

数字时代背景下标志设计的动态化发展

梁伟

(宁波大红鹰学院, 宁波 315175)

摘要: 分析了数字时代背景下标志设计已进入动态化发展, 论述了标志设计动态化的具体表达, 进而分析了动态化的标志视觉表达、二维表现、网站表现、新媒介表现, 并结合动态化、多元化的终端进行展示。在此基础上, 提出了数字时代背景下标志设计动态化发展的意义, 以及运用多种媒体的交互表达已成为人们一种极其强烈的心理及审美需求, 从而推动标志设计的动态化发展。

关键词: 数字时代; 标志设计; 动态化

中图分类号: J524.2 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2011)12-0079-04

Dynamic Development of Logo Design in the Context of the Digital Age

LIANG Wei

(Ningbo Dahongying University, Ningbo 315175, China)

Abstract: It analyzed logo design entered the dynamic development in the context of the digital age, discussed the specific expression of dynamic logo design, and then analyzed the dynamic visual presentation of the flag, two-dimensional performance, site performance, new media performance, combined with dynamic, diverse terminal display. On this basis, the proposed design of the digital era marks the dynamic context of the meaning of development and use of the expression of a variety of interactive media has become a very strong psychological and aesthetic needs, thereby promoting the dynamic development of logo design.

Key words: digital age; logo design; dynamic

数字时代下,标志设计是以视觉数码形式进行准确的记录和存储,以动态化、多元化的终端进行展示。数字时代多媒体技术的飞速发展,使传统的标志设计打破了以往平面的、静态的宣传效果,以个性化和强烈视觉刺激效果,快速而多变地传递着各类信息。虽然目前动态化标志的应用还有一定的受限,但作为平面设计师,已经认识到这股潮流,必要时借用动态化的手法,让标志设计锦上添花。

1 标志设计动态化发展的必然

传统意义上的标志设计都是以单向视觉传播为主,大多应用于平面印刷物。但是随着数字时代的发展、相关技术的进步,尤其是视频媒体、网络传播的日渐成熟,标志设计的平面性一再被突破,像名片、

信封、信纸之类的印刷物远远不能满足当今社会传播的需求。随之而来的动态化和多元化表现的标志设计将会越来越受欢迎。所谓动态化,“动”意味着不是一成不变的,是运动和发展的。标志动态化的设计具体应用在不同的场合、不同媒介中,不再以单一的静态色彩、形态、构成形式等固定呈现,而是以相当的灵活性与机动性进行变化,或由许多帧静止的标志以一定的速度连续播放时形成的动态发展过程^①。如Google网站的系列图标设计恐怕是人们最熟悉的多元动态化标志了,这类标志设计,不仅仅提供了几组多元的识别标志,而且在此基础上彻底具备了动态化,这完全是数字时代多媒体技术条件下的产物。

当下人们注意到,品牌标志设计领域出现了越来越多的动态化标志。究其原因,一方面,动态化标志可以表达更多的品牌形象深层内涵,让标志更为生

收稿日期: 2010-12-24

作者简介: 梁伟(1980-),女,安徽萧县人,宁波大红鹰学院讲师,主要从事标志、视觉形象设计及广告设计方向研究。

动,更富感染力;另一方面,随着数字时代的日益发展,各类视频广告、网页宣传、多媒体应用以及LED普遍使用,使得动态化标志有了可实现的平台,突破了传统静态标志的局限。数字时代的到来,令新媒体和印刷技术得到飞速发展,标志不但考虑二维三维等印刷媒体的需要,还要考虑电视媒体、包括现代互联网的互动媒体需要,标志设计已开始融入大量后期延展性动态化的考虑。未来大量数字媒体发展潜力逐渐增大,标志设计不会拘泥于单一静态平面形式的传达效果,为迎合企业和受众的共同需要,更加生动、直观、富有亲和力的动态化标志必将成为未来标志设计发展的必然。如索爱公司对视觉形象的标志设计进行了调整,增加了7种颜色,以及一个新的“液体能量”动态化视觉元素,见图1。索爱人士表示,新标志旨在



图1 索爱公司标志设计
Fig.1 Logo of Sony Ericsson

让消费者知道,索爱手机除了沟通之外,也拥有丰富的娱乐功能。在调整标志之前,索爱已经调整了手机产品线,更加注重沟通和娱乐。未来索爱的目标消费群体不仅仅是年轻人,而是“富于年轻活力”的所有人。由此可见,动态化标志能在最短暂的接触中更吸引消费者的眼球,给人强烈的视觉冲击力并产生深刻印象。从而使得在空间变幻和时间连续形态呈现给消费者时,创造出了一种光彩夺目的视觉感受,在短时间内便能取得意想不到的艺术效果。因此,数字时代背景下标志设计在不断发展的过程中必将表现出动态化发展。

2 标志设计的动态化具体表达

2.1 动态化的视觉表达

视觉信息论认为:“人们的眼睛对相对单一东西的捕捉,存在有意识的自我保护,是因为静止不变的形态会产生一系列的审美疲劳等现象”。另外贡布里希则认为:“当来自自然界的刺激和人们的预期相符

合时(即秩序感),信息量就小;反之,不符合时(非秩序),信息量就大(更新颖性),人们的视觉注意力更容易集中。信息量的新颖性与大小成正比例关系,信息传递中越新颖的目标越容易吸引消费者的注意力^[1]”。因此,通过必要的形式处理,可以加强标志形象的动态,可以直接以形式自身的动感,产生强烈的视觉冲击力,并增强记忆力。

UNO 标志设计见图2,该标志采用同样的字体作



图2 UNO 标志设计
Fig.2 Logo of UNO

为主题元素,大小错落变化着排列组合,并配以线条的穿插,标志形态变化丰富,体现出了动态化的视觉效果和独特个性。从而静止的标志形式在平面上产生动态感,而且不借助动态姿态(如模拟人跑或走动的动作来表示动态),直接由形式感体现出来,是所谓“不动之动”^[2]。给人们的视觉基因仿佛具有强烈的生命力,传达出它们不再是静止状态,而是精彩的、变化多端的,使得消费者在视觉上达到动态化的表现,产生强烈的视觉冲击力和购买力。

2.2 动态化的二维表现

变化的二维是不同的静态标志在不同时间的表现。其实质还是静态的标志,例如:搜擎 Google 的徽标,它不定期地变化着自己的标志,这就是变化的二维。Google 针对网民之中 80% 是年轻人的市场特点,标志二维设计采用了跳跃、灵动的色彩,风格简约,气质独特,与其网站首页保持了和谐统一。更有趣的是,每当重大的纪念日、名人诞辰或者是世界各国节日来临之际,Google 的设计艺术家总会推出一款全新的标志。如 2010 年 9 月 6 日,Google 在主页上采用了新的涂鸦,以庆祝巴克球发现 25 周年,见图 3。随着鼠标的挪动,巴克球会快速旋转。巴克球是碳原子组成的一种天然分子,又称碳 60,其分子结构类似于巴克敏斯特·富勒设计的某种圆顶,因而得名。巴克球又名富勒烯,是于 1985 年发现的继金刚石和石墨之后碳元素的第 3 种晶体形态。Google 公司不断变化自己的



图3 庆祝巴克球发现25周年 Google 标志

Fig.3 Logo of Celebrate the 25th anniversary of buckyballs found that Google

徽标,这说明企业有这样的内在强烈需求——希望自己的标志富有变化以便吸引受众的注意力,并进而使受众对该企业产生好感。

2.3 动态化的网站表现

网站的标志则是让网民清楚记住网站的核心,是一个网站的“视觉焦点”,一个优秀的标志设计,可以给网民留下深刻的印象,为其带来无穷尽的关注和经济效益^[4]。例如挪威 Nordkyn 推出旅游标识,见图4。

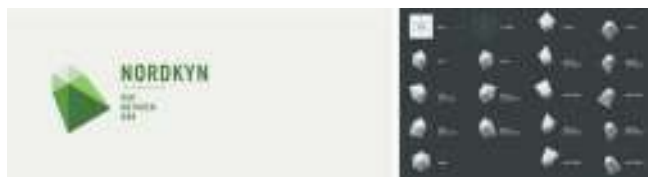


图4 挪威旅游标识

Fig.4 Logo of visit Nordkyn

“该视觉形象由2个基本意义构成,也是该标志的独特之处,即‘自然支配’及由挪威气象局提供的气象统计数据结合而成。根据气象局所提供的数据中的风向及温度的数据变化,标志也会随之而产生变化。在网站上,标志会每5 min更新一次。Visit Nordkyn 开发了一个能够根据实时天气情况而自动使标志产生变化的系统。诺尔辰处处由大自然支配,连视觉标志形象也不例外。”

另外运用标志动态化表现的网站如:job88 八方人才标志设计见图5,在形象上 job88 八方人才是一个感



图5 job88 八方人才标志(静止帧画面)

Fig.5 Logo of job88 Octagon talent (still frame)

性诉求(即快乐诉求)的招聘品牌形象,与其他兄弟品

牌标志相比更具传播力度。提起招聘,求职的过程就象一场战役,面临着竞争的压力恐怕谁也无法轻松。给人的印象常常是严肃、刻板、充满紧张和压力,而 job88 八方人才标志设计将手绘橙色人物动态化点缀该招聘标志的亮点,而且使人心情放松。古语云“有朋自远方来,不亦乐乎”,job88 八方人才倡导“有朋自八方来,不亦乐乎”认为“8”与“发”同音,且有“发展不断、循环不息”之意。而网络招聘成为趋势,网络打破了地域时空界限,job88.com 本身就是一个放眼“八方人才”的宝地。

动态化的标志以网民需求和体验为核心发展,在提供信息咨询的同时,注重开发用户个人媒体平台,满足用户多样化需求。其中不少商业网站的标志设计时尚动感,形象运用更灵活,能够体现互联网络的特性。

2.4 动态化的新媒介表现

数字时代多媒体技术的发展与普及,人类社会由以读、写为接收知识的主要方式,开始转变为以看和听的方式,信息交流的模式和渠道与以前有很大的不同。标志设计也不能专注于某种固定的形式,而是一种更加全面的视觉体现。例如:2012 年伦敦奥运会标志设计在形象系统拓展创新性,见图6,标志图形的动



图6 2012 年伦敦奥运会标志设计

Fig.6 Logo of London 2012 Olympic Games

态延伸富有运动节奏,仿佛很有生命感,块面结构之间的组合关系极为灵活,而面向新媒体技术的整体系统拓展更是激发出了强大的视觉能量,这一点上在那部“著名”的宣传片中已显露无遗。标志的色彩也采用了动态化手法表现,即根据所需场合的不同而更改,其颜色方案采用粉色、橙色、蓝色、绿色等。在标志发布仪式期间,值得特别关注的是,该标志长时间地被展现在屏幕上,并通过丰富的视频动画展示形式释义了该标志的含义。因此,可以清晰地看到标志设计动态化的新媒介影响。数字技术的发展要求标志设计不能仅仅局限于平面二维空间,而要向更广阔的

表情空间甚至思维空间延伸,从而使标志设计的视觉信息更加快捷、有效地传递^[5]。所以标志设计的动态化表现,并大量运用到互联网和其他新媒介上,使得标志的概念由静止转为动态,由视觉转为视听结合,弥补视觉障碍者对信息的接收,从动态的角度出发,标志不仅仅服务于静态的媒体,它除了必须具有传统标志设计的普遍性要求之外,还具备更高的要求。

3 标志设计的动态化发展意义

数字时代的多媒体技术发展下,人们每天接收到大量的信息标志。传统标志以静止的二维平面展示,难以起到较好地识别与传播作用。相比而言,动态化标志加入了“时间”和“表情”,更能让人产生深刻地记忆,体现出数字时代的新趋势,也已成为人们一种极其强烈的心理及审美需求,并开始寻求更多的标志表现形态来满足于此。这种需求在美学领域则是美的形象性和愉悦性的问题,因为“凡是美,必须是直接被人们的感官所感受到的”,“过于直白”也就“没有具体、生动、传神的形象美”^[6]。以至于,动态化标志的视觉时空变幻的全面把握,包含了许多设计师在造型活动中的契合点,全方位规划主题的时空概念,复杂而新奇,展现着人类思维的闪光点;另外,标志动态化的应用展现出丰富性和灵活性,其本身具有强大的延展优势,在以后的推广中也将起到事半功倍的效果。所以动态化标志的发展与应用承载起未来信息传播、标志设计之大任^[7]。

多种媒体的交互表达,跨越平面静态的标志形象符号,进一步根据使用不同媒介的需要拓展其动态化表现,使得人们得到不同视觉感官的综合感受,易于记忆和了解其标志整体形象。标志的后期应用也有所突破,不是始终不变的,而是变化多端的动态化标志形象,因此,增添了标志的形态动态化、多元化,其识别力却不减反增。从而设计师在进行标志设计时开始大胆尝试突破标志的固有外形、色彩及其在视觉构架中与其他元素之间的静态关系,由此产生的动态化表现形态对未来标志设计有着十分重要的意义。

4 结语

数字时代背景下,使标志在纷繁复杂的信息海洋

中显示出独特的个性,使标志更加准确、快速地传递信息成为当下设计艺术领域的一个重要课题。而标志的形象已经不再是一个单纯静止的符号或图形,也不仅仅停留在对静态图形的形式美感的追求上,而是综合了声音、图像、动画等多种传播媒体的动态化表现,展示形式从二维向多维空间扩展,由静态向动态逐步延伸,并且由单向传播向互动意向传递演进的整体形象。这就要求标志设计师在设计之初就要对标志形象进行全方位地规划设计,既要考虑到图形的静态美感,又要考虑塑造其流畅和优美的动态延展,使之适应数字时代背景下多种媒体的传播,只有这样才能设计出符合现代社会发展需要的标志。

参考文献:

- [1] 朱琪硕.标志设计的动态化发展研究[J].包装工程,2009,30(4):117-118.
- [2] 王金军.标志设计的关键记忆点[J].装饰,1996(6):60.
- [3] 王令中.视觉艺术心理学[M].北京:人民美术出版社,2005.
- [4] 李振华.新闻网页中的视觉识别系统设计[J].新闻爱好者,2010(10):45.
- [5] 尹毅.标志设计的动态化发展趋势[J].南京工业大学学报(社会科学版),2007(12):95.
- [6] 常勤毅.生活美学价值新论——中西文化比照下的人性与时 尚[M].北京:光明日报出版社,2008.
- [7] 关洪.动态标志与静态标志之比较[J].湖南农机,2007(7):177.