

# 图形创意在平面广告设计中的应用探讨

王晓红

(保定职业技术学院 河北 保定 071000)

**[摘要]**随着数字媒体时代的到来,视觉传达技术也在不断发展创新,将图形作为基础,能够优化信息的传递效果。对于平面广告设计而言,要想从视觉上下功夫,使其更具有表现力,就要充分运用具有创意的图形,借助多种表现形式进行表现。本文主要针对平面广告设计进行深入探究,对图形所具有的重要作用和图形设计原则进行阐述,探究图形创意所具有的作用。

**[关键词]**数字媒体;广告设计;图形创意

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.07.417

信息化时代的到来使得平面广告得到了飞速发展。通过平面广告可以充分体现出当今社会文化价值和审美需求。就当今的广告而言,正处于飞速发展阶段,竞争十分激烈,要想在激烈的市场中占据重要位置,就要对广告设计进行深入探究,确保设计的广告更容易被接受。要不断提高自身的设计创造水平,使广告更具有审美价值,就要明确图形创意所具有的重要作用,进而打造出水平更高的平面广告,有效进行产品信息的传递,实现产品推广的主要目标。

## 一、图形创意的含义

对于平面广告设计而言,主要包含三个要素,即文字、图形和颜色,其具有较强的直观性特点,对于广告设计产生着十分重要的作用。随着时代的不断发展,人们的生活出现了巨大转变,生活节奏处于不断加快的状态。人们通过广告中的图形快速获取相关信息,并留下深刻的印象,所以图形是吸引大众眼球的最优方式之一。所谓的图形具有其自身的独特性,不但具有符号性和视觉性,而且还具有动态性,不会受到语言的限制,能够跨越国家,进行思想和信息的传递,成为社交中不可缺少的元素。对于事物而言,发现它们之间所存在的联系就是创造力的表现,要将这种联系巧妙渗透到平面设计中来,进而完成主题图形化。设计师将自身的想法融入图形中,并表达出来就是图形创意,在进行设计时要根据相关的原则进行,科学合理进行相关图形元素的组织和设计,有效将主题进行表达,最终形成独具特色的联想记忆,向大众传递相关的信息,达到广告推广的效果和目标。在进行平面设计时,要遵循相关的原则,并不是凭空想象形成的,要充分将生活中的相关经验融入其中,带给大众不一样的体验,吸引大众的眼球。

## 二、平面广告设计中图形创意的重要价值

图形相比较文字而言具有很大优势,是不能被替代的,具有直观性和真实性的特点。可以借助图形进行相关信息的传递,将所要表达的想法和信息借助图形生动形象地进行传递,这是十分重要的艺术形式。当人们在观看一个平面广告时,图形最先映入眼帘,进入人们的视线中,之后才会看到文字,所以说图形对于广告而言具有重要价值。通过文字和图形的融合,优化了信息的传递效率和质量,帮助人们对广告进行深入的理解。就平面广告设计而言,图形发挥着关键

性的作用,通过运用图形巧妙地进行广告信息传递,过于简单的图形不能获得长期效果,所以在运用时也要注意。作为广告设计人员,要想确保信息的传递性准确,就要使得广告语充满艺术性,更吸引大众注意力。

## 三、图形设计的原则

在进行图形设计时,要注意其呈现的总体形象要和大众的需要紧密联系,确保传递信息的准确性和真实性,在给人们带来画面美的感受,同时也能够满足社会大众的道德观念,使得人们在观看画面形象之后产生舒适感,出现心情愉悦的现象。在进行图形,形象设计时,要充分考虑主题内容,主次做到分明,避免出现喧宾夺主的问题,确保消费者的注意力集中到所要传递的产品上来,完成平面广告推广的主要目标。除此之外,还要注意图形的形象要生动,有效将感性和理性进行融合,达到传递信息的效果。这样形象设计具有积极作用,可以帮助人们在进行广告欣赏时融入情感元素,情感色彩浓重的图形更能吸引大众,使其产生情感共鸣。这样的形式属于双向互动,能够有效引导人们对广告进行理解,从而产生购买的欲望,实现广告推广的最终目标。

## 四、平面广告设计中图形创意的表现手法

### (一)同构图形

所谓的同构图形,就是将两个或者两个以上的图形进行组合,构建一个全新的独具特色的形状。在进行构建过程中,并不是将原有的形状进行简单的组合,而是需要新的元素融入,从而使得整个图形构造更吸引人。通过将多种元素进行融合,形成独具特色的图形,给大众带来不一样的感受,对广告效果优化起到了积极作用。除此之外,作为广告设计者还要充分运用全新的理念,从视觉上营造出全新的视觉盛宴,带给大众不一样的体验。通过同构图形,能够表达出更深层次的含义,有效进行广告主题的表现,这一形式具有新颖性,逐渐成为平面广告设计中最为常见的方法。由于同构图形具有艺术性特点,所以带给大众全新的体验,充分体现出其所具有的魅力,激发观众产生情感共鸣。

### (二)解构手法

将所收集的多种素材进行分解之后重新组合,从而形成全新的图形,这种手法叫做解构手法。这一方式就像剪裁,将多种元素进行组合,组成新的图形并应用于广告设计中。

在进行广告图形设计时，将多种元素进行拼接组合，从而使图形发生一定的变化，传递不同的言语信息，带给观众不一样的感受。

### （三）互悖手法

所谓的互悖手法，就是根据人们的视觉错觉运动，在与二维和三维空间进行融合，巧妙进行图形设计，在同一平面上设计出与常规不相符的图形，与日常生活所见的图形出现矛盾现象，从而获得诙谐效果，这种独特的设计方式能够获得大众印象深刻，从而领悟到广告设计的目的。这一手法虽然在表面上看起来很混乱，但是意图非常明确，在进行广告推广时运用这一方法，能够获得全新的效果。

### （四）异影图形

客观物体在光的作用下发生变化，呈现出的对应物与客观物体不同，这种表现手法是异影图形。广告设计者通过变换影子的造型，进行意图表现，从而达到广告的目的。

## 五、图形创意在平面广告设计中的应用策略

### （一）简洁明了

在进行平面广告设计时，要科学合理选择图片，尽量选择一些代表性强的图片作为基础，这样才能更好地进行广告信息传递，吸引人们的眼球。如果广告设计中运用的图片数量特别多，就会使整个画面显得很混乱复杂，从而影响对广告的理解，误解所传递的信息，影响平面广告设计的推广效果。

### （二）图形创意与广告创意的结合

对于图形创意设计而言，要充分理解广告的总体创意，并将其作为基础进行设计。图形创意要将广告的主体和产品特色作为依据，进行巧妙的设计，而不是凭空想象出来的。除此之外，在进行创造时，还要巧妙地将美感和实用性进行融合。平面广告要将相关的信息进行组合，并遵循一定的规律，显得井井有条，图形创意负责将这些信息运用视觉符号的形式进行表现。首先，图形创意设计要具备较强的表现力，足够吸引大众的眼球，促使信息集中进行传递。其次，图形创意要具有独特性和新颖性的特点，不能被其他的广告轻易覆盖。最后，要确保图形创意设计传递的内容准确无误，避免出现反作用的不良现象。

### （三）了解受众心理需求

进行广告推广的目的就是让大众了解相关的信息，通过广告的形式在最短的时间内吸引大众眼球，帮助其对相关产品进行全面了解，从而提高产品的知名度，使得消费者产生购买的欲望，达到产品推销的目的。所以，作为设计师要对大众的文化需求和审美需要进行全面了解，并知晓这一产品在市场中的发展前景，充分发挥产品的优势，利用广告设计推广吸引大众的兴趣，从而使大众产生产品购买的热情。例如，百岁山矿泉水，在进行图形设计时，充分运用了王子的形象，突出了这一产品的质量水平，深受人们的欢迎。这

就要求设计师在进行产品广告设计时，对生态环境恶化的实际情况全面了解，同时掌握人们的心理需求，这样的设计能够从消费者的角度出发，激发消费者的购买欲望。

### （四）应注意突出重点

被评价为良好的图形创意平面广告，就要充分运用其他方面突出重点内容，其他的方面仅仅起到了辅助的作用，所以要注意避免出现喧宾夺主的问题。通常情况下，占比例最多的就是主题图，其他方面的要素所占比重相对较少。然而主题图具有其显著的特征，可以给大众留下深刻的印象，并准确进行信息的传递。所以，作为设计者在进行主题图形设计时要注意重点突出，带给人们更加直观的感受。

### （五）必须与实际相符

对于图形创意而言，灵感与人们的日常生活具有紧密联系，来源于生活并高于生活，所以创新与实际生活具有密不可分的关系。在进行图形创意时要与实际相符，不能仅仅凭广告设计者的主观臆断来进行创作，要将广告的主要信息作为基础，与实际生活相结合。在进行平面广告设计时，要充分运用图形创意，进而有效满足人们的多种需求。广告是进行信息传递的重要工具，通过特定的方法刺激人们的五感，从而做出相应的反应，最终实现广告推广的目的。通过图形进行推广，能够比较容易的被人们牢记，有利于更好地交流沟通。对于广告设计的图形创意而言，主要通过多种形式将信息进行直观传达，从而达到意会的效果。不同的图形通过设计和创造，再进行重新组合，都会形成全新的图形语言。除此之外，通过图形创意能够有效拓展平面广告设计的发展空间，对于信息传达而言发挥着十分重要的作用。因此，作为设计人员要对其进行更加深入的探究，从而在实践过程中提高运用图形创意的能力。

## 六、结语

总而言之，商品只有在满足大众需求的情况下，才能体现出其所具有的价值。在进行平面广告设计过程中，要充分发挥想象力，创造出的图形要独特新颖，进而有效发挥广告所具有的重要作用。有价值的平面创意，才能更好地满足人们的精神需求和审美需要。当今是读图时代，有效将文本和图形进行融合，在很大程度上打破了信息传播的局限，运用视觉语言丰富平面广告设计作品，提升设计的质量水平，使得广告推广效果最大化。

### 参考文献

- [1] 陈力嘉. 图形设计在平面广告设计中的实践与应用[J]. 美术文献, 2020(11): 126-127.
- [2] 韩梦婷. 广告设计中图形创意的运用[J]. 明日风尚, 2020(21): 20-21.
- [3] 董进. 平面广告设计中的图形创意研究[J]. 产业科技创新, 2020(15): 24-25.