

基于新媒体下的图形动画之视觉设计分析

◎田晓峰

摘要：图形动画是以图形时间变化为核心，以数字媒体为基，集视觉传达艺术、动画技术、计算机图形图像于一体的综合性数字艺术表现形式，在各领域拥有广阔的应用场景。基于对图形动画的理解，文章简要论述新媒体下图形动画发展现状，分析新媒体下图形动画的视觉传达设计新要求，重点探究契合新媒体时代的图形动画之视觉设计策略，以供参考。

关键词：新媒体 图形动画 视觉设计 视觉传达

图形动画（Motion Graphic Design），亦被称为“随时间流动而改变图形”的动画，是一种以时间变化为脉络，以数字媒体为基础，将视觉传达艺术、动画技术及计算机图形图像结合为有机整体的数字艺术表现形式。与传统媒体时代不同，新媒体下图形动画之视觉设计被广泛应用于意义阐释、互动体验等传播领域，尤其是屏传媒体的兴起，使得图形动画逐渐转变为产品信息展示、宣传等领域最具潜力的传播形式之一，加之其设计制作更加便捷，体现出模块化、数字化等显著特征，不仅具备实用性价值，而且具有较高的艺术感染力。但新媒体时代对图形动画的视觉设计提出更高要求，设计人员需要把握新媒体时代的特点，了解图形动画视觉设计未来发展趋势，并坚持静态设计与动态影像规律兼顾的基本原则，推动图形动画视觉设计的不断发展与创新。

一、新媒体下图形动画的发展现状

图形动画作为一种综合性数字艺术表现形式，最初伴随着动画电影的发展而成长。20世纪20年代，影像技术的突飞猛进为图形动画艺术的诞生提供了养分，一批富有开创精神的电影制作者将视角集中在电影的包装设计上，如《八十天环游世界》电影片头可以视作图形动画的雏形，此阶段图形动画应用范围较小，视觉表现形式较为单一。至20世纪70年代，一批先锋平面设计师将原本静态的平面设计与影像结合为有机整体，借助计算机图形图像技术赋予图形以更加多样的表现形式，探索出动态图形这一艺术手法。

自21世纪以来，信息、通信及科学技术突飞猛进，移动互联网的诞生推进了设备智能化与场景多元化，标志着集

PC、移动智能终端、移动电视等信息媒介于一体的新媒体时代的到来。新媒体传播环境具有明显的碎片化特点，信息短小精炼，由传统的以传统媒体为中心的单向传输，转变为以社交媒体、大众媒体、自媒体等相辅相成的信息多向度传播，加之信息传播具有交互性、时效性特点，带来了强大传播合力。不仅如此，新媒体时代的到来也改变了人们阅读、浏览信息的渠道与习惯，人们更加倾向于碎片化、浅层化且以图像、视频等呈现的直观化、娱乐化信息内容。在新媒体传播环境内，图形动画凭借其综合性优势获得广泛青睐，并且在屏媒技术的支持下逐渐发展为一种独具魅力的艺术形式。

图形动画既遵循图形设计、色彩构成等静态设计原则，又契合动态影像规律，可以将随时间变化的图形与意义阐释、互动体验、运动、声音等结合为有机整体，使得信息内容显像化、多元化呈现，带给受众以直观生动的视觉体验。同时，图形动画借助新媒体技术可以实现标准化生产，如优酷视频自媒体平台上播放的《飞碟说》，其制作团队仅有3至5人，但3小时便可以制作出时长为5min的图形动画，可见新媒体下图形动画的视觉设计正逐渐朝着高效化、便捷化方向发展。除此之外，新媒体下图形动画的视觉表现形式愈加丰富，艺术感染力增强，可以被应用于服务、娱乐等多个领域，具有高度的发展潜力。

二、新媒体对图形动画视觉设计的新要求

新媒体下图形动画视觉设计的重要性不言而喻，除了通过多种信息媒介直接面向受众之外，还在影视制作、产品演示等领域内拥有广阔的应用场景。新媒体为图

形动画的视觉设计提供了技术支持，也拓宽了图形动画传播空间与渠道，但也对图形动画的视觉设计提出了更高的要求，具体体现在以下三大方面：

（一）信息传达要求

图形动画是集合图形、文本、声音等于一体的艺术形式，其设计的主要目的在于在相对固定的篇幅内尽可能丰富地传递信息。新媒体下，信息传播呈现出实时性与泛在性的特点，信息容量及更新速度在很大程度上决定了图形动画视觉设计的传播影响力，在图形动画视觉设计中不仅需要考虑当代受众的审美追求与视觉体验，还需要综合考虑传播媒介、传播渠道等多方面内容，在做好前期的预测分析后方可制定出完善周密的图形动画视觉设计工作任务。

新媒体下，图形动画的视觉设计需要以信息传达内容分析为起点，以图形动画的应用场景及展现形式为核心，借助计算机图形图像技术、动画技术等，遵循视觉传达艺术设计基本原则、动画等动态影像规律以优化图形动画内信息内容的传达效果，让受众能够在短时间内通过观看图形动画提炼与理解其传递的内容，从中获取对自身消费判断、选择等有益的信息。这就需要图形动画的视觉设计人员在实际工作中树立连贯性与开放性思维。例如当图形动画的视觉设计应用于产品宣传中时，为体现出产品的新颖性、创造性，便需要借助新媒体技术、虚拟现实技术等全方位展示产品的三视图，直观、立体展示产品的应用场景、使用流程等，利用图形动画语言对产品功能进行阐释，与图形动画这种独特的信息呈现方式体现出本产品与同类型产品的区别及创意之处，在体现出产品独特性与新颖性的同时让受众通过图形

动画更好地了解产品的具体功能、竞争优势,以此达到传递、阐释产品信息的图形动画视觉设计目标。

(二) 受众贴合要求

新媒体时代下,信息媒介愈加多元,移动智能终端、网站、移动电视等各类媒体平台如雨后春笋般涌现,使得传播环境竞争加剧。为获得竞争优势、抢先占有传媒市场份额,当前各类媒体平台以受众需求为导向,以精准分析为核心进行媒体运营,根据受众对信息内容及表现形式的偏好向其推送新媒体作品,以此实现受众圈层。因此,新媒体下,图形动画的视觉设计需要符合贴合受众的基本要求。

图形动画的视觉设计应用领域广泛,不同领域面对着不同的受众群体,其审美情趣、价值追求等也具有明显的差异性。如网络视频中图形动画的视觉设计往往以打造新奇特的视觉效果为要点,注重视觉震撼力与信息内容传达的新颖性;产品宣传中图形动画的视觉设计面向产品的消费者群体,以提升产品购买率为目标,需运用消费心理等理念,再结合艺术设计原则与方法使得产品信息可视化、直观化;影视包装中图形动画的视觉设计需要以影视剧的主旨及制作思想等为导向,以最小的篇幅最大程度上宣传影视剧亮点,以此吸引受众关注。为适应新媒体时代发展形势,推进图形动画视觉设计的可持续发展,设计人员需要借助大数据进行“用户画像”,收集视频转载量、点赞量、评论等信息,利用“网络爬虫”等技术手段在受众行为与受众需求之间建立关联,综合分析受众对视觉艺术形式、信息内容等的需求偏好,并以此为依据开展图形动画的视觉设计工作。特别注意的是,图形动画的视觉设计是一种艺术创作,不可避免地会融入设计人员的主观意志、审美追求与艺术感知,若一味树立受众意识,即一味迎合受众需求,将会导致图形动画视觉设计作品庸俗甚至低俗。因此,设计人员需要把握好主体意识与受众意识之间的“度”,在保证视觉呈现效果、传达内容等契合时代审美语境下受众需求的基础上,结合自身对艺术的体验感知、对图形动画视觉设计的理解与实践探索其创新化表现形式与设计方

法,从而打造出优质图形动画作品。

(三) 信息协调要求

新媒体下,平面设计突破了传统媒体下的时空桎梏,打破了传统媒体下的诸多限制条件,丰富了视觉语言及设计方法。设计人员可以利用相应的软件完成规模化图形动画视觉设计,技术门槛有所降低,图形动画视觉设计效率明显提升。与此同时,新媒体下图形动画的视觉设计逐渐朝向开放性、互动性方向发展,由传统的静态设计转变为动态设计,强化了图形动画的视觉冲击力与感染力,也为信息内容的传达提供了便利。但新媒体下图形动画的视觉设计方法、渠道等更加多元,信息内容的视觉传达方式也愈加多样,若忽视各类媒介之间的关系,单纯追求图形动画的视觉冲击力,将会导致图形动画空有形式而缺乏内涵。因此,新媒体下,图形动画的视觉设计要兼顾内容与形式,做好信息的协调工作。

图形动画视觉设计人员首先需要分析图形动画中所需要传递的信息,把握好图形动画视觉设计侧重点,明确图形动画视觉设计目标及基本要求,掌握新媒体环境对图形动画视觉设计的新要求。其次,应当坚持主体意识与受众意识的平衡,以受众需求为导向全面分析图形动画内信息传达渠道、呈现方式,制定出完善周密的图形动画视觉设计工作方案,找准图形动画视觉设计中的关键环节。最后,在上述分析调研的基础上进一步探究图形动画视觉设计的具体方法,保证图形动画传播载体、呈现内容等契合新媒体时代的发展形势,注重图形动画的新颖性、直观性、生动性及可视化,以此提升图形动画的视觉设计质量。

三、新媒体下图形动画的视觉设计策略

新媒体对人们的生活方式及文化生活习惯产生了深刻影响,在此背景下,图形动画生产技术、视听语言传播形式也发生了全面变革。由于新媒体的便捷性、开放性、多元性,图形动画视觉设计的技术支持力量显著增强,人们对新媒体的依赖程度明显提升,这种转变也为新媒体下图形动画视觉设计的发展注入了

新的活力。设计人员在了解新媒体下图形动画发展状况、新媒体对图形动画视觉设计新要求的基础上,需要把握好图形动画视觉设计的新策略。

(一) 新媒体下图形动画的视听技术

传统时代下,图形动画视觉设计以手绘形式为主,周期长、投入大且效果不佳。新媒体下图形动画的视觉设计以计算机图形图像技术、现代化动画技术为支持,数字媒体取代传统的纸张、胶片,计算机制作取代传统的手绘制作,信息代码取代传统的媒介载体,图形动画的前期设计到后续制作完成都可以在计算机软件上完成,使得图形动画视觉设计工作更加便捷高效。不仅如此,图形动画作为视觉艺术中最有潜力的一大分支,目前应用广泛,获得受众青睐,各大高新技术企业也纷纷推出更加契合新媒体时代特征的图形动画视觉设计软件。如 Adobe After Effects 可以作为图形动画视觉设计的全能型动画工具,设计人员借助此类设计软件,仅需要设计出角色及场景,排列各类设计元素的层叠关系,在元素的关节与受力点上打上锚点,赋予锚点以一定的运动属性,经过软件的分析便可以自动化获取一连串的动作。不仅如此,新媒体下图形动画的视觉设计软件内包含大量的插件,不仅可以用作人物动作设计,还可以用作自然环境的模拟。如 Adobe After Effects 中的 Auto Sway 可以模拟不同风速、风向; Super Liquids 可以模拟不同液体的流动状态,这些软件及插件的应用为图形动画的视觉设计提供视听技术支撑,也让图形动画的视觉设计更加快捷。

(二) 新媒体下图形动画的视听表现

在新媒体与图形动画融合之处,图形动画的视觉设计以简洁为主,应用的生产方式主要为 Flash 动画、GIF 动画,以二维形式呈现并且对动作进行了缩减。目前新媒体发展日益迅猛,图形动画的视觉设计拥有了明显的象征性动作符号,类似于我国的皮影艺术,角色形象的塑造以关节点为基础,通过赋予这些关节点以运动属性使其动作流畅自然。与此同时,新媒体下图形动画视觉设计中运用的视听语言与传统时代具有明显的差异性。传统的图形

动画具有较强的叙事性,通过一定的故事情节串联起人物的动作线以及场景的时空变化。而新媒体时代下图形动画视觉设计中,叙事语言有所弱化,更加侧重于信息的阐释、信息传递的可视化功能,在设计内通常运用一镜到底的方法,致力于在有限的篇幅内最大程度上传递受众需求信息。如《Convenience》图形动画作品由汽车转变为房屋,画面转换流畅连贯,丝毫无突兀之感,给人以便捷高效的感受,契合图形动画的视觉设计主题。图形动画视觉设计人员需要让图形动画的内容承载量更加丰富,不断探索新颖的图形动画视觉语言风格、多元化视觉艺术表现形式,以创新驱动图形动画视觉设计的现代化发展。


(三) 新媒体下图形动画的视听传播

传统媒体时代,图形动画视觉设计的应用受制于网络传播速度、技术难度。新媒体下,图形动画的视觉设计可以被应用于影视包装、动态图标展示等多个领域,加之屏媒的发展,促进了图形动画视觉设计风格、呈现形式与类型的多样化。如网页动画、交互动画、手机动画等。不仅如此,新媒体下,各类信息媒介的出现打破

了社会各领域的信息壁垒,社会信息传播速度与密度与日俱增,图形动画虽然在信息内容可视化方面具有得天独厚的优势,但在竞争如此激烈的传媒领域内若想获得发展先机,便需要图形动画的视觉设计人员解放自身思想、观念及设计方法,一方面要针对快节奏的社会、人们的碎片化阅读需求,在图形动画视觉设计中充分运用色彩心理学效应,以具有冲击力且契合人们色彩审美经验的色彩、构图等带给受众以新颖丰富的视觉体验;另一方面则需要对不同年龄、职业、性别受众的需求进行精准分析,让人们随时随地都可以欣赏图形动画,感受其独特魅力,并且在不同的媒体平台上设计出差异化、层次性的图形动画作品,以此满足受众需求,夯实图形动画视觉设计发展的群众基础。

四、结语

新媒体时代的到来为图形动画的视觉设计注入了新的活力,但也对图形动画视觉设计的信息传达、受众贴近与信息协调提出了更高的要求。图形动画视觉设计人员需要认识到新媒体下图形动画应用愈加广泛,需要结合不同的应用

场景保证图形动画内的信息精准传达。同时,积极应用现代化的图形动画视觉设计软件,简化设计流程及方法,提升图形动画视觉设计质量。

参考文献:

- [1] 黄爱君. 新媒体时代下图形动画的视觉设计[J]. 参花(下), 2019(07): 95.
- [2] 刘香润. 浅析新媒体时代下图形动画铸造视觉设计的新理念[J]. 风景名胜, 2019(05): 70-71.
- [3] 刘香润. 浅析新媒体时代下图形动画的视觉设计[J]. 艺术科技, 2019, 32(04): 188-189.
- [4] 龚静. 试论图形动画在视觉传达设计中的应用[J]. 明日风尚, 2019(07): 24.
- [5] 孙凡傲, 王艳, 朱雨浩. 浅谈图形动画对于视觉传达语言的重构[J]. 家庭生活指南, 2019(01): 33.

作者简介: 田晓峰: 男, 汉族, 哈尔滨人, 本科, 研究方向: 包装装潢。

