

基于情感交互理论的新中式家具设计方法研究

徐梦蝶

(南京理工大学, 江苏 南京 210094)

摘要: 目的: 研究新中式家具设计中的情感交互层次及设计方法, 为新中式家具设计提供新的思路和视角, 满足用户的功能需求和情感需求, 使新中式家具产品能为用户提供更愉悦和舒适的体验, 提升家居环境的舒适度。方法: 分析比较突出的现有新中式家具产品的设计亮点, 归纳并总结出新中式家具情感交互设计的方法。结论: 通过结合情感设计和交互设计的设计方法, 使新中式家具既能满足用户情感和文化的需求, 满足用户的心理期望, 又能符合当代生活方式和习惯, 促进使用者、家具产品和家居环境的交互关系, 提升用户体验感。

关键词: 情感设计 家具设计 新中式

DOI: 10.12319/j.issn.2096-1200.2023.26.125

一、引言

工业设计时代由理性时代转向感性时代, 大量的设计是种种能够引起诗意反应的物品^[1]。家具作为生活的重要组成部分, 人们对家具的需求已经超过了基本的形式和功能, 转向更深层次的情感、审美和文化等精神。用户的情感体验来自于产品、与产品的互动以及被勾起的回忆和情感。借由与自己亲密接触的物品来表达自我、寻求认可, 这是用户选择家具的重要原因。

新中式家具蕴含丰富的文化内涵, 传承中国传统文化, 在满足人们的审美、情感和文化需求上, 具有得天独厚的优势。将情感交互理论导入新中式家具设计的流程中, 能满足用户对产品的感性需求, 促进用户与产品的情感共鸣和互动交流。情感交互设计是一种设计师、家具和使用者之间进行情感对话的设计方式^[2], 能够激发用户积极的情感、让用户体验中式家具文化的魅力, 使用户获得认同感和追寻自我价值, 获得更深层次的、更舒适的用户体验。

二、新中式家具设计中情感交互理论的导入

(一) 新中式家具设计情感解析

随着国力强盛、经济发展, 人们越来越喜欢中国传统文化, 寻根溯源, 蕴含着传统文化和当代创新精神的新中式家具正是人们所需要的。当代生活理念是新中式家具设计的动力, 传统文化是新中式家具设计的核心源泉, 二者结合就是用户对新中式家具最根本的情感需求。设计师需要把握新中式家具设计中的文化核心, 结合情感交互理论, 设计出满足用户对传统文化的情感需求的新中式家具。

文化载于器具, 传统文化作为新中式家具设计的根本, 对设计的影响深远。新中式家具设计中蕴含的传统文

化主要包含中国传统思想、传统艺术美学和传统材料工艺。中式家具所体现出的中国传统思想以儒家的“中庸之道”为主, 中和中正、人与自然和谐统一的思想造就了新中式家具含蓄内敛、沉稳雍容、和谐共生的情感境界, 通过家具的形式呈现, 展现古朴、深厚的东方文化; 传统艺术美学则更为丰富, 雕塑、绘画、陶瓷等丰富、多元化的文化艺术是新中式家具形式设计的源泉, 对传统元素进行直接运用、提炼概括和创新变革都是新中式家具设计运用传统文化元素的方法; 传统材料工艺是新中式家具设计的重要元素, 可以让用户感知到东方文化和审美的情感, 因为传统材料工艺也多受到传统思想的影响, 包括玉石、木料等材料的选择。用户选择新中式家具, 是看中产品能带给用户的情感需求和文化共鸣, 能满足用户对传统文化的热情和审美情趣, 这是用户对新中式家具的情感期望。所以, 如何确定用户对产品的情感需求, 建立用户与产品之间的情感联系, 满足用户深层次的感官体验和情感体验, 是值得思考的。

将情感交互设计导入新中式家具就是为了满足用户对家具产品和传统文化的情感需求, 通过设计将中式传统文化和美学展现于用户的欣赏和使用过程。新中式家具的情感设计主要基于新中式的“新”和“中式”。“新”是指中国当代文化和当代用户生活方式的革新, “中式”是指中国传统文化意蕴的表现, 但“新中式”不仅仅是将传统元素借鉴到现代的生活中, 设计师需要思考现代的生活方式和家居环境, 使传统文化和当代生活理念和谐融合于产品, 在设计中探索中国传统文化和现代生活方式的真正内涵, 在设计中融入更多的情感因素, 从而呈现出令人愉悦、沉浸的家具, 使用户在初体验和持续体验中获得更多的情感

共鸣。

（二）新中式家具情感交互设计价值分析

家具产品在设计中包含着设计者的情感和精神，在与用户交互过程中被赋予了用户对生活的期望和情感，家具产品联结着设计者和用户的情感沟通。所以，家具产品的情感设计对设计者和用户都有非常重要的意义。目前的家具产品多是注重产品的物理属性，而忽略了用户对家具的情感需求，存在千篇一律、过于单调乏味的问题^[3]。新中式家具包含着传统中式文化、当代生活理念和审美情趣等多样精神，它们的表现形式都值得去探索，让新中式家具不只是一种风格符号，而是文化与情感的交融，是未来的生活的引导。

将情感交互理论引导新中式家具设计中，不是局限于产品的设计，而是要将家具、空间、活动、情感看作一个整体进行设计。家具承载、映射着用户的情感，用户在空间中与家具进行活动。在这个过程中，设计师先将情感及理念融入家具中传递给用户，用户在与家具互动的过程中获得情感体验。设计师在新中式家具设计的流程中运用情感交互理论，深入研究用户对产品的情感需求，将新中式家具的文化内涵和审美情趣融合对当代生活的理解注入产品中，呈现在用户与家具交互的过程中，丰富用户情感体验，提升产品质量。

三、新中式家具情感设计层次与导向

需求是设计的动力，人们对产品的需求由基本的功能需求逐渐增加到对产品的情感需求，从物质需求提升到精神需求，所以设计由理性设计转变为感性设计。用户由家具产品引发的情感，包含人与物交互过程中的所有情感体验，这些都源自产品的情感设计。通过情感交互设计，设计师将工艺技术、设计艺术与人文情感相结合，在新中式家具设计中融入情感属性，更好地表现出新中式家具独特的情感体验。

用户的情感体验来自对产品的多种体验，包含生理和心理的体验，这种体验因人而异，并且具有时效性和复合性。产品的情感体验与用户本身也息息相关。根据唐纳德·诺曼的情感化理论，可以从本能、行为和反思三个层面来解析新中式家具设计的情感产生来源和情感设计因素。

（一）本能层面

本能层面的情感体验主要是感官印象，是人与家具产品交互时，本能地、直接地通过多通道感觉所体验到的情感，这并不仅对应于“家具设计的外形”，还包括一切通过感官刺激激发出的情感体验。在这个层次上所激发出来的

情感，是最直接的情感，尽管大部分都属于比较低级的情感，但让普通用户最容易理解和接受、最直观和最明显的就是这些情绪的刺激。在设计中，设计师从新中式家具的尺度、造型、负空间、材料、工艺等来掌握设计，给用户营造和谐、愉悦的直观感受，吸引用户的目光，与用户形成情感共鸣。

（二）行为层面

行为层面的情感体验来自人们对物的使用中所感知和体验到的情感体验，主要是产品的好用、易用给用户积极的情感，让用户乐用。用户与产品的交互行为，是行为层面的情感体验核心。家具产品的可用、易用是非常明显的，在很多家具的形态中就体现出它的功能和用途，而这种高效率使用所带来的情感体验，就是高效、轻松的愉悦感。行为层面的情感是人与家具产品互动过程中所产生的真实感，直接与家具互动的行为给用户舒适、放松的体验感。新中式家具产品的行为层面的情感体验设计，不仅仅要考虑到用户的基本需求，还可以在设计中增加趣味和彩蛋，让用户眼前一亮，更好地参与到家居生活。

（三）反思层面

反思层面的情感体验是需要用户审美、回忆、情感和文化参与的深层次体验。这个层次的情感体验最为复杂，是家具给用户带来的长久的文化情感体验，融合了产品、设计师和用户的内涵。新中式家具融合了对传统文化和当代生活的理解，在产品中表达了其具有的时代和文化的意义，激发用户的思考，给用户带来深层次的情感交互体验。反思层面的情感让用户在选择新中式家具时，非常重视家具表现出的文化和情感，甚至超过了产品的功能。

三个层面的情感是互相融合的，在设计中，设计师应深入研究不同用户的情感需求，将其转化为设计导向。新中式家具情感设计的设计导向，可以归纳为以下三个方面。第一，新中式家具设计应该有目的地激发用户积极、正面的情感，比如激情、亲密和承诺三种形式的情感，建立良好的人与产品的情感关系。第二，新中式家具在设计中传承中国传统文化，体现中式文化内涵，满足用户对传统文化审美情趣和文化内涵的需求。第三，新中式家具承载着用户对于中式家具、传统文化和当代生活的理解和意趣，也是用户自身情感的呈现和展示，使用户表达自我的身份、个性、价值观和生活方式，使用户获得被认可的满足心理。

四、新中式家具的情感交互设计方法

新中式家具设计的核心在于如何结合传承传统文化的

“中式”理念和适合当代生活的“新理念。”新中式家具设计,包含了对家具的尺度、造型、负空间和行为方式等方面的考量。将情感交互理论引入新中式家具设计中时应充分运用造型、材质、色彩等设计元素呈现不同的情感属性,满足不同用户的心理需求,给用户带来不同的审美、文化体验。其次,用户与家具的交互行为也是设计的重点。设计者对家具的使用行为进行设计时,需要考虑到使用者的生活方式、习惯和心理,从而提升用户使用的体验感,提升用户的情感体验。

(一) 审美层面

外观造型是用户对家具的第一印象,充分利用形式美和造型原理对家具的外观形态进行设计,使家具产品在形体、尺度、色彩等方面和谐一致,达到令人视觉愉悦的效果^[4]。新中式家具的形象设计,不应止于符合风格,应该由表及里,寓意于形,形意结合,既突出中式文化内在的魅力,又符合当代生活的需求。

造型与尺度:产品的造型可以传递引起某种联想或心理、情感效应的信息^[5]。新中式家具的造型与尺度密不可分,古代匠人为了尺度的和谐和造型的美感,创造了精美的榫卯结构,这是新中式家具最独特的语义符号,是中国传统文化和设计的集美之作。新中式家具受到传统文化的影响,在外观上追求自然中和、精美简洁的感觉。新中式家具设计通过造型和尺度的亲和力来表达情感,而对文化的亲和力是最主要的情感元素。在设计中,设计者可以使用能唤醒用户情感记忆和文化精神的形态元素,结合造型原理,实现造型和尺度的和谐统一,满足用户审美情趣的情感需求。上下的“大天地”碳纤维椅(见图1)简化了明式座椅,保留符合人体工程学的靠背板。四腿与椅面的连接节点细节设计精彩,整体造型,四腿八挖,稳健规矩,方圆有度,空灵劲挺,具有明式座椅的形式美学基因,给用户以传统的文化基因和现代的简洁的情感体验。

材料与工艺:材料是家具设计呈现的载体,材料与表面处理工艺共同构成,由家具产品所呈现的材质和肌理,对用户感官和情感体验的影响至关重要。家具的材质和肌理不仅可以通过用户的视觉传递体验,还可以通过用户的触觉、嗅觉、听觉等感官给用户带来不同的感官体验。其中,视觉和触觉是最为重要的两种情感体验方式。用户通过视觉感受材料品质和工艺效果,通过触觉感知材料的特性,且在与家具交互过程中获得持续的使用体验和长久的情感体验。对新中式家具而言,新的材料和工艺是新中式家具创新的重要的方式。运用现代工艺和材料诠释传统文

化,新旧碰撞给新中式家具设计带来了无限可能。上下的“大天地”碳纤维椅(见图1)在明式座椅形态的基础上做减法,但运用了新材料、新工艺的技术,对传统文化元素进行诠释,更加突显了椅子的稳健劲挺,且不失轻巧,给用户展现了传统文化与现代生活的融合,满足用户的自我情感体验。

色彩:色彩的运用在设计中是呈现产品特性的重要方式,能表达出家具的情感,提升家具的审美价值。色彩可以给用户在对产品的第一印象就带来不同的、强烈的情感体验,丰富家具产品的情感元素。在中国传统文化和新中式家具中,特定的色彩具有一定的文化象征意义,尤其在呈现特定的传统文化的时候。传统的中式家具受限于材料,色彩并不丰富,而现代工艺与材料的发展使得新中式家具的色彩选择与搭配可以呈现出更多的创意和文化的设计。将文化内涵、现代生活理念与色彩结合,丰富用户的情感体验。比如,周宸宸设计出的 Oriental系列的椅子(见图2),通过线条的提炼、色彩的重组,用简约之「形」,展现东方之「态」,融汇了更多东方元素,想要创造出一套独特的东方风格。工艺和材质的发展使得家具造型突破传统,更加符合现代用户对时尚和个性化的情感需求。



图1 上下“大天地”系列碳纤维明式椅



图2 Oriental 系列

(二) 交互层面

大部分的新中式家具功能都是简单明了的,用户基本

从造型上就明白产品的使用方式。家具产品的使用方式单一,给用户带来的交互情感体验也比较简单。当代生活的理念和方式是新中式家具的创新设计源泉,结合传统材料工艺和现代家具,设计出符合现代空间和行为的家具,既满足了用户使用需求,也满足了文化精神需求 and 自我认同感。在新中式家具设计中增加有趣好玩的互动方式,可以提升用户的情感体验,丰富用户与家具的交互内容。交互性可以被理解作为一种双向互动的性^[6]。用户在使用家具的过程中获得乐趣,获得愉悦的情感体验。

第一,物理操作交互。用户对家具产品的实物操作交互,在普通的新中式家具中都可以实现,比如推拉、选择、拆卸、拼装、组合、改造等行为。设计师可以通过设计赋予这些交互行为一些趣味性,使用户在体验中获得愉悦的情感体验。但设计师也可以基于古代文化,还原古代生活方式,满足用户寻古、仿古的情感需求。其次,设计师需要注意用户的行为以及与家具互动整个过程的行为交互,打破一成不变的行为方式,融入体验与情感的互动。平仄的“放慵”(见图3)兼具摇椅的使用方式和躺椅的人体工程学曲线,结构则是中式的榫卯,材料是黑檀和手工编藤,却体现出古代生活的惬意慵懒的生活方式与精神意趣,同时也适应了现代的空间和生活方式。这是一件独特的新中式家具,以不同于古代的、新的生活方式,加上传统材质和结构,满足使用者中国传统文化的认同和自我价值的找寻,给用户愉悦、舒适的情感体验。



图3 “放慵”摇椅

第二,人机智能交互。随着工业4.0时代大背景的趋势,家具产品开始尝试融入智能化、交互性设计。家具智能化的发展符合以人为本、以用户为核心的设计原则。智能化的技术为用户与家具的交互行为提供了更多可能,让

家具设计更好地兼顾功能和形式。相比于传统家具仅有的物理操作,智能交互家具更注重用户与家具的交流,而在新中式家具设计中加入人机智能交互设计,不仅能满足用户的功能需求,还能增强用户对产品的情感体验。当家具不只是单纯的功能性产品,而是作为可以交流、互动的综合性产品时,用户体验感、幸福感会随之增强。

五、结语

科技高速发展,人们对情感的需求更加迫切,高技术需要高情感的补充。新中式家具作为独特的蕴含着传统文化内涵和当代生活理念的产品,与人们的生活息息相关,人们对家具的理性需求转变为感性需求。将情感交互理论运用于新中式家具设计上,这是一个新中式家具设计的创新尝试。以往新中式家具设计更关注于家具产品本身的创新,对用户需求的研究更多在于人机工程学等方面的生理性需求。但家具不仅是一种简单的功能性物质产品,还能使人在接触和使用的过程中,产生丰富的联想^[7-8]。因此,设计师需要探究不同目标用户的情感需求和多样的生活方式,以此作为新中式家具设计的突破点,结合科技、艺术和文化,设计出满足不同用户情感需求的家具。

参考文献

- [1]第亚尼·马克.非物质社会——后工业世界的设计[M].滕守尧,译.成都:四川人民出版社,1998.
- [2]孙辛欣,许柏鸣.基于情感交互理论的家具设计研究[J].包装工程,2016,37(14):113-116.
- [3]李静,黄生.现代竹家具情感化设计研究[J].家具与室内装饰,2015(1):28-29.
- [4]罗剑.约定俗成——家具中形式美的法则[J].家具与室内装饰,2014(10):30-33.
- [5]吴平.面向用户体验的产品细节设计[J].包装工程,2016,37(6):71-74.
- [6]安娃.交互设计思维在服务体验中的应用[J].包装工程,2015,36(2):5-7.
- [7]吴智慧.家具的文化特性及其构成要素与设计表现[J].艺术百家,2009(2):100-106.
- [8]孙光瑞,张亚池.新中式家具情感化设计研究[J].家具与室内装饰,2014(4):11-13.