



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

浅谈彩色报纸的编排

时间: 2002-7-26 22:10:54 来源: 中国新闻研究中心 阅读610次

最近几年, 彩印报纸在我国如雨后春笋般地涌现。“人们看过彩电以后, 还会要看黑白电视吗?” 据此, 自信的编辑们认为, 黑白报纸只要加上彩色, 就一定会更受读者欢迎。于是, 报纸版面上不仅图片是五颜六色的, 就连标题乃至底纹都是五彩缤纷的, 好像不多用些色彩就不好看, 就对不起价格昂贵的彩印设备, 也称不上现代化的彩印报纸。

也许, 五光十色的标题和图片确实能使版面“漂亮”起来, 一下子吸引一些读者的注意, 但这并不是现代报纸的标准。

要编好符合现代要求的彩色报纸, 编辑必须对色彩的构成和功能有一个较为完整的认识, 并根据现代读者的阅读需求合理使用色彩, 使色彩成为新闻传播的手段, 让它说话、传情、显示报纸自身的格调, 而不仅仅只是作为打扮版面的调色板。

一、色彩的构成

红、黄、蓝被称为三原色。三原色的交叉产生了各自的补色: 绿色是红色的补色, 它是由另两个原色蓝色和黄色混合而成的; 紫色是黄色的补色, 它是由红色和蓝色混合而成的; 橙色是蓝色的补色, 它是由红色和黄色混合而成的。从图1的色轮中我们就可看到三原色和与之对应的补色, 以及通过不同的组合构成的各种颜色。目前报纸的彩色印刷是通过四张软片组合完成的, 除了蓝(cyan)、红(magenta)、黄(yellow)三原色外, 还有黑(black)。这样的彩色印刷称为四色印刷, 它的标志是CMYK(K表示黑)。这四种颜色可以配置出成百上千种颜色。

如果把三原色混在一起, 便产生黑灰色。灰色是中性色, 具有调节色调的潜质, 能够创造总体色调的均衡。也就是说, 如果灰色与另一种颜色配在一起, 它就会在感觉上转向这种颜色的补色(见图2)。

比如一幅蓝色调的照片, 周围配上淡灰色调, 淡灰色看起来就会令人感到是蓝色的补色——橙色。这个原理对于设计彩色版面的编辑来说十分重要, 因为报纸版面上通常有60%的内容是文字, 而文字的组合在读者眼前正好构成一片灰色, 能够有效地衬托色彩。有时编辑为了强化对主色调的补充作用, 故意使用一点灰色作衬托。图3瑞典《哥德堡邮报》(Goteborgs Posten)的这个版面就是一个很好的范例。主导照片以红色调为主, 使得整个版面都显得偏红, 于是编辑就在与这幅照片相配的文字上铺一层浅浅的灰色。我们可以注意到, 包围在红色中的灰色好像显出一点绿色调, 这正是红色的补色。它起到了中和、平衡色彩的作用, 更使得文字与图片有机地糅和在一起。

- 论新闻编辑的策划
- 新闻编排要注意的问题
- 新闻来稿的标题发布
- 现代报纸版面设计对版...
- 网络道德, 舆论宣传的...
- 服务是永恒的主题

二、色彩的功能

色彩作为一种组版元素，大致有以下功能：

1. 信息功能

报纸作为传播媒体，它的第一功能就是传播信息和思想。因而使用色彩的首要目的也一样，不是单纯美化版面，而是用以传递信息。色彩的长处是能更直观地传播视觉信息。在这方面，彩色新闻照片的作用是显而易见的。它能把新闻事件的外部环境准确地显示出来。如报道苏州河经过一段时间的治理已逐渐消除了黑臭，用彩色图片就能够较为准确地显示河水颜色的变化。如果是黑白照片，只能显示不同程度的灰色，很难达到这样的效果。

此外，在新闻图示中合理地运用色彩，也能够更加准确地传达视觉信息。比如显示股市行情的图表，是起是落，只要配上红色和绿色，就能一目了然，而黑白的数据则会耗费人们许多阅读时间。标题如何发挥彩色的作用，在过去似乎不成问题：碰到大喜的日子套红，平时黑色。但如今五彩缤纷随你用，却令人困惑了。有的报纸将几个标题分别套上不同的颜色，读者分不清这些颜色分别在传递什么信息，抒发什么情感。而客观效果是，这样随意地运用色彩，实际上是人为地增加了版面上的视觉“噪音”，会给读者的视觉和理解都造成混乱。因此，欧美严肃性报纸不主张明显地通过彩色标题反映情绪，也很少借助色彩来强化标题信息，即便是小型通俗报纸，头版的大标题也多是黑色的，偶尔使用色彩则是为了在色调上与主导图片相呼应。

《解放日报》作为一张严肃的党报，在1998年实行彩印时明确规定，新闻标题套色与否必须首先考虑其内容是否需要通过色彩来强化。在绝大多数情况下，标题通常只用黑色，不套其他色彩。

当然，并非所有报纸都不宜用彩色标题。各报应从自己的定位出发形成自己的风格，例如《北京青年报》就是浓墨重彩的。该报报道2000年欧洲足球锦标赛一场小组赛结局的标题是个很好的例子：“荷法晋级，捷丹出局”。编辑将代表四个国家的四个字分别套上色，但不是为套色而套色，花花绿绿了事，而是选用各队传统球衣的颜色：荷兰队是橙色，法国队是天蓝色，捷克队是暗红色，丹麦队是橙红色。这样读者只要一看见这些颜色，就能联想到这些球队，对“信息代码”的解译就轻而易举了（见 图4）。2. 传情功能

色彩能够影响人乃至动物的情绪，国外学者的试验已证明了这一点^①。将色彩的传情功能运用到报纸设计中去，是现代报纸编辑必须熟练掌握的技巧，否则彩色版面和内容会在不知不觉中发生冲撞。

1999年5月8日凌晨（北京时间），中国驻南斯拉夫大使馆受到北约导弹袭击，馆舍严重毁坏，三位记者牺牲，二十多人受伤。消息传来，举国激愤。在这样的气氛中，如果像平常一样采用红色报头，读者的情感上就会很难接受。为此，1999年5月9日的《解放日报》一改常规，不仅报头是黑色的，而且所有的照片也都是黑白的，以示气愤和哀悼。同年5月12日，死难烈士的骨灰和伤员回国，共和国降半旗为烈士志哀。报道这一情景的次日报纸是否仍要黑白印刷呢？综合分析当天的主要图片之后，编辑决定：报头和报头线要用黑色，但图片要彩印。在这样的气氛中编辑彩色报纸是要担风险的，因稍稍把握不准，就会有失庄重。而编辑之所以下决心用彩色，是因为当天现场彩色照片上的色彩具有极为强烈的信息功能和传情功能：在大片的黑和蓝灰色调中，两幅全景新闻照片中央的红色尤为夺目。在这个志哀的日子里，这几点红色具有极为特殊的意义，更是新闻中最重要的因素之所在。从 图5中可以看到：右上角那一点红色是天安门广场低垂的国旗，右下角的红色是接回烈士骨灰专机舷梯上的红地毯和覆盖在烈士骨灰盒上的国旗。这几点红色传达的是这样一个简单而重大的信息：共和国给予三烈士最高礼遇。此情此景，红色令人肃然起敬。

3. 强势和标点功能

色彩在版面上具有影响读者视线流动的能力。美国佛罗里达州波因特研究所的马里奥·加西亚和佩姬·斯塔克·亚当在他们的“视线追踪”研究（EyeTrac Research）中发现，色彩不仅能够将读者的视线吸引到一个单独的点或面，还能够帮助读者将视线从这一点转移到那一点。也就是说，色彩可以借助其强势功能，在版面上起到标点符号的作用，就像一个指路牌，告诉读者从哪里开始，在哪里停顿，到哪里结束，指导读者读懂版面语言的句子②。

图6中的美国佛罗里达州《圣·彼得堡时报》（St.Petersburg Times）是个很好的范例。这个报道1994年洛杉矶地震的版面将主导照片中火光的红色作为主色调，并将它提取出来，作为版面上“指路牌”的颜色，如大标题中的“洛杉矶”（L.A.）、导读的分隔以及地图中的重难点等。读者在阅读这个版面时，这一个个红色小色块能够调度读者的视线，使之快速而合理地流动甚至跳跃。需要提请注意的是，正因为色彩具有这种强势和标点功能，所以在使用时要格外慎重。如果在版面上随意安排色块，或色彩使用过多，都会造成读者视线的混乱。

4. 组织功能

合理地借助色彩的强势功能，便能发挥出它的组织功能。美国学者的一项试验发现，如果将一组包括三角形、圆形和正方形的图形混合在一起让人们分类，人们会自然地按照形状将它们分成上述三类；而如果将一个三角形、一个圆形和一个正方形涂上同一种颜色，而将另三个不同图形涂上另一种同一颜色，人们就会按照色彩而不是形状来将它们重新归类③。我们在报纸编排设计时应该充分考虑到色彩的这种功能，利用它来显示稿件之间的关系。

图7《达拉斯早新闻》（The Dallas Morning News）报道影片《巴格西》获得十项奥斯卡提名，主导照片以女主角橙色的裙子为主色调，其他被提名者的照片则被组合在一个与女主角橙色的裙子相近的橙黄色框内，这样读者很自然地就会将它们视为一组。而如果相邻色彩使用不当，就会对版面上内容的相互关系起破坏作用。例如 图8对哥伦布的重新发现的一组报道，图片是黄色色调，文字却铺上绿色底纹，二者虽然被围在一个框内，却显得不像是一家子。

三、如何用好色彩

运用好色彩需要注意以下几个方面：

1. 纯色的运用

纯色是指100%饱和度的单一色彩。当两种纯色配在一起时，它们就能成强烈的对比，令人觉得一种颜色在向前凸起，另一种颜色在向后退却，而这种反差便产生强烈的立体感。但需要注意的是，强烈的纯色对比会产生冲撞效应，所以在运用时要格外小心。

2. 明暗的运用

黑白是最强烈的明暗对比，这种对比同样能够制造鲜明的立体感。图9《纽约时报杂志》（The New York Times Magazine）封面上的这把枪是黑色调，边缘被挖空，而底色是白色，在视觉上形成了三维空间，使得这把枪就像搁放在画面上、伸手便可以拿下来一样。

3. 冷暖色调的运用

在图1中的色轮上可以看到，左面的是冷色调，右面的是暖色调。在一个画面上将冷暖色调合理地交织在一起，冷色调会向后退，暖色调则扑面而来。印象派画家十分注重这种对比手法，在他们的风景画中，背景的天空和云彩等往往是明亮的、流动的、远远的，用淡淡的冷色调，画面主体则往往是暖色调，显得稳定、突出，仿佛就在近前。图10《达拉斯早新闻》（The Dallas Morning News）旅游版采用暖色调的黄色作衬底，衬托出冷色调的照片，加深了照片的纵深感。这种冷暖色调的对比通常也是补色的对比。

4. 深浅层次的运用

利用同一种颜色的不同深浅形成对比，自然地显示立体感，是彩色报纸设计常见的手法。图11《圣何塞信使新闻》(San Jose Mercury News)及其杂志的这幅封面照片就是这样处理的。《信使新闻》的照片偏重金褐色的色调，编辑以这个色调为基础，在深底色上用浅金色作标题，文字则更浅些，使整幅图片和报道浑然天成，颇具和谐的立体感。《圣何塞信使报》所办的杂志《西方》(West)采取了同样的处理手法，只是加重了原照片的褐色色调，并加大了反差，使立体感更鲜明。

编好彩色报纸，对编辑来说是一个新课题。以往我们的编辑部里多是文字编辑为主，美术编辑只起到美化版面的作用。从以上分析中我们注意到，现代的新闻编辑部必须考虑两个问题，一是文字编辑必须熟悉平面视觉传达的各种手段和知识，包括色彩学；二是美术编辑必须改变长期以来的配角地位，融入新闻编辑的主体行列中。

注释：

- ①费伯·比伦 (Faber Birren)：《色彩的原则》(Principles of Color) 第77页
 - ②马里奥·加西亚 (Mario Garcia)、佩姬·斯塔克·亚当 (Pegie Stark Adam)：《新闻设计中的色彩》(Color in News Design) 第30、31页
 - ③达里尔·莫恩 (Daryl Moen)：《报纸编排设计》(Newspaper Layout and Design) 1989年版231页
- (《解放日报》副总编辑 陈振平)

文章管理：[beyondsun](#) (共计 978 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：编排

· [新闻编排要注意的问题 \(2006-1-5\)](#)

[>>更多](#)

┆ 浅谈彩色报纸的编排 会员评论[共 0 篇] ┆

┆ 我要评论 ┆

会员名 密码:

[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.