

# 基于校园文化资源的文创产品开发设计探索

崔锦华

(大连经济技术开发区中等职业技术专业学校, 辽宁 大连 116600)

**摘要:** 经过长期的发展, 高校为彰显历史、精神、形象特点, 打造了一系列物质文化载体, 形成了独特的校园文化。通过提炼校园文化元素、挖掘校园特色资源, 教师可引导学生深挖学校特有的文化形象、文化理念, 设计具有校园特色的文化创意产品, 既能够将校园文化转化为物质产品, 宣传校园文化精神, 又能丰富文创产品开发和设计题材, 激发大众购买欲。基于此, 本文分析校园文化内涵, 阐述校园文创产品设计定位与原则, 介绍基于校园文化资源的文创产品表现形式, 带领学生探索具体开发和设计路径。

**关键词:** 校园文化资源; 文创产品; 开发; 设计

受地域文化、发展历程的影响, 不同学校形成了独特、非凡的文化资源, 在无形中滋养着学生的精神世界, 成为学校精神文明的旗帜。通过挖掘校园文化资源, 引导设计专业学生将其融入文创产品中, 拓宽校园文化的传播形式, 为校内外沟通搭建新桥梁, 使更多人了解校园文化、办学理念, 提升学校的影响力和知名度。同时, 依托校园文化阵地, 学生们可尝试凝聚校园文化力量, 打造具有校园特色的文创产业, 形成从开发到加工, 从加工到销售的产业链, 实现产教融合, 既能够满足学生的使用需求, 又能形成一道鲜明的校园文化风景线。当前, 诸多学校已经认识到校园文创产品对塑造学校形象的作用, 纷纷挖掘设计元素, 开发地方性、地域性的校园文创产品。但是, 在开发文创产品的过程中, 部分人员未能精准地提炼文化资源, 设计品质有待提高。对此, 在开发和设计校园文创产品时, 教师应立足学校实际, 让学生结合校园文化特色和文化资源类型, 开发触动人们情感、迎合年轻一代喜好的文创产品, 促进文创市场发展。

## 一、校园文创的内涵

基于办学理念, 再加上校园活动空间、学生行为的影响, 学校形成了多样化、时代性、独特性的校园文化。不同学校的发展方向、历史背景、建校历程存在差异, 所以校园文化不仅沉淀了历史气息, 又体现了新时代内涵。文化创意产品的关键在于创新、创意, 在大众创新的时代下, 要想提高产品的生命力和影响力, 设计人员需要树立创新意识。文化与产品的融合, 能够给人带来多方面的体验, 给人留下回味无穷的感受。校园文创产品集中体现了校园文化的精神内核, 只有将校园文化资源与产品创新有机结合, 才能赋予产品第二次生命。教师可引导学生提炼校园文化资源、凝练校园符号元素, 推出校园文创品牌, 提升校园的影响力、辨识度, 提升学生、教师和职工的归属感。

## 二、校园文创产品的设计定位与原则

### (一) 日常用品

在建设校园文化的过程中, 加强校园文创产品设计具有重要意义。在校园生活中, 学生的衣食住行都离不开一系列日用品, 这也是校园文创产品设计的主要方面。在设计日用品时, 教师可提示学生选择具有普遍性的物品, 尤其要选择具有消耗属性的物品。以学习需求为例, 设计专业学生可从文具、作业用品设计入手, 创新设计传统的文具用品, 将学校整体的校园文化或院系文化融入产品中。如此, 既能够提高校园文创产品的美观度, 又能提升文具产品的使用价值。

### (二) 装饰物件

在大众审美水平日益提高的背景下, 师生越来越关注家居环境、宿舍环境、办公环境中的装饰物。所以, 设计专业学生可根据受众需求, 设计适用于各种环境的装饰物件。以宿舍环境为例, 因宿舍空间先对有限, 学生应尽可能地设计尺寸较小的装饰品,

可设计壁挂结构的大尺寸产品, 更好地满足空间需求。对于办公环境, 学生不应限定尺寸, 要根据办公桌、书橱、角落或墙边的装饰需求, 设计尺寸多样、外形美观的物件, 需要注意到设计风格的庄重性、严肃性。与办公环境不同, 家居环境的装饰物件应强调愉悦、轻松、活泼的风格。

### (三) 纪念品

纪念品在校园文化产品中占据着重要地位。无论是即将入学的新生群体, 还是即将进入社会的毕业生群体, 纪念品都拥有着非凡的价值和纪念意义。所以, 在设计纪念品时, 设计专业学生应充分考虑学校新生和毕业生数量, 把控好产品设计数量。同时, 纪念品的重要属性是纪念意义, 为提高收藏、珍藏价值, 学生应注重纪念品的包装设计, 联系时代特点、校园整体文化氛围, 设计具有深刻纪念意义的外包装, 并体现包装的实用性。对于校园文化纪念品价格, 学生应坚持灵活性原则, 根据不同消费人群需求, 设计价位不同的纪念品, 适当地增强纪念品的保值功能, 如纪念信封、纪念邮票、纪念徽章、金属纪念币等。

## 三、基于校园文化资源的文创产品表现形式

### (一) 符号性的产品语义

在新时代下, 符号学衍生了产品语义学, 为设计人员分析产品信息提供了导向。在产品语义学下, 设计专业学生需要采用无意识设计理念, 借助材料、使用方法、产品形态, 向消费者传递信息, 而不是只依靠语言。在向外界输出信息的过程中, 符号是一个重要的媒介。学生应重点分析产品需要传达意义和内涵, 采用特色的符号性语言, 设计校园文创产品, 向产品消费者和使用者传递文化内涵, 增强其文化、情感、精神体验。

### (二) 转化和衍生多重形态

基于校园文创产品的原始形态, 设计专业学生可从多维度入手, 采用多种形态的表现手法, 尝试不同的肌理、造型、材料, 转化和衍生多种产品。在不同形态下, 产品功能体现也存在差异。所以, 教师可提示学生运用转化方法, 将产品与不同载体结合, 打造新颖的文创产品。以“第一口南大的滋味”为例, 设计人员将甜品蛋糕与南京大学建筑物结合, 打破了视觉设计的限制, 能够带给人回味无穷的体验。从产品开发角度看, 要在原有产品的基础上, 实现全新的突破, 设计专业学生需要承担的风险较大, 且生产成本较高。所以, 在校园产品原始形态的基础上, 学生能够提升文创产品设计的可行性。在设计校园明信片时, 学生可选择牛皮纸、透明塑料、白卡纸等材料, 给受众开放的选择空间。在不同的设计维度下, 设计专业学生能够将学校代表性建筑融入明信片中, 打造立体性强的产品。

### (三) 渗透多层次情感价值

基于认知心理学, 唐纳德·诺曼提出了情感化的设计理念, 主要包含本能、行为、反思三个方面。从本能方面看, 产品的外

观能够触动大众的感官或情感系统, 带给其愉悦的情绪体验; 从行为层面看, 产品的实用价值、功能价值能够影响大众的使用体验; 从反思方面看, 产品的某种特性能够引起大众深层次的思考, 使其产生独特的情感反应。根据大众以上三种心理层次, 设计专业学生可采用情感化设计理念, 根据不同产品的本质功能、各方面需求, 协调各个方面的功能设计, 渗透多层次的情感价值。以坠马髻颈枕为例, 设计人员采用奇特的方式, 突破博物馆原有的形象, 使消费者在使用中出现独特的体验, 既体现了产品的趣味性, 又保证了产品的使用功能。在设计校园文创产品时, 学生能够发挥产品的文化宣传价值, 满足广大校友在反思层面的需求, 使他们能够不自觉地回忆共同时光, 寻找校园时光的影子。对此, 教师应带领学生详细整合校园文化和故事, 将叙述性内容渗透于产品中, 设计多种主题的产品, 让消费者在使用时, 与产品形成良性情感交流关系, 从而达到传递校园文化的目的。将各种典型形象、典型事件转化为文化符号, 学生可将特有的文化属性融入文创产品, 让消费者成为二次宣传的群体。

#### 四、基于校园文化资源的文创产品开发与设计途径

##### (一) 充分运用校标和校训

在校园文化资源中, 校训和校标是两大标志性的元素。校标符号识别度高、个性鲜明。在运用此元素时, 设计专业学生可从构成形式入手, 采用结构重组、重复排列的方式设计文创产品。同时, 校训元素在校园文化中也十分常见, 学生可单独使用校训元素, 将多种材质的文创产品与校训结合, 也可尝试校训与校标结合起来, 探索多种组合形式。校训高度凝练和概括了学校整体学风, 所以, 在运用过程中, 学生应规范应用载体, 不应随意调整和变动。例如, 通常校训拥有固定的艺术字体或标准字体, 在运用校训时, 教师应规范媒介、色彩和书写的组合形式, 严谨地考虑适用的文创产品。同时, 为避免篡改相关汉字和词组, 设计专业学生应深入研究校训背后的文化故事, 更加精准、有效地运用校训元素。

##### (二) 挖掘校园人文元素

从基本组成角度看, 校园人文元素主要包含杰出校友、优秀教师、学科建设历程等。在学校校史中, 知识渊博、治学严谨、个性鲜明的教师是代表性的人文元素。一些学校将历史上出现的校友、学者、教师铸成雕像, 引导广大师生向榜样学习。同时, 在挖掘校园的人文元素时, 设计专业学生可从当代青年学生、教职工群体入手, 选取时代风云人物和典范, 提炼积极进取的形象和精神, 设计和转化为视觉元素。

##### (三) 选取校园标志性建筑物

校园建筑景观是学校物质文化建设的重要组成部分, 其不仅体现了学校硬实力, 还反映了学校整体的环境风貌。所以, 教师应让学生细致地观察不同区域的建筑景观, 根据产品设计需求, 提炼宿舍、办公、活动区域的特色景观。在设计文创产品时, 学生们可从大处、小初着眼, 分析环境地貌特征、园林景观、特殊的建筑物布局, 采用灵巧的方式, 将这些元素融入文创产品中。

##### (四) 挖掘校园花卉植物元素

在学校的四季, 校园植物和花卉是装点校园环境的重要部分, 具有极强的地理属性。受限于不同地区的气候条件、土壤条件, 各个学校会选择地域性的花卉植物, 也会根据学校文化、历史发展过程, 栽种一些具有特殊意义的外来品种, 如武汉大学盛开的樱花, 每年都会吸引大量游人、学者驻足。所以, 根据受众的偏好, 设计专业学生也可选取校园中特色的植物和花卉, 将其图像化, 选择与之吻合的产品材质。根据校园中标志性建筑物、特色花卉和植物, 学生可尝试多种构成和组合方式, 彰显校园文化独有的

魅力。

##### (五) 拓展利用校园生活记忆

在受众的脑海中, 除了校园建筑相关的实体印象, 往往还有多种情境、事件的记忆投射, 如具有集体纪念意义的宿舍、操场、教室、图书馆等, 甚至是校园餐厅中某道特色菜……这些事物都承载着人们的校园记忆, 为设计专业学生提供了丰富的文创素材。无论是校园生活的未来、过往还是现在, 都能够给人带来触景生情的体验。所以, 学生应从受众的校园记忆入手, 寻找具有校园生活记忆的元素, 将这些元素融入设计环节。同时, 对于来自不同地域的受众, 设计专业学生可拓展记忆和生活元素, 提炼学校所在城市的标志性元素, 如历史往事、人物, 将历史画卷与现代城市发展相结合。所以, 在挖掘校园文化资源时, 教师应有意识地关注校园文化与地域文化的联系, 让学生将二者融合起来。再者, 从主要受众来看, 校园文创产品主要面向青年学生, 教师引导学生分析当代受众的兴趣、爱好, 紧跟最新的流行文化、流行元素, 如青年一代喜爱的服饰、影视作品、流行歌曲, 以及具有时代意义的社会热点事件。在搜集、分析、提炼流行元素的过程中, 教师应严格地筛选和甄别, 让学生提炼方向积极、主题向上的内容和元素, 更好地宣传和呈现主流的文化价值观。比如, 量子卫星发射成功事件、“一带一路”经济快速发展实例、古典优秀传统文化素材, 学生可将这些元素与校园文化资源结合, 设计时代性强的校园文创产品。此外, 在高校大力探索国际化办学模式的背景下, 中外人员、资源交流日益密切, 为学生提供了大量国际化元素。

#### 五、校园文创产品设计开发的展望

伴随“新丝绸之路”建设进程的加快, 越来越多具有中国特色的文创产品将进入国际视野。校园文创产业的发展, 不仅孵化了类型多样的文创产品, 还为国家文化创新与发展提供了持续动力。目前, 在相关部门和行业协会的支持下, 诸多工艺美术大师开始走进校园, 将非遗传统工艺、工匠精神带入校园中, 为工艺美术的传承和创新搭建了平台。今后, 在工艺美术大师的指导下, 校园将出现具有技术和时代特点的文创产品。相关学校可邀请地方、省级、国家级非遗文化传承人(工艺美术大师), 建设校内文创产品工作室, 让更多大师能够进入学校授课、指导学生。如此, 更多有创新精神、爱动手操作、有创意才能的青年人能够尽快接触文创行业, 主动参与校园文创产品创新活动, 将身边的校园文化资源转化为文创产品设计创意, 既能够促进文创产品创新发展, 又能够壮大工艺美术传承人队伍。因此, 相关人员应认识到校园文创产品开发设计是一个复杂性、系统性的工程, 需要立足时代需求、扎根校园文化阵地、关注校园文化内涵, 通过采用现代化设计方法与理念, 以创新设计的方式彰显不同校园文化的特点, 打造契合校园文化氛围和气息的文创产品, 进一步提升校园文创产品的魅力。

##### 参考文献:

- [1] 朱骥, 朱红红, 蒋茜. 基于地域文化视角下的校园文创产品设计研究——以“韶华金陵”校园文创产品开发为例 [J]. 绿色科技, 2021, 23(17): 217-219.
- [2] 张莎. 基于校园文化因素提取的校园文创产品设计研究——以西安培华学院校园纪念徽章为例 [J]. 参花, 2021(18): 112-113.
- [3] 邵颖思, 廖加琴, 刘带, 等. “非遗”元素与校园文化创意产品融合创新的技术路径研究——以韶关市乳源瑶族为例 [J]. 文化创新比较研究, 2021, 5(3): 169-172, 178.