

情感理念在视觉传达设计中的表现研究

张宇琪 王蒙蒙

绥化学院艺术设计学院 黑龙江绥化 152000

摘要: 视觉传达设计工作中所设计的情感理念及其相关元素的种类较多,有效激发受众者生理、心理双方面的满足是设计的重要目的。笔者在本文中首先阐述了将情感理念引入视觉传达设计中的意义所在,分析了情感化表达的相关特征,对情感理念在作品中的具体表现进行了深入剖析,以供参考。

关键词: 情感理念; 视觉传达设计; 表现

Research on the expression of emotional concept in visual communication design

Yuqi Zhang Mengmeng Wang

Department of Visual Communication, School of Art and Design, Suihua University, Suihua, Heilongjiang 152000

Abstract: There are many kinds of emotional concepts and related elements designed in visual communication design. The important purpose of design is to effectively stimulate the physical and psychological satisfaction of the audience. In this paper, the author first expounds on the significance of introducing the emotional concept into visual communication design, analyzes the relevant characteristics of emotional expression, and makes an in-depth analysis of the specific performance of emotional concepts in the work for reference.

Keywords: emotional idea; Visual communication design; manifestation

引言

在所有的设计方式当中,视觉传达设计源远流长,可追溯至远古时期,其根本的目的在于顺利地传递信息并实现情感交流。时至今日,仅实现信息传递对于当下视觉设计中的一系列要求已经不能得到满足,人们更希望借视觉传达设计来寻觅某类特定的情感体验。进行视觉传达设计时需要直接面对受众群体的情感需求,还应当将工作的重心放在基础性工作当中如文字编排、创造或加工图形、色彩搭配等具体的视觉语言当中,从中深入挖掘各种情感理念^[1]。

一、将情感理念引入视觉传达设计中的重要意义

社会经济的飞速发展必将导致物质生活水平的提升,但与之对应的,人们彼此之间的感情日益淡漠,鉴于当代人情感缺失的问题,很多设计师将更多的关注放在对人性和情感的交流、共鸣之中。随着情感需求的逐渐增长,一味延续传统的设计理念将导致情感效应距离预期水平存在一定差距。设计师通过将情感元素运用与自身的作品当中,借作品的展示和观者产生情感上的互动,通过作品作为桥梁为人们带去情感的慰藉。视觉设计师应注意将个人情感始终贯穿其中,在带给作品生命力的同时,进一步强化视觉传达设计作品的表现张力,

以便在受众者观赏作品时切身体会到作品中所蕴含的丰沛的感情。

二、情感化表现在视觉传达设计当中的表现特征

(一) 情感传递性

情感的加入无疑会提升视觉传达设计作品的传播能力,突破横亘在物质和精神之间的阻碍,受众者在观赏的过程中作品所直接传达出来的,或是因对作品的欣赏而激发的由衷的感叹。能够激发活跃精神体验的艺术作品,人们会对其进行热切的关注,形成比较深刻的印象,从而更好地理解作品中创作者想要表达的价值观、艺术修养和个人喜恶。痛过情感沟通这座“桥梁”的作用,可承载不同群体互相认同,让艺术的魅力在受众者心中留下美好的色彩。

在传递性上表现比较突出的一个例子是公益性广告。一个效果良好的广告,必定会有直入人心、获得他人认同的特点,优秀的广告能够为大众传递情绪或能量。在某公益广告中,通过讲述在战争期间民众过着流离失所的生活,在战区坚守“阵地”的医护人员也同样遭受袭击的风险,却能为伤患及其家属带去生的希望。广告片通过展现以为父亲怀抱虚弱的女儿赶往医院寻求救治,然而好不容易赶到的医院已经被轰炸为一片废墟,女儿终于撒手人寰,留下父亲绝望而心碎的目光,广告

片至此结束。广告片名称为“没有医院就没有希望”，并没大力呼吁和平的重要性，而是通过令人背痛的故事展示，引起受众强烈的情感共鸣。

（二）记忆延续性

人们在遭遇外部刺激时经常会产生与之对应的意识或反应，形成人类的情感。例如，在曾经的生活中遇到过的问题和事情，会投射在当下的现实生活中并使人们产生不同的意识反映。利用人的怀旧心理，将这部分情结用在设计作品当中，成为贯穿受众者过去回忆的一个纽带^[2]。对于记忆深处的人和事，人们经常还有纪念、怀念的情感，上世纪曾经风靡一时的港风、童年经典动漫形象等在目前成为风尚的同时，其实更体现了人们在情感中的缅怀和追溯。例如，近两年大热的复古式迷你音箱，在外形上酷似传统收音机，外壳使用胡桃木拼接而成，辅以金属拉丝面板，在外形上呈现一种品质卓越的感觉，复古外观将使用者迅速带入曾经的记忆。

（三）体验的交互性

艺术作品区别于普通产品的一个主要特征是具备情感因素，如果欠缺情感的表达，则艺术作品在人文审美、艺术生命力层面的表现将过于平淡，唯有情感的加入才能使视觉传达设计作品真正具有“灵魂”，从而将作者所想表达的以生动、具象的形式传达给受众者。受众者在观赏这类有“灵魂”的作品时，不但能够得到视觉上震撼的效果，这份感动亦能进入受众者心中引发个性化的思考，进行着一种特殊的情感交流。情感化设计的一个重点是进行交互设计，交互也被称作互动，即双方或多方相互间能够感受到存在并产生反映。在交互过程中，可以更好地体会作品的价值。视觉传达设计工作中的一个不可忽略的步骤就是充分考虑受众者对于作品的参与度^[3]。

目前，大数据、物联网等技术突飞猛进，在视觉传达领域中的情感理念应有也有了实用性、深层次的突破。例如，国内消费者经常使用的购物平台—淘宝当中，在APP的页面当中增设了3D展示专栏，这种方式打破了曾经仅能观看产品的图文介绍或视频的局限性，可以通过360°全方位的视角观看产品细节，消费者可以通过自主滑动相关选项来改变产品的角度、大小，这就是互动性提升的具体表现。另外，视觉设计中交互性的特点在很多领域均有体验。如图书馆入口处设置的方位图，通过增加互动性帮助观众以更高的效率找到目的地。又如，很多博物馆推出了“云游博物馆”的活动，通过用户的滑动、选择，在手机上屏幕中充分展示众多文物的各个细节，以弥补无法身临其境的遗憾，该活动受到业内学者、普通观众的一致好评。

三、情感理念在视觉传达设计中的具体表现

（一）材料和纹理的应用

视觉传达艺术作品所采取的材料属性和特质决定了其功能和价值，使用不同的材料所呈现的情感色彩截

然不同。通常情况下，运用多种复杂材料的作品能够传达出一种比较迷幻的色彩，也有可能引起观者的情绪焦虑；采取材料比较简单、外观比较素净的艺术作品梦带给人清爽舒心之感，亦有可能使观者感觉单调、乏味^[4]。因此，富有情感寓意的作品除了具备实用性功能以外，还会带给受众者独特的视觉体验。在创作视觉传达作品时，平衡材料和纹理的选择、运用是确保作品完成之后顺利、自然传达情感理念的重要基础之一。

（二）平面与构图的设计

通过使用各种点、线、面元素构成一个个平面，在视觉传达设计当中加入情感元素能够使整个平面构图增加灵动、自然和人情味，使作品中充斥着流动的情感。视觉传达设计中的点与几何概念中的点不一样，点可以具有或大、或小的差异，也可以有各自不同的方向，即处在不同的位置、形成不同的形状。视觉传达设计中的点需要通过设计师的“功力”为其赋予独特的闪光点，使这些元素能够在特定时刻“以小见大”，引发观众思维或引导观众的情绪，从而成为促进情感升华的关键性元素^[5]。线条在视觉设计作品中宛若生命线般的存在，其由于延展性所体现出来的速度感会让作品出现情感的变化。设计当中的各个平面在引入情感理念后能展示出强大的活力，而不是刻板无趣的表达。

图形展现情感可以大致区分为两种类型：首先是直接运用图形进行情感表达，对依据事物的客观状态或发展情况对其形象进行具象化的写实塑造，这对于展示各种细节和品质来说是一个相对容易的工作。例如，在产品外包装、书籍装帧、突出写实类型的广告当中进行运用。其次，使用间接图形形态。采取这种方式描述场景和具体事物时，通常会选择事物圆形所引申的含义或由此构建出来的符号和形状进行表达，受众者很难在乍看之下迅速明白其思想意义，而是需要通过深入思考来了解其中深意。运用间接性图形进行情感表达在商业领域的应用比较常见，如日常生活中频繁出现的汽车标志、各种广告牌等。部分图形经过面的运动而组合形成新的图案，其整体造型能够更好地表现物体的量感，从而强化安全性、稳定性等视觉感受效果^[6]。

（三）文字与编排的设置

文字在具备较强功能性的同时还具备审美价值，在很多视觉传达设计作品当中都有文字这一元素的存在，通过对设计作品的深意进行讲解和说明，使受众者产生认同情绪，带动其情感投入其中。文字当中拥有对线条，可以通过自身的结构、廓形、细节等元素体现灵动的变化，从而表达艺术感。一些视觉传达设计作品的文字部分和图形的色彩做出了明确的区分，由于这些元素的作用各有不同。在文字当中借助情感的力量，可以使作品的表述更加生动自然，而不会带给人“突如其来”的感觉。在视觉传达设计作品当中有关艺术字的应用屡见不鲜，在特定的情景和时间维度中，即使文字相同，其传达的

状态也各有差异,使受众者能获得有变化的情感体验。在进行文字编排的过程中加入情感的表达,为了获得预期的情感效果,应采取与内容思想更加适宜的排版形式,如考虑采取曲线式、直线式、异型排版等,或利用多种排版方式组合式应用,在视觉作品当中进行展现^[7]。

文字自身有极强的可识别性,使设计的功能性得到满足。如惠普公司的商标当中,有两个简洁而有力的字母 h 和 p 平行排列,形成互相呼应的效果。两个字符保持一致的倾斜角度辅以明亮的线条、暗色的背景,从而有效凸显品牌缩写“hp”,整个画面传递给受众者科技感、速度感。视觉设计师排列两个字母时,不仅需要考虑视觉呈现的整齐之感,更需要为品牌形象赋予技术质感与前卫的艺术风格,而不仅仅追求两个形状近似的字母。由此看出,在使用文字进行情感化设计时应当与用户的实际需求保持一致,激发用户的心理感受,以便获得品牌和用户之间的某种情感联系。

(四) 多元化色彩的运用

在视觉传达作品当中,色彩是其中能够起到主导作用的构成要素,影响这设计作品的情感走向。进行设计时,为了运用颜色要素更好的传达信息,应当深入理解颜色特征,并善于利用颜色提升视觉传递效果。除能够起到装饰作用之外,颜色带给受众者感情、感觉是比较直观的。通过心理学领域专家研究,颜色具有极强的暗示效果。红色意味着热烈、喜庆,会增加欢乐气氛;黄色明媚开阔,视之开朗大气;灰色沉重忧郁,表达深沉。设计者应当根据颜色的“情绪力量”进行调配^[8]。作为一种重要的设计元素,在进行表达时,应格外关注其中的关键因素如颜色色调、颜色明度的。描述不同的心理状态时,即使同一种颜色也会由于灰度、明度或与其他颜色搭配的缘故,而产生“差至千里”的感受效果。比如,一幅画在不同光线的陪衬下、颜色改变的情况下亦有可能出现不同的视觉感受。当画面整体亮度较高时,容易产生振奋人心的效果。与之相反,画面整体亮度较低时,容易产生低迷消极的情绪。受众群体个人学识水平、性格、经历不同所导致的个体化差异,也容易在看待同一颜色时产生不同的情感。孩童普遍喜欢明媚阳光的色彩,而成年人则偏好沉着冷静的颜色。同时,受宗教观念、地域文化的不同,也会造成人们看待相同颜色时产生不同甚至对立的反应。所以,视觉传达设计过程中,应当就收集到的信息进行梳理和分析,选择更加适合的色彩设计,使色彩设计能够更好的服务于信息宣传,满足受众者的心理需求。

(五) 声像、媒体动态结合的情感表达

新媒体平台不断涌现,其所具备的卓越的视觉传达的优势,使得人们进行情感交互的方式更加多元化。例如在“bilibili”很多视频进行过程中,有针对观众收集的各种反馈选项,在选择后会出现粉丝意见对比数据;在视频结尾处,出现投币、点赞或关注的按钮,使观众能够对优秀的作品进行实时反馈;也可以通过发送“弹幕”将自己的意见发表在公屏上,与成千上万与自己收看同一内容的网友进行互动。短视频的崛起在于能够在极短的时间内将声、像、情节、色彩、互动等因素有机融合于一体,更好地满足观众的情感需要,使观众和视频的情感同频共振。

四、结束语

衡量视觉传达设计作品是否优秀的一个重要标准在于能带给受众者怎样的情感传递。若受众者感知不到其中的情感,则欣赏过程仅能浮于表面,无法产生心灵的震动。视觉传达设计将感情的表达放在工作的关键部分,希冀通过科学、合理运用相关元素,与受众者建立情感传递的桥梁,有效促进设计的深度发展。

参考文献:

- [1] 郭晶晶. 基于情感化理论的视觉传达设计思维与方法探究 [J]. 创意设计源, 2020(3):5.
- [2] 郝静雅. 情感理念在视觉传达设计中的价值及应用研究 [J]. 北京印刷学院学报, 2021, 29(8):3.
- [3] 万珍珍. 浅析视觉传达设计中的情感化表现 [J]. 西部皮革, 2022, 44(10):3.
- [4] 武宇辰, 孙琦. 视觉传达设计中新媒体互动艺术的情感表达研究 [J]. 美术教育研究, 2021(24):2.
- [5] 殷越. 情感理念在视觉传达设计中的表现研究 [J]. 西部皮革, 2020, 42(2):1.
- [6] 彭武华. 人与环境的融合——视觉传达设计中渗透情感理念的研究 [J]. 2020.
- [7] 朱朗玥. 情感理念在视觉传达设计中的表现研究思路总结 [J]. 家庭生活指南: 下旬刊, 2020(11):1.
- [8] 徐慧. 新媒体交互艺术在视觉传达设计中的情感渗透与呈现 [J]. 成都师范学院学报, 2020, 36(7):5.

项目来源: 黑龙江省教育科学规划项目

项目名称: 文创产品设计在新媒体专业教学中的创新路径研究

编号: GJB1422363