

《人机交互》

图书基本信息

书名：《人机交互》

13位ISBN编号：9787111407478

10位ISBN编号：7111407474

出版时间：2013-5

出版社：机械工业出版社

作者：冯桂焕

页数：264

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

《人机交互》

内容概要

书籍目录

前言 第一部分基础篇 第1章人机交互概述 1.1引言 1.2背景知识 1.2.1基本概念 1.2.2研究内容 1.2.3为什么学习人机交互 1.2.4相关领域 1.3人机交互的发展历史 1.3.1重要的学术事件 1.3.2主要的发展阶段 1.3.3著名的人物与事件 1.3.4人机交互的发展 1.4人机交互与软件工程 习题 参考文献 第2章人机交互基础知识 2.1引言 2.2交互框架 2.2.1执行 / 评估活动周期EEC 2.2.2扩展EEC框架 2.3交互形式 2.3.1命令行交互 2.3.2菜单驱动 2.3.3基于表格的界面 2.3.4直接操纵 2.3.5问答界面 2.3.6隐喻界面 2.3.7自然语言交互 2.3.8交互形式小结 2.4理解用户 2.4.1信息处理模型 2.4.2认知心理学 2.4.3人的认知特性 2.5交互设备基础 2.5.1文本输入设备 2.5.2定位设备 2.5.3图像输入设备 2.5.4显示设备 2.5.5虚拟环境下的交互设备 习题 参考文献 第3章交互设计目标与原则 3.1引言 3.2交互设计目标 3.2.1可用性目标 3.2.2用户体验目标 3.3简易可用性工程 3.3.1可用性度量 3.3.2可用性度量举例 3.3.3四种主要技术 3.4交互设计原则 3.4.1基本设计原则 3.4.2 Shneiderman的八条“黄金规则” 3.4.3 Norman的七项原理 3.4.4 Nielsen的十项启发式规则 习题 参考文献 第4章交互设计过程 4.1引言 4.2交互设计过程 4.2.1基本活动 4.2.2关键特征 4.3设计过程中的问题 4.3.1如何选取用户 4.3.2如何明确需求 4.3.3如何提出候选设计方案 4.3.4如何在候选设计方案中进行选择 4.4交互设计生命周期 4.4.1传统软件生命周期模型 4.4.2交互设计生命周期模型 4.5交互设计过程管理 习题 参考文献 第二部分设计篇 第5章交互式系统的需求 5.1引言 5.2交互式需求 5.3产品特性 5.4用户特性 5.4.1体验水平差异 5.4.2年龄差异 5.4.3文化差异 5.4.4健康差异 5.5用户建模 5.5.1人物角色 5.5.2人物角色实例 5.5.3人物角色的构造 5.6需求获取、分析和验证 5.6.1观察 5.6.2场景 5.6.3应用人物角色和场景剧本的需求定义 5.6.4任务分析 5.6.5需求验证 习题 参考文献 第6章交互式系统的设计 6.1引言 6.2设计框架 6.3设计策略 6.3.1删除 6.3.2组织 6.3.3隐藏 6.4设计中的折中 6.4.1个性化和配置 6.4.2本地化和国际化 6.4.3审美学与实用性 6.5软件设计的细节 6.5.1设计体贴的软件 6.5.2加快系统的响应时间 6.5.3减轻用户的记忆负担 6.5.4减少用户的等待感 6.5.5设计好的出错信息 6.6交互设计模式 习题 参考文献 第7章可视化设计 7.1引言 7.2窗口和菜单 7.2.1窗口 7.2.2菜单 7.3对话框 7.3.1类型和用途 7.3.2对话框设计要点 7.4控件 7.4.1命令控件 7.4.2选择控件 7.4.3显示控件 7.4.4输入控件 7.5工具栏 7.5.1工具栏构成 7.5.2工具栏使用原则 7.5.3工具栏演化 7.6屏幕复杂度度量 7.6.1布局复杂度 7.6.2布局统一度 习题 参考文献 第8章交互设计模型与理论 8.1引言 8.2预测模型 8.2.1 GOMS模型 8.2.2击键层次模型 8.2.3 Fitts定律 8.3动态特性建模 8.3.1状态转移网络 8.3.2三态模型 8.4语言模型 8.5系统模型 习题 参考文献 第9章以用户为中心的设计 9.1引言 9.2以用户为中心的设计思想 9.3用户参与设计 9.3.1用户参与的重要性 9.3.2用户参与的形式 9.3.3参与式设计 9.4理解用户工作 9.4.1了解用户 9.4.2上下文询问法 9.5以用户为中心的浅析 习题 参考文献 第三部分评估篇 第10章评估的基础知识 10.1引言 10.2评估目标和原则 10.2.1评估目标 10.2.2评估原则 10.3评估范型和技术 10.3.1评估范型 10.3.2评估技术 10.4评估方法的选择 10.4.1区分评估技术的因素 10.4.2评估技术的分类 10.4.3评估方法的组合 10.5评估步骤 10.5.1确定目标 10.5.2发掘问题 10.5.3选择评估范型和技术 10.5.4明确实际问题 10.5.5处理道德问题 10.5.6解释并表示数据 10.6小规模试验 习题 参考文献 第11章评估之观察用户 11.1引言 11.2观察方式 11.2.1实验室观察 11.2.2现场观察 11.2.3结合访谈 11.3数据记录 11.3.1纸笔记录 11.3.2音视频记录 11.3.3日志和交互记录 11.4数据分析 11.4.1定性分析 11.4.2定量分析 习题 参考文献 第12章评估之询问用户和专家 12.1引言 12.2询问用户之访谈 12.2.1指导原则 12.2.2访谈类型与技巧 12.2.3焦点小组 12.3询问用户之问卷调查 12.3.1问卷设计 12.3.2问卷设计举例 12.3.3问卷组织 12.3.4在线问卷调查 12.3.5问卷调查与访谈 12.4询问专家之认知走查 12.4.1认知走查方法 12.4.2认知走查实例 12.4.3协作走查 12.5询问专家之启发式评估 12.5.1评估原则 12.5.2评估步骤 12.5.3 iTunes的启发式评估实例 习题 参考文献 第13章评估之用户测试 13.1引言 13.2测试设计 13.2.1定义目标和问题 13.2.2选择参与者 13.2.3设计测试任务 13.2.4明确测试步骤 13.2.5数据搜集与分析 13.3测试准备 13.4数据分析 13.4.1变量 13.4.2分析方法 13.4.3总结报告 13.5网站评估实例 习题 参考文献 附录A界面原型设计工具 附录B用户交互满意度调查问卷 附录C网站评估的启发式原则 附录DiOS用户界面设计原则

版权页：插图：通常，企业的IT管理者很看重配置功能，它允许他们巧妙地强制企业用户来执行同样的方法。他们欣赏在菜单及工具栏中添加宏和命令的能力，这样他们在现有的软件基础上能够更加紧密地结合企业建立的过程、工具和标准。许多IT管理者购买软件的基本决策就是要买那些有配置能力的软件，如果他们在购买一万或两万份拷贝，他们肯定认为程序应该能够适应他们特殊的工作风格。因此，微软办公应用程序获得最易配置套装软件的头衔绝对不是偶然的[Cooper et al 2007]。

6.4.2 本地化和国际化

在信息领域，国际化与本地化是指调整软件，使之能适用于不同的语言及地区的过程。国际化是指在设计软件，将软件与特定语言及地区脱钩的过程。当软件被移植到不同的语言及地区时，软件本身不用做内部工程上的改变或修正。本地化则是指当移植软件时，加上与特定区域设置有关的信息和翻译文件的过程。国际化和本地化之间的区别虽然微妙，但却很重要。国际化意味着产品有适用于任何地方的“潜力”；本地化则是为了更适合于“特定”地方的使用，而另外增添的特色。对一项产品来说，国际化只需做一次，但本地化则要针对不同的区域各做一次。这两者之间是互补的，并且两者合起来才能让一个系统适用于各地。界面设计需要本地化还是国际化，这确实是网络时代的一个重要话题。如果你住在德国，而且只用德语与其他德国人交流，那么，如果软件销售商已经针对德语对系统进行了本地化工作，则你的问题应该已经解决了。尽管许多用户觉得对单一地区的支持已经够了，但仍然存在许多需要多地化界面的用户。这种用户包括那些搬到国外居住或到国外访问的人，以及需要和其他国家的人交流或交换信息的人。乍一看，当前使用图形界面和用图标取代文字的发展趋势似乎能够解决国际化的使用问题。然而实际并非如此，因为图标和颜色包含的含义并不通用。如，邮箱图标经常被用在电子邮箱应用程序中，但不同国家的邮箱看起来差别很大，因此不同国家对表示这个物理实体的图标会有不同的设计。尽管在越来越国际化的今天，特定图标有着广泛的国际基础，但却可能不为一些国家所知。有数据显示，在日本只有13%的人知道红十字标志是急救图标[Brugger 1990]。正是由于不同国家有不同的俗约，使用图标会使界面设计的可用性大打折扣，尽管有时很难不使用这种用法[Nielsen 1993]。在理想情况下，每个运行界面和数据文件都应该与某个地区联系起来，这个地区能够定义与当前用户进行交互所需要的本地化信息。如果有一位新用户开始使用系统，或者打算把数据传送到其他国家，那么就可能选择一个新的地区并对界面以及数据做相应的修改。例如，假定某数据库包含某个美国厂商所设定的一组产品单价数据，其中某个产品单价为\$1498.95。

精彩短评

1、不错的教材

《人机交互》

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