

网络媒体环境下的视觉传达设计探究

贾靖

(郑州工业应用技术学院, 郑州 451100)

摘要: **目的** 探索网络媒体环境下视觉传达设计的构成要素与发展策略。**方法** 对比传统的视觉传达设计与网络媒体环境下视觉传达设计, 探索两者的诸多不同之处, 引出网络媒体环境下视觉传达设计所展现出的强大生命力, 然后借助网络媒体的特征与其在视觉传达设计中表现出的自由、交互和实效等方面的突出优势, 就其在页面布局、视觉流程、图像处理、色彩搭配等细节上的具体要求展开探索, 并结合网络媒体环境下的页面设计和广告设计进行深入论述, 探索这一大背景下视觉传达设计的未来发展。**结论** 网络时代的发展促使网络媒体成为视觉传达的主要载体, 这不仅带来了视觉传达设计的变化, 丰富了设计风格、设计思维方式, 还凭借神奇的个性风貌影响着人们的生活, 满足了信息时代背景下人们对信息的现实需求。

关键词: 网络媒体; 视觉传达设计; 视觉流程

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2021)02-0233-03

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.02.037

Visual Communication Design in Network Media Environment

JIA Jing

(Zhengzhou University of Industry Technology, Zhengzhou 451100, China)

ABSTRACT: The paper aims to explore the elements and development strategies of visual communication design in the network media environment. The traditional visual communication design and the visual communication design in the network media environment were compared to explore the differences of them to elicit the strong vitality of visual communication design in the network media environment. And then, with the help of the characteristics of the network media and its outstanding advantages such as freedom, interaction and actual effect shown in visual communication design, specific requirements on page layout, visual process, image processing, color matching, etc. were explored. Combined with page design and advertisement design in the network media environment, in-depth discussion was conducted to explore the further development of visual communication design development under this background. The development of the network age makes the network media become the main carrier of visual communication, which not only brings the changes of visual communication design, but also enriches the design style and thinking mode. It also influences people's life with its magical personality style and satisfies people's realistic needs for information in the context of the information age.

KEY WORDS: network media; visual communication design; visual process

视觉传达设计是一种新型的信息表达方式,也是目前我国信息技术中应用十分广泛的一种形式,其主要借助艺术与信息传播的结合将作品展现在人们的面前,对人们的感官形成一定的刺激,让人们由此更加了解作品的内容与特征。随着时代的发展和科学技术的进步,视觉传达设计已经逐渐渗透到人们生活的

各个领域,为我国设计行业的发展提供了更多的可能。在具体的发展过程中,视觉传达设计受网络媒体大环境的影响,开始将动态的画面呈现在计算机上,配合网络媒体的策略进行调整和改进,呈现出许多优秀的新作品^[1]。然而网络的复杂性和网络组织的多样性给当前的视觉传达设计工作带来了很大的困难和

收稿日期: 2020-09-20

作者简介: 贾靖(1984—),女,河南人,硕士,郑州工业应用技术学院实验师,主要研究方向为视觉传达设计。

挑战。设计者必须对网络媒体进行充分的认识与理解,结合其特点进行个性化的创作与表达,以便实现各种信息的整合,让观者更好地进行浏览并保持整体思路的清晰,实现更好的设计效果。

1 网络媒体中视觉传达设计的特点

网络对新闻信息的组织多以超文本、超媒体等形式实现,网络信息借助图像、动画、文字、声音、视频等形式的媒体造就了文字媒介、声音媒介和视觉媒介的综合体,具有信息量大、交互性强、使用方便、图文声像并茂、检索快速等强大优势,因此在大众文化传播媒体中具有非常强大的生命力^[2]。基于网络媒体环境下的视觉传达设计也因此表现出如下特点。

1) 服务性。网络媒体视觉传达设计有着突出的服务性,在具体的设计过程中不仅要设计作品的外在引起重视,还要进行更加深入细致的分析,从中发现独特之处,找到吸引人们目光的合理方式,最大化地满足人们的现实需求^[3]。比如,当前很多的网购平台中的图案设计既可以很好地满足用户对商品的浏览和查阅需求,又可以给用户带来更加独特的感官享受,实现舒适的服务体验。

2) 交互性。网络媒体环境中视觉传达方式的多样化促成了网络用户接收信息方式的多样化。在这一环境下,网络用户摆脱了传统的束缚,不再局限于做信息的被动接收者,而是能够参与其中,接收信息的同时担负着信息加工、处理、发布的职责。这种信息的持续交互是其区别于其他设计类别的关键所在。

3) 时效性。网络媒体的视觉传达的突出优势是在于可以在数秒内将信息传达给观众,而不像其他印刷媒体那样需要很长的印刷、运输、发行等周期^[4]。这突出表现在,网络电视和广播以分秒进行计算的更新效率和传播效率远远高于报纸、期刊、杂志等以周或月计算的效率。

4) 自由性。网络媒体的视觉传达具有自由性特点,网络信息来源也具备多维性,这使得网络用户仅通过导航点击就可以在不同的网页间进行跳转,用户可以自由选择自己喜欢的页面进行观看,从而最大程度地满足用户对网络浏览的需求

2 网络媒体中视觉传达设计的应用细节

网络媒体视觉传达设计理想效果的实现并不是随意的,而是建立在完整的设计思维和创意的布局加工上的。因此,设计者必须在设计过程中对视觉元素进行合理的加工和搭配,加强相关内容支架的关联性,确保其功能性的合理发挥,更好地展现艺术价值^[5]。

2.1 页面布局

页面布局在网络媒体的视觉传达设计中十分重要。为了达到平稳的设计效果,设计者常将文字与图

像的布局设为左重右轻,主次分明,同时不追求过多的色彩,以保持整体内容的清晰。

2.2 图像处理

网络媒体的视觉传达设计在图像处理上多选择 gif 格式储存,提高整体的传输速度,细节上讲究以线和面为主,实现两者的有机结合^[6]。

2.3 色彩搭配

在色彩搭配上,由于网络媒体的视觉传达设计讲究给观者带来视觉冲击,所以常选择一些具有冲击力的颜色,有时也会应用色彩明度的变化来表现色差。另外,设计者常以白色和蓝色为主色调,配合其他颜色点缀,从而有效避免色彩的单调性,让整体更加清晰简洁^[7]。

2.4 视觉流程处理

在网络媒体的视觉传达过程中,各个元素必须分清主次,有序串联,形成一个有机的整体。比如,将主题设置在画面中最显眼的位置,以便更加迅速地吸引观者的注意;在画面的右端介绍相关信息,向观者传递信息,以起到宣传的作用。

3 网络媒体中视觉传达设计策略

作为一种新兴的媒体,网络媒体的主要视觉传递方式依然离不开视觉元素的配合与表达,无论是网络媒体下的页面设计还是广告设计都需要综合文字、色彩等元素进行艺术化表达,以实现更好的视觉传达效果^[8]。

3.1 网络媒体下的页面设计

互联网的基本构成元素是网页,可以说,每个网站都是由诸多网页构成的。网页设计就是建立在网络媒体之上的一种新形式,其既囊括了传统的报刊、杂志、海报等媒体的设计因素,又包含视觉美学、人机工程学、心理学、哲学等领域,整体的涉及范围非常广,且有着自身的设计特点,实现了声、像、文、视觉、听觉等的互动与补充,促进了信息的交流^[9]。

在文字设计上,网络媒体下页面的设计拥有更多的选择权,静态文字、动态文字、图像文字和色彩文字等都可以结合实际需求灵活选择^[10]。比如,动态文字可以通过色彩的变化和闪动来吸引用户的目光;图像文字以图片的格式显示有着很大的表现空间,并不会局限于电脑本身所带字体的影响。另外,设计者还可以让文字不断变换,只要用户点击不同时间段出现的文字,不同的界面或相关的信息内容就会即刻出现。需要注意的是,无论哪种形式的文字设计都要从信息内容的特点出发,做到字体与内容相适应,以更加清晰的存在帮助观者了解更多的内容。

色彩也是网页设计的重要内容之一,其在具体的

应用上有着自身的特点。鉴于色彩的好坏直接影响人们的观赏兴趣,必须从各个细节上进行科学、灵活的把握。其一,从色彩对比的视角看,设计者要注意这个色彩与其他色块以及元素的相互对比,合理选用色彩并明确色彩的具体位置。为了让网页的内容更加和谐,在背景色的选择上应以淡雅为主,同时做好文字与背景图案间的对比,让文字更加彰显易读性^[11]。其二,从色彩多少的视角看,一个网页的色彩应在统一的基本色调层次里。色彩的应用需要设计者在具体的选择时应根据实际需求保持背景色与内文、图形的相互协调、搭配。其三,从色彩变化的视角看,适当的色彩变化有助于用户了解网页的内容与主题事件。所以,设计者在进行色彩的选择与应用时应针对具体的网页进行适当的色彩变化,让用户轻松获得网页的主题。

从目前来看,图像、声音、视频与文字、色彩一样是网页设计中重要的视听元素,综合使用、合理搭配这些元素能够满足浏览者的视觉要求,实现技术与艺术的紧密结合,为用户在网页上迅速找到所需的信息的同时获得基本的视听体验的满足。

3.2 网络媒体下的广告设计

网络媒体本身就是一种媒体广告形式,实现了中国特色与互联网技术的有机结合。网络广告作为一种新型的广告形式,更是融入了人们网络生活中的各个方面,有助于创造出一种愉快的视觉环境,推动行业的快速发展,所以该形式逐渐成为了现代企业进行宣传营销的主要手段^[12]。成功的网络广告在利用国际互联网这种载体的基础上,合理组合版面、文字、色彩等要素,通过图文或多媒体方式实现强烈的视觉效果,提升广告内容的传达率,给观者带来全方面震撼。

主题目标的实现是网络广告成功的主要标志之一,所以设计者一直在主题的表达上追求创新与创意,希望以标新立异的方式创造出更加完美的视觉语言,让广告的主题得以更加准确的表达。有了主题的确,设计者再配合文字元素、版面元素以及色彩元素等进行进一步的丰富和完善,从而促使网络广告视觉传达设计获得理想的视觉传达效果。

网络广告在版式设计上呈现出多样化的特征,因此设计者要注意做好视觉流程的合理引导,以丰富版面的形式让网络广告的独特性与灵活性得到展现,时刻抓牢观者的视线^[13]。一方面,结合网络广告信息传达对象的特点合理安排容易引起受众关注的视觉元素;另一方面,依据主体内容合理控制网络广告中的图片和文字的比例,让整体呈现出和谐的视觉效果。

文字元素也是网络广告视觉传达设计中不可替代的存在。文字元素有着独特的表现力,无论是图形文字还是文本文字都能够丰富网络广告的视觉表现,让整体的视觉效果更加饱满,尤其是图形文字更是给了观者不同的情感体验。需要注意的是,在具体的设

计应用中应遵循版式和观者的阅读规律,强化整体的视觉张力。

色彩元素的运用更是关系到网络广告的成败的关键。这是因为色彩有着强烈的表现力,不同的色彩搭配不仅可以创造出符合广告内容主题的理想艺术效果,还可以更深层次地影响观者的情绪状态,在提高视觉冲击力的同时唤起观者的情感共鸣。比如,红色的室内布置可以给人以热情、兴奋的情感暗示;蓝色调的汽车展区展现高科技和现代的感觉。可见,只有真正理解了不同颜色的内在涵义、关系和规律,才能为网络广告设计助力,实现更加理想的设计效果。

4 结语

网络媒体的迅速发展已经在逐步改变着人们传统的思维方式和生活方式,也在一定程度上提升着人们的审美要求与体验,网络媒体的视觉传达设计更是这一方面的突出代表。不过网络媒体在促进视觉艺术设计发展的同时,也出现了一些制约因素,这对设计者提出了更高的要求。只有进一步明确网络媒体中视觉传达设计的特点及应用细节,不断地优化和更新各种能有效提升网络媒体视觉设计效果的元素,实现彼此之间的连接性、互动性、创新性,才能设计出更多优秀且独特的视觉艺术设计作品。

参考文献:

- [1] 钟惠辉. 网络媒体的视觉传达设计[J]. 科技传播, 2012(1): 207-208.
ZHONG Hui-hui. Visual Communication Design of Network Media[J]. Science & Technology Communication, 2012(1): 207-208.
- [2] 董阔. 网络媒体的视觉传达设计[J]. 艺海, 2018(8): 90-91.
DONG Kuo. Visual Communication Design of Network Media[J]. Yihai, 2018(8): 90-91.
- [3] 苟春艳. 网络媒体的视觉传达设计研究[J]. 文艺生活·文海艺苑, 2014(4): 173.
GOU Chun-yan. Research on Visual Communication Design of Network Media[J]. Literary Life·Wenhai Yiyuan, 2014(4): 173.
- [4] 张应华. 网络媒体下广告的视觉传达探讨[J]. 课程教育研究; 新教师教学, 2016(15): 279.
ZHANG Ying-hua. Visual Communication of Advertising under Network Media[J]. Curriculum Education Research: New Teacher Teaching, 2016(15): 279.
- [5] 李永婕. 浅析新媒体环境下广义的视觉传达设计[J]. 新西部, 2011(5): 124.
LI Yong-jie. Analysis of the Generalized Visual Communication Design in the New Media Environment[J]. New West, 2011(5): 124.

(下转第242页)