

# 《Don't make me think》第二版

---

## 指导原则

### 一.别让我思考

#### Krug可用性第一定律

“别让我思考！”——可用性第一定律

如果你不能做到让一个页面不言而喻，那么至少应该让它自我解释。

### 二.我们实际上是如何使用Web的

#### 扫描，满意即可，勉强应付

关于网络使用情况的三个事实：

1. 用户不是阅读，而是扫描
2. 用户不做最佳选择，而是满意即可
3. 用户不是追根究底，而是勉强应付

### 三.广告牌设计101法则

#### 未扫描设计，不为阅读设计

5点注意：

1. 在每个页面上建立清楚的视觉层次
  - 越重要的部分越突出
  - 逻辑上相关的部分在视觉上也相关
  - 逻辑上包含的部分视觉上进行
2. 尽量利用习惯用法
  - 习惯用法非常有用
  - 设计师通常不愿意利用它们
3. 把页面划分成明确定义的区域
4. 明显标识可以点击的地方
5. 最大限度降低干扰
  - 避免眼花缭乱
  - 避免背景噪声

### 四.动物、植物、无机物

#### 为什么用户喜欢无须思考的选择

“三次无须思考，明确无误的点击相当于一次需要思考的点击”——经验准则

## 五.省略不必要的文字

### 不要在Web上写作的艺术

去掉不必要文字的好处：

1. 可以降低页面的噪声
2. 让有用的内容更加突出
3. 让页面更简短，让用户在每个页面上一眼就能看见更多的内容，而不必滚动屏幕

需要做的：

- 欢迎词必须消灭
- 指示说明必须消灭

## 必须正确处理的几个方面

### 六.街头指示牌和面包屑

#### 设计导航

网络导航101法则：

- 你通常是为了寻找某个目标
- 你会决定先询问（搜索）还是先浏览
- 如果选择浏览，你将通过标志的引导在层次结构中穿行
- 如果找不到想要的东西，你会离开

Web浏览的奇怪之处：

- 感觉不到大小
- 感觉不到方向
- 感觉不到位置

导航的用途：

- 它给了我们一些固定的感觉
- 它告诉我们当前的位置
- 它告诉我们如何使用网站
- 它给了我们对网站建造者的信心

全局导航（或持久导航）：用来描述出现在网站每个页面上的一组导航元素，应该包括 站点ID、回主页的方式、搜索的方式、实用工具、栏目。但是有两个例外： 主页、表单

- 站点ID
  - 出现在页面可视层次的首要位置
    1. 让它成为本页最显眼的內容
    2. 让它涵盖页面所有其他元素
  - 像平常看到的商标标志
    1. 一种独特的字体
    2. 一个可以识别的图形
- 栏目

- 又称主导航条，是到达站点主要栏目的链接，即站点层次结构的最顶层
- 二级导航就是当前栏目的下一级栏目清单
- 实用工具
  - 到达网站中不属于内容层次的重要元素的链接
    1. 帮助用户使用站点（如帮助、站点地图、购物车）
    2. 提供网站发布者的信息（如关于我们、联系我们）
  - 不显眼
  - 一般，持久导航上只能放置4-5个实用工具，其他的不常用的工具进行分组，放在主页上
- 返回主页的按钮
  - 始终可见
    1. 在栏目或实用工具清单中包含一个回到主页的链接
    2. 在主页之外的站点ID上小心地加上“主页”的字样
- 搜索
  - 每个页面都应该有一个搜索框或一个到搜索页面的链接，除非规模非常小
    1. 避免花哨的用词
    2. 避免指示说明
    3. 避免选项，谨慎地提供选项

Web设计中普遍存在的问题：没有对底层的导航给予足够的重视，第二层次以下的导航会变得支离破碎、随意发挥。所以，在讨论主页颜色方案钱应该拥有显示网站所有潜在级别的导航的样例页面

## 页面名称

- 每个页面都需要一个名称
- 页面名称要出现在合适的位置
- 名称要引人注目
- 名称要和点击的链接一致

## 指示器

- 标记当前位置，告诉用户所在的站点层级结构的前后关系
  - 突出显示
    1. 在旁边放置一个指示器
    2. 改变文字的颜色
    3. 使用粗体
    4. 按钮反白
    5. 改变按钮的颜色

## 面包屑

- 告诉当前位置，告诉用户从主页到当前位置的路径
  - 补充固定导航机制
    1. 放在最顶端
    2. 使用“>”对层级进行分割
    3. 使用小字体
    4. 使用了文字“你在这里”

5. 将最后一个元素加粗
6. 没有把它们用作页面的名称

## 标签

- 通过突出的标签可以到达对应的位置
  - 大型网站导航的上佳选择
    1. 标签不言而喻
    2. 标签很难错过
    3. 标签很灵活
    4. 标签暗示了一个物理的空间
  - 设计要点
    1. 正确绘制。视觉上，激活的标签页位于其他标签页之前
    2. 颜色编码。每个栏目使用一种不同的标签颜色，并把这种颜色用在页面其他导航元素上
    3. 进入网站时，有一个标签已经选中

## 后备箱测试

- 这是什么网站？（站点ID）
- 当前在哪个网页上？（网页名称）
- 这个网站的主要栏目有哪些？（栏目清单）
- 在这个层次上有哪些选择？（本页导航）
- 我在导航系统的什么位置？（指示器）
- 怎么搜索？

## 七. 首先要承认，主页不由你控制

### 设计主页

- 主页的任务
  - 站点的标识和命名
  - 站点层次
  - 搜索
  - 导读
  - 内容更新
  - 友情链接
  - 快捷方式
  - 注册
  - 让我看到自己正在寻找的东西
  - .....还有我没有寻找的
  - 告诉我从哪里开始
  - 建立可信度和信任感
- 常见的约束
  - 每个人都想占一席之地，主页可见位置的争夺会非常激烈
  - 想要参与的人太多，看法过多
  - 一个尺寸要适合所有人
- 折衷

- 传达整体形象
- 如何传达
  - 陈述方式
    1. 口号
    2. 欢迎广告
  - 指导原则
    1. 需要多大空间就使用多大空间
    2. 但也不能使用过多的空间
    3. 不要把使命陈述当做欢迎广告
    4. 进行测试
- 口号
  - 出现在站点ID下方、上方或旁边
    1. 清楚、言之有物
    2. 长度适中
    3. 表述出网站的特点和显而易见的好处
    4. 有个性、生动，有时候可以很俏皮
- 操作直观
  - 搜索、分类浏览、登录.....
- 主页导航
  - 不同页面的栏目描述不同
  - 主页导航和其他页面的布局不同（垂直/水平）
  - 主页的站点ID通常比持久导航的站点ID大
- 下拉框
  - 优点：节约空间
  - 缺点：
    1. 必须点击下拉框
    2. 难以扫描，主要针对标准的HTML下拉菜单
    3. 不好控制，列表显示收缩很快，会影响查看效果

## 确定你没有做错的几件事

### 八. 农场主和牧牛人应该是朋友

为什么Web设计团队讨论可用性是在浪费时间，如何避免这种情况

- 每个人都有自己偏爱的设计
- 市场文化（设计师）和工程文化（程序员）的碰撞
- 大部分web用户是弹性的，可以随时变化的
- 没有简单的、正确的、良好的、一体化的设计能满足需求
- 仔细考虑、实现和测试的设计就是好的

## 九.一天10美分的可用性测试

让测试简单——这样你能进行充分的测试

- 焦点小组
  - 适合早期阶段
  - 确定受众想要什么？需要什么？喜欢什么？
- 可用性测试
  - 展示内容（网站、网站原型、但页面草图）
  - 让用户说出：1.这是什么？2.试着用它来完成一项什么任务？
- 测试的必要性
  - 一定要测试，才能发现平常没有发现的问题
  - 测试总是有效果的，一个用户也比没有好
  - 早点测试一位用户好过最后测试50位用户
- 测试的方式及意义
  - 尽可能的接近普通用户，尽早并尽可能多的测试来提高测试的价值
  - 测试是为了提供参考价值，通过判断来作出更明确的选择
  - 测试是一个迭代的过程
- 简易可用性测试
  - 3-4个用户
  - 随便找一些人，会上网即可（当然也有例外：专业性强、用户群体区分明确）
  - 地点可以是任何办公室或会议室（可以录屏、录像更好）
  - 相对有耐心的人主导测试
  - 几乎可以在任何时间进行测试，稍微提前一些做计划即可
  - 准备工作：你要展示什么
  - 在开发过程中进行持续小规模测试
  - 开发团队利用当天时间进行总结
  - 合理的激励（钱）
- 理解测试
- 关键任务测试
- 问题分类指南
  - 忽略皮划艇问题（暂时出现错误，但是用户可以在不需要帮助的情况下回到正轨）
  - 抵制添加的冲动，优先消除令人迷惑的内容
  - 不要太看重人们对新功能的要求（往往只是在告诉你他们的喜好）
  - 恍然大悟型和便宜型的问题值得解决
  - 进行改变钱思考是否会影响其他部分的重要性

## 大的方面和外界影响

### 十.可用性是基本礼貌

## 为什么你的网站应该让人尊敬

- 好感存储器
  - 因个人特质不同而不同
  - 依照情况而定
  - 可以重新填满它
  - 有时候一个错误就能清空
- 降低好感的方式
  - 隐藏信息（服务电话、价格等）
  - 因为没有按照网站设计者的方式行事而惩罚用户（电话号码中间加一、信用卡中间的空格等）
  - 询问不必要的信息
  - 敷衍欺骗用户
  - 设置障碍（过长的预览界面等）
  - 网站看上去不专业，显得凌乱潦草
- 提高好感的方式
  - 知道人们在网站上想做什么，并表现的简单明白
  - 告诉用户你想告诉他什么
  - 尽量减少步骤
  - 花心思
  - 知道用户可能有哪些疑问，并给出解答
  - 提供协助，如打印友好页面
  - 如有不确定，记得道歉（如缺少资源）
  - 另用户容易从错误中恢复

## 十一.可访问性、级联样式表和你

正当你觉得已经完成了的时候，一直猫掉了下来悲伤捆着涂了奶油的面包

支持可访问性是正确的做法（创造平等是非常正确的！）

不要害怕更大的工作量以及设计折衷

- 正确地实施5件事
  - 改变让所有人感觉混淆的可用性问题
  - 读一篇文章，屏幕阅读器用户用耳朵扫描，所以关键词出现的位置很重要
  - 使用级联样式表
  - HTML代码的改变
    1. 为每张图片增加alt文本
    2. 让表单配合屏幕阅读器
    3. 在页面的最前面添加“跳转到内容主页”的链接
    4. 让所有的内容都可以通过键盘访问
    5. 如果没有充分的理由不要使用js
    6. 使用客户端而不是服务器端的地图影像
  - 看书
    1. Building Accessible Websites
    2. Constructing Accessible Websites

3. ....

## 十二. 救命！老板想要我.....

当好人遇到不好的设计决策

## 我的收获

看此书的原因是工作过程中会有涉及到页面设计的讨论，每当大家各抒己见的时候，很难得到一个大家都满意的结果，因此想了解关于UX方面的知识，方便以后更轻松地交流、更好的完成页面开发任务。

细节！细节！还是细节！

作为前端开发人员而不是产品经理或设计人员，看完此书的收获：1.客观地从用户/使用者的角度思考。2.整体大于局部，直观清晰大于复杂花哨。3.一个好的设计对于网站至关重要，以后开发时候更加尊重体谅产品 and 设计，也包括初期的市场和后期的测试。4.项目进行到不同阶段可能面临的问题以及如何快速有效的解决（多沟通，多测试调整）

最后，本书短小精悍、通俗易懂、生动形象、风趣幽默。