

数字媒体技术在视觉传达设计中的体现与应用

杨盛男 董翔宇 康聚旺

(烟台南山学院, 山东 烟台 264000)

摘要: 随着互联网时代的蓬勃发展, 在大量信息的冲击下, 人们对于视觉美观的要求也越来越高, 这便要求视觉传达设计的水平也要随之提升。近年来, 视觉传达设计的发展受到了数字媒体技术的影响, 在表现方式与风格美化方面呈现出了崭新的形态与内涵, 凸显了数字媒体技术在视觉传达设计中的重要作用, 也体现了其在视觉传达设计中的应用潜力。本文从数字媒体技术对视觉传达设计的影响作为出发点, 分析了两两者之间结合的特点, 从实际应用中进行了详细探讨, 以期在现代视觉传达领域提供有效参考。

关键词: 数字媒体; 视觉传达设计; 应用; 分析

数字媒体技术中囊括了多种信息资源, 并且其具备在短时间内将大量资源进行整合的功能, 为视觉传达设计的发展提供了丰富的形式及技术支持, 创造了充分的发展空间, 并且让其表现手法更加直观和生动, 从受众的角度提供了多样化的体验方法和视觉感官, 推进了视觉传达设计的革新。在我国的很多行业中, 都能看到视觉传达应用数字媒体技术的影子, 其具备的便捷视觉传播特点, 提高了人们的观感体验, 再加上现如今互联网技术不断发展, 给了视觉传达设计相当多的发展机遇。

一、数字媒体技术对传统视觉传达设计的影响

(一) 为视觉传达设计带来了新载体

信息传播的形式对视觉传达的效果有较大影响, 因为视觉传达就是基于信息载体进行设计的。数字媒体技术主要以计算机和互联网作为信息的传播途径, 在呈现效果方面, 可以有效拓展视觉传达设计的传播形式, 使其表现手法不再单一。数字媒体技术还能将传统视觉传达设计中的语言、文字、声音及图像等形式与数字进行相互转化, 创新传统视觉传达设计的传播形式, 为信息传达赋予更强烈的视觉效果, 推动视觉传达设计的整体发展。

(二) 为视觉传达设计带来了新机遇

数字媒体作为信息载体之一, 具备承载信息量大、更新速度快、传播范围广、传播速度快和互动性强的优势, 这些优势是传统传播媒体所不具备的。因此, 在视觉传达设计当中应用数字媒体技术, 不仅能够让其设计领域内容实现丰富化, 还能够为信息传播构建出全新的平台, 让视觉传达的呈现方式也从平面变为立体, 从单向变为双向, 给予了视觉传达设计发展的新机遇, 甚至让视觉传达设计走向新的层面。

(三) 为视觉传达设计带来了新挑战

相较于传统视觉传达设计的效果, 在融入了数字媒体技术以后, 新时代的视觉传达设计能够以崭新的视觉语言与传播形式向人们传达越来越复杂的信息, 带给人们焕然一新的视觉体验。因此, 数字媒体技术也受到了很多传达设计师的钟爱。但是, 如果要将数字媒体技术在视觉传达设计中运用到炉火纯青的地步, 不仅需要设计师精通多种设计软件, 还要对相关硬件技术有所了解, 同时对其现代化的设计思维也有一定要求, 再加上数字媒体技术更新的速度较快, 设计师必须不断掌握新的视觉语言, 才能达到最佳的呈现效果。如此一来, 设计师需要不停学习最新技术和前沿理念才能跟得上时代的更迭, 难度自然较大, 这也是数字媒体技术应用在视觉传达设计领域后带来的新挑战。

二、数字媒体背景下视觉传达设计的新特点

(一) 虚拟创作的逼真性

在传统媒体传播技术当中, 由于技术、表现技巧及传播理念

等方面的原因, 无法为人们提供出视、听、感、嗅全感官的综合信息, 然而数字媒体技术却并不受此条件的限制, 因为其可以将文本、音频、视频以及图像等信息进行数字化处理, 并将处理完毕后的数字信息通过智能算法进行有效转换, 最终将抽象的信息具体化, 构建出逼真的虚拟情景, 给予人们全感官信息体验, 让受众恍若置身于真实情景中。例如, 在晚会上, 舞台上的演员与舞台融为一体, 并且根据不同的节目制造出相关的真实场景, 让人难辨真假, 给观众带来了震撼的视觉体验, 又增强了节目的可观性。又如, 在广告传播当中, 食材可以像人一样说话、跳舞, 在屏幕上活灵活现, 这便是利用了数字媒体技术为其赋予了新的价值, 传播出了新的视觉效果。

(二) 视觉传达的交互性

交互性是数字媒体应用在视觉传达设计中的优势之一, 其能够对受众的视觉认知进行影响, 让受众仅仅通过视觉便可以进行全面感知, 实现二者之间的互动交流, 这种视觉传播最大的作用便是可以让观众快速感知, 不存在滞后性。由于这种类型的设计方式充满了个性化, 目前应用的领域主要是网站、游戏界面、交互广告等, 可以对人机互动交流进行有效体现。此外, 视觉传达技术还可以借助数字媒体技术的优势, 突破时间与空间的局限性, 让视觉传播对象拓展到各个领域, 从而进行高效信息传达。

(三) 传达设计的综合性

数字媒体技术将文本、动画、声音、图形、视频等多种形式相结合, 解决了视觉传达设计中简单的呈现方式, 既拓宽了传播渠道, 又增强了传达效率, 也能够让受众获取到更为丰富多元的信息, 以多元化的特点满足了受众多变的审美要求。

(四) 视觉设计的亲和性

在数字媒体作为技术支撑之后, 视觉传达设计迎来了飞速发展, 开始注重技术呈现和视觉效果, 但是无论是技术抑或效果, 抑或是传播的速度和广度, 都仅仅是触及到了传播的表层含义, 其核心还是想要表达的内容。近年来, 视觉传达渐渐从追求技术与效果, 渐渐回归到了内容的创作上, 开始具备了人性的内涵, 在设计中充满了浓厚的家国情怀, 满足了人们对于情感方面的需求。例如天津、湖北等地的博物馆, 纷纷开通了线上 VR 实景观看的功能, 利用虚拟现实技术的沉浸感以及增强现实的交互感提升了参观者参观博物馆的交流互动体验, 满足了人们足不出户参观博物馆的需求, 可以让广大民众随时随地了解历史, 增强人文精神及民族自豪感, 也能让更多人了解博物馆内的文物故事、历史意义和研究价值, 既扩大了人文历史的传播范围, 又增强了博物馆的影响力。因此, 数字媒体技术能够让视觉传达设计构建出更好的作品及平台, 为大众传播正能量信息, 影响受众的审美

趋向,丰富人们的闲余生活。

三、数字媒体技术在视觉传达设计中的应用

(一) 数字媒体技术在商业视觉传达设计中的应用

传统视觉传达渠道主要有书籍类、电视类、LED屏广告类等,整体渠道较少,且形式单调,而数字媒体技术运用在视觉传达设计当中后,由于对各类型的元素进行了综合,让视觉传达的效果更为立体,渠道更多,传播覆盖的人群也越来越广泛。究其原因,无论是从技术层面还是呈现效果,都相较于之前有了翻天覆地的变化,能够快速捕获受众的喜爱。所以,数字媒体技术也被广泛应用在商业领域,甚至有一些行业将视觉传达设计当成了主要营销手段。例如租房软件中,不仅能够通过看房屋图片了解房屋信息,还可以实景看房,让租房者观看房屋的具体情况,为之带来了便捷;在2022冬奥会中,吉祥物“冰墩墩”的整体设计与宣传便使用了数字媒体技术,设计师在“冰墩墩”身上融合了文字、声音、动画等视觉元素,将其与数字媒体相结合,让“冰墩墩”无论是从造型上还是动画呈现上,都增加了更多的交互性,将其制作成了一款多元化的吉祥物,不仅塑造了一个知名IP形象,还让“冰墩墩”的形象更加生动活泼,令其商业价值骤增的同时,也为宣传冬奥会做出了杰出贡献。所以数字媒体技术在视觉传达中的运用,让商业产品的设计从平面化进化到了立体化,并且凭借丰富的呈现方法,又将立体化推向了多维化时空的发展,让其具备了多元化的生命力,也让视觉传达的效果更具备审美价值和现实意义。还有,在现在的视频广告中,数字动画技术的应用已经是家常便饭,为用户还原真实场景已经成为了每个商家的共识,为人们带来更多视觉享受空间的同时,也让自身的个性化需求得到满足,对商业广告的艺术价值有增强作用。又如,在2010年上海世博会期间,一副动态化的清明上河图一经展出便令无数国民震撼。这副清明上河图便是运用了数字媒体技术,将汴河两岸的生活场景还原了出来,包括人物的动作和声音都进行了细致入微的展现,向人们展示出了一副栩栩如生的宋代真实生活场景动态图。

(二) 数字媒体技术在企业视觉形象设计中的运用

数字化企业视觉形象设计分为两个部分,一部分是企业形象的基础设计,另一部分是企业形象的应用实践,这两部分设计的相辅相成,构成了企业最终的视觉形象。而伴随着数字技术在视觉传达设计中的运用,在数字化企业形象设计中,其标志应该是多变、立体、动态的,也好满足不断更迭的媒体传播趋势。例如在基础企业形象标志设计时,要注重字体的变化,和其中所蕴含的意义,要与企业的行业、价值观相符合,利用数字媒体技术将其呈现出来。值得一提的是,基础企业形象标志在视觉传达方面要注意以下几个问题:字体必须符合大众审美,其中掺杂的元素不宜过多,颜色运用不宜过杂,结构不宜过乱,以防引起大众的审美疲劳,抓不住其眼球。而在动态形象视觉方面,可以立足于企业基础形象标志之上,另辟蹊径,开拓出一个全新的形象,可以是虚拟人物、动漫形象等,如各大手机厂商标志性人物形象,便为其宣传提供了有力手段,增加了人们的印象。故而,现代企业在运营中越来越依赖于数字媒体技术与视觉传达设计,在其电子名片与宣传模式方面也进行了尝试性融入。起初,纸质名片与企业宣传册的形式,不足以引起人们的兴趣,而设计师将其通过数字媒体技术的制作后,加强了视觉传达的效果,用更加直观生动的方式,为企业形象的宣传提供了强有力支撑,也从侧面为企业塑造出了具有特色的形象。除此之外,数字媒体技术在企业视觉形象个性化传达方面也有较大优势,即可根据企业需求来量身

定制,制作出能够展示企业文化内涵的形象,为传播其文化与价值观做了有力铺垫。此外,近年来开始流行的街头3D屏幕,也为相关企业的宣传制造了声势,增强了传播效果。

(三) 数字媒体技术在电影片头设计中的运用

数字媒体在影片制作中的运用,早在20世纪便已开始,不过在21世纪后,伴随着数字媒体技术不断发展,技术水平日渐升高,其在影片中应用频率也逐渐加强。数字媒体在电影中的运用,为观众制造了一种虚拟真实的观影体验,沉浸在这种视觉效果中,观众往往并不能准确分辨出真假,这恰恰大幅度提升了观众的代入感,提升了整体观影感受。同时,数字媒体技术在电影中的运用,能够丰富电影的创作素材,增加电影的类型。而电影片头的制作,往往决定了观众的留存率与好感度。电影片头的设计,主要是设计师根据情节的变化,通过数字媒体技术对其重要元素进行重构和编排,给观众传递出视觉上的美感。电影片头需要借助数字媒体技术,制作出层次分明的视觉画面,用以传递影片中的情感与信息,并借助动静结合、虚实并用等技巧让影片主题更加集中。在利用数字媒体技术对电影片头视觉的设计时,要以实现电影艺术与观众情感进行交流为目的,通过光电信息将情感形态视觉化呈现,增强两者之间的交互性。而在画面设计时,应当将画面中央当成观众的审美中心点,让其在面对屏幕时,从视觉上便能够感受到一种自然的舒适感。同时,在画面的视觉氛围方面,设计师还要围绕着方向感和空间秩序美感,依据视觉特性进行视觉运动的合理编排,通过各种元素引领观众的视觉递进,增强影片的视觉呈现,满足观众审美。因此,数字媒体技术的运用在各方面为影片增强了视觉传达空间,让影片片头既具备了新颖性又具备了艺术性。例如,影片《钢铁侠》的片头制作中,便使用了大量的数字媒体技术,无论是打斗场面还是整体的场景构造,都十分逼真,类似这样的影片数不胜数,皆是使用数字媒体技术来完成最终的制作,为人们呈现出一场场视觉盛宴。又如,在动画电影《功夫熊猫》的片头中,可以看到角色脸部表情非常丰富,然而这些主要人物的表情变化背后,是利用数字媒体技术将二维与三维动画的特效进行完美融合后的成果,并结合各种视觉创意,才创造出了如此经典的电影片头。

综上所述,随着视觉传达设计与数字媒体技术的融合,在视觉传达上不仅丰富了我们的生活,还满足了新时代人们对于审美的多样化需求,各行各业也能够基于此设计出更好的作品,更让整个社会都感受到了数字媒体技术在视觉传达领域的表现力。在未来,视觉传达设计必然将彻底完成数字化转型的革命,并从起初的单一走向多元,再从多元走向多维,其发展空间无限大。在此过程中,随着数字媒体技术的发展,视觉传达设计必然会在设计理念、设计环节、视觉语言、技术表现等多方面进行不断创新,在重视产品审美和功能的基础上,更注重核心内容的创作,挖掘出视觉传达设计的最大价值,贴近生活、面向大众,让信息传播更加高效、准确、迅速。

参考文献:

- [1] 路文婷. 试论数字媒体技术在视觉传达设计中的体现与应用[J]. 卫星电视与宽带多媒体, 2020(03): 194-195.
- [2] 蔡虹, 蔡淑琴. 数字媒体技术在视觉传达设计中的体现与应用[J]. 名家名作, 2019(04): 102.