

地域文化融入高职文化创意与策划专业建设的路径研究 ——以常州开放大学为例

吕 颖

(常州开放大学 艺术系,江苏 常州 213000)

摘 要:地域文化融入高职文化创意与策划专业建设,不仅有助于高职院校提高文创专业人才培养质量,而且可以为地方文化产业可持续发展提供创新型力量。当前,高职院校专业建设在融入地域文化方面存在的主要问题包括地域文化认同意识不强、地域文化资源挖掘不充分、专业人才培养理念不聚焦、文创产品设计创新性不足等方面。常州开放大学文创专业建设实践证明,地域文化有效融入高职专业建设的基本路径有四条,即做好顶层设计、实施文化育人、汇聚优势资源、推进教赛促创。

关键词:文化认同理论;专业建设;地域文化;路径研究

中图分类号:G712

文献标识码:A

文章编号:1009-7740(2022)01-0099-06

DOI:10.15927/j.cnki.lygszxb.2022.01.018

文化是一个国家根之所系、脉之所维,文化产业已成为 21 世纪最具发展前途的朝阳产业。党的十八大报告指出,要坚持把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一,推动文化产业快速发展。文化产业作为一种特殊的经济形式,既要注重商业目标与利润贡献,更要肩负文化传承的历史使命。近年来,随着文化产业的蓬勃发展,文化创意人才培养已经成为打造文化产业链的关键因素。高职院校要依托地域文化优势探索文化创意人才培养的有效路径,通过增强大学生地域文化认同意识,推进优秀传统文化融入专业建设。本文拟以常州开放大学文化创意和策划专业(以下简称“文创专业”)依托地域文化开展特色专业建设实践为例,研究挖掘地方文化资源促进特色专业建设的基本路径,为高职院校提高文创专业人才培养质量、助力地方文化产业可持续发展提供参考。

一、地域文化融入高职文创专业建设的现实意义

(一)坚守地域文化优势阵地,夯实意识形态教育

根基

全球化和本土化两极互动构成了当代文化嬗变与发展的基本格局。尽管文化全球化过程中出现了“非领土扩张化”^[1]的现象,处于强势的文化正在把自身的“地方性”扩展为“全球性”,但是在生活实践中,文化的“地方性”才是其本质所在。地域文化发展具有内发性、本真性等特点,具有立足地方、活化地方的传播机制。在全球化与本土化博弈情境中,地方文化如何才能长期保持竞争优势,如何在全球化历史进程中坚守个性,以及文化个性如何得到进一步强化等问题,均是文化产业理论研究的核心命题。与此同时,随着大型跨国传媒集团的迅速扩张,各种文化资源大规模整合的现象日益突出,世界文化大市场逐渐形成,我国民族文化构成和社会主义精神文明建设受到多重挑战。高校作为文化育人的前沿阵地,将地域文化融入专业建设,深化人才培养内涵,有利于在新时代夯实意识形态教育根基、助力文化育人、增强文化自信。

收稿日期:2022-02-15

基金项目:江苏省教育科学“十三五”规划课题“高职文化创意与策划专业人才培养课程体系建设的研究与实践——以常州开放大学为例”(项目编号:D/2020/03/07);江苏开放大学(江苏城市职业学院)办学系统“十三五”科研规划课题“基于地方特色文化的五年制文化创意与策划专业人才培养方案的设计与探索——以常州办学点为例”(项目编号:2018XT ZZ03)

作者简介:吕 颖(1975-),女,江苏常州人,副教授,工学硕士,主要从事艺术设计研究。

(二)保护地域特色文化财富,促进文化传承人才培养

传统农业社会向工业社会的转型,以及计划经济向市场经济的转轨,使民间艺术等富有地域特色的文化形态赖以生存的社会环境发生了急剧变化。许多地方特色文化现象濒临消亡的境地,因此加强地域特色文化的挖掘、保护和利用迫在眉睫^[2]。国务院办公厅先后印发了《关于加强我国非物质文化遗产保护工作的意见》和《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》,明确提出在职业学校开设非物质文化遗产保护相关专业和课程,加大非物质文化遗产师资队伍培养力度,并要求将此项工作融入国家重大战略、融入国民教育体系。人才是地域文化传承和创新的主体,为地域文化的发展与创新培养创意人才是高校不可推脱的社会责任。高校具有文化研究和文化产业开发研究的优势,如果能组织力量发掘地域文化的多样形态与丰富内涵,将相关文化资源纳入与文化产业相关的专业人才培养方案,并指导学生围绕地域文化开展创业活动,不仅能提升人才培养服务地方社会的能力,而且有利于推动地域文化的传承与保护。

(三)丰富专业课程教学资源,助力特色品牌专业打造

施方良认为,课程即教学科目,课程即社会文化再生产,课程即社会改造^[3]。按照他的观点,高校将地域文化资源纳入专业人才培养课程体系,有利于将地域文化的潜在价值转化为产业价值。地域文化引入人才培养体系,不仅能丰富专业课程内容,而且有助于增强教学内容的知识性、形象性和趣味性,激发学生专业学习的积极性,真正发挥专业课程的文化育人功能。笔者在面向学生和教师两个群体开展的调查访谈活动中发现,绝大部分学生认为地域文化值得探究与学习,尤其是文创专业的学生认为地域文化不仅能为专业学习提供丰富素材,而且能激发创作与设计的灵感;文创专业、工艺设计专业的教师认为,与地域文化紧密关联的影像、图片、实物、遗迹等资源,不仅能丰富课程内容和表现形式,而且有利于学生深化对他们生活的这片地域的认识,便于学生更直观地了解中华民族文化的博大精深。因此,高校可以将地域文

化资源作为创建特色品牌专业的基础条件和优势条件,以地域文化为精神内核,以课程为主要载体,通过知识传播、科学研究、科技创新基地建设等不同渠道,提升专业建设的文化品位和价值内涵,为区域创意经济新业态输送高技能人才。

二、高职文创专业建设地域文化资源利用问题分析

文创专业是一个相对比较年轻的专业,目前开办此专业的高职院校较少,江苏省只有江苏联合职业技术学院、常州开放大学两所高职学校开办此专业。相比于那些建设得比较成熟的专业,文创专业的建设水平、招生规模及社会影响力都处于需要提升的阶段,这导致学界很少对高职文创专业人才培养进行深入研究。从人才培养实践看,当前高职院校文创专业在地域文化资源融入文创专业建设方面主要存在以下问题。

(一)地域文化认同意识不强

西方文化产品从多个层面对我国民族文化构成了重重挑战,如借助现代媒体技术和文化商业网络传播动漫影视、宣扬西方消费观念,利用高科技打造华丽的虚拟场景,以及精灵、魔兽等虚拟形象,不断制造新型消费话题,服饰消费文化中的“概念”“哈韩”等现象,就是西方文化侵蚀的结果。“语言表达的外来趋势”潜移默化地改变着年轻一代的生活方式、意识形态,也对高职院校文创专业人才培养产生了不良影响。笔者对江苏省文创专业学生进行的调研结果显示,62.3%的学生承认外来文化对他们的“思想观念的变化产生了一定的影响”,45.9%的学生“更喜欢尝试新潮产品”,还有16.8%的学生坦言在音乐、影视等方面存在对“外来文化产品的偏爱”。大学生是传承与创新中华优秀传统文化的主力军,文创专业的大学生更肩负着弘扬民族文化、发展本土文化的重任。他们对日常实践中接触最多的地域文化缺乏了解,反而对外来文化怀有强烈的兴趣。他们的文化选择与他们对地域文化意义的认识形成了错位,这反映了他们对地域文化的认同感偏低。高职院校如果不能有效地将地域文化引入文创专业人才培养体系,不仅将弱化本土文化对学生的影响力,而且容易导致民族文化

精髓淹没在时代文化之林。

(二)地域文化资源挖掘不充分

发展文化产业,必须以地域文化为条件和基础,目的是在产业开发获得经济效益的同时,推动地域文化的保护、传承和创新。笔者所在的常州是一座有着3200多年历史的文化古城,常州历史文化是吴越文化的重要组成部分。目前,常州拥有国家、省、市级非物质文化遗产项目1228个,为当地经济社会发展提供了优良的文化基础条件。笔者通过调查了解到,常州6所高职院校中绝大多数学生对当地非遗的认知仅限于手工艺技能与相关产品,对其他非遗则知之甚少;文创专业的学生近半数说不出“常州三宝”的名称,对毗邻典故、晋陵文化、延陵审美、兰陵历史认知模糊。这种情况说明,高校对地域文化的研究与传播工作重视程度不够,没有很好地利用相关资源丰富校园文化和课程内容。

(三)专业人才培养理念不聚焦

在人才培养方面,有的高校文创专业以培养文化产业管理人才为主,忽视了文化产品创新设计和文化产业开发人才的培养;有的高校文创专业以培养艺术设计人才为主,仅仅在原有课程基础上增设了“广告创意与策划”“文创产品开发”“文化产业概论”等课程。可见,不同高校开办的文创专业名称相同,但是培养目标差异较大,且对地域文化的传承与创新的要求差异也较大。在师资队伍方面,各高职院校的文创专业普遍缺乏文创产品设计、品牌传播与营销、文化产业经济学等方面所需的复合型教师,不仅影响了专业课程的实施,而且导致实践教学难以有效开展,制约了文创专业的发展。在课程体系方面,很多高职院校的文创专业建设由于缺乏核心理念的贯穿,未能形成鲜明的专业特色,也未能完全实现创建该专业时预定的人才培养目标。这些现状表明,高职院校没有很好地聚焦于“文化创意”“文化产业开创”主题培养人才,更缺少发掘地域文化强化专业建设的主动性。一些开办文创专业的高职院校在如何将地域文化资源融入专业建设方面缺乏整体性规划,教师在教学中对地域文化资源的利用具有较大的随意性和随机性,只

是偶尔布置一些有关地域文化的主题作业。从办学实际看,文创专业建设存在专业理念聚焦不明、资源应用系统性不强、课程内容设置不够科学等问题。

(四)文创产品设计创新性不足

地域文化认同意识不强、文化资源挖掘不充分和专业人才培养理念聚焦不明,势必影响人才培养方案实施效果,最终导致学生专业学习质量不高。笔者在教学实践中发现,许多学生在完成文创产品设计主题作业时缺乏创新性,难以设计出原创性作品;有少数同学的产品设计存在明显的同质化倾向,有的甚至有相互抄袭的嫌疑。他们没有意识到,文化产品创意的求新是以深厚的文化内涵为前提的,离开对地域文化的深刻认同和丰富的文化资源的支撑,是无法顺利实现产品创新和产业开发的。世界范围内文化产业发展的案例证明,凡是获得良好效益的文创产品和产业开发,都拥有深厚的文化底蕴,如巴黎时装、日本动漫、好莱坞娱乐业、曼彻斯特流行音乐,以及我国云南丽江的“印象丽江”品牌,都是基于地域文化累积的文化价值符号。

三、地域文化融入文创专业建设的基本路径

20世纪50年代初期,美国精神分析学家埃里克森提出了“文化认同理论”。该理论认为,文化认同是指个体对于其所属文化和文化群体的内化并产生归属感,从而获得、保持与创新自身文化的社会心理过程^[4]。民族文化认同是民族共同体中的人们在长期共同生活中所形成的对本民族基本价值的认同,是凝聚这个民族共同体的精神纽带和个体生命延续的精神基础。文化认同理论对高职院校引导文创专业大学生走近地域文化,理解并接纳相关文化资源的重要价值具有理论引领作用,可以用来作为文创专业课程资源拓展的支撑性理论,因为地域文化融入专业建设的前提是对地域文化的认同。常州开放大学以文化认同理论为指导,对地域文化、课程建设、文化产业的内在联系进行详细分析与论证,在文创专业建设中引入地域文化,形成了基于学生职业胜任能力培养的传承创新与文创专业互动发展的课程体系与实施方案(见图1)。

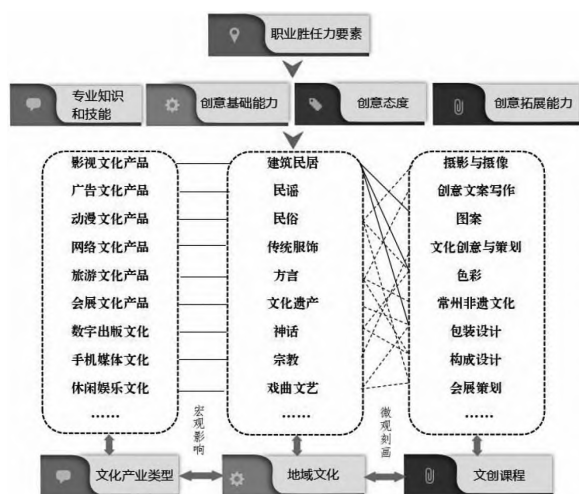


图1 基于文化产业、地域文化的文创专业课程体系

该课程体系紧密围绕文化创意人才职业素养的要素,即专业知识与技能、创意态度、创意基础能力和创意拓展能力四个维度,着重解决培养什么样的人 and 如何培养的问题。从宏观层面看,地域文化资源及其特质决定了区域文化产业发展的产品、服务类型以及生产组织模式,文化资源匮乏的地区只能博采其他地区的文化为己所用。从微观层面看,文创专业课程可以从地域文化中汲取营养,并借助其价值理念和资源类型激发学生的创作灵感。融入了地域文化的文创专业课程实质上是对地域文化表达方式的一种转化,学生在传承地域文化的基础上创新文化产品,衍生出多样化、专业化的区域特色产品。比如,依托常州建筑民居元素进行包装设计的旅游文化产品、基于江南传统服饰元素进行图案设计的会展文化产品、以常州戏曲文艺为创意文案写作背景的数字出版物等。这一课程体系经过实践的检验,取得了较好的成效,其关键在于遵循了以下路径。

(一)顶层设计:地域文化融入人才培养方案

文化认同理论认为,文化传播是一个长期渐进的过程,其中涉及文化同化和文化冲突等过程^{[5][6]}。为了促进文化同化、消解文化冲突,顶层设计在人才培养方案制定过程中至关重要。常州开放大学通过系统设计、系统实施、系统评价,将地域文化融入文创专业人才培养目标、融入课程体系、融入教学过程。

在专业人才培养目标上,文创专业致力于培养与我国社会主义现代化建设要求相适应的,具有习近平

新时代中国特色社会主义思想基础,德、智、体、美、劳全面发展,具备良好的职业道德和职业素养,具有现代文化产业理念并且能够从事文化产业开发的高素质人才。经过专业学习,学生要熟悉地域文化的精神内核和表现形态,掌握图文设计原理、管理知识、经营知识,具备文化创意、文化产品营销、文化活动策划和图文设计编排等方面的能力,以及运用地域文化元素进行产品设计与开发的能力。这一目标定位的核心是培养学生的创造力,使他们成为有创意、能创新、会创业的文化工匠,以适应地方现代文化创意产业的发展。这一人才培养目标明确将地域文化传承与创新纳入培养体系,既有助于夯实意识形态教育文化根基,又有助于学生强化文化自觉、筑牢文化自信。

在专业课程体系建设方面,文创专业借助常州地域文化优势,在丰富专业课程内容的同时,用心打造专业特色文化,构建与人才培养定位相适应的课程体系。文创专业课程全部实现了地域文化“四融入”目标,即融入课程标准、融入课程目标设计、融入课程资源建设、融入项目内容。

在专业教学过程方面,文创专业把教师、教材、教案、教室、教风五要素融入以文化认同为核心理念的教学体系中,并在学习评价中突显地域文化相关知能评价指标的权重,做到企业专家、教师和学生三方全程参与。文创专业曾对行业企业进行调研,明确了毕业生未来就业的四类核心岗位——文案策划师、品牌策划管理师、文化产业创意师和平面设计师。实践证明,融入地域文化的专业教学改进有利于学生明确职业定向。比如:品牌策划管理师要求具备运用地域文化元素进行设计及产品开发的职业能力;平面设计师要求具备运用地域文化资源和软件工具设计视觉作品的

(二)文化育人:地域文化融入课程思政建设

在立德树人使命的召唤下,文创专业建设实现文化认同的有效路径是以社会主义核心价值观为引导整合各种先进文化因素,丰富课程思政内涵。文创专业以落实课程思政为指向的文化融合实施路径主要表现在三个方面。

其一,加强主体责任意识,落实课程思政定位。

学校做好顶层设计和整体规划,将中华优秀传统文化、常州地域文化、职业文化、工匠精神融入专业课教学,引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观,并制定《文创专业“课程思政”教学改革建设规范和考核标准》,促使教师在教学中积极贯彻专业课程改革总策略。

其二,开展示范课程项目申报,拓展课程改革与发展思路。文创专业各课程将文化认同理论融入教学大纲,并根据课程实施情况及时修订完善。教师可以开设文化选修课作为落实课程思政和地域文化融合的示范典型,取得成效后向全校推广。比如,“常州非遗文化”课以常州地区悠久的历史文化和丰富的非物质文化遗产作为课程资源,通过讲述历史源流、发展与繁荣,对地方文化产品的工艺特点和艺术特色进行深入剖析,指导学生结合文化产业类型进行设计创新。这样的课程可以唤醒学生的地域文化记忆,激发他们的文化自觉,又可以融入非遗传承人的奋斗历史,发挥匠德垂范作用,培养学生的工匠精神。

其三,大力建设专业教师团队,壮大教学师资队伍。文创专业重视课程思政建设,兼顾文化认同理论,积极推动专业教师团队的建设工作。专业教师团队由思政课教师、文创专业教师、非遗文化传承人、行业企业专家构成,深挖课程中蕴含的思想政治元素、地域文化元素和行业企业文化元素,通过思政大讲堂、示范课、交流研讨、主题实践和常规教学等活动,不仅能帮助学生扎实学习专业理论与实践知识、养成较强的职业能力,而且能锤炼师资队伍,提高教师专业教学水平。

(三) 汇聚资源:地域文化融入专业实践教学

文化认同的前提是自我认同,文创专业应该通过环境创设、产品设计、生产劳动等实践教学活

动的布局,改用更适合开展项目化教学的大长桌,方便学生进行小组学习,为他们集思广益设计作品和展出作业成果提供便利。工作室的专业环境及文化陈设具有视觉冲击力和专业吸引力,形成环境育人良好氛围。文创专业实践教学采用“馆—校—企”多途径展开,比如与博物馆开展馆校合作,与中华恐龙园等文化产业企业签订合作协议,与大运河文化发展集团有限公司共建文旅研发中心开发文创产品,为学生提高职业素养搭建平台。其中,与博创文化艺术共创的校外创业实践基地建有创业实践展销区、功能配套区、思维创新区、创业孵化区四大板块,实现教育链、创新链、产业链三链融合,鼓励学生将创业项目落地,孵化形成了“瑾瑜置瑕”“至巧之旅”等十多个典型创新创业项目。在实践教学师资调配方面,学校一方面委派专业教师到合作企业挂职锻炼,支持教师到文化企业兼职,促进教师提高文创教育能力;另一方面引入行业专家担任兼职教师,聘请合作企业资深管理人员、创新型企业 CEO、知名创客等产业精英人士担任实践教学指导师,组建了专兼职结合、优势互补、协同育人的教学团队,对学生的项目实践、经营管理进行指导和帮扶。

(四) 教赛促创:地域文化融入文创产品设计

文化的交流与融合是促进文化认同的有效途径,对于文创专业的学生来说,培养他们对地域文化认同感的活动无外乎教学和竞赛两类。教学活动对学生文化认同感的培养是日积月累、潜移默化的。相比之下,各级各类专业技能比赛和产品设计竞赛,不仅能彰显地域文化特质,而且能调动学生的参与积极性,激发他们的创造潜力,推动他们自觉传承地域文化,促进文化融合。学校文创专业以教促学、以赛促创,全方位强化学生的专业素养。该专业充分挖掘地域文化资源,通过课堂教学、集中实训、项目化实践等环节提高学生地域文化符号的时空转换与创新表达能力,同时为学生参加各级各类比赛创造条件和提供扶持。比如:举办“常州印象”主题作品赛展,以常州地域文化符号为设计元素,鼓励学生进行多角度、全方位诠释,设计制作绘本、字体纹样、产品包装、室内装修等文化产品,用不同的作品形式传承常州地域

文化、弘扬常州文化精神;举办“国潮”主题设计赛展,引导学生将中华优秀传统文化元素与时代文化潮流相融合,用来设计文创产品,有效激发了学生的文化自觉和文化自信;组织学生集训提升,支持他们参加省职业院校创新创业大赛,提升其创新能力和职业竞争力。

竞争战略之父迈克尔·波特说:“基于文化的优势是最根本的、最难以替代和模仿的、最持久的和最核心的竞争优势。”^[6]地域文化是具有巨大价值的不动产,在文化认同理论引导下将地域文化融入高职文创专业建设,无形中提升了专业内涵和育人功能。只要途径畅通、策略得当,坚持一以贯之,就会久久为功,培养出高水平创意人才,为推动地方文化产业的健康

发展做出贡献。

参考文献:

- [1]李凤英.非领土扩张化:汤姆林森文化全球化理论评析[J].贵州社会科学,2007(4):50-54.
- [2]黄波.文化认同与社会网络:转型期民间艺术的发展路径[D].上海:上海大学,2008.
- [3]施良方.课程定义辨析[J].教育评论,1994(3):44-47.
- [4]杨姿楚,刘润泽.文化认同理论视阈下一流高校校园文化的培养与传承[J].北京教育(高教),2020(8):46-48.
- [5]傅雅君.文化认同理论视阈下的广告传播策略研究[D].成都:四川省社会科学院,2021.
- [6]吕丽.“互联网+”时代青岛影视文化传播力的提升[J].青年记者,2018(5):71-72.

On the Path of Regional Culture Merging into Higher Vocational Cultural Creativity and Planning Specialty Construction

——Taking Changzhou Open University as an Example

LYU Ying

(Department of Art, Changzhou Open University, Changzhou 213000, China)

Abstract: The integration of regional culture and specialty construction of cultural creativity and planning in higher vocational and technological education will not only help higher vocational and technological colleges to improve the cultivation quality of cultural and creative talents, but also provide innovative forces for the sustainable development of local cultural industry. At present, the main problems of specialty construction in Higher Vocational and technological Colleges in integrating regional culture include weak awareness of regional cultural identity, insufficient potentiality exploitation of regional cultural resources, different concepts of professional talent cultivation, and innovative lack of cultural and creative products. The practice of specialty construction of cultural creativity and planning in Changzhou Open university has proved that there are four basic paths for the effective integration of regional culture and specialty construction in higher vocational & technological colleges, excellent top-level design, implementation of cultural education, convergence of superior resources and promotion of creative activities through teaching and competition.

Key words: cultural identity theory; specialty construction; regional culture; path research.