

艺术设计中动态图形信息的传达研究

龚毅

(盐城工业学院, 盐城 224005)

摘要: **目的** 探究艺术设计中动态图形信息的传达特性和传达方式。**方法** 以设计学、心理学、广告学、传播学为理论基础,采用文献资料法、案例分析法、比较研究法、归纳总结法对动态图形信息传达的理论层面、技术层面及案例层面展开分析。**结论** 相对于静态图形信息传达而言,动态图形信息的传达更具时效性,其传达过程的视觉感知能够帮助受众快速提高评估外部刺激的能力,从而提升了信息传播效率。

关键词: 平面; 信息传达; 动态图形

中图分类号: J516 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)18-0211-04

Research on Dynamic Graphical Information Communicated in Art Design

GONG Yi

(Yancheng Institute of Industry Technology, Yancheng 224005, China)

ABSTRACT: It explores the communication methods and characteristics of dynamic graphical information in art design. Combined with design, psychology, advertising and communication, on the use of literature, case analysis, comparative study, summarized method, it analyzes dynamic graphical information communicated from the theoretical level, technical level and case-level. Compared with static graphics, dynamic graphical information communicated more timely, and its visual perception of the process will help us rapid absorption and improve the ability to assess the external stimulus, thereby enhancing the efficiency of information dissemination.

KEY WORDS: art design; information communicated; dynamic graphics

当今社会,新媒体技术飞速发展,数字化的生活方式将人类引入到了一个全新的时代。各种各样基于高效率信息传达的设计理念层出不穷,动态图形就是其中之一。动态图形能够将以往在传统视觉传达领域难以表现的事物通过连续的、逐帧的、具有逻辑的图像信息表达出来,实现了对抽象信息的再设计,有效提升了设计作品的传播效率,被广泛应用于网页设计、界面设计、广告设计、互动技术开发等行业。笔者在以往研究的基础上对动态图形的信息传达特性展开分析,试图明确动态图形对受

众的心理作用方式,并探讨其表现形式,力求提升广大设计师对动态图形使用的认知以及拓展艺术设计动态语言的表现维度。

1 何为动态图形

动态图形,英文释义为“motion graphics”,广义上指伴随时间流动而发生形态改变的图形,简单来讲就是会动的图形。从设计学角度解释,动态图形可以理解为介于平面设计与动画片之间的产物,

收稿日期: 2016-05-25

作者简介: 龚毅(1966—),男,上海人,学士,盐城工业职业技术学院艺术设计学院副教授,主要从事于艺术设计方向的研究。

其在技术上需借助动画制作手段,而在视觉表现上则使用的是平面设计的规则,因此,还可将其理解为站在平面设计基础上制作的、一段以动态影像为基础的视觉符号^[1]。在传统理念中,动态图形属于影像艺术的范畴,近年来随着科技的发展,动态图形融入了更多平面设计、动画设计以及电影艺术的语言,形式更具包容性,风格也更为混搭,应用领域逐渐拓展到频道包装、电影电视片头、移动客户端界面、商业广告、MV、现场舞台屏幕、互动装置等。

2 动态图形的信息传达特性

2.1 动态图形信息传达的视觉认知特性

动态图形能够借助时间线将文字、图像、声音等多种元素整合在一起传达,受众则通过视觉按照作品提供的前后时间顺序对所传达的信息进行接收,在这一过程中,动态图形信息传达就具有了速度与延时的视觉认知特性。

2.1.1 速度

与传统图片不同,动态图形有其自身的运动速度。在信息传达的过程中,受众会首先注意到图形的运动现象,并且对其保持持续性关注,从中选取有效信息进行接受与记忆。这一过程中,受众感知具有运动速度的视觉被称为运动视觉,科学研究表明运动视觉能够高频率、不间断地获取信息,而运动视觉没有被激发前,即眼球保持不动的状态下,受众先前获取的图像将很快在记忆中消失。动态图形能够凭借其运动速度引导受众运动视觉的审视轨迹,使他们按照设计师的既定路线跟踪图形,花费更多的时间停留在图形的关键信息上^[2]。

2.1.2 延时

动态图形信息传达的是时间与速度的叠加,我们可以将其视为一个持续不断的视觉关注过程。既然是包含时间概念的过程,那么延时就是不可避免的。在静态图形的信息传达过程中,图形信息永远停留在同一时点上,我们可将其看作静止不动的状态或是动态图形传达中的定格、静帧画面。这种静止性使得受众在一瞬间就能将图形信息保存下来,而在动态图形中,受众需要根据图形的变化发展存储之前的信息,并随时准备调用之前的信息以理解下一帧的信息,这一过程是一个完整的记忆思维过

程,同时也是一个延时理解记忆过程^[3]。当信息以长期延时的方式传达时,人们就会为整套信息建立一个强大的处理系统,以备随时复制、还原其中的内容,也就是说长期延时信息更易被长久储存和调用。

2.2 动态图形信息传达的思维认知特性

2.2.1 心理感知特性

当人类视觉受到强烈刺激时,大脑会将画面进行保留,但这种时点性的、不连贯的记忆通常是暂时的,也就是说,记忆的储存时间较短,一旦新的视觉刺激形成,之前的记忆就会被过滤,甚至被遗忘。而动态图形具有速度与延时性,其能够延长画面对视觉的刺激时间,提高静帧的信息传达能力,使人们对刺激的感觉更加敏锐。这种非同于以往的感官刺激能够将动态图形的刺激同其他视觉符号的刺激区分开来,进而对人们的心理感知产生反复刺激。

2.2.2 思维有序性

日本设计师青木克宪在其建立的“个人有序化思维方法”中谈到“如果信息传播的顺序出现混乱,那么大部分观者就会自行‘终止’信息接受”。动态图形作为一种具有时间维度的视觉符号在传达过程中能够按照一定的预设流程展开变化,受众只需要按照逻辑思维将这些动态图形中所包含的图形、文字、声音等元素组织起来即可^[4]。这种有序的传递过程,激发了受众的有序思维,直接影响了受众对信息的理解与获取。

2.2.3 思维集中性

在观看传统平面设计作品时,静态的视觉语言可以允许受众无限制观看下去,而对于动态图形而言,其每一个时点都会出现不同的画面,受众需要在单一时间线内接收到图形所传达的信息,这就决定了动态图形所传递的信息是有限而集中的。这种信息传达的集中性有助于观者迅速抓住图形信息,减少观看时的信息遗漏,保持思维上的相对集中,提升心理认知层面的思维活跃度^[5]。

2.3 动态图形信息传达的技术复杂性

丰富的执行方式与多元的数字技术是实现动态图形传达的重要保障,动态图形技术上的复杂性尤其体现在现代数字技术的运用上。目前绝大部分动态图形都是借助图形软件设计完成的,这些软件

在开发过程中需要非常精密的公式语言与编程逻辑,方能确保图形处理的快捷、高效、精准。目前,常用的能够实现动态图形处理的软件主要有 Adobe Creative Suite 6、图形处理软件 Adobe Photoshop、音频编辑软件 Adobe Audition4、视频特效编辑软件 Adobe After Effects6、视频剪辑软件 Adobe Premiere Pro7 等^[6]。

3 视觉感受中动态图形信息传达的表现形式

3.1 动态图形与图像信息的传达

图像信息是动态图形的核心构成要素,好比文字之于语言,它与动态图形的结合是一种最常见、最基本的传达方式。在不涉及运动的情况之下,图像本身可以独立传达信息,但受静止状态的限制,其传播的信息是有限的。与动态图形的结合则瞬间提高了图像信息的传递速度,由运动带来的视觉认知也得到了大幅度提升^[7]。圣丹斯国际电影节宣传片见图 1,该作品生动形象地展现出了动态图像以及静态图像之间的运动关系。静态图像通过特定手法被后置,以时间轴以及背景的形式出现,并配合前景中的动态图像,形成鲜明的对比,从而对观者的视觉感知力形成了强烈的刺激。

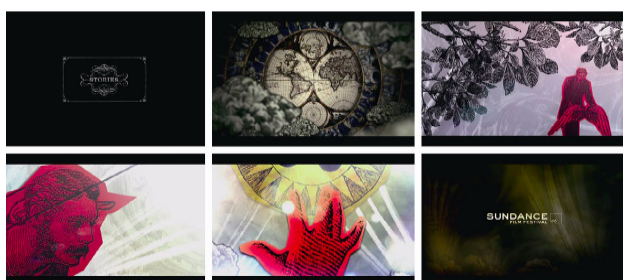


图 1 圣丹斯国际电影节宣传片(静帧截图)网络资料
Fig.1 "Sundance film festival" videos

3.2 动态图形与文字信息的叙事

首先,“静”的状态。在静态的平面设计中,文字能以多种形式出现,既可以是中规中矩的,又可以是重叠、模糊、变形之后的;文字的编排可以采用规范化的处理模式,亦可以采用非规则化的处理模式,但无论是哪种编排、形式的字体,观者都有足够的时间进行辨别^[8]。如图 2 的平面作品,不管其中的文字以一种什么样的状态出现,通过辨识我们都能够准确地领悟到作品所传递的信息“nothing

can stop good idea”。其次,“动”的状态。动态图形和文字信息的结合与时间线是紧密联系在一起的,文字在整个时间线中的存在时间是极为有限的,观者可能还未辨识清楚文字信息就消失了,所以动态图形中的文字不可过于复杂,要保持一种相对静止、简单的状态,这样文字才可以在动态的叙事方式中发挥画龙点睛的作用。



图 2 创意广告
Fig.2 Creative advertising

不同目的的信息传达,文字的运动特性以及视觉识别性也就不相同。动态图形信息中的文字传达主要分两种情况:一种为语言文字的传达,即主要依靠对文字信息的分辨来传达信息;另一种为非语言文字的传达,即不依赖对文字的精准分辨来传达信息,而是借助三维图形或是虚渺、闪现的文字来传达信息^[9]。例如,美国电视媒体《NBC 品牌》影视包装作品如图 3 所示,它需要向观者传达的是更新换代之后的 NBC 电视栏目,所以设计师尽可能地在宣传画面中加入醒目的文字信息,以实现文字的叙事目的,吸引观者的注意力,从而提高信息传达的准确性。



图 3 美国电视媒体《NBC 品牌》影视包装作品
Fig.3 US television media "NBC brand" packaging film works

3.3 动态图形与声音信息的表现

严格来讲,声音并不属于平面图形的信息传达范畴,但近年来,将声音应用于动态图形设计中的案例越来越多,声音已成为提升图形信息传达质量必不可少的元素。通常,动态图形中的声音表现形式主要分为音乐、音效、语音三种。其中,音乐又包含有源音乐和配乐,有源音乐指贯穿整个动态图形时间线的音乐,配乐则是根据时间线长短与动态图形叙事逻辑进行匹配的音乐;音效即水声、风声、人或动物声、环境音等自然或人工音效;语音为旁白或解说声音^[10]。新媒体《The Voice》的广告案例见图4,设计师将电子风格音乐配合人声音效贯穿于整个动态图形的时间轴,单看粉红色系的画面,受众并没有什么明显感受,但加上炫酷的电音和说唱就会从整体上给人一种潮流、迷幻的感觉,非常契合“The Voice”的品牌主题。

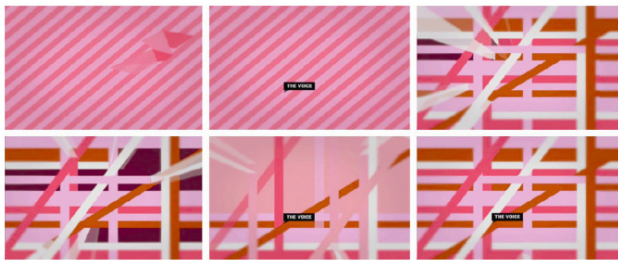


图4 《The Voice》的广告

Fig.4 "The Voice" advertising

4 结语

总之,动态图形能够将繁琐、无趣的信息转化为简单的可视化语言,能帮助受众过滤掉无用信息,快速捕捉到有效信息资源,这符合当代信息社会高速发展的实际需求,实现了信息传递“精、准、快”目标。此外,随着艺术图像和视觉文化研究的深入发展,动态图形将会以更加新颖的形式出现在受众面前,同时也会促使艺术设计师创作出更多、更优秀、更由创造性的作品。笔者仅针对艺术设计中动态图形的信息传递进行了基本的分析研究,有一些问题还没有进行深层次的解读和全面详实的研究,仍需要广大学者的进一步梳理与研究。

参考文献:

- [1] 吕杨. 动态图形信息传达研究[D]. 西安: 西安美术学院, 2013.
LVU Yang. Motion Graphic Information Communicated of the Research[D]. Xi'an: Xi'an Academy of Fine Arts, 2013.
- [2] 叶慧玲. 图表设计的图形表现[D]. 杭州: 中国美术学院, 2010.
YE Hui-ling. The Graphic Performance of Chart Design[D]. Hangzhou: China Academy of Art, 2010.
- [3] 夏丽萍. 图形创意中“元素的替代”[J]. 包装工程, 2006, 27(3): 215—220.
XIA Li-ping. "Alternative Elements" in Graphic Creativity[J]. Packaging Engineering, 2006, 27(3): 215—220.
- [4] 韦德·麦克. 超越平凡的平面设计[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2010.
WADE M. Beyond the Ordinary Graphic Design[M]. Beijing: People's Posts and Telecommunications Press, 2010.
- [5] 陈航平, 冯学伟. 静态平面图形在屏幕中的动态表达[J]. 包装工程, 2013, 34(12): 25—28.
CHEN Hang-ping, FENG Xue-wei. Dynamic Expression of Static Graphics in the Screen[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(12): 25—28.
- [6] 严戒愚, 何征. 意境在海报中的创意呈现方式研究[J]. 包装工程, 2014, 35(2): 16—19.
YAN Jie-yu, HE Zheng. Creative Performance of Artistic Conception in the Poster Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(2): 16—19.
- [7] 孟村. 视觉传达设计图形语言表现研究[J]. 包装工程, 2013, 34(22): 20—23.
MENG Cun. Study on Graphic Language Expression of Visual Communication Design[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(22): 20—23.
- [8] 许臣颖. 信息设计中图表信息设计的运用[D]. 武汉: 湖北工业大学, 2012.
XU Chen-ying. Application of Graphic Information Design in the Information Design[D]. Wuhan: Hubei University of Technology, 2012.
- [9] 江璞. 艺术形象的抽象因素[J]. 艺术百家, 2014(1): 231—232.
JIANG Pu. Abstract Factors of Artistic Image[J]. Hundred Schools in Arts, 2014(1): 231—232.
- [10] 蒋璐璐. 平面广告图形设计视觉创新研究[D]. 合肥: 安徽工程大学, 2010.
JIANG Lu-lu. Research on Visual Creation of Graphic Advertisement Design[D]. Hefei: Anhui Engineering University, 2010.