

地域文化图形扁平化风格的应用

杨晓燕, 刘帅, 王伟伟

(陕西科技大学, 西安 710021)

摘要: **目的** 将优秀的地域文化图形元素更好地运用于创意设计过程,进而使设计方案从形态、神韵等方面都能体现传统文化的内涵,并且具备流行的扁平化风格特点。**方法** 在分析现有成果的基础上,提出了地域文化图形元素的应用模型,实现了地域文化图形与现代流行风格的融合,并结合汉代四神兽文化图形的提取及应用过程验证了该方法的有效性。**结论** 地域文化图形与现代流行设计风格的融合,不但有助于提升设计对象的文化内涵,而且可以实现对地域文化的传承与创新。

关键词: 地域文化图形元素; 纹样提取; 扁平化; 图形再设计

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2015)20-0026-04

Application of Flat Design Style of Regional Culture Graphic

YANG Xiao-yan, LIU Shuai, WANG Wei-wei

(Shaanxi University of Science & Technology, Xi'an 710021, China)

ABSTRACT: It aims to apply the excellent graphic elements of regional culture into the process of creative design better to express the designing scheme a traditional culture content in form, romantic charm and other ways. This shows a spiritual aftertaste and also contains the characteristic of fashionable flattening style. On the analysis of present results, it provides feature analysis, extract and application model on graphic elements of regional culture. It mixes regional culture graphs and modern popular styles together. The combining of extract and application process of the Four God Beast in Han Dynasty exactly verifies the effectiveness of this method. The mix of regional culture graphs and modern popular styles can not only help to promote the culture content of projector, but can also contribute to the inheritance and innovation of regional culture.

KEY WORDS: graphic elements of regional culture; pattern extract; flattening; graph redesign

文化对产品附加值的提高和民族品牌的振兴有着重要的作用^[1]。目前,传统文化和中国元素越来越多地被开发,更多的品牌开始和传统文化发生化学反应,文化创意和设计服务已贯穿在经济社会各领域、各行业,呈现出多向交互融合态势^[2]。设计艺术与传统文化的有机融合是历史的潮流,也是未来设计艺术发展的主要方向之一^[3]。具备一定文化性、民族性的设计创意活动更容易引起受众的共鸣,进而产生广泛的认同感。为了促进相关产业的发展,国务院出台了

《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》等。

在相关研究方面,苟秉宸论述了一种面向仰韶文化的特征元素提取与应用方法。根据文化基因的核心理念,从不同角度分析了华夏文明的起源特点和在世界长河中的历史地位,并科学性地预测了中华文明在新时代里如何实现继承和发展^[4]。从分析苹果的设计入手,引入产品族群的概念,探究了产品基因的遗传与变异问题,并提出了一套关于产品设计元素提取

收稿日期: 2015-05-24

基金项目: 教育部人文社科项目(12YJCZH248);陕西省社会科学艺术学项目(2014013)

作者简介: 杨晓燕(1982—),女,陕西人,硕士,陕西科技大学讲师,主要从事传统文化与视觉传达设计方面的研究。

方法的理论^[5]。

1 理论基础

扁平化很大程度是出于信息化的诉求,弱化图标中无用的图形干扰让用户可以快速聚焦到信息上,它更像是一种矢量化,可以在某种程度上减弱对像素精度的依赖,从而创建出适应性更高的图标以及界面,这个概念最核心的地方就是放弃一切装饰效果,诸如阴影、透视、纹理、渐变等设计方法,所有的元素边界都很干净,可以更加简单地将信息传达给受众,减少认知障碍的产生。

青龙、白虎、朱雀、玄武是我国古代文化中代表方位的四大神兽,经过历代的完善,到西汉时四神兽的形象已基本定型。青龙是东方的神,形象如一条龙;白虎是西方的神,形象如一只虎;朱雀是南方的神,形象如一只大鸟;玄武是北方的神,形象如龟蛇的合体。

这里在深入分析现有成果的基础上,综合运用设计基因分析研究的方法,提取蕴含于传统四神兽图案中的文化特征,并根据扁平化风格的特点对其进行演化设计,开发一套具有典型扁平化特征和丰富文化内涵的四神兽图形,使该图形可以应用于电子产品的界面设计,以提升产品的文化内涵。

2 研究框架

首先,广泛收集资料,对传统文化四神兽进行深入的分析,对扁平化设计风格进行详尽的调研,找到相应的文化元素。然后,提取设计元素,从形状、线条、色彩方面入手。最后,对设计元素进行重新组合,并且将合适的设计元素应用到电子产品界面的图标设计中。研究框架见图1。

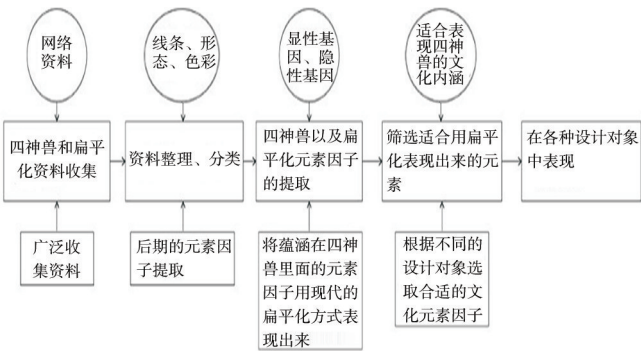


图1 研究框架

Fig.1 The research frame

3 研究流程

3.1 资料收集与分析

对网络资料中关于四神兽和扁平化风格的素材进行归类整理分析,通过提取关键元素,并且对其进行分离和组合,从而得到设计元素,并且将这些设计元素通过扁平化的方式表现出来,应用在电子产品界面图标的设计中。

3.2 设计元素的提取

汉代四神兽传统文化由许多元素构成,其中有显性的,也有隐性的,显性元素包括形状、线条、色彩的元素,而隐性元素包括内涵、情感等元素。这些元素需要人们用设计思维的方式去整理。

扁平化界面图标的设计风格中没有太多的修饰,外框形状更趋向于正方形或方形圆角的图标,醒目活泼的颜色在扁平化设计中起着至关重要的作用,45°斜投影是扁平化图标区别于其他风格图标的明显标志。

3.2.1 形态元素的提取

四神兽较为显著的形态特征为:造型流线性强,画风生动有趣。从古代纹样来说,在过去拓下来的四神兽纹样中,线条流畅感极佳,包括主体躯干的流线性也极其出色;从古代镜子上的四神兽纹样来看,线条生动活泼且充满跳跃感,在对称的同时,还不缺乏灵动感,纹路极其流畅;从现代纹样中看,线条多了几分厚重,画面感非常强,这些现代四神兽纹样,都非常形象生动,与古代纹样对比,现代纹样图案感更强烈,均能够让人一眼辨认出四神兽。

3.2.2 色彩元素的提取

每一种神兽都有独一无二的颜色,东边的是青色的龙,西边为白色的虎,南边是朱色的雀,北边为黑色的玄武。龙是东方的代表,在五行之中属木,同时青色也是五行中的木,青龙由此而来。与龙相提并论的是白虎,白虎之所以为白色,也是因为西方在五行中属金,颜色为白色,故为白虎。朱雀是四神兽之一,朱色如火一般,南方属火,凤凰由此命名。玄武的武则是黑色的意思^[6]。它们各自的颜色和名称有着密切的联系,见图2。

3.2.3 纹样元素的提取

四神兽以飘逸的弧形作为基础形态,同时在圆形的外轮廓下展现运动奔走的态势。在优美的弧线下依然挡不住神兽的雄壮威武^[7]。参照各个神兽的



图2 汉代四神兽颜色

Fig.2 The four animal in Han dynasty of color analysising

特殊纹样,将它们高度精简化,以局部纹样为出发点进行后期设计。青龙取其中间偏下的地方,线条富有动感。白虎仍然取其中间的部分,此部分的线条重复排列,节奏感很强。朱雀取其中间的部分,圆润密集的线条让人感觉富有层次感。玄武取其中间稍微偏右的地方,这部分的线条粗细有致。纹样元素的提取见表1。

表1 纹样元素的提取

Tab.1 The extraction of the pattern elements

名称	图例	局部纹样	特征归纳	寓意
青龙			线条富有动感	祈福纳祥
白虎			线条重复排列,极富动感	辟邪、祈丰及惩恶扬善、发财致富、喜结良缘
朱雀			圆润密集的线条	祥瑞、吉祥
玄武			线条粗细有致	水神、生殖之神、司命之神

3.2.4 隐形元素的提取

在当今时代中,龙是镇慑邪魔的象征,具有祈福纳祥的含义。白虎是战神、杀伐之神,具有避邪、禳灾、祈丰及惩恶扬善、发财致富、喜结良缘等多种神力。朱雀能够带给人们祥瑞的感觉。玄武有生殖、保命之神的说法。隐性语言可以通过某些方法表现出来,这样可以添加元素本身的文化传播力度,扩大影响力。

3.2.5 传统文化元素的选择与应用

根据不同的设计表现的需要,选择不同的产品特性和传统文化元素相结合,首先,用语义去分析传统文化,提取出设计元素,运用形状文法^[9]和设计因子的提取等方法。再对图标进行设计元素的改造,从市场、技术、环境等方面进行变化。最后进行具体的设计。

4 实例验证

4.1 设计定位

在分析出四神兽传统文化的元素都有哪些后,

需要对不同的用户制定不同的产品定位,比如他们所需要营造的产品特征和所要表达的品牌文化。在这次实例验证中的图标设计,力求用现代的扁平化风格来表现古代的四神兽纹样,表达出一种对古代汉文化的重新发掘,唤醒人们对古代传统文化的重视,并给生活在现代电子化生活中的人们增加了一些文化韵律。

4.2 分析判断

每种文化都由自己的特色组成。汉四神兽文化的积淀,直到现在都特色分明,究其原因就是四神兽有自己独特的纹样。

根据从四神兽纹样挖掘出来的传统文化元素来看,将四神兽纹样用扁平化的风格表现出来,是一种大胆的尝试,而且有利于传统文化,特别是汉文化的传播,让更多的人去认识四神兽,从而对汉代文化产生兴趣,由小到大地投入到传播传统文化的队伍中去。设计元素层次分析见图3。

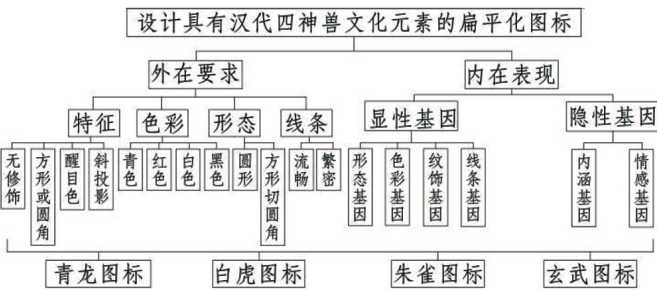


图3 设计元素层次分析

Fig.3 Level analysis of the design elements

4.3 传统文化元素的选择与应用

采用层次分析法^[9],对所列出的传统文化元素进行选择,可以通过层次分析法进行取舍,层次分析法可以使模糊不清的联系变为具体的设计元素,并且通过各个要素的比对,得到一个相对清晰的方案。从以下3个方面进行对四神兽游戏界面图标的设计:(1)极简的图标,包括简化写实图标和带剪影的正负阴阳图标;(2)根据前期资料的收集和对设计元素的提取,得出了设计的精髓,包括关键节点的绘制(凝练精华部分画出轮廓,对轮廓进行细致的调整,突出自己的造型风格);(3)对造型的规划、外形、细节把握等进行统一设计,并且繁衍出具备相同视觉元素和内涵属性的图标,汉代四神兽纹扁平化图标设计效果见图4。



图4 汉代四神兽纹扁平化图标设计效果

Fig.4 The four animals in Han dynasty pattern of the effect into the icons of flat design

5 结语

在这个被各种酷炫产品堆积的社会里,人们从一开始的追逐,到现在的审美疲劳,主要原因是缺乏文化内涵,只有具备传统文化元素的产品,才不会被时间冲淡,才会被越来越多的人所接受。人们应当科学地学习、汇总、传承中国传统文化中的经典元素,对传统文化的理解越深,创作时得到的灵感就越多,就越能创造出有韵味、有情趣的设计,带给人们一种享受^[10]。这里运用扁平化的风格表现中国传统图形四神兽,并且应用在手机图标设计中。在充分了解地域文化图形的情况下,运用现代流行设计风格手法,创造出来的文化创意产品有助于提升设计对象的文化内涵,并且可以实现地域文化的传承与创新。

参考文献:

- [1] 苟秉宸,于辉.半坡彩陶文化基因提取与设计应用研究[J].西北工业大学学报,2011,31(4):66.
GOU Bing-chen, YU Hui. The Banpo Painted Pottery Culture Gene Extraction and Application Research of Design[J]. Journal of Northwestern Polytechnical University, 2011, 31(4): 66.
- [2] 贾敏,钟厦.中国传统符号元素在产品中的应用[J].科技致富向导,2010(8):17.
JIA Min, ZHONG Xia. Application of Traditional Chinese Symbol Elements in the Product Design[J]. Science and Technology Wizard, 2010(8): 17.
- [3] 王伟伟,胡宇坤.传统文化设计元素提取模型研究与应用[J].包装工程,2014,35(6):73.
WANG Wei-wei, HU Yu-kun. Research and Application of Extraction Model of Traditional Culture Design Elements[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(6): 73.
- [4] 王东.中华文明的五次辉煌与文化基因中的五大核心理念[J].河北学刊,2003,23(5):130.
WANG Dong. Five Glory of Chinese Civilization and Culture Gene of the Five Core Concepts[J]. Journal of Hebei, 2003, 23(5): 130.
- [5] 刘杰克.从苹果成为全球第一股看品牌成功基因[J].市场研究,2011(9):42.
LIU Jie-ke. See A Brand Successful Gene from Apple Becoming the First World's Stock[J]. Market Research, 2011(9): 42.
- [6] 张晓明,侯凤武,张立昆.中国古代四大神兽纹样在建筑装饰中的运用[J].河北建筑工程学院学报,2007,25(4):44.
ZHANG Xiao-ming, HOU Feng-wu, ZHANG Li-kun. On the Application of Four Shenshou Image of Archaic China in Architectural Decoration[J]. Journal of Hebei Institute of Architecture and Civil Engineering, 2007, 25(4): 44.
- [7] 张帆.从秦汉器物中挖掘文化元素运用到产品创新设计的研究[D].天津:天津理工大学,2011.
ZHANG Fan. Excavated Artifacts from the Qin and Han Cultural Elements Applied to the Study of Product Innovative Design[D]. Tianjin: Tianjin University of Technology, 2011.
- [8] 王伟伟,杨延璞.基于形状文法的产品形态创新设计研究与实践[J].图书学报,2014,35(1):69.
WANG Wei-wei, YANG Yan-pu. Method of Product from Design Based on Shape Grammar[J]. Journal of Graphics, 2014, 35(1): 69.
- [9] 杨保安,张科静.多目标决策方法分析理论、方法与应用研究[M].上海:东华大学出版社,2008.
YANG Bao-an, ZHANG Ke-jing. Multi-objective Decision Method Analysis Theory, Method and Application Research [M]. Shanghai: Donghua University Press, 2008.
- [10] 毕凤霞.传统文化元素在现代包装设计中的应用[J].包装工程,2010,31(18):70.
BI Feng-xia. Application of Traditional Chinese Culture in Modern Packaging[J]. Packaging Engineering, 2010, 31(18): 70.