

基于江南地域文化的 职业学校文化创意产品设计探析

——以苏州建设交通高等职业技术学校为例

□陈 桦

摘要:地域文化是优秀传统文化的一部分。地域文化进职业学校,是弘扬优秀传统文化、传承工匠精神的有效途径,校园文化创意产品是地域文化的良好载体。江南地域文化以特有的历史渊源和美学气质,赋予了职业学校文化创意产品新的内涵与价值。该文以苏州建设交通高等职业技术学校为例,希望通过发掘校园特色文化,研究文化创意产品设计,为弘扬中华优秀传统文化、探索校园文化创意产业发展模式提供一些参考。

关键词:江南地域文化 职业学校 校园文化创意产品

中华优秀传统文化是中华民族的精神命脉,是涵养社会主义核心价值观的重要源泉,弘扬优秀传统文化、传承工匠精神,是职业学校教育的灵魂。职业学校有着自己的治校精神,同时承担着为国家培养高素质技能人才的重任,将中华优秀传统文化更好地融入职业学校工匠精神培育全过程至关重要。职业学校的学生来自全国各地,部分学生对于学校文化、学校所处地的地域文化知之甚少,他们更关注新鲜事物,对民族文化、传统文化和地域文化往往缺少了解和认识。职业学校应努力唤起学生对民族文化、传统文化以及地域文化的自豪感,提升学生的核心素养,坚持创新驱动,扎实地开展创新创业教育,让文创产业与职业学校主体发展共荣互生,加快推进职业教育现代化,为经济社会的高质量发展提供技术支撑。

一、校园文化创意产品的现状

随着国家文化软实力的逐步提升,文化创意品牌已成为各地域、各行业的文化名片,受到了广泛关注。在一些国家,高校的文化创意产品开发体系已经十分成熟,许多国际一流高校如哈佛大学和麻省理工学院有自己的校园文化创意产品门店和网站,形成了自己的品牌。其商品特色鲜明、品种丰富,学习用品、生活用品应有尽有,有的还与著名品牌合作,并不局限于服务校内的顾客,更是吸引着来自世界各地的游客,实现了经济效益与文化传播的充分融合。

近年来,我国高校陆续认识到校园文化创意产业的重要性,许多高校开设了校园纪念品店及相关网站。清华大学、东南大学、同济大学等国内的一些知名高校也组织了自己的文化创意产品研发团队,开设文化创意产品门店及网站,校园文化创意产业发展较快。但是部分职业学校的文化创意产业刚刚起步,在设计研发、产品加工、营销等环节面临着一些问题,部分文化创意产品尚存在一些问题,亟须开展校园特色文化创意产品研究。

二、江南地区职业学校文化创意产品潜在的品牌价值

1. 独具风韵的江南地域文化

中华优秀传统文化是历代先贤智慧的结晶,是中华民族精

神和文化风貌在历史演进中积淀下来的精华。中国不同地域的人们基于不同的行为习惯与思维模式,造就了不同地域独特的文化内涵。“江南”主要指长江下游、环太湖和钱塘江地区,这片土地孕育的地域文化独特而有魅力,浸润着水的特性,淡雅清丽,意境悠远^[1],是中国传统文化的重要组成部分,对中华传统文化的延续有很大的作用。

2. 校园文化创意产品兼具文化传播和功能特性

江南地域的节日文化丰富,职业学校可以结合传统文化节日和学校的各类活动设定校园文化创意产品的设计主题,以产品为载体,在活动中传递文化寓意。校园文化创意产品主要包括师生学习工作的日常用品、校方宣传用品和礼品、校园特色文化纪念品等,兼具文化传播功能及其他特性^[2]。

3. 市场背景下的消费新特征——个性化

随着社会经济的快速发展,追求时尚、展现个性与发展自我逐渐成为新一代消费者的愿望和需求。校园文化创意产品的消费群体以广大师生为主,也包括各地区的游客。校园文化创意产品既要承载地域文化,又要体现校园文化。

独特的地域文化是优秀传统文化的一部分。地域文化进职业学校,是弘扬优秀传统文化、传承工匠精神的有效途径,校园文化创意产品就是二者有效结合的载体。江南地域文化独特的历史渊源和美学气质,能够赋予职业学校文化创意产品新的内涵与价值。基于江南地域文化的职业学校文化创意产品设计开发具有可行性。

三、苏州建设交通高等职业技术学校文化创意产品设计实践

1. 提取文化符号,构建品牌形象

提炼能够代表校园文化特色的符号元素,是职业学校文化创意产品设计的主要途径。作为文化元素载体的产品既需要符合审美要求,又需要具有实用性和创新性。想要打造具有江南地域文化特色的职业学校文化创意产品,设计者就要深入挖掘江南地域文化和校园文化内涵特征,并将其提炼、转化。苏州建设交通高等职业技术学校地处江南水乡、国家历史文化名城和



图1



图2

风景旅游城市苏州,以“厚德尚学,精技致能”为校训,一贯重视优秀传统文化的传承与弘扬工作,目前还未成立自己的校园文化创意品牌。笔者在学校原有标志的基础上,结合学校办学理念,用跳跃的人形、代表青春活力的黄绿色主色调设计了“遇·建”校园文创品牌图形标志(图1)。随后,笔者结合苏州园林、虎丘塔、学校建筑、校园风景等元素,设计开发了系列辅助图形(图2),打造视觉识别系统,使“遇·建”校园文化创意品牌的视觉形象更丰富、更立体。

2. 针对不同目标客户,开发不同系列产品

职业学校文化创意产品是连接师生、校友以及所有关心、关注学校的广大群体的一条感情纽带。不同客户的消费需求不同,设计者要针对不同年龄层、不同消费需求的目标客户进行调研,了解学校相关活动的需要、毕业校友的需要、在校师生的需要以及游客的需要,在设计过程中结合消费者的需求、地域文化、节庆风俗、时代风尚及流行思维,开发不同主题的系列产品。苏州建设交通高等职业技术学校文化创意产品结合江南地

域特色、校园风景建筑,目标用户立足于校方、校友、师生及游客,关注传统文化、主旋律文化、潮流文化等文化,创立“致梦新创”学生社团,基于不同主题创新设计校园文化创意产品。目前,设计团队开发了“遇·建”校园风景主题系列产品,具体包括杯子、拎袋、胸卡、尺子、书签、T恤等。

3. 开展系列活动,拓宽营销渠道促进推广

职业学校校园文化创意产品应以品牌为基点,结合开学季、毕业季等学校的特殊活动时期,或结合元宵节、清明节、端午节、中秋节等节假日,推出具有江南地域文化特色时节主题的产品。学校可以在食堂、图书馆、教学楼等处不定期地设立流动展示及售卖点,宣传文化创意品牌,开展校内营销。学校还可以与校外公司、相关机构合作策划开展文化创意市集活动,让职业学校文化创意产品可以吸引更多的校外客户群。学校可运营各类网络媒体平台,如微信、微博、QQ、抖音等,通过产品公众号展示转发等形式拓宽信息传递渠道,推广校园文创品牌形象,更好地传播校园文化,进一步推动中华优秀传统文化与职业教育活动的融合。

4. 充分利用政策扶持和创新创业平台孵化项目

近年来,相关部门从实践教育的角度出发,关注学生的社会实践和社会观察活动,鼓励师生将所学知识与社会经济发展紧密结合,出台了很多创新创业的扶持政策。同时,学校提供了场地、设备、师资和资金支持,积极组织项目团队参加“挑战杯”中国大学生创业计划竞赛以及各省市的创新创业大赛。这都为独具特色的职业学校文化创意产品创新创业项目孵化提供了前期准备和实践基础。

结语

江南地域文化作为中华优秀传统文化的一部分,需要现代人积极传承、创新和弘扬。传统文化进职业学校,是弘扬中华优秀传统文化、传承工匠精神的有效途径,校园文化创意产品是传播文化和传承文化元素的有效载体。职业学校校园文化创意产品的设计与开发,应以服务学校、服务师生为宗旨,深挖地域文化和校园文化的内涵,树立品牌形象观念,以市场需求为导向,坚持创新驱动,扎实开展创新创业教育,让文化创意产业与职业学校共荣共生。

注:该文系“职业学校校园文化创意产品开发实践研究——以苏州建设交通高等职业技术学校为例”课题阶段性成果;校级课题编号:20190009。

参考文献:

- [1]屈德印,吕朝亚.江南地域文化视野下的审美趋向散论[J].浙江科技学院学报,2016,28(2):117-119,139.
- [2]高俊芹.高校校园文化产品的品牌构建与推广——以南开大学品牌文化店为例[J].现代营销(下旬刊),2018(11):58-60.

(作者单位:苏州建设交通高等职业技术学校)

编辑 王 旭