

基于体验设计的社区新老年健身俱乐部设计研究

袁思宇, 肖东娟

江南大学设计学院, 江苏 无锡

收稿日期: 2023年11月2日; 录用日期: 2023年11月23日; 发布日期: 2024年2月7日

摘要

目的: 结合体验设计理论和方法, 探索影响老年健身体验的人、物、环境等要素, 提出社区新老年健身俱乐部设计策略, 以提升老年个体健身参与、群体健身互动的体验。方法: 在体验设计相关理论的指导下, 找到用户需求对应的体验分类, 总结和概括新老年群体的生理、心理、社会特征, 再结合具有代表性的社区老年健身俱乐部案例进行研究分析, 总结出影响老年健身体验的人员、产品及服务、环境等要素。结果及结论: 从感官、功能、互动、内涵四个维度提出新老年健身俱乐部体验设计策略, 激发老年人健身兴趣, 帮助老年人养成长期健身习惯并在健身过程中实现自我价值, 增强老年人对社区的认同感、归属感。

关键词

新老年, 社区老年健身, 体验设计, 老年健身体验

Research on the Design of New Elderly Fitness Club in Community Based on Experience Design

Siyu Yuan, Dongjuan Xiao

School of Design, Jiangnan University, Wuxi Jiangsu

Received: Nov. 2nd, 2023; accepted: Nov. 23rd, 2023; published: Feb. 7th, 2024

Abstract

Objective: This article aims to combine the experience design theory and method, explore the fac-

文章引用: 袁思宇, 肖东娟. 基于体验设计的社区新老年健身俱乐部设计研究[J]. 设计, 2024, 9(1): 363-372.

DOI: 10.12677/design.2024.91043

tors of people, objects and environment that affect the elderly fitness experience, and put forward the design strategy of the new elderly fitness club in the community, so as to improve the elderly individual fitness participation and group fitness interaction experience. **Methods:** Under the guidance of relevant theories of experience design, the experience classification corresponding to user needs was found, and the physiological, psychological and social characteristics of the new elderly group were summarized. Then, the factors affecting the fitness experience of the elderly, such as personnel, products, services and environment, were summarized by combining with representative community fitness club cases. **Conclusion:** On this basis, the experience design strategy of the new fitness club for the elderly is proposed from four dimensions of sensory, functional, interactive and connotation, in order to stimulate the interest of the elderly in fitness, develop long-term fitness habits and realize self-value in the process of fitness, and enhance the identity and belonging of the elderly to the community.

Keywords

New Elderly, Community Elderly Fitness, Experience Design, Fitness Experience for the Elderly

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

新时期“健康老龄化”要求加强针对老年群体的非医疗健康干预, 提倡由“治己病”转向“治未病”的主动健康管理, 体养结合干预老年健康是我国体育产业的新模式和新业态[1]。对于老年群体来说, 社区是健身行为发生的常态空间, 在满足健康需求、进行健康管理方面发挥重要作用。基于老年人的运动、健身需求, 各类老年体育健身服务开始兴起, 其中就包括专为老年人服务的社区老年健身俱乐部。低龄老人是我国老年人口中的主体部分, 相较于“40”后、“50”后等中高齡老年人, 新老年群体在习惯偏好、思想观念等众多方面具有其独特性, 在生活、精神方面出现了新需求, 也催生了关于社区健身服务的新的设计需求。目前, 国内外学者对于社区老年健身的研究, 多集中于公共设施和公共空间的适老化设计, 以满足老年群体的基本健身需求为主, 缺乏对新一代老年人健身需求的关注。本文从体验设计的视角出发, 对社区新老年健身俱乐部设计方法进行思考探究。

2. 体验设计概念及体验分类

2.1. 体验设计概念

杜威在《艺术即体验》中提出, 体验是人与环境相遇时动态的、连续的相互作用所产生的结果, 环境中的事物成为了体验不断产生、不断发展的手段和媒介[2]。“体验设计”这个词 2001 年出现在美国的内森·谢多夫(Nathan Shedroff)的《体验设计》一书中, 谢多夫将其定义为: 它将消费者的参与融入设计中, 是企业把服务作为“舞台”, 产品作为“道具”, 环境作为“布景”, 使消费者在商业活动过程中感受到美好的体验过程[3]。当体验作为设计对象, 被设计的是特定人群在特定场景的一段特殊经历[4]。

2.2. 体验需求层次

体验产生于复杂的人、物、环境关系中, 需求的产生多来自于各类关系互动过程中。在体验产生的过程中, 体验需求内容的等级变得模糊, 个性化体验变得越发重要, 不同层次的需求往往是呈复杂状态

出现的, 物质性的需求逐渐在减弱, 情感导向的需求在增加, 甚至可能包括传统需求层次各个层级。从体验需求的层次来看, 需求可以分为四个层次: 1) 生理需求; 2) 使用需求; 3) 社交需求; 4) 人文需求 [5]。生理需求是人的本能属性, 通过外界刺激生理是最直接的方式, 用户受到刺激进而产生的反射行为和情绪反应是当下最真实的感受, 对应人的感官体验; 使用需求体现为人们对产品服务功能上的要求, 对应人的功能体验; 社交需求属于人的行为属性, 人通过社会参与和互动满足情感需求, 获得参与互动体验; 发展需求体现为超越人对自身价值的关注, 延伸事物的符号语意象征性内涵, 包括身份象征、社会结构、文化制度等, 对应内涵体验(见图 1)。



Figure 1. Hierarchy of experience needs

图 1. 体验需求层次^①

3. 新老年群体特征分析

随着我国老龄化程度逐渐加深, 养老成为家庭和社会必须共同应对的问题。我国《老年人权益保障法》规定老年人的年龄起点标准是 60 周岁 [6]。第七次全国人口普查数据显示, 60 岁及以上的老年人口总量为 2.64 亿人, 已占到总人口的 18.7% [7]。新一代老年群体, 即 20 世纪 50 年代和 60 年代出生的一代人 [8], 与传统老年人相比, 呈现出较为显著的群体差异。

在生理特征方面, 新老年人身体健康状况普遍较好, 为了对抗健康风险和身体老化问题, 新老年人更加关注自身身体健康, 生活中也会采用各类健康管理方式, 如运动锻炼、定期检查、健康咨询等。随着中国社会医疗卫生水平不断提高, 居民预期寿命也在不断延长, 虽然新老老年群体的反应能力和部分运动机能开始有开始退化的趋势, 但是对生活的影响尚不明显。

在心理特征方面, 相较于中高齡群体, 新老老年群体生活在空巢家庭中的比例更高, 对子女的依赖减弱, 精神上更加独立自主, 注重晚年的生活质量, 有独特的审美和情感需求。大批新老年人正在社会舞台上尽情展示自己的独特魅力, 当下流行的直播、短视频等潮流活动随处可见他们的身影。

在社会特征方面, 新老老年群体经济方面更独立, 随着教育水平的提高、社会经济不断发展, 新老年人文化程度越来越高, 他们乐于接受并学习新事物和新的生活方式, 并且热衷于参与社会活动、实现自我价值。消费观念相比传统老年人更前卫, 尤其是在健康产品、旅游、体检套餐等领域消费的人数加速增长。加之新老年人身体健康状况较好, 越来越多的新老年人将社交活动范围不断扩大, 根据自己的兴趣爱好广泛交友, 许多群体性组织开始涌现, 如老年旅行团、健身锻炼团体等。

4. 社区老年人健身体验要素分析

用户体验是通过“人-物-场”三者发生交互关系而产生, 围绕人、物、场三个角度对社区健身服务系统进行分析, 研究三者间的相互作用关系, 为实现老年健身成员目标和提升用户体验提供了支持和

可能。目前我国社区老年健身服务建设尚处于摸索阶段, 现有社区老年健身服务存在供需不平衡、设施利用率不高等问题亟待解决。在国际市场中, 较早进入老龄化的国家和地区在发展老年健身方面已有较多现实案例, 对于我国研究和实践的开展提供了重要参考。本文依据规模、成员数量、品牌影响力等要素选取了7例典型现实案例, 分析其具体服务内容(见图2)。

案例	地区	人-角色	物-载体	场域-环境	图示
Curves 女性健身房	日本	用户群体: 60岁以上老年女性 教练店员: 都是女性, 专业人员	产品: 专业定制训练器材, 强调安全性、易用性、易学性 服务: 实时电子监测与记录、专属运动方案制定、健康数据跟踪与反馈、不同种类的线上线下社群活动	物理环境: 环形健身圈促进与教练、其他成员的交流互动 心理环境: 强调健康、养生概念以及疾病预防和控制, 鼓励互相激励, 强调社群概念	
Turtle Gym 海龟健身房	日本	用户群体: 老年人和运动损伤患者 教练店员: 专业人员	产品: 安全、有效、无障碍的等速肌力训练器材, 全身垂直振动器材, 专为老年人设计开发的运动沙发、运动床, 关注特殊群体运动康复需求 服务: 精准运动处方、定制护理和个人培训课程、智能运动健康管理平台、运动和康复结果定量评估	物理环境: 对空间进行完整功能规划, 将运动健身融入日常生活, 打造运动和社交空间	
GYM TONIC 健得力计划	新加坡	用户群体: 50岁以上社区居民 教练店员: 成员也可以是教练	产品: 专业定制训练器材 服务: 个性化定制、运动监测和数据跟踪、免费中医诊所服务以及痴呆症友好活动	物理环境: 激励标语 心理环境: 课程结束获得成绩单和相关证书, 成员健身挑战、优秀案例表彰、鼓励结伴运动、志愿者健身指导计划、社区特色周边制作	
NTUC Health	新加坡	用户群体: 老年人群 教练店员: 专业人员、志愿者	产品: 专业定制训练器材 服务: 健康自检站、身体状态评估、个性化定制、精神刺激活动	心理环境: 社交及娱乐活动、代际活动、志愿者计划	
Enhance Fitness 计划	美国	用户群体: 老年人和老年残疾人 教练店员: 专业人员	服务: 数据监控和跟踪, 团体锻炼课程, 允许现场和远程授课, 无需任何特殊器材	心理环境: 鼓励成员之间互动	
Silver Sneakers 计划	美国	用户群体: 65岁以上人群 教练店员: 专业人员	产品: 简单、日常随处可见的器材 服务: 定制特色课程、线上健身平台、养生健康科普教育、线上课程自行调节难度、与教育平台、社交平台合作	物理环境: 要求至少有十件健身器材 心理环境: 鼓励打卡挑战、鼓励社交活动	
Flip 50 计划	美国	用户群体: 50岁以上人群 教练店员: 专业人员	服务: 个性化每周计划、结合饮食和解压、线上远程指导、定制特色课程、个性化一对一服务、数据跟踪与监测	物理环境: 全国各地设合作健身房 心理环境: 与教练配对, 一对一指导	

Figure 2. Case study of typical elderly health clubs abroad
图2. 国外典型老年健身俱乐部案例分析^②

由案例可知, 构成健身体验的人员主要是健身者及其他辅助角色, 载体主要由俱乐部提供的产品和服务组成, 场域则是由物理环境和心理环境共同构成, 从以上三个方面进行详细分析, 总结老年健身俱乐部的体验要素构成(见图3)。

俱乐部是由个体成员组成的整体, 不同成员之间存在一定差异性。在社会心理学中, “角色”是指一个人在特定的社会结构中所占据的象征符号及对特定的行为模式的诠释。在老年健身群体中, 界定成员的角色既可以区分不同的成员, 也可以明确不同成员对应的能力和权力范畴。根据行为模式的不同将俱乐部成员分为以下三种角色: 积极参与者、普通参与者与辅助角色。积极参与者为俱乐部中最为活跃的角色, 其在健身活动的组织实施、健身氛围营造等方面提供支持与帮助; 普通参与者则是俱乐部中的

基础组织部分, 根据自身需求与动机选择俱乐部提供的服务与产品进行健身活动; 辅助角色包括俱乐部中的教练员、辅助教学人员、俱乐部管理人员、志愿者等, 负责引导老年人进行科学有效的健身锻炼, 组织老年人参与健身活动, 协助老年人进行健康管理。

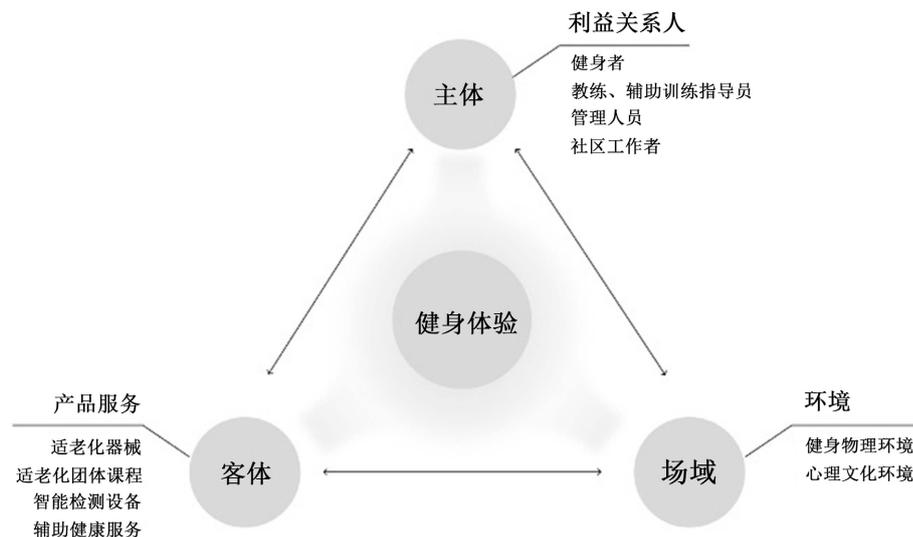


Figure 3. Composition of experience elements of community fitness clubs for the elderly
图 3. 社区老年健身俱乐部体验要素构成^③

俱乐部提供给老年健身用户的是以康复健身为主的产品与服务。对老人而言, 室内健身相对户外锻炼而言具备更高的安全性和专业性, 俱乐部提供适老化健身器材以及专业人士的指导, 可以避免发生运动意外或损伤。在课程方面, 俱乐部提供适合老年人身体特点的特色课程, 如太极拳、瑜伽、八段锦等团体课程; 在器材方面, 采用的多为辅助训练式器材, 可以设置负荷, 降低运动受损的风险。其次是辅助性服务, 俱乐部组织的各项会员活动满足了老年用户的娱乐、社交需求, 采用的健康监测等设备可以帮助老年人及时记录身体状况变化。

环境因素可以直接或间接影响到用户体验, 环境包括物理环境和心理环境两个方面。俱乐部提供的健身场所或空间就是老年健身群体所处的物理环境, 为健身活动提供了资源和平台。此外, 老年健身俱乐部不同于传统商业俱乐部, 社交空间的营造也是其环境要素不可或缺的部分, 健身器械的陈列方式、运动区域的划分等方面都需要考虑到老年群体的社交需求。心理环境指老年人之间精神上形成的抽象关系, 体现为老年用户在健身过程中感受到的群体健身氛围, 以及与其他群体成员互动而产生的归属感、成就感等。

5. 社区新老年健身俱乐部体验设计策略

在对健身体验的人、物、场进行分析梳理后, 结合前文总结的新老年群体特征, 从感官、功能、互动、内涵四个方面提出对应的体验设计策略。

5.1. 感官体验

感官体验是通过外界刺激生理是最直接的方式, 用户受到刺激进而产生的反射行为和情绪反应是当下最真实的感受。人通过五感接收到外界信息形成感觉, 在感觉的基础上对信息进行解读、转化, 形成个体对于事物的整体反映。老年人的身体机能和生理特点不同于其他群体, 需要加强对五感要素的设计,

激发老年人对于体验尝试的兴趣。新老年人注重生活品质, 产品和空间的设计风格要传递出其独特的审美和情趣。

1) 活泼舒适的视觉色彩

人接收信息主要来源于视觉, 老年人随着年龄增长, 视力发生衰退, 辨色能力明显下降[9], 在设计时要增强环境信息的提示。环境色彩可以激发人对事物的联想和感受, 在空间色彩应用可以选择接近自然的暖调色彩, 比如原木色、橙色等, 或者传递出年轻、活力气质但不会刺眼的鲜艳色彩, 活泼大方的空间色彩对于老年人保持乐观积极的心理状态有正向作用。

2) 柔软亲肤的温暖触感

老年人对于刺激皮肤的感知能力较弱, 感知能力有不同程度的下降, 但在健身过程中触觉的作用不容忽视。健身过程中使用的器材都通过身体直接感知, 而新老人群有独特的审美需求, 对于材质的感知更为敏感, 因此在老年空间中, 可以通过材质直接表达温暖亲切、典雅简约的氛围感, 在设计过程中, 尽量避免使用金属、大理石等材料, 多采用木材、皮质、棉麻等亲肤材料。

3) 动静合宜的场景音乐

听力直接影响的是感知能力和理解能力, 锻炼设备、空间内的其他音响设备音量要设置在安全范围之内, 避免噪声的出现加重老年人耳背或耳聋的情况。设备使用过程中还应配合其他感官系统进行辅助, 如辅助视觉提示、振动反馈等。另外, 可以在空间内巧妙运用音乐进行不同场景的气氛烘托, 如在团体运动场景下使用活泼、律动性强但不具有强烈冲击性的音乐, 在拉伸、按摩等静态运动场景下使用轻柔、舒缓且有高雅韵味的乐曲。

4) 自然清新气氛及健康饮食补给

虽然以味觉、嗅觉需求的健身产品和服务相对较少, 但味觉和嗅觉依然是健身空间整体体验的一部分。健身空间要保持清爽通风, 避免使用过多消毒水、酒精, 休息空间可以使用鲜花、檀香等自然气味来源, 营造宁静、愉悦的气氛。为老年人提供的饮品、食物则要严格控制, 许多老年人有高血糖、高血压等疾病, 须在提前了解身体状况后提供给老年人合适的补给。

5.2. 功能体验

基础的运动健身产品服务可以满足老年人对于锻炼身体机能、保持健康状态的功能需求, 健身产品和服务的易学性、安全性、挑战性、个性化、智能化是影响健身功能体验的关键。

1) 提高产品的易学性

老年群体通常不具备专业的健身知识, 对于复杂产品的使用较为陌生, 界面和使用流程的设计应该简单化, 方便记忆和上手操作, 操作之前提供视频、文字和图像指导, 帮助老年人掌握使用技巧和正确的姿势, 从而减少受伤的风险。除了简化操作, 增强产品易学性的另一途径是将主动训练转变为被动训练, 老年人不需用花费时间学习器械使用, 只需在器械上以固定姿势被动接受训练, 如日本 Turtle gym 使用的全身立式振动床(见图 4)和减压运动椅, 老年人只需要躺在床椅上借助器械的振动进行锻炼, 即可完成肌肉和肌腱的放松, 缓解不适和疼痛。

2) 保障运动过程中的安全性

安全性是老年健身房的核心设计原则之一, 老年人的柔韧性、心肺功能、协调能力有一定程度的下降, 出现跌倒、扭伤等运动损伤的机率更大。设计过程中要确保健身产品对身体有足够稳定的支撑性, 产品结构中的横断、扶手、踩踏脚环等物理触点。除了由用户主动控制的安全急停功能以外, 产品还可以配合传感器实现老年人的摔倒、受伤趋势的预测功能, 识别到风险后立即暂停设备运转并向监测中心发出预警, 避免老年人因为反应和动作迟钝导致无法触发停止功能。



Figure 4. Whole body vertical vibration bed
图 4. 全身立式振动床[®]

3) 增强不同阶段的挑战性

米哈里在 20 世纪 60 年代提出了心流体验的概念, 他认为人在做某件事情时会沉浸其中, 并在事情完成后获得成就感, 他将这种状态称为“心流”, 而影响心流状态产生的其中一个因素就是能力与挑战相匹配。由于新老年人身体健康水平较高, 并且更愿意学习新事物、不断挑战自我, 所以产品和服务不能只注重易用性, 还应提供给老年人匹配自身水平的进阶内容, 探索可提升空间。例如, SilverSneakers 推出的手机应用 SilverSneakers Go 允许根据用户的水平调整难度, 如果用户在做一个动作时感到不适应, 用户可以调整到“简单”选项, 当身体逐渐适应健身强度后, 用户可自行升级难度, 并且平台上还推出了 30 天打卡挑战, 鼓励老年人体验不同的训练内容。

4) 健身服务智能化

新一代老年人通常对数字技术和智能设备更熟悉, 更乐于尝试、敢于尝试, 对智能化电子设备接受程度更高。在运动过程中采用智能化设备进行辅助, 监测老年人的锻炼进度, 记录心率、血压、能量消耗、训练强度等数据, 老年人可以主动了解身体数据变化, 建立起对于自身健康状态的科学认知并获得更具有针对性的运动、医疗建议。新老年人群的活动范围更为广泛, 因此运动场景不再局限于某一固定空间, 俱乐部可以通过搭建线上健身平台, 为老年人提供虚拟健身教练和在线教学课程, 满足老年人不同健身场景的需求, 为其日常健身训练的开展提供便利。

5) 健身方案个性化

科学适当的、有针对性的运动计划可以让运动健身效果事半功倍。一方面, 老年人的身体素质能力水平差异较大, 通用性的健身方案无法大规模适用。另一方面, 新老年人追求个性化的产品和服务, 有着更为多元的健身需求, 所以健身房应根据老年人的健康状况、运动偏好, 提供定制的个性化健身方案, 包括专业的健身咨询、健身前的健康评估、健身目标的设定、和锻炼计划的制定。对于有肌肉训练需求的老年人, 使用等速运动训练产品, 按照老年人康复需要设置不同的训练强度, 进行高效、安全的锻炼; 对于心肺功能弱、或因身体机能受损无法进行高强度训练的老年人, 采用以“被动训练”为主的训练方案, 如全身振动运动, 无需进行激烈运动给心肺增加负荷, 而是通过温和的振动刺激身体各个部位, 促进肌肉舒展从而获取一定运动收益; 对于有睡眠困扰的老年人, 使用卧式振动床进行水平振动练习, 将健身、减压融为一体。

安全性、易学性旨在帮助老年人快速进入健身状态, 克服运动损伤的恐惧心理, 增强自我效能感。挑战性、个性化、智能化则是保证运动过程的高效、科学, 有助于长期健身的习惯的养成, 并在后续阶段中保持较高的健身热情。

5.3. 互动体验

互动体验中的内容不仅包括老年人与产品的互动, 还包括老年人与其他利益相关者的互动、老年人与环境的互动, 通过参加锻炼活动, 老年人自身能力得以发挥, 环境的激励可以引导老年人对自身价值进行正向判断, 修正自我概念, 有助于增强老年人自主活动的意愿, 避免其陷入抑郁、悲观等消极状态。

1) 提高过程趣味性

枯燥、机械的运动过程容易让老年产生疲倦感, 在形成长期健身习惯之前, 保持老年人锻炼积极性尤为重要, 设计过程中应考虑提高健身过程的趣味性。大多健身产品只具备基础功能性互动, 可以采用游戏化手段对互动形式进行创新, 加入奖励和成就系统、多人合作竞争模式, 腾讯银发实验室推出的面向中老年人群的乐龄互动健身房将锻炼内容和趣味玩法相结合, 用户在练习过程中, 由视觉 AI 动作捕捉技术和端云计算能力协同帮助用户规范动作, 同时给出每次训练的评分, 用户可以与其他人进行排比较量, 在保证训练效果的同时也增强了健身的娱乐性; 还可以通过丰富运动内容, 结合老年人的兴趣和偏好选择具有锻炼效果的活动形式, 比如日本大阪府的 THE BIG SPORTS 俱乐部选择引入老年童年时玩的玩具——有记忆点、感兴趣的剑玉(见图 5), 可以在玩的同时锻炼肌肉力量和协调性。



Figure 5. Kendama training
图 5. 剑玉训练®

2) 保持激励与反馈

老年人对自身健身效果的评价参考主要来源于产品、空间的反馈和其他人员的评价反馈。在产品、空间中使用激励手段可以有效帮助用户实现健身目标, 日本 Curves 健身房的电子私教系统能收集会员的运动幅度、强度、心跳等数据, 还会用灯光变化来实时提醒会员是否达到自己的运动目标, 激励会员保持长期运动。长期来看, 健身设备的数据反馈还可以清晰地反映用户健身强度和健身前后变化, 帮助用户了解身体健康状况并及时按照专业建议调整。健身场景中的评价和激励可以转化成激励老年人保持健身的动力, 充分地激发老年人成就感, 帮助其增强信心并投入到下一个阶段的健身训练中。

3) 拓展互动社交圈

在少子化和空巢化的趋势下, 新老年人并不满足将社交圈局限在家庭, 有更强的意愿去拓展自己的社交圈。在与其他个体的交往过程中, 互动场域不断扩大从而形成稳定的社会支持网络, 来自社交关系的支持、尊重、鼓励使老年人更容易接纳自己, 成员间的沟通和互助可以帮助老年人加强学习和接受新事物的能力, 有利于老年人在继续社会化的过程中正确认识自我。新老老年人的社交圈更为广泛, 互动成员可能包括虚拟或现实环境中结识的朋友、邻居甚至陌生人。俱乐部可以以健身团体为基础, 组织不同

的线上线下兴趣活动社群, 并增加群体活动的开展频率和类型, 为老年人提升自我、结交新朋友和融入群体创造条件和机会。如日本 Curves 为俱乐部会员免费提供各种线上线下社交活动, 包括美容美妆、营养讲座等, 成员之间紧密交往互动不仅可以放松身心、不断学习收获新知识, 还能增强成员之间的联结以达到互相督促坚持锻炼的目的。

5.4. 内涵体验

内涵体验一方面体现在老年人对自己身份的适应, 在参与社会活动过程中可以持续接触新事物, 获得新角色和身份, 有助于继续融入社会, 另一方面体现在新的符号、价值观念中, 比如共同标志和集体活动、居民之间互相认同的行为规范、健康积极的生活态度等等。

1) 自我认同: 健身经历仪式化与角色扮演

认同是个体与社会互动之间的作用机制, 涉及到自我与他人、社会的相关关系研究, 人的行为与社会角色的扮演以及处理好自己与他人的预期紧密相关。老年人在社会互动活动和生活场景中, 逐步开展文化和价值重塑, 对社会和自我产生“新”的认同感[10]。新老年人正好处在即将退休或刚退休的人生阶段, 需要从一种社会角色转变为另一种社会角色, 他们在退休前多是经验丰富的前辈, 退休后远离公共生活失去了集体认可和需要, 容易自感主体价值缺少。老年个体加入健身群体并参与健身活动后, 需要适应新的自我评价参考标准, 如果新的角色身份被他人认可并且得到积极评价, 老年人对于该角色认同的显著性就越强。因此, 俱乐部在提供健身服务的过程中应综合使用身份承诺、内外奖赏等仪式化手段, 促进老年人正面情感体验的形成。让服务受益者去帮助其他有需要的老年人, 鼓励老年人从参与者转向团队的指导者、协调者、管理者等角色, 使其获得精神上的满足, 同时还能减轻社会养老的压力[11]。例如, 新加坡健得力健身房会在健身课程结束后为老年人颁发成绩单和证书(见图 6), 并且对健身效果突出的成员表彰嘉奖, 健身经验丰富的老年人还会被聘为健身教练, 为新加入的成员提供指导和帮助。



Figure 6. Gym Tonic graduation ceremony

图 6. 健得力学员毕业典礼[®]

2) 集体认同: 群体互动空间和集体符号

社区是老年人日常活动的常态空间, 成为老年健身俱乐部一员意味着进入了一个新群体, 老年个体需要在群体中进行自我定义与对照, 寻求群体自身的情感与价值, 这个过程即是群体归属感的形成过程。在设计健身空间时, 应保持简洁的动线, 把老年人感兴趣的文娱内容融入健身空间中, 比如象棋、字画等, 为老年人提供交流互动的空间。此外, 健身房应有专属的标识符和互动仪式, 如定制服装及配饰、互相鼓励加油的口号和动作等, 还可以鼓励老年人加入符号和仪式的创造和设计各阶段, 加深老年人对群体的认同感和归属感。

6. 结语

本文通过研究体验设计相关理论,明确用户需求对应的体验内容。通过对新老年群体进行研究分析,明确新老年人的定义,以及该群体的生理特征、心理特征、社会特征。通过对社区老年健身的典型案例分析,从人员、产品与服务、环境三个方面进行分析,总结社区老年健身俱乐部的体验要素构成。最后基于各体验要素,从感官体验、功能体验、互动体验、内涵体验四个维度,探究如何通过体验设计来激发老年人健身兴趣,提高自我效能感,养成长期健身习惯,并在健身过程中实现自我价值,增强对群体和社区的认同感、归属感。

注 释

- ①图 1 来源: 作者自绘
- ②图 2 来源: 作者自绘
- ③图 3 来源: 作者自绘
- ④图 4 来源: 网页引用, <https://zh-cn.turtlegymworld.com/whole-body-vertical-vibration-bed-ur1000a.html>
- ⑤图 5 来源: 网页引用, <https://www.big-s.info/rakurakukurabu>
- ⑥图 6 来源: 视频截图, <https://youtu.be/gOKUf1oqJ80>

参考文献

- [1] 戴志鹏. 体养结合干预老年健康的服务供给探索[J]. 老龄科学研究, 2020, 8(11): 57-66.
- [2] Dewey, J. (1980) *Art as Experience*. Perigee Books, New York.
- [3] (英)大卫·贝尼昂. 交互式系统设计 HCI、UX 和交互设计指南原书第 3 版[M]. 孙正兴, 冯桂焕, 宋沫飞, 吴昊, 等, 译. 北京: 机械工业出版社, 2016.
- [4] 辛向阳. 从用户体验到体验设计[J]. 包装工程, 2019, 40(8): 60-67.
- [5] 高颖. 基于体验价值维度的服务设计创新研究[D]: [博士学位论文]. 杭州: 中国美术学院, 2017.
- [6] 中华人民共和国老年人权益保障法[EB/OL]. 中国人大网. http://www.npc.gov.cn/zgrdw/npc/xinwen/2019-01/07/content_2070262.htm, 2023-06-24.
- [7] 第七次全国人口普查公报解读[EB/OL]. 国家统计局. http://www.stats.gov.cn/sj/sjtd/202302/t20230202_1896484.html, 2023-06-24.
- [8] 徐依婷, 沈毅. 城市“新老人”的群体特征与代际责任研究[J]. 中州学刊, 2022(4): 65-71.
- [9] 陶琪, 段晓迪, 叶建伟. 老年生活方式和行为特征研究[J]. 设计, 2016(23): 38-39.
- [10] 陈炬, 徐秋莹, 张诗墨. 基于感知-体验-认同的数字适老化产品设计方法研究[J]. 设计, 2023, 36(11): 26-29.
- [11] 郑若彤. 基于体验设计的公共社区老年服务系统建构研究[J]. 设计, 2022, 35(13): 112-114.