

据人数对学生进行分组,并让学生以小组为单位进行比赛,并在三个比赛结束后,根据小组成绩排出前三名,并对前三名的小组进行奖励:第一个比赛是“拍球时间”,每个分组分别派出两位学生参加比赛,并让学生在在规定时间内进行拍球,时间结束后再比较学生拍球的次数,并为拍球次数最多的三个学生所在的小组进行加分。第二个比赛是“投篮时间”,在比赛中每个小组成员都要参加,教师让小组轮流来进行投篮,并按照小组投篮投入框的数量进行评分,并为投篮数最高的小组加分。第三个比赛是“运球时间”,教师为小组安排相应的跑道,并让学生按照一定的距离站在相应的跑道上,再给每个小组一个篮球,让学生在跑道上运球、传球,最先将篮球运至终点的小组获胜。待三个比赛举办完成后,教师再对各个小组的总成绩进行计算,以此得出前三名的小组,并对前三名的小组进行鼓励。教师在使用这样的教学方式时,需要注意进行小游戏的时间,在合理的时间中进行体育游戏,可以有效地提升学生的积极性,从而使学生积极地参与进体育教学中,并使学生在愉快的体育活动中达到锻炼身体目的。

三、设置情境,培养学生创新能力

教师在进行小学低年级体育游戏教学时,可以给学生设置情境,从而使学生能够积极地参与进体育游戏教学中,并使学生在情境中提升创新能力和合作能力。

例如:教师在进行体育游戏教学时,可以根据体育活动范围设置闯关环节,并

在每个环节中安排几个学生作为裁判。教师让学生从起点开始闯关,而楼梯可以作为第一个闯关点,作为裁判的学生站在对起点的楼梯处,与进行闯关的学生进行石头剪刀布,如果闯关的学生失败了就会被作为裁判的学生轰回起点,如果闯关的学生成功了,作为裁判的学生就需要休息一分钟,之后再继续守着闯关点;第二个闯关点可以在一片空旷的场地进行“一二三木头人”,作为裁判的学生是站在第二关终点数数的人,而闯关的学生需要根据裁判所说的“一二三木头人”进行行动,当闯关的学生碰到裁判后,闯关的学生便过关,但如果闯关的学生不过关,就需要回到第二个闯关点重新开始;第三关可以是使用学生所制作的沙包进行丢沙包游戏,待闯关的学生在一定时间内没被沙包丢中,就是闯关成功,以此便是获胜。教师使用这样的教学方式,既可以锻炼学生的身体素质,也可以锻炼学生的想象能力。

总而言之,当教师使用体育游戏教学对小学低年级学生进行体育教学时,不但可以提升学生的身体素质,还可以提升体育教学效率。

参考文献

- [1] 邱敬华,全怀艳.浅谈如何在小学低年级体育课中运用体育游戏[J].中国教育研究与创新,2007,004(009):98-99.
- [2] 张桂红,周莉.浅析游戏在小学低年级体育教学中的运用[J].商情,2009,000(001):132-132.

新媒体对中国传统文化传播的促进性影响研究

张伟光

(白城师范学院文学院 吉林 白城 137000)

摘要中国传统文化蕴藏深厚的思想道德内涵,是弘扬与培育核心价值观的关键所在。在新技术媒体繁荣发展的当下,明确新媒体对于传统文化传播的促进性影响,发挥新媒体技术在文化传播领域的优势作用,对中国传统文化传承及发展具有重要影响。

关键词新媒体;中国传统文化传播;促进性影响

DOI 10.12252/j.issn.2096-6288.2020.06.1619

引言

传统文化作为人类文明逐渐演变汇集而成,映射民族风貌与民族特质的文化形态,是民族发展史中多元意识形态及思想文化的集中表现。伴随社会经济迅速发展,社会群体对于文化层面的需求不断提高,同时,因近些年新媒体的诞生与繁荣发展,为中国传统文化传播及发展带来了较佳的环境与平台,以新媒体优势为依托传播与弘扬中国传统文化,既能落实民族优秀文化的健康、可持续发展,亦可推动我国传统文化迈向国际舞台。

一、新媒体时代传播中国传统文化的现实价值

(一) 推动多元文化传播,促进传统文化发展

以往我国传统文化在广泛传播方面存在较大局限性,传播途径单一化便是其主要表现。报纸与期刊等传统纸质媒体,凭借固定与相对稳定的传播途径,根据固定化传播流程传播我国传统文化。具体来说,我国多数报刊仅凭借发行报纸的单一化形式传播国家传统文化,而唐诗宋词等传统文学则借助书籍印刷展开文化传播。此种单调的文化传播途径不仅需要投入较多传播成本,同时还要拥有一定规模的文化知识内容传播主体,对于受众综合素质也有一定要求,这些问题导致传统文化普及传播与跨文化传播面临诸多限制。自新媒体时代来临后,此种单一化与固定化的文化传播途径被打破,传统文化传播渐渐趋于融合性传播方向发展。报纸与书籍等纸质媒体不仅可通过印刷进行信息传播,还可借助新媒体平台大范围传播国家传统文化,并且经过多媒体图文并茂的信息传播,促使以往高雅的文化内容亦可被受众群体理解,切实降低文化传播对于受众素质的要求,推动了多元文化传播,也真正促进了国家传统文化发展。

(二) 深化传统文化认知,加强传统文化认同

在新媒体时代下,特别在互联网、报纸、电视与广播共同建构的媒介化空间中,中国文化和传播媒介之间拥有更多交互的可能性。诚然,知识化作为现阶段传统文化内容大众传播的主要策略,媒介是受众群体认知多样性事物的重要形式,其传播着丰富的常识性内容,包括传统诗词、文学名著以及神话传说等等,在我国民间方面已得到一定认知基础。新媒体对于这些信息进行系统化梳理,并以生动形象的形式面向受众群体传播,如《国宝档案》及《故宫》等纪录片,受众既能够在纪录片中领会国家传统文化的特殊意境,还可掌握诸多常识性知识,这有助于深化受众群体对于传统文化的认知,并不断加强其传统文化认同,树立文化自信。一般来说,大众传播通常无法决定社会群体对于某个意见或者事件的明确看法,但却可凭借提供信息内容与安排有关议题,决定社会群体关注哪些意见与事实,以及其互相探讨的先后顺序。事实上,该理论在中国传统文化传播层面亦同样如此。社会大众通过互联网、纸质媒体与电视节目等媒介的传统文化知识接收,加强对于多元传统文化内容的认知水平,同时利用媒介传播中的大量文化知识加强传统文化认同。由此可见,深化社会群体传统文化认知,加强传统文化认同,是新媒体环境下传统文化传播的现实价值之一。

二、新媒体对中国传统文化传播的促进性影响

(一) 传统文化的通俗化传播与数字化出版

新媒体环境下,社会大众对于信息的接受习惯与阅读特征有所改变,对传统文化传播模式提出全新要求。一方面,通俗化传播现已成为中国传统文化面向受众广泛传播的全新模式。所谓通俗化传播,是指利用通俗的方式最大程度满足社会文化层次相对普通的受众,对于国家文化的多元化需求。通俗化传播旨在满足现代社会传统文化实际生存环境以及民众的实际接受能力,以受众群体喜闻乐见的形式普及、传播国家传统文化。以《百家讲坛》为例,该节目以传播、弘扬国家传统文化为核心宗旨,面向社会大众,以新媒体平台为依托,将古往今来著名历史人物与事件,以通俗化方法普及给受众群体,使其在故事的生动讲解中,深入了解国家历史与传统文化,这无疑推动了传统文化的传承与发展。

(二) 传统文化传播新载体信息数据库发展

网络信息时代下,传统文化的传承及发展应紧跟社会发展脚步,以新媒体技术为依托,广泛普及与传播国家优秀传统文化。一直以来,传统文化的传播都依赖于纸质媒介,受众群体通过书籍、报刊购买与阅读了解传统文化。而新媒体的普及应用与繁荣发展,推动了传统文化传播新载体发展,即信息数据库,这一信息存储与传播新方法,落实了纸质媒介向电子数据储存形式的完美转变。传统文化的数字化存储和传播作为长期、系统性工程,旨在落实中国传统文化内容在网络平台健康传播。我国传统文化传播的数字化项目建设包括二十类,包括文艺、哲学、史地记忆社科等诸多学科,从先秦时期到民国时期的历代文学作品经过电子化扫描,完整的存储于信息数据库当中。该项目工程建设包含国家传统文化体系的全领域内容,其根本目的在于通过数字化技术手段再现民族摧残文化与现代文化建设、发展的傲人成绩。

结语

综上所述,中华文化历经五千余年的发展与沉淀,在文化传承、传播过程中,社会层面的每次技术变革均会促使传播形式发生转变,而新的文化传播形式亦会促进传播技术创新、文化传播以及文明进步。新媒体环境下,中国文化传播与发展的挑战与机遇并存。

参考文献

- [1] 潘理安,唐嘉蔚.从共鸣到共享:“抖音”的中国传统文化传播策略[J].传媒,2020(03):88-90.
- [2] 孙子茜.探究新媒体时代中国文化传播的机遇与挑战[J].国际公关,2020(01):284.
- [3] 王秀丽.新媒体视阈下传统文化传播的可视化媒介形象[J].当代传播,2019(05):103-105.

作者简介:

张伟光(1977.3),女,汉族,吉林白城人,白城师范学院文学硕士,副教授,从事中国古代文学史、中国传统文化、书法研究。