

# 《众妙之门》

## 图书基本信息

书名：《众妙之门》

13位ISBN编号：9787115274335

10位ISBN编号：7115274339

出版时间：2012-4

出版社：人民邮电出版社

作者：Smashing Magazine网站

页数：306

译者：陈宗斌

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《众妙之门》

## 内容概要

《众妙之门:网站UI设计之道2》包含了知名设计网站Smashing Magazine精心准备、精心编写以及精心编辑的内容，这些都基于Smashing Magazine读者的建议和意愿。来自全球的知务设计师无私地分享了他们多年积累的宝贵经验。书中涵盖了网站UI设计相关的不同的领域，覆盖面非常广，具有很强的操作性和专业性。《众妙之门:网站UI设计之道2》逻辑严密、言简意赅，设计人员可以快速地找到自己想要的东西。

# 《众妙之门》

## 作者简介

作者:(德)Magazine

## 书籍目录

### 第1章 优秀平面设计的原则

- 1.1 什么是图形设计
- 1.2 设计的语言
- 1.3 关于历久弥新的设计的思考
- 1.4 相关的极简抽象艺术
- 1.5 版式的作用
- 1.6 视觉声音
- 1.7 结论

### 第2章 看得见的设计与看不见的设计

- 2.1 查看看不见的设计
- 2.2 按用户所想的那样设计
- 2.3 设计模式
- 2.4 结论

### 第3章 设计移动用户体验

- 3.1 软件的未来是移动的
- 3.2 移动软件是独特的(并且难以掌握)
- 3.3 移动应用程序的UI设计模式
- 3.4 移动应用程序的视觉设计
- 3.5 设计移动应用程序是一项挑战

### 第4章 绘制草图、创建线框和原型开发

- 4.1 从概念到实现：想法的旅程
- 4.2 通过绘制草图进行构思
- 4.3 如何构思
- 4.4 技巧
- 4.5 这个行业的工具
- 4.6 利用线框使想法成形
- 4.7 线框的类型
- 4.8 通过原型化进行测试和改进
- 4.9 测试
- 4.10 创建线框的正道
- 4.11 接下来的任务

### 第5章 Web开发中的红旗(警告标志)

- 5.1 为最终用户开发产品
- 5.2 HTML
- 5.3 CSS
- 5.4 JavaScript
- 5.5 后端代码
- 5.6 小结

### 第6章 Web版式的未来

- 6.1 web版式的昨天、今天和明天
- 6.2 版式：良好的、糟糕的和丑陋的

### 第7章 把游戏设计原理应用于用户体验设计

- 7.1 一切都开始于科学
- 7.2 为游戏正名
- 7.3 剧本和策略
- 7.4 五条建议

### 第8章 Web设计和用户行为的心理学

- 8.1 人是社会性动物
- 8.2 大多数决策都是无意识地做出的
- 8.3 先看别人怎么做
- 8.4 人们将在一瞬间决定是否信任你的网站
- 8.5 人是受控制权激励的
- 8.6 人容易分心
- 8.7 人天生是懒惰的
- 8.8 人们具有关于事物如何工作的心智模型
- 8.9 人会犯错误
- 8.10 观看不一定就是查看
- 8.11 小结

## 第9章 电子商务网站的设计模式

- 9.1 调查流程
- 9.2 理论和最佳实践
- 9.3 信息架构
- 9.4 导航
- 9.5 颜色
- 9.6 结账
- 9.7 联系和支持
- 9.8 小结

## 第10章 如何制作图书 (就像这本书一样)

## 章节摘录

版权页:第1章 优秀平面设计的原则尽管对于Web设计师应该做什么工作有一些流行的、先入为主的概念，但是有一个简单的事实始终未变：Web设计和图形设计并不是一回事。当然，它们是相关的，并且它们在许多方面具有一些交集，但是它们在某些领域具有明显的区别，需要考虑它们各自的优点和理论。Nick Haas编写的博客内容也许最清楚地说明了这两个主题之间的一个主要区别。他把设计师的工作描述为：“有效地与印刷和Web媒体交流，并且认识到它们是彼此独方的，并不相同，理解图形设计师与Web设计师之间独特的区别可能会对你的下一个项目或者给你的设计之路带来帮助。”虽然Haas所说的这种区别符合事实（并且文章的余下部分明确了一些优秀的要点），但是他所暗示的印刷与Web之叫的区别可能过于简单化。毕竟，我们在Web设计中使用的许多概念都直接来源于图形设计的漫长历史。关于留白、对比、色彩理论和删格（寻根究底，它们都源于印刷世界）的思想已深入于全世界的Web设计师，从而模糊了印刷与Web之间若隐若现的界线。

## 编辑推荐

《众妙之门:网站UI设计之道2》由人民邮电出版社出版。

## 精彩短评

- 1、算是认真负责的专业书了。印刷质量也不错
- 2、不能缺2
- 3、续集基本都没好货——翻译好烂，内容都是一些设计师的心得为主，去到最后一章才有实操层面的干货。
- 4、好吧...有广度的书必然会对深度有所舍弃，众说纷纭，有经典也有杂萃，由于作者多样，文章风格也大同小异，可以根据目录选择性阅读，反正我是读完了...
- 5、对于网络产品开发和设计有帮助。至于帮助有多大，不好讲。
- 6、还行,彩印版的,文字过多
- 7、四星的书，一星的翻译，非常反感这种为了卖书赶速度翻译而不负责任不顾质量的行为，一本好书就这么糟蹋了。翻译的人应该是毫无技术基础的人，其中很大一部分需要我自己先猜测英文原意，然后才能理解。想买这本书的朋友推荐还是买英文版吧！
- 8、好书！与第一本讲的是承接的。很好，这一系列的书都很不错。
- 9、初学者，不太懂，但应该为好书
- 10、印刷的很精美.很多80后的文章合集.好吧.看完了我承认之前不懂设计.
- 11、能学到不错的设计思想
- 12、看了第一本，自然看第二本
- 13、UI和UX，讲的透彻，精辟
- 14、翻译的太差了..
- 15、翻译的不是特别好，读起来有些艰涩~~覆盖的内容比较广~~每一章节都分别是很专业的人执笔~~扩展的信息量很大~~~妈蛋。。。有一堆的书要读了~~~~
- 16、不同专家的技术讲解，各个方面都有所涉及，经验值得借鉴
- 17、有那么几篇真是喜人，有那么几篇戳着我的脊梁骨说到底什么时候才开始学html啊王阿姨。
- 18、没怎么读懂
- 19、翻译质量.....真得太差了
- 20、第一章和第二章还是值得学习的。

后面有些章节搞得像访问录似的，内容嘛又没内容的，唉，人名倒是一大摞。

有时间的可以看，没时间的就看其他更优秀的书吧。

- 21、适合设计师和 web 开发者读，推荐之，好的UI设计和用户体验设计需要跨界知识的支撑。
- 22、没看过1，但是2已经让我没有兴趣再看下去了，的确是众妙，但众妙却不得其法
- 23、经验之谈，值得看看。
- 24、理论很详细 很强大
- 25、德国设计师写的，总觉得火花不够..啊 我太妄自菲薄了T\_T
- 26、这本书并不是第一卷的第二版，内容上并无重复，提到了很多很实用的技巧，很全面。适合闲下来的适合随手翻翻。
- 27、翻译一般是这本书最大的缺陷了，第七章印象很深，所以算没白看这本书。
- 28、没啥感觉，这类书看的太多了.....
- 29、买这本书的基本都是苦逼·对了，我建议亚马逊的员工多看看，真的是太难用了
- 30、理论知识好多，但是适合我，有种拿到书就想读书的感觉，整体的手感很好，设计的不错，内容还没有开始看。
- 31、除了开本有点小之外，内容和印刷都很好，铜版纸印刷，图片很清晰，内容正在看
- 32、翻译得真渣，枉我等了这么久才借到，还好没有买。内容虽然也横跨了网站设计的各个方面，但感觉没有第一本来得吸引人。
- 33、渣翻译 一把泪
- 34、再不能看这类书了，还看真得吐了。其实就那么点基本的理论被些奇怪的人翻来覆去以各种方式讲，还是按自己理解构建个适合自己的体系，然后通过试错去不断调整更有价值。



## 《众妙之门》

- 35、先看了1，最终还是把2买了
- 36、不错的书，非常值得一看
- 37、还没详细看，但是总体还挺满意的
- 38、现在读这本书似乎已经有点过时了。给这本书6分真的不能再高，尽管书中有不少干货，但是因为书中的作者比较多，文风不统一，还是翻译性书籍，导致传递过来的观点非常混乱，不适合作为学习书籍用。所谓的逻辑严密，言简意赅，这里真的是不敢恭维啊！
- 39、没有1实用，SM的文章开始变得拘泥于形式，干货较少。
- 40、有点老，但基础内容不错。
- 41、买了，看了，不知所云，一个观点反复墨迹，一点价值都没有，烂到家了，看过20多本技术方面的书籍头一次看到这么烂的书，
- 42、我应该先去熟练一下 CSS 和 HTML 过后再来看的，如果代码不熟悉，看它只能收获全书的40%
- 43、我推荐此书，卓越，真的不错！
- 44、把翻译拖出来斩了！！！！
- 45、相对第一本，这本是提高阶段指导用书。
- 46、看过（1），书里的内容很受用
- 47、翻译垃圾
- 48、前四章不错，56章关于开发的跳过了
- 49、感觉比第一部更好了，赞一个！
- 50、好
- 51、很好,UI 做好的好 必备
- 52、内容很浅显，类似于散文式的书，了解可以，但是不适合学习。
- 53、看完越发感觉42区的设计很独特
- 54、提升水平的行业必读之书
- 55、可能因为距出版至今已经四年，质量，实用性，新颖度都相当一般，不推荐阅读
- 56、还没看，浏览了一点点，感觉不错
- 57、书中内容直接来自Smashing Magazine 网站，内容涉及内容有广度、有深度，细细读之，获益颇多。
- 58、这是用屁股在翻译~
- 59、里面的内容很精美，挺好的，一般推荐，我还没看完了。
- 60、8错的书，网站很喜欢，中文书当然要买
- 61、讲述得有点繁琐，略无聊。。。
- 62、一直关注这一系列的书籍，有可取之处。
- 63、这本书是蓝色推荐的，就买了！挺好的一本书，对每一个方向的概括都挺好的，想了解的知识更全面可以看这本书！只是程序猿或者只是设计师的话，有一些章节就不用看了！哈哈
- 64、印象深刻的是游戏设计理念的应用，关于如何将设计演绎的激动人心。字体那一章比较晦涩，翻译也不尽如人意。

- 1、四星的书，一星的翻译，非常反感这种为了卖书赶速度翻译而不承担不顾质量的行为，一本好书就这么糟蹋了。翻译的人应该是毫无技术基础的人，其中很大一部分需要我自己先猜测英文原意，然后才能理解。想买这本书的朋友推荐还是买英文版吧！
- 2、适合设计师阅读的网站UI设计指导，甚至涵盖了前端编码的注意事项。也适合PM粗略学习设计知识，便于与UI进行交流。帮我：理清了很多概念，例如草图，线框图，原型。视觉设计的原则（与简约至上——交互式设计四策略有重合）用户行为的心理学基础知识，如心智模型的概念。调查竞品网站的流程，需要比较的点。等等。做了笔记。但：翻译实在是太太太差劲，理解起来非常困难，时常要根据中文来推测出英文，再理解句子的真实意思。翻译实在是太太太差劲翻译实在是太太太差劲翻译实在是太太太差劲翻译实在是太太太差劲翻译实在是太太太差劲翻译实在是太太太差劲翻译实在是太太太差劲。
- 3、欣喜的是，继《众妙之门》之后，人民邮电出版社继续推出了《Smashing Book 2》的译本——《众妙之门2》。《众妙之门2》是一本大视角的前端设计类精选书籍，章节内容精选自Smashing Magazine网站。这不是第一本《众妙之门》的再版，而是一本全新的书。优点1.大视角具有不同背景、教育水平和经历的人对于设计有着不同的看法。平面设计师从一个角度看待设计，交互设计师从另一个角度看待设计，而程序员又从一个角度看待它。本书教会我从更大的角度来看待问题。我是专职的前端开发，平时写代码和研究前沿CSS3/HTML5也比较多，所以有时候就会陷入到“为了上流而上流”的状态，我承认，自己有时候会更多地由于想用新技术的考虑，而不是公司目标的考虑而做出一些决策。另一个例子是有的时候我会由于代码架构方便的原因，更喜欢复用模块。从代码的角度看这是对的，但我不知道对于公司目标来说有何帮助，我应该如何说服产品经理采用我的建议，我至多只能说“一致性更为美观”。本书第八章《Web设计和用户行为的心理学》里说：“人们在一瞬间决定是否相信你的网站，这个决定是无意识的。”人们会不信任具有这些特点的网站：使用了太多的字体和文字大小，并且给太多的文本着色。页面上具有太多信息，并且看起来很混乱。页面上具有太多动画，尤其是过时的业余动画。屏幕上有太多的彩色区域，并且没有把它们协调成一种颜色模式。很棒！我们有自己的小视角，冥冥之中知道是什么可能是好的，但我们不知道原因，以上就是原因。从用户目标和商业目标两方面来考虑，就能扩展我们的视野，实现我们的价值。2.理性我喜欢给出统计结果的设计书，不喜欢讲大道理的设计书。本书有一些非常好的例子，第九章《电子商务网站的设计模式》给出了大量商务网站的统计数据。这些商务网站都是国外的英文网站，因为中国人和外国人在不同的网络环境下，具有不同的心智模型，所以我们无法直接参考本章的统计结果，但对于统计方法我们是借鉴的。我不喜欢很多玄乎的设计书，昏昏欲睡。我是很理性的人，希望设计师给我讲道理的时候给出统计、设计模式、心理学上的解释。说到心智模型，第八章给出了非常精辟的解释。用户对于网站会有一个期待，这就是心智模型，网站的交互设计师需要做出一个交互原型来，就是概念模型。如果用户的心智模型和网站的概念模型是一致的，那么用户就没有学习成本，如果差异很大，用户就会困惑，或者需要培训。用户的心智模型不一定是完美的，交互设计师不需要完全适应用户的心智模型。但是交互设计师需要理解用户的心智模型，从而知道如果需要改变心智模型需要做什么。心智模型很多都可以提炼成设计模式（pattern），2.3分析了一些设计常见的pattern，3.3则分析了一些移动UI设计的pattern。想起最近网易新闻发文控诉腾讯新闻抄袭其UI，我觉得手机新闻阅读的用户都会有一个类似的心智模型，而且手机上的pattern也就那么多，交互类似是非常正常的事情。像path那样创新的pattern才是非常了不起的进步。3.跨学科本书作者来自不同的领域，有心理学的，也有研究游戏的专业人员。从这些角度来看用户和网站的关系是非常有趣和启发性的。4.精选可能被问到的一个问题是：我看smashing magazine网站就好了，干嘛要花钱买书？第十章作者有回答：“……在一个位置提供了所有的内容，具有组织合理的结构，经过了认真仔细的准备、更新和编辑，并且没有包含不必要的信息（比如广告），因此可以节省用户的时间。”当然还有英文不好的同学，看中文能节省时间。缺憾本书并不完美，有一些缺憾是因为翻译的原因，还有一些是因为中西环境差异的原因。1.翻译本书作者是来自全世界的作者，十几个人共同完成本书，而中文翻译却只有一人。所以某些章节的翻译质量就相对有点差了，比如第五章——web开发中的红旗。一方面是知识广度的原因，一方面也有精力的原因吧。希望以后这种类型的书籍翻译也可以采用众包的模式，交给多个人来翻译。我会很乐意翻译前端方便的内容~2.中西环境区别第六章web版式的未来中讲到，字体是版式中非常重要的一个部

## 《众妙之门》

分。其实在中文中，字体也不是那么重要。常用的字体只有雅黑和宋体。讲到版式就只涉及到行距、字距和边距了。本章花大功夫来写的英文字体都对国人没什么感触。此外第十章——如何制作图书——讲了自己出版图书需要做的一些事（他们就是这样做的！）其实在中国大家都懂的，只能交由出版社。希望编辑能在内容筛选上做一下二次过滤，引入一些更符合中国国情的部分。章节提示下面我列出章节名称和对应推荐阅读的职业。不是鼓励各专业独立开来，只是作为参考信息。ID (Interactive Designer) —— 交互设计师/产品经理 VD (Visual Designer) —— 视觉设计师 FD (Front-end Developer) —— 前端开发

第一章：优秀平面设计的原则 (ID/VD) 第二章：看得见的设计与看不见的设计 (ID/VD) 第三章：设计移动用户体验 (ID/VD/FD) 第四章：创建草图、创建线框和原型开发 (ID) 第五章：Web开发中的红旗（警告标志）(FD) 第六章：Web版式的未来 (VD/FD) 第七章：把游戏设计原理应用于用户体验设计 (ID) 第八章：Web设计和用户行为的心理学 (ID/VD) 第九章：电子商务网站的设计模式 (ID/VD) 第十章：如何制作图书（就像这本书一样）原文发表于：<http://yuguo.us/weblog/smashing-book-2/>

## 章节试读

### 1、《众妙之门》的笔记-第106页

你必须要知道，你将不是维护你产品的人，那个人将不具备与你相同的技能或知识。在大多数情况下，他们将把你的产品弄得一团糟，因此公司没有给维护人员支付足够多的薪水或者对质量要求不高-快速的周转时间更重要。一分钱一分货，事情就是这样。很能反映很多开发人员的心声

### 2、《众妙之门》的笔记-第一章

看过1之后，买来2。可以感受到原文的思想高度。不过这翻译也太懒了。不知所云简直。

### 3、《众妙之门》的笔记-第78页

我只处理那些使我感到快乐的项目。总是要保持对某件事情的兴奋感，总是要从事我满腔热情地想做的事情。

及早开始，永不止步。总是要不断地学习，永远不要满足于你目前拥有的知识或者技能，要勇于走出你的舒适区并且充满求知欲。

### 4、《众妙之门》的笔记-第2页

优秀界面特点：清晰 简洁 熟悉 响应性 一致性 美学 高效 容错

### 5、《众妙之门》的笔记-第7页

实现历久弥新的设计：1.在内容自身中寻找解决方案；2.大道至简；3.避免装饰

### 6、《众妙之门》的笔记-第1页

挺不错的书

p36 界面在美学上越吸引人，人们越觉得它容易使用。

p40 开发人员模型，设计师模型，心智模型，讲的很好。

p160

### 7、《众妙之门》的笔记-第191页

在线交互的“游戏”的关键属性是收集、收入、反馈、交换和自定义

# 《众妙之门》

## 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)