

基于心流理论下传统文化类APP设计策略研究

崔语航¹, 夏佳^{1*}

(1.大连工业大学艺术设计学院, 辽宁省大连市, 116034; *通讯作者, 1023893477@qq.com)

摘要: 本文旨在探究可以提升传统文化类数字化APP用户体验的交互设计方法。通过将心流理论引入到传统文化类数字化APP的设计中, 通过心流体验的三阶段特征分析, 为用户提供的明确清晰的目标, 技能与挑战相平衡的任务, 即时有价值的反馈, 帮助用户实现沉浸式的文化体验, 提高用户对于传统文化的整体认同感, 从而促进中华传统文化的传承。

关键词: 传统文化; 数字化APP; 心流理论; 用户体验

引言

随着信息技术不断的发展, 人们的生活已经被大幅度的改变, 数字化APP以其高普及率成为了传播文化的新载体, 并且凭借着高效和便捷等特性在传播方面得到广泛的应用 [1]。心流体验则是将个人的注意力完全投入在某种活动上, 以此达到忘我的境界。传统文化作为中华文明不可或缺的组成部分, 近年来发展在一定程度上受到了阻碍。因此本文试图从心流理论出发, 来探究传统文化在数字化APP方面的设计策略, 以此来推动相关类别的文化发展。

1. 心流理论概述

美国积极心理学家Csikszentmihalyi在1975年提出了所谓的心流理论 [2]。心流, 实则是指用户将全部的注意力完全投入在某种活动时候的心理感受, 简而言之就是人在沉浸状态下的一种最优的体验。在人们进行活动中, 到达一定程度即可获得心流, 当心流产生时, 人们会产生高度的充实感和愉悦感。心流体验整体归纳为三大因素和九大特征, 见表1。并且提出了用户获得心流体验的3个条件, 只有这3个条件因素的满足, 才会触发用户心流体验的产生。

表1 心流体验的九个特征

三大因素	条件因素	体验因素	结果因素
九大特征	明确清晰的目标	意识与行动的融合	个体自我意识丧失
	挑战与技能相平衡	完全集中的注意力	短暂时间失真体验
	即时有价值的反馈	潜在的控制感	发自内心的参与感

2. 传统文化类APP调研研究

以该学校学生设计出的一款大连黄酒传统文化APP《流觞曲水》作为调研主体, 目的是想了解用户对于大连黄酒文化的认知情况以及在使用数字化媒介时的感受。通过在线问卷调研平台“问卷星”进行调研, 最终收回有效问卷118份。收回的问卷数据显示对于大连黄酒酿造技艺了解的人较少, 比较了解或非常了解仅占11.87%。问卷中, 对于在体验数字媒介过程中, 通过引导能否了解数字媒介的下一步的操作问题, 依据答卷数据显示, 仅有2.54%的用户未达到中度以上评价。本次问卷增加了关于“心流”的调研选项, 采取心流短量表三个问题, 即在体验过程中, 是否有身临其境的感觉, 是否注意力集中, 是否感觉时间飞逝, 来判断用户是否进入了“心流”体验。统计数据中, 仅有5.94%的用户没有身临其境的感觉, 3.39%没有感觉注意力集中, 5.09%的用户没有感觉时间飞逝, 其他用户都达到了中度以上的评价, 这显然证明用户达到了心流

状态。在问卷的最后，设置了此数字化APP的互动方式是否激发用户进一步了解大连黄酒文化的想法，答卷数据显示97.46%达到了中度以上评价，因此此数字媒介的出现对于传统文化的知识传播起着推动作用[3]。

通过对用户的深度访谈，可以获得如下信息：

(1) 通过酒杯形态将大连黄酒的前世今生贯穿起来，形成一条故事线，使用户通过酒杯的移动了解对于大连黄酒各个板块的知识。

(2) 在黄酒制造的过程阐释中，通过点击、拖拽等交互设计，可以为其增加趣味性，吸引用户继续了解。

(3) 音效婉转悠扬，可以使用户置入情境当中，符合娓娓道来大连黄酒前世今生的主题。

(4) 对于不同类别的用户没有分类，导致对黄酒文化了解不同的用户产生了不同的感受，容易在体验的过程中体验到挫败感。

从访谈的结果中，可以发现此数字媒介有值得我们学习的地方，同时也包含着某些不足。因此，我们下文将从心流体验各个阶段进行分析，进而提出此类数字媒介的设计策略。

3. 基于心流理论下传统文化类APP设计策略

中国传统文化正潜移默化的影响着不同类别的人群，然而传统文化如何以崭新的面貌呈现大众的眼前，是我们新时代设计师需要去思考的问题。将心流理论引入到传统文化类数字媒介的设计中，能够使得用户在体验中获得满足感，从而实现文化再传播。心流体验被分为前因阶段，经验阶段和效果阶段，在设计传统文化类APP时，为了让用户能够快速进入心流状态，就需要在心流的各个阶段都进行有针对性地设计，并最终构建设计策略图[4]。

3.1. 前因阶段

在设计前，需要明确传统文化类数字APP所面向的大众，在设计中，不同等级的用户需求不同，因此对于受众有一个清晰的定位有助于完成任务目标。基于心流理论的前因阶段，明确清晰的目标，挑战与技能相平衡以及即时有价值的反馈是我们在设计时需要注意的。

3.1.1. 明确清晰的目标

第一，清晰的架构流程体系是必不可少的元素之一。它能够引导用户进行对应的操作，减少用户在操作使用上的时间成本，专注于应用本身的目的进行实现。采用层层递进的流程体系将过程规矩化，将大目标分解为若干个子目标，当用户完成子目标就能够获得阶段奖励，从而推进用户完成下一个子目标，从而获得持续的心流体验。

第二，应用界面应进行设计，控制信息的数量以及次序。通过颜色，按钮大小的不同对比，将主要的视觉主题采用差异化凸显出来，使其在短时间内能够被用户所接收，从而更高效的将信息传达给用户，减轻了认知的负担。

第三，用户在体验的开始需要了解该产品的明确的任务或目标，在体验的过程中不仅仅是为了娱乐身心，还应对传统文化知识加以了解。

3.1.2. 挑战与技能相平衡

第一，现阶段大多数传统文化类APP设计多停留在文化科普阶段，鲜少能激发用户的兴趣。通过设计游戏化的形式可以实现寓教于乐的目的，让用户通过愉快的方式进行知识的摄入，增强用户的体验感。

第二，平衡挑战与技能的关系是心流产生的最重要的条件[5]。当挑战难度超出其拥有的技能水平时，则会产生挫败感，并且失去继续了解的兴趣。反之，则会感觉到无聊厌烦的情绪，所以对于任务的难度应设置为可调控理想难度。在开始之前，可以通过对其能力水平进行评估，对任务的难度水平进行调节，从而实现挑战与技能的相平衡的状态。用户也可以根据自己的了解情况，选择适合自己的模式，从而达到心流的最佳体验。

3.1.3. 即时有价值的反馈

反馈体现在对付出行为的回应。在付出与回应间建立一个桥梁，即为了使用户能够继续进行持续的付出，需要合理的回应尤其重要，以此来激励体验进程的继续。

第一，高效率的操作反馈机制。在此过程中，为用户提供快速，准确的，清晰的反馈，能够让用户了解自己所处的状况，能够让后续的操作变得更加的连贯。为了使得用户正确的进行操作，也可适当扩大可操作的区域范围。

第二，可采用定制式反馈。由于用户的独特性，每个人都会登录自己的账户，大家对于传统文化所了解的度不同，应采用定制式反馈，充分了解用户的需求。这样不仅可以提升用户对于目标的明确性，也可以将自己喜欢的传统文化通过自己可理解的方式进行了解。

第三，正面反馈优先。基于用户的操作是否得当，反馈被分为正面反馈和负面反馈。负面反馈可以为用户在操作错误时起到提醒的作用，但负面反馈呈现较多，则容易使得用户产生不安感。因此，正面反馈的优先建立，可以对用户产生积极的影响，树立用户的自信心，能够更好的维持心流状态。

3.2. 经验阶段

在经历了前因阶段的明确清晰的目标、挑战与技能相平衡和即时有价值的反馈过后，用户会进入一种不受外界干扰的状态下，在此过程中也就进入了经验阶段。在此阶段表现为：意识与行动的融合、完全集中的注意力和潜在的控制感。

3.2.1. 意识与行动的融合

第一，确保数字媒介的有效性。用户在体验过程中因突发状况或错误操作导致无法继续体验的情况，会阻断心流体验的继续。因此，在此过程中要确保数字媒介的有效性，从而完成用户的心流体验。

第二，确保数字媒介的易用性。数字媒介的使用归根结底的使用者为“人”，因此在APP的设计策略中需要遵从以人为本的设计原则，在视觉、听觉等方面需要遵从人的生理构成，从而满足数字媒介与用户之间的关系。

3.2.2. 完全集中的注意力

第一，目标设置精细化。当用户在体验中若遇到一个困难的任务往往会放弃，那么将复杂的任务拆分为若干个小任务，为用户设计体验的时长。在体验过程中，用户可以通过阶段性的任务去攻克困难的任务，并且提供体验反馈，以此保证用户心流的状态。

第二，设置成就奖励机制。当用户在完成阶段任务时，可以获得一系列的奖励，用户因此感受到自我成长，从而获得满足感。奖励的机制可以通过累计得分、等级排名等形式进行奖励，以此将对用户起到激励作用，从而增加用户黏度。

3.2.3. 潜在的控制感

在体验过程中，要即时保证当前的体验活动完全在用户的掌控之下，体验的进程会随着用户的需求进行改变，不同的感官反馈可以使得用户感受多通道的交互体验，感官的不同反馈叠加在一起也可以加强用户的感知水平，从而提升潜在的控制感。

第一，为视觉反馈。用户在体验过程中接受到的视觉信息往往是最为直观且复杂的信息。APP的整体设计可以根据用户的需求进行定制化设计，以此来延长用户的体验时间。

第二，为听觉反馈。听觉反馈是仅次于视觉反馈的功能，采用明确的提示音即可进行信息的传递，它与视觉反馈相结合，可以提高信息接收的速度，维持用户的注意力，并实时掌握自己的体验动态。

第三，为触觉反馈。触觉反馈最典型的设计为震动，通过触觉感受，可以带给用户明显的刺激，但强烈的触觉反馈会产生适得其反的效果，因此保证合理的触觉反馈极为关键，可以在体验过程中协助用户更好的享受心流体验状态。

3.3. 效果阶段

心流的效果阶段是用户在体验过程中获得了心流体验，并体验到了个体自我意识丧失、短暂时间失真的体验和发自内心的参与感。

3.3.1. 个体自我意识丧失

个体自我意识丧失具体来说就是用户的个体意识逐渐丧失，并产生一种身临其境的错觉。连贯式的体验会使用户沉浸在其中，传统文化的介绍有一定的历史故事性，可以采用叙事性的方式来及进行体验的进度，使得用户在体验的过程中也可以感受到传统文化的魅力。

3.3.2. 短暂时间失真

短暂的时间失真体验则为用户在体验过程中感受到的时间的无意识流逝，享受体验的整体过程。游戏作为可以作为触发使用者的兴趣点，现阶段市面上有许多功能类游戏，采用游戏的机制可以吸引用户的兴趣，从而使用户在过程中模糊了时间的概念，进入到心流状态。

3.3.3. 发自内心的参与感

发自内心的参与感可以通过用户的体验，让使用者感受到自己加入到了整体的体验过程中，而与数字媒介不是相对于独立的个体，并且可以通过一定的社交平台的建立来弥补用户的缺失。

第一，建立社交平台。互联网媒介具有时空分离的特点，人与人之间的沟通并不是十分强烈，建立讨论平台，可以满足一定用户的社交需要，弥补情感的缺失，有效增加体验的正向感受。

第二，建立创作平台。创作平台可以使线上的虚拟文化转化为现实生活中的文化，更加的具象化，能够提升用户的参与感和体验感。用户可以根据自己的喜好制作自己喜欢的样式的文化产品，也可以将其送给朋友，从而达到了文化的传播。

最后，将其各个阶段的设计策略总结一起，就形成了传统文化类APP的心流设计策略，见图1。

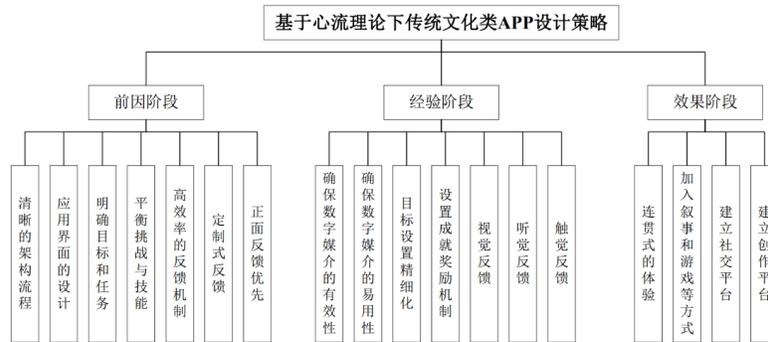


图1 心流体验模型

4. 总结

在信息高速发展的时代，人们对于传统文化了解逐渐减少，这为传承文化类移动应用创造了市场空间，但此方面却缺少相关的原则和策略体系的架构。将心流理论应用到传统文化数字化应用的设计中，不仅为应用设计开辟了新路径，还有助于改善用户的体验感，进而更有效地传播了中华传统文化。

参考文献

- [1] 欧细凡, 谭浩. 基于心流理论的互联网产品设计研究 [J]. 包装工程, 2016, 37(4): 70-74.
- [2] 米哈里·契克森米哈赖. 生命的心流 [M]. 北京: 中信出版社, 2009.
- [3] 黄永林. 数字化背景下非物质文化遗产的保护与利用 [J]. 文化遗产, 2015(1): 1-10.
- [4] 王秀丽, 张华. 心流视角下的移动短视频应用交互设计研究 [J]. 设计, 2020, 33(11): 29-31.
- [5] 李爽. 心流理论视角下的移动健身类应用设计研究 [D]. 无锡: 江南大学, 2014.