

基于情感设计的视觉传达设计研究

蒋硕

(南京师范大学美术学院 江苏省南京市 210023)

摘要：结合实际情况来看，在我国社会经济体系不断发展的背景下，人们整体的生活水平也得以不断提升。这使得人们在情感、精神等方面的需求愈发强烈。为此，为了能够更加全面地满足人们的生活需求，设计工作人员便需将情感设计科学的融入到视觉传达设计中去。从视觉传达设计的角度来看，市场占有率并不属于其核心内容，这是因为，视觉传达设计工作的开展通过十分重视消费者自身对产品的感受。基于此，本文针对基于情感设计的视觉传达设计进行深入探究，望能够对相关工作的开展起到一定的帮助。

关键词：情感设计；视觉传达设计；研究

Research on Visual Communication Design Based on Emotional Design

Jiang Shuo

School Of Fine Arts Nanjing Normal University, Nanjing City, Jiangsu Province

Abstract: Combined with the actual situation, under the background of the continuous development of China's social and economic system, people's overall living standards have also been continuously improved. This makes people more emotional, spiritual and more intense. Therefore, in order to more comprehensively meet people's life needs, the design staff will need to integrate the emotional design science into the visual communication design. From the perspective of visual communication design, the market share does not belong to its core content, which is because the development of visual communication design work attaches great importance to the production of consumers' own feelings of products. Based on this, this paper conducts an in-depth exploration of the visual communication design based on emotional design, hoping to help the development of related work.

Key words: emotional design; visual communication design; research

根据视觉传达设计工作的开展进行综合分析我们能够得知，在传统视觉传达设计理念下，设计工作人员大多会通过具体事物的应用来设计具有抽象性特征的作品，这使得视觉传达设计具有十分明显的理性特征，从而导致产品无法真正地走向消费者的内心。在视觉传达设计不断发展，人们物质生活丰富性不断提升的背景下，情感设计在视觉传达设计中所具有的应用价值愈发明显，其能够在有效引发消费者共鸣的同时，从而促使消费者能够对产品更加信赖。为此，为了进一步确保情感设计的融入效果，视觉传达设计工作人员需做好情感设计融入方法的探索工作，从而为视觉传达设计现代化发展效率的提升提供更为充分的保障。

一、视觉传达设计与情感设计概述

(一) 视觉传达设计

通过对我国设计领域的现状进行调查研究后发现，针对视觉传达设计没有明确的规定，造成这种情况是因为视觉传达设计中的专业性较强，同时在设计过程中还存在有较为明显的跨专业性，视觉传达设计涉及有设计、美术、心理等专业内容。视觉传达设计起源于德国，主要是设计人员在追求美感的同时拉近自身与消费者之间的距离，这种设计方式的应用不仅可以设计中的美感体现出来，同时还可实现对社会环境的优化。人们在日常生活中主要是通过视觉与触觉对周围的环境进行感知的，视觉与触觉可以为人们带来直观的感受，对环境有准确的认知。视觉传达设计主要就是在人们视觉与触觉的基础上进行设计，视觉传达设计具有较强的专业性，并通过将抽象设计理念有机融入到具体事物中去的方式来为产品设计表现力的提升提供更为充分的保障^[1]。通常情况下，视觉传达设计工作人员最常用的方式便是针对具体事物进行包装后在通过电视广播等媒体渠道来拓展产品的影响范围。换句话说就是，视觉传达设计工作所具有的主要功能为提升产品给消费者带来的体验，并促使消

费者在感受美的过程中，进一步满足其在物质方面出现的需求，进而从本质上提升消费者为视觉传达设计的满意程度。在一般情况下，视觉传达设计工作的开展以简单的图形或人们较为喜爱的知识内容为主，这是因为，通过视觉传达设计工作的开展能够在有效吸引人们的同时，有效提升正能量内容的传递效果，最终促使视觉传达设计的效果能够更加全面的凸显出来。

(二) 情感设计

针对情感设计进行综合分析我们能够得知，其本质上是由工业设计在不断发展的过程中而延伸出的新型设计理念。通常情况下，情感设计涉及着情绪、心情以及感受等众多内容。据相关研究表明，消费者与产品接触后出现的感受便是情感，这类感受无论是正面还是负面的其都会产生相应的思想情感^[2]。在落实情感设计工作时，设计工作人员需将情感设计有机融合进产品颜色、材质以及外观等多个方面中去，从而促使设计工作人员所设计出的作品能够与消费者产生更加强烈的思想共鸣。其次，情感设计工作的开展需赋予产品相应的情感，这类情感则通常与人的内心之间存在着十分密切的联系性，从而进一步拉近了产品与人之间存在的距离。此外，情感设计的科学应用从本质上提升了产品设计的人性化特征，并在有效应对传统设计理念不足之处的同时，促使人们的审美需求能够得以全面满足。

(三) 情感设计与视觉传达设计的联系

结合实际情况来看，在当前社会，情感设计属于视觉传达设计工作能否有效开展的基础，两者在相互促的过程中一同发展。通常情况下，在落实视觉传达设计工作时，设计工作人员需针对人们的审美需求进行综合分析，并在不断提升产品设计美感的同时，进一步提升人们对产品的喜爱度。在此过程中，设计工作人员还需将人们存在的感性思维全面重视起来，这是因为，人们对视觉传达设计

风格的喜爱是这一设计风格能否得到延续的基础。只有将人们的思想情感重视起来才能够有效地满足人们在图形设计方面的心理需求^[1]。为此,视觉传达设计工作人员需做好情感设计与视觉传达设计两者间关系的明确工作,从而为视觉传达设计与情感设计融合效率与质量的提升提供更为充分的保障。

二、基于情感设计的视觉传达设计方法

(一) 始终将如何满足情感需求融入到设计中

为了能够进一步提升情感设计在视觉传达设计中的融入效果,设计工作人员便需在针对消费者需求进行综合分析的基础上,将消费者的消费需求与情感设计一同融入到视觉传达设计中去,从而确保消费者的产品满意度能够获得更加显著的提升。从视觉传达设计工作人员的角度来看,在落实具体设计工作时,其需在贯彻为人们服务设计理念的同时,以消费者的需求的出发点,进而在充分凸显视觉传达设计作品真实感的过程中,充本质上缩短消费者与设计人员之间的距离。其次,设计工作人员在开展视觉传达设计工作时还需将社会氛围等方面出现的变化全面重视起来,并做好消费者情感变化的分析工作,最终为视觉传达设计效果的提升提供更为充分的保障。例如,在开展服装方面的视觉传达设计工作时,消费者自身生活水平的提升致使其在关注服装实用性的同时,更加关注服装所具有的美感以及美观性,这时,设计工作人员如若未能及时更新自身的设计理念,那么其所设计出的产品自然便会被市场所淘汰。

设计工作人员在将情感教育融入到视觉传达设计工作中时,其还需在明确“面”的设计价值的同时,强化几何设计效果,并在确保其曲线完整性的过程中,为其视觉效果的提升提供更为充分的保障,并进一步满足消费者的消费需求能够获得全面满足,例如,一些消费者在购买产品时喜欢较为圆润的物品,这时产品设计得越圆润便越能够吸引这类消费者的注意,因此,在落实此方面的视觉传达设计工作时,设计工作人员便需在明确消费者心理需求、情感需求的同时,提升产品设计的圆润性,进而促使其消费需求能够得到有效满足。如若设计工作人员未能针对这类消费者的消费需求进行明确,而一味地追求方形的设计形式,那么其所设计出的产品便难以激发消费者的消费欲望。由此可见,情感设计的融入本质上指的就是针对消费者的心理需求进行密切关注,从而通过提升消费者满意度的方式来进一步拓展产品的市场份额。

(二) 注重情感设计的融入

设计工作人员在开展视觉传达设计时,需要加大情感设计的融入力度,在情感设计过程中,应对消费者的实际需求有所了解,确保情感设计可以在产品设计中体现出来。因此,设计工作人员在实际设计过程中需要将自身情感进行融入,在此过程中还需要将消费者的感受与需求进行汇集,使其所设计的作品可以满足消费者的实际需求。因此,设计工作人员在视觉传达设计中,不仅需要对所设计产品的外形以及性能进行关注,还需要加大对产品属性的了解,在产品发展历史的基础上对设计进行创新,以此来满足消费者的实际需求,在此过程中还需要在设计过程中融入到人性化设计,确保所设计的产品可以满足消费者的需求,提高消费者实际需求的要素。目前在对油烟机进行设计时,多数油烟机的风力是通过用户进行调节的,但是现如今设计中融入了人性化设计,在设计过程中不仅需要重视油烟机外形以及使用性能的设计,通过融入人性化设计可以确保油烟机根据现场实际情况对风力自动调整,可以达到消费者满意度的提升。目前在产品造型设计中也需要加大对情感设计的融入力度,将设计者的情感在造型设计体现出来,以此来提高消费者的购买欲望。如,在对海报设计过程中,需要注重消费者观看欲望能力的提升,因此设计工作人员在设计时突出电影中的主要参演人员,在突出主次角色时,主要角色需要占据海报中的大量空间,次要角色可以占据海

报中较小的空间,通过占据海报中位置以及大小凸显出角色的主次性,使得消费者在看到海报后可以清晰地看出电影中角色的主次。因此设计工作人员在对海报类产品进行设计时,画面设计中需要以几何设计为主,通过对海报中的空间进行合理分割,只有如此,才可确保视觉传达设计效果得以提升。

(三) 应用合适的创新方法

在社会的不断变化下,创新是社会发展中的必然因素,现如今创新在视觉传达设计中也占据有同样的价值。目前视觉传达设计工作在开展中需要融入更多的创新元素,但是需要保证所创新的内容可以满足消费者的实际需求,以此来提高视觉传达设计水平。为了能够满足消费者的需求,这就需要设计工作人员在视觉传达设计过程中融入自身的情感,需要考虑到大众的心理以及需求,在此基础上提高设计搭配的合理性,使其设计作品能够达到消费者的需求,得到消费者的认可。如,在对产品的颜色进行设计时,色彩是视觉审美中的重要体现,其可以影响到人们的情绪以及情感。设计工作人员需要将情境设计融入到视觉传达设计,这就需要设计工作人员加大对色彩的关注度,以此来满足消费者的需求^[4]。颜色主要分为两种不同的色系,分别为暖色系与冷色系,在视觉传达设计过程中需要根据产品的实际情况以及消费者的需求对色系进行合理选择。一般情况下,设计工作人员在设计过程中暖色系的色彩可以为人们带来温暖以及友善的感觉,相反冷色系所带来的就是清冷、冷酷的感觉,在对色彩进行选择时,产品外形的差异性也会影响到色彩带来的感受。结合实际情况来看,目前大多数的快餐店中主要色调为粉红色,这种颜色的色调可以对消费者带来一定的刺激感受,在此环境下,消费者在就餐过程中会不由自主地自主地加快用餐速度。一些档次较高的餐厅不追求用餐速度的餐厅中的环境主要是棕褐色为主,同时还搭配有柔和的灯光,这种环境设计能够提高消费者用餐的舒适度,同时在用餐环境是十分温馨,可以达到消费者的需求。不同色彩所带来的感官是不同的,因此设计工作人员在视觉传达设计中需要将情感设计融入其中,根据设计环境以及设计产品的实际需求,对色彩的使用进行创新,提高消费者的认可度以及满足度,同时还可实现设计精准度的提升^[5]。

三、结语

综上所述,在当前社会,随着社会经济体系的不断发展以及人们整体生活水平的提升,人们在关注产品实用性的同时,更加重视产品所具有的观赏价值,为此为了在全面满足人们审美需求的同时,进一步确保视觉传达设计工作的开展效果,设计工作人员便需正确地认识到情感设计的融合效果,从而在有效提升产品美感的同时,促使视觉传达设计工作所具有的美感与魅力能够获得更加显著的提升。在此过程中,设计工作人员还需做好创新性设计理念的融入工作,并针对消费者的情感需求进行深入探究,最终为产品影响范围的提升提供更为充分的保障。

参考文献:

- [1]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):90-91.
- [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(08):45-47.
- [3]刘英君.信息设计在网格中的视觉色彩审美与情感传达[J].流行色,2020(11):114-115.
- [4]肖晓婧.新媒体视角下情感设计在视觉传达设计中的应用研究[J].艺术品鉴,2020(20):83-84+142.
- [5]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(03):22-26.