

视觉传达设计前期调研与思政教育路径探究

徐钰 程瑞琪

武汉纺织大学伯明翰时尚创意学院

[摘要]近年来,按照教育部“大力推动课程思政为目标的课堂教学改革”的总体要求,将中国文化融入设计类专业实践教学已经成为高等教育思政课程的有机组成部分。视觉传达设计专业前期调研不仅侧重于建立视觉传播基本技能的知识,同时鼓励学生考虑与视觉传达专业相关的文化影响,培养学生设计创新意识,加强视觉审美能力。

[关键词]视觉传达;前期调研;思政课程;思政教育

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2020.04.712

一、视觉传达设计前期调研基本概念

“前期调研”是视觉传达设计专业课程中整个设计项目最初期的创作阶段,也是设计师最重要的前期工作,需要设计师针对项目相关的事件进行背景研究、数据收集、问题概括等准备性的活动,它是视觉传达设计中非常重要的先决条件,它需要设计师通过设计调研、资料搜集与整合的能力对设计作品的未来进行规划和定位。设计调研是以设计为目的,运用科学的方法,有目的、有计划进行调研和资料收集。划地收集、整理和分析各种信息和资料的过程^[1]。工业设计家唐纳德·诺曼说过:“设计最难的部分是搞清楚正确的设计要求。这意味着解决正确的问题同时提出恰当的方案。”在我们做设计时,对设计对象进行调研是极为重要的。

二、前期调研基本路径与步骤

在设计中,前期调研主要有两大方面:设计调研和用户分析。设计调研需要通过各类方式了解用户需求。对用户需求的调研主要是调研“消费群体、消费原因、促进消费的因素”等。同时设计调研又分为四个阶段:明确调研目标、制定调研计划、邀请调研用户进行实际调研和输出调研结果。

在第一阶段:明确调研目标。在设计初期,对于设计对象,虽然处于初步了解的状态,但是我们可以利用相关工具搜集相关的文字材料和图像资料。通过搜索、浏览、细读、分析、对比和整理,建立对于设计对象的较为系统的认知,为后续研究奠定基础。

在明确设计作品的调研目标与方法之后,进入到第二阶段,制定调研计划,它是非常重要的一个环节。因为在对整个设计调研的细化,能够帮助我们在调研过程中明确方向与重点,在实施过程中把控时间节点,并对设计作品最后的输出提供了大致的方向。在设计调研过程中,一共分为5个步骤,分别为:调研背景、调研目的、调研方案、预计成果和团队协作。

首先,在背景调研中,我们需要搜索并描述调研的背景与产品所处阶段,对设计对象有一定的了解。在调研设计对象的背景时,我们也许会对调研对象产生并提出部分疑问,这些疑问将被记录在调研过程中,并在后续进行深入调研了解,解决相应的问题。其次,调研目的。为了解决背景中的问题,需要在调研中完成的具体内容,也是最终报告输出时的需求阐述。第三,调研方案,它包括设计调研的背景、调研所要达成的目的、调研的区域、对象的选定、调研的具体内容、调研需要使用到方法、调研质量控制与检验体系、调研的费用预算、调研的整体时间日程安排等。然后,预计成果。通过上述调研,学生已经对调研目的有了一定的了解,

并且有相应的设计调研方案,同时能够回答调研的相关问题,并提出相应的解决方,生成一份完整的前期调研报告。最后,团队协作。设计调研项目一般是需要一个团队来配合完成的,不同角色承担不同的工作,实现合作共赢。

第三阶段:邀请调研用户进行实际调研。在实际调研中,根据调研目标的不同,选择设计调研的对象也会不同。我们要明确对用户调研的主题、确定调研方法与对象等。使调研更加准确。

第四阶段:输出调研结果。进行完上述调研后,学生可以以图表或报告的形式表达调研出来的结果及信息。通过这些前期调研,设计师们才能真切地了解这个课题究竟是什么,实践情况是什么样子的,其他同行是如何做这种设计的,我们可以从中了解到什么。然后根据这些信息进行设计作品制作。

三、前期调研实践应用

视觉传达设计中,前期调研是非常重要的且必不可少的一环,这是一个设计成功与否的关键。作为一名设计师,需要思考如何更好地利用前期调研,将其运用到自己的设计作品中推动设计的发展。前期调研主要从以下几个方面展开:市场调研、用户调研、产品调研、用户体验等。

在市场调研方面,需要学生确认市场的需求,观察同类的竞品,了解竞争产品的市场表现,提高市场竞争力,通过对竞品与产品市场的分析,从而得出产品深层需求与设计空缺,更有机会得出不同的需求点。在用户调研方面,我们要对产品使用用户进行调研。当设计师通过对消费者消费态度、行为的研究,了解消费者对某种产品或服务的需求,充分考虑消费者意见,才可在进行产品开发、设计、改进时,使消费者能获得真实可靠的产品需求。在设计产品调研方面时,设计师应该靠着调研时收集信息识别和理解目标用户,分析市场上类似的产品,分析类似产品针对的用户群,吸取这些设计产品中优秀观点,同时也要吸取这些作品中不是很完善的地方,并以此思考自己未来设计作品的定位和方向。

四、前期调研常见方式及其应用

在视觉传达设计中,前期调研主要分为“广泛调研”和“主要调研”。广泛调研是调研最基础的一部分,主要是以已知的信息为出发点,查阅相关书籍,文章,或者网络,来寻找能够支持或论证已有调研结果的相关信息。与完整调研相比,这种调研的优势在于可以很便捷的收集大量数据。但由于这些数据原本是为了其他的使用目的而收集,在时效性和有效性上需要多加判断。

在前期调研中的主要调研部分,作为设计师需要做很多

工作,不仅需要设计师及其团队一起向设计受众问问题并且收集数据,还需要了解目标客户有哪些,他们需要解决什么问题等等。因为调研存在一个关键前提——客观。作为设计师,在调研过程中减少主观思维对信息的过滤,是一次有效调研的基础。针对设计的创新,要回溯到设计的本源,设计的本源是解决人们生活、工作等问题或者创造更良好的体验。因此在主要调研这个部分,我们一般采用“面对面式采访”和“问卷调查”这两种方式进行。

面对面采访最能获得有价值信息的一个环节,在采访过程中,一般是由三种形式的:直接的,简洁的,和广泛的上街采访。面对面采访可以直接获得问题的答案,还可以通过观察被调查者的面部表情和反应动作,从中获得许多有价值的信息。其次,关于调查问卷,又称为间接采访,它主要用于不方便直接询问参与者的采访内容。问卷调查使用非常广泛,其最大的优点就是简单易操作、经济节省开支。问卷调查对所有的被调查者都是用同一问卷进行提问,这样有益于对被调查者在同一情况下进行比较分析,又能调查出与社会不同意识的被调查者,并可以对个体情况进行分析。

前期调研中,采访和问卷调查需要将重点放在设计受众的需求,从产品、服务等角度来让设计受众构建出自己所需要的完整品牌。通过市场调研,我们找到了品牌定位的可能方向,再通过视觉调研,我们确定了元素方案,能够有理有据地把概念转化为实践。设计师的特长是创造性地解决问题,那么了解问题真相就是设计的“调研”阶段,借鉴社会研究方法应用在设计“调研”过程中,目的在于准确把握问题^[2]。

五、前期调研工具应用与课堂思政融合

在进行设计手札前期调研工作时候,引导学生以社会主义核心价值观为主导思想,在教学内容中寻找相关的落脚点,通过设计案例、知识点等教学素材的运用,通过对设计案例的讲解,让学生感受到来自“文化母体”的视觉符号对于艺术设计的重要性。带领学生进行本土文化的考察,感受中华民族共同文化源头的魅力,使学生从内心真正产生文化认同、文化自信。有效构建起视觉传达设计前期调研全方位、全过程、多环节的思政教学体系。

在设计手札教学过程中,学生将学习运用动态化图文表述完成平面作品的前期叙述和设计,将中国元素融入课程实践教学中,培养学生家国情怀,树立文化自信,引导学生通过极具特色的视觉设计作品发扬中国精神。在设计手札制作过程中,以学生自主实践和探究为主导,教师引领和指导为辅助,完成设计作品前期调研创作。引导学生通过使用中国经典的图像和样式作为基本元素,掌握图案的设计表现技法,培养学生对形式美的审美能力以及对中国文化的敬仰与自信。

视觉传达设计中前期调研就是一个视觉数据采集和分析的过程,视觉调研除了常规调研的访谈、问卷、公开数据收集,分析对比外,还有一个有效的视觉展示工具。它是设计手札(Sketchbook),它是设计前期调研最重要的一个展示工作,它是设计前期调研和作品方案产出的中间的一座桥梁。当我们对自己作品的主题与方向都还处于一个比较模糊

的状态时候,这个时候sketchbook可以帮助我们发散思维,更好地把握设计主题的确定,使自己的设计方向更加清晰。一般情况下,设计师在制作设计手札过程中,会将收集到的信息资料、视觉元素汇聚在一起,以此来整理设计思路,从字体、颜色、版式、材质等设计元素入手,将设计关键词、参考图、设计优秀案例进行归纳和整理,找到视觉创意的灵感,发散成具体的情绪视觉语言。

在设计手札的前期调研中,还有一个很重要的环节,那就是情绪版(Mood Board),通常是指一系列图像、文字、设计元素的拼贴,它的本质在于将情绪可视化,故被称为情绪版。它是设计领域最常用的表达设计定义与方向的视觉做法,有了它设计从业者可以更好地寻求设计方向、打磨设计过程,还可以在团队之间传递设计灵感与设计思路,从而使想法充分融合,深化设计。

情绪版可以是文字,可以是图像,甚至手绘和照片,并没有严格的要求,用这些材料展示作品风格,情感,感染力,并定义关键词,然后将这些元素展现在设计手札中。情绪版不仅是设计师将个人思路展示出来的方式,更是收集灵感的来源,通过整合形成设计主题的过程,其最终目的是为了辅助设计的进程。随着设计的不断加深,图片和文字的内容也不断丰富,从而在设计手札中展现出一个很完整的视觉情绪表达,为设计方案的产出奠定基础。

六、前期调研与课堂思政融合意义

设计前期调研工作的重要性在作品集的创作过程中是不言而喻的,针对视传专业而言,调研更是洞察观点和形成逻辑的基础。在视觉传达设计课程中,融入中华民族优秀传统文化的学习,引导学生热爱民族文化,建立民族荣誉感,并健全强国意识^[3]。

将中国文化融入视觉传达前期调研教学中,提高学生图文转化的创意能力,引导学生通过极具特色的视觉设计作品发扬中国文化,讲述中国故事,激发学生中国文化的热爱。围绕构建以中国文化为核心、专业理论为支撑、教学实践为辐射的高校课程思政育人体系,实现了视觉传达前期调研实践教学课程思政的体系化。探索出一条适应将中国文化与创意设计融合的新模式,发挥视觉传达设计类学生的专业优势,开展理论与实践双通道的文化育人形式,提升中国文化元素融入视觉传达前期调研实践课程的可行性和实效性。合理有效地将视觉传达设计前期调研和教学思政进行创新融合,不仅可以加强设计学科中课程思政多样性,同时可以提高学生的思想政治觉悟,拓宽学生的专业学习视野,进一步凝练视觉传达设计类专业人才中国文化精神的特色培养标准,这对于视觉传达专业思政文化的内涵建设乃至教学的理念创新上将有着深远的影响。

参考文献:

- [1] 兰岚. 标志设计的前期调研工作探究[J]. 中国包装工业, 2015(20): 131-132.
- [2] [陈玉凯. 设计调研的探索与实践——以《居住空间设计》课程为例[J]. 苏州工艺美术职业技术学院学报, 2018(01): 37-40.