第一图书网, tushu007.com

<<About Face3交互设计精髓>>

图书基本信息

书名：<<About Face3交互设计精髓>>

13位ISBN编号：9787121157400

10位ISBN编号：7121157403

出版时间：2012-3

出版时间：电子工业出版社

作者：Alan Cooper,Robert Reimann,Davidd Cronin

译者：刘松涛

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

前言：后工业世界工业时代已经结束，制造业在过去175年中是经济的主要推动力，现在已经不再处于主宰地位。
尽管现在的制造业比以往更加庞大，但它已经把经济的领导权交给了数字产业，现在软件主导着我们的经济。
我们已经从原子时代进入到了数位时代，现在我们已经在后工业时代了。
越来越多的产品都包含了软件，我家的炉子里也有电子芯片控制着灯光、风扇和炉子的温度。
当快递员让我给包裹签字时，不是签在纸上，而是签在电脑上。
当我购买汽车配件时，购买的是一套导航系统。
越来越多的业务也完全依赖软件，不仅仅是那些明显的软件类的业务，比如亚马逊网上书店或者微软公司。
各行各业中提供各种产品和服务、大大小小成千上万的公司，在运行、管理、计划和销售的各个环节中都在使用软件。
支撑着大型企业的各种后台办公系统也都是软件系统，人事管理、投资、仲裁、采购，以及供应链管理、销售网点、运行及决策支持等。
在今天，它们也都是纯粹的软件系统。
Web应用也主宰着现在的销售和营销活动，业务的最前线已经不再是人，而是软件在扮演这个角色。
供货商、顾客、同事及雇员等所有人都是通过软件或者基于软件的方式和企业进行沟通交流。
在过去，以制造业为基础的公司，有着成熟良好的组织结构和管理方式，但这些已经无法适应今天的后工业时代。
它们无法适应，是因为传统事务的处理是按照传统的原子方式来转换和变化的，所需原子的数量及转换传输它们的能量也都是有限的。
而软件由数位比特组成，不是原子，本质上就不一样。
数位的数量可以无限多，它们的转换、变化，甚至是复制，基本上不消耗什么能量。
制作软件的人也是不一样的，生产线上普通的操作员和计算机上普通的程序员在本质上也是不一样的，他们的能力、态度、培训、语言、工具和价值系统都不一样。
监督、跟踪和管理程序员的最为有效的方式也和上一个时代针对蓝领工人的成熟方式不一样。
后工业时代的企业管理者必须掌握不同于工业时代的管理方法，才能让程序员更好地工作。
降低制造成本是工业化带来的必然好处，所以在早期的工业时代中，最明智最卓越的想法是降低创造产品所投入的成本。
在后工业时代，原材料、产品组装，以及运输的成本，对于同行业的各个企业来说都差不多一样低。
能显著降低成本的地方在于自动化、计划，以及业务智能化，即软件。
换句话说，和工业时代在一个小部件上节约了一元钱不同，在后工业时代如果你可以保证生产出精确数量的最合人心意的产品，那么将有可能节约上百万元钱。
一旦软件程序成功编写完毕，基本上无须花费太多，就可以复制出无数个副本。
因此没有必要缩减编写的成本，这样做不会带来什么好处。
在软件构建上节约的成本，有可能会让软件的质量大打折扣，因此工业时代的商业等式在今天已经倒转过来了。
今天，最佳且最聪明的想法都可以用在提高软件的效力及其行为的质量上。
记住，现代的金融会计系统关注追踪制造业的成本，而不再精确地代表我们软件主导的业务的状态。
在这些错误的数字上做出的高层决定会极大地浪费时间、金钱和机会。
所以，这就是为什么现在有那么多公司都在拼命做好软件。
非常细心的高层管理者会发现，他们最初的意愿在从概念到实现的道路上被微妙，却又显著地改变了。
最初听起来是个伟大的计划，但结果是软件构建过程中的培育管理总也跟不上。
这时候，我们要放弃过时的工业时代管理方法，而应该采用以交互设计为主的设计工具来设计和管理

软件的构建。
自1995年本书发行第1版开始，交互设计的概念和实践得到了极大的发展，越来越成熟。
从最初简单的事后改正的方式，到反复实验法（Trial－and－error），到交互设计，以及各种交互设计的近亲和变种，逐步演变成一种清晰、可靠并有效的工具，可以决定哪些行为将会成功。
人物角色（Persona）的发明和发展、记录行为蓝本的细化，以及整个的目标导向设计（Goal－Directed＆reg；Design）让任何希望创建高品质软件行为的企业都可以实现其目标。
而且交互设计还逐步成为一种不可思议且强大的软件构建管理工具。
由于它描述了软件编写好之后的样子和行为，因此交互设计可以作为蓝图，不仅可以帮助程序员了解要构建什么样的软件，也可以帮助管理者测试和管理程序员的进度。
交互设计还被公认为是一种市场营销工具，可以用其清晰而具体地沟通和讨论究竟是哪些人会使用这个产品，以及为什么。
了解客户动机的根本是市场营销人员的天职，目标导向设计的定性研究和分析为市场营销提供了深度的数据。
特别是Web革命开始的时候，当时打破常规可以让人们快速致富，我听到过很多有才智的人说：“根本就不可能知道用户到底需要什么！
”但其实他们本应该更加了解事实。
这样的论断当然掩盖了他们自己不知道用户的需要的实情，而且这个论断本身也大错特错。
在我的Cooper公司里，顾客把我们的设计师一次次地带进各种各样的复杂领域，比如金融、健康、医药、人力资源、编程工具、博物馆、消费者信用系统，以及更多毫不相关的领域。
在我们的团队中之前没有人在这些领域中受过培训，也完全没有接触过。
每次都可以在几周之内成为专家，这让我们的顾客很惊讶。
之所以能做到这一点，是因为我们的出发点至始至终都是以人为中心，而不是以技术为中心。
交互设计是“了解用户想要什么”的工具，有了这些了解，你就可以创造出更好且更成功的数字产品，你就可以获得更多的销售收入。
而且你还将以更忠诚且更优秀的解决方案进入市场。
先进入市场的功能强大的产品反而被后进入市场的行为更优秀的产品打败，这种情况我们已经见过太多了。
在产品的第1个版本发表之前，仅仅是认为这种了解已经完成，将有可能导致非最优策略。
一事成功，事事顺利。
本书中介绍的这些实用的原则和方法在实践中的成功运用，以及其他没有介绍的诸如此类的原则和方法都清楚地证明软件其实并不是像人们一开始想象的那样“柔软”。
在后工业时代，彻底的用户研究和细致的计划比以往更加必要。
如果你立志要通过改善数字产品和应用的行为来让这个世界更美好，那么，我衷心地欢迎你来到《About Face3：交互设计精髓》的世界。

内容概要

本书是一本数字产品和系统的交互设计指南，全面系统地讲述了交互设计过程、原理和方法，涉及的产品和系统有个人计算机上的个人和商务软件、Web应用、手持设备、信息亭、数字医疗系统、数字工业系统等。
运用本书的交互设计过程和方法，有助于了解使用者和产品之间的交互行为，进而更好地设计出更具吸引力和更具市场竞争力的产品。

全书分成3篇：第1篇描述了“目标导向设计”，详细讨论了用户和设计的过程及思想；第2篇讲的是交互设计的原则，可以帮助您在较高层次上去把握设计；第3篇则介绍具体的细节方面的界面设计原则。

作者简介

书籍目录

第1篇　理解目标导向设计
　第1章　目标导向设计
　　数字产品需要更好的设计方法
　　当今数字产品的创造过程
　　为何这些产品如此糟糕
　　制造业设计的演变
　　规划和设计行为
　　识别用户目标
　　目标vs.任务和活动
　　设计要满足情境中的目标
　　目标导向的设计过程
　　消除隔阂
　　设计过程概览
　　产品成功的关键是目标,
　　而不是特性
　第2章　实现模型和心理模型
　　实现模型
　　用户心理模型
　　表现模型
　　大多数软件都是按照实现模型
　　来设计的
　　工程师是按照实现模型来
　　设计用户界面的
　　数学思维方式导致实现模型
　　的界面
　　机械时代和信息时代的表现模型
　　机械时代的表现方式
　　新技术需要新的表现方式
　　机械时代的表现方式有损于
　　用户交互
　　对机械时代表现方式的改善
　第3章　新手、专家和中间用户
　　永久的中间用户
　　为不同的体验水平设计
　　新手需要什么
　　让新手开始
　　专家需要什么
　　永久的中间用户需要什么
　第4章　理解用户：定性研究
　　定性研究与定量研究
　　定性研究的价值
　　定性研究的类型
　　人种学调查：用户访谈和用户观察
　　情境调查
　　情境调查的改进

为人种学调查做准备
进行人种学调查
其他类型的研究
焦点小组
市场统计和市场划分
可用性和用户测试
卡片分类
任务分析
第5章　为用户建模：人物角色
和目标
为何使用模型
人物角色
作为设计工具的人物角色的好处
人物角色产生于研究
作为个体代表的人物角色
人物角色代表用户群体
发掘了行为深度的人物角色
人物角色必须有动机
人物角色也可以代表非用户
人物角色和其他用户模型
当没有条件创建严谨的人物角
色时：即兴、临时的人物角色
目标
目标驱动着使用模式
目标必须来自定性数据
用户目标与认知处理
3种用户目标
最终目标
用户目标是用户的动机
其他类别的目标
成功的产品必须首先满足用户
目标
构造人物角色
第1步：发现并确定行为变量
第2步：将访问对象和行为
变量对应起来
第3步：识别显著的行为模式
第4步：综合特征和相关目标
第5步：检查完整性和是否
重复
第6步：展开属性和行为的
叙述
第7步：指定人物角色类型
其他模型
工作流模型
人工制品模型
物理模型

第6章　设计的基础：场景剧本
和需求
场景剧本：作为设计工具的叙述
设计中的场景剧本
在场景剧本中使用人物角色
不同类型的场景剧本
基于人物角色的场景剧本与用例
需求：交互设计“什么”
使用人物角色和场景剧本定义需求
【步骤1：创建问题和前景综述】
【步骤2：头脑风暴】
【步骤3：确定人物角色的期望】
【步骤4：构造情境场景剧本】
【步骤5：确定需要】
第7章　从需求到设计：框架和细化
设计框架
定义交互框架
定义视觉设计框架
定义工业设计框架
细化外形和行为
设计验证和可用性测试
进行进展式可用性测试
设计者参与可用性研究
第2篇　设计行为与形态
第8章　综合优秀的设计：原则
与模式
交互设计原则
作用于不同层面的设计原则
行为与界面层面的设计原则使
工作负荷降至最低
设计价值
正直的交互设计
目标明确的交互设计
有实效的交互设计
优雅的交互设计
交互设计模式
建筑设计模式和交互设计模式
记录和使用交互设计模式
交互设计模式的类型
第9章　平台和姿态
姿态
设计桌面软件
为网页而设计
提供信息的网站
交易类网站
Web应用
基于互联网的应用

企业内部网
其他平台
一般性设计原则
设计手持设备
设计信息亭
为基于电视的界面而设计
设计汽车界面
设计家电产品
设计语音界面
第10章　协调和流
流和透明
设计和谐的交互
第11章　消除附加工作
附加工作
附加工作和专家用户
训练工具
“纯粹”的附加工作
视觉附加工作
确定什么是附加工作
停止进度
错误、通知和确认信息
让用户请求允许
常见的附加工作陷阱
导航是一种附加工作
在多个屏幕、视图或者页面
之间的导航
在窗格之间导航
在工具和菜单之间导航
信息导航
改善导航
减少目的地数量
提供导航标志
其他界面标志
提供总体视图
提供适当的“控件—功能”
映射
调整界面以适应用户需要
避免层次关系
第12章　设计好的行为
设计体贴的软件
体贴的软件关心用户
体贴的软件是恭顺的
体贴的软件是乐于助人的
体贴的软件具有常识
体贴的软件能预见需求
体贴的软件是尽责的
体贴的软件不会因为自己的

问题而增加你的负担
体贴的软件会及时通知我们
体贴的软件是有知觉的
体贴的软件是自信的
体贴的软件不问过多问题
体贴的软件即使失败也不失风度
体贴的软件知道什么时候调整规则
体贴的软件敢于承担责任
设计聪明的软件
利用计算机的空闲周期
聪明的软件有记忆
任务一致性
要记住的动作
赋予应用程序记忆
第13章　隐喻、习惯用法及启示
界面范例
实现为中心的界面
隐喻界面
隐喻的其他局限性
找到好的隐喻
使用全局隐喻所带来的问题
Mac和隐喻：修正主义观点
创建习惯用法
手动启示
手动启示的语义学
实现用户期望的启示
第14章　视觉界面设计
艺术、视觉界面设计，以及其他
设计学科
图形设计和用户界面
视觉信息设计
工业设计
视觉界面设计的组成要素
形状
尺寸
值
颜色
方位
纹理
位置
交互界面设计的原则
运用视觉属性将元素分组，
创造清晰的层次结构
在组织上的每一层都提供视觉
结构和流
创建逻辑路径
对称和平衡

图像的运用要适当紧凑、一致，
并且要适当考虑使用环境
全面而有目的地把风格和功能
结合起来
避免视觉噪声和混乱
保持简单
视觉界面中的文本
视觉界面上的颜色
手持设备和其他设备的视觉界面
设计
视觉信息设计的原则
加强视觉对比
显示因果关系
显示多个变量
在一个显示中结合文本、图形及数据
确保内容的品质、相关性和完整性
在相邻空间上显示事物，而不是
按时间堆积
可量化的数据就要量化
一致性和标准化
界面标准化的益处
界面标准化的风险
标准、指南和经验法则
什么时候打破规则
应用程序之间的一致性和标准
第3篇　设计交互细节
第15章　搜索和查找：改善数据
检索
存储和检索系统
物理世界的存储和检索
一切都各就其位：通过位置
存储和检索
基于索引的检索
数字世界的存储和检索
数字检索方法
关系数据库与数字汤
组织那些难以组织的事物
数据库的问题
基于属性的替代方案
自然语言输出：一种基于属性
检索系统的理想界面
第16章　理解撤销
使用者和撤销
关于错误的用户心理模型
撤销支持用户探索
设计撤销功能
撤销的类型和变体

渐增操作和过程操作
隐蔽撤销和解释性撤销
单次撤销和多次撤销
恢复
分组多次撤销
类似撤销行为的其他模型
比较：这看起来怎么样
将撤销分类
被删除的数据缓冲区
历史版本和复原
冻结
防撤销操作
第17章　重新思考“ 文件 ”和“ 保存 ”
保存文件到底错在哪里
实现模型所带来的问题
关闭文档，放弃不想要的改变
另存为
归档
实现模型与心理模型
隐藏实现模型
按统一文件模型进行设计
自动保存文档
创建副本
命名和重命名文档
存放和移动文档
指定文档的存储格式
还原所做更改
放弃所有的修改
生成版本
一种全新的文件菜单
文件菜单的新名字
传递状态
磁盘和文件系统是一个功能吗
改变的时机
第18章　改进数据输入
数据完整性与数据免疫
数据免疫
丢失数据怎么办
数据输入和规避机制
审核与校正
第19章　点操作、选择及直接操作
直接操作
点操作设备
使用鼠标
鼠标按键
鼠标的指向和单击
鼠标释放和按下事件

点指和光标
受范性和暗示
选择
命令次序和选择
离散选择和连续选择
选择的视觉提示
拖放
拖动时的视觉反馈
其他拖放交互问题
控件操作
工具栏
模态工具
加载的光标工具
对象操作
调整位置
调整大小和调整形状
三维对象操作
对象连接
第20章　窗口行为
PARC和Alto
PARC的原则
视觉隐喻
避免模态
层叠窗口
微软与平铺窗口
全屏应用程序
多窗格应用程序
窗口设计
不必要的空间
必要的房间
窗口污染
窗口状态
MDI与SDI
第21章　控件
避免布满控件的对话框
命令控件
按钮
图标按钮
超链接
选择控件
复选框
滚翻按钮：一种应该避免的
选择习惯用法
单选按钮
组合图标按钮
列表控件
组合框

树形控件
输入控件
有界输入控件和无界输入控件
微调控制项
刻度盘和滑块
拇指轮
其他类型的有界输入控件
无界输入：文本编辑控件
显示控件
文本控件
滚动条
分割线
抽屉和拉动杆
第22章　菜单
菜单简史
命令行界面
顺序层次关系菜单
Lotus　1-2-3　界面
下拉菜单和弹出菜单
今天的菜单：学习的途径
桌面应用的标准菜单
文件（或文档）
编辑菜单
窗口菜单
帮助菜单
可选菜单
视图菜单
插入菜单
设置菜单
格式菜单
工具菜单
菜单习惯用法
级联菜单
菜单
带条
咣当菜单
禁止菜单项
标记菜单项
菜单上图标
快捷键
助记符
其他平台上的菜单
第23章　工具栏
工具栏：可见的立即功能
工具栏不是菜单
工具栏和工具栏控件
工具栏上的图标与文本

标签化图标按钮存在的问题
解释工具栏控件
气球帮助：第1次尝试
工具提示
禁用工具栏控件
工具栏的演化
状态指示工具栏控件
工具栏上的菜单
可移动工具栏
可定制工具栏
带条
情境工具栏
第24章　对话框
正确运用对话框
对话框基础
模态对话框
非模态对话框
非模态对话框存在的问题
改进非模态对话框的两种方法
4种不同用途的对话框
属性对话框
功能对话框
进度对话框
消除进度对话框
公告对话框
管理对话框中的内容
标签对话框
扩展对话框
级联对话框
第25章　错误、警告和确认
错误对话框
为什么我们有这么多的错误
消息
错误消息有什么问题
人们讨厌错误消息
到底是谁的错
错误消息不起作用
消除错误消息
使错误不可能
正面反馈
有特例吗
改进错误消息：最后一招
警告对话框：宣告错误的结束
确认对话框
对话框在喊“狼来了！
”
消除确认对话框

取代对话框：丰富的非模态反馈
丰富的视觉非模态反馈
听觉反馈
负面听觉反馈：宣告用户错误
正面听觉反馈
第26章　为不同需求而设计
命令途径和工作集
直接途径和学习途径
工作集和人物角色
让新手用户变为中间用户
世界途径和头脑途径
记忆途径
个性化和配置
特殊的模态行为
本地化和全球化
库和模板
帮助
索引
快捷方式和总览视图
不是为新手用户准备的
非模态和交互式帮助
向导
“智能”代理
附录A　设计原则
附录B　参考书目
后序　协同工作

章节摘录

版权页： 插图： 第1章 目标导向设计 这个定义适用于许多设计领域，尽管对于形式、内容与行为的确切关注点，可能因设计对象有所不同。
资讯网站可能格外关注内容，座椅的设计则首先考虑形式。
而绪论所探讨的交互数字产品比较特殊，其设计充满了复杂的行为。
运用恰当的方法，设计可以弥合人类与科技产品之间的缺口。
但是目前，多数数字产品的设计流程远不像宣传的那样合理。
当今数字产品的创造过程 数字产品的产生常常受到两股相反势力——开发人员和市场营销人员的左右，尽管市场营销人员擅长理解并计算商机，也精于将某个产品引入市场，合理定位，他们对于产品设计过程的贡献通常局限于需求列表。
这些需求同用户的实际需要与期望无关，主要在于追赶竞争对手，按照任务清单管理IT资源，以及基于市场调查结果进行猜测——让顾客报告自己想买什么（与猜测正好相反，极少有人能够清楚地表述自己的需要。
直接询问产品的使用感受，多数人倾向于关注次要的功能，以及解决产品缺陷的小窍门）。
很可惜，一个交互产品还原为洋洋洒洒的特征列表，并不能自动组成优美的交响乐章，使复杂的技术为人所用，即使在需求列表中加上“ 易于使用 ”同样无济于事。
另一方面，开发人员不乏对产品最终形式及行为的影响，他们负责产品的建造过程，因此决定了最终的成果，并且同样有一套和终端用户不同的需要。
优秀的开发人员着眼于解决技术难题，遵从适当的工程实践准则，按时完成任务。
但是，他们收到的指示往往有所纰漏，令人费解，有时甚至前后矛盾。
他们不得不在极紧迫的时间，以及缺乏背景资料的情况下做出关于用户体验的重大决定。
于是在数码产品的创造过程中，负责人极少考虑用户的目标、需要和动机，同时又非常容易受到市场趋势和技术制约的影响。
这样非但没有好处，反而会导致设计出来的产品缺乏一致的用户体验。
在后面的章节中，我们很快就会谈到为什么目标对解决这一问题是如此的重要。
很不幸，低劣的产品规划让数码产品惹人生气，效率低下，无法满足用户需要。
图1—1描述了软件开发流程的历史变迁，从中可以看出各个历史阶段，设计在产品开发流程中所处的位置（如果占有一席之地的话）。
目前，大多数数字产品的开发仍然滞留在演变的第一、第二和第三阶段。
此时，设计要么没有实际的作用，要么仅仅作为劣质交互的补丁。
我们下面将要探讨为了确保产品真正满足用户的需要，设计过程应当先于编码和测试工作。

编辑推荐

《About Face3交互设计精髓(经典再现软精装版)》结构清晰、深入浅出，是一本难得的大师经典之作。
《About Face3交互设计精髓(经典再现软精装版)》的读者对象包括数字产品和系统的交互设计师、用户界面设计师、项目经理、可用性工程师等，以及目前正在学习交互设计和用户界面设计专业的本科和研究生等。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com