

# 视觉传播时代报纸摄影图片编辑策略研究

张圣龙

(青岛晚报 山东 青岛 266000)

**摘要：**视觉效果是新媒体传播能够得到更深层次认可的重要原因之一，通过新媒体技术和专业智能设备的创作，新闻传播的视觉效果从图片、视频发展到丰富多彩的短视频新闻和智能传播，推动新媒体传播平台成为当前的主流传播形式。但在融媒体转型中，报纸传播依然是起到了新闻传播“定海神针”的作用，是全媒体传播中引导舆论、发布新闻的核心媒体平台。但在追求视觉效果的新媒体传播时代，报纸媒体的长篇大论已经不再适合新的传播形式，而是需要依托新闻摄影作品直观反映新闻事实，提高报纸媒体的视觉传播效果。本文深入研究融媒体传播时代报纸新闻对图片的编辑现状，对新闻图片的创作和应用进行有针对性地研究探讨，并提出相关的应对策略。

**关键词：**视觉传播；报纸媒体；新闻图片；新闻摄影

## 0. 引言

在传统媒体时代，新闻图片被视作新闻传播的眼睛，优秀的图片不仅能够为新闻传播增彩，其本身也是新闻传播的重要组成部分。“新闻摄影”的职责是为媒体提供具有传播价值的新闻图片，提升新闻的表达力和震撼力，同时也能够用永恒的镜头视角记录新闻发生的瞬间，定格的一瞬也成为新闻事实的铁证。在新媒体传播时代，新闻摄影的范畴变得更加宽泛，一线新闻记者利用智能手机和专业器材拍摄出更多好图片，创作门槛的降低也为丰富新媒体传播和报纸新闻传播奠定了坚实的基础。但报纸新闻编辑在媒体转型中，尚没有找到准确的定位，缺乏对报纸视觉传播效果的深入研究，没有实现报纸新闻传播与新媒体传播的差异化编辑，致使许多图片的编辑没有发挥出其最重要的功能。

## 1. 报纸传播视觉效果与图片运用

报纸新闻编辑在版面设计过程中，既是文字编辑也是艺术效果的掌舵人，报纸的版面如何运用文字稿件和新闻图片，如何做好色彩与文稿的搭配，取决于

编辑人员的媒体素养、艺术修养和新闻采编经验。为了实现报纸传播视觉效果的提升，图片元素的运用十分重要，因为在平面媒体编辑工作中，能够运用的元素也只有图片、色彩、文字和设计创意。从报纸采编工作的时间来看，应用比较普遍的图片主要有如下方面。

### 1.1 原创摄影图片

由专业摄影记者和通讯员提供的新闻摄影图片是报纸和新媒体传播中使用比例最高的一类图片，新闻摄影能够直观地反映出新闻发生的真实情况，具有强烈的现场感。优秀的新闻作品往往因为其显示能力和拍摄角度让人念念不忘，新闻摄影的核心价值是将新闻现场真实地反映出来，同时也是新闻事实的一种原始记录，这本身也是一种重要的新闻题材。摄影图片不仅可以为新闻稿件配图，同时也能以独立的图片新闻而存在。

### 1.2 漫画图片

传统媒体的插画师往往都具有艺术家的潜质，通过精美的原创漫画作品反映新闻特点，尤其以嬉笑怒骂的方式传递官方媒体的观点，长期以来都是报纸媒体的重要传播方式。漫画的趣味性和犀利特点为新闻

传播带来了许多不同凡响的传播效果，在版面设计的视觉效果上，漫画作品往往具有色彩丰富和内容夸张的特点，在丰富版面设计效果的前提下，还能为读者带来十分显著的警醒价值。

### 1.3 图表说明性插图

从报纸版面的视觉效果来看，此类图片很难带来艺术的美感，但对新闻传播来说，往往能够起到说明和补充的作用，尤其在经济新闻中，一些数据性的图表往往能够达到“一图胜千言”的传播效果。但编辑通过美化此类图表的设计效果，依然能够为版面设计和新闻采编带来艺术性提升。从新闻传播的本质来看，视觉传播效果固然重要，但新闻的内容传播依然是排在首位的。

## 2. 视觉传播时代新闻摄影策划存在的问题

在新媒体环境下，报纸新闻编辑对摄影图片的需求越来越高。既需要大量的新闻图片为新闻编辑提供佐证，同时也需要更加优秀的摄影作品，提高版面的视觉效果。然而，各类新闻的发生往往留给摄影记者的时间很短，很多社会新闻的现场较难捕捉到。因此，为了提高新闻摄影在报纸编辑中的作用，编辑要积极融入到新闻摄影的策划工作中，引导摄影记者拍摄专题图片和有价值的风光旅游图片。目前，新闻摄影策划长期以来仍存在如下诸多问题。

### 2.1 摄影记者缺乏新闻认知能力

虽然具备较高的摄影技巧和专业摄影设备，但对新闻采编工作缺乏精准的认识，没有将新闻事件和新闻稿件融入到摄影工作中，大量新闻摄影作品无法为报纸新闻提供良好的视觉效果，甚至一部分图片在主题上都格格不入。摄影记者的工作往往与文字记者并不同步，前者没有融入到重大新闻报道的采访全程，在对新闻内容一知半解的情况下去拍摄新闻配图，很难掌握新闻传播的核心内容，容易在图片拍摄中出现偏差，这与报纸编辑对图片的真实需求相差甚远。

### 2.2 图片新闻缺乏传播力

图片新闻是以摄影作品来表达独立的新闻内容，但在当前的报纸新闻传播中，此类图片新闻已经十分

少见，大多数图片都依赖于文字稿件而存在，只能发挥出配图的作用，这在报纸编辑的视觉传播效果上留下了极大的缺陷。报纸媒体缺少独立的图片新闻，其根源在于报纸媒体对社会新闻传播的影响力降低，时政和经济新闻所占比例越来越高，图片的从属地位变得明显。图片新闻缺乏传播力，这也与摄影记者缺乏足够精细的观察力有关。生活中处处都是新闻，除了官方发布和突发新闻外，要学会从生活细节中寻找人们关注的话题，并以图片新闻的形式体现出来，这才是更有价值的信息。但是在新媒体的巨大影响下，报纸媒体发行量和传播力显著降低，从整体上降低了摄影记者的活跃度，“扫街”这种传统的新闻采访行为已经越来越少见，优秀图片新闻的产出也受到了明显影响。

### 2.3 专题新闻摄影缺乏新闻性

报纸传播要以新闻为核心和内涵，部分摄影记者从艺术性的角度拍摄了大量专题摄影作品，并以摄影版面的方式进行报道。但这些专题摄影都缺乏新闻性，图片的背后并不是鲜活的事件和社会现象，而仅仅是风光、人物、器物、节庆等，此类选题在传统媒体和新媒体传播环境中都不具备较强的影响力。在新闻实践中，摄影记者为了寻求更好的视觉效果，更加倾向于文化艺术类的宣传报道，而忽略了时政新闻、社会新闻对报纸配图的需求，甚至在一些重要新闻编辑过程中，编辑人员面临无图可用的窘境。

不难看出，由专业摄影记者创作的图片作品，并不是仅仅“好看”就足够了，新闻摄影的生命力在于传播，而不在于外观。策划新闻摄影专题的目的十分明确，既要满足报纸版面的视觉效果，也要让图片助力新闻传播，甚至成为新闻传播的核心组成部分。

## 3. 视觉传播时代报纸图片编辑的应对策略

### 3.1 遵循图片审美规律

人类注重视觉表现，通过第一眼的视觉感受来判断事物好与坏，形成内心的接受度，这对新闻传播和报纸编辑具有很强的启示。受到新媒体传播的影响，越来越多人倾向于碎片化阅读，在报纸阅读时，图片

所发挥的作用也更加明显。报纸编辑要从大众审美的角度选择和应用图片,充分考虑摄影图片的色彩、光线、构图、角度和新闻叙事能力。首先,要让读者感受到图片的美感,然后再考虑与新闻传播的契合度,二者密不可分、缺一不可。此外,报纸编辑在处理新闻图片时,要明确每个版面上只有一个视觉中心。虽然会有多个新闻排列组合在同一个版面,但图片滥用、多用未必会带来良好的视觉传播效果,反而会让版面杂乱无章。要遵循一个视觉中心的原则,就是要在版面上有选择性地使用一张主图,有针对性地营造版面的视觉效果。

### 3.2 注重版面总体平衡

报纸媒介力求通过各类型图片的均匀使用,在达成视觉强势的基础上,吸引受众的眼球,扩展受众群体规模,使其获得更大发行量。虽然图片本身的大小与视觉强势程度之间是正比关系,但构图差、没有视觉冲击力的图片过大同样会带来不小的弊端,不但无法为有价值的新闻留出足够的空间,而且受众群体的视野无法完全将图片尽收眼底。在这种情形下,图片的编辑需要结合其他版面元素一同考虑,从而完整传达事件信息。在选择使用较大篇幅的图片构成报纸版面视觉中心时,要优先考量所选图片和文字之间的联动性。换言之,就是要考量图片能否能和文字叙述搭配起来,全面传达事件信息。

### 3.3 加强头版图片编辑

报纸的头版图被视为报纸之“眼”,在传统媒体的繁荣时期,人们在报摊选择报纸时,要通过第一眼的视觉感受来决定选择买哪一份报纸,因此,报纸头版的编辑、设计、标题和图片恰当应用,对读者的选择有着不可忽视的影响。虽然新媒体的发展让报纸发行量明显下滑,但头版的作用依然不可忽视。在报纸编辑对头版设计时,新闻图片的选择依然是最核心的要素。一方面,图片的选择要具有较强的新闻性,能够直观地发现图片代表的新闻事件是什么,并且要具有一定的延展性,可以最大限度引发读者的想象和求知欲;另一方面,头版新闻图片的选择要具备一定的艺术感,无论是构图设计还是光线色彩,都要达到直击读者心灵的视觉效果,让读者第一眼就能够感受到

报纸的魅力所在。

## 4. 结语

综上所述,报纸作为传统主流媒体的代表,在经历了数百年的发展演变之后,面临着新媒体矩阵的巨大冲击。为了扭转发行颓势,让读者重拾对报纸传播的信心,报纸编辑必须要强化开展版面设计和图片应用,以满足视觉传播时代新闻受众的阅读需求,提高报纸媒体的编辑水平和传播水平。为此,编辑人员必须要兼顾新闻内容、艺术张力、版面效果和读者审美,传递有价值的信息,丰富读者的文化休闲生活,进一步提升报纸媒体在融媒体时代的传播价值。

### 作者简介:

张圣龙,男,汉族,山东青岛人。本科学历,编辑。研究方向:新闻编辑,融媒体传播,时政新闻。

### 参考文献:

- [1] 郭斌.全民摄影背景下报纸摄影专版的转型[J].新闻文化建设,2020(14):174-175.
- [2] 王恒昀.新媒体时代党报版面创新策略浅析——以《河南日报》为例[J].新闻传播,2022,No.433(16):59-61.
- [3] 郭跃.当好地方党报版面“作曲家”——融媒体时代版面编辑编排思想与艺术技巧[J].中国报业,2022,No.536(07):120-121.DOI:10.13854/j.cnki.cni.2022.07.045.
- [4] 何诗怡.气候变化新闻图片的视觉框架研究[D].华中科技大学,2021.
- [5] 梁旭日,黄露玲,蒋兴坤.围着“融”字转,加快向全媒体编辑转型——大众日报总编室编辑一体化融合探索与思考[J].青年记者,2021,No.694(02):56-58.