

“梅山文化园”标志设计与地域传统文化符号再生

汪溟, 陈飞虎

(湖南大学 设计艺术学院, 长沙 410082)

摘要: **目的** 探讨将地域传统文化符号应用于现代设计时面临的问题以及解决的途径。**方法** 从地域传统文化符号的本质属性出发, 引用符号学原理, 论证当它被引入现代设计之时必须产生相应改变的原因及其变化原则, 结合“中国梅山生态文化园”标志的设计实践加以佐证。**结论** 将地域传统文化符号合理地应用在现代设计中, 对提高地区文化影响力及丰富设计文化内涵具有积极的作用, 同时也是地域传统文化符号再生途径的有益探索。

关键词: 地域; 传统文化符号; 梅山文化; 再生

中图分类号: J524.4 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)22-0061-04

Regeneration of the Regional Tradition Cultural Symbol and Logo Design of Meishan Ecological Culture Park

WANG Ming, CHEN Fei-hu

(School of Design, Hunan University, Changsha 410082, China)

ABSTRACT: It aims to discuss the problems and solutions of the application of regional traditional cultural symbols in modern design. Based on it's essential attribution and referring on the semiotics principle, it prove when the regional traditional culture symbols is introduced into the modern design, it must produce corresponding change, and sum up the variation principles, corroborating with the logo design practice of "Chinese Meishan Ecological Culture Park". Reasonable application of regional traditional symbol in modern design enriches the connotation of design culture, which has a positive role in improving the influence of local culture, but also is a beneficial exploration of the ways of regeneration of the regional traditional culture symbol.

KEY WORDS: region; cultural symbol; Meishan culture; regeneration

当今全球的高速信息化给具有个性化本质特征的设计行业造成了巨大的挑战: 如何在大量趋同的设计中脱颖而出, 创造出既能被广泛接纳、认可, 又与同类设计拉开文化距离? 挖掘民族、地域的传统文化符号并合理的将其应用到现代设计之中, 已被业界视为解决上述问题的有效对策。设计艺术与传统文化的有机融合是历史的潮流, 也是未来设计艺术发展的主要方向之一^[1]。这里以湖南省安化县“中国梅山生态文化园”的标志设计为例, 结合符号学观点, 探讨将地域传统文化符号应用于现代视觉

传达设计中的方法和原则。

1 地域传统文化符号及其再生

1.1 地域传统文化符号

符号是民间约定俗成的指代某一对象或意义的标志物, 它包括可以通过人类感觉来传达民族、地域文化显性及隐性特点的所有对象的总称。地域文化符号专指特定地域中所能代表特定意义的现

收稿日期: 2016-08-01

基金项目: 湖南省哲学社会科学研究一般项目 (2015 年 15YBA412)

作者简介: 汪溟 (1977—), 女, 湖南人, 湖南大学设计艺术学院博士生, 主要研究方向为环境艺术设计。

象、语言、图案、动作等,它具有表达、传播意义以及被感知的特性。它们传达了地区各民族人民对天、地、神鬼的敬畏和虔诚,同时也表现出鲜明的地方特色和民间审美意趣^[2]。能够被现代视觉传达设计使用、借鉴的地域传统文化符号首先必须是可以被人类视觉感知、描摹表现的造型或形式,在相同文化背景中,各种民族服饰、民间艺术中的经典图案、纹样;代表性的建筑装饰纹样;地区宗教符号、图腾以及特有的民俗用品等具有地区各种文化意向的造型都属于地域传统文化符号^[3]。

地域传统文化符号携带着时代特征、地区气候和物产、社会生产方式、民族观念等广泛的文化内涵。它具有符义、符构、符用3个方面的内容,即能被感知、表现的外在形象;外在的符号形态与内在的意义内涵之间已经建立的对应关系;符号形态的使用规律和法则^[4]。

1.2 地域传统文化符号的再生

符号的“再生”,就是将某种在历史上曾经出现过的符号形态与其符号意义之间已经断裂的关系重建;或者是将符号与其文化内涵之间已经被淡忘的联系进行强调,恢复符号与意义的指代和传播。由于符号对应的时代、地域条件、人文基础、传播手段等条件都发生了改变,因此地域传统文化符号必须做出相应调整才能再生。用设计方法对这一调整进行具有目的性的干预和引导,使地域传统文化符号适应新的环境和文化特征以及传播媒介,就是对地域传统文化符号的再设计。

1.2.1 符号意义的筛选及其结构重组

传统文化的存在是地域传统文化符号得以再生的前提和基础,但地域传统文化符号中包含很多与现代生活方式、文化观念相抵触的内容。将其应用到现代设计之前,必须对其文化内涵进行深入鉴别、筛选;梳理探讨其符号形态与文化内涵之间的对应关系,明确符号形与意的具体联系。以此为基础,对符号的外形与内涵进行必要的调整,包括对符号原有意义的弱化、强化以及增加新的文化内涵等。具体将其符号形态用作设计元素时,还必须考虑设计服务对象的需求。符号寓意的改变必然导致符号外形与其寓意之间指代关系的重构。社会对于符义、符构的接纳认可程度也是改变符号特征时需要考虑的因素。

1.2.2 符号形态的变化

符号内涵的改变是其外形改变的根本原因;文化主体审美观念的变更也对其外形改变产生了一定影响。地域传统文化符号虽然在熟识度、大众接纳程度等方面具有一定优势,但是其形态或多或少存有一些与现代设计、美学观念相左之处。为了便于复制、转印以及在各种媒体传播中保持稳定的特征,现代设计客观上要求运用的符号的形态简洁、色彩鲜明^[5]。那些源自于民间艺术中的纹样的地域传统文化符号,其形态细节繁多,将其应用于现代视觉传达设计就必须省略多数细节。当然,对地域传统文化符号形态的调整也要遵循适度的原则,如果与原有形态不相似、达不到引起联想的效果,就失去了引用地域传统文化符号的意义。

地域传统文化符号的“能指”和“所指”能被绝大多数现代人理解认可,这是对其再设计的基本要求、是衡量其再生成功与否的标准。在现代设计中应用地域传统文化符号也不能对其造型、内涵“为所欲为”,做毫无底线的乱改^[6]。借用我国传统绘画的“形神”观来表述就是:地域传统文化符号在现代设计领域的再生,包括“取形、延意、传神”几个步骤,是对其“意义提取”、“造型调整”和“形意关系重构”的过程。“意”与“神”的表达以“形”的塑造为基础,取地域传统符号的“形”是对文脉的延续和再创造,是变革中的重构;延地域传统符号之“意”,是指在原有符号寓意的基础结合时代文化特征以及其造型的发展,赋予其新寓意;传符号之“神”,是指通过设计师对地域传统文化符号的寓意延伸,从而传递出设计所创造的精神^[7]。

2 “梅山文化”传统符号的典型代表

湖南东北部的安化、新化县等地在宋代以前被称为“五溪”、之后被称为“梅山”,地广人稀、交通不便。研究证明:受到地形限制,长期在这里繁衍生息的土著居民,即“梅山峒蛮”与外界的交流极少,形成了独特的地域传统文化。从传说的蚩尤与黄帝战败南逃建立“三苗之国”后隐匿于“五溪”,到秦蜀守张若“攻楚取巫”以及汉朝伏波将军马援攻“五溪”;从建安晚期“五溪蛮”反孙权、黄盖追斩“乱魁”,到唐开元五年五溪首领覃行章领民造反遭杨思勖斩首三千;从五代江西彭氏占领“五溪”,到后晋天福四年的楚王战乱等^[8]。诸多记载证明:长期

以来,梅山土著一直生活在压迫与反压迫、同化与反同化的斗争之中。恶劣的环境、长期的生存抗争塑造了梅山人彪悍、极富韧性的群体个性,孕育了神秘的梅山文化。“梅山教”是梅山土著创立的原始宗教,至今仍被当地人信奉,具有鲜明的地域传统文化特征。相传教中地位和法力最高强的神仙是一位得到太上老君法术,能飞檐走壁、行动敏捷的猎神,这就是张五郎。安化地区张五郎雕塑见图 1,新化地区张五郎雕塑见图 2,他是一位狩猎能手和能工巧匠,长着一双反脚、能倒立行走,飞禽走兽都必须听他的号令。“张五郎”的猎人身份象征了古代梅山人主要的生产劳动方式;灵活机智则是他们在长期斗争中总结出来的生存法则。与其说“张五郎”是一位神仙,不如说他实际上是梅山地域传统文化符号的典型:他携带着与生俱来的不畏强权、积极进取的拼搏精神,是梅山人和梅山精神的象征。作为梅山古老的宗教图腾符号,张五郎当然也携带着一些迷信色彩,将其应用于现代设计中必须强调其积极进取和拼搏精神,剔除他包含的迷信和神秘主义色彩。



图 1 安化地区张五郎雕塑
Fig.1 Zhang Wu-lang's
sculpture in Anhua



图 2 新化地区张五郎雕塑
Fig.2 Zhang Wu-lang's
sculpture in Xinhua

3 “梅山文化”传统符号再生的实例

湖南省安化县境内的“中国梅山文化园”以主题公园的形式,集中展示了梅山独特的地域建筑、环境风貌和民俗风情,旨在对古老梅山文化拯救再现、传承保护。“顽强进取”和“勇于创新”是中国梅山文化园企业精神的重要组成部分。其标志不仅要突出企业文化,而且也要彰显其梅山特色,还需要

表现出湖湘文化特有的历史厚重感,因此设计团队将其标志的原型,确定为在梅山地区具有鲜明的辨识度和代表性的梅山教主,即张五郎。

3.1 提取符号内涵

要把“张五郎”这一梅山神话人物和宗教图腾符号设计成标志,首先必须把它原有的文化内涵与企业需要塑造的企业文化精神进行比对分析、筛选整合,明确设计的目标和方向。“张五郎”神性较弱,人性突出,其倒立的姿态既具有独特的视觉效果,同时也是梅山人顽强不屈、勤劳机智的象征,这与梅山文化园的企业精神较为吻合,因此其倒立的姿态被保持下来。基于梅山文化原始粗犷、梅山人忠义尚武等梅山文化特征,标志的风格被定位为粗犷有力。

3.2 符号造型平面化、抽象化、简洁化

平面设计需要简洁抽象,标志大多采用纯理性的点线面来组成简洁的图形,且具有理性的秩序感,使人感受到强烈的现代感,也便于传播^[9]。而梅山神像大部分为木制圆雕造像,对其利用首先要将三维的雕塑形体转变成为二维的图形符号。其次,雕塑人物的五官神态、衣着服饰详细,需要予以简化,因此从立体到平面、从具体到抽象、从复杂到简洁是“张五郎”从雕塑走向标志的必经之路。

“中国梅山生态文化园”的标志借鉴了传统书法、印章的表现手法,把倒立人形放置在一个红色圆形内,达到类似印章的视觉效果。人物的头部简化成为点,身体四肢则简化成为线,以形式美的基本法则为参照,调整点和线的位置、大小、长短、曲直、粗细,力求达到“点”、“线”、“面”三元素的和谐统一。之后运用对称的方法将图形进一步几何化,并与“鼎”字的字形相类比,简化图形的同时也丰富了标志的内涵和寓意。通过比较发现:此时得到的标志稍显呆板,因此将表示手臂的一组线条借用到书法“飞白”的笔触效果,在抽象、机械的图案中引入自然、变化之美。最后把得到的标志图案与神祇原型进行反复比较,在充分审视标志与张五郎原型的相似度基础上做出一定修改,最终获得了各方都比较认可的标志图形。中国梅山文化园阳文标志见图 3,中国梅山文化园

阴文标志见图4。



图3 中国梅山文化园阳文标志
Fig.3 The logo of Meishan Cultural Park



图4 中国梅山文化园阴文标志
Fig.4 The vice-shaped of Meishan Cultural Park's logo

中国梅山文化园的标志以倒立行走的梅山神张五郎为原型,借助毛笔韵味书写并作图案化处理,简洁鲜明。整体上看,标志尤如一座稳重的鼎,体现了企业的事业基础坚实稳定;标志对称的造型体现出中国梅山文化园与其服务对象之间“平等互信”的依存关系。图形中的人,寓意中国梅山文化园以人文本:人是梅山文化园的事业核心资源和服务的主体。外圈的圆形象征着饱满、亲和、融通,体现出中国梅山文化园“和谐”的文化理念。自下而上的开口,隐含无限扩展的张力,寓意中国梅山文化园的宏伟蓝图无限美好。而标志采用的红色则象征着乐观、热情、积极、忠诚,暗示公司员工朝气蓬勃、充满活力的精神面貌。

4 结语

经过对文化“一元论”与“多元论”、“同一性”与“多样性”的漫长讨论,国际社会已清晰认识到:“人类文化的多样性是人类向未来世界迈进过程中的坚实印记,它不仅记录着人类过去的辉煌,而且构建了人类文明向上攀升的阶梯。”它是民族文化的精髓^[10]。对传统地域文化符号的再设计既丰富了现代设计语汇,大大提升了设计作品的文化内涵和文

化辨识度,又扩大了地域文化的影响力,是传统文化活态化再生的重要途径。

参考文献:

- [1] 王伟伟, 胡宇坤. 传统文化设计元素提取模型研究与应用[J]. 包装工程, 2014, 35(6): 73.
WANG Wei-wei, HU Yu-kun. Research and Application of Extraction Model of Traditional Culture Design Elements[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(6): 73.
- [2] 李定芳. 隆回北部宗教相衣的艺术[J]. 装饰, 2015(9): 112.
LI Ding-fang. The Artistic Features of Northern Longhui's Religious Xiangyi[J]. Zhuangshi, 2015(9): 112.
- [3] 李彦, 贺景卫. 永州瑶族服饰年龄符号的意指层次解析[J]. 装饰, 2014(11): 94.
LI Yan, HE Jing-wei. Symbol Signification of Yongzhou Yao Dress[J]. Zhuangshi, 2014(11): 94.
- [4] 迪利·约翰. 符号学基础[M]. 张祖建, 译. 北京: 人民出版社, 2012.
DEELY J. Basics of Semiotics[M]. ZHANG Zu-jian, Translate. Beijing: Renmin University of China Press, 2012.
- [5] 黄玮雯. 论传统图形在现代平面设计中的应用[J]. 包装工程, 2014, 35(8): 82—85.
HUANG Wei-wen. On the Application of Traditional Image in Modern Graphic Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(8): 82—85.
- [6] 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.
- [7] 罗小涛. 基于城市形象标识系统设计的文脉符号探析[J]. 设计艺术研究, 2014(4): 46.
LUO Xiao-tao. Study on Context Symbol Based on the Logo System of the City Image[J]. Design Research, 2014(4): 46.
- [8] 胡彬彬. 湖湘文库: 湖湘建筑 2[M]. 长沙: 湖南教育出版社, 2013.
HU Bin-bin. Hunan Library: Hunan Construction 2[M]. Changsha: Hunan Education Press, 2013.
- [9] 张臻, 陈飞虎. 基于梅山剪纸的梅山文化园旅游纪念品设计[J]. 包装工程, 2014, 35(6): 94—98.
ZHANG Liu, CHEN Fei-hu. Souvenirs Design in Meishan Cultural Park Based on Meishan Paper-cut[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(6): 94—98.
- [10] 郑泓灏. 苗族历史文化和地域特点中的银饰审美哲学[J]. 装饰, 2014(5): 113.
ZHENG Hong-hao. The Silver Aesthetic Philosophy of Miao Historical Culture and Regional Characteristic[J]. Zhuangshi, 2014(5): 113.