第 3 章

行为、情感与细节设计

设计师和他的作品在行业中一直处于高度绑定的状态，也就是说，即使用户对某个产品背后的设计团队并不了解，但透过作品，也能大概清楚他们的思考方向，甚至团队的性格。正如多年前由 One minute MBA 发布的一则关于苹果设计原则中最后一条所表述的一样：“产品人员要意识到产品是他们自身的一个延伸。”这句话的言外之意就是产品人员与产品本身有着密切的关系，产品人员设计的产品会在各种细节中透露着其自身的思考角度与深度。

在前文中，我们已经探讨了行为、情感和细节维度在设计中的由来和重要性，也阐述了好的设计就需要符合这 3 个维度的考量要求。无论是什么产品，如果其功能表达得不够清晰，无法让用户自然地理解，而且不断地为这些有缺损的设计增加可能会阻断用户当下动作的“新手引导”，那么这个产品显然是缺乏了对行为维度的考虑，使用起来费时、费力的产品，用户自然容易感到懊恼。在情感维度方面，如果设计没能真正做到贴近用户和他们的实际使用场景，产品的逻辑再精确无误，往往也很难使用户产生共鸣，喜不喜欢或许只来自用户一瞬间的感受，但其中可以挖掘出众多的设计因素。若设计中缺乏对细节的考究，那么以上两个维度往往都无法达到一个更好的效果，在一定场景下这种细节的缺失甚至会造成严重的负面后果。

通过这 3 个维度，我们能相对清晰地判断一个设计作品的完善程度。但在实际工作中，能让设计相对符合这 3 个维度的要求，并且让这三者和谐共存并非一件易事。对设计师来说，这是一个无法避免的挑战。在接下来的内容中，我们将详细探讨 3 个维度的概念与它们在体验设计中的运用。对于使用产品的用户而言，从这 3 个维度单独来看，每个维度都是决定实际体验的重要因素；而对产品的设计师来说，这 3 个维度中的每个维度又都有着不同的侧重点和不同的设计挑战。

电子工业出版社版权所有
盗版必究

3.1 行为维度设计

微信内对各种功能的设计把控是行为维度设计中的一个很好的案例。我们经常会去研究微信为什么可以把产品设计得这么好用，让我们使用起来非常轻松，就连对手机软件不是特别精通的老年人也可以轻松上手。如果我们仔细分析它的每一处细节，就会发现它在很多地方都遵循了行为维度的设计准则。

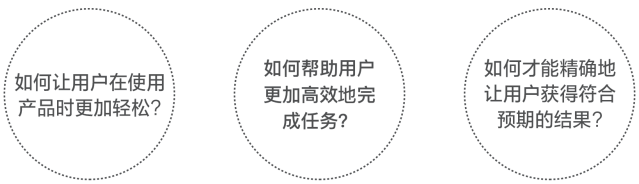
当然，微信的设计是否可以被称为是好的设计，在这一点上，每个人的看法可能会受到他对微信的使用定义的影响。微信到底是什么呢？对于大部分人来说，它是一个通信工具；对于某些人来说它可能是人脉的聚集地；对于父母来说，它或许只是了解孩子近况的工具；或许还会有人认为它就是一个支付工具；当然也会有人认为它是获取信息的平台。

微信可以形成优秀的体验并不只是由其设计决定的。那么在这里为什么要列举这个产品呢？因为微信的产品理念和设计师的思考方向有很多相似之处，张小龙在近几年的微信公开课中曾多次提到几点原则：要让用户更加轻松，也要让微信更加高效地帮助用户完成任务，不去刻意地迎合用户来创造所谓的惊喜。这些思考方向都是行为维度设计的重要标准。微信之所以轻松、好用，正是因为其背后团队坚持了这些原则，或许这些原则不是决定它成功的关键，但不可否认的是，这些原则确实成为当前软件市场上的一缕清流。

行为维度主要关注用户使用过程中的感受，优秀的行为维度设计总是能让用户以更轻松的思考方式，更加高效地完成自己需要完成的任务，达到设想的预期。该维度是设计师目前的核心关注维度，也是设计师目前主要面对的问题。如何让用户在使用产品时更加轻松？如何帮助用户更加高效地完成任务？如何才能精确地让用户获得符合预期的结果？这也是本章要探讨的内容。

电子工业出版社版权所有
盗版必究

行为维度设计面对的3个问题



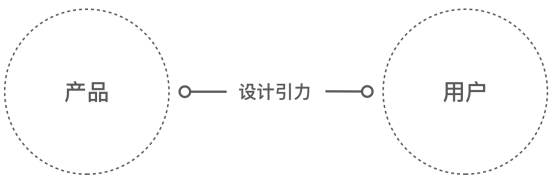
3.1.1　更轻松的思考方式

移动互联网产品的爆发本是一种非自然的生长，信息的增长速度与人们头脑中可承载的信息量越来越不和谐，人们被迫去处理超过自身所能承载的信息量，这也就转化成了越来越大的压力。在设计中，这种压力也时常有所体现，很多设计师竭尽全力地让用户“上瘾”，尽可能地期望增加用户在产品内的停留时长，进而达到短期的数据提升。但是有些停留时长的增加或许正是产品功能复杂、使用成本过高的原因，而这一点并没有被设计师关注到。

曾有设计师向我展示了其最近完成的界面重构的项目，骄傲地阐述道：通过界面的整体改版，近一个月内用户停留时长增加了 20% 以上。而当聊到该数据增长的原因时，这位设计师却无法回答。这是一个很有意思的问题，设计师没有再回头关注数据增长的原因，因为这是一个看似非常正向的结果，只有结果不好时，我们才会去关注产生问题的原因。如果结果看似是正向的，我们就会沉迷于“成功的喜悦”，可停留时长的增加真的就是一件好事吗？当界面进行了一次比较大的重构后，是否会存在用户找不到需要的内容而增加了他寻找时长的情况呢？

很多产品过度在乎停留时长的指标，以至于会让人认为这就是一个绝对的正向结果。设计师会想出很多达成该目标的手段，在产品内不断增加新的内容，加不断增加新功能，不断营造新氛围或把画面做得更有冲击力，以此来吸引用户。这种非自然的至列虽然创造了更加丰富的使用场景，但无形中也给用户带来了更大的使用压力，让人感到不舒适。

在产品设计中，维系产品与用户之间和谐关系的是设计引力。当产品失去设计引力时，关系也就不存在了，但当产品刻意地去增加设计引力时，就会给用户带来压力，用户在使用产品时就不会感到轻松，过度地通过设计来吸引用户眼球就是引力过大的结果。在现实中，只有把产品与用户之间的这种设计引力控制在一个合理的范围内，才能给用户带来一个轻松、自然的使用体验。心理学中有一个名词可以解释产品与用户之间的这种最自然的互动——affordance。



电子工业出版社版权所有
盗版必究

1. Affordance——让设计更符合直觉

Affordance 的中文被翻译成“可供性”，它是一个生造词，由美国心理学家詹姆斯·杰罗姆·吉布森（James Jerome Gibson）于 1977 年最早提出，吉布森认为人知觉到的内容是事物提供的行为可能，而事物提供的这种行为可能就被称为 affordance。简单来说，它是指环境给人 / 动物的行为提供的一种可能性，是环境与人 / 动物之间的一种连接。

举个例子，我们的祖先最早学会了用树枝来做武器，可树枝并未标明自己可以用来做武器，而且树枝也并非为人类做武器而生，但它的粗细、硬度、锋利度等物理属性对人类的狩猎、防御等行为产生了引力，所以自然而然地就形成了这种互动。这种互动是最符合直觉的，人们总能依赖当下的情景在环境中提取对应的 affordance，即便对同一个物体，也能提取其不同的 affordance，树枝可以用来做武器，也可以用来烧火，还可以用来探索河水的深度。

电子工业出版社版权所有
盗版必究

用来做武器　　用来烧火　　用来探索河水的深度

吉布森认为不同的 affordance 没有主次之分，也不会受人们的经验影响。比如，楼梯连接了两层建筑，方便人们上下楼，这是我们的认知结果，但楼梯同样可以让人们坐下进行休息。前者是经验的产物，而后者就是人们根据当下情景自然而然提取到的 affordance。

我们在生活中的任何行动和创新都是去发现环境中的这种可能性。在产品

设计中，设计师应该尽可能地观察到用户行为的可能性，并允许用户根据自身当下的行为对产品提取不同的 affordance ，只要这个行为不是具有破坏性的。在互联网产品中，我们都知道按钮是用来点击的，可以跳转或激活某个功能。但按钮的高亮与禁用状态同样具有提示当前界面情况的作用，当按钮处于禁用状态时，我们就会去检查当前界面的信息是否填写完整或是否存在错误。如果设计师只关注到按钮的点击作用，在设计时就会因忽略了它的附加属性而出现问题。

很多时候，作为产品的设计师，我们期望用户能够按照我们的思路去使用产品，我们会把想要突出的内容做得非常明显，用设计师的思路来刺激用户的行为，只要用户按照我们的思路去做了，就会得到一个很好的结果。殊不知，在这一层面上，设计师就已经犯了先入为主的错误。

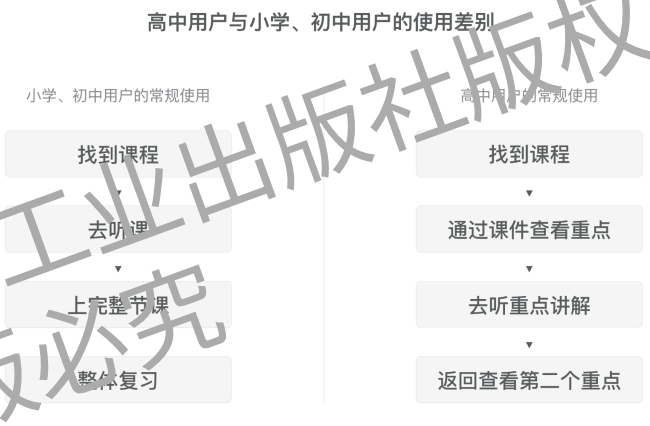
举个例子，我们在对一款互联网教育类产品进行课程管理体系改版时犯了一个错误，收到了很多的用户差评。这个改版的项目耗时很久，产品经理与设计师都花费了很多时间去琢磨方案。在方案中，我们把旧版课程管理中的展示课件图像的功能入口弱化到右上角的“…”中。原因在于“课件展示功能”在当时看来是明显的设计问题，它在用户上课前并不会出现，在课程结束后才会出现，但上完一次课的用户其实很少再去回顾复习，这也是合情合理的。如此看来，该功能就没有必要存在于一个比较明显的位置，并占用较大的空间了。

旧版课件入口　　课件详情　　改版后入口弱化到“ … ”中

注：现实中的项目还包括其他一系列的改版内容。但为便于理解，该优化内容我做了一定的简化，以方便大家更聚焦该单个功能的表现。

电子工业出版社版权所有
盗版必究

但现实并非像我们想的那样，对于正在读高中的用户群体来说，他们并没有时间去上直播课程，也没有时间在听完一节近两个小时的课程后再进行回顾，他们很少会按照设计师的引导去点击“去听课”按钮。而课件展示恰好可以给用户提供查找重点内容的功能，然后他们可以根据自己的需要进行选择性的听课。该功能弱化后让他们在使用产品时感到不便，进而引起不满。这样的结果与设计初衷是完全不符的，课件用于回顾时快速查看，而并非用于检索重点内容，但部分用户结合自身需求，自然而然地发现了符合自己的用途，提取了该功能的额外 affordance。如果从这一层面来看，查看课件的功能就不应只关注到它本身的用途，还需考虑到用于检索使用的方便程度。设计师只有尽可能地考虑到功能在用户视角中的多种实际用途，才能让设计价值最大化，这就是 affordance 在设计中的作用。



电子工业出版社版权所有
盗版必究

以上是框架层面的案例，下面让我们再来看一个更详细的案例。

微信发布朋友圈时（见下图），图中方案 1 的“发表”按钮用了相对较小的按钮，且被放在了右上角，而不是像图中方案 2 那样在界面中用一个比较大的按钮。这是为什么呢？是随意而为，还是为了达成某种目的呢？

从 affordance 的角度解读，放在界面中的大按钮，必然会比放在右上角的小按钮更方便点击。发表内容并不是一件随意的事情，更容易点击的按钮虽然在这一步看起来非常方便，但更容易增加发错内容的概率，这时再去删除内容重新发表则是更麻烦的一件事情。而适当增加点击“发表”按钮的难度，则有避免发错内容的作用。这是运用 affordance 的特性去反向思考的典型案例。

在设计中，设计师应关注用户的实际行为，根据用户的实际行为而做的设计，才是最自然的设计，才能为用户带来最轻松的体验。不过虽说轻松的设计应该允许用户提取不同的 affordance ，但这也并不意味着同一个功能的用法越多就越好，按钮一定是用于点击的，并不会因为附带了多个功能就变成了更好的设计，affordance 的多少也并非衡量设计好坏的标准。而设计的属性（包括它的功能、形状、颜色等）与用户的实际行为之间形成适当的引力，触发用户自然而然的动作，才是设计师在设计的过程中应该关注的重点。

吉布森并非设计师，他所提出的 affordance 也并非为解决设计问题而生，但 affordance 的概念对设计来说非常适用。网络上有很多关于 affordance 的解读，每种解读彼此之间都存在着一定的差异。事实上，吉布森在提出视知觉论后没多久就去世了，大家再去解读这个理论时就只能借助相关图书及其他资料了，所以经过不同的人的认识加工，其本身的含义或许已经有所变形，包括本文的解释也可能与 affordance 原本的含义有所偏差，但这丝毫不影响它对设计的作用，所有人都从这个概念中提取了符合自身职业的用途，从这一点来看，也正符合了 affordance 不分主次的这个概念。

2. 什么是简约，如何做到简约

产品设计的简约性一直是用户的通用诉求，也是打造轻松体验的关键部分。

电子工业出版社版权所有
盗版必究

在一定程度上，越是简约的设计就越让人容易理解、便于记忆、感到轻松，这是一个无须再次验证的事实。尤其是在信息增速失衡的互联网环境中，简约的设计变得尤为重要。

但有些时候，我们对简约的理解仍然存在一定的误区。说到简约，我们往往还是最先联想到形式上的风格体现，而这样的视觉风格又经常会被误解成迎合用户品味或彰显个性的手法，认为简约设计是为了让产品显得更加高级、更清新脱俗、更适应年轻人的品味。不可否认，我们生活中的设计产物确实会给设计师或用户带来这样的感觉，那些受年轻人喜爱的产品往往都很简约，如宜家家居的设计、无印良品的设计和苹果手机的设计，这就造成无论是设计师还是用户往往都会把简约与品味的心理追求联系在一块。但若是这样理解，简约在设计中也就成了追求人们偏好的东西，我们刻意去套用简约的风格来迎合目标用户的品味偏好，这样就会使一些简约设计让用户在使用上“很不简约”，这也就脱离了简约的初衷。

简约不只体现在形式风格上，也不是为了迎合某类用户的品味。大家之所以喜爱简约的设计，是因为轻松地使用产品是用户的基本诉求。事实上，产品功能越复杂，就越需要简约的设计来平衡；周围环境越复杂，人们就越喜欢简单的事物。在当前信息超载的时代，简约的设计可以在一定程度上减少用户视觉与思考上的压力，进而起到调节产品与用户之间引力的作用。

多数设计师很清楚简约在设计中的重要性，也期望能产出简约的设计，但在现实工作中，仍然会把产品设计得复杂、难用。

首先，设计师会期望通过一些技法来彰显设计的专业性，以此来提高专业的壁垒，也会刻意地在设计中表现一些专业技法，如为一个元素增加炫酷的动效，或者把界面中的每个元素都刻画得饱满有力，试图通过这些技法来刺激用户，让用户觉得这样的设计看上去是多么的专业、优秀。这样的设计虽然可以给用户带来强烈的视觉冲击，但也变相地把一些本不该属于用户的信息强加给了他们，令其整体使用感受变得复杂。实际上，在设计的表现上，不去刻意地利用设计技法来刺激用户，才是简约的设计。

其次，在进行设计时，设计师会对某处设计的表现情况充满疑虑，会担心一些描述表达得不清晰，用户不理解，或者担心用户不喜欢等。当设计内部对

电子工业出版社版权所有 盗版必究

此存在不确定看法的时候，产品功能就开始变得越来越复杂了。设计师要么开始不断地为本来简单的功能增加更多的解释或限制，要么直接发布两个版本的方案让用户自己选择。这些多余的信息由于设计内部的不确定性而全部抛给用户，也让本来简单的功能变得越来越臃肿、复杂。而在设计的过程中，让每一个功能更加确定，才是简约的设计。

最后，简约还意味着规律性。我一直认为设计的职责就是把没有规律的元素变得更有规律，把复杂的规律梳理成更简约的规律后展示给用户。有规律的东西总会表现得更简约，而没有规律的东西，即便只展示了很少的信息，也会显得复杂、令人疑惑。

造成设计复杂的3个因素

以上 3 个因素是造成产品复杂、难用的关键因素，也是让设计简约面临的不可避免的挑战。从另一个角度来看，这些设计也都是设计师试图（或无意地）去强行刺激用户所造成的，无论最后的结果如何，其都失去了简约的本质，因此用户在使用产品的过程中也就不会感到轻松。Affordance 所定义的是环境提供给人 / 动物的价值，而发现其价值应该是由人 / 动物的实际行为所决定的，如果把这一点运用于设计上，那就是设计不应该去强制规定用户的实际行为，而更应该去捕捉其自然的行为，由此而进行的设计才是更合理的，也是最简约的。

电子工业出版社版权所有
盗版必究

3.1.2　更高效的操作

在生活与工作中，我们每天都在使用很多的工具，如我们可以随时用手机记录想法、拍照或与他人快速沟通。如今我们每天所完成的任务量比几十年前要大得多，但其实每个人的能力在本质上与多年之前并没有太大的差别，之所以效率提升了，正是我们所使用的工具变得越来越高效。而我们当前所使用的绝大部分的互联网产品从本质上来说也算得上是某种工具了。

轻松的体验可以让用户在使用产品时感觉更加自然、舒适，而衡量一款产