

现代灯具情感化设计研究

迟瑞丰, 姜佳秀

(长春工业大学 长春 130012)

摘要: 从现代灯具设计不仅要能满足用户的实际需求,更应该满足用户的情感需要出发,论述了情感化设计是灯具设计的一个重要环节,并从不同角度分析了现代灯具设计的情感化表达方法。从造型、色彩、材质、使用方法4个方面对灯具的情感化设计进行了论述,在此基础上,通过不同实例分析了这4个因素对用户情感产生的变化。

关键词: 灯具设计; 情感化设计; 灯具造型; 灯具材质

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)24-0059-04

Research on the Emotional Expression in Modern Lamps Design

CHI Rui-feng, JIANG Jia-xiu

(Changchun University of Technology, Changchun 130012, China)

Abstract: Modern lighting design should not only meet the actual needs of the user, but also meet the emotional needs of the user. It discussed emotional design was an important part of the lighting design, from different angles of shape, color, texture, use methods discussed emotional design of modern lighting. Based on this, it analyzed by different instances of the changes produced by these four factors of user emotion.

Key words: lighting design; emotional design; lighting design; lighting material

人们生活中所触及的各种产品,作为承载用户审美情感的媒介与物质手段,在使用过程中都能够对人的生理以及心理产生重要的影响。好的设计应该不只是满足功能,更需要激发出人积极的情感,让设计与使用者建立情感联系^[1]。现代的灯具设计,不仅仅是简单的造型设计,设计师更要在设计中表达情感,并将这种情感传达给使用者,使用户产生情感上的共鸣,在灯具与人之间建立某种情感联系是产品人性化设计的最终目标。这里从灯具设计的造型、颜色、材质、使用方法4个方面,对灯具设计的情感化表达方法进行了研究。

1 造型设计对灯具的情感化表达

由于灯具设计具有较大的设计空间和自由度,因此,现代灯具的造型也多种多样。消费者在购买灯具时,购买的不仅仅是商品本身,购买的更是一种令人

愉悦的形式、体验和自我认同^[2]。根据消费者的年龄结构,可以大体分为未成年人、成年人、老年人3个使用群体。不同的使用群体由于年龄的差别往往具有不同的心理需求,因此,在灯具造型设计时要充分考虑不同群体在心理情感上的诉求。

首先,针对未成年人的灯具设计,主要以可爱的卡通形象或相对具象的事物为主,此类人群的身体和心理情感等方面都处于发育期,对事物的认识处于感性认识阶段,最直接的表达方式符合他们的心理与情感需求,更容易使他们接受,针对此类人群设计的灯具不必具有更深层次的隐喻造型含义。设计师以自然界的花朵作为设计灵感设计的花朵灯,见图1,它是一盏可以像花一样开启和关闭的吊灯,清晨,它可以慢慢地自动打开用灯光把儿童叫醒,而到了晚上睡觉时,它又会慢慢地闭合成一个花蕾。该灯在造型设计上采用了儿童最熟悉的花朵形态作为造型,十分贴近自然,使儿童从心理上自然地被它吸引,而且,使用时

收稿日期: 2013-02-05

作者简介: 迟瑞丰(1977—),男,吉林长春人,博士,长春工业大学讲师,主要研究方向为产品设计。

所产生的趣味性也使儿童在情感上能够理解和接受。

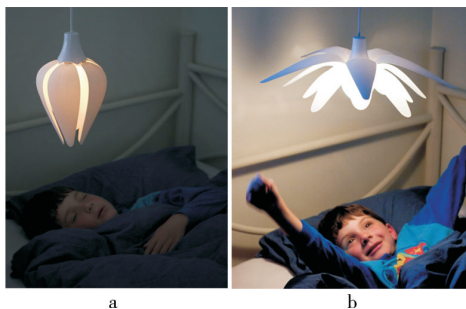


图1 花朵灯

Fig.1 Flower light

其次,从成年人的角度看,成年人的心理已经完全成熟,受自身的生活经历、教育、审美等要素的影响,形成了各自的性格特点。在选择灯具时,有些人个性张扬,喜欢造型趋于独特的灯具;有些人低调内敛,喜欢选择低调、稳重的灯具造型;还有一些人乐观浪漫,则对一些情趣化的灯具情有独钟。由此可看,成年人不仅要求灯具造型设计美观,而且更要体现自身的个人特性、社会地位、审美层次等更加深层方面的要求,来满足自己内心世界的情感需求。书页灯见图2,它是将书本裁剪后,360°展开拼合形成了一种漂亮的立体造型,而光源隐藏在书脊中。当灯被点亮,光线挣脱字里行间的束缚射出,仿佛让人置身于人类几千年积淀的文化和历史中,具有非常独特的韵味。每当使用这灯具时,总会让人想起从前读书的时光,一页页的书纸展开,好像等待着使用者探究书中的秘密,引起人的好奇心,而且,手中的书和灯中的书交相辉映,更让人有种在知识的海洋里徜徉之感,让人在心理和情感上都觉得无比的放松和满足。



图2 书页灯

Fig.2 Pages lamp

最后,从老年用户的角度来说,经过岁月的洗礼,更加趋向于追求生活上的安逸祥和、简朴、稳定。在

灯具的设计上避免使用过于奇异的造型,更加注重产品的合理性。开关设计要简单合理,便于操作,易于识别使用,灯光最好采用单色、柔和的光线,从而避免对老年人造成视觉上的刺激,引起情绪的波动。此外,灯具的造型设计可以从古典怀旧方面入手,通过这种设计方式传达出来的情感让老年人在使用时可以回忆起过去的生活,唤起从前的记忆,以达到一种精神上的满足。烛台式台灯见图3,球形的设计不仅给人一种圆润完整的美感,而且在心理上使老年人产生安全感,更加易于接受。台灯造型分上下两个半圆,釉瓷制造的黑底,半透明白色釉面瓷覆在其上,黑白颜色的结合类似中国的太极,起到了调和、静心的目的,符合老年人的情感诉求。在黑夜中,灯具投射的阴影和发出的独特光线,更让人想起以前生活中使用的烛台,回忆起以前的一些往事。灯光虽然微弱但很温暖,在黑暗中总会带给人希望,这种情感的表达更体现了设计师对老年人在情感方面的寄托与心灵上的关怀。



图3 烛台式台灯

Fig.3 Candlestick lamp

2 色彩选择对灯具的情感化表达

每种色彩带给人的情感各不相同^[9],色彩与灯具以及人的关系也是十分亲密的,色彩能够直接影响使用者的心情以及对事物的看法。一些用户偏爱色彩鲜艳、跳跃的大自然的原始色彩,这样的色彩运用会让他们觉得更加贴近生活、贴近自然,让人觉得放松、惬意。彩色花灯见图4,灯罩颜色采取渐变的效果,像是一朵含苞待放的花蕾,开在太阳的光芒之下。作为照明的工具,虽然它的光线不足以照亮整个房间,但是它的光圈营造出来的氛围浪漫、大气却可以让用户觉得十分的亲和自然。浅黄色的花朵灯给人阳光明媚的感觉,让人仿佛在夜晚也能享受阳光驱走黑暗带

给人的不适,就像迎春花带着春天向人们走来;浅绿色的灯如同一朵还藏在叶子里含苞欲放的百合,让人觉得充满希望,好奇它盛开的样子;粉红色的花朵灯就像是一朵玫瑰,充满着浓浓的浪漫情调,装点着人们的生活。3种颜色带给人3种不同的感觉,同时采用渐变颜色的效果,又透着一种柔和静谧之感,感染着使用者的情绪,使人陶醉其中。



图4 彩色花朵灯

Fig.4 Colourful flower lights

3 材质选择对灯具的情感化表达

质感是产品设计的重要要素之一,人们通过触觉感知产品的粗糙与细腻,不同的质感带来不同的心理感受^[4]。材质的使用能突出产品的风格特征,对营造设计文化氛围有着显著的作用^[5]。例如,近年来水晶灯具以其高贵大方的外形成为用户的热门选择,许多用户选择这类灯具,主要是因为水晶晶莹剔透的质感将周围环境衬托得熠熠生辉,不仅达到了照明的效果,而且使用户从内心感到一种符合自身生活经历或社会背景的优越感;金属材质通常给人冰冷的感觉,一般在工厂或者医院等特定场所使用,达到镇定使用者心情的作用,金属光亮的表面质感或者带有磨砂质感的灯具还给人一种简洁明了的感觉,许多使用者选择这种材质的灯具装饰,彰显了一种简约风格,体现了自身的审美情趣。木质灯具从古代一直沿用到现代,虽然在造型方面发生了很大的变化,但是带给人的感觉却是十分相似的,不似金属质感之冰冷,也没有水晶质感之华贵,却让使用者在使用时觉得十分的亲切温暖,有沉稳、醇厚之感。这种自然的材质,相对于其他材料,会让人觉得更加的安全,并且能够唤起人们对自然的追忆,从整天面对的高楼林立的钢筋水泥和金属眩光中找到一丝温暖,回归自然、保护自然、保护心中的一片安详净土。许多人喜欢在安静之处摆放

一盏木质台灯,也许就是因为它能够让人觉得自然、平和、温暖,北欧设计师非常钟情于用这种材质进行产品的设计,这种设计能够更多地保留传统材料的工艺和特征,设计出的产品传统而不保守,富有时代感而不张扬,适用于多种的空间,木材这种材质温厚、质朴,色泽与触感极有特点,易使人联想到家的温暖。PVC材质因为易于成型,因此运用得非常广泛,利用它设计的灯具所表达的情感是多种多样的,可以非常直观地把使用者的喜好或者想法传达出来。作为使用最为普遍的玻璃灯具,光线通常比较直接,一般只在特别需要照明的环境下使用,因为过于直接的照射会造成人内心的慌乱,如果不是亮度特别需要,通常会根据用户的个人爱好进行选择,或加上花纹装饰或者将表面磨砂,光线中散发出一种柔和浪漫的感觉。

4 使用方法对灯具的情感化表达

知觉心理学家认为,在知觉过程中,人们会根据自己以往对于同种事物的感觉和记忆,对产品进行行为上的操作,对产品的使用情况不仅与使用者的视觉知觉有关,还与使用者的生活经验、文化背景、知识、经验等方面的积累有关。因此,关于使用方法的设计对于用户同样重要。当人们使用灯具时更多的是出于需求上的满足,进而激发出操作行为上的直觉反应。从古至今,灯具的使用方式是有着突飞猛进的发展变化的,从汉代的长信宫灯到现代的电灯,使用方法也从用火点亮到使用电进行工作,最初的电灯开关只是一根简单的拉绳控制着灯的亮灭,虽然现在壁式开关已经普及,但仍有许多灯具基于用户的这种直觉反应而进行产品的设计。对于用户来说,日常生活中的无意识行为不会引起特别的关注,但作为设计师则不然。直至今,人们在遇到一根下垂的拉绳时,本能反应还是会以为是开关,这种堪称经典的使用方法已经运用到许多的设计之中。由此可见,使用方法对使用者对产品的认知产生很大的影响。并影响到产品的设计行为。现在的灯具设计为了在使用时更加方便,产生了许多控制方式,例如声控、光控等。还有些灯具可以调节高度、亮度、照明方向等,而这些使用方式除了满足实际需要外,也考虑到了使用者情感方面的需求。

用枪作为遥控器的灯具见图5,设计师将遥控器做

成手枪形状,只要瞄准台灯,扣下扳机就可以实现开关灯,灯罩也会随开关进行倾斜,好像被击中一样,使用者在使用过程中也许会根据不同的情况产生不同情感的变化,也许是因为使用的趣味性带来精神上的一种满足感和愉悦感,也许让人回忆起儿童时代和小朋友一起玩耍时使用玩具枪击中物体时的快乐时光,也许在生活不顺时使用它作为一种宣泄情绪的手段。但无论怎样,设计师都把使用方法与人的情感变化联系起来,满足了人们在使用灯具过程中的情感需要。



图5 手枪开关灯

Fig.5 Pistol switch light

将用户的无意识行为转化为设计概念,有利于用户在使用产品时“不假思索”,自然地领会设计师所要表达的含义^[6]。深泽直人设计过的一款带托盘的灯,正是从无意识的使用方法来表达情感的最好例证,见图6。他把台灯的底座设计成一个托盘,托盘既可放置钥匙或手机等物品,又可作为灯的开关,使用者在夜晚回家后,顺手把钥匙丢进托盘,灯自然打开,在清晨离家上班时,顺手拿起钥匙,灯又自然熄灭。台灯成为一天的起点和终点,台灯虽小,但它却成为家的一种象征,使人在情感上不知不觉对家有了一种新的理解和认识,对家产生了一种莫名的亲切感和归属感。这种设计做得自然而又不着痕迹,使使用者在无



图6 托盘灯

Fig.6 Tray light

意识的使用过程中满足了情感的需求,设计师把使用方法与情感需求结合得非常完美,体现出设计师对人观察的细致和对人内心情感的关注。

5 结语

对于现代灯具设计,不仅要能满足用户的实际需求,更应该考虑灯具带给人们的情感变化。造型、颜色、材质、使用方法4个方面是灯具设计的4个重要因素,在灯具设计过程中,把这4个因素与使用者的情感进行紧密联系,体现使用者的情感需求,引起使用者的情感共鸣,才能设计出一个真正的好的灯具。

参考文献:

- [1] 诺曼·唐纳德 A.情感化设计[M].梅琼,译.北京:中信出版社,2003.
NORMAN D A. Emotional Design[M]. MEI Qiong, Translate. Beijing: CITIC Publishing Company, 2003.
- [2] 柳沙.设计艺术心理学[M].北京:清华大学出版社,2006.
LIU Sha. Comprehensive Psychology of Art Design[M]. Beijing: Tsinghua University Press, 2006.
- [3] 孔雪清.品牌形象构建中产品色彩影响因素全分析[J].包装工程,2011,32(16):86—89.
KONG Xue-qing. Analysis of Influencing Factors of Product Color Design in Brand Image Construction[J]. Packaging Engineering, 2011, 32(16): 86—89.
- [4] 周橙旻,吴智慧,吕九芳,等.木作产品设计创意探讨[J].包装工程,2011,32(20):34—37.
ZHOU Cheng-min, WU Zhi-hui, LYU Jiu-fang, et al. Research on the Creative Method of Wood Product Design[J]. Packaging Engineering, 2011, 32(20): 34—37.
- [5] 许柏鸣.家居设计[M].北京:中国轻工业出版社,2008.
XU Bo-ming. Furniture Design[M]. Beijing: China Light Industry Publishing Company, 2008.
- [6] 俊腾武,佐佐木正人,深泽直人,等.不为设计而设计=最好的设计[M].台北:漫游者,2008.
JUN Teng-wu, SASAKI M, NAOTO F, et al. Don't Design for Design=the Best Design[M]. Taipei: Rover, 2008.