

二十一世纪艺术设计精品课程规划教材

BOOK DESIGN

书籍设计

 中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS

 中青社

李淑琴 吴华堂 / 主编



二十一世纪艺术设计精品课程规划教材

BOOK DESIGN 书籍设计

李淑琴 吴华堂 / 主 编
张海燕 戴 菲 / 副主编

 中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS

 中青雄狮
中 青 雄 狮

律师声明

北京市邦信律师事务所律师谢青律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由著作权人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。

短信防伪说明

本图书采用出版物短信防伪系统，读者购书后将封底标签上的涂层刮开，把密码（16位数字）发送短信至106695881280，即刻就能辨别所购图书真伪。移动、联通、小灵通用户发送短信以当地资费为准，接收短信免费。短信反盗版举报：编辑短信“JB，图书名称，出版社，购买地点”发送至10669588128。客服电话：010-58582300

侵权举报电话：

全国“扫黄打非”工作小组办公室

010-65233456 65212870

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

中国青年出版社

010-59521255

E-mail: law@cypmedia.com MSN: chen_wenshi@hotmail.com

图书在版编目(CIP)数据

书籍设计 / 李淑琴、吴华堂主编. —北京：中国青年出版社，2010.4

二十一世纪艺术设计精品课程规划教材

ISBN 978-7-5006-9250-8

I. ①书… II. ①李… ②吴… III. ①书籍装帧—设计—教材 IV. ①TS881

中国版本图书馆CIP数据核字（2010）第052060号

二十一世纪艺术设计精品课程规划教材——书籍设计

李淑琴 吴华堂 主编

张海燕 戴菲 副主编

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

责任编辑：李廷钧 张军 杨昕宇

封面设计：于靖

印 刷：北京嘉彩印刷有限公司

开 本：787×1092 1/16

印 张：9

字 数：365千字

版 次：2010年5月北京第1版

印 次：2010年5月第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-5006-9250-8

定 价：36.00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

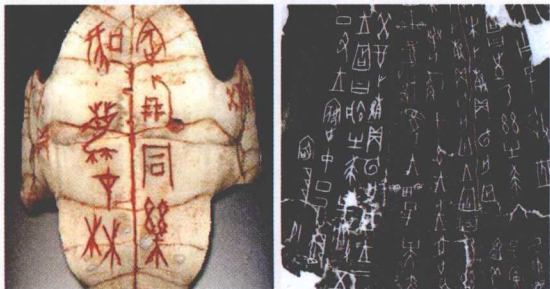
如有其他问题请访问我们的网站：www.21books.com

目录

第1章

书籍设计的基础知识

1.1 书籍设计的概念	8
1.2 书籍设计的历史和发展	8
1.2.1 中国书籍形态的发展历史	8
1.2.2 西方书籍设计的发展	11
1.2.3 概念书设计	12
1.2.4 电子书的产生及发展趋势	13
1.3 书籍设计的原则	14
1.3.1 传统与现代的结合	14
1.3.2 整体与局部的统筹	14
1.3.3 艺术与技术的体现	15
1.3.4 抽象与具象的融合	15
1.3.5 内容与形式的统一	15
1.4 书籍设计的功能	16
1.4.1 实用功能	16
1.4.2 艺术审美功能	16
1.4.3 商业功能	16
1.5 书籍设计与视觉心理	17
1.5.1 书籍的色彩与视觉心理	17
1.5.2 书籍的形态与视觉心理	17
1.5.3 书籍的材料与视觉心理	17
1.6 书籍设计流程	18
1.6.1 前期策划与市场调研	18
1.6.2 设计表现与制作	18
1.6.3 宣传推广	18



第2章

书籍的形态与结构设计

2.1 书籍的基本形态	20
2.1.1 平装书	20
2.1.2 精装书	21
2.1.3 线装书	22
2.2 书籍的基本结构设计	23
2.2.1 书套设计	24
2.2.2 封面整体设计	24
2.2.3 内页设计	26
2.2.4 细节设计	32
教学实例	34
设计点评	36
课后练习	39



第3章

书籍版式设计

3.1 文字的编排	42
3.1.1 文字类型及特点	42
3.1.2 文字磅值、字距、行距和段距的设置	43
3.1.3 文字对齐方式	45
3.1.4 文字层级关系	47
3.1.5 文字应用的技巧和方法	48
3.1.6 多语言文字混排设计	50
3.2 图形的编排	51
3.2.1 图形基础知识	51
3.2.2 图形的比例和分布	52
3.2.3 图形形状的应用	53
3.2.4 图片的编排	53
3.2.5 图形特殊处理技巧	56

3.2.6 图形与文字混排	57
3.3 色彩系统	59
3.3.1 色彩基础知识	59
3.3.2 配色的基本方法	61
3.3.3 常用基本配色方案	63
3.3.4 多色配色方案	63
3.3.5 特殊色彩效应	64
3.3.6 排版色差	65
3.4 版式的视觉流程	66
3.4.1 线形视觉流程	66
3.4.2 焦点式视觉流程	67
3.4.3 往复式视觉流程	67
教学实例	68
设计点评	70
课后练习	72



第4章

书籍设计中的网格应用

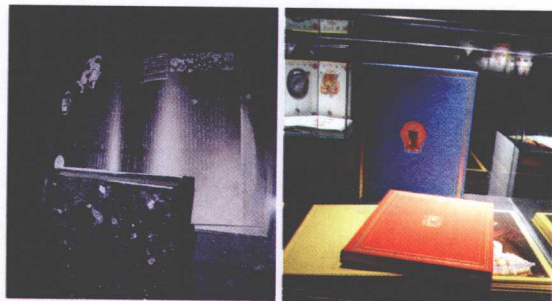
4.1 网格绘制	74
4.1.1 应用页面比例	74
4.1.2 应用单元格	75
4.1.3 三分法	76
4.2 网格类型	77
4.2.1 对称式网格	77
4.2.2 非对称式网格	79
4.2.3 基线网格	80
4.2.4 成角网格	81
4.3 网格在书籍设计中的应用	82
4.3.1 网格的编排形式	82
4.3.2 无网格设计	83
教学实例	84
设计点评	86
课后练习	88



第5章

书籍的开本及承印物

5.1 书籍的开本	90
5.1.1 具体开本类型	90
5.1.2 开本的方向性	91
5.1.3 开本选择的依据	92
5.2 书籍的承印物	93
5.2.1 纸张类型	94
5.2.2 特殊承印物	96
教学实例	97
设计点评	99
课后练习	100



第6章

书籍的印刷及后期工艺

6.1 书籍的印刷工艺	102
6.1.1 平版印刷	102
6.1.2 丝网印刷	103
6.1.3 凸版印刷	105
6.1.4 凹版印刷	105
6.1.5 数字印刷	106
6.2 印刷环节的相关技术	107
6.2.1 文字和图片的输出	107
6.2.2 拼版	108
6.2.3 印刷色彩通道和印版	109
6.2.4 印刷顺序	110
6.2.5 叠印技术	111
6.2.6 背透	112
6.2.7 补漏白	112
6.3 书籍的装订方式	113
6.3.1 骑马钉装订	113
6.3.2 无线胶装装订	114
6.3.3 锁线装订	115
6.3.4 精装	116
6.3.5 环订	117
6.3.6 加式装订	118
6.3.7 特殊装订	119
6.4 书籍设计的后期工艺	121
6.4.1 覆UV	121
6.4.2 上光油	121
6.4.3 模切	122
6.4.4 起凸和压凹	122
6.4.5 烫金	123
6.4.6 页边装饰	123
6.4.7 切口装饰	124
6.4.8 打孔线	124
教学实例	125
设计点评	127
课后练习	130



第7章

书籍设计的专项应用

7.1 系列书设计	132
7.1.1 期刊书籍的连贯性设计	132
7.1.2 文集的一体化设计	134
7.1.3 丛书的系列化设计	135
7.1.4 类书的系统化设计	136
7.2 不同主题设计	137
7.2.1 学术科学类书籍	137
7.2.2 艺术文化类书籍	138
7.2.3 时尚娱乐类书籍	139
7.2.4 低幼类书籍	140
教学实例	142
设计点评	143
课后练习	144



第 1 章 书籍设计的基础知识

- 1.1 书籍设计的概念
- 1.2 书籍设计的历史和发展
- 1.3 书籍设计的原则
- 1.4 书籍设计的功能
- 1.5 书籍设计与视觉心理
- 1.6 书籍设计流程

课题概述

本章主要介绍了书籍设计的基本概念，通过介绍书籍设计的历史发展进程、功能和设计原则了解书籍设计的流程，并对书籍设计的视觉心理进行分析。

教学目标

通过学习书籍设计的概念、历史发展进程、设计原则、功能、流程和视觉心理等相关知识，学会把握书籍设计的价值取向，并能对书籍设计作品进行鉴赏分析。

章节重点

了解书籍设计的概念和历史发展进程，明确书籍设计的功能和设计原则，并对书籍设计的视觉心理和设计流程有所认识。

1.1 书籍设计的概念

书籍设计不仅仅指书籍装帧，书籍装帧只是书籍设计的一部分，书籍设计是一门综合性的造型艺术。

现在的书籍设计已经不是平面设计人员或插画师个人所能完成的了。随着大众审美意识的不断提高，读者也有了欣赏书籍设计艺术的欲望和需求，这就使得书籍设计不再仅仅是书的视觉装饰，它已经成为利用信息内容驾驭视觉传达的艺术，是营造外在书籍造型的物性构想，和内在信息传递的理性思考的综合学问。这种综合性贯穿于图书从策划到上市营销的全过程。

书籍设计体现了设计师对书籍内容的领悟，是经过周密而精心的策划，有条理、有秩序地捕捉书籍的内涵要素，并以现实商品市场的需求辅助具体构想，最终构建出的书籍作品，是从选题策划到成书为止整个过程的参与者共同努力的成果。总之，书籍设计是一门将商业行为与精神产品融为一体的综合性造型艺术。

1.2 书籍设计的历史和发展

书籍从人类文明产生至今，作为一种大众的传媒工具，越来越发挥出

其自身的作用。对应的，从事书籍设计的团队也越来越多，书籍设计已经被人们所熟知。书籍设计对出版业发挥着越来越重要的作用，所以，书籍设计成为一门学科，也是顺应时代发展的必然结果。从简单到复杂，从单纯的记录到如今的艺术创作，书籍设计为社会主义精神文明和文化产业的发展提供了良好的基础。若想系统地认识，我们首先来了解一下它的发展历史。

1.2.1 中国书籍形态的发展历史

文字是书籍内容中最原始的重要组成部分。我国自商代以来，就已经有了成熟的文字——甲骨文，见图1所示。从甲骨文的出土规模来看，即便是书籍的萌芽状态。到了周代，中国文化进入第一次全盛时期，随着当时经济和文化的发展，出现了大篆、小篆、隶书等文字，而作为文字载体的书籍的材质和形式也逐渐发生改变，并日趋完善，下面按照发展顺序逐一介绍。

(1) 甲骨

经考古发掘，在河南殷墟出土了大量刻有文字的龟甲、兽骨，见图2所示，这是迄今为止我国发现的最早的作为文字载体的材质。甲骨文字的

排列自上而下，从右到左，颇具篇章布局的美感。

图1 龟甲与兽骨

图2 甲骨文

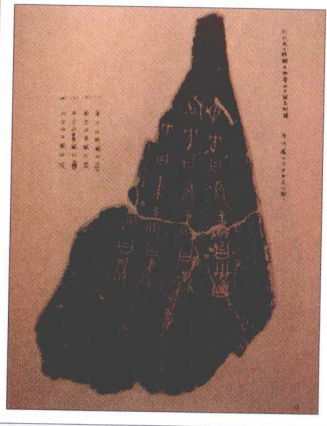
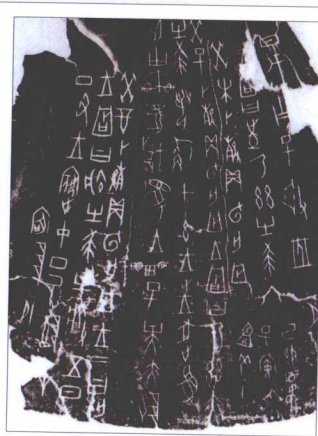


图1

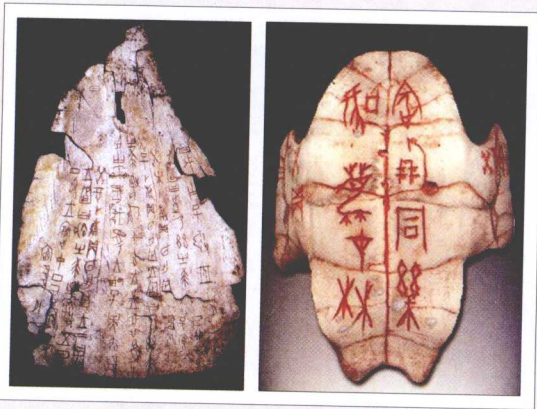


图2

图3 玉版
图4 竹简
图5 简策
图6 木牍
图7 《孙子兵法》
图8 缣帛

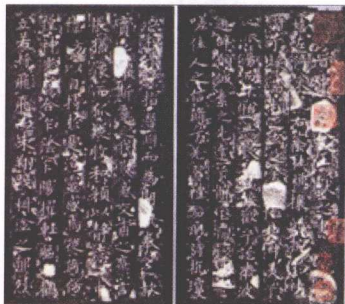


图3



图4



图5

(2) 玉版

《韩非子·喻老》中有“周有玉版”的记载，据考古发现，周代就已经使用玉版这种高档材质书写或篆刻文字了。由于其材质名贵，用量并不是很多，多是上层社会的用品，见图3所示。

(3) 竹简和木牍

中国最早的比较正规的书籍载体是竹简和木牍。

将竹子切割、烘烤制作成大小相同的竹片，在上面书写文字，这就是竹简，见图4所示。将竹简用绳子相连成册，称为“简策”，见图5所示。在简背上写上篇名，卷起简策，文字正好露在外面，为查找提供了方便。简策的最后一根竹简称为“尾简”，卷动时以尾简为轴心，从左向右卷起，然后将其存放在一种柔软的丝织品做成的囊袋中。这种装订方法，已经具备了现代书籍的雏形。

另外还有一种使用方法与竹简相似的文字承载物，叫做木牍，见图6所示。木牍是用于书写文字の木片，

与竹简不同的是木牍以片为单位，一般字不多，多用于书信。

从材质和使用形式来看，在纸出现与大量使用之前，竹简和木牍是主要的文字载体。书的说法大概就是从简牍开始的。今天，对于书籍的名词术语，以及书写格式和制作方式，也都是沿袭了那个时期的传统。现在有的出版社模仿古代简策制作出《孙子兵法》等传统经典著作，见图7所示，多作为礼品或用以收藏。作为书籍设计的一种形式，了解简牍有助于我们学习和借鉴优秀的传统文化和工艺手法。

(4) 缣帛

缣帛与现在书画用的绢相似，早在先秦时期，就已经用缣帛作为书写材料。缣帛质地柔软、轻盈，容易折叠，方便书写与保存，其尺寸大小可根据文字的多少进行裁切。缣帛是与简牍同期使用的书写材料，这两种形式被书史学家认为是真正意义上的书籍的诞生，见图8所示。



图6

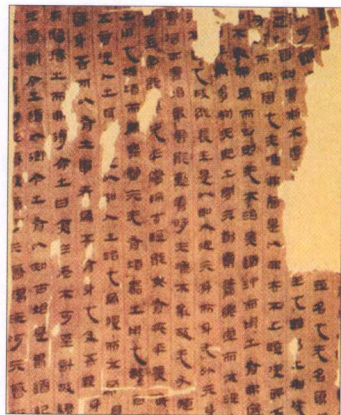


图8



图7

(5) 纸与印刷术

中国古代著名的四大发明中有两项对书籍发展有着至关重要的作用，这就是造纸术与印刷术。东汉时期纸的发明，使书籍有了纸质的形式，这种形式一直延续至今。

中国人在西汉时期就已经使用各种粗纤维造纸。东汉时期，蔡伦总结了各种造纸经验，于公元 105 年发明了造纸术。由于造纸原料充裕，成本低廉，使大量生产纸张成为可能。东晋末年，纸的使用日益普及，已经基本上取代了竹简、木牍和缣帛，成为正规的书写材料。图 9 和图 10 所示为古代造纸术及其制造工序。

随着纸的广泛应用，在印刷术发明之前，图书传抄的做法非常盛行，但是手抄容易抄错、抄漏而且费时、

费力，不利于文化的传播。而在当时，石碑也同样用来承载文字，并且它为随后的印刷术的发明奠定了基础——用纸在石碑上上墨拓印的方法直接为雕版印刷指明了方向，见图 11 和图 12 所示。中国的印刷术经过雕版印刷和活字印刷两个阶段的发展，给书籍的发展带来了新的活力。印刷术方便灵活，省时省力，缩短了书籍的制作周期，大大提高了书籍的质量与数量，从而推动了人类书籍文化事业的发展。

印刷术的发明不仅加速了知识、信息的传播，而且在很大程度上影响了书籍的形式，促使书籍不断变换自身的模式，卷轴装、经折装、旋风装、蝴蝶装、包背装、线装、筒装和精装等形式一路发展而来，见图 13 所示。

图9 古代造纸术
图10 造纸工序
图11 石碑
图12 雕版印刷
图13 书籍的几种装帧形式



图12

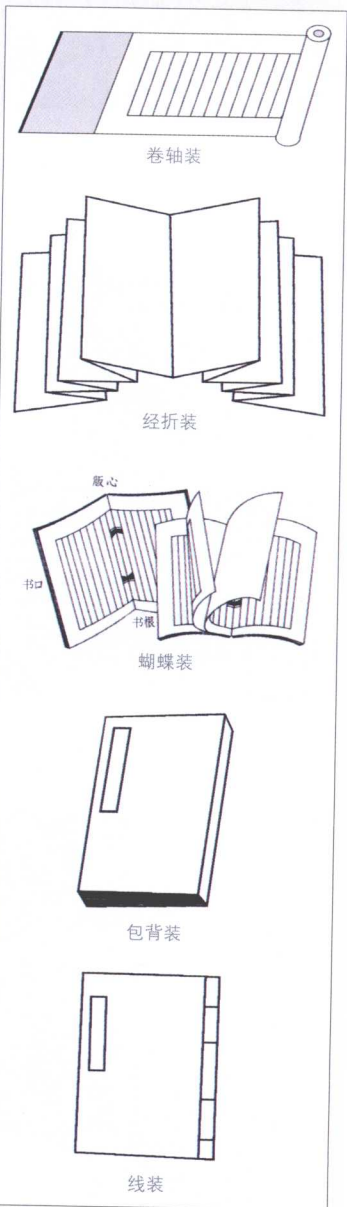


图13

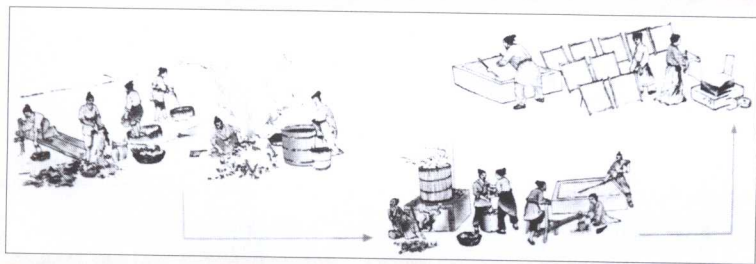


图9

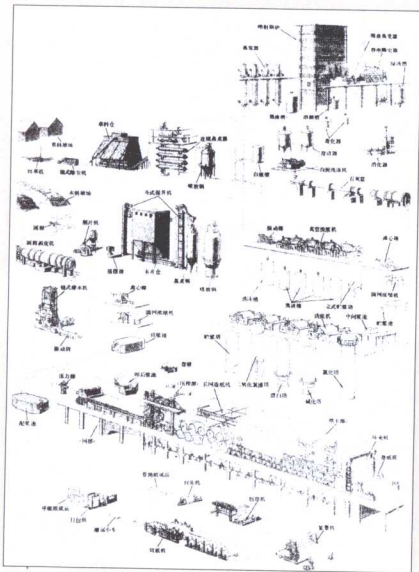


图10

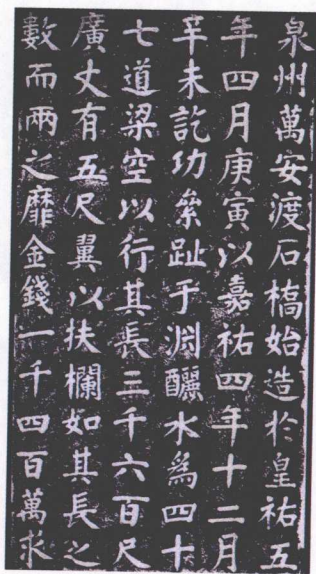


图11

图14 “欧洲印刷之父” 古登堡

图15 木制印刷机

图16 古登堡用活字印刷术印出的第一本完整的书籍《圣经》

图17 现代西方书籍

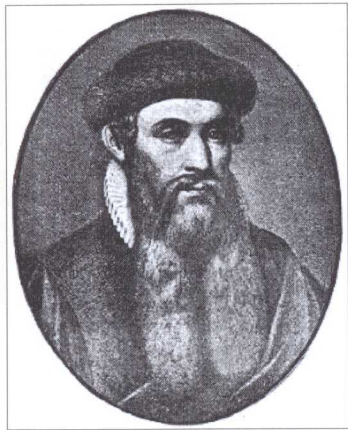


图14



图15

1.2.2 西方书籍设计的发展

15 世纪前后的欧洲, 由于经济和文化的迅速发展, 手抄本已无法满足日益增长的社会需求。随着中国活字印刷术的传入, 欧洲的印刷术有了新的发展。德国的古登堡(见图 14 所示)将胶泥木刻活字改良成金属活字、铅铸活字, 同时发明了木质印刷机(见图 15 所示)大大提高了印刷的速度与质量。这一重要的改进与发明使欧洲摆脱了中世纪手抄本时代, 印刷业得到迅速发展。很快, 古登堡的活字印刷术在欧洲传播开来, 并得到广泛应用。与此同时, 书籍设计也有了新的突破。古登堡用活字印刷术印刷的第

一本完整书籍《圣经》(见图 16 所示)尺寸很大, 文字分两栏编排, 版面工整, 插图与文字结合在一起进行编排, 使阅读更加愉快, 具有一定的趣味性。

由此可见, 书籍设计与印刷术有着千丝万缕的联系, 没有印刷术也就没有现代书籍设计的存在。书籍设计是在印刷术的发展基础上逐步形成与完善起来的。

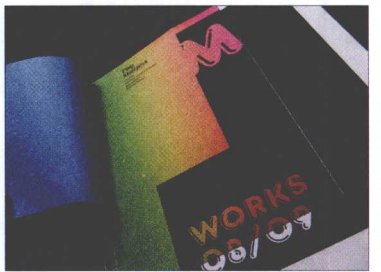
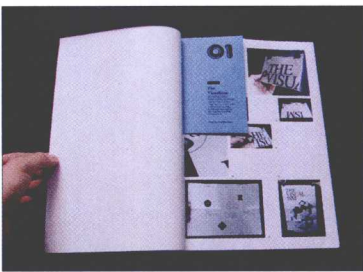
随着科技的进步, 现代西方书籍设计有了日新月异的发展, 出现了许多形式各异、制作精美的现代书籍, 见图 17 所示。这些书籍无论是材质还是印刷工艺, 无处不体现着科技的力量。



图16



图17



1.2.3 概念书设计

书籍设计走到今天，承载了光荣而又艰巨的历史使命。然而在五彩缤纷的当今社会，书不再仅仅是一本普普通通的书，它可以是一张光碟，也可以是一个容器，甚至是一件艺术品。书籍设计领域诞生了概念书这一新锐设计。

以往书籍的形式沿袭传统，它潜移默化地影响着人们的阅读习惯，同时也束缚着人们潜在的创新思维。现代设计师们在吸收传统设计优点的同时，大胆运用现代设计理念，以新的视角、新的观念和新的设计方式不断提升书籍的审美功能与文化品位。可以说，概念书籍设计是在传统书籍形式上发展起来的，两者相辅相成。传统书籍给了概念书籍以生命，而概念

书籍对传统书籍的突破性作用，使书籍设计得到更为迅猛的发展。

当我们把设计的功能暂时隐藏，而挖掘其形式时，我们会发现，这时的概念会变得无比强大，同时也具有了无限的可能性。见图18所示，书不再是单纯的纸张印刷品，而是以立体容器为形式，内容以立体字块为元素，既打破了传统书的平面感，又将传统运用于现代设计当中，体现出视角、观念的创新性。

表现形式的改变则可以让书籍立刻鲜活起来。见图19所示，这组概念书籍将我们日常生活中的元素融入到书籍设计中，面包形象与书籍的巧妙结合使“书籍是人类的精神食粮”这一抽象概念变得具象化，更加生动，更有趣味性。这些创意使书籍的设计更加主动、鲜活起来，更加富有新意。

图18 概念书(1)

图19 概念书(2)

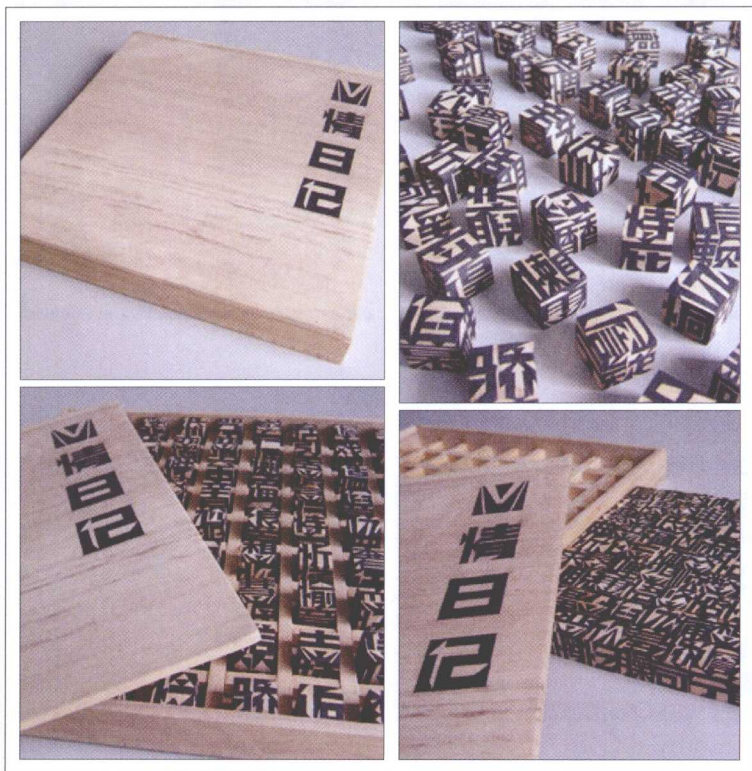
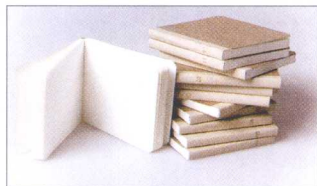


图18

图19

图20 掌上阅读器

图21 电子杂志阅读网站

图22 电子杂志



图20



图21

1.2.4 电子书的产生及发展趋势

随着互联网和现代通信电子技术的发展,电子书应运而生。电子书一般有两种,一种指专门阅读电子书的掌上阅读器;一种指E-BOOK。

电子掌上阅读器是一种便携式的手持电子设备,专为阅读电子图书设计,见图20所示。对于电子书无论怎样界定,都应当具备三个要素,一是电子书的内容;二是电子书的阅读器,包括个人计算机、个人手持数字设备、专门的电子设备等;三是电子书的阅读软件。简而言之,任何可通过计算机、电视、掌上电子设备及其他阅读器阅读以获取信息的电子媒介,均可称为电子掌上阅读器。

E-BOOK是将书的内容制作成电子版后,以传统纸制书籍1/3至1/2的价格在网上出售。计算机与上网观

念的普及,为电子书的发展奠定了基础,见图21和图22所示。

电子书的优点有很多,比如携带方便,可随意改变字体大小及字型,容量大,节省保存图书所需空间,而且不受地域限制,随时可以从网络下载。电子书大大降低了图书成本,实现了产品零库存,全球同步发行,购买方便快捷且价格便宜。不仅如此,电子书的设计精美,灵活多样,有丰富的多媒体功能。

电子书的未来发展空间很大,但是在拥有无限商机的同时也存在一定的弊端。例如电子出版的版权获取非常困难,如何合理收取费用且不影响传统出版市场是一个很棘手的问题;使用者的付费观念还没有建立;电子书的消费成本较高,读者者必须具有电子阅读设备等等,这些都是电子书在未来的发展中亟待解决的问题。

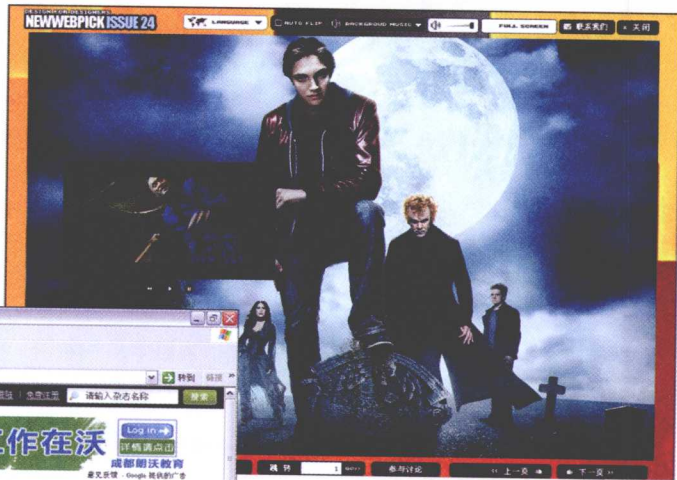


图22

1.3 书籍设计的原则

时代的发展对书籍设计有了更高层次的要求,书籍设计必须大胆革新。创造出既能打动读者,又有高雅视觉享受的设计,成为现代书籍设计的基本目标。通过对书籍设计原则的分析、比较,研究书籍设计艺术的基本原理是非常必要的。下面我们就来了解一下书籍设计的原则。

1.3.1 传统与现代的结合

中国的古代书籍大多是竖排的线装书,这是从中国的简策书籍发展来的,体现了中国书籍的内涵和民族气质。中国的传统书籍设计注重材料和制作工艺,淡雅、古朴的风格对后世产生了极大的影响。

随着科技的发展,中国的图书出版业发生了巨大的变化,尤其是计算机的出现,给书籍设计提供了更多机会和创意手法,为书籍设计的发展提供了广阔的空间。今天的书籍设计应该是中华民族的文化精髓和现代审美观念相结合的一种表现。创造出具有中国风格的现代书籍,关键在于将传统表现手法与现代设计技法相结合,使这两者能够有机融汇,而不是生搬硬套地拼凑。这种融汇更多地体现在气质、精神、格调上,是素材、技法和民族文化的结合。

见图 23 所示,《世界汉学》是介绍世界各国汉学家的学术研究类期

刊,其封面采用古籍书的格式,以传统文饰和宋体文字作为装饰,摆在四周,书名字体选用古代石碑的颜体字,排在中间位置,整体显得稳重、大方。纸张采用肌理感很强的特种纸,颜色控制为无彩色调,使其尽可能纯化、简洁。此设计在强调了中国传统文化特征的同时,也具有现代气息。像这样的书籍设计手法还有很多,见图 24 所示。

1.3.2 整体与局部的统筹

书籍的整体设计是指把书籍设计从内容到形式、从意象到形象、从装订到销售看作是一个完整的创意和综合的系统工程。书籍设计主要包括对书籍起宣传和保护作用的外部设计,如函套、护封、封面等;对书籍核心的内部设计,如环衬、扉页、正文、插图、版权页等;对书籍整体形态及材料的设计,如开本、精装、平装、纸张、印刷、装订工艺等;对书籍运输及销售的设计,如书盒、包装箱、广告、手提袋、宣传册,以及各种小型流动广告等。为了使书籍的整体风格协调统一,设计人员应统筹考虑,使图书各部分之间互相搭配,成为一个完整的统一体,同时各局部又保有各自的适当位置,做到主次有序,与整体形成协调的关系。翻看一本书就犹如看一部电影,从封面到最后一页,每一处细节都注入了图书的主旨,而设计理念又体现在每一处局部中。只

有做到整体与局部的和谐统一,意象与形象融为一体才具有审美的连续性。

见图 25 所示,这是一套日本的现代书籍设计,整套图书采用了精装的装订方式,封面的民族元素首先给人一种耳目一新的感觉。翻开图书的内页,版式的表现技法和色彩搭配作为一种信息元素贯穿全书。无论是从整体审视,还是从局部的细节观察,都可以发现整套图书恰到好处地融为一体。

图 23 《世界汉学》

图 24 现代书籍 (1)

图 25 现代书籍 (2)

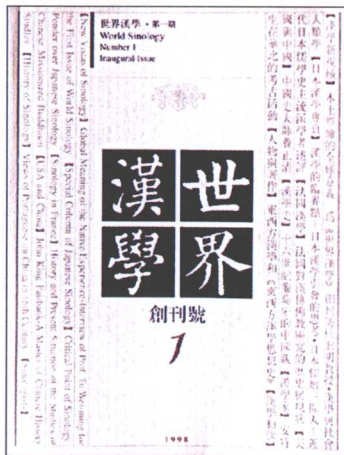


图 23

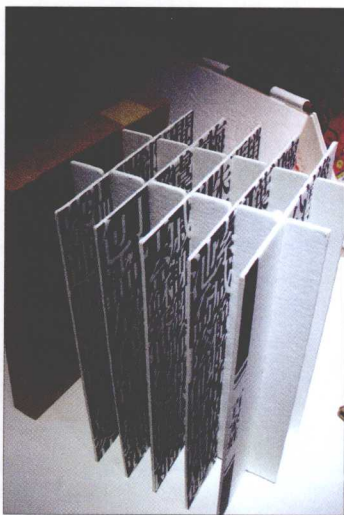


图 24



图 25

1.3.3 艺术与技术的体现

书籍设计作为一门艺术，就是要为书塑造美的形象。当设计人员构思成熟后，就要将构想付诸实践。与绘画艺术不同，书籍设计必须依靠技术来实现。在高速发展的今天，科技已经渗透到书籍设计领域的方方面面，因此无论是设计思维、创作手段，还是各种材料和印刷工艺，都应充分体现技术性。见图26所示，《刀势画》是一位日本刻纸画家的作品集。该书封面采用具有东方特质的手揉加工纸。书名部位采用仿拉丝钢纸，这两

图26《刀势画》

图27《画魂》

图28 内容与形式的统一



图26

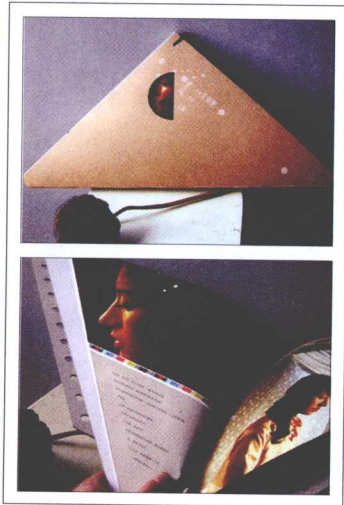


图27

种截然不同的纸材料，一软一硬，一柔一刚，准确表达了该书的主题。

1.3.4 抽象与具象的融合

书籍设计是综合的艺术，它可以把其他一切门类的艺术当做设计的一部分。从艺术的角度来看，书籍设计可以分为具象和抽象两大类。

具象，即真实感。具象的形体，给人信任、安全的感觉。具象的设计总是形象、准确地表现事物。如一本关于建筑的书籍，可以采用写实的手法，用建筑的效果图照片作为修饰；服装杂志类的书籍，可以用身着时装的模特儿照片来表现杂志的内容。这类书籍设计简洁明了，真实地表现出书籍所包含的内容。但是，如果所有书籍都使用这种具象设计，往往给人太一目了然的感觉，这时就需要抽象的东西来愉悦人们的视觉。

抽象，指升华的、非具象的形式美。抽象艺术是一种设计语言，用抽象的形态来暗示或表达书籍内容的思想或概念，营造一种视觉冲击力或形式美感来吸引读者，给读者以更多的想象空间。

在书籍设计中，应使具象和抽象这两种形式水乳交融，抽象形态寓于具象形态之中，借用具象形态又能产生抽象的艺术语言。见图27所示，《画魂》是一本影记，通过纸张的巧妙折叠，科学合理地锁线装订，将抽象的外形设计与书籍自身的具象内容

巧妙融合，形成和谐统一的整体效果。

1.3.5 内容与形式的统一

一个完整的书籍设计一定要遵循内容和形式的统一。内容与形式是同一事物的两个方面。例如书籍设计中的文字、图片等元素应该都是为书的内容服务的，如果忽视内容，一味将美的元素强行结合，却完全不符合书的内容，那么书籍就失去了其本质，形式便没有了其存在的价值，美也就消失了，这样的书籍设计没有任何意义。所以说，形式和内容是相辅相成的，形式由内容而来，又依附于内容，内容通过形式来表现，同时又决定着形式。

设计者要做到内容和形式的统一，首先必须熟悉图书的内容，掌握其精神实质，并且了解作者的风格以及读者对象的喜好等，然后通过寻找内容和形式的结合点，将书籍的精神内涵用富有创意的形式表现出来，使书籍的内容得到升华。

见图28所示，此书为介绍各种瓷器的精美画册集，一共五本，书籍设计的灵感来源于本书的特色——陶器，并将这种特色扩大和升华，形成一种美感。设计者将这种形式美表现在书脊的设计上，如果五本书并排放置，五本书的书脊就会巧妙地组成一幅精美的陶器图案，这种外在造型与图书主题的切合，使内容与形式得到了完美统一，也为读者增添了想象的空间和阅读的乐趣。



图28

1.4 书籍设计的功能

书籍设计的功能表现在三个方面：实用功能、艺术审美功能和商业功能。

1.4.1 实用功能

从人类结绳记事以来就有了书籍，首先是出于记录、传播和阅读的需要，也就是为了使用而产生的。从书籍形态的发展变化过程来看，从竹简到线装书，从平装书、精装书到概念书、甚至电子书，这些都是随着社会的发展，为了适应需要、利于实用而产生的。因此书籍设计有易于载录、方便翻阅、利于传播、便于收藏的实用功能，即使书籍设计发展到今天，也同样将实用性摆在第一位。见图 29 所示，这是一部精装书籍，开本设计方便阅读，并有较强的收藏价值。

1.4.2 艺术审美功能

从古至今，随着书籍设计的发展，书籍需要以艺术之美来传播，于是书籍便有了艺术的审美功能。通过创造书籍的美感，表达书籍文化的理念。当我们在阅读书中的文字、图片等信息的时候，同时也在感受着书籍设计师为读者营造的阅读氛围。设计师将自己对图书内容的理解通过富有创意的想法表达出来，并实现在书籍的具体形式上，以此来感染读者。因此，读者无论是在欣赏封面，

还是在阅读每一页文字内容时，都会被书籍设计呈现出来的创意所感染，从设计形式中感受到阅读的轻松愉快。

见图 30 所示，这是一组当代日本书籍设计，从书籍呈现出的各式各样的外在形态，可以看出设计师情感与理性的交融。而书籍的韵味，则是在书籍形态上表现出的一种更为高尚的审美感受，是赋予书籍形态的一种情感，它是书籍形态的灵魂所在。如《国际文化手册》，见图 31 所示，这是一本精装画册，设计师运用中国的传统元素——祥云图案，以其深邃的寓意为读者营造了“民族的就是世界的”这一观念，不愧是中国书籍装帧艺术中的精妙之作。它的魅力使读者在欣赏封面时，会不知不觉被书籍设计烘托出的民族气韵所感染，这就是书籍设计的艺术审美功能。

1.4.3 商业功能

随着社会的发展，书籍设计的商业功能越发凸显出来。图书品种越来越繁多，竞争也越来越激烈，出版商们为了推销自己的图书，利用一切营销手段进行图书的宣传与营销，使其能够占据各家书店最显眼的柜台。这就需要我们的书籍设计师在保证内容丰富的基础上，不断在书籍的结构外观、材质，以及书籍各部份版式等方面推陈出新，求新求异，吸引更多的读者。

图29 精装书籍
图30 日本书籍设计
图31 《国际文化手册》

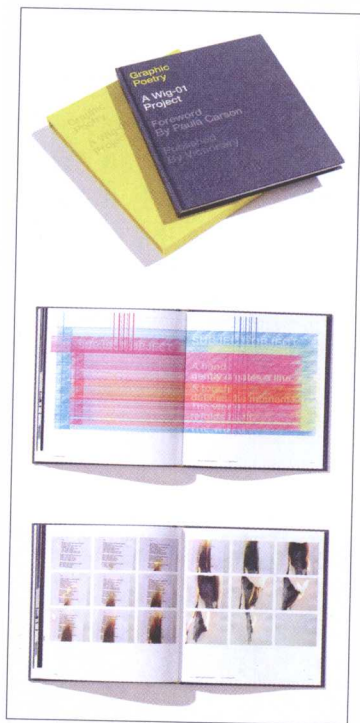


图29

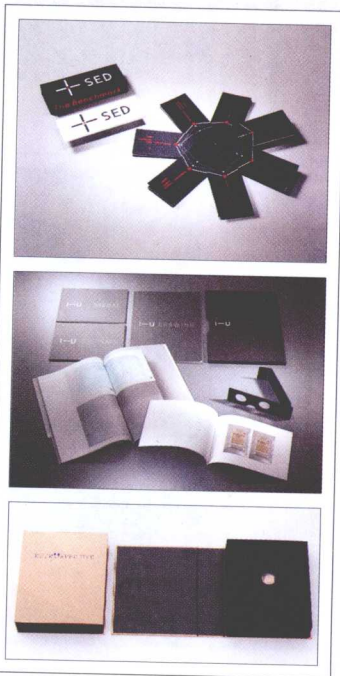


图30



图31