
序

你怎麼到這裡的？這不是一個玄學或家譜學的問題。我對於你的精神信仰一點興趣都沒有，而且我也絕對不想攀爬你們家的族譜樹。我的問題既實在又重要，你是怎麼找到這本書的？或許你只是碰巧在圖書館或書局看到？或許你是利用關鍵字搜尋：遍及運算、尋路、體驗設計，或策略決定？

你在找什麼？你使用什麼字？這是我想知道的。或者根本是這本書找到你的？這本書是朋友送給你的禮物？或是你上行銷管理課用的課本？還是有人叫你去讀這本書？或許他們想要讓你學習 Web 設計、或社交軟體、或人工智慧、或演化心理學？

我之所以這麼問，是因為找到這本書的機率小到趨近於 0。估計世界藏書種類約在七千五百萬至一億七千五百萬本之間，加上數百萬個部落格、數十億的網頁、無以計數的廣播和電視節目、RSS 內容、播客電台……大部分人贏得樂透彩的機會，還比找到這本書的機會高。

那麼，這是怎樣的一本書？這不容易回答。我可以告訴你，這本書關於在「行動運算」與「網際網路」十字路口的資訊互動，或者我可以宣稱這本書開啟了一扇窗戶，讓大家一窺我們這個時代的獨特文化革命。我大可邀請你到中央圖書館查詢這本書的標題，或在 Amazon 網站上查詢一個統計學上不太可能會存在的片語：「Ambient Findability」，但是我不會這麼做。反倒是，我會要請你去讀這本書，以瞭解旁觀者眼中的疑惑。

這是一本給誰看的書？這又是另一個難題。我或許會把目標讀者列為設計師、工程師、教師、人類學家及圖書館員，但是，這不就漏掉了學生、藝術家、喜劇演員，以及行政主管？我可以宣稱這本書適合任何曾經失落而

且希望被尋獲的人，但是這聽起來就是陳腔濫調。我大可說這本書適合任何人，但是我不會這麼說。反倒是，我會要請你去讀這本書，搞清楚這本書到底應該是給誰讀的，然後買書送給這些人。

本書的組織

本書應該依序從頭到尾閱讀，你應該不會需要一張地圖，但是萬一你需要前後翻閱，我們有在書中置入一些尋路（wayfinding）裝置：每頁都有頁碼，每章都有標題，還有依英文順序排列的索引，以及階層式的目錄。如果這還不夠，下面是簡單的主題導覽：

序（你在這裡！）

辨識本書的範圍、目的、組織、慣例，以及適合讀者。告訴你如何聯繫作者和出版社。還包括簡介和致謝詞。

第一章，失物招領

尋性。關鍵字：Treo 行動裝置、GPS、RFID、長尾理論。

第二章，尋路的歷史

將動物和人類在大自然和人造環境中的導航方式，連接到 21 世紀的跨媒體尋路方式。關鍵字：海龜、迷宮、地圖、迷霧之島、譬喻。

第三章，資訊互動

透過演化心理學的鏡頭，窺視資訊尋找行為的現在。關鍵字：幕次法則、適切性、沒掉（不合）、八卦閒聊。

第四章，緊密交織

研究可尋性、可尋物件、遍存運算，與「人機合一」的尋路方法。關鍵字：可攝取、萬用件、隱私。

第五章，推與拉

描述可尋性和 Web 正在轉變市場的形式，重新形塑新的行銷規則。關鍵字：香蕉、垃圾郵件、尋找的成本、個人化。

第六章，社會語義網路

將社交軟體和語義網路的縫隙橋接起來，作法是把知識本體、分類、和群眾分類法，應用到情境背景中。關鍵字：標籤、流行性、權威性。

第七章，啟發決策

穿過人工智慧、無理性的決策、人類的行為……糾結不清的一切。然後做出最後的結論。關鍵字：迷宮、記憶、新皮質、顏色。

字型體裁

本書使用以下的字型體裁：

斜體字 (*Italic*)

用於目錄、檔名、網址。

楷體字

用於表示第一次提及的新名詞和概念。

誌謝

首先，我要謝謝 Susan。你是最棒的妻子、優秀的圖書館員、神奇的廚子，也是最不可思議的好媽媽。感謝你一路以來的支持和鼓勵。我會永遠愛著你。

我還要特別提到 Louis Rosenfeld 與 Joseph Janes，感謝他們介紹我與國際網路認識，還一起駕著實驗性的 Argus 小艇在數位與商業的海洋中闖盪 (Argus 在資訊架構界，是非常知名、具有先鋒地位的公司)。還要謝謝所有為航程帶來愉快經驗的船員 (同事)。Dennis，你說得對，我們或許失去了母船，但船員還在。

我的技術審閱者都幫了很大的忙，包括：Adam Greenfield, Chris Farnum, Christina Wodtke, Dan Klyn, Gene Smith, Paul Morville, Peter Bogaards, Peter Merholz, Samantha Bailey, Scott Hauman, Tom Rieke, Shelly Powers, Victor Lombardi。謝謝各位！

我要感謝美國國家癌症院，我在 Q LTD 的同事，還有實現 ASIST 與 IAI 社群的朋友們。謝謝我妹妹 Rosalind Morville，她提供了很聰明的公關建議，還要謝謝我的父母 Malcolm 與 Judith。

最後，我要謝謝 Web，它讓我連接到無數靈感泉源，無休無止地改變我的旅程與目的地。

批評和建議

其實，我本來只是殷切期待這本書出版的其中一名讀者，沒想到編輯工作最後會突然落在我身上，但也因此接觸到許多（對我而言的）新名詞。我膽顫心驚地在資訊汪洋中尋求線索，試圖找到常用翻譯，或是求取自創翻譯的靈感。作者的博學旁徵，更是讓編輯速度與書籍品質的維護，成為非常頭痛的課題，不過也讓我重溫學生時代尋找參考書的「樂趣」。

關於參考資料的出處，都保留原文，我想，這樣比較方便各位讀者查證與釋疑。雖然我們已盡最大可能測試驗證過本書中的資訊，但你可能發現到書中所描述某種功能實際上已經改變了，或甚至根本是我們搞錯了。請將你所發現的錯誤，還有你對本書未來版本的任何寶貴意見告訴我們。來信請寄：

美商歐萊禮股份有限公司台灣分公司

電話：(02)2709-9669

傳真：(02)2703-8802

網址：<http://www.oreilly.com.tw>

電子郵件：mail@oreilly.com.tw

O'Reilly 的每一本書都有專屬網頁，上面有勘誤表與各種額外資訊，本書網址是：

<http://www.oreilly.com/catalog/ambient/>（原文書網頁）

http://www.oreilly.com.tw/product2_tip.php?id=a208（本書中文網頁）