

MG动画融入广告类课程的实践教学

——以《影视广告》课程为例

夏兆冬 赵晓晓

济南大学泉城学院

DOI:10.12238/er.v4i4.3829

[摘要] 随着新媒体的快速发展, MG动画已成为新媒体中快视频常见动画形式。而作为需要大量实践教学广告类课程, 恰恰可将涵盖平面、动画、策划等多方面技术要点MG动画融入其中, 使其成为自己案例实践教学的一个重要方向。

[关键词] MG动画; 广告课程; 实践教学

中图分类号: G642.3 **文献标识码:** A

引言

应时代变换, 传统形式媒体逐渐被更便捷、更迅速、更智能的新媒体形式转变。新媒体的信息传播环境下, MG动画能迅速向不同受众人群输出文字信息、视频等信息, 从而使得传统动画的表现形式和表现途径得到进一步的丰富。

1 什么是MG动画

MG是Motion Graphic或Mograph的缩写, 直译过来为“动态图形”或“图形动画”, 通常称之为MG动画。MG动画作为一种新衍生设计形式, 在视觉上沿用了平面设计的表现形式, 在技术上使用了动画制作技术, 在策划上遵循内容传播的基本原理。

MG动画的迅速发展成熟主要依靠以下几点: ①扁平化设计。MG动画设计大多遵循扁平化设计, 在作品的元素设计中不追求传统平面设计中的装饰效果, 强调抽象、极简和符号化表达, 让作品的“信息”作为核心更好的表现出来; ②信息量巨大。MG动画整体节奏快, 单位时间内承载大量信息, 将碎片化的信息整合成为受众快速接受的“信息”, 相比其他视频形成自己特有传播优势; ③制作周期短。MG动画制作一般是在Adobe Illustrator中绘制好矢量素材后, 再导入After Effects进行动画制作, 相对于

实拍、三维等技术制作周期较短, 制作成本也相对可控; ④传播载体多样。MG动画时长较短, 一般在5分钟以内, 有些甚至只有几秒钟的GIF动态图, 扁平化的风格、涵盖巨大信息量、制作简单周期短等特征, 并且兼容MP4和GIF视频格式, 几乎各种播放器都可播放, 便于在网络上传播。

MG动画制作流程基本可分为: ①剧本创作。剧本作为MG动画的内核, 文案的创作基本确定整个MG动画的时长、镜头数、台词等硬性框架, 文案不仅仅要表现内容更多要考虑与画面信息的关系处理; ②分镜脚本。根据剧本进行画面的简单绘制, 这就需要动画制作作者有较强的专业能力掌控动画节奏, 并对动画中的人物及场景进行绘制; ③配音配乐。按照初期绘制的分镜进行配音配乐, 通常配音文字220字/分钟, 而MG动画则是270字/分钟; ④中期制作。配合分镜结合配音开始MG动画的最终制作; ⑤后期合成。在前面的分镜和动画调试以后, 需最终的后期合成, 一般通过Adobe Premiere进行画面、字幕、音效的最终调试并将视频输出对应的视频格式。

2 MG动画如何融入广告类课程

广告类课程主要为广告学、广告设计

与制作两个专业所涉及课程群。广告类课程根据培养方案的设置大致分为理论策划类、基础软件类、实践应用类三类课程。MG动画则根据其课程特点将其融入到各教学课程内容中。

MG动画融入到理论策划类课程。理论策划类课程有广告策划、广告文案写作、新媒体广告等课程, 主要以理论讲授为主, 策划类的设计作为课堂或课后作业进行完成。其中将MG动画的传播及制作流程进行讲解, 形成策划、制作、传播的闭环, 引入案例让学生进行MG动画的剧本文案创作, 增加学生对于实际案例的实操, 在实践中增加广告策划在广告中的作用, 学生创作的广告剧本文案也可直接应用于基础软件类课程教学当中。

MG动画融入到基础软件类课程。为增加教学培养中学生软件基础, 课程群中往往有大量的基础软件课程, 如Photoshop、Illustrator、Flash、非线性编辑技术等课程。正常教学往往以软件功能为讲授基础, 让学生了解软件的相关功能即可, 无法解决软件在实践中的功能的盲点。为此需将案例融入到基础软件教学中, 通过案例提升软件教学的维度, 将基础软件课更有针对性教学提升教学效果。以MG动画为案例基础增加项目的流程化教学, 明白一个广告设

计的从开始到结束,以成熟案例作为练习,并加以讲解其制作流程,分析其中设计难点,让学生在课堂中自主学习,自己发现问题并解决问题。

MG动画融入到实践应用类课程。实践应用类课程有影视广告、专业实践课程、毕业设计等授课环节。相比于之前课程此类教学更偏向高年级学生,有相应理论策划基础及熟练的软件技术能力,教师进行相应的引导式教学,以学生主教师为辅,更多以案例项目为核心,突出体现学生对于项目作品创作过程,对作品的质量需要严格把控,完全与市场进行对接,突出实践、质量、市场等评价因素。MG动画自己拟题或者加入相关广告类比赛,达到“作品不是作业”的要求,形成一个作业即可对MG动画与影视广告课程的更深入的理解。

3 MG动画融入《影视广告》课程实践教学

《影视广告》课程是广告设计与制作专业的核心课程之一。教学中注重学生创意能力与实践能力的培养,主要通过影视广告制作训练培养学生对广告创意表现,掌握影视广告的调研、策划、制作等环节的相关知识,初步具备制作影视广告的能力。《影视广告》课程的基本要求是,学生在掌握影视广告多媒体操作技术和影视广告制作基本流程的前提下,将科学技术与艺术相结合,充分发挥创意能力,通过实际的拍摄、及后期的剪辑合成来掌握影视广告的基本执行方法,初步具备设计制作影视广告的能力,并逐步提高学生的影视视频制作与策划的水平和能力。

本课程建议开设在广告设计与制作(专科)第五学期,以理论策划类的广告策划、广告文案写作课程和基础软件类的Flash、非线性编辑技术为基础,进行综合实践教学。学时数为72学时,4学分。该课程教学环节分为三部分,分别为前

期广告案例解析(16学时),中期影视广告分组选题策划(24学时),后期影视广告拍摄、剪辑、制作(32学时)。教学过程通过分组的形式对不同类别、不同题材的影视广告创作。最终考核方式为各组作品汇报展,汇报现场小组对作品进行阐述,院内教师对各组作品进行综合打分,指导教师根据作品质量和学生在组内制作过程对每位学生进行打分,两者分值进行整合得出学生最终成绩。

分组教学作为《影视广告》课程教学形式,学生选择不同类型、不同题材的影视广告进行创作,MG动画即可作为其中选题出现在课程中。从前期广告案例解析,就将完整地MG动画地概念、特点、优势、制作流程结合案例进行深度讲解,并在实践环节给学生展示MG动画制作过程中常见问题。中期分组选题策划就进入小组完成影视广告创作阶段,此时需要教师和学生一起确定MG动画的创作方向,确保以学生现有策划和技术水平的作品完成效果。然后根据选题进行剧本创作、分镜脚本,在这中间各小组之间需要进行阶段性汇报相互进行前中期经验交流。后期拍摄、剪辑、制作进入主要的技术问题上,此时进入MG动画配音配乐、中期制作、后期合成阶段此,处需要细化明确每位学生在组内分工,尽可能平均相关工作量,避免出现学生的单兵作战的问题。

根据以上情况基本确立MG动画在《影视广告》课程的实践教学流程,但在教学实践中仍需要注意以下几点。①前期广告案例解析,针对MG动画地讲解需结合现时市场情况,挑选市场认可度高,制作难度较小的作品,对于酷炫高难度MG动画也需告知学生其中制作技术要求,避免后期学生一味追求制作高难度MG动画,导致最终达不到作品的完成度。②中期选题中使用可落地项目或结合相关比赛进行创作,增强作品的实践意义,

增加学生在作品创作中成就感。③剧本创作过程中注意字数与时间的关系,剧本创作与分镜脚本必须同时进行,引导学生针对剧本预期效果进行分析。④分镜脚本人物形象、空间场景、动态素材创作,注意整体色调与扁平化的设计方向,根据各类素材的动态分析进行相应分层处理。⑤配音配乐需注意与文案脚本的关系,避免出现镜头时间长,动态内容少,镜头时间短,动态效果表现不完的问题,及时对剧本或配音进行调整。⑥中期制作阶段,避免学生分工不明确,规范各自的相对工作量,并针对基础素材、动态专场、人物动作确定相应标准进行统一。⑦制作中进行多次粗剪汇报,并进行相应的反馈处理,确保最终动画与配音、配乐、字幕的完美呈现。

4 结束语

MG动画融入到广告类课程需要大量成熟案例作为支撑,并形成与专业课程培养的紧密联系。作为新媒体时代下市场催生的动画形式,不仅仅可在广告类课程中进行融合,也可进行扩展在更多相关专业课程,如数字媒体类、摄影类、设计类、传播类等课程群进行实践推广,从而达到让师生在教学过程中快速与市场形成无缝衔接。

【基金项目】

本文系山东省艺术教育专项课题“MG动画在广告类课程中的应用与创新研究”(YJ201811136)阶段性研究成果。

【参考文献】

- [1]周春月.浅谈MG动画在新媒体环境下的发展与应用[J].美术大观,2016(10):138-139.
- [2]陈滢竹,肖艺,孙春星.影视广告创意与制作[M].西南师范大学出版社,2013:08.
- [3]李春妍.MG动画实战从入门到精通[M].机械工业出版社,2019:09.