

现代视觉设计中的创新思维以及审美研究

李陈嘉

广州集智品牌策划有限公司

[摘要]在社会文化生活快速发展的背景下，人们在精神层面有了更高的追求，同时对视觉设计也有了更高的标准。视觉是人类对事物进行认知的起点和重要形式，而视觉设计则是人们通过眼睛做出的主观判断和本能表现。现代视觉设计可以通过视觉的形式将设计者内心的思想和设计理念传达出来，同时也可以对艺术当中的创新性思维进行客观解读。在经历了从认识爆炸到信息保障的现代文明进程之后，现代视觉设计也实现了进一步的发展，新技术手段的融入为其注入了新的生机与活力。基于此，本文运用文献分析法、归纳总结法，探究了现代视觉设计中的创新思维以及审美，希望为设计人员提供参考与借鉴。

[关键词]现代视觉设计；创新思维；审美

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.12.1204

一、现代视觉设计中创新思维的实现方法

（一）训练发散性思维

从心理学的角度来说，思维发散是创新思维形成的重要条件。发散性思维是设计人员进行艺术创作过程中所必须有的思维模式^[1]。在面对相互统一的事物时，设计人员可以利用发散性思维来使创作思想变得更为活跃，进而实现创作思想的更新。在现代视觉设计的过程中需要考虑和关注的设计因素比较多，只有训练发散性思维才能实现特殊化的自我创作。但在这个过程中，设计人员也要基于自身的情况，结合作品设计的要求在发散性思维和发散性思想当中选择可取的部分，避免天马行空的想象，否则会超出作品设计的要求和范围。

（二）拓展逆向性思维

将艺术作品的不平凡性体现出来是艺术创作的最大价值。在进行现代视觉设计的时候，也要坚持这一原则，通过逆向性思维来获得独特的创作成效。在很多情况下，设计人员无法按照常规的视觉思维来将内心所要表达的视觉信息呈现出来，在逆向性思维的帮助下可以更好地进行设计与思考，进而收获意想不到的创意效果。在这个过程中，设计人员可以根据设计的主体增加逆向性的思维素材，在其中增加夸张但符合主题的元素和手法。这样可以将设计作品的独特之处体现出来，并在第一视觉中打动受传者，引起受传者的充分关注。为了实现这个目标，设计者在将常规思路作为设计基础的同时，还要做好逆向思考，将不同的实验科学进行结合，在这个基础上设计出与众不同的现代视觉作品。

（三）培养联想性思维

在现代视觉设计当中，联想性思维也是一种使用频率较高的视觉思维训练方法。这种思维指的是对不同事物进行的想象，这种想象无固定性，但却是基于事物之间的联系而产生的。联想性思维主要包括对比联想、接近联想以及因果联想这三种形式。无论是在日常生活还是工作当中，联想性思维都是比较常用的，因此将其运用到现代视觉设计当中也是比较容易实现的。这要求设计人员根据作品的要求来搜集相关的信息和资料，在对资料进行分析和整理的基础上注入新的联想创意，

并在这个基础上进行思维创作，这有利于实现视觉思维模式的创新，可以引起受传者的情感共鸣^[2]。

（四）树立与时俱进的设计理念

在新时代的背景下，在开展现代视觉设计工作的时候要坚持与时俱进的理念。作为设计人员，要通过学习、参观以及访问等多样化的形式来提高自身的艺术修养和审美能力，并不断吸收和学习先进的设计理念。对于现代视觉设计来说，设计理念会对最终的创作效果产生直接的影响。在不同阶段，广大人民群众的审美观念存在差异，因此现代视觉设计作品应该结合时代特点来将不同时代的特色文化展现出来。在新时期，要紧跟时代发展方向，体现出时代的个性化精神特色，以此来使作品活得受传者的喜爱。当前，社会主导多元化和个性化艺术特点，现代视觉设计人员要顺应这一时代背景，对传统设计理念进行更新，融入特色的艺术元素，以此来满足受传者的需求。

（五）创新视觉语言

语言是人们表达思想和表现情感的重要工具。在现代视觉设计的时候，也要通过合理的视觉语言来完成情感的表达，将艺术作品的相关信息充分地表现出来。现代视觉设计的艺术语言包含了文字、色彩、造型、装饰等多样化的元素，这些元素在经过组合之后可以传达出不同的视觉效果，表现出相应的思想情感。比如不同线型作品会给受传者带来不同的感受，直线型作品给人以严肃、认真以及挺拔的感觉，曲线型作品给人以生动、活泼和自由，而水平线型作品表达的则是平缓、顺畅与祥和^[3]。同时，不同颜色在冷暖、快慢等方面所表达的信息也存在明显的差异。在现代视觉设计作品当中，艺术语言处于外在表现形式，只有对视觉语言进行创新才能对设计的作品进行创新。这要求设计人员通过不断学习来创新视觉语言，最终设计出优秀的作品。

二、现代视觉设计中审美元素的运用方法

（一）发挥构图的功能性

在现代视觉设计作品当中，审美元素主要包括图形、文字以及色彩等形式。其中图形是最为常见的形式，同时也是作品的重要组成部分。在艺术设计的过程中，需要将构图的功能性

充分发挥出来,这样才能提高现代视觉设计作品的展示效果。具体来说,设计人员要使设计思路变得形象化和具体化,以此来使构图的层次感变得更为突出,在这个基础上达到视觉牵引的效果。同时,还可以利用特殊的图形元素来使现代视觉作品的视觉效果得到增强。除此之外,还要关注各种元素的合理堆砌,做到重点突出。通过对不同颜色的合理搭配来形成丰富的色彩,对受传者的感官形成刺激,增强他们的视觉审美体验感,使他们产生眼前一亮的感觉。

(二) 营造良好的冲击效果

现代视觉设计作品主要是通过视觉元素来给人以艺术美感的。因此,在运用审美元素来进行设计的时候要致力于营造良好的冲击效果,这样才能使作品的功能更好地发挥出来。这其中色彩语言就是营造冲击效果的主要手段。设计者可以利用人们对色彩的灵敏度来形成鲜明的视觉效果,以此来满足人们在视觉审美方面的需求,使作品更好地引起受众的关注,同时也使现代视觉设计作品的魅力更好地发挥出来^[4]。除此之外,设计者还可以对色彩的明暗度和饱和度进行有效调节,以此来实现情感传达的效果,使人对作品的内在力量形成深刻的感受和有效的认知。

(三) 构建良好的传播载体

在现代视觉设计中,为了更好地应用审美元素,构建良好的传播载体也是重要的途径。这里的传播载体主要指的是文字类元素,这是信息传递的重要手段,可以表现出不同的审美效果。在计算机技术快速发展的背景下,字体变得更为多样,字体设计也表现出了艺术化和个性化的特征,这不仅满足了设计者的创新需求,同时也满足了大众的审美要求。在现代视觉设计的过程中,设计者这可以对文字的颜色、字体、风格以及明暗度进行合理搭配,并将其与作品的整体特点进行结合,以此来实现信息的准确传达,使视觉效果变得更为丰富,最终可以促进现代视觉设计价值的提升。

三、现代视觉设计中创新思维与审美构建的要点

(一) 围绕视觉中心进行设计

在现代视觉设计当中,要关注受传者的视觉感受,将视觉作为中心来开展设计,以此来实现思维的创新和审美的构建。在对各类图像进行审视的过程中,人们会凭借主观思维找到图像当中最为突出的部分,在这之后才会转向其他次要的部分,这就是设计师所强调的视觉中心。该中心的存在可以帮助他们及时抓住视觉的焦点,并在这个基础上对物体和图像进行快速、准确的辨认。与此同时,很多人在欣赏现代视觉设计主频的时候,视觉思维仅仅会停留在视觉中心处,他们会选择性地忽略掉其他的部分。这要求设计师在进行设计的时候要围绕视觉中心来将作品的内涵传递出来。

(二) 把握设计的比例和尺度

在对现代视觉作品进行设计的时候,找到最适合的比例和尺度是十分重要的,这样才能更好地实现审美构建。这要求设

计者将人的视觉特性作为基础,通过合理的比例设计和尺度设计来将作品中深层次的内部关系和寓意表现出来,使受传者基于视觉思维感受到作品的和谐之美。比如在对人物形象进行设计的时候,要坚持“三庭五眼”的原则来对面部进行绘画,坚持基本的比例规则才能使人物的形象不失真,同时使受传者产生美的感受和体验^[5]。

(三) 注重视觉对比的和谐统一

为了表达深刻的艺术内涵,很多现代视觉主频在设计的时候都会运用强烈的对比色调和对比的手法,这样可以突出两者之间的差异性。这无论是在绘画作品设计还是在广告设计当中都是比较常见的,同时也是现代视觉设计思维创新的基础。虽然这种手法可以使作品的主题和重点变得更为突出,但在其中也要掌握好相应的尺度,能够在突出对比的基础上实现二者的和谐统一,使二者的关系处于既相互对立又相互依存的状态,这样才能给受传者以较好的审美视觉感受,同时也可以使作品的整体主题变得更为明确和突出。

结束语

综上所述,现代视觉设计在发展的过程中表现出了较强的个性化特征,创新思维的应用成为了必要条件。这要求设计师结合时代发展需要,实现自身思维的突破。在训练发散思维、拓展逆向性思维、培养联想性思维的同时,设计者还要树立起与时俱进的设计理念,并结合当前时代的审美观,给受传者以更好的审美艺术体验。在选择和运用多样化审美元素的过程中,要充分发挥构图的功能性,要营造良好的冲击效果,同时还要建立良好的传播载体。在未来,现代视觉设计还将融合新媒体技术和数字技术,以此来将设计师的理念更为便捷地传递出来,提高作品的互动性和针对性,这也将促进现代视觉设计向着开放与创新的方向发展。

参考文献:

- [1]王瑞雪.以视觉的广度、传达的深度成就设计的维度——谈科学与视觉设计的维度研究[J].艺术与设计(理论),2021,2(10):26-28.
- [2]刘星彤,李维莹,何思南,李璇,陈宪涛,翟莉莉,徐濛.引导元素的视觉设计对手机AR交互的体验影响研究[J].人类工效学,2020,26(05):41-44+56.
- [3]马良华.生境和谐理念下的生态视觉设计——析《自然循环型环境设计:利用水与绿化再生地区环境》[J].环境保护,2020,48(15):76-77.
- [4]姜博之,潘熠龙.探究视觉艺术在国画中的艺术审美思维——评《化形为境:中国画论视野下的现代视觉设计》[J].林产工业,2020,57(04):125.

作者简介:李陈嘉(1982年12.10),男,广东省广州人,本科,设计师,研究方向:品牌设计。