

数字媒体艺术在现代广告设计中的应用

郭志鸿

(南昌师范学院, 南昌 330029)

摘要: **目的** 探究数字媒体艺术在现代广告设计中的应用原则及方式。**方法** 以数字媒体艺术为切入点, 结合真实、创意、情感、系统等原则, 对数字媒体艺术与现代广告设计的结合应用进行探索, 并分别介绍数字媒体艺术在影视广告设计、户外广告设计及其他动态广告设计中的具体应用。**结论** 数字媒体艺术与现代广告设计的结合, 能够进一步丰富现代广告设计的内涵, 提升设计质量, 同时能够在一定程度上促进数字媒体艺术的发展和完善, 实现共同提高。

关键词: 数字媒体艺术; 现代广告设计; 结合

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)18-0259-03

Application of Digital Media Art in Modern Advertising Design

GUO Zhi-hong

(Nanchang Normal University, Nanchang 330029, China)

ABSTRACT: It aims to explore the application principles and methods of digital media art in modern advertising design. With the method of digital media art as a starting point, combined with the reality, creativity, emotion, system principle, it makes in-depth exploration of the application of digital media art and modern advertisement design, and introduces the specific application of digital media art design in television advertising, outdoor advertising and other dynamic advertising design. The combination of digital media art and modern advertisement design can further enrich the connotation of modern advertisement design, improve the design quality, and to a certain extent, promote the development and improvement of digital media art, achieve common progress.

KEY WORDS: Digital media art; modern advertising design; combination

当前, 新媒体、数字影像、CG 特效、网络技术 在不知不觉中走进了人们的生活, 并迅速成为当代 知识经济产业的核心产业。此类数字媒体艺术的快速 发展, 极大地丰富了现代信息行业的内容和形式, 一 时间, 手机媒体、数字电视、移动电视、交互游戏、博 客、微博、微信等凭借极快的传播速度和极广的传播 范围迅速占领了人们获取信息的所有渠道^[1]。作为受 影响最大的行业之一, 现代广告设计也从影视广告、 网络广告等方面开始应用和推广数字媒体艺术, 取得 了不错的市场效果。为了使这一技术形式获得更加深 入的发展, 为人们的生活提供便利, 深入研究数字媒 体艺术与广告设计的结合成为必然。

1 数字媒体艺术的概述

数字艺术指的就是数字化的艺术, 主要通过计算 机技术设计或制作出具有现代美学感的艺术作品, 这 种建立在电脑硬件和数字艺术设计软件的基础之上的 数字艺术具有独立的审美意义, 在其支撑下, 新的 媒体形态不断出现, 极大地丰富了艺术作品的语言和 表现形式, 增强了作品的感染力, 使观者感受到一种 虚幻中不乏真实的体验^[2]。更难能可贵的是, 在数字 艺术的支持下, 人们并不需要专业水准的绘画能力, 就可以通过微博、微信、博客、视频等社交平台进行 自由分享和传播, 这大大激发了受众的创作热情, 出

收稿日期: 2017-05-11

作者简介: 郭志鸿 (1969—), 女, 浙江人, 硕士, 南昌师范学院讲师, 主要研究方向为艺术设计、美术教育、服装设计、数字媒体艺术。

现了大量优秀的草根作品。这些都是传统创作方式无法实现的,对现代的艺术设计的影响和改变尤为深刻。充分利用数字媒体艺术能够更好地满足现代人们的心理、情感需求,提升他们对艺术的接受与享受速度,满足受众对于信息的巨大需求。

2 数字媒体艺术在现代广告设计中的应用原则

数字化技术的实现,把设计师解放了出来,很多较为繁琐的设计理念、建模语言、组织方式、设计形式等,都可以轻松进行打包和批处理掉,让产品设计本身具有时代意义和智能化色彩^[3]。然而,这并不以为着数字媒体艺术可以彻底代劳或者盲目使用。尤其在现代广告设计中,设计师必须脚踏实地,遵循一定的设计原则,通过认真分析产品所需,合理增加视觉传达设计的形式与内容,拓展产品的更多可能。

2.1 坚持真实

真实是一切产品设计的基本原则,也是必须遵循的原则。对于现代广告设计来说,其最终目的是真实地宣传产品。在运用数字媒体艺术时,只有以客观事实为依据,将内容与推销的产品或提供的服务相一致,才能以真善美的审美情趣去感染受众,实现预期的目的^[4]。如果肆意夸大、弄虚作假,严重偏离客观事实,不仅不会引发受众的共鸣,还会造成反作用,让受众对产品失去信任。

2.2 创意优先

创新是现代广告设计发展壮大的重要方面。想要以个性化内容和独创的表现形式崭露头角,获得受众的肯定,创新是必须。创新的实现离不开新颖的创意。诚然,数字技术的迅速发展,为现代广告设计提供了极大的便利,带来了更多的可能,但利用不好反而会成为束缚设计师思想的主要方面。正确的做法是让数字媒体艺术服务于广告创意本身,让个性化的创意能够在数字媒体艺术的辅助下实现更大的艺术魅力^[5]。

2.3 激发情感

现代广告设计在数字化的使用过程中,激发情感,引起受众注意,让他们在情感的指引和感召下走进广告设计的创意,产生购买欲望。在商品多样化的今天,同类商品往往有着大同小异的外在形式和内在^[6]。消费者在选择时,大多是从形象开始的,因此在广告设计中要从形象入手,通过数字化技术的配合设计出具有浓郁的感情色彩的宣传广告,让受众引起注意,充分发挥形象的感染力与冲击力,激发欲望,从而促成行动。

2.4 规范系统

现代广告设计作为一种信息传达的视觉形式,既要合理地控制信息,又要体现艺术品质,而这便造就

了另一个重要的原则——规范系统。在运用数字媒体技术进行广告创意时,无论是策划、创意、设计活动还是图形、文字、色彩、图表,都要科学择取信息,在规范系统的前提下,向大众传达商品和服务信息以及消费观念,这样才能在信息传导条件下实现新的视觉设计,提高传播效果,发挥传播作用,实现广告信息的有效传递^[7]。

3 数字媒体艺术在现代广告设计中的具体应用

当前,数字媒体艺术发展迅速,不知不觉中,已成为人们生活中不可分割的一部分。具体到现代广告设计而言,数字媒体艺术使广告作品呈现出多元化的方式,不仅有了更加精致的音频和画面,还提升了作品质量,具备了新的活力^[8]。下面就从影视广告、户外广告以及其他动态广告 3 方面对数字媒体艺术的应用展开详细论述。

3.1 数字媒体艺术在影视广告设计中的应用

影视广告在进行传输的过程中很少受各种客观条件的限制,如果具备非凡的创意,就能给观者带来意想不到的视觉冲击。只是在传统的影视广告设计制作过程中,为了节约成本,墨守陈规的设计方式影响了其原本的价值。数字媒体艺术的加入,让传统的影视广告设计有了坚强的后盾,配合设计师不断提升的创意思维,不仅具备了更加鲜明的色彩对比,而且还丰富了表现形式,无论是对人物形象构建、气氛烘托还是虚拟现实、时空错觉置换都有了质的飞跃,完美展现了影视作品的艺术魅力。以影视片头广告为例,为了展现影视节目丰富的思想内涵,使其更符合观众的审美需求,设计师可以利用数字媒体艺术进一步整合图形、文字、影像和声音,实现影视广告与内容的关联,使其在特定的文化氛围中发挥应有的作用^[9]。比如曾获得奥斯卡金像奖的电影《阿凡达》的广告设计就采用了很有代表性的数字化特效。其中,捕捉虚拟合成扣像技术将演员穿上有节点的衣服进行适时捕捉,制成逼真的动画;3D 摄影机将身穿动作感应紧身衣的主角动作一一抓拍,合成了主角在特技森林场景中演戏的画面。可以说,电影之所以成功,这些先进的数字技术提供了巨大的支持,得益于此,电影最终形成了强大的视觉冲击效果,带给观众强烈的视觉体验,完美展现了电影的风格和主题内涵。

3.2 数字媒体艺术在户外广告设计中的应用

户外广告由来已久。在我国,户外广告即使在不同地区同样有着非常广泛的应用。然而,相对于其他广告形态来说,户外广告发展速度并不快,甚至是较为缓慢的。进入 21 世纪,随着科技的发展,户外广告设计与数字媒体艺术实现了完美结合,逐渐走上了

飞速发展的快车道,不仅整体营业额逐年递增,而且呈现出旺盛的发展势头,涌现出多种多样的形式。比如,电子互动触摸屏、数字橱窗、数字墙体、电子显示屏、交通工具数字媒体广告等,这些全新的户外广告形式在发展过程中能够跟随人们的社会生活空间和固有习惯进行改变和调整。正因如此,只要是人们生活工作中经常接触的地方(街道、建筑物、车站),户外广告必定是其中的固有存在。最有代表性的是社区广告,依托数字媒体技术,这一广告形式已经成为了新媒体广告不断扩张和占领的地盘。

3.3 数字媒体艺术在其他动态广告设计中的应用

在动态广告设计中,数字媒体艺术的应用为其增添了新的表现语言,除了高质量的画面、高清晰度的音频,还有高饱和度的色彩,为设计师提供了更加广阔的创意空间,进一步丰富了设计制作方式。比如,在数字媒体艺术作用下,三维动画广告的作品形象越来越逼真,趣味性也越来越强;利用动画软件制作 flash 广告,通过电视频道或者互联网技术等多媒体客户端进行信息传播,更加增强了信息的交互性。以网络广告为例。网络广告是从各种新兴的数字媒体广告形态中逐渐产生出来的,包含了动画、视频、声音、动态图片、flash 等众多内容。这种广告形式想要提升表现力,必须依托数字媒体技术以感觉媒体的形式呈现在受众面前,以新颖独特的体验方式提高传播效率^[10]。比如百度搜索引擎就是搜索引擎这种网络广告形态中最具代表性的。百度搜索引擎通过数字媒体艺术与网络广告设计的结合,形成了一种崭新的竞价排名的广告形态,不仅发展迅速,而且为相关的设计应用带来了非常良好的灵感和标本。另外,数字媒体艺术中的数字化编辑程序,还能为各类动态广告设计提供剪辑处理素材的便利,在一定程度上减少拍摄的工作量。以公益性质的动态广告为例,数字媒体艺术中的非线性编辑处理技术可以在后期制作中为整个广告添加所需元素,甚至将人物的背景、转场等集中到后期统一实现,既节省了大量的拍摄时间,又为设计师提供了充足的创作空间,为整个广告作品的节奏添彩。需要注意的是,动态广告设计中的数字媒体艺术对于人们的生活有着重要影响。设计师在动态广告设计过程中,不能仅仅依赖于数字媒体等艺术语言制作作品,还要创新广告形式,将形式与创意、技术与作品结合起来,相辅相成,取长补短,将动态广告的效果最大化。

4 结语

数字媒体艺术的存在,为艺术设计提供了更多的可能,最大程度地满足了人们对艺术作品的现实要求。然而,任何事物都具有两面性。在为艺术设计带来便利的同时,如果设计师对数字媒体艺术的工具抱

有过高的期望或者依赖心理,便会束缚原有的灵感来源,甚至还会出现为了掩盖良莠不齐而产生的不良行为,因此,在现代广告设计中应用数字媒体艺术时,设计师应遵循一定的原则,在保证真实的前提下,通过个性化的创意,激发受众的情感,同时对数字媒体艺术的表现形式进行更深层次的发掘,进一步优化广告设计中的各种视觉元素,给受众带来更为直观且深刻的视觉冲击。只有经历了这样的过程,才能在数字媒体艺术的帮助下制作出高品质的广告设计作品。

参考文献:

- [1] 廖秉宜. 中国传媒数字化转型与广告生存形态变迁研究[J]. 广告大观(理论版), 2009(6): 58—61.
LIAO Bing-yi. China Media Digital Transformation and Morphological Change of Advertising on[J]. Outdoor Advertising(Theory Edition), 2009(6): 58—61.
- [2] 高亮. 论视觉传达设计中艺术形式语言的建构与拓展[J]. 美术大观, 2008(11): 125.
GAO Liang. The Visual Transmission Art Form in the Design of the Construction and Development of the[J]. Language Art Panorama, 2008(11): 125.
- [3] 闫如山. 论新媒介传播下的平面设计视觉语言[J]. 装饰, 2007(9): 63—65.
YAN Ru-shan. On the New Media under the Visual Language of Graphic Design[J]. Zhuangshi, 2007(9): 63—65.
- [4] 黄如. 现代广告的创意概念研究[J]. 大舞台, 2013(3): 159—160.
HUANG Ru. Research on the Creative Concept of Modern Advertising[J]. Big Stage, 2013(3): 159—160.
- [5] 王瑾. 浅谈数字媒体艺术与现代广告设计的结合应用[J]. 艺术科技, 2013(8): 330.
WANG Jin. A Preliminary Discussion on the Combination of Digital Media Art and Modern Advertising Design[J]. Art and Technology, 2013(8): 330.
- [6] 高璐. 浅析数字媒体艺术在现代广告中的应用[J]. 艺术科技, 2014(4): 99—100.
GAO Lu. The Application of Digital Media Art in Modern Advertising[J]. Art Science and Technology, 2014(4): 99—100.
- [7] 周卉. 动态广告设计中数字媒体艺术的应用[J]. 传媒, 2015(3): 55—56.
ZHOU Hui. Application of Digital Media Art in the Dynamic Advertising Design[J]. Media, 2015(3): 55—56.
- [8] 邱野. 动态广告设计中数字媒体艺术的应用[J]. 信息与电脑(理论版), 2015(6): 88—89.
QIU Ye. Application of Digital Media Art in Dynamic Advertising Design[J]. Information and Computer (Theory Edition), 2015(6): 88—89.
- [9] 刘晓丹. 数字媒体艺术中的影视广告设计研究[J]. 现代装饰(理论), 2014(4): 29—30.
LIU Xiao-dan. Research on the Film and Television Advertisement Design in Digital Media Art[J]. Modern Decoration(Theory), 2014(4): 29—30.
- [10] 郑蕾. 数字媒体技术对现代设计艺术的影响[J]. 美与时代, 2011(12): 27—29.
ZHENG Lei. The Influence of Digital Media Technology on Modern Design Art[J]. America and the Times, 2011(12): 27—29.