

高等学校艺术设计类专业“十二五”规划教材
创意大师产学融合系列丛书

创意大师
产学融合

设计心理学



张立阳 王 杰 主编



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

1514227

高等学校艺术设计类专业“十二五”规划教材
创意大师产学融合系列丛书



CS1670198

设计心理学



张立阳 王 杰 主编

TB47

061

TB47

061

重庆师大图书馆

上海交通大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

设计心理学 / 张立阳, 王杰主编. —上海: 上海交通大学出版社, 2011

(创意大师产学研融合系列丛书)

高等学校艺术设计类专业“十二五”规划教材

ISBN 978-7-313-07723-3

I. ①设… II. ①张… ②王… III. ①工业设计—应用心理学—高等学校—教材 IV. ①TB47-05

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第184864号

责任编辑 张 静 陈杉杉

设计总监 赵志勇

装帧设计 郁 悦

设计心理学

张立阳 王杰 主编

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路951号 邮政编码: 200030)

电话: 64071208 出版人: 韩建民

上海盛隆印务有限公司印刷 全国新华书店经销

开本: 787×1092mm 1/16 印张: 9 字数: 194 千字

2011年9月第1版 2011年9月第1次印刷

ISBN 978-7-313-07723-3/TB 定价: 45.80元

版权所有 侵权必究

告读者: 如发现本书有质量问题请与印刷厂质量科联系
联系电话: 021-52823038

高等学校艺术设计类专业“十二五”规划教材
创意大师产学融合系列丛书

设计心理学

编写委员会

主 编 张立阳 王 杰

副主编 甄伟肖 薛丽娜 张会平

郭 盼 张 玉 陈清照

内容介绍

全书共分7章。绪论介绍了设计的内涵、分类、原则、要求，心理学的产生发展、主要概念，编者张立阳；第一章设计心理学概述，介绍了设计心理的研究对象、原则、方法、设计与心理学的关系及设计心理学的发展趋势，编者甄伟肖；第二章设计的需要和动机理念，介绍需要的概念及基本特征、需要的类型、人的动机、及设计中的协调等，编者薛丽娜；第三章设计师心理，针对设计师心理素质、设计师的创造欲望等进行研究等，编者甄伟肖；第四章设计思维与创意，介绍了与设计相关的思维理论，编者张立阳；第五章设计心理的微观分析，从设计产品消费的过程分析年龄、性别、个性、家庭等分析设计心理原理，编者张会平；第六章设计心理的宏观分析，从国际视角对设计心理的共性和规律进行掌控，编者张会平；第七章设计艺术中的心理研究，设计心理在较活跃的不同设计领域的分析，编者郭盼。

作者介绍

张立阳

艺术学硕士研究生，河北美术学院教务处处长，河北省教育文化国际交流与合作协会理事。

发表核心期刊论文1篇，省级论文4篇；参编教材两部《平面构成》，《设计色彩》；石家庄市基金课题《石家庄动漫创意产业做大做强研究》负责人。



目录

content

• • • • • ●	绪论	1
• • • • • ●	第一章 设计心理学概述	11
• • • • • ●	第二章 设计的需要、动机理论和应用	21
• • • • • ●	第三章 设计师与设计师心理	45
• • • • • ●	第四章 设计思维与创意	61
• • • • • ●	第五章 设计心理的微观分析	69
• • • • • ●	第六章 设计心理的宏观分析	95
• • • • • ●	第七章 设计艺术中的心理研究	115
• • • • • ●	参考文献	138

绪论

一切设计都是为人所服务，在教学中，设计心理学教师，认识到设计心理理论的重要指导作用，要求对设计心理理论进行梳理。现代的消费观念越来越关注人的需要，人对设计的要求成为设计最主要的决定因素，人们要求通过商品消费满足心理需求。设计心理学的范围很难绝对界定，它随着相关学科的发展而发展。设计越向高深的层次发展，就越需要设计心理学的理论支持。设计的过程，无论是从设计的消费对象和产品的角度，还是从设计师的角度考虑，都涉及到心理学问题，这些问题都需要进行专门的研究。对消费者和设计师的双重关注，使设计心理学在培养设计师、满足人们心理需求、为企业增加效益等方面都有不可估量的重要作用。

设计心理学以心理学和设计学基本知识和理论为基础，主要内容是在设计应用理论的基础上研究设计过程中“人”的因素，结合现代科技和人们心理的变化特点，分析消费者的心理思维和心理需要，引导设计心理学成为科学、实用、高效的理论学科。一个产品的设计首先应该考虑用户的需要，研究消费者认识物的基本规律和一般程序。其研究对象，不仅仅是消费者，还包括设计师，消费者和设计师都是具有主观意识和自主思维的自然个体，都以不同的心理欲求影响和决定设计的方向。不同国家、不同地域、不同的年

龄层次的人的心理特征，不同特征的人群对色彩和形态的偏好；各个国家的设计特色，结合这个国家或民族心理特征的综合分析；如何采集相关信息并进行设计分析，以及消费者在购买抉择过程中，由设计决定的各种因素。

设计领域中，各类设计都是针对人们生产或生活中的某一特殊问题而存在，涉及的心理要求有所差异。在设计构图、创作、使用和评价过程中，也体现出了人们共同的心理要求和规律，所有的设计心理都建立在需求的基础上，某种意义上是追求人与环境的和谐平衡。

设计应为大众服务，体现一种人文关怀的精神，体现这个时代的精神，这应该是当代设计的宗旨。我们可以发现现在涉及现代艺术的领域中都包含了这种精神。在当代，设计应该是具体体现时代精神的最广泛、最直接、最敏锐的手段。因为设计几乎涉及到社会生活的所有方面且极具消费性，更新非常快。设计应与科学、艺术一起不断地深入，不断地发展，为人类提供更新、更进步思想和更广阔的生存空间、思维空间，这样才能推动社会的进步，不断提升大众的生活品质，这才是为大众服务。

设计心理学有很大的发展空间，还须在建立设计心理学的框架后细分设计心理学的内容，使其更专业化、更臻完善，这有待于设计师和心理

学家的共同努力。

一、设计

（一）设计的含义

设计是20世纪工业与商品经济高度发展中，科学、经济和艺术结合的产物。其包含的学科相当广泛，主要有工业设计、装饰设计、环境设计、景观设计、园林设计、家具设计、展示设计、广告设计、包装设计、视觉传达设计、形象设计、服装设计、动画设计等。它已经渗透到我们生活的方方面面，极大地提高了人们的生活品位和质量。

设计的本质是解决人们生活中普遍的审美问题，有目的有计划地去提高人们生活、生产的实用性和经济性。设计有广义和狭义两种理解，广义的设计指按照美的规律进行有目的的创造性活动，是人的主观能动性活动，是头脑的构思；狭义的设计是指仅满足于视觉审美要求的设计活动，即设计出让人产生愉悦的产品，它意味着在一般的计划和设计中，思考和表达作品的各种构成要素，在各部分之间或者部分与整体的结构关系上，组织成一个作品的创意过程。因此设计是从构思到行为再到实现其价值的创造性过程。

图1-1所示的是一幅环境保护海报，其构图非常简洁，主题是保护环境，中间没有使用文字说明，所用的设计元素都是大家司空见惯的环保元素：小鸟、鸟巢、伐掉的树根，设计上则采用自上而下层垒的形态。根据人的知觉习惯，该形态正好与人的视觉中心相重合，作者使用的色彩正好突出了“树”，让观众第一眼就注意到这个视觉元素，然后根据联想、经验的判断，从而达到传递信息的作用。



图0-1 “保护森林”的环境保护海报

在现代设计发展的100多年的历史中，设计在市场操作和应用中带来了巨大利润，直至目前多数人没有认识到设计与纯艺术创作的区别，而只是把设计看作是艺术的感性方面，没有在理论上发展相应的设计理论。在设计的发展过程中，由于设计理论体系的缺乏，所以没能形成系统的学科体系。

（二）设计的分类

无论是在设计界还是教育界，都存在着一个令人费解的问题，那就是没有一个明确的统一的分类范畴。分类首先应有一个分类的标准，其次被分的对象应同属一个层面，企业也好、教育机构也罢，对设计的定义及分类各有解释，设计的分类范围既有重叠也有不同。“工业设计”与“产品设计”就是一个例子。工业设计一般指在商品批量生产之前对其进行的设计；工业产品的设计指工业设计中対日用品、实用物品等的设

计,例如电脑、电话、汽车、饮水机等的设计。大多数情况下,两者可以通用,产品设计被认为是工业设计的一部分。

设计按设计维度分,可分为二维的平面设计、三维的立体设计及包含时间维度的四维设计;按设计系统性分,可分为系统设计和非系统设计;按设计领域划分,可分为视觉传达设计、产品设计、环境设计。最后一种是目前学术界和应用界最普遍的分类办法,是以自然、人、社会的相互关系为依据而建立起来的,其中建立在人与人和人社会之间关系的是视觉传达设计,是关于人与人、人与社会之间的感情交流、信息传播的视觉信息传达的设计类型;建立于人与自然是产品设计,是关于人类使用的各类用品及环境设施的设计类型;建立于社会和自然关系的是环境设计,是关于人类生活的各类室内外空间的设计类型(图1-2至图1-4)。



图0-2

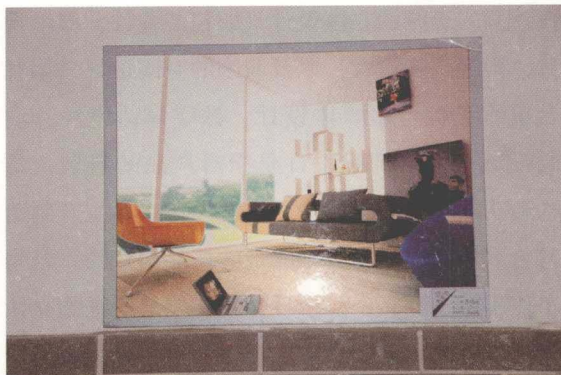


图0-3



图0-4

视觉传达设计是指利用视觉图像进行信息传达的设计,以信息传达为目的,主要符号是视觉图像。视觉图像有平面、立体和动态三种类型,因此视觉传达设计体系包括二维的平面设计(如标志设计、广告设计、插画设计、招贴设计、书籍装帧设计、版式设计等、POP设计、CI

设计)、三维的立体设计(如包装设计、展示设计、影视广告设计)以及四维的空间设计(如舞台美术设计、多媒体设计、数字媒体设计、动画设计等)。产品设计是指对产品的造型、结构和功能等方面进行的综合性设计,以生产制造符合人类需要的实用、美观的产品为目的,是为了使用的设计,产品设计体系主要是三维的立体设计。它的主要领域在生活用品类(如家用电器产品设计、家具设计、玩具设计、旅行纪念品等)、公共服务用品(如交通工具设计、手工艺品设计、服装设计),作为人类一种有目的的创造活动,艺术设计伴随着人类社会的发展走过了漫长的历程。环境设计是指对人类生存空间的设计,是为了居住环境的设计,包括二维的平面设计(如家居墙面设计、室外壁面设计)、三维的立体设计(如室内环境设计、环境小品设计、城市雕塑设计、建筑外观造型设计等)及四维的空间设计(如景观园林设计、城市规划设计等)。

(三) 设计的原则

设计是文化活动和经济活动,也是艺术创造活动,它的原则可以概括为三个方面,即需要、形式与元素。设计原则的这三个方面是与设计审美表现的三个不同层次,即实用美、形式美和艺术美密切相关的。其需要的基本内容为实现功能、信息功能、交流功能等。形式的基本内容为:多样与统一、对称与均衡、对比与调和、比例与尺度、韵律与节奏。元素的基本内容为:文化、历史、民族、地域、气候等,设计是情感自我表达和审美大众化的实现。

现代设计的设计原则是在“需要、形式、元素”三要素之间的交互平衡。现代设计的三个要素之中,有时其中某个要素占主要地位,有时某两个要素占主要地位,有时三者都强调。设计首

先应强调它的实用功能,而后强调形式美的需要,其他是艺术性的体现及元素的选择,因此设计应体现科技性、经济性和艺术性。

(四) 设计的要求

设计的核心是一种创造行为,一种解决问题的过程,设计求新、求异、求变,而这个“新”有着不同的层次,它可以是改良的,也可以是创造性的。但无论如何,只有新颖的设计才会在大浪淘沙中闪烁出与众不同的光芒,迈出走向成功的第一步。设计不可能独立于社会和市场而存在,符合价值规律是设计存在的直接原因。归根到底,设计是为人而设计的,服务于人们的生活需要是设计的最终目的。设计的人性化是现代设计发展的必然趋势。

1. 设计的目的

一般说来,设计有以下几个主要目的:

(1) 改变人类生活方式、提高人类生活品质,对人类征服世界改造自然的媒介物进行加工、创造、提炼,这种行为可以称为物体的设计。我们所说的发明、创造等都包含在这个范畴中。

(2) 以指导人与人、人与社会、人与自然之间和谐发展为目的,对人的行为、意识形态进行具有先导性、前瞻性的理论规划、计划,这种设计可以称为思想的设计。这种设计产生的结果常常成为我们改造世界的理论基础。

(3) 在人类美学思想的发展下,从人类知美、识美的基础上,从蒙昧的符号,从人类用于祭祀的器皿中逐渐产生了一种工艺美术体系。特别是近代工业化大生产的基础上,激烈的市场竞争和人类追求完美和体现个性的原动力下,逐渐形成了分门别类的装饰行为,这个对物体的修饰行为可以称为“美感的设计”。

2. 设计的共性

不同的设计理论对“设计”均能达成一些共识：

(1) 为人类服务是首要也是其任务基础。无论是设计、思想设计还是美感设计，它们的目标都是为人类服务，都是为了人类改变自然环境，改变生活方式，使人类社会不断向前发展的努力行为。

(2) 改变现状是主要手段。“设计”都是以满足人类生存为基础，改变人类生活现状为目的。推陈出新是“设计”的精髓，当然，调和人与社会、人与自然的矛盾也是一种现状的改变，特别是近现代出现了各种环境污染、生态危机、人情淡漠、文化流失等等，都是现阶段设计工作者必须努力改变的现状。

(3) 体现时代特点是普遍特征。不管是何种形式的设计，它都能体现设计者的时代特征和个人修养。正由于这个特点在建筑上的运用，我们才能够判断出低秦高汉、简宋繁清的特色。当然现在的艺术教育中强调的各种流派也充分地体现了这个特点。

二、心理学

心理学是研究人的心理现象及其发生、发展规律和活动规律的科学，心理学是人类为了认识自己而研究自己的一门基础科学。人的心理现象极为复杂，其表现形式也多种多样，但是心理现象是能够认识的，又是具有规律可循的。

(一) 心理学的产生和发展

心理学是一门从哲学中独立出来的学科，它的渊源可追溯到两千年前的古希腊时代。几千年来，心理学一直是哲学的一部分，从这一意义

上来说，心理学是一门很古老的科学。心理学的历史源远流长，不同时期对“心理”有着不同的界定，古代原始人认为人的生命依赖于呼吸，呼吸停止，生命也就完结了，因此心理学被认为是一门研究灵魂的学科；在哲学心理学的时代，心理学则被认为是阐释心里的学问，德国哲学家沃尔夫（B. Wolff）所著的《理性心理学》（1732年）、《经验心理学》（1734年）问世以后，“心理学”这一名词才得到公认和流行。随着科学的进步和不断发展，心理学的研究对象亦发生了巨大变化，自从1879年德国学者冯特（W. Wundt, 1832~1920）受到自然科学的影响，建立心理实验室之后，心理学摆脱了哲学的附庸地位，成为一门独立的科学。如果以冯特建立世界上第一个心理实验室作为心理学脱离哲学而成为一门独立科学的开始，那么，迄今为止心理学只有100多年的短暂历史，从这个角度来看，它是一门很年轻的科学，是一门发展中的科学。

(二) 心理学研究的对象

心理学的研究对象是人的心理现象，揭示心理现象发生、发展的客观规律，并用以指导人们的实践活动。心理是脑的机能，是对客观现实的反映。人的心理现象是自然界最复杂、最奇妙的一种现象，它是指心理活动经常表现出来的各种形式、形态或状态，如感觉、知觉、想象、思维、记忆、情感、意志、气质、性格等。大量的研究还发现，正常人的脑功能有分工：左半球通常控制言语过程，如言语、阅读、书写、数学运算和逻辑推理；而右半球通常控制如空间、音乐、艺术、想象和创造力等非言语过程。心理现象作为脑的机能是以活动的形式存在的，它以脑的神经活动为物质基础。脑的神经活动是生理

的、生化的过程,而心理活动则是在这些过程中发生的对现实外界刺激作用的反映,是对外界信息的加工。当我们用耳朵听,用眼睛看,用鼻子闻,用舌头尝,用手摸的时候,就会产生感觉和知觉,这就是最简单的心理现象。同时,人们在认识客观世界的时候,总会对它采取一定的态度,并产生某种主观体验,从而形成各种各样的情感,这些也是心理现象。而心理学就是以科学的态度和方法来研究这些心理现象,找到它们产生、发展,以及相互影响的原因和导致的结果。

(三) 心理学的主要概念

1. 心理过程

心理过程是指人的心理活动的过程,包括认知、情感和意志三个方面。

认知是大脑对客观事物的表面属性和内在联系进行反应的心理过程。它涉及感觉、直觉、记忆、想象和思维等活动。

外界事物作用于人,被称为刺激。世界上各种事物都可以成为对人的刺激物。对物体个别属性的反应称为感觉,如颜色、软硬度、形状、气味、声音等都是物体的个别属性。对事物的整体反应称为知觉,如我们看到一个事物是圆的、硬的、红的,尝一尝是脆的、甜的——这是一个苹果!这就是知觉。知觉是以感觉为基础的,我们有时将感觉和知觉称为感知觉。刺激作用于人的大脑,所产生的“痕迹”在大脑中可以储存起来。在一定条件下,这些储存可以被提取出来,这就是记忆。如果我们储存和提取、再现的是过去经历过的事物的印象,则称之为表象。例如,昨天看到一个人的模样,参观过的风景名胜等。如果在另外的条件下,脑中的印象重新组合,成为与原来印象不同的印象,这就是想象。对于一些事物,我们不能直接感知其属性,但是可以通

过对它的分析和综合、抽象和概括,揭示它们内在属性和规律以及事物之间的联系和关系,这就是思维过程。

上述感觉、知觉、记忆、表象、想象和思维的活动过程统称为认知过程。

人在接触和认识客观事物的过程中,总是“感其物,动其心”的,即总是采取一定的态度、有一定的体验,如对某一对象或喜欢、或愤怒、或忧伤、或恐惧等,这种心理过程叫情感过程。

人类在认识世界、改造世界的过程中,要提出目标、制订计划,并且努力地付诸实践,克服各种困难,以达到预期的目的,这类活动叫做意志行动。这种为达到预期目的与克服困难相联系的心理活动,叫做意志。

2. 行为

行为是对外界刺激产生的积极反应,可以有意识的,也可以是无意识。无意识的行为受习惯、生理因素(如遗传、疾病等)支配,例如有时人们不知道自己为什么要这样做,甚至也不知道做了些什么。无意识行为常常表现为最充分最直接的反应。在社会生活中,最常见和最重要的是有目标、并受人自主控制的行为,即有意识的行为,这也是人类行为的主体。

有意识的行为也是对环境的应激反应,但由于经过了意识缓冲,很多时候不是简单的应急,而是体现出创造性、综合性,并通过移情、移觉、分段延时、掩饰、取舍等方式表现在实际行动中,它与单纯的应急反应完全不同。

3. 知觉

知觉作为人类认知世界的一个心理过程,无论在过去还是现在,都不断地被不同领域的人们加以研究与利用。从认知学角度来看,它是人脑

对客观事物的各种属性、各个部分及其相互关系的综合的、整体的反映,它通过感觉器官,把从环境中得到的各种信息,如光、声音、味道等转化为物体、事件等的经验的过程。李乐山在其编著的《工业设计心理学》一书中指出,知觉是指外界环境经过感觉器官而被转变成为的对象、事件、声音、味道等方面的经验。

产品知觉研究的主要对象是人类认知世界时所进行的注意、理解、想象、思考等行为与心理历程。研究知觉的目的是让设计师了解受众的知觉特性,以便在产品开发中给予指导和启迪,使设计出来的产品符合受众的正常知觉特性,从而更好地在市场中取得优势并最终为企业或个人产生更好的经济利益。

4. 直觉

对直觉的理解有广义和狭义之分:广义上的直觉是指包括直接的认识,情感的意志活动在内在的一种心理现象,也就是说,它不仅仅是一个认知的过程、认知方式,还是一种情感和意志的活动,而狭义上的直觉是指人类的一种基本的思维方式,当把直觉作为一种认知过程的思维方式时,便称之为直觉思维。

狭义上的直觉或直觉思维,就是人脑对于突然出现在面前的事物、新现象、新问题极其关系的一种迅速识别,同时进行敏锐而深入洞察、直接的本质理解和综合的整体判断。简言之,直觉就是直接的觉察。

直觉思维的基本内容是指直觉思维过程中所包含的几种不同的表现形态。直觉思维的基本内容包括直觉的判别,直觉的想象、直觉的启发三个方面:

(1) 直觉的判别。这是人脑对客观存在的客体、现象、语词符号及其相互关系的一种迅速

的识别,直接的理解和综合的判断。人的这种能力,就是我们通常所说的思维的洞察力。

(2) 直觉的想象。在许多情况下,主题并不能仅仅根据所面临的实物、符号或情势做出上述直觉的判别来。外界所提供的信息不充分,具有许多空白点,单凭这些有限的信息很难做出一种判断,这就需要求助与想象和猜测,才能形成一个准确的判断。

(3) 直觉的启发。即在凭借直觉的判别和直觉的想象都未能解决问题的情况下,偶尔在某一时刻,在所思考的问题之外的另一信息中受到启发,从而使问题得到了解决。这种启发,既包括有实物载体所载信息的启发,也包括由词语载体所载信息的启发,如传说中鲁班受茅草割手的启发而发明了锯子等等。

上面所说的三种基本形态或基本类型,在实际的直觉思维过程中是难以截然分开的。它们常常结合于一个统一的思维过程之中。其中最基本的表现是直觉的判别,直觉的想象和直觉的启发最终也要以判别的形式出现。

5. 个性心理特征

人在认识事物和改造事物的过程中,不仅有各种心理活动,还表现出个人的不同特点。这些不同特点构成人们心理上的差异,称之为个性心理特征。个性心理特征包括个性特征和个性倾向性两方面。

个性特征主要表现在人的能力、气质、性格上。能力是使个体在完成某种活动方面具备潜在可能性的特征,如有人具备数学才能,数学成绩很好等。心理学中的气质概念和日常生活中的“气质”一词含义不一样,它是指心理活动的强度、速度、稳定性、灵活性上的差异,是高级神经活动在人的行为上的表现。而性格则是一个人的

在对社会、集体、家庭、个人、事物的态度和相应行为方式上所表现出来的心理特点,比如有的人比较内向,有的人比较外向等等。能力、气质和性格统称为个性特征。

个性心理特征受人的需要、动机、兴趣、理想和世界观的制约。人的需要反映了生理或者心理上的匮乏状态,比如口渴了需要喝水,肚子饿了需要食物等等。动机是人对其需要的一种体验,是与满足个体某些需要有关的驱动力,它总是指向那些能够满足个体需要的某种事物或者行动。人的需要、动机、兴趣、理想和世界观统称为个性倾向性。

6. 灵感

灵感思维是在无意识的情况下产生的一种突发性的创造性思维活动。它与形象思维相比,主要有以下三个方面的特征:

(1) 突发性。灵感往往是在出其不意的刹那间出现,是长期苦思冥想的问题突然得到解决。在时间上,它不期而至,突如其来;在效果上,突然领悟,意想不到。这是灵感思维最突出的特征。

(2) 偶然性。灵感在什么时间可以出现,在什么地点可以出现。或在哪种条件下可以出现,都使人难以预测,带有很大的偶然性,往往给人以“有心栽花花不开,无意插柳柳成荫”之感。

(3) 模糊性。灵感的产生往往是闪现式的,而且稍纵即逝,它所产生的新线索、新结果或新结论使人感到模糊不清。要精确,还必须形象思维和抽象思维辅佐。灵感思维所表现出的这些特殊性,从根本上说都是来自它的无意识性。形象思维、抽象思维都是有意识地进行的,而灵感思维则是在无意识中进行的,这是它们的

根本区别所在。

(四) 心理学与其他学科的关系

今天,心理学已成为具有100多个分支的庞大学科体系,如实验心理学、认知心理学、生理心理学、发展心理学、社会心理学、人格心理学、临床心理学、咨询心理学、教育心理学、工业心理学、组织心理学、司法心理学、健康心理学、军事心理学、妇女心理学、消费心理学等,这些都是心理学庞大学科体系中的成员。而且随着人类社会实践活动的发展,心理学的分支学科还会继续增加。心理学的研究,已经涵盖了人的各个活动层面,包括内心与外显的、个体与群体的,从而构成了心理学的整体内容。

心理学虽然研究的是个体的心理现象,但同时还需要考虑到个体所处的社会环境,因此它也与各种社会科学有关。同时心理学还与神经科学、医学、生物学等自然学科有着密切的关系,因为这些学科所探讨的生理作用会影响个体的心理状态。心理学还与哲学有密切关系,中国古代哲学等许多著作中都有丰富的心理学思想,如中国古代关于人性善恶的探讨,古希腊的哲学家亚里士多德、柏拉图等在论著中对心灵和肉体关系的探讨等。因此,心理学是介于自然科学与社会科学之间的一门跨学科的科学,是兼有自然科学性质和社会科学性质的中间学科,是沟通自然科学与社会科学的桥梁之一。

(五) 现代心理学五大理论

古今中外的思想学家、教育家、心理学家对人的心理的研究,可以归结为两种取向,即科学主义取向与人文主义取向。前者的基本特征是,主张以心理现象为研究对象,强调心理学的自然科学性质方面,重视研究的客观性,倡导量的研究,即定量分析。后者的基本特征是,主张干预

人的精神生活,强调心理学的社会科学性质方面,重视研究的主体性,倡导性质的研究,即定性分析。现在的一般共识是,古代思想家、教育家对人的心理的探索,主要是采取人文主义取向,但也有不少心理学思想合乎科学主义取向的精神。自1879年冯特创建科学心理学后,西方对人的心理的研究,主要采取科学主义取向,但人文主义取向却也一直绵延未断,且日益发展深化。如早期精神分析与新精神分析、人本主义心理学、超个人心理学,以及后现代心理学等,一直高举人文主义研究取向的大旗。就世界范围来讲,现代心理学正从一元文化模式转向多元文化模式,心理学研究的科学主义取向也有与人文主义取向相结合与统一的趋势。具体来说现代心理学的研究主要存在着五大理论:

1. 行为论

行为论即行为主义所持的理论。行为论者的主要论点是:个体一切行为的产生与改变,均系于刺激与反应之间的联结关系。在现代心理学主题中,行为论主要偏重在学习、动机,社会行为以及行为异常等方面的研究与应用。

2. 精神分析论

现代心理学中常用的精神分析论一词,一般是指弗洛伊德以其潜意识为基础对行为内在原因所作的解释,在现代心理学主题中,精神分析论主要偏重于对身心发展、动机与遗忘、人格发展、行为异常以及心理治疗等方面的研究与应用。

3. 人本论

人本论主要由人本心理学家马斯洛与罗嘉思两人所倡导。该理论以人性本善及天赋潜力的观念来解释在正常环境下,个体自我实现的心理历程。在现代心理学主题中,人本论主要偏重在学

习、机动、人格发展、资商与辅导以及心理治疗等方面的研究与应用。

4. 认知论

认知论包括认知心理学中广义的与狭义两种理论。广义泛指一般人之历程的解释,狭义仅指对信息处理行为的解释。在现代心理学的主题中,认知论主要偏重在学习、智力开展、情绪、心理治疗等方面的研究与应用。

5. 生理科学观

生理科学观以生理心理学与神经心理学的知识为基础,对个体行为与心理历程作出一系列的解释。在现代心理学主题中,生理科学观主要偏重在身心发展、学习、感觉、动机、情绪、行为异常等各方面的研究与应用。

(六) 心理学在设计中的应用

成功的设计一定是合理的设计,用户的生理要求、理解、期望等是对设计存在形式最直接的影响因素。从用户心理学出发,可以从三方面对心理学在设计领域的应用做出诠释:

1. 产品造型语义

所谓语义,就是在设计中运用特定的符号,通过一定的表达方式向用户传达信息。设计的语义是利用信息传达对用户作出有效引导。以产品设计为例,如果设计的语义信息与用户模型中囊括的信息相匹配,就可以使用户在面对不熟悉的界面而不知道如何操作或者面对的是完全陌生的产品时,可以通过设计符号的表征采取一定的行为。设计语义可以为产品的操作设计提供一定的方向性。如果由于设计的语义混乱而未给用户提供准确操作的含义和感知,就会导致用户频繁出错。用户由于操作不一致产生的差错其实是设计的差错。

在产品设计中,研究产品语义的学科称为产

品语义学。产品语义学提倡以人为中心的设计思想。人希望机器适应我们的生活,大多数操作错误是出自机器的不适当的符号和象征,同时,产品的功能与它向用户表现出来的不一致,会使操作者产生误解。产品语义学不是从机器出发而是从使用者的希望出发,来了解人们在理解过程和实际操作过程的行为特征,并通过操作员的行为特征和知识经验来决定人机界面,从而使人机界面设计符合用户理解。产品语义学的口号是“使机器易懂”,其目的是减少学习过程,是机器符合操作者心理认知特点以及想象和行为特点。因此,设计师的作用不是使机器的性能最佳化,而是使产品和机器适合人的视觉理解和操作过程。好的设计,其本身就能告诉用户它是什么,有什么功能,如何操作。

2. 认知心理

以手机为例,我们面对的各种不同品牌或者型号之间的手机界面设计是不尽相同的,有的手机的确定键设在右边,有的则刚好相反,于是,面对不同的手机,使用者会觉得操作困难,这个例子不难说明思维模式对设计的影响。采取用户已用的思维模式,增强用户的认知度,同时给用户一个清晰的认识,是设计师从事设计活动应当引起的重视问题。

设计师需要了解人的感觉器官是如何结合搜

信息、处理信息及如何学习、记忆、思维的,这就涉及到认知心理学的问题。不是每一类型的设计活动都是与最终用户直接相关的,但是工业设计师在进行创作时,必须将人机界面设计与用户的操作行为联系起来。认知心理学在这里提供了与此相关的模型——用户认知模型。在用户思维模式中,用户的行动要素被概括为感知、思维、动作、情绪。

(1) 感知。感知是进行操作的必要前提,感知操作有方向性和目的性。用户需要的是一个透明的产品界面,它需要用包括视觉、听觉、触觉等在内的感知要素得到对他操作行为的回答。

(2) 思维。用户的思维引导他的整个行为过程,思维过程是用户对操作的理解过程。它包括用户如何进行逻辑推理,如何做决定,如何学习操作。

(3) 动作。动作的目的是为用户提供符合感知愿望的条件,手的动作配合要无意识、自动化。比如按键操作,应当使手指的动作变成一种无意识行动,用户只需考虑他要解决的问题,无需斟酌他手指的动作。

(4) 情绪。机器没有情绪,但人有。产品的色彩、型号、外观及材质都会引起用户情绪的微妙反应。不适当的设计会导致人的情绪出现紧张感,并引起视觉疲劳或使人产生焦躁感等。

第一章 设计心理学概述

教学目的 通过本章学习使学生对设计心理学的基础知识有一定了解,掌握心理学与设计心理之间的联系与区别,并能将心理学应用到设计中去,为以后的学习打下理论基础。

教学重点 理解设计心理学的基本内涵、研究目的及其研究对象。

教学难点 理解掌握设计心理学的基本特点、研究方法、基本内容及其研究的意义。能将其应用到实际设计中去。

课程导入 设计心理学是用心理学的理论和方法来研究决定设计结果的人为因素,从而引导设计科学化、实效化。它的理论是对消费者和设计师的双重关注,在培养设计师、满足消费者的需要、为企业获取高额利润等方面意义非凡。

一、设计心理学概述

设计心理学是用普通心理学的理论和方法来研究人们的心理状态,尤其是研究人们的需求和使用的心理状态和需求,并通过意识运用于设计的一门学科。为了使设计能够更好地反映并满足人们的心理需求,它研究的内容是有关“人”(包括设计师和消费者)的要素,应了解人们对设计产品的心态、掌握设计对社会及个体所产生的心理反应,并将其反过来作用于设计(图1-1)。

设计是在实践中不断发展的,设计心理学要有各设计专业普遍适用的基本原理,而且应有针对性地建构与之相适应的设计心理学的内容。

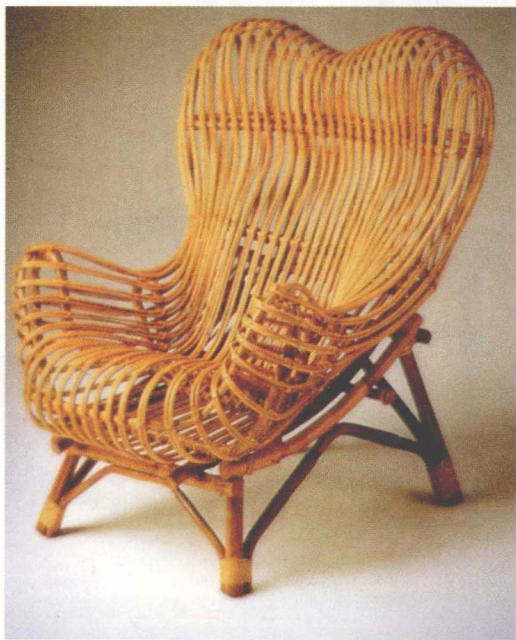


图1-1