

## 静态平面图形在屏幕中的动态表达

陈航平<sup>1</sup>, 冯学伟<sup>2</sup>

(1. 武昌理工学院, 武汉 430223; 2. 湖北美术学院, 武汉 430000)

**摘要:** 为了给传承和发展平面图形语言的内涵与外延提供有效指导,以传统静态平面图形的表现形式为基础,对其进行动态表达后在数字媒介屏幕中传播的形式特点为研究方向,阐述了平面图形在屏幕中动态表达设计的价值、意义和作用。在此基础上,结合平面图形类的视频广告案例进行应用分析,开发出了一种高能低耗的视频广告的制作方法,研究证明了平面图形动态表达的价值和意义所在。

**关键词:** 平面图形; 屏幕; 动态表达; 图像; 数字化; 虚拟化

**中图分类号:** J524.1 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)12-0025-04

### The Dynamic Expression of Static Plane Graphic on Screen

CHEN Hang-ping<sup>1</sup>, FENG Xue-wei<sup>2</sup>

(1. Wuchang University of Technology, Wuhan 430223, China; 2. Hubei Institute of Fine Arts, Wuhan 430000, China)

**Abstract:** In order to provide effective guidance to inherit and develop the connotation and denotation of plane graphic language, based on the traditional static plane graphic form as the foundation, the dynamic expression in digital media in the screen after the spread of form features as the research direction, it discussed value, significance and role of the plane figure on the screens of dynamic express design. On this basis, combined with plane graphics class video advertising case application analysis, it developed a high energy and low energy consumption video advertising production methods. Research proved that the value and meaning.

**Key words:** graphic; screen; dynamic expression; image; digital; virtualization

长期以来,平面图形都是作为信息内容的表达形式而存在,始终担负着传播信息、装饰和美化环境的天职。自工业革命以来,印刷业的蓬勃发展,推动了平面图形、图像的大批量复制、传播,平面图形作为平面媒体的主角,在纸张及一切平面媒介中大放异彩<sup>[1]</sup>。平面设计师们不懈地探索、钻研,无数次地对平面图形、符号进行千锤百炼的创意、组合、转换及再生的开发性实验探索,开发出大量“新、奇、特、美”的平面图形,极大地创新了平面图形的表现形式,丰富了平面图形的语汇,扩大了平面图形语言的内涵和外延。然而,随着信息时代的到来,互联网及数字媒体给传统媒体带来了巨大的冲击<sup>[2]</sup>,平面媒体的急剧萎缩,网络和新媒体的蒸蒸日上,毕生立志为平面图形创意开发而艰苦奋斗的平面设计师们,也不可避免地遇上了前所未有的新挑战,如何让平面图形在网络

化、数字化、图像化的新媒体时代永葆青春的活力?不少有胆有识的设计师在平面图形由静态走向动态的应用方面作出了有益的探索,通过对平面图形的动态表现在视频广告中的应用分析,寻找一种“占有内存小、传输速度快、传播效率高、制作工序简单、制作成本低廉、设备要求不高、应用范围广泛、艺术形式新颖”的新一代视频广告的创作路径。

### 1 平面图形在屏幕中动态表达设计的属性特征

#### 1.1 媒体属性

平面图形的表现形式从静态转变为动态,承载的媒介从纸张走向屏幕,存在的方式从真实的物质实体走向数字化的虚拟,所以说平面图形在屏幕中动态表

收稿日期: 2013-01-12

作者简介: 陈航平(1983—),男,湖北人,硕士,武昌理工学院助教,主要从事视觉传达设计的教学与研究。

达设计的信息传播方式属于新媒介中的传播。相对于传统媒介,新媒介技术条件从信息的生产、传递、获取方面都体现出更低廉的成本、更快捷的信息传播速度和更广泛的受众人群,人们能在屏幕上快速获取信息,几乎同步于信息的发布,而不必等待印刷的过程<sup>[3]</sup>。新媒介能融合文字、图形、图像、声音、视频等诸多表现方式,而非单体的设计创意,这种具备多角度、全方位的综合传播的媒介正是现代信息社会中高效且赏心悦目的传播载体<sup>[4]</sup>。

### 1.2 空间、时间属性

空间和时间是事物之间的一种秩序。空间用以描述物体的位置和形态,时间用以描述事件之间的先后顺序。空间和时间的物理性质主要通过它们与物体运动的各种联系而表现出来。

屏幕是一个深不见底、无所不容的具有魔力的表现空间,虽然表面上是二维的、平面的,但是它包含的或表现的内容却是三维的,甚至是多维的。平面图形相当于屏幕中的“演员”,是带动空间运动的具体的可参照的事物,人们在真实看见平面图形发生运动的同时,感受到时间的流动。空间和时间是密不可分的,空间是时间中的空间,时间也是空间中的时间。

### 1.3 作品数量属性

平面图形在发生动态表达后,由静止状态的单张演化为众多张,和早期电影机发明原理一样,一张图像不可能形成连续的画面。当平面图形在静态时,描述的是图形在当前时间下的形态和面貌,而在运动后,各个构成要素会随着时间发生不断的变化,平面图形就变成了众多张流动连续出现的画面总和。

有数量必然有内容,有内容必然会有创意和情节。与静态的平面图形相比,动态表达的平面图形集中在动作的变化和动态的富有形式感的编排上,以及带来的多种可能性的结果。静态的平面图形注重形式的精炼和创意的浓缩,给人沉静的思考,而动态化则着重表现图形与图形之间的动态关系创造的形式美感<sup>[5]</sup>,及在创意上进行时间的展开叙述,有些情节甚至运用上电影中蒙太奇的手法。

### 1.4 语言属性

平面图形在屏幕的舞台上发生动态表达后,出现了新的语言特征,数字化、虚拟化、动态化、多维性等是其主要的体现,是对纸张中平面图形的语言属性的继承和发展<sup>[6]</sup>。运动使平面图形产生巨大的视觉冲击

力,纸张中的平面图形通常利用构图的独特视角和强烈的对比吸引观众眼球,而屏幕中,似乎变得更简单,快速的运动能放大和缩小图形的比例,使图形突然闯入你的眼中,也能通过改变图形颜色的冷暖对比造成视觉上的冲击。平面图形在纸张中以“新、奇、特”的手法使其趣味横生,发生动态表达后,场景会变换,符号也会运动,字体还会“跳舞”,展现的是一派趣味的画面。虚拟化、动态化、多维性等特点使平面图形更简洁单纯、更易于记忆、更方便传播。

## 2 平面图形的动态表达在视频广告设计中的应用

### 2.1 具象图形动态表达的设计应用

DHL 快递广告见图 1,广告中提取了平面图形符



图 1 DHL 快递广告

Fig.1 DHL express advertisement

号:东方明珠、富士山、天坛、自由女神像、DHL 快递箱,这里将它们进行动态化的组织,精彩的地方就在于快递箱的开合。快递箱元素的动态作用像扳机一样触发了时空的转换,起到了承前启后的作用,将“DHL 引领全球速递”的理念形象地传播开来,让人们感受到多幅平面图形的组合带来的动态式的全新表现方式。此广告的平面图形组合运用了电影中蒙太奇的艺术手法,利用快递箱的开合动作,实现地点的转移和时间的转换。正是这种运动形式的图形所表达的信息在人脑中形成了感性的概念思维的映射,从而给观众创造了一个虚拟、抽象的多维度空间的体验环境,使人们的想象并非停留在画面内,而是延续在画面外。

### 2.2 抽象图形动态表达的设计应用

在平面图形中,明暗、面积、位置、形状、肌理等

是平面构成的各特征要素。当这些特征要素发生动态表达时,它们会随着时间、空间的推移发生运动变化,如平面图形的明度变亮变暗,面积变大变小,位置发生移动,形状发生变化,肌理发生改变等,一切都在运动变化中发生着状态的改变,从而能制造更多的可能性,呈现出更多的不同的状态,也会随着情节高潮的发展进行适时的变换,所有的平面图形符号形成了流动的构成。

Trium 公益广告见图2,平面图形符号“句点”、“吊



图2 Trium 公益广告

Fig.2 Trium public service advertisement

绳”、“心电图”,都是日常生活中高度概括的抽象符号,都有各自约定俗成的含义,曾无数次地被设计师所使用,将它们放入不同的环境会传递出不同的意义。这里将这3种符号搬上屏幕,制造运动,进行过程性的直观描述:汽车伴随着撕心裂肺般的漂移音效,划出的轨迹分别巧妙地构成了“句点”、“吊绳”、“心电图”的形状,旁白为“开车打手机,生命将随时画上句点”、“开车打手机,等于自寻死路”、“开车打手机,生死一线间”,强烈的警示意义油然而生。在这组视频广告中,“线”这个抽象元素被演绎成“句点”、“吊绳”、“心电图”符号,线条的位置、形状、明度等随着情节发展发生着状态上的演变,从无到有,从局部到整体,从过程到结果,从发展到消亡,所有的元素在动态形式的作用下进行着繁忙且有序的状态变化,由静至动的飞跃也挖掘了平面图形的“运动基因”。

### 3 平面图形在屏幕中动态表达设计的意义和作用

#### 3.1 极大地丰富了屏幕信息传播的语言形式

平面图形的动态表达在屏幕中扮演着越来越重

要的作用,它扩充了屏幕信息的容量,也丰富了屏幕信息传播的语言形式,增添了屏幕表现的艺术美感。电视屏幕中,平面图形的动态表现越来越多地被应用到电视频道整体形象的宣传和栏目的包装中,打破了以往电视节目滚动播放的沉闷感,带来更多的视觉上的热闹。平面图形设计在电视屏幕中体现出了动态艺术的特色,成为了电视画面的“美容师”。

平面图形的动态形式在网络广告中的运用也是非常普遍的,凭借其占用内存小、制作快捷、传播速度快的特点,加上网络平台对图形、图像、文字、声音、影像等的整合传播,平面图形类的网络广告也成为了互联网中的一道风景线。

#### 3.2 传承和发展了平面图形语言的内涵与外延

平面图形在屏幕中的动态表达传承和发展了平面图形语言的内涵、外延,在新媒介的屏幕传播中,平面图形更注重艺术与技术的结合,甚至连技术本身也成为了角色。同时,平面图形动态表达的应用更加广泛和深入,已不单单停留在视觉效果层面上,而是在更深的层面上和在设计流程的各个阶段改变着平面图形的语言形式。

平面图形的视觉表现呈现出综合性和多元性。图形数字化的存在方式带来了一种全新的“书写”方式以及人们崭新的认知和接受理念。新媒介的平面图形设计内容广泛,形式复杂,是各种视觉表现的综合化,包括平面、立体、动态、静态的表现。这种多元的表现手段在平面图形的设计中不仅得到了应用,而且得到了新的继承和发展”。

### 4 开发高能低耗的视频广告的制作路径

平面图形的动态表达构成了一种高能低耗的视频广告形式。视频广告往往被定为是影视广告、动画广告等的表现手法,这些广告形式需要大量的投入和复杂的制作周期,一般的小企业无法承担,因此,平面图形类的视频广告无疑是新媒介下广告主的新宠,因为这类广告具备制作快捷、投入成本低廉、传播速度快、覆盖面广等优点。它不需要花费大量资金来雇佣演员,省去了大量的制片成本;它不需要专业摄像机及摄像辅助工具的支持,省去了繁杂的拍摄周期;它不需要强大计算机硬件的支持,省去了大量的运算时间;它不需要高超炫丽的CG技术,省去了制作特技的

时间花费。在高效率信息传播的今天,平面图形类的视频广告是各大广告商投入低、见效快的首选渠道之一<sup>[8]</sup>。

## 5 结语

数字时代屏幕中的平面图形表现出的动态性、创意性、情节性以视听的形式刷新了受众的感官,极大地丰富了屏幕信息传播的语言形式,传承和发展了平面图形语言的内涵、外延,同时也开发了一种高能低耗的视频广告的制作路径。随着数字媒介的空前普及和电脑技术的日新月异,平面图形将会展示出更丰富、更多元化的艺术形式,其存在状态、发展规律、创作方法等问题还需进一步探索和开发,加强数字技术与平面图形的内在联系,使平面图形更新颖、更高效地运用与传播,是数字媒体时代下平面图形艺术形式研究的新方向。

### 参考文献:

- [1] 尹定邦.图形与意义[M].长沙:科学技术出版社,2003.  
YIN Ding-bang.Graphics and Meaning[M].Changsha: Science and Technology Press,2003.
- [2] 闫如山.谈新媒体对平面设计视觉语言的影响和意义[J].艺术与设计,2008,12(3):56—57.  
YAN Ru-shan.Talk to New Media Graphic Design Visual Language Influence and Significance[J].Art and Design,2008,12(3):56—57.
- [3] 李四达.数字媒体艺术概论[M].北京:清华大学出版社,2006.  
LI Si-da.Introduction to Digital Media Art[M].Beijing: Tsinghua University Publishing House,2006.
- [4] 史爽.平面设计中数字图形的基本艺术特色[J].吉林艺术学院学报,2005,37(6):32—33.  
SHI Shuang.In Graphic Design Digital Graphic Basic Artistic Features[J].Journal of Jilin Academy of Art,2005,37(6):32—33.
- [5] 刘文沛.互动广告创意与设计[M].北京:中国轻工业出版社,2008.  
LIU Wen-pei.Interactive Advertising Creative and Design[M].Beijing:China Light Industry Press,2008.
- [6] 姜蕾歌.新媒体图形艺术发展的探讨[J].广东技术师范学院学报,2007,26(7):50—51.  
JIANG Lei-ge.New Media Graphic Art Development Discussion[J].Guangdong Technology Normal University,2007,26(7):50—51.
- [7] 鲁晓波.数字图形界面艺术设计[M].北京:清华大学出版社,2006.  
LU Xiao-bo.Digital Graphic Interface Art Design[M].Beijing: Tsinghua University Publishing House,2006.
- [8] 魏莹.户外广告的媒介语言创新研究[J].包装工程,2011,32(2):25—26.  
WEI Ying.Research on Innovation in Media Language of Outdoor Advertising[J].Packaging Engineering,2011,32(2):25—26.
- [9] 王平.敦煌壁画艺术形式语言的研究[D].南京:南京师范大学,2005.  
WANG Ping.Research on the Artistic Value and the Form Language of Dunhuang Murals[D].Nanjing: Nanjing Normal University,2005.
- [5] 李辉.民族传统文化影响下的现代标志设计[J].包装工程,2011,32(10):82—84.  
LI Hui.Modern Logo Design under the Influence of Traditional Culture[J].Packaging Engineering,2011,32(10):82—84.
- [6] 张来源.中国传统文化艺术元素在现代平面设计中的运用[J].包装工程,2008,29(8):156—158.  
ZHANG Lai-yuan.The Use of Chinese Traditional Cultural Elements in Modern Graphic Design[J].Packaging Engineering,2008,29(8):156—158.
- [7] 贺萍.民间美术造型语言对现代平面设计的启示[J].南阳师范学院学报,2010(5):96—100.  
HE Ping.Inspiration from the Language of Folk Art to Modern Graphic Design[J].Journal of Nanyang Normal University,2010(5):96—100.

(上接第20页)