西迁高校的精神文化凝练与校庆 VI 设计应用研究

米高峰[1,2]，冯华杰[1,2]，李媛媛[1,2]
（1.陕西科技大学 设计与艺术学院，西安 710021；
2.陕西科技大学 “一带一路”文化 IP 开发与设计研究中心，西安 710021）

摘要：目的 凝练和总结西迁高校的“西迁精神”，分析其精神文化在校庆 VI 设计中的应用，探究西迁高校对发展西部经济文化、振兴西部设计的价值和意义。**方法** 通过认识“西迁精神”与高校校庆 VI 设计的关系及影响，结合具体高校案例，从建立主导的“西迁精神”，到形成稳定的精神文化区域，再通过探究，解析“西迁精神”在高校校庆 VI 设计中的应用。**结论** 西迁高校应该传承“西迁精神”，抓住“一带一路”的历史机遇，通过 VI 设计塑造高校形象，提高办学声誉和社会影响力，同时助力西部经济，振兴西部设计。

关键词：西迁高校；“西迁精神”；精神文化；VI 设计；西部设计
中图分类号：J524　　**文献标识码：**A　　**文章编号：**1001-3563(2018)20-0055-05
DOI：10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.20.010

Spiritual Culture Refining and Application of VI Design in School Anniversary of University in Westward Migration

MI Gao-feng[1,2], *FENG Hua-jie*[1,2], *LI Yuan-yuan*[1,2]
(1. College of Art & Design, Shaanxi University of Science & Technology, Xi'an 710021, China; 2. The Belt and Road Culture IP Development & Design Studio, Shaanxi University of Science & Technology, Xi'an 710021, China)

ABSTRACT: The work aims to refine and summarize the "Westward Migration Spirit" of the universities in the westward migration, analyze the application of its spiritual culture in VI design of school anniversary, and explore the value and significance of westward migrating universities to develop western economic culture and revitalize western design. Through understanding the relationship between the "Westward Migration Spirit" and VI design of university anniversary and their influence, combined with the specific college cases, the application of "Westward Migration Spirit" in VI design of university anniversary was analyzed from the establishment of the dominant "Westward Migration Spirit" to the formation of a stable spiritual culture area, and then through the exploration. Westward migrating universities should inherit the "Westward Migration Spirit", seize the historical opportunity of "The Belt and Road", build the image of university through VI design, improve the reputation and social influence of school running, and boost the western economy and revitalize the western design.

KEY WORDS: westward migrating universities; "Westward Migration Spirit"; spiritual culture; VI design; western design

自 1956 年西安交通大学的“西迁精神”生发以来，全国多所高校纷纷响应国家号召，积极配合学校西迁，振兴西部教育。陕西科技大学作为西迁高校中的代表，从 1958 年迁校后，时刻牢记“西迁精神”，结合本校的“三创两迁”创业史，为西部乃至全国的轻工事业和文化、经济建设做出了积极贡献。

校庆，不仅是西迁高校对其文化传承的一种重要方式，还是高校提高社会影响力和办学声誉的良好契机。它有助于高校领导梳理学校的发展脉络，总结办学经验，回顾过去，思考当下，展望未来。2006 年教育

收稿日期：2018-06-24
基金项目：国家社科基金西部项目（11XMZ032）；教育部人文社科研究项目（16YJCZH072）
作者简介：米高峰（1976—），男，四川人，硕士，陕西科技大学设计与艺术学院教授、博士生导师，主要从事艺术传播与叙事修辞、数字艺术与媒体设计方面的研究。

部发布了《教育部办公厅关于加强校庆管理的通知》，将校庆的“思想性、历史性、学术性”放在首位，在此背景下，通过将校庆中的视觉形象设计与校园精神相融合，借助校庆 VI 提升学校形象，发展校园文化，并使校庆文化通过这一重要载体和形式得以记录和传播。

1 西迁高校：精神文化的生成

20 世纪 50 年代，西北地区经济发展落后，东西部建设差距明显。加强西部开发、发展西部经济成为国之所需和民之所求。高校是人才的重要输出基地，对于带动当地经济乃至整个国家的经济建设和发展都具有重要的意义。

1956 年，西安交通大学将学校主体从繁华的上海迁到古都西安，当时的西安条件艰苦，环境恶劣。西迁师生们在困境中重新创业，努力克服自然灾害以及艰苦的生活环境，发扬舍己为公、敬业奉献、艰苦创业的精神，为西部建设做出了卓越的贡献。自 1956 年迁校到 1966 年，输送毕业生共 1 万余人，至今已累计培养了 25 万名大学生，为西部开发以及国家教育的发展、人才的培养绘就了波澜壮阔的美好画卷。同时西安交通大学时刻践行科技强国的方针，创造了众多顶尖的科研成果，例如中国第一台发电机、第一艘国产万吨巨轮、第一枚运载火箭和神舟飞船等，在国家的发展史上起到了不容小觑的作用[1]。

1956 年，由于西安国防科技高等教育院校的缺失，所以位于南京的华东航空学院也由南京整体迁到西安，先更名为西安航空学院，后与原西北工学院合并为西北工业大学。全校师生克服艰难险阻，以高度的爱国奉献和不懈奋斗的精神建设西部，为西部地区的国防航空事业带来了实质性的效益。仅以西安为例，自 1983 年到 2003 年，西安飞机集团公司共接收国防科技院校的毕业生共 810 余名，其中西北工业大学毕业生 732 名，占比 90%，为西北地区乃至全国航空事业的发展做出了贡献[2]。

1970 年，原北京轻工业学院由首都搬迁到古都陕西咸阳，改名为西北轻工业学院。学校当时占地面积仅有 100 多亩，校内建筑只有两栋办公楼和 1 栋简易的教师宿舍楼。广大师生员工秉承了艰苦奋斗、自强不息的良好传统，从搬运物资到搭建校舍，从安装设备到解决生计，学校领导和教职工一起上阵，在黄土地上创造了基本的办学条件。仅西迁后在 1972 年到 1975 年的 3 年间，学校就承担并完成了 30 多项科研项目。对于促进社会生产，改善民生，以及提高西部地区高等教育的教学质量，起到了积极的推动和践行作用。1979 年轻工业部与陕西省委商定，学校不再迁回北京，积极服从国家西部发展建设的需要，以无私的奉献精神为国家西北地区轻工高教事业的发展提供人才支持。2002 年学校更名为陕西科技大学，2006 年主体迁至陕西首府西安市北郊大学城。

西北地区的发展得益于众多高校的迁入，高校西迁对西部文化经济的发展和教育体制的健全具有不可忽视的重要作用。而在这之中生发出来的文化精神，更在高校之后的办学历程和社会影响等方面都具有深远的意义。

2 西迁精神：精神文化的凝练

文化是发展着的文化，随着历史的变迁、时代的演进，文化也得以不断的发展和丰富。西迁高校作为传播文化的重要载体，其核心使命是振兴西部文化，发展西部经济。

自“一带一路”宏观倡导提出以来，我国再次吹响了经济由东及西的开放号角，打破了长期以海洋运输为主的对外贸易结构，逐步转向以陆地运输为纽带，从而平衡中西部的经济差异。作为西北地区重点城市的西安，正处于此黄金“陆线”的起点。驻守于西安的西迁高校，也必将牢记西迁大学的精神，承担起推动西安经济建设和文化教育发展的历史使命。

大学精神，即为高校在长期的建设发展和办学历程中凝练出来的具有独特气质的、为大学主体所认同的价值和规范体系；精神文化中心，是指引导学校整体发展方向的精神实质。而各大高校精神的主体部分，则是引导学校整体发展方向的精神实质，即学校的校训、办学理念、教育宗旨、行为准则等。西迁高校的主体精神，无疑是近年来被再度广泛关注的“西迁精神”，加之各高校历经数年的积累沉淀，逐渐形成完整且具有鲜明特色的精神文化系统。

“西迁精神”主要指西安交通大学在 1956 年由上海迁至西安的过程中，形成的“胸怀大局、无私奉献、弘扬传统、艰苦创业”的精神文化内涵[3]。在 2018 年的新年贺词中，国家领导再次提及西迁，把“西迁精神”从小众认知提高到更深、更广的范围内，引发了全社会的关注[4]。

校庆文化中心，是学校在长期的办学过程中表现出来的具有鲜明个性的文化特质，其具有历史连续性。由于办学历史的不同，所以校庆文化的稳定性也会有所差异，同时对师生及校友的影响力自然也有所不同。在长期的办学实践中，文化符号中心也会随时间而不断沉淀，逐渐形成办学长河中的精神内核。虽然校史越长其稳定性会越强，但社会的发展与时代的变迁，以及教育理念和教育对象的不断更新，导致文化中心符号也会随之发生改变和不断升级[5]。

作为西迁高校的代表，陕西科技大学于 2018 年 6 月 26 日迎来 60 周年华诞。校庆秉承的“三创两迁”精神和恪守的“至诚至博”的校训，是本校精神的主体部分与时代写照。近年来，本校正是在这一精神的指引下，不断创造教学科研的成果喜报，书写一个又一个的辉煌。这一精神传统也将继续指引本校为中国未来的轻工行业及经济建设贡献力量。

3　校庆 VI 设计：精神文化的传播

大学校庆，无疑是高校办学史上的一大盛事，是高校加强自身建设的一次历史性机遇。可以通过校庆来宣传大学的思想文化，并且使其在校庆中体现自身价值[6]。高校校庆 VI（Visual Identity，即视觉识别系统）设计，是将高校的精神文化信息通过视觉符号系统，有效地发布并传达给大众。自然也是加强主体受众认知感和归属感、塑造学校形象的重要途径[7]。

2018 年 6 月 26 日，陕西科技大学迎来了 60 周年校庆的盛大庆典。在过去发展的历史长河中，学校的精神文化始终贯穿于办学历程，也见证了学校的历史变迁，因此，这种文化性设计需要更多外化的理念，即借助视觉符号，更加直观地传播校庆主题、深化文化蕴含的精神寓意。承担此次设计任务的是设计与艺术学院，切合本学院在校庆期间即将推出的“而立之年”院庆系列活动，结合地域优势，呼应西部文化，助力西部设计，让更多的学生、教师、校友及社会各界人士，了解校园文化，感受西部设计。

3.1　基础设计系统

基础设计，作为视觉识别系统的中心部分，主要包括标志、标准色、标准字体及辅助图形等。西迁高校，只有将高校精神、文化内涵作为内在支撑，才能使平面的图形具有饱和感与象征性寓意。而学院对外传达的信息，则要表现视觉形象，凸显学院的个性和精神内核[8]。

西迁高校校庆的标志，是其形象的符号象征。陕西科技大学的“甲子校庆”标志设计整体采用校徽的蓝和凸显主题的红为主的渐变色进行搭配，既传达了本校轻工行业的特色，又不失欢庆喜悦的成分，喜气而稳重。整体造型传承了咸阳老校区的主题雕塑“生机”的形态和内涵元素；圆形图案源于西安新校区的典型视觉元素——图书馆，体现了高校“知识传承”的属性。整体围合而成的两个圆形，寓意学校“两次搬迁”的历史，以及对“西迁精神”的铭记[9]。陕西科技大学校庆标志见图 1。

图 1　陕西科技大学校庆标志
Fig.1 The logo of Shaanxi University of Science and Technology

设计与艺术学院“甲子校庆·设艺而立”，设——设计，改变世界；艺——艺术，创造生活；而——而今，从头跨越；立——立本，面向未来。院庆标志设计整体取“艺”字的变形，如起跳的人形，象征设艺学院的腾飞，采用紫色、蓝色、绿色色系体现设艺人丰富活跃的艺术思维。设计与艺术学院院庆标志见图 2。

图 2　设计与艺术学院院庆标志
Fig.2 The logo of College of Art and Design

3.2　应用设计系统

应用设计，是基础设计的外化展示载体，对宣传高校形象具有重要意义。视觉形象系统依赖于多维空间形式的传播，例如纪念品开发、招贴海报、学校画册等的宣传介绍，以及多种媒体渠道的发布、推广等[10]。

校庆之际，陕西科技大学设计出版了校庆主题相关宣传画册，见图 3。画册整体色调采用喜庆热情的红色与代表轻工科技的蓝色。通过介绍学校的发展历程、办学成果、师资力量和校园环境等，向人们全面展现了陕西科技大学 60 载奋斗不息、砥砺前行的精神。此外，校园内的每个路灯上都悬挂了 60 周年校庆的宣传条幅，以及校庆主题招贴，见图 4。采用了鲜艳的红色主调，格外吸人眼球，营造出校庆的大学氛围。在校庆期间，学校也为每位师生和校友配发了精心设计制作的校庆主题徽章，兼具装饰美感与纪念意义，见图 5。

在陕西科技大学 60 周年文艺晚会上，创意编排的精彩节目、大气的舞台效果、大屏幕的完美配合，以及对“西迁精神”、“三创两迁”、“甲子校庆”和“双一流”建设等关键词的自然融入与展现，为全校师生、各地校友及各界来宾奉上了一台文化内涵厚重、大学情感浓烈的视听艺术盛宴。原创短剧《那一天》将晚会推向高潮，在短剧所呈现的灾难中，学校在唐山实习的 78 名师生中 41 人遇难，也涌现出艾力更·依明巴海等同学不畏艰难，冲锋在前的先进典型。当主持人请上当年幸存的校友代表接受鲜花和祝福时，全场观众爆发出经久不息的掌声，这正是对“西迁精神”最好的诠释。校庆晚会舞台效果见图 6。

图 3 校庆宣传画册
Fig.3 School brochure for the celebration

图 4 校庆部分招贴图
Fig.4 Some posters for school celebrations

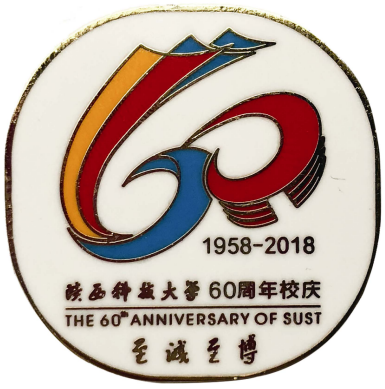

图 5 校庆徽章
Fig.5 Badge of School celebration

在“互联网+”的大语境下，借助新媒体力量，传播、跟进校庆动态也是有效策略[11]。在陕西科技大学的校庆筹备期间，本校电视台“音像陕科大”特开办“视说”系列，通过微信推送校庆发展史，以学校发展中的各个重要节点和重大活动为背景，全面介绍学校的发展历程，充分展现学校的实力。校庆之际，本校官微推出十余款专属头像框，全校师生可按照自己的喜好进行操作，制作专属的校庆头像。此举充分发挥了微信传播媒介的作用，也让更多人了解本校。设计与艺术学院的官方微信也创意推出“甲子校庆·设艺而立·寸草心”系列公众号内容，邀请不同专业、不同年级的校友（陆风、张建民、高门中、刘专琦、石亮、贾洪坡、李姝洁、李创奇、张华平等），借助图片、文字、视频等多种方式回忆青春，引起强烈的反响和师生们的高度关注。同时，《陕西日报》也以“三创两迁一甲子，科教报国六十年”为主题，报道了本校 60 年华诞的通讯，让校庆讯息在社会各界及各个年龄阶段的人群中都得到推广。

图 6 校庆晚会舞台
Fig.6 The stage of celebration party

以《时光如歌筑梦科大》为题的校庆宣传片，分别从“起步，从这里开始”、“奇迹，从这里产生”、“梦想，从这里点燃”、“希望、从这里放飞”等 4 个方面，介绍了陕西科技大学办学 60 年的西迁发展历程和西部辉煌逐梦。除了在本校的官方微信进行推送，同时还在爱奇艺、bilibili 等视频网站进行播放。设计与艺术学院也推出 2018 版宣传片，独具创意，风格鲜明。该宣传片一经推出，引起强烈的反响和师生们的高度关注。

VI 设计通过对基础系统进行运用和对应用设计

进行拓展，将高校的文化精神和办学理念准确形象地表达了出来，并且充分地塑造了高校形象，推广了高校理念。

4　结语

西迁高校校庆本身所特有的“西迁精神”是学校的灵魂和血脉，是在特定的历史时期所赋予和孕育而来的胸怀大局、无私奉献，弘扬传统、艰苦创业的大无畏精神。高校作为精神的载体，在校庆中充分利用 VI 设计塑造高校形象，传播文化精神，并且通过合理运用地域优势，以传统文化为基础，发展西部经济，助力西部设计，使西迁高校迎来崭新的发展机遇。

参考文献：

[1] 王少然. 华航“西迁精神”是西工大的宝贵财富——纪念华航西迁 50 周年[J]. 西北工业大学学报(社会科学版), 2008(3): 4—9.
WANG Shao-ran. The "Spirit of Westward Migration" of China Airlines is a Valuable Asset of West China University of Technology: Commemorating the 50th Anniversary of China Airlines' Westward Migration[J]. Journal of Northwest China University of Technology (Social Science Edition), 2008(3): 4—9.

[2] 张迈曾. 做新时代西迁精神的新传人[J]. 西部大开发, 2018(1): 172—173.
ZHANG Mai-zeng. He is a New Descendant of the Spirit of Westward Migration in the New Era[J]. Western Development, 2018(1): 172—173.

[3] 卢黎歌, 吴凯丽, 隋牧蓉. 试论中国精神谱系中的“西迁精神”及其教育价值[J]. 思想教育研究, 2018(3): 132—135.
LU Li-ge, WU Kai-li, SUI Mu-rong. On the "Westward Migration Spirit" and Its Education Value in Chinese Spiritual Lineage[J]. Research on Education, 2018(3): 132—135.

[4] 乔婷. 高校大型活动的传播实践分析——以西安交通大学“双甲子校庆”为例[J]. 今传媒, 2017, 25(1): 56—59.
QIAO Ting. A Practical Analysis of the Communication of Large-Scale Activities in Universities: a Case Study of Xi'an Jiaotong University's "Double Jiazi Celebration"[J]. Today's Media, 2017, 25(1): 56—59.

[5] 王太利. 信息时代下 VI 设计的新变化[J]. 包装工程, 2010, 31(24): 120—123.
WANG Tai-li. New Changes in VI Design in the Information Age[J]. Packaging Engineering, 2010, 31(24): 120—123.

[6] 许子曰. VI 视觉标识系统设计在高校中的应用——以南京工业职业技术学院校庆为例[J].南京工业职业技术学院学报, 2015, 15(2): 88—90.
XU Zi-yue. Application of VI Visual Identity System Design in Universities: a Case Study of Nanjing Institute of Technology[J]. Journal of Nanjing Institute of Technology, 2015, 15(2): 88—90.

[7] 陈洁. 论 VI 设计在高校形象塑造中的应用——以南通大学百年校庆 VI 设计教学实践为例[J]. 大众文艺, 2012(4): 277—278.
CHEN Jie. On the Application of VI Design in Image Building of Colleges and Universities: a Case Study of VI Design Teaching Practice in Centennial Celebration of Nantong University[J]. Popular Literature and Art, 2012(4): 277—278.

[8] 李雨桐. 整合与跨界——鲁美 70 周年校庆视觉形象设计作品传播效果的比较分析[J]. 美苑, 2009(1): 59—61.
LI Yu-tong. Comparative Analysis on the Communication Effect of Integrated and Cross: Boundary Visual Image Design Works for the 70th Anniversary of Lumei's School[J]. Meiyuan, 2009(1): 59—61.

[9] 毛峰. 传统文化元素在现代 VI 设计中的表达[J]. 包装工程, 2012, 33(20): 140—143.
MAO Feng. Expression of Traditional Cultural Elements in Modern VI Design[J]. Packaging Engineering, 2012, 33(20): 140—143.

[10] 王忆希. 试论校庆宣传片对高校形象的塑造——以福州大学 55 周年校庆宣传片为例[J].新闻传播, 2014(18): 61—63.
WANG Yi-xi. On the Shaping of the Image of the University by the Propaganda Film of the School Anniversary: Taking the 55th Anniversary of Fuzhou University as an Example[J]. News Communication, 2014(18): 61—63.

[11] 米高峰, 赵鹏. 腾讯互动娱乐的 IP 跨媒介出版策略研究[J]. 出版广角, 2017(15): 57—59.
MI Gao-feng, ZHAO Peng. Research on IP Cross Media Publishing Strategy of Tencent Interactive Entertainment[J]. Publishing Wide Angle, 2017(15): 57—59.