

拍了50万张照片 只为了让泉城更美

生活日报LOGO设计者孙迎峰,希望身边充满色彩和造型之美

♥读者来信♥

我和“老朋友”的相伴相知

岁月如梭,光阴似箭,一眨眼,《生活日报》已经陪伴我们广大读者20年了,这日子过得真是太快了。

20年来,《生活日报》真正做到了贴近生活,贴近家庭,给广大读者带来了无数欢乐和温暖。“山东首席家庭报”,《生活日报》完全当得这个称号。

我不敢说从一开始就是《生活日报》的忠实读者。报纸创刊后,笔者曾有一段时间并没有注意到它。后来,发现这份报纸的内容非常亲民,非常贴近百姓生活,于是渐渐喜欢上了它。后来,我尝试给报纸副刊投稿,因为没有详细统计,至今投了多少稿子,说不清了。不过可以这样说,生活日报是我投稿最多的报纸之一,也是发稿最多的报纸之一。随着稿件不断出现在报纸上,我渐渐关注这份报纸,发现这份报纸内容如此亲民,从此便天天阅读,成了《生活日报》的忠实读者,从此,这份报纸开始陪伴我直到今天。

《生活日报》曾给过我许多鼓励。报纸曾连续搞过几次大型征文活动,我都积极参与而且获奖,比如:2010年,我曾获得《生活日报》“我与泉水的故事”征文一等奖,“我爱泉城的N个理由”征文特等奖。2013年,编辑还约我一起策划,开辟了《漫说济南话》专栏,用图文并茂的方式,向读者介绍济南方言。

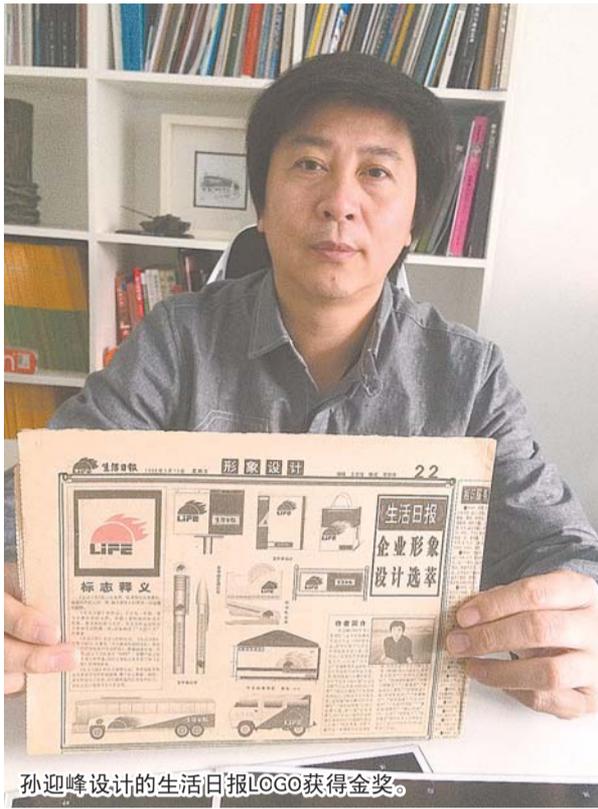
2007年,《生活日报·老济南》专刊创办,这是一份专门介绍老济南历史文化知识的专刊,内容包罗万象,丰富详实,图文并茂,生动有趣,为传播老济南的历史文化知识做出了很大贡献。我把每期专刊都精心保存,它既是珍贵的收藏品,也是学习和研究老济南政治经济历史文化等方面的珍贵资料。

从《老济南》第二期开始,我就给专刊投稿。印象最深的是2008年,正值济南解放战役胜利六十周年纪念。当时,济南各大媒体都在积极准备材料,进行宣传报道。《生活日报》的特稿部主任雅坚灵机一动,决定在《老济南》专刊上接济南战役的进程,每天刊发《济南战役》特刊。因为我曾写过一些有关济南战役的文章,雅主任便约请我参与这项工作。那几天,我紧张并快乐着,我和编辑们天天忙到晚上十点左右才回家吃饭休息。

《济南战役》特刊从九月十六日起,到九月二十四日止,连续九天,共发了22个版。因为版面新颖,内容翔实,图文并茂,获得广大读者的欢迎,看到自己的劳动获得了成功,我感到无比欣慰,那几天的辛苦,非常值得。

可以这么说,在《生活日报》许多编辑记者朋友们鞭策鼓励下,我不断努力学习,在过去的岁月里,取得了一些成绩。那些成绩对我既是莫大的鼓励,也是巨大的鞭策,它让我更加勤奋学习,努力写作。我希望《生活日报》还像以往一样,陪伴着自己,继续给予我鞭策和鼓励。最后,祝《生活日报》越办越红火,与爱相伴,奔向明天。

读者 王军



孙迎峰设计的生活日报LOGO获得金奖。

20年前,作为生活日报LOGO的设计者,山东艺术学院青年教师孙迎峰见证了一纸风行的火爆。从此,他的视觉设计造诣也开始了功力日益深厚的成长。他说当务之急,是让先进的视觉设计理念能从象牙塔里走出来,改变我们的城市生活景观。

A 他设计的生活日报LOGO获得金奖

1996年冬,20多岁的孙迎峰还是山东艺术学院设计专业的一名年轻教师。彼时,他已经在济南设计圈颇有名气,是济南最早使用电脑设计的设计师。一天,有相熟的朋友找了过来,说大众日报社要成立全省第一张生活类晨报,需要设计一套企业形象系统。

“坦白说,接到任务之后感觉压力很大,这可是全省第一张生活类晨报啊,做好这个设计可不容易。”怀着忐忑的心情,年轻的孙迎峰接下了这个大的设计任务。

在没有电脑搜索的手工时代,设计LOGO首要的是如何避免与已有的LOGO重复,而这个基础工作只能是人工翻阅各类设计书籍。没白没黑地检索过后,便进入构思阶段。

“大众生活报是一份生活类晨报,生活要蒸蒸日上,日子要红红火火。”孙迎峰开始拟稿,2个月的时间里,先后拟了四五十套的草稿,其中最为认可的,便是后来成为生活日报LOGO的定稿。

这份设计稿的灵感,便来自于早晨的太阳。这个LOGO下方是半圆,意为早晨初升的太阳,半圆上面的曲线构成的图案,像太阳的部分光芒,其动态的运动轨迹又像被劲风吹拂,总体构成了“太阳·风”

的寓意,生活日报的整个标志,也像是人被风吹动的发际,象征着人们昂扬地面对生活的信心,和真诚面对每一天的态度。

这个辨识度极高的标志面世后,孙迎峰因为这个风靡全山东的标志一炮走红,赢得了1998年华东设计大奖的金奖。

此后,友人聚餐聊起来生活日报的LOGO,得知他便是设计者时,无不伸出大拇指点赞。而这,也成了孙迎峰设计生涯的一个里程碑。

B “众志成城”彩车惊艳亮相

1998年,孙迎峰在济南举办了企业形象设计个人展,生活日报以半个专版的形式进行了专题报道,设计师孙迎峰声名大振。这次展览至今让他很是感慨。“可以这么说,这次展览是我和生活日报相互陪伴的注解。我为生活日报设计了形象标志,生活日报又反过来帮助了我。”说到这里,孙迎峰颇有些动容,白白净净的面部肌肉微微一动,右手在桌子上一挥,“作为个人设计展览,这是山东的第一个,也是至今唯一一个。”说这句话时,他对生活日报的感恩之情溢于言表。

2008年秋,这位设计专业的青年教师,已经是山东艺术学院视觉传达设计系主任,他

再次开启了返回校园求学的生涯,在清华大学攻读艺术硕士。2009年,他所在的工作室设计了13辆国庆六十周年彩车,而他独立设计了“众志成城”主题大型彩车。

2009年2月初晚上11点多,他突然接到电话,要求第二天凌晨5点交出一份国庆彩车的设计方案初稿。他知道,别的彩车寒假里已经确定设计人选,自己这时候被委以如此重任,意义非同小可。6个小时的时间内,孙迎峰灵感如同石油井喷般迸发。

从2月正式接到任务,到6月签字定稿,再到8月成车,6个月内,设计稿先后经过30多次修改。“众志成城”是所有彩车

中规模最大的四辆主题彩车之一,几乎全是雕塑的设计思路,使得制造也面临无法预计的困难。6月定稿前,孙迎峰几乎每个晚上都是在通宵改稿中度过的。而定稿到8月,他每天都泡在北京顺义的重型机械厂担任彩车监制,随时跟负责制作的重工企业和负责彩饰的公司沟通,三方意见反复磨合,确保艺术美感与设计合理性兼具。

“非常辛苦,但是回头再看,一切辛苦都是值得的。”看着此车从国庆60周年庆典现场驶过,这位设计师的内心澎湃如潮。此后,网友将“众志成城”彩车评选为庆典十大震撼场面,则更是让他感动。

C 不忘初心,只为城市生活更美好

2002年,他与同事们一起出国考察,首站来到了法国。抵达法国之后,其他人在拍摄美景,而他却盯着收视牌、垃圾桶、下水道井盖、消防栓、公交站牌等市政设施拍个不停。有同事开玩笑,“你怎么啥都拍?那些东西为啥让你这么兴奋?”此时,孙迎峰兴奋早已不在旅游景观,而是国外城市的市政公共设施视觉传达效果与国内城市的差距。

接下来14年里,孙迎峰每次出国都会拍摄大量国外城市

公共设施的图片,所有的照片他都进行分类处理,迄今照片数量已经高达50万张之多。这些照片,也陆陆续续成了他课堂上的教学片。基于这14年里在二三十个国家旅游的视觉图片,孙迎峰创作的专著《城市公共设施设计》即将在2017年出版。他希望,这本书能够帮他圆梦初心,为了我们身边的城市生活塑造美好的视觉享受。

“视觉设计的终极价值,在于让更多人从中得到美的视觉

享受。”然而,如何让这些让视觉设计理念从象牙塔里走出来实现美学的社会价值,这么多年来却一直让他很是揪心。“我们不能让视觉设计的价值仅仅存在于高校设计大赛里,应该服务于我们身边的城市生活,这事太紧迫了。”

他希冀,在我们的城市更新过程中,作为视觉设计专业的高校师生可以被吸纳进来,参与城市规划的市政设施视觉传达设计,为避免周而复始的视觉污染贡献一份力量。



2000年,本报大众收藏专刊推出《百年收藏》珍藏版。大众收藏曾先后六次获评大众新闻奖优秀专刊。

嘉宾:孙迎峰
采访:吴永功
摄影:吴永功

人物小传

孙迎峰:山东艺术学院设计学院视觉传达设计系主任,副教授,硕士生导师,国际商业美术设计师协会(ICADA)中国地区专家委员会委员,山东省知识经济研究会副会长。是生活日报logo的设计者,2009年独立设计了中华人民共和国建国60周年天安门阅兵式大型国家主题彩车“众志成城”号。

2016.12.31 星期六
编辑/李杰
美编/李亚平 组版/李杰