

<<移情设计>>

图书基本信息

书名：<<移情设计>>

13位ISBN编号：9787112131785

10位ISBN编号：7112131782

出版时间：2011-4

出版时间：中国建筑工业出版社

作者：（芬兰）Koskinen 等著

页数：97

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>

<<移情设计>>

内容概要

对于设计一个具有创新性的产品理念来说，理解用户的体验是至关重要的，而在一切都还比较模糊的设计前期，也就是寻找设计理念和设计驱动的时候，这一点就显得更为重要。在这种情况下，一个产品是否成功，就存在于它是如何被用户所体验的，获得一种对未来用户的移情理解是其关键。

《移情设计——产品设计中的用户体验》这本书以作者Ilpo Koskinen等多年的研究为基础，介绍了设计前期的一些设计理念和办法。撰稿人中既包括理论研究人员，也有与设计公司合作的执业设计师。

《移情设计——产品设计中的用户体验》的目标读者包括工业设计师、软件工程师、新媒体设计师和对产品设计感兴趣的人际关系专家，等等。

<<移情设计>>

作者简介

作者：（芬兰）Ilpo Koskinen（芬兰）Tuuli Mattelmaki（芬兰）Katja Battarbee 译者：孙远波 姜静 耿晓杰

<<移情设计>>

书籍目录

预见体验

智能沐浴：情感化设计软化家庭科技

Ami Aromaa&Sauli Suomela

概念设计流程·寻找沐浴体验的精神实质·初步概念·深入“自然”方向·体验变成功能·概念验证·最终概念-设计师作为用户代表—还是以用户为中心设计?

1 设计中的移情

用户体验与移情设计绪论

Ilpo Koskinen&Katja Battarbee

为用户体验的设计：决策者与阐释者·体验中的产品·体验产品：来源、密集度和体验方向·用户体验是一个生动和叙述性的现象·走向移情设计研究·设计流程中的移情

移情设计：用其他人的经验启发和激活灵感

Jane Fulton Suri

为他人设计·移情观察法·如何学习·观察人们的真实反应·寻求用户参与·尝试我们自己的产品·激发想象

移情设计方法论

Ilpo Koskinen

选择用户人群：主要、次要与非正常·启发与推论：如何使用数据·了解的价值：如何才能获得好启发·利用沟通和推论来分享移情

2 用物体和原型机来研究体验

口袋和包：用可携式物品来理解体验

Meri Laine

产品间的关系：情境模型·数据和方法·形式的重要·产品间关系的变化‘包和口袋：携带东西的功能可见性·结论和论述

手机视觉短信中的情感

Esko Kurvinen

情感和手机视觉短信·数据·情感化的手机图片：让情感可视化·用情感化短信回复无情感短信·回复情感化短信：共同情感展示·论述

移动相册：一种体验原型

Esko Kuiazinen & Ilpo Koskinen

摄影术背景研究·使用I—ZONE相机和模板体验原型机制作·一起搭建故事：聚会模板·一起搭建可分享的相册·室内编辑的重要性：用视觉想象探索内心世界·走向设计：一个可分享相册的故事情节·使用尚未存在的技术尝试交互原型

3 为概念设计理解体验

故事作为理解意义的捷径

Katja Battat"bee

移情、讲故事·研究有意义的人—物关系-三个故事·故事作为理解意义的捷径

探测：为设计移情调查体验

T'uuli Mattelmaki

探测：使用自我记录包调查经验·探测法案例学习·设计探测·理解用户体验：探测包的组成实例-使用访谈和拼贴画推论探测·探测作为一个设计工具

走向物品生态学：日用消费品间的共生和竞争

Riittia Nieminen—Sundell&Mika Pantzar

数据·人造物的合作交互：一台电脑，冰球赛奖杯和家具·相竞争的物品：

<<移情设计>>

一个让人讨厌的电脑是如何被请出一个女孩的房间的 · 被捕食者和捕食者：两个相机的故事 · 走向物品生态学：从并向交互到网络

4 使它产生作用

为什么我在用户体验咨询领域工作

Alison Black

小细节能带来大改变 · 体验是建立在信息上的 · 提供知识或一种观点 · 为什么会厌烦

词汇索引

<<移情设计>>

章节摘录

版权页：插图：显而易见，我们生活中的绝大多数物品都属于背景产品。但提到情感重要性，想必从一个没怎么用过的煮蛋器到我们童年时钟爱的玩具动物之间还是有着相当的距离的。

前一个东西我们可能只会使用一次，而后一个物品的记忆将伴随我们一生。

我们应该注意到，物品意义的产生过程并不是单向的。

从背景产品到含义丰富的情感物品的演变过程中，经常会出现重复甚至相反的过程。

Rhea提出了一个观点，认为我们和物品的关系是随着时间不断变化的。

最开始与产品的接触可能会引起我们的沉浸感，有些产品会吸引我们沉浸在其愉悦的使用体验中，还有一些不具有这样的功能。

当产品的使用体验不断积累，用户与之的关系会变得更加紧密。

最后，产品暂时或永久地离开了用户的生活，产品关系也随之慢慢消失。

如果Rhea的理论是正确的，作为设计师，我们就必须关注产品体验发展的过程。

同时，为了避免Rhea体验循环模型中的缺陷，我们还必须将体验与特定的社会和物质背景联系起来，这点是非常重要的。

物品可能在任何一个环节进入这个模型，有些产品会在一个阶段停留很久，也有一些会迅速地穿过。

甚至还有一些产品，在整个循环过程中会出现逆向的步骤。

这种复杂多变的状况，是无法用Rhea循环模型的逻辑解释的。

用户体验是一个生动和叙述性的现象有一种产品体验模型，关注于产品含义产生的基础，而非将这些模糊的体验生硬地划分为几个具体命名的类别。

这种模型依据于实用主义哲学，并且倾向于用现象学和人文社会科学的方法进行描述。

在Forlizzi和Ford的模型中，用户根据自己在环境、先前经验以及当前情绪状况中的定位，与具有某些特点和在购买能力范围内的产品进行交流。

他们注意到，用户与产品交互过程中的大部分行为都是自动、流畅甚至模式化的。

这种体验是潜意识的。

但如果“经验要求我们思考正在进行的活动”，体验也会变成认知注意和思考的目标。

一些体验已经在用户的头脑中形成了固定的模式，而我们对特定产品叙事性的体验就源自其中。

用户将生活中这种突出的体验片段连接起来，形成自己的故事，这种“体验”就不再单纯地存在于潜意识当中了。

此外，体验还可以在不同的类别之间流动，叙事性的体验也可能变成潜意识中的体验。

这种观点将用户体验置于现实的语境之中。

比如，当我们观看电影《教父》的时候，影片用连续的场景和声音冲击着我们的感官，并用情感激荡着我们的意识，电影用这种方式构建了一种特定的体验。

对于背景的理解和对当前现象的解读，这两种活动的关系是辩证的。

<<移情设计>>

编辑推荐

《移情设计:产品设计中的用户体验》的多数作者都隶属于赫尔辛基艺术与与设计大学的产品和策略设计项目,包括主笔Ilpo Koskinen博士是教授,工业设计师Tuuli Mattelmäki和Katja Battarbee是研究人员。书中的主题、用户体验概论、设计中的移情、移情设计方法论、用物体和原型机来调查体验、用便携式物品来理解体验、手机视觉短信中的情感、为概念设计理解体验、使它起作用。

<<移情设计>>

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>