

4. Сідарэнка, А. Мы з мінулага : Беларускае гістарычнае кіно як бездань нявыкарыстаных магчымасцей і неверагодных перспектыў / А. Сідарэнка // Мастацтва. – 2020. – № 4. – С. 46–47.

5. Шаройка, А. М. Этнакультурная ідэнтычнасць: да пастаноўкі праблемы сучаснага беларускага ігравога кіно / А. М. Шаройка // Весн. Беларус. дзярж. ун-та культуры і мастацтваў. – 2018. – № 1(29). – С. 35–41.

УДК 659.126:688.5(510)

Цинь Линлин,

*соискатель ученой степени кандидата искусствоведения
Белорусского государственного университета культуры и искусств*

ОБРАЗ ВЕЕРА В ДИЗАЙНЕ ЛОГОТИПОВ КОМПАНИЙ КИТАЯ

Аннотация. В статье рассматривается образ веера, который используется в дизайне современных логотипов китайских компаний. Автор анализирует специфику художественного решения веера для воплощения сути деятельности компании и запечатления традиций национальной культуры Китая.

Ключевые слова: веер, логотип, дизайн, Китай.

Qin Lingling,

*Applicant for the degree of Candidate of Art History of the Educational
Institution "Belarusian State University of Culture and Arts"*

THE IMAGE OF THE FAN IN THE LOGO DESIGN OF CHINA COMPANIES

Abstract. The article discusses the image of a fan, which is used in the design of modern logos of Chinese companies. The author analyzes the specifics of the artistic expression of a fan to embody the essence of the company and capture the traditions of China's national culture.

Keywords: fan, logo, design, China.

Веер является бытовым предметом и одновременно предметом декоративно-прикладного искусства, а значит и неотъемлемой частью культуры китайского народа. Он применяется в быту, используется в танцах и театральных представлениях, в боевых искусствах и военной обороне. Образ веера стал символом Китая и атрибутом национальных традиций.

Современная художественная практика продолжает активно эксплуатировать данный образ в планировке зданий и садов, оформлении костюмов и мебели, дизайне модных гаджетов и автомобилей. Появление образа веера в оформлении логотипов современных компаний подтверждает стремление китайцев к сохранению традиционных национальных ценностей.

В дизайне торговых знаков и логотипов используется образ складного веера в раскрытом виде. Данный вариант является узнаваемым не только для жителей Китая, это обусловлено и широким распространением складного веера в Азии, Европе и Америке.

Логотип компании «Чайный домик Ханчжоу», созданный дизайнером Хэ Чэном в 2009 г., стал победителем VI Международной премии логотипов. Автор использовал образ складного веера в качестве главной фигуры логотипа, а также отдельные знаки, олицетворяющие чайную церемонию. Нижняя линия веерного силуэта напоминает крышечку чайника, а пар от чая в виде повторяющихся абстрактных кривых, изображенный на поверхности веера, создает впечатление стящего на столе чайника с напитком. Три элемента гармонично сочетаются. Перед нами как будто разворачивается чайная церемония в Ханчжоу, приглашающая поучаствовать и насладиться удивительно вкусным чаем (рис. 1).



Рис. 1. Логотип компании «Чайный домик Ханчжоу»

Изображение веера является традиционным культурным символом, который используется в дизайне китайских логотипов недвижимости. В нем заключен спрос на традиционную культуру в коммерческой недвижимости. Для компании

«Синьюань» дизайнер Сян Цяоу в 2012 г. создал выразительный логотип. Для основы образного решения был выбран складной веер с подчеркнута выразительными складками, в центре которого размещается стилизованный узор, напоминающий поднимающиеся ввысь облака или растение вьюн, они традиционно использовались в декоре разнообразных предметов материально-художественной культуры Китая. Иероглиф «юань» в логотипе служит для обозначения места, где сосредоточено много зданий. Дизайнер выбирает два контрастных цвета в художественном решении логотипа, чтобы подчеркнуть стройность и конструктивность современной компании недвижимости (рис. 2).



Рис. 2. Логотип компании «Синьюань»

В 2012 г. дизайнер Лю Гогуан создал логотип Художественного музея Хайчуань, который представляет собой художественную галерею, где демонстрируются картины и каллиграфия, проводятся встречи и дегустации чая. Дизайн логотипа отражает суть названия музея. «Хайчуань» – это сокращенный вариант «хайнабайчуань», что дословно означает «океан вмещает сотню рек» [1, с. 17]. Музей включает широкий спектр художественных форм, предоставляет деятелям искусства много возможностей для решения творческих задач. В основе художественного решения логотипа лежат два образа – красный раскрытый веер и белый дракон, которые являются популярными и узнаваемыми в культуре Китая. Красный цвет как символ богатства и благополучия, дракон как воплощение силы и мощи, веер как воплощение красоты и гостеприимства, –

вместе создают образ деятельности Художественного музея Хайчуань (рис. 3).



Рис. 3. Логотип Художественного музея Хайчуань

Складной веер также отражен в дизайне логотипа городского коммерческого банка города Шаосин, который является городом с богатым культурно-историческим наследием; его история насчитывает 2500 лет [2]. Являясь частью региона Цзяннань, известного как родина каллиграфии, Шаосин издревле считается местом сосредоточения талантов. Здесь сформировалась и развивалась деятельность таких личностей Китая, как каллиграф Ван Сичжи, политический деятель Чжоу Эньлай, писатель Лу Синь, ученый и педагог Цай Юаньпэй и др.

Внешние очертания Шаосиньского банка берут начало от веерообразного окна дунчуан в Павильоне Цзяннаньского парка (рис. 4). В этом заключены реальный и символический смысл деятельности банка – окно для предоставления финансовых услуг клиентам, а также новаторский и инновационный дух сотрудников компании. Иероглиф «син» изображен в форме орхидеи, встроенной в образ раскрытого веера (рис. 5). В аллегорическом образе заключается суть ценностей Шаосиньского банка: «Только имея возвышенные и чистые стремления, можно уйти дальше, только будучи искренним, можно достигнуть результатов» [1, с. 19].



Рис. 4. Павильон Цзяннаньского парка



Рис. 5. Логотип Шаосиньского банка

Образ веера используется в дизайне современных логотипов ряда китайских компаний. Авторы выбирают образ складного раскрытого веера, который ассоциируется с традиционной национальной культурой Китая. В качестве дополнительных элементов встречаются образ дракона, орхидеи, чая, другие художественные мотивы, в них сосредоточен смысл деятельности определенной компании.

1. Ли, Фанхуа. Исследование элементов в форме веера в дизайне логотипов / Ли Фанхуа. – Хэбэй : Хэбэйский ун-т, 2014. – 54 с. – Изд. на кит. яз.: 李方华 《扇元素在标志设计中的应用研究》, 河北 : 河北大学, 2014年, 共54页.

2. Цзи, Чжэньхай. Известные исторические и культурные города Китая: древний город Шаосин / Цзи Чжэньхай. – Ханчжоу : Изд-во Силэн, 2004. – 105 с. – Изд. на кит. яз.: 吉振海, 《中国历史文化名城: 古城绍兴》, 杭州 : 西泠出版社, 2004年, 共105页.