

两汉文化元素与徐州城市形象视觉符号设计

何靖

(江苏师范大学, 徐州 221009)

摘要: **目的** 研究地域文化背景下现代城市形象中的视觉符号系统。**方法** 以徐州城市为样本,通过调查分析和文献研究,分析了目前徐州城市形象中存在的问题,在此基础上,运用系统论的设计思想,指出了走系统设计之路及适应新的审美语境的解决思路。**结论** 要充分抓住两汉文化元素的精髓,经过现代化的设计,将其神韵融入到徐州城市形象设计的整体和细节之中,帮助徐州打造个性鲜明、识别性强的良好城市形象。

关键词: 两汉文化元素; 徐州; 城市形象; 视觉符号

中图分类号: J524.3 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2014)04-0021-04

Visual Symbol Design of Han Dynasty Cultural Elements and Xuzhou City Image

HE Jing

(Jiangsu Normal University, Xuzhou 221009, China)

ABSTRACT: Objective It studied the visual symbol design of modern city image under the region culture background.

Methods Taking Xuzhou city as a sample, through investigation and literature research, it analyzed the problems of city image in Xuzhou. On the basis of analysis, using the method of system design, it put forward the solving ideas according to the design method of system and adapted to new aesthetic context. **Conclusion** It should captures the quintessence of Han Dynasty culture, integrate the charm into the whole and detail of Xuzhou city image design, and help Xuzhou to build distinct identifiable city image.

KEY WORDS: Han Dynasty cultural elements; Xuzhou; city image; visual symbol

徐州作为汉文化的发祥地,是中国两汉文化遗存最多、规模最大的历史文化名城。近年来,市委市政府决定以“舞动汉风”文化工程为统领,着力打造区域文化新高地,提升城市形象。

城市形象是内涵深厚、外延宽泛的概念,可以理解为公众对一个城市的整体印象。在这个数字化的读图时代,作为城市形象设计子系统之一的视觉符号设计,是城市理念的物化体现,是从视觉形态和文化理念等方面增强城市可识别性的重要途径,在城市形象建设

和城市竞争力的提升中扮演着重要的角色。如何将丰富的两汉文化元素运用到徐州城市形象的视觉符号设计中,是徐州城市建设者研究的重要课题。

1 徐州城市形象设计中存在的问题

1.1 理论研究与设计应用脱节

据调查表明,在徐州有关汉文化的研究机构有十

收稿日期: 2013-08-04

基金项目: 江苏省教育厅2012年度高校哲学社会科学基金项目(2012SJB760014);2013年度徐州市社科应用研究课题(13XSC-116)

作者简介: 何靖(1978—),男,安徽广德人,硕士,江苏师范大学讲师,主要从事视觉传达设计研究。

余家。笔者所在的江苏师范大学,就有专业实体性的汉文化研究机构——汉文化研究院,专业研究人员十余人,涉及了汉代历史与文化、汉代文学艺术、汉代美学与汉画像石等研究。近年来,在徐州各高校及研究机构先后从事国家省级汉文化的相关课题有20余项,发表了一批高水平的学术论文,出版了较多有影响的著作,取得了丰硕的研究成果。

虽然理论研究的成果丰硕,但是实际设计应用的步伐还很缓慢。徐州有各种设计艺术机构上千家,在当地可以经常看见两汉文化风格的建筑、装饰、包装、广告等,但是,这些作品大多停留在简单挪用和粗暴复制的层面上,特别是在视觉符号和形象的开发上,原创性还很低,缺乏个性。秦汉建筑瓦当中的四神图案、汉代画像石中的车马出行图等,这些古代经典的图案如图章式地被随意应用,不管是广告还是包装,盖上这些图章似乎就代表了汉代和徐州特色,见图1。某些企事业单位也进行了一些尝试性探索,例如云龙山景区设计了汉代特色的指示系统,江苏师范大学发布了颇具汉代风格的VI系统等,但是,这些应用研究相比起理论来,整体水平还比较低。



图1 与汉文化相关的广告和包装

Fig.1 Advertisement and packaging related to Han Dynasty culture

1.2 城市个性不足

2012年笔者主持了江苏省哲学社会科学“两汉文化元素与徐州城市形象设计研究”课题,进行了为期两个月的调研,共发放问卷500份,收到有效问卷421份。通过调研表明,在对徐州城市形象的评价问题上,仅有32人选择了很好,而有256人认为徐州城市形象和其他同类城市差不多,这就暴露了徐州城市形象个性不足的问题。

2007年徐州市政府面向社会征集过市标,后来在

媒体上刊登了19个候选作品让公众投票,但其中大部分作品都是对某个汉文化元素进行矢量化的处理,简单拼凑,造型雷同,缺乏原创性,见图2,于是轰轰烈烈的征集也没了下文。作为城市形象视觉要素之一的市花,是最为直观可见的符号,但在徐州城市形象的建设中,并没有较好地将市花的形象和理念加以设计和传播,除了2010年建成的徐州音乐厅造型是以市花紫薇为创作原型外,在城市各处几乎见不到与市花相关的设计。在调查中还发现,72.3%的人不知道市花为紫薇。同时,据不完全统计,山东烟台、四川自贡、河南安阳、湖北襄阳、江苏金坛等地也将紫薇列为市花,这就明显降低了符号意义的可区隔性。



图2 部分入选标志

Fig.2 Parts of the selected logos

美国学者凯文·林奇在《城市意象》一书中,提出了“城市意象”理论,该理论偏重于对城市环境认知的经验研究。理论认为,一个可读的城市,它的街区、标志或是道路,应该容易辨认,进而组成一个完整的形态^[1]。城市形象的雷同,会导致人的归属感和定向感减弱,甚至消失。在这样的城市中,公众最初难以识别物理空间环境,进而也难以感知自我存在的文化特征,最终在心理上感到失落与茫然,因此,在城市形象设计与塑造中应尊重和发掘地域文化特征,创造具有鲜明地域文化和时代特色的个性空间,使公众通过这些空间场所去辨别物理方位、识别城市的文化特征与地域属性,进而对所在的城市产生归属感与认同感^[2]。

2 解决徐州城市形象问题的基本思路

2.1 走系统设计之路

系统分析与综合的方法,为设计师提供了全面考

察和分析解决城市设计问题的理论依据。著名的建筑大师克里斯托弗·亚历山大在《形式综合论》一书中,提出了城市整合发展的方法,即有可能逐一建立这样一种抽象关系,并通过整合这些关系来创造整体化的设计^[3]。这个方法体现出了一种系统论的设计思想。一座城市的视觉符号设计是一个十分繁杂庞大的系统工程,它是通过具体的视觉化手段,有组织、有计划并准确地传达城市理念,是城市特质的符号化表达,它比企业或机构品牌的视觉识别系统要全面、复杂得多。城市形象视觉符号设计除了常见的办公用品、公关事务、广告宣传外,还包括公共设施、公共交通、公共艺术、建筑景观、道路桥梁、节庆会展、形象宣传片等。可见,其设计难度大,操作周期长,很多城市的现状是市标轰轰烈烈出台,而全套应用系统的设计却是迟迟得不到实施。

笔者在搜集整理了徐州部分企事业单位的标志及一些视觉识别要素后发现,整体给人的感觉比较零散,通常是随便找一个汉代经典的造型符号稍加变化即可。当大家在评价某一造型的优劣时,总是习惯单独地、静态地来评价它,而忽视了其在整体系统中的延伸和拓展应用。当人们提起徐州,不是彭祖就是刘邦或者画像石等这些零碎的“点”,如果能将这些“点”加以梳理、分类、总结和提炼,使之形成一个更能体现整个徐州城市形象的符号系统的“面”,那么这个整体的符号系统便建立起来了,会给人一种更直观、集中、一目了然的感觉,让大家更加简单、全面地了解徐州。

在进行徐州城市形象视觉符号的开发与设计时,要明确系统设计的指导思想,并贯穿设计始终,用系统论的设计方法严格管理设计的全过程,解决每一个环节的问题,只有这样,才能建立统一、规范、合理的视觉形象。

2.2 适应新的审美语境

在中国城市形象建设和研究领域,存在一些不好的倾向。其一是“借古人以自重”,认为堆砌一些传统元素就有了传统风格,弘扬了民族文化,殊不知,这恰恰远离了传统文化,是一种流于表面的吸收,仅仅是形式上的一种模仿。其二是盲目西化的倾向,中国的现代设计几乎完全来自西方体系,太丰富、太迅速的设计信息令中国设计师无意识地生活在一种西方强势话语的阴影下,这深深地影响了很多中国设计师的

设计思维^[4]。这两种倾向造成的结果是,所展现的表现形式可能大相径庭,但在本质上是一样的,那就是最终会走向文化趋同,最起码是表现形式上的趋同。

徐州城市的形象,必须是符合当今审美语境的“现代化”的城市形象,这里的“现代化”是以几千年深厚的汉文化为根基。随着时间的推移,现代人思考问题的方式及对美的判断标准已与古人不同,审美朝着更加多元化的方向延伸,因此,传统经典的两汉文化造型符号必须朝着适应新的审美语境的方向转化。这种转化是一种动态的变化,不是复古照搬,不是期望在今天和未来的世界中再现原始的文化状态^[5]。

3 徐州城市形象设计的方法

3.1 科学提炼两汉文化的基本元素

目前徐州发掘的两汉古迹众多,仅汉墓就有300多座,并出土了大量的玉棺、鎏金兽形砚、金缕玉衣、铜牛灯等珍贵的器物,汉画像石及汉兵马俑也极具艺术和考古价值。

面对如此浩繁的器物 and 资料,首先要做的就是整理和分类,找出有代表性、识别性强的器物 and 造型。第一类是汉画像石。其题材内容涉及生产活动、神话历史故事、历史人物等,主要由“写真”和“虚拟”两种图像组成,画面充盈,为散点透视,以满为美,主副相配。第二类是泥模。其造型夸张、生动,风格粗犷、朴实、简练,并富有雅拙的美感,形式、用途都与徐州当地的民俗活动、市井民情紧密联系。第三类是汉代的陶俑。其创作手法夸张、简洁,不讲究细节,对五官、衣纹等只进行简单刻画,节奏感强。第四类是漆器。其造型丰富,装饰花纹抽象,线条富有动感。第五类是两汉墓葬建筑。西汉墓葬建筑雄浑壮丽,东汉墓葬建筑精巧别致,每座墓都犹如一座地下宫殿,体现了汉代建筑艺术的伟大成就。

其次要进一步推敲汉代圆浑与朴厚相和,娟秀与平实兼之,雄快与奇肆共存的造型风格特点,找出器物形态与装饰风格之间的演变规律,归纳出具有典型代表性的纹饰和造型。汉代器物造型、装饰艺术都有简洁而夸张的形象,体现出了汉代人的自信、浪漫、热情、大气的精神风貌。

3.2 植入新的造型理念和方法

首先,要重视对两汉文化元素“形”的借鉴。两汉文化元素的造型方式与当时的宇宙观、社会风尚、材料工艺、艺术技巧等相适应。这里所说的借鉴并不是对两汉传统造型的生硬照搬,而是对其造型手法、构成法则等进行分析,然后通过变革和重构等方法进行再设计。可以打散再构、抽象具化、变异错位、交替融合,也可以对每个局部或整体进行分割、拼装,进而将得到的元素应用于徐州城市形象视觉符号系统中,如由姜吉荣设计的徐州云龙山景区指示牌,见图3。



图3 云龙山景区指示牌

Fig.3 Yunlong mountain scenic indication design

其次,要注意“神”的传承。中国传统造型思想中,把造物看成是物质造物和精神造物两个部分,更注重精神造物,即“神”的传承。汉代也不例外,最为常见的代表方位的四神纹,同时也与汉人避邪求福的观念相联系。如今在使用这些造型和纹样时,不能仅仅考虑到审美功能上的需要,还要考虑到如何挖掘和传承汉代造物的精神,它不仅可以帮助建立城市的直观形象,还可以塑造城市的精神内涵、气质和个性。

这些新的造型理念和方法是在把握两汉传统视觉符号所蕴涵的精神与审美内涵的基础上,植入现代的造型理念和构成方式,避免简单的复古和随意的简化,创造性地对两汉文化元素进行现代化的解读,在继承中进行再设计。

3.3 适应新媒体的传播环境

数字化时代的今天,发展迅速的新媒体为设计者提供了前所未有的表现手段,新媒体技术将相互分离的文字、图形、声音等各种信息的传播形式有机地融合在一起,实现了更多的创意可能^[6]。伴随着越来越多的信息接收终端的出现,受众获取信息的渠道和形

式也不断增加,几乎可以随时随地获取信息。相对传统的海报、户外广告等宣传方式,新媒体版面更注重动态、多维和立体的整体纵深性结构。在澳大利亚墨尔本城市形象设计中,市标由字母“M”设计而成,其内部被多重三角分割构成了立体的几何形态,不仅象征了墨尔本市活力、新潮和现代化,而且使标志无论在平面印刷品、立体空间还是网页动态媒体上都能得到充分应用,见图4。



图4 墨尔本城市形象设计

Fig.4 Melbourne city image design

在进行徐州城市形象视觉元素的开发时,不仅要考虑到某一静止状态和单一视角的效果,还要考虑到一旦成为动态效果时它的延续性状态,以及与受众互动之后可能呈现出的种种样貌,通过针对性设计避免对信息传达的干扰或整个系统画面的不协调。

4 结语

徐州城市形象视觉符号的开发与设计,是以直观的线条、凝练的色彩、丰富的图形作为城市整体形象的缩影。如果能够充分抓住两汉文化元素的精髓,通过现代化的设计,将其神韵融入到徐州城市形象设计的细节和整体中,在实现理解认知的基础上进而产生联想与共鸣,就有助于打造个性鲜明、识别性强的良好的城市形象。

参考文献:

- [1] 凯文·林奇.城市意象[M].方益萍,何晓军,译.北京:华夏出版社,2001.
KEVIN L.The Image of the City[M].FANG Yi-ping, HE Xiao-jun, Translate.Beijing: Huaxia Press, 2001.

(下转第28页)

方的视觉艺术中,同样存在着自身的文化逻辑和精神构架^[9]。在跨文化的视野下,汉字招贴设计艺术中的意象对话,再度唤起了人们对汉字符号意义的视觉化发掘。东方文化将汉字的精神演化为新的视觉符号,创造了新的视觉语境,这成为了汉字招贴艺术寻求文化的一种方式。汉字招贴在延续文化精神的过程中,意象的运用增强了汉字的趣味性,使招贴设计具有了丰富的视觉语境。

参考文献:

- [1] 饶宗颐.符号·初文与字母:汉字树[M].上海:上海书店出版社,2000.
RAO Zong-yi.At the Beginning of Symbols, and Letters: Chinese Tree[M].Shanghai: Shanghai Bookstore Publishing House,2000.
- [2] 石虎.论字思维[J].诗探索,1996(2):8—10.
SHI Hu.Theory of Word Thinking[M].Poetry Exploration,1996(2):8—10.
- [3] 邓文涛.破译周易密码[M].北京:中央编译出版社,2012.
DENG Wen-tao.Deciphering the Zhouyi Password[M].Beijing: Central Compilation & Translation Press,2012.
- [4] 高聪蕊.解构汉字在广告设计中的创意表现[J].包装工程,2013,34(10):99—102.
GAO Cong-rui.Creative Performance of Deconstruction of Chinese Characters in Advertising Design[J].Packaging Engineering,2013,34(10):99—102.
- [5] 王汀.从物象思维中感悟汉字的“触觉”魅力[J].包装工程,2012,33(8):100—103.
WANG Ting.Insights of Chinese Character "Touch" Charm from the Mind View[J].Packaging Engineering,2012,33(8):100—103.
- [6] 李阳.在平面设计中传承汉字文化——浅论汉字与中国平面设计的关系[J].时代文学,2009(12):72—73.
LI Yang.Chinese Character Culture in Graphic Design: Shallow Theory of Chinese Characters and Chinese Graphic Design [J].Era of Literature,2009(12):72—73.
- [7] 罗礼平.论传统汉字的三维形态及其在设计中的应用[J].装饰,2010(12):137—138.
LUO Li-ping.Theory of Traditional Chinese Characters the Multi-Dimensional Form and Its Application in the Design [J].Zhuangshi,2010(12):137—138.
- [8] 朱琪颖.论版式设计中的空白艺术[J].艺术百家,2011(8):137—138.
ZHU Qi-ying.The Blank Art Theory of Format Design[J].Hundred Schools in Arts,2011(8):137—138.
- [9] 杨川.视觉传达设计中“手”的符号刍议[J].装饰,2010(6):80—81.
YANG Chuan."Hand" Symbol in Visual Communication Design Authority[J].Zhuangshi,2010(6):80—81.
- [2] 童欢.武汉城市形象设计研究[D].武汉:华中师范大学,2007.
TONG Huan.The Study on Wuhan City Image Design[D].Wuhan:Huazhong Normal University,2007.
- [3] 亚历山大.形式综合论[M].王蔚,曾引,译.武汉:华中科技大学出版社,2010.
CHRISTOPHER A.Notes on the Synthesis of Form[M].WANG Wei,ZENG Yin,Translate.Wuhan:Huazhong University of Science and Technology Press,2010.
- [4] 冉玉.中国传统文化与平面设计的有效结合探究[J].包装工程,2012,33(24):146—148.
RAN Yu.On the Effective Combination of the Traditional Chinese Culture and Graphic Design[J].Packaging Engineering,2012,33(24):146—148.
- [5] 吕胜中.走着瞧[M].北京:三联书店出版社,2000.
LYU Sheng-zhong.Wait and See[M].Beijing: Sanlian Bookstore Publishing House,2000.
- [6] 周洁.新媒体艺术中传统图形元素的设计表达[J].包装工程,2013,34(2):28—32.
ZHOU Jie.Expression of Traditional Graphic Design Elements in New Media Art[J].Packaging Engineering,2013,34(2):28—32.

(上接第24页)