

<<洞悉用户>>

图书基本信息

书名：<<洞悉用户>>

13位ISBN编号：9787112123124

10位ISBN编号：7112123127

出版时间：2010-8

出版时间：中国建筑工业出版社

作者：胡飞

页数：246

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>

## &lt;&lt;洞悉用户&gt;&gt;

## 前言

用户研究在现代设计中扮演着极为重要的角色。但就在若干年前，就连惠普、索尼、Tektronix等一些大公司也几乎看不到用户研究的重要性，他们都十分信任本公司专家的判断，把自己的设计师作为用户的代言人。假如他们的设计师喜欢这样设计，就以为使用者即用户也同样会喜欢。

然而，这样的做法在现在十有八九会导致失败。因为一个优秀的创造性设计应来自用户方面的需要并能真正深刻地理解这些需求。而用户研究能够发现用户的普遍和特殊的需要，并设计这些产品。

譬如说：用户调查、用户观察（眼动仪的使用）、用户访谈、用户角色与情境建立，并以物为媒介来帮助用户准确描述自己的感受经验等，这些方法越来越受到重视，尤其是在一些设计发达的国家，近来形成了“以用户为中心的设计”哲学。

无论是情感设计、体验设计、移情设计、行为聚焦还是感性工学，其设计方法的趋势都是一致的——从生产者利益和设计者角度转向更直接地针对用户价值的实现。

正如本书的副标题指出的，用户研究方法与应用为本书的主题。胡飞把他的这本新著样稿寄给我看时，我原以为自己对这些方法问题比较熟悉，读这样一部30多万字的长稿不会太困难。

同时认为，方法类著作都有教科书式的结构与论述，难免有枯燥之感。可当我静心细阅稿子时，立刻就被其中新颖的观念、精彩的阐述、生动的案例、有趣的图表和严密的论证吸引住，大有相见恨晚之感。

这种感觉是近两年来阅读各种方法类著作所少有的，由此可见，本书所具有的魅力。在此之前，胡飞已经出版过多种设计研究专著，也发表过一些用户研究的论文，最近他一头扎进广东中小企业做设计调研，我也有所了解。

因杂事缠身，我对他以前赠我的论著还未有仔细阅读，但据我观察，他的研究成绩已获得设计界的重视，一些设计前辈给予了高度的评价。

说句老实话，我最初还不太理解。现在读到这样一部大作，我真正认识到胡飞的研究实力和水平。

我以我国设计界有这样的优秀青年学者而感到骄傲，我为设计前辈的眼光和无私培养深感欣慰。我国设计艺术学科的发展是会达到光辉的顶点的。

以上是我对本书及作者的一些认识和印象。下面谈谈本书的主题，因为这涉及建立设计方法论等理论问题。

探讨设计研究方法，在国外已有相当多的论著，国内则刚刚开始。胡飞以国内外研究为基础，但并不墨守成规，而是独辟蹊径，大胆尝试，利用自己设计实践功底和广博的理论学识，为设计艺术研究方法开辟出一个新天地。

设计在本质上研究用户有两方面的原因：首先是用户在提供功能上和区分终端产品上扮演的角色。现在有很多品质很好的产品过剩，这些产品不是依据用户独特地设计出来的。

解决这些市场产品饱和的最佳药方是遵循特定用户的期望；其次是产品与用户需要的错位。用户是一种“目的”，完全是多元化、多方面的，产品是用户这一目的的实现，是服务于用户并实现其价值的媒介。

当产品与用户需要不能走到一起时，设计价值就无法实现。

## <<洞悉用户>>

### 内容概要

用户研究在现代设计中扮演着极为重要的角色，本书系统全面的介绍了用户研究方法及相关应用，本书对于从事设计工作的人、包括设计理论研究者都会有意想不到的收获，你的设计认识、设计思路、设计方法都会有所改变。

## <<洞悉用户>>

### 作者简介

胡飞，1977年2月出生于湖北武汉，博士，武汉理工大学艺术与设计学院副教授、硕士研究生导师。

毕业清华大学美术学院，师从柳冠中先生。

出版专著《中国传统设计思维方式探索》，编著《聚焦用户：UCD观念与实务》国家级规划教材《工业设计符号基础》、《艺术设计符号基础》，合著《设计符号与产品语意：理论、方法与应用》、《艺术设计方法学》，译著《产品设计：历史、理论与实务》、《形：德国Form杂志精华版》，发表学术论文30余篇，主持和参与了多项国家级和省部级科研课题，设计作品屡次获奖。

## &lt;&lt;洞悉用户&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 导论 1.1 与用户相关的若干概念 1.1.1 以用户为中心的设计(UCD) 1.1.2 用户体验(UX) 1.1.3 用户知识(UK) 1.1.4 用户研究(UR) 1.2 关于用户研究方法 1.2.1 设计过程与用户研究 1.2.2 用户研究方法的选择 1.3 用户研究的一般程序 1.3.1 用户研究的程序与方法 1.3.2 从用户研究到设计创新

第2章 用户背景资料收集与分析 2.1 用户背景资料收集的渠道 2.1.1 文献 2.1.2 视听媒体 2.1.3 新媒体 2.2 用户背景资料分析的方法 2.2.1 内容分析法 2.2.2 卡片分类法 2.2.3 定性分析法 2.2.4 链接分析法 2.3 用户背景资料收集的流程 2.3.1 用户背景资料收集的步骤 2.3.2 用户背景资料收集的注意事项 2.3.3 背景资料分析法的优缺点

第3章 用户问卷调查 3.1 用户调查问卷的设计 3.1.1 用户问卷的结构 3.1.2 问题及答案的类型 3.1.3 问题的表述方式 3.1.4 问题的数量与顺序 3.1.5 问卷设计应注意的问题 3.2 用户问卷调查的途径 3.2.1 个别发送法 3.2.2 邮寄填答法 3.2.3 集中填答法 3.2.4 当面访问法 3.2.5 电话访问法 3.2.6 网络访问法 3.3 用户问卷调查的步骤 3.3.1 基础性工作 3.3.2 设计问卷初稿 3.3.3 试调查 3.3.4 正式调查 3.4 用户问卷的统计分析 3.4.1 问卷的审核 3.4.2 问卷的编码 3.4.3 数据的录入与清理 3.4.4 案例解析

第4章 用户观察 4.1 研究者使用的观察方法 4.1.1 外部观察 4.1.2 参与观察 4.1.3 远距离观察 4.1.4 间接观察 4.2 用户使用的观察方法 4.2.1 图片日记 4.2.2 影像故事 4.3 眼动跟踪 4.3.1 眼动仪及其使用 4.3.2 案例一：中美韩用户网页眼动测试 4.3.3 案例二：索爱w958c手机界面的眼动测试 4.3.4 案例三：商务网站眼动测试 4.4 观察法的记录框架与应用比较 4.4.1 观察法的记录框架 4.4.2 不同观察法的比较 4.4.3 观察法的应用比较

第5章 用户访谈 5.1 用户访谈的常用方法.....

第6章 用户角色

第7章 用户情境

第8章 以物为媒介的用户知识获取

第9章 基于产品架构的使用过程

第10章 用户研究方法综合

## &lt;&lt;洞悉用户&gt;&gt;

## 章节摘录

1.1.2 用户体验 用户体验 (User Experience, 简称ux或UE) 是一种在用户使用产品 (服务) 的过程中建立起来的纯主观的心理感受。

它是纯主观的, 因而附带了一些不确定因素。

个体差异决定了每个用户的真实体验无法通过其他途径完全模拟或再现。

针对界定明确的用户群体进行研究, 其用户体验的共性能够经由良好设计实验获得。

用户体验主要来自用户和人机界面的交互过程。

用户体验的概念从最早期开始进入整个开发流程, 并贯穿始终。

其目的有三: (1) 对用户体验有正确的预估; (2) 对设计进行修正; (3) 保证功能核心同人机界面之间的协调工作, 减少漏洞。

用户体验研究方法包括早期的焦点小组访谈 (focusgroup)、情景化访谈 (colltextJ8lnterview)、开发过程中的多次使用的可用性测试 (usability) 以及后期的用户测试 (Usertest)。

在设计-测试-修改-测试这个反复循环的开发流程中, 可用性实验为设计人员何时停止该循环提供了量化指标。

用户体验设计师的职责包括产品创新、界面视觉引导、原型设计、与产品开发人员一起推动设计实现。

用户体验设计师需要具备的能力包括独立工作、与团队成员合作、交流各种想法、画出原型、参与产品整个的周期。

用户体验设计师的日常工作包括: (1) 基于人机交互、图形化设计、界面设计和其他相关理论进行设计。

(2) 制作出不同层次的原型, 包括纸上的、框架的、可交互的产品; 到不同的部门演示概念和想法, 组织反馈意见。

(3) 生成视觉元素。

(4) 与产品设计团队合作去发展一些重要附加值的概念, 并修订产品。

(5) 与商业方面的专家、市场部沟通, 确认设计并得到认可。

(6) 与开发人员沟通, 提供明确的定义和执行的方向。

(7) 与质量控制部门沟通, 提供在测试阶段需要的清晰理解。

(8) 与设计师和产品设计团队一起工作, 符合内部设计流程和标准。

(9) 理解产品设计的生命周期。

(10) 优秀的交流技巧: 书面的和口头的。

(11) 了解相关的技术。

(12) 掌握原型技术。

(13) 具有产品开发和可用性测试的经验。

(14) 具有行业研究能力, 能和团队一起工作。

(15) 可以创造出设计元素。

#### 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>