

新媒体语境下标志的动态设计研究

刘翠林

(天津商业大学宝德学院, 天津 300384)

摘要: **目的** 新媒体时代, 媒体终端不断更新发展, 标志的动态化设计变得越来越重要。本文主要讨论在新媒体时代进行标志动态化设计的方法和原则, 研究如何对标志进行动态设计, 使其表现形式更加丰富不断拓展, 能够适应新媒体领域的传播需求。**方法** 通过图形的变形、色彩、肌理、维度以及特效使用等几个方面, 对动态标志的类型进行分析, 研究标志动态设计的途径和方法。**结论** 在新媒体领域下, 无论是从视觉、听觉、互动体验等几个方面标志的动态设计都让标志发挥了更大的传播优势, 让标志的内涵得到更加全面的体现, 同时标志的动态设计应该遵循动静结合的原则, 在保证标志的可识别性和风格统一的前提下进行动态设计, 形成新媒体语境下标志动态设计的新途径。

关键词: 新媒体; 标志动态设计; 动态图形设计

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2020)08-0233-06

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.08.035

Designing of Logo Animation in the Context of New Media

LIU Cui-lin

(Tianjin University of Commerce Boustead College, Tianjin 300384, China)

ABSTRACT: In the era of new media, media terminals are constantly updated and developing and the designing of logo animation has become more and more important. The work aims to mainly discuss the methods and principles for the designing of logo animation in the era of new media, and study how to carry out the designing of logo animation, so that the logo animation can be fully expanded in terms of the manifestation patterns and meet the communication needs in the field of new media. The types of logo animation were analyzed and the ways and methods of designing of logo animation were studied from the perspective of deformation, color, texture, dimension and special effects of the graphics. In the field of new media, the designing of logo animation enables the logo to spread more widely from the perspective of visual sense, auditory sense, interactive experience and the like, so that the connotation of the logo can be more comprehensively embodied. Meanwhile, the designing of logo animation should follow the principle of association of activity and inertia and be carried out on the premise of ensuring the identifiability and unified styles of the logo, so as to find a new way of designing logo animation in the context of new media.

KEY WORDS: new media; designing of logo animation; motion graphics

新媒体时代, 各种新媒体终端不断发展, 标志应用领域也从传统的印刷海报、书籍、包装设计领域拓展到动态海报、界面设计、互动设计等领域。可以说“不动”的视觉设计越来越少, 大量的户外显示屏替代了传统的户外广告牌, 平板电脑替代了传统的报刊杂志, 手机成为人们最常使用的信息终端。这些新媒体的变化, 促使原有的标志表现形式必须不断推陈出

新, 以适应全新的传播媒介和审美标准。

1 标志动态设计的发展

1.1 标志动态设计是新媒体时代发展的需要

标志设计并非一劳永逸之事, 在新媒体时代, 只有适应新媒体的需要, 与时俱进, 进行标志的动态设

收稿日期: 2019-12-05

作者简介: 刘翠林(1976—), 男, 吉林人, 天津商业大学宝德学院讲师, 主要研究方向为影视、动画。



图1 可口可乐标志动态设计
Fig.1 Coca-Cola logo animation

计,使标志的表现形式进一步扩展,才能迎合观者的欣赏习惯,适应时代的发展^[1]。

标志的动态设计是对标志进行动态化诠释,使标志能够适应新媒体的传播需要。将图形、文字、动画、音频、影像融合,使标志的呈现方式更加多样化,标志的视觉表现也得到更加丰富的拓展。

电影公司最先使用动态标志,将标志做成动画放在电影的片头,取得了巨大的成功。后来影视广告逐步发展,很多企业在影视广告中加入动态的标志。网络时代的到来,手机成为第一大移动媒体终端,显示屏进一步普及,无论是户外广告,还是展览展示都不可缺少动画视频内容。全球各大品牌都将标志进行了动态设计,以适应新媒体的传播需要,比如可口可乐标志动态设计见图1。

1.2 动态图形的发展带动了标志动态设计

标志的动态设计,在表现形式上使用动态图形,在信息传达的理念上遵循标志设计的内涵。动态图形设计是新媒体发展的产物,英文为“Motion Graphics”,简单来讲就是会动的图形,指在时间流动中发生形态改变的图形。动态图形可以理解为是将平面设计与动画技术相结合,在技术上使用动画技术,而在视觉表现上则遵循的是平面设计的审美规则。在平面设计的基础上,加上动画技术,形成动态化的图形设计。对比原有的静态设计,动态图形设计传达的信息更加丰富,应用性更广^[2]。

随着科技的发展,新媒体技术不断升级,动态图形设计已经超越了视觉语言的传达方式,在视觉的基础上,通过影像、文字、图形、色彩、音频、视频等动态元素相结合,提高信息传达的感染力和观者的认知度。

虽然动态图形设计采用了动画技术,但是动态图形跟动画本片有着本质的差别。动态图形设计不需要像动画片那样有完整的情节,它只需要传达某个信息、某个概念、某个想法,或者只是一个视觉上的吸引。可以说动态图形设计是静态图形设计的延伸和发展,它遵循图形设计的一般规律和审美规则,却让图形设计有了更加广泛的应用。近年来随着科技的发



图2 XBOX标志的动态设计
Fig.2 XBOX logo animation

展,动态图形应用领域逐渐扩展到电视栏目包装、软件界面设计、商业广告、音乐MV、展览展示设计、舞台现场屏幕、互动装置等,当然也应用在标志设计中。动态图形设计的发展带动了标志动态设计的发展,让标志在动态展现上焕发了新的生机^[3]。

2 标志动态设计的类型

在标志设计中,形状、肌理、明暗、面积、位置等是标志构成的要素。在新媒体环境下,这些要素可以进行动态表达,它们在时间和空间上进行运动和变化,标志的一切构成要素都可以动态地改变,从而具有更多的可能性,呈现出更加丰富的状态。随着动态节奏的变化,标志成为流动的动态图形构成。

在新媒体环境中,标志的动态设计可以从标志图形的形状变化、肌理变化、维度变化以及特效使用几个方面来分类。

2.1 变形与变换动画类动态标志

变形动画是图形本身的点、线、面的形状发生变化。采用动画的形式,去描绘对象点、线、面的形状变化,这种动画的变化细腻丰富、效果自由。一般在标志的动态展现上,采用变形动画来展现标志丰富变化^[4],比如XBOX标志的动态设计见图2,采用线条的变形动画以及三维空间中面的变形动画,逐步形成标志的图形,灵活优美地展现了“XBOX”带给人们的层出不穷的娱乐体验。

变换动画是指物体本身的形状不发生变化,物体的位置、缩放、旋转、透明度等发生变化的一种动画形式。在标志的动态设计中,变换动画也是最常用的一种动画形式。将标志的整体或者某个细节制作成变换动画,是最简单最常用的方法,比如Mastercard标志的动态设计见图3,它采用的是变换动画,使用红黄两个圆形的的位置、缩放、透明度等元素的变化,简洁生动地对标志进行了动态演绎。

一般在制作动态标志的时候,都采用变形和变换相结合的方式,使用变形动画去表现细腻的图形细节的变化,用变换动画去表现图形大的动态。能够实现更加丰富的视觉效果。

2.2 肌理变化类动态标志

如今新媒体领域有两种设计风格，扁平化设计风格和拟物化设计风格。扁平化风格是抛弃图形的高光、阴影、材质等特征，使用抽象化的图形和色块进行表现，这种风格更加简洁、直接，在多媒体环境中适应性强。但是扁平化的设计也有着表现形式单一，过于冰冷、抽象等缺点^[5]。

拟物化风格是模拟现实生活中的物品都材质，通过肌理、材质、阴影等效果来表现，这种风格更复杂更具象一些，比较容易理解。标志的动态设计可以通过色彩和肌理的变化让标志在扁平化和拟物化中得到一个平衡，突破风格的限制，在保持图形的直观简洁基础上更易于理解，比如 Boons 标志的动态设计见图 4，它采用拟物化风格，结合不同的自然场景，采用不同的材质变化动态来诠释标志。

传统标志设计一般尽量使用简单的色彩和形状，用以取得更加简洁的图形，更具有冲击力的视觉效果。由于使用场景和制作工艺的限制，标志也很少使用复杂的材质和肌理效果。但是在新媒体环境下，动画软件可以模拟出丰富而真实的色彩和肌理效果，无

论是复杂的渐变色还是不同质感的肌理效果，都能表现得淋漓尽致，这让标志展现出无穷无尽的视觉效果。

2.3 维度变化类动态标志

标志设计是平面的，在二维空间中呈现。而在新媒体环境下，动态设计可以让二维的标志在三维空间中得以呈现，并且可以在二维和三维之间任意转换，在视觉效果上更加神奇，引人注目。比方说标志在整体上是二维的，在需要强调的细节部分进行三维处理，增加三维动画效果，不但能够吸引视线，而且还能够将要表现的细节凸显出来，比如 NBC 标志的动态设计见图 5，它将标志的图形进行了三维空间上演变；再比如 NBC 标志的动态设计见图 6，它则是在三维空间中将二维的图形进行了矛盾空间的演绎。

2.4 特效使用类动态标志

与静态标志相比，动态标志的技术要求更高，需要相应的软件制作完成，才能应用在媒体设备中。随着电影业的不断发展，影视特效软件不断推陈出新，特效制作流程越来越简单，特效效果越来越丰富，大量的特效被应用到动态设计中。最常用的影视特效包

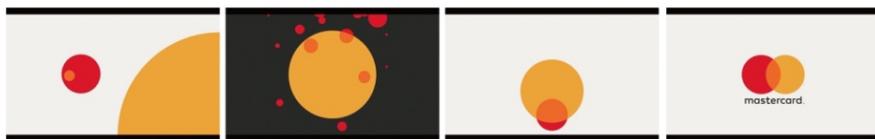


图 3 Mastercard 标志的动态设计
Fig.3 Mastercard logo animation



图 4 Boons 标志的动态设计
Fig.4 Boons logo animation

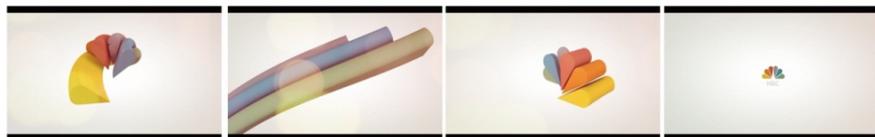


图 5 NBC 标志的动态设计
Fig.5 NBC logo animation



图 6 MATAN YANIV 标志的动态设计
Fig.6 Matan Yaniv logo animation

括：粒子、光效、抠像、镜头跟踪等。将这些特效应用在标志的动态设计中，起到锦上添花的作用，可以使标志更具视觉魅力。不过在使用特效时要注意，一定是适当地使用，不可滥用，特效要符合标志整体的风格和视觉效果，比如 VOX 标志的动态设计见图 7，它使用了大量光效和粒子特效，用炫目的视觉风格来表现 VOX 的不同业务版块。

3 新媒体时代标志动态设计的传播优势

在传统媒体中标志通常是以二维图形静态展现的，而在新媒体中，标志是可变的、流动的，这种动态设计是信息传达的进阶方式，在视觉、互动、信息传达等诸多方面都具备传播优势。标志的动态设计可以让标志在静止形态的基础上扩展为时间、空间上更丰富的信息，具有空间的拓展性与时间的延续性特征^[6]。在进行标志动态设计时，要注意动与静的对比，即何时动、哪里动、怎么动，要做到动静结合，动效使用要恰到好处、发挥创意，动与静相结合，创造动态标志的传播优势。

3.1 动态标志的视觉传播优势

标志设计本身是视觉艺术，一个好的设计要有一个视觉焦点。在视觉设计中，视觉焦点的创造非常重要，标志设计更是如此。人类的视觉系统并不是盲目地去接收看到的所有客观世界，而是有选择地去接收这些视觉信息。当人们观察事物时，对感兴趣的部分会非常关注，对于不感兴趣的部分会忽视，也就是说，人们在看某种事物时会产生一个焦点，这个焦点就是视觉焦点。当人们观看平面设计作品时，会先把注意力放在视觉焦点上，然后根据形象的外形、方向、色彩、运动趋势来改变视线的进程^[7]。平面设计师就是根据这种特点来进行视觉设计，抓住观者的视觉焦点，引导观者的视觉流程。

传统的静态标志设计一般通过文字和图形的积聚、形态的突变、色彩的对比等手段来引起人们的注意，创造视觉焦点。在新媒体环境下，动态的标志设

计具有更多的视觉传播优势，新媒体领域图形图像的表现形式更加丰富，可以结合更多的感官体验综合运用来抓住观者的视觉焦点，让标志设计的展现更加直观。然而动画的使用要恰到好处，把握好动画使用的度，哪个部分动，什么时候动是关键。只有动与静做到对比统一，才能更好地创造视觉焦点。由于标志一般图形简洁，在平面中所占的空间较小，所以在作标志的动态表现时，动效的添加也要尽量集中简单，过于复杂分散的动效不但不能抓住观者的视觉焦点，反而会分散观者的视觉，传达错误的信息，因此在作标志的动态设计时，尽量把握一个原则，就是在整体标志识别性的前提下，创造且仅创造一个视觉焦点，在整体保持静止的前提下，仅仅在指向性的细节局部作动效，以点带面，抓住视觉焦点，比如 Sello 标志的动态设计见图 8，标志的整体保持静止，只选择合适的细节进行动态设计，将字母“O”进行了动态设计，变幻成棒球、钻戒、咖啡杯、闹表等物品，使其成为整个动态标志的视觉焦点，表现出“Sello”电子商务平台商品的丰富性。

3.2 动态标志的互动传播优势

在新媒体环境下，标志在屏幕中的动态设计继承和发展了平面图形语言的内涵、外延。不仅是视觉层面上，而且在更深的层次上传达着标志的概念内涵，这让标志的形式更复杂，不但包括平面、立体、动态、静态的表现，还包括互动的表现，这种多元的表现手段让标志在更多维度上给观者全新体验^[8]。

标志动态设计带给人们的不仅仅是一个视觉感受，它可以做到在视觉、听觉、触觉等方面的全方位感受。集合了动画、音频、互动等多方面因素，在更多感官上给予观者全新的体验。一般可以设定为标志平时是静止的，在人们有了互动动作时再播放动态标志动画。互动技术可以根据人们的动作，例如触摸屏幕、摇晃手机、语音指令、肢体动作等作出反馈，这种反馈能吸引人们的注意力，获得更好的传达效果。例如摇晃手机时，标志跟着摇晃；或者是触摸标志时发出反馈动作等。



图 7 VOX 标志的动态设计
Fig.7 VOX logo animation



图 8 Sello 标志的动态设计
Fig.8 Sello logo animation

3.3 动态标志的信息传播优势

人们在观看图形时，感知到的不仅仅是视觉的美，同时也能感受到设计师想要传达的信息和感情。标志是品牌的灵魂，是品牌理念最直观的体现。标志设计将具象与抽象结合、将图形和文字结合，来传达品牌的概念。标志本身是符号化的图形，很多信息需要精准地传达出来。通过标志的动态设计，可以让标志传达出更加丰富直观的信息^[9]。标志动态设计利用图形语言的特点，对要传达的概念和信息运用图形语言进行创造性地描绘，通过引导人们的视觉流程，在传达美感和形式感的同时，还要让人们理解和感受标志的概念和内涵，这就需要标志动态设计能传达更多图形背后的信息。动态标志是一段动画，能够在图形和文字之间动态转换，在抽象图形和具象图形之间动态转换，形成一个明确的视觉流程，可以通过影像和声音去表现一段更加完整、更加精准的概念，比如谷歌标志的动态设计见图 9，标志中的四个字母变化成四个彩色圆点，这四个圆点又变化成字母“G”以及录音话筒和音频符号，表现出 Google 改版后使用了更加智能的语音搜索功能。人们的视觉流程会跟着这四个圆点的变化而变化，自然而然地接受这些信息。

4 标志动态设计的原则

首先，在进行标志动态设计时，标志的动态形式与标志图形应统一。最忌讳就是大量眩目动效的堆

砌，与标志本身的图形内容不符。标志的动态设计应充分考虑标志图形对象的形态和特征，让图形动态形式与标志本体形成统一^[10]，比如宜家标志的动态设计见图 10，它采用的是跳跃的油漆涂抹的效果，描绘出 IKEA 的文字和背景，这与宜家的标志图形很好地结合，与宜家家居的属性也相符。

其次，标志的动态形式应与标志要传达的内涵相统一。设计师在标志的动态设计时，仅仅考虑表面的视觉美感是不够的，动态设计还应考虑标志内涵表达的统一性，旨在对标志进行更加准确地诠释。标志的动态设计需要借助符号和动态语言来加深观者的感受，进一步阐释标志的含义，达到动态表现与内涵表达的统一，这就需要动态设计师有丰富的经验和深厚的文化背景，以及对动态图形设计极佳的掌控力。比如 Time 标志的动态设计见图 11，根据 TIME 的含义将标志变化为一个时钟，这种变化可以让观者非常直观地理解内涵，与标志本身的内涵相统一。又比如 Columbia 标志的动态设计见图 12，使用放大的视角来表现缝线刺绣质感，体现出“Columbia”品牌服装生产的特性，与品牌的风格和调性相统一。

最后，在进行标志动态设计时，标志的动态风格应与静态风格相统一。标志的整体风格代表一个品牌形象和内涵。标志的动态设计必须从标志的整体风格出发，如果不注重整体风格，就会变成动效堆砌。如果标志的动态设计所形成的风格能够和静态风格在观者的感受上形成一致，其整体风格就得到了统一和

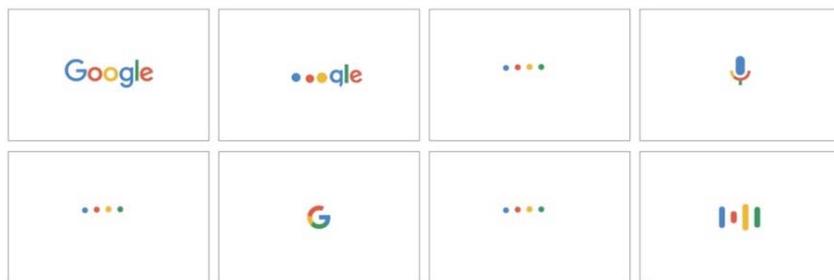


图 9 谷歌标志的动态设计
Fig.9 Google logo animation



图 10 宜家标志的动态设计
Fig.10 IKEA logo animation



图 11 Time 标志的动态设计
Fig.11 Time logo animation



图 12 Columbia 标志的动态设计

Fig.12 Columbia logo animation



图 13 fubiz 标志的动态设计

Fig.13 fubiz logo animation

强化。在进行标志动态设计的时候,所有动效都要遵循静态标志本身的风格特点,做到动与静的对比统一。比如 fubiz 标志的动态设计见图 13,它是一个融合设计、流行音乐、创意视频等相关流行文化的平台,标志的动态设计使用了能够体现这些内容的图形符号,在整体风格上保持了一致。

5 结语

标志设计一直是品牌的灵魂,在新媒体时代,标志对品牌的推广作用更是尤为重要,动态的标志设计可以让标志在新媒体时代焕发出新的生机。首先,在新媒体语境下通过形状变化、色彩肌理、空间维度、特效使用等方面进行动态设计,标志的多样性越来越突出,表现形式越来越丰富;其次,新媒体动态标志的创意设计,让标志在视觉、听觉、触觉、互动体验等几个层面带给观者多维度的感官体验,让标志的内涵得以更加全面的体现,具有强大的传播优势;最后,标志的识别性是设计师必须遵循的原则,在设计标志的动态效果时,只有动静结合,在设计制作标志的炫目动效的同时把握住标志的整体识别度,才能让标志视觉效果和概念内涵得以准确传达。

随着科技的不断发展,新媒体不断更新,如今 VR 技术和 AR 技术也逐步普及,标志的全新呈现形式也将继续不断拓展。只有跟进时代步伐,不断推陈出新,使用新的技术和理念,才能让标志设计在新媒体时代焕发光彩。

参考文献:

- [1] 李濯纓. 论新媒体传播语境下图形动画视听语言特征[J]. 当代电影, 2018(8): 171-173.
LI Zhuo-ying. Graphical Animation Audio-visual Language in the Context of New Media Communication[J]. Contemporary Cinema, 2018(8): 171-173.
- [2] 李翔, 杨怡静. 动态图形设计:数字时代的视觉传播新范式[J]. 当代动画, 2018(1): 100-103.
LI Xiang, YANG Yi-jing. Motion Graphic Design: A New Paradigm of Visual Communication in the Digital Era[J]. Contemporary Animation, 2018(1): 100-103.
- [3] 龚毅. 艺术设计中动态图形信息的传达研究[J]. 包装工程, 2016, 37(18): 211-214.
GONG Yi. Dynamic Graphical Information Communicated in Art Design[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(18): 211-214.
- [4] 陈航平, 冯学伟. 静态平面图形在屏幕中的动态表达[J]. 包装工程, 2013, 34(12): 25-28.
CHEN Hang-ping, FENG Xue-wei. Dynamic Expression of Static Graphics in the Screen[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(12): 25-28.
- [5] 崔晓舟. 视觉动态设计在新媒体广告中的应用研究[J]. 艺术与设计(理论), 2017, 2(10): 42-43.
CUI Xiao-zhou. Application Research of Visual Dynamic Design in New Media Advertising[J]. Art and Design(Theory), 2017, 2(10): 42-43.
- [6] 张津辅. 论新媒体下标志设计的新趋势[J]. 艺术与设计(理论), 2018, 2(8): 37-39.
ZHANG Jin-fu. New Trend of Logo Design under the New Media[J]. Art and Design(Theory), 2018, 2(8): 37-39.
- [7] 阿恩海姆. 艺术与视知觉[M]. 长沙: 湖南美术出版社, 2008.
RUDOLF A. Art and Visual Perception[M]. Changsha: Hunan Fine Arts Publishing House, 2008.
- [8] 姚伟杰. 简析新媒体时代下动态图形视觉传播优势[J]. 艺术与设计(理论), 2018, 2(10): 42-43.
YAO Wei-jie. Analysis of Motion Graphics Visual Communication Advantage in the New Media Era[J]. Art and Design(Theory), 2018, 2(10): 42-43.
- [9] 李濯纓. 动态图形设计的动态表现原则——以第 25 届金曲奖颁奖典礼视觉设计为例[J]. 装饰, 2018(9): 142-143.
LI Zhuo-ying. Dynamic Representation Principle of Dynamic Graphic Design: Taking 25th Presentation Ceremony as an Example[J]. Zhuangshi, 2018(9): 142-143.
- [10] 王红梅. 标志设计的动态化与企业形象再塑造[J]. 艺术百家, 2012, 28(1): 177-180.
WANG Hong-mei. Dynamic Sign Design and Rebuilding of Enterprise Image[J]. Hundred Schools in Arts, 2012, 28(1): 177-180.