

“三全育人”格局下文创产品对高校文化育人途径的构建研究——以“西工文创”品牌为例

唐雅莉

(西安工业大学 陕西 西安 710021)

摘要: 校园文创产品是高校校园文化的载体,将文创产品与校园文化深度融合,有利于构建大学生的校园文化认同感。本文以西安工业大学创新创业孵化项目“西工文创”品牌为例,分析文创产品在大学生思政教育中的作用,剖析校园文创产品构建大学生校园文化认同感的原理,探讨“三全育人”格局下校园文创产品对高校文化育人途径的构建作用,为发挥校园文创产业的文化育人功能提供了新的发展思路。

关键词: 文化育人;文创产品;校园文化;认同感

一、校园文创与大学生思政教育工作的关系

校园文化是学校所具有特定的精神环境和文化气氛,是学校精神风貌和办学特色的集中体现,承载着大学精神。高校师生会不自觉的接受校园文化潜移默化的教育和熏陶,对师生自身成长以及价值观的塑造产生深远影响。

文创产品发展的初衷在于将无形的情感寄托于有形的物品,从而抒发情感,传递价值。高校文化育人应不断丰富其表现载体,进而激发学生的学习主动性和创造力。校园文化创意产品是为校园这个特定区域设计、制作和使用的文化创意产品,其意义在于发掘校园文化原生态元素,结合美学特点和人文精神,对其进行创新性解读,将文化元素与衍生品创造性结合,形成充满文化内涵的文创产品。校园文创产品有利于塑造校园文化氛围,使师生和校友产生强烈的归属感,增进其与母校的情感,增进文化自信,在潜移默化中构建大学生的校园文化认同感,形成正向价值引导,凝聚高校育人力量。

二、“西工文创”品牌发展现状

西安工业大学作为一所特色鲜明的工科院校,目前没有成熟的校园文创产品品牌,产品种类单一、质量参差不齐,缺乏多元化系列产品,难以承载校园文化内涵,缺少校园文化传播文化的意义,此时正是树立文创品牌、传播西工文化的最佳时期,亟需一个团队牵头将校园文创品牌做起来,提供一个校园文化育人的重要窗口。

“西工文创”团队专注于校园文创产品的设计研发,依托西安工业大学校园文化IP,发掘文化艺术元素,发掘西工文化内涵,对其进行个性解读和创新性美学重构,设计开发出集纪念性、创造性、审美性、实用性和文化内涵于一体的西工校园文创产品品牌,为广大师生提供代表学校文化的校园文创系列产品,使师生和校友产生强烈的归属感和文化认同感,增进其与母校的情感。团队以“公众号运营+网络微店+校园线下合作”为主要宣传手段,构建完善的营销网络,在特殊时间节点推出限量款文创产品,并提供个性化定制,团队后期还会开设沉浸式艺术体验模块,师生可根据工作室提供的素材、数字绘画、陶艺制作等实物材料以及VR交互体验等线上平台进行个性化创作和体验,探索校内校外合作、线上线下互补的团队运营模式,搭建完整产业链,将“西工文创”品牌打造为传播校园文化内涵和人文精神的闪亮招牌。

目前团队已入驻西安工业大学创新创业孵化基地,且与西安远歌艺术文化传播有限公司达成产学研深度合作和技术交流。目前团队已设计出“西工四季”插画系列帆布包、“XATU”字母插画、“赛博朋克风格”卫衣、鼠标垫系列等九个系列的作品。其中,部分产品已投入量产,深受师生喜爱。

三、校园文创产品对高校文化育人途径的构建

(一)挖掘文化元素 建立情感纽带

校园文创产品作为呈现载体,主要目的在于观念价值的传播。在“三全育人”格局下,高校校园文创产品和大学生思政教育可有效的结合起来,充分发挥校园文创产品的桥梁作用,创新文化育人新路径。

西安工业大学是一所兵工特色鲜明的高等院校。深入挖掘以“吴运铎精神”为代表的兵工精神元素,将“红色基因”世代传承,成为了兵器工业发展生生不息、不断壮大的根基,这些精神和理念

都是符合社会主义核心价值观的。将以“兵器馆”、“博苑亭”为典型代表的特色建筑等有形和无形的校园文化融入校园文创产品创作中,以实体产品作为纽带,依托兵工精神营造良好的育人氛围,提高学生兵工文化素养,传承兵工精神,增强师生文化认同感。

(二)丰富文化内涵 传递正向价值观

校园文创产品不仅有利于引导大学生将校园文化内化于心,提升对校园文化的正向情感,更着重外化于行,将校园文化的内在要求和价值取向付诸行动之中。

充分理解“忠诚进取 精工博艺”校风、“敦德励学 知行相长”校训等校园文化的深刻内涵,深入挖掘“把一切献给党”为内在核心的“自力更生、艰苦奋斗、开拓进取、无私奉献”人民兵工精神。对这些精神文化进行个性解读和创新性的美学重构,研发出集文化内涵与审美性于一体的文创产品。增强学生个体与学校的情感维系,提升校园文化自信,建立积极情感。师生在校园文创产品上看到这些信息的时候,能潜移默化地感受到学校的文化内涵,进一步构建和加强师生的校园文化认同感。

(三)拓宽传播渠道 营造文化育人氛围

对校园文创产品进行有效传播,才能将其文化内涵深入到学生心中,从而使师生在校园文创产品的全面浸润下,提升德智体美水平,最终成为全面发展的人。

通过借助学校现有的校园媒体平台,如校园官方微信、微博、校园抖音音官方账号等开辟校园文创产品展示和售卖专区,上传相关图片和视频等信息,让学生可以随时随地接触到校园文创;在校园网上设置“校园文化创意产品专题”,用生动鲜活的图片和视频来系统展示校园文创产品;创建移动端便捷传播方式,增加传播到达率,将校园文创产品数字化,师生用手机扫描就能接收校园文创产品相关内容;设置热点话题,围绕学校的标志性建筑或某一创意产品进行话题设置,加大校园文创产品与师生的黏合度。

四、结语

高校拥有深厚的文化底蕴和资源,应当充分发挥自身文化资源优势,将文创产品与校园文化深度融合,运用校园文创产品向大学生传达办学理念、学校历史、文化精神,发挥文创产品在大学生思政教育中的作用,借助校园文创产品构建大学生校园文化认同感和归属感,构建“三全育人”格局下校园文创产品对高校文化育人有效途径,为发挥校园文创产业的文化育人功能提供新的发展思路。

参考文献:

- [1]冯一鸣. 刍议西安工业大学以兵工校园文化育人[J]. 西部教育, 2018(8): 51-52.
 - [2]李安琪. 浅析高校校园文化创意产品现状与应用模式[J]. 艺术教育, 2019(7): 252-253.
 - [3]樊传果. 校园文化创意产品: 大学品牌文化传播的重要载体[J]. 传媒, 2015(24): 64-66.
- 基金项目: 2019年西安工业大学思想政治教育研究会课题, 课题编号: XGSY2019004.
基金项目: 西安工业大学“知行”工作室
作者简介: 唐雅莉, 硕士, 女, 汉族, 陕西西安人, 主要从事思想政治教育研究;