

设计心理学在产品交互设计中的应用研究

曾帆

(北海艺术设计学院, 广西 北海 536000)

【摘要】本文通过对交互设计、产品设计中用户心理与行为模式、以及设计心理学的相关概念展开了研究,并以此为基础研究了交互设计与心理学间的联系,并对交互设计中影响用户心理行为模式产生的影响因素展开了探讨。以产品设计的视角去切入探索分析,旨在提高产品设计的教学方法方式,并探索交互设计在产品专业中的教学新途径与新发展。

【关键词】设计心理学;交互设计;产品设计

随着科技的不断发展,交互设计已经变成了产品设计中至关重要的一环。而设计心理学在交互设计中的运用,也为设计提供了全新的思路与方式。本文将探讨设计心理学在交互设计中的运用,并以产品为例展开研究。交互设计作为产品设计的一个主要组成部分,在产品设计中越来越受到了设计师们的重视,设计师们通过对产品与用户间的交互关系加以分析研究,进而达到优化产品与用户间的互动感受,以适应用户需要的目的。

一、设计心理学概述

(一)设计心理学的理论基础

设计心理学是研究人的心理活动和设计的相互作用,它涉及到人机交互、用户体验设计、用户需要和行为分析、产品设计的心理要素及其用户对产品的情感反应等几个方面。人机交互是指人与计算机之间的信息交流与操作,它强调用户和产品间的交互体验,以及怎样通过设计提升这种交互体验。用户体验设计则是指从用户的视角入手,对产品进行全面的设计,以提升用户的使用体验。

设计心理学研究产品设计的心理要素,涉及产品的外观、功能、易用性、可靠性和情感等方面。这些要素都会影响用户对商品的评价与情感反应,所以设计师们必须通过了解用户的心理需求和行为模式,来优化产品设计。

(二)用户需求与行为分析

用户需要和行为分析是设计心理学中不可或缺的一环,这也是设计中最关键的一环。设计师在设计之初,通过调查和研究用户的需要,并深入分析,获取用户的使用习惯和现有产品的痛点,并进行设计处理;其重要性在于它能够有助于设计师进一步了解用户的心理预期与行为模式。设计师能够比较精确地把握用户的心理需求,进而创造出更符合用户心理预期的产品。

在具体操作过程中,设计师必须对用户的需求加以分类与整理,以了解不同用户群体的不同需要。同时,设计师们还必须对用户的行为加以观察与研究,以分析其行为背后的心理动因。这些数据与信息能够为设计师提供宝贵的参考,有助于他们在设计过程中更好地适应用户的心理需要。

在设计心理学中,人们把人们的各种行为归纳为四种类型,分别为:观察型、冲动型、情感型、理性型,其中感觉是最主要的,感觉是由感官刺激所引起的知觉,而知觉则是通过对外部事物的分析后产生的心理活动。这四种类型都会影响人们对事物的认识与行为,所以设计师们在设计产品时,必须了解用户的心理和行为模式,并通过不同类型来设计各种类型的产品。这对于提升产品的用户体验和适应用户需要有着很大的意义,同时也是设计师在产品设计过程中必须着重关注的一环。

二、产品设计的心理要素

唐纳德·诺曼在《设计心理学-情感化设计》一书中提到,产品设计其实就是三个层次的设计,即本能层次、行为层次和反思层次,各个层次的设计都包括了特定的心理要素,不同的层次对应于产品设计不同的设计部分^[1]。

在交互设计中,设计心理学的应用尤为重要。设计师们必须遵循以用户为核心的设计原则,通过深入的用户研究来了解用户的需要与行为模式。运用心理学原理能够帮助设计师创造出更符合用户心理感受的界面,而交互流程的心理体验优化则可以提高用户在使用产品过程中的愉悦感。另外,保证行为设计和用户心态的契合也是设计师在设计过程中必须考虑的关键因素,这样才能更好地适应用户的实际需要。

最后,为进一步优化设计,实证分析在设计心理学中的运用也是必不可少的。利用个案选择和研究方法,能够对设计心理学在具体个案中的运用加以分

析,并对个案效果加以评价和反馈。这将有助于设计师更深入地认识设计心理学的实际应用效果,并由此优化设计。

(一) 用户对产品的情感反应

设计心理学中,本能层次涉及到产品外观与感觉的层面,设计者必须重视产品的视觉美学与触感等方面的设计,以引发用户的情感反应。行为层次与产品的使用和体验是相关啊,并且涉及到用户和产品的交互过程,设计师们必须重视产品的易用性和交互体验,使用户在使用过程中体会到愉悦与满足。反思层次则涉及到产品带给用户的价值观和情感记忆等方面,设计师们必须进一步了解用户的需要与心态,并利用产品传达出可以引发用户共鸣的价值观和情感体验^[2]。

在交互过程中,产品与用户间的交互关系是一个动态的过程,会受到许多因素的影响。除产品本身以外,还有一些因素也会影响到用户的心理和行为方式,比如:

1. 情感因素:当用户对商品产生情感上的体验时,会在其心态与行为上产生一定程度上的改变。例如:当对一个陌生的事物感到恐惧时,会在其心态和行为上产生一些改变,甚至会排斥该事物。
2. 情绪因素:用户在使用产品时,当产生负面情绪时,会影响到其对产品功能或操作的满意度。
3. 压力因素:当用户面对巨大压力时,会影响到其行为方式或心理状态。

三、交互设计中的设计心理学应用

(一) 以用户为中心的设计理念

在产品设计中,以用户为核心的设计理念至关重要。这意味着设计师必须充分考虑用户的心理需求和情感反应,以便更好地适应他们的期望与需要。情感化的设计理念是实现这一目标的关键。通过关注用户的本能层次、行为层次和反思层次三个层次,设计师们能够创造出更为适合用户和令人满意的产品。

首先本能层次涉及到产品的外观与感觉,设计师们必须重视产品的视觉美学与触感等方面的设计,以引发用户的情感反应。用户往往会通过第一印象来判断一个产品的优劣,所以设计师们必须特别注意产品的外观与感觉。

其次行为层次则包括了用户和产品的交互过程,设计师们必须重视产品的易用性和交互感受,使用户在使用过程中体会到愉悦与满足。一个好的交互设计可以使用户轻松地愉快地使用商品,从而提升了他们的满意度与忠诚度。

最后反思层则次是由于文化、教育、环境等各种因素的不同影响而产生变化的。产品通过调研带给用户的价值观和情感记忆等方面,设计师们必须更深入

了解用户的需要与心态,并通过产品传达出可以引发用户共鸣的价值观与情感体验。一种有深度的产品不但可以适应用户的物质需要,还能够触动他们的内心,使他们和产品形成更强烈的情感联系。

综上所述,以用户为核心的设计理念要求设计师充分考虑用户的情感反应,并通过情感化的设计来提高用户体验。唯有如此,设计师才能创造出真正有价值和有影响力的产品。

(二) 用户研究在交互设计中的运用

用户研究一般是有两个层面的,一种是定性到定量,另一种则是态度到行为。二维度涉及到产品从设计初始直到设计出来的这个过程。在产品设计流程中,产品的交互方法的选用、界面设计、信息表现的方法等方面都是基于用户研究。

1. 用户行为分析

产品设计,说的其实就是为使用去设计。在设计中,运用设计心理学的研究主要是用来沟通生产者、设计师和消费者之间的关系,使每一位消费者都能买到称心如意的产品。要实现这一目的,必须了解消费者心理和研究消费者的行为规律,所以对消费者进行用户分析,也是为更好地服务用户。在交互设计中,用户行为分析是交互设计中最基础的一环。通过对用户的行为加以分析,设计师能够了解用户的习惯、需要和偏好,进而更好地掌握产品的设计方向与定位。因此,当用户在使用某个产品时,经常使用某个功能,那么设计师就能够把这种功能放在一个比较显眼的地方,便于用户使用。

2. 用户体验设计

体验设计离不开对用户行为的分析,这其中涉及到设计心理学的重要概念。用户体验设计,是设计心理学在交互设计中最关键的一环。通过重视用户的需要与体验,设计师们能够创造出更为优质、舒适的产品体验。用户体验设计离不开对用户行为的分析,这其中涉及到设计心理学的重要概念。在设计一个智能家居产品时,设计师能够透过对用户的需要加以分析,进而设计出更为智能、人性化的产品,以提升用户的使用体验。例如抽油烟机的设计,最初的设计师物理按键,用户一边炒菜的时候一边调节风量,抽油烟机的按键位置的会油腻且脏,清理也比较费时费力。现在设计充分考虑到用户的实际使用状况,设计了语音或者手势控制的,以降低对屏幕的污染,也便于用户使用时不断地变换风量调节。

3. 情感化设计

情感化设计在设计心理学中是最关键的一个部分,情感化设计是指通过设计来调动用户的情感共鸣,从而提升产品的情感价值。在交互设计中,情感化设计能够增强用户对商品的认同感与忠诚度。

因此,通过增加一些好玩的互动环节和个性化的定制功能,能够使用户体会到商品的独特性和个性化,进而提高用户对商品的喜爱程度。

例如儿童的玩具设计,增加大量的色彩,艳丽的色彩从情感上去刺激孩子去玩耍使用。而老人的设计,从老人的视角来看,颜色淡雅,使用简洁是主要的设计目的,符合老人的认知需要。二种不同的用户的针对方向虽然不一样,但是都是需要提供情感最多的群体,在设计方面,有许多类似的地方。

在设计中,交互设计是至关重要的环节,而用户研究也在交互设计中起到了关键作用。设计师们必须通过深入了解用户的需求、行为和心态,来创造出更加符合用户期望和需要的产品。用户研究不但能够帮助设计师更好地了解用户,还能够为设计师提供有效的数据支持与指导。通过用户研究,设计师们能够发现用户的痛点与需要,进而针对性地设计出更为优秀的产品。

同时,用户研究还能够协助设计师评估产品的可行性和潜在问题,以便于及时进行调整与优化。用户研究是提升产品体验和适应用户需要的关键。

四、设计心理学在产品中的实证分析

设计心理学是以用户为核心的设计理念,它重视用户的需要、行为和心态,通过满足用户的需要来增强产品的可用性和用户体验。在交互设计中,设计心理学的重要性不言而喻。通过对用户心理的分析与掌握,设计师们能够更好地了解用户的期望与需要,进而设计出更加符合用户习惯、易于使用与使用的产品。

(一)设计心理学在案例中的运用分析

在产品设计中应用设计心理学,最著名的案例便是门把手的设计。通过对门把手的设计,用户就可以知道是该推还是该拉。用户通过自身的认识,去区分开门的方法。这种案例也是许多设计心理学的教学和教材中经常使用的。

以微信为例,用户在使用微信的朋友圈时,不断往下翻朋友圈的内容,这也意味着不易返回最初的页面。现在用单击手机屏幕最上方,可以直接跳转到首界面。这也就是满足了用户在使用过程中,减少使用操作的时间,提升效率。

英国果汁品牌 innocent,会在冬天的时候推出限定款,每瓶果汁都会配一顶帽子,帽子也是有公益慈善组织编织的,每次消费一瓶果汁,就会给有生活困难的老人捐赠一分钱,这种方式不但给冬天消费的消费者传递温暖,还传递了爱心。这是以商品为媒介,不但抓住消费者的心态,使消费者产生共情,同时也为社会发展做出贡献。

马桶放水的按钮,由一大一小两个部分所构成,两个部分的功能其实都是相同的,都是放水的功能,

区别就是放水量的多少。用户在使用过程中,会按照现有的认识上的心理去使用这个按钮,通过认识和记忆来决定使用什么部分的按钮。

(二)案例效果评价与反馈

在案例中可发现,用户研究能够有助于设计师更好地认识用户,还能够为设计师提供有效的数据支持与指导。设计心理学则是在用户研究的基础上,能够有助于设计师更好地了解用户需要与心理,进而增强产品的可用性和用户体验。通过设计心理学的评估反馈,设计师能够更好地认识用户,并提供有效的数据支持与指导。另外,设计心理学的评估反馈还能够有助于设计师评估产品的可行性和潜在问题,从而及时加以调整与优化。同时,这种反馈还能够用来检验产品的实际效果和用户满意度,以便于及时发现产品的缺陷和不足,并采取相应的改进措施,以提高产品的质量与用户体验。在产品的设计过程中,设计师们必须充分考虑用户的需要与体验,并通过情感化产品设计、用户体验设计和用户行为分析等手段,创造出更为优质、舒适的产品体验。

五、结语

在现代社会,科技的不断进步,人类的生活水平日益提升,人们对商品的需求也在不断地改变,设计人员在设计商品时要针对用户的需要和心理行为方式来完成商品的设计,以此来适应人们对商品的要求。设计人员在进行交互设计时要把握用户心态与行为模式与产品设计相结合,从用户的心态和行为模式入手,以便达到优化产品体验的目的。对交互设计人员而言,在进行交互设计时要以用户为中心,充分考虑到用户的心理和行为模式及其行为对产品产生的影响作用。使交互设计真正地融入到日常生活中去,使设计师更多地关注于用户使用商品时的心理与行为模式,进而使交互设计更加符合人的需求,从而优化了人与商品间的互动体验。

参考文献:

- [1] 王思熠.浅议产品设计的新模式——交互设计[J].明日风尚,2020(17): 45-46.
- [2] 李洋.产品交互设计的理论与实践[J].重庆工商大学学报(自然科学版),2016,33(02): 106-114.
- [3] 于肖月.参与式设计在交互设计中的实践[J].美术教育研究,2023(21): 105-107+111.
- [4] 翟琮苑.设计心理学影响下的现代工业产品设计特质浅析[J].喜剧世界(下半月),2023(10): 158-160.
- [5] 毛霓熊,周莉.设计心理学角度谈原研哉设计作品[J].艺术研究,2023(05): 76-78.
- [6] 何浪.基于情感化设计在产品发展趋势中的表达方法[J].陶瓷研究,2023,38(05): 72-74.