

## 西方报纸版面变革及其动因探析

2005-11-28

作者： 蔡雯

关键词： 西方报纸 版面 变革 | 阅读：710次 |

(本文作者：蔡雯 甘露)

内容提要：版面设计是当今中国报业讨论的热门话题；西方报纸成了各报竞相学习、仿效的对象。本文在西方报纸版面发展简史的基础上，从技术发展、市场需求、媒介竞争和学理研究四个方面较深入地分析了促进报纸版面变化发展的动因，以期为中国报纸版面设计提供一些有益的启示。

关键词：版面变革 动因 技术发展 市场需求 媒介竞争 学理研究

自16世纪威尼斯小报（Venice Gazzetta）诞生后至今，西方的近现代报纸已有了四五百年的历史。

最初，报纸的样式与当时的图书非常接近。18世纪逐渐抛弃了标准的图书格式，纷纷采用大型号纸张以扩大版面，但这一时期的报纸除了在纸张的尺寸规格上有所改变外，在印刷和视觉因素（如插图）上几乎没有什么变化，这种状况一直维持到19世纪中期。1845年，理查德·霍改良印刷机后，垂直式版面取得了主导地位。这种版面通常以竖栏为基本单位，每栏从版面顶部贯穿至底，字体小，图片小且少，标题几乎都不跨栏，其重要程度只好通过其厚度来显示。19世纪末，竞争激烈的《世界报》（约瑟夫·普利策办）和《纽约新闻报》（赫斯特办）为赢得读者，在版面上突破常规，完全打破栏的限制，横排走文，“水平式版面的革命到来了”。水平版式仍有基本栏的划分，但其行文不再是由上一通到下，而是通过转栏向水平方向拓展，字体的选择范围扩大，横跨几栏的大幅地图也有机会出现在版面上，标题的跨栏也不是罕见现象，其重要程度开始以其长度来体现，图片崭露头角，色彩也已经在报纸上出现。进入20世纪，特别是到了60年代，版面设计受到空前的重视。帕拉佐为《纽约先驱论坛报》施行的改版，将杂志的模式引入了报纸版面：大量留白，大幅照片，内容分区化。70年代《明尼阿波利斯论坛报》改版，全面采用模块式版面，使之成为美国报纸的主流版式。80年代，甘尼特报业集团创办的美国第一份成功的全国性报纸《今日美国》出现，它以色彩和图片为基础，以大量富含信息的图表来解释新闻，成为西方报纸版面发展史上的一个里程碑，从此揭开“重新设计运动”的序幕。

经过这么多年的演变、丰富，我们可以看到西方报纸在形式上确实是发生了巨大的变化，图画、图表、线条、色彩、空白等版面元素得到了充分的运用，形成了多种多样的风格。科学技术的发展、不同类型媒介间的竞争、编辑观念的转变及设计理论的研究推广等在报纸版面的变迁过程中发挥着不可忽视的作用。正如罗杰·菲德勒（Roger Fidler）所说的，“传播媒介的形态变化，通常是由于可感知的需要、竞争和政治压力，以及社会和技术革新的复杂相互作用引起的。”

技术发展：版面变革的物质基础

麦克卢汉（Marshall McLuhan）曾提出“媒介即讯息”的观点，他认为“人类有了某种媒介才有可能从事与之相适应的传播和其他社会活动，因此，从漫长的人类社会发展过程来看，真正有意义、有价值的‘讯息’不是各个时代的传播内容，而是这个时代所使用的传播工具的性质、它所开创的可能性以及带来的社会变革”<sup>(3)</sup>。虽然，麦克卢汉过分夸大了技术的作用，但印刷出版技术在促进版面式样的演变方面，其作用显而易见。它的不成熟限制了版面在设计上的选择机会，而它的每一步发展又成为了版面设计大发展的契机。

1845年理查德·霍（Richard Hoe）改良传统印刷机之前，西方近代报纸正处于雏形阶段，除了所用纸张大小不一样外，其在形式上与图书并没太大差别。1690年创办的美洲大陆的第一份近代报《国内外公共事件》，就沿袭了图书的标准格式。它长9.5英吋，宽6英吋，共4页。前3页是新闻，第4页空白，读者可将自己所知的信息写于其上，供下一位读者阅读。它的版心分为两栏，每栏宽17pica（即约2.8英吋，pica为拼版计量单位），正文字号12点（即约0.17英吋，点表示铅字的规格），它通过报头和每篇新闻的开头字母的大写来分割版面上的视觉点。“虽然最初的报业经营者花了极大的气力使报纸区别于传统的书籍，但是限于印刷资源的条件，正处于萌芽状态的报纸在版面设计上鲜有选择的机会。”

19世纪中后期，随着产业革命的蓬勃发展，印刷出版领域的技术革命也在迅速发展。1845年，理查德·霍改良了传统印刷机，制造出高速轮转印刷机，实现了报纸印刷的机械化，带来了报纸版面的一场变革。然而，这种高速旋转印刷机为防止印版上的活字在高速旋转时脱落，使用了从上至下贯穿印版的长金属条来将它们固定。这些金属条在印刷中形成的细线就自然成为各栏的分割。由于起嵌制作用的楔子在辊而的压力不够，“因而只要以字盘旋转印刷机作为标准设备，报上就绝少出现多样标题”。所以，在这一时期，“由于印刷技术的限制，报纸不得不采取刻板单调的多样格局，但是从整体形象而言，报纸还是在技术允许的条件下尽可能地采用了多种印刷手段，并引进了插图。”这里所说的“多栏格局”即指传统时期占据报纸版式的主导地位的垂直式版式。

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH»

上一篇 PREVIOUS

MORE»

参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

下一篇 NEXT

MORE»

媒介管理之可持续发展战略观

作者：罗晓娜 | 2006-05-29

一、媒介与管理 媒介管理，顾名思义即是指存在于媒介领域内的管理问题。媒介是一种复杂的实体，其性质、类型及功能的定位都是随着不同的社会历史条件的改变而改变，与之对应的一切管理与营运也是应势而动。……

动态 NEWS

MORE»

- 赵月枝教授获批长江学者讲座教 2009-10-18
- 国际青年影像季2009-2010 2009-10-18
- 2009互动电视（中国）峰会通告 2009-10-18
- 首届中国少数民族地区信息传播 2009-10-13
- 香港浸会大学第三届普利策新闻 2009-10-03

1860年代，报纸印刷开始采用铸版术，浇注的铅版使图片、标题、广告等不再受分栏的限制，此时，水平版式开始逐渐取代垂直版式的统治地位，成为流行趋势。

在照相凸版印刷术和铅版技术发明之前，报纸上偶尔出现的图片主要由美术家和蚀刻者完成。1860年左右，英国发明了照相凸版印刷术，但如何将照相铜版放到当时通行的轮转机上使用，仍是问题。直到1897霍根在《纽约论坛报》上完成了他的照相铜版印刷术的发明，新闻照片才开始成为报纸版面上一个不可小觑的元素。

而彩色印刷也并不是一个新鲜概念，早在1457年就有人用红色与蓝色印刷宗教书，但直到1893年彩色印刷机出现后，《世界报》将当时可用的五种颜色用到极致，色彩才开始成为版面元素的一份子。

进入20世纪，印刷出版技术不断取得新的突破，为报纸版式革新提供了更大的技术空间：1904—1905年间，美国的鲁贝尔（W. Rubel）发明了胶版印刷，能使用于各种图片、书刊和彩色包装材料；1907年英国人西蒙（S. Simon）取得了丝网印刷的专利，丝网印刷制版成本低，油墨能牢固地附着在任何形状的被印物表面；50年代，一场“冷字”革命把摄影术引进了印刷程序，照相排版机、活字排版机和光子开始稳步入侵“热金属”排字领域；1960年代末引进的计算机排版和新的印刷技术，引人注目地降低了制造成本，也增加了色彩和图像的运用，1977年时，美国94%的日报已经从热排过渡到照相排版，65%采用了电子计算机，57%采用了录像显示终端机；而80年代扫描仪使色彩分解后通过卫星传输成为可能，并且其价格也变得能为大部分日报所接受。这样的技术成就，使编辑对版面元素运用几乎达到了随心所欲的地步，这一时期大多数报纸“又一次经历了从内容、版式到技术上的实质性的变化”，而这种变化还在进行之中。

市场需求：版面变革的内在动力

在19世纪初，欧美新闻事业正处于政党报纸时期，各报均有政党支持，不需要考虑经济问题。他们秉承“传者本位”的观念，考虑的是如何将本党的信息、理念的内容传播出去，并未认识到好的内容还需要好的形式传播，才能获得好的效果。他们没有意识到要为重要新闻制作标题，没有意识到应该将重要新闻安排在版面的视觉中心，所有新闻都杂乱无章、毫无顺序、没有重点地罗列在版面上。

报纸大众化后，进入市场化动作时期。“由于报纸竞争压力太大，要靠版面设计来吸引读者。总编辑及各主要部门的新闻编辑不仅注意到新闻的内容，而且也注意到之如何呈现。”所谓媒介市场，“实际就是媒介、媒介的受众和媒介的广告商所有关系的总和”。可见，为实现良性循环，报业必须顾及媒介自身、受众、广告商三方的利益。因此版面变革，也需考虑自身经营、受众和广告商三方面的需求。

媒介自身经营对版面变革的影响。媒介经营需要降低成本，扩大发行量。降低成本体现在版面上主要是由纸张供应带来的版面大小和质量的变化，从而引起版面设计的相应改变。20世纪六、七十年代，“印刷行业通货膨胀，纸张价格飞涨，逼得报纸决策人员想办法省钱，缩小报纸的面积变成了最显而易见的办法”。像《洛杉矶时报》就将页面大小减少了3/4英寸。“节约钱与纸张的经营政策引发了许多报纸的重新设计。”版面缩小后，8栏格式不再“易读”，于是6栏格式开始被采用，字号被缩小，照片及连环漫画也取消了不少。危机过后，字号恢复到原来的大小，照片、漫画、图表应用得更为频繁和广泛，空白也成了版面编辑们的新宠，只是纸张的大小、头版和对开版面6栏的基本栏格形式没再进行大变化。

发行也在改变着报纸的“模样”。最明显的表现就是报纸发行方式的改变引起版面视觉冲击中心（VIC）的改变。订阅时期的报纸重点是在版面的第1区（报纸的左上角），而便士报实行“伦敦售报方式”在街头叫卖后，因为各报总是一份压在另一份上，露出的只是报纸的右上角，所以，编辑在设计报纸时，VIC越来越向着第2区（右上角）发展，如今，当期报纸上最重要的内容、最精心的设计都被放在了右上角，即所谓的“热角”（Hot Corner）上，以“将读者从竞争者那里吸引过来”。

受众需求对版面变革的影响。进入20世纪后，人们的生活节奏越来越快，“现代生活中一个看起来似乎始终不变的特征就是明显的缺少时间”。当人们试图去对付明显的时间短缺时，最常见的办法之一是，同一时间内做几件事情，“人类同步进行多种媒介输入的能力似乎一代比一代都有扩大。相反，耐心和注意力持续的空间却在不断萎缩。”为在这种状况下，仍将受众留住，编辑人员就只能通过向读者提供充足和有吸引力的信息，去证明他们所花的时间和注意力是值得的。同时，“视觉时代”的“人们显然被惯坏了，变得懒惰了。当需要信息时，他们不再说‘告诉我’（tell me），而是说‘示给我’（show me）。”因此，编辑们提出：要以“非写作”（non-writing）的方法向“非阅读者”（non-reader）提供“非文字”（non-text）的报道”。于是，让报纸“易读”和“视觉化”被提到了编辑们的每日议程之中。报纸版组、版面的细分化，导读方式的多样化，稿件安排的模块化，信息传递的图解化（information graphics）等等都是对受众阅读心理和习惯的适应性措施。

广告商需求对版面变革的影响。西方报纸是商业经济的产物，从一开始，广告就是报纸版面上的一个重要组成部分，也是编辑们在排版和改版时优先考虑的对象。“广告商懂得具有吸引力的广告的价值，他们在字型、插图、版画和文字通俗易懂等方面的实验中起了领路人的作用。”常规的排版顺序是广告—图片（图表）—文字报道”，通常在广告排好后，再考虑剩下空间中稿件的编排问题。并且，为了引导读者看广告，还专门设计“井式”和“金字塔式”的排列方法，将新闻穿插于广告中间，以增加广告的亮相机会。而因60年代纸张节约带来的栏格式样的改变“意味着重新广告版位，或为它们提供特殊待遇。”于是，在头版和内页对开页面用6栏、在其它版面用8—9栏格成了当时一种流行的版式，

以满足广告代理商对传统标准格式的需要。为最终解决问题，新闻界还专门进行研究，在1984年7月1日推出“标准广告单元”，使广告版位设置更为方便。

**媒介竞争：版面变革的推进力量**

根据罗杰·菲德勒提出的“媒介形态变化原则”，“一切形式的传播媒介都在一个不断扩大的、复杂的自适应系统以内共同相处和共同演进”。也就是说，每当一种新形式出现和发展起来的时候，它都会长年累月和程度不同地影响其它每一种现存形式的发展；而此时，比较旧的形式就会去适应并且继续进化，而不是死亡。

20世纪20年代以前，报纸一直垄断着传播领域。1920年《时代》周刊的创刊在社会上掀起了一股新闻周刊的热潮，报纸的垄断地位开始受到威胁；30年代初，广播日益成熟，相对低成本的家庭收音机和电子广播媒介的发展引起了许多焦虑和兴奋，报纸被迫重新定位，这时就有一些专家已认为，电子媒介决定了印刷媒介的死亡；60年代末，电视媒介更是给了报纸以几乎是毁灭性的打击，从此，报纸第一主流媒体的地位被电视夺去，专家们再一次预测了报纸的死亡；90年代以来，互联网蓬勃发展，大有取代传统媒体之势头，报纸的可存性又一次受到质疑。虽然说，新生媒体一次比一次地更疯狂地冲击着报纸的生存之基，但我们发现，报纸就像不倒翁一样，“师夷长技以制夷”，一次又一次地在压倒后重新站立了起来，使那些死亡预言通通破产。这正是媒介形态变化的生存规则作用的结果。而报纸在形式上的借鉴和革新主要表现在：

**报纸对于杂志的借鉴和革新** 以《时代》周刊为代表的新闻杂志一般都在封面刊登照片、图表与大字标题，再在内页用较多篇幅刊登专题报道。现在西方报纸比较流行的版式：在头版（Front Page）设置一幅或一组主照片/手绘图，形成视觉冲击中心（Visual Impact Center）；多种形式的“导读”（Index）对当期报纸内的重要内容进行提示和引导；其上的稿件不多，且篇幅不大，专题报道或组合报道等深度报道形式一般都被安排在内页（Inside Page）。这样的设计，多用于小型报（Tabloids），与杂志的封面设计很接近。

**报纸对于广播的借鉴和革新** 广播节目是由一个一个的栏目组成的，这些栏目都是针对特定受众而设计出来的，从大范围来说，它是广播，但从一个个的栏目来说，它实际上是“窄播”，是对受众市场细分的结果。为了应对广播的这种传播特性，报纸更新了内容和样式，开始针对特定群体设计专门的版组、版面和栏目等，如体育、生活、饮食等专版。这样的“分科新闻”不仅成功地吸引了新的读者和广告商，还促成了信息的更有序的包装。多版组、分科化的内容成为现今大多数报纸的基本结构。

**报纸对于电视的借鉴和革新** 电视集声画于一体，其画面的形象、直观、生动挑战着报纸的版面设计。与电视共同成长的人们逐渐习惯于画面和色彩的包围，习惯于用形象的方法来获取信息。在用流动的画面叙事上，报纸与电视无法相比，但报纸能将最美的瞬间凝固在方寸之间，并通过角度的选择、构图的技巧造成一种意境，既满足了受众对形象性的追求，又给予其美的享受。自然，图片登上报纸主角地位，成为版面设计的中心元素，成为各报用来吸引受众注意力的法宝。同时，电视走向彩色化、立体化，让色彩、示意图，特别是立体感强的、设计精心的示意图逐渐成了版面上不可或缺的成分。1981年《今日美国》的创办，开创了报纸以大量富含信息的照片和图表来新闻的先河，可以说正式宣告了“读图时代”的到来。今年4月，世界上最后一份全黑白的大报《华尔街日报》也抵不住潮流，将进入彩色时代。

**报纸对于互联网的借鉴和革新** 互联网之于报纸的优势在于它的海量信息、链接的方便和信息呈现方式的多样性，等等。而其首页就是一个“橱窗”，通过点击各个标题就能链接到相关的文章。虽然，由于版面有限，无法达到信息量的无限，有不少报纸仍采取了一些积极措施来尽量弥补这些缺憾。如《今日美国》在多篇报道结尾都附有信息索引，读者要想了解更多的信息可依次查找；有些报纸，特别是小型报如《晨报》等的头版上除报头外，就是各种类型的索引和“快读框”（At-a-glance Box），建立与内页的链接，其上没有一篇稿件（Text），有些类似于网站的首页；大多数的报纸还充分利用各种版面元素，用好几种不同的方式共同构建一个报道（Package the News），文字+照片+示意图，在受众心理上制造出“多媒体”的印象。

将其他媒体的特色“拿来”，作为自己的再生或立足之基后，报纸版面基本定型。1982年9月15日创办的《今日美国》是“集大成之作”，成为报纸版面设计的一座里程碑。自此之后，西方报纸的版面设计趋于稳定，虽千报千面，却再也没有出现设计式样的新品种。

**学理研究：版面变革的理性支点**

早在20世纪初，对于视觉传达设计的研究就已开始。版面设计也是其中的一个重要组成部分。不过，当时的“版面设计”研究更关注于招贴画、杂志和书籍，报纸版面并不受重视，设计主要还只是停留在设计新字体、偶尔设计一个新报头的层次上。但是当60年代后，视觉传达设计上所获得的理论研究成果，经由设计师和学者创造性的运用于报纸版面设计时，就成了促进现代版面演进的巨大力量。

正如达里尔·莫恩（Daryl Moen）所指出的，“绝大多数现代设计师分属于两大思想流派：鲍哈斯/瑞士—蒙德里安理论及‘图钉画室’”。“图钉画室”（Push Pin Studio）代表的传统的版式，它追求设计的装饰性、表现性和刻意的不合理性，提倡“苟日新，日日新”。“鲍哈斯/瑞士—蒙德里安”派代表的是现代版式，它注重实用性、正规性和合理性，提倡“保持一致、不求变化”。正是这个派别推出了流行至今的“静态式版式”和“模块化设计”。

**静态式版式。**“图钉画室”所倡导的动态式版式（Dynamic Page）是传统版面式样。直至70年代中期，它还是编辑们进

行版面设计的首选。这个流派的设计师埃米利奥·普奇（Emilio Pucci）1974年在参加美国肯塔基州路易斯维尔报纸设计研讨会时，为《路易斯维尔时报》（Louisville Times）设计并绘制了一串各不相同的装饰性报头，并主张每天换一个，以传达一种“美的信息”。随着报纸版面的不断增加，尽快的找到自己的所需就成了读者的兴趣所在。“鲍哈斯/瑞士—蒙德里安”派推出的“静态式版式”（Static Page）逐渐替代“动态式版式”，成为版面式样的主流。所谓“静态式版式”，即每一天的设计风格乃至设计形式均保持一致，不追求变化；同一天的报纸各叠甚至各版的设计也都大体相同，形成相对固定的“信息陈列区”，读者就可以像在超市购物一样，快速寻找到自己需要或感兴趣的信息。

**模块化设计。**50年代期间，瑞士兴起“国际版面风格”，它认为“无衬线的印刷版面表达今天的时代精神”，“数学网格是组织信息最易读和最和谐的手法”，在版面上按预先确定的格式分配图片与文字，但图片与文字的并置不是简单的放在一起，而是从相互结合中发展出一种形式法则。这种“风格”的核心实际就是“模块式设计”。模块式设计以网格体系（Grid System）为基础，每篇稿件形成一个规则的矩形，用围框或空白将之与其他稿件分开，读者在阅读过程中就不会发生串行、误读的现象，极大方便了读者的阅读。并且，因为矩形可以放在版面的任何位置，使编辑可以迅速撤换稿件。最初，“模块化设计”使用于杂志编辑，直到1963年，彼得·帕拉佐对《纽约先驱论坛报》版面进行重新设计，才将“模块化设计”引入报纸设计之中。他减少每个版的报道条数，设计出较宽的栏，增加版面空白，采用合适的版面比例，合理使用照片，更好地组织辟栏和图文布局等，很好地体现了包豪斯“设计的目的是为了人”的思想。70年代《明尼阿波利斯论坛报》改版，全面采用模块式版面，让传统的“穿插式设计”退位成一种“辅助”手段。

**“快读”（Fast facts）的观点。**“快读”由美国报纸设计师霍华德提出，并会计版面设计实践。如在头版设计“导读”，展示内页的重要内容，使读者能快速定位，免去将一份厚报从头翻到尾的痛苦；又如，在简明的标题下设置一个“快读”题，即“事实/影响”题（Facts/Impact），或者在标题旁边用与正文有明显区别的字体、字号编排一个“提要题”（Nut Graphs），把整个报道的主要事实和对人们生活的影响简洁地标出，使读者在最短的时间内了解事件的内容及其意义；再如，现在的报纸上多用示意图来解释新闻，使分析、抽译过程变得直观、形象，方便读者的阅读和理解。还有，大量的留白能让版面清晰、具有呼吸感，稿件的分割+小标题的配置又能让读者在极短的时间内对长篇稿件的内容和结构有个基本的了解。

锡拉丘兹大学（Syracuse University）的教授埃德蒙·C·阿诺德（Edmund C QrnoId）是提倡注重版面设计的先锋。早在60年代初期他就大声疾呼风格简约、富有吸引力的现代版式。他在教学过程中，培养了许多用“设计”的眼光来看待版面组合的编辑，还通过著作和论文影响着社会，使各报开始关注报纸的版面。70年代，《纽约时报》聘请了艺术指导卢·谢尔夫斯坦（Lou Silverstein），对其灰色、枯燥和拥挤不堪的头版进行改版，使之放宽新闻栏数，增大字体，扩增新闻性照片和图片，并灵活运用多栏标题及版面组合。根据1984年调查，改版后的《纽约时报》成为专业版式设计者及编辑心中“全美设计最佳”的报纸。它改版的成功，使更多的报纸开始接受“版面设计”这个概念。80年代，报界涌起大规模改版的浪潮，各报都在不断的调整版面，以使之达到符合自身定位的最佳效果。而这股浪潮一直延续至今。

值得注意的是，报纸版面的演进并不是因为某个因素的“单兵作战”，而是以上的这些因素相互依存、相互影响、共同作用的结果：媒介间的竞争、编辑观念的变化对印刷出版技术不断提出新的要求，刺激着它一直处于改进、优化之中；媒介竞争的压力使得编辑们只有不断地改善版面的设计方案，让版面更具有吸引力，才能在与电视、杂志、互联网等媒介争夺受众注意力的战争中赢得先机，而印刷出版技术的进步为版面设计者们提供了无限的想象空间。

从理论上来说，只要这些因素不消亡，它们将会一直刺激着版面不断进行改良。但是，从现实来看，报纸似乎已经最终将墨水印在纸上的出版业推向了它的极限。因为，自20世纪80年代《今日美国》的出版，对报业造成巨大的冲击，从而引起报纸版面设计上的一场大革命后，近20年来，各报在版面设计上只是依自己的需要，对版面元素作了某些方面的调整和加强，并没提出什么新的设计式样。“许多印刷媒介的专业人员承认，将来不可能再出现任何新型设计、内容改进或更先进的彩色印刷”<sup>②</sup>。但是，这并不意味着版面设计行将终止。随着报纸数字化进程的推进，“版面设计”将更多地指向互联网上的“页面设计”，而互联网的多媒体化和媒介功能的融合性将使“版面”元素更为多样，设计手段更为丰富。一场以新技术为基础的版面变革将兴起在不久的将来。

Abstraction: Design is a very popular topic among Chinese newspaperdom and various papers are competing in imitating Western newspapers. On the basis of the history of newspaper design of the West, this theme analyze the reasons, which promote them to revolute, from four points. They are the development of technique, the marketing requirement, the competition among mass media, and the study of editing theory. We want provide some illumination for our paper' s design.

Key Words: the revolution of newspaper design promotion the development of technique the marketing requirement the competition among mass media

参考书目:

1. Evans, Harold: Newspaper Design, 5th ed. Heinemann, London, 1982
2. 罗杰·菲德勒:《媒介形态变化 认识新媒介》，华夏出版社，2000年1月第1版
3. 郭庆光:《传播学教程》，中国人民大学出版社，1999年1月第1版

4. Blanchard, Margaret : A. History of the Mass Media in the United States, 1st ed. Chicago, Fitzroy

Dearborn, 1998

5. 埃德温·埃默里, 迈克尔·埃默里: 《美国新闻史——报业与政治、经济和社会潮流的关系》, 新华出版社, 1982年12月第1版
6. 李子坚: 《纽约时报的风格》, 长春出版社, 1999年9月第1版
7. Mario R. Garcia, Contemporary Newspaper Design, 2thed. Prentice Hall, Engewood Cliffs, 1981
8. Tim Harrower: Newspaper Designer' s Handbook, 1998
9. 蔡雯: 《新闻传播的策划与组织》, 新闻出版社, 2001年5月第1版
10. 达里尔·莫恩 (Daryl R. Moen): 《美国报纸组版和设计》 (Newspaper Layout & Design), 中译本, 上海外语教育出版社, 1989年7月第1版
11. 梅格斯 (美): 《二十世纪视觉传达设计史》 (A History of Graphic Design), 中译本, 湖北美术出版社, 1989年9月第1版
12. 曹瑞忻: 《实用版面设计》, 广东科技出版社, 2000年5月第1版 the study of editing theory

(责任编辑: )

收藏本文

! 打印本页 ! 关闭窗口 !

读者留言

用户名:  \* 密码:  (游客) 请在用户名处输入化名, 无需密码

邮箱:  \* 游客发言需提交邮箱

效验码:  \* 请输入: 4708

**发表评论** 评论内容: 不能超过250字, 需审核后才会公布, 请自觉遵守互联网相关政策法规。

[▲ 返回首页](#)

[传媒资讯网](#) | [传媒学术网](#) | [传媒考研网](#) | [传媒博客](#) | [传媒社区](#) | [传媒书店](#)

| [关于我们](#) | [会员注册](#) | [交换链接](#) | [联系我们](#) | [法律声明](#) | [广告服务](#) |



© 2001-2009 中华传媒网版权所有 京ICP061016

Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved