

探析视觉记忆在当代广告设计中的应用

朱永亮

(山西省平遥现代工程技术学校 山西 晋中 031100)

【摘要】视觉记忆作为一种媒介方式,是广告设计中不可忽视的重要元素,结合新的技术材料和更为创意的思路,将各种视觉表现作为一种语言,在广告设计中营造出独特的视觉空间和强烈的感染力,给受众留下无限遐想的空间,同时给设计作品添加趣味,让作品具有个性化,能诱发观众感觉上的共识。

【关键词】视觉记忆;广告设计;应用

引言

人接收信息通常80%靠眼睛,20%是靠听觉或触觉、嗅觉等其他感官,所以说视觉信息是最直观表达的方式。视觉记忆应用在许多方面,在当代广告设计中也有非常重要的影响。设计师从视觉记忆的不同角度去探索广告设计中视觉记忆的各种元素的运用,希望能够进一步探索影响人们对广告设计的理解和认知,从而完善并加深广告设计中视觉记忆应用的效果。

一、视觉记忆对广告设计的影响

(一)视觉记忆加强广告设计效果

1.更为精细的画质表现,增加说服力。

视觉记忆运用的最常见手法是对于细节的精细处理,在照片的细微处进行修缮,让整体的构图、色彩、质感等方面都达到最好的状态,通过这种展现有效提升广告设计的质量,增加广告设计的真实度与可信度,让消费者更易接受。

2.创意与美学有效结合提升传播效果。

一个优秀的广告作品不仅是在商业中凸显其重要作用,还需要通过创意和设计来提升广告的传播品位,达到直击消费者心理的效果。将创意与美学进行有效的结合,才能实现传播效应。

(二)拓展广告设计空间

随着信息技术的发展,受众对于广告设计的要求不断提升,表现效果、创意设计、表现风格要不断改进,通过视觉记忆规律的使用,使广告设计更加丰富多彩。

1.打破广告设计旧理念。

目前广告市场竞争越来越激烈,产品同质化的现象非常严重,广告设计很容易让消费者产生厌倦心理。在这种情况下,为了让受众对广告更多地关注,广告设计必须不断地探寻全新的表现方式,在这种情况下,全新的设计理念也应运而生。产品的广告设计效果对于消费者的影响非常大,那些具有设计创意和精神特征的广告往往更受消费者青睐。

2.丰富广告设计的主题形式。

以往的广告形式相对单调,现在的广告设计不仅要画面精致,表现形式更要多样。

3.延展叙事范围。

随着视觉记忆越来越深入,广告设计变得更为生动真实,体现出更多风格化、情绪化、印象化的创意,这类广告的表现形式风格强烈,看似与主题相脱离,实则却更好地吸引了受众的眼球,成为一种全新的广告叙事形式。

(三)提高广告设计效率

视觉记忆本身有很多规律,掌握了这些规律,设计者就可以依照规律提升广告设计的效率。很多公司因为产品的不同和宣传时间的不同,广告画面更换频率非常高,这便对广告公司的视觉记忆提出了更高的挑战和要求。如果设计师对于视觉记忆理念掌握非常好,就可以借助整合视觉记忆理念来提升设计的效率。例如,不同类别产品在色系上会有不同的规律,运用得好能吸引消费者的注意力。

(四)延长广告设计时效

现在的信息量大,广告或其他资讯的更新频率瞬息万变,广告的投放也会考虑产品的生命周期,同样,若能提升广告设计的表现方法,做到吸引消费者并能在消费者心中留下记忆印象,在适当的机会再做广告时,观众会进行一次“再认知”,这个过程能够延长广告的时效,使一个广告设计中投放和占据更长的时间。熟练运用视觉记忆来提升广告效果的方法,深度挖掘吸引消费者的广告元素或表现形式,能使同一个广告设计占据更长的时间、取得更好的效果。

二、视觉记忆在广告设计中的应用

(一)图形记忆的应用

1.拼凑图形

图像是最能够展现视觉信息的,能让形象变得简单具体,让人更易理解,同时能引导人们展开视觉想象力。在图形设计中,常见的有通过重叠、拼凑等方式展现主题,让人在看图像时,会根据自身的记忆从图片中提取相似但又不同的意象,然后主观上进行信息内容的补充,从而达到用图片唤起受众的记忆,让受众根据图片内容引导而产生思维,达到对广告设计的理解。

2.减缺图形

减缺图形就是用单一的线条图像去创作简化图形,通过图形的残缺形态、不完整来突出作品的主题和设计特征。利用已知来表现未知,用看似不完整的方式唤起观众对原图形的记忆,从而自主引发想象。这种设计需要是抓住基本特点,对设计师的概括能力有很高的要求。

3.正负图形

正负图形设计是图形主题和背景用结构和图形表现相互交换的形式,通过明暗交替、正负呼应的方式让观众从视觉上产生另一种错觉,并且引发思维,会加深观众对广告的印象。

4.同构图形

同构图形是指两个或两个以上的图形组合在一起,这种新的组合形式同样能使受众展开同构联想。除此之外,双关手法也是一种混合不同图像创建具有两重视觉的形象方法,意在表达“一画双关”的意思。

(二)广告设计中视觉记忆的应用方式

在广告设计中,因为图形的直观表达,设计师对图形的研究比较深入,所以,我们常见的图形设计非常广泛,平淡无奇的图形已不能满足需求,新颖独特、变化多端的形式更容易获得人们的青睐。设计师在图形中可以运用很多方式来表现事物的形态和色彩,让广告设计更加丰富。

1.边沿公用

将两个或多个图形通过边沿线的公用组合在一起,形成全新的图形,是在原有的基础上进行艺术性的改造,一般是两个或多个的图形共同使用同一边沿线或在同一空间中,形成强烈的视觉冲击吸引眼球。

2.矛盾空间

矛盾空间错觉在广告设计中运用,是利用民众好奇心的一种视觉错觉表现形式。将广告内容应用哲理性的图案构成空间图形,做出人们在现实中无法存在的虚拟空间,创造复杂的层次和虚拟的空间关系,形成奇幻荒诞的空间效果,增强作品的视觉冲击力和趣味性,给人以理性和感性上的视觉悖论。

3.维度转换

平面图片上普通的线条、色彩图形等一旦转换维度,就打破了二维和三维的界限,能获得意想不到的效果,使广告设计更具吸引力。这种以静制动的表现力,不但能够冲击观众的视觉,还能打动观众的内心。

结论

随着广告业的飞速发展,对视觉记忆从过程中控制,进行引导和改变,凭借延长记忆时效的方式,进一步强调作品的主题,让观众有深刻印象的作品才是好作品,只有将视觉记忆更好地运用于广告设计当中,巧妙地运用各种方法,不断地探索更新的创意表现方式,才能实现整体广告行业的迅速提升。

参考文献

[1]周睿.论素描教学内容的改进——浅析素描教学与设计专业的接轨[J].南昌高专学报,2004(02):73-74.

浅谈八年级数学教学中如何有效实施兴趣教学

许木顺

(江西省赣州市会昌县晓龙初级中学 江西 赣州 342612)

【摘要】众所周知,八年级数学是初中数学承上启下的一个学习阶段,这一阶段教学的开展既需要以七年级数学知识为基础,又要学习新知识,为初三数学教学的开展营造一个良好的开端。然而,参与过八年级数学的学生和老师都知道,初一时对数学兴致勃勃,但是经过一年的艰苦学习,兴趣或多或少会有消退,尤其是成绩不好的同学很容易放弃这一学科的学习,这就对教师的工作提出了很大的挑战。为了防止学生们在初二的时候对数学这门及其重要的学科产生厌烦的情绪,从而影响他们以后的人生,我认为在数学知识的教授过程中实施兴趣教学是很重要的,这样既能调动学生们的积极性,自觉主动的去巩固七年级所学的知识,又能提高他们对数学的兴趣,为九年级数学的学习甚至更重要的中考奠定良好的基础!

【关键词】八年级数学;承上启下;兴趣教学

对于走在路上的人来说,数学这门学科无论什么时候在成绩中都占很大的比重,因此教师的合适的引导对学生们的数学成绩具有重要的意义。首先,在八年级开学之初,教师就应该帮助学生们培养对数学的兴趣,营造一个良好的开端;其次,在日常学习生活中,教师也可以有意识的将生活中的事物与数学进行有效的结合,并且培养他们良好的学习习惯;最后,教师可以鼓励学生发表自己的意见,激发他们对未知数学的求知欲,这些将会帮助培养初二学生的数学兴趣,为更好学习数学奠定深厚的基础。

一、营造一个良好的开端

常言道“良好的开端是成功的一半”,当八年级学生开学第一天拿到数学课本的时候,绝对是兴趣和信心最足的时候。上一年期末成绩好的同学会斗志昂扬,目标同样是班级的前几名,而七年级成绩不理想的同学,心里不免失落,但离中考还有两年的学习时间,一切都还来得及,他们心里一定想通过自己的努力扳回一局,让老师和同学们刮目相看。这个时候,教师应该以平等的态度对待数学水平参差不齐的同学们,给予他们足够的鼓励,同学们一定干劲满满,以后会花足够的时间来提高数学成绩。

二、与实际生活相结合