

交互设计理论之席克定律

交互设计作为一门关注交互体验的新学科诞生于 20 世纪 80 年代，它由 IDEO 的一位创始人比尔·摩格理吉 (Bill Moggridge) 在 1984 年一次设计会议上提出，他一开始给它命名为“软面 (Soft Face)”，更名为“Interaction Design”，即交互设计，产品经理和设计师要把本职工作做好，那么交互设计理论是必修课。

一. 席克定律定义

席克定律以英国心理学家 William Edmund Hick 命名，其理论指出当选项增加时，下决定的时间也增加。可以用来测出，当有多重选择时，需要多少时间能做出决定，适用于简单判断的场景，对需要大量阅读和思考的情景并不适用。这就是你为什么在餐馆经常见到简短的菜单——他们不想把顾客吓跑。

这个概念也可以运用到设计中。例如你设计网站时，你就会想要保持导航栏尽可能简洁，只有少数几个选项。如果有必要，将一些页面分组放入下拉菜单，网站访客就更容易对选项归类，并且迅速做出决定，对用户来说并不是选择越多越好。数十年前，斯坦福大学的心理学家发表了一篇有关果酱的研究。他们发现，在超市中摆满 24 种果酱的大桌子引起了更多消费者的兴趣，但是当仅摆放 6 种果酱时销量更多（大约多了 10 倍）。研究表明，尽管多样的选择似乎很有吸引力，但乍一看，选择过多会产生错误的结果。

公式:

$$RT=a+b \log_2 (n)$$

RT=反应时间,

a=与做决定无关的总时间(前期认知和观察时间),

b=根据对选项认识的处理时间(从经验衍生出的常数,对人来说约是0.155s)。

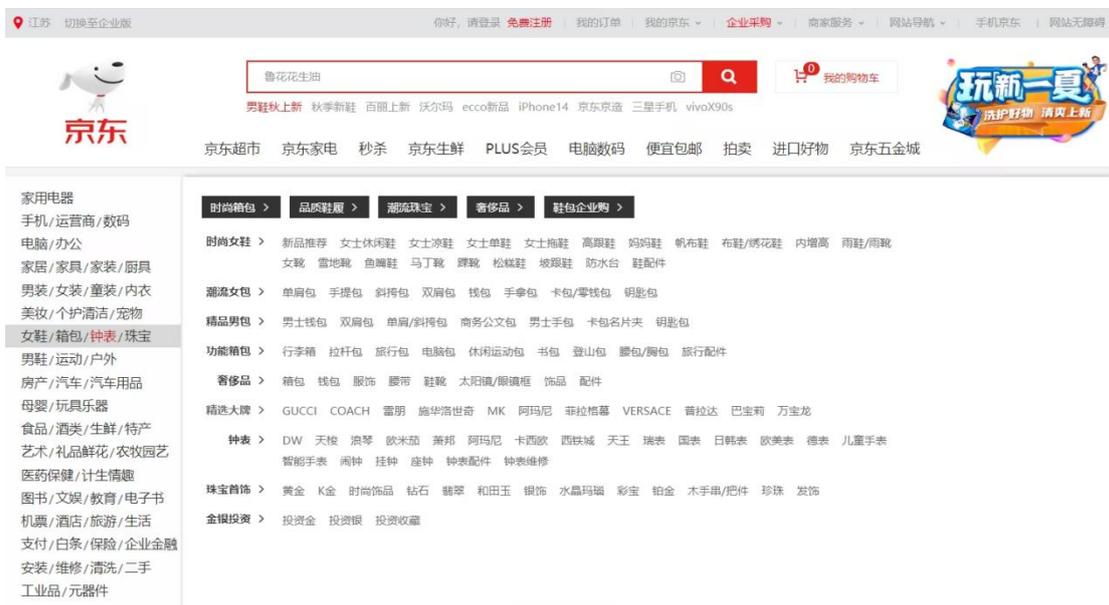
看到上面对于 Hick 定律的说明,我们可以知道,用户的在某一场景下对选项的反应时间取决于三个因素:

- 前期的认知和观察时间
- 根据认知后,处理的时间
- 选项的数量

二. 席克定律在设计中的应用

1. 对选项进行分类

对导航选项卡的信息分类,使用户在面对庞大杂乱的信息中能够轻松找到自己关注的内容。如京东商城的导航:



2. 应用商店的推荐

华为的产品也逐渐地遵循着席克定律，化繁为简，不遗余力地缩减给予用户的选择，无论是在软件产品和智能硬件产品上都是足够精简；如下图华为的应用商店-探索改版直接通过这种大卡片样式把真的“精品”的 app 足够放大让你快速获取。



3. 对任务进行分解

将复杂的任务拆解，引导用户一步步完成。

如 KEEP 的 APP 在设定减脂或增肌目标时步骤引导：

