

图形创意在广告艺术设计中的重要性探讨

徐金斌¹ 赵钰²

(苏州大拇指传媒科技有限公司 江苏苏州 215000)

摘要: 在新时期, 广告行业迎来了新的机遇, 在可持续发展观念的支持下, 广告行业需要灵活开展图形创意设计, 运用更加多元化的图形提高人们的注意力, 确保人们可以通过图形对于产品的特色形成一定认识, 从而使产品取得更加理想的视觉效果。本篇文章简要介绍了图形创意, 分析了图形创意设计重要性, 并分析了图形创意在广告艺术设计中的应用, 希望能够为广告艺术设计工作的顺利开展提供参考。

关键词: 图形创意; 广告艺术设计; 重要性

对于社会发展情况分析发现, 政治、经济、文化三者之间的关系较为紧密, 可以相互影响, 推动彼此的发展。广告艺术设计是将经济和文化相融合的新型产业, 随着经济全球化的进一步深化, 广告艺术设计也在不断发展, 在商业化和信息化背景下, 广告不但需要对于商品信息进行传播, 还需要为营销、传媒等工作的开展提供支持。

一、图形创意的特征

(一) 具有较强感染力

从群众的角度来看, 图形对其有着较强的吸引力, 可以使大众的视线集中于此, 而开展图形设计最主要的目标是使群众在较短的时间内对于图形和包含的含义形成一定认识, 从而更加关注广告, 为广告的普及提供支持, 提高广告宣传效果^[1]。除此之外, 图形对于群众来说感染力比较强, 观众在对于图形进行判断以后可以形成较为深刻的印象, 并对于图形中想要传递的内容形成一定认识, 将其作为前提, 和图形创意设计中包含的内容产生一定共通之处, 从而提高对于图形内容的认识, 这在一定程度上表现出了图形创意的感染力, 在开展图形创意设计时充分展现出其感染力, 不但能够满足大众的心理需要, 还能够在获得观众认可的同时展现出图形创意最大优势, 从而为群众提供将广告和自身进行联系的平台, 使图形中的创意内容对于群众的情绪产生影响, 为广告传播的开展提供条件。

(二) 较为直观

直观性这一特征主要是指群众对于图形的直观感受, 群众在对于图片进行浏览时能够形成一定的视觉印象, 并展现出这一内容的含义^[2]。在开展图形创意时, 设计师要将图形作为重点, 使图形更加的直观, 立体。并在借助于多媒体展现图形创意广告的同时, 丰富图形内容。多样化的图形内容能够使群众获得更加新奇的视觉体验, 确保群众可以借助于图形明确广告想要表达的内容, 避免文字的限制。借助于图片可以清晰的展现出广告内容, 使群众对于广告形成更加细致的了解, 因此借助于图形创意设计直观性能够使产品更具辨识度, 为传媒推广工作的顺利开展提供支持。

(三) 可以展现象征意义

图形创意设计不但可以比较直观呈现, 影响人们的情绪, 还具有象征性这一特征。在进行图形创意设计时, 能够展现出图形的象征意义。并借助于象征性帮助群众对于广告形成更加全面了解, 达成广告宣传目标。图形创意的抽象性特征表现为可以通过新奇、具有一定趣味性的图形, 对于文字的含义进行诠释, 使群众通过图形对于广告的内容形成一定认识, 确保群众愿意观赏图形, 并通过观赏图形, 对于产品的功能、特征、主要受众群体等形成一定认识, 这从某种角度来说, 可以提高广告传播效果。

二、图形创意在广告艺术设计中的重要作用

图形创意, 主要是指将图形作为重要元素, 开展创新的关键手

段。运用这一方式开展广告设计, 可以在展现出广告内涵的同时, 降低群众理解广告的困难程度。除此之外, 将图形创意运用到广告设计内, 对于广告内容宣传也是至关重要的。根据相关资料调查分析, 可以将图形创意在广告艺术设计中的重要作用总结为以下三点:

第一, 可以提高广告信息传达精准程度。广告设计最根本的目标是指群众在固定的时间段内获取到尽可能多的资料, 比如说产品的功能、价格、优势和规格等。借助于图形创新获取产品资料, 不但能够缩短群众获取信息需要花费的时间, 还能够使信息传播更加高效, 使群众对于产品具有好奇心。从广告的角度来看, 只有确保传达内容趣味性比较强、信息的精准程度比较高, 才能够对于群众产生较强吸引力。而图形创意可以满足上述要求, 帮助大众了解到相关信息。因此, 运用图形进行信息传输变为了产品宣传、新闻传播非常关键的措施, 在产品宣传过程中有着不容忽视的作用^[3]。并且, 对于这一方式进行应用, 可以提高群众对于广告思维的认识, 更加愿意接受这一广告, 从而达成产品宣传目标。因为将图形创意应用到广告设计中是非常关键的。第二, 能够展现出艺术特征。艺术是群众对于美的认识, 是一种审美表达。而将图形创意融入到广告设计中, 可以使群众在对于广告进行观看时, 明确其中所存在的美, 并在美的熏陶下了解广告的艺术性, 更加欣赏广告内容。从图形的角度来看, 有针对性的进行设计, 可以将广告内容作为核心开展图形创意、构图等工作, 确保群众可以通过欣赏对于广告内容形成深刻认识。除此之外, 借助于艺术手法开展图形创意设计, 是比较巧妙的, 能够使广告信息更加吸引群众, 从多种不同角度出发, 提高群众对于广告的兴趣。第三, 可以带给人们更加优质的视觉体验。每个人都对于美有着一定追求, 对于图形欣赏也是如此。而图形的美通常是借助于视觉进行表达的, 两者联系较为紧密。因此, 在开展图形创意设计时, 必须要确保广告设计能够带给人们更加优质的视觉体验。一般情况下, 所进行的图形创意设计, 会借助于简单、清晰地线条或者是图案等进行表达, 特别是信息爆炸的现代, 人们更加愿意观看一些比较新奇, 并且视觉冲击力较强的图片。因此, 在开展图形创意设计工作时, 设计人员应该加强广告信息和图片的联系, 从而增强广告带给人们的视觉冲击力, 展现出广告宣传最大化作用。

三、应用图形创意原则

在应用图形创意时, 想要取得较为理想成效, 就必须要遵循图形创意应用原则, 提高相关工作的规范性。可以将图形创意原则在广告艺术设计中的应用原则总结为以下几点:

(一) 展现出美

在新时期, 对于图形创意开展分析研究, 要在追求美的同时, 确保群众在观看以后感到轻松、舒适。如果所开展的设计并不注重美, 很难对于群众产生吸引力, 甚至会被群众所无视, 难以展现出

广告的作用。因此,在开展图形创意设计时,必须要重视美,将其和美紧密相连。从美的角度来看,其在具有表面美感的同时,还拥有着深度的艺术性^[4]。表面的美可以使人感到舒适,而深层的艺术效果并非简单的表面价值,需要群众在观看广告以后开展思考,从而产生一种更加全面的认识。比如说,在对于高质量的图形创意广告进行观看时,群众不但能够对于广告内的图形美形成认识,还能够明确图形创意广告的内涵。因此,在进行图形创意广告设计时,始终都要坚持美。

(二) 展现出新

运用图形创意设计开展广告设计,需要将新作为关键原则。设计人员只有认识到创新的重要性,与时俱进,才能够展现出新时代特征,满足人们的视觉需求,确保群众对其有着较高关注度,进而达成广告推销这一目标。因此,在进行创意设计时,必须要充分坚持新这一原则,这也是图形设计人员不容忽视的任务。

(三) 展现出合理性

将图形创意应用到广告艺术设计中,不但要展现出新和美,还要确保其合理性。从广告的角度来看,开展设计是为了对于产品进行推广。合理性主要是指了解到群众对于产品的看法和观点以及自身心理需求,打造出可以满足群众现实需要的产品。比如说,在设计化妆产品时,可以借助于图形设计展示出化妆后的效果。在这个过程中,需要确保创意的合理性,既要达成宣传化妆品的目标,又不能盲目的宣传化妆品的功效,否则,不但无法取得预期宣传效果,甚至还会起到反作用,导致群众不愿意购买这一产品。合理的进行设计,不但能够获得群众的认可,还能够展现出产品特征,取得较为理想的宣传成效。

四、将图形创意应用到广告艺术设计中措施

(一) 加强图形创意和色彩的联系

对于图形来说,不但创意,色彩也有着非常关键的作用。因此,想要将图形设计运用到广告设计内,需要尽可能的加强创意和色彩的联系,将两者相结合,从而展现出图形的价值。除此之外,群众在对于广告进行观看、理解广告时,也会将图形创意和色彩相结合,这主要是因为从群众的角度来说,颜色和生活的关联较为密切,在生活中某些颜色会代表着某些事物,比如说蓝色代表着天空和海洋,而红色代表着火焰。因此,将广告设计和颜色相结合,能够在展现出广告魅力的同时加深群众对于广告的印象。从色彩的角度来看,不同的颜色代表的意义也存在一定差异。因此,要尽可能的加强图形创意和色彩之间的融合,提高广告效率,确保广告的魅力能够被充分展现,从而达到广告宣传目标^[5]。

(二) 运用较为小巧的创意图形

和文字进行比较,图形理解的困难程度较低,可以清晰地表达出相关内容。因此,随着社会的进一步发展,图形创意设计已经在广告设计中得到了较为普遍运用,这一设计方式能够提高对于群众的吸引力,展现出广告宣传优势。而在开展图形创意设计工作时,可以借助于较为小巧的图形来取代比较抽象的图形,使图形更具特色,主题更加明确。在对于小巧图形进行选择时,需要确保图形可以贴合主题,并将其运用到广告设计中,展现出最大化作用。

(三) 将文字和图形相结合

从广告的角度来看,最主要的目标是告知群众产品信息,并较为清晰的进行展现。而在广告设计过程中,对于图形创意进行运用,可以达成这一目标。这主要由于图形设计可以比较直观的呈现出主题,使群众通过视觉对于广告内容形成更加细致了解。想要使图形在广告设计中展现出最大化作用,需要在开展图形设计过程中运用文字进行注释。主要是因为图形能够提高人们的视觉体验感,而文

字则能够使群众在进行广告观看时,找到重点。

五、推动广告图形创意措施

在新时期,将图形创意应用到广告艺术设计中,虽然取得了一些成绩,但是效果和预期仍然有着较大差距,需要相关人员对其予以充分关注,制定适宜的措施进行改善,可以从以下几点出发:

(一) 主动学习相关知识

在进行广告创意设计时,需要将创新、美感和合理性作为关键重点。而想要达成上述目标就必须增强广告的图形创意。第一,将图形创意应用到广告艺术设计中时,需要设计人员增强自身的知识储备,这主要是因为广告图形设计不但是艺术的外在表达方式,和内涵也有着非常紧密的关联。因此,在尚未进行广告设计时,广告设计人员需要主动的对于这一内容进行了解,确保自身的专业性。在这一过程中,还需要主动进行市场调研,明确消费者的喜爱。只有如此,才能够确保所开展的广告图形设计可以对于群众具有一定吸引力,使群众对于图形形成更加充分认识,从而获得理想推销成效^[6]。

(二) 寻找灵感

在将图形创意应用到广告艺术设计中时,想要提高图形创意,丰富图形创意手段,广告设计人员不但要不断地进行学习,还需要考虑到所处的环境和现有资源寻找晾干。因为在开展设计广告时,主要是根据灵感进行的创作,而灵感不是无凭无据形成的,需要设计师进行探寻。因此,设计人员在开展广告图形设计工作之前,必须要找到灵感,而想要找到灵感则需要不断的丰富自身眼界和生活经历,提高自身审美水平和创新素养,确保所进行的设计可以符合群众生活所需,进而增强群众对于广告内容的关注度。

六、总结

根据上文来进行分析,在新时期广告变为了大众了解产品、对于社会有所了解的重要手段。特别是图形设计可以有有效的吸引群众目光,在满足群众视觉需要的同时,激起群众的消费欲望,展现出广告的作用。除此之外,随着社会的不断发展,人们对于广告艺术设计有了新的需要,只要从人们的现实需求出发,对于广告作出调整,才能够获得人们的认可。在这个过程中,运用图形创意,可以有效达成这一目的。这主要因为图形创意不但可以丰富广告的类型,获得群众的认可,还能够满足广告行业进一步发展需要。

参考文献:

- [1]张安琪.浅谈图形创意在广告艺术设计中的作用分析[J].鞋类工艺与设计,2021,1(21)
- [2]庞文保.关于融媒时代广告图形设计艺术的审美与传播[J].艺术大观,2021(28)
- [3]蔡婷婷.广告设计中图形创意的艺术表现手法探索[J].艺术大观,2021(03)
- [4]温子涵.新媒体时代广告艺术设计中图形设计方法及应用分析[J].艺术品鉴,2020(30)
- [5]程斯瑶.浅析现代广告设计中的中国传统美学思想[J].美术文献,2020(09)
- [6]王琴.中国传统文化对现代广告艺术设计的影响分析[J].才智,2019(22)

姓名:徐金斌 性别:男 籍贯:江苏东台 民族:汉 出生年月:1971.9 学位:硕士 研究方向:广告学 单位:苏州大拇指传媒科技有限公司

姓名:赵钰 性别:男 籍贯:江苏东台 民族:汉 出生年月:1989年1月 研究方向:数字媒体