

【选题策划：艺术设计与日常生活】

情感化设计在公共空间中的运用研究

杨吟兵

(四川美术学院, 重庆 401331)

摘要: **目的** 探讨情感化设计在公共空间中的运用。**方法** 从日常生活环境的公共空间出发, 通过对“情感化设计”的分析与研究, 阐述情感化设计在公共空间中的重要作用, 并对形态艺术化、色彩装饰化、功能多样化、材质趣味化 4 种情感化表现方式进行剖析, 从本能层次、行为层次、反思层次上展开深究, 进一步地揭示情感化设计的重要存在意义。**结论** 公共空间设计的进步离不开情感化设计的发展, 合理运用不仅能增强设计品味, 激发空间活力, 而且还能优化环境风貌, 提升城市形象。

关键词: 公共空间; 情感化设计; 情感层次

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)16-0001-06

Application of Emotion Design in Public Space

YANG Yin-bing

(Sichuan Fine Arts Institute, Chongqing 401331, China)

ABSTRACT: It aims to explore the application of emotional design concept in public space. From the public space of daily living environment, through the "emotional design" analysis and research, it expounds the important role of emotional design in the public space, and analyzes four kinds of emotional representation of art form, color decoration, functional diversification, material fun, from the instinct level, behavior level, reflection level to explore, so as to further reveal the important meaning of emotional design. The development of public space design can not be separated from the development of emotional design, rational use not only can enhance the design taste, stimulate the vitality of space, but also optimize the environment, and enhance the image of the city.

KEY WORDS: public space; emotional design; emotional level

研究情感化设计, 首先需探讨“情感”的涵义^[1]。设计需要有情感吗? 答案是必然的。情感是人类受万物影响后在心理产生的某种态度体验, 这种体验可以看作是人类对客观事物存在价值的内在反映, 它常改变和引导人们的认知方式, 在潜移默化中推动着人与物、人与人、人与空间的相互关系。环境之美、莫乎于情。从某种意义上来说, 情感化设计是一种运用特殊物化方法, 将情感贯穿于设计始终的创意设计方式, 具有交流性、多样性、象征性与时代性, 能够在一定程度上激发特定人群的内在需求与共鸣。最早的情感化设计出现于机械化盛行的 20 世纪 80 年代初期, 其概念的提出主要是为了缓解工业文明产业下残留的冷漠与生疏, 更进一步地拉近人与环境的距离。

1 情感化设计与公共空间

公共空间, 又译公共场所或公众场所^[2]。它是人类日常生活中共同使用的空间, 也是城市空间里促进交流、活跃生活气息的重要场所, 如广场、公园、中庭、停车场、街道、公用体育场等^[3]。由于这类公共空间具有集聚人群的基本属性, 人们可以在这里交流与互动, 所构建出空间场所往往能在第一时间里展现本土形象, 反映社会风气, 弘扬人文精神。

1.1 公共空间的现存问题与发展机遇

随着市场化需求的不断提高, 公共空间建设的规

收稿日期: 2017-06-01

基金项目: 重庆市艺术科学研究规划重大项目 (16ZD030)

作者简介: 杨吟兵 (1975—), 男, 四川人, 硕士, 四川美术学院教授, 主要从事环境艺术设计方面的研究。

模尺度也随之扩大。近年来,许多地区都处在疯狂修缮老房与扩建新房的潮流中,规模化与模式化趋势愈演愈烈。受拿来主义影响,大多数公共空间的布局相对雷同和单一,在设计上缺乏个性与独特性,创新性不足。另外,人性化设计的不足是当下公共空间设计中存在的另一大弊端,建设周期短,设计完整度不够,往往会导致公共空间成为人们生活行为的“过客”。

面对这些现存问题,越来越多的环境设计者开始从中挖掘问题源头、找寻解决方式。从人性的角度出发,人类理想的公共空间不是潦倒空旷的集散广场,也不是金碧辉煌的酒店大堂,而是贴近生活的、亲和大众的且富有情感关怀的共享空间。

1.2 公共空间情感化设计的重要意义

城市环境空间情感化不仅能满足人类的情感需求,而且还能更好地促进社会人文发展。很多人因忽视而忘却了情感化设计的重要意义,其实它就存在于人们身边,并且时常会与周围事物发生各种微妙关系,有时甚至对人们的行为与决策起到主导性作用。例如在公园中散步,突然听到美妙的音乐,大多情况下那人都会因心中的好奇而寻声探路,而这所经之途便是情感化设计引导的结果。除此之外,情感化设计还具有提高空间使用率,增进大众情感交流,营造环境趣味发展,创造社会和谐生活的重要作用,在理想化公共空间的设计与创造中影响深远。

2 情感化设计在公共空间中的表现方式

近年来,公共空间设计愈发的多样与多元,设计师开始从更加专业地角度看待公共空间的相关设计要点。情感化设计作为当下最具影响力的设计方法之一,其表现方式繁多,如形态艺术化、色彩装饰化、功能多样化、材质趣味化等。

2.1 形态艺术化

形态是一种由点、线、面构成的可供人类观看、触摸和感知的存在形体,它既是设计的主要组成元素,又是空间的重要构成元素,在公共空间中占首要位置。形态设计大致可分为具象形态与抽象形态两种,具象形态具有一定的直观性与欣赏性,而抽象形态相对而言则更具参与性与联想性。从某种意义上来说,形态设计的精髓在于将三角形、正方形之类的基本形体,通过扭曲、分解、重组等艺术手法进行有思想地变形与再造,从而使形态变得更加幽默与风趣。以街头装置艺术设计为例,见图1,设计者将自行车元素进行艺术化的变形、拆分与重构,使其每个零件在符合人体工程学的前提下,都具有特定的功能与用途。除此之外,设计者还巧妙借助错位原理,将每个零件进行位置的偏移,从而形成另一种独特的小型空

间,路人只有站到特定的位置与角度上才能查看到它真正的原型,该创意极具启发性与参与性。



图1 街头装置艺术设计
Fig.1 Street device art design

2.2 色彩装饰化

色彩是一门跨越美学、心理学、光学、生理学等多重领域的综合艺术^[4],有人曾说过:“色彩是物质世界的外衣,有物质的存在就有色彩的存在^[5]。”随着时代的进步,人类审美层次逐步提高,色彩的含义也随之慢慢发生转变,在现代色彩学里,它具有映射社会生活、人文历史、精神思想等更加高深的意义与作用,巧妙处理色彩之间的关系不仅有利于提升空间美感,而且还能够给大众带来全新的情感体验。

受当代观念影响,色彩的处理方式多种多样,有炫色、反射色、自发光色等,这些装饰色彩点缀于公共空间中,既鲜活又有趣。以城市街道自发光座椅设计为例,见图2,设计师将街边座椅与自发光材料巧妙结合,通过间接照明的方式使地面产生五颜六色的缤纷光效,为城市夜生活添光加彩。相对于室外公共空间,室内的情感设计也毫不逊色。以彩虹桌面设计为例见图3,设计师收集了2530个色彩斑斓的啤酒瓶盖,通过创意拼贴的手法将这些瓶盖按照色彩渐变的规律固定到吧台桌面上,使之节奏感与彩色感并重,让人心情愉悦。



图 2 街道自发光座椅设计
Fig.2 Street self-luminous seat design



图 3 彩虹桌面设计
Fig.3 Rainbow desktop design

2.3 功能多样化

功能是设计的根本属性，建立在以人为本的原则之上。通常情况下功能可分为物质功能与精神功能两种，它们都是设计师设计考虑的首要元素。随着社会的进步，原始单一的功能早已不能满足当下人群的多重需求，设计师想要提升公共空间的使用率和亲民性，功能的多样发展必不可少。公交车站作为城市公共空间中的重要交通设施，对优化交通环境和提升城市形象都起着决定性引导作用^[6]，优质的交通设施不

仅可以梳理城市交通，而且还能促进情感互动，提升人文关怀。以国外一公交车站设计为例，见图 4，该设计汇集了指示牌、座椅、雨棚等多种实用功能，并在此基础上融入了自动探测体重的智能化设计，通过座椅与候车者的互动激发人们内心的好奇心与攀比心，从而更进一步地拉近了设施与人、空间与人、人与人之间的距离。



图 4 公交车站设计
Fig.4 Bus station design

2.4 材质趣味化

在公共空间中，每个物体都有其专属的材质，主要包含硬性材质和软性材质两种。硬性材质常被用于铺装、公共平台、休息座椅、交通设施等坚硬而冰冷的硬景中，如木材、石材、玻璃、混凝土、金属等。相对硬性材料而言，软性材料更受大众欢迎与喜爱，它们柔软、温和，如草坪、植被、水体、网绳等，草坪地铺见图 5。通过艺术的表现手法将两者有机结合，使其在统一中产生变化，在变化中生成和谐，即整体与局部、矛盾与统一的相互关系。在现实生活中有诸多事物具有双面性，正确设计两者关系不仅有利于空间层次的提高，而且还有利于环境形象的亲民。以海边公共休息区设计为例，见图 6，设计师将海水的特性展开延伸，把水性的柔软赋予在蓝色网绳材料上，通过对比与融合使之与原生木材相结合，既舒适又独特。



图5 草坪地铺
Fig.5 Lawn floor



图6 海边公共休息区设计
Fig.6 Design of seaside public lounge area

3 情感化设计在公共空间中的层次运用

在《情感化设计》中,诺曼从一个全新的视角提炼出了情感化设计表达的3个层次^[7]:第一是本能层次,主要通过物体的外形特征来表达设计,以视觉、触觉和听觉为出发点去体验情感;第二是行为层次,该层次主要将性能放在首位,以人为中心,传达设计本身的魅力及使用过后的乐趣和效率;第三是反思层次,该层次较为抽象,主要是通过设计的传达、人们的记忆来预计受体的满意程度,从而促使人们产生思考,达到思想、意识、情感、文化等多方面升华。本能、行为、反思三者既是递进关系又是合作关系,其最终目的都在于让大众舒心与愉悦。

3.1 本能层次与情感体验

每个事物都有其与生俱来的专属本能,如同材质一般不可或缺。在社会交往中,人与人会产生各种不同的情感,如亲情、友情、爱情等,而人与物同样也会引发互动产生情感。本能层次最基础的特性就在于吸引,利用设计自身与众不同的设计要素来吸引路人,如造型、色彩、功能等,随后使人与之产生互动,实现情感体验。当人们看到夜间会发光的秋千,亦或是形态怪异的公共休息座椅,内心欣喜,在新鲜感与好奇心的引导下必然会试图上前进行接触,或躺或坐,或动或静,通过先视觉再触觉、先行为再感知的顺序体验设计,不同的人可从中产生不同的情感,或舒适、或不安、或兴奋、或冷静,见图7。这些情感



图7 本能层次设计
Fig.7 Instinct level design

都是无意识的感知,也是人们内心最直接的独白。

3.2 行为层次与情感传递

行为层次是情感化设计的第二层次,其重点在于引导行为和传递性能,它能够让使用者在不经意间被设计所牵引,通过行为的延伸达到情感的传递,从而使精神得到释放,需求得到满足。在公共环境中有所

多设计都属于这种行为水平的设计,它们大多不注重表面形态或设计原理,相比之下特性的延伸显得尤为重要。以法国马赛旧港城市广场构筑物设计为例,见图8,该设计以一个超大镜面为顶棚,每当路人穿梭其中时,几乎都会不经意地或刻意地抬头仰望,与镜面中的自己或他人产生互动。设计师从创新参与的视角出发,让人们在闲暇之余达到与环境共舞的效果,



图 8 行为层次设计
Fig.8 Behavioral level design



图 9 反思层次设计
Fig.9 Reflective level design

使人成为公共空间景观的一部分，既提升了公共设计的使用价值，又加强了人与环境的参与性与互动性。

3.3 反思层次与情感延续

反思层次的情感化设计是一种高级思维运动，它往往发生在观察设计或体验设计之后，是一种对设计内容产生联想和消化后，在人类内心深处引发情感共鸣或自我认知的活动过程。与本能层次和行为层次不同的是，反思层次受文化、宗教、国界等影响^[8]，它的情感寄托主要由人类内在的思想意识决定，与设计本身无关。设计师在对反思层次进行设计时往往会采取抽象提炼、意境营造、价值再生等特殊的表现方式，通过移情的手法将设计与人的内心进行接轨，从而产生反映。以绿色凉亭设计为例，见图 9，设计师将大量的废旧牛奶盒进行回收，然后让这些牛奶盒随着已有钢丝的形状搭建，结合绿色生态原则，在牛奶盒里种植天然植被，使其在炎热的夏天达到了乘凉、避暑的功效，既环保又效益。该设计的出现引起了游人记忆与情感的双重共鸣^[9]，既传达了设计的教育价值，又激发了群众的环保意识，为情感化设计的发展提供了良好的借鉴。

4 结语

随着人类需求层次的提高，情感化设计成了当下的热门话题。公共空间环境的与时俱进离不开情感化设计，它是人们认知和感知环境的重要媒介。在公共空间情感化设计中，形态、色彩、功能与材质四大要素都起着相当重要的作用，紧密结合本能层次、行为层次、反思层次三大层次特性，使之在满足大众情感需求的前提下，达到情景共鸣的镜像，从而更进一步地增强设计品味、激发空间活力、优化环境风貌、提升城市形象。

参考文献：

- [1] 杨玲, 刘富升, 王亚丽. 城市户外坐具情感化设计研究[J]. 包装工程, 2017, 38(8): 156—161.
YANG Ling, LIU Fu-sheng, WANG Ya-li. Emotional Design of Urban Outdoor Seats[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(8): 156—161.
- [2] 戴菲. 公共空间家具的情感化设计[J]. 包装工程,

- 2012, 33(4): 110—113.
- DAI Fei. Emotional Design of Furniture in the Public Space[J]. Packaging Engineering, 2012, 33(4): 110—113.
- [3] 侯飞. 浅析公共空间设计中的趣味营造[J]. 设计, 2014(7): 65—66.
- HOU Fei. On the Fun Construction in Public Space Design[J]. Design, 2014(7): 65—66.
- [4] 丁琴. 论色彩在艺术设计中的表现及其特点[J]. 黄山学院学报, 2006, 8(4): 174—176.
- DING Qin. On the Representation and Characteristics of Color in Art Design[J]. Journal of Huangshan University, 2006, 8(4): 174—176.
- [5] 潘怡. 当代环境设计中色彩运用的新观念及美学意义[D]. 杭州: 中国美术学院, 2009.
- PAN Yi. The New Concept and Aesthetic Significance of Color Application in Contemporary Environment Design[D]. Hangzhou: China Academy of Art, 2009.
- [6] 杨吟兵, 方凯伦. 数字化背景下城市公共设施的人性化设计[J]. 包装工程, 2016, 37(10): 90—93.
- YANG Yin-bing, FANG Kai-lun. Humanized Design of Urban Public Facilities in Digital Background[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(10): 90—93.
- [7] 邬超慧. 情感化设计的研究现状及发展趋势[J]. 科教导刊, 2013, 34(15): 155.
- WU Chao-hui. Research Status and Development Trend of Emotional Design[J]. Science and Technology Guide, 2013, 34(15): 155.
- [8] 陈黎陵. 反思层面的情感化设计[J]. 艺术与设计, 2008(12): 155—157.
- CHEN Li-ling. Emotional Design of Reflective Level[J]. Art and Design, 2008(12): 155—157.
- [9] 周杨, 张宇红. 情感化设计中的记忆符号分析研究[J]. 包装工程, 2014, 35(4): 70—74.
- ZHOU Yang, ZHANG Yu-hong. Analysis of Evocative Symbol in Emotional Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(4): 70—74.