



What is Publication Design?

什么是

(英) 拉克希米·巴斯卡拉安 / 编著

出版设计



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS



中青磁狮

RotoVision

WHAT IS PUBLICATION DESIGN?

什么是出版设计？

(英) 拉克希米·巴斯卡拉安 编著

初枢昊 译

“有的书是被细细品味的，有的则是被生吞活剥的，只有极少数才是被咀嚼消化的。”

——弗朗西斯·培根 (Francis Bacon)



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS



中青雄狮

律师声明

北京市中友律师事务所李苗苗律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由美国 RotoVision 出版社授权中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

侵权举报电话

全国“扫黄打非”工作小组办公室

中国青年出版社

010-65233456 65212870

010-59521012

<http://www.shdf.gov.cn>

E-mail: editor@cypmedia.com

Copyright © RotoVision SA 2007

版权登记号: 01-2008-2158

图书在版编目(CIP)数据

什么是出版设计/(英)巴斯卡拉安编著;初枢昊译.一2版.一北京:中国青年出版社,2015.1

ISBN 978-7-5153-3098-3

I. 什… II. ①巴… ②初… III. ①版式-设计 IV. TS881

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 011914 号

责任编辑:郭光莽 昱 赵媛媛 刘冰冰

封面制作:唐棣

什么是出版设计?

(英)拉克希米·巴斯卡拉安 编著

出版发行:  中国青年出版社

地址:北京市东四十二条21号

邮政编码:100708

电话:(010)59521188/59521189

传真:(010)59521111

企划:中青雄狮数码传媒科技有限公司

印刷:北京九天众诚印刷有限公司

开本:787×1092 1/16

印张:16

版次:2015年5月北京第2版

印次:2015年5月第1次印刷

书号:ISBN 978-7-5153-3098-3

定价:88.00元

本书如有印装质量问题,请与本社联系 电话:(010)59521188/59521189
读者来信: reader@cypmedia.com 投稿邮箱: author@cypmedia.com
如有其他问题请访问我们的网站: <http://www.cypmedia.com>

要点

6	什么是出版设计?
12	印刷的力量
18	设计面面观
22	出版物的生命周期
28	数字革命
34	买与卖
40	关于环境的问题
42	版权

具体分析

44	具体分析
46	封面设计
52	恰当的版式
60	层次与版面
64	网格锁定
68	字体设计
74	完美图像
80	色彩
84	装订
86	诉诸一切手段
88	书籍
96	杂志
110	报纸
114	手册与目录
120	年度报告
126	节目单

出版设计作品

130	出版设计作品
132	Bibliothèque 工作室
140	Big Active 工作室
150	Eggers + Diaper 工作室
164	Frost Design 工作室
172	John Morgan 工作室
188	Paprika 工作室
202	Research 工作室
222	Segura Inc. 工作室
230	UNA (Amsterdam) 工作室
240	卡尔-亨里克·克鲁泽·萨克里松 (Carl-Henrik Kruse Zakrisson)

附录

250	推荐书目
252	术语表
254	索引
256	致谢

WHAT IS PUBLICATION DESIGN?

什么是出版设计？

(英) 拉克希米·巴斯卡拉安 编著

初枢昊 译

“有的书是被细细品味的，有的则是被生吞活剥的，只有极少数才是被咀嚼消化的。”

——弗朗西斯·培根 (Francis Bacon)



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS



中青雄狮

律师声明

北京市中友律师事务所李苗苗律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由美国 RotoVision 出版社授权中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

侵权举报电话

全国“扫黄打非”工作小组办公室 中国青年出版社
010-65233456 65212870 010-59521012
<http://www.shdf.gov.cn> E-mail: editor@cypmedia.com

Copyright © RotoVision SA 2007

版权登记号: 01-2008-2158

图书在版编目 (CIP) 数据

什么是出版设计 / (英) 巴斯卡拉安编著; 初枢昊译. —2版. —北京: 中国青年出版社, 2015.1

ISBN 978-7-5153-3098-3

I. 什… II. ①巴… ②初… III. ①版式设计 IV. TS881

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 011914 号

责任编辑: 郭 光 莽 昱 赵媛媛 刘冰冰

封面制作: 唐 棣

什么是出版设计?

(英) 拉克希米·巴斯卡拉安 编著

出版发行:  中国青年出版社

地 址: 北京市东四十二条21号

邮政编码: 100708

电 话: (010) 59521188 / 59521189

传 真: (010) 59521111

企 划: 中青雄狮数码传媒科技有限公司

印 刷: 北京九天众诚印刷有限公司

开 本: 787×1092 1/16

印 张: 16

版 次: 2015年5月北京第2版

印 次: 2015年5月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5153-3098-3

定 价: 88.00元

本书如有印装质量等问题, 请与本社联系 电话: (010) 59521188 / 59521189
读者来信: reader@cypmedia.com 投稿邮箱: author@cypmedia.com
如有其他问题请访问我们的网站: <http://www.cypmedia.com>



要点

6	什么是出版设计?
12	印刷的力量
18	设计面面观
22	出版物的生命周期
28	数字革命
34	买与卖
40	关于环境的问题
42	版权

具体分析

44	具体分析
46	封面设计
52	恰当的版式
60	层次与版面
64	网格锁定
68	字体设计
74	完美图像
80	色彩
84	装订
86	诉诸一切手段
88	书籍
96	杂志
110	报纸
114	手册与目录
120	年度报告
126	节目单

出版设计作品

130	出版设计作品
132	Bibliothèque 工作室
140	Big Active 工作室
150	Eggers + Diaper 工作室
164	Frost Design 工作室
172	John Morgan 工作室
188	Paprika 工作室
202	Research 工作室
222	Segura Inc. 工作室
230	UNA (Amsterdam) 工作室
240	卡尔-亨里克·克鲁泽·萨克里松 (Carl-Henrik Kruse Zakrisson)

附录

250	推荐书目
252	术语表
254	索引
256	致谢

什么是出版设计？

Pub·li·ca·tion（出版），n（名词）

1. 出版的东西，尤指用于销售的印刷品；
2. 公开发表的一些信息，尤指采用印刷形式发表的信息；
3. 面向公众的信息传播方式。

出版物

无论我们走到哪里，无论我们在做什么，出版物时刻包围着我们。在报刊代理商（报刊经销商）那里，各种语言的杂志与报纸在报刊架上为争得视觉上的至高地位而争奇斗艳。在书店里，成架成架的书籍覆盖了我们所能想到的每一个主题，来吸引我们的注意力。在我们的邮件中，可以发现从产品目录到社团文学的各种印刷品，我们要根据需要，将其从那些特卖增刊中挑选出来。为什么？因为在今日的社会，信息传达至关重要，而印刷的力量也从未像现在这样强大过。

这并不意味着出版设计的过程是轻而易举的。消费者面对如此密集的出版物轰炸，很容易对其正在推销的产品感到厌烦——而竞争是激烈的。一旦某种新型杂志成功登上书架，不出几个星期，就会有半打充满竞争力的杂志挤在它旁边。只要有一种单面印刷的报纸（标准尺寸）改成小报的形式，其余的会马上变脸。现在，仅仅提出一种新观念已经不够了。今天的出版设计师必须比以往工作得更努力，才能在美学和情感方面吸引和维系读者。

出版物可以分为许多不同的种类，但都是针对不同的受众，从消费个体到团体到行业。或许，杂志、报纸与书籍是最常见的选择，

但是出版物的世界远不止于此。它还包括年度报告、产品目录、时事通讯、期刊，以及任何的中间形式。对于出版物来说，最重要的就是目标受众的定位。商业杂志总是对准特定的、小范围的受众，然后为其进行设计。消费者杂志则有着更为宽泛的诉求，这反映在它们设计的亲和力中。

出版物——无论是书籍、杂志、目录，还是年度报告——都含有一种望梅止渴的因素。或许我们负担不起《Vogue》杂志中的华美服饰，但我们可以通过购买杂志，凭借阅读和感觉，进入这种生活方式。同样，订阅某种自己特别感兴趣的出版物，会让我们与志同道合者联系在一起，无论他们是住在邻近的街道或是另一块大陆。书籍，同样可以引起受众的强烈反应。仅仅通过语言的力量，书籍能将我们带到另一个时间和空间。即便是一份社团年度报告，也能在其俱乐部成员中产生同等的效用。

构成一种出版物的关键因素在于，它想要抓住什么。设计师常常局限于形式元素的选择，诸如尺寸、形状，当然，还包括成本。其实，设计师还有更为广阔的空间可以发挥创造力，正如本书中所举的例子那样。



219
telediffusions a



六个设计元素

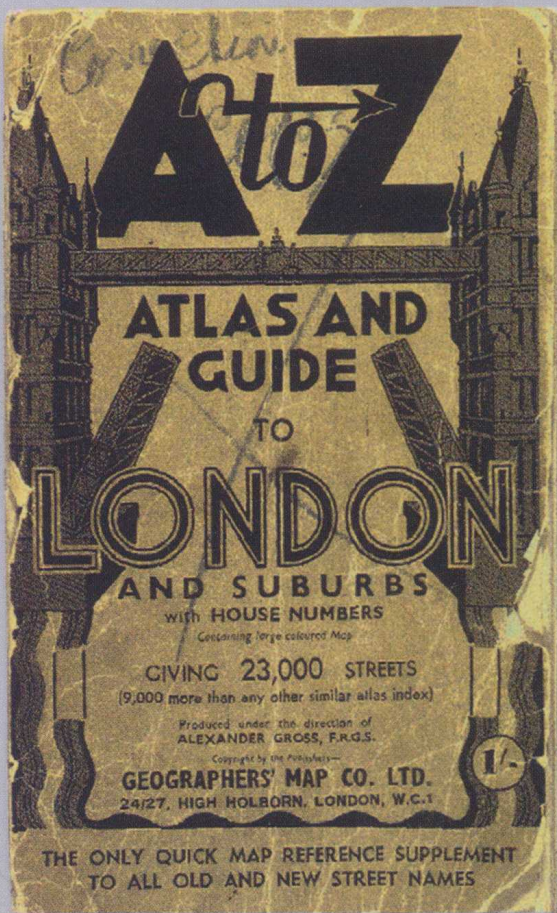
对于出版设计，六个关键元素能够影响最终的设计：

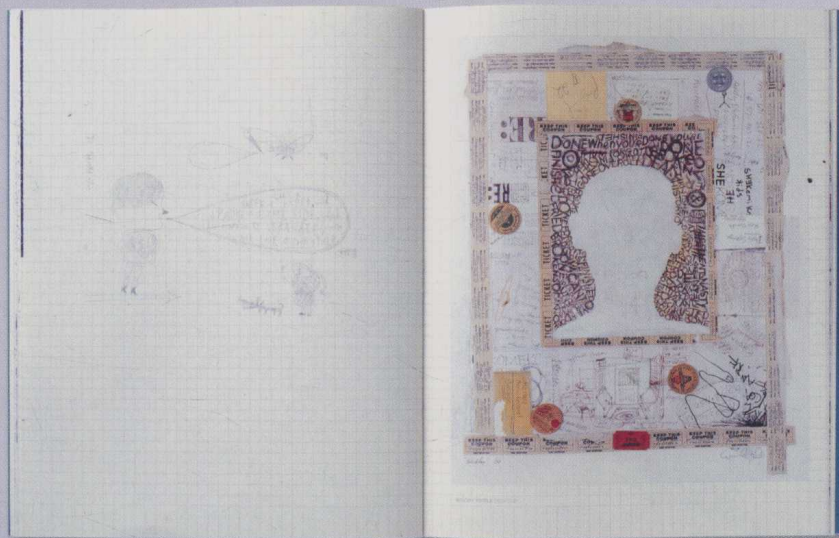
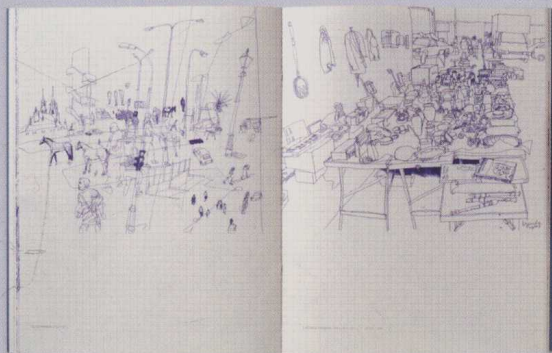
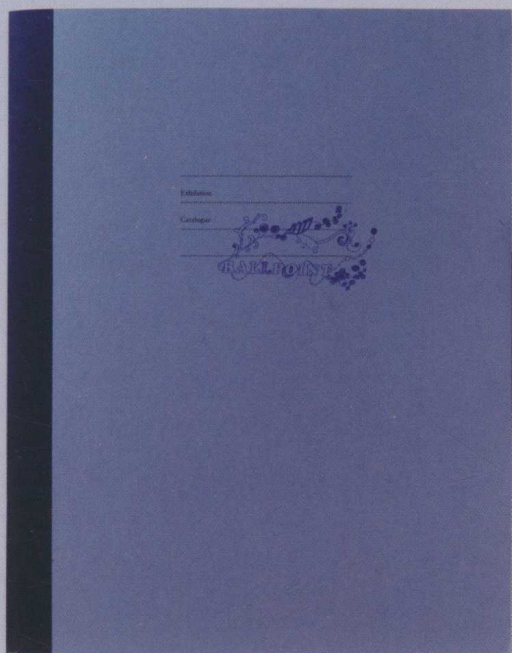
- 版式
- 网格
- 印刷
- 色彩
- 封面或刊头
- 图像的运用

所有这些方面都要在随后的章节中详细讲述。这些元素的结合，使设计师能够将出版物的内容有机地融合在一起，并赋予其一个独特的身份。当然，各元素的重要性，是随着所设计出版物的类型不同而有所变化的。不过，一件优秀设计是从不会无视内容的，反之亦然。二者应紧密结合，在彼此的提携中达到最佳效果。

《A to Z London》

为A-Z地图公司(A-Z Map Company)所做的机构内部设计。作为英国最大的、独立的地图出版公司之一，A-Z地图公司已出版的各类地图超过300种。图片展示的是《A to Z》最早版本的封面，出版于1936年。





Ballpoint (展览图录)

由 Pentagram 设计。这本展览图录设计得就像学校里的练习本。这本颁给获奖者的、印数有限的图录，是为配合一个展示圆珠笔绘画艺术潜能的展览而设计制作的。(承蒙 D&AD 提供图片版权)

2



017

4

3

3

Grensoverschrijdend ontwerpen



MATALI CRASSET

Misschien haalden Design Academy, Droog Design en de Stichting Premisela met de Françoise Matali Crasset (1965) wel een wolvin in schaapskleren binnen. Masterstudenten van het seminar en de workshop

"The French Way" behandelt ze streng, passend bij haar eigen precieze ontwerpvisie. Crasser is vooral geïnteresseerd in de typologie van voorwerpen en hoe deze in verhouding staan met functionaliteit. Kort gezegd: in 'des objets justes'.



Het anderzins verstaenijng Mijl haer hese - wat reent
 anderschide - eenzney. Pachje, bij ome tra-
 jienings om diabolisch lagje. Nijpendering bij in nog
 steeds "na geyment, ene joengesment, dat in haer medetied in
 geygend ont ene klasterde tye der pieren". Tien jaar gielden
 tusschen het Sontdag trajecten in Annetenstien. Marci Crassus tra-
 jien die stiel over een woortheel in 't Vuerp Teypant, om als
 prejet. Zij inderende tien nog als Los Andien in Parijs, nadat ze
 het vuerst ene tuchteringsprijding in allen verpeldingsen tveer en
 was. Na Los Andien tveer ze vuald 1913 in Mijl en bij Drie
 Sontdagien. Tiedel ze in 1918 jaar hielden bij eenen tveer madoe
 kien begoe, was ze bij de Pzawo heidende tveer tveer tveer
 Thouten de suante zandende van Philippe Scard.

Hoe verliep die samenwerking met Starck? Coenen: "Erg inspirerend. Ik bewonder Starck vanwege zijn grote flexibiliteit om de meest uiteenlopende producten aan te pakken en er de meest voor de hand liggende oplossingen voor te vinden. Zeker bij een technisch product is dat

laagrijk. Technologie kaders ontbreken in, en kan over – voor je het weet – de technologie niet het planter aannemen die we niet producten beleven. De dingen evolueren, maar beschikken wel nog wel over het begrip om het gebruik ervan te doorgronden? Vaak niet. Op m'n stamper moet je het ding, de handeling en de gedachte erachter in een nieuw wettelijk systeem na daer iets nieuws en Engels aan weten te verbinden."

[illegible]

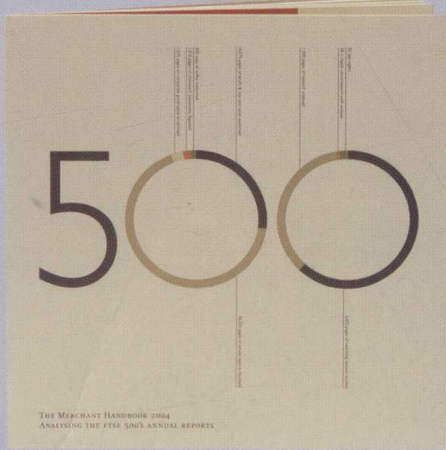
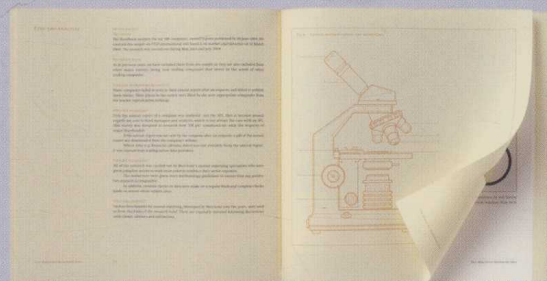
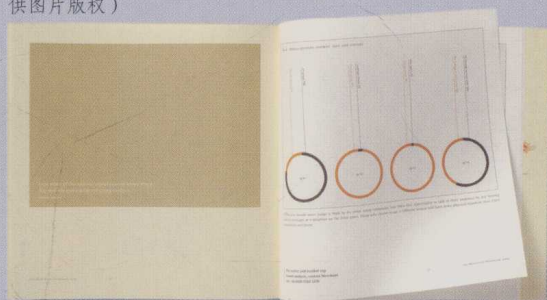
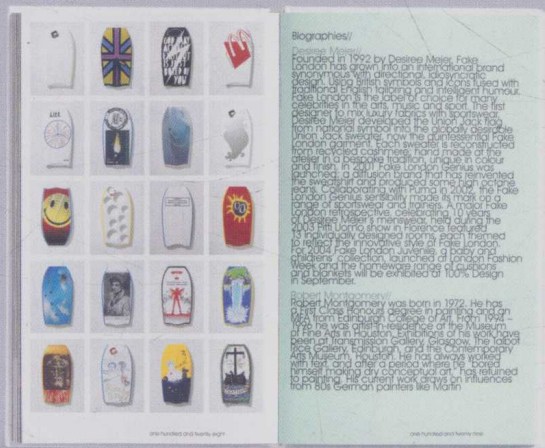
由荷兰登贝设计公司(Studio Dumber)设计。荷兰登贝设计公司应邀重新设计《Items》杂志的风格。“通过最小限度地变化字体,字体成为杂志设计中一种强有力的约束力(或联系元素)。”年轻的设计师精心选择并不断地变化字体,从而创造出充满表现力的标题字体,使该杂志成为年轻才俊的巨大表现舞台。(承蒙D&AD提供图片版权)

左图：《董事会议》（Board Meeting）

由 Browns 设计。设计制作这一书籍/图录是为了配合一个展览。这个展览是一个品牌推广活动的一部分，目的是为了提升 Fake London Genius 的品牌效力。24 位艺术家每人定做了一块冲浪板（boogie board），以便为绿色和平组织（Greenpeace）及其“死亡还是生存：保护海洋生物”（Dead or Alive: Defending Ocean Life）活动筹集资金。（承蒙 D&AD 提供图片版权）

下图：Merchant 手册

由 NB: Studio 设计。Merchant 每年都制作一份手册，以共享各公司的年报消息。在 2004 年，Merchant 将“富时 500 强”（FTSE 500）年报进行“微观分析”。设计师决定将这点在手册中反映出来，于是他们在风格上采用了类似科学报告的形式，令人联想起老式的学校教科书。（承蒙 D&AD 提供图片版权）



印刷的力量

简史

很难相信，15 世纪时，西方国家手抄本的总数还不到 50000 卷。在当时，书面文字——手写在牛皮纸上，很大程度上是被作为财富保存的。尽管牛皮纸比纸要耐用得多，但它极其昂贵，且制作极为耗时——一本 200 页的书籍，制作需耗时四五个月，而价值则相当于一座农场。

直到造纸术从中国传入欧洲，情况才发生了变化。现在已知欧洲最早的造纸厂，1282 年建于一个名为法布里亚诺（Fabriano）的意大利小镇。纸张生产变得快捷而便宜。很快，出版商在材料的选择上以纸张取代了牛皮纸。早在 14 世纪，法布里亚诺的造纸厂一年已能生产 100 万张纸。正是在这里，发明了水印纸。时至今日，法布里亚诺出产的纸张依然作为钞票用纸和优质画纸通行全世界。

到了 14 世纪晚期，从单一的木刻发展而来的雕版印刷书籍，能够将文本与图像整合起来，从而变得更加普及。但每次印刷都要制作新的雕版，这意味着制作依然是一个漫长而昂贵的过程。不过，如果将木雕版分成几个部分，或者是在钢或铁上刻制单个的字母，那么这些字母或木雕板便能够一遍又一遍地使用。在欧洲，活字印刷的出现应归功于德国金属工匠约翰尼斯·古腾堡（Johannes Gutenberg，卒于 1468 年）。这种方法通过制作成千上万个持久耐用、可重复使用的字母，从而极大地提高了印刷速度。

这项发明导致了文艺复兴时期欧洲的信息大爆炸。不久之后，印刷制版作为出版业在整个欧洲萌芽，并在一些主要城市成为一项拥有自主权利的行业。这时，出版作为可

以储存并分享信息、语言的行业开始被标准化，而出版物也被制作得更有益于大众。

早期出版物中，最流行的形式之一是海报。单页纸上单面印刷的海报，最初被用来传播宗教信息。后来海报成为共享地方信息的一种手段，是今天报纸的前身。除在公众中散发外，海报还被贴在墙上和路灯柱上。因此，通过对每天发生的事件详细描述，这些海报使公众对日常生活有了一个准确的了解。

出版领域另一次重要发展，是 19 世纪工业革命和印刷过程机械化的产物。曾经以手工劳动为基础的经济体系，现在已为工业和机械制造所取代。报酬开始提高，作为衡量生活的标准，到了 19 世纪 20 年代，最早生产的一批目录和诗刊进入发行领域。

摄影于不久后出现——约瑟夫·尼瑟福·尼埃普斯（Joseph Nicéphore Niepce）于 1826 年拍摄了第一张永久性照片——并通过增加印制的书页，将出版物带到了一个新的维度。很快，在 19 世纪，带摄影插图的出版物成为人们日常生活中非常重要的一部分。