

新闻海报如何花式出圈

金京强

摘要：新媒体时代，以手机端为主流阅读的今天，海报凭借着视觉冲击力强、涵盖信息广、轻盈、多样化等多重优势，成为传达情感的一种重要宣传方式。一张优秀的新闻海报传达着重要的新闻价值。本文以抗击疫情新闻海报设计为例，结合海报宣传传播优势及设计海报的重要关键点，浅析新闻海报在当下媒体深度融合发展业态下如何花式出圈。

关键词：新闻海报 媒体深度融合

当下，随着媒体深度融合步伐不断加快，各种信息报道表现形式层出不穷，而新闻海报作为一种新型的传播形式迅速出圈。

浙江广电集团是浙江省宣传思想文化战线的主阵地。中国蓝新闻客户端作为浙江广电集团宣传的主阵地，既承担着主题宣传报道、权威信息发布、传播浙江好声音等使命和任务，又要通过大众化的表现形式，增强新闻内容的亲和力与影响力。在这样的背景下，新闻海报

应运而生，成为了当下不可或缺的新闻宣传产品。

一、媒体转型之下的新闻海报宣传优势

移动互联网时代，人们每天接触信息的内容越来越繁杂，途径越来越广泛。作为新闻媒体，任何一个新闻报道都有其独特的产出报道形式。那么，怎样的新闻产品能够占据社交主场？怎样的新闻产品能够提升新闻影响力？怎样的新闻产品可以提升品牌辨识度？笔者认为莫过于“新闻海报”。

新媒体时代下，“内容为王，移动优先”依然是王道。和传统媒体相比，新闻海报产出便捷、性价比高，而新闻往往讲究时效性，在重大新闻、重要时间节点、突发事件新闻中，新闻海报都能发挥其独特的传播优势。

现如今，新闻海报作为一种信息传播形式，已经具备其独特的优越性。首先，新闻海报已不单单是起初简单的平面设计，而逐步呈现出了插画、手绘、动效、新闻长图、九宫格等多样化形，使得呈现的内容更丰富；其次，

新闻海报传播路径短,各类社交产品都可以直接展示,抵达用户时间短、范围广;再次,一张海报虽然体量较小、空间有限,但简单的配以文字和画面,就能够有效表达出鲜明的新闻立场和媒体情绪,更容易直击用户内心、引起用户共鸣,达到新闻传播的目的。

二、新闻海报设计关键点

信息碎片化时代,新闻海报如何做到不被海量信息淹没?关键在于以下几点。

(一) 视觉冲击力要强

海报要吸引用户眼球,首先视觉冲击力要强。人作为视觉动物,色彩对于用户来讲,是最敏感的东西。一张优秀的新闻海报作品,凭借色彩的表现力,可以从很大程度上提升作品本身的魅力。以抗击疫情海报为例,自2020年新冠肺炎疫情爆发以来,中国蓝新闻客户端在首页开设抗击疫情专区,包含最新消息、融媒产品、各地防控、专家解读、捉谣记等栏目,其中融媒产品子栏目承载的就是新闻海报产品。据不完全统计,这个子栏目共产出新闻海报千余张,多组海报在主要央媒和商业网站分发,单条点击量超千万;同时也在微信朋友圈等平台刷屏,很大一部分原因归根于海报的视觉冲击力。以策划设计新冠肺炎疫情每天新增数量系列海报为例,策划的初衷就是想打破寻常,重点在色彩上下功夫,利用饱和度比较高的颜色为主背景,在视觉上让人眼前一亮;另一个视觉冲击点是每日新增的数字,这是海报的关键信息点,也是用户最关注的点,所以数字位于海报正中心且放大突出,让其牢牢占据海报的核心位置,增强层次感。

(二) 主题要鲜明

一张海报由三部分内容组成,文字、图案和色彩,三者缺一不可。文字在海报中起说明作用,有效的文字可以准确地传递信息。一张新闻海报,如果画面设计精美,而文字没有主次或表达有歧义的话,就会失去海报的主心骨,并不能算是一张优秀的海报。文字和画面应该相辅相成,相互成就。例如,疫情期间新增数量系列海报设计,主要突出“哪个时间点、哪个地方、新增几例”这几个关键信息点为主要元素,而“较昨日增长几例、品牌

logo、客户端下载二维码”等为次要元素。对于用户来说,主要文字信息点吸引到他们后,才会逐步将关注点移至次要元素。对于信息点的把握,我们在设计时就应该通过画面的引导,使用户层层递进地了解信息,以此来突出主题的鲜明。

(三) 留白要合理

很多设计师包括需求方都希望设计海报的时候,版面能够饱满一点,文案多一点,能展示的内容尽可能多地加以展示,这样会显得画面比较丰富。其实,对于一张优秀的海报来讲,适当留白不但能够增强视觉冲击力,也会增强画面的可读性。设计每一张新闻海报的目的,关键在于传达信息点。但在设计过程中难免会遇到要传达的信息量比较多的情况,这时,我们在设计前期就应该根据海报文字信息的主次进行梳理。通过对文字的大小、虚实的转换、元素的疏密、黑白的对比等层级处理,让用户在第一眼就能看到画面最主要的信息。所以,在设计过程中,合理的留白与色彩、文字同等重要。

以设计浙江第一批支援湖北的医疗队归来的宣传海报为例,这组海报充分展示了留白的合理性。中间主画面包含两个人物相互拥抱的剪影,其中一个剪影,利用支援湖北期间医疗队队员曾说过的走心及感人的话语,拼接成一个逆行者的声影,另外一个则是空白出来的剪影,采用正负形设计。画面当中的拥抱包含两层含义,其一是对于湖北人民的不舍,其二是归来后对于家人的拥抱。画面最下方设计了机票的形式,出发地湖北,目的地浙江,加上“欢迎回家”四个主标题,简单明了展现出了宣传内容。通过这样一个大面积的留白,不但延伸了画面的情感表达,更利用了有限的空间里,让用户有思考和理解的余地。

(四) 版式要精细

新闻海报设计因具备传达新闻价值,故在版式设计上要合理布局版面结构,即让用户清楚、简单明了地了解到我们想要宣传的新闻信息。不同的版式设计可以表达出不同的画面情绪,但始终不能脱离画面视觉分布这一原则。良好的视觉流程设计,要根据内容合理做出主要信息和次要信息的排布,直接引导用户关注

画面信息的先后顺序，让用户少走弯路，直接关注画面主题，充分符合用户的视觉浏览习惯。对此，疫情期间推出的新闻海报产品，对于版式设计做到了精心和细致，每一处的细节都发挥到关键点上，明确画面的每一个元素都是为内容和版式服务。

（五）创意要出彩

创意是海报设计的灵魂，能否让用户停下目光多看几秒，关键在于创意。一张优秀的新闻创意海报主要体现在两方面：文案和画面表现形式。有创意的文案不仅能增强画面的新鲜感，也会增加传播率。新闻因为有其特殊性，不同的场景，不同的用户目标人群，都应该有其独特的表现形式。要想做到两全其美，就要做到优秀的表现形式配以创意文案。疫情期间，中国蓝新闻客户端推出的防疫小贴士九宫格海报设计就是从文字和表现形式两方面进行创意的。疫情爆发期间，所有人的精神都处在高度紧张的状态之下，假设我们的社交圈刷到的海报都是禁止出门、保持距离、戴好口罩等之类的内容，心里难免会更慌张。当时在策划设计这类海报的时候，我们考虑的是，首先

在文案创意上就开始下功夫，抛弃那些冷冰冰的文字，使用诙谐有趣的文案。比如“口罩一戴，今天做个小可爱”“决胜千里之外，我们大门不出，二门不迈”等等。大家对于这样的文案接受度往往会更高。其次在设计画面的时候，也是根据内容来烘托氛围，比如“口罩”的“罩”字，把口罩的元素加进去，然后利用插画的形式诠释出“小可爱”卡通的人物形象，整体背景采用暖色调，以此增强画面的生动性和张力。

当然，要设计一张优秀的新闻海报，不能仅局限于这五点。一张优秀的新闻海报也不是靠简单的图片和文字相拼接，更不是单单以创意为中心，而是各元素相互结合，相辅相成，才能造就新闻海报的传播魅力，拉近与用户的距离。

在移动互联网快速发展的时代下，如何更深层地加快提高媒体的传播力、引导力、影响力和公信力，新闻海报这一宣传模式需要打磨探究的路还很长。未来，随着新技术不断迭代更新，新闻海报的形式也将更加丰富多样，并能给用户带来别样的体验和惊喜。

（作者单位：浙江广电集团融媒体中心）