

图腾文化与中国现代标志设计

周 鼎¹,张曼华²

(1. 长沙理工大学 设计艺术学院,长沙 410076; 2 正山国际设计艺术学院,湖南 株洲 412008)

摘 要:图腾文化是在传承作为族类标志的图腾形象过程中所形成的思想体系。标志设计是图腾文化视觉表达的呈现,也是对可识别性符号所作的谋划。中国图腾观念的兴替与这种可识别性符号的消长互为表里。当前在政、经、文、教等诸多方面有意识地进行具有中国文化特色标志的设计,既是一种新的可识别性民族文化的创造又是对古代图腾文化的承传。

关键词:图腾;图腾文化;标志设计;可识别性符号

图腾(Totem)是符号也是象征,作为视觉“形象”原指“一个氏族的标志”。^[1]^[6]所谓标志就是特征,即一个事物区别于另一个事物的可识别性符号,而标志设计就是在实践基础上按照美的原理和法则,对诸如国家或企事业单位及其产品之类预成品的可识别性符号所作的计划和谋划,它与图腾文化有着较为密切的联系。

一 图腾观念的兴替与可识别性符号的消长

图腾与标志的关系极为密切。如果说图腾是标志的文化积淀与精神内核的话,那么标志则是图腾的可视“形象”和最“有意味的形式”。^[2]当然,随着社会的发展,图腾的内涵也得到不断丰富,它由最初的“血缘亲属”到后来的“祖先”,再到“保护神”,^[3]最后乃至最“有意味的形式”,这同时也推动了标志的发展。

无庸讳言,史前社会是人类历史上图腾观念最为兴盛的时代,因为“在野蛮期的低级阶段,人类的高级属性开始发展起来……想象,这一作用与人类发展如此之大的功能……业已给予人类以强有力的影响”。^[4]^[54]在中国古人关于民族自身起源的问题便有“女娲抟土作人”(《太平御览》七十八卷引《风俗通》)的传说,所谓“女娲,古神女而帝者”(《山海经·大荒西经·郭璞注》),“亦蛇身人首”(《帝王世纪》),并具有“兽类的四脚,马的毛,鬣的尾,鹿的

脚,狗的爪,鱼的鳞和须”。^[2]显然,在“这里保留着更完整的关于龙蛇状态的观念和想象”。^[2]当然,在那远古时代类似蛇的图腾还有“鸟身人面”等形象也常见于神话传说当中。所谓“鸟身人面”者,原来是“大荒之中……有神九首,人面鸟身,名曰九凤”(《山海经·大荒北经》);而“凤,神鸟也……出于东方君子之国”(许慎:《说文》)。可见在汉民族真正形成之前的华夏氏族、部落之外还有一个不容忽视的凤鸟图腾部落,譬如,后来有关商代的发端就有“天命玄鸟,降而生商”(《诗经·商颂》)之说。显然,这里的“人首蛇身”形象和“鸟身人面”形象都与后来汉民族的象征物“龙”和“凤”的造型有着某种渊源。当然,继“女娲抟土作人”之后的三皇五帝时期,龙蛇图腾和凤鸟图腾已渐成主流,同时作为氏族或部落符号与象征的蛇、鸟形象也就“不断融合其他图腾逐渐演变而为‘龙’”,^[2]与凤的形象。所以在中国的史前石器时代,许多的陶器如彩陶文化中的《人面鱼纹盆》和《蜥蜴纹瓶》(实为“人首蛇身”瓶)等造型或装饰形象本身,实际上就是一个个氏族的符号和象征,显然它们无不与图腾等观念有着某种或隐或显的联系。

先秦至秦汉时期,继史前社会的图腾意识及其视觉演变先后经历了“原生型”、“次生型”和“再生型”以及多型并存等几个时期之后,^[3]以汉民族为

收稿日期:2008-03-26

作者简介:周 鼎,男,湖南道县人,长沙理工大学设计艺术学院讲师,硕士研究生,主要从事中国传统文化与现代设计及艺术创作教学与研究;张曼华,男,湖南汨罗人,正山国际设计艺术学院教师,主要从事视觉传达设计教学与研究。

主体其他少数民族并存为特征的华夏民族的图腾理念及其视觉符号的发展进入到一个新阶段。实际上,随着私有制的发展、阶级的产生和国家的出现,在宫廷,继太皋庖牺氏“以龙纪官”(司马贞:《补三皇本纪》)、黄帝“以云纪官”(《竹书纪年补证》)和少皋“为鸟师而鸟名”(《左传·昭公十七年·剡子》)之后,到先秦时期,在职官中形成了冕服之制并为历朝所沿用,其冕服的十二章纹分别代表日、月、星辰、山、龙、华虫、雀、兔、龙和锦鸡等形象,便是帝者“欲观古人之象”而设。(书经·稷篇)这成为中国民族服装特别是古代冕服之制的重要标志之一,同时也是远古龙蛇、凤鸟等图腾作为标志显示官阶不同的可识别性符号的具体应用。

汉唐时期,中国进入外来佛教民族化和本土道教发展最为兴盛的时代。然而它们实质上都不过是对图腾崇拜这一原始宗教观念的一种承传与发展。因为早在“在原始人的心目中,一切存在物和自然现象之中都存在着一种神秘的属性,也就是神灵”,^[5]而认识世界和改造世界的天性,促使史前人类企图通过种种手段来控制自己生存的世界,这同样包括并主要通过交感等巫礼仪式行为“去控制冥冥中主宰着人类命运的鬼神世界”。不过“一旦这种控制失灵,便由控制转向崇拜”,^[5]因而,随着文明社会的来临,人类发现既然“用巫术去控制神秘的自然界,这显然是办不到的”,那么为了“求得神的恩惠”,“于是,又创立了宗教”。^{[6]39}所以随着宗教及其教义的发展,作为各类经典宗教标志的教徽也逐渐兴起,如佛教之法轮和中国道教之太极图等,它们同基督教世界的十字架等一样,分别成为有别于官方和民间其它组织或部门的标志和最具识别性的视觉符号。

当然,与宗教徽识不同,先秦以来特别是汉唐时期的氏族部落或民族已逐渐将其姓氏与相应的图腾名称相融合,从而使之成为某个氏族、部落或民族的特定称谓和标志。我们知道在中国仅汉民族就“约有400个姓……其中某些姓与动物、果实、金属、自然物等有关”,^{[7]361}而这些“动物、果实、金属、自然物等”又常常是图腾的名称,“如古‘风姓’即以凤凰为图腾……中国的龙姓,无疑出自蛇图腾”。^{[8]19-21}少数民族的姓氏同样也是如此,譬如满族的“钮祜禄”姓即为狼图腾。后来有的译原姓氏之义取其同义的汉字为姓,如“阿克吕”意为“雷”,则以“雷”姓,等等。^[3]此外,中国民俗中的十二生肖所属则是主图腾观念的某种视觉化遗风的呈现。

两宋至明清时期,龙飞凤舞等的图腾观念及形象实际上已经成为整个中华文化圈民族的象征。不过,晚清民国时期随着西学的东渐,龙凤图腾的光彩开始黯然失色。

二 设计有中国文化特色的现代标志,重铸民族图腾文化的新辉煌

一个民族要立于世界民族之林就不能失去能确证自身存在的文化,而无根的文化只会加剧民族的虚无化进而影响到民族经济的可持续发展。为此,要进行这种新图腾文化的创造,如下几方面的设计工作不能忽视:

(1)突出中华民族立于世界民族之林的“根本”形象。众所周知,中国的现代标志设计的起步较晚,不过在政治标识方面却不落后于他国。比如,国徽是最重要的国家标示之一,而民国时的国徽已有十足的西方文化设计的意味;中华人民共和国的国徽则融入了东方古国的耕作文明和儒家文化与社会主义新文化的内涵。其实,在国外这样的设计意识也是很强的,譬如亚非欧等国家标志就曾分别采用象、鳄和狮、鹰等视觉形象,而这些设计也多“渊源于原始的图腾标志”。^[3]

另外,这种总体形象设计还可适时地引入到国家内部各民族及地区之间来,从而更有利于推动区域或民族经济的发展。事实上,回归之后的香港和澳门,其设计和使用的区旗、区徽,从某种意义上说已是省、市或区等区域或民族可识别性符号的先声。

(2)确证区域性民族经济实体在世界民族经济中的现实存在。无庸讳言,在中国的高科技民用工业企业中,自觉运用图腾文化观念进行可识别性符号设计不仅时间上起步晚,而且相对成功的也不多。尽管早在1986年5月,浙江美学研究会在杭州召开了有关现代工业设计,特别是有关企业识别设计和企业识别系统的学术研讨会,^{[9]14}并为日、港、台和美国等地区或海外广告设计公司所看好,但在民族经济实体中其极具传统图腾文化特色的标志设计却仍然微乎其微。

相形之下,各大银行对自身形象的可识别性符号设计倒是显得尤为重视。不过饶有意味的是半数以上的银行标志,均以秦时的圆形方孔钱为元素再进行变形和处理而成。事实上,在中国历史上具有物质财富象征的标志物却不只有汉民族的铜币,就是铜币,除“圆形方孔”外尚有刀形、铲形、鼻蚁形等多种;至于金锭、银锭和贝类乃至羊、鹿等图腾实物,其实也是银行可识别性符号设计不应忽视的重要选择。

相对于汉民族图腾意识的某种程度的式微,少数民族图腾文化却保持着强劲的生命力,并为少数民族的经济发展提供了某种契机和借鉴。比如畬族的图腾是狗,因为传说古代的高辛氏为了兑现自己的承诺,便把爱女嫁给了“一只名叫般瓠的五彩狗”,“其子孙繁衍成般瓠族”。^{[10][23]}为此,畬族的服、帽、居所及祭祖像等无不与般瓠即狗的形象有关,这成为中国现代少数民族图腾文化中的一道风景,同时也成为促进和推介畬族经济发展的有利因素。当然,如同史前的原始部落一样,在现代的少数民族中特别是原始部落中,一个部落也可能“由若干氏族组成,每个氏族的居住环境不同,又有各自的图腾”。比如在云南以虎图腾为主的“傈僳族在怒江地区有十几个氏族”,^{[10][20]}其图腾便分别涵盖了虎、鱼、鼠、猴、雀、熊、莽和竹等对象,并极具中国西南少数民族图腾文化特色。这也完全可以实现包括旅游业在内的少数民族经济发展的动因。

(3)强化教、科、文等经济实体在世界经济实体中的可识别性表征。20世纪90年代初期,随着市场经济体制的提出和确立,对自身形象及可识别性符号进行策划,也成为高校文化发展的一种潮流。比如原中国美院、原中央工艺美院和南京艺院等院校的院标都以中国传统汉字篆书“艺”字为元素,并通过艺术化的变形和处理分别组成极具自身特色的可识别性符号,而绝不会让人产生雷同和混淆之感;同时,“艺”字本身的原初之意就在一定意义上恰好揭示了下跪之人“在神社中进行丰产祭祀的巫术活动”,^[5]其实这也就是图腾崇拜的仪礼活动即“在社土的神树面前作虔敬的献祭”,^{[11][15]}从而使整个校标都带有浓厚的图腾文化的色彩。

在影视文化领域,中央和地方的卫星广播和电视等民族文化经济实体,对自身的可识别性符号的设计也引人注目。如黑龙江与河南卫视的台标设计,前者借用了中国的民族龙蛇图腾形象的有关元素在设计中不经意地提升了其在世界卫视中的可识别性;后者则通过“河南”一词的拼音首写字母的艺术处理,组成一只昔日中原地方图腾即象的视觉形象,颇具匠心。此外,山东卫视和四川卫视的台标设计则通过艺术化的变形处理分别组成中国传统草书单体“山”与合体“四川”的可识别形象,也极具文化韵味。

此外,近年来中国文物局所启用的中国文化遗

产标志则堪称一绝,作品以四鸟绕日即太阳神鸟这一图腾形象为原形进行设计,显然是对作为可识别性符号的图腾文化的一种更为自觉的运用。

时光荏苒,日月如梭,不可否认图腾作为史前原始宗教的一种存在和发展形式,在现代人类活动的都市和乡村多已不存在了,但在现代文明尚未完全辐射到的一些山区和热带丛林地区的一些原始氏族部落及很少和外界接触与交流的民族中,还保持着一种图腾崇拜的生活或习俗,甚至就是在我们现代文明人的潜意识中也还潜藏着类似的观念。正是从这个意义上说,传统图腾文化“必然有其继承和延续性,它会以不同的形式和意义在有关的文化领域再现出来。”^{[10][24]}因而在现代标志设计中,设计有图腾文化特色的现代标志不只是对传统图腾文化的一种主动承传和发扬,它更是民族文化认同心理、确认意识及自信心的一种视觉呈现。我们有理由相信,只要我们在注重经济建设的同时加强传统图腾文化的传承,在不久的将来就一定能迎来中国现代标志设计的春天和中华民族伟大复兴的时刻。

参考文献:

- [1] 摩尔根. 古代社会:上册 [M]. 北京:商务印书馆, 1981.
- [2] 李泽厚. 李泽厚十年集:美的历程 [M]. 合肥:安徽文艺出版社, 1994.
- [3] 何星亮. 中国图腾文化 [M]. 北京:中国社会科学出版社, 1992.
- [4] 马克思. 摩尔根《古代社会》一书摘要 [M]. 北京:人民出版社, 1965.
- [5] 徐建融. 中国美术史标准教程 [M]. 上海:上海书画出版社, 1992.
- [6] 彭吉象. 艺术学概论 [M]. 北京:北京大学出版社, 1994.
- [7] 摩尔根. 古代社会:下册 [M]. 北京:商务印书馆, 1981.
- [8] 孙作云. 诗经与周代社会研究:周先祖以熊为图腾考 [M]. 北京:中华书局, 1966.
- [9] 刘彦勇. CIS与品牌战略 [J]. 株洲工学院学报, 2001 (2).
- [10] 安 旭. 旅游文物艺术 [M]. 天津:南开大学出版社, 1990.
- [11] 徐建融. 美术人类学 [M]. 哈尔滨:黑龙江美术出版社, 1994.

(责任编辑:王友良)