

Graphics Creativity in Plane Advertising

Xingui Zhang

Hainan College of Software Technology, Qionghai, Hainan, 571400, China

Abstract

Graphics belongs to visual language, belongs to graphic design, works of visual issues of concern. With the gradual development of science and technology in China, with the application of computer-aided tools, the ways of graphic design expression and application techniques are increasingly diversified, which can appear in the form of electronic media or photography, or in the form of illustration or painting, or in the form of point, line and plane. The form of graphic expression can be abstract or concrete, can be two-dimensional or three-dimensional, can be contradictory, can also be real graphics, people will be unlimited thinking development space, so in the thinking space must have bold creativity and multiple skills of expression, present the ideal image. Therefore, this paper analyzes and explores the specific role of graphic creativity in print advertising and the specific forms of graphic creativity from the following aspects, hoping to effectively highlight the graphic creativity in print advertising and help to achieve good print advertising design.

Keywords

graphic creativity; print advertising design; imagination space

图形创意在平面广告中的作用

张新闰

海南软件职业技术学院, 中国·海南琼海 571400

摘要

图形属于视觉语言,属于平面设计,作品中备受关注的视觉问题。当前中国科学技术逐步发展,随着计算机辅助工具的应用图形设计表现方式以及应用手法也日渐多元,可以以电子媒介或者是摄影的形式出现,也可以选用插图或者是绘画的形式出现,或者是点线面构成表现。图形的表现形式可以是抽象的或者是具象的,可以是二维或者是三维,可以是矛盾,也可以是真实的图形,会被人们无限的思维发展空间,所以在思维空间中必须要具备大胆的创意以及多元技巧的表现手法,呈现所表达的理想形象。所以论文从以下几方面分析探索图形创意在平面广告中的具体作用以及具体的图形创意表现形式,希望能够有效突出平面广告中的图形创意,有助于取得良好的平面广告设计相关。

关键词

图形创意;平面广告设计;想象空间

1 引言

图形设计在平面广告设计中扮演着视觉语言的这种角色图形设计,能够真实直观的将形象呈现给观众,也能够广告宣传中将产品包装以及使用方法或者是功效展示给消费者,并且省去了文字阐述。其他角度分析图形是没有区域之分,无论是选用何种语言,人们都能够看懂图形,特别是广告设计中的图形,有一个很多语言的限制,表达出资源的意义和想法,无论广告形式是怎样留给观众的印象,通常取决于图形的设计或者是颜色相比较,其他方面而言,图形能够准确

的表达出广告设计的主题和相关内容,在具体的设计过程中,图形创意相比较任何文字以及色彩都十分重要。所以在平面广告设计过程中,必须要正确认识到图形创意的重要性,相比较任何的色彩、文字与标题,图形创意都极为重要^[1]。

2 在平面广告设计中运用创意图形的必要意义

在人们的日常生活中充斥着丰富多元的商品商品,具有形象价值和文化特征以及使用价值,这些都是人们关注中的重点,在此过程中广告的代言功能便体现出来,成为了消费者了解商品的正常媒介,也是广告商进行商品宣传,歌颂时代精神的重要表现方式。所以广告设计者会十分重视借助图形语言传达商品的艺术表现价值,通过将各类手段以及各类方式应用于图形设计之中,能够不断的丰富创意图形语言,

【作者简介】张新闰(1985-),女,本科学历,助教,从事艺术设计研究。

传达广告商诉求,并且能够丰富人们的联想,人们也能够感受到图形语言中表达的审美观念和价值观,从而引起视觉感知。良好的广告设计不只是靠文字展示,更重要的是依靠图形语言表达,所以广告设计图形有着极为重要的意义和地位^[2]。

根据当前的科学资料,我们能够了解到视觉器官输入的信息,相比较人们获得信息总量的90.10%还多一些,无论是哪种表现形式都没有视觉冲击,更能够吸引人们的注意力,所以在视觉表现效果中图形最具影响力,基于信息化时代,平面广告要想借助二维空间表达丰富的思想信息可能会存在一定的难度,难以与电视媒体等各类更为广告进行比拟,所以在平面广告设计过程中,无论选用哪种表现形式都比不过图形能够产生较为强烈的直接表现效果,所以要想将图形创意中的理想转变为具体的视觉感受,必须要确保图形的主题表达传神,能够给人们易于接受且容易看懂感受,同时也应当增强图形的视觉效果,有助于增强广告的吸引力,在此过程中应当充分掌握人的心理需求,从而产生创作者以及受众的情感共鸣。

3 图形创意在广告设计中的表现方法

3.1 图形同构

在广告设计中,图形创意必须要确保图形同构,可以应用某种结构表现系统结构将相互联系且有所不同的视觉元素有效统一。所以要想将不同的事物进行同构,必须要找到相似的表现形式,图形同步并不是简单的追求真实性,而是要确保图形之间能够进行相互转化,更重要的是突出视觉艺术意义的合理性。所以要用团购方法进行平面广告图形创作,必须要找到不同性质之间的不同点,之间可能会存在一定的关联性^[3]。

3.2 置换

在当前图形创意设计中,也可以采用置换的手法,将事物的完整结构以及基本特征进行保留,更换原结构中的某部分构建新的图形意义,应用此类手法会取得意想不到的表现效果,置换手法能够将现实生活中难以存在的形象用其他方式进行创造,从而突出新型的视觉效果,表达不同的思想内容以及图形语言。例如,在芭蕾舞《天鹅湖》设计过程中,马蒂斯列选用了置换方式,用天鹅嘴的舞蹈鞋装饰舞蹈,演员的脚能够使观众产生联想,并且使观众的心灵和视觉产生感受,通过此种置换手法能够将图形语言以及作品内涵充分

的展示出来,有助于取得独特的艺术表现效果。

3.3 图形联想

图形联想通过介入关联性以及相似性图形刺激人们的感受,人们通过联想能够理解图形创意,能够摆脱时间与空间的束缚,从而联想起其他的事物。所以图形创意具有的娱乐性和艺术性是人们追求的重要视觉享受,通过想象思维能够发掘联想思维,在联想图形创设过程中,可以将概念的可理解性以及图形定义、图像的新颖性有效结合,所以对于创作人也提出了更加多元的要求,创作人需要掌握事物之间的差异以及关联性和相似性,才能够得心应手的应用联想图形表现手法。

3.4 图底反转

此种方式是较为常见的图形创意方法设计写也称之为正负型或者是世界双关图形,在反转图底设计过程中必须要通过图形转换进行实现,通过图形反转能够取得良好的表现效果,从而将个人的经验和生活环境、文化背景进行充分展示,由于变换后的图形。最终的视觉感受是由观众的心理以及图形间的作用来明确的。最为著名的就是鲁宾之杯,由于关注角度以及注视点不同,所以看到的画面也大相径庭。

3.5 混维图形

混维图形是图形创意中的重要表现手法,在创意设计过程中通过特殊线条或者是光线处理,确保事物具有二维质三维空间的转换图形也具有特殊意义。在此过程中,应用平面广告中的混为图形进行设计,有助于产生三维空间效果,人们通常会以生活来源为创意,即容易产生情感共鸣,再加之局部和整体分离是图形创设的重要特点,在整体的构造过程中可以改变局部,能够有效改善整体产生的视觉效果,人们也会有更加广阔的思维空间。由于局部合理源自于人们的直接感受以及眼睛的视觉经验,但是整体的矛盾则是由图形元素构成的,由于效果的结合构成了独特的视觉效果,人们也能够轻松愉悦的氛围中感受到奇特的世界^[4]。

4 应用图形创意使平面广告更具吸引力的具体方法

创意属于平面广告中的灵魂,所以在广告设计过程中,无论是何种表现方式,都需要融入创新创业的效果决定着广告效果以及艺术表现效果,但是创意并不是简单的填空,设计也并不是随心所欲,而是要确保出乎意料且合乎情理,才

能够确保创意吸引人。图形属于平面广告中的视觉核心，必须要确保图形的创意丰富多彩，图形创意良好才能够确保广告在短时间内产生较强的吸引力以及宣传效果。

4.1 合理夸张

夸张属于艺术中较为常见的表现手法，无论是舞蹈艺术还是文学或者是平面艺术，通常会选用化妆手法表现，从而取得优秀的表现效果，但是此处的夸张并不是无限夸张，也不是吹捧，必须要结合客观的存在，科学合理的进行夸大。所以在此过程中，必须要结合广告主题进行夸张应用，对于产品或者是服务的特征进行逻辑放大，能够给观众带来视觉冲击，在此过程中间当中却认识到设计中的夸张阶级，不要脱离商品以及服务的本质，也不要误导观众或者是消费者，要确保在合理的范围内取得最优的艺术表现效果。

4.2 丰富趣味性

通行创新要想取得良好的表现效果吸引人们眼球，获得关注必须要增添创业趣味性，人们在视觉享受过程中也可以通过回忆和联想产生愉悦的心理感受，如果只是依靠传统的税赋或者是告知则难以取悦观众，广告的生命力源自于独特的创意，所以在屏幕广告图形创意中有效的融入趣味性元素，能够吸引人们的关注，并且潜移默化的提高广告宣传效果^[5]。

4.3 新颖创意

新颖的广告是图形创意的生命源泉，切记不要人云亦云，必须要具备独特的创意才能够取得良好的表现效果。根据相关数据显示，通常的广告只能让人们的眼光停留两秒，但是新颖的广告则可以停留5秒，所以要确保图形创意新颖，

才能够取得良好的表现效果。所以广告设计者必须要应用逆向思维去打破传统的定性思维，能够借助新奇的意义来丰富人们的传统认知，从而做到推陈出新。

5 结语

结合上述内容，我们能够总结得出，当前中国市场经济不断，发展人们的周遭充斥着琳琅满目的商品，各类广告也是铺天盖地。要想吸引人们眼球，并且表达设计主题的广告是极为难得的。所以大部分广告通常会应用独特的图形语言表达自己的想法和主题，图形创意在平面广告中需要传递产品以及服务特征，也需要传达生活哲理和相关的精神理念，所以必须要具备艺术价值，以及图形创意思维，这也是图形创意中的重要魅力。

参考文献

- [1] 任真真. 试论商业广告设计中创意图形的视觉表达 [J]. 时代报告, 2017(11):71-73.
- [2] 李蓉, 楼晓晓, 季思悦, 等. 论图形创意思路在平面广告设计中的应用 [J]. 科学之友, 2018(12):41-43.
- [3] 刘洁, 范珊珊. 图形创意在平面广告设计中的作用 [J]. 美术教育研究, 2013(17):96.
- [4] 黄亚美. 浅谈现代平面广告设计中的图形创意 [J]. 湖北函授大学学报, 2009, 22(3):68-69.
- [5] 康兵. 成功的平面广告设计与图形创意 [J]. 南京艺术学院学报: 美术与设计版, 2005(1):126-127.