



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

彩报编辑美的特征及表现手法

时间: 2005-10-21 8:32:29 来源: 中国新闻研究中心 作者: 周劲 阅读1551次

原载: 《新闻记者》 2002年第4期

发稿: 中国新闻研究中心

作者: 周劲

单位: 武汉大学新闻与传播学院2003级博士生, 原江苏盐城晚报社副总编

地址: 武汉市珞珈山

邮编: 400031

正如人们有了彩电就把黑白电视束之高阁, 彩报的出现立刻成了报界的宠儿, 很多报社以多版化和彩色化作为读图时代报纸竞争的主要手段。彩报鲜艳的色彩、逼真的再现, 读者的视觉极易得到满足; 从绘画学而言, 彩色的记忆效果是黑白的3.5倍, 这便是彩色报纸比黑白报更吸引人的原因。然而, 纵观国内彩报, 不少编辑在色彩的使用上极易走入两种误区, 一是热衷于色彩的使用, 编辑凭喜好罗列一些漂亮的颜色, 涂抹在版面上, 标题、报头、正文都五颜六色, 色彩运用毫无章法, 版面上没有重心也没有主色调, 翻开报纸, 读者有一种在百货公司浏览各种颜色面料的感觉, 视觉极易疲劳; 二是一些都市类报纸的编辑担心色彩搭配不当, 版面上除了彩照外一律不用色彩, 因噎废食, 导致花了昂贵的印刷费, 仅仅比黑白报多了几幅彩照, 这也有违办彩报的初衷。高明的编辑从不滥用色彩, 只是让报纸的颜色更接近于自然, 正如达·芬奇所说: “如果你希望使相近的颜色并排而又要美观悦目, 请注意组成霓虹的阳光的次序”。彩报的编辑美有它独特的特征和表现手法。

一、统一美——版面主色调的确定

统一与变化, 是编辑美中不变的主题, 统一是主导, 形成版面整体感; 变化是从属, 避免版面的单调和死板。一张报纸应有自己的色彩基调, 以体现报纸的媒体理念、市场定位及独有的神韵, 在读者的视觉心理上产生影响。

版面的整体色彩倾向应据版面的定位、风格以及稿件的内容而定, 确定主色调, 一般说来, 主色调的颜色在版面颜色中应占60%的面积, 不然压不住版面, 形成不了色调。在主调的基础上, 还可以配上相临色系的颜色, 给人和谐齐一的感觉。以“粗题短文多板块, 钢筋结构大窗户”为版式特色的《北京青年报》, 从自身的定位出发, 在色彩使用上形成“大色块、主色调、浓墨重彩”的风格, 每日新闻1-16版以蓝色为代表色调; 新闻周刊17-24版以褐色为代表色; 天天副刊25-32版则以绿色为代表色, 同时大量采用彩底白字加色块, 极具特色, 读者只要一看见这些颜色, 就知道是什么报纸什么版子, “信息代码”在读者的头脑中根深蒂固。如2001年2月19日《北京青年报》五版(见图一), 版面的主调使用与彩照相同的金褐色, 在版头和空白处使用版面代表色蓝色, 图片说明加金褐色底色, 极具视觉冲击力。统一还体现在版面上单位色块面积和形状的统一规整, 《北京青年报》的这块版面色彩区域切割合理, 照片色

- 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

块大气而和谐，避免了色块太小使版面的视觉效果不明显，或者多设色块，导致大小色块散落分布，主次不明，轻重杂乱。就形状而言，该版的色彩区域是规整的四边形，色彩平铺感强。相比之下，一些报纸的彩版做得像低幼读物，追求色彩斑斓却不得要领，用色小气幼稚，原因就在于色块切割得不合理。

报纸的色彩基调通过某一色彩体现出来，但不能千篇一律地限定在一种色调范围内，应该根据内容变换色彩的倾向、纯度、明度及组合方式，来烘托和反衬内容的内在联系，形成一种既有变化又有统一的色彩基调。同时，这一基调还应并列入报社的CI系统，形成视觉形象的统一化，并向员工的名片、采访本、文具、车辆乃至建设物等一切可视性物体推广，从而形成一种统一的可供辨识的报社整体色调视觉系统。

二、多样美——发挥对比组合的功效

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，从而使版面多样美观，产生强大的视觉冲击波，牢牢勾住读者的眼球。

一个只用同色系的版面，虽然整体齐一，但由于人眼刺激的单调及色觉的疲劳，会给人一种平淡、乏味的感觉。强烈的色彩对比显得生硬、甚至刺眼，但如果版面采用互补的色调，并能在色彩的明度与纯度、面积与布局上处理得当，就会产生鲜艳、明快，又和谐、丰富的效果。这就要通过色彩的对比来完成，如色调冷暖对比、补色对比、纯度对比等，形成画龙点睛之笔。2001年4月29日的《东京新闻》（见图二），以一个通版的形式介绍太阳紫外线，主色调使用阳光的黄色，在此基础上用蓝色、绿色作为补色，将冷暖色调合理地交织在一起，蓝天、绿树、阳光，恰是一幅大自然赏心悦目的风景画；该版的天空画面是蓝色，人物及文字模块是黄色，作为冷色的蓝色自然地退在幕后，而黄色则非常抢眼，如阳光一样扑面而来，使人物、标题、文字报道浑然天成，颇具和谐的立体感。同样的效果在画家的笔下表现得更为出色，风景画中，背景的天空和云彩往往用淡淡的冷色调，显出流动、远景，画面主体则往往是暖色调，显得稳定、突出，仿佛就在眼前。

在绘画学中，色彩的对比是通过色彩的“色反差”和“色对应”效果，来丰富画面渲染气氛、表达感情的。所谓“色反差”和“色对应”是指颜色受周围或相邻色彩的影响而发生变化的现象，如灰色在红色的背景上带青色、在蓝色的背景上带黄色；黄色与绿色相近显橙色、与红色相近显草绿色；绿色和金黄、淡白搭配，可以产生优雅、舒适的气氛；黑色或紫色的衬托可以使黄色达到力量无限大……这一现象产生的原因，从生理学角度看，是因为人眼视网膜中的红、绿、蓝三种感色纤维一旦受到色光的刺激就会产生疲劳，对某一色光反应强烈，而对其它新的刺激反应迟钝。彩版的编排设计，不仅要考虑到彩色部分和非彩色部分的色反差效果，还要考虑到彩色部分与彩色部分的色对应效果，通过对比丰富版面。如《泰晤士报》去年刊登拉登新闻的版面（见图三），一幅拉登头部的特写彩照占据了版面一半的面积，照片中拉登穿着的白帽白衣与他黑色的胡须形成强烈的对比，令我们感到它们之间有着令人难以言状的共性，白色与黑色都表达了对死亡的恐惧和悲哀；此外，彩照的颜色又与文字的灰白形成对比，既表达一个死亡的恐惧又展现一种不可超越的虚幻；更令人回味的是该版右下角用了象征生命的绿色色块，与拉登的彩照形成对比。对比总是以对方的存在显示自身的力量，使版面形成多样美。

三、简约美——把握好用色的“度”

彩报色彩的运用必须把握好一个“度”。彩版编排的优势是颜色丰富，但颜色丰富完全不同于花花绿绿。如果为了出彩而出彩，以为颜色多才是丰富，红黄蓝紫无所不用，结果反而没了颜色重心。绘画学强调色彩搭配一般不应超过三种颜色，在版面的用色上也是如此。

掌握好色彩运用的“度”即强调用色不多，用色恰当。在新闻版的处理中，可以对重要稿件和重要版面区域，以彩色突出强势。同时，淡化其周围的色彩氛围，相邻稿件或不重要版区不做彩色处理，形成中心稿件与其它稿件的色彩反差，不至于全版都淹没在色彩海洋里。正如《泰晤士报》刊登拉登照片的版面，以彩照为突出处理的强势，周围文字稿件不加色，以文字的黑白空间与“照片色彩块”相对应，突出强势彼此映衬。在副刊专版类版面，由于内容上相对丰富多彩，强调趣味性、可读性，色彩的运用可以灵活一些。如《深圳晚报》2001年11月13日的“情感热线”版（见图四），以红、黄、蓝三种颜色作为版面主体色，标题用蓝色，右下方用蓝色色块与头条的蓝标相呼应；版面的视觉中心位置用了一幅彩照，彩照人物粉红的连衣裙与稿件内容呼应，牢牢勾住读者的眼球，彩照背景梦幻的蓝色又再次演绎了蓝的主题；此外，头条稿件还用黄线框勾勒，体现了红黄蓝三色在色彩搭配上的永恒。简约适度从整体上看，还要注意题文关系上的颜色反差，控制文章铺彩色底纹的规模，控制色彩的滥用，从而达到既突出颜色部分的强势，又不失整体的清新俊秀。

少用纯色能很好地把握用色的“度”。纯色是指100%饱和度的单一色彩，纯色鲜艳强烈、明确易记，具有一定的力度和硬度，纯色用得好，可点石成金，起到画龙点睛的作用。但纯色在版面中却不宜用得过多，纯色太多，如大量使用大红、柠檬黄、翠绿、鲜蓝等，则会使版面画蛇添足，令人生厌。有的版面编辑喜好罗列一些漂亮的颜色，把一些纯度高的颜色毫无章法地堆砌在一起，显得过分刺目、生硬、火烈，没有主色调，从而失去美感。一个好的版面应谨慎而少量地运用纯色，多用复色和次纯色，如粉绿、湖蓝、钴蓝、淡黄等。此外，还应尽量多使用自然的色彩，不要自调色彩，造成彩色的浑浊，成为一种脏色。

四、和谐美——搭配与传情的运用

和谐一词源于希腊，色彩的和谐不但指色彩的使用要悦愉人的视觉，更有悦愉人的精神世界。歌德在他的《色彩论》中写道：当眼睛看到一种色彩时，便会立即行动起来，通过特殊的感受寻找另一种色彩，这两种色彩是和谐的。我们认为：凡是色彩的成分或给人的感觉比较接近，没有明显对比的都属于相互和谐的色彩。

在彩版设计中，标题与正文之间字体的颜色搭配，标题与标题之间字体颜色的对比，不同稿件之间底纹颜色的对比，都有一个色调是否和谐的问题。各种颜色以什么样的关系相互搭配才能和谐悦目，是有一定规律的，彩报具有平面艺术的基本品格，因而版面上色与色之间的整体关系，必须符合平面艺术色彩运用的美学规律。要使版面色彩和谐必须注意色彩的搭配，和谐搭配一般有三种方式，一是同色搭配即在版面上使用同一种色系的颜色，只在明度方面进行处理，如深红、浅红、粉红等最和谐；二是类似搭配即使用色环上相邻的颜色，或者使用明度、纯度相近的色彩，如白与黄、橙与红等，这是目前最主要的用色方法；三是补色搭配即采用弱对比的方式，版面以一种颜色为主，配色则使用低纯度的其它颜色。

在实际操作中，色彩的搭配有一定的技巧，比如标题和文字色块的颜色可以从版面的图片中抽取，如2001年2月13日《深圳晚报》体育版，头条标题的颜色就是从该版照片上的主色调中抽取的，其它标题的颜色也与照片中球衣的蓝色及绿茵场上的绿色相同，非常和谐。再如，版面中的色块均不应孤立存在，一种色块应出现两次以上并彼此呼应，产生联系，使色彩成为有机的整体，在版面中出现两次以上的色块能产生节奏感，给人齐一和谐的感受。

色彩的传情功能可以很好地愉悦人的精神世界，是形成版面和谐的重要因素。国外心理学家的试验早已证明，色彩能够影响人乃至动物的情绪，色彩的直接心理效应来自色彩的物理光刺激对人的生理发生的直接影响。比如在红色环境中，人的脉搏会加快，情绪兴奋冲动；而处在蓝色环境中，脉搏会减缓，情绪也较沉静；色彩的亮度也会影响人的心理，暗的会使人觉得重，亮的会使人觉得轻；色彩的纯度对人的心理同样有影响，淡的会使人觉得柔和，深的会使人觉得强硬。编辑必须对色彩的感情因素和功能有一个较为完整的认识，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。1999年5

月12日，在中国驻南斯拉夫大使馆牺牲的邵云环等三名烈士的骨灰回国，第二天的《解放日报》巧用色彩的传情功能处理这一重大事件（见图五）：报头、报头线、整版文字都用黑色，但图片用彩色，该报用了五幅照片，有三幅以冷色调黑色为主，有二幅用了红色，右上角照片的红色是天安门广场低垂的国旗，右下角的红色是接烈士骨灰专机舷梯上的红地毯，鲜艳的红色具有极为特殊的意义，共和国给予了三烈士最高礼遇，在这个志哀的日子里，黑色和红色相呼应，让人缅怀烈士，喻示着烈士的鲜血不会白流，使读者肃然起敬。五幅照片具有极强的传情功能，处理极为和谐。

五、层次美——流动与强势的形成

人们在欣赏绘画作品时，都会遵循这样的欣赏次序：先通观全画，产生总体印象后，视线便会迫不及待地停留于画面上的某一处，这个地方就是画面的视觉中心，然后，视线才会移动，读遍全画。之所以有这种现象，是因为从眼球的生理构造看，只能产生一个视焦，人的视线是不可能同时停留在两处以上的，欣赏作品的过程就是视焦移动的过程。这一理论，运用于彩报编排，主要是加大色彩对人生理和心理的影响，色彩的长处是能更直观地传播视觉信息，让读者在几米之外就能被它吸引，形成版面强势；同时，色彩能较好地处理版面全局与局部、局部与局部的关系，甚至可以通过色彩明度、纯色的强弱，明确视觉层次，引导读者的视线，让读者在不知不觉中按编辑的要求，做到先看什么、再看什么、最后看什么，以视线的流动形成版面的层次美。

2001年11月15日《南方周末》“娱乐评价”版（见图六），通过颜色的规律性渐变形成特殊的节奏韵味，使版面通过有序变化产生层次感和流动感，给人以美的享受。位于该版视觉中心位置的彩照，其背景是黄绿色，该版编辑从照片中抽取绿色，作为版面上部稿件的底色，这一底色从上到下由深变浅，向黄绿色过渡并逐渐消失，版面的下部是黄颜色的广告，以稳住重心。在这里，颜色是作为彩色报纸版面的要素，通过明与暗、浓与淡、深与浅的逐渐变化，来对应其它要素的规则性量变，从而强化版面的层次，形成相应的色彩韵律。

形成版面强势，彩照的作用显而易见。图文并茂是设计优秀版面的原则之一，在彩报中，彩照的作用和地位越来越突出，所占据的版面位置也越来越大。报纸对大小不同照片的安排恰当与否，与版面的美观程度以及形成版面的视觉中心有直接影响。彩照为一天的新闻制造气氛，它诱使我们去读一条本来可能会被忽视的报道，或者刺激我们的视觉吸引我们去买一张报纸。彩色图表是编辑们在表现抽象的内容时找到的新的“药方”，彩色图表能够很好地表现柱状图、饼图、条形图、折线图，在最短的时间里以最少的笔墨和最小的篇幅给读者最多的信息，黑白报纸只能望其项背。

文章管理: [mycddc](#) (共计 4291 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: [编辑](#)

- [高级网络编辑是如何炼成的 \(2007-5-24\)](#)
- [炼成高级网络编辑的三大原则 \(2007-2-28\)](#)
- [网络编辑：媒体新人力 \(2006-6-10\)](#)
- [中国古代编辑家为何远多于西方 \(2006-2-17\)](#)
- [编辑成学术期刊界边缘人员 待遇过低队伍不稳定 \(2006-1-11\)](#)

[>>更多](#)

└─ [彩报编辑美的特征及表现手法](#) 会员评论[共 0 篇] ─┘

└─ [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.