

汉字标志的图形化表现手法解读

季荣

(盐城工学院, 盐城 224051)

摘要: **目的** 传播汉字文化,切实提高汉字标志的设计运用能力。**方法** 首先分析了汉字图形化发展的现状和汉字标志图形化设计的原则,然后从“字图同构”、“以字组形”、“以形组字”和“以形饰字”4个方面探讨在汉字标志设计中如何采用图形化表现手法。**结论** 还原汉字本身的图形化、符号化、形象化特点,提出在汉字标志设计中采用图形化表现手法才能更好地与国际接轨,更好地传播汉字标志的内涵,并使“汉文化圈”以外的人也能感受其设计理念,从而塑造良好的国际品牌形象。

关键词: 汉字; 图形化; 创意方法; 表现形式

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2015)24-0021-04

Graphical Expression Technique of Chinese Character Logo

Ji Rong

(Yancheng Institute of Technology, Yancheng 224051, China)

ABSTRACT: To better spread Chinese culture, it aims to effectively improve the ability of using Chinese characters logo design. First it analyzes graphical development situation of Chinese characters and the principle of Chinese character symbol graphical design, and then from the "graph isomorphism", "to block shape", "groups with the word" and "to act the role of the word" four aspects, to explore how the characters logo design uses a graphical technique of expression. It restores vivid characters themselves graphical, symbolic, visualization features, puts forward using the graphical expression in Chinese character logo design can better with the international community, to better spread the connotation of Chinese character symbol, so that "Chinese culture circle" outside people can feel their design philosophy, which creates a good international brand image.

KEY WORDS: Chinese characters; graphical; creative approach; performance form

汉字经历了符号——图形——文字的发展过程,在漫长的历史长河中它承载了中华民族太多的文化内涵。汉字、楔形文字、玛雅文字、象形文字等的发展是伴随着“结绳而治”、“刻木为契”、“仓颉作书”等传说而发展起来的,在汉字创始之初,汉字就具有了图形化的特征。不管是从汉字的方形结构和笔画特点来看,还是从汉字本身的这种图形化特征来分析,它都是中华民族的智慧 and 创造力的集中体现。图形作为一种国际化交流的语言,它可以跨越不同地域和文化背景的限制,最终达到传递信息的目的^[1]。图形化汉字标志正是利用这一原理,生动地还原汉字本身的图形化、符号化、形象化的特点,使其形象直观、易于

识别,不但可以让熟识汉字者深解其意,而且可使“汉文化圈”以外的人感受其设计的理念,从而真正促使其认识汉字、认识中国、增加趣味。在当今的设计领域,作为中国传统文化最优秀的基因之一的汉字更是被大量运用到各种设计领域,汉字的图形化正以越来越丰富的形态活跃在人们的生活中,并逐步成为汉字标志设计的主流表现手法^[2]。不管是在产品标志中还是在品牌标志中,汉字标志受到越来越多的关注和青睐。图形化汉字标志就是在不脱离汉字本身含义的基础上,以字的本身含义为依托,根据字意来联想创意,将字形字体进行图形化设计,把字意象化,从而创造出一个具有新形象的、可代替文字的视觉传

收稿日期: 2015-08-11

作者简介: 季荣(1979—),男,江苏人,盐城工学院讲师,主要从事视觉传达设计方面的研究。

播符号。

1 汉字标志图形化设计的原则

标志设计本身就是一门受羁绊的艺术,这就注定了汉字标志在设计创造过程中受到的牵绊必定更多。利用自由性十足的图形化手法来进行汉字标志的创意无疑在一定程度上能打破这些枷锁,因此设计师在设计汉字标志时必须在兼顾标志传播功能的基础上遵循一定的设计原则。

1.1 高度凝炼兼顾整体诉求原则

汉字标志与传统标志一样,它同样需要传达企业的理念、精神文化、行业特征、经营范围等信息^[9]。作为“方寸之物”的汉字标志想容纳如此多的信息,遵循凝炼原则就显得尤为重要。很多设计师在汉字标志进行图形化设计的过程中,不知不觉间会将本身造型结构已经很复杂的汉字设计成更复杂的汉字标志,这就在无形中削弱了标志的传播能力。此外,一个标志在构思的过程中对信息元素的视觉表现存在主次之分,有时需要突出标志的行业性,有时则需要集中体现其地域性。面对需要传达的如此繁杂的信息,设计师应该筛选出需表达的主要元素,紧紧抓住图形与汉字的契合点,高度凝炼,并兼顾整体诉求,才能创造出视觉印象清晰、识别性强的标志图形,才能达到整体诉求。九天广告标志见图1,标志以阿拉伯数字“9”与虚空间中汉字“天”为主要构形元素,在传达品牌个性特征的同时,将整体造型凝炼概括为“铅笔”和“逗号”形态,既突出其行业特征又传达了该企业永不止步的精神文化内涵。



图1 九天广告标志

Fig.1 Jiu Tian advertising logo

1.2 意向准确兼顾图形自由原则

标志设计注重的是意念的表达,设计师需通过巧妙的构思、浓厚的知识积淀准确地传达出汉字标志所要表达的内涵。汉字经历几千年的演变早已摆脱了原始的图形化特征,每一个汉字都具备了指向明确的含义,而图形相对来说所蕴藏的含义则要丰富自由得

多。图形的抽象多义性较汉字的明晰具象性来说具有更大的灵活性,这就为设计师的自由设计构思提供了更大联想空间。汉字标志的图形化处理就是要借助图形元素,发掘两者之间的关联性,还原汉字原本承载的各种信息,从而创造出意向准确的传播符号^[4]。

1.3 审美愉悦兼顾传播便利原则

在信息空前膨胀、图像泛滥的社会,人们对视觉信息的读取是有条件、有选择的^[5]。追求视觉上的审美愉悦是所有消费者的共同需求,小小的“方寸之物”必须做到独具匠心、创意新颖才能给消费者留下深刻印象。汉字标志在设计构思过程中,只有首先在视觉上给受众留下美好印象,后续才有可能引发良好的情感共鸣。另外,所有的商标标志在后期将会被应用在不同的媒介和载体之上,会采用不同的材质来表现标志的造型,因此汉字图形化标志同样需要充分考虑它的适用性,要便于在各种媒体上进行传播。

2 汉字标志的图形化表现手法

2.1 字图同构

在标志设计中,图形阅读的“无国界”这一特征使得图形比文字更具备灵活性,也更便于标志在世界范围内的广泛传播。文字经历了从具象到抽象的演变,在形态上,文字结构的严谨性在一定程度上限制了标志造型的创作思路。一个汉字标志既不能脱离文字本身的含义,又要从其形态结构上使视觉受众拓展出新的联想思维,那么采用图文同构手法设计出来的“半图半文”的标志才具备更好的传播效果。

在构思标志的过程中,设计师可以利用图形同构原理,借助形式美法则,将汉字与图形进行同构、异构、重构、反构这4种手法的视觉处理,设计出别具一格的汉字标志^[6]。利用图文同构思设计的标志可摆脱原有汉字传播的约束和死板,拓展标志的趣味性和艺术性,从而增强和提高标志的传播力度和广度,也能赋予汉字标志更深刻的意义和内涵。采用这种表现手法设计的标志,首先让受众映入眼帘的是“汉字”,其次感知到的才是图形,图形是对字意的补充和强调。正邦设计公司乐语虚拟运营品牌“妙more”设计的标志,见图2,该标志以汉字“妙”为设计主体,与开启键融合,体现用户拿到号码后放入手机的第一个动作——开机,暗示开启全新的通讯理念,开启更多的美妙生活。字体左右结构相连,象征着通讯属性



图2 “妙more”标志
Fig.2 "Miao more" logo

的连接。同时在妙字中巧妙地融合了英文字母“more”,使标志感觉更奇妙有趣,直观易懂。这种字为主、形为辅的表现方式既能增加汉字标志的可读性,又能还原汉字本身的严谨、凝炼、概括的结构特性。

2.2 寄字于形

将汉字作为标志设计的最原始点线面元素,将文字按照主题要求,以某个具象图形轮廓进行设计、编排,形成“寄字于形”的汉字标志符号^[7]。这种构思的方式可以打破汉字原本呆板拘束的风格,创造出形式多样的视觉效果,营造出字意画境的心理感受。该种表现手法强调的是图与字的相互映照,既要能完整地表达汉字的字形字意,同时又要给视觉受众留下明确的图形感,图形在强化了字意的同时也突出了文字的装饰性。

以字组形的表现手法的落脚点是图形,整个标志的图形感是第一要求,在满足所要表达的图形基础上融合的才是汉字。绝大多数情况下,经过笔画变形或夸张的汉字是围绕主体图形进行构思的,选用的图形与融合的汉字这两者间存在着必然的联系。杭州的城市形象标志见图3,该设计以汉字“杭”篆书为基础图形,结合了航船、城郭、建筑、园林、拱桥等要素,运用江南建筑中标志性的翘屋角与圆拱门作为表现形式,其中还隐含了杭州著名景点“三潭印月”的形象,设计师将无可替代的城市名称与无可替代的视觉形式合二为一,体现了中国传统文化和江南地域的特征,也体现了杭州作为著名风景旅游城市的特点。

2.3 字图达意

以形组字一般采用两种方式进行表达,一是在汉字的笔画轮廓内添加图形,二是用丰富的具象的图形符号替换组成汉字的笔画。添加或置换组合在汉字笔画中的图形可以是具象的花、鸟、虫、鱼,也可以是抽象的图形符号,文字与图形的属性可以一致,也可以从侧面或反面造成落差形成对比。

象征、寓意性的汉字图形化标志设计,既吸收了汉字的文化内涵,将“形”与“意”和谐地融合到一起,还原了汉字的图案化、符号化、形象化的特点,准确传

达了汉字的完整概念,又兼备了现代图形强烈的现代符号意味和象征意义^[8]。这种以形组字、以意传情的图画式汉字标志,极大地丰富了汉字的视觉效果,构成了现代汉字新的视觉传达语言。“春”字的创意设计见图4,通过置换手法,将龙、祥云、篆书等形象融合到“春”的字体设计中,传达出了中国最深层的文化底蕴,体现了渊源共生、和谐共融的寓意。



图3 杭州的城市形象标志
Fig.3 Hangzhou city logo design



图4 “春”字的创意设计
Fig.4 "Spring" font creative design

2.4 字图共组

所谓的“以形饰字”就是对单个文字或者词组的笔画、偏旁部首进行图形添加式的装饰。此种表现手法包括添加修饰和表面修饰,既可以只针对笔画添加修饰图形,也可以对汉字的表面进行肌理、花边式的表面处理,这种方法在突出字体结构形式美感的同时赋予了图形语言的趣味性。

汉字和图形一样同属视觉符号,在汉字图形化标志中,两者是互为补充的存在载体,“以形饰字”就是以汉字字形为母体,对字形结构进行图形化的凝炼式处理,使之瞬间将信息有效、准确地传播出去,使视觉受众对标志的内涵得到深度解读^[9]。昆明老街商业地产标志见图5,整个标志利用“古铜钱”和“彩云之南”这两大基本元素,在“悦黑”字体的基础上,采用添加修饰的表现手法,很好地体现了品牌的地域个性和商品属性。同为商业地产项目的绿地欢乐汇标志见图6,同样选择了“古铜钱”这一元素,采用表面修饰的表现手法,用渐变色肌理突出品牌产品的时尚性和年轻属性。通过对汉字更进一步的抽象化,体现了抽象图形的形式美艺术。现代汉字早已突破原有的内涵,不再是单一的一种书写符号,从一定程度上来说更体现了强烈的形式美感和深刻的美学内涵。

3 结语

汉字历经数千年的发展和沉淀,从传统象形文字



图5 昆明老街商业地产标志
Fig.5 Commercial real estate
mark of Kunming old street



图6 绿地欢乐汇商业地产标志
Fig.6 Commercial real est-
ate mark of happy mall

到现代汉字图形的演变过程,也是人们对图形文字不断进行设计和创新的过程,结合了无数人的智慧与心血,这不仅是一笔独一无二的文化遗产,也给今天的设计带来有益的启迪和深厚的文化感、历史感。图形化表现手法是汉字标志最主要的设计手法,汉字与图形互为补充、相互融合,不仅可以更好地跟国际接轨,使受众深度解读其承载的传递信息,而且可以体现中国民族文化深层次的意蕴。汉字标志图形化在设计领域的深度发展,不仅可以拉近与消费者的情感距离,实现广告的有效传播,而且对于汉字本身的发展与升华也将起到很好的促进作用^[10]。

参考文献:

- [1] 屈梅.汉字招贴设计中“意象精神”的视觉解构[J].包装工程,2014,35(4):25—28.
QU Mei.Visual Deconstruction of "Imagery Spirit" in Chinese Characters Poster Design[J].Packaging Engineering, 2014, 35 (4):25—28.
- [2] 王红梅.标志设计的动态化与企业形象再塑造[J].艺术百家,2012(1):32—36.
WANG Hong-mei.Symbol Tendency and Enterprise Image in Logo Design[J].Hundred Schools in Arts, 2012(1):32—36.
- [3] 郭翀.商标设计与文化的关系[J].文艺研究,2012(7):111—113.
- [4] 高聪蕊.汉字美学在标志设计中的应用[J].包装工程,2014,35(8):92—95.
GAO Cong-rui.Application of Chinese Characters Aesthetics in the Logo Design[J].Packaging Engineering, 2014, 35 (8):92—95.
- [5] 刘有泉.表象符号在标志设计中应用的思考[J].艺术百家,2011(3):25—28.
LIU You-quan.Aplicatin of Image Symbols in the Logo Design [J].Hundred Schools in Arts, 2011(3):25—28.
- [6] 桑林.浅谈现在设计中的汉字图形[J].南京艺术学院学报,2012(1):163—167.
SANG Lin.Introduction to Chinese Character Graphics in Modern Design[J].Journal of Nanjing Arts Institute, 2012(1):163—167.
- [7] 房庆丽,彭麦福.汉字创意造型中点线面的抽象化设计与应用[J].包装工程,2015,36(4):38—41.
FANG Qing-li, PENG Mai-fu.Abstract Design and Application of Point, Line and Plane in the Chinese Characters Creative Modeling[J].Packaging Engineering, 2015, 36 (4):38—41.
- [8] 陈原川.现代汉字标志设计之形意交融[J].包装工程,2011,32(18):25—27.
CHEN Yuan-chuan.Blending of Typeface and Meaning for Modern Chinese Character Logo Design[J].Packaging Engineering, 2011, 32(18):25—27.
- [9] 张杰.论标志设计中具象与抽象图形的对比与融合[J].装饰,2014(3):125—126.
ZHANG Jie.Contrast and Combination of Representational and Abstract Graphic in Logo Design[J].Zhuangshi, 2014(3):125—126.
- [10] WHEELER A.Designing Brand Identity[M].New Jersey: John Wiley & Sons, 2012.

(上接第11页)

研究[J].包装工程,2014,35(24):37—39.

WEI Zhen-hua, WEI Jian-qi, LIN Jia-yang.Recyed Packaging Design Based on Resource Conservation Research[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(24):37—39.

- [7] 万芊.论包装的简约性[J].中国包装工业,2014(22):23—25.
WAN Qian.The Simplicity of Packaging[J].China Packaging Industry, 2014(22):23—25.
- [8] 黄芳芳.基于北欧包装设计理念对广东包装设计的思考与启发[J].中国包装,2014(12):55—56.

HUANG Fang-fang.Based on the Nordic Packaging Design Concept of Packaging Design of Guangdong Thinking and Inspiration[J].China Packaging, 2014(12):55—56.

- [9] SPARKE P.An Introduction to Design and Culture:from 1900 to the Present[M].London:Routledge, 2013.
- [10] 王安霞,郭靖.电子商务包装设计现状与问题研究[J].包装工程,2014,35(24):10—12.
WANG An-xia, GUO Jing.Research on E-commerce Packaging Design Present Situation and the Problems[J].Packaging Engineering, 2014, 35(24):10—12.