



图片编辑与版面设计

谢雨玫 著



中国摄影出版社

图片编辑与版面设计

谢雨玫 著

中国摄影出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

图片编辑与版面设计/谢雨玫著. —北京: 中国摄影出版社, 2005.8

ISBN 7-80007-866-3

I. 图... II. 谢... III. ①图片-编辑工作②版式设计 IV. ①G237.9②TS881

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 089108 号

书 名: 图片编辑与版面设计

作 者: 谢雨玫

责任编辑: 萨社旗 陈凯辉

装帧设计: GRACIA 工作室

出 版: 中国摄影出版社

地址: 北京东单红星胡同 61 号 邮编: 100005

发行部: 010-65136125 65280977

网址: www.cpgph.com

制 版: 北京嘉泰利德科技发展有限公司

印 刷: 北京君升印刷有限公司

开 本: 16 开 787×1092mm

印 张: 11.5

版 次: 2005 年 8 月第 1 版

印 次: 2005 年 8 月第 1 次印刷

印 数: 1—5000 册

书 号: ISBN 7-80007-866-3/J·866

定 价: 25.00 元

版权所有 侵权必究

能够吸引读者阅读是非常重要的，因为人们的生活节奏在不断加快，可获得信息的渠道越来越多，只有能够留下深刻印象的版面，才能在人们匆忙阅览时吸引眼球，留有印象。

一个好的图片编辑，在为版面编辑照片时，他的工作不只是选择、剪裁照片，他更重要的职责是妥善组合版面上所有素材，使它们的意义通过版面设计具体地呈现给读者

照片必须剪裁得恰到好处，才能有力地表现照片的主题。不过，剪裁恰似一把双刃剑，必须谨慎使用，因为它能强调一张照片，也能完全毁坏一张照片。

摄影记者了解报纸需要什么样的照片是很重要的，同时，摄影记者在拍摄时也应考虑到版面上如何使用。

如果有的报纸为了让读者记住它，在版面刊登的所有素材也大面积地使用了某种色彩，且长期与广告一争高低，让读者看得眼花缭乱，可就大错特错了。

作者的话

屈指算来,我在摄影媒体工作已有十余年了。初做图片编辑时,曾走遍书店、图书馆,就是找不到一本有关图片编辑的书。后来知道,当时国内还没有一本真正意义上这样的书。困惑之时,美国著名图片编辑马克·艾德尔森(Mark Edelson)手把手地教给了我许多图片编辑的常识与专业知识,教我如何分析照片,如何针对不同的照片设计版面。马克·艾德尔森在权威的全美报刊评选大赛中,十年内曾七次获得了最佳版式设计奖,并被美国每年两次的图片编辑交流会多次邀请为图片编辑们的指导老师。他那化腐成奇的功力,给了我工作莫大的帮助。再后来,我又幸运地相继采访了近20位图片总监、图片编辑和优秀摄影师,他们对图片编辑的现状与发展趋势的分析和最新理念,极大地影响了我,也激发了我对图片编辑这份职业的兴趣与喜爱。

中国传媒业的发展正日渐繁荣,但图片编辑稀缺却是众多媒体共同的难题,许多由文字编辑或摄影记者转行的图片编辑们正在努力想做好他们的新工作,但却或多或少地缺乏些图片编辑的专业知识。重视图片的报刊高薪聘用图片编辑往往无功而返,因为目前传媒人力资源市场上堪称合格的图

片编辑“奇货可居”。再看看每日充斥我们生活的纸质媒体上,事件报道的角度单一、版面图片影像质量低下、毫无设计可言的版式、运用混乱的版面色彩……,也就不足为奇了。一次偶然,与我的恩师——北京电影学院杨恩璞教授谈及有关图片编辑的话题。杨教授鼓励我把摄影记者如何拍摄新闻照片、图片编辑如何编辑图片及版式设计等问题写下来,形成一本图片编辑的书。自认为了解一些图片编辑常识的我应承下来后才知其难度。知道一点儿图片编辑的常识是一回事,系统地阐述图片的编辑运用规则与版面设计的关系和规律是另一回事。

现在大家看到的文字,是我这两年间硬着头皮陆续写下的,10余万字的初稿几经删改成现在您看到的模样。我写这本书时掌握两个原则,一是行文时尽量做到条缕分明,通白晓畅,避免一般理论文章的枯索沉闷之弊;二是突出实用性,使纸质媒体的摄影记者、图片编辑和美编读后能了解到应该“怎么做”。本书脱稿后,一位摄影记者建议我将一些近几年在美国报刊评选中获奖的照片和版面附在书后,因为:“读者看不到会很遗憾的”;还有一位京城报纸的图片编辑问我:为何不以中国报纸的版面作书中的例子?是呀,我也想!但当我查找手边资料的时候,却苦于看不到满意的照片和版面,虽然我更愿意相信,国内目前的报纸上是有好的照片,也有优秀的版面设计,只是由于我目力所及的限制,未能有幸看到而已。

这本书能与大家见面,首先要感谢杨恩璞教授,是他经常敦促懒惰的我。还要感谢新华社特稿社资深编辑曾璜,是他让我有了写这本书的信心。

本书也是抛砖引玉,与各位同道探讨。不妥之处,敬请指教!

目 录

1 图片编辑与创意	/1
图片编辑	/1
版面设计	/3
版面和风格	/5
评定风格的标准	/6
2 图片编辑	/9
照片的多结果	/9
漂亮照片与拍摄难度大的照片	/10
好照片	/10
挑选好图片	/11
标准照片	/12
不要选用画面过暗的照片	/14
不要选用旧照片	/14
生动性照片	/15
感人的照片	/16
说明性照片	/17

剪裁照片	/17
图片说明	/20
标准与照片的关系	/22
好照片与一般照片的区别	/22
拍摄图片故事	/22
编辑图片故事	/47
拍摄题材和拍摄手法	/47
指导摄影记者	/57
图片编辑掌握摄影技术并非必要	/58
图片编辑的心态	/59
 版面的形式	/61
集中元素	/61
对比元素	/68
常规的工作流程	/68
按流程精细排版	/74
掩饰技巧	/74
 编辑与版面设计	/76
放大的照片	/76
版面上的照片不可太小	/82
以大小表示重要的程度	/84
大小显示相对观念	/84
图片大小表现报道方针	/96
剪裁照片	/99
版面上的图片说明	/101

版面上的标题与文章的字体	/101
图片故事在版面上如何体现	/102
版面留白	/106
广告与内容	/111
最后的版样	/115
5 色彩	/116
有效的运用色彩	/117
原色和混合色	/118
用于照片	/120
用于文字、标题和较大的字体	/120
内文	/120
用于线条和装饰元素	/121
图片编辑如何编辑图片	/123
——美国著名图片编辑马克·埃德尔森访谈	
版式语言 至关重要	/133
——美国《财富》摄影总监访谈	
全美报刊最佳编辑与版式设计	
获奖照片选	/142
全美报刊最佳编辑与版式设计	
获奖版面选	/157

1. 图片编辑与创意

一个好的图片编辑，在为版面编辑照片时，他的工作不只是选择、剪裁照片，他更重要的职责是妥善组合版面上所有素材，使它们的意义通过版面设计具体地呈现给读者。人们日常看到报纸上的照片大多是生活中的常见之事，因为世界上不可能每天都发生举世震惊的事件，但这并不重要，重要的是图片编辑如何把反映常见之事的照片进行编辑，并能把编辑想法通过有效的版面设计传达给读者，让读者感兴趣。

图片编辑

真正意义的图片编辑不可以像一般的文字编辑那样看照片，应是读照片，读懂眼前的照片表述或想表述什么，知道报纸需要什么样的图片。这需要图片编辑不仅了解报纸的定位、图片的特点与现状，还要知道图片的流行趋势，以判断读者的口味，才能有的放矢地为报纸版面编辑好图片。

报纸刊登的图片与文字，各自起的作用是不同的，图

片编辑与文字编辑采用的编辑思路也不同。放在版面上的文章字体大或小，不会改变文章的内容，文字能让大多数读者看清楚就可以了，文章是否重要可从版面安排的位置上强调。放在版面上的图片大或小，却要根据照片的内容、视觉表现力以及版面不同素材综合考虑，才能使不同图片起到应有的作用。因为，如果一张照片无论拍得多么好，内容多么重要，信息多么丰富，放在版面上若小得让读者看不清，也会失去其存在的意义；若一张不应该放大的照片放得过大，位置放得不适当，不仅强调了照片的不足，破坏了版面的整体视觉效果，还与编辑想得到的结果大相径庭。所以，图片编辑要懂得照片在版面上的位置、大小，以及与标题、文字相互间的搭配，这不仅影响照片的传播效果，具体到版面本身，还会影响到传达给读者的视觉结果。

图片编辑不仅要知道什么是好照片，还要知道不能仅仅因为照片好就错误地认为适合刊登在版面上；图片编辑要根据报纸的风格懂得如何为版面选择出适合的照片，并根据具体情况把照片安放在版面的合适位置。良好的版面设计，可以更好地把编辑结果清楚地传达给读者，使读者产生认同感。事实是：版面上妥善安排的图片位置可以加强文章的说服力和影响力，而且能弥补文字的不足。只有这样，通过照片尺寸的大小和视觉上的合理强调，一幅照片所起到的重要性就可以凸现出来了；其道理和文字编辑在版面上选用字体类型、文字大小、色调深浅等考虑一样。在一个版面上，图片与文字的关系，是相互依赖、相互支持的。

好的图片编辑懂得版面上的照片、标题、文字与空间

等关系的巧妙安排，会使这些关系在版面上形成一种沟通，一种视觉美，而不是“装饰”。

要想把编辑的意图准确地传达给读者，不可缺少的一环是，设计版面前编辑要与美编相互沟通，并能清楚了解版面上的主题及其它素材的主次及关系，了解各自的技术与目标，才能把预先编辑好的想法通过版式设计传达给读者，使读者能够阅读。能够吸引读者阅读是非常重要的，因为人们的生活节奏在不断加快，可获得信息的渠道越来越多，只有能够留下深刻印象的版面，才能在人们匆忙阅览时吸引眼球，留有印象。反之，读者只会一瞥而过。读者多次失望后，刊物也会因此失去读者。

版面设计

一张照片无论有多好，设计人员若把它处理得过大，大得让人看了不舒服，或如邮票般小得让人难以看清楚，其结果是不会有人愿意看或引起注意看这样的照片。

遗憾的是，事实上许多报纸每天都是这样做版面的。他们使用图片的目的只是让版面上有照片，或为了填充版面，根本无版面设计可言。一般情况下，通俗及大众娱乐的刊物不太重视设计，但那些有自己品位、个性的刊物都会把“设计”看成是修饰版面上各种素材不可缺的手法。这就需要设计者了解刊物特性，知道图片与文字巧妙搭配对刊物的重要性。但是，若美编设计版面时只为“美观好看”，就会有适得其反、画蛇添足、不伦不类的视觉结果出现。事实上，如果以这种心态设计，会把设计做出“粉饰”效果。而设计却是具有结构性及整体性的。

编辑与设计的艺术只有一个目的——使信息达到最好的传播效果，让报道跃然呈现在版面上，直观地深入读者的心里。成功的版面设计能使编辑想传达给读者的信息鲜活起来，易懂、有趣，容易被记住。

所有的信息传达都须依赖空间存在，也就是说需要在一块地方排列图片及文字。没有那些空间，图片和文字就无法存在。良好的版面设计应该是把图片与文字妥善地安排在版面上，这样才能形成报道的整体性，两者是无法分割的。但实际上，许多刊物的版面上经常出现被分割得凌乱无序的情况，今日许多刊物在传达信息上之所以美中不足，多由于这类基本错误所致。

有的刊物版面和内容会经常有各自为政的状况，主要原因是编辑和版面设计人员之间缺少沟通。编辑大部分是新闻人员，却不太懂得如何把自己的编辑想法通过版面设计传达给读者；设计者基本上毕业于艺术院校，具有艺术情节，所以对版面上各种素材的理解自成一个体系，不太懂得把编辑的想法，通过设计妥善安排在版面上。他们虽都同样地传达了某种形式，但由于处理问题的方式、技巧运用的不同考虑，从而使编辑与设计不能形成一个整体。

为了把编辑的意图更好地传达给读者，最好的办法是：做版前编辑与美编充分讨论本期报刊的主题与图片内容，以及相关文字之间的搭配。目的是，通过讨论能深入到素材内容的层面，而不只是它的表象。美编了解编辑想法后，通过自己的专业知识，运用技巧使版面上各项内容得到更好地体现。

版面和风格

版面设计是对某特定报道专门做的、个别的合适剪裁。是设计者将刊物风格与版面上具体素材相融合呈现在版面上，让报道读起来清晰、有趣且令人印象深刻。更是媒体塑造自己风格的最佳办法与运作手段。表现为：一方面遵照刊物特定的规则行事，另一方面一定要在风格允许的范围内发挥想象力与创意。

风格是一个媒体基本的、固定的，结构具有整体性的视觉语言；是在同一时间内各项因素都给与妥善安排，既有逻辑性又具艺术性的表现。

风格是经过无数次的尝试与深思熟虑形成的模式，不是编辑或美编想当然的看法。值得注意的是：风格形成初始，必须考虑刊物未来的编辑计划与经济发展；还要考虑其它诸因素：读者类型的发展、市场成长的方向、读者的支持度以及报纸在同类刊物中所独具的个性等。当然，也应考虑到实际问题，如报社内部人员能力的强弱和潜能、印刷质量及整体运作的的能力等等。

报纸风格的确定，诸如构成、大小尺寸、照片的大小、字体的选择、以及版面组成等等，都与编辑和设计人员对各种素材的理解、审美观、对报纸风格的把握，以及其它细节有关，这些细节可以标准化。但一定要具有灵活性，不同问题要根据具体情况特殊处理。想象与创意是版面设计的生命之源。

版面上若有需要处理特别强调的问题时，要想更加吸引读者眼球，必须配有平凡，因为刺激须有参照物才有效

果。如果版面上所有素材安排得都很显眼，视觉效果必会显得一片混乱；这也是为什么华丽的版面，只有在毫不华美的背景之下才会显出华丽。所以安排突出效果的最好办法，就是要在版面上先创造出一个正常的背景环境。

评定风格的标准

这里谈的标准，是在确定风格的过程中，各种不同角度的人所考虑的观点，这说明一份报纸除了必须做到有吸引力，能够赚钱外，还有不少能影响到报纸成败的因素。最基本的因素是：读者要求、编辑满意、发行人和广告商满意。

读者要求

容易阅读：是读者共通的。这要求版面具有感染力且至少要有看得清晰的照片，大多数读者看得清楚的字体。

容易沟通：设计的版面使读者一瞥就可以看出什么重要、什么次要。以便读者“按照”设计者的设计“线路”阅读，毫不费力地记住版面上呈现的图片和文字。

容易理解：版面上的各种素材，能让读者不必费劲就能知其意。

结果：读者在你的报纸上用了宝贵的时间阅读后会有较强烈的满意感，甚至他还可以用报纸上的内容做聊天的话题。

编辑满意

简化运用系统——只要是给编辑工作造成额外负担的

规定就不要实施。

工作效率化——事先把能预见的问题给与解决。

结果：编辑不必在琐事上费心，从而能更专心地把精力用在更值得花时间的编辑事情上。也就是让编辑有时间和精力把报道做得更有深度、更有内容，使读者更爱看。编辑也会相应地有成就感。

发行人及广告商满意

一份有特色、易于辨认，而且拥有好口碑的报纸，不仅会卖得好，也会成为吸引广告商的好媒体。

正常情况下，版面的编辑内容和广告之间，不能混为一体，要做到明显的区别，这样对两者都好；读者一瞥便知要阅读的内容，广告也醒目地展示它的内容。广告商也因他们的广告没有被版面编辑的内容淹没，分别得清楚而满意，因为当广告与版面上的编辑内容呈现对比时，他们才能更有力地互相彰显对方。

一个版面上，好的版面设计能使内容与广告看似一个整体，但又相互彰显。要知道读者和广告都是报纸的命脉，所以都非常重要。

因为读者把他们辛苦赚来的钱用来买你编辑的报纸。

因为广告商把广告预算投资在拥有一份合适的媒体，希望他们的广告尽量醒目，吸引读者的注意，所以他们大多希望编者能设法使广告与内文间具有最大的对比。

因为代理媒体广告的专家们可能不了解编辑内容，且难判断编辑内容的水准，尤其是断定专业刊物；但是广告专家们只要看看而不需细加研究就能判断这份刊物发行的数量和影响力。

以商业性质的刊物来说，要使编辑内容和广告分开是很难的。因为从任何一点看，它们所处理的内容都属相同的主题，不仅在图片上具有类似性，标题也经常用相同的字眼，所以运用空间来区别内文和广告的不同是非常重要的。这里有三项规则可寻：

一、为版面上的素材创立一个基本的规则，这样读者既可以藉以了解文章的顺序，也可以在报道中找到他们想找的内容。这种习惯是一项非常宝贵的资产，因为它不仅帮助报纸对读者忠诚，也促进编辑和读者间沟通的速度。

二、选定几种适合报道文章的不同需要的字体，使之不仅能传达合适的格调，也能区别报纸不同部分的差异。版面上最需要弹性变化的地方，就更应具有这样的特性。不需要这样弹性变通的部分，就应该有最大的限制。但是这两部分须有广联性，才会使报纸具有统一性。

三、要有一个简单而有节制性的规则，在版面上若有华丽的广告包围了版面上的内容，编辑必须有“巧思”。版面上的内容若凭借色彩或形式想比广告更醒目是不可能的，所以在视觉上要务实，要使编辑出来的文字内容比广告更出色。这种质朴的对比会最大可能地创造出视觉效果。

一份具有整体性的报纸，每个版面都要有清楚的界限和格式，在每一个版面上做最好的规划，这种格式最能区分出内容与广告的不同。