

中华美学赋彩体育名片

——谈大型体育赛事形象景观设计

林存真

2月4日,北京2022年冬奥会进入倒计时一周年,冬奥会、冬残奥会筹办亦进入关键期。活力中国,再次吸引世界目光。冬奥形象景观设计,也成为公众关注的焦点。

从北京2008年奥运会和残奥会初步探索形象景观设计,到北京2022年冬奥会和冬残奥会构建起一套完整的形象景观系统设计,在大型体育赛事中,形象景观设计理念 and 体系不断成熟,成为世界认识中国的直观窗口。对中华优秀传统文化的创造性转化、创新性发展,是中国体育设计的亮点所在。如何以富有中国特色的现代设计展现国家形象、诠释体育精神,成为当代设计师面临的重要课题。

荟赛事特色 展中国韵味

设计区别于纯艺术创作,需要直接服务社会大众。特别是体育设计,需要依据不同赛事的性质、任务和特色,展开创意设计。

一些体育设计,以“立象取意”的方式,从中华优秀传统文化中择取适合的文化意象,突出赛事特色,展现国家形象及城市性格。比如,南京2014年青奥会徽选用活泼明快的色彩,将南京明城墙城门和江南民居轮廓,艺术地组合在一起,勾勒出“NANJING”字样,既彰显举办城市的文化气质,也洋溢朝气蓬勃、活力四射的青春气息。2015年北京田径世锦赛,是广泛普及田径运动的重要契机。在设计吉祥物时,团队选择大众喜爱的、具有北京文化特质的沙燕风筝作为主要视觉元素之一。吉祥物“燕儿”充满生机,线条流畅,代表了田径运动员矫捷灵敏的身姿,体现出此次赛事的鲜明特征。

当下,国内不少体育设计以汉字为主要元素展开。汉字是中华文明的鲜活载体,其丰富的形态变化推动了艺术发展,美学内涵深厚。如何将汉字巧妙转化为兼具美感、表现力和传播力的视觉符号?如何避免同质化设计?这需要设计师在深入理解设计项目定位的同时,钻研中华优秀传统文化,不断对相关元素进行整理、归纳和提炼。

北京2008年奥运会会徽“中国印·舞动的北京”,将运动人形与汉字“京”相结合,将汉代竹简文字的风格和韵味融入“Beijing2008”字体设计,巧妙借用传统印章形式,表达北京将“举办一届历史上最出色的奥运会”的庄严承诺。

在设计北京2022年冬奥会和冬残奥会会徽时,设计团队同样以汉字为基础,着力呈现厚重的东方底蕴。同时,为向世界展现新时代的中国新形象、新梦想,设计团队创新设计手法,赋予视觉形象以国际化的现代风格。

当设计师选择同一个汉字时,立意和表现更需有的放矢。比如,北京2022年



冬奥会申办标识与会徽的设计灵感都源于“冬”字,但设计理念并不相同:申办时,更加强调实力、文化和承诺;举办时,更侧重“以运动员为中心”的理念,表达对冬奥会以及每一位运动员的重视。因此,申办标识更写实,而会徽则更抽象、更有运动感和力度。两个标识,既一脉相承,又富有不同寓意,呈现出两种不同的形态。由此可见,具有中国特色的体育设计,并不是一味拷贝、堆积传统文化意象,而是对传统文化合情合理的创造性转化和创新性发展。

融运动形神 寻文化根脉

古人有自己的设计观——“天有时,地有气,材有美,工有巧,合此四者,然后可以为良”。古老的智慧随着时间流淌,汇入中华文明历史长河,传承至今。今天的体育设计,不仅要展现运动的形与神,更需追寻文化的根脉。

在构建北京2022年冬奥会和冬残奥会形象景观系统设计时,设计团队的首要工作便是寻找能够支撑这一系统的文化根源。中国传统哲学思想——道法自然、天人合一,成为设计团队的灵感源泉。它像一根线,贯穿设计工作始终,体现人与自然和谐共生的理念。

作为奥运会和残奥会形象景观的重要构成元素,“核心图形”是连接会徽、吉祥物、体育图标、口号等形象元素的关键纽带,主要应用于场馆内外景观、城市景观等领域。为做好这一重要元素的设计,北京2022年冬奥会和冬残奥会设计团队将京张赛区山形及长城形态,与象征传统文化的青绿山水长卷,充满动感与力量的线条、书法的韵味,以及运动员的激情、赛场的滑道和前沿科技相融合,形成具有地域特色和中国风韵的冬季美景。与此同时,团队就如何使其“动”起来这一问题提出许多构想,“道法自然”——遵循地球的运转规律,成为共识。依据自然法则运动的动态图像,呈现出天、地、人和谐共处的立体空间。当观众走进比赛场馆时,他们不只是在观看景观,更是在“参与”景观的形成。

在中国传统文化中,有许多大自然留下的丰厚遗产,比如传统矿物颜料。从古至今,传统矿物颜料广泛应用于壁画、彩塑等中国传统艺术中,成就无数佳作。北京2022年冬奥会和冬残奥会色彩系统,以传统矿物颜料色彩为基础,结合对中国

传统文化的理解,以及对三个赛区城市冬季色彩、春节文化色彩的调研,最终确立而成,形成人文与自然相互交融的多彩视觉呈现。

无论是会徽设计、吉祥物设计,还是色彩系统设计,其本质都是运用现代设计符号表达传统文化背后的关键支撑点。设计师要想做出有中国韵味的体育设计,必须沉潜到中华优秀传统文化中去,对书法、绘画、雕塑、器物、家具等都有所了解、吸收,把握思想精髓,然后才能化一为万,在转化创新时得心应手,成就有中国风格、中国气派、中国精神的体育设计。

向未来求变 促协同创新

伴随时代发展,人们观看事物的方式不断改变,设计也必须随之而变。

“面向未来”应成为大型体育赛事形象景观设计的重要理念。可以预见,VR(虚拟现实)、AR(增强现实)、5G、4K/8K超高清等技术,将在未来几年迎来快速发展期。因此,北京2022年冬奥会和冬残奥会形象景观设计团队在设计会徽时,着重考虑了图形的技术延展性和立体可能性,经过无数次修改和推敲,运用现代设计手法,结合渐变色彩,使会徽更具“未来感”,为新技术应用留出空间。

设计不仅要融入新技术、瞄准新空间,也要面向新受众。北京2022年冬奥会和冬残奥会吉祥物的主要受众群,是“00后”甚至“10后”,他们成长于互联网时代,对吉祥物的创新思维和表达有着更高要求。因此,在设计吉祥物“冰墩墩”时,设计团队以熊猫为原型,用流动的明亮色彩线条象征冰雪运动的赛道和5G高科技,赋予整体形象以“创造非凡、探索未来”的寓意,展现出浓浓的科技感。北京冬奥组委还联合专业设计团队,推出吉祥物微信表情包,让吉祥物“动”起来,走进大众生活。在设计体育图标时,考虑到移动端传播效果与年轻人的阅读习惯,团队同样选择将源于篆刻、古文字的二维图形转化为三维动画,既展示出现代冰雪运动的蓬勃生命力,也让更多年轻人对传统文化有了全新认识。动态体育图标设计,可以说是传统艺术、现代设计与科学技术跨界融合的生动体现。

设计师,本来就不是单一领域的专家,还是肩负多重责任的组织者。今后的设计师更需充分了解不同领域,把各领域人才集结在一起,协同完成设计工作。比如,在动态图形设计中,团队便集合了物理专家、数学专家、计算机程序员、动画设计师、平面设计师等,一起展开协作。

未来,持续推进跨媒介、跨学科、跨领域多元合作,激发体育设计灵感,催生基于中华优秀传统文化和体育精神的新创造,将不断为世界体育运动贡献独特的中国文化符号,进一步向世界展示中国开放自信、热情友善的良好形象。

(作者为北京冬奥组委文化活动策划部形象景观艺术总监,本报记者马苏薇采访整理)



①



②



③

图①:北京2022年冬奥会吉祥物“冰墩墩”。

图②:北京2022年冬奥会会徽“冬梦”。

图③:北京2022年冬残奥会吉祥物“雪容融”。

图④:国家速滑馆“冰丝带”呈现出丝带飞舞的效果。

本报记者 贺勇摄

版式设计:赵德汝



④

名家新作

美术



▲巍巍长城图(中国画)

郝军

脱贫故事绘 心声篇

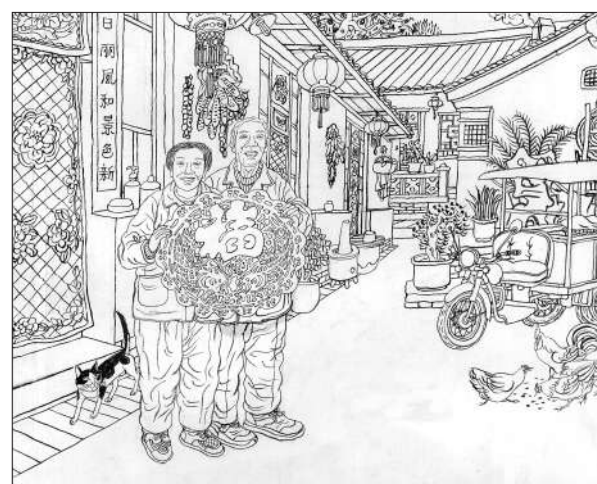


“黄土变成金” 更加有信心

查加伍



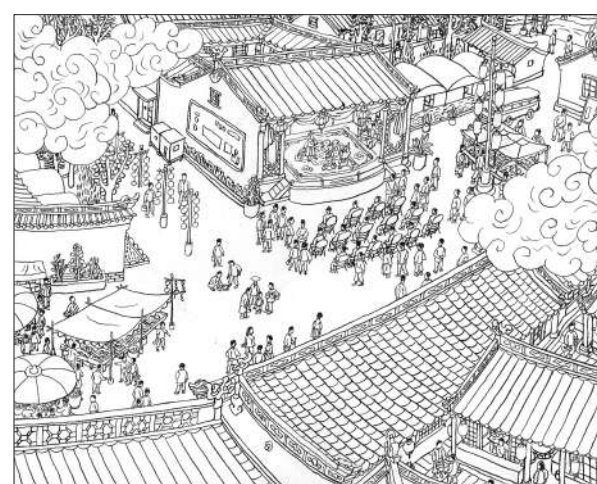
(一)我叫唐宗秀,家住河北省阜平县骆驼湾村。过去,我家的旧土房到处透风。每到春节,因为房子小,四个女儿不能一起来拜年,只能一家一家来,总是不够热闹。



(二)现在不一样了。我们全村家家户户都搬进了新房。我家有了六间屋,不仅有冰箱、电视,还装上了地暖,我们一家子终于可以一起过年了。



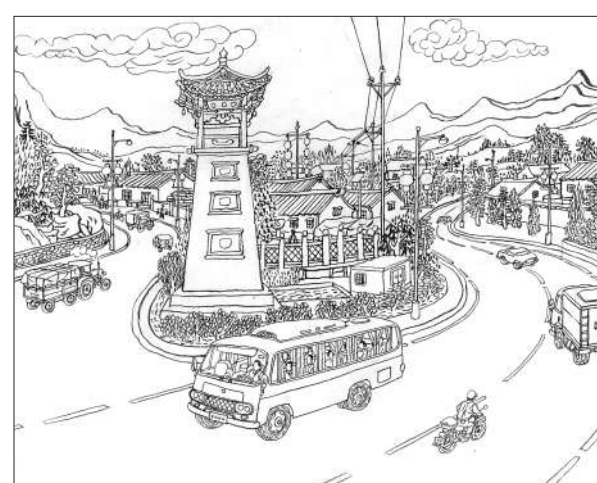
(三)前年,民宿旅游项目在村里开了张。我和老伴主动报名,打扫卫生、打理花草,每人每月能收入两千多元。跟我们一样,还有很多乡亲都有了活儿干。



(四)驻村工作队和村干部带着大伙儿建起了食用菌种植基地,搞起了高山苹果种植。这两年,村里还新开了美食街、小茶馆,富民产业越来越多,越来越旺。



(五)赶上好时候,遇上好政策,许多年轻人回来了,大伙儿越干越有劲!我的三女儿也回来了,还把孩子送到离村子不远的镇上去念书。



(六)如今,土路变成了水泥路,附近的高速公路也通了车,我们村的路越走越宽阔,我们的日子就像芝麻开花节节高。“黄土变成金”,乡亲们对未来更加有信心!