

PSYCHOLOGICAL THEORY IN
EXPERIENCE DESIGN
CORE FACTORS FOR CREATING POSITIVE EXPERIENCES
—EMOTION AND CONSCIOUSNESS

体验设计心理学原理

创造积极体验的核心要素 ——情感与意识

石彭 著

 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

本专著系国家重点研发计划“面向冬奥的京张高铁配套视觉
全方案设计技术示范”

课题项目研究成果（编号：2020YFF0304106）

PSYCHOLOGICAL THEORY IN
EXPERIENCE DESIGN
CORE FACTORS FOR CREATING POSITIVE EXPERIENCES
——EMOTION AND CONSCIOUSNESS

体验设计心理学原理

创造积极体验的核心要素 ——情感与意识

石彭 著

 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

版权专有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

体验设计心理学原理：创造积极体验的核心要素：
情感与意识/石彭著. -- 北京：北京理工大学出版社，
2022. 6

ISBN 978 - 7 - 5763 - 1392 - 5

I. ①体… II. ①石… 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 (2022) 第 102753 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68944723 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 三河市华骏印务包装有限公司

开 本 / 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 / 15.5

字 数 / 254 千字

版 次 / 2022 年 6 月第 1 版 2022 年 6 月第 1 次印刷

定 价 / 78.00 元

责任编辑 / 吴 博

文案编辑 / 李丁一

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 李志强

图书出现印装质量问题，请拨打售后服务热线，本社负责调换

前 言

设计是一种具有深刻人本价值的、有益于社会长久发展的创造活动，也是服务大众生活、美化人类心灵的力量。在实践和理论领域，设计不断跨越过去，走向未来。而发源于中华伟大文明根基之上的中国设计，在创造出举世瞩目的设计成就的同时，仍需学习他人，不断突破自我。柳冠中前辈曾将“红点”“IF”等国际大奖比作“智商税”，这足以证明中国设计在理论根基和文化底蕴方面的孱弱，需要借助外在手段证明自身价值。很多设计师迷失并自我陶醉于快速吸收西方现代设计理念、手段、方法，并运用于创造商业利益。这种现象导致设计界虽关注中国设计文化内涵的发展问题，却又略显力不从心，无所适从。中国设计要想走在世界的前列，助推中华文明的崛起，设计活动不光要“拿来”世界先进的设计理念和办法，研究一番，快速投入实践，更需要从“本质内在联系”的科学角度，吸收和内化世界上有关提升人性意义的先进设计理论，探讨人的生命意义、人类如何感受美，体验世界，被造物如何支持人的发展进步，将人性的向往融入与人类生活相关的万物设计之中，凸显人文关怀意义。这是设计的本质，也是创造中国特色设计的必要环节和关键通道，只有更深刻理解人性和体验的本质，才能更好地创造具有中国特色并符合民众需求的设计理论、文化、创新实践成果。

目 录

绪论 体验设计是对技术与人性协同发展的必然响应	001
第 1 章 人本需求是体验的根本动因	011
1.1 研究人本需求理论对体验设计的意义	013
1.2 以缺失性需求驱动的目标行为具有被动性、外在性、自私性	016
1.3 社会关系需求	019
1.4 参与满足成长性需求的体验活动能够使人获得意义幸福	028
1.5 创造人本幸福的设计活动需要处理复合化体验需求问题	035
第 2 章 情感机制与心流幸福	043
2.1 情感的概念、意义及作用机制	045
2.2 体验活动的产生发展来自主客关系中积极与消极因素之间的 对抗	054
2.3 对积极与消极因素的效价评估是个人主观的，并受环境条件 的影响	058
2.4 基于体验模型分析体验过程中情感发挥价值判断作用的机制	063
2.5 以心流理论为根基塑造沉浸式体验	073
2.6 超越自我是人的根本追求，是产生心流的核心因素	081
2.7 巅峰状态中技能与挑战平衡	084

第3章 创造积极沉浸式体验的设计创新要素分析	091
3.1 体验设计需要通过情景化设计的手段激活主观参与意愿， 创造情感共鸣和精神沉浸	093
3.2 体验情境设计的关键要素分析	098
3.3 通过融入丰富未知的挑战因素引发的转化	111
3.4 从感官、叙事、互动、背景文脉一致性层面塑造沉浸感	118
3.5 在体验设计中设法利用逃避动机，将消极逃避转化为积极行动	125
3.6 在社交中引发情感共鸣是人的基本体验需求	130
3.7 通过社会关系需求激发积极的体验参与和自我超越体验欲望	135
3.8 在智能互联时代，以社会关系为根基的体验生态平台服务创 新机会点探讨	144
第4章 体验活动中的审美与通感体验	157
4.1 审美体验是源于生命本能的精神感悟	159
4.2 审美体验中意识加工机制	163
4.3 通感体验起到连接对象表征从而达到审美想象的桥梁作用 ...	172
4.4 审美想象催生由物境至意境的体验升华，使精神接近崇高 生命体验境界	176
第5章 从人机交互迈向智能共创	187
5.1 体验时代的交互设计	189
5.2 用户心智模型与系统模型的耦合	194
5.3 智能技术赋予人机交互以智能化特征	208
5.4 社会关系式人机协同价值共创	214
结语 为人的体验而设计	229
参考文献	233
致谢	239

绪论 体验设计是对技术与人性 协同发展的必然响应

1. 体验时代所关注的体验

设计以人为本，是以服务于人而开展，人类设计创新的最终目的是使人自身获得快乐和幸福，支持人当前和未来的全面发展决定了设计活动的目标和最终走向。随着人类文明的不断发展，一方面，设计活动所针对的领域不再局限于个别的物质和目标行为本身，其所涉及范围不断扩充，越发丰富的社会、经济、技术形态因素被置于设计创新的语境，其影响也随之深化增加，这导致设计创新诉求发展为一门更普遍通用的技术，设法统筹并涵盖多学科交叉应用需求，不断突破技术和生产力的制约，在复杂的情境中不断平衡人性、社会、经济、技术等因素间的关系，创造性被整合为巧妙适宜的支持手段，融入人的生活轨迹，成为最根本更融合性的、使人生活更幸福有意义的技术。另一方面，以人为本的设计概念不断内化，设计不再将可用、舒适、享乐等工具效能作为目标，而是以超验的眼光，持续探究人的内心诉求和精神世界，以人本幸福和发展人性作为设计创新的核心目标，将完善人自身作为设计创新的根本诉求。这些问题都将设计活动引向一个本质而普遍的问题——如何将纷繁复杂的设计造物凝结为影响人内心的力量，在错综复杂的日常体验系统中支持人本价值的发展和创新。

人具有内在的灵魂和意识，内在意识又是通过身体行为与外界连接，设计问题所针对的根本着眼点并不仅局限于人的行为实践效能，而是更深入地探究如何为人类带来内在本质的精神幸福，能够将二者联结的正是人的体验，体验是联结外在世界与内心感受的通道，对体验概念的重视促使设计师重新解读设计创新的本质意义。

体验（experience）是人类体察和感悟世界的根本能力。体验是以人自身的感知系统通过实践和亲身参与获得对外部世界的感知、理解、领悟，

是来自感官的直观而作用于我们内心的意识活动，是在亲身经历中从精神上认识外在世界。

人们会忘记你说过什么、做过什么，但永远不会忘记你带给他们的感受——玛雅·安吉罗（Maya Angelou）。随着人们的消费水平逐渐升级，人们追求的并不仅限于产品的功能和物质意义，而更在意与产品交互的过程所带来的体验和精神影响。

在漫长的人类进化过程中，人脑进化出一套包含感知、情感、记忆、联想、反思能力的复杂脑神经系统，这种高级心智活动是产生体验的生理学基础。在心理学上，人类生命诉求探索外在世界并本能地寻求自我发展所产生的活动是产生体验的内在心理根源，当征服未知的诉求与人类独特的意识活动相交织，体验就产生了。体验是人的生命本能，人类的体验能力促使人不断开展对外部世界的实践，通过自在世界转化为人在世界的实践中持续汲取经验，在主客相融的实践反思中获得体验欲望的满足和生命意志的自我确认，同时实践能力和体验欲望得到不断更新，推动人自我的生命不断延续发展。体验对人类具有非凡的意义，人类文明在体验实践中不断进步。

体验既可作为动词，也可作为名词；体验既是手段，同时又是结果，体验具有双重意义。体验作为动词是指体验的行为，主体将客体作为素材，主体消费素材的实践行为，其行为过程中主体与客体产生实践交互，主体依据个人的知识、经验、信念、价值观对客观对象进行创造性意识加工，是客体对象的内在意义被认知领悟的过程，是体验素材在人的意识中创造出的印象内容与个人体验欲望相结合的思想结果。作为名词的体验是指体验的结果，是主体对客观媒介的意识加工后获得的印象深刻、难以忘怀的结果，这种结果充满直觉性、内省性、创造性、思辨性的个人化建构意义，构成体验活动的根本目的。因此，体验（动词）是获得体验（结果）的手段，体验（结果）是体验（动词）根本的目标。

体验行为还是人探索欲望的体现，是主体以客体为媒介，主客相融，以客体素材唤起主体对本价值关注的机会，是意识感悟并创造意义的过程，其过程既是契合内心需求的顿悟，又是生命直觉的内省，其中生成意义的体验过程诉求主体发挥主观能动性并沉浸其中，使情绪、意志、智力达到极致，潜能完全发挥，对自我生命活动的目标与意义产生直觉化、情感化、理

性化相互交织的创造性、前瞻性意识感悟。体验的结果具有三层含义：①认识之上的、超越于一般、不同以往的经验，其具有感动内心、生动活泼、珍贵、美妙、难忘、值得回味的经历，唤起内心的愉悦和感动；②获得对外界、对自我价值、对生命意义的理解和确认；③具有思辨意义，为自身发展构建未来图景，为未来生活指明方向，获得变革自身的力量。

体验设计活动所关注的体验并不是一般的体察或行动感受，而是对主体具有特殊价值的，满足使体验主体趋于完善精神需求的体验创造，是满足人性价值发展和自我意义建构的独特经历。体验是人的行为，更是生命的欲望，体验将人的过去、现在、将来联系起来，是使人与外界产生联系，探索和征服外在世界从而满足生命意志完善自身期待的根本内因。只有通过体验人才能认识、理解、掌握外部事物，将自我效能作用于对象，从而开展更新自身的实践活动。人从精神上感知自身存在的意义和价值，构建自我存在的理想状态，从中享受实现自我生命价值而获得快乐与满足。体验使人的生活富有意义，使人成为人自身。

2. 设计的根本意义在于创造并更新人类的当下生活和未来追求

设计活动的根本目的在于服务人性，使人不断获得幸福，又产生新的幸福期盼。在这个过程中，人本需求得到满足，生命意义获得实现，设计是实现这一过程的核心动力。人类生命的根本诉求在于追求幸福，幸福的源泉是冲破束缚，最大限度地表达自我，建设自我。设计的本质是迎合生命的欲望，通过创新新事物的方式不断变革人的生活，使人生活的世界不断被新的、有意义的事物填充，且被创造的新事物使人的生命活动形式变得愈发优雅而富有意义，同时积极有意义的生活会为人的生命活动提出积极、有远见的号召和启示，不断激发人进一步变革和完善自我的欲望。就如美学家刘悦笛指出的那样：“幸福指向理想的生活，生活的理想是为了理想的生活。”设计就是通过变革人生活体验的方式，迎合人生命的欲望，让人领悟生命的意义，产生新的追求，设计的价值从中得以实现。当人对生命的领悟得到更新升华，从而催生新的欲望，设计又迎来新的需求，设计活动又需要为人类创造更有意义、更幸福的生活方式，进一步促进了设计活动的更新进步。设计就是不断满足、实现、更新，再满足、再实现、再更新的过程中，不断升级人的生命活动和生活追求（图0-1）。

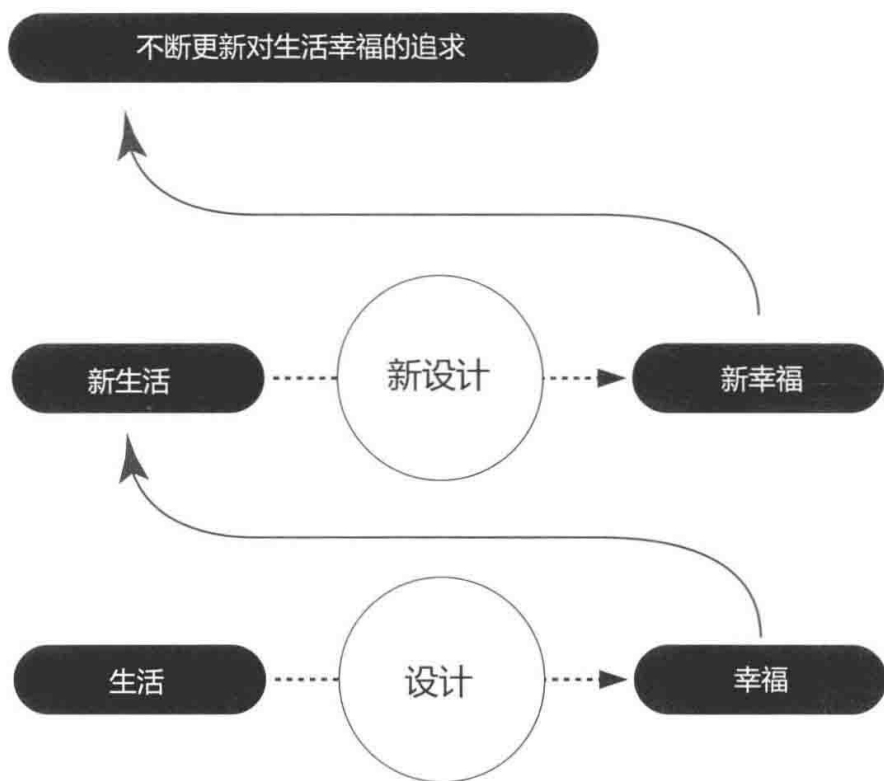


图 0-1 设计的根本意义在于更新人类的当下生活和未来追求

因而设计从来不是保守的，而是在人们原有生活方式的基础上不断为人类创造新的、追求幸福的路径，并不断发展和扩展这一路径的广度和深度。设计就是就是寻迹前人的道路，为人创造新的、更幸福的生活方式。设计活动不仅变革着人的生活方式，技术进步和社会发展也随着设计活动不断更新，设计更新了人的生活，也变革着世界的面貌，导致新的社会形态和技术手段的产生。设计活动在变革人类生活方式和生命追求的是同时，又引领和促进科技的不断发展，用以满足人不断产生的新欲望、新需求。社会形态的不断更新，又推动人类需求和设计目标的螺旋上升、循环迭代。设计活动穿梭在提升人们当下生活水平与提出新的幸福生活号召之间，从而不断升级人类生命活动和生活追求，又不断提升社会形态和科技水平，设计成为推动人类世界变革的中坚力量，为人类生命更新提供无限动力（图 0-2）。

因此，当设计师开展设计活动时，第一，要明确设计是不断变革人类生活和幸福追求的根本力量；第二，设计活动是发生在特定社会形态场景之下。设计并不仅仅是针对个人的，影响个体的，还与特定的社会情境相关，是被置于由特定社会形态和技术水平构成的境遇下，且是建立在特定社会历史和文化土壤之上，会波及并影响一定区域人群的社会生活形态；第三，这

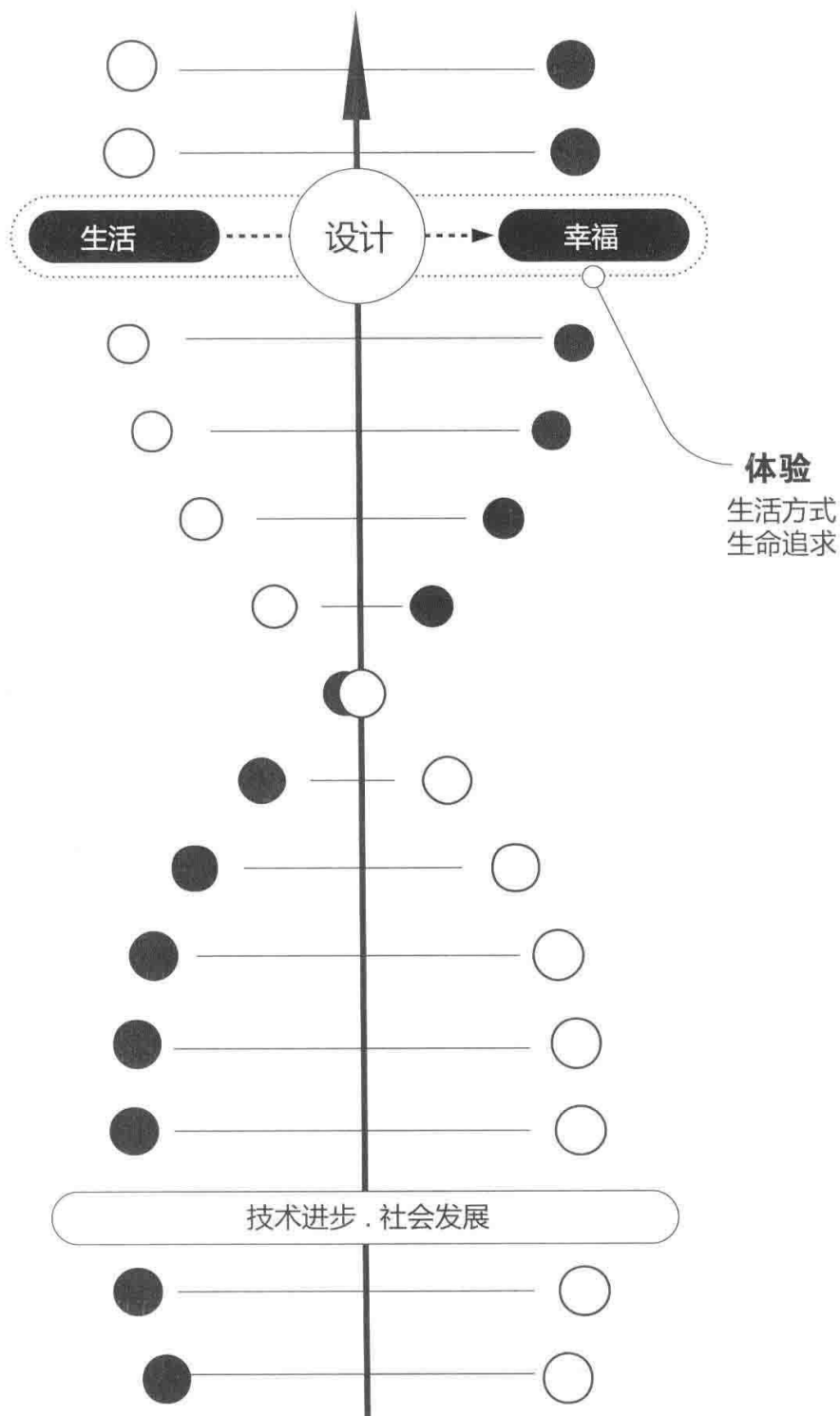


图0-2 设计是推动人类生命、社会、技术螺旋上升、循环迭代的中坚力量

种影响来自特定地域的社会文化历史，在与设计发生融合碰撞后，产生对当地社会文化和发展方向的变革推动作用。因此，设计活动既与个人的幸福相关，又必然需要思考任何投向市场的产品或服务都会对一个地域的政治、经济、文化、技术产生深刻影响，对社会层面产生的积极意义。产品或服务的设计首先需要建立在既有社会历史文化形态基础上，并前瞻性地考量一款产

品能否对整个社会形态产生积极推动作用，这种积极作用能否对地域群体的长远幸福产生积极持续的价值。

3. 体验设计的根本目的在于为人创造回归人性的幸福

人的生命活动需要不断发展完善，设计活动就是要创新性地帮助人找准幸福生活的方向，在帮助人追求幸福生活的过程中完善自身。这个过程是由体验实现的。设计活动所创造的不是一个事物本身，而是将这个事物与人的生命活动结合起来，从而创造影响人精神意识的契机，使人在与设计对象交互的过程中，获得对人存在意义的感悟和意识升华，使人的内在心智世界得到丰富和更新。

传统设计领域中，人们关注于满足目标行为的实现手段，以完成目标的效率为评价标准；而体验设计创新则不仅需要关注目标行为的顺畅及有效性，更需要以丰富人性意义的视角形成设计创造与价值创新，体验设计的出现标志着设计创新核心诉求由客观实践世界向主观幸福世界的观念转变，从满足功能需求转变为满足情感需求，设计创造不再集中与产品或服务本身，而是一种建立在丰富交互活动之上的综合精神享受，核心关注点正在从设计产品实现效能本身转变到人性生命意义，逐渐由从产品和服务的设计转变为情感和精神的設計，成为真正回归人本性需求的设计服务，成为更宏观意义上对人生命和未来幸福意义追求的设计。

体验设计（experience design）的目标是回归人性的，真正体现和创新人本价值，为人带来积极影响，是以为人类和社会带来根本幸福和持续发展为目标的价值生产和设计活动。为人带来深刻意义的体验产品需要具备不同于传统产品的核心要素在于对人心理结构的“更新性、精神性、反思建构性”。

体验活动不同于日常活动，是被设计师专门设计创造而具有新颖性、参与性、积极性、精神性、思辨性等特征。这种活动需要具备吸引力和魅力，使人印象深刻，激发人的感知兴趣和参与热情，使人的情绪和心智处于较高唤醒状态，从而引发强烈的情感共鸣，为产生持续的高强度创造性意识活动提供条件。用户在体验活动参与中所产生的体验经历需要与受众自身的价值观、生活愿景、人生追求、自我身份构建、文化认同等精神需求耦合，使人沉浸其中，在实践探索的过程中顿悟内在意义，从而为人的生命活动创造内

在价值。

体验还需要是为体验者量身定制的，只属于消费者自身的，能够存留于体验者的内心并影响人的精神世界的独特体验，会对人生产生长远积极影响。只有具备密切吻合的个人化经历的特征，才能促使体验者从全新的角度看待自身生活的物质世界与精神世界，尝试发现更有意义的生活方式和人生价值，并激励自我做出完善和变革，为用户带来人本幸福的特殊意义。人们通过体验活动中形成的经历，使自身得到一种主观的、综合的、深刻的自我存在意义建构，深刻的指向使人趋于完善，人们生活向更富有意义的方向靠近，例如变革观念、探寻更积极的生活意义，追求更能发挥自身独特价值的生活方式，建构有利于自身发展的社会关系，获得知识的增长和思想境界的升级。因而，体验是为体验者个人带来完善自身的本质幸福愉悦的活动。

体验设计不仅是针对满足个人幸福追求的，更是社会的、人类的，是与一切利益相关者密切链接，且能够以系统化、持续化、长远化的方式促进人类群体和谐进步的设计。体验设计需要为企业实现持续盈利，具有为社会经济生产实现持续增长、为实现社会的平等和进步、实现生态的可持续发展、为民众带来舒适生活和精神幸福等多重意义，因而以“体验”作为设计活动的目标是时代发展的必然趋势和选择，更是当代设计师被赋予的责任。

总之，体验设计所创造的体验型产品是一种超越了传统物质消费品概念的独特消费服务，其突破重复性、低层次价值生产的弊端，脱离感官享乐和身体快感层面价值创造，而是专注于人的感性与精神，以满足用户个性化精神消费需求，提供能够影响用户的精神世界，以触动每个用户的独特期待，唤起情感，打动内心，为人创造影响深远的珍贵经历，变革人们原有价值态度的生活方式、行动轨迹，是迎合人类内心深处寻求自我完善生命需求的设计活动。

4. 心理、情感、意识是体验设计的根基，是需要设计师在体验活动中积极重视的问题

从根本上，体验的本质不在于实现一种愿望的结果性满足，而在于持续追求实现高尚愿望的行动过程中产生让人沉迷、费尽心力、战胜挑战而乐在其中的过程，这也正是体验设计应该尝试达到的目标。时代的发展、技术的变革、社会的进步、人民大众对未来幸福生活的愿景不会止歇，使设计创新的责任和使命越发重大，如何通过设计的方式将抽象的幸福具象为美好生

活，涉及广泛性多维方法、模式、思维，这使得为创造幸福的命题变得异常复杂。

以为人创造幸福为目标的体验设计不仅需要为人提供难忘的经历，更需要提供一种启发和思考，教育和启发人去接纳、理解，以自我积极行动追求幸福的习惯和方式，就好像“一剂良药”——它不是去治愈人已经产生的疾病，逃离痛苦的“止痛药剂”，不是等问题发生到不可挽回的地步而去采取措施，而是一种深入大众内心的、完善人性、发展人性价值，升华生活意义的“兴奋剂”和“助推剂”，一种驱动人积极起来并愿意追求幸福的“药引”。发展人本价值、为人生命带来有意义的体验是开展设计活动所必须时刻遵循的信念和准则。

在人的体验活动中，这种作用于人类精神意志的“药剂”，其“药理作用机制”就是设计师必须了解的。体验意义是由人的意识和精神产生的，任何体验产品、体验服务并不产生价值，而是驱动人在积极主动与体验对象交流时才会产生属于人自身的体验意义和价值。人的体验活动都是由“情感中枢”为根基，情感调节人的意识，从而影响人的一切互动。理解情感对人意识的驱动和控制机制，能够使设计师更清楚、有针对性、有创新性地为用户创造有意义的体验活动。

体验是由人的意识和心理产生的，情感贯穿人类的一切体验。人的体验来自人的精神意识，也就是知、情、意的组合，其中情感又起到核心统筹作用。人的任何活动都是由情感管控的，情感主导体验走向。人的一切意识活动都是被情感支持的，情感以契合主体需求为标准评价客观对象价值，为维持体验发生发展提供精神驱动力。人的一切活动都是由情感评估并驱动的，情感是评估人类行动的价值、意义和幸福追求等问题的意识管控中枢，人类活动都是建立在情感基础之上，且情感不仅评估价值，影响意识，更是驱动人开展体验活动的激励因素，为人类活动的持续发展提供精神能量。

情感成为设计师评估用户体验的重要渠道。对于情感的作用机制的深刻理解能够帮助设计师站在人类情感活动的立场去探求人在体验消费活动过程中的所思所想所感，所经历的情绪变化，理解交互行为与情境影响受众内心的内在心理机制，协助设计师与用户形成共情，系统化地衡量各种设计因素对消费活动中感性体验的作用、价值、意义，并做出更有利于体验设计需求的决策。

创新设计必须以人的情感活动为尺度，情感是体验设计创新中最不可忽视的因素，是进行体验设计的根本依据。情感涉及人们在体验事物时所产生的大量而多样化的心理欲望与期待，是影响产品体验的最具决定性因素。当人们使用产品时，他们感受到的不是单纯的外观或功能，而是自然流露出的感性价值判断，这种价值判断是由人的需求、期待、追求而产生的，是在人与对象互动过程中，由知觉、行动、思维、反思内省等心理活动产生的，且还会延伸为对未来生活的期盼与寄托，情感融入体验活动的全过程，在体验后对受众产生长久、深远的影响也是由情感推动的一部分。

体验设计需要基于人的视角把握体验设计的内涵特征和本质属性。对于设计师来说，用户并不是一个抽象的概念，而是一个个活生生、有血有肉的人，人是一个个独特的，有欲望、有思想、有灵魂、具有丰富情绪和心理活动的生命，任何体验媒介的创造最终都会影响人的情绪，进而影响人的体验。设计师应该理解并掌握情感活动的运行机制，有针对性地提升用户对积极因素的关注、意义的感知、自我确信感，激发行为效能，催生积极的体验结果。

真正以人性幸福为目标进行设计是针对受众体验的设计，是必须走进每个人的内心，洞察、理解人的情绪和心理，因此设计师应该充分了解与用户体验有关的心理、感受、动机等知识和心理学原理，深入探究目标用户的动机、认知过程、思维习惯，才能有效地积累与用户共情的能力。当设计师能够真正理解并掌握用户的意识和情感活动，洞察用户的内心情绪，才能在体验设计活动中，通过塑造适宜的体验媒介和情境，为受众构建具有深刻精神价值的体验活动，精准有效地驱动人积极的行动参与，使用户积极行动起来，在体验实践活动中形成积极的意义建构，创造满足人本需求和深刻人性价值的幸福体验，达到为实现用户幸福而设计的终极目标。

第 **1** 章
CHAPTER 人本需求是体验的
根本动因