

图书基本信息

书名：<<了解「人」, 你才知道怎麼設計！>>

13位ISBN编号：9789574429837

10位ISBN编号：9574429830

出版时间：2011-9-28

出版时间：旗標出版股份有限公司

作者：Susan Weinschenk

译者：謝靜玫

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>

內容概要

你的設計是自我感覺良好？
還是因為你真的了解「人」？

唯有了解買商品的「人」, 你才能做出對的設計！

本書介紹了 100 個人自覺與不自覺的行為與反應, 幫助設計者從人的視覺、思考、心理層面、人會犯的錯誤等, 更了解人的行為, 進而做出更貼近使用者的商品。

作者透過無數有趣的實驗來說明這些反應與行為, 以及如何應用在設計上, 例如：

人有兩種視野, 【中央視野】與【周邊視野】。

前者可用來直視事物；後者則是不在直視範圍的視野, 和中央視野相比, 我們更常使用周邊視野來辨認所見。

正因為人會不自覺得注意在周邊視野的事物, 所以當我們在瀏覽網頁時, 不自覺會看到周邊視野的廣告, 此時若廣告再加上閃光、閃動的效果, 將會更吸引人注意。

實驗中給了 48 位研究生每人一筆金額, 目的是要和夥伙分錢, 將這 48 位研究生分為以 e-mail 溝通, 與寫紙條溝通兩組, 結果發現, 用 e-mail 溝通的這組有 92% 的人會謊報金額；寫紙條溝通則降至 63%。

此篇文章在說明不同的溝通方式會影響人的說謊程度, 而人在電話最常說謊, 所以如果想要利用電話詢問使用者對產品的愛用程度, 以便設計時做改善, 那麼不如當面詢問, 得到的結果會更接近真實。

如果一個組織很難加入, 那麼加入的人會越喜歡這個團體, 就算它很無聊。

因為人都會有一個想法「加入這個團體很難, 表示不是每個人都能加入, 如果我沒辦法加入, 我就輸了！所以無論多麼困難我都要加入。

」由此可知, 【越難得到的東西, 人們會越喜歡。

如果加入網站會員需要有一點門檻, 那麼會員會更重視這個網站。

作者將從實驗中證實人類心理、生理及視覺的反應整理成 100 則設計理論, 只要設計師在設計產品時, 能將其發揮在商品上, 將更能貼近使用者的感受。

即使不專職設計, 閱讀本書也能讓你從心理、生理及視覺層面更了解「人」。

採單元架構, 每個單元以淺顯易懂的標題做開頭, 再以圖片、示意圖、表格或圖表說明, 各單元維持 1 ~ 4 頁, 閱讀起來輕鬆無負擔。

由於作者喜歡閱讀, 因此本書彙整了大量的書籍、論文等觀點, 加上生動有趣的實驗過程, 不但讀者能迅速學習與記憶, 在設計網頁或產品時, 也更將其容易發揮在產品上。

本書將人的感知分成 10 篇來說明：

【人們如何看】

【人們如何閱讀】

【人們如何記憶】

【人們如何思考】

【人們如何集中注意力】

【人們的動機來源】

【人類是社群動物】

【人們如何感覺】

【犯錯乃人之常情】

【人們如何做決策】

如果你是設計師, 本書是你設計商品 (或網站) 不可或缺的工具書, 能讓你的商品更貼近使用者; 如果你不專職設計, 那麼讀完本書可以讓你更懂「人」, 洞悉人自覺與不自覺行為背後真正的原因。

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>