

文章编号: 2095 - 6835 (2015) 10 - 0029 - 01

互联网产品中的情感化设计

孟苏文

(武汉理工大学, 湖北 武汉 430070)

摘 要: 随着数码技术的快速发展, 网络在人们生活中的地位越来越重要。但扁平化风格的流行使互联网显得冷漠、单调, 这样会忽视艺术性和人文情怀, 且设计的情感化问题越来越突出。在现代热门的互联网设计中, “情感化”设计将产品当作人物一样对待, 使其具有人的感情。叙述了互联网产品中的情感化因素。

关键词: 情感化设计; 心理学; 人机交互; 消费者

中图分类号: TB472

文献标识码: A

DOI: 10.15913/j.cnki.kjycx.2015.10.029

互联网时代更注重的是人机交互、界面效果设计, 要求可视化的数据具有人性化、情感化的表现效果。在快节奏的生活中, 用户更愿意接受简单的、具有人情味的对象, 专注简单的情感化产品有益于用户理解产品, 更符合用户的心理需求。人是视觉动物, 会被美的事物所吸引, 仿佛有一种不可抗拒的力量在牵引着自己。设计越能满足人对美的追求, 就越会受到更多人的喜爱。此外, 互联网产品中的情感化细节可增进用户与产品之间的情感交流。

1 情感化设计存在的原因

社会的进步和生产力的提高, 促使人们对物质生活提出更高要求的同时, 心理需求也在逐渐变化。人们消费水平的提高激发了市场的活力, 在激烈的市场竞争环境下, 只有不断改革、创新, 企业才能存活下来。生产者要想满足消费者的物质需求, 只有迎合消费者的心理。随着市场的扩大, 设计师会更加重视人情味, 以满足消费者的需求。

互联网行业的快速发展推动了互联网产品的快速发展, 产品的情感化设计受到设计师的广泛关注。由此可见, 情感化设计在当今时代的重要性。如何将冷漠的产品转变成温暖人心的产品, 需要设计师的不断努力。优美的设计是建立在内容丰富情感基础上的, 只有为用户着想, 从用户的角度考虑问题, 才能更好地满足用户的需求。目前, 网络的更新速度越来越快, 设计师对操作界面的设计也在不断优化。社会发展带动了各个学科的进步, 心理学的快速发展与设计紧密相连。情感化设计需要充分考虑用户的心理感受, 亲切、友好的设计总是要比冰冷的文字更能拉近产品与用户的距离。情感化设计不仅是为了提高视觉效果, 更是为了增强交互体验, 这些交互体验可在产品的细节中得以体现。

2 情感化设计的展现

多数人不喜欢与冷淡的人交流, 这是因为在这样的交流中人们得不到信息反馈。在互联网中也是如此, 设计师在考虑互联网产品开发的同时, 越来越注重人性化设计。当今产品与 10 年前的产品比较有明显的差别, 比如, 10 年前的产品类似框架图, 呆板、冰冷的界面给人一种距离感, 用户在使用时得不到有效的信息反馈, 且没有视觉美感。

情感化设计的美不仅展现在视觉方面, 更在于人机交互方面, 能考虑到人在体验产品时的心理感受。一款茶产品要想受到大众的热爱, 不仅要有优美的画面, 更需要具备人性体验, 增加人与茶产品之间的感情交流。情感化设计就像人与人之间的友谊, 处处体现于细节, 这样的产品将不再是枯燥、冰冷的应用程序, 拉近了其与用户的情感距离。支付宝账单的数据可视化处理非常成功, 它仿佛在讲述一个故事, 从用户注册支付宝到查看账单的当日的支付历史, 且记录了一些大事件。用户在查看数据时可以自由翻阅, 具有一定的自主性。支付宝账单在讲述了大事件后, 便会开始分析具体数据, 整个过程的体验很流畅, 增加了操作的乐趣。

3 情感化设计的实现

情感化设计的最终目标是为了使用户与产品在情感上产生交流, 从而促使积极情绪产生。积极情绪不仅可加强用户对产品的认同感, 还能减少用户在操作产品时的困难。如果情感化设计做得好, 则可增强用户体验, 降低对用户的负面影响。情感化设计并不是一种视觉设计, 而是一种体验设计, 是结合产品体验和心理学等相关科学知识而开展的设计, 多以人的视角看待问题、解决问题, 协调好人与产品的关系是该设计的重点。产品中的情感化设计之美主要表现在视觉美观和交互体验两方面。如果能在这两个方面做好, 则满足用户的需求将是一件容易的事情。

4 结束语

综上所述, 情感化设计的最终目标是使用户与产品在情感上产生交流, 以增强用户的认同感。情感化设计是增强用户体验的一种思路, 可使人感受到人文关怀。在进行产品情感化设计时, 用户使用时的情景和情绪是不能忽视的因素, 其决定着设计质量。比如, 将产品中一些冰冷的文字叙述页面设计成充满人情味的感性页面, 可使人们感受到一种关怀。

参考文献

- [1] 唐纳德·诺曼. 设计心理学 3: 情感设计 [M]. 王鸿祥, 译. 北京: 中信出版社, 2012.
- [2] 原研哉. 设计中的设计 [M]. 朱锷翻, 译. 济南: 山东人民出版社, 2006.

〔编辑: 张思楠〕

Emotional Design of Product in the Internet

Meng Suwen

Abstract: With the rapid development of digital technology, network becomes more and more important in people's life. But the flat style popular the Internet become cold, dull, it will ignore the artistic and humanistic feelings, emotional problems and the design is more and more outstanding. The design of modern popular on the Internet, "emotional" design products as people treated the same, which are people's feelings. This paper describes the emotional factors of Internet products.

Key words: emotional design; human computer interaction; psychology; consumer