

# 新旧媒体环境下中国青年家庭文化的交互行为研究

梅蔚琪

武汉华夏理工学院 湖北 武汉 430000

**【摘要】**：在互联网高速发展的时代，中国青年大部分的时间都消耗在屏幕类设备，家庭成员之间在生活上缺少沟通。本文将在中国青年对待夫妻关系、父母关系和亲子关系上进行心理认知研究，针对家庭场景交互行为习惯进行产品触点研究，进而提出新媒体视角下中国青年家庭文化的交互产品提升方案。最终提出新媒体视角下中国青年家庭文化的交互产品所需遵循的准则，为其他相关家庭文化产品提供参考。

**【关键词】**：中国青年；家庭文化；新媒体；交互

我国《中长期青年发展规划（2016-2025年）》中所提出，青年是指14—35周岁的年轻人。在这样的群体中，三代人之间的家庭关系是他们生活中不可或缺的一部分。在家庭关系中，不同代际所接受的文化程度不同，因此，对事物的理解也有所不同，交互行为亦不同。

新媒体时代下，年轻人更懂得交互产品的使用方式，而父辈及爷辈更懂得生活及人情世故的方面，因此，当家庭成员在家庭场景中遇到不同的事物时，将会产生双向指引的作用。好的用户体验即是好的交互检验，因此，深入探索家庭关系，思考交互行为习惯，创新交互触点是交互产品提升的重要方向之一。

## 1 传统与新媒体环境下中国青年家庭文化的不同交互感知

### 1.1 家庭关系心理认知不同

家庭关系泛指父母关系、亲子关系、夫妻关系，不同的心理带来不同的交互行为和交互感知。中国青年是见证互联网发展的一代，对于新媒体的产物接受度较快，操作交互产品时，较容易上手。但中国青年的父辈及爷辈由于生长环境等因素，对于新事物的接受度较慢，思维始终沉浸在他们的操作圈层，认为新媒体时代下产物的交互操作十分复杂。比如现如今的智能电饭煲、智能洗衣机、智能电视、微信和网购等，对于很多父辈以上的群体来说，操作复杂，需要青年的引导。而作为“蜜罐里长大的一代”的90后一代，缺乏对日常生活技巧的系统性认知：做饭磕磕绊绊、装修一头雾水、养生一知半解等。青年在这时会借助手机来查询相关信息，或者以打电话或视频的方式求助父母。因此，中国青年与父辈的关系是相互引导的关系。而对待亲子关系，由于当下的中国青年大部分受到了高等教育，大学生群体居多，因此对亲子教育尤为重视，从素质教育、美育教育到知识学习教育，都做好了比较全面的准备。培养孩子，使其拥有独立的思维及见解以及同理心，做到与他人相互理解、相互包容。

因此，中国青年的亲子关系是代入关系。当下青年生活开销较大，伴随着生活压力也巨增，因此大部分的夫妻关系是共同协作的关系。

### 1.2 传统与新媒体环境下的家庭成员交互行为习惯的不同

传统环境下，家庭场景中的交互方式更多的是人为手动的去做事情，交互流程复杂。比如手洗衣服，从拿衣服/拿盆子/拿洗衣粉-开始手洗-反复换水-拧干-晾晒5个步骤的交互操作流程。而如今智能洗衣机可以轻松一键解决洗衣问题，交互流程只需拿衣服-倒洗衣液-机器自动清洗并完成-晾晒4个步骤完成。新媒体环境下的家庭交互方式粗略可分为：屏幕类（智能电视、手机、电脑、IPAD等）、非触屏类（车载系统、智能音箱、智能空调、智能窗帘等）。其中，屏幕类别中，电视大屏在家庭使用中占据63.4%，手机在个人使用中占据90.6%，（数据来源尼尔森家庭大屏调研）。由此可见，中国青年使用手机的频率非常高，而在家庭场景中，孩子或父母看电视的频率更高。非触屏类的交互行为方式一般也分为语音类和触控类。中国青年对手机的手势操作和语音控制的能力较高，平常手机操作速度快，对智能设备进行语音控制也比较得心应手，走进一个智能家庭设备的场景，交互方式只要做到发送指令-智能音箱接收到指令-智能家居设备完成指令，这样的方式还可以操作生活中的更多设备，距离过远时，也可以通过手机APP触点操作家居设备。而对于面对一个机器人说话的行为，父辈和爷辈是难以接受的，日常的按键开灯、拿遥控开电视等操作对于他们来说喜以为常，他们的环境当中，如果没有这些日常操作，他们会以为生活中缺少了很多事件与乐趣。

### 1.3 传统与新媒体环境下的家庭成员代际关系的缺失

在传统环境下生长的父辈和爷辈，由于他们生长环境的差异，因此交互习惯也稍有不同。父辈在使用智能机方面，会一些简单的操作，比如微信发信息、发语音、发朋友圈、刷抖音、买东西等。但爷辈则大部分只能把按键手机操作流

畅，他们普遍认为智能手机的操作非常复杂。当今大部分中国青年在一二三线城市定居，2020年我国老龄化人口高达32.2%（数据来源七普数据），由于父辈与子女的距离远、工作繁忙等问题，青年每年回家的次数基本在1-2次不等。如果要进行远程联系，基本方式是通过微信语音、微信电话、微信视频。但爷辈受限于不会用智能机的困窘，因此，中国青年与爷辈的家庭联动性很低。

## 2 新媒体视角下中国青年家庭文化的交互行为提升方案

### 2.1 联动每代家庭成员的交互行为

要想提升家庭成员三代甚至四代的联动性，需要基于家庭成员的不同交互行为习惯，设定交互场景触点。青年与父辈的交互行为差别性不大，基本的交互界面操作，语音操作适用性都比较高，因此，与父辈之间的联动只需要一个私密的家庭空间，沟通家庭日常事物及生活趣事等。但对于爷辈来说，智能手机手势操作流程多，手机设备的语音操作普及度也不高，智能音响设备的语音控制，对于爷辈来说，他们交互行为习惯还很难做到。因此，可以试图将青年使用频率最高的手机，与爷辈使用频率最高的家庭电视联动起来，建立一个手机+电视的联动交互行为设定。基于老年人交互行为习惯，设定手机发送语音或者视频的指令，电视接收信号，操作简单方便；老年人的眼睛视力不佳，在使用手机设备时，视觉容易疲劳，以电视的方式接收视频，视觉效果好，也更能让爷辈接受。而对于亲子关系来说，现代的教育系统非常庞大，孩子在学校学习的课程与学校外学习的内容都很多，想要让每个单个学习事件让孩子完全吸收，必定也需要和老师之间做好联动关系，因此，设定孩子的日程表，对每一种课程内容需有基本了解，知晓孩子在每一个学习事件上面是否有专注度尤为重要。

### 2.2 增强社交化的家庭交互行为

每个家庭成员经历的教育方式不同，家庭文化方面因此有一些差异，这些差异导致家庭成员对于事物方面的观念有分歧，如何将家庭成员里不同家庭文化平衡是一个关键点。加强家庭成员之间生活的融入与沟通，能够更好的增强家庭

成员的关系，也更有利于家庭成员之间的相互理解。当下关于家庭关系的交互产品亲子类的居多，而青年与父辈、青年与爷辈之间的互动产品基本空缺，这很大程度上反应一种社会现象，同时，从生活的角度来讲，人们应当引起相关话题的重视度，《亲合》APP，是一款社交类家庭关系产品，家人可以通过注册、微信、QQ等方式登陆，家人的照片可上传到家庭相册，可以云储存，家庭成员想看的时候都可以看，促进了家庭成员之间的联动关系。但该产品只有图片联动和家庭关系朋友圈，产品类型单一，用户使用产品持久度不长。在《方太幸福家》APP中，构建了“美食烹饪、居家装修、饮食起居、锻炼养生、家庭关系、亲子教育、心灵成长、积善之家”在内8大生活内容，对生活的本真做了归纳与运用。因此，增强社交化的交互行为还需要更深层次的挖掘家庭成员之间的交互行为，家庭文化包含家庭成员关系、对老人的赡养、家庭经济管理、家庭气氛营造等。增强家庭关系不是刻意完成，而是家庭成员之间的趣味化交流，因此得到家庭关系的升华，增强社交化家庭交互行为上，可以加入一些个性化词条，家庭游戏等。

### 2.3 基于家庭成员不同群体的交互界面设定

中国青年的主要三代家庭关系，在交互行为习惯上有所不同，因此，交互界面的设定应有所不同。不同用户群体在输入年龄或者家庭成员角色之后，系统自动切换到该角色的交互界面。这样，既符合每个家庭成员的交互习惯，同时，增进了不同家庭成员之间的联动性与情感性。青年与父辈的交互界面设定：设定对话区（在此可以和任何家庭成员快速联系）；社交区（其他家庭关系中的问与答）；联动区（家庭关系小贴纸、小游戏等）；亲子区（孩子学习日程表；每位教师的联系方式及学习进度）；爷辈交互界面设定在电视里，直接在电视里有接收视频或语音的入口。

## 3 结语

传统环境下生长的中国青年父辈文化已然跟不上新时代的脚步，关于家庭文化的交互产物在亲子关系领域居多，在未来的代际关系产物领域上将增多，中国青年家庭关系将走向多元化。

## 参考文献：

- [1] 巩淼森,嵇柔.《自然交互设计在智慧家庭中的应用研究》[D].包装工程,2019.
- [2] 马静妍,叶根军,熊传鹏.《智慧家庭系统交互设计方法创新探索》[J].中国新技术新产品,2012.
- [3] 栗波.《交互媒介环境下家庭文化素养的新课题》[J].宁波广播电视大学学报,2010.

本论文系湖北省人文社科项目“数字化重构：基于手机的中国家庭文化传播模式研究”研究成果，项目编号：16G229。