

本土文化精神在标志设计中的体现

刘 雷

〔河南商业高等专科学校 艺术设计系, 河南 郑州 450044〕

摘 要: 发掘本土文化精神探索中国设计之根的灵魂, 是中国设计师的必由之路。中国银行标志、中国联通公司标志、2008北京奥运会会徽的“中国印”等设计充分体现了中国的本土文化精神积淀。这一文化精神的发掘、探索以及沿用, 已成为华人经典的设计风格。以中华母语文化为设计之根、设计之本, 将中国传统文化与现代平面设计完美融合, 体现出的“民族性和世界性”, 已成为华人设计师的设计目标和方向。

关键词: 本土文化精神; 中国设计; 文化体现

中图分类号: J06

文献标识码: A

文章编号: 1008-3928(2006)06-0094-03

中国现代平面设计正处于“更新理念、沿承传统、创新设计、形成风格”的交融体系中, 将本土文化的精髓融入平面设计才会有强大的生命力和持续的发展性。探寻中国民族性和本土化设计风格, 研究创新意识的设计文化, 是体现时代设计精神以及发展中国现代平面设计的必由之路, 也是走向世界的根本, 更是中国平面设计的现代性与民族性相互碰撞中“创新+融合”的文化体现。

一、中国本土文化与现代平面设计的融合

本土文化不仅仅包括本民族文化所具有的传统的、个性的内容, 同时也要将外来文化融入本民族文化传统中, 使之形成统一性的民族历史文化。民艺家张授一先生曾对“传统”一词进行解释: “‘传’即流传、传布, ‘统’即一脉相承的系统。”^①由此我们可以清晰地感知传统文化的历史性与民族性。人类文明的世代繁衍是本民族文化传统的、个性的、高贵的精神所致, 但是从古至今真正的民族传统文化不是一成不变的, 时至今日开放性的大环境以及文化和社会的驱动力更加注定了“传统”的变化。“传统文化与现代文明”、“融合与消融”的文化发展体系将使我国的传统文化更加熠熠生辉。

准确传达信息是平面设计的核心及目的。当今中国政治与经济的成就世界瞩目, 由此而产生的国际交流逐渐频繁, 从而使掌握中国文化底蕴的华人平面设计师群体逐渐学会将中国传统文化精髓与简洁明快的西方设计风格相融合, 并在设计理念中渗透本土文化语言形式, 形成一套屹立于世界平面设计之林的民族化设计语言及理论体系。

二、中国本土文化在标志设计中的应用

所谓标志, 是以明确的文字、图形或者是文字和图形的高度概括语言代表或象征事物的符号。从远古社会华夏先民的神农结绳记事到如今的标志识别符号, 可谓是煞费多少代人的青春与心血, 为现代标志设计奠定了坚实的根基。标志, 方寸之间彰显其深邃的内涵, 它可以将事物、对象抽象的精神内容, 用具体可见的图形、文字符号形式传达出来^②。可以反映出一个国家的经济、科技、文化的发展水平, 可以使事物、对象之间树立形象、加强交流。

越是民族的、传统的, 就是越世界的。自20世纪七、八十年代“设计”这一名词真正被我国设计界所熟悉以来, 众多出色的设计大家凭借对设计的敏锐嗅觉一直将传统与现代设计理念相融合。正如我国香港著名设计师靳埭强先生的诸多标志设计, 将中国传统文化精髓融入了现代设计语言, 充分展现了独特的东方文化魅力, 把如今的设计界人士带进了一个“视觉的盛宴”。图1是靳埭强先生1980年为中国银行设计的商标, 其设计灵感来源于秦朝古钱币和中国独有的红绳相结合的形式。“铜钱”与银行的行业特点相吻合, “中”代表中国, 圆形方孔的古钱币造型寓意“天圆地方”的哲学观念。标志中心设计元素采用红绳与古钱币, 整体看来形成汉字“中”的视觉符号, 现代设计观念结合现代设计思维融合中国人特有的审美视觉思维, 体现出中国精神的文化特性, 标志的识别性、简洁性、文化性得到了充分体现。标志中心的方形与红绳上下相接寓意中国银行与客户的关系是心连心, 留白之处的沟通平台和两部通讯电话, 寓意中国银行与员工之间的团结、

收稿日期: 2006-05-26

作者简介: 刘 雷 (1978—), 女, 河南长垣人, 河南商业高等专科学校艺术设计系助教, 硕士。

互助、友爱。细看全局,采用“中”与“古钱币”嫁接的形式,显示出极具意蕴的中国传统文化气息,这将标志设计中艺术这一特性完美表现出来,展现出了独特的艺术魅力。此标志设计图形将中国银行的企业发展理念“诚信、规范、勤勉、高效”以及“以客户为中心,全心全意为客户”的服务理念高度概括,使中国银行的形象深入人心,遍布世界。中国银行这一标志形象的问世,不仅说明中国的平面设计理念必须依附在中国传统文化中,还充分证明了“变化”中的传统文化与现代文明的有机融合能产生优秀作品的别样风采。



图1 新楝强先生1980年为中国银行设计的商标

1. 中国传统图形在标志设计中的体现

中国传统图形如“方胜”、“盘长”、“龙凤吉祥”、“福禄寿喜”、“福如东海”以及“连年有鱼”等,早期在民间很为流传,它们通过借予、嫁接、谐音或者象征的表现手法寓意人们对生活的美好祝福。如今这种典型的带有美好、吉祥形象的视觉语言造型越来越被人们所重视,它就如一瓶芬芳浓郁的葡萄酒,让人们所品味,被人们所不舍。它所拥有的想象力与创造力,寄托了中国人民对幸福生活的向往。如今华人遍布世界各地,这些图形也深深影响到了世界的每个角落,成为世界文化格局中一道亮丽的彩虹。



图2 中国联通公司标志

“中国联通公司”(如图2所示)的标志是中国传统图形在标志设计应用中最为成功的例子之一。中国联通公司的标志形象是源于佛教“八吉祥”中“盘长”图形演变设计而成。“盘长”图形常和“方胜”图形结合使用,取其源远流长,相辅相成,四通八达之意,传递人们美好的心灵向往,寓意在高度发达的信息网络时代,中国联通公司服务快速顺畅、管理井然有序。标志造型中的四个方形、六个圆形、十个空白分别蕴涵“四通八达”、“事事如意”、“六六大顺”、“路路相通”、“十全十美”以及“圆圆满满”等美好的经营发展理念,在吉祥喜庆中体现了中国联通公司一切为客户服务的宗旨。标志形象简洁易于识别,企业形象识别中的视觉识别系统,将中国古老的东方文化、浓厚的民族气息以及吉祥如意之意蕴表现得淋漓尽致。

从中国联通公司标志设计这个成功的例子可以看出,

中国人独特的审美视觉思维创造了中国图案独特的视觉语言,做到了其精髓与现代平面设计元素的融合,洋溢着民族文化亲和力。如此类似的还有我国古老的“太极八卦图”(图3),它以抽象的形态出现于人们的视野之内,是中国传统元素中最经典的视觉图形符号。



图3 我国古老的“太极八卦图”

“S”形构图形式概括了古典美学中“虚实相生”、“对立统一”的审美原则^③。“凤凰卫视”和中央电视台的“东方时空”标志也同样吸取了“太极精髓”,其精彩的图形设计与思维理念成为平面设计界表达传统文化最佳的视觉用语。

2. 中国文字在标志设计中的体现

汉字拥有悠久的发展历史和完整的演变过程,它是东方文化的重要标志,其深厚的文化内涵是汉语拼音所无法比拟的。物象化的汉字符号与像声、像意是一整体^④,结构上的上与下、左与右、中心对称等都构成了简洁、明快的视觉设计形象。汉字造型的研究不仅存在于文学领域,如今在平面设计和视觉艺术领域同样视它为重要宝藏,不断地发掘、汲取它的精华。无论是在远古还是在现今,无论是在人类社会生存的底层或是上层,无论使用范畴的大或者小,汉字系统的文化状态始终驾驭在汉字的想象力和创造力之上。

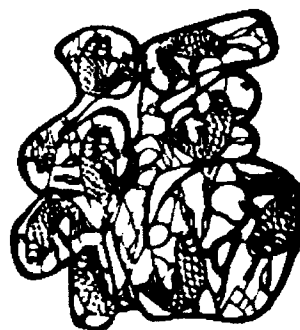


图4 福字



图5 寿字

就在传统图形与现代元素相结合带给人们全新感受的同时,汉字设计作品同样不乏成功范例:“禄”、“福”字(图4)、“寿”字(图5)、“双喜”字(图6)等都已经成为世界人民喜庆、祝愿的特定汉字标识。“疏可跑马,密不透风”的夸张比喻被古人来形容汉字严谨的形态结构。字体笔画粗细、结构疏密调整,视觉

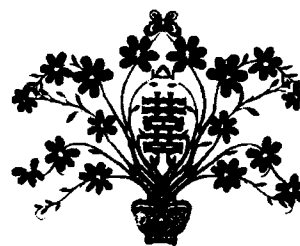


图6 双喜字

上的舒适,要求字体的书写规律不可改变、字型结构要清晰可见。汉字的独特魅力是任何一个国家的(下转106页)

4. 继续提高电子商务教研室教学教研水平, 完善教师知识、能力、年龄结构

教研室现有教师均在学校承担大量教学任务, 如果电子商务专业实验环节顺利进行的话, 课程教学到位后, 加上和外界交流的需要, 现有的教师数量是不够的。因此, 不但应扩充任课教师的数量, 还应有起码的师资储备。还应敦促现有教师持续关注电子商务领域的新问题, 在电子商务的应用上要身体力行, 不断增强自己良好的网上商务感觉。如果现任教师不能适应电子商务专业需要的话, 应该补充新的教师加入进来。亟需鼓励教师 and 外界进行交流, 提高学术水平, 开拓自己的眼界。

5. 电子商务专业乃至整个学校的学术氛围有待于提高
2005年会议, 印象最深的是这么高级别的会议, 会务人员全部是在校学生, 我问学生是自愿的还是有偿的服务, 学生的回答很理性。他们的工作实际上在一年前就开始了, 全部是义务的, 他们说这也是一种学习, 而且是一次难得的人生经历, 在为参会的专家提供服务的同时, 他们自身也能够近距离地与大家名家交流, 会议上学生的礼貌、专业、敬业给代表们留下了深刻的印象。反观我们学校, 为什么我们的毕业生总是被认为上手很快而后劲不足呢? 专科学生同样需要其持续发展能力, 更何况我们学校的发展目标是升本呢? 我们的一些学生重考试轻学习、重低层次

的社会实践轻专业理论的深入学习。一个学校学风的建设是个体系, 学术氛围的构建是个重要的环节。我们电子商务专业今后应该加强学术氛围的建设, 以学术氛围促学风建设, 以学术交流促进专业建设, 以学术水平促进专业水平。一个大学, 学术报告多了, 讲座多了, 论坛会议多了, 自然对学生也是一种教育和熏陶。

电子商务在我国从去年到今年发展迅猛, 今年电子商务交易额有望超过10000亿人民币, 表明在我国有很大发展空间。目前虽然电子商务专业存在的问题较多, 突出问题是学生就业没有明晰职业需求; 企业对电子商务专业总是和计算机专业混为一体; 培养模式尚不成熟等。但这些问题都是因发展太快引起的, 属于正常现象。电子商务在企业存在广泛需求是毫无疑问的, 那么要解决的问题是如何建设、完善、发展电子商务专业, 其培养定位、培养模式等都要根据学校的实际情况走出自己的路子, 上海商学院和北京联合大学的高职高专类的电子商务建设给我们很大启迪。我们学校从2001年开始的专业建设改革到今天为止也是成功的, 表现在电子商务专业方面, 我们的培养方案、专家指导委员会制度、三级考核体系、考试考核方法等, 在参会院校中是领先的。展望未来, 对我校的电子商务专业建设更有信心。

(上接95页) 文字遥不可及的。

影响较大的如2008北京奥运会会徽“中国印”(图7)的设计, 让我们目睹了汉字所呈现出来的耀眼光芒。近乎完美的视觉形象传达出了中国传统文化与现代奥运会精神



图7 2008北京奥运会会徽“中国印”的完美融合。据标志设计主设计师郭春宁解释: 设计构思来源于中国书法和篆刻艺术的意向性表现, 选取汉字“京”并加入拟人化的处理手法演变成为一个似乎在跑动、跳跃、舞动的栩栩如生的人形, 再对二者进行有机的结合再造, 最后形成的2008奥运会会徽形象不仅具有现代东方意蕴的图形语言形式而且体现出更高、更强、更快的新奥运精神。寓意“新北京·新奥运”的2008奥运会会徽形象, 虽然对“京”字变形褒贬不一, 但我们不能否认其标志形象带给了每个人吉祥喜庆、激情、欢腾、和平以及友

谊的幸福心理感受。

三、总结

从前文所举范例中可以深切的感受到: 中国本土文化千百年积淀的深邃精神被中国设计师们所发掘、探索以及沿用, 且其设计主流已经成为华人经典的设计风格, 它影响到日、韩, 甚至触动了西方国家的设计思潮。西方文化的充斥会让我们有片刻的眩晕, 但我们要提醒自己保持清醒头脑, 保持并突出东方文化独有的亲和力。毕竟, 国人设计师流淌的是具有中国文化的血液, 注定要以母语文化为设计之根、设计之本。世界的全球化、一体化为华人设计的发展带来良好的发展契机, 从而要求设计界人士知识的全面性、广泛性。如何将中国传统文化与平面设计完美的融合体现出“民族性、世界性”的崭新东方文化, 是我们华人设计师的目标和重任, 更是国人设计道路的方向。

注释:

- ① 张鹏. 中国传统艺术对现代标志设计的影响[J]. 美与时代, 2005, (8): 40~43.
- ② 张雪. 标志设计新趋向[M]. 重庆: 重庆出版社, 2004.
- ③ 屈梅. 融合本土文化意蕴的中国现代平面设计探寻[J]. 美术, 2003, (10): 128~129.
- ④ 张昕, 周益民, 朱志宏. 寻中国设计的根, 走现代设计的路[J]. 湖北美术学院学报, 2004, (2): 77~78.