

基于叙事性的趣味产品设计探究

耿天宇, 芮雪婷, 江牧
(苏州大学, 苏州 215123)

摘要: **目的** 通过对叙事性设计的研究, 探讨表达产品趣味的方法。**方法** 对叙事性设计的相关概念与一般步骤进行梳理与归纳, 通过列举案例, 对叙事性设计表达的趣味进行例证, 最后, 将叙事性设计的步骤与趣味相结合, 总结出利用叙事性设计表达产品趣味的方法, 并以设计实践进行探索。**结论** 叙事性设计可以通过叙述明确或者非明确的趣味主题, 在本能层次、行为层次、反思层次, 3个层次的叙事方式中, 选用易于表达趣味的叙述方式, 以及运用非线性情节结构来表达产品的趣味。

关键词: 叙事性设计; 产品设计; 趣味

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)12-0168-07

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.12.030

Narrative Design Method in Interesting Products

GENG Tian-yu, RUI Xue-ting, JIANG Mu
(Soochow University, Suzhou 215123, China)

ABSTRACT: The work aims to explore the ways to express the interest of products through the study of narrative design. The related concepts and general steps of narrative design were sorted out and summarized. The interest expressed in narrative design was exemplified by enumerating cases. Finally, the steps and interests of narrative design were combined to summarize the design methods of expressing product interest by narrative design and such methods were explored based on design practice. Narrative design could express the interest of products by narrating clear or unclear interesting themes, choosing the narrative way which was easy to express interest in the three levels of narrative methods: instinctive level, behavioral level, reflective level and applying non-linear plot structure.

KEY WORDS: narrative design; product design; interest

墨子曰:“衣必常暖,而后求丽。居必长安,而后求乐。”当下物质世界的丰富,使得人们逐渐对千篇一律的功能设计感到审美疲劳,随着生活节奏的加快,人们的压力也越来越大。精神的紧绷使人们渴望通过产品来寻求更多的乐趣。将叙事性设计运用到产品中。利用叙事来表达产品的趣味,便是赋予产品以灵魂,使得人们能够通过产品产生精神上的愉悦。这既拉近产品本身与人的距离,又使得产品在单纯的物质属性上增加了情感的温度。这对当下的社会生活而言,具有“实用”意义。

1 叙事与叙事性设计

“叙事”一词,由“叙”加“事”组成。从字面上理解,“叙”即叙述,“事”指事件,“叙事”连起来,意为叙述事情,即“通过语言或者其他媒介来再现在特定时间和空间里的事件”。

作为叙事性设计的理论源泉,“叙事学”一词最早在1969年被提出,法国学者茨维坦·托多洛夫在其发表的《<十日谈>语法》一书中首次提出:“这部著作属于一门尚未存在的科学,我们暂且将这门科学

收稿日期: 2019-01-09

基金项目: 2018年度江苏省研究生科研与实践创新计划项目(KYCX182483)

作者简介: 耿天宇(1993—),男,江苏人,苏州大学硕士生,主攻工业产品设计。

通信作者: 江牧(1971—),男,江西人,博士,苏州大学教授,主要研究方向为可持续设计、人类设计与安全、设计历史与理论。

取名为‘叙事学’，即关于叙事作品的科学。”随着叙事理论的发展，叙事学理论涌向了各个领域。20 世纪 90 年代，叙事理论逐步被引入到产品设计中。在叙事学影响下，诞生了叙事性设计理论。叙事性设计（Narrative Design）也称叙述性设计，是指将叙事学的相关方法应用到设计中，使得设计除了实现基础功能外，还能够表达某些内涵。总的目的是通过设计来交流，唤起受众内心的感受、记忆和联想。

2 叙事性设计的一般步骤

利用叙事性设计来表达产品趣味，应先对叙事性设计的方法有所了解。在产品的叙事性设计中，一般可以将叙事性设计分成 3 步，即设定叙事主题、确定表述层次、设置情节。其中，叙述主题是首要步骤，确定表述层次与情节设置则相辅相成，3 个步骤共同构成了叙事性设计的步骤框架。

2.1 设定叙事主题

任何产品都具有“与生俱来”的叙事性，无论是 有意识地传达鲜明的主题内涵，展示个性化的风格，还是利用无意识来表达产品的使用方式，都是产品叙事。叙事性设计涉及到叙事交流，叙事交流的核心是“事”的传达。因此，在叙事性设计中，首要的步骤便是确立所要传达的“事的内容”，即确立叙述主题，在设计中可将叙述主题分为主题文本、叙述文本两个层次（见图 1）。主题文本处于底层，由于叙述文本将直接面对使用者，因而叙述文本位于主题文本之上。主题文本是设计师最先确定的文本，可以是脑中构想的，也可以是以文字的形式书写下来的。叙述文本是设计师对于主题文本的转换，例如利用造型蕴含的寓意、颜色代表的情感内涵、材质肌理给人的感受来对主题文本进行替换。

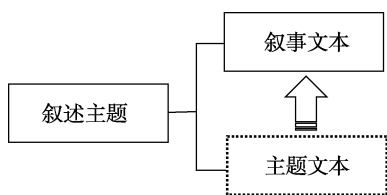


图 1 叙述主题
Fig.1 Narrative theme

2.2 确定表述层次

在确立了叙述主题与情节后，就必须考虑表述层次。根据叙事学对于故事与话语两个层次的划分，在叙事性设计中叙述主题属于故事层，表述方式则属于话语层，表述方式思索的是如何表达叙述主题。对于丰富的表述方式，有的研究者将其总结、归纳为四类：形象的解说、内涵的关联、使用行为的体验、经验认

知的推理体验。诺曼在《情感化设计》中，将情感设计分为 3 个层次，本能层、行为层、反思层（见图 2）。他把对设计层次的划分，运用到叙事性设计中。从另一角度看，这四类恰巧可以被概括为 3 种表述方式，即本能表述、行为表述、反思表述。本能表述指代利用产品形态或者明喻的方式使得使用者本能地、第一反应地理解到叙述主题。行为表述是指通过使用者参与到产品的操作行为而体会到叙述主题。反思表述是指对于设计需要经过一定的思考、反思进而理解产品主题的表述方式。因此，设计师可以针对不同的受众，不同的主题，来采用不同的表述方式。

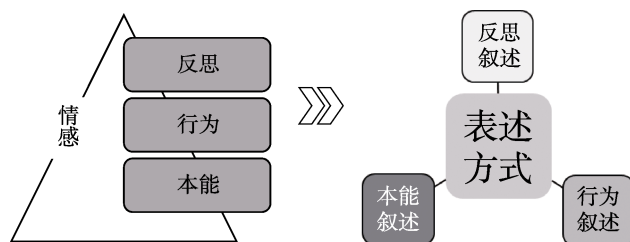


图 2 表述层次
Fig.2 Presentation level

2.3 设置情节

在叙事学中，情节构成了故事的基本框架，同样，在叙事性设计中，情节也构成了产品所叙事件的框架。因此，叙事性设计往往会为产品设置一定的情节来作为整体叙事的框架。叙事性设计的情节一般可分为线性情节与非线性情节两类，情节组成见图 3。线性情节是指产品所表述的事件是按照线性发展的，又可分为单线情节、多线情节等。

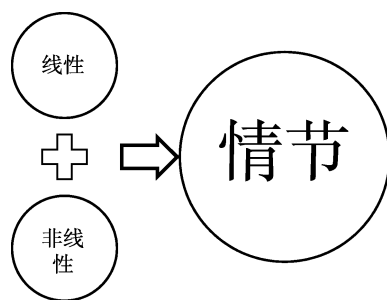


图 3 情节组成
Fig.3 Composition of plot

非线性情节指情节在设置上，有一定的转折与变化，可分为转折性情节与开放性情节。转折情节是指情节在设置上有出乎意料的设计，普遍运用在影视作品中，目的都是通过转折，增强观者或者使用者的感受，从而达到主题升华。开放性情节则一般用于主题较为丰富的设计中，对于主题可以有较多的解读，给使用者留下开放性的空间，使得不同的使用者根据自身情况，产生不同的看法。

3 叙事性设计表达产品趣味的路径

在对叙事性设计步骤归纳的基础上,可将叙事性设计的3个步骤分别与趣味相结合,分别利用叙事主题来表达产品趣味,利用叙述方式来表达产品趣味,以及利用情节来表达产品趣味。

3.1 趣味的叙事主题

叙事主题从所叙事的内容上来分,一般可以分为两类:明确指向性主题、非明确指向性主题。明确指向性主题指的是所表达的主题有明确所指,非明确指向性主题则指所表达的主题意义宽泛,通常有所指,却又相对的模糊。而产品的趣味性叙事主题便也可以运用这两类,即明确趣味性主题与非明确趣味性主题。主题组成见图4。运用明确趣味性主题可以表述一些趣味性的故事,例如生活中的趣事、童话故事、热点事件等;非明确趣味性主题可以表述一些趣味的的生活内涵、趣味怀想、趣味感受等,例如对快乐时光的怀念、对一些事物的看法等。明确趣味性主题要求设计师要选择一些耳熟能详的故事,要对时事热点有所关注,通常还需要对选取的故事进行提炼,例如想将一个趣味的童话故事作为叙述主题时,便需要将故事主线进行选择,或者对一些特定的情节、场景进行截取等。非明确趣味性主题的选取则依赖于设计师对于使用者共性的了解或者对于生活的观察,需要设计师对于使用者的共性与生活的共同感受进行总结、概括。总之,无论是明确趣味性主题还是非明确趣味性主题,都是趣味的,同时,也必须是简洁的,这样才有利于产品的叙事文本向主题文本转换。

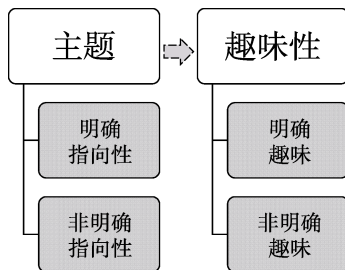


图4 主题组成
Fig.4 Theme composition

3.2 产品趣味的叙述方式

3.2.1 产品本能叙述的趣味性

产品本能叙述的趣味性主要依托于产品的基本形态来表达。在产品的本能叙述中,对叙述的内容进行视觉化呈现,可以采用直接表现或者抽象表现的方法转译。例如,可以将材质的肌理、触感、色彩等基本元作为叙述的素材,用色彩表现故事内的人物情感、以肌理来表现场景、用光色来渲染氛围,借助具象或者抽象的造型来表现故事内的角色等。无论是几

何造型还是有机造型、亦或是卡通形象,都可以单纯地从造型来体现趣味性,而本能叙述的趣味性则需要在此基础上进一步设计。一般而言,简单的趣味形态往往是符号学或者语义学作用于设计的结果,这并不构成叙事,因为叙事需要涉及两个不同的事件。在产品设计中,对于所叙故事的时间变化,往往也无法直接从单个产品造型本身体现。单个的造型描摹较难构成情节,也很难表现时间变化,因此,产品在造型设计上至少需要两个及以上的形态,或者所设计的产品可以通过一定的功能实现至少两个及以上的形态变换,以此来构成事件以及表达时间。自杀闹钟见图5。这是一款会“自杀”的钟,这个时钟非常巧妙地将木头直接作为时钟表盘,并在时钟上设置了一把锯子,当有人来的时候,锯子并不会动,在没人的时候,锯子便开始“伐木”。设计用时钟与伐木两个事件,来表达时间会偷偷溜走的趣味主题,这样的设计让人有所感悟,也极具趣味。



图5 “自杀闹钟”
Fig.5 "Time Killer"

3.2.2 产品行为叙述的趣味性

产品的行为叙述是由产品与使用者行为两个部分组成。两者之间存在着“行为—反应”的关系链,即设计师根据叙述主题,在情节设置中为使用者设定角色,并为该角色设计相应的行为动作。而此行为直接或者间接地控制着产品,在互动中,理解产品的叙事。而要体现产品行为叙述的趣味性,同样要依托“行为—反应”的关系链,即产品趣味的控制行为,与使用时产生趣味的反应结果。一般来说,产品趣味的控

制行为指的是使用者在操作中感受到的趣味。例如一些积木玩具，趣味积木见图 6，使用者在搭建过程中获得乐趣，同时在乐趣中领会到叙事主题。趣味的操作行为要求设计师对于设计有所思考，依据叙述主

题，赋予操作方式以内涵。产品趣味的反应结果是指在使用者因其行为动作结果而获得的趣味，例如特定操作后，使得产品呈现出趣味的光色变化，发出趣味性的声音等。

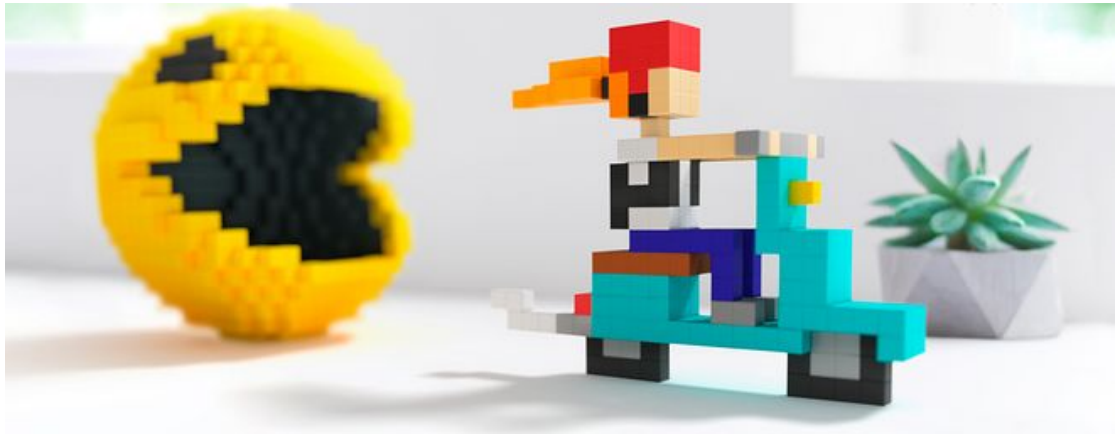


图 6 趣味积木
Fig.6 Interesting building blocks

无论是趣味的行为过程，还是趣味的行为结果，都是由叙述主题支撑的。产品行为叙事的趣味性要求设计师设计的行为，既能使得使用者在参与中获得乐趣，又能够在结果中理解叙述主题。

3.2.3 产品反思叙述的趣味性

在产品设计中，产品的反思叙述是指运用设计使得产品勾起人们的反思、联想。勾起的反思与联想的过程与结果既是趣味性的，又是让人有所感悟的。反思叙述与趣味相结合，其设计遵从设谜-解谜的趣味模式。设计师将产品的叙事主题作为谜底，通过一定的情节设置，然后，以产品为载体，构成“谜”，最终由使用者来揭开“谜底”，解谜的过程富含趣味，而解开的谜底便是设计师需要传达的主题。因此，产品的反思叙述的趣味性便基于“谜”的设置，在设计中通常会依托于产品蕴含的丰富的含义，采用一些暗

喻、文化符号、内涵的关联等方法，对叙述主题进行一定的“伪装”，并留下相应的线索，通过使用者的思考、联想，逐步抽丝剥茧，理解主题。基于这种特性，产品反思叙述的趣味性要求设计师对生活有敏锐的洞察力，对使用者有足够的了解，以及设计师自身拥有乐观积极的生活态度。

例如提示路锥设计，“小心地滑”见图 7。其整体造型是一个剥开皮的香蕉，香蕉皮上面写着“CAUTION!”。行人看到香蕉皮造型的提示路锥时，可能会对非常规的造型感到有趣，但脑中却进一步联想到香蕉皮滑滑的内面，或者被香蕉皮滑倒的经历，甚至是影视动漫中人物被香蕉皮滑倒的滑稽片段，此时，便会瞬间理解产品的深层含义，警示的黄色、大写的“CAUTION!”与香蕉皮给人的联想结合起来，“小心地滑”的提示便以趣味的形式表达了出来。



图 7 “小心地滑”
Fig.7 "CAUTION! Wet Floor"

3.3 产品趣味的情节设计

产品趣味性的情节设计指的是设计师设置的情节结构富含趣味性。情节依照结构分为线性情节与非线性情节,因此,产品趣味性的情节也分为线性的趣味情节与非线性的趣味情节两类。线性的趣味情节大多可以采用多线性情节结构来体现趣味性。非线性的趣味情节则可以通过一些情节的转折、反转或者其他特殊的情节结构来体现趣味性。

多线性情节结构可以通过明线、暗线或者多种线性混合,使得情节起起落落,最后根据主题串联成同一步骤,使用者在多线的情节变化中感受到乐趣,并理解主题。在小说中,多线性情节结构,能够使得故事更具娱乐性,在设计中同样如此,一个名为“15分钟”的夜灯,见图8,灯具顶部的沙子会逐渐遮盖灯珠,以光线变化作为明线,将隐含的明与暗的内涵变化过程作为暗线,明线暗线双线结合,既表达了珍惜时光的哲理,又给人以乐趣。

在影视中,常常会有这样的情节:故事前半段情节平淡,结果却出人意料。利用情节的突然反转,为影视作品营造惊喜的趣味效果。在产品设计中,也同样如此,转折或者反转的情节结构,可以利用使用者的惯性思维作为铺垫,最后以出乎意料的结果产生趣味。例如恐龙雪糕见图9,恐龙雪糕的包装盒底部设计了恐龙的化石图案,当儿童刚开始食用时,会以为它是普通的冰淇淋。当儿童吃到底部时,化石的图案



图8 “15分钟”
Fig.8 "15 Minutes"

显现出来,给儿童带来惊喜的效果,这是以突然的情节转折来产生趣味。

除了利用多线性与转折的情节结构来制造趣味,一些特殊的情节结构也可以用来制造丰富的趣味。例如环状的情节,运用在设计中便可以在结构上形成一个封闭的圆,产生周而复始、循环不止的趣味感受。如咖啡杯设计见图10,设计师以“永远都是满的”这一理念作为设计主题,将咖啡杯底部设计成咖啡的图案,当顾客将咖啡喝完后,倒扣过杯子,杯子又变成满满一杯的状态。杯子经历了循环的从无到满的过程,富有乐趣。总之,无论是何种情节结构,只要能够灵活的运用,便可以使得产品的内涵更加丰富,让使用者感到轻松愉悦。



图9 恐龙雪糕
Fig.9 Dinosaur ice cream



图10 “永远是满的”
Fig.10 "Always a Full Cup of Coffee"

4 基于叙事性设计的趣味产品设计实践

将趣味融入到叙事性设计中，使叙事性设计为产品的趣味服务，运用上文探讨的方法，将趣味与叙事相结合，设计一款时钟夜灯，时钟夜灯的最终效果见图 11。夜灯将时间与痕迹作为设计的叙事主题，通过夜灯向使用者传达“时间不会白白流逝，它总会留下痕迹”的主题。

将故事文本进行转化，利用由内而外扩散的树的年轮、时钟的刻度，这两者与时间意向上的关联来表达时光，用光线产生的阴影来表示痕迹，文本转换见图 12。

产品整体上采用本能层次的叙述的方式，用较为直观的变化来表达主题，因此，设计方案在刻有年轮的遮光板顶端设置上下错开的接口。趣味时钟见图 13。当遮光板沿着中心转动，凹进去的一面随之转动，逐渐从图中的缺口进入灯板下面，凸出来的一边则随着转动轨迹向下移动。折进灯板底下的遮光板由于灯光从后向前照射，使年轮像被阴影照射般，在灯板表面产生阴影。当开关打开后，使用者会看到年轮的痕迹逐渐消失，又逐渐变成有着一圈圈阴影的夜灯，阴影的多少又指示着实际的时间，夜灯与时钟便以这样一种有趣的方式表达出来。在本能叙述的同时，又从本能层次上表现出趣味性。

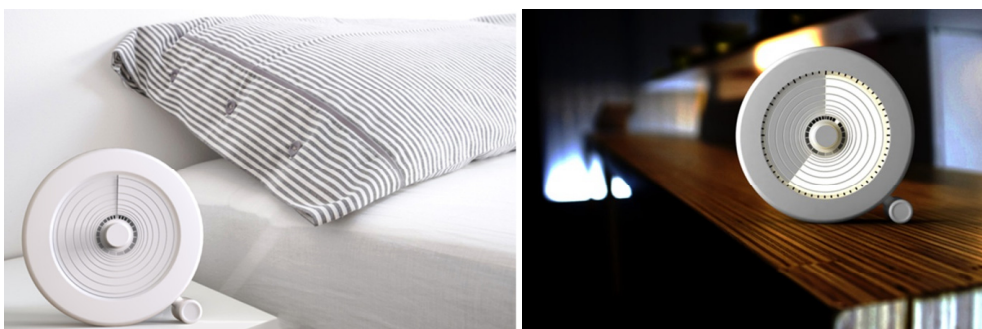


图 11 时钟夜灯的最终效果
Fig.11 Final effect of clock night light

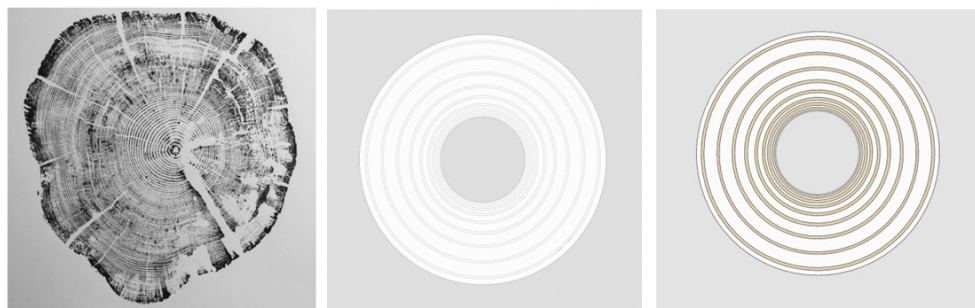


图 12 文本转换
Fig.12 Text conversion

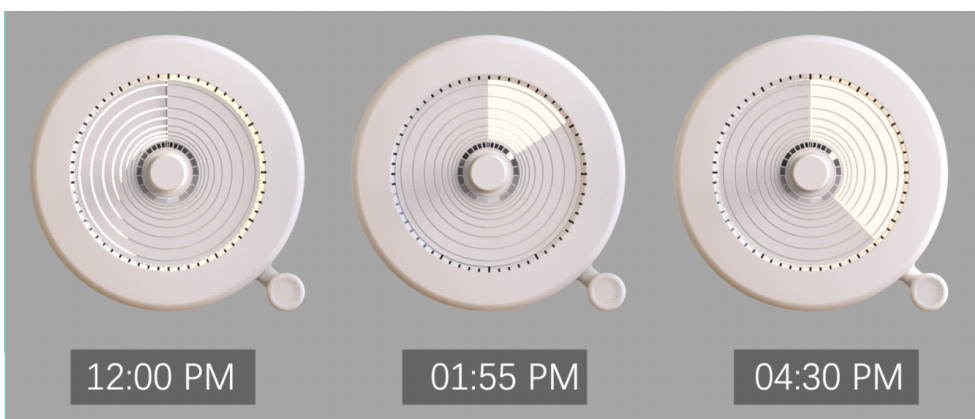


图 13 趣味时钟
Fig.13 An interesting clock

5 结语

通俗来讲,叙事性设计作为一种利用产品讲故事的设计方法,通过给产品增加“故事性”来丰富产品的内涵。而趣味作为一种需求,能够拉近产品与使用者的情感距离,使得产品更加受到青睐。将叙事性设计与趣味相结合后,让设计的叙事性为趣味服务,这便使得产品在拥有丰富内涵的同时,也具有了较强的趣味性。这无论是对减轻当下人们的生活压力、缓解人们心理疲劳而言,还是对提高人们的生活品质、提升产品设计的市场竞争力而言,都有相当大的积极意义。此外,对如何利用叙事性设计增进产品的趣味进行探讨,一方面,为产品趣味设计提供了新的思路。另一方面,也丰富了叙事理论在设计领域的研究,为叙事学理论在产品设计中的应用提供了新的思考方向。

参考文献:

- [1] 魏佳,吴诗中.唤醒博物馆展陈艺术的新形式——叙事性设计[J].工业设计,2017(1):76—79.
WEI Jia, WU Shi-zhong. Narrative Design, Rewakeneda New form of Museum Exhibition Art. Industrial Design, 2017(1): 76—79.
- [2] 薛菲.浅议叙事性设计作品及应用[J].艺术教育,2015(5):114.
XUE Fei. On Narrative Design Works and Their Applications[J]. Art Education, 2015(5): 114.
- [3] 郑皓华,齐瑞文.基于叙事性设计的办公产品情趣化设计研究[J].包装工程,2014,35(20):118—121.
ZHENG Hao-hua, QI Rui-wen. Research on Interesting Design of Office Products Based on Narrative Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(20): 118—121.
- [4] 张学东.设计叙事:从自发、自觉到自主[J].江西社会科学,2013,33(2):232—235.
ZHANG Xue-dong. Design Narrative: from Spontaneity to Self-consciousness[J]. Jiangxi Social Science, 2013, 33(2): 232—235.
- [5] 张蓉,陈满儒,高黎.基于产品造型语意的产品趣味设计初探[J].艺术与设计(理论),2012,2(Z1):130—131.
ZHANG Rong, CHEN Man-ru, GAO Li. Preliminary Study on Product Interesting Design Based on Product Modeling Semantics[J]. Art and design(Theory), 2012, 2(Z1): 130—131.
- [6] 卢健攀,张宇红.基于用户情境体验的叙事性设计方法研究[J].艺术与设计(理论),2011,2(10):117—119.
LU Jian-pan, ZHANG Yu-hong. Research on Narrative Design Method Based on User Situational Experience[J]. Art and Design(Theory), 2011, 2(10): 117—119.
- [7] 江牧.工业产品设计安全原则[M].北京:中国建筑工业出版社,2008.
JIANG Mu. Safety Principles of Industrial Product Design[M]. Beijing: China Construction Industry Press, 2008.
- [8] 唐纳德·A·诺曼.设计心理学:情感化设计[M].北京:中信出版社,2015.
NORMAN D A. Design Psychology: Emotional Design[M]. Beijing: CITIC Press, 2015.
- [9] 胡亚敏.叙事学(第2版)[M].武汉:华中师范大学出版社,2004.
HU Ya-min. Narratology(2nd Edition)[M]. Wuhan: Central China Normal University Press, 2004.
- [10] 申丹,王丽亚.西方叙事学:经典与后经典[M].北京:北京大学出版社,2010.
SHEN Dan, WANG Li-ya. Western Narratology: Classics and Post-Classics[M]. Beijing: Peking University Press, 2010.
- [11] 李一城,吴文佳,江牧.全适性设计中的通感与联觉[J].包装工程,2018,39(6):29—33.
LI Yi-cheng, WU Wen-jia, JIANG Mu. Synaesthesia and Synaesthesia in Full Fitness Design[J]. Packaging Engineering, 2018, 39(6): 29—33.
- [12] 张凯,林鸿.通感中感觉挪移在产品设计中的应用[J].包装工程,2018,39(6):20—23.
ZHANG Kai, LIN Hong. Application of Sensory Shift in Product Design[J]. Packaging Engineering, 2018, 39(6): 20—23.