

基于情景故事法的数字文创APP设计研究

——以澳门城市大学为例

黎文煜

澳门城市大学创新设计学院，澳门

收稿日期：2023年7月3日；录用日期：2023年9月8日；发布日期：2023年9月15日

摘 要

我国近年大力促进的数字与文化产业深度融合政策为国内文创设计创新制造了条件，文创结合数字化设计可以解决传统文创产品功能单一、产品形式缺乏创新等问题。本研究基于情景故事法，提出以用户情感为导向，根据情境发展定位用户；情境交流挖掘用户需求；以撰写剧本的形式勾勒产品功能；总结并进行产品设计，塑造独特文化风格的设计流程。最后以澳门城市大学为例，基于特色文化进行数字文创设计实践，探索高校数字文创产品设计创新途径，开发独具特色的数字文化创意产品，形成共享与互动，引发情感共鸣，更好地传播文化内涵，也为其他数字文创设计提供策略和参考。

关键词

文创设计，情景故事法，APP设计，界面设计，数字文创

Research on the Design of Digital Creative APP for Universities Based on Situational Storytelling Method

—Taking City University of Macau as an Example

Wenyu Li

School of Innovation and Design, City University of Macau, Macau

Received: Jul. 3rd, 2023; accepted: Sep. 8th, 2023; published: Sep. 15th, 2023

Abstract

The policy of deep integration of digital industry and cultural industry, which has been vigorously

文章引用：黎文煜. 基于情景故事法的数字文创 APP 设计研究[J]. 设计, 2023, 8(3): 1757-1763.

DOI: 10.12677/design.2023.83212

promoted in China in recent years, has created conditions for campus cultural creative design innovation in domestic universities. The combination of cultural and creative design with digital design can solve the problems of traditional campus cultural and creative products with single function and lack of innovation in product form. Based on the situational storytelling method, this study proposes a user-emotion-oriented design process, which locates users according to situational development; taps user needs through contextual communication; outlines product functions in the form of writing a script; summarizes and carries out product design to shape a unique campus cultural style. Finally, taking City University of Macau as an example, the digital culture creative design practice is carried out on the basis of campus characteristic culture, exploring innovative ways of digital culture creative product design in colleges and universities, developing digital culture creative products with unique college campus characteristics, forming sharing and interaction, triggering emotional resonance, better spreading college culture connotation, and also providing strategies and references for digital culture creative design in other colleges and universities.

Keywords

Campus Creativity, Situational Storytelling Method, APP Design, Interface Design, Digital Creativity in Universities

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 前言

随着全球文化创意产业经济的迅速发展, 我国的文化创业产业也得到了提升, 成为国家软实力的象征, 为社会创新发展提供持续动力。文化创意产品与文化产业发展息息相关, 逐步进入大众视野。文化创意产品具有深厚的文化内涵, 丰富的美学要素, 带来高附加值等多种特点, 形成新的消费风潮[1]。其中高校校园文创在对高校校园文化形象建设、高校文化精神传承和传播、联系师生校友感情各方面发挥着自身重要的作用[2]。国内高校校园文创产品设计从设计到营销各方面都呈现出逐步增加的状态, 逐渐变得热门化, 被更多的人所熟知。

但是, 国内高校校园文创在产品设计的独特性、创新性和可持续性方面, 也存在着问题: 首先, 国内多数高校校园文创产品设计没有深入挖掘校园自身独特的文化内涵, 缺少对高校校园特色文化和个性化视觉内容的提炼转化, 从而无法在定位阶段做出差异化, 只能盲目地模仿其他现有高校校园文创产品的设计, 故不同高校文创产品设计缺少创新和独特性, 同质化严重; 其次在设计过程中没有深入挖掘用户的需求, 没有从用户心理体验层面出发, 导致产品设计缺乏实用性且无法引起校园用户的情感共鸣; 缺少创新和文化情感共鸣的产品无法形成品牌化, 更无法对校园文化进行广泛的宣传[3]。

文化和旅游部于 2020 年 11 月 18 日颁布的《文化和旅游部关于推动数字文化产业高质量发展的意见》提出要“促进文化产业与数字经济、实体经济深度融合, 扩大优质数字文化产品供给”[4], 数字技术的发展为高校文创设计创新创造了条件。其中数字移动端 APP 具有实用、便捷、时尚等特征, 文创结合数字化设计能解决传统校园文创产品功能单一、产品形式缺乏创新等问题。笔者拟以澳门城市大学文创设计实践为例, 基于情景故事法, 探索高校数字文创产品设计创新途径, 也为其他高校数字文创设计提供策略和参考。

2. 研究方法

2.1. 基于情景故事法的高校数字文创设计方法

台湾艺术大学研究学者林荣泰教授最早提出将情景故事法应用在文创设计中，在传统文字和本土文化研究的基础上建立了“情境发展、情景交流、产品构想、产品设计”四个阶段文创设计流程。利用情景故事法进行设计创作，能够很好地把行为、特征、文化内涵融入到产品创新中。王安琪、刘维尚等根据以上流程构建出基于情景故事法的数字文创设计策略[5]，本研究以澳门城市大学为例，结合该设计策略进行数字文创 APP 设计。

1、情境发展，设定一个情景。首先对产品的开发方向进行初步展开。通过模拟校园数字文创用户使用情境的方法进行使用者情景样本的筛选。拟定情景故事背景中的角色、时间、地点、事件，并由此定位现阶段校园数字文创用户需求，进行 APP 的功能提炼与功能转化。

2、情境交流，讲述一个故事。拟定“人、事、时、地、产品”情景故事方案，立足于文化根源，从资料整理到开发细节，体现校内独特的文化。挖掘适合转译的文化视觉要素，建立视觉语言，提升用户的情景交流感。

3、产品想象，编写一个剧本。拟营造文化空间，展开设计构想。通过功能提炼和流程构想，建立 APP 信息架构图，引导产品创意，以多形式呈现丰富的产品信息内容，触发用户联系。

4、产品设计，塑造产品风格，设计一个产品。提供 APP 设计开发阶段的方案，塑造数字文创产品的整体风格和意向，建立使用情境，赋予人文情怀，设计具有澳门城市大学文化特色的数字文创产品。

2.2. 基于情景故事法的澳门城市大学数字文创设计实践

2.2.1. 产品定位和用户需求

本研究以澳门城市大学为例，吸取数字移动端 APP 实用、便捷、时尚等优点，基于校园特色开发共享与互动 APP 设计。高校文创 APP 设计的核心用户就是产品的使用者：在校学生；其相关用户则是学校的管理者、教职工。

本研究根据上述基于情景故事法的设计策略，构建基于情景故事法的数字文创设计策略，以核心利益相关用户“小珠”的实际需求为目的展开特性分析，利用快照的方式捕捉用户问题情境，提炼对应的

Table 1. Design strategy of digital cultural creation app of city university of Macau based on scenario story method
表 1. 基于情景故事法的澳门城市大学数字文创 APP 设计策略^①

镜头	情景描述	需求提炼	功能转换
1	小珠，女，24 岁澳门城市大学研究生，由于日常居住在珠海，上课地点在澳门，所以是一名跨境上学的学生。校园里有很多像小珠一样的学生。他们在校园里只有上课时会展短暂聚集，随后便离开。每天长时间处在移动的状态，彼此难以熟悉。	移动中的交流 基地增强校园 归属感	1.功能导览模块 2.社交模块
2	小珠对不同专业的同学进行跨学科合作很感兴趣，想和不同学院的同学组队一同参加创业比赛，但苦于找不到途径；且她有很多闲置物想跟同学进行交换。希望有一款能进行校园社交、制造校园话题、提供跨专业合作等多种学生服务的产品。	校园社交，独特 的校园活动和 话题，官方跨专 业合作平台。	1.跨学院合作模块 2.闲置物交换模块 3.校园卡服务模块 4.校园爬坡竞技模块
3	小珠某天发现学校除了每天要爬的山坡，还有很多带有校园特色的地方。这是她以前在学校短暂停留过程中没有发现的，她准备好探索学校每个角落并希望把这些分享给跟她一样的同学。	创造校园环境 探索机会，传播 分享个性内容	1.校园环境探索模块 2.分享模块

需求并转换成产品功能(表 1)。由于澳门地区校园用地面积小等原因,城大住宿环境设施与内地大学有所区别,校园场地内未配置学生宿舍。学生可选择校方提供的校外宿舍或自行解决住宿问题,因此出现很多往来珠海澳门两地上学的学生。本研究将用户设定为往来珠澳跨境上学的同学,对用户情景进行三层描述后从体验层面出发,对用户体验进行分析后将用户需求显性化。研究提炼出澳门城市大学存在着校园文化认同感不足、校园归属感弱、个性需求不足、文创产品缺乏品牌调性等痛点。接着针对这些需求和痛点结合个性化设计,将其转化为 APP 功能模块,为接下来产品功能架构设想提供思路。

2.2.2. 视觉设计原型元素提炼

校园文创产品视觉原型元素提炼采用“以形寓意”的方法,“以形寓意”是对校园独特文化内涵的解析、归纳再诠释,该方法提取富有校园特色的文化符号,并使用设计手法进行视觉符号编码与转译,以一种全新的视觉形式展示,赋予其新的文化生命力和独特的视觉表现力。校园文创的设计元素来源主要分为“有形意象”和“无形意象”两种形式。

1、有形意象:校园文创设计中的有形意象指客观存在于校园中的事物,例如可被观看和感受的人、物、景等。这浓缩了具有校园特色的符号,可以为设计提供图形、色彩、造型多方面要素参考,从而融入于校园文创的视觉符号设计中。

2、无形意象:校园文创设计中的无形意象是将富有表征意义的文化内涵、价值取向以静态方式显现,成为校园文化意识形态的缩影。将校园文化的“无形意象”进行符号提取,再对其进视觉符号编码和转译后运用到文创中,可以寄托校友对母校的情感,亦能体现师生对母校产生的自豪感。

本研究对收集的资料进行整理,归纳出澳门城市大学设计元素中“有形意象”分别有建筑、标志、景观三类,其中建筑包含城大标志性教学楼建筑,出入校门必经的长坡,图书馆,扶手楼梯等;标志有校徽、校旗,代表城大的标志性绿色;景观有校内文化保护遗产九龙壁,花园内的锦鲤、乌龟,以及独具澳门特色的葡式瓷砖。“无形意象”有内容为“明德、博学、尚行”的校训,校歌、学校教学理念等(表 2)。这些是校园文化的代表,也是师生对澳门城市大学的情感寄托。

Table 2. Representative elements of city university of Macau
表 2. 澳门城市大学代表性元素^②

符号类型	代表元素
有形意象	建筑  教学楼 长坡 长梯 图书馆
	标志  校徽校旗 标志性色彩
	景观  锦鲤乌龟 葡式瓷砖 九龙壁
无形意象	明德 Virtue 博学 Knowledge 尚行 Practice  校训校歌 教学理念

视觉元素需要表现独特校园文化内涵和精神和价值,能够引起用户共鸣。本研究对归纳后的代表性元素进行筛选,最后选择城大师生每日必经的长坡、标志性绿色、葡式花纹和校徽作为主要元素。通过简洁、美观等要求对元素进行视觉设计转化:每日都要经过的长坡给师生留下深刻的记忆和情感共鸣,且爬坡在深层次也代表了城大学子奋发向上的精神,故转换成向上的箭头符号,再简化为主页面中带有弧度的背景模块;而标志性绿色也调整为更适合数字媒体的高饱和度绿。APP的LOGO设计也以箭头为基本图形,结合澳门特色葡式瓷砖,形成特有的文化符号(图1)。

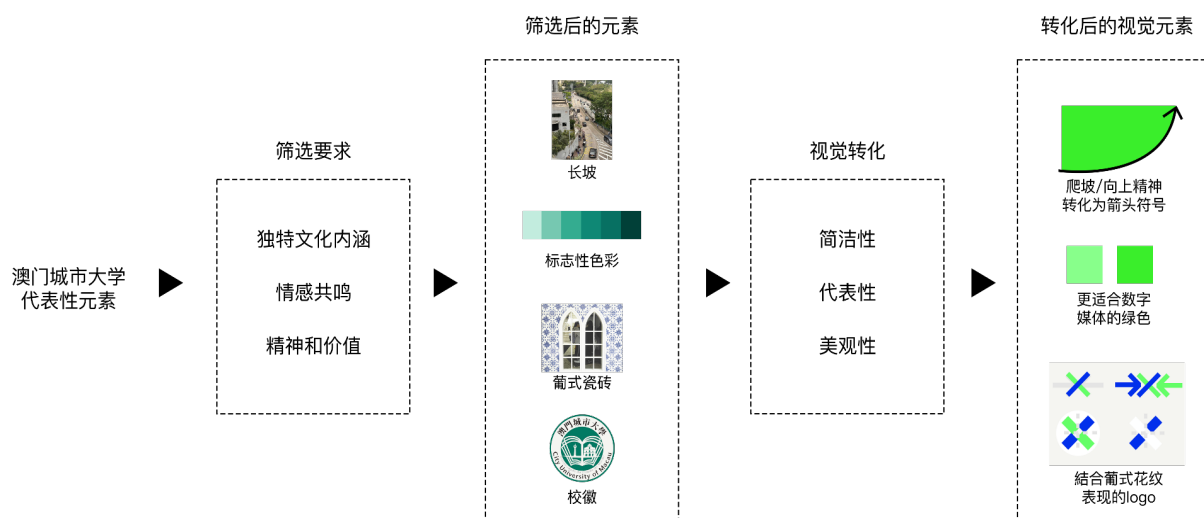


Figure 1. Transformation design of APP visual elements

图 1. APP 视觉元素转化设计^③



Figure 2. Product architecture diagram of digital cultural and creative app of city university of Macau

图 2. 澳门城市大学数字文创 APP 产品架构图^④

2.2.3. 产品架构

根据设计策略提炼的用户需求和模块对 APP 的功能架构图进行构建(图 2)。把主要交互内容划分为 5 大模块,并梳理出各大模块的功能流程图。根据功能将主页划分为五个大的模块,分别是“秘密圈”、“爬坡步数竞技”、“跨学院合作社群”、“以物换物”、“校园卡服务”。从功能服务个性化原则出发,在填写个人信息页面添加创意互动设计,师生可以自定义个人形象,这种增加了个性化功能的设计能够激发用户新鲜感和主动参与的愿望,满足用户的个性需求,拉近产品与用户的距离。用户可从“秘密圈”处获取社交友谊,也可通过官方跨专业合作平台解决同学跨学院合作需求;在城大度独具特色的“爬坡”页面添加竞技功能,形成独具校园特色的话题;用户可通过以物换物页面交换闲置物品;校园卡服务页面有便捷的校园卡找寻方式,也能使用 AR 技术探索校园环境。以上各大模块对应解决各类用户需求,并在此基础上结合澳门城市大学独特文化,进行创意互动设计,引发用户情感共鸣。

2.2.4. 产品设计

把筛选后的视觉元素进行打散并重组,将其与各大模块相结合,设计出独特的城大数字文创 APP 界面。APP 的标准颜色以绿色为主,蓝、黄色为辅,字体上选择简洁的中英文字体。在界面设计中以向上箭头提取的右圆弧为基础模块背景,通过模块堆叠形成页面板块分割,并在每个模块对应的位置放置带有澳门城市大学特色视觉标志元素,能让用户在使用时加深对校园文化符号的记忆,最终部分界面如图 3 所示。

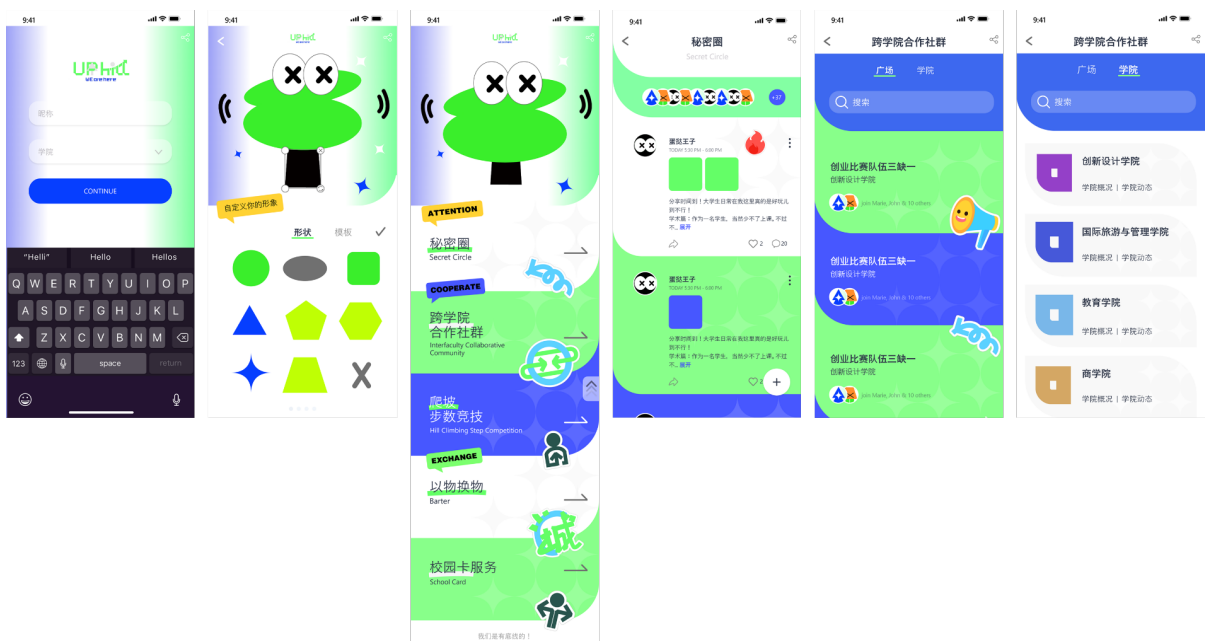


Figure 3. APP part interface
图 3. APP 部分界面^⑤

3. 结论

本文基于情景故事法,以澳门城市大学为例在校园特色文化基础上进行高校数字文创设计实践研究。提出以用户情感为导向,根据情境发展定位用户;情境交流挖掘用户需求;以撰写剧本的形式勾勒产品功能,最后设计出校园数字文创产品。数字文创 APP 的设计不光是利用数字媒介进行校园用户交互体验,更多是关注用户情感体验,校园特色文化信息是否有效传递。由此可见,文创结合数字化设计可以解决

传统校园文创产品功能单一、产品形式缺乏创新等问题,增强文创的交互体验,形成共享与互动,引发情感共鸣,更好地传播高校文化内涵,也为其他高校数字文创设计提供策略和参考。

注 释

- ①表 1 来源:本研究自绘
- ②表 2 来源:本研究自绘
- ③图 1 来源:本研究自绘
- ④图 2 来源:本研究自绘
- ⑤图 3 来源:本研究自绘

参考文献

- [1] 李炜. 基于情感化设计的文创产品设计研究——以“苏州园林”设计实践为例[J]. 装饰, 2021(5): 136-137.
<https://doi.org/10.16272/j.cnki.cn11-1392/j.2021.05.032>
- [2] 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.
<https://doi.org/10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.14.46>
- [3] 和钰, 姚辰雯. 基于情感认同的高校校园文化创意产品设计[J]. 绿色包装, 2022(7): 133-137.
<https://doi.org/10.19362/j.cnki.cn10-1400/tb.2022.07.027>
- [4] 赵朴. 数字时代高校文创产品设计创新研究——以新乡学院为例[J]. 新乡学院学报, 2023, 40(4): 64-66.
- [5] 王安琪, 刘维尚, 李然, 李烁. 基于情景故事法的故宫数字文创 App 设计研究[J]. 家具与室内装饰, 2023, 30(2): 56-61. <https://doi.org/10.16771/j.cn43-1247/ts.2023.02.010>