

HZ BOOKS
华章科技

New
Riders

Jeffrey Zeldman鼎力推荐
显性设计理论最新力作

一目了然

Web和移动应用设计通识方法 (原书第2版)

Designing the Obvious

Search



A Common Sense Approach to Web and Mobile Application Design
(Second Edition)

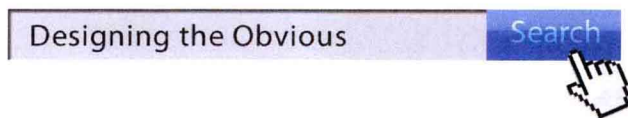
(美) Robert Hoekman, Jr. 著
段江玲 等译



机械工业出版社
China Machine Press

一目了然

Web和移动应用设计通识方法 (原书第2版)



A Common Sense Approach to Application Design

(美) Approach Application 著
段江玲 等译



机械工业出版社
China Machine Press

可用性或易用性是软件或 Web 设计师的重要设计目标之一。本书深入阐述了如何设计出简单易用的基于 Web 的软件，以帮助读者理解、掌握显性设计的精髓。作者从软件开发初期谈起，一直到软件设计后期，分析诸多案例并论证了自己的见解或设计原则。本书在第 1 版的基础上进行了重大改进，尤其是在设计思想上，作者在本书中谈到“以用户为中心的设计”、“以任务为中心的设计”以及“以情景为中心的设计”的理念。这种设计理念也将更直接、更有效地指导我们更好地为目标用户进行设计，轻松熟练地设计出简单易用的基于 Web 的软件。

本书案例丰富，实践性强，适合交互设计师、用户研究工程师、产品经理、数据分析师、视觉设计师等软件或 Web 设计的相关人员阅读。

Authorized translation from the English language edition, entitled DESIGNING THE OBVIOUS: A COMMON SENSE APPROACH TO WEB AND MOBILE APPLICATION DESIGN, 2E, 9780321749857 by ROBERT HOEKMAN, published by Pearson Education, Inc., Copyright © 2011.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education, Inc.

CHINESE SIMPLIFIED language edition published by PEARSON EDUCATION ASIA LTD., and CHINA MACHINE PRESS Copyright © 2012.

本书中文简体字版由 Pearson Education（培生教育出版集团）授权机械工业出版社在中华人民共和国境内（不包括中国台湾地区和澳门特别行政区）独家出版发行。未经出版者书面许可，不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

本书封底贴有 Pearson Education（培生教育出版集团）激光防伪标签，无标签者不得销售。

封底无防伪标均为盗版

版权所有，侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

本书版权登记号：图字：01-2010-7824

图书在版编目（CIP）数据

一目了然：Web 和移动应用设计通识方法（原书第 2 版）/（美）赫克曼（Hoekman, R.）著；段江玲等译。—北京：机械工业出版社，2012.3

（UI 设计丛书）

书名原文：Designing the Obvious: A Common Sense Approach to Web and Mobile Application Design, Second Edition

ISBN 978-7-111-37466-4

I. 一… II. ①赫… ②段… III. 计算机网络—程序设计 IV. TP393.09

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2012）第 023169 号

机械工业出版社（北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

责任编辑：秦 健

中国电影出版社印刷厂印刷

2012 年 3 月第 1 版第 1 次印刷

147mm×210mm·8.75 印张

标准书号：ISBN 978-7-111-37466-4

定价：59.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

客服热线：（010）88378991；88361066

购书热线：（010）68326294；88379649；68995259

投稿热线：（010）88379604

读者信箱：hzjsj@hzbook.com

对本书的赞誉

优秀的 Web 软件就像是我们的一个好朋友。他们记得你的生日，预期你的下一步操作，并且原谅你的错误。多亏 Hoekman 的这一本令人喜欢的书，创建优秀的 Web 软件才会更加容易。看过这本书的第 2 版，你将会以用户期望的工作方式设计 Web 软件——满足他们的需求和你的商业目标。对于网站创建者和设计师而言，购买这本书是必然之选。

——Jeffrey Zeldman

《Designing With Web Standards》的作者

我首先把这本书推荐给那些想提高水平的设计师，以及需要对成功用户体验有基本理解的非设计师们。Robert 的观点是常识性的、明智的、易于理解且实践性很强。我也经常使用这些原则来评估我的工作是否成功。读完第 1 章，你便会发现这是一本好书。

——Jason M. Putorti

Mint.com 的主设计师

真实的故事：就在几天前，我想起要看放在书架上的这本书时，才发现它已经不在那里了。最后一个借走它的人还没有归还，这种情况已经不是第一次了。结果是，我已经重复买了 7 本，但都不在我这里。希望我能保留住下一本。（可能不会，因为这本书太好了，经常会被借走分享。）

——Jared Spool

UIE.com 的创始者，《Web Anatomy》的作者之一

在这本书中，Hoekman 的实用又可行的见解可以被认为是一些原则，因为它们可以帮助人们快速地、方便地和开心地解决设计问题。这本书的核心原则揭示了我们为设计时的设计方式。并且，针对内容，我尤其要称赞的是 Hoekman 清晰的写作思路。对我来说，这本书是 Web 专业方面的必读书。

——Kristina Halvorson

《Content Strategy for the Web》的作者

对于这本书我感到很震撼！

——Brandon Hayes

在 Twitter 上 @teh_viking

译者序

作为软件或 Web 产品的设计师，我们一直把可用性或易用性作为自己的重要设计目标之一。一款易用的软件，可以同时满足用户的需求和我们的商业目标。这本书便可以告诉我们如何设计一款易用的软件，以及如何评估自己的软件是否成功。

作者从软件开发初期开始谈起，一直到软件设计后期，通过诸多案例解释并论证了自己的见解或设计原则。他从“形式追随功能”的设计理论延伸到“why 追随 what”的战略思路，指出软件开发需要理由和战略，软件的功能也应“师出有名”、“够用就好”。在设计思想上，Robert 也在第 1 版的基础上做出了重大的突破和改进。他在这本书中除了谈到“以用户为中心的设计”和“以任务为中心的设计”以外，还谈到了“以情景为中心的设计”理念。这种设计理念也将更直接、更有效地指导我们更好地为目标用户进行设计。本书的另一个亮点是有关说服力方面的设计原则，Hoekman 举例说明了互惠主义、权威性和社会认同等心理学知识在网站设计中的运用，阐述了说服用户按照设计意愿操作的重要性。如今大大小小的软件或 Web 公司纷纷创建，鱼龙混杂的软件涌现市场，“酒香不怕巷子深”的观念已经不再管用了，要想使用户了解并长期使用你的网站或软件，你就要用设计去说服你的用户。在设计细节方面，Robert 举例说明了如何防止错误，如何解决有关错误提示的设计问题，以及设计的一致性、简洁性，如何运用设计元素去表达自己的设计。

本书案例丰富，通过这些案例你可以充分理解每一条原则

的意义和作用，而且这些原则的实践性很强，可以直接用来评估自己的设计。不管是交互设计师、用户研究工程师，抑或产品经理、数据分析师、视觉设计师等其他软件或 Web 设计的相关人员，通过学习这本书你都可以更加深入地理解优秀设计的原则及作用。

本书主要由我翻译完成，参与翻译工作的还有曹建根、王冬妮、王翡和陈金金。在这次翻译过程中，得到了诸多同仁的支持和帮助，在此表示感谢！欢迎有兴趣的同行、同学和朋友们共同交流：腾讯微博账户名 [aitraintop](#)。

段江玲

2012 年 1 月于杭州

致 谢

我无法用言语表达这本书的第 1 版是如何改变了我的生活的。我从来就不知道如何感谢那些与我一起度过生命中最重要的时刻的朋友，但我还是要尝试一下。

感谢我的编辑兼朋友 Wendy Sharp：他是一位行业高手，没有他，我就不会拥有现在的成就。他不会犯任何错误，正因为有他，这本书才被编辑处理得相当出色。

致 Seth Godin、Jason Fried、Ryan Carson、Josh Williams、Jason Putorti 和其他每一个在网上参与优秀软件设计的人：谢谢他们对本书的卓越贡献。互联网会因为他们而变得更加美好，世界各地的设计师都有这个责任。

致 Hilal Sala、Nancy Davis、Jacqueline Aaron、Andreas Schueller、Mimi Heft、Amy Standen、Joan Olson、Nancy Ruenzel 出版社和其他优秀的小团队：谢谢他们，他们都是专业人才，再次感谢他们的精心照料和卓越贡献。没有他们，这本书就不会出版。

致我的朋友、同事兼研究助理 Sunny Thaper：他的洞察力、技能和对项目的热情都是非常宝贵的品质，谢谢他。

致 CO+HOOTS（位于商业区的一个非常棒的合作机构，现为我的办公室服务）的朋友：非常感谢他们的支持和鼓舞，还有娱乐消遣、啤酒和甜甜圈。他们是我认识的最聪明的人，和他们一起工作的每一天我都很开心。

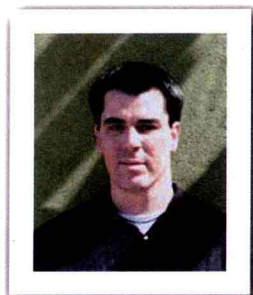
致我这几年有幸参加的会议的那些组织者和参与者：他们留给我一段一生都难以忘怀的经历。我很感激，并希望能很快

再见到他们。

致 Phoenix design community：我错了，他确实生存下来了。他是明智的，非常感谢他使 Phoenix 这么优秀。

最后，致所有读过这本书第 1 版的读者和将要读第 2 版的读者：谢谢你们的支持，谢谢你们对我们工作的关心，并为之奋斗。写作时我有 90% 的时间在拖延，10% 的时间在发誓。很幸运我坚持了下来，并完成了这本书。

作者简介



Robert Hoekman, Jr. 是一位开朗的、有激情的用户体验专家，同时还是一位多产的作家，著有几十篇文章。他曾任职于 MySpace、Seth Godin (Squidoo)、Adobe、Automattic、联合航空、思科等众多公司。他开设了内部培训课程，并经常在世界各地的行业活动（如 An Event Apart、Voices That Matter、Web App Summit、SXSW 和“网页设计的未来”等诸多会议活动）上发表演讲。

Robert Hoekman 也是《Designing the Moment》(www.rhjr.net/s/dtm) 的作者，他在该书中收集了 31 个真实项目的案例，并教会人们如何运用设计原则来解决问题。另外，他和著名设计研究者 Jared Spool 一起撰写了《Wed Anatomy》(www.rhjr.net/s/wa) 一书，该书是使用交互设计框架体系的完整指南。

Robert 是用户体验设计咨询公司 Miskeeto(www.miskeeto.com) 的创始者。你可以在 www.rhjr.net 网站上更多地了解他，他的 Twitter 账户名是 @rhjr (www.twitter.com/rhjr)。



很有趣，我明白这是一件如此简单的事情。

目 录

对本书的赞誉

译者序

致谢

作者简介

第 1 章

显性设计的定义·····	1
什么是显性设计·····	4
如何做到显性设计·····	8
显性设计框架·····	10

第 2 章

首先搞清楚为什么开发软件， 再确定软件应构建什么内容·····	14
了解你的动机·····	16
做出正确的决定·····	21

第 3 章

忽略用户，了解情境·····	32
解决情境中的问题·····	44
理解用户如何思考事情·····	51
理解用户在实际中如何做事情·····	54
找到真相·····	58
撰写用例·····	65

第4章

够用就好	73
独辟蹊径	76
做移动版本	80
去掉一般性功能	84

第5章

支持用户的心智模型	96
为心智模型而设计	99
摒弃实现模型	114
原型设计	120
公开测试	123

第6章

让菜鸟即刻上路	131
快速上路	133
选择合适的默认值	149
信息设计	152
告别浅尝辄止	157
提供帮助文档，因为专家会使用它	161

第7章

说服用户	163
制定最后期限	164
解决有意义的问题	166
解释性	168
了解你的心理	169

第 8 章

巧妙应对出错	178
利用 Poka-yoke 防止和修复错误	180
摒弃模式化	192
撰写有用的出错提示	195
设计宽容的软件	199

第 9 章

一致性设计	204
设计的一致性	207
将一致性贯穿软件设计始终	215
平衡无规则性	220

第 10 章

精简与优化	228
消除混乱	231
实践 Kaizen	242
杜绝浪费	245
将复查进行到底	248

第 11 章

改良比创新重要	253
创新	254
提升用户体验	256
向好的样例看齐	261
分清主次	262
遵循游戏规则	263

第 1 章

显性设计的定义

- 什么是显性设计
- 如何做到显性设计
- 显性设计框架

在几年前的一个晚宴上，当我周围的人都在讲述他们平时使用网站和应用的痛苦体验时，我便开始尝试解释我所从事的工作。那天我讲了许多，当我谈到一些我认为重要的事情时，我会解释得更加详细。我试图让他们明白，我的工作使软件更加实用和有用，以使用户可以不必成为专家级计算机用户就能从中获益。我在工作中尽量使复杂的事情更加清晰，从而提升科技的用户体验。直到最后，我把这些观点归纳为一点，在最有意境的时刻我会说：

“我的工作使显性设计。”

几年前，在这个重要谈话的启发下我写了这本书的第1版。在那个时候，我参加了几十场世界各地的会议演讲，遇到过许多人并和他们一起工作，我阅读了大量的书籍、文章和案例研究，数量多到令人难以置信，同时，我也做了值得花费数百个小时的可用性测试，并且和几十个客户共同完成了数百个设计和战略性项目（我们都很累）。我做了很多这方面的工作和研究，甚至花费了更长的时间去思考这个工作。尽管一直以来显性设计在本质上并没有发生什么变化，但我的思想却得到了更多想法的支持，同时，也因为某些想法而发生了很大的改变。除此之外，现在的网站也比以前更好、更强大了，并且移动科技的应用也开始兴起。不可否认，我应该为第1版补充新的内容了。

即使到现在，我在那次晚宴上说的那些话也仍然是正确的。好的设计源于你对产品目标的理解，因此你知道应该建立什么，以及更重要的是，不应该建立什么，甚至最重要的是，为什么首先建立它。这一切都源于你懂得运用或创造最好的方法来实现每个功能，使这些功能对用户来说有意义；源于你对

互联网科技原理的深入理解；源于你能够理解人们，并有能力按人们的要求设计，而不是反其道而行之。优秀的软件设计源于你对决定软件卓越性品质的了解。

这些年来，我学到的显性设计只比当年稍微多一点。尽管我仍然不能参与改进在那次晚宴上客人抱怨的所有产品，或者他们正在抱怨的一些产品，但是我可以做到这些：

我可以告诉你，怎样让你的产品变得更好。我希望有一天你的 Web 开发人员与用户这对老冤家皆大欢喜，而且通过共有的界面使他们能够进行更好的沟通。

准确地说，Web 可以分为三层（如图 1-1）：

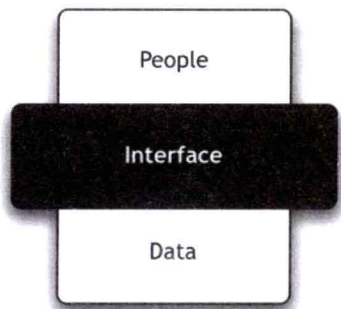


图 1-1 Web 世界的三个层面：人、数据及两者之间的界面

第一层是人（**people layer**），除此之外别无他物。一个人、两个人、无数的人。拥有信息和事物的人，使用信息和事物的人，以及想要获得更多信息和事物的人。

第三层是数据（**data layer**）（第二层稍后再说），人们在虚拟环境中需要了解的一切事物都在数据层：所有的客户记录、统计、书签、参考资料、金融、影视、耗油量乃至爆米花制作说明等。

第二层是与 Web 开发人员打交道最多的一层，即界面层（**interface layer**）。这一层包括连接用户和数据的各种程序。从 Flickr 到 Amazon，从 Google 到 Basecamp，这些应用程序管