

新文科背景下高职艺术设计专业课程改革

——以《文创产品设计》课程为例

赵婧

(中山火炬职业技术学院, 广东 中山 528436)

摘要:随着现代技术手段的不断发展,我国教育行业目前已经出现了较为明显的变化,数字化技术、人工智能等新一代技术手段的普及和应用大大推动了我国教育事业的改革与发展进程。在这一时代背景下,传统文科教育理念很难满足当代学生的学习与发展需求,于是,新文科理念应运而生。基于新文科视域下的课程教学,强调各学科的相互交融性,并强调以推进社会发展需求为核心,以保证学生所接受的教育始终是与时代发展需求相贴合的。因此,高职艺术设计专业若想要在新文科背景下获得更好的发展,并为学生提供更优质的教学服务,就必须重视自身的教学改革。对此,本文在分析了“新文科”与高职艺术设计专业学科特性的契合性的基础上,介绍了其改革的基本思路,并结合《文创产品设计》课程具体阐述了新文科背景下高职艺术设计专业课程教学的阻力及其解决对策,仅供参考。

关键词:新文科;高职艺术设计专业;教学改革;《文创产品设计》课程

2020年11月,我国相关部门发布了《新文科建设宣言》,这一文件对新时代背景下的新文科建设与发展作出了全面部署和规划,它赋予了文科教育以新的使命,不论是综合国力的提升、时代新人的培养还是文科教育的发展、高等教育强国的建设等,都离不开新文科的支持。时至今日,很多高职院校对新文科背景下的课程教学理念、教学模式等有了一定探索和发现,但普遍还存在一些问题。基于此,本文以《文创产品设计》课程为例,主要针对新文科背景下高职艺术设计专业课程的教学改革展开了相关分析与研究,希望可以为各位同行提供一些参考与借鉴。

一、“新文科”与艺术设计专业学科特性的契合性分析

(一)跨学科交叉知识体系的协同契合

“新文科”理念是在信息技术大变革的时代背景下应运而生的,它强调文理学科之间的相互融合、协同发展,侧重于学科之间知识体系的交叉融合,其目的就是为了打破传统文科专业教学的界限。而艺术设计专业本身就有明显的交叉学科的特点,尤其是体现在设计学和艺术学知识体系的融合上。“新文科”的跨学科知识架构逻辑在一定程度上与高职艺术设计专业的学科交叉特点存在一定的契合性。

(二)相匹配社会产业市场的需求契合

相较于传统文科特性,“新文科”建设更注重与国家的新一轮产业革命、科技革命相贴合,以满足现代社会发展的实际需求。艺术设计专业具有较强的应用性,所包含的内容也非常多,如设计学、艺术学、市场学、营销学等,因此,这就要求教师不但要重视课程基础知识和专业技能的教授,还要贴合社会产业市场需求教授给学生现代市场营销等方面的知识和技能,这便是“新文科”与艺术设计专业学科特性“市场契合”的重要体现。

(三)高依存现代信息技术的应用契合

加强“新文科”建设是推动信息技术革命的时代要求,这要求我们能够不断拓宽文科学科在“互联网+”环境下的性质外延,增加其“科技”含量,以便更好地实现“新文科”建设的内在要求,其目的主要就是为了真正改变传统文科教学的封闭性、滞后性。而艺术设计专业具有明显的工具性特点,它需要现代技术手段作为支撑和保障,尤其是在现代化的艺术设计的实践操作当中,很多三维立体模型都需要借助大数据、模型技术等作为辅助才得以呈现。由此可见,“新文科”建设与艺术设计专业在现代技术手段应用方面存在较高度度的契合性。

二、新文科背景下艺术设计专业课程教学改革的基本思路

(一)坚持以时代发展为改革核心

在新文科背景下,我国的教育环境发生较大变化,对课程的建设、人才的培养等均有新的目标,但不论教学理念如何更新,其核心始终都是为了给学生提供与时俱进的教学服务。因此,基于新文科背景下的高职艺术设计专业课程教学改革,必须也要坚持以时代的发展作为改革的核心,如此才能为学生提供更贴合时代发展需求的教学内容。以《文创产品设计》课程为例,在生活节奏如此之快的当下,设计出更具有创新力、更贴合市场需求的产品才是王道,因此,在实际教学中,教师除了基本的常规教学以外,还要注意融合当下行业的需求与未来发展趋势,才能确保教学的有效性。

(二)坚持以学生为中心推进改革

任何形势下的教育教学都应当坚持以学生发展为根本,因此,基于新文科背景下的高职艺术设计专业课程教学改革,也要遵循这一点,积极为学生提供与时俱进的教学服务,使其在未来能够更好地融入社会与行业岗位,从而促使他们更好地为现代化社会建设贡献自己的价值。从目前的企业招聘要求来看,各行各业对招聘人员的综合素质与综合能力要求较高,要求他们既要有丰富的专业基础、高超的实践能力,还要具备良好的意志品格、职业道德素养等。所以,在新文科背景下,艺术设计专业课程教学的改革还需注重以学生发展为中心,促进他们“德技”协同发展,以保证教学的效果。

三、新文科背景下艺术设计专业课程教学的阻力——以《文创产品设计》课程为例

(一)实践环节较为薄弱

《文创产品设计》是一门注重培养学生综合运用文化创意和产品设计理念的实践课程,塑造学生将文化元素融入产品设计中,创造出具有文化内涵和市场竞争力的创新型文化产品,这个过程往往离不开实践项目的引导。然而,受传统教学思想的影响,部分《文创产品设计》课程过于注重理论知识的传授,而忽视了实际项目的设计与实施。学生往往只能在课堂上进行模拟练习,导致学生虽然掌握了理论知识,但难以将其应用于实际设计中,缺乏解决实际问题的能力。

(二)缺乏课程思政的融入

《文创产品设计》课程旨在提升学生传统文化认知、提炼和设计转化的能力。从目前来看,在课程的实际教学中缺乏课程思

政的有效融入,其原因有三:一是对课程思政教学的认知存在一定偏差,教学内容更注重更新专业知识和专业技能,尚不能做到专业课与思政元素的有机结合;二是思政元素挖掘程度较浅,课程往往以增强学生的专业技能为主,容易将思政“狭义化”,很少优化和升级其中的思政内容;三是找不到课程与思政融合的平衡点,思政内容单一,学生的学习热情难以被激发,综合素质培养不足。

(三) 校企合作有待加强

在当前的教育形势下,校企合作已成为各大高职院校深化改革、推进教育发展的重要手段。然而,实际的校企合作还存在诸多问题,如企业参与度不高、合作层次不够深入、人才培养与企业需求脱节、缺乏长期合作规划等。校企双方的合作停留在学生实习层面,没有参与到课程教学内容的制定、教学过程的监督等过程中来。另外,校企合作往往是一次性的活动或者项目,这种非连续性的合作模式无法形成持续合力,难以促进双方深度合作。

(四) 考核机制相对单一

目前来看,很多高职院校《文创产品设计》的课程考核都是以“平时成绩+期末成绩”的形式来实现,平时成绩主要包括学生的作业完成情况、考勤等,而期末成绩则主要依赖于设计项目的最终成果。这种考核方式在一定程度上可以反映学生对课程知识的掌握程度和应用能力,但难以帮助教师深入了解和掌握学生的实际学习情况,也不利于学生的全面持续发展,更难以满足当下社会市场对创新型艺术设计专业人才培养的需求。

四、新文科背景下艺术设计专业课程教学的思路——以《文创产品设计》课程为例

(一) 更新教学观念,强化实践教学

《文创产品设计》课程具有较强的实践性,这一特点就决定了教师不能忽略实践教学的开展。而只有创新,才能有效促进文化创意产业实现持续发展,任何一种文化遗产、文化资源都是无法自然转化成产品的,只有对其进行二次创作,才能转化成为富有内涵的文化创意产品。再加上,随着全球化的不断发展,各国商品经济的发展都会在一定程度上受到不同文化的影响。所以,如今人们对文化创意行业提出的要求越来越高。因此,综合分析,高职艺术设计专业授课教师不仅要重视实践教学,更要不断更新教学观念,加强对学生创新意识、创新思维的培养和训练,以促进实践教学的改革。例如,在《文创产品设计》课程中,教师可以设置多种形式的实践教学环节,将其与地方旅游、乡村振兴、大学生创新创业等活动主题相结合,让他们进行产品品牌以及衍生产品的开发与设计,从而形成更具有地方特色的专业课程实践教学环节。而经过“市场调研—资料搜集与分析—方案构思—产品效果表现与制作—产品设计实际评估”等一系列的实践活动,学生可以从中学到更多设计经验,拓宽自己的设计眼界,这对其创新思维、实践能力、设计能力等的提升是有极大帮助的。

(二) 基于课程思政,丰富内容设置

为促进学生“德”“技”同向而行、协同发展,高职艺术设计专业授课教师必须要树立良好的课程思政教学意识,致力于将学生培养成为高素质、高水准的应用型设计人才。在开展课程思政教学之前,教师的首要任务就是重新定位课程教学目标,在艺术设计专业人才培养目标的基础上增加课程思政教学目标。具体来看,教师可将《文创产品设计》课程教学目标细致划分成思政目标、知识目标、能力目标、素养目标四个方面。在过去,这门课程的教学主要是以学生掌握基本知识和专业实践能力为目标导向的,而在课程思政背景下,教师还需增加培养学生创新创业精神、爱国主义精神、文化自信、社会责任感等方面的思政目标,以培

育出更多德艺兼备的设计人才。在明确课程思政教学目标以后,教师就要深挖《文创产品设计》课程中的思政教育资源,以进一步丰富课程教学的内容设置。例如,中国是一个多民族、多文化的国家,拥有着丰富的民族文化资源和地域文化资源,可以在教学中让学生对不同地域、不同民族的文化资源进行挖掘和创意设计,并鼓励他们在设计中融入绿色生态等理念,通过这种方式来增强学生的文化自信,进一步推动中国文化的传承与发展。

(三) 加强校企合作,深化产教融合

在新文科背景下,“加强校企合作、深化产教融合”是高职院校培养更多创新型、应用型艺术设计专业的重要途径。针对上述提到的校企合作问题,学校可以从以下几个方面着手对其加以优化:一是由校企合作共同成立一个相对完善的组织机构,由学校领导和企业负责人作为组织机构的“决策者”,主要负责校企合作各项工作安排的统筹规划、监督管理和考核等。二是由校企合作共同以社会市场为导向制定人才培养方案,由学校方和企业方共同参与人才培养目标的制定、课程内容的设置(校企双方共同设计一门文创产品设计课程,由学校教师和企业设计师共同授课,包括市场需求分析、设计理论、设计实践等内容)、课程教学模式的改革、教学过程的组织、课程考核方式的制定、产学研项目的制定(学校和企业通过开展产学研合作,共同开展文创产品的研究和开发)等。三是由校企合作共同组建双师型师资队伍,共建实习实训基地等,进一步整合教学资源。

(四) 优化课程考核,助力教学改革

首先,应当对课程成绩考核的构成比例进行改革,更好地对学生实行全方位考核与评定。在课程考核中,教师可通过“期末考试(40%)+‘双创’与企业项目案例设计(40%)+平时成绩考核(20%)”的方式来对学生的学习进行评价。其次,院校应当进一步丰富学生平时成绩考核的内容和形式,从原来关注学生平时的课堂出勤率转变为关注学生综合出勤情况、课堂表现、学习态度、课堂互动与交流情况、课堂练习、作业完成质量等多个方面,以保证考核评价的全面性和严谨性。最后,院校需要转变期末考的形式,融入实践方面的考核,合理分配理论考核与实践考核的比重。至于实践考核方面,可通过设置答辩环节、学生设计作品等方式来实现,教师则根据学生的表现和设计成果进行考核与评价。在具体考核过程中,一方面,教师需制定比较详细的考核评分细则,并在考核前对其进行详细说明,以便于更好地激励学生发挥设计表现力、设计素养、设计创新能力等。另一方面,除了学校教师评价以外,还要引入专家评价,以保证考核结果的客观性和公平性。

五、结语

总之,在新时代背景下,国家愈发重视新文科建设与推进。高职院校作为人才培养的重要阵地,应当顺应社会发展的潮流,积极做出改革,以适应新文科建设要求。而对于《文创产品设计》课程的改革,我们应该顺应时代发展的需要,通过更新教学观念,强化实践教学;基于课程思政,丰富内容设置;加强校企合作,深化产教融合;优化课程考核,助力教学改革等举措来实现,以培养出高素质、高技能的应用型艺术设计专业人才。

参考文献:

- [1] 范洁,刘玲玲.新文科视域下高校文创产品设计课程的教学改革探讨[J].大众文艺,2023(18):153-155.
- [2] 许娟,张凯.新文科建设背景下的艺术设计专业交互数字媒体类课程教学体系改革[J].爱尚美术,2023(05):155-157.
- [3] 耿丽娟.新文科建设背景下艺术设计专业课程体系与教学模式改革研究[J].大观,2023(08):113-115.