

当今中国标志设计中的“中国特色”式问题

何 靖

(徐州师范大学, 徐州 221116)

摘要: 运用案例分析的方法, 归纳出我国标志设计中3个显著存在的“中国特色”式问题, 即滥用中国元素、造型承载太多的含义、图形表现的趋同化等, 进而分析了出现这些问题的原因。在此基础上, 提出了中国标志设计应该在适应时代特色, 彰显中国现代设计文化的同时, 充分尊重标志设计自身的规律, 回到品牌和产品本身的观点, 对中国标志设计的理论与实践起到一定的指导作用。

关键词: 中国; 标志设计; 中国特色式问题

中图分类号: J524.4 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2011)24-0098-04

Issues with "Chinese Characteristics" in Present Chinese Logo Design

HE Jing

(Xuzhou Normal University, Xuzhou 221116, China)

Abstract: It concluded three significant issues by the method of case analysis, such as the abuse of Chinese elements, modeling carrying too much meanings, the convergence of graphics performance, and other issues with Chinese characteristics and style, and analyzed the reasons for these issues. On this basis, it proposed that the Chinese logo design should adapt to the characteristics, and reflect the Chinese culture, modern design, fully respecting the laws of their own logo design, backing to the brand and the product itself. All these conclusions have some guidance in the theory and practice of Chinese logo design.

Key words: China; logo design; issues with Chinese characteristics

标志作为市场经济的一种商业品牌信息符号, 已深入到社会生活中的各个层面。每年我国至少产生数以万计的标志, 标志设计的整体水平在不断进步, 经常也会出现造型优美、含义丰富、创意独特的好标志。但也应清醒的看到, 我国的标志设计存在着一些中国特色式的问题, 主要表现在以下几方面。

1 滥用中国元素

近年来, 全社会掀起了一股中国元素之风, 在这股风的影响下, 设计界纷纷举办各类中国元素活动, 出现了很多研究中国元素的文章、带有中国风的作品。在标志设计方面也出现了类似北京申奥标志这样巧妙运用中国元素的好作品。在艺术设计领域寻

找中国元素、开发中国元素, 是发展中国现代设计的必由之路。在改革开放后相当长的一段时间里, 我国的标志设计曾经出现一味机械模仿西方现代标志的问题, 中国元素的回归应该是中国标志设计新的开始。可是, 这种回归带来的还有对中国元素不假思索的模仿和套用。首先, 在对中国传统图形、图案使用上, 特别喜欢选择大家耳熟能详的形象。于是乎, “龙”、“凤”、“祥云”(特别在北京奥运后)成了标志作品中最常见的形象。一位网友曾经对涉及到这些形象的标志做了初步的整理, 以“龙”的形象为例, 在城市、旅游、校庆、运动会、林业等行业均出现了此形象为主的标志, 见图1。这位网友调侃道: “中国人都是龙的传人, 中华大地处处龙脉……^[1]”。七巧板是19世纪初的一项卓越创造, 被人们称为“东方魔板”。不仅

收稿日期: 2011-06-15

基金项目: 徐州师范大学人文社会科学研究基金项目阶段成果(09XWB38)

作者简介: 何靖(1978—), 男, 安徽广德人, 硕士, 徐州师范大学讲师, 主要研究方向为平面设计。



图1 采用龙的形象元素的标志

Fig.1 Logo with the symbol image of the dragon

是很好的游戏和智力玩具,而且在现代图形设计上也有过很多成功的应用。日本图形大师福田繁雄曾利用七巧板拼成了心形、和平鸽风吕敷图案,表达了世界和平的概念,见图2^[2]。七巧板图形也成为现阶段设



图2 心形、和平鸽风吕敷图案

Fig.2 Heart-shaped, peace dove pattern

计、装饰、玩具等行业最为喜欢的图形之一,但在运用该图形时,很多却是直接拿来或是稍作调整使用。虽然从表面上看七巧板图形似乎符合该标志所要传达的内涵,但照搬式的使用显然缺乏对图形的再设计。其次,书法的使用也很泛滥。书法是中华民族精神最基本的艺术表现形式,把书法这种艺术化了的文字作为装饰,是中国的文化传统。书法在标志设计中的应用,体现了国人的创造力量。近年来,除了奥运会、世博会标志外,古井、水井坊、今麦郎等知名企业也采用了中国书法元素作为标志设计的题材。中国的设计师不论年龄大小、水平高低,似乎都能抹上两笔,将书法元素用在标志设计上也就很自然了。在一些行业里(例如运动会),几乎出现了“无书法,不标志”的景象,见图3。很显然,

部分标志设计作品未能真正找到标志造型和书法艺术的最佳契合点,某些标志并不适合运用书法形式来表达,只不过为了书法而书法罢了。严格意义上



图3 使用书法造型的标志

Fig.3 Logo of using calligraphy modeling

说,很多标志中的书法运用并不能称之为书法,准确地说应该是毛笔(或其他笔)笔触。笔墨线条的浓淡转换、相互交织、彼此起落和穿插,书法创作时的计白当黑、布局谋篇,书法所传递出来的结构和仪态之美才是设计师在创作标志时需要借鉴和挖掘的^[3]。

上述一些标志设计作品所采用的方法和着眼点在于将传统图形、符号在形式上挪用和重组,借以传达某些历史存在的信息。虽然这些方式也产生了美好的作品,但是在表现形式上常常陷入语汇贫乏的尴尬境地。因此,传统图案、符号经过生活这个“场”的过滤,也就是在一种大环境下的消费文化、社会经济、艺术风格、设计者和受众的审美观等因素的影响下,重新塑造出既富有民族气派,又不是机械照搬古代样式的美观、原创的新时代标志。

2 造型承载太多的含义

中国造型艺术深受中国传统哲学的影响,造型艺术创造具有主动外拓意味,轻执着,重通脱,轻理性,重感性的“天人合一”的“自足”世界,不求形似求神似,追求抽象的意蕴^[4]。而且,中国哲学的形而上学精神和中国艺术所追求的“言外之意”、“弦外之音”、“象外之旨”也是一致的。这些都会对中国的标志设计有一定的影响,再加上大部分中国人擅长形象思维,语言丰富,表达问题比较含蓄,所以往往对标志设计的要求是内涵和外延都要非常丰富、贴切,非常有深度^[5]。

在标志创意伊始,就要定下这样的调子:即该标志要传达什么样的深刻寓意、象征性等。这本是个很好的出发点,可是现实中,有些设计师(或设计委托者)往往希望求全,不管什么企业(品牌),总结其标志设计需要传达的理念,就是不断进取、争做第一、合

作、奋进、创新、专业、环保、健康等。一是企图赋予一个标志尽可能多的含义。往往一个很简单的标志图形,设计说明却要几百甚至上千字。国际上的一些著名企业(品牌)的LOGO大多都是简单的字母或者是超简单的符号,标志本身根本没有太多的含义,只是具有独特性,符合行业特征,便于其品牌传播就可以了。西方某些标志即使具有一些象征性和隐喻意义,也可以使受众在第一时间准确了解该标志所要传达的含义。造型巧妙且含义丰富的西方标志见图4。常用的



图4 造型巧妙且含义丰富的西方标志

Fig.4 Western logo with clever modeling and rich meaning

套路是标志整体代表什么,分开分别是什么意思,左看像什么,右看像什么,体现企业(或组织)一种什么样的精神。一个方形,就可说成“天圆地方”,一个圆点,就可演绎为“道生一,一生二,二生三,三生万物”,平庸的图形却被赋予了神奇的含义。虽然成功的标志需要集中体现企业(或品牌)的精神、文化等,但是也不能希望其传达所有的含义,解决所有的问题。另外的一个问题是为了表达更多的含义,不惜牺牲造型。殊不知,标志图形的造型有其自身的规律,必须符合人们的视觉习惯,尊重生活常识。这样,人们才能读懂标志,否则就会闹出笑话。

标志图形是以形象和色彩来直观地传播信息、观念及交流思想的视觉语言。虽然人们都希望看到造型巧妙、含义丰富的中国标志,但是在今天物质文化高度发展的读图时代,人们的生活节奏加快,喜欢用隐喻、比喻的手法传达含义的标志图形很容易造成信息与人的沟通交流的错位感。

3 图形表现的趋同化

对标志设计的原则和要求,虽然从不同角度有不尽相同的阐述,但是“显著性特征”应该是最为重要的原则之一。“显著性特征”指标志设计的独特性和可识别性,这种特征越强,信息就越能够得到准确的传达^[6]。

中国银行的标志可以说是一个具备这个特征的典型作品。采用了中国古钱与“中”字为基本形,古钱图形是圆与方的框线设计,中间方孔,上下加垂直线,成为“中”字形状,寓意天方地圆,经济为本。该标志也因此成为外形简洁,内涵丰富,传达准确的现代标志设计的经典。它对中国设计界的启迪远超出作为中国银行这个企业标志本身,甚至不少外国人把它当作整个中国的银行图标代表。然而从此以后,中国的银行标志就出现了非外圆内方不足以彰其表,非铜钱样式不足以显其形的境地^[7]。银行标志仿佛进入了一个程式化、趋同化的设计怪圈。

这种趋同的原因有很多,除去无意间的撞车和恶意的抄袭模仿,其中一个重要的原因是对标志所要传达的含义理解过于肤浅,常常按照一套固定的规程和模式来设计标志,对设计要求解读的程式化,致使标志越来越符号化和平庸化。造型雷同的运动会标志见图5。同理,心形就被广泛运用于慈善、婚姻家庭、



图5 造型雷同的运动会标志

Fig.5 Games logo with the same modeling

妇女儿童等主题,眼睛、铅笔造型自然成了设计机构的最爱,奋起的人形几乎可以出现在所有行业标志上……靳埭强曾设计过一个投资公司的标志,他用中国图形元素算盘柱子拼出了该公司的英文名称“aic”,表达投资公司精打细算的机构形象,据他本人所说,后来便有很多设计师也用这一图形元素作别的有关金融投资行业的设计。可想而知,虽然用算盘珠子拼出了别的字母标识,其视觉形式上已趋向“雷同”了。

老子说“大象无形”,在视觉领域里的无形是相对具象而言的,应该理解为并不拘泥于具体的事物和形象,彻底摆脱形态的纠缠。而上述标志对设计要求及含义直接的表现,虽然能够建立图与文的对应关系,但是这种对应显然过于呆板和程式化,缺乏具体问题具体分析。在标志设计时,要通过对事物的透彻分析

与准确判断,找出事物的本质要点,精心提炼、准确领悟信息的内涵,以最为合适、贴切的视觉形象语言表达出设计的主体和意念要素。

4 结语

总之,现代社会是个性发展的时代,多元化发展和设计思维的经验告诉人们,每个设计作品都希望成为各种杂音中的重强音,通过信息的相互影响使自己的设计作品凸现出来^[8]。标志设计除具有一般设计艺术规律(如装饰美、秩序美等)之外,还有独特的造型规律。一是把来源于天然、社会中的事物形态、符号、文字、色彩等,经由艺术提炼和加工,使之构成具有完整艺术性的图形符号,即符号美;二是在表现同类事物整体的本质特征(共性)中,挖掘不同的个性形态美,即特征美;三是标志设计造型语言必须单纯,构图紧凑,图形简练,力戒冗杂,即凝练美。因此,中国标志设计应该在适应时代特色,彰显中国现代设计文化的同时,充分尊重标志设计自身的规

律,创造性的探求恰当的艺术表现形式和手法,锤炼出精当的艺术语言,这样才能设计出具有民族特征的成功标志。

参考文献:

- [1] 为原创保留根脉.探索标识设计的“中国特色式”雷同[EB/OL].(2010-08-19).<http://www.izhengji.com/zjxg/zjjy/2010/0819/2949.html>.
- [2] 大师的包袱皮[EB/OL].(2008-02-16).http://www.china.com.cn/culture/txt/2008-02/16/content_9974860.htm.
- [3] 薛锋.书法艺术在标志设计中的应用[J].包装工程,2005,26(6):206—207.
- [4] 宋亚萍.从2008北京奥运会会徽看标志设计的文化内涵[J].安阳工学院学报,2010(8):68—71.
- [5] 单文革.浅谈中国传统文化与平面设计[J].中国校外教育,2007(8):165.
- [6] 骆勇忠.走出标志设计形式感民族风格的误区[J].嘉兴学院学报,2003(5):80—82.
- [7] 吴杰.中国标志设计的趋同化特征——中国四大银行标志设计启示[J].企业技术开发,2009(7):116—117.
- [8] 张慧燕.标志设计认知心理过程研究[D].长春:东北师范大学,2007.

(上接第97页)

将废瓦楞纸板、聚乙烯发泡塑料材料通过后期切割成型等加工而成。该设计降低了包装成本,同时提高了包装质量。

2.7 网上包装设计

网购在日常生活中越来越普及,为网上产品进行无材料的包装设计,这是包装设计中绿色效能应用的新思路。消费者在接触网上产品的同时也接触到产品的包装,这样可以减少包装品的数量,从而降低企业生产成本、营销成本,减少资源浪费和对环境的污染。

3 结语

上述包装设计中绿色效能的应用都是单一方面的,包装设计人员在实际工作中,应尽量将绿色效能的体现方式综合应用,以便设计出对环境最友好的包装,使包装发挥最大效用的价值,实现资源的有效利用。

参考文献:

- [1] 席涛.论包装设计的绿色效能[J].包装工程,2005,26(2):

97—98.

- [2] 邹蕾蓉,熊晓洁,谢彬.绿色包装探析[J].包装工程,2009,30(10):199—200.
- [3] 黄秀玲,徐兰萍,李明.包装的减量与环保及案例分析[J].包装工程,2010,31(13):133—135.
- [4] 孙虎,武月琴.基于绿色设计的产品设计新思维[J].包装工程,2010,31(6):15—17.
- [5] 倪倩,刘晴,王安霞.包装的再利用设计研究[J].包装工程,2010,31(6):126—128.
- [6] 林朝平.基于面向环境设计的绿色包装研究[J].轻工机械,2006,24(2):163—165.
- [7] 杨国新,杨萍.绿色包装设计探析[J].包装工程,2006,27(3):239—241.
- [8] 戴宏民,戴佩华.绿色包装材料的研发进展和我国的发展对策[J].包装工程,2004,25(6):6—8.
- [9] 鲁剑啸,董继先.绿色包装与废纸的回收利用[J].包装工程,2009,30(5):192—194.
- [10] 赵素芬.绿色包装材料的开发与研究进展[J].中国包装,2007(6):23—25.
- [11] 陆广谱,潘荣.基于生态环保的产品循环再设计探讨[J].包装工程,2008,29(9):135—137.
- [12] 王冰迪,许彧青,李铁彬.从芬兰包装业可回收系统谈绿色包装结构设计原则[J].包装工程,2009,30(7):167—171.