

产品的叙事设计研究

On immersion design of products

□ 吴蓓蓓

(郑州轻工业学院 艺术设计学院, 河南 郑州 450002)

[摘要]将叙事引入设计领域是希望设计作品能够像故事一样传递思想。产品的叙事因素分形态因素和功能因素。叙事作为设计过程中一个能够贯穿全局的工具,具有发现问题、描述概念、完善设计的作用。产品的叙事设计可从产品的形态、实用功能、情感体验三方面进行。

[关键词]叙事设计;产品故事;情感体验

[中图分类号]J504

[文献标志码]A

[文章编号]1009-3729(2011)04-0010-05

叙事,简单地讲就是讲故事,包括内容和方式两个部分,也就是讲什么故事、怎么讲故事。叙事的过程有物质和精神双重意义。叙事的物质意义体现为它表述了一系列的现实事件;而在表述的过程中,事件之中的人以及接受事件信息的人都得到某种或某些精神和情感的体验,这就是叙事的精神意义。叙事的物质意义表现为放在时间轴上的动态性和过程性的事件集合;叙事的精神意义也不是一次性的心理反应,而是具有时间性、连续性、过程性和变化性的。

叙事作为表达和传递思想的工具由来已久,然而将叙事引入设计领域的时间则并不久远。20世纪末,随着现代设计内涵和外延的扩展,设计不再仅仅为功能服务,而是越来越多地被赋予情感体验,人们开始关注“叙事”这一传统的表达方式,希望设计作品能够像故事一样传递思想、引人入胜。于是,“叙事设计”这一名词应运而生。叙事设计,从本质上讲,是将设计的对象、目的、限制等诸多因素以叙事的方式重新整合,包括重新规定因素间的联系和位置,从而产生设计

作品的一种设计方法。与叙事的双重意义对应,叙事设计也具有诉诸现实的物质性和诉诸情感体验的精神性双重特征。

从目前对叙事设计的研究来看,国外已经开始将叙事设计付诸设计实践,甚至作为设计课程用于教学环节;而国内的研究仅限于少数学者进行的理论探讨。在内容方面,目前的研究存在3点局限:(1)叙事内涵的局限性。目前设计中的叙事仅仅被当做传递信息的方式,研究设计概念如何通过设计作品叙述出来。然而在设计实践中,笔者发现叙事不仅是一种表达方式,也可以作为发现和完善设计概念的设计方法。(2)叙事设计内涵的局限性。叙事设计的提出是随着设计作品精神功能的诉求而产生的,但叙事设计并不仅仅适用于传递和调动情感,它在实用功能方面也有着独特的应用价值。(3)叙事设计外延的局限性。目前叙事设计主要应用于游戏设计、室内设计等,其应用于产品设计领域的研究尚属空白。针对上述局限,笔者拟从剖析产品和产品设计入手,充分发掘其中的叙事因素,找到

产品设计与叙事设计的结合点,进而突破叙事和叙事设计内涵及外延的局限,深入探讨产品设计中的叙事设计。

一、产品及产品设计的叙事因素

1. 产品的叙事因素

产品得以存在的两大基本要素是形态和功能,产品以其形态和功能提供叙事因素,在这两大要素中,形态是一种客观存在,功能则体现为过程和事件。以电视机为例,在形态上是塑料、玻璃和电子元件构成的长方形实体,在功能上则体现为“提供给我们影音享受”这一事件。

按照叙事因素的性质划分,产品的叙事因素分为两类,即形态因素和功能因素。

(1) 形态因素——作为叙事道具的产品。产品以形态叙事,主要表现为静态叙事,即产品可作为道具以其实体在叙事中充当叙述中心或者叙述的环境要素。这种静态叙事的载体往往是产品的形态。如图1所示,播放器界面上的3个按键以自身的形态表述了各自的功能,从左往右分别为:前一个曲目;播放;后一个曲目。

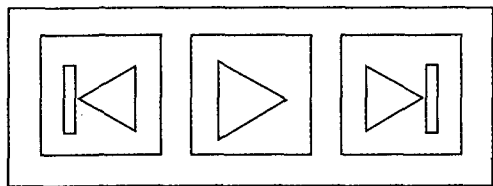


图1 播放器界面按键

(2) 功能因素——作为叙事事件的产品。在叙事的过程中,产品不仅可以作为道具在叙事中发挥作用,而且可以脱离它的实体形态,以其使用过程作为叙事的部分或全部事件。产品可以动态叙事,这时产品叙事的载体是一个过程。这里的过程有两种理解方式,常见的涵义是指狭义的使用过程,即产品购买行为发生之后用户的使用过程;广义的涵义是指一个包含整个产品生命周期的过程,包括生产制造、运输、销售、用户使用以及退出使用领域后的回收或废弃。以日本设计师深泽直人设计的CD机(见图2)为例,设计师抛开CD机的实体,将它作为由开、关、音量增、音量减、音乐放送等功能构成的事件,进而

寻找到这一连串事件的类比对象,即排风扇。这是一个令人惊喜的设计——设计师不再将产品作为道具,而是将其作为事件,并由此为CD机的造型找到全新的视点。同时,由于排风扇的相关事件与CD机的相关事件如此相似,所以熟悉排风扇的用户可以依照自己操作排风扇的经验理解此款CD机的功能。

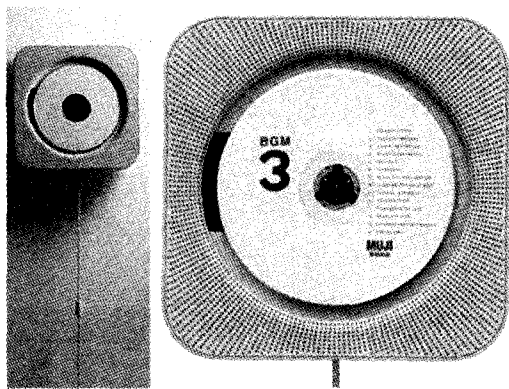


图2 深泽直人设计的CD机

2. 产品设计的叙事因素

(1) 为“事”而非“物”进行设计。设计不仅创造“人造之物”,更创造包括物在内的“人为之事”。为“事”设计,就是基于对设计对象进行全面的感性描述,通过对人为事物的内在联系和作用的理性重构,探求一般抽象的人为事物之事理。它将人为事物抽象为由内部因素、外部因素、目标、主体4个要素构成的一般结构,以考察要素之间的联系和作用。

艺术设计竭力将“物”变成“事”,从根本上讲是为了获取叙事中的生活经验和情感体验。对现代人来说,当基本的物质需要满足后,拥有“故事”比拥有更多的“物品”更为重要,它既反映了人类物质观念的变化和需要层次的提高,也反映了人类证明自己之方式的深度发展。^[1]

(2) 创造出“能引起诗意反应的物品”。美国俄亥俄奥罗拉战略地平线LLP公司创始人约瑟夫·派恩和詹姆斯·吉尔摩在1998年提出:体验将成为一种独特的经济提供物而开启未来经济的增长。体验是消费者对特定刺激物所产生的心理感受,它在本质上是个人的,是当一个人达到情绪、体力、智力甚至精神的某一特定水平时,在他的意识中产生的某种感觉。在体验经

济时代,设计应顺应个性化和多样化的消费倾向,通过实现产品的多样化、差异化和个性化为企业创造价值。叙事是实现这一设计诉求的重要手段。它一改过去的理性诉求方式,在设计的过程中,通过叙事把设计对象的原因、背景、过程、意义尽可能感性地呈现出来,并让它专属于这个设计对象,使这些设计中的体验成分构成关于这个设计对象的全部事件,并打包为可以搁在货架上的“产品故事”^[1]。叙事设计要求设计师能够创造出“种种能引起诗意反应的物品”^[2]。

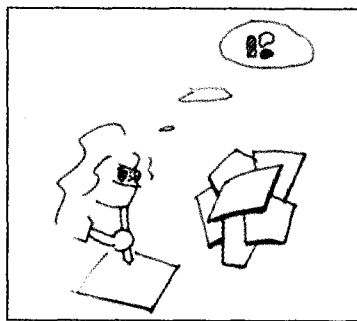
二、产品的叙事设计思维

设计的目的是发现和满足特定场景下特定人群的需求,而叙事正是以时间为主线将诸多变化的场景因素有序连接起来,所以叙事就成为设计过程中一个能够贯穿全局的工具。

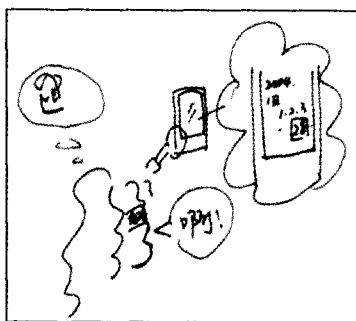
1. 用叙事发现问题

叙事就是将一个个场景放在时间轴上串联起来。用叙事发现问题,就是首先充分发现和设计构成场景的各个要素,然后在场景的要素之间或者场景过渡之间发现矛盾。这种矛盾就是有待设计改进的问题。问题,有可能体现为一种缺失的状态,也有可能体现为一种不良的体验或者不连贯的场景过渡。而解决问题的方式也有两种:一种是从无到有,进行全新的设计;另一种是从有到好,对事件或者道具进行改良设计。构成场景的要素包括用户、产品和环境。这里的用户是具有鲜明人物特征的用户,不仅仅是指产品的直接使用者,也包括购买者等间接用户。环境包括叙事的大背景,也包括某一事件发生时的小环境。

图3描述了主人公因为忙于工作而忘记父亲生日的故事。这个故事有两个场景:场景一,主人公忙于工作;场景二,主人公突然想起昨天是父亲的生日。在这个简单的故事当中,我们身临其境地体验到了其中的问题,那就是忙碌的工作常常导致我们忽略或者忘记一些关键的日子,



(1)



(2)

图3 主人公因忙于工作而忘记父亲生日的故事

这是一种非常糟糕的体验。

2. 用叙事描述概念

用于表述概念的叙事往往发生在产品设计之前。此时的产品概念已经有了一个主题,比如“我想设计一把可爱的椅子”,但是这个概念还十分抽象,如上述主题还并未为“可爱”一词找到清晰准确的落脚点。此时,叙事便是一个非常好的工具,用于将概念主题具体化、清晰化。用叙事描述概念,往往将产品作为一个形态模糊的道具,讲述一个关于用户的完整故事,而产品是故事中至关重要的线索。产品的概念便是一个由与产品相关的各个事件构成的集合,集合当中的各个事件就是产品应当满足的各种需求。

图4是主人公使用了某产品后得到及时提醒的故事:场景一,主人公对某产品提前进行了设定;场景二,有一天正当主人公忙于工作的时候收到了提醒;场景三,主人公百忙之中抽出时间,陪母亲度过了一个开心的生日。在这个故事中,产品的具体形态并没有出现,也没有具体的描述,但产品的概念已经非常清晰。故事中涉及产品的事件有两个:主人公提前进行时间设定和主人公收到提醒。因此,该产品应当满足这两个事件,即具有提前设定和及时提醒的功能。

3. 用叙事完善设计

用于产品设计的叙事有好的叙事和坏的叙事之分。所谓好的叙事有两大要素:一是故事情节过渡自然,情节合理;二是故事最后以喜剧结尾,也就是用户最后收获了愉悦的体验。做到上述两点的叙事就是一个好的叙事。好的叙事设计便是将故事中这个抽象的没有形态的产品实物化、形态化。若是没有做到上述两点,那么叙

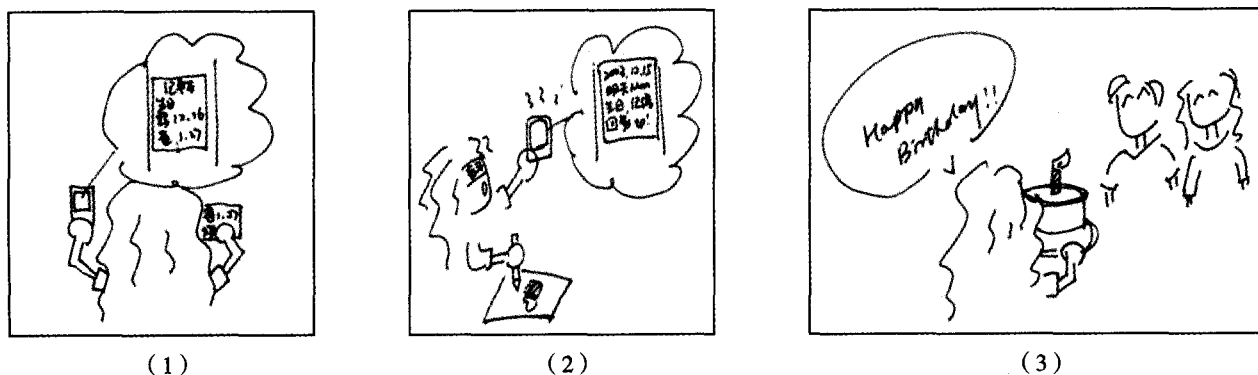


图4 主人公使用了某产品后得到及时提醒的故事

事仍需完善。用叙事完善设计时,着眼点往往在于各个场景间的过渡与故事的合理连贯程度,以及感人至深或者引人入胜的程度(见图5)。

三、产品的叙事设计策略

现代设计已经不再将人与产品之间的关系理解为单向的线性关系。现代产品实现价值的方式已经变成与用户进行多维的双向互动,而其价值内涵也已经扩展到由实用价值、情感价值、体验价值等构成的多重价值。

1. 产品形态的叙事设计

围绕产品形态进行的叙事设计,其目的在于使产品的形态因素能够准确、清晰、生动地叙事。若要做到这一点,需要借助产品语义学,即通过产品外在视觉形态的设计揭示或暗示产品的内部结构,使产品功能明确化,使人机界面单纯、易于理解,从而解除使用者对于产品操作上的理解困惑,以更加明确的视觉形象和更具有象征意义的形态设计传达给使用者更多的文化内涵。

在叙事设计中,充当符号之符形的就是产品的形态因素;符形传达符号之符义的过程就是产品向用户叙事的过程。产品形态因素的叙事设计就可以简要概括为如下3个步骤:(1)确定产品形态因素叙事的内容和方式,即确定符义。如:“直接明了地告诉用户这里是女厕所”中,“女厕所”是叙事内容,“直接明了”是叙事方式。(2)确定产品形态因素的视觉形态,即确定符形。(3)用户测评,检测产品形态因素是否按照预期的内容和方式进行叙事。

如图6所示,关于“女性”所要传递的信息有两个设计:以“形象直观”这一方式叙述女性时,可以用着裙装的女性形象;以“抽象间接”这一方式叙述女性时,可以用生物学中特有的女性的符号。

2. 产品实用功能的叙事设计

产品实用功能的叙事设计体现为对功能流程的分析(见图7)。功能流程分析开始于产品总功能的描述,然后向下细分为分功能,各分功能可一直分解到能够实现为止。功能分解过程

实际上是对产品不断加深认识的过程。功能往往用“动词+名词”构成的简明语句来描述,分别作谓语和宾语,具体说就是“操作+对象”。

以图8所示的ATM自动取款机取款流程为例,产品的总功能是“取款”,这一功能具体可以分解为由7个步骤构成

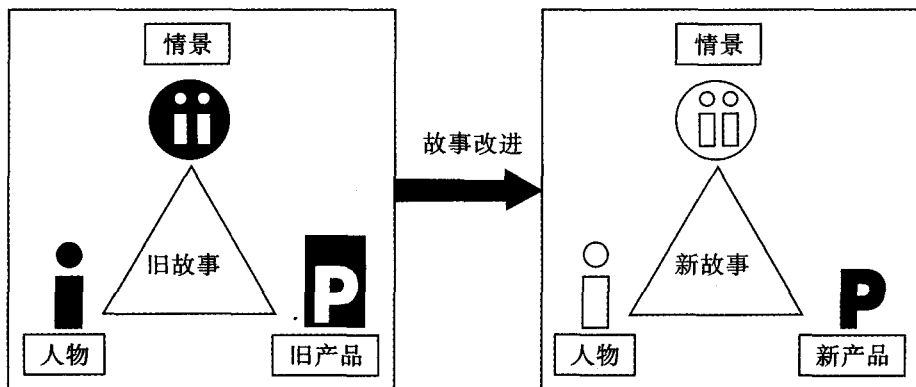


图5 改进故事进而完善设计

的功能流程。取款功能的实现需要通过用户对机器进行操作,机器接收到操作命令后执行运作,并将运作结果反馈给用户,用户依据反馈结果再进行下一步操作……如此反复直至达到预期的目的。这样的功能实现依赖于人与产品之间进行的一系列动作。

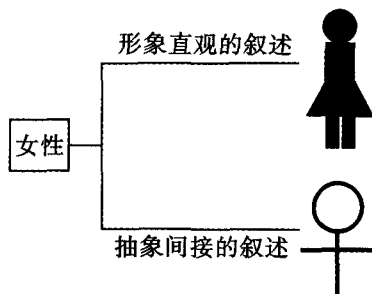


图6 关于“女性”的叙事设计

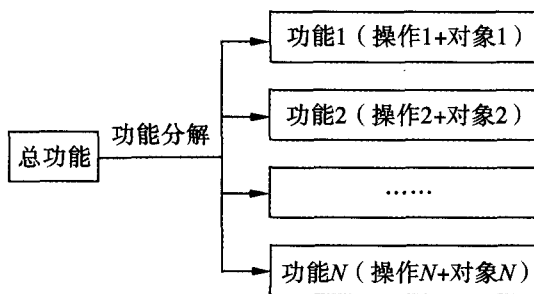


图7 产品功能分解图

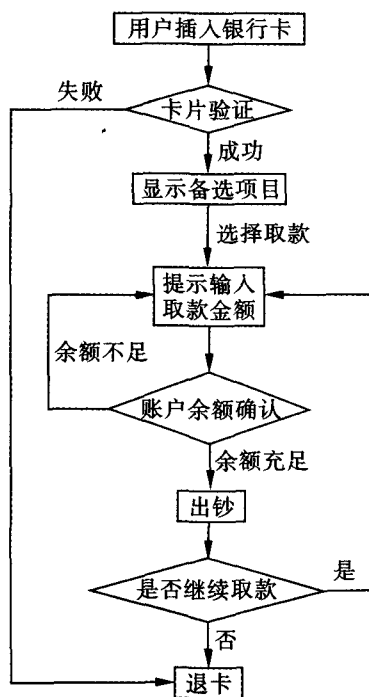


图8 ATM自动取款机取款流程

3. 产品情感体验的叙事设计

叙事设计之所以能够引起人们的广泛关注,就是因为它是一种视觉的、形象的、实践的、可参与的和变化着的事件。设计事件的可参与度越高,其被社会投射的注意力就会越大,用户的体验感受就会越强烈。很多时候,人们消费的目标不再是产品本身,而是参与其中的过程或者是体验活动的乐趣。^[3,4]

图9是 Droog 设计的脂肪灯,造型是一个放大的灯泡,灯内盛着油脂,灯的光源藏在油脂中。开灯后,油脂受热慢慢融化,呈现出明媚的橘黄色。熄灯后,油脂慢慢变冷变暗,直至脂肪凝固成乳白色,灯又变回原先的状态。设计这盏灯的目的就在于以其使用过程进行叙事,展现光亮变化的过程,并在整个过程中让人们不自觉地随着灯光的细微变化放慢生活节奏。^[5]

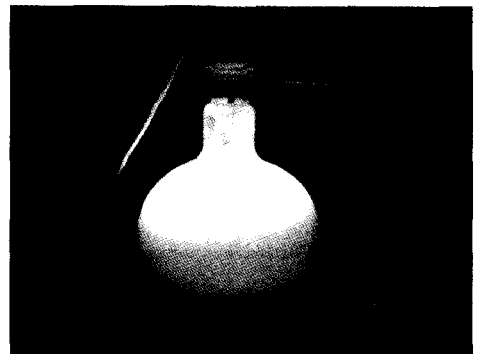


图9 脂肪灯(Droog)

【参考文献】

- [1] 屠曙光. 设计的叙事——论后现代设计中的非物质设计[J]. 新美术, 2008(5): 98.
- [2] [美] 马克·第亚尼. 非物质社会[M]. 滕守尧, 译. 成都: 四川人民出版社, 2005: 5.
- [3] 吴峻. 叙事: 一种室内设计的手法[J]. 室内设计与装修, 2003(6): 65.
- [4] 李沁如. 叙事性景观设计的修辞策略——从文学叙事到景观叙事的空间转向[J]. 郑州轻工业学院学报: 社会科学版, 2010, 11(6): 12.
- [5] 杜军虎. 论慢设计[J]. 装饰, 2008(11): 106.

【作者简介】吴蓓蓓(1984—), 女, 河南省驻马店市人, 郑州轻工业学院助教, 硕士, 主要研究方向: 工业设计方法。