

文创礼包的兴起,不仅极大地提升了学生的入学体验,让他们感受到被重视与尊重,同时也成为了高校展示自身品牌形象、提升知名度的重要窗口。通过这些富有创意与温度的设计,高校成功地向外界传递了其独特的文化气质与教育理念,吸引了更多优秀学子的目光,为培养更多社会所需的精英人才奠定了坚实的基础。

1.3 文创产品的文化传播与社会影响

高校录取通知书文创产品作为学校的“第一张名片”,通过独特的设计和丰富的文化内涵,直观地向新生和社会公众传播学校历史底蕴、办学特色、教育理念等文化内涵。通知书文创设计所蕴含的办学理念能够促进文化交流,随着网络社交媒体的曝光,传播范围越来越广。这种传播跨越了地域和行业的界限,促进了不同高校之间的文化交流与借鉴。为社会公众提供了一个了解高校文化的窗口。精美的录取通知书文创产品能够吸引大量关注和赞誉,从而提升学校的知名度和美誉度。

2 高校录取通知书文创产品各校特色

2.1 中国典型高校录取通知书文创产品设计案例

2.1.1 清华大学案例

“打开的书本也是高飞的翅膀”,由清华大学美术学院陈楠教授团队全新设计的、寓意“书香校园、鲲鹏展翅”的录取信封,将载着立体二校门录取通知书、新生入学须知、学生奖励与资助政策介绍、清华大学新生奖励金申请通知、银行卡、清华图书馆定制读书卡等完备的入学资料,从清华园陆续飞到清华大学 2024 级新生手中。

2.1.2 复旦大学案例

复旦大学 2024 年录取通知书在保留开化纸为载体、名师大家和师生用毛笔书写就通知书的基础上,录取通知书又换“新装”——采用国家级非物质文化遗产山西省潞绸织造技艺面料作为封面,将独属的“复旦蓝”与非遗文化融合,在美好寓意中尽显古籍装帧美学魅力,打造复旦独有浪漫情怀。

拿到录取通知书后,同学们会发现,每一本虽然都有龙凤云纹图样,但每个纹样的方向和位置都各不相同。每位同学拿到的,录取通知书都是独家订制版。这也体现了复旦的理念——让每一位学生都独一无二。

2.1.3 浙江理工大学

例如,图 1 浙江理工大学《锦绣前程》录取通知书,融入了三项非遗工艺宋锦、苏绣、书画装裱,宋锦被赋予中国“锦绣之冠”色泽华丽,结构独特,工艺复杂,质地坚柔,通过数字技术赋能非遗工艺,宋锦织造达到精妙绝伦的艺术效果。新生名字由非遗传承人运用娴熟的苏绣技法,手工绣于录取通知书上,每个新生名字平均耗时 20 分钟,每份录取通知书光绣名字环节,在苏绣匠人手下平均耗时 20 分钟左右,一针一线流淌着文化传承与时光芳华。录取通知书页边

框纹样,提取自收藏于中国国家博物馆的战国卧蚕纹璜器身的卧蚕纹,“书画丝绸装裱”技艺将这一难忘时刻永远珍藏。



图 1 浙江理工大学《锦绣前程》录取通知书,图片来源于网络

2.2 各校录取通知书文创产品的差异性

2.2.1 融入地域性的传统文化

在中国高校录取通知书文创设计中,融入地域性的传统文化成为了一个重要的方向。不同区域的高校通过独特的设计元素体现了地方传统文化的丰富性和多样性。

其中北京地区高校的录取通知书文创设计通常融入了深厚的历史文化背景和现代城市特色。例如:北京大学:北京大学在其录取通知书中融入更加传统的文化元素,如古代文人的书法作品、纹饰。

西部地区高校的录取通知书文创设计往往展示了丰富的民族文化和自然风光,反映了该地区的多元文化和独特地理特征。

中部地区高校的录取通知书文创设计通常融入了丰富的地方传统文化元素,展现了该地区的历史和文化特色。例如:武汉大学:作为长江流域的重要学府,武汉大学的录取通知书文创产品结合长江文化元素表现武汉大学山高水长、流风甚美之气韵。以珞珈山特色“松、梅、樱、桂、竹、杏”七大园的意象入手,凝取武汉大学老图书馆等建筑群的经典形象,以展现该地区独特的自然环境和历史底蕴。郑州大学:位于河南省的郑州大学可能会在其录取通知书中融入中原文化的传统元素,如水墨画图、黄河黄土、中原风韵,郑大元素。这种设计不仅体现了中原地区的历史悠久,还强调了学校对传统文化的尊重和传承。

2.2.2 融入高校特色办学理念

在融入高校特色办学理念的录取通知书文创产品设计中,各高校往往根据自身的办学理念和教育目标采取不同的设计风格。可以将这些设计分为“开放派”和“守旧派”两类,开放派高校通常以包容、创新和国际化为办学理念。这类高校的录取通知书文创设计往往具有现代感和前瞻性,强调开放性和多样性。例如,东南大学的录取通知书文创产品可融入现代科技元素和国际化设计。设计包括 AR、NFC 技术打造沉浸式科技交互体验,用“东南大学本科招生”小程序扫描开合页背面的大礼堂 logo,即刻开启大礼堂 AR 之旅,感

受典雅文艺的校园风光,传达学校的全球化教育理念和创新精神。

守旧派高校则可能更加注重传统、经典和历史的延续,其录取通知书文创产品通常体现出浓厚的传统文化气息,强调学校的历史和文化积淀。例如,首都师范大学:作为一所历史悠久的高校,首都师范大学的录取通知书文创产品可能更加注重传统文化的传承。设计中可能融入古典书法、传统文房四宝具有历史意义的书本图案。这种设计体现了首都师范对传统文化的尊重和传承,同时传达了学校严谨的学术风貌和历史沉淀。

2.3 各校录取通知书文创产品的关联性

首先,高校间录取通知书的设计具有关联性是文化元素的融入,校史与校训的传承:录取通知书不仅是新生入学的凭证,更是学校文化传承的载体。许多高校会在录取通知书中融入校史、校训等文化元素,以此传递学校的精神内核和价值追求。其次,科技手段的运用,创新设计的应用:随着科技的发展,越来越多的高校开始采用先进的科技手段来设计录取通知书。例如,运用3D打印技术制作具有立体感的通知书外壳、采用AR技术让新生通过手机扫描即可观看学校的全景视频等。再次,设计风格的契合,高校文化的体现:录取通知书的设计风格往往与高校的文化氛围和办学特色相契合。例如,历史悠久的大学可能采用古典、庄重的设计风格,以彰显其深厚的文化底蕴;而科技创新型高校则可能选择现代、科技感十足的设计风格,以突出其前沿性和创新性。最后,情感共鸣的营造,个性化定制:一些高校会根据新生的个人信息或专业特点进行个性化定制录取通知书。

综上所述,高校特色与录取通知书设计之间的关联是多方面的。高校通过设计风格的契合、文化元素的融入、科技手段的运用以及情感共鸣的营造等方式,将校训、校徽、代表性建筑等元素自身特色和优势巧妙地融入录取通知书的设计中,这些元素是学校精神的象征。通过将这些元素融入文创产品中,学校精神得以传承和弘扬,使新生在入学之初就能感受到学校的文化氛围和精神追求。

3 发展路径与策略

在科技日新月异的今天,高校录取通知书发展路径从纸媒逐渐向数字化转型,尤其是VR、H5等技术的融入,正经历着前所未有的变革与创新。这些技术的应用不仅提升了录取通知书的趣味性和互动性,还增强了新生对学校的归属感和期待感。如今高校录取通知书文创设计发展策略开始

从技术、内容、互动体验、高校文化传播等方面。

3.1 AR 技术融入

AR技术是增强现实,是一种创新的交互方式,能够增强用户对现实世界的感知和体验。通过AR技术,新生可以在家中就能“云游”校园,身临其境地感受学校的氛围和文化。

例如2017年7月4日下午5点,西北工业大学发出了全国第一封很酷很科技的AR录取通知书,让信息“动”了起来,这样酷炫的通知书一出现,就刷爆了朋友圈!收到通知书的新生仅需要通过APP扫描通知书正反面,就能查看到校情校史介绍、学科特色展示等主题内容。除此之外,当新生扫描背面的“航空”“航天”“航海”标志时,还会出现有关西北工业大学特色的动态展示。

3.2 H5 技术融入

H5是一种用于构建网页和网页应用的标准化技术,具有跨平台、良好的互动性和丰富的多媒体展示能力。将该技术融入录取通知书,能够为学生提供交互式体验、多媒体展示、个性化设计等。学校可以设计各种互动环节,如问卷调查、小游戏、虚拟校园导览等,让新生在接收通知书的过程中就能与学校进行互动。例如,扬州大学新闻与传媒学院就利用了H5技术开发了交互卡套,每位新生都拥有一个独一无二的编码,在卡套背面的指定区域敲出编码后,就会出现相对应的祝福语句,这种设计既体现了学校的用心,又增强了新生的参与感。

4 结语

本研究探讨了中国高校录取通知书文创产品的发展路径,从文化现象的兴起到各校特色的体现,再到未来的发展策略,全面分析了文创产品在教育领域中的重要作用。中国高校录取通知书文创产品的发展不仅展示了教育领域的创新和活力,也为文化传播和市场拓展提供了新机遇。通过深入挖掘和创新设计,未来的文创产品将更好地发挥其文化和教育的双重功能,为高校和社会创造更多的价值。

参考文献

- [1] 刘小庸.用文创打造中国高校国际形象——高校文创在国际传播中的设计路径[J].中国艺术,2023(4):60-67.
- [2] 常新怡.“双创”背景下新生入学礼包的创新设计研究——以东北大学为例[J].绿色包装,2021(5):90-94.
- [3] 杨帆.地方高校文创视觉设计的研究与实践[D].太原:中北大学,2020.

Exploration on the Ancient and the Present: Research on the Value Orientation of Chinese Mythical Animated Films in the 21st Century

Yujie Huang Yaru Xu

Qingdao Huanghai University, Qingdao, Shandong, 266555, China

Abstract

In recent years, with the rapid development of the Chinese animated film market, more and more scholars and researchers began to pay attention to the research of mythological animated films. Since the 21st century, the Chinese society gradually entered the new look of cultural confidence, cultural innovation, the historical period of social value orientation directly or indirectly affect the inner thoughts and external form, including spiritual value (universal), cultural value, artistic value (visual), etc., Chinese mythology of animated films under the background of The Times also show its unique value orientation. The relevant films selected in this study, such as *The Zha*, *Monkey King is Back*, *White Snake* series, *Jiang Ziya*, etc. Through the connotation analysis, historical research and aesthetic interpretation of these films, we explore the mythical significance, cultural value and enlightenment to the contemporary society contained in them, so as to fully understand the value orientation of Chinese mythological animated films in the 21st century.

Keywords

Chinese animated film; value orientation; domestic animation

寻古探今：21世纪中国神话题材动画电影价值取向研究

黄玉洁 徐亚茹

青岛黄海学院, 中国·山东 青岛 266555

摘要

近年来,随着中国动画电影市场的快速发展,越来越多的学者和研究者开始关注神话题材动画电影的研究。21世纪以来,中国社会逐渐进入了文化自信、文化创新的新面貌,这一历史时期的社会价值取向直接或间接地影响着某部动画电影的内在思想和外在形式,包括精神价值(普世)、文化价值、艺术价值(视觉)等,中国神话题材的动画电影在时代的背景下也展现出其独特的价值取向。本研究具体选定的相关电影作品,如《哪吒之魔童降世》《大圣归来》《白蛇》系列动画、《姜子牙》等。通过对这些电影作品的内涵分析、历史考证以及审美解读,探究其中所蕴含的神话意义、文化价值以及对当代社会的启示,以全面理解21世纪中国神话题材动画电影的价值取向。

关键词

中国动画电影;价值取向;国产动画

1 电影作品的编剧分析

在编剧层面,编剧卡尔·依格莱西斯对于故事有一个极简明的定义:“一个故事就是某人为了想要得到什么,而不断地去经历困难和解决困难。”21世纪的中国神话题材动画电影在编剧上展现出了丰富的创造力和深刻的文化理解。编剧们在继承传统神话故事的基础上,结合新时代背景

下的社会主流价值观,通过创新性的情节设置、角色重塑以及叙事手法的现代化处理,使这些古老的故事展现出焕发出了新的生命力^[1]。

在21世纪中国神话题材动画电影中,编剧在角色塑造上注重融入现代社会的价值观念,影片中的主人公通常被赋予了更为鲜明的个性和成长经历,这不仅使他们更具有时代感,也使观众更容易与之产生情感共鸣。例如,广为人知的动画角色“孙悟空”自诞生至今衍生了数不清的不同版本,“孙悟空”这一角色在不同的历史阶段,从编剧角度展现出了不同的“妖性、人性、佛性”(见图1)。1941年,由万氏兄弟完成的中国第一部长动画片《铁扇公主》中,孙悟空的形象第一次出现在动画电影中。1964年,孙悟空作为主角出现在《大闹天宫》中,保留了《西游记》小说中猴子的

【基金项目】山东省艺术科学重点课题《“寻古探今”:21世纪中国神话题材动画电影的价值取向研究》(项目编号:L2024Q05100328)。

【作者简介】黄玉洁(1996-),女,中国山东济南人,硕士,讲师,从事动画、视觉设计研究。