

新建地方艺术类本科院校的发展定位探讨

——以安徽大学艺术与传媒学院为例

韩大国*

摘要:科学的办学定位关系到一所新建地方本科院校能否办出特色并实现自身的可持续发展。本文通过分析新组建的安徽大学艺术传媒学院的办学定位,指出只有立足地方,发挥优势,新建地方本科院校才能办出特色,实现与其他类型院校错位发展。

关键词:艺术类,本科,办学定位

科学定位是指按照学校的办学传统、资源条件、特色优势、以科学发展为指导,坚持办学规模、办学质量与办学特色的原则,同时结合地方经济

高。所以,卡内基以学位分层次可以参考,但不能作为我们分类的主要依据。

如卡内基—联合国教科文组织提出的“国际教

相对于传统本科院校而提出来的。与传统本科院校相比,这类院校缺乏本科运行的制度体系,更缺乏品牌的号召力和由此积淀的大学文化。现实中,很多新建地方本科院校为了尽快摆脱专科的影子,提升层次,扩大影响力,盲目攀比成熟的本科院校:你招硕士,我也招;你招博士,

色是发展的支撑点和生长点,只有结合自身特色的办学定位,才能做到内涵和外延的有机统一,才能为学院实现可持续发展指明方向。安徽大学艺术与传媒学院的办学定位,必须实事求是地剖析自身,研究学院所处的客观环境,基于经济、文化、区域、社会需求和生源等因素,充分考虑学院办学

我出高招硕士,你出高招博士,我也招;你招博士,

的。造成专业及学科设置重叠,资源浪费,失去自己的特色和优势。

新建地方本科院校应该如何定位?从以上分析不难看出,要解决学校的定位问题,首先要解决的实际上是思想认识问题。随着我国高等教育的快速发展和高等学校结构的调整,不能说研究型的就高人一等,应用型的就低人一等,职

学特色上找出自己独具的比较优势,办出自己的特色,确定自己的发展方向。

1、我国当前艺术类本科院校设置现状

截至2014年,我国共有普通本科艺术类院校44所(不包括归类为其他院校类型的有本科艺术类招生专业的院校以及港澳台艺术院校),其中包括中央美术学院、南京艺术学院、北京电影学院等

业较少,培养类型较为单一。艺术类本科人才培
养尚且不足,结构不优的矛盾突出。

播”的一线演艺、传媒人才和适应新兴文化产业急
需的应用型高级专门人才。

◎ 应做上述工作且以做此工作为目的

和徽派建筑设计、安徽传统文化艺术等体现地方特色的专业设置,力争建成若干全国一流专业,实现品牌效应”。

学科专业建设要形成特色,必须强调社会服务的价值取向和宗旨,走产学研相结合的道路,加强学校与企业、社会、实践的联系,以培养经济和社会发展所需要的应用型人才。根据安徽省产业结构调整和文化强省建设的需要,在开设通用专业的基础上,强化提升传统专业,扩大开设新兴专业,特别要加强文化创意、工业设计等市场急需专业的设置。构建以艺术学学科为主,打造音乐与舞蹈学、戏剧与影视学、设计学等特色 and 优势专业,增设文化创意、数字传媒以及体现安徽地方文化特色的新

生师比不超过 13:1。通过轮流派送专业教师到媒体、知名企业顶岗锻炼,加强“双能型”教师队伍建设,增强艺术类专业教师的艺术实践能力、创作能力和教学水平,在师资上保障办学特色和专业教学质量。

(6) 学院科学研究定位

科学研究是高等院校的重要职能,是高校传播并创新知识的前提和保障,应用型高校同样要重视科研。基于地方性、应用型的办学要求,新建地方艺术类本科院校一方面应主动融入社会,强化地方性文化特色研究,在安徽花鼓灯、黄梅戏、徽剧、绘画、雕塑(徽雕)、工业设计、民乐、影视、数字传媒、播音与主持等重点研究领域拓展和深化。另一方面