

浅析人文元素在广告设计中的重要意义

李冰

北京市石景山区业余大学

[摘要]现代广告设计中越来越多的开始出现人文方面的元素,这样可以让广大消费者在情感上更易于和乐于接受,以达到广告设计和广告促销的目的。基于此,文章对人文元素在广告设计中的重要意义的相关内容进行探讨。在对人文元素在广告设计中的重要功能进行分析的基础上,提出人文元素在广告设计中的营造策略,以通过人文元素的融入,使得广告设计内容更加吸引人,也能够达到广告最终的商业目的。

[关键词]人文元素;广告设计;产品

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.08.1085

引言

伴随着社会和经济水平的不断发展和提高,广大消费者在各种消费方面,已经不再是为了需要而消费,在进行各种消费时,也会考虑到“感觉”,也许某种商品对自己来说可买可不买,但因为对商品的“感觉”好,可能就会购买。其实所谓这种商品所带给消费者的“感觉”,很多时候就是产品设计中的人文元素在发挥作用。正是因为如此,现在越来越多的广告设计师看到了人们的这种需求,也意识到了人文元素在广告设计中的重要意义。

一、人文元素在广告设计中的重要功能

(一) 淡化商业气息

在现代社会中,铺天盖地的广告充斥在人们的耳边和身边,对于那些销售欲望过于强烈的广告,人们已经懒得去看。但那些具有人文元素的广告设计内容就不一样,也许因为某一句广告词,也许因为某一个画面,就会吸引人们的目光,打动消费者去购买产品。这样的广告设计不仅不会引起人们的反感,相反,因为人文元素的加入淡化了商业气息,反而可以产生更好的广告效果和经济效益。

(二) 升华品牌形象

现代社会中,人们在选择各种产品时,对于品牌形象的关注程度越来越高。从某种程度来说,产品之间的竞争其实也是产品形象之间的竞争。在激烈的市场环境中,谁能够向消费者展示鲜明良好的形象,谁就更容易吸引消费者的注意。产品广告设计中人文元素的运用,可以唤起消费者心中的潜意识,为产品和企业树立良好的社会形象,带来良好的社会影响。这给企业所带来的价值是无形的,更是积极的,在帮助企业和产品获得良好的社会效益和经济效益的同时,也能够升华产品在消费者心中的品牌形象和价值。

比如格力空调设计的广告语,从一开始的“好空调,格力造。”到之后的“格力,掌握核心科技。”再到现在的“让世界爱上中国造。”都非常精准地把握住了消费者心底的那一份情怀,使得格力空调在国人心中的形象和格力品牌成了一个影响力越来越大的国产品牌,也成为空调制造领域的骄傲。

(三) 体现人文关怀

人文关怀注重的是要理解人、关心人和爱护人。在当前的时代背景和社会发展要求下,广告设计除了向人们宣传产品本身的性质、功能等以外,还应该能够引导人们树立正确的价值观念,用人文关怀的设计让产品充满人情味。广告设计中人文元素的融入,一个很重要的意义就是要体现出产品的人文关怀,让消费者能够从情感上、心理上感受到共鸣,从而对产品产生好感,以增强消费者的购买欲望。

二、人文元素在广告设计中的营造

(一) 遵循以人为本原则

当代社会是一个以人的发展为主导的社会。在各个行业发展过程中,对于人的关注和重视越来越明显。广告作为一种特殊的大众传播信息,是广大人民群众和企业之间进行沟通的

桥梁。广告要想获得群众的更多青睐,要在广告设计中注意体现出对人的关怀,尊重人的价值。因此,在广告设计中融入人文元素时,一定要遵循以人为本的原则,关心人的利益和人的思想。这样容易让消费者感受到一种被尊重、被重视的感觉,更容易接受广告以及所介绍的产品。比如在很多公益广告设计中,就非常关注以人为本的内容的设计。

(二) 设计中关注人性情感

人文元素在广告设计中主要的表现形式是人文关怀、人性诉求。广告设计完成之后要投放于现实世界,人文元素、人性情感应该是当代广告设计中永恒的主题。这从当前很多优秀企业的广告设计中也能够看得出来,他们的设计都充满和洋溢着对于人性的关注、对于情感的关注。这样的设计不仅能够走入消费者的心理,也能够体现出对人性道德的尊重。比如在很多汽车广告设计中,无论是广告语的设计,还是广告宣传视频、图片等的设计,都越来越关注人的需求和人的情感。

(三) 深入挖掘产品的人文内涵

就产品本身来说,它们本身并不具备更多的情感内涵和人文内涵的功能,但通过恰当的广告设计,会使得产品的这种附加值马上体现出来。因此,在广告设计中加入人文元素时,一定要对产品本身有全面详细的了解,深入挖掘出产品的人文内涵,使得赋予其的人文元素更加契合,也增强消费者对产品的关注。比如世博会的会徽,就是把中国书法艺术融入其中,将“世”字变形成三个合臂相拥,表达出了世博会“理解、沟通、合作”的人文理念,给人带来一种非常亲切的感受。

结语

在时代和经济的发展过程中,同类型企业之间的竞争越来越激烈,在商品本身相差无几的情况下,为了在市场竞争中占有一席之地,各个商家越来越重视广告带来的效益和作用。这就对广告设计师提出了更高的要求,要能够设计出独特新颖的广告内容,以吸引消费者的目光。其中人文元素在广告设计中扮演着非常重要的角色,它可以淡化产品的商业气息、升华产品的品牌形象、体现出企业的人文关怀,为此,在广告设计中运用人文元素时,要遵循以人为本的原则、要关注人性情感、要深入挖掘产品的人文内涵,在不影响对产品基本介绍的基础上,设计出广大消费者乐于接受的广告,使他们更加乐于购买其产品。

参考文献:

- [1]熊怡菲.人文元素在幼儿英语教学中的运用策略[J].文化产业,2021(09):43-44.
- [2]肖芳.现代平面广告设计中传统文化汉字元素的应用研究[J].艺术品鉴,2020(26):67-68.
- [3]邓辉.绘画元素在现代平面广告设计中的应用探究[J].传媒论坛,2020,3(15):128+131.
- [4]牟师娴.广告设计中情感诉求的运用方式[J].参花(下),2020(07):88.