

设计美学在视觉传达设计中的表现初探

于杰韬

吉林艺术学院 吉林 长春 130000

摘要：设计美学贯穿于视觉传达设计的始终，是灵魂；是主、客观统一的视觉传达的艺术创作。设计美学是视觉传达空间与时间的对话，是视觉传达的情感深拓。设计美学是视觉传达设计中的再创新。

关键词：设计美学；视觉传达。

一、设计美学是视觉传达的根本灵魂

毋庸置疑，设计美学是视觉传达设计的根本灵魂，世间任何一件新鲜事物，都要经过质疑、讨论、争辩、统一的全过程；由偏向全的发展，才能走到约定俗成。在以往的传达形式落后于时代的发展，从根本上制约了发展的速度和方向，使人们在看懂，听懂，理解的前提下，没有进一步的向内涵、意境等更高级的感悟进取，促使对事物的描述都是白开水一般的雷同，是我们大众审美出现了疲劳和疲倦，也无形中阻碍了人们对艺术美感的追求。总之，现代化是科技爆炸时代，它已经完全不能和“家喻户晓，妇孺皆知”的状态相提并论了。一切的一切都因为设计缺乏灵魂，缺乏创造，缺少对人类心灵的震撼。

显而易见，设计的诟病原因诸多，但都已缺少美感所造成的。所以当务之急就必须在视觉传达设计中加入审美的成分和内容，让更多的受众在接受和接触的过程中把握设计的主题内涵和审美意象，以此达到受众在直觉上的感悟和思考，并能够尽量快速的理解设计者的构思和想要表达的意愿。同时也能够一定程度上与设计者产生共鸣效应。所以我们把受众的心理体验是否达到设计者的理想要求作为根本的原则；促使他们在心灵感悟，理解沟通方向有了自己的生成之境，有了自己独到的理解，有了自己更深层次的猜测和解读。

随着数字媒体技术的发展，以及新媒体的产生，设计者的思维变化和个性美感，在设计品中所体现的涵盖和喻义，更加贴近大众的情感需求，更加符合大众的审美取向，从而达到事半功倍的效果。这便是设计美学在视觉传达设计中的灵魂所在。

所有的一切美感源于心灵的源泉，所有的思想塑造，源于对设计者目的的心灵映射，所有的设计表象和象征都和受众的精神取舍有着紧密的关联，这也是设计的灵魂所在。因为一切的视觉传达设计，其根本期望就是感动和启示，犹如画出一个线条，隔离了两个方位，而每个人的看法与理解，并非一致。但有大部分的受众是能够从文化和艺术的角度去分析和猜想的，而且达到设计者的心理初衷。由此我们设计者的昭示和启发就成功了大部。所以视觉传达设计中有十分

的必要和审美相得益彰，和设计美学形成了双轨运行，以期待达到设计宣传的效果和目标。

二、设计美学是视觉传达的艺术创作的主、客观统一

艺术的创造在视觉传达中的追求主要是使设计者和受众的思想碰撞中产生火花，并达到双方的主客观的统一；其实说的简单点就是相互认可。所以每个设计方案的个性风格和表现内容都有它的吸引功能，有它的可阅读性，有它的独特的表达形式。通过蒙太奇的产生推拉摇移……通过色彩的选配变化，通过光线的明暗交替，通过现代科技的广角手段等等。循序渐进的把设计主题全方位的展示出来，让观众印象深刻，而且刻骨铭心的过目不忘。

主观上，视觉传达的设计者的心理深层构造一定是呕心沥血的智慧结晶。客观上，受众的接受意愿和期望值一定是最佳期待和合乎自身的审美解读。

而艺术创作，。恰恰是让主、客观的完美契合，情感上的相互认同。这就使我们的设计者要在源于生活高于生活的基调中，使设计方案即有生命的特征又具备可以推演的逻辑功能，让受众的感官在设计者的方案中被牵引，被同化，被感动。

古人言，诗言其志，歌表其心，舞动其容。而我们今天的视觉传达设计真的能让所有受众达到理解诗的天籁、歌者的心理，舞者的容颜吗？我的回答是能。因为艺术创作的魅力对诗的哲辩，诗人的情怀，对歌曲的心境语释感触到歌的律动和渗透，对舞蹈的解读有美丽的心灵映射和随想。这就是主观的意愿与客观的评价，既有层次品位的差距又存在内心求美的共同目标。所以艺术创作的主客观是能够达成共识的。

学术泰斗季慕林先生有一句话令人深思：“真话不全说，假话全不说”这是智慧的选择，是对社会学的高度概括，它提炼了理想主义和实际环境的不统一。但是阐述了人类社会的必然阶段，而阶段也是随着社会的前进发生变化，而是相互的排斥，也可达到大同的道理。就这一点，季先生和康有为都为我们说明了一切。

今天对视觉传达的设计要求，当然要与俱进，当然

要有美学基础作指导，当然要符合大众的审美需求，所以设计者与受众是同构的艺术符号。艺术创作生发出哲学的涵盖，只能便当下的视觉传达设计更趋于完美。更合乎大众需求更有不断的拓展和进步。

三、设计美学是视觉传达的空间与实间的对话

视觉传达的形式方法、技术是三位一体的，它有实间的锤炼，更有空间的交叉，还有彼此间的融合；它有平面的感官效应，也有立体的三维点化。当然也存在高新的芯片推波助澜。它让人们的判断更加准确和合乎情理。设计美学理论上上行得通。实践中做得到，设计实间贯穿古今，融通万物。设计空间无限广茂，层出不穷，犹如天体存在一般，时间刘晓丽数不胜数人类智慧，空间给予人类无限的遐想创造。实践与空间的对话，正是视觉传达设计的必经之路，犹如传承和发展。

视觉的直观作用是任何媒介无法代替的，他除了令人信服的真实可靠又有直述现状的判断和艺术编辑，它对信息的把控，层次的筛选，表达的标准，都有空间和实间的融合，以期达到作品的深度和内涵。所以，视觉传达的设计要求是十分严谨的，既不能填满内容元素，又不能留下断节的空白。空间以小见大，以暗出明，实间以短补长，以时代背景衬托当代要求。所以，空间与实间的交相辉映，历史与当代的对话，形式与内容的和谐，都在美学基础上烘扬衬托。具有历史的沧桑，年轮变化，。具有全时方位，宽深适度，辩证的统一。

视觉传达的设计层次分明，主谓清晰。要有生活的积累，要有对事物本质的分析，判断；要有把控的能力和手段；要把精彩纷呈和感召作用放在重要的环节和点睛之处。

视觉传达设计在人文背景和自然背景下都充分体现了创作者和观众的交流形态，把烘托和主题巧妙结合，把阐述和目标有机搭配，有扬有异有详有略，有现实问题，有群众话题，有宣传目的，有表达特征。它不是时间的缩影，而是无限的眼神，它不是空间的意象，而是无限的延伸，它不是空间的意象，而是韵味总揽。

总之，视觉传达设计要以设计美学的理论和方法来展示事物本质和人文情怀，以空间换时间，以时间调空间，只有二者辩证统一，就会以绝对优势受众的心理，情感，所喜、所需尽数收存，让作品深植人心，并有长久的良性诱导作用。

四、设计美学是视觉传达的情感深拓

视觉传达的作用包含对受众的情感的映射，没有美学的指导和助力显然是苍白无力的。人类情感大师简化一点可以说成是人的态度取向，它是人类内心生活的自爱与泛爱。那么不论是自爱还是泛爱，没有美（包括心理感受）就不可能在情感中产生波澜。没有心理波澜，哪里能有兴趣和向关

注呢？视觉传达设计，要抓住观众的关注程度，就必须以美的触角，拨动人们的情感心弦，它比任何的说教和强迫都具有统治力。情感是什么？以西方美学和东方美学的总结来看，无非是让人心里愉快不愉快。同为美调节了人类的神经系统，是心里的作用使人们情绪发生了变化。用咱自家人的话说就是感觉更好。所以说视觉传达设计必须遵守的事实就显而易见的集中在情感的问题上来了，由于自身的学习和积累不够，不能从更深层次阐述这个心理话题也是能独断地认为，视觉传达设计对有些受众的情感深拓，就不可能达到作品和创作者的心理预期。

情感本身就是一个概念，是人们无意识下的关注映射，比如一个舞蹈在创作中并没有固定的情感模本，是舞蹈内容和舞者本身的情感在表演中的流露，它具有节奏，具有美感，具有心灵表现，所以具有传染功能，具有感召作用。具有与观众心理共鸣的导体——美。所以视觉传达以美学设计来做工具，这个选择者实在是太聪明太智慧了。再比如绝大多数人（男人、女人、老人、小孩）对一个颜值很高身体曲线象魔鬼的描述，都是赞赏有加。不过就是协调的，仙女似的，总之就是好看的。都会产生心理的遐想和赞叹。其实，美的本身不全在美者的身上，主要是赞许这的心理。正向人类“求真、向善、爱美”的总结是普遍存在的。那么视觉传达（影视、戏剧、广告 等等）都有一个共性就是展示美，因为只有这样，才会用情感的线索寻找人类的心仪，才会把握稍纵即逝的机缘。

视觉传达设计本就应该以美学基础进入自由联想的空间，让人们以美的心理进行推演并渗透在作品之中。那种心领神会的“懂你”不正是情感深拓的过程和享受美的过程吗？

五、设计美学是视觉传达的意境再造过程

视觉传达设计是以美学思想做基础，其深度必然在意境的创造上；美是本体，境则为魂。意境的寓意深厚，涵盖广泛，它既能揭示人类探索的理想追求，又能让人类的智慧得到启迪。它呼唤人类心灵爱美的本质。“亚里士多德”曾论“艺术是模仿自然”，而视觉传达设计中的最佳出路也是源于自然，高于自然。它把精神的底蕴，理想化的展示给大家。它有情感浓烈的渲染升华。它把个人的感官引向“一见钟情”。而从事视觉传达的设计工作的人，往往在微观与宏观中都把观众的幻想加以疏导，以期从抽象的概念中，反射出艺术创造的意念并让人懂、让人思，从而让人梦，让人痴，让人迷。

视觉传达设计本身即包含意境创造，整个过程都让作者从世界观审美感悟中找到灵感和冲动。进而让作品在启发中渐拓和渐变。并达到理想目标。让业外人士也能在审美的价值观上渐入佳境。应该说意境在教育之深刻程度，是极其

重要的环节。

文学中曾有一个说法,就是哈姆雷特(悲剧形式)式的引发正义和同情就是一个行之有效的教育手段。因为它对人类心灵的触动远比说教更合乎心理演化过程。每个人的个体胸襟不同,文化涵养不同,理解、判断的方式亦不同。所以对视觉传达作品的反应、情绪和想象也不同。但有一个大同的是人类在色彩、线条所组合的指示下,都有一个无穷高远的圣美意境产生,以慰以抚自身的生命节奏。所以意境创造出视觉传达中还有一个再创作过程,这是重获创作生命的理想天国。

视觉传达设计有一定之规,也有条条大路通罗马。不是所有的人或民族审美习惯都一致。比如金色的辉煌,蓝色的深邃,紫色的高贵,红色的热烈,绿色的生命,白色的纯洁,黑色的厚重等等都是实相代入意象的反射,而实相中还存在着空灵的变化,存在着不可言状的审美自由。这也是人类生

命的情调。再如,形体之美,样式之美,花纹之美,色泽之美,铭文之美大多隐于自然之美。没有触类旁通的情感何以左右人类的喜怒哀乐。

视觉传达设计在当今社会中作用巨大,它包罗万象,总括全局,而我的心得就是要以美学理论做基础,设计出让人过目不忘,铭刻在心的作品。其实它的根本就是让美涵盖人的内心,让美充满人文环境与自然环境的每个角落。

参考文献:

- [1] 陈苏. 当代设计美学审美价值的解构研究 [J]. 景德镇学院学报, 2015,30(06)
- [2] 黄柏青. 设计美学: 学科性质、演进状况、存在问题与可行路径 [J]. 湖南科技大学学报(社会科学版), 2012(05)
- [3] 欧阳才富. 艺术设计美学的心理与思维解析 -- 评《现代艺术设计教育研究》[J]. 炭素技术, 2019,38(02)