

# 论博物馆 视觉识别系统的建构

## ——以广东省博物馆新馆为例

刘冬媚

(广东省博物馆 广东·广州 510110)

中图分类号:G26

文献标识码:A

文章编号:1672-7894(2010)07-182-02

**摘要** 博物馆事业发展至今,已经从传统的只注重保管、研究、展示模式转向为观众提供至全方位、深层次、高品质服务的阶段。本文以广东省博物馆新馆为例,探讨了在新形势下,构建VI视觉识别系统的必要性、原则及实现,为重塑博物馆文化品牌,树立视觉一体化传播的博物馆新形象提供经验借鉴。

**关键词** 博物馆 VI视觉识别 广东省博物馆

博物馆是文化的宝库,知识的殿堂。它是对文物标本进行收集、保藏、研究、陈列,传播文化科学信息,提高广大群众的思想道德和科学文化素质的重要阵地。一个好的博物馆形象,对区域自身及所在省市,都是一种宝贵的资源。它不仅能折射出区域的魅力和吸引力,同时能形成一种强大的凝聚力、辐射力,成为扩大对外交往、吸引投资与游人的重要资源,是巨大的无形财富。正因为如此,世界上许多发达国家都非常注重博物馆形象建设,开发利用这笔无形资产,并取得了显著效果。当前,我国社会主义市场经济已进入品牌竞争的阶段,塑造良好的博物馆形象也刻不容缓地提到了各地政府的战略规划高度,相应的,借鉴企业导入CI战略的成功经验,构建视觉识别系统成为了博物馆事业面临的新任务。国内故宫博物院、首都博物馆等几个文博单位已经进行了开创性的工作。

博物馆构建VI视觉识别系统是一个新的课题,在已有工作的基础上,尚无对此系统的讨论。广东省博物馆新馆在构建VI系统工作中迈出了成功的步伐,本文以之为例,系统讨论VI视觉形象系统建设的必要性、原则及其实现,希望为这项工作提供具体的指引。

### 1 VI视觉形象系统简介

VI视觉形象系统必须从CIS说起。CIS(Corporate Identity System)即企业形象识别系统,是一个企业区别于其他企业的标志和特征构成的系统。CIS起源于欧洲,正式开始于20世纪50年代的美国,20世纪80年代CIS传入我国。

CIS中最具传播和感染力的部分是VI(Visual identity),即为视觉识别。它将CIS的非可视内容转换为静态的视觉识别符号,以丰富多样的应用形式,在最为广泛的层面上,进行最直接的传播。VI一般包括基础和应用两大部分。其中,基础部分一般包括企业的名称、标志、标准字体、标准色、辅助图形、标准印刷字体、禁用规则等;而应用部分则一般包括标牌旗帜、办公用品、公关用品、环境设计、办公服装、专用车辆等等。最初的VI形象是在企业中应用的,而在博物馆中应用是与近年来博物馆建设的繁荣和博物馆定位的改变密切相关的。

### 2 博物馆建构VI系统的必要性

#### 2.1 广东省博物馆VI系统建设的现状

广东省博物馆旧馆馆舍成立于1992年,由于各种因素制约,没能策划一套完善的VI系统。具体体现在:

##### 2.1.1 视觉标志不规范

博物馆视觉标志(区域标志、功能指示、行为标志、分类导向等)在版式、规格、色彩、字体运用上缺乏系统性和统一性;字体、语言不规范,制作随意。例如,名片的应用五花八门、员工服饰没有统一性、办公用品无统一标志等。

##### 2.1.2 室内陈设缺乏协调性和时代感

室内陈设与环境不协调,没有形成整体风格;大部分传统设色缺乏时代感,没有很好地带给观众美的享受。

##### 2.1.3 对外宣传没有提供统一的印象

对外宣传资料缺乏统一性、连贯性和设计感,没有树立博物馆的整体形象,没有将资源整合并将统一的信息传达给受众,没有通过视觉符号不断地强化受众的意识,从而获得认同感。

由于没有统一的VI,阻碍了博物馆内部的价值理念的整合教育,影响了内部人员认同感、归属感、凝聚力的发挥。

#### 2.2 博物馆建构VI系统的必要性

人们所感知的外部信息,有83%是通过视觉通道到达人们心智的。也就是说,视觉是人们接受外部信息的最重要和最主要的通道。博物馆在新的形势下,应结合自身特点,借鉴企业导入CI的成功经验,在财力物力有限的情况下,重点导入VI。在基础要素设计(博物馆标志、专用字体、专用色、各种组合规范)的基础上,充分开发应用要素(建筑物外观标志,各区域识别、功能指向、分类导向、办公用品、宣传载体及员工服饰等方面),通过长期的全方位的视觉刺激,给予观众一个统一的新形象。在塑造博物馆形象过程中,也会使博物馆的建筑、环境得到改善,员工的使命感和社会责任感得到增强,陈列展示的内容更丰富、效果更理想,运作机制和管理方法更科学,政府对博物馆的支持力度会更大、投入会更多,观众对博物馆的情结会更浓,这些有利因素必将为博物馆良性优质地持续发展创造出良好的环境。

### 3 博物馆构建VI系统的原则

博物馆在VI系统建设中除了遵循一般的原则外,笔者结合其自身的独特性,提出还应该遵循以下几点:

#### 3.1 突出文化定位

博物馆核心吸引力的载体是文化遗产。博物馆必须持续积极地通过自身VI系统的建设和完善来传播和阐述遗产的文化意义和价值,所以博物馆VI设计不同于企业的VI设计,应该突出文化定位。

### 3.2 突出以人为本

博物馆是民众终身学习的重要机构,应充分体现一种人文关怀,让观众在安静的环境中身心放松,充分享受参观的快乐。

### 3.3 展现国际性

博物馆是国际接待的重要部门,是对外展示一个国家或地区文化遗产的重要阵地,所以在策划VI系统的时候应该具有国际的眼光。一方面,设计应严格按照国际惯例,如室内导示等;另一方面,VI设计要有自己的特色,在不损害其他群体感情的基础上,民族的才是世界的。

### 3.4 保证渐进性

VI系统的制作是一个与时俱进的过程,博物馆必须根据实际情况在日后工作中不断地改良和提升以灵活适应新的时代与受众。

## 4 广东省博物馆新馆VI系统的建构

广东省博物馆新馆斥资9亿元建造,2002年由香港著名建筑公司中标设计,定位是“国内一流、国际先进”。配合良好的馆舍,必须有一套完善的VI系统。笔者有幸参加了VI系统策划的全过程工作,将在本节展现广东省博物馆新馆馆徽建构的工作过程及特色,并由此提出相关的经验以供参考。

### 4.1 从馆徽到VI系统的建构之路

馆徽由于其频繁及全方位的应用成为VI的精华部分,它是整个VI系统的基石。策划馆徽标志经过三步工作的开展而实现。第一步,广东省博物馆组织了“广东省博物馆新馆馆徽邀请设计”活动,在省内范围征集了设计方案60余套。第二步,根据上级领导作出的“将征集范围扩大到全社会、提高公众对公共社会文化设施建设的参与性,通过馆徽征集更好地宣传和发挥博物馆的社会功能”的指示,通过专业设计网站组织了“广东省博物馆新馆馆徽设计大赛”,在全国范围内征集到作品近2300套,并组织专家从中评选出4个候选方案。最后,委托专业设计公司对此4个候选方案进行深化设计,先设计出馆徽标志,并据此延伸设计一套VI系统。下图展示了馆徽设计的最终成果。



广东省博物馆的标志以“植根于粤,寓意于博,蕴形于馆,凝神于藏”为设计原则(藏尾:“粤博物馆”),以汉字为设计依托。标志隐含“广东”之字形、“博”之字韵,点明广东省博物馆的地域属性和行业特点,融合广东省博物馆

新馆大胆、现代、独具一格的建筑风格,并以归形于“藏”的点睛之笔,体现粤博的职能属性和粤博人专精于藏的精神气质,点出广东省博物馆海纳百川、古今并包的风格气度。标志选用了既具传统特色又富开放精神的红色为主色调,以体现岭南地处南疆的地域特征,悠远绵长的历史文化,热情好客的民风民俗。将广东“天”、“地”、“人”的深邃奔放和激情,凝于色展于红。

VI系统并非简单的视觉表现手段,它是建立在视觉传播理论、视觉传达设计和视觉传播媒体控制管理基础上的一项系统、科学的传播工程。将特定的信息概括、提炼,是整

个传播工程的关键。要达成识别,使视觉形象各要素符合其个性,还在于选择合适的设计题材和造型要素,形成统一的系统,采用科学的媒体策略,做长期有效的传播。基于专业公司有这方面的资源和优势,广东省博物馆VI系统的构建是委托国内知名专业VI公司进行的。

从策划到形成VI手册,经过以下几步:

(1)调研。对世界先进博物馆VI设计状况进行广泛的调研,了解当今博物馆VI设计。我馆重点调研了港澳、欧美和国内先进博物馆的VI清单及各种设计精粹,一方面利于做好公众服务,另一方面也利于日后馆际业务交流。

(2)提炼。对博物馆各个方面进行集中提炼。如办馆特色、特色馆藏、地域特色等,进而抽象出博物馆自身独特的文化内涵。这项工作主要由陈列、保管、宣教三大职能部门承担,并充分参考了馆内退休老专家的意见。

(3)设计。根据调研和提炼的结果请求专业公司设计。

(4)实施。VI手册形成后,我馆一方面严格执行,另一方面也与时俱进,补充完善,使博物馆形象成为一个统一体。

### 4.2 工作思路特色及经验

在整个VI系统构建过程中,我馆的工作充分体现了“集思广益,术业专攻,接轨世界”的思路及特色。广泛的民间征集和馆内调研,不仅收集到许多优秀的设计元素,也扩大了博物馆的宣传效应,给公众以开放的印象,这在国内同行以及以往的工作中是具有先进性的,也充分体现以人为本的原则,委托专业公司进行深化设计及最终构建,有效利用了社会的专业资源,使VI系统更加专业化和规范化,体现了我馆专业的、高素质的文化宣传品位,对港澳欧美等地的博物馆充分调研体现了我馆工作的世界眼光,为日后国际业务运作奠定良好的基础。因此,我馆的VI系统构建是成功的范例。

另一方面,在VI构建的过程中,我们也遇到许多困难,由于经验不足而走了不少弯路。最大的难题是标志的建构,因为馆徽标志是不可能无一遗漏地涵盖博物馆的各个方面的,而博物馆的文化内涵又太丰富而难以高度抽象和提炼。由于这个特性,依赖博物馆以外的力量——馆徽大赛的参赛者以及专业设计公司等是远远不够的。为此,本馆设计人员在馆徽标志的后续完善中做了大量工作,经由反复的磨合,形成了一个理想的馆徽标识。

## 5 总结

本文通过总结广东省博物馆旧有的VI建设状况,论述了博物馆VI建设的必要性。结合其自身特点,进而提出几点重要的原则。最后详尽展示了广东省博物馆新馆的工作并总结出具有指导意义的工作思路及方法。通过广东省博物馆在VI构建工作中的个性,希望为这项工作在一共性的指导下,提供新的以及具体的经验借鉴。博物馆应根据自身的需要和现状,在办馆理念的指导下,有计划、有选择地从VI系统入手,以此促进服务质量的提高,文化品牌的塑造,力求向广大观众提供一个高品质服务、充分体现人文关怀的博物馆新形象。

### 参考文献

- [1] 朱健强.企业CI战略[M].厦门:厦门大学出版社,1999.
- [2] 吴国欣.企业形象设计[M].上海:上海画报出版社,2006.

责任编辑 杨呈祥