

基于应用型人才培养的“楚韵汉院”高校 文创陶瓷产品研究

◆初月明

(汉口学院, 湖北 武汉 430212)

【摘要】本研究旨在探讨基于应用型人才培养的高校文创陶瓷产品,以“楚韵汉院”文创陶瓷产品为案例。通过分析应用型人才培养与高校文创陶瓷产品之间的关系,本研究明确了应用型人才培养对高校文创陶瓷产品的积极影响。同时,通过对“楚韵汉院”高校文创陶瓷产品的研究,指出高校文创陶瓷产品的现状与问题,提出了基于应用型人才的培养目标、模式和策略。这一研究有助于为高校文创设计的发展提供理论支持与实践指导。

【关键词】人才培养;高校文创;荆楚文化;文化传承

近年来,高校中荆楚文化类的文创设计崭露头角,作为荆楚文化的传承者,它们凭借着深厚的历史底蕴和丰富的文化资源,将荆楚文化注入各种领域,为我国的文创产业开辟了新的道路。这些高校不仅是传授知识的场所,更是文化传承与创新的重要平台。学府之中,荆楚文化在新的时代焕发出勃勃生机,塑造了独特的文创特色。

本研究将聚焦于“楚韵汉院”高校文创陶瓷产品,探讨如何基于应用型人才培养,以荆楚文化为元素,推动高校文创陶瓷产品的研究与实践。荆楚文化的重要性不仅在于其历史价值,还在于其对当代文化的启示。通过将荆楚文化融入高校文创陶瓷产品的研究与实践,旨在传承这一宝贵的文化遗产,同时为应用型人才培养提供更具深度和内涵的平台,使之与现代创新相结合,为文化传承和市场需求贡献更多可能。

1 应用型人才培养对高校文创陶瓷产品的积极影响

1.1 高校文创陶瓷产品的定义、分类和功能

高校文创陶瓷产品是指由高校设计生产的陶瓷制品,具有文化价值和纪念意义,用于传承、弘扬文化,以及满足市场需求。这些产品可以根据不同的设计、用途和主题分类,包括艺术陶瓷、校庆纪念品、文化陶瓷等。它们的功能包括文化传承、校园文化建设、传达学校价值观念和创造经济效益。荆楚文化,作为我国古代文明的一部分,对应用型人才培养和高校文创陶瓷产品的发展产生着深远的影响。它不仅为应用型人才培养提供了灵感和基础,也赋予了文创陶瓷产品独特的文化内涵。

1.2 应用型人才培养对高校文创陶瓷产品的积极影响

高校文创陶瓷产品的制作与推广已成为我国文化产业的重要组成部分,旨在传承文化、弘扬校园文化,以及创造经济效益。

1.2.1 人才支持

应用型人才培养提供了高校文创陶瓷产品所需的人才支

持。学生接受的实际操作技能培训,能够应用于陶瓷产品的设计、制作、品质管理和市场推广。他们不仅是受过理论教育的学生,还具备实际技能,可以更好地满足陶瓷文创产品制作领域的需求。

1.2.2 实践平台

高校文创陶瓷产品的研究与制作作为应用型人才培养提供了宝贵的实践平台。学生可以参与项目、参观实践基地、参加设计和制作过程,将所学理论与实际操作相结合,提高他们的实践技能。这样的实践机会有助于培养学生的创新能力和职业技能,使他们能够在毕业后更好地适应职业市场。

1.2.3 创新模式

高校文创陶瓷产品领域的发展促进了应用型人才培养模式的创新。合作项目、实践教学和产业合作让学生在应用中培养创新思维,提高解决问题的能力,这反过来促进了应用型人才培养的模式创新。这种互动促使高校不断探索新的培养方式,旨在培养更具实际应用能力和创新精神的学生。

1.2.4 教育价值

高校文创陶瓷产品强调文化传承,有助于传达学校的价值观念和文化。这有助于培养学生对传统文化的理解和尊重,增强他们的综合素质和文化意识。应用型人才培养通过文创陶瓷产品的制作过程,传授了文化传承的重要性,使学生更好地理解文化的价值,为文创陶瓷产品的设计和制作增添了深刻的教育意义。

2 高校文创陶瓷产品的发展现状与问题

“楚韵汉院”高校文创陶瓷产品的定位,具有丰富的历史文化资源和创意潜力。然而,要充分发挥这些资源和潜力,必须了解现状和面临的问题。

2.1 高校文创陶瓷产品的发展现状

2.1.1 丰富的文化资源

“楚韵汉院”承载我国春秋战国至汉朝时期的历史文化与典故。这一时期涌现出许多杰出的文化代表作，如屈原的《离骚》、项羽的《垓下歌》以及刘邦的《大风歌》等。这些文学作品反映了当时的社会经济、文化和思想风貌，成为楚汉文化的代表。高校可以借助这些文化元素，将其融入文创陶瓷产品设计中，以传承和弘扬楚汉文化的精髓。此外，“楚韵”和“汉风”的概念也广泛应用于现代建筑设计中。建筑师通过运用两汉时期的文化思想和建筑风格，赋予建筑物独特的文化内涵。这些建筑体现了汉代的宏大与楚地的秀丽，将历史文化融入现代都市生活，成为一种文化遗产的延续。还有一些地区借助“楚文化”的概念来打造具有地方特色的文化景区或饮食文化街。例如，吉庆街位于老通城背后，逐渐形成了具有浓郁楚风汉韵的饮食文化街。这里的美食、建筑和文化活动吸引了大量游客，促进了当地经济的发展，体现了“楚文化”在地方社区中的生动影响。

2.1.2 创意潜力

“楚韵汉院”文创陶瓷产品具有令人振奋的创意潜力，这为文创陶瓷产品的制作和推广提供了独特的机会。高校学生和教师拥有丰富的创意能力，他们可以通过独特的设计理念和技術来制作文创陶瓷产品，从而推动创意产业的发展。

首先，高校学生通常是年轻而富有活力的群体，他们具备敏锐的审美感知和新颖的设计理念。他们对文化和创意充满热情，愿意探索新的表现方式，从而创造独特的陶瓷产品。他们能够融合传统文化元素与现代设计趋势，创造出富有创意的作品。其次，高校教师和研究人員也是文创陶瓷产品领域的重要推动力量。他们在各自领域内积累了丰富的知识和经验，能够指导学生进行深入的研究和创新。高校创意团队可以组织与陶瓷制作相关的研讨会、工作坊和比赛，激发创意潜力，培养创新思维。

此外，高校通常拥有现代化的工作室和设备，学生能够进行陶瓷文创产品的制作。这些设施为学生提供了广阔的创意空间，他们可以在其中尝试各种制作技巧和工艺，从而打造出具有独特价值的作品。

2.1.3 校园文化建设

“楚韵汉院”高校文创陶瓷产品对校园文化建设具有积极的影响，首先，文创陶瓷产品是校园文化的重要表现形式。通过制作和推广具有校园特色的陶瓷文创产品，学校能够传达自身的文化价值观念和特点，增强师生对学校的认同感。这有助于塑造学校的独特形象，吸引更多人关注 and 了解学校的文化底蕴。其次，文创陶瓷产品的设计和制作过程本身也能够促进校园文化的建设。学生和教师参与陶瓷制作活动，能够更深入地了解学校的历史和文化，加强对学校的情感连接。这一过程不仅有助于传承学校的文化传

统，还能够激发更多人对文化的热爱。

2.1.4 经济效益

“楚韵汉院”文创陶瓷产品不仅在文化传承和校园文化建设中具有积极影响，还能为学校带来可观的经济效益。

首先，文创陶瓷产品的销售可以带来直接的经济收益。这些陶瓷制品具有独特性和艺术性，吸引了广泛的市场受众，包括学生、校友、游客以及文化爱好者。通过各类销售渠道，如校园商店、线上销售平台、文化活动展销等，学校能够实现文创产品的销售，增加财政收入。其次，文创陶瓷产品的销售不仅限于校内，还可以面向外部市场。高校位于特定地区，其文化产品具有地方特色。这为文创陶瓷产品的市场推广提供了机会。学校可以积极与当地旅游业合作，将产品推广至外部游客，从而为学校创造更多的经济效益。

此外，文创陶瓷产品的设计和制作过程也可以激发创新经济。学校的学生和教师参与陶瓷制作，创造出具有创新性的作品，这些作品可能被认可和推广至其他文创产业领域，如艺术品、手工艺品、设计产品等。这进一步促进了创新和文化产业的发展，为学校 and 地区带来了经济效益。

2.2 高校文创陶瓷产品的问题

2.2.1 师资团队建设问题

高校文创陶瓷产品的师资团队建设问题，在制作高质量陶瓷产品方面是一个显著挑战。首要问题在于人才短缺，特别是高水平的陶瓷工艺师和文化遗产专家相对稀缺。学校可能不易有具备丰富经验和专业技能的陶瓷工艺师，这可能会影响文创产品的制作质量。此外，师资团队的结构也存在不合理，缺乏文创领域相关的设计师和文化专家。这可能导致制作的产品缺乏创新性和文化内涵。

2.2.2 品质管理问题

在文创陶瓷产品的制作过程中，品质管理是至关重要的一环，如何更好地融入荆楚文化元素来提高产品的品质是一个关键问题，首先，材料选择至关重要。一些高校可能在陶瓷材料的选择上存在问题，采用低质量的材料可能导致产品易碎或颜色不稳定，影响其耐用性和美观度。高质量陶瓷的选择对于制品的质量和寿命至关重要。其次，制作工艺需要专业知识和技能。陶瓷文创产品的制作过程中，细微差错可能导致产品存在瑕疵，如裂纹或气泡，影响整体质量。制作工艺的不足可能导致产品的不一致性，从而影响产品的品质。最后，质量检测是确保每个产品都符合高标准的关键。需要建立完善的质量检测流程，包括对陶瓷产品的外观、尺寸、强度和颜色等方面的检测。缺乏有效的质量检测机制可能导致缺陷产品进入市场，损害学校声誉和消费者满意度。

2.2.3 市场推广问题

即便制作了高品质的陶瓷文创产品，如果没有有效的市



市场推广策略,这些产品也难以被消费者发现和购买。首先,高校文创陶瓷产品可能面临市场定位不清晰的问题。学校设计团队需要明确定位目标受众,并了解他们的需求,以便针对性地制定市场推广策略。没有清晰的市场定位可能导致资源的浪费和推广效果不佳。其次,缺乏市场推广渠道和资源,可能限制了产品的曝光度。高校需要寻找适合的销售和宣传渠道,包括线上销售平台、实体店、文化展览等,以扩大产品的可见性。同时,也需要投入足够的资源用于广告和宣传活动。另外,竞争激烈的市场环境也是一个挑战。其他文创产品和陶瓷制品制造商可能竞争激烈,学校需要制定独特的销售主张和品牌定位,以突出产品的独特性和文化价值。

2.2.4 创新和文化内涵

首先,创新是至关重要的。传统的文化纪念品可能显得陈旧,无法迎合现代消费者的品位和需求。创新包括产品设计、工艺和材料的创新,以及结合当代审美和技术,以使陶瓷文创产品更具吸引力和竞争力。其次,文化内涵应当得到重视。陶瓷文创产品应该反映学校的历史、文化和核心价值观,以便传达更深层次的意义。缺乏文化内涵可能导致产品失去独特性,难以建立情感联系。

3 基于应用型人才培养的高校文创陶瓷产品研究

高校文创陶瓷产品的研究与实践需要基于应用型人才培养,以培养具备实际应用能力和创新精神的学生,同时满足市场需求。

3.1 培养目标

为了培养具备实际应用能力的学生,高校需要明确陶瓷文创产品设计与制作的培养目标。首要目标是提高学生的设计创新能力。学生应该具备创造性思维,能够提出新颖的设计理念,使陶瓷文创产品更具吸引力和市场竞争力。其次,加强品质管理是培养目标之一。学生需要了解材料选择、制作工艺和质量检测等方面的知识,以确保每个制品都符合高标准。当然,培养目标应强调荆楚文化的传承。高校应明确培养学生对荆楚文化的理解和传承是一个重要目标。学生应该学会欣赏荆楚文化的诗意和抒情,理解其历史价值,将这一理解融入文创陶瓷产品的设计和制作中。培养学生成为文化传承者,使他们能够通过陶瓷文创产品传达荆楚文化的精髓。

3.2 培养模式

为实现培养目标,高校可以采用产学研结合的培养模式。这意味着学生需要在课堂上学习理论知识,同时参与实际项目,与行业合作伙伴一起研发和制作陶瓷文创产品。通过实际项目,学生能够将所学知识应用于实践,积累宝贵的经验。实践教学也是培养模式的一部分。高校可以建立荆楚文化研究中心,为学生提供学术支持和资源,以便他们

深入了解荆楚文化,以及为荆楚文化传承提供途径。学生需要参与制作陶瓷文创产品的全过程,包括设计、制作、质量检测和销售等环节。实践教学可以通过参观文化遗址、参与文化节庆和亲身体验荆楚文化来实现。这种综合性的培养模式有助于学生全面发展,并将荆楚文化融入其职业生涯中。

3.3 培养策略

为了有效实施基于应用型人才培养的策略,首先,高校应加强师资团队建设,吸引具有荆楚文化背景的专业教师,鼓励他们积极参与文化研究和传承。其次,优化课程体系,增加荆楚文化课程的设置,为学生提供更多学习机会。此外,高校还应加大实践基地建设,提供先进的陶瓷制作设施和市场推广平台,让学生能够在真实环境中应用所学知识,积累实际经验。高校应与文化机构和陶瓷工坊合作,为学生提供实践平台,让他们能够将荆楚文化元素融入陶瓷文创产品的设计和制作中。

通过明确培养目标、采用产学研结合的培养模式,以及加强师资团队建设和优化课程体系,高校可以更好地实现基于应用型人才培养的文创研究与实践,培养具备实际应用能力和创新精神的学生,为文化传承和市场需求作出贡献。

4 结束语

总的来说,本研究强调了应用型人才培养在高校文创产品领域的重要性,以及如何在文化传承和市场需求之间找到平衡。通过培养有远见的学生,可以确保文化遗产得以传承,同时也为创新和市场竞争作出贡献。希望本研究能够为高校陶瓷文创产品的发展提供有益的参考和启示,促进文化产业创新和繁荣。

参考文献:

- [1]杨绍坤,张一,李卫焕.大学生群体对陶瓷文创产品的消费趋向实证分析——以河北省内高校大学生为例[J].现代营销(下旬刊),2023(07):44-46.
- [2]王晓青.高校陶瓷文创产品的设计开发路径探究[J].作家天地,2022(27):95-97.
- [3]龙熙盼,黄刘喆,蔡勇,等.定制化文创产品的探索——以陶瓷为例[J].江苏陶瓷,2023,56(04):64-67.

基金项目:

2022年度汉口学院应用型人才培养专项科研项目,项目名称:基于应用型人才培养下“楚韵汉院”高校文创陶瓷纪念品研究,项目编号:2022017。

作者简介:

初月明(1982—),男,汉族,黑龙江七台河人,硕士,副教授,研究方向:艺术设计。