

中国本土文化在工业设计教育中的传承与创新

刘玉琪

(合肥工业大学 建筑与艺术学院,安徽 合肥 230601)

摘要: 工业设计在国家经济发展中扮演者极其重要的角色,针对我国目前工业设计教育全盘西化的教育模式、设计教育与文化产业脱节、缺乏文化特色与地域特色等问题,从中国本土文化的视角,以当代工业设计教育中文化传承与创新的现状与问题为基点,从国家、社会、企业、学校、学生五个方面,提出本土文化在工业设计教育中融入发展的建议与策略。

关键词: 中国;本土文化;工业设计教育;传承;创新

中图分类号: T-012

文献标志码: A

文章编号: 1674-5884(2016)06-0104-03

继美国、日本、德国之后,我国也开始高度重视工业设计在社会经济发展中的作用,制定了以文化创新为引导、以设计创新为方法、以市场需求为导向的创新驱动发展的战略。在颁发的“十三五”规划纲要中明确中提出“设立国家工业设计研究院”,这是“工业设计”第三次写入了国民经济发的五年规划中,进一步体现出工业设计在创新驱动发展中的关键作用。从客观角度来说,文化创新与设计创新最为关键的一步,是培养和集聚创新型人才,而人才的培养离不开设计教育。建立和开展具有中国特色的设计教育体系,使设计真正成为增值和主导经济文化实力的力量,无疑是当代设计教育的核心问题^{[1][16]}。本文从本土文化的视角,从国家、社会、企业、学校、学生五个层面,提出了本土文化在工业设计教育中融入发展的建议与策略。

1 国家层面,深化设计教育的改革

1.1 深化工业设计教学体系改革

一个行业的觉醒、文化的振兴,最先需要的是国家的政策与资金支持。全球的工业设计教育发端于德国的包豪斯,包豪斯作为现代设计的摇篮,其教学模式成为许多国家艺术教育的基础。设计一词作为西方传入中国的舶来品,从其在中国扎根的那一刻起便流淌着西方的血液。以现代主义大师密斯凡德罗“少就是多”的论断作为产品设计的准则,以德国倡导的优良设计作为设计的评判标准,这种毫无自我本土文化立场的教育是可悲的。一方面,应该从国家层面,从上到下,改革我国众多院校的工业设计教育体制。课程设置方面,在西方设计教育体系的基础上,加大我国本土文化的课程设置比例,如中国工艺美术、中国民间美术、中国书法与绘画、中国传统的设计造物思想等。另一方面,改革选修课程。利用目前互联网的在线教育资源,改进优化工业设计专业学生涉及本土文化的选修课程体制,让更多优秀的传统文化课程得以推广与普及。

1.2 设立区域设计文化研究中心

文化多样性是人类历史上普遍恒久的特征,任何一种文化,只有在它能够与其它文化相区别时,才能有现实存在的意义^[2]。我国幅员辽阔,复杂的自然、社会、人文环境,造就了各省市自治区独具特色的文化风貌。在我国典型的文化类型的省市,应该设立高级别的区域设计文化研究院,如藏文化、徽文化、楚文化、巴蜀文化、吴越文化等,设立国家级或者省级的工业设计文化研究院,同时加强院校与省、市

博物馆、文化研究机构、省内著名旅游景点的联系,共同协力开发各式各样的文化创意产品,一方面,为工业设计教育的学生提供文化学习实践的机会,另一方面,开发创意商品为文化地区创造经济收入。

1.3 完善设计教育的评估考核机制

针对目前国内开设工业设计专业的高等教育院校,应从文化设计的角度,健全对其教学体系、师资力量、办学设备等的综合评估制度。对于不符合要求的院系,应取消其办学资质;对于有待改善提高的院系,应督促其改进完善其教学体制;对于示范性的院系的教学模式,应加以宣传与推广。对于工业设计这样的设计应用学科,应加强对教师除科研能力外的设计实践能力的考核,并形成一套激励教师进行实践教学与设计实践的鼓励机制。

1.4 健全文化产业发展的保障机制

目前我国的文化创意产业处于方兴未艾的时期,需要国家层面众多政策性的鼓励与保护。对于相关领域的受教育学生,应该为其提供更多的文化创意产业、就业的机会;对于学校,应该加大科研与教学设备的资金投入;对于企业,应该对相关的文化企业给予更多的优惠保障政策;对于文化创意产业的创业团体、组织、机构、单位等,国家应给予相关力度的政策保护与资金的扶持。

1.5 加强文化产业的师资力量培训

我国现有开设工业设计专业或者艺术设计专业的院校,其办学规模有大有小,教育水平有高有底,不具有良好的发展土壤。为了规避此种弊端,应该从国家层面成立专门的政府机构,从人力、物力、财力三方面调用高级别的文化资源,加强文化创意产业的师资力量培训。

2 社会层面,觉醒文化市场意识

从社会层面来说,文化市场是文化创意产业兴盛的先决条件。一方面,应该丰富文化教育的传播途径,觉醒大众的文化教育意识,提高大众的文化接受力,如媒体宣传、明星代言、文化讲座、设计比赛、文化论坛、艺术展览等。人们的文化意识与审美情趣的提高,有利于良性文化消费市场的形成。另一方面,消费者的文化需求是潜意识的,不能用言语表达完整,文化创意设计师应该用优秀精良的文化设计产品去刺激市场需求,引领需求,创造需求,挖掘市场潜在的文化消费力。

3 企业层面,打造文化创意产业链

3.1 制造业水平的提高

文化创意产业的兴盛与制造业的水平息息相关。我国的制造业受西方机械化生产的冲击,已经失去传统工艺美术的匠心,企业浮躁而急功近利,造成我国的文化创意精品少之又少。日本匠人中有一句名言:别人花十分的精力把一件东西做好,我们花十二分的精力把一件东西做精。这就是我国制造业者应极力倡导的“工匠精神”。

3.2 服务体系的完善

客户对于商品品质的体验是全方位的,从品牌、购物环境、展示设计、价格、造型功能、材料质感、包装、接待服务等。而对于生产者来说,一件商品的寿命并不停止于其成本利润的回复,产品具有完整的生命周期。消费者购买一件产品,更多的是购买一种围绕产品的服务体系,比如产品细节的人性关怀、电子产品的售后维修、日用品的以旧换新、产品报废后的环保回收等等。因此,中国的文化企业,在如何提升产品服务品质的方面还需更多的研究与探索。

3.3 打造文化创意产业链

从20世纪80年代中国引入工业设计概念至今的30多年,工业设计已发展为创造新产品、增强产品竞争力、带动产业转型升级、促进经济增长的助推器^[3]。然而我国的文化产业没有形成完整的设计研发、生产制造、推广销售的文化产业链,必须把材料、研发、供应链、制造、营销、渠道、品牌等各个方面整合起来,才能真正发挥工业设计在文化产业中的价值。企业应作为文化创意产业中的积极因素,整合各方资源,与相关领域的高校、组织、科研院所、机构、社会团体、企事业单位通力合作,打造完整的极具活力的文化创意产业链。

4 学校层面,文化产、学、研结合

4.1 积极走教育创新发展的道路

王受之先生曾提出:“设计教育与其它任何学科的教育最大的不同之处是它没有一个世界统一的模式,不但没有世界的模式,而且即便是同一个国家或地区,模式也不尽相同。设计的服务对象是市场

和社会,而这两个因素都因国、因地区而有很大区别,国与国不同,地区与地区不同,因此社会状况也不同。对于这样复杂的对象,没有可能形成国际统一的设计教育体系。因而,设计教育只能因地制宜,因国情设立,因市场需求而发展,并且随时都处在一种为应付变化的市场、社会需求而改变的状态之中。”^[4]因此,高校应该以培养文化创新人才为目标,因地制宜以本土文化为依托,整合国际、国家、社会、企业、高校之间的文化教育资源,积极走教育创新的道路,摸索适合自身发展的设计教学模式。

4.2 优化学科内容与专业设置

高校的学科内容与专业设置,应根据国家发展的国情、社会市场需求等进行修正调整,在中西并存、中西结合的教学方式上进行探索。加大文化艺术课程在设计教学中的比重,在专业设置方面,可以开设单独的文化创意设计方向。

4.3 注重师资力量的更新优化

聘请外校、企业或者社会的优秀产业人才、工艺大师、民间艺人等,作为学校的任课教师或特聘教师为学生教授传统文化课程,定期举办文化专题的讲座,开设文化创意设计的工作坊等。此外,注重任期教师知识体系的更新优化,积极派遣教师深造访学,开拓教师的文化知识领域和视野。

4.4 产学研相结合的实践教学

加强产、学、研的结合,注重教学研究成果的转换。高校应积极促进校企联合,为学生提供文化创意实践的机会,实现企业生产资源与高校人才资源的共赢互利。聘请外校、企业或者社会的优秀产业人才、工艺大师、民间艺人等,作为学校的任课教师或特聘教师为学生教授传统文化课程,定期举办文化专题的讲座等。此外,除了传统课堂外,工作坊模式在欧美的艺术设计院校中被大量使用^[5],应聘请从事传统文化工艺美术的学者、工匠到学校进行具体工艺制作的传授,成立文化创意设计工作坊。在实践教学过程中,也可以考虑使用新的教育模式,如“师徒制”,因地制宜学习本土、本地域优秀的文化工艺,如雕刻、刺绣、制陶、织染等等。

4.5 交换培养文化设计资源共享

利用院校间的合作关系,提供部分交换培养的服务,使得一些相对资源匮乏地区的优秀设计学生也能享受到较好的设计教育资源。另一方面,在我国著名的传统文化、民间美术、工艺美术制造生产基地,文化旅游景点,文化创意公司等,也应更多地提供在校工业设计学生实践学习的机会,定期组织文化创意的教育培训。

5 学生层面,明确自身文化责任

作为当代工业设计领域的青年学生,应该明确自身的文化责任。怀抱“中国梦”,认识文化强国的重要性,以国家社会的需求为导向,明确清晰自己的个人理想,将我国优秀的传统文化基因植入意识深处,不断加强自身文化修养与设计素养,做一名优秀的文化创新者、实践者与传播者。吸收各方营养,培养自身的综合素质能力,成为具有丰富学科背景,既具有国际视野,又立足本土,集理论与实践能力于一身的复合创新型人才。

6 结语

我国的工业设计教育又处于一次历史性的拐点,中国传统文化在工业设计教育中的传承与创新,需要从国家、社会、企业、学校、学生五个方面进行自上而下的变革。国家层面,深化设计教育的改革;社会层面,觉醒文化市场意识;企业层面,打造文化创意产业链;学校层面,文化产、学、研结合;学生层面,明确自身文化责任。如此,方能形成一个生生不息的良性的文化创意产业循环,以此拉动我国文化产业的增长,使得我国在文化强国的道路上越走越远。

参考文献:

- [1] 田军.设计教育:引领创意中国——对文化创意产业背景下当代中国设计教育的思考[J].艺术百家,2007(3):139-141.
- [2] 冯树,贾芸.设计教育创新在文化创意产业中的意义[J].美术学报,2012(5):14-18.
- [3] 曹阳,杨洋.基于工业设计的地域文化产业创新研究[J].包装工程,2015(22):104-107.
- [4] 王受之.世界现代设计史[M].北京:中国青年出版社,2002.
- [5] 俞鹰.文化创意产业视野下的艺术设计教育模式探讨[J].同济大学学报(社会科学版),2013(5):52-57.

(责任校对 谢宜辰)