**浅议标志设计中色彩的特性**

张莉丽

 （苏州经贸职业技术学院 ,江苏 苏州 215009）

摘要：色彩的运用贯穿于标志设计的整个过程，色彩的特性在标志设计中起着非常重要的作用。标识设计中合适的色彩，能产生理想的视觉效果，增强标志鲜明的外在识别性。运用色彩可以加强标志的内在理念及其含义的表达，引发多种情感和联想，从而准确地传达出标志设计所要表达的信息，更能吸引受众的关注。

关键词： 标志设计 色彩 识别性 情感性 联想性

 On the characteristics of color in logo design

ZHANG Li-li

(School of Textile Garment & Art Media,Suzhou Institute of Trade & Commerce ,Suzhou 215009, China)

**Abstract:** Color throughout the whole process of logo design, logo design plays a very important role. The appropriate color logo design, can have a strong visual effect, enhancement of sign recognition are distinctive, convey the appropriate color can strengthen the whole logo and the inherent meaning of the concept of performance, cause a variety of emotions and associations, in order to accurately convey the logo design to convey information, to attract public attention.

**Key words:** logo design; color; recognition; affective; availability

色彩是人们视觉传达中最活跃的因素，是标志设计中最重要的部分。色彩的视觉传达特征、象征性力量和的心理影响在标志设计过程中发挥着巨大的作用。色彩设计贯穿于标志设计的整个过程，色彩能使标志设计产生强烈视觉冲击力和艺术感染力。标识设计中合适的色彩，能产生理想的视觉效果，增强标志鲜明的外在识别性。运用色彩可以加强标志的内在理念及其含义的表达，引发多种情感和联想，从而准确地传达出标志设计所要表达的信息，更能吸引受众的关注。

一、标志设计中色彩的识别性

 色彩作为最强烈以及最迅速的视觉感知语言，色彩最重要的作用就是可以提高传播的速度，人们可以快速地识别各种标志视觉信号，色彩在标志设计中显然起着先声夺人的作用，比点、线、面等元素对受众的视觉冲击力更猛烈，有着相对其它元素优势明显的视觉效果，色彩能够产生强烈的视觉效果。色彩能在瞬间给人留下较深刻的印象，在标志设计中显然能提高作品的识别性，能增强标志的独特鲜明性，更加快速精确地传达出设计的理念。能吸引受众的感观注意，能让人们快速记住的正是标志的色彩。色彩具有的高度识别性及视觉冲击力可以帮助受众识别外在形象，能使标志突显出来,更容易吸引顾客的目光，达到设计的最终目标。比起图形和文字，色彩在视觉传达力度与速度方面显然优势明显,人们对色彩的反映更为直接敏锐,显然色彩比起图形和文字更容易被人们识别。如果运用色彩不当，，显然会降低传播力度，削弱标志视觉冲击力。标志设计中色彩应简炼明块,如果具有一定的对比度,标志更易于识别。标志设计中的色彩不但增加了识别性，而且可以增强标志的视觉其它效果，凸现出色彩在标志设计中的重要作用。

标志的识别性也决定了标志设计中必须有效运用色彩，在纷繁复杂的当代社会，随着社会的不断发展变化，媒介传播方式的日益多样化，标志必须具有鲜明的色彩。在标志设计中经常利用色彩强烈的对比性，从而产生所需的视觉冲击效果。这种对比鲜明的色彩运用使图形更为醒目,更能给人们强烈的视觉冲击效果，会更容易吸引人们的注意，加深印象，有效提高设计标志的识别性。设计中有时候还需要使用一些特别的色彩来提高标志设计的视觉效果，利用新颖独特的色彩形象把自己从众多的标志中区分开来。作为企业标志识别性的一个重要方面，在具体标志设计中应选择一种符合企业特征又具备多特识别性的色彩，具有强烈视觉识别性，从而有利于企业的鲜明个性特征品牌的识别。总之色彩设计在视觉识别中起到非常重要的作用,在标志设计中,为了达到标志信息传递的目的,增加公众的识别度,我们一定要合理的运用恰当的颜色。

二、标志设计中色彩的情感性

 色彩是一种人们对外在世界的感观,是呈现出的带有主观世界情感的表现。色彩不但具有良好的视觉冲击力,更是帮助人们传达特定情感和信息。 色彩知觉作为视觉审美的核心要素，具有极其重要的意义，深刻地影响我们的情感状态。色彩与外部形状有机结合，能有效吸引着观众的注意力，引导着人们的情感发展方向。色彩作用于我们的视觉和内心,通过把记忆、经验和有关知识有机联系,会使我们产生丰富的感受，如冷暖、轻重、软硬等,这种感应是明显的、分层次的，进而影响我们的内在心理情感。因此在标志设计中色彩能够表现感情,不同色彩传达出不同的心理感应。

色彩已成为标志设计中最重要的情意表达手段。在标志设计中,为了能够有效的传达信息、表现内涵,我们就要合理运用这些色彩的情感因素。标志色彩内涵具有极强的概括性、引导性和思想性，它以视觉传达符号语言的形式表达情感理念，从而会使人们对色彩能产生感情上的共鸣。在标志设计中,色彩是内在情感的表述,是社会中企业单位精神内涵的缩影。我们应合理地运用色彩感情的规律,充分发挥色彩的能动作用,唤起人们的内在心理兴趣,从而有效增强标志的效能。当然色彩运用一定要具有针对性，运用色彩的情感规律要根据具体受众、以及产品相关特点。标志设计中要充分利用色彩视觉心理因素,积极营造标志所需产生的功能性效果,传达标志设计信息,激发受众对企业的兴趣，令其产生相应联想和情感，影响其心理决定和选择，从而有效达到标志设计的目的。

在设计标志中，色彩的具体运用必须考虑将经验、情感性，以及有关知识有机地结合起来，从而达到设计所需的目的。在具体设计不同类型、不同用途的标志色彩时，要仔细研究，认真分析，要尤其高度重视主观色彩的表现，如色调的兴奋感、色调的明快活泼感、色调的档次感、色调的冷暖感等。把握色彩的感知和内在心理效应，将其合理的运用在标志设计上，这在日益竞争激烈的市场中就很容易达到意想不到的有效结果。标志色彩创造出不同视觉形象，传达着企业单位的内在品质和精神理念,充分表达标志的相关属性与特质,从而使受众关注与信服。

（三）标志设计中色彩的联想性

色彩除了能够有效吸引人们的眼球，带给人们视觉上的强烈冲击外，不同的色彩会使人产生不同的心理感受，并与受众自身经验结合,产生各种心理联想。色彩能使人产生联想，在标志设计中我们应利用色彩情感规律，更好地增强标志的视觉表达效果，有效唤起人们的注意力，激发人们的各种兴趣。色彩的联想性涉及知识很多，包含了美学、光学、心理学等等。每一种色彩都具有独特的象征意义，当人们视觉接触到某种颜色，大脑神经便会自发接收色彩发放的特殊信号，从而产生各种联想。在标志设计中，我们应有效运用色彩联想这一特征，使某种颜色与特定内容能有机联系，对色彩的这种由经验感觉到主观联想，再上升到理智的判断，从而实现标志设计目的。我们在进行标志设计时，需把色彩作为某种象征和特定含义时，要按照色彩联想规律来进行，不能采取单一的设计方法，要根据具体情形具体分析，否则就会适得其反，失去设计的意义，最终不能达到设计目的。

在标志设计中采用合适的色彩，能够提升标志作品本身的艺术价值，能够起到吸引人们关注，从而使人们对该标志留下深刻的相关印象，标志的颜色还可以反映这个标志的内在特征及其身份，色彩使标志能够产生某种象征意义，色彩为标志引发了有效的联想。在标志设计过程中，有些经验丰富的设计师，往往能借助和恰当地利用色彩的联想特征，会充分考虑到色彩特定含义与标志内涵相吻合，勾起受众心理上的相关联想，使受众加深对标志的印象留存，让受众充分了解标志设计所传达的设计理念和内涵，从而达到标志设计的目的。

在标志设计色彩运用中，我们应当充分考虑到各种受众的不同接受程度和理解程度。不同国家、民族、人群对色彩的理解有一定差异,这种差异心理反应，常常是因色彩引起的不同联想造成的。不同人们对不同的色彩表现出不同的喜好程度，而且个人的年龄、性别、职业和所处的社会文化及教育背景,也会使人们对同一色彩产生不同的联想。由于受众风俗习惯、生活实践、审美态度的作用，就使色彩具有了情感特征，进而使人们产生各种不同的联想。这些色彩心理联想的差异，在标志设计中我们应充分重视和适应。在具体标志设计中我们应从人的生理和心理特征出发，合理的运用色彩，从而能够准确的传达出标志所要传达的信息。因此借助于色彩的联想特征，推动个性化需求的发展。

色彩的运用是一种创造性的思维活动，它是标志设计的重要组成部分，因此明确了色彩的特征以及重要意义，才能更好地在标志设计中运用色彩。标志色彩的合理选择,不仅决定了标志独到的识别作用与象征作用，可以吸引人们的注意，增强人们的记忆，使得人们对作品留下深刻印象，同时有效地将标志设计的理念和内涵充分表现出来。