

# 现代中原文化图文设计可拓语义转译研究 ——以马街书会为例

高聪蕊<sup>1</sup>, 马春利<sup>2</sup>

(1. 郑州轻工业大学 艺术设计学院, 郑州 450003; 2. 安阳学院 美术学院, 河南 安阳 455000)

**摘要:** **目的** 以可拓学理论为基础, 探讨中原文化向现代图文设计转译的方法, 促进中原文化的现代化传承与发展。**方法** 利用实地考察、文献查询等方法搜集和分析中原文化内涵, 以马街书会为例, 提取关键语义词; 对图文设计深入分析, 提出色彩、形状、字体、版式4种图文特征基元; 通过图文基元的关键视觉感受将马街书会文化与图文特征关联, 建立可拓语义模型, 运用语义差异法和问卷调查法量化图文特征与马街书会文化的基元关系, 并分析进行设计因子提取。**结果** 运用可拓语义学理论对中原文化语义进行可拓转译设计, 可完成中原文化现代图文转译设计。**结论** 将中原文化特征以语义的形式与图文设计关键视觉感受相融合, 可生成具有现代性的新图文, 为计算机生成系统奠定基础。

**关键词:** 中原文化; 图文设计; 现代转译; 可拓语义

**中图分类号:** TB472; J516 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2022)14-0425-09

**DOI:** 10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.14.053

## Extended Semantic Translation of Modern Central Plains Culture Graphic Design ——Take the Horse Street Book Club for Example

GAO Cong-rui<sup>1</sup>, MA Chun-li<sup>2</sup>

(1. School of Art and Design, Zhengzhou University of Light Industry, Zhengzhou 450003, China;

2. School of Fine Arts, Anyang University, Henan Anyang 455000, China)

**ABSTRACT:** Based on the theory of extensibility, the paper aims to explore the method of translating modern Central Plains culture into graphic design, and promote the modernization inheritance and development of Central Plains culture. Field visits, literature query and other methods are used to collect and analyze the cultural connotations of the Central Plains. Taking the Majie Book Club as an example, the key semantic words are extracted; In-depth analysis of graphic and text design is carried out, and four kinds of graphic and text feature primitives of color, shape, font and typography are proposed; Through the key visual perception of the graphic and text primitives, the Majie Book Club culture is associated with the graphic and text features, a scalable semantic model is established, the semantic difference method and the questionnaire survey method are used to quantify the relationship between the graphic characteristics and the Majie Book Club culture, and the design factor extraction is analyzed. The use of extendable semantics theory to carry out a reproducible translation design for the semantics of the Central Plains culture can complete the translation design of the modern graphics and texts of the Central Plains culture. The fusion of the cultural characteristics of the Central Plains in the form of semantics with the key visual perceptions of graphic design can generate new graphics and texts with modernity and lay the foundation for computer-generated systems.

**KEY WORDS:** Central Plains culture; graphic design; modern translation; extensible semantics

收稿日期: 2022-02-13

基金项目: 河南省哲学社会科学规划年度项目(2020BYS036)

作者简介: 高聪蕊(1979—), 女, 硕士, 副教授, 主要研究方向为新媒体图形设计与传播研究。

通信作者: 马春利(1993—), 女, 硕士, 助教, 主要研究方向为图文设计。

中原文化既是中华文明的重要发祥地,也是中华民族传统文化的主干<sup>[1]</sup>。中原崛起与中华复兴密切相关。目前,中原经济总量排名靠前,但文化影响力不够,需要培育具有中原风貌、时代特征、国际影响力和具有中国特色的中原文化品牌<sup>[2]</sup>。因此让中原文化通过设计的形式变成“活”的力量,把具有中原文化特征的元素和符号融入设计中,以此彰显与拓展河南文化强省名片,而当前对中原文化进行图文设计表征时,设计师通过自身经验对中原文化的特征进行筛选,但对中原文化资源中蕴含的历史、文化、艺术因子等元素却没有充分挖掘和利用<sup>[3]</sup>。因此,有必要对中原文化的内涵进行深入探究,并转化为图文的形式被现代人解读和接受。

将中原文化向现代图文设计中文化载体传递的过程称为转译,此过程的关键是以视觉感受为中介载体,向受众通过图文传媒介质传递中原文化内涵。目前,对中原文化进行的相关设计研究,多以文化创意设计、包装设计等方向为主,为中原文化内涵的研究提供了一定基础,但对主要视觉形式的图文转译研究较少,文中结合可拓语义的方法对中原文化内涵、图文设计要素进行分析,将隐形、难以琢磨的中原文化因子与图文要素的关键视觉感受建立联系,从而达到具有中原文化内涵的图文设计目的。

## 1 中原文化及图文设计可拓分析

### 1.1 中原文化语义分析

东晋时中原地区渐成一个地理概念,六朝时“中

原”成为专用地理名词<sup>[4]</sup>。克罗博和克拉康通过《文化:概念的批判考察》书中指出:文化为人们通过符号和形象,如语言的艺术,所获得并加以传播的行为模式。中原文化主要指中原地域文化,是在中原地区生活的人与自然及人们之间对象性关系而形成特定的制度文化、物质文化、生活方式、思想观念的总称<sup>[5]</sup>。中原除了有本土的符号与形象,同时与周边多种文化交流、融合,形成中原文化以古都文化、圣贤文化、村落文化、根亲文化等为鲜明特色<sup>[6]</sup>。中原文化作为中华文化的正脉和核心组成部分,具有先进性、包容性和普遍性特征,包含宗亲、史前、政治、神龙、饮食、圣贤、名流等文化内容。文中对中原文化从源流、内涵、构成、地位等方面进行深入分析、解读,见图1。

中原文化的地域性是形式,而人文性是本质,是因时、因地、因人而异的文德之教<sup>[7]</sup>。中原在地域上,狭义指今河南一带,广义指黄河中下游地区<sup>[8]</sup>,文中指狭义上的概念。故从中原各地域文化入手,探寻中原文化的人文性本质。文中以中原地域平顶山代表性非物质文化遗产的马街书会文化为例,进行现代图文转译设计推理。

### 1.2 图文设计要素语义分析与表征

图文作为视觉的重要部分,从视觉形式的基元入手。曹晖<sup>[9]</sup>把视觉形式划分为物质性与连接各物质的关系,克莱夫·贝尔<sup>[10]</sup>认为线条与色彩在视觉中起关键作用;贡布里希<sup>[11]</sup>认为,艺术家需要一整套形式的词汇,才能画出某一种风格。图文视觉形式在物质媒

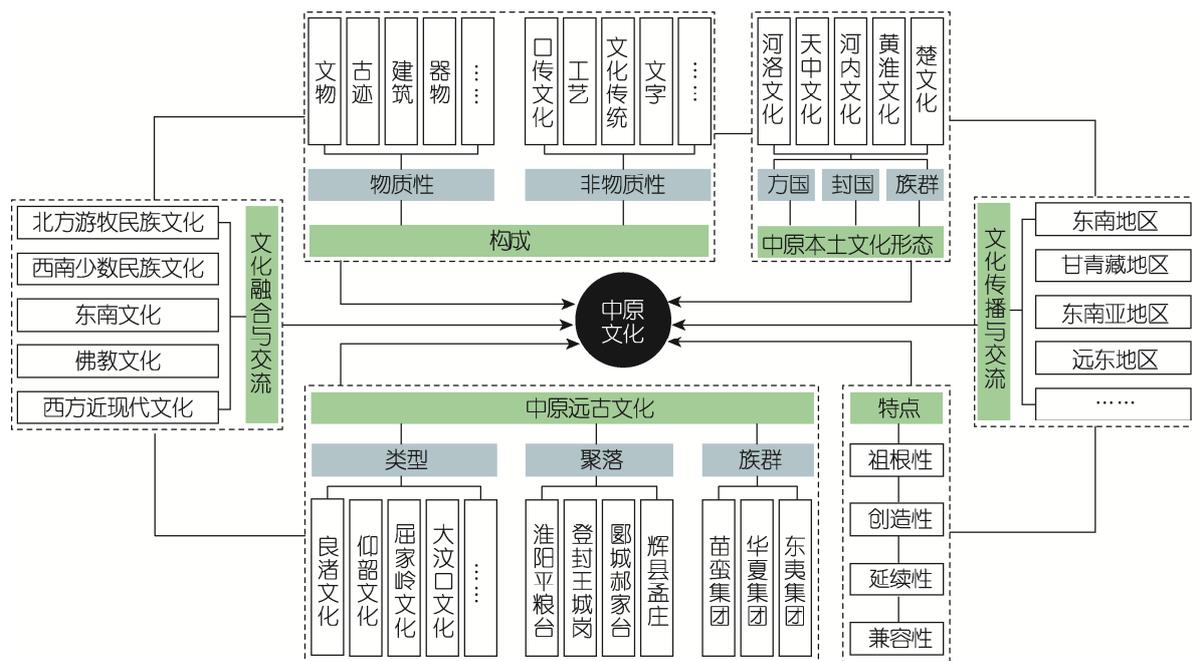


图1 中原文化分析

Fig.1 Analysis of Central Plains culture

介中包含: 色彩、字体、透视、形状、肌理; 构成关系是把各物质组合在一起的方式, 即平面设计中的版式设计。在学者们研究分析的基础上, 将图文设计分解为色彩、形状、字体、版式 4 个要素。

图文作为视觉设计形式, 图文整体视觉感受是图文各设计要素作用的结果, 故文中提出关键视觉感受词对图文设计要素的色彩、形状、字体和版式进行可拓分析, 形成相应的关键视觉感受语义词库。由于语义的模糊性及社会语用多义性, 文中对关键视觉感受词的提炼遵循现有资料的搜集, 不作语义延伸或辨析, 并且以当下中国人的视觉感受为对象。通过文献检索、书籍查阅、网络搜集等方式, 对色彩、形状、字体、版式四要素特征进行关键视觉感受词搜集。对关键视觉感受词汇去除重复, 并进行汇总, 建立图文设计各要素关键视觉感受词库, 见表 1。

表 1 图文设计各要素关键视觉感受词库  
Tab.1 Graphic design elements of the key visual perception thesaurus

图文要素	要素特征	关键视觉感受词
色彩	色相	红色 兴奋、喜庆、温暖、热烈、热情、成熟……
		橙色 愉快、富足、积极、激情、明亮、华丽……
		…… ……
	色调	纯色调 活力、热情、开放、健康、明确、直接……
		浅色调 明快、年轻、阳光、干净、舒适、清澈……
		…… ……
形状	点	大点 简洁、单纯……
		小点 丰富、复杂、光泽感……
	线	曲线 速度感、动力……
		粗线 有力、强劲、笨拙、迟钝……
		…… ……
	字体	重心
扁平 沉稳、庄重、古典、稳定……		
结构		松散 无约束、稚嫩、活泼、轻松、透气……
		紧凑 紧张、有力、快速、严肃……
版式	平衡式 宁静、平稳、端庄、严肃、严谨……	
	对称式 平衡、和谐、秩序、严肃、庄重……	
	交叉式 指引、活泼、轻松、聚焦……	
	…… ……	

## 2 中原文化向现代图文设计可拓语义转译方法

### 2.1 图文设计要素语义分析与表征

可拓理论是以定性、定量相结合的方式, 解决事物的矛盾问题<sup>[12]</sup>。可拓语义是以可拓学基元理论和可拓创新方法, 结合图解思维的一种创新设计方法<sup>[13]</sup>, 将人的思维过程进行定性和定量化处理, 实现矛盾问题的定量化处理。将事物通过知识传递形成的语义词汇转化为形式表达, 从而解决无法规范表达的内容, 是一种化不可行为可行的一种方法<sup>[14]</sup>。文中利用可拓语义对中原文化的内涵与图文设计要素关键视觉感受进行分析—提取—关联—变换—收敛等, 全面探寻中原文化的隐性知识, 获取代表性的中原文化特征, 同时, 深入分析图文设计要素知识, 提取关键视觉感受语义词, 从而与中原文化建立关联。因此文中的重点为中原文化与图文设计的可拓语义分析及其关联。

### 2.2 中原文化向图文设计转译的可拓语义分析方法

依据可拓基元理论<sup>[15]</sup>, 可拓基元  $B$  以对象  $O$ 、特征  $C$  和量值  $V$  三元组组成, 从而形式化描述转译设计的思维过程<sup>[16]</sup>, 基元表达式如下:

$$B = (O, C, V) \quad (1)$$

式 (1) 中:  $O$  代表研究对象, 可以是事、物或关系;  $C$  代表研究对象特征;  $V$  代表研究对象对应特征量值, 即可拓区间。

文中重点对中原文化意象、图文设计要素的特征提取与表征, 此处将具有中原文化图文设计的可拓基元定义为可拓创新原点。在转译设计过程中,  $O$  代表图文设计要素,  $C$  代表图文设计各要素的中原文化意象特征,  $V$  代表图文设计在中原文化意象特征的可拓区间, 得到式 (2)。

$$B = (O, C, V) = \begin{bmatrix} O & C_1 & V_1 \\ & C_2 & V_2 \\ & \vdots & \vdots \\ & C_n & V_n \end{bmatrix} \quad (2)$$

当  $O$  代表现代图文设计要素时, 包含  $n$  个中原文化意象特征,  $n$  个中原文化特征  $C_n$  与一个可拓区间  $V_n$  对应。由文化意象特征量值  $V_x$  与现代性量值  $V_y$  组成可拓区间  $V$ , 即  $V = (V_x, V_y)$ 。  $V_x$  指中原文化与现代图文要素特征之间的关联度,  $V_x \in (0, 1]$ ,  $V_{x1} + V_{x2} + \dots + V_{xn} = 1 (n \geq 1)$ ,  $V_x$  的值越大, 表示图文要素与该中原文化的关联度越高。  $V_y$  表示图文要素特征  $C$  在现在流行趋势中的价值, 依据 7 阶李克特量表法设置取值范围为 1~7, 值越大表明该图文要素特征越符合当下流行趋势。故  $V$  表达式如下:

$$V = \bar{V}_x \cdot \bar{V}_y \quad (3)$$

### 2.3 中原文化向现代图文设计可拓语义转译流程

为使中原文化转化为的图文具有较强现代性特征，且图文符号准确反映中原文化内涵，可将拓语义分析方法融入中原文化向图文现代转译过程，建立可

行且科学的设计流程，见图2。总共分为6个步骤：中原文化与图文设计语义分析、关联文化与图文视觉感受、图文样本获取、图文样本评估、构建中原文化图文语义库、可拓变换生成设计方案。

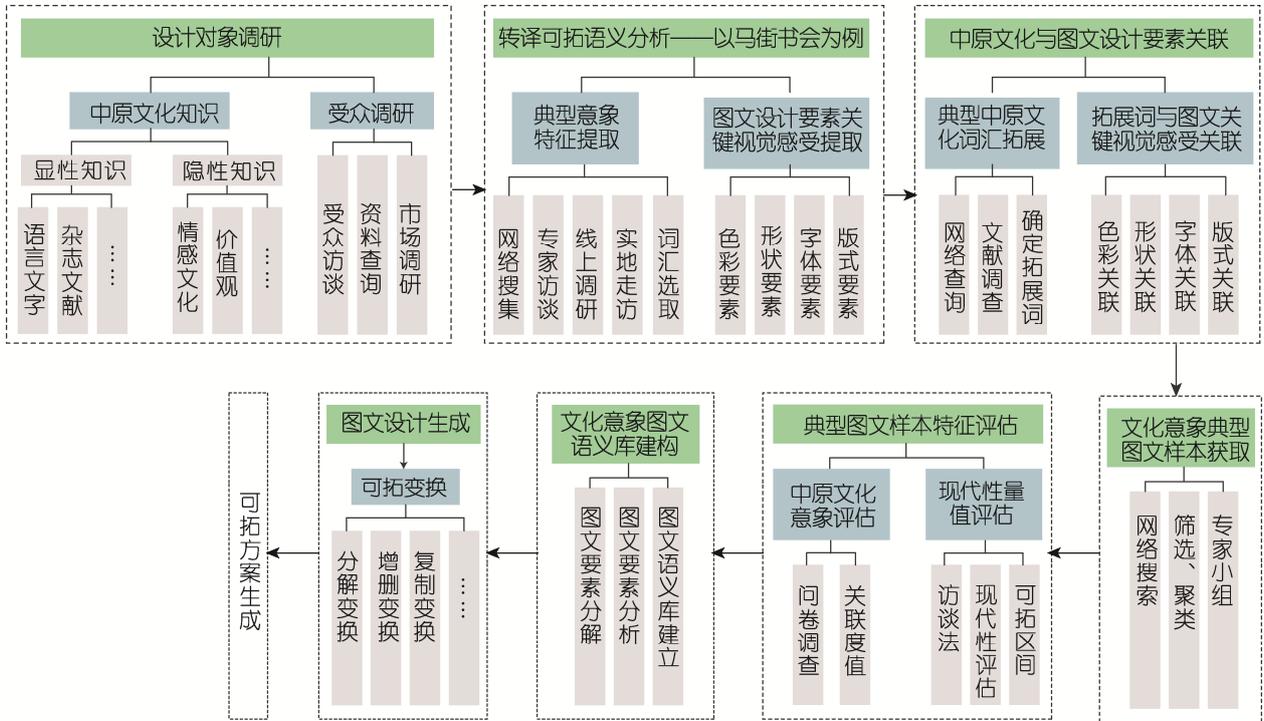


图2 中原文化向现代图文设计可拓语义转译流程

Fig.2 Central Plains culture designs an extended semantic translation process to modern graphics and texts

## 3 中原文化可拓语义分析的图文现代转译设计

### 3.1 中原文化意象提取与表征

通过访谈法、走访调查和网络相关资料查阅等方法，对马街书会的文化因子进行提取。分别选取5位当地艺人、5位线下观者、5位线上观者进行焦点访谈，对访谈内容进行关键词提炼，并通过百度关键词“马街书会”，对文化意象词进行大量搜集，对词汇进行整理、分析提炼出代表性文化意象情感形容词，最终提炼出典型文化意象词为“热闹”。

### 3.2 中原文化与图文设计要素关联

对应典型文化意象的“热闹”，通过关键视觉感受在两者之间建立起关联。查找出“热闹”的意思为（景象）繁盛活跃、使场面活跃与精神愉快、热闹的景象<sup>[17]</sup>。根据释义搜集尽可能多的“热闹”文化意象词近义词，最终确定热闹的可拓语义量值表示如下：

$V = \{\text{繁盛、活跃、愉快、旺盛、兴盛、繁华、热烈、繁荣}\}$

由“热闹”及其相关的可拓语义量值在图文要素

库进行关键视觉感受词搜索，筛选出对应的图文设计要素，即得到关联模型的可拓量值，最终确定量值如下：

$$V_{\text{热闹}} \equiv \begin{cases} V_{\text{热闹-色彩}} = \begin{cases} \text{色相} = \begin{bmatrix} \text{红, 橙, 黄} \end{bmatrix} \\ \text{色调} = \begin{bmatrix} \text{纯色调} \end{bmatrix} \end{cases} \\ V_{\text{热闹-形状}} = \begin{cases} \text{点} = \begin{bmatrix} \text{小点, 圆点} \end{bmatrix} \\ \text{线} = \begin{bmatrix} \text{曲线, 大弧线, 几何曲线, 封闭的线} \end{bmatrix} \\ \text{面} = \begin{bmatrix} \text{自由形面, 角形面} \end{bmatrix} \\ \text{体} = \begin{bmatrix} \text{完整的体, 自由体} \end{bmatrix} \end{cases} \\ V_{\text{热闹-字体}} = \begin{cases} \text{笔划起落} = \begin{bmatrix} \text{圆角} \end{bmatrix} \\ \text{笔划连接} = \begin{bmatrix} \text{粗, 曲线, 曲直结合} \end{bmatrix} \\ \text{重心} = \begin{bmatrix} \text{扁平} \end{bmatrix} \\ \text{结构} = \begin{bmatrix} \text{紧凑} \end{bmatrix} \\ \text{细节特征} = \begin{bmatrix} \text{繁, 简} \end{bmatrix} \end{cases} \\ V_{\text{热闹-版式}} = \begin{bmatrix} \text{紧凑式, 向心式, 放射式} \end{bmatrix} \end{cases}$$

### 3.3 文化意象典型图文样本获取

由3位经验丰富的平面设计师根据“热闹”关联图文设计可拓量值收集对应现代图文要素图片，通过各优秀图文设计类网站、调研等途径，对关联图文设计各要素的图片进行调研和广泛搜集，并对图文要素图片进行聚类，去除相似图文要素图片，分别获得色彩、形状、字体、版式50张图文样本。为避免颜色对其他要素的干扰，对形状、字体、版式的样本进行

去色处理。结合语义差异法对图文各要素样本调查, 见图 3, 得出每个样本基元特征与热闹文化意象的相关度, 见表 2。然后选择 50 位目标受众作为专家小组讨论对样本的情感意象, 对各图文要素样本进行“热闹的”SD 评价, 得到文化意象的平均值。选出“热闹”程度最高的 3 个图文要素样本, 见表 3。

### 3.4 文化典型图文样本特征评估

#### 3.4.1 图文要素样本中原文化意象特征评价

采用语义差异法<sup>[18]</sup>, 将图文要素样本与提取的中原文化意象典型特征相结合, 通过 1—5 语义量表设计图文要素意象评估问卷。通过线上问卷形式, 邀请从事平面设计工作、了解并熟悉马街书会的人员参与

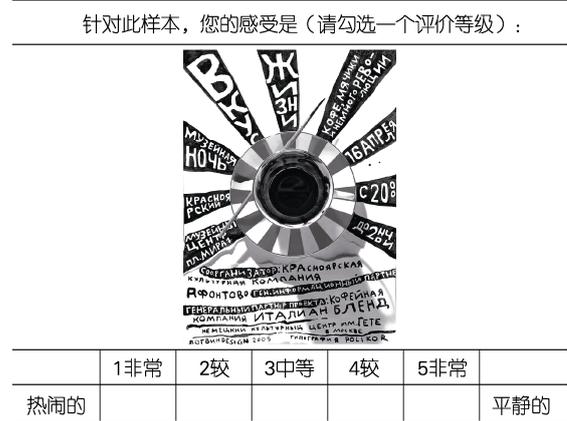


图 3 图文要素样本“热闹”程度调查问卷  
Fig.3 Graphic elements sample "Lively" degree questionnaire

表 2 图文要素样本“热闹”文化意象测量平均值  
Tab.2 Average value of "Lively" cultural image measurement

关联词	1 样本	2 样本	3 样本	4 样本	5 样本	6 样本	7 样本	8 样本	……	50 样本
热闹的	3.8	3.4	3.1	2.2	2.6	1.2	3.3	2.8	……	2.3

表 3 “热闹”文化典型图文要素样本  
Tab.3 Sample of typical graphic elements of "Lively" culture

样本	样本编号	图片	样本	样本编号	图片
色彩样本	色彩 1		字体样本	字体 1	
	色彩 2			字体 2	
	色彩 3			字体 3	
形状样本	形状 1		版式样本	版式 1	
	形状 2			版式 2	
	形状 3			版式 3	

网络调查。并邀请参与者对各典型样本与文化意象特征词的关联性加以评估,得分越高代表与该地区文化意象特征的相互关联性越高,反之则越低。为使结论更科学,文中采用专家评价法<sup>[19]</sup>,从而获取典型图文样本的文化意象评估值。共收集50份有效问卷,包括从事平面设计工作相关行业的被试36人,以及了解并熟悉马街书会14人员,图文要素样本文化意象特征评分见表4。

设定 $a$ 为每个典型图文要素样本的得分, $b_a$ 为每个典型图文要素样本所得 $a$ 的个数,其中 $a \in [1,5]$ ( $a, b_a$ 取整数),则典型样本意象特征量值 $V_x$ 如下:

$$\bar{V}_x = \frac{\sum_{a=1}^5 ab_a}{50 \times \frac{5(5+1)}{2}} \quad (4)$$

表4 “热闹”文化典型图文样本意象特征评分  
Tab.4 "Lively" culture typical graphic sample image characteristics score

样本	5分	4分	3分	2分	1分
色彩1	6	5	10	13	16
色彩2	16	12	4	10	8
色彩3	17	14	8	4	7
形状1	4	12	6	14	14
形状2	13	14	4	5	14
形状3	7	8	9	10	16
字体1	4	14	10	12	10
字体2	7	8	15	8	12
字体3	6	6	9	7	22
版式1	9	8	7	9	17
版式2	4	6	6	13	21
版式3	15	12	10	6	5

表5 典型图文样本文化意象特征重要性评分

Tab.5 Importance score of cultural imagery characteristics of typical graphic samples

色彩1	色彩2	色彩3	形状1	形状2	形状3	字体1	字体2	字体3	版式1	版式2	版式3
1	4	2	4	5	5	3	5	6	5	6	2
6	3	1	5	2	6	4	2	5	1	1	4
5	5	7	1	7	1	4	1	7	3	2	4
2	7	7	7	4	3	7	3	4	4	2	3
4	5	6	5	6	4	6	4	4	5	5	5

表6 典型图文样本文化意象特征的可拓设计区间

Tab.6 Extendable design intervals for cultural imagery characteristics of typical graphic samples

区间	色彩1	色彩2	色彩3	形状1	形状2	形状3	字体1	字体2	字体3	版式1	版式2	版式3
$\bar{V}_x$	0.163	0.224	0.240	0.170	0.210	0.173	0.187	0.187	0.156	0.177	0.145	0.229
$\bar{V}_y$	3.600	4.800	4.600	4.400	4.800	3.800	4.800	3.000	5.200	3.600	3.200	3.600
$V$	0.587	1.075	1.104	0.748	1.008	0.657	0.898	0.561	0.8112	0.637	0.464	0.824

### 3.4.2 现代性量值评估

运用访谈法<sup>[20]</sup>,邀请5名经验丰富的平面设计师组成专家小组,对典型图文样本的现代性进行量值评估。采用1—7分语义量表法,要求被试者结合近几年的平面设计流行趋势进行考量,对典型图文样本的重要性进行评价,分数越高表示该图文样本的现代性越强,反之则越低。典型图文样本的重要性量值见表5。

设编号为 $c$ 的平面设计师对典型图文语义设计的现代性效率评分为 $W_c$ ,其中 $c \in [1,5]$ , $W_c \in [1,7]$ ( $c, W_c$ 取整数),则重要性评价量值 $\bar{V}_y$ 如下:

$$\bar{V}_y = \frac{\sum_{c=1}^5 W_c}{5} \quad (5)$$

根据式(3),计算得出文化意象向图文的可拓现代转译设计区间,见表6。

由表6的可拓设计区间对典型图文要素的文化意象特征设计区间进行依次排序见表7。可拓设计区间依次为 $V_1, V_2, V_3$ 。在对“热闹”文化意象向图文设计现代转译过程中,应结合可拓设计区间的量值大小与委托方的喜好,选择相应的图文要素进行变换。

### 3.5 文化意象图文语义库构建

对表7中的文化意象典型图文要素样本分别进行色彩、字体、形状、版式的语义分析,得到意象图文各要素分解图及特点分析,从而进行可拓变换,依据相关主题生成新的图文。

根据发散分析的原理,一个图文要素基元对象,有多个量值,可得到:

$B = (O_{\text{图文}}, C, V) - \{(O_{\text{图文}}, C, V_1), (O_{\text{图文}}, C, V_2), \dots, (O_{\text{图文}}, C, V_n)\} = \{(O_{\text{图文}}, C, V_i), i = 1, 2, \dots, n\}$ ,  $i$ 取整数,对每一个图文要素进行可拓扩展分析,构建“热闹”文化意象图文语义库,见表8。

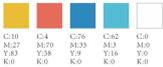
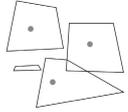
表 7 典型图文样本文化意象特征的可拓设计区间排列  
Tab.7 Extendable design intervals for cultural imagery characteristics of typical graphic samples

序号	图文样本	依次排列	图片	序号	图文样本	依次排列	图片
1	色彩	V <sub>1</sub>		3	字体	V <sub>1</sub>	
		V <sub>2</sub>				V <sub>2</sub>	
		V <sub>3</sub>				V <sub>3</sub>	
2	形状	V <sub>1</sub>		4	版式	V <sub>1</sub>	
		V <sub>2</sub>				V <sub>2</sub>	
		V <sub>3</sub>				V <sub>3</sub>	

表 8 “热闹”文化意象图文语义库  
Tab.8 "Lively" cultural imagery pictorial semantic library

图文样本	图文语义要素	编号	可拓图文语义集合	图文样本	图文语义要素	编号	可拓图文语义集合
色彩		V <sub>11</sub>	<p>C4 M24 Y80 K0 C81 B80 Y0 K0 C8 B0 Y0 K0 C8 R0 Y0 K0 C5 B0 Y0 K100</p>	字体		V <sub>31</sub>	
		V <sub>12</sub>	<p>C6 M81 Y80 K0 C4 M14 Y80 K0 C74 M34 Y80 K0 C74 M34 Y80 K0 C6 M12 Y80 K0 C6 M12 Y80 K100</p>			V <sub>32</sub>	

续表 8

图文本	图本文语义要素	编号	可拓图本文语义集合	图文本	图本文语义要素	编号	可拓图本文语义集合																				
		V <sub>13</sub>	 <table border="1"> <tr> <td>C:100</td> <td>C:4</td> <td>C:75</td> <td>C:92</td> <td>C:9</td> </tr> <tr> <td>M:27</td> <td>M:79</td> <td>M:25</td> <td>M:11</td> <td>M:0</td> </tr> <tr> <td>Y:83</td> <td>Y:58</td> <td>Y:9</td> <td>Y:16</td> <td>Y:0</td> </tr> <tr> <td>K:0</td> <td>K:0</td> <td>K:0</td> <td>K:0</td> <td>K:0</td> </tr> </table>	C:100	C:4	C:75	C:92	C:9	M:27	M:79	M:25	M:11	M:0	Y:83	Y:58	Y:9	Y:16	Y:0	K:0	K:0	K:0	K:0	K:0			V <sub>33</sub>	
C:100	C:4	C:75	C:92	C:9																							
M:27	M:79	M:25	M:11	M:0																							
Y:83	Y:58	Y:9	Y:16	Y:0																							
K:0	K:0	K:0	K:0	K:0																							
		V <sub>21</sub>				V <sub>41</sub>																					
形状		V <sub>22</sub>		版式		V <sub>42</sub>																					
		V <sub>23</sub>				V <sub>43</sub>																					

上述对典型文化意象图文本拓展形成的语义库,为“热闹”文化意象图现代转译提供色彩、形状、字体、版式的创意资源。结合表7文化意象图可拓区间,基于表8选取图本文语义,并进行可拓变换,根据具体设计需求可生成多种设计方案,以指导中原文化向图本文现代转译设计。

#### 4 结语

借助可拓语义分析法使承载中原文化的图本文焕发光彩,对中原文化的传承与传递均有促进作用,同时也推动社会整体视觉环境的改变,为设计师的创意生成提供新方式,一定程度上能够客观理性地把文化内涵转化为现代图本文设计因子,实现了中原文化的视觉转化,完成了中原文化意象与图本文设计要素的关键视觉感受之间的关联,建立了可拓语义推理模型及推理准则,并为中原文化向图本文转译的计算机自动系统的生成研究提供一定理论基础。因此,在未来设计研究中,应充分挖掘中原文化意象图本文特征,同时使客观分析与主观设计相结合,提升图本文现代转译的理性化,更好指导中原文化向现代图本文转化的设计与研究。

#### 参考文献:

[1] 范毓周. 中原文化在中国文明形成进程中的地位与作用[J]. 郑州大学学报(哲学社会科学版), 2006(2): 88-91.

- [2] FAN Yu-zhou. The Status and Role of Central Plains Culture in the Formation of Chinese Civilization[J]. Journal of Zhengzhou University (Philosophy and Social Sciences Edition), 2006(2): 88-91.
- [3] 周桂英. 河南省文化产业与旅游产业融合发展中存在的问题及对策[J]. 郑州轻工业学院学报(社会科学版), 2012, 13(4): 90-93.
- [4] ZHOU Gui-ying. Problems and Countermeasures in the Integration and Development of Cultural Industry and Tourism Industry in Henan Province[J]. Journal of Zhengzhou Institute of Light Industry (Social Science Edition), 2012, 13(4): 90-93.
- [5] 金颖磊, 潘伟杰, 吕健, 刘征宏. 基于可拓语义分析的文化创意产品设计方法研究[J]. 工程设计学报, 2017, 24(1): 27-33.
- [6] JIN Ying-lei, PAN Wei-jie, LV Jian, LIU Zheng-hong. Research on Design Method of Cultural and Creative Products Based on Extendable Semantic Analysis[J]. Chinese Journal of Engineering Design, 2017, 24(1): 27-33.
- [7] 薛瑞泽. 中原地区概念的形成[J]. 寻根. 2005(5): 1-10.
- [8] XUE Rui-ze. The Formation of the Concept of the Central Plains Region[J]. Roots. 2005(5): 1-10.
- [9] 郑东军. 中原文化与河南地域建筑研究[D]. 天津: 天

- 津大学, 2008: 20.
- [10] ZHENG Dong-jun. Research on Central Plains Culture and Henan Regional Architecture[D]. Tianjin: Tianjin University, 2008: 20.
- [11] 盖伟. 从“一带一路”建设看中原文化的当代价值与传播创新[J]. 中国广播电视学刊, 2021(7): 96-98.
- [12] GAI Wei. Contemporary Value and Communication Innovation of Central Plains Culture from the Perspective of the “Belt and Road” Construction[J]. China Radio and Television Journal, 2021(7): 96-98.
- [13] 广东, 广西, 湖南, 河南辞源修订组, 商务印书馆编辑部. 辞源(全两册)纪念版[M]. 北京: 商务印书馆, 2009: 9-1.
- [14] Guangdong, Guangxi, Hunan, Henan Ciyuan Revision Group, Editorial Department of the Commercial Press. Etymology (all Two Volumes) Commemorative Edition[M]. Beijing: The Commercial Press, 2009: 9-1.
- [15] 冯庆林. 中原文化软实力的本质内涵及提升路径研究[J]. 黄河. 黄土. 黄种人, 2021(21): 20-21.
- [16] FENG Qinglin. Research on the Essential Connotation and Improvement Path of Central Plains Cultural Soft Power[J]. Yellow River. loess. Yellow Race People, 2021(21): 20-21.
- [17] 曹晖. 视觉形式的美学研究[M]. 北京: 人民出版社, 2009: 64.
- [18] CAO Hui. Aesthetic research on visual forms[M]. Beijing: People's Publishing House, 2009: 64.
- [19] 克莱夫·贝尔. 艺术[M]. 周金环, 马钟元, 译. 北京: 中国文联出版公司, 1984: 4.
- [20] BELL C. Art[M]. ZHOU Jin-huan, MA Zhong-yuan Translated. Beijing: China Literary Association Publishing Company, 1984: 4.
- [21] 贡布里希. 艺术与错觉——图画再现的心理学研究[M]. 杨成凯, 李本正, 范景中, 译. 浙江: 浙江摄影出版社, 1987: 177-178.
- [22] GOMBRICH. Art and Illusion: A Psychological Study of Pictorial Reproduction[M]. YANG Cheng-kai, LI Ben-zheng, FAN Jing-zhong, Translated. Zhejiang: Zhejiang Photography Publishing House, 1987: 177-178.
- [23] 杨春燕, 蔡文. 可拓工程[M]. 北京: 科学出版社, 2007.
- [24] YANG Chunyan, CAI Wen. Extendable Engineering[M]. Beijing: Science Press, 2007.
- [25] 段金娟, 张峰, 周鑫. 基于非遗和可拓语义的服务产品设计[J]. 图学学报, 2019, 40(4): 783-789.
- [26] DUAN Jin-juan, ZHANG Feng, ZHOU Xin. Service Product Design Based on Intangible Cultural Heritage and Extendable Semantics[J]. Journal of Graphics, 2019,40(4): 783-789.
- [27] 罗仕鉴, 潘云鹤, 朱上上. 产品设计中基于图解思维的隐性知识表达[J]. 机械工程学报, 2007(6): 93-98.
- [28] LUO Shi-jian, PAN Yun-he, ZHU Shang-shang. Implicit Knowledge Expression Based on Illustrative Thinking in Product Design[J]. Chinese Journal of Mechanical Engineering, 2007(6): 93-98.
- [29] CAI W. Extension Theory and Its Application[J]. Chinese Science Bulletin, 1999(17): 1538-1548.
- [30] LIAO Y, YANG C, LI W. Extension Innovation Design of Product Family Based on Kano Requirement Model[J]. Procedia Computer Science, 2015, 55(1): 268-277.
- [31] 中国社会科学院语言研究所词典编辑室. 现代汉语词典(第7版)[M]. 北京: 商务印书馆, 2016.
- [32] Dictionary Editing Office, Institute of Linguistics, Chinese Academy of Social Sciences. Modern Chinese Dictionary (7th Edition)[M]. Beijing: The Commercial Press, 2016.
- [33] KATO Y, SAEKI T. A New Association Analysis Method for Semantic Differential Data and its Application to Tone Color Analysis[C]// 2008 IEEE International Conference on Systems, Man and Cybernetics. New York: IEEE Press, 2018.
- [34] 李晓娇, 马彧, 陈永超. 基于梳棉机外观设计的专家和用户语义评价比较研究[J]. 包装工程, 2021, 8(27): 1-10.
- [35] LI Xiao-jiao, MA Yu, CHEN Yong-chao. A Comparative Study on the Semantic Evaluation of Experts and Users Based on the Design of Carding Machine Appearance Design[J]. Packaging Engineering, 2021, 8(27): 1-10.
- [36] CONRAD F G, SCHÖBER M F. Clarifying Question Meaning in Standardized Interviews Can Improve Data Quality Even though Wording May Change: A Review of the Evidence[J]. International Journal of Social Research Methodology, 2020(2): 1-24.

责任编辑: 陈作