

读图时代报纸的头版视觉优化设计研究

文 | 蒋 焄 闫俊霞

【摘要】随着读图时代的到来,传统纸媒之间的竞争呈现出白热化的状态。为了满足受众日益增长的阅读需求,在竞争中拔得头筹,各大报纸纷纷进行版面视觉优化设计。头版作为一张报纸的“脸面”,成为这场视觉优化设计角逐的主战场。本文通过透视我国报纸头版视觉优化的一些表现,对头版视觉优化设计的改进方向进行探讨。

【关键词】读图时代 视觉优化 表现原因 探讨

随着现代社会生活节奏的加快,人们悄然进入“读图时代”。“读图”与“读文”相比而言更轻松、有趣。2003年第1期《传媒观察》刊发的《报纸的读图时代真的来了吗?》,对“读图时代”做了如下界定:“读图时代”即报纸为适应社会的变化,改变以文为主、图片为辅的模式,图片将在当今报纸的版面中占主导地位,读者的读报习惯也将由以前的读文为主改为读图为主。[1]

一、我国报纸头版视觉优化的主要表现

(一) 头版增强了新闻的导读功能。

各报都通过导读指引读者关注报纸的精华内容。有人曾把报纸的头版比作报纸的“橱窗”,而样品也选择的是各专柜中最好的商品,并在“橱窗”内给以最精心的排列。[2]各种报纸都树立起这样的观念:对于头版,新闻是其内容,版面是其形式,都把本报认为是重大的新闻放在头版刊登,以此吸引受众眼球。

(二) 各报的封面图片化趋势愈加明显。

随着报人图片意识的觉醒,许多报纸头版一改过去的那种用图片陪衬或烘托文字的方式,在头版使用大幅图片,给受众带来强烈的现场感、真实感、冲击感,取得了“一图胜千言”的效果。[3]

(三) 各报头版注重对版式、色块、线条等构图元素的运用。

一些报纸通过采用文字横排形式、模块式设计、图表化编排以及对线条、字符、图片和色彩的综合运用与创新来体现以读者为中心的观念,强调版面的视角冲击力。

二、报纸头版视觉优化设计的原因

(一) 市场环境的变化。

生存模式的市场化与竞争手段的同质化使报业内部硝烟弥漫。报纸要想巩固在传媒领域的地位并在这份本来就狭小的市场中分得一块蛋糕,就必须塑造与众不同的个性特征和品牌形象来争取受众。于是,各报不约而同的进行版面更新,作为反映报纸形象的头版更是成为这场角逐的主战场。

(二) 受众需求的变化。

美国著名营销专家菲利普·科特勒说过:“只有比竞争对手更能让顾客满意才能盈利。”在媒介市场日益成为买方市场的今天,受众的需求成为引导报纸发展完善的指挥棒。受众不仅要求报纸能够提供更多的信息和服务,而且还需要给他们带来美的享受。因此,那些信息量大、风格独特、个性鲜明、视觉冲击力强的报纸更易成为受众的“宠儿”。

(三) 报刊从业人员的理念转型。

随着新闻专业主义的出现,报纸从业人员专业化和报人整体素质的不断提高,使他们对版面形式与新闻内容的关系有了

更明确的认识——恰当的版面形式可以更有效的传播新闻内容。因此,优化版面视觉效果成了报人不倦的追求。由于头版在报纸“争宠大战”中肩负重任,报人对头版的装扮更加重视。

(四) 技术手段的升级。

数字技术的进步,为现代报纸版面设计提供了有利的技术支持,也提供了更广阔的发挥空间。电脑排版软件所提供的丰富设计手段使报纸变得五彩缤纷。随着数字化程度逐步提高,版面分栏、文章及图片的形状、题区及留白的大小都可以瞬间完成,不同层次的底纹、反白、勾边以及色彩调配使版面获得了空前丰富的设计效果。尤其是报纸头版不断地推陈出新,给读者带来丰盛的视觉享受。

三、关于报纸头版视觉优化设计改进方向的探讨

(一) 头版新闻图片的使用要适度。

一些报纸为了追求感官刺激,在头版大量采用新闻价值不高、但冲击力很强的图片,却降低对新闻内容和新闻价值的关注;这样做既降低了报纸的品味,又违背了报纸是“新闻纸”的基本原则。[4]作为读图时代报纸“脸面”的头版,在图片的使用上要合理,无图,版面会显得干瘪而缺乏生气;泛图,不仅版面会显得杂乱无章而且会削弱新闻信息。因此,头版应该注重版面平衡与视觉美感。我国著名的新闻摄影理论家、新闻工作者和领导者蒋齐生、穆青前辈提出的“图文并重”、“两翼齐飞”的办报理念在今天的头版视觉优化设计中依然适用。

(二) 广告刊登要适度且有创意。

广告收入是报业利润的重要组成部分

新时代背景下 电视新闻导语的个性化运用

文 | 朱苏妍

【摘要】人们常说“看书先看皮，看报先看题”在电视新闻报道中导语就起着“皮”、“题”的作用。一条电视新闻能否引起观众的兴趣能否以新鲜的，强烈的，集中的内容刺激观众涣散的注意心态，变无意识为有意关注，具有新意的导语，往往起着决定性的作用。

【关键词】电视 新闻 导语 个性化

当今时代，报纸、广播、电视、互联网等各大媒体，无时无刻地为人们传送着五光十色、包罗万象的新闻信息。快节奏的学习、工作、生活，使得现在的电视观众更加

挑剔，也更加没有耐心。如何才能吸引住观众的眼球？饱含信息要旨的导语，往往起着决定性的作用。目前，虽然对电视新闻导语作为一个科学、全面的定义还很难，但这并不影响我们粗线条的勾勒它的轮廓：一、电视新闻导语是新闻的第一部分；二、它是由画面、音响和文字解说有机结合而构成的整

分，各种报纸在改版的同时都不忽视对广告的调整。一些报纸通过改版，广告在版面上的位置和面积发生了变化。在广告的版面编排上，各家报纸做法均不相同，但头版广告版面所占空间呈上升趋势。

在激烈的市场竞争下，广告成为报纸的生命线，因此，编辑对广告主利益的考虑超过对读者利益的考虑。以致有些报纸的广告在头版的占用面积有点太过夸张，几乎淹没了重要的信息。所以报刊头版的广告应本着经济、适度的原则，依据宣传的效度不同进行刊载。

（三）头版应突出本报的品位和理念，彰显自我个性。

本着个性鲜明，风格独特的原则，头版设计可以通过版面的个性化元素来彰显品

牌，突出个性、品位和理念，以此塑造自身的品牌形象。

（四）注重头版版面创新与策划，并体现整体性。

头版版面创新可以从编排方式、版面语言、新闻图片三个角度入手。就编排方式而言，可以采用模块化编排，由于版面中的各类文章及栏目位置相对固定，便于读者查找，有利于提高报纸版面的易读性；头版易采用视窗化模式，这样的新闻陈列形式，使报纸头版版面既疏朗整洁又信息密集，重点突出。

除此之外，头版要体现整体性，将展示的各种元素有机的组合起来，给人造成一种和谐的视觉美感。如报头、头条、标题、图片、色彩、导读、广告等要相互协调。整个版

面新闻图片的使用要与文字相协调。图片尺寸要适当，防止太大或者图片重心失衡。整个版面的色彩搭配要适当，色调太暗或太杂都不利于信息的传播。

【参考文献】

- [1]张玉川.报纸的读图时代真的到来了吗[J].传媒观察,2003,(1).
- [2]王淑军.简论综合性日报头版的本质特征[J].新闻战线,2003,(4).
- [3]李培林.读图时代的媒体与受众[M].新华出版社,2005.
- [4]张玉川.报纸的头版封面化现象探讨[J].新闻采编,2002,(2).

- (1.重庆市荣昌电视台 重庆市 402400
- 2.西南大学新闻传媒学院 重庆市 400715)