

互联时代的沟通方式及情感体验

廖 婵, 李世国

(江南大学, 无锡 214122)

摘要: 以面对面沟通在现实生活中的信息传播、交流为启示, 分析了几种沟通方式隐喻的基础、内涵、理解的多义性与模糊性, 结合几种沟通媒介隐喻性质, 论述了沟通中符号的隐喻价值, 进而分析了利用其隐喻特征进行设计的可行性, 提出了在互联网时代关于提升数字化沟通情感体验的几个发展方向的展望。

关键词: 信息传递; 情感体验; 交互; 沟通; 全方位感触

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2011)24-0080-04

Communication Ways and Emotional Experiences in Network Age

LIAO Chan, LI Shi-guo

(Jiangnan University, Wuxi 214122, China)

Abstract: Using information dissemination and exchange of face to face communication in real life as revelation, it analyzed the multi-meaning and fuzziness of metaphor basis, connotation understanding of some communication ways. Combined with metaphoric nature of communication medium, it discussed the metaphor value of communication symbol, and then analyzed the possibility of graphics design using its metaphor features, put forward some directions' outlook about how to promote the emotional experience of digital communication in the internet era.

Key words: information transmission; emotional experience; alternately; communication; interaction all-round directional feeling

沟通意味着信息传递, 良好的沟通便意味着有效地传递信息。在远古时代, 当人们最基本的生存需求得到满足时, 原有的需求会以一种比先前方式更先进的形式来呈现, 社会生产力的发展, 人们逐渐有了更为先进的需求, 设计的职能便由保障生存而发展到了使生活更有意义^[1]。科技的迅猛发展颠覆了原有的交流方式, 数字化时代沟通方式越来越先进, 带给人们方便快捷的同时, 人与人之间的情感也得到良好的表达?

1 最自然的沟通

1.1 面对面沟通

面对面沟通是最生动的信息传递方式, 在信息传播过程中, 传递的信息质量最高、信息损失量最小。人通过视觉、听觉、味觉、嗅觉、肤觉来感知世界, 面对

面沟通中就需要参与者调动这几种感官。沟通过程中, 通过观察说话者的面部表情的细微变化以及肢体动作, 理解说话的内容, 感受语速的快慢, 再综合整体谈话的氛围, 通过信息的三维传递, 沟通双方达到交流的目地。

1.2 书信沟通

书信交流借助纸质媒介, 纸的选择、字体风格、墨迹深浅、修改的痕迹甚至书写时留下的泪痕、信纸的香味等。接收者根据对传达者的了解, 综合自己的生活经验, 对所传达的情感信息进行解码消化。书信作为情感代诉工具, 给接收者一种真实亲近的情感体验, 同时带来了比面对面沟通更丰富的想象空间。这种沟通方式的基础是基于一定的情感记忆, 情感记忆符合人的认知心理, 人们习惯把美和情感联系在一起。人们对物品不仅求新, 而且寻旧。如果一件物品对人有更多的正面相关性, 那么它是美好的, 带给人

收稿日期: 2011-06-02

基金项目: 2010年度江苏高校哲学社会科学重点研究基地重大项目(2010JDXM005)

作者简介: 廖婵(1988—), 女, 湖南常德人, 江南大学硕士生, 主攻工业设计、交互设计。

贴心舒适的感受,能激发出特别的情境感,调动其本来存在的经验和回忆,引起人内心的共鸣^[2]。

2 互联时代的沟通方式

2.1 数字化的沟通平台

互联时代,沟通方式更加多元化,手机、电脑等逐渐成为沟通的主要工具,见图1。从1970年代的第1



图1 数字化沟通工具在生活中占主导地位

Fig.1 Digital communication tool gradually dominates people's life

部民用手机到现在,手机从最初的单一声音传输到现在的多媒体影像的传输,现代手机已经具备了声音、文字、图案、影像信息处理的强大功能。电脑是一个更大的信息装载平台,在这个平台上 Facebook、微博、人人网、QQ、MSN、Twitter 等各种网络媒介百花齐放,这个平台能处理更多更复杂的信息。

2.2 数字化沟通的局限

作为使用者的情感代诉工具,手机、电脑等让文字、声音、图像有了更丰富的表达形式,它们通过网络把各种信息以统一的格式接收和传递,提高效率也降低了成本,但是这些工具在情感的表达方面,却存在着一些不可避免的弊端。

剖析数字化终端工具传递信息的特点,可以看到,不管是声音、文字、图像还是影像信息的传递,都只能带来单一的感官体验,与情感相关的大部分信息都没有得到传播,即使是几种传递结合起来,也只是简单的叠加,并不能完整生动的传达情感语言,且传递的信息都具备高度标准化、统一化的特点。以传达的文字信息为例,数字化时代的文字传递,采用的是标准的字体,统一的格式,规范的书写,但它的传递过程中,造成了信息传递者个性表达方面的缺失,这种沟通虽然符合现代快节奏的工作生活方式,却违背了人们内心最单纯原始的追求自然的本性。

数字化传播媒介的标准化符号提升了信息传播

速度,也损害了个人独一无二的信息特征,原本饱含个人信息的真实传递被数字化过滤成统一的表达,相对于之前利用书信作为媒介的信息传达带来的独特、唯一、真实和温暖,数字化表达表现出统一、程式化、虚拟和冰冷的特点,见图2。带来方便的同时,也造成



图2 书信沟通工具与数字化沟通工具的对比

Fig.2 Contrast between letters communication and the digital communication tools

了人和人之间的情感隔膜。

3 沟通工具的进步与情感传达的倒退

3.1 高效率工作,低情感表达

传统的书信沟通工具虽然简单,却附带了很多其他隐性的因素:传递书信路程的长短、传递的速度、等待的时间,基于这些因素,人们会更加珍惜这种传播方式带来的信息。而数字化时代让传递过程中所能承载的信息量大大增加,信息传递的门槛也大大降低,沟通更加方便高效和无障碍。虚拟的信息沟通平台为传递者提供了坚实的外衣,信息传递者和接收者都更可能筑起一道缺乏信任的高墙,这就构成了沟通的屏障。

3.2 感官信息的片面传递

丰富的表达要求真实、全方位的感官体验,数字化沟通媒介主要针对的是单一化的感官信息的处理,同时数字化工具更多的是对数据信息的理性解码,而鲜见情感解码的内容。理性解码只是割裂了完整信息的片面化解读,人在解读的过程中,动用的也只是部分的感官,这种对应关系使得原本丰富的信息在传递过程中遭遇瓶颈,而形成一个上大下小的漏斗形态,见图3。沙漏1代表较少感觉器官参与时较低的信息传递有效率,沙漏2代表较多感觉器官参与时较高的信息传递有效率。在信息解码过程中,只动用感觉

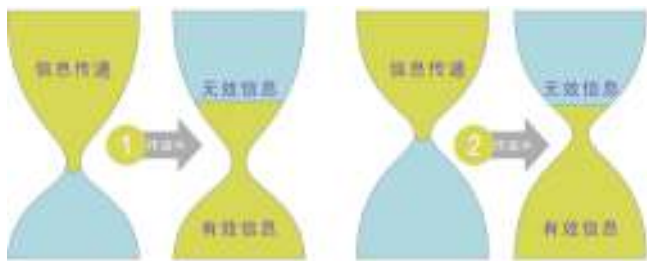


图3 传递信息与感受器官的动用对接收信息多少的影响

Fig.3 The influence of receiving information of transfer information and organs for feelings

器官中的一种(视觉、听觉……)会降低信息理解接收的完整度,只启动部分感官导致信息接收渠道的不完整,从而让真正接收到的信息大大少于所传达的信息。

3.3 数字化时代的心理屏障

数字化沟通工具割裂了人与传递信息之间的联系,从一定程度上造成了人与人之间的隔膜,传递信息缺乏个人特征,借助数字化沟通工具,表达格式的趋同化淡化了情感表达的内容,也阻碍人与人之间的沟通。

就情感表达这一方面来看,从以书信媒介到数字化媒介,分析这2类沟通媒介,两者目的都是为了实现信息交流,但2类媒介在与人的关系上却有很大的区别,前者与人的联系更加紧密,后者则不然。从心理学的角度来说,前者与人的关系能成为情感传播上的心理抚慰剂,带有鲜明个人信息的内容饱含着鲜活生动,增加了信息传递的真实性。而后者与人的关系会增加接收者的心理屏障,信息传递不带有明显的个人特征,也不具备提供信息传递的身份依据,从而降低了信息传递的真实性^[3],由此容易滋生数字化时代的信任危机。

4 数字化沟通的发展方向

综合分析各种沟通方式可以看到,现代的生活方式决定人们不可能回到古代真实却低效的传播模式,那么更应该在信息数字化的背景下探讨人与人之间情感的沟通。

4.1 数字化沟通应该饱含个人特征

使用工具与传递者的亲疏关系直接影响到传递者对信息的处理和接收者对信息的态度,使用工具与

传递者关系密切会让传递者更加重视所传递的信息,对于接收者而言亦然。比如文字信息不是由统一的字体格式来书写,而是用模拟个人笔迹的方式存在,与个人特征密切相关的沟通方式符合人的情感需求,也更人性化。

4.2 数字化沟通应该注重多维感官表达

数字化工具为人们沟通提供了更多可能性,扩大了信息的辐射范围和影响力,但它归根到底是利用机器的语言实现信息传递,容易造成简单和平面化,数字化工具应该加入更生动丰富的表现形式。可以利用多种感官体验的自然叠加,营造一种立体化的效果,动用视觉、听觉、嗅觉、肤觉、味觉的感知来带给人更真实的感触,就像有图,有文字,有声音,有触感,有气味的传达一样,带给人们不是平板的感受而是全方位的体验。

4.3 数字化沟通应该更加自然

自然的方式之所以为大家所认同,回到本原的问题上来探讨,人是自然界的一部分,人的生命起源于自然界,所以由声音、颜色和交互所构成的自然世界是最令人满意的^[4]。自然的交互也是最让人们理解和接受的。Window Phone 概念手机见图4,对手机哈气

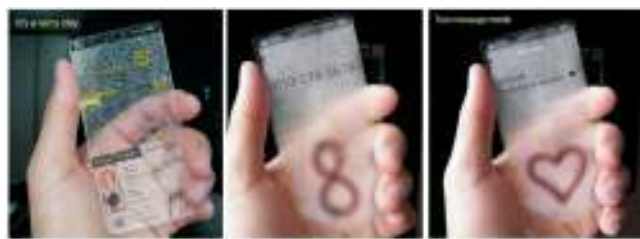


图4 Window Phone 全新概念手机

Fig.4 The new concept Window Phone

能产生模拟的雾气,可以在上面写字,这种自然亲切的表达方式能带给人生动的感触体验。

4.4 数字化沟通应该不受数字化工具的局限

工具是人为了延伸自己的生理局限而发明的,机器作为工具的一种,是人为了满足自己远距离沟通局限所发明的,它的存在丰富了人们的生活。说到底,机器只是为了解决人们在特定限制因素下的一些局限,而不是为了取代其他的沟通方式,所以它不应该成为人们唯一的沟通途径,不然就违背了沟通工具发明的初衷。第六感科技描绘了一幅人与数字化工具共生的蓝图,见图5,该技术已经做到利用摄像头来捕



图5 第六感科技的畅想

Fig.5 Sixth sense technology

捉人手的动作,通过捕捉到的手势动作再结合内置软件就能够实现操作^[9]。

完全抵触数字化沟通方式的态度显然不明智,不过过分依赖数字化沟通工具不符合人的社会性特点,根据适当的情况选择适当的沟通工具很有必要。

4.5 数字化情感沟通应该有新的角度

前面谈到的是人与人之间的沟通,但是沟通本不应该设定特定对象,人与人、人与自然的沟通都应该包括在内。沟通是彼此相互了解、相互体谅的开始,人与自然的沟通也是沟通中很重要的内容,数字化的沟通方式为人与自然的沟通提供途径,促进两者之间的沟通。自然界的其他生命以它们独特的方式存在,不断发展进化。从自然界中,获得了各种生存经验,当科技发展到一定高度时,回到本源去思考人与自然

的关系,从而更好地理解自然变得更加重要。

5 结语

从远古时代到数字化时代,人与人之间的沟通交流方式就一直在不断地发展和变化着,但是不管运用什么沟通工具,它们都只是为了克服客观条件导致的沟通局限的一种辅助工具,而不是为了成为人们沟通的障碍。人们应该适时的选择恰当沟通的方式,利用科技为人们创造更美好的生活。

参考文献:

- [1] 何人可.工业设计史[M].北京:北京理工大学出版社,2000.
- [2] 王玉珊,李世国.情感记忆在交互设计中的价值与应用[J].包装工程,2011,32(2):57.
- [3] 艾瑞里·丹.怪诞行为学[M].赵德亮,夏蓓洁,译.北京:中信出版社,2010.
- [4] NORMAN D A.未来产品设计[M].刘松涛,译.北京:电子工业出版社,2009.
- [5] 李世国.体验与挑战:产品交互设计[M].南京:江苏美术出版社,2008.

(上接第75页)

4 结语

随着信息技术的发展,智能手机不再只是沟通的媒介。自然的人机交互方式将向三维、多通道交互的方向发展,而图标设计在输入与输出方式上的创新,将改变人机交互的形式。图标的人性化交互设计,其设计原则的根本目的是发掘用户在人机交互方面的不同需求,注重人的因素,以达到让用户享受人机交流的愉悦体验。设计师设计时应该开拓思路,思考如何将不同的交互体验进行综合,给智能手机的发展带来转变。

参考文献:

- [1] 张凌浩.基于智能系统的手机软件界面设计方法探讨[J].包

装工程,2010,31(24):58—61.

- [2] 周苏,左伍衡,王文,等.人机界面设计[M].北京:科学出版社,2007.
- [3] 王春鹏.谈网络界面设计的人性化[J].包装工程,2007,28(6):171—173.
- [4] PREECE Jennifer, ROGERS Yvonne, SHARP Helen. Interaction Design Beyond Human-Computer Interaction[M]. John Wiley & Sons Ltd, 2007.
- [5] 于东玖,吴晓莉.设计中易用性原则与情感的关系[J].包装工程,2006,27(6):308—309.
- [6] 刘心雄,郑家元.触屏手机界面设计[J].包装工程,2009,30(2):130—132.
- [7] 杨大松.产品形态的设计语言探讨[J].合肥联合大学学报,1998,8(4):53.
- [8] 胡克.智能手机交互界面创新设计[J].包装工程,2009,30(6):102—104.