

情感化设计在婴幼儿餐盘中的应用

蒋雯, 聂睿, 程冉

(广东工业大学, 广州 510075)

摘要: **目的** 将情感化设计的思维方法应用于婴幼儿餐盘设计中, 设计一款能够打动人心的产品。**方法** 婴幼儿餐盘的情感化设计主要体现在本能层面的好看和行为层面的好用上, 在反思层面上对婴幼儿餐盘进行创意设计, 旨在通过设计理念引导婴幼儿建立良好的行为习惯。**结论** 情感化设计理念应用于婴幼儿产品具有重要意义, 婴幼儿产品的设计不仅需要富有趣味的造型和安全易用的使用方式, 而且还可以从反思层面探索更多新颖与有趣的形式。

关键词: 情感化设计; 婴幼儿; 餐盘

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)10-0099-04

Application of Emotional Design in the Infants and Young Children Plate

JIANG Wen, NIE Rui, CHENG Ran

(Guangdong University of Technology, Guangzhou 510075, China)

ABSTRACT: The thinking methods of emotional design are applied to the infant and young children plate design, the design of a moving product. Emotional design of infant plate is mainly reflected on the aspect of instinct of good-looking and behavioral dimensions of good, on the level of reflection on infant and young children plate of creative design, to guide infants and young children establish good habits by design ideas. The emotional design applied to the infant and young children products is of great significance. Infant and young children products design not only requires interesting shape and safe and easy to use, but also can explore more innovative and interesting form from the reflection level.

KEY WORDS: emotional design; infants and young children; plate

一类产品的生命周期, 通常会经历以功能开发为主的“有用”期, 以性能提升为主的“好用”期, 以情感价值为主的“体验”期。在 21 世纪, 人类社会已步入“右脑时代”。人们不再简单地满足于产品的有用和好用, 而是把目光更多地投向了能够丰富消费者情感体验的产品上。

人使用产品, 就会与产品发生联系, 发生联系的过程中伴随着一系列情感的出现。情感就是人对客观

事物是否满足自己的需要而产生的一种态度体验^[1]。当这种需求和期望得到满足时就会产生愉悦与喜悦的情感。生活中常发现, 美好的物品更好用, 这是因为美好的物品会给人带来美好的情绪, 甚至能够影响人们对于产品功能的判断和感受。情感化设计就是以用户内心的情感诉求为出发点, 将产品打造成用户情感寄托的容器的创意思维方法。唐纳德·诺曼在《情感化设计》中将设计划分为 3 个层次, 即

收稿日期: 2016-01-08

基金项目: 广东省教育厅工程中心项目 (2012gczxA006); 广东省教育厅质量工程项目 (粤教高[2013]113 号)

作者简介: 蒋雯 (1963—), 女, 重庆人, 博士, 广东工业大学教授, 主要研究方向为产品系统设计、产品交互设计。

通讯作者: 聂睿 (1991—), 女, 江西人, 广东工业大学硕士生, 主攻产品交互设计、交互设计。

本能层、行为层和反思层^[2]。随着中国计划生育政策的实施,独生子女逐渐增多,致使儿童在家庭和社会上的地位特殊,据相关统计,儿童在家庭消费的总开支中约占40%,因此针对儿童专门设计的产品会越来越受消费者重视^[3]。就目前婴幼儿餐盘的情感化设计而言,主要体现在本能层面的好看和行为层面的好用上,而这里将在反思层面上对婴幼儿餐盘进行创意设计。

1 婴幼儿餐盘设计中的情感化层次

1.1 基于本能层的设计

本能水平的设计涉及人的一些生理特征,如视觉、触觉、听觉,它与人类最原始、最本能的生理反应相关^[4]。本能水平的设计通过作用于人的感觉器官,带给人愉悦的情感体验。这样的情感体验是人脑最简单的反应,符合婴幼儿的认知特征,因此,很多婴幼儿产品的设计都是在本能层上展开的。

正面的情感体验需要正面、积极、美好的事物才能激发出来,本能层的正面情感正是源于那些可以提供安全、舒适、有趣情感的事物。婴幼儿对事物的认识主要由直观刺激引起,他们对产品的兴趣主要来自于产品所带来的直观感受^[5],主要表现在造型方面,如圆润平滑的形态,明亮饱和的颜色,温暖舒适的触感等都能引起人本能的情感愉悦^[6]。通常婴幼儿的抽象逻辑思维能力发展水平较低,形象生动的具象形态更容易让他们理解,吸引他们的注意力,因此在设计中可以将自然界中已存在的物体形态很好地融入,比如以各种花草树木、动物等为原型进行的造型设计,这些生动、活泼、有趣的自然造型能够满足婴幼儿天真烂漫的情感需求,因此这就要求设计师在进行儿童产品的创意设计时,有意地将产品的外在形态通过内化的情感化因素,表现出更为独特和更为合适的美学特性与审美价值,让人产生情感上的共鸣,最终达到与人心灵层面的高度契合^[7]。风景画儿童餐盘见图1(图片摘自专利之家),Skip Hop儿童动物餐盘见图2(图2—3均摘自Skip Hop官网)。

1.2 基于行为层的设计

行为水平的设计讲究的是效用,促进产品易用性的设计属于行为层的设计。婴幼儿的运动控制系统发展尚不完善,多动,好动,就进餐行为而言,



图1 风景画儿童餐盘
Fig.1 Landscape painting plates for children



图2 Skip Hop儿童动物餐盘
Fig.2 Skip Hop's children tableware with animal shape

能够帮助婴幼儿顺利进餐是婴幼儿餐具设计的一个重要出发点。正因为婴幼儿进餐多动,好动,所以通常给婴幼儿设计的餐具在材料上首先考虑选择食品级塑料,这种材料制成的餐具防摔,耐摔,但是放在桌上很容易滑动。尤其对于婴幼儿而言,他们不会一只手乖乖地端着饭碗,另一只手拿勺子进餐;也不会一只手乖乖地扶着餐盘,另一只手拿勺子进餐。最常见的场景就是餐盘放在桌上,宝宝一只手用勺子笨拙地挖着饭菜往嘴里送,这样一来餐盘受力不均造成在桌上左右移动,最终影响宝宝的顺畅进餐。考虑到婴幼儿进餐行为的特殊性,为了改善婴幼儿餐盘的易用性,就有了防滑儿童餐盘的出现,在餐盘的下面设计了一个防滑垫。Skip Hop笑脸防滑餐盘见图3。



图3 Skip Hop笑脸防滑餐盘
Fig.3 Skip Hop's smiling face antiskid plate

1.3 基于反思层的设计

反思水平的设计与物品的意义有关,这种意义可以表现为理念的呈现或文化上的认同。设计师通过观察,将使用者的“无意识行为”物化,让消费者在使用产品的过程中自然而然地产生一种“似曾相识”的感觉。这种无意识设计所倡导的就是将使用者自己可能都没有注意到的无意识行为,收集起来转化为设计元素,因此这样的产品能够直击用户内心,给他们带来感动。这种意义可以表现在消费者的身份认同上,消费者在挑选一件产品时,总是

会不自觉地将这件产品与其自身形象及产品可能传递给他人的信息建立起联系,当产品所传达的信息契合消费者自身形象时,就会引发购买行为,并且给消费者带来愉悦的情感体验。这种意义还可以表现在文化的反映上,设计还具有文化属性,任何一个设计产品都反映着一定时期一定范围的文化特征,这些一定时期一定范围的文化特征,可能会使设计产品带有一定的排他性,但只要这种文化特征能够被共同文化圈的消费者识别并认同,就能在消费者的内心深处引发情感共鸣。

21世纪,随着感性消费时代的到来,情感化设计一直在反复被提,基于3种层次设计的情感化产品也很多,但是,目前将反思层的设计应用到婴幼儿餐盘的设计还是比较少见。

2 反思层设计在婴幼儿餐盘中的应用

当反思层的设计落脚在身份认同与文化映射时,婴幼儿因其自身认知的局限,还不能体会这样深层的涵义,但当反思层设计落脚在理念的呈现与观念的传达上时,可以利用产品设计所传达的观念促进在行为层的活动,帮助婴幼儿建立良好的生活习惯。众所周知,婴幼儿时期是养成良好行为习惯的关键时期,婴幼儿的行为在这一时期的可塑性很大,家长只需注意教育方式加以引导,就可以帮助孩子养成好的行为习惯而受益终身,因此反思层设计应用于婴幼儿产品的设计上也是非常有意义的。

婴幼儿是婴儿和幼儿的统称,一般指0~3岁的小龄儿童。婴儿期(0~1岁)的主食以奶粉为主,还不会吃饭,不需要餐具,因此一般婴幼儿餐盘针对的主要人群是幼儿期到学龄前的儿童,主要是2~6岁的儿童。这一阶段是儿童开始由父母喂食逐步到学会自己吃饭的主要阶段,也是儿童身体成长和智力发育的重要阶段,存在很大的可塑性^[8]。在追求人性化设计的今天,产品设计如何有利地促进婴幼儿的健康成长,是设计师需要关注和探讨的问题^[9]。

2.1 婴幼儿就餐行为分析

通过对婴幼儿就餐场景的观察,发现在婴幼儿就餐行为中存在以下几个方面的普遍现象:(1)好动,注意力不集中;(2)挑食严重;(3)在家吃饭拖拉,边吃边玩;(4)在幼儿园吃饭或者有同伴一起吃饭时,吃饭速度普遍提高。

这一现象并非个例,有研究者调查发现:52.4%的儿童在幼儿园里进餐比在家进餐表现好^[10]。那么,同样一个孩子的行为,为什么在不同的情境中表现出了如此大的差异性?有心理学研究表明,一般情况下,人都具有“从众效应”,心理学家梅耶将其定义为,个体在由于真实的或想象的团体压力下改变行为与信念的倾向^[11]。在群体中,孩子受到别的孩子“吃饭快”的无形压力,在吃饭行为中表现出趋同的倾向。这种具有积极意义的从众正效应对幼儿的进餐行为起到即时的促进作用。如果将这种效应利用到婴幼儿餐盘设计中,就可以通过设计有效地解决孩子吃饭难吃饭慢的问题,帮助孩子从小建立一个好的行为习惯。

2.2 产品概念

现如今的家庭,基本以独生子女为主,孩子在家吃饭不可能一直有同伴去比赛去竞争,但是可以给孩子构建一个虚拟的竞争对手,告诉孩子有人在和他比赛吃饭。基于以上思路,设计出来了一个产品方案,婴幼儿趣味餐盘见图4(图4—6均由笔者绘制)。整个产品由1个托盘,3个餐盒和1个小鸡吃米装置组成。产品材质选择食品级塑料,安全健康且耐摔,色彩上选择颜色鲜亮的黄绿色,轻松愉悦且能引发儿童对大自然的向往。小鸡吃米装置是一个提供给婴幼儿吃饭比赛的虚拟竞争装置。首先,小鸡的造型可爱,运用大色块的亮色可以更加容易吸引幼儿的注意。其次,小鸡吃米装置的结构比较简单,由小鸡和餐盘构成。小鸡结构见图5,鸡身通过穿插的连接方式与翅膀和腿相连,这样一来,腿部固定,鸡身灵活自如。利用重心的原理,静止时可使鸡身保持平衡,一旦遇到外力,鸡身会前后摇晃,实现小鸡点头的动作,造成小鸡点头的假象。小鸡食盘见图6,用来装米,食盘中间有一个孔,而且食盘的设计本身有一个弧度,便于米粒更好地滑落到导管,下漏到托盘中,造成小鸡食米的假象。要想通过这一设计理念慢慢改变幼儿吃饭难和吃饭慢的问题,除了产品本身外,还有一个必不可少的环节,即家长的正确引导。家长不仅需要额外地给鸡身施加一个外力,让小鸡实现点头的动作,而且还需要在孩子吃饭时告诉孩子,小鸡在和他比赛,不要输给小鸡了。改变孩子吃饭慢的问题是一个循序渐进的过程,家长可以通过小鸡食盘上米粒的多少来适度控制米粒掉落的速度,从而正确引导宝宝与小鸡的吃饭比赛。产品的设计方案很好地实现了家

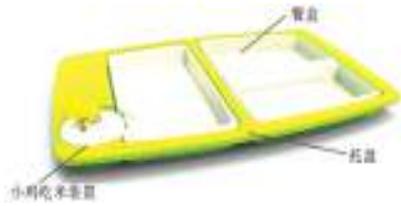


图4 婴幼儿趣味餐盘

Fig.4 Infants and young children interest plates



图5 小鸡结构

Fig.5 Structure of the chicken

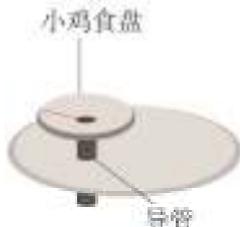


图6 小鸡食盘

Fig.6 The chicken plate

长与孩子的互动，能够帮助家长正确地引导孩子养成良好的饭习惯。

2.3 产品情感分析

(1) 具象的小鸡形象，明亮饱和的产品色彩，在本能层对婴幼儿产生吸引；(2) 良好的情绪也会对婴幼儿的就餐行为产生积极影响，通过虚拟竞争对手的设计，可以激发婴幼儿的比较思维，帮助其获得成就感和满足感；(3) 婴幼儿生性好动，进餐的过程中不仅易于受到周边环境的影响，注意力分散，而且也十分容易受到食物本身的影响，边吃边玩食物。通过和小鸡比赛制造的适度紧张，可以使婴幼儿的大脑聚焦于吃饭这件事上，很好地避免了注意力的分散，再通过家长在旁边的正确引导，就可以培养孩子良好的习惯，促进行为的改善；(4) 通过设计理念建立起来的温馨亲子互动，帮助家长将其对孩子满满的爱有一个健康的表达途径，收获孩子健康成长的喜悦。

3 结语

该婴幼儿餐盘方案的情感化设计不仅在本能层、行为层上有所体现，而且还能够在反思层上帮助婴幼儿获得成就感，帮助家长获得孩子健康成长的喜悦，与此同时还能促进婴幼儿在行为层上的活动。由此也可以看出，将情感化设计理念应用于婴幼儿产品中的重要意义，婴幼儿产品的设计不仅需要富有趣味性的造型和安全易用的使用方式，而且还可以探索更多新颖与有趣的形式，去引导婴幼儿

从小建立好的行为习惯，从而更好地体现出对婴幼儿这一群体的人性关怀。

参考文献:

[1] 林崇德, 杨治良, 黄希庭.心理学大辞典[M].上海: 上海教育出版社, 2003.
LIN Chong-de, YANG Zhi-liang, HUANG Xi-ting .Psychology Dictionary[M].Shanghai: Shanghai Education Press, 2003.

[2] 诺曼·唐纳德·A.情感设计[M].北京: 中信出版社, 2012.
NORMAN D A.Emotional Design[M].Beijing: China's Citic Press, 2012.

[3] 田维飞.基于符号学的儿童餐具造型设计研究[D].太原: 太原理工大学, 2011.
TIAN Wei-fei.The Study of Children Tableware Modeling Design Based on the Semiotics[D].Taiyuan: Taiyuan University of Technology, 2011.

[4] 宋岩, 万萱.情感化设计在儿童食品包装中的运用[J].现代装饰, 2012(10).
SONG Yan, WAN Xuan.The Application of Emotional Design in Children's Food Packaging[J].Modern Decoration, 2012(10).

[5] 吴小苹.少年儿童消费行为特点及营销策略探讨[J].经济研究导刊, 2009(33).
WU Xiao-ping.Children's Consumer Behavior Characteristics and Marketing Strategy[J].Economic Research Guide, 2009(33).

[6] 沈艳.基于行为方式的儿童产品设计研究[D].无锡: 江南大学, 2010.
SHEN Yan.Based on the Behavior of Children Product Design Research[D].Wuxi: Jiangnan University, 2010.

[7] 张桃.情感化因素在当代产品设计中的地位及应用探析[J].现代装饰(理论), 2015(2).
ZHANG Tao.The Status of Emotional Factors in Modern Product Design and Analysis of Application[J].Modern Decoration(Theory), 2015(2).

[8] 于亚楠.学龄前儿童餐具形态设计研究[J].大众文艺, 2012(1).
YU Ya-nan.Preschool Children Tableware Form Design Research[J].Popular Literature, 2012(1).

[9] 姚佳季.基于就餐行为的儿童餐椅设计研究[D].杭州: 浙江工业大学, 2010.
YAO Jia-ji.The Design Research for Children's Dining Chair Based on Dining Behaviors[D].Hangzhou: Zhejiang University of Technology, 2010.

[10] 梁心悻.杭州市城区儿童饮食行为及其影响因素的研究[D].杭州: 浙江大学, 2009.
LIANG Xin-ze.Study on Dietary Behavior and Its Influencing Factors of Children in Urban District of Hangzhou[D].Hangzhou: Zhejiang University, 2009.

[11] 边玉芳.人为什么“随大流”?——谢里夫和阿希的从众实验[J].中小学心理健康教育, 2014(20).
BIAN Yu-fang.Why People "Go with the Flow"? Mr Sharif and Asch Conformity Experiment[J].The Mental Health Education of Primary and Secondary Schools, 2014(20).