

交互设计在家居场景中的运用

施若雯

(武汉工程大学,湖北 武汉 430000)

摘要:在当前产品同质化严重的市场竞争下人们对于家居产品的需求逐渐从功能层面转向了良好的交互性带来的情感体验,交互设计的重要性不容小觑,这使我们开始思考如何通过交互方式的设计改良家居产品的使用方式,本文将用户体验与交互设计理论相关联,从情感三层次入手,研究家居产品中的交互设计方法。

关键词:交互设计;情感体验;方法

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2021.03.287

1 交互设计概述

1.1 交互设计的定义

交互设计是定义、设计人造系统的行为的设计领域,它定义了两个或多个互动的个体之间交流的内容和结构,并努力去创造和建立人与产品及服务之间有意义的关系,关注以人为本的用户需求。“交”即交往,“互”即互动,产品中的交互设计即指产品与用户间的交往与互动,交互是发生在可以相互影响的两方或者更多方之间的行为,交互设计关注的不仅是产品的“可用性”,同时也聚焦在用户体验上,通过家居产品中良好的交互设计创造出更好的服务质量与使用体验。

1.2 交互设计的意义

交互设计以用户体验为本,促使产品不仅仅实现“易用”,同时也能“好用”,通过系统的用户使用行为调研更好的了解用户在产品使用过程中的交互行为,使得产品更为贴合用户真实所需,满足良好的用户体验需求。

2 用户体验概述

2.1 用户体验定义

用户体验指用户在使用产品、系统或服务中的主观感受,用户对一个产品体验之前会有一个期望感知,也就是期望值,当体验完产品之后会有一个体验感知,也就是体验值,这两个值的差就是用户体验。用户体验是由 Norman 首次提出^[1],他认为好的用户体验即为用户提供简单、优雅、易于理解的产品,让产品对于用户来说不仅是能用,同时也是易用、好用的,创造产品与用户间的亲密关系。

2.2 用户体验与交互设计影响关系

产品的交互细节是沟通产品与用户间的桥梁,交互体验的设计不仅是宏观功能层面的设计,更为重要的是微观细节层面的设计,通过细节打动用户,提高用户满意度,通过感官上的交互了解用户的真实需求,对用户的操作进行引导,好的交互设计能够促使用户认同产品,感受产品的内在价值,继而接受产品。

3 交互设计方法

3.1 交互三层次总述

产品与用户间的交互可划分为三个层面:感官层面、人机层面、情感层面,通过对交互设计的三层面划分进行与用户体验相对应的设计,完成产品与用户间的双向信息交流。

3.1.1 感官层面

感官层面主要来源于用户对于产品的直观印象,是用户对产品第一印象形成的主要因素,能够在瞬间引发用户对于产品的判断。通过感官上标识或声音、气味的反馈,引导用户进行操作使用,与产品发生交流互动。感官层次的设计主要是以迎合人们审美趣味为主的设计,通过产品外在层面内容吸引用户注意,感官层的设计要求是符合大众审美的、易懂的,能够在对用户感官产生刺激,吸引用户对产品进行进一步的了解,这是最基础的,也是非常重要的一步。

3.1.2 人机层面

人机层面的设计强调产品的使用效能,合理的人机设计能够提高用户使用产品时的效率、舒适度以及愉悦度,要求产品设计以人为本,人们能够通过自身的行为习惯或是知觉经验对产品进行理解使用,人

机层面的良好用户体验来自于顺利完成任务或某事做得很好时所产生的感受^[2],例如庖丁解牛中解牛的行为不仅依托于庖丁熟练的技艺,同时拥有一副称心的工具也十分重要,技能与产品性能效用相结合,让使用者在完成行为的过程中获得愉悦与良好的产品体验感。

3.1.3 情感层面

情感层面对应产品深层次内涵文化与用户间的交互体验,产品能否向用户正确传达对应情感,唤起用户内心深层情感、思考等意识活动,引发用户共鸣。情感层面的感受取决于用户的文化背景、生活感悟及沉淀等,不同用户会产生不一样的使用感受,设计师通过产品将人们对于产品的特殊情感牵引出来,寄予每个人不同情怀^[3],反思情感设计关注的是从“产品”到“思考”再到“感受”的过程,即设计产品整体形象给使用者留下的感性印象^[4]。

4 交互产品在家居中的运用

家居产品是用户生活中必不可少的一部分,人们对于家居产品的需求直接明确,高速发展的“快节奏”时代要求了人们需要高效的使用产品,想要给予用户良好的用户体验可从对于交互设计的三层面入手,例如日前非常火爆的天猫精灵是一款能够实现智能家居控制、语音购物、手机充值、音频播放等功能的智能家居产品。设计师首先从感官层面入手,通过简约大气的外观带给用户感官层面上的美感体验,进一步的,用户通过与产品的语音交互实现对于产品的控制使用,在用户发出语音指令后,产品在短时间内对于指令进行语音反馈与功能实现,不仅使用户肯定操作的完成,同时也实现了流畅、高效的使用流程。在完成对产品感官层面的观察、人机层面的操作后,用户即产生对于产品情感层面的共鸣,进一步通过对产品的交互激发用户对于产品积极的情感反应,产生满足用户期望的良好用户体验感。

5 结束语

在当前同质化严重的市场竞争中一个用户体验良好的产品已然成为产品设计中的一个重要环节^[5],家居产品对于用户来说已经不再是一个冰冷的机器,更加注重对于产品交互层面上的实现,设计师通过产品与用户充满人性化的互动,分析反馈用户给予的操作行为,同时通过对于产品交互模式的设计进一步改进产品的功能模式,使其更为贴合用户的真实需求,实现产品与用户的双赢。

参考文献

- [1]郑雨薇,张继晓.探究产品交互细节设计对提升用户体验的作用——以戴森吹风机的交互细节设计为例[J].设计,2020,17,009:26-28.
- [2]郑炜冬.微课情感化设计:理念、内涵、模型与策略[J].教学实践与教师专业发展,2014(329):101-106.
- [3]陈梦瑶,张仲凤.竹家具的情感化设计研究.
- [4]童俐.儿童家具情感化设计原则之解析[J].装饰,2012(226):102-103.
- [5]龚蔚琳.微智能产品交互在设计心理学中的应用与研究[J].数码设计,2020:78.

作者简介:施若雯(2000,5-),女,福建省福州市人,本科学历,研究方向:产品设计。