

数字媒体艺术驱动科教融汇实践路径研究 ——以连南涡水镇“轻量化创作”为例

郭思恩

广东财贸职业学院数字创意学院, 广东 清远 511500

DOI:10.61369/ETI.2026050010

摘 要 : 目的: 研究高职院校艺术设计专业用轻量化、低成本的方式服务乡村振兴的科教融汇实践路径。方法: 采用行动研究法和案例研究法, 以广东财贸职业学院“南韵映象突击队”赴连南涡水镇的暑期实践为样本, 把真实乡村振兴项目融入数字媒体艺术教学中, 构建“三维一体”科教融汇实践框架, 检验出“移动端采集+云端协作+移动端剪辑”的轻量化创作技术路径。结果: 四天集中实践中产出15条短视频, 并创建灵芝产业推广、瑶绣非遗活化、基层干部IP塑造三个典型教学案例。结论: 科教融汇在高职艺术教育中落地, 需要借助真实项目为中介载体, “轻量化创作”成为数字媒体艺术服务欠发达地区的有效技术路径, 乡村品牌传播由原来的“单点突破”转向“产业+文化+人物”三者并重的系统工程。研究成果给职业教育服务乡村振兴提供了可模仿的范例。

关 键 词 : 科教融汇; 轻量化创作; 数字媒体艺术; 乡村振兴; 连南涡水镇

Research on the Practical Path of Integrating Education and Science Driven by Digital Media Art— Taking “Lightweight Creation” in Liannan Tuoshui Town as an Example

Guo Sien

Digital Creativity College, Guangdong Finance and Trade Vocational College, Qingyuan, Guangdong 511500

Abstract : Objective: To explore the practical path of integrating science and education in vocational colleges' art design programs to serve rural revitalization through lightweight and low-cost methods. Method: Using action research and case study methods, with the summer practice of the "Nanyun Mirroring Team" from Guangdong Finance and Trade Vocational College in the Turong Town of Liannan County as a sample, the real rural revitalization project was integrated into digital media art teaching, and a "three-in-one" integrated education and science practice framework was constructed to test the lightweight creative technology path of "mobile device capture + cloud collaboration + mobile device editing". Results: During the four-day concentrated practice, 15 short videos were produced, and three typical teaching cases were created: promoting the agaric industry, revitalizing the Yao embroidery intangible cultural heritage, and shaping the IP of grassroots cadres. Conclusion: The implementation of integrated education and science in vocational art education requires the use of real projects as an intermediary carrier. "Lightweight creation" has become an effective technical path for digital media art to serve underdeveloped regions. The rural brand promotion has shifted from the original "single-point breakthrough" to a systematic project that emphasizes "industry + culture + person". The research results provide an imitable example for vocational education to serve rural revitalization.

Keywords : integration of science and education; lightweight creation; digital media art; rural revitalization; Liannan Woshui Town

引言

随着乡村振兴战略的全面实施, 职业教育被赋予服务地方经济社会发展的时代使命。党的二十大报告提出推进职普融通、产教融合、科教融汇, 将教育、科技、人才一体化推进提升到国家战略高度。但是目前高职院校科教融汇实践还存在理念认识局限、校企协同脱节、人才培养与地方需求错位等现实困境^[1]。连南瑶族自治县涡水镇位于粤北山区, 是瑶族文化核心区, 拥有国家级非物质文化遗产瑶族刺绣及灵芝、大叶茶等优质特色农产品。但由于地理位置与传播渠道, 当地长期面临“好产品卖不出去、好故事传不出去”的困

境——优质农产品销路不畅，非遗技艺因缺乏关注而面临传承断层。同时高职院校数字媒体艺术专业教学普遍存在“重软件操作、轻需求分析”的现象，学生所学的技能与乡村振兴的真实需求相脱离。研究选取广东财贸职业学院数字创意学院“南韵映象突击队”赴连南涡水镇的暑期实践为样本，把真实的乡村振兴项目融入数字媒体艺术教学中，探索科教融汇在高职艺术设计教育中的实现路径。

一、文献综述与理论框架

（一）数字媒体艺术服务乡村振兴的研究现状

近年来，数字技术在乡村品牌传播、文旅推广、非遗活化等领域的应用研究越来越丰富。研究表明，短视频、直播等新媒体形态可以有效缩小城乡数字鸿沟，并且促使城乡之间出现双向的交流场所^[2]。数字媒体艺术专业可以利用创意设计同乡村环境融合、数字技术运用同展示创新、互动体验提升、品牌创建与市场营销这四个方面来助力乡村的发展^[3]。部分高职院校已经开始实践把短视频创作课程同乡村振兴服务融合起来的项目式教学。研究者认为服务加短视频创作的融合教学模式要以实际项目为驱动，在完成乡村宣传任务的全过程参与中学会技能、具备市场洞察力^[4]。在非遗数字化方面，以瑶绣文创产品设计实践以及多感官体验为研究对象，在一定程度上给本文的研究打下了基础^[5]。

（二）研究空白与本研究切入点

虽然已有研究在数字技术赋能乡村、职业教育服务地方等方面取得了进展，但是仍然存在以下研究空白，第一，对高职院校艺术设计专业特点的乡村振兴服务模式研究较少，大部分研究成果都集中于本科院校或者单一的技术应用上，第二，缺少对轻量化创作技术路径的系统研究——乡村地区普遍资源匮乏，无法承担高成本、长周期的专业制作，但是学界对此的关注度不高，第三，关于“科教融汇”在高职艺术教育中落实的机制研究还不深入，怎样把科研项目转化成可以重复使用的教学资源，建立稳定的校地合作机制，仍然是一个亟待解决的问题^[6]。

（三）本研究的理论框架：三维一体与三阶渗透

根据以上分析，本研究构建“三维一体”科教融汇实践框架①教学维度：把连南涡水镇品牌传播项目融入《数字音视频》课程当中，创建“真题真做”教学模块，达成课程内容同真实需求相接轨的效果。②科研维度：围绕“轻量化创作”技术路径开展应用研究，验证“手机拍摄+云端协作+移动端剪辑”在乡村传播场景中的可行性，形成可模仿的工作流程。③服务维度：为涡水镇交付灵芝产业、瑶绣非遗、基层干部IP三大主题短视频及品牌视觉内容，直接为当地发展需求服务。如图1所示，为三维一体的科教融汇实践框架。

三个维度用项目驱动实现闭环，科研发现转化为教学内容，教学成果直接服务地方，地方反馈又会反过来影响科研的迭代。在实施层面，本研究提出的实施策略为三阶渗透，即课程渗透，把项目拆分为课程任务；评价渗透，地方政府作为成果评价方参与进来；成果渗透，创建起教学成果转化应用通道来解决科研和教学两张皮的矛盾。

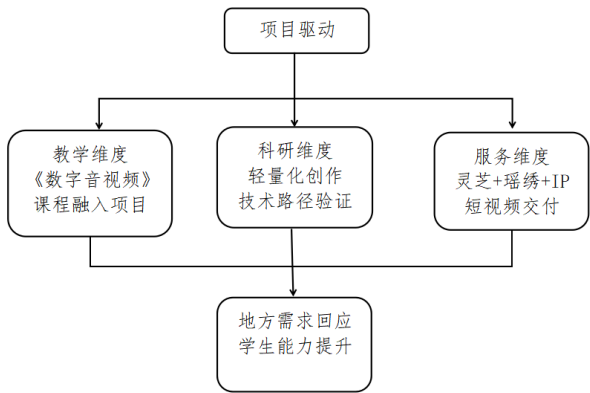


图1 研究框架图

二、研究设计

（一）研究方法

本研究采用行动研究法与案例研究法相结合的方法。行动研究法按照“计划—行动—观察—反思”的循环进行，研究团队将涡水镇品牌传播需求转化为《数字音视频》课程的暑期实践模块，在2025年6月25日至28日的四天集中实践中完成从需求调研、脚本策划、实地拍摄到成片剪辑的全部流程，每日结束后组织复盘会议，根据拍摄进度、村民反馈、技术问题及时调整第二天的安排。案例研究法以涡水镇灵芝产业、瑶绣非遗、房书记人物IP三个子项目为嵌套案例单元，深入考察数字媒体艺术介入乡村品牌传播的具体过程与技术手段。

（二）研究对象与项目实施

本研究以连南瑶族自治县涡水镇人民政府、必坑村灵芝基地、瑶绣非遗传承人为服务对象，项目周期为2025年6月至8月，集中实践4天，之后线上交付及修改2周。团队是由数字创意学院牵头，成员包括了拍摄、剪辑、策划分工、3名专任教师及1名企业导师构成，师生比为1.5:1，以教师引领、学生为主导、企业参与的方式实施项目制教学模式。

（三）技术路径：轻量化创作流程

本研究提出并验证了一套适用于乡村传播场景的“轻量化创作”四步法。移动端采集指全部素材使用iPhone及Android手机进行拍摄，规避了单反相机操作门槛高、设备笨重的问题；云端协作指通过百度云存储项目素材库，实现师生异地素材共享、校地远程审片；移动端剪辑指使用剪映软件完成粗剪、精剪、字幕、调色全流程，单条成片剪辑时间控制在2到3小时之间；矩阵发布指同步推送微信视频号、抖音、B站，并向地方政府定向交

付官方宣传以及节庆预热。该技术路径的主要特点就是设备门槛低、反应快、工期短、成本低,适合于资源匮乏的欠发达地区和高校的短期使用场景。

三、三个案例的实践路径深度分析

(一) 产业推广案例: 溺水灵芝的生态价值品牌转化

溺水灵芝具有“原始森林共生、中科院科技帮扶、瑶族古歌传说”三种稀缺价值,但品牌传播基本为空白,急需解决如何用短视频建立消费者对林下仿野生灵芝的认知与信任问题。为此研究团队采取了三项措施:一是文化解码,提取瑶族古歌中“盘王赐福瑶草”的传说,把灵芝从农产品提升为承载着瑶族文化意义的符号;二是场景重构,摒弃大棚摆拍的方式进入林下培育区,捕捉灵芝同杉树根系共生的原始画面,凭借视觉表达塑造起“生态稀有”这种认识;三是人物背书,策划《书记邀您采灵芝》短视频,由房书记出镜讲解、现场采摘,将基层干部个人信用转化为产品信用。最终产出1条1分37秒的短视频,发布后村委反馈产品咨询量比之前有较大提高。本案例揭示了乡村农产品品牌传播存在着信任三级跳模型:生态场景建立基础信任,实现眼见为实;文化叙事提升情感信任,实现故事赋能;干部IP完成决策信任,实现人格担保。

(二) 非遗活化案例: 瑶绣技艺的现代重生实践

瑶族刺绣技艺精湛,但年轻一代对其认知停留在老一辈的手艺和博物馆里的展品,如何用短视频让非遗变成可触摸、可穿戴、可传播的载体,成为关键问题。研究团队采取了两种方式开展:一是载体转译,为绣娘数纱走线的过程,把瑶绣纹样同时尚挎包、现代服饰和生活场景融入其中来表现瑶绣·高定的视觉风格;二是人物共情,镜头关注到绣娘眼角的皱纹、手上的老茧、完工后微笑的脸庞,把“非遗传承”变为“匠人生命故事”。视频发布后被连南县乡村新闻官转发,带动更多人关注非遗工坊研学,该案例显示出非遗短视频传播出现去博物馆化的趋势,即由以前的“技艺展现”转变为如今的“生活美学”,再由原来的“遗产维护”变成现今的文化消费。这也符合前面关于瑶绣文创产品的数字产业^[7]化研究结果,再次表明了非遗活化的数字化之路。

(三) 基层IP案例: 房书记形象的传播枢纽建构

乡村干部是乡村振兴的重要行动者,但公众对其认知往往停留于“会议讲话”“检查工作”的刻板印象,如何塑造真实、可信、有温度的基层干部IP成为急需解决的问题。研究团队采取了三个策略:一是纪实跟拍,放弃脚本预设,跟拍房书记一天的工作日常,从清晨在灵芝基地为游客讲解,到午间走访村居协调建设,再到深夜仍在为助农直播忙碌;二是细节捕捉,镜头记录下他雨靴上的泥土、手心的老茧、面对村民时的耐心笑容,用“非表演”的真实细节塑造人物可信度;三是角色定位,将房书记塑造为三种身份的统一体,既是懂灵芝的产业推动者、懂瑶绣的文化传播者、懂乡亲的村民服务者,消费者因信任书记而信任产品,因认同人物而认同文化。本案例说明了乡村传播的“人物IP串联效应”:单一人物可同时承担农产品背书、非遗代言和城乡

沟通多重功能,是解决多主题传播资源分散问题的一种低成本办法。

四、成效与创新

(一) 实践成效

在量化产出上,四天集中实践共完成15条短视频,涉及产业推广、非遗传承、基层人物三大主题,在微信视频号、抖音、B站分批分发,形成传播网络。根据社会反馈,《瑶绣》宣传片获连南县乡村新闻官转发,《书记邀您采灵芝》带动产品咨询量上升。在能力达成方面,参与实践的6名学生中,4人认为自己能对课堂上学到的知识有所领会,2人认为需求分析能力有所提高,2人表示自己第一次独立完成从脚本到成片的全过程。学生在实践日记中写道,以前的作业只是一种想怎样剪出漂亮的图形,并不考虑它的使用者以及被使用的理由。学生经历完整的从需求调研、脚本策划、实地拍摄、后期制作、交付反馈的全流程,由原来的软件操作者变成了现在的需求响应者。

(二) 创新之处

本研究的创新主要表现在模式、方法和应用三个方面。在模式创新方面,提出“科研—教学—服务”三位一体的高职科教融汇落地模型,用真实项目进课程为支点,把科研项目拆分成教学任务,把教学成果直接转化为地方服务产品,形成闭环验证、迭代优化的工作机制,回应了职业教育科研反哺教学的核心问题。在方法创新方面,针对乡村地区资源有限、高职院校实践周期短的客观约束,系统创建并验证了“移动端采集+云端协作+移动端剪辑”的轻量化创作技术路径,将单条成片制作周期压缩至2-3小时之内,设备要求可降至一部智能手机,在乡村传播场景中展现出低成本、快反映、可复制的特点,填补了目前的研究对于适用性技术的关注空白。在应用创新方面,根据溺水镇实践提炼出“产业+文化+人物”三位一体的乡村品牌传播模式,通过产业内容形成实用价值认知,以文化叙事构建情感认同,以基层干部IP形成信任枢纽,三者相互支撑、共同发力,有效解决了乡村传播普遍存在的主题分散、资源稀释等问题,为同类地区提供了可复用的策略范式。

五、结语

本研究选取连南溺水镇为研究对象,系统考察了数字媒体艺术专业服务乡村振兴的科教融汇实践路径。研究显示,科教融汇在高职艺术设计教育中的落地需要以“真实项目”为中介载体,使学生在“做项目”的过程中理解科研方法,掌握专业的技能。轻量化创作是服务欠发达地区的有效技术路径,手机拍摄、云端协作、移动端剪辑的组合应用能够在传播效果与制作成本之间取得最佳平衡,对广大中西部乡村地区具有普适性借鉴意义。乡村品牌传播应从“单点突破”转向“产业、文化、人物”三者并重的系统工程,而基层干部IP就是构筑城乡信任关系的低成本枢纽。

以上结论表明，对高职院校而言，应该积极倡导艺术设计类专业把乡村振兴的真实项目纳入到课程体系当中，建立“真题真做”教学案例库，同时改革教师评价体系，把服务地方的实践成果当作科研考核认定的一部分。对地方政府而言，应主动开放乡村品牌传播需求，与高职院校建立常态化合作机制，充分发挥师

生团队响应速度快、执行成本低的特点。未来研究可以从以下几个方面加深：探索“轻量化创作”在不同类型乡村的适用性边界，建立科教融汇实践成效的评价指标体系，研究生成式人工智能在乡村传播内容生产的运用可能带来的效果。

参考文献

[1] 许建领, 卿中全, 袁礼. 我国高职院校科教融汇发展现状、问题及对策——基于大数据分析的视角 [J]. 职业技术教育, 2024(22).

[2] 冉华; 刘沛彤. 新农人形象的数字生产研究——基于抖音短视频场域的内容考察 [J]. 新闻与传播评论, 2025 (1) : 21-34.

[3] 李娟. 产教融合框架下数字媒体艺术助力乡村旅游文化推广的创新性策略研究 [N]. 河南日报农村版, 2024-07-03 (03).

[4] 汤颖凡. 数字媒体艺术专业服务乡村振兴的教学改革与实践——以短视频方向课程为例 [J]. 村委主任, 2024 (11).

[5] 莫许淇, 王庆钊, 谭淑芳, 刘镇刚. 连南瑶绣文创产品设计 [J]. 湖南包装, 2024 (5).

[6] 阮树堂, 马小焕. 科教融汇赋能职业教育高质量发展: 价值意蕴、现实困境与未来进路 [J]. 当代职业教育, 2025 (6) : 85-91.

[7] 谭淑芳, 刘镇刚, 乔国玲. 基于多感官体验的连南瑶绣文创产品设计研究 [J]. 湖南包装, 2023 (4).