

《徐勇,你好! 徐勇,再见!》 H5设计三小时出炉

吕 然

惊闻新华社前辈徐勇老师悄然离世的新闻,很是震惊,我曾经对着他的画像久久地凝视。看着他那张消瘦的脸、那双如炬的眼睛,以及朴素的外形,我曾思考,我能用什么来描绘他?

“给你一个紧急任务!”这是一句中国蓝融媒体中心设计师时常听到的话,在徐勇先生去世后次日,我接到了这个紧急任务,为他做一个表达哀思的H5。

接到任务时,领导要求我们产品设计组必须尽快完成《徐勇,你好!徐勇,再见!》H5的设计,加上前期的文字策划,必须在半天之内完成上线。这是一个比较高难度的动作,这个产品在前期策划时化了比较多的时间,真正把文稿给到设计师,设计师构思、设计的时间其实只有短短的三个小时,这非常考验我们设计团队的设计技巧和水平。当然,无论接到什么任务,我们产品设计团队都会非常给力和用心的。

在我眼里,H5本身是一个公式。徐勇的H5我们选择了传统翻页+平铺文案+伤感音乐的形式。在三个小时内要完成一个公式,对于设计师而言,确实不是一件容易的事。我们采用第一人称讲述他的故事,并选择了用信件的方式进行开篇,这样的形式对用户而言也更拉近了与读者的距离,产生一种真实、亲切的感觉。徐勇先生虽然逝去了,但是我们从他身上看到了新闻人的精神光芒和新闻理想。

我们在设计风格上希望既

能表达我们的哀思和痛惜,又能够让我们看到希望和传承的未来,他的精神是永存的。因此我们并没有将图片完全处理成黑白的色调,而是选择性地将所有照片的饱和度进行了调低,并处理成淡淡的素描画风使整体画面更为和谐。开始几页,我们交代徐勇的故事,因为是传统翻页模式,为了防止用户在看文案时产生视觉疲劳,设计师在每一页的文字上进行了特别处理。“不要色彩,形容词是色彩,唯有轮廓,刻骨铭心。”

徐勇的这句话,我们选择用了和其他段落不一样的字体进行区分。在制作最后一页时,徐勇的很多工作照片需要展示,我们选择用图片轮播的形式,加深用户对徐勇的印象,使徐勇在读者心中形象、立体、饱满起来。

在整个设计过程中,我们沿用一种风格,用淡淡的色彩来抒发我们的情感。若是时间充裕,这个新媒体产品在设计上还可以增添更多的亮点,比如可以把人物图像慢慢消失渐变,从而体现更多的交互呈现;如果有更多的时间,我应该会选择多种交互并行的长图形式进行设计,可以给用户带来更多意想不到的体验。因为时间紧急,我们要保证内容按时完成,因此没有实现预期想法委实有些可惜。

《徐勇,你好!徐勇,再见!》这个H5的设计,成功的关键不仅是在第一人称引起了媒体人的共鸣,体现在设计上:首先是有很多色彩和细节引发用



户共鸣。比如很多低饱和度配色的元素与暗灰色的背景融合,给人带来一种淡然静谧的感觉,也不容易引起用户视觉疲劳。其次,把人物形象处理成了水彩画,徐勇的形象便饱满了起来,整个画面也衬托出对徐勇连绵不断地追思和感念。这个H5里不仅有着能引起广泛关注的话题,更有精良的内容内核,再加上比较独到的表达形式,自然能引起广泛地传播。记住徐勇,哀悼徐勇,这是我们设计时所考虑最多的思绪。

一个H5产品的推出需要设计师的灵感体现和时间的打磨,希望未来我们能以此为目标做出更多温暖而有力量产品,用心传递好每一个故事。

(作者为新蓝网设计师)