

计算机实用软件丛书

网页

创意设计 制作与实例

余雪丽 王全民 闫志中 索晓玲 编著



人民邮电出版社



计算机实用软件丛书

网页创意设计制作与实例

余雪丽 王全民 闫志中 索晓玲 编著

人民邮电出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

网页创意设计制作与实例/余雪丽等编著. —北京: 人民邮电出版社, 1999.10
(计算机实用软件丛书)

ISBN 7-115-08134-4

I.网... II.余... III.因特网-主页-设计 IV.TP393.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 49183 号

内 容 提 要

本书从网页创意、设计入手, 介绍了制作网页必备的美术知识, 以及利用 FrontPage 98 作主页框架, 使用 HTML、DHTML、Java Script 语言增加网页的动画、声音等功能的技术。书中以实例为引导, 详细讲述了个人主页、公司主页、政府主页等典型的网页制作步骤和全过程, 书后光盘附有三个完整的网页实例, 读者可以通过实例举一反三, 快速掌握网页的制作方法。

本书适合广大的网络爱好者、计算机用户学习参考。

计算机实用软件丛书 网页创意设计制作与实例

-
- ◆ 编 著 余雪丽 王全民 闫志中 索晓玲
责任编辑 张瑞喜
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
北京朝阳展望印刷厂印刷
新华书店总店北京发行所经销
 - ◆ 开本: 787 × 1092 1/16
印张: 12
字数: 293 千字 1999 年 11 月第 1 版
印数: 6 001 - 14 000 册 2000 年 2 月北京第 2 次印刷
ISBN 7-115-08134-4/TP·1337
-

定价: 34.00 元

丛书前言

JS/52 / 25 19

随着计算机、通信和信息技术的迅速发展与广泛应用,人类正在进入信息化社会。计算机技术的应用与推广,将直接推动社会信息化的发展;而计算机技术的应用与推广,实质上取决于计算机软件的应用和推广,可以说,没有软件,就没有计算机的应用;学习、使用计算机,从根本上讲就是学习和掌握软件的使用。

为了适应当前计算机技术发展的需要,满足读者学习、使用计算机软件的需求,人民邮电出版社约请有关专家编写出版了这套“计算机实用软件丛书”。

这套丛书的特点是:普及兼顾提高,应用兼顾开发,各书独立成册形成系列,并注重其相关性,使丛书成为广大计算机应用和开发人员学习使用计算机的必备用书。

这套丛书的内容包括:程序设计语言、操作系统技术、数据库技术、软件开发技术及工具、网络技术、多媒体技术等。

在计算机技术飞速发展的今天,软件产品更新快,经常有新产品或新版本问世,因此我们不但介绍当前流行和优秀的软件,而且力求尽快把国内外最新的软件产品也介绍给读者。

我们将全心全意为读者服务,也热切期待广大读者对丛书提出宝贵意见,以进一步提高丛书的质量。让我们共同努力,为提高我国的计算机开发、应用水平做出贡献。

“计算机实用软件丛书”编委会

《计算机实用软件丛书》编委会

高级顾问： 张效祥 胡启恒

主 任： 杜朕生

副 主 任： 徐修存 李树岭 罗晓沛

特约编委： 谭浩强 陈树楷

编 委：（按姓氏笔画排序）

王亚明 毛 波 方 裕 史美林

孙家驊 刘炳文 刘德贵 吴文虎

张国锋 周山芙 周堤基 钟玉琢

柳克俊 侯炳辉 赵桂珍 聂元铭

徐国平 寇国华 戴国忠





前言

当代探索计算机对人类生存方式影响的最权威的研究机构—美国 MIT 媒体实验室的创始人尼葛洛庞帝先生曾经说过：“在信息时代每一代人都会比上一代更加数字化”。今天，人们对于 Internet 的利用和依赖程度充分印证了这位预言家的精辟分析。

目前全世界已经有数以千万计的 Internet 信息提供商，有 1.13 亿人到 Internet 网上的 WWW 世界去冲浪。个人、企业、政府在 Internet 网上建立主页、树立形象，从网上获取信息，通过 Internet/Intranet 网络得到发展和回报已成为势不可挡的趋势。

作为一本指导制作网页的书，本书力图把技术和艺术完美地结合起来，使读者通过自学，可以构思、创意、设计并制作一个有个性的、能够充分表达制作者思想的主页。

本书主要有以下特点：

第一，不仅介绍制作的技术和步骤，而且从美术基础，创意构思入手，阐述色彩搭配，页面布局，统一风格等重要问题。

第二，以实例为引导说明超文本标记语言 HTML 各个版本的特点，动态 HTML 语言的应用，扩展的超文本标记语言 XML 在制作网页中的作用。

第三，以实例为引导介绍利用 FrontPage 98 创建初级、中等水平和包括动画、声音的高级网页的过程。

第四，以典型的个人主页、公司主页、政府部门主页为例，分别阐明从创意、设计到制作出完整产品的过程，并配以实例光盘，使读者可以举一反三，完全掌握网页的制作方法。

制作主页与制作其他电子出版物类似，要有好的创意和扎实的美术功底。一般读者也应该多了解一些有关美术设计的基本知识和技巧，才能将艺术与技术较好地结合，完成较理想的作品。

本书共分四章，第一章简介网页的构成设计与创意，由索晓玲编写；第二章介绍 HTML 语言、动态 HTML 语言以及与其相配合的 Java Script、VB Script、VRML 等工具的基本知识和用法，由闫志中编写；第三章主要阐述用 FrontPage 98 制作主页的技术与技巧，由王全民编写；第

四章介绍个人、公司、政府等典型主页的创意、设计和制作过程，可作为读者学习的实例，由索晓玲、王全民编写；全书由余雪丽负责审定。

在本书的编写过程中得到了马建中、张峰、杨锡瑞、周大农、桑海宇、王海霞等同志的参与和大力支持，特此致谢。

由于时间仓促和水平所限，书中不当和谬误之处敬请各位专家和读者指正。

作者的电子信箱地址为：wangqm@tyut.edu.cn

编 者

目
录**第一章 网页的创意设计..... 1**

- 1.1 网页创意的意义、功能和目的 2
- 1.2 网页创意设计的构成要素及其作用 3
- 1.3 网页创意设计的原理和准则 5
- 1.4 网页创意的形式法则和表现手法 6
 - 1.4.1 视觉流程 6
 - 1.4.2 点、线、面 8
 - 1.4.3 形状间的组合与构成关系 9
 - 1.4.4 形状与空间关系 10
 - 1.4.5 构架与空间 11
 - 1.4.6 节奏与韵律 12
 - 1.4.7 对比、调和与统一 12
 - 1.4.8 装饰与趣味 13
 - 1.4.9 特异 13
- 1.5 网页文字设计 13
 - 1.5.1 文字设计原则 13
 - 1.5.2 文字的设计要点 14
 - 1.5.3 文字设计的形式与特征 15
 - 1.5.4 标题文字的设计 17
 - 1.5.5 文字的编排 17

第二章 HTML 语言基础及设计技巧 19

- 2.1 HTML 与 WWW 的基础知识 19
 - 2.1.1 WWW 简介 19
 - 2.1.2 HTML 简介 19
- 2.2 HTML 的基本内容 20
 - 2.2.1 HTML 文件的基本配置 20
 - 2.2.2 HTML 的基本文法 22
- 2.3 HTML 的高级技术 38
 - 2.3.1 框架 38
 - 2.3.2 FORM 42
 - 2.3.3 风格纸 52

2.3.4 Active X 控件	56
2.3.5 动态 HTML —— INTERNET 网页的动态化	60
2.4 编程和脚本制作	62
2.4.1 编程和脚本制作综述	62
2.4.2 CGI 的基本概念与工作方法	63
2.4.3 编写 CGI 脚本	66
2.4.4 Java Applet	69
2.4.5 JavaScript/Jscript	71
2.4.6 VBScript	73
2.5 VRML (虚拟现实模拟语言)	76
2.5.1 VRML 简介	77
2.5.2 VRML 的基本语法	78
2.5.3 VRML 的对象与特性	79
2.5.4 VRML 世界设计步骤	82
2.5.5 VRML2.0 的特点	84
2.5.6 VRML 资源	85
2.6 HTML 4.0	86
第三章 FrontPage 98	87
3.1 概述	88
3.1.1 FrontPage 98 的特点	88
3.1.2 FrontPage 98 的安装	89
3.1.3 FrontPage Explorer 和 FrontPage Edit	93
3.2 网页设计基础	105
3.2.1 初步设计	106
3.2.2 编辑网页	110
3.2.3 建立超级链接	118
3.2.4 上网发布	123
3.3 网页设计技术	128
3.3.1 背景与图框	128
3.3.2 表格与表单	134
3.3.3 声音、动画及电影	150
3.4 成功之路	156
3.4.1 资源的收集整理	156
3.4.2 网站的创建	157
3.4.3 网站的管理	160
3.4.4 走向成功	160
第四章 应用实例	161

4.1 主页的创作步骤	161
4.1.1 主页的准备	161
4.1.2 主页的设计	162
4.1.3 主页的制作	163
4.1.4 上网发布	164
4.2 展示个性风采——单身宿舍 HOMEPAGE 设计实例	165
4.2.1 主页制作的准备工作	165
4.2.2 主页的具体制作	169
4.2.3 主页的完善及链接	170
4.3 多快好省的产品宣传——扬克公司 HOMEPAGE 设计实例	171
4.4 形象塑造——太原理工大学 HOMEPAGE 设计实例	175
4.4.1 设计准备工作	175
4.4.2 具体制作过程	176
参考文献	181

第一章

网页的创意设计

创意是一个广泛的概念。它是满足人类更有效传达要求的有目的、有指向的一种主动思想行为。主要指表达一定主题思想和宣传概念的创造性意念、构想和点子。尤其在各种艺术形式的创作设计中,创意具有至关重要的地位,是艺术设计的核心。创意通过各种艺术表现手法的运用和各种技术手段的介入,营造出一个与表现主题相适应,为主题服务的意境。它包括表现样式、风格定位、诉求点的选择等等。这个意境不仅需要理性的介入,更需要情感的渗透、想象的调动,追求优美的效果,来达到更佳的传达效力。当创意作用于网页的设计与制作时,设计者独具匠心的意念、风格追求和对信息内容的合理布局,将信息内容的本来意义与创意设计出来的各种形象、符号、图标、字体及正文进行有意味的编排,在整个页面的视觉审美结构上达成有机融合,能够进一步增强网页的直观感染力和耐人寻味的可视性。不仅可以吸引人们驻足于您的网页,同时更能够使人在浏览具体信息内容的同时获得美的享受,从而留下深刻的印象。

网页的创意设计,既不同于一般印刷品的编排设计,亦不同于广告招贴的设计,而有其自身的特质。一般印刷品的编排设计,其创意空间是有限的。主要围绕以文字为主的传达内容,进行静态编排。其页面结构本身不含有激发联想情绪的象征意义,主要诉诸于理性。广告招贴由于其画面的色彩和形式结构的变化,主要强调的是画面本身情绪的象征意义,其信息内容的传达更多的是依赖于观众潜移默化的感悟。二者共同的特点是信息指向都较为明确而单一。相比之下,网页作为一种全新的图文信息载体有着多层的结构,并具有动态的特质,其信息指向也是多向的。所传达的内容虽

具有很强的理性特征,同时又有感性的介入。在网页的创意设计中这种感性的介入更多的是借助于“形象思维”来探索图文的点、线、面的构成。设计出能有效唤起美感,并且风格鲜明的版式编排。达意的图标、元素图表的善用,装饰的巧妙,字体的特效设计,图片及版面的动人安排,意味深长的信息字群、图片和空间等关系的设计,动画效果的插入,不仅应具有某种情绪的象征意义,同时应能增强信息内容的内涵外延,使有限的时空能够借助创意的翅膀意味隽永,使信息的传播升华到美的境界。

网页的创意设计,同其他艺术形式的创意设计一样,共同点都是设计者针对设计内容所构想的“点子”;这种点子必须要求构思到位、准确,不能影响对信息内容传达的有效性,更不能产生误导。设计者必须抓住创意的重点——视觉审美,强调对信息内容的理解设计。网页的创意设计一般应遵循以下两个方面的原则:

(1) 依据信息内容的意义和结构进行情节化、理性化的统调布局和必要的图像符号化处理。

(2) 网页的创意设计还必须重视“形象思维”的情感象征意义的传达及有别于知识性思考的形式审美结构的营造。

后者不但关系到设计者的意图和所传达信息内容是否高度融合统一,而且关系到设计者以何种风格和品味把信息传达给读者,这也是本章所要涉及的重点。

1.1 网页创意的意义、功能和目的

网页的创意设计主要体现在页面版式的编排设计上,亦称格式设计或版式设计。它的构成设计原理不仅适用于其他传统出版物中,也适用于广告、招贴、多媒体网页等领域。编排设计是平面构成原理和形式法则的综合运用,是视觉信息传达的重要手段。

网页编排是在进行设计时,针对传达的信息内容将必要的各种构成要素(文字、图形、图像、标志、图标、色彩等造型要素及标题信息菜单、信息正文、标语、单位名称内容要素)进行调和、律动、视觉导向及空白等,根据信息主题的要求予以必要的关系设计,进行视觉的关联与配置。并使这些要素和谐地出现在一个网页上,使其相辅相成,成为具有活力的有机组合,以发挥最有效的诉求效果,更好地传达信息。

成功的网页创意设计其意义在于能大大提高网页的视觉吸引力,有利于信息的有效传达,并能给人以一定的审美感受。

网页创意设计是否成功除了其内容的因素外,首先要看其在视觉上能否引人注目。经过精心设计的网页,能以其优异的视觉构成形态,具有美的韵味的设计格调与良好的印象效果,对读者产生不同一般的心理接触效果,从而提高网页的视觉吸引力,增加读者的浏览兴趣,延长读者的持续阅读耐力。

当读者对网页给予关注后,如何能明确而有效地传达就是随之而来的问题,在设计上信息主要通过直观的图形、图像、文字、概念、色彩等各种造型要素等所构成的总体的感性印象及心理感受来传达。各构成要素就是传达特定信息的载体,将这些构成要素按照视觉运动的法则精心地编排组合使它们在组合中有主有次、有轻有重、有大有小、有疏有密、有曲有

直。从而使布局新颖别致,视觉流程顺畅,形态清晰悦目,使网页所提供的信息能得到更明确而有效的传达。

网页的创意设计包括文字排列方向、字群聚散组合、字体大小风格的选择,图片的分布及色彩与空白的经营,不仅是追求网页形式的变化,更重视各视觉元素不同和形式构成能给人感情上造成不同的心理感受,并体现不同的主题。网页的平面编排设计,从狭义的概念上讲,所研究的是各种视觉元素的位置、面积、大小的排列组合和视觉流程问题,从广义上讲,它更多的是研究各种视觉元素通过搭配协调所构成的格调,强调美的韵味的设计,使读者在浏览阅读的过程中,能感受到设计者对美的追求及对信息内容的主题思想、立场倾向和风格特点的把握与理解,从而强化信息主题的有效传达。

1.2 网页创意设计的构成要素及其作用

无论是报纸、杂志、广告、招贴或是其他形式的平面广告设计都是由某些素材的取舍、安排、配置或构成而形成的。对于网页设计来说,这些素材也是创意设计的构成要素。

属于内容的构成要素:

- 网页名称(包括单位名或企业名等)
- 标题(包括信息的主标题、子标题)
- 正文(即具体信息内容)
- 标语(表达单位或企业风格观念,信息诉求定位的完整短句)
- 其他(如网页访问人次记录、时间等)

属于造型的构成要素:

- 标志(商标、徽标等图案或文字造型)
- 文字(包括单位名文字、主标题文字、子标题文字、菜单文字、信息正文文字)
- 图标(包括几何符号图标和形象图标)
- 插图(包括图形、图像、图表)
- 动画
- 背景

以上不管是属于内容还是造型的构成要素,都有各自不同的使命与作用,在信息传达中,它们不仅单独发挥着信息的诉求作用,同时在整体的构成中,能更好地发挥有力的综合传达功能。

1. 标题

标题是表达信息主题的短句,标题有主标题与子标题之分。主标题的主要功能在于吸引观众视线,表达所要传达信息的主题。子标题的功能在于补充和延展主题的意义。每一个子标题表达一定的具体信息。主标题应配置于网页的显著位置,并有利于网页的视觉流程引导。同一层的子标题在同一页面以菜单形式作为信息的索引时,其排列组合应相对集中有序,字形应规范且不宜过于粗大。而主标题字体一般采用较大的字形或作个性化的特殊设计。当打开一个子菜单,导引出信息正文,这时该子菜单标题在页面上实际具有主标题的性质,字

体或字形均可作个性化设计。

2. 标语

作为“语言的标志”,标语是具有韵味的意义完整的句子。标语不同于标题,其主要功能在于表达单位或企业的风格、理念、信息的品位格调及定位等。

标语可以放在网页的任何位置,有时可以取代标题置于网页的显著位置。

3. 正文

正文即网页信息传达的主要内容,是网页构成要素中属于文章的部分,是网页内容诉求的主体。一般以陈列的方式规范编排,占据网页的主要位置。字群集聚,字体统一,空白适度,行距视字数而定,但不宜过疏,亦不宜过密,过疏或过密均容易造成阅读时的视觉疲劳。需注意的一点是整个网页内所有信息正文的字形大小、字距、行距的宽窄应一致,否则会造成视觉流程上的不协调感。

4. 网页名称

网页名称指发布信息的单位或企业,或其他信息发布主体的名称,有时也以信息发布的主题作为网页名称。在首页上网页名称均处于较显著的位置,字体一般采用较大的字形,用活字、书写字或作独特的美术字设计,富有美感,且视认程度高,以表现独特信息风格。而在信息页面中的网页名称,则处于从属的位置,一般处于页面的上部中心视域之外。

5. 标志

标志是体现单位行业的特点或理念的图案化徽标,具有一定象征意义,代表单位企业或行业的一种抽象化形象标识。其特点是造型简洁单纯,有较强的视觉传达效果。在网页的设计中一般均与网页的发布者名称一起作综合的整体设计。

6. 插图

将所传达的信息内容赋以视觉化的造型称之为插图。包括图形、图像、图表。它在网页设计的构成要素中,是形成信息性格扩大信息含量及提高视觉注意力的重要素材。插图能极大地左右信息的传达效果,并能给人留下直观而明确的印象。在网页中,插图大都作为文字信息的一种形象化补充或趣味调节。根据信息发布的需要,插图也可作为视觉诉求的主体。

7. 图标

图标在网页上一般指那些作为导引信息路径,并具有可视化造型风格的标签或符号。它可以迅速地使人认识网页上所传达信息的关键部分及链接,以帮助浏览者发现信息。与字体一样,图标也是一个集合,其中有各种风格和主题。在网页的视觉设计中,它们一般以点的形式出现。

8. 背景

在网页中背景一般是以色彩灰度肌理、抽象连续图案等形式作为整个网页或网页局部

区域的视觉构成底纹。背景的感观效果是建立网页风格的基础。

9. 动画

网页中的动画泛指那些在单位时间里具有一定运动形态的各种造型变化及形式效果变化。动画在网页设计中已被广泛采用,并且变得越来越重要,它不仅能增添网页的视觉趣味效果,同时,也可以用来进一步突出网页和信息内容的主题和风格。

1.3 网页创意设计的原理和准则

网页的创意设计就是对各构成要素进行视觉的关联与配置,使这些要素和谐地出现在一个网页中,相辅相成。使其在构成上成为具有活力的有机组合,以发挥最佳的诉求效果,并充分发挥各构成要素的机能。同时根据视觉心理的特点,合理安排信息的视觉流程的顺序,使各构成要素保持合理的秩序性。创造一种统一的视觉美效果,吸引访问者的注意并引导他们正确而有效地浏览信息。

进行网页的创意设计,必须遵循以下几条构成原则:

(1) 内容与形式表现必须统一和具有秩序,形式表现必须服从内容要求,如在造型上各构成要素规格化的设计样式要统一。

(2) 必须考虑网页上的各构成要素之间的视觉流程,能自然而有序地达到信息诉求重点的位置,突出主题。

(3) 注意保持网页在视觉上的相对均衡感。不论是正常的均衡或是异常的均衡,均应有相应的均衡和律动感,使其在形式结构上得到正确的配置,否则会失去必要的安定感。

(4) 突出主题要素。必须在众多构成要素中突出一个清楚的主体,它应尽可能的是阅读时视线流动的起点。如果没有这个主体要素,浏览者的视线将会无所适从,或者导致视线流动偏离设计的诱导路线。此外在设计中还要以种种标示来引导阅读。当然这些引导很多是隐晦含蓄的暗示,有“从这里开始看起”的含义,逐步地诱导观众按视觉流程的设计进行视线流动。

(5) 注意网页设计中的空白处理。空白的处理对提高网页的视觉效果有极为重要的意义。所谓布局实际上就是对于空白的苦心经营,传统布局理论中的“谋篇布局”“计白守黑”,说明布局的要旨在于“计白”,也就是对空白的规划。它不仅能使网页设计流畅明快,疏密有序,布局清晰,而且在视觉上有强烈的集中效果,有利于突出诉求重点。

(6) 注重整体的对比因素,设计中各构成要素在组合时,要注意其结构形态的轻重、大小、虚实、多少等对比因素,加强视觉力度,以强化页面的整体吸引力。

(7) 在视觉上着力强调网页的诉求重点。在设计中,从大小、位置、虚实、形态上予以突出,能引起人的兴趣,从而产生愿意继续看下去的效果。

(8) 注意提高网页信息内容的视读性。设计中要注意主要信息内容易读的视觉效果。对信息文字的字体形态,大小变化及字距行间的排列及字的高度宽度作出适当的处理,使其集中紧凑,流动有序而不松散杂乱。

(9) 创造一定的韵律感。它反映在网页设计中利用有力的线条、形体及色彩形成一种

有节奏性的律动感，能引导人的视觉以一种流畅而有停顿的方式运动。既有视觉的连续性又有间歇性，使人能够抑扬起落地浏览整个网页，阅读时感到轻松而又富于韵味。

1.4 网页创意设计的形式法则和表现手法

网页所设计的信息内容，由文字、图形、色彩等造型元素所构成。为了获得最佳视觉传达功能，使网页真正成为可读性强而新颖的信息载体，必须充分研究人的视觉流向的生理和心理特点，由此确定各种视觉构成元素之间的关系及秩序。从狭义的概念讲，设计所研究的就是各种视觉造型元素的距离、位置、面积和视觉流程的问题。从广义的概念上讲，更多的是关注图形、文字等造型元素的搭配协调所构成的格调，以及通过对空白的布局，强调构图所形成的形式美感。在传统艺术中对这种形式美的领悟非常讲究，如国画中讲究的“谋篇布局”“计白守黑”等，布局就是构图中的“布白”，构图的要旨在于对空白的苦心经营。正因为有了画面中各种形态的空白，才能突出画面中所表现的主题。不同的主题形态需要有与之相适应的空白予以分隔，由此形成画面的形式美节奏和韵律。网页的设计无论从狭义的角度，还是从广义的角度，都应注重调整所涉及的一切视觉构成元素在空间中所占的比例及视觉导向。以突出设计者所表现的内容。

网页设计是一种通过视觉信息元素的“引人注目”，而实现抽象信息意义传达的，这就需要“引人注目”的设计法则。法则即规则，是客观的、不以人的意志为转移的、需要普遍遵循的。

1.4.1 视觉流程

视觉流程的形成是由人类的视觉特性所决定的。因为人眼的生理构造——晶体，只能产生一个焦点，而不能同时把视线停留在两处或两处以上的地方，只有先看什么、后看什么、再看什么依次顺序进行。

人们在阅读一种信息载体时，视线总有一种自然的流动习惯，普遍都是从左到右，由上到下，由左上方沿着弧形线向右下方流动的过程（如图 1-1 所示）。其注意值随着下移逐渐递减。在此流动线上的任何点，都会比流动线外的任何点明显。我们把这种对作品视觉顺序感受的无形流动线称为“视觉流程”。



图 1-1 视觉流向

视觉流程的运用是平面设计中广泛涉及的一个重要课题。就整个网页而言，虽然每一层之间有着交互变化的动态特征，但每一个页面本身其形式构成都是相对稳定的。这就要求在页面的设计上，能够巧妙运用视觉流程对视觉进行导向作用，对不同性质的信息作有序处

理,从而引导人们的视线按照设计意图更有效地接受信息。

心理学的研究表明,在一个平面上,上半部让人轻松和自在,下半部则让人稳定和压抑。同样,平面的左半部让人轻松和自在,右半部让人稳定和压抑。所以平面上方的视觉诉求力强于下方,左侧的视觉诉求力强于右侧(如图 1-2 所示)。这样平面在上部和中上部被称为“最佳视域”,也就是最优选的方位。在页面设计中突出的信息,如主标题或标志一般安排在这些方位上。多数报刊或书籍杂志封面的名称也安排在此方位上。

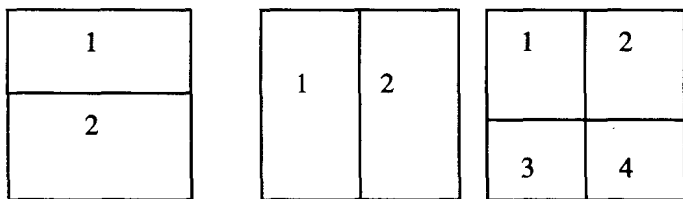


图 1-2 视觉的心理顺序

在一纵长方形版面中心线上,划出三条等距离的平行线,便在中心线上出现三个等距离的“焦点”,当人们在这三个焦点上来回移动时,便发现第一个焦点(中心线上部分处)最为引人注目(如图 1-3 所示)。这就是版面最佳的“焦点”方位,即视觉中心。而围绕这个最佳焦点,人的注意力将呈放射状地由中心向外围平缓递减,这就是版面的最佳视域区。在设计中,这一最佳视域区是用来摆放大量信息中最具说服力,最首要传达的信息,以便在视觉流程的一开始就能吸引观者的视线。当然除了位置的关系外形成视觉中心的原因还有很多,如:大面积聚集设计(包括文字、图形、色彩)容易成为视觉中心;各种对比关系强烈的图形颜色容易成为视觉中心。三个以上图形中的特异形和完整形也容易成为视觉中心等。

视觉中心是一种感觉而非数学公式,只要符合人们认识过程的心理顺序和思维发展的逻辑顺序,就可以灵活多变地运用。通过各种巧妙设计,又可以自行改变其视线流向。如平行线可使视线左右流动;垂直线可使视线上下流动;倾斜线可使视线不稳定流动(如图 1-4 所示)。当相同或相近的基本形状重复以相同方向组合设计时,视觉流程会统一有序地按节奏流动。若在一行标题或图形上添加一至两根线或色块,此标题或图形会醒目,视觉流程便加速。

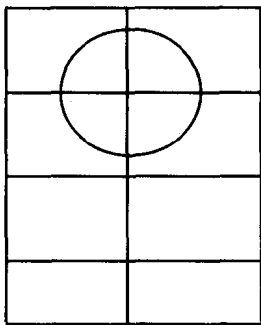


图 1-3 最佳视域