

新媒体环境下视觉传达设计发展趋势研究

张 瑛

(新乡职业技术学院 河南 新乡 453000)

[摘要] 随着我国科技的不断发展, 互联网技术与计算机技术迅猛发展, 新媒体时代的到来对企业、个人的信息获取、工作、学习形式都产生了较大的影响。因此, 结合人们对物质文化、艺术审美等方面的需求, 加强对视觉传达设计表现形式的研究分析, 考虑社会时代进步发展以及居民的目标需求进行深度的探索研究, 是本文主要的研究内容。

[关键词] 新媒体环境; 视觉传达设计; 发展趋势

0 引言

随着信息化、科技化、智能化的社会到来, 一些电子产品如手机、平板电脑等逐渐走入人们的生活, 同时给人们带来了极大的影响, 改变了以往的学习、工作娱乐模式。针对市场营销方面的研究分析, 一些功能性、应用性出入不大的各种产品需要通过一种艺术展现形式吸引消费者的注意力, 促成各式各样的产品交易。现代社会发展背景之下, 数字媒体在视觉传达设计应用方面能突出其优势特点并将一些广告、信息发布速率进一步提高, 给媒介发展提供有效的支撑, 进而将视觉传达设计的实践应用价值进一步提升。

1 视觉传达设计的本源

视觉传达设计是兴起于19世纪的印刷美术设计(也称平面设计或图形设计)的扩展和延伸, 其核心是字体与图形, 是将字体、图形、色彩等元素巧妙编排后通过一定的媒介向人们传递信息的过程。视觉是可视的, 是通过眼睛观察和感受外界的形式。视觉传达设计要有一定的途径和媒介, 必须经过主观思维的酝酿, 把经过主观思维加工的物象有目的地传达给观众, 是具有一定目的性的设计行为。图像分析的结果来源于个人视角的理解, 每个人的知识量和价值观不同, 文化背景也不同, 对视觉传达的评判也就不同。视觉传达的效果依赖不同的技术手段, 不同载体传递的信息量是不同的, 载体经过了一个漫长的发展过程, 从简单到复杂, 如黑板、海报、广播、电视、社交媒体等。经过加工的特定信息通过一定的媒介传播给受众, 是经过概念化设计的静态的符号化的图形语言方式, 凸显的是一种表达能力, 是具有一定目的性的行为。视觉传达跨越了种族和语言的障碍, 思想和情感的传递经过了主观的加工, 呈现出符号化特征, 受众易于理解和接受。源于文本和图像的表达信息, 是选择和感知的总和, 其中的图像是经过分析和设计的。不同受众个体往往对于传达的图像意义拥有不同的看法。

2 新媒体环境下视觉传达设计特点

2.1 新媒体环境下视觉传达设计的立体化

长期以来, 视觉传达设计多为平面的设计, 例如海报、书籍装帧、产品包装等, 平面的视觉传达设计在形式、设计空间、信息表达等方面存在着一定的局限性。而在新媒体环境下, 视觉传达设计有了显著的立体化发展趋势, 三维立体化设计正在成为传统平面设计的一个新的发展延伸, 让视觉传达设计的表达形式更加丰富多样。三维立体化的视觉传达设计具有更真实的视觉冲击力, 更能够紧紧抓住受众的眼球, 从而让信息的传播效果获得有效提升。而从视觉传达设计的教育教学角度来说, 立体化的视觉传达设计需要配置与之相匹配的立体化视觉传达设计课程, 在思维模式、创新方向和技术工具学习等方面有意识地培养相应的专业人才, 尤其是对一些三维立体化的设计软件的学习, 更是视觉传达设计教育教学中不可忽略的重要环节。

2.2 新媒体环境下视觉传达设计的动态化

传统的视觉传达设计, 也就是前文所说的平面设计, 往往是静态的呈现, 受众对信息的获取方式相对单一, 在信息的传播过程中, 设计者及其视觉传达作品处于被动的地位, 视觉传达设计

的传播效果很容易低于预期。与传统的静态视觉设计相比, 动态化是新媒体环境下视觉传达设计的创新发展趋势之一, 它强调了视觉传达设计中各个设计要素的动态化组合和表达, 让不同的视觉要素以动态的形式呈现在受众面前, 通过动态化的设计文字、设计图像、光影等抓住受众的目光, 开阔视觉传达设计的信息空间, 并给受众带来显著的仿互动体验, 提升视觉传达设计的传播效果, 给受众带来更深刻、更持久的视觉体验。在静态化的平面设计中, 受众接收的信息往往是有限的, 且为相对单一、呆板的呈现方式, 也不利于吸引受众的注意力。新媒体环境下视觉传达设计利用动态化的呈现方式, 以生动形象的视觉设计吸引受众的凝视点, 让受众能够在视觉设计作品中停留更长的时间, 从而确保信息传播的有效性。为了能够紧跟视觉传达设计的动态化发展趋势, 视觉传达设计的教育、教学、培训和实践应当抓住当前动态化设计的受众需求和市场趋势, 利用好相关的技术工具, 在充分考虑视觉设计成本的基础上尽可能实现视觉传达设计的动态设计最优化, 有效提升视觉传达设计中的传播效果和广告价值。

2.3 视觉传达设计中逻辑性与交互性

针对视觉传达设计的理论分析研究, 计算机技术、互联网技术在其中的作用不容小觑。数字媒体设计的成熟度以及完善性能能够给视觉传达设计提供基本的平台。而平台设计对计算机技术、多媒体技术、设计理念、生产要素等方面的需求不断增多, 由此就会导致数字媒体之间的联系逐渐加强, 体现一种技术融合应用的交互式特征。所以, 要想达成理想的视觉传达设计目标, 需要将多样化的媒体平台、技术手段融合应用起来, 将创新实践凸显在各个传播环节, 这样视觉传达的载体就会更加的丰富多样, 给人们带来良好的审美体验。

2.4 新媒体环境下视觉传达设计的多元化和综合化

新媒体环境下, 文化与艺术的交融和传播都获得了空前的拓展, 多元化的理念和作品在新媒体的渠道、平台中相互交流、相互促进, 视觉传达设计的理念和创作也展现出了强烈的多元化和综合化特征。在现代视觉传达设计中, 图形、文字、色彩、排版、动态效果、互动模式等都是设计中的重要环节, 而在这些重要环节的设计中又有着多种多样的选择方案和创意理念, 每一个细节的不同都会直接影响到视觉传达设计作品的最终效果。在多元化和综合化的发展趋势中, 设计者可以通过新媒体渠道和平台快捷方便地了解 and 吸收不同的视觉传达设计理念, 参考和学习不同的视觉传达设计作品和案例, 思考和总结自己独特的视觉传达设计风格, 从而真正地做到兼收并蓄, 挖掘个性, 提高自身的视觉传达设计质量和水平。而从视觉传达设计的教育教学上来谈, 多元化和综合化的趋势发展需要教师与学生在教学活动中秉持开放多元的学习态度, 打破课堂和教材教学的束缚, 广泛地吸纳现代多元的艺术思想, 全面提升自身的艺术素养和创作能力。

2.5 时间空间的多维化

以往的视觉传达设计主要依托于二维平面展现。随着三维技术的发展, 三维空间的视觉呈现已经十分普遍, 甚至四维、五维技术也相继进入大众的视野。多维化既体现在表现形式上, 又体现在视觉信息的载体上。表现形式的多维度主要体现在设计的内

容上,以往的字体、图形、书籍、包装、视觉符号等设计多使用二维元素,设计师使用平面设计软件进行创作。如今,设计师不仅使用平面设计软件,而且结合三维设计软件完成设计,利用多维度的图形图案创造立体的空间信息。此外,载体的多维度也值得关注。以往的视觉传达设计作品主要依靠的是纸质的二维平面载体,现今,手机、平板电脑、户外LED屏幕、裸眼3D广告屏幕的广泛使用让受众可以立体化、多维度接收视觉信息,而且3D打印技术的发展成熟让设计师可以更直观地进行艺术创作,突破了视觉设计创作的一些限制。视觉传达设计依靠新技术实现创意,推动产业的发展,技术的创新已经越来越普遍,新的载体突破了传统媒体静态的、单维度的限制,给受众带来了全方位的体验。设计师要从新事物中不断汲取养料,通过不断试验,提高创造力、表现力、思维能力和动手能力,充分结合新思维和新技术,打破原有的思维定式,敢于运用新技术,探索和试验新的工具、方法,打破时空的限制,在多维度的设计形态中构建视觉信息传播的新纪元。

2.5视觉传达设计走人性化发展道路

视觉传达设计在新媒体时代的应用受到人们感官需求的引导,大量的理论条件能够将其内在规律探求出来,同时还能给人们提供一个更加合理的信息阅读方式方法以及信息阅读的基本习惯。当数字技术与媒体平台技术联合应用能够将视觉传达设计理

念、时代化发展需求、受众信息获取形式等几方面的要素深度融合,帮助消费者进行针对性的阅读探究。经过这样的人性化的技术应用形式,消费者的精神文化目标需求也能得到有效的达成。

2.6视觉传达设计能够满足产业发展

随着新媒体时代的到来,数字媒体能对视觉传达设计起到一定的承载作用,同时还能结合产业的发展情况、人们的目标需求、精神文明的传承与延伸等各个方面进一步满足人们对传播的形式、艺术性的要求。目前,一些数字媒体技术的应用与实践逐步加强,是与视觉传达设计有紧密联系的且数字媒体技术不断发展进步,各类平台层出不穷,还能将作品的设计美感、艺术性逐步加强,能够给受众带来一定的视觉冲击。

结束语

设计师要紧跟时代发展的步伐,拓宽新媒体背景下视觉传达设计的新思维,打破原有的束缚。从包装设计到多媒体广告,从界面设计到网页制作,从动态图形到交互界面,新媒体的应用大幅提升了视觉传达设计作品的传播效率。

参考文献

- [1]李春瑶.保罗·莱文森媒介文艺理论研究[D].辽宁大学,2018.
- [2]黄鸣奋.新媒体时代艺术研究新视野[J].厦门大学学报(哲学社会科学版),2015(02):1-11.

(上接第706页)

要体现出设计师的丰富想象力与高超艺术,也应当展示出特有的思维观念,这也是当前视觉传达设计中设计师想要探索体现的。例如,定期组织设计者去国外进行学术交流,通过领略国外的风土人情,了解视觉传达设计的发展状况,把不同的视觉效果融合到自己的作品,从而产生意想不到的效果。通过此类方式,可以进一步优化视觉传达设计的效果,把自己逆向思维产生的创意成果展示给广大群众,使鉴赏者能够更加深入的理解自己作品的内涵。良好的视觉传达设计应当具有创新观念与理念,才能够在短时间内吸引受众,起到良好的视觉传达设计传播效果。逆向思维主要是打破传统的思维习惯,给人造成视觉冲击和强烈的对比,通过逆向思维进行视觉传达作品创作会取得意想不到的艺术表现效果。

3.4转变设计理念

新时期下,随着我国社会与经济的蓬勃发展,人们的鉴赏水平和欣赏能力获得显著提升,在此背景下,想要留给受众以深刻印象,视觉传达设计者需要加强创新,结合时代特点和受众需求,不断提升个人的设计水平、转变设计理念,只有做到与时俱进,才能创作出更加优秀的设计作品。设计者要在平时的工作和生活中注重观察、加强学习,提升个人的审美能力和艺术修养,参考大众的欣赏口味,在作品中融入时代精神,突出体现作品的文化特色,进而获得受众的喜爱和理解。

3.5创新设计的视觉传达设计

语言是一种重要的表达工具。对于视觉传达设计,也有独特的设计术语,并通过这些设计术语来增进人们对艺术作品的理解。就视觉艺术语言而言,形状、颜色和文本等元素都是它的一部分。这些元素的有效组合可以提高作品的视觉效果。由于人们在欣赏作品时,一般都是从视觉艺术语言中感知和识别作品,即艺术语言创新与视觉思维模式创新有着密切的关系,设计师可以

通过视觉语言创新来创新视觉思维模式。将视觉思维模式应用到视觉传达设计中,我们还可以提高设计者的视觉性语言,进而充分表达自己设计作品的内容。语言作为一种表达方式,在视觉传达设计中能够充分表达出更具有深层次的内涵,通过语言的使用方式来表达艺术作品的信息,给观众带来不一样的视觉体验,进而推动视觉传达设计领域的发展。

3.6引入信息技术

随着网络技术、通讯技术和信息技术的蓬勃发展,其已经在设计领域实现了广泛的应用,因此,设计者在开展设计中,要积极引入和应用信息技术,利用其强大而便捷的优势,提升设计效率和质量,并且实现视觉设计数字化和信息化发展。同时,设计者在应用信息技术中,要注重丰富作品内涵和表现形式,不能过度依赖技术而失去了设计初衷。

结束语

总之,在新时代的背景下,传统的视觉思维方式已经不能有效地满足时代发展对视觉传达设计的要求。因此,对于设计师来说,应该创新这种思维方式:以视觉为中心;合理控制比例和比例;有效调整体和局部;合理控制对称和平衡;合理控制对比度和统一度。同时,合理运用发散思维、逆向思维、联想思维,创新视觉语言,实现视觉传达设计中视觉思维模式的创新发展。

参考文献

- [1]洪梅.视觉传达设计中视觉思维模式?c创新研究[J].湖南税务高等专科学校学报,2017,30(06):59-60+65.
- [2]相春景.视觉传达设计中视觉思维模式的创新[J/OL].北方大学学报(下旬),2017(03):159[2019-02-28].
- [3]况媛媛.基于视觉传达设计中视觉思维模式创新的研究[J].科技传播,2017,9(22):117-119.