

LAYOUT DESIGN

好的版面会架起沟通的桥梁

本书通过2000份精选报版案例，全面提升读者构版境界

C R E A T I V E

品创意

版式视觉设计

— 灵感分享 —

庄跃辉 庄 正 庄舒敏 舒妙飞◎编著

版式设计原理与报版设计应用的完美融合
2000份不同报版案例的逐一分析与点评
点、线、面等设计要素的系统解读
形、色、体、动势等视觉元素的深入探究
色彩、结构、布局与创新设计的精彩描述
强调细节处理与技巧的应用

蔡 雯

中国人民大学新闻学院教授、博士生导师

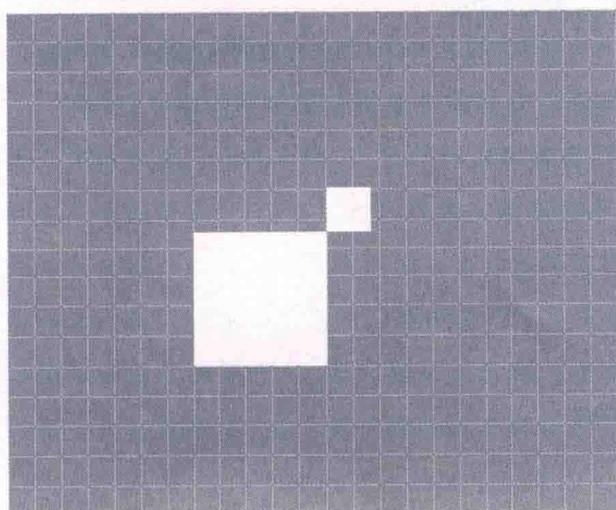
胡线勤

中国报业杂志社社长兼总编辑、中国报业协会副秘书长

专家推荐



清华大学出版社

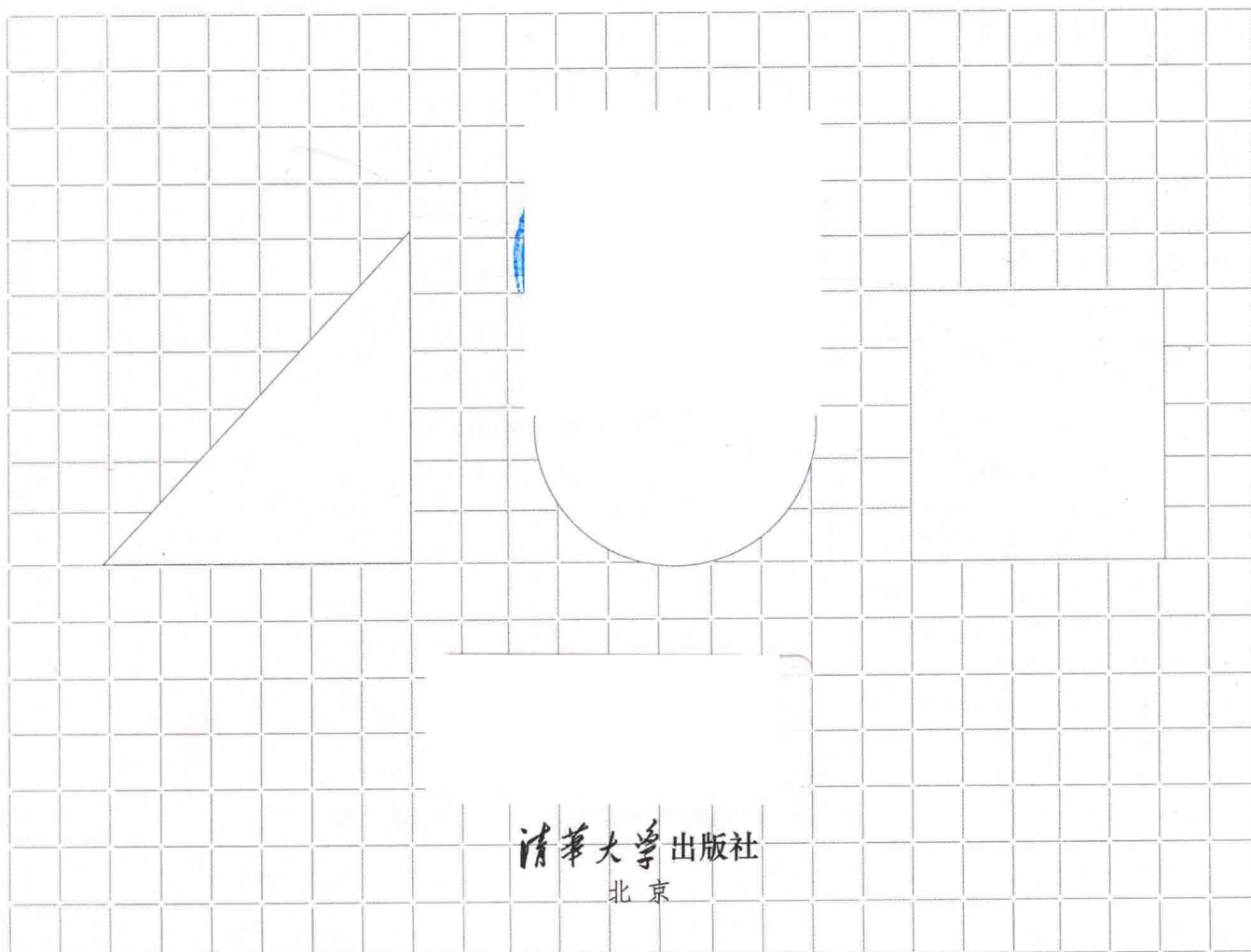


品创意

版式视觉设计

— 灵感分享 —

庄跃辉 庄 正 庄舒敏 舒妙飞◎编著



清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

这是一本系统研究报纸版式设计的先河之作。本书充分将平面设计理论融入报纸的版式设计之中,通过对近 2000 份不同报纸版式案例的逐一分析点评,系统讲述了点、线、面等设计要素的特点,进而延伸到形、色、体、动势等视觉研究,突出报纸版面的色彩、结构、布局与创新设计,重视标题与版面配称的创新效果,强调细节处理与技巧应用,画龙点睛、深入浅出,既有助于读者阅读和理解内容,又能给读者以赏心悦目的艺术享受。

本书作为检验平面设计图文效果标准的速查手册,同时也可作为高等院校艺术设计相关专业的辅助用书,是报纸版式视觉艺术设计领域专业设计人员和平面设计人员的良师益友。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

品创意·版式视觉设计灵感分享 / 庄跃辉等编著. —北京:清华大学出版社, 2017
ISBN 978-7-302-47633-7

I. ①品… II. ①庄… III. ①版式—设计 IV. ①TS881

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 154317 号

责任编辑:杨如林

封面设计:杨玉兰

责任校对:胡伟民

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

邮 编:100084

社总机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:210mm×285mm

印 张:19

字 数:930 千字

版 次:2017 年 11 月第 1 版

印 次:2017 年 11 月第 1 次印刷

印 数:1~3500

定 价:99.00 元

产品编号:051825-01

序 一

●蔡雯

有同行专家引荐庄跃辉先生主编的这部版式设计专著给我,并且介绍说作者并非专业出身,只因进入报刊排版印刷行业几十年,热爱此行进而收集了大量的版面资料,精心钻研,终成专家,不但出书、讲课,还创办了中国报刊设计网。对此,我着实颇感惊奇,欣然允诺拜读书稿并作此序。

版式设计工作中的视觉创新一直是新闻传播界的重要议题。从20世纪90年代中期开始,各地的新闻学刊就不断以版面变革为热门话题进行了相关的报道和研讨。版式设计的视觉创新也是我国新闻业务改革最早获得的成果之一,因为相对于新闻内容和新闻体制改革,属于形式范畴的版面变革风险要小得多,政策上也宽松得多,加上电子排版技术和彩色印刷技术在20世纪的最后十年迅速普及,这一领域取得的成果引人瞩目,这本书中所展示的数千个版面实例即是证明。

今天,面对新媒体的挑战,报业集团都在探索以媒体融合来实现战略转型的道路。在这样一个特殊的时期,研究版式设计不仅对办好报纸非常重要,还对报社发挥自己在新闻生产领域中的资源优势,实现品牌拓展具有深远的意义。在媒体融合的视野下讨论版式设计,需要超越过去的层面,不应该只将其作为形式范畴的变革来看待,因为在传播手段与表现形式方面,网络传播的丰富性、便利性、趣味性远非平面媒体所能比。因此,报纸在视觉设计方面的突破,最值得我们关注的其实不是设计艺术本身,而是通过设计实现媒体功能的扩展和品质的提升。最值得我们研究的是报纸版面变革的内在规律性,特别是从版面变革中发现报纸这种传统媒体的核心竞争力所在,这样才能够为报社从单一的纸媒生产模式向全媒体化的内容及产品生产模式转变提供更有价值的借鉴,帮助报社超越传统的“办报”思路,开拓新的发展空间。

报纸版式设计在新的媒体格局中,应该站到一个新的起点上,超越仅仅追求美观、新颖、时尚以及带给读者愉悦感这些报业内部相互竞争的指标,而为报社在全媒体化的竞争中重新认识和确立自己的社会角色、扩大社会影响力真正发挥作用。我认为,版面的视觉创新应该树立两个新的目标:一是以合理的设计使报纸在信息冗余时代承担起“信息管家”的角色;二是以巧妙的设计强化大众媒体在众声喧哗中的议题设置与舆论引导能力。版面编辑对一切版面元素和设计技巧的运用,都应该是在此目标之下的理性作为,而非为设计而设计,为创新而创新。

为何要以“信息管家”的角色定义报纸和看待版式?因为互联网的诞生使人们获取新闻信息的渠道骤然剧增,各种传统的大众媒体和与日俱增的新型媒体,时时刻刻在生产 and 传播着各种各样的新闻与资讯,信息大量冗余而时间紧迫,是这个时代人们普遍的感受。比如,门户网站的海量内容令人兴奋更令人感觉迷茫;搜索引擎一度带给人们希望,但大家最终发现通过关键词“拉取”出来的内容其实是杂乱无章而且相互重复的,进一步地梳理和鉴别依然需要大量的时间;博客、微博让大家能够建立个人的信息站点,通过自己设定的“圈子”来进行信息交流,但事实也证明,这个“圈子”带给我们的信息依然有大量的冗余和重复,虽然它拓展了新闻的来源渠道,但依然不能算是一个理想的“信息管家”。虽然我们可以继续期待技术带给我们新的惊喜,然而,至少在今天,“信息管家”这个角色还是要由专业团队创办的大众媒体来扮演。

相比网络媒体,报纸版面容量有限,新闻传播时效性差。但这种劣势恰恰可以转化为优势。比如,在有

限的版面容量中,如果提供给读者的内容是最合乎他们需要的,并且有一个价值排序合理而且美观新颖的展示,那就能够以少胜多,帮助读者以最低的时间成本获取最多的有用信息;再如,在时效相对滞后的情况下,如果对新闻有更深入的挖掘,并且能够充分、独到而精美地展示大家最感兴趣的细节,那就可以后发制人,让读者在接触了其他媒体之后依然愿意看报,因为报纸的版面能够让读者感受到网络 and 手机没能给予他们的感觉。

做“信息管家”,对于谋求向全媒体转型的报社来说也是一种可持续发展的战略选择,这个理念赋予新闻编辑部以新的角色定位。在多种媒体融合的新闻编辑部中,记者、编辑的主要职能已经不只是采集新闻,更重要的是对浩如烟海的新闻和信息进行筛选和重新组合,使这些杂乱的信息呈现出相互的联系和深刻意义,并使其转化为知识。新闻从业者的工作也因此某种意义上成为知识生产与管理工作。

当然,“信息管家”的职责首先在于能够提供丰富的、权威的、贴心的内容,但不可忽略的是,内容的传播离不开版面的视觉设计。与其他媒体终端相比,报纸版面面积最大,能够将多种版面元素综合运用于一个平面上,而且因为平面媒体的容量有限,必须精编,因此,文字、图片、色彩、线条、留白等等共同构成了新闻的全部编码。编辑的视觉设计水平越高,版面元素之间的内在联系就会越强,对主题的表现也越有整体性和艺术性。如果把报纸的内容移植到新媒体上,除了那些能完整保留版面全貌的数字报纸,其他形态都有可能因为页面限制或者介质差异而不能保存所有的版面元素,这样,新闻的意义很可能就会丢失一部分,传播效果大打折扣。即便是数字报纸,也会因为电脑显示屏的限制,无法给读者以纸质版面的整体感受和阅读快感。我在编辑课上就发现学生们在阅读数字报纸时并不能把握报纸版面的奥妙,他们甚至无法分辨大报、小报、瘦报等的版面差异,更难以理解报型和版心大小对于新闻设计的影响。

充当“信息管家”的报纸,在版面的视觉设计方面应该遵循这样一些原则:

第一,对新闻信息进行比以往更严格的挑选和更细致的梳理,根据读者的需求和品味确定稿件的地位及其相互之间的联系。版面设计应以稿件的有序排列与最佳组合来帮助读者加快阅读速度、降低时间成本、增强浏览乐趣。

第二,突出对读者最有价值的内容。在新媒体时代,报纸的优劣已经不在于稿件的数量有多少,而在于内容质量有多高。因此,要用最充分的版面空间展示最值得关注的內容,重要新闻做深做透,做细做精,做出独家的视角和风格。报纸的优势不再是办“信息超市”,而是办特色精品店。版面寸土寸金,好钢必须用在刀刃上。

第三,版面元素的运用更加需要创造性,要力争使新闻内容与表现形式有机地结合为一体。报纸编辑对版面语言的灵活运用作为新闻生产的一个核心环节,实际上是使视觉设计与思想和内容在某种情况下画上了等号。优秀的视觉设计不仅能够更好地表现思想和内容,实际上它本身也是思想和内容的一部分。

为何要以巧妙的设计强化大众媒体在众声喧哗中的议题设置与舆论引导能力?因为媒体技术的发展让每个人都能随时随地通过微博、网络社区等发布新闻、发表意见,传统媒体开始被边缘化,有些甚至被网络和自媒体牵着鼻子走,逐渐丧失了自身价值和社会影响力。而事实上,越是人人都有麦克风,越是需要有能够登高望远、引领舆论的责任媒体。因为通过各种社会化媒体自由发布的信息往往是真假混杂的、碎片化的,各种意见表达也主要是从表达者本人的立场、角度和利益出发的,包括政务微博这样的机构媒体,也同样是站在本单位的立场上说话的。那么,谁在众说纷纭中调查内幕、揭示真相?谁在社会矛盾和利益冲突中主持公正、仗义执言?社会发展到今天,其实依然需要甚至更加需要能够代表公众利益的大众媒体来继续担当“社会守望者”这个重要角色,通过客观、公正、平衡的报道维护社会正义,并促成社会各方的沟通和共识。

这样的责任媒体还是需要由专业化的媒体组织来承办。而比较之下,有着最悠久的新闻传播历史的报纸具有其他媒体组织所不具备的一些优势,如新闻人才资源优势、信息资源优势 and 媒体品牌资源优势等。在报业转型的新时期,报社应该充分利用自己的资源优势来担当这样的社会责任。而要做到这一点,也对版面编辑的视觉设计水平提出了更高的要求。

众所周知,报纸版面是新闻内容整体编排布局的产物。整体性和结构性是版面编辑区别于单稿编辑的地方,也是版面设计应该强调的主旨。但是,我国报纸版面设计有强调版面“美化”的传统,所有的版面元素过去都被看作是“美化版面”的工具和手段,甚至连新闻图片在早期也只被看作是装饰版面的工具。这些传统观念至今还在影响着我国报纸版面的设计,今天我们在不少报纸上仍然能看到为了搭配文字稿件而采用的与新闻内容毫无关系的图片,以及对表现新闻主题毫无作用且妨碍阅读的彩色底衬。更严重的是,有些版面设计盲目追求感官刺激,对版面元素使用失当,表现形式与新闻内容极不相称,比如将新闻价值和技术质量都不高的照片处理得过大,将不重要的新闻标题做得比报纸名称还大,造成了哗众取宠的“泡沫版面”。这样的版面设计根本不可能使报纸成为重要议程的设置者,也不可能产生引导舆论的效果,有时甚至起了副作用。

所以,版面编辑的视觉设计不能为形式而形式,而要立足于版面整体来赋予报纸解读新闻内容、启示读者思考的效力。对于有价值的新闻,编辑要以恰当的设计技术与表现方法揭示其深层的意义和影响,不仅要新闻的相关要素进行形象化解释,还要对与新闻相关的知识进行形象化传播,让读者在最节省时间成本的情况下,获得最丰富的信息。优秀的版式设计能够很好地展现事实,还能以视觉设计表达编辑部对同类事实要素的比较、研究和价值判断,实际上表现出版面编辑对内容的意义建构。所以有西方学者认为:“媒体的设计反映了一种看世界的方法”“版面设计的标准已经从传统的新闻范畴转向了各种方法的综合运用”。

值得注意的是,优秀的版面设计是编辑策划的产物,而且往往是由多位记者、编辑合作完成的,如负责文字撰写的记者、负责数据统计的记者、负责制图的编辑和一位协助制图的编辑等。而视觉传播力的源头无疑是编辑的思想和创意。

今天,新技术与新媒体改变了新闻传播的机制和格局,公众的力量在新闻传播活动中得到突显,这为编辑更好地开发和利用社会资源创造了条件。版面视觉设计不仅需要编辑自己的智慧,还需要充分开发社会资源的潜在能量,积极有效地整合各方面的资源。而以视觉创新为重点的报纸改版,最值得思考的也正是如何通过视觉设计使大众媒体的功能重新得到确立,这将对报社在全媒体转型中保持核心竞争力具有重要启示。

基于上述思考,我认为这本书将版式设计的基本原理和操作技巧以图文并茂的形式加以梳理并讲述出来,非常通俗、生动、简洁明了,对于版式编辑及初学者、版面设计爱好者来说是有启示意义的。虽然有些地方的表述严谨性以及相佐证版面的代表性还有进一步完善的空间,但编著者为此所花费的心血和精力确实令人感动和尊敬。

2014年11月于北京市世纪城晴雪园

(作者为中国人民大学新闻学院教授、博士生导师)

序 二

在融合中分享视觉灵感

胡线勤

在一次全国报业融合发展高峰论坛上,结识了庄跃辉,第一印象他是一个憨厚老实的南方人,当他把主编的《品创意·版式视觉设计灵感分享》书稿送来要我写序时,我才进一步认识到,庄跃辉同志对传媒颇有研究,对版式设计情有独钟。翻着厚厚的书稿,作为一名从事报业多年的老新闻工作者,激动之余,谈不上为其大作写序,只能写点粗浅的学习体会,以示对编者劳动成果的敬重,与读者分享感受的荣幸。

媒体融合发展由相加到相融,过渡到合而为一,是大趋势。媒体传播内容为主是不变的法则,而版式的制作则是内容具体表现形式之一,其版式如何变化,涵盖着新闻学、社会学、哲学、政治经济学、美学等诸多科学领域,可以肯定,版式的设计制作在新闻传播中起着至关重要的作用,是新闻要素有序传达的主观彰显。难能可贵的是,编者花费大量人力物力,搜集整理海量报刊杂志版面,去粗取精,筛选了 2000 份不同报纸版式进行科学点评,根据视觉心理学、人体工程学、系统论等原理,科学分析论述,总结梳理出普遍和特殊设计制作规律,让人耳目一新。

传统报刊受互联网、移动媒体的冲击,其传播表现形式亟待创新发展。当今时代,媒介传播形式多样化、快捷化,使新闻信息严重过剩,而受众的阅读力有限,正规媒体大量的信息输入并非能提高受众的新闻观感。版式设计是为了与读者交流,为了传达信息。通过版式设计获取读者的注意力,也是吸引读者注意的第一道防线,从传播角度来看,版式设计的好坏直接影响读者的阅读兴趣、阅读质量和传播效果。具有新闻专业素养的媒体人,深入采编、精心制作的新闻信息更具阅读价值,提升了报刊的品牌形象和营销效果。比如,书中多次列举交通事故中警方应急处理的报道,媒体邀请专家学者对此事进行客观分析,从不同角度、不同维度深层探讨现象背后的原因,为读者带来的并非表面的陈述而是深刻的思考。从新闻时效性方面,报纸在传播速度上不及网络媒体,但新闻内容上的深度,角度上的多样,再配以丰富多彩的版式设计,就可以为读者打造一份“视觉盛宴”。毫无疑问,版式设计成为报刊应对市场竞争的重要一环。

本书编者着重围绕报刊版式基本构成和形式美两方面,重点阐述版式设计原理,说明版式设计者要充分利用点、线、面三个元素的组合变换,通过点的空间排列,线的粗细曲直变化,面的虚实与面积对比,以及点线面的综合处理,构建报刊、书籍版面的视觉形象,达到最佳传播效果。本书以 2000 余份报纸版式为案例,说理充分、逻辑清晰、图文并茂。比如讲解线的魅力时,从线条对于人的直观感受入手,分析在使用过程中需要考虑的因素以及线的张力所在。该书涉及的理论知识均有相应真实范例加以展示,不仅加深了读者对于编者专业功底的认识,更能从中学习知识,便于在今后工作中灵活运用。编者在书中呈现版式设计原理时深入浅出,从定义到种类再到效果,事无巨细,将读者过去遇到的、现在面临的和将来也许会碰到的情况都有所涵盖,不失有先见之明。

传媒版式设计万变不离其宗。本文重点编写报纸平面媒体设计技巧,其设计理念、主题表达、视觉构图、色彩搭配等与新媒体制作基本一致,对网站、两微一端、H5 等媒体人也有一定的参考价值。最后真诚感谢庄跃辉等编者对中国报业版式设计、研究所做出的突出贡献。

2017 年 6 月 23 日于北京

(作者系中国报业杂志社社长兼总编辑、中国报业协会副秘书长)

前言

在当今全媒体时代,人们获取信息的渠道、方式等都发生了深刻变化,信息的来源也打破了时空的局限。纸质媒体作为一种传统传播媒介,该如何去积极应对这些变化?

一个重要的方面,是要力求版面设计的创新求变,起到让读者眼前一亮的效果,从而产生阅读的兴趣。这就要求在版面设计上做到四个“精”:创意精到,设计精心,布局精细,呈现精彩。

报纸编排从传统语言艺术进入到视觉艺术时代,其供人们摄受的美感绝不会是单一枯燥的。文字是人脑对自然与社会带有感情色彩的反映,其不仅具有表达意义、传递信息的功能,还具有形式要素的功能。文字本身就是非常基本的图形元素,而依照版式结构的不同,它们群化后的视觉效果也大不一样。再者,文字的不同字体与字号、字与字之间的大小、行间距等,与传达报纸内容的主旨要求息息相关。而图形则能配以文字来更好地反映主题,给人一定的视觉美感,更具形象性和艺术性的享受。

《品创意·版式视觉设计灵感分享》一书通过对视觉元素、形式美法则的深入研究,在版式设计中把握好视觉元素、图形和文字的编排,能产生自由灵活、融会贯通、前后呼应的效果,体现了富有文化意蕴和强烈的视觉享受的整体美。

本书采用基础知识+示例分析的方法,全面讲解了版式编排过程中不同原理的应用方法,分析报刊宣传媒介在版式中的应用技巧。书中采用示例去丰富读者的鉴赏阅历,拓展读者对版式的设计思维,以期锻炼读者考虑问题的角度、分析与设计的能力,更好地将书中的知识灵活地运用于实际工作中,使设计思维更加具有开放性。本书以约 2000 份独具匠心的报纸版式为例,系统地讲述了版面构成的方法和技巧,深入地阐述了点、线、面的精髓和奥秘,并在各实例版式中融入了编者对版式艺术的深刻思考,具有很强的实践性和指导性。本书可以帮助初涉版面设计的读者较快掌握专业版面设计技能,同时也能有效提升专业版面设计者的设计构版境界。本书若能帮助报纸编排和编辑设计工作者有效解决版面难题,激发更多的设计灵感,那么我们将倍感欣慰并深感荣幸。

本书由庄跃辉、庄正、庄舒敏、舒妙飞撰写文稿,参加本书编写工作的还有陈萍、刁玉全、郁爱定、舒林、韩红萍等共同作者。此外,舒妙飞还对本书正文排版和设计作了研究。为进一步传播版式视觉艺术设计知识,本书作者同时创办了中国报刊设计网(网址为 www.cnbsj.com)。为回馈广大读者的厚爱,附送按目录顺序编排的书中的所有图片,可通过扫描微信二维码查看。凡购买本书的读者均可免费获得中国报刊设计网提供的三年增值服务。



编者

2017年9月16日

目 录

第 1 章 版式设计基础

1.1 了解版式设计	2	1.2.4.1 文字	7
1.1.1 版式设计	2	1.2.4.2 图形	7
1.1.1.1 版式设计的目的	2	1.2.4.3 色彩	8
1.1.1.2 版式设计的基本构图	2	1.3 版面构成的四大原则	8
1.1.1.3 为什么要进行版式设计	2	1.3.1 主题性与单一性	8
1.1.2 版式设计的作用	3	1.3.1.1 主题鲜明突出	8
1.1.2.1 视觉传达的一种重要形式	3	1.3.1.2 构图主题鲜明突出	8
1.1.2.2 完美的视觉传达依赖版式设计	3	1.3.1.3 凸显版面的视觉亮点	9
1.1.2.3 技术与艺术结合	3	1.3.1.4 突出个性化特征的原则	9
1.1.3 版式设计的三个基本原则	3	1.3.2 趣味性 with 独创性	9
1.1.3.1 直观	4	1.3.2.1 独创性原则实质上是突出个性化	9
1.1.3.2 易读	4	1.3.2.2 个性亦即风格	9
1.1.3.3 美观	4	1.3.2.3 版式设计中的趣味性	9
1.2 版式设计的功能与构成要素	4	1.3.2.4 严肃的话题在版式上童趣化	9
1.2.1 导读功能	4	1.3.3 整体性与协调性	9
1.2.1.1 希望能顺畅地阅读	4	1.3.3.1 强化整体布局	10
1.2.1.2 希望能有效率地阅读	5	1.3.3.2 整体结构组织和方向视觉秩序	10
1.2.1.3 希望能够受到某种刺激地阅读	5	1.3.3.3 优化版面的整体性	10
1.2.1.4 希望从信息中有所收获地阅读	5	1.3.3.4 版面的协调性原则	10
1.2.2 导向功能	5	1.3.3.5 版面构图是组织安排布局	10
1.2.2.1 鲜明主题的诱导力	5	1.3.4 艺术性与装饰性	11
1.2.2.2 版式设计的标题导向	6	1.3.4.1 不同的装饰形式	11
1.2.2.3 布局空间的导向	6	1.3.4.2 装饰由审美特征所构造	11
1.2.2.4 选题的导向	6	1.3.4.3 版面的装饰艺术	11
1.2.3 标志功能	6	1.3.4.4 赋予版面以立体的景深	11
1.2.3.1 如何把握整体设计	6	1.3.4.5 版面装饰形式的多样化	11
1.2.3.2 思维观念影响视觉表现	7	1.3.4.6 艺术表现形式的运用	12
1.2.3.3 空间的平衡与紧张感	7	1.4 版面语言	12
1.2.4 版式设计的三大视觉要素	7	1.4.1 版面空间	12

1.4.1.1 避免产生诱眠效果	12	1.5.7.5 加减	21
1.4.1.2 控制设计的技法——“简约”	12	1.5.7.6 调整	21
1.4.2 编排手段	12	1.5.8 报纸的局部设计	21
1.4.2.1 构思新颖,主题鲜明突出	13	1.5.8.1 设计的操作过程	21
1.4.2.2 重要的主体成为视觉中心	13	1.5.8.2 局部版面设计的核心——传播力	21
1.4.2.3 多种信息组合成块状	13	1.6 报纸版式设计的风格	21
1.4.2.4 突出主体,侧重于图形元素创作	13	1.6.1 报纸风格特色的设定	22
1.4.3 版面布局结构	13	1.6.1.1 《人民日报》的版式风格	22
1.4.3.1 版式设计的基本步骤	14	1.6.1.2 《南方日报》的版式风格	22
1.4.3.2 如何让技巧与审美起作用	14	1.6.1.3 《苏州日报》的版式风格	22
1.4.3.3 梳理文字脉络,明朗结构关系	14	1.6.1.4 《广州日报》的版式风格	22
1.4.3.4 初学者应尽可能少用设计元素	14	1.6.2 “浓眉大眼”的版式	22
1.5 报纸版式设计基础	14	1.6.2.1 大标题、大图片	23
1.5.1 了解报纸	14	1.6.2.2 《北京青年报》的版式风格	23
1.5.1.1 信息的不灭性	15	1.6.3 传统版式和现代版式的类型	23
1.5.1.2 信息的时效性	15	1.6.3.1 《京华时报》的版式风格	23
1.5.1.3 报纸作为定期连续出版物的特点	15	1.6.3.2 《南方都市报》的版式风格	23
1.5.1.4 报纸的读者对象	15	1.6.3.3 《华西都市报》的版式风格	24
1.5.1.5 报纸的水准	15	1.6.3.4 《羊城晚报》的版式风格	24
1.5.2 报纸的类型	15	1.6.3.5 《城市晚报》的版式风格	24
1.5.2.1 按照发行数量与覆盖区域分	16	1.6.4 “杂志化”的版式	24
1.5.2.2 按照出版时间分	16	1.6.4.1 借鉴杂志封面的表现手法	24
1.5.2.3 按照内容分	16	1.6.4.2 以照片为主体的版式	25
1.5.2.4 按照出版周期分	16	1.6.4.3 以图片为主的导读方式	25
1.5.3 传播特性和受众特性	17	1.6.4.4 导读集纳化	25
1.5.3.1 报纸的保存性强	17	1.6.4.5 “导读+图片+广告”版式设计	25
1.5.3.2 受众处于专注接收状态	17	1.6.4.6 创意加时尚	25
1.5.4 报纸设计工作的特点	17	1.6.5 “太阳稿”的版式	26
1.5.4.1 报纸设计工作的内容及流程	17	1.6.5.1 处理重点与非重点稿的关系	26
1.5.4.2 报纸由视觉性符号构造	17	1.6.5.2 以编排手段增强版式强势	26
1.5.5 报纸设计思想	18	1.6.6 “眉清目秀”的版式	26
1.5.5.1 报纸设计的知识结构	18	1.6.6.1 《经济观察报》的版式风格	26
1.5.5.2 报纸设计的能力结构	18	1.6.6.2 《21 世界经济报道》的版式风格	26
1.5.5.3 报纸的整体规模和内部结构	18	1.6.6.3 《中华工商时报》的版式风格	27
1.5.6 报纸的编辑方针	19	1.6.6.4 《南方周末》的版式风格	27
1.5.6.1 报纸的读者对象	19	1.6.6.5 《新华每日电讯》的版式风格	27
1.5.6.2 新闻传播的内容	19	1.6.7 《新民晚报》的版式风格	27
1.5.6.3 报纸的水准	19	1.6.8 其他类版式	27
1.5.6.4 报纸的风格特色	19	1.6.8.1 整体表现的版式	27
1.5.7 报纸的设计方法	20	1.6.8.2 抽象的版式	28
1.5.7.1 定位	20	1.6.8.3 图形为主体的版式	28
1.5.7.2 想象	20	1.6.8.4 造型形式的版式	28
1.5.7.3 选取	20	1.6.8.5 多图片的版式	28
1.5.7.4 推敲	20		

第2章 版式设计的基本类型

2.1 骨骼型版式设计	30	2.4.5 中轴吸引型版式	35
2.1.1 标准骨骼型版式	30	2.4.6 明确主题的中轴型版式	35
2.1.2 横向骨骼版式	30	2.4.7 用中轴型版式表现动感	35
2.1.3 横向右视觉骨骼版式	30	2.4.8 用中轴型版式表现喜庆氛围	35
2.1.4 严谨的骨骼版式	30	2.5 对称型版式设计	35
2.1.5 竖向骨骼版式	30	2.5.1 垂直对称型版式	36
2.1.6 和谐的骨骼型版式	30	2.5.2 对角构图版式	36
2.1.7 高位置图片的骨骼型版式	31	2.5.2.1 右上角与左下角对称版式	36
2.1.8 条理型骨骼型版式	31	2.5.2.2 用对角型版面展现个性风采	36
2.2 满版型版式设计	31	2.5.2.3 文字或图形对角型构图	36
2.2.1 满版型构图中的文字	31	2.5.3 水平对称型版式	36
2.2.1.1 文字上下排列	31	2.6 曲线型版式设计	36
2.2.1.2 文字右排列	31	2.6.1 不规则的曲线型版式	37
2.2.1.3 文字左排列	31	2.6.2 优雅的曲线型版式	37
2.2.1.4 文字中心排列	32	2.6.3 韵律曲线型版式	37
2.2.1.5 文字组合排列	32	2.6.4 规则的曲线型版式	37
2.2.2 舒展的满版型版式	32	2.7 倾斜型版式设计	37
2.2.3 和谐的满版型版式	32	2.7.1 局部倾斜型版式	37
2.2.4 直观的满版型版式	32	2.7.2 动感倾斜型版式	37
2.2.5 丰富的满版型版式	32	2.7.3 多图倾斜型版式	37
2.2.6 大方的满版型版式	32	2.7.4 主体倾斜型版式	38
2.2.7 务实的满版型版式	32	2.7.5 整体倾斜型版式	38
2.2.8 新潮的满版型版式	33	2.7.5.1 用倾斜的图片吸引视线	38
2.2.9 鲜艳的满版型版式	33	2.7.5.2 用倾斜型构图表现动感	38
2.2.10 值得玩味的满版型版式	33	2.8 三角形版式设计	38
2.2.11 庆典特刊的满版型版式	33	2.8.1 正三角形版式	38
2.2.12 迎春的满版型版式	33	2.8.2 直三角形版式	38
2.3 分割型版式设计	31	2.8.3 倒三角形版式	39
2.3.1 用分割型构图合理划分版面	33	2.8.4 斜三角形版式	39
2.3.2 等形分割型版式	34	2.9 横向分割型版式设计	39
2.3.3 左右对称分割型版式	34	2.9.1 巧妙的上下分割型版式	39
2.3.4 比例与数例分割型版式	34	2.9.2 嵌入式图文上下分割型版式	39
2.3.5 自由分割型版式	34	2.9.3 用横向分割型版式表现严正立场	40
2.3.6 强弱对比倾斜分割型版式	34	2.9.4 用色彩分割型版式	40
2.4 纵向分割型版式设计	34	2.9.5 用图片倾斜分割型版式	40
2.4.1 垂直中轴型版式	34	2.9.6 用上下分割型版式报道突发事件	40
2.4.2 大方的中轴型版式	35	2.9.7 用上下分割型版式表现生动与幽默	40
2.4.3 怀旧的中轴型版式	35	2.9.8 用构图表现上下分割型版式	40
2.4.4 中轴对称型版式	35	2.9.9 用构图暗示上下分割型版式	40

2.9.10 用对比色表现上下分割型版式	41	2.11.1 四角型版式设计	42
2.9.11 自由型上下分割版式	41	2.11.2 用四角形构图表现规整的版面效果	42
2.9.12 创意式上下分割型版式	41	2.12 定位式版式设计	42
2.10 并置式版式设计	41	2.13 重心型版式设计	42
2.10.1 说解并置式版式	41	2.13.1 向心重心型版式	42
2.10.2 并置式意象组合	41	2.13.2 离心重心型版式	42
2.11 严谨四角型版式设计	42		

第3章 版式设计中的“点”

3.1 认识构图的基本要素——“点”	44	3.2.2.3 多“点”的表现形式	48
3.1.1 什么是“点”	44	3.2.2.4 “点”的线化排列	48
3.1.1.1 “点”的性质	44	3.2.2.5 “点”是视觉传达艺术的设计	49
3.1.1.2 “点”的位置关系重于面积关系	44	3.2.2.6 单纯的“点”排列	49
3.1.1.3 “点”有各种各样的形状	44	3.2.2.7 缩小图形形象更引人注目	49
3.1.2 “点”的概念	44	3.2.3 分散型的“点”	49
3.1.2.1 几何学中的“点”	44	3.2.3.1 张弛有度的“点”	49
3.1.2.2 “点”与面的区别	45	3.2.3.2 “点”产生优美的韵律感	49
3.1.2.3 改变“点”的位置	45	3.2.3.3 等间距的“点”产生动感	49
3.1.2.4 变了形的图案	45	3.2.3.4 运用自然散点的构图	50
3.1.2.5 形态形成等大的视觉效果	45	3.2.3.5 “点”是构成视觉空间的基本元素	50
3.1.3 版面中被视作点的因素	45	3.2.4 重叠的“点”	50
3.1.3.1 面积因素	45	3.2.4.1 “点”能产生微妙的动态视觉	50
3.1.3.2 形状因素	45	3.2.4.2 华丽组合型版式的“点”	50
3.1.3.3 数量因素	46	3.2.5 组合的“点”	50
3.1.4 点在版面中的呈现艺术	46	3.2.5.1 “点”的面化组合	51
3.1.4.1 点的注目性呈现艺术	46	3.2.5.2 不规则点	51
3.1.4.2 点会引起注目	46	3.2.5.3 “点”构成不同深度的空间感	51
3.1.5 点的张力作用	46	3.2.5.4 处在边缘位置的“点”	51
3.1.5.1 点与点之间的吸引作用	46	3.3 了解“点”的形态	51
3.1.5.2 大小不同时的“点”	46	3.3.1 “点”的形态能引起高度注意	51
3.1.5.3 “点”的基本特性是聚集	46	3.3.2 自然形态中的“点”	51
3.1.6 虚点视觉映像点	47	3.3.3 “点”是视觉中心	52
3.1.7 “点”主体和背景	47	3.3.4 “点”的不同形态及其组合	52
3.2 “点”的种类	47	3.3.5 “点”的不同形态的视觉特征	52
3.2.1 单“点”	47	3.4 从“点”元素中获取灵感	52
3.2.1.1 单纯点的灵活排列	47	3.4.1 “点”在三个方向平均散开时	52
3.2.1.2 “点”的艺术魅力	47	3.4.2 当两“点”的大小不同时	52
3.2.1.3 “点”是力的中心	48	3.4.3 “点”有一种跳跃感	53
3.2.1.4 中间点的性质	48	3.4.4 “点”有一种生动感	53
3.2.2 多“点”	48	3.4.5 “点”有一种节奏感	53
3.2.2.1 多“点”间视觉作用力	48	3.5 “点”的基本表现	53
3.2.2.2 多“点”利于形成动感和立体感	48	3.5.1 “点”的线化	53

3.5.1.1 线化的点赋予版面抽象性	54	3.7 “点”的错视	59
3.5.1.2 点的线化视觉张力	54	3.7.1 远近错觉	59
3.5.2 “点”的面化	54	3.7.1.1 周围空间对比所产生的错觉	60
3.5.2.1 “点”的面化运用	54	3.7.1.2 “点”的交错与重叠	60
3.5.2.2 “点”的线化排列	54	3.7.2 亮度错觉	60
3.5.2.3 三个以上相隔的“点”	54	3.7.3 图底反转错觉	60
3.5.3 “点”的对比	55	3.7.4 两个同相点的错觉	60
3.5.3.1 等距离排列的“点”	55	3.8 “点”在版面上的位置	61
3.5.3.2 以“点”的对比强调差异性	55	3.8.1 “点”导向在上	61
3.5.4 “点”元素的和谐统一	55	3.8.2 “点”导向在下	61
3.5.5 相同的“点”给人感觉大小不同	55	3.8.3 “点”偏左或偏右	61
3.6 “点”的性质和作用	55	3.8.4 “点”导向斜向向下	61
3.6.1 “点”与面的区分	55	3.8.5 “点”导向在中心	61
3.6.1.1 差点构成	56	3.8.5.1 “点”居中会有平静、集中感	62
3.6.1.2 网点构成	56	3.8.5.2 “点”导向中心位置	62
3.6.1.3 参照物对“点”的影响	56	3.8.5.3 改变视线中心的“点”	62
3.6.2 “点”构成的基本形态元素	56	3.8.5.4 设计中心的突显	62
3.6.2.1 “点”视觉吸引力	56	3.8.6 “点”的三分法视觉效果	62
3.6.2.2 “点”的聚焦性	56	3.8.6.1 “点”位于画面三分之二偏上的位置	62
3.6.2.3 “点”大吸引力强	57	3.8.6.2 “点”高低不同的组合	63
3.6.3 点的群集性组合,显露时代风格	57	3.9 “点”在设计中的应用	63
3.6.3.1 点的集聚	57	3.9.1 强调整齐,形成秩序美	63
3.6.3.2 “点”赋予版面灵性	57	3.9.1.1 “点”的节奏与韵律	63
3.6.3.3 “点”的群化组合	57	3.9.1.2 “点”节奏的感染力	63
3.6.3.4 面化的“点”在版面上的构成	58	3.9.1.3 “点”能产生节奏感	63
3.6.4 “点”的性格	58	3.9.2 运用自然散点的构图	63
3.6.4.1 点的无形状性	58	3.9.2.1 “点”的变化	64
3.6.4.2 “点”的情感色彩	58	3.9.2.2 “点”有利于构思明确的主题	64
3.6.4.3 用“点”表达情感	58	3.9.3 “点”元素与版式设计	64
3.6.4.4 用“点”表现“跳跃”感	58	3.9.3.1 整体与局部变化相结合	64
3.6.5 有序的“点”的构成	59	3.9.3.2 文字转化为点与图形的结合	64
3.6.5.1 丰富而有序的“点”构成	59	3.9.3.3 图形与文字结合形成整体	64
3.6.5.2 “点”在构成中的特性与表现	59	3.9.3.4 整体选择和编辑素材的颜色	64
3.6.5.3 自由的“点”的构成	59		

第4章 版式设计中的“线”

4.1 构图基本要素之“线”	66	4.1.3 “线”的基本要素	67
4.1.1 什么是线	66	4.1.4 “线”能表达美丽而独特含义	67
4.1.1.1 线是点运动形成的轨迹	66	4.2 “线”的种类	67
4.1.1.2 线具有位置和长度属性	66	4.2.1 从形态分类	67
4.1.2 “线”的概念	66	4.2.1.1 直线	68
4.1.2.1 “线”的描述	66	4.2.1.2 曲线	68
4.1.2.2 “线”空间的视觉流动线	67	4.2.2 从形式分类	68

4.2.2.1 实线	68	4.4.2.1 用线表现空间上的深度和广度	76
4.2.2.2 虚线	68	4.4.2.2 水平线的形态	76
4.2.2.3 隐藏的线	68	4.4.3 斜线	76
4.3 “线”的特性	69	4.4.3.1 用斜线表现速度与动力	76
4.3.1 线的独立性	69	4.4.3.2 斜“线”引视觉流动	76
4.3.2 粗直线	70	4.4.3.3 简练的斜线勾框	76
4.3.2.1 直线类的“线”	70	4.5 曲线系	77
4.3.2.2 粗直线	70	4.5.1 几何曲线	77
4.3.2.3 用交替的粗直线表现节奏感	70	4.5.1.1 几何曲线表现韵律	77
4.3.2.4 用粗线条组合设计	70	4.5.1.2 曲“线”的特征	77
4.3.2.5 用粗“线”条分割与规划版面	71	4.5.1.3 用几何曲线表现简单与动感	77
4.3.3 细直线	71	4.5.2 常见的几何曲线	77
4.3.3.1 用细直线表现秀丽	71	4.5.2.1 用S型构图表现曲线的美感	77
4.3.3.2 用直线表现静态感	71	4.5.2.2 功能化到艺术化	78
4.3.3.3 用线条表现巍峨气势	71	4.5.3 单一型自由曲线	78
4.3.4 锯齿状线	71	4.5.3.1 用曲线表现直观形象的版式	78
4.3.5 无机线	72	4.5.3.2 用曲线表现妩媚感	78
4.3.6 线的组合	72	4.5.4 组合型自由曲线	78
4.3.6.1 规则的组合	72	4.5.4.1 灵活的自由曲线	78
4.3.6.2 不规则的组合	72	4.5.4.2 版面上的曲线	78
4.3.6.3 规则和不规则的组合	72	4.5.4.3 自由线比几何线更接近生活	79
4.3.6.4 线组合的分割	72	4.5.5 自由“线”的动感与张力	79
4.3.6.5 线的调和统一	72	4.5.5.1 用自由“线”表现版面深度与感染力	79
4.3.6.6 线的面化	73	4.5.5.2 用自由“线”表现自由与节奏	79
4.3.6.7 线动成面	73	4.6 “线”的视觉特征	79
4.3.6.8 线的排列	73	4.6.1 “线”的视觉比较	79
4.3.6.9 线的位置	73	4.6.1.1 长度和速度是“线”的视觉特征	80
4.3.6.10 独立的线	73	4.6.1.2 长度感是“线”的形态特征	80
4.3.7 线的形态	73	4.6.1.3 “线”的速度感	80
4.3.7.1 直线的形态	73	4.6.1.4 “线”的长度与速度	80
4.3.7.2 曲线的形态	74	4.6.1.5 曲线与直线的结合	80
4.3.8 线的方向	74	4.6.2 方向与转折	81
4.3.8.1 水平方向	74	4.6.2.1 “线”的形态变化	81
4.3.8.2 垂直方向	74	4.6.2.2 “线”的方向与转折	81
4.3.8.3 倾斜方向	74	4.6.3 “线”的形态与节律	81
4.4 直线系	74	4.6.3.1 “线”运动的节律变化	81
4.4.1 垂直线	75	4.6.3.2 形态和节律的视觉特征	81
4.4.1.1 垂直“线”表现向上感	75	4.6.3.3 “线”的对比与节奏感	82
4.4.1.2 线的寓意	75	4.6.3.4 通过“线”建立起版面的节奏	82
4.4.1.3 垂直线能聚集视线	75	4.6.3.5 用重复的“线”表现版面的节奏	82
4.4.1.4 垂直线构图	75	4.6.3.6 用文字构成“线”的节奏	82
4.4.1.5 用平行线表现版式的整体感	75	4.6.3.7 “线”的节奏使版面具有无限想象空间	82
4.4.1.6 垂直线产生聚集视线效果	75	4.7 “线”的表现功能	82
4.4.2 水平线	75	4.7.1 线的造型功能	82

4.7.2 构成形的状态和比例关系	83	4.9.4.1 生长的“线”	90
4.7.3 线的界定功能	83	4.9.4.2 “线”的节奏变化	90
4.7.4 线是理想的情感载体	83	4.9.5 “线”的情感表达	90
4.7.4.1 线是形态和节律的“情感”载体	83	4.9.5.1 积极的“线”	90
4.7.4.2 线的“情感”内涵得益于形态和节律	83	4.9.5.2 积极的“线”自由自在	91
4.7.4.3 线对形态外轮廓的感知	83	4.9.5.3 消极的“线”	91
4.7.4.4 “线”的情感传达能力	84	4.9.5.4 消极的“线”在版面中的形式	91
4.7.4.5 用直线和曲线创意组合设计的“线”	84	4.10 “线”在版面设计中的运用规律	91
4.7.4.6 “线”表达情感	84	4.10.1 简洁单纯的线	91
4.7.4.7 运用“线”条表达情感	84	4.10.1.1 用线分割版面形成呼应关系	91
4.7.4.8 “线”条是重要的抒情手段	84	4.10.1.2 从艺术欣赏角度运用线	91
4.7.4.9 运用多种方式表达真挚感情	84	4.10.1.3 用线表现简洁清爽的版面	92
4.7.4.10 “线”的表情和暗示	85	4.10.1.4 用线为版面留白	92
4.7.5 多变的组织关系	85	4.10.2 线的魅力	92
4.7.5.1 组合线的对比和节奏关系	85	4.10.2.1 从读者的视角运用线	92
4.7.5.2 组织关系形式风格	85	4.10.2.2 用线“强势”处理	92
4.8 “线”的错视	85	4.10.2.3 用线条突出表现版面中心	92
4.8.1 尺度错视	85	4.10.2.4 线条展示的价值与魅力	92
4.8.1.1 垂直方向错视	86	4.10.2.5 “线”与空间的编排构成	93
4.8.1.2 尺度错视	86	4.10.2.6 蛇形“线”	93
4.8.2 长度错视	86	4.10.2.7 运用“线”条和空白等视觉元素	93
4.8.2.1 距离长短的错视	86	4.10.3 划分区域的线	93
4.8.2.2 等长的两条直“线”效果	86	4.10.3.1 用线分割版面空间	93
4.8.2.3 表现变形的错视效果	86	4.10.3.2 用线组织版面中的多种元素	93
4.8.2.4 直“线”的错觉	87	4.10.3.3 用线划分版面功能区	94
4.8.3 形状和方向错觉	87	4.10.4 用“线”区分和提高视觉表现力	94
4.8.3.1 佐尔拉错觉	87	4.10.4.1 用线界定图片	94
4.8.3.2 冯特错觉	87	4.10.4.2 用“线”使版面富有弹性	94
4.8.3.3 爱因斯坦错觉	87	4.10.4.3 “线”具有引导视线的作用	94
4.8.4 形态扭曲的错视	87	4.10.4.4 “线”在划分版面空间方面的魅力	94
4.8.5 分断线的错视	87	4.10.5 曲折变化的“线”	94
4.8.6 集中线的错视	88	4.10.5.1 折“线”	94
4.8.7 “线”的错觉	88	4.10.5.2 “线”的转折和比例	95
4.8.7.1 “线”的视觉形式美	88	4.10.6 牵制和约束的线	95
4.8.7.2 错视在构成设计中的意义	88	4.10.6.1 “线”的视觉张力	95
4.9 线的构成	88	4.10.6.2 用“线”条突出重点使阅读更流畅	95
4.9.1 “线”的构成方法	88	4.10.7 垂直支撑的线	95
4.9.1.1 平面构成要素——“线”	89	4.10.8 发散型的“线”	95
4.9.1.2 “线”的平衡感	89	4.10.8.1 用“线”表现空间的延伸	96
4.9.2 “线”的有序构成	89	4.10.8.2 用发散“线”加强版面视觉表现力	96
4.9.2.1 用规律化的“线”表现视觉效果	89	4.10.9 规则排列的“线”	96
4.9.2.2 “线”的规律化位置	89	4.10.9.1 运用“线”条区分分界线	96
4.9.3 “线”的无序自由构成	89	4.10.9.2 用规则“线”表现版面创新灵感	96
4.9.4 用“线”表现版面韵律感	90	4.10.9.3 用线使骨骼分栏更清晰	96

4.10.10 多变的“颤抖”的线	96	4.11.4.5 综合使用“线”条与色彩构建版面	100
4.10.10.1 起结合作用的线	97	4.11.5 “线”的对称与均衡	100
4.10.10.2 有强势作用的线	97	4.11.5.1 用左右对称的“线”表现对比效果	100
4.11 “线”在设计中的应用	97	4.11.5.2 用左右对称的“线”分割版面空间	101
4.11.1 “线”框的空间约束的功能	97	4.11.5.3 用“线”形成对称或均衡关系	101
4.11.1.1 用“线”框约束空间	97	4.11.6 “线”条陪体和背景	101
4.11.1.2 硬边形“线”使版面有收缩感	97	4.11.6.1 风格清新自然的“线”	101
4.11.1.3 用“线”框强调与约束版面空间	97	4.11.6.2 “线”条的质感、量感和空间感	101
4.11.1.4 用红“线”强调主题	97	4.11.6.3 “线”条“主体”在版面中的作用	101
4.11.1.5 用“线”框营造主题氛围	98	4.11.6.4 “线”条版面的结构中心	101
4.11.1.6 封闭“线”框创意组合设计	98	4.11.7 用“线”强化整体布局	102
4.11.1.7 使用封闭“线”框的原则	98	4.11.7.1 “线”条版面的布局	102
4.11.1.8 根据主题选用不同“线”框	98	4.11.7.2 “线”条使整个版面简洁、清爽	102
4.11.1.9 用“线”与“线”框组合表现整体美	98	4.11.7.3 “线”条布局和表现形式	102
4.11.2 版式设计中“线”的不同运用	98	4.11.7.4 用“线”条凸显主题与图的紧密关系	102
4.11.2.1 不同“线”条的特点	98	4.11.7.5 用虚实结合的“线”加强版面整体表现力 ...	102
4.11.2.2 “线”使版面内容更加醒目美观	98	4.11.7.6 用“线”条来加强读者的关注度	102
4.11.2.3 “线”是空间的最佳依据	98	4.11.8 “线”的灵感	103
4.11.2.4 “线”增加视觉冲击力	99	4.11.8.1 用“线”条巧妙地使主题形象化	103
4.11.3 “线”的装饰作用	99	4.11.8.2 用“线”使版面形成鲜明风格	103
4.11.3.1 “线”条的功能	99	4.11.8.3 用设计的“线”条装饰版面	103
4.11.3.2 “线”创造意境	99	4.11.8.4 “线”的自由散点式版式	103
4.11.3.3 用“线”条引导视线	99	4.12 “线”与空间的编排构成	103
4.11.3.4 用S形“线”构建版面	99	4.12.1 “线”对空间的分割	103
4.11.3.5 用“线”组合爱心图形	99	4.12.2 “线”的空间“力场”	104
4.11.4 “线”与色彩图片的协调	99	4.12.2.1 用线产生的“力场”突出主题鲜明的图片 ...	104
4.11.4.1 用“线”构建版面个性空间	100	4.12.2.2 用粗、实线强化版面“力场”	104
4.11.4.2 将“线”的形式美融入内容的文化意蕴中 ...	100	4.12.2.3 线“力场”的空间感应	104
4.11.4.3 用“线”表现古典版式	100	4.12.2.4 线“力场”的大小与线的粗细、虚实相关 ...	104
4.11.4.4 用彩色“线”构建版面	100	4.12.2.5 线的“力场”是一种虚空间	104

第5章 版式设计中的“面”

5.1 认识“面”	106	5.1.3.4 利用线的色彩形成“面”	107
5.1.1 “面”的概念	106	5.1.4 用形状构成“面”	107
5.1.2 用点构成“面”	106	5.1.4.1 点、线、面的综合运用	107
5.1.2.1 点、线与面的关系	106	5.1.4.2 用有序元素构成的“面”表现律动美	108
5.1.2.2 点、线、面是视觉构成的基本元素	106	5.1.4.3 用反复排列的“面”构成其他“面”	108
5.1.2.3 单图规则排列形成“面”	106	5.1.4.4 “面”的相对性	108
5.1.2.4 扩大的点形成“面”	106	5.1.4.5 用色块元素构成面	108
5.1.3 用线构成“面”	107	5.2 “面”的构成形式	108
5.1.3.1 单条线的重复形成“面”	107	5.2.1 直线形“面”	108
5.1.3.2 “面”是容纳点与线的设计体现	107	5.2.1.1 直线“面”所表现的心理特征	108
5.1.3.3 “面”的表现	107	5.2.1.2 直线构成的直线遽“面”	109

5.2.1.3 直线形“面”的心理特征	109	5.4.2.3 自由构成的不规则“面”	115
5.2.2 曲线形“面”	109	5.5 “面”构成的特征	115
5.2.2.1 自由曲线形的“面”	109	5.5.1 “面”的积极性	115
5.2.2.2 由曲线构成的有机形“面”	109	5.5.1.1 实“面”	115
5.2.3 直、曲富于变化的“面”	109	5.5.1.2 积极的“面”	115
5.2.3.1 表达情感的“面”	109	5.5.1.3 “面”的视觉影响力最大	115
5.2.3.2 用直线表现“面”的空间感	110	5.5.1.4 “面”具有平衡、丰富空间层次的作用	115
5.2.3.3 分割所产生的形式变化	110	5.5.2 “面”的消极性	116
5.2.4 组合型千姿百态的“面”	110	5.5.2.1 虚“面”	116
5.2.4.1 椭圆形更富有美感	110	5.5.2.2 消极的“面”	116
5.2.4.2 不同题材组成的“面”空间	110	5.5.2.3 “面”具有空间感	116
5.2.4.3 “面”的节奏感与韵律感	110	5.6 “面”的三维空间构成	116
5.2.5 “面”与“体”	110	5.6.1 动、静图像肌理关系的空间层次	116
5.2.5.1 “面”的空间层次	111	5.6.1.1 以文字或图像组织出空间感	116
5.2.5.2 用“面”比例关系表现层次	111	5.6.1.2 物体表面的质感和纹理感	117
5.2.6 抽象的“面”	111	5.6.2 用黑、白、灰营造空间层次感	117
5.2.6.1 “面”的形状决定“体”的形状	111	5.6.2.1 色调的重要性	117
5.2.6.2 立体化的“面”	111	5.6.2.2 色彩和空间布局	117
5.3 规则形状的“面”	111	5.6.3 用“面”的比例关系表现空间层次	117
5.3.1 几何形“面”	111	5.6.3.1 协调版面元素的空间感	117
5.3.1.1 三角形“面”	112	5.6.3.2 用“面”的大小及色彩表现空间感	117
5.3.1.2 “面”与“面”相遇	112	5.6.3.3 “面”增加造型表现视觉冲击力	118
5.3.1.3 “面”与“面”的轮廓线相切	112	5.6.3.4 带弧线的“面”给人以视觉心理的平衡 与舒适感	118
5.3.1.4 “点”与“面”的转换	112	5.6.4 版面的视觉顺序	118
5.3.1.5 几何直线构成的“面”	112	5.6.4.1 版面中的对称	118
5.3.1.6 同等面积正方形构成的“面”	112	5.6.4.2 “面”与“面”的分离	118
5.3.1.7 几何形“面”的现场感	112	5.6.5 基本形的“面”与骨架	118
5.3.2 曲线类的“面”	113	5.6.5.1 “面”的重叠	118
5.3.2.1 用“面”作整体背景	113	5.6.5.2 “面”的透叠	119
5.3.2.2 以自然元素为设计对象的“面”	113	5.6.5.3 “面”的联合	119
5.3.2.3 “面”的扭曲	113	5.6.5.4 “面”的差叠	119
5.3.3 有机形的“面”	113	5.6.5.5 “面”的减缺	119
5.3.3.1 “面”的形态	113	5.7 “面”的应用	119
5.3.3.2 人为合成的“面”	113	5.7.1 “面”的组合	119
5.3.3.3 人造形的“面”	113	5.7.1.1 “面”的可塑性	119
5.3.3.4 以植物为设计对象的“面”	114	5.7.1.2 完全重合的“面”	119
5.4 无规则形状的“面”	114	5.7.2 “面”的隐视	120
5.4.1 偶然型的“面”	114	5.7.3 “面”的进深	120
5.4.1.1 偶然形成的“面”	114	5.7.4 “面”的虚拟	120
5.4.1.2 不规则的“面”	114	5.7.4.1 负形的“面”	120
5.4.1.3 自由“面”的偶然性	114	5.7.4.2 正形的“面”	120
5.4.2 自由“面”的形态	114	5.7.5 “面”的视觉重心设计	120
5.4.2.1 自由“面”的个性	114	5.7.6 用组合版面传达更丰富的信息	120
5.4.2.2 手绘的图版“面”	115		