

The Design of Everyday Things

Psychologie und Design der alltäglichen Dinge

Bearbeitet von
Don Norman

2. Auflage 2016. Buch. Rund 360 S. Gebunden
ISBN 978 3 8006 4809 2
Format (B x L): 14,1 x 22,4 cm

Zu [Leseprobe](#) und [Sachverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.


beck-shop.de
The Design of Everyday Things
DIE FACHBUCHHANDLUNG


beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

beck-shop.de
The Design of Everyday Things
DIE FACHBUCHHANDLUNG
Psychologie und Design
der alltäglichen Dinge

von

Don Norman

Überarbeitete und erweiterte Auflage

Aus dem Amerikanischen übersetzt von
Christian Eschenfelder

Verlag Franz Vahlen München

beck-shop.de

„Keiner kommt an Don Norman vorbei, wenn es um Fragen zu einem Design geht, das sich am Menschen orientiert. Der emeritierte Professor für Kognitionswissenschaften predigte das Denken über und für den Nutzer ... [Er] leitete Mitte der Neunzigerjahre die Advanced Technology Group bei Apple. Dort prägte er den Begriff User Experience ... Norman ist Mitbegründer der Beratungsfirma Nielsen Norman Group und hat unter anderem Autohersteller von BMW bis Toyota beraten.“

Brand Eins 7/13, S. 74

Die Originalausgabe erschien unter dem Titel „The Design of Everyday Things“ 2013 im Verlag Basic Books, New York.

© 2013 by Don Norman

ISBN 978 3 8006 4809 2

© 2016 Verlag Franz Vahlen GmbH,

Wilhelmstr. 9, 80801 München

Satz: Jung Crossmedia Publishing GmbH, Lahnau

Druck und Bindung: Beltz Bad Langensalza GmbH,

Neustädter Straße 1–4, 99947 Bad Langensalza

Umschlaggestaltung: Bureau Parapluie, Ralph Zimmermann

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier
(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)



beck-shop.de
Für Julie
DIE FACHBUCHHANDLUNG


beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG



beck-shop.de

Inhaltsverzeichnis

DIE FACHBUCHHANDLUNG

Vorwort zur überarbeiteten Auflage	XI
Kapitel 1 Die Psychopathologie von Alltagsgegenständen	1
Die Komplexität moderner Geräte	4
Human Centered Design	7
Die fundamentalen Prinzipien der Interaktion	9
Das System-Image	29
Das Technologie-Paradoxon	31
Herausforderung für das Design	33
Kapitel 2 Die Psychologie alltäglicher Handlungen	35
Wie Menschen Dinge tun: Gulf of execution und Gulf of evaluation	36
Die sieben Handlungsstufen	37
Menschliche Denkweisen: Meist unterbewusst	41
Kognition und Emotion des Menschen	46
Die sieben Handlungsstufen und die drei Verarbeitungsebenen ..	51
Der Mensch als Geschichtenerzähler	53
Falsche Schuldzuweisungen	55
Sich fälschlicherweise selbst die Schuld geben	60
Die sieben Handlungsstufen: Sieben fundamentale Design- prinzipien	66
Kapitel 3 Wissen im Kopf und in der Welt	69
Präzises Verhalten durch unpräzises Wissen	70
Das Gedächtnis ist Wissen im Kopf	80
Die Struktur des Gedächtnisses	85
Ungefähre Modelle: Erinnerungen in der realen Welt	93
Wissen im Kopf	97
Der „Trade-off“ zwischen Wissen in der Welt und Wissen im Kopf	101
Das Gedächtnis in vielen Köpfen und vielen Geräten	103
Natürliches Mapping	105

Kultur und Design: Natürliches Mapping kann kulturabhängig sein	110
---	-----

beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG

Kapitel 4 Wissen, was zu tun ist: Constraints, Discoverability und Feedback	115
Vier Arten von Constraints: physische, kulturelle, semantische und logische	116
Das Anbringen von Affordances, Signifiers und Constraints an Alltagsgegenständen	123
Constraints, die das gewünschte Verhalten erzwingen	132
Konventionen, Constraints und Affordances	136
Der Wasserhahn: Eine Fallgeschichte des Designs	140
Die Nutzung von Sound als Signifiers	145
Kapitel 5 Menschliches Versagen? Nein, schlechtes Design	151
Verstehen, wieso es zu Fehlern kommt	152
Vorsätzliche Missachtung	157
Zwei Arten von Fehlern: Ausrutscher und Irrtümer	158
Die Klassifizierung von Ausrutschern	162
Die Klassifizierung von Irrtümern	167
Gesellschaftlicher und institutioneller Druck	174
Fehler melden	179
Fehlererkennung	182
Das Design auf Fehler auslegen	186
Wenn gutes Design nicht genug ist	197
Resilience Engineering	198
Das Paradox der Automatisierung	199
Designprinzipien, um mit Fehlern umzugehen	201
Kapitel 6 Design Thinking	205
Das richtige Problem lösen	206
Das Double-Diamond-Designmodell	208
Der HCD-Prozess	209
Was ich Ihnen gerade erzählt habe, funktioniert so nicht wirklich	223
Die Designherausforderung	226
Komplex ist gut – verwirrend ist schlecht	233

Standardisierung und Technologie	234
Dinge absichtlich kompliziert machen	240
Design: Technologieentwicklung für den Menschen	242
Kapitel 7 Design in der Geschäftswelt	243
Wettbewerbskräfte	244
Neue Technologien erzwingen Veränderung	248
Wie lange dauert es, ein neues Produkt zu etablieren?	251
Zwei Arten der Innovation: inkrementell und radikal	262
<i>The Design of Everyday Things: 1988–2038</i>	265
Die Zukunft des Buches	270
Die moralischen Verpflichtungen des Designs	272
Design Thinking und das Denken über Design	275
Danksagung	281
Literaturhinweise und Anmerkungen	287
Referenzen	305
Sachverzeichnis	317


beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG