

电视广告中视觉元素分析

◎阮艺

摘要：随着经济的发展，传统的电视广告行业面临着巨大的冲击和挑战，为了提升电视广告的设计水平，重塑电视广告行业荣光，必须对其进行创新性设计，并形成独特的文化价值。视觉元素作为电视广告的重要组成元素，是电视广告的主体，是起到传递信息的桥梁。本文对电视广告中的视觉元素类型进行分析，结合具体实例，总结并归纳出正确的视觉元素设计方向。

关键词：消费 电视广告 视觉元素

我国经济的发展是曲折但有韧性的，整体呈现螺旋式上升趋势。从近几年的发展形势来看，经历了2018年股灾和2020年新冠疫情，大消费主题一直都是经济发展的支柱。消费渗透到了居民生活的方方面面，从衣食住行到科技进步、社会稳定，消费都在其中扮演着重要的角色。由此可见，刺激居民消费，鼓励合理消费是维持经济稳步增长，社会长久稳定的一个有效手段。电视广告也被称为TVC（Television Commercial），是一种经由电视传播的广告形式，兼具了电视传播和广告两种属性，既有覆盖面广、针对性强、传播率高的特点，又能给受众留下深刻的印象，提升企业的品牌效应和知名度，是刺激消费的不二选择。因为电视广告主要靠视觉和听觉两种形式呈现给受众，因此对电视广告中视觉元素的分析，对于其中的艺术手法和信息传递方法的归纳总结，可以提升电视广告的美感和艺术价值，刺激消费，提升产品的品牌价值和经济价值。

一、视觉元素类型

（一）色彩

色彩是最先吸引人们注意力的一种视觉元素，在客观上，色彩是电视广告的一种表征的自然属性，在主观上，色彩又是人们的一种自我意识的表征。不同的色彩会在第一时间给人们不同的第一手信息。例如，在色度学中，颜色是由RGB（红色，绿色，蓝色）三种颜色按照不同比例混合而成，颜色又具有别的属性，如色相，明度，对比度，纯度，饱和度等等。亮度小的颜色比亮度大的颜色暗一些，色相是颜色反射光的主频率范围，也就是俗称的暖色光和冷色光，而对比度是图像中不同敏感区域的亮度

梯度，是反映图像生动程度和色彩丰富度的重要指数特征，这些都是设计电视广告图像中必须调整的参数。以iphone广告为例，iphone的广告常常使用的是纯色背景（大部分为白色或者浅色），然后通过跟随背景音乐节奏跳动的纯色文字，在最短的时间吸引人们的眼球，筛选并传递出有价值的信息，因为色彩的单一，这种图像的色彩信息比较小，相对而言，文字所携带的信息量远远大于图像色彩的信息量，就不会起到“喧宾夺主”的感觉。

（二）文字

文字是传递信息的重要载体之一，文字的表达形式更简单，更直观，更容易被大众所理解，文字的表现形式也分为字体、大小、排列组合方式和色彩。文字在传递信息的同时，也可以通过创意方法等手段起到吸引目光的作用，例如通过颜色和大小不同排列，给人们一种视觉冲击感。如“椰树牌”椰汁的电视广告，对于椰汁的产地、口感和历史分别在不同的行中加以介绍，不同的行中的字体和颜色又各不相同，这种方法虽然很简单平常，但是能让消费者很轻松地获取这些信息，也算是电视广告意料之外的效果。

（三）图像

图像是电视广告设计重点，和文字相比，图像更加具有生动性和直观性的特点，不同构型的图像会给观众不同的心理感受，因此，图像的设计是一门繁琐细致的学问，例如倾斜的图像会给人清纯活力的感觉，竖线会给画面以延伸感，跳动的图像能吸引幼儿的目目光，图像更是可以和文字、色彩等元素进行自由搭配，通过不同的表现形式，提升画面的渲染力和感染力。

二、视觉元素对消费的影响

（一）引导价值取向

电视广告中所传递的信息可以带动观众的心理联想，好的电视广告可以引起观众的共鸣，社会经济发展到今天，消费价值观也逐渐走向多元化，不同的视觉元素要结合目标群体的消费习惯和消费方向，加以正确引导，传达出正确的消费价值观，还可以提升企业的价值内涵，使电视广告作品大众化而不庸俗化。

（二）提升品牌知名度

电视广告的设计不能顾小失大，广告的最终目的就是提高销量，提升利益，这些都是要通过提升品牌知名度来实现的。一方面，电视广告可以通过吸引观众目光，也就是通过收视率来向观众传递产品和企业的信息；另一方面，好的电视广告是具有艺术性和价值性的，人们的审美标准和审美水平不断提高，一个电视广告也代表了该企业自己的文化内涵。

三、结语

总之，电视广告中的视觉元素不仅要起到宣传企业品牌，宣传产品作用，刺激观众消费，提升经济利益的作用，还要能引导正确价值取向，提高设计水平，以正确的方式和手段，为观众呈现出产品的信息。

参考文献：

- [1] 张伊楠. 电视广告设计中的视觉元素分析[J]. 西部广播电视, 2019(18): 83-84.

作者简介：阮艺，1979年6月出生，女，汉族，工艺美术师，安徽省合肥市人，本科，广告学专业。

作者单位：合肥市广播电视台