

设计心理学 与用户体验

Design Psychology
and User Experience

周承君 赵世峰 著



化学工业出版社

· 北京 ·

本书包含“设计心理学”与“用户体验”两大内容。其中设计心理学部分主要讲了设计心理学基本理论、设计心理学的研究主体、设计心理学的一般应用，这是所有与设计相关专业的学生必学的专业知识；用户体验是当今最前沿的设计领域，本书的第二部分主要介绍了用户体验的相关概念、利用设计心理学提升用户体验、用户体验评估等内容。本书将两者结合，通过最前沿的案例，向读者介绍设计心理学的理论知识，并使之懂得如何在提升用户体验的过程当中更好地运用。

本书适合于产品设计以及相关设计学科的师生学习使用，也可供相关行业的从业者参考阅读。

图书在版编目（CIP）数据

设计心理学与用户体验/周承君，赵世峰著. —北京：
化学工业出版社，2019.1

（汇设计丛书）

ISBN 978-7-122-33440-4

I. ①设… II. ①周…②赵… III. ①产品设计—
应用心理学 IV. ①TB472-05

中国版本图书馆CIP数据核字（2018）第280750号

责任编辑：李彦玲
责任校对：王鹏飞

文字编辑：姚 烨
装帧设计：王晓宇

出版发行：化学工业出版社（北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011）

印 装：北京新华印刷有限公司

787mm×1092mm 1/16 印张9½ 字数214千字 2019年3月北京第1版第1次印刷

购书咨询：010-64518888

售后服务：010-64518899

网 址：<http://www.cip.com.cn>

凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

定 价：56.00元

版权所有 违者必究

前言 Preface

我很高兴看到设计心理研究方兴未艾，而设计心理学课程也在众多院校广泛开设起来！

回顾本书的创作源头，还要追溯到二十年前，我研究生毕业时参加的一场学术会议。1998年，原中央工艺美院（现已合并到清华大学，更名为清华大学美术学院）为纪念成立40周年，组织了题为“四十不惑”的大型研讨活动。当时中央工艺美院王明旨院长、李砚祖教授等一大批专家学者为中国设计学科的建构，提出了很多具有前瞻性和现实指导意义的真知灼见。

那次会议让我清晰地意识到以往感性设计“只可意会，不可言传”的窘迫；以及设计学停留于具体技术层面，缺乏系统理论，而“以史代学”的尴尬。我期望借助《设计心理学》研究为设计学理论体系建构做出一点贡献。回到学校，我广泛搜寻资料和案例，编写讲义，并申请开设了名为《设计心理学基础》的课程。十年的教学和在众多设计项目中的相关心理分析，积累了完备的教案和丰富的第一手实证资料。2008年，我编写了《设计心理学基础》，这本书对设计心理学及其应用进行了系统的梳理和介绍。

随着互联网和信息技术的突飞猛进，交互设计和用户体验分析日益重要，很多大型机构和平台都悄然成立了专门的用户体验部门。

这和设计心理学有什么关系呢？设计心理学是以满足用户需求和用户心理为目标，研究设计主体心理活动的发生、发展规律的科学；主要指向“人的行为及精神过程”的研究，也就是用户体验研究。

于是，我带着研究生团队主动融入企业，完成了第十届国际园林博览会等一系列校企协同创新项目。这使我萌生了将《设计心理学》基础理论和用户体验实证研究结合起来的念头。

前后近两年时间，我与赵世峰并肩作战，《设计心理学与用户体验》也在我们的良好互动中顺利完成。感恩过往！向给我指导意见的林家阳、李中扬、汪尚麟等教授，还有始终为我分担压力的家人，表示深情的感谢！

周承君
2018年10月26日

01

第一章 设计心理学基本理论 /001

第一节 设计心理学概述 /002

- 一、设计心理学的基本定义 /002
- 二、设计心理学的性质 /006
- 三、科学的设计心理学 /007

第二节 设计心理学发展历程 /009

- 一、设计心理学研究的背景 /009
- 二、设计心理学研究的历史 /010
- 三、设计心理学研究的意义 /012

第三节 设计心理学的研究基础 /014

- 一、心理的生理基础 /014
- 二、感觉和知觉特性 /016
- 三、消费心理学与用户体验分析 /022

02

第二章 设计心理学研究主体 /023

第一节 设计心理学的研究对象和范畴 /024

- 一、设计心理学的研究对象 /024
- 二、设计心理学的研究范畴 /025


第二节 设计师个体心理特征 /026

- 一、设计师人格与创造力 /026
- 二、设计师的审美心理 /032
- 三、设计师的情感 /034

03

第三章 设计心理学的一般应用 /041

第一节 设计中的视觉传达与受众心理 /042

- 
- 一、受众的需要、动机与行为 /042
 - 二、受众态度与设计说服 /046
 - 三、消费与消费心理 /048

第二节 设计中的产品创造心理 /052

- 一、工业设计与产品创造 /052
- 二、可用性设计 /059
- 三、产品设计与用户出错 /071

第三节 设计中的环境艺术心理 /076

- 一、环境与心理环境 /076
- 二、物理环境 /081
- 三、社会环境 /086

04

第四章 用户体验相关概念 /092

第一节 体验设计领域概念初探 /093

- 一、交互设计 /093
- 二、服务设计 /096
- 三、用户体验设计 /099

第二节 用户体验发展概述 /099

- 一、人类历史与用户体验 /099
- 二、用户体验成型前的近代发展 /100
- 三、唐纳德·A. 诺曼与用户体验 /101
- 四、用户体验设计在中国 /101
- 五、用户体验设计的未来 /103

第三节 以用户为中心的一般设计流程 /103

- 一、以用户为中心的设计概念 /103
- 二、用户体验要素 /106
- 三、瀑布模型与敏捷开发 /109
- 四、设计流程 /111

05

第五章 利用设计心理学提升用户体验 /114

第一节 设计研究阶段 /115

- 一、设计心理学的研究原则 /115
- 二、心理学中提升用户体验的方法概述 /116
- 三、心理学中提升用户体验的方法模块 /118

第二节 设计执行阶段 /122

- 一、平面感知相关的产出 /122
- 二、布局空间相关的产出 /126

06

第六章 用户体验评估 /130

第一节 用户体验评估概述 /131

- 一、用户体验评估概述 /131
- 二、为什么要进行用户体验评估 /131
- 三、用户体验评估的方法 /132

第二节 认知反思评估 /132

- 一、情绪效价与情绪唤醒度 /132
- 二、日内瓦情感轮 /133
- 三、PrEmo 情绪计量法 /134
- 四、可用性测试 /136

第三节 生理数据评估 /139

- 一、眼动实验 /140
- 二、皮电反应测试 /141
- 三、脑电测试 /142

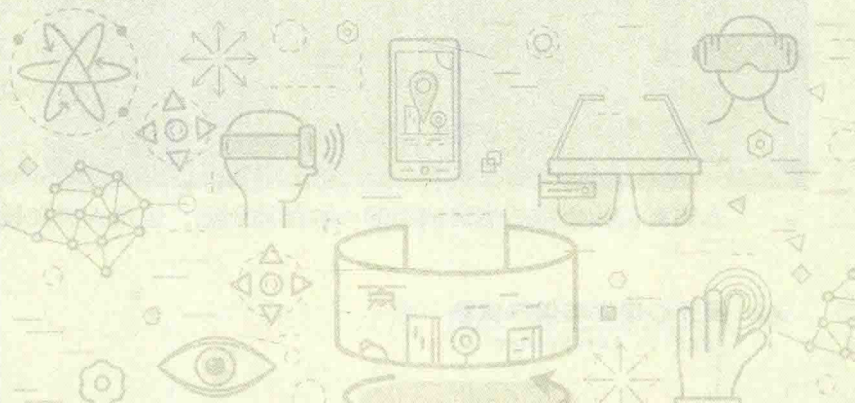
参考文献 /144

01 Chapter

第一章

设计心理学基本理论

Design Psychology and User Experience





导读：

设计是一种文化，它离不开对人性的关怀。当今的设计越来越重视使用者的精神、情感等心理因素的微妙变化。

将设计心理学引入科学、理性的实证研究，完善了以往感性设计“只可意会，不可言传”的窘迫，成为现代设计的重要分支和研究热点。

那何为设计心理学？它有何面貌和特点？又如何伴随设计而发展？笔者将结合一些具有温度与情怀的设计案例，带着您一起去领略和思考。

第一节 设计心理学概述

心理学是研究人心理活动规律的科学。随着全社会物质生活水平的不断提高，受众日益重视个性化心理需求和情感体验；作为应用心理学一个新的分支，设计心理学成为当下创新传播、艺术设计和数字营销领域的重要课题。

一、设计心理学的基本定义

设计心理学是以普通心理学为基础，以满足用户需求和用户心理为目标，研究现代设计活动中设计人员和用户心理活动的发生、发展规律的科学，属于应用心理学的一个新分支。设计心理学的研究首先离不开对设计概念的界定。

1. 设计的再认识

(1) 设计的概念

设计是设想、运筹、计划与预算的行为，它是人类为实现某种特定目的而进行的创造性活动。按照中国《现代汉语词典》的定义：“设计是在正式做某项工作之前，根据一定的目的要求，预先制定的方法、图样等。”牛津词典则认为：“设计是脑中的计划；是按构想制定计划与目标，绘制图样，借以实施头脑中的计划与计谋。”这两种解释，尽管视角和表述各异，但对设计的理解基本相同。如图 1-1 为设计的系统。

日常生活中，很多人都在不知不觉地从事设计活动，比如想做一只风筝（图 1-2），首先要考虑风筝逆风而升的飞行和平衡原理，构想或勾画风筝的形状、模样；再来选择材料、制作骨架、贴面料、点缀装饰；最后在放飞试验中，还要检查兜风效果、稳定性、是否惹人喜爱等，进行调整和校正。这些不为人们所知的设计活动，如同说话走路一样自然，遍及人类活动的各个角落。

设计还有“意匠”的含义，如工业意匠，便是英语 Industrial Design 的对译。指的是人类对工业化物质生产成果的一种能动创造，也是人类在现代大工业条件下按照美的规

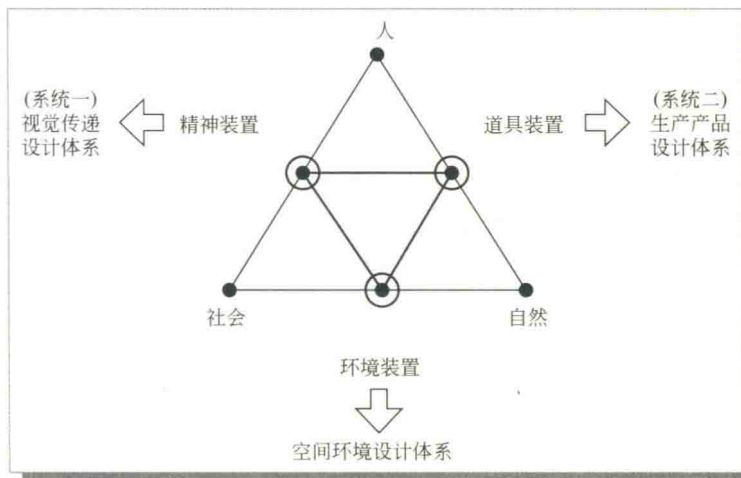


图 1-1 设计的系统



图 1-2 风筝

律造型的一种创造活动。

设计是一种文化，文化是设计的灵魂。就像是“根与植物”的关系，优秀的设计一定蕴含了深层的文化内涵。

(2) 设计的分类

a. 工程设计

凡是具有特定使用功能为目标进行的使用功能、工作原理及结构关系的设计，都属于工程设计。如图 1-3 是法国巴黎卢浮宫和其入口的玻璃金字塔，是古典建筑与现代工程设计完美结合的杰作。

工程设计的成果是物质产品，而且以实现一种使用功能为目标。

现代工程设计不断借鉴与沿用工艺美术设计与艺术创作的方法，强化了意匠的设计思想，除了设计工程图样外，还要绘制产品的效果图，制作产品的模型，策划产品的宣传与其视觉传达，设计展示道具与空间环境等。工程设计与工艺美术设计及艺术创作联姻，实现了技术与艺术的结合。工程设计的物质产品绝不亚于一件工艺美术作品。像建筑设计的外观图，本身是一幅美术作品，而服装设计的时装模特画，时装模特的表演，都很难界



图 1-3 法国巴黎卢浮宫和其入口的玻璃金字塔

定是属于工程设计还是属于艺术创作。如图1-4是融入古典绘画艺术的时装效果图，带给受众高贵与奢华的良好体验。

b. 工艺美术设计

凡是以视觉欣赏为设计目标，进行艺术加工制作的方法、技艺的构想与设计，都属于工艺美术设计。

工艺美术设计一般分为两类：一是日用工艺，即经过装饰加工的生活用品，如家具工艺、染织工艺等；二是陈设工艺，即专供欣赏的陈设品，如玉石雕刻、装饰绘画、点缀饰物等。如图1-5就是传统刺绣工艺美术设计的杰作。

工艺美术设计的成果是工艺品，既有塑造形象直观性的特点，又有实用功能服务性的特点；既要像工程设计那样构想实用功能、工艺方法，又要像艺术创作那样实现艺术审美。

工艺美术设计与制作主要是应用于传统手工艺，它具有明显的历史传承性，比如，四千年前奴隶社会的青铜工艺传承至今，成为金属工艺；一万年新石器时代的制陶工艺成为现代的陶瓷工艺等，这些造物活动，都以在头脑中琢磨，以手工制作为特点，设



图1-4 融入古典绘画艺术的时装效果图



图1-5 传统刺绣工艺美术设计作品



图1-6 西周早期青铜器甗

计的意匠意味浓厚。如图1-6是西周早期青铜器甗。甗是蒸食之器，分为上下两个部分，上部用以盛放谷粒和其他固态食物，称为甑，下部为鬲，用以煮水，中间有箅，水蒸气透过孔进入甑内。在商代早期已有铸造，设计非常精巧！

传统工艺的技艺还有：编织、印染、刺绣、陶瓷、玉雕、石雕、木雕、牙雕、漆器、金属工艺等。

工程设计、工艺美术设计都是为了预定目标进行构想、有计划的苦思冥想的造物过程，都是从无到有的审美活动创造者，工艺美术家、艺术家为了物质世界与精神世界的美好，必然要携手并肩，共同开辟设计之路。

2. 设计的心理活动

设计心理是指设计者在产品的功能原理构想、结构设计计算、设计方案表达、工艺流程制定过程中的一系列心理活动。“设计是人类特有的一种实践活动……一刻也离不开对造物的苦思冥想和实际的造物活动，借此调节主客体之间的关系。”这种造物的苦思冥想正是设计中的心理活动过程。人类和动物最根本的区别，就在于人的实践活动是有目的、有意识的造物，并能制造和使用生产与生活工具。因为人的认识有感觉、知觉和思维，有接收、分析、处理外界刺激与信息的能力，如图1-7刺激与行为的基本过程。

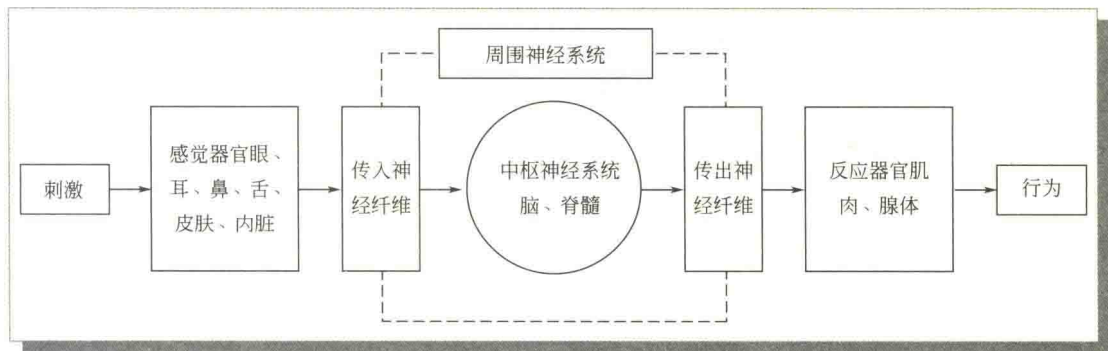


图1-7 刺激与行为的基本过程

人类依靠自身特有的头脑，学会了应对各种环境并借助客观规律去驾驭自然。如同恩格斯所说：“人离开动物越远，他们对自然的作用就越带有经过思考的、有计划的、向着一定的和事先知道的目标前进的特征。”设计的心理活动，对应了马克思评价的“人类的特性——自由的自觉的活动”。人类这种自由，自觉的认识世界、改造世界的能力，被称为人的本质力量。而人的本质力量在感觉与知觉上的显露与表现，是设计心理活动的本质。

早在15世纪的欧洲文艺复兴时期，达·芬奇就开始将预先设想的方案写在纸上并绘制图样，留下了很多机器设备的草图，有兵器、舰艇、锻压设备等，构想了传动轴、齿轮、曲柄连杆等机械传动的零部件等，如图1-8达·芬奇的设计构想。

从视觉体验的角度来看，设计的创造过程是设计师的“编码”过程，是对设计资源进行有意义的解构和重新组合。完整的设计包括受众的接受过程，而受众的接受程度是设计成功度的重要参照指标。受众的“解码”思维决定了其接受特征，因此，设计师通过从形式到内容的一系列设计，把所要表现的对象的特色及精神巧妙地视觉化。设计师

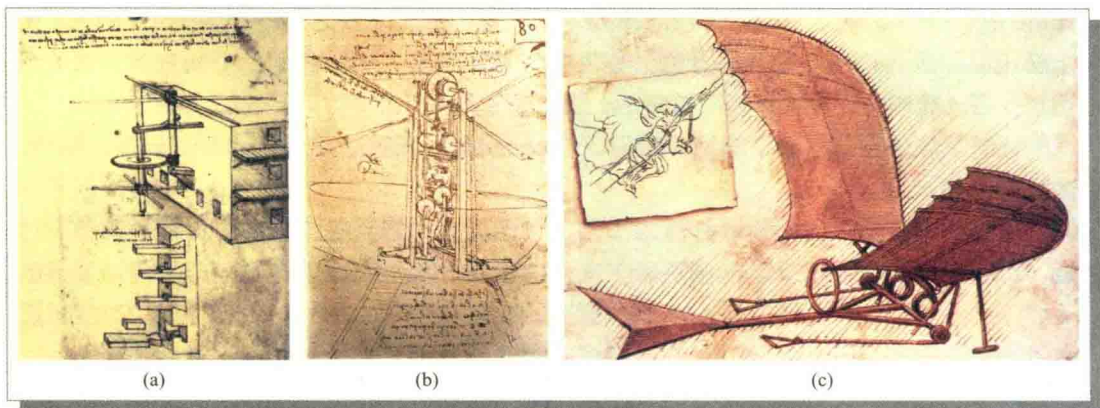


图 1-8 达·芬奇的设计构想

要成功挖掘出设计对象的思想 and 精髓，必须对心理学中关于个体的认知特性、消费心理特征进行深入研究。如，什么样的设计形态和色彩会吸引观众的注意，什么样的设计元素和设计符号会引起用户在情感上的共鸣等一系列相关因素都需要考虑。总之，只有把握受众的心理，设计才能被认可和接受。如图 1-9 为设计师编码和受众解码过程。

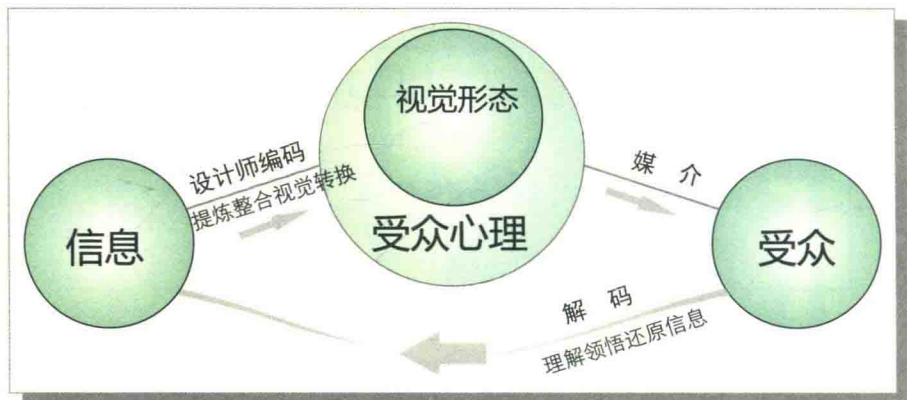


图 1-9 设计师编码和受众解码过程

二、设计心理学的性质

设计心理学是一门具有特殊性的交叉学科，它具有自然科学、人文社会科学的双重属性，它的科学性同时反映于艺术科学整体累积的知识和自然科学的实证研究两个方面。

一方面，设计心理学需运用阐释主义的研究方法（定性研究），通过对设计艺术领域中已经发生的事实性的知识，例如风格、潮流、器物的演变等现象进行溯本求源的研究，用人文心理学（例如精神分析学说、人本心理学以及心理美学）的相关知识和理论来解释这些现象背后人的心理行为的根源；另一方面，设计心理学还需运用科学心理学（认知心理学、实验心理学）的相关科学研究的方法（定量研究）范式，对设计主体进行科学的测试和研究，从这个角度看，设计心理学的科学性能体现前面所说的自然科学的科学性，即客观性、可验证性和系统性。具体表现为如下三点。

第一，设计心理学的研究，针对的是设计艺术相关行为中各种主体的行为，即通过外

界环境的变化和刺激与设计领域中的主体行为之间的对应关系来总结一些规律性的东西。

第二，设计心理学的研究所获得的那些规律、原理，同样应可以通过各种事实加以验证。

第三，设计心理学如同其他应用心理学分支一样，建立在广泛公认的普遍真理或定理之上，其侧重点却非这些真理、定理本身的探索发现，而是将这些科学原理与设计现象结合起来，用以解释主体的心理—行为现象，以保证设计艺术心理学能具有较为坚实的科学基础。

设计心理学由于其研究特性，应是科学心理学与人文心理学的统一和互补。一方面，艺术设计作为建立于实用性基础上的艺术，具有鲜明的问题求解的属性。与之相应，设计心理学的研究中也包含不少以实证研究为特点的研究，反映为与感性工学、可用性研究以及人机工程学等领域相关的研究，这些研究基于客观的、可量化的、可控制的科学实验来获得结论。另一方面，设计作品又并非单纯的目的求解的行为，这是它与一般的工程设计的本质差别。艺术设计的作品在满足目的性需要的基础上，还具有审美、鉴赏、意味、象征等更加微妙、主观的功能，以及对艺术设计活动中的心理现象的研究和分析，因此也应重视主体的主观体验，具有人文主义心理学的一般属性。

设计心理学研究强调系统，考察人一机—环境所形成的整体情境，着重研究设计主体与设计使用主体之间发生联系的行为，以及外界相关因素对于这一行为的影响。

作为设计学（人文学科）基础理论学科的设计心理学，还需面对来自设计学自身的科学性挑战。

设计艺术学是关于复杂的、主观性的人以及人类文化的研究，这决定了其具有“人文科学”和“自然科学”的双重属性，而作为其重要基础理论学科之一的设计心理学，正是其双重属性的典型呈现。

设计心理学研究，应将以上观点作为学科属性的重要支撑，明确设计艺术心理学研究不同于设计创作，它的目的是以严谨理性的态度、科学系统的分析去验证艺术中各个命题和假设，探求各个问题的答案。从艺术科学的角度出发，设计艺术学应累积和传播那些与设计相关的知识，并从人文、社科的整体角度加以积累和发展，设计心理学也不例外。作为设计艺术学科的组成部分，设计心理学的不少内容与实际设计作品和设计实践活动密切关联，它们是人类文化的重要现象和文化细节，因此我们更应该从“大人文”的角度出发，联系直接或间接对设计活动的主体产生影响的社会、文化、政治、经济等相关外在条件来对其加以研究和把握。

三、科学的设计心理学

设计心理学属于应用心理学范畴，它研究设计与消费者心理匹配的专题，解决设计艺术领域与人的“行为”和“意识”有关的设计研究问题；它专门研究在工业设计活动中，如何把握消费者心理，遵循消费行为规律，设计适销对路的产品，最终提升消费者满意度；它同时研究人们在设计创造过程中的心态，以及设计对社会及个体所产生的心理反应，并反过来再作用于设计，从而起到使设计能够更好地反映和满足人们心理需求的作用。

设计心理学以心理学的理论和方法研究决定设计结果的“人”。其研究对象，不仅仅是用户，还包括设计师。通过对用户心理的研究，集中了解用户在使用过程中如何解读设计信息，如何认识设计等基本规律。同时，设计心理学还研究不同国家、不同地域、不同年龄层次的人的心理特征，了解如何采集用户心理的相关信息，分析信息并从心理学角度对用户的心理过程进行分析，用分析结果来指导设计，以便有效地避免设计走入误区、陷入困境。

而对设计师心理的研究，是以设计师的培养和发展为主题，探询设计师创造思维的内涵并对其进行相应的训练，促进设计师以良好的心态和融洽的人际关系进行设计。同时，对设计师心理的研究还涉及使设计师如何与用户进行有效的沟通，敏锐而准确地感知市场信息，了解设计动态。其中创造心理学和创造技法是对设计师进行心理研究并对设计师进行心理训练的重要组成部分。

现代设计越来越关注人在其中的决定因素，设计在实践中不断发展，因而迫切需要设计心理学理论的支撑。设计作为一门尚未完善的学科，其边缘性决定了设计心理学也是一门与其他学科交叉的边缘性学科（图1-10）。例如，设计心理学与人机工程学的联系，是生理学与心理学的结合，是使设计满足用户在生理上和心理上的需要并可对设计提供评估的重要理论依据之一。而且，环境心理学、照明心理学、色彩心理学、消费心理学等学科也介入了设计学科的研究领域。所以，设计心理学研究的范畴很广，而且随着设计理论不断发展，设计心理学与其他学科的融合会更加紧密。

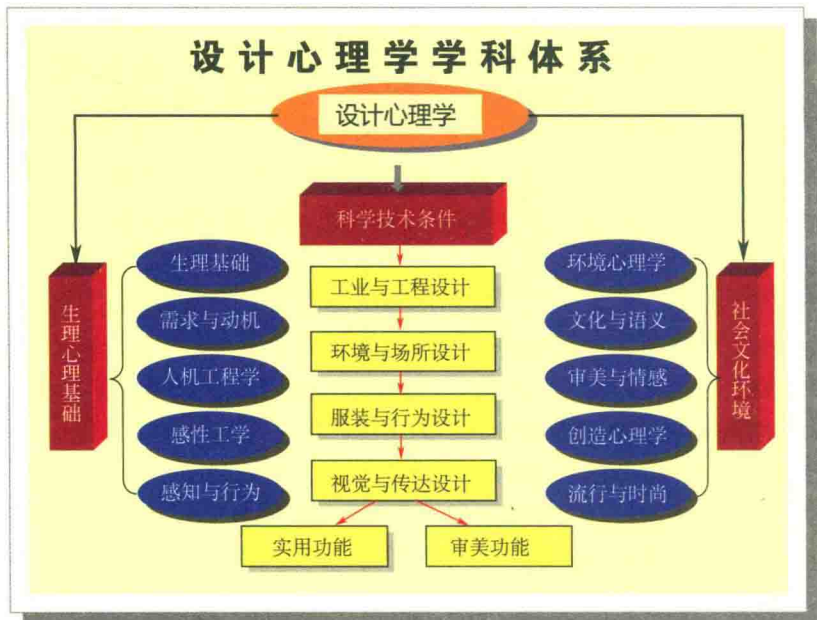


图1-10 设计心理学学科体系

设计心理学是一门新学科，美国认知心理学家唐纳德·A.诺曼是最早提出物品的外观应为用户提供正确心理暗示的学者之一，他借鉴英国学者W.H.梅奥尔1979年在《设计原则》中提到的观点，将其所做的研究称为“物质心理学”，在一定程度上接近于“设计心理学”，因此国内将其著作《The Design OF Everyday Things》通译为《设计心理学》。

唐纳德·A.诺曼认为这些关于日用品设计的原则构成了心理学的一个分支——研究人和物互相作用方式的心理学。诺曼通过大量设计案例，分析了用户的使用心理，丰富了这一定义，其定义至今看来还是极有意义的。

总之，设计心理学是设计艺术学与心理学交叉的边缘科学，它既是应用心理学的分支，也是艺术设计学科的重要组成部分。设计心理学是研究设计艺术领域的设计主体和设计目标主体（消费者或用户）的心理现象及相关环境的科学。

第二节 设计心理学发展历程

一、设计心理学研究的背景

随着现代物质文化的高度发展以及人类造物能力的不断强大，经济全球化的发展和各国经济贸易活动增加，产品在世界市场上的竞争愈演愈烈。产品的性能、质量、能耗、附加值、可持续开发的程度等，迫切需要系统科学的研究。这向产品的设计者提出了严峻的挑战，更为艺术设计心理学的产生和发展创造了条件。

1. 消费社会：日渐挑剔的用户

设计为生活服务，在大众消费的时代，这种服务又具有了更多的内容，因为它所面对的是更具选择能力的消费者。从前面消费者的界定上看，消费者既是产品的使用者，同时也是直接或间接鉴赏、选择和审美者；消费者是消费过程的主体，是产品实现其审美价值和使用价值的终端，也是消费社会的运转核心。

在这个消费社会中，社会、经济、文化结构都产生了巨大转变，人的消费观和消费方式随之转变。人们开始更多关注商品的文化意味、审美价值、符号属性，商品（服务）更多地提供给人们的是情感、体验和梦想。消费社会中的艺术设计的主要职能之一就是促进消费，设计师不仅需要让商品在被购买后能提供使用者满意的功能，同时也需赋予商品以美学、符号和文化等方面的意味，多角度、多层次满足用户需求。

2. 信息社会：科技以人为本

信息社会的来临同样是今天设计艺术所面临的一个重要的机遇与挑战。在各种数据网络贯穿的世界中，人与人、人与物、物与物之间的相互约束被弱化；人们被数据流、电子幻影所包围。电子化奇迹造成了人际关系的空虚和隔阂，这使人们面临“原有心理环境的崩溃”，要解决这些问题还需从缓解或解决人造环境与人的需要之间的矛盾入手。

高技术产品没有既成的样式和风格。原来机制产品遵循的“形式追随功能”有时失去了可参考的标准，在智能产品（如芯片）身上我们只能看到果而看不到因，因此高技术产品应该以何种面貌示人成为信息社会的艺术设计理论和实践共同关注的焦点。对“人”的关注被提到最前列，设计师肩负这样的责任：用艺术化设计的高情感去弥补和平衡高技术环境下人际关系的疏离，心灵深处的孤寂以及人为环境与自然环境的对立，减少功能复杂、信息过载的人造物品与人性之间的裂痕。

3. 设计：多元性与反思

现代设计是伴随着工业化生产以及消费社会的产生而诞生并逐步发展壮大的。它以简洁、几何、理性的“机器美学”与现代化大生产方式相结合，形成了席卷世界的“国际风格”。此后，现代主义一直被当作主流设计风格，广泛应用于建筑、产品、平面、服装等各个艺术设计领域中。消费社会的来临打破了现代主义的统治地位，生产再也不能仅满足人们单纯功能上的需求，人们对物的需要呈现了多元化的趋向，设计上反映为“后现代主义”和多元化趋向。复杂性、多元化的设计背景一方面为设计提供了更大的可能性和创意空间，另一方面也对设计师提出了更高的要求，设计师不仅仅是提供必要的功能和服务，更不是简单地去美化和装饰产品，而是要使人造物更贴近人的情感、生活和多样性的需要。

正是在这样的背景之下，设计艺术领域的学者、设计师感觉到了设计的最终对象——人的重要。从这个意义上来看，设计师应该是消费者（用户）的代言人，设计应基于对人的理解，是关于人的设计。心理学正是关于人的学科，是研究人的心理现象以及造成这些心理现象原因的科学，其研究获得的各种理论成果能帮助我们更好地理解人。掌握与设计相关的心理规律能使我们有效地捕捉用户的心理，发现设计的关键问题和创新点，从而对设计进行行之有效的调整和改进。

二、设计心理学研究的历史

设计心理学的研究刚刚起步，但人类在造物中考虑人的心理感受却由来已久。从人类祖先开始第一次将石器打磨成工具，这些磨制精良、造型匀称的石器表明我们的祖先已经在有意无意地考虑人使用产品的心理感受了，不仅考虑到如何使用方便，还涉及审美心理和社会文化心理（图腾信仰）。接下来的几千年文明中，无数巧夺天工的工艺品也展现了古代艺人们对人们身心需求的关心，虽然他们并不知道“设计心理学”，但他们的许多设计法则从现在看来都属于设计心理学研究的范畴。以中国为例，汉代的长信宫灯（图1-11），精巧的设计能将灯烟吸收到灯腔中，减少对人体的危害，充分考虑了设计

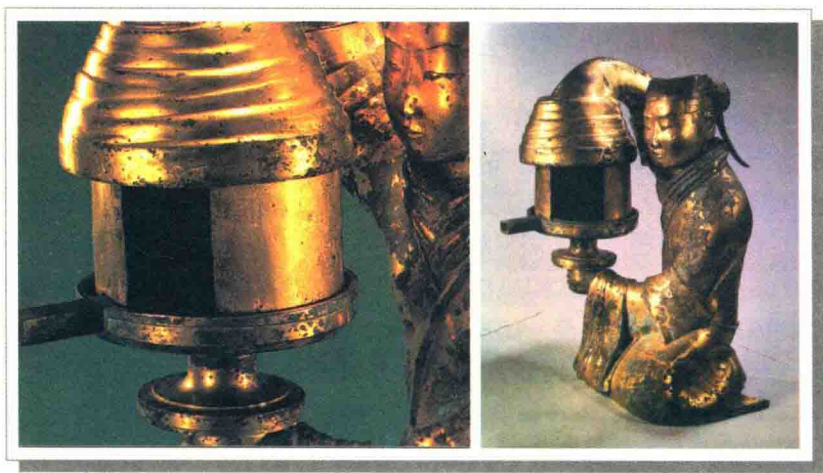


图1-11 汉代长信宫灯