# 情感化英语教学

来源：网络 作者：无殇蝶舞 更新时间：2024-06-05

*第一篇：情感化英语教学情感化英语教学【摘要】 情感化英语教学也就是在英语教学过程中，设法为学生创造肯定性质的情感体验，或利用两种对立情感的可转换性，努力变否定性质的情感体验为肯定性质的情感体验，从而促进师生之间的情感交流，达到最佳教学效果...*

**第一篇：情感化英语教学**

情感化英语教学

【摘要】 情感化英语教学也就是在英语教学过程中，设法为学生创造肯定性质的情感体验，或利用两种对立情感的可转换性，努力变否定性质的情感体验为肯定性质的情感体验，从而促进师生之间的情感交流，达到最佳教学效果的教学方法。【关键词】 情感化英语教学 情感交流

情感化英语教学：所谓情感，就是指人对客观事物的态度的体验。特定的需要如果得到满足，人便会产生相应的肯定性质的体验，如喜悦、快乐、热爱等；特定的需要如果没有得到满足，人就会产生相应的否定性质的体验，如愤怒、悲伤、憎恨等。肯定的情感体验能驱使人去积极地行动，相反，否定的情感体验会降低人的积极性和活动能力。这两种性质的情感在一定条件下可相互转化。情感化英语教学也就是在英语教学过程中，设法为学生创造肯定性质的情感体验，或利用两种对立情感的可转换性，努力变否定性质的情感体验为肯定性质的情感体验，从而促进师生之间的情感交流，达到最佳教学效果的教学方法。

一、情感化英语教学的起因

语言是交流思想、表达情感的工具。我们能自如地运用母语表达思想、进行日常的情感交流，而作为外语的英语，它的语言功能在中学英语教学的过程中被大大地削弱了。长期的正规教育，中国传统的师生关系状况，及严格细致甚至有点钻牛角尖的题海把学生和教师都搞糊涂了。英语长期以来只被作为一门学科，一门没有感性的学科而存在于教学中，它作为语言所具有的传递信息、表达感情的功能以及语言本身所特有的美都在题海战术中渐渐地被弱化了，教师未能充分利用所教语言这一工具与学生进行有效的双向交流，而是把语法、语言点揉碎了作为知识传授给学生，而学生也单纯地把它们作为知识被动接受，师生之间缺少情感的交流，知识传授成为一种简单机械的你灌我输的单向活动，而不是师生间活跃、充满感性的互动式活动。

二、情感化英语教学的理论依据

心理学认为，情感对人的活动具有驱动作用，生物的内驱力只有经过情感的放大才能具有动机作用。而且情感本身可以在没有生物内驱力的情况下对人的活动起驱动作用。有些学生对某一问题或学科进行深入研究和不懈追求，就在兴趣和好奇等情感体验下产生的。在教学过程中，运用教学内容的内在力量、生动活泼的教学方法和教师个人的情感感染力，往往是吸引学生有效注意、启迪学生积极思维、启发学生主动探索的最佳手段。学习既是一种行为参与，也是一种情感心理体验。教与学不单是一个从知识到知识的单纯认识过程，也是一个心理变化过程，并且认知的效果常常取决于情感的变化。换句话说，情感变化对认识效果起着调节作用。一般说来，积极的情感体验，如高兴、欣喜等对认知活动起着促进作用，能有效提高认知效果；消极的情感体验，如悲伤、忧虑等对认知起着阻碍作用，降低认知效果。在教学实践中你会发现，高兴地学和愁苦地学，效果是大不一样的。学习是一项艰苦的劳动，需要积极情感的指引和维持。教师应尽可能在教学过程中创造一种积极的融洽的情感交流氛围，设法使学生享受积极的情感体验，变苦学为乐学，教与学才可能具有持久的高效率。

三、情感化英语教学的途径

1、课堂是教学活动的主阵地，也就是情感交流的主阵地。英语教材的改革，为课堂情感交流创造了良好的条件。上至天文，下至地理，中有人文的丰富的教材内容为师生情感交流提供了多样化的载体。英语课堂活动大部分是在一个特定情境条件下进行的语言实践活动。生动的情境设置若能加上英语教师感情丰富的语言，必能引起学生的兴趣和探求欲，从而驱动其对语言知识的进一步追求和掌握。单

一、呆板的教学只会引起学生的反感、厌恶。在课堂教学中教师应采用多样化的教学方式来激发学生的亲切感、兴奋感、成就感、受关注感。那如何才能激发学生的这些情感呢？一篇篇形式相连的教学材料经过教师的指导，可转变成短剧表演、看图说话、连锁操练、角色对话、采访、辩论、讨论等多种形式的练习，使教学内容更贴近生活，教学情境更易让学生进入。适当补充一些由教学内容延伸开来的能激发学生学习兴趣的阅读材料，不仅能加深学生对课文的理解，同时也能通过阅读扩大词汇量和知识面。例如在教A Tale of Two Cities这一课时，在学生对文中人物有个基本了解的情况下，给学生补充了《双城记》的简写读物，并指导他们正确的阅读方法，课堂上我改变了以往的复述形式，而代之以一个可以让学生自由发挥的问题：Which character do you like best or least? Why?这时学生就七嘴八舌地说开了，好几位同学都说喜欢Sydney，也有说喜欢Charles的，对文中贯穿始终的Dr Manette，没有人说到，我随即启发到：I love Dr Manette.Do you know why?有同学说，因为Dr Manette坚强，不畏强暴，也有同学说他善良（接纳了Charles），说得头头是道。我又故意对其中反面人物问了个问题：Does anyone love St.Evremonde?学生就大笑起来，在这样轻松和谐的气氛中，学生不仅能对人物有一定的理解，同时也能用英语来表达自己的爱憎，在习得语言的同时，情感得到了升华。课堂上唱主角的是学生，语言练习的操作者也是学生，教师应该起到一个串导的作用，并且应该多给学生一些鼓励、表扬，使学生充分感受到教师的关注，从而激发他积极的情感。

2、课余英语活动的适当开展能进一步增进师生的相互了解和交流。

课余英语活动，是对课堂45分钟的进一步跟进，如果能在课余指导学生开展有趣的课余活动，能进一步促进师生之间的情感交流。脑筋急转弯、猜谜、表演、猜字、游戏等都是学生喜爱的英语活动。对于一些名家名著和名星，学生都比较感兴趣，充分利用学生的这种兴趣介绍一些英语阅读材料，在培养阅读能力的同时，也拉近了师生之间的距离。例如，Jordan\'s Statements 帮助学生了解著名球星乔丹的心声；Country Singer使学生看到用简单英语描写情感的细腻笔触。同时，我也会尽可能教学生一些英文金曲，指导学生背诵一些英文诗歌和散文，充分感受到语言的美感。好学生之好，站在学生的立场上，你会更了解学生，更贴近学生，感情近了，你说的话学生会容易接受。课余的进一步交流也为课堂融洽的气氛作了良好的铺垫。

3、作业批改是教师对学生认知目标审阅的过程，实际上也是师生进行纸上交流的一个过程。以往的作业批改，都是教师在学生的作业本上，最多也只是在后面写上个不冷不热程式化的Good，机械地打上A、B、C、D和日期，完全是一种流水作业，学生拿到了批改后的作业也只不过是看一眼分数就将本子扔在一边了，并不能起到作业应起到的作用。现在，我的作业批改中注入了更多的人情味儿，一句鼓励的话，一个善意的玩笑，或者画一张简笔画，都能起到意想不到的效果，学生会在纸上跟我进行交流。对有的学生会写“No pains, no gains”；有的我会写“If you find three mistakes in your work, you will get a small present.”。对学生的作业满意，我会画一张笑脸，若是学生犯了不该犯的错误，笑脸就变成了哭丧的脸，不要以为简笔画是小学教师和初中教师的专利，紧张而有点枯燥的高中生活更需要适时地轻松一下。当学生紧张的神经被你这种善意的玩笑触动时，师生之间的距离也就逐渐缩短了，学生会觉得你与他们有共同语言，原来教师也有一份童心。这种亲切的情感毫无疑问会促进你的教学效果。

4、紧张严肃的考试也可以为情感交流加砖添瓦

考试是最令学生头疼的事儿，气氛特别紧张，平时会做会写的题目在考试时却想不出来了，而有时一交掉试卷走出考场却又“豁然开朗”，真不知道怎么办。针对这一现象，我对平时的考试卷面作了一点点改革，采用了“有情试卷”的形式，即在原来冷冰冰的试卷上添加了一些带有感情色彩的标语。比如，在试卷的开头，我通常会用鼓励的话：Take it easy, you can do it。在学生最怕做的完形填空前，我会通过一个可爱的逗人发笑的小人头，松驰一下学生紧绷的神经；在做了一篇又一篇的阅读文章后，学生通常会感到疲劳，看到后来都不知所云了。因此，我会在半中间插入一两句话：Are you tired? Breathe deeply and you\'ll feel better，或者Try hard, success is smiling at you!Be careful and you\'ll make fewer mistakes。实践证明，学生很喜欢这样的改革，心理压力相对减少了。

四、情感化英语教学的原则

1、平等性原则

在情感化英语教学过程中，最重要的就是遵从平等性原则。以往的师生关系，好象总是教师高高在上，可以任意地对学生发威发命令，学生几乎没有发言权，这样的师生关系只会扼杀学生的创造性，有言也不敢发。情感化英语教学要求我们必须跟学生站在同一线上，想学生之所想，乐学生之所乐，愁学生之所愁，走近学生，你才会更理解学生的兴趣、爱好，更了解影响他学习的方方面面，从而调整自己的教学方法，真正做到因材施教。在我国的传统教育中，教师和学生的关系比较多地表现为“领导与被领导”的关系，甚至“管制与被管制”的关系。儿童从上学的第一天起，就被当作学习的机器，就不断面临分数的裁决，他们的自由和愉快从学校的课堂上一点点地流失。现代化教育呼唤平等的新型师生关系，只有在平等的基础上，师生之间才有可能进行顺利的情感交流，建立朋友式的师生关系。

2、主体性原则

教学活动中，学生是主体，在情感交流过程中，同样也应遵守学生为主的原则。情感体验的主体者应该是学生，情感交流活动过程中必须遵揗学生身心发展的规律，符合中学生的心理发展特点，教师的情感因素只有对学生产生感染作用时，才会对教学起到调节作用。

3、欣赏性原则

情感因素分积极因素和消极因素，只有在教学过程中唤起学生的积极情感，才会对教学起到促进作用。列宁说过：“人类在研究真理时，积极肯定的情感起激励作用，消极否定的情感起抑制阻碍作用”，因此在教学过程中，教师应设法唤起学生的积极情感，如成就感、自信心等。而唤起学生积极情感的前提就是教师要欣赏学生，从不同角度去欣赏学生，不管他的成绩是好是坏，做教师的应该努力去挖掘连学生自己都可能不知道的闪光点，加强他的自信心，促发他的成就感。尤其是对于英语学习困难的学生，教师应更多地给予情感方面的关注和激励，消除其心理负担，拉近困难学生与教师之间的互相尊重、互相信任的情感关系，最大可能地减少消极情感的影响，调动起他们对学习英语的兴趣，提高教学质量。在教师欣赏的目光中，学生会成长得更加积极、健康。

五、情感化英语教学对教师的要求

情感化英语教学对教师提出了比以往更高的要求，教师要用积极的情感去感染学生，教师自己首先应具有炽热丰富的情感，这种情感来自于对教学工作的热爱，也来自对学生的热爱，不能想象一个对教学、对学生毫不热情的教师怎么样去唤起学生的学习热情。在教学活动中，教师应不失时机、恰到好处地表露出对教学及本专业的情感，表露出对学生的关注和欣赏，以自己丰富的情感来感染学生，促进相互理解，达到最佳教学效果。其次，作为英语教师，本身必须具备扎实的语言功底。学生的仿效性是很强的，教师本身扎实的语言表达能力在教学中对学生产生积极的影响，引起学生喜欢、羡慕等积极情感，进而产生提高自己语言表达能力的学习欲望。第三，情感化英语教学要求英语教师有强烈的创新意识，光有工作热情和语言表达能力还不足以长时间地吸引学生的注意力，只有当教师具备创新意识，并不断翻新自己的教学方式，采用多样化的教学手段，才能有效地长时间地吸引学生的注意力，从而使教学效果不断提以巩固。苏霍姆林斯基曾说过：“学校里的学习不是毫无热情地把知识从一个头脑里装进另一个头脑里，而是师生之间每时每刻都在进行的心灵的接触。”情感交流是心灵接触的桥梁，在外语教学过程中，只有重视与学生的积极情感交流，才能达到教与学的完美结合，也才能创造最佳的教学效果，培养出时代需要的高素质人才。情感化英语教学符合素质教育的方向。参考文献：

①《心理学》 南京师范大学主编 河海大学出版社 1991年1月第二版 第145页

②瓦·沙·苏霍姆林斯基：《给教师的建议（下）》 教育科学出版社 1981年11月第一版 第181页

**第二篇：关于英语教学情感化的探讨**

关于英语教学情感化的探讨

通过多年的教育、教学摸索，笔者认为以下几点情感教学法对提高英语教学效率有事半功倍的作用。

（一）激发学习动机，揭示学习目标。要求教师在揭示学习课题的过程中，联系学生生活经验，或创设相应的活动情境，激发对学习内容的兴趣、动机，形成本堂课的学习目标。“兴趣是最好的老师”,兴趣对于外语学习是必需的老师。很多成功的外语学习者都一直对外语学习有浓厚的兴趣。我们必须让兴趣在教学中无处不在,无时不在。而多样化的教学手段、新颖活泼的形式、有趣而且有意义的内容对于激发学生的学习兴趣和增强学习动机具有不可低估的作用。电视、电化教学、多媒体教学对增加学生的学习兴趣很有帮助。另外，还可通过不同形式的语言实践活动来激发学生的学习兴趣。如：英语角、英语演讲比赛、口语竞赛、联欢等活动都有利于调动学生的学习兴趣。同时教师的教学方法应多样化。教师应精心设计和组织课堂活动，运用各种讨论形式来激发学生兴趣，发挥学生的主观能动性，提高学习效率。在导言课上,我就让学生听英文歌曲Happy

Birthday。除了教材上安排的一些歌曲外,我还选用一些与我们教学同步的歌曲,如教颜色时,我让学生欣赏、学唱The song of colors。在教现在进行时态时,让学生欣赏、学唱Are you sleeping ？等歌曲;尽可能多机会让学生乐中学,学中乐。在讲Food and drink这一话题时，我购买了许多食品和饮料，上课时一一展示给学生，让他们了解这些物品的英语表达，然后做个游戏，发给每一个学生一张写有食品或饮料单词的标签，让他们贴在相应的实物上。接着利用这些实物模拟购物场景（shopping）来进行“任务型教学”或拓展教学。等到下课时，这些物品已所剩无几，很多都在教学过程中作为奖品发给了学生。整节课学生个个兴高采烈，异常活跃，脸上洋溢着成功的喜悦。创设的情景，激情的演绎，学生获得了体验，增强了乐趣。又如在讲到prices，涉及到How much is it? One yuan/ Two pounds / Three dollars等功能项目时，为了不让内容显得枯燥，增加对英语国家货币文化的了解，增强国际意识，我想办法借到了美元、英镑、法郎，马克等多个国家货币，让同学们传递观摩，加以认识，然后利用这些货币来进行与教材内容相关的功能对话，比如在机场的Exchange或Shops里进行对话与交流，学生的真实情感和表演激情皆油然而生，使学习过程成为了一个富有个性化的过程，学生的个性得到了张扬，国际意识得了加强。

动机是为学习者提供动力和指引方向的一系列因素。可分为来自于学习者对某一学习内容或学习任务的浓厚举的兴趣的内在动机和来自于外界影响的外在动机。在教学过程中,我以培养内在动机为主,两种动机双重并进.如在导言课上,我让学生看我参加一些学校周围石村厂老板请我做笔译的一些英文订单和做口译与外国人合影的照片,让学生感觉到英语的重要性.在平时的教学以奖励,鼓励为主,适当使用惩罚.我自认为比较成功的做法就是本人用“成功卡”去记录每一个学生的每一个成功。如背完一篇课本,做好一次作业,听写好一课的单词,考好一次测试,上课表现积极等各方面,只要取得一点成功,就分发一张成功卡,让我们的学生体验一次成功之后,激发一百次追求成功的欲望。尽可能使学生学习英语的动机持续较长的时间,从而取得长远的成就。

(二）自主探究学习，发挥学习潜力。让学生在明确学习目标和激发学习动机后，鼓励学生进行自主探究学习，发挥学生的学习潜力，调动学生的已有知识经验和多种感官进行自主学习。

从孔夫子到朱熹，从宋代二程到梁起超，以当代的叶圣陶，在他们的教学实践论著中，无不贯穿着“点拨”二字，在全面推行素质教育的教学中，关键是以学生为主题，以学生的智能发展为根本，通过挖掘学生的学习潜能，创设情景，“授之以渔”，让学生自主学习。

情景教学使用语言更接近学生，更接近生活，内容更直观，易被学生吸收。引用学生较为熟悉或能够理解的生活实例，根据不同的教学内容设计教学情景，从而丰富和激活背景知识，通过语境激活背静知识，促使学生运用已学知识，老师与学生、学生与学生进行交流，培养学生自主学习的能力，这个过程既可以为新知识的学习作铺垫，降低学习新知识的难度，也可以将新知识直接置于情景中进行教学，使学生更直接、主动地进行语言学习活动。（１）设置问题情景的原则是不束缚学生的思维范围，带有诱导学生质疑的功能，以便达到学生自主学习的目的。如在上Satellites这一课时，我在配以卫星绕着地球转的教具的同时，设计了以下问题：What do you want to know about satellites? 以此引导学生对所学内容提出问题，并让学生自己去找到问题的答案，从而培养学生探究发现的能力，达到自主学习的目的。对以上问题学生给了我以下的回答：I want to know how they were carried up into space.I want to know what’s in satellites.I wonder what satellites are used for.I want to know the history of satellites in the world.I wonder how our country is getting along with satellites.以上问题我让四人小组讨论并从课文中找到答案。对于超出教材范围而一时不能找到答案的问题可让学生在课后找答案。这样不仅培养了学生运用语言的能力，还培养了学生的观察、判断能力，也为后面部分课文的理解打了埋伏。（２）可设计预测性问题。预测指在阅读前让学生观察插图、看课文标题及课文出处、写作时间、开头与结尾，根据获得的休息预测课文内容，这容易造成“悬念”，从而激发学生的阅读愿望，很快将学生带入情景，以顺利进行课文教学。一般可设计以下问题：What is the title? What can you think the text is about? What do you expect the will tell us? 以此来激发学生的想象和对课文的预测，激发学生主动阅读的欲望，从而达到促使学生自主学习的教学目的。培养学生在开放的环境中自主选择学习目标、学习内容的能力，充分体现学生主动参与英语学习的精神。

（三）组织交流讨论，形成合作学习氛围。学生在自主探究学习后，进行小组交流，讨论或在全班交流展示。教师及时归纳鼓励大胆发言，形成合作学习氛围，让学生体验合作学习的乐趣。

新课程标准明确提出让学生参与和合作的教学理念。英语的“情景教学”、“活动课教学”以及现在提倡的“任务型教学”都离不开学生的主动参与与合作。通过合作性学习，促使学生互相学习，互相帮助，体验集体荣誉感和成就感，合作精神是培养情感态度的一个重要内容。笔者在教学中非常重视学生合作精神的培养，在合作内容上，积极给他们创造合作的空间，多施与分组活动（group work），角色扮演（role play）和任务型教学（task-based teaching），在各种活动中有意识地培养他们的合作精神。另外在合作形式上也要有变化，有时我把不同层次、不同风格的学生组合在一起，让他们优势互补，互相带动；有时为了尊重学生个体差异，充分展示自我，让他们自由组合；有时又把男生和女生进行不同的组合，分工合作，相互交流，共同完成任务，努力营造宽松、民主、和谐的教学氛围。学生没有良好的合作意识，教师是不可能顺利完成教学任务的。再者，教与学是双向的，老师和学生也要建立融洽，民主的互动关系，经常和学生一起反思教学过程和学习效果，互相鼓励和帮助，做到教学相长。如课前的Free Talk和Perform dialogues(表演对话)，不失为一种很好的教学环节。情景的设置可由近及远、由浅入深。这时，教材是脚本、教师是导演、学生是演员。教师担任“导演”是发动者、组织者，又是参加者和评判者。在对话中组织学生进行角色扮演，热情鼓励学生大胆使用英语表达思想，充分肯定他们在口语中所取得的点滴进步。学习之间的交流、参与，可增进学习主体意识；形式多样的交流合作，可增强课堂凝聚力；师生之间、同学之间频繁交流，形成了合作气氛，获得了交际的乐趣。

（四）开展积极评价，强化成功体验。对学生学习的结果和态度及时予以积极评价，及时发现学生的创造性和独特见解。迈过互评或师评，使学生都能获得学习成功的自信体验。

心理学的研究表明，学生在学习过程中取得成功与否，会在心理上引起不同的情绪体验。成功体验指的是学生在学习过程中取得成功后所产生的自我满足、积极愉快的情绪感觉。成功与表现是相互联系的。有机会表现，才有机会获得成功，好表现是学生的天性，教师应利用每个学生的优点，让他们在适当的机会发挥自己的特长，发掘自身的潜力，这对帮助学生建立自信心大有益处。教师可利用教材中贴近学生生活的Read and Act和 Ask and Answer部分，给每个学生提供尽量多的表现机会和舞台，让学生在课内外活动中得到表现的机会，唤起情感共鸣。此外，教师在教学中应有意识地要求自信心不强的学生回答些简单的问题，并多给予鼓励和表扬。对无法一步到位的学生，教师还应帮助他们架起走向成功的“桥梁”。可以从循环反复滚单词、词组或基础语法知识入手，设计“起点低、台阶密、坡度小、容量适宜”的训练。考试中分层次出试题，所设计的试题应是多数学生经过努力可以达到的目标，从而使学生不断获得成功的情绪体验。经常品尝克服困难逐步上进的喜悦，借助成功体验的积极效应，促进学生身心的健康发展，变苦学为乐学。同时经常与学生交流，给他们提供好的学习经验、方法和积极的反馈，对学生之间存在的差异应采取接受和宽容的态度。尊重学生的情感和性格，相信学生的能力，鼓励他们创造性的学习可以帮助他们处理好情感因素的影响，克服心理屏障、降低焦虑、增强自信心。

(五)建立良好的师生情感人际关系。师生之间坦诚、无拘无束的交往有利于调动学生的积极性。教师应当热情，具有同情心，多采用恰当的鼓励方式，提高学生的学习兴趣和自尊心，建立信赖、理解类型的情感人际关系。课堂气氛应融洽，不宜过于拘谨、死板或严肃。对学生在语言学习中的错误应采取谨慎的态度，多使用积极反馈。经常地在交流过程中或大庭广众之下“有错必纠”，会造成学生心理上的压力和怕出错误的紧张感，增加焦虑感。实际上，学生的语言错误很多都是过滤性的，随着语言水平的提高，他们会自己改正，所以尽可能给学生更多的积极反馈，少给消极的反馈。同时教师既要鼓励学生大胆使用外语进行交流，也允许学生有保持沉默的权利，因此课堂上外语教师的耐心尤为重要。

苏霍姆林斯基曾说过：“学校里的学习不是毫无热情地把知识从一个头脑里装进另一个头脑里，而是师生之间每时每刻都在进行的心灵的接触。”情感交流是心灵接触的桥梁，在外语教学过程中，只有重视与学生的积极情感交流，才能达到教与学的完美结合，也才能创造最佳的教学效果，培养出时代需要的高素质人才。情感化英语教学符合素质教育的方向。

**第三篇：情感化设计有感**

《情感化设计》是Norman的力作，对于我这种半路出家的且不做设计的民工，应该先去看看Norman的《设计心理学》。估计看完后者再看前者，会有更深入的理解。

1.“美观的物品更好用”

这是一句不那么好理解的大白话——一眼看过去好像没有办法反驳，但是一下子又想不清楚为什么。Norman用了一章来解读。

“正面的情绪对学习、好奇心和创造性思维都很关键。”

“人在焦虑时，思路变窄，仅集中于与问题直接相关的方面，甚至会重复操作。美观的物品使人更容易找到问题的答案。”

人的情感、行为和认知是相互影响的，上面的两句话这应该是心理学领域一个很直白的观点吧，但对我来说却是一个新鲜的发现。“负面情绪使人把注意力集中在问题的细节方面。正面情绪更容易让人注意整体而非局部。”这个结论很有用。不过，反之是否也成立？多注意整体而不是拘泥于细节是否更容易产生正面情绪？想起前几天看的一篇文章：幸运是一种很容易习得的技能，个性测验揭示不幸的人通常比幸运的人紧张，研究已经表明，焦虑会分散人们注意意外事情的能力，其实跟Norman的观点有异曲同工之妙。

从另一个角度想，容易紧张的人会不会更加喜欢美观的东西或更注重审美？因为这是他们减轻焦虑的一个好方法。喜欢美观的东西--减少焦虑--更富创造力--审美能力提高--喜欢美观的东西……这似乎是一个正循环。很多艺术家都有mental problem，是不是也跟这个有关？

2.对产品和设计的启发

扯了半天，回到产品和设计上来。产品设计的易用、视觉设计的美观，肯定都是对用户的体验有很大帮助的。如果是一个复杂的界面，广告、文字链满天乱飞，导航入口到处都是，只能让人在注意力支离破碎之余，产生焦虑和负面情绪，让本来就不佳的体验雪上加霜。并不是说应该把功能和内容隐藏起来，而是在没有十足把握时，更应该考虑如何做减法，而不是加法，因为“过犹不及”，想一口塞成胖子的后果，很可能就是什么都没吃进去，活活饿死。

从微观一点的层面来说，产品可利用负面情感例如适当的焦虑，令使用者注意眼前的任务。如何从正面情绪转换为负面情绪？我们常用的做法有红色、感叹号、对话框以外反白等等(新手上路，如遇山寨词语，请您避雷)。

3.大脑加工的三种水平

本能的-visceral level，自动的预先设置层

行为的-behavioral level，支配日常行为脑活动

反思的-reflective level，脑思考的部分

这是全书的核心观点的基础。从上至下是知觉驱动，从下至上是思维驱动。作者举了过山车的例子，坐过山车本身是会引起对害怕的本能感觉，但是过后又会因为是一种冒险刺激行为而感觉良好，还可以作为吹嘘的资本，这就是本能水平的焦虑 vs 反思水平的快乐。

4.产品的功能、性能和可用性

这几个概念很重要，了解它们的差别更重要。

功能：能做什么

性能：能多好的完成要实现的功能

可用性：使用者理解它如何工作和如何使它完成工作的容易程度

在平时的产品策划和设计中，我们其实对三个方面都很重视，但是常常混为一谈。一个好的功能可能因为可用性差而导致性能低。举个不知道恰不恰当的例子，在网易邮箱里面，邮箱搬家是一个好的功能，但是对很多用户来说，这是一个理解和使用门槛相对较高的功能，如果本身做不到“产品智能，界面傻瓜”(也就是可用性强)的话，是很难快速方便地完成“收取/管理其他邮箱”这个任务的，于是性能就不好。

当我们反思一个不成功的产品/服务时，可能首先要想清楚，到底是功能并不是目标人群需要的呢，还是性能方面可以优化，还是因为存在可用性的瓶颈，使得它的作用没有得到发挥，等等。如果是功能问题，是不是用研、产品规划和策划没有做好；如果是可用性问题，是不是交互、视觉、文案没有做好；如果是性能差，是不是除了策划和设计外，技术和开发也有问题。Norman也总结道，“产品必须是吸引人的，令人快乐和有趣的，有效的可理解的”。

5.三种水平的设计与产品特点的对应关系

本能水平的设计——外形

行为水平的设计——使用的乐趣和效率

反思水平的设计——自我形象、个人满意、记忆

□ 本能水平

人是视觉动物，对外形的观察和理解是出自本能的。如果视觉设计越是符合本能水平的思维，就越可能让人接受并且喜欢。

□ 行为水平

行为水平的设计可能是我们应该关注最多的，特别对功能性的产品来说，讲究效用，重要的是性能。使用产品是一连串的操作，美观界面带来的良好第一印象能否延续，关键就要看两点：是否能有效地完成任务，是否是一种有乐趣的操作体验，这是行为水平设计需要解决的问题。

优秀行为水平设计的4个方面：功能，易懂性，可用性和物理感觉。

产品形成良好理解的秘密是建立一个适当的概念模型，任何物品有三种不同的心理形象：“设计者模型”，“使用者模型”，“系统形象”（产品和书面材料表达的形象）。

□ 反思水平

反思水平的设计与物品的意义有关，受到环境、文化、身份、认同等的影响，会比较复杂，变化也较快。这一层次，事实上与顾客长期感受有关，需要建立品牌或者产品长期的价值。只有在产品/服务和用户之间建立起情感的纽带，通过互动影响了自我形象、满意度、记忆等，才能形成对品牌的认知，培养对品牌的忠诚度，品牌成了情感的代表或者载体。

真正的问题与产品的内在价值无关，而在于联络产品和用户之间的情感纽带。

（注by paul：产品具有了灵魂，建立了与用户的情感纽带，对于用户来说它是一个有情感的东西，它承载了你的生活的全部，尤其是精神层面的，或穿越时空维系了你与最亲密的人之间的感情，可以是爱人或家人和朋友。最终形成品牌的认知和忠诚度的建立。）

产品真正的价值是可以满足人们的情感需要，最重要的一个需要是建立其自我形象和其在社会中的地位需要。

当以物品的特殊品质使他成为我们日常生活的一部分时，当它加深了我们的满意度时，爱就产生了。

6.为谁设计？

我们不断给产品增加新特征，但从没研究过用户从事什么样的活动，产品需要支持什么样的任务？设计者必须知道产品是为谁设计的。道理很简单，你想讨好一个人，必需先知道这个人的喜欢是什么。不要想着他会主动告诉你：I preferred Coke to Pepsi。更多时候，我们需要观察用户，看他买汽水时，到底有几次买了可口可乐，几次买了百事可乐。

产品开发有两种形式：改进和创新

▲产品设计的真正挑战是：“去理解终端用户未得到满足的和为表达出来的需求”。这些是不能通过询问、focus group、问卷等得到的。

▲发现需求需要在自然环境下认真观察。多数行为是潜意识的，人们真正做的与他们认为自己做的可能差异很大。

▲行为水平的设计理解用户的需求开始，在产品被使用的任何地方进行观察和研究。

上面的观点已经有很多相关的讨论了，苹果的产品永远是最佳的例子。在自然环境下、在产品被使用的任何地方认真观察，这是最贴近用户、最直接有效的方法了，但是往往我们最容易轻视，最懒得去执行。我们把用户请到访谈室、实验室，让他们在陌生环境下做一些片段式的操作，发表一些可能是迎合我们的看法，得到的东西真的可靠吗？不要说走到用户中去，就在我们前后左右的同事，我们是否观察过，他们是怎样使用自己的产品？

但是我们很快又会发现，用户的需求是难以捉摸的，何况这些需求可能大部分是隐性的，用户不一定意识得到、不一定表达得出、不一定有动力去表达。Norman说：“最好的设计是那些为自己创作的东西”。顺着这个思路，在产品设计时是不是起码有两个选择：

A.把功能都做出来，提供足够多的选择，将产品高度可定制化，让用户自己选择最适合自己的产品；

B.将自己变成超级BT用户，能够在每一个细节上让自己无法挑剔，产品才算合格。

两个选择都是既不太靠谱，也不太可行。不过，如果能够真的朝这两个方向一路走到黑，是不是会有第二个google和第二个apple呢…………

笔记到这里告一段落。向来不读书的后果就俩字：浅薄。日后慢慢补课吧。

这本书里还有一些观点值得进一步思考，先记下：

团体设计与个人设计：如果想要一个成功的产品，就测试和修改它；如果想要一个伟大的产品，就让它由某人的一个明确观点驱动吧。

任何物品有三种不同的心理形象：“设计者模型”，“使用者模型”，“系统形象”。

产品设计里的一个重要维度：对情境的适宜性。

设计的精髓是把许多东西放入一个小的空间而且保持一种美感。产生高峰体验的条件：没有分心的事物，一个节奏恰好匹配技能的活动，并且略微在能力之上。

期待来自对积极结果的预期，焦虑来自对消极结果的预期

在人造设备中，信任意味着反复多次可靠的完成任务。信任必需由经验获得。缺乏信任是由缺乏理解引起的。产品需提供连续操作的反馈，若持续缺乏控制和理解，用户会愤怒。以人为中心的设计，让用户感到一切在控制之下，且得到了准许。

**第四篇：情感化设计解读**

产品的情感化设计

摘要：设计是一种创造性活动，有多少种生活，就有多少种设计。设计的目的不是创造一个具体的产品，而是创造一种新的生活方式，该文通过产品的情感化设计的论述，希望引导并传播一种轻松、自由、无拘无柬的生活方式。

关键词：情感；设计；情感化设计

情感是“在人的认识过程中，周围环境的刺激物对人们发生了具有一定意义的信号作用而引起的比较稳定的态度和体验”，包括喜怒哀乐恐悲等心理状态。艺术中的情感的概念，不是一般的科学意义上的概念，而是某种诉诸感觉的概念。“艺术家意在表达的一切概念都应该是某种诉诸感觉的概念，或者说，都是诉诸感觉的生命形式。这种概念没有必要是真实发生的情感概念，艺术的意义又是一种想象出来的情感和情绪，或是一种想象出来的主观现实(存在)。”随着信息社会的来临，人与人之间的交往越来越少，情感也越来越淡漠。人类文化学者认为，人类存在着一种不可根除的情感，即对于寂寥空间的恐惧和对于空白的一种由压抑而转化生成的填补冲动。正如约翰．奈斯比特所说：“无论何处都需要有补偿性的高情感。社会中高技术越多，我们就越渴望创造高情感的环境，用设计软性的一面来平衡技术硬性的一面。”作为人的创造性活动，设计不是屏除激情或情感，而是要创造一种中性的，能容纳和激起使用者的情感的东西，这种东西是一种境界，一种崇高的境界界。

如果说新设计哲学的兴起给设计的情感化引出奠定了坚实的理论础，那么科学技术与社会经济文化的发展为设计的情感化铺设了强有力的时代物质基础，物质上的富足使人们更加注重自我的情感需求。“当标准化设计思想被终结之后，所有的生活形态或商品的存在意义，就已经转变为取悦社会大众心态为主的行为了。”在现代化大量生产的体制背景下，虽然造就了大众社会的形成并且使普通百姓成为社会舞台的主角，但是社会大众所能得到的却仍然只是基本的物质的充实而已。随之而来的是人们免不了要进～步追求原来只有王公贵族们才能够享受到的精神生活。过去产业界所奉行的标准化与规格化的思想，能够为我们带来的仅仅是物质生活的最基本的条件，或者也可以看成是帮助社会大众追求理想生活品质的一个过渡性阶段。但是，追求精神生活不仅是人的本性所在，而且也是每个人所应该享有的基本权利之一。我们现在的新世纪具有新感觉，充满灵气和情感，宽容、开放和多变性成为当今时代的定律。我们已从信息时代进入感受的时代，消费者期盼被产品的体验所感动，激情和情感将带给普通设计一些特殊的东西，过去的千年已经扩张了人类的物质产品，当人们经过了物质生活得以满足的时期后，满足情感、扩展心灵必然会成为新世纪生活环境构筑的基本方向。作为设计师，我们必须充分重视人的情感需求、自我意识，调动人们生活的激情，为人们带去更多可以获愉悦和感动的产品，与消费者产生心理层面的互动，提高产品的亲和力。另外，马斯洛需求层次论的五层意动论即：第一级生理需求(Physiologicalneed)；第二级安全需求(Safetyneed)；第三级：归属与爱的需求(Belongingnessandloveneed)；第四级尊重需求(Esteemneed)：第五级：自我实现的需求(Self-actualizationneed o他反映情感化设计的不同层次的情感水平。马斯洛需求层次论提示了设计的实人类对产品的需要由简单实用功能性的需要上升至蕴含着各种精神文化等情感因素的需要，这种结构性与生命的结构有相似之处，包括从低级生物的生命结构到人类情感和人类本性这样一些高级复杂的生命结构(情感与人性正是那些最高级的艺术所传达的意义)，这正是马斯洛需要层次理论逐级上升的反映。“一种需求一旦得到满足，它就不再成为需求。”当功能性成为普遍底线的时候，已不再是需要了。我国古代著名思想家墨子所说的“衣必常暖，而后求丽，居必常安，而后求乐”，也阐述了人类需要满足的这种先后层次关系。这对于产品情感性的研究提供了心理学角度的理论支持，因此设计师应高度重视和关心人的需求层次的发展。

产品的情感化设计正是相对于现代主义设计过分强调产品的机能导向、忽视人的情感需求而提出的。它旨在扭转功能主义下技术性凌驾人情感之上的局面，使得以物为中心的设计模式重新回归到以人为中心的设计主线上。产品的情感化设计即是一种着眼于人的内心情感需求和精私1毒要的设计理念，最终创造出令人快乐和感动的产品，使人获得内心-，悦的审美体验，让生活充满乐趣和感动。

谈到情感化设计对人的生活的改变，我们就很容易想到设计大师菲利普·斯塔克(Philippe Starck o他曾经说过：“我并不关心(我的设计)看上去是什么，我只关心它们在人们心中引起的情感。”斯塔克的设计往往能于使用者产生情感交流，他的设计也改变了人们以往对产品都是为了有用而设计的看法，让人们生活更加多姿多彩。他最著名的设计就是蜘蛛形状的柠檬榨汁机了，它基本上不能被成为榨汁机，而是一个造型感极强的雕塑作品，1993年推出，～度成为时尚的象征，被摆放在风尚人群的居室中。

现在，居多事实表明，在审美上令人感觉快乐的物品能使人更好的工作。使人感觉良好的产品和系统会较容易使用，并引起更和谐的结果。在与人的情绪和情感有着良好沟通的物品，容易让人有更长久的情感依赖。设计生产那种没有情感可言的、冷血型的产品，就不会给人们的交流带来愉快，也不可能拉进人们之间遥远的感情距离。而如果产品具有良好的亲和力，具有较强的情感化因素，就会让人们在交流时产生愉悦的心情从而喜欢它，产品与人之间的距离将因为情感而越靠越近。

frog公司产品在与人的情感联结方面，摆脱了沉闷和枯燥的样式，在调动用户和美观艺术的情感方面，作出很大的尝试。让人们对IT设计产品有了全新的体验frogdesign的sap设计的用户界面，一贯以冷冰冰、机械、无人性化感觉，现在保证软件功能的基础上，最大程度的挖掘美感，将柔和活跃的色彩引入设计，给用户舒适美观欢跃的感觉，通过在视觉感知上的美化，在情感层次给用户一种心灵的慰藉，将有助提高用户的工作效率。把基本的可用性(usability)和高层的情感、美观、心理协调结合。

设计师要使人的地位不断地攀升，并把更多的注意力转移到人类自身，要追求一种技术与情感的平衡。也就是说设计师在设计产品的时候，不仅要满足人的功能需求还要考虑用户的感受，更多的是为使用者提供情感上、心理上等多方面的享受，迎合人类情感的多样性。融入情感的设计能够促使人和产品和谐共处，使人们能轻松地享受高科技带来的方便和舒适。把一个新的复杂的产品设计得象人类久违的伙伴一样平易、亲切，是设计师追求的新目标。所以我们不能忽视人与产品之间的情感纽带，无情感的设计将会破坏人、物和环境的和谐。

那么，什么样的产品才是符合情感化设计的产品呢7 ld．A．Norman把设计的目标分为三个层次，分别为：本能层(visceral)、行为层(behavior)、反思层(reflective o所谓本能层，就是能给人带来感官刺激的活色声香。而行为层是指使用者在使用过程中所要掌握的技能，并从这个过程中获得的成就感。最高的层次就是反思层，这个层次实际上是由于前两个层次的作用，而在用户心午产生的更深的情感、意识、理解、个人经历、文化背景等种种交织在一起所造成的影响。

所以，满足情感需求的产品首先应该是与人们的审美趣味相符的。任何一个注重情感需求的设计师都不希望自己的设计作品是注重情感的但却是难看的。中西美学的发展轨迹本身暗示了这样一条路，如我们看到的，西方从“自然”(客观对象)经“神”(客观精神)走向了“人”(审美主体)，中国从“人伦”(社会关系)经“形式”(艺术作品)走向心灵(审美体验)，其共同趋势都是从客观转向主体，从外在规定转向内在根据。～切以客观物态化形式出现的“美”都只不过是现象，都只有在审美主体得到哲学的阐明之后，才能加以合理的解释。美的问题归结为审美心理的问题，审美心理的问题归结为人的本质问题。那么，人在“按照美的规律塑造物体”或“艺术地掌握世界”的时候，他在对象上面所确证的并非红色和黄色，弧线和直线等等这些天生感官即可感知的事物的客观属性，而是根据他的想象力而对象化了的主体中的社会性本质力量，即通过五官感受的媒介而相互传达着的人类普遍性的情感，可以说，情感的对象化过程就是“按美的规律塑造”的过程，“对象化的情感”就是“美”。产品的情感化设计，作为“对象化的情感”，是“按美的规律塑造”的过程，符合情感需求和符合审美是相一致的。

另外，产品的情感化设计是人性化设计的组成部分，在人性化设计的诸多定义中就有“最大限度的迁就人们的行为方式，体谅人的情感，．使人感到舒适”，“适应人的身体和情感并让人能在产品背后得到更多关怀的用品的设计”，这些含义中都包含了对情感的关注。情感化作为人性化设计的一个方面，与人性化设计共同致力于产品设计对人本身的关爱和呵护上，在产品设计中全面灌注“以人为本”的设计精神，提高产品的亲和力。只不过情感化设计在细致层面上更注重满足人们情感上的需求，给人们带来更多轻松快乐、幽默新奇的心理感受和情感体验。

人性化的产品设计，其外表美观迷人，充分考虑到人的因素，使用起来也就比较愉快。产品使用起来得心应手会令人快乐，加倍喜欢。这是产品设计的人性化要与情感总要联系起来的原因。再者，产品的情感化设计是建立在个性时代的基础上的。对情感的追求本质上是对精神世界的追求，而个性是人精神世界的突出表现。随着物质均质化的结束，个性消费成为人们新的消费热点，设计师要充分认清不同年龄、性别、社会经历的消费者的独特需求，将情感化设计的着眼点放在情感需求的差异化层面。时尚是产生在社会大众共同体的情感需求层面上的，是被大多数人所认可的，因而建立在时尚基础上的设计本身就是对大众情感需求的体现。

产品的情感化设计也是对产品设计过程中明确的指向性和丰富的表现性。好的设计产品，从工程学的角度，应该具备良好的功能；从心理学角度，应该容易操作使用，不会让人搞不懂，不知道正确的使用方法，使人感到愉悦。有时，人们常常买些一些吸引人的产品，那怕他们并不好使用。只为喜欢它，它能让人高兴。设计师愈来愈认识到，产品不止是实现功能的总和，真正的好的设计可以满足人们的情感需要。

作为人的创造性活动，情感化设计在更深层面上体现出对人性的关怀和体贴，它以一种轻松的方式诠释着设计师对生活的理解和向往。把对人情感需求的充分关注融入设计之中，满足实用性以外的需要，设计出令人快乐的产品，为人们带去更多可以获得愉悦和感动的产品，激发生活的热情，让生活丰富多彩。

参考文献：

【1】赵江洪．设计心理学，北京：北京理工大学出版社，2024． 【2】柳冠中．工业设计学概论，黑龙江：黑龙江科学出版社，1997． 【3】杨岚．人类情感论，天津：百苑文艺出版社，2024．

【4】4 Donald．A．Norman，情感化设计，北京：电子工业出版社，2024．

产品的情感化设计

院系：机械工程学院 工业设计

班级：08-1班

学号：10号

日期：2024年11月5日

读书的好处

1、行万里路，读万卷书。

2、书山有路勤为径，学海无涯苦作舟。

3、读书破万卷，下笔如有神。

4、我所学到的任何有价值的知识都是由自学中得来的。——达尔文

5、少壮不努力，老大徒悲伤。

6、黑发不知勤学早，白首方悔读书迟。——颜真卿

7、宝剑锋从磨砺出，梅花香自苦寒来。

8、读书要三到：心到、眼到、口到

9、玉不琢、不成器，人不学、不知义。

10、一日无书，百事荒废。——陈寿

11、书是人类进步的阶梯。

12、一日不读口生，一日不写手生。

13、我扑在书上，就像饥饿的人扑在面包上。——高尔基

14、书到用时方恨少、事非经过不知难。——陆游

15、读一本好书，就如同和一个高尚的人在交谈——歌德

16、读一切好书，就是和许多高尚的人谈话。——笛卡儿

17、学习永远不晚。——高尔基

18、少而好学，如日出之阳；壮而好学，如日中之光；志而好学，如炳烛之光。——刘向

19、学而不思则惘，思而不学则殆。——孔子

20、读书给人以快乐、给人以光彩、给人以才干。——培根

**第五篇：情感化管理班级1**

情感化管理班级

在当代，许多学生表现出物质生活极为丰富，而在精神层面上却有些欠缺，而针对这些问题，任小艾老师给我们提供了经验，这就是每一个即将走向班主任岗位的同胞都必须走近学生心灵深处，了解他们心理需求，尽一切可能让每一位同学的身心都健康成长。从这个层面上来说，班主任不仅是同学们知识的传授者，也是学生精神生活的引领者。真正的好老师将会引领学生走向幸福，让同学们做自己喜欢做的事情，这就要求我们班主任改变之前以老师为中心的管理模式，用爱去管理，去感化每一个同学，只要有了好的心态，用心去教育学生，我想这将会形成一个良性循环，才能让我们的教育在学生们以后的生活中终身受益。每位同学都有美好，善良的一面，只要我们用心去交流，我们的教育才会达到事半功倍的效果。同时，我们作为班主任，要意识到做人教育的重要性，因为道德教育是素质教育的核心。先让他们学会做人，做好人，再做知识。做一个完美的班主任首先要面向全体学生，让阳光洒落到教室的每一个角落，其次是重视学生长处，特长，让每位同学都全面发展。同时，我们还要积极引导学生主动发展，在大千世界寻找他们任何想汲取的知识，这样就使他们养成了终生学习的习惯。

做好班主任工作，就必须在生活，学习中促使实现三个改变，第一，就是对于自己而言，要改变教育方式，由管理第一性向服务第一性转变，同时在整个过程中体现民主和科学，因为成功的教育就是实现学生们由他律转变为自律。对于学生而言，要帮助他们改变学习方式，做自己学习生活的主人，发挥自己的主动性，学自己想学，做自己想做。当然，家长的管理方式的转变，也会对学生的成长起到很大的作用，我们要和家长们加强沟通，建议家长们从管理强制性向管理选择性转变，所谓重视选择性就是家长给自己孩子更多的空间去安排他们自己的事，愿意做什么，不想做什么。只要是孩子没兴趣的东西，就没必要去强制他们去做，更不要在人生的十字路口，强行决定孩子的未来和前途。要听取孩子的意见，走他们自己想走的路。家长作为孩子的第一任的老师，也是孩子的终身教师，同时要提高自身修养，给孩子做一个好榜样。学生才会在阳光下健康成长。

班主任是同学们的朋友，班主任应该尊重学生的基本权利，从学生的角度去设身处地的为学生着想，让同学们走向幸福。

做一个优秀的班主任当然要首先做一个优秀的教师，我们要从以下几个方面做起：调查，反思，改变，创新，总结积累，学习提升。只要我们注重细节，从小事做起，那么成功就不会是遥不可及了。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！