

<<标志设计>>

图书基本信息

书名：<<标志设计>>

13位ISBN编号：9787506463607

10位ISBN编号：7506463601

出版时间：2010-8

出版时间：湖北科学技术出版社

作者：余沐人，端木志坚 著

页数：100

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<标志设计>>

内容概要

常年面对标志，在我们眼里标志俨然是一条生命。她是人类智慧的结晶，是人类情感交流的介质，因人而生又为人服务，标志所迸发出来的勃勃生机正是其人文特质的生动体现。

标志是艺术的符号，表象简洁，自由而优美；标志是信息的传递者，内涵深刻，机智而神圣。中国人对标志淳朴的人性倾诉和真挚的情感寄予，是近五千年醇厚的文化使然，她独一无二。

同样，标志设计教学也是以标志的名义，进行师生之间心灵的激情互动和信息的资源共享，是传承文明、启迪智慧、创造理想、播撒希望、憧憬未来的过程。

因此，标志设计教学有三方面的原则：其一，遵循标志设计自身的规律和规则，在其自身的发展过程中确保与国际的同步性或领先性以及和民族优秀文化的融合性；其二，注重标志设计作为视觉图形设计的功能价值的基础意义和作为视觉形象设计的社会价值的系统意义；其三，尊重标志设计的人文属性。

<<标志设计>>

书籍目录

第一章 概述	一、第一节 标志的概念	一、广义上的标志	二、狭义上的标志	三、标志与商标
	第二节 标志的演变	一、符号	二、原始标志	三、早期商标
				四、现代标志
第二章 标志的意义	第一节 象征	一、示意性	二、关联性	三、内涵性
第二节 传播	一、造型性	二、识别性	三、可视性	
第三节 区别与引导	第二节 指示与象征	第三节 传达与交流	第四节 装饰与美化	
标志的分类	第一节 国家与区域性标志	第二节 国际组织和机构标志	第三节 社会团体标志	
	第四节 活动性标志	第五节 公共信息标志	一、指示说明标志	二、绿色识别标志
三、安全警告标志	第六节 商业性标志	一、企业标志	二、商品品牌标志	
标志的基本属性	第一节 标志的社会性	一、服务性	二、实用性	三、发展性
标志的人文性	一、语言性	二、情感性	三、创造性	
	二、民族性	三、本土性	第四节 标志的审美性	一、艺术性
色彩美	第六章 标志的结构形式	第一节 标志的结构类型	一、图形	二、文字
三、组合	第二节 标志构成的形式法则	一、对比	二、调和	三、对称
五、节奏	第七章 标志设计的原则	第一节 定位原则	第二节 市场原则	第三节 人本原则
原则	第四节 功能原则	第五节 美感原则	第六节 简洁原则	第七节 个性原则
创新原则	第九节 通用原则	第十节 国际原则	第八章 标志的设计手法与风格	
第一节 标志的图形基础	一、形的生成	二、形的联想	三、形的意化	四、形的组合
形的再生	第二节 标志设计的图形处理	一、空间	二、反衬	三、视幻
五、纹饰	六、色彩	第三节 标志设计的形式风格	一、传统风格	二、实用风格
表现风格	四、笔墨风格	五、几何风格	六、时尚风格	
章 标志设计的一般流程	第一节 信息收集	一、市场调查	二、客户分析	
开发	一、标志命名	二、设计定位	第十章 标志设计的市场化过程

章节摘录

所谓象征即用具体的事物表现某种特殊意义。

象征性是标志的本质意义，它通过具体的形象来暗示另一事物或意念，以达到表示某种抽象概念或思想情感的目的。

在人类的文字诞生之前，先民们沟通记录的手段就是简单地刻画符号和描绘图形。

符号和图形不仅为先民们表达思想和交流感情提供了可能的信息语言，而且还启蒙了他们最原始的审美意识（图2-1）。

另外，先民们还把某些跟自己有利关系的动物、植物，甚至是精神幻象，当成他们的偶像加以崇拜，并因此创造出富有寓意的部落图腾和家族徽记。

这些图腾和家族徽记，伴随着历史的变迁和社会的演进，又派生出蕴涵期盼“生命繁衍昌盛，生活富贵康乐”等美好愿望的象征意义（图2-2）。

如：远古的两大图腾“龙”和“凤”，它们曾经就被看成是连通天地和人间的神性灵物，被赋予了引导灵魂升天的特殊使命；之后在相当长的一段时间内，它们又被封建统治阶级转化成了社会等级的威严象征；而在今天，龙和凤的象征意义最终被推向了人类精神的至高点，衍生成“龙凤呈祥”等民族标识性极强的象征符号（图2-3）。

标志以符号的形式，自诞生之日起便肩负了象征这一重大功能任务。

随着社会进入到繁荣的商品经济时代，人们的思维活动和经济生活都发生了根本变化，标志作为具有象征意义的标记符号，更增添了丰富和深刻的人文内涵。

从平面到空间，从静态到动态，标志一方面记载着社会、历史的沧桑巨变，书写着国家、民族的蓬勃崛起；另一方面，现代商业标志已经发展成为企业形象战略系统中的核心组织要素，它是企业的一面旗帜，是企业文化、信誉、等级的象征，是企业实力、规模、效益、价值的浓缩和抽象表达。

标志的象征性不仅是标志意义的属性所在，更是标志设计的原则性基础。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>