

用户心理学在Z世代智能化设计中的应用

董晓奥

(中国美术学院创新设计学院 艺术与科技 浙江 杭州 311100)

[摘要]当各领域均将目光更多的聚焦到00后身上,Z世代已成为设计师的重要“用户”。而在智能化发展迅速的今天,怎样针对这一特点鲜明的群体做好智能化设计,是设计师面临的新课题。本文从用户心理学应用的角度,承接以人为本的设计原则,分析Z世代的特点,从设计实践中多角度进行研究有针对性的智能化设计,旨在为设计适应时代变化、更好服务社会进步探索更有效的途径。

[关键词]用户心理学;用户体验;Z世代;智能化;创新设计

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.09.948

一、简述用户心理学

“我个人觉得交互从业者应该是心理学专业学生,而不是设计。”——袁小伟

诺曼博士始终强调以人为本的设计哲学,将认知心理学和行为学等多学科方法导入到设计中^[1]。

用户体验是设计过程中必须考虑的问题,产品不光要在功能上满足用户的需求,更要在心理上符合用户的需求^[2]。良好的用户体验,应该考虑用户的综合感受,不仅仅是表面功能上的适用性,更不应该是设计师想当然的创新功能,而应该是包括用户情感、喜好、心理舒适度等更多的因素。尤其是智能化设备,并不是功能越复杂、噱头越多越好,而是要恰当的满足人的需求。

用户心理学并没有单独的、明确的定义,简单理解,就是研究用户的心理,将心理学应用到设计程序中,从而达到既满足设计目的,又能实现很好的用户体验的效果。用户心理学应用可以更好地研究目标用户,而用户体验,又能更好地验证这种设计的真实效果,反过来给用户心理研究提供帮助,二者紧密结合,相辅相成,用户心理学研究将是未来设计的更重要的内容。

北京师范大学率先在国内建立了以心理学为依托的用户体验硕士课程,对人需求的研究已

成为产品和服务功能定位的基础,为用户体验课程体系建设提供坚实的心理理论基础^[2]。

二、智能化设计的发展

智能化是指事物在计算机网络、大数据、物联网和人工智能等技术的支持下,所具有的能满足人的各种需求的属性。21世纪,智能化在全球发展迅速,5G、物联网、云计算、AI等等技术的发展,为人类提供了以前无法想象的发展空间,智能化给人类的生活,带来了颠覆性的改变。智能化的发展,也给设计师的创新设计,提供了更多的工具,带来更多的设计空间。近年来,智能化设计的发展速度令人目不暇接,数字创新的传达设计、UI设计、终端设计,交互设计……,北京冬奥会,正是艺术与科技结合,智能化设计的完美体现。

智能化设计离不开对人的分析,面对智能技术,就算是AI,要和人互动,首先也是和人的态度互动,否则将被视为一个没有人情味的“人工智障”,会与设计的初衷,背道而驰。

三、Z世代的特点

我们通常把1995年-2005年出生的人群称为“Z世代”,“Z世代”伴随着互联网成长,有着先天的网络烙印。他们又是在我国经济迅猛发展中长大的一代,生活条件优越,从而在见识、认知等方面与父辈有很大的不同,甚至比年龄差距仅10岁左右的85后,也有着非常大的差别,这一代,有着他们鲜明

的特点。

(一)对世界的认识多元化

“Z世代”成长于一个快速变化的环境,无论经济、社会、科学的发展都日新月异,尤其是互联网的极速发展,使得信息的获取渠道畅通多样,他们从小就学会不断的接受新事物,某种程度上成就这一群体热爱学习、会学习的特点,尤其是社交性学习,是他们愿意并喜欢的方式。丰富的学习资源,开阔的眼界,也使得他们对世界的认识多元化,对事物不再是单一的看法,思维更加活跃,不会人云亦云,喜欢尝试新鲜事物,参与意愿强,对看似另类的东西,包容度高。

(二)对网络依赖度高

Z世代是伴随着电子产品快速更新换代长大的一代,网络、电脑、平板、手机,他们一刻也离不开网络,是实实在在的“手机控”,与鸿雁传书的年代相比,这一代,几乎时刻“在线”。这使得他们的心理建设,完全不同于生活在无网络时代的人们。他们对电子化的产品要求更高,网络消费已是常态,对无纸化接受度更高,任何事情,能在线解决,一定不会线下解决。他们也是伴着网络游戏长大的一代,可以说,他们是在现实与虚拟世界共存的环境中成长的一代,虚拟世界,对他们有着不可估量的影响。

(三)“内卷”压力大

“Z世代”青年呈现出与之前世代不同的特点与文化特色,同时也面临着与之前群体不同的社会压力^[3]。无论升学、就业,“内卷”几乎成为现今年轻人要面临的巨大考验。快节奏的生活,周围优秀人才的不断涌现,常常使他们疲惫不堪。第一财经周刊《2018年中国Z世代理想生活报告》^[4]中,70.25%的受访95后认为“知识不足以应付工作所需”是面临的最大现实阻碍,61.2%的人想要提升自己却又“缺乏努力和决心”。巨大压力下产生的心理问题,敏感、脆弱、缺乏安全感、满足感等等,也在这代人身上更多的体现。

(四)追求生活品质

经济的不断增长和技术的不断进步,使得这一代人生活在富裕的环境里,有足够的理由,去追求高品质的生活。他们不再只为了生计奔波,而是更多的关注自己的追求,有更广泛的爱好与兴趣点,更希望为自己真诚的生活,对健康关注度高,品牌化、网红化。纵观“Z世代”年轻人的消费心理,由质量因素主导,对时尚单品的质量较为敏感,注重实用性和货比三家,并不倾向于浮躁冲动奢侈的消费理念,他们有自己的价格角度、个人喜好的设计感、当下的流行趋势、忠于的品牌和习惯使用的商品,这些说明“Z世代”年轻人的消费观念日趋成熟,明确而富有自己的想法,向往新的消费模式^[5]。

四、用户心理学在Z世代智能设计中的应用探索

（一）“多元化认知”设计理念应用

Z世代学习能力强，希望通过新的方式接受信息、传播信息，依托新技术的创新方式、多元化的设计方式的更吸引他们。同时，品牌忠实度强，对颜值追求高，个性彰显。对世界的认知是多元化的，有自己的观点，善于批判性的看待事物。基于Z世代的设计，应更多的应用新的技术，多元化进行设计，产品迭代更新速度要更快，能够给予他们多方位、多感官体验，从而满足他们的心理需求。如AR、VR、全息影像等技术，达到超越现实的感官体验，基于此的各种设计产品，都是Z世代热衷的。而小红书、抖音等社交平台，实用的APP设计，也都是Z世代欢迎的。相比于纸质冗长的说明书等传统设计方式，他们更容易接受扫一扫二维码，通过音频、动画演示等方式体现的使用说明。“交互”元素的应用，更多的参与感，也是针对Z世代设计的重点。

〈今天吃什么？〉课题小组从人工智能对人的影响着手，从情绪出发，尝试打造一种未来人工智能食堂，创造全新的用餐体验。菜品是由情绪塑造的高度艺术化的产物，进入食堂的那一刻，你的情绪就会被捕捉，人们可以通过进食人工智能所制作的具象化的人类情感产物来抚慰负面的情感。人工智能能正确识别人的情绪吗？我们能从中获得满足吗？智能食堂会对我们的生活产生什么影响？都是Z世代感兴趣的话题。



（中国美术学院 创新设计学院PLAYSHOP 国际联合设计教学课程小组作品）

（二）“懒系”设计理念的应用

Z世代渴望自由和高品质的生活，崇尚所谓的“懒系生活”。他们生活在科技发达的现代社会，不同于其他世代的“努力原则”，在某些方面，Z世代更崇尚“懒”。懒，对于他们并不是偷懒，而是适应高节奏、快生活的一种追求高效的、合理配置的生活方式。衣食住行，能懒皆懒。基于此种心理特点，能够解放他们双手、节约他们时间的设计产品，最受他们欢迎。市场上，各个领域、各大品牌，都在此上下功夫，从衣食住行到生产、研究等各个领域。智能家居，全自动炒菜机、洗碗机，无人驾驶汽车等等，“懒系”设计的迭代更新，速度惊人。

“懒人食代”——集成式自动烹饪饭盒。做饭，对于“懒系”Z世代，是一件非常奢侈的事情，但是他们也注重卫生与健康，并不是人们心中的“外卖”的一代，便捷的解决午饭问题，是他们的困惑之一。尤其是小型的高科技企业、刚创业的年轻人，没有建设食堂的条件，写字楼等周边的餐饮既保证了卫生，也保证了饮食的新鲜感，集成式加热饭盒，是设计小组从Z世代的这一需求出发，基于最大限度解放他们的双手

原则，设计了一种可以在早晨装上食材，无需烹饪，上午在单位集中自动烹饪、加热，中午便完成可口营养的午饭，既方便，又健康的智能设备，也解决了每个员工单独带饭盒，每人自动加热，影响办公室环境的问题，也可以是公司对员工的福利，非常符合Z世代的心理需求。



（中国美术学院创新设计学院与松下联合工坊 小组作品）

（三）缓释压力设计理念的应用

Z世代是互联网的一代，开放、自信的外表下，也承担巨大的压力，经常存在线上社交牛人、线下社恐的情况，爆炸的信息与阅历年轻的矛盾，线上的热闹同线下孤独的对比，甚至在快节奏的“内卷”压力下，产生很多心理问题。对于Z世代的设计，更应从研究应用心理学角度出发，设计出缓解他们的压力与焦虑，帮助他们解决心理问题的产品。

交互装置解压实验《呼吸》。本人曾研究运用Processing与Arduino等智能软件，将智能交互设备同情感化设计理念和呼吸解压法融合，使人们在轻松、自然地状态下主动应用解压装置，随时随地释放压力。用户对树冠吹气以触发装置播放音乐在一定程度上引导用户运用呼吸减压法，通过深呼吸以缓解压力。运用Processing编程绘制一个在持续运动中不断丰富画面，通过读取吹气压力大小改变绘制的速率，压力大则速率快，反之则速率慢，以营造画面与呼吸的互动感，增加丰富度与趣味性的同时让体验者对自己的呼吸有直观的感受，吸引体验者沉浸其中，在呼吸与娱乐中自然而然的感受压力的释放。

五、总结

在当今这个智能的时代，社会的快速发展与技术的空前进步，提供给设计师丰富多样的创新设计工具，智能化设计有巨大的发展空间。如何针对Z世代的成长特性和心理特点，做出更符合他们需求的智能化设计方案和产品，越来越得到设计师的重视。本文通过设计实践的探索，研究用户心理学的恰当运用，以更好地了解Z世代，有效提升他们的用户体验。智能化设计应更好地发挥作用，让设计顺应时代的发展，更好地服务人们的生活，服务社会。

参考文献

- [1]唐纳德·A·诺曼.设计心理学(1)-日常的设计[M].北京:中信出版集团
- [2]刘伟,辛欣,孙舒平,刘春荣.基于心理学的用户体验专业硕士课程体系建设[J].教学研究,2021(04),71-79
- [3]王水雄.“Z世代”青年群体观察[A].人民论坛.2021(25),24-27
- [4]施歌,王一越.2018年中国Z世代理想生活报告[J].第一财经周刊2018(11),47-53
- [5]邓茗琦.基于设计心理学研究方法浅析“Z世代”的时尚消费理念[J].西部皮革.2021(09),60-61+66