



浅论城市生活类报纸版面的亲和力

时间：2002-10-24 0:31:21 来源：中国新闻研究中心 作者：罗文全 阅读2573次

报纸版面是报纸的“脸面”，是新闻导向和宣传内容的载体，也是一门宣传与传播的艺术。版面质量的高低，直接体现编辑的水平和报纸的品质。

如今十分流行的城市生活类报纸，大多定位于城市中有一定知识水平和一定经济基础的读者群。因此他们不仅对报纸的内容和质量有真实性、可读性、与实用性等诸多要求，而且对报纸的版面，也无不用“现代”的眼光去审视和评判。所以我们说一张好报纸，必定是“好班子”与“好稿子”的完美结合，必定有很强的贴近性与亲和力。

精品版面自然有经典风格。版面的风格，是一种成熟的标志。纵观国内无数成功的都市类报纸的版面，我们发现这些“好版面”既有亲近读者的“外秀”，更有贴近读者的“内美”。笔者认为，生活类报纸版面的亲和力应主要体现在以下六个方面。

一、新闻当家，可读性强。报纸本身是新闻纸，因此新闻是报纸版面的主体。报纸版面，要迅速地用最典型的新闻事实向读者说话。没有“当家新闻”无以成为报纸，国内名牌都市类报纸都是以新闻立报，靠新闻当家。如四川《华西都市报》、湖北《楚天都市报》、河南《大河报》、陕西《华商报》、江苏《都市快报》等等，几乎天天有高质量的独家新闻，版版有高水平的连续报道、组合报道、舆论监督报道等多种形式的好新闻。而这些当家新闻中，又以本地新闻、平民新闻为主，报道体裁灵活多变，写作手法不拘一格，因此亲和力强，阅读率高。但是用什么样的新闻当家？是目前很多报纸特别是城市生活类报纸探讨的问题。笔者认为，既然是生活类报纸，就应该有更多的反映百姓生活的报道，切忌假、大、空的说教文章，也不能有“贵族化”的内容宣传。导向正确、内容丰富、贴近百姓的新闻，哪怕是小，哪怕不在版面上占“主角”，也同样能引起读者关注。

二、图文并重，两翼齐飞。文字是报纸版面的主体，但没有图片的版面毫无生气。在新闻版面中安排富有感染力的照片，既是报纸新闻本身的需要，更是强化版面效果的必要手段。文字与图片的合理穿插，相互咬合，显得整个报纸活泼大方，具有突出的视觉冲击力。特别是纸质媒体已进入了一个新的“读图时代”，人们对报纸的视觉感受越发明显。重要或重大新闻的图示化或图表化，逐渐打破了传统、单一、抽象的文字叙述模式，使版面既形象又美观，可谓一举多得。但图片的运用要合理和适度，不能随心所欲，更不能“文不够照片凑”，否则会适得其反。好图片一是具有新闻性，引人入胜，可读性较强；二是具有艺术性，楚楚动人，视觉冲击大；三是编排精巧，有情有景，整体效果好。

三、标题精制，眉清目秀。标题是版面的“眼睛”，犹如人的“眉目”，对版面具有“点睛”之功。好版面上的每一个标题都要十分讲究文采，用语要力求凝练、精准、形象、有味、活泼，突出报纸的个性和新闻的本质。标题的制作贵在“传神”，用最准确最精彩的词句把新闻

- 路透社拍的四川灾区照片
- 纽约时报的地震现场报道
- 都市类报纸的版面策略
 - 报纸版面语言辨
- 从《南方周末》的批评...
- 从《南方周末》的批评...
- 从《南方周末》的批评...
- 简论综合性日报头版的...

传达给读者。不同的报道有不同的标题特征，如消息标题，讲求简练明快，生动活泼；通讯标题重在用语感人，思想深刻，文采飞扬；评论标题要求发掘教育哲理，强调内涵丰富，等等。标题编排要字号得当，字体适中。或厚题薄文，或长短相宜，总之都让人看后有赏心悦目之感。在标题上精耕细作，就能把最好的新闻拎出来，让读者一目了然，吸引读者往下看。

四、编排合理，美观大方。报纸版面的整体布局反映报纸版式的设计和创意水平。平衡、匀称、对比、交合，是版面布局的基本要求，也是版面编辑的主要技巧。好版面是和谐的，和谐就是美的。就线条的应用来说，不同的稿件在组合时，应当赋予虚、实、粗、细、浓、淡、曲、直不同的特征，做到编排合理，框线醒目，让新闻的内在意义从版面上得以充分体现。现代报纸营销学研究表明，人们阅读报纸效果与人的视觉感受密切相关。彩色报纸阅读率相对较高，因为鲜艳夺目的色彩，最富有审美效果和视觉冲击。红、蓝、黄、绿、橙各具内涵，给人以不同的美感。黑白报纸的版面元素，只要合理应用，同样具有“意在像外”的作用。比如报纸主色彩的黑色，刺激强度大，版面趋向稳定、大气、沉着，特别吸引人；又比如报纸广泛运用的灰色，能突出板块效果，极富柔和、平实的韵味。因此报纸版面的美观在于合理编排，对版面元素的精心搭配。

五、个性突出，特色分明。没有个性就没有生命力。有的城市类报纸习惯于模仿，只要是别人有创意或新意的版式，就盲目地“拿来”，照搬照套，结果导致很多报纸版式大同小异。特别是一些地市级城市类报纸，“一阵风”似的学中央、省级城市报。当然不是说学习先进的东西不行，而是要因地制宜，在学习的基础上善于创新，突出自身个性和特色。《中国青年报》曾多次夺得中国新闻奖版面一等奖，其充满朝气和活力的版面风格自成一体，在稿件编排、照片运用、标题制作等方面都有独出心裁之处。要突出个性特色，就要注重研究报纸的受众群体，把握准市场定位。深受读者喜爱的《羊城晚报》，其版面设计、版面语言及新闻内容，在全国晚报中堪称独树一帜：活泼而不琐碎，庄重而不呆板，有趣而不落俗，因此受到读者和专家们的一致好评，曾连续多次夺取中国新闻奖版面一、二等奖。

六、以人为本，内容贴近。城市生活类报纸大都是市场化的报纸，而市场化更需要生活化。贴近受众的报纸，是最有市场的报纸，因此要切实讲求版面内容的贴近性。如今的报纸已不仅仅是给人们提供饭后茶余的消遣，而成为市民日常生活的一种信息和文化需要。因此报纸内容的选取，应以读者生活的需求作为重要标准。第一，关注民情和民生，让报纸成为读者生活的帮手。天下大事不能少，但涉及人民群众日常生活的柴米油盐问题，也是城市生活类报纸的重要内容。湖北《三峡商报》专门设有服务型记者，辟有服务性版面，24小时开通服务热线，大到下岗失业、社会治安、环境污染，小到社区停水停电、居民家庭矛盾等等，只要是读者的困难，报纸便通过各种报道方式全力帮助解决。这样，报纸离读者近，读者就更愿意把报纸当作自己生活的帮手。第二是提供信息和服务，让报纸成为读者“有用”的参谋。城市塞车、天气变化、菜价涨跌、街道停电等之类的信息，虽然称不上是什么特别大的或重要的新闻，但却与人们日常生活密切相关，因而自然是读者喜欢的内容。好的报纸决不会去迎合某些人低级趣味的“卖点”新闻，而是把主要版面用于提供大量实用的生活信息上，以满足人们关心生活、政治、经济、文化、体育等多方面的信息需求。第三是亲近百姓，让报纸成为与读者沟通的桥梁。市民的意见、群众的呼声、读者的要求，在报纸版面上都应有一席之地。百姓的报纸不能脱离百姓，要与百姓同呼吸、心连心。《三峡商报》独创性地开辟大型新闻专栏“市民点将”，即每周在编辑部开通专线电话，请来政府职能部门的主要领导与市民直接对话，现场提问现场解难，然后用整版篇幅刊登“点将”实录，并追踪报道结果，在市民中引起了强烈反响，同时受到中宣部、国家新闻出版署等部门的高度好评。

【地址：湖北省宜昌市东山大道119号《三峡商报》 邮编：443000

电子信箱：sxsblwq@fescomail.net】

相关专栏：罗文全

- 满足读者对新闻信息的动态和深度需求 (2004-10-29)
- 感受新闻的激情 (2003-12-2)
- 罗文全新闻论著《感应传媒》出版 (2003-10-13)
- 贵在实践有升华——读《感应传媒》之感 (2003-10-13)
- “挂名新闻”剖析 (2003-8-15)

[>>更多](#)

相关文章：版面

- 浅谈报纸版面的新闻导读 (2009-2-11)
- 都市类报纸的版面策略 (2007-8-10)
- 报纸版面语言辩 (2005-12-1)
- 我国主流报纸版面视觉艺术初探 (2005-10-21)
- 关于版面收费与论文发表的两个为什么 (2005-2-21)

[>>更多](#)

浅论城市生活类报纸版面的亲和力 会员评论[共 2 篇]

感觉论“浅”了，再展开些就更好。 [新闻快枪手于2003-4-14发表]

生活类报纸的亲和力之体现，外看形体，内观质量。

就形体而言，要排版合理，美观大方；要图文并茂，标题清秀；好的版面要有个性。

就内容而言，要新闻性 [舍我其谁于2003-4-8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.