

# 报纸版面设计意识中的内涵与外延

李响

北京日报社，北京市，100734；

**摘要：**在媒介融合深度发展的大环境下，报纸作为传统纸质媒介，其版面设计不仅是信息呈现的物理载体，更是媒介理念、传播策略与文化价值的视觉表达。本文以“设计意识”为核心切入点，结合新闻学、设计与传播学理论，从多维度剖析报纸版面设计意识的内涵与外延。内涵层面聚焦设计意识作为思维活动的关键构成要素，从信息架构逻辑、视觉符号叙事、媒介价值传递三个视角解析其核心内涵；外延层面则拓展至设计意识与外部环境的关联上，从技术适配性、受众互动性、跨媒介协同三个方向探讨其拓展路径。旨在为数字化时代报纸版面设计的创新与传承建言献策，为传统报纸媒体的发展与改革添砖加瓦。

**关键词：**报纸版面设计；设计意识；内涵；外延；媒介融合

**DOI:** 10.69979/3041-0673.26.02.081

自1609年世界上第一份定期印刷的报纸《报道与新闻》面世以来，报纸版面设计便随着传播需求的演变与媒介技术的迭代不断发展。从早期单一形式的文字排版，到现代将图文、色彩与版式语言整合于一体的综合设计，版面设计得以持续优化、创新。时至今日，其早已不再是简单的“信息排列”，而是一种融合编辑意图、媒介定位与受众认知规律的“设计意识”的外化。在新媒体浪潮的冲击下，报纸正面临内容突围与形式创新的双重挑战，版面设计作为报纸视觉名片的作用愈发凸显。

## 1 报纸版面设计意识的内涵解析

从哲学范畴来看，内涵指代事物本质属性的总和，是构成事物的核心要素。对于报纸版面设计意识而言，其内涵是设计主体在版面创作过程中所形成的，反映报纸媒介本质、传播目标与受众需求的思维活动的总和。具体可将其拆分为信息架构的逻辑意识、视觉符号的叙事意识与媒介价值的传递意识三个核心维度。

### 1.1 信息架构的逻辑意识：版面设计的“骨架”

报纸版面设计的首要功能在于有效传递信息，而信息架构的逻辑意识正是实现这一功能的先决基础，堪称版面设计的“骨架”。这一意识要求设计主体在设计版面之前，精准把握报纸的具体定位、受众群体与内容属性，在此基础上构建同信息传播规律与受众认知习惯相符合的版面逻辑。从实践来看，党报的版面设计逻辑一般以“权威”“严肃”二字为核心，诸如《人民日报》的要闻版，会将时政新闻要点置于版面上方。排版时采用较大的标题字号与规整的文字排版，利用从上到下、

从左到右的阅读动线，引导受众优先获取核心信息，体现“时政优先，层级清晰”的版面设计逻辑。而都市报的版面设计逻辑则围绕“贴近性”与“可读性”，诸如《南方都市报》的民生版，往往将民生热点新闻置于版面中部。排版时穿插图片与图表，以灵活多元的分栏方式，打破传统的“线性阅读”逻辑，以更好地满足受众“快速抓取关键信息”的需求。除此之外，信息架构的逻辑意识还体现在对版面平衡与信息密度的把控上，设计主体需根据内容的重要程度合理分配版面空间，避免出现因重此轻彼导致信息传递失衡的情况。同时还需基于受众的阅读疲劳阈值控制好单版信息密度，诸如对于文字密集的深度报道，可以以留白、插图等方式分割版面，减轻受众的阅读压力。由此可见，逻辑意识源于设计主体对信息价值与受众认知的双重考量，是决定版面设计从“无序排列”到“有序传递”的关键因素。

### 1.2 视觉符号的叙事意识：版面设计的“血肉”

信息架构的逻辑意识是报纸版面设计的“骨架”，视觉符号的叙事意识则是填充这一骨架的“血肉”。步入视觉化传播时代，单纯的文字信息已难以满足受众不拘一格的认知需求，设计主体需借助于图像、色彩、字体、版式等视觉符号的巧妙组合，构建凸显叙事性特色的版面语言，让信息传递更具感染力与记忆点<sup>[1]</sup>。图像作为最直观形象的视觉符号，其叙事功能在版面设计中的重要性愈发凸显，设计主体在选择新闻图片时不仅要注重其真实性，还要确保其能同文字内容形成“互补叙事”。诸如在报道自然灾害时，往往会选用能展现灾情

严重性的现场图片,如倒塌的房屋、繁忙但有序的救援场景等,搭配简洁明了的文字说明。让受众通过“图像+文字”的组合,直观了解新闻事件的背景与影响,这种优先突出视觉感知的叙事方式,比单纯的文字描述更具冲击力。色彩与字体则是辅助叙事的有力符号,不同的色彩代表不同的情感寓意,如红色代表喜庆或警示、蓝色象征冷静与专业。设计主体会基于新闻内容的情感基调选择色彩,如在报道节日庆典时,以红色为版面主色调,在报道科技新闻时,以蓝色为版面主色调。字体的选择同样具有叙事性,宋体整体规整、严肃,适合报道时政新闻;楷体风格典雅、柔和,适合报道文化新闻;黑体更为醒目、有力,适合作为头条标题……在色彩与字体的巧妙搭配中,版面能传递出同新闻内容相符的情感氛围,让信息更具感染力。

### 1.3 媒介价值的传递意识:版面设计的“灵魂”

报纸作为社会媒介的一种,不仅承担着传递信息的基本功能,还肩负着引导舆论、传承文化、服务社会的重要使命,而媒介价值的传递意识则是版面设计的“灵魂”所在。其要求设计主体在版面创作中,将报纸的媒介定位与社会价值渗透于设计细节当中,让版面成为传递媒介理念的有力载体<sup>[2]</sup>。党报在版面设计上始终体现“喉舌”价值,诸如《人民日报》的“人民时评”版,会将评论文章置于版面核心位置,采用庄重的版式设计、加粗的新闻标题、突出的引文,来凸显评论的权威性与引导性,清晰传递党和国家的政策导向与主流价值观。都市报的版面设计则更为注重“民生”价值,诸如《羊城晚报》的经典民生评论栏目《街谈巷议》便采用短小精悍的排版风格。版面以300~500字的评论正文搭配醒目标题,以贴近市井的版式呈现烟火评议,直观体现了“服务民生,反映民意”的价值定位。除此之外,媒介价值的传递意识还体现在对文化遗产的重视上,许多报纸媒体在版面设计中融入了传统文化元素。地方报纸如《北京晚报》,会在版面中融入古城墙等地方文化符号,以视觉细节彰显对地方优秀文化的传承。依托这些细节设计,版面在传递新闻信息的同时,还体现了报纸的媒介价值与文化担当,实现了“信息传递”与“价值引导”的统一。

## 2 报纸版面设计意识的外延拓展

外延在哲学范畴中表示事物本质属性所指向的外

部对象与范围,是事物与外部环境的关联总和。在当前媒介技术蓬勃发展、受众需求日趋多元、传播环境瞬息万变的大环境下,报纸版面设计意识的外延也在不断拓展。其不再局限于单纯的纸质版面设计,而是拓展至技术适配、受众互动与跨媒介协同等多个领域,形成了同外部环境深度融合的设计思维体系。

### 2.1 技术适配的拓展:从“纸质导向”到“多载体适配”

在过去,报纸版面设计意识主要围绕纸质载体这一核心,设计思维局限于纸张的尺寸、材质与印刷技术等浅显层面。随着数字技术浪潮的汹涌而至,报纸逐渐形成了“纸质版+电子版+移动端”的多载体传播模式,版面设计意识的外延也拓展至技术适配层面。设计主体需基于不同媒介载体的技术特性,有针对性地调整版面设计思维,致力于多载体的适配性设计。细化而言,针对报纸电子版(如网页版),设计意识需同数字化阅读的技术特性相适配,相关要点如下:一方面,电子版版面不再受制于纸质尺寸,设计主体可采用“滚动式排版”模式,延长版面长度,容纳更多信息。另一方面,可引入超链接、视频、音频等数字元素,如在新闻图片一侧添加超链接,引导受众查看更多图片资料,在文字报道中插入视频,让受众在视听结合中获取信息<sup>[3]</sup>。除此之外,电子版版面还需融入响应式设计,确保版面能根据电脑屏幕的尺寸自动调整版式,让受众在不同设备上皆能获得良好的阅读体验。

针对报纸移动端(如客户端、微信公众号),版面设计意识需同碎片化阅读的技术特性相适配。移动端屏幕尺寸较小,设计主体需简化版面结构,采用单栏式排版,尽量突出核心信息,标题要简明扼要,不能过长,图片要压缩尺寸,以确保加载速度。同时可融入“滑动阅读”“点击展开”等交互功能,如隐藏深度报道的细节内容,受众点击后再展开,满足其快速浏览、按需阅读的需求。诸如《人民日报》客户端的版面设计,便采用“头条+栏目”的简化结构,标题简短、图片清晰,且支持滑动阅读,同移动端的碎片化阅读场景高度适配。技术适配拓展的本质在于设计意识对“媒介技术”的响应,其要求设计主体摆脱传统“纸质思维”的窠臼,以多载体传播为导向,基于不同载体的技术特性调整设计策略,扩大报纸的传播范围。

### 2.2 受众互动的拓展:从“单向传播”到“双向互

动”

随着“受众中心”理念的兴起,受众不再满足于被动接收信息,而是希望参与到信息传播过程中。版面设计意识的外延也由此拓展至“受众互动”层面,设计主体需在版面设计中融入互动元素,构建双向互动的传播模式。在纸质版报纸中,互动意识主要体现在反馈渠道的设计上,如在版面中设置“读者来信”“有奖征集”“投票问卷”等栏目<sup>[4]</sup>。以此可以引导受众就新闻内容发表意见、提出建议,实现“受众反馈—编辑回应”的良性互动。此外,一些报纸还会设计互动式版面,《解放日报》在改版后便推出了“互动”版,将其同社交平台同频共振,有效弥补了报纸时效性不足的短板。

在数字版报纸中,互动意识的体现则更为丰富多元,如在电子版版面开设评论区、设置分享按钮,受众可以直接在新闻下方发表评论,也可以将新闻分享至社交平台,扩大信息的传播范围。还可以在版面设置“投票功能”,诸如在报道社会热点事件时,发起“你怎么看”的投票,受众点击选项便可投出一票,并实时显示投票结果,增强受众的互动体验。在移动端报纸APP可以融入“个性化推荐”功能,基于对受众阅读习惯的深入分析,为他们推荐感兴趣的版面内容,实现千人千面式的互动传播。澎湃新闻APP的版面设计便以用户的阅读历史为参照,在“推荐”版中推送相关新闻,同时设置“评论”“点赞”“收藏”等互动按钮,满足受众多元化的互动需求<sup>[5]</sup>。

### 2.3 跨媒介协同的拓展:从“独立设计”到“协同整合”

媒介融合背景下,报纸不再是孤立的传播媒介,而是与电视、广播、新媒体等其他媒介构建起协同传播的生态体系,版面设计意识的外延进一步拓展至“跨媒介协同”层面。设计主体需转变以往固化的独立设计思维,在协同整合中让报纸版面与其他媒介联动,以获得“1+1>2”的传播效果。跨媒介协同的设计意识首先体现在内容联动上,设计主体会在报纸版面中设置“跨媒介入口”,引导受众关注其他媒介的内容。诸如在报道某一新闻事件时,会在版面中插入二维码,受众扫描二维码便可跳转至电视台的新闻视频、广播台的音频报道或新媒体的直播页面,实现“文字+视频+音频+直播”

的多媒介内容联动。

跨媒介协同的设计意识还体现在视觉统一上,为了增强受众对媒介品牌的认知,设计主体会让报纸版面与其他媒介的视觉设计保持统一。以《人民日报》为例,其纸质版、电子版、APP及官方微博、微信公众号,均采用统一的红色主色调、宋体标题字体与“人民”标识。通过统一视觉元素,让受众在不同媒介中都能识别出“人民日报”的品牌形象,大大增强了品牌的辨识度与影响力。“传播节奏”的协同同样体现了跨媒介协同的设计意识,设计主体基于不同媒介的传播特色,合理调整报纸版面的内容与设计,确保其同其他媒介的传播节奏保持一致。在发生重大新闻事件时,先由新媒体平台发布即时消息,滚动新闻持续更新进展,次日报纸推出专题版面进行深度分析,形成多媒介互补的传播格局。

### 3 结语

数字化时代报纸版面设计意识的创新需以内涵为价值锚点,坚守信息逻辑、视觉叙事与媒介价值核心,以技术为赋能手段,拓展全载体适配、沉浸式互动与跨媒介协同的外延边界。广大新闻从业者唯有恪守内涵核心、拓展外延边界,与时偕行创新设计意识,方能让报纸版面始终保持吸引力与生命力,在媒介生态中持续发挥其价值与作用。

#### 参考文献

- [1] 苏春燕. 报纸版面设计创新路径探索研究[J]. 中国报业, 2025(14): 118-119.
- [2] 彭靖. 报纸版面视觉设计呈现的文化内涵[J]. 中国报业, 2023(05): 92-93.
- [3] 向阳. 论报纸版面视觉设计呈现的文化内涵[J]. 新闻研究导刊, 2018, 9(02): 169+171.
- [4] 李雪松. 报纸版面设计在新媒体浪潮中的创新思路[J]. 记者摇篮, 2024(12): 3-5.
- [5] 彭海英. 报纸编辑应强化版面设计意识[J]. 湖南社会科学, 2001(03): 132-133.

作者简介: 李响, 女, 汉族, 籍贯: 广东吴川, 学历: 大学本科, 职称: 中级编辑, 研究方向: 《时代变迁与社会审美对报纸版式设计的影响》。