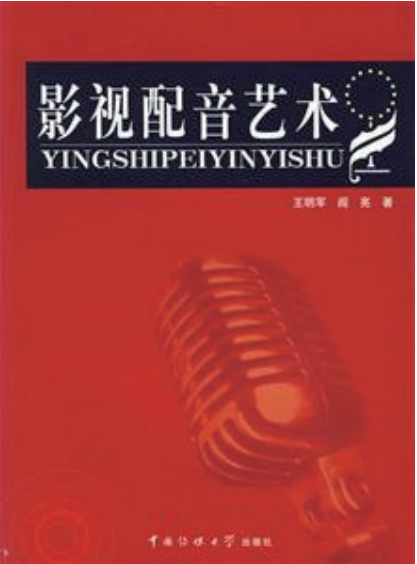
《国际创意摄影教程:摄影中的设计》
作者：杰里米·韦布

《国际创意摄影教程:摄影中的设计》详细地介绍及演示了将设计中的基本原理融入摄影图像的全过程。《国际创意摄影教程:摄影中的设计》共分为7章，第1章用浅显易懂的文字介绍了设计中的基础理论，包括空间利用、定位等。第2~3章主要介绍了设计中的重要元素以及初级设计原理。在第4~7章中，杰里米·韦布将设计要素分成4个部分，并分别讲解了如何将设计元素融入到人们的日常拍摄中。《国际创意摄影教程:摄影中的设计》中的“案例研究”与“练习”部分使读者能在短时间内将设计原理应用于自己拍摄的图像中，实用性很强。



《光影神话:数码照片的光影表现》
作者：（英）埃文斯 编著

两种极端的光线——光线过多或光线不足，是摄影中最具挑战性的拍摄情况，令多数摄影者感到困惑和难以掌控。本书旨在介绍如何使用数码相机和后期处理相结合的方式，表现出高对比度光线世界和极端弱光世界，如正午、晨昏与夜间的风景、冰雪的反射、剪影人像、烛光与焰火等，令摄影者在创作时更加游刃有余。本书各章节经过精心设计，涵盖了几乎全部的极端光线情况通过剖析众多具有代表性的照片的创作过程，详细介绍了拍摄所需的设备和实拍技巧——光绘、控制反射、避免过度曝光等，以及数码照片后期处理的方法，以此来指导摄影者轻松驾驭任何一种极端光线。



《影视配音艺术》
作者：王明军/阎亮 著

本书论述了影视配音艺术的特点及规律，介绍了电视纪录片，广告片、电视栏目、影视剧人物配音的要求和训练方法，并配有补充练习材料和训练提示。本书既着重于理论的归纳，又着重于可操作性，重点是培养读者的实际创作能力。



《风光摄影100法》
作者：（英）艾德沃滋 著

本书作者是一位从事专业摄影30余年的资深记者，他在书中没讲浅显的摄影基础知识，也没涉及高深的摄影理论，只讲了一点；积30余年之经验，以典型的实例及300余幅精美的彩色摄影作品，通俗易懂的语言，剖析了40个创作中遇到的问题。主要讲：“拍什么？怎么拍？叙述与拍摄有关的背景，介绍与创作有关的经过。”读后，每一个想出好作品的专业摄影工作者及摄影发烧友，都会受益匪浅。即使不喜欢摄影的读者看完此书后，也会对摄影产生一定的兴趣。摄影被越来越多的人所喜爱，又有越来越多的人（当然也包括专业摄影工作者及广大的发烧友）步入摄影的艺术创作阶段，其中不乏一些人因“得不到要领”而苦恼，苦于找不到很好的创作之路。即使不喜欢摄影的读者看完此书后，也会对摄影产生一定的兴趣。

Herog
enligne

摄 王文琮 指导老师 金欣欣



颜与体

摄 王兴鹏 指导老师 刘仁龙



Apple

摄 李培源 指导老师 孙金权



Fair

摄 周晓梅 指导老师 王若鸣



红

摄 朱博渊 指导老师 王若鸣



时光变迁

摄 周鹏飞 指导老师 谢建华



燕子楼



徐州饭店与徐州老火车站



故黄河



徐州万寨港



蜕变

摄 杨光 指导老师 严昊



四非

文 陈润君 指导老师 杨清新



梦想与梦

文 刘倩 指导老师 杨清新





《餐桌上的摄影师》
作者：田昕 指导老师：孙金权



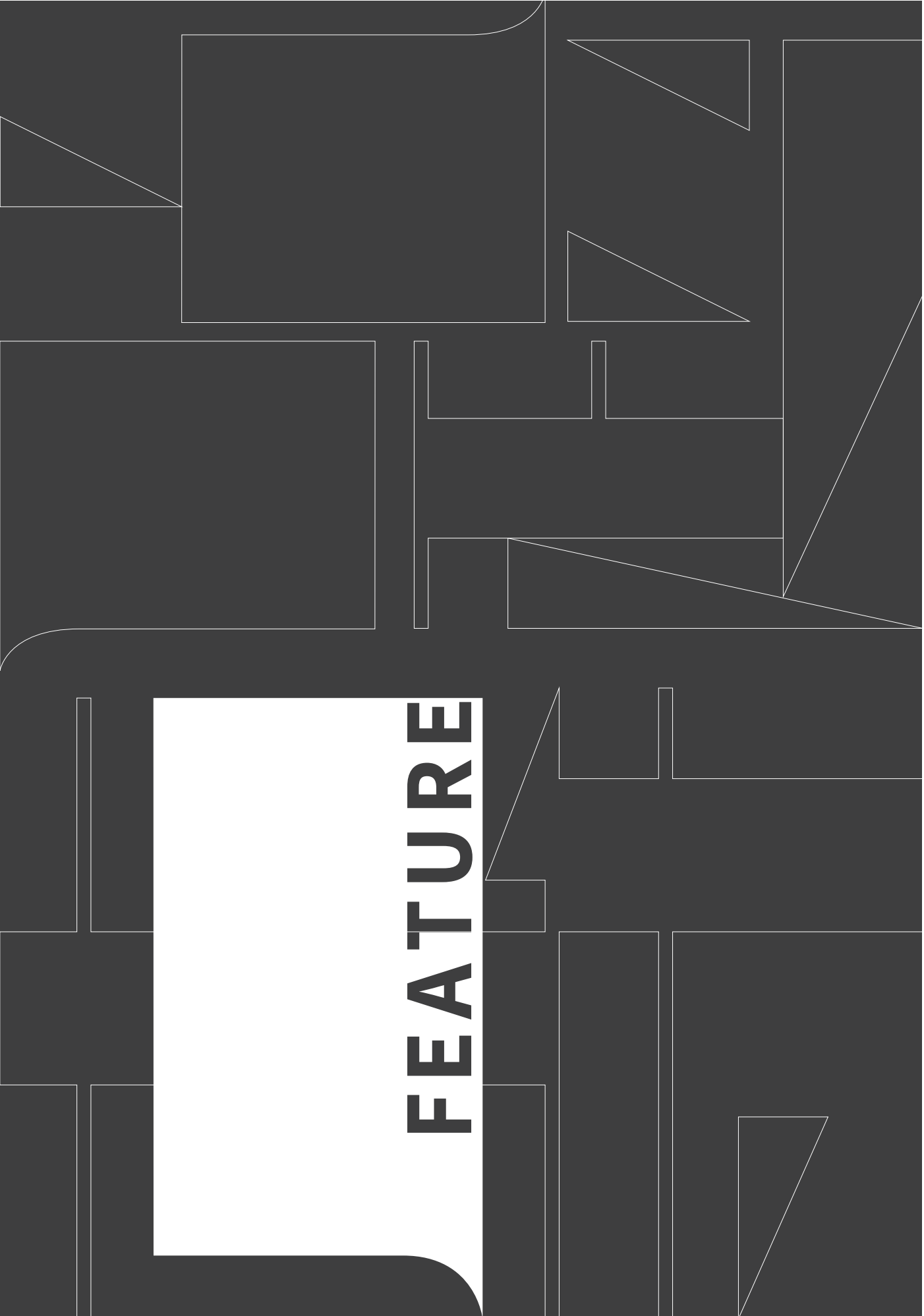
《花季》
作者：程子豪 指导老师：王若鸣



《朝圣的人》
作者：张强 指导老师：姚琼



《拾韵》
作者：施豪璐 指导老师：杨清新



反腐倡廉对于提升中共形象的作用

文 杜晓亮 南京视觉艺术职业学院

权力腐败导致政权的丧失，历朝历代屡见不鲜，腐败就是和平时期的糖衣炮弹。党的各级领导干部作为领头羊需要深刻认识保持党的纯洁性的重要作用。当前，中国特色社会主义社会主义现代化建设发展到新的阶段，需要纯洁和完善党的队伍以引领全国人民全面建成小康社会、推进社会主义现代化建设。

腐败作为一种社会现象，是与私有制和国家的产生及公共权力的出现紧密联系在一起，它是一个全球性问题。近年山西出现塌方式腐败和其它省市区暴露的各种腐败问题，表明反腐倡廉面临的紧迫性和严峻性。中共在带领全国人民建设中国特色社会主义现代化的伟大实践中，需要始终贯彻好“从严治党、依法治国”的方针。

一、当前反腐倡廉工作的现状

习近平同志自担任总书记以来发表了一系列的讲话强调反腐倡廉工作的严峻性和紧迫性。2012年11月11日习近平同志在《紧紧围绕坚持和发展中国特色社会主义学习宣传贯彻党的十八大精神》中阐述到：反对腐败、建设廉洁政治，保持党的肌体健康，始终是我们党一贯坚持的鲜明政治立场和人民群众的热切期盼。近年来，因贪污腐败导致一些国家出现社会动荡、执政危机等问题层出不穷；毋庸置疑，要想长治久安，必须从严反腐、从严治腐，将腐败扼杀在摇篮里、消灭于萌芽状态。大量事实告诉我们，腐败问题不容姑息，我们时刻要警惕；为此，党和政府在理论建设和日常工作中高度重视。2013年11月9日，他在《在中共十八届三中全会第一次全体会议上的讲话》中强调：当前腐败现象多发，滋生腐败的土壤存在，党风廉政建设和反腐败斗争形势依然严峻复杂，必须加大惩治腐败力度，更加

科学有效地防治腐败。2013年1月22日，在中纪委第二次全会上，习近平强调，从严治党，惩治这一手决不能放松。要坚持“老虎”“苍蝇”一起打。2013年2月28日，习近平《在中共十八届二中全会第二次全体会议上的讲话》中明确提出：“只有让人民监督权力、让权力在阳光下运行，做到依法行政，才能更好把政府职能转变过来。要推进法治政府建设，坚持用制度管权管人，完善政务公开制度，做到有权必有责、用权受监督、违法要追究。”党的各项反腐思想和制度的出台，是立足于我国建设中国特色社会主义“五位一体”总体布局的题中之义，也是当前倡导经济转型、政府职能转变的必然要求；这些论断为我们更好地进行反腐倡廉工作提供了指导作用。

中共反腐实践工作中的改进思路、完善制度，不断推陈出新，主要表现为：一是内容上更加全面，涵盖党的思想建设、组织建设、作风建设、反腐倡廉建设、制度建设等领域；二是反腐败斗争不断深入，从中央到地方各级党政干部全面开展，不留死角；三是制度建设上进一步完善，把从严治党常态化、制度化。其不仅有助于推动党风廉政建设，而且有助于我国更加高效的建设社会主义现代化。

二、反腐倡廉的重要举措

（一）进一步强化各级党政领导为人民服务的宗旨意识

人生的真正价值在于对社会的贡献，各级党政领导要全面提升工作能力增强工作的奉献精神。把握好整体和局部的辩证关系，既要统筹经济生产又要对本地区、本部门、本单位的党风廉政建设实行领导负责制，真正把反腐倡廉工作放到全党日常工作中，摆上重要位置，时刻紧绷党纪国法这根弦。在当前地方政府实行城乡大改造的大背景下，迫于财政资金紧张，地方政

府对于城乡一体化建设上的基础设施、水利工程、防灾减灾等资金投入已经是捉襟见肘，显然地方政府对于群众的拆迁补偿款的投入确实有点力不从心，造成资金的断层与投入不足引发民怨等现实问题。领导干部要切实从群众的实际利益出发，加大宣传力度，必须让群众普遍从内心认同政府进行城市大改造的必要性；通过这种为群众干实事的过程，从而获得广大群众的支持和爱护。

（二）健全党员干部人事管理制度建设

英国思想史家阿克顿说：“绝对的权力导致绝对的腐败”，缺乏监督的权力很容易出现权力的滥用，党员干部在工作中要牢记党纪国法这根高压线，不触底线；善于“自黑”、“自嘲”、“自我批评”，以反省自我不足。发扬党的优良传统经常开展民主形式批评与自我批评为主题的会议，并创新与之相适应的年度考核制度，二者相互作用；有针对性地制定改革考核流程，完善制度方面的细则。做到“有法可依”，提高各项细则的约束力和实践意义。以制度的建立激励党员责任意识，强化问责力度保障责



任的履行。

（三）创新党政养廉模式，坚持反腐工作常态化

一个国家执政党的廉洁程度直接关系到国家和政府在民众心中的威信度。一些地方政府和部门依然存在着领导干部行贿受贿的歪风邪气，在群众中流传的“村长是靠打出来的，乡长是靠买出来的”,造成了很大的负面影响；我们要在改革反腐败领导体制和工作机制同时，注重优化我国公务员薪酬管理；面对腐败案件敢于碰硬石头；克服一部分人“点到为止”，“差不多就行”等侥幸心理。面对当前依然严峻的反腐败形势，监察机关应增强查办案件工作的责任感和紧迫感，巡回法庭应继续加大查办案件工作的力度，严惩腐败分子。对顶风作案的要依纪依法从严惩处，绝不姑息。只有反腐工作常抓不懈，才能关紧投机取巧者那扇心门。不遗余力地搞好整个社会的良好风气。

（四）加强民主制度建设，拓宽监督渠道

政府应该从现代发达的信息网络中得到启示，广泛运用微信、微博等平台加大反腐倡廉的影响力，积极创新民众监督渠道；通过网络平台的运用既能宣传党的教育重点，又能及时反馈群众思想。创设良好的讨论氛围，充分保护民众的言论自由和监督权力，切实在第一时间内维护群众的合法权益，创新方式保证基层群众监督过程的通达性，并能够呈现在阳光下。

三、反腐倡廉对提升中共形象的作用

（一）加强党风廉政建设和反腐败斗争，进一步纯洁党的队伍净化政治氛围

中国共产党是执政党，是以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、

“三个代表”重要思想、科学发展观作为指导思想的政党。如果没有破釜沉舟的勇气，将来失去的会是广大人民群众最广泛的支持和拥护；“打铁还需自身硬”通过不断完善党的建设，从而不断纯洁党的队伍，优化政治氛围。

（二）党风廉政建设能切实维护和提高党和政府在人民群众中的地位

社会需要开明的政党和公平的社会机制，腐败会导致社会良知和正义的末落，尤其是当前司法腐败其带来的危害是巨大的，法国思想家孟德斯鸠在《论法的精神》中说：“应该懂得，一次不公正的裁判，其恶果甚至超过一次犯罪。因为犯罪虽是冒犯法律——好比污染了水流，而不公正的审判则毁坏法律——好比污染了水源。”一切都要在阳光的制度下运行，才能保证党和政府的威信保持长久。一些人不再有信仰而是纷纷效仿投机行为，升官发财成为信条，从而败坏了整个社会风气；正所谓“上梁不正下梁歪”。

（三）增强中国特色社会主义市场经济的活力

当前，我国正处在实现两个一百年奋斗目标的关键期，发展中国特色社会主义市场经济，由于法制观念的淡漠以及执法行为的不力，造成了市场秩序的紊乱，要发挥好宏观调控这只手的作用，及时克服市场自发性、盲目性、滞后性等缺陷，又要严格抑制权力过度插手市场，进行不良竞争，政府寻租等一些不合规的现象；从而干扰和破坏市场经济的正常发展。以不正当手段谋取经济利益的现象广泛存在，显然不仅违反了市场平等竞争的原则，也是对市场规则的严重破坏；以法律为准则，守规矩，尊重市场规则，然后发挥市场在资源配置上的决定性地位和发挥市场的调节功能等等。从这个层面上讲，搞好反腐倡廉工作是建设中国特色社会主义

市场经济的必然选择。

总之，树立社会新风气，我们更加呼唤人民公仆，而不再要封建社会的父母官，决心由管理型政府向服务型政府的转变，从根本上摒弃政府部门的“门难进，脸难看，话难听”局面。随着央视《永远在路上》记录片的播出，腐败落马官员现身说法极富警示作用，更加透明的审判过程使老百姓真切的感受到党的威信；这也显示了中国共产党巩固政权形象、清除蛀虫的决心。我们要高举中国特色社会主义伟大旗帜，将廉洁高效清明的政府呼唤出来，集中所有民众的力量，保持反腐的持续动力，破除腐败现象存活的土壤和条件，始终如一地推进党风廉政建设，使我们党在改革开放和发展市场经济条件下能够经受住考验。



音乐存在方式与音乐作品存在方式之关系探微

文 赵琦 南京视觉艺术职业学院

音乐作品是否能展现所有的音乐，即兴演奏部分用作品记录是否合适？印度音乐，印尼爪哇岛的打击乐，善于在框架上进行旋律的即兴，又或是中国古琴音乐的韵味，传统戏曲因语言不同，曲牌不同而产省的味道不同，“音乐作品”是否都能否完全表达出？对于世界音乐，“音乐作品”这个词又是否是只适用于19世纪欧洲古典音乐呢？

一、理解音乐不仅仅是要理解音乐作品，音乐作品不等同于音乐本身

音乐作品涵盖不了所有音乐，有些音乐现象、音响都能用纸面涵盖，它的文化、它的韵味，纸面体现不出来。例如古琴的一声，时间多长如何记录，如果真的按照西方量化记录了，音乐是否还是流动的？或变成了和西方一样固定化、理性化了。

印度的音高按照西方的量化之后，也许将失去它当地的味道，文化也将无法表达了，又如果它的小提琴即兴演奏能够被谱面记录下来，那么那个欧洲小提琴家就不用住在印度去学习这样的演奏了。所以它的音乐已经不仅仅是音乐作品了，它还是一种文化的象征。

此外，19世纪所产生的音乐作品这种记谱方式并不能等同于音乐的本身，也不能把音乐所表达的东西完全记录下来，它不能详尽地把作曲家创作思想和情感运动、感情色彩细微所记录下来。我们对于作品的理解，不能简单地看他的乐谱，不仅仅要对作品进行动机、结构、旋律、和声、配器等方面分析，还要对作者的生活经历、创作年代、社会背景、美学观点等一系列问题做深刻

研究。

论者在此次寒假期间，有幸接触到了东南亚的音乐，在学习期间，大学里的教授多半用的是当地一种符号，更多的时候没有谱子，只要求我们学习时候跟着模仿，当我们配合起来的时候音乐非常有特色。这点与中国传统音乐学习很像，注重师徒主体间的“对话”与交流，注重经验及“音乐作品”中许多无法记录的东西。

二、音乐作品的特殊性，需要有表演者、创作者、欣赏者，但也不是每个作品都具备这三者

有的音乐作品是没有创作者的，如中国很多民间音乐、古琴曲等，那么“创作者”又是特定时候，特定地方的产物了。很多传统民间音乐都是没有作曲家的，若一定要署名则是，如：江南民歌、山西民歌、陕北明民歌等等，音乐文化是人们世世代代的文化积淀，归集体所有。阿炳，大家都很熟悉，但是他所拉的《二泉音乐》等，也并不是他一个人创作的，这点跟西方强调“作品”需要有个体作曲家不同。

“音乐作品”这个概念最初源于西方，指具有专业创作，所以具有特殊性，通常离不开表演者、创作者和欣赏者，但是东方有许多音乐现象，并不一定同时具备这三者，就如上述所说印度的拉格，印尼的民歌、中国的曲牌，中国的民间地区音乐等等没有作曲家。

此外，还有许多音乐活动，不需要“欣赏着”，台上下界限也不是那么的分明，不像欧洲古典音乐表演者就是表演者，欣赏者就是欣赏者，并且有谱子，有的音乐它注重的参与，欣赏着也是演奏的一部分，并且即兴式的演出，没有曲谱，每一次演出都不一样，如印度音乐、非洲打击乐、东南亚打击乐等。

在东南亚交流的时候，曾欣赏了马来的一所大学音乐学院的学生演出，他们坐下围成圈，唱着相互配合的旋律，打着不同的拍子呼应着，气氛轻松而又活泼，虽然他们在台上，但是却带动着我的心一起跳跃，后来知道这里的演出并不是如欧洲那般上面演奏、下面欣赏，它希望的是能和大家共同参与，并且每次演奏都不一样，带有那种即兴式的演出，没有固定好的曲谱，可能随时都有变化，它带给我们的是快乐和音乐的感觉。岂是单单一个“作

品”能道的清的呢？

有的音乐不仅仅是“作品”这个概念，它有可能是即兴的，有的是是世代代传承的，离不开当地民俗。就如我国许多地区，如：泡在歌里长大的，以侗族，有着“饭养身、歌养心”之称，那么若用音乐“作品”它又如何记录呢？

三、有的音乐不仅仅是“作品”这个概念，是地方文化，注重语境

每一位演奏者的不同表演也是有区别的，不同的演奏者因为有着不同的生活经历、生活环境、个人领悟不同而演奏出来的不同，同一个人因为时间不同、理解不同、同一首音作品的演奏中也会不同。听者的生活经历、环境、文化修养、想象力也密不可分，与欣赏者当时的心情和情绪也有联系，就如中国音乐美学中嵇康的思想所道：音乐不能表达情感，却能引发情感，如听曲者听到的悲切之感。所谓情感是事先就有这种情感体验，而不是音乐，之后音乐响起即能唤起。

伽达默尔的《真理与方法》一书把对艺术作品的理解和解释问题放在了首位来说明，音乐作品是作曲者为了表现什么而创作的，欣赏者应尽可能地结合历史背景，结合当时的客观条件，在头脑中构建作品，但是作为现代人的欣赏着之一，我们和创作者是有时代差异的，其次我们的美学观点、生活经历、文化乃至艺术修养等等各个方面都有不同。

在我国不同地区，由于不同方言所产生的不同音乐文化，这些语言若去除，“音乐存在”中的风格就没有了。在东南亚

考察中，不同地方受着不同宗教文化影响，有伊斯兰教、有印度教，这些文化都是影响着音乐文化的“根”，但若把这些文化都割裂，单独看“作品”是不是又少了音乐存在中的“生活语境”呢？

结语：理解音乐不仅仅是要理解音乐作品，需要背景文化的支撑，而仅仅用音乐作品不等同于音乐本身，音乐有太多仅仅靠作品是无法表达全面的。此外，音乐作品的特殊性，需要都有表演者、创作者、欣赏者的，其中不同理解都会让整个作品不同，但也不是每个作品都完全具备这三者的。此外，不是所有“音乐作品“都可以离开”语境“，都可以独立语言单独进入另一种文化，所以若将音乐存在等同于除了书面记录“作品存在”，我们还有多少遗漏呢？



红叶石楠开放式组织培养抗污染试验初报

文 卢绪娟 祝三强

红叶石楠(Photiniafraseri)是蔷薇科石楠属红色叶常绿小乔木，因耐修剪，耐干旱，耐贫瘠，生态适应性强，叶片观赏期长，而享有“红叶绿篱之王”的美誉，是目前应用较为广泛的优良园林绿化植物。有关红叶石楠传统组织培养的研究已有较多报道，但未见其开放式组织培养的相关研究。与传统组织培养相比较，开放式组织培养脱离了严格的无菌操作环境，因而降低了对环境的要求，简化了操作环节，大大节约了生产成本，具有良好的发展前景。目前已有关于兰花、菊花、烟草、荸荠等植物的开放式组织培养研究报道。开放式组织培养，污染控制是影响其成败的关键。本研究以红叶石楠当年生茎段为外植体，对其开放式组织培养中休眠芽诱导培养阶段的抗污染技术进行了初步研究，建立了合理的休眠芽诱导培养抗污染方案。

一、材料与方法

1.1 试验材料

材料为南京视觉艺术职业学院校内大田苗。

1.2 试验方法

5—10月晴天中午采集生长健壮、无病虫害且具有8—10片叶当年生枝条，摘除叶片和叶柄，用洗涤剂清洗表面污垢后，经流水冲洗10—15min，备用。以独立普通实验室作为接种室，接种室每7d清洁与杀菌1次。试验前用75%酒精喷洒试验区域，接种器具用75%酒精浸泡30min以上，接种过程中器具始终浸泡在75%酒精中。

从预处理好的试验材料中，切取第

4—6片叶所在的单腋芽茎段为外植体，外植体总长度约2cm，腋芽2端的保留茎段长度相近。培养条件:温度(25±1)°C，空气湿度60%—80%，光照度2000—3000lx。培养瓶具盖但不密闭。采用对比试验，以75%酒精与0.1%次氯酸钠(添加TritonX-100)为杀菌剂，按照不同的使用顺序对外植体进行杀菌处理。将杀菌后的外植体接种到MS+1.0mg/L6-BA+0.1mg/L-NAA+6.0g/L琼脂+30g/L蔗糖的培养基中。每处理接种50瓶，每瓶接种外植体1个，接种20d后统计启动率、污染率、褐变度。每个试验重复3次。按照表1的杀菌处理试验设计方案，探索不同处理试验中的杀菌效果。

表 1 杀菌处理试验设计方案			
处理	75%酒精杀菌时间/min	0.1%次氯酸钠杀菌时间/min	杀菌后冲洗与否
T1	0.5(先)	1.0(后)	冲洗
T2	0.5(先)	5.0(后)	冲洗
T3	0.5(先)	7.0(后)	冲洗
T4	1.0(先)	1.0(后)	冲洗
T5	1.0(先)	5.0(后)	冲洗
T6	1.0(先)	7.0(后)	冲洗
T7	2.0(先)	1.0(后)	冲洗
T8	2.0(先)	5.0(后)	冲洗
T9	2.0(先)	7.0(后)	冲洗
T10	1.0(先)	7.0(后)	否
T11	1.0(后)	7.0(先)	冲洗
T12	1.0(后)	7.0(先)	否

先、后代表每个处理中杀菌剂的使用顺序

培养基中添加物试验设计如表2所示。各处理中所有培养基均添加1.0mg/L6-BA+0.1mg/LNAA。每处理接种50瓶，每瓶接种外植体1个，20d统计芽的平均生长量、污染率和褐变度。试验重复3次。采用对比试验，探索培养基中不同添加物处理试验中的污染控制效果。

表 2 培养基中添加物试验设计				
处理	基本培养基	蔗糖/(g/L)	琼脂/(g/L)	次氯酸钠/%
M1	MS	30	6.0	0.005
M2	MS	30	6.0	0.01
M3	MS	30	6.0	0.03
M4	MS	30	6.0	0.05
M5	MS	30	6.0	0.1
M6	MS	30	6.0	0.2
M7	H ₂ O	30	6.0	0.01
M8	MS	0	6.0	0.01
M9	MS	30	0	0.01

选取诱导培养10d的无污染、已萌动、生长状况相近的外植体喷施不同质量浓度(1.0，3.0，5.0，10.0g/L)的尿素，以不喷施尿素的外植体(CK)为对照。喷雾前对培养室进行清洁与杀菌处理。外植体接种在上述试验筛选的适宜培养基中。喷施周期为每7d1次，连续3次。20d后，统计外植体上芽的平均生长量，研究不同质量浓度的尿素对外植体上芽的平均生长量的影响。

褐变度统计标准:0—接种茎段外观鲜

亮，无任何褐化现象;1—接种茎段横切面表皮及韧皮部呈现褐色;2—接种茎段横切面全部呈现褐色;3—接种茎段下部1/3呈现褐色;4—接种茎段下部1/2呈现褐色;5—接种茎段全部呈现褐色。

污染率=(污染瓶数/接种总瓶数)×100%

启动率=(成活外植体数/未污染外植体总数)×100%

芽的平均生长量=未污染外植体上芽的长度和/未污染外植体总数。

1.3 数据统计

采用Excel和DPS对试验数据处理与分析。

二、结果与分析

2.1 不同杀菌处理方式对外植体的影响

结果见表3。由表3的试验统计结果可知，不同处理对外植体启动率、污染率和褐变度的影响不同。T1至T9的各处理中，启动率与污染率呈相同的变化趋势，75%酒精杀菌时间相同时，随着0.1%次氯酸钠杀菌时间的延长，外植体的启动率与污染率均呈现逐渐下降的趋势，各处理之间差异显著，0.1%次氯酸钠杀菌时间相同时，随着75%酒精杀菌时间的延长，外植体的启动率与污染

表 3 杀菌处理试验统计结果			
处理	启动率/%	污染率/%	褐变度
T1	92.10 a	61.70 a	1.20 h
T2	89.00 c	38.20 d	1.60 g
T3	87.02 d	11.10 g	2.00 d
T4	90.40 b	55.40 b	1.30 h
T5	86.30 e	29.10 e	1.80 f
T6	83.40 f	9.10 h	2.10 d
T7	87.10 d	47.70 c	1.90 e
T8	52.20 h	23.40 f	3.03 b
T9	39.00 i	6.30 j	3.60 a
T10	65.53 g	8.50 i	2.60 c
T11	82.21 f	9.50 h	2.12 d
T12	82.16 f	8.62 i	2.16 d

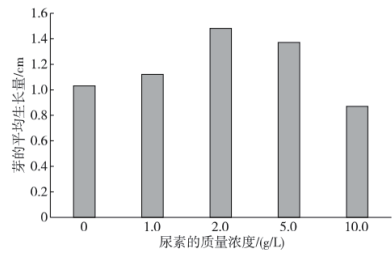


图1 不同质量浓度的尿素对外植体上芽的平均生长量的影响

中次氯酸钠最佳质量分数为0.01%。在M2与M7处理中，外植体上芽的平均生长量差异显著，M7处理中外植体上芽的平均生长量降低了0.18cm，而2个处理间外植体的污染率和褐变度均无显著差异，这说明培养基中的MS对休眠芽诱导培养阶段外植体的污染率影响较小。

与M2处理相比较，M8处理中外植体上芽的平均生长量、污染率、褐变度均降低，且各处理之间差异显著。M8处理中，外植体上芽的平均生长量为0.71cm，比M2处理中降低了0.30cm，外植体污染率比M2降低了3.40%，外植体的褐变度仅为1.72，比M2处理降低0.38。这说明培养基中不添加蔗糖有利于控制污染。

M9与M2处理的外植体上芽的平均生长量无显著差异，但污染率上升了4.11%，这说明液体培养基不利于控制污染。

综上所述，在休眠芽诱导培养的初期阶段，在MS固体培养基中添加0.01%的次氯酸钠，采取无糖培养的方式有利于污染的控制。

2.3不同质量浓度的尿素对外植体上芽的平均生长量的影响

在MS+1.0mg/L6-BA+0.1mg/L-NAA+0.01%次氯酸钠的固体无糖培养基中，对诱导培养10d的无污染、生长状况相近的已萌动外植体喷施不同质量浓度的尿素，结果如图1所示。

由图1可知，不同质量浓度的尿素对外植体上芽的平均生长量影响不同。与CK相比较，随着尿素质量浓度的增加，外植体上芽的平均生长量呈先上升后下降的趋势。当尿素的喷施质量浓度达到3.0g/L时，外植体上芽的平均生长量达到峰值，比CK高0.45cm;当尿素质量浓度达到5.0g/L时，外植体上芽的平均生长量比CK高0.34cm，但比喷施3.0g/L尿素时低了0.11cm;当尿素的质量浓度达到10.0g/L，芽的平均生长

率同样呈逐渐下降的趋势，各处理之间差异显著。T1至T9的各处理中，褐变度的变化趋势与污染率和启动率的变化趋势相反，75%酒精杀菌时间相同时，随着0.1%次氯酸钠杀菌时间的延长，外植体的褐变度呈逐渐上升的趋势，各处理之间差异显著，0.1%次氯酸钠杀菌时间相同时，随着75%酒精杀菌时间的延长，外植体的褐变度同样呈逐渐上升的趋势，各处理之间差异显著。综合考虑各因素，T6处理中75%酒精与0.1%次氯酸钠的用量为最佳用量。

与T6处理相比较，T10处理外植体启动率降低了17.87%，褐变度上升了0.50，2个处理中，75%酒精与0.1%次氯酸钠处理时间相同，但T10处理未做冲洗，可见，残留的杀菌剂对外植体本身造成了明显损伤。但T6处理因冲洗导致污染率上升了0.60%。

T6处理与T11处理中，75%酒精与0.1%次氯酸钠的用量相同而使用顺序不同，外植体的启动率分别为83.40%与82.21%，差异不显著，2者的褐变度与污染率均差异不显著，这说明在冲洗的条件下杀菌剂的使用顺序对杀菌效果无显著影响。

T10处理与T12处理相比较，T12处理的启动率上升了16.63%，褐变度降低0.44，污染率差异不显著，这说明在不冲洗的条件下杀菌剂的使用顺序对杀菌效果有显著的影响。

表4 培养基中添加物试验统计结果			
处理	芽的平均生长量/cm	污染率/%	褐变度
M1	1.03 a	14.31 a	1.92 f
M2	1.01 b	7.10 c	2.10 e
M3	0.65 f	4.01 d	2.71 d
M4	0.50 g	1.20 f	3.01 c
M5	0.20 h	0.21 g	3.42 b
M6	0.01 i	0 h	4.21 a
M7	0.83 d	7.03 e	2.01 e
M8	0.71 e	3.70 e	1.72 g
M9	0.99 bc	11.21 b	1.30 h
Duncan's 显著性检验,不同小写字母表示在 0.05 水平差异显著			

量低于CK。上述试验结果说明，适宜浓度的尿素有利于外植体的生长。在试验中观察到，当尿素质量浓度高于3.0g/L后，芽的新生叶片边缘逐渐出现枯萎现象;当尿素质量浓度达到10.0g/L，部分新生叶片出现死亡。因此，本试验表明，在红叶石楠芽诱导培养阶段喷施3.0g/L尿素最佳。

三、结论与讨论

试验表明，开放式组织培养外植体杀菌处理过程中，75%的酒精与0.1%的次氯酸钠的使用顺序会对外植体的杀菌效果产生不同的影响。先使用75%的酒精，后使用0.1%的次氯酸钠，对外植体进行杀菌处理，若不用纯净水对外植体进行冲洗，则接种后外植体的褐变度较高，启动率较低，但冲洗过程却提高了外植体的污染率;而先使用0.1%的次氯酸钠，再使用75%的酒精对外植体进行杀菌处理，且不用纯净水进行冲洗，外植体的启动率、褐变度与污染率均达到了较为理想的效果。这可能与次氯酸钠通过水解产生次氯酸，次氯酸再进一步分解形成极具强氧化性的新生态氧，从而达到杀菌效果的过程有关。然而这一系列化学反应的产物，持续性地对外植体造成了损伤。使用75%的酒精在杀菌过程中对残留在外植体表面的次氯酸钠起到了冲洗作用，且酒精极易挥发，故先使用次氯酸钠，再使用酒精的处理方法对外植体的损伤较小，杀菌效果理想。因此，本试验最终确定，先使用0.1%的次氯酸钠处理7min，再使用75%的酒精处理1min，不用纯净水冲洗，是休眠芽诱导培养阶段最佳外植体杀菌方案。

在培养基中添加不同质量分数的次氯酸钠，对外植体上芽的平均生长量、污染率和褐变度的影响各不相同，较高质量分数的次氯酸钠可显著降低外植体的污染率，但也对外植体本身造成了不同程度的损伤，致使褐变度升高，芽的平均生长量降低。本试验最终确定以0.01%的次氯酸钠为最佳。

本研究对培养基中分别去除MS、蔗

糖、琼脂后外植体上芽的平均生长量、褐变度以及污染率进行了统计，认为去除MS的培养基中，外植体的污染率和褐变度有所降低，但差异不显著，而外植体上芽的平均生长量却显著降低，这说明休眠芽诱导培养阶段，MS是影响外植体生长的重要因子。与固体培养基相比较，无琼脂的液体培养基中，外植体的污染率急剧上升，外植体腐烂速度较快。本试验中的液体培养基采用的是静置培养方式，有关流动式液体培养基中污染率的状况有待进一步研究。植物组织培养中，蔗糖是碳源和能量供给物，同时也是微生物滋生的主要原因，去除蔗糖，培养基中外植体的污染率大大降低，结果与张伟的研究结果相一致。

在试验中观察到，在未添加蔗糖的培养基中，随着培养时间的延长，外植体的生长速度减慢，叶片颜色逐渐变黄。本试验以尿素作为外植体生长的外源能量供给物进行了相关研究，结果表明，在已萌动的休眠芽上喷施3.0g/L尿素，可显著促进萌动芽的生长。但是，尿素在开放式组织培养中增殖培养与生根培养阶段的作用，还有待进一步研究。

沉浸式音乐表演类综艺节目的创新策略

以《幻乐之城》为例

文 孔春恒

《幻乐之城》改变了传统音乐节目的制作模式，将表演艺术、音乐和故事文本相结合，每期4个“幻乐团队”各自打造8分钟的音乐故事短片，让受众获得全新的视听体验。随着多媒体技术、全息投影技术等新技术在影视领域的应用，音乐表演类综艺节目在传播空间、传播内容、传播模式等方面都有了新的突破。

一、改变传统音乐节目制作模式，提供沉浸式体验

1.创建观景舞台，提供剧场式观影体验

《幻乐之城》节目打造了一个3000平方米的“幻乐空间”，要求节目嘉宾在有限的排练时间和表演时间内完成音乐故事短片。对“幻乐团队”来说，这是一个复杂的沟通过程，也是精力和技术层面的挑战。首先，各团队要在充分理解剧本内容的基础上，对音效、摄影机位、唱演人的走位以及导播切换进行规划。其次，制作周期短，唱演人必须以近乎全程直播的方式完成8分钟的音乐故事短片。再次，即使出现失误和穿帮问题，后期也不会剪辑修片，播出时节目会呈现真实的内容。总的来说，每期节目要求完成4个不同的音乐故事作品，这需要唱演人、导演、现场乐队多方默契配合，演员不能重拍重录，配乐灯光需要契合，导播的机位切换要精准，这种一气呵成式的制作手法，为观众提供了剧场式的观影体验。

由此可见，《幻乐之城》节目具有很

强的挑战性，在近乎现场直播的前提下，唱演人要与其他人完美配合，把控故事节奏;导演要体现高超的现场调度水平，注重音乐故事的创意、观演关系以及新技术的应用。在各方通力配合下，“幻乐团队”充分融合音乐、气氛、节奏等进行设计，让受众更好地欣赏现场音乐故事演出，获得沉浸式体验。由于现场演绎具有诸多不确定性因素，节目呈现的实时唱演画面，会类似于onetake的MV，即唱演人全程真唱真演，随着剧情的推进，唱演人在多场景中快速转场，通过音乐、电影和现场结合的方式，为观众呈现表演过程。

节目在唱演环节、情节铺设等方面也与其他音乐节目不同。在“幻乐空间”中，音乐故事作品不仅要靠机位设计和镜头调度完成，还要贴近受众的心理，因而对创作团队提出了更高的要求。节目中与剧情融合的表演，丰富了镜头画面，弱化了具体的环境，激发了受众的情感共鸣。比如在音乐故事短片《对不起》的表演过程中，唱演人在卧室、天台、汽车内部、奶奶的房间等不同场景里穿梭，主创团队在不足100平方米的空间里打造出“造梦工厂”。

2.增加挑战难度，呈现实时唱演画面

在《幻乐之城》的每期节目中，音乐故事短片的创作具有一定难度。4组由唱演

人和导演组成的“幻乐团队”，其拍摄资源被分为ABC三个等级。在录制前，每个导演通过抽签随机抽取不同等级的“幻乐空间”，其中，A级资源拥有最好的资源配置，B级资源和C级资源依次拥有次一等级的资源配置。在限制经费的情况下，团队需要呈现电影级别的画面。

由此可见，《幻乐之城》节目具有很强的挑战性，在近乎现场直播的前提下，唱演人要与其他人完美配合，把控故事节奏;导演要体现高超的现场调度水平，注重音乐故事的创意、观演关系以及新技术的应用。在各方通力配合下，“幻乐团队”充分融合音乐、气氛、节奏等进行设计，让受众更好地欣赏现场音乐故事演出，获得沉浸式体验。由于现场演绎具有诸多不确定性因素，节目呈现的实时唱演画面，会类似于onetake的MV，即唱演人全程真唱真演，随着剧情的推进，唱演人在多场景中快速转场，通过音乐、电影和现场结合的方式，为观众呈现表演过程。

二、让观众融入故事情境中，提炼故事的情感主线

1.去竞技化，以音乐微电影的方式调动观众兴趣

《幻乐之城》的一大创新体现在赛制的去竞技化上。不同于其他竞技类音乐节目，《幻乐之城》化繁为简，以音乐微电影的形式，探索表演中的故事主线。音乐故事作品往往以一个故事为开端，提炼情感主线，让观众随着故事情节的展开，沉浸到唱演人的情绪中，这使得演出更具吸引力，更能激发观众的兴趣。

《幻乐之城》由专业团队创作，以音乐表演为载体，由嘉宾提出创意，完成电影级别的音乐故事短片。值得一提的是，节目组隐藏了唱演人的麦克风，不

允许唱演人佩戴耳返，在这样的前提下，节目嘉宾全身心投入唱演，不用担心淘汰问题，受众也可以沉浸在情境中，享受音乐故事带来的视听感受和情感震撼。比如在首期节目的《时光机》音乐故事短片中，故事内容由唱演人任素汐的亲身经历改编，讲述了任素汐儿时与父亲相处的点点滴滴。在短短的8分钟里，“幻乐团队”将任素汐与父亲玩捉迷藏、骑自行车等情境一一重现，情节清晰，情绪饱满。任素汐在演绎的过程中，唱了一首《儿时》，怀念与父亲一起度过的无忧无虑的童年时光，体现了对父亲逝世的无能为力，唱出了人间的美好和对至亲的思念，感动了无数观众。

2.注重价值引领，发挥音乐的共情作用

对于综艺节目而言，外在形式是节目的卖点，传递的内容和情感是节目的核心。《幻乐之城》在对音乐传播进行深入研究和把握规律的基础上，让节目内容与形式融为一体，提升了节目的吸引力。

人们对音乐的鉴赏和社会认知有关。音乐不仅是人们对爱与美的想象和对世界感知的映射，还是人们与外界沟通交流的方式。《幻乐之城》将目光对准大时代、大背景下的小人物，把社会效益和价值引领放在首位。比如唱演人雷佳在她的作品《虹·光》中，讲述了她在特殊教育中心慰问的经历，不仅展现了她的情感和体悟，还将受助儿童邀请到录制现场，这种做法融合了艺术与公益，传递了爱、温暖与希望，体现了人文精神，值得提倡。

三、打破传统观演模式，营造沉浸式环境

1.设置创意环节，增强音乐的感染力

如果节目只是一味地演绎故事剧情，后期可能会缺乏新意，使观众审美疲劳，难以保持关注度。《幻乐之城》通过设置创意环节，让每期节目的观察员佩戴“心情手环”，实时记录其心跳指数，并将画面呈现给观众。同时，在每一个“幻乐团队”节目表演结束之后，主持人会邀请嘉宾上台，让嘉宾对作品进行全面解读，这可以帮助受众深入理解作品内容，提高节目的关注度。

音乐和戏剧的传播介质不同，给受众带来的体验也不同。在《幻乐之城》中，不是唱歌好听或演技了得就能获得认可，整个“幻乐团队”要协力



配合，作品的内容和表现力度要拿捏得恰到好处，既要达到电影级的艺术水准，又要引发观众的情感共鸣，实现剧情表现、艺术魅力的合而为一。因此，在作品创作过程中，“幻乐团队”要实现演唱人、导演、各工种工作人员以及各部门的良好配合，才能达到最佳的呈现效果。《幻乐之城》节目将“幻乐团队”前期的彩排内容、中期的沟通协作以及后期的设计情境为观众一一呈现，让观众感受到每个作品的用心和细致。

2.创建“音乐+故事文本+表演艺术”的模式

《幻乐之城》每一期节目都是冒险和尝试。“幻乐团队”要在“唱+演”的方式和一镜到底拍摄模式的基础上，充分结合音乐、电影、摄像、场景、灯光等多种元素来完成作品，艺术性强，挑战难度大。在节目拍摄之前，唱演人、导演和实时伴奏的乐队，分别位于拍摄现场、导播室和观影厅，他们之间没有对接沟通的耳返，主要靠机器拍摄灯是否打开，音乐是否响起来判断表演进程。在8分钟的表演过程中，伴奏和音乐主要通过工作人员的小音响移动来配合，演员得不到导演的任何指令，全靠音效和机位来判断剧情的展开。这种模式使得每个作品都有严格的要求，既要保证配乐和音效的精准，又要保证唱演人在情绪和节奏上的统一，避免穿帮、出戏等现象发生。《幻乐之城》提供演出平台，创建了“音乐+故事文本+表演艺术”的模式，将音乐与电影画面呈现、电视直播结合，让观众沉浸在故事与音乐现场情境中，取得了较好的效果。

《幻乐之城》开始制作之前，主创团

队赴美国纽约百老汇学习与了解音乐剧，并将音乐剧进行本土化改造，打造原创的沉浸式音乐表演类综艺节目，在每一个音乐故事短片中探寻人生的喜怒哀乐、悲欢离合，目前看来，效果颇佳。在音乐故事短片《对不起》中，三个少年在天台的一场戏，虽然空间很小，但创作团队运用了许多隐喻的手法，比如象征自由的鸽子、代表美好愿望的台灯，还有三个少年聚在一起互相调侃、谈论梦想的画面，镜头语言丰富，人物形象写实，唱演人的情绪随着音乐不断变化，同时，唱演人在多个场景中穿梭，充分体现了少年追逐梦想的过程，以及他们的热血青春。

总的来说，《幻乐之城》是国内首档沉浸式音乐表演类综艺节目，其独创唱演结合的方式，让节目嘉宾与幻乐导演组成拍档，对音乐进行创意设计和剧情式呈现，具有新颖性和独特性，让受众获得全新的视听体验，取得了较好的传播效果。



高校音乐表演专业学生实践能力校外合作培养模式研究

文 孔春恒

高校音乐表演专业学生在实践能力培养环节，如果能够实现校企合作的的教学模式，将突破传统单一的以校内实践为主的音乐表演人才培养模式。在具体培养方面即重视校内以突出专业表演为主，兼顾活动组织、节目编排等方面专业技能的舞台实践，又充分强调校外社会实践“校企合作”模式中社会音乐教育教学、音乐艺术管理、音乐制作与创编等方面的多元职业实践。学生可根据自身的特点及未来职业倾向，在学习专业技能和校内实践的同时，走出校门，参与更加实际的社会实践演练，在有计划有目标的学习中实践，从实践中不断积累促进更有效的学习，从而实现校内外互补性实践教学使学生适应多元化的就业环境。这种探索有利于高校对音乐专业人才培养模式的创新，有利于音乐表演专业学生自身的成长和发展。

一、校内教学注重学生实践能力培养

音乐表演专业的学生在校内学习期间，除了自身专业知识技能要具备较高的水准外，还要认真学习与音乐表演相关的课程，如节目编排、活动策划、舞蹈创编等课程，积极拓宽知识面，提高自身文化修养与综合实践能力。学校要引导和支持学生根据自己的兴趣、特长以及今后就业的方向进行跨专业、跨学科的拓展课程学分修读，如教育类课程、管理类课程及传媒技术应用等，鼓励学生在校期间积

极考取教师资格证及音乐类的职业资格证书，为将来能够从事教育类工作、企事业单位文艺工作、电台电视台、演艺策划公司、艺术培训类机构讲师及管理者奠定专业知识基础。在校内实践教学方面，要加强对学生音乐表演能力的舞台实践教学培养，为学生尽量多的创造各类比赛与演出的机会，实现教、学、演一体化，让音乐表演专业学生通过不断参与演出活动的策划与组织，参加舞台实践表演来提高诸如舞台表现力、活动组织策划能力等专业综合能力。

要实现教、学、演的一体化，必须全方位整合表演专业师资结构、课程结构、课程内容、理论教学与实践教学等教学资源 and 教学内容，最大化地发挥教学资源整合的作用，科学合理组合好教与学的知识内容，有效激发教师的积极性与学生创作的能动性，把教的理论和学的知识与技能转化为实际演艺活动，创新演艺联动教育体系及演艺基地建构等音乐表演教学平台，强化音乐表演艺术演艺活动，促进课堂教学和学生表演能力开发，创建全方位开发音乐表演专业能力的合作体系和人才培养体系，在此基础上，形成融入校园文化，联手区域文化的教、学、演的教学模式。

笔者所在高校，在学生舞台表演实践课程安排方面，专门安排了实践表演类指导课程，由专业教师通过实践课来指导学生深度挖掘和提高自身的音乐表演能力，精心打磨音乐专项能力，为登台表演做充分准备。在具体舞台表演实践活动的组织方面，采取了建立演艺工作室的模式，吸收和培

养在演出活动方面组织和策划能力强的学生加入工作室，再由工作室来承担音乐表演专业学生舞台实践的具体演出安排。工作室下设策划部、组织部、舞台灯光音响控制等部门，在指导老师的带领下由工作室每周组织开展一次“周周金钟声”的实践演出活动，为音乐表演专业的学生创造了较多的舞台实践机会。周一场的音乐专业表演活动，使每个学生都能够有机会展示自己的表演能力，并能够通过舞台实践来提高表演心理素质、舞台表现力等综合能力。学生表演机会的增加，提高了演出质量，增强了学生表演的信心，这种自信的心理在教学和实践中形成良性循环，从而使音乐表演教学收到事半功倍的效果。

二、加强校外实践环节教学，增加学生社会实践经历。

音乐表演专业在实践环节的形式与内容上，除了原有的舞台艺术实践外，应增加社会实践方面的内容，要求学生到企业、社区、艺术类培训机构做一定时期的实习助理，这类实践经历有助于学生对当前多元化社会文化发展变化的认识。按照以往的观念，音乐专业人才面对的是舞台特定的人群，相比之下，到企业、社区和社会培训机构做组织、策划、管理和培训工作似乎不应该是所谓高级音乐表演人才的事情。也正因为如此，长期以来，音乐学院的培养目标几乎对准的是国内文艺舞台以及特定的观众，实践环节的实施过程也仍然局限在学校之内进行，学校几乎很少组织学生深入社会、深入基层，深入到能够发挥他们的聪明才智、提高他们的适应能力、组织能力以及创造力的地方。然而这些地方正是现阶段对音乐人才需求量大的地方，是音乐学院应该着重开发的能够让音乐表演专业学生顺利就业的地方。

近年来，随着物质生活水平的提高，国民对精神文化生活方面的关注 and 需求越来越高，国家也在大力倡导复兴民族传统文化，大力发展文化产业。在此背景下，音乐产业可谓是种类繁多、数量众多，有各类音乐培训机构、音乐演艺产业、互联网音乐等。音乐表演专业学生就业选择面比过去变得更加广泛和多元，学校的培养思路也要跟得上时代的发展和社会对音乐综合类人才需要的现状，要和社会需求接轨，不断加强校外实践环

节教育和职业能力的培养，建立稳定的校外实习基地，创设能够满足学生进行社会实践的环境和条件，让学生在真实的环境氛围中得到历练与提高，完成在学校内无法完成的各种实践课程。例如在音乐制作类公司可以接触和运用到较先进的音乐制作设备;在音乐培训机构可以学习到培训类课程的教学模式和相关管理类知识;在演出公司可以通过各种场合的演出活动积累舞台经验，提高相关活动策划、活动组织、场地布置等综合能力。

笔者所在学校与多个音乐类产业公司签订了校企合作的协议，建立了大学生实践基地。例如与美育儿童音乐舞蹈广州教学机构的合作，作为学校稳定的大学生实践基地，美育会定期到学校开展儿童音乐课程的介绍和培训，拓展了音乐表演专业学生的知识面，让学生对当前儿童类音乐舞蹈培训类课程有最新的知识储备。学校也会安排有意向的学生定期前往美育在广州的培训机构实习，学生可以有机会和美育的老师们一起开讨论会、做活动规划、教学课题备案等;可以在专业的教室内陪学生游戏，在快乐的音乐教育中分享孩子们的童真童趣与成长。通过与有经验的老师们共事交流及参加美育专业培训，可以有效提高学生的音乐综合素养，拓展学生将来就业和创业的知识面，为将来的发展积累经验，有效弥补了学生在校内学不到的社会实践经验。

加强校外实践环节教学，增加学生社会实践经历的意义在于:走向社会的艺术实践和辅导让学生从以往被动的接受知识和漫长地等待登台表演，到主动勇敢地走向社会大舞台展示表演和教学才华，这是高校音乐教育“新时期复合人才”培养从量变实现质变的必经途径。走向社会的艺术实践为

高校音乐专业的学生构架起一座与社会直接联系的畅通无阻的桥梁，真正完成高校音乐人才培养与社会需求的“无缝链接”。这种美好的对接不仅是激活学生对美好未来无限向往的“强心剂”;也是中国高校音乐教育研究当下真抓实干，完成“新时期复合人才”培养的必由之路。

三、结语

音乐表演专业学生的培养模式与过去面向特定舞台表演的培养模式已经发生改变，学生将来面对的是更加多元的社会音乐专业人才需求市场，学校、教师、学生都要适应和顺应这种发展变化。新的培养模式需要强化音乐表演专业实践教学，构筑起学校与社会、企业文化合作的创新平台，开拓校内与校外两种实践资源，形成校企合作、校内外相结合的培养模式。这种培养模式要求学校与社会文化产业紧密结合，并把演艺实践和校企合作的体会、经验和成果融入到音乐表演专业的教学过程之中，总结提升为音乐表演教学的研究性成果，从而形成音乐表演的特色教学和人才培养新的模式，这种模式既是当前音乐表演专业人才培养的出发点又是应用型人才培养的核心，它符合专业人才培养的规律，又适应创新型人才培养的时代要求。

基于岗位需求的空中乘务专业人才培养模式探析

文 臧杨柳 徐明

一、空中乘务专业岗位需求及典型工作任务分析

空中乘务专业主要是面向民航业空中和地面服务岗位，培养从事空中乘务、空中保安、民航地面服务、礼仪服务、商旅服务等方面工作的高端技能型人才。空中乘务专业岗位群主要包括:机上乘务员、空中保安、机场安检、地面勤务人员、机场要客服务人员;相关工作岗位包括:酒店接待员、旅行社前台接待员、企业公关、企事业单位办公室文员等。空乘专业的就业岗位主要是面向服务行业，所以语言交际能力是该专业毕业生必须具备的能力，此外还需要具备良好的团队协作能力、综合服务能力、岗位应变能力和自我更新能力等。

根据我国人力资源和社会保障部联合制定的职业标准——《国家职业标准:民航乘务员》，分析空中乘务专业就业岗位群的典型工作任务，如右表所示。

空中乘务专业就业岗位群的典型工作分析表

序号	工作岗位	工作任务	职业能力要求	学习领域
1	客舱服务	航前准备 航后总结	1.能熟练进行登机前准备、航后总结 2.能塑造空乘形象形体	民航知识应用 空乘形象形体
		为旅客提供登机、起飞前、飞行中、着陆前、下机时服务	1.能进行安全演示、餐饮、广播等各类客舱服务 2.能熟练操作客舱设备	客舱服务、空乘播音技巧、民航服务英语 航空礼仪、客舱设备运行
		紧急情况下操作应急设备,指挥旅客安全脱险。对意外损伤或突发疾病的旅客给予医疗急救	1.能进行应急处置 2.能进行医疗急救 3.能熟练操作应急设备	客舱安全与应急处理 机上急救处置
2	值机与行李运输服务	收集航班信息和运输信息,填制出口航班业务交接单准备栏;准备登机牌、行李牌;查验旅客客票;安排座位,发放登机牌;收运旅客行李;关闭航班	1.能搜集航班信息 2.能运用民航专业知识解答旅客的问题 3.能以良好服务态度进行沟通 4.能熟练操作计算机民航订座软件	民航服务与心理 计算机基础知识 民航值机
3	要客室服务	在机场为要客提供咨询、接待、引领服务	1.能装饰要客室 2.能进行插画、茶艺、调酒等服务	机场要客服务 社交礼仪
4	订票与订座	现场出票或利用计算机网络、电话接受订票与订座	1.能熟练操作计算机民航订座软件 2.能熟练查询航班信息 3.能以良好服务态度进行沟通	计算机基础知识 客票与订座
5	机场安检	对旅客及其行李、进入隔离区的其他人员及其物品进行安全检查	能熟练使用磁性探测检查仪、红外线透视仪等安检设备进行安全检查	机场安检

二、空中乘务专业人才培养模式存在的问题

(一)课程体系广而杂

大部分高职院校中，空乘专业基本挂靠在其他专业名下，例如:音乐学专业(空中乘务方向)、艺术设计(空中乘务方向)等。空乘专业普遍开设了所挂靠专业的部分专业课，另外开设一部分空乘方向课(如民航概论、空乘实务、空乘礼仪等)。由于全国性的专业指导委员会还没有成立，该专业课程设置显得零散，针对性不强。就南京化工职业技术学院为例，2009年该院设置了商务英语(航空乘务方向)和空中乘务(艺术类)专业。2009年和2010年为商务英语下设的一个方向，2011年起以单独代码招生。即便以单独代码招生，空乘专业的教学管理工作仍由商务英语教研室负责，开设了民航英语口语、民航英语听力两门民航英语类课程，其他英语课程均属于商务英语类课程。同时，职业技术方向课设置多而杂，除了包括航空乘务类专业职业基础课以外，还包括外贸单证、外贸函电、商务沟通与谈判等本应属于商务英语类的专业课。

据调查，大部分高职院校空乘专业的课程设置偏多偏杂，虽是为了加强学生的职业能力，拓宽就业面，但是这些课程既与航空服务的关系甚微，又多是基础理论，学生并不能深入学习，实践能力锻炼也不多，同时还增加了学生的学习负担，更不能提高学生的专业迁移能力，学生毕业后无法将所学的知识进行有机贯通。

(二)实践环节薄弱

第一，实践教学体系设置不合理。空乘专业的实践教学内容包括课内外实训、专业综合实训、毕业顶岗实习三个环节。其中，课内实训在课程授课过程中完成，课外技能实训结合学生参加第二课堂活动或各类竞赛进行;专业综合实训包括航空乘类实践课程和语言类实践课程，之后，学生进入顶岗实习的环节。表面上看，空乘专业的实践教学体系是识岗、顶岗、上岗的递进，但由于受实训场所、师资等的限制，很多高职院校空乘专业的专业综合实训过少，仅能开设礼仪、

训，导致专业教师的“不专”现象，教学仅仅停留在理论层面，缺乏实践说服力，难以达到岗位要求。而外聘的“业界人士”虽有空乘行业经验，但没有经过专门教学培训，简单地将课堂教学等同于行业培训，缺乏教育理念及课堂组织方法，教学常规难以规范，学校也很难对这些外聘教师进行管理。

三、优化空中乘务专业人才培养模式的对策

(一)以岗位需求和岗位群典型工作任务要求为依据构建课程体系

高职院校需要基于岗位需求和岗位群典型工作任务，走访、调研航空公司，邀请航空服务界专家共同探讨课程体系的制定，引进航空服务行业的新理念，按照航空乘务专业岗位(群)包含的实际工作需求确定课程体系，制订完整、系统、专业、可行性高的课程体系。一是增强课程与岗位的关联性，删掉与空乘服务相关性较小的课程;二是开设更多民航英语类课程以代替大学英语通用课程，如:民航英语取代大学英语，让学生学习关于民航英语类语篇段落，在提高英语水平的同时获取民航知识;英语语言改为机场播音，以纠正学生机场播音过程中的语音语调等;三是将“双证书”制度体现在课程体系中，实现专业课程内容与岗位需求及岗位群典型工作任务要求的无缝对接。

(二)完善实践教学环节，实现“校航合作”

第一，完善实践教学体系。在专业综合实训中，空乘专业可增设更多航空乘务类实践课程，如:客舱设备运行实训、客舱餐饮服务实训、客舱安全与应急处理实训、民航地勤实训等。开设空乘服务语言类实践课程，如客舱服务英语实训、民航地勤英语实训、民航值机英语实训、民航要客服务英语实训、民航票务服务英语实训等，代替不属于航空服务岗位需求的实训。

第二，完善实训场所建设。高职院校应该积极寻求政府、航空企业等的资金或设备支持，建设空乘实训基地，如模拟客舱、模拟候机厅。

第三，校企合作，变“放水”为“养鱼”。改变高职院校与航空公司之间长期缺乏沟通的局面，建立紧密的

手语训练和医疗急救等不需要特殊场所的实训，或者依赖挂靠专业所开设的实训。

第二，缺乏专业实训场所。为满足中国民航业的快速发展所带来的空乘人才匮乏，高职院校不顾实训场所的不完善，匆匆“上马”空乘专业。很多空乘专业不具备模拟客舱、模拟候机厅、模拟安检等专业实训室。空乘的典型工作任务需要在模拟实训工作环境中进行实际操作练习，需要依托实训基地给学生以直观感性的体验，空乘服务的岗位需求对实践操作能力有更高的要求，需要高成本、大场地的硬件支持。实训场所建设不足是困扰空乘专业发展的一大难题。

第三，顶岗实训等于“放水”。空乘专业的学习时间基本分配采用2+1(2年理论学习加1年实习)的模式。迫于就业压力，只要学生能够被航空公司录用，在第三学期便可以随时离开学校去上岗。这样的就业模式，打破了原来的教学步骤，顶岗实训的功效无法发挥。

(三)校企合作不直接

由于航空公司在就业招聘上占有绝对的话语权，不屑与高职院校展开校企合作，所以高职院校完全处于“失语状态”，难以与航空公司直接对话，航空中介公司便乘机伸出了热情的“双手”。为了达到岗位群典型工作任务的要求，高职院校在无法和航空公司建立直接的校企合作的情况下，不得不与航空中介公司“握手”合作。中介公司负责空乘学生的专业理论和实践课程，学生不仅要向学院交学费，还要向中介公司交培训费。

(四)专业教师队伍“不专”

各高职院校都非常重视专业教师的培养，但由于空乘行业的特殊性和保密性，高职教师没有机会亲身体验航空公司的乘务工作，并接受其专业培

美学视角下的音乐表演艺术解读

— 评《音乐表演美学》

文 周闯

音乐表演包含丰富的内容，涉及领域非常广泛，因此对其研究的视角也多种多样。除了从具体的技巧或技艺对其展开研究外，还可以从文化学、心理学、史学等角度展开探索。其中，从美学视角对其进行解读也是一个重要角度。事实上，音乐的美学理论研究积累是较为久远的，与其他姊妹艺术门类相比较，它所获得成果的丰富程度和理论建设的完整性及发展的成熟度仅次于对语言艺术的美学思考，现如今它已经构建起辉煌的学科殿堂。然而，就是在这—辉煌的殿堂中，对音乐表演艺术的美学研究却较为薄弱。那么，如何在美学视角下对音乐表演进行更为深入和全面的探究并实现相关理论体系的构建，如何正确理解其在美学范畴下的位置和清晰梳理其发展趋势等，这些都已成为音乐表演研究领域中亟待解决的关键问题。正是在这种情形下，杨易禾先生秉持坚持不懈的精神向着上述的诸多难题发起挑战，全面系统地对音乐表演的美学奥秘展开纵深研究，最终完成《音乐表演美学》—书的编著。该书融贯古今、中西艺术理论，以实践经验提炼为基础对音乐表演的内在规律进行了详细探析，突破了传统“重技轻艺”的局限，从美学发展视域对其进行了新的解读，并且注重理论的落地实践，给出音乐艺术表演实践层面的操作建议。

该书内容之丰富，着眼之深远，涉及领域之广泛，体系论述之严谨，在诸多同类专著中都可称为佼佼者。该书内容安排合理，从理论到实践，从学科建设到方法指导再到教学思考，共分为十五章。为帮助读者更好地掌握该书内容以用于表演实践，笔者依

照各章节内容侧重不同，现对各部分主要内容进行简述，将其分为三个部分。

第一部分由第一至第五章内容组成，主要是对音乐表演理论相关内容及其与美学内在关联的介绍。第一章是对音乐表演美学学科相关内容的阐述，介绍了该学科的性质、其与哲学的关系、学科发展的范围领域和适用的研究方法，并对研究者应具备的知识结构进行了分析。在第二章中，作者从音乐作品的存在方式角度对表演具有的创作属性进行探析，包括观察存在方式的不同维度、作品的本体构成及如何实现对古代作品的再创作等内容。第三章对“文本”与“型号”进行了研究。第四章则是对其个性与共性的介绍，探究了表演的诸多现象表征和背后的本质问题，分析了何为“灵感性”思维及形成个性的合理前提。在第五章中，作者对音乐表演艺术中的风格内涵及成因等进行了总结，并对具体的流派进行了介绍。第六到第十四章为第二部分，内容上主要是对音乐表演艺术中美学问题及相关实践的指导。第六章以演奏前、登台瞬间、演奏后的顺序对表演中常涉及的几个美学问题进行了思考，包括乐谱的倾听、思想感情的二重性、理性与感性的关系辨析等内容。第七章结合现象学知识对音乐表演艺术中的“意念”问题进行了介绍。第八至第十二章依次从“形与神”“虚与实”“情与理”“气与韵”“真与美”角度对音乐表演进行了实践方面的介绍，包括演奏中的艺术追求、表演时的关系平衡、练习时的注意要点等内容。第十三章是从心理技术角度进行的表演美学思考。第十四章则从是否存在、什么是、如何展现等角度对表演“意境”进行介绍。第三部分是对音乐表演艺术教育的思考，由第十五章构成，对相关的教学理念和方

法进行了介绍。那就是音乐艺术其本质上是一门表演艺术，它是以声音为载体形式，实现情感传递和美感营造，完成审美意识和社会价值展现的艺术。但在当前研究中，对它的研究太过偏重技巧与技艺层面，而忽略了对艺术美学层面的探讨，这就导致已有经验不能得到有效提炼，诸多的实践问题得不到科学解答，因此音乐表演的更高层次发展也就无从谈起。如何解决这一问题正是《音乐表演美学》—书创作的目的和意义所在。正如作者在书中所述，美学理论要“下来”，艺术实践要“上去”。该书既有从长久表演经验总结和精炼角度出发对音乐表演规律的探究和立足美学思想对其学科建设、理论体系的思考(如第二章中有对表演创作属性的探究)，又有从理论落地的角度对表演实践方法的指导和常见实践问题的解答(如第十一章中对如何实现音乐表演艺术中的“气与韵”进行了介绍)。可以说，该书的问世弥补了相关领域的研究不足，满足了当今时代环境下音乐表演向更科学、更深入、更系统方向发展的迫切需求。



书名:音乐表演美学
作者:杨易禾
出版社:江苏凤凰文艺出版社

音乐美学指的不仅是以音乐作品为载体 的音乐内容进行展示，同时也是从音乐意义的表达方面以及作品的内涵方面对音乐作品艺术的再次创作，进而使音乐作品获得新的活力。“现代音乐美学，是音乐美学体系的一个分支，并且是构成音乐美学完整性的不可缺少部分”。进入21世纪后，我国在音乐美学方面的研究也更加深入和透彻，而且获得丰富的收获。当前随着音乐美学艺术的发展，音乐美学对音乐的影响力也更大，特别是声乐表演方面产生积极的促进作用，提升人们的审美能力，同时也促进音乐艺术在我国的发展。

一、音乐、音乐美学

随着人们对精神层面追求的提升，审美水平也得到不断的发展，同时对音乐表演和演绎也提出了更高的要求，需要音乐的表演者在音乐演绎的过程中，要融入自身的想法以及灵魂。而这种表演方式用语言描述比较简单，但是对于表演者具体的表演来说却存在很大的难度。表演者必须要具有扎实的音乐基础，良好的音乐素养和对音乐表演的独特见解，因此表演者作为音乐表演的桥梁，需要将音乐和表演进行有效的结合。演唱者在音乐表达以及自身情感的抒发中可以通过唱歌以及演奏乐器的方式进行，音乐表演可以看作是音乐作品创造以及欣赏间的桥梁，而由于音乐表演者以及听众对音乐的理解和看法存在差异性，这也导致当前音乐界的精彩纷呈。总之，音乐表演中不同形式都可以划分为音乐美学中的一部分，同时音乐表演是音乐效果传达的形式和载体。

二、声乐表演中美学应用的原则和特征

(一)音乐美学在声乐表演中应用的原则

“声乐表演的过程中，学习者要有良好的音乐审美观念”。并以原作者创作的真实性为基础，表演者在音乐的演绎过程中，必须要对结合音乐创作的背景、文化、历史等。同时在音乐的演绎中，表演者不能只是单纯的对乐谱进行演奏，这种刻板的演奏方式无法满足听众们的需求，所以必须要融入创作者的思想以及演绎者的理解，使音乐的演奏更加灵动。

同时，注意历史音乐的与时俱进

现代音乐美学对声乐表演艺术的启示

文 李萌

所营造出来的意象等进行结合。声乐演唱中整体美的要素包括情感、素养、咬字、表达等多个方面。其次，声乐表演整体美的基础上还需要注重个性美，这也是音乐作品表现出独特性的关键，是音乐演绎趋于完善的标准，更是音乐表达的主要特点。音乐表演者在音乐演绎的过程中必须要融入自身的情感和理解，充分发挥作品的优势，因此表演者要从多方位挖掘音乐价值，表达创作者的思想。

最后，做到声乐表演的协调统一。声乐表演是一种综合的艺术表演形式，在音乐的演绎和表演中要有有效的协调各种因素，包括声音和音乐，声音和情感等，进而实现声乐合一，通过声情并茂的方式引起听众的共鸣，为听众带来听觉盛宴。

三、现代音乐美学在声乐表演中的作用

(一)音乐美学理论是音乐创作的指导

在现代音乐美学的发展中现象学美学是重要的组成部分。在20世纪末期，就有音乐家曾经针对现象学美学发表过相关的研究论文，而这篇论文也成了当前音乐美学研究中的重要理论基础，同时，还对音乐美学在哲学研究领域的客观性和主观性等进行分析。在音乐美学现象学的研究过程

中，主要是从主观方面进行分析和讨论的。声乐是艺术和精神文明的重要组成部分，同时也是艺术性较强的一种艺术表达形式。音乐声乐表演艺术中需要以人的意志为基础，艺术的创作是人们在追求精神需求中产生的一种创作形式，所以在音乐创作中，创作者必须要将艺术创作的本质作为重要的创作依据。同时从声乐的创作特点来看，不同的时代都有特定的声乐创作主旋律，比如，我国建国初期，音乐的创作主要是以革命为主题，所创作的音乐在旋律和曲调的表达上都以斗志昂扬的风格为主。随着我国改革开放制度的深化，我国在音乐的创作中也以西方的舶来品居多，人们对音乐艺术的追求逐渐趋于个性化和现代化，而且曲风具有多样性，音乐的发展形式更丰富。由此可见，音乐的创作是离不开人们的意志的，所以现象学理论也是音乐创造的重要理论依据。

(二)现象学理论的应用

现象学在音乐美学具有“同一性”，



也就是音乐的一种特异性，在具体的声乐表演中可以将剧本以及乐谱作为两个主要的参照物，同时二者也是两个独立的个体。演奏者在音乐的演奏中主要是通过乐谱的识别进行演奏，由于对乐谱的理解不同，所以不同的演奏者也会演绎出不同的风格，而且具有较大的差异性。针对这个问题，音乐相关专家和学者也做出了研究，认为这种现象完全可以利用现象学美学进行解释。乐谱是对音乐形式的记录，而演奏者由于成长环境、理解能力、心理特征等多方因素的影响，在音乐的演奏中会使音乐具有多变性，在音乐演奏的过程中也会跟随意志发生转变。同时，同一部音乐作品在演绎上也会出现不同的效果，演唱者在原作曲家的音乐理解上会融入自身的音乐理解，进而形成自己的演绎风格。比如《我爱你祖国》这部作品，很多的演唱者演唱过，但是不同演唱者演绎出的感觉和效果也不同，其中不仅具有艺术特色同时具有浓郁的爱国情。

(三)声乐表演中音乐美学释义学的应用意义

时代的发展促进了现代美学的发展，使得现代美学出现很多的分支，释义学就是其中重要的组成部分，虽然其研究的时间相对较晚，但是却为现代美学的发展带来了新的生机。释义学美学在20世纪末也被纳入到音乐的表演艺术中，通过声乐表演艺术的发展促进释义学美学的发展。此外，声乐表演的时代性比较强，能够与时代风气和社会背景进行有效的结合。

四、现代音乐美学对声乐表演的启示和意义

(一)现象学音乐美学对声乐表演艺术深度发展的启示

“声乐艺术之情感美、表情美和形体美的统一”。现象学美学学者通过研究发现，研究对象和艺术作品间具有紧密的联系性，表演者必须要注重对自身乐理知识的巩固，并加强对乐谱的理解和掌握，同时结合自身的创造性思维，进而实现对音乐的创作。此外，音乐演奏者还需要加强对历史知识的了解，保证在声乐表演的过程中不会出现错误，从对声乐作品进行创造性的加工，进而对作品的意境进行准确的表达。

(二)释义学音乐美学对声乐表演的理论启示

音乐作品与人类语言不通，它虽然不能完全用文字表述，但是却可以通过音乐旋律表达出丰富的情感和意义。在音乐作品的演奏过程中，所表达的意义不仅是音乐作品本身的情感和意义，同时还包括演奏者自身的情感表达和理解以及听众的欣赏感受。所以，现代美学的发展中，在声乐作品的演奏中，演奏者不能简单的对乐谱进行机械的演奏，而是要体会作者的创作情感，同时结合自身的演奏风格，给予音乐作品更好的诠释。

五、结语

综上所述，现代音乐美学的派系分多种门类，其中应用最广的为现象学和释义学两种学派，而声乐艺术是对两种艺术的延伸。新时期下，声乐音乐的表达也需要多种声音和思想，所以年轻的音乐人也不能将自身的思想局限于乐谱和乐器中，而是要注重对现代音乐风格的创新。



职业院校中 高职衔接人才培养方案比较研究

——以酒店管理专业为例

文 吕胜男 周春林

随着产业转型升级，新业态不断涌现，中职教育出现招生难、升学难、就业难现象。近年来，国家相继出台文件，要求构建“中等和高等职业教育协调发展的现代职业教育体系”，推进双方在教育培养目标、专业设置、课程体系、教学过程等方面的衔接，探索多元参与、多种方式、多次选择的衔接机制和衔接路径。为落实国家政策，加快构建现代职教体系，江苏、浙江、河北、湖北、四川、云南、山东等省份围绕中高职衔接纷纷进行试点实践，积极开发完善衔接课程体系，推进中高职一体化人才培养模式改革，打通人才成长通道，满足学生可持续发展需要，提升职业教育的竞争力和吸引力。

中高职衔接是中高职学校适应社会发展需要，密切与行业企业合作，发挥各自优势联合培养高技能人才的一种现代职教体系。其中，中等职业教育阶段重点培养技能型人才，发挥基础性作用；高等职业教育阶段重点培养高端技能型人才，发挥引领性作用。方绪军、吴少华、郭琳等对当前职教体系背景下中高职衔接人才培养现状、存在问题、解决策略进行了宏观论述，除中高职衔接过程的共性特征外，不同专业间的个性特征也很明显。通过对具体专业不同省份间中高职衔接人才培养方案的比较，有助于我们创新教育思路，明确阶段教学重点，紧抓人才培养方案这个“牛鼻子”，培养专业化、职业化、国际化的酒店管理精英人才。

一、酒店管理专业中高职衔接的多元主体需求

(一)国家发展对中高职衔接教育日益重视

《国家中长期教育改革和发展规划

纲要(2010—2020)》提出大力发展职业教育，重点提高质量和促进公平，形成能够适应我国发展方式转变和经济结构调整要求、符合终身教育理念、中等和高等职业教育协调发展的现代职业教育体系。2014年，教育部等六部门联合印发了《现代职业教育体系建设规划(2014—2020年)》，目标是“形成适应发展需求、产教深度融合、中职高职衔接、职业教育与普通教育相互沟通，体现终身教育理念，具有中国特色、世界水平的现代职业教育体系。”重点完善职业人才培养衔接体系，加强中高职衔接，积极探索对口合作、集团化发展等多形式的衔接方式。

为落实国家政策，加快现代职教体系建设，各省围绕中高职衔接纷纷进行试点实践(详见表1)，出台相应的指导意见和政策文件，召开中高职衔接工作战略研讨会，成立中高职衔接院校战略联盟，进行基于学分制的中高职衔接培养模式试点。

表1 试点省份中高职衔接项目一览表

省份	出台部门	文件名称	说明
江苏省(2012)	江苏省教育厅	关于公布2012年现代职教体系建设试点项目的通知	启动并批准中高职衔接现代职教体系建设试点项目45项
浙江省(2012)	浙江省教育厅	浙江省推进中高职一体化人才培养模式改革工作方案	推进中高职一体化人才培养模式改革，加强中高职衔接，提升职业教育的竞争力和吸引力
河北省(2014)	河北省教育厅、发展和改革委员会	关于改革完善中高职分段培养 and 开展中职与普通本科“3+4”分段培养试点工作的通知	开发和完善中等职业教育相衔接的课程体系是试点的主要任务
湖北省(2014)	湖北省教育厅	关于开展中高职一体化改革试点工作的通知	促进中高职一体化，开展“3+2”中高职分段培养改革试点，扩大“五年一贯制”专业试点范围
四川省(2014)	四川省教育厅、发展和改革委员会、财政厅	关于加快发展现代职业教育的实施意见	提出实施中高职教育衔接推进计划
云南省(2015)	云南省教育厅	云南省现代职业教育体系建设规划(2015—2020)	推进中职学校和专科层次职业院校人才培养衔接，打通人才成长通道，加快现代职业教育体系建设



(二)职业院校内涵发展对中职衔接的实际需要

随着时代经济发展，酒店行业对管理人员的素质要求发生变化，中职毕业生的综合能力素养和职业迁移能力已不能满足行业发展的人才需求。因此，政府适应产业转型升级需要，实施中高职衔接教育，既满足了中职学生可持续发展的需要，也适应了建立现代职教体系的需要。高职人才培养目标是高素质技能型人才，对综合素质、职业素养、技能水平提出较高要求。高水平职业素质的养成，需要在职业活动和职业熏陶中逐渐养成，中高职衔接有利于实现学生从“熟手”向“能手”的职业能力转化，有利于实现学生从“初级”到“高级”的职业资质提升，提高人才培养的满意度和行业契合度。

(三)酒店行业转型升级对人才培养的迫切需要

旅游业是国民经济战略性支柱产业，酒店业是旅游业发展的基础性、先导性行业。全行业呈现出供过于求与地域发展不平衡的局面，集团化、品牌化和智能化成为发展趋势。酒店服务也已进入标准化、个性化和定制化的新阶段，行业对人才的需求呈现出新的特点。

酒店业多业态并存对专业人才提出新挑战。酒店消费群体由小众享受型逐渐向大众日常型转变，经济型酒店、高档会所、酒店式公寓等新型酒店业态不断产生，豪华游轮、房车等

新兴的住宿业态也不断涌入市场。“酒店行业随着消费群体的大众化、消费者需求的多样化，已逐渐呈现出市场细分化、多业态并存化的发展局面。”因此，酒店业人才需具备适应多种业态发展的全方位、多功能、多领域综合素质，才能不断创新，推动酒店业持续发展。

酒店业转型升级对人才素质提出新要求。随着“互联网+”时代的到来、旅游热潮的持续升温、客源市场的不断扩大，酒店管理重心由传统“经验管理”向“科学管理”转变，在注重标准化管理、规模化经营外，还注重客源市场的结构分析、服务产品的文化创新、经营品牌的建构推广以及企业管理的信息升级等。酒店行业的转型升级带来人才需求新变化，除需要标准化操作、服务规范、技能娴熟、善于沟通、灵活应变的传统服务人员，更需要擅长信息技术、组织策划、市场调查、数据统计、收益分析以及产品设计的技术管理型复合人才。

二、试点省份人才培养方案文本比较

基于以上酒店管理专业应用型人才的现实社会需求，我们选取江苏、山东、浙江、湖北、四川、云南等省具有代表性的酒店管理专业中高职衔接人才培养方案作为研究文本(见表2)，探寻不同省份方案间的政策优劣得失，为进一步做好中高职衔接工作提供政策跟踪和策略调整依据。此外，还采用文献综述和个别访谈等方法，以弥补文本分析不足。

表2 中高职衔接酒店管理专业人才培养分析文本一览			
方案名称	试点省份	学段	牵头制订学校
山东省五年制高等职业教育酒店管理专业教学指导方案	山东	3+2	山东旅游职业学院
江苏省中高职院校酒店管理专业(3+3)人才培养衔接方案	江苏	3+3	南京旅游职业学院
浙江旅游职业学院酒店管理专业(3+2)人才培养方案	浙江	3+2	浙江旅游职业学院
湖北省中高职人才培养一体化改革试点人才培养方案(酒店管理专业)	湖北	3+2	武汉职业技术学院
成都职业技术学院酒店管理专业中高职衔接一体化人才培养方案	四川	3+3	成都职业技术学院
云南旅游职业学院五年制酒店管理专业人才培养方案	云南	3+2	云南旅游职业学院

(一)衔接模式

中高职衔接采用分段培养，衔接教育。当前，酒管专业中高职衔接学段模式有“3+2”和“3+3”两种，即学生在完成3年中职教育基础上，再接受2-3年高职教育。山东、浙江、湖北、云南采用“3+2”分段模式，江苏和四川采用“3+3”分段模式。一所高职院校往往对接一所或多所中职学校，在人才培养特别是课程衔接和转段考核上有具体合作协议。

(二)目标定位

中高职阶段人才培养目标定位分为两类:一是分别定位，注重衔接，以江苏、湖北、四川为代表;二是一体化定位，分段培养，以河北、山东、浙江、广东、云南为代表。两类皆涵盖人才培养的知识目标、素质目标、能力目标、岗位目标和规格定位，体现中高职人才培养的衔接性和系统性。

中职阶段素质目标包括具备良好的职业道德和文化修养等方面。知识能力目标各省表述均比较模糊笼统，如四川认为需“具有较强的酒店运行管理能力和市场营销能力，具有较好的英语听说能力”，定位略显偏差;岗位目标一般定位为现代酒店业、餐饮业等服务业一线岗位;人才规格定位各省虽表述不同，但大体一致，如江苏定位为“高素质劳动者和中等技术技能型人才”，湖北定位为“中等应用型专业人才”，四川定位为“较高素质应用型人才”。

高职阶段素质目标大体相同。能力目标各有侧重，江苏强调具有“一定的经营管理能力及创新能力”，湖北强调“具备实际工作能力”，四川强调“增加熟悉国际接待服务惯例和酒店会展业务”;岗位目标明显高于中职定位，江苏确定为“现代酒店业一线服务及督导管理工作岗位”，湖北提出“以高星级酒店的前厅、客房、餐饮、娱乐、康体等业务部门的领班、主管及部门经理为主要就业岗位，以酒店行政、财务等职能部门的经理、执行经理及总监为发展目标”，四川定位为“高星级酒店中基层部门运营、管理岗位”;人才规格定位提升至“高素质”“高技能”，江苏定位为“复合型、国际化的高技能人才”，湖北为“高星级酒店管理专门人才”，四川为“高素质技能型

人才”。

(三)课程体系

课程体系大体分为文化基础课程、专业通识课程、专业核心课程、素质拓展课程四类。其中，浙江省根据酒店管理岗位群工作任务与职业能力分析结果，依据高职教育教学规律和学生认知发展规律，将课程分为“基础能力模块”(人文素质课程、行为素质课程)、“专业能力模块”(核心服务能力课程、核心管理能力课程)、“发展能力模块”(职业技能发展课程、职业知识发展课程)三模块、六体系。云南省虽然没有明确拓展课模块，想必应有题中之义。

从六个省份培养方案文本对比中可看出:(1)衔接必修课程总数在50门左右，各省基本一致，选修课差别较大(见表3);(2)多数课程设置相似，但不同模块间课程设置存在不平衡和交叉现象;素质拓展课程模块课程离散度较大，区域差异明显;(3)模块划分标准和模块内涵缺乏统一认识，课程设置杂乱，部分课程在不同试点省份被归入不同的模块类别。如《酒店礼仪》类课程，浙江省将其归入核心服务能力课程体系，其余省份皆归为专业通识课程;(4)分段培养目标定位不明，部分试点省份课程衔接性不够，一些专业核心课程存在设置倒挂和重复现象。如江苏等省份《餐饮服务》课程重复开设;(5)相似课程冠名五花八门，或因循传统，或因随性而设。如各省份出现《餐饮管理》《餐饮经营与管理》《餐饮管理实务》《餐厅经营与管理》等课程名称，授课内容相差无几，但冠名却林林总总;(6)国家指导性方案规定的课程未能完全纳入课程体系，执行政策力度不一，仅浙江、四川两省份设置创新创业教育课程。

(四)核心课程

中高职衔接核心课程较为稳定。多数省份在餐饮、客房、前厅方向的核心课程设置上体现出人才培养规格要求的层次性与阶段性，中职阶段重在服务技能培养，高职阶段重在管理能力培养。高职核心课程更体现培养技

术技能人才和经营管理人才的培养目标。同时，在衔接方面仍存在主要核心课程雷同、课程内容重复、个别课程倒挂现象。如山东等省份中高职阶段皆开设有《餐饮服务与管理》课，且课程内容重复;云南省于高职阶段专门开设《西餐服务》课，课程内容为纯操作层面。

(五)师资队伍

师资是人才培养工作中的核心资源，是大学教育教学水平的体现，也是提高教育教学质量的关键因素。因此，各省对酒店管理专业中高职衔接师资队伍均很重视，从学历、职称、专业理论与实践能力、教学能力、教研能力等方面对专业负责人、专业教师、兼职教师提出了具体要求，并且突出双师型教师比例要求，强调理论知识和实践能力相结合。但个别省份对于师资队伍教师结构的比例未作明确规定，部分省份对于教师赴企业挂职锻炼具体要求还有待提高。

(六)实训实习

各调研试点学校均具备较为完善的校内实训平台，且按照基础教学班开设实训教学的标准配置实训场地、仪器设备;实训室信息化建设可满足实训需求，各技能专项实训室相应场地及设施设备配置到位。不足的是，个别省份需拓展技能专项实训室类型，明确校外实训实习条件和基地。

三、人才培养方案存在的问题与对策

酒店行业的结构调整与转型升级，需要通过中高职衔接教育模式培养大量酒店管理专业多层次、多类型、多价值功能的专业人才。目前国内酒店管理专业中高职衔接试点院校在人才

培养方面取得了一定的经验，形成了一定的改革理念、实践方案及文本成果，但仍存在一定的问题。

(一)衔接模式省际之间存在差异，需要更加标准化

酒店管理专业中高职衔接主要存在两种模式:一贯制和分段式。一贯制即五年制高职，该模式的人才培养过程一般是由某所职业院校独立完成的，不存在中职学校与高职学校之间的衔接问题;分段式即“3+2”或“3+3”中高职分段培养，在培养目标、培养规格、课程体系等方面进行衔接，从多数试点省份来看，建议以“3+2”分段培养作为全国统一学段要求。

(二)衔接试点行业现状调研不足，需要更加科学化

酒店管理专业中高职衔接的根本宗旨是实现学生对酒店行业发展的工具性价值和自身能力持续发展的人本性价值。为达到既能推动现代酒店行业持续发展，又能拉动相对落后地区酒店业改革，同时满足自身综合发展的多元人才培养目标，需要对国内酒店行业发展现状、酒店行业岗位设置及各岗位人才需求规格、酒店行业岗位职业能力、中高职衔接毕业生与酒店行业需求的契合度、毕业生和在校生成对社会行业的适应性、满意度以及对自身发展的要求等进行充分调研，全力培养具有团队精神和工匠精神的技术技能型人才。

(三)衔接人才培养目标表述各异，需要更加精准化

各省份培养目标描述标准不一，缺乏规范性。多数省份未区分中高职阶段培养目标，培养目标未能体现衔接性、社会适应性，存在重复、倒挂、

缺乏系统性等问题;人才培养过程中缺乏目标的导引，培养目标层次不清，缺乏针对性。部分省份中职培养目标定位过高，容易造成衔接错位，应通过对综合素质、专业知识、职业能力、就业领域、目标岗位等方面的准确定位，科学区分中高职专业培养目标，保证中高职培养目标的有效衔接。

(四)衔接课程模块设计随意性强，需要更加规范化

试点省份课程体系分类、课程设置与命名、国家课程与地方课程、校本课程布局之间存在差异、随意性较大;培养规格、目标要求需要更加注意连续性、逻辑性与梯度性。可以从系统化、标准化和规范化角度优先考虑设置课程体系，一要充分体现酒店行业对不同层次人才的需求特征，符合不同层次酒店行业人才培养目标定位;二要充分保证中高职阶段课程在专业知识传授、学生习得规律和能力发展方面的衔接;三要体现人的全面发展和可持续发展，满足社会行业多样化、高素质的人才需求。

四、结语

基于对试点省份酒店管理专业中高职衔接人才培养方案的文本分析，结合前人的研究成果，建议以国家职业标准为基础，以综合职业能力为主线，整体设计酒店管理专业中高职衔接课程体系为工作思路，统一设计酒店管理专业中高职衔接教学标准。在操作层面，一是基于工作过程导向设计职业学习领域课程。职业学习领域课程模块遵循从“服务员--领班(主管)--部门经理”的职业成长及学生认知规律，实践教学“整体设计、分段递进、持续贯穿”，将职业技能训练贯穿整个课程体系;二是以酒店行业内需求为创新动力，立足产学结合的人才培养体系和衔接模式，实现知识传授、技能培养和实践操作一体化的实践项目，将“校企合作、复合培养”制度化、系统化;三是基于社会生活过程设计基础课程体系，构建以社会生活过程为导向、与专业课程相融合的基础课程体系，真正使中高职人才培养衔接贯通、梯次提升、持续发展，培养具有社会生活素质的全面发展的人。

关于高职院校实验室安全管理体系的研究与探索

文 刘磊

一、引言

实验室是学生实践实训、探索创新的场所，能够培养学生的实际动手能力、实际操作能力，是进行实践教学和科技创新的重要基地。近年来高度重视高职院校的发展，大力支持高职院校的建设，在实验室快速建设、改造的过程中，出现了较多的问题和安全隐患。如何确保高职校实验室安全建设与发展同步进行及实验室安全管理体制切实有效，已成为当下高职校发展的重要课题之一。我国《高等学校实验室工作规程》也明确规定“实验室要严格遵守有关安全的法规和制度，定期检查防火、防爆、防盗、防毒事故等方面安全措施的落实情况，要经常对师生开展安全教育，切实保障人身和财产安全[1]。本文基于实验室管理工作经验在对高职院校的实验室安全现状进行分析的基础上，提出改进实验室安全管理的一些思考和建议。

二、高职院校实验室安全存在的问题管理现状分析

职业院校强调职业技能和实践训练，实验室是实践实训教学的重要基地，所以高职的一个特点是实验室数量众多、种类多样，而很多高职院校起点低起步晚，管理经验比较欠缺，这就造成实验室安全隐患较多。在近年来的高速发展中，以下问题更为突出。

2.1安全意识整体淡薄，实验室安全工作重视不足

受传统观念影响，高校普遍更加注重理论教学，实验教学在高校中的地位相对来说较低。各高职院校大多存在重视教学科研、忽视安全保障的思想，安全工作往往作为其他工作的附加事务。由于高职院校实践教学和

科研活动中存在的安全问题不像生产企业那么直观和突出，所以实验室的安全工作往往被忽视。对安全工作的本质认识不足，重视度不高，对于管理过程的各个环节缺乏统筹性的思考。其根本原因就是以人为本的理念尚未真正深入人心，尚未真正认识到实验室安全工作的重要性[2]。相应的表现就是，没有认真实施的安全宣传和安全教育，学生缺乏安全知识，危险操作频频发生。

2.2安全管理体系不健全，安全责任划分不明确

大部分高职院校缺乏全校性实验室安全工作的专门组织体系，难以建立对整个学校实验室安全工作全面管理的领导体制。目前高职院校实验室安全工作大多由多部门负责，如保卫处、教务处或实验室设备管理部门等，这就形成了“无事人人管，有事人人推”的局面，责任不清，容易出现互相推委，降低了管理效率。责权不明确，就没有确定的专业人员对安全隐患进行有效的排查和清除，造成许多安全漏洞和盲区。

2.3资金投入不足，安全设施落后

由于安全意识的群体式淡薄，目前高职院校的实验室安全投入普遍不受重视。很多学校在面对资金有限的

情况下，常常只侧重于能给学校带来直观效益的方面，如教学科研投入、设备投入，而实验室安全投入属于有投入无产出的类型，常常被校领导有意无意地忽视，简化处理应付处理。重视度不够资金投入不足的结果有多个方面，首先是实验室建设中对实验室安全的整体考虑不够，这就会造成新建的实验楼应有的基础设施不全，其基本的安全防护设施、环保设施根本没有完整配套。而在老旧实验楼的改造项目中安全设施陈旧也未得到更新升级，如需要通风的实验室没有安装通风设施、精密仪器实验室、储藏室无法达到洁净要求等。甚至在改造中做违反安全原则的房间分割、门窗封闭、堵塞通道等，留下极大的安全隐患。

2.4安全制度不完善，执行落实不严

实验室的安全管理需要一整套的安全管理制度与之相匹配，脱离健全的管理制度谈管理将是纸上谈兵。实验室安全管理体系涉及防火、防盗、防中毒防污染等诸多方面的问题，每一个方面都需要有一套完善的管理制度，来规范管理。但是，目前大部分高职院校没有完善的实验室管理制度，很多制度十分陈旧沿用多年，一些十几年前制订的条例已经不能适用于新时代新情况，不能解决新问题。随着教育事业的不断发展，出现了许多旧的规章制度的空白区域，因此急需制订一系列新的、完善的规章制度以适应新的情况。既使针对旧的规章制度，部分高校对于实验室安全出现的问题也是不以为然，“有法不依，执法不严”现象十分普遍。

2.5实验室和设备高负荷运转，但人员配备不到位

随着学院的发展招生规模的逐年增大，实验室的使用大量增加，有些实验室满负荷运转，设备故障及安全隐患急剧增多，维修维护任务更加艰巨，这本身对实验管理人员维护仪器的技术能力、安全知识储备和管理及指导能力提出更高的要求。而高职院校的实验室管理岗位一贯不受重视，校内地位低人员流动大，导致问题更加突出。所以，实验室管理人员的需求愈加急迫，现有实验技术人员的素质急待大幅提高，才能满足当前院校和实验室发展的需要。

三、加强实验室安全管理的措施

实验室是进行各种实验教学及科研的场所，安全管理是实验室管理的一项重要内容。目前，国家为了规范管理高校实验室，已经建立实验室信息上报制度、颁布了实验室安全管理的文件，省教育厅每年定期组织安全检查，以促进各高校实验室工作的进步，强化安全保障。高职院校应该积极响应政府、教育主管部门的号召，根据自身情况做好以下几个方面的工作。

3.1提高安全意识，建立和完善实验室管理体制

实验室安全关系到师生人身安全、学院财产安全、校园和谐稳定、学校声誉和招生等，安全事故会造成无法挽回的损失，应当引起高职院校领导、全体师生的高度重视。

建立完善的实验室安全管理体系是提高实验室管理效率、保证实验室安全的必要前提。为确保实验室的安全，高职院校应高度重视实验室的安全工作，自上而下建立完善的实验室安全管理体系。首先由校长或分管副院长任学院安全工作组长，统领学院的安全管理工作，教务处、总务处、实验室管理或设备管理部门等各职能处室的主要领导担任小组成员。同时，各个系部也应成立实验室安全工作小组，明确实验室的安全管理责任人，建立起完整的实验室安全管理网络。另外，还需配备专门的安全管理员，执行对实验室进行安全检查，起到时刻提醒和监督的作用。整个安全管理体系借助相关制度使得职责清晰，有利于各尽其职，提高管理效率。

3.2健全和完善安全管理制度，认真落实执行



安全规章制度是安全管理实施过程中必不可少的行为规范和约束机制，为了保证实验室安全，必须制定一系列相应的安全管理制度，例如：岗位安全责任制度、实验室意外事故处理办法、实验室安全宣传及教育制度、实验室安全准入制度、实验室废弃物处置管理办法、实验室定期安全排查制度等。通过建立安全管理的完整制度体系，以严密的管理制度保障实验室的安全。

科学规范的安全管理制度建设是实验室正常、高效运转的有力保障，使实验室安全管理有法可依，有章可循。高职院校大多起点低基础差，快速发展与制度不完善的矛盾比较明显，应该积极学习和借鉴本科院校的制度及建设经验。同时，要充分考虑高职教育的现状和特点，使实验室安全管理规章制度皆具有很强的可操作性，保证能够落到实处，增强效果。

3.3加强实验室安全宣传和教育，构建校园安全文化

人是实验室教学和实践活动的主体，安全意识不足、安全知识缺乏带来的不安全操作的增多人为地增加了安全事故发生的概率，是导致事故发生的首要因素。杜邦理论指出，事故发生的因素中：人的不安全行为占96%，为主要原因，是人为的，是可以避免的。物的不安全状态占4%为次要原因，也间接是人为的，也是可以避免的。有关数据统计显示，很多实验室的事故如很多电、火、爆炸等事故的发生都是由于人的不当操作所导致的。高职院校需对学生进行安全教育，对出入实验室的所有人员进行安全培训，把预防安全事故的发生放在首要地位。

“安全第一，预防为主”，“预防工作，教育为先”，高职院校应加强



对学生进行安全教育，特别是把安全教育纳入新生的入学教育，启动实验室安全培训准入制度，并将培训和考试制度化，纳入到每学期的教学安排中，定期对老师和学生作安全消防知识培训。学生只有经过安全教育培训后才能进入实验室。

有效的宣传和培训工作是安全教育的重要手段。只有加强宣传，才能使师生熟悉安全管理制度，增强安全意识。只有加强培训，才能使师生掌握安全知识，消除隐患，规避风险。

高职院校可以通过编制培训教材、开展安全讲座、组织安全技能培训、开设实验室安全公共选修课、开展安全宣传周安全生产月活动等传统形式进行宣传和培训，还可加大多媒体在宣传培训中的运用，结合更加新颖有趣的媒体手段，更丰富的互动模式吸引学生参加、增强宣传效果。

3.4加大硬件投入，减少安全隐患

硬件建设是软件建设的基础，完善的实验室安全管理需要良好的硬件设施支撑。实验室建设过程中争取更多的投入，保证实验空间结构合理，设备安全距离符合要求，线路满足负荷要求。安全设施需配备完整，除常规的灭火器、应急灯之外，还应为实验室配备足够的紧急冲淋装置、消防报警装置、自动灭火装置等应急设施，根据国家标准结合自身院校的实际特点，配备实验废弃物的回收、储备和处理装置。实验室改造中注意安全通道畅通，线路更换保证负荷满足新要求、消防设备配备达标、及时更新。同时，将实验室安全装置的适用范围、使用方法和注意事项纳入到实验室安全宣传和培训考核之中，建立应急预案并进行消防演练，以确保在紧急情况发生时将危害降到最小。

3.5做好预案建设，开展消防演练，提高应对和操作能力

制定实验室安全事件应急处理预案，在突发情况发生时就能够采取及时正确的处理措施。高职院校应根据学校实际情况、教师及学生的特点，制定符合自己学校的安全事故处理应急预案。预案的内容里必须保证相关的所有人员在突发事件发生的时候，能根据预案要求以最快的速度赶到现场，并按预案方法处理事件，首先确保人员的人身安全，其次将财产损失尽力降到最低。

但仅有安全预案还不行，还应该进行必要的消防演习，进行现场消防演习能使师生的自救和他救能力和危境处置技能得以大大提升，危情发生时即有可能得到控制。演练能够验证和完善预案，更重要的意义是教育了师生，防患于未然。

3.6建立实验室定期巡查制度，消除安全隐患

高职院校外聘教师和双师型教师多、校企合作多，是一个出入人员相对复杂并且流动性很大的地方，艺术类院校实验室更存在着摄影及影视拍摄使用、剧组入住使用等特有情况，实验室管理难度更大，建立严格的日常监督检查制度必不可少。按照管理规定，教学使用中谁使用谁负责，针对特殊院情需要借用的情况，制定谁借用谁负责的制度，专职实验室管理员巡查监督。高职院校应当建立定期巡查制度，加强日常监督。对实验室进行定期安全检查，检查电器电路，严禁超负荷使用电器。各实验室的仪器必须保证人走断电、水龙头处于关闭状态，避免在人员离开实验室后发生线路短路等突发事件引起的安全事故。定期细致的安全排查能大量地消除安全隐患。

3.7与时俱进，加速实验室安全管理智能化

智能化的系统可以实现实验室和库房的实时监控、远程监控，大大提高实验室管理的效率。随着移动开发的进展，现在的系统可以与管理者的手机绑定，支持预警功能等。出现安全问题时，让实验室管理员能够在第一时间知道发生的情况，能够及时发现和响应处理，以最快的速度赶赴现场采取应对措施，这样大大地降低了

安全事故的危害。

智能化的系统对于实验室、设备、库房物资以及危险物品的管理非常直观有效，实时监控设备状态、物资数量，对于实现实验室管理系统的自动化智能化有重要作用。

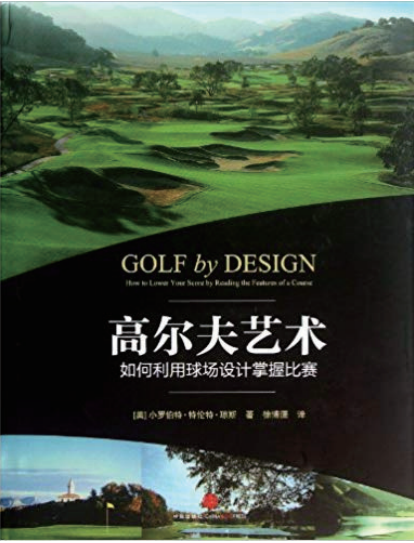
3.8借鉴国际标准，实施实验室安全管理标准化建设

加强实验室安全标准化建设是提升高职高专实验室安全管理的有效手段。高职院校实验室安全标准化建设可以借鉴ISO质量保证体系模式，着重实施以下几个方面：保证实验室房屋及水、电、气等管线设施规范、完善，实验室设备及各种附件完好，实验室现场布置合理、通道畅通、整洁卫生，实验室安全标志齐全、醒目直观,实验室安全防护设施与报警装置齐全可靠,安全事故抢救设施齐全、性能良好，并要依此制订相应的各项标准,以作建设和检查的依据，实现实验室安全条件标准化；制订以实验室安全运行目标的实验室安全管理全过程的各项详细的、可操作的管理标准，并在管理中严格贯彻和执行，以实现实验室安全运行组织管理标准化；针对各实验室的每个实验制订操作程序和动作标准，实现标准化操作，实现实验室安全操作标准化。

四、总结

高职院校普遍存在着安全意识淡薄、安全管理体系不健全、安全制度不完善、日常监管不到位等问题，近年来随着职业教育的快速发展，实验室建设加快数量大大增加，使用频率高，其中的安全隐患问题愈加突出，一旦发生安全事故会造成严重的人身伤害和财产损失。高职院校应该强化安全意识、完善实验室安全设施、建立实验室管理体制，保证实验室安全，保证教学、科研顺利进行以及保障师生安全，促进实验室安全文化的形成，为构建和谐校园和谐社会做贡献。

书籍



《高尔夫艺术》
作者：小罗伯特·特伦特·琼斯、徐博潇

《高尔夫艺术：如何利用球场设计掌握比赛》这部作品是世界知名的高尔夫球场设计是小罗伯特·特伦特·琼斯的作品。作品主要是从一个设计的角度来为高尔夫爱好者介绍世界各地最具代表性的高尔夫球场的设计，以便帮助高尔夫爱好者理解高尔夫从球洞到障碍等各种影响比赛的因素，从而提高自己的竞技水平。

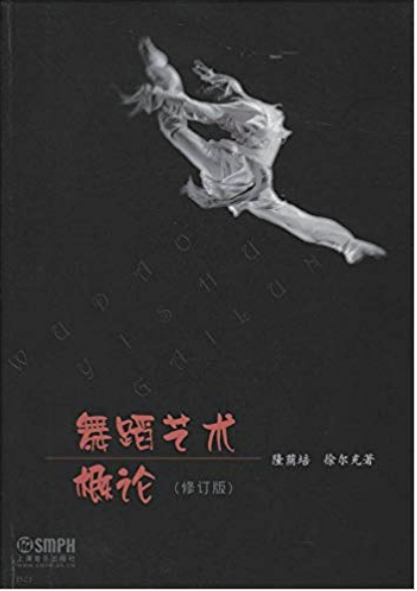
在作品中，作者不仅仅告诉球手球场设计的要素和设计者的思路，更重要的是，分析了针对不同类型的球场、球洞、障碍、草坪、气候、地形等影响球手发挥的因素提出了各种对策和忠告，具有相当的实践性。而且作者还在作品中着重强调了现代球场的设计遵从绿色环保的理念。

《高尔夫艺术：如何利用球场设计掌握比赛》中还有大量的图片，图文并茂，可以帮助读者做更深入的理解。



《舞蹈力量训练原理与方法》
作者：杨鸥

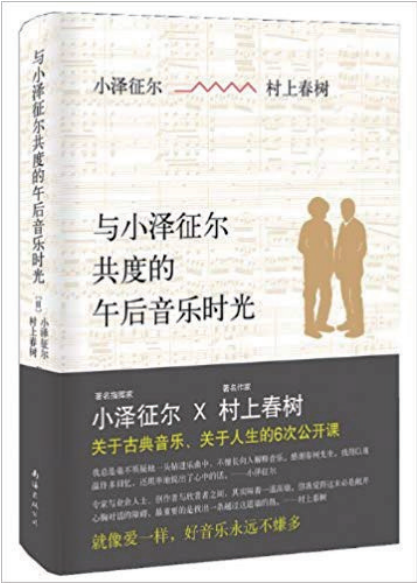
《舞蹈力量训练原理与方法》的内容就是整合上述各项研究成果，提出了舞蹈力量类型划分理论，根据舞蹈功能性力量和技术性力量的类型特点，筛选出多种有针对性的训练方法，并进行训练原理的阐述。研究中提出的力量训练方法主要来自三个途径，一是对舞蹈教师们目前已经普遍运用的传统训练方法进行理论总结，对其功能、性质、特点、原理以及负荷的运用等加以概括；二是对现代运动训练中肌肉力量训练的相关方法进行借鉴和改造，使之成为适合舞蹈专业特点的力量训练方法；三是将传统舞蹈力量训练经验与现代运动力量训练方法相结合，运用人体科学和训练科学理论来提升其科学成分，形成新的方法。



《舞蹈艺术概论》
作者：隆荫培、徐尔充

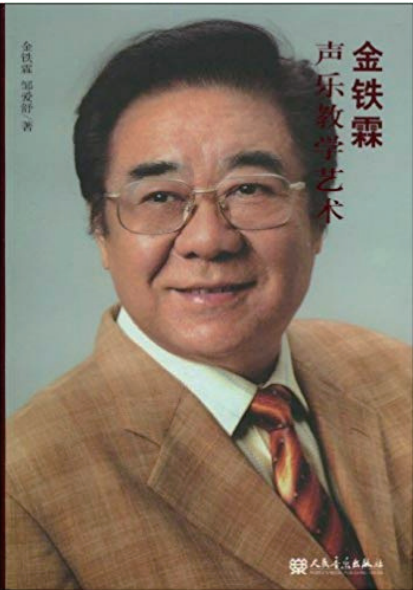
《舞蹈艺术概论(修订版)》是从理论上构建舞蹈艺术的一项基础工程。作者凭着渊博的文化学养，运用马克思主义的美学观，通过大量实证，科学而全面地论述了舞蹈的起源、流派、特征、规律以及创作表演、教学欣赏等等的基本理论。发行后深受广大读者欢迎，既为艺术院校纳为正式教材，也是舞蹈爱好者步入艺术殿堂的理论途径；既有很高的学术价值，又有很高的文献价值，其对中国舞蹈推动作用是不可磨灭的。”





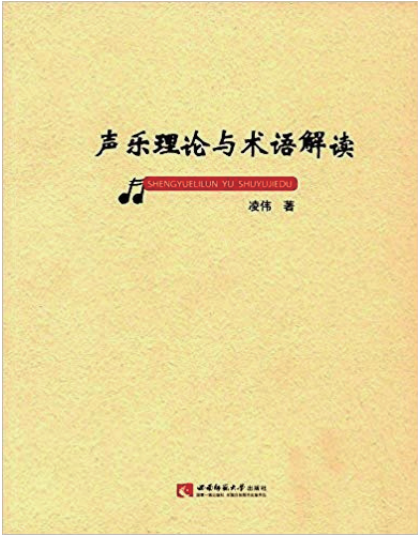
《与小泽征尔共度的午后音乐时光》
作者：小泽征尔 、村上春树
译者：刘名扬

《与小泽征尔共度的午后音乐时光》
内容简介：音乐大师和名满天下的作家相遇会聊些什么？就是这本小泽征尔与村上春树一起写成的，6堂关于古典音乐、关于人生的“公开课”。从日本神奈川到东京，从美国檀香山到瑞士日内瓦湖畔，小泽征尔与村上春树在一个个暖茶与点心陪伴的午后，一边欣赏古典音乐，一边畅谈音乐、文学与人生。小泽征尔娓娓道来的传奇经历，令人感动不已；村上春树的谦恭与音乐品味，更让人深深感佩。徜徉字里行间，既能从大师的脚步中汲取人生力量，亦能从妙趣横生的对话中享受文字之美和音乐之美。



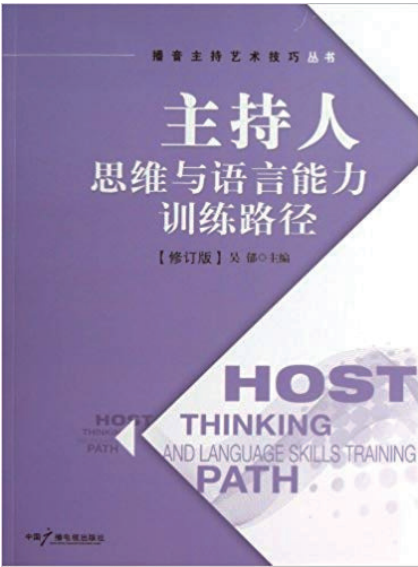
《金铁霖声乐教学艺术》
作者：金铁霖、邹爱舒

《金铁霖声乐教学艺术》是在“百花齐放、百家争鸣”的声乐教学领域，“金铁霖教学法”已被人们视为一朵绚丽绽放的奇葩。随着彭丽媛的一首《在希望的田野上》红遍了中国大江南北，为数众多、唱演俱佳的民歌新秀再次引起人们对民族声乐的瞩目，成为媒体的焦点，新中国的声乐艺术实现了质的飞跃，掀开了新的篇章。作为中国民族声乐学派的领军人——金铁霖教授，对中国民族声乐的发展居功甚伟。中国声乐艺术在短短的几十年里得到了长足发展，这离不开金铁霖教授对中国声乐发展所做的巨大贡献，他为我国声乐发展史添上了浓墨重彩的一笔。



《声乐理论与术语解读》
作者：凌伟

《声乐理论与术语解读》内容简介：
当今，声乐艺术已经进入一个崭新的发展时期。从发展初期到现在，各个国家、地区的高校为社会培养了众多优秀的歌唱家、声乐教育家、声乐评论家以及声乐教师。他们总结出丰富的教学经验和手段，出版、发表的专业书籍、学术论文更是不计其数。



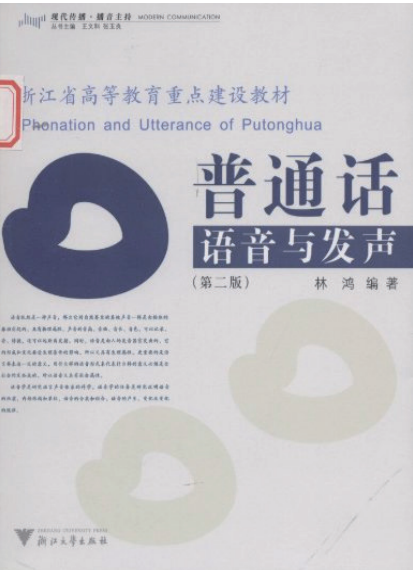
《主持人思维与语言能力训练路径》
作者：吴郁

《主持人思维与语言能力训练路径》立足于节目主持功能语境，着眼于主持人思维能力的拓展，以及主持人语言的运用特点，尝试找到一些可以操作的、有实际效用的自我训练、互相训练的途径。本着主持人在节目中的主持功能的需要，我们在思维这个颇具神秘性的领域里，特意把关注点聚焦在思维方式上，重点是“发散思维”、“聚敛思维”、“类比思维”、“应变思维”。



《流行歌曲写作·旋律》
作者：吉米·卡库里斯(Jimmy Kachulis)
译者：孔宏伟、武麟

用数以千计的流行音乐写作技巧点燃你的想象力！《流行歌曲写作·旋律》以伯克利音乐学院流行音乐写作课程为理论基础，提供的循序渐进式的教学指导将帮助你创作出优秀的流行歌曲。无论你是不识谱的音乐写作新手，还是经验丰富的创作者，《流行歌曲写作·旋律》都会帮助您开阔音乐写作的思路，丰富您的音乐创作内容。
《流行歌曲写作·旋律》主要会帮助您学习现代流行音乐中的各种基本创作技巧。在每课后都有辅助课程学习的练习作业，使您能轻松地将理论付诸于实际创作中。您将逐步突破音乐创作中的障碍，轻松、简单并发自内心地开始您的音乐创作事业。



《普通话语音与发声》
作者：林鸿

语音既然是一种声音，那么它同自然界里的其他声音一样是由物体的振动引起的，具有物理属性，声音的音高、音强、音长、音色、可以记录、存、转换，还可以远距离发射。同时，语音是人的发音器官发生的，它的形成和变化要受生理条件的影响，所以又具有生理属性。更重要的是语言要表达一定意义，用什么样的语音形式表什么样的意义必须是全社会约定俗成的。所以语音又具有社会属性。
语音学是研究语言声音体系的科学。语音学的任务是研究说明语音的 性质，内部结构和单位，语音的分类和组合，语音的产生、变化及变化的规律。
本书是大专院校播音主持专业教材，又是一本讲授普通话音、发声知识的普及性读物。它将在汉语普通话的推广和语音规范、艺术语言表达功力的提高方面学习者提供有效帮助。



《从零开始学做酒店经理》
作者：容莉

酒店经理是酒店服务管理工作中的重要岗位。如何成为一名youxiu的酒店经理？如何开展与实施酒店管理工作？如何为入住客人提供更优质的酒店服务？这是每一名酒店经理都要面对的问题。
本书共8章，分别介绍了酒店经理要做什么、酒店服务人员管理、酒店前厅业务管理、酒店客房服务管理、酒店餐饮娱乐管理、酒店财务运作管理、酒店安全检查管理、酒店网络订单管理等方面，为酒店管理人员开展工作提供了重要的参考。全书着重突出酒店管理工作的方法、流程、技巧和细节，具有很强的实用性和可操作性。
本书适合酒店经理以及一线酒店服务人员阅读，也适合希望从事酒店管理工作的人员以及高等院校相关专业的师生阅读。



《美丽人生 La vita è bella》
导演: 罗伯托·贝尼尼
编剧: 温琴佐·切拉米 / 罗伯托·贝尼尼
主演: 罗伯托·贝尼尼 / 尼可莱塔·布拉斯基 / 乔治·坎塔里尼 / 朱斯蒂诺·杜拉诺 / 赛尔乔·比尼·布斯特里克

犹太青年圭多（罗伯托·贝尼尼）邂逅美丽的女教师多拉（尼可莱塔·布拉斯基），他彬彬有礼的向多拉鞠躬：“早安！公主！”。历经诸多令人啼笑皆非的周折后，天遂人愿，两人幸福美满的生活在一起。

然而好景不长，法西斯政权下，圭多和儿子被强行送往犹太人集中营。多拉虽没有犹太血统，毅然同行，与丈夫儿子分开关押在一个集中营里。聪明乐天的圭多哄骗儿子这只是一场游戏，奖品就是一辆大坦克，儿子快乐、天真的生活在纳粹的阴霾之中。尽管集中营的生活艰苦寂寞，圭多仍然带给他人很多快乐，他还趁机在纳粹的广播里问候妻子：“早安！公主！”

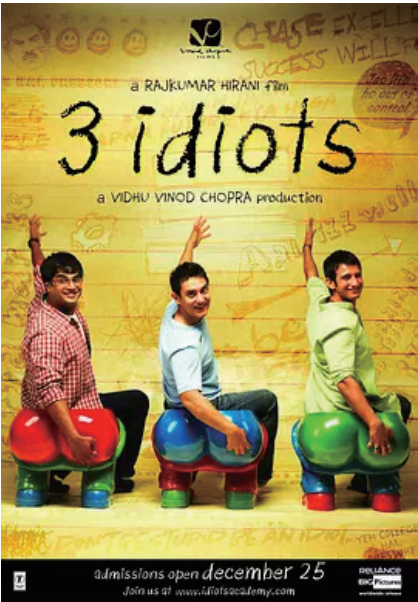
法西斯政权即将倾覆，纳粹的集中营很快就要接受最后的清理，圭多编给儿子的游戏该怎么结束？他们一家能否平安的度过这黑暗的年代呢？



《霸王别姬》
导演: 陈凯歌
编剧: 芦苇 / 李碧华
主演: 张国荣 / 张丰毅 / 巩俐 / 葛优 / 英达

段小楼（张丰毅）与程蝶衣（张国荣）是一对打小一起长大的师兄弟，两人一个演生，一个饰旦，一向配合天衣无缝，尤其一出《霸王别姬》，更是誉满京城，为此，两人约定合演一辈子《霸王别姬》。但两人对戏剧与人生关系的理解有本质不同，段小楼深知戏非人生，程蝶衣则是人戏不分。

段小楼在认为该成家立业之时迎娶了名妓菊仙（巩俐），致使程蝶衣认定菊仙是可耻的第三者，使段小楼做了叛徒，自此，三人围绕一出《霸王别姬》生出的爱恨情仇战开始随着时代风云的变迁不断升级，终酿成悲剧。

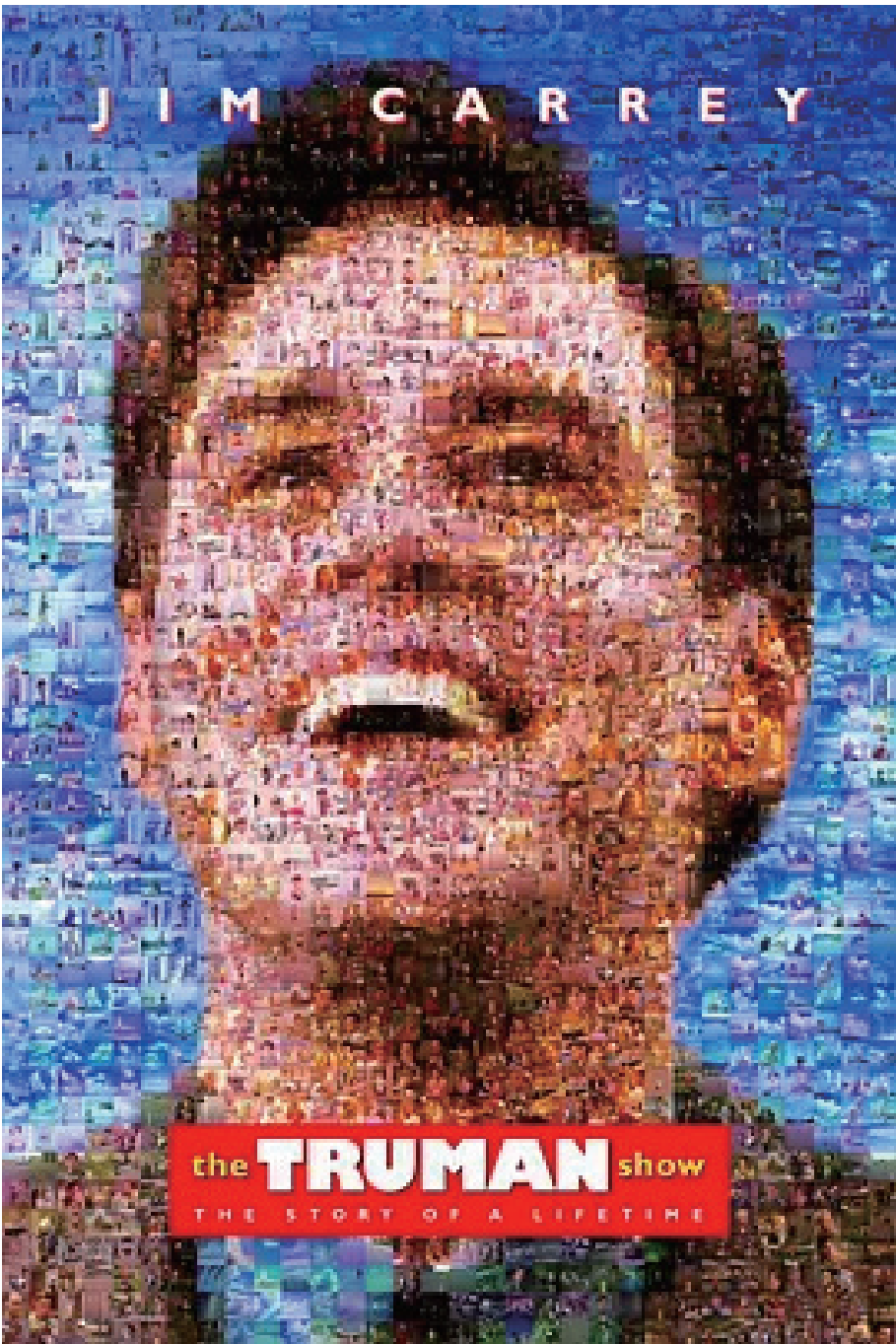


《三傻大闹宝莱坞》
导演: 拉吉库马尔·希拉尼
编剧: 维德胡·维诺德·乔普拉 / 拉吉库马尔·希拉尼 / 阿西奇·乔希
主演: 阿米尔·汗 / 卡琳娜·卡普尔 / 马达范 / 沙尔曼·乔希 / 奥米·瓦依达

犹太青年圭多（罗伯托·贝尼尼）邂逅美丽的女教师多拉（尼可莱塔·布拉斯基），他彬彬有礼的向多拉鞠躬：“早安！公主！”。历经诸多令人啼笑皆非的周折后，天遂人愿，两人幸福美满的生活在一起。

然而好景不长，法西斯政权下，圭多和儿子被强行送往犹太人集中营。多拉虽没有犹太血统，毅然同行，与丈夫儿子分开关押在一个集中营里。聪明乐天的圭多哄骗儿子这只是一场游戏，奖品就是一辆大坦克，儿子快乐、天真的生活在纳粹的阴霾之中。尽管集中营的生活艰苦寂寞，圭多仍然带给他人很多快乐，他还趁机在纳粹的广播里问候妻子：“早安！公主！”

法西斯政权即将倾覆，纳粹的集中营很快就要接受最后的清理，圭多编给儿子的游戏该怎么结束？他们一家能否平安的度过这黑暗的年代呢？



《楚门的世界 The Truman Show》
导演: 彼得·威尔
编剧: 安德鲁·尼科尔
主演: 金·凯瑞 / 劳拉·琳妮 / 艾德·哈里斯 / 诺亚·艾默里奇 / 娜塔莎·麦克艾霍恩

楚门（金·凯瑞 Jim Carrey 饰）是一个平凡得不能再平凡的人，除了一些有些稀奇的经历之外——初恋女友突然失踪、溺水身亡的父亲忽然似乎又出现在眼前，他和绝大多数30多岁的美国男人绝无异样。这令他倍感失落。他也曾试过离开自己生活了多年的地方，但总因种种理由而不能成行。

直到有一天，他忽然发觉自己似乎一直在被人跟踪，无论他走到哪里，干什么事情。这种感觉愈来愈强烈。楚门决定不惜一切代价逃离这个他生活了30多年的地方，去寻找他的初恋女友。

但他却发现自己怎样也逃不出去。真相其实很残忍。



南京视觉艺术职业学院专业介绍

传媒系

摄影与摄像艺术(商业摄影)

本专业培养具有敏锐的商业洞察力和强烈的艺术表现力，能够独立完成产品的创意、拍摄等工作的专门人才。

摄影与摄像艺术 (影视摄影)

本专业培养具备在影视行业内以从事摄影摄像为主，影视后期剪辑，涵盖策划、摄像、视频剪辑、节目包装、影视特效等相关工作的基本技能，并且为互联网、数字媒体等快速发展的领域提供新型视觉表达的复合型人才。

摄影与摄像艺术 (航空摄影)

本专业培养具有较完善的影视艺术基础知识，熟练掌握室内/外无人机飞行、航线设计等操作技能，从事航空摄影创意影像表达的复合型专门人才。

摄影摄像技术

本专业培养系统地掌握现代摄影技术知识、技能，具有独立的艺术思维、独特的鉴赏能力，能够运用现代影像技术进行艺术创作及研究的高级艺术人才。

影视编导

本专业培养具有广播电视节目策划、创作、制作等方面的专业知识，具备较高的理论修养和艺术鉴赏等方面能力的全面发展的高级人才。

广播影视节目制作

本专业培养具备电视节目编导、策划、制作等方面专业知识，具备一定艺术鉴赏能力，能在广播电视系统和文化部门从事广播电视节目编导、策划、制作以及摄影、摄像、新闻采编、社教等方面工作的电视艺术学科的复合型应用人才。

数字媒体艺术设计

本专业培养能够使用新媒体工具进行设计创作、驾驭最先进的数字影视技术，熟悉数字影视制作生产流程的复合型高级人才。

数字媒体应用技术

本专业培养具有良好的科学素养以及美术修养，既懂技术又懂艺术，能利用计算机新媒体设计工具进行艺术作品的设计和创作的复合型应用设计人才。

影视动画

本专业培养具有较高的艺术素质和修养，掌握影视动画的基础理论和基本技能，熟练应用平面设计和影视动画软件制作，并具备相关理论研究能力的影视动漫设计专门人才。

设计系

室内艺术设计

本专业培养具有较高专业技能和较强实际工作能力，掌握室内设计设计基础知识和室内空间环境设计、艺术设计、施工管理等专业技术，以及较强的室内表现技巧能力的复合型专业人才。

建筑室内设计

本专业培养具有较高室内设计水平 and 熟练的装饰技能，熟练从设计到施工的整个工作过程，具有室内设计设计和工程管理的综合素质技能的技能型专门人才。

环境艺术设计

本专业培养具有良好的职业素养和职业技能、创新理念和实践能力，面向园林景观和室内设计行业，从事设计、施工监理、工程师等工作的高素质技能型专门人才。

建筑设计

本专业培养具备建筑设计、区域规划、室内设计等方面的知识，能在设计部门从事项目策划、建筑设计等工作，并具有多种职业适应能力的通用型、复合型工程技术人才。

广告设计与制作

本专业培养对各观事物具有敏锐观察能力，对市场具有系统分析能力，掌握广告设计的专业理论知识，掌握以视觉传达为主体的广告设计与制作技术，具有创造力、实际动手能力与一定的管理能力的人才。

视觉传播设计与制作

本专业培养熟练掌握新媒体艺术创作、网络多媒体制作、移动设备广告传媒等设计技能，能够适应设计业发展所需的高素质国际化复合型数字媒体创意人才。

美术

本专业培养具备从事传统工艺、现代美术所必需的理论知识、综合审美与表现能力以及职业能力，从事传统工艺美术、现代实践艺术、美术教育等相关工作的实用型人才。

人文艺术系

音乐表演 (声乐)

本专业培养具有良好音乐素质，掌握音乐表演艺术的基本理论和基础技能，具有演绎不同风格及体裁的音乐作品的的能力，能够独立从事音乐表演艺术的专门人才。

音乐表演 (钢琴演奏)

本专业教授钢琴演奏方向相关知识与技法。主要培养学生的钢琴演奏技巧和对音乐的鉴赏感悟能力。在较高学生演奏技巧的同时，增加其艺术修养。

音乐表演 (学前教育)

本专业培养具备学前教育专业知识，能在幼儿园从事保教和研究工作的教师、学前教育行政人员及其他有关机构的教学、研究人才。

歌舞表演

本专业培养具有舞台表演能力的演员，为各级各类文艺演出团体、大中型企业等单位培养有良好思想品德和职业道德的、具有一定音乐基础理论、民族和通俗歌曲演唱或民族及现代舞蹈表演能力的应用型专门人才。

舞蹈表演

本专业培养掌握舞蹈学科基本理论知识，并具有舞蹈表演、舞蹈研究、舞蹈编导等基本技能，具有较强的综合职业素质能力的高级专门人才。

播音与主持

本专业培养具有广播电视播音学、新闻传播学、新闻采编的基本理论知识和基础技能，并具有创新精神、自学能力、实践能力和可持续发展潜力的应用型人才。

空中乘务

本专业培养热爱民航事业，具有良好政治素质、文化素质、专业素质和身体素质，精通国内外航空服务业务，能够熟练掌握并灵活运用专业知识和技能，具备较高外语水平、团队协作能力和应变能力，能够为顾客提供优质服务、适应民用航空事业需求与发展的空乘、乘务、地勤、礼仪服务等领域的高级专门人才。

高尔夫运动与管理

本专业培养能熟练掌握高尔夫球训练与教学的相关知识和、技术技能，拥有较高水平的高尔夫竞技能力和教学能力的应用型、一专多能的球类项、高水平人才。

酒店管理

本专业培养熟练掌握酒店经营管理与服务所需的基础理论、知识和操作技能，具备较高的管理能力、团队协作能力和终身学习能力，能从事现代酒店业一线服务及督导管理工作的技能型、复合型、国际型、创新型人才。该专业开设华住班和国际博览班。北孝生由华住酒店集团和南京国际博览会议中心统一面试，面试合格同学入学后每年给予7500元专项人才培养基金；学生在华住酒店集团旗下各中高端品牌酒店和南京国际博览会议中心完成实习，毕业后可自主选择是否进入相应酒店就业。