

金红炜 著

出版与美术追求

吉林人民出版社



出版与美术追求

金红炜 著

吉林人民出版社

(吉)新登字 01 号

责任编辑:于二辉

装帧设计:金红炜

出版与美术追求

金红炜 著

吉林人民出版社出版发行

长春新华印刷厂印刷

787×1092 1/24 印张:4 彩页:12

1995年3月第1版 1995年4月第1次印刷

印数 1—1000

ISBN 7-206-02239-1

G·524 定价:18.00元



△ 路 基(160×95cm)



作者简介

金红炜,1950年11月16日生于吉林省吉林市。1968年9月下乡插队。1970年开始从事美术专业工作。1982年毕业于东北师范大学艺术系。1983年起从事美术编辑专业工作。现在是《东北之窗》杂志社编审、画刊编辑部主任兼《窗口内参》主编。

多年以来,他在美术创作和审美理论、编辑、设计和出版科学等不同学术领域中不懈地进行探索——努力在理论和实践上寻求一种有机的结合、一种创意性的突破。他创作的油画曾在全国第二届青年美术作品展览中获奖,设计的期刊封面曾两次在吉林省书刊艺术展览和吉林省期刊评奖活动中分别获一等奖,他撰写的学术论文在吉林省和辽宁省的出版科研学术会议上分别被评为一等奖、二等奖。他在吉林省委《新长征》杂志社任美术编辑期间,兼任吉林省期刊工作委员会副秘书长、省书刊艺术学会常务理事、《期刊通讯》主编等职,因专业工作成就突出,曾被吉林省政府授予二等功奖励。

他的油画、宣传画、水粉画、封面设计、插图等作品,多次参加全国性和省级展览并被国内出版社、报刊出版介绍;他的论文十余篇在全国性报刊和出版学术会议上发表并获奖励。其创作履历被载入《美术辞林》、《中国现代美术家辞典》、《中国美术辞典》等。

现为中国美术家协会会员、中国出版工作者协会装帧艺术研究会会员、中国企业文化研究会理事、中国元极学研究会副研究员、大连市海外交流协会理事、大连市国际国内公共关系协会学术委员会委员、《东北之窗》理事会秘书长、辽宁师范大学兼职教授等。

序

和金红炜的相识还是在 20 多年前吉林市郊区一次宣传工作会议上,那时他二十岁刚出头,负责郊区文化馆的美术创作活动,身上背个大书包,似乎整日在忙碌不停。一次我们碰巧在机关值班室里值宿,便和他一起谈起文学、谈起艺术谈起人生,不知不觉谈了一夜。从那天起,一个对艺术和人生都有一定见地的青年画家形象便留在我的记忆里。

一晃十多年过去,在这期间,我在几个美术作品展览上看到他反映农村生活的油画,在报刊上也看到他写的几篇文章。隐约感到他一直在努力探索什么。后来,我到《青年月刊》社工作。他也到东北师大读美术专业,他仍在一面学画作画一面学习理论、撰写诗文。还记得当时他送给我看的两个大速写本子,以色彩速写的方式记录了他在大学里的生活,同时又在这些校园生活气息颇浓的画旁,写下许多诗行和思考心得。那两个速写本引起了我对自已早年大学生活的回忆,也使我

我对金红炜的艺术追求有了较深的感触。

后来我得知,金红炜的油画入选全国青年美展并获奖,学术论文被东北师大评为优秀论文,因创作成果突出,毕业前就被中国美术家协会吸收为会员,想来便为他高兴。大约是在 1983 年,他到省委《新长征》杂志社去当美术编辑时,我和他曾讨论过一次期刊出版和美术审美之间的关系,至今还记得,他当时脸上露出的那种一定要努力探索一番的执着和自信。

又是一个十年过去,已是中年的《东北之窗》杂志社编审金红炜,把他近年来撰写的学术论文集《出版与美术追求》的清样送到我面前。文章篇幅、字数都不多,却大都是从他近年来参加专业学术会议或者在学术期刊上发表的文章。其中

有一半以上是获奖的论文。字里行间无论是谈美术编辑在出版工作中的作用，还是谈装帧艺术理论研究的意义，无论是议论期刊的改革还是谈出版决策的原则，都能看出作者饱含使命感的执着追求。

作为一个在期刊出版事业中勤奋工作了十几年的中年美术家金红炜，他的艺术追求能给人以启迪。在一些人看来，出版与美术也许并不相干，然而事实上，出版作为一种综合性学科，不仅关系着各学科的研究成果，还关系着人类文明的传播和记载，更是文化作用于社会现实非常重要的方式之一。在这部文图并茂的文集中，金红炜向人们展示的是他试图将美术的审美意识强化于书刊出版过程的学术主张，是他对书刊出版中的决策、经营和改革等工作原则的探讨，同时也表达了他对绘画艺术、美术人才、企业形象设计等方面颇有新意的论点。

作为美术家，金红炜有着不少充满诗情的作品；作为编辑，他也有众多的编著和优秀的设计成果。现在，他又为出版科学研究工作和美术的结合，奉献出了他的辛勤劳动和可贵的探索。我和出版界、艺术界的同行们为他的努力加油，祝贺这本有创意的学术专著出版并以此为序。

愿作者的学术追求不断获得成功。

张满隆

于 1995 年春

(张满隆，现为吉林省新闻出版局副局长、编审。)

目 录

序	(1)
强化美术编辑的作用	(1)
文学插图的审美价值	(10)
应当重视装帧艺术的理论研究	(16)
浅谈美术人才的知识结构	(24)
似与不似之间	
——绘画真实性的辩证法	(38)
论出版决策的原则	(43)
论期刊的经营	(51)
期刊改革五题	(63)
企业形象与城市形象	
——谈《构筑北方香港—大连》	
专辑的策划思路	(75)
出版与美术追求(后记)	(80)



高度,来整体把握美术编辑的特殊作用。也就是说,美术编辑整体的、多功能的特殊作用,至今尚未在出版工作中得到应有的重视。这种现象,对提高出版产品的质量和出版事业的发展,显然有着阻碍和消极的影响。因此,研究和探讨美术编辑在出版工作中的特殊作用,并使这种作用在文化传播的整体把握中得以强化,不能不成为我们研讨出版工作改革的一个重要课题。

强化美术编辑的作用,是提高出版产品质量的需要

美术编辑有二个含义,一是广义的,指出版过程中,以美术稿件为对象的编辑工作和以出版产品为对象的装帧艺术活动。二是狭义的,是指美术编辑工作者而言,也是一种出版专业职务。在这里所阐述的主要是美术编辑的广义概念。

人们走进书店、书市、书展、图书馆、书刊亭……映入眼帘的便是那各种各样、各门各类的书籍、期刊。但同时,人们又在这里参观着各门各类书籍期刊杂志的容貌陈列和表情展览。那五彩缤纷、风格各异的封面设计,由大小厚薄组成的不同书刊开本,连同美术编辑巧夺天工的

艺术构思与书刊内容结为一体,在人们眼前各呈风流。有的雍容华贵、有的古朴大方、有的俏丽多彩、有的典雅别致、有的寥寥数笔却饱含哲理、有的形象逼真、发人深省或爱不释手……这种以书刊装帧艺术形式组成的美术编辑成果“展览”,是对出版产品所进行的多元的、多层次的艺术概括。这种概括,造成书刊等出版产品,千姿百态、丰富多彩的文化风貌,出版产品在这个艺术世界里升华为可供视觉审美的艺术展品。美术编辑工作的成果,也同时成为人们审评书刊等出版产品质量的一项重要标准。

随着现代科学和文化的进步,世界各国出版界对书刊装帧艺术水平的要求愈来愈高,美术编辑所创造的出版产品容貌和表情,越来越具有文化的属性,逐渐成为社会文明的标志之一。

我国的书刊装帧水平,建国以后,尤其是党的三中全会以来,有了相当明显的提高,但与世界上发达国家相比,又有着很大差距。有相当一部分出版产品装帧低劣、设计粗俗、印刷质量很差、缺乏艺术性,在一定程度上影响了出版产品内容的传播,降低了整个出版产品的质量和声誉。这种现象的存在,固然有目前我国印刷、出版条件较为落后的客观原因,但在出版决策思





想中,对装帧艺术的意义和美术编辑的功用认识模糊、不够重视、缺乏有远见的加强措施,不能不说是个根本原因。

所以,要搞好出版产品的装帧,提高出版产品的质量,必须在出版决策思想中加强美术编辑意识,变革那种轻视装帧艺术、轻视美术编辑作用的陈旧落后观念,强化美术编辑在创造书刊容貌和表情的艺术活动中的审美作用,从而扩大出版产品的美学价值,全面提高出版产品的质量。

强化美术编辑作用有益于出版工作的全过程

出版一部图书或一本杂志,由编稿、审稿至发排制版、校对、印刷装订、发行的各个环节,都渗入着美术编辑的工作因素。抛开美术出版物不谈,就拿一本综合性杂志的出版来说,编稿一开始,就受到版式设计审美观念的制约。而一家杂志的版式设计,往往是美术编辑整体装帧构想的重要组成部分,也是杂志编辑思想的组成部分。一版排多少字、标题空多少字,选用什么字体,配用什么文稿,如何放置插图、尾花、刊头排那里……种种因素无不影响着整个编辑工



的艺术追求密切相关

于是,强化美术的编辑作用不仅成为提高出版产品质量的客观需求,也成为促进印刷工业技术革新和发展的一种客观因素

强化美术编辑的作用是出版事业发展的需要

我国出版事业历史悠久,近年来也有很大发展。仅据 1985 年统计,出书品种就已占世界第七位,绝对印数占第一。出版作为信息的印刷载体,在两个文明建设中,有着其它文化传播形式所不能替代的功能。但是,随着“电视文化”、“声像文化”的兴起,出版也面临着新的冲击和考验。

怎样使图书、杂志等出版产品继续受到广大读者的喜爱?怎样适应当代不同文化层次的读者的不同需求?我们必须面对现代读者的实际情况,来抓紧研究对策,认真解决这些具有挑战性的问题。

现代生活节奏加快,人们时间紧促。以我国读者群人数最多的青年读者来说,业余时间本来就少,加上参加文化学习、娱乐活动,观看晚上的电视节目等因素,阅读时间自然挤得很短。

要在短时间内收到更多更好的效益,不能不喜爱读物的短小和视觉直观性了。为此,笔者曾做过调查,在近一百名读者中,有85%以上者喜欢阅读那些设有多幅插图、文字内容较短小的出版物。在图画与文字阅读顺序上,先看图而后读文。这表明了视觉直观的方式在阅读活动中的地位。

再据日本《读卖新闻》载文指出:日本杂志近年出版最大特征是:从“读”杂志演变成“看”杂志;书籍出版方面,仍是“轻、薄、短、小”的趋向。由于“看”比“读”更成风尚,漫画杂志、以图画为主的“画报”一类杂志,受到日本读者的空前欢迎。这一情况在一定程度上反映了现代人的阅读心理。

受“电视文化”的影响,人们对那种通篇排满铅字的出版产品,将逐渐失去阅读兴趣,而乐于接受那些将单一传播方式综合起来的文化整体。当然,一些严肃的学术性出版产品,仍继续有其独特的阅读方式和文化价值。但“图像化”、“视觉直观性”较强的出版产品,既“简明扼要、一目了然”,又“包罗万象、意蕴无穷”,必将日益受到现代读者和观众的欢迎。

实际上,近年来随着印刷工业的发展,图书、书籍和一些学术杂志,也在封面或内封,正





文当中多设置美术、摄影图稿,加强美术编辑作用,力图以图文并茂吸引读者兴趣。文学出版物的插图艺术创作十分繁荣,艺术水平亦有长足进步。插图不仅是书刊内容的组成部分,而且也做为独立的综合艺术品供人欣赏。书刊的版式设计更是不断更新,一些内容活跃的综合性书刊,已出现插图面积同于文字的局面。总之,在出版物上的美术、摄影稿件,已逐渐摆脱了附属文字的地位,在美术编辑的作用下,正以较高的艺术品位,走向与文字内容互为结合、相得益彰的境界。

在这种发展趋势中,强化美术编辑在出版中的特殊作用,是具有科学远见的改革举动。这不仅对提高出版产品的装帧艺术水平有着重要意义,而且可以加强整个出版过程中的审美意识,促进和推动印刷工艺的技术革新,从而提高出版产品的质量,为广大读者服务,使出版工作在两个文明建设中发挥出更为广泛的作用。

当然,强化美术编辑作用决不能过分,而只能遵循出版的科学规律,恰如其份地把握。重视美术编辑专业人员的出版工作中的作用,自然是一项必要的措施,但更为重要的是,在出版决策思想中强化美术编辑作用,使美术编辑意识在各个出版环节上得到加强和充实。只有这样,

才能使美术编辑的特殊作用在出版社会实践中真正发挥出来,为我国悠久的出版事业开拓新的局面。

