

# Research on the combination of special group art and creative product design and public welfare communication

Jian Pan<sup>1</sup> Yizhi Xu<sup>1</sup> Yitao Zhang<sup>2</sup>

1. Guangdong Literature & Art Vocational College, Guangzhou, Guangdong, 510000, China

2. Jingshi Aoyuan Nanao Experimental School, Panyu District, Guangzhou City, Guangdong, 510000, China

## Abstract

With the increasing attention of society to special groups, creative products have become an important way to help them integrate into society, express themselves, and improve their quality of life. Firstly, by analyzing the characteristics and advantages of art and creative products for special groups, as well as the goals and means of public welfare communication, a theoretical framework combining the two is constructed. Secondly, based on specific cases, explore how to use visual perception theory to guide the design of art and creative products, making them more attractive and communicative. Finally, a special group art and creative product public welfare communication strategy based on visual perception theory is proposed, as well as the development of interactive experiential art and creative products. The aim of this study is to provide theoretical guidance and practical reference for the design and promotion of art and creative products for special groups, promote the market entry of art and creative products for special groups, and realize their social and economic value.

## Keywords

special groups; Artistic and creative products; Public welfare communication; Visual Perception Theory

## 特殊群体艺创产品设计与公益传播的结合研究

潘健<sup>1</sup> 徐一植<sup>1</sup> 张伊涛<sup>2</sup>

1. 广东文艺职业学院, 中国·广东广州 510000

2. 广州市番禺区京师奥园南奥实验学校, 中国·广东广州 510000

## 摘要

随着社会对特殊群体关注度的提升, 艺创产品成为帮助特殊群体融入社会、表达自我和提升生活质量的重要途径。本研究旨在探讨以自闭症儿童为主的特殊群体艺创产品设计与公益传播的结合策略, 以实现艺创产品的社会价值最大化。首先, 通过分析特殊群体艺创产品的特点和优势, 以及公益传播的目标和手段, 构建二者结合的理论框架。其次, 结合具体案例, 探讨如何通过视觉感知理论指导艺创产品的设计, 使其更具吸引力和传播力。最后, 提出基于视觉感知理论的特殊群体艺创产品公益传播策略, 以及开发互动体验式艺创产品等。本研究旨在为特殊群体艺创产品的设计与推广提供理论指导和实践参考, 推动特殊群体艺创产品走向市场, 实现其社会价值和经济价值。

## 关键词

特殊群体; 艺创产品; 公益传播; 视觉感知理论

## 1 理论基础

视觉感知理论作为研究人类视觉系统感知和理解周围环境的学科, 为特殊群体(本文特指自闭症儿童)艺创产品设计提供了重要的理论指导。鲁道夫·阿恩海姆的格式塔

【基金项目】2023年度广东省高等职业院校艺术设计类专业教学指导委员会教育教学改革项目《视觉感知理论在特殊群体艺创产品设计中包容性社会传播研究》(项目编号: 2023YSSJ32)。

【作者简介】潘健(1986-), 男, 中国广东广州人, 硕士, 讲师, 从事视觉传达设计研究。

心理学理论强调视觉感知的整体性, 即视觉元素之间相互关联, 形成一个统一的整体。这一理论对于理解特殊群体的视觉感知特点具有重要意义。特殊群体可能更关注细节而忽略整体, 因此设计中需要注重整体性与视觉层次的构建, 通过颜色、形状、纹理等元素的有序排列引导他们的视线, 帮助他们更好地理解作品的整体结构。同时, 特殊群体对视觉元素的大小、位置和排列非常敏感, 设计中应注重平衡与比例的把握, 避免不对称或过于杂乱的设计, 以减少视觉上的刺激感。

公益传播是指利用各种传播手段, 传播公益信息, 促进社会公益事业发展的活动。公益传播理论为特殊群体艺创产品的推广提供了理论指导。首先, 目标受众定位是公益传

播的重要环节，特殊群体艺创产品的目标受众不仅包括特殊群体，还包括普通大众。因此，在推广过程中需要考虑不同受众的需求和特点，制定有针对性的传播策略。其次，传播渠道的选择也至关重要，社交媒体平台、公益机构、文化活动等都是有效的公益传播渠道。最后，传播内容的设计需要具有吸引力、感染力和说服力，能够引起公众的关注和共鸣。设计师可以运用视觉元素、故事讲述、互动体验等方式，增强传播内容的感染力。

特殊群体在认知、情感、社交等方面存在一定的障碍，这使得他们在艺术创作和交流中面临着特殊的挑战。首先，特殊群体对声音、光线、颜色等感官刺激非常敏感，容易受到过度刺激而出现焦虑或不适。因此，在艺创产品设计中，应充分考虑特殊群体的感官敏感性，避免使用过于刺激的元素。其次，特殊群体对事物的兴趣点可能与普通人群有所不同，他们可能对某些特定的颜色、形状、图案等元素特别感兴趣。设计师应了解特殊群体的兴趣点，并将其融入艺创产品设计之中。

## 2 特殊群体艺创产品设计与公益传播的结合策略

### 2.1 产品设计策略

在设计面向特殊群体的产品时，视觉感知理论提供了重要的指导原则。整体性与视觉层次的构建对于特殊群体来说至关重要，因为他们可能更倾向于关注细节而忽略了整体。因此，设计时需通过颜色、形状、纹理等元素的有序排列来引导他们的视线，帮助他们理解作品的整体结构。平衡与比例同样重要，因为特殊群体对视觉元素的大小、位置和排列非常敏感。设计应避免不对称或过于杂乱，以减少视觉上的刺激感。

色彩和形状是影响视觉感知的两个关键因素。设计师应选择能够激发积极情绪反应的色彩方案，并运用不同的形状元素来传达不同的意义和情感。例如，柔和的色彩和流畅的曲线可以营造一个平静、舒适的氛围，这有助于激发特殊群体的创作灵感。

互动性和体验式设计对于特殊群体来说也至关重要。触觉体验方面，由于特殊群体可能更擅长通过触觉感知世界，设计师可以设计具有不同触觉感受的艺创产品，如粗糙、光滑、柔软、硬朗等材质，让特殊群体通过触摸感受不同的视觉元素，并激发他们的创作灵感。听觉体验方面，音乐和声音等听觉元素可以丰富特殊群体的艺创体验。设计师可以设计具有声音反馈功能的艺创产品，例如，当特殊群体触摸或操作产品时，会发出不同的声音，从而激发他们的听觉感知和创作灵感。嗅觉体验方面，某些气味可以激发特殊群体的感官体验和情感反应。设计师可以设计具有特定气味的艺创产品，使用薰衣草、柠檬等具有舒缓、提神作用的香味，帮助特殊群体放松身心，更好地进行艺术创作。

### 2.2 传播策略

在制定传播策略时，社交媒体平台的选择至关重要。针对不同的目标受众，应选择相应的社交媒体平台进行推广。例如，对于年轻群体，可以利用微博、抖音等平台，因为这些平台的用户基础较为年轻，互动性强，适合传播视觉和视频内容。而对于中老年群体，则可以选择微信公众号、头条号等平台，这些平台的用户群体相对成熟，更适合深度内容的传播和讨论。内容创作方面，应注重创作具有吸引力和感染力的内容。这包括分享特殊群体的创作故事、展示他们的作品、介绍艺创产品的特点和优势等。通过这些内容，可以增加公众对特殊群体艺术创作的认知，同时提升艺创产品的品牌形象。

互动交流是提升用户参与度和粘性的有效手段。积极与网友互动交流，回复评论、解答疑问，并定期举办线上活动，如创作比赛、互动游戏等，可以增强用户的参与感和归属感。公益机构合作是传播策略中的重要一环。选择与特殊群体相关的公益机构进行合作，如特殊群体康复机构、特殊教育学校、特殊群体家长组织等，可以共同推动艺创产品的推广和普及。合作方式可以多样化，包括举办线下活动如艺创展览、工作坊、义卖活动等，以提升艺创产品的知名度和影响力。同时，与公益机构共享资源，如场地、设备、人员等，可以降低运营成本，提高效率。

文化活动也是传播策略的重要组成部分。参与艺术展会、设计展会等，可以将特殊群体艺创产品展示给更广泛的受众。举办讲座，普及相关知识，可以提高公众的认知度和理解。组织工作坊，让更多人体验艺创产品的魅力，并参与到公益活动中来，这不仅能够增加产品的曝光度，还能够促进社会对特殊群体的理解和支持。

## 3 案例分析：慢慢星光手工艺艺术包

### 3.1 产品设计理念

“慢慢星光手工艺艺术包”是“慢慢喜欢你”公益设计团队的一项创新产品，旨在通过手工艺艺术的形式促进特殊人群与普通人之间的互动与理解。该产品设计理念基于“包容性”和“情感连接”，希望通过艺术活动打破社会隔阂，让不同背景的人能够在共同的创作过程中建立联系。团队认为，手工艺艺术不仅是一种表达自我的方式，更是增强社会认同感和归属感的重要途径。

在设计过程中，团队注重用户体验，特别是特殊人群的需求。通过调研和用户访谈，团队发现许多特殊儿童在参与常规活动时面临障碍，因此，“慢慢星光手工艺艺术包”特别设计了易于操作的工具和材料，以确保每个孩子都能参与其中。这种以用户为中心的设计理念不仅提升了产品的可用性，也增强了参与者的自信心和创造力。

此外，该产品还融入了教育理念，通过手工艺活动培养孩子们的动手能力、创造力和社交技能。团队希望通过这

种方式，不仅让特殊儿童获得乐趣，还能帮助他们在社会中找到自己的位置，促进他们与普通人之间的理解与接纳。这种设计理念强调了艺术作为一种社会工具的潜力，使其不仅限于个人表达，更成为推动社会变革的重要力量。

### 3.2 产品特点

“慢慢星光手工艺术包”的产品特点主要体现在其多功能性、易用性和教育价值等方面。首先，该艺术包包含多种手工材料和工具，如彩色纸张、绘画工具、剪刀和粘合剂等，旨在激发孩子们的创造力和想象力。每个包都配有详细的使用说明，指导孩子们完成不同难度的手工项目，从简单的剪贴画到复杂的立体模型，确保每个孩子都能找到适合自己的创作方式。这种设计不仅鼓励孩子们发挥想象力，还为他们提供了一个安全、自由的创作空间，使他们能够在实践中探索自我。

其次，该产品特别注重易用性。考虑到特殊儿童可能在精细动作上存在困难，团队为每种工具进行了专门设计，使其更易于握持和操作。例如，剪刀采用了符合人体工程学的设计，便于小手使用；而粘合剂则选择了无毒且易清洗的材料，以减少使用过程中的不便。这种细致入微的设计不仅提升了产品的可用性，也增强了参与者的信心，使他们能够在无压力的环境中自由创作。

最后，“慢慢星光手工艺术包”还具有显著的教育价值。通过参与手工活动，孩子们不仅能够提高动手能力，还能学习到团队合作的重要性。在共同创作过程中，普通儿童与特殊儿童可以相互交流、分享创意，从而增强彼此之间的理解与尊重。这种互动不仅促进了社交技能的发展，也为构建更加包容的社会奠定了基础。通过这种方式，艺术包不仅是一个简单的手工工具，更是一个促进社会融合与理解的重要载体。

### 3.3 实施策略

在实施“慢慢星光手工艺术包”项目时，“慢慢喜欢你”公益设计团队采取了多方位的策略，以确保项目能够有效地满足目标群体的需求。首先，在项目启动阶段，团队进行了广泛的市场调研，以了解目标用户群体——特殊儿童及其家庭所面临的问题和需求。这一过程包括访谈、问卷调查以及与相关机构合作进行数据收集。通过这些信息，团队能够制定针对性的产品设计方案，从而提高项目实施效果。

其次，在具体实施过程中，团队注重跨学科合作，与教育专家、心理学家及艺术家等进行深入合作，以丰富项目内容。例如，在教育课程方面，团队邀请专业教师共同开发课程内容，以确保课程既具专业性又能满足学生需求。这种跨学科合作不仅提升了项目质量，也为不同领域之间的信息交流提供了平台。此外，通过与心理学家的合作，团队能够更好地理解特殊儿童的心理需求，从而在产品设计中融入更

多人性化元素。

最后，为了确保项目可持续发展，“慢慢星光手工艺术包”还建立了反馈机制，通过定期评估和用户反馈来不断优化项目内容，提高了其适应性和有效性。通过不断收集反馈并进行调整，团队能够确保产品始终符合用户需求，并在实际应用中产生积极影响。

### 3.4 产品效果

自“慢慢星光手工艺术包”推出以来，该项目已取得显著成效，不仅反映了项目在实际操作中的成功，也展示了其在推动社会融合方面的重要作用。通过一系列线下公益活动，该项目有效提高了公众对特殊人群生活状况及需求的认识。

此外，“慢慢星光手工艺术包”还积极运营线上平台，为广大普通人提供高质量的信息资源。截至目前，这些公益活动已吸引数万名家庭参与，并获得积极反馈。这表明，该项目不仅成功吸引了公众关注，也促进了普通人与特殊人群之间的信息交流和理解。这种影响力不仅体现在参与者之间，也延伸至更广泛的社会层面，有助于营造一个更加包容和谐的社区环境。

## 4 结语

在当今社会，特殊群体的关注度日益提高，尤其是特殊群体的生活与发展问题引起了广泛重视。通过艺术创作产品的设计与公益传播，能够有效帮助这些特殊群体融入社会，提高他们的生活质量。结合视觉感知理论与公益传播策略，将为特殊群体的艺创产品设计提供新的视角和方法。

结合视觉感知理论与公益传播策略，为特殊群体艺创产品设计提供新视角。通过无压力环境中的创作、情感共鸣的传播和有效的反馈机制，推动特殊群体艺创产品走向市场，实现社会价值。最后，通过实施有效反馈机制，不断优化产品设计与传播策略，可以确保特殊群体艺创产品在市场上的可持续发展。定期评估用户反馈，了解参与者对项目实施效果和产品使用体验的看法，将有助于团队及时调整策略，满足不断变化的需求。这种动态调整不仅提升了项目实施效果，也为推动社会对特殊人群理解与接纳创造了良好条件。

### 参考文献

- [1] 阿恩海姆, R. (1974). 视觉思维. 北京: 中国社会科学出版社.
- [2] 张晓红, 李慧娟. (2018). 特殊儿童艺术治疗研究综述. 中国特殊教育, (2), 58-63.
- [3] 王丽丽, 郭丽华. (2019). 公益传播在特殊群体中的应用研究. 现代传播(上半月), (1), 96-98.
- [4] 陈慧, 刘燕. (2020). 视觉感知理论在特殊教育中的应用研究. 教育研究与实验, (3), 89-93.