



辛向阳，XXY Innovation 创始人，教授、博士生导师，四川美术学院特聘教授，澳门科技大学、天津大学、广州美术学院兼职教授。主要研究交互、体验、服务、战略等新兴领域，提出了“交互五要素”、“行为逻辑”、从“用户体验到体验设计”等重要理论和方法。先后获中国工业设计十佳教育工作者、IXDA“Future Voice of Interaction”年度大奖、江苏省教学成果一等奖、国家教学成果二等奖、光华龙腾中国设计贡献奖银质和金质奖章、“改革开放40年中国设计40人”、“新中国成立七十周年中国设计70人”等荣誉称号。为宝洁总部、美国国家邮政局、香港特区政府、香港应用科技研究院、博爱医院、GE、华为、长虹、腾讯、震旦、拓路士、中宣液态金属、招商银行、三星、雅迪等提供过多种咨询、研发或培训服务。

《设计的蝴蝶效应：当生活方式成为设计对象》序言

随着大设计、设计思维理念被广泛接受，围绕设计学研究和实践范畴的讨论与观点层出不穷。笔者也在过去十余年里，发表了不算少的理论和观点，如交互五要素、行为逻辑、从用户体验到体验设计、服务设计“AC/EM”定位等。去年受《包装工程》邀请，策划了“从语境到对象：研究对象的哲学转向”专题，并撰写了选题策划序言（详见《包装工程》2019年第20期）。这里不想重复其中的观点，倒是希望分享几点学术研究的感受。

首先，学术研究和产品设计一样，需要有针对性地解决认知和实践中的问题。当新兴事物出现的时候，当方法和手段不再适用的时候，当信仰和原则受到挑战的时候，需要通过学术研究更新我们的认知，改进我们的实践方法。在一个已经成熟的领域里，如果没有新的洞见，只是围绕概念而概念，为了挑战而挑战，难免陷入旁征博引，却不能创造知识的怪圈。

第二，学术观点的表达可能是剥离于现实素材的，但观点的产出一定要建立在经验基础之上。实践经验经过抽象，用具有更普遍意义的符号表达出来。经验的获得可能是科学实验，也可能是有代表性的生活经历。本文的写作和笔者过去的文章相比，多用了一些案例，包括文中引用的多位研究生学位论文背后的、没有展开的经验素材。因为和交互、体验、服务设计相比，生活方式作为设计对象的观点更加前沿。通过案例和故事，用叙事探究的方法，建立合理的联系，或者说获得证据，常常是开始一个全新领域研究的第一步。

最后，结论不等于真理。即便在自然科学领域，千百年来，真理也是被一次次推翻。能够帮助人们看见他们没有见过的，能够改进人们实践能力的，能够让人们审视生命意义的研究成果，都是好成果。回到学术本身，好的研究成果不是盖棺定论，而是启发更多的学者去产出更多的优秀成果。创造符号知识是人区别于动物的最本质特征，知识的多样性是学术活动尚有价值的根本意义所在。