

## 摘 要

近年来，随着数字传媒技术的进步，公众对公益事业的关注普遍得到了提高，公益海报作为宣传公益事业的主要方式之一，设计目标也随着时代的进步而变化，公益海报从发展初期强调内容的传播，逐渐演变为强调社会公众的参与性。当前对公益海报的研究更多地偏向于情感化的分析或者对表现形式、设计思维的研究等。相比之下，对公益海报中动态化设计应用相关研究很少涉猎。

本文主要运用文献研究法、学科交叉研究法、案例分析法，从三个方面着手进行研究，一是研究传统平面海报与动态化设计在视觉表达和媒介传播上的区分。二是对公益海报设计特性，动态化设计特性及表现意义进行研究分析。三是对新媒体环境下公益海报动态化设计的传播特性、媒体发展的影响、文件输出格式进行分析总结。

在理论研究的基础上，根据本文初步的研究结果对公益海报进行动态化设计的实践探索。通过动态效果、文字语言、构图语言和色彩语言的运用，体现公益海报动态化设计的直观性和生动性，根据设计实践来验证本文对公益海报动态化设计应用方面初步的研究结果。

本文论述了新媒体环境下公益海报动态化设计应用及实践探索的研究结果，并提出了对公益海报动态化设计的展望，研究和探索了动态化设计的发展趋势和在未来发展过程中可能会遇到的挑战，通过对公益海报动态化设计特性的分析和传播应用研究来挖掘其中可值得参考的意义，从而达到实践应用层面的创新。

**关键词：**新媒体；公益海报；海报设计；动态设计；媒介传播

## **ABSTRACT**

In recent years, with the progress of digital media technology, the public's attention to public welfare undertakings has generally increased. As one of the main ways to promote public welfare undertakings, the design goals of public welfare posters have also changed with the progress of the times. Public welfare posters have gradually evolved from emphasizing the dissemination of content at the initial stage of development to emphasizing the participation of the public. The current research on public welfare posters is more biased towards emotional analysis or research on forms of expression and design thinking. In contrast, research on the application of dynamic design in public welfare posters is rarely explored.

This article mainly uses the literature research method, interdisciplinary research method, and case analysis method to conduct research from three aspects. The first is to study the distinction between traditional planar posters and dynamic design in visual expression and media communication. The second is to research and analyze the design characteristics, dynamic design characteristics, and performance significance of public welfare posters. The third is to analyze and summarize the communication characteristics of dynamic design of public welfare posters in the new media environment, the impact of media development, and the file output format.

On the basis of theoretical research, based on the preliminary research results of this article, this paper explores the practice of dynamic design of public welfare posters. Through the use of dynamic effects, text language, composition language, and color language, the visualization and vividness of dynamic design of public welfare posters are reflected. According to design practice, the preliminary research results of this article on the application of dynamic design of public welfare posters are verified.

This article discusses the research results of the application and practical exploration of dynamic design of public welfare posters in the new media environment, and puts forward the outlook for dynamic design of public welfare posters. It studies and explores the development trend of dynamic design and the

## ABSTRACT

---

challenges that may be encountered in the future development process. Through the analysis of the characteristics of dynamic design of public welfare posters and research on communication applications, it explores the significance that can be referenced therein, So as to achieve innovation at the practical application level.

**Key words:** New media; Public welfare posters; Dynamic design; Media communication

## 目 录

第 1 章 引言 .....	1
1.1 研究背景 .....	1
1.2 研究目的 .....	1
1.3 研究意义 .....	2
1.3.1 理论意义 .....	2
1.3.2 实践意义 .....	2
1.4 国内外研究现状 .....	3
1.4.1 国外公益海报的发展 .....	3
1.4.2 国内公益海报的发展 .....	5
1.5 研究内容、方法、框架及创新点 .....	7
1.5.1 研究内容 .....	7
1.5.2 研究方法 .....	8
1.5.3 研究框架 .....	9
1.5.4 创新点 .....	9
1.6 本章小结 .....	10
第 2 章 公益海报的设计发展概况 .....	11
2.1 公益海报的概念 .....	11
2.2 新媒体环境与公益海报的关系 .....	11
2.3 新媒体环境公益海报设计变化 .....	13
2.4 静态海报与海报动态化设计的区分 .....	15
2.4.1 静态海报与海报动态化设计在视觉表达上的区分 .....	15
2.4.2 静态海报与海报动态化设计在媒介传播上的区分 .....	16
2.5 本章小结 .....	17
第 3 章 公益海报设计的特性及意义 .....	18
3.1 公益海报设计特性 .....	18
3.1.1 公益海报设计中的公众性 .....	18

---

3.1.2 公益海报设计中的主题性 .....	19
3.1.3 公益海报设计中的时代性 .....	20
3.2 动态化设计的特性 .....	21
3.2.1 动态化设计中的直观性 .....	21
3.2.2 动态化设计中的生动性 .....	22
3.3 公益海报动态化设计的表现意义 .....	24
3.3.1 凝聚公益海报的视觉吸引力 .....	24
3.3.2 强化公益海报的视觉信服力 .....	25
3.3.3 增强与公众的情感共鸣 .....	26
3.4 本章小结 .....	26
第 4 章 新媒体时代公益海报动态化设计传播应用 .....	28
4.1 动态化设计文件格式 .....	28
4.1.1 GIF 文件格式 .....	28
4.1.2 MP4 动态文件格式 .....	28
4.1.3 Live Photo 动态文件格式 .....	29
4.2 公益海报动态化主要应用方式 .....	29
4.2.1 社交媒体平台应用 .....	29
4.2.2 公益网站宣传应用 .....	30
4.2.3 户外常用媒介应用 .....	31
4.3 传统媒体与新媒体相结合下的动态设计应用方式 .....	33
4.4 本章小结 .....	33
第 5 章 新媒体的发展对动态设计传播方式的影响 .....	35
5.1 动态化设计的传播特性 .....	35
5.1.1 动态化设计传播的虚拟性 .....	35
5.1.2 动态化设计传播的广泛性 .....	35
5.1.3 动态化设计传播的互动性 .....	36
5.1.4 动态化设计传播的及时性 .....	37
5.1.5 动态化设计与其他设计表现形式的比较 .....	37
5.2 新媒介的发展对动态化设计应用方式的影响 .....	38

## 目 录

---

5.2.1 新媒体的发展改变了应用思维 .....	39
5.2.2 新媒体的发展丰富了展示内容 .....	41
5.3 本章小结 .....	42
第 6 章 基于理论研究下的设计实践 .....	43
6.1 设计选题与创作思路 .....	43
6.2 设计过程 .....	43
6.3 设计内容 .....	45
6.4 本章小结 .....	51
第 7 章 结论与展望 .....	52
7.1 研究结论 .....	52
7.2 未来发展中可能会遇到的问题 .....	53
7.2.1 设计师迎接技术发展的挑战 .....	53
7.2.2 未来发展可能受到的限制 .....	53
7.3 进一步工作方向 .....	54
7.3.1 公益海报动态化设计的发展趋势分析 .....	54
7.3.2 新技术将带动公益宣传设计的创新 .....	55
致谢 .....	56
参考文献 .....	57
攻读学位期间的研究成果 .....	59

## 第1章 引言

### 1.1 研究背景

随着科学技术手段的发展和人们物质生活水平的不断提高，公益事业逐渐成为各行各业所关注的对象，而公益海报作为公益事业的重要宣传方式，对公益事业的文化宣传也逐渐进入人们的视线<sup>[1]</sup>。在新媒体时代背景下，科技发展促进了信息技术与传统公益海报设计相融合，与倡导社会主义核心价值观的诉求一拍即合，公益海报更是可以将其表达得深刻而直观，为新时代公益海报的进一步发展提供了技术支撑和动态设计趋向，使得公益海报的传播范围也越来越广泛，在公众更加关注国家发展的脚步之时，公益事业的文化宣传也需要受到来自社会民众的重视与监督。公益有两个核心要素。一个是公众参与，一个是公共利益，两者不可分割，也就是说推动公众参与到发展公共利益的行动当中来，是公益的本质。如果脱离了公众的参与，公益也将失去其存在的意义。在当下在不同社会领域的传播渠道中，互联网新兴信息技术在多个领域的推动和促进，更是为公益海报在信息传播过程中拓宽了更有效，更快速的传播途径<sup>[2]</sup>，同时改变了人们在接收信息方面的接受方式，提高了积极思想意识方面的传播效率和范围。出现带来了视觉传播方式的变革，得到了设计领域的认可和广大视觉设计师的欢迎。在新媒体快速发展的背景下，越来越多的设计师对新媒体技术在设计领域中的出色表现感到耳目一新，并积极地将更多的精力投入到公益海报设计更多表现形式的探索中去，而动态化设计正是在新媒体环境下探寻出的一种使公益海报更适应社会发展需要的设计形式。

### 1.2 研究目的

在传统海报的发展过程中，平面海报的传播方式受到传统纸质媒介的限制，其叙事性和艺术性在互联网多种媒介发展的背景下，衬托得较为落后。在新媒体时代的引领下，多种媒介接续出现，新兴科学技术的发展也促使了设计领域内各类设计作品表现形式的变革，对于传统公益海报而言，也被赋予了更多属性。在不断被海量信息冲击的时代，人们没有时间仔细琢磨海报作品的设计意图，接收信息的时间变短，人们的视觉习惯发生了改变，不再习惯于碎片

化的视觉接触，更愿意去主动接受动态化的视觉信息。因此传统表现方式的海报需要吸纳新媒介为发展动能，利用新一代信息技术的进步去推动静态平面海报向动态化设计转变，突破静态传统平面制图技术的约束，营造出全新的视觉体验。

论文主要研究目的是明确在新技术、新媒体带来的多种媒介相融合的背景下，梳理公益海报设计中动态化设计特性和发展应用。结合新媒体背景的时代特征，以及动态化设计的理论知识和软件技术，促进动态化设计与新媒体的结合与理解，探索公益海报动态化设计的设计策略，以拓宽公益海报动态化设计的研究领域。以期能够凭借数字化技术有利的条件，更新传统的设计模式，从而达到使公益海报在多维空间中获得进一步多元化传达的目的。

### 1.3 研究意义

#### 1.3.1 理论意义

当前，在文化宣传类的海报设计中对于公益海报融合动态化设计概念的产生还不够清晰，但在社会环境的促使下，诞生了动态化设计这种新的视觉设计形态，这种新的视觉形态，不仅扩大了当前海报的狭义概念，更拓宽了其传播范围，同时，与传统的纸质媒介的“先印刷，再传播”的两步走形式相比，将动态化设计与公益海报设计相结合能够节省其成本。平面公益海报能与动态化设计相结合，对于当下“快消费”的匹配度也更高，将交叉学科的空间维度概念融入传统的海报设计之中，强调了视觉表现层次，优先突出设计师们传达意图中的优先级。在当下新技术迅速发展的环境，公众对公益海报的要求不断变化，动态化设计的实践探索日益丰富，通过对公益海报动态化设计应用研究的逐一剖析，更直观更系统地了解到公益海报与动态化设计结合的优势，以期对公益海报的动态化设计及其应用方式做出进一步的认识，发现其设计应用与新媒体背景的相融合的重点，从而通过基础的理论研究来为后续的设计理念和实践探索提供动力。

#### 1.3.2 实践意义

近年来，平面海报向动态化设计的发展进步已成为海报创作和设计形式发展的新趋势。本文在了解新媒体背景的基础上，系统分析新媒体技术在海报设



计中动态化设计应用及其相关传播方式，并在当前传统海报设计的基础上分析了动态化设计的特点，旨在为公益海报的实践提供参考。同时，基于新媒体背景下动态化设计的形式和特性，为未来设计师们和研究人员继续研究公益海报的动态化设计提供了探索依据。通过分析目前国内外公益海报动态化设计的发展现状，阐述公益海报动态化设计与静态海报的区分、受新媒体环境影响下公益海报设计的变化、新时代的发展对公益海报设计的影响等。根据当下公益海报的动态化设计形式的发展趋势<sup>[3]</sup>，将公益海报的动态化设计及应用作为主要研究对象，阐述公益海报中动态设计的表现特性，基于新媒体时代的背景在公益海报动态化设计中的运用去分析其在公益海报动态化设计中所起到的重要作用，将海报中的视觉设计形式、公益海报特性，以及动态化设计的表现形式相结合，进一步分析公益海报动态化设计在新媒体时代的研究意义。

## 1.4 国内外研究现状

### 1.4.1 国外公益海报的发展

20世纪40年代，第一则现代意义上的公益海报诞生于美国，当时由于经济高速发展，而公众的思想道德品质逐步下降，引发了一系列社会问题，为向社会呼吁，引起社会公众的关注和响应，公益海报应运而生<sup>[4]</sup>。在20世纪70年代，世界上公益海报的大范围地出现在公众的视野中，从20世纪70年代后期开始，日本便成立了公益海报委员会，主要由海报公司和一些著名企业参与其中，委员会在每年对公益海报进行评选，通过评选出最佳作品，以促进公益事业的发展<sup>[5]</sup>。国外的公益海报发展时间较早，设计经验相对来说要丰富很多，因此涌现出很多优秀的海报设计，都能够对所反映的问题给予有力的表达。

以世界自然基金会，英文名为 World Wide Fund for Nature，缩写为 WWF 的作品《Give a hand to wildlife》为例，WWF 在呼吁人们保护动物，人类与自然本为一体的海报宣传设计上具有重大参考意义。这组保护动物的海报使用将颜料绘画和人类手部相结合的方法，将野生动物形象借由手部曲线表达出来，《Give a hand to wildlife》意向野生动物为伸出援助之手（图 1.1）。这组作品所表达的信息人类和动物之间的微妙关系以一种简单、简约而又动人的方式表达出来。两幅看似抽象的黑白草图结合在一起，形成了这幅画。细线条描绘了人的脸和手，加上黑色的形状，显示了人对不同野生动物的轮廓给予保护性拥抱，呼吁

人们向那些濒临灭绝的动物伸出援助之手。世界自然基金会所呈现出的海报作品设计巧妙，寓意深刻，呼吁人们正视人与自然的问题，保护濒危动物。他们运用海报从视觉上给人带来冲击感，仿佛身临其境亲眼看着这所有的美好一点点的毁灭，从而与人们达成心理情感上的共鸣，来打动更多的公众，唤起人们对社会问题的正确认识。



图 1.1 WWF 公益海报《Give a hand to wildlife》

图片来源：CND 设计网

世界自然基金会的使命是期望能够限制地球自然环境的退化，创造一个人类与自然和谐相处的美好未来<sup>[6]</sup>。世界自然基金会的主要目标在于保护全球生物的多样性，促进减少污染和废物消耗，以确保可再生资源的可持续利用。在过去的五十多年，保护动物、资源利用和减少浪费，这三个主题一直是 WWF 海报设计师们的主要宣传主题。设计师们根据这三个主题进行延伸的设计也充满了创意，对于世界公益宣传界来说，世界自然基金会所出的海报不仅具有设计创造力和画面生动性，在海报中运用人物、动物、风景等元素上，更直观地诠释公益海报的主题，在海报设计中对比手法的巧妙运用，更代表着当下设计师应该深思的态度。

自此之后，现代公益海报逐渐进入公众视野，并在社会中发挥着重要的作用，通过公益海报设计的宣传传播，可以扩大人们的公众意识，让更多的群体了解到公益事业的重要性和紧迫性，使人们更加关注和了解公益事业<sup>[7]</sup>。公益海报可以促进公众对社会现象的重视和认知，增强人们的社会责任感和参与意识，引导公众关注社会问题，提高社会意识，推动社会进步，激发公众的共同行动，使人们采取具体行动来推动公益事业的进展。总之，公益海报是传递公益理念、推动社会变革的重要手段之一。它既可以加深公众对公共问题的认识和参与度，

也可以提高公益机构的可见度和公信力。公益海报是现代社会的文化载体之一，对于推动社会进步、实现人类共同梦想都具有重要的作用。

### 1.4.2 国内公益海报的发展

国内新媒体技术手段起步较缓，公益海报与动态化相融合的设计形式正处于发展期。在历史发展的进程中，生活在不同历史时期的人们，其文化生活都会受到了当时公益海报宣传的影响。由于时代发展需求不同，早期的公益海报带有更加明确的服务目的与强烈的时代特色。在古代，公益海报通常是由政府或寺庙等机构发布的，目的是宣传政策，提醒民众等目的。

到了近代，随着时代的推移，公益海报的宣传功能也不断发生变化和升级，成为服务社会公共事务和提高公众生活水平的重要途径。例如，在 21 世纪初期，开始在海报上宣传养成良好卫生习惯的海报（图 1.2），以提高公众卫生水平。还有一些公益海报主要用于向公众宣传对环境的保护、对革命和民族团结的宣传等，以鼓励人们参与到社会公共事务中来。

随着工业技术的发展，一大批具有规范操作流程与团队结构的报刊亭与出版社的出现，实现了传播媒介的稳定性和规范性，至此意味着大众传媒时代的到来。受不同时期文化的影响，公益海报设计难免会具有所处时代的鲜明特色，不论是从内容上还是视觉效果都会尽力向主流思想靠近，极力宣传当时社会的思想价值观念，充分鼓动人民的信心和精神世界，符合时代的要求。而这种公益海报对人民群众的影响是极大的，为思想的传播和巩固发挥了不可低估的力量，它的出现是具有历史性和时代性的，是配合时代的脉搏而跳动的。



图 1.2 具有时代特色的公益宣传

图片来源：7788.com

当下，商业海报比比皆是，公益海报就像一阵无关功利主义的清风，通过唤醒人们的道德良知，带来启发和思考，为海报的传播赋予了新的意义。公益海报拥有一种独特的力量，能够振奋人心，引发共鸣并推动社会变革。因此，通过对公益海报相关文献的阅读，对公益海报设计的发展进行归纳总结(图 1.3)，公益海报作为一种有价值的文化形式，通过艺术设计的方式传递重要的信息和价值，为社会发展和文化事业贡献了一份独特的力量。

图 1.3 公益海报设计相关文献研究

研究角度	题目	作者及文献来源	主要研究内容
公益海报与新媒体视觉表现相关研究	新视觉媒介传播下的公益海报设计	张敏, 苏州大学	公益海报设计从传播形态上的平面化、静态化, 逐渐向动态化转变的趋势
	“健康”主题公益海报设计研究与实践	单玉晴, 延边大学	“健康”主题公益海报图形符号的运用、色彩的体现、文字的表现特征
	新媒体时代下的公益海报设计创新研究	夏骥, 沈阳师范大学	根据新媒体的概念、发展过程和地位影响进行分析公益海报设计的应用方法和实现途径
	公共危机下科普类公益海报的精准传达	向海涛, 孔少琼, 工业工程设计	科普类公益海报与传统公益海报的差异性
	现代公益海报的创意与表现	赵倩, 大众文艺	在公益海报设计公众性特征的基础上, 满足多元化的审美需求, 使海报信息进行更有效率地传播
	图形符号在公益广告设计的创意与表现	罗黎, 科技展望	对图形符号的设计及创意进行分析, 研究其在公益广告中发挥出的作用及优势。
动态化设计研究	智媒时代下动态海报潜在的叙事功能及传播力研究	申航硕, 鲁迅美术学院	对动态海报的叙事语言、叙事性结构以及其立体化的传播架构和其传播特性的研究, 分析动态海报的优势
	融媒体视域下海报设计形态的转化研究	苏静如, 青岛大学	探讨不同于静态纸媒形式的海报, 以“形态”为出发点, 拓展海报发展路线
	新媒体时代动画元素在广告设计中的应用与研究	黄楚婧, 南昌大学	动画元素在广告设计中的应用和新媒体背景下动画元素在广告设计未来发展的趋势
	基于视觉心理因素下的公益类动态海报设计初探	刘鑫, 武汉纺织大学	以视觉心理因素理论为指导, 将视觉心理思维过程与公益类动态海报设计相结合
	生态伦理视角下的公益海洋海报设计	周洲, 吴振韩, 湖南人文科技学院学报	从生态伦理的视角看待公益海洋海报设计, 提高公益海洋海报设计的道德内涵和社会效果

研究角度	题目	作者及文献来源	主要研究内容
	数字媒体时代下品牌视觉形象的动态化设计研究	张红妮, 鞋类工艺与设计	在品牌视觉形象的基础上研究从形象设计、吉祥物、海报方面的动态化设计
	新媒体促进海报设计的求新之探	黄建东, 丝网印刷	探索动静态海报设计的传播特征、设计趋势以及创意特点
公益海报社会功能相关研究	当代公益广告中的情感诉求及社会功能研究	龚莹莹, 合肥工业大学	研究公益广告中情感诉求的有效性、诉求原则与受众心理及公益广告中的社会功能对社会文化传承的影响
	改革开放三十年公益广告的社会作用研究	周聪, 华中师范大学	从社会学和传播学的角度对改革开放三十年公益广告的发展和变化
	公益海报的公众性特征与个性化创意研究	丁洁, 西北大学	研究公益海报的公众性特征与个性化创意之间的关系以及公益海报未来的发展趋向
	以“共情”为出发点探究公益海报设计	吴丹, 艺海	以人的共情能力为核心, 以“共情”为出发点研究公益海报的设计方向

## 1.5 研究内容、方法、框架及创新点

### 1.5.1 研究内容

文章结合新媒体时代媒介传播发展的背景来分析公益海报的动态化设计应用研究, 本文一共分为七个章节, 第一章主要介绍了本课题的研究背景和研究目的, 论述本文研究的理论意义及实践意义, 分析当前论文选题的研究现状, 概括了论文的研究内容和研究方法。第二章主要论述公益海报的概念意义以及新媒体时代公益海报在设计过程中的变化, 区分传统静态海报与海报动态设计在视觉表达和媒介传播上的不同。第三章主要论述公益海报设计特性及动态化设计的表现意义, 分析公益海报与动态化设计相结合的优势特征。第四章是对新媒体时代公益海报动态化设计传播应用的研究, 通过对动态化设计文件格式及主要应用方式的总结, 探讨公益海报动态化设计中传统媒体和新媒体结合的可行性。第五章主要论述新媒体的发展和传播媒介的更新对动态设计传播方式的影响, 分析动态化设计在新媒体传播中的特性, 总结新媒体的发展给公益海报设计带来的变化。第六章为设计实践部分, 确定设计选题及创作思路, 总结设计过程, 结合设计内容完成对公益海报与动态化设计结合的实践探索。第七章根据对选题的研究分析未来发展中的挑战及进一步工作方向, 对全文进行总结与展望。

## 1.5.2 研究方法

### (1) 文献研究法

通过阅读关于公益海报和视觉动态表现等方面的文献资料，收集相关文献进行整理和分析，对当下公益海报及动态化设计相关研究的文献分类总结，研究其对公众心理的影响，了解动态化设计的特性以及传播优势等情况。

### (2) 案例研究法

收集国内外公益海报设计作品及传播应用案例，提炼总结动态化设计的属性特点，总结海报动态化相较于传统平面海报所具有的优势。

### (3) 学科交叉研究法

公益海报的主要服务主体是社会大众，因此本文从传播学的角度进行分析，使论文的观点更具逻辑性和系统性。

1.5.3 研究框架

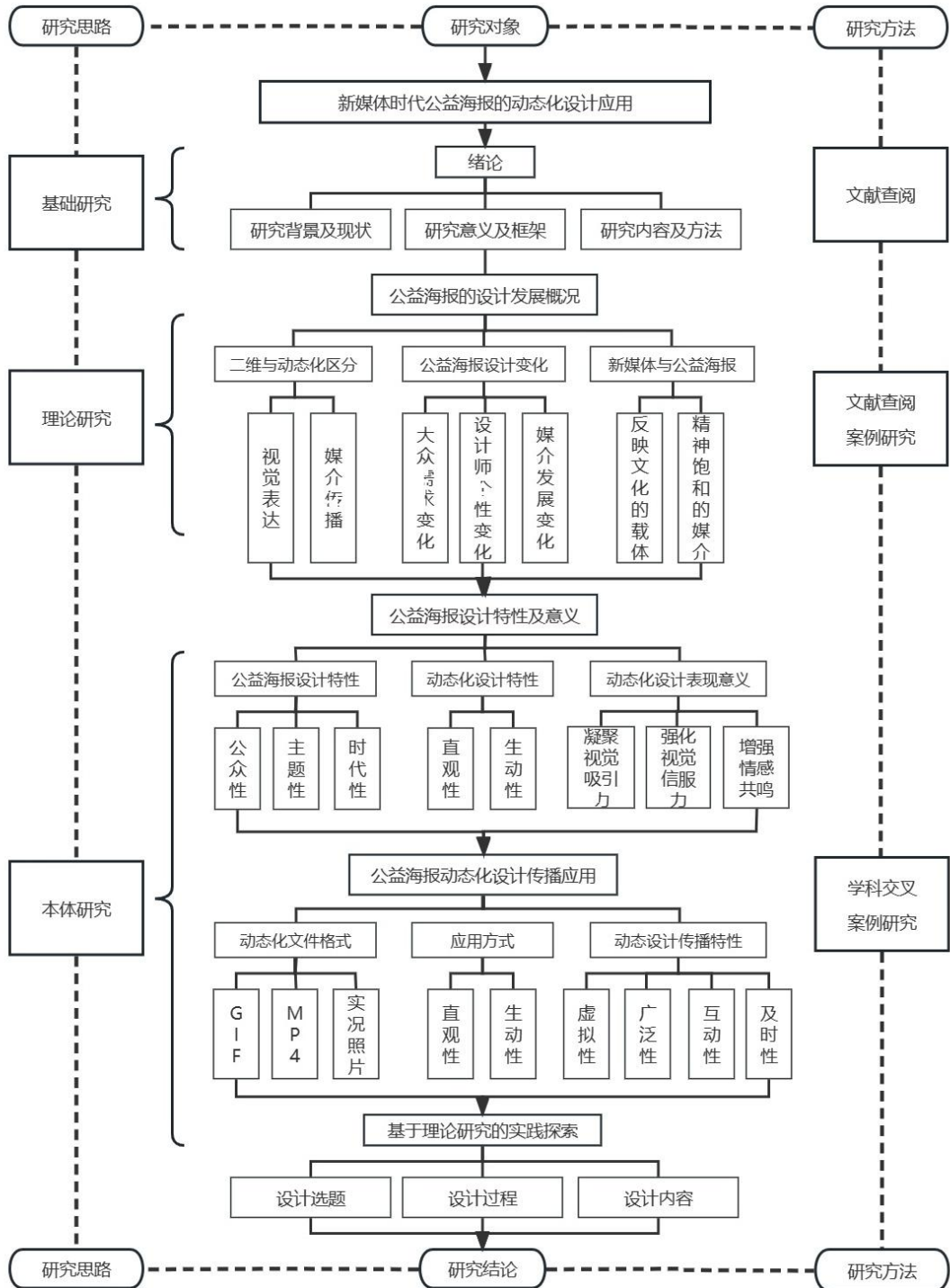


图 1.4 研究框架

图片来源：笔者绘制

### 1.5.4 创新点

公益海报动态化设计及应用的研究是基于新媒体时代科学技术迅速发展的背景之下，借助新兴媒介传播方式的出现和多种媒介载体的产生而出现的。公益海报因其不同于商业海报的多项特性，并且作为公益事业和文化输出的表现方式之一，公益海报的价值不仅在于传达公益信息和激发公众参与度，还在于唤醒人们对于社会正义的认识和价值观的培育。因此，公益海报需要不断创新，不断适应变化，以更好地服务于公益事业和社会进步。而海报的动态化设计是基于传统平面海报发展而来的，在表现手法和设计原则上存在相似之处，因此，本文基于这种情况，依据传统平面海报的已经较为完善的设计形式进行区分利用，运用于公益海报的动态化设计及应用研究及动态化设计传播优势，结合新媒体时代对公益海报设计的发展优势，对公益海报动态化设计的表现意义、设计特性、应用传播方式等进行归纳总结，最终落实于设计实践探索，不断进行完善并探索公益海报与动态化设计结合并在新媒体时代下传播应用的可行性。

### 1.6 本章小结

本章节主要通过对论文选题背景的分析整理，对国外公益海报的发展以及我国公益海报的发展过程，了解当下公益海报设计对社会公众的影响程度，列举部分具有代表性的国内外公益海报设计案例进行对比。了解到由于国外的动态化设计起步较早，因此在表现形式、技术手段等方面逐渐趋向成熟，而国内新媒体技术起步较晚，通过对作品设计创意和设计形式特征分析研究概况，得出进一步研究方向，并将其作为理论实践依据，对论文研究的创新点进行展望，为后续的深入研究和实践探索打下基础。



## 第2章 公益海报的设计发展概况

### 2.1 公益海报的概念

公益海报不以创造商业利润为目的，是为了宣扬社会主义核心价值观，在社会公共性问题面前，起到协同改善或者解决问题的作用，公益海报与商业海报设计的明显区别在于公益海报是非营利性的，公益海报的受众群体为社会民众，公益海报追求保护大众的社会利益，为社会营造良好的和谐环境，公益海报是基于以上所述的作用而组织开展的宣传设计。公益海报是一种图形语言，作为公益概念相结合的表达手段，是传播公共信息的重要手段，也是促进现代社会最有价值和精神宣传的重要手段，公益海报设计与其他海报设计不同，相比于其他设计应用类型的海报，公益海报需要获得公众的信任和认可，因此需要具备足够的信服力和号召力。这要求公益海报的视觉表现形式必须与社会生产文化和发展变革相结合，从而能够满足社会需求。人类历史在不断发展，科学技术在不断更新，价值理念也要逐步加深，动态化设计便成为了这些发展之中的必然产物。在另一方面，当前公益海报的动态化设计也反映了公益海报的设计和文化宣传与社会历史发展进程之间的关系，是社会进步和发展的重要组成部分，同时这也意味着同时公益海报反映了社会的道德观和价值观的演变。

### 2.2 新媒体环境与公益海报的关系

公益海报主要通过传达公众对一系列社会问题的看法和态度来改变大众的行为和做法。公益海报是设计公益海报和公益海报的推广服务。它是推动社会主义精神文明建设的工具，是经济发展和社会文明的象征和产物。公益海报属于平面海报设计领域中的一种为公益活动和公益事业提供传播服务的设计，是以宣传有利于社会的道德观念、行为规范和思想意识为目的的海报传播活动，是推动社会主义精神文明建设的工具，是经济发达和社会文明的标志和产物。在互联网的推动下，设计师们可以在网上发布他们所设计的海报，公众只需要在搜索引擎上搜索“公益海报”，即可看到一张张精美的公益海报，通过互联网技术缩短了公益海报的传播时间。借助新媒体传播技术迅速发展的东风和当下移动互联的优势，公益海报正在新的时代环境中扮演着新的角色。数字化信

息时代下的公益海报，为设计师们在这一多元化的设计领域提供了无限的创意空间。他们将历史长河中文化意识的主体相延续，运用基础的符号表现将输出的理念注入灵魂与创造力，让当代设计与传统美德相融合，成为反映当代文化的载体。随着国际社会经济一体化的逐步实现，社会交往空间和艺术文化交流的巨大变化，人们越来越需要丰富精神世界的各种情感层面。公益海报作为传播社会公益信息的一种手段，是一种精神饱和的媒介，将文化概念与图形语言相结合，以主题概念面对人们的生活和精神领域。

长期以来，公益文化宣传概念通过人类的物质和精神空间早已被纳入所有人类活动。设计师们运用神奇的视觉符号，在精准传达当下人类社会文化理念和价值观念的前提下，将这些理念与设计师们的动态设计符号相结合，向公众传达其公益内涵，通过动态化设计和公益海报搭档所产生的视觉效果，使其能够成为体现所处时代文化的代表媒介。数字信息化技术在现代社会已经司空见惯，人们在精神世界中越来越需要多种情感的满足，需要艺术和文化层面的交流互动，公益海报作为公益信息传播的重要媒介，发展动态化设计并在设计过程中注入文化理念的图形语言和主题设计，使公益海报动态化设计将来能够成为居民文化生活中精神饱和程度最高的媒介之一。



图 2.1 陈亮《古都》

图片来源：秀设计网

当今世界文化交流十分频繁，逐渐形成全球多元化的发展趋势，各种文化思想不断碰撞融合。在工业生产和科学技术的蓬勃发展的时期，雾霾问题也变得越来越严重，由此诞生了以雾霾为主题的多种公益海报设计。以 2014 年首届中国雾霾主题公益海报作品，陈亮的作品《古都》为例（图 2.1），在这幅画作

中，远看仿佛是中国传统折扇的扇面，扇面宛如薄纱覆盖的美景，然而近看却发现所谓的朦胧美的扇面，竟是被雾霾所覆盖的古建筑，而所谓的扇骨则是车辆上的雨刷器。整幅画面明暗对比较弱，画面留白部分则代表仍被雾霾所占据的生活。画面利用传统绘画构图吸引公众注意力，通过图形与图形之间的置换引发公众思考，这幅画作在浅层表达出，雾霾的严重程度已经到了让人无法分辨城市现况的程度，另外，深层的意义在于中国建筑美景与本应大放光彩的传统文化，不应被雾霾所埋葬。雅各布曾在其著作《洛杉矶雾霾治理启示录》中提到：“如果回过头去看，你会发现真正推动这项事业的是那些普通的民众”<sup>[8]</sup>。这句话反映出，如果想要从根本上治理雾霾，是需要人们的共同努力的。人们的生产和生活方式是和雾霾产生的原因紧密相连的，是随着人们生产方式的先进和生活水平的提高的代价，而消灭雾霾就需要再进一步地去改变生产和生活方式。而政府的政策也要符合实情，提出正确的办法，继而民众相互配合，不能单单依靠着科技的发展，新能源的发现，对抗雾霾的战争是需要长时间的。雾霾问题只是环境问题中的一个，有更多严峻的问题需要解决，这些需要全人类去共同努力去改变的问题，公益海报就是为了去慢慢地改变人类的生活方式，从根本上解决问题。

### 2.3 新媒体环境公益海报设计变化

新媒体环境下对公益海报设计及其受众群体和传播效果产生了显著影响，传统媒介环境下向公众提供公共产品与服务成为主流趋势，但随着网络技术的发展，信息来源的渠道逐渐增多以及传播方式多样化等因素都会造成社会舆论的波动。一方面，新媒体领域传播技术的迅速发展不仅给海报设计的宣传方面和设计创新方面带来更多的机遇和挑战，设计师们的设计思维和行为模式产生了一定影响。另一方面，新媒体时代的到来和各种媒介的发展，在很大程度上影响着设计师及其设计理念，其设计思想在很大程度上受到了社会环境，商业和公众舆论等因素的影响。同时，互联网媒介发展的变化必然会导致设计史上的创新。设计师要抓住传播媒介变更的时机，找准公益海报在新时代发展的进一步方向，更新动态化设计理念。

一是大众的需求变化。当前信息传播渠道与媒介环境都在发生变化，公众的接受习惯和行为方式也随之发生改变，同时对公众舆论引导提出了更高要求，

大众的需求变化在不断提升，创新意识日益增强。因为目前我们所生存的社会时时刻刻正在发生深刻而巨大的改变，随着人们接收的碎片化知识越来越丰富，公益海报设计的内容形式与传播手段都在不断发展，人们对于当前公益海报的设计需要也在发生改变，大众对于公益海报设计的需求变化日益凸显。人们对于公益海报设计的审美也发生了巨大转变，公众对“传播”“参与”和“责任”等理念提出更高的要求，公益海报设计需要从“宣传”向“服务”转变，转变传播观念，提升公众认知水平。

二是设计师的个性变化。伴随着民族文化在公众心目中的比重日益增加，设计师们也对民族文化越来越关注，公益海报中的文化意识也在逐步增强。通过对主流媒体社交平台及网站等媒介发布信息的分析发现，当下公益海报的设计要着重关注公众心理需求，把握时代发展的潮流。对于平面设计师而言，在海报的视觉形式上要有更活络的呈现方式和表现手法，从而映现出多种新的艺术设计的视觉效益。当前社会的经济趋势对于海报设计产生了重要的影响。随着商业化和市场化的发展，海报设计的初衷也逐渐偏向于商业性质，追求商业价值和营销效果，甚至有些海报设计也呈现出了庸俗化的倾向。这种趋势也不可避免地影响到了公益海报的设计，使得公益海报在设计上也呈现出疲态，对于公益类设计宣传价值的认识也逐渐变得贫乏。但与此同时，随着互联网技术和移动通信技术的普及，公众对信息获取渠道及传播方式提出了更高要求。在技术更新换代的现代社会，设计师们也应增强社会责任意识，加强设计创新意识和营销宣传。新媒体环境下对传统公益海报设计师所产生的影响，提出设计师们可以结合不同时期和主题进行个性化创新设计的理念，以期提高海报设计师自身设计魅力，从而更好地服务社会发展，增强社会责任理念，设计创新。

三是媒介的发展变化。社会发展日新月异，在过去的几年，受环境影响和媒介的支持及涉入，数字经济已经成为社会中的重要组成部分，其中线上办公等新型经济形式和新业态的蓬勃发展，促使了科技手段的竞争，同时加剧了公益海报设计形式的更新。在现代社会主义文化观念的冲击下，全球化和现代化趋势给中国设计带来了巨大的冲击和影响，新媒体技术的多元化发展为公众参与艺术设计领域提供了更多的机会和途径，使得艺术设计不再是一种高端的文化活动，更多地融入到公众的生活中去。这种多元化的发展也促进了艺术设计向更开放、多元、民主化的方向发展。公益海报的设计思维和审美个性与社会需求密切相关，通过艺术作品的亲和力，自然可以创造包容性的联系，实现真

正的有机联系，追求共同的愿景，对不同的看法不盲目吸纳也不疏远。

## 2.4 静态海报与海报动态化设计的区分

### 2.4.1 静态海报与海报动态化设计在视觉表达上的区分

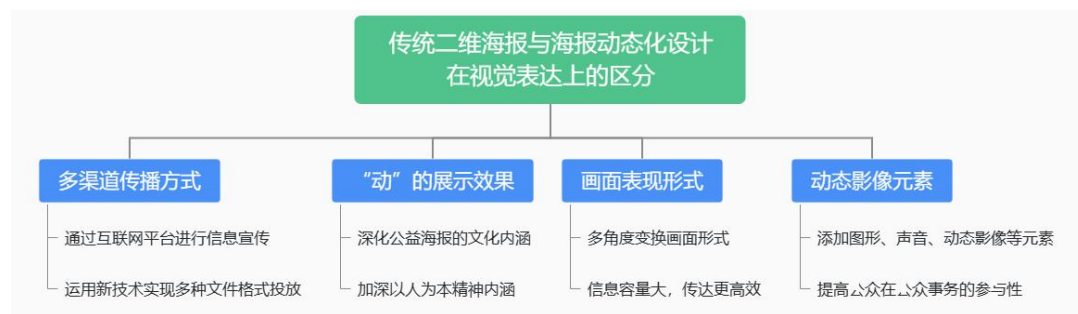


图 2.2 传统海报与动态化设计在视觉表达上的区分

图片来源：作者自制

静态公益海报是以静态的视觉图形和文字表达思想传递内容，也称为平面静态海报，因其一般有固定的展示方式，并且制作过程简单，设计成本和传播成本较低，常被广泛运用于各行各业以及各种公众场合，如公交车站点、地铁站点等。海报的动态化设计与传统平面海报不同（图 2.2），公益海报是一种具有社会意义的视觉传达形式，通过视觉传达的方式来向公众传递特定的信息和观念。首先，在画面表现形式方面，公益海报具有很大的优势，可以通过变换画面的形式，多角度的传达观念，以增强传达效果。公益海报可以通过使用不同的图像元素来表现不同的意义。例如公益海报可以通过使用具有象征意义的图像元素，如手势、颜色等来传递观念。这种多元化的画面表现形式使得公益海报可以更好地传递不同的观念和信。这种多样化的表现形式使得宣传内容更具视觉性和趣味性，提高了公众在事务中的参与性。此外，公益海报在动态化设计方面也有着很大的特点。例如，公益海报在进行动态化设计之后，不再局限于固定地方的张贴传播，可以通过多渠道的传播方式，即通过手机等互联网平台进行公益相关信息的宣传。这样，公益信息的传播可以更加广泛和实时，并且可以随时更新和调整，以达到更好的宣传效果。动态化设计最大的特点就是对“动”的展示效果。公益海报中的动态化设计不仅可以通过 GIF 动画或视频的形式展示，还可以通过互动设计的方式，与观众产生实时互动，增加观众对公益海报的关注和参与度。这种交互性使公益海报更加贴近观众和社会，符

合“以人为本”的精神，更能够深化公益海报的文化内涵，达到更好的社会效益。

### 2.4.2 静态海报与海报动态化设计在媒介传播上的区分

与传统平面静态海报相比，传统的静态海报主要以静止画面为主要特征，动态化设计能够使海报在表现张力与视觉冲击方面更具优势，人们还可以通过多变的画面和文字来获得更多的信息，而动态化设计的传播过程也更灵活不拘泥于形式，将平面静态公益海报进化为动态化设计的主题海报是新的转机与开始，也是海报设计发展所肩负的新任务，设计师们应该顺应新时代的发展脚步，将海报设计艺术的动态化设计融入现实生活。伴随着多媒体信息技术和载体多样化的不断发展，使得公益海报的传播途径变得更加多样化和便捷，而动态化设计的特点在于能够捕捉画面多种动态瞬间，融合平面设计在其中。公益海报的动态化设计充分利用数字化多媒体这一新技术，巧妙地把动态的瞬间动作融于海报设计之中，从而使得这类海报的视觉创意更具亲和力和强烈的视觉动感力；将场景实景图，动态图形与主题信息相结合，将声音或音乐与其他场景音效相结合，构成内容宣传公益主题海报，使目标明确，更加直观。

公益海报动态化设计发展变化产生离不开新型多媒体技术，海报的动态化设计形式是基于对静态海报的研究与探索演变出来的。从广义上讲，海报包括静态海报与动态设计两种形式，动态设计以图、文、色、声等视觉元素的结合为载体，经过创意设计师的精美构思而设计出的版面，使海报主题信息更凸显、相关要素呈现更灵活、页面效果更具新颖性、迅速直观地传达公益主题的视觉传播和宣传形式。动态化设计形式也可在新媒体网络的辅助下在 APP 客户端进行投放，提升了与公众之间的亲和力，并且，投放时间的灵活性相对较高，也是其优势特点。静态海报通常呈现方式简单、表现形式相对固定、传播辐射区域及影响力有限，这是它与生俱来的特点。从宣传途径与效果方面来看，随着 5G 网络的快速发展、移动智能终端的普及和各类媒体平台的宣传能力进一步加强，随着网络、手机、多媒体显示器等互联网智能终端的普及，传播信息的渠道和新媒体工具更加灵活便捷，地理范围更广，不受地理和时间因素的影响。能够及时有效地传播，提高公众体验和可接受性，向公众更准确地传播海报信息，并在短时间内实现广告海报信息的最大影响。

## 2.5 本章小结

本章节主要对公益海报为论文的主要概念进行分析归纳，分析公益海报与动态化设计结合的可行性及必要性，在此基础上分析传统公益海报与海报动态化设计在视觉表达和媒介传播上的区别。新媒体技术的发展为动态化设计的产生打下了坚实基础和良好的生态环境，媒介技术迅速发展的优势发展对公益海报动态表现形式的影晌也是本文的研究内容之一，通过分析新媒体技术下在公益海报中的表现作用，使两者的依附关系更为清晰明了，也为下一章公益海报中动态化视觉设计形式的内容梳理做铺垫。

## 第3章 公益海报设计的特性及意义

### 3.1 公益海报设计特性

#### 3.1.1 公益海报设计中的公众性

公益海报是通过视觉语言进行传达信息，通过传播对社会有益的思想观念，促进社会精神文明发展，营造良好的道德风尚，塑造良好的社会形象，以期提高整个社会公民的素质。公益海报的传播不以营利为目的，它所传达的信息是维护公众利益的，具有很强的公众性特征。公益海报的首要任务是传达公益思想，公益观念，能够营造出良好的社会风尚和社会氛围，从而达到维护社会的和谐和稳定的目的。从公益海报所涉及的广泛题材中可以看出，公益海报具有其他传播媒介不可替代的强大的公益性社会功能，其中包括文化功能，社会教化功能和提高大众审美的功能公众对公益事业的关注，对社会问题所应担当的责任以及正确的认识。



图 3.1 公益海报公众性的体现

图片来源：中国社会工作微信公众号

从图片中的公益海报可以看出（图 3.1），公众性在公益海报设计宣传中起到了从基础上扩散传播范围的作用。为营造社会工作宣传的良好氛围，进一步宣传社会工作专业作用，做好“五社联动”助力未成年人保护和老年人服务试点工作<sup>[9]</sup>，《中国社会工作》杂志设计发布官方社会主题工作的宣传海报。为更好地弘扬雷锋精神，云南省文明办发布的“学习雷锋好榜样”主题公益海报。



推进“五社联动”，关爱“一小一老”公益海报将儿童玩具大风车和老年人常用拐杖为隐喻分别指代儿童和老年人，“学习雷锋好榜样”公益海报使用一颗颗的螺丝钉构成雷锋的光辉形象，呼吁人们，雷锋精神人人可学，积极奉献爱心，在社会处处可为，每一颗“小小的螺丝钉”都因平凡而伟大从小事做起。两幅公益海报均体现公益海报设计中的公众性，以及公益海报在促进社会精神文明发展，营造良好的道德风尚，塑造良好的社会形象上的作用表现。

公益海报以各类社会公益主题为主要内容题材，因此公益海报具有在组织机构或企业中，通过公益海报向大众传达信息的功能，丰富了大众的文化意识和价值观念<sup>[10]</sup>。正因为公益海报是为公益事业提供服务的信息传播媒介，所以它具有明显的社会性特征。因其特质，所以公益海报设计主要提倡着积极的生活态度，宣扬健康向上的文化。公益海报是与社会公众进行沟通的一种渠道，它是为公益活动、公益事业提供服务的，因此它是一种社会性行为，目的是要推广有利于社会的思想意识、道德观念，行为准则。公益海报是为大众设计的，为大众服务、让大众受益的公益行为，设计公益海报和展出公益海报本身就是一种为社会服务的社会性行为。公益海报不像商业海报那样有明确的公众定位的，公益海报没有明确和细致的公众定位，公益海报的公众群体是全球各地的社会公民。

#### 3.1.2 公益海报设计中的主题性

公益海报经过海报的方式传达某种公益观念，呼吁群众重视某一社会问题，支撑或倡导某种社会事业或社会品德，具有清晰的社会品德规范印象刻画<sup>[11]</sup>。在不同时期有公益海报体现出不同时代的主题特色，同时在不同公益环境下，也有不同主题的公益海报。当下公益海报主要有五大类型，一是以传播时代观念、文明的体裁为主题，以传达人类与大自然和谐共处的美好愿望。二是以宣扬社会的道德新风尚为主题，这些体裁早已成为公益海报中扬善弃恶的宣扬主题。三是以进步社会的人口素质体裁为主题，四是以振兴教育、科技发展的体裁为主题，五是以弘扬民族文明及爱国精神体裁为主题。依据五大主题可以细分为七类主题(图 3.2)。

公益海报的主题分类				
人类社会环保	保护野生动物	节约水资源	避免水污染	避免空气污染
人类生命健康	交通安全	卫生防疫	珍爱生命	禁烟禁酒
社会人口素质	人口老龄化	高素质人才	计划生育	教育优先发展
民族文明及爱国精神	传统文化	爱国主义	社会主义核心价值观	民族特色
振兴教育及科技发展	希望工程	再就业工程	保护知识产权	学生减负
宣扬社会风尚及美德	家庭和睦	文明祭扫	维护妇女儿童权益	遏止家庭暴力

图 3.2 公益海报的主题分类

图片来源：笔者绘制

公益海报的发展顺应时势更好地借助了新媒体环境的优势突破独立的表达模式，实现了设计创作主题的多元化，公益海报因其“艺术无界”的特质，可以通过不同的艺术形式呈现，既是一种具有艺术性的作品，同时也具有强烈的社会意义，强调不同国家、不同文化之间都应该相互尊重，理解和支持，推动全球文化交流与艺术发展，从而营造和谐的社会氛围。通过艺术的形式传递着积极向上、人文关怀的社会价值观念，呼吁人们关注社会公益事业，为社会做出自己的贡献。

### 3.1.3 公益海报设计中的时代性

公益海报作为一种新的设计形式，以其特有的艺术魅力和社会价值，逐渐成为社会大众关注的热点。动态化设计作为一种新兴的设计手法，因其独特的视觉效果和情感共鸣性，越来越多地应用在公益海报中。明晰公益海报中的时代特征，进而提高公益海报动态设计的整体效果，这对传播公益思想、构建和谐社会具有重要意义，同时也能更好地发挥其在视觉传播领域中的积极作用。

一个时代有一个时代的文化特色，一个时代有一个时代的文化理念，任何一个时代都有其独有的特征，在不同的历史时期，人们会受到不同的生活状态和社会主流的影响，公益海报动态化设计也不例外。纵观历史文化发展的浩瀚历程，无论是在近代还是现代，每一个阶段都是在社会经济及文化等各个方面不断发展进步的过程。对于公益海报动态化设计来说，其主题设计往往会反映出不同时代下人们所处的时代特征。公益海报的动态化设计特点在于将抽象与具象相结合，通过对不同内容和形式的动态图像进行创意表现，以满足人们对视觉信息传达多样性需求。以视觉元素为主要载体，通过图形和文字等方式来表现。受其时代性特点的影响在设计过程中，要根据不同时期的文化需要进行

创意构思与创新表达。以“公益”和“宣传”为主，在内容上注重体现出对当前社会发展与人类进步的关注，使这种诞生于新媒体时代下的公益海报不仅能够给公众带来视觉冲击感，增强吸引力，同时也能够增强其传播效果。

## 3.2 动态化设计的特性

### 3.2.1 动态化设计中的直观性

公益海报的目标对象是全体公众，不是某一特定群体才能关注的内容，在全球命运共同体的情况下，是全球各地的公民都应当关注的事业，公益事业关乎人类自身发展水平，在日常生活中不应草率对待。对于合格的海报作品来说，准确地传达信息是它的基本任务，而动态化设计理念的提出，是为了借助其信息折叠度高的优点，能够直观、完善的传达信息，利用其与新时代传播媒介融合的优点，使其能够在第一时间向大众传达公益海报理念。公益海报用最简单朴实的语言，扩大在国际上的传播，让信息呈现在公众面前<sup>[12]</sup>。在动态化设计中，设计师们有时候会使用适当的夸张、生动的表现手法或比喻方式，通过将平面化设计作品转化为更能够抓住人们眼球的方式，去吸引公众，并打动公众关注公益事业，更加准确传达设计师想要表达的设计理念（图 3.3）。

印尼的一则“疲劳驾驶”主题的公益海报，画面运用简单纯色背景和由弯曲线条组成的眼睫毛，闭眼形态的眼睫毛上悬挂着东倒西歪的身体，画面通过简单明了的线条图形和人体剪影，进行排列组合，寓意当司机在驾驶过程中闭眼的那一刹那，那几根轻轻的眼睫毛可以害死很多面前无辜的人。从视觉效果上看，海报中的动态化设计能够更加直观地抓住公众的眼球，得到公众的第一注意，并留住关注度，将公益信息传达给大众。



图 3.3 《疲劳驾驶》公益海报

图片来源：每日创意海报微信公众号

当代公益海报设计是基于对社会现实和文化需求进行思考再设计的产物。

是具有新时代特色的公益海报动态化表现形式，通过不同色彩搭配来表达人们对美好生活的向往与追求，以及通过构图、光影等多种表现方式，内容表现形式的不同，在很大程度上决定着公益海报整体创意水平及其视觉传达效果。因此进一步更新公益海报的表现形式在新媒体时代下具有重要意义。

#### 3.2.2 动态化设计中的生动性

公益海报具有传播信息、教化民众、营造社会氛围的作用，将动态化设计融入到公益海报的创作中，可以使其更具生动性和趣味性，能够使公众产生更强的阅读兴趣。为平面静态的视觉语言增加动态效果，可以增强公益海报的视觉表现力，具体可以从三方面入手。

一是设计创作形式的多元化。通过创作形式的多元化设计使画面更加生动传神。动态化设计将传统平面设计中的静态形式与动态形式相结合，打破了原有的固定形式，使设计作品的表现形式更加多元化。

二是公益海报中适当的动态化设计可以使平面的表达符号以更贴近人心的方式表达出来。在设计本质上，公益海报体现的是一种情感的表达，或许是对公众的警示，或许是对事件的愤慨，或许是对某一群体的惋惜，多样情感的表达都是为了能够刺激到大众，引起大众与其产生情感共鸣。

三是动态化设计的运用使其能够突破静态的表现形态，让公益海报其中内容独立存在于立体空间，增加人们想要驻足于此的欲望，从而达到提升传播效率的，扩大受众面积的目的。

动态化设计打破了原有静态的形式，使其具有更强的吸引力和感染力，在公益海报中应用动态设计可以强化宣传效果。动态设计不仅能够将传统静态画面进行重新编排，还能利用移动平台和软件进行创作，以视频、图片、文字等为主要表现对象，对静态画面进行重新编排。这种方式更能使公众产生共鸣，同时也更加生动形象。以动态形式表现公益海报可以增加其趣味性。动态化设计在公益海报中的应用可以增加公众对广告信息的理解和记忆程度。

在电动车安全使用指南其中禁止电动车整夜充电的公益海报中（图 3.4），画面从天空颜色入手添加动态化设计，使原本平面公益海报能够进行时间空间的三维变化，使传达信息的过程变得简单易懂。

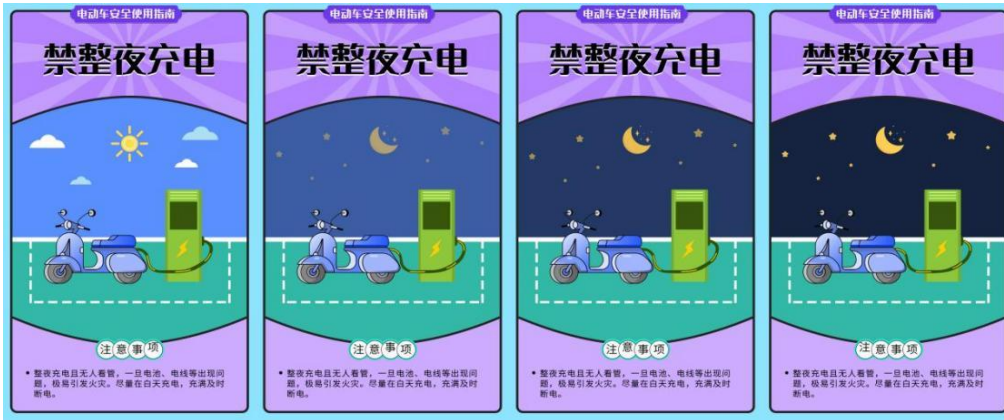


图 3.4 《电动车安全使用指南——禁整夜充电》宣传海报

图片来源：网信南宫微信公众号

在这则禁止购买不合格电动车产品的公益海报中（图 3.5），画面从电动车行驶过程部分添加动态化设计，电动自行车通过动态效果可以在道路上行驶运动，大大增加了画面趣味性及公众停留的时间。



图 3.5 《电动车安全使用指南——禁买不合格产品》宣传海报

图片来源：网信南宫微信公众号

静态的公益海报在内容上的表现形式是固定的，它所展现出的内容与形式都是简单的。而动态化设计将静态的海报以一种动态的形式进行表达，在形式上给予了公众更多的思考空间，使其获得了更多了解信息和知识的机会，动态化设计帮助其突破静态的表现形态，存在于立体空间之中。平面的表达符号通过动态化表达使其能够以更贴近人心的方式表现出来。平面的符号有其固定的造型，它在某种意义上来说是一种被限定了的存在，其表达方式也会受到人们的主观因素影响，因此平面的符号一旦被赋予了一定的意义，其就会变得固定

且难以更改。通过本文的研究试图将公益海报画面形式与动态化设计应用相结合，将原本静止单一的静态海报通过动态的形式进行表达，使其能够突破静态的表现形态存在立体空间，以增强公益海报中内容表现的生动性和直观性、趣味性。在公益海报中，可以运用动态化设计的表现手法，使平面的符号以更贴近人心的方式表现出来，这样能够增加人们对于公益海报所要表达内容的理解程度，也能更好地激发公众对于公益海报的接收兴趣。

## 3.3 公益海报动态化设计的表现意义

### 3.3.1 凝聚公益海报的视觉吸引力

二十一世纪的现代社会正处于高速发展之中，信息爆炸式的传播和科学技术手段的突飞猛进，早就在不知不觉中改变了人们的生活。对于当下社会进程中的“快餐社会”而言，信息可视化及信息传递的速度之快，已经成为信息传播的主要内容。就像海德格尔在1930年所指出的一样，人们已经到达了一个“世界图像时代”<sup>[13]</sup>。大众的视觉思维模式已经逐渐被信息可视化所影响，引导大众从图像中获取信息，使报纸、杂志和其他印刷材料能够使用图形和文本方法实现视觉吸引力，依据海报设计的视觉传达策略，公益海报设计必须始终引起公众的关注，通过所关注的图像唤醒观众的公益意识，因此公益海报向动态化设计发展的趋势可以达到凝聚吸引力、强化说服力、产生共鸣的作用。

公益海报发展动态化设计的主要目标之一就是能够更好地吸引观众的注意力，公益海报虽然不同于传统商业海报，商业海报目的吸引公众注意力，传递商品信息，最终达到购买行动，抓住公众的眼球。但无论在何种海报设计情况下，吸引媒体和公众的注意力，都是实现宣传的重要步骤。而注意力可以分为两种类型。一种是随意注意，另一种是不随意注意。不随意注意则是指公众根据自己的需要选择被吸引，随意注意则取决于所看到的東西给观众带来的刺激程度，刺激物本身的强度越大，随意注意指的是有预定目的，需要一定意志努力的注意<sup>[14]</sup>。例如小朋友在写作业时，旁边有人在玩玩具，小朋友被吸引而停止思考和写作业，转而去玩别人玩玩具，这是不随意注意，意识到写作业必须专心，就制止自己去看别人玩，改为聚精会神地写作业。这种注意是在不随意注意的基础上发展起来的，是人类所特有的心理现象。一般来说，无意识的注意力多于有意识的注意力，所以平面公益海报首先要做的就是利用设计技巧来

提高视觉上的刺激效果，吸引大众的注意力。平面公益海报经常使用大篇幅完整图片和文字组合，而受平面海报的尺寸限制，可供设计使用的空间较小，如何利用狭小的空间，将所需展示的内容完整地表达出来，那么可以利用动态化设计信息折叠度强的特点，将表达内容融入其中，另外，通过适当的剪切图像，可以控制图像传达的各种效果，并且利用字体形象的改变，打散后重新排列组合，以此来增强字体和图像视觉表现的力量，使其既能够满足设计完整度，又能够提高公众注意力。

#### 3.3.2 强化公益海报的视觉信服力

公益海报设计中的视觉信服力，是指公益海报能够在信息传播中形成有效的心理共鸣、信任与认可，让公众在视觉上感受到公益主题和公益形象的价值，通过动态化设计增强公益海报在公众心理层面的公信力，合理运用视觉设计去实现获得公众注意并认可这一目的。公益海报之所以成为面向社会公众的宣传出口，并不只是起到一个吸引注意力的作用，因公益海报特殊的公众性社会性质，在设计宣传中更注重宣传内容的实际效果，也就是公益海报的视觉说服力。社会大众通过接受公益海报，接受其动态视觉效果，就是强化了公益海报的信服力。

强化公众对公益海报及动态化设计后的视觉信服力需要在文化观念上明确主要传播主题，提炼关键信息内容。海报在内容表达上要简单明了，主题明确，才能吸引公众关注。同时，在设计过程中巧妙融入创意设计，提升公益海报的艺术感染力。公益海报不仅仅要做到简洁大方，更要注重艺术和创意上的表现。巧妙加入一些创意设计和元素，才能增强画面的感染力。采用恰当的表达形式，增加画面吸引力。公益海报多以文字为主，就要多考虑如何用图形化的形式去呈现它的思想内涵和表达效果。既要有创意表现，又要讲究视觉呈现形式上的美感。强化其视觉信服力主要目的是能够扩大公众范围，使传播效果最大化，并且可以选择多种图像表现技巧，以及利用画面中其他视觉成分，实现对公益海报的动态设计，达到强化视觉信服力的目的，就是为了能够让公益海报所传播的信息能够受到公众的广泛关注并取得公众对作品的理解，从而使公众的情感在巧妙安排下产生设计师们所预期的改变，获得价值上的认同以及心理满足。

平面公益海报也有其优势，其画面内容是静止的，永恒的，相比信息内容较为丰富的动态设计而言，接收信息更为容易。然而在传播方面相比较，传统

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/928142041007006030>