

视觉设计在电视节目宣传与传播运用

曾志伟

湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司 410026

DOI:10.12238/jief.v7i5.14539

[摘要] 在电视节目宣传与传播中, 电视节目海报是其中十分重要的宣传媒介, 其不仅能够作为电视节目关键信息的载体, 同时也是视觉设计在电视媒体行业中应用的集中体现。当下随着新媒体技术等新兴技术发展, 电视节目概念传播中, 对视觉传达艺术的应用提出全新的要求, 如何在电视节目宣传与传播中更有效的运用视觉传达艺术, 以更巧妙的视觉设计突出电视节目海报核心概念成为电视媒体从业者关注的焦点。针对此, 本次研究中将系统说明视觉设计在电视节目宣传与传播中的重要意义, 并由此深入探讨电视节目宣传与传播中高效应用视觉传达艺术, 进行更高质量视觉设计的可行路径, 为新时期电视媒体发展提供进一步的支持。

[关键词] 电视媒体; 视觉设计; 视觉传达艺术; 宣传与传播

The Application of Visual Design in TV Program Promotion and Communication

Zeng Zhiwei

Hunan Happy Sunshine Interactive Entertainment Media Co., LTD. 410026

[Abstract] In the promotion and dissemination of TV programs, TV program posters serve as a crucial promotional medium. They not only convey key information about the TV program but also exemplify the application of visual design in the TV media industry. With the development of new media technologies, new demands are placed on the use of visual communication art in the conceptual dissemination of TV programs. The focus is on how to more effectively utilize visual communication art in TV program promotion and dissemination, highlighting the core concepts of TV program posters through more ingenious visual designs. This study aims to systematically explain the significant role of visual design in TV program promotion and dissemination, and to explore feasible paths for the efficient application of visual communication art in this context, aiming to provide further support for the development of TV media in the new era.

[Key words] TV media; visual design; visual communication art; promotion and dissemination

在电视媒体领域, 视觉设计主要应用于电视包装及电视节目海报制作。在新媒体等先进技术加持下, 电视新媒体海报作为电视节目预告的直观表现形式, 不仅承载着信息传递的功能, 还是节目品牌形象塑造的关键一环, 因而成为新时期电视节目宣传与传播的关键路径。在新媒体技术全面应用的大背景下, 视觉传达艺术能够实现在电视媒体领域的更深度介入, 由此有力推动电视节目海报视觉设计的创新。基于视觉设计体系的创新, 新时期电视节目海报的设计开始更多关注电视节目受众的体验, 强调引发观众对电视节目更强烈的情感共鸣, 致力于借助电视节目海报向观众传达电视节目更深层次的文化

内涵。为此, 在电视节目宣传与传播中, 针对视觉设计应用, 广大电视媒体工作者与相关领域的理论研究学者都对此展开了深入探索。

1. 视觉设计在电视节目宣传与传播中运用的意义

电视节目宣传与传播中, 视觉设计在电视节目海报设计等平面设计领域应用最为广泛, 也是观众最直观了解电视媒体领域视觉设计的途径。电视新媒体技术的推广应用有力推动了电视节目视觉设计的创新, 也使得视觉设计运用的意义得到更充分的凸显^[1]。具体意义包括:

第一, 视觉设计运用大大提升电视节目海报本身的艺术价

值。在电视节目海报的视觉设计中,设计师通过更具有艺术特征的色彩体系建构、图形元素引用以及更加个性化的文字设计,使得海报向观众更精确传达节目核心信息的基础上让海报本身具备充分的艺术审美价意趣。而且,电视节目海报设计中,设计中使用的各种特色视觉符号能够赋予海报相对独立的艺术审美特征,更容易引起观众对海报自身艺术性质的关注,有助于进一步提升其艺术价值。而电视节目海报的艺术价值体现,可以让观众从更多维度了解与认识电视节目,促进电视节目在公众中影响力的提升^[2]。

第二,视觉设计有助于电视节目品牌识别度的提升。电视节目宣传与传播中,其独特且容易被大多数人识别的视觉设计在树立电视节目品牌形象中具有十分重要的作用。电视节目海报中,反复出现且辨识度高的各种视觉符号会加深观众对海报内容的记忆,由此也进一步增进观众对海报对应电视节目的心里印象。与之相对应的,视觉符号也由此成为观众感知电视节目的最直接渠道,在无形中提升电视节目品牌的独特性,为电视节目在娱乐市场中影响力的提升奠定更加扎实的基础^[3]。

第三,视觉设计运用能够有力促进文化交流与传承。视觉符号是文化表达中一种十分重要的形式,而在电视节目的海报设计中,设计师可以根据电视节目内容与传播目标人群特点,在其中融入具有鲜明民族特色及文化内涵的视觉符号,形成真正具有民族文化特色的视觉审美体系。由此可以更加生动的展现电视节目本身的艺术魅力与独特风格,更能够为不同文化背景下观众欣赏电视节目,全面了解电视节目文化特征提供有效的渠道,进而以电视节目为载体助推各地文化交融,让不同国家、民族的观众围绕电视节目建立更深层次的互信与理解,为文化传承发展搭建桥梁^[4]。

2.视觉设计在电视节目宣传与传播中运用的实践路径

在电视节目宣传与传播中,关于视觉设计的运用重点集中于电视节目海报的设计。电视节目海报的设计主要内容包括海报色彩系统设计、文字排版布局设计以及图形元素构成设计,三者共同构成电视节目海报完整的视觉系统。基于此,文中分别从以上三方面的视觉设计着手,探讨视觉设计运用的实践路径。具体如下:

2.1 电视节目海报的色彩系统设计

随着新媒体技术在电视媒体领域的推广应用,电视节目海报在形式上发生重大革新,其中最典型的代表当数“弹幕海报”。弹幕海报作为依托新技术形成的互联网海报形式,基于当代观众欣赏电视节目时对节目互动性与参与度要求,关联最新型的数智技术发展,在原有海报内容展示的基础上融入观众互动与反馈机制。观众可以在观看海报的过程中实时发送弹幕,发表个人对海报内容的看法并与其他观众进行交流,显著

提升观众的参与感,并由此促进海报立意的不断完善^[5]。

在弹幕海报的设计中,色彩系统设计是其中极为关键的项目。设计师进行海报视觉设计中要具体考虑海报自身的主题与核心特点,还要更多考虑观众视觉感受以及弹幕显示效果等。设计师在选色过程中,一方面要确保海报核心内容充分凸显,另一方面要保证海报整体色彩与弹幕文本、图标相互相协调,让海报的整体视觉效果高度和谐、统一。以某悬疑题材的电视剧弹幕海报为例,海报自身的色彩系统构建选用极为鲜明的对比色,以达到吸引观众注意力的效果。海报背景部分使用深蓝色,映衬剧集“悬疑”的基础氛围,而海报上主演人物肖像以亮色呈现,强化海报视觉冲击力。弹幕设计中,海报融合互动元素,观众可以通过点击特定区域发送弹幕,与其他观众分享观影心得。弹幕文本颜色根据对比色的选色思路,使用与背景对比强烈的白色,保证弹幕文本的清晰展示。另外,弹幕图标、动画效果设计从海报整体风格与图形使用中取材,确保海报视觉风格统一,由此形成更加和谐、更能够吸引观众参与的视觉氛围。这一海报设计的成功之处在于,海报整体的色彩设计充分考虑到各个节点色彩使用的和谐度与对比度的平衡,以及海报色彩对观众互动的引导作用,将海报打造成观众互动交流的有效媒介,由此实现海报对应电视剧在公众领域影响力的进一步提升^[6]。

2.2 电视节目海报的文字排版布局设计

电视节目海报设计中,文字是观众识别海报中信息的最直观、最重要的媒介,优秀的文字排版布局可以帮助观众更深入了解海报的核心信息,更能够让观众感受海报文字的美感,让观众的注意力更多向海报集中,由此借助观众对海报内容的关注提升其对应电视节目的宣传与传播效率。而在新媒体技术加持下发展形成的弹幕海报同样需要对此给予强烈关注。弹幕海报的形成是多学科知识相互融合的结果,其中主要融入了传播学、认知心理学、符号学和信息科学领域的专业知识,借助数智技术的优势让海报以全新的方式呈现给观众。而文字在海报设计中需要同时具备信息传达、电视节目核心情感内涵表达与引导观众等多项作用。为此,设计师在海报设计中需要在文字排版布局设计中投入更多的精力,以求构建更优秀的文字展示模式,吸引观众对海报内容的更大程度的关注^[7]。

由此,在海报视觉设计实践中,设计师可以从强化观众互动与反馈的视角出发,利用转换海报呈现方式的手段,打破传统电视节目海报单向的内容输出模式,以“弹幕”的形式让观众事实上参与到海报文字排版设计当中。观众在观看海报时发送的弹幕可以在提升观众参与感的同时促进观众对电视节目海报认知的转变,让海报成为动态化的、具有强大生命力的电视节目宣传平台。但是,将观众发送弹幕作为海报文字系统的

构成，观众发送弹幕的规范性就成为设计师要着重考虑的内容。根据此，设计师需要重点就海报上弹幕评论与显示效果设计，注重弹幕文字可读性、美观性以及其与海报整体视觉效果的协调。以某热门电视综艺节目的弹幕海报设计为例，该节目是一档真人秀节目，嘉宾需要根据节目组要求完成各种游戏任务。节目以突出嘉宾的活力、幽默感作为卖点，由此在节目海报的设计中，采用对比鲜明的色彩与更具有动感的图案构成海报视觉主题，对应节目主题的同时吸引观众注意力。而在海报文字排版布局的设计中，节目标题部分问题使用大号、醒目字体，以保证节目名称对观众视觉造成足够有力的冲击。而副标题、嘉宾姓名等文字设计中则采用字号更小，且更加卡通化的字体，与主标题文字视觉观感拉开差距的同时避免这部分内容被观众忽视，并进一步映射节目内容主题。而就弹幕功能设计，海报添加观众实时发送弹幕的功能，观众通过网页观看海报时任意点击页面就可以输入自己想要发送的内容，并从海报提示的颜色中任意选用字体颜色。观众输入的弹幕以动态滚动的方式于海报上呈现，所有观众发送的弹幕根据发送时刻，在对应时刻进行显示。而为了防止弹幕过多遮挡海报主体内容，设计师将弹幕图层置于海报主体图形与文字之下，让弹幕与海报背景更充分融合到一起，由此也起到一定的丰富海报背景的作用^[8]。

2.3 电视节目海报的图形元素构成设计

在电视节目海报设计中，图形元素使用与文字使用相辅相成，共同构成海报信息传达与情感呈现的视觉体系。在进行这部分内容的设计时，设计师可以采用夸张、比喻等多种手法，对节目中涉及的一些关键场景、元素等进行艺术转化，赋予对应图形元素更强烈的视觉冲击力，并进一步强化节目主题与主要内容。除此之外，海报视觉设计中，设计师需要根据节目内容主题，关联与之相对应的，蕴含特定文化内涵的图形，将其与海报中原有的图形内容相互结合，由此突出海报图形设计与整体内容展示的文化宣传功能^[9]。

以某纪录片为例，针对这档节目宣传海报的设计，首先参考节目内容的主题。这一纪录片以介绍全国各地的美食为核心主题，并由不同地区流行的特色美食引申出当地的历史文化发展。为此，在海报的图形设计中就需要从美食入手。然而，中国各地的美食千差万别，而电视节目海报的可用空间无法容纳数量众多的美食。根据这一点，海报设计师积极挖掘中国美食的“共性”，通俗来讲，就是哪些食品是全国各地共有的，且能够充分代表中国传统文化。按照这一思路，海报主体图形使用中国传统饮食中最常见的米饭、面条。这一类主食一方面没有特别显著的地域特征，可以代表“中国”这一更宏观的地理概念，同时，米饭、面条等主食可以与任意的副食甚至是主

食搭配，由此体现出中华文化兼容并蓄、和谐共生的深层内涵。再有，海报背景图形的设计中，为突出中华文化的内涵，采用中国传统山水画剪影作为背景主体，在充分突出纪录片中华传统文化底色的同时，防止海报图形背景与主体图形争抢视觉焦点，让海报画面主次有序，具备艺术美感。而海报艺术美感的提升，对提升观众的注意力具有十分重要的作用，从而推动海报设计中中华文化元素应用与观众的交互，从而充分发挥出海报宣传中华文化的功能^[10]。

结束语：

综上，文中在分析论述视觉设计在电视节目宣传与传播中运用意义的基础上探讨视觉设计的可行应用路径。电视节目宣传中，视觉设计应用以节目海报设计与传播为绝对主体，而在进行电视节目海报的设计时，设计师应从海报色彩、文字、图形三方面设计着手，充分联系新技术手段介入对海报设计传播的影响，从而建构起更科学、更适应新技术发展形势的电视节目海报视觉设计体系，为电视节目宣传与传播提供更强劲的助力。

【参考文献】

- [1]朱奕琪,陈思康.视觉传达设计叙事体系实现文化传承与创新探索——以古装影视作品为例[J].鞋类工艺与设计,2025,5(02):57-59.
- [2]姚敬.新媒体技术赋能视觉传达设计转型发展——推荐《新媒体视角下视觉传达设计的转型》[J].新闻记者,2024,(11):113.
- [3]叶梹恩,陈琦,陈升林.新媒体时代下的跨文化设计研究——中日韩视觉传达毕业展中的虚拟与现实应用[J].文学艺术周刊,2024,(21):73-76.
- [4]江韶华.视觉传达设计:跨时空的对话与未来的无限可能[J].天工,2023,(30):1.
- [5]成骏.基于文化创意产业链的新媒体视觉设计专业群构建研究[J].艺术教育,2022,(09):217-220.
- [6]王禾.动态视觉传达设计在数字媒体中的实践与发展分析[J].明日风尚,2022,(12):127-130.
- [7]周博.改革开放以来的视觉传达设计:媒介转型与社会变迁[J].美术大观,2022,(06):85-93.
- [8]裴磊.视觉传达视域下影视传播与广告创意的发展——评《视觉传达设计形式原理》[J].中国教育学刊,2022,(03):115.
- [9]张琛,尹韬,崔永琪.新媒体视域下视觉传达的艺术设计范畴与形式——评《视觉传达与媒体应用》[J].热带作物学报,2021,42(11):3444.
- [10]王秀花,张忠.探析新媒体背景下电视节目后期制作如何融合多媒体技术创新发展[J].广播电视信息,2019,(08):61-62.