

·文化与传承·

高职院校创新创业教育的一种实践范式:互联网+非遗

——以江西婺源甲路油纸伞项目为例

□ 官婷婷 黄嘉婧

摘要:文章以江西婺源的甲路油纸伞项目为例,阐述传统文化中的非遗项目作为高职院校创新创业教育的一种实践范式,基于非遗传承缺乏动力和保护、创新案例较少、应用场景不多等问题,挖掘非遗对创新创业教育的重要意义,围绕非遗行业的痛点、品牌定位、营销策略、项目创新等方面,提出挖掘创新创业教育的基础、更新教育立意、提升教育实践和创新教育观念等策略。

关键词:传统文化;非遗;高职院校;创新创业教育;实践

非遗蕴含中华民族特有的精神价值,是高职院校学生创新创业教育独特的实践样本,体现了从古至今中华优秀传统文化在探寻文化知识、工匠精神和劳动意识方面的重视和延伸。甲路油纸伞是江西省甲路镇的地方传统手工艺品,距今已有800余年的历史,油纸伞作为强大的非遗创业项目产业,通过非遗项目的传播,能够有效提升其传承效果。

1 现实表征:非遗对创新创业教育的重要意义

从研究的现实意义而言,非遗理念下的创新创业教育能够使非遗得以延续,使中国优秀的传统文化得以传承。能够创新商业模式,大大提高非遗的实用性、易接纳性。对高职学生而言,通过对非遗创新创业项目的开发和实践,能够提供可借鉴、可复制、可推广的实践经验。非遗理念下的创新创业教育能够吸引更多青年人才走入非遗的传承和创新创业中,同时也为非遗的保护、传承、实践、创新注入鲜活的动力。从理论意义层面而言,开展非遗创新创业的相关研究不多,这也能为江西非遗传承大学生创新创业等项目提供有力的理论证据。高职学生在非遗传承中的创新创业的具体实践,为创新创业项目提供了实践经验。提供非遗创新创业项目的多元案例,有助于提升江西省非遗传承和创新工作的建设能力,为非遗未来的稳步发展提供实践经验和理论参考。

2 回归本源:非遗传承中的问题

以江西省为例,江西传统手工艺的传承人数量十分有限,推广途径也较为单一,与“互联网+”时代脱节而导致发展受阻。通过收集文献资料,笔者认为主要存在以下问题:

一是非遗原生环境的传承动力缺乏保护。互联网在普及中产生了地域差别,由此衍生的文化消费差异是非遗传承需要保护的问题。在城市化进程中,非遗生

根发源的原生态乡村正在不断消失。留守儿童、留守老人难以承担非遗传承的重任,现代社会的快节奏生活难以给慢节奏社会状态下诞生的非遗太多的生存空间。二是当下非遗传承中的创新案例较少。非遗传承以环境为依托,在互联网环境下,文化活动也逐渐出现了诸多新变化。以江西婺源的甲路油纸伞为例,百年传承基础的油纸伞行业,在利用“互联网+”创新创业实践的过程中融入本地经济生态、加强生产设计并结合新经济,参照当地经济条件和人力物力存在一定的难度。三是非遗传承项目可应用的场景不多,产品种类偏少。非遗为何需要加以保护,主要原因在于目前的经营方式落后、产品类目及种类太少,可应用的场景偏少,难以适应当下经济社会的发展。

3 创新路径:非遗成为创新创业教育的一种实践范式

高职学生创新创业教育具备“本土优势、专技专能、贴近实践”等特征,针对高职学生,本土文化特色的商业产品能够贴近学生的创业实际,成为创新创业教育的一种新的实践范式。结合江西婺源甲路油纸伞大学生创新创业非遗项目,探索互联网+非遗项目与创新创业教育互助融合的有效路径,助力实现创新创业教育促非遗产业发展的目的。

3.1 以非遗行业痛点为起点,挖掘创新创业教育基础

以江西甲路油纸伞项目为例,立足油纸伞行业的发展前景,油纸伞主要以国潮汉文化市场,少儿国学教育市场、婚庆策划市场为主体,国际市场以日本、意大利、法国为主要销售国家。直击油纸伞行业痛点,其除了在材料痛点上存在劣势,设计上也存在无衍生品,应用场景比较单一,设计思路狭窄等问题。而非遗文化面临失传,更在当今现代化发展进程中面临文化冲击,导致油纸伞制作技艺传承面临诸多困境。面临非遗的失传,需要新的思维和创造力,油纸伞行业传播人员、专业营销人员缺失严重,新生一代的青少年对油纸伞等

传统文化不甚了解,因此,互联网+油纸伞这种新的推广和传播方式势必成为传承油纸伞的新角度、新方向。

3.2 以非遗品牌定位为支撑,更新创新创业教育立意

非遗品牌化是从非遗保护出发,在保留好非遗核心要素的前提下,使非遗项目以优秀的产品与服务为载体,遵循市场规律,设计具有形象识别符号并实施推广的商业性活动。能够从传统工艺走进大众视野,非遗品牌定位十分关键,以江西甲路油纸伞创新项目为例,用“打造品牌影响力,提升产品艺术价值”“与知名奢侈品牌跨界合作”“争做全球优质行业领跑者”等方式提升品牌的定位。在创新创业教育当中,目标客户定位、品牌形象定位、品牌标识、产品开发定位等十分关键,以油纸伞为例,民俗婚庆款·龙凤呈祥等以中式婚礼为产品定位能符合当下市场的需求。再者,甲路油纸伞均是将当下“国潮”中的“Z世代”和“Y世代”热捧以打造国潮文化的新阵地,有产品定位作支撑的项目,是能够更新创新创业项目的教育立意。

3.3 以非遗营销策略为手段,提升创新创业教育实践

非遗项目营销是创新创业教育的一种实践策略,营销能够提升学生的思维广度、策划能力与思维拓展能力。以江西甲路油纸伞为例,开发国内与国外、线上与线下的产品销售端。而国内线上主要以“C”端为主,通过抖音、微博、小红书、推特等平台进行销售。国内线下则以直销为主,与幼儿园、美术培训机构、婚庆公司、连锁童学馆等进行合作。国内营销策略中充分利用抖音(兴趣电商平台)面向C端客户进行营销,这符合当下创新创业教育学生年龄的主体优势,线下主要面对B端,与合作机构进行批量合作,将国潮热和国学教育市场作为创业项目的主要推广市场,充分发挥学生的校外营销实战能力;在教育实践中搭建产教融合的通道,通过兴趣班、非遗进课堂等方式,组织学生传播油纸伞文化,将学校的现代学徒制与非遗研习所相结合,拓宽非遗创新创业教育的路径。

3.4 以非遗项目创新为方法,注入创新创业教育理念

非遗项目传承传统手工艺行业,存在保守性较强,创新性较少的状况。因此,“在继承中创新,在创新中继承”是当前“非遗+”创新创业项目的重要发展理念。以甲路油纸伞为例,一方面注重科技研发,规避传统材料上的痛点问题,在材料创新上下功夫,用质量取胜。另一方面,在技术上替代耗时耗力的传统纯人力手工制作,

在科技和技术上进行研发。除此以外,产品创新是创新项目教育理念升级的关键,充分拓展学生的创新思路,如文创类包含笔记本、书签、竹扇、灯具等。通过开展非物质文化遗产体验课,让学生在动手中切身体会非遗技艺的魅力,感受中华民族的优秀智慧。

4 未来展望:非遗项目创新创业教育的机遇与挑战

在国家大力倡导“创新创业”和“推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展”的背景下,打通非遗传承和创新创业的关系,已经是一个必然趋势。发挥非遗项目的品牌效应,注重学生创新理念、创新思维、创新实践和创新服务等方面的教育作用,从继承中华优秀传统文化非物质文化遗产的长远视角而言,是一项具有现实意义的创新创业教育“质量工程”,传承工匠精神、助力乡村振兴等服务的优势突出,改变了原有传统工艺的技术与发展弊端;从提升学生综合实践发展能力的视角而言,孵化创业团队、持续性服务企业和乡村,在此过程中深化理论研究,提炼非遗品牌化的实践规律,加强对创业学生的典型教育,提升学生的创业精神和实践能力。总体而言,在当下经济高速发展的进程中,非遗项目面临巨大的现实挑战,同时信息技术发展又给予了其新的机遇,高职院校的创新创业教育应积极做好协同育人的工作,联合地方文化企业,打通产教融合新通道,形成优秀的创业项目团队,努力实现创新项目的品牌化,创新非遗项目并使其与传统结合,更好地彰显民族文化、传递文化内涵,培育学生独具特色的传承与创新能力。

基金项目:2021年江西省高校人文社会科学研究项目“‘互联网+非遗’理念下高职学生创新创业实施路径研究——以‘甲路油纸伞’为例”(项目编号:JC21221)。

参考文献

- [1]于克娟.中国传统文化与职业院校工匠精神培养[J].课程教育研究,2018(46):11.
- [2]刘锦.基于创新创业视角下非遗的传承与创新——以湖南师范大学湘绣创新研发中心为例[J].河北能源职业技术学院学报,2019,19(1):23.

(作者单位:江西外语外贸职业学院)