

# 符号学原理在识别标志设计中的应用

高丹<sup>1</sup> 封薇<sup>2</sup> 赵丽<sup>3</sup>

(1.河北工程技术学院; 2.河北工程技术学院; 3.河北工业职业技术学院)

**摘要:** 识别标志设计作为企业形象传递的核心工具,在设计方面不仅应具有对图案形式美法则的思考,更应赋予它理性特征及符号性。本文针对识别标志的表达方式进行探讨,符号学在此提供了理论框架的支持,试图建立一种理性的设计应用模式,探讨识别标志设计的逻辑本质的并选择符号学方法作为设计逻辑分析手段。

## 前言:

在识别标志设计过程当中,很多设计师过于注重于表现形式,而经常忽略其含义和理论基础,导致许多华而不实无意义的设计作品。设计设计作品不能为受众提供服务,脱离了我们真正设计的意义和本质。因此,通过对符号学知识的研究,对如何运用符号学这一重要原理,使设计师掌握基本的符号学知识,提高设计水平并运用符号相关的原理进行设计的指导,这样能够使品牌识别设计得到更多元化的发展。

## 一、符号学概念与符号视觉特征

### 1.1 符号学概念

美国符号学家皮尔士以及瑞士语言学家索绪尔等人均认为符号作为人类表达意念的最基础元素,他们认为符号包括符号句符号意两元素。一套有组织的符号系统则称为符号码。索绪尔认为,符号组组成了服号码的方式有两种:系谱轴也比邻轴,系谱系是被选用符号所从出的一组符号,而比邻轴则是被选用的符号所组成的信息。

### 1.2 符号视觉特征

皮尔士等人为符号学提供了巨大的理论基础。但是他们只是只在于语言文学和人类文化活动建立一种通识性的符号分析概念,并未对符号的视觉特征进行细分。想针对识别标识设计建立一套可共思索符号识别选择模式,我们不得不对识别符号进一步的进行研究。

#### 1. 形状要素

形状要素作为三要素当中,表现性最强,受众最容易掌握其意义的要素。这可能是与人类的语言文字的学习过程是从字形的辨别来感受它的意义有关。他的主动性很高,识别混乱度相对较低。在设计过程当中,多以形状要素决定视觉设计工作的起始,一旦形状要素决定了,在进行色彩、质感要素的思考就比较容易了。

#### 2. 色彩要素

色相、明度、纯度均属符号色彩要素研究范畴。色彩可以唤起观众不同的心理联想,这些符号色彩区别于物质世界,且对我们视觉可见的物体色彩有着比喻意义。当然,除了物质联想形成的抽象心理意指、文化的共同意识也会加持在色相之上,影响色彩要素符号的指向表述。

#### 质感要素

#### 3. 质感要素

是指人们通过模拟皮肤接触物体表面形成的心理印象,包括点、线、面延展营造出来的视觉触感的效果。以线段为例,不同的线段品质、形态、属性、走向以及长度都会产生不同的质感。利用不同绘图工具,比如铅笔、钢笔、毛笔、油画棒等都可以造就不同的质感。质感要素是视觉形象的修饰要素,负责修饰符号,是相同的符号形态呈现出了差异化,使识别符号的意义更丰富或强化符号的形式要素。

## 二、识别标志设计设计方法存在的问题

作为一种视觉符号,标志最突出的特点在于它的识别性特征。标志的独特面貌,显示出内在的自身属性及外在的识别特征,标示事物间不同的意义。但是,现在设计市场有过于重视标志的自身内涵因素,以至于忽视了标志的识别特征,从而造成了标志图形在识别力方面含糊不清、诉求不力,进而影响了标志所应有的功效。其中普遍存在的问题有:1、过分强调标志的概念和意义,使标志的包容量过大而忽略了标志视觉形态的差异性,即标志的本质特征一识别性特征。2、只注重行业属性导致相同行业标志的形态过于雷同,而忽略了标志形态间应有的差异和区别。3、仅仅从视觉表面美感效果出发,而缺乏标志符号的明确指示特性。

## 三、识别标识的符号学原理的应用方法

### 3.1 建立识别设计模型

识别标志的符号性思考,就是要首先建立符号模型,借助上述两位符号学家的理论,将识别比拟为一完整符号系统,则识别概念相当于整体识别结构的比邻轴。而视觉系统则是整体识别的符号具。视觉识别的语意模式可以等同于此系统的延伸,标志化约成为以主导系统设计的视觉元素。整套系统便是如何运用这一元素的规范化体系。再已规范化设计进行的延展应用。如此的方式是识别概念当中的系谱轴以单一或多重的视觉概念,进一步架构标志内涵的建模模式。

标志设计成为了一种复合式的符号系统是连续的、多元的且多意义。它必须同时含有多个符号,识别标志为视觉工具时,在同一时间应具备形色质三要素的符号,缺一不可。其次,形状要素、色彩要素、质感要素,三者皆有意义指向并相互作用,且在不经意心理过程当中逐步符合。然而,在设计的过程中对单一要素作为考量,很有可能失去建设视觉系统的机会。因此,不光应该建立一种模式,必须在表现上立体思考其特征,除了透过形态的延伸掌握完整的识别含义外相同兼顾形色质符号的关联。再次,还应系统思考识别符号的应用情景,与应用情景进行相结合。

### 3.2 设计原则

#### 1. 从现象出发

我们做识别标识设计时应从“现象”出发,不可以脱离具体的设计原型。我们应挖掘受众对现象的真实感受,从而寻找和理解设计的线索。我们进行符号分析研究,要求我们把具体的形象和抽象分析两者相结合,语言或文字描述与具体的形象之间有明显的差异,抽象的描述只是一种代替的想象是无法代替真实的视觉感受。

#### 2. 以意义为落脚点

每一个识别标识设计表达的设计主题和品牌内涵都有所不同,限制条件也有所不同,因此在符号分析时必须清楚的找到符号意义与用户需求的完美契合点。无论是对标识设计的形式、颜色、材质等分析,还是对设计当中,图像性、指示性、象征性三种符号的分析都必须关注于设计符号的外展意义和内涵意义。这样才能切实的把握设计真实价值。

## 四、结论

标志设计以其易懂,易识别的特征来传达企业或产品的信息,从本质上说,标志就是一种“视觉符号”,具有现代符号的表现性和视觉的认知性特征。作为一名视觉传达的设计师,除了掌握构成技巧之外,还应尝试更多理性的设计方法,增加创作的途径。本研究期望在主观美感的个人性考量之外,提供给设计者另外一种理性的创造方法作为参考,进而提升设计效率。所以,设计师在发掘企业个性,塑造企业的新文化的同时,更要在标志设计中寻求创新的表现方式,使标志的识别特性逐步凸显其独特的功效。同时,强调标志的识别特征也为标志设计提供了科学的理论判断依据。