

浅谈新媒体平台构建校友会文化创意路径研究

On the New Media Platform to Build Alumni Association Cultural and Creative Path Research

刘昕冰
Xinbing Liu

佳木斯大学 中国·黑龙江 佳木斯 154000
Jiamusi University, Jiamusi, Heilongjiang, 154000, China

摘要:高校文化创意产品是文化传播的衍生品。如何通过设计校园文化创意产品构造出属于学校的特殊文化是每位在校大学生需要思考的问题。论文本文通过研究新媒体平台构建高校文化创意产业校友会的现状,就新媒体平台在创造文化、传播文化的过程中,如何重视和努力实现文化的再创造与创新,从而生成一种更具艺术魅力的科技文化。分析高校文化创意产业发展过程中所出现的问题,提出有利于中国高校校园文化创意产品发展的意见。

Abstract: Cultural and creative products in Colleges and universities are derivatives of cultural communication. How to construct the special culture belonging to the school through the design of campus cultural creative products is a problem that every college student needs to think about. This paper studies the current situation of the new media platform to construct the Alumni Association of cultural and creative industries in Colleges and universities, and discusses how to attach importance to and strive to realize the re creation and innovation of culture in the process of creating and disseminating culture, so as to generate a kind of scientific and Technological Culture with more artistic charm. This paper analyzes the problems in the development of cultural and creative industries in Colleges and universities, and puts forward some suggestions for the development of cultural and creative products on campus in China.

关键词: 校园文化;文化创意产业;校友会

Keywords: campus culture; cultural and creative industries; alumni association

DOI: 10.36012/sde.v2i5.2122

1 引言

文化创意通俗地说就是一种“发现”。大凡文化与文化精神相连接起来的发现、发明、创造活动都可以称之为文化创意。因此高校校友会也是一种文化创意的一种。

随着中国经济的迅速发展,文化创意产业已经在不同产业中崭露头角,变成经济发展过程中的一种产业发展方式。面对互联网的高速发展,新媒体平台营运而生,现在的科技不断突破传统观念,用多元化创新设计来迎接全新挑战的方式也应运而生。

随之,校园文化创意产业也逐渐地发展起来,设计符合校园文化的创意产品对学校来讲有着重要的作用,优秀的产品设计不但能够提升学生对学校的喜爱之情,而且能够很好

地宣传高校的历史文化,创造出学校独一无二的“名片”,让更多的人了解校园文化,有利于提升校园文化创意产业的发展。很多高校越来越意识到构建校园文化创意产品对学校发展的重要性,也开始着手设计和开发符合该校校园文化的创意产品。

“互联网+”作为一种现代化的新媒体平台,是新技术创新应用的主要标志。它的主要特点是开放、协作、平等和共享。将它应用于文化创意,不仅拓宽了文化基础,而且可以推动了互联网的不断进步。经网络调查研究发现,能查到的校友聚会文化创意服务平台少之又少。互联网时代的到来,使人类能够获得多领域、深层次的信息,并且能够进行全面完整的数据统计,探索现实世界的规律,获取过去不可能获取的知识。

【作者简介】刘昕冰(1997~),女,山东人,学生,从事传统文化继承与文化创意研究。(指导老师:王久才)

2 校园文化创意校友会的发展现状

2.1 中国高校

目前,中国的很多大学已开设了属于本校的特色文化的校友会,把本校独具特色魅力的校园环境和商业模式相融合,进一步提高了高校文创产品的附加价值,积极的宣传校园文化和城市文化,增强学校的知名度和影响力。例如:自2015年各地此类文化公司开始初见端倪,2018年以来,各类同学聚会策划网站开始上线进行。举办校友会展示很多纪念品,他们展示了本校气势磅礴的情境,以及对校训的传承。把校园文化与中国传统文化相结合,发扬中国传统艺术的同时又不断地融入自身的校园文化,在传统中创新,在创新中融合新的技术,新的思想量的积累逐渐实现质的飞跃。

2.2 国际高校

国际的高校发展校园文化创意产业的时间相比中国较早,设计校园文化创意产品以及教学理论都是比较完善的,例如:在国际学校中除了开设的纪念品商店,售卖具有本校特色的衣服、纪念品之外,还为学生开设超市、电脑商店和书籍商店,此外,还开设了专门的互联网售卖网站等,为校友会提供了纪念产品。

3 项目价值分析

3.1 社会价值

新媒体平台构建校友会文化创意服务平台是在当今高校毕业生工作家庭压力极大的背景下,能为他们提供一个释放自我的地方,学校的时光是轻松的、愉悦的,没有这么大的压力。那时候的友情是纯真的真挚的,当聚在一起,回想起曾经一起做过的事,真正的放松下来,明天带着好的心情继续生活,继续工作,让整个社会因为有毕业生而更加充满一份心灵的自由,让这个社会人人都能在大爱当中成长。

3.2 经济价值

新媒体平台构建校友会文化创意服务平台,在为十年来的毕业生提供真挚的服务的同时,能得到他们的认可。随着现在网络的发展,虚假信息导致人们难以分辨。这就需要正确的人来引导。只有带着真正开心的心情去工作,去生活,高校的幸福指数才能更好,那样社会才能更好,才能获得收益。

3.3 文化价值

现在很多聚会都已经充满了不一样的味道,攀比现象已经失去了中华传统聚会的那种核心精神,笔者相信,在新媒体平台构建校友会文化创意服务平台的策划组织下,都能回到真正的餐桌上,记忆中,大醉酩酊不是目的。但是如果你醉了,一定会安全送你回家。为中华传统聚会文化,为每一个人的青春保驾护航。

4 中国校园文化创意产品存在的问题

现阶段,中国的许多学校在校园文化创意产业方面不断的改进,在设计和售卖校园纪念品方面也逐渐形成了比较完善的体系,但仍然有大部分的高校在文化创意产业方面的发展还不成熟,普遍存在着如下的问题:

第一,在中国学校中开展文化创意产业时间比较晚,没有正确客观的认识这方面的发展,对文创产品的开发缺少规范化和流程化。第二,和国际纪念品商店相比,中国学校对纪念品开发比较滞后,大部分学校很久都没有更新本校的毕业纪念品,没有创新型的设计纪念品。第三,在中国中的大部分校友会还处在只是单一形式的聚会阶段,缺少对本校校园文化的创新,因此有很多学校会出现有相似校友会聚会形式的情况。第四,缺少一个创新设计、学校文化开发、销售校友会文化创意纪念品的小团队。

5 应对策略

5.1 学习国际成功案例

中国的学校要学习国际成功的校园文化创意产品的优秀案例,充分挖掘本校独特的校园文化,开设符合本校校园特色的纪念品商店。学校也可以开展文创设计产品的教学课程,为学校储备文创产业人才。

5.2 开展文创比赛,挖掘本校优秀人才

在高校校园开展文创比赛活动,通过比赛挖掘本校优秀人才。不但可以丰富校园的纪念品的多样性,还可以了解学生的喜好,进而设计出更贴近学生思想的校园创意产品。

5.3 深刻了解学校,设计具有学校特色的产品

学校要引导学生了解自己的学校,例如:开展校园文化知识竞赛,让学生深刻认识自己的学校,并开展“校园文创我设计”活动,征集学生为校园文化创意产品提出的建议,不断

优化、改进文创产品,设计真正相符大众喜爱的文创产品。

5.4 与专业设计团队合作

高校可以与社会上专业的设计公司合作,负责设计学校文化创意产品的有关工作,使本校设计出的校园文化创意产品更具成熟性。也可以找本校艺术学院设计专业的老师和学生共同参与设计,集大家之力,不断的对本校的文创产品推陈出新,设计出本校独具特色的文创产品。

作为文化创意最初获得的知识的渠道只能是有限的书籍或口传心授,而在互联网服务市场,可以通过多种渠道丰富自己的知识。例如,进行分析、了解前辈经验和最前端的信息等。以此提升知识,进而全面提升自己。

新媒体平台构建校友会服务平台致力于打破同质化、庸俗化、形式化的聚会,为追寻校园记忆的毕业生提供“一对一”专属化的私人订制校友聚会方案,引领着当代人怀旧,青春情怀的生活理念。着力进行业内资源高效整合,结成联盟,共同发展。该方式的问世极大地减少了人们对线下实体的依靠,个人的、特制的服务渐渐兴起。因此,接下来应该专注于新媒体平台与校友会文化创意服务平台的合作,打破壁垒,形成合理的服务体系。

6 未来发展

①在未来,人们不仅可以在线下咨询校友会文化创意类的工作,更多的校友策划将出现在网络平台上。例如,如果需

要服务,通过手机就可搜索看到身边附近的校友会平台,通过自己的相关需求就可以筛选符合自己要求的校友聚会,从而进行联系并进行咨询。

②在未来,校友会策划会分成许多模块或者领域,不会像现在这样被统称或一概而论,单独领域的服务会有自己的专业名称,依据具体的服务而划分,非常清晰化地展现给客户,让客户自行选择自己需要的服务。

③在未来,文化创意校友会服务平台将会更加透明、可控。可以让预定人随时查看进展情况,甚至可以预测和防止泄露的话语和行为等,行业发展会更好。

7 结语

随着时代的发展,所有的学校越来越重视校园文化的宣传和推广,通过校园文创产品表现出来的文化内涵也比较丰富,校园文创产品不仅可以体现出校园中的特殊精神和文化意义,且通过不断的开发高校文创产品的特殊性和时代性在提高学校知名度方面也有积极的作用。

参考文献

- [1] 战海洋,马强.浅谈文化创意产业环境下高校艺术教育创新思路的探讨[J].才智,2017.
- [2] 张兢妮.高校文化创意产业人才培养模式研究与探索[J].课程教育研究,2017.
- [3] 张月,希岗.浅析中国传统手工艺在文化创意产品中的“再设计”[J].艺术与设计(理论),2016.