

无意识设计在产品中的应用研究

文/张云 刘曼琳

摘要: 本文通过对无意识设计的介绍并分析其在产品中的应用,以用户和产品之间产生的关系出发,了解产品在使用过程中无意识设计的体现,并从人的感官、文化历史风俗、环境场景、行为与习惯四个方面做具体分析,通过例子的介绍,更加具体地说明无意识设计在产品中的应用,最后通过总结提出执行该方法的具体步骤,以实现无意识设计在产品中的应用研究。

关键词: 无意识; 产品设计; 研究分析

随着生活质量的提高,人们对于产品的需求也越来越高,但是在这个产品丰富集合的时代下,却渐渐忽视了人们一些无意识或潜意识对于产品的真正使用方式的需求,本文就其展开研究。

一、无意识设计

无意识设计是一种全新的设计理念,它是在现有设计理念基础上出现的一种更加符合人们心理需求的设计理念,它是无意识行为的一种转化,将其转化成可见、可用的东西。表面上看,人的行为都是主动的、有目的性的,但实际上潜意识才是人精神和行为的主宰。无意识设计正是通过对人们这种潜意识行为的观察,然后将这些行为融入到适合的产品中,以满足人们的使用经验、使用习惯、心理需求。同时,在使用的过程中用户不需要过多的思考,从而提高产品的体验感。

在这里我们所说的无意识并不是指真的没有意识的参与,而是人们通过先前所作所为而留下的肢体记忆、思维记忆,以及条件自然反射的一种反应。

二、产品设计

产品设计是一项以人为本,挖掘并解决用户需求的具有服务性质的设计,从某种程度上讲,世界的发展因产品设计而不断进步。产品设计需要满足用户的需求、美学价值、易用功能和市场效应等方面,对于用户的生理及心理需求是设计至关重要的部分。

三、如何进行无意识设计

在潜意识要素中,我们将其分为四类,分别是人的感官、文化历史风俗、环境场景、记忆与习惯。

(一) 人的感官

人的感官,我们分为视觉、嗅觉、听觉、触觉以及味觉,这是我们人类身上的五大感官系统,通过这些感官系统我们能真切地体会到产品的特性,视觉能捕捉到产品的颜色、造型、大小等情况,包括产品所用的材料都源于视觉;听觉能感受到产品所想要传达的提示性,而正常的声音将会给人安全感,比如开水壶的声音告诉我们水已烧开可关闭电源,而有时候,一些报警装置,也是通过声音传达给人们;触觉是人特有的主观感受,能带来体验的价值,通过触觉我们能够感受到产品想要表达的细微信息,或冰或热,或凸或凹等,同时对于材料,触觉也是认知的

一种方式;最后,味觉跟嗅觉,据资料显示,嗅觉是在人的记忆中保持最久远的,但是并不是所有产品都会有气味的发出,而味觉通常用于品尝食品方面。

(二) 文化历史风俗

不同的地域、民族、国家都有自己独特的文化背景,这些不同的文化背景是人们形成一些行为习惯的重要条件,所以当我们把特定的文化符号和社会现象与产品结合,往往能召唤出对方的个人情感。好比我们国家的人们喜爱过阴历春节,而春节来临时人们往往会下意识地去购买对联、灯笼、窗花等来装扮,这就是由我国的历史文化以及民俗形成的下意识行为,那么,我们把这种充满历史文化风俗的元素应用于无意识设计当中,就会召唤出人们对于团聚喜庆的向往。

(三) 环境场景

环境与场景同样会影响人的情感,通过情感的流露而展示出的行为也是人们无意识的一种表现。深泽直人曾说:“在日本,物与环境之间的关系比物体本身更重要,物体是一种和谐的一部分,我开始停止构想仅仅是有趣的外形设计,而去考虑物体之间的关系。”就好比一杯热水,我们只有在寒冷的情况下才会想喝热水,那么这个寒冷就是环境,是这个环境让我们有了想喝热水的行为,所以热水是为环境产生,那么产品也一样,一件产品如果不用在跟他相符的环境里,那么就是无用的,相反因为这个环境而产生的产品我们都会下意识地使用,由此看出环境与场景是无意识设计的重要因素。

(四) 记忆与习惯

重复操作即成习惯,而这种行为习惯是潜意识里最大的表现之一,这种重复的操作产生的行为我们称之为“肌肉记忆”,而这种肌肉记忆在一定的条件下就会形成条件反射,那么这就是我们所说的无意识行为,比如反复练习骑车的平衡感,当你习惯骑车,就无需思考,你的肌肉记忆就会帮你完成所有动作。人们更多地也是需要这种因为反复操作而形成肌肉记忆的行为的设计,人们希望产品在使用的时候,不需要考虑其使用方式,就像傻瓜相机一样,我触碰一个按钮就可以完成拍照的功能,而不需要像单反相机那样,经过多次调解才能拍摄出满意的画面。人们总是希望把事情简单化,在有

限的时间里能做更多的事情，而不是把精力耗费在一件事情上，所以无意识设计非常重要。

四、案例分析

关于无意识设计的应用，日本的深泽直人应用得最为广泛。深泽设计的一款带托盘的台灯，让我们设想一个场景，当结束一天工作，拖着疲惫的身躯回家后，你会放下钥匙然后顺手打开台灯，而这款台灯的设计便是巧妙地抓住这个细节，把台灯的底座设计成盘子的形状，你可以很随意地把钥匙丢进盘子，这样台灯就会自动亮起来；而当你打算离开的时候，在取走钥匙的同时，灯会自动熄灭，这样台灯就成了一天的终点和新的一天的起点。好的设计不一定具有亮丽的外观、奢华的装饰、昂贵的价格，而是在某些细节之处能够带给使用者意想不到的便利。

在他的雨伞设计中，我们可以设想这样一个场景：在多雨的季节，出行时我们习惯带一把伞，走累了，伞又可以充当起拐杖的角色，但是此时如果我们手里拎着较多东西，就只能把伞夹在腋下，而这时只要在伞的弯钩处再设计一个凹槽，这样伞把就多了一个功能——悬挂塑料袋。

还有他设计的一款CD播放器，也是无印良品的藏品。这款播放器的外形酷似一个排气扇，而且它的开关比较特别，为一条拉绳。可能有些人会有这样的记忆，就是儿时见到的电灯多为拉绳开关，而且那时我们还特别喜欢重复地拉动拉绳，让电灯不断地开闭，这个设计就是抓住了我们儿时的记忆。当我们拉下拉绳时，美妙的音乐便会响起，加上其特有的外形设计，使得CD播放器不再仅仅是一个用来听音乐的工具，倒像是一件艺术品，勾起我们已逝去的回忆，倾注了我们共同享有的美好情感。

深泽直人设计的饮料包装，不仅从外型上一眼就能让用户感知到饮料的原味，包装的外壳使用的也是和果品相似的材质，饮料摸上去是毛茸茸的，拿在手上仿佛就是拿着猕猴桃的实物。将水果和包装联系起来，盒子外形就是果皮的饮料盒，从视觉到触觉刺激着顾客的感官，让饮料显得更加新鲜和生动。几乎可以说无印良品售卖的东西都体现出了无意识设计这个设计理念，他大胆地运用这个设计理念，将产品做到极简，简约而不简单，这种看似简单的设计却大大地满足了人们的那种无意识的行为需求。

五、将无意识设计更多地运用到产品设计中的途径

（一）观察生活的细节

所谓设计师，就是帮助人们进行合理化的设计，所以设计师的设计是引导人们的使用方法和使用方式的重要来源，如何帮助人们更便捷，或更清楚地使用一样东西，就是设计师的职责所在，所以当下的设计师要热爱生活，体会生活，观察生活，这样才会从生活中发现问题，发现人们很多细小的使用产品时的无意识行为。

（二）对于人们的情感关注

对于情感的关注，是无意识设计的重点之一，心理学上提到，人是生活在一定的社会环境和自然环境中的统一体，所以设计环节中必须要考虑对人的情感因素，

以及周遭的环境因素，要把人、产品、环境作为一个统一的角度去感受，把无意识行为考虑到产品设计当中，切记不可变得复杂，虽然产品会保留用户的无意识行为，但是过多的设计元素会让人觉得繁琐，所以产品力求节俭，一目了然，不然无论设计创意如何精妙绝伦，但是与人所想抒发的情感以及环境对不上号，那么这个设计也不是一个成功的设计。

（三）从性别角度分析

人自出生就有男人女人之分，男女之间对待事物的看法、评价及选择都有不同的标准，对于无意识的行为也各不相同，要从男女生理、心理等不同方面的需求来分析其无意识的行为，与此同时，设计师还要注重用户的显性需求和隐性需求，要满足人们积极的情感，注重产品与用户之间的情感联系，从而针对这些行为，产生无意识设计以应用于产品设计。

（四）全面分析，舍劣提优

前面说到要细心观察生活，但是并非所有的无意识行为都是我们所需要的，比如随地吐痰，随手扔垃圾的行为是极其不文明的，像是这种行为我们要通过设计去做正确的引导，所以在找到人的无意识行为时不要盲目去设计，而是要辨别其优劣，好的无意识设计应该能够帮助人们更好地生活。

六、结语

用户在使用产品的时候，从产品的角度可分为使用前、使用中、使用后三个阶段；而人的认知情感分为执行和评估。用户使用产品后其执行与评估需要相互配合达成共识，看事物最终的结果与预期是否一致，所以无意识设计运用于产品中，会让产品更加具有人性化的功能，好似我未张口，你就明白我的想法一样。无意识的产品设计虽然看似简单，但却是一个很复杂的个体，想要设计出更加符合人们无意识行为的产品设计，还需要我们不断的努力。

参考文献

- [1]苏克.细节——设计的成与败[J].装饰,2008(8):106—107.
- [2]黄燕妮.回归产品设计的本源——浅析深泽直人的设计思想和设计实践[J].装饰,2008(11):112—114.
- [3]范斌辉.无意识在社会发展中的作用[J].企业导报,2010(1):267.
- [4]沙春发,卢章平,李瑞.一种理性的无意识设计方法[J].包装工程,2016(6):114—118.
- [5]赵紫汝,俞琳.“无意识行为”理念与产品设计[J].科技风,2018(18):209—211.
- [6]谷利敏,王时英.“无意识设计”理念在产品中的应用[J].包装工程,2018(10):174—178.

（作者单位：长春理工大学）