

现代标志设计多维表现手法研究

莫殿霞

(山西轻工职业技术学院, 太原 030013)

摘要: 以信息时代的高速发展、受众审美需求的变化以及现代标志设计手法的改变为启示,论述了“立体化”形态的标志成为引领标志设计的流行趋势,分析了其表现手法,在此基础上,提出了从色彩特性、质感、技术等7个方面来阐释现代标志多维度的表现手法。

关键词: 标志; 立体; 设计

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)02-0096-03

Multidimensional Expressions of Modern Logo Design

MO Dian-xia

(Shanxi Light Industry Vocational Technical College, Taiyuan 030013)

Abstract: In the light of rapid development of information age and changes of audience's aesthetic needs, transformation of way of modern logo design, the essay states the inevitable trend of "three dimensional" design idea. The essay put forward on new expressions of modern multidimensional logo based on the seven elements such as color, texture, technical.

Key words: logo; three-dimensional; design

标志的应用在生活中已经是如影随形、随处可见,但是随着时代的发展,标志的形式已经发生了极大的改变,不再是一味强调符号的准确象征和代表性的高度功能主义的设计原则,所有设计要素都是为了这个原则而存在的表现形式。在现代生活中,高度自动化及机械化的生活给人们带来了全新的体验,但足不出户的方便快捷也使更多的人感到一丝情感的困惑,于是人们重新回到了对自然、人文、情感等感性的追求之中。同样,对于审美的要求亦是如此。人们不再一味地强调理性,反而更加追求感性的存在,在虚拟与真实世界交织中享受绚丽多姿的读图乐趣。受众对美的真切感受更加迫切,设计师们更是利用一切可以利用的元素来创作出更新、更具有创意及个性的作品来满足受众的视觉体验。在标志设计中,那些平面化、色彩单一的标志显得较为单薄,已无法与高速发展的信息时代相吻合,设计师们不得不一次次的挑战受众的感官系统,创作出更加新颖的标志样式,以此来刺激受众的大脑,满足消费者的审美需求。

现代标志存在的多样性便是对此种现象的最好阐释。从设计的角度来看,现代标志有部分已走向多维度“立体化”形态^[1],这种“立体化”形态标志的出现,引领了标志设计的流行趋势,尤其是在交互式界面中尤为可见。随着网络的进一步普及不难看出,小到手机界面中的使用标识,大到QQ、腾讯的企业形象标志都进行了相应的变化,“立体化”潮流已成为大部分标志设计的一个审美标准及技术与艺术的结合体。

1 利用视错觉手法表现^[2]

荷兰艺术家摩里茨·科奈里斯·埃舍尔是此理论的先驱。他像一名魔术师,利用没有人能摆脱的逻辑和高超的画技,将一个极具魅力的“不可能世界”立体的呈现在人们面前。他创作的《画手》、《凸与凹》、《画廊》、《圆极限》、《深度》等许多作品成为传世佳作,被人们津津乐道^[3],见图1。此外,日本设计大师福田繁雄善于运用图底转换、矛盾空间等错视原

收稿日期: 2012-07-17

作者简介: 莫殿霞(1977—),女,山东人,硕士,山西轻工职业技术学院讲师,主要从事视觉传达设计的教学与研究。



图1 埃舍尔作品

Fig.1 Painting of M C Escher

理,以单纯简洁的元素,诙谐幽默的形式,创造出富有哲理性思维的视觉世界,正是他的这些设计理念及设计作品,对20世纪后半叶的设计界产生了深远的影响,现代设计师们也从这些作品中寻找到了灵感及表现语言,见图2。设计师利用维度转化的方法



图2 福田繁雄海报作品

Fig.2 Poster of Fukuda Shigeruo

在二维空间上表现三维的矛盾性,这种手法表现的标志让在现实中不可能存在的图形^[4],在二维空间中利用视错觉的手法得以展现,让人们兴奋不已。

2 利用色彩特性体现

以往的标志设计师为了实现标志在各个领域的传播力,不得不考虑其设计的效果是否能在传播途中得以真切地表现,但随着印刷技术及传媒方式的不断升级,这个困扰人们的问题变得不再重要。

利用色彩特性来表现标志的立体效果,可谓事半功倍,见图3。简单地说就是在原有平面图形的基础上利用色彩特性达到目的。如不同明度、彩度等产生对比,在视觉上产生前后变化。色彩的明度本身在视觉上就能给人带来空间感,如明度高的色彩有向前进



图3 国外标志

Fig.3 Logo of foreign

的感觉,反之则有向后退的感觉。还有利用色彩的叠加、渐变效果,使图形产生空间的进深感。设计师总是能很好地利用这一点,使平淡的标志图形通过色彩特性的表现,体现出多维度“立体化”的空间。

对于新手来说,这种手法比较容易掌握。一般来说,标志的图形形象依旧是平面化形式,但是通过对色彩属性的利用,在视觉上让人产生错觉,标志就能具有空间的进深感了。

3 给平面化标志增加质感

索爱具有流动及金属质感的立体标志使全世界索爱迷们都为之倾倒,设计者把握了光的直射和反射,巧妙地利用渐变完成了对造型和光泽的控制,达到了充满质感的立体效果。苹果改朝换代般的纯粹玻璃水晶质感^[4]标志的上市,可以说又将此类风格推上了高潮,尤其是网络、互动媒体行业,更是竞相效仿,见图4。给标志赋予视觉质感,使得标志看上去



图4 苹果公司标志

Fig.4 Logo of Apple Inc.

更具有分量,仿佛触手可及的视觉效果拉近了与观者的距离。除了采用金属及水晶质感的表现方式外,也不乏采用摄影手法表现各类自然物本身质感

的表现方式,这类型标志能更好地阐释所代表的行业特色及内涵。

4 给平面化标志增加倒影

这种手法较为简单,在以往平面化的基础上加渐变的倒影来凸显立体化效果,看上去就像是镜面反射的一般,在平面的基础上仿佛多了一维度空间,立体化空间就这样被简单地展现了出来。这种表现手法简洁明了,易于表达,见图5-6。



图5 IBM标志

Fig.5 Logo of IBM



图6 Visa公司标志

Fig.6 Logo of Visa

标志设计见图7。从折纸艺术及丝带艺术的表现



图7 标志设计

Fig.7 Logo design

形式中受到启发,利用图形的结构变化,在转折处以色彩及明暗渐变的处理手段,达到折纸或丝绸折叠

的效果,来表现标志的立体形象。这样的表现形式使原本呆板的标志图形立刻变得鲜活起来。这类表现手法的关键点在于利用好图形本身的结构语言,此外,在进行色彩及明暗效果处理时还需注意整体光源方向的一致性及前后光感的秩序性。

5 用三维数码技术表现立体效果

技术的升级给设计带来了新的发展方向。设计师想法、创意的表达,通过新兴的技术来实现,已不再是纸上谈兵。

现代软件技术的不断推陈出新也给设计师带来了更广阔的设计空间。利用计算机合成图像或者电脑三维建模技术,来实现以往不容易实现的真实立体效果。无论是仿真的360°立体化效果还是动态演示,都能凭现代高科技软件得以实现。此类标志将立体效果发挥到极致,体感及质感的表达更是使人仿佛触手可及,以假乱真。英国国家海事博物馆新品牌形象标志,见图8,如同摄影般真实的水花四溅的形态正



a



b

图8 英国国家海事博物馆标志

Fig.8 Logo of National Maritime Museum

是利用计算机合成图像及电脑三维动画技术而得以实现的^[9]。

6 音乐与动画表现多维度语言

随着传播媒体的发展及电子技术的普及,电视、网络等大众传媒逐渐成为生活中信息来源的主体。从而,标志伴着特定的音乐共同出现,更是从听觉到视觉全方位的传达着信息。如英特尔的电视广告,固定结尾音乐与标志的出现给人们留下了深刻的印象

(下转第114页)

- [3] 索菲娅.现代包装设计中色彩的时代审美选择[J].包装工程,2009,30(11):36—38.
SUO Fei-ya.Color Aesthetic Choice in the Era of Modern Packaging Design[J].Packaging Engineering, 2009, 30(11): 36—38.
- [4] 康廷虎.中国青少年心理健康素质认知风格的研究[J].心理与行为研究,2007(4):58—60.
KANG Ting-hu.Research on Cognitive Style of Adolescent Mental Health Quality[J].Psychology and Behavior, 2007(4): 58—60.
- [5] 花晓松,李文凤.色彩的情感美学在包装设计中的体现[J].包装工程,2009,30(3):35—37.
HUA Xiao-song, LI Wen-feng.Emotional Aesthetics of Color in Packaging Design Embodies[J].Packaging Engineering, 2009, 30(3): 35—37.
- [6] 陈长生.艺术设计与多元社会文化[J].包装工程,2009,30(7):31—33.
CHEN Chang-sheng.Art Design and Pluralistic Society Culture[J].Packaging Engineering, 2009, 30(7): 31—33.
- [7] 余双好.当代青少年身心健康发展的新特点与对策[J].青年探索,2010(5):56—58.
SHE Shuang-hao.New Features and Countermeasures of Contemporary Adolescent Physical and Mental Development [J].Youth Explore, 2010(5): 56—58.
- [8] 陈绘.现代设计中的审美标准[J].包装工程,2007,28(12):56—58.
CHEN Hui.Modern Design Aesthetic Standards[J].Packaging Engineering, 2007, 28(12): 56—58.

(上接第98页)

象。这种具有时间性元素的介入,必将在特定媒体成为主导,标志也将步入除三维立体化效果之外的更具视、听及互动的多维度表现形式中。音乐与动画正是体现这种多维度效果的最佳形式语言。

7 结语

当今的设计与“纯艺术”在某种程度上界限已不十分明确。传统的标志设计讲求简约、严整、制作容易、推广方便,但科技的革新、媒体的扩展使得设计表现力更加强大,立体、动态、虚实结合,甚至结构元素繁密的标志也被不断尝试^[6]。大众对现代设计的理解及包容,也让标志设计有了更多创意的空间,个性的张扬、非主流的视觉语言、富于新意与叛逆的精神,都将在标志的艺术设计中发挥更加巨大的作用。标志设计也将走向多维度表现时代,演绎它巨大的视觉魅力!

参考文献:

- [1] 张文霄.浅谈现代标志设计的“立体化”发展趋势[J].北方文
学,2011(11):53.
ZHANG Wen-xiao.Discussion on Development Trend of "Three-dimensional" in the Design of Modern Logo[J]. Northern Literature, 2011(11): 53.
- [2] 蒋巍,王家民.错视图形在标志设计中的应用[J].包装工程, 2007,28(1):131—133.
JIANG Wei, WANG Jia-min.Application of Illusion Figure in Logo Design[J].Package Engineering, 2007, 28(1): 131—133.
- [3] 埃舍尔.百科名片[EB/OL].(2012-10-07).<http://baike.baidu.com/view/26761.htm>.
Escher.Encyclopedia of Business Cards[EB/OL].(2012-10-07).<http://baike.baidu.com/view/26761.htm>.
- [4] 何银萍.浅论标志设计中质感表现的意义[J].读与写,2011, 8(5):86.
HE Yin-ping.Discussion on the Sense of Meaning in Logo Design[J].Read and Write Periodical, 2011, 8(5): 86.
- [5] 莫殿霞.信息化语境下标志设计的潮流与趋势[J].美术大观,2012(6):139.
MO Dian-xia.The Trend of Logo Design in the Information Context[J].Art Panorama, 2012(6): 139.
- [6] 陈楠.标志设计[M].北京:中国青年出版社,2006.
CHEN Nan.Logo Design[M].Beijing: China Youth Press, 2006.