

你就是 极客！

软件开发人员生存指南

BeingGeek

The Software Developer's Career Handbook



Michael Lopp 著
何逸勤 卞斌 译

O'REILLY®

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

TURING

你就是极客！ 软件开发人员生存指南

Being Geek: The Software Developer's Career Handbook

[美] Michael Lopp 著
何逸勤 卞斌 译

O'REILLY®

Beijing • Cambridge • Farnham • Köln • Sebastopol • Tokyo

O'Reilly Media, Inc. 授权人民邮电出版社出版

人 民 邮 电 出 版 社
北 京

图书在版编目(CIP)数据

你就是极客! 软件开发人员生存指南 / (美) 罗普 (Lopp, M.) 著; 何逸勤, 卞斌译. — 北京: 人民邮电出版社, 2012. 1

书名原文: Being Geek: The Software Developer's Career Handbook

ISBN 978-7-115-26591-3

I. ①你… II. ①罗… ②何… ③卞… III. ①软件开发—工程技术人员—职业选择 IV. ①TP311.52
②C913.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第209668号

内 容 提 要

本书是一本软件工程师的职场指南, 以虚构的人物和情景描述了极客的日常工作, 对他们常遇到的各类棘手问题给予了巧妙回答。作者以自己在苹果、网景等公司中面临的生死攸关的时刻所做的抉择为例, 总结了在硅谷摸爬滚打的经验, 旨在为软件工程师更好地规划自己的职业生涯提供帮助。

本书适合软件工程师以及所有从事技术工作的职场人士阅读。

你就是极客! 软件开发人员生存指南

-
- ◆ 著 [美] Michael Lopp
译 何逸勤 卞斌
责任编辑 傅志红
执行编辑 李 瑛 于 斯
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号
邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京铭成印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 700×1000 1/16
印张: 16.25
字数: 254千字 2012年1月第1版
印数: 1~4 000册 2012年1月北京第1次印刷
著作权合同登记号 图字: 01-2010-6568号
ISBN 978-7-115-26591-3
-

定价: 49.00元

读者服务热线: (010)51095186转604 印装质量热线: (010)67129223

反盗版热线: (010)67171154

版 权 声 明

© 2010 by O'Reilly Media, Inc.

Simplified Chinese Edition, jointly published by O'Reilly Media, Inc. and Posts & Telecom Press, 2012. Authorized translation of the English edition, 2011 O'Reilly Media, Inc., the owner of all rights to publish and sell the same.

All rights reserved including the rights of reproduction in whole or in part in any form.

英文原版由O'Reilly Media, Inc. 出版2010。

简体中文版由人民邮电出版社出版，2012。英文原版的翻译得到O'Reilly Media, Inc.的授权。此简体中文版的出版和销售得到出版权和销售权的所有者——O'Reilly Media, Inc. 的许可。

版权所有，未得书面许可，本书的任何部分和全部不得以任何形式重制。

O'Reilly Media, Inc.介绍

O'Reilly Media通过图书、在线服务、杂志、调查研究和会议等方式传播创新者的知识。自1978年开始，O'Reilly一直都是发展前沿的见证者和推动者。超级极客正在开创未来，我们关注着真正重要的技术趋势，通过放大那些“微弱的信号”来刺激社会对新科技的采用。作为技术社区中活跃的参与者，O'Reilly的发展充满着对创新的倡导、创造和发扬光大。

作为出版商，O'Reilly为软件开发人员带来革命性的“动物书”，创造了第一个商业网站（GNN），组织开放源代码峰会，以至于开源软件运动以此命名，通过创立Make杂志成为DIY革命的主要先锋，公司一如既往地用各种方式和渠道连接人们和他们所需要的信息。O'Reilly的会议和峰会聚集了超级极客和高瞻远瞩的商业领袖，共同描绘将开创新产业的革命性思想。作为技术人士获取信息的选择，O'Reilly现在还将先锋专家的知识传递给普通计算机用户。无论是通过印刷书籍、在线服务或者面授课程，每一项O'Reilly的产品都反映了公司不可动摇的信念——信息是激发创新的力量。

业界评论

“O'Reilly Radar博客有口皆碑。”

——Wired

“O'Reilly凭借一系列（真希望当初我也想到了）非凡想法建立了数百万美元的业务。”

——Business 2.0

“O'Reilly Conference是聚集关键思想领袖的绝对典范。”

——CRN

“一本O'Reilly的书就代表一个有用、有前途、需要学习的主题。”

——Irish Times

“Tim是位少有的商人，他不光放眼于最长远、最广阔的视野，并且切实地按照Yogi Berra的建议去做了：‘如果你在路上遇到岔路口，走小路（岔路）。’回顾过去，Tim似乎每一次都选择了小路，而且有几次都是一闪即逝的机会，尽管大路也不错。”

——Linux Journal



献

词



献给 Spencer 和 Claire，是你们每天提醒我一定要深切地关心其他人的价值。



本书赞誉



“Michael Lopp是我们行业的珍稀动物：使用平实语言的真诚管理者。
想知道如何在IT行业中成就自己的伟业吗？听听Lopp是怎么讲的吧。”

——John Gruber, Daring Fireball创始人

“我见过太多在技术上才华横溢而我们恨不得把他们锁起来的家伙，因为
我们知道这些家伙会在真实世界中被吞噬。本书给这些家伙提供了反击的
可能，让他们适应协作的生活，并管理好现实世界中‘令人厌烦的部分’。”

——Thomas Duff, 知名博客“Duffbert”博主

“对所有极客和需要极客去完成不可能的任务的人们而言，本书必读。”

——Gina Bianchini, Ning.com创始人

“极客应该接管地球。Michael Lopp揭示了一代独行侠的灵魂。”

——Jim Coudal, Coudal Partners创始人

“Michael Lopp有个大胆的想法是所有极客都需要听听的：不可预知性
是我们的朋友，而不是敌人。对想要学会驾驭不可预知的职业发展关键时刻
的读者而言，本书是不容错过的。这将使我们多做尝试，学习到更多，挑战
自己的极限，并最终取得壮丽的成就。”

——Jane McGonigal, 未来研究所游戏研发部总监

前言

我是极客 (geek)，可能也是电脑虫 (nerd)，但不是呆瓜 (dork)。^①

我面对这些名称已经有相当长的时间，看着它们从粗暴评价变成了荣誉勋章和正面标签。然而，即使公共关系和社会地位已经得到大幅的提升，我们在日常生活中仍然被归入缺乏社交技能、带有怪异的控制倾向和无法满足的信息欲望的一类人。

另外，我们给自己贴上的标签，甚至还没有明确的定义。

本书的部分内容最初发表在“Rands in Repose”（静卧的兰兹）博客。很多年前，对要使用“电脑虫” (nerd) 还是“极客” (geek) 来描述我们这类人，我做了个迅速的决定。我当时正在写作一篇关于注意力缺失紊乱症状的小文章。因为绝妙的缩写是包装思想的最佳方式，所以我需要一个缩略语。

可供选择的是 N.A.D.D.（电脑虫注意力缺失紊乱症）和 G.A.D.D.（极客注意力缺失紊乱症）。全部字母都不需要卷舌的 N.A.D.D. 让我觉得稍微没那么可怕。这个迅速的决定却有着持续的影响力。从那以后，我一直只在文章中使用“电脑虫”。

电脑虫或极客的显著特征是天生爱琢磨定义的性格。这使得我最初随意选定电脑虫这个名称日后给我带来挥之不去的烦恼。电脑虫的真正定义是什么？极客呢？还有呆瓜又是什么？

当我跟编辑一起做这本书时，这种烦恼发展成极度的不便。我们讨论书名的时候，她提出 Being Geek 这个优雅而精确的名字。非常好，但也糟透了。这作为书名是完美的，问题是：我从来没有描写过极客。我是一个电脑

^① Geek意指热衷于克服某一领域内的极限挑战，往往用在计算机狂热者身上，直译“极客”已广为接受。Nerd本意是热衷于学习、变得聪明和学术化的人，常译作“书呆子”，但本书主题为IT行业，故译作“电脑虫”。Dork主要指缺少与其他人进行正常社交能力的人，译作“呆瓜”。——译者注





虫。我真的是电脑虫？

查出这些词的起源也没有多大用。geek 原意指马戏团里训斥动物的演员。nerd 的起源就体面多了，它第一次有据可考的出现是在苏斯博士 1950 年的作品《如果我管动物园》(*If I Ran the Zoo*) 中，书中的叙述者宣称他要收集到 “A Nerkle, a Nerd, and a Seersucker too”。

从那时候开始，这些词就混淆了。许多人用精巧的韦恩图描述 nerd 和 geek 的各自特征。有人觉得 geek 是比 nerd 更加沉迷于技术的，也有人强调 nerd 在社交上比较笨拙。不过，对能找到的每一个定义，都能找到另一个与其相互矛盾的。

好吧，那只能抛硬币来决定了。

好消息是 nerd 和 geek 之间缺乏明确的界定并不妨碍我们解决 dork 的问题。

dork 是个贬义词，这点是毫无疑问的，但它确实有跟 geek 和 nerd 的定义重合的地方。geek 这个词可以放在任意领域，这些领域可以跟技术毫无关系。电影极客、音乐极客，着重描述的是对某种东西的深入鉴赏力。我认为，dork 这个词是极客从自己的专业角度来称呼其他领域的极客的。例如，我是电脑极客，而其他那些电影极客就是呆瓜 (dork)。

这样清楚了吗？

重点就是各自立足点的不同，其实我们都是呆瓜。

既然让读者学会适应不确定性是本书的一个目标，那可能让大家接受极客和电脑虫之间并没有明确的区别就是一个良好的开端。虽然本书的名字是 *Being Geek*，但我可能也会涉及一些电脑虫的内容。

在我们开始之前，还有两条约定是需要注意的。

这本书的大部分内容，我出于方便都使用了“他”作为极客原型。对大量的女性极客而言，本书涉及的描述和见解也是同样适用的。

贯穿全书的叙述者是“兰兹”，这是我已经使用了十多年的笔名。“兰兹”那令人舒适的匿名状态，让我可以跟所讨论主题之间保持一定的职业距离。同样地，本书所描述的几乎所有人物和情景都是虚构的，都是为了更好地讲述故事。

故事开始了。

如何联系我们

请将对本书的评价和存在的问题通过如下地址告知出版者：

美国：

O'Reilly Media, Inc.

1005 Gravenstein Highway North

Sebastopol, CA 95472

中国：

北京市西城区西直门南大街2号成铭大厦C座807室（100035）

奥莱利技术咨询（北京）有限公司

O'Reilly的每一本书都有专属网站，你可以在那找到关于本书的相关信息，包括勘误列表、示例代码以及其他的信息。本书的网站地址是：

<http://www.oreilly.com/catalog/9780596518189/>

中文书：

<http://www.oreilly.com.cn/index.php?func=book&isbn=9787115265913>

对于本书的评论和技术性的问题，请发送电子邮件到：

bookquestions@oreilly.com

关于本书的更多信息、会议、资料中心和O'Reilly网络，请访问以下网站：

<http://www.oreilly.com/>

<http://www.oreilly.com.cn/>

Safari®在线图书

Safari
Books Online

Safari 在线图书是应需而变的数字图书馆。它能够让你非常轻松地搜索 7500 多种技术性和创新性参考书以及视频，快速地找到需要的答案。

订阅后就可以访问在线图书馆内的所有页面和视频。可以在手机或其他移动设备上阅读。还能在新书上市之前抢先阅读，也能够看到还在创作中的书稿并向作者反馈意见。复制粘贴代码示例、放入收藏夹、下载部分章节、标记关键点、做笔记甚至打印页面等有用的功能可以节省大量时间。

这本书也在其中。欲访问本书的英文版电子版，或者由 O'Reilly 等出版社出版的相关图书，请到 <http://my.safaribooksonline.com> 免费注册。



致谢

我对以下人士谨致谢忱——

Angela、David、Gregor、Ryan 和 Tony。日久见人心，你们代表了我所遇到过的最佳管理团队。

Melle Baker。你深知我对 which /that 用词不妥以及对 primal 一词钟爱有加，见证了你从各个方面让我写的文字增色的辛勤努力。

Mary Treseler。你想出了书名，向我提出了许多实质性问题，让书的质量更上一层楼。

“静卧的兰兹”的所有读者。你们的评论、关注和邮件推动我耕耘不辍。

42。你依然是生命、宇宙和一切存在的意义。





目 录



第一部分 职业生涯攻防手册

第 1 章 致胜之道	2
1.1 系统思维者	2
1.2 麻烦的“人”	3
1.3 随机应变系统	4
1.4 职业蓝图	5
1.5 瞬间的总和	6
第 2 章 三要素	7
2.1 技术方向	8
2.2 保持成长	9
2.3 交付工作	10
2.4 简化无限	12
第 3 章 工作之痒	14
3.1 那通冷电话	14
3.2 愤怒之痒	15
3.3 预警信号	15
3.3.1 投入度	15
3.3.2 神游癖	16
3.4 打消顾虑	17
3.4.1 会失去谁	17
3.4.2 可以移交工作了吗	17
3.4.3 想挠什么痒	18
3.5 绚烂夺目	18
第 4 章 心智评估	20
4.1 明查暗访你未来的工作	20
4.2 初步调整	21
4.2.1 能否沟通	21
4.2.2 继续缓和阶段	22
4.2.3 难题	22





4.2.4 该你提问了	22
4.3 收尾	23
4.3.1 长时间令人尴尬的停顿	23
4.3.2 对抗性的互动	23
4.3.3 感觉如何	23
4.3.4 具体的下一步	24
第5章 神经紧张	25
5.1 提问的类型	25
5.2 回答步骤	26
5.3 保持信心	28
第6章 开关	29
6.1 人员和安排	29
6.2 面试人员	30
6.2.1 愤怒的皮特	31
6.2.2 健谈的帕蒂	31
6.2.3 诗人	31
6.2.4 喜欢为难人的格雷格	32
6.2.5 老练的史蒂夫	32
6.2.6 沉默的鲍勃	33
6.2.7 总裁	34
6.3 新的视角	34
第7章 经营自己	35
7.1 你是一门生意	35
7.2 热身	36
7.3 一揽子估算	37
7.3.1 基本工资	38
7.3.2 头衔	38
7.3.3 签约奖金	39
7.3.4 股票	39
7.4 谈判中的角色	39
7.5 没兴趣	42

第二部分 解读管理

第8章 文化流行榜	44
8.1 90天	44
8.2 探究公司文化	45
8.3 确定文化的人	47

8.4	游戏结束	47
第9章	管理你的老板	48
9.1	评估你的老板	49
9.1.1	有一对一的面谈吗	49
9.1.2	部门会议是随意的还是事先安排的	50
9.1.3	要求状态报告吗	51
9.1.4	安排什么类型的会议	52
9.1.5	会越俎代庖吗	53
9.2	基本要素	54
9.3	及时通报	54
第10章	无能者	55
10.1	经验之谈	55
10.2	向上管理	56
10.3	信息不完整	57
10.4	当心无能者	59
10.5	一切	60
第11章	突击者	62
11.1	借口	63
11.2	表达方式	63
11.3	讲些有意义的话	65
第12章	敌人	66
12.1	管理者大变身	66
12.1.1	讯问者	66
12.1.2	排序者	67
12.1.3	随机者	67
12.1.4	启发者	68
12.1.5	敌人	68
12.2	管理这回事	69
第13章	不可能的任务	70
13.1	疯狂计划的征兆	71
13.2	赌注的大小	71
13.3	尊重的重要性	72
13.4	他想要什么	72
第14章	下意识反应	74
14.1	八分之一秒	74
14.2	下意识反应	75
14.2.1	“不”先生	75





14.2.2	蛮牛	76
14.2.3	止水	77
14.2.4	酿酒师	77
14.2.5	处理者	78
14.2.6	自责者	78
14.2.7	末世论者	79
14.2.8	放弃者	79
14.3	下意识反应的阶段	80
第 15 章	深呼吸	81
15.1	叹息	81
15.2	三场会议	83
15.3	投入“枯燥”	85
第 16 章	系统的游戏化	86
16.1	有趣的系统	86
16.1.1	发现：从困惑到控制	87
16.1.2	优化、重复、获胜：悖论和警告	87
16.1.3	成就：得到他人的肯定	89
16.1.4	游戏的规则	89
16.2	白板游戏	90
第 17 章	杀人游戏	92
17.1	危机四伏	92
17.2	撒谎的动机	93
17.3	并非角色扮演而是生死攸关	95
17.4	不能让杀手得逞	95
第 18 章	后巷桥牌	97
18.1	关于信任	97
18.2	后巷桥牌	98
18.2.1	会互相打趣	99
18.2.2	可以无意中获取信息	100
18.2.3	无需工作就获得工作经验	100
18.3	另一种员工会议	101
第 19 章	自己人	102
19.1	分享你的创作	104
19.2	讲故事	105
第 20 章	我们需要你	106
20.1	聘任申请的情况	107
20.2	每天在每个聘任申请上花费一小时	108



20.3	找到了他们! 我成功了	109
20.4	有意地表达需要	109
20.5	为你的事业而雇用	111
第 21 章	刺儿头悖论	113
21.1	关于大刺儿头的假设	113
21.2	团队要前进	114
21.3	刺儿头悖论	116
21.4	每个人都是一次调整	117
第 22 章	办公塘	119
22.1	“我们”这个默契的整体	119
22.2	你确定吗	120
22.2.1	性格	121
22.2.2	合适的任务	122
22.2.3	企业文化	123
22.2.4	摩擦的侦测	123
22.3	另一个工作塘	124

第三部分 日用工具箱

第 23 章	电脑虫简介	126
23.1	理解你那呆子	126
23.1.1	理解你那呆子跟电脑的关系	127
23.1.2	你那呆子有控制问题	127
23.1.3	你那呆子为自己建造了工作舱	128
23.1.4	你那呆子钟爱玩具和谜题	128
23.1.5	电脑虫其实超级可爱	129
23.1.6	你那呆子对信息有饥渴的求知欲	129
23.1.7	你那呆子的脑袋瓜里有个超级高效的关联搜索引擎	130
23.1.8	你那呆子可能是不受喜爱的人物	131
23.2	电脑虫调教进阶秘籍	131
23.2.1	将他不擅长的事情对应上他爱做的	131
23.2.2	把事情变为项目	132
23.2.3	人是世界上最有趣的内容	132
23.3	下一个亢奋点	132
第 24 章	一天的滋味	134
24.1	新的工作	134
24.2	一天的滋味	135
24.2.1	早晨整理	135



24.2.2	效率简约主义的实践	137
24.2.3	晚间整理	138
第 25 章	涓滴列表	140
25.1	涓滴的创建	141
25.2	涓滴过程	143
25.3	事先安排的即兴发挥	144
第 26 章	危机与创造性	146
26.1	事情的分类范围	146
26.1.1	危机	147
26.1.2	创造性	148
26.2	个人模型	149
第 27 章	关于工具的狂热法则	150
27.1	狂热法则	152
27.1.1	我的工具貌似简单	152
27.1.2	我的工具不受工作场所的限制	153
27.1.3	我的工具的设计目的都是免除重复动作	154
27.1.4	我的工具只做我让它们做的事情	154
27.1.5	我的工具只属于我自己	155
27.2	进化中的狂热	155
第 28 章	无为	157
28.1	重要的静止训练	157
28.2	无为	159
28.3	不要去寻找	160
第 29 章	如何才能不反胃	161
29.1	不反胃只需要两步	161
29.1.1	步骤 1: 不停地练习	162
29.1.2	步骤 2: 避免反胃	163
29.2	焦虑	165
第 30 章	大声讲出来	166
30.1	演示还是演说	166
30.2	不可原谅的错误	167
30.3	灾难	168
30.4	精简	169
30.5	演示中的停顿	171
30.6	带给听众的财富	171
第 31 章	代码、功能和真相	173
31.1	那个讨厌的三角形	174