

产业思维：应用型本科院校数字媒体人才培养的观念创新

The Industrial Thinking: Concept Innovation of Digital Media Talent Training in Application-oriented Undergraduate Universities

张晶晶

Jingjing Zhang

南京传媒学院 中国·江苏南京 211100

Communication University of China, Nanjing, Nanjing, Jiangsu, 211100, China

摘要：产业思维的培养是从底层思维的角度解决产教融合中教学实践与产业发展紧密互动问题的可行性路径。论文从学理上明晰产业思维的概念，厘清数字媒体学科思维与产业思维的内在联系；分析现有人才培养存在的问题；从宏观到微观视角提出具体融合路径，为应用型本科院校数字媒体学科教育的发展与改革提供创新思路。

Abstract: The cultivation of industrial thinking is a feasible solution which helps solve the problem of close interaction between teaching practice and industry development from the bottom thinking perspective. The paper demonstrate the notion, clarifying the connection between digital media science thinking and industrial thinking, then analyze the problems in cultivation for the time being, lastly, from macro to micro perspective, raise up specific fusion path to provide innovative ideas for digital media education in application-oriented universities.

关键词：文化创意产业；产业思维；应用型本科；数字媒体

Keywords: cultural creative industry; industrial thinking; applied undergraduate; digital media

DOI: 10.12346/sde.v3i9.4349

1 引言

文化创意产业是以人的智力为核心资源的高附加值产业，代表我国新兴产业的方向。同时，也是应用型本科院校艺术学科人才输送的主要产业领域。数字媒体是一个年轻的学科，也是集合互联网、艺术与计算机科学的交叉学科，相较于传统艺术学科，数字媒体人才能力更为综合全面，与文化产业对口度高，专业人才已成为产业发展的重要建设力量。对于应用型本科院校而言，从思维根基入手，破除产业与教学之间的城墙壁垒，在现有产教融合以“高校企业双主体育人和产学研项目牵引”^[1]模式为主的常规操作之外，深入洞察思维上的碰撞与交融，将产业思维有机教学体系与培养方案中，是多层次、多方位探索数字媒体人才培养的有益尝试。

2 产业思维与数字媒体学科思维的内在联系

2.1 产业思维

英国在1998年出台的《英国创意产业路径文件中》最先提出“创意产业”概念，所谓“创意产业”是指那些源自个人创意、技巧及才华，通过知识产权的开发与运用，具有创造财富和就业潜力的产业^[2]。在此基础上形成的文化创意产业思维是指以文化与创意开发为起点，以知识产权为保护屏障，聚合多领域、多学科技术与资源，创造具有一定社会价值产品或服务的思维形式。这一思维形式集中体现了创意产业创新性、聚合性与辐射力的特点。产业思维的提出旨在从宏观角度思考原创智力与知识创意的多维度开发，即使创意产生经济价值或社会价值，如何整合其他领域资源让创意保持更长久的生命力，产生更广泛的影响力。

【作者简介】张晶晶（1982-），女，中国江苏连云港人，硕士，副教授，从事数字媒体创意、影视声音理论研究。

2.2 产业思维与学科思维的内在统一性

数字媒体学科集合计算机、媒体、视频、音频、艺术知识,其学科思维呈现多学科的统一性与包容性,与产业思维具有内在一致性。

2.2.1 多维外拓

多维度拓展是产业思维与数字媒体学科思维的共同点之一。文化创意产业思维是把个体或小团体的智力创新放置到较高的产业维度,通过分析用户需求和社会需求,合理分配与整合社会资源,由此创造经济价值与社会价值的一种外拓式思维,它突破传统艺术家或文化学者对智力创新产物个体高度关注的局限,大胆通过多维思维“牵扯”出创新产物与其他知识领域的联系。

数字媒体学科是现代技术与艺术相结合的新兴学科,具有鲜明的跨学科性。学科知识涵盖计算机信息技术、动画技术、影像设计、声音设计与传播学内容,是多门学科知识、技术交叉的实践应用型学科。学科知识多信息构成的特点决定学科思维的多维度拓展,无论是教师还是学生都需要建立灵活串接与勾连不同知识体系的思维能力,通过各个知识点的多视点发散与连接来完成学科教学与学习实践。从思维的辐射性来看,数字媒体学科思维与产业思维具有内在的契合度。

2.2.2 技术联动

高科技性是文化创意产业核心特征,通过数字技术来连接研发、生产、衍生与宣传的各个产业模块,是文化创意产业思维高聚合性特征产生的基础。对数字媒体学科而言,计算机技术是学科的基础知识,也是连接艺术、媒体、电影等其他知识的工具。如今在中国文化创意产业中发展迅速的数字艺术类型,如数字影像、数字音乐、人机交互、游戏设计、虚拟现实等,其实质是计算机技术与艺术各门类的联动。数字媒体学科思维是基于计算机技术在人文、艺术领域的上下游走,从而形成不同类型作品或产品的思考活动,而产业思维同样也是基于数字技术对行业上下游的统筹,具有一定的互通性。

对产业思维与数字媒体学科思维内在联系的学理认知,有利于解决产教融合中的观念冲突,从认识上解决教学中产业与学业分离脱节的问题,为产业思维的培养与推广奠定思想基础。

3 应用型本科数字媒体学科人才培养的现存问题

3.1 专业能力同质化

随着新兴跨学科专业的不断升温,数字媒体专业在高等院校的覆盖率逐渐上升。专业学科规模的扩充一方面推进了数字媒体学科的发展,另一方面也造成人才培养模式大量趋同的现象。其中,地方应用型高校在专业人才培养目标、课程设置与教学评价等方面缺少清晰定位和明确特色,加之教

学体系迭代缓慢,出现愈发明显的同质化现象。

随着数字新技术的不断涌现,数字媒体领域的技术标准、媒介形态和受众需求等都在发生剧烈的变化,其对应的文化创意产业也在经历深刻的变革。产业发展亟须多元、跨界的高层次人才,为行业在产品设计、传播形式、用户体验等实践领域提供智力支持。而现阶段教育的同质化使数字媒体人才能力结构趋同,人才竞争个体差异性减小,优质技术型和创新型人才稀缺,一定程度上阻碍了人才在产业中的价值升级。

3.2 创新创业能力不足

创新创业能力是高校人才参与未来社会竞争的重要能力。中国高校正在加大对各专业人才创新创业能力的培养,开展各种形式的训练或培训活动推进人才的创新创业。数字媒体学科具有跨学科属性,创新精神培养具有先天优势,易于产生创新实践成果投入市场。然而,现阶段人才在校内的创新实践止步于以个体意识为主导的专业课创作,创作成果鲜少转化为产品走向市场,或形成一定的社会价值和社会影响力。其中,因产业思维匮乏而导致作品研发目标不清、制作程序疏漏、技术构成单一、团队合作缺失,是限制创作者及其作品创新力与社会影响力的主要障碍。人才创新创业需要具备的基本能力与素养未能在日常的专业课程中培育和积累,难以形成适应未来社会发展的创新型艺术人才队伍。

4 产业思维在数字媒体人才培养中的融入路径

4.1 聚拢校内资源,建立小型专业集群

聚拢专业资源,建立面向文化创意产业的小型专业集群,是数字媒体人才产业思维培养的可行性路径。

专业集群的概念是经济领域产业集群的内涵在教育领域的延伸,指“围绕某一产业上下游发展要求,形成以服务产业链核心环节的主干专业为主,以专业互补或专业交错的形式,形成校内和校际的若干专业群体”^[1]。其显著优势是“实现区域内应用型本科教育资源与要素的有效整合与优化配置,集约化地为社会经济发展提供大批高素质的应用型人才。”^[4]专业集群从宏观战略上提出了一种专业协作的理念,为高校跨学科教学体系的构建提供了切实有益的方向指导。这一观念也可收缩至具体学科内部之间,通过建立微型专业集群的形式自下而上地逐步展开。如中国传媒大学通过组建跨学科师资队伍,搭建跨学科课程体系,招收“文—理—艺”跨学科生源,努力搭建不同学科思维与专业知识相互碰撞、相互协作的跨学科生态体系^[5],从课程、生源、师资队伍角度切入集合专业门类,为小型专业集群理念的落地实现创造了优良的示范。

以数字媒体为主干专业的小型专业集群可聚焦创意产业链的前端与后端,根据所在学校的办学情况与学科分布情况,聚合相关专业资源。例如,整合计算机、视觉设计与电影学专业,设立数字媒体艺术专业集群;集合通讯网络、数

学、计算机专业,设计数字媒体技术集群;融合广告学、传播学,编辑出版专业,形成数字媒体营销集群。通过小型专业集群的建立,互补学科之间的知识差异,在合作与互补中进一步培育出具有突出研发能力的研究团队,为产业前沿的创新提供有力的支持。

4.2 立足民族文化,发展技术创新能力

技术创新能力指结合中国传统人文知识与内容,充分利用计算机信息技术创新艺术表现形式的的能力,如虚拟现实技术与戏剧表演结合形成的虚拟戏剧表演形式,动画与流行歌曲结合形成的虚拟偶像形式,电子游戏与数字电影结合形成的互动电影形式,虚拟现实技术与国家非物质文化遗产保护相结合的交互展览等。技术创新能力的培养分为三部分内容:一是培养学生运用计算机手段对传统文化艺术资源进行创造与凝练,创新其表现形态的能力;二是培养创造多样化数字艺术形式的的能力;三是培养数字艺术学科学学生创新技术应用的能力,如将数字艺术应用于教育、旅游、文博,甚至医学、交通和工业制造领域。鼓励学生以高科技数字技术为工具,积极探索数字艺术市场。

4.3 严谨研发思路,培育创新思维程序

通过普及与培育创意思维程序,提升创意的市场价值与社会价值。创意思维程序是以适应产业运行流程而产生的艺术设计思维,是包含观察—调查—联想—思考—筛选—设计—整套思考流程思维形式。与形成艺术创意的传统思维——灵感和直觉思维不同的是,创意思维程序强调创意产生的严谨性与合理性。产业思维下,创意不是艺术家脑中灵光一闪的结果,而是经过深入细致的观察,大量联想的触发,一系列具体问题的提出,广泛深入地思考,多种方案解答,最后通过科学筛选出最佳方案后再进行周密设计而成。它是一个有着严密逻辑的科学思维,具有可持续性、可推广性和可再生性,利于教学与传播,有利于增强创意的社会价值与市场价值。

4.4 动态回应产业,紧跟发展前沿

与行业企业共同开发和确立专业人才培养方案,使课程体系与教学方式整体紧扣具体产业需求。目前应用型高校以产教融合的方式来增强企业对高校数字媒体专业教学的渗透。通过企业项目进校园的形式来牵动校内教学资源整合,调整教学内容和教学环节。然而,产业的发展是一个动态的过程,伴随技术的发展、产业结构的升级,行业的需求处于不断延伸与萎缩中。校企合作的项目大都是某个阶段市场发展需求中的某个节点,缺少对产业整体构成和发展取向的覆盖,很大程度滞缓了教学内容对市场的动态跟进。

提高教师个体对产业思维的认知度,艺术类专业建设,基于行业企业与高校高密度与高活跃度的合作,艺术学科在专业或专业方向更新、课程建设、实践平台建设、师资与教

学平台建设能够实现与企业的全程合作,使校内的知识教学发展成为产业发展需求下,具有共同专属性、相互补充性和相互助益性的知识资产以知识储备和知识流动形式生成的知识联盟^[6]。增强高校艺术教学与文化创意产业的共生共进能力。

4.5 拓展实践内容,趋向行业实践形式

实践教育是提升应用型本科数字媒体人才实际动手能力与工作能力的重要步骤。目前高校实践教育的形式主要有课堂实践教学、中期实习、实践基地、社会调查、毕业实习。实践的主要内容是艺术作品创造,实践形式主要为艺术作品展示、汇报演出、校企联合项目开发,以及校内外技能竞赛。

实践教育的内容与形式可向产业链的中下游拓展,涵盖市场开发、销售和服务环节,形成以创作能力为主,以销售、服务与管理能力培养为辅助的实践教育,大胆创新实践内容与实践形式。如内容上,增加市场调查、社会调查、用户分析、产品服务调查与分析的实践教学;形式上,开展创新创业实践,如模拟艺术市场交易、举办产品销售比赛、定期开展“艺术作品进社区”的社会服务活动等。通过灵活多样的实践内容与形式来延伸人才的社会实践能力,提高应用型数字媒体人才的社会服务力、市场应变力与市场竞争力。

5 结语

应用型本科院校的数字媒体学科人才是未来中国文化创意产业发展的核心力量。将艺术人才的培养放置于当今发展迅速的文化创意产业需求中,在创意产业思维的引导下,探析应用型人才培养路径的变革,是解决现阶段艺术人才能力结构同质窘境,增强人才提升高校办学特色,实现高质量应用型人才培养的重要途径,将为有效促进产业发展需求与复合型技术技能人才供给之间的精准对接,为推动新时期区域经济的创新发展提供有力支撑。

参考文献

- [1] 柳友荣,项桂娥,王剑程.应用型本科院校产教融合模式及其影响因素研究[J].中国高教研究,2015(5):9.
- [2] <http://www.culture.gov.uk/whatwedo/creativeindustries/default.aspx>.
- [3] 王成端,刁永锋.实践教学行与思第5辑[M].成都:四川大学出版社,2018.
- [4] 蔡小平.区域经济视域下应用型本科专业集群建设研究[M].南京:江苏大学出版社,2017.
- [5] 鲁艳敏.培养适应新时代要求的数字媒体人才[J].传媒,2021(3):11.
- [6] 霍丽娟.基于知识生产新模式的产教融合创新生态系统构建研究[J].国家教育行政学院学报,2019(10):39.