

新媒体时代下视觉传达设计的创新与发展

纪斐斐 韩萍萍

(德州科技职业学院, 山东 即墨 266200)

摘要: 随着科学技术快速发展, 在此背景下各行各业都能广泛应用新媒体技术, 当下视觉传达设计带来更新的发展机遇和挑战, 基于此, 视觉传达设计师必须进行推陈出新, 推动视觉传达设计水平的更新升华。本文对新媒体时代下视觉传达设计的相关概念进行阐述。视觉是人类获得信息最重要的直观方式, 新媒体时代步伐的加快, 让视觉传达设计在色彩、感观、画面和结构上都有了巨大的突破和发展, 能够持续地满足人类对于信息的需要。

在新媒体时代, 信息技术已经非常成熟, 使用方法也越来越多, 而且, 视觉传达设计也在飞速地发展, 它有其自己独特的表达方式, 可以迅速地让受众接收到相关的信息, 它不仅打破了传统媒体的限制, 也给设计师带来了更多的创造力和想象力。因此, 本文从新媒体时代的视角下进行切入, 进而探讨视觉传达设计的创新与发展。

关键词: 新媒体时代; 视觉传达; 创新发展

一、视觉传达设计的概念

视觉传达设计是一种集合了视觉艺术的综合体, 设计师通过合理组合点、线、面等视觉元素, 完成向大众传递信息的任务, 通常应用于现代商业活动中。在这一过程中, 视觉传达设计师和从业者需要利用视觉媒体符号和手段将信息展示给受众, 并与受众保持密切联系。他们通过创意和表现力, 及时有效地将具有一定思想概念的作品传达给受众。

视觉传达设计作为一门艺术, 旨在通过图像和视觉元素的设计, 传递特定信息和情感。设计师们通过对形式、色彩、排版等方面的精心处理, 创造出富有表现力和吸引力的作品, 以满足现代商业活动对于宣传、广告和品牌塑造的需求。在这个过程中, 设计师需要考虑受众的感知和接受能力, 以确保信息传递的有效性和准确性。

视觉传达设计师和从业者的工作不仅仅是简单地将信息呈现给受众, 更重要的是在这个过程中将创意和概念巧妙地融入其中, 从而使作品更具有说服力和感染力。他们需要不断学习和探索新的设计理念和技术手段, 以跟上时代的发展潮流, 不断提升自身的设计水平和审美观念。

因此, 视觉传达设计不仅仅是一种艺术创作, 更是一种与受众互动的过程。设计师和从业者需要通过自己的作品与受众建立起心灵的连接, 使设计作品在传递信息的同时, 也能引发共鸣, 产生深远的影响。视觉传达设计的价值和意义在于它能够促进交流, 传递情感, 引发思考, 为商业和社会活动注入更多的创造性和活力。

二、新媒体时代下视觉传达设计的创新

(一) 互动创新方式

视觉传达设计始终将受众的感觉和感受作为设计思想和创新发展的基础。在新时代的背景下, 设计从业者需要充分发挥新媒体技术的优势, 更加注重受众多个感官对视觉综合的体验, 以创造出创新而有创意的视觉信息传递方式, 为受众带来全新的信息体验。

随着科技的飞速发展, 新媒体技术已经成为视觉传达设计不可或缺的工具。通过融合音频、视频、动画等多种元素, 设计师可以在视觉传达的基础上, 让受众通过多个感官去感受和理解信息。例如, 在品牌推广中, 设计师可以运用虚拟现实技术, 让受众身临其境地感受产品的特点和价值; 在电影宣传中, 设计师可以巧妙运用音效和视觉效果, 营造出令人震撼的观影体验。这些

创新的方法使得受众能够更加深入地参与到视觉传达设计中, 获得更丰富、更立体的信息体验。

此外, 视觉传达设计也需要不断提高综合感官的表达能力。设计师应该注重触觉、嗅觉、味觉等非视觉感官的运用, 使设计作品能够更加全面地刺激受众的感官体验。例如, 在食品包装设计中, 设计师可以选择与食物质感相符的材料, 让受众通过触摸来感受食物的口感; 在香水广告设计中, 设计师可以巧妙运用气味元素, 让受众通过嗅觉去感受香气的魅力。这种多感官的设计方式使得受众能够更加身临其境地感受到设计所传递的信息, 增强了信息的吸引力和可感知性。

1. 听觉创新

随着多媒体技术的不断发展, 视觉传达设计已经不再局限于单纯的图文呈现, 而是更加注重多感官的融合表达。除了视觉感知之外, 听觉的运用也越来越受到设计师们的关注。声音作为一种重要的表达方式, 可以通过音乐、语音等形式来补充视觉传达设计的内容, 达到更加全面的信息传递效果。

在视觉传达设计中, 音乐作为一种强有力的情感表达方式, 可以为设计作品增添深度和情感共鸣。比如, 在广告宣传中, 配以适当的背景音乐, 可以让受众更好地感受到产品的理念和价值; 在游戏设计中, 恰当的游戏音效可以增强游戏的氛围感, 更好地营造出游戏世界的沉浸性。此外, 在一些视觉设计作品中, 设计师还可以将音乐符号等元素巧妙地融入到设计中, 使得受众能够通过听觉感知更多的信息, 从而达到更好的传达效果。

除了音乐的运用之外, 语音也是视觉传达设计中重要的表达方式。通过语音的运用, 设计师可以为受众提供更加直观、生动的信息呈现方式。例如, 在智能家居产品的设计中, 设计师可以通过语音交互的方式来指导用户使用产品; 在旅游指南的设计中, 设计师可以通过语音导览来为游客提供更方便的服务。同时, 语音也可以作为视觉设计作品的一种表现形式, 比如在艺术展览中, 设计师可以将艺术家的演讲录音融入到展览中, 使受众更好地理解艺术作品的内涵。

2. 触觉创新

在科学技术快速发展的信息时代前提下, 电子信息设备的受众者程度与日俱增, 传统的视觉传达设计得到了硬件的有效提升。同时优势在于电子设备的更新换代给人们带来强大的视听感受的同时, 可以说是一种强烈的心灵触觉感。但同时设计从业者还要有创新和创造的决心和毅力, 通过完美的触觉新媒体和 3D 技术给

人们带来良好的互动。例如鸿星尔克在互动营销专题会中,观众只需通过两根手指就能控制屏幕画面下方,此时人物就会进行跑步运动,手指点击的频率越高,跑步的速度就越快。新媒体技术比较突出的优点在于借助简单的操控来增强人与界面的交互体验,就像鼠标操作一样更方便灵活,所以说在视觉传达设计现有的基础上,创新技术急需把触觉加入其中,这样听觉和视觉才能有更加综合的体验。

(二) 视觉创新

新媒体技术的应用以数字化、抽象化处理图像为基础条件,同时可以通过多种方法传播有效信息。视觉创新设计主要有以下方面的优点:

一是加强视觉信息传播速度。新媒体技术更新对视觉传达设计有举足轻重的影响,只有不断创新才能将新媒体技术的优势表现出来,给受众展示多维空间的资料,便于受众直接获得视觉信息,从而吸引眼球。视觉动态化传达设计可融入多种元素,可通过多种感官感受接受综合复杂信息,这样在数字时代前提下,受众者获得了全新的升级体验,也是视觉传达从业者和设计师们的努力结果。

二是静态和动态相比较,动态表现力传播率更强,视觉传达设计从业人员应着重表现这一点,动态处理图文信息,便于受众者对信息把握更加准确,这样使传统表现方式给受众带来的视觉疲劳在感官和心理上得到消除,使产品设计的作品在传播时更有趣味性,挖掘了作品的潜藏内涵,增强了信息传递效果体验。

(三) 视觉传达语言创新

随着新媒体技术的不断发展提升,视觉传达设计创新语言又与传统的设计语言差异化较大,为全新技术语言中的其中一种,是综合性和全新方位的一种设计语言现象,体现了社会文化的进一步提升,其内涵远远高于设计艺术品本身,比如颜色、图形、光影、符号等,必须进行表现形式的创新,所以可以通过平面元素组合排列的方式,借助视觉先后强弱等方法表达作品的内涵感情,通过简约化及符号化的表现形式,满足受众者对作品的精神化、艺术化、审美文化价值等心里需要。在新媒体技术快速发展背景下,群体民众逐渐提高对视觉传达作品层次方面的需求,创新和发展视觉传达设计语言提上日程,在此亟需提升表达作品的内涵,增强作品新颖性和创新性,在构建视觉作品过程中更好体现要传达的精神内涵。

三、视觉传达在新时代背景下的发展

(一) 越来越重视以人为本的理念发展

在我国已经很早就提出以人为本的理念,科学发展观的核心就是以人为本。因此视觉传达设计的发展大计必须突出以人为本的理念,在新时代技术优势较突出的背景下视觉传达设计必须以用户体验至上为原则。对人的传达是视觉设计的核心,若设计的作品没有与人产生交流,那就是毫无意义的作品。新时代技术背景下的视觉传达设计具有较强的传递知识内容的互动性,通过互动环节我们可以加深对作品的了解,因此很难通过这种方式产生很强的认同感。但在互联网快速发展的过程中形成了社会关系网,我们的信息交流被互联网记录,对设计师而言新时代下新技术提供了广阔的人本空间,合理利用时代性较强的设计元素和表现方法,从内容到视觉表现,以人为本的设计必然成为时代主流。

(二) 静与动的过渡

随着新媒体技术的发展,视觉传达设计的表达方式也发生了变化,转向了动态化。动态化的实现离不开信息和技术的指导,

并成为了视觉传达设计发展的必然结果。在动态化设计中,除了关注图像的表现,还需要高度重视文字的输出。通过将图像与文字融合,可以形成出色的视觉传达设计作品,并更好地展现其内涵。因此,作为视觉传达设计人员,我们需要深入理解文字的意义和内容,注重美感,发挥艺术性文字的强大感染力。

(三) 交换的互动性

视觉传达交互设计有了新媒体技术的支持,信息交流性也变得及其方便,是一种很强的交流体现。作为视觉传达的设计者,也需要了解更多的人的审美需求,有效的搭配设计元素和使用,将听觉和触觉元素相融合,在智能化信息等技术的帮助下,我们可以更好地融入生活场景。此外,如果使用者可以操控画面,可以使我们更加地了解信息的活动性环节,更加增加趣味性。

(四) 内容和形式短篇化

随着新媒体技术时代的到来,技术多出行业得到了越来越多的使用与关注,现在我们居住的生活的节奏越来越快,信息传播的及时性、动态化、有效性、快速阅读模式使得视觉传达设计的内容与形式呈现出短篇化的趋势。

(五) 虚拟化网络世界

随着设备技术的不断提升,视觉传达表现的内容也是多种多样。此外,在视觉传达设计的虚拟化落网发展过程中,多方面的立体性设计更加深入人心,更有利于行视觉传达设计业的发展,不仅使设计内容增加多样化,而且设计效果也更加模拟现实生活。

(六) 特定主题化

在现在中国经济迅速发展、人民生活质量不断提高的同时,个性化的设计更容易被关注。作为新时代的视觉传达设计者,也需要遵循特定主题个性化的原则。在设计之前,需要做好全面的资料 and 数据的搜索,让大众的需求可以充分地满足,从而使设计更加的准确与多样化。例如,对于一个企业而言,如果想设计一个企业代表的吉祥物,那么就需要融入更多的企业生活的元素,让产品设计更有代表性,更具特定主题性。

(七) 智能手机随身带设计趋势

随着社会不断地发展,人民的收入也不断地增加,智能化的通讯工具也日益增多。大部分人都将智能手机带在身边,并且在日常工作、生活中都会经常使用。日常生活的手机经常会待在身边;在视觉传达设计中,应用手机中的软件开展设计工作,其功能的严谨特殊,也可以进一步提升设计的方便性。

四、结语

综上所述,视觉传达设计师需要紧跟时代潮流,更好地适应经济市场需求和时代发展趋势。设计人员应深入了解信息传递的属性和特征,加大整合利用力度,突破视觉设计的局限,推动视觉传达设计领域迈向新的发展高度。

参考文献:

- [1] 王艺琳,吴苏童,刘一婧.新媒体下视觉传达设计的发展及创新探讨[D].数码设计(上),2020,9(2):255~256.
- [2] 付春阳,岳思娟.新媒体时代视觉传达设计的创新策略[J].传播与版权,2020(2):2.
- [3] 陈文亮.新媒体时代下视觉传达设计的创新与发展[J].视界观,2020(7):1.
- [4] 潘茜.新媒体时代下视觉传达设计的发展与创新[J].艺术科技,2019(12):2.