

情感理念在视觉传达设计中的运用

刘瑶 宋召艳

烟台南山学院

摘要：情感是人类特有的一种心理现象，人们通过对自身感情、行为等方面产生不同程度的感受。随着社会经济和文化背景变化发展以及科学技术在不断进步。设计也随之出现了新形式。视觉传达作为现代传播学中重要部分之一已经被广泛应用于各行各业之中并且取得良好效果，同时它所具有独特个性化与多元化特征给人留下深刻印象并起到一定教育作用。本文从四个方面阐述了情感理念与视觉传达元素相结合产生共鸣两种方式方法以及运用现状分析其原因，简述了情感的概念，以及在视觉传达中所体现的意义，发现了现有阶段的实际问题并给出了相关的建议和对策。

关键词：情感理念；视觉传达设计；理念运用

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2022.10.001

引言

情感是设计的灵魂，也是设计者进行创作和传播信息的第一要义。情感是人类社会最为重要的一种认识活动，也就是人们通过语言或者非文字，传递情感信息。在当今社会快速发展下人们对生活质量要求越来越高，而现代产品不仅仅只是简单地实用功能，同时它还需要通过传达给消费者一种精神上、心理需求或者说是审美感觉等方面来达到自己想要表达出来，并产生一定影响作用后才能够实现其价值体现与意义所在，这也是设计师们所追求和向往的目标及方向。

一、情感概述

（一）情感的概念

情感是人的一种主观意识，它反映了一个社会、群体或个人对生活和职业等方面所持有的态度以及看法。在设计中通过运用情感元素把设计师们的需要表现出来。将感情融入作品当中，去体现出作者想要表达什么样风格或者情绪，就会产生怎样积极向上的话题氛围，从而获得观众对于作品主题思想感情上共鸣达到最好效果，这就是我们所说的“创造性”理念。情感是人的心理活动和内在需要，它具有一定的稳定性，可以随环境改变而变化。我们在设计时不能仅仅关注视觉传达效果上。要想使产品能够更好地满足消费者需求就应该从设计中挖掘内涵并赋予其灵魂以丰富与发展下去^[1]。

（二）情感的类型

情感有许多种，例如，不同的情绪是可以表达出不一样的含义。也就是人们在日常生活中所表现出来的是

属于自己内心深处对于生活状态和事情态度。还有一些人喜欢喝绿茶、喝酒，他们爱吃甜面子等都是带有感情色彩或者情感特征的事物。

总而言之我们要根据每个人不同层次来分析其意义，才能找到适合自己表达需求的方法去解决问题。所以在设计过程中需要注意到这些因素之间互相影响与制约性作用。情感的类型有很多，根据不同的表现手段，可以分为直接性、间接型。也就是我们常说得人在进行创作时都会带有一定感情色彩。比如绘画中经常使用到红色和绿色等颜色来表达一种喜庆或者热烈欢快等等情绪状态，再如设计中会采用蓝色作为背景加以辅助突出主题内容，还有一些设计师还会运用黄色或淡色的黑色，以体现出严肃、庄重与典雅以及庄重大方。

（三）情感的关系

情感和感觉的关系，是指人对一个事物进行认知后所产生的一种心理反应。人们在认识世界时总是把自己与别人交流，而不是去否定他人。这种观点也就要求设计人员要有正确且恰当地运用感情因素，来表现作品中复杂多样、丰富多彩并且令人难以忘怀等思想性变化和丰富内涵。情感与语言之间有着密切的关系，在设计中通过运用感情，可以使人们获得一种内在力量。而这些都是建立于一定语境下所产生出来的话语系统，所提供出具有特定含义或特殊表现形式感性化和个性化信息处理方式上功能性特征的产物。

二、情感表达在视觉传达设计中的意义

（一）增加受众对产品的认可度

情感理念在传达设计中的运用能够增强产品与受众之间的联系，从而增加消费者对品牌和企业文化以及个性化体验等方面信息接收程度、了解度，增加受众对产品的认可度，提高其购买欲望。通过分析视觉传播设计及广告主对于情感元素表达形式认识不足问题及其原因提出了自己的一些看法：以人为本思想是将人作为主体而不是从属地位，强调创意性原则在传达设计中的运用，注重整体与局部统一和谐发展，重视功能和表现方式相融合。随着情感理念的融入，产品的内涵亦会提高，受众对产品的认可度也会随之提升。

（二）提升产品的市场竞争力

激发消费者的消费需求，是产品设计中所要解决的首要问题。于消费者而言，融入情感的产品更能俘获他们的芳心，有利于提升产品的市场竞争力，在市场上开拓出自己的一片领地。随着经济全球化和市场化进程的加快与国际交流频繁、文化多样化趋势日益明显等因素影响下人们生活方式发生了巨大变化：物质需要越来越多，精神追求逐渐成为当今时代人生存发展必须满足于基本要求之外，最重要的是对情感上得享受及心灵上共鸣。因此现代视觉传达设计在提升产品竞争力，激发消费者需求方面的作用尤为突出。

（三）塑造企业品牌形象

情感理念的融入有利于塑造企业品牌形象。视觉传达设计是以现代社会为背景，运用艺术和技术手段，将产品信息、品牌形象以及企业文化等传递给受众。随着时代发展与不断变化，人们生活水平不断提高，亦有越来越多不同需求需要得到满足。所以在现在这个充满机遇与挑战并存的环境下要想获得更好地生存空间，就要结合自己本身特点进行有目的性创新改变，才能使之成为一个优秀具有影响力并且可以长久保持生命力的设计作品，从而让消费者对该品牌产生购买欲望同时提升其产品价值和企业形象。

（四）传播情感价值

情感是人们在生活和工作中，通过自己的行为体验到某种心理上或情绪上的波动。不同的是人对同一事物有不同程度、相同想法或者不同意见时表现出来的差异

性，也会影响着他人对于同类事物是否有好感及评价等信息反馈过程。同时也决定了一个传播媒介能否成功地传递信息内容，以及传达出该对象所要达到什么样情感价值标准^[2]。所以说在设计中，我们需要把人们关注到的焦点转移到视觉上来。

三、情感表达在视觉传达设计中的应用问题

（一）信息传达内容过于单一

缺乏创新性。目前在设计领域中情感理念的运用主要以色彩和图形为主要载体。从视觉传达艺术角度来看，单一、呆板的表达方式对人产生不了吸引力与感染力。从精神层面来分析，缺少对人性关怀以及人文情怀等方面内容进行丰富与拓展；而现代平面广告作为一种传播媒介已经成为人们日常生活中不可缺得重要元素了。因此我们可以通过情感理念在设计过程中将产品信息传递给受众，从而引起消费者注意进而促进消费行为。

（二）设计缺乏人文关怀

设计缺乏情感化，没有体现出人性关怀。在信息高速发展的21世纪中人们的生活质量越来越高了。而如今市场上存在着大量以广告、销售为导向进行产品宣传与推广等现象都忽视了消费者对精神层面上所需要的，是人文情怀和艺术性方面等等因素与人之间产生共鸣，从而引发心灵沟通问题以及社会矛盾冲突，所以设计要从情感出发，通过视觉传达来满足大众审美需求和心理健康的一种理念。

（三）视觉传达设计缺乏情感的内涵

设计的灵魂是情感，没有感情，就谈不上传达信息。现代视觉传达艺术作为一种新兴产业有着非常悠久和发展历史。在当今社会环境下对其进行创新与改革已经成了一个时代热点话题之一。在设计过程中，设计师必须把情感融入整个视觉传达作品当中去。通过对当今社会背景和人们的审美观念进行分析之后发现情感因素对于现代精神文明建设具有重要意义。

（四）技术手段不成熟，表达形式过于单一

视觉传达设计没有形成统一的风格，在现代社会发展迅速的情况下人们已经不能满足于传统艺术形式所带

来给我们生活和工作上便利。情感理念作为一种新时代背景之下对人性化要求提出了更高层次、更深程度地需求。没有情感化、多元化的设计。现代视觉传达艺术与以往相比有了很大不同。它是以技术手段为基础而发展起来的一种新媒体形式,也在不断地进步和完善中,同时随着科学技术水平提高以及人们审美观念改变对传统意义上进行创新创造后,出现更多具有时代性和个性特征并能满足大众需求又符合当代社会精神文明建设要求的产品。

(五) 缺少情感内涵, 缺乏独特性

随着社会的发展,物质生活得到了很大改善。人们开始追求精神层面的享受。在视觉传达设计中能够体现出设计者对情感内涵有深刻理解,并能将其融入产品之中去是现在设计师所要解决的话题之一——“以人为本”思想已经成为当代人沟通交流与联系感情世界不可或缺,且具有重要意义和价值的是现代广告行业,也正是由于这种特性才使得它拥有了独具时代感的生命力及独特魅力^[3]。

四、情感理念在视觉传达设计中的具体实施

(一) 体现以人为本的设计理念

以人为本的设计理念是当代精神文明建设中重要组成部分。随着社会经济和科学技术不断发展进步,人们生活水平得到了很大程度上改善。在当今时代背景下信息传播已经成为人们日常生活交流沟通、娱乐休闲等活动过程中不可缺少一部分,并且对现代文化产生深刻影响的一种方式之一就是情感传递设计与视觉传达,能够有效促进人类心理健康成长,以及身心全面和谐统一从而实现人与自然之间更加亲密友好关系。

(二) 融入人文精神和文化内涵

在当今社会,文化是一个民族发展最重要、最具活力和竞争力的因素。随着时代不断地向前推进,人们对艺术形式也越来越重视了起来,并且有很多人都会把它作为一种精神寄托出来去关注着自己生活环境中,每一位艺术家们所要表达出的是他们当时所处年代那种真实而又美好且具有个性化的艺术作品。在当代社会里,设计不仅仅是一门技术学科而且还是文化领域里面一个

很重要的部分。

(三) 结合时代元素与表现形式

对情感理念进行提炼和分析,并以三维动画的形式表现出来。通过在平面设计中的应用能够更加清楚地认识到视觉传达与材质、结构等元素之间存在着什么联系或者是相对于线连接是否合理等等。同时也能更好地利用平面图形表达出不同地域文化特色,以及当地人们思想观念上所带来变化和改变以及生活方式上出现了哪些新情况,使之更具有时代感并且符合现代人的审美需求,为其进一步发展创造有利条件。

(四) 注重色彩的情感表达

色彩的情感表达是传达设计中非常重要的一部分,它在视觉上能够引起人们内心深处对外界世界所产生和激发出新一轮思想与感情变化。随着社会发展、技术进步以及文化多元化趋势下现代产品越来越丰富多样。因此对于设计者来说就必须掌握不同国家地区消费者心理特征,以及生活方式等方面内容来进行不断地创新才能满足市场需求从而得到更多用户认可,同时也是促进企业销售的重要途径之一。

结语

情感是人类的一种主观意识活动,它反映在人对客观事物进行认知和评价时,也就是人们所感受到的是他感觉中真实存在的东西。随着社会经济、文化等领域不断发展进步以及生活水平提高。人们对于艺术设计理念提出了更高层次要求与追求。同时艺术设计行业之间竞争越来越激烈且愈发激烈起来“视觉传达”是现代传播手段之一,它通过文字语言向大众传递信息从而影响着整个人类交流方式和行为习惯等方面都有重要意义。

参考文献

- [1] 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(02).
- [2] 何洁. 视觉传达设计的发展趋势[J]. 装饰, 2002.
- [3] 李永春. 视觉传达设计的观念表达[J]. 美术大观, 2011.