

应用性动画创造 手法研究

蒋小汀◎著



蒋小汀 著

图书在版编目 (CIP) 数据

应用性动画创造手法研究 / 蒋小汀著. — 北京 :
九州出版社, 2017. 10
ISBN 978-7-5108-6338-7

I. ①应… II. ①蒋… III. ①动画—绘画技法 IV.
①J218.7

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第262988号

应用性动画创造手法研究

蒋小汀

应用性动画创造手法研究

作 者	蒋小汀 著
出版发行	九州出版社
地 址	北京市西城区阜外大街甲 35 号 (100037)
发行电话	(010) 68992190/3/5/6
网 址	www.jiuzhoupress.com
电子信箱	jiuzhou@jiuzhoupress.com
印 刷	北京朗翔印刷有限公司
开 本	880毫米 × 1130毫米 32 开
印 张	6.25
字 数	128 千字
版 次	2018 年 6 月第 1 版
印 次	2018 年 6 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5108-6338-7
定 价	35.00 元

作者简介

PREFACE

蒋小汀，出生于1982年，硕士研究生，讲师。

毕业于鲁迅美术学院视觉传达设计系，现任教于沈阳建筑大学。主要研究方向影视动画；著有《动画运动原理及运动规律的艺术表现与创新研究》，《中文版CorelDAW X7服装设计》。曾于《美苑》、《设计》等期刊发表多篇学术论文。

应用性动画已成为新世纪动画艺术的一种重要表现形式，也是动画产业未来发展的非常好的方向之一。由此，对应用性动画的创造手法进行探究，可以促进应用性动画的发展。

应用性动画作为动画的一个重要分支，相较于传统意义上的影视动画而言，应用性动画具有较强的应用性。传统的动画主要强调自身的文化性和艺术性，主要的功能更侧重于“讲故事”。而应用性动画更强调实用性，主要是用来作为实际工作中交流的一种方法或者工具。应用性动画主要依托网络技术和计算机技术，应用于各个领域，各行各业的应用非常广泛，在视觉呈现形式上，其应用是十分广泛的。在军工、科研、工业、建筑、医疗、教育等领域都有应用。质体和形式多种多样，以至于从Flash到AE再到各种主流的非主流的二维或三维动画制作软件都可以成为应用性动画的创作工具。

在多媒体网络环境下，随着互联网的发展、手机等

随着数字技术的发展，动画在日常生活中扮演着越来越重要的角色。它已不再仅仅用于观看、欣赏，而是突破了传统动画的概念，开始具有科学实验、工程设计和仿真的实用价值，并应用到设计、医学、通讯、交通、建筑、军事、环保、影视特效等各个科技领域中，拥有十分广阔的发展空间。这类应用性动画已成为新世纪动画艺术的一种重要表现形式，也是动画产业未来发展的非常好的方向之一。由此，对应用性动画的创造手法进行研究，可以推动应用性动画的发展。

应用性动画作为动画的一个重要分支，相较于传统意义上的影视动画而言，应用性动画具有较强的应用性。传统的动画主要强调自身的文化性和艺术性，主要的功能更偏重于“讲故事”。而应用性动画更强调实用性，主要是用来作为实际工作中交流的一种方法或者说工具。应用性动画主要强调通过动画技术和手段将各领域、各行业内的事物更加直接、直观地呈现给受众。其应用是十分广泛的，在军工、科研、工业、建筑、医药、教育等领域都有应用。载体和形式多种多样，以至于从 Flash 到 AE 再到各种主流的非主流的二维或三维动画制作软件都可以成为应用性动画的制作工具。

在新媒体的环境下，随着互联网的发展，手机等

多媒体终端的发展以及 VR 虚拟现实的出现,应用性动画的载体更加具有多样性。在应用性动画发展的同时,更先进的制作手段和更具有挑战性的项目要求都成为应用性动画流程控制的必然存在。希望动画制作人员要不断学习新技能、新技术,不断提高自身水平,使应用性动画产业更好的发展、更壮大,给人们提供更好的、高水平的动画观看,使我国对的动画产业更上一层楼。

动画制作流程控制

动画制作流程控制

动画制作流程控制

动画制作流程控制

动画制作流程控制

动画制作流程控制

动画制作流程控制

动画制作流程控制

动画制作流程控制

动画制作流程控制

动画制作流程控制

动画制作流程控制

动画制作流程控制

动画制作流程控制

目录

CONTENTS

第一章 应用性动画概述	1
第一节 应用性动画的创作优势	2
第二节 应用性动画的传播特征	10
第三节 应用性动画的价值	15
第二章 应用性动画的创造手法	19
第一节 象征性手法	20
第二节 拟人化手法	30
第三节 幽默手法	42
第三章 民族文化元素在动画应用性	55
第一节 当前民族动画的现状	56
第二节 存在的问题	70
第三节 民族文化元素在动画应用性实现的途径	75
第四章 中国彩塑在动画创作中应用性	93
第一节 彩塑与动画概述	94
第二节 彩塑的特征	106
第三节 彩塑在动画创作中的启示和应用	121
第五章 面具在动画创作中的应用	129
第一节 面具艺术概述	130

第二节 动画角色创作	149
第三节 面具艺术在动画角色创作中的可行性	156
第四节 面具艺术在动画角色创作中的局限性	162

第六章 新媒体下的应用性动画

第一节 新媒体下的动画	168
第二节 新形势下动画的应用性和特征	174
第三节 应用性动画与新媒体的结合	180

结 语

参考文献

第一章

应用性动画概述

第一节 应用性动画的创作优势

不论是在上海举办的世博会，还是在深圳举行的文博会，我们都能看到动画的身影。动画已被广泛地运用在医学、建筑、工程、汽车、环保等多个领域，已有商家开发出了比较成熟的产品。国内涉足应用性动画的企业越来越多了，但许多商家展示的应用性动画产品多是外国客户制作，自身的原创性较弱，国内与国际整体水平上仍存在差异，所以对应用性动画的研究就显得尤其重要。

一、应用性动画的划界

“应用性动画”包含两个概念，一个“应用性”，另一个是“动画”。从词语构成看，“应用性动画”的中心词是“动画”，“应用性”是定语，那么“应用性动画”也是动画的一种。广义的动画定义来自国际动画组织（ASIFA）：“动画是除利用真实动作方法外，使用各种技术创作的动态影像（The art of animation is the creation of moving images through the manipulation of all varieties of techniques apart from live action methods）。”本书研究的动画是指广义的动画，凡是以人工方式制造的动态影像都称之为动画，

包括各文本中出现的人工制作的运动图形、图像以及文字。“应用”在汉语词典中解释有：使用：应用方法，理论应用于具体实践；具有实用价值的：也可以理解为“适应需要，以供使用”。随着动画技术与艺术的发展，人们在“适应”于动画为表现手段的实践活动中，“使用”动画技术、动画手法进行实践活动，这就是动画的“应用”，反过来，在这类实践活动中创造出来的动态影像就可称之为应用性动画。

作为当今国际动漫界的前沿学科，应用性动画多是采用三维或四维技术制作出的仿真、模拟、虚拟的视觉数字内容作品，它跨越商品和艺术，技术与艺术的界限，将其完美地融合在一起，达到一个更高的视听享受境界，应用性动画充分地体现了科技和人文的互补、互助和互动。

二、应用性动画的创作优势

“为了认识一个事物的复杂成分，必须将事物分析到构成它的最基本成分，然后分别加以考察。因为只有分析到构成事物的最简单因素，认识这些因素在质上和量上的不同以及它们之间的关系，这样事物的复杂性才会充分暴露出来。”所以在对应用性动画进行研究时，首先要了解应用性动画的创作优势，分析可以得到它最基本的成分，也就是分析应用动画最简单的组成因素，再从这些组成因素加以研究，以期待能归纳出应用性动画的美学特征和艺术特征。当然所谓最简单的因素，也只是相对的，它是

相对于笔者的研究课题来确定的。应用性动画的创作优势大致可概括出以下四种：

（一）融情于事、以事传情

“几乎每一种媒介和文化形态中都或多或少地存在着叙事成分。叙事的冲动存在于人类对世界的反应中——我们按捺不住；我们要通过叙事来诠释世界。”而叙事型应用动画则是通过叙事来诠释它的宣传对象。叙事型应用动画主要应用在广告、音乐 MV 的创作方面，它有一个完整的故事作支撑，在故事中体现产品的特质和内涵，是和影院动画最为接近的一种应用动画，但由于各种限制，与之又有一定区别。时间上以短篇为主，有的甚至只有几十秒，在如此短的时间内要表现一个完整而体现一定主题的故事是非常有难度的，所以在剧本的叙事结构上尤其考究，故事情节不能过于复杂，没有明显的故事高低潮分段，有时甚至就是片段式的，非直陈式的，多采用各种手法来暗示故事情节的发展，以填补叙事时间短的不足，重在将故事和产品主题相结合的创意表现上。

Sun-Rype 是加拿大最大的果汁软饮企业，它的广告中出现的是经典的生活成长画面：一个小女孩在家门口的树下荡秋千；小男孩清晨带着狗出门跑步，其实是为了去看喜欢的小女孩。这样的故事，将 Sun-Rype 果汁打造成伴你成长的同伴，而不仅仅是摆在货架上的商品。年纪大的顾客看后会怀念曾经的金色年华，会买；小孩子从小看着这样的广告长大，能培养感情，等以后有钱了，也会买。至于 Sun-Rype 的内容“纯天然水果”，也放进

广告里,但并非阐释的核心,而是制造视觉效果的工具,用水果拼出蓝天和花朵,“纯天然,最健康”是不言而喻的,该片在短短的几十秒内就向观众暗示出了如此多的信息,而这样的效果只有采用动画的手段才能达到。对于成立于1946年的这个老字号品牌来说,这则广告没有再以“健康,质优,经过几千道现代工艺程序”等噱头为主题,它在食品之外的独特的叙事定位,反映的不仅仅是艺术创意,更是所代言产品的商标精神,这吸引消费者去购买,作为一则广告它已经相当成功了。

相对于此类精简的动画创意广告,中国的互动动画工作室为介绍电信相关产品为目的,精心制作了偏写实手法的动画短片《渔信e通》。该片片时长4分07秒,由于具有相对较长的片时,创作者可以采用电影叙事手法更完整地讲述故事,渲染氛围。因此,为体现产品的应急功能,片中设计了大量海难风暴画面,既要避免情节枯燥,又要突出产品的重要功能,将产品概念贯穿其中。

(二) 将信息传播图形化、动态化

“迄今为止的人类文明史,如果仅以人类对自然与社会的认知及其特征看,主要分为图画时代、文字时代、印刷时代以及视像时代这样四个阶段。”在视像阶段没有什么是不可以用图像来表达的,人认识的主要对象是图像世界。视像时代主要是在影视技术发明之后特别是随着电视与网络的应用而出现的,这个时代的主要表征为人们到处都要面对具体的图像与画面,镜头与画面成了生活中最主要的因素,数字成为了世界的本质。因此人们社会

文化的体现由对知识的掌握转向了对图像的观看；主要认知方式为图像——图像，思维方式上主要为视像思维或拟像思维；生活态度上主要体现为传统价值观念的解体以及对现实的预支；伦理观念上主要表现为直露与含蓄，审美观念上主要表现为高雅与低俗之别，深奥与浅显之分，感官的图像化与数字的急剧膨胀，成为了这一时期的重要审美特征；数字观念上是时间成为一切的根本，兆与比特成为主要特征；时间观念上是时间的不断精细化与空间的不断平面化，虚拟时空成为了重要的时空观念。视像时代的重要特征，不仅意味着一种全新的文化艺术形式的出现，同时也表明了传统意义上的印刷艺术、视觉艺术也都积极地在向视像靠近，各种信息的传播与交流，以至于文化创造的具象表现、文明发展的外在表征，都莫不以视像为其重要的传播手段与存在形式。“有很多迹象表明影像在我们的现实生活中占据着越来越重要的位置，它们大量充斥着报纸、杂志、书籍、服装、电视以及互联网等传播媒介中，我们的社会正成为一个影像媒介的社会。”信息发送者用动画的手段将信息视像化，让信息接收者在选择信息的时候也更容易接受，拉近了信息与受众的距离。以输出信息为主要内容的应用动画，形式上看起来像能运动的报表，它们内容上显得中立，作者的倾向暗隐其中，是一种更直观、更形象、更有策动性的宣传模式，是让艺术与实用结合得更紧密的宣传模式，信息的动画化在未来会越来越普遍的出现在科学、教育、文化、政治等场合。如《Japan》《BBC》《Transparency》等动画短片就是典型的例子。

尽管这几则短片内容各异,类型也不同,有定格动画,也有二维平面动画,但它们共有两项主要特征:一是将信息实体化,二是将信息细节放大,目的是让观众对所传达的数据更有体验感,但是在内容选择上也会偏重具有较强视觉效果的材料,其全面性是值得斟酌的,所以一则2分钟的信息传播型短片所包含的内容或许没有普通人2分钟阅读到的信息量多,却留给人更深刻的印象。

这类动画某种意义上可看作是“观念艺术”的反面。20世纪六七十年代,观念艺术兴起的时候,强调打破传统艺术和经典现代主义艺术对观念的定义,其最突出的方式为采用语言代替造型技巧,语言的形象就代表了语言的内容。例如为表达“大”就在墙上写一个醒目的大尺寸的“大”字,而这类动画则用画面重塑语言的概念,二者不过是“用一种形式表达另一种形式”这个理念的不同表征。相信新的艺术形式总能开拓出一片新天地,从而实现更优的效用,此类动画也应用得相当广泛,如可应用到教育、新闻传播、天气预报、多媒体网站等领域。对此类动画的理论研究相对较早,内容也较多。广西师范大学研究生黄富印的硕士学位论文《多媒体动画技术在篮球战术教学中的应用研究》就深入探讨了动画技术的辅助教育效果;东北师范大学徐宏祥发表于《新闻研究导刊》2015年第5期的《浅析电视新闻中的动画应用研究》一文,就对动画在电视新闻中的应用做了全面地举例分析,包括“动画在电视新闻节目中的场景重现、超前报道、原理示意、新闻评论、虚拟主持、虚拟场景呈现、图文信息呈现等功能”,并指出了动

画媒体在电视新闻节目中应注意真实性、客观性、时效性的原则。

(三) 充分利用三维数字技术

应用性动画除了在信息传播方面发挥着作用,在介绍产品的功能上面也有着自己的优势。在对一些科技工程项目的辅助性服务上,动画具有不可替代的作用,这主要得益于动画技术的发展。目前有很多作品都运用先进的动画技术手段,注重交互性设计原则,比如数字博物馆,网上世博等。

在工程应用方向的动画较少关注画面视听语言的使用,更看重动画技术的应用,主要是三维数字技术的应用,用三维软件虚拟现实,完成指定的工程任务。艺术追求美,道德追求善,科学追求真,那么这类动画则同设计一样兼具有多种性质,是真善美的结合,如三维动画技术目前在公路景观设计中得到了相应的应用。

(四) 富有娱乐性、时尚性元素

应用性动画在某些特殊情况下,重点不在内容的信息承载量,而更重视画面的视觉冲击力,给观众以视觉上的愉悦享受。这样的应用性动画更注重色彩设计,画面具有强烈的形式感,强调镜头剪辑,以及创意的展现,象征手法成了主要的创造手法之一,为了更准确地体现主题,创作者多会选择与主题相关的视觉元素作为主要的创作素材。在对应用动画的进行系统研究之前,笔者收集了大量的影视资料,资料主要来源于《数字娱乐技术》杂志推荐的经典内容,以及各大视频网站上的优秀案例。在真正开始深入研究时,笔者才发现这类动画实际上已经渗透到了各个领域。

特别是时尚领域，出现了音乐动画和游戏动画，虚拟乐队，甚至虚拟主持人。

在音乐 MV 方面，动画表现出了真人不可替代的优势。由 Three Legged legs 工作组为 N.A.S.A 乐队专辑《The Spirit of A pollp》中的单曲《Gifted》制作的 MV 就是一例，片子描绘了一次疯狂的火星太空旅行，剧情荒诞、搞怪还略带一丝血腥，最大的亮点是片子的色彩应用，后期合成也做得非常成功。在观看时，随着音乐的节奏，观众能享受到一场丰富的视觉盛宴。而 Gorillaz 作为虚拟乐队的代表，被薛燕平老师在《非主流动画大师》一书中誉为“世界最成功的动画乐队”，其运作方式完全按照一个真实的乐队去表演，这种娱乐性是不言而喻的。

有些产品的形象广告的娱乐性、时尚性也很强，如纽约 HUSH 创意工作室为索尼爱立信手机制作公司推出的 Walkman TM 手机 W995 制作的广告短片。该片由两个从手机中跳出的动画角色发起舞蹈作为引线，展现了不逊的、幽默的、青春的音乐风格，色彩与动作节奏配合得天衣无缝，在展现手机各种功能的同时带给受众极大的视觉享受。

FOX-CULT 的栏目形象广告由 17 个小片段组成，形式感很强。创作者以翻书动画为主要创作形式，用 5-30 秒的时间，在每个片段中都表现出了一组完整、独立、幽默的创意，虽然每个片段都是毫不相干的情节，但小片段最后出现的元素却是相同的文字——cult。创作者利用不断地重复这个文字符号加深了观众