基于叙事模型的校园文创设计研究

颜廷旻，陈子禾，王璐瑶，李轶南
（东南大学 艺术学院，南京 211189）

摘要：目的 探索叙事理论在校园文创产品设计中的应用价值与方法，提出基于叙事的校园文创设计模型，设计开发凝聚校园文化特色的产品，从而丰富校园文创产品的种类，传递校园文化的价值与影响力。**方法** 对叙事理念引入校园文创进行可行性分析，对高校的文化资源进行深层次梳理，进而探索出校园文创叙事设计流程，从叙事主题的确立、叙事情节的表达、叙事修辞的运用、叙事途径的选择与叙事目的的实现五个方面构建校园文创叙事模型，并进行校园文创产品设计实践。**结论** 将叙事学引入校园文创设计，应用叙事模型指导的校园文创产品可以更好地引发用户情感，传播与交流校园文化，成为诠释校园文化的重要媒介，为校园文创产品设计中的应用提供新的步骤参考与实践路径。

关键词：校园文创；叙事理念；叙事模型；校园文化层次；产品设计
中图分类号：TB472 **文献标识码：**A **文章编号：**1001-3563(2023)08-0368-07
DOI：10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.08.040

Design of Campus Culture and Creativity Based on Narrative Model

YAN Ting-min, CHEN Zi-he, WANG Lu-yao, LI Yi-nan
(School of Art, Southeast University, Nanjing 211189, China))

ABSTRACT: The work aims to explore the application value and methods of narrative theory in the design of campus cultural and creative products, propose a narrative-based campus cultural and creative design model, and design and develop products with campus cultural characteristics, thereby enriching the types of campus cultural and creative products and conveying the value and influence of campus culture. The feasibility of introducing narrative concepts into campus culture and creativity was analyzed, the cultural resources of colleges and universities were sorted out in levels, and then the narrative design process of campus culture and creativity was explored. From the establishment of narrative theme, the expression of narrative plot, the use of narrative rhetoric, the selection of narrative way and the realization of narrative purpose, the narrative model of campus culture and creativity was built, and the design practice of the campus cultural and creative products was carried out. Introducing narratology into campus cultural and creative design and applying narrative model to guide campus cultural and creative products can better arouse users' emotions, spread and exchange campus culture, and provide new reference steps and practical paths for the application of campus cultural and creative product design.
KEY WORDS: campus culture and creativity; narrative concept; narrative model; campus culture level; product design

校园文创是文创设计的重要分支，其创新性的发展有利于提升校园品牌形象、深度传播校园文化，有助于提高高校的美誉度与知名度[1]。在加快构建中国话语和中国叙事体系的背景下，将叙事学引入校园文创设计，丰富叙事学理论在文创设计领域的研究，构建人与校园文化产品的对话，对今后校园文创设计的发展具有重要的指导意义。

1 校园文创设计概述

1.1 校园文创设计的内涵

作为文化与设计的融合产物，文创产品以设计的

收稿日期：2022–11–09
基金项目：2021 年度国家社科基金艺术学项目“百年巨变下的中国设计艺术研究（1919—2019）”的阶段性成果（21BG111）
作者简介：颜廷旻（1999—），女，硕士生，主攻产品与交互设计、文创设计。
通信作者：李轶南（1973—），女，教授，博导，主要研究方向为设计学、艺术学理论。

方式传达文化的内在价值，赋予产品本身不可或缺的文化体验，具有文化和情感的双重符号[2]，在建设校园文化形象、传承文化精神、联络师生校友情感等方面发挥了非常重要的作用[3]。文创产品设计蕴含着某种特殊的象征性内涵和深刻的寓意，从而体现出设计作为精神文化的社会作用和情感力量。校园文创产品作为诠释校园文化的重要媒介，是对学校理念的延伸与发扬，其核心是对校园文化的深度挖掘，将校园独有的物质文化与精神文化通过创意表达进行传递和呈现，两者相得益彰，既为校园文化的传播与推广提供了多元化的渠道，也从文化角度体现出产品独特的艺术审美价值。

1.2　校园文创设计发展现状

高校是新文化、新思想的发源地，加强校园文化建设是走中国特色社会主义文化发展道路的基石，校园文创虽然只是文化创意的一个分支，但由于其特殊的文化意义，通过设计弘扬校园文化成为当今设计研究的热点。然而，在经历几年的野蛮增长后，校园文创产品开发迎来了瓶颈期，产品同质化严重等问题屡见不鲜，尚未形成良性的研发路径，鲜有高校把设计创新实践方法加入高校文创产品设计的核心领域[4]。因而，发掘深层次需求、促进产业升级，是当今校园文创需要努力的方向。在学术研究方面，近年来有关“博物馆文创”和“旅游文创”相关的期刊文献和学术论文层出不穷，而聚焦于“校园文创”的学术研讨却相对匮乏。在市场方面，港澳台地区及大陆几所知名高校的文创产业发展较为成熟，然而与世界著名院校相比，国内的文创设计还处于起步阶段，在文创产品开发和营销策略上与欧美地区高校存在着不小的差距。欧美各大高校的文创产业十分成熟，在文创设计领域较为突出的院校能够实现产学研的紧密结合，并深刻体现出学校的文化底蕴。

1.3　校园文创的文化价值

校园文创产品具有很高的文化价值。校园文化是以校园为创作“空间”、以师生为群体构筑出的一个文化圈层。高校作为文化传播的重要阵地，是一个含有浓厚学术气息的文化体，拥有区别于其他机构的气质，充满时代气息和校园特点的人文氛围[5]。校园文化因子不仅可以在校园建筑、自然风景中进行廓形提取，更蕴藏在学校发展的漫漫历史长河中，校训、校歌、校标勾勒出了校园文化标签，校址的变迁承载了校园文化的历史脉络，地域风情丰富了高校文化建设的氛围，学校的奠基人物、名人校友与他们演绎的校史故事铸造了校园文化精神。

在文化自信的视域下，校园文化不仅是大学存在、办学和发展的基础，更是各大高校培育和建设的重点，并通过不断地研究、传播、创造文化来影响和反哺社会。

2　校园文创设计的叙事理念

2.1　叙事学与叙事设计

叙事，通俗而言即讲故事，是将各种经验组织成有现实意义的事件的基本方式[6]。它的范围跨越了文学领域的狭义范畴，向外延伸至人类文化与生活的方方面面。叙事学作为一门学科诞生于 20 世纪 60 年代，1969 年俄国的托多洛夫发表的《十日谈的文法》中首次提出了叙事学（Narratology）这一名词。

设计往往只是人类世界很小的一个侧面，左右它变化的内在动因要在更广泛的宏观语境下去寻找，考察设计活动发生时的社会结构、生产方式、文化模式[7]。因此，设计与叙事的关联在近些年越来越受到人们的重视，其根本目的是通过人物、场域、主题和故事等叙事元素，让人们去回味一段历史，守护一段文化[8]。

2.2　叙事引入校园文创的可行性分析

叙事学在设计中的应用可以追溯到 20 世纪初，最初在建筑设计领域崭露头角，工业革命进程的加速引发了人们的思考，设计者开始关注人作为建筑使用者的实际感受的变化，这也成为叙事理念的锚固点之一。叙事学随后影响到了产品范畴，叙事性设计为产品设计提供了一条全新的设计思路和方法，在特定主题的框架下，以故事构建作为产品设计的亮点，巧妙地将故事情节融入产品的形式与功能中，给人们以情感上的触动。

村上隆在《创业艺术论》中提出“抛出自己的作品理念并将其形成”[9]，为校园文创产品的实践与尝试提供了借鉴依据。将叙事理论引入校园文创设计，需要对其可行性进行分析，可以从二者的功能与相关属性出发进行探讨。从功能进行分析，叙事是人与人沟通交流的重要手段，设计作为功能载体是情感沟通、人文诉求的媒介，文创产品的目的在于通过创意的手段进行文化的传递和交流。基于此，叙事作为一种表达方式恰恰可以满足文创产品的设计诉求。

从相关属性进行分析，校园文创产品作为校园文化的媒介，其相关属性契合叙事框架，即“人-事-场-时”的结构[10]。其中“人”是指叙事人物，由叙事者（设计师、在校师生和校友等）和受叙者（用户、消费者和校园文化传播者）两部分组成；“事”即叙事主题，叙事主题是叙事设计的核心，根据文化的不同组成部分，构建不同的校园文化叙事主题；“场”指叙事场景，场景一词体现出叙事的空间向度，空间的呈现并不是单独场景的线性组合，而是由一系列流动场景建构的复杂、精细的空间复合体组成的；“时”是叙事中对时间向度的考量，强调了对故事历时性和共时性的表现[11]，这是对故事的一种动态呈现，校园文化是经历过时间考验而不断得以巩固的文化体。综上所述，叙事理念与文创产品构建二者兼具共性，将

叙事理念引入校园文创产品设计的思路具有可行性，为校园文创叙事模型的构建提供了理论依据与支撑。

3 构建校园文创叙事模型

3.1 校园文化层次梳理

对校园文化层次进行梳理，可以让人们更清晰地建立校园文化认知，是建立校园文创叙事模型的前提。高校校园文化主要包含理念文化、行为文化、视觉文化、环境文化四个组成部分[12]。视觉文化是校园文化最为直观的组成部分，是学校的象征和鲜明的识别符号。将校园文化以视觉要素的方式进行展示，包含校标、校徽、标准色、标准字、吉祥物等要素；理念文化是校园文化的核心，是在长期的办学实践中形成的思想意识、道德观念、行为方式和价值目标的总和，包含了学校历史、价值观、学校使命、学科特色、校训、校风、学风、知名校友、学科创始人等精神文化要素；行为文化以理念文化为基点，包含了高校制定的各种规章制度与非明文规定的行为准则，体现出学校在办学过程中形成的内在文化气质。环境文化是区别于校园外部空间与其他高校、具有更深层的育人韵味、具有浓厚的地域性代表意义的校园环境[13]，包含了楼宇建筑、教室走廊、道路、地域性景观、代表植物等要素。校园文化资源的提取是校园文创产品设计与研发的核心，同时也是叙事主题确立的前提。

3.2 校园文创产品的叙事流程

3.2.1 叙事主题的确立

产品叙事设计的首要步骤就是确立叙事主题。文创设计需要在特定的文化主题框架下进行，主题是设计者要传达的核心思想和文化内涵。对校园文化系统的四个层次进行梳理，在每个层次中选择最合适的文化元素作为设计切入点。从理念文化、行为文化、视觉文化、环境文化出发，对校园文创设计的主题进行分类，分为植物主题、建筑主题、景观主题、校史主题、人物主题、精神主题、学科主题、生活主题、制度主题、形象主题与实物主题（见图 1）。叙事主题的构建，可以帮助设计者更好地关注故事的细节，为后续情节的设置提供更多的基础素材，避免产品同质化严重的现象，从而使校园文创产品具备鲜明的识别性与独特性。

3.2.2 叙事情节的表达

在确定叙事主题后，为了能够推动故事的发展，需要对故事“情节”进行设定。情节是故事的骨架，通过情节的设置，设计师可以更好地把设计的关注点从“物”转向“事”，并在文化内涵与本质的挖掘中让设计产生更高的文化价值。

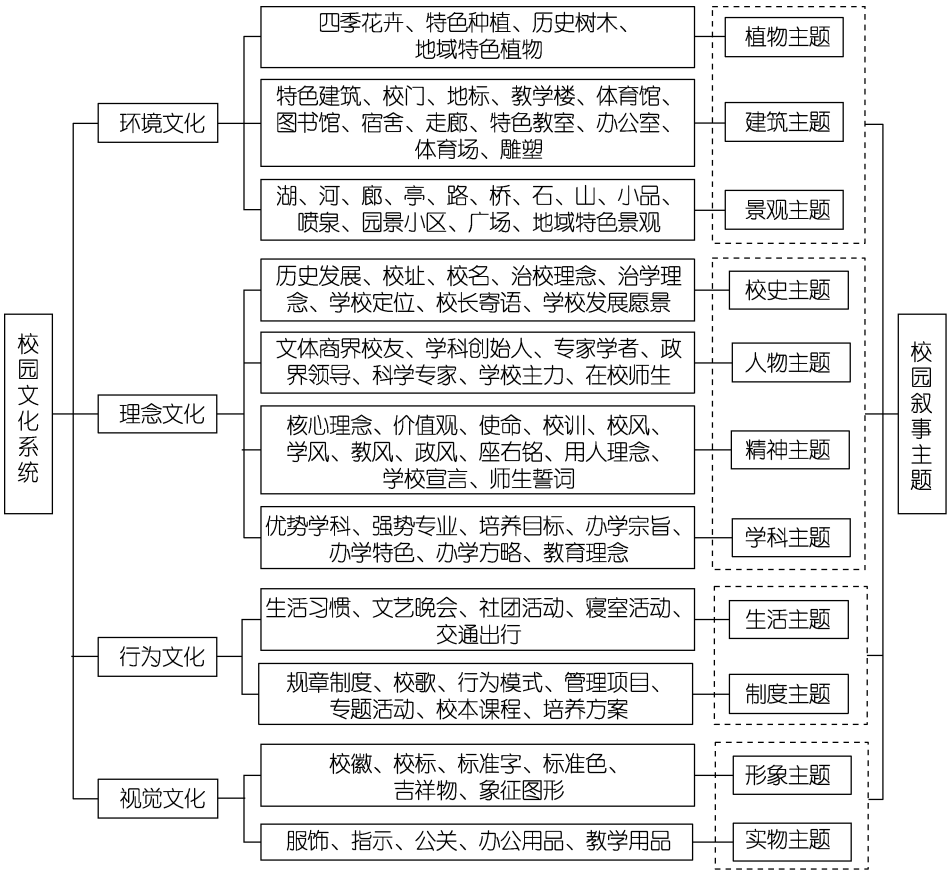


图 1 校园文化系统与校园叙事主题

Fig.1 Campus cultural system and campus narrative theme

叙事理论中情节的发生由人的行为进行推进，行为是人与物、人与环境的纽带，在校园文创的叙事设计中，人主要是指在校的师生群体，物与环境对应叙事主题下的文化资源，三者与叙事情节的发展息息相关。同时，故事情节的设置还需要从使用者的角度进行思考，从用户的接受程度、认知水平、心理预期出发，身临其境地代入用户的行为动态、心理动态，构建出完整的情境体验。

在构建产品使用者的情境体验后，进一步需要确立叙事情节的连接方式，包含了情节的并置与转折。情节的并置与转移可以是事件之间的，也可以是行为之间的。情节的并置故事或情节线索之间既没有特定的因果关联，也没有明确的时间顺序[14]，它们在产品主题一致的情况下被罗列或并置在一起，包含了单情节并置与多情节并置。单情节并置主要指行为间并置，而多情节并置更多运用于多场景间，情节的并置可以让产品更加引人注目。情节的转折是一个看似在讲述某个故事，但结果却与本意相距甚远的过程。转折的时机可以在情节的开端投放，从而引发故事的主题和方向；转折的方向可以随故事情节单向发展也可以呈现不同方向的发散式发展，这是文创产品产生惊喜和意外的主要过程，受叙者打破了固有的思维路线，在故事的“突变”中产生丰富的情感。产品叙事情节的设置见表 2。

3.2.3　叙事修辞的运用

修辞在文学中可以增强语言表述的效果，产品叙事修辞的运用可以增强产品的表达效果，叙事修辞上承叙事情节的表达，下启叙事途径的选择。在文创产品设计中常运用的修辞手法有结构性修辞与类比性修辞[15]。

结构性叙事修辞较为典型的有排比、反复、对比等，结构性修辞方式对叙事情节的表达起着关键性的作用，可以通过系列化的设计来进行叙事的传播，如清华大学四季书签文创设计（见图 3），运用排比的叙事修辞手法，将四季的叙事场景进行并置排列，从而凸显叙事主题，加深使用者的记忆。

类比性修辞对文创产品设计的开发十分重要，直接影响叙事途径的选择方式，主要包含隐喻和提喻，隐喻是指通过事物之间的相似关系，在产品暗示、感知、联想下获得心理感受与丰富情感，用户在直观地感受产品形态本身的同时，根据自身的认知经验与文化背景进行反思与联想。例如上海海事大学的灯塔文创设计（见图 4），灯塔作为海运中不可缺少的一部分，是海事大学的文化地标，同时灯塔又隐喻着人生的目标，象征着海大学子漫漫的求学之路，传达出产品的内涵。叙事设计的提喻是指对产品的局部进行设计，用户通过产品功能、个人认知经验与行为方式可以构建出完整的形象，从而传达叙事的主题。

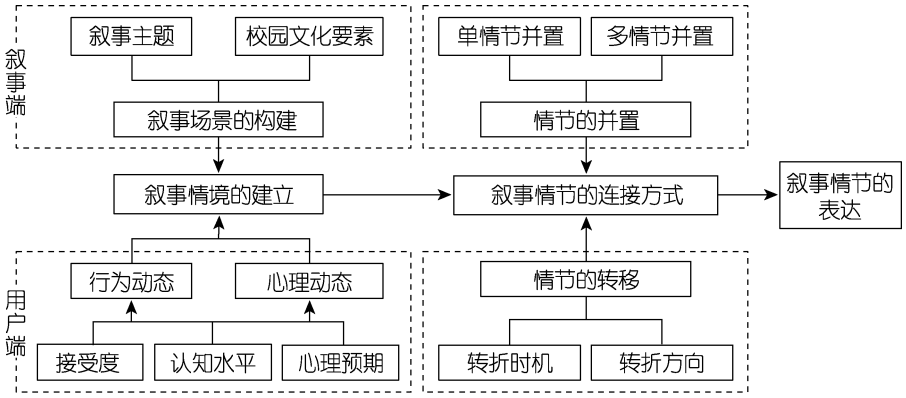


图 2　产品叙事情节的设置

Fig.2 Setting of product narrative plot

图 3　清华大学四季文创设计

Fig.3 Cultural and creative design of Four Seasons in Tsinghua University

图 4 上海海事大学灯塔文创设计
Fig.4 Cultural and creative design of Lighthouse in Shanghai Maritime University

3.2.4 叙事途径的选择

叙事设计的途径指的是设计师运用产品属性向用户传达意图的方式，是叙事文本到设计文本的转化过程，将确立的叙事主题与情节转化为产品表达。产品叙事的途径多种多样，可以根据叙事情节的丰富程度划分。情节较为扁平的产品以外观叙事为主，体现于造型、色彩、材质之中；情节丰富度中等的产品以功能叙事为主；情节丰富的产品以行为叙事为主，从而在人与产品的互动中得以呈现。

外观叙事是指通过产品外观来传达故事，包含了产品的造型、色彩、材质等。在造型的选择上，一方面其是叙事主题的直观表现，受叙者可以轻松地对文化元素进行解读和表达，另一方面使用者对造型的偏好是设计者不得不考虑的因素。在进行校园文创的色彩选择时，设计者首先可以从叙事主题、学校标准色中提取主要色彩要素，并结合叙事情节添加其他相关色彩要素。如哈佛大学和麻省理工联合开创的 The Coop 校园文化产品店，从学校的建校史、自由的学术氛围与波士顿的城市风情中提取出“深红”的文化色（见图 5），并通过大胆的设计进行传达。

图 5 哈佛×麻省理工 The COOP 校园文创产品
Fig.5 Campus cultural and creative product The COOP of Harvard × MIT

功能叙事是指通过产品的功能来进行叙事，将故事情节设置在产品的功能点上，通过叙事情节实现人与物之间的关联性，用户在使用过程中无意识地参与到叙事中，通过产品功能表达校园叙事主题的内涵，获得文化取向与价值内涵的情感共鸣。如华东师范大学与飞跃联名出售的一款帆布鞋（见图 6），以师大红作为主配色，以建校年份为主图标，通过产品的功能传达师大“求实创造”的学校精神。

图 6 华东师大×飞跃 联名帆布鞋
Fig.6 Joint canvas shoes of East China Normal University × Feiyue

行为叙事通过用户来推进故事情节的发展，设计者把故事情节设置在用户行为上，让受叙者在使用过程中无意识地以体验者的身份参与到叙事的场景中[16]。行为叙事不同于形态叙事与功能叙事，它通过预设用户与产品之间一系列的互动，结合叙事情节进行情节与逻辑编排，引导人们的情感与态度，从而实现了校园文化的深度交流与传播。

3.2.5 叙事目的的实现

这是文创产品价值塑造与升华的过程，设计师将“事件”与产品有机结合在一起，完成校园文创产品的输出，提升了高校文化建设水平，构建了高校品牌与形象[17]。同时，用户在使用与体验中，完成了校园文脉的延续与继承。

3.3 校园文创产品的叙事模型

从设计流程出发总结出校园文创的叙事模型，包含了五大环节：叙事主题的确立、叙事情节的表达、叙事修辞的运用、叙事途径的选择与叙事目的的实现，见图 7。确立叙事主题、表达叙事情节、选择叙事途径与实现叙事目的四个环节环环相扣，而叙事修

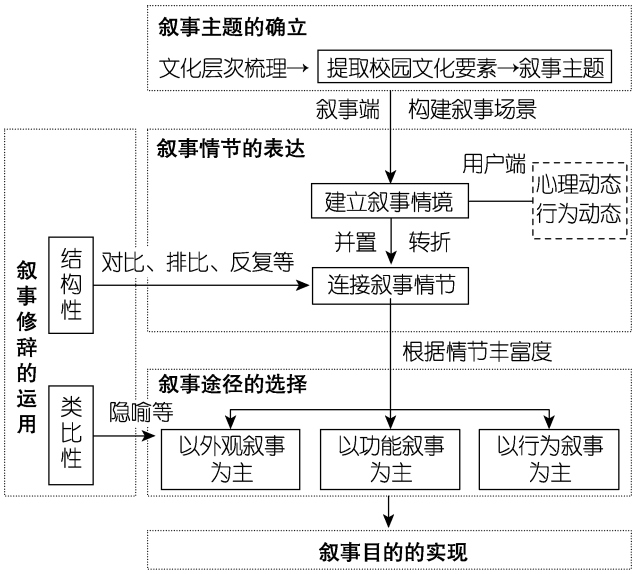


图 7 校园文创产品叙事模型
Fig.7 Narrative model of campus cultural and creative products

辞的运用贯穿于情节的表达与途径的选择中，从而使产品更为生动地表达叙事主题，推动产品叙事的发展。

4　校园文创设计实践——以东南大学为例

4.1　设计前期调查研究

2022 年为东南大学建校 120 周年，对东南大学的文化资源进行调查研究，深层次剖析东大校园文化。在梳理中把握好四个层次：视觉文化、理念文化、行为文化、环境文化，为后续的校园文创产品的实践提供参考，见表 1。

4.2　叙事模型的应用

首先是叙事主题的确立，在环境文化层次中提取出大礼堂、体育馆、涌泉池、梅庵等建筑元素，确立建筑叙事的主题。

其次是叙事情节的构建，勾勒出师生驻足于涌泉池前、走进大礼堂、漫步体育馆等叙事场景，并采用情节并置的方式，通过排比的叙事修辞将多个叙事场景组合在一起，完成叙事情节的构建。

在叙事途径的选择上，不同的产品载体选取不同的叙事途径。器皿文创设计选择外观与行为叙事，在造型设计中采用提喻的叙事修辞手法，对大礼堂和体育馆的轮廓进行高度的抽象简化，使用者通过认知、经验等可以联想到完整的建筑形态，同时使用者通过插入花枝、松枝等行为参与到叙事情节的推动中。灯具文创设计以外观与功能叙事为主，提取出场景中的元素并用错落层叠的木质结构加以表现，多重分层雕刻的造型展现出更加立体的校园景色，灯的一明一暗更将故事画卷缓缓展开。

最后，通过校园灯具与器皿叙事设计让个人与文化记忆紧密地联系在一起，将功能性、艺术性、体验性结合起来，传达东大校园文化精神，从而实现了文创产品的叙事目的。

4.3　设计方案呈现

针对东南大学校园的环境文化特色，应用校园文创叙事模型，进行了东南大学文创设计实践，如图 8—9 所示。

表 1　东南大学文化元素梳理

Tab.1 Sorting-out of cultural elements of Southeast University

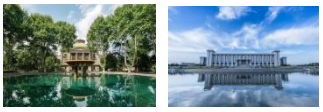
四个维度	文化元素	图例
环境文化	大礼堂、梅庵、涌泉池、百年校庆纪念碑、健雄院、焦廷标馆、李文正图书馆、九曲桥、樱花教室、橘园、桃园、梅园、梧桐、六朝松、大草坪	
理念文化	历史沿革：三江师范学堂—东南大学—南京工学院、建校 120 周年、强势工科、校训止于至善、东方居里夫人吴健雄、科学家茅以升先生	
行为文化	校园接驳车、新年音乐会、新生文化季、毕业文化季、美食文化节、第二课堂、大草坪野餐、学科竞赛、创业创新活动、东大好青年、志愿服务活动、“车大”vlog、东大风筝节	
视觉文化	张道一先生设计的校徽、标准字为王羲之书法字集、标准色为#587558、#fdd000 和#231815、吉祥物叮东	

图 8　东南大学器皿文创设计

Fig.8 Cultural and creative design of utensils in Southeast University

图 9 东南大学灯具文创设计

Fig.9 Cultural and creative design of lamps and lanterns in Southeast University

5 结语

校园文化是多层次的复合体，应充分挖掘其文化资源的深刻内涵。将叙事理论引入校园文创设计，构建校园文创叙事模型，以此完成校园文创设计实践，让校园文化可感、可知、可参与。校园文创叙事模型的建立，不仅丰富了叙事设计方法的应用范围，为校园文创产品的实践提供了全新的视角，而且传递出更高的文化价值，成为校园文化建设多维度探究中的重要一环。

参考文献：

[1] 邹岚，杨丽萍，古丽珠，等. 基于传统农业文化传播的农业类高校文创纪念品设计与实践[J]. 包装工程，2021, 42(18): 374-379, 422.
ZOU Lan, YANG Li-ping, GU Li-zhu, et al. Design and Practice of Cultural and Creative Souvenirs in Agricultural Universities Based on the Dissemination of Traditional Agricultural Culture[J]. Packaging Engineering, 2021, 42(18): 374-379, 422.

[2] 施佳露，郁舒兰. 参与式设计理念下的文创产品设计研究[J]. 家具与室内装饰, 2018(9): 26-27.
SHI Jia-lu, YU Shu-lan. Research on Design of Cultural and Creative Products under Participatory Design Concept[J]. Furniture & Interior Design, 2018(9): 26-27.

[3] 刘小路，韦鑫珠，丁虹月. 基于情感映射方法的校园文化纪念品设计研究[J]. 包装工程，2019, 40(14): 273-278.
LIU Xiao-lu, WEI Xin-zhu, DING Hong-yue. Design of Campus Cultural Souvenirs Based on Emotional Mapping Method[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(14): 273-278.

[4] 杨欣欣，高长春，崔玉梅. 中国高校文创产品设计创新研究[J]. 包装工程, 2021, 42(24): 314-320.
YANG Xin-xin, GAO Chang-chun, CUI Yu-mei. Design Innovation of Cultural and Creative Products in Chinese Universities[J]. Packaging Engineering, 2021, 42(24): 314-320.

[5] SHEN Xi, TIAN Xiang-hong. Academic Culture and Campus Culture of Universities[J]. Higher Education Studies, 2012, 2(2): 61-65.

[6] 沈冠东. 数字图像叙事设计模式研究[J]. 包装工程, 2016, 37(4): 41-45.
SHEN Guan-dong. Digital Image Narrative Design Pattern[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(4): 41-45.

[7] 柳冠中. 事理学论纲[M]. 长沙: 中南大学出版社, 2006.
LIU Guan-zhong. Science of Human Affairs[M]. Changsha: Central South University Press, 2006.

[8] 吴诗中. 叙事性陈列设计方法在重大历史题材中的应用[J]. 装饰, 2021(9): 38-41.
WU Shi-zhong. Application of Narrative Display Design Method in Major Historical Themes[J]. Art & Design, 2021(9): 38-41.

[9] 刘志强，陈辉. 基于感知分析的校园文化因子提取和应用研究——以武汉科技大学为例[J]. 装饰, 2019(6): 128-129.
LIU Zhi-qiang, CHEN Hui. Research on the Extraction and Application of Cultural Factors Based on Perception Analysis: Taking Wuhan University of Science and Technology as an Example[J]. Art & Design, 2019(6): 128-129.

[10] 李文嘉，高瑶瑶，张再瑜. 认知叙事视域下乡村文创产品创新策略研究[J]. 包装工程, 2021, 42(20): 381-388.
LI Wen-jia, GAO Yao-yao, ZHANG Zai-yu. Innovation Strategy of Rural Cultural and Creative Products from the Perspective of Cognitive Narrative[J]. Packaging Engineering, 2021, 42(20): 381-388.

[11] 龙迪勇. 空间叙事学：叙事学研究的新领域[J]. 天津师范大学学报(社会科学版), 2008(6): 54-60.
LONG Di-yong. Spatial Narratology: A New Field of Narratology Research[J]. Journal of Tianjin Normal University (Social Science), 2008(6): 54-60.

[12] 韩婷婷. 视觉识别系统对高校校园文化建设的作用研究[J]. 设计, 2018(16): 132-133.
HAN Ting-ting. Research on the Role of Visual Recognition System on Campus Culture Construction in Colleges and Universities[J]. Design, 2018(16): 132-133.

（下转第 390 页）