

# 心理学的论文题目 设计心理学的论文(优质9篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 心理学的论文题目篇一

由于大众的物质生活水平逐渐提升，因此在追究基本需求的基础上，更加重视精神文化追求。色彩设计能够对于大众的感官因素产生直接性的影响，具有非常重要的意义。本文对于色彩心理学和艺术设计的有效融合进行分析，探讨了其在工作中的应用，供相关人士进行参考。

随着社会精神文明的快速发展，人们追求提升，让艺术设计工作变得更加重要。艺术设计离不开色彩的引用和配合，实践环节中巧妙的进行色彩调节，发挥色彩搭配技巧，将其和心理学有效结合，才能够满足当下人类的精神和物质两方面需求。

早期的时候，色彩指源自自然界中的光，形成的基本原因是物体表面光的发射。分析日光发现，其包括很多不可见以及可见波长的光，在日光的照射下，三棱镜会反射出不同波长的光线，直接体现出对应的色谱，人类眼睛能够直接看到的七种颜色，具体包括紫色、靛色、蓝色、绿色、黄色、橙色、红色。生活环境中所能够直接性接触到的色彩受到色彩的色相以及色彩的亮度两个方面影响，色彩的亮度强弱关键在于日光的强度以及物体自身具备的反射能力，物体表面上接受到的光照如果较强，那么对应的色彩就较为明亮，如果接受的光照弱，那么亮度较差，光的类型对于色相产生影响，详

细分析来说需要看物体反射出来的波长，可以认为世界上的一切物体由于色彩的装点变得更加的美观和多样化。

色彩心理学研究的关键内容是分析色彩对于人类心理造成的影响，经过科学的判定和分析处理，有效的控制和避免色彩对于人类产生的不利作用影响，缓解人类的心理冲击。每一个个体的性格可以通过不同的色彩直接性的反馈出来，从颜色方面能够间接判定人的性格，具有大致的把握，未来想要加强研究水平需要关注色彩的角度。目前，色彩心理学已经逐渐被应用到各个行业和领域中，包括商家利用颜色搭配，提升产品的视觉效果，促进销售量的增长。很多的发达国家对于色彩心理学已经具有较为透彻的研究，欧美已经建立具有自身特点的色彩理论体系。此外色彩对于人类的情绪具有直接性的影响，好的色彩搭配和控制能带给不同主体良好的心理状态，在医疗方面也具有积极的影响。

根据人类自身主观体验不同，将色彩划分为冷色调和暖色调，从色彩自身方面来说其不具备温度变化，冷暖区分主要是主体在和色彩发生接触后所产生的不同感受，例如常见的色彩反馈效果，出现大面积蓝色时容易联想到大海，带给主体清凉的感受，其被划分为冷色调中，橙色以及红色的出现，会让人类感觉到太阳以及火，具有暖的反馈，因此被划分为暖色调，此外冷暖色还会被明度的高低所影响，明度较高会给人一种冷的感受，低的明度让人感觉温暖舒适。一般状况下，艺术设计要根据气候的改变结合冷暖色的搭配，适当调整室内环境以及着装的颜色变化，最终让自身感觉到舒适。在不同的文化内涵以及背景作用影响下，色彩的冷暖感受具有不同体验。

公共环境设计环节中，通常会将室内的装饰和色彩有效搭配，例如很多的快餐店会大量的使用红色或橙色，提升人的温暖感受，此外由于很多的食物原材料是红色以及橙色，利用这两种色彩能够带给应用者良好的心理体验，让人的精神感觉愉悦放松，帮助吸引更多的人员；商品展示以及陈列方式的变

化，会让销量发生改变，产品设计环节中会利用色彩影响进行搭配，选择最吸引消费者的搭配形式。办公环境中过多的应用白色空间，会加大人员的眼睛负荷，为解决该种状况可以应用冷色系的其余颜色代替。机械化作业的工厂内部如果没有任何颜色的装饰会给工人疲劳的感觉，工作效率降低同时容易引发事故，因此可以将墙壁改造成粉色；传统医院的墙壁大部分是白色，工作人员的`服装大部分也是白色，这种颜色会让病人的心理压力增加，过去出现的白衣高血压状况正是色彩对于人类影响的最直接性体现，目前已经有很多的医院将内部的墙壁粉刷成淡粉色或是奶油色，缓解患者的心理压力。

色彩设计还会对于公共交通产生影响，交通信号灯的色彩能够直接性影响驾驶人员的判断性，结合光学的基本原理，红色光能够产生最长的波长，所以在应用中传播的距离最长，更加吸引人员的注意力，因此红色作为禁止通行的信号指示颜色，绿色和红色能够产生鲜明的对比，能够轻易的被人类眼睛所分辨出来，能够直接性的表达出信号意义。路面的颜色大部分为黑色或灰色，这是由于该颜色能够让驾驶人员感觉镇静，但是近年来的研究发现，长时间的处于该种颜色影响下，交通事故出现的概率增加，因此大城市中逐渐的增加彩色路面的比例，刺激开车人员的神经系统，提升注意力。车辆本体的颜色也会产生一定的作用，蓝色和绿色属于后退色系，车辆行驶中会给人一种较远距离的感受，因此出现追尾的概率较高，红色、黄色提升行人以及其余驾驶人员的注意程度，特别是天气状况不良的时候，能够起到一定的警示作用，因此在夜间以及天气状况较差的时候，部分的弱势群体需要借助色彩优势，降低出现事故的概率。

总而言之，色彩直接性的给人视觉感受，进一步影响人类的心理活动，目前色彩心理学在设计以及生活中的应用作用越来越明显，如何正确的应用其中的原理，结合人类多种感官实际体验，进行突破性的设计是非常重要的。

## 心理学的论文题目篇二

从高校学生实际的社会交流需求出发，综合考虑目前高校普遍存在可利用场地资源紧张的现状，笔者通过前人研究和社会调查发现，食堂通过合理的布局与改善，在充分考虑学生的心理需求条件下，高校食堂可为学生营造一个适宜交流、缓解压力的场地。本文从环境心理学角度对食堂的设计布局以及食堂设施布局进行分析。通过调查分析，为高校食堂设计与布局提供一定思路，不仅满足大学生的交流需求，对学生的身心发展起到促进作用，也能够使校园的场地资源得到优化配置。

### 高校食堂 环境心理学 社会交流

食堂是高校校园重要的建筑之一，是学生们摄取食物、放松心身的公共场所，也是师生每天必到、互相见面的场所之一，其重要性不言而喻。随着社会的不断发展，高校食堂不论在保证学生的身体健康还是在提升学校自身形象上都起着越发重要的作用，而食堂设计与布局也在一定的程度上反映着高校的影响力。但很多高校对此并没有十分重视，固然学校应该看重教学方面的问题，但是高校配套的生活设施一样会影响到学生的发展。

环境心理是研究环境与人心理和行为之间关系的一个应用社会心理学领域。目前越来越多的公共场所都在运用环境心理学的研究和理论进行设计和布局，从而满足人们各种不同生理与心理的需求。[1][3]笔者结合前人对高校食堂的研究分析，从环境心理学理论切入，对高校食堂所具备的社交功能做进一步分析，一方面，为食堂合理布局提供一定思路，从而为校园达到场地资源的优化配置。另一方面，能够更好地为高校大学生提供一个放松、交流、沟通的场所，以提升学生的社交意识，满足其社会交流的需求，提高社交质量，对学生的身心发展起到促进作用。

为更好了解目前高校食堂、学生的社会交流情况、食堂对学生社会交流的影响，笔者开展了学生对食堂相关评价的问卷调查。笔者对贵州大学以及贵州师范大学的学生发放600份问卷。回收问卷596份，有效问卷586份。笔者通过对数据整理发现，学生对食堂就餐环境的满意度为32%。学生对经常就餐的食堂感到舒适的仅占总体的24%。目前有65%的学生认为食堂是不适合交流的场所。此外，在调研中发现，调查学生中有67%的人表示每天与他人交流时间在两小时以上。超过半数的学生的主要交流方式是面对面谈话。由此可见，大学生具有较强的交流意识与欲望。学校在充分考虑学生的性格发展和社交需求的情况下，应合理利用学生聚集广泛的公共场所，为学生提供更多的社交平台 and 社交机会。

## （一）物理环境因素

### 1. 功能分区

食堂作为公共的交流场所。首先，从就餐者群体角度来说，只有能够满足自身交流需求的社交场所，在一定的程度上符合自己心理需求，这种环境才能成为合适交谈的场所。而环境的背景因素尤为关键，每个人对环境的要求有差异[2]。根据调查发现，学生喜好的就餐环境因人而异。从食堂角度来说，要作为一个良好的社交场所，就要多方面去适应不同人群的需求，以达到自身价值实现的最大化。同时笔者对学校的一部分学生进行调查，85%的学生认为食堂有必要进行功能分区，这样有利于实现食堂社交功能。因此，对食堂进行功能划分符合学生交流需求。其次，在很多公共环境中，如果该环境所提供的信息超出了人所能接受或控制的范围，就会使得人正常认知活动受到干扰。如果这种对于环境的控制力的缺失被人所觉察，很大程度上会引起负性情绪体验[3]。而这种负性情绪体验如果没有得到处理，就会对社交造成负面影响。因此对食堂这一公共场所进行分区，为区域提供合适的信息是有必要的。我们可将食堂就餐区域在充分利用场地资源、考虑就餐者喜好的情况下，将食堂划分出几种功能区。

例如，常见的快速就餐区、聚会区、吧台区、自助餐区等。

## 2. 桌椅

从环境心理学的角度来看，领地是可见的，相对固定的，它表明了个体或群体彼此排他的、独占的使用区域[4]。就高校食堂而言，个体所能感知的领域，一方面是整体分区布局领地的划分，而另一方面，局部的桌椅的摆放和设计也显得尤为重要。一般情况下，人不会意识到社会距离，但在行为上却时时遵循着该规则，破坏这些规则，则引起不适感[5]。所以食堂布局时应考虑个人空间的舒适度，具体就是物与物间的合理距离[4]。不仅不浪费平面利用率，也尽可能保证就餐者的个人空间。这就需要我们充分利用桌椅的作用，通过对餐桌的形状，摆放距离以及椅子数量布局等，以增加学生在食堂就餐的舒适性，进而提升学生的交流欲望，达到改善目的。

通过问卷调查发现，除选择四人长桌以外，大部分学生倾向于选择在四人小圆桌上就餐，相对于长方桌而言，这更加体现了社会向心力的作用，在这样的环境下就餐，不仅舒适，也更有利于同学的交流，这样在进行小范围的交流时更不易感觉到被排外。此外，使用圆桌时，还需要考虑学生就餐时的人数。通过调查笔者发现，其中有15%左右的学生倾向于6-8人一同就餐。就这一部分同学笔者进一步分析发现：他们每天的基本社交时间都在3-5个小时。这从侧面反映，交流时间和他们选择的就餐人数有一定的相关性，这些学生对于交流有更高的需求，因此，对于圆桌的使用，有条件的食堂可以加入少量的大圆桌来满足学生的需求。另外，笔者还发现有21%的同学选择半包围式的餐桌。其也可以体现社会向心力的作用，在餐桌的包围处就餐，能够有一种被容纳其中的心理体验，少量使用这类的桌子，不仅有利于提高同学的社会交流，还有利于提升食堂的特色与美感。

## 3. 噪音

研究发现噪音对人的身心均有直接影响，进而可间接影响个体的社会行为。噪音是否可控，是其影响听者的一个重要因素，如果人认为噪音是他能控制的，那么噪音对其影响会较小；反之则大。从这个观点来看，人对于噪音是有一定适应性的[6]。因此食堂不需要过分安静，其中加入节奏轻快的背景音乐，或者播放受欢迎的广播节目，会使其氛围更易让同学交流。因此结合高校食堂来说，食堂噪音对于学生的就餐和交流会造成一定影响。因此，我们可以在食堂加入背景音乐的元素，从而降低高峰时段人多而引起的噪音，并且背景音乐是作为人们能够控制的因素，从而也能够减轻他们因噪音而产生的不快感。在这样的环境条件下，促进了学生之间的交流沟通。

#### 4. 颜色

在众多学者研究中，都探讨了色彩对人心理的作用。环境影响个人情绪，而个人情绪又会影响到其交流的质量和持续性[2]。本次的调查中，56%的人表示会关注到食堂所用的颜色。从食堂的整体色调来考虑，首先应符合大众审美。颜色所构成的物理环境给人带来的视觉体验和身心体验对交谈的倾向和欲望有辅助作用。从大的公共场所到食堂这一场所的颜色布局应该更好地结合就餐群体的心理进行选择，根据不同颜色对人心理的暗示作用进行考虑[4]。现在很多餐厅颜色都以明亮、易感性较强的为主，如橙色和橙红色。但往往单一的色彩极强的色调渲染环境时，会在一定程度上容易使就餐者焦躁，因此，这样的物理环境本意是好的，但却可能导致其所接受的色彩刺激过剩，产生抵触心理。因此在食堂就餐区，应该以明朗易感性较强的颜色为主色调，但用以浅色调和暗色调将主色隔开。这样可以减少主色调给人的压迫感，并有利于达到更好的视觉审美效果。

### （二）心理环境因素

#### 1. 拥挤感

个人空间太少会使人心理上感到拥挤[1]。在食堂保持相对的独处空间有利于个体领域性和拥有感的体验。在本次调查中发现，32%的学生认为食堂下课时段会出现拥挤现象。学生的这种主观拥挤感的体验，除了是对物理环境的直观反映，也是内在的心理调节机制所产生的反应。当学生没有适合于个体空间行为的物理环境，无法拥有领域性和拥有感，就容易形成拥挤感和压抑感，甚至感知到比实际情况更为负面的情绪。高密度使人感到对其行为失去控制，从而引起拥挤感，处于同样密度条件下的人，如果使其感到能对环境加以控制，则拥挤感会下降[1]。因此笔者认为，学生对于食堂拥挤这一评价的体验，与其对环境的控制感缺失有关。在高校实际场地等客观因素的制约下，首先，食堂播放舒缓的音乐可以很好地降低环境噪音带来的心理拥挤感；其次，就餐座位设计成可调动的，这样就餐者可根据自身喜好调节与他人交流的直线距离，进一步以物理环境来调节其心理体验。如此不仅可以让学生拥有一个舒适的就餐环境，也进一步增加了食堂的美感。

## 2. 个体空间

### (1) 私密性

私密性是人最基本的心理需求，能否满足私密性，直接影响到人们的依赖感与归属感[2]。对于作为公共场所的高校食堂而言，私密性是至关重要的因素。正如前文所提及，食堂增加功能分区，圆桌的使用等，都考虑到私密性这一因素。不同的分区，可以使个体放松情绪，充分表达其真情实感；圆桌的使用也使群体之间保持距离，私密性得以保障[8]。在笔者的问卷调查中发现，对于和朋友一起就餐而言，69%的学生倾向于面对面。其次，多数人都不喜欢陌生人同桌，根据数据表明，有66%的人希望可以坐在陌生人的斜对面，因为该角度不会有眼神的对视，也不会有任何交流。为此，食堂应能够满足就餐者的私密性需求。例如适当增加某些就餐区桌椅间的间隔位置；靠近某些桌椅的摆放以便于团体就餐等。



## （2）安全感

个体安全感也是重要因素之一。根据边界效应，人们更愿意选择区域的边缘地带进行活动。边缘地带之所以如此，是由于其为人提供了有利条件[2]。首先，就餐者在边缘区域就餐会感觉不被打扰，人流量没有中心区域密集，能增加其安全感。其次，边缘区域有利于就餐者肢体动作的施展，进一步促进交流质量。另外，充足的安全感会给人带来更多的话题。在问卷调查中，选择靠边的位置就餐的学生占多数，这也符合边界效应这一现象。因此，食堂的设计可适当使用一些隔离屏风等装饰性物件，一方面增加食堂美观度，另一方面提高学生就餐安全感。

## （3）场地依恋

学生对食堂形成的场地依恋，也是食堂成为好的社交场所需要考虑的因素之一。“场所依恋”是指个人在一个场所后，会对该场所能满足自己的需求而产生依赖感以及在情感层面对这个场所产生的认同感、归属感以及其它情感层面的表现[1]。该理论体现了资源及其提供设施的重要性。通过对食堂设施和资源的合理运用，以满足学生就餐时的社交需求。高校食堂在满足个体对私密性，安全感等的需求，并提供相应的设施和服务，为学生提供可控的交流环境，这样能够使个体对于食堂产生依赖感和认同感。不仅为高校食堂增加新功能，并能够有效提升高校食堂的使用率，从而达到场地资源的优化配置[7]。

食堂作为学校重要的公共场所，应更多地关注和挖掘其为学生带来的潜在价值。本文旨在强调食堂本身所具有的社交功能性，优化配置学校公共场地所具备的资源。从环境心理学的角度，对食堂的社交功能进行探讨，为高校食堂设计与布局提供一定思路，不仅满足学生的交流需求，也为学生的身心发展起到促进作用。

[1][美]保罗·贝尔 [paul] [托]托马斯·格林 [thomas] [杰]杰弗瑞·费希尔 [jeffrey].环境心理学（第5版[m].朱建军等译.北京：中国人民大学出版社，2009.

[2]郑全全. 社会心理学[m].杭州：浙江大学出版社，1998.

[3]乐国安. 美国环境社会心理学研究的新进展[j].天津师范大学学报，2001，（05）.

[4]舒莉. 环境心理学中噪声的研究及其心境量表的修订[d].北京：北京林业大学，2007年.

[5]林玉莲. 胡正凡. 环境心理学[m].北京：中国建筑工业出版社，2000.

[6]常怀生. 环境心理学与室内设计[m].北京：中国建筑工业出版社，2000.

## 心理学的论文题目篇三

积极心理学是心理学的一种新思潮，本文从身心健康、和谐消费、积极幻想和心理咨询这四个方面论述了积极心理学对我们的启示，从而让积极心理学能更好成为人类的福祉。

积极心理学 身心健康 和谐消费 心理咨询 积极幻想

提到心理学，人们可能更多的是想到思维、记忆等心理过程和焦虑、抑郁等心理疾病。长期以来，心理学主要关注人们的心理与行为的规律和病态人格及异常行为，而正常行为却常被忽视。然而，随着物质生活水平的提高，人们越来越关注生活的品质，越来越关注如何通过发挥自己的优势让自己活得更幸福和更有意义。于是，积极心理学便应运而生，并从此得到了广泛应用。在哈佛等众多高校，积极心理学是最受欢迎的课程，足以说明其影响力。

究竟我们能从积极心理学中学到什么？得到哪些启示？答案很多，本文将从身心健康、和谐消费、积极幻想和心理咨询这四个方面进行论述。在此之前，我想先对积极心理学做个简单的介绍。

积极心理学[positive psychology]是运用心理学目前已比较完善和有效的实验方法与测量手段，来研究人类的力量和美德等积极方面的一种心理学思潮。其研究最早可追溯至20世纪30年代terman关于天才和婚姻幸福感的研究，以及荣格的关于生活意义的研究，但是第二次世界大战使这种积极心理学的研究中断了。五六十年代，马斯洛、罗杰斯等人本主义心理学家开始研究人性的积极一面，为积极心理学的产生奠定了一定的理论基础[seligman自六七十年代起开始研究“习得性无助”。他发现，不仅无助是可以习得的，乐观也是可以通过学习获得的。学会维持乐观的态度不仅有助于避免抑郁，而且也有助于提高健康水平。在1998年[japa monitor online]的一篇文章上[seligman指出心理学有3个使命：（1）研究消极心理，治疗精神疾患；（2）让人生活得更加充实而有意义；（3）鉴别和培养天才。由于心理学界过去过于重视对消极心理的研究，所以现在有必要提倡积极心理学，从而拓展心理学在后两个方面的贡献。从此，积极心理学的研究在美国心理学界引起了广泛的兴趣。

积极心理学有三大基础任务。第一是研究积极情绪；第二是研究积极特质，其中最主要的是优势和美德，当然能力也很重要，如智慧和运动技能等；第三是研究积极组织系统，例如民主的社会、团结的家庭以及言论自由等。

### 3.1 关于身心健康的启示

积极心理学的研究与运用有助于人们更长寿。人可以活多长以及那些情况会缩短人的寿命，是非常复杂的科学问题。有太多的混淆变量使科学家无法分离出真正的原因。但在修道

院里，修女们过着有规律的、与世隔绝的生活，吃同样的食物，不吸烟也不喝酒；他们有相似的生育和婚姻史；拥有相同的社会地位和医疗条件。很多混淆变量在此都被剔除，但是这些修女的寿命和健康情况仍然有很大的差别。当研究者把180位修女的自传拿出来研读时，一个惊人的差异显现了。欧潘修女（98岁仍然很健康，几乎没生过病）用了“非常愉快”、“很开心地期待”这两个表达幸福感的积极字眼；相反，丹那莉修女的自传中找不到一丝积极的气息。再请对这些修女的寿命毫不知情的人，针对其自传中所传达出的积极感受进行评分时，发现落在有幸福感端的修女90%超过85岁仍然活着，落在没幸福感端的修女只有34%的超过85岁仍然在世；同样，落在有幸福感端的修女到94岁时仍有34%的人在世，而落在没幸福感端的修女只有11%仍然在世。以上差异真的是来自她们自传中所传递出的幸福感的不同吗？这种差异也许是因为她们表达出幸福感的程度、对未来期盼的程度、虔诚奉献的程度，甚至是自传写得好坏的程度等变量引起的，但是研究发现这些变量都不相关，唯一相关的是她们在自传中所表达出的幸福感的强烈程度。上述研究表明，积极心理学中有关幸福感的研究，对人们能更加长寿有重要意义。

### 3.2 积极心理学在心理咨询中的运用

积极心理治疗虽然是以积极心理学为理论指导的一种心理疗法，但它的实践却在上世纪的20年代初就已出现。积极心理治疗的相关理论指出，长期以来的`心理治疗一直存在一个重大问题，即把自己的工作重点放在对病人的病痛的评估或治疗上，大量研究一些外在的紧张性刺激给病人心理所带来的消极影响，致力于修复病人有缺陷的习惯、动机、大脑和悲伤的童年。积极心理治疗则与此相反，它把自己的注意力集中在病人自身的各种能力上而不是集中在病人的疾病上。积极心理治疗有一个预设：病人有生病能力的同时也有健康的能力，治疗者的任务是激发和巩固病人获得和保持健康的能力，而不仅仅是消除病人生病的能力。积极心理治疗认为人人都具有两种基本能力：认识能力和爱的能力，人的心理疾

病是由于这两种基本能力在不同的文化条件下分化为每个人的现实能力时发生冲突的结果。因此，积极心理治疗的立足点是激发被治疗者的这两种积极的基本能力，从而弥补传统心理治疗的空挡，体现出更大的人性意义，病人更容易接受，治疗效果也更好。

积极心理学认为一个什么都失去了的、抑郁的或想要自杀的人，在意的不仅仅是解除痛苦，他们更需要的是美德、生命目的和生命意义。引发积极的情绪会帮助我们抵挡令人痛苦的心理疾病。积极情绪就像防震保护层一样，使我们不受伤害，使我们在悲伤绝望中重新崛起。好的心理治疗不仅能疗伤，还能帮助人们发现并培育自己的优势和美德。

### 3.3 关于和谐消费问题的启示

和谐消费旨在塑造和谐健康的消费市场环境，促进和谐社会的实现。它的基本原则与积极心理学的目标和主旨是相符合的。和谐消费的要点是以人为本、尊重他人和尊重自然。以人为本，强调了消费者是和谐运转的消费系统中的核心；尊重他人，强调了在满足个人消费需求的同时，要限制贫富消费差距过大；尊重自然，强调了在满足消费者的需求的同时，必须尊重自然，维持生态环境的平衡，保障子孙后代的利益。

积极心理学也强调以人为本，旨在揭示在既定的物质财富水平下，如何通过改变物质财富（作为外部因素）的呈现方式和选择手段，最大化人们的主观幸福感。它可以为引导正确消费，控制奢侈性、炫耀性和过度消费等不合理的现象提供重要的参考依据。奢侈性、炫耀性和过度消费等不合理的消费会使商品的更新换代加快，制造出由大量的废弃商品及商品包装组成的垃圾，从而造成资源的极大浪费和环境的污染，违背了尊重自然的原则；同时也加剧了社会中的贫富差距，违背了尊重他人的原则。因此，积极心理学通过对外部物质财富的呈现方式和属性对幸福感的影响的研究，揭示奢侈性、炫耀性和过度性消费等不合理的消费现象的危害，揭示和谐

消费所应具备的特点和内涵，从而进一步提出引导和促进和谐消费的建议和启示。

### 3.4 关于积极幻想研究的启示

积极幻想这一概念是由taylor和brown于1988年最早在学术界提出的，他们认为积极幻想是个体在生活中或面临威胁性情境、压力性事件时所做出的一种对自我、现实生活和未来的消极方面的认知过滤，这种过滤是以歪曲表征的方式投射到个体的自我意识中。因为积极幻想显示了个体对现实的积极把握和乐观知觉，同时也体现了个体对自我价值和自尊的一种保护，所以虽然它是对现实的一种背离，但它实际上是个体的一种积极心理适应。

积极幻想的主要研究领域有：心理健康领域、调节心理资源领域、恋爱关系领域和跨文化领域。它主要有三种表现形式：不切实际的自我积极看法、夸大个人对现实的控制感和对未来的盲目乐观。积极幻想是当代积极心理学的一个研究主题，是心理健康的一个重要标准，它有助于个体在威胁情境下或应激事件中获得良好适应，特别是随着当代积极心理学的兴起，积极幻想正越来越受到各个领域研究者的关注，其研究成果也将更好更多地应用到人们的生活中。

积极心理学作为一门新兴的学科，带给了人们激情、挑战和质疑。科学是在不断地探索中发展和前进的，但它无论怎么发展，最终目的都是要造福于人类。心理学与人类的生活息息相关，积极心理学更能有效帮助人们发展自身优势，促进自己与他人的成长。通过全体心理学工作者前仆后继的各项研究工作，我们相信积极心理学一定能成为人类的福祉。

## 心理学的论文题目篇四

随着中职语文教学改革的深入，教师已经意识到口语交际能力培养的重要性，在提升教学效果上也下了很大的功夫，但

当前无论是理论研究还是教学实践方面，口语交际依然是中职语文教育的短板。要想增强口语交际教学的有效性，就必须借鉴和运用其他学科中最新的理论成果，吸收心理学、传播学等多门学科的知识为其所用。本文探索通过应用积极心理学的相关方法提高学生口语交际的水平，增强口语交际的实效性。

21 世纪初，美国著名大学教授塞利格曼和西卡森特米哈伊联名在闻名世界的心理学杂志《美国心理学家》2000年第55卷第1期上共同发表了《积极心理学导论》一文，正式拉开了积极心理学研究的热潮。当前，积极心理学已基本形成了完整的理论体系，“积极心理学是致力于研究人的发展潜力和美德的科学”的理念正为越来越多的领域所运用。

中职生正处于 15-18 岁年龄段，心理学上称为的“断乳期”。在这个时期里，他们往往消极心理素质较多，积极心理素质减少，也是他们产生心理困惑最多的时期。大多数的中职生是因为中考成绩差而进入中职学校，他们是基础教育中被忽视的弱势群体，这也决定了他们的心理问题多发易发而且日益复杂，是一个需要特别关注的特殊群体。而积极心理学倡导学生积极的自主发展，提倡对个体的问题作出积极的解读，并使个体能从中获得力量，感受到成功的意义和自我价值的体现。由此看来，这样的教育理念正是中职教育教学要取得实效所不可或缺的。

对于中职语文口语交际教学来说，说话是一个复杂的生理和心理的过程，会话中双方的心理处于互动互变状态。具备健全的心理素质懂得克服心理障碍，掌握心理沟通的方法，是口语交际获得成功的重要条件。笔者认为，以积极心理学为理论基础，用积极的理念去开展口语交际教学，促进学生客观正面地认识自我，转变消极的口语学习观念，提升学生对口语交际学习的信心，具有非常重要的意义。

（一）自卑心理。自卑，是一种心理体验，源于自我评价过

低，在心理学上也叫自我否定。常表现在对自己拥有的学识、综合能力和已有的道德等因素评价过低，少有刺激便显示出心理脆弱的一面。而口语交际中典型的心理障碍就是自卑心理的表现。由于自卑心理的影响，在口语交际课堂上，他们常常出现面红耳赤、心跳加快、肢体语言僵硬、语无伦次、词不达意等现象，有些学生甚至因为重复越多，反而越强化其自卑心理。究其原因，主要有两点：其一，早在基础教育阶段，大多数中职生不但深陷学习困境，而且要忍受着来自家庭、学校、社会等方面的压力，往往表现为“不能正确自我评价”而导致胆怯、自卑心理；其二，笔者所教的中职生大多来自桂东南农村的粤、客家等方言区，由于学生日常交谈所用的方言与普通话差别较大，普通话学习起来困难重重，需要用普通话进行口语交际活动时就容易产生消极悲观、自卑的复杂心理。

（二）焦虑心理。学习情绪焦虑心理是中职生在口语交际课中较为普遍存在的现象。研究表明，在外语课堂上，最能引起学生外语焦虑的任务是口语表达，即口语焦虑，焦虑越高，口语成绩越低。显然，学生的母语口语交际也是如此。为此，在口语交际学习过程中，中职生的焦虑心理主要表现为“情绪不安，课堂上讲普通话紧张，交谈练习时声音小，甚至磕巴，害怕被人嘲笑，避免与老师的眼光接触”等现象，严重时，会出现“卡壳”“蒙圈”等沉默。造成中职生口语交际学习的焦虑心理的主要原因是交际恐惧。在以往的学习生活中，特别是课堂学习活动中，由于与老师、同学的人际信任度不高，造成了被称为“学困生”的他们挫折心理增多，而自尊水平下降。这种心理长时间存在而得不到排解，久而久之，就会形成课堂上“恶性循环”式的焦虑心理。此外，学生进入中职学校后，对新的学习环境不适应，专业课学习不顺、目标渺茫等情况也是导致学生在口语交际中产生焦虑、抑郁等情绪的原因。

（三）厌烦心理。中职生的厌烦心理是口语交际课堂上亟待解决的心理问题。学生的厌烦心理主要表现为沉默、不愿意



过多参与任务、课后不主动训练、说话时缺乏精神气等现象。学生口语交际课上的厌烦心理主要来源于两方面的原因：内因方面，中职生在过去的学习生活中产生了较多的挫折心理，但他们心理复原力又较弱，同时他们的自我效能感低，对口语的学习尤其兴趣不够，动机不高；外因方面，根据笔者以往的观察，中职生很容易对新鲜事物发生兴趣，但课堂上如果仍是呈现出沉闷的口语交际氛围、陈旧的教学方法、单一的教学手段、机械的教学评价等情况，那么极容易引起学生的大脑由兴奋状态转变为抑制，从而产生厌烦心理。

（四）畏难情绪。跟普高学生相比，中职生的学习畏难情绪就较为突出，语文课上的口语交际训练尤其如此。在口语交际训练中常常表现为缺乏恒心、畏惧，不愿意参与练习等现象。进入中职学校读书的学生大都来自农村，他们的小学阶段和初中阶段都处于方言浓郁的语言环境中，10多年的方言影响，造成他们更习惯用方言进行思维，以及沟通交流。在学习普通话的过程中，中职生要面对的是发音方法和发音部位纠正的问题。比如，笔者所教的学生由于受方音的影响，容易把“v”发成“u”□在听感上则会将“请握紧拳头”变成“请握紧‘船头’”。此外，学生在其他科目的学习中极少获得成功的情感体验，也是造成学生口语交际学习过程中畏难情绪产生的原因之一。

口语交际课是一门实践很强的学科。所谓口语交际，是在特定的语言环境中由听、说双方共同进行的活动。学生的语言交际能力包括语言能力、策略能力和心理生理机制三个部分。消极的情感因素是口语交际活动不能很好实施的原因之一。为此，要想提高口语交际教学质量，首先应当从学生的学习心理入手，根据学生心理的状况，在中职语文口语交际教学中有针对性地应用积极心理学的方法，提升教学效果。

（一）采用积极情感体验法，激发学习动机。在口语交际教学中，引入积极情感体验法教育学生，让他们能够自己调整心态，稳定情绪，增强自尊心、自信心，激发学习动机。

1. 引导学生树立积极的学习观。首先，以积极心理为指导的口语交际教学应用积极的理念，促进中职生正确评价自我，信任自我。引导学生用积极、发展的目光看待周围的人和事物，引导学生学会对事物进行积极归因，从而帮助学生修复学习口语的自信心。中职学校的学生学习动机跟其他学校学生不同，因为他们面临的是就业，学习动机与未来的工作有着密切的关联。为此，应该从他们的职业发展规划和未来的目标等方面积极引导，激发他们的学习动机。比如，在首次口语课上，面对以就业为导向的护理专业学生，笔者会利用一节课的时间介绍往届优秀毕业生的事迹，结合国家对中职“高素质劳动者和技能型人才”的培养目标来引导学生。其次，引导学生认识自己的“实用动机”。在口语教学中，教师要让学生明白学习普通话的意义，认识到学好口语是个人职业发展的要求与未来社会发展的需要。比如，笔者对护理专业学生就是重点从护患沟通的必要性来引导的。通过引导，学生才会真正理解自己所担负的责任，才能端正学习态度，积极主动地进行口语交际学习。

2. 将信息化手段融入教学中。心理学的研究证明，新奇的事物能够极大地引发人们的兴趣，在兴趣的推动下，人们的行动常常可以收到更好的成效。在口语交际课堂上，引发学生参与的兴趣是重中之重。为此，口语课堂上出现的与信息技术相关的新技术、新形式、新手段能让学生有耳目一新的感觉，引发他们的参与热情，提高他们口语交际的积极性和主动性。比如，在口语交际课上，笔者经常借助手机实现翻转课堂，播放口语交际相关微课，借助多媒体实现营造虚拟交际情境，有效激发和培养学生学习口语的兴趣。实践证明，现代信息技术的优势能最大限度地激发学生学习的兴趣。

3. 创设真实可感的口语交际情境。与我们母语的口语交际教学相比，国外口语教学的最大特点是活动教学，即创设真实情境锻炼口语交际能力。在口语交际教学中，一方面，教师采用信息技术自拍的录像、影视片段等会强烈地刺激学生的视觉和听觉器官，唤起学生的生活体验，让学生想说、乐说。

例如，在口语交际课“劝说”教学中，笔者组织学生在护理实验室拍摄《劝说的基本原则》，让学生很快理解劝说的基本原则是“晓之以理，动之以情”。另一方面，由于近年来国家在中职学校实验室建设方面加大了投入，中职学校的实验室条件已得到极大的改善，给口语交际课创设真实的口语交际情境提供了保障。比如，上护理专业的口语交际课“即席发言”时，笔者把学生带到护理实验室进行角色模拟训练，让学生感觉到交际环境的真实性，口语交际训练中凸显医学专业的职业环境让学生不知不觉进入了交际状态，激发了学习动机。

（二）运用积极心理辅导法，缓解课堂焦虑。较之一般心理辅导法，积极心理辅导法往往着重关注来访者潜在的能量与积极品质在环节其心理障碍或行为中的积极作用，具体途径如下：

1. 营造良好的学习心理氛围。心理学的研究表明，学生最愿意在愉快轻松的氛围中展示自我。良好的人际互动不但能够使个体体验到持久的积极情绪，同时也能帮助其有效应对消极状态。比如，在口语训练课上，老师切记不要学生一出现问题，就立即打断和纠错，这会让学生的训练挫败感增强，对口语交际失去信心，课堂焦虑、畏难心理就会不减反增。相反，创建民主、自由的口语交际空间能让学生情绪舒缓。比如，在“介绍”一课中，将知识性、趣味性和教育性为一体的“游戏”引入课堂中，让课堂呈现出师生互动和生生互动互助的口语交流的愉快氛围，实现教学相长的快乐课堂。总之，教师应该创设出轻松、和谐的良好氛围，努力提高学生开口交谈的兴趣，缓和或降低学生的口语焦虑情绪，口语交际教学的质量才能有进一步的提高。

2. 模仿训练。对于中职生来说，模仿能力强是他们身上的一个闪光点。为此，通过模仿训练可以提高学生的自我效能，缓解课堂焦虑。比如，笔者在“普通话朗读”这一节教学实践中，让学生通过模仿训练，将“z□c□s与zh□ch□sh的对比练

习”做成微课，让学生进行模仿练习，将《交谈：密闭式静脉输液的对话》直接发送到学生手机上，供学生模仿训练。结果，学生语音能力自我感增强，自信心提高，口语焦虑水平明显降低。

（三）借鉴积极组织系统法，化解厌学情绪。积极心理学家认为人的成长、成熟都是在一定的环境和组织系统中进行的，这样的组织系统有利于培养人的积极情感、积极品质。口语交际课可借鉴这种方法。

1. 循序渐进的训练方法。在口语交际教学中，教学应进行科学严谨的规划，做到从易到难、从简单到复杂，遵循中职生的认知规律，逐渐提高口语练习的难度，化解厌学、排斥情绪。比如，对于护理专业的学生来说，在语境的安排上，首先，应是设置“倾听”（下转第139页）（上接第78页）为主要任务的语境；其次，选择中职生喜欢的话题语境，让学生主动开口说话；再次，播放跟护理有关的经典口语交际情境；最后，设定目标情境，让学生为了达成某个护理目标而积极交流，切忌一开始就安排比较难的、不易听得对话，而是要根据学生所掌握的医学知识来定。在学习内容的安排上，从导诊接待会话开始，再慢慢深入护患沟通的日常用语，最后才是到“面对病人时，如何具备主动关怀病人所采取最有效的沟通方式”等内容。这种循序渐进的口语交际训练方法能有效地减轻学生的厌烦情绪。

2. 运用多元化的评价方式。在口语交际课上，教师应构建以具有激励功能的形成性评价为主，自评、组评和教师评价等相结合的多元化评价方式。采用信息化手段建立学生口语交际的成长档案，及时了解学生的学习情况，便于教师有针对性地指导。具体做法是：在口语训练课前，教师指导学生每4人作为一个小组，在小组内由组长组织大家进行学习和互相评价；建立由课代表和部分组长组成的班级评价小组，负责在角色扮演训练中对4人小组的活动进行监督和评价；教师则注意巡视，及时给予必要的帮助，值得注意的是，教师要多

用鼓励性的评价语言，及时地表扬学生。这样的评价，既可以缓解学生的拘束和焦虑情绪，更能化解学生的排斥、厌学情绪。

总之，将积极心理学应用在中职语文口语交际教学中具有极大的价值和意义。但是，如何更好地将积极心理学所倡导的理念和方法应用到口语交际教学中，达到“塑造中职学生乐观自信、善于沟通的积极品质，培养学生树立正确的人生观和职业观，健全人格，使学生成为适应社会发展的高素质劳动者和技能型人才”的目标，还要教师们继续努力。

## 心理学的论文题目篇五

随着社会不断发展，科学技术水平提高，食品包装已不仅仅承担着运输、保护食品的原始功能性角色，而越来越向倾向于体现人类精神方面的需求。本文通过运用色彩心理学教育原理来剖析色彩在包装设计中运用的隐喻含义，同时针对色彩的通感效应在食品包装设计中的应用形式展开研究。

在当今消费社会、眼球经济的大背景下，食品包装作为承载食品运输、安全保护作用的同时，也以其琳琅满目、光彩夺目的色彩吸引着消费者的眼球。

为了提升市场占有率和销售量，各商家在包装设计上不断创新求变。在设计流程中，标志、文字、图形与承担了主要表现角色，设计师通过赋予不同的色彩来传达食品不同口味、不同风格，也会使消费者心理产生相应的变化，在现代营销中色彩在包装中作为引导区分同类产品，赢得消费者的青睐，提高市场占有率上起着越来越重要的作用。

心理学是研究人的心理活动规律的科学。色彩心理学是色彩通过其调性，即明度、纯度、色相三要素的不同组合变化来影响人类心理。商业色彩通过设计进行不同组合，在潜移默化中刺激人类的大脑，左右人类的心情，从而影响着购买决

断。

人的心理对每种颜色都会产生不同的心理暗示。不同明度、纯度、色相的色彩结合所传达的情感不同，由于消费者受到不同的地域、性别、文化水平、收入等因素的影响每一个群体对色彩的感知的感受都有不同。再加上受众的情绪很多情况下受色彩的多样化和丰富性能够在一定程度上影响。

色彩心理学影响因素有以下几个方面：色彩的冷暖、色彩的轻重、色彩的明暗、色彩的轻松与压力、色彩的平实与富贵、色彩的内向与外向等等，这些因素主要由色彩的三要素不同组合而成，共同作用于包装的整体色调，从而影响着受众心理，而这些各异的心理往往决定着下一步的行为。

商品的包装首先要满足其功能性诉求，主要是为了避免在运输途中损坏、变质从而用来承载和保护商品，伴随社会的发展、人们的心理需求不断提升以及新材料的广泛应用，商品尤其是食品的包装手段和设计手法多样化使人们对包装的研究也更加深入。

美国著名销售心理学家路易·斯·切斯金曾通过大量研究对包装进行研究结果表明包装对消费者心理有巨大的影响，甚至可以左右他们对产品的认识和感受因而被称为“沉默而极具说服力的推销员”。

成功的食品包装色彩是食品华丽的外衣，通过色彩的冷暖、轻重、软硬、强弱赋予食品品牌标志、广告语(主体文字)、主图、配文等不同风格的诠释，并结合受众的联想与约定俗成的色彩视觉习惯来达到色彩这一视觉与受众对食品味觉、嗅觉的匹配，形成良好并具个性、系列性的产品形象。

在受众的心理上，对比度、饱和度相对适中的颜色能使人产生轻松愉快的情绪。比如在面积较大的橱柜中长期陈列过于鲜艳或过于冷色或暖色的商品，不但起不到美化橱窗的功能，

反而让顾客产生烦躁或敬而远之的想法，从而销售量大打折扣。因此，研究顾客心理，掌握食品性质，恰当地将色彩运用在包装上，从而使食品主体与色彩包装高度吻合，从而提升市场占有率。

人类有视觉、听觉、味觉、嗅觉、触觉五感，由人的五种感觉器官分工完成，视觉即眼睛所看到的一切物象，听觉即耳朵能听到的一切声音；味觉即味蕾所感知到的一切味道；嗅觉，是微粒在黏膜中的反映如：香，臭。味；味觉即味道，包括苦、辣、酸、甜、咸、鲜等各种味道。触觉即触感，包括触摸中感觉到的：冷热、滑涩、软硬、痛痒等各种触感。虽然五种感觉有各感觉器官分工明确，但在实际生活中，存在五感通感现象，即五种感觉相互穿插，共同作用于人类大脑及行为。

色彩灵活出现在食品包装设计中是设计师表现味觉的重要手段，通过色彩这一视觉手段表达食品的味觉效果，包括食品口味的浓淡，向受众传递食品相应味觉，绿色、紫色表达酸爽，橙色、黄色表达香甜、嫩脆的口感，深棕色表达巧克力、咖啡食品口味，食品色彩多选用高纯度色，色彩鲜艳，醒目的同时不易产生色彩偏差。

通过色彩心理研究，在食品包装中色彩的指示性除了表达包装的美观意义外，同时展示食品的内容及口味，通过设计元素的运用和气氛的烘托传递食品的味觉信息。

食品包装环节注重色彩的运用搭配与消费者购物行为的理论早在二十世纪二十年代由瑞士著名精神病学家h·夏赫在其性格诊断法对色彩与性格的联系中得以阐述，即著名的“夏赫测试”。在测试中其发现：根据对事物的反应程度可以将人类分成三大类：形状-色彩反映型、色彩-形状反映型及色彩单纯反映型。所谓形状、色彩反映型人群较其他两类理性，认知事物以形状认主为主，不受情绪支配；色彩-形状反映型人群较为情绪化，认知事物多受色彩影响；最后一类色彩单纯反映型顾名思义最易受情绪左右，为色彩直接感受人群。

通过夏赫测试显示，食品包装设计中以色彩为主导的人群主要为后两种，也就是人群中的大部分，他们通过对食品包装中的色彩感知到购买行为的产生中更直接也更感性，这也是各大食品商家纷纷通过色彩鲜艳的外包装吸引手中的目的所在。

食品包装中色彩起着重要乃至关键的影响。据现代心理学相关研究显示：色彩能够第一时间捕捉人的注意力，视觉器官在观察物体时最先感知的是色彩，前六秒能够捕捉到全部色彩信息的80%，被称为著名的“6秒效应”，而形体等其他因素占20%，直至数分钟后受众才能全面详细的看到所有要素。由此可见色彩更直接、迅速且容易被接受。由此可以看出色彩能直接捕捉人的注意力，并能优于文字、图形等更易被接受与消化。因此相当多企业将色彩设计看成是促销的杀手锏与重要手段，也是提升市场占有率、受众目标的重要策略。食品包装色彩通过其生动性、规范性、可延伸性满足消费者不断提升的心理需求，从而使消费者从视觉感知到心理进而影响购买决策，真正提升市场占有率。

在食品的包装设计中色彩的运用无疑是视觉表现的重头戏，如何将色彩恰如其分地表达合适的产品风格对于提升销售量、市场占有率有很大的帮助。掌握色彩心理，通过色彩学、设计理论知识、心理学等多学科交叉，准确洞悉消费者心理需求方能设计出受大众欢迎的食品包装，真正受到消费者的青睐从而切实提升市场占有率。

## 心理学的论文题目篇六

论文关键词：大学生；就业；心理障碍；心理调适；人格？

我国大学毕业生就业难已成为当今社会关注的热点问题。随着高等教育由“精英教育”过渡到“大众化教育”，大学毕业生数量成倍增长。2002年全国高校毕业生只有145万，而2008年实际需要就业的大学生已达600多万。这些数字引起



了全社会的广泛关注，也使在校大学生产生了巨大的思想压力，大学生在求职择业过程中出现了许多阻碍毕业生顺利就业的心理问题。面对激烈的就业竞争，如何引导大学生排除不良心理干扰，促进大学生充分就业，具有十分重要的意义。

## 一、大学生就业心理障碍

### 及表现

#### （一）影响大学生择业的主要心理表现？

- 1、功利心理？
- 2、求“稳”心理？
- 3、从众心理？
- 4、依赖心理？

#### （二）大学生常见的择业心理障碍？

- 1、焦虑与恐惧心理？
- 2、挫折与失败心理？
- 3、自卑与自大心理？

## 二、大学生就业心理的自我调适

#### （一）客观认识自己？

#### （二）主动适应社会？

#### （三）增强就业能力？

1、增强就业心理能力？

2、科学规划职业生涯？

职业生涯规划 and 职业发展观念可以帮助大学生确定自己的人生轨迹。职业生涯是指个体职业发展的历程，一般是指终生经历的所有职业发展的历程。科学地将其划分为不同的阶段，明确每个阶段的特征和任务，做好规划，对更好地从事自己的职业，实现人生目标，非常重要。由此可见，大学生要树立终生择业的观点，切不可为了求得职业的稳定而放弃就业的机会。当获得一个理想职业的时机还不成熟时，应采取“先就业，后择业，再创业”的办法，把就业过程当成取得个人职业生涯经验的重要经历，通过就业不断提高自己的社会生存能力、实际工作能力和职业发展能力，凭借自己的努力，通过合理的职业流动，逐步实现自我价值，取得事业的成功。

3、构建合理的知识结构

## 心理学的论文题目篇七

摘要：设计艺术心理学在设计中的应用具有举足轻重的作用，从情感设计上来说它是从设计使用等过程中理解情感体验的一种设计。包括形的情感、色彩的情感、材料的情感等层次。著名的青蛙设计公司有句口号：“设计追随激情”，该公司的设计师特穆斯说：“我相信顾客购买的不仅仅是商品本身，他们购买的是令人愉悦的形式、体验和自我认同”。所以这里说的情感设计不是以情感为目的，而主要是艺术设计师通过对目标受众的情感一般规律来进行研究与分析，使设计能够更加准确地有意识激发人们某种情感，让设计作品更好地实现自身目的性的一种设计。

关键词：设计艺术心理学形的情感色彩的情感材料的情感

随着经济建设的发展、人们生活水平的提高,对设计的要求也随之提高,设计艺术心理学就是一门新兴的重要设计学科,而在设计艺术心理学中运用方面的情感设计,是现今社会最为流行与认可的一种设计趋势。设计艺术心理学是所有设计与消费心理学相互交叉的一门边缘学科,是“一门研究物品预设用途的学问。”设计艺术心理学是研究在设计活动中,包括平面设计、工业设计、建筑设计等设计活动,如何符合审美的规律,遵循消费行为规律,把握受众群心理,提升品牌凝聚力,最终提升消费者满意度。

设计艺术心理具体在设计中的运用,有很多方法,但主要分为两大类型,分别是可用性设计与情感设计。可用性设计,是以提高产品的可用性作用核心理念的设计,它是一种“以用户为核心的设计”。包括在产品的功能、使用等方面。而在设计艺术心理学中运用方面的情感设计,是现今社会最为流行与认可的一种设计趋势。情感设计就是在设计、使用等过程中理解情感体验的一种设计。因为每个人情感因素的关系,设计物中的情感体验自始至终都脱离不了功利性的目的,它在表达设计者的情感同时,也要或多或少的迎合受众群体的情感取向。例如在一些工业设计中,造型的简练、刚硬,体现设计品的一种速度与效率;在一些平面设计中,警告性标志采用的黄、黑对比色彩,给人刺激、危险、警惕感;在一些环境设计中,利用墙纸的组合运用营造一种温馨的家庭体验等等。

在理解一项设计作品给人带来的情感体验时,主要从形的情感、色彩的情感、材料的情感三个层次入手,进行理解分析。

一、首先形的情感,形表现在很多方面,有平面构成中的点、线、面,有立体构成中的体、结构等。平面构成中的点、线、面,都是相对。相对孤立、小的点,对于面来说就显得独立、叛逆,所以一幅画面上的几点更容易吸引人的眼球。而一定数量的点聚合起来,形成某种主观轮廓,这就变成了每个人心中不同的理解。当点汇聚成线的时候,有几种形式,包括

直线、折线和曲线。直线给人感觉紧张、有目的性，还给人带来一种指向性的心理暗示。寒冷和平坦是它的基调”，“表现无限的寒冷运动”是它给人们带来情感基调。直线交叉为折线，锐角的折线最紧张，但也表现出积极和主动，角度超过直角后，它表现的紧张程度慢慢缓解而趋向了平稳，还伴随着一种慵懒与被动。而当折线形成曲线时则表达了一种忍耐与城府，给人一种含蓄成熟的情感心理。在中国，对圆的认识也有很多，比如中国人最爱的“圆”形，它给人带来的直接情感因素就是团圆、圆满，也表示一种中庸的、成熟的为人处事的态度。面合围形成体，体的情感体验是靠它的外部特征。具象的外部特征唤醒人们对于真实物体的情感，比如物体的拟人形态，迎合了孩子的天真、好奇的特点。而抽象的外部特征，就依靠它的线条来体现。流畅线条的体，给人带来动感、韵律的情感体验，直线条的体，更多的是科技、未来的感受。

二、然后色彩的情感，马克思说“色彩的感觉是一般美感中最大众化的形式”，这表明了人们对色彩的情感体验是最普遍与直接的。色彩有很多种分类，每种分类给人的情感体验却大不相同。比如冷色给人宁静或者消极的情感暗示，而暖色给人带来积极或者刺激的感受。还有在人们的印象中，某些物体的色彩还形成了固有的概念，在消费行为学中，人们经常根据他们对于物品色彩的常识经验来限定色彩的用途。例如红色在中国的文化中代表着吉祥与喜庆，金银色则显示一种高档感和尊贵性。此外，固有色还是色彩联想产生的原因之一，人们将物体的固有色与该物体本身联系起来，形成一种具象的思维，比如蓝色表示蓝天、海洋；橙色表示桔子、阳光等。色彩的概念会使人们在一定场合对色彩产生一定的好恶情感，瓦伦丁在《美的实验心理学》中，举了这样一个例子，一个人认为她把绿色看成黄绿色的时候，便会讨厌绿色，而当她把绿色看成是秋天树叶上常见的褪了色的褐绿色时便会喜欢绿色。从这个例子可看出主体对于联想内容的记忆、所持的态度，对他们欣赏这些要素而产生的情感具有重要影响作用。

三、最后材料的情感，材料本身并没有情感，它的情感是来源于人们对它的材质所产生的感受，即质感。不同质感会给人们带来不同的感受，这种感受会引起一定的联想，人们就对材料产生了一种联想层面上的情感。

总之，情感设计在设计心理学中起到了很重要的作用，只要合理设计，可以使设计达到催人发奋与进步的积极目的，就是我们艺术心里学的积极表现。

## 设计心理学的论文2

摘要：设计心理学的论文随着知识经济时代的日趋临近，承载着独特知识价值内涵意蕴的手工玩具因其所具备的独特性、益智性特征，而在品类繁多的玩具市场中日益受到消费者的热捧。手工玩具设计时必须考虑消费对象和潜在消费对象的心理需求，并以创意设计和独占设计为设计理念，使手工玩具产品获得消费者的认可。

关键词：手工玩具设计心理

### 一、手工玩具概述

随着知识经济时代的日趋临近，承载着独特知识价值内涵意蕴的手工玩具因其所具备的`独特性、益智性特征，而在品类繁多的玩具市场中日益受到消费者的热捧。手工玩具可做广义或狭义理解，广义上的手工玩具既包括制作生产过程不借助机械力完全依赖制作人手工制作完成的玩具，如自己缝制的人偶、自制孔明灯等，也包括玩具消费者需要自己动手组装的玩具，如航模船模、十字绣等。狭义上的手工玩具仅仅指玩具消费者需要自己动手组装进而实现其游戏价值或观赏价值的玩具。本文以狭义的手工玩具的设计心理学为研究对象，探究手工玩具明确消费者定位与心理的情况下，所应在玩具产品的设计过程中秉承的理念与思路。

## 二、手工玩具消费特征

任何产品的生产最终目的都是为了使生产者占得或扩大市场份额，获得收益和利润。为实现这一目标，产品的生产必须架构在产品适销对路、消费市场定位准确以及洞悉消费者心理的基础上。玩具既是人类娱乐的工具，同时也是产品，因此在玩具的设计过程和推向市场的过程中，必须考虑到玩具的受众以及受众心理，如此方能保证玩具产品的销路和市场热度。

### (一) 消费对象

提及玩具一词，大众往往存在认识偏差，即通常将玩具的消费者定位为儿童。此种玩具消费者定位方式的错误之处在于忽略了爱玩是人类的天性和共性，与人类的年龄结构并没有直接联系。心理学界曾对成年人的心理做出这样的评价：成年人同未成年人一样具有游戏心理和游戏需求。他们在现实社会中所遭遇到的压力可以藉由在游戏世界中的放松，而最终使情绪得到有效的缓释，压力得以释放；借助游戏过程可以使成年人的心理保健因素得以满足，并帮助其实现心理平衡。前些年曾流行“偷菜”类的网络游戏，大批成年人是该类游戏的主要拥趸，为之游戏目标达成而不分黑白苦守于电脑之前即是这方面问题的佐证。因此，手工玩具的生产制造厂家应将儿童与成年人均视为消费对象或潜在消费对象对待，在设计产品过程中考虑到产品的不同市场消费群体定位问题，以避免陷入将成年人错误的划分为非消费对象的误区，而使市场份额被缩减，生产和经营最终徒劳无功。

### (二) 消费心理

随着当前健康、绿色、环保理念的日益受到重视，消费者在购买手工玩具时除了要考虑到玩具的价格和性价比之外，基于玩具与皮肤直接接触的特性，因而还要考虑到玩具的制作材质、制作原料和制作工艺等要素。尤其是为儿童购买玩具

时要尤为重视，儿童的肌体抵抗力弱于成年人，病菌更易侵入，如“普遍被用于软化塑胶的邻苯二甲酸盐，不会坚附在软胶上，而是随意流动，当婴幼儿咬嚼和吸吮玩具时，便有机会吞进体内，严重影响健康。”同样，父母为婴幼儿选购手工玩具时，不只着眼于手工玩具的娱乐属性，更看重该种手工玩具对婴幼儿的智能开发功效，借助手工玩具的益智功能使婴幼儿实现“从依从成人的评价发展到开始有自己独立的评价，从简单、笼统的评价发展到较为具体的评价，从主观情绪性评价向初步客观性评价发展”。

此外，伴随怀旧情怀的日渐回归和物质生活条件水平的提高，作为享受资料性质的手工玩具也益发被成年消费者所看重，享受资料即是指能够使人们生活的适宜条件得以相应提升的消费资料。根据恩格尔系数可知，家庭收入增加时，家庭成员的食品性消费比重降低而非食品性消费(如精神消费)支出在总支出中的比重相对越高。故而消费者对手工玩具的购买和占有能有效满足消费者的精神层面的追求和享受。同时成年人对自身的消费行为有准确的计划性和预见性认知，因而在这个意义层面上，基于手工玩具所具备游戏和观赏的双重价值属性，成年消费者也随之产生了对手工玩具视觉美感追求意义上的趋美心理需要和对手工玩具情有独钟的偏好心理需要。

### 三、手工玩具设计理念

在现今的信息技术时代，资讯发达，讯息更替速率频繁，人们的娱乐方式应呈多元化趋势，手工玩具要谋求在现时代社会的生存与发展，就必须找准产品的市场营销模式、构建产品的设计思路，对产品的设计理念、市场目标定位做出准确抉择。只有如此方能让手工玩具不同于他类玩具的优势和特质得以凸显，并最终能在激烈的现代玩具市场竞争中取得应有席位。

#### (一) 创意性设计理念

创意设计，是指突破常规的设计模式，即创新设计或曰技术创新。现代企业的竞争实质上就是技术的竞争，手工玩具的生产制造厂家应有意识的探求手工玩具的创意设计之路。对于玩具产品的生产而言，要考虑到其包装、原材料材质、娱乐性、赏鉴性、安全性、价格等多种因素。在手工玩具的产品包装方面，要避免色彩的过分渲染导致消费者产生对玩具产品的恶俗和流俗之感，应以简洁明快的色调表现玩具主题；在制作材质方面，秉承绿色设计理念(greendesign)以“易于回收、易于替换、节约能源、低公害或无公害、健康安全、使产品来自自然，又回归自然”为设计主题；在娱乐性方面，要注重产品的愉悦功能开发，以面向儿童的手工玩具为例，家长作为购买者看重玩具的益智功能，而儿童作为玩具消费者看重的确是玩具的自身愉悦功能，因此可以说愉悦功能是玩具的核心功能，同时，手工玩具对愉悦功能的开发也能使手工玩具在消费者间产生同步心理需要，即使消费者之间产生驱同性的消费欲求；在鉴赏性设计方面，设计者在玩具设计时要考虑到消费趋势引导，将手工玩具以往的单纯的把玩引导升级为赏玩结合模式；在安全性方面，设计者除要考虑材质的安全绿色之外，还要对手工玩具需要组合游戏的特质特别把握，要以国际标准和国家标准为参照，使手工玩具的组合零部件不致对儿童产生安全隐患；在价格方面，手工玩具设计者要考虑到价格是影响消费者消费的首要因素，因而要进行成本控制，保证产品价格能够为市场所接纳。

## (二) 独占性设计理念

手工玩具设计时，除了考虑自身的产品性能和定位之外，更要考虑整个外部市场的产品竞争情况，以“人无我有，人有我优”的原则构建独占性设计理念，使手工玩具产品在同时期市场中具有新奇性，使产品在具有商业色彩的同时，又个性化鲜明，以满足消费者渴望被赞美和认同的优越心理需要。

此外，作为手工玩具的生产制造者，任何一个创意均凝结着设计者的智力成果投入，因而当一项新技术或新产品开发出



来之后，生产者应以申请专利的方式使知识产权受到法律的保护。

## 心理学的论文题目篇八

摘要：本文阐述了在人格心理学的过程中，充分发挥案例教学的作用，系统地分析了人格心理学课程中自我剖析案例的操作过程，并指出在案例教学中应注意的问题。

关键词：自我剖析；案例教学；人格心理学

人格心理学是心理学专业的主干课程，是研究个体内心世界领域的心理科学，学习人格心理学首先要让学生分析自己、了解自己的人格特点，作为心理专业的学生只有全面透彻剖析自己，才能更好地了解别人，了解每个人的人格特异性。这样一门探讨人的各种心理活动的学科，如果单纯进行理论讲解，没有学会实际分析人的性格特点，那么，学习本课程就没有起到应有的效果。因此，在教学过程中要求学生运用自我剖析、案例教学，可以让学生先学会分析自己的人格特征，推演分析别人的心理特点，把不同流派和不同理论家的观点都可以运用在个体分析中。

### 一、案例教学的意义

#### （一）有利于激发学生的学习动机

大部分学生对待专业课比较认真，人格心理学作为心理学专业的基础主干课程，学生对待这门课有较多期待，能投入更多的热情，教师如果能在学生较高热情基础上，在教学中适当采用案例教学，就能强化学生投入学习的热情。讨论分析是个案教学的主要手段，案例是学生自身相关经历以及自我剖析的心理状态，这样的案例促使学生参与热情高涨。

#### （二）有利于发挥学生的主动性

培养学生主动思考、主动质疑能力，是教学的目标，案例教学可以作为发挥学生主体性的实践活动，较好地挖掘学生的潜力和主观能动性。案例教学把书本知识和学生自身特点融为一体，能让学生运用专业知识去分析自己的人格特点及成长经历，案例教学以课堂分析讨论、小组学习、解决问题作为主要途径，使学生主动参与到课堂讨论中，在学习过程中较好地体现主动性。

### （三）有利于培养学生分析能力

目前在教学过程中，需要以教师讲授为主要形式，学生被动地接受知识，思考能力和分析能力却没有提高。因此，可以在课堂中尝试使用案例教学，实现把心理学知识应用在具体现象和人格特征的分析中。分析讨论的过程是可以极大地锻炼学生应变能力、知识运用能力、发现问题能力等一系列能力的过程，可以提高学生专业水平，从而，为专业学习提供保障。新课程倡导以教师为主导，发挥学生主体性，学生主动参与、勇于探索的学习方式，案例教学体现了这种学习方式，能够在这种教学方式中加强教学相长的体验。

## 二、人格心理学案例教学的实施过程

教学过程中为包头医学院医学心理学专业学生选用郑雪主编的《人格心理学》，该教材系统性强，各个理论流派知识连贯，为了让学生掌握专业知识，笔者基于发挥学生主动性的教学理念，把教学分为两个部分，第一部分为专业知识的讲解，第二部分为案例教学。案例教学的作用是服务于专业知识的讲授，使专业知识更加形象地印在学生的脑海中。

### （一）选取案例

人格心理学的案例可以选取学生个人成长经历的生活事件，也可以是个体特点的自我剖析，还可以是对学生影响较大的创伤性事件。同时，我们在课堂上要强调，心理学专业的学

生都应该遵守“保密原则”，对每一位学生提供的案例，只供课堂学习，不能私下议论，更不能传播，同时对每一个案例，在课堂前需经学生同意作为教学个案，让更多的学生参与，共同学习讨论，在讨论中使用的案例不是随意列举的例子，而应在教学目标的要求下，在尊重个案学生本意的前提下，可以进一步设计研讨的事例。案例运用得当，可以帮助学生应用知识，提高技能，还能帮助学生分析自身的人格特点。

## （二）呈现案例

选好合适的案例后，就要把它呈现在课堂上。人格心理学案例大多采用自我剖析的方式，通过学生自己描述具体事件发生时间、过程、当时的心理感受，以及对自己生活的影响，再次提及此事件时的感受。通过学生自己描述，可以观察学生的声音、表情、语言和动作，甚至一部分学生在陈述案例时痛哭流涕或欲言又止，通过这样一系列微表情和语言都能让学生们更准确地体会这个案例，更好地分析个体的心理过程。同时，这样的释放和倾诉也能让案例本人得到一定的心理疏导，许多压抑在心的问题随着倾诉逐渐释怀，反而能让案例本人在这件事中的阴影消失。这类案例分析安排的时间应该在学生掌握理论知识之后，这样在巩固课本的理论知识基础之上进行知识的应用具体化，能让学生把两者统一起来。

## （三）指导分析

对于学生提出来的个人案例，同学们未必把握个案的核心内容，也不能快速分析个人的个性特点，这也是个体案例教学的优势，它通过教师启发性指导，利用开放性问题引发学生思考，分析个案描述的事件与个人人格特点的相关性，进而引发学生主动地思考自己的心理特点。

## （四）课堂讨论

讨论是案例教学的必要环节，是检验学生掌握专业知识情况、锻炼学生分析问题、解决问题，相互参照对比，进行自我分析的有效手段。课堂讨论一般按人数划分为若干小组并让每名小组成员把自己的思考、观点、疑惑都表达出来，然后小组成员共同讨论。这样就能激发学生们主动性和参与性。课堂讨论的过程是合作学习的过程，学生个案讨论中了解别人的观点，学会理解个体的心理问题可以有不同的解决方案和思考方式。在讨论过程中，需要教师管理课堂，根据学生讨论情况及时指导，使学生始终围绕个案进行讨论分析，同时教师要善于引导学生完全表达自己的观点，可以纵深分析，拓展广度，尽量避免表露教师的观点，以免给学生过多的心理暗示。

## （五）课堂

个案讨论后，教师要及时给予总结，对学生表达的观点、思考的方向进行分析，同时分析专业知识在个案中的运用，分析个案中显示的个体的人格特点，并对相关人格特征及问题进行分析与辨别。教师在总结的过程中要及时肯定并回应学生，同时也要指出问题所在，这样能使学生在参与案例的讨论中，既有动力又有压力，有利于调动学生学习的主动性。

## 三、案例教学在人格心理学教学中存在的问题

### （一）案例选材不恰当

在教学过程中，选择合适的案例需要教师和学生花费较多的时间，这样才能保证案例教学紧紧围绕课堂知识点进行。如果案例选取不得当，那么在学生讨论分析的过程中不能把个案和个人特点及专业知识联系起来，不能正确地分析各种人格障碍，那么案例教学就失去了分析的意义。所以在对人格心理学进行教学改革的过程中，教学案例的恰当性需要认真把握。

## （二）教师和学生素质有待提高

教师管理课堂的能力在个案剖析中十分重要，在个案教学中，需要教师有耐心认真地引导学生开拓思维方式，而在具体的操作中，教师往往因为授课时间有限，学时数有限、学生知识有限等缺少必要的引导。同时，人格心理学作为分析人的一门学科，在分析个体人格特点的时候，可能会出现一些难以预料的痛哭、崩溃、发狂等心理焦躁的状态，给教师带来不小的挑战，需要教师应对这些特殊情况，对一部分特殊案例和情绪失控的学生及时做出安排。同时学生也要改变只接受讲授的方式，要调动自己参与到课堂的讨论中，使自己成为课堂的一分子，而不是旁观者，所以学生在积极主动参与课堂能力上有待提高。

## 四、结束语

在以探讨人的个性形成的特点以及人格障碍为主线的人格心理学的学习过程中，案例教学法是一种较好的方法，能让学生体会不同的人格特点，在这些差异中，积累不同的案例素材，可以丰富他们的背景知识，锻炼学生自主学习的能力，留给學生更多的思考空间，为以后心理学专业课的学习打下坚实的基础。

## 参考文献：

[1]曹丽娟. 案例教学法在心理学教学中的运用[j]. 丹东师专学报, , (4).

[2]张建育. 案例教学在教育心理学教学中的运用[j]. 现代教育科学, , (5).

[3]范蔚. 我国人格心理学的发展与人格教育实践[j]. 教育理论与实践, , (3).

## 心理学的论文题目篇九

摘要：现在社会不断发展，像取暖袋这样的小产品也是花样百出。面对眼花缭乱的取暖产品，人们也都根据自己的需要，始终钟爱适合自己的那一种。那么，怎样的取暖袋产品更适合人们？或者说是人们更需要怎样的取暖袋产品？人们还需要它能做到多少来满足人们对它的要求？本文就结合现在市场上流行的取暖袋产品进行深入的分析。从取暖袋的历史发展，然后到现在被人们所钟爱的产品，它是怎么样产生和发展，而后在已有的产品基础上，出现新的、更为人接受的、更受人欢迎的新产品，不同的人在使用这些不同的取暖袋产品时不同的心理感受和使用行为，从中发现新的问题和新的切入点，从而对这个长久以来陪伴人们度过一个又一个寒冷冬天的亲密伙伴进行新的思考和设计，提出更加详细的方案和改良办法。

关键词：取暖袋的发展，取暖袋的设计初衷，人们的使用行为，使用心理，改良方案

冬天来了，这时候我们记起了我们遗忘了三个季节的伙伴——取暖袋。而本次设计心理学课程，我的论文研究的对象也是跟取暖袋有关的一系列产品。

设计心理学是研究人的心理活动规律的科学，而设计心理学是设计专业一门理论课，是设计师必须掌握的学科，是建立在心理学基础上，是把人们心理状态，尤其是人们对于需求的心理。通过意识作用于设计的一门学问，它同时研究人们在设计创造过程中的心态。以及设计对社会及对社会个体所产生的心理反应，反过来在作用于设计，起到使设计更能够反映和满足人们的心理作用。在寒冷的冬天，像取暖袋这样可以便于携带、用来取暖的产品成为了人们在无情的寒冬里亲密的伙伴。人们在寒冷时会第一个想起的就是它——如果我手里捧着一个暖水袋就好了——这就是说明人们对暖水袋不仅有在寒冷时需要用它保暖的依赖，而且在心理上也是一

种安慰。因为我们常常有这种感觉：手不冷了，身上也不是很冷了。我可以这么认为：暖水袋和人们是有情感联系的。后来随着社会和经济的飞速发展，工业水平和化学研究达到了新的高度，人们生活水平的不断提高，暖水袋家族也不断壮大起来。出现了很多新的称呼：暖宝宝，电暖水袋，暖手袋，暖手宝，一贴热……每一个新家族成员的出现都是有它的原由的。那么接下来就取暖袋的发展、设计缘由和使用行为，来深入研究一下取暖袋家族吧。

## 一、手炉

在中国古代，有一种叫做手炉的日用品。它就是冬天暖手用的小炉，与今天的暖水袋起到的作用是差不多的。它多为铜制。因为可以捧在手上，笼进袖内，所以又名“捧炉”、“袖炉”。手炉里面装有炭火，所以也叫做火笼。它是用火取暖的。但是我认为它也是与暖水袋同类的。手炉有八角形、圆形、方形、腰形、花篮形、南瓜形等，大部分是由紫铜、黄铜、白铜制成，也有瓷器做的、最吸引人的当属花纹纷繁的炉盖。作为散热区的炉盖有梅兰竹菊、喜鹊绕梅等众多纹形，跟炉身的花鸟虫鱼、人物山水相得益彰，从一个侧面反映了传统民俗文化的博大精深。清末以后，手炉工艺衰落，二十世纪五十年代初期，在江浙一带仍有少量生产，随着社会的进步，手炉逐渐失去了使用价值成为了收藏爱好者的工艺品。

但是人们需要保暖的需求没有变。取而代之的暖水袋出现了。

## 二、暖水袋

暖水袋的出现是一个重大的改变。它为冬天人们抱着火炉取暖的这个行为减少了一点危险，防止人们烧伤。在这个重大的设计中，橡胶的作用是功不可没的。我有印象的比较古老的暖水袋是一种个头很大，全身黑色的东西。它似乎使用连片橡胶粘合在一起的，灌水口是用一个形状奇怪夹子夹起来

的，有时候夹不好会漏水。当时作为小孩子的我们是不能随便碰的，一旦松动了就会是一场“水灾”。后来的暖水袋口是拧动的盖，这样在往暖水袋里注水以后密封起来容易多了。但是在使用时还有另外一个问题，就是人们在使用时容易被热水烫伤。人们对此也有解决方案——给暖水袋“穿衣服”。于是出现了形形色色的暖水袋。后来人们多是被它外表的衣服吸引，很多暖水袋外边套的是毛茸茸的可爱的动物形状，这比较招女孩子们喜欢。有些是比较普通的，就是简单的一个布袋套在外面，比较适合追求简朴的人们使用。但是不管怎样，它给所有的人们带来了温暖。

取暖袋的家族，人们有很多时候需要使用他们。寒冷的冬天在户外走动，或者宅在家里的时候，都喜欢把它捧在手里。但是运动起来就不方便了，甚至动起来的时候我们都希望不要离开它。有时在睡觉的时候装满100度的开水，半夜的时候却发现它冰凉冰凉的躺在自己身边。有时候一觉醒来却发现被它烫伤了……人们就会想如果它拿起来方便就好了，如果它能一直是温热的就好了，如果它不用总浪费那么多热水就好了……随着化学学科的进步和人们需求的增长，近几年取暖袋的家族壮大起来。不安现状的人们又设计出了更适用、更便捷的储水式暖手宝，液体暖手宝，电热饼，暖宝宝等等。

## 暖宝宝

暖宝宝是在日本，有人基于化学知识发明了的取暖袋。不用火、电、水或其他能源，撕开外袋，填充物遇到氧气发生化学反应，即可发热，一般来说没有什么毒性。可保持8—18小时左右（平均温度52℃），因此叫暖身宝又叫便利怀炉。现在，在日本便利怀炉已经成为现代生活的必需品。冬季在户外活动时，可防止肌肉过冷而紧张、防止手部冻伤、预防感冒、或者缓解腰痛、腿痛、肩痛和其他生理病痛。暖宝宝使用的时候是贴在衣物上的，将暖宝宝的真空包装沿切入口打开，揭去后面的衬纸，贴于内衣的外侧，用手铺平即可。可贴于人体的肩部、背部、腰部、胃部及相关关节部位。之后



人们不需要做什么，不用担心它会很快凉了，也不用担心会突然被剧烈的烫一下，便可以享受长达一天的温暖。这样人们使用起来就方便多了。质量好的暖宝宝也不会衣物上留下粘贴过的痕迹。但是对于那些习惯把一些温热的东西捧在手里的人来说，也许是不习惯使用暖宝宝的。这些新产品中储水式暖手宝，电热饼，液体暖手宝就比较适合他们。

#### 四、充电式取暖袋和超饱和液体取暖袋

这几个产品有电极式和电热元件式两大类。

1. 固体电热饼，其填充是保温棉。工作原理是：用双控温电热储能式结构，逐渐释放热能。内设自动过热保护装置及自动保温指示装置，一个由ptc热敏电阻控制的小电炉□ptc是正温度系数的热敏电阻，当电流通过时自身会发热，同时电炉的热量也会传导给它的，当温度到达一定值时，它的电阻会急剧增大，可以视为断开，所以，此时它停止消耗电能，之后靠保温棉对电炉的保温来缓慢放热。

2. 软质液体电热宝使用新技术储能发热剂，加热升温迅速。一次性注水，永久使用，独特防爆免烫装置，温控保护；使用寿命长；保温持久等优势。工作原理是在固体电热饼的基础上改进的，采用电极式加热方法，优质控温与热熔断路器双重温控保险。正常情况下袋内液体温度达到65度时温控器会自动切断电路，停止加热；而一旦温控器控制失灵，热熔断路器切断电源，终止加热。

电热饼却不是很便于携带，而且它硬硬的不如液体带给人们的那种感觉亲近，那种储水式的更为方便使用更受人们欢迎。那种柔软又温暖的感觉，人们在捧着它的同时还忍不住捏来捏去。还有一种里面填充超饱和液体的暖手袋更有趣味性——轻轻弯曲袋内金属片，袋中液体即出现结晶状（蓝色半透明），变硬成固体。发热温度50度左右，约1小时的时间。使用后，将其放入沸水煮10分钟，直至结晶体完全恢复成透

明液体，冷却后，可再次使用。虽然它实际的功能没有前几种暖水袋发挥的淋漓尽致，但是它带给我们的趣味性是很大的。记得我第一次拥有这样一个取暖带的时候，感觉掰一下铁片它会变成固体并且发热取暖，是一件很有趣的事。结晶的固体给我想要捏碎它的冲动，一直捏着它直到它变成液体，这似乎变成了一种乐趣，而不仅仅是单纯的取暖。

## 结论

这些所有暖水袋家族的新产品有很多共同的优点：可以循环再利用，具有独特理疗功能，最重要的是外形美观、充电快速、方便使用。但是我们在使用时也遇到了很多问题，比如说低温烫伤，比如温度不能自由控制，比如在你睡意正浓时被它冰醒。

结合在暖水袋使用中人们出现的这一系列反应和发现的问题，对此我提出自己的两点改良设想。

一、让取暖袋数字化，可以有不同温度的设置。根据人们的不同需求，进行不同温度的设置。这样暖水袋就变成了被人驯服的绵羊，需要温温的热量时可以调节到自己想要的温度，适应不同的需求。例如暖脚的时候需要烫一些，就把温度调节的高一点；如果需要暖一下肚子，这些皮肤比较薄的地方，就把温度调节的低一点。

二、让取暖袋的敏感度增强，变得更加容易吸收热量，但是散热缓慢。当它已有的热量用完时，可以吸收皮肤的热量积攒起来，可以使人体适合的温度，不至于在熟睡的时候被失去热量的取暖袋冰到。

相信随着科学的发展，人们对生活中这些取暖袋的家族的要求不断提高，会出现更多更适宜的产品。