

<<好設計不簡單>>

图书基本信息

书名：<<好設計不簡單>>

13位ISBN编号：9789573268697

10位ISBN编号：9573268698

出版时间：2011-10-8

出版公司：遠流出版事業股份有限公司

作者：Donald Norman

页数：296

译者：卓耀宗

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>

<<好設計不簡單>>

前言

我非常高興，我的書《好設計不簡單》在台灣出版。
複雜性是亞洲一個非常重要的議題。

從手機和網站，到冰箱、電視機和汽車，台灣是消費性科技產品發展的主要生力軍。
每天，從個人、居家到工作環境，都受到大量新科技的影響。
這些新科技，有的簡單，有的很複雜；更糟的是，很多是我所稱的「繁雜」，令人困惑和使人洩氣。

很多設計者相信，亞洲人比西方人偏愛複雜的產品。
他們經常舉台灣、日本、韓國、中國和印度的網站設計為例，和西方看來簡單的網站設計做比較。
這個看法是錯誤的。

這些國家的網站設計，有簡單的，也有複雜的，端視需完成的工作而定。
如果有人要很快瀏覽多種相關事件，則複雜的網站設計比較優越；如果有人只要做一件事，像搜尋，
那麼，簡單的網站設計最好。

我們有不同的文化，而且我們很多的行為和人與人之間的關係，都是受文化和傳統決定。
可是，我們仍有很多共通點：我們都是人。

不管是電話、手機、電視、汽車，或是電腦，世界上的現代科技都是一樣的。
雖然人與人之間、文化與文化之間有所差異，基本上，相同處勝於相異處。

在我所寫的書裡，我很注意人與人之間、文化與文化之間的差異，可是也強調我們的共同之處。
在全世界的人類生活裡，複雜是生活的現實狀況。

複雜是好的，我們需要複雜的科技，才能處理日常複雜的活動；可是繁雜是不好的，因為它令人困惑。

所有的人類和文化都因令人困惑的科技而洩氣。

我的希望是：在這本書裡，分清楚複雜和繁雜的不同之處，讓全世界人類過著比較不是那麼繁雜得令人洩氣的生活。

<<好設計不簡單>>

內容概要

科技的發展讓我們的生活變得複雜，連向來簡單的家用電器都被加上繁複的控制面板，更別說家裡堆滿了各式各樣的遙控器。

我們必須要放棄這些東西才能回歸簡單的生活嗎？

在抱怨的同時我們也正享受著科技帶來的便利，像是隨時取得想要的資訊，或跟不在身邊的親友保持密切聯繫。

其實科技反映出的是我們生活的豐富程度，所以真正的問題不在複雜，而是不良的設計造成不必要的挫折與困惑。

複雜也可以好用，簡單也許只是一場美麗的誤會，因為強調簡單最好可能會讓人們覺得無聊 - - 讀書、寫字、開車、打球，這些事都非常複雜，我們卻可以經由學習而得心應手並樂在其中。

所以平衡的關鍵在於同心協力：設計師用合乎人性的設計原則來馴服複雜的科技，使用者也以敞開心胸的學習態度來熟練新的使用技巧。

諾曼博士談的設計始終以人為本，同樣的道理不只可以應用於產品設計，在服務業也有很大的發揮空間。

無論是餐飲、娛樂、通訊、金融、航空、醫療乃至公家機關提供的服務，只要重視人與人的互動與溝通，妥善分析服務流程或規劃排隊的方法，就能幫助我們解決問題，創造優質生活。

未來設計的挑戰在於服務與互動，需要集合許多人的力量才能克服。

好設計必須建立在設計師和使用者的夥伴關係，而樂於分享與合作的天性，將幫助我們在複雜的世界中追求美好生活。

<<好設計不簡單>>

作者簡介

唐納·諾曼 (Donald A. Norman) 曾被美國《商業周刊》選為全球最具影響力設計師之一，兼具教授、企業高階主管與顧問的身分，工程學加上心理學的雙重背景，讓他在需要同時應用社會科學、行為科學的新興設計領域，貢獻卓著。

諾曼是國際知名的心理學家與當代認知心理學應用先驅，也是美國國家藝術與科學院院士，美國電腦學會 (ACM)、美國心理學會 (APA)、認知科學學會會士，並於2006年獲頒富蘭克林獎章 (Benjamin Franklin Medal)。

是加州大學聖地牙哥分校認知科學與心理學榮譽教授，也在哈佛大學、西北大學和南韓的KAIST任教過，並曾擔任惠普公司、卡汀線上大學 (UNEXT公司) 高階主管，及蘋果電腦公司先進技術中心副總裁，1998年創立Nielsen Norman Group，從事電腦與人機界面設計顧問工作，致力於協助發展理性與感性並重的產品及服務。

諾曼博士著作等身，包括認知心理學經典教材Memory and Attention、Learning and Memory和《情感@設計》、《設計&未來生活》、《設計&日常生活》(遠流)、The Invisible Computer以及User Centered System等書。

译者剪辑 卓耀宗 台灣大學心理學學士、碩士，美國紐約州立大學認知心理學博士和工業工程學碩士。

曾執教於任色列理工學院 (Rensselaer Polytechnic Institute)，後轉任貝爾研究室 (Bell Labs) 從事人與電腦系統界面的研究與發展，並先後任職於卓訊科技 (Telcordia Technologies)、朗訊科技 (Lucent Technologies) 和美國電話電報公司 (AT&T) 擔任科技研究員和資深人因工程師。

於1992年獲頒美國人因工程學會 (Human Factors and Ergonomics Society) 威廉斯獎 (Alexander C. Williams, Jr. Award) 並取得五項專利權。

譯有《設計&日常生活》(另一譯名為《設計心理學》) 及《設計&未來生活》。

<<好設計不簡單>>

書籍目錄

推薦1 勤於觀察，勇於質疑 - - 陳玲鈴推薦2 「交鋒」下的「好設計不簡單」 - - 林榮泰推薦3 簡單，最終極的複雜 - - 林之晨 (Mr. Jamie) 推薦4 亂中有序，駕馭複雜 - - 李易修推薦5 尋找暗藏在生活角落的隱規則 - - 何孟修推薦6 易用性不等於簡單 - - Mr. Monday台灣版序譯序第1章 與複雜共生：複雜的必要性幾乎所有人造物都是科技的產物 | 為什麼簡單的事物也會變得繁雜和令人氣餒 | 複雜的事物也可能令人喜愛 | 需要數個月研究的普通生活層面第2章 簡單常在人心概念模式 | 為何不能每樣東西都像展平鐵鏈那麼簡單？

| 減少按鍵可能更難操作 | 對複雜的誤解 | 簡單未必功能少 | 簡單和複雜之間的取捨哪裡不對 | 多功能的誘惑 | 複雜的事物仍然可以了解，簡單的事物仍然可能令人困惑第3章 簡單的事物如何使生活繁雜將資料公諸於世 | 標示使用不當時 | 都是專家惹的禍 | 強制功能減低複雜性第4章 社會的指引意義文化的複雜性 | 社會指意：世界如何讓我們了解要做什麼 | 生活中的社會指意第5章 輔助人們的設計成為網狀齒條 | 目標與科技的錯誤搭配 | 干擾 | 忽視使用模式可能使簡單漂亮的事物變得複雜難看 | 欲行之路 | 蹤跡和網絡 | 推薦系統 | 輔助團體的設計第6章 系統與服務服務系統化 | 服務藍圖 | 設計使用者體驗 | 製造一個愉悅的、面向顧客的體驗：華盛頓互助銀行 | 服務設計如同工廠設計 | 醫院照護 | 病人在哪裡？

| 服務設計的現況第7章 等待的設計排隊等候的心理學 | 排隊的六個設計原則 | 設計等候的方法 | 一列或是多列？

單邊或是雙邊收銀櫃檯？

| 雙重緩衝 | 排隊設計 | 回憶比真實狀況更重要 | 等候可以妥善處理 | 體驗設計第8章 掌握複雜：夥伴關係掌握複雜性的基本原則第9章 未來的挑戰銷售人員的偏見 | 設計師和使用者之間的鴻溝 | 產品評論者的偏見 | 社會互動 | 為何簡單的事物變得複雜 | 設計的挑戰 | 生活在複雜之中：一種夥伴關係
註釋參考文獻

<<好設計不簡單>>

章节摘录

多功能的誘惑 每次我去以前沒去過的國家，我的消遣之一就是逛逛當地人去的商店和市場，還有什麼了解當地文化更好的方法呢？

食物不同、衣著不同，而且在以往連廚房、庭院、商店的工具也不同。起初幾次到南韓，我請招待人員帶我去市區的商場，特別是百貨公司。在百貨公司，我看到了傳統的大型家電：冰箱和洗衣機。

店裡明顯囤滿了韓國公司像是樂金（LG）和三星（Samsung）的產品，當然也有奇異（GE）、百靈（Braun）和飛利浦（Philips）的外國產品。

韓國製的產品看起來比外國產品複雜，即使它們的規格和價格是相同的。

我問帶我去逛街的兩位設計系學生：「為什麼？」

他們的回答是：「因為韓國人喜歡看起來複雜的東西。

複雜代表身分地位。

」在美國和歐洲，我也發現了相同的現象。

廚房裡擺了很少用到的、昂貴的不銹鋼烤箱，即使主人很少做菜；還有高級的洗衣機，即使連主人也不好意思說他們不知該如何設定。

家用電器越來越複雜，尤其是向來簡單的烤麵包機、冰箱和咖啡機。

它們都有數個控制刻度旋鈕、液晶顯示器和很多操作選項。

很久以前，烤麵包機只有一個旋鈕用來控制烘烤的程度。

就這樣而已。

按一下水平按把，麵包片就往下進入機器並同時啟動烤麵包過程。

當時的烤麵包機很便宜。

可是在今日的商店裡，烤麵包機並不便宜，甚至是由著名設計師和設計公司設計；還標榜複雜的控制鍵，降下麵包片、烤完後自動向上推出都是電動控制。

液晶面板顯示著神祕的圖形標示、圖案和數字。

簡單嗎？

再來檢視一下現在的汽車。

同樣的，也是複雜。

以我的年紀，我記得以前的汽車方向盤只有一個功能：控制汽車進行方向，後視鏡只做鏡子用。

現今的方向盤是複雜的控制構造：有多個按鈕和控制鍵、包括音樂和電話的音量控制、多重控制桿可以控制方向燈、定速控制、前燈和雨刷。

後視鏡現在也有多種控制和顯示功能。

為何人們 捨簡單、便宜的烤麵包機，而購買複雜、昂貴的烤麵包機？

為何方向盤和後視鏡裝置那些按鈕和控制鍵？

因為，人們相信這些功能是他們要的。

這是決定購買與否的重要因素，這些功能的重要性也只在購買的時候顯現。

我們為何故意設計事物來困惑使用者？

答案是：因為人們想要這些功能。

因為所謂的要事物簡化的要求，是一個迷思。

這迷思如果曾經存在的話，也已過時。

人們不買簡單的產品。

如果有選擇，他們寧可買有更多功能的物品。

儘管人們了解，增加功能即是增加複雜性，多功能還是贏過簡單。

我相信你也是如此。

你是否曾經比較過兩樣產品，功能比功能，然後選了功能比較多的那項產品？

丟臉哪！

你的行為就像，嗯，一般人一樣！

<<好設計不簡單>>

買複雜、昂貴的烤麵包機？

它賣得很好。

然而讓我困惑的是：當一個製造商想出了方法，把一個神祕的操作過程自動化，我當然期待新產品會比較簡單。

不，結果適得其反。

舉一個例子：西門子（Siemens）在網站上宣稱他們的新式洗衣機「設有聰明的感測器，可以辨識待洗衣物的布料和骯髒程度。

使用者只需從兩個設定選一：熱水和有色衣物洗法，還有易洗衣物洗法。

其他的，完全留給機器處理。

」 恭喜！

現在整個清洗過程都能自動化，只需裝兩個控制鍵：一個是挑選待洗衣物的洗法；另一個是洗衣機開關。

錯了，這洗衣機比非自動化的洗衣機有更多的按鈕和控制鍵。

我問一位在西門子工作的朋友：「為何裝那麼多的控制鍵？

不是一、兩個就夠了嗎？

」 「你是不是跟一些人一樣，願意放棄對機器的控制，認為越簡單越好？

」他反問我。

「你不想掌控狀況？

」好奇怪的答覆！

如果不能信任自動化，何必自動化？

是的，沒錯，我也跟一些奇怪的人一樣，認為越少越好。

看起來，行銷人員贏了，我猜想他們是對的。

你願意花更多的錢買一部控制鍵比較少的洗衣機嗎？

理論上，也許會。

但在店裡，可能不會。

行銷決定一切：這是應該的。

一個不重視行銷的公司，不久就會關門大吉。

行銷專家了解功能表的項目多寡會影響購買決定，即使消費者了解大多數的功能，他們很可能不會用到。

請注意我前面用到的字眼：「花比較多的錢買一部控制鍵比較少的洗衣機。

」關於這個題材的先前版本曾在人機互動研究的專業雜誌《互動》（Interactions）上發表，雜誌編輯以為我寫錯了，問我：「你的意思是『花比較少的錢』吧？

」她的疑問正說明我的意思：一家製造商，如果花很多的經費，設計運作得很好、很自動的電氣產品，結果只需使用一個開關就能操作這部機器，人們會拒買這部機器。

人們會埋怨說：「為什麼簡單的產品比複雜的產品貴？

」 「那公司在想什麼？

我當然要花少一點的錢，買功能多一點的產品。

這樣我不但省了錢，也應該是買了一部好一點的產品。

」是的，我們要簡單，可是我們不願放棄那些很棒的功能。

我們生命中最複雜的事物是什麼？

那就是人類。

人體 尤其是人腦 非常的複雜。

人腦不停的演化，留下一些過去的痕跡，把舊的東西用到新的目的。

我經常埋怨那可怕的「功能沉迷症」遺害到現代的數位電子產品。

可是說到多功能，生物構造還是贏。

所有的生物構造，都充滿各種功能和調整。

經過了長時間，我們才學會控制我們的身體。

<<好設計不簡單>>

經過了多年，我們才學會使用最基本的產品，比如鉛筆和餐具。不管是刀、叉或是筷子。然而，我們很快就忘了，幼年時，我們花了多少時間學習基本的生活技巧。複雜是不可避免的。

<<好設計不簡單>>

媒体关注与评论

『對我而言，這本書最有趣的是去挑戰一個設計上看來必然是真的定理，根據許多觀察與相關理論，嘗試提出另一種可能性。

【盡量簡化，減少不必要的複雜性】，是設計上經常使用的原則。

但是諾曼教授提醒我們：如果只是盲目地運用原則，而不去探究其背後思維與應用限制，就可能產生相反的結果。

』 - - 台科大工商業設計系教授 / 陳玲鈴

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>