

作为关注奥运的大型图片日报,《竞报》如何展现图片精髓?奥运沙龙请来摄影理论和实践专家就此解惑

图片报如何能让人回味



奥运城市连线

奥运的力量 解读雅典样本

据新华社电 据法国《世界报》报道,在奥林匹克火炬熄灭一年以后,大多数雅典人仍然认为,在他们的城市举办奥运会对他们和他们的国家来说是一件好事。前欧盟委员会委员、希腊加入欧盟的主要操办人之一格雷戈里·瓦尔菲斯顾问强调说:“一次大众的盛会让世界更了解希腊,让希腊人更自信。我们还可以利用从中获得的经验来组织其他的体育或非体育的活动。而且由此培训获得的人力资本是保障国家未来发展的基本要素。”

希腊人更加自信了

一个几十年来一直住在雅典的法国人说:“自举办奥运会以来,这个国家的确发生了变化。我们曾经认为,就像在水中刺一剑一样,只要奥运会一结束,在他们向外国人展现了自己的能力之后,希腊人自然而然地就会恢复他们原来的一些思考问题的方式。但奇迹呢,奇迹延续下来了。”她以2003年落成的雅典地铁作为例子:“乘客总是彬彬有礼,心平气和。”

前欧洲议员米哈伊尔·帕帕扬纳基斯承认奥运会增强了希腊的民族自豪感,并把民众的诚意前所未有地调动起来了。雅典人并未上当受骗:尽管他们为因为成功举办了“他们的”奥运会而感到高兴,但他们也清楚地知道现在该是他们买单的时候了。安东妮娅回答说:“那当然,但我们怀着更为轻松的心情付账,因为人们总是比较乐意为自己喜欢的东西付账。”

努力考虑场馆利用

还有一个争论,那些举办过奥运赛事的豪华场馆该做什么?建筑师阿里斯蒂蒂斯·罗曼诺斯说:“无论是政府还是我所在的奥运会组委会都还没有真正考虑过这个问题。”负责奥运场馆的部门秘书长皮罗斯·克拉达斯特说:“如果说奥运会的准备工作是成功的,可对于奥运会之后的事情我们却丝毫没有拿定主意。既然还没有安排,那我们现在就应该制订出一套办法,看怎样使用这些场馆,而在建造它们之前考虑好这一点显然更为合理。大多数场馆所处的位置都不理想,不能很好地满足人们和地区的需要。”

在这方面要付的账很是沉重:仅各个奥运场馆的维护和费用每年就要花掉8500万欧元。克拉达斯特说:“我们试图把费用降低50%。”今年秋天才能有一个监督机构拿出有关这些场馆确切使用状况的报告。

最宏大的计划涉及到西班牙建筑师圣地亚哥·卡拉特拉瓦建造的奥林匹克体育场。政府准备对其进行改造以使其不仅能够举办体育赛事,还能够进行文化活动。还要建一条“奥林匹克大道”。政府计划在体操比赛的地方和羽毛球馆建造文化中心,将在帆船中心建造一座五星级饭店,在马可波罗木中心建一个高尔夫球场,在跆拳道馆建一个会议中心。

克拉达斯特说:“如果所有场馆都被好好利用,我们可以期待每年有3亿到5亿欧元的收益,能雇用5000到15000人。”奥林匹克村已经转化为社会住房,那里将会入住抽签选定的2万人。雷厉风行的雅典女市长多拉·巴科扬尼斯说:“我们的时间很紧。我们要用同样的节奏继续工作。奥运会是让雅典自信的火车头。现在,我们应该一年365天一天不落地地发展旅游业。”

《竞报》要摆脱其他报纸的影子

陈更生:我想强调一下,《竞报》应该彻底摆脱其他报纸的影子,你要走自己独立的道路,要不然,读者总是以为你在靠别的东西走路,你既然是大型图片日报,就应该独树一帜,就要在读者心目中奠定这样一个基础——大型图片日报就是《竞报》。现在平面媒体这么多,你如果不用很响亮的声音去领导,读者不会轻易承认你这份报纸的。

那日松:第一期《竞报》我买了,也收藏了,当时看,没有感觉特别像图片报,其实,图片报不一定是图片大。

尹玉平:关注老百姓生活的,读者都喜欢。如果分配到三到五个编辑,每天到新浪或者其他的中国图片网去看,选择编辑的前提也必须是懂新闻、懂图片。

我们需要高品位、大信息量的图片

于文国:关于图片报我想说三点个人体会:第一就是关于第一张(国内)图片报的出现;第二就是我个人认为如何构建版面的图片图解;第三是你的报纸内部和外部图片资源的整合。

第一,创刊之前知道《竞报》是为奥运准备的一张报纸,体育新闻的文字表述当然好,但可能摄影更有它的优势。结合奥运或者结合体育有利于图片报迅速成为品牌,这个定位是非常好的。

近期的都市报有三个趋势,市场化、主流化、国际化。这是我得出的结论。都市报既然走国际化,那大型图片报更要国际化。你想搞接近大众的,这个结果是对的。就得真正去欣赏图片,图片要容易看得懂,读者也需要有一些鉴赏能力。我在我们编辑部里也跟一些人聊了,大家都讨论,觉得真正要订报的读者就考虑钱,就跟他的吃、喝、睡越接近越好。倒是有一些白领,可能愿意欣赏图片,他们也有这个能力去欣赏,所以咱们办报的时候就应该针对这类人群,既然他们喜欢,他们是主体的话,那么高品位、高门槛、大信息量的图片就是我们所需要的。

第二,既然是图片报,那么怎样在报纸上体现以图片为主体的理念呢?第一点,你是一张图片报,那么就应对图片有不同的分别,读者对照片的感觉是非常强烈的。我们所说的尊重图片,体现的就是统筹各个版面之间的图片的排序。比如,我拿到一份报纸,第一版是第一张大照片,第二版又是,你就感觉第一版的大照片不大,反而感觉这个报纸没有高低起伏,我们根据视觉规律,第一版是大照片,第二版是个普照,在信息量上有区分的话,可能读者看起来不会累,既然以视觉为主,你在视觉上也可以做一些人性化的编排。

如果全都堆满照片,不仅看着累,而且也不利于传递信息。所以说图片报,我们强调的是图片主体,而不是厚图薄文。我是以图片为主的,我的图片就得专业化,就是剪裁到最科学的专业程度,如果剪裁下来看着不舒服,就说明剪得不够,这就好了。

第三,就是报社内部和外部的图片要整合。一个是队伍,一个是作品。队伍也就是本报的编辑部,还有记者部,这个你们做得挺好,比如说像这样的交流,每个月有一次。你们的摄影记者会很多,天天围着任务转,可能有些高一点的,宏观的信息获得的比较少。如果把信息拿来面对面的说,可能不会不一样。

选摄影记者易,选图片编辑不易

贺延光:图片报应该有最好的图片编辑,形成制度化,不应完全个人化。图片报就要有最好的图片编辑。图片编辑是靠眼睛看的,国外有些大牌的图片编辑并不会拍照,但他们的眼力让我们搞专业图片的人非常钦佩。

第11届亚运会时,还是拍胶片,我就看韩国一个摄影记者跟着一个图片编辑,有的被淘汰的照片我们觉得不错,通过翻译问为什么不行,那个图片编辑说焦点不对。因为体育照片,动作很快,拍好很难,但照片还是大量被淘汰,理由是什么,卖不出去。道理非常简单,所以好的图片编辑不听摄影记者的任何陈述,不管你为这个照片付出多少辛苦和劳动,照片没拍好,就是不用。因为读者是看结果的,读者不会体谅摄影记者的千辛万苦。这些年我在中青报有一个体会,选一个摄影记者容易,选一个图片编辑不容易。

体育明星更易吸引年轻人注意

任悦:刚才两位老师都提了头版,说太花了,我前两天参加了一个讲座,报告人说都市报的头版花是应该的。如果要大的发行量,应该花。我们经常讲课的老师说,图片有两种,一种是最低层面的,这样的图片没有太多回味性。就像我们《竞报》领跑图片上面的,如果你里边都是验证性的照片,读者肯定觉得少。因为看了第



奥运北京·影像志2005-2008

机场的免费“网吧”

昨日,首都机场。候机的乘客在享受机场提供的免费上网服务。在北京的一些公共场所,这种充满人性化,方便老百姓的免费服务越来越多。摄影/本报记者 傅拥军



贺延光
中国新闻摄影学会
副会长
《中国青年报》
图片总监



于文国
中国新闻摄影学会
副会长
《工人日报》
摄影部主任



陈更生
中国新闻摄影学会
理事
《河南日报》
首席记者



那日松
法国《映像 PHOTO》
亚洲版执行主编



任悦
中国人民大学
新闻摄影专业讲师
在读博士



尹玉平
《人民摄影》报
总编助理
编辑部主任



柴选
《中国摄影报》
总编室副主任

摄影爱好者如何拍奥运

当数码相机、具有拍摄功能的手机等设备在百姓中日益普及,拍照便成了一种简易的时尚细节;当越来越多的高水平体育赛事和体育明星光顾北京时,如何利用难得的机会留下精彩影像,也会被许多人所热衷。如果一个普通市民想参与到奥运的摄影当中,在摄影的时候需要注意什么礼节?他们怎样才能拍

出更精彩体育照片?贺延光在出席本报奥运沙龙时为摄影爱好者支招:公共场合,不是事件性新闻,注意一个礼貌问题就行了。因为有的人特别喜欢把镜头跟人家凑得很近。我到挪威去就问人家拍照有什么忌讳,实际上西方人比咱们更注重隐私。在国外,你只要不引起人家的反感,当然

发生新闻事件了,现场的人物就不用管了。但是在街上,人家坐在麦当劳门口,你要拍照,人家拒绝是可以的。使用闪光灯的时候,在舞台和体育照片中是非常忌讳的。

一个普通的老百姓,一个《竞报》读者,想拍一张照片,就得找你觉得有意思的,有意义的,只要脑子动起来,照片就会有进步的,现在就怕不动脑子。文/本报记者 胡志斌



2005年,一群非洲的孩子为了寻找梦想,不远万里,来到中国河南学习杂技 摄影/陈更生



北京申奥成功4周年之际,青岛市儿童少年活动中心艺术团的小演员们为奥运舞起来 摄影/新华社记者 陈晓伟

一眼,就不会看第二眼,这样的空白就浪费掉了。但如果是标题性的图片的话,就觉得值得看。所以办一个大型图片日报是很难的。

我觉得排版的方式,也就是讲述的方式不是特别好,有点乱。现在地方报纸受众群中的青年读者在流失,因为他们不喜欢看印刷的报纸。《竞报》也是针对青年的,也在做改版。做了几个月尝试后,调查显示,确实是改版以后年轻人愿意读这个报纸了。首先是在新闻的选择上,可能以前头条是政治性的新闻,但是现在头条变成体育明星了,还借助了一些网络的手段就好些了。

摄影记者就是一个经历和经验

于文国:构建一个高水准的图片权威人才网能够给《竞报》提供丰富的图片资源,我也是受了别人的启示。人才网有两个方面,一个是专业看图高手,一个是专业拍照片的高手,要给人这样的感觉——要看中国最优秀、最快的照片,就到《竞报》去,久而久之在行业里就能建立起权威性。照片不一定是首发,但要是最好的。如果能做到这一点,我非常愿意订这份报纸,作为资料都愿意收集。

陈更生:我觉得应建立起全国的优秀记者网,跟他们保持密切联系,

有什么突发新闻和好照片,第一时间传过来。

贺延光:我觉得摄影记者靠的就是一个经历和经验。我两个月前到意大利去拍教皇,我也去有一个小伙子。我说你发现没有,这些拍教皇的记者一个比一个岁数大,其中有两个女记者都在45岁以上,他就说一句话,那是经验。我要说的是,摄影就是需要经验,看得越多,积累越多。

读者喜欢看有趣、轻松的图片

柴选:我觉得《竞报》的周刊非常好。当然现在栏目的设计上也有一些新闻照片的回顾,栏目的设计上应该比较

全面,如何进行资源整合,怎样能把所有的好照片都拿过来为我所用,这应该靠图片编辑多下工夫。这可能跟我们摄影专业报纸有相似的地方,就是侧重于新闻图片的表现。读者最喜欢看的照片,就是天气预报的表情的照片,有趣味、轻松的图片以及可以从奥运切入的,这应该是《竞报》比较有特色的。

陈更生:其实每个月或者半年,在你们报社内部搞一个专栏,把照片放在那里,让大家来评这个照片好在哪儿,不好在哪儿,这对一个摄影记者的进步是很有帮助的。

整理/本报记者 胡志斌
摄影/本报记者 李艳明