

浅谈校外少儿美术培训

杨佳欣

(湖北大学艺术学院 2016 级美术学专业 430000)

摘要: 2020 年,一个魔幻般的开局,一场任何人都没有预料到的疫情,改变了我们每一个人。这场疫情也让我深刻的认识到,这个世界充满了不确定性,我们已经生活在一个激变的时代,如何应对变化,是我们每一个人需要思考和面对的,也许许多变化会让我们手忙脚乱,但是我们也要知道,任何变化中总有一些东西是不变的。找出这些不会改变的事物,才是拥抱成长的最佳途径。而这次的疫情,也让我更加深刻的去探索美术教育行业的变化,为校外少儿未来的成长提供更好的保障。

关键词: 少儿美术; 教师; 课程; 未来

一、校外少儿美术教育的现状

2020 年的“黑天鹅”新冠肺炎,令整个美术教育行业都是处于低迷状态!虽然现在疫情基本已经过去,但是清醒的老师们会发现:美术教育行业已经无法回到过去了,整个行业都发生了巨大的变化。

因为疫情的影响,让很多美术教育机构的短板暴露无遗,也让更多家长和学生对美术教育机构的选择更为谨慎,除了教学效果,美术教育机构的品牌和实力也将成为重要的考量因素。疫情期间,观望、学习、等待是很多美术机构的选择,而随着疫情结束,学生逐步回归线下,更激烈的竞争已经爆发,大家展开了激烈竞争:价格战、活动战、宣传战将纷至沓来,所有的竞争都将围绕一个目的:活下去。激烈的竞争,将会带来行业洗牌,而我认为美术教育行业目前呈“水滴形”,出现“大者越大,快者越快”的趋势,人才、资本、生源,都将向大型品牌机构倾斜,而小微机构,将被持续挤压。

二、美术教师的能力

专业是美术老师最核心的价值。随着家长对美术教育的了解加深和社会对美术教育的越加重视,对每个美术老师在各个方面的能力都提出了全新的要求。

首先是专业与素养的能力,教研与学习的能力。优秀的美术老师,离不开自己的专业与素养,这点是毋庸置疑的。我认为老师和孩子的关系就像是水壶和水杯,如果你想要把孩子的水杯装满,老师自己就要有一壶水。教研与学习的深入能力更加关键,对于我们美术老师而言,教研是我们机构具备造血功能的核心。我们只有不断进行优质的教研,才能让我们的机构始终处于非常具有竞争力且持续创新的状态。不同的教研实践,锻炼的是老师,受益的学生。我们通过教研实践,可以形成更具包容性的课程,进而才能成就更好的画面。

好的美术课程视觉性、实践性、追求美育性和强调愉悦性。强调美术课程的视觉性,旨在鼓励老师们引导学生在美术学习中,积累经验,发展能力。美术课程的实践性就是鼓励美术老师通过有效的教学方法,使学生掌握材料的改变,发展学生的想象能力、实践能力和创造能力。美育性旨在鼓励美术老师引导学生汲取中国及世界文化的精髓,领略文化的丰富和多样,滋养和陶冶人情操。愉悦性对美术老师而言是一种意趣导向,鼓励他们想方设法将美术学习变成一种内在有趣的活动。

三、打造优质的课程体系

在这几年的校外少儿美术教学中,我越来越深刻的认识到,课程是重中之重。想要帮助孩子获得更好的美术教育,就需要拥有体系和优质的课程。刚开始,只能是自己摸索,从微博或者其他渠道找好的课题借鉴,但是这样的方式并不成体系课程质量也不稳定。后来加盟了大墨蒲公英,我们校区才有了稳定而完善的课程体系。说实话,每个机构都需要建立自己的美育理念,这才是对美术教育的认知。美术不是工具,也不仅是技法,我们更需要让孩子通过美术得到综合素质的提升,这才美术教育应有的样子。课程依然会不断升级,但是我们所有的课程都要坚持“美育”的理念,把最好的美术教育带给孩子们。

了解不同年龄段孩子的绘画心理特征,所有的美学教育都是围绕孩子进行的,所以了解孩子的绘画心理特征非常重要:不同年龄段孩子他们适合什么、他们了解什么、他们喜欢什么、什么样的难度能提升他们的能力、他们适合学习什么内容。比如 3-4 岁的孩子,他们正处于对周围环境作出探索和感知的阶段,所以可以更多的以故事、游戏等形式引导孩子用涂鸦创作表达自己、探索世界。再比如 7-8 岁的孩子,他们从心理上认为自己是孩子了,那么我们就可以适时增加针对这个年龄段的难度以及趣味点。当我们了解了不同年龄段孩子的绘画心理特征,便可以以此设计我们的课题,并形成科学化、进阶化的课程内容和课程结构,真正让孩子在不同年龄段学习到最适合自己的美学知识。

只有打造优质的课程体系,才可以形成有效的教学模式,这样才能把我们的课程理念、课程内容和课程结构真正落实到课堂上。所以在课程内容和课程结构的设定上,不拘泥于材料、不拘泥于技法、不拘泥于流派和风格,从审美情感教育入手,达到以美育美、以美助德、以美启智、探索形成智、以美交流、以美促成的课程目标。

四、校外少儿美术教育的未来发展

时代已经改变,只有真正用心经营,积极拥抱变化、积极提升自身的美育机构才能获得更好的发展。

美术教育机构的品牌,将越来越成为竞争的核心。美校品牌的建设,可以概括为优秀的师资、良好的服务、优异的效果,最终形成家长之间的口碑相传,成为值得信赖的机构。无论机构大小,都需要建设品牌,找到品牌定位,还需要拥有独有的系统等。其实,2020 年的疫情只是个导火索,多数经营困难的美术机构,问题在这之前已经出现了。之前,机会主义和个人能力的结合,就可以成就一所好的美术学校。随着行业步入成熟,美术机构一定会进入系统竞争。美术机构依靠专业的力量,要降本增效,就必须依靠组织的力量逐渐建立起能够支撑企业长远发展的教学体系、培训管理制度、教研模式、招生系统,适合自身的文化价值,真正进入校外少儿美术体系。

而如今也出现了“线上+线下”的课堂模式,做好“线上+线下”融合的美术教育机构一定会颠覆单纯只做线上或只做线下的机构。所以,开发“双线艺术课堂”将成为美校必须掌握的技能。

最后想要告诉大家的是,无论未来发展到什么程度,美育都不是技术教育,它应该是文化的培养、人的发掘,美育应该是让美学走入生活、融入人生。因此,我们要做的永远是:将美育带入生活,创造生活中的美。危险从来和机遇并存,不管未来如何变革,美术教育都属于教育中非常重要的一部分,因此,大家要对未来拥有信心,积极改变提升,克服短暂的困难,我们要相信,未来的美术教育行业一定会更好。

参考文献:

- [1]尹少淳.中小学美术教学论.湖南美术出版社,2012.
- [2]王秀丽, 幼儿美术教育的教与学[M].北京师范大学出版, 2010
- [3]孔起英:学前儿童美术教育.南京师范大学出版社 2005 年版.
- [4]杨景芝著美术教育与人的发展—幼儿美术教学法研究北京人民美术出版社 2004 版.