

基于非遗文化大众化传播的高校文旅复合型 人才培养体系的构建

赵雪梅

(青岛职业技术学院, 山东青岛 266555)

[摘要]加大非物质文化遗产大众化传播普及力度是保护传承非遗文化从而实现“文化自信”的重要途径。文旅融合背景下旅游业的大众化特点使其可面对广大的受众群体,成为非遗文化传播的重要平台和载体,由此,非遗文化大众化传播亦当成为新时代旅游管理专业文旅复合型人才培养的重要内容。当前高校文旅人才培养应重视非遗文化传播,厘清文旅人才需具备的非遗文化大众化传播素质,构建基于非遗文化大众化传播的高校文旅复合型人才培养体系,实现系统化的非遗文化传播人才培养。

[关键词]非遗;大众化;传播;文旅融合;培养体系

[中图分类号] G640

[文献标识码] A

doi:10.3969/j.issn.2096-711X.2025.08.011

[文章编号] 2096-711X(2025)08-0029-03

[本刊网址] <http://www.hbxb.net>

党的二十大报告明确提出要坚持以文塑旅、以旅彰文,推进文化和旅游深度融合发展,为文旅融合发展和文旅复合型人才培养指明了方向。在此背景下,当前高校文旅人才培养加大了学生文化修养培养的力,其中不乏对我国优秀非物质文化遗产的关注,但总体来看仍偏重旅游服务素质培养,在非遗文化传播方面尚有待加强。须知,非遗文化是中国优秀传统文化的重要组成部分,加大非遗大众化传播普及力度是保护传承非遗文化从而实现“文化自信”的重要途径。2011年起,国家相继出台了《中华人民共和国非物质文化遗产法》等多项政策法规,非遗文化传播的重要性日益凸显,并即将在非遗文化发展方面发挥更为积极的作用,因此非遗文化传播当为新时代旅游管理专业文旅复合型人才培养的重要内容。依据大量前期调研,本文认为当前高校旅游管理专业人才培养应重视非遗文化传播,构建基于非遗文化大众化传播的高校文旅复合型人才培养体系。

一、高校非遗文化大众化传播人才培养现状

针对非遗文化大众化传播人才培养进行的前期调研是体系构建的主要依据,调研对象为16所高校、308名旅游管理专业在校本科生和毕业生、10家相关企业和机构、5家社区机构。笔者通过多方调研,从人才供需两方面得出了非遗文化大众化传播人才培养现状及存在问题。

(一)随着课程思政的开展,高校旅游管理专业在教学中逐渐突出和细化文化自信与职业责任感教育,但在文化传播素养和责任感教育方面缺乏应有的意识

通过调研得知,87.5%的高校在旅游管理专业人才培养方案的培养目标中强调了文化自信和职业责任感,说明这已经成为高校文旅人才培养的共识,但此处的职业责任感多针对服务工作,未能体现文化传承尤其是传播责任与使命感。同时,各高校的课程设置虽涉及了旅游文化素养培养,但培养能力的设定中并未强调此方面,至于文化传播素养与能力

更是无所提及。

面对高校学生的调研也印证了这一点,他们对非遗文化重认知、轻传播,并不了解自身在非遗文化传播中的角色和职责,多数将其作为提升文化素养的途径,而非职业需求。问卷调查中仅有38.64%的学生“非常愿意并希望成为一名传播者”,大多数并不了解非遗文化传播将是未来工作任务之一,这表明高校还需加强对旅游管理专业学生的引导,增强其传播非遗文化的责任感。

(二)各高校旅游管理专业的课程设置,均能将“文旅融合”理念贯彻其中,学生的非遗文化认知途径较多,不足之处是呈现碎片化特点,缺乏系统性

在文化基础知识方面,各高校相关课程除了常见的《旅游文化》外,还有各类传统文化课程,这些都为非遗文化素质培养奠定了基础。非遗文化教学受到了高校学生的欢迎,遗憾的是由于缺乏系统化培养,69.81%的学生表示对非遗文化的了解浮于表面,这是由于学生获取非遗文化渠道虽多,但信息杂乱,“抖音等自媒体平台”“影视作品”是其了解非遗文化最主要的途径,仅有一半学生通过选修课和公共课学习非遗文化,课程内容也仅仅是其中部分章节,不能做到全面覆盖,且无法兼顾旅游职业能力的培养。

(三)所有高校普遍关注非遗文化认知和职业通用能力的培养,相对来说,深层次专业能力的培养未受到足够重视

职业通用能力指的是语言表达能力、应用写作能力、审美能力等,所调研的高校都开设有此类课程。深层次专业能力则是指产品设计能力、活动策划能力、展演能力等,在这类能力的培养方面,供需出现了明显矛盾:一方面,非遗文化“变现”能力是文旅行业对非遗文化传播人才的首要需求,非遗文化主题的旅游产品设计能力、文创产品设计能力、文案撰写能力、活动策划与组织能力成为目前文旅行业企业最急需的能力。另一方面,此类能力的培养在高校未受到足够重

收稿日期:2024-9-27

基金项目:本文系山东省青少年教育科学研究项目“高职旅游管理专业学生非遗文化传播素质培养体系的研究”阶段性成果(项目编号:23SSK041)。

作者简介:赵雪梅(1978—),女,山东淄博人,青岛职业技术学院副教授,主要从事文学与文化传播研究。

视,相应课程开设不足,虽有75%的高校在培养目标中明确提出旅游策划能力的培养,但仅有半数高校开设了相关课程,能够提供产品策划实践的高校则不足10%。至于培养成效方面,高校旅游管理专业学生也发现了自身实践操作能力的匮乏,最希望提升设计、策划等深层次的专业实操能力。

(四)非遗文化大众化传播人才所需拓展能力的培养效果欠佳

非遗文化大众化传播人才所需拓展能力主要是指创新能力、展演能力、新媒体应用能力等,此类能力的培养欠缺具体表现在:创新能力培养方面,由于所开设的创新训练课程与专业衔接不够紧密,效果一般;展演能力培养方面,通常以选修课程或社团活动为主,且地方特色非遗文化认知与展演教学的设置较少,受到了师资、经费、场地、展演要求高难度大等条件的制约;新媒体应用能力培养方面,43.75%的高校设置了相关课程,着重进行应用能力的培养,教师会传授必需的传播学知识,但是所占比重小且较为零散。然而拥有上述能力的人才恰恰是文旅用人单位所急缺的,尤其是具有新媒体应用能力的文旅专业人才将更适用于非遗文化相关产业。高校学生对此认知也较为精准,他们认为“数字化”和“体验”是非遗文化大众化传播最受欢迎的方式和要素,因此非遗文化大众化传播人才所需拓展能力的培养至关重要。

二、基于非遗文化大众化传播的高校文旅复合型人才螺旋上升式培养体系的构建

(一)体系的界定

此体系的关键之处在于两点,一是“大众化”,一是“传播”。“大众化”有别于非遗文化作为特定技艺等的小众化传承,强调非遗文化的普及,旨在让大众通过了解、体验、参与等形式,促成非遗文化的活态保护与传承。“传播”则要求专业人员将无形的非遗文化精神内涵意象为大众喜爱和便于参与的项目。与其他专业相比,高校旅游管理专业学生在旅游文化知识、导游讲解、会展、旅游产品设计等方面具有独特优势,运用此优势传播非遗文化将大大有利于其活态传承,基于非遗文化大众化传播的高校文旅复合型人才螺旋上升式培养体系正是针对此构建的。

(二)体系的基本内涵

基于非遗文化大众化传播的高校文旅复合型人才螺旋上升式培养体系遵照循序渐进的教学规律,按学生学习阶段,从校内校外两方面入手,通过六种方式,实现螺旋上升式培养。

1. 参与培养的主体包括学生、学校、企业、社会。学生应树立非遗文化传播意识,提高相关素质,将非遗文化传播付诸行动;学校应在课程体系中设置非遗文化内容,并聘请非遗传承人开设专门课程,激发学生的传播意识;校内教师应在此过程中进行持续引导,促进学生传播素质的养成;企业指导教师应积极鼓励和指导学生进行利于实习工作的非遗文化传播实践,必要时提供场地和人员支持;政府需大力重视非遗文化传播,为之提供机会和制度保障。

2. 围绕参与培养的主体,体系提出了六种具体培养方式——课程学习、校内活动、比赛、参与校企合作项目、企业实训、社区实践,其中校企合作项目主要指校企横向课题合作中的实际工作任务、社区实践指学生与社区合作进行的非遗文化传播实践。

3. 培养体系的构建遵照循序渐进的教育规律,按旅游管

理专业学生的学习阶段构建,分为基础、成长、成才三个阶段,专科主要集中在大一到大三上学期两年半的时间,本科主要集中在大一到大四上学期三年半的时间。

(三)体系的优势特征

1. 此体系克服了高校文旅人才培养重服务轻文化传播的弱点,主张强化文化传播者角色认知培养,使学生作为传播者弘扬非遗文化,而非小众传承者和单纯的认知者。

2. 突出了非遗文化教育在高校文旅人才培养中的地位,有利于改变其分散化的状态,实现系统化的非遗文化传播人才培养。

3. 各环节设置合理,与学生学习阶段一致,在遵从现有旅游管理专业课程体系的基础上培养学生的传播素质,适当拓展了新内容,实现了与现行高校旅游管理专业人才培养方案的创新性融合。

4. 培养内容科学适用。体系所涉及的具体培养内容皆是根据国家职业能力标准、新媒体时代对文旅人才的需求、文旅行业对学生非遗文化传播素质的需求,通过大量文献调研、实地走访及组织专家多次论证而成,确保了适用性。

5. 实践活动合理可行。此体系全面考虑到了培养主体的角色定位,突出以实践为主的培养方式;培养方式的确定皆有据可循,充分利用了现有教学方式和条件;对实践方式进行了科学规划,校内外实践相结合,学生自主程度逐渐增加,可促使非遗传播素质培养顺利开展。

三、基于非遗文化大众化传播的高校文旅复合型人才螺旋上升式培养体系解析

(一)基础阶段

前期以A类(理论)、B类(理论+实践)课程教育和校内活动为主,是传播素质基础培养阶段;后期以B类、C类(实践)课为主,C类课依托项目课程承接校企合作任务,通过指导学生设计含非遗要素的文创产品、旅游线路及参与相关赛事等培养其传播能力。

1. 培养目标

培养学生具备非遗文化传播职业精神和道德修养,掌握非遗文化理论知识,熟悉非遗传播方法和技能。

2. 培养规格

(1)素质要求:认同和热爱我国丰富的非遗文化及其价值,树立中华文化自信自强;以传播优秀中华文化为己任,树立传播非遗文化的职业责任感;了解当前文旅行业态势,具备文旅创新意识。

(2)知识要求:掌握非遗文化基本理论与知识;掌握应用写作、审美、礼仪等基本知识;了解各类非遗文化的发展史和相关知识。

(3)能力要求:对非遗文化有一定鉴赏力;初步掌握旅游线路设计能力;掌握文案写作能力;具备导游讲解的基本能力;学习一到两种可展演非遗技艺;熟练应用各类剪辑软件、人工智能软件。

3. 教学设置

(1)前期教学:目前高校已开设了行业认知、旅游文化、审美、写作、现场导游、创新、礼仪类课程,需增加《非遗文化概述》类必修课程,并通过选修课或社团培养的方式设置摄影、插花、茶艺、曲艺等学习内容。

(2)后期教学:应有针对性地开设《文创产品设计》《媒体与传播》《旅游线路设计》等必修课程;学生参与校企合作实

际任务,结合课程完成学习;可参与的赛事为学校海选类“研学设计大赛”“导游讲解大赛”等。

(二) 成长阶段

此阶段培养重心转入实践为主,为传播素质应用阶段。前期学生将参与更多复杂的校企合作项目如非遗主题研学产品设计、活动策划等;后期着重结合企业实习传播非遗文化,如讲解、组织活动与展会、产品设计与营销等。

1. 培养目标

学生能够进行非遗文化特色讲解,熟练运用新媒体手段等进行非遗活动策划与营销,具备实际应用中的非遗文化传播能力。

2. 培养规格

(1) 素质要求:有较强的旅游安全意识;养成周密细致的思维方式;具备守正创新的旅游服务意识。

(2) 知识要求:了解当地独特的非遗文化知识和价值;掌握研学设计的基本知识、会展基本知识;熟练掌握实习岗位相关的非遗文化知识。

(3) 能力要求:具备特色讲解词撰写技能;掌握传播软文写作技能;具备较为专业的讲解能力;掌握专业的研学设计能力;具备在研学、讲解、宣传等实际工作岗位传播非遗文化的能力。

3. 教学设置

(1) 前期教学:目前高校已开设有会展、研学类必修课;另需开设专门的《研学设计项目》《非遗传播活动设计》类必修课程,并开设地方特色的《地方非遗技艺》选修课;学生可以团队形式参与更高级别的文创或研学设计大赛,参与校企合办的讲解大赛。

(2) 后期教学:此时处于专业实习阶段,可要求学生通过研学日志体现其非遗传播工作内容,建议按20%左右的比例纳入实习考核评价。

(三) 成才阶段

此阶段的活动均为非遗文化传播的实际工作任务。学生一方面要增加社区实践,包括组织和主要参与两次以上社区非遗志愿服务活动、通过学校或自行联系参与一项研学非遗文化基地申办任务等。一方面要挖掘当地非遗特色,承接

或主要参与两项以上地方文旅线路设计项目、展会设计项目等。

1. 培养目标

培养学生具备承接并顺利完成特定非遗文化传播项目的综合能力,成为合格的非遗文化定制传播人才。

2. 培养规格

(1) 素质要求:具有较强的工作责任心、解决问题的能力,有灵活的创新思维、良好的团队合作精神。

(2) 知识要求:熟悉志愿工作流程;熟悉非遗基地申办政策和流程;熟知此阶段工作所涉及的非遗文化知识。

(3) 能力要求:具备较好的人际交往与沟通能力、活动组织能力、展会布置能力。

3. 教学设置

此阶段教学以协助学生联系承接非遗文化传播项目,并有效指导学生完成工作任务为主,可根据实际工作开展有针对性的专题讲座和技能培训。以工作任务提供方的评价作为主要依据,将工作情况纳入学生毕业考核,成绩应占比20%以上。

借此,基于非遗文化大众化传播的螺旋上升式培养体系,高校旅游管理专业学生将充分发挥专业的优势能力,应用于非遗文化大众化传播,助力自身逐步成长为新时代文旅行业所需的复合型创新人才。

参考文献:

- [1] 杨红. 非物质文化遗产 从传承到传播[M]. 北京:清华大学出版社,2019.
- [2] 中国非物质文化遗产保护协会. 中国非物质文化遗产传播蓝皮书[M]. 北京:中国旅游出版社,2024.
- [3] 马盛德. 中国非物质文化遗产保护十讲[M]. 北京:商务印书馆,2024.
- [4] 翟姗姗,等. 面向文旅融合发展的非遗数字化技术体系构建与服务场景创新[J]. 情报科学,2023,41(7):32-38.
- [5] 姚国章. 我国非遗数字化传播所面临的困境与应对之道[J]. 西华大学学报,2023(4):76-82.

The Construction of a Multi-disciplinary Talent Training System Based on Mass Intangible Cultural Heritage Communication

ZHAO Xue-mei

(Qingdao Technical College, Qingdao Shandong 266555, China)

Abstract: Increasing the popularity of intangible cultural heritage communication is an important way to protect the inheritance of intangible cultural heritage and achieve “cultural self-confidence”. The popularity of the tourism industry in the context of the integration of culture and tourism makes it an important platform and carrier for intangible cultural heritage communication. Mass intangible cultural heritage communication has also become an important part of the training of multi-disciplinary talents in tourism management in the new era. At present, the cultivation of cultural and tourism talents in colleges and universities should pay attention to intangible cultural heritage communication, and clarify the quality of intangible cultural heritage communication that talents should possess, to construct a multi-disciplinary talent training system based on mass intangible cultural heritage communication, and to realize systematic intangible cultural heritage talents training.

Key words: intangible cultural heritage; popularity; communication; integration of culture and tourism; training system

(责任编辑:章樊)