

平面设计中的情感化表现

杨 阳

(西安翻译学院,陕西 西安 710105)

摘要:优秀的设计师需要多方面的支撑,仅凭借技术能力是远远不够的,还要在情商上有一定的优势,否则,难以设计出优秀的作品。对于平面设计师而言,在具体的设计过程中实现情感化设计,要以情切题、以情动人,能让受众从中体会到愉悦和共鸣,从而在情感的层面产生明显的倾向性。人类的情感主要表现为愉悦、关爱、安逸、怀旧等方面,希望获得愉悦的体验,达到精神的放松与舒适,同时也渴望得到亲情和友情的关爱,还会对过去的生活场景和事物存在一种感怀,亦会对安全、绿色、环保等层面有一定的情感需求,另有一些各个方面的细微而丰富的情感需求。凡此种种,对于设计师而言,是一种方向的指引,也是一种实践的挑战,必须从思想上认识情感化设计的强大表现力和多种应用可能,让平面设计作品不再是为设计而设计,从而以丰富的情感特点吸引大众的眼球,集中注意力。

关键词:平面设计;情感化

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2021.14.307

1 从重要性层面分析平面设计中的情感化表现

在一定程度上说,平面设计是一种传递信息的载体,即便在当前这个信息高度发达的社会,平面设计作品仍然有着不可超越且值得肯定和推广的价值和作用。如今,人们审美不断提升,各种情感信息的渗透已成为各个行业领域的一大趋势。对于平面设计而言,通过各种视觉符号展现独特的艺术魅力,赋予作品以深刻内涵和艺术化的形式,造就简约中不简单的设计作品,正是在这一背景下逐渐清晰的思路。一方面,情感融于设计,能够先一步在视觉上体现优势,然后自然地将受众的注意力长时间吸引过来,从文字到图片、从外表到内在,真正形成一种冲击力,让平面设计作品的视觉传达效果提升;另一方面,有了情感的升华,设计作品可以更顺利地引导受众思考设计主体,探究作品内在的文化价值和情感基调,在愉悦、舒适情感的作用下消除浮躁情绪,缓解生活和精神层面的压力,让平面设计作品得以更好地发挥艺术宣传效果。这两个层面的加持,对平面设计作品来说,不仅指明了新的发展方向,还进一步丰富了作品的内容和情感,最大限度地挖掘了艺术价值,实现了艺术设计效果的升华。

2 从应用层面探究平面设计中的情感化表现

2.1 标志设计的情感化表现。标志设计的发展在一定程度上与快节奏的时代发展有着紧密联系。信息领域对一目了然的图形设计有着迫切要求,更对有效性和准确性有着极高的要求,而人们生活中的现实需要也大大加速了标志设计的出现。可以说,标志设计作品是一种中介,它能够将信息进行简单、快速、高效地传达,并在不知不觉中改变人们固化的思维,并与人们所普遍追求的单纯美、形象美、凝练美相契合。对于标志设计而言,情感化恰是重要的设计尝试。首先,独特情感的凸显。标志设计的情感化表现最简单、最直接的做法就是加入幽默感,利用线条、色彩等视觉元素,配合一定的艺术设计手法,赋予标志一种动画的效果,让其在装饰性与美观性上得到进一步的强化,是增强受众情感体验的有效路径。生活中的路牌标识设计大多较为严肃和单一,有时难免会让人出现视觉疲劳。为了提升审美体验,一些富含趣味的标志设计作品出现了。设计师在不影响路牌标志的信息传递的基础上,对其外在形式进行了幽默化的处理,加入了卡通人物的剪影、被艺术化的歪曲的箭头等元素,让人忍俊不禁。当然,这样的路牌标志设计很多时候并不适合各种道路,更多是适合娱乐场所的标志作品形式,能够提升人们对这些场所的情感体验。其次,设计视角的转变。标志设计面对的是不同的受众,相应的设计形式也要有所不同,尤其是那些针对女性的标志设计,更要有不一样的设计视角,充分关注女性的情感需求。化妆品是女性的常备产品,其标志设计应体现产品的特点,让消费者一眼就能认出品牌信息,尤其要激发女性消费者的情感共鸣。一方面,标志设计要简约明了,准确表达信息;另一方面,标志设计要从审美视角出发,利用各种元素和灵活的艺术设计手法,将标志的元素

进行审美强化,甚至实现一种动与静的完美结合,从而让标志更加迎合女性的审美和情感期待。另外,从情感化表现的层面分析,设计师还可以从立体效果上进行三维的拓展,让标志的视觉元素体现一种空间感,或者将视觉元素进行抽象的概括,总之,结合各种灵活而有效的全新形式赋予标志作品以一定的情感内涵。

2.2 包装设计的情感化表现。从情感层面看,包装设计,尤其一些特殊产品的包装设计,需要借助一些内涵和情感实现对消费者的吸引。在一些同质化商品中,若能在包装上独胜一筹,便能实现更好的市场占有率,赢得竞争的优势。凡此种种,都说明一个道理,那就是情感化设计是包装设计的有效方向,有了情感的融入,商品便能具备更大的吸引力,是一种有力的营销手段。首先,融入故事性内容。人们对自己的物品总会不自觉地在使用过程中注入一定的情感,每每看到便会引发一种怀念或者珍惜之感。同理,包装设计若能挣脱形式的藩篱,在内容上下功夫,适时适当地融入一些情感内容,必定可以获得更加理想的设计效果和现实价值。只是情感的呈现需要一定的支撑,并不能凭空想象、一蹴而就。因此,内容的故事性成为一种有效的发挥空间,迎来了越来越多的尝试。比如,特色产品的包装设计师可以从传统文化的宝库中寻根溯源,找到与自己设计相契合的元素符号,如剪纸、刺绣等,并将这些符号的相关文化内涵进行艺术化的展现,也可以结合产品的特点进行艺术化的结合,创造一种文化情境,让消费者看到之后不由地生出一种情感。这种故事性的表述能够让包装成为一大亮点,增强消费者的购买欲。其次,丰富包装的风格特点。包装的风格可以在更多的拓展中得到丰富,其情感表现力也可以随之得到强化。当前,人们对绿色包装有着越来越高的需求。从这一点出发,包装设计师可以尝试更加清新、优雅、柔和的风格。清新风格从简约主义中走出来,给包装设计带来了清风般的情感基调。例如,花果茶的包装设计可以将包装上的图形、色彩配合恰当的比例,呈现一种清新、自然之情,让女性消费者被深深吸引,从而促进她们购买。

3 结论

平面设计的情感化表现或者以轻松幽默见长,或者以发人深思为旨,或者在平淡之中见灼见,可以说,其对平面设计作品的艺术效果升华有着强大的助推力量,能够带给人以情感的愉悦和思想的升华。本研究基于这一层面,就情感化表现所赋予平面设计的点滴进步与创新进行思考,并从整体视角总结融合的必要性以及具体的应用策略,也再次印证了这一点。总之,情感化的设计能与受众达成更高层次的情感共鸣,是值得未来深入探究的核心课题。

参考文献

- [1]张淑红.情感化设计的发展现状[J].科教导刊(电子版),2019(2):293.
- [2]刘广建,李硕.基于情感化设计的未来产品设计发展趋势[J].艺术科技,2019,32(2):195.