

# 信息可视化设计的情感化表达方式研究

郑伊达

(郑州轻工业大学 郑州市 450000)

**摘要:** 随着社会的飞速发展与多媒体的全面振兴,人们每天接收到的信息以数量级的方式不断增长,当代的信息以数量大、速度快、内容杂等特征入侵者人们的生活。那么面对各种形式的繁杂信息,对信息的梳理、分析、整合就显得尤为重要了。在多种的信息处理手段之中,信息可视化设计以直观、简洁、快速等特征很好地解决这样的需求,信息技术的进步也使得信息可视化设计的形式越来越丰富,大众对其的接受度也越来越高。信息可视化设计的目的是将繁杂的信息用图形、色彩、版式的设计更直接的传递给大众。但与此同时,信息传播媒介的多样化也导致我们对信息的接收选择变得愈发苛刻,对设计形式的要求也越来越高,因此信息可视化的有效传播就变得十分重要。在信息可视化设计中融入情感化的表达,不仅利于信息更高效的传播,同时也能够将冰冷的数据、图表、文字变得易读、可读、有趣。

**关键词:** 信息可视化设计、情感化、色彩心理学、图形心理、版式设计

## 一、信息可视化设计概述

信息可视化是一个跨学科领域,旨在研究大规模非数值型信息资源的视觉呈现。并且将数据信息以及知识等转化为可视形式以快速识别<sup>[1]</sup>。信息可视化设计的工作主要是以视觉形式传递信息。其中视觉元素主要包含文本、图形、色彩等,通过这些元素进行文字表达、色彩表达、图形表达、版式结构以及情感传递。其目的是对抽象信息的有效传达,以最简单、直接的方式,将信息转变为可理解性强的图形或者图像,实现从文字内容向图形内容的转化。

21世纪无疑是一个信息化时代,而随着信息传播方式的多样化,信息可视化研究面临着多重问题。新媒体时代带来了信息传播便利性,但其中也不乏有些无用信息和垃圾信息裹挟在一起传播到我们的信息接收终端,这类劣质信息往往无法确定其真实性,并且通过各种渠道进行恶意宣传,例如通过发布猎奇话题来博取阅读受众们的眼球,干扰我们对信息的有效判断和筛选。此外,生活中“琳琅满目”的小广告、公共交通的导视标语、电子屏幕的弹窗“推荐”,这种标榜着便民、为民为目的的视觉信息已经严重影响到了大众的阅读情绪,这样的公共信息非但没有起到警示或便民作用反而使大众反感,导致视觉疲劳,正如尼尔波兹曼在《娱乐至死》中所说:“‘到处是水却没有一滴水可以喝’,在信息的海洋里,却找不到一点有用的信息<sup>[2]</sup>。”这一方面是因为信息的同质化现象过于频繁导致大家习惯性的忽略,列为已读信息,另一方面则是因为这些信息的呈现形式、设计效果过于单一、无趣且无情绪。不同的内容利用同样的版式或色彩,会导致大众误以为这些新的信息也是他们每天习以为常的垃圾信息,进而将它们划进忽略的行列。

人类在处理信息的过程中有80%需要通过眼睛去处理,“看”是人类日常生活中最常见的活动。与此同时,人又是情感动物,通过情感的理解来识别他人传达的情感信息并及时了解他人的价值观,进而产生共鸣,这样才能达成信息传递的有效性。对于信息可视化设计而言,如果仅仅将信息、图表、知识利用图形、色彩、版式的设计方法来进行,而缺乏情感化因素在其中,则很难使表达主体在这些“信息盲区”中被注意到,这样的传递方式是无效的或者说是不够有效的。

情感受生理、环境、社会的影响。每个人从出生就具有对客观事物进行情感化处理的能力,随着社会经历和年龄增长的变化,情感会变得愈加复杂多样。在艺术设计的范畴里,感性和理性相互对

被接受者造成情感的影响,信息通过图形、符号、色彩等方式反映情感,使得艺术作品对被接受者共情,达到目标的传递效果。

梅心悦在《信息可视化设计中的情感信息传达》中总结了以下特点:

第一,情感信息具有倾向性。情感是人对外观事物具有倾向性的主观判断,通过反省自身需求和社会需要导致的结论,简单来说,情感可以分为正面情感和中性情感。对情感信息的倾向性分析,可以更好的通过设计手段传递心理诉求。

第二,情感信息具有主观性。情感在本能反应程度上存在很大差异性,同一件艺术作品可能带给人的感官是不一样的,每个人的感受可能会不同,或是温暖或是忧郁或感到悲伤,从而对画作加以不同理解。更多复杂的信息依附于人的情景经历、原生环境,这种具有故事性的情感信息在作者表达中也具有个人的主观性。

第三,情感信息具有相互作用的。由于情绪的稳定需要长时间积累,受历史、客观事物、社会行为影响。看到心仪的物品会兴奋,看到黑暗的环境会是我们恐惧。其之间相互作用,我们喜欢漂亮的物品,是因为我们喜欢漂亮物品能带给我们的感受。我们讨厌黑暗,是因为我们讨厌黑暗带给我们的压抑。情绪反映了我们个人的经历、联想和记忆。

## 二、情感化在信息可视化设计中的表现方式

信息可视化设计中有文本、图形、色彩三大元素,总结梅心悦在《信息可视化设计中的情感信息传达》中的观点,文字信息是信息可视化设计中的重点部分,文本可以提高设计的可读性。而图形的应用比图像信息更为清晰易于辨识。同时色彩是表达思想和传达情感的媒介,不同的颜色有不同的情感属性。通过不同色彩的应用,能直接影响受众从视觉到感官“色依附于形”,色彩与文字、图形共同组合形成完整的画面,打造良好的视觉感受的同时保证传达信息的准确性。与上述结合具体研究可分为以下几个方面。

### 1. 色彩对信息可视化情感化表达的影响:

在绘画中我们将红、黄、蓝认为是色彩三原色,而心理上有把色彩分为红、黄、绿、蓝四种,并称为四原色。通常红—绿、黄—蓝称为互补色。在色彩心理学中将不同的颜色赋予不同的性格、气质、情绪。例如:黑色象征酷炫、威望、高雅、低调、创意;灰色象征诚恳、沉稳、考究;中灰与淡灰色则带有哲学家的沉静;白色象征纯洁、神圣、善良、信任与开放;红色象征轰轰烈烈、热情、威望、是个能量充沛的色彩;橙色富于母爱或大姐姐的热心特质、给人亲切、坦率、开朗、健康的感觉;黄色是极其温暖的颜色,

能刺激大脑中与焦虑有关的区域,具有警告的效果;绿色给人无限的安全感受,象征自由和平、新鲜舒适;蓝色是灵性知性兼具的色彩,在色彩心理学的测试中发现几乎没有人对蓝色反感。蓝色象征希望、理想、独立;深蓝,意味着诚实、信赖与威望

结合上述,刘亦婷在《色彩在信息可视化设计中的应用》一文中提出的观点,可以参考以下的应用方法:

#### (1)提高明度和纯度对比

色彩的明度和纯度,指同区间内的明度和纯度上差异对比,在使用合适色彩搭配的基础上,尽可能实现不同信息的色彩利用足够区分类别。同时保证强烈对比,避免阅读障碍。设计时应结合具体情况,在信息传达通畅的基础上充分强调差异对比。

#### (2)强调色相与面积对比

加强色相的对比在不同色彩上进行区分,是不同信息的区块分布更加明显,在需要用户聚焦的信息部分强调色相达到“吸睛”的目的。并利用不同区块大小来区分具体数量变化。例如大面积的高明度暖色用来突出内容,低明度、饱和度的色块弱化非重点信息。

#### (3)有效的定位色彩

结合色彩心理学,利用色彩不同的专属含义和价值定位不同类别信息,将色彩对比度强烈的特征有效表达出来,并符合社会常识和联想空间。提高设计准确性,更好的展现信息。

#### 2.图形对信息可视化设计情感化表达的影响:

图形心理学是在心理学范畴中有关于图形学的交叉学科,图形心理学通过绘画者所绘图像,从线条、大小等角度去分析解读作者者心理。科学研究表明,我们常见的各种图形(方形、三角形、圆形、线条等)都具有其心理含义。许多心理学测试都是通过图形形状对一个人的心理特征进行判断。

例如:矩形(方形)的心理学特征可以理解为,方形平整清晰地棱角边缘往往给人一种可靠安全的感觉。给人一种值得信任和权威的感受;三角形的心理学特征常被认为是一个充满活力的图形,它的夹角和平衡感可以带给人一种速度、运动的感觉,而且其还有灵活多变的特点。调节不同的夹角角度可以改变它给人的心理感受,小的夹角让人感到紧张、刻薄,而大的角度让人感到稳定、安全;圆形是最有魔力的图形,它常常代表着永恒、圆满的含义,由于它没有类似于矩形、三角形的棱角,它往往也带有一定柔软温和的气质;除此之外还有自然图形和抽象图形这些具有模糊性暗示的图形,这些图形充满着神秘色彩,也充斥着大自然的智慧,具有生命力。

将图形心理学结合色彩心理学,依照医学、科技、社会、艺术、人文等不同类型的信息对其分类整合进行信息可视化设计。例如科技使用蓝紫色结合三角形来表达力量、速度、进步与未来感;艺术采用高纯度的色彩与活泼的自然图形结合,传达生命力与活力等。这样的方法可以更好的达到视觉之上的共情,从而让观者更自然舒适的接收信息。

#### 3.版式对信息可视化设计的影响:

所谓版式设计,就是在版面上有限的平面“面积”内,根据主题内容要求,运用所掌握的美学知识,进行版面的“点、线、面分割”,运用“黑、白、灰”的视觉关系,以及底子或背景的色彩“明度、彩度、纯度”合理应用,文字的大小、色彩、深浅的调整等,从而使版面设计美观实用<sup>[9]</sup>。因此色彩和图形也包含于版式设计的范围里,通过色彩图形因素进行情感化表达后,应对设计作品选择合理合适的方式进行调整和重组,使平面版面变得成熟。

研究版式就必须考虑到形式美这一概念,形式美的构成可分为:构成形式美的感性质料和形式美法则。感性质料就是上文谈到的色彩、形状、线条等因素。由于各种物体因吸收和反射光的电磁波程度不同,而出现了色彩现象。色彩的色相、明度、纯度属性对人的生理、心理产生特定的刺激信息,具有情感属性,进而形成色彩美。形状和线条作为事物空间形象的构成基本要素,因此也极富有情感表现性。形式美法则就是集对称与平衡、比例与尺度、黄金分割律、节奏与韵律、调和与对比、多样与统一等规律为一体的规范法则。这样的规律来自于人类在追求美的过程中总结感性质料因素的特性而得出的概括。

版式设计对信息可视化设计有着重要意义,第一,版式设计可以丰富信息内容,给人带来单一文字数据信息所不能达到趣味感受;第二,讲文字、图形、色彩合理编排可以提升信息可视化设计的审美价值;第三,随着社会高速的发展,快餐化信息繁出,视觉疲劳导致信息传播的效果不尽人意,因此合理的进行版式设计可以增强信息可视化的视觉冲击力,使信息更加有效的传达给受众。由此可见,版式设计是将感性与理性相结合的一项高难度工作,进行合理、美观又富有情感的处理是版式设计的终极诉求。

#### 四、总结与思考

我们生活在海量信息的时代,我们每天接收的资讯并非是零散的信息,而仅仅是数据而已。快节奏的生活或许导致我们无暇消化知识,也不愿仔细甄别信息的真实性,而信息可视化设计无疑是对于类似的信息接收过程中的种种问题所提供的一种解决方案。假如信息不能有效传递,就失去了其意义,利用合理的、有温度的设计手段使晦涩复杂、被忽略的信息变成服务于大众的工具,这一点显得极为重要。因此作为设计师我们应当充分反思、学习,将科学信息以准确无误、便于理解、富有感情的形式传达出去,进而引导受众进行有效的价值判断。

#### 参考文献

- [1] 梅心悦.信息可视化设计中的情感信息传达[J].艺术市场,2021(03):92-93
- [2] 徐明杰.读图时代下的思考——新媒体传播语境下的科普类信息可视化设计研究[J].包装与设计,2022(02):108-109.
- [3] 《娱乐至死·童年的消逝》[美]尼尔·波兹曼 著章艳 吴燕莲 译广西师范大学出版社 2009年版,第62页
- [4] 朱剑.版式设计中分割和比例的应用研究[J].中国包装工业,2015(Z2):60.DOI:10.14047/j.cnki.cpi.2015.z2.046.
- [5] 刘亦婷.色彩在信息可视化设计中的应用[J].艺术品鉴,2021(32):192-194.
- [6] 王艳歌.情感化设计在平面设计中的应用研究[J].艺术大观,2021(19):71-72.
- [7] 林楚莹,张文化.论形式美法则中“比例与尺度”在平面设计中的应用[J].明日风尚,2021(22):122-124.
- [8] 王芳.心理暗示在图形中的探索[J].艺术科技,2016,29(04):423.
- [9] 周银燕,张燕翔.科普信息图设计研究[J].科普研究,2019,14(03):5-11+57+109.DOI:10.19293/j.cnki.1673-8357.2019.03.001.
- [10] 郑伊达(1997.3-)男,汉族,籍贯:河南郑州人,郑州轻工业大学,20级在读研究生,硕士学位,专业:艺术设计专业,研究方向:视觉传达设计方向,