

# 大学创意设计人才培养与文旅产业“三对接”的探索与实践

王家荣

福州外语外贸学院 福建福州 350020

**摘要:** 产业融合是当今社会发展的大背景,而文化与旅游产业的融合,更是推动经济与文化同步发展的重要举措。大学的创意设计专业,其人才培养与输出目标与文旅产业有着密切关联,因此本文将基于“三对接”这一概念去探讨大学创意设计人才现状、问题与实现“三对接”的有效路径。

**关键词:** 大学教育;创意设计;文旅产业;“三对接”

从人才培养的角度出发,“三对接”这一理念主要是指人才引进与产业发展需求的对接、定向培养与专业能力、素质需求的对接以及育人扶持政策与创新创业的对接。这一理念是新时期我国高等教育领域育人工作的重要指导理念。创意设计人才的培养更要基于“三对接”理念,探索育人的有效途径与方向。

## 一、三对接的概念探讨

“三对接”这一概念,从育人角度出发,主要是指以下几个方面的对接。其一是人才引进与产业发展需求的对接。任何产业的发展,都需要高素质人才的支撑,因此高校育人要用人才去对接科技,以产、学、研一体的育人方针为抓手。利用校企合作、产业集群与优质项目去吸引人才,并利用人才的力量去推动产业的健康、持续发展。要联合当地相关机构建立育人联盟,利用省级平台去对接当地企业与科研院所、高等院校等,开展不同领域与形式的育人合作。促进科研成果的转化,推动新兴产业的发展,要明确重大科技项目的人才需求,通过技术入股、顾问聘请、科研与技术合作等方式,体现高校人才培养对产业发展的推动力。其二是定向培养与专业能力的对接。要结合产业发展的需求,去引导高校明确人才能力的建设需求。要重点强调创新创业培育,要结合企业的发展加速与转型升级趋势,打造产业中坚人才队伍。要积极引导学生参与重要科技项目的建设以及重要课题的研究。为了搭建创新人才培养的平台,要积极建设市级及以上的工程技术研究中心,并依托研究中心去广泛开展技能培训、考核与技术练兵等等。其三是政策扶持与创新创业的对接。要构建起创新创业相关的政策体系,为育人工作提供完善的政策支持与服务。一方面,应更多出台有利于当地高校育人与产业市场对接的激励政策,引导高校与企业构建育人合作关系。应优先推行相关的育人计划、育人工程以及培训、学术交流活动等,并且要优先扶持专业与产业合作的新产品与新技术研发项目等。此外应当设立人才资源开发的专项资金,专款专用。对于认证的技术研究机构与高新技术企业等,应给予一定的奖励<sup>[1]</sup>。

## 二、文旅产业融合背景下与高校创意设计人才培养的现状

在文旅产业融合的大背景下,高校创意设计人才培养的现状主要可以从以下几个方面去总结。其一是当前我国高校艺术设计类专业的课程,在内容、结构等方面不符合当今的文旅产业发展趋势与需求。因对文旅领域近年来的发展现状缺乏了解,加之不重视专业教育内容与当前文旅领域发展需求的结合,对创新设计教育与文旅产业对接的重要性缺乏充分认识,所以实际教学的目标也不够明确。即便部分院校强调了产业融合,但也普遍流于形式,缺乏实效性。此外还有课程体系结构的问题。因传统的艺术设计教育强调学

科本位,即是重视学科的独立性,将学科教学任务凌驾于育人目标之上。所以出台艺术设计教育体系不仅有许多缺乏整合的科目,而且依然以理论为主,实践比重少,进而导致学生的知行无法合一。最后是教学考核与评价体系缺乏先进性。不重视对学生创新意识、能力、实践能力与问题解决能力的考核评价。其二是文创设计类专业的育人方式与行业业态对接不精准。文旅部成立后,文化旅游产业的独立地位得到了确立,成为了以中华文化为核心,以旅游产业为载体、以创意为纽带的的新业态。但是高校方面却固守陈旧的教学思想与方式,无法根据当今业态创新,自然无法培养出符合当今文旅产业发展需求的专业人才。其三是高校的创意设计类人才培养方向不符合当今的文旅产业体系构成。高校与企业合作的育人模式下,设计人才的对接主要基于最终的结果要求,多是企业提出要求,院校结合企业的前期要求去制定育人方案。但是企业的人才需求并不是一成不变的,如果只强调目标、结果,却缺乏动态的过程跟进,会导致育人方案即便完成,也未必能够满足企业对人才的实际需求。

## 三、文旅产业与高校文化艺术类专业“三对接”存在的问题

### (一) 文化艺术类专业与文旅产业岗位对接不准

2015年的最新专业目录中明确提出专业划分以行业与产业分类为主要依据,即高校教育体系中的专业划分,其基础是社会各个领域的岗位集群,也就是一个专业的课程内容对应一个或多个相关领域的岗位职能。当今高校需要对照岗位集群去定位专业建设方向,只有符合区域产业发展趋势以及产业发展需要与资源优势的专业,才是需要重点建设的专业,进而培养出更多符合地方经济发展需要,能够推动地方产业的专业岗位人才。而文旅产业是新兴产业,是文化与旅游产业的融合,是两个领域产业链整合、资源融合、体系融合后的新业态。而为做到精准育人,高校应当结合文旅产业发展的新趋势以及岗位职能要求去进一步明确校内设计类专业的育人目标,优化专业课程设置,但是当今的许多院校对于文旅产业的发展趋势,以及相关岗位的职能显然缺乏了解,对于课程的设置也固守以往路线,多以文化或是旅游单个领域的典型岗位为主要的对口岗位,而并不能保证与当今的文旅产业岗位实现精准对接。

### (二) 育人思维依然重理论,轻就业

高校的人才培养过程中,就业指导是关键的一环。基于就业导向育人,是高校育人的重要使命,特别是在社会高速发展的趋势下,社会各个领域对于人才的工作经验愈发重视,因为许多解决问题的方式,只有在工作实践过程中才能够掌握,因此高校必须要结合相关领域岗位职能以及工作环境、流程等去优化课程体系。在课程建

设过程中,要面向文旅领域培养并输出专业人才,首先必须要掌握文旅行业相关岗位集群特征以及工作任务等。在明确文旅相关岗位基础工作任务的前提下,建立起与文旅领域不同岗位工作内容、规章要求等密切相关的课程内容、形式与评价体系。要遵循循序渐进的基本原则,无论是课程的理论内容、实践训练还是考核评价,都要从基础到深入,迎合学生在文旅专业领域的职业成长规律,打造文旅方向的专门育人方案。而就现状来看,我国高校的创意设计专业课程建设普遍存在理论比重高、实践不足的趋势。学生仅仅从理论层面去了解文旅产业是远远不够的,当今文旅产业需要的,是具备深刻行业认知的人才,行业认知不仅仅是理论层面的认知,同时也是通过实践对行业发展规律、工作环境、工作重点、难点等的总结。而这需要学生在长时间的实践当中去逐渐发现,并且在总结经验的基础上探索实效性的工作方法。

### (三) 高校教学缺乏与创意设计领域产业链的联结

创意设计相关专业所对接的是十分广阔的、多业态的市场环境,仅从文旅产业出发,产业链的构成也是十分复杂的。文旅产业的服务范围不仅仅是旅游相关的服务,此外也包括文化宣传、文创商品的生产、销售、工艺研究等等,而这些不同模块,又会产生不同的岗位需求。复杂的产业链构成,决定着创意设计专业与文旅领域的育人对接必然是多元化的、多方向的。高校的创意设计相关专业课程设计,也要考量文旅产业内不同模块之间的关联,要让专业课程更多覆盖产业链中的不同环节。但是当前的高校与相关企业之间的合作往往是浅层次的,即是说只能从企业本身所处的产业模块去了解人才需求,而并不能拓展到整个文旅产业链,这会导致课程建设仅能满足产业链内部分环节的育人需求,与实际的产业链建设需求存在现实差距<sup>[1]</sup>。

## 四、加强高校创意设计人才培养与文旅产业需求“三个对接”的路径

### (一) 建立创意工坊平台,定位产业岗位需求

创意工坊是当今艺术设计类专业育人的主要方式之一,是基于校企合作的现代学徒制育人方式。院校可与创意企业合作,由企业冠名,并提供相应的研究与实践项目,引导学生参与项目研究,提升自身专业技术与素养水平。“创意工坊”的师资队伍普遍是由校内教师以及企业内有着丰富创意设计工作经验的专家共同构成,参与校内创意项目的规划与实战,共同引导学生,完成进行项目的操作运营。每个创意工坊都有专门的教学与训练场地,不同工坊有不同的实践研究方向,有不同的业务探索范围,也有不同的功能。所涉猎的范围包括但不限于文创产品的研究、生产与销售等,也有宣传方向的创意设计,此外也包括文旅领域专门的小程序开发等等。创意工坊提升了学生实践研究的自由度,也将创意设计专业的教学路线与文旅产业的发展路线关联了起来。但是我国高校对于这一育人模式的探索依然有待深入,还需要结合新的制度体系以及进出机制,让项目实践背景更加符合文旅领域的行业背景,确保这一育人模式的实效性,实现与文旅领域岗位的对接。

### (二) 基于校企互聘,共享教育资源

校企互聘是校方与企业双方共享教育资源的主要方式,当今的社会企业对于人才的需求,与高校的育人需求的统一是教育的难点,企业需要各个领域具备专业技术与专业素质的,经验丰富的成手,追求的是综合素质,而院校则更多追求理论上的深耕,追求理论与技能学习的显性成果体现。双方在目标与利益追求上的统一,是合作的基础。因此校方应当与企业相互配合,构建集实训、研发、创意为一体的实践育人体系。因此校方考虑到校内教师群体缺乏文旅领域事务处理经验的情况,需要聘用文旅领域的专业岗位从业人

员与校内教师共同建立起双师型的师资队伍,或是聘请文旅领域的专家到校进行演讲,传授经验。与此同时,校方也应为文旅领域的人员培训工作提供便利,要为文旅领域的合作单位提供由校内教师开展的理论培训。此外校外方可与文旅领域签订订单式人才培养的协议,让文旅单位参与到育人方案的决策与实施过程中,与校方共同培养具备专业素养与专业经验的优秀人才,并为自身争取人才配额,即是企业参与与校方的合作育人,在招聘阶段,在达成双方意向的情况下,可优先聘用认为能力出众的毕业生。而且校方在开展文创产品设计竞赛、社团活动等教育活动的过程中,可以聘请文旅企业的专业人员担任裁判或是社团指导教师(或顾问),从文旅行业的背景出发去引导学生,才能让学生基于文旅领域的背景去开展针对性的学习与训练,掌握更多在文旅领域各岗位工作中实际用得上的,有利于解决问题的知识与技能。

### (三) 建设协同中心,促进教育成果转化

社会各个领域都重视人才教育成果的转化,即是如何将校内学习所掌握的知识、技能与所养成的素质转化为实际的工作成果,文旅领域亦是如此。学生所学的知识,所掌握的技能,所养成的素质与能力,最终要在岗位工作中得以体现,转变为实际的工作成果。特别是设计创意的体现,是在最终的作品中,随着作品受到广泛认可,其所带来的影响,所创造的效益,即是成果的转化。而协同中心则是创意设计相关专业学生转化成果、展现自身能力的重要基地。协同中心是高校与企业合作育人的平台,双方合作的范围包括教学、生产、研究与岗位的定向人才输送等。双方合作的模式下,企业可以为教师提供赴企挂职锻炼的机会,也可为学生提供参与企业部分项目实施的机会,让学生学的学习成果得以转化。学生在校内的学习成果,不足以帮助学生了解其在文旅领域的发展方向与空间,而通过实际参与文旅相关项目,包括文化发掘、文创设计等等,学生则能够更快明确其在文旅领域的角色定位与发展可能性,也能够发挥自己的能力,将自身所学转化为能够实际创收的成果,包括但不限于策划方案或是文创产品设计等等。成果的转化,不仅能够验证学生自身的学习成果,也能够引起文旅领域的关注,让学生在文旅领域就业时更容易受到企业的青睐,为学生未来在文旅领域的职业发展奠定基础。一言蔽之,协同中心的建设与发展,是帮助学生从校内学生角色到文旅领域不同岗位从业者角色转换的必要途径,学生需要有面向企业,吸取专业经验、展示自身能力的平台,而协同中心则正是这样的平台<sup>[2]</sup>。

### 结语:

高校的创意设计人才培养,对于我国文旅产业的发展有着重要影响,文旅领域在高校创意设计相关专业育人工作中的参与,有利于校方与文旅领域的“三对接”目标达成。本文基于“三对接”这一概念,探讨了高校创意设计人才培养的问题,并基于“三对接”目标去探索有效的育人途径。本文认为这一课题得到广泛的关注与讨论,对于高校未来的创意设计人才培养有着重要意义。

### 参考文献:

- [1]姚月霞,薛野,万庆.高校创意设计人才培养与文旅产业“三对接”的探索与实践[J].科教导刊,2020(23):30-31.
- [2]熊伟.高校创意设计人才培养与文旅产业“三对接”的探索与实践[J].文渊(高中版),2021(12):3352-3353.
- [3]饶品样,耿亚新.文旅创意型人才培养“三链互动”模式研究[J].科教导刊-电子版(下旬),2021(5):3-5,9.

2022 年校级教育教学研究项目 新文科背景下文旅产业与产品设计专业学生设计制作能力培养的探索与实践 JF2022033