

交互设计理论的现象学研究

刘冉

(山东师范大学, 济南 250014)

摘要: **目的** 提出交互设计的现象学定义和交互设计的首要目标, 在此基础上, 结合有关应用分析尝试为交互设计提供一种现象学方法。**方法** 在对交互设计历史分析和用户行为研究基础上, 指出计算机交互技术诞生前后不同媒体的共性, 并运用现象学方法重新定义交互设计, 通过案例分析具体说明现象学方法的运用。**结论** 交互设计的本质不是完成技术上的交互, 而是实现境域和用户行为的设计。

关键词: 交互设计; 现象学; 交互性; 用户行为

中图分类号: TB472 文献标识码: A 文章编号: 1001-3563(2016)16-0069-04

Phenomenology of Interaction Design Theory

LIU Ran

(Shandong Normal University, Jinan 250014, China)

ABSTRACT: It clearly proposes the phenomenology definition and primary goal of interaction design and tries to provide a phenomenological perspective on interaction design with a series of product analysis. It employs the historical analysis and user behavior research to point out that media born before and after computer interface share interactivity from design. It redefines interaction design by using phenomenological method and illustrates how to use the concept in design projects. It clearly puts forward that the primary task of interaction design is the design of user behavior and circumstances, rather than technical interaction.

KEY WORDS: interaction design; phenomenology; interactivity; user behavior

随着计算机和移动交互技术的发展, 对交互设计有关的理论和应用研究不断增多, 多数理论和应用均基于计算机和移动技术的环境假定, 变现了技术推动设计的趋势。独立于交互技术、交互设计的本质和任务是什么? 计算机和移动交互技术诞生前后, 设计的本质是否因技术发生了变化? 对设计本质和任务的再认识能否为交互设计提供更多可能性?

交互设计是支持人们日常工作与生活的交互式数字信息产品或服务的设计^[1]。从当前的研究现状看, 国内外交互设计研究主要着力于交互媒体上有关的设计理论和方法研究, 其共同特点在于将交互

环境作为一个给定环境或既有前提, 忽视了一个基本事实: 对用户而言, 交互环境在技术上与设计上带来的交互是两个不同层面。站在用户的角度看, 仅依赖于增强交互技术, 比如由按键改为触屏、由静态图片换成动态影像、由触控变为手势控制, 并不意味着交互过程整体体验的优化。相反, 过度依赖交互技术容易严重挤占用户注意力, 使可用性和沉浸感都大打折扣, 甚至给用户带来厌恶感, 产生下意识的过滤行为和逃避倾向。当前的交互设计实践虽然已经初步意识到该问题的严重性, 但是仍然缺乏理论上的解释和引导, 因此, 基于现象学方法提出了交互设计的现象学概念。

收稿日期: 2016-04-17

基金项目: 2015年山东师范大学教学改革研究项目; 2013年山东省艺术科学重点课题(2013338)

作者简介: 刘冉(1977—), 女, 山东人, 硕士, 山东师范大学讲师, 主要研究方向为视觉传达设计。

1 现象学综述

现象学是20世纪在西方流行的一种哲学思潮。狭义的现象学指20世纪西方哲学中德国犹太人哲学家胡塞尔创立的哲学流派或重要学派,其学说主要由胡塞尔本人及其早期追随者的哲学理论所构成。现象学不是一套内容固定的学说,而是一种通过直接的认识描述现象的研究方法。现象不是事物对人类理性的作用,而是人类理性本身,因为没有经过人类理性的现象是不存在的。

胡塞尔认为,只有怀疑一切,即悬置一切理论,认知主体才有可能看到正确的事物,这正是现象学运动的著名口号^[2]。为什么要返回事物自身?或者说,为什么要运用现象学方法?胡塞尔的弟子海德格尔给予了回答:人们在意识到一些的时候,往往也忽略了另一些,认识到什么往往取决于所处的场景^[3]。比如在日常生活中,人们只认为椅子与坐的功能相关,但在完成一些特殊任务时,人们可能会发现椅子可以倒置,有承载和运输功能,在特定文化中,椅子还可以为特定对象营造神圣和权威的感觉。

2 交互设计的现象学定义

2.1 交互的现象学定义

《超越人机交互》一书认为,交互设计是把计算机的长处和人的长处相结合,让人做人擅长做的事情,让计算机做计算机真正擅长的事情。

与交互设计这类技术定义不同,现象学定义的交互设计是指运用所有元素(视觉元素、触觉元素、静态元素、动态元素等),通过境域和用户行为设计影响用户信息构建的过程。换言之,就是不排除但也不依赖计算机交互技术的一种设计思维。现从字源学、人类发展历史、交互设计最新发展以及现象学角度分别分析如下。

从字源学分析,交互具有交替、错综和互相之意。交互或互动可理解为人与人或人与物相互作用之后,给人感官或心理上产生某种感受的过程。

交互设计贯穿时空,从人开始有劳动意识和能力的时候,它就存在于人们的一切活动之中^[4]。广义上说,整个人类社会都具有交互性,人类拥有交互的能力,自从有人类以来一直在交互,大部分人类的交流方式,不管是语言还是非语言,都是具有交

互性的。这就存在一个问题,计算机及其后续技术发展带来的交互行为和计算机诞生前存在的交互行为到底有什么区别和关联。关于两者区别和关联的研究对交互设计工作的再认识有何启发。

交互设计之父 Alan Cooper 认为:交互设计师的实质工作就是用图形将行为文档化^[5],可见,交互的本质并不是技术上的交互,用图形影响行为才是交互的本质,因此,相较于一个可以点击的交互式图标,一幅富有情感策动力的静态画面更有与用户互动的可能性。Cooper 建议交互设计师除了在不得已的情况下,尽量不要使用动画,但电影除外。

从 Cooper 对交互的定义出发,运用现象学方法对交互的概念加以怀疑和还原,可以发现:能够参与用户信息构建行为的所有元素(视觉元素、触觉元素、静态元素、动态元素等)都是具有交互性的。交互技术并不是交互的本质,交互的本质体现在实现对用户行为的诱发和引导上。海德格尔说:被掩盖的意义才是事物的本质^[3]。就交互设计而言,被交互技术、交互设备所掩盖的境域和行为的设计才是交互设计的本质。

2.2 从用户行为角度论证交互设计现象学定义的合理性

与上述定义相一致,梳理整个设计史,到了20世纪90年代,平面设计从工具到对象都发生了变化,对于用户的互动性也有了越来越高的要求,因此产生了革命性的变化^[6]。可以发现:平面媒体也具有交互性,而且是不依赖计算机交互技术的设计上的交互性。例如格式塔心理学代表人物惠特海默认为人们总是采用直接而统一的方式把事物知觉为统一的整体,而不是一群个别的感受,这称作知觉的整体性或完形^[7],因此人们会下意识地将一些视觉元素进行补全,或者在这种补全心理作用下进行有关操作;相反,大量具有技术交互性的交互媒体元素反而被用户回避、过滤和排斥,成为设计中的冗余元素,例如大量闪动的 Flash 广告被成熟的用户采取回避策略在网页浏览中快速跳过,因此,相较于一个可以点击的交互式图标,一幅富有情感策动力的静态画面更有与用户互动的可能性;相较于一系列充斥屏幕的画面堆叠,一幅不完整的图画截图更容易让用户有点击浏览的兴趣,比如新浪 Qing 图片的出血设计;相较于过度频繁的群内消息,通过视觉元素重组使用户产生集体意识或群体压力可能更有群体互动的效果,如 QQ 点亮蜡烛的设计。由此可见,较之单纯依赖于交互技术、占位为主的设计,更突出设计艺术和内容的设计

可以为用户带来更具沉浸感、持久性和亲切感的交互体验, 并更可能促成整个用户群体间的交互行为^[8], 因此, 交互设计的首要目标应是追求现象学意义上的交互, 即在深入挖掘和利用交互技术特性基础上, 最大程度通过设计来影响用户行为。

2.3 交互设计现象学定义的现实意义

从设计实践的角度来看, 不排斥也不依赖计算机交互技术的现象学思维并不容易做到, 这是由于交互设计技术相对经济高效与交互设计创新相对复杂困难之间存在现实矛盾, 具体分析如下。

当前交互设计实践尚存在对设计影响用户行为认知程度不够的问题, 其深层原因在于: 从设计师行为角度分析, 屈从于交互媒体技术特性的视觉元素设计是相对易得和相对经济的, 造成大量视觉元素设计缺乏独特的表现力和自身的独立性; 另外, 从理论与实践结合的角度分析, 对内容为王的交互设计趋势认识不足, 情感化设计、可用性工程等交互设计理论在这方面相对缺乏可操作性的理论要点, 而内容为王的交互设计理论和实践需要跨学科的交叉研究和大胆尝试, 具有复杂性。

交互设计的现象学定义正是根据以上发现的问题解决视角, 以下基于产品分析对该概念的应用加以说明。

3 交互设计现象学定义的应用

3.1 移动产品所体现的交互设计现象学定义

苹果智能手表见图 1, 可穿戴设计受到了界面空间的限制, 很多交互行为在智能手表上都难以实现。通过去除交互界面, 不使用文字输入, 运用表情、语音、远程戳一下, 传心跳等简单动作交流。瞥一眼看时间, 是长久以来人们的习惯动作, 苹果智能手表提起手腕即可唤醒屏幕, 来电话可以用手遮住其屏幕, 将来电转为静音, 这些巧妙的设计都是回到产品本身, 运用最本质最原始的交互方式。

在英语学习的过程中, 许多人会感觉非常枯燥, 特别是对于单词的记忆感到非常困难, 学生卢璞的 Retrieve APP 界面设计见图 2, 回归到英语学习的本身寻找创作灵感, 英语学习的目的是让人们在轻松有趣的查询单词的过程中记忆单词, 在没有语言环境的情况下培养长期的英语学习兴趣。

用无底洞的图形作为该 APP 的核心, 将单词在



图 1 苹果智能手表
Fig.1 Apple watch

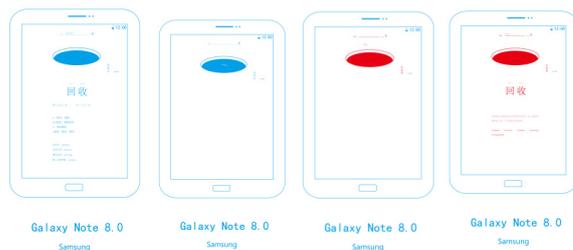


图 2 Retrieve App 界面设计
Fig.2 Retrieve App UI design

搜索栏里输入, 然后按住该单词向下拖, 单词将会自动掉进无底洞, 单词即可进行回收然后显示出翻译后的意思。APP 有两种翻译方式, 分别是蓝色调的英译汉和红色调的汉译英, 侧滑无底洞即可切换翻译方式。学习就像这个洞, 想探求却深不可测。

改变平时枯燥的查询方式, 在查单词过程成产生趣味性和轻松感, 促进正面情绪的产生, 使用户在愉悦的情绪中学习英语, 在搜索过程中产生互动, 使枯燥无趣的查单词过程变得新奇有趣。

学生王梦慈设计的 H5 个人推送设计见图 3, 无论视觉形式如何变化, 强调的仍然是内容, 将温情的文案配合折纸图像和简单的动画, 蝌蚪到青蛙的蜕变讲述成长, 成长是乐章, 是色彩的变幻, 是缓缓溪流, 是无尽的阶梯。清新自然的故事, 用小时候简单的折纸唤醒大家共同的情感记忆, 渲染出亲切的怀旧氛围, 对内容的传播形成极大的推动。人生就是一场蜕变, 是一段充满冒险与考验的旅程, 把压力和束缚扔掉, 笑对生活出童趣, 代入感极强的情感故事是分享的动力。

3.2 产品设计所体现的交互设计现象学定义

苹果 iMac G4 见图 4, 苹果设计师 Ivy 曾蹲在其设计的 iMac G4 旁, 演示该电脑的使用情况。蹲下的 Ivy 大约只有小学生的平均高度, 由于 G4 可调节的器臂, 使得 Ivy 在蹲下时的操作也少有不舒适感, 不仅如此, 那调低的显示屏反而像是在和 Ivy 窃窃私语。通用



图3 H5个人推送设计
Fig.3 Personal push design

设计的基本原则就是使用的灵活性,设计要能适应大量个体不同喜好和能力那么精妙的比例和可人的曲线选择是非常有心的设计考量,这使得G4仅仅在造型上就成为了使用者的一个对话伙伴。或者说,iMac与使用者面面相觑才是设计的亮点所在,即Ivy设计的是iMac与使用者的一种对话场景。由此可见,在现象学意义上,交互设备的造型设计提供了更为情感化的交互性,无论G4的用户界面是否开启,从使用者角度和观察者角度,当使用者面对G4的显示屏时,对话的境域已由巧妙的造型设计完成了界定。

蒲公英灯见图5,这是浙大学生在2009年的红点获奖作品,这款唯美的蒲公英灯让人们想起了小时候吹蒲公英的美妙场景,自然地吸引使用者产生吹这个交互动作,灯也会随着呼出的气息亮起或熄灭。将使用行为的记忆符号引入设计,有助于产品和人动态的交互,甚至促成对产品功能和使用方法的暗示,即无意识设计^[10]。从现象学分析,蒲公英灯的造型设计本身不仅暗示了一种吹的行为,成为连接用户和设备感应功能的先导,而且提供了一个回归自然的境域,对目标用户有着照明和精神放松的双重功能。



图4 苹果 iMac G4
Fig.4 Apple iMac G4



图5 蒲公英灯
Fig.5 Dandelion lamp

4 结语

综上所述,通过苹果智能手表对使用手表行为的回归、蒲公英灯对自然境域的回归等举例,得出的结论是:运用现象学方法有助于回归交互设计的本质,即被交互技术、交互设备所掩盖的境域和行为的设计。交互设计的发展趋势是多角度、全方位的扩展,由视觉化向注重情感化和实现用户沉浸的方向发展,这些都离不开从现象学分析角度重新认识交互设计,并运用交互设计的现象学分析指导交互设计实践。

参考文献:

- [1] 库珀. 交互设计之路[M]. 北京: 电子工业出版社, 2006. COOPER. The Inmates are Running the Asylum: Why High Tech Products Drive us Crazy and How to Restore the Sanity[M]. Beijing: Electronic Industry Publishing House, 2006.
- [2] 莱斯特. 现象学入门: 反思性分析[M]. 北京: 北京大学出版社, 2007. LESTER. Reflective Analysis: a First Introduction into Phenomenological Investigation[M]. Beijing: Peking University Press, 2007.
- [3] 马丁. 存在与时间[M]. 北京: 三联书店, 2006. MARTIN. Sein und Zeit[M]. Beijing: SDX Joint Publishing Company, 2006.
- [4] 李四达. 交互设计概论[M]. 北京: 清华大学出版社, 2009. LI Si-da. Overview of Interaction Design[M]. Beijing: Tsinghua University Press, 2009.
- [5] 库珀. 交互设计精髓[M]. 北京: 电子工业出版社, 2008. COOPER. The Essentials of Interaction Design[M]. Beijing: Publishing House of Electronics Industry, 2008.
- [6] 王受之. 世界现代设计史[M]. 北京: 中国青年出版社, 2002. WANG Shou-zhi. The History of Modern Design[M]. Beijing: The China Youth Press, 2002.
- [7] 王鹏, 潘光花, 高峰强. 经验的完形格式塔心理学[M]. 青岛: 山东教育出版社, 2009. WANG Peng, PAN Guang-hua, GAO Feng-qiang. Experience of Gestalt Psychology[M]. Qingdao: Shandong Education Press, 2009.
- [8] 张行舟. 重提内容为王宽带网络下网络媒体内容建设的思考[J]. 中国电子与网络, 2003(3): 15-17. ZHANG Xing-zhou. References to Content is King Broadband Network under the Thinking of the Construction of the Media Content[J]. China's Electronic and Internet Publishing, 2003(3): 15-17.
- [9] 张子杰, 卢章平. 通用工业产品设计析辨与以人为本的设计观[J]. 包装工程, 2010, 31(8): 61-63. ZHANG Zi-jie, LU Zhang-ping. General Industrial Product Design Analysis and People-oriented Design Concept[J]. Packaging Engineering, 2010, 31(8): 61-63.
- [10] 周杨, 张宇红. 情感化设计中的记忆符号分析研究[J]. 包装工程, 2014, 35(2): 70-74. ZHOU Yang, ZHANG Yu-hong. Analysis of Evocative Symbol in Emotional Design[J]. Packaging Engineering, 2014(2): 70-74.