

新媒体背景下视觉传达设计的创新研究

杨磊

(山西铁道职业技术学院, 太原 030013)

摘要: **目的** 探索新媒体时代下,视觉传达设计的发展方向及其在各方面的创新尝试。**方法** 从社会进步、人们认知的变化、各领域的重大变革等方面,对逐渐渗透和影响视觉传达设计的领域展开深入分析,结合视觉传达设计的基本内涵及其在传播形态、设计载体、时间空间等方面虚拟化、多样化和多维化的特点,从创新、互动和人性化三大方向进行探析,同时以广告设计、包装设计、展示设计等领域的创新方式为基础,来总结具体的实践路径。**结论** 新媒体技术在视觉传达设计中的创新应用,使视觉传达设计作品的呈现方式更加多元,为视觉传达领域带来了更多的应用方向,创新了应用路径,提高了设计效果,这既有利于新媒体艺术的落实,又促进了视觉传达设计的良性发展。

关键词: 新媒体;视觉传达设计;传播形态

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2022)06-0345-03

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.06.046

Innovation of Visual Communication Design under the Background of New Media

YANG Lei

(Shanxi Railway Vocational and Technical College, Taiyuan 030013, China)

ABSTRACT: To explore the development direction of visual communication design and its innovative attempts in various aspects in the new media era, this paper, from the progress of the society, people's cognitive change, major changes in various fields, etc., analyzes deeply the areas that gradually permeate and influence visual communication design; with the combination of the basic connotation of visual communication design and its characteristics of virtualization, diversification and multi-dimension in communication form, design carrier, time and space, explores from the three directions of innovation, interaction and humanization; and, based on innovative ways in advertising design, packaging design, display design, etc., summarizes the practice of specific path. The innovative application of new media technology in visual communication design makes the presentation of visual communication design works more diverse, brings more application directions to the field of visual communication, innovates the application path, and improves the design effect, which is beneficial to both the implementation of new media and the healthy development of visual communication design.

KEY WORDS: new media; visual communication design; communication form

在信息时代,人们的生活正在向个性化、多样化的方向发展,所从事的工作也大多有着很强的专业性,并不断进行着技术的更新。这一切都与新媒体紧密关联,随着新媒体技术的发展,人们的生活受到了不同程度的影响,也促使人们有了更高的审美需求。在这样的大背景下,视觉传达设计面临着极大的机遇和挑战,传统的设计难以适应时代的发展和社会需

求,也难以给人们带来更新、更独特的视觉享受和体验^[1]。在一定程度上说,新媒体技术的加入,给视觉传达设计带来了新的思维和创意,给设计师带来了更大的发挥空间,促使视觉传达设计从纸质、静态的表达方式转变为电子、动态的表达方式,从而使设计效果更加形象、有趣,而这所带给人们的感受已经涉及感官层面和精神层面,并展示出更加理想的艺术效果^[2]。

收稿日期: 2021-12-13

基金项目: 山西省教育科学“十三五”规划 2020 年度教育政策研究专项课题(ZC-20055)

作者简介: 杨磊(1976—),男,硕士,讲师,主要研究方向为艺术设计与研究。

1 新媒体背景下视觉传达设计的突出特点

新媒体是一种环境,具体是指所有事物都是媒体的环境,如互联网技术、数字技术,并主要借助网络和媒介平台向人们提供信息与服务。这种传播方式的共享性、时效性等特点能够更好地满足社会发展的需求。面对新媒体所造就的这一时代大环境,视觉传达设计逐渐开始了信息传播方式的更新和设计方向的转变,并呈现出如下特点。

1.1 传播形态转向虚拟化

随着科技的飞速发展,虚拟平台开始出现并借助数字环境为设计师提供了更多的灵感来源和设计手段,帮助他们将许多不可能变成了现实的可能^[3]。例如,从过去的报纸、杂志等媒介,逐渐向更加丰富、多样的信息传播方式进行转变,有效打破了传统信息传播方式的束缚,以更多的动态元素来助力信息的传播速度,让人们的想象有了实现的空间,这就让视觉传达设计的形态开始向着虚拟化方向发展,大大提高了视觉信息的传达效果。

1.2 设计载体变得多样化

设计载体是视觉传达设计的一大关键点,但传统的视觉设计载体已经不能再沿用,新科技从众多的传播载体中脱颖而出,逐渐成为信息传播的新方向,其对人们的视觉吸引力远远大于传统设计载体^[4]。例如,电脑网页、手机、无线电视等能够将各种视听语言进行艺术化的融合,给视觉传达设计带来更具吸引力的形式语言。

1.3 时间空间趋向多维化

随着新媒体技术的发展,视觉传达设计多维化的特点日渐突出,尤其是设计师借助多样化的设计思维,使视觉信息的传达更加丰富、简便,甚至突破了时间和空间的局限^[5],让信息的获取更加简便、快捷,从而实现了更高级别的发展与革新,影响力也随之增强。

2 新媒体背景下视觉传达设计的创新应用

在新媒体技术的影响下,视觉传达设计通过网络和数码的方式,对视觉传达设计的内容进行了更多的设计拓展,这不仅降低了设计过程的烦琐程度和难度,还凭借动与静、二维与三维的转变,以及在这种变化中所实现的对艺术设计的创新,都让视觉传达设计作品的艺术价值实现了升华^[6]。具体可以从创新性、互动性和人性化3个方面进行分析。

2.1 创新表现方式,满足个性化需求

当前,人们的信息接收方式在不断更新、变化,尤其是借助新媒体平台对信息进行吸收成为一大社

会现象^[7]。受此影响,视觉传达设计的表现方式也逐渐发生变化,开始结合所要展现的视觉效果和视觉元素,以及设计方式来进行多方面的创新,无论是对形象、定位还是特点等细节都进行了深入的分析,主次分明,紧跟科技的发展和时代的审美,从而创造出了更多具有强大表现力的视觉传达设计作品。

在包装设计中,新媒体技术的影响逐渐在各个细节中呈现出来,通过网络与数字媒体的参与,包装设计拥有比之前更多的表现形式和功能,不仅限于包装材料、包装造型,还考虑到包装信息的宣传推广与传播方式,在保护产品、突出产品特点的基础上,让产品的认知度和企业品牌形象得到了强化与提升。具体来看,包装设计的创新主要先从颜色元素、图案元素等的提取、修改上下手,配合数字技术进行细节的创新,进而满足消费者的个性化需求^[8]。某品牌黄桃罐头的包装设计,就对新媒体技术进行了应用并实现了艺术效果的升华。在包装的正面小孩们正在玩着丢手绢的游戏,他们或大笑、或微笑,同时有着各自不同的动作,体现了紧张而愉快的趣味性特点。这看似普通的设计并不普通,其借用了数码手绘的手法,在用色上更加大胆,以黄色为主色,突出暖色调,同时大胆选用了明暗对比、面积对比、冷暖对比的互补色,打造出了平衡与统一的调和色彩,使整个画面有着强烈的视觉张力,迅速将消费者带入童年纯粹、温暖的情境,使人印象深刻,促成了购买的目的。

2.2 增强互动体验,提高受众认同感

新媒体技术除了新这一特点,还具备强大的互动性,能够实现设计作品与受众的交互,增加受众的认同感和情感体验^[9]。然而,在实际的应用过程中,很多设计者仅将目光简单地聚焦于技术层面,强调以新媒体数字化技术来创新作品,忽略了互动体验的重要性,这是十分不利的错误认知。事实上,一个优秀的视觉传达设计作品需要互动的强化,需要与受众实现更高层面的情感交流。这是因为交互式的视觉传达设计能够在突出内容的基础上,尊重受众的需求与心理,在更高的互动层面实现价值的升华。

广告设计中的互动式设计可以有效打破静态广告的局限性,让受众在广告展示过程中提高思维的活跃度和参与的积极性,从而借此提升影响力和宣传效果^[10]。从当前交互式广告设计实践来看,流量较多的平台成为了新媒体时代的广告平台,造就了许多成功的设计案例。以微信小程序为例,其中存在很多游戏小程序,而这些有着众多受众的小程序就成为广告商的新聚焦点,广告设计的形式也随之发生了改变,各种广告信息逐渐渗入,让广告的受众面得到了拓宽。为了强调互动性,商家还将广告置于小程序的内部设计中。“跳一跳”小程序的广告植入十分具有代表性,如Nike将其广告置于游戏中有Nike标识的盒子上,只要用户使用小程序,Nike的标语就会出现,

如果用户能够在盒子上多停留几秒,便会获得额外积分。这样的广告植入不会让用户反感,反而会让用户乐于看到品牌的标识,乐于在玩的过程中停留下来。这样一来,交互式的设计效果便成功实现,用户对品牌的印象和认知更加清晰、深刻,品牌的认可度得到了有效提升。

展示设计的互动性同样出彩,其借助新媒体强化了观众的参与互动,让观众能够对展示对象进行更加深入的欣赏,更好地体验信息的传递^[11]。有的展示设计利用数字化手套、头盔和VR眼镜等装置为参观者带来了情景化的沉浸感和参与感。例如,借助VR技术来虚拟展现历史遗迹,让本已在历史长河中失去颜色的甚至破败的历史遗迹,重新、完好地出现在参观者的面前,参观者仿佛置身其中,并结合设计中环境、人物、故事情节等元素的视觉化展示,让参观者在情感层面与这些历史遗迹进行了超时空“对话”,成功改善了传统展示设计的枯燥氛围,使参观者拥有了更好的观感体验。

2.3 强调以人为本,渗透人性化理念

利用新媒体技术进行信息传达时,人性化的理念十分重要。越来越多的设计师开始认识到这一点,并积极在自己的设计中进行实践,逐渐将人们的需求作为设计的根本^[12]。视觉传达设计在新媒体技术的影响下,总是先对大众的实际需求进行分析和尊重,以更加新颖的形式和更贴近大众的内容来进行艺术化的表达,这不仅实现了自身设计效果的提升,还让人们从中提升了自身的价值观念和审美情趣,达到了这个时代应有的信息传播效果。

网络广告的视觉传达设计就是这方面的代表,为了实现理想的设计效果,满足不同观众的需要,并实现广告传播的目的,越来越多的网络广告设计将人性化的原则作为基本准则^[13]。在设计过程中,设计者从观众的审美情感出发,借助视觉元素来吸引观众的注意力,并结合观众的审美情感,对各种视觉元素进行科学研究和设计,如采用透射和夸张的方式增强设计的创设之美,恰当地展现各种视觉元素之间的距离和流线之美,使网络广告有了独特的观赏性,十分符合大众的审美。另外,影视广告与数字媒体技术的融合也对人性化原则有着很深的理解,不仅对画面与场景进行了艺术化的创新,还重新定义了广告衡量的标准,给观众带来了新鲜的视觉与听觉体验。

3 结语

在新媒体时代下,视觉传达设计有必要从当前的设计现状着手,结合新媒体技术在各个领域的成果,从传播形态、设计载体、时间空间等方面,进行虚拟化、多样化和多维化的尝试与创新,让视觉传达设计以更加丰富、有趣的形式呈现在人们面前,这种创新

可以是动态交互的,可以是人性化的,也可以是其他形式的,无论是包装设计、展示设计还是广告设计,各个视觉传达领域都有着强大的应用潜质,只要敢于尝试、敢于创新,就能够强化对各项资源的整合能力,实现更加理想的艺术效果。

参考文献:

- [1] 陆玲琪,庄银环.新媒体时代下的视觉传达设计[J].考试周刊,2016(67):109.
LU Ling-qi, ZHUANG Yin-huan. Visual Communication Design in the New Media Era[J]. Examination Weekly, 2016(67): 109.
- [2] 伍云龙.新媒体时代下视觉传达设计的创新研究[J].传媒论坛,2019,2(10):40.
WU Yun-long. Innovative Research on Visual Communication Design in the Era of New Media[J]. Media Forum, 2019, 2(10): 40.
- [3] 王婵婧.新媒体时代下视觉传达设计的创新解析[J].艺术科技,2019,32(3):200.
WANG Chan-jing. An Innovative Analysis of Visual Communication Design in the New Media Era[J]. Art Science and Technology, 2019, 32(3): 200.
- [4] 戚欣,苗怡寒.基于新媒体艺术背景的视觉传达设计[J].艺术科技,2019,32(5):231.
QI Xin, MIAO Yi-han. Visual Communication Design Based on New Media Art Background[J]. Art Science and Technology, 2019, 32(5): 231.
- [5] 李坤泽.视觉传达设计在新媒体时代下的趋势研究[J].戏剧之家,2019,305(5):131.
LI Kun-ze. Research on the Trend of Visual Communication Design in the New Media Age[J]. The House of Drama, 2019, 305(5): 131.
- [6] 于耀淞.新媒体在视觉传达设计中的应用[J].现代交际,2019,498(4):128-129.
YU Yao-song. Application of New Media in Visual Communication Design[J]. Modern Communication, 2019, 498 (4): 128-129.
- [7] 修安琪,郑成阳.新媒体艺术对现代视觉传达设计的影响[J].传播力研究,2019,3(4):79.
XIU An-qi, ZHENG Cheng-yang. The Influence of New Media Art on Modern Visual Communication Design[J]. Communication Research, 2019, 3(4): 79.
- [8] 樊頔,刘鑒.新媒体时代视觉传达设计的困境与出路[J].牡丹,2019(9):113-114.
FAN Di, LIU Liu. The Dilemma and Outlet of Visual Communication Design in the New Media Era[J]. Mudan, 2019(9): 113-114.
- [9] 任民.基于数字媒体语境下的视觉传达设计[J].美术界,2014(11):97.
REN Min. Visual Communication Design Based on the Context of Digital Media[J]. Art Circle, 2014(11): 97.

(下转第358页)