

# 视觉冲击力与平面广告设计的互动性研究

蒋阅洲

(嘉兴市广播电视集团(嘉兴市广播电视总台) 浙江 嘉兴 314000)

**[摘要]**视觉是人体的重要感官,是获取物体大小、颜色和形态等信息的基础和前提。注重将视觉艺术融入平面广告设计中,有助于提升对欣赏者的冲击力,起到良好的信息传播效果。本文在对平面广告设计中视觉艺术的影响因素进行综合阐述的基础上,论述了提升平面广告设计视觉艺术的有效对策,以期对相关人士提供借鉴和参考。

**[关键词]**平面广告;视觉艺术;图形传达

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.04.1559

## 前言

现阶段,平面广告已经成为广告信息宣传的重要媒介,在设计平面广告的过程中,增强其视觉冲击力,有助于在满足社会民众欣赏需求的同时,使社会民众对广告所传达的信息印象深刻。

### 一、平面广告设计中视觉艺术的影响因素

#### (一)文案制作

文案制作是平面广告设计不可或缺的组成部分。文字具有直观性的特点,能够实现广告所传达信息的准确说明。在确保文字表意性的基础上,使用多种形式的字体,将汉字与新时期的时尚元素进行融合,有助于提升文案制作的创新性。在此基础上,选用差异性的编排形式,也会对平面广告设计效果的提升产生正向作用。现阶段,我们已经步入信息化时代,多种媒体的涌现挤占了平面广告的市场空间,因此,为了强化平面广告设计的冲击力,应尽量简化文案的字数,提升观众对广告文案的记忆程度,与此同时,还应增强文案的趣味性,抓住受众的眼球,促进平面广告设计价值的最大化。

#### (二)图形传达

图形也是平面广告设计的重要分支。对图形传达进行优化设计,有助于提升平面广告设计的创意性,实现对平面广告设计主题的凸显,增加平面广告设计的直观性和生动性,为受众识别广告提供良好的前提条件。同时,图形能够有效克服文化的差异性,为不同国家和地区的人们了解信息提供方便。优秀的图形传达设计应具备以下特征:(1)应实现对平面广告信息的精准传达,以鲜明和具有个性的图形设计刺激受众的感官,提升受众的印象深刻程度。(2)图形传达设计应具备美感,彰显视觉艺术对平面广告设计的重要影响,实现对广告思想主题的准确传达。

#### (三)色彩展现

在平面广告设计中,色彩选择是否合理直接影响到平面广告的视觉效果。受个体差异性的影响,其对色彩搭配的见解存在不同意见。一般情况下,色彩搭配主要遵循以下三方面的内容:第一,应以原色为基础进行搭配,提升色彩的和谐性;第二,应尽量采取同类色进行搭配,使平面广告设计独具艺术美感;第三,可加大对补色搭配方法的应用力度,形成色彩之间的鲜明对比,对受众的视觉造成冲击。在平面广告设计中,若能够结合传达的具体对象对色彩进行选择,则能够充分提升平面广告设计的针对性。不可否认的是,部分商品在长期的宣传过程中,已经产生固定的色彩标准。同时,在色彩选择过程中,应注重提升主题色和搭配色的层次性,合理设置对比度,凸显信息传递的主体,产生了较强的广告效应<sup>[1]</sup>。

### 二、提升平面广告设计视觉艺术的有效对策

#### (一)充分发挥图形设计的价值

众所周知,人们对未知事物葆有强烈的好奇心。伴随着社会经济的迅速发展,社会民众的整体文化素质又迈上了一个新的发展阶段,现有的知识已经不能充分满足其猎奇心理,对新鲜事物的追逐也成为提升生活趣味性的法宝。因此,若想提升平面广告设计对受众的吸引力,应在平面广告设计中引入刺激性信息,实现对受众直觉特性的充分利用,充分刺激受众感

官,充分吸引受众的注意力。同时,设计人员应借助于图形的优势,提升平面广告设计的视觉效果。在一幅优秀的平面广告设计作品中,图形不仅仅作为一种元素单独存在,而是包含多个层面的内涵,是设计人员构思创意的结晶。首先,设计人员可对图形进行缩放和对比,实现对受众感官的刺激,从而吸引受众注意力。例如,沃尔沃汽车在广告设计过程中,将汽车的气囊进行了放大处理,通过这样的设计,一下子抓住了观众的吸引力,而气囊能够产生良好的保护作用,观众会在第一时间产生安全感,进而作出购买行为。与此同时,观众也可将图形适当缩写,产生与其他背景的对比,增强观众对平面广告设计的印象深刻程度。此外,观众还可借助于不对称图形和模糊图形等,增加平面广告设计的动态性,为观众提供良好的视觉体验<sup>[2]</sup>。

#### (二)打造色彩的视觉艺术

将色彩作为提升平面广告设计吸引力的制胜法宝已经具有悠久的发展历史,例如,我国古代在绘制年画过程中就采用色彩对比的形式,将红色和绿色等色彩进行对比,给人们的视觉带来了强烈冲击。在现阶段的平面广告设计过程中,随着设计人员的不断创新,又赋予了色彩设计更深层次的内涵。在选择色彩的过程中,若能够结合需要表现的具体对象,为其添加相应的色彩,既能够凸显表达对象的本质属性,又能够提升设计的视觉艺术特色。例如,某设计人员在为某有机蔬菜品牌设计logo的过程中,为了凸显有机蔬菜的新鲜,将嫩绿色作为主色调,有效吸引了社会民众前来购买。同时,设计人员应选取不同的颜色进行对比,增强画面的对比感,从而起到烘托主题的效果。例如,在一则保护环境的平面广告设计中,设计人员将草绿色作为背景色,而草地上的一个个树桩被砍伐的截面呈现鲜红色,通过将这两种反差极大的颜色进行对比,对社会民众环保意识的增强起到了良好的推动效果。

#### (三)彰显文字的视觉刺激性

文字是信息传递重要的载体和媒介,设计人员若能够在设计平面广告的过程中,对文字的字体和编排形式进行合理调整,能够起到良好的宣传效果。例如,某房地产企业在设计平面广告的过程中,选用了传统文字的排版形式,由右往左,由上到下,将地产相关信息以桃花源记体的形式表现出来,有效增强了广告设计的文艺感,在增强广告设计新意的基础上,有效激发了受众的购买欲望。

### 结论

综上所述,画面感是提升平面广告设计影响力的核心所在。在广告设计的过程中,设计人员应着重提升平面广告的视觉冲击力,在满足受众文化需求和审美需求的基础上,着力强化广告的视觉艺术性,产生对受众的强大吸引力,为受众主动了解并记忆广告内容提供良好的前提条件。

### 参考文献

- [1]王上.图形创意在平面广告设计中的表现及应用研究[J].大众文艺,2017(01):124.
- [2]司徒凤仙.平面广告设计中的视觉艺术[J].美术教育研究,2016(15):74.