

计算机平面广告设计教学之体会

刘阳

江苏省徐州技师学院

DOI:10.12238/mef.v3i7.2588

[摘要] 作为教授平面设计的教师,要具有对平面广告设计的业内动向、行业的发展等较高的洞察力,把社会的实际需要结合到课堂中,使学生对设计具有一定的理论知识和前瞻性。设计师要具备宽广的文化视角,和丰富的知识;有创新精神、对设计敏感并能解决问题,力求设计作品能提高人们的审美能力对社会有益,带来心理上的愉悦和满足。

[关键词] 平面广告设计;设计的价值;设计定位

中图分类号: G712 文献标识码: A

The Experience of Computer Graphic Advertisement Design Teaching

Yang Liu

Jiangsu Province Xuzhou Technican Institute

[Abstract] As a teacher who teaches graphic design, he should have a high insight into the industry dynamics and development of graphic advertising design. Only in this way can the actual needs of society be integrated into the classroom in the teaching process and help students become a successful designer. Modern designers must have a broad cultural perspective, profound wisdom and rich knowledge. In addition, they are innovative, sensitive and able to solve problems. They strive to design works that are beneficial to society, which can improve people's aesthetic ability, and make them psychologically happy and satisfied. Therefore, we might as well make some bold speculations and prospects for the design industry to bring some help and inspiration for future design work.

[Key words] graphic advertisement design; design orientation; design value; future design

计算机平面广告设计是一门集合了艺术设计与计算机操作于一身的学科,从业者既要有良好的艺术理论基础、艺术审美情趣和创造性思维,还要有熟练的专业软件操作能力。做为教授平面设计的教师,要具备对平面广告设计的行业动向、行业发展等较高的洞察力,把社会的实际需要结合到课堂中,使学生对设计有一定的理论知识和前瞻性。良好的美学鉴定能力、设计构想的表达能力、创造能力是一名设计师应具备的。要想作为一名好的设计师要具有广袤的文化视角,丰富的知识,考虑社会反映、社会效果,力求做出对社会有益的作品,提高人们的审美能力,达到心理愉悦和满足。我们可以从以下几点来把握:

1 设计定位

我们常常把设计师称为“美”的创

造者,那么什么才是真正的“美”相信每个人都有自己的理解,因为“美”是有主观感觉的。而设计师的价值就体现在把产品“美”传达给目标消费者,使消费者产生共鸣和购买的欲望。更实在的表达就是设计是为了促进销售,为客户创造价值。

什么样的设计能为客户创造价值,同时更好的将产品“美”传递给目标消费者?这就是关于设计定位的问题。该产品所在行业的设计现状是设计师首先要深入了解的,针对的是哪些消费人群,他们都有什么样的主题诉求,用什么样的设计形式来表现,之后就要有初步的创意概念,利用同目前市场上差异化的主题来取胜。之后就要和客户进行沟通,把创意思路展现给客户,共同协商最终的设计方案。所以沟通的过程,也就是

确定设计定位的过程,能否符合商家对产品成功出售的要求。比如楼盘销售中的别墅广告,它的消费对象毋庸置疑是富人群体,宣传资料色彩明亮而且华贵,选用的印刷材质都是较高档的,体现出主人的身份,这就是设计的定位。又比如说超市DM,促销宣传单针对的都是普通市民,把当期促销的产品罗列在宣传单上,显著标明优惠的价格,同时印刷也不太追求精美,因为它针对的消费群体就是普通的工薪阶层、家庭主妇等,而这部分人最关心的无非是价格,能给她们省下多少钱,达到节约成本按需消费的诉求定位。

所以对于设计师来说,设计定位的把握是很重要的,强烈敏锐的感受能力是一个优秀的设计师必须具备的。要贴近消费群体的需要和诉求,设计的风格和色彩要

符合消费群体的审美习惯。俗话说什么人穿什么样的衣服,比如一个平民,给她穿上公主的衣服,她也没有公主的优雅气质;出宫的公主,穿上平民的衣服,她时时流露出的气质还是优雅的。而作为促进产品销售的广告设计师,同样需要为客户的产品穿上合身得体的“衣服”,准确的传达产品的信息给消费者。

2 设计的前瞻性

我们可以把广告设计看作是连接精神世界和物质世界的桥梁,未来广告设计将会发生怎样的变化?更加的回归自然,还是更加追求个性化,我们无法猜测,但不可否认的是设计对世界、环境改造的作用越来越大,人们也越发重视设计的价值。那么让我们对未来的广告设计做一些推测和展望,为我们的教学也为未来的设计师们带来一些帮助和启发。

2.1绿色。进入21世纪以来,人类的生存环境面临极大的挑战,所以基于生态保护的“绿色”设计将会更加的受到追捧,展望目前乃至未来的商品市场,提高产品竞争力的一个重要因素就是产品的生态环境特性,所以在广告设计上也要把握这个主题。

2.2简约。回顾多年前中国城市的街头,各类繁乱的广告招贴、门牌与欧美闹市区那简洁大方、风格统一的店面装修形成强烈的对比。例如众所周知的“苹果”系列产品,它的诞生从一开始风靡直至今,独特简约的设计理念深入人心。所以说,终极的复杂是简约,给人留下印象最深的往往是最简约的设计。

2.3人性化。人性化设计是指在设计过程当中,根据人的行为习惯、人体的生理结构、人的心理情况、人的思维方式等等,在原有设计基本功能和性能的基础上,对产品进行优化。是在设计中对人的心理生理需求和精神追求的尊重和满足,是设计中的人文关怀,是对人性的尊重。未来设计的点更多的是基于人性化的设计角度,它可以体现在设计的方方面面。比如家装设计中自然材质的选择、产品设计中人体工程力学等的应用,设计的创新则更加走近以用户体验为核心。设计不再是专业设计师的专

利,用户参与、以用户为中心,也逐渐成为了设计的关键词。

2.4 3D的运用。近年来3D技术大肆兴起,以3D电视、3D电影、3D游戏机、3D频道为主流的3D终端产品开始在市场出现,逐步走入大众的视野,对于设计带来的最重要的影响就是平面的立体化,市面上大量的Logo设计涌现出越来越多的3D立体标志,时尚摄影及插画界也跃跃欲试。广告设计也不例外,更注重3D效果的应用,3D对于人们日常的审美影响非常强烈,终将是设计的主流元素之一。

2.5热点元素。未来,设计作品的风格百花齐放,热点元素的应用也是其中之一。如中国古典元素、“网红”元素、跨界合作等元素相继登上设计的舞台。比如很多国际上一线奢侈品牌,在设计中融入了中国元素,使之产品更能被中国的大众所接受,当然这和我们国家近年来的飞速发展有着直接的联系,中国市场的打开,是许多国际大牌梦寐以求的,这也体现着中国市场在国际上的影响力越来越重。在未来,中国元素仍旧会是设计的热点元素之一。

2.6高科技材质。在设计多样化的今天,大众对于美的理解和感受越来越高,为了寻求设计的创新,设计师会尝试更多特殊材质的运用。包装设计也不再局限原有的材质,更多其他材质和造型的作品出现在宣传册、请柬、台历等的设计中。例如名片设计领域,越来越多的非纸质名片大量涌现,有声海报(气泡塑料、金属薄纸)的出现更吸引了大众的眼球。但是值得提出的一点是,这些反常规的特殊材质选择,前提都是以绿色环保为基准的。

2.7混搭。混搭,顾名思义就是混合搭配,英文原词为Mix and Match。众所周知,混搭最早出现在时尚界,是时尚界的一个专用名词,其意义是指将不同风格、不同材质、不同身价的物品按照个人的喜好进行拼凑,从而搭配出属于个人专属的风格。如今在广告设计的领域,关于混搭的作品也越来越受到人们的关注。如东西方混搭风格、古今混搭风格等,体现出的艺术效果得到了人们

的一致认同。设计界的混搭,也说明未来的设计创作将更加的立足于灵活和不拘一格。

2.8跨界。现如今,越来越多的商业广告体现出跨界的设计模式,并受到大众尤其是年轻人的追捧。和混搭不同,“跨界设计”(Crossover Design)是指两个及其以上不同领域的合作。设计需要跨界,也是设计发展到现阶段一定会经历的历程之一。比如“奥利奥”与故宫推出联名新品「中华六味」系列,一边是饼干界最会玩的奥利奥,一边是最近几年在玩跨界营销屡屡“放大招”的故宫。又比如“旺仔”牛奶的包装,2019年“旺仔”牛奶推出了56个民族的新包装,不仅有这些,还有实体体验店旺仔俱乐部。在俱乐部里面不仅有旺旺新款零食,还有旺旺周边玩具,56个民族马克杯,还有最新潮的卫衣等等。这系列的跨界活动,很好的吸引了一波年轻人的注意。跨界设计成为了众多品牌突破圈层、整合资源的重要玩法。

2.9移动互联。当下,智能手机、ipad和网络平台随处可见,多样化的数码产品已经无处不在的充斥我们的生活。设计者不仅要考虑到作品在台式电脑、笔记本上的展示效果,还要考虑在手机、平板电脑和各类可能出现的网络平台设备上的展示,这就意味着设计者不仅要有深厚的设计功底,还要有与时俱进的学习能力。

3 结束语

综上所述,作为一名教授计算机平面广告设计的教师,要让学生认识到真正好的设计作品,不是为了哗众取宠,而是在艺术和功能上做到两全其美。设计不仅给人以美的享受,还应该引领和改变人们的观念。设计人肩上的责任任重而道远,如果今天我们的学生在未来的设计实践中,因为以上的某个观点或一句话而得到一些设计心得,也会使我们感到十分慰藉。

作者简介:

刘阳(1979--),女,汉族,江苏徐州市人,讲师,本科,研究方向:计算机艺术设计。