

基于情感化理论的艺术疗愈APP设计

——针对青少年心理健康的实证研究

承昱华

苏州大学艺术学院, 中国·江苏 苏州 215031

【摘要】在现代社会快节奏的生活压力下, 青少年群体面临着日益增长的心理压力和情绪困扰。本研究旨在开发一款基于用户体验要素模型的艺术疗愈APP, 以辅助青少年用户通过艺术媒介进行情绪觉察、表达和管理, 从而促进其心理健康和情绪调节。通过问卷调查、竞品分析、用户访谈和商业模式分析, 本研究深入探讨了艺术疗愈APP的设计要素, 并结合人工智能和增强现实技术, 提出了一款交互性强、用户体验优良的设计方案。研究表明, 该艺术疗愈APP能有效提高青少年的自我意识, 帮助他们以积极的方式表达和管理情绪, 同时为心理健康专业人士提供了辅助工具。

【关键词】用户体验要素模型; 艺术疗愈; 青少年心理健康; 人工智能

1 用户定位、用户调研和需求分析

1.1 理论研究下确立的初步用户定位

本产品的受众主要是13-18岁的青少年群体。这个年龄段的人群相较于其他年龄层表达和调控自己情绪的能力较弱, 对自己情绪状态的关注频率更低, 需要更好地引导及调节。按照《中国国民心理健康发展报告(2019-2020)》的相关数据分析, 青少年群体的心理问题尤为显著, 抑郁检出率达到24.6%, 且其中有7.4%属于重度抑郁。青少年时期是一个关键的成长阶段, 身心发展迅速, 同时也需要面对诸如学业压力、人际关系和自我认同等多方面的挑战。在这个阶段, 他们往往缺乏足够的心理知识储备, 对常见心理问题识别率偏低, 同时也不善于对外表达情绪, 导致很多心理困扰很难得到及时和恰当的疏解。长期的心理健康问题不仅会影响青少年的学习和生活, 还会为家庭和社会带来压力和负担。例如, 一些心理困扰严重的学生可能会出现学业成绩下降、社交能力受损等问题, 这些都会对他们的未来发展造成难以估量的负面影响。艺术疗愈作为一种创新的非语言沟通方式, 提供了一个新颖的视角来应对青少年的心理健康问题。通过艺术创作活动, 青少年能够找到一条表达和探索自我情感的渠道, 这种过程很多时候可以促进心灵的疗愈和自我发现。无论是通过绘画、雕塑、音乐、舞蹈, 还是写作和戏剧, 艺术疗愈帮助释放压抑的情感, 寻找心灵的舒缓和平衡。

此外, 艺术疗愈过程中的自由创作和互动环节可以增强青少年的自信心和社会技能, 进而改善他们的人际关系和自我形象。在艺术疗愈的环境中, 他们可以感受到被接纳和理解, 这对于应对青春期的自我怀疑和焦虑情绪至关重要。

1.2 问卷调研后深化的用户需求

问卷调研数据显示, 青少年群体中有相当一部分对艺术疗愈感兴趣, 并希望通过APP来调节情绪。结合问卷结果分

析用户需求, 该部分用户对APP的需求包括功能需求和体验需求。用户体验要素框架图如下:

基于用户体验层次, 分析设计要素如下:

用户体验层次	设计要素
表现层	色彩, 形状, 图形, 图标
框架层	界面布局, 导航设计
结构层	用户流程, 信息架构
范围层	内容要求, 功能规范
战略层	用户需求, 商业目标, 竞品分析

2 APP设计、原型涉及和商业模式

2.1 商业模式设计

2.1.1 私人一对一治疗服务

首先, APP提供私人一对一的艺术治疗服务, 用户可以根据自己的需求选择购买这种专业服务。这种个性化的指导能够帮助用户获得更深层次的艺术疗愈体验。同时, APP内部还设置了多种内购选项, 包括高级功能、增值服务以及虚拟货币等, 用户可以根据自己的需求进行选择购买, 从而增加APP的收入来源。

2.1.2 提供内购选项:

APP内部设置了多种内购选项, 以满足不同用户的需求。这些内购选项可能包括高级功能解锁、增值服务如个性化艺术疗愈计划、虚拟货币购买以及特别定制的艺术工具和材料包。用户可以根据自己的需求和偏好选择购买这些服务或产品, 从而获得更加个性化和丰富的艺术疗愈体验。内购选项不仅为用户带来了便利, 也为APP创造了额外的收入渠道。

2.1.3 与广告商合作收取广告费用:

APP与广告商合作, 在应用内展示相关的广告内容。通

过广告展示次数或点击次数，APP能够从广告商那里获得相应的广告费用。此外，APP还可以与品牌合作，提供专门定制的艺术疗愈内容，品牌可以赞助特定的艺术疗愈项目，如绘画材料包、艺术课程等，这不仅能够为APP带来额外的收入，同时也能够增加品牌的曝光度和用户对APP的好感度。

2.1.4 与品牌合作提供专门的赞助内容

APP与各类品牌建立合作关系，共同开发和提供专门的赞助内容。这些内容可以是品牌定制的艺术疗愈项目、专题活动、或者与品牌价值观相符的特别系列。通过这种方式，品牌能够通过APP平台接触到目标受众群体，同时APP也能够为用户提供更多样化和高质量的内容。此外，赞助内容还能够帮助APP增加收入，并提高品牌合作伙伴的市场影响力。

2.1.5 社群互动与反馈

进一步地，APP通过建立一个活跃的社群，鼓励用户分享作品和反馈，从而增加用户粘性。通过社群的互动，APP能够收集到大量的用户反馈，这些反馈对于产品的持续改进和优化至关重要。同时，APP还可以利用用户行为和情绪数据进行分析，提供个性化的内容推荐，根据用户的偏好和需求，推荐相关的艺术疗愈资源和服务。

通过上述商业模式设计，这个APP不仅能够为用户提供艺术疗愈的服务，同时也能够通过多元化的收入来源实现商业上的可持续发展。

2.2 竞品分析

2.2.1 竞品类别和特色

在对市场上的艺术疗愈类APP进行深入分析时，我们将竞品分为几个类别，并总结了它们各自的特色。

① 直接竞品

这些产品与我们的艺术疗愈APP提供类似的服务和功能，它们直接满足用户在艺术疗愈方面的需求。例如，“测测”APP，它通过结合心理测评工具、社群交流和AI咨询，为用户提供了一个全面的心理健康支持平台。

② 间接竞品

这类产品可能不专注于艺术疗愈，但提供相似的心理支持服务，如冥想类APP。“林间疗愈室”以其治愈的画面和白噪音背景音乐，为用户提供了一个禅意的冥想环境，帮助用户放松心情。

③ 参照品

这些产品可能在设计或功能上提供了有价值的参考，但它们并不直接与我们的APP竞争。例如，“禅定花园”通过让用户培育植物来进行冥想，这种创新的互动方式可以作为我们设计灵感的来源。

每个竞品都有其独特的亮点，如“测测”的AI图文解答和交流评论区，以及“林间疗愈室”的个性化角色和背景选择。然而，它们也存在一些不足之处，比如“测测”的社交模块可能存在内容质量问题，而“禅定花园”的冥想画面颜色可能给用户带来压抑感。

名称	测测	林间疗愈室	禅定花园	慰藉之石
竞品分类	直接竞品	间接竞品	参照品	替代品
特色	测评 + 社群 + AI 咨询并行	画面治愈，白噪音背景音乐，角色选择，利用 AI 技术进行对话互动，读心卡	通过冥想培育植物的冥想类 APP，画面有禅意	艺术疗愈游戏 通过摆盘制作神像贡品，每天都会换不同的神像和贡品
亮点	测试工具覆盖了星座，生肖，生辰八字等等，能满足各类测评需求。2.提供 AI 图文解答，交流评论区，连麦等等。	首先会让用户创建自己的角色，并根据喜好选择不同的心理疗愈室，在交谈疗愈的过程中，会分析出用户问题中所体现的情绪，并设置读心卡，与用户进行互动，探索用户潜意识中的想法和性格，在疗愈结束后，还会进行总结，生成疗愈手记。	会先让你种下植物的种子，可以连接脑电波设备来记录冥想，测量心率/额温等，可以选择不同的背景音乐，跟随引导进行冥想，可加入冥想小组。	1. 画面较为治愈 2. 配色舒服
不足	社交模块过大，存在一些低质量的内容，容易造成用户流失	单纯利用 AI 技术疗愈存在一定的局限，没有设置专家心理咨询帮助用户获得更加专业的咨询结果。解决心理问题单纯依靠文字较为局限，用户难以清晰表达自己的困惑。	冥想时的画面颜色有些压抑 要购买相关的设备才能检测走神/心率等	1. 交互形式单一，完成作品后没有解读和反馈 2. 只能对已有图形进行移动组合，无法记性创作

2.2.2 竞品比较分析下的市场机会和策略分析

在细致分析了市场上的艺术疗愈类APP的竞品之后，我们发现了它们各自的优势和不足，这些信息为我们提供了宝贵的市场机会和产品策略指导。

首先，我们的直接竞品“测测”通过其全面的测试工具和AI咨询功能，成功吸引了广泛的用户群体。它的社群和连麦功能为用户提供了互动交流的平台，这是其一大亮点。然而，社交模块的过大和内容质量参差不齐，也暴露了其运营上的不足，这为我们提供了改进社区管理和提升内容质量的机会。

间接竞品如“林间疗愈室”和“禅定花园”，它们通过治愈的画面和音乐，以及创新的互动方式，为用户提供了独特的冥想体验。这些竞品的治愈系特色和个性化设置，是它们吸引用户的关键。不过，它们的交互形式相对单一，且某些设计可能会给用户带来压抑感，这提示我们在设计时需要注重色彩和设计的情感影响。

参照品和替代品，如“慰藉之石”，展示了AI技术在心理支持领域的应用潜力，但其对专业咨询的依赖和设备需求，限制了更广泛的用户接入。这为我们提供了开发更易于访问、不依赖外部设备的产品的机会。

2.3 原型设计



3 需求分析下APP的情感设计

情感化设计 (Emotional Design) 是一种将用户的情感反应整合到产品设计过程中的方法，它要求设计师从用户体验的视角出发，深入解析用户需求，并加以归纳总结。在《情感化设计》一书中，学者Donald Norman 提出了三个设计层次框架，分别为本能层，信息层和反思层，为设计师们提供了一个全面考虑用户体验的指导结构。

3.1 本能层面 (Visceral Design)

这一层面关注的是设计所引发的直觉反应。在这一层面上，设计师需要创造出独特且符合目标用户群体审美的形象和感觉。对于青少年用户群体而言，这意味着应用的图形和界面设计应该新颖，并且能够脱颖而出，以吸引他们的注意力。明亮多彩的视觉效果、愉快治愈的音乐都有助于创造出吸引他们的产品。

3.2 行为层面 (Behavioral Design)

涉及到产品的使用过程中的体验，包括易于理解、高效能以及容易操作等方面。在行为层面，需要确保产品的实用和直观，减少用户学习使用界面的成本。如在APP中，提供直观的绘画工具，以及利用AR扫描技术使用户在真实环境下作画，既满足了屏幕绘画的便利性，又丰富了用户体验。行为层面的设计着眼于如何让产品的每个功能都能简单易用，同时保持高效和愉悦。

3.3 反思层面 (Reflective Design)

这一层设计是关于产品如何与用户的自我形象、记忆及价值观相联系。通过及时的情绪反馈和情绪追踪，来让用户更好地理解 and 整合自己的情绪，反思自己的内心世界，简而言之，它通过情绪反馈和追踪，帮助用户理解自己的情感。

通过将以上这三个层次相互融合，能为用户提供更为舒适的情绪体验，从而达到更好的疗愈效果。

4 结论

本研究开发的青少年艺术疗愈APP，通过情感化设计和先进技术的融合，有效提升了用户体验，并在心理健康领域展现了显著的应用潜力。未来的研究可以进一步探索APP在不同文化背景下的应用效果，以及如何更好地整合到现有的心理健康服务体系中。

参考文献:

- [1] 静进. 当前儿童青少年心理健康状况解读与对策建议[J]. 中国学校卫生, 2023, 44 (02): 161-166+175.
- [2] 耿红卫, 高朝冉. 青少年心理健康问题与行为偏差及其对策研究[J]. 焦作大学学报, 2020, 34 (01): 129-132.
- [3] 李倩, 李国. 意义治疗法在青少年心理健康教育中的应用[J]. 青年探索, 2011, (06): 50-53.
- [4] 黄乐欣宇. 基于情感化设计的自闭症儿童家庭艺术疗愈空间设计研究[J]. 艺术科技, 2023, 36 (18): 199-201.
- [5] 田飞, 谷彤彤. 情感化反馈——人工智能驱动的交互APP设计[J]. 家具与室内装饰, 2023, 30 (09): 107.
- [6] 陈蕊, 赵艳. 基于情感体验的社交APP交互设计[J]. 鞋类工艺与设计, 2023, 3 (06): 129-131.
- [7] 宋奕勤, 孙亚斌. 基于三种层次的App情感化设计探究[J]. 艺术与设计: 理论版, 2019 (11): 3.