

《Web信息架构(第3版)》

图书基本信息

书名：《Web信息架构(第3版)》

13位ISBN编号：9787121070372

10位ISBN编号：7121070375

出版时间：2008年8月

出版社：电子工业出版社

作者：Peter Morville,Louis Rosenfeld

页数：508

译者：陈建勋

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

前言

对Web而言，如果网站太难用，大部分人就会选择离开。对企业网络而言，如果员工因为网络设计太差使得工作效率低下，公司就会损失很多生产力。事实上，我估计全球因企业网络低可用性的代价是每年损失员工的生产力约合1000亿美元。这可能不是地球上最重要的问题，但也不是无足轻重之事。可用性是决定网站或企业网络成功的重要因素之一。信息架构是网站设计中可用性的重要因素之一。当然还包括其他因素，但是，忽视信息架构就会让你身陷危险之中。在我们最近出版的一本书《PrioritizingWebUsability》中，我和HoaLoranger介绍了一项有关众人如何使用25个不同网站的研究成果。我们记录了这些网站中数百个可用性问题，但是，只有其中一些问题会产生严重后果，造成用户任务失败或者放弃该网站。搜索和可寻性问题占据这类可用性灾难的比例居然高达42%，其他问题当然也很重要，诸如网页设计。内容可用性。任务支持，甚至于恼人的多媒体，总共占了剩余的58%。但是，第一步是要找到正确的网页，如果找不到，整个网站可能也就等于不存在。这就是信息架构重要的原因所在。有人批评说用户根本不关心信息架构。用户不会想知道网站的结构，他们只想上网，把事情做完，然后离开。用户的焦点是他们自己的事情，而不是结构。但是，正是由于用户不关心网站的结构，才使得正确设计信息架构成为非常重要的事情。如果用户确实困扰于我们的网站要怎么使用，他们当然会研究网站那些模糊或奇怪的难以理解的结构，好让他们的工作效率提高。人类是具有灵活性的动物，只要愿意，就可以适应不良的环境。但是，因为我们知道用户不会花时间了解我们的信息架构，所以我们要投入资源，尽我们所能设计出最好的信息架构。让用户把焦点放在他们自己的事情上，让信息架构师花时间去思考和设计网站或企业网络的结构。这是很好的分工，而且良好信息架构的利益也是相当可观的。答案越是放在用户容易找到的地方，用户使用时的感觉就越轻松，而计划就越成功，销量也会越多（对电子商务网站而言），良好服务的名声也会传开（对营销网站而言），而且生产力也能得到提高（对企业网络而言）。我深信应该由专业的信息架构师来设计专业信息项目的结构，例如公司网站和企业网络。但是，我也认为未来个人信息架构会越来越重要。很快地，高中生就需要学习简化的信息架构知识，而且也很有可能把信息架构的知识带到小学教育中去。

《Web信息架构(第3版)》

内容概要

本书涵盖了信息架构基本原理和实践应用的方方面面。全书共7个部分，包括信息架构概述、信息架构的基本原理、信息架构的开发流程和方法论、信息架构实践、信息架构与组织、两个案例研究，以及参考资料清单。

本书兼具较高的理论价值和实用价值，曾被Web设计领域多本书籍重点推荐，是信息架构领域公认的经典书，不论新手还是专家都能各取所需。本书可供Web设计与开发者、Web架构师、网站管理者及信息管理相关人员参考。

《Web信息架构(第3版)》

作者简介

Louis Rosenfeld是独立信息架构顾问，也是Rosenfeld Media的创始人和出版商。他与其他人共同成立了信息架构协会、uxnet，并举办了AsIs&T信息架构系列高峰会。他最近的客户包括Accenture、Caterpillar、Ford、Microsoft，以及NCAA。他的博客地址是www.louisrosenfed.com。

书籍目录

- 序
- 前言
- 第1部分：信息架构简介
- 第1章：信息架构的意义
 - 定义
 - 石板、卷轴、书籍，以及图书馆
 - 对别人解释IA
 - 什么不是信息架构？
 - 为什么信息架构如此重要？
- 实践
- 第2章：实践信息架构
 - 我们需要信息架构师吗？
 - 谁有资格从事信息架构的工作？
 - 信息架构专家
 - 在真实世界实践信息架构
 - 向前看
- 第3章：用户需求及其行为
 - “过于简单”的信息模型
 - 信息需求
 - 信息搜寻行为
 - 学习信息需求和信息搜寻行为
- 第2部分：信息架构基本原理
- 第4章：信息架构详解
 - 展现信息架构
 - 信息架构组件
- 第5章：组织系统
 - 信息组织的挑战
 - 组织网站和企业网络
 - 组织体系
 - 组织结构
 - 大众分类
 - 建立凝聚性的组织系统
- 第6章：标签系统
 - 为何要关心标签命名之事
 - 各式各样的标签
 - 设计标签
- 第7章：导航系统
 - 导航系统的种类
 - 重要的灰色地带
 - 浏览器的导航特点
 - 建立情境
 - 改善灵活性
 - 嵌入式导航系统
 - 辅助性导航系统
 - 高级导航方法
- 第8章：搜索系统
 - 网站需要搜索功能吗？

搜索系统详解
搜索不是一种IT玩意
选择要搜索什么
搜索算法
查询辅助工具
展示结果
设计搜索界面
上哪儿学更多
第9章：叙词表、受控词表，以及元数据
元数据
受控词表
技术行话
叙词表实例
叙词表的种类
叙词表标准
语义关系
优选术语
复合式等级体系
分面分类法
第3部分：流程和方法论
第10章：研究
流程概观
研究框架
情境
内容
用户
参与者的定义和招募
用户研究会议
研究的保卫战
第11章：策略
什么是信息架构策略？
策略受到质疑
从研究到策略
开发策略
工作产品与成果
策略报告
项目计划
演示
第12章：设计和文件说明
制作信息架构图的原则
视觉沟通
蓝图
框架图
内容映射和清单
建立内容模型
受控词表
设计的共同合作
整合：信息架构风格指南
第4部分：信息架构实践

第13章：教育

教育过渡期

一个充满选择的年代

我需要学位吗？

领域现状

第14章：伦理

伦理考虑

塑造未来

第15章：成立信息架构小组

建设中的破坏性举动

快速层和慢速层

项目vs计划

购买或租赁

我们真的需要聘请专业人员吗？

梦幻小组

第16章：工具和软件

变动的时代

分类乱象

需要询问的事

第5部分：信息架构与组织

第17章：信息架构商机

你一定要做营销

世界上的两种人

谈谈数字

和保守派交手

其他的推销技巧

信息架构价值清单

最后一点

第18章：商业策略

策略之源

定义商业策略

策略的适应性

揭露商业策略内的分歧

最佳方法

很多好方法

了解我们的大象

竞争优势

开始的结束

第19章：企业信息架构

当信息架构碰上企业时

EIA的目标是什么？

设计企业信息架构

EIA策略和操作

办事和付钱

把握时机：阶段性展开

向前走的框架

第6部分：案例研究

第20章：MSWeb：企业网络

用户的挑战

信息架构师的挑战

任何分类法我们都喜欢

对用户的益处

下一步

MSWeb的成就

第21章：enolt . org：在线社区

evolt . org简介

构建在线社区

参与经济论

信息架构如何融入

无信息架构

附录：重要资源

索引

编辑推荐

在由Wiki、Folksonomy及Mashup所构成的后Ajax化的Web 2.0世界中，精心设计的信息架构显得格外重要。你该如何向众人展现大量的信息，从而使他们能迅速找到所需的信息呢？这本经典之作将教导信息架构师、设计师及网站开发人员建立大型网站，使网站能够被管理，充满魅力，并且易于用户浏览。

新版《Web信息架构：设计大型网站》针对新技术做了全面更新——搭配新颖范例、全新场景及最佳实践信息——但是，其焦点依然放在基础原理上。

主题包罗万象：
信息架构概论(适用于入门者和有实践经验的专家)。
信息架构基本组件。说明这些系统之间的内在联系，针对标签法、Folksonomy、大众分类及指南式导航进行内容更新。
工具、技术及方法。带你从研究走向策略，从设计走向实施。本书讨论蓝图、框架图，以及设计阶段中图表的角色。
一系列短文。提供实践技巧和哲理性的建议，可供从事信息架构的工作者参考。
在商业环境中实践与推广信息架构，包括新近的一些如何处理企业架构的课程。
案例研究。有关两个大型而全然不同的信息架构演化案例，借此说明最佳实践。

这本极受欢迎的图书所强调的重点在于目标和手段，而非战术或技术。它不仅提供信息架构知识，而且给出一个专业框架，让你学习新手段的同时忘掉老旧的做法。

精彩短评

- 1、读完以后失去了一半兴趣，。
- 2、：
- TP393.092/4826-1
- 3、真厚
- 4、贡献者：SZDIY
- 5、我是研发工程师，不对口。
- 6、阅读于2015年5月
- 7、书内容有点过时了
- 8、对于产品而言，信息架构是很基础的东西。即使工作中一时没有遇到这方面的事务，多了解一些也是好的。
- 9、如果在08年看这本书，应该可以给5星...现在没必要读了..
- 10、准备读
- 11、临时抱佛脚哈
- 12、本书虽然是针对大型信息类网站，但对于所有想了解该领域任何人都值得读取；它不仅让你理解为何信息架构为何这么重要，也给出对领域如何更好认识 and 解决方法论（组织体系，组织结构，标签系统，导航系统，搜索系统）；产品有业务架构、信息架构、技术架构，信息架构处于内容信息获取的核心地位；其实很多人并不了解信息架构，甚至也不了解“信息”是什么，不了解信息就无法深刻理解信息如何架构（推荐先阅读“信息简史”），好的信息架构能让用户更容易找到所需信息；不了解信息架构，就不无法把握网站或产品“冰山”下面骨架精髓，仅从视觉或交互设计谈论易用性只是空中楼阁，就像书中说的“可用性是可用性的基础”，从用户信息获取的目的出发，做好信息易寻找为整个产品好的体验建好根基。
- 近一个月啃80万的大部头，收获良多，推荐给大家！
- 13、内容挺多的，但晦涩和啰嗦了，例子也不清楚
- 14、国内应该没有独立的岗位，大部分都是由产品经理兼任，可作为工具书
- 15、工作上下游关系的处理说得很全面，但是有的地方一时难以理解
- 16、不忍卒读
- 17、用户信息需求分类总结不错
- 18、整本书核心揭示了一个现象,就是人们找东西收到横向入口数量和纵向层级数量的影响。打个比方，100个东西，要分类成几个柜子来装，每个柜子分几个抽屉。此书就是揭示了我们在设计架构时候要考虑这个点，但是并没有很多例子来展示别人是考虑了什么因素来分门别类的。
- 19、不错的开始。
- 20、已完成第一遍粗读，原理部分很好理解，流程与方法论部分太生涩。打算下一步阅读其它IA书籍 + 别人的读书笔记，再进行第二次阅读。
- 21、可以当基础入门教科书读
- 22、基本上忘记了
- 23、看不太懂，都是高高在上的理论，看完之后我对怎么做内容的整理归类分类还是迷茫
- 24、信息架构策略
- 25、最近战线最长的一本书，书老、很多知识结构在新学科进一步深究
- 26、好厚一本，知识量虽没有期待的那么丰富，还是值得细读，只是内容比较老，理论沉淀不多。
- 27、感觉太高端，太飘渺，非我等吊死能理解
- 28、实用、浅显易读
- 29、就记得叙词表那一块和四种搜索（最后一种重复有必要存在么？）了。我认为这一块或许有必要借鉴冒号分类法。
- 30、飞速扫过，大型门户架构可参考之
- 31、情境用户内容，给了启发噢。
- 32、之前没系统学习过信息架构，翻这本书时某些理论恰巧可以套用在做过的一些项目上，有些看不

懂的估计以后也很难深入搞懂了。

33、实在看不下去，整本书的内容编排体系混乱，我就纳闷了：连自己写本书都组织不好信息架构，居然书的内容是告诉别人怎么做信息架构的！我了个去！！

34、不太实用，跳着看

35、对常用的web信息内容进行了梳理和介绍，其实不用这么厚的，要提炼着看

36、翻译的过于抽象，学习成本过高，也较难指导实践。考虑阅读英文版。

37、大部头，看得我好辛苦。

38、很具体，带着疑问来读会更好。

39、一本散发着“愚昧”味道的书。所谓信息架构就是经验先行，再站在专业的角度将其总结和“专业化”的结果。但是经验就是经验，是现有事实的总结，不是一条永恒不变的法则，经验不会对未来给予保证，强制将其专业化只会制造出一群象牙塔里的理论家。

40、“信息架构”到底有什么用，或者如何给别人解释，作者都做了解答，并且作者“解决信息超载问题”的观点也是很不错的。

41、总体还行，前10章有一些收获。这本书偏理论，而信息架构这种东西还是实践出真知。

42、主要讲信息是怎么组织的，怎么样用户体验更好更有效，迟点再读吧，现在不是时候（ ）

43、个别网站确实很烦，找个东西半天找不到

44、看懂一半

45、为毕业论文翻过……

46、设计大型网站必备

47、看完要素再看这个比较好

48、还需再读

49、翻译很好，阅读无障碍

50、只敢给一分，再也不敢多给了~

精彩书评

1、当你规划一个大公司的网站时，正在为如何开始头痛时，这本书对你很有帮助。当你做过不少大型的网站后，你会发现这本把你项目初期做的很多工作，系统化和理论化了，虽然你不知道这些东西也做出了好的网站。

2、（豆瓣读书么有对整本书的笔记，只好发在书评里.....）原文：

http://www.uegeek.com/reading/web_ia_note 入行也有一些时日了，曾经看到不少文档和设计稿里，有一部分是对“信息架构”的说明。这些说明其实一般也就是个网站的sitemap，甚至只是最粗略的导航和页面关系说明——这只是信息架构非常小的一个部分？到底什么是信息架构？读完在“想读”list里蹲了好久的《Web信息架构》，感觉有点如释重负，仿佛自己久治不愈的拖延症稍微有了一点点起色。读电子版的一大好处就是感觉不到书的厚度，读着、读着、读着，突然就发现读完了。言归正传，这是一本“严谨”又“热情”的书，严谨的部分很实在地介绍了信息架构的基本概念、方法、案例等；热情的部分简直是本书的bonus，作为一个新兴的、跨学科的、价值待证明的领域，作者用自己丰富的经验，用絮叨又幽默的语气，向我们述说着这个行当面临着哪些挑战，哪些组织的哪些层级的哪些人，会提出怎样的挑战和疑问，作为一名靠谱的信息架构师，应该以什么样的态度去面对和回答这些问题。——真的，没事别乱提信息架构。

一、信息架构是干什么的？1.什么时候需要考虑信息架构？信息正好处在数据和知识之间混乱的地带。信息的结构化程度不如数据，可传递性（可描述性？）又好于知识，是我们在网络上查看、搜寻的最一般的类型。当一个网站/系统需要帮助其使用者更好地从大量数据中获取信息时，就需要考虑信息架构。越是以信息查询、获取、消费、生产等作为核心业务的网站，信息架构越重要。例如，内容型网站（如资讯门户、企业内网）、电子商务网站、垂直类社交网站（如问答类）的信息架构，比工具型网站（如日程管理、邮箱）要重要得多。

2.信息架构由什么组成网站的信息架构可以分为元素、关系和表达三部分。-元素可以用建筑的砖块来类比。支撑一个建筑的基本构成单元是什么？有多少种？体量多大？什么材质？——基本的信息单元是什么，由谁产生，如何更新，有哪些自有的和附加的属性/元数据，它们如何描述信息，如果在信息存取过程中发挥作用；-关系可以用建筑的骨架结构来类比。一个建筑的基本架构是怎样的？有哪些空间单元？它们各自的作用是什么？如何联通？——数据如何产生、如何分类、如何组织、如何流动、如何发生关系；-表达可以用建筑的外观和环境标识来类比。人们看到建筑有什么感受？身处其中时有什么感受？如何在其中穿行，根据指示到达要去的地方？——使用者在哪里通过什么方式获得信息？界面对信息的描述、指示和引导是否充足有效？

3.信息架构要做的事情设计结构（Structuring）——决定网站信息“单元”的粒度（granularity），及信息单元的相对大小或粗糙程度。决定组织方式（Organizing）——将组件组合成有意义而且各有个特色的类别。制定标签（Labeling）——如何称呼这些类别，如何导航。信息架构的目标在于合理组织网站需要承载的信息，让人们通过浏览、搜索、提问等方式找到想要的东西。

二、如何搭建和优化网站的信息架构？实践信息架构设计模式的基础：用户，内容，情境。

- 必须了解网站背后的商业目的，以及可供设计和实践的资源，想办法把信息架构和企业的目标、策略、文化结合起来。- 必须注意目前内容的质量和数量，以及一年后会如何改变。所有权（内容谁提供？所有权是否分散？是否有外部信息提供商授权的内容？），格式，结构（文件、内容组件、xml），元数据（有多少元数据用来描述内容和对象？手动还是自动加入标签？质量和一致性程度如何？是否有受控词表？用户是否可以自定义标签？），数量，动态性（成长率或周转率如何？明年会增加多少内容？内容多久会过时？）- 必须了解主要观众的信息需求和信息搜寻行为。

1.探索不用类型的用户，有哪些信息需求，以及什么样的信息获取策略，现在的系统存在什么问题

四种常见的信息需求：已知条目搜索（known-item seeking）——正确的东西探索式搜索（exploratory seeking）——一些好东西：在搜索和浏览过程中学习，并不期待得到“正确”答案无遗漏式研究（exhaustive research）——每样东西：搜索某一主题的任何信息重新找到——再次需要一些研究方法：【背景研究】【涉众访谈 stakeholder interview】【启发式评估 heuristic evaluation】【内容分析 content analysis】【内容映射 content mapping】【标杆法 benchmarking】【卡片分类 card sorting】此外还有使用量统计，搜索日志分析，客服信息，问卷，情境式调查（contextual inquiry），焦点小组，访谈，用户测试等方法。

2.理清所有的数据类型、属性、来源、更新情况等自有属性，回答它们如何组织的问题

组织系统由组织体系和组织结构组成。A.组织体系定义内容条目之间共享的特性，而且会影响这些条目的逻辑分组方式。

(1).精确性组织体系：可以将信息分成定义明确、互斥的区域。常见的是按字母顺序、

按年表、按地理位置排序。(2).模糊性组织体系：依赖的是体系构建的质量，以及体系内个别条目摆放的位置。常见的类型：-按主题。设计时需要定义好内容的范围，注意涵盖面的广度-按任务。将内容和应用程序组织成流程、功能或工作的集合。最常见的是电商网站-按用户。如果用户群可以界定的比较清楚，可以提供很好的个性化服务，但模糊性依然存在，对系统“猜测”的要求很高-按隐喻。多用于游戏-混用B.组织结构定义内容条目和群组之间的关系类型。(1).等级式：自上而下的分类，类别互斥（在排他性和包容性之间取得平衡），平衡宽度（每一层选项数量）和深度（层级数）；(2).数据库模式：自下而上的做法，使用受控词表的元数据为文件和其他信息对象打上标签，就可以进行有力的搜索、浏览、过滤以及动态链接。ERD（entity relationship diagram）是在设计和采用数据库之前，建立与调整数据模型的方法。大型网站最好依赖CMS来管理元数据和受控词表。(3).超文本：涉及两种主要组件：要彼此链接的条目或信息块，以及块状信息之间的链接。缺点是难以看清全貌，用户无法在网站组织上建立心智模型，所以通常不作为主要的组织结构。设计标签通用原则：尽量窄化范围，开发一致的标签系统而非标签。为什么一致性很重要？因为一致性代表的就是可预测性，当系统可预测时，就容易学习。影响一致性的因素：风格，版面形式（字体、字号、颜色、空白、分组方式等），语法（动宾？问句？），粒度，理解性（没有重要的遗漏），用户（如果有必要，为每一类用户开发独立的标签系统）3.要满足使用者的需求，数据应该如何被提取，如何呈现提供浏览信息的帮助：-组织系统：网站内容分类或分组的主要方式（如按主题/任务/用户/年代），也称分类法和等级体系；-全站导航系统-区域导航系统-网站地图/目录-网站索引：排序后的链接列表-网站指南：针对特定主题提供特定信息，以及连向网站中相关子主题的连接-网站向导：可以通过一系列的步骤来引导用户，也有连向网站中相关子主题的连接-情境式导航系统：用链接同意连向相关内容，通常内嵌在文字内，一般用来连接网站中高度专业化的内容，提供搜索信息的帮助：-搜索界面-查询语言：搜索查询的语法；-查询构造器：一些提升查询效果的方式，场景包括拼写检查器（qc？），词干分析、概念搜索（？），以及从词典取出同义词；-搜索算法：决定哪些内容可以满足用户的查询；-搜索区域：网站内容子集，经过特殊的索引设计以满足较细致的搜索；-搜索结果：如何分类、分级、排序、聚类，显示多少结果。三、信息架构的挑战和机会在哪里？1.价值待证明2.跨学科、多领域3.对象的不可控性：信息模糊性（语言的天然属性），异质性（组成元素之间的差异，难以结构化），不同观点的差异性（必需摆脱自己心中为内容命名和组织的模式），4.需要深入企业和组织，在复杂的内部政治环境中减少混乱和不确定性，寻求合理的解决办法。by 00

3、只想读一本就明白信息架构的话，这是个不错的选择。感觉翻译上生硬了点，最后的实例也无法让人尽兴，大概就像很多东西总是在交流中传播而不仅仅通过阅读一样。

4、书的副标题是：设计大型网站，其实这本书不仅仅对于大型网站的内容架构设计有指导意义，而国内一些几百页、甚至于几十页的网站也同样适用，综看那些关系混乱的小网站，很随意的页面组合，让信息的寻找变得混乱。理清楚、做好信息架构是一个网站SEO也好，产品设计也好，用户体验也好都有益的一件事情

5、和期望差距较大，快速翻下来几乎没有什么收获，唯一有点印象的是“组织、标签、导航、搜索”四个分类。翻译不够顺畅，很多情况下是对字翻译。感觉可以做图书馆学的参考读物。

6、书都是要结合着实践看得，尤其是好书，值得推敲的书，更不能仅仅停留在浏览和阅读的状态。这本书还是不错的，内容写的很实在，分析的很系统，举的都是最新的例子，对于实践很有指导意义，也很适合，翻过头来重新阅读，一边工作一边阅读，是本不空洞的书。

7、相比于我读过的其他产品经理入门书来说，这本书是最像一门课程的教材的一本。在UCD设计方法中，信息架构居于结构层，处在网站设计流程的正中间，有着承上启下的作用。当一个网站确定了内容的范围之后，如何把将要提供给用户的信息高效地组织起来，以及如何把这些信息以最简洁直接的方式呈现给用户，就是本书主要讨论的问题。本书内容循序渐进，既介绍了信息架构领域的基本概念、基本原则，也更进一步介绍了信息架构设计的原理、技巧，更以丰富的实例让知识性的内容变得生动起来；对我这样的新手来说，书中提供的多个角度——用户需求、营销效果、公司政治等——也帮助我尽可能地避免了盲人摸象式的阅读效果。一句话总结：经典就是经典。

8、3月2日：开卷日，PDF，质量差，觉得用豆瓣来写读书笔记还是不错的。这本书要看，要看懂，对自己产品经理的职业之路，肯定有帮助的!重复：3月2日：开卷日，PDF，质量差，觉得用豆瓣来写读书笔记还是不错的。这本书要看，要看懂，对自己产品经理的职业之路，肯定有帮助的!3月2日：开卷日，PDF，质量差，觉得用豆瓣来写读书笔记还是不错的。这本书要看，要看懂，对自己产品经理的

职业之路，肯定有帮助的!

9、18页第二段，必须由专业的信息架构师担当吧，写成担纲。第六段，里面有一句，应该是向周围的人分享我们的知识和经验,写成了周遭。

10、准备在今年的UCD年会工作坊与来自豆瓣的设计师Tony一起分享关于“Web信息架构”实践心得，假期特意借了本《Web信息架构》重新温习，结合实践查漏补缺梳理知识体系。这本书我认为还是比较值得反复推敲的拔高类，而非指导操作类专业书，也确实如某些网友评价有晦涩难懂实用性不佳的特点。遗憾的是，相对两年前认识的层次上似乎没有更多突破。顺便翻看了豆瓣上的所有书评和反馈，以及关联的blog推荐。从整个大环境看，关注“信息架构”不乏其人，但好像大家更热衷于去做评议性质的“证明题”，而非从0到1的去真正实施搭建架构体系。当然，我理解这类主题非常难写，并且要把理论运用到工作项目中也不是易事。但信息架构可大可小，可以做自己做些小产品尝试，也可以直接运用到个人网站或博客上。凡事一试便知，否则永远是——书一打开什么都知道，一合上什么都忘了。其实我不倒太困惑于在产品上的落实效果，不是知识无用，只是功夫未到。我发现最有意义并且实用的是知识管理，用“架构”的思想来学习和总结“架构理论”。比如“互联网产品设计”知识体系的话题，经常会讨论，碰到的问题基本我都有答案，并且能很快指出错误。但要自始至终把整个过程的知识点落实成知识面，每次尝试都会卡壳。第4到9章纯理论的基本原理，枯燥乏味，我感觉是懂的自然懂，不懂的看了也不懂。这部分其实就是信息架构实施的核心思想，即之后为什么要这么做的解答，现在我看问题很简单，凡是出问题都是因为对业务的理解不够或者有偏差，否则怎么能搞错功能权重？混乱传达优先级？错用术语行话？中间全部“所谓”解决问题的原理，其实都不关键。有时解释烦了，扔下一句话“自己看书去。”很多东西书上明明就写清楚了，但没有实践经验无论如何也无法理解，那是因为思考问题的方法差异所致。但也不要偏激的看不起“专业”理论，服务的客户或者同事对你专业程度的认知，基本都来自专业方法和术语，关键是要用的恰到好处，玩的收放自如，解决问题而不是卖弄炫耀。第13章探讨了“教育”问题，作者还是建议最好有些专业技术背景。就Web Design来讲，我认为初学者不应该直接去学习“信息架构”（同样我认为“管理”也不是靠学习能成的），而得有能力先意识到有“信息架构”的存在。否则学了也白学，也看不懂任何专业书，甚至可能因为术语太多而更糊涂（比如“信息架构”和“导航设计”的关系）。首先你得是合格的设计师，其次得是有经验的设计师，最后才可能具备架构能力。信息架构是一项踏实的技能，所以不太适合于“聪明”的投机取巧者，比如大部分中国人。第18和19章谈到的“商业”主题，其实在公司和企业里边，并不可能理论上的某“职位”或“部门”中心化。尤其在互联网公司做产品，“业务架构、信息架构、技术架构”都有可能更突出的把控产品节奏，说到底还是看个人能力。国内客户的普遍特点是，不愿在前期投入过多时间和资源做准备工作，宁愿将来多花数倍的时间和资源来反复做调整。好的东西市场不一定认可，但作为专业技术工作者，可以用时间来证明一切。问题拔高一点，信息架构得不到“真正”的重视是市场决定的，而市场环境又是终端用户给造成的。不久前阐述产品为王的观点时，结合目前国内的互联网环境，我觉得才想清楚。那么“信息架构”到底有什么用，或者如何给别人解释，作者“解决信息超载问题”的观点我比较赞同。信息架构理论能够涉及的职能职位非常广，只不过各自用到了不同的方面，也因此增大了学习和理解的难度。自认为已经掌握了学习的技巧，并且也已初步具备了认真学习的态度。看过很多书，做过很多事，以至于我现在学会了怀疑一切，尤其怀疑专家（推荐看专业理论书，而非入门畅销书）。网络上的公共资讯，除了大量雷同转载，还有大量掺杂个人主观意见的错误，信息架构理论也能够帮助甄别。零零散散写了这么多，都是近期感悟，《Web信息架构》本身的理论和方法其实没有太多嚼头。内容就很零散，这种务虚和理论化的话题也只能如此，但我认为目前书中目录做的知识体系还是领先了国内很多，值得参考借鉴。关键价值点，我认为是倡导架构思想，以及在架构层面提升用户体验的角度问题。关于分享，目前正在规划内容，还是一如既往的理论与实践相结合，既要讲清楚理论，也需要有分量的案例来演绎。我们会认真准备，我诚恳的希望在这个领域有经验、有心得的同行来一起来探讨，可以提前联系我。原文<http://blog.rexsong.com/?p=6979>

11、不知道是作者写的太深奥，还是翻译的原因，书中文字读起来比较晦涩。书中理论研究部分较多，很多部分读起来比较空洞，读读可以，但对实践没有太多制导意义，对于从事互联网人士，还是自己勤加思考，实践中总结经验比较好。草草的浏览了此书，没有读完，可能是自己水平还相差太远，悟性不高。

12、我想说的是IA对国内来说目前都是由产品经理或者UE来兼任，单独分离的不多。里面有些模块的

设计思路和原则很有借鉴，建议大家在工作中遇到自己手头的工作去翻翻查查 这样印象更加深刻！
单独如果看得话，套路太多很容易流于形式！

13、刚粗略的读完本书，该书从设计全网站的视角讲开。对于信息组件布局、导航的设计、搜索功能、搜索关键词意、标签统一等各个方面给予交互设计师很多宝贵的建议。如果，你正在一家大型网站做相关的工作可以阅读下，对于理清思路有帮助。

14、自己一直只是会用axure画图，虽然也有同事说过自己的文档写的挺清楚的；可是最近在和技术沟通一些本质的东西的时候觉得有点吃力；在和异地一个美工进行交流时，觉得对方完全不知道这个网站到底在做些什么；所以想多看看这方面的东西，想能把自己想到的问题尽量和更多的人一起讨论沟通。可是看完之后，发现关于元数据这块我从没有涉及过每次画原型图我都是将那些元素（比较细致的，会考虑多种情况）展示出来，可是很少有文字说明及共性的整理看这本书的时候一直在考虑这些问题，我是不是平时太关注于细节，而忽略了抽象的模型；毕竟每个人接触时间长短不一样，我是不是应该在沟通的时候也将需求的内容一层层的沟通，就像书里讲的，我至少要先有个蓝图（最近一直都是用mindmanager画个脑图就去和他们讨论了，可是讨论后的结果我也在文档中不反应出来，直接就画原型图了），这是我对已经产生的结果没有做好整理工作而且，在原型图完成之后，有多少技术、美工会去注意这个页面的细节；我从没有列出过详细的内容组件，总是认为我已经和他们沟通过一次了，应该会有影响的；然后出来的结果和我原本设计的有较大差距可是整理内容组件不是一件容易的事情，仅仅看了这本书（书中的例子也是英文的，不是很能理解）觉得还是有很多未消化的地方，希望在以后的工作中能够慢慢积累起来

15、北京 上海！不一样的热点城市，一样的“博文视点Open Party”！互联网已经陪伴我们身边多年，Web所产生的影响也越来越大。当你上班时，打开电脑之后，可能第一个打开的程序是浏览器；当你遇到问题时，第一个想到的可能是搜索引擎；当你要设计一套某某系统的结构时，第一个想到B/S的结构；当Web无时无刻不在身边，你也会感到开发Web应用程序是一件多么荣幸的事情。“博文视点Open Party第6期之Web开发”主题，聚集一线Web开发专家，为您的Web开发之路上走向成功。详情请登录：<http://www.broadview.com.cn/open%20party/6/webkaifa.htm> 演讲嘉宾：陈浩 演讲主题：大型LAMP应用的研发 赵劼 演讲主题：Web应用中的缓存 温昱 演讲题目：架构设计的事实与谬误 活动地点：上海大众大厦 地址：中国上海市中山西路1515号（内环线高架吴中路出口处）邮编：200235 电话：（8621）64288888转 传真：（8621）64281818 Address: No.1515 Zhongshan Rd (w), Shanghai Tel:（8621）64288888 Fax:（8621）64281818 Post Code:200235 E-mail:dzds1515@163.com 交通线路：上海火车站~大众大厦 1、轨道交通3号线、4号线、9号线至宜山路站，2、公交113路车至大众大厦（终点站）。上海南站~大众大厦 轨道交通3号线至宜山路站 虹桥机场~大众大厦 公交938路至中山西路吴中路 浦东机场~大众大厦 1、机场三线到银河宾馆，转出租车6分钟至大众大厦 2、机场六号线到中山公园，转轨道交通3号线或4号线至大众大厦，或转乘出租车10分钟至大众大厦。活动主办方：电子工业出版社博文视点公司 每场活动人数：200人以下

16、早些时候应编辑的邀请为这本书写的书评，发表在iachina.org的图书专题页面上：

<http://www.iachina.org/tiki-index.php?page=bookrev>现在全文转载放在这里：) -----很荣幸应邀为《Web信息架构：设计大型网站》一书写推荐文章。该书可以说是信息架构领域的经典之作，因为封面使用北极熊图片，也被业界称为北极熊图书。小容将在此文中讲述个人与北极熊图书有关的小故事，籍此向作者、译者、审校者、编辑和出版机构致敬！1、第一次看到北极熊图书是三年前。那时候，小容参与中文网志年会（Cnloggercon.org）的会议筹备，负责会议的标志和胸牌等事务用品的设计。因为这个机缘认识同在福州的程序员Yining（<http://www.yining.org/>）。某次探讨会议筹备事项时，小容登门拜访Yining，于是在他的办公室里见到英文原版的北极熊图书。在这之前，小容从制作个人网站开始，以业余玩票的形式参与几个不同类型网站的规划和创建。在边学边做的过程中，小容对如何组织和整理信息，并将它们发布到网站逐渐着迷起来。随后听说原来这种工作叫做信息架构。当看到这本书时，小容很是惊讶。想不到早在1998年已经有这么细致详尽地探讨信息架构的专著问世。Louis Rosenfeld和Peter Morville的背景是图书馆学，他们在1994年创建Argus Associates咨询公司，为客户提供信息架构方面的咨询。当时，信息架构还属于新兴实践，人们边做边学，从图书馆学中借来许多知识用在Web界面上。Louis Rosenfeld和Peter Morville根据自己的亲身实践，博采众长，在1998年出版了《Web信息架构》一书，第一次系统地整理了这方面的知识体系。正是这次去Yining办公室的经历，让小容对奥莱理出版公司(O'Reilly)、Peter Morville和Louis Rosenfeld产生了深刻的印象。

- 17、对于新入行的交互设计师、产品经理来说，是一本值得推荐的书。对于老手来说，相信也会发现一些营养。作者具有理论基础和一线经验，书中的一些内容可以直接指导工作。对我个人来说比较有价值的部分是分面分类法和信息搜寻行为模型的介绍。一本书的价值往往不只在它直接包含多少信息，更在于它包含搜寻更多信息的线索。
- 18、图书馆员写的一本沉闷的书。他不知道信息技术已经在他那个领域带来一场小小革命了吗？字数不够，稍微说一下应该期望看到而没有的内容。1、简短而清晰的对传统信息管理方式的描述。2、信息技术带来的变化，包括信息创造和信息被传播与分享的全新方式，包括信息内容与结构方面的。3、检索方法与搜索技术的全面介绍，这方面有好多内容可写。4、最重要的，应该提供对这领域的洞察力与未来趋势的展望。
- 19、细读了有关search和controled vocabulary, metadata的章节。感觉介绍的很有系统，可以在很多优秀的网站看到这些方法的应用。
- 20、什么是信息架构，信息架构为何这样重要，与我们有什么关系？若你有使用过信息产品或其它任何生活中，只要有遇过信息获取挫败的经历（比如寻找书籍，迷路等），你会鄙视设计者，在经历舒服便捷的产品或服务体验时，你总会由衷发出赞叹！拨开层层迷雾，这一切，若从“信息架构”视角解读也许你会豁然开朗；个人认为这本书不仅适用WEB信息架构，部分核心理念也适用于其它行业的信息架构，以用户为中心，从用户心智出发是信息架构基础，信息架构是从用户开始的，要时刻想着用户来这里的理由是什么？1.什么是信息架构？若要深刻理解信息架构，首先要理解什么是“信息”，然后才是如何“架构信息”（先读《信息简史》再读本书让我收益良多）。对于“信息”，一言蔽之“万物皆比特”，世界是由信息组成的；因为人类是以范畴来认识事物的，自觉对事物进行抽象，如何在浩瀚信息堆中找到有用信息，或者说如何设计出易用的工具，让人们快速找到有用的信息，这需要对信息进行组织、抽象、分类，而对信息组织分类的过程就是信息架构。2.为什么信息架构这么重要？和当面谈话不同，像互联网产品或其它非当面接触式产品，不可能根据对方反应适时调整节奏，用户必须依靠自己心智模型，完成他所要获取的信息；所以在无任何反馈情况下，如何帮助用户快速完成信息获取或其它任务，是信息架构所要深刻考虑的，否则就是面临一系列挫败感和其它损失。3.信息架构都是有什么？针对WEB信息架构，核心包括：组织系统，导航系统，搜索系统，标签系统。（1）组织系统：就是如何组织信息，如何将信息分类到让用户觉得有意义！核心包括组织体系和组织结构，组织体系可分为模糊性和精确性，精确性组织体系有（字母、年表、地理等），模糊性体系有（主题，任务，结构，用户，隐喻，混用），组织结构可分为等级式（上下、数据库模式、超文本，大众）。（2）标签系统：就是信息的表示方式，信息的呈现、展现，如何将信息标签抽象的符合用户心智模型！包括情境式链接、标题、导航系统、索引术语、图标；（3）导航系统：是指的如何不让你迷路！包括全局导航、区域导航、情景式导航；（4）搜索系统：如何快速方便的搜索到信息！4.如果实践信息架构？研究-->策略-->设计-->实施和管理，是实践信息架构的总体步骤；（1）研究：“好的研究就是提出对的问题”，从情境（商业/文化等），用户，内容三个方面进行；情景：是当前商业、文化、政治环境形态；内容：就是用户可能需要寻找的内容，包括文件，数据，服务，图片等，可寻性位于可用性之前，如何让用户快速找到内容必须这些内容进行系统化研究；用户：研究用户群体行为模式和倾向，才能找到其心智模型。（2）策略：组织如何将研究过度到设计，制定设计方法和流程；（3）设计：形成蓝图和框架图等成果；（4）实施和管理：包括设计相关管理、设计方式和使用工具等本书对WEB信息架构进行系统性阐述，对理解信息架构理念和指导实践有较大帮助，推荐大家阅读；但鉴于像书名标题所述“设计大型网站”，部分章节及案例是以大型网站为主，可根据自身情况选择。
- 21、本人正在读此书,感触良多,其中有一些观点在疑惑中,很想结交一下书友,学习,讨论,排忧解难。我的联系方式 MSN : yiyiraken1981@126.com。
- 22、早就听说这本书了。前段时间给朋友建站的时候，觉得“信息架构”方面的知识很是欠缺，对于如何组织页面上的信息、模块自己一点方向也没有，于是决心搞本看下。书的前一部分还可以，即使你没有任何IA方面的知识，只要你以前上网的时候能经常留意的话，可以通过这部分容易建立IA的基本概念、模型。但从第九章的序词表开始，很多时候我都是云里雾里，有时还要读上两遍才能有那点理解。书的最后是实例，但我都有像我想象的那样把前面的所有基础知识在一个组织或在线社区中体现，讲解...今天终于看完了，但我只入了门...大家还有这方面的好书推荐吗？最好能涉及实战。
- 23、花了两天跳着看完的，说实话，绝大部分我真的没看懂。什么元数据、受控词表、叙此表、语义

关系.....这些在现阶段实战中能用多少?要案例没案例,而且翻译得也太差了!国内IA由PD、UE、IX等人兼任的现状下,这本书的实际意义不大,除了可以装逼以外,只能在以后工作遇到问题时翻翻了。

24、其实互联网设计阅读推荐是读此书后,受启发完成的。因为我觉得想清楚了关键点,在各自不同角度深入下去,虽然得到的东西差不多,但思路千差万别。也许这就是交集越大,协作越顺畅的必然。在产品实践中,我发现超过80%的问题都与信息架构有关,最容易引起争论的也是。书中有一节专门讨论“什么不是信息架构?”搞清楚的目的不是更好的分离职能,而是为了在团队协作中更游刃有余。有计算机背景的同学阅读此书可能相对容易,牵涉大量信息技术术语、以及思维模式。适合有实操经验的产品架构、内容从业者充电,相对大量方法我觉得最受益的恰恰是偏理论部分。当然,如何传达研究结果、保卫研究结果也给同行们提足了醒。*产品架构体系曾经接受了个观点,互联网运营的架构体系有三套:业务架构、信息架构、技术架构。以我的粗浅理解,尝试进一步解释。业务架构以赚钱为中心,信息架构以用户为中心,技术架构以稳定为中心。架构的目标,是要建立一个坚实的、经得起时间考验的体系。过度强调哪一方,都会不同程度的对整体造成影响。在业务模式上大谈以用户为中心的噱头都是假话,时间问题而已。技术架构在软件工程学科中已发展很成熟,但在工程师主导开发的网站中容易出现不顾用户感受的“工程”模式,信息架构就是在这样的背景之下诞生的。*信息架构体系信息架构是学术名词,互联网只是利用其基础原理来促进转化,阅过很多分析产品“信息架构”的探讨性日志,大都只单方面的从功能入手,我觉得这顶多触及到了功能结构层面。我理解的web-based信息架构实践,最终应该是各类型方案和规划,以策略为主。比如在上周在书友会网络相册应用及策略分析中提到的“组织策略、管理策略、外链和存储策略、权限策略”都属于此,尽早搞定逻辑漏洞规避将要发生的问题,这是IA从业者的核心价值所在。类似探讨div布局、css呈现、js行为也不适合叫“内容”架构,浏览架构还比较恰当,前端架构师的职责就是处理类似页面制作需求。在高标准压力下,架构理论的引入是必然。真正的内容架构,我认为至少分organization, navigation, labeling三大步骤。前两点谈的多, labeling其实也好理解,比如我们会碰到类似场面,产品最高级别用户是叫站长,还是管理员?邮件系统最快的版本是叫极速,还是简约?我的个人网站一直在做架构方面的新策略尝试,想解决个核心问题,如何让有价值的内容保持访问量?曾经在网站和博客的区别中提到“原创之后的内容细分不应该由Blog来完成。”这也是我常给朋友建议的原因“别使用www域名或目录搭建博客,这样会限制住整体格局。”*搜索引擎优化及展望正巧前些天公司创新日听了《解密SEO-搜索引擎优化与网站成功战略》作者欧朝晖先生的讲座。国内某些大力吹捧SEO如何简单、没有技术含量的专著里,除通过小概率案例论证些显而易见的道理外。剩下几乎都是有关网站优化的内容,但又无法解释什么叫框架?什么叫结构?什么叫元数据?既不具备指导意义,也没有科学理论做依据。其中缘由,去年在系列探讨中有详细阐述。在实践中我发现,信息架构有问题的产品根本无法进行SEO。其实在不同角度深入做事都是方法问题,但总有些小事都做不好的家伙喜欢谈大道理,喜欢阳春白雪的强调自己而忽略别人。上次在阿里日本面试,与同事们聊天时我提到信息架构的流程引入问题,时隔一年已经更成熟。正如六月在把体验理论变成现实所提到的预期,相信随着这本《web信息架构》中文版的发行,信息架构将迎来理论执行上的第一个高峰。原文有更多探

讨<http://blog.rexsong.com/?p=1484>

25、公司借的,只有2周,逼着我几天看完。吸引我看的是他的标题,我以为看了这本书能对“架构”有浅显的了解,因为架构师换人了,想深入了解一些架构,以便更好的协作。但读了几章后,令我大吃一惊的是:原来这是写给产品经理的书。书中最有价值的部分:1.第二部——信息架构的基本原理这里面6章解决了一个问题:如何让你的用户更好的浏览想要的内容。如果你的网站是一个提供内容的网站,那么这里深入分析了“内容”从信息架构的角度是如何呈现的。但是后面几章的确有点难度,需要多读几遍。我曾经做过1年的数据产品(分词、数据挖掘),对信息的推送、匹配等问题也在现在的项目中实际设计,但读叙词表那一张时仍然觉得有些晦涩。但的确很有用,做搜索相关产品的同学要好好研读一下。2.第三部——流程和方法论这里的三章与其说是信息架构,不如说是产品出炉的全过程。从角色建模到需求分析,从蓝图到axure原型,在这里几乎都出现了。如果你看过那本圣经《用户体验的要素》以及《赢在用户》,阅读这几章你会如鱼得水。至于蓝图和线框图,那不正是各位产品设计师、产品交互设计师的老本行么?用所谓web信息架构的视野重温一下,的确比较舒坦。总之,这是一本好书,值得1~3年相关产品经验的同学好好学习

章节试读

1、《Web信息架构(第3版)》的笔记-CH 9

*** CH9 Thesauri, Controlled Vocabularies, and Metadata 叙词表, 受控词表, 以及元数据.

**** Metadata 元数据

元数据: 关于数据的数据

就数据处理而言, 元数据是一种用于定义的数据, 能够提供其他被某种应用软件或环境所管理的数据的相关信息或者说明。

例如:元数据可以为数据说明其数元素或属性(大小, 类型), 或其纪录或结构(长度, 字段), 或者相关数据(位于何处, 如何联系, 拥有者)。

源数据可能保函描述性信息, 说明数据的情景, 质量和状态。

**** Controlled vocabularies 受控词表

最模糊的说法时, 受控词表是任何一组自然语言的子集。

最简单的说法时, 受控词表是一份等价术语(equivalent term)清单, 按同义词环圈(synonym ring)的形式排列, 或者是一份优选术语(preferred term)清单, 储存在规范文档(authority file)中。

定义术语之间的登记关系, 就有了分类习题, 建立概念之间的关联模型, 就是在做叙词表。

Synonym rings 同义词环圈

同义词环圈把一组定义为等价关系的词汇连接起来, 以供搜索之用。

authority file

规范文档, 规范文档放的就是一份优选术语, 或是可接受值的清单, 不含有词性变化或同义词。

它通常包括优选术语(preferred terms)和异形术语(variant terms) - - 规范文档也是同义词环圈。

2、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第121页

<原文开始></原文结束>

3、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第98页

设计标签

通用原则: 尽量窄化范围, 开发一致的标签系统而非标签。

为什么一致性很重要? 因为一致性代表的就是可预测性, 当系统可预测时, 就容易学习。

影响一致性的因素: 风格, 版面形式(字体、字号、颜色、空白、分组方式等), 语法(动宾? 问句?), 粒度, 理解性(没有重要的遗漏), 用户(如果有必要, 为每一类用户开发独立的标签系统)

创建新的标签系统

- 从已有内容中抽取（慢，费力）
- 要求内容作者为内容建议标签
- 找用户代言人或主题专家（SME）
- 直接来自用户（如卡片分类，对小群标签如导航比较适用，自由列表）
- 间接来自用户（如query日志分析、标签分析）

4、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第152页

1. 图形式导航条会让网页下载速度变慢，而且设计和维护都比较昂贵，必须对低宽带的用户需求以及文字式浏览器有所考虑。盲人和使用无线移动设备的人是两种必须考虑的用户群。解决办法：适当使用<alt>属性定义图像的替换文字

2. rollover效果：鼠标指针指向对象时，会出现菜单或其他对象。可以有效利用有限的屏幕，加强信息检索，减少网页数量和点击次数。同时可以增加动态、交互式的体验。

Audi网站的rollover体验：加载速度慢

3. 什么是框架（frame）??

4. 辅助性导航

网站地图

网站索引：one-step 和 two step(支持术语轮排和see also)

指南

向导和配置器

搜索

5. 高级导航

个性化：针对个人行为、需求或喜好的模式，提供剪裁后的网页给用户。囿于隐私无法分享足够的信息，以驱动有效的个性化。此外很难预测用户明天想做什么、学什么、买什么。

定制化：给用户直接控制权，可以针对展现格式、导航和内容选项的组合做调整。使得设计的压力得以减轻，但用户可能只愿意在少数对他们而言很重要的网站上这么做。

可视化：grokker

社会化：flicker

5、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第1页

用户、内容、情境。

这三个词语构成了实践信息架构设计模式的基础。

情境

所有的网站和企业网络都存在于特定的商业或组织环境中。

内容

我们把“内容”定义的很广，包括文件、应用程序、服务、模式，以及人们要找到你的网站时所需要的元数据。

用户

现实世界中顾客喜好和行为的差异，在网站和企业网络的情境中就会被转化成不同的信息需求和信息搜寻行动。

信息需求

用户来网站找东西时，本质上是在寻找可以提醒我们的观念和概念，由此帮助我们做决策。

搜索的类型：

1. 已知条目搜索
2. 探索式搜索：用户不确定要找什么。无论他是否了解，他是打算在搜索和浏览的过程中学习某些东西。
3. 无遗漏式研究

信息搜寻行为

6、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第223页

好的研究就是提出对的问题。

【背景研究】

- 短期和长期目标是什么？
- 商业计划是什么？政治因素如何？
- 计划和预算？
- 观众是谁？
- 观众为什么要访问这个网站？为什么会常来？
- 用户应该能做什么事情？
- 内容怎么建立？怎么管理？谁来做？
- 技术基础架构是什么？
- 以前有什么行得通？什么行不通？

【涉众访谈 stakeholder interview】

【启发式评估 heuristic evaluation】

【内容分析 content analysis】

目的是找出内容和元数据内的模式与关系，为内容做更好的结构、组织，以及访问途径。对每一种内容对象记录：

- 结构化元数据：描述该对象的信息等级。有没有标题？内容有没有分节？用户想直接获取这些信息吗？
- 描述性元数据：主题？用户？格式？.....
- 管理性元数据：描述该对象和商业情境的关系。谁创建了这个对象？谁拥有？合适建立的？何时应该移除？

记住自己的问题：

1. 这个对象是什么？
2. 如何描述这个对象？
3. 这个对象和其他对象有何差别？
4. 怎样让人找到？

【内容映射 content mapping】

将现有的内容结构、组织和位置进行可视化表达，如

【标杆法 benchmarking】

1. 竞争式标杆法：与他人做横向比较
2. 前后式标杆法：与自己做时间上的纵向比较

使用量统计，搜索日志分析，客服信息，问卷，情境式调查（contextual inquiry），焦点小组，访谈，用户测试

【卡片分类 card sorting】

让我们了解用户的心智模型，他们在脑中默默编组、排序、为任务和内容制定名称的方式。

7、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第71页

在广度和深度之间取得平衡。一般的看法是你的链接数目要限制在用户视觉扫描页面的能力之外，而不是以短期记忆作为依据

8、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第48页

用户，内容，情境组成信息架构

内容：文件/资料类型，内容对象，数量，现存架构；

用户：受众，用户，需求，信息搜索行为，体验；

情境：商业目标，资金，政治，文化，技术，资源与限制

9、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第239页

很多项目都牵涉到重新设计已有网站，而非从头建立一个。在这种情况下，你有机会站在别人的肩膀上。可惜的是，因为人总是习惯把焦点放在错误上，而且有想从头开始的欲望，所以，常常错失这种机会。我们时常听到客户把他们当前的网站视为垃圾，说当前的网站是场灾难，而且我们不应该浪费时间再去看这个网站。这是典型的把洗澡水连同婴儿一起倒掉的例子。好吧……其实记这段只是因为看见“把洗澡水连同婴儿一起倒掉”，笑了……

10、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第55页

“过于简单”的信息模型，难于了解用户内心的真实想法，也无法观察用户与信息架构交互时发生的各种事件。

11、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第14页

这部分里，高大上的概念不少。

12、《Web信息架构(第3版)》的笔记-用户需求及其行为

分析认识用户信息需求和搜索行为

寻找用户信息需求及搜索行为的方法：

用户搜索字段痕迹、用户场景观察、……

13、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第290页

企业要达到持续性的竞争优势，只能从下往上做起。

14、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第151页

Choosing what to search

《Web信息架构(第3版)》

- 决定搜索区域（子网站）：以用户群划分做索引、以主题做索引、为新近内容做索引。
- 选择要对什么内容组件做索引：如文章主体、标题、url、网站名称、链接、图像链接、alt文字、说明、关键词、锚文本等

算法

大部分搜索算法采用模式匹配（pattern matching）的方法，即比对用户的查询字符串与网站文件全文的索引，以寻找符合的文本字符串。recall和precision的trade-off

自动词干搜索（automatic stemming）：扩展术语，包含其他共享相同词干的术语

文件相似度（document similarity）

协同过滤（collaborative filtering）

引文搜索（citation searching）

查询辅助工具：

- 拼写检查
- 语音工具
- 词干搜索
- 自然语言处理：检查查询的语法本质
- 受控词表和叙词表：在查询中包含同义，以扩展查询的语义本质

展示结果

- 要显示哪些内容组件？
- 列出结果：排序（按字母、年表、受欢迎程度、用户或专家评价、订单付费、相关性：包含多少查询字符串、关键词在文件中出现频率多高？出现位置？出现在哪里如标题？所在文件的受欢迎程度）

无结果时可以提供：

- 修改query
- 提供搜索技巧或其他建议
- 浏览工具（包含网站导航或网站地图）
- 如果搜索和浏览无法运作，就与人联系

15、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第49页

信息架构组件：组织系统，导航系统，标签系统，搜索系统

16、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第329页

加上此处的信息架构风格指南,它和交互设计框架(指南)、视觉设计框架指南，三者从内容、行为、形式三个角度制定了设计的基本基准方向。

17、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第34页

4种常见的信息需求：

1、已知条目搜索

用户知道要找的是什么，该以什么名称称呼它，上哪儿可以找得到它
e.g.找寻同事的电话号码

2、探索式搜索

用户不确定想找的是什么，打算在搜索和浏览的过程中学习某些东西，会以搜索结果作为跳板再进行下一轮搜索，不一定有清楚的完成时间。
(在一个范围/主题里，查找自己感兴趣的内容)

3、无遗漏式研究

搜索某一主题的任何信息

4、重新找到

信息搜寻行为的基本手段：搜索、浏览、询问

搜索行为有两大类：整合、重复

搜索模型：

1、采摘模型

当用户更进一步了解其需求及系统所能提供的信息时，就会跟着调整他们的信息请求

2、珠形增长

协助找出“其他类似的东西”

e.g.Google“类似网页”命令；从一份文件链接到另一份通过相同关键词索引出来的文件

3、两步走

搜索或浏览某个目录，直到找到潜在的目标

在这些子网站中搜索信息

18、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第396页

重组通常是公司所要面对的最痛苦而且昂贵的事情，所以任何减少这种可能性发生的事情都应视为有价值。

19、《Web信息架构(第3版)》的笔记-

刚刚去出版社拿了全国最后一本，之前在京东，当当，亚马逊等等B2C网站看了，打客服也问了，没货。。。后来在淘宝上也找了，都是复印本，没有正版的。看到豆瓣上有这么多书友想看这本书，所以想再做个调查，有多少人想买正版的《Web信息架构(第3版)》，想买的可以给我发豆邮联系我

20、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第70页

对单一的组织体系而言，必须在排他性和包容性之间取得平衡。允许交叉编目的分类法具有复合式等级的特性

21、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第118页

设计导航系统，情境是第一位的。

导航压力测试 navigation stress test

嵌入式导航：

- 全站导航系统：每一页都应该清晰标识“我在哪里”
- 区域导航系统
- 情境导航系统

辅助性导航：

- 网站地图
- 网站索引：对小型网站而言，手工建单阶段索引（one-step index）和两阶段索引（two-step index），支持术语轮排（term rotation）和参照关系（see/see also）；对大型网站而且有分布式内容管理特性者，在文件层次上采用受控词表编制索引，再自动生成索引会比较合理。
- 指南：包括演示、教程以及针对特定用户、主题或任务而设的网站等。
- 向导和配置器

设计指南的原则：

- 1.短；
- 2.无论何时都能离开；
- 3.导航位置在每一页上都相同；
- 4.指南的设计是用来回答问题的；
- 5.截图应该干脆、明确及最佳化，具有把重点功能放大的效果；
- 6.如果指南有好几页，可能需要目录

高级导航方法

- 个性化和定制化：个性化是我们猜测用户想要什么（but 过去的绩效无法保证未来的成效）；定制化是用户告诉我们他想要什么（but 'don't make me think'）
- 可视化
- 社会化导航：协同过滤、推荐引擎

22、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第53页

理解的源头是分类

23、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第23页

IA specialists：

thesaurus designer 叙词表设计师
search schema content editor 搜索模式内容编辑
metadata specialist 元数据专家
content manager 内容经理
information architecture strategist 信息架构策略师
manager, information architecture 信息架构经理
director, user experience 用户体验主任

实践信息架构设计模式的基础：用户，内容，情境。

-- 我们必须了解网站背后的商业目的，以及可供设计和实践的资源，想办法把信息架构和企业的目标、策略、文化结合起来。

-- 我们必须注意目前内容的质量和数量，以及一年后会如何改变。所有权（内容谁提供？所有权是否分散？是否有外部信息提供商授权的内容？），格式，结构（文件、内容组件、xml），元数据（有多少元数据用来描述内容和对象？手动还是自动加入标签？质量和一致性程度如何？是否有受控词表？用户是否可以自定义标签？），数量，动态性（成长率或周转率如何？明年会增加多少内容？内容多久会过时？）

-- 我们必须了解主要观众的信息需求和信息搜寻行为。

24、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第68页

浅层混合体系没有问题，但是深层混合体系就会出乱子

只要各种体系是在网页上不同的位置，依然可以保留住为用户建议一个心智模型的能力

25、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第53页

理解的源头就是分类——Hayden White

信息组织的挑战：模糊性（语言的天然属性），异质性（组成元素之间的差异，难以结构化），不同观点的差异性（必需摆脱自己心中为内容命名和组织的模式），公司内部的政治文化。

组织系统由（一）组织体系和（二）组织结构组成。

（一）组织体系定义内容条目之间共享的特性，而且会影响这些条目的逻辑分组方式。

1.精确性组织体系：可以将信息分成定义明确、互斥的区域。常见的是按字母顺序、按年表、按地理位置排序。

2.模糊性组织体系：依赖的是体系构建的质量，以及体系内个别条目摆放的位置。常见的类型：

（1）按主题。设计时需要定义好内容的范围，注意涵盖面的广度

（2）按任务。将内容和应用程序组织成流程、功能或工作的集合。最常见的是电商网站

（3）按用户。如果用户群可以界定的比较清楚，可以提供很好的个性化服务，但模糊性依然存在，对系统“猜测”的要求很高

（4）按隐喻。多用于游戏

（5）混用

（二）组织结构定义内容条目和群组之间的关系类型。

1.等级式：自上而下的分类，类别互斥（在排他性和包容性之间取得平衡），平衡宽度（每一层选项数量）和深度（层级数）；

2.数据库模式：自下而上的做法，使用受控词表的元数据为文件和其他信息对象打上标签，就可以进行有力的搜索、浏览、过滤以及动态链接。ERD（entity relationship diagram）是在设计和采用数据库之前，建立与调整数据模型的方法。大型网站最好依赖CMS来管理元数据和受控词表。

3.超文本：涉及两种主要组件：要彼此链接的条目或信息块，以及块状信息之间的链接。缺点是难以看清全貌，用户无法在网站组织上建立心智模型，所以通常不作为主要的组织结构。

大众分类 social classification/folksonomy

26、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第47页

通过支持搜索和浏览，来自网站内容的结构会使得用户问题的答案“浮出水面”。这是自下而上的信息架构：内容结构，排列顺序，以及标签系统有助于回答这类问题：这是哪里？这里有什么？从这里可以去哪里？读者会通过搜索引擎直接置身于网站深层，他们会想跳到网站中其它相关内容，而不去了解如何使用“自上而下”的解构

27、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第55页

“过于简单”的信息模型从根本上忽略了用户与信息架构交互时的任何情景。

28、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第53页

信息架构的设计是从用户开始的。

29、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第44页

预先猜测用户的主要信息需求，例如“我怎样找到入学申请信息”，或者“校园这星期发生了什么事”，把最常见的问题确认出来，然后设计这个网站来满足需求。我们称此为自上而下的信息架构。

30、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第80页

内容条目之间缺乏结构而且具有创造性的关系时，则可以通过作者提供的超文本或者使用者贡献的标签来解决。

31、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第5页

信息正好处在数据和知识之间混乱的地带。信息的结构化程度不如数据，可传递性（可描述性？）又好于知识，是我们在网络上查看、搜寻的最一般的类型。

信息架构要干神马事情？

- 设计结构（Structuring）——决定网站信息“单元”的粒度（granularity），及信息单元的相对大小或粗糙程度。
- 决定组织方式（Organizing）——将组件组合成有意义而且各有个特色的类别。
- 制定标签（Labeling）——如何称呼这些类别，如何导航。

信息架构的目标在于合理组织网站需要承载的信息，让人们通过浏览、搜索、提问等方式找到想要的东西。

内容管理（content management）和信息架构其实是同一事物的两个方面。信息架构描述了一个信息系统的“快照”或空间视图，而内容管理则描述了变化的视图，显示出信息在同一系统内的流动随时间如何变化。IA定义信息结构，CM管理内容流通，一个是管道，一个是水。

32、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第217页

受控词表是一份等价术语清单，按同义词环圈的形式排列，或者是一份优选术语清单，储存在规范文档中。定义术语之间的等级关系（如上位类、下位类），就有了分类体系。建立概念之间关联的

模型（如参见、see、see related），就是在做叙词表。

例如，只要一个简单的同义词环圈把“pocketpc”和“pocket pc”连结起来，就可以解决用户和商家之间常见的麻烦事。

同义词环圈可以大幅改善提高查全率，同时也会降低查准率。解决办法是规定精确匹配的关键词结果要放在搜索结果清单的顶端。或者最初的搜索可以忽略同义词环圈，但是提供选项在结果稀少或者无结果时，扩展搜索包含相关术语。

规范文档就是一份优选术语或是可接受值的清单，不含有词形变化或同义词。

DDC杜威十进制分类法，最简单的形式是一个等级式的清单，由10组最顶层的类目开头，在每个类目内再逐一往下延伸细节。

33、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第67页

34、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第49页

研读到架构组件了，确实是一本信息架构的好书！有想要的朋友尽快联系我吧，现在联系的人太少了，这个数量没法开机都。。。

35、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第35页

4种常见的信息需求：已知条目搜索，探索式搜索，无遗漏式研究，重新找到。前面都是一些啰嗦的废话，我都是跳着看的，到这儿了才发现干货开始了。

36、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第381页

(商业)策略的本质就是在活动中与对方相比，以不同的方式执行活动，或是做不同的活动。

37、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第194页

元数据 metadata——用于定义、描述数据属性，提供相关信息或说明（如元素或属性、记录或结构、相关数据），便于被他者使用。元数据可能包含描述性信息，说明数据的情况、质量和状态，或者特征。

受控词表——是一份等价术语（equivalent term）清单，按同义词环圈（synonymring）的形式排列，或者是一份优选术语（preferred term）清单，储存在规范文档（authority file）中。

[它们说的都是同一个东西 --- 这个东西有a/b/c...这些说法]

使用同义词环圈一般会提高召回而降低查准率。

优选术语（preferred term，pt）

异形术语（variant term，vt），也称为入口词（entry term），等价于或大致上同义于优选术语

上位类术语（broader term，bt）：上层术语

下位类术语（narrower term，nt）：下层术语

相关术语（related term，rt）

叙词表——同义词之书，通常含有相关词、对照词以及反义词。

《Web信息架构(第3版)》

- 经典式叙词表：索引这对文件做索引时，以叙词表把异形术语对应到优选术语（术语数量较少，更新不频繁）
- 索引式叙词表：建立优选术语的可浏览式索引（无法实现用户和服务端实时对应时）
- 搜索时叙词表：在搜索时而不是在创建索引时利用受控词表

/*****

叙词表和受控词表的区别是什么？

经过人工干预的都是受控词表？在受控词表基础上以优选术语为中心的结构化、层级化词表是叙词表？

好吧下面有讲了。。。

*****/

叙词表语义关系更丰富：

1.等价：目标是把术语聚集起来，定义为“搜索目标的一致”，包含同义词、近似同义词、反义词、缩写、词语变体，以及常见的错误拼法

2.等级：

- 属（generic）
- 整体-部分（whole-part）
- 实例（instance）

分面叙词表（faceted thesaurus）能够较好满足多等级的需求。

3.相关

强烈暗示其语义的连接关系

优选术语

- 术语形式建议遵照ANSI/NISO标准
- 括号式术语限定词（parenthetical term qualifier）可为术语限定范围（如某一学科）

38、《Web信息架构(第3版)》的笔记-CH1-4

*** CH1

信息正好处在数据和知识之间混乱的地带。（认识和认知。）

元数据时用以描述和表达内容对象(如文件、人群、流程和组织)的术语。

*** CH3

学习信息需求和信息搜寻行为

学习用户信息需求和搜寻行为，我们只建议我们最喜爱的两种：

- 1.搜索分析法
- 2.情境式询问。

#信息架构的基本原理

*** CH4

信息架构组建:

- 1.组织系统:如何组织信息
- 2.标签系统:如何表示信息
- 3.导航系统:如何浏览信息
- 4.搜索系统:如何搜索信息

*** Organization System 组织系统

**** 为什么以有用的方式组织信息会是这么困难

***** Ambiguity 模糊性

分类系统的基础是语言，而语言本身具有模糊性。

***** 异质性

异质性指的是某种东西或者一群东西是由不想管或不不同的部分所组成。

大部分网站都具有高度异质性:网站通常可以存取文件，而且网站内各组建的粒度各有不同。网站也许同时展示文章和期刊以及期刊数据库。链接可能会链向网页，网页中的张洁，或者其他系统。

***** Differences in Perspectives 不同观点的差异性

***** Internal Politics 公司内部的政治文化。

39、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第6页

IA 概念

书籍和网站之间的差别

40、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第53页

常见的信息搜索需求：

- 1.已知条目搜索。知道要找的是什么，该以什么名称来称呼他，以及知道去哪儿可以找到
- 2.探索式搜索。无论他是否了解，他打算在搜索和浏览的过程中学些某些东西。
- 3.无遗漏式研究。用户打算搜索某一主题的任何信息，没一块石头都要翻一下。
- 4.重新搜寻以前碰到过的有用信息。例子：delicious

如何学习用户的信息搜索行为？

1.搜索分析法

诊断搜索性能，元数据，导航以及内容。通过此途径可以得知用户在搜索什么，同时有助于了解他们的需求和行为。

2.情景分析法

情景询问用户，任务分析，问卷调查，焦点小组。直接面对用户，让其陈述需求。

41、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第120页

42、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第30页

四种常见的信息需求：

- 已知条目搜索 (known-item seeking) —— 正确的东西
- 探索式搜索 (exploratory seeking) —— 一些好东西
在搜索和浏览过程中学习，并不期待得到“正确”答案
- 无遗漏式研究 (exhaustive research) —— 每样东西
搜索某一主题的任何信息
- 重新找到 —— 再次需要

信息搜寻行为

采摘模型 (berry-picking)：用户产生信息需求，然后构想出一种信息请求 (查询)，接着在信息系统中重复动作，沿路取出信息。如购物搜索，可以先搜索后浏览，也可以先浏览后搜索；

珠型增长 (pearl-growing)：从一些有用的文件开始，寻找类似的东西。

43、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第46页

架构为内容提供了情境：

- 信息架构告诉我们现在在哪里；
- 协助我们移动到其他关系紧密的网页；
- 协助我们以层级方式 (结构和目录) 和情境方式 (相关内容和功能) 在网站内移动；
- 让我们可以操控内容以便浏览 (如筛选和排序)；
- 让我们知道可以去哪里找到基本服务 (如登录和帮助)。

这是哪里？这里有什么？从这里可以去到哪里？

如何组织信息？如何表示信息？如何浏览信息？如何搜索信息？

Browsing adis

- 组织系统：网站内容分类或分组的主要方式 (如按主题/任务/用户/年代)，也称分类法和等级体系；
- 全站导航系统
- 区域导航系统
- 网站地图/目录
- 网站索引：排序后的链接列表
- 网站指南：针对特定主题提供特定信息，以及连向网站中相关子主题的链接
- 网站向导：可以通过一系列的步骤来引导用户，也有连向网站中相关子主题的链接

- 情境式导航系统：用链接同意连向相关内容，通常内嵌在文字内，一般用来连接网站中高度专业化的内容，

Search aids

- 搜索界面

- 查询语言：搜索查询的语法；

- 查询构造器：一些提升查询效果的方式，场景包括拼写检查器（qc？），词干分析、概念搜索（？），以及从词典取出同义词；

- 搜索算法：决定哪些内容可以满足用户的查询；

- 搜索区域：网站内容子集，经过特殊的索引设计以满足较细致的搜索；

- 搜索结果：如何分类、分级、排序、聚类，显示多少结果。

隐藏的组件

- 受控词表和叙词表：预先确定描述特定领域的较佳词汇。通常包含上位类、下位类、相关关系的叙词链接和优选词的说明。搜索系统可以从受控词表中取出查询的同义词以提升查询效果。

- 搜索算法

- 最佳猜测（best bets）：匹配较佳的搜索结果，编辑和主题专家会决定哪些查询应该取出最佳猜测（直达区~~）

看完这章，最大的疑问是，如果数据没有高度结构化，怎样能让用户高效地找到信息？

44、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第87页

标签的类型

- 标签作为情境式链接 labels as contextual links：在某种具体的上下文情境中链接到相关内容；

- 将标签作为标题 labels as headings：标题之间的等级关系，可以用统一的编号、字号、颜色和样式、空白和缩排等组合来建立。如果是为流程中每一个步骤命名标签时，标签必须明显而且传达出前后次序，要有很好的 consistency；

- 导航系统内的标签 labels within navigation systems

- 标签作为索引术语 labels as index terms：又称为关键词、标签、描述性元数据、分类法、受控词表、叙词表，是一组可以描述任何类型的内容的术语标签集合；

- 图标型标签 iconic labels：除非网站有一群忠实而又耐心的用户，愿意学习网站上的视觉语言，否则最好只针对系统的少量选项使用图标型标签。

45、《Web信息架构(第3版)》的笔记-第62页

模糊性组织体系受困于语言和组织的模糊之中，更别提还会牵涉到人类的主观性
人们觉得模糊性组织体系好用的理由很简单：我们不见得知道我们要找什么。在某些情况下，你只是

不知道正确的标签名称为何。在其他情况下，你的信息需求相当模糊，也无法说清楚模糊性组织体系之所以会成功，是因为它依赖的是体系构建的质量，以及体系内个别条目摆放的位置。严格的用户测试是必要的举措。

按主题

按任务（通常内嵌在特定的子网站内，或者整合到任务/主题混合式的导航系统内

按用户

按隐喻

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