

“通过声音寻找共鸣”：面向社交生活中安全感与身份认同缺失的产品设计

项目 – Echo Crane
5/2023 – 08/2023
产品设计 & 服务设计 & 体验设计 & 界面设计 & 交互设计



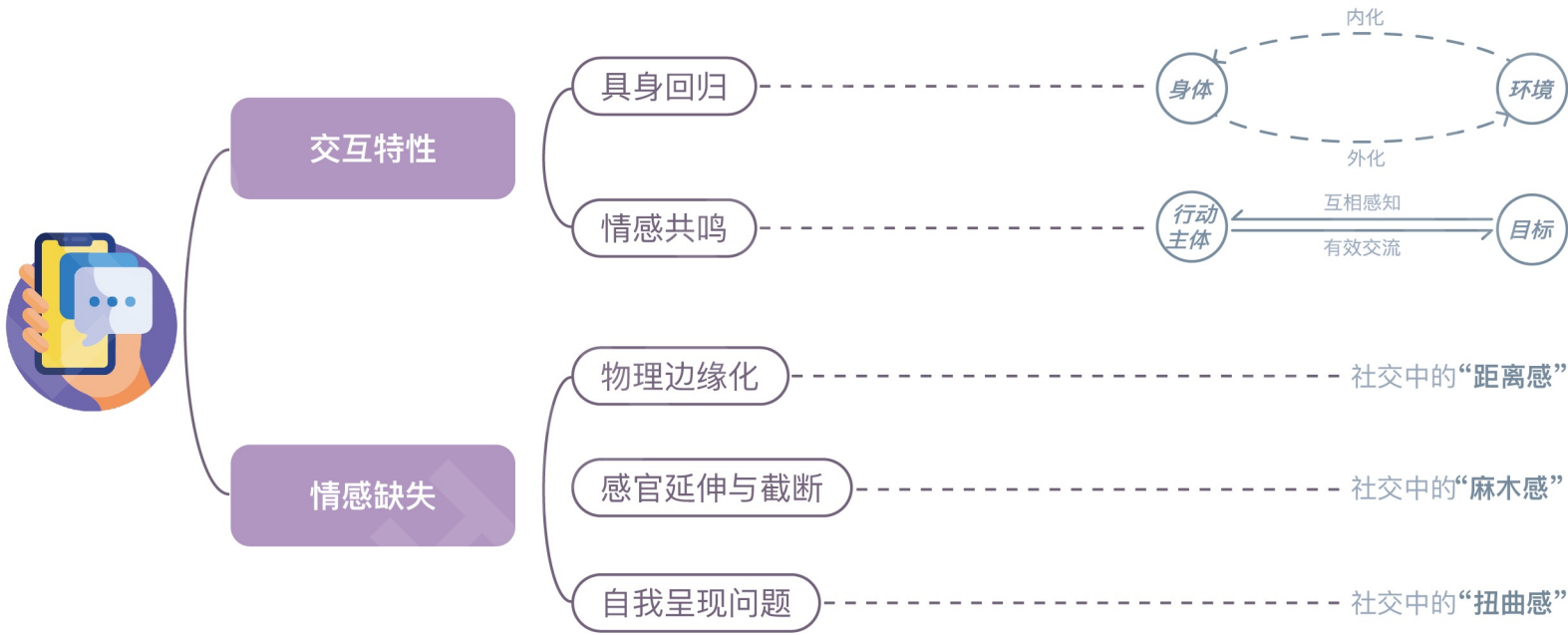
现在已进入新媒体蓬勃发展的阶段。然而，即便在这种看似更加便利的沟通环境中，许多人依然难以获得同理心和身份认同。本项目从声音出发，关注当代社会的冷漠现象以及个体的过度独立性，旨在将不同文化背景的人联系起来，探索他们的共鸣点。

该产品提出了通过声音寻找志同道合者的未来概念，由一个领夹式传感器和一款客户端应用组成。通过声音的传递，人们的深层记忆得以唤醒，继而产生情感和思考。未来，它或许会成为一种时尚单品，自然而然地融入人们的日常生活。

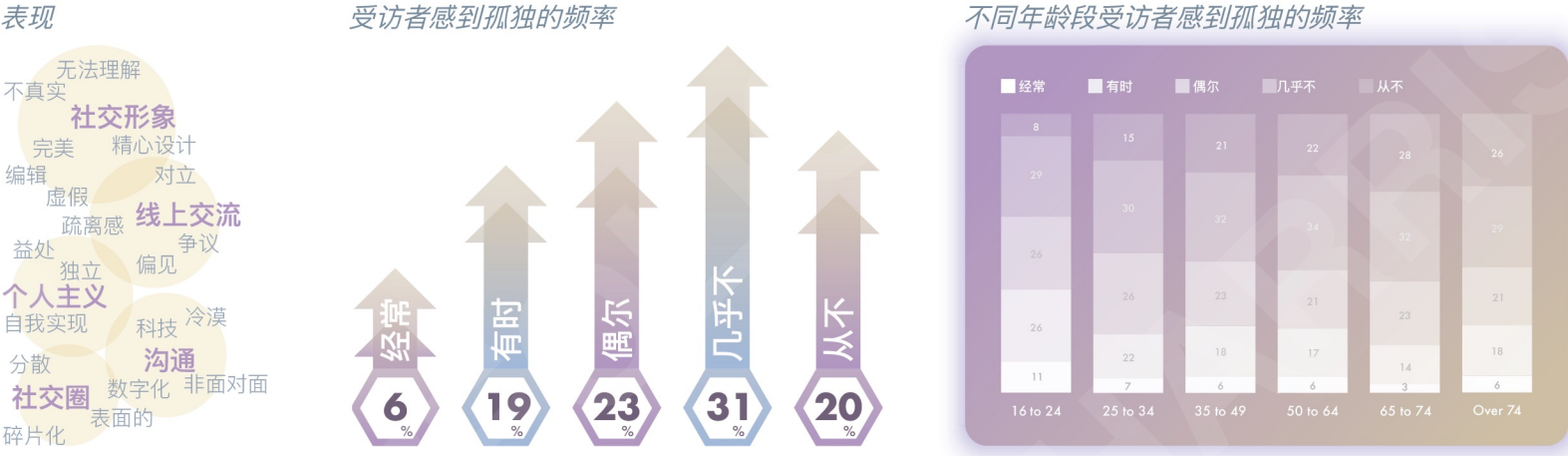
Echo Crane – 设计概要和项目目标

项目背景

在**新媒体**时代，用户的社交方式发生了根本性的变化。然而，这也对交流主体的具身回归带来了**严重的阻碍**。在社交互动的过程中，**情感共鸣的缺失**现象日益显现。



缺乏共鸣



新兴媒介



ASMR



直播



声音约会软件



音乐社交软件



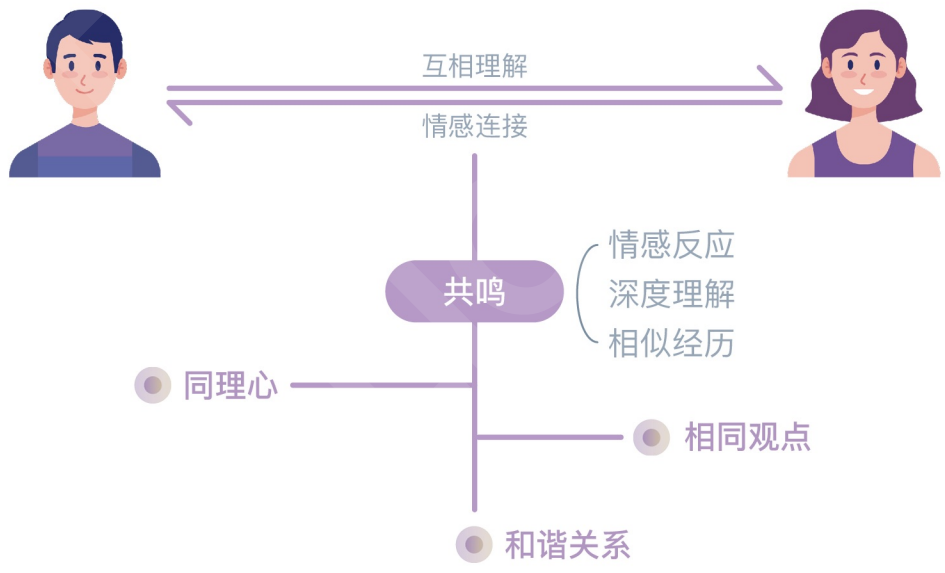
VR & AR

二手调研

什么是共鸣

“共鸣”可以用来描述一种个体之间**情感**或**认知**上的联结状态。

产生过程



缺乏共鸣的原因

- 1 先天因素
- 2 教育环境
- 3 性格特质
- 4 社会文化

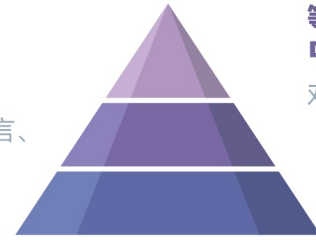
以下是共鸣的一些作用：

- 促进相互理解
- 建立联系
- 给予情感支持
- 创建更好的社区
- 推动变革
- ...

共鸣层级

等级 3 基础共鸣

相似的经历、认同、背景、共同语言、相同的文化成长背景.....



等级 2 中等共鸣

对事物的相似感受

等级 1 高级共鸣

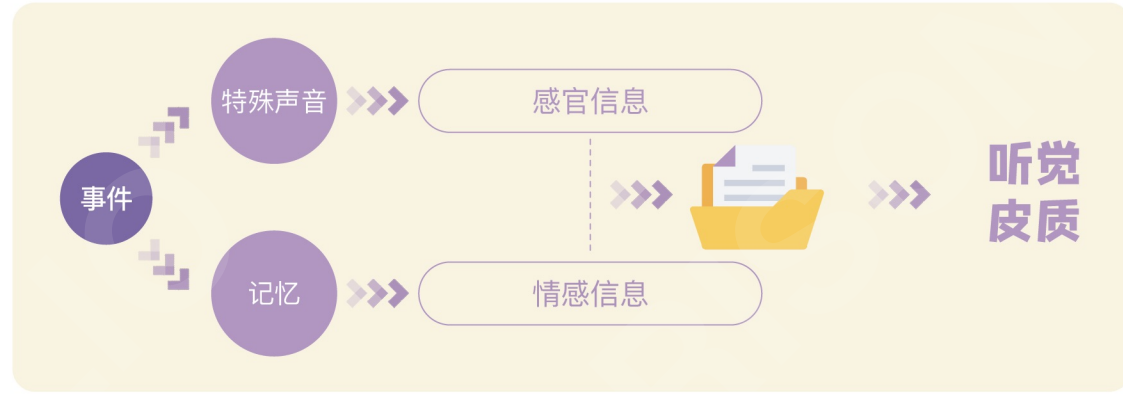
相同的价值观、世界观...

声音的辅助角色

以下是声音的几个作用：



带有记忆的声音



声音与记忆可以建立联结。

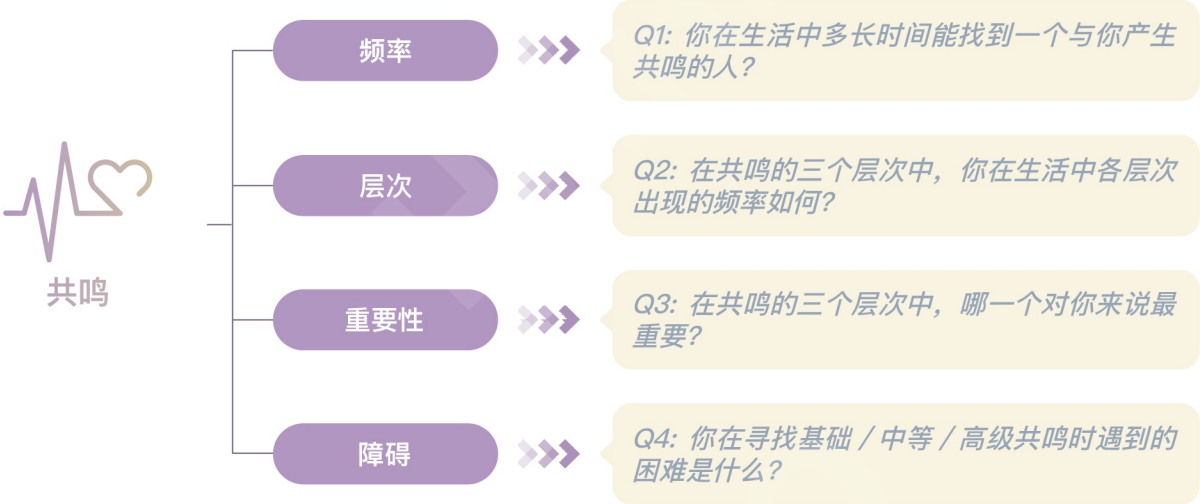
一手调研

调研设计

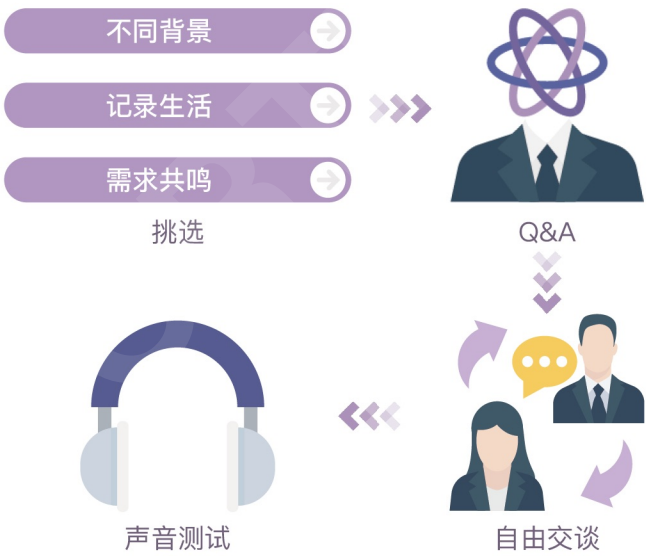


问卷

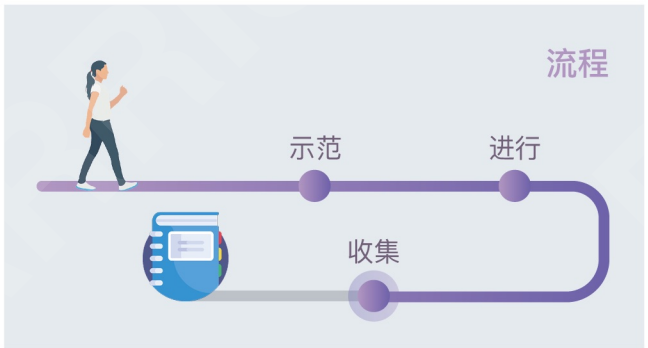
此问卷面向 18-60 岁人群开放，无论性别、学历或文化背景 ...



访谈



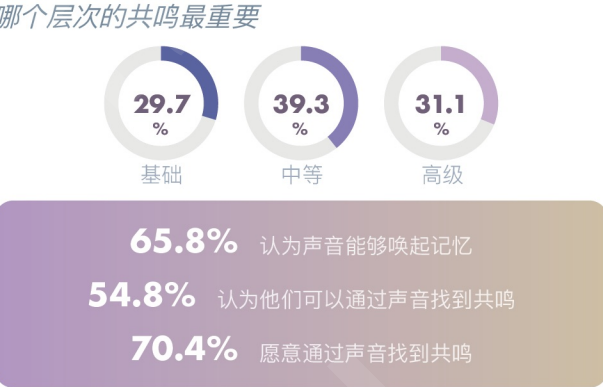
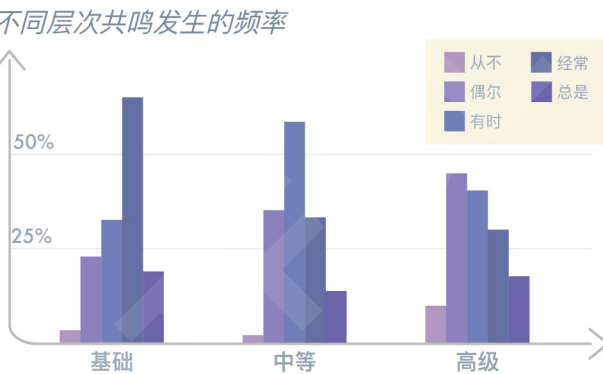
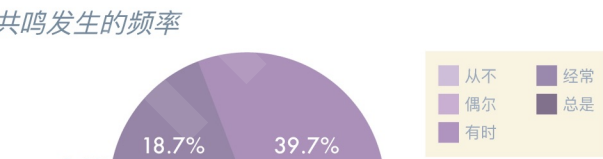
声音日记



数据统计

数据分析

本问卷设置为为期一周的周期，实际回收了 219 份有效问卷。



用户画像

测试者



讨论

“共鸣对社交来说很重要。但我经常觉得自己**无法**与他人产生共鸣，也许是因为我缺少一些**更深层次**的朋友 ...”

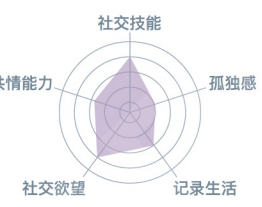
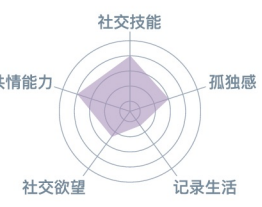
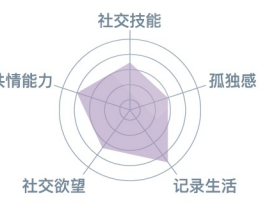
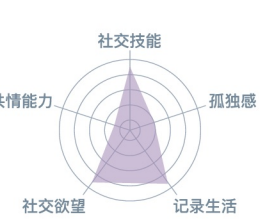
“我觉得当下的**感受**才是最重要的。人生观和世界观是**非常隐私**的，并没有必要与任何人分享，我也尊重任何不同的想法 ...”

“**相似的经历**往往会引发共鸣，并且热情的讨论可以促使一些很棒的想法诞生，甚至让关系变得像亲姐妹一样亲近 ...”

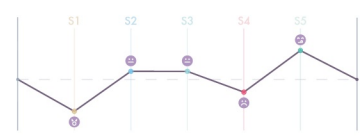
“在交新朋友的时候，如果一个人能够与我产生共鸣，我会自然地更愿意与他进行**更深入**的交流，没有共鸣的人很难深交 ...”

“我认为非常亲密的朋友或伴侣需要具备**高度的共鸣**。相同的三观才可以使关系**更加持久**，促使双方共同进步 ...”

评价



测试



声音 1- 拉窗帘; 声音 2- 磨咖啡豆; 声音 3- 水滴; 声音 4- 电动剃须刀; 声音 5- 油炸食物

声音日记



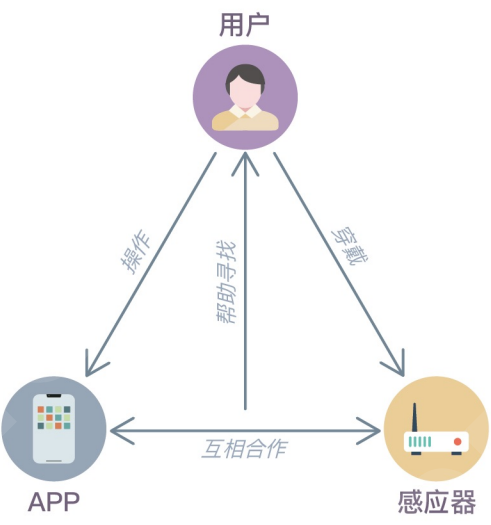
分析



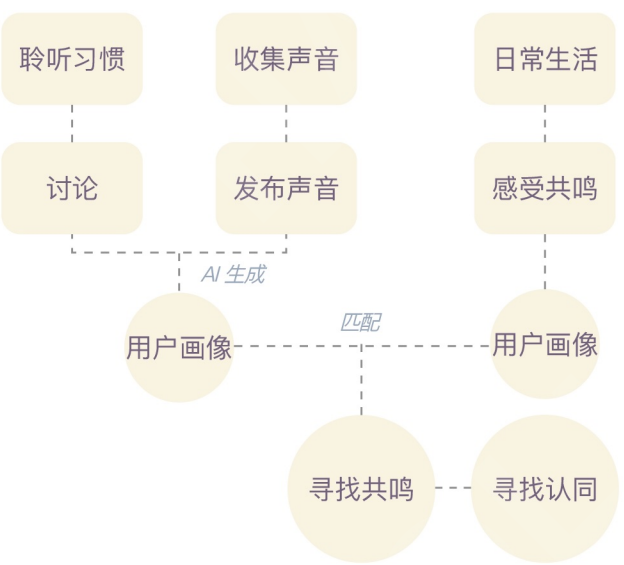
设计概念

在此设计阶段，将从声音出发，发挥其作用，寻找更贴切、更深层的共鸣。

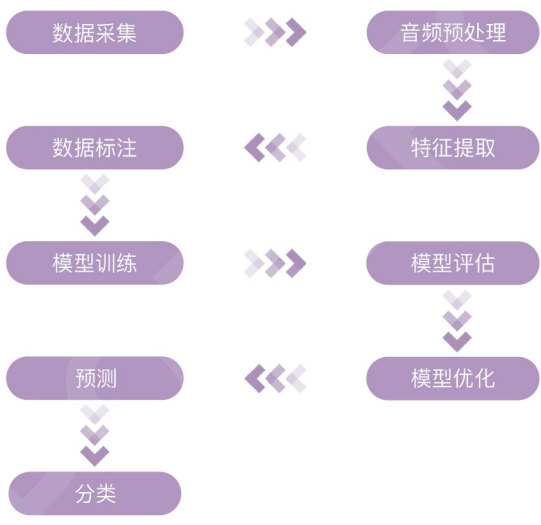
头脑风暴



思维导图



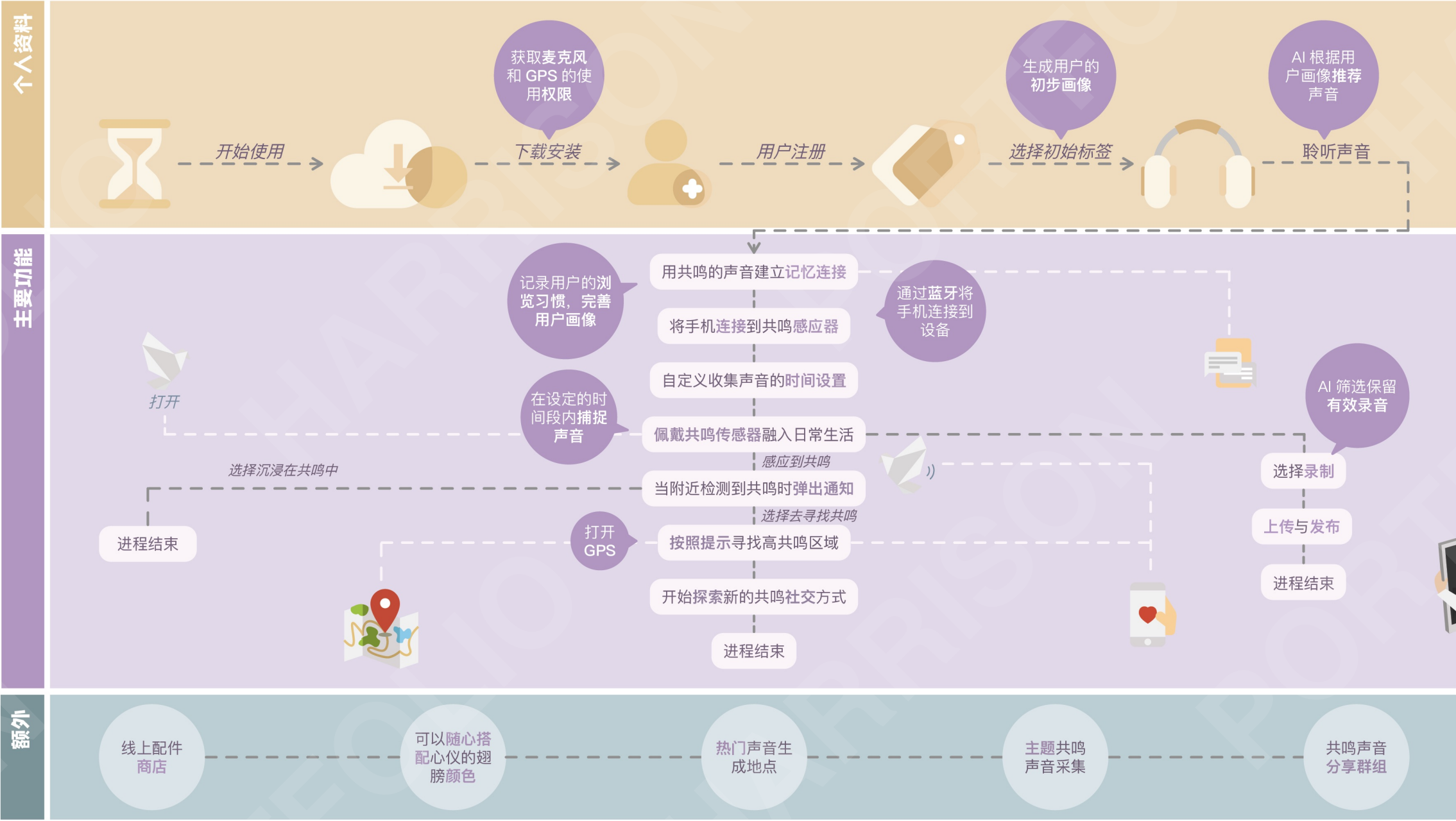
声音处理过程



服务内容

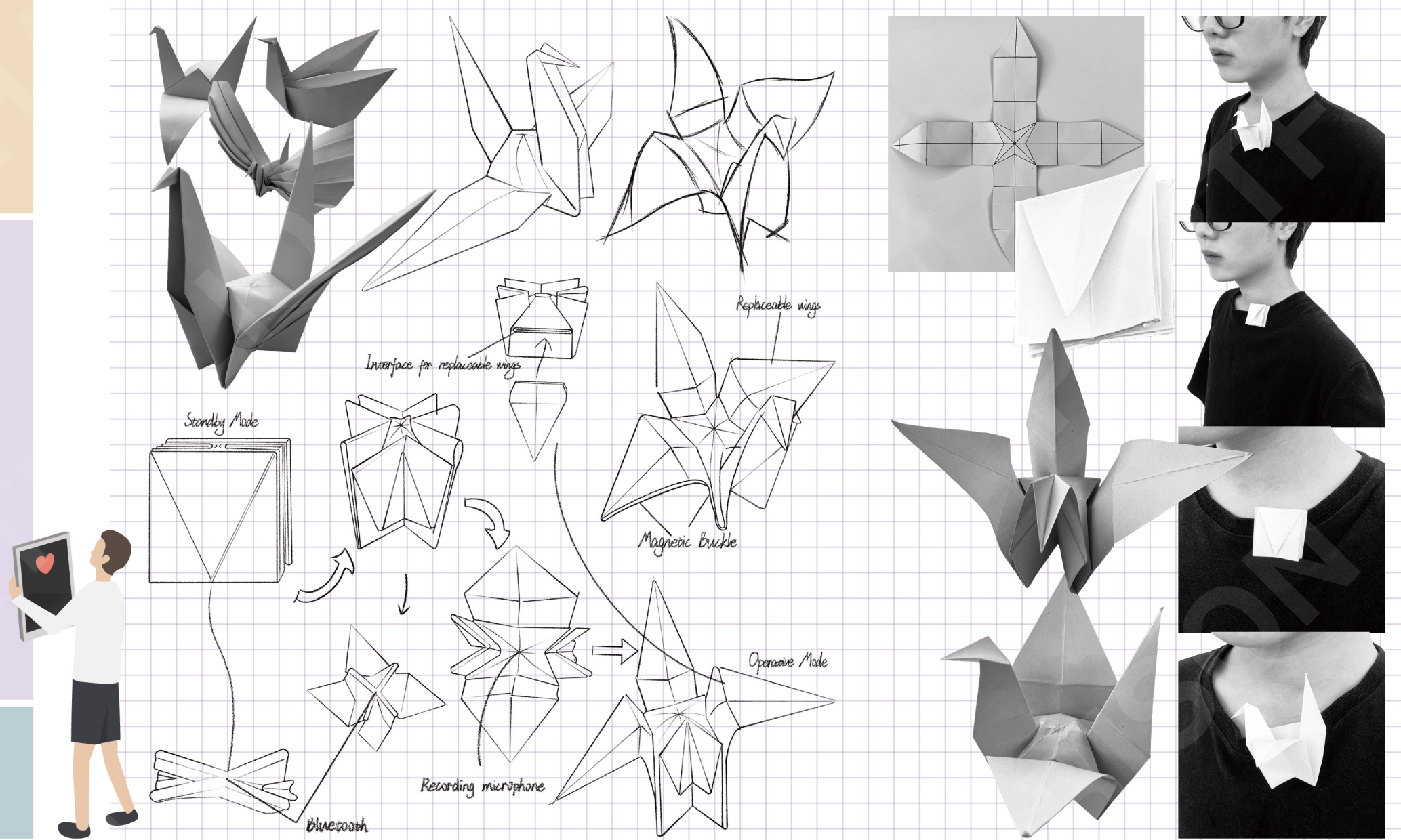


服务流程图



DESIGN DEVELOPMENT

产品设计草稿





产出展示

