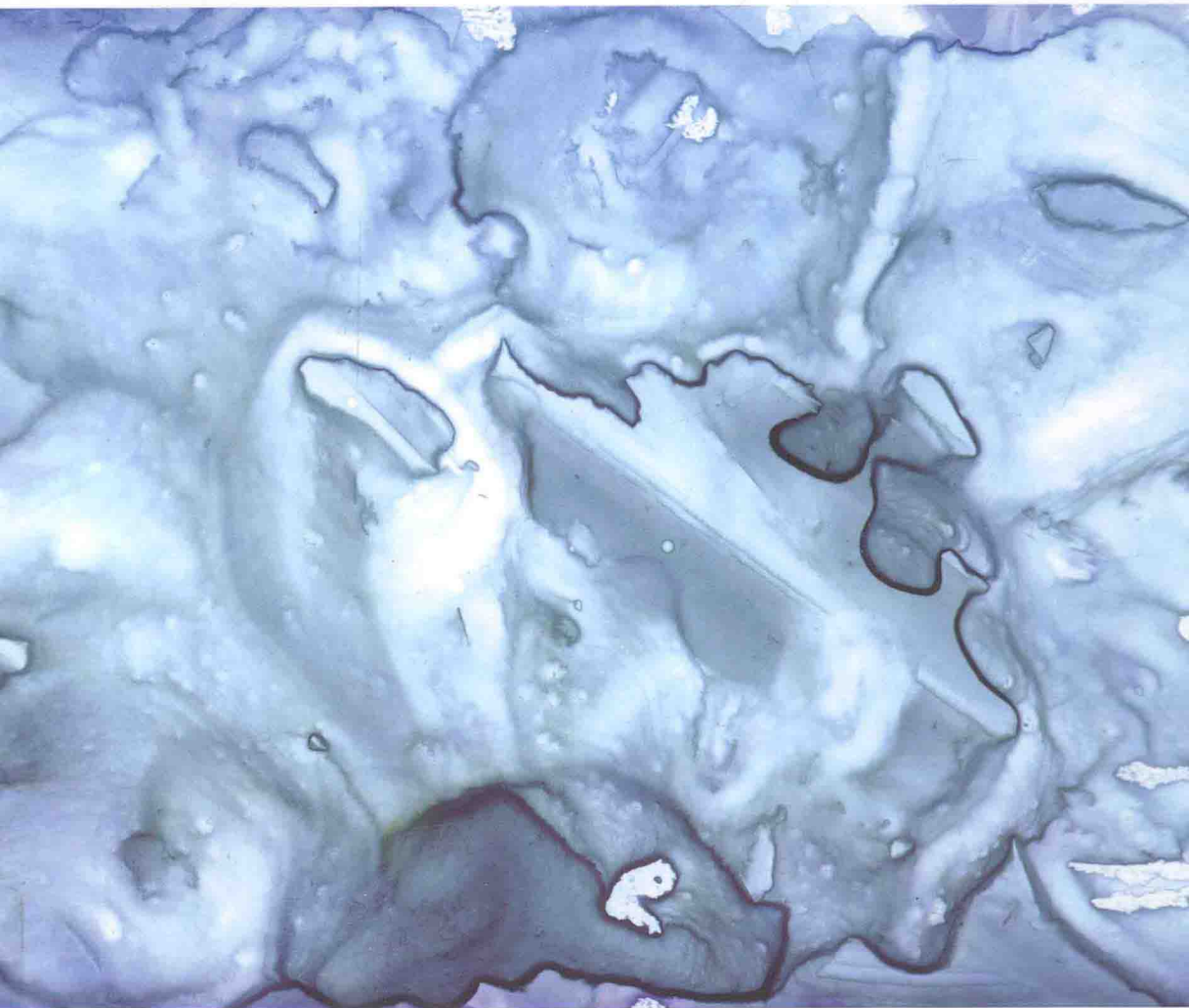


文化创意产业与当代 学校美术教育的研究

Wenhua Chuangyi Chanye Yu Dangdai Xuexiao Meishu Jiaoyu De Yanjiu
国家社会科学基金‘十一五’规划(教育学科)国家一般课题研究成果

主 编 钱初熹



Wenhua Chuangyi Chanye Yu Dangdai
Xuexiao Meishu Jiaoyu De Yanjiu

文化创意产业与当代 学校美术教育的研究

主 编 钱初熹

图书在版编目 (C I P) 数据

文化创意产业与当代学校美术教育的研究 / 钱初熹主编. — 长沙: 湖南美术出版社, 2012. 11
ISBN 978-7-5356-5797-8

I. ①文… II. ①钱… III. ①文化产业—产业发展—关系—学校教育—美术教育—研究—中国 IV. ①G124②J-4

中国版本图书馆CIP数据核字 (2012) 第252366号

文化创意产业与当代学校美术教育的研究

Wenhua Chuangyi Chanye Yu Dangdai Xuexiao Meishu Jiaoyu De Yanjiu

出版人: 李小山

主 编: 钱初熹

责任编辑: 严 威

责任校对: 黎 平

版式设计: 严 威

出版发行: 湖南美术出版社 (长沙市东二环一段622号)

经 销: 湖南省新华书店

印 刷: 长沙市天涯彩印包装有限公司 (长沙市雨花区环保中路188号)

开 本: 787X1092 1/16

印 张: 23

版 次: 2012年11月第1版第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5356-5797-8

定 价: 70.00元

【版权所有, 请勿翻印、转载】

邮购联系: 0731-84787105 邮编: 410016

网 址: <http://www.arts-press.com/>

电子邮箱: market@arts-press.com

如有倒装、破损、少页等印装质量问题, 请与印刷厂联系调换。

联系电话: 0731-88738886

Contents

目录

1	序 章	学校美术教育是培养创意人才的有效途径
14	第一章	文化创意产业与当代学校美术教育的研究
55	第二章	文化创意产业的理论研究
85	第三章	文化创意产业与中国传统文化教育的研究
100	第四章	文化创意产业的认知及其教学情况的调查报告
119	第五章	以“中国元素”为核心的创意美术课程与教学
149	第六章	数字化时代背景下的美术课程与教学
172	第七章	创意美术课程与教学
202	第八章	以创新为核心的跨学科美术课程与教学
227	第九章	以学生发展为本的创意校园建设
260	第十章	农村中学创新美术教学
272	第十一章	走进美术场馆的高中美术课程与教学
291	第十二章	家校参与美术馆教育的行动研究
315	第十三章	面向年轻人的博物馆教育
332	第十四章	都市文化背景下的校外美术课程与教学
345	结 章	学校美术教育的力量
350	附 录	
363	后 记	

序章 学校美术教育是培养创意人才的有效途径^①

2008年4月，由钱初熹主持的华东师范大学艺术教育研究中心向全国教育科学规划领导小组办公室提交了《文化创意产业与当代学校美术教育的研究》的课题申报书。2008年8月9日，这一课题申请获得批准，课题类别为“国家社会科学基金‘十一五’规划（教育学科）国家一般课题”，批准号为BLA080063。本课题组经过3年时间的研究，至2011年9月，基本完成了预定的各项研究任务。2012年1月至今，课题进入结题阶段。

一、问题提起

本研究课题的提出，源于20世纪90年代的两个重要事件：第一，创意产业的诞生与发展对美术教育的启示；第二，脑科学的最新研究成果应用于美术教育领域。

（一）创意产业的发展对美术教育的启示

20世纪90年代，自从英国正式提出“创意产业”这一新概念以来，创意产业已超过其老牌金融业，跃升为一个有强劲上升趋势的新型经济增长点，帮助英国实现了从“保守绅士”到“创意先锋”的成功转型。在全球经济、政治、文化相融合的大背景下，许多国家积极建立并发展创意产业，在提高国家经济增长点、提升国际竞争力的同时，树立国家的文化形象。由此可见，创意产业对建设创新型国家具有重要作用。创意产业包括广告、建筑、美术和古董交易、手工艺、设计、时尚、电影、互动休闲软件、音乐、表演艺术、出版、软件，以及电视、广播等诸多门类，这些部门大多数隶属于美

① 本章作者：华东师范大学艺术学院教授钱初熹。

术，其余门类也离不开美术的支持。

2008年8月在日本大阪召开的第32届InSEA国际美术教育学会世界大会上，大会主席日本学者福本谨一指出：为提高各国的国际竞争力，培养创造性、提高文化水平是必不可少的。以这一认识为基础，重视美术教育中创造力的开发与产业的关联，美术教育承担着作为国策的基础教育的一翼的任务，这已成为世界的潮流。澳大利亚学者格里尔森·伊丽莎白（Grierson Elizabeth）指出：革新是美术与产业之间的桥梁，应将美术作为在公共领域中进行革新实践的力量。教育环境与公共空间相联系。在构建与将来有关的文化足迹的过程中，为促使与美术、创造性、教育、文化遗产相关的产业振兴，有道德地配列创造性和技术革新的模型，这才是今日追求的焦点。

（二）“脑视觉”概念的提出对美术教育的启示

20世纪90年代，科学家们提出“脑视觉”的概念，阐明“不是用眼，而是用脑看事物”，美术鉴赏和创作是思考和展示思考过程的一种途径。英国脑科学家森马·泽基（Semir Zeki）提出“美术的目的在于延长脑的功能”的观点，指明了美术教育在促进大脑机能方面所具有的独特作用。多项研究证明，通过美术教育，不仅可以激发中小学生的感情，培养表现能力，还可以发展思维能力。中小学生在美术学习过程中，不仅可以提高美术创作和鉴赏能力，同时还能发展全脑思维和创意的能力，积极应对概念社会的挑战，获得学习上以及职业上的成功和生活上的满足，成为未来创意产业的消费者和创造者。

在我国将这一产业称为“文化创意产业”，其发展依赖于整整一代乃至几代的文化创意产业的消费者和创造者。目前，我国发展文化创意产业、建设创新型国家急需创意人才，而美术教育正是培养创意人才的有效途径。

虽然，自2001年美术新课程改革以来，我国中小学美术课程中已增加了设计教学内容，但由于未从激发创意的目标出发，因此不仅没有引起应有的重视，教学效率也比较低，中小学生的创造力并没有得到真正的发挥和发展。我们所做的一项调查结果显示：虽然文化创意产业就在中小學生身边，但他们并未意识到这一产业的发展对建设创新型国家具有重大意义，也没有认识到发展自身的创意能力对个人和社会的发展所起的重要作用。总之，程式化的美术课堂教学以及尚未充分利用美术馆和创意园区的资源等问题严重影响了学生创意的发挥，阻碍了他们创造力的发展。而中小學生是未来文化

创意产业的消费者、创造者、运营者和管理者，这一状况显然对创意人才的培养是不利的，因此学校美术课程的改革迫在眉睫。

学校美术课程的改革需要理论及方法上的引领。由于以往文化创意产业研究注重的是高等美术院校设计人才的培养，学校美术教育研究中尚未涉及这一领域，在理论上对两者关系的认识不够清晰，在实践上尚未开发出两者相结合的有效途径和方法。因此，将文化创意产业与当代学校美术教育两者相连接的研究是当前急需研究的重要课题。

二、研究的目的与方法

（一）关于本课题

1. 文化创意产业

创意即“点子”、“主意”或“想法”，好的点子就是“好的创意”（Good Idea）。“好的创意”是科学技术和艺术相结合的创造，一般源于个人创造力、个人技能或个人才华。创意自古就有，发展到后来有些创意成果便开始形成知识产权。

1998年，英国创意产业专责小组首次对创意产业进行了定义：创意产业是“源于个人创造力与技能及才华、通过知识产权的生成和取用、具有创造财富并增加就业潜力的产业”。^①在我国称之为“文化创意产业”。本课题研究中，凡涉及国外的均采用“创意产业”的提法，凡涉及中国的均采用“文化创意产业”的提法。

2. 学校美术教育

本研究中所指的“学校美术教育”主要指中小学美术教育，也包括以中小学生为主体的青少年活动中心与美术馆的美术教育。学校美术教育是传递美术经验，培养学生美术素养的活动。主要包括美术创作教学活动和美术鉴赏教学活动。它既具有教育的一般功能，又具有其他学科无法替代的特殊功能。

3. 文化创意产业与当代学校美术教育的研究

本课题研究是有关文化创意产业与当代学校美术教育两者关系的理论研究与实践研究。

（二）研究目的与内容

^① 厉无畏.创意改变中国[M].北京：新华出版社，2009年，第3页.

1. 研究的目的

本研究的主要目的为：第一，探明学校美术教育对培养创意人才，推动我国文化创意产业发展，建设创新型国家具有重要作用的理论依据；第二，发现学校美术课程在培养创意人才方面存在的问题，分析造成这些问题的原因；第三，针对问题及原因，找到解决方案，提出通过学校美术课程培养创意人才的途径；第四，预测我国文化创意产业发展的趋势，指明与此相对应的学校美术教育发展的方向。

2. 研究内容

本研究的主要内容如下：

首先，考察与分析世界各国学校美术教育在发展创意产业、建设创新型国家方面所作出的重要贡献，从艺术学、教育学、经济学、文化学、社会学等角度提出学校美术教育是发展创意产业、建设创新型国家的有效途径的理论依据，提出创意产业发展与学校美术教育相结合的政策思路和课程发展方向。

其次，探明我国文化创意产业的现状和发展趋势，调查分析我国中小学生的美术学习需求、美术课程和教学的现状以及对文化创意产业的认知程度，论证两者相结合的可能性与有效性。

在此基础上，针对存在的问题及原因，提出解决的方案并予以实施：

- (1) 开发与文化创意产业相关的学校美术课程资源；
- (2) 在中小学美术课程中增设与文化创意产业相关的系列课程；
- (3) 开发相关的教材和教学方法，建立与之相适应的评价体系；
- (4) 总结与推广成功的教学案例；
- (5) 进行反思，针对实施中出现的问题，寻求新的解决方法；
- (6) 提出学校美术教育与文化创意产业相结合的进一步发展方向，等等。

(三) 研究方法

本课题研究是一项交叉学科的研究，站在促进我国文化创意产业发展、建设创新型国家的高度，以学校美术教育为切入口，从理论和实践两方面开展这一课题研究，旨在通过学校美术教育，为我国发展文化创意产业、建设创新型国家培养创意人才。

本课题研究聚焦于文化创意产业与学校美术教育相结合的研究领域，涉

及艺术学、教育学、经济学、文化学、社会学、脑科学等诸多学科领域，主要采用理论研究、调查研究、实验研究、比较研究等研究方法。

1. 前期研究

前期研究，一方面，采用文献研究法和比较研究法，从国内外有关创意产业的论述、国内外中小学美术教育中有关视知觉与创造力培养的论述、国内外创意产业与中小学美术教育相结合的论述中，归纳、分析和比较世界各国学校美术教育对发展创意产业、建设创新型国家作出贡献的文献资料，论证学校美术教育对发展创意产业、建设创新型国家具有重要作用的理论依据。

另一方面，采用调查研究法，以问卷调查、访谈、实地考察等调查研究的方法，考察可以引进我国中小学美术课程的文化创意产业资源，调查我国中小学生的美术学习需求、美术课程和教学的现状以及对文化创意产业的认知程度，发现问题并分析其原因，论证文化创意产业与学校美术教育相结合的可能性与有效性。

2. 中期研究

中期研究主要采用实验研究法和案例研究法，针对前一阶段研究中所发现的问题及原因，提出中小学美术课程的改革方案，并在上海、浙江、江苏、福建等地20所中小学开展激发创意的美术教学实验研究，汇集68个优秀教学案例，全方位地证实创意美术课程与教学对发展中小学生创意能力及树立发展我国新文化志向的有效性。

3. 后期研究

后期研究主要采用未来学研究方法，反思本课题研究中存在的局限，预测我国文化创意产业发展的趋势，指明与此相对应的学校美术教育发展的方向。

三、主要成果与学术价值

（一）本课题研究的主要观点

主要观点一：我国发展文化创意产业、建设创新型国家急需创意人才，以高感性的右脑思维为特征的学校美术教育是学生获得21世纪技能成为创意人才的有效途径。

主要观点二：目前我国学校美术教育在培养创意人才方面存在课程、教材和方法不足等问题，通过开发并实施与文化创意产业相关的系列课程，培养未来文化创意产业的优质消费者和创造者，为我国建设创新型国家作出杰出贡献。

（二）本课题研究的结论

第一，“改变思维”是一个永恒的话题。我们未来的社会是多维的，过去那种固定的关系、直线化和平面化的表达方式、思维习惯和美术教育的空间都将受到巨大的冲击。因此，个体或群体在学校美术教育问题上应放弃旧的习惯性思维，转而以一种全新的方式来进行思考。

第二，面对挑战和变革，创新精神是决定所有国家在21世纪成功的唯一的最重要的因素。21世纪的科技创新将莫基于文化的基础上，与高感性相结合的创意产业已成为许多国家的支柱产业之一。近年来，我国的文化创意产业开始兴起，但却由于缺乏创意人才而严重阻碍了这一产业发展的速度和质量。因此，培养创意人才，形成包括创意劳动者在内的创意阶层是推动我国文化创意产业发展，建设创新型国家的关键。

第三，多项研究证明，人人都具有创意能力，视觉认知能力的提高与创造力的发展是齐驱并驾的。学生通过美术学习，在提高视觉认知能力的同时，发挥创意，并根据自己的创意选择相应的美术语言、美术表现手段和方式加以表达，促进自身创造力的发展。因此，在学校美术教育的环境中，美术教师开发以发展学生创意为本的美术课程，在实施过程中加强表达创意方法的指导，学生学会灵活运用美术的手段与方法解决普遍性问题，真正达到提高创造力的目标。

第四，以培养创造力为主旨的学校美术教育与创意产业之间有着密切的相关性，学校美术教育是培养创意人才的有效途径。一方面，从为个人提供发展机会的角度来看，通过学校美术教育，点燃心灵，照亮未来，为学生指引以美术的方式发展感受能力、想象能力和创造能力以解决各种普遍性问题的基本途径，提供学生个人多元发展的可能性，获得目前学习上以及未来职业上的成功和生活上的满足。另一方面，从为国家作独特贡献的角度来看，通过学校美术教育，学生具备创造性地使用各种技能的能力，立志成为未来的“创意人才”或“创意劳动力”，以应对概念社会的挑战，在促进我国文化创意产业的发展、建设创新型国家的进程中发挥重要的作用并作出杰出的

贡献。

第五,针对目前我国学校美术教育在培养创意人才方面存在课程、教材和方法不足等问题,开发与文化创意产业相关的创意美术系列课程。通过高品质美术教学的实施,学生的创意能力和水平得到显著提高,充分发挥学校美术教育在培养创意人才方面的独特作用。

(三) 课题研究的突破性进展和学术价值

本课题聚焦于文化创意产业与当代学校美术教育开展深入的专题研究,本选题在国内尚无先例,可以认为这是一个填补国内跨文化创意产业与学校美术教育两领域研究空白的项目。经过3年的研究历程,本课题研究在理论与实践两方面均取得了突破性进展。具体而言,有以下四方面的突破性进展、学术价值及应用价值:

第一,本课题研究探明了学校美术教育与文化创意产业之间的交融点,突破了以往学校美术教育仅仅为了发展学生个性和自我表现能力的观点,从中国哲学层面上汲取“为人生而艺术”的中国艺术精神,明确提出以培养创意人才为目标的学校美术教育能够对社会发展作独特的贡献、具有重要作用和深远意义的观点。

本课题组首先,通过对国内外相关文献的研究与实地考察,追寻创意产业的起源与发展轨迹,描述各国创意产业的现状。其次,阐明凸显创意本质的学校美术教育是培养创意人才及其阶层的有效途径,具有对社会作出独特贡献的重要作用和深远意义的观点。

综观创造力的相关文献,可以发现有关创造力的研究始终处于一种动态的、网络状态的研究过程中。如今,有关创造力的讨论层面由个人潜能发展研究扩展为社会经济发展研究的范畴,部分研究已揭示出学生的美术能力与创造力发展的关系。但从创意产业发展的角度出发,探讨美术教育与创造力之间相关性的研究仍有待于深入进行。本课题组提出的学校美术教育对我国发展文化创意产业、建设创新型国家具有重要作用的理论依据,弥补了以往该领域理论研究的空白,起到理论引领和指导的作用。对学校美术教育的目标,以美术教育与社会发展密切相关的视角加以认识,有利于提高学校美术课程的地位,改变长期以来学校美术教育处于边缘地位的现象。

在本课题的理论研究过程中,为找到适合中国国情的学校美术教育的发展方向,我们力求将理论研究拓展至中国哲学的层面。徐复观指出,中

国艺术精神与西方是有很大区别的。他在深入研究了孔子和庄子的艺术精神的基础上,提出了“为人生而艺术,才是中国艺术的正统”^①的观点,以反对当时西方的“为艺术而艺术”的观点。这一观点对当代学校美术教育的发展具有启示作用。21世纪是全球面临人类发展重大问题的世纪,学校美术教育理应挣脱自我表现的束缚,秉承“为人生而艺术”的中国艺术精神,持续向前发展。

第二,本课题研究首次引入了有关脑部学习途径的研究成果,突破了以往相关研究缺乏生理学基础的局限,揭示了视觉认知能力与创造力之间的关系,论证了视觉认知能力是人类美术学习的生理基础,对美术教育学的发展具有理论指导意义。

本课题组从创作者个体的视觉认知能力发展、创造力的表现形式以及创作者个体的心理条件和态度三方面梳理了20世纪以来视觉认知能力与创造力研究的各项成果,探明了美术教育活动在促进青少年创造力发展方面的作用、特点和机制。特别值得一提的是,本课题组在我国学校美术教育领域首次引入2006年英国神经生理学家们的一项脑科学研究成果。

这项研究成果证明,视觉接受世界中的一切均需要脑力。脑中有32个区域分别处理形状、色彩、方向、细节等视觉信息,这32个与视觉相关区域的细胞来来往往。脑部利用想象力走捷径,产生影像,理解影像,创造我们的自我天地。知觉是在脑部物质作用下产生的,人的一生中不时会出现崭新的想法,脑部程序和特征引发知觉,脑部的自主活动就是人类拥有思想自由、独立自主的基础。这些研究成果引入本课题研究,突破了以往相关研究缺乏生理学基础的局限,帮助我们 from 生理学层面理解视觉认知的特点和规律以及创新思维的产生过程,为创意产业、美术教育与创造力的相关性研究奠定了坚实的基础。

第三,根据符合21世纪文化创意产业发展趋势的学校美术教育理论,开发并实施了创意美术系列课程,提供了多种值得推广的途径与方法,具有很高的应用价值。特别值得指出的是,通过以“中国元素”为核心的美术系列课程培养创意人才的经验,凸显了我国传统文化与现代教育相连接的特征,在国际间具有独特价值,而新媒体艺术教育的实践探索在国内也起到了引领作用。

① 徐复观.中国艺术精神[M].上海:华东师范大学出版社,2001年12月,第82页。

本课题研究汇集了学校内外开设创意美术系列课程，通过美术教学实践活动激发学生的创意，真正达到提高学生视觉认知能力与创造力的目标的教学案例。这些案例中包括了值得在全国各地推广的多种途径及具体教学方法，具有很高的应用价值，从而突破了以往程式化美术教学的藩篱，取得了美术教学研究的新进展。

本课题研究证明，在学校内外的环境中，美术教师营造培养学生创造力的情境，为学生提供多种发展的可能性，学生就能通过美术学习，在提高视觉认知能力的同时发挥创意，并根据自己的创意选择相应的美术语言、美术表现手段和方式加以表达，促进自身创造力的发展。其中，本课题研究成果之一《当代发达国家艺术教育理论与实践》，汇集了发达国家美术教育的理论与实践方法，既具有拓展美术教育学理论的意义，也对开展学校美术教学具有实际的指导作用。另两项研究成果《美术教育实习》和《小学美术课程与教学》，汇集了华东师范大学艺术学院美术学系本科生与各地中小学美术教师们开发并实施的创意美术系列课程与教学案例，其中不少创意美术课程的内容及指导方法在国内是首次论及的，具有创新价值。例如，通过以“中国元素”为核心的美术系列课程培养创意人才的经验，凸显了我国传统文化与现代教育相连接的特征，在国际间具有独特价值，而新媒体艺术教育的实践探索在国内起到了引领作用。这些创意美术系列课程，既具有拓展美术教育学理论的意义，也对开展学校美术教学实践具有很高的应用价值。

第四，开拓了从文化创意产业发展角度出发进行学校美术教育研究的新的研究领域，突破了以往单纯从美术教育学角度出发进行研究的局限，提供了融艺术学、教育学、经济学、文化学、社会学、脑科学等诸多学科领域为一体的交叉学科研究的方法。

本课题研究以学校美术教育为切入口，从理论和实践两方面开展这一课题研究，涉及艺术学、教育学、经济学、文化学、社会学、脑科学等诸多学科领域，突破了以往单纯从美术教育学角度出发进行研究的局限，开拓了从创意产业发展角度出发进行学校美术教育研究的新的研究领域，提供了交叉学科研究的方法。特别是从与经济学相关的角度出发进行研究，有助于我们在21世纪社会、经济、文化发展的情境中重新认识学校美术教育的独特功能与杰出贡献。

与此同时，本课题研究中采用理论研究、调查研究、实验研究、比较研

究相结合的研究方法，提高了研究的信度与效度。值得一提的是，我们设计了《青少年对文化创意产业的认知与美术学习情况的问卷调查》与《美术教师对文化创意产业的认知及其教学情况的问卷调查》两种问卷，为了提高视觉认知能力与创造力相关性调查的信度和效度，我们特别在问卷中设计了对图像（包括雕塑、标志、广告、建筑、动漫、新媒体艺术等各种表现形式的12个图像）作出选择和判断的问题。这一问卷调查的方法，在学校美术教育研究领域中具有创新意义与推广价值。

总之，本课题研究，一方面，从理论角度，通过对国内外创意产业诞生与发展历程的梳理、有关创造力研究成果的论述以及学校美术教育与创意人才关系的阐述，揭示了文化创意产业与当代学校美术教育的相关性，论证了学校美术教育在培养创意人才、发展文化创意产业、建设创新型国家方面的独特作用。另一方面，从实践角度，通过开发并实施与文化创意产业相关的创意美术系列课程，证实了学校美术教育在培养创意人才方面具有的显著成效。在本课题研究过程中，我们不断进行反思，针对理论研究与实践研究中出现的新问题，寻求解决方法，并提出文化创意产业与当代学校美术教育相结合的进一步发展方向。综上所述，可以认为，本课题研究取得了突破性进展，具有很高的学术价值。

四、研究成果的推广范围

（一）本课题研究成果写入《义务教育美术课程标准（2011年版）》

本课题的中期研究成果写入2011年12月教育部颁布的《义务教育美术课程标准（2011年版）》中。美术课程总目标按“知识与技能”、“过程与方法”、“情感、态度和价值观”三个维度设定如下：

“学生以个人或集体合作的方式参与美术活动，激发创意，了解美术语言及其表达方式和方法；运用各种工具、媒材进行创作，表达情感与思想，改善环境与生活；学习美术欣赏和评述的方法，提高审美能力，了解美术对丰富文化生活和社会发展的独特作用。学生在美术学习过程中，丰富视觉、触觉和审美经验，获得对美术学习的持久兴趣，形成基本的美术素养。”

这一美术课程总目标在2001年7日教育部颁布的《全日制义务教育美术课程标准（实验稿）》的基础上，增加了“激发创意”以及“了解美术对丰

富文化生活和社会发展的独特作用”的语句。与此同时，在第四学段（7~9 年级）的“造型·表现”学习领域的内容标准中提出“选择传统媒介和新媒体，探索不同的创作方法”的目标；在“欣赏·评述”学习领域的学习活动建议中明确提出“欣赏新媒体艺术作品，了解科技发展与美术创作的关系”的建议。

《义务教育美术课程标准（2011年版）》作为教育部正式颁布的文件，对我国中小学美术课程的实施起引领作用。因此，可以认为这一成果具有巨大的社会影响。

（二）本课题研究成果得以公开发表，产生了广泛的社会影响

一方面，本课题研究成果陆续公开发表并出版。其中，《以美术教育构建面向21世纪的创造力》、《面向社会的创新美术教育》、《文化创意产业与当代学校美术教育》、《融入新媒体艺术的美术教师教育》、《以“中国元素”为核心的创意美术教育》、《传统元素与流行元素相结合的初中美术教学研究》等10余篇论文分别发表在《艺术百家》、《美育学刊》、《中国美术教育》、《早期教育》、《上海艺术家》等杂志上；汇集了本课题研究成果的《当代发达国家艺术教育理论与实践》、《美术教育实习》、《现代主义绘画与中学美术教育》由华东师范大学出版社、浙江人民美术出版社和上海教育出版社出版，《美术基础》、《小学美术课程与教学》由高等教育出版社出版。这些国内外有名杂志和著名出版社发表和出版的论著，拥有广大的读者群体，产生广泛的影响。

另一方面，本课题研究成果通过国内外学术研讨会、学术沙龙、美术教师国家培训计划、网络等多种渠道公开发表，产生了广泛的社会影响。

（三）本课题研究成果被中小学及校外机构采纳，起到良好的示范作用

本课题组提出的与文化创意产业相关的学校美术教育的途径、开发的创意美术系列课程及具体的教学方法，被上海市、平湖市、舟山市、苏州市、厦门市的30余所幼儿园、中小学、青少年活动中心和数座美术馆所采纳，取得了显著的成效。这些学校及校外教育机构的美术教育实践通过公开课教学、学术研讨会、论文等形式公开，起到了良好的示范和辐射作用。

五、关于本研究成果

（一）本书的结构与内容

由于本课题研究跨越艺术学、教育学、经济学、文化学、社会学、脑科学等诸多学科研究领域，在国内尚无先例，因此在研究过程中遇到了许多困难，但本课题组全体成员坚信这一研究课题的价值，克服重重困难，充分利用各种研究资源，按照研究计划及进度，努力开展本课题的研究与探索，最终取得了具有很高学术价值与应用价值的研究成果。

本课题研究成果汇集于《文化创意产业与当代学校美术教育的研究》一书中。全书共有十四章及序章、结章和附录。

序章阐述了本课题研究的缘起、目的、方法、主要观点、研究结论、取得的突破性进展和学术价值以及研究成果的推广范围。

第一至第三章为理论研究的成果，包括“文化创意产业与当代学校美术教育的研究”、“文化创意产业的理论研究”以及“文化创意产业与中国传统文化教育的研究”三方面的内容。

第四章为调查研究的成果，以“文化创意产业的认知及其教学情况的调查报告”的方式加以呈现。

第五至第十四章为实践研究的成果，其中第五至第十章是学校创意美术系列课程与教学的研究成果，包括“以‘中国元素’为核心的创意美术课程与教学”、“数字化时代背景下的美术课程与教学”、“创意美术课程与教学”、“以创新为核心的跨学科美术课程与教学”、“以学生发展为本的创意校园建设”和“农村中学创新美术教学”等内容；第十一至第十四章是学校与社会相结合的创意美术系列课程与教学的研究成果，包括“走进美术场馆的高中美术课程与教学”、“家校参与美术馆教育的行动研究”、“面向年轻人的博物馆教育”和“都市文化背景下的校外美术课程与教学”等内容。

结章进一步论证了学校美术教育具有的巨大力量，并对今后的研究方向进行了展望。

（二）结语

本课题研究由于人力、时间与经费等方面的问题，也存在着一一些局限。其局限主要表现在这样两个方面：第一，调查研究的范围集中在上海、浙江

和江苏三省市，对北京、重庆、广州等地尚未开展《青少年对文化创意产业的认知与美术学习情况的问卷调查》与《美术教师对文化创意产业的认知及其教学情况的问卷调查》；第二，本课题组开发的创意美术系列课程及具体的教学方法，仅在上海、浙江和江苏三省市进行了教学实验，在全国其他省市尚未得到试行与普及。

今后，本课题组将继续深入开展“文化创意产业与当代学校美术教育的研究”，力求取得更为丰硕的研究成果，为促进我国学校美术教育的发展以及国际美术教育的发展作出杰出贡献。