DOI：10.13957/j.cnki.tcxb.2016.05.022

创意的激发与引导：情绪版在日用陶瓷设计流程中的运用

邹晓松，伍玉宙
（景德镇陶瓷大学，江西 景德镇 333403）

摘　要：本文以景德镇陶瓷大学国家资助项目日用陶瓷设计创新人才培养高级研修班的日用陶瓷设计实践课程为样本，就该课程的改革理念、内容安排以及学生的反馈等方面对日用陶瓷设计流程中引入情绪版以激发与引导设计创意进行了具体介绍与分析，希望能够对同类课程的课程改革有所启示。

关键词：情绪版；日用陶瓷；设计；创意
中图分类号：TQ174.74　　**文献标志码**：A　　**文章编号**：1000-2278(2016)05-0567-05

Inspire and Guide Design Idea: Leading the Moodboard into the Daily-use Ceramics Design Process

ZOU Xiaosong, WU Yuzhou
(Jingdezhen Ceramic Insititute, Jingdezhen 333403, Jiangxi, China)

Abstract: In this paper we introduce and analyze a case for the curriculum reform of daily-use ceramics design course in Jingdezhen Ceramic Institute from the state-funded project "Daily-Use Ceramics Design Innovation Personnel Training Senior Workshop: Ceramics for Daily Use Design Studio". We introduce the case which leads the Moodboard into the design process to inspire and guide design Idea through the curriculum reform of idea, content, arrangement and students' feedback. We consider that the reform is helpful for inspiring the curriculum reform of similar courses.

Key words: moodboard; daily-use ceramics; design; innovation

在设计创意的生成阶段，受制于时间紧迫、材料紧缺等情况，往往会出现毫无灵感的状况。在创意的实现、评估阶段，受制于设计师与管理者的理解、认知偏差，设计方案与设计目标往往会存在偏差，从而导致不断返工的情形。因此，在设计的初始阶段，从不同的视角探索灵感源，启发设计师的创意，明确设计特征，建立设计规范，对设计出符合设计目标的方案极为必要。然而，受制于传统艺术教育背景，在陶瓷设计中过于强调创意产生的独特性、突发性与天才性，而忽视了创意灵感产生之前的启发以及创意产生之后的引导、规范。而通过在设计前期导入情绪版，在陶瓷设计的过程中帮助设计师理解用户使用的情境、陶瓷产品的视觉特征，从而使设计师通过多种方式获得诸多启发，进而产生设计概念并完善设计的视觉标准。鉴于此，在本次日用陶瓷设计实践课程中，根据学生的实际情况，笔者对传统的日用陶瓷设计实践课程进行改革，在设计过程中导入情绪版工具，启发学生衍生设计创意，引导学生规范设计流程。在下文中，将对该课程的理念、设计的流程以及学生的课程作品进行分析，对情绪版在日用陶瓷设计中的作用与局限性进行探讨，以供广大陶瓷设计的同仁参考。

1　课程改革的理念：让创意有迹可循

创意思维在设计活动中具有"突创、先导、催化的作用"[1]，通过创意的诱发，可以使得我们所面临的设计问题获得突破性的解决方案。因此，在设计的过程中，激发、引导设计的创意将对设计问题的解决起到重要的作用。

然而，由于设计创意的突发性、被动性、模糊性与独创性[2]特征，使得创意的出现与发展并不易

收稿日期：2016-03-17。　　**修订日期**：2016-05-23。
项目基金：国家艺术基金(20155080)。
通信联系人：邹晓松(1965-)，男，教授。

Received date: 2016-03-17.　　**Revised date**: 2016-05-23.
Correspondent author: ZOU Xiaosong(1965-), male, Professor.
E-mail: zxs9551@126.com

(C)1994-2020 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

于被人掌控。因此，考虑到设计历程中“设计者与情境材料之间的对话”特征[3]，在设计创意的起始阶段，寻找启发灵感的材料、创造设计的发生情境，并以之引导设计创意显得尤为必要。鉴于此，本课程在日用陶瓷设计的流程中导入视觉化的情绪版，通过分析用户的使用情境、挖掘极富感染力的素材对设计师的视觉情绪进行刺激，启发设计者寻找设计过程中所需的感觉，激发设计者获取设计灵感、生成设计概念；通过视觉感受、心理感受的分析，帮助设计者完善视觉化的设计标准，强化设计者对设计目标的心理认知，引导设计概念的发散、完善。

2 课程内容的改革：情绪版的导入与运用

情绪版(Moodboard)是指通过对要设计的对象及相关主题方向的材料收集、整理，从而引起某种情绪反应，并以之作为设计方向或视觉形式参考的一种素材。情绪版可以运用于整个设计流程。

2.1 关键词的抽取：设计方向的初步确立

情绪版中搜集的情绪是设计师的情绪感受，更是用户的情感需要。因而，在情绪版素材搜集之前需要界定具体的设计问题，理解通过新的设计方案能够为目标用户到来何种性质的体验(使用方面、情感体验方面、文化象征方面)，从而获取设计应该具备的特殊性质。设计师可以通过文献调查、用户观察、故事板、角色创建等方式去理解用户体验，把握设计目标，在此基础上再结合自己对于设计性质的理解，抽象出设计的关键词，并通过头脑风暴的方式发散设计思维，以之引导设计的方向。

2.2 情绪版的制作：设计特征的视觉化呈现

情绪版的绘制是感性创作与理性分析相结合的过程。依照设计方向，凭借直觉尽可能多的搜集原始素材，再根据设计者自己对目标用户、使用环境、使用方式、产品类别等方面的理解将视觉素材进行分类，并通过设计者自己的意象就每个方向绘制一幅临时的拼贴画。当确立拼贴画能够呈现出设计目标所需的大部分情绪特征之后，再根据需要，在颜色、形式、材质等方面进行视觉延伸，抽取视觉特征，使产品的使用情境、用户需求、方案特点得到心理方面、视觉方面的参照。

2.3 情绪版的运用：设计特征在方案中的表现

在整个设计流程中，设计师通过情绪版获得诸多启发，衍生并完善设计构思。在设计流程的初始阶段，设计师通过寻找视觉素材的过程，体验情绪特征、激发视觉情绪；通过素材的判断与选择，设计师可以逐渐找到设计过程中所需的感觉；在情绪版与设计情境的对照过程中，设计师可能得到设计的灵感；在设计的细化与完善过程中，情绪版能够确立产品的色彩、风格、材质、肌理等特征；在设计流程的末期，情绪版所出现的心理特征、视觉特征还将为设计评价提供相应的参考。

3 课程反馈：面向中产阶层的现代碗盘设计

在该设计方案中，学生严格执行课程安排(界定设计问题、绘制情绪版、实现设计创意)，并获取了具有一定创意水准、前后一致性较好的设计方案。现小结如下。

3.1 设计问题界定

用户定位：具有一定经济实力的中产阶层。

用户生活特征：(1)居住于极简风格的现代化空间之中；(2)具有较好的生活品味，讲求美食美器；(3)对于日常用品的要求是精致、温馨、健康而富有情趣。

现有餐具特征：(1)国产的餐具样式呈现为传统餐具样式与西餐具样式 两种，基本面向中低端市场；(2)具有现代设计感、样式别致的中国化餐具在市场上较少。

设计目标的设定：设计一款符合现代生活方式、满足中产阶层需要、适应现代家居环境的餐具。

3.2 情绪版绘制

(1)关键词选取与特征衍生

根据用户调查、分析，获取目标用户的需求，抽出关于饮食方面关键词为：便捷、健康、情趣。通过这些关键词运用头脑风暴的方法，在视觉、心理、物品方面衍生出各种特征，比如就便捷而言：在视觉方面激发极简风格、扁平化、一致性、整齐排列等；在心里方面映射出方便、快捷、易用、合理、轻便、速度等；在物化方面可以映射出Ipad、动车、智能手机、快递等。具体如表1所示。

(2)素材选取与视觉呈现

(a)通过用户分析、关键词提取，按照自己对关键词的理解，就以上三个方面在网络上查找图片，选择合适的素材，制作符合设计目标特征的粘贴画，并审视、调整，使之涵盖用户的大部分体验需要(如图1所示)。

(C)1994-2020 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

表1
Tab.1

	便捷	健康	情趣
定义	方便轻捷	一切生理机能正常	情调趣味
视觉映射	极简、扁平化、光滑、黑色、白色	整洁、绿色、白色、明亮、干净	精致、唯美、淡雅、小清新
心理映射	方便、快捷、易用、合理、轻便	清洁、卫生、强健、新鲜、草地	闲适、品味、享乐、体验、趣味、文化
物化映射	Ipad、动车、智能手机、快递	冰块、医生、纯净水、运动、树木	Imac air、高尔夫、瓷器、玉佩、时装

图1
Fig.1

(b)对粘贴画进行精细化处理，选取其中最具有代表性的内容，在形式风格、色彩、材质等方面抽取参照点，以供设计师参考(如图2所示)。通过情绪版的绘制，在色彩方面，我们可以初步确立以白色作为主调，其次考虑米色、绿色、蓝色；在材质方面，可以参考丝绸、羊脂玉的含蕴与光洁，其次可以考虑亚光所带来的丰富触感；在造型方面考虑简洁的几何型，主要考虑圆角矩形、正三角形，

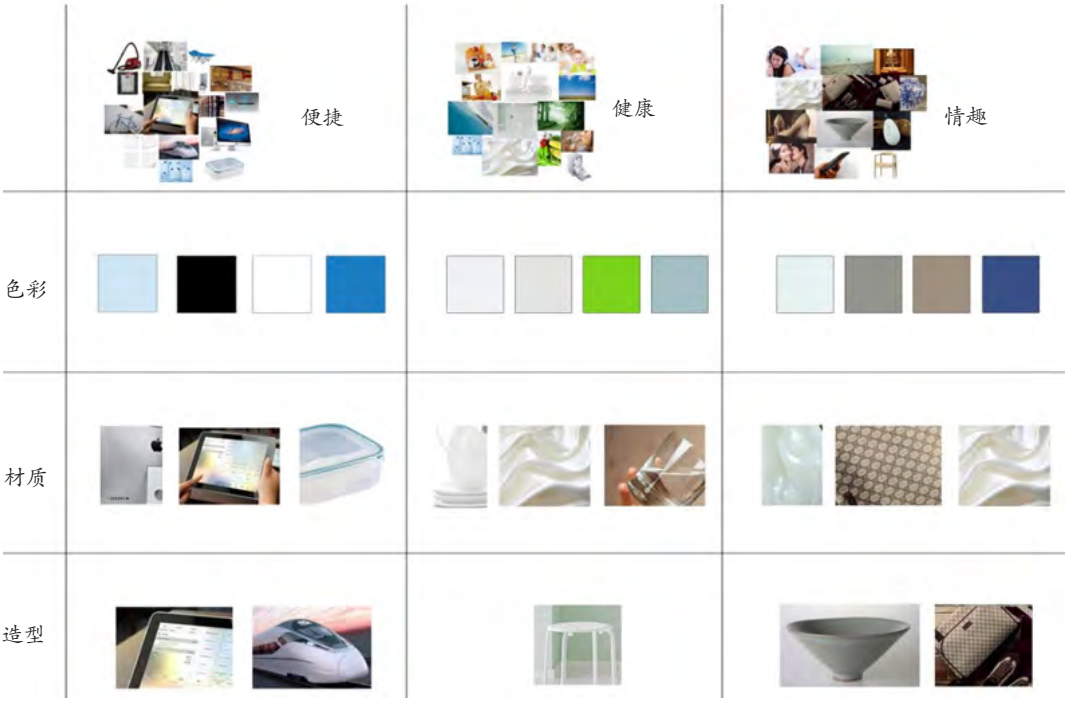

图2
Fig.2

(C)1994-2020 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

圆角矩形体现的和谐、稳定与细腻，三角形则表达运动感。

3.3 在设计中的运用

在碗盘设计流程中，通过理解用户、关键词抽取、素材搜集，强化了设计师对设计特征的理解，调动了设计师的视觉感受。通过信息丰富的招贴画，从各种领域获得的图片，能够促使设计从不同的视角来探索设计问题的解决方案，启发了设计师的创造灵感。在设计中，通过视觉图像的类比获取相关的设计参照：将碗与盘的设计与平板、电脑等相关性较远的信息电子产品联系起来，获得了极简设计、现代化生活等相关方面的参照；而与丝绸、瓷碗、玉器等关系详尽的传统用品进行类比，获取品味、文化方面的参照。同时，还抽象关键词，发展情绪感受特征，将于便捷、健康、品味的属性匹配到盘碗的设计之中，具体的手法主要体现在去除不必要的装饰、光滑的表面、干净的造型以及具有力量感的线条。在情感特征的赋予中，情感特征并不能直白的表现于盘、碗，以避免设计中的“俗气”。

设计方案中(如图3)，在造型方面，设计师采用了情绪版中抽取出来的圆角矩形、三角形作为造型的主要元素，结合中国传统文化中的天圆地方观念，刚柔并济；在材质方面，设计师参照丝绸、羊脂玉的特征，采用光滑的釉面，通过较厚的釉层增加设计的含蕴、沈静，提升设计的品味；在色彩方面，以干净的白色作为主色，点缀少量的蓝色，传达陶瓷设计中的中国传统意味；在细节处理中，秉承少就是多的极简主义原则，将细节融入到整体造型中，消除一切彰显的细部，使整个设计都显得非常干净。从设计结果来看，整套设计方案基本体现了设计预期中的情感特征，通过简洁的造型、干净的色彩、莹润光滑的质感传达出设计师对便捷、健康、品味的理解。然而，从艺术审美角度来看，设计方案则稍显平淡，丰富性不够。这也许是设计过程中一致保持整体性所付出的代价。

4 结 语

情绪版可应用于整个设计流程，通过情绪版设计师可以体验用户的情感需要，并从中得到启发。在日用陶瓷设计实践课程中导入情绪版，从学生反馈的设计过程以及作品呈现的来看，通过情绪版的制作与运用，可以启发学生的视觉经验，激发设计创意的灵感产生；情绪版所抽象的色彩、材质、造型等从整体上定义了设计的特征，在设计前期即预见了设计方案的个性、风格，减少了设计流程后期的反复修改过程，在压缩设计周期的同时保持了设计的质量。从老师对设计课程的管理来看，主要关注在设计前期情绪版的制作过程中的关键词提取、素材的搜集与选取、视觉要素的提取，基于情绪版中老师与学生的共识，在后期设计开展中，指导者花费精力不多，且由于设计特征的尽早确立，设计时间与设计质量之间的关系的把握较为容易。因此，从整体来看，在日用陶瓷设计实践课程中引入情绪版，对课程的开展、学生设计能力的发展、设计作品的品质、教师的课程管理都具有积极的意义。

当然，在课程开展过程中，仍存一些方面值得探讨。其一，在情绪版绘制中，材料的选择与处理是一种个人化的处理方式，有时候存在理解的偏差，会导致设计传达的含义混淆，这需要设计者与管理者在设计早期保持良好沟通；其二，寻找、选择合适视觉素材需要消耗大量的时间和精力，且这个过程并不一定保证信息有用、有效，这要求设计

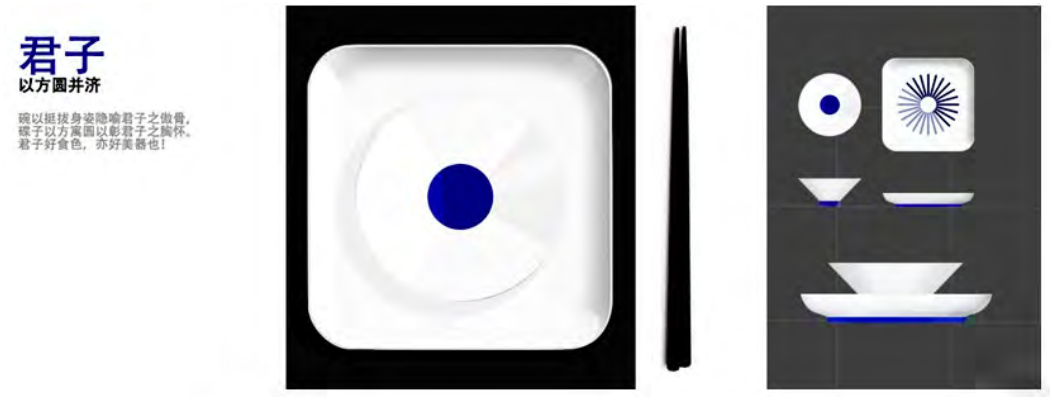

图3

Fig.3

(C)1994-2020 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

者对启发所需的素材有着深刻理解；其三，运用情绪版抽象出来的特征，有可能会影响设计的自由度，从而降低了设计方案的丰富性，这对设计者的个人能力有着较高要求。因此，在以后的课程改革实践中，就(1)如何更有效的获取视觉素材、确保信息的有效，(2)如何在保持设计一致性的基础上增加设计方案的丰富性等方面需要进一步探索。

参考文献：

[1]莫晓辉, 章新. 论灵感思维[J]. 玉溪师范学院学报, 2001, 17(6).

[2]刘琉. 设计创新中的灵感思维研究[D]. 南京艺术学院, 2011: 4–8

[3][美]唐纳德.A.舍恩著；夏林清译. 反映的实践者——专业工作者如何在行动中思考[M]. 北京: 教育科学出版社, 2007.1: 65

[4]张守智, 丁易名. 品牌之殇：失落的中国日用瓷[J]. 中国陶瓷研究, 第14辑, 2015.3: 69

(C)1994-2020 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net