

地域文化下的城市视觉创意与设计

孙亚云, 郭忻璐

(中国矿业大学, 徐州 221116)

摘要: **目的** 由于新媒体的盛行, 全球城市的地域文化出现了相似化的趋势, 为了挖掘有地域特色的文化价值和意义, 以徐州为例进行相关探究与尝试。**方法** 在徐州地域文化和城市视觉创意元素研究的过程中, 运用了调查法、对比法、文献研究法等方法。**结论** 通过对当地有代表性的地域元素运用创意摄影、图形解构、软件支持和系列化的方法进行一系列尝试, 着力于把城市视觉创意元素有效地应用于地域文化的宣传和开发, 从而增强视觉效果, 诠释设计宗旨和理念, 让人们从更生动直观的角度去认知和传承地域文化以及相关设计。

关键词: 视觉设计; 地域文化; 图形创意; 传播

中图分类号: J511 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)02-0073-04

City Visual Creativity and Design in the Regional Culture

SUN Ya-yun, GUO Xin-lu

(China University of Mining and Technology, Xuzhou 221116, China)

ABSTRACT: Due to the prevalence of new media, global cities appeared similar to a trend of regional culture, to explore the cultural value and significance of with regional characteristics, in Xuzhou as an example to explore. In the process of Xuzhou regional culture research and visual elements, using the survey method, comparative method, literature research method, etc. Elements of the local representative regional use creative photography, graphics, deconstruction, software support, and series of methods for a series of research to focus on the effective application of visual elements in the promotion and development of regional culture, to enhance visual effect, interprets the design aim and idea. Finally, people recognize and inherit the regional culture from the perspective of more vivid and intuitive, and related design.

KEY WORDS: visual design; regional culture; graphic design; transmission

随着时代的不断进步和发展, 越来越多的新兴文化异军突起, 在全球化的加速进程推动下, 众多新兴科技研究成果渗透到人们的生活当中, 比如动漫文化产业、数字媒体和新媒体产业、网络电视和电脑科技等等。而每座城市独具的地域文化也应该得到足够的重视, 从而才能更好地进行传承和发扬。

中华民族经过漫长的历史和文化发展模式, 最终才形成了富有渊源并且各具特色的民族文化。自

古以来各地区都是长期既定进行着社会、文化和生活方式的生产, 从而呈现出各自特有的地域文化。地域文化之间都会不自觉地互相融合, 特别是在过去多数时候都是政权上处于统一的局面, 再加上各地域人口的交流活动, 导致各地的地域文化和当地风俗就开始相互产生影响, 在信息时代高速发展的文化背景之下, 更要重视各自地域文化的传承及保护。

收稿日期: 2016-11-21

基金项目: 中国矿业大学教学成果培育项目 (2015YB46)

作者简介: 孙亚云 (1977—), 女, 山东人, 中国矿业大学博士生、副教授, 主要研究方向为文化创意设计与市场营销策略。

通讯作者: 郭忻璐 (1990—), 女, 山西人, 中国矿业大学硕士生, 主攻视觉传达设计。

1 地域文化创意设计研究现状

伴随着类似“慢递”等新型寄件的小店出现,明信片再一次掀起一股文艺风潮,并且在这个以电子信息为主流的时代里重新占领一个新的市场。林磐耸基于一系列以台湾印象为主的平面作品,又创作了“台湾家书”系列的明信片,把全世界各地具有代表性的明信片跟台湾地图外轮廓相结合,巧妙地传达出每个人对家的那种无法割舍无法言语的牵挂。在这一系列图案成型之后,林磐耸把这些被赋予“台湾是我家”深刻内涵的符号应用到新的载体中,将大自然的美丽和台湾特有的传统纹样融合到一起,具有很高的美学价值,形成了有着地域特色的视觉形象^[1],使得更多不了解台湾的人开始喜欢上台湾。

目前,基于地域文化做设计的过程中,大多会涉及城市视觉形象的设计、地铁站修建以及城市宣传、旅游纪念品等方面,研究切入点最多的是对地方语汇的符号提取、地方习俗的图腾色彩以及独有的特色文化等。但与林磐耸案例相比,现有的设计首先都普遍缺乏一种人文情怀,跟受众并没有特别密切的联系,而且城市间的发展都有相似化的趋势。正如前英国皇家建筑师学会会长帕金森所言:“全世界有一个很大的危机,我们的城市正在趋向同一个模样。这是很遗憾的,因为我们生活中许多情趣来自多样化和地方特色。”

一座城市一个国家的形象塑造,不仅仅是“形”的再造,更重要的是“神”的传承,具备一定文化性、民族性的城市创意设计猜更容易引起受众共鸣,进而产生认同。

2 地域文化城市视觉创意设计概念释义

严格意义上来讲,地域文化是指某一特定区域自古至今就开始有了发展轨迹、有自己的特色并且在今天仍在发挥作用的文化。任何一个国家和地区在历史发展的过程中,由于自然地理和人文环境等方面的差异,一定会形成跟其他地域城市不同的文化痕迹,因此必然要从历史文明的进程中找出亮点,并且赋予地方文化以新的内涵,然后通过新的传播载体,充分传达地域城市特色与风土人情,使新老文化和谐共存。

地域城市视觉特征指各自地域城市特有的著名且具有视觉亮点形象与景观,经历时间的冲刷现在可以成为被大众公认的视觉性较强代表性也足够的标志。地域城市视觉必然是建立在地域文化基础之上,然后通过对现有的资料进行挖掘与整理、传承并发展起来的特色象征。

3 徐州地域文化调研分析

3.1 古代地域文化

地域文化可以说是一座城市发展的主心骨。徐州的地域文化一方热土,八面来风,天人相应,物我一体。关于徐州文化的定位,曾有彭祖文化、两汉文化、东坡文化、黄河文化、战争文化诸多之说,见仁见智,各成一家。不过有一点可以肯定的是,徐州的地域文化不仅有着鲜明的时代性,而且还有着与时俱进的创新精神^[2]。

书中记载显示,徐州有着五六千年的发展历史,在徐州历史最早的记载中,有3处遗址可以证明,分别是邳州大墩子遗址、刘林遗址和新沂花厅遗址。东夷徐方一名叫篋铿的年轻人因为当年给帝尧献了一样雉羹,因此得到了“彭祖”的封号,这是历代徐州人自豪和骄傲的事。

大彭氏国经过彭祖精心的治理成为了当时夏商时期一个强大的地区。铜山丘湾遗址也正是当时大彭氏国社祭所留存下来的。据当时遗留下来的甲骨文献确凿记载,徐州在文字上的发展史已有3000多年。也就是大约在这一时期,大彭氏国这附近的地区被当地人称为徐州,并且成为九州之一。不久,徐州地区的经济有了一定的发展,到了商末周初时期,这片区域不仅在农业上有了明显的发展,而且就连文化领域里都有了大幅度的提高^[3]。

徐州在历史上自古以来都是兵家必争之地。在当时的春秋时期,徐州已经开始具有对位置的界定和城乡区域的地理位置象征意义,在整个历史轨迹中都有着可以记入史册的身影。

3.2 现代地域文化

民以食为天,徐州当然也有特色的饮食文化,比如人人赞不绝口的地锅鸡和一年一度的伏羊节。

现在的徐州现代化发展迅速,但还是有各种各样的庙会市集供大家交流和娱乐。比如农历二月十九云龙山会、四月十五泰山会、五月初五五毒庙会以及子房山会。不同庙会有着不同的规模和开展时间,每次庙会期间,都是人山人海万人空巷的热闹场景,市民朋友一起出门逛街,感受当地特色文化的同时还可以偶遇老朋友,一起聊天,共同享受这份快乐。

3.3 地域文化研究现状

现在市场上也有许多相关徐州本土的作品成果出版面世,像《徐州风物志》、《徐州文化志》、《两汉文化研究》等作品,其中《徐州民俗》中更是在民俗类书籍都会涉及的“交际”、“吉祥”外,还更深层次地详细研究了“文娱”、“歌谣”和“传说”三大部分内容。

就以两汉文化的研究开发为例,一是有系列性专

业博物馆的建设：汉兵马俑博物馆、在北洞山的汉墓陈列馆、云龙湖畔的汉画像石艺术馆、龟山汉墓遗址的博物馆以及徐州博物馆等；二是系列性两汉文化题材创作与活动：电视连续剧《汉刘邦》、大型仿汉音乐舞蹈《汉风乐舞》、彭城文化节等。

目前，虽然徐州在文化的传播进程中不断前行，但是更多的还是常规的著书立说和老套的文化交流，很少在城市视觉创意设计领域里花费人力物力去开发和尝试，而且市面上有的相关明信片等之类的文化产品设计千篇一律，缺少现代气息与表现活力，对于眼下年轻人作为主要消费群体并不能引起足够大的重视^[4]。

4 地域文化下的城市视觉创意设计展开

通过研究和梳理了整个徐州地域文化的主要象征意象后发现，大致可以分为以下几个部分去进行视

觉语言的提炼和创作：名胜古迹、民俗民居、民间工艺、戏曲戏剧和城市印象五大类^[5]，进而取“义”于主题运用联想的方法进行一系列的以图形为主、以海报为主要形式的视觉创意设计。

中国传统建筑的檐部形式中有一个名叫飞檐的局部，多见于亭台楼阁、宫殿庙宇等诸多古建筑的屋顶的转角，并且檐角向上翘着的外形如同飞鸟展翅。飞檐还是中国建筑民族风格的重要体现之一。徐州风云阁有两层，重叠的檐角有 6 个，建筑物呈现出向上的动感，就像是有一种浑然天成的气势把屋檐往天空举起^[6]。本文将风云阁飞檐与拉链两者进行同构，以简洁的檐角与湛蓝的天空进行对比，强调历史文化积淀与现代城市文明的开放进程，体现徐州用开放的态度迎接未来，画面留下丰富的想象空间。设计思维过程见图 1。



图 1 设计思维过程

Fig.1 Design thinking process

民以食为天。任何一个地域城市的特色文化中，食文化都足够令人兴奋。本文以徐州特色小吃为元素，对每一个元素进行矢量化艺术处理，提取关键的视觉形象，手法简单轻松，增强每一个元素的趣味性和识别性，给人一种随意的感觉，但构图严谨有序，有一定的规律性。整体画面给人感觉丰富而不散乱，局部空间也有疏密对比。在颜色的选择上以配合构图为主，用鲜艳的橘黄、橘红色和淡黄底色图案形成纯度对比，清新明快，和谐统一，插画的表现手法也增添了些许趣味性，徐州地域饮食文化海报见图 2。

这一系列作品都是以徐州地域文化为创作主题^[7]，从研究凸显本土文化特色的视觉特征出发，全新角度去集中展示了徐州地域视觉文化的魅力，希望在不久的将来可以将这些设计成果通过各种新兴媒介起到很好的推广作用，努力去做到将具有视觉文化价值的研究成果，转化为当下被市场所需求的产品，从而进一步传播徐州文化和地域视觉^[8]。

最后，可以将这些传统海报设计作品与徐州城市新风貌相结合，通过 H5 的形式进行移动设备端传播。



图 2 徐州地域饮食文化海报

Fig.2 Xuzhou region diet culture posters

彼伏的空间透视效果，加强视觉的纵深感和交互乐趣，

还可以将前后页面间的切换过程采用手势的交互行为操作,例如擦出、滑动等每一张图片的关键部分。这样的传播方式不仅是眼下备受年轻人欢迎的一种潮流,而且更是将传统地域文化进行新传承新发扬的一个契机。

5 结语

通过对徐州城市视觉创意设计的尝试,在日后的设计中更多考虑如何将特色文化用年轻人乐于接受的方式进行再设计,历史悠久的传统文化如何穿上年轻时尚的外衣来跟年轻人进行沟通,进而真正起到对文化的普及和传承^[9]。且地域文化下的城市视觉创意设计的传播载体也越来越生活化、多元化,更生动直观地传播给受众并能够深入到大众消费层面,潜移默化地起到提升大众美学意识的作用。

这种新的视觉创意元素发掘不但使设计具有更强的视觉性、诉求力和感染力,而且还为各地的地域文化提供了更好的传播和宣传途径^[10]。在充分了解地域文化的情况下,运用现代流行风格手法设计出的作品才有助于提升自身的文化内涵,才可以很好地实现地域文化的传承与创新^[11]。随着时代发展形势及设计潮流的趋势,将具有很强的应用前景。

参考文献:

- [1] 李中扬,李憧.地域新轨迹——以地域视觉文化为特征的创意明信片设计研究[J].设计,2015(1):136—145.
LI Zhong-yang, LI Tong. The New Regional Path: Research on the Creative Postcard Design According to the Characteristics of Vision of Regional Culture[J]. Design, 2015(1): 136—145.
- [2] 白欲晓.“地域文化”内涵及划分标准探析[J].江苏社会科学,2011(1):76—80.
BAI Yu-xiao. "Regional Culture" the Connotation and Standard Analysis[J]. Jiangsu Academy of Social Sciences, 2011(1): 76—80.
- [3] 董治祥.徐州风物志[M].南京:江苏人民出版社,1984.
DONG Zhi-xiang. Scenic Wonders of Xuzhou[M]. Nanjing: Jiangsu People's Press, 1984.
- [4] 刘洪艳.浅谈联想思维在招贴设计中的应用[J].设计,2015(3):103—106.
LIU Hong-yan. Introduction to Associative Thinking in the Application of the Poster Design[J]. Design, 2015(3): 103—106.
- [5] 季翔.徐州户部山传统民居探究[J].南京艺术学院学报,2008(1):144—146.
JI Xiang. Xuzhou Traditional Local-style Dwelling Houses of Mountain[J]. Journal of Nanjing Arts Institute, 2008(1): 144—146.
- [6] 李国华,祝靛.徐州古民居及其文化特点[J].徐州教育学院学报,2004,16(1):94—96.
LI Guo-hua, ZHU Liang. Xuzhou Ancient Dwellings and Its Cultural Characteristics[J]. Xuzhou Education College, 2004, 16(1): 94—96.
- [7] 高贵.视觉象征——信息时代图形语言探究[J].装饰,2007(3):26—27.
GAO Gui. Visual Symbolization: Exploring Graphic Language in the Information Age[J]. Zhuangshi, 2007(3): 26—27.
- [8] 费鸿玉.平面设计元素视觉表现的多维化[J].装饰,2009(1):118—120.
FEI Hong-yu. Multi-dimension in Visual Expression of Graphic Design Element[J]. Zhuangshi, 2009(1): 118—120.
- [9] 赵希岗.对现代图形设计创意表达方法的探究[J].美术大观,2009(2):76.
ZHAO Xi-gang. Ways of Expressing Creative Ideas in Modern Graphic Design[J]. Art Panorama, 2009(2): 76.
- [10] 夏海斌.广告视觉创意的符号学分析[J].装饰,2010(2):129—130.
XIA Hai-bin. Semiotics Analysis in Creative Visual Advertising[J]. Zhuangshi, 2010(2): 129—130.
- [11] 杨晓燕,刘帅,王伟伟.地域文化图形扁平化风格的应用[J].包装工程,2015,36(20):26—29.
YANG Xiao-yan, LIU Shuai, WANG Wei-wei. Application of Flat Design Style of Regional Culture Graphic [J]. Packaging Engineering, 2015, 36(20): 26—29.