

视觉传达中的情感交互与沉浸式设计策略分析

张倍铭

中国计量大学 浙江杭州 310000

摘要：在数字化、智能化的时代背景之下，视觉传达设计由原来的单向信息传递转变为双向的情感交流，沉浸式设计成为提高用户体验的一种方式。本文在阐述情感交互和沉浸式设计的内涵之后，分析了两者融合的重要意义，从当前视觉传达设计在情感交互和沉浸体验方面存在的主要问题入手，从情感化设计理念、多感官交互体验、技术驱动创新、用户参与机制等角度提出了沉浸式设计的实践策略，以期给视觉传达设计的创新发展提供理论参考和实践借鉴。

关键词：视觉传达设计；情感交互；沉浸式设计；用户体验；设计策略

引言

伴随着数字技术的迅速发展以及用户需求的深刻变化，视觉传达设计正处在一场深刻的范式转变之中。传统的视觉传达设计是以信息的单向传递为主要目的，重在图形、色彩、文字等视觉元素的美学表现以及信息传递的功能。但是，在体验经济和注意力经济的时代，用户不再满足于被动地接受信息，而是希望和设计产生情感上的联系，获得深层次的参与和沉浸式的体验。情感交互设计就是挖掘用户的情感需求，建立设计和用户之间的情感联系，沉浸式设计就是利用多感官融合和技术赋能，创造出身临其境的体验空间。两者有机融合可以提高用户体验质量，增强品牌认同感，给视觉传达设计开辟出新的发展途径。本文将从情感交互与沉浸式设计融合的重要意义入手，对当前存在的主要问题进行分析，并提出相应的实践策略，以期给视觉传达设计的创新发展提供一定的参考。

一、视觉传达中情感交互与沉浸式设计的融合意义

（一）提升用户情感体验与品牌认同感

情感交互与沉浸式设计相结合，可以大大提高用户的情感体验以及品牌认同感。情感交互设计是通过对用户的情感需求、心理特点进行充分的认识，把情感融入到视觉传达的各个环节之中，让设计不再只是冷冰冰的信息容器，而成为可以与用户产生情感交流的媒介。沉

浸式设计就是创造一个全方位的感官体验环境，使用户完全沉浸在其中，产生强烈的在场感和代入感。当用户被精心设计的情感体验空间包围的时候，品牌信息的传递就变得自然深刻，不再需要强制的广告灌输，而是悄无声息地进行情感渗透。深层次的情感连接可以给用户留下持久的品牌记忆，培养品牌忠诚度，使用户从被动的信息接收者转变为品牌的主动参与者和传播者，从而建立起长期稳定的情感纽带。

（二）满足新时代用户的多元化体验需求

当代用户，尤其是数字原住民群体，对于视觉传达设计有着更高的要求 and 期待。他们不满足于单纯的视觉美感、信息获取，而是追求个性化的、互动的、沉浸式的综合体验。情感交互设计会按照不同的用户群体的情感特点，给予差别化的情感体验，从而满足用户个性化的表达和情感上的共鸣。沉浸式设计依靠多感官融合，给用户营造出超越日常经验的奇妙感受，迎合用户对于新奇感以及探索欲的追求。从满足功能到满足情感，从单一种类的视觉到多种感官的融合，从被动的观看者到主动的参与者，需求的升级促使视觉传达设计要冲破传统的束缚，把情感交互和沉浸式体验融合起来，创作出能触动人心、引发共鸣的设计作品，才能真正满足新时代用户多样化的体验需求，在激烈的市场竞争中脱颖而出。

（三）推动视觉传达设计的创新发展

情感交互与沉浸式设计相结合，给视觉传达设计的创新发展赋予了新的方向和动力。融合扩大了视觉传达设计的表现维度和创作空间，把设计由原来的二维

作者简介：张倍铭（1998.12-），女，汉，湖南永州，研究生，研究方向：视觉传达。

平面扩展到三维空间甚至多维交互空间。新技术的应用给设计语言的创新提供强有力的支持,虚拟现实、增强现实、人工智能等技术的应用,给视觉传达设计赋予新的表现手段和交互可能。设计师不再只做静态的图形设计,而是可以创造出动态的、可交互的、有情感温度的沉浸式空间。创新既充实了视觉传达设计的艺术表现力,又改变了设计同用户之间的关系方式,由单向传播变成双向对话,由信息展示变成体验创造,给视觉传达设计赋予了宽广的发展空间,促使整个设计领域向着更高层次迈进。

二、视觉传达中情感交互与沉浸体验面临的主要问题

(一) 情感表达停留表层,缺乏深度情感共鸣

目前,许多视觉传达设计的情感表达都是浅层次的。部分设计作品过分地追求视觉形式的新颖独特,热衷于使用流行的设计风格、视觉元素,而忽略了设计的情感内涵和精神价值。情感表达常常是符号化的、程式化的,简单地用温暖的色彩来代表关怀,用圆润的造型来象征友好,这样的表面化的情感处理很难打动用户的心。设计者对于目标用户的情感需求缺少深入的认识,不能建立起设计同用户真实情感体验之间的联系。很多设计作品虽然在视觉上具有冲击力,但是从情感上来说却缺乏深度,不能引起用户持久的情感记忆和真诚的情感共鸣。浅层次的情感表达造成设计作品很难给用户留下深刻的印象,更无法建立长期的情感联系。

(二) 交互方式单一,用户参与度有限

交互设计的单一化会造成用户参与体验的受限。目前,大量的视觉传达设计交互方式还停留在点击、滑动、浏览等基础层面,缺少多维度、多层次的交互体验设计。用户和设计之间的互动往往是线性的、预设的,缺少灵活性和探索的空间,用户的参与感和掌控感明显不足。交互反馈机制不健全,用户的操作行为得不到及时、恰当的反馈,造成交互体验不流畅,甚至产生挫败感。许多设计把交互当成功能实现的手段,而忽略了交互过程本身所具有的情感价值。单一的交互方式会限制用户的参与深度,用户只能按照设计者预设的路径浏览内容,很难进行个性化的探索和创造,被动的参与状态会降低用户的兴趣和投入程度,不能形成深度的沉浸体验。

(三) 技术应用与情感设计脱节

技术的应用与情感设计相脱节。有些设计作品过分地突出技术的展示,把新技术当作吸引眼球的东西,而

忽略了情感传达这个主要目的。技术的运用与设计内容没有很好地结合在一起,生硬地加入虚拟现实、增强现实等技术元素,反而使设计整体性、情感连贯性受到影响。技术的使用没有从用户的实际需求出发,一味追求技术的先进性、复杂性,造成用户在使用过程中感到困惑或者负担,不能获得愉悦的情感体验。沉浸式技术本应该用来进行情感表达和体验的加强,但是在实际的应用当中,沉浸式技术的情感化表达能力并没有被充分利用。技术成了设计的主角,而情感却被边缘化了,本末倒置的做法使得设计作品虽然技术含量高,但是缺少情感温度,不能真正打动用户。

(四) 多感官融合不足,沉浸体验不够完整

多感官融合不够是造成沉浸式体验的重要因素。目前视觉传达设计仍然以视觉为主导,听觉、触觉、嗅觉等其它感官往往被忽视或者只做点缀性的补充,并没有形成真正的多感官协同体验。即便有些尝试多感官设计的作品中,各感官元素之间也缺少有机协调和统一,视听不同步、触觉反馈不及时等问题时有发生,影响了整体体验的流畅性、完整性。沉浸式体验的连续性不足,用户在体验过程中容易因为感官刺激的断裂或者不协调而“出戏”,不能保持持续的沉浸状态。单一感官的信息传递容易产生疲劳,多感官的协调作用会带来更为丰富、立体、真实的体验。缺少完整的多感官融合设计,不能形成全方位的感官包围和深层次的情感投入,沉浸体验的深度和质量都会大打折扣。

三、视觉传达中情感交互与沉浸式设计的实践策略

(一) 深化情感化设计理念,构建情感共鸣机制

对于情感表达浅层化的问题,必须要加强情感化的设计理念,创建起真正的情感共鸣机制。首先要创建起完备的用户情感需求洞察体系。设计者要依靠用户调研、情感访谈、行为观察等方式,充分认识目标用户的情感特点和心理需求,创建起用户情感画像和情感地图,给情感化设计赋予牢固根基。第二,要强化设计的情感叙事能力。借鉴电影、文学等艺术形式所用的叙事手法,用故事化的方式传递情感内涵,形成完整的情感体验的叙事线索,用精心设计的视觉元素营造出恰当的情感氛围。再次,要用情感化设计三层次理论。从本能上来说,用色彩、图形、动效等视觉元素来引起用户的本能情感反应,从行为上来说,优化交互流程使用户感觉到方便、顺畅,从反思上来说,给设计赋予深层的文化内涵,引发用户的情感共鸣和价值认同,建立起持久的情感联系。

（二）创新交互设计方式，提升用户参与体验

为了解决交互方式单一的问题，需要创新交互设计方式，全面提升用户的参与体验。首先要创建多维度交互体系，摆脱传统的点击交互模式，设计出触摸、手势、语音、体感等多种交互方式，使用户可以采用更为自然直观的方法同设计展开互动，从而提升用户的操作体验以及参与程度。其次就是打造动态响应式的交互。设计有生命力的动态元素，根据用户操作行为、浏览路径等实时改变内容呈现，创造个性化的交互体验。再次要设计有情感的交互反馈。通过微交互、微动效等细节设计来给用户一个温暖友好的情感回应，使用户在交互的过程中获得情感上的满足。最后，鼓励用户共创、深度参与。提供自定义、内容创作等功能，建立用户社区和分享机制，使用户由被动的消费者变成主动的创造者。

（三）深化技术与情感的融合创新

就技术应用和情感设计脱节的问题而言，要推进技术与情感的融合创新。首先要确定以情感为指导的技术应用原则。明确技术应用的情感目标，使技术真正服务于情感表达和用户体验的提高，防止出现炫技式的技术应用。第二，要充分利用增强现实和虚拟现实技术来加强沉浸感。创造虚实融合的情感体验空间，冲破物理空间的束缚，塑造三维立体的虚拟场景，让用户置身于沉浸的体验之中。再次，用人工智能实现情感识别和智能匹配。用情感计算的能力来识别用户的情感状态，根据实时的情感智能来调节内容的呈现和交互的节奏，给用户提供个性化的感情交互体验。最后用大数据来改进情感设计策略。收集分析用户情感反馈和行为数据，不断改进情感设计方案，用数据驱动的设计迭代来提高用户体验。

（四）强化多感官融合，打造完整沉浸体验

针对多感官融合不足的问题，需要加强多感官协同设计，打造完整的沉浸体验。首先要建立多感官协同设计框架。从设计之初就统筹考虑视觉、听觉、触觉等各种感官元素，建立多感官信息的协调机制，保证各个感官元素在主题、风格、情感基调上保持一致，共同营造全方位的感官包围效果。其次就是加强视听结合的情感表达。精心设计音效和音乐，用听觉元素强化视觉的情感氛围，实现视听元素的情感同步与互补，创造出更加饱满立体的情感体验。另外还要研究触觉、嗅觉等感官的创新应用。移动端设计用震动反馈加强触觉感受，在

特定的展示空间里尝试气味的应用，增加更多的感官维度。最后，要形成连续完整的沉浸式情感体验。设计完整的情感体验旅程，保持情感基调的一致性、连贯性，用流畅的过渡和自然的衔接引导用户沉浸在精心营造的情感氛围里。

结语

情感交互和沉浸式设计的有机融合，是视觉传达设计发展的一个重要方向。在数字化时代，设计不再只是信息的载体、美学的展现，更是情感沟通的桥梁、体验创造的平台。推进情感交互与沉浸式设计的融合创新，要从情感化设计理念、交互设计方式、技术应用策略、多感官融合等多方面协同推进，系统解决当前存在的突出问题。深化情感化设计理念构建情感共鸣机制，创新交互设计方式提高用户参与体验，深化技术与情感的融合创新，强化多感官协同打造完整沉浸体验，从而创造出真正触动人心、引发共鸣的视觉传达设计作品。从未来发展角度来看，由于技术不断进步、用户需求不断变化，情感交互将会越来越智能化、个性化，沉浸式体验将会越来越真实、完整，多感官融合将会越来越自然、协调，用户参与将会越来越深入、主动。

参考文献

- [1] 陈喜雨.情感化设计理念在视觉传达设计中的应用与创新研究[J].玩具世界, 2024, (10): 188-190.
- [2] 胡迪.情感理念在视觉传达设计中的应用研究[J].玩具世界, 2024, (03): 209-211.
- [3] 张腾.情感理念在视觉传达设计中的运用[J].大众文艺, 2023, (15): 36-38.
- [4] 张倩.情感理念在视觉传达设计中的表现探讨[J].鞋类工艺与设计, 2022, 2(01): 35-37.
- [5] 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.
- [6] 韩颖.情感理念在视觉传达设计中的融合研究[J].大观, 2020, (04): 13-14.
- [7] 卢蕊.现代视觉传达设计中的情感表现探究[J].大众文艺, 2020, (24): 69-70.
- [8] 静玮琪, 徐玮.视觉传达设计中渗透情感理念的有效性探究[J].传播力研究, 2019, 3(01): 220.