

Storytelling for User Experience: Crafting Stories for Better Design

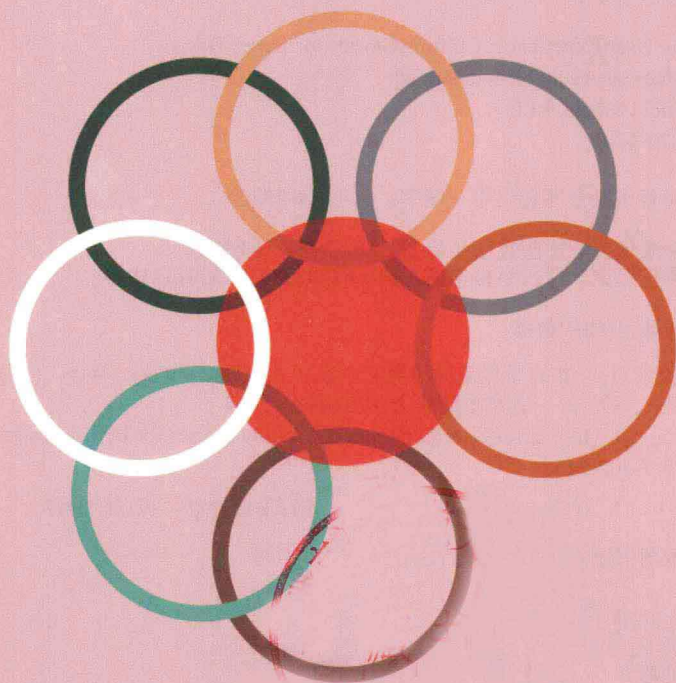
用户体验设计：讲故事的艺术

Whitney Quesenbery Kevin Brooks 著

周隼 译



清华大学出版社



Storytelling for User Experience: Crafting Stories for Better Design

用户体验设计：讲故事的艺术

Whitney Quesenbery Kevin Brooks 著
周隽 译

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

好的故事，有助于揭示用户背景，交流用户研究结果，有助于对数据分析，有助于交流设计想法，有助于促进团队协作和创新，有助于促进共享知识的成长。如何提升讲故事的技巧，如何将讲故事这种古老的方式应用于当下的产品和服务设计？本书针对用户体验设计介绍了何时、如何使用故事来改进产品和服务。

用户研究人员、设计师、分析师和管理者，都可以从本书中找到新鲜的想法和技术，然后熟练应用故事的魔力，设计出优秀的产品和服务。

Storytelling for User Experience: Crafting Stories for Better Design

By Whitney Quesenbery and Kevin Brooks

© 2010 Rosenfeld Media, LLC

ISBN: 1-933820-47-0

北京市版权局著作权合同登记号 图字：01-2011-2577

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

用户体验设计：讲故事的艺术(英)奎瑟贝利(Quesenbery, W.)，(美)布鲁克斯(Brooks, K.)著；周隽译. —北京：清华大学出版社，2014

书名原文：Storytelling for User Experience: Crafting Stories for Better Design

ISBN 978-7-302-34581-7

I. ①用… ②在… ③周… III. ①设计学 IV. ①TB47

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第284547号

责任编辑：文开琪

装帧设计：杨玉兰

责任印制：刘海龙

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦A座 邮 编：100084

社总机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者：北京嘉实印刷有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：150mm×228mm 印 张：19 字 数：364千字

版 次：2014年1月第1版 印 次：2014年1月第1次印刷

印 数：1~3000

定 价：69.00元

产品编号：042594-01

献 辞

本书献给蓝大哥——Hugh Morgan Hill 博士，他教我们认识到故事改变世界的魔力。

本书使用说明

本书适合哪些读者？

本书适合所有的用户体验设计从业者。或者说，它适合所有做设计的人，无论你是刚入行的新手，或是追求精益求精的老手。如果你好奇如何将讲故事用在用户体验设计工作之中，那么我们希望本书能带给你尝试的勇气和动力。我们努力在本书中覆盖重要的理论，并与实践相结合，为你在实际工作中运用故事助一臂之力，让你的工作更上一个台阶。

这本书里的故事既有真实项目里的真实故事，也有为专门为本书而创作的例子。有的经过精雕细琢；有的则相对原生态。故事的风格丰富多样。我们希望本书的多样性对你寻找到你自己讲故事的声音有所帮助。

如果你已经在运用讲故事，你可以从这本书中学到一些使用讲故事新技巧。

在本书的写作过程中，我们听到了不少用户体验业内人士对故事的看法。他们的故事也贯穿在书中。

如果你……

- 需要用引人入胜和效果显著的方式来分享设计理念
- 力图用大家都能“理解”的方式与人沟通大量的数据信息
- 期望探讨充满创意的全新概念、展望未来

……在本书你会学到选择、创作和运用故事的方法和时机，帮助

II 用户体验设计：讲故事的艺术

你达到目标。

本书包括哪些内容？

本书可以分为三大部分。

第 I 部分：前 5 章解释了故事为什么在用户体验工作中有重大功效，以及这是如何实现的。其中一章会探讨在使用在基于真人真事的故事时需要考虑的一些伦理问题。

第 II 部分：这一部分以用户体验流程为主线，展示了故事在用户研究到评估各个阶段的应用。这部分包含大量的实践技巧和丰富的案例。

第 III 部分：最后六章深入探讨了创作故事和使用故事的艺术，细谈如何把正确的故事讲述给正确的听众，故事的“成分”（视角、角色、情境、意象和语言）、结构和情节，以及在讲故事时可供选择的的不同媒介方式。

本书配套网站

与本书相配套的网站 (rosenfeldmedia.com/booksstorytelling) 上有更多故事以及故事相关文章；这个网站上还有我们的工作坊的排程表（在我们工作坊中会探讨讲故事和讲故事表演）；也可以在网站上与其他人进行讨论。还可以在 Flickr 网站下载书中的故事三角形等其他插图，网址 www.flickr.com/photos/rosenfeldmedia/sets/。这些图受知识共享许可协议保护。

常见问题解答

为什么要在用户体验设计中运用故事？

故事始终都是用户体验设计的一部分，它以场景、故事板、流程图、人物原型等其他技巧的形式出现，我们用它来交流为什么需要这个新的设计，以及新设计的使用方式。作为用户体验设计的一部分，故事的作用是把设计理念与产品的使用者相互连结，让我们的工作与真实使用情境更接地气。本书开篇就会谈谈故事如此有效的原因。参见第 1 章至第 2 章。

讲故事是一种新的 UX 方法论吗？

不是。我们并不是在推销基于使用故事的新的方法论。无论你是以用户为中心设计或目标基础设计，或是更偏向技术的方法如驱动领域设计的追随者，故事都会在你的工作中占有一席之地。故事几乎是任何用户体验设计步骤的一部分。本书的第二部分是根据项目的生命周期为顺序的，所以在你的项目进程中的任何阶段，你都可以查阅相对应的章节。参见第 5~10 章。

项目进行了一半，还能开始使用故事吗？

可以。虽然良好的用户研究结果（以及在用户研究中收集的故事）可以提升用户体验，但常常在设计阶段或在可用性评估时才发现之前没有收集故事作为工作的支撑。关于在设计过程中如何使用故事的第 8 章中，包含如何使用和创作故事的一些技巧。详情可参见第 8 章。

我认为自己并不擅长讲故事，我该怎么办？

可能你已经在讲故事，自己却不知情。在发表关于针对某一问题

的观点或是描述一件事时，就往往意味着你已经在讲故事了。这本书的目的时帮助你用全新的方式来运用故事。我们希望本书中各种类型的故事能为你带来灵感的火花。每讲一次故事，你讲故事的能力就会有所提升。参见第 2 章。

我怎样才能创作出好故事？

创作故事并不难。刚开始你的作品可能还显得比较粗糙，但是熟能生巧，伴随着不断的练习，你会感到讲故事越来越容易，故事也会越来越出彩。讲故事既是一门技术，也是一门艺术。如果先从了解听众入手，再加入人物角色、观点、情境和意象，再根据结构将它们整合起来，形成一个完美的整体。参见第 11~15 章。

听众有多重要呢？

了解听众至关重要。无论你是有备而来，还是必须即兴创作，只有观众参与其中，讲故事才可能会成功。毕竟不是为了讲故事而讲故事，我们的目的是让听众见到故事，而且能有所收获。参见第 3 章、第 10 章和第 12 章。

我们可以用别人的故事吗？

用户研究的目的之一，就是要搞清楚我们在为怎样的人设计产品。讲述用户的故事是分享你的收获的方法之一。但是记住，用户是人，使用他们的故事必须遵守道德准则。参见第 4 章和第 6 章。

这是一本关于表演型故事的书吗？

不是。表演型故事的目的，就是创作故事和讲故事。这本书不涉及如何写剧本和短篇小说。虽然本书最后一部分对在故事中加入戏剧有所帮助，但这并不是我们的关注重点。在用户体验实践中讲故事时会借鉴其中的表演型故事的一些元素，用新颖的方式加以使用。参见第 15 章。

这本书里讲到故事在游戏中的运用了吗？

这本书不讨论超文本叙述、游戏、交互式小说、虚拟现实或沉浸式界面，在以上应用中，用户界面的核心功能就是故事和讲故事。尽管我们相信每一次交互背后都有一个故事（即使是习以为常的不起眼的互动），但本书的讨论重点并不在于如何将故事嵌入数字交互体验。

如果对如何将故事嵌入用户体验和超文本叙述非常感兴趣，那么我们推荐你阅读下面两本著作。

- Janet H. Murray 的《全息成像台上的哈姆雷特》^①。该书介绍如何运用超媒体及其他新技术创造各种各样的新的故事形态。
- Brenda Laurel 的《计算机与剧场》^②，此书讨论的是如何将亚里士多德的讲故事方法用于用户体验设计。

讲故事在用户体验设计中的应用有什么新动向？

在写这本书的过程中，我们兴奋地看到讲故事开始被应用于用户体验设计的方方面面。人们开始讨论如何让产品讲故事，如何用故事的结构来塑造用户体验。也有人从电影制作中借鉴经验，在应用中加入情感的共鸣，让“设计出更好体验”的理念落到实处。也有不少人在写如何讲故事的经管类的书，这也触及与用户体验类似的话题。故事永远也写不完。

① 编注：原书名为“Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace”，是一本经典的研究网络文化的好书。

② 编注：原书名“Computers and Theatre”，这是一本比较有挑战性但非常深刻、富有洞见的书。Laurel 称，软件开发好比为戏剧布景，要会讲故事。作者 Brenda Laurel 博士，设计艺术中心学院的媒体研究项目主席，人机交互领域的先驱。

推 荐 序



Janice (Ginny) Redish
(www.redish.net)

活跃在用户体验设计领域的时间很久，甚至长过她叫这个名字的时间。Ginny 所写的关于可用性测试的书（与 Joe Dumas 合著）和关于任务分析的书（与 JoAnn Hackos 合著）帮助很多从业者提升了用户研究的技能。她最近的一本新书是 Morgan Kaufmann 出版的《胜于言传》。

我一直强调故事和场景的重要性，它们既实用，又有力。我一直希望有一本书能够介绍故事在用户体验中的应用，帮助我们日常工作中更好地收集、创作、讲述和运用故事。

愿望终于成真。你手中这本书汇集了两位专业人士的经验和故事：一位是设计用户体验的专业讲故事的人；另一位是讲故事的用户体验设计师。

如同人物角色原型能让用户变得鲜活一样，故事也会让用户变得真实。用户体验设计是关于体验的。故事就是人的体验。

就像 Kevin 和 Whitney 在这本书中说的：“我们大家都在听故事。我们也在讲故事——每时每刻，月月年年。今天在学校过得怎么样？今天上班怎么样？你怎么成功的？如果在……情况下，你怎么办？”

Kevin 和 Whitney 还说，现在的你很有可能在手头的用户研究项目中接触到故事了；如果是为设计或可用性测试描述场景，说明你已经在讲故事了。这本书会对手头的工作有所帮助——甚至会有更多的启迪。

故事强大而有力，这一点发现来自于几年前我在帮助一家航空公司做代理商调研的时候。有四个月的时间，我和一位同事在美国飞来飞去，在全国各种不同类型的旅行社停留几个钟头，观察旅行社的员

工如何接电话、接待客户以及听员工向我们介绍他们的客户。

每晚回到酒店筛选分析笔记时，我们再互相分享自己看到的、听到的故事。故事的一半来自旅行者：一位父亲答应租一辆红色野马敞篷车带他的宝贝女儿去迪斯尼乐园……一位年轻姑娘想去看她的男朋友，却不得不购买廉价机票……记者必须立即飞往发生重大事件的其他州现场采访……一家人计划一生一次的法国旅行……

故事的另一半是旅行社的工作，具体指现在他们所用的软件还远远不能满足客户的需求。

在向客户报告我们的研究结果时，我们有事实、数据、流程图，还有故事——很多故事。最后，故事深深地留在人们的脑海中，成为研发新软件的关注点。

我曾幻想，在做这个旅行社项目的时候能够参考这本书就好了——以及我后面做的很多项目。这本书可以帮助你成为一个更好的故事收集者、创作者和运用者，从各个方面帮助你更好地设计用户体验。

本书所举的例子（是的，像你期待的那样有很多故事）给出了直接、清晰的建议，它们可以帮助你达成以下目标。

- 成为更好的倾听者，可以使用用户的语言讲他们的故事。
- 成为更好的观察者，可以在自己的故事中包含真实的情境。
- 成为一位有德的讲故事的人，知道如何创作故事（就像人物原型），即使它们是虚构出来的，却仍然保留真实可信。
- 成为一位有创新精神的设计师，用故事来帮助团队发现问题并寻找解决方案。
- 成为有人愿意倾听自己的人，因为你的故事生动有趣，而且对项目有意义。

尽情享受读这本书的乐趣吧！

VIII 用户体验设计：讲故事的艺术

译者序



周隽

作为一个理工女，工作中充满着事实、数据和流程图，使我一度认为只有确凿的数据支持和严密的逻辑推理，才能让人心服口服。然后在翻译本书的过程中，我就像爱丽丝步入仙境一样，发现生活中原来充满了各种各样的故事，并逐渐认识到故事的魅力和力量，还开始学习运用故事和讲故事。

我从 2011 年开始组织在深圳的时间管理沙龙。翻译了这本书后，在沙龙上除了介绍时间管理方法、工具和技巧的常规安排之外，我还邀请一些来宾分享他们的成长故事、旅行故事和职场故事。用生命的故事来感动生命，听众也因心动而愿意采取行动，例如说早起，锻炼身体，提高效率，多陪家人，多把时间用在自己喜欢的事情上……最能让沙龙来宾产生心灵触动的并非技术性的硬知识，而是让人感同身受的故事。

有趣的是，我自己组织沙龙的经历也被作为用户故事出现在美国效率软件公司 eProductivity 的网页上。

就像本书作者在致谢中所说的“每一本书都有一村子的人要感谢”，我也要向很多人表达我的谢意。

感谢“一只豆”窦凯。窦凯醉心于用视频讲故事的方式来分享职场知识。在与他探讨交流他手头项目的过程中，我把书中的观点和提及的方法与他分享时，“一只豆”说他有一种如获至宝的感觉，这让我看到了本书的价值。他也邀请我一起合作，以本书为蓝本，实践书中所介绍的方法，构建他的知识分享视频网站。

感谢刘伟东，他曾参加本书作者 Whitney Quesenbery 在香港举行的工作坊，并与 Whitney 有面对面的交流。当我在翻译中遇到问题、不理解的概念和术语时，就会向他求教，他总是耐心解答。

感谢张琪，他在得知我要翻译这本书时，第一时间向我介绍一些 UX 的业内人士。

感谢视觉引导师臧贤凯，由于他的联结，我才有机缘翻译本书。

感谢编辑文开琪在整个翻译过程中的耐心沟通和积极鼓励。

感谢我的先生谭振凌，他在日常工作之余帮助我校译所有译稿。在开始翻译这本书的时候，我们还是恋人；在交稿后，我们已喜结连理。

感谢我的父亲周垒和母亲姚晓斐，他们一贯认真做事的态度也感染了我严谨地对待翻译的内容。

希望这本经由我手从英文逐字逐句译为中文的书，对各位读者的工作有所帮助。

如果你在阅读过程中发现书中有翻译的纰漏或有待改进的地方，欢迎指正和指教。

著译者介绍



Whitney Quesenberg

用户研究员，用户体验从业人员，可用性专家，热衷于高效而清楚的沟通。她拥有多年从业经验，曾帮助开放大学以及美国国家癌症研究所等机构开发高可用性网站和应用，她喜欢了解全球各地形形色色的人，并使用这些阅历来设计真正关注人们内心需求的产品。在米黄色苹果机的诱惑下，她迷上了软件、可用性和界面设计。在此之前，她的第一个职业是剧院的灯光师。就像制作过程中的其他所有元素一样，灯光的设计对故事的表现能力也是有很大帮助的。场景、光照、服装、导演和表演环环相扣，才能讲出精彩的故事。通过长时间观察排练过程，她积累了丰富的打磨优秀故事的经验。



Kevin Brooks

摩托罗拉首席研究人员，讲故事的高手。在摩托罗拉，他研究新型 UI 技术，琢磨它们在各种媒体上的表现形式，为用户营造美好、愉快的用户体验。他的求学生涯中，总是离不开工程/计算机科学与电影制作这两个学科。Kevin 两者都喜欢，而且很早就喜欢将两者融合在一起。在研究计算机和电影制作人如何协作讲故事期间，他在大波士顿地区发现了一个说书人社区。在这里，很多被忽视的表达能力、形态、工具和技巧巧妙结合，浑然天成。当 Kevin 开始培养自己讲故事的能力，并以说书人这一身份开始表演时，也逐步开始辅导演讲者，在这个过程中，他领悟到一个道理：讲故事是创作、表演和设计过程的重要组成部分。

作为作者和以说书人身份出现的表演者，Kevin 讲了自己作为城市人在 60 年代的童年生活、70 年代的青春期、80 年代的成人期和 90 年代的为人父的生活，以及点亮每一天平淡生活的小美好。他所讲的故事让人

辛酸让人笑，特别能引起成人和居家之人的共鸣，可以听听他的光盘 *Kiss of Summer*。他是很多故事节和故事大会最有特色的表演艺术家。Kevin 的辅导帮助人们从故事中发现自己是否是艺术家、技术天才等。Kevin 面向工程师、设计师、说书人甚至普通人举办了很多工作坊。

Kevin 从 MIT 媒体实验室获得了自己的媒体艺术与科学博士学位，他的研究领域是计算式故事和交互式电影。大学本科期间，他还学过工程、计算机科学、创作和电影制作，拥有德累塞尔大学通信学士学位，斯坦福大学纪录片硕士学位。

Kevin 发表过多篇有关讲故事和交互式故事设计的论文，可以上网联系他：<http://alumni.media.mit.edu/~brooks>，欢迎阅读他的非虚幻类小说，网址为 <http://wordsaboutwater.blogspot.com>。



周隽

毕业于德国杜伊斯堡大学机械系。语言爱好者，擅长英语和德语。曾在博世、海蒂诗等知名企业任采购经理，将无数产品由图纸实现为实物产品。新浪微博：@5S 生活。电子邮件：zhoujune@hotmail.com。

优秀设计师典藏·UCD 经典译丛

正在爆发的互联网革命,使得网络和计算机已经渗透到我们日常的生活和学习,或者说已经隐形到我们的周边,成为我们的默认工作和学习环境,使得全世界前所未有地整合,但同时又前所未有地个性化。以前普适性的设计方针和指南,现在很难讨好用户。

有人说,眼球经济之后,我们进入体验经济时代。作为企业,必须面对庞大而细分的用户需求,敏捷地进行用户研究,倡导并践行个性化的用户体验。我们高度赞同 Mike 在《用户体验研究》中的这段话:

“随着信息革命渗透到全世界的社会,工业革命的习惯已经融化而消失了。世界不再需要批量生产、批量营销、批量分销的产品和想法,没有道理再考虑批量市场,不再需要根据对一些人的了解为所有人创建解决方案。随着经济环境变得更艰难,竞争更激烈,每个地方的公司都会意识到好的商业并非止于而是始于产品或者服务的最终用户。”

这是一个个性化的时代,也是一个体验经济的时代,当技术创新的脚步放慢,是时候增强用户体验,优化用户体验,使其成为提升生活质量、工作效率和学习效率的得力助手。为此,我们特别甄选了用户体验/用户研究方面的优秀图书,希望能从理论和实践方面辅助我们的设计师更上一层楼,因为,从优秀到卓越,有时只有一步之遥。这套丛书采用开放形式,主要基于常规读本和轻阅读读本,前者重在提纲挈领,帮助设计师随时回归设计之道,后者注重实践,帮助设计师通过丰富的实例进行思考和总结,不断提升和形成自己的品味,形成自己的风格。

我们希望能和所有有志于创新产品或服务的所有人分享以用户为中心(UCD)的理念,如果您有任何想法和意见,欢迎发送电子邮件到 coo@netease.com。

	<p>Web 表单设计：点石成金的艺术 原书名：Web Form Design: Filling in the Blanks 作者：Luke Wroblewski 译者：卢颐 高韵蓓</p> <p>精心设计的表单，能让用户感到心情舒畅，无障碍地注册、付款和进行内容创建和管理，这是促成网上商业成功的秘密武器。本书通过独到、深邃的见解，丰富、真实的实例，道出了表单设计的真谛。新手设计师通过阅读本书，可广泛接触到优秀表单设计的所有构成要素。经验丰富的资深设计师，可深入了解以前没有留意的问题及解决方案，认识到各种表单在各种情况下的优势和不足。</p>
	<p>卡片分类：可用类别设计 原书名：Card Sorting: Designing Usable Categories 作者：Donna Spencer 译者：周靖</p> <p>卡片分类作为用户体验/交互设计领域的有效方法，有助于设计人员理解用户是如何看待信息内容和类别的。具备这些知识之后，设计人员能够创建出更清楚的类别，采用更清楚的结构组织信息，以进一步帮助用户更好地定位信息，理解信息。在本书中，作者描述了如何规划和进行卡片分类，如何分析结果，并将所得到的结果传递给项目团队。</p> <p>本书是卡片分类方法的综合性参考资源，可指导读者如何分析分类结果(真正的精髓)。本书包含丰富的实践提示和案例分析，引人入胜。书中介绍的分类方法对我们的学习、生活和工作也有很大帮助。</p>
	<p>心理模型：人性化设计策略与实践 原书名：Mental Models: Aligning design strategy with human behavior 作者：Indi Young 译者：段恺</p> <p>怎样打动用户，怎样设计出迎合和帮助用户改善生活质量和提高工作效率，这一切离不开心智模型。本书结合理论和实例，介绍了在用户体验设计中如何结合心智模型为用户创造最好的体验，是设计师提升专业技能的重要著作。</p> <p>专业评价：在UX(Ue)圈所列的“用户体验领域十大经典”中，本书排名第9。</p> <p>读者评价：“UX 专家必读好书。”“伟大的用户体验研究方法，伟大的书。”“是不可缺少的，非常好的资源。”“对于任何信息架构设计者来说，本书非常好，实践性很强。”</p>
	<p>设计反思：可持续设计策略与实践 原书名：Design is the Problem: The Future of Design Must be Sustainable 作者：Nathan Shedroff 译者：刘新 覃京燕</p> <p>本书从系统观的角度深入探讨可持续问题、框架和策略。全书共5部分19章，分别从降低、重复使用、循环利用、恢复和过程五大方面介绍可持续设计策略与实践。书中不乏令人醍醐灌顶的真知灼见和值得借鉴的真实案例，有助于读者快速了解可持续设计领域的最新方法和实践，从而赢得创新产品和服务设计的先机。</p> <p>本书适合所有有志于改变世界的人阅读，设计师、工程师、决策者、管理者、学生和任何人，都可以从本书中获得灵感，创造出可持续性更强的产品和服务。</p>