

# 浅谈趣味性设计元素对广告创意的影响

陈 丽

(昆明艺术职业学院 云南 昆明 650228)

**[摘要]** 在当今社会,广告创意和趣味性设计是相互联系密不可分的,广告创意是趣味性设计的前提,趣味性设计可以推动创意的完善,所以虽然创意广告的趣味性并没有具体的概念,但是持积极态度的学者认为广告创意向趣味性现象的转变并非巧合,这是广告人对消费者精神消费需求的理解。广告创意趣味性趋势的出现是因为随着时代的发展,消费者的消费需求从物质文化需求转向精神文化需求,为了满足消费者的精神文化需求,广告人以创新的表现形式把广告信息趣味化,使受众在接受信息时,不会产生抵触情绪,信息可以更有效率地传播与扩散。就此,本文对趣味性设计元素对广告创意的影响展开探讨。

**[关键词]** 趣味性设计元素;广告创意;影响分析

## 1 趣味性设计元素的含义和功能

所谓趣味性,我们可以简单理解为某些事物能使人感到愉快,并且能引发兴趣的特性。广告作品中各种趣味性设计元素的使用是一种展现设计师创意能力和吸引受众注意的有效途径之一。广告设计的趣味性元素丰富多样,它有时表现为幽默的表达方式,有时表现为戏剧性的呈现效果,有时表现为一种颠覆惯常思维的新奇而刺激的视听感觉,通过不同造型、色彩、图案的搭配,使广告创意更加生动、充满想象力并耐人回味。与传统广告设计不同,现代广告设计以其形式特别、趣味十足的多元化设计形式在准确传达信息的同时,也以其鲜明的个性特征让大众觉得趣味性十足。

## 2 创意广告的趣味性借力于互联网发展

随着互联网的普及和快速发展,广告与互联网引领的新媒体关系越来越紧密。而数字互动时代广告传播商业性的内涵在广告创意的趣味性得到了体现,让人们在轻松快乐的气氛中潜移默化地接受广告信息。广告创意的趣味性使得人们不会特别去区分是商业还是娱乐。随着新媒体时代的到来,传统而单调的广告已经不足以引起消费者的注意,广告的趣味性驱使着广告创作使用先进的技术带给消费者更好地互动体验,使广告“个性化”“互动性”的特点更加的鲜明。

大数据时代,广告借助着新媒体的优势能将广告主的产品或品牌理念传达给特定的群体,就好比年轻人喜欢新鲜潮流的元素而老年人欣赏经典古韵的风格,每个人的精神文化需求是不同的,但广告的趣味性就是要最大限度地满足人们的需求,这就是“个性化”的体现,并且个性化的定向的广告将成为广告投放的主流,可以减少广告资源的浪费,收到事半功倍的效果。

体验是广告最新的创意形式,是主体对客体的刺激产生的内在反映,消费者无论是对广告产生兴趣还是直接进行消费行为,都看重体验的过程和自我反馈之后的结果,这就是许多线上的应用软件都会有自己线下的体验店的原因。消费者通过互动从而更好地理解产品的理念和该企业所树立的品牌形象,通过人与人之间的互动、人与产品和品牌之间的互动,使消费者加深对产品和品牌的信任与好感,愉快地进行消费。最具代表性的可口可乐校园创意营销就是一个很好的例子,为了能让大学生有更好的交流互动,可口可乐公司研发了双人可乐瓶盖,这个特殊的瓶盖只有当两个人一起反向旋转才能打开。可口可乐公司的深度加工创意使消费者产生密切的联系,即两个个体的接触,从而达到深度互动。可口可乐公司让广告与企业价值、品牌理念、社会责任(CSR)完美结合。这就是在创意广告趣味性在数字新媒体大背景下的两大特点。

## 3 趣味性设计元素对广告创意的影响

广告是一门综合学科,涉及营销学、心理学、传播学等多方面的知识。根据西方营销理论的研究,消费者的需求发展大致可以分为三个阶段:第一是量的消费时代,第二是质的消费时代,第三是感性消费时代。在当今社会,随着生活节奏和消费观念的

改变,消费者购买商品的目的更多地表现为满足某一种情感上的渴求,人们越来越渴望看到一些表现形式新颖,内容丰富有趣,主题特色鲜明,令人耳目一新的广告设计作品。趣味性的广告设计可以使用户在获得信息的同时得到美的享受,在审美体验的过程中轻松、自然地接受广告所要传递的一些信息。广告作品中的趣味性设计并不高深莫测,很多优秀作品中趣味性表达的灵感都是来自生活。优秀的广告设计师往往将日常生活中易被忽略的常见元素作为设计对象,只要稍加改造,就能带来出人意料的效果,给人耳目一新的感觉。

## 4 广告设计的责任意识和社会担当

趣味性设计元素的应用对广告创意固然有着非同寻常的重要意义,但这并不意味着我们可以为了一味追求广告效果而不加选择地随便使用。在当今广告界,有一些广告作品为了吸引消费者的眼球,达到商业目的,总是一味地追求趣味化的广告创意,创作出一些虚假广告甚至违背传统价值观的广告。有些广告甚至违背了基本的文化传统和风俗习惯,直接导致公众对媒体和企业失去了基本的信任。因此,广告设计师作为广告的策划者,一定要意识到自己肩负着的文化和社会责任,在追求广告创意的同时重视广告设计的价值导向,用优秀作品唤起人们的文化认同感,共同促进社会的和谐发展。

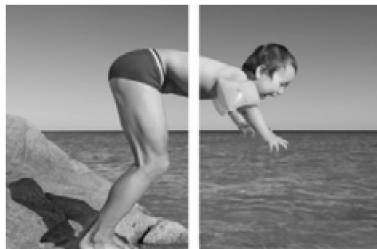


图1

图1是巴黎摄影师Jean Yves Lemoigne为Evian依云矿泉水设计的成人 with 婴儿创意拼图广告。突出水乃生命之源的广告创意。



图2

图2为德国广告公司Scholz&Friends为Bund(德国保护自然组织网站)做的公益广告,每60秒就有一个物种在地球上消失,每一分钟,每一份捐款帮助都刻不容缓,画面发人深省,很有震撼力。

(下转第703页)

## 晨读静思

林海艳

(黑龙江省大庆市肇源县古恰镇中心小学 黑龙江 大庆 166500)

今天是三年级最后一次晨读自习了。一边听着孩子们晨读，一边为孩子们准备暑假作业的我，突然间想到即将到来的一个假期的别离，心中不免思绪万千。不禁叹了口气，放下笔，再次看看我的娃们，看着这些幼苗一样的小精灵，丝丝不舍萦绕心头。

三年了，一个个“小迷糊”慢慢长大，学会思考问题的时候也学会了偷偷地调皮捣蛋。看着他们一天天长大，感叹成长的瞬间，掠过心头的是更多的欣喜和期望。这一刻作为老师的幸福感油然而生。这些小家伙呀！我的二十六个宝贝！老师想说：三年了，我见证了你们成长的每一个足迹。许是善感，许是小散的依别，目光所到之处，脑中便浮现出场景。

爱笑的李旭，每天清晨总是早早来到班级，也不管自己不是值日生，第一时间就去擦拭讲桌。每每看着这个暖心的镜头，眼睛总是悄悄湿润。一个九岁的小女孩儿，认真地做一件事情的情景如此令我着迷。擦去了尘埃，擦亮了教室，也擦亮了我的心房。班级的“光荣墙”上“玫瑰小手”一直被李旭霸榜。这件事情还曾经惹起众多小朋友的弹劾并且效仿。一番番苦口婆心的教导还有合理的转移才算平息此次事件。之后李旭自豪的神情让我知道她的付出得到了怎样的馈赠！

坐在第一排的佳琪。她曾经可是一个腼腆的代表，刚上一年级那阵，她的“不敢高声语”一度让我费尽了脑汁，用尽了N种办法，也查阅了大量的关于孩子内向如何引导方面的材料……辗转千回，最后竟然发现我给她的语言鼓励和肯定的目光才是最有效啊！埃克苏佩里说：“爱需要爱和心去传递。”这句话在这件事情上收到了奇效。二年级的某一天清晨也如此刻、此景。窗外绿意盎然，鸟鸣声穿过教室的窗帘，在我认真地写操行评语的时候，佳琪同学竟然破天荒地手捧《资源与评价》来到我身边求解……那是怎样的一种欣喜和激动啊！佳琪小天使，你知道吗？我很愿意很愿意就这样轻声地为你解答难题。因为我知道，你已经成功的战胜了自己的胆怯，你变得勇敢起来了，开始知道勤学好问才是积累知识的法宝。那一过程美丽了整个清晨！

永远充满阳光的大男孩刘瑶同学。还记得那天咱们在班级里讨论最美女教师张丽莉的英雄壮举时，你说过的话吗？老师永远记得当时你童趣却真诚的动作和那句有些傻乎乎的话语。因为老师听到了你对老师的那份关心，你不希望老师受到点点伤害，因为你说老师如果不健康了，你们会伤心会痛苦。老师理解了你说

的话，老师懂了，那一刻老师心中升腾的温暖，让我幸福好久。为了你们，老师也该好好的善待自己，积蓄出更多的力量来呵护你们前行。

还有那个在母亲节感恩征文中写下“天堂里的妈妈，谢谢你给了我生命！谢谢你陪我走过六年的快乐时光！希望你在天堂快乐，保佑我和爷爷奶奶平安……”的岳岳同学。小岳岳，你要记住：“这个世界上你并不孤单，你的周围还有王可心，还有张宇航、许可……还有老师我。咱们一起快乐地学习，幸福的生活。我们永远爱你，所以孤单会绕道而行。你拥有我们这样一个温情的大家庭，在这里我们朝夕相伴。我们都喜欢你灿烂的笑脸，我们都希望每天看到你与大家在一起开心地学习玩耍。岳岳，你是勇敢坚强的女孩，你要独立，你要快乐，你要自己健康地长大……”

孩子们，我们之间的美丽故事有太多。一件件好似一颗颗闪亮的珍珠，珍藏在我的记忆深处，熠熠闪光。爱护班级，主动为班级服务的孩子们，班级舒适的环境，无不承载着你们的劳动与汗水。悄悄为老师写诗的小才女们，诗中行行对老师的赞美，句句对同学的夸奖，无不透露着你们的友善与感恩。孩子们，感谢你们给了老师感动，在感动中欣慰你们的成长。

孩子们，老师想说：“也许老师会对你们板起面孔发脾气；也许老师总是对你们鸡蛋里挑骨头；也许老师总是不断指出你们的不足；还有许许多多让你们厌烦的，听了无数遍的唠叨在耳畔……可孩子们，你们应该理解，老师只是希望，希望你们可以在每天经历的事情中取长补短，希望你们可以主动去快乐地学习，在书本中获取知识，每天多一点进步。希望你们的每一个今天都比昨天的自己更优秀，希望你们越来越完美……”

由于爱的传递，由于心的不断交融，我们变成了一家人，每天都上演着童趣与感动，求知与授道。这里的主角是你、我、他。班级因为你们而充满了笑声，朗朗的读书声难道不是最美的音符吗？

清脆的铃声打断了我的思绪，晨读结束了。马上要带领孩子们开启全新一天的学习生活，一起到知识的王国去探索。看着眼前一个个晃动的小脑袋瓜，我手心里的二十六块小宝贝呀！来来来，让老师拉住你们的手，带上阳光、带上快乐，向幸福-----出发！

(上接第767页)

### 结语

随着我国改革开放的不断深入，市场经济不断完善，人民物质生活水平极大丰富，娱乐经济时代已经到来，阳春白雪和下里巴人的大众文化共同发展，这些因素无不孕育和滋养着广告。更有科技的日新月异提供了强大的动力支持，娱乐形式和内容的不断创新又给广告不断注入新鲜的活力，广告创意的趣味性发展已经成为广告发展不容忽略的趋势。所以，创新广告的趣味内涵和模式，才能使广告更容易被受众所接纳，使广告更具有较佳的操

作性，能够在娱乐和时尚的新媒体时代不落窠臼。

### 参考文献

- [1]金晖,胡建蕾.公益广告创意思维的特点[J].科教导刊(中旬刊),2018(11):37-38.
- [2]王俊起,梁昊文.论创意广告之创造性翻译[J].东方翻译,2018(02):11-18.
- [3]张威,付宏才.浅谈创意广告设计[J].电脑迷,2017(04):126.