

亚运会视觉形象设计与城市文化形塑——以亚运会二级标志为例

王弋

中国美术学院, 杭州 310002

摘要: 综观以往重大国际体育赛事的视觉形象设计, 赛事文化与举办城市的历史传承、自然生态、人文风貌等在地文化元素始终紧密交织, 共同塑造赛事形象独特的内涵。在赛事过程中, 举办城市的文化个性、时代精神和创新力量得到了充分彰显。第19届杭州亚运会在中华文化自信与文化复兴的背景下成功举办, 其视觉形象设计充分展示了杭州城市文化的特质。作为亚运会视觉形象系统的核心要素之一的二级标志, 不仅体现了杭州的历史底蕴和现代活力, 也同时生动地表达了中国国家形象, 展现了国家在全球舞台上的文化自信与文化魅力。

关键词: 亚运形象; 视觉设计; 城市文化; 国家形象; 二级标志

中图分类号: J524

文献标志码: A

文章编号: 2096-6946(2024)06-0026-06

DOI: 10.19798/j.cnki.2096-6946.2024.06.004

Visual Image Design for the Asian Games and Shaping of Urban Cultural Identity: Taking the Secondary Symbols of the Asian Games as an Example

WANG Yi

China Academy of Art, Hangzhou 310002, China

Abstract: Through the research on visual image design of previous major international sports events, it is found that the event culture and local cultural elements such as the historical heritage, natural ecology, cultural features, and future vision of the host city have always been closely interwoven, jointly shaping the unique connotation of the event image. During the event process, the cultural personality, spirit of the times, and innovative strength of the host city have been fully demonstrated. The 19th Asian Games Hangzhou has been successfully held against the backdrop of cultural confidence and cultural rejuvenation in Chinese culture, and its visual image design fully displays the characteristics of Hangzhou's urban culture. As one of the core elements of the visual image system of the Asian Games, the secondary logo not only embodies the historical heritage and modern vitality of Hangzhou, but also vividly expresses the national image of China and shows the cultural confidence and charm of China on the global stage.

Key words: visual image of the Asian Games; visual design; urban culture; national image; secondary logo

重大国际体育赛事的视觉形象不仅是展现赛事文化的重要因素, 更是展示举办城市文化与国家形象的重要平台。以杭州亚运会为例, 在地文化和现代赛事文化的时空碰撞, 不仅赋能了城市发展, 推动了文化创新, 也为全球观众提供了更具互动性和沉浸感的观赛体验。

一、体育赛事的视觉形象与城市文化

(一) 赛事形象与城市文化的融合

“城市”伴随着人类文明的发展已有几千年历史, 它是在特定的地域空间内, 人类思想、政治、经济、文

收稿日期: 2024-07-14

基金项目: 2023年度国家社会科学基金艺术学重点项目(23AG015)

化、艺术以及生活形态的积淀。从某种意义上说,城市是人类文化延续与创新的载体与容器。“文化”一词最早出自《周易》:“观其人文,以化成天下。”意指通过观察社会中的文明礼仪、伦理道德,了解它们的规律,用以教化大众。所以,“文化”是与人类社会有关的几乎所有因素的共同整体,在这个整体中,各种因素相互关联,相互作用,共同影响着人类生活的方方面面。

众所周知,现代重大体育赛事,尤其是世界范围内的综合性竞赛,如奥运会、亚运会,世界各国都非常重视举办城市的选择。这些城市通常都具备完善的基础设施,现代化的公共功能。更重要的一点,这些城市都具有鲜明的在地文化特征,它与赛会之间会产生多元融合的化学反应。同时,现代赛事形象的传播已形成立体化、多维度的体系。除了传统媒介如电视报道、印刷图录、城市海报等,现代新兴媒介的崛起,如线上媒体和各类社交平台,进一步拓宽了传播渠道,不仅强化了赛事品牌的全球影响力,也实现了赛事形象在不同文化和语境中的立体呈现。

(二) 赛事形象与城市文化的传承

1. 城市的历史积淀

一座城市在建成发展的过程中,会留存大量的历史痕迹,它们是城市文化积淀的宝贵记忆,涵盖了城市的生活习俗、古老传说、重要人物与事件、历史景观等等与之相关的各个方面。赛事形象融入城市历史,能够呈现城市独特的文化风貌与历史底蕴,强化城市的文化标签,产生赛事与城市之间的文化共鸣,既增强本地原住民的文化归属与认同感,又提升了全球国际传播力。1968年夏季奥运会举办地墨西哥城,以玛雅文化和阿兹台克文化为代表的美洲文明而著名,这种古老而又神秘的文化具有鲜明的视觉特征,被设计师巧妙地应用到赛会形象的设计中,比如会徽“mexico68”的拉丁字母以浓重而又重复的线条进行构成,奥林匹克五环与数字“68”中的圆圈巧妙结合,增加了设计的层次感。黑色的文字与彩色的五环形成鲜艳的色彩对比,标志表现出强烈的民族装饰性(见图1)。此外,团

队还设计了与标志风格一致的标准字体,应用于各种媒介与场合,统一了视觉形象系统。由于墨西哥城独特的历史文化魅力,使这届奥运会的视觉形象区别于以往任何一届奥运会,令人印象极其深刻。

2. 城市的生态资源

城市中自然存在着空气、水源、土壤、动植物等自然资源,还包括人为修建维护的绿地、河流、湖泊等人文景观,它们都属于城市空间中的自然生态资源。当一个城市的生态资源成为它最知名也是最重要的文化遗产时,它便足以成为城市的重要象征,被融入赛事视觉形象的表达中。格勒诺布尔——位于法国东南部的阿尔卑斯山脉腹地,周围被壮丽的雪山和自然景观环绕,是阿尔卑斯山区著名的滑雪胜地。这种得天独厚的地理环境,使其成为1968年冬奥会的举办地,为奥运形象设计提供了重要的文化背景和灵感来源。设计师充分地将阿尔卑斯山的自然形态与冬季运动项目的特点巧妙地进行结合,设计了一整套运动图标,它们采用简洁明了的几何图形和线条,展现了运动员在滑雪、滑冰和其他冰雪运动中的动态美感(见图2)。这些图标的色彩和构图还呼应了冬季运动的冰雪环境,将格勒诺布尔的山地自然元素融入其中,正如图标中的曲线和倾斜线条,仿佛再现了滑雪道和山坡的轮廓,无限彰显了格勒诺布尔山雪相融的独特魅力。

3. 城市的人文风情

城市是由形形色色的人构成,他们之间的社会关系与活动,涵盖了城市居民的传统礼仪、衣食住行、文体活动等各个方面,这是一座城市人文魅力的集中体现。2016年奥运会在巴西里约举办,舞蹈和音乐是当地人生活的重要部分。奥运会会徽的设计灵感正是来自巴西最著名的文化传统——巴西狂欢节中热情四射的桑巴舞(见图3)。会徽的设计形式融合了桑巴舞步的韵律感,以视觉符号的形式传递了这一城市标志性的人文风情。同时,会徽的立体形态呼应了里约的标志性自然地貌——科尔科瓦多山和糖面包山,这种巧妙的表达使里约奥运会会徽成为融合人文与自然的成功设计典范。



图1 墨西哥奥运会会徽

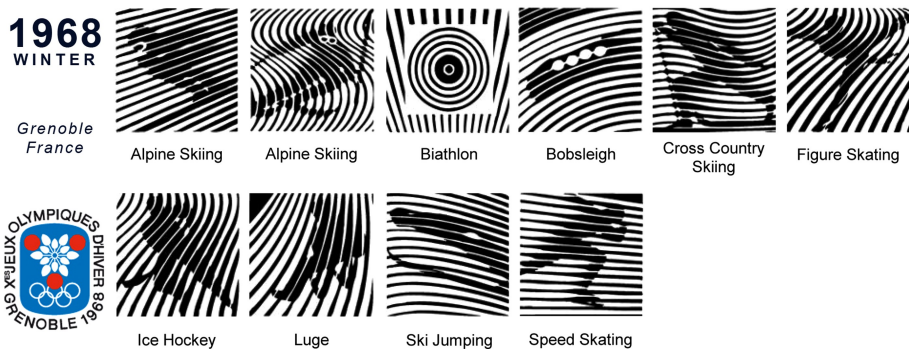


图2 法国格勒诺布尔冬奥会运动图标



图3 巴西里约夏季奥运会会徽

4. 城市的未来愿景

如上所述,赛事形象的传播都聚焦于举办城市文化的个性,各表不一,精彩多元,但是,它们之间还存在着文化定位的共性——即展现城市未来美好的愿景。这种共性超越了城市单纯的在地性,传递了城市在经济、社会、环境等多个领域的发展目标与方向,展现了主办城市的开放与包容。这种跨文化的表达,帮助城市展示其前瞻性的规划发展蓝图,塑造城市在国际社会中的品牌形象,同时成为赛后城市文化遗产的一部分,影响未来城市的发展。如上文提到的巴西里约奥运会的视觉形象就是通过展示巴西本土流行文化,传递了巴西人热情奔放、自由乐观的形象,目的是打破了世界对巴西贫民窟的负面刻板印象,建立一个自由、开放、文明的新巴西形象。

(三) 赛事形象与城市文化的赋能

第一,赛事形象彰显城市文化的独特魅力。赛事形象是城市文化的最直观表达,它能通过独特的设计语言、符号和视觉元素展示城市的文化特质。每一座城市都拥有独特的历史遗产、地域特色、艺术风格、风土人情等文化符号,这些都可以融入赛事形象,诸如会

徽、吉祥物、色彩、场馆等设计中,从而彰显城市文化的独特魅力,使其成为向世界传播文化的窗口。

第二,赛事形象演绎城市文化的时代特征。赛事形象不仅关注城市的历史文脉,同样也重视城市文化时代特征的表达。城市随时代与科技的进步而发展,赛事文化也在不断更新迭代,尤其是在当下,人工智能、数字网络、绿色环保、可持续发展等现代理念已经成为人类社会的共同主题。在这种时代的大背景下,赛事文化与城市文化融为一体,共同回应并演绎人类在现代社会发展中的定位、责任与担当。

第三,赛事形象是城市文化创新性的表达。它不仅是城市文化历史传承的容器,也是城市文化创新迭代的重要平台。通过赛事形象,城市能够展示其创新的文化理念和创意精神,在赛事过程中,不断呈现新的艺术形式、前卫的视觉效果、人文关怀的新理念,这些都反映出城市文化的活力与创新性,推动城市不断地持续发展和更新。

二、杭州亚运会二级标志与城市文化的互鉴融合

所谓“二级标志”,指的是赛事视觉形象系统的核心要素之一,它的定位和形式与赛事会徽有着紧密的关联性,它是会徽的延伸与补充。二级标志通常由若干个标志构成,每个标志具有不同的含义,可以更加丰富地呈现赛事文化和举办地的历史风情、人文景观等多元印象。二级标志最早出现在1984年美国洛杉矶夏季奥运会上,之后成为奥运会视觉系统的重要组成部分一直延续下来。2021年5月10日,由毕学锋教授为艺术指导、笔者为设计总监领衔团队设计的杭州亚运会二级标志正式发布,这是亚运会历史上第一次将二级标志应用在视觉形象系统中。杭州亚运会二级标志共有七个,分别是:“可持续标志”“公众参与标志”“测试赛标志”“智能标志”“火炬传递标志”“文化活动标志”“志愿者标志”(见图4)。



图4 杭州亚运会二级标志

第一,珠联璧合——亚运文化与城市文化的内在统一。

在杭州亚运会视觉形象系统中,亚运会徽作为核心要素,是整个系统的第一视觉元素。会徽由设计师袁由敏创作,以极具江南韵味的扇面造型为主体,造型巧妙融合了代表体育的赛道、象征现代城市精神的潮水,以及绿水青山和互联网等符号,生动展现了杭州的深厚人文底蕴与现代化风貌。但是接下来,二级标志设计团队面临的问题是——如何在保持与会徽风格和内涵一致的同时,又能体现自身独特的主题功能,从而在整体系统中发挥延展和补充的作用。

《庄子·齐物论》言:“枢始得其环中,以应无穷。”唐代司空图亦在《诗品·雄浑》中道:“超以象外,得其环中。”此“环中”皆指圆环的中心,喻示圆满之境。西汉《淮南子》则进一步强调:“夫圆者,天也。”可见,“圆”在中华文化中不仅象征着圆满和和谐,更承载着天命与普遍秩序的深刻寓意。设计团队以此为创意核心,将二级标志构建为会徽的镜像延展,使二者呈现一种同心圆的视觉关联(见图5)。二者既互相呼应,又各具特性,在形式与内涵上达到“阴阳互表、珠联璧合”的和

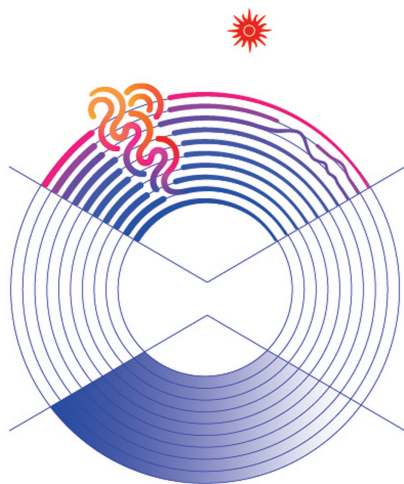


图5 二级标志与会徽之间形成“珠联璧合”的关系

谐统一,传递了东方文化中“圆满、和合”的美好意境。

在具体设计上,二级标志以不同的主题呈现七个亚运文化和城市文化的核心意象。它们在统一的视觉框架下延展出多样化的符号语言,各自诠释不同的亚运文化理念与杭州的地域特色。从赛事运动到文化地标,再到科技与生态,这些二级标志既是文化的分支表达,又是整体视觉形象的重要补充。通过统一的视觉

语言和彼此关联的结构设计,会徽与二级标志共同构建了有机和谐的整体形象体系,不仅成功解决了视觉形象系统的多样性与统一性问题,还传递出杭州亚运会“东方诗意、文化共鸣”的核心理念。

第二,亚运文化与城市非遗传承的交融。

杭州作为一座历史文化名城,文化积淀深厚,拥有三项世界级非物质文化遗产,分别是“西湖”“京杭大运河”和“良渚古城遗址”。如何在“文化活动标志”设计中,选择适当的文化符号以展现这些非遗精髓,成为设计团队的一大挑战。经过多次内部讨论,并广泛征询城市文化相关专家学者以及亚组委的意见后,设计团队最终决定以“良渚文化”作为文化活动标志的象征意象,以此彰显杭州城市文化的独特价值与文化深度。

良渚古城遗址文化距今约5000年,是中国新石器时代晚期文化的杰出代表,位于杭州市余杭区良渚街道。遗址中发掘出的城墙、宫殿、祭坛等宏伟建筑,揭示了当时社会组织的高度发达和文明体系的完整构建,被视为长江下游地区早期文明的重要标志。良渚文化在社会结构、宗教信仰、艺术成就等方面的高度发展,不仅对杭州和中国意义重大,更在全人类文明史中占据重要地位。相较于西湖的诗意自然和京杭大运河的水运历史,良渚文化的深远历史底蕴更具代表性,因而成为文化标志设计的核心选项。

明确了这一方向后,设计团队对良渚文化进行了深入调研,重点聚焦于良渚遗址中出土的大量玉器文物。良渚玉器以数量之多、材质之精、工艺之妙而闻名于世,尤其是玉璜、玉琮等器物上的独特刻纹和造型,蕴含着深厚的文化象征意义。团队在反复比对与提炼的基础上,选取与亚运二级标志造型相近的玉璜作为创作原型,并结合其刻纹的美学特征,融入现代设计语言,最终形成了既体现文化厚度,又符合视觉传播需求的文化活动标志(见图6)。



图6 “文化活动标志”以良渚玉璜为符号象征

设计在文化内涵上实现了层层相依,使良渚文化的符号不仅体现在文化活动标志中,也渗透于亚运会的整体视觉形象系统中。从亚运吉祥物到火炬,再到奖牌等核心设计元素,无不体现出非遗文化与亚运主题的紧密融合。这种方式一方面赋予杭州的非物质文化遗产以全新的亚运元素,为其注入时代感和国际传播力;另一方面也为亚运文化注入了浓厚的地方特色与文化深度,丰富了赛事的内涵。既彰显了杭州深厚的历史文化,更通过亚运会的平台让世界进一步了解中国文化的多样性与独特性,为中国的非遗保护和文化遗产传承创造了新契机。

第三,亚运文化与城市绿色、智能理念的融合。

古老的良渚文明是杭州引以为豪的历史遗产,而现代科技发展则赋予了杭州无限的活力与创新。杭州亚运会提出的“绿色、智能、节俭、文明”的办赛理念,正是这一城市活力的生动体现。在亚运会的开幕式上,杭州首度使用的数字火炬点火仪式——由“数字火炬手”——“弄潮儿”与主火炬手汪顺共同点燃主火炬塔,成为亚运会历史上的首次创新。此次数字火炬的使用不仅是技术的突破,更是文化的象征,彰显了杭州在推动现代科技与传统文化融合方面的雄心。同时,亚运会的绿色低碳理念也深入人心,通过绿色出行、线上办事等方式,倡导了可持续发展的生活方式。尤其是支付宝的低碳捐赠活动,已经吸引了超过1亿人次的参与,累计捐碳超过10万吨,充分展示了杭州亚运会在环保方面的创新与实践。

然而,如何将杭州“智能”和“绿色”取得成就的这些抽象理念转化为具体、易于识别的视觉符号,成为标志设计首要解决的问题。美国心理学家阿恩海姆(Rudolf Arnheim)基于格式塔心理学提出:“意象本身当然是一种特殊的事物,而当用它代表某一‘类’事物时,它便有了符号的功能。”^[1]这意味着符号不仅具有表象作用,也具备强烈的表意性,与标志设计的核心特征高度契合。基于这一理论,设计团队在“智能标志”中采用了链接在一起的电子和网络图形符号,以象征5G、互联网以及智能科技的连接性;而在“可持续标志”中,树叶和人形符号的结合则象征着人与自然的和谐共生,寓意着绿色发展的理念。

此外,这种符号象征的手法还应用到与赛事文化相关的二级标志上。例如,“测试赛标志”通过运动员奋勇拼搏的定格瞬间,表现出运动员的拼搏精神;“火炬传递标志”通过勃勃燃烧的火焰传递着亚运会的激

情与力量;“共同参与标志”通过人形之间无间铆合的形态,象征着各国人民的团结与友谊。每一个标志设计都紧扣亚运会的文化精神,传递着团结、拼搏、友谊与环保的核心理念。

综上所述,杭州亚运会的视觉形象设计不仅是亚运文化与杭州城市文化的融合与交汇平台,也是两者互鉴与共鸣的重要载体。从会徽到七个二级标志的设计,都在不同层面上呈现了多元文化的交融与深厚底蕴。这些视觉符号通过现代化的设计语言,将传统文化和现代科技元素巧妙结合,生动地传递出杭州作为文化古城和现代都市的双重魅力。

三、杭州亚运会二级标志赅续中华文化

诸如亚运会、奥运会这类跨越国别的重大体育赛事,它们的视觉形象不仅代表了举办城市的文化特性,也进一步展现了举办城市所属国家的形象。“国家形象”是一个非常复杂的概念,它与一个国家的历史、文化、经济、政治、军事等各个方面密切相关。本文所指的国家形象是与视觉设计有关,相对小的概念。正如学者杭间认为,“它的小的概念则是明确指向那些能传达国家政体理念的视觉传达设计,如国徽、国旗、货币、国家重要建筑、国家重要活动的艺术形式以及所有能代表国家形象的产品品牌等等”^[2]。所以,杭州亚运会二级标志,作为赛事视觉形象系统的核心要素之一,既是杭州城市文化的展现,也是赅续中华文化的国家形象的表达。

第一,亚运会二级标志巧妙融汇了杭州城市文化,充分呈现了杭州的历史文脉、山水诗画和现代化发展成果。这不仅增强了国际社会对杭州的认知,也向全球展示了中华文化自信和中国核心价值观。作为国际赛事与文化交流的重要平台,杭州通过系统化、现代化的视觉形象体系,借助多元传播媒介和方式,将城市特色和国家精神传递给全球观众,进一步提升了国际认知度。

第二,杭州丰富的历史积淀、秀美的自然景观和浓

厚的人文风情为二级标志设计提供了丰富多样的创作素材。设计团队以青山绿水、良渚文化等文化地标符号为基础,通过二级标志等视觉元素,创造出独具特色的视觉语言。视觉形象不仅突破了地域局限,也成为东方传统文化传承与创新的重要力量,为国家形象注入了深厚的文化底蕴与时代活力。

第三,现代中国的文化软实力与全球影响力,在杭州亚运会的举办过程中得到了充分展示。杭州借助亚运会这一重大机遇,展现了中国现代化发展的成果与创新能力。二级标志不仅生动体现了中国的现代化进程,还为全球观众提供了理解中国与杭州的全新视角。这种综合展示不仅提升了中国在国际社会中的文化地位,还进一步传播了和平、友谊与合作的价值。

四、结语

综上所述,重大国际赛事的视觉形象设计不仅是赛事传播的重要载体,更是展现城市文化与国家形象的核心窗口。杭州亚运会的成功举办,离不开视觉形象的独特魅力和系统性呈现。从亚运会会徽、二级标志到核心图形和色彩系统,设计通过深入挖掘杭州的城市文化内涵,将传统文化的精髓与现代设计理念有机结合,创造出既具地方特色又具有国际传播力的视觉语言。通过全域整合,立体传播,亚运会的视觉形象实现了多维度、全方位的生动呈现。未来,赛事视觉形象将更加发挥其文化传播与国家品牌塑造的作用,成为跨文化交流的重要纽带,为国际赛事注入更多文化内涵与创意表达。

参考文献

- [1] 鲁道夫·阿恩海姆. 视觉思维[M]. 滕守尧,译. 成都:四川人民出版社,2019:163.
- [2] 杭间. 论国家视觉设计[J]. 装饰,2009(9):16.