

重庆高等教育文化传播人才培养“产、学、研”一体化趋势研究

万童蛟

重庆文化艺术职业学院

DOI: 10.18686/er.v1i2.1464

[摘要] 文化传播的范畴广泛,包含新闻、广告、影视、艺术、体育、动漫、旅游等相关领域。传播学中指出,文化传播是指人类文化由文化源地向外辐射传播或由一个社会群体向另一群体的散布,并使一定的受播者受到影响的过程。文化传播是文化变迁的动力,文化变迁是社会发展的标志。文化传播促进了多元文化的生成和发展,同时加速了全球化进程。文化传播已成为当代和未来社会发展与人的全面发展的重要动力和关键性因素。近年来,我国重视文化传播人才的培养,在高校纷纷建立文化传播人才培养专业及实训基地,本文以重庆为例,研究重庆高校在文化传播人才培养中实训基地的模式以及产、学、研一体的发展方向。

[关键词] 文化传播; 高校; 人才培养

1 文化产业发展人才需求

1.1 全球化信息时代下我国文化传播人才培养,提升文化软实力的迫切需求

当前,全球化时代的到来,使世界各国的竞争,从经济、军事等硬实力的竞争,过渡到文化软实力的竞争。2008年以来,国家把文化传播人才培养提到国家战略高度。当前,以信息传播和文化艺术产业为核心的文化体制改革与软实力建设是我国重要国策,在经济社会发展和国际竞争中居重要战略地位。文化体制改革以来,我国文化产业与软实力建设取得不少成绩,2012年全国文化产业总值达18071亿元,预计2020年将成为国民经济支柱产业,但与欧美发达国家相比,产业发展仍有较大差距。一方面我国文化产业总产值在GDP中的比例还很低。发达国家文化产业在GDP中所占比例平均在10%左右,美国文化产业产值占到了GDP的25%,我国还不到4%;另一方面,以美国为代表的西方国家文化产品强势输出,对我国等发展中国家的文化安全及国家软实力提升造成重大威胁。美国文化产业产值在世界文化产业市场中所占份额达43%左右,我国文化产业在世界文化产业市场中所占份额不足3%,同世界第二大经济实体的地位非常不相称。造成这种差距的原因除了基础条件不足外,主要是因为懂得文化传播及文化创意产业发展规律、熟悉传播技能和产业市场化运行管理,具有国际视野的高素质人才短缺所致。美国纽约、英国伦敦、日本东京等发达国家中心城市,文化创意产业人才占所有工作人口总数比例分别为12%、14%、15%,而我国文化创意产业最发达的北京、上海,相关比例还不到千分之一,西部落后地区的中心城市,相关比例则更低。

1.2 培养文化传播人才是重庆市经济社会发展的迫切需要

为地方社会和经济建设服务是高等院校培养人才的根本。重庆是长江上游经济中心、西部地区的重要增长极、城

乡统筹发展的直辖市,是整个西部地区的“龙头”、“窗口”,其辐射作用日益显现。与国家战略一致,文化产业与软实力提升同样是重庆市经济社会发展的中心工作。目前,在国家加大文化传播与文化产业发展的背景下,重庆文化产业发展也取得了长足进步,2011年增加值突破200亿元,占全市GDP的3%,增速达26%,近年来,重庆文化市场也取得了显著成绩。重庆市文化产业政策不断推出以及产业的快速发展,与高素质应用专门人才短缺的矛盾更为突出,为文化传播人才培养提供了巨大机遇。

首先是城市软实力建设的需要。在全球化信息时代,地球是平的,全球化的滚滚洪流席卷了世界各地,重庆也不例外。当前,要打造重庆上游经济中心,建设西部金融中心,建设两江新区,建设内陆开放城市,实现重庆的经济社会快速发展,不谋求跨区域、跨国界的合作是难以想象的。而要实现国际化的全方位合作,大量吸引外资,城市的体制、经济政策、人文环境等构成的投资环境至关重要,也就是说要同时加强城市硬实力和软实力的建设。其中城市的软实力就涉及到城市的文化内涵、品牌形象等内容。而对于一个城市的形象塑造,媒体的对外传播和宣传作用无可替代。

其次,重庆市文化产业建设的需要。就文化产业而言,包括出版、影视制作、动漫、电子商务、广告等内容的文化产业是21世纪的朝阳产业。2015年全国文化及相关产业增加值27235亿元,比上年增长11%(未扣除价格因素),比同期GDP名义增速高4.6个百分点;占GDP比重为3.97%,比上年提高0.16个百分点,发展十分迅速。但是相比美国而言,我国文化产业发展才刚刚起步。而重庆作为西部内陆城市与安徽、湖南的、上海等城市差距巨大。重庆缺乏有较强实力的出版集团、报业集团、影视集团、动漫制作基地、国际化的大型广告公司,主要还是缺少报业、影视业、动漫业、广告业的精英人才所致,加强以文化产业人才培养为核

心的传媒教育就显得尤为重要。

最后,重庆媒体发展与文化传播高等教育建设的需要。当前,媒体发展也处于一个融合共存、竞争激烈的时期。由于客观原因,与北京、上海、甚至成都相比,重庆媒体的发展整体水平还比较低,新闻传播理念较陈旧,产业化发展还比较单一、规模小,影响力弱。重庆媒体发展必须适应融合发展的竞争趋势,报纸数字化、广电数字化、三网融合等是现代媒体转型的根本方向,组建拥有印刷、电子和新媒体的综合产业集团是大势所趋,这对掌握多种传媒技能的复合型传播人才提出了更多需求。

2 文化传播人才培养的模式

当前,随着市场化改革的不断深入,传媒内容生产逐渐从媒体剥离,构建了一个传媒文化产品生产的广阔市场。在实践过程中,建立产、学、研结合的有效模式是十分必要的。这就鼓励各高校,利用学校师资以及众多智力条件,通过与媒体和文化产业公司的广泛合作,满足当前传媒产业发展日益融合、多元化和市场化的现实需求,打造重庆多媒体节目内容制作和综合媒介传播技能的文化传播人才培养基地。在满足教学需要的同时,用以满足高质量媒体传播内容的制作,加强校企合作,承担各种横向课题研究,实施实训基地的内容承包等,实现以本科教学为主,产、研为辅,在高等院校专业产、学、研结合方面探索出一条新路,为繁荣重庆传媒产业内容生产市场,促进重庆传媒产业的发展做出积极贡献。

在文化传播产、学、研人才培养基地建设,应遵循高等教育规律,基地建设对接区域支柱产业,深度融入产业链,服务区域新媒体企业、广告传媒及品牌策划营销类产业结构优化升级,有效服务区域经济社会发展。力争将实训基地建成集教学、培训、生产三大功能于一体的具有产、学、研教育特色的先进综合性基地,以带动区域文化传播整体水平的提升,提高育人质量。加强实践教学资源和社会服务能力建设,为重庆经济社会的发展培养大量高素质的劳动者和技能型人才。

2.1 形成“教学职场化”实践教学体系

力争以实训基地为载体,构建起“教学职场化”的实践教学体系。使学生在“教学职场化”体系中真切地体验到真实的岗位工作环境和工作方式。在实训基地设置系统科学的实践教学项目,科学规范项目教学计划、环节、方法、考核标准和评价机制,实现高效务实的实训教学组织和管理机制。

2.2 力争一流硬件环境与软件建设

力争将设备设施等硬件与软件建设成为市内一流、国内领先实训基地,以满足相关专业系部在校生的理论实践一体化教学和生产性实训要求。同时能满足不同层次的社会培训和外校学生年实习任务。起到引领、辐射、示范的作用。

2.3 承担实训教学任务及生产实践任务

实训基地要能完全承担文化传播专业群的实训课程教学任务。在实训教师的指导下,带领学生完成校内新闻摄影,新闻摄像,多媒体视频编辑等施工任务;在实训教师与企业专家的共同指导下,带领学生完成对外承接的自媒体运营、视频节目制作、品牌方案撰写、公关活动执行等。承担起该高校为区域经济发展和经济社会发展所需要的新闻传播策划技能型应用人才的培养、培训任务。

2.4 双向承担社会服务工作

以该基地为核心,辐射外围提供优质的教育培训服务:利用专业设备先进、技能人才优势,服务区域内相关学校和专业的实践教学,实行区域内高职学校资源共享;进一步创新培训模式,形成立体式、多元化的文化传播培训体系,服务区域内文化传播相关社会职业培训。提供良好的生产经营与技术服务:以实训基地为平台,面向区域企业开展应用技术开发与服务,为企业提供技术推广服务或经营策划服务,提升专业服务社会的能力。承办全市乃至全国的文化传播策划等相关的技能大赛。

3 “产、学、研”一体化的必然趋势

文化传播的核心在于“传”,“传”的精髓在于行动,要行动起来,必定需要与市场的结合。融产、学、研一体的人才培养基地建立是文化传播人才培养的必然趋势,新这将为社会培养更加优秀的文化传播人才、新媒体传播人才,同时兼具报纸、广播电视、网络、手机等传播能力的复合型人才培养质量,更好地为提升国家文化软实力和加强信息产业建设提供智力和人才支撑。

[参考文献]

- [1]蔡武,中国文化部.中国文化年鉴[M].新华出版社,2013:36-62.
- [2]刘仲全,杨正强.大众化背景下重庆高等教育质量保证:经验、问题与展望[J].重庆高教,2009(4):5-8.
- [3]张东.重庆市文化产业人才培养现状调研[J].职业教育(下旬刊),2015(2):39-41.