

平面广告设计中色彩的应用分析

柯 杨

重庆城市管理职业学院, 中国·重庆 400000

【摘要】平面广告设计的成效取决于色彩的合理搭配,科学色彩对整体环境有着重要促进作用,也对人们感情活动有着更加深远影响。在平面设计中使用色彩应用,就是为了提高宣传效果,有效加强销售状况。因此本文以为围绕着平面广告设计中色彩的应用展开了研究,以期可以加深商品印象,促进消费。

【关键词】平面广告; 设计; 色彩; 应用

平面广告形式是现代传递信息的重要方式,其中色彩是平面广告中必不可少的一部分,这对广告表现力和广告表达内容更加具有重要作用。色彩是设计创造的生命,使用色彩可以加强平面广告表现力,彰显其创新性,在平面广告设计中使用好色彩,能够直接决定平面广告能够吸引到目标群体的关注。

1 平面广告设计中色彩的特点

1.1 具有装饰作用

在平面广告设计中通常都会应用到色彩,色彩所拥有的装饰特点可以有效将各种颜色相结合,从而形成一种能够让人们所喜爱的装饰风格。色彩装饰性在平面广告设计中主要有两方面内容,其一就是能够让广告变得更有观赏度,在高质量平面广告设计中合理运用色彩,可以让其具有一种艺术美,从而增加了广告受众力度。其二可以让平面广告产生更强烈视觉冲击,吸引人们的注意力,平面广告是宣传商品的重要工具,其最大作用就是为了吸引人们的眼球,科学合理的使用色彩能够装饰平面广告,从而提高平面广告的视觉享受。

1.2 具有暗示作用

在实际平面广告设计中应用色彩能够使其蕴含有一些特殊意义的暗示,并造成公众在艺术上的视觉冲击,这就让平面广告设计变得更加人性化。在我国传统文化中,绿色会让人们产生安全、安静,蓝色则让人们感受到舒爽,舒适,这些具有暗示性色彩,是平面广告宣传商业的工具,依靠着色彩暗示作用能够让宣传影响力发挥出最大程度,这也成了一种深入研究和综合使用色彩手段的具体表现,合理应用色彩,能够最大程度上夸大平面广告宣传效果。

1.3 具有审美作用

色彩的应用能够使平面广告的设计变得更具有艺术性,在设计作品当中使用色彩可以直接获取到审美观念,所以这就可以看出色彩审美性在艺术语境中的作用。色彩审美特点主要来自两方面,其一就是哥哥色彩之间的相互配合,从而让公众感受到真正的艺术画面^[1]。其二就是色彩与画面在广告设计中相融合,让平面广告设计效果更符合人们的审美需求,进而增强吸引力。

1.4 具有象征作用

色彩含义的应用具有极强暗示作用和艺术效果,也是平面广告设计人性化的表现。例如红色起到警示作用,这些色彩含义都具有象征性意义。平面广告设计中使用色彩引发暗示作用,可以充分发挥出广告的作用。

2 平面广告设计中色彩的应用

2.1 色彩轻重感

使用色彩轻重感就是要调节色彩透明度,主要就是在色瓷透明度之间的对比。例如棉花、云雾等,给予人们柔美、轻盈、轻盈和灵活的感触。在平面广告中都会使用这种具有轻重感的色彩来表达商品的轻柔。合理使用色彩轻重感能够使得平面广告更加均衡,也通常会收获良好效果。

2.2 色彩语义

在广告色彩设计中平面设计时主要工作,也是公众们所产生

的第一视觉感受。色彩心理暗示作用是色彩应用的主要考虑内容,搭配合理的色彩可以有效吸引公众们的注意力,并产生良好的联想效果,从而让公众们能够接受平面广告,所以对于平面广告设计人员需要加强色彩语义的应用。在对平面设计广告进行设计时,主要需要考虑两方面内容,首先是视觉吸引力。合理的色彩语义可以让整体平面广告吸引力得到提升,对不同群众而言,则需要结合不同色彩语义提升平面广告宣传效果,这样就可以结合公众们的喜好选择好色彩语义。比如对运动员而言,红色可以代表他们主要颜色,所以在青年体育运动就需要在设计好的平面广告中,让更加具有诱惑力的红色作为主要研发核心。

2.3 视觉效果

人们可以通过色彩了解到产品品牌,相比之下,色彩中的各个部分都对消费者产生了严重视觉效果冲击力,而色彩透明度的使用也引发公众更强烈的视觉效果,从而达到刺激消费的目的,在宣传商品是一些昏暗和杂乱的环境就不可以吸引到公众注意力。设计师也要不同颜色实行相互搭配,并对色彩层次加以重视,主要要求分明,尽量避免由于色彩搭配的不合理,让商品效果大打折扣。另外,在对时尚潮流产品广告进行设计时,需要考虑到年轻人自身性格特点,设计师在应用色彩时,还需要全面分析好色彩之间的纯度、透明度等等,并在平面设计广告中合理搭配好色彩的使用,综合性考虑就是为了倾斜调和面积分配问题等。

2.4 感知情感

公众对色彩的使用,可以让他们产生感知情感,其中主要分为心理反应与生理反应,色彩的直接心理效果可以促进人们生理的直接影响。生理反应则是指色彩为公众提供课程一种扎实感和浓烈感,而如果公众看到透明度较高的色彩就会使公众们产生不安全感。对药类保健品类产品实行广告设计时,需要尽可能使用绿色、青色等色彩,并给予公众们一种镇定、稳定和止痛的客观情感。在设计面包、糕点等一些食品类广告时,可以选择一些奶白色或浅黄色等透明度相对较低的色彩,从而有效激发出消费者们的食欲,刺激他们进行购买。在我国不同民族、地理宗教信仰、生活环境种族的不同,也就让人们对色彩所产生的心理反应也不尽相同^[2]。

3 结束语

综上所述,在平面设计中应用色彩有着重要意义,其不仅可以提高平面广告整体的艺术性,也可以有效吸引到公众们的注意力,从而发挥出平面广告的最大作用,并在搭配色彩时需要结合当地具体状况,激发出消费者们的购买欲望,进而提升经济效益。因此,本文阐述了平面广告设计中色彩的特点,并详细分析了平面广告设计中色彩的应用,衷心希望本文能够为平面广告设计中色彩应用提供一些有价值的参考。

参考文献:

- [1] 杨蕾蕾. 平面广告设计中色彩的应用分析[J]. 文艺生活旬刊, 2014(2): 202.
- [2] 赵艳. 色彩在平面广告设计中的应用[J]. 新课程(中), 2013(5): 174.