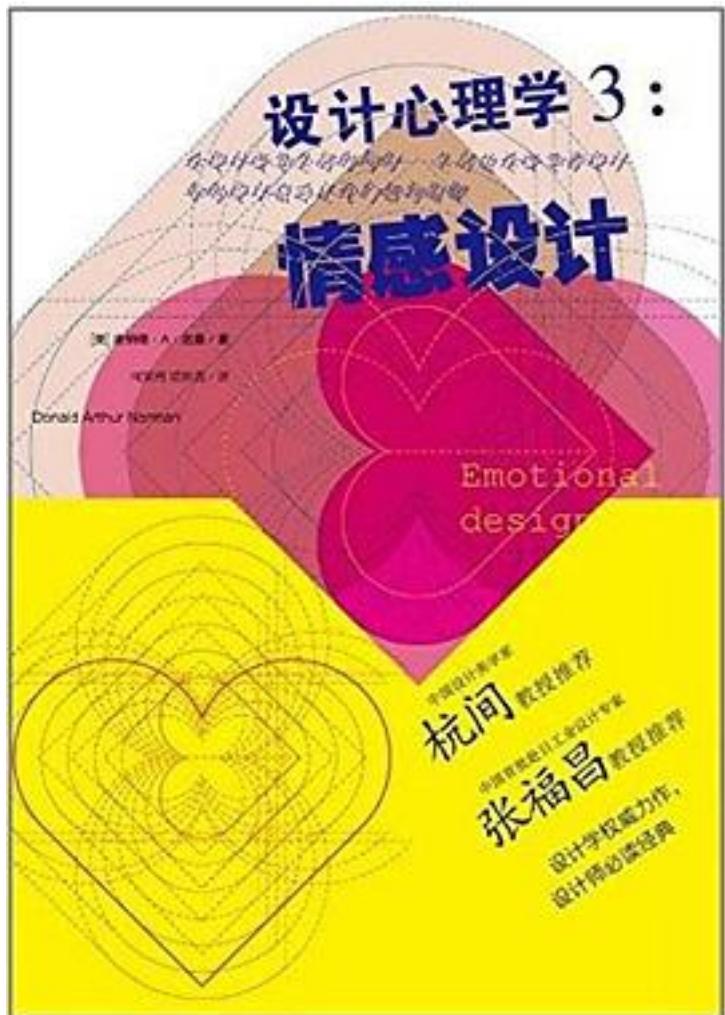


设计心理学3



[设计心理学3_下载链接1](#)

著者:[美] 唐纳德 · A · 诺曼

出版者:中信出版社

出版时间:2015-6

装帧:平装

isbn:9787508650111

为了解释情感因素在设计领域扮演的角色，本书详细探讨情感元素的三个不同层面：包

含本能的（产品的外观式样与质感）、行为的（产品的功能）和反思的（个人的感受与想法），并提出因应不同层面的设计原则；对目前越来越重视客制化与互动设计的服务产业来说，情感设计将是未来发展的关键。

在诺曼博士的畅销书《设计心理学1

：日常的设计》中说明了：为什么生活用品不应该让人困惑、恼怒，还有沮丧；《设计心理学3：情感化设计》则解释了为什么它们也必须迷人、赏心悦目，以及充满乐趣。

作者介绍：

唐纳德·A·诺曼 (Donald A. Norman)

被美国《商业周刊》评为全球最具影响力设计师之一。他兼具教授、企业高级主管与顾问、主讲人、书籍和专栏作者等身份，有着工程学与认知心理学的背景，将多种学科的知识引入到设计领域，对我们重新理解设计过程中每个环节的作用，精准把握并实践以人为本的设计有着重要的贡献。

诺曼是国际知名的心理学家与当代认知心理学应用先驱，也是美国国家艺术与科学院院士，美国计算机学会(ACM)、美国心理学会(APA)、认知科学学会会员，并于2006年获颁富兰克林奖章(Benjamin Franklin Medal)。

诺曼博士的著作包括《设计心理学1：日常的设计》《设计心理学2：与复杂共处》《设计心理学3：情感化设计》和《设计心理学4：未来的设计》等。

个人主页：<http://www.jnd.org>

目录: 序言VII

第一部分 物品的意义 001

第一章 有吸引力的东西更好用 003

三种运作层次：本能、行为和反思 008

关注与创造力 011

有准备的头脑 015

第二章 情感的多面性与设计 021

三种层次的运用 026

唤醒回忆的东西 032

自我感觉 038

产品的个性 041

第二部分 实用的设计 047

第三章 设计的三个层次：本能、行为、反思 049

本能层次设计 054

行为层次设计 058

反思层次设计 070

案例研究：全美足球联赛专用耳机 076

另辟蹊径的设计 078

团体成员设计 vs 个人设计 082

第四章 乐趣与游戏 087

以乐趣和愉悦为目的的物品设计 091

音乐和其他声音 105

电影的诱惑力 113

视频游戏 119

第五章 人物、地点、事件 127

责备没有生命的物品 133

信任和设计135
生活在一个不可靠的世界137
情感交流142
联系无间，骚扰不断146
设计的角色150
第六章 情感化机器155
情感化物品161
情感化机器人164
机器人的情绪和情感172
感知情感的机器178
诱发人类情感的机器182
第七章 机器人的未来191
阿西莫夫的机器人四大定律194
情感化机器和机器人的未来：含义和伦理议题200
后记我们都是设计师209
个性化217
客户定制220
我们都是设计师222
个人感想及致谢227
· · · · · (收起)

[设计心理学3_下载链接1](#)

标签

设计

心理学

设计心理

设计心理学

用户体验

唐纳德 · A · 诺曼

艺术

交互设计

评论

暂时不看第四本了。《设计心理学1》是强烈推荐！《设计心理学2》内容不多，后半段有一部分还挺好的，这本《设计心理学3》感觉有点乱，各章散开了，在2003年前后提的观点和想法还是非常前沿的，最后两章都在讲机器人，预测的很好，但如果是看完前两本，然后抱着很大期望，那估计就失望了。

情感机器人才是情感设计的最终，大白 小黄人 机器猫就是机器人的设计方向啊

最核心的还是对本能、行为、反思三个层面产品设计的分析，情感化设计部分感觉并没有给出清晰的思维脉络结构

因为这是套书，或多或少认为出版社为了营销做成了市面上设计通识教育大全的样子，但这本书其实有一点门槛，需要具备一些设计思维的学习经验。诺曼都提出了广为所用的设计工具和思维模型，进行了阐述与验证，其实就是论文一篇了…只不过因为是从日常设计和行为心理学生发而来，可能诺曼和出版商都企图做到人人都能看懂。我自己看得很仔细，可引用的也很多，诺曼的个人发散很多又显得没那么难懂，思辨方式和阐述用语都是可以先让人“养成一个话术习惯”的，非常推荐给入门阶段有学术性任务的相关专业学生，不要错过了这本书。当然通篇还是略显杂乱，越往后越脱离了设计三层次理论，瑕不掩瑜。

本能，行为，反思，产品的设计和用户的情感联系起来。

稍简单了点，案例也略过时

应该是本系列最喜欢的一本

交互专业课程中只发一册第3集让强迫症情何以堪

反思层次的设计才是好设计，全书好像只有这一个价值点。

要把道术器的道讲好，并不容易，尤其是作者连例子都没改，基本都在前面两本见过面的…

还是有点乱了。讲了一些「又不是不能用为什么要设计得好看」的问题，以及探讨了一下情感机器人的话题。

印象最深的观点：1.

如果你想要一个伟大的产品，一个可以改变世界的产品，那就让它由某人的一个明确观点驱动吧。2. 为什么不使信息以一种快乐、舒服的方式显示呢？3. 我们在所有的物品中读出了人类的情感和意愿

只看3, 6, 7章就行了

这是一本面向未来的书。设计一件产品时，最先考虑的问题是：我们想让用户有什么样的感觉？

跟第一本比差点意思，越到后面水分越大了。

其实一篇论文就可以解释清楚啦，不过书里举了很多例子。后面关于情感机器人的章节，充满了想象力，挺有意思的。

消费者愿意为没有用的“美感”买单，“颜值高”的设计更吸引人，人们会觉得好看的东西更好用

翻译的逻辑不好！ Points:

- 1.本能（外观感受），行为（使用感受），反思（整体感受）。
- 2.用户会因为本能、行为、反思的一个或多个而喜欢一个产品。
- 3.即使行为层设计是0分，本能和反思层是100分，也会是一个伟大的产品。

全本没什么感觉新鲜惊艳的金句，后半部分关于机器人的话题比较无聊、过时。

偏理论化，图例很有意思，讲到最后几章突然全是机器人…

[设计心理学3 下载链接1](#)

书评

1. 美观的物品更好用

这是一句不那么好理解的大白话——一眼看过去好像没有办法反驳，但是一下子又想不清楚为什么。Norman用了一章来解读。

“正面的情绪对学习、好奇心和创造性思维都很关键。”

“人在焦虑时，思路变窄，仅集中于与问题直接相关的方面，甚至会重复操作。美观…

我在大学时候学的是工业设计。那时候有一个老师说过一句话：“人的自信不是靠你外表多光鲜堆积的，而是靠你的脑子里的本事，所以我不穿名牌不开名车不带名表---尽管我消费得起”。对此我当时深信不疑，因为这样我就可以理所当然的邋遢下去。特别是在我找到女朋友之后，唯一的打…

在《情感化设计》一书中，作者以本能、行为和反思这三个设计的不同维度为基础阐述了情感的重要性。情感在很多情况下，影响了我们的决策。

我朋友最近一直在反复的看payeasy的广告，为之着迷。payeasy是全台最大的女性购物网站，但它的广告却没有赤裸裸的展示与网购相关的内…

有一段是以《星际迷航》为例子，“首先是Spock，他基本没有情感，他母亲是人类，父亲是Vulcan火神。……” Vulcan火神！star trek 变成希腊神话了？还有一段提到了《机器人梦见电子羊？》，“尤其是Philip K. Dick的《机器人梦见了带电的绵羊吗？》(Do Androids Dream of El...)

从前看《情感化设计》，对于其中所说设计的三个水平——本能的、行为的和反思的，当时尚有些懵懂。

本能和行为的还好理解，设计要好看，要好用。可反思呢？虽然诺曼举出了一些反思水平设计的优秀例子，可还是觉得它们离我太遥远。

今天看一些写苹果的文章，突然想到苹果就是...

《情感设计》书中最重要的概念就是把设计的目标分为三个层次，就是本能水平设计，行为水平设计，反思水平设计。这不是作者的创立的理论，而是对应心理学：人脑有三种不同的加工水平：本能的、行为的和反思的。所以这本书不提供方法论，用心理学的这个理论去给我们解释现象：...

不记得多久前，听人说过这样一句：你娶了一个妻子，不是因为她的功能，而是因为一爱。这也是我们在做产品设计时常常忽视的：人的情感。

而追求功能的强大、数量，总有一天，我们明白，其实人的积极情感，是可以战胜功能的。在有正面情绪时，很多事情变得更加容易理解和记忆...

2008年夏，终于看掉了Donald Norman的《设计心理学》（英文是Design of Everyday Things，不知道怎么翻的），加上之前看过诺大师的《情感化设计》，我似乎看到了一位宗师从现实主义到浪漫主义的升华。（大师是先写《设》再写《情》的，我看的顺序反了）原文在 <http://iamsuji...>

大三读完这本书的时候，还真是一知半解，不敢写任何评注，生怕把老爷子的思想给糟蹋误解了。2年后，再看一遍情感化设计，不同的感受太多，这就是转变。在给大家做讲座的时候，我也不管对不对，还加了很多自己的见解进去，尽可能的说的简单点吧：一、释义 1、本能水平：这...

分类：实用性

概述：为什么一件功能很到位的产品却不一定畅销呢？到底哪些因素在这里起作用。诺曼告诉我们一个很简单的原因：“快乐”。引申为使用者的感情因素。作者只是开了个头，如果要了解最初的根源还需要修认知心理学、分析学等。接下来就是怎么做的问题了，拿咱们...

公司刚刚有了这本书，所以才开始看，一进入我就被吸引了，因为书最开始的几张插画，特别有意思，网上找了图没找到，下次手机拍下来，给大家看看...呵呵，刚开始看，描述确实有些啰嗦，一些话绕来绕去的也不是很理解，大概跟个人水平有关，例如认知、情感、情绪等等，专业性的心理性词汇读上去...

诺曼的这本新作虽然不可能想他的第一本书《设计心理学》那样具有指导性。没有写出什么太多超越前著的贡献，但还不失为一本行为交互方面的参考资料。译者根本就不配给这本书翻译。与书宣说的理论讽刺的是这位“学者先生”仅仅把他当作一份普通工作，没有感情，并极其不负...

三本设计心理学，都买了，还有2没看，是因为差点买重了这本，所以抓紧看，关于情感的部分，有些不错，尤其是关于音乐、电影，但是大部分还是觉得平淡，不象第一本有冲击力，仿佛电影中的续作一样。有不少部分都是关于机器人，这也是我不太感兴趣的部分。也许是，我还没有很...

《情感化设计》概括和纲要 序言 推荐者序言中谈到：

可用性已经成为天经地义的事，是必须保障的，而用户在这时孜孜以求的东西将是更高层面上的，将是来自美观和情感层面的东西。译者序：

- 1.吸引人的设计不一定是高效率的设计
- 2.在审美上令人感到快乐的东西能使人更好的工作 ...

跟自然相对的是人工，而人工就伴随着设计，设计无处不在。本书主要聚集设计中的情感因素。设计的三种水平

首先是本能水平上的设计。这一层次主要是产品的物理特征，比如视觉、听觉、触觉。

一般人看到一个物品想要它，往往是出于本能。

其次是行为水平。物品功能好，简单易懂...

还记得，以前，我总喜欢收集圆珠笔，各种各样的圆珠笔。我愿意去文具店溜达，看到好看的、设计有趣的圆珠笔，就想买下来玩。尽管有时写出来的笔色会影响我的选择，但它只是很小的影响因素了。我可以用来写几个字，然后就放着，看看，就可以了。

这和书中提到的，收集各种物品...

我是一名学广告的，接触两年多，读过这本书后觉得很受启发，一本很不错的心理设计书籍。书中提到的理论和广告大师的理论有许多相似之处。作者以人为本的设计理念已经深入人心。而我们所做的设计是为谁做的(who),设计什么 (what) ,为什么去设计 (why) ，这就是著名的3W...

这本书的写作方式是那种，有个理论观点，围绕观点举例子和论述的感觉。
没有前一本好。我觉得是因为积累不够厚，书却厚啦。
要是变薄一点，便宜点，就是力荐了。

[设计心理学3 下载链接1](#)