

文化产业视域下视觉传达设计创业型人才培养模式探索

高丹¹ 赵丽²

(1. 河北工程技术学院; 2. 河北工程技术学院)

摘要:在各地大力发展文化创意产业的背景下,以创业教育介入区域文化产业的发展能促进地方高校与经济良性互动,从而理清地方高校视觉传达设计创业型人才培养在区域经济发展中的重要作用。基于当前视觉传达设计创业型人才培养存在的问题,以系统论的方法,围绕地方资源、课程体系、平台搭建、师资力量、教学方法等方面,提出地方高校视觉传达设计创业型人才培养体系的优化路径。

关键词:文化产业;创业教育;视觉传达设计

Exploration on the training mode of entrepreneurial talents in visual communication design from the perspective of cultural industry

Gao Dan¹ Zhao Li²

(1. Hebei Institute of Engineering and Technology; 2. Hebei Institute of Engineering and Technology)

Abstract: In the context of the vigorous development of cultural and creative industries across the country, the involvement of entrepreneurship education in the development of regional cultural industries can promote the positive interaction between local universities and economic development, so as to clarify the important role of visual communication design entrepreneurial talent training in local universities in regional economic development. Based on the current problems in the training of entrepreneurial talents in visual communication design, this paper proposes an optimization path for the training system of entrepreneurial talents in visual communication design in local colleges and universities by means of system theory and centering on local resources, curriculum system, platform building, faculty and teaching methods.

Key words: cultural industry; Entrepreneurship education; Visual communication design

引言

当今,文化资源成为众多地区转型和升级发展的优势资本,以文化资源为主导的文化产业在区域经济发展中的比重日益突出。但事实上,我国大部分地区文化产业发展的过程中文化资源的没有得到有效的利用,文化资源转化力不足。主要表现在:文化产品缺乏特色,这其中最突出的制约因素是高素质技能人才的缺乏。随着经济全球化的迅速发展和文化产业的突飞猛进,要求我们文化产业加快发展方式转型。此外,新兴的数字内容产业更是突飞猛进,新技术和新业态层出不穷,我国所面临的文化产业创业型人才短缺问题将更为严重。

一、地方高校培养视觉传达设计创业型人才的意義

(一) 盘活地方文化资源

高校在进行面向区域文化产业发展的创业型人才培养的过程中,能深入当地开展调研,构建地方文化资源数据库,统计地方文化资源的利用情况,形成合理的文化产业评估体系,进而发现文化资源创新点,策划优势创业项目,盘活地方文化资源。学生结合市场需求和视觉传达设计的专业技能,利用当地的文化资源,进行积极有效的产品开放与和文化品牌形象打造,选取恰当的切入点进行创业,能够促使文化资源转化为文化资本;同时可以聚焦人气,吸引大众的注意力,提升当地的知名度。高校视觉传达设计创业型人才的输出,能形成规模效益,延伸文化产业链,促进当地的文化产业发展,刺激文化消费,进而拉动相关产业共同发展。

(二) 扩大就业市场

当前,很多地方有关文化产业项目的创业人员规模较小、类别分布不合理,创业人员发挥的作用不够突出。而且,大多数创业人员是从传统产业中分离出来的,并且老龄化现象严重。这些创业人员的知识结构单一、视野不够开阔,缺乏敏锐的市场洞察力,创业成功的机率较低,这导致新兴的文化产业如动漫设计、文创产品设计、数字艺术、品牌策划、多媒体技术方面的创业人才紧缺,而这些新兴的文化产业项目中有很多集中在视觉传达设计领域。文化产业的发展,离不开拥有创新意识、创新能力以及高层次文化素养的人才,其中最需要的人才引领者、实践者,而不是追随者。因此,创业型人才的培养更是顺应当前社会发展的需求。

高校应贴合市场需求,主动适应地方社会经济建设的发展要求,

培养生产、服务、管理第一线的实用型人才。面向区域文化产业对视觉传达设计的学生进行创业教育,使学生具备丰厚的文化基础、扎实的设计技能、系统的企业经营管理理念,能提高学生的创业成功率,大大地拓宽学生的就业渠道。

二、视觉传达设计专业创业型人才培养出现的问题分析

(一) 人才培养与社会需求脱节

地方高校设计类创业型人才的培养比较薄弱,滞后于区域文化产业的发展,培养的学生创业起点低,不能匹敌当地的优势资源,创业项目抵抗市场风险的能力弱。视觉传达设计的创业领域涉及电子商务、广告制作、产品开发、动漫设计、品牌形象策划等,具有创业选择多、门槛低的特点,与其他专业相比,具有培养创业型人才的独特优势。但是,正是这种优势也限制了众多地方性高校该专业创业型人才的培养。因为地方性高校在培养创业型人才的过程中,只关注到了该专业的创业领域,忽视了其所处区域的经济特色和文化特色,这种宏观粗放的培养方式,无法与当地的特色文化产业实现无缝对接。

(二) 人才培养体系不健全

文化产业是新兴的朝阳产业,发展迅猛,具有跨界、产业带动性强的特点。在许多视觉传达设计专业创业教育中,将创业教育简单地等同于就业指导,鼓励学生选取创业起点低的家装设计、广告设计等项目,以工作室的形式开办小公司;课程体系不够完善,对当地优势的文化资源挖掘不够;沿用传统的教学方法,课外创业实训的开展不够及时,最新的教育技术不能更好地满足学生的创业辅导、创业激励等方面的需求;创业教育的师资力量薄弱,缺少既懂市场又通设计的“双师型”教师,对当地的文化产业创业项目的发展状况了解不够,与当地的企业经理人员、民艺高手、非物质文化遗产传承人等文化精英接触较少。同时,还存在创业平台不健全,学生创业成功率低等问题。

在当前背景下,一些高校逐步探索出多种新颖的创业教育模式,区别于传统的人才培养模式,具有一定的特色,但缺少时间和实践的修正,教学效果不够理想。高校应建立定期开展区域文化行业发展及其企业职业岗位变化、人才需求情况的调研机制,定期召开专业指导委员会会议开展社会调研、召开现场专家座谈会、进行毕业生创业进行问卷调查等,了解文化产业专业技术、工艺、管理、服

务等发展趋势和用人企业对人才培养的要求,在分析研究的基础上适时调整专业创业人才培养方案。

三、地方高校视觉传达设计专业创业型人才培养的路径探索

(一) 整合地方创业教育的文化资源

视觉传达设计的创业教育是为了更好地服务地方、培养一批有创新能力、设计实践能力、企业管理能力的创业型人才。这类人才的创业项目涉及产品开发、品牌策划、数字艺术、网络传播、广告制作、互动媒体等诸多领域。这些创业项目的特点是市场准入壁垒低,落地性强,可操作性强。只要有小型的运营空间、基本的设计设施,以较低的人力和物资的投入就可以进行设计方面的创业,具有更强的可执行性。地方高校在进行视觉传达设计专业人才培养的过程中,首先要周密地考察区域文化产业的创业资源、人才需求总量、各层次创业人才的比例;深入调研当地的优势项目、潜力项目和支柱项目的创业现状,并总结各文化产业的创业项目在技能、特长、素质等方面对创业人才的要求。各地域在长久的历史演进中,积累沉淀了丰富的文化资源,这些各具特色的地域文化构成了地域间差异的重要因素。在进行创业资源整合时,尤其要分类别地挖掘具有典型地方特色的小而精的文化资源,如对当地的传统饮食、手工艺、历史名人、名胜古迹等资源深入挖掘亮点,进而引导学生进行市场化包装。

根据地域文化特色,整合创业教育资源,能实现与视觉传达设计创业项目的和谐共生,使此类设计行业在当地相互依存和协作,形成一定的创业规模,拉长学生的创业链条,拓宽学生的创业渠道,使学生的创意顺利转化为创业,进而增加创业的成功率,实现学生由创业到创富的转化,盘活地方文化资源,繁荣当地经济。

(二) 建立系统的创业教育课程体系

文化产业的发展具有交叉、融合和跨界的特点,传统的视觉传达设计专业的课程体系已不能满足创业型人才的培养。地方高校要根据本区域文化资源的开发程度和文化产业发展的状况,以创业型人才的培养为目标,建设配套的课程体系,使创业知识和视觉传达设计知识融合成创业的优势工具,做到“三管齐下”:夯实基础、发挥特长、保障成功。

首先,必须有夯实的基础——熟悉当地丰富的文化资源,在课程中增加民俗文化欣赏、民间艺人访谈、民间艺术赏析等内容,让学生清晰地掌握本地的人文、历史,从而发现商机,为学生铺垫创业的基础;其次,要发挥学生特长,要使扎实的设计技能、过硬的专业教育和学生自身的特长有机结合起来,这是学生创业成功的关键。在专业课程模块中嵌入相应的项目,以项目教学取代传统的课程教学,将设计所需的知识通过项目系统地传授给学生,并使其在项目的实施过程中得到吸收与消化,最终实现培养学生创新创业能力的目的。在扩展能力模块课程中,开发文创产品设计、电商美工等课程,增设创意与表达、短视频制作等课程,以提高学生的创新意识、交流能力、表达能力和艺术素养。

在当前创业的大潮中,差异就是力量,靠特色就能取得竞争优势。要结合学生特长,从设计的优势领域展开教学,突出实用性,促使学生的设计技能和理论知识应用于文化产业的创业项目中。最后,课程安排以创业教育为主线,增加市场营销、企业管理、设计管理、公关管理等商务管理类课程,使学生获取有价值的创业技能,储存丰富的创业知识,让学生懂市场、会管理。转变观念,由培养“设计师”转向打造“创业者”。

(三) 搭建创业孵化平台

当前,视觉传达设计的创业项目转化率较低,创业平台的匮乏是其中非常重要的制约因素。学生即使有好的创业项目,迫于“学生”的角色和高校创业实践平台稀少的困境,最终放弃。我们可以以教研项目为引领,孵化双创项目,以“科研促教学”为理念,教师吸纳学生参与自己主持的各类科研项目和教研类项目,初步培养学生的问题意识,通过项目实践,帮助学生寻找到自己的兴趣点并进行指导,在此基础上孵化学生创新创业项目。

该专业创业孵化平台的搭建要关照当地文化产业发展的需求,从当地的优势项目出发,围绕设计成果的转化展开创业实践的教学。以工作任务引领教学工作过程,利用校内创业平台和企业实训,模

拟典型的职业工作任务,在完成工作任务过程中,让学生独立获取信息、独立计划、独立决策、独立实施、独立检查评估,让学生在“做中学、学中做”,从而获得工作过程知识、技能和创业经验。

(四) 打造“双师型”师资队伍

面向区域文化产业的视觉传达设计的创业教育的实施主体——教师,需要既懂市场,又懂教学。需要储备系统、完备的设计类知识,又要积累全面的企业管理、市场竞争的经验。一方面要组织高校的教师深入当地的文创企业,走出高校进入市场,在商业竞争中进行创业锻炼,于创业实践中获取有针对性的创业体验,从而具备指导学生成功创业的思维和实践能力;形成一支行业影响力大,专业方向涵盖面广,知识结构优化,年龄结构、双师结构、专兼结构合理的师资队伍。另一方面可以与当地企业合作,与当地企业达成产学研的合作意向,做到“企业进入、学生走出”。吸引优秀的企业家和民间艺人走进课堂的同时,让学生进入到当地的企业进行创业实践。“双师型”教学队伍的打造,能够结合当地文化产业的市场形势,帮助学生准确定位创业的方向,减少学生创业的茫然性和随意性。

(五) 革新创业教育方法

视觉传达设计创业教育可以采用项目驱动法,通过项目研究训练,用体验式的授课方式,按照“项目组教学”及“小阶段小项目,大阶段大项目”的方法,使体验式教育理念植入育人体系。

深化校企合作,更能推进校企间的产学研合作,完善“教师辅导、企业设计师指导和学生实践性拓展学习三位一体”的人才培养途径。加强社会服务意识,将课堂实训由校内延伸至校外,通过“走出去”的形式加强对地方文化产业市场的了解和实践,有利于服务地方经济的发展和传统文化的传承,让高层次的创新型、应用型人才培养落到实处。

推进校企间的产学研合作,完善“教师辅导、企业设计师指导和学生实践性拓展学习三位一体”的人才培养途径。让学生参与企业的攻关项目,进行文化项目的创业实战练习,突出培养学生综合运用文化产业发展、专业技能和创业知识进行创业实践,激发创业学生在实战研究中发现企业运营需要注意的问题、找寻解决创业问题的思路,提高学生的创造性、探究性的思维能力,激发其创业兴趣和创业意识。加强社会服务意识,将课堂实训由校内延伸至校外,通过“走出去”的形式加强对地方文化产业市场的了解和实践,有利于服务地方经济的发展和传统文化的传承,让高层次的创新型、应用型人才培养落到实处。同时,还可以用访谈法把国内知名院校的专家、企业经理、设计师等各行业精英引入教学活动的开展,使学生能把握一线市场的动态,降低其创业的风险。

(四) 总结

总之,创业型人才培养是一项系统工程,涉及专业课程教学的融合、特色课程群打造、实践教学体系构建、教学团队建设、课堂形式多元化等诸多内容,需要不断转变教学策略、更新教学理念、创新教育教学方式。改变教育教学与实践相脱节的现象,以区域文化产业的发展为背景,能综合地域资源、政策支持、社会力量、师资力量、创业平台、教学方法等多个维度,为当地文化产业的发展提供对口人才,能提高高校服务社会的能力,实现当地经济效益和社会效益的统一,打造差异化的区域形象,提升当地的“品牌价值”。

参考文献:

- [1]刘浩然,李静.创新创业教育背景下视觉传达设计教学改革分析[J].现代职业教育,2019(25):38-39.
- [2]何艳,邹航英.视觉传达设计工作室教学模式中创新创业人才培养的探究与实践[J].美术教育研究,2019(4):78-79.
- [3]刘娜.基于创新创业教育视角的大学生专业创新实践案例研究——以新闻传播学类专业为例[J].青年时代,2019(15):199,201.
- [4]金成,李明.民族高校视觉传达设计专业创新创业课程建设的思考[J].美术教育研究,2019(11):126-127.
- [5]夏志良.视觉设计类课程融合创新创业教学的探索与实践[J].中国教育信息化,2019(23):90-93.
- [6]田颖拓,胡卫军.“双创”背景下视觉传达设计专业人才培养策略探究[J].中国教育学报,2019(1):139-141.