

# 传统文化融入高职《新媒体运营》课程的研究与实践

杨 薇

重庆商务职业学院重庆商务研究院, 重庆

收稿日期: 2025年12月7日; 录用日期: 2026年1月13日; 发布日期: 2026年1月22日

## 摘 要

在“大思政”教育背景与文化强国建设需求下, 高职《新媒体运营》课程作为核心实践课程, 需承担起技术技能培养与文化遗产的双重使命。本文基于体验式学习理论与探究性教学模式, 结合高职教育特点与新媒体行业需求, 从“课程内容优化、课程思政更新、课程评价丰富”三大维度, 构建中华优秀传统文化融入《新媒体运营》课程的实践路径。通过实证研究验证, 该路径可有效提升学生的文化素养、专业实践能力与价值认同, 为高职新闻出版类专业课程与中华优秀传统文化的深度融合提供可复制、可推广的参考方案。

## 关键词

中华优秀传统文化, 新媒体运营, 高职课程, 实践路径, 课程思政

# Research and Practice of Integrating Traditional Culture into the “New Media Operations” Course in Higher Vocational Colleges

Wei Yang

Chongqing Business Research Institute, Chongqing Business Vocational College, Chongqing

Received: December 7, 2025; accepted: January 13, 2026; published: January 22, 2026

## Abstract

Under the backdrop of “holistic ideological and political education” and the requirements for building a culturally strong nation, the “New Media Operations” course in higher vocational education,

as a core practical course, must undertake the dual mission of technical skill development and cultural inheritance. Based on experiential learning theory and an inquiry-based teaching model, this paper integrates the characteristics of higher vocational education with the demands of the new media industry, this paper constructs practical pathways for integrating excellent traditional Chinese culture into the “New Media Operations” course from three dimensions: “course content optimization, ideological and political education renewal, and course evaluation enrichment”. Empirical research verifies that these pathways can effectively enhance students’ cultural literacy, professional practical skills, and value identification, providing a replicable and scalable reference for the deep integration of excellent traditional Chinese culture with journalism and publishing-related courses in higher vocational education.

## Keywords

Excellent Traditional Chinese Culture, New Media Operations, Higher Vocational Courses, Practical Pathways, Curriculum-Based Ideological and Political Education

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

中华优秀传统文化是中华文明的智慧结晶，蕴含着中华民族的精神基因。高职教育作为培养技术技能人才的主阵地，将中华优秀传统文化融入专业课程，实现“技术赋能”与“文化铸魂”的协同育人。《新媒体运营》是高职的核心技能课程，以“项目制教学”为核心，聚焦“采、写、摄、编、播、评”一体化技能培养，旨在输出符合企业需求的复合型新媒体运营人才。当前，该课程多侧重技术技能传授，对中华优秀传统文化的融入缺乏系统设计，未与教学目标深度结合，难以形成学生的价值认同。而新媒体行业作为文化传播的重要载体，亟需既懂技术、又具文化自觉的从业者，这一矛盾凸显了中华优秀传统文化融入《新媒体运营》课程的紧迫性。

本研究以体验式学习理论为核心理论支撑，学习者通过亲身参与实践、反思体验、提炼规律，最终将知识内化为能力与素养。这一理论与高职教育“实践导向”的本质高度契合，也为传统文化与专业课程的融合提供了核心逻辑。以体验式学习理论为贯穿，系统构建传统文化与实践类课程融合的理论框架。从学生层面，可通过文化与专业的融合提升学生的文化素养与创新能力，为新媒体内容创作提供丰富素材，帮助学生树立文化自信。从课程层面，可优化《新媒体运营》课程体系，形成“文化 + 技能”的教学特色；从行业层面，可为新媒体行业输送兼具技术能力与文化传承意识的人才，助力文化强国建设。

## 2. 相关研究现状述评

20 世纪以来，国外学术界对于中华文化方面的研究日益增加，着重发掘其实践价值。国内学者围绕中华优秀传统文化在高等教育中体现的德育价值进行了大量的研究。王良永(2022) [1]认为，将中华优秀传统文化融入高校思想政治教育中，能够拓展学生文化视野，提升高校育人成效，塑造学生正确的价值理念，强化学生对国家和民族的认同感和自信心。毛雪逸(2024) [2]认为，中华优秀传统文化与高职教育的渗透融合还有较大的提升空间，将中华优秀传统文化巧妙植入高职院校育人环节已经成为了重要课题。刘力贺(2024) [3]结合高职学生培育文化自信的现状，提出可行性措施，助推高职学生的全面发展。程华薇(2024) [4]认为，在数字时代背景下，深度探索中华优秀传统文化的创新传承路径和方法，是实现中华民族伟大

复兴的重要助力。

国外对于教学设计的研究始于 18 世纪 50 年代后期，教学设计被认定为现代教育技术与理论科学的重要分支。体验式学习理论作为教学设计的核心理论之一，其应用研究已覆盖多个学科，国外学者通过实证研究证实，基于该理论的教学模式能有效提升学习者的主动参与度与知识内化效果。国内学者对教学设计与中华优秀传统文化的融合，主要探讨将其作为一种教育资源如何应用。寇艳庭，包倩倩(2022) [5]基于传统文化的主题式教学设计，总结“四个环节”引导学生激发文化认同感。陈丽君(2022) [6]以“中国民居土楼”为例，课程贯穿服务民生和社会发展的理念，展现中华优秀传统文化的人文魅力，培养高职学生服务社会的价值情怀。张克兰(2023) [7]认为，将教学内容和思政元素进行有机融合，充分发挥中华优秀传统文化中的思政教育资源的优势，能够有力推动立德树人这一根本任务的实现。敬海泉，胡采薇(2023) [8]以课程教学实践为例，发现教师注重传统文化导引，融入传统文化案例，提高专业课程讲授与传统文化教育效果。

通过对国内外研究的回顾可见，国内外学者对相关领域的探讨是较全面的，并都对中华优秀传统文化融入教育教学持肯定态度，为本课题的研究开展提供了强有力的理论研究和实践研究支撑。但不难发现，在本课题涉及的专业领域的相关课程与中华优秀传统文化相融合的研究还有待进一步加深，本课题的开展具有一定的研究空间。

3. 实践路径设计

基于体验式学习理论与《新媒体运营》课程“项目制教学”特点，结合高职学生“实践导向”的学习需求，本文从“课程内容优化、课程思政更新、课程评价丰富”三大维度，构建系统的实践路径，各维度均对应体验式学习的核心环节，形成完整的学习循环。

3.1. 构建“传统文化 + 新媒体运营”的内容体系

课程内容是文化融入的核心载体，需打破传统知识灌输的逻辑，以工作任务为导向，将中华优秀传统文化与新媒体运营的核心能力点结合，重构课程模块与教学内容。

1) 选取适配的传统文化素材

遵循“关联性、时代性、实践性”原则，选取三类传统文化素材：一是非遗文化，如重庆铜梁舞龙、秀山花灯等，这类素材具有视觉化、故事化特征，适合短视频、直播等新媒体形式传播；二是传统节日文化，如春节、端午、中秋等，结合节日节点设计运营项目，符合新媒体时效性传播需求；三是传统美德文化，如“诚信”“敬业”“孝亲”等，通过老字号品牌运营、家风故事传播等案例，将抽象美德转化为具体内容。

2) 重构课程模块

将原《新媒体运营》课程的“新媒体认知 - 内容创作 - 平台运营 - 数据分析”四大模块，重构为“传统文化新媒体认知 - 传统文化内容创作 - 传统文化平台运营 - 传统文化传播效果分析”，具体模块设计如下表 1 所示：

Table 1. Course module  
表 1. 课程模块

重构后课程模块	教学目标	核心教学内容	实践任务示例
1) 传统文化新媒体认知	1) 理解传统文化传播的新媒体价值 2) 掌握传统文化新媒体传播的基本原则	1) 传统文化的核心内涵 2) 新媒体传播对传统文化的赋能作用 3) 传统文化新媒体传播案例分析	撰写《传统文化新媒体传播价值分析报告》

续表

2) 传统文化内容创作	1) 掌握传统文化内容的新媒体呈现形式 2) 提升传统文化内容的创新能力	1) 传统文化短视频脚本设计 2) 传统文化直播话术撰写 3) 传统文化图文内容排版	设计传统文化短视频脚本并拍摄
3) 传统文化平台运营	1) 掌握不同平台的传统文化运营策略 2) 提升传统文化账号的粉丝运营能力	1) 抖音/快手传统文化账号运营 2) 微信公众号传统文化内容推送 3) 小红书传统文化话题策划	运营“非遗文化”抖音账号 1 个月
4) 传统文化传播效果分析	1) 掌握传统文化新媒体传播的数据指标 2) 能基于数据优化传播策略	1) 传统文化传播的核心指标 2) 数据分析工具	分析“非遗文化”抖音账号数据并提出优化方案

3) 设计项目化教学案例

以真实项目为驱动，设计三类项目案例。一是校园内项目，组织学生为校园端午、中秋活动设计新媒体宣传方案；二是企业合作项目，联合校企合作企业，开展老字号品牌新媒体运营项目；三是社会服务项目，与中小学、社区合作，开展非遗文化短视频进学校、进社区项目，学生作品择优在官方平台发布。

3.2. 创新“浸润式”文化思政教学方法

课程思政的核心在于潜移默化的价值浸润，摒弃生硬说教的融入方式。立足专业教学场景，设计体验式、参与式教学活动，引导学生在实践中反思文化内涵、提炼传播规律，实现从“具体体验”到“抽象概括”的转化，自然而然形成坚定的文化认同与深刻的价值认同，实现知识传授与价值引领的有机统一。

- 1) 案例教学法
- 以优秀案例引导价值认同，选取“正面案例”与“反面案例”结合教学。正面案例分析其如何通过创新形式传递传统文化之美，引导学生理解守正创新的文化传播理念；组织学生剖析反面案例，讨论文化传播的底线，强化文化敬畏意识。
- 2) 情景模拟法
- 以角色体验深化文化理解，设置传统文化传播者、传统文化受众、企业运营者三类角色，开展情景模拟，在角色扮演中理解文化传播的责任。模拟传统文化内容审核场景，学生针对争议性传统文化内容进行审核判断，强化正确的文化价值观。
- 3) 项目式学习法
- 以实践行动强化文化自信，组织“中华优秀传统文化新媒体传播大赛”，学生以团队为单位，围绕“巴渝文化”“非遗文化”“传统美德”等主题，完成“从内容创作到平台运营”的完整项目，要求在项目报告中阐述“文化传播思路”与“个人文化认知提升”。通过“做项目－展成果－谈感悟”的流程，让学生在实践中深化对传统文化的认同。

3.3. 构建“文化 + 技能”的多元评价体系

评价体系是学习循环的闭环，通过多维度、多样化评价，检验学生的文化素养与专业技能提升效果，

为后续学习优化提供依据。传统课程评价往往聚焦专业技能达标，难以体现文化融入成效，亟需新增“文化素养”核心评价维度。积极构建涵盖教师、学生、企业导师等多元化评价主体，结合过程性观察、实践成果展示等多样化评价方式，让文化融入效果可量化、可检验，切实支撑课程思政目标落地。

- 1) 设计多维度评价指标
- 从“专业技能”与“文化素养”两大维度，设计具体评价指标与权重，如下表 2 所示：

**Table 2.** Evaluation indicators  
**表 2.** 评价指标

一级指标	二级指标	三级指标	权重	评价主体
专业技能	内容创作能力	传统文化内容的准确性、创新性、吸引力	20%	教师、企业导师
	平台运营能力	新媒体账号的粉丝增长数、内容互动率、任务完成度	20%	教师、学生自评
	数据分析能力	数据报告的完整性、分析深度、优化建议可行性	15%	教师、企业导师
文化素养	文化理解能力	对传统文化内涵的解读准确性、文化传播价值的认知深度	15%	教师、学生互评
	文化认同度	项目报告中文化感悟的真实性、课堂讨论中对传统文化的态度	15%	教师、学生自评
	文化传播责任感	对传统文化传播底线的把握、对低俗化内容的辨别能力	15%	教师、企业导师

- 2) 采用多样化评价方式

为确保课程思政中文化素养培育效果可衡量，构建“过程性评价－终结性评价－增值性评价”三位一体综合评价体系，权重分别为 40%、40%、20%，形成兼顾过程、成果与成长的立体化逻辑。过程性评价以“学习档案袋”为载体，收录文化素材笔记、项目日志、课堂发言等，捕捉学生文化感知与应用过程；终结性评价聚焦项目成果，通过新媒体运营报告、文化短视频、数据分析报告等，检验文化与专业技能融合成效；增值性评价以《传统文化认知问卷》为工具，对比期初期末得分评估进步幅度，兼顾整体达标与个体差异，为课程思政落地提供科学评价支撑。

4. 实践及成效验证

4.1. 研究方法与实验设计

- 1) 样本选择与分组依据

选取某高职院校 2023 级新闻出版类专业 2 个自然班作为研究对象，最终确定有效样本 88 人，其中实验班 45 人，对照班 43 人。分组后独立样本 t 检验结果显示，两组在《新媒体基础》测试成绩( $t = 0.32$ ,  $p = 0.75 > 0.05$ )、先导课程平均成绩( $t = 0.51$ ,  $p = 0.61 > 0.05$ )及性别比例( $\chi^2 = 0.03$ ,  $p = 0.86 > 0.05$ )上均无显著差异，确保分组均衡。

- 2) 实验设计

实验班干预全面采用本文设计的“文化 + 技能”协同育人路径，核心干预包括课程内容“传统文化 + 新媒体运营”模块，综合运用案例教学法、情景模拟法、项目式学习法，采用“专业技能 + 文化素养”



多元评价。对照组沿用传统教学模式，与实验班形成明确对照。

3) 实验周期与实施流程

实验周期为 1 学期，实验前对两组学生进行《高职学生中华优秀传统文化素养问卷》测试，收集基线数据。实验中，两组按各自教学模式开展教学，严格控制其他变量。实验后开展期末项目成果考核、问卷复测，并进行师生访谈。

4) 问卷编制流程

通过文献梳理，基于文化认知、文化认同、文化传播意愿三个维度，参考国内学者的研究成果，初步设计 30 个题项。邀请 5 位专家，其中 3 位教育心理学教授、2 位新媒体专业副教授对题项进行评定，计算内容效度指数 CVI，删除 4 个 CVI<0.8 的题项，最终保留 26 个题项。在预调研阶段，以 50 名同专业学生为样本，通过探索性因子分析检验结构效度，KMO=0.76，巴特利球形检验  $\chi^2=1246.38$ ， $p<0.001$ ，提取 3 个公因子，Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.82，表明问卷信效度良好。

5) 期末项目成果评分量表

由 3 名新媒体专业教师共同制定，围绕内容质量、运营效果、创新性三个维度设计评分标准，采用 100 分制。评分前对 3 名教师进行培训，统一评分标准，通过组内相关系数检验评分一致性，ICC=0.85，表明评分信度良好。

6) 数据分析方法

采用 SPSS 进行数据处理，采用配对样本 t 检验，比较两组学生实验前后问卷得分的差异。采用独立样本 t 检验，比较实验班与对照班实验后问卷得分、期末项目成果评分的差异。探讨课程内容、方法、评价三个维度与学生素养提升的相关性。所有统计检验的显著性水平设定为  $\alpha=0.05$ 。

4.2. 学生文化素养显著提升

配对样本 t 检验结果显示，实验班实验后在文化认知度、文化认同感、文化传播意愿三个维度的得分均显著高于实验前( $p<0.001$ )，且提升幅度显著高于对照班；独立样本 t 检验结果显示，实验后实验班各维度得分均显著高于对照班( $p<0.001$ )，具体数据如下表 3 所示：

Table 3. Cultural literacy test  
表 3. 文化素养测试

维度	实验班 (期初均值 ± 标准差)	实验班 (期末均值 ± 标准差)	对照班 (期初均值 ± 标准差)	对照班 (期末均值 ± 标准差)	实验班提 升幅度	对照班提 升幅度	独立样本 t 检验(实验后)
文化认知度	62.3 ± 8.5	85.7 ± 6.2	61.8 ± 8.2	65.2 ± 7.9	37.6%	5.5%	t = 12.36, p < 0.001, Cohen's d = 2.68
文化认同感	58.6 ± 9.1	82.4 ± 5.8	59.1 ± 8.7	63.5 ± 8.3	40.6%	7.4%	t = 10.52, p < 0.001, Cohen's d = 2.27
文化传播意愿	55.2 ± 9.3	80.1 ± 6.5	54.7 ± 9.0	58.3 ± 8.6	45.1%	6.6%	t = 11.28, p < 0.001, Cohen's d = 2.43

注：Cohen's d 为效应量指标，d > 0.8 为大效应量，表明组间差异具有实际意义。

4.3. 学生专业实践能力明显增强

期末项目成果评分结果显示，实验班优秀率为 51.1%，显著高于对照班的 20.9%，不合格率为 0，具体数据如下表 4 所示：

Table 4. Final project outcome assessment  
表 4. 期末项目成果评分

评分等级	实验班(人数/占比)	对照班(人数/占比)
优秀(85 分以上)	23 人/51.1%	9 人/20.9%
良好(70~84 分)	18 人/40.0%	22 人/51.2%
合格(60~69 分)	4 人/8.9%	11 人/25.6%
不合格(60 分以下)	0 人/0%	1 人/2.3%

独立样本 t 检验结果显示，实验班期末项目成果平均得分( $82.6 \pm 7.3$ )显著高于对照班( $72.3 \pm 8.5$ )， $t = 6.24$ ， $p < 0.001$ ，Cohen's  $d = 1.34$ ，表明文化融入不仅未削弱专业技能，反而促进了专业实践能力的提升。

4.4. 课程思政效果得到认可

为深度挖掘文化融入教学的主观成效与实践反馈，本研究对实验班 10 名学生及 3 名行业企业导师开展半结构化访谈。结果显示，80%的学生反馈，通过传统文化项目实践，对文化遗产的意义从“模糊认知”转变为“深刻体悟”，如学生提到“运营铜梁舞龙抖音账号时，查阅了很多非遗资料，才明白传统文化的魅力所在”；70%的学生表示未来希望投身传统文化新媒体传播工作；3 名企业导师一致认为，实验班学生的项目方案“更具人文温度”，如某导师提到“实验班学生设计的老字号运营方案，融入了品牌的历史文化故事，比单纯的商业推广更易引发消费者共鸣”。

5. 研究结论

通过规范的统计检验，本研究证实了实践路径的有效性。课程内容重构为学生提供了丰富的“具体体验”素材，这是文化内化的基础。案例教学法、情景模拟法、项目式学习法构建了“反思观察 - 抽象概括”的转化桥梁。“文化 + 技能”多元评价体系构成了体验式学习的“主动检验”环节，确保学习循环的闭环。课程内容、方法、评价三个维度并非孤立存在，而是形成了协同增效关系。

本研究以体验式学习理论为核心，构建了“课程内容优化、课程思政方法创新、课程评价丰富”的中华优秀传统文化融入高职《新媒体运营》课程的实践路径，通过规范的对照实验验证了其有效性，得出以下结论：一是理论层面，体验式学习理论是传统文化与实践类课程融合的有效支撑，为文化融入提供了清晰的理论框架，丰富了传统文化教育与职业教育融合的理论研究。二是实践层面，该路径能有效提升学生的文化素养与专业实践能力，且三个维度的协同作用是成效的核心保障。

基金项目

重庆商务职业学院 2025 年校级教育教学改革研究项目(项目编号：SWJWJG202517)。

参考文献

[1] 王良永. 中华优秀传统文化融入高校思想政治教育探析[J]. 现代职业教育, 2022(44): 144-147.

- 
- [2] 毛雪逸. “三全育人”视域下高职院校深化中华优秀传统文化教育路径分析[J]. 职业教育, 2024, 13(2): 307-316.
  - [3] 刘力贺. 依托中华优秀传统文化培育高职学生的文化自信[J]. 产业与科技论坛, 2024, 23(2): 130-133.
  - [4] 程华薇. 中华优秀传统文化数字化传播路径研究[J]. 天府新论, 2024(1): 146-152.
  - [5] 寇艳庭, 包倩倩. 基于中华传统文化主题式教学设计——以艺术视角下的铁系化合物为例[J]. 化学教与学, 2022(11): 33-37.
  - [6] 陈丽君. 以“中国民居土楼”为例探讨《中国传统文化》课程思政教学设计与实施[J]. 新一代: 理论版, 2022(7): 310-312.
  - [7] 张克兰. 中国传统文化概论课程思政教学设计——以“中国传统文化价值取向”为例[J]. 学园, 2023(33): 17-19.
  - [8] 敬海泉, 胡采薇. 将中华优秀传统文化融入土木工程专业课堂——以“轨道工程”课程为例[J]. 教育教学论坛, 2023(21): 25-28.