



人类转型视角下的体验设计：以火人节为例

Designing Experiences in the Age of human transformation: An Analysis of Burning Man



From: Annals of Tourism Research (2021)

汇报人：卢波

四川大学旅游学院



目 录

01

论文摘要

Abstract

02

研究背景与研究主题

Research Background and Topic

03




研究方法 with 主要结论

Research Method and Conclusion

04

研究讨论与未来展望

Discussion and Future Outlook



01

论文摘要

Abstract



研究背景与研究对象

转型有迹可循

- 新的人类转型背景下，具有**转型功能的体验**不仅是偶然发生的，更是**通过有意识的设计引导**实现的。



火人节有代表性

- 文章调查研究了人类活动聚集地——**火人节**，因为它被认为是世界上最具转型性的大型体验活动之一。

研究方法、主要结论、研究贡献

环境心理学、深度拓扑分析

基于环境心理学理论视角，通过对Instagram数据进行深度拓扑分析，通过分析参与者的数字外在表达探寻发帖者内心深处的自我转型表达。

旅游、活动、体验；转型

本文是旅游、活动和体验领域中人类体验和转型设计方向的跨学科研究。

三阶段、两范畴、三十聚类

通过整体分析活动开始前半年内、活动进行中和活动结束后半年内的社会环境和社会心理因素，形成了30个可能引发转型的聚类。

02

研究背景与研究主题

Research Background and Topic



引言、文献综述为研究主题铺垫

引言

宏观背景：享乐消费到探索扩展
已有研究：相关范畴与研究进展
研究不足：时空视角与技术革新

文献综述

宏观背景：从记忆难忘到转型需求
转型动力：环境要素引诱自我转型
本文案例：火人节

研究主题

规模宏大且经由设计人类聚集情境下（火人节），自我转型如何发生？

研究背景与研究主题

研究内容

01

对象：火人节

火人节是一个促使自我转型的临界时空(liminal time-space), 是全球典型的变革性经验。

03

方法：深度拓扑分析

基于INS中的话题数据，在环境心理学理论框架下、时空视角下，实现定量方法与定性理论结合

02

理论：环境心理学

社会特征、自然环境和建筑环境对个体在特定空间内产生的中介效应

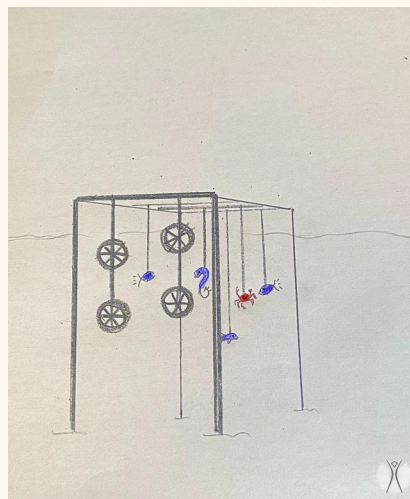
04

目的：转型驱动因素

转型如何发生？



研究背景与研究主题





03



研究方法 与主要结论

Research Method and Conclusion



一种深度拓扑数据分析的迭代框架

(An Iterative Framework for Deep Topological Data Analysis)

1

数据收集

时间：2019年火人节期间以及前后半年
来源：INS话题（#burningman2019）数据
数量：53326条（含文本、标签、表情符号、发布日期、URL和用户账户类型等信息）

2

数据预处理

语言识别：Python中的Spacy NLP库（判断是否为英语）
数据剔除：官方贴、商业贴、无内容贴、重复贴

3

深度拓扑数据分析

原理：拓扑数据分析和深度生成模型的结合
目的：识别帖子中诱导自我转型的社会、环境因素

研究方法

An Iterative Framework for Deep Topological Data Analysis

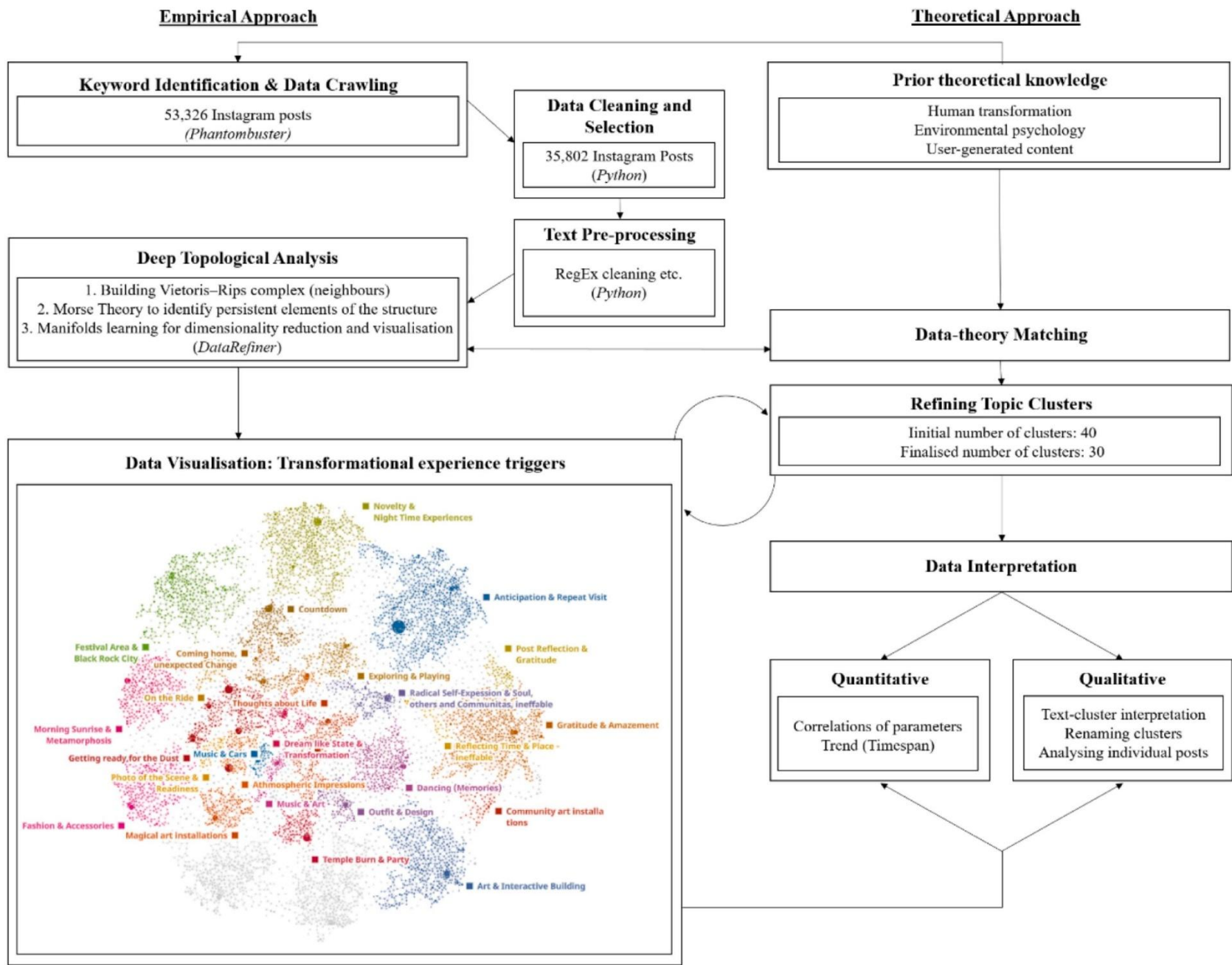
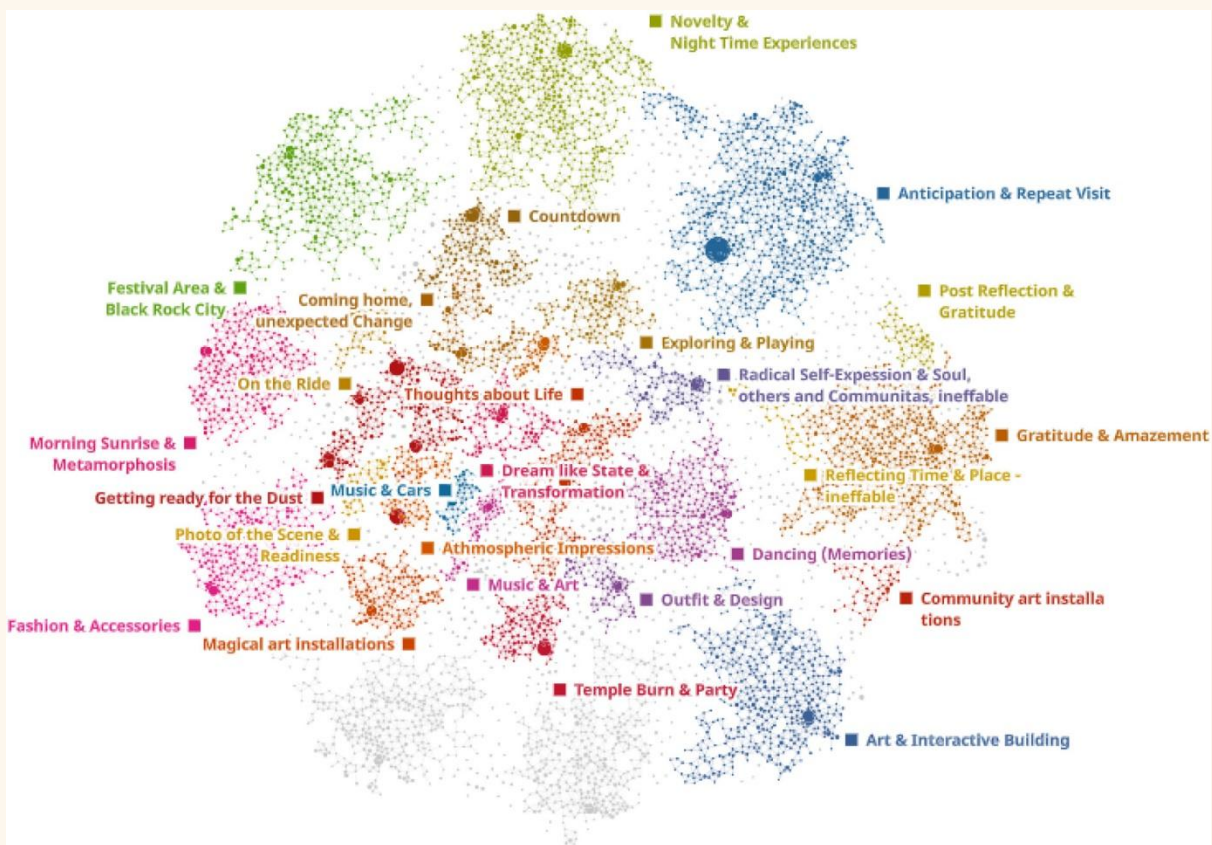


图1. 深度拓扑数据分析的迭代框架示意图

主要结论

以环境心理学的理论框架为主导，基于对35802个Instagram帖子的分析，将30个已确定的聚类分为两个主要维度：**a) 外部社会环境范畴；b) 内部社会心理范畴。**

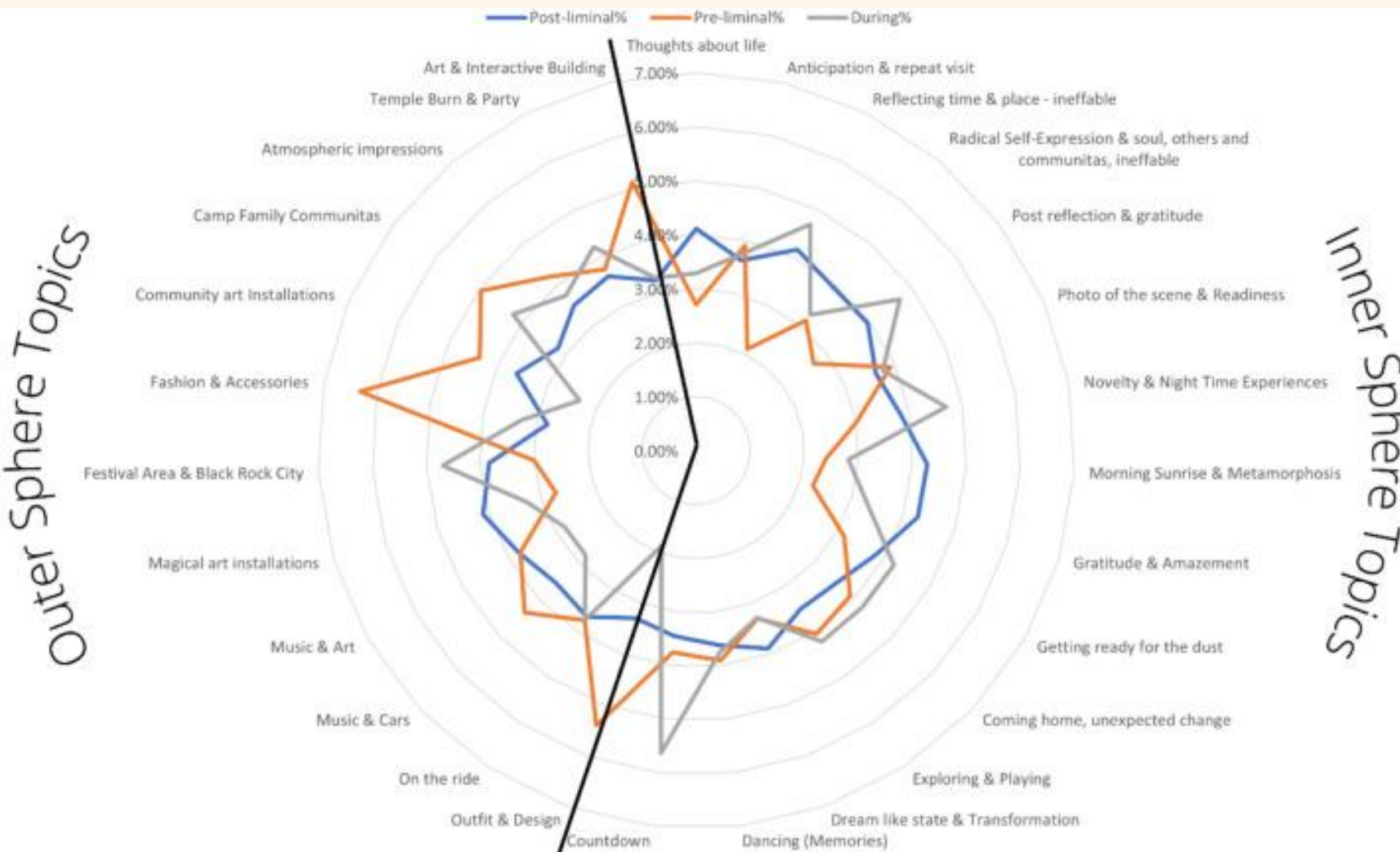


文本参数相关性分析

30个聚类中，12个聚类与外部社会环境范畴有关，15个聚类与内部社会心理范畴有关。另外，有3个聚类（“票务和订购”（4.2%），“营销”（3.9%）以及“噪声”聚类）因超出了研究范围被排除在外。

图2. 聚类可视化图。注：图表按聚类着色。

主要结论



外部社会环境范畴

1. 艺术与互动建筑
2. 节日区域与黑石城
3. 时尚与配饰
4. 神庙焚毁和派对
5. 氛围印象
6. 魔力艺术装置
7. 服装和设计
8. 音乐和艺术
9. 营地家庭共同体
10. 旅行途中
11. 音乐和汽车
12. 公共艺术作品

图3. 历时研究中的外部社会环境范畴与内部社会心理范畴聚类贡献度

主要结论



内部社会心理范畴

1. 期待重游
2. 新奇的夜间体验
3. 感恩与惊叹
4. 为干旱沙漠音乐节做准备
5. 早晨日出与蜕变
6. 思考人生
7. 跳舞记忆
8. 活动倒计时
9. 回家与意料之外的改变
10. 如梦如幻与转型
11. 激进的自我表达, 灵魂、他人、群体共同体
12. 探索与娱乐
13. 回顾与感恩
14. 场景照片和准备工作
15. 回忆时间和地点

图3. 历时研究中的外部社会环境范畴与内部社会心理范畴聚类贡献度

04

研究讨论与未来展望

Discussion and Future Outlook



定性讨论：外部社会环境如何成为自我转型的触发器？

艺术作品强化了火人节的感知性。其与触发积极情绪（如爱、惊人、难以置信、感恩等）密切相关。艺术车为参与者带来了“在床上开车”“在云中荡秋千”等具有惊叹感、敬畏感的体验。

独特活动强化了火人节的差异性。因火人节举办地位于沙漠且拥有“寺庙燃烧”等独特的活动，参与者形成了差异化且宏大的火人节形象感知。

社群环境强化了火人节的集体性。群体包容和环境效应是产生集体归属感的重要因素，火人节所带来的集体感产生与活动期间，并在活动结束后的时期持续存在，促进了活动后自我转型。

定性讨论：内部社会心理如何成为自我转型的触发器？

“倒计时”活动强烈反映了参与者在烧人节前的兴奋感。参与者从大约四个月前开始倒数一直持续到活动的最后一天，表明参与者对活动期待和参与程度很高，形成了强烈心理情感转型。

心理情感变化进一步引发了对生命、宇宙和自我的反思。参与者在活动结束后的帖子中写到“生命中的一切都是暂时的，这就是它的美丽”，这反映了对参与者对生命有限性的思考。同时，在激进的自我表达中，参与者发现了内心本我，践行了尊重他人权利与自由。

参与者表达爱、欣赏和感激等情感，与幸福感紧密相关。“感谢”“感激”“爱”和“启发”等高频关键词直观表现了参与者的积极情绪。如“如此美好的时光，充满爱和笑声”和“这是一个非常美丽的地方，值得感恩”。同时，强烈的情感表达和社交实践似乎会推动长期的自我转型。

全文总结

总体讨论

- 本文研究结论充分肯定和验证了前有相关研究的概念和实证结果，并发现了一些新的转型触发因素，如环境设计、艺术创造等。

理论贡献

- 以环境心理学为理论基础，通过设计一种深度拓扑数据分析的迭代框架，深度解析了大型活动中设计元素促使自我转型的机制。

实践贡献

- 本研究通过借鉴火人节的经验，为旅游规策划人员创新旅游产品或活动策划方案以激发人类自我转型的过程提供了经验和样板。

研究不足与未来展望

研究不足

首先，本文研究得到的范畴和聚类可能并不普适于转型旅游、活动和节日之外的消费场景，不同场景下，推动转型需不同的体验设计。

其次，由于转型体验通常难以描述，特别是在旅游活动结束后，难以确定特定社会环境因素和转型结果间的确切关系。

未来展望

首先，考虑社会人口背景（如社交伴侣）、先前旅游经验（如重复游客）和成熟度水平等因素，进而开展转型研究。

其次，结合民族志方法，跟踪观察被试转型何时发生、如何发生，以排除帖子非同一人发布、帖子表演性等干扰因素。

个人感受



- 1、研究对象形式新颖和定位典型
- 2、定量方法实现定性研究之目的
- 3、实证方法揭示设计同转型相关

- 1、难以理解部分段落的内部逻辑
- 2、难以理解拓扑数据的分析原理
- 3、难以理解30个聚类的具体含义

优点

疑惑



Thank you for watching



汇报人：卢波
四川大学旅游学院