

目 录

卷首语

- 让出版科研更好地 转化为生产力

专论·特约稿

- 关于我国著作权法的修改

编辑学·编辑工作

- 也谈网络时代的编辑活动
- 一本书一本书地锤炼 编辑出版理念
- “入世”对中国期刊业的影响 和应采取
- 璧有瑕, 请为君示
- 用“三个代表”思想 指导编辑工作
- 书籍与大众传播
- 出书结构调整直面的几重关系

出版学·出版工作

- 试论出版基础理论建设
- 漫议出版抢滩”
- 鲁迅先生的书刊广告艺术
- 图书营销工作中的市场预测
- 图书出版合同的若干法律问题
- 汉文字校雠的源流与传承
- 传承文化遗产的力作
- 中央部门出版社校对岗位培训班结业考试题
- 《典论丛书》的装帧设计

多媒体·网络出版

- 出版数字化与网络出版
- 电子书正向我们走来
- 利用网络优势 发展出版发行业

书苑掇英

- 版式设计要抓视觉找感觉
- 中西部出版合作的前景
- 我看“工者有其股”
- 图书市场营销的个性化

编辑史·出版史

- 张元济的编辑思想

编辑随笔

- 纯文学期刊路在何方
- 文品与人品

编者·作者·读者

- 胡真和他的出版观
- 穆典瑞谈

版式设计要抓视觉找感觉

江志君

版式设计是图书报刊编辑工作的一个重要环节。透过不同的版式设计风格, 读者能够看到整个栏目刊登的文章是严肃还是通俗, 是学术交流还是生活随笔; 看到整个版面的个性色彩是内向还是外向, 文章内容是深沉还是欢快。版式设计讲究“美感”, 每一个线条的曲折粗细 是否得当, 色彩运用是否调和, 插图内涵是否深厚等, 都会影响读者的情绪和兴趣。好的版式 往往先声夺人, 在读者犹豫不决时, 悄悄地影响着他的选择。所以, 版式设计要充分借助无声的语言去艺术地表现内容, 抓住读者的视线使读者产生丰富的联想和强烈的美感。

版面设计的效果要达到既新颖、美观、大方、雅俗共赏, 又与自身定位相结合, 关键要抓住以下两点:

首先要抓视觉。视觉是人的主要审美感官。古今中外, 人们对它在审美中的地位给予极高的评价。俄国唯物主义哲学家、文学批评家车尔尼雪夫斯基在《生活与美学》一书中说: “美感是和听觉、视觉不可分离地结合在一起的, 离开听觉、视觉, 是不能设想的。”版面上每一个具体可感的对象, 其背景、色彩、线条等形式因素, 只有通过视觉才能引起人的感受。对于内容不同、风格各异的图书报刊来说, 不通过阅读, 当然不会知道其内容是否精彩, 可读性强不强。读者一般是先粗略地翻一翻, 一个富有时代感、新鲜感的版面设计带来的视觉 刺激, 自然会成为吸引读者的重要因素, 这也就是说版式设计具有“广告效应”。文章的内容固然重要, 如果再有一个设计新颖的版式, 不更能够增强对读者的吸引力, 更充分地展现自身的个性特征吗? 欧美各国的图书报刊就很讲究“视觉”效应。他们常常采用整版的图片或者采取插页的办法, 来描绘内容要表达的意境。比如, 他们出版的文学名著中多有插图, 这些黑白或者彩色插图, 创造了一个便于故事情节展开的背景, 形象地向读者展示了一个现实的场面或一段传奇经历, 与文章内容紧密结合, 相得益彰, 不仅增加了书的可读性, 而且多了一些文化韵味。插图与文章好比是绿叶与红花的衬托与被衬托关系, 图片是为了表达内容而存在, 有时它是文章内容的补充, 有时它是文章的注解, 在文章中不能直接看到或者体味不深的东西, 看了图片却能领悟出来。

其次要找感觉。感觉的各个因素是渐变的, 长可以变短, 短可以变长, 冷可以变热, 白可以 变红, 苦可以变甜。所以, 设计版面还要善于使读者从“无味”到“有味”, 找到“感觉”, 找到一种享受的美感。齐白石先生画的小鸡, 浑身绒毛, 栩栩如生, 不仅让我们感受到它 活泼、稚气的外形, 而且几乎听到它的叫声。这就是画家运用高度集中、概括和熟练的绘画 艺术, 给读者的想象涂上了一层感情色彩。版式设计同样要使读者在欣赏作品时达到这种“ 情景交融”的效果。在图书报刊中安排大量的图片有直面现实的立体感, 让读者“身临其境”, 随着情节的发展情感波澜起伏。版面上插图的安排要与文章的内容和谐一致, 一篇优美的抒情散文, 不能配上一个武打插图。插图还要讲究艺术, 河北有本英语期刊, 配有录音磁带, 开始的设计是在目录的左下脚做一个浅灰色爆炸式背景, 上面写了这样一句话: “配有同期录音磁带”, 随后对这个图案巧妙地做了改动, 把那一句话换成一个小小的录音机。很显然, 修改后的设计运用艺术的手法表达了“配有同期录音磁带”的意思, 让人把音带和期刊通过联想结合到一起, 给读者留下了联

• 这颗心，在为波兰哭泣

• 爱情的写作

品书录

• 人品·学品·精品

• 壮丽的天河

• 一部富于创造性的专著

• 《李峰文集》的启示

• 让科技发展与人类文明并肩前行

• 学有三长 述成一家

◆ 各期杂志

2000: 第3期 第4期

2001: 第2期 第3期 第4期

2002: 第1期 第2期 第3期 第4期 增刊

2003: 第1期 第2期 第3期 第4期

2004: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2005: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2006: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2007: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期

想的空间，值得体味。

(ID:198)

(作者单位：方圆电子音像出版社)

© 2001-2003 出版科学杂志 版权所有

报刊转载必须征得同意并支付稿酬，网络转载必须注明作者及本刊网址

武汉大学信息管理学院4楼403室 邮政编码430072 电话：027 68753799 传真：68753799 E-mail: cbkx@163.com

技术支持: cgz@163.com

【您是第位访客】