

《社交网站界面设计》

图书基本信息

书名：《社交网站界面设计》

13位ISBN编号：9787111305187

10位ISBN编号：7111305183

出版时间：2010-9-1

出版社：机械工业出版社

作者：Christian Crumlish, Erin Malone

页数：445

译者：樊旺斌, 师蓉

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.tushu111.com

《社交网站界面设计》

前言

为什么要写本书 我们之所以写本书，是因为我们需要这样的一本书，并且据我们所知，目前图书市场上还没有这方面的书。我们自己积攒的“社交用户体验界面”方面的模式、文档和相关准备工作已经非常丰富、完备了，而且感觉可以将它们结集出版了。该书的写作基于我们在Yahoo!所做的工作以及整个“社交设计”业内所做的工作。通过写作本书，我们也是为了能够营造一种氛围，以便更好地组织讨论这些交互模式，同时在专业用语上达成共识，并最终在社交设计方面形成行业惯例。当今世界上每个角落的互联网设计和开发人员都需要考虑社交方面的工作，我们愿为其提供帮助。

本书内容 虽然许多交互形式也会依赖（或者促成）某些特定的社交行为，但是本书谈的不是社交行为设计。本书第一部分中的许多原则所谈及的都是不同种类的用户行为，但是我们最好将其置于“整个模式库”这样一种宏观视角来看待。本书谈的是“交互设计”，特别是“社交”方面的交互和界面设计，既包括Web环境也包括移动环境（我们更侧重于Web环境）。模式库是多年Web社会化，社区化产品设计经验的精华。我们为此定义了最佳实践、原则以及社交界面的模式。限于经验，我们只关注面向用户的界面。我们会在本书的最后谈及在企业 and 移动环境下的应用，并以此提醒设计师；这些问题及解决方案是在我们假定的角度和众多限制下谈及的，但它们也可应用于企业环境和移动设备。随着时间的推移、技术的创新，该模式库将会不断地涌现出新模式，完善现有模式，并最终发展壮大。

《社交网站界面设计》

内容概要

《社交网站界面设计》提供100多种模式、原则以及最佳实践，并针对在设计社交网站时经常遇到的问题给出明确建议。本书将提供给你培养用户交互习惯和构建社区最具价值的参考。

本书作者将与你分享难得的经验，教会你平衡各种不同的因素，并与你的用户共同构建和谐健康的网络社区。

本书教会你

掌握创建任何网站时都会用到的原则

学习基本设计模式，以便向现有的网站中添加新的社交组件

学会在活跃的社区网站管控好行为不端的用户

围绕一个产品或一项服务构建社交体验，并让用户参与其中

无须构建一个全新的架构就可以开发出一套实用的社交应用

让你的网站上的用户可以互动

为你的会员提供离线联系的机会

识别和避免采用反模式——社交网络和社交媒体空间产生的最糟实践

《社交网站界面设计》

作者简介

Christian Crumlish从1994年开始进行交互应用方面的写作。他是Yahoo!设计模式库的管理者和维护者，是信息架构协会的会计，也是Open Web Foundation的成员。他是《The Power of Many》（由Wiley出版）和《The Internet for Busy People》（由McGraw-Hill Osborne Media出版）两书的作者。

Erin Malone Tangible UX公司总裁，她在Yahoo!、AOL、Intuit等公司领导设计团队和开发社交体验方面有20多年的经验。她是Yahoo!模式库的奠基人，也是信息架构协会的创办成员。

书籍目录

前言

第一部分 什么是社交模式？

第1章 妈妈，什么是社交用户体验模式？

社交产品的一点渊源.....

所谓的原则、最佳实践和模式究竟是些什么？

好了，这就是第一小部分的内容了：接下来要干什么呢？

延伸阅读

第2章 社交的核心

社交网站要故意设计的不够完善

重写本

社交，但不仅仅是社交

像人一样会话！

会话

自我反省式的出错信息

提问

你的VS我的

不要到处开玩笑

不要中断email！

要开放

向游戏学习

反模式：东施效颦

尊重道德尺度

延伸阅读

第二部分 我是某某某

第3章 邀您加入！

约会

邀请

延伸阅读

第4章 我的其余部分在哪里

用户身份ID

个人资料

好友评论（或个人推荐）

个人首页

预览

用户名片或联系卡

署名

虚拟形象

延伸阅读

第5章 我们在这里！我们在这里！我们在这里！

网上到场的简要历史

到场的动作以及到场的不同方面

在线/空闲

好友列表

活动行踪

微博客

更新

更新选项的披露

有人陪伴

延伸阅读

第6章 你愿意从这人手中买辆二手车吗？

声誉会影响到行为

竞争图谱

分级

有命名的层级划分

数值型层级体系

标签

奖品

可累积的成就

用户给用户的奖励

排名

积分

排行榜

前X名

监控声誉的工具

好友排名

延伸阅读

第三部分 我们想要的社交对象

第7章 像猎人般搜集东西

收藏

保存

收藏夹

展示

添加/订阅

添加Tag标签

通过Tag标签进行查找

Tag标签云

延伸阅读

第8章 共享，平等地共享

演进而来的“叫法”

共享工具

书签

发送/共享组件

个人共享

发送

临时性隐私

共享应用程序

赠送礼物

公众共享

共享

嵌入

延伸阅读

第9章 传播

广播

博客：外观

博客：博主身份

微博

发布
生命周期
服务条款
延伸阅读
第10章 长时间倾听，第一时间反馈
征求反馈
投票推动
赞成/反对评级法
评定等级（星级或1-5级）
留言
评论
征求反馈（Soliciting Feedback）
延伸阅读
第11章 Watson，快来！
同步沟通VS异步沟通
登录并参与沟通
沟通、交流
论坛
公共对话
私密对话
群组对话
网战
延伸阅读
第12章 齐心协力盖房子
协作
管理项目
投票
协作编辑
编辑此页
维基之道
众包
延伸阅读
第13章 社交媒体的忠实粉丝团
持续上升
调整
跟踪
过滤
推荐
社交搜索
实时搜索
会话搜索
确定主轴
延伸阅读
第四部分 邻里间美好的一天
第14章 我们中的一员
人际关系
查找好友
添加好友
交际圈

推介人际关系

删除好友

“前男友”反模式

群组

延伸阅读

第15章 管理者的好与坏

社区管理

共同管理

群组自我调节

协作筛选

举报

什么是故事？

延伸阅读

第16章 身处何方

本地关系

本地活动

会面

派对

日程安排

提醒

地理位置标记

地点定位

周边

移动和定位

延伸阅读

第五部分 等一下……还有更多

第17章 商业上的开放

与别人打成一片

输出的开放性

转载

标准的开放性（语义和微格式）

载入的开放性

导入

托管模块

双向流通

开放的应用程序接口（APIs）

可靠的中间人

延伸阅读

第18章 其他环境

关于移动的思考

企业内部

它与什么年龄相关？

为了胜利

延伸阅读

活动行踪当状态更新最开始出现在即时信息中时，这就注定了其迅速性，暂时与即时信息挂钩随后就被忽略。事实上，对于用户还是应用本身来说，对空闲、忙碌、暂时离开、离线等进行一个永恒性的描述是没有太大意义的。但是有些状态采集的界面已经发生变化，它们采集最近的活动历史将其混合在一起，然后再加些网上活动的图片就可以展示最近一段时间内的状况。这里确实有一个注定它是暂时性的因素。你很少会查找一个人几天前的状态更新来确认当时他在做什么、想什么、听什么（至少如果你不是侦探，你是不会这么做的）。然而，也没有什么能够阻止这类状态更新信息被保存、分类、建索引、被查找等，即时到场信息是关于最近的过去或者当下的情况的。你需要考虑过去状态更新的持续性。你想让它们永远能够找到吗，或者只是近几天的信息？你允许你的用户下载或者保存状态数据吗，或者将它们转换到另一个系统？这些积累的活动更新信息可以描绘出一个人在网上的长期的形象。你可以将一个人的活动行踪看做是他参与网上这个系统的行为表现的一个总结（在Yahoo 1中我们称之为网上生命线）。这可能包括状态更新，但是它也可能包括其他一些可以通过RSS feeds记录，或其他各种各样设备获取的可以被记录的活动。它可能是你的设备或网络上几种应用设备的融合，或者是从公众网络角度的融合。一个活动行踪可能因此就是更新和活动的集合体，这里的活动融合到一起告诉人们最近一段时间用户在做什么、想什么、说什么等的丰富信息。这种聚合网上活动行踪信息的服务提供商有：Facebook、Friendfeed、MyBlogLogt和Yahoo! Profiles。当呈现给用户一个活动行踪时，考虑一下你是要提供一种单一形式的更新（像状态信息）还是要提供多种形式活动的一个聚合体（链接、媒体、听的音乐等）。如果提供的是活动信息的聚合体，那么你要考虑用户如何能够分离出单一的信息。

状态播报 状态播报是发布给公众、一部分联系人或追随者持续的状态流更新常规中的一个步骤，其用意与IM状态更新相似，状态更新可以看到过去的想法。它没有必要直接透露出最近是空闲的可交流的。这样，如果你看到一个朋友最近更新的状态，你就可以总结出她最近是否有空和别人联系。

《社交网站界面设计》

编辑推荐

《社交网站界面设计》教会你：掌握创建任何网站时都会用到的原则，学习基本设计模式，以便向现有的网站中添加新的社交组件，学会在活跃的社区网站管控好行为不端的用户，围绕一个产品或一项服务构建社交体验，并让用户参与其中。无须构建一个全新的架构就可以开发出一套实用的社交应用，让你的网站上的用户可以互动，为你的会员提供离线联系的机会，识别和避免采用反模式——社交网络和社交媒体空间产生的最糟实践。“有了《社交网站界面设计》，社交网站界面设计所遇到的问题都会变得很简单……《社交网站界面设计》是我的必备读物。在此，我向业界同行郑重推荐这《社交网站界面设计》！”——Bill Scott，Netflix公司的UI工程总监，《Designing Web Interfaces》作者之一。

精彩短评

1、并不觉得是本好书，但确实是拿了很多成功的案例来分析，但事后诸葛亮确实让人怀疑这个结论的本质性。

另外我觉得界面设计有很多东西，虽说不如“艺术品”那样去创造，但也是创造和探索，一种灵感的迸发。如果非要得出“社交网站”就得这样设计我觉得反而非常无聊。谁说不遵守这样的方式不会产生更加优秀的设计呢。

没有相关基础的话倒是可以读读，开拓视野。

2、翻译的非常之烂，内容上适合入门。

3、书中整理了现在主要社区网站中常用的几种模型，对于对社区没有概念或者初涉社区的人来讲还是可以读读的，不过，书中还是有点偏理论了

4、同上，谁说yahoo!的用户体验很烂？并不认同~

5、原书内容很好，但是翻译太差了。很多原作者的意思都曲解了。唉。还有，Social Interfaces翻译为用户界面，也非常不妥。

6、主人，你的博客！相见恨晚，感谢你所有的无私分享！

7、开发SNS必备教程.....

8、从头到脚分析界面的用户体验太喜欢了

9、1豆读

10、基础概念普及，比较程式化

11、转让《designing social interfaces》译者用书，只此一本，值得收藏！

12、雅虎模式库。做不了笔记，案头的手册额~

13、Jim醒醒，中文版已经出版好久了

14、刚查了下，发现图书馆有。哪天借来看看。

15、这本书的最佳使用方法是对着目录把所有模式的注意事项和实现方法在脑子里过一遍

16、美元是49.99，全新的，出版社刚给邮回来的。

17、2周前快递送来书，第一感觉就是厚重与舒服。看了下书背的难度等级—中级，微微有点担忧，对用户体验和交互设计只有大体的概念的门外汉，是不是读起来会觉得晦涩，难以理解。

开始阅读起来之后，刚拿到书的顾虑荡然无存。内容生动紧凑而又不乏幽默，拿起来就舍不得放下了。

本书从最初的概念阐述后，便条理清楚地将读者带入到社交网站用户体验的各个主题，从概念介绍开始通过提问和近似讨论的方式，逐步深入到具体实现以及对其的思考，然后通过实例将抽象的概念具体化，让读者有一种融会贯通的感觉。同时，反模式的及时出场，从另外一个角度，使读者有了更深的体会和思考。个人对这本书最满意的地方是，这本书不是简单的告诉你对错，更重要的是，它告诉你为什么是对的错的，同时引导你一起思考怎么样的解决方式才是更好的选择，无形间让你的理解和思考达到了更深的层次。对于一位喜欢思考，喜欢沟通的交互，web设计者，这本书应该是一个不错的选择，它就像一位良师益友，和你一起走入网站交互设计的大门。

授之以鱼，不如授渔之道，这本书的作者，明显知道这一点。

同时，由于分类清晰，全书阅读之后，或者说对于经验丰富者来说，信手拈来，对感兴趣的某个章节单独阅读体会，也是一个不错的选择。

最近，一个朋友在家soho，一边打工一边准备构筑一个社区网站。看了下他的网站，我觉得，这本书非常适合他。因为对于一个专注于数据库，服务器的开发者来说，确实是需要一本书，条理清晰

《社交网站界面设计》

而理性的跟他交流社区网站交互设计的问题。

18、 首先，非常感谢华章公司和蓝色理想，让我能够免费的获得《社交网站界面设计》。

当看到《社交网站界面设计》这一书名的时候，不知道您是否和我一样认为，这是一本讲社交网站的界面设计，并且是偏向于界面设计的！请不要被他误导，其实这是一本有关社交网站的交互设计模式的书，并且你可以把它当做一本社交网站设计的参考书。

全书的第一部分主要讲“什么是社交模式”，带领我们一起了解社交网站的发展历程，社交用户体验模式是什么，交互设计原则、最佳实践、模式是什么，我们要做什么等等。这点倒很像《用户体验的要素》中的五个层面——“战略层、范围层、结构层、框架层、表现层”。在接下来的部分中，作者主要讲我们该怎么做。

在《社交网站界面设计》中，作者讲了很多社交模式，比如：“注册”、“个人资料”等等，几乎涉及现有社交网站每一个功能模块。每个模式中可能包含这个模式是什么，什么时候使用如何使用，为什么使用，可达性，相关模式及一些参考网站。在这些模式中，作者在“什么时候使用”、“如何使用”、“为什么使用”三个板块中写的尤为详尽，如果您正在设计这一模块的时候，不妨拿出来，参考、借鉴。

在本书的最后部分，作者谈了有关社交网站的商业上的考量和未来社交网站的发展方向。

非常抱歉的跟您说，由于工作一直比较忙，还没有来的及认真的品读《社交网站界面设计》，只是大概的看了一些篇章。但是，我可以很肯定的告诉您，如果您对社交网站设计或者产品设计有兴趣或者正在做此项工作，建议您认真阅读一下它，我相信一定会对您有帮助。

19、还真是贵呀。。顺便问一下，国内哪个出版社引进了？

20、哇，译出来了吗？还要译的话叫上我好了

21、产品经理也可以看看

22、喜欢你那个博客，真的．．我后悔现在才发现．．

23、不错的书，但比较专业。

24、呃.....UCDChina上那篇书评是我写的，当时只是把读这本书的笔记中的一部分拓展了一下发上来了，后来投稿之后被各种转载，就铺天盖地了。

25、先谢过LZ啦！你是个好人.....

y2kdabao@163.com

26、不仅讲的是社交交互 更多结合人的心理 不过我基本忘了它讲啥了==

27、oleBoy，您好，我是这本书的营销编辑。

非常感谢您对本书的关注，如果您对本书有任何意见或建议，也可随时与我联系。

谢谢^_^

——华章计算机市场部 何艳

28、何艳艳同学还挺放不开的啊~~:)

出版社为宣传好书，搭台让专业人士点评，可喜可贺的事情。

另：杨戈兄的书评也不是昧着心思写的软文，多了一份对本书的书外推荐而已。

我觉得网络“托”，跟在书中前衬页中写赞誉的Bill Scott、David Recordon、Joshua Porter、Abby Kirigin是一样的。都是在表达对本书的关注、肯定。

我也算“托”一个，不用谢了~~哈哈...

29、LZ是好人 dyt1626@gmail.com

30、翻译太差，浪费我生命！

31、社交网站速查手册，把每一个功能点都提升成模式来讨论，有很多相关的文献和实例，做一个功能的时候可以参考。

32、本希望对社交模式有较为全面的剖析，结果发现这是一本界面设计的书.....不过，读读也不算太乏味。

33、该叫“社交网站界面设计模板大全”才合适

34、中国特色略有不同

35、讲的倒是很详细 就是有点旧了

《社交网站界面设计》

- 36、大多数内容已经知道了。干脆把里面的边栏文章单独成书会更好。
- 37、兄弟，我可以加入吗？
- 38、希望可以依中国人的思维翻译。感谢！
- 39、非常期待！希望能尽快看到中译本：)
- 40、适合作参考手册
- 41、举个例子：

Also note that this “liquidity problem” is not unique to thumb ratings. It is, in fact, a wellknown factor in economics.

被翻译成了：

也要注意这个“变动性大的问题”不等同于“赞成反对法”。事实上，这是经济学领域众所周知的一个因素。

中国的译者真是无知无畏，自己估计都看不懂的话也敢于发表。

好好的一本书，被不负责任的翻译者和出版商一伙人给糟蹋了。

- 42、好书啊，豁然开朗
- 43、买了这本书，还没好好翻，似乎蛮多是英文网站的翻译，感觉就是个社交网站的UI pattern集
- 44、回复oleBoy，呵呵呵，我还真迷糊
- 45、xfu0823@gmail.com 楼主 帮忙发一个
- 46、lz可以传我个pdf吗，先多谢啦～～
emma_wangyi@163.com
- 47、内容还不错，轻松愉快一下午看完了。
- 48、做SNS的同学都应该读一读，虽然很多是常识，但很多小网站就是没这些常识 极其愚蠢的把用户挡在了注册这一关
- 49、模式库很赞！从代码、架构到交互、营销，模式真是时刻闪耀呀！目测应该是不少SNS团队的bible。
- 50、Social design 翻译成社会化设计不知道好不好。
"This book is about interaction design, specifically designing social interactions and inter- faces on the Web and in mobile environments (although we primarily focus on the Web)."
根据本书的意图，可能翻译成 面向社交的设计（社交化设计），或者面向社群的设计（社群化设计），是不是好一点？
就泛泛而言，social design 翻译成社会化设计也太宽泛了，导致理解起来比较模糊。
- 51、HO，交作业，也惊叹一下这本书的高质。

首先非常感谢机械工业出版社寄来的图书，之前有幸读到它的影印版，原书为Oreilly的《Designing Social Interfaces》。

而《社交网站界面设计》是它一本难得的翻译佳作。

我觉得更多应该把它当做一本社交网站设计的百科全书。它照顾到了一个UGC-based平台几乎所有的内容，从用户行为分析到社交元素的交互，从多途径实现的可用性分析到适用场景的陈述。如果你只是通过使用主流的社交网站来获取经验，那么在这里，你会得到更加全面的信息。因为它的内容，已经足以满足一个小team分析创建完善的社交网站。

对于交互设计方面的书籍，最可怕的事情不是cover的内容不够全，而是条理不够清晰。因为通常分析一个交互元素，已经抛弃了纯视觉的概念，重心停在了what when how why的层面上。所以说，理想情况下的内容看起来应该更像是在论述。《社交网站界面设计》在这方面做的很好，保持了一致的

《社交网站界面设计》

阐述格式，是什么->什么时候使用->如何使用->为什么使用->特例->相关模式->参见。这使得阅读的过程十分愉快，你永远都不会迷失方向。

对于书中的章节，重点推荐第一部分，什么是社交模式。既是概念，又是核心。社交的核心在于人的参与，网站应用更多的是一个搭建用来服务虚拟社会的平台。当你站在人的角度去分析思考所有的功能与设计，一切问题都会迎刃而解，新的idea也会层出不穷。超越当前的社交网站，从深入了解核心开始。

最后，非常感谢译者——樊旺斌、师蓉的精彩翻译，得以使得如此优秀的一本书籍广为传播。

<http://www.mdong.org/?p=1637>

52、一般般啦

53、共享一个读书习惯：建议从目录和前言开始阅读，否则找不到重点是一定的。

54、sns网站说明书

55、LZ可否传个pdf呢？我的专业用户体验研究，很想了解这方面的资料，多谢

caozhe966@gmail.com

56、网上有pdf，上面的都自己去下载吧

57、我为此开设了一个博客：

<http://socialdesign.cn/>

本博客主要翻译国外社会化设计（social design）方面的资料，目前文章来源为Designing Social Interfaces上面的全部设计典范（Social Patterns）。如果你对社会化设计感兴趣，请加入我们，一起来翻译，为国内互联网产品设计注入新鲜的血液。

58、一本理论结合实践的书，举了大量国外案例，眼界开阔不少，值得细细回味，但如何在合适的场景下使用合适的模式，同时结合国内的互联网环境，这就是看书的人的事情了。

59、工具书

60、你觉得翻译的不好，你可以回去看原版，没必要在这儿jjww的。

另外，书名是出版社定的，跟译者半毛关系没有，觉得不妥了找出版社去

61、呵呵，一分价钱一分货。机械工业出版社引进了。国内估计也没几本。

62、LZ可否传个pdf呢？多谢了~

giftmewe@gmail.com

63、楼主，我也和你一样，有着这方面的兴趣，可是我的翻译水平真的有限，交个朋友，如果上线看到信息，给我Email吧~hjbryant2010@gmail.com

需要你的相关文档

64、《社交网站界面设计》，这本书还是不错的。但怎么评论都一窝蜂的说什么“社交网络应故意设计得‘不够完善’”，胡扯！这本书是告诉我们在一家用户体验很烂的网站(Yahoo!)的技术团队中还是有人很懂设计的。

65、在蓝色论坛上，有很多关于设计人员与客户与方案的矛盾，有些例子是很折磨人的，很多网页设计师，不可能与客户有充分沟通，即使有，一两次的沟通也会解决所有问题，有个例子是沟通了10几次后，设计师才恍然大悟，终于OK。我想，这本书《社交网站界面设计》是写给设计师看的，对被客户折磨的设计师来说，是有帮助的。

但是，这本书主要是讲大的方面，很多细节处没有涉及，我想，这可能和中西方的思想观念和教

育方式有关。环境影响人。国内的书，畅销的肯定是讲细节，讲实例的。国外的书很多不是，例如著名的《网站重构》是，阿捷当初翻译后，还自己做了个范例网站，蓝色论坛也火热的讨论标准重构。

这两本书给我最大的启发是，他们都注重讲思想观念，给人带来思想上的转变，甚至还暗伏对未来技术发展的展望。看完后会激发一个人学习的欲望。就如中国的俗语：“师父领进门，修行靠个人”。我想，这也和国内的环境有关系的，很多从事这行业的人，都在为生存而苦苦挣扎。

第1章，用户体验，举例，ZOL论坛里有个有趣的功能，就是发帖自动保存，这确实一个很好的体验模式，当然还不够完善。网易的评论功能里没有这个功能，有次我写评论是，写了一大篇，结果在提交后，因未知原因丢失了，我非常失望，从此后不再去评论了。在蓝色写这篇文章时，我是写一段再手动保存到记事本上，怕丢失了影响心情。当然，我完全可以在记事本里写。但通常情况下，更多人还是习惯直接在发帖页面上写，这就是用户体验。

第2章，社交的核心，书里谈到向游戏学习，其实现在做的远远不够的，作为80%网民是游戏玩家的中国，我确实无发言权。虽然我也是游戏玩家。

甚至对目前的网游来说，社交的核心这块还远远做的不够，例如，如何体现玩家的价值？如何把游戏与教育与学习知识结合起来？如何体现一款游戏的独有特色？我想，不光是游戏，每个网站也应该深入思考，ZOL论坛有个帖子，每天一问，我觉得非常好的。蓝色里什么时候也搞一个每日一问呢？我非常期待。

第二部分 我是某某

我是谁？书里讲到一个例子，某某网站强制用户浏览某些功能来熟悉论坛。我也举个例子，就是卡巴一族论坛，他也是类似功能，但是感觉非常不好。有兴趣可以试试。我曾建议蓝色论坛应该向这个方向发展，吸引人才，培养人才，交流人才。我是谁？我是经典论坛里的一名会员，这里体现出我的特长，我的兴趣爱好，我的处世观念。如果一个企业想招聘一名经典会员，那么他从这个论坛就能比较全面了解这个人是否适合他们的团队，不是任何一个技术员都适合任何一个团队，这样就能给企业带来很多好处。

66、楼上的，是英文版的，350包邮

67、并不觉得是本好书，但确实是拿了很多成功的案例来分析，但事后诸葛亮确实让人怀疑这个结论的本质性。总结性的一本书。另外我觉得界面设计有很多东西，虽说不如“艺术品”那样去创造，但也是创造和探索，一种灵感的迸发。如果非要得出“社交网站”就得这样设计我觉得反而非常无聊。谁说不遵守这样的方式不会产生更加优秀的设计呢。没有相关基础的话倒是可以读读，开拓视野。

68、大致扫过

69、web 设计的一些基础知识

70、楼上的，你转让要多少钱？

71、谁说yahoo!的用户体验很烂？

72、不理解为啥自己这么倔

73、很棒，很新，切中了这个领域讨论的文章多，成型的书少这一点。做网络开发的都不妨看看。

74、支持翻译！先关注下博客！

75、<http://total-ebooks4free.blogspot.com/2009/10/designing-social-interfaces-pdf-free.html>

76、推荐！

77、网站界面设计的参考手册，和模式库。

78、翻译太差。基础的社交产品功能介绍，思路较清晰，没什么新东西。

79、嗯，不错，帮了俺不小忙。对于社交网站的一些模式总结的挺不错~

80、

奉承我，我可能不会信任你。

批评我，我可能不会喜欢你。

忽视我，我可能不会原谅你。

鼓励我，我不会忘记你。

《社交网站界面设计》

爱我，我可能不得不爱你。

威廉·亚瑟·伍德

出自某页。对不起，页码忘了。

81、写的挺有感觉的，不太像出版社的托，哈哈...

但印出来样书仅几天的时间，不太相信能有人已经读完全书（除了译者&责编）

杨戈wworld兄弟，最后4个字"推荐阅读。"泄露了你的托身份，哈哈

82、到位

83、讲界面以及用户反应，翻翻还不错，挺新鲜的。

84、看了一下试看版（第1、2章）感觉翻译有点云里雾里的，找不到重点，文字上又有点纠结。很多篇幅的文字都感觉作者在填格子，希望是我的水平问题吧。

85、我这本书是获赠的，兄弟看这个页面<http://t.sina.com.cn/1734875165/3f4eg5A9N4>。猜封面是什么鸟，我是第一个猜中的。昨天中午收到，订单号010035489614（中通快递）本来应该更早，但快递不往我们这儿送。20日到天津，21日就应该收到，24日才收到。没办法。

你的博客很棒，学习了。

86、oleboy同志是最有发言权的，哈哈

87、更像是一本SNS的历史书，能提供的灵感有限

88、用了比较适度的劝诫和例子解释了不要过度设计的道理，不过一些流程已经过时

89、翻过

90、老外就是喜欢总结。

91、网上不是有英文版的下载吗，google一下

92、看过样张

1、看到此书，心里一愣。我正需要这样的图书呢。仔细看过目录，哦，原来是界面里功能设计，不是界面布局美观设计。无论如何，此书我必须要看。此书内容丰富，对各种功能进行探讨，如果你想搭建一个社交网站，这里面探讨的内容，你应该看看，如果你已经创建了社交网站，同样你应该看看，如何使其功能完善。如果你是一名社会化媒体专家（我不知道什么是专家），对社交网站类功能理解透彻，那就不用看了。社交的核心是什么？不能为了社交而社交，必须有话题、主题，没有产品的社交网站是不可取的，如同很多企业营销做得很好，但是产品缺陷太多，而且不去完善，日子长不了的。所以我并不看好facebook，不看好的原因是它做着看，没有明确的目标，为了更好的赢得会员的关注不对添加功能，功能是越来越全了，但没有根。也许某一天，它能够找到。但在中国不要学习facebook，追捧它的投资公司很多，美国是需要神话的国家，但中国是人肉搜索，使神话破灭的国家。一个是神创论，一个是神灭论。虽然是社交网站，但八竿子打不着啊！社交网站要故意设计的不够完善，可以给会员们机会，去完善它，并且能够在一段时期内见证社区的发展和成长，也许你会觉得已经和它在一起了，不愿轻易离开，而且还会把它介绍给你的朋友们。如果它的长大有你的汗水，是不是意义不一样啊！有人说柳传志先生不要把乐phone看得太重，实指第一版的销量，销量小有更多的改进机会，并且诚恳接受建议，特别是那些很有帮助的建议，试着和对方联系上，或许能够得到更多的帮助。但老柳希望乐phone能够在中国超过iphone，真不是一件现实的事情，一步一步来，是可以的，一下子爆发不可能。不会你手机推出来，大家都正好需要购买手机，或者你有足够的诱惑力，让他们放弃手里的手机，而购买乐phone，不可能的。个人主页上的“你的与我的”，这个问题我从来没有想过，我一直认为个人主页上应该是“我的”，不可能是“你的”，如同豆瓣“我的豆瓣”，国内的目前我还没有看到“你的”。但Flickr用的是“你的”，我没有注意过。“我的”是把自己看成社区的创造者，社区是一个平台，它区分的是会员之间的关系，你我。而“你的”，更多的是会员与网站之间的关系，作为社区，当然你的主页是你的，不是别人的，也不是社区的，就是你的。我发现“你的”，可以让会员判断此社交网站态度公正，没有把内容据为己有，站在一个公正的立场上告诉你这块地儿是“你的”，你真正拥有它，心理上会觉得很惬意。这方面似乎比“我的”更加认真一些。发现社交网站后，对社交网站而言，你是否注册成为关键。最简单的注册还是复杂的注册呢？简单注册可以让用户轻松注册，不浪费时间。复杂一些的注册，会员既然花费多一些的时间注册，一定是有些东西对他有利的。我个人觉得可以一步一步来，简单注册后，在慢慢完善信息，可以享有其它功能使用权。前提仍旧是进来的用户，喜欢上这里，才开始敞开心扉。邀请注册，通过朋友间的邀请进行注册，成功获得用户率的确高一些。对于初建社区，可以考虑，但用户邀请用户也是有理由的，来了能够做什么？有好几个朋友邀请我加入开心网，我是注册了，但从来没有在里面发布过信息，登陆不超过三次，然后就注销了。我判断分析，没事儿做的人在那里玩儿，不喜欢动脑子的人在那里停留，没啥益处，现在开心网增长也许需要创始人花费点儿心思了。密码的反模式，我第一看到，我落伍的厉害了，它能够很好的应对零状态启动，从零开始的用户，从零开始，不是一件容易的事情，很可能失去信心，不创建什么内容。你会发现一些朋友添加上万本书，是花费时间的，除非他会利用工具一次导入，这个我也不懂。我添加阅读过的图书347本，算上这本是348本，花费了我不少时间，我不能想起来我看过什么书，偶尔看看书架，偶尔搜索，根本凑不全，实际也没有意义，但是添加图书包括创造其它内容，是可以得到他人的关注，并且像朋友一样的交流机会。不论如何，你要在这块留下来，你总得做点事情，你什么都不做，你也很难停留。注册了，你忘记了，下次就不再来了。社交网站想办法给你发邮件，如果邮件是一种提醒，大多数人都是可以接受的，谁给你发了短信，谁关注了你，谁想和你交朋友。如果没有邮件的提醒，或许这次无意识的注册行为就渐渐远去了，如果有哪位朋友与你聊天提起它，它会再一次激起你的记忆，也许你会前去。社交网站的核心是人，离开了人，什么都不是了。用户能在这里做什么，他们想做什么？以什么样的身份？三重身份模式，账户ID，登陆ID，向公众显示的ID，这个不错，挺好。登陆方便，账户ID用户看不见，在网站数据库后台能够看到。向公众显示ID，这个好啊，可以创建一个新身份，也可以利用原来的身份。的确方便。未来社交网站可以在账户ID上花费心思，琢磨一下，会有收获的。个人页面是否需要统一？布局不统一，还是背景颜色整体上都凸显个性呢？个人觉得，别搞得太乱了，看起来不舒服，一个地方保持一种文化氛围或许会慢慢散发力量。如果定位大学生及更年轻者，个性是不能缺少的，还是尊重用户吧！一个折衷的方法是在某个时刻，如过节，允许用户调整，过后是否恢复，自己根据具体情况考虑吧，或许会

好一些。级别是个敏感的话题，书里面探讨的很到位，为了级别和名次创建低质内容就得不偿失了。只要有级别，就存在竞争，没有级别何来的声誉？网络能给人什么？最多的不过就是声誉，有了它才会带来更多益处。这是一个头疼的问题。个人主张级别制，给贡献大者优越感。我想创建一个比豆瓣实用，比facebook、twitter更有前景的网站，这仅仅是白日梦啊！但我还在花费时间捕捉有价值的信息，我联系了Feng，他说他没有这个能力。我有点儿思路，但不懂程序，不知道该如何实现，所以想利用业余时间尝试一下。已经花费了我半年多的时间了，不想轻易放弃。书里面的内容丰富，但有些内容信息价值不大。格式有些固定，是什么，什么时候使用，如何使用，为什么使用，相关模式，参加。阅读效果稍差一点儿。如果此书能够早出版9个月，我就不需要费那么大的心思考虑了，肯定可以借鉴一些。所以相见恨晚啊！推荐阅读。

2、2周前快递送来书，第一感觉就是厚重与舒服。看了下书背的难度等级—中级，微微有点担忧，对用户体验和交互设计只有大体的概念的门外汉，是不是读起来会觉得晦涩，难以理解。开始阅读起来之后，刚拿到书的顾虑荡然无存。内容生动紧凑而又不乏幽默，拿起来就舍不得放下了。本书从最初的概念阐述后，便条理清楚地将读者带入到社交网站用户体验的各个主题，从概念介绍开始通过提问和近似讨论的方式，逐步深入到具体实现以及对其的思考，然后通过实例将抽象的概念具体化，让读者有一种融会贯通的感觉。同时，反模式的及时出场，从另外一个角度，使读者有了更深的体会和思考。个人对这本书最满意的地方是，这本书不是简单的告诉你对错，更重要的是，它告诉你为什么是对的错的，同时引导你一起思考怎么样的解决方式才是更好的选择，无形间让你的理解和思考达到了更深的层次。对于一位喜欢思考，喜欢沟通的交互，web设计者，这本书应该是一个不错的选择，它就像一位良师益友，和你一起走入网站交互设计的大门。授之以鱼，不如授渔之道，这本书的作者，明显知道这一点。同时，由于分类清晰，全书阅读之后，或者说对于经验丰富者来说，信手拈来，对感兴趣的某个章节单独阅读体会，也是一个不错的选择。最近，一个朋友在家soho，一边打工一边准备构筑一个社区网站。看了下他的网站，我觉得，这本书非常适合他。因为对于一个专注于数据库，服务器的开发者来说，确实是需要一本书，条理清晰而理性的跟他交流社区网站交互设计的问题。

3、书中整理了现在主要社区网站中常用的几种模型，对于对社区没有概念或者初涉社区的人来讲还是可以读读的，不过，书中还是有点偏理论了

4、首先，非常感谢华章公司和蓝色理想，让我能够免费的获得《社交网站界面设计》。当看到《社交网站界面设计》这一书名的时候，不知道您是否和我一样认为，这是一本讲社交网站的界面设计，并且是偏向于界面设计的！请不要被他误导，其实这是一本有关社交网站的交互设计模式的书，并且你可以把它当做一本社交网站设计的参考书。全书的第一部分主要讲“什么是社交模式”，带领我们一起了解社交网站的发展历程，社交用户体验模式是什么，交互设计原则、最佳实践、模式是什么，我们要做什么等等。这点倒很像《用户体验的要素》中的五个层面——“战略层、范围层、结构层、框架层、表现层”。在接下来的部分中，作者主要讲我们该怎么做。在《社交网站界面设计》中，作者讲了很多社交模式，比如：“注册”、“个人资料”等等，几乎涉及现有社交网站每一个功能模块。每个模式中可能包含这个模式是什么，什么时候使用如何使用，为什么使用，可达性，相关模式及一些参考网站。在这些模式中，作者在“什么时候使用”、“如何使用”、“为什么使用”三个板块中写的尤为详尽，如果您正在设计这一模块的时候，不妨拿出来，参考、借鉴。在本书的最后部分，作者谈了有关社交网站的商业上的考量和未来社交网站的发展方向。非常抱歉的跟您说，由于工作一直比较忙，还没有来的及认真的品读《社交网站界面设计》，只是大概的看了一些篇章。但是，我可以很肯定的告诉您，如果您对社交网站设计或者产品设计有兴趣或者正在做此项工作，建议您认真阅读一下它，我相信一定会对您有帮助。

5、并不觉得是本好书，但确实是拿了很多成功的案例来分析，但事后诸葛亮确实让人怀疑这个结论的本质性。另外我觉得界面设计有很多东西，虽说不如“艺术品”那样去创造，但也是创造和探索，一种灵感的迸发。如果非要得出“社交网站”就得这样设计我觉得反而非常无聊。谁说不遵守这样的方式不会产生更加优秀的设计呢。没有相关基础的话倒是可以读读，开拓视野。

6、《社交网站界面设计》，这本书还是不错的。但怎么评论都一窝蜂的说什么“社交网络应故意设计得‘不够完善’”，胡扯！这本书是告诉我们在一家用户体验很烂的网站(Yahoo!)的技术团队中还是有人很懂设计的。

7、在蓝色论坛上，有很多关于设计人员与客户与方案的矛盾，有些例子是很折磨人的，很多网页设计师，不可能与客户有充分沟通，即使有，一两次的沟通也会解决所有问题，有个例子是沟通了10几

《社交网站界面设计》

次后，设计师才恍然大悟，终于OK。我想，这本书《社交网站界面设计》是写给设计师看的，对被客户折磨的设计师来说，是有帮助的。但是，这本书主要是讲大的方面，很多细节处没有涉及，我想，这可能和中西方的思想观念和教育方式有关。环境影响人。国内的书，畅销的肯定是讲细节，讲实例的。国外的书很多不是，例如著名的《网站重构》是，阿捷当初翻译后，还自己做了个范例网站，蓝色论坛也火热的讨论标准重构。这两本书给我最大的启发是，他们都注重讲思想观念，给人带来思想上的转变，甚至还暗伏对未来技术发展的展望。看完后会激发一个人学习的欲望。就如中国的俗语：“师父领进门，修行靠个人”。我想，这也和国内的环境有关系的，很多从事这行业的人，都在为生存而苦苦挣扎。第1章，用户体验，举例，ZOL论坛里有个有趣的功能，就是发帖自动保存，这确实一个很好的体验模式，当然还不够完善。网易的评论功能里没有这个功能，有次我写评论是，写了一大篇，结果在提交后，因未知原因丢失了，我非常失望，从此后不再去评论了。在蓝色写这篇文章时，我是写一段再手动保存到记事本上，怕丢失了影响心情。当然，我完全可以在记事本里写。但通常情况下，更多人还是习惯直接在发帖页面上写，这就是用户体验。第2章，社交的核心，书里谈到向游戏学习，其实现在做的远远不够的，作为80%网民是游戏玩家的中国，我确实无发言权。虽然我也是游戏玩家。甚至对目前的网游来说，社交的核心这块还远远做的不够，例如，如何体现玩家的价值？如何把游戏与教育与学习知识结合起来？如何体现一款游戏的独有特色？我想，不光是游戏，每个网站也应该深入思考，ZOL论坛有个帖子，每天一问，我觉得非常好的。蓝色里什么时候也搞一个每日一问呢？我非常期待。第二部分我是某某我是谁？书里讲到一个例子，某某网站强制用户浏览某些功能来熟悉论坛。我也举个例子，就是卡巴一族论坛，他也是类似功能，但是感觉非常不好。有兴趣可以试试。我曾建议蓝色论坛应该向这个方向发展，吸引人才，培养人才，交流人才。我是谁？我是经典论坛里的一名会员，这里体现出我的特长，我的兴趣爱好，我的处世观念。如果一个企业想招聘一名经典会员，那么他从这个论坛就能比较全面了解这个人是否适合他们的团队，不是任何一个技术员都适合任何一个团队，这样就能给企业带来很多好处。

8、举个例子：Also note that this “liquidity problem” is not unique to thumb ratings. It is, in fact, a wellknown factor in economics.被翻译成了：也要注意这个“变动性大的问题”不等同于“赞成反对法”。事实上，这是经济学领域众所周知的一个因素。中国的译者真是无知无畏，自己估计都看不懂的话也敢于发表。好好的一本书，被不负责任的翻译者和出版商一伙人给糟蹋了。

9、HO，交作业，也惊叹一下这本书的高质。首先非常感谢机械工业出版社寄来的图书，之前有幸读到它的影印版，原书为Oreilly的《Designing Social Interfaces》。而《社交网站界面设计》是它一本难得的翻译佳作。我觉得更多应该把它当做一本社交网站设计的百科全书。它照顾到了一个UGC-based平台几乎所有的内容，从用户行为分析到社交元素的交互，从多途径实现的可用性分析到适用场景的陈述。如果你只是通过使用主流的社交网站来获取经验，那么在这里，你会得到更加全面的信息。因为它的内容，已经足以满足一个小team分析创建完善的社交网站。对于交互设计方面的书籍，最可怕的事情不是cover的内容不够全，而是条理不够清晰。因为通常分析一个交互元素，已经抛弃了纯视觉的概念，重心停在了what when how why的层面上。所以说，理想情况下的内容看起来应该更像是在论述。《社交网站界面设计》在这方面做的很好，保持了一致的阐述格式，是什么->什么时候使用->如何使用->为什么使用->特例->相关模式->参见。这使得阅读的过程十分愉快，你永远都不会迷失方向。对于书中的章节，重点推荐第一部分，什么是社交模式。既是概念，又是核心。社交的核心在于人的参与，网站应用更多的是一个搭建用来服务虚拟社会的平台。当你站在人的角度去分析思考所有的功能与设计，一切问题都会迎刃而解，新的idea也会层出不穷。超越当前的社交网站，从深入了解核心开始。最后，非常感谢译者——樊旺斌、师蓉的精彩翻译，得以使得如此优秀的一本书籍广为传播。<http://www.mdong.org/?p=1637>

10、看了一下试看版（第1、2章）感觉翻译有点云里雾里的，找不到重点，文字上又有点纠结。很多篇幅的文字都感觉作者在填格子，希望是我的水平问题吧。

11、奉承我，我可能不会信任你。批评我，我可能不会喜欢你。忽视我，我可能不会原谅你。鼓励我，我不会忘记你。爱我，我可能不得不爱你。威廉·亚瑟·伍德出自某页。对不起，页码忘了。

章节试读

1、《社交网站界面设计》的笔记-第26页

社交网络要故意设计得不够完善

本文说道：我们必须得有机会让社交网站的“社民”自己亲自“完善”设计这刚看起来的确不可思议，竟然会有网站不想做到完美？但“不完善”的网站恰恰是一个非常巧妙的设计策略。在Web2.0时代，用户已经习惯于贡献内容（中国的用户可能还需要一段时间来培养习惯）。我们如若让用户可以参与到网站的建设中，用户会更喜欢这个他“投入了心血”的网站，这个“为他做了改变”的网站。这样的做法，一方面更精准地提升了网站的用户体验，另一方面又会使用户觉得这是一个“重视用户”的网站。

在实行这一做法的过程中，有三点值得注意

一、改进应遵循少量多次的原则

尽量避免太多次地一次性改变过多的界面元素和功能，这样可能会引起用户的不适。而增加网站的更新频率从另一角度也可以显得团队富有朝气与执行力。

二、必须有所限制，有富有说服力的决策者

无限的民主就有可能演变成暴民的狂欢，网站的建设团队必须先构建起一个框架，“这些环境应该是最基本的，稳定的，不变的，可靠的”。同时，当开发团队跟用户的意见相左时，一个能够服众的决策者就显得尤其重要。这个决策者必须深受用户欢迎，并且真正对产品负责，有着独到的眼光与想法（好吧我就是在说乔布斯这样的，但是他是根本不会给用户机会的……）。

三、敢于筛选，专注于主干功能

一千个用户心中有着一千种社交网络。也许用户会天马行空地提出各种各样的功能，此时最重要的是克制内心的冲动，对用户的建议进行筛选。各种各样的功能看起来富有诱惑力，但是复杂的界面，臃肿的功能以及糟糕的载入速度会让你得不偿失。来自Dropbox的经验是“只考虑加入80%以上用户要求的功能”。

2、《社交网站界面设计》的笔记-第210页

在用户发布内容，上传资源后或安装应用程序后，为他们提供一个“邀请”的选项。豆瓣现在的分享就是这样吧，不过比较直接，发布以后直接共享到微博上。社交网站的邀请更加复杂，可能发几张图片希望选几个人共享一下，发个书评就没这必要了吧。

3、《社交网站界面设计》的笔记-第45页

不要中断电子邮件你收到过多少封以“noreply”开头的邮件？这是一个不易注意的细节，很多邮件用户拥有直接回复相关邮件的习惯，而这种邮件明显在挑战用户的兴趣。注意，永远不要与用户的习惯作对。

相对于让用户到“联系我们”里面找到一个邮箱地址来Feedback，为何不直接让用户回复这个跟用户联系最密切的账户呢？何况国内的很多“大网站”琳琅满目的首页让你抓破脑袋也不知道可以给哪个地址发邮件。在技术上，也许你有千百种理由这么做，在用户体验上，你没有任何借口。

4、《社交网站界面设计》的笔记-第262页

在社区中拥有相同特征的内容是可评价的。

可评价的内容应具备内在价值，那些表面价值很低的内容，我们不应该要求用户提供元数据（基本上是只让内容增值的数据）。

可评价的内容应持续一定的时间（内容寿命较长），让社区中的所以成员都来投上一票。如餐厅，电

影等内容寿命就长。

5、《社交网站界面设计》的笔记-第93页

提供一种视图，从这个视图中看到的个人资料与其它联系人所能看到的有关自己的内容一样。确实有这个需求，不过之前我在QQ空间中似乎没有发现这种功能，只好另注册个QQ号来看自己的个人资料。

6、《社交网站界面设计》的笔记-第262页

在社区中拥有相同特征的内容是可评价的。
可评价的内容应该具备内在价值。对于表面价值很低的内容，我们不应该要求用户提供元数据（基本上是指让内容增值的数据）。
可评价的内容应该持续一定的时间。可评价的内容应该在“社区资源池”驻留足够的时间，以让社区中所以成员都来投上一票。
<图片1>

7、《社交网站界面设计》的笔记-第79页

新手引导考虑点：用户精神状态；网站商业目标；品牌认知和价值主张
关乎到第一印象

8、《社交网站界面设计》的笔记-第363页

对于屡教不改的用户，可以考虑禁止他们的一切活动（但这么做是有风险的，他们很容易就可以重新注册一个账户），或者把他们置于一个“镜厅”中，其中只有他们（也许还有其它垃圾邮件制造者和问题用户）可以看到他们的发言。他们会想：为什么没有人再掉进他们的诡计中呢？

9、《社交网站界面设计》的笔记-第208页

共享share的机制和模式值得推敲

10、《社交网站界面设计》的笔记-第二章

1. 社交网站要故意设计得不够完善

其实这个译者或者作者的表意的不够好，这个“完善”并非是说功能不够完善，而是信息不够完善，换句话说，作为社交网站的设计者，应该给用户足够的活动空间，让用户也能够为这个网站添砖加瓦。

其实简单来说，由设计者来设计网站的规则，由用户来完善整个环境。

2. 重写本

作者给出了重写本这个概念，理解了好几遍发现其实这个重写本，其实就是类似于一个Wiki一样的东西，这个重写本是作为上一条的一个补充，不同的是，由于用户可以不停地向网站中添加信息，这就必然会出现，同一个用户来编辑同一套信息，那么重写本的目的就是解决这个冲突而存在。

作者并未给出具体方案，但是直观来说有两个办法：

A. 用积分等其他因素来限制所有用户的添加行为，类似于一个专家系统。

B. 设定投票机制

但是必须保证的是每个版本都应该有记录，并且可回溯。

3. 会话模式

简单来说就是像人一样会话。采用聊天的语气，作者给出了一个很好的评判标准，把你网站的文案自己大声读一遍，看你能不能读出口。

但是作为补充，必须要说的一点是，不要故作幽默。因为每个人的幽默点不一样，也许有时你觉得很好笑，但是在别人看来你却是很低俗，哗众取宠。

4. 错误永远在我

出错信息应该始终把责任归结到网站的创建人，而不应该归罪于网站的用户。

举个简单的例子，当用户当用户搜索一本书搜索不到的时候，我们应该给出的是友好的提示，例如：“哎呀，居然没有收录这本书，我们会尽快添加”。

只是记得，当用户出现错误的时候，不是用户的错，而是你的网站设计的有问题。

5. 不要中断电子邮件

这个是很多网站都存在的问题，no-reply@xxx.com就是这个模式的最大的背叛者。

既然你给用户发了邮件，为什么不允许用户回复这封邮件呢？

11、《社交网站界面设计》的笔记-

2013.2.27

12、《社交网站界面设计》的笔记-第140页

最活跃的更新可以以环境感知的方式展示出来，这个环境感知允许用户从人们感兴趣的话题中找到最近更新的信息一个复杂的生命力系统会根据追踪用户的点击行为来纪录用户的喜好，一旦这个活跃的条目证明是一个足够好的猜想，他们可以通过相同的运算法则再从这些已经选出的选项中重复地进行提炼。对于不同用户来说，这种体验多多少少描述为“根据你是谁和你在什么位置我们就可以确定你想看什么。”

13、《社交网站界面设计》的笔记-第27页

《社交网站界面设计》

在这一设计理念下，我们所要创建的是开放的空间，而不是迷宫。如果我们成功地将用户带到了我们的网站，并让他们参与到了社区生活（将会在后面的章节中讨论），那么，他们随后会在个人选择还有与人协助方面都有所取舍，这些取舍将会决定他们所共有的环境的许多细节。

14、《社交网站界面设计》的笔记-第256页

为防止社区投票体系的恶意破坏，应该：1.针对内容而非个人投票；2.投票限制，如限定数量或速率；3.衡量除票数以外的其它因素，如故事来源（是否原创）、用户资历、访问量，用户报告，并经常更新算法。4.根据用户间关系（若可以知道）权衡他们的投票。

发展个性化推荐体系时一定要使用赞成反对评级法。而在依赖大量数据进行比较的情况下（如，排序、筛选或以评定等级推广内容）时应考虑用5星量表评级方法，如果用赞成反对法来排序，排序结果对用户没有实用价值。

投票数，而不是百分比。百分比比较是有问题的，因为结果的变化性非常大：百分比不能代表用户的真正态度。

当消极评分不合适时，可使用只有赞成的评级方式。

15、《社交网站界面设计》的笔记-第123页

facebook是如何维持社交网络的呢？在会议中结识的人，收到的名片，如果没有加入社交网络，可能两个月后在文件夹翻到时，就已经对不上号了。而“无用信息”则可以帮助一个人这个社交网络节点不被遗忘。

16、《社交网站界面设计》的笔记-第38页

杜绝使用学生腔或官腔。问问自己，这是不是你自己平时的说话方式。放声朗读自己所撰写的文字内容，并剔除所有你感觉不自然的文字。试着将文字内容读给别人听听，体会一下自己的“口感”，同时也看看读出来之后的文字内容听起来的效果如何，并注意观察一下对方的反应如何。

17、《社交网站界面设计》的笔记-第360页

面子工程（反模式）：

反对把新群组进行分解，除非到了非分解不可的地步。共同管理：

弄清楚你的社区里谁是有影响力的人，并为他们提供露面的机会和工具来扩展他们的影响力。

局部有影响力的人（仅在群组内有号召力），对他们的内容要高亮显示。

突出高质量内容，丢弃不好的内容。

寻找创造新颖有价值内容的新起之秀。

不忽视潜水用户，他们占社区的99%，用多种方式体现他们的存在。例如点击量、最受欢迎条目，读者看法，添加tag，制定策略让观望的用户容易参与到社区来，比如推荐、顶按钮。利用社交应用软件，依赖用户关系。

18、《社交网站界面设计》的笔记-第91页

将账户ID标识和登录ID分开，用户根据不同情况定制不同的登录方式就变得很容易。由于账户ID标识永远不变，数据迁移问题得到缓解。同样，将登录ID标识和向公众显示的ID标识分开可以保护用户的账号不被破解。最后，服务器允许在一个账户中对应多个不同的登录ID标识，从而使该服务能够聚集来自多个身份ID供应商的信息。

19、《社交网站界面设计》的笔记-第153页

竞争图谱与声誉模式

《社交网站界面设计》

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.tushu111.com