



# 目录

## 4.1 情绪和情感的界定

## 4.2 设计的情绪体现

### 4.2.1 情绪的作用

### 4.2.2 情绪的维度

## 4.3 设计情感

### 4.3.1 设计情感的特殊性

### 4.3.2 设计情感的层次性



## 4.1 情绪和情感的界定

- 情绪 (Emotion) 是人对客观事物的态度的体验。
- 美国心理学家伊扎德 (C. Izard) 以为情绪应涉及**生理基础、表情行为和主观体验**三个方面。
- 情绪与情感

就脑的活动而言，情感 (Feelings) 和情绪是同一物质过程的心理形式，是同一事件的两个侧面或两个着眼点，所以，有些心理学家并不严格区别情感和情绪。



细分两者：

- 1、心理学家们以为情感着重于表白情绪过程的主观体验，即感受；情绪则着重于情感过程的外部体现以及其可测量的方面，因而认知心理学家们更多使用“情绪”一词。
- 2、情感是判断系统的普遍术语，情绪是情感的意识体验，具有详细的对象和原因。
- 3、情绪和机体的生理需要相联络，是一种先天、本能的反应，例如饥渴时的焦急觉或看到新奇事物时的兴奋感；另一方面又是机体在社会环境中，尤其是人际交往中发展形成的，具有很强的社会性。



## 4.2 设计的情绪体现

### 4.2.1 情绪的作用

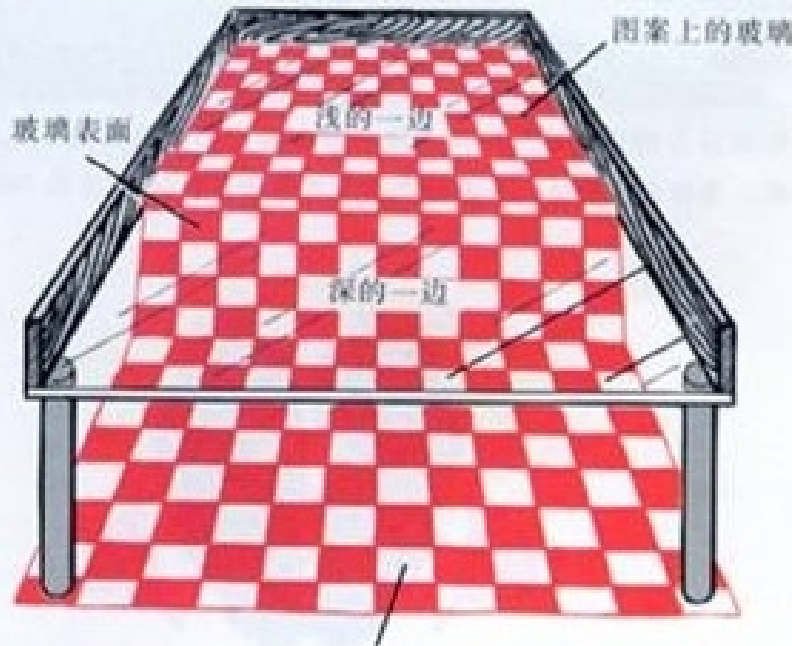
- 1、适应作用
- 2、驱动作用
- 3、组织作用
- 4、通讯作用



人类具有类似动物的、与生俱来的基本情感



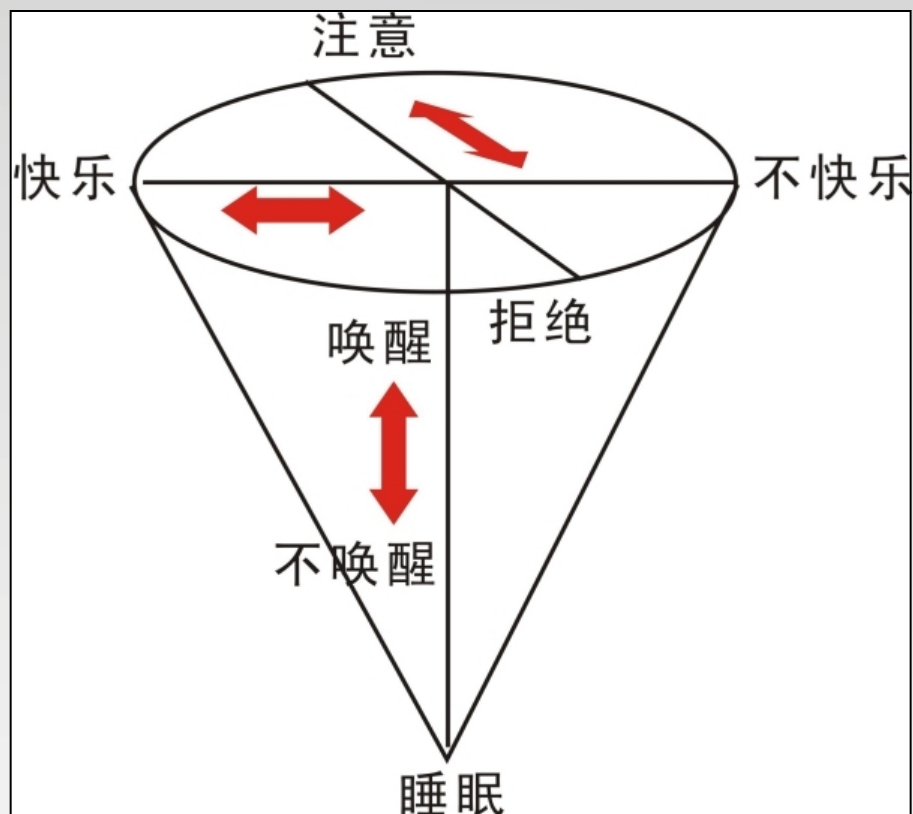
1960年伊利诺·吉布森和理查德·沃克所做的经典“视崖试验”





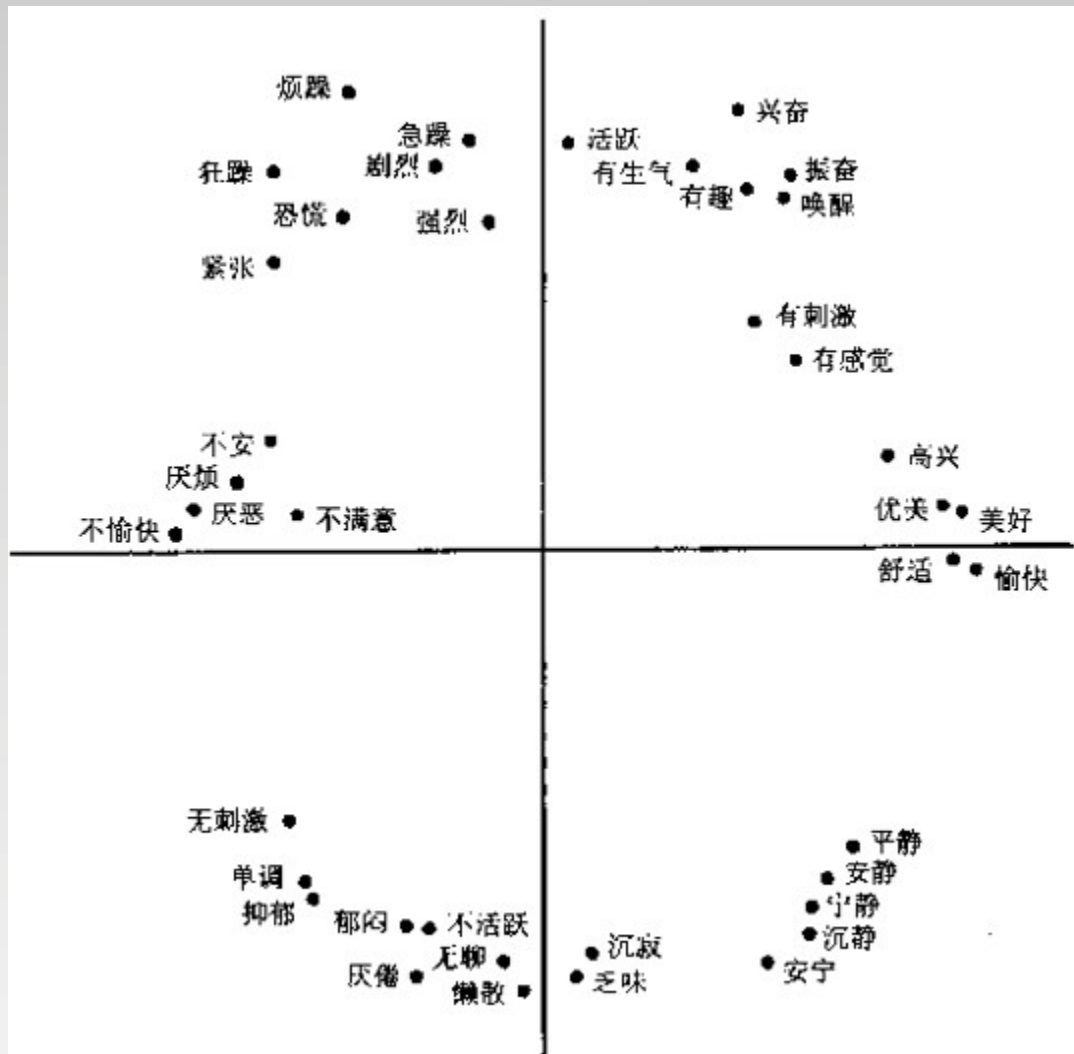
## 4.2.2 情绪的维度

- 不同的情绪能对人的信息加工处理（知觉和记忆）起到不同的作用。为了区别不同的情绪，美国心理学家施洛伯格（H. Schlosberg, 1954年）曾提出一种描述情绪的三维度量表，这三个独立维度分别为快乐—不快乐；注意—拒绝；唤醒—不唤醒（“唤醒水平”或“激活水平”。）





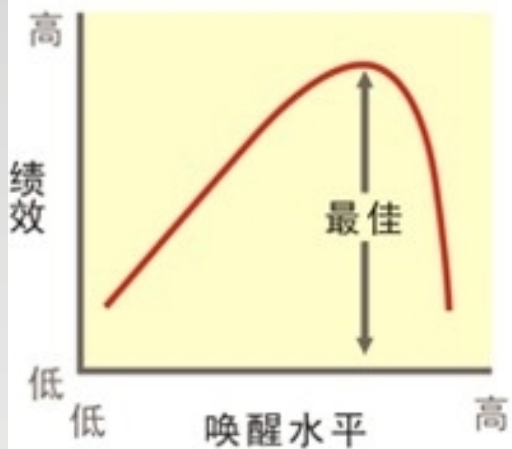
- 1984年环境心理学家拉塞尔和拉尼厄斯（Russel&Lanius）曾按照快乐维度和唤醒维度描述人们在不同场合中的情绪。



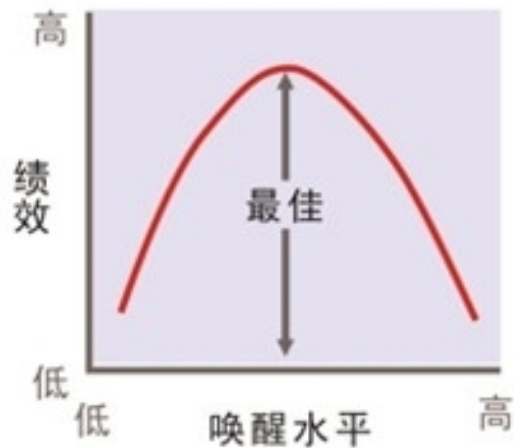


不同的情绪还对人的行为能产生不同的影响。

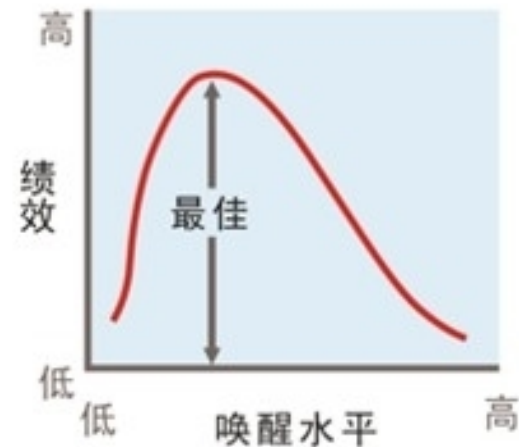
## 情感与工作绩效之间的关系



简单工作（重体力劳动）



中等难度的工作  
（一般技能性工作，打字、驾驶等）



困难或复杂工作  
（创造性工作，艺术创作、设计等）

耶克斯-道德逊曲线揭示了情绪的不同唤醒水平对人的手工操作的效果呈现一种倒“U”形曲线。





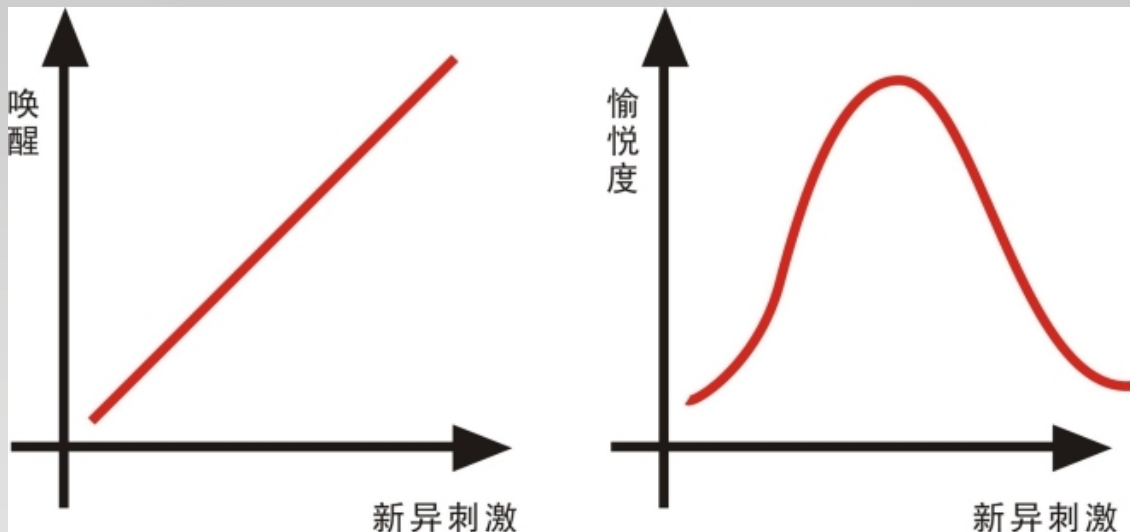
北京大学的学者们经过试验对此加以验证，他们证明：

1. 中档快乐水平比过高或过低的情绪状态更易于使问题求解工作到达最优效果；——类似“耶克斯-道德逊曲线”
2. 爱好和快乐为智力操作提供了最佳的情绪背景；  
——美的产品更加好用，美使人心情愉悦，从而提升了作业（尤其是困难或复杂作业）的作业效率。
3. 惧怕和爱好都在新异刺激作用下发生，但爱好是刺激新异刺激的动力，惧怕是破坏性最大的情绪，刺激引起个体的是爱好、惊奇、惧怕，以及爱好和惧怕之间的流动程度和倾向，依赖于刺激新异程度的大小和个体之间的差别性。
4. 痛苦情绪因其压抑效应对智力起到干扰延缓慢的作用；
5. 愤怒也是一种负面情绪，但它释放后能起到比痛苦更加好的操作效果，然而，假如愤怒不能释放，则和其他负面情绪一样对操作起到负性作用。



## 情感设计的几条基本原则：

- 1、对于**着重于实用功能**的产品或环境，应使之带给人们“中档强度”的正面情绪体验，它们应使人感觉轻松而愉悦。
- 2、对于**既注重实用功能，但实用功能并非顾客唯一注重的原因**的产品或环境，例如消费类电子产品、家具、灯具、家用电器等产品，娱乐场合或展会，一方面突出某些具有较强的新异刺激的部分到达唤醒观众的目的的作用；另一方面，除了那些以刺激观众为目的的特异之处外，整体设计仍应遵守适度正面情绪的原则。
- 3、对于**无过多实用功能，以交流、宣传、传递信息和理念，或提供不同体验**为主要目的的环境、产品或其他设计，则应该根据不同的目的性加以区别看待。
- 4、因为成年人在某种情绪状态下易于回忆起情绪性质与之相同的过去事件，所以经过同类情绪体验的重演，能够唤起其相应的情绪体验。



## 新异刺激与唤醒度、愉悦度的关系

新异刺激越强，则唤醒程度越高；而愉悦感与新异刺激的关系类似耶克斯-道德逊曲线，呈倒U形分布[1]，一定范围内，新异刺激越强，愉悦感上升；超出范围的过强新意刺激会引起愉悦度下降。

[1] 参见美学家伯莱恩对环境的不定性和愉悦性的判断研究。林玉莲：《环境心理学》，中国建筑工业出版社，2023年，66页。

柏莱恩的观点在绘画和音乐领域中得到了验证，而在环境设计方面只好到了部分验证，学者沃尔威尔（Wohlwill）对复杂人工环境的研究便没有得到这种U形曲线，反而发觉试验被试随新奇性增长，对环境的偏爱性增长。这一点主要受到了环境性质以及友好程度的影响，例如复杂的自然环境却依然友好，从而使人感觉愉悦，由此可见环境的不同性质将影响到人们对新异程度的感知。



## 新异刺激涉及：

- 复杂程度：即对象的要素的数量和涉及的信息量；
- 新奇程度：即对象陌生程度和超出常规的程度；
- 友好程度：即对象与周围环境的差别程度。

使人们体验适度正面情绪的设计的基本特征归纳为：

- 造型整体而较简洁；
- 对称、均衡的形体；
- 要素、部件明确、一目了然；
- 要素排列与分布规律而有秩序，变化富有节奏；
- 一致调和的色彩体系；
- 一定的熟悉度，即看起来并不完全陌生。



奥哈尔国际机场第5国际航班大厅  
芬兰当代设计 转椅

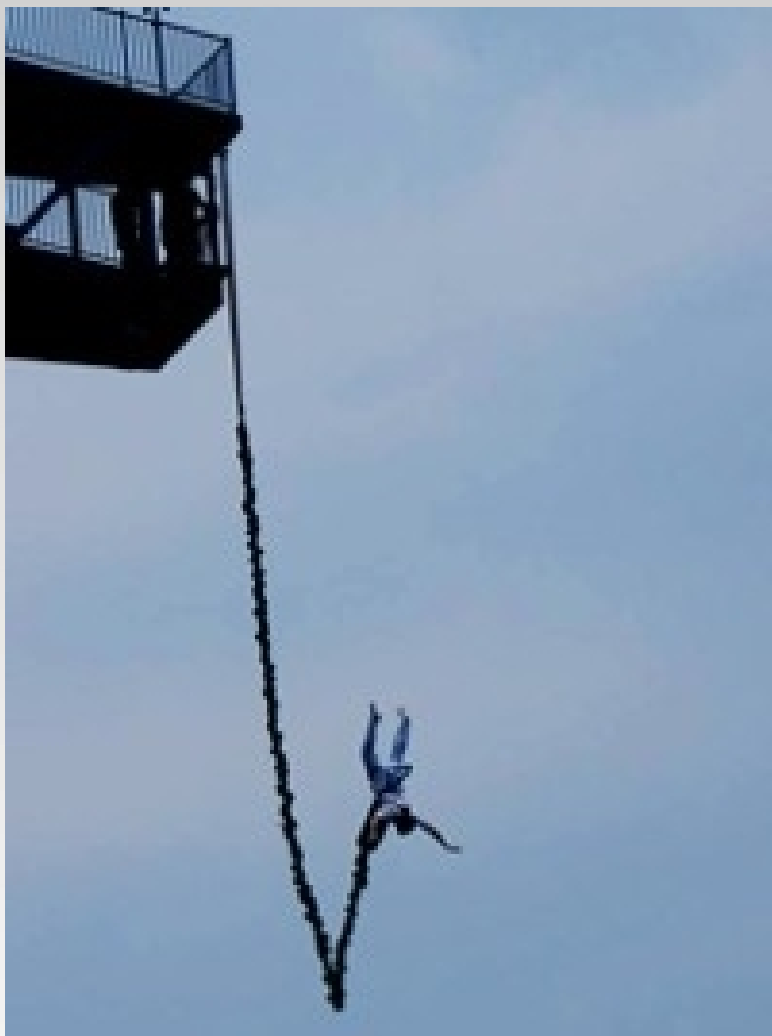
返回

**Design Psychology**



荷兰著名设计组织 droog企业的两款价格一样昂贵的限量版设计，虽然都出于设计师的奇思妙想，但右图中的椅子销售情况很好，左侧的情况不佳，究其根源，还是在于右侧的设计的新异刺激过强，经过较长时间后也无法使顾客产生放松的正面情绪，而长时间的新奇、刺激则会使人们感觉疲劳，厌倦。

返回



过山车和蹦极，高度紧张后的放松能带给人们兴奋、愉悦的情绪，同步完毕冒险之后的成就感也能给人们带来快乐的情绪。

返回



## 4.3 设计情感

- 设计情感特指与人造物的设计有关的人类情感体验，它包括了一切人与物交互过程中因人工物的设计而带来的情感体验。

- 设计情感的特殊性

首先，设计是实用的艺术，所以，设计的情感体验不像纯艺术作品经常首先是艺术家本人情感体现，设计的情感体验则是与该设计的目的性有关。

第二，设计情感不但取决于“用”的成果，还与过程亲密有关。

第三，设计艺术中的情感具有多层次性，——感性的情感与理性的情感。

最终，设计艺术中的情感具有多样性的特点。因为其复杂的目的性，其可能激发不同类型、层面的情感体验。





摩托罗拉企业V70手机，从使用功能上看，它并无任何突出之处，它的特点在于翻盖方式从简朴的“翻开”变为了转一圈，虽然“转一圈”对于产品的可用性没有任何明显的益处，但是却提供了一种新的、接近娱乐的使用方式。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/648054012066006130>