

“双高”背景下数媒艺术赋能民族文化的课程创新

段懿珂

云南文化艺术职业学院，云南 昆明 650000

DOI:10.61369/HASS.2026030023

摘 要：在“双高”建设与金课打造双重导向下，依据教育部 2025 年教学标准，数字媒体艺术设计专业核心课程《数字创意产品设计》以“两性一度”为核心，探索云南民族文化与数字技术融合路径。通过目标、内容、方法、评价优化，依托地方文化产业项目与校企协同，提升学生高阶设计与文化创新能力，形成课程特色创新范式，为职业院校文化类课程改革提供可复制参考。

关 键 词：双高专业；数字媒体艺术；民族文化传播；课程创新；数字创意产品设计；产教融合

Curriculum Innovation of Digital Media Art Empowering National Culture under the Background of "Double Highs"

Duan Yike

Yunnan Vocational College of Culture & Art, Kunming, Yunnan 650000

Abstract：under the dual guidance of the "double high" construction and the creation of golden courses, according to the teaching standards of the Ministry of education in 2025, the core course of digital media art design "digital creative product design" takes "gender as the core to explore the integration path of Yunnan national culture and digital technology. Through the optimization of objectives, contents, methods and evaluation, relying on local cultural industry projects and school enterprise cooperation, students' high-level design and cultural innovation ability are improved, and the innovation paradigm with curriculum characteristics is formed, which provides a reproducible reference for the reform of cultural courses in vocational colleges.

Keywords：double high major; digital media art; the dissemination of national culture; curriculum innovation; digital creative product design; integration of production and education

引言

当今职业教育高质量发展与民族文化传播创新已经在“双高”建设背景下成为重要任务。数字媒体艺术设计专业肩负着以数字技术活化民族文化、培养高素质创意人才的使命^[1]。针对民族文化传播面临数字化转化不足等问题，专业教学也存在重技术、轻文化，与区域文化结合不紧密等短板。将数媒艺术与民族文化融入课程教学，既是提升专业内涵、对接产业需求的关键举措，也是推动文化创造性转化、创新性发展的有效路径。本文围绕课程创新展开研究，为专业建设与文化传播提供实践思路。

一、理论基础

金课“两性一度”是教育部提出的高等教育课程建设标准，“两性一度”理论作为职业教育优质课程建设的核心标尺，为数字媒体艺术设计专业核心课程《数字创意产品设计》的创新提供了明确的价值导向与实践框架^[2]。本课程立足金课“高阶性、创新性、挑战度”标准进行建设。高阶性聚焦复杂问题解决与文化创新转化能力，突破传统课程重技能的局限，围绕文化解读、设计转化、产业适配设定目标，引导学生深度解析民族文化内涵，解

决文化符号浅表化、技术与文化融合等问题，实现从元素堆砌到内涵转化的提升。创新性体现为重构教学模式，摒弃传统讲授，以项目驱动为主线，融合沉浸式技术与校企协同育人，引入真实项目与全程导师指导，构建理论、实践、文化、产业四维联动教学，促进知识内化与能力提升。挑战度通过梯度任务实现，从案例分析、非遗传承人评审到产业标准考核，以云南数字非遗真实项目为终极任务，分层设置目标，以文化、技术、商业融合要求倒逼学生突破边界，锤炼职业素养与创新思维，实现“以学为中心、以能为本位”的教学目标。

基金项目：云南文化艺术职业学院科学研究基金项目资助，项目编号：2025XJZX07”。

作者简介：段懿珂（1989.10—），女，哈尼族，云南省普洱市思茅区人，硕士研究生，讲师，研究方向：设计学、出版传媒艺术设计、广告设计、数字媒体艺术设计。

二、课程定位与课程目标

本课程是高职数字媒体艺术设计专业第3学期核心技能课,承接《设计创意》等前置基础课程,衔接《毕业设计》、《企业实习》等后续环节,以数字创意产品全流程设计和民族文化传播为双核心,是“双高”专业特色化建设的关键课程。以教育部2025年教学标准为框架,锚定“创意策划、需求分析、视觉设计、交互设计”四大任务,落实案例式与项目驱动教学;以云南民族文化为内核,聚焦彝族火把节、傣族孔雀纹样、纳西族东巴文字等可数字化元素,避免课程同质化;以产业需求为导向,对接云南文旅“数字非遗”与文创企业诉求,强化产品落地与传播能力培养^[3]。

课程构建知识、能力、素养、思政的四维目标体系:

知识目标着重筑牢认知根基,聚焦于够用、实用、高阶三点。一是掌握数字创意产品从策划设计到开发再到推广全流程理论,理解用户调研、竞品分析核心逻辑,打破“重设计、轻全流程”局限;二是深耕云南民族文化,精准把握其核心内涵与符号隐喻,掌握民族文化元素内涵提取、图形形式重构及创新、特色转化功能融合的数字化转化原则;三是储备 PS、AI 等软件高阶实操知识,构建“懂理论、知文化、会技术”的认知体系。

能力目标紧扣金课“高阶性”与“挑战度”,锤炼核心技能。提高策划与调研能力,能独立完成市场调研、需求分析与策划书撰写,让方案兼具市场逻辑与文化内涵;突破“元素拼贴”低阶设计,实现文化内涵向视觉、交互语言的深度转化,熟练制作高保真原型;依托校企项目优化作品、跨团队沟通、推广产品,确保成果落地;规避文化误读,让数字产品成为民族文化跨圈层传播载体,形成策划设计到落地传播的全链条能力闭环。

素养目标实现“育技”与“育人”协同,升华价值追求。培育民族文化自信,从文化认知走向认同,主动传承创新;养成创新思维与工匠精神,以企业标准规范设计,锤炼职业素养;强化社会责任,理解数字产品的文化传播与非遗传价值,承担地域文化保护责任。

思政目标作为课程灵魂,与三维目标深度耦合。铸牢中华民族共同体意识与家国情怀,关联文化强国战略;强化民族团结与文化安全,坚守文化立场、传递正能量,强调诚信原创与知识产权保护;培育法治思维,融入相关法律法规,引导学生以设计服务地方发展,助力成长为“信念坚定、品德高尚、懂法守纪、心系家国”的复合型人才。

三、课程内容模块化设计(144 学时/18 周)

课程内容模块化设计以“基础铺垫、核心技能、特色深化、实践落地”为逻辑,构建四模块课程内容体系,周学时 8,学期安排在第3学期。共 144 学时(18周,周学时8):基础模块(24 学时/第 1-3 周):涵盖设计概论、云南民族文化概览、软件强化与案例拆解,聚焦民族核心符号解读,完成文化认知报告与案例汇报,过程性考核占 30%。核心模块(72 学时/第4-12 周):分策划、视觉、交互三阶段,围绕彝族火把节、傣族泼水节等主

题,完成策划书、视觉设计稿与交互原型,过程性考核占 40%。特色模块(24 学时/第13-15 周):设彝族社交平台、傣族 AR 游戏、纳西族交互绘本专项,输出专项设计方案与原型片段,过程性考核占 20%。实践模块(24 学时/第16-18 周):对接“数字非遗”校企项目,完成可落地产品原型、推广方案与答辩,结果性考核占 10%。

四、教学方法创新

紧扣教育部“案例式+项目驱动式”教学要求,融合多方法提升教学实效,实现“理论、实践、文化”深度融合。案例式教学贯穿课程全过程,重点落地基础模块^[4]。精选故宫数字文创等经典案例、东巴文化 VR 展馆等本地案例及文化符号滥用类失败案例,围绕文化提取、设计转化、技术实现、传播效果四环节拆解,通过“如何避免文化表面化”等议题组织小组讨论,助力学生总结文化内核与现代设计融合的路径,深化文化理解。

(一)项目驱动式教学

设置项目设计以“云南民族文化数字传播”为总项目,分解为基础调研项目、核心设计项目、专项深化项目、校企落地项目四级子项目,贯穿18周。实施流程如下:项目启动(第4周):学生自由组合 6-8 人小组,选择民族文化主题,确定项目方向。阶段推进(第5-15 周):每周设置明确任务节点(如第5周完成调研、第8周完成视觉设计),教师每周开展1次项目答疑与进度检查。必要时,可组织实地采风延伸,收集一手素材。中期评审(第8周):邀请非遗传承人、企业导师对视觉设计方案进行评审,提出文化修正建议。成果落地(第 16-18 周):对接企业真实需求,优化项目成果,形成可推广的数字创意产品^[5]。

(二)校企联合教学

要求企业导师介入教学过程,第16-18周邀请合作企业(武汉伟创聚赢科技有限公司)教师每周开展2学时线下指导,聚焦产品落地性与市场适配性。将企业“民族文化 IP 数字推广”“非遗数字化展示”等真实需求转化为教学项目,实现真实项目对接,学生作品直接纳入企业备选方案。企业教师在教学过程中将产业标准融入课程要求,引入企业设计规范、项目管理流程,培养学生职业素养。

五、评价体系优化

《数字创意产品设计》作为金课导向的核心课程,其评价体系优化紧扣平时表现以及项目考核的要求,构建“过程性评价(50%)、结果性评价(40%)、附加评价(10%)”的多元化全过程体系,打破传统单一评价的局限,实现知识、技能与文化素养的三维考核闭环,既契合金课“两性一度”标准,又适配民族文化传播与产业适配的课程目标。过程性评价作为“全过程”考核的核心,以 50% 权重贯穿 18 周课程始终,聚焦学习态度与阶段任务的动态跟踪。学习态度(10%)通过考勤表、课堂参与与记录表量化,重点考核学生在案例研讨、文化调研中的参与

深度，而非单纯考勤，确保学生主动投入高阶思维训练；阶段任务（40%）按模块内容分层考核，基础模块的文化认知报告、核心模块的设计成果、特色模块的专项方案均纳入评价，且引入教师、小组互评、非遗传承人三方主体——教师侧重技能规范性，小组互评强化协作意识，非遗传承人聚焦文化解读准确性，通过阶段任务评分表中的文化准确性、技能应用、创新性指标，避免评价片面化，实时校准学生学习偏差。结果性评价以40%权重锚定课程核心产出，凸显金课“挑战度”与产业适配性。校企项目成果（25%）作为核心考核内容，通过项目成果评分表量化产品落地性、文化融入深度、技术应用水平，由教师、企业导师、非遗传承人联合评审；答辩表现（15%）聚焦项目阐述的逻辑性、高阶问题回应能力与团队协作展示，通过答辩评分细则中的文化传播价值、复杂问题解决等指标，考核学生的综合应用能力，而非单纯的成果呈现。附加评价以10%权重实现评价延伸，强化成果的社会价值与创新价值。作品传播效果（5%）通过社交媒体播放量、转发量等数据统计，考核文化传播实效；赛事获奖与企业录用（5%）以获奖证书、企业录用证明为依据，认可学生成果的产业认可度与创新水平。这一设计既鼓励学生突破课堂边界，又为评价体系注入激励机制，契合金课“创新性”要求^[6]。

六、关键难点问题及攻克方案

（一）金课“挑战度”与学生能力差异的平衡

职业院校学生在数字技术基础、文化理解能力、创新思维等方面存在显著差异，若设置统一化挑战任务，可能导致基础薄弱学生跟不上、能力较强学生“吃不饱”，既影响教学效果，也违背金课“因材施教”的本质要求。攻克方案需构建“分层、协作、支持”三维体系：一是采用“分层任务设计”，为不同水平学生设置三级任务——基础挑战聚焦核心技能达标（如完成简

单文化元素视觉设计），进阶挑战侧重创新表达（如优化交互逻辑），超高挑战指向产业落地（如对接企业真实需求），学生可自主选择并升级任务；二是组建“异质化小组”，按技能水平、文化认知、性格特质合理搭配，让技术强的学生带动文化理解深的学生，实现“以优带弱、优势互补”，共同完成高阶复合任务；三是提供知识库、导师指导、同伴互助三方面支持，数字文化知识库提供分层学习素材，教师与企业导师针对性答疑，小组内建立互助机制，有效降低高阶任务的学习门槛^[7]。

（二）金课资源与师资的持续保障

金课建设对真实教学资源、高素质师资的要求极高，而职业院校常面临资源更新慢、师资缺乏文化与产业双背景的困境，若仅依赖校内资源，难以维持金课的创新性与时效性。攻克方案需要有专项保障长效机制：一是校企共建动态资源库，联合企业、地方文化机构每年更新三级资源库，补充最新产业案例、文化素材与技术标准，确保教学资源与行业发展同频；二是构建专业教师、非遗传承人、企业导师三位一体教学团队，定期开展金课能力培训——组织专业教师赴企业挂职、参与文化研修，邀请非遗传承人与企业导师参与教学研讨，提升团队的文化解读、产业对接与高阶教学能力；三是设立金课建设专项基金，资金用于资源开发、动作捕捉等硬件设备更新、师资培训与激励，为金课持续优化提供稳定的物质保障，避免因资源匮乏导致课程质量下滑^[8]。

综上所述，对于数字媒体艺术设计课程创新问题，在金课建设的重难点相互关联、互为影响，解决策略需形成闭环：以协同设计破解高阶性与文化融合难题，以节奏管控保障长周期课程质量，以分层支持平衡挑战度与学生差异，以长效机制筑牢资源师资根基。这些策略的落地，既确保了金课“两性一度”标准的实现，又凸显了民族文化特色与产业适配性，为职业院校文化艺术类金课建设提供了可操作的实践范式。

参考文献

- [1] 中华人民共和国教育部. 艺术设计类高职院校数字媒体艺术设计专业教学标准 [Z]. 2025.
- [2] 文化和旅游部 教育部. 关于促进新时代文化艺术职业教育高质量发展的指导意见 [Z]. 2022.
- [3] 罗郑雅. 民族文化元素在数字媒体艺术中的应用研究 [J]. 文化学刊, 2022(6): 149-152.
- [4] 林梦姗. 产教融合下数字媒体艺术设计专业课程体系建设与实践 [J]. 公关世界, 2023(5): 118-119.
- [5] 李萌萌. 新媒体视域下少数民族文化的传播路径 [J]. 中国民族博览, 2024(10): 78-80.
- [6] 高慧慧, 唐娅.“双高”建设背景下专业核心课程建设路径与改革实践探究 [J]. 现代职业教育, 2024(32): 101-104.
- [7] 乔晓光. 中国民间剪纸集成——田野调查与编撰工作手册 [M]. 河北教育出版社, 2015.5.
- [8] 谢丽芳. 民间美术进课堂——薪火传承中的“蒲公英行动” [M]. 湖南美术出版社, 2017.12.