

《情感設計》

图书基本信息

书名：《情感設計》

13位ISBN编号：9789867705907

10位ISBN编号：9867705904

出版时间：2005

出版社：田園城市文化事業有限公司

作者：Donald A. Norman

页数：308

译者：翁鵲嵐,鄭玉屏,張志傑

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《情感設計》

內容概要

你可曾疑惑為何便宜的葡萄酒倒在別緻的玻璃酒杯中，品嚐起來就特別美味？或是為什麼洗過的車或打過蠟的車感覺特別好開？新的研究顯示，有吸引力的東西的確會比較好用。

在過去十年間，設計傾向讓產品容易使用，其中有一大原因歸於 Norman 開創性的言論《設計心理學》(The Design of Everyday Things)。但當他在《情感設計》(Emotional Design) 這本迷人的新書中詳細的論證之後，我們不只是在用產品而已，我們的情感已經深深地介入這個活動了。這本書首次論證了這個看起來似乎很簡單的概念所帶來的深遠影響。

每次當我們接觸到一個東西，決定我們反應的不單是它有多好用，還包括它有多好看、有沒有忠實地反映我們的形象，或甚至喚起我們的懷舊之情。當一個產品在美學上令人愉悅且符合自己或社會的價值觀，我們就會以正面之情看待它，這就是為什麼即使便宜的電子錶也可以精確地讀出時間，仍有人願意花大把鈔票去買一隻昂貴的手工錶。

然而消費者如何體驗產品還只是本書其中的一環；情感在設計師的工作中也扮演了極重要的角色。愉快的心情會增加創意；焦慮的狀態會提昇注意力。不管是設計機器人或辦公空間、果汁機或捷豹汽車，設計師總在正面與負面的感覺中來回波動，而且他們的作品證明了這些情緒的影響。此外，這個觀點更進一步拓展了未來的設計：如果我們製造出來的東西可以感知我們的情緒狀態會如何呢？又要如何加強我們與它們之間的互動呢？

Donald Norman 陳述了這些以及更多其他鼓動人心的議題 - - 利用豐富的案例和科學上最新的見解，大膽的探索我們日常生活中會帶來情緒影響的物品。他的暢銷書《設計心理學》顯示了為什麼我們使用的產品不應該讓人困惑、惱怒，還有沮喪，《情感設計》則解釋了為什麼它們也必須迷人、愉悅，以及充滿樂趣。

《情感設計》

作者簡介

西北大學電腦科與心理學教授，同時也是 Nielsen Norman Group - - 促進產品與服務以人為中心考量之顧問團隊 - - 的共同創辦人。他的著作包括《設計心理學》(The Design of Everyday Things)、《心科技》(Things That Make Us Smart)與《無形的電腦》(The Invisible Computer)。他的網頁是 www.jnd.org。目前住在伊利諾伊州的北布魯克。

《情感設計》

精彩短评

- 1、最大的收获在于将情感设计分解成本能、行为、反思三个层次的定义并举例各领域不断论证。后两章讲ai觉得略显拖沓，甚至觉得有点偏离主题，虽然与「现状」的结合说明确实给人机设计带来些许启发。
- 2、1，三层论设计有用；2，篇末的机器人思路很赞
- 3、以文字为主，需再读
- 4、设计心理学经典。有相对统一的心理学理论分析框架，也即本能、行为、反思的三层对产品评价的系统，也有丰富的案例展现，手表茶壶手机游戏甚至机器人等等方向，有依据直接个人经验给出的真实评价，也搜集了用户与技术专家设计师等等方面的意见反馈。有历史的回顾梳理，也有现实的分析考量，更有对未来的大胆畅想。好的产品，可能是有用的好用的，但一定得是可爱的。就企业战略而言，用心做产品至少包含两个方面的含义，功能上的精益求精，外观设计产品内涵等方面则要求时刻把握顾客的内心。或许在技术瓶颈被突破普及之后，关于产品的意义内涵观感等等维度的竞争才是体现企业核心竞争力的方面。个人感觉：产品经理职业虽说门槛低，但是真正做好，精进的程度是没有止境的。同样的，对人的理解对人的心理状况，好恶爱恨等等方面的理解也是没有止境的。
- 5、情感设计入门读物，可以结合设计心理学一起阅读
- 6、台版

章节试读

1、《情感設計》的笔记-第1页

mark

2、《情感設計》的笔记-第21页

人類的情感、情緒、和認知也逐漸進化成彼此互動且互相彌補。認知詮釋世界，增進理解和知識。情感（包括情緒）是一個判斷什麼是好是壞、安全或危險的系統，它做出價值判斷，讓人生存得更好。

情感系統還控制身體的肌肉，並透過化學神經傳送素改變大腦的運作方式。肌肉活動則是我們對反應做好準備，而且還會為我們遇到的其他人提供信號，這是情緒在溝通是所提供的另一個重要作用：我們的身體姿勢與面部表情為其他人提供了我們情緒狀態的外在線索。認知和情感、理解和評估一同組成一支強大的團隊。

3、《情感設計》的笔记-第26页

4、《情感設計》的笔记-第1页

*** 认知科学是由认知心理学、计算机科学和工程学，以及以系统严密和逻辑思考为自豪的分析组成的交叉学科。

*** 丰富的色彩会产生强烈的情感陈诉。

*** 情感的工作方式之一是通过神经化学物质来浸润某一特定脑区，来修正知觉、决策制定和行为。

*** 情感系统进行判断，迅速确定危险和安全。认知系统来解释世界。情绪是情感的意识体验。

*** 伴随危险而产生的高度生理唤醒，以及由快速增加的肾上腺素引起的反应。

*** 真正的问题与产品的内在价值无关，真正的问题在于联络产品和用户之间的情感纽带。——制作蛋糕的工具

*** 你购买的产品和生活方式都反映和树立了你的自我形象。

*** 品牌都与情感有关，而情感都与判断有关。品牌名称是代表一个人对产品和生产这个产品的公司的全部感受的符号。

*** 产品设计的真正挑战是“去理解终端用户来得到满足的和未表达出来的需求。”

*** 一旦学会，永远记住。

*** 形成良好理解的秘密是建立一个适当的概念模型。

*** 反馈必须要增强概念模型，准确地表明在发生什么，以及还要去做什么。因为，理解的一个重要部分来自反馈。

*** 本难反应和行为反应都是潜意识的，这一事实使我们意识不到我们真正的反应和它们的原因。

*** 良好的行为水平的设计的准则：它只需要解释一次，它就是显而易见的。

*** 产品的真正价值是满足人们的情况需要，而最重要的一个需要是建立其自我形象和其在社会中的地位的需要。

*** 最好的顾客是分不清方向的顾客。——西部联合广场的Diesel牛仔裤商店

*** 强烈情感依恋提供了自我实现的预言机制。

*** 使购买最想得到的产品比较困难，而使购买引起欲望的产品机极其容易。

*** 他们探索人们之间的交互的方法，然后科学再尽力去解释其中的奥妙。

《情感設計》

- *** 设计的精髓是把许多东西放入一个小的空间而且保持一种美感，使多功能和小型化同等重要。
- *** 探索会增加知识并提高心理复杂性。
- *** 提出一项情感上的承诺，不断实现这一承诺，以难忘的方式结束的这一经历。——一个设计如何保持效果
- *** 自然声音是意图的最好表达方式。
- *** 计算机游戏的主要心理基础就是玩游戏时产生的穿过一个门进入另一个世界的本能感觉。
- *** 信任必须由经验获得。
- *** 质疑作为一种尊重的标志，而不是缺乏信任的象征。
- *** 短信的真正力量不是信息，而是它对存在的察觉。
- *** 为了舒服和安心，人们需要不断交流。
- *** 20世纪80年代是个人电脑的十年，90年代是网络的十年，而我认为21世纪刚开始的十年将是机器人的十年。——sony行政长官
- *** 功能应该决定外型。——机器人的讨论
- *** 大多数复杂性其实来自观察者自己的主观解释。
- *** Isaac Asimov机器人技术的四大定律
- **** 第零条定律：机器人不可以伤害人类，也不允许机器人在人类遇到危害时毫无反应。
- **** 第一条定律：机器人不可以伤害一个人，或者在那个人遇到危害时毫无反应，除非这会违背第零条机器人定律。
- **** 第二条定律：机器人必须遵从人的命令，除非这些命令违背第零条或第一条定律。
- **** 第三条定律：机器人必须保护它自己的存在，只要这种保护不违背第零条，第一条和第三条定律。
- *** 按我想做的做，而不是按我所说的做。
- *** 机器的反思能力，包括元知识（meta-knowledge）（对它自己的知识的知识）对它自身的状态、行为、意图的自我意识。
- *** 基于问题的学习，询问学习或者建构学习。
- *** 开发令人激动的、融入情况的、智力上有效的学习体验真是一个设计上的挑战，值得世界上天子最好的人来接受这一挑战。
- *** 共享常见的消极情绪可以导致与会者积极的联系：昨天憎恨的物品推动了今天喜爱的感觉。
- *** 使物品适度的退化，使物品富有个性，这是情感的价值，目前产品设计中一个有价值的目标。
- *** 比起物品的外观和感觉，人们总是对物品用起来有多好或者甚至它是干什么的具有很少的兴趣。
- *** 情感设计的三个水平：本能、行为、反思。

5、《情感設計》的笔记-第5页

如果要像一條所有人都適用的黃金定律，這一條就是了：別在你的房子里擺一些你不知道有什麼用的東西，或者你信以為漂亮的東西。——《THE BEAUTY OF LIFE》WILLIAM MORRIS

茶壺的故事說明產品設計的幾個組成要素：可用性（或缺少可用性）、美學和實用性。

本能的設計關注它本身的外觀。
行為的設計和使用的愉悅感與效率有關。
反思的設計考慮產品的合理化和智慧化。

生活中的器物對我們來說絕不只是物質上的佔有。

80年代撰寫的《設計心理學》只討論實用性和可用性、技能和造型，一切都以一種邏輯且不帶情感的方式處理——儘管設計不良的東西也會令我發火。
當然，實用性和可用性很重要，不過如果沒有樂趣和愉悅、喜悅和興奮、焦慮和生氣、害怕和憤怒，那麼我們的生活就不會完整。

《情感設計》

除了情緒之外，還有一點當時也沒有討論到：審美、吸引力和美感。

這本書的主題就是：大多數的人類行為都是潛意識的，意識無法察覺。在人類進化歷程以及大腦的信息加工過程中，意識都出現的比較晚，許多判斷在被意識到之前就已經確定了。情感和認知都是信息處理的系統，但功能各不相同。情感系統進行判斷，幫助你迅速確定環境中的事物，什麼是危險或是安全的，什麼是好或是壞的；認知系統中則用來詮釋和認識這個世界。

認知和情感是相互影響的，一些情緒和情感狀態可以由認知驅動，而情感也常常影響認知。

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:www.tushu111.com