

北京电影学院图片摄影专业系列教材



康大荃 著

摄影图片编辑学

辽宁美术出版社

北京电影学院图片摄影专业系列教材

摄影图片编辑学

康大荃 著

辽宁美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

摄影图片编辑学/康大荃著. - 沈阳: 辽宁美术出版社,
1997. 7

ISBN 7-5314-1694-8

I. 摄… II. 康… III. 新闻摄影-图片-新闻工作: 编辑
工作-高等学校-教材 IV. G213

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (97) 第 06923 号

摄影图片编辑学

SHEYING TUPIAN BIANJIXUE

康大荃 著

辽宁美术出版社出版

沈阳市第三印刷厂印刷

(沈阳市和平区民族北街 29 号)

辽宁省新华书店发行

开本: 850 × 1168 1/32 印张: 6.375 插页 8 字数: 107 千字

印数: 3001—6000

1997 年 7 月第 1 版

1998 年 3 月第 2 次印刷

责任编辑: 靳福堂

装帧设计: 达 歌

封面设计: 宿志刚

责任校对: 王臧张

ISBN7-5314-1694-8/J·807

定价: 22.80 元



作者近照

作者简介

康大荃 1942年生，北京市人。1966年毕业于北京电影学院摄影系故事片摄影专业。毕业后，曾长期在四川画报社从事摄影记者和副总编辑、社长等工作。现任四川省摄影家协会常务副主席。

出版专著有《摄影画面构图的形式规律》，曾在全国摄影理论年会第一、四、五届发表学术论文：《画面构图的虚实藏露》、《摄影艺术的形式美》和《纪实摄影的特征》等。

北京电影学院图片摄影专业系列教材书目

《照相机及其使用》	沙占祥 著	定价: 16.00 元
《感光材料应用基础》	马松年编著	定价: 22.60 元
《曝光技术与技巧》	屠明非 著	定价: 18.80 元
《光的造型》	王伟国 著	定价: 25.60 元
《人像摄影》	张益福 著	定价: 18.80 元
《风光摄影》	张韞磊 著	定价: 16.80 元
《摄影构图》	孔祥竺 著	定价: 22.50 元
《摄影色彩构成》	张益福 著	定价: 28.00 元
《摄影滤光镜》	屠明非 著	定价: 23.00 元
《摄影作品研究》	韦 彰编著	定价: 30.00 元
《摄影美学基础》	杨恩璞 著	定价: 23.20 元
《暗室技术与技巧》	赵 巷 著 郝玉树	定价: 28.60 元
《专题摄影》	张韞磊 著 靳福堂	定价: 22.60 元
《影视摄影》	刘永泗 著	定价: 28.80 元
《摄影图片编辑学》	康人荃 著	定价: 22.80 元
《广告摄影》	宿志刚 编著 康东平	定价: 24.50 元

内 容 提 要

本书为北京电影学院图片摄影专业系列教材之一，共分十章全面论述摄影图片编辑学的理论与实践。第一章绪论中，讲述图片编辑学的研究对象、图片编辑工作的任务和基本方针，以及图片编辑的素质、道德和工作程序；第二章为中外早期的图片编辑史话；第三章信息取向，讲述编辑工作的信息来源与信息处理；第四章选题策划，讲述策划选题中的创造性思维与思路；第五章组织稿件，讲述组稿中对作者的选择、指导及签约等知识；第六章审读稿件，讲述审稿的原则、任务、标准及程序；第七章编辑加工，讲述编辑加工的重要性和编辑的地位，以及编辑图片的具体要求；第八章图片编辑的美学原理，讲述图片编辑作品的美学原理和编辑图片中美的再创造；第九章装帧设计，讲述装帧设计的原则、人员素质、设计的基本要素，以及对应用电脑装帧设计的展望；第十章发排、校对与付印，讲述稿件的“齐”、“清”、“定”要求和校对的原则、步骤和方法等。

目 录

第一章 绪论

第一节	图片编辑学的研究对象	3
第二节	图片编辑工作的任务	5
一、	图片编辑工作的一般任务	5
二、	图片编辑工作的特殊任务	7
第三节	图片编辑工作的基本方针	14
一、	坚持“为人民服务，为社会主义服务” 的根本方针	15
二、	坚持“百花齐放，百家争鸣，古为今用， 洋为中用，推陈出新”的文化工作方针	16
三、	遵循“把社会效益放在首位，力求实现社会效益和 经济效益的最佳结合”	18
第四节	图片编辑的素质与道德	19
一、	图片编辑应具备的素质	19
二、	图片编辑的道德规范	23
第五节	图片编辑的工作程序	28
一、	什么是图片编辑	28

二、图片编辑的工作程序.....	30
------------------	----

第二章 早期图片编辑史话

第一节 图片编辑现象在欧美的发生.....	37
第二节 我国早期的图片编辑.....	39
一、早期报纸的图片编辑.....	40
二、早期画报的图片编辑.....	46

第三章 信息取向

第一节 信息的来源.....	56
第二节 信息的处理.....	61
一、进行信息分类,建立信息库.....	61
二、调查报告及论证报告.....	61

第四章 选题策划

第一节 选题策划中的创造.....	66
一、选题策划中的创造性思维.....	66
二、选题策划中的多方位思考.....	72
第二节 选题策划的几种思路.....	74

第五章 组织稿件

第一节 选择作者.....	82
一、在大专院校中选择专家.....	82

二、在学术团体中物色权威·····	83
三、在各类报刊中发现作者·····	83
第二节 指导作者·····	83
一、撰写稿件提纲·····	84
二、对稿件提出要求·····	84
第三节 签订合同·····	87
一、约稿合同·····	87
二、出版合同·····	88

第六章 审读稿件

第一节 审稿的原则、任务与标准·····	90
一、审稿的原则·····	91
二、审稿的任务·····	92
三、审稿的标准·····	93
第二节 审稿的程序·····	95
一、初审·····	96
二、复审·····	97
三、终审·····	98

第七章 编辑加工

第一节 编辑加工的重要性和编辑的地位·····	102
一、对稿件加工的规范化要求·····	102
二、稿件加工中图片编辑的中介地位·····	111
第二节 编辑图片的要求·····	113
一、对报纸使用独幅图片的编辑要求·····	113

二、对报纸、刊物专题图片的编辑要求·····	114
三、对画册图片的编辑要求·····	115

第八章 图片编辑的美学原理

第一节 图片编辑作品的美学特征·····	118
一、系列图片美的基础与主导·····	121
二、系列图片的审美特征·····	126
第二节 编辑图片是美的再创造·····	129
一、编辑图片——创造美的过程·····	130
二、编辑图片——创造美的思维·····	134

第九章 装帧设计

第一节 装帧设计的原则和编辑人员的业务素质·····	139
一、装帧设计的原则·····	140
二、装帧设计人员的业务素质·····	142
第二节 装帧设计的基本要素·····	143
一、装帧设计的第一要素：开本与纸张·····	144
二、装帧设计的第二要素：创意设计·····	149
三、装帧设计的第三要素：装订·····	174
第三节 对电脑在装帧设计中应用的展望·····	176
一、电脑在装帧设计中技术性的开发与应用·····	177
二、电脑在装帧设计中艺术性的开发与应用·····	179
三、电脑在图文版式设计中的开发与应用·····	180

第十章 发排 校对 付印

第一节	“齐”、“清”、“定”	182
一、“齐”		183
二、“清”		184
三、“定”		186
第二节	校对	187
一、校对的原则		187
二、校对的步骤		188
三、校对的方法		191
第三节	付印	191

第一章 绪论

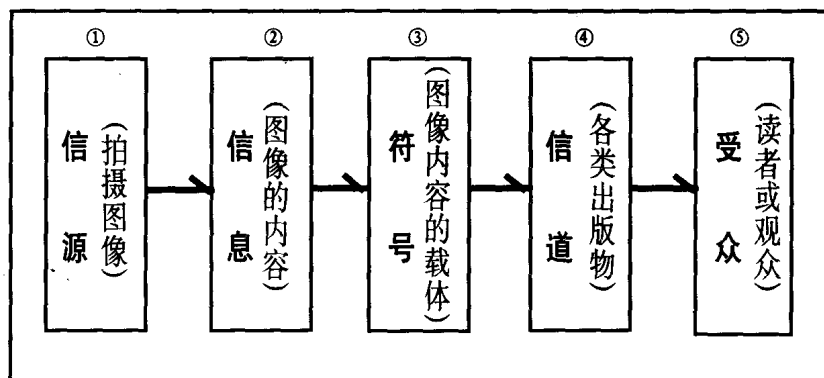
本章提要：简明介绍图片编辑学的基本内容，包括研究的对象、任务、特性，图片编辑工作应遵循的方向、方针，以及图片编辑人员的自身素质、道德、法制观念，最后扼要概述图片编辑工作程序。

现代科学技术的发展，为现代传播学提供了十分便利的传播工具和手段。因此，对各种信息进行编辑的业务知识，就成为传播学中一个重要的学科分支——编辑学所要研究的对象。

在编辑学中由于所使用的传播媒体和手段不同，所以人们习惯上把编辑工作分为两大类。一类是以出版媒介相关联的报纸、期刊及书籍的编辑工作；另一类是以电子媒介相关联的广播、电视的编辑工作。而有关图片编辑的划分，通常作为出版的体系加以研究。

在现代信息社会中，尽管电子计算机可以将影像数码化，进行视觉信息交换，但是作为图片这种永久性物质，仍然是不可取代的。恰恰电子计算机可以使平面造型艺术家们（图片编辑工作者），获得了一种更加灵活的工具。所以，图片仍然是十分重要的传播手段。我们可以通过（表1-1）信息传播渠道模型，了解到信息传播的轨迹：①拍摄图像，把信息的发送者称为信源；

表 1-1 信息传播的轨迹



②表示通过拍摄的方式所凝固的客体内容,称为信息;③表示图片或图像以特定的语言编码使信息内容成为人们可感受的视觉形象,称为符号;④表示在信息传播中所使用的媒介或载体,称为信道;⑤表示信息传播的终端为读者所接受,称为受众。在信息传播的过程中,图片编辑所做的工作是对承载信息的图片进行筛选、加工,并借助一定的传播媒介或方式,使有价值的信息进入信道,传递给读者,实现传播的目的。

有价值的形象化的可视图片,是有“一图抵万言”的功效。它可以跨越地域范围,冲破语言文字的障碍,不受文化程度高低的局限,成为国际间通用的、没有“文盲”的信息载体。这恰恰满足了当今人们在信息时代由于时空分散,取向多样,人数众多而对信息渴求的要求。所以,图片编辑所从事的工作,正是为保障有效信息顺畅传播,信道畅通的重要环节。

第一节 图片编辑学的研究对象

图片编辑学主要研究的内容是什么？我们认为图片编辑学是大编辑学中的一个子学科，其研究的对象如同大多数学科的研究的内容一样，包括对编辑现象的历史沿革、基本理论和应用实践三个部分。只是就有关图片编辑的文化现象进行系统地研究。因此，图片编辑学研究的对象是图片编辑史、图片编辑理论和图片编辑业务三个大板块。

由于图片编辑学是编辑学的一个子学科，所以它天然地继承了编辑学的基因，具有编辑学中的许多共性之处；又由于它不同于以电子为媒介的编辑工作，而属于以出版为媒介的编辑，但在出版中又因其符号不同于一般的文字，所以图片编辑学又有自己强烈的个性特征。为此，图片编辑学既要研究编辑学的普遍规律，同时更主要地是研究自身的特殊规律。

图片编辑学是一门研究图片编辑活动及其规律和方法的学科。它的史、理论与实践三个组成部分，既有相对的独立性，却又是相互联系着的。

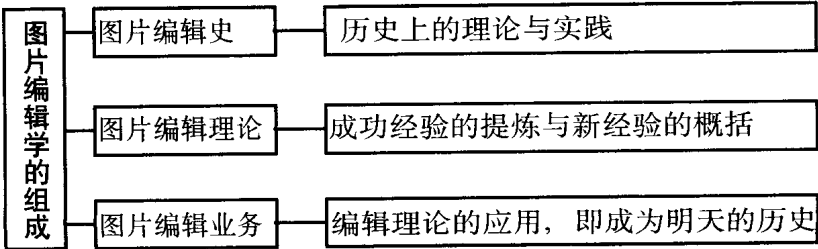
图片编辑史，主要是研究图片编辑作为一种专业性很强的历史文化现象的形成和发展，以及它在历史上的地位和作用。研究历史是为了总结过去，研究历史是为了指导今天。所以研究图片编辑史是为了促进出版事业和图片事业的发展与繁荣。

理论，人们常说，是实践的总结和指导，没有理论的实践是盲目的实践。所以图片编辑理论的研究就是用马克思主义的观点、立场和方法，用党的出版方针与政策来规范我们的编辑行为，同时也是研究图片编辑实践的自身理论体系。

图片编辑业务主要是研究整个的编辑活动和过程。过去在编辑学中，对报刊、书籍出版的编辑活动，曾被概为“六艺”。今天我们从新的角度和对信息论的认识中，可以将图片编辑活动总结为：一、信息；二、选题；三、组稿；四、审稿；五、编辑加工；六、装帧设计；七、校对付印等七个阶段。其中选题和编辑加工是整个编辑流程的核心环节。在这里我们加进了“信息”，并作为编辑的第一个阶段，是为了强调“信息”在编辑活动和过程中的重要性。因为一切编辑活动都是以传播有价值的信息为初衷和终极。

我们说图片编辑学的三个组成部分既是相对独立的，又是相互联系的，是因为：图片编辑史主要研究图片编辑的产生、发展和变化的历史，就必然要涉及历史上有关的编辑理论和图片编辑业务，用来为现实的图片编辑工作服务；又因为，图片编辑理论既是历史经验的提炼，又是对现在编辑实践中新经验的概括，并对现实的图片编辑业务起着指导性的作用；而图片编辑业务是图片编辑学中实际应用部分，它即使用历史成功的编辑经验和原则，又必然地成为今后研究图片编辑活动的一段宝贵历史。正如我们在表1-2中所排列的关系：三者构成了图片编辑学的基本框架，而各自

表 1-2 图片编辑学研究的对象



又自成体系，成为研究的对象。

从广泛的意义上讲，图片编辑学不应仅是一个简单地学科，而应该是一个较大的学科群，或者说是一个较庞大的图片编辑学体系。这个体系应包括图片编辑史学、理论图片编辑学、图片编辑工艺学、图片编辑心理学、图片编辑伦理学、图片编辑版权法学、图片编辑社会学、图片编辑教育学、图片编辑美学、图片编辑校雠学等学科。它们既有每个单独学科的自身领域，同时又具有各学科之间的相互渗透性。因此，对于图片编辑学体系的研究，有着广阔的领域和前景，有待今后不断地开发和开拓。

第二节 图片编辑工作的任务

上节里我们对图片编辑学的定义，主要是从分类学的角度加以简明地叙述。那么图片编辑学的确切定位该在哪里呢？我们认为：图片编辑学的内涵是研究各种以图片为载体的出版物中有关图片编辑历史与现状的一门科学；图片编辑学的外延是研究编辑工作者在对原有若干单独图片的基础，进行有关出版前所进行的再创作和与之相关的一种社会文化活动方法与规律的一门科学。

图片编辑工作的任务，既有一般编辑所要求的共同任务，又有图片编辑工作内在的特殊任务。

一、图片编辑工作的一般任务

图片编辑工作的首要任务是出版机构（包括各级报社、期刊社和出版社）根据党的宣传方针、出版方针，以及该机构的宣传、出版计划为指导，所从事的组织、审读、选编、加工整理稿件，最终使其成为出版物之前，对从内容到形式的图片选择和处理。这

种选择和处理有时是对初露端倪、潜生暗长的文化信息的识别与发现；有时是对稍纵即逝重大信息的捕捉和精心开发。

图片编辑工作任务同时也是编辑主体（即从事编辑的工作人员）在一定价值观念指导下，对各种以图片为载体的信息，所进行的组合与排列，在忠实于原稿（图片）前提下所进行的再创作性质的新型构建。因而达到对原信息的继续延伸。这里所指的编辑主体是特指那些根据社会传播思想、积累文化、将原始著作物（图片）转化为出版物过程中，从事组织、选择、创造活动的人。编辑主体可以是个人（即某位编辑），也可以是群体（即编辑组或编辑部等）。

图片编辑工作的任务，还是编辑主体在作者供给与读者需求文化信息聚合和交流传播中进行调节和导向，使之走向健康，平衡发展的枢纽。所以图片编辑工作就自然地成为了出版工作中的中心环节。而其中的“导向”，就是图片编辑工作的主要社会功能。导向，顾名思义是对方向的引导、调节和控制。因此，从宏观角度看图片编辑工作的任务是一种文化工程设计，是人类社会文化的积累。

图片编辑工作，从微观角度看，是一项十分典型的脑力劳动。因为从这项工作的开始，编辑者的思维就处于高度的兴奋状态。图片编辑们在工作整个过程中始终都是以价值观念为指导，对编辑客体——图片，进行着合理地“再创作”。所以图片编辑工作充满着创造性思维。为此，我们可以简单地描绘图片编辑工作是：筛选信息、制定选题计划、选择图片稿件、整理图片（包括对图片进行必要的剪裁）、组合结构、制作稿件标题、修改文字和进行版面设计。因此，图片编辑工作是一项专业性很强的应用业务。