

“城校共生”理念下地方高校助力地方 特色文化建设研究与实践

段 芸

大连艺术学院 116600

摘要: 本文从“城校共生”理念下的地方特色文化建设为研究内容, 主要从地方特色文化发展现状入手进行分析, 对大连地区文化建设提供基本的思路和策略。以此希望能够为多元化的产业发展提供新模式, 为大连地方特色文化的建设探索有效的路径。

关键词: 城校共生 地方特色 文化 合作

Under the concept of “city-school symbiosis”, local colleges and universities help the research and practice of local characteristic culture construction

Duan Yun

Dalian Art Institute 116600

Abstract: This paper takes the construction of local characteristic culture under the concept of “city-school coexistence” as the research content, mainly starts with the analysis of the development status of local characteristic culture, and provides basic ideas and strategies for cultural construction in Dalian. In this way, we hope to provide a new model for the development of diversified industries and explore an effective path for the construction of Dalian’s local characteristic culture.

Key words: city-school symbiosis local characteristics culture cooperation

党的十九大报告指出“文化是一个国家、一个民族的灵魂, 文化兴国运兴, 文化强民族强。”博大精深的中华文化在不同的区域表现出不同的风貌, 地方特色文化资源是地域差异化的主要体现。文化的延续是依赖一定的载体而进行的, 这个载体可以是历史遗留的, 也可以是时代赋予的创新应用。地方特色文化建立是地方文化与时俱进的表现内容, 是随着这个时代而不断更迭发展的。地方高校由于其特殊的地理位置和优势, 是传承、创新和发展地方传统文化的重要阵地, 有能力、有义务承担起传承、发展地方传统文化的使命, 高校与这个城市应该是一个息息相关的共生体。

一、地方特色文化建设现状分析

地方文化是在特定的地方环境和历史背景下形成的一种地方特有的民俗特色及生活方式等。地方特色文化建设是建立在地方文化基础之上的和谐文化的丰富发展。不同地方立足特色文化资源, 将工业、农业、服务业与文化创意和新型文化业态有机融合走出了以地域特色文化资源开发利用为抓手的区域发展之路。通过地域特色文化资源的开发利用, 产品文化附加值大大提高, 文化消费得到提升, 区域产业结构得到有效优化。以地域文化优势为核心实现差异化定位、特色发展, 成为避免区域产业发展雷同, 突显地域特色文化的重要路径。文化是一种身份, 无论是一座城市, 还是一项产品, 打上文化的痕迹, 就具有了一种深度、一种逻辑和一种信任。地方特色文化的品牌的建立促进大连“文旅融合”的发展模式。

地方特色文化的建立根植于地方文化的深度挖掘, 包括地方文化资源、地域资源、历史资源、书画资源、民俗资源、饮食资源, 可以归纳为“六风”: 风光、风貌、风俗、风味、风情和风物。这一切都是从这方土地里生长出来的, 有山水地脉, 有原住民的人脉, 故而有了独特的文脉。深入挖掘

地方特色文化资源, 为进一步利用特色文化资源推动区域发展奠定了良好基础。

日本“熊本熊”, “北京礼物”, 成都“熊猫屋”纪念品等都是国内外比较著名的地方文化产品品牌, 通过对他们的品牌分析, 可以对于大连地方特色文化建立提供很好的借鉴与参考。

二、“城校共生”理念下地方特色文化建设可行性途径

(一) 从区域品牌入手建立地方特色文化品牌

1. “城校共生”理念下地方特色文化建设面临的问题

(1) 产品设计区域特点不突出。

地方特色文化品牌首先具有的应该是“本土化”特征, 真正从地域文化出发进行研发设计。这一特点的表现可以从从风光、风貌、风俗、风味、风情和风物六点上对大连特色文化现状进行收集、整理。结合地域文化进行设计的产品, 地方元素的应用与表现具有强烈的地方性特征, 是这个区域文化的浓缩与再现, 能够很好的诠释文化的特性。高校学生参与设计系列产品, 在某种意义上说缺乏这样的文化性特征, 需要在前期文化的调研中更加深入, 宽泛的展开。

(2) 品种雷同, 缺乏创意

地方特色文化品牌的建立要具有“创新性”特征, 是地区文化独一无二的内容传达, 需要具有原创性, 并且在此基础上设计研发的产品要注意原创保护, 申请知识产权。

市面上现有的地方特色文化产品较为雷同, 主要集中在U盘、纸扇、书签、雨伞、杯子, 笔记本等相似产品中, 缺乏创新性, 缺乏创意, 无法引起消费者的兴趣, 从而失去了文创产品的核心竞争力。

(3) 价格优势不明显, 品质无保障

市面上现有的地方特色文化产品在价格上波动较大, 无

法引起消费者的购物欲望,价格两极化明显,在没有做市场调研的情况下随意要价,缺乏真实的市场,消费者调研。价格决定质量,但是在地方特色文创产品中质量问题较为严重,需要加强监管,保障消费者权益。同时在产品的设计,制作,销售系列问题上重新规划,从而为产品进行合理的价格定位。

(4) 销售渠道缺乏合理规划

产品的销售要进行系列的策划,除了考虑到销量因素外,还要有选择的确定销售渠道。销售渠道的优劣严重影响消费者的购买意愿,良好的销售氛围促进消费者的购买意愿。

现有市场上的地方特色文化产品就面临多种销售渠道的混合应用,缺乏销售氛围的思考,只考虑销售渠道的多少,这样的思维严重影响产品的销量。

2. “城校共生”理念下地方特色文化品牌建设策略

(1) “城校共生”理念下地方特色文化品牌建设基本思路

以打造地方特色文化品牌作为一根主线,文化品牌的区域性特点为文化打上了标签,具有区域性特征和城市内涵。

对于地方文化品牌的建立提供了六个不同的方向。它们是风光、风貌、风俗、风味、风情和风物,从六点出发进行资料的采集。

建立地方特色文化品牌所必须要具备的三个条件。地域的“本土化”,强调文化品牌的核心属性必须是文化的“本土性”,根植于本地区的地方特色文化,视觉要素所要传达的内容与地方文化内涵一致;“审美性”,文化品牌的载体要符合现代生活需求与审美价值取向,这样才能具有文化活力,被人们所接受与理解;“时代感”,一个优秀的文化品牌具有深远的影响力,通过现代的新媒体以及短视频所宣传和推广,所以对地方特色文化品牌要有更加丰富的表现性和传播方式,增加公众的参与性。

在“城校共建”理念下,地方特色文化品牌建设具体表现形式,可以通过标志、插画、包装、IP形象、海报、衍生品、新媒体的设计打造大连特色文化品牌。

(2) “城校共生”理念下地方特色文化品牌建设策略

① 挖掘文化故事

大连有着悠久的历史,旅游开发资源丰富,深入挖掘文化故事,使文化创意产品真正是建立在地方特色文化的基础上去发展,文化创意产品的发展特才会显而易见,禁得起市场考验。有故事的产品具有温度和温情,使产品具有地方文化的内涵和地方生活的经历,更加吸引消费者的兴趣。

② 文旅结合发展

结合旅游景点进行地方特色文化产品的创意设计,结合旅游景点进行销售,充分发挥旅游资源的功能,带来源源不断的经济效益,而且也地方特色文化品牌的建立提供良好的平台,促进“文旅融合”的发展道路。

③ 多元化营销模式

地方特色文化产品需要经过良好的市场检验,才能达到真正意义上的商品转化。这个市场渠道的选择性很多,可以线上模式进行网络销售、线下实体店的形式进行销售,在现在大连已有的较为正规的区域文创产品集合点,主推“大连礼物”;其次就是结合高校的实际情况,可以进行系列的地方文创产品大赛来宣传和征集产品;最后可以进参与系列地方文创市集,不仅很好的宣传了产品,而且能够很快的得到市场反馈。

城校共生理念下的地方特色文化品牌的建设是将高校的优势与地方文化建设相融合,通过高校的文化引领来促进地区文化的宣传与经济发展。在宏观上需要从策划到产品,从产品到销售一系列的实践操作,需要全方位的思考与资源的整合,旨在提高地方的经济效益的同时传承和发扬地方文化。

(二) 从合作共赢入手与区域政府、社会组织、企业建立合作

在“城校共生”理念下,对于地方特色文化品牌建设实

施是需要与地方政府部门、地方企业、地方社会组织之间建立合作,经过多方共同努力,多种合作模式,实现既定目标。

(1) 通过横向课题项目实现校政合作

地方高校与地方政府、地方企业的合作,主要是在教师的引领和指导下,同政府某部门、企事业单位进行项目的协作参与,主要合作形式是横向课题。横向课题是学校扩大对外联系,服务地方经济建设,提高科研水平和知名度的重要途径。2021年初与大连蚂蚁文化发展有限公司合作项目《大连金石滩旅游纪念品研发项目》横向课题资金10万元;2021年与大连牛脾气网络科技有限公司合作项目《洛龙子蓝染布艺品牌全案项目》横向课题资金50万元;2021年与大连市文化和旅游局,大连市体育局的合作项目《2021大连城市文化旅游新媒体营销项目推广》,资金10万元,其中一项内容是在2022年初冬奥会之际,全面设计制作大连201有轨电车-冬奥专列,获得社会多家媒体报道与广大市民好评。

(2) 通过创新创业训练计划实现校社合作

创新创业训练计划项目是为了增强高校学生的创新能力和在创新基础上的创业能力进行的一项在校学生的实践活动。校社合作项目的实施,就是以大创项目为着落点进行的系列实践活动。2021年校级大创项目《共生愿景—高校社区联动下的文化交流》是高校与湾里街道松岚社区的合作项目;2022年国家级大创项目《善义计划—微善宠物慈善及文创产品策划与营销》是高校与大连市民政局民间组织管理局注册成立的从事动物保护、动物福利和公众环保教育的非盈利的民间动物保护机构—大连市微善爱护动物协会合作的项目;2022年国家级大创项目《梦回千年都城—遇见世界文化遗产五女山让文创“活”起来》是高校与辽宁五女山旅游开发集团有限公司的合作项目;校级大创《郁郁醉浮香—大连国际赏槐会文创设计》是高校与大连市文化和旅游局的合作项目。将地方高校与社区、社会组织、政府合作的项目以双创赛事的形式转化成果,学生在完成实战项目的同时实现了科研课题的落地与双创的转化,服务区域经济能力得到提升。

三、结论

地方高校通过区域文化品牌的建设深入挖掘区域文化特色,通过实践的过程,锻炼学生的创新创业能力的同时强化知识结构,形成与社会、市场的接轨,为将来的就业创造机会。通过合作共赢的形式与政府、社会组织、企业的合作,加强了学生的社会责任,促进了学生的社会服务能力,真正将学校建设成为服务地方的人才库、智囊团、风景线。

作者简介:段芸(1982.03-),女,汉族,内蒙古通辽市人,硕士研究生,大连艺术学院艺术设计学院副教授,主要研究方向为:文创产品设计、视觉传达艺术设计、传统印染技艺与创新。

2021年省级教改《基于成校共生的设计类专业社会实践课程体系建设研究与实践》

注:本文系2021年度辽宁省普通高等教育本科教学改革研究项目“基于成校共生的设计类专业社会实践课程体系建设研究与实践”研究成果。

参考文献:

[1] 朱苗苗.基于OBE理念的展示设计课程体系重构、教学方法和教学手段改革[J].美术教育研究,2021(14):132-133.

[2] 孙宏伟,范馨予.基于OBE与PBL的课程思政建设路径探析[J].黑龙江教育,2021(11):81-82.