

以“文化·创意·服务”为导向的高职 艺术设计专业课程改革研究

罗瑞兰

(武汉职业技术学院 艺术设计学院,湖北 武汉 430074)

摘要:通过阐述艺术设计专业课程改革的背景、目标、思路与方法,探讨高职专业课程改革对创意产业发展的适应性问题。在课程改革的宏观思路,以地域文化为源泉,以艺术创意为动力,以产业服务为目标;在课程改革的具体实践中,对教学内容进行文化性选择,对教学方法进行创意性改革,对教学组织进行生产性再造,有步骤有策略地加强校企合作,提升设计教育的产业服务能力。

关键词:创意产业;创意服务;文化性选择;艺术设计;课程改革

中图分类号: G642.3

文献标识码: A

文章编号: 1671-931X (2015) 06-0079-04

创意产业在中国蓬勃发展,给艺术设计教育带来机遇与挑战。本文通过阐述艺术设计专业课程改革的背景、目标、思路与方法,探讨高职专业课程改革对创意产业发展的适应性问题。

一、课程改革的背景与目标

创意产业的发展需求。创意产业通常被定义为文化产业、版权产业或者内容产业。自 1998 年英国最早在《英国创意产业路径文件》中提出创意产业的正式概念起,经过 20 多年的发展,创意产业在经济领域中的生机和活力日益显露出来,成为世界上许多重要国家国民经济的支柱性产业。据统计,目前全世界创意产业每天创造的产值达到 220 亿美元,并正以 5% 左右的速度递增,形成一股巨大的创意经济浪潮。2009 年我国将文化产业上升为国家的战略性新兴产业,并审议通过《文化产业振兴规划》。创意产业由最初的概念引进,产业园区建设,到现在提倡的创意产业核心竞争力的提升和协同创新机制的建立,创

意产业发展日益深入与繁荣。工业时代有工业时代的设计教育,信息时代有信息时代的设计教育,创意产业发展也需要有相应的设计教育为之服务。

设计教育的改革需要。20 世纪 70 年代末至 80 年代初,随着经济体制的重大改革和对外开放政策的执行,为顺应国家经济发展对现代设计人才的需求,设计教育由传统的工艺美术教育转型为现代意义上的设计教育,以广州美术学院尹定邦教授和中央工艺美术学院华清泉教授为首的老一批设计教育家,从国外引进色彩构成、平面构成、立体构成等专业基础课程,再加上工业产品设计、现代设计史论等核心课程的开设,从形式基础、设计史观到现代设计方法初步形成完整的课程体系,奠定中国现代设计教育的基石,是设计教育主动适应社会经济发展的一次巨大变革。在紧随其后的 20 多年里,设计教育经历了一个飞速发展的阶段,特别是在 20 世纪 90 年代末期以来至 2006 年这 10 年里,在“高等教育大众化”政策的推动下,在商业与制造业对设计人

收稿日期:2015-11-12

基金项目:武汉职业技术学院 2008 年校级科研课题“以‘文化·创意·服务’为导向的高职艺术设计课程改革研究”(项目编号:2008YJ283)。

作者简介:罗瑞兰(1976-),女,湖北黄石人,硕士,武汉职业技术学院艺术设计学院副教授,研究方向:高职艺术设计教育。

才需求的驱动下,其教育规模迅速扩张。据统计:截止 2010 年止^①,我国设计类院校已达 1448 所,有 6593 个专业,40.8 万名学生入学,设计相关专业的在学人数就超出 130 万人,中国设计教育规模已跃居全球第一,远超过以制造业为主的中国现实产业结构与规模的承载能力。设计教育的过度发展带来诸多问题,例如教育资源相对不足、教学质量有所下降、毕业生对口就业率也有所降低等。“春江水暖鸭先知”,高职教育与产业发展联系最紧密,能够敏锐感受到社会对人才培养的新变化,正在积极提出应对之策,并应用于教学改革实践。

在顺应社会经济发展趋势与设计教育改革需要的前提下,课程改革主动将创意产业需求、地域文化优势与学校教育资源进行互动融合,找准定位,充分挖掘自身优势,发展出独具特色的教学内容、教学方法与组织形式,提高对新兴产业的创意服务能力。

二、课程改革的思路与方法

在“产教融合、校企合作”教育理念的指导下,以地域文化为源泉,以艺术创意为动力,以产业服务为目标,推动高职艺术设计教育改革。在此过程中,以“教学内容的文化性选择”、“教学方法的创意性改革”和“教学组织的生产性再造”为突破点,有目标有层次的加强校企合作,加强文化创意资源的生产性转化。

(一)教学内容的文化性选择

文化,英文 culture,是指人类活动的模式以及给予这些模式重要性的符号化结构。一般意义上的文化,通常包括文字、语言、地域、音乐、文学、绘画、雕塑、戏剧、电影等内容。设计教育教学内容的文化性选择主要是指在设计教育中将本国、本民族和本地区优秀的传统文化元素作为设计教学内容,通过创意设计民族的精神气质、审美时尚注入到设计作品中,学生一方面增强了文化原创设计的能力,另一方面也增强了对优秀传统文化的认知和热爱。为了保障教学内容的文化性选择的有效实施,武汉职业技

术学院艺术设计学院在课程改革中采用了以下几种形式:专业课程的文化性植入、选修内容的文化性植入和社会实践类课程的文化性植入。

专业课程的文化性植入是教学内容文化性植入主要形式,学院先后尝试在《传统装饰设计》《旅游产品设计》《插画设计》等课程中植入文化要素。以《传统装饰设计》课程为例,课程教学按照文化体验、文化比较、符号提炼和创意设计的过程展开。文化符号是项目设计的素材,艺术创意是项目设计的动力,文化产品是艺术设计的结果。课程选取北京、天津、河北、山东、山西、安徽等典型地区进行考察,通过观察、访谈、记录和体验,直接感受最典型的中国传统文化、最地道的民间手工艺、最富特色的地域风情。期间要求以日记、照片、录音等方式进行资料采集,回校后与本地区域文化进行比较,分析同一内容在不同地域文化下的不同物化表现,在找寻原因的过程中理解环境和历史对文化形成的影响。在此基础上对最有代表性的形象进行符号提炼与形态设计,再运用到日用品、家居品和旅游纪念品上。以辛亥革命博物馆衍生品设计为例,在参观辛亥革命博物馆新馆和老馆的基础上进行文化认知与整理,提炼出孙中山头像、十八星旗等典型视觉符号,以现代审美情趣予以表现,在传达“敢为人先”的精神气质的同时,用时尚的视觉语言与年轻一代进行沟通。

为增加专业课程中文化内容的研究深度,还可以开展选修内容学习,利用文化选修课、文化讲座和文化社团等自主选择方式,让受教育者选择自己感兴趣的议题、方式与时间进行深入探讨,达到对文化某个方面较深层次的理解与认同。文化选修课适合需要系统讲授的有一定理论深度的课程,比如国学、美学、书法等文化修养性课程。文化讲座适合在较短时间里了解事物的概貌,讲师一般学术水平较高,涉猎面广,经过精心准备的演讲内容与略带修饰的演讲方式更容易为大多数学生所接受。文化性社团改革是设置剪纸、书法、国画、摄影等文化主题社团,利用业余时间进行社团活动,形式灵活、互动性强,长

表 1 课程教学内容文化性选择的思路与方法

项目	思路	方法
1 专业课程	将文化作为设计元素进行视觉处理与表现,以增强对文化的感受力与对设计的原创力。	在典型课程中植入文化要素,如《传统装饰设计》《旅游产品设计》《插画设计》等课程。
文化课程		开设《论语》、《大学》、《书法》、《古代文学鉴赏》、《周易十讲》、《音乐鉴赏》等选修课程。
2 选修内容	增加文化形式的体验,拓展文化内容的认知,培养文化研究的兴趣,开辟多元专业学习延伸空间。	依托《谈石斋文化长廊》完成“国学讲堂”“艺术讲堂”“中国古典文学讲堂”“历史讲堂”等内容。
文化社团		成立“文学社团”、“摄影协会”、“太极协会”、“剪纸协会”、“自行车协会”等社团并完成相应的主题活动。
3 社会实践	重视文化设计与社会需求的对接。	以校企共建创意中心实习、创意产业园区实习和创意企业实习等方式实现。

于兴趣引导与研究深入。

为促进文化性作品的价值实现，还可以开展文化的社会实践类课程。它以社会实题项目为主，强化产品价值实现的商业运作策略和技术实现手段的教学，并以市场标准来评价项目优劣，多采用校企共建创意中心实习、创意产业园区实习和创意企业实习等方式进行(表1)。

(二)教学方法的创意性改革

创意能力是创意产业发展的主要源泉与内在驱动力，也是创意产业从业人员职业发展的最核心能力，更是设计人才专业素质培养的重中之重。

与企业相比，设计院校具有创意能力培养的先天优势。高等学校是进行科学研究的最重要机构之一，创意思维方法研究是其基本职能和任务；设计院校是培养高素质人才的地方，拥有创意资源生产的客观便利条件，例如拥有一大批思维活跃的年轻学生、一大批学有专长的教育专家、相对稳定的教学实验场地与庞大的创意资源案例库等等。

在创意产业背景下，设计院校激励教师利用丰富的教学经验，采用头脑风暴法、思维类比法、思维整合法等科学的方法，对学生进行专门系统的训练，可以预见在创造性思维能力培养与创造性成果方面的巨大前景。在网络信息时代里，设计院校利用新技术手段辅助创意，进一步提高了创意能力培养的效率。以常见的图片类比创意为例，可以通过传统的浏览网站在线图片来激发创意；也可以使用常见的文字搜图方式，浏览有一定关联度的图片来激发创意；更可以使用“百度搜图”(或者“谷歌搜图”)以图搜图方式，浏览视觉关联度高的图片来激发创意。专业网站创意图片来源受限于孤立分散的网站建设者，文字搜图的资料来源受限于上传者图片注释的完整与精确程度，而以图搜图的方式利用新兴的计算机信息分析技术，提供更精准的创意资源，从而大大提升了创意的效率。此外，新信息技术在创意互动、资源共享与团队合作等方面应用(例如网络讨论组应用、微信资源分享以及威客设计团队建设等)，也极大提升了创意设计的效率。

(三)教学组织的生产性再造

教学组织为教学任务实现而服务，是根据一定的教学思想、教学目的、教学内容以及教学主客观条

件组织安排教学活动的方式。教学组织形式的生产性再造的目标是，围绕“文化创意”教学如何更好地服务学生、服务产业、服务国家和服务社会而制定，其核心是“服务”。

在“工学结合、知行合一”教育理念指导下，课程改革着重加强文化创意的价值实现研究，并积极探讨其成果价值实现的有效方式，分析学校、企业、学生各自的价值取向，找到三方的价值融合点，以期建立共生共赢的合作方式。在尝试项目引入、聘请企业员工讲课、下厂短期实习、顶岗实习等多种校企合作方式后，发现校内生产性合作教学模式有较好的适应性。这种模式对于学生的服务意识与能力的培养，可以具体到创意生产的每个环节，在理性和感性的双重体验下显得具体而真实。在校内生产性合作基地(或者创意研发中心)中，人员构成情况为：企业培训讲师+企业员工+在实习老生+准备实习新生；生产基地的教学方式为：企业讲师的培训+老员工的生产示范+老学生的技能示范+新学生的全方位实习；生产基地作品类别构成为：创新实验性作品+普通生产性作品+训练性作品。这种教学组织模式的优势在于企业、学校、学生三方利益的协调与统一。对于教学来说，多方人员构成有利于向新学员展示学习后要达到的标准和初级阶段直观具体的目标，符合教学目标和内容设置由易到难的原则；对于创意激发来说，不同学习背景、不同学习阶段和不同学习角度提供资料，最有利于优秀创意产生；对于产品开发来说，创新实验性产品是企业新产品研发的模型，普通生产性产品是企业目前价值生产的基础，训练性作品是新员工培训的必需过程，是个依次渐进的过程。

校内生产性合作基地建立的可能性分析。首先，在创意产业背景下校企双方资源状况分析。在传统产业中，企业具有资金、场地、人才、技术与市场等方面的优势，员工以预先规划好的流程进行工作，产品生产相对独立，企业对学校的创意资源依赖较小；而创意产业中，人的创造力是最活跃的因素，校园里面大都是20多岁思维活跃的年轻人，再加上一批学业有专的教学研究人员、完备的实验条件、科学的创意激发手段、不同的文化资源相互碰撞，都有利于创造性想法的产生，这是文创企业梦寐以求的智慧资源。设计院校拥有人力资源和创意资源，文创企业拥有

表2 创意产业背景下校企双方资源状况分析

	设计院校	文创企业
双方优势	①鲜活的创意资源(转化为具有原创性的企业版权产品)；②专业的研究能力(可以帮助企业研发未来市场产品)；③完善的学科构架(具备多学科联合开发的实验优势和成本优势)；④生产场地(行政划拨，成本低、选址固定)。	①经市场检验的成功案例(转化为具有市场标准的学校教学资源)；②创意成果的转化能力(可以帮助学校进行科研成果转化)；③成熟的市场运作经验(市场需求、技术应用以及成本控制优势)；④生产场地(市场配置，成本高、位置灵活)。
合作基础	优势互补，创意作品与版权共享	

创意资源的产品转化能力和成熟的市场运作经验,资源互补,这是合作的根本基础(表2)。

校内生产性合作基地建立的一般性过程为,在校企双方资源分析的基础上,依据双方的合作意愿拟定合作框架,分阶段分层次实现:初期阶段可以安排企业项目植入,企业提供市场标准的初级项目,由学校教师在企业实习后依据企业的生产性要求在工作室进行项目教学,充分发挥学校教师的专业能力、教学能力和组织能力的优势,以创意性体现为要求,作为创意与市场结合的初步尝试;第二阶段可以提供条件由企业组织教学,企业提供市场标准的中级项目,由企业讲师与企业员工进行教学,充分发挥他们在经验、技术上的优势,加快创意与市场的进一步结合;条件成熟时,可在校内建立生产性合作基地,将创意作品转化为产品。

三、课程改革的总结

综上,在创意产业背景下,通过课程改革提高教学质量与提升产业服务能力已成为设计院校主动适应社会发展的必然选择。在“产教融合、校企合作”教育理念的指导下,课程改革以“文化”、“创意”和“服务”为核心,对课程要素进行重构,加强课程教学内容、组织形式、教学方法与手段等方面研究,提出以地域文化为源泉,以艺术创意为动力,以产业服务为目标,推动高职设计教育发展的观点;并指出教学内

容的文化性选择、教学方法的创意性改革和教学组织的生产性再造是课程改革的主要突破点,在此基础上有目标有层次的加强校企合作,实现文化创意资源的生产性转化,切实提升高职设计教育的产业服务能力。

注释:

①数据源自2011年08月《中国文化报》中央美术学院研究生处长许平撰文《艺术设计教育盲目扩张之忧》。

参考文献:

- [1] 张京成.中国创意产业发展报告(2013)[M].北京:中国经济出版社,2013.
- [2] 熊澄宇.世界文化产业研究[M].北京:清华大学出版社,2012.
- [3] 约翰·哈特利.创意产业读本[M].北京:清华大学出版社,2007.
- [4] 王宁.中国文化概论[M].长沙:湖南师范大学出版社,2000.
- [5] 杨德广.高等教育学概论[M].上海:华东师范大学出版社,2010.
- [6] 许平.高等设计教育的多样性选择[J].设计艺术(山东工艺美术学院报),2009,(4).
- [7] 尹定邦.论设计服务[J].装饰,2005,(8).

[责任编辑:向 丽]

On Curriculum Reform Oriented by Principle of Culture, Creativity and Service

LUO Rui-lan

(School of Art and Design, Wuhan Polytechnic, Wuhan430074, China)

Abstract: The paper specifies the background, goal, overall plans and approaches of reformation of Arts curriculum. It discusses the adaptability of the reformed curriculum to the development of creativity industry. The paper suggests drawing inspiration from the local culture to make an overall plan for curriculum reformation, which is expected to be driven by artistic creativity and aiming at serving local industries. The teaching content should be selected according to their cultural property, teaching method should be reformed with creativity, teaching institution should be transformed into a both productive and educational organization. It proposes taking steps to strengthen the cooperation between colleges and enterprises so as to enhance the capacity of colleges of art in serving art industry.

Key words: creativity industry; creativity service; cultural selection; artistic design; curriculum reform