

# 《黑客与设计：剖析设计之美的秘密》

## 书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2014年04月01日

开本：12k

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787115345370

丛书名：图灵交互设计丛书

## 编辑推荐

黑客们崇尚分享，所以他们可以从相关社团及网上找到各种编程问题的解决方案，快速地完成开发项目。但是，对于设计，问题就不那么简单了。

许多设计教学书籍都有着大量的“须知”与“切忌”条目，以期让人能够迅速了解设计的惯例及规程，但这种表面化、程式化的方式往往无法令喜欢探究事物本质的黑客们满意。为了让自己的作品精彩出众，他们往往希望追溯到设计的源头，了解设计现象及趋势的本质。本书采用逆向解析方式，庖丁解牛般剖析了一众经典设计。从文艺复兴时期的雕塑，到印象派绘画，再到现代的Mac OS X的Aqua界面以及Twitter的页面设计，还原历史真相，细说风格由来，逐步讲解色彩、排版、比例等设计理论，并在此基础上提出了大量真切可行的设计\*\*实践。读来令人耳目一新，信心倍增。

本书主要内容：

设计内涵及层次的理解与运用；

媒介与形式对设计的影响；

排版及构图的原则与辨析；

色彩理论及其\*\*应用实践。

## 内容简介

《黑客与设计：剖析设计之美的秘密》面向对于视觉艺术及技巧并不熟稔的软件开发人员，用心拾取艺术史上的众多知名概念及代表作品加以细致解读，并辅以多视角的延展剖析，以期使读者洞彻与把握现今设计概念和技巧的来源及趋势，从而将之更好地融合于业务实践中。《黑客与设计：剖析设计之美的秘密》题材广泛，实例丰富，实为一本不可多得的Web及移动应用设计指南。

《黑客与设计：剖析设计之美的秘密》适合Web及移动应用的开发人员与设计师阅读。

## 作者简介

David Kadavy，Kadavy公司总裁，兼500 Startups种子基金导师。Kadavy公司提供用户界面设计咨询服务，客户包括oDesk、PBworks和UserVoice等。早先，David曾领导过两家硅谷创业公司和一家建筑公司的设计部门，在大学教授过印刷课程。在爱荷华州立大学攻

读平面设计专业美术学士学位期间，他曾在罗马学习古代印刷术。Communication Arts杂志刊登过他的设计作品，他曾在South by Southwest (SXSW) 互动大会上做过演讲。你可以访问kadavy.net，阅读其关于设计和创业的文章，也可在Twitter上通过关注@kadavy，或借由david@kadavy.net与他联系。

## 目录

## 目录

### 第一部分 理解设计

#### 第1章 为什么需要设计 2

##### 1.1 设计到底是什么 2

##### 1.2 设计不是什么 4

## 目录

### 第一部分 理解设计

#### 第1章 为什么需要设计 2

##### 1.1 设计到底是什么 2

##### 1.2 设计不是什么 4

##### 1.3 设计的“层次” 5

###### 1.3.1 目的 5

###### 1.3.2 载体和技术 6

###### 1.3.3 审美选择 6

##### 1.4 小结 7

#### 第2章 设计的目的 8

##### 2.1 视觉设计与用户体验设计的关系 9

###### 2.1.1 用户体验设计基础要素 9

###### 2.1.2 视觉设计对比 10

##### 2.2 有时视觉设计够用即好 11

##### 2.3 视觉设计有时是产品优势 11

##### 2.4 Twitter用户体验逆向工程 13

- 2.4.1 用户角色 13
- 2.4.2 用例 14
- 2.4.3 线框图 16
- 2.5 小结 16

## 第二部分 媒介和形式

### 第3章 排版的媒介和样式 18

- 3.1 误用的悲剧：Comic Sans字体缘何惹人厌 18
- 3.2 排版的束缚：不变的文字 23
- 3.3 字母表的组成 24
- 3.4 字母起源 27
  - 3.4.1 罗马帝国的“推特” 27
  - 3.4.2 罗马排版的巅峰之作 28
- 3.5 经久不衰的字体 35
  - 3.5.1 印刷诞生发展简史 36
  - 3.5.2 制作字范：不变文字的摇篮 36
  - 3.5.3 威尼斯与文艺复兴 37
  - 3.5.4 法国和Garamond字体 38
- 3.6 Garamon字体现状：为什么不在网络上使用Garamond字体 38
  - 3.6.1 “网络字体”的诞生 38
  - 3.6.2 大跃进 39
  - 3.6.3 缩小差距 40
  - 3.6.4 包容局限性——即使会很拙劣 42
- 3.7 小结 43

### 第4章 技术与文化 44

- 4.1 潮流兴起的原因 44
  - 4.1.1 印象主义的诞生 44
  - 4.1.2 Web 2.0平面设计 48
- 4.2 SEO也是设计 55
  - 4.2.1 理解SEO的重要性 57
  - 4.2.2 选择恰当的关键字 58
  - 4.2.3 页面内容与代码 59
- 4.3 小结 63

## 第三部分 排版

### 第5章 骗人的黄金比例：认识比例 66

- 5.1 什么是比例 66
- 5.2 比例与设计 68
- 5.3 揭开黄金比例的传奇面纱 69

5.3.1 黄金比例与斐波那契数列：类似却不相同 70

5.3.2 人体中的黄金比例 71

5.3.3 黄金比例的误区 73

5.4 其他一些赏心悦目的比例 75

5.4.1 根号2矩形 76

5.4.2 3矩形 76

5.4.3 4矩形 77

5.5 世界中的比例 77

5.5.1 音乐和舞蹈 77

5.5.2 自然界 78

5.5.3 计算机和移动设备 80

5.6 设计中的比例 81

5.7 小结 85

第6章 吸引眼球：设计构图与设计原则 86

6.1 构图关系 86

6.1.1 阅读方向 86

6.1.2 以构图方式引导用户视线 88

6.1.3 前景/背景的关系 91

6.2 设计原则 93

6.2.1 显性优势 93

6.2.2 相似性 94

6.2.3 节奏感 95

6.2.4 质感 97

6.2.5 方向感 98

6.2.6 对比关系 101

6.3 为什么MailChimp的Logo如此漂亮：设计构成和设计原则的运用 102

6.3.1 前景/背景关系 103

6.3.2 显性优势 104

6.3.3 相似性 104

6.3.4 节奏感 105

6.3.5 质感 106

6.3.6 方向感 107

6.3.7 对比关系 107

6.4 小结 108

第7章 激活信息：建立视觉层次结构 109

7.1 什么是“层次结构” 109

7.1.1 层次结构富有表现力 110

7.1.2 影响层次结构的诸多视觉因素 111

7.2 层次结构因素 111

7.2.1 空白区域 112

- 7.2.2 字体粗细和字号 115
- 7.2.3 颜色 119
- 7.2.4 视觉装饰元素 119
- 7.3 设计中的层次结构 122
- 7.4 小结 124

## 第四部分 色彩

### 第8章 色彩学 126

- 8.1 色彩是什么 127
- 8.2 眼睛的骗局 128
  - 8.2.1 同色异谱 128
  - 8.2.2 色彩恒常性 128
  - 8.2.3 残留影像 129
- 8.3 视觉系统的工作机制 130
  - 8.3.1 视锥细胞 130
  - 8.3.2 三基色原理和对抗色觉理论 131
  - 8.3.3 主波长组合和色轮 132
  - 8.3.4 色盲 133
- 8.4 定义颜色 134
  - 8.4.1 蒙赛尔色卡 135
  - 8.4.2 色相、饱和度和亮度 136
  - 8.4.3 Lab色彩模型 136
- 8.5 颜色模型和数据驱动图形 137
  - 8.5.1 颜色和定性数据 137
  - 8.5.2 颜色和定量数据 138
  - 8.5.3 连续调色板与离散调色板 141
- 8.6 十六进制颜色的思考：理解Web中的颜色 141
  - 8.6.1 理解RGB 142
  - 8.6.2 RGB的十六进制表示法 144
  - 8.6.3 神游十六进制“立方体” 144
  - 8.6.4 未来：HSL 147
- 8.7 色彩模型实践：为什么名片色彩和网站色彩(永远)不相配 148
  - 8.7.1 RGB显示与CMYK彩色印刷的不同 148
  - 8.7.2 色域 149
  - 8.7.3 跨媒体设计和色彩管理 150
- 8.8 小结 153

### 第9章 色彩理论 154

- 9.1 对色彩的反应贯穿整个人类历史 154
- 9.2 色彩反应和人类生物学 155
- 9.3 红色的魔力：为什么你根本赢不了“Target挑战” 155

- 9.3.1 红色对大脑的影响 156
- 9.3.2 前额叶皮层与理性思考 156
- 9.3.3 袭击前额叶皮层 157
- 9.3.4 前额叶皮层与决策 158
- 9.3.5 色彩和情境 158
- 9.3.6 这对你意味着什么 159
- 9.4 其他颜色的研究 159
- 9.5 颜色和文化 160
- 9.6 配色和色轮 161
- 9.7 选色和Web设计约定 162
  - 9.7.1 背景 162
  - 9.7.2 图像与文本 163
  - 9.7.3 强调色 165
- 9.8 颜色的相互作用：为什么莫奈从不使用黑色 166
  - 9.8.1 印象派画家：色彩大师 166
  - 9.8.2 色彩理论：印象派的发现 167
  - 9.8.3 莫奈的用色技法 170
  - 9.8.4 像莫奈那样用色 171
- 9.9 配色方案 173
  - 9.9.1 单一配色方案 173
  - 9.9.2 相似配色方案 174
  - 9.9.3 互补配色方案 175
  - 9.9.4 分散互补配色方案 177
  - 9.9.5 三色系配色方案 178
  - 9.9.6 四色系配色方案 180
  - 9.9.7 任意配色方案 181
- 9.10 用颜色营造气氛 182
  - 9.10.1 神秘或独特 182
  - 9.10.2 活泼动感 183
  - 9.10.3 柔和安静 184
  - 9.10.4 自然清新 185
- 9.11 设计调色板和配色方案的工具 186
- 9.12 小结 188

## 附录

### 附录A 字体的选择和搭配 190

- A.1 字体分类 191
  - A.1.1 衬线字体 192
  - A.1.2 非衬线字体 193
  - A.1.3 展示字体 193
- A.2 观察字母结构：骨架的样式 194

- A.2.1 人文主义字体 194
- A.2.2 几何字体 194
- A.2.3 现实主义字体 195
- A.3 字体配对 195
  - A.3.1 法则 195
  - A.3.2 例外情况 196
  - A.3.3 为什么有些字体搭配效果良好 197
  - A.3.4 终极技巧：相信字体设计师的选择 201
- A.4 常用字体 201

## 附录B 排版规范 204

- B.1 不要篡改字体 204
  - B.1.1 仿粗体 205
  - B.1.2 仿斜体 205
  - B.1.3 仿小型大写字母 206
  - B.1.4 拉伸字体 207
  - B.1.5 勾勒字体轮廓 208
  - B.1.6 带图片或者纹理的字体 208
- B.2 正文设置 209
  - B.2.1 显示段落间的变化 209
  - B.2.2 避免等距调整 211
  - B.2.3 避免寡行和孤行 211
- B.3 注重排版细节 212
  - B.3.1 并非所有的引号都是相同的 212
  - B.3.2 大胆地使用破折号 212
  - B.3.3 句点后面使用一个空格，不是一对 213
  - B.3.4 使用连笔将字母连在一起 213

[显示全部信息](#)

## 媒体评论

“ Kadavy的书通俗易懂，理论联系实际，效果非常好。 ” ——Brad Feld，TechStars的联合创始人，《他山之石》作者

“ 架构清晰，内容精彩，涉猎广泛。 ” ——Vitaly Friedman，Smashing Magazine



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.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)