

提高成年人的健康意识： 构建电子灯光与睡眠之间的情绪图像话语

曹 蒙

利兹大学 英国·利兹 LS2 9JT

摘 要: 睡眠作为人们生活中最重要的篇章,对他们的身心健康以及情绪状态都有着不同的影响。本文以情感化设计的角度,旨在探讨如何通过构建睡眠情绪化的图像话语,结合电子灯光对人们健康的影响,来创建能够引起目标用户共鸣的图形符号,以此优化目标用户的睡眠质量。首先,以情绪化的理论基础作为铺垫,强调视觉与图形在情感表达中的关键作用。其次,经过电子灯光对睡眠的影响和情感之间渊源的深入分析,提出了构建睡眠情绪图形化的设计原则,包括在设计的过程中重点强调视觉和图形二者之间的协同性,以及对目标用户的影响。最后,本文通过引入从过去到现在情感化设计的发展来说明该设计的未来趋势。包括在这个多元化背景下的情感表达,以及设计在面对未来的前景和挑战。总之,通过情感化设计来构建睡眠情绪化的图形并改善用户在睡眠上体验提供新颖的设计之路。

关键词: 图形创意;睡眠;情感设计;电子灯光颜色

1 当代青年人因电子效应引起的睡眠情绪

众所周知,睡眠对于人的身心健康是非常重要的。据调查显示,睡眠占了人们生命当中三分之一的时光,特别是青年人长期玩电子设备会导致失眠的症状,经过了几年的疫情洗礼,更加速了电子设备对目标人群的吸引力。根据专家的数据显示,在这个后疫情时代,拥有睡眠问题的人比往年增长了将近四分之一。然而,对于失眠的人来说,连睡眠都是他们的奢侈品,由此产生的各种疾病慢慢的接踵而来。

首先,睡眠不足会导致嗜睡症,导致昼夜节律的紊乱,让人有种昏沉感。注意力和记忆力都会随之下降,就算在白天,“困感”的表现也会很明显。其次,睡眠不足还伴随着情绪化的问题。例如:抑郁和焦虑症,最大的情绪表现就是生气、失落、烦躁、伤心。相反,长时间心理上的疾病,也会引起失眠。最后,医学专家认为,成年人正常的睡眠时间大概在6-8个小时。因为睡眠的时长过多或过少都对身体有一定影响,所以我们要学会科学的睡眠。一方面,人只有得到了充足的睡眠,在情绪上才会显示到开心。除此之外,良好的睡眠还可以治愈大部分的身体细胞,调节人的身体代谢。另一方面,稳定的情绪会帮助睡眠质量的提升——不用绞尽脑汁的去思考任何事情,无需焦虑和担心未来发生的事,才是好睡眠的必备心情。

2 图形符号在不同年代的发展

2.1 图形符号在海报中的作用

在这个信息化堆积的时代,各种图形信息传达着各自内

容的多样性,承载着丰富的信息量以及情感。并建立着与人们之间虚拟空间的桥梁。设计师们尝试着用各种不同的形式通过对图形元素的处理来表达对主题的呼应,并且能够引起目标人群在情绪上的共鸣。在某种形式上,传统的图形都是对客观物体的真实反应,然而,更多的是包含着内容的对事情批判的思想含义。例如:海报设计大师冈特·兰堡的系列海报。用的元素是土豆这种粗粮。其内容传递的是在二战期间,艰苦的日子依靠土豆来维持。因此,土豆在战争中与当时的人民结下了情缘。所以也对世界和平的概念深深的扎了根。但是,随着数据信息化的大趋势,铺天盖地的信息屡见不鲜。让人们慢慢对以前这种真实画面的吸引力不再有情绪上的反应。人们可能更加的喜欢简单而赋予着情感的图形符号,其内容直观而带着情感的共鸣。

2.2 现今对睡眠相关的宣传设计类型

从睡眠主题这个方向来看,从以前到现在,用于宣传人们睡眠意识常见的方法大概有两类。一方面,从设计的角度来看,主要是传统的海报形式出现在大众视野当中,其中一种海报是将与睡眠相关的消极图片、插画放入海报中并加上宣传语,以负面影响来引起激烈的效果,此外,就是以正面信息的插图呈现给大众。以平缓的情绪传达给大家——改善睡眠的方法,另一方面就是举办传统的会议活动,以文字口号印制在横幅上并挂在活动场地的中心或者制作一些相关的睡眠海报,小册子以及线上线下媒体信息的同时进行,其形式非常的平庸。活动的主要还是主办方请的相

关专业人士发表谈话来激发人们意识到睡眠不佳所产生的危害。然而,在任何主题的广告形式的海报中所采取负面情绪的模式都可能会产生相应的促进效应,但是好像不会影响他们的执行力。所以设计的图形和对此产生的效应是两个不同的概念。

3 情绪图形化的趋势

情绪图形化也可以称之为情感化设计。是一种心理上有意识的主观情绪感受(例如伤心或者高兴),通常可以通过人的面目表情识别出来。

3.1 情感化设计的概念分析

从理论上说,诺曼提出的情感设计涵盖三个级别,分别是本能、行为以及思考的等级水平。本能层面可以被认为是直觉,就是人们初次看见所给出本能感受。行为层面则是通过与物体触碰所表达出较为主观的感受。思考层面可以理解为通过对某个物体反复的使用和考虑,经过长时间的积累和沉淀所感受出来并值得回味的感受,令人记忆犹新。然而,对于当今的设计人员来说,这个部分才是最重要的,因为优秀的图形设计是个不断推敲的过程——反思,设计,深思,再设计,是具有强烈的理性思维。然而,随着数字媒体的发展,信息对人们来说,如果过于普通的作品,那一定会让人们过眼云烟。所以对于好的设计是一定要经得起推敲的。

3.2 情感化设计发展的变化

早在20世纪的时候,情感化设计就已经存在。这一概念是由孟菲斯提出的人性化设计。目的是反对当时的国际主义风格设计太过单调和冷酷。例如最典型的孟菲斯风格的设计,它用色不仅新颖、大胆,而且形状也是无规则的。并且将这一风格延续到了产品、家居、建筑行业的设计中。从概念上来说,这属于被定义的一种情感设计的风格。与之不同的是,现在的情感设计是可以让大众感受到这个设计是有具体目标方向的情感设计。例如:日本著名品牌无印良品旗下的设计——深泽直人的无意识设计,他的产品概念就是带托盘的台灯,想象你刚下班回家,拖着疲惫的身体走在床前,你放下钥匙顺便打开了台灯。但是这款灯人性化的地方在于你随手一扔在托盘上的钥匙,灯就会自动亮起。当你将钥匙拿走的时候,灯就会自动熄灭。

3.3 图形符号的优势

图形符号在设计和信息传达的优势在很多方面,首先,简洁性;减少冗长的信息元素,用简洁代表复杂,正印证了密斯凡德罗说的话就是简洁也代表了复杂。提炼最精简的部分,将易于理解的图形使目标用户以段时间内完成信息的获取。

其次,易记忆;简洁的图形会让人们更容易记住,尤其是具有情绪共鸣的图形。如果其背后有深层的含义,会更加

的记忆犹新。最后,就是跨文化的表达,图形符号是一种通用的语言,不受任何语言和文化差异的限制,跨越了地域和文化背景的不同。反之,他也有些缺点需要考量。难以创新,一旦设计到了跨越文化背景方面,都会使设计无法以创新的形式去体现。就好像Papanek在1970年代之后出了为真实的世界设计这一书籍后,提倡绿色设计、可持续发展作为关键词,类似宜家、无印良品这种绿色设计的产品慢慢的出现在大众的视野当中。其被认为与设计的再造力无法再继续同步,千篇一律的风格使设计师失去了一层属于他们的光彩。这么看来,好像设计师的光环好像与经济的量化成反比。

从图形与情感设计这个角度来看,不同风格的图形对人们在情绪上是具有差异性的。具体来说,人们对待太过繁琐和太过抽象的图形都不太容易产生情绪的波动,反而适中程度的图形更容易吸引人们的注意力。然而,图形符号就属于这种,因为它既没有插图那么复杂,也没有抽象图形那么单调。属于既能够识别出原本的图形形状,又能够与人们产生心情上的共鸣。这才是对人的情绪化最显著的图形样式。

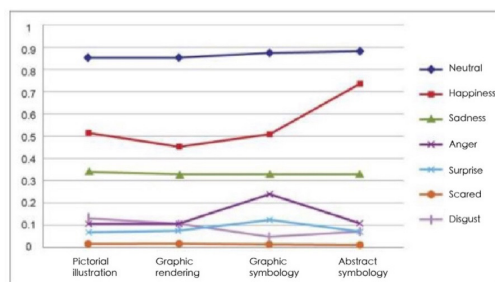


图1 情绪识别数据图

4 光的颜色对成年人的影响

在这个流量至上的时代,手机逐渐变成了承载信息的王者。人们对手机的频繁使用,从他们的身心健康方面来看,都受到了不小的伤害。研究指出,手机所发射出来的光波长要接近于蓝光的短波长,这种蓝光是对人体健康很不利。并且,在夜间,电子产品的运用会减少人体内的褪黑色素,从而导致睡眠障碍的发生。

从商业的角度来看,很多企业都在设计各种灯光颜色的产品来满足受众人群的需求。实际上,研究表明黄光已经被证实是对眼睛和睡眠最有益的灯光颜色。所以暖光灯既成为了保护眼睛的大趋势,又是商家所追捧的产品样式。但从灯光色彩对人们情绪的影响来看,另一个研究表明舒适度高的反而是冷白色。虽然黄色光占其次,但仍然是最有益于心率的黄色。从设计作品的角度来看,不仅是现在,其实早在1933年,当时的现代主义人性化设计大师阿尔瓦·阿尔托,他在战后为芬兰设计的医院叫做Sanatorium at Paimio,里面的大部分灯光都是以暖色为主,而且床头的灯光照射都没有直射着人眼,而是打向天花板,让灯光洒下来。让

(a) Score of comfortable feeling		(b) Score of comfort level		(c) Heart rate variability (HF)	
Chromatic lights	Average of score ± SD	Chromatic lights	Average of score ± SD	Chromatic lights	Average of Score ± SD
White-Ice	2.0 ± 1.6	White-Ice	2.0 ± 1.6	Yellow	1.27 ± 0.52
Yellow	1.1 ± 1.7	Yellow	0.6 ± 0.8	Orange	1.26 ± 0.40
Green	0.6 ± 1.8	Green	0.3 ± 0.9	White-Ice	1.11 ± 0.36
Orange	0.0 ± 0.8	Blue	0.1 ± 1.0	Green	1.05 ± 0.30
Blue	-0.1 ± 0.9	Orange	0.0 ± 0.9	Red	1.05 ± 0.18
Red	-1.7 ± 1.8	Pink	-1.3 ± 1.6	Pink	1.02 ± 0.29
Pink	-1.9 ± 1.7	Red	-1.6 ± 1.2	Blue	0.89 ± 0.14

* p < .05

图 2 浅色对人们舒适度和心率的影响

病人拥有家的温暖，感受极致的干净，安全 (Alvar Aalto, 1933). 综上所述，从以前到现在，灯光对人们的影响都是真实存在的。

5 对现有的图形类型分析

根据研究表明可视化的图形从真实到抽象之间概括了五个等级类型：摄影、插图、图形渲染、图形简化、抽象符号。然而，通过 Yu and Ko 的研究。从风格化来说，将其图形分为以下四种，其中抽象符号属于图形符号的一种：

5.1 插画的艺术

插画就是将文字的内容以视觉化的形式传达给人们。然而，最早在没有电脑技术的时候，海报都是用纯手工绘制的，因为通过手绘绘制出来的设计带着有着笔触的真实性的特点。更能够表示出图形语言的个性化视觉。例如在装饰运动时期平面代表设计师 Cassdel 最有名的海报作品——“诺曼底”号。直到现在插画的含义没有变，只是呈现的方式发生了改变。

5.2 图形渲染的发展

图形渲染则是追求真实效果的一种方式。1960 年代，计算机的问世。加快了计算机软体的多样性的发展。1970s，“软”设计的出现，在虚拟的世界里使图形有了质的变化，计算机将图形处理成具有预期效果的真实感。通过软件的直到现在，在此期间，软件的发展也是日新月异。从起初的艺术家 Harold Cohen 开发的 AARON 电脑程序来控制机械臂来作画。到独立的电脑绘画产品 The painting fool 的问世。不仅让设计人员减轻了大部分的负担。而且是画面的效果更加的绚丽多彩。直到现在 AI 的极速发展，数字图画已经无需人工这种原始的方式来凸显出设计师的理念。如今很多人在推测，未来是否 AI 将取代人类。但是真正的设计师的理念不是在于技术，而是在于思维的方式和创新。就算是 AI 绘制的图不也是需要人们的编辑才能够凸显它的价值。

5.3 图形符号的类型

图形符号就是将复杂的图形用简单的线条绘制，起到易记忆，易识别的作用。可其形态大致分为几何图形——三角形、正方形、长方形等。点线面的结合的抽象符号——

图形语言的最基本元素。抽象的形态是对具象外形的高度概括，最后就是有机形态——曲线和自然状态的图形，一切遵循着自然规律的法则。例如在早期的新艺术运动时期，设计分为直线派和曲线派，其中曲线派的代表——最有名的西班牙有机主义建筑设计大师高迪所设计的巴塞罗那圣家族大教堂就是最典型的。但是至今为止，仍在建设当中。直到二战后的德国的乌尔姆学院创始人 Otl Aicher 为慕尼黑奥运会所设计的系列象形图。然而象形图至今是越来越受到设计师的青睐，加上现在跨文化、跨学科的趋势。对于无交流障碍的跨文化背景角度来说，象形图是最优的选择，但是从情感共鸣的角度来说，象形图还是属于较理性状态的图形符号。

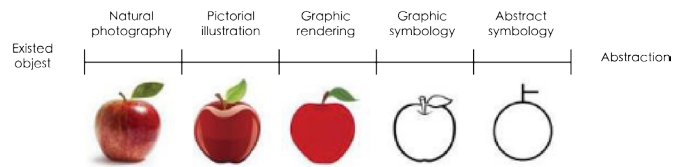


图 3 五个层次的图形风格

6 结论

在不远的未来，图形情感化设计越来越受到更多人群的喜爱。本研究基于对失眠青年人的视角来探讨灯光给他们带来的睡眠问题，并且针对睡眠问题激发的各种情绪，结合设计专业的相关知识，来探讨未来图形设计发展趋势。这种类型的设计可能会缓解目标群众的睡眠状态，帮助其身心得到适当的放松。其目的是创造一种富有情感表达的环境，并且能够深刻的影响用户的心理状态和情绪感受。提高目标用户在这个数字化时代对睡眠的意识。

参考文献：

[1] 李伟霞. 不同睡眠节律青年学生的心理学特征 [D]. 南方医科大学, 2017.
[2] 李丽, 梅松丽, 牛志民. 大学生智能手机成瘾及负面情绪对睡眠质量影响 [J]. 中国公共卫生, 2016, 32(05): 646-649.
[3] 何静文. 睡前手机使用对军校大学生睡眠的影响 [D]. 中国人民解放军海军军医大学, 2021.