

认知叙事视域下乡村文创产品创新策略研究

李文嘉, 高瑶瑶, 张再瑜

(上海理工大学, 上海 200093)

摘要: **目的** 乡村文创产品正进入品牌化、体验化的新文创时代, 需要充分关注乡村文创产品的审美体验、意义体验和情感体验与社会价值, 亟需运用整合思维进行知识转换与开发文创赋能的新角度与新思路。**方法** 借助认知叙事学视角探讨乡村文创产品的叙事属性与认知机制, 从叙事话语层、叙事视觉层与叙事意象层3个方面系统地分析了乡村文创产品设计中叙事话语层次, 重点阐述了乡村文创产品语境全聚焦叙事、语象内聚焦叙事、语义外聚焦叙事方法。**结论** 从序列结构、触发点、叙事场等角度提出乡村文创产品的设计叙事创新策略, 为乡村文创产品的内涵式发展提供了叙事解释框架与实践路径。

关键词: 乡村; 叙事; 文创产品; 设计创新

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2021)20-0381-08

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.20.047

Innovation Strategy of Rural Cultural and Creative Products from the Perspective of Cognitive Narrative

LI Wen-jia, GAO Yao-yao, ZHANG Zai-yu

(University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai 200093, China)

ABSTRACT: Rural cultural and creative products are entering a new era of branding and experience-based cultural innovation. It is necessary to pay full attention to the aesthetic experience, meaning experience, emotional experience and social value of rural cultural and creative products, and it is urgent to use integrated thinking for knowledge conversion and cultural and creative empowerment new perspectives and ideas. This work uses the perspective of cognitive narratology to explore the narrative attributes and cognitive mechanisms of rural cultural and creative products, and analyzes the narrative discourse level in the design of rural cultural and creative products from three aspects: narrative discourse layer, narrative visual layer and narrative image layer. It also focuses on the narrative methods of rural cultural and creative products with full focus on narrative, narrative within the language, and narrative outside of semantics. Finally, from the perspective of sequence structure, trigger point and narrative field, it puts forward the design narrative strategy of rural cultural and creative products, which provides narrative interpretation framework and practical path for the connotative development of rural cultural and creative products.

KEY WORDS: rural; narrative; cultural and creative product; design innovation

伴随着全球化、工业化、城市化等社会变迁中的“文化堕距”(Culture Lag)^[1], 乡村文创发展出现了“强植”与“膨化”等文化冲击与秩序重组, 呈现出弱质化与同质化并存的困境。党的十九大“乡村振兴战略”带来了乡村文化自信的转变与社会的现代化转型的重大机遇。2021年中央一号文件发布, 提出将

“三农”问题作为中华民族伟大复兴的重大任务, 逐步形成梯次推进农业现代化的格局, 乡村文创产品正进入品牌化、体验化的新文创时代。伴随着乡村文化单向度与均质化的调整, 乡村文创产业目标与文化目标的互相赋能, 乡村文创产品正在由单纯的“物质”向“精神”转向、“有形”与“无形”融合、“生产”

收稿日期: 2021-05-09

基金项目: 教育部人文社会科学基金“乡村振兴战略驱动下的文化创意产品‘设计扶贫’方法与策略研究”(19YJC760046)

作者简介: 李文嘉(1982—), 女, 山东人, 博士, 上海理工大学副教授, 主要研究方向为地域特色文化与设计创新。

向“生活”转型。乡村文创产品作为乡村文化重要的输出形式,是中国集体大众怀想的“乡愁”与传统造物生态链中无形的文化财富,是乡村文化活化的重要工具,对于改变传统意义的文化刻板化与碎片化、乡村文化产业发展提质增效、构建乡村文创产业融合发展生态圈以及乡村文化与旅游的多维度与深度融合具有重要意义,需要进行新时期的严肃学术反思与探索。

1 乡村文创产品类型与文创产业结构

联合国教科文组织将文创产品定义为传播思想、符号和生活方式的消费品。文创产品对形成群体认同、传递情感、激发受众心智体验并影响文化行为方面扮演着重要的角色,伴随着人类精神审美和情感内涵的释放,文创产品逐渐向着多层级、细分化的产品群发展^[2]。从传统农耕时代起,乡村每一件物品的产生都有其独特的情感叙事与生存媒介,链接着个体与村落、族群、社会间的关系与记忆。当代乡村文创产品并不局限于非遗手工艺品,同时包括乡村旅游纪念产品、农产品、土特产品、文化衍生品等不同类型,深入衣食住行各领域,体现乡村地方性知识特征的拟合性。与功能性产品所不同的是,乡村文创产品在一定程度上代表了乡村社会状况与文化价值等隐性知识的道德秩序,呈现出乡村生产、生活、发展过程中产品的文化积淀与精神财富资源等潜在的叙述性特征;在价值观回归的语境下,代表的是新的乡村文化生产方式与文化载体转型,在与产业结合发展的过程中呈现出新兴文化态势。

根据乡村聚落类型下地理区位与产业集聚的区别,不同的乡村聚落呈现出差异化的乡村文创主题类型与特征。乡村聚落类型与文创产品分类见表 1。旅游聚落型乡村主要聚焦旅游纪念品,乡村文创产品呈现地域传统性特征;农业产业型聚落主要聚焦品牌农产品,乡村文创产品呈现地方特色性特征;非遗文化型聚落主要聚焦民间手工艺产品与装饰性工艺品,乡村文创产品呈现民艺传承性特征;除此之外乡村中还存在一定数量的综合类型聚落,除了聚焦上述 3 种文创产品类型的一种或多种复合外,通常还聚焦于乡村文化衍生产品,其文创产品突出生活生产性特征。总体而言,乡村文创产品以非遗文化、特色农业等非遗与产业资源为主题,充分延伸“农文旅”的产业链,

体现出农业、文化、旅游产业间的聚合效应与融合发展。根据乡村细分市场的需求情况与乡村文创产业的发展阶段,乡村文创产品从核心产品、延伸产品、附加产品等不同层次进行扩展,通过不同圈层的产品驱动与产业驱动形成了乡村文化创意的共生环节,共同提升了乡村文创产业新型业态孵化速度。

2 乡村文创产品设计中的叙事属性与认知机制

叙事不仅是一种交流活动,一种现象,更是一种方法^[3]。叙事的本质是认知、交流、传达的方式与存在状态^[4]。叙事学作为促进事件解释的认知宏观框架与产品解释机制的一部分,在设计组织和用户记忆体验的方式中起着核心作用,可以阐释所见、所感、所思与行动,是凝聚和记忆经历、文化身份的内在诉求、文化弥合与文化价值的特异性工具。叙事学(Narratology)受结构主义影响而产生,主要分为“经典”与“后经典”两个派别。在经典叙事学中,以叙事文学为主的学者注意力集中在文本内部,关注叙事作品的结构规律和各种要素之间的关联^[5]。在从“经典”向“后经典”的转向中,叙事学逐渐与新学科链接发展,向多学科交叉转变。米克·巴尔(Mike Behrens)认为叙事学是对文化的一种透视,将叙事看作一种文化理解方式,提出应该在理解行动中显示文本与阅读、主体与对象、作品与分析之间的相互关系,能够在任何文化表达以及没有特殊的媒介、模式或运用的情况下,区分出不同的叙事所在地,诸如叙事对于对象的留存以及对于观众的不同效果等^[6]。叙事心理学家萨宾(Theodore R Sarbin)提出,人类的想象、感知、思考与抉择均为依据叙事的结构完成的^[7]。中国学者谭君强发展出审美文化叙事学,对具有审美文化特性和机制的文化形态或产品进行研究,力图将叙述形式与历史、文化、审美判断和审美价值意义等多方面要素连接,将审美文化与叙事学进行结合^[8]。从 20 世纪末开始,叙事逐步延伸进入设计领域^[9]。英国学者 Andy Bardill 提出产品与服务互动中叙事设计增强兴奋感的方法^[10];赵淑华阐述了博物馆文创产品的叙事性设计方法^[11];陆邵明教授从物质结构、空间内涵与语义等统一角度阐述了建筑与景观叙事学理论^[12]。

认知是由大脑、身体与环境三者之间构成的非线性动力系统^[13]。认知叙事学是认知科学与叙事学相结合而产生的跨领域交叉整合学科,着重讨论观者如何借助认知经验进行叙事建构,侧重作为人类组织对基于时间与事件的理解、影响以及如何讲述这些经历及其达到的效果。叙事构成作为一种认知过程,体现了知觉认知与意象认知的双向叠加加工,既受到了认知内容双重性机理的制约,同时又借助视觉语言与非视觉语言的意象思维模式进行,叙事与认知之间是一种

表 1 乡村聚落类型与文创产品分类

Tab.1 Types of rural settlements and classification of cultural and creative products

乡村聚落类型	乡村文创产品主体	主要特性
旅游型乡村聚落	乡村旅游纪念品	地域传统性
农业产业型乡村聚落	农业生产型产品	地方特色性
非遗文化型乡村聚落	民间手工艺产品	民艺传承性
其他综合型乡村聚落	乡村文化衍生产品	生产生活性

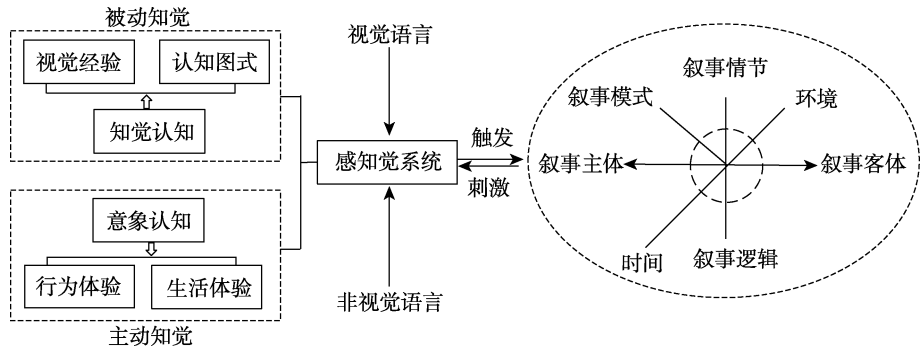


图 1 认知叙事的关系视角框架阐释

Fig.1 Interpretation of cognitive narrative from the perspective of relationship

“循环反馈”（Feedback loop）关系。戴维·赫尔曼（David Herman）的认知叙事学思想提出人通过“故事逻辑”对世界进行心理建构与理解，其中叙事为人类的组织与体验提供了重要的工具载体。从后经典叙事学视角出发，乡村文创产品的产生，其实质是叙事者（设计师或手工艺人等）向受叙者（消费者、传播者）从不同的叙事角度，从认知视角进行乡村文创产品研究，即是从观察者角度分析产品在人的大脑中形成主观知觉、认知经验、情感反应的系列集合的复杂过程。借助不同的叙事模式和认知经验，完成产品与人产生事件、情感、集体记忆等非物质特征信息交流与时空耦合，认知叙事的关系视角框架阐释见图 1。乡村文创产品作为携带特殊意义的符号，其叙事不仅是乡村文化变迁与经济发

展的折射，同时也是乡土文化融入当代生活方式的充分展现。

乡村文创产品作为乡村文化的媒介，其功能与相关属性在叙事框架中，主要由“人—事—场—时”4 个结构部分组成，由叙事者、叙事载体、叙事环境、叙事情节等共同作用与集合支撑为“叙事共同体”，受到其所处的自然环境、历史环境、社会环境等动态耦合语境系统的综合影响，形成自身的设计资源话语系统与内在结构逻辑，推动文创产品辩证发展与高效传播。乡村文创产品塑造往往是建立在文化基质真实性的基础上的，其叙事资源与物质语境与地域文化资源紧密相关，当乡村文创产品以叙事形式呈现主体本性与场域信息时，以认知叙事视角进行的乡村文创产品设计对于乡村产品的同质化倾向的改善具有一定的调和属性，往往容易避免在设计中出现与在地文化“当地感”不相符合的“文化怪胎”，有助于加强在地文化的维系与涵化。

赫尔曼的认知叙事学提出将故事作为叙事研究的起点。在建构故事世界与认知地图的概念主导下，乡村文创叙事体系包含叙事性能与事实维度的场景叙事与物性叙事，以及视角维度的文化叙事与情节叙事，并在双重性机理的作用下与乡村主体要素、资源要素与功能约束要素的影响下“共同协变”，成为获取乡村记忆、理解、解释等经验的通道，启发与唤醒

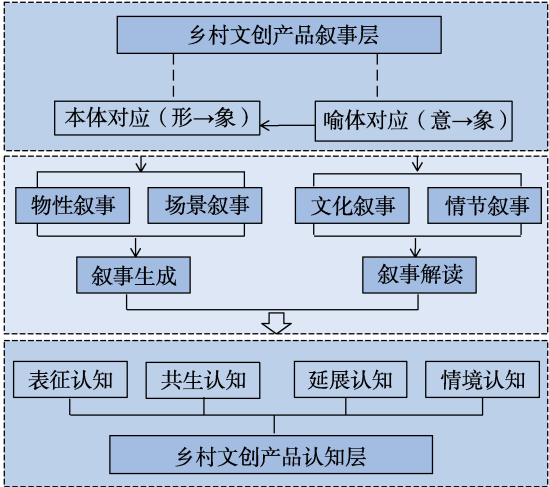


图 2 乡村文创叙事认知协同框架

Fig.2 Cognitive framework of rural cultural and creative narrative

与乡村相关联的审美、意义、情感、叙事体验。乡村文创产品叙事表达思想和激发想象力的能力使设计超越了产品对象本身的纯粹功能目的，以叙事方式重新塑造乡村文创产品体验的价值内容，凝聚乡村文化特质、构筑乡土美学、营造乡村生活情境的新动能，为设计师提供新的内在价值选择与视角。通过故事要素叙述方式来“指导”产品体验产生吸引、维持、关联为对象赋予精神意象和情感价值，对形成规约性认知与文化内驱力起到重要作用。在乡村文创产品叙事下挖掘乡村传统造物文化、乡村美学、乡村伦理、乡村生态、乡村情感与民族身份、乡村生活方式等内部环境与外部情境相关联的意义体系，当认知主体发现自己处于情感状态（内部环境）或物理环境（外部环境）时，借助记忆唤醒文化外显特征下的记忆编码与记忆存储，通过表征认知与共生认知形成乡村社会集体成员的共同记忆的意义建构，将个体编码转化为集体共享编码，并辅以延展认知与情境认知唤起产品更多的情感意义和特定集体审美经验，激发淳朴乡村田园文化的向往，形成凝聚性族源记忆与感性秩序下的乡村“新情感结构”^[14]认知协同。乡村文创叙事认知协同框架见图 2。

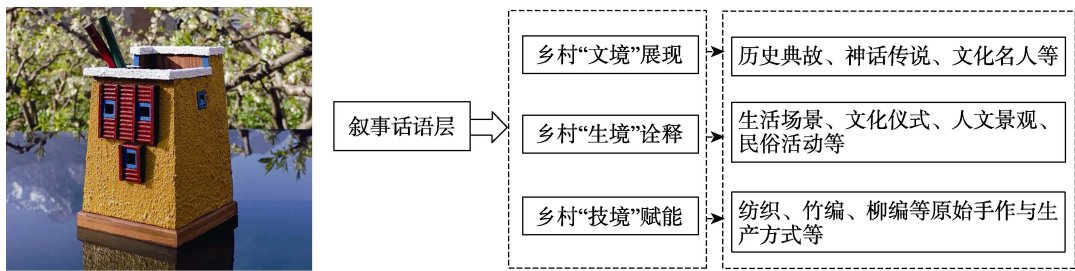


图 3 乡村文创语境传达全聚焦叙事

Fig.3 Full focus narrative in rural cultural and creative context

3 乡村文创产品的设计叙事要素与层次

乡村文创产品设计叙事主要关注如何对叙事故事进行创造、解码与使用。通过日常生活意义下以叙事形式对乡村产品朴素体验的解释，勾勒乡村“物”“人”“事”的聚合，与乡村地域主题文化充分“黏合”，通过对这种体验产生的意义关联性的重新创造引发“记忆—展示—凝视”的信息聚焦、关系索取与情感交流，借助组织过程实现文化的认知转译与使用者情感介入。根据人的认知层次与过程，从克瑞斯（Kress）和莱文（Leeuwen）提出的视觉语法理论的再现意义、构图意义与互动意义框架的 3 个层级出发^[15]，乡村文创产品设计叙事具体包含叙事话语层（文化线索）、叙事视象层（物态语言）与叙事意象层（语义传递）3 个叙事载体层次，挖掘乡村传统文化中的文化原生动力与现代价值。设计驱动下的叙事流动性修辞被用作更好地了解乡村文创用户并创造更具吸引力的文创产品生命力延续的方式，进而激活感官、认知、情感记忆和美学问题的特别关注与社会化互动。

3.1 叙事话语层：语境传达全聚焦叙事

乡村田园生活是中国文人自我精神的乌托邦与原生骨脉眷恋，为智慧情感与心力体力提供了无尽源泉与力量。乡村生活作为鲜活现实的族群生活方式，通过族群聚集演化过程中的乡村共有集体记忆呈现了历史到现代的生活轨迹。乡村存在历史文化型、农业主导型、工业主导型、休闲旅游型等不同类型，可透过历史、地理、人文、产业等来展现“自明性”民族记忆积累效应，溯源文化、生活方式形成与发展、社会背景等“主体描述”内容要素的场景还原叙事手段作为乡村文创产品设计的原则。

乡村文创产品语境全聚焦叙事的类型具体表现为：乡村“文境”展现、乡村“生境”诠释、乡村“技境”赋能。利用“文境”展现乡村历史典故、神话传说、乡村文化名人等乡村文创产品叙事主题，结合文学与风俗在考镜源流过程中深化乡村文化源流谱系“基因”，钩沉乡村文创产品的文化价值；借助“生境”复原乡村生活场景、文化仪式、人文景观、民俗活动等文创产品叙事情节，或者借助农事与饮食器具形塑农耕文明内涵与文化仪式；利用“技境”技术手

段作为文创产品故事叙事的手段，诸如乡村纺织、竹编、柳编等原始手作与非遗生活方式适配的生产实践类型叙事语言。通过“文境”“生境”“技境”建立乡村文创产品“文化追忆”设计叙事场域，占领用户心智形成认知积累，增强语境叙事的粘合度并激发叙事回应的潜力。在语境叙事下将乡村文创产品构筑为乡村叙事媒介，例如康巴藏族笔筒，乡村文创语境传达全聚焦叙事见图 3，通过塑造藏族乡村文化形态与生活方式并进行多层次多角度的反思，从主题、情节、语言等方面为受众提供叙述性记忆、族群身份解释与精神映射。

3.2 叙事视象层：语象指引内聚焦叙事

乡村文创产品作为乡村民众生活的产物，在乡村语境中承载着特定的文化与实用性需求，其情感记忆构成了乡村土地上孕育产品的美学基础。乡村文创产品设计借助形象进行情感表达，以形赋意塑造乡村文创产品语象，具体包含乡村文创产品视觉形象、乡村文创产品品质现象和乡村文创产品社会形象 3 种叙事样态。

乡村文创产品视觉形象方面，以乡村文创“物”为载体，对乡村文化特性进行提炼、简化与重构，通过叙事形象语言进行转译，可以是纯粹意义的乡村生活主体形象，或是乡村传统的造物理念与乡村情节化的体验呈现，亦可以通过附加行为使乡村主体形象达到延伸，借助直观可视的视觉形象象征化的美学共情实现乡村美学的现代性转换。

乡村文创产品品质形象方面，借助“本真”“趋简”“尚朴”“守拙”等生活最本质的表述特征与自然、田园的情感图景构筑生活本源与生命本真自由的生活方式映射。通过象征性的形式语汇进行重塑与革新，进行文化依恋认同呈现与生命经验联想，传递人与自然和谐共处建构恬淡、自在闲逸、质朴玄远的乡土生活美学与审美情趣，凸显“采菊东篱下，悠然见南山”的诗意栖息的精神寄寓与“狗吠深巷中，鸡鸣桑树颠”的家园认知“沉浸”与“抱朴守拙”的乡愁美学。叙事不仅在记忆、回忆或重述方面发挥作用，而且通过瞬间进行经验的诠释，引发系列的积极连锁反应。

乡村文创产品社会形象方面，包含种族关系、人

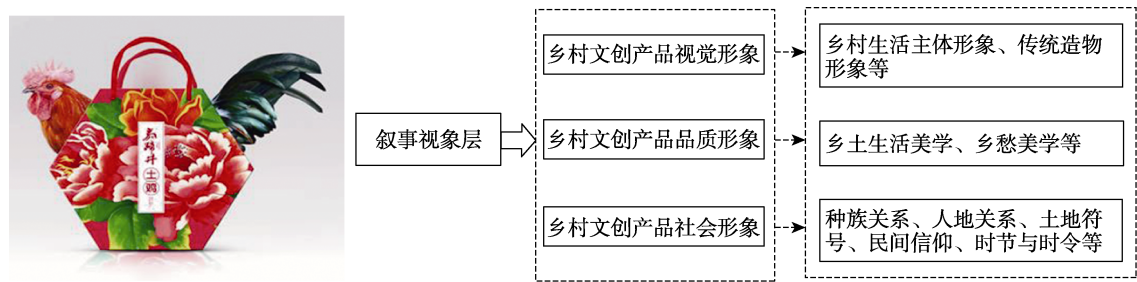


图 4 乡村文创语象指引内聚焦叙事
Fig.4 Internal focus narrative in rural cultural and creative context

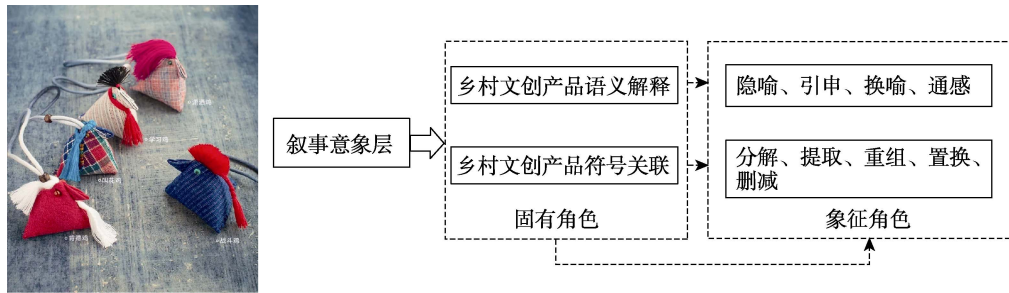


图 5 乡村文创语义关联外聚焦叙事
Fig.5 Outside focus narrative in rural cultural and creative context

地关系、土地符号、民间信仰、时节与时令的尊重。积极布局乡村文化 IP 进行植入，巧掘固有的文化生态 IP 与故事创设，例如台湾的妖怪村的妖怪文化 IP、福建省龙岩市高北村《大鱼海棠》IP 等。与此同时每一个中国传统节日与传统文艺与习俗精髓都可以进行 IP 合力助推，形塑成为乡村文创产品叙事势能进行文化表意，提升乡村文创产品的边际收益。聚焦明前茶、三月的桃花酒、九月的桂花酒、荷花酒、青梅酒、花草茶以及精深加工农产品，以当地乡村特色农产品等物产资源为基础，结合中秋节、端午节等节日本土古法美食、时节食礼、传统手工艺、传统医药，从涵盖东方传统饮食、健康养生理念到传统节日再造，形成从场景到产品的全方位朴素乡村生活哲学构建。乡村文创语象指引内聚焦叙事见图 4，某乡村手作品牌开发了鸡香囊，将中国传统文化中的礼、孝二字传达，代表文、武、勇、仁、信的特点以及佩戴香草药袋的习俗，辅以贵州黔东南的手织土布工艺与草木染等非遗手工艺。除此之外，该手创品牌将刺绣手工艺与《大鱼海棠》等流行 IP 相结合，将文化价值与产业价值进行协同。

3.3 叙事意象层：语义关联外聚焦叙事

乡村文创设计“初始视域”叙事要点与观察者及使用者间的“现实视域”理解过程并非处于简单的认知关系，更是形成了一种生活对话性的语言关系，通过认知理论中的“心智套叠”，使得乡村文化在“间性”关系中以象征与隐约的方式呈现，进而得到创造性的解读与意义增值。隐喻、换喻等叙事修辞手法是乡村文创产品创造性思维中故事构建的重要成员。隐喻思维下的乡村文创产品意义体验建构包括依赖用

户认知的过程，例如语义解释、符号关联、为文创产品分配个性与识别等外延意义。换喻作为突出显著特征认知现象与修辞手法，通过建立乡村文创产品临近性的逻辑关系，进而形成新的认知经验。语义作为显像化的“对话机能”与“内涵隐喻”，呈现并揭示乡村文创产品的精神层面抽象性深层涵义，辅助材质、色彩、形态、图案等叙事因子意指本体，结合形状文法中色彩、材质纹样及线条等相关要素的分解、提取、重组、置换、删减^[16]，创新性的借助隐喻、引申、换喻、通感等设计手段，进行设计要素编码融合与简化重构，传递乡村文创作品的象征性、约定联想性等精神与价值体验，实现乡村文创产品的多重感官价值增值与叙事阐释。

语义叙事是文创产品关系塑造与农产品溢价与高附加值的重要手段。通过特定文化群体的文化隐喻与主题传情的方式进行释义与阐释，使文创产品从固有角色转向象征角色，例如“家和万事兴”茶具、“柿柿如意”储物罐、“慈悲”与“瓷杯”同音的“我佛慈悲马克杯”“葫芦”与“福禄”同音的手工雕刻葫芦等。色彩方面选取体现原汁原味的地域与民族色彩，提取代表地域文化元素的代表性色彩基因并进行色彩图谱分析与适配，例如体现客家文化精神内核的“客家蓝”^[17]，鲁南乡村土法印染的“蓝印花布”^[18]、东北乡村代表富贵的牡丹“大花布”、陕北民俗色彩的“花红柳绿”等，乡村文创语义关联外聚焦叙事见图 5。上述文化符号与情感语义均是引导使用者完成文化情感迁移的有效手段，呈现人、土地间的主体温暖情感与艺术价值，以及家庭本位、人情圆融等伦理情感。

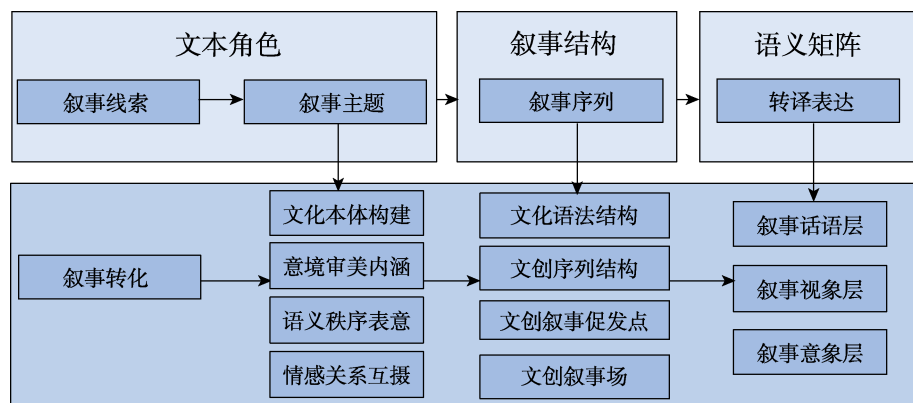


图 6 乡村文创产品的叙事设计模型

Fig.6 The design model of rural cultural and creative products based on narration

4 乡村文创产品的设计叙事策略

乡村文创产品的叙事性设计将乡村文创产品作为人、物与乡村文化交流的有效载体。根据经典叙事理论中的叙事文本、结构与语义的三要素，经过叙述载体、叙事主题、叙事结构与序列等层层递进的认知经验整合，完成乡村文创产品的价值体系塑造，基于此提出乡村文创产品的叙事设计模型，见图 6，并提出相应的叙事策略。

4.1 确立关系性情感叙事载体与文本序列结构

在乡村文创产品设计中通过“事件描述”与“主题互文”，识别、梳理、遴选、提炼乡村地域文化，阐释内容结构的异质性与层次特征，充分赋予乡村文创产品的叙事以意义与活力。对乡土特色的叙事研究，首先梳理乡村地域叙事系统主观起源，确定乡村文创产品叙事主体与叙事情境铺设，寻找乡村地域文化中的“深层文化语法结构”，挖掘“沉浸式叙事故事线”，通过建立乡村“文化符号组”与“文创语义矩阵”，继而设置乡村文创产品“主题文本”。例如“苗族非遗刺绣”^[19]文创产品，首先探寻苗族起源与苗绣造物技艺表象下隐含的深层思维“文化语法结构”，通过刺绣手工艺讲述苗族神话、苗族龙舟节、生命迁徙、生命崇拜等丰富的族群文化系统“沉浸式叙事故事线”，建立苗绣传统纹饰代表样本与元素图谱的形状文法，分解、提取与重组蝴蝶纹、水波纹、山脉纹、太阳星芒纹等代表苗绣的“文化符号组”，传递现代生活中的精神性样本与造物精神的符号诗学的创世神话、婚庆文化、爱情故事等“主题文本”。在明确上述载体要素后进行设计排列组合与融合赋能，通过设计“转译”将复杂的文化要素转化为复合现代审美与设计理念的融合创新叙事语言，着重凸显乡村文化资源中蕴含的文化价值可视性展示。亦可站在文化与旅游融合发展视角进行谋划，挖掘在地文化内涵与文创产品地域性精神内核的“共生”关系^[20]，借助非遗传承人的精细手作与工匠精神传递乡村情感故事与

家乡符码内在价值关联，打造具有市场前景的整合创新型乡村文创产品。

4.2 定向阐释叙事时空关系

叙事不仅存在于时间维度，同时存在于空间维度。由于乡村是分布式社会结构，每个乡村叙事要素均呈现一定的离散性，与此同时在地文化具有自我生长的能力，乡村文创叙事需将文化放置在生长的语境下进行多事象叙述，融合不同心智场景下的复合意象形成乡村文创产品的有机结构感。乡村文创产品设计通过“文境”“生境”“技境”全聚焦叙事进行语境传递，在功能约束与审美性约束的限定下，通过“守艺”姿态与年轻文化创新“体态”进行文创产品赋能与乡村文化的“拟像”与“映射”。其文化创新“体态”可以是乡村文化的整体结构迁移或者是局部结构迁移，将不同语境叙事类型在不受时空限制情况下合理并置，使得叙事背景既存在逻辑与系统的封闭性，又同时具备开放性。其设想架构可以有效激活使用者大脑神经元进行高效且开放的信息吸收，通过包含过去经验与现实意义的引导性叙事实现文化过往集体记忆与情景再现，完成乡村文创产品与使用者内心活动的交互行为，从而对文创体系的情绪风格与态度风格产生认同，并激发乡村历史与人物意识状态等认知经验的有效整合。叙事设计作为浓缩的文化思维，有效地将文创产品作为连接时间的纽带，此种方式可以有效地避免文创产品缺乏地域性与文化形象生硬拼贴，促发文创产品用户从生理感知向心理感知进行扩散与迁移。

4.3 设置正向高频多维度叙事触发点

借助叙事故事思维视角的“文化析出”建立历史坐标与现实坐标的关系触发点，从身体互动的角度或从情感及认知反应的角度确定叙事触发点，包括视觉、触觉、听觉、嗅觉、身体觉的五感多重感官构念通道，通过内容化的方式塑造乡村文创产品视觉形象、乡村文创产品品质现象和乡村文创产品社会形

象,进而影响乡村文创产品的在地感官体验、情感体验、思想体验与行动体验等感官秩序,增加文创产品记忆力与综合价值判断^[21]。例如,在触觉上触摸到乡村未经修饰并取法自然的质朴肌理,在嗅觉上闻到乡村田园百草或花香等自然气息,在听觉上听到乡村悠扬小调或鸡犬虫鸣等地域性声音景观,在视觉上看到代表乡村符号意义与形态价值等载体要素。通过综合塑造各类正向高频多维度叙事触点的集体铺陈,帮助使用者寻找乡愁文化认同圈层,借助角色认同与故事吸引实现感性提升,强化与乡村情境的感官互动、预反射和吸收体验,激活观者与使用者的受叙体验与共情点,建立与乡村适合的文化赋能场域与立体化叙事体系。

4.4 建立叙事的回声效应与叙事场

“回声室”作为社会认知结构,代表了加强相似的声音,排斥并削弱不同的声音^[22]。乡村地域文创产品需要集聚特定情感与文化信息,借助多模态创建品牌叙事要素叙事地域“场”氛围,激活并强化乡村地域文化现象,有效通过叙事的回声效应产生地域特质的“过滤气泡”,避免乡村文创产品同质化信息过载。针对乡村人文地理、产品制作、旅游消费等全价值链的活跃要素进行叙事,借助叙事表达途径的多媒介对情感进行营销并强化空间仪式感,突出乡村区域文化的品牌识别性,从生产、消费、认同、再现等环节形成有效叙事回声与全域文创回路。农业生产型产品充分挖掘文创产业链,塑造“精致农业”农产品品牌的高附加值,通过土地与生活、自然农法等传递乡村生活方式背后的健康等价值理念,同时挖掘文创项目聚落、新型农村市集、文化创客集群、研学基地等产业整合联动,推动“农业+”多业态发展并形成产业生态闭环;民间手工艺产品通过匠心手作“见人、见物、见故事、见精神”,还原造物本真与手工艺赋能,注重手工艺的诗意叙事建构^[23],建立“生产、生活、生态”的良性循环;旅游型聚落将旅游纪念品融合于其他在地旅游资源,挖掘特色旅游资源潜力,通过“适时、适地、适人”等相关活动进行多维时空下的旅游全角度沟通与多维旅游认知沉浸,激活更多的乡村创新主体形成文创生态圈场效应。

5 结语

乡村文创产品设计作为中国传统文化实质载体,不能以城市文创产品设计手段进行单向度的建构,而需要尊重审美文化的多样性并充分优化资源配置,聚焦乡村文创产品内涵式与多样化发展并进行乡村资源创造性转化。通过文创的力量进行乡村文化造血与文旅协同,培育乡村社区物质、社交、环境以及经济的健康可持续发展。叙事学为设计师和设计研究人员提供了乡村文创产品设计语言与思想支持,通过理解

乡村文创产品的叙事识解机制,结构化和框架化并合理化创造意义,使得设计成为了在地文化的梳理者与创造者的角色,便于评估乡村文创产品以何种方式影响其叙述性解释、记忆和体验,如何通过规划不同的乡村地域情感叙事元素形成整体而有意义的体验,以及如何借助“塑形”与“铸魂”等精细化延展手段实现乡村价值重塑与乡村赋权。在叙事语境下的乡村文创产品设计有助于推动中国式自新与复兴乡村的“土字号”“乡字号”产品品牌,传递朴素生活美学与打造乡村地域文创产业,构建乡村新社区、乡村新社群,促进乡村地域文化传承与区域经济发展,有效地推动了地方创生与乡村文创产业转型升级,为乡村振兴与脱贫攻坚提供了内在精神动力与产业支撑。

参考文献:

- [1] 贾雨薇. 文创设计视角下的文化遗产创意生存与传统文化创新发展[J]. 艺术评论, 2019(9): 83-88.
JIA Yu-wei. Cultural Heritage Creative Survival and Traditional Cultural Creative Development from the Perspective of Cultural Creative Design[J]. Arts Criticism, 2019(9): 83-88.
- [2] 李炜. 基于反思层次的文创产品情感化设计研究[J]. 艺术工作, 2020(6): 89-92.
LI Wei. Research on Emotional Design of Cultural and Creative Products Based on Reflection Level[J]. Art work, 2020(6): 89-92.
- [3] 朱丽, 辛向阳. 叙事研究法: 理论依据和设计学应用[J]. 设计, 2020, 33(7): 104-106.
ZHU Li, XIN Xiang-yang. Narrative Inquiry: Theory and Application For Design Study[J]. Design, 2020, 33(7): 104-106.
- [4] 赵红红, 唐源琦. 当代“空间叙事”理论研究的演进概述——叙事学下空间的认知转变与实践[J]. 广西社会科学, 2021(3): 74-81.
ZHAO Hong-hong, TANG Yuan-qi. Overview of the Evolution of Contemporary “Spatial Narrative” Theoretical Research: Cognitive Transformation and Practice of Space Under Narratology[J]. Guangxi Social Sciences, 2021(3): 74-81.
- [5] 申丹. 叙事学研究在中国与西方[J]. 外国文学研究, 2005(4): 110-113.
SHEN Dan. Narrative Studies in China and the West[J]. Foreign Literature Research, 2005(4): 110-113.
- [6] 米克·巴尔. 叙述学: 叙事理论导论(第二版)[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2003.
MIKE Behrens. Narratology: an Introduction to Narrative Theory (Second Edition)[M]. Beijing: China Social Sciences Press, 2003.
- [7] 马一波, 钟华. 叙事心理学[M]. 上海: 上海教育出版社, 2006.
MA Yi-bo, ZHONG hua. Narrative Psychology[M]. Shanghai: Shanghai Education Press, 2006.

- [8] 谭君强. 叙事学研究: 多重视角[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2018.
TAN Jun-qiang. Narrative Research: Multiple Perspectives[M]. Beijing: China Social Sciences Press, 2018.
- [9] 何人可, 葛唱. 基于叙事理论的理财产品信息传达设计研究[J]. 包装工程, 2017, 38(10): 105-109.
HE Ren-ke, GE Chang. Information Transmission Design of Financial Products Based on Narration[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(10): 105-109.
- [10] Jordan P W, Bardill A, Herd K, et al. Design for Subjective Wellbeing: Towards a Design Framework for Constructing Narrative[J]. The Design Journal, 2017, 20(1): 10.
- [11] 赵淑华, 张力丽. 博物馆文创产品叙事性设计方法[J]. 美术大观, 2016(5): 102-103.
ZHAO Shu-hua, ZHANG Li-li. Narrative Design Method of Museum Cultural and Creative Products[J]. Art Panorama, 2016(5): 102-103.
- [12] 陆邵明. 浅议景观叙事的内涵、理论与价值[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计), 2018(3): 59-67.
LU Shao-ming. Study on the Theory of Landscape Narratives[J]. Journal of Nanjing Arts Institute(Fine Arts & Design), 2018(3): 59-67.
- [13] 张博, 葛鲁嘉. 温和的具身认知: 认知科学研究新路径[J]. 华侨大学学报(哲学社会科学版), 2017(1): 19-28.
ZHANG Bo, GE Lu-jia. The Moderate Embodied Cognition: a New Program of Cognitive Science[J]. Journal of Huaqiao University(Philosophy & Social Sciences), 2017(1): 19-28.
- [14] 曾一果, 时静. 从“情感按摩”到“情感结构”: 现代性焦虑下的田园想象——以“李子柒短视频”为例[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2020(2): 122-130.
ZENG Yi-guo, SHI Jing. From “Emotional Massage” to “Feeling Structure”: Pastoral Imagination under Modernity Anxiety: Take “LI Zi-qi Short Video” as An Example[J]. Journal of Fujian Normal University (Philosophy and Social Sciences Edition), 2020(2): 122-130.
- [15] 尹秋子. 认知视角下的多模态语篇意义再解读——基于新的视觉叙事分析框架[J]. 牡丹江大学学报, 2016, 25(8): 88-90.
YIN Qiu-zi. Reinterpretation of Multimodal Discourse Meaning from a Cognitive Perspective: Based on a New Visual Narrative Analysis Framework[J]. Journal of Mud-anjiang University, 2016, 25(8): 88-90.
- [16] 段金娟, 李飞霞, 赵远. 基于可拓符号学的非遗衍生品设计方法研究[J]. 包装工程, 2020, 41(12): 93-98.
DUAN Jin-juan, LI Fei-xia, ZHAO Yuan. Design Method of Intangible Cultural Heritage Derivatives Based on Extension Semiotics[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(12): 93-98.
- [17] 陈金怡. 广东汉族民间服饰探析[J]. 丝绸, 2009(9): 49-51.
CHEN Jin-yi. An Analysis of Guangdong Han Folk Costumes[J]. Silk, 2009(9): 49-51.
- [18] 刘月蕊, 鲍小龙. 蓝印花布发展现状分析及其创新设计研究[J]. 丝绸, 2012, 49(1): 36-40.
LIU Yue-rui, BAO Xiao-long. Analysis of the Development Status of Blue Printed Cloth and Its Innovative Design Research[J]. Silk, 2012, 49 (1): 36-40.
- [19] 安妮, 张瑞萍. 基于服装产业链的西南地区纺织类非遗传承[J]. 丝绸, 2016, 53(2): 79-85.
AN Ni, ZHANG Rui-ping. The Textile Non-genetic Inheritance of the Southwest Region Based on the Garment Industry Chain[J]. Silk, 2016, 53(2): 79-85.
- [20] 樊友猛, 谢彦君. 记忆、展示与凝视: 乡村文化遗产保护与旅游发展协同研究[J]. 旅游科学, 2015, 29(1): 11-24.
FAN You-meng, XIE Yan-jun. Memory, Display and Gaze: a Research on the Synergy of Protection and Utilization about Rural Cultural Heritages[J]. Tourism Science, 2015, 29(1): 11-24.
- [21] 程勇真. 传统乡村美学消逝的趋势表征及反思[J]. 中州大学学报, 2015, 32(3): 44-47.
CHENG Yong-zhen. The Trend Representation and Reflection of the Disappearance of Traditional Rural Aesthetics[J]. Journal of Zhongzhou University, 2015, 32(3): 44-47.
- [22] 姬德强. 李子柒的回声室? 社交媒体时代跨文化传播的破界与勘界[J]. 新闻与写作, 2020(3): 10-16.
JI De-qiang. LI Zi-qi's Echo Room? Breaking and Demarcation of Cross-cultural Communication in the Era of Social Media[J]. News and Writing, 2020(3): 10-16.
- [23] 程蓉洁, 高智勇. 手工造物语境下的现代文创产品设计研究[J]. 包装工程, 2020, 41(24): 269-273.
CHENG Rong-jie, GAO Zhi-yong. Design of Modern Cultural and Creative Products in Handicraft Creation Context[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(24): 269-273.