



当代流行报纸版式批评

时间：2003-9-16 16:37:00 来源：中国新闻研究中心 作者：王君超 阅读4449次

“版式”即报纸版面的式样。本文所指的“流行版式”，即在“现代版式”的基础上演化而来的几种时尚版面类型。

过去，曾有一些学者将有代表性的版式称之为“流派”。根据《现代汉语词典》的解释，“流派是指学术思想或文艺创作方面的派别。”而我国当代的报纸版面风格是否真正地形成了派别，以及是否可以将其划分为“京派”、“海派”、“新派”和“岭南派”（桑金兰著《报纸版面创意艺术与电脑编辑》第99—104页，复旦大学出版社），笔者认为是值得研究的。正如沈兴耕教授所说，关于报纸流派的分法，“不能说没有一定的道理”，但“也有不准确或还有商榷的地方”。（沈兴耕著《报纸编辑学实务》第157页，中国广播电视出版社2000年版）这主要是因为“新派”的外延往往与其他流派“交叉感染”。在国内最先提出“京派”、“海派”和“新派”划分的蔡雯教授认为：“9年前，笔者曾在《新闻战线》上撰文论述我国报纸的三大流派，对京派、海派和新派的报纸版面形象作过粗略的描述。今天看来，这些主要流派的报纸在版面设计上已经又有发展变化，总的特点是在追求简洁明快上趋同，而在强调个性方面趋异。这种变化是我国报纸进一步走向成熟的表现。”

（蔡雯：《对当代中国报纸版面革新的观察与思考》（新传播资讯网2001年9月8日发布）既然“流派”的称呼不十分科学，并且其界限正在趋向模糊，因此，笔者在本文的报纸版式研究中，使用的是“流行版式”一词。

笔者认为，20世纪90年代以后，伴随着中国的传媒业进入网络时代，以及“都市报”的蓬勃兴起这两个大背景，现代报纸版式围绕“受众阅读习惯”，不断深化对“视觉冲击力”的认识，大胆引进西方的版面设计艺术，在版面设计中的强调当代性、时尚性，从而涌现出几种引人注目的流行版式。这些版式的明显优点，一是突出时代特征，充分照顾读者的阅读习惯，采用模块版式、横文横题、标题字体齐一化、杜绝串文、重视导读等；二是积极调动各种编排手段，打破条条框框，探索新的版面规则；三是强调视觉冲击力，照片的突出处理使得版面更加“抢眼”和“抓人”。

当然，流行版式的缺点也十分明显，这突出地表现在：

一、模块结构单调、平面化、缺少丰富的变化。对于《南方周末》等报纸的版式，一些论者批评道：音乐美、建筑美、绘画美等“这些艺术要求已被淡化得不见踪影，你看到的版式是：几个稿子排排座、几篇文章像砖头一样垒着，照片也很规矩地搭配在边上。”（缪克构《报纸模块版式探微》，载《新闻出版导刊》2002年第二期）

二、版面设计中的自然主义和煽情因素泛滥，虚张声势的大照片和故弄玄虚的大标题，是

- 媒体的“别读”与“色眼”
- 新闻标题“晕品”集珍
- 媒体奥运报道的三宗罪
- 媒体地震报道的十大事件
- 地震灾难岂能成媒体狂欢
- <桂林日报>荒谬的道歉
 - 人文还是新闻？
- 娱乐媒体“迷路了”！
- 省委书记，请勿动怒！
 - 透过媒体看女球迷
- 媒体少一点“炮轰”
- 传媒生态恶化令人吃惊
- 刘德华给媒体上了一课
 - 禁绝媒体语言歧视
 - 不要这样写方汉奇
- 我怎么看不懂报纸了
- 重庆媒体缘何沦为娼
- 商业化社会下的媒体尴尬
- 媒介普遍存在性别盲点
- 谁策划了“新闻连续剧”
- 杜绝财经新闻“八卦”
- 媒体不要做沉默的羔羊

报纸的形式（版式）和内容（某一性质的报纸所应该提供给读者的相关信息量）严重脱节；

三、断栏、碰题等现象突出，是对版面内在美学规则的一种破坏。

四、同一张报纸的版式风格不统一。如4月28日的《南方周末》，C22版《阅读》上是水平式版式，对开的C23版《百姓记事》，则是垂直式版式。

因此，在人们欢呼报纸读者“进入读图时代”、“版面进入个性化时代”的同时，业界应当对流行版式保持清醒的认识并予以实事求是的批评，即“评论好坏”和“臧否功过”，以促进其在“流行”中尊重新闻规律，更好地发挥报纸版面的功能。

四种流行版式浅析

一、“浓眉大眼”版式。

这是“新派”版式的一种主流版式。沈兴耕教授认为：“所谓新派，实际上主要是承袭了港报风格”，（沈兴耕著《报纸编辑学实务》第157页）其特点是：“在编排方法上，常常采用大标题，长题短文，厚题薄文，曲直线交错，色彩对比强烈，自然形成一种浓浓的氛围，直逼读者的视野。”（桑金兰著《报纸版面创意艺术与电脑编辑》第102页，复旦大学出版社1999年版）一般认为，“新派”报纸的代表是“京派”的《中华工商时报》、《北京青年报》、《新闻出版报》等。今天看来，最能体现“新派”版式风格的，当属《北京青年报》。

《北京青年报》的版式特点是以粗线分割、黑白相间（黑底反白）、招贴式的照片处理等编排手段，使报纸版面呈现出“黑脸膛（色调重）、粗眉毛（大标题）、大眼睛（大照片）、轮廓分明（粗线分割和围框）的风格。有人用建筑术语形象地将其版面特点概括为：“粗题短文多板块，钢筋结构大窗户”，更有研究者称之为“浓眉大眼见精神”。（陶正洲《浓眉大眼见精神——北京青年报版式浅论》，见郑兴东主编《新闻冲击波》第234页，中国人民大学出版社1994年版）为形象起见，笔者将这种流行版式称为“浓眉大眼版式”。

较之传统版式和现代版式的其他类型，这种版式体现出版面设计思想的重大改变。一般认为，版面语言是一种潜在的语言，而《北京青年报》的美编们则认为：版面的作用不应当仅仅是潜在的，它以更直接的视觉形象出现在读者面前，应当让版面直接说话。

这种版面风格一度引起新闻界批评，认为它花花绿绿，标题照片刺激性强，予人以夸张、华而不实甚至虚张声势之感，模仿港台报纸的痕迹太过明显。但是，1993年以后，许多报纸模仿《北京青年报》的版式，从而使“浓眉大眼”模式成为一种颇有代表性的时尚版式。如《北京娱乐信报》、《京华时报》等畅销报纸，都采用这一版式。

二、“眉清目秀”版式。

这是一种与“浓眉大眼”版式相对立的一种时尚版式。顾名思义，这种版式以“简约”为设计原则，故意少用或不用电脑编排所提供的技术手段，标题不使用铺底纹、反白等装饰手段；文与文之间不用线条分割，而以空白代之；在版面上强调空白的作用，因此，这种版式显得舒朗、素净、秀雅、透气，符合当代白领读者追求“简约”、“平和”的审美习惯。相对于一些色彩驳杂、图片夸张、文字密排得“针插不进、水泼不进”的“浓眉大眼”版式，这种“眉清目秀”的版式，是一种技术和审美的回归。

尽管学术界对于这种版式还缺少系统的研究和批评，但是，它毕竟已经走进人们的视野，并越来越多地引起一些读者的青睐。典型的如《中华工商时报》、《南方周末》、《新华每日电讯》、《粤港信息日报》、《华夏时报》以及2002年以后的《市场报》等，相当一批具有影响力的报纸都采用了这种版式。

试想一下，当都市的现代人在下班后拖着疲惫的身躯、挤上熙熙攘攘的地铁或者公共汽车，拿出一张报纸消遣的时候，他可能已忍受不了像所谓“新派”报纸大图片和眼花缭乱色彩的狂轰乱炸；而是希望有一张素净如水、简约舒朗的报纸展现在面前。

也许就是出于这种考虑，以上报纸在编排手段上回归传统，整块版面不用一条分隔线，而是留出大量空白，给读者留下足够的畅想空间，同时也可有效地避免视觉疲劳。值得说明的是，这种版式尽管“回归传统”，但它并不等同于“传统版式”，因为总的来说，其图片偏多、标题偏大、文章偏长，采用模块版式，不串文、不“伸腿”，因此它仍然属于一种时尚版式。

值得说明的是，滥用空白与滥用色彩和网底一样，也是一种版面语言的巨大浪费。一张对开大报的空白如果太多，其信息量也许不如《新民晚报》这样一张4开小报所传达的信息量大，就难免显得淡而无味。

三、“杂志化”版式：

这主要指的是报纸的头版。90年代以后，中国报界刮起一股“周末版”和“杂志化”的旋风，此后又出现了旷日持久的“扩版”热潮，使得一些走向市场的报纸变得越来越厚，被人戏称为“本儿报”。“报纸杂志化”在版面上的一个重要反映，就是一些报纸的头版设计得越来越像杂志的封面。一些报纸（不只是娱乐类的报纸）为了吸引读者购买，纷纷在封面刊登大幅影视明星、粉领丽人的头像，配以煽情的大标题，使报纸头版呈现出“杂志封面”的倾向。

进入21世纪，纯粹的“杂志化”版式已不多见，更多的报纸版面借鉴杂志封面的表现手法，增强版面的视觉冲击力。如曾获中国新闻奖的《中国经营报》1999年12月28日第一版，在中间的版位从上到下，以大幅图片和广告贯穿，“经营世纪”4个大字叠放在“2000”上，就是典型的杂志封面做法。

翻开《北京娱乐信报》、《京华时报》的头版，我们看到的基本上只有“导读+图片+广告”，这也可以归于“杂志化”版式之列。前者在2002年4月7日的头版，刊登一个小姑娘（《信报》的小读者）挥锹为小树培土的大照片，右边一栏是导读。这样的封面，色彩绚丽、明快、抢眼、面孔诱人，但在一定程度上改变了原来报纸头版以文字信息为主的设计理念。

四、“太阳稿”版式：

一些报纸如《人民日报海外版》的《西部开发周刊》、《大学周刊》、《网络周刊》、《名流周刊》等，为了处理好重点与非重点稿的关系，往往在版面的中央分割出一块1/2以上面积的矩形版位，用于刊登本版的主打稿件，其余的稿件则围绕其在四周编排，形成“众星拱月”之势。因为中间的大稿件一般以粗线加框，抢眼而又重要，因此一般称之为“太阳稿”。以“太阳稿”为明显标志的版式，笔者称之为“太阳稿”版式。它的出现，符合当今读者“一期报纸起码要有一条好新闻”的要求。同时，从版面编排来看，一篇四五千字的大稿子，似乎也只有放到中间这个位置，才显得符合美学要求。

如2000年12月6日的《人民日报海外版·名流周刊》，“太阳稿”是《回味人生》，四周散拼的稿件分别为：头条：《斜阳衰草系情多》，报眼：《乔羽：歌坛“不老松”》，两篇稿件分别垂直下排至“太阳稿”的底线；左下是《编读外来》专栏，右下是两则竖排的文艺新闻。虽然头条位置显著、报眼配有照片，但是由于“太阳稿”居于版面要津，而且以粗灰线围框，并配发一副照片，标题字号也为该版最大（超过该专刊的刊头），因此，读者的视线不可能不首先落于此处。

目前，流行版式上的“太阳稿”既有大图片（一般要求面积不小于4栏宽×25行高），也有

大块稿件（从1000字到5000字不等），更有大文与小图的组合。前者如《中国摄影报》，每头版都有一副大照片置于版心位置，图片在中线以上与以下的比例一般是1：3或1：4；《人民日报海外版》的上述专刊，则多刊登一篇4000多字的文字“太阳稿”；《解放日报》头版的“太阳稿”，则一般是图片与文字的组合。如2002年4月5日该报第一版的“太阳稿”，是《中国破译水稻基因》的文字稿和图片的组合；8日第一版的“太阳稿”，集纳了关于物流的两篇文字稿和一幅图片。

对于《解放日报》的处理来说，“太阳稿”是容易处理的，因为每天都不乏可以作为“太阳稿”的要闻；而对于《人民日报海外版》的几块专版来说，每期专刊都有以篇四五千字、并且内容引人入胜的“太阳稿”却殊为不易。因此，“太阳稿”版式的最大问题，也许就是如何组稿而非组版。毕竟，“太阳稿”版式的设计，功夫一大半是在版外。

需要指出的是，以上4种流行版式，都不是孤立存在的，而是互相交叉、彼此融合的。如，《北京青年报》的新闻版一般是“浓眉大眼”版式，而副刊则又有“眉清目秀”的部分特点。

对于流行版式的批评

流行版式之所以会流行，是因为它们与传统版式相比，更加符合读者的阅读习惯，体现了报纸版面的时代特色。但是，在前文所论述的“浓眉大眼”版式、“眉清目秀”版式、“杂志化”版式以及“太阳稿”版式4种流行版式中，也存在着内容与形式脱节、片面追求冲击力、设计理念唯美化和漠视新闻价值等突出问题。

一. 内容与形式脱节

报纸版面融合了新闻学、哲学、美学、受众心理学等众多学科知识，同时还蕴含着“讲政治”的大局意识和舆论导向，因此，版面的设计、版式的形成，并不是随意为之的，而应该是报纸编辑方针的体现和内容编排布局的整体表现。然而在流行版式中，过分注重包装形式、内容与形式脱节几乎成为一种通病。

在一些流行版式中，题文不统一以及过分的“大题小文”，成为报纸吸引读者的一种手段，然而却是一种看来有效，却十分有限的手段，因为题文不符是留不住读者的。

报纸的最主要功能是传播信息。而一些流行版式的大标题、大图片的直接结果，就是挤掉了文字的版面容量，从而弱化了报纸传播信息的功能。如《北京青年报》2002年2月12日第5版《马年特刊·悟》，总计约有3/4的面积用来刊登一个马头的照片和“马”字的造型，文字只占约1/4版的面积。读者“读图”与“读文”比例的严重倾斜，在这方面，即使像《中国摄影报》等图片类的报纸也难望其项背。

报纸版面能动地反映报纸内容，因此被认为是报纸发言的一种手段（郑兴东等著《报纸编辑学》191、192页，中国人民大学出版社1991年版）。好的版面应当对各类稿件的内容作出恰当的评价，然后赋予其恰当的形式。正如沈兴耕所说：“办好报纸，关键靠内容，靠好稿，其次才是形式，是版面。”而当前的一些流行版式，削足适履，“让内容适应形式，这是一种形而上学，会使报纸的质量下降”。（引自沈兴耕著《报纸编辑学实务》第160—161页，中国广播电视出版社2000年版）

二、滥用视觉冲击力

在近20年的报纸版面变革发展史上，围绕强势增加视觉冲击力，始终是一个方向。“视觉冲击力”最先为报纸所强调，始自《北京青年报》，此后引起了众多都市报的刻意模仿，以致达到滥用的程度。

归纳流行版式增强视觉冲击力的做法，不外以下几种：

1. 大照片。英国美术史学家E. H. 贡布里在其所著的《图象与眼睛》一书中指出：“我们的时代是一个视觉的时代，我们从早到晚都受到图片的侵袭。图象的唤起能力又是优于语言”。这句话成为《北京青年报》利用大图片增强视觉冲击力的根据。（郑兴东主编《新闻冲击波——北京青年报现象扫描》第238，中国人民大学出版社1994年版）其美编发誓要使《北京青年报》在离报摊10米外即能被读者首先看到。该报曾用整块版面刊登世界著名钢琴家“克莱德曼”大照片。

范长敏在新传播资讯网（[2001年12月12日]）发布的“读图时代”与“泡沫图片”——浅析新闻图片运用中的不良现象》一文中，将滥用图片称为“虚大、虚多、虚重、虚美”“四虚症”。作者认为，“泡沫版面”即“版面设计盲目追求感官刺激。“泡沫版面”的特点是版面元素的使用过度夸张，表现形式与所表达的内容的价值不相称，这些做法实际上造成了版面资源的浪费。”

2. 大标题。一些流行版式几乎每期、每版都有通栏大标题。在一些主流报纸版面设计实践中，一般要求大标题、主标题不超过12个字。因为标题的加长，往往意味着强势的增加。对于那些不需要特别突出的报道，如果制作过长的标题，就会喧宾夺主；另外，太长的标题也会造成读者视觉疲劳。而在当前的流行版式中，长标题却成为时尚，许多本来应该属于多行题的，现在为了做成通栏的横题，也强行并为一行，从而使标题越来越长。这种趋向在南方日报报业集团主办的《21世纪经济报道》表现得最为明显，几乎每版头条都是通栏的长横题。如2002年4月8日第23版的头条是19个字（20个字符）的通栏横题——《全球小家电之王领銜 台湾3C暗战内地零售业》。本来，标题的前本部分是完全可以作为肩题，以小字号和区别于主题（后半部分）的字体制作的，现在并为一行，不仅令人感到冗长难耐，而且也对标题主要信息形成干扰。

总之，大标题尤其是通栏题，如泰山压顶，给人造成一种虚张声势之感。须知在中国新闻史上，只有在“文革”期间，报纸严重违背新闻规律时，超大标题的运用才出现过如此“盛况”。

3. 将线条、字体、字号等版面元素（又称“编排手段”）运用到极致。例如1990年以后的《北京青年报》版面，用直黑分割线淘汰花边花线；许多标题采用特号、63磅、84磅甚至96磅的大字号；大量使用利用黑底（彩底）反白字，使整个版面反差强烈、醒目夺人。如《北京青年报》2001年4月4日头版，3个导读皆用蓝色，3个新闻标题则都是反白或反蓝（蓝底白字），其中《霸道的证据》著标题还是反白、蓝字勾边。这样，就使得强势叠加，凸显了该报浓墨重彩的特色，显示出较强的视觉冲击力。

4. 是利用色彩、色块、反白等编排手段。如《北京晚报》2002年4月10日第一版，头版头条《本报亚洲论坛企业明星代表团组成》及下文《抢占新技术高科技》两稿，以淡绿色的底色衬托，使之强势增强。

为了增强视觉冲击力，不少报纸进行简单地模仿和攀比，以至出现这样的结果：“大标题，题大无度；黑体字，字黑无边；粗线条，线粗无比；大图片，图大无限。”（沈兴耕著《报纸编辑学实务》第159页，中国广播电视出版社2000年版）这种盲目追求视觉冲击力的倾向，不仅令人对此心生困惑：到底是“视觉冲击”还是“视觉轰炸”？究竟是“新闻纸”还是“图片纸”？

耿过友、王安娜基于对《世界报刊设计精粹》和《全球最佳报刊设计》两书中112个报纸获奖版面中图片使用量的调查，发现在欧美的获奖报纸版面上，尤其是新闻版上，除了报头报眉及照片外，很少用色条色块，底纹也几乎没有；彩色新闻版上，除了照片外，其他用彩的地方很少，只有一些线、框和一些小的报花、数字等用一些彩色。在线框的运用上也极为小心，一般线用得少，框用得少。（见耿过友、王安娜《欧美报纸版面编排与设计》，载《新闻出版导刊》2002年第3期）欧美报纸的做法值得我国报纸借鉴。

三、滥造强势

强势是版面吸引读者注意的方式。新闻编辑学上一般运用“区序理论”来研究强势。所谓区序，一般是指版面各个局部按强势大小排列所呈现的次序。目前的区序理论，一般有3种观点，一种认为在上下或左右一分为二的版面上，“上比下强，左比右强”；第二种观点认为，在一分为四的版面上（即以“十字线”切割版面），强势按顺时针方向，从左上经右上、右下到左下4个区位依次递减；第三种观点认为，视觉中心就是版面的强势。它位于版面的数学中心（即版面正中）以上1/10的部位。（以上参考郑兴东等著《报纸编辑学》第207—208页，中国人民大学出版社1991年版；王咏赋著《报纸版面学》第70—71页，人民日报出版社2001年版）

网络时代越来越快的生活节奏，以及变得越来越厚的报纸，使现代人的阅读习惯不得不发生很大的改变，即从过去从左至右、从上至下的阅读习惯，改为一目十行的“扫视”。这样，就为人为增强强势提供了一个根据。一些新派报纸纷纷调动编排手段，制造强势，引导读者的视线。

例如：在“太阳稿版式”中，强势从中间向四周递减；“浓眉大眼”版式多利用小头条、众头条、倒头条等方式，使版面强势“多点散射”。总之，流行版式多利用各种编排手段增强强势，改变原有弱势版位的地位，具有一定的积极意义。但是，滥造强势也使得整个版面区序的强弱对比模糊，运用原有的区序理论已经无法求解。

有学者认为：“一块版面上的重点不宜过多，除头条外，重点最多不应超过两个，因为所谓重点是与非重点相比较而存在的，重点过多也就无所谓重点了。”（蔡雯著《现代新闻编辑学》第282页，四川人民出版社1995年版）一些流行版式人为大造强势的做法，使版面之上全是“重点”，使人无所适从。

四、百无禁忌

版面设计是有规则的，这个规则在版面学上，叫“排版禁忌”。《新闻学大辞典》认为，下列现象在版面设计上属于回避之列：通栏、左右对题、上下重题、框碰框等。通观流行的版式，对于以上“排版禁忌”，好像视若无物，尤其是在标题排法和“通栏”方面，基本上成为家常便饭。

犯忌之一：碰题和压题

在郑兴东等著《报纸编辑学》一书中，“标题的变化”是作为《版面的变化》一节中的重点内容来讲的，总共用了5页半的篇幅。而现在的报纸习惯用一行横题，不但使版面缺少变化，显得平直、堆砌，而且还造成许多的碰题和压题。如《中华工商时报》2002年4月5日第一版，下半版的一则标题《机器猫改头换面》既与右边的《石油危机结论过早》碰题；又与下边的《美无权对我国防建设说三道四》形成压题。

基于中华民族的审美习惯与西方有所不同，笔者认为，为了方便读者阅读，取消直排竖文是非常有必要的，但是横、竖题结合的版式应予保留。“一个版面应该有20%的直排稿子，即一个版面有1—2篇直排稿子，分散在版面相应的区间……”（桑金兰著《报纸版面创意艺术与电脑编辑》第62页，复旦大学出版社1999年版）这样，一则可以横竖题搭配，使版面走势显得参差错落；另一方面也可以有效地避免碰题和压题。

犯忌之二：断栏

断栏，也叫“通线”、“切栏”，即版面上的栏线从版面顶端一直通到底部或横贯版面，将版面整体分隔为几部分，破坏了版面的整体感。

在传统版式上，只有以下3种情况是允许断栏的：一是两个半版合成一块版面，例如《人民日报》的《国际·体育》版，“国际”与“体育”的内容各占半版，因此必须以线分开，形成断栏；二是由于某一稿件需要做通栏处理，自然形成断栏。如重要的理论文章需要在下8栏通栏处理，以示强调；三是同一内容的数篇稿件，需要集中编排的。如《人民日报》2002年3月26日头版，断线以上部分是属于同一主题的3篇稿件——头条是“神州三号飞船发射成功”消息，报眼是飞船升空的照片，报眼下是飞船发射现场的侧记。

在这方面，流行版式全无禁忌，反以断栏为时尚。如《北京晚报》等许多报纸

的头版，模仿《今日美国》等西方报纸，确立了固定的一分为三版式，即两条竖线自上至下贯穿，将版面切成三个空间。两边各有一个基本栏刊登组合性新闻，中间是要闻。又如，2002年4月7日《华夏时报·每周文摘》的头版是横切（没有用栏线），第2、3、4版，每版都有2—3个竖切断栏。

与上述竖切方式不同，《环球时报》多为横切断栏。如2002年4月11日的该报，第4、5、12版都是一线自左至右横穿，将版面分隔为二。《南方周末》4月18日第A15版，版面上一共只有两篇稿件，一分为二；下面是广告区，又断一次。25日的C22版，有边约有1栏垂直向下通，左边的版位上共4篇文章，一分为四，从左至右贯通。

断栏，对于组版编辑来说，也许节约了设计的时间和精力，但从专业角度来看，它却是对以横排、水平、模块为特征的现代版式的异化，有损版面的整体美观；有些断栏如《北京晚报》的“五色土”副刊，4开的版式自上而下一分为三，又回到了传统的垂直式版式。

有人说，版面的艺术构思和表现形式都受制于报道思想和报道内容，也可以说是“戴着镣铐跳舞”。（见杨明森著《报纸的美学魅力》第7页，中国劳动出版社1992年版）对于版面设计来说，版面规则这个“镣铐”并非可以随便去掉的。因为它蕴含着独特的版面语言和民族的审美意识。

犯忌之三：留白不当。

在传统的美学观中，“飞白”和“计白当黑”是一种韵致；在报纸版面学中，空白是版面编排手段的一种，其在版面设计中的作用可收“不着一字，尽得风流”之妙。综观近年报纸版式的发展趋势，对空白的作用呈现越来越重视的趋势。但是在一些流行版式特别是“眉清目秀”版式中，对于空白也存在着滥用的情况。如《南方周末》4月11日的D26、D27两个《城市》专版，文章全部排在版心（宽度19cm），版心两侧（总宽度15cm）除刊登3副照片和9行文字外，其余全是空白。在另一张版面上，一篇文章之下的空白，竟达1栏宽9行高。

正如滥用其他的版面资源一样，滥用空白也是一种浪费。过多的空白使版面看起来松散、缺少生气。

蔡雯在《对当代中国报纸版面革新的观察与思考》（新传播资讯网2001年9月8日发布）提出：“在新的世纪中，报纸版面对传统的继承和突破，需要勇气，更需要理智。”在对流行版式的批评上，这一观点也极为恰当。

文章管理: wuj i ang （共计 687 篇）

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章：报纸版式

· 报纸版式的设计趋向 (2002-3-18)

>>更多

当代流行报纸版式批评 会员评论[共 1 篇]

客观的说报纸版面的编辑不应限于理论的束缚，可能一份报纸它的一贯风格是比较稳定的，但每一期会有不同。版面的安排与实践和其受众是密切相关的，单纯的做理论的限定意义 [探索与发现于2003-9-19发表]

我要评论

会员名:

密码:

提交

重写

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆ [MSC Status Organization](#) ◆ [中国新闻研究中心](#) ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](#)
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反，追究法律责任.