

# Indice generale

<b>Prefazione</b> .....	<b>ix</b>
-------------------------	-----------

<b>Introduzione</b> .....	<b>xi</b>
---------------------------	-----------

Il design in questo libro.....	xii
Per chi è questo libro .....	xiii
Case study .....	xiii
Struttura del libro .....	xiii
Capitolo 1 – Le persone non leggono .....	xiii
Capitolo 2 – Dalla parte dell’utente .....	xiii
Capitolo 3 – Le leggi della semplicità .....	xiv
Capitolo 4 – Cose dette e cose non dette.....	xiv
Capitolo 5 – La doppia faccia del design .....	xiv
Capitolo 6 – Prevegenza .....	xiv
Capitolo 7 – Una buona presentazione .....	xiv
Capitolo 8 – Interfacce vocali .....	xv
Capitolo 9 – Parole e architettura dell’informazione.....	xv
Appendice – Il potere della lingua.....	xv
Ringraziamenti.....	xv

<b>Capitolo 1</b> <b>Le persone non leggono</b> .....	<b>1</b>
---	----------

La regola numero due .....	1
Mi scusi, dov’è il bagno? .....	2
Più che soluzioni, idee .....	3
Come leggiamo .....	4
Non siamo fatti per leggere.....	6
Sinsemie: scritture nello spazio .....	8
Panino fresco .....	13
Trabocchetti nel menu .....	14
Potenza della coerenza .....	14
Più che soluzioni, idee .....	15
Punteggiatura e segni.....	15
In chat: facciamo il punto.....	19
L’essenziale .....	22

**Capitolo 2 Dalla parte dell'utente .....23**

Varco (c)attivo.....	23
Modelli mentali in opposizione.....	25
Stessa cosa, stesse parole .....	27
Navigatore satellitare: non dire no .....	29
Il design dell'attenzione .....	30
L'ACI e l'antilingua.....	31
Parole lontane dalle persone: il burocrate .....	32
Il bell'esempio del comune di Padova.....	34
Trolley: storia di un'interferenza linguistica.....	37
Usare o no un prestito .....	39
Le parole viaggiano nello spazio e nel tempo.....	40
Il genere e il plurale dei prestiti .....	43
Traduzione incomprensibile .....	44
L'essenziale .....	46

**Capitolo 3 Le leggi della semplicità.....47**

Stazioni rumorose .....	47
Meno parole, più efficacia: less is more .....	50
La ricerca della semplicità.....	51
Riduci .....	53
Togli "subito".....	54
Rimpicciolisci.....	55
Nascondi .....	57
Organizza .....	60
Ordina .....	60
Etichetta e stabilisci le priorità .....	61
Integra.....	63
Tempo .....	63
Meglio prima che poi .....	65
Impara .....	66
Differenze.....	68
L'essenziale .....	68

**Capitolo 4 Cose dette e cose non dette .....71**

Antropomorfizza l'esperienza.....	71
Problema e soluzione .....	73
Le massime di Grice .....	75
Violazione delle massime .....	76
Violazione strategica delle massime .....	78
Il non detto .....	79
Facciamo un gioco .....	81
Vaghezza e ambiguità della lingua.....	84
Che Carte hai?.....	87
L'essenziale .....	89

<b>Capitolo 5</b>	<b>La doppia faccia del design.....</b>	<b>91</b>
	Il marciapiede (pre)destinato .....	91
	La volpe e la gru .....	93
	Mind the gap .....	94
	Scortesie selettive .....	95
	Il lato oscuro del design: i dark patterns .....	96
	La piramide ribaltata .....	96
	Default di parte .....	99
	Informazioni introvabili .....	101
	Costi nascosti.....	102
	Esagerazioni e prospettive falsate .....	104
	Accostamento fuorviante .....	106
	Gli utenti sono come le lumache.....	107
	L'essenziale .....	109
<b>Capitolo 6</b>	<b>Preveggenza.....</b>	<b>111</b>
	Segnaletica.....	112
	Menu di navigazione.....	114
	L'anticipazione è complice .....	117
	Dire qualcosa in più.....	119
	Istruzioni per l'uso? No, grazie .....	120
	Don't make me think.....	122
	Predizione e iconicità.....	125
	Iconicità e azione.....	127
	“Scopri” è il nuovo “Clicca qui”.....	129
	Le parole precedono le esperienze.....	130
	L'essenziale .....	131
<b>Capitolo 7</b>	<b>Una buona presentazione.....</b>	<b>133</b>
	La progettazione .....	133
	Il testo .....	134
	Le slide .....	137
	No slide .....	138
	La presentazione .....	138
	Il giusto ritmo .....	139
	Tre cose da non dire .....	140
	I minuti per il pubblico.....	140
	Poi c'è il dopo .....	141
	Un esempio pratico: “l'usabilità delle parole” .....	141
	L'essenziale .....	144
<b>Capitolo 8</b>	<b>Interfacce vocali.....</b>	<b>145</b>
	Iniziamo .....	145
	Perché usare interfacce vocali .....	149

Come ci siamo arrivati.....	151
Call center .....	152
A misura d'uomo.....	153
Disegnare buone interfacce vocali .....	155
Personalità .....	157
Apprendimento .....	157
Tipi di conferme .....	158
Latenza.....	162
Non rimproverare l'utente .....	162
Marcatori conversazionali .....	163
Struttura informativa delle frasi .....	164
Strumenti di progettazione.....	164
L'essenziale .....	165

## **Capitolo 9 Parole e architettura dell'informazione .....167**

Vita quotidiana .....	167
Cosa fa l'architettura dell'informazione .....	168
La lingua come architettura.....	169
Parole e architettura dell'informazione .....	170
Parole come oggetto della progettazione .....	171
Parole ed "esperienze ponte".....	174
Parole come strumento di progettazione .....	180
L'essenziale .....	182

## **Appendice Il potere della lingua.....183**

Parlare una lingua è come avere un superpotere.....	183
Siamo inventori e proprietari della nostra lingua.....	184
Cosa sono le parole.....	186
Parole e icone .....	188
Parole e simboli .....	190
Dare un nome alle cose.....	191

## **Bibliografia .....193**