

设计心理学



◆ 戴俊毅

天天用微信,你懂得它吗?

一款移动软件上手,第一印象是整体架构,在这方面微信采用了一种相对宽而浅的方式。这里的宽度,指的是像“微信”、“通讯录”以及“发现”这样的同一级菜单中选项的数量,而深度,则是指完成各种终端操作,比如更改设置,或者选定一个联系人发送消息需要多少步骤。从耗用户的心智资源的角度来说,这种设计是比较易于使用的。它为用户提供了一种简单明了的心智模型,并且降低了对于记忆的需求。这让用户很容易就能想到,为了实现某个功能应该如何进行操作。同时,对各级菜单从功能角度进行的合理分类,也提高了这种整体架构的易用程度。

说到微信的架构模式,我们就不得不谈谈微信的发展史,从中我们可以了解到微信的架构设计来自于横向研发。很多人都知道微信起初“山寨”了 Kik Messenger,虽然 Kik Messenger 输给了收费制的 WhatsApp,但它毕竟是微信的“开山鼻祖”。现如今,微信在功能上已经远超 WhatsApp,其成功的原因在于“山寨”中不断创新。微信可以发送消息、可以语音聊天,同时还拥有“朋友圈”、“公众号”“摇一摇”等等分支功能,这使它快速成为了人们生活中不可替代的社交软件。

要功能,更要优质的用户体验

易学易用的交互模式是微信设计中的关键环节之一,也是微信的一大优势。例如,选中的一级菜单项会用绿色标注来凸显出来。还有,当某一项目下有新信息时,会用红色圆点来强调,而且在收到实时信息的时候,即刻出现的红色提示会迅速捕获用户的注意力。此外,采用标准化或者意义明确的图标,也让用户能够快速理解各个按钮的功能。例如,界面右上角



微信最初虏获人心的功能是可以“免费”发短信。如今,据称它每月有四亿多的活跃用户。那么微信设计得真的合理么?其界面与功能设计是否符合设计心理学?还是它虽然存在诸多不合理的设计,却因其在社交上的不可替代性,而让用户不得不改变自己的认知习惯来适应这些不合理的设计呢?

的放大镜图标,显然表明这是一个用于搜索的按钮,而加号图标,则很容易让人想到它是用来添加一个对话或者联系人的。而且,在点击这个按钮之后,还会看到扫一扫这一功能也在它的下级菜单里。这时,你会不会欣喜地发现,这真是一个很合理的设置呢?

然而,从另一方面讲,随着微信与城市生活结合得越来越紧密——移动支付系统、电影票订购、查询汽车违章等功能纷纷登陆微信,它的“体型”也越来越庞大。如何将所有功能置于四个一级菜单选项之下,从而使微信显得“有用且易用”,似乎正逐渐成为微信发展过程中的困扰。这直接导致很多新功能对用户的记忆资源产生了过高的要求,甚至让用户感受到“找不到”的困惑。

看朋友圈or回复消息,左右为难

在我看来微信因“社交”而红,但其在不断添加新功能时却并不注重对使用者使用习惯和心理状态的分析。例如,要在朋友圈界面下发言,似乎必须要用到右上角的照相机图标。而且,点击这个图标后,只会出现照片和小视频两个选项。这不是说,如果不配照片或者小视频,就没办法在朋友圈里留言了呢?其实,只需要长按照相机图标,就可以实现只发送文字这一功能。可是,对于普通用户而言,几乎不可能只通过观察朋友圈界面,来发现这种隐秘的操作方式。从设计心理学的角度来说,这就是操作方法的可视性非常差的一个例子。也许,腾讯这么做自有其道理。但是,只想在朋友圈里发文字信息的用户,不知道该怎么办,真的好吗?

除此之外,朋友圈还存在很致命的问题:当微信朋友圈文章看到一半却收到消息时,用户往往会在继续阅读和回复



消息之间纠结。这是因为,在回复微信消息后回到之前的阅读窗口时,有可能无法返回到之前的阅读位置。也就是说,当读者切换回去的时候,还需要费力地找到之前读到了哪里,更别提朋友圈文章额外的载入时间了。尽管微信已经在新版本中看似解决了这一问题,但事实上,如果你聊天时间过长,当你再次点回朋友圈时,朋友圈便会自动更新,这将让你不得不去再次找回曾阅读到一半的文章。这直接导致在使用微信时,用户会处于心理上的左右为难,这并非是一种好的用户体验。

微信的雄图伟略仍然要建立在社会文化之上,因为不同的社会环境会造就不同的产品体验需求。作为一个每天都会发生无数变化的国家,中国社会孕育出的也必定是日益变化的用户需求。这里需要强调的是,微信在逐步迎合市场、改善细节的同时,必须重新审视自己的功能定位,找到产品设计的核心并精心设计好每个环节,这方是微信在浩如烟海的 APP 市场中立于不败之地的核心。

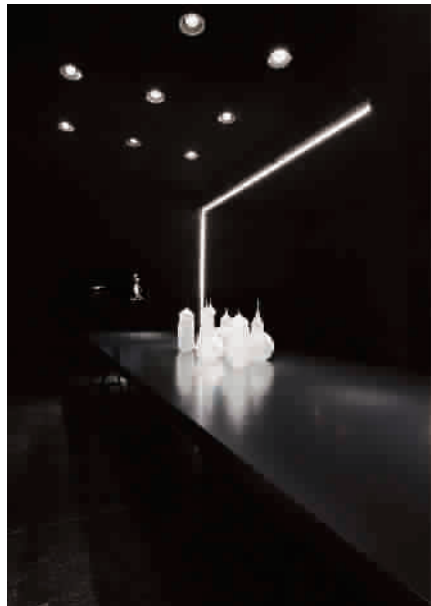
(本文作者系人类因素学硕士,认知心理学博士,德国马克斯·普朗克人类发展研究所博士后研究员。)

为期一年的上海玻璃博物馆年度大展“Keep it Glassy”国际创意玻璃设计展第二季在 4 月 18 日正式开幕,此次展览,继续了上海玻璃博物馆 2013 年 Keep it Glassy 的第一季的辉煌和非凡表现,展览将持续到 2016 年 3 月 31 日。

作为一个专注于玻璃设计的展览项目,Keep it Glassy 搜罗并汇聚国内外最具创新活力和独特价值理念的设计师,涵盖 Nendo 工作室、MVRDV 建筑设计事务所、Dominic Wilcox, Kacper Hamilton, Formafantasma 工作室等世界顶级设计师和设计工作室,来自全世界不同国家的设计师,以自己独特的视角,并表达了他们对于未来的美好期望。整个展览中,四个空间分别以“悦享-美好未来”,“承袭-捕捉回忆”,“存续-尽善尽美”,“革新-重塑明日”命名,呈现四种不同的视角,让参观者穿梭其中,透过玻璃展望未来的世界。

有趣而富有创意的设计作品在四个空间呈现,涵盖了日常生活,公共空间,城市规划以及产品制造等多个领域。例如,对于日常生活投注更多关怀的设计是来自 Ernesto D. Morales 的“放大勺”(Magnifying Spoon),使用者可以通过它来仔细“检查”餐厅食物的卫生状况;Susana Soares 的“蜜蜂探诊器”(Bee's)项目通过一系列玻璃器物,利用蜜蜂精确诊断罹患早期病症的情况。有些设计师采用直白的设计手法,比如 Akiko Oue,她利用废弃的光学玻璃碎片,创造了一系列精美的饰品,给人带来最为愉悦之美。建筑设计事务所 MVRDV 设计的“玻璃农场”(Glass Farm),Nen-

do 设计工作室设计的“吸气吊灯”(Inhale lamp),Roosgaarde 工作室的“彩虹车站”(Rainbow Station),Nepa 的“树之灵魂之灯”(Kura lamp)等奇思妙想的设计作品等待参观者们探究一个玻璃美妙未来世界。



保持一颗玻璃心