

艺术编辑学

艺术编辑学概论

满都拉 著

清华大学出版社

美术编辑学概论

满都拉 著



清华大学出版社

北京

内 容 简 介

《美术编辑学概论》是国内第一部美术编辑学的理论图书，主体内容分为美术编辑学原理、美术编辑的元素、美术编辑的版面、美术编辑的表达、美术编辑的技术、美术编辑的应用等。

作为基础教程适用于美术编辑、编辑记者、图片编辑、摄影师、广告设计师、网络美工以及版式编排、图表制作、影视包装、媒体策划、营销管理等从业者和相关院校的师生阅读。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目（CIP）数据

美术编辑学概论 / 满都拉著. — 北京：清华大学出版社，2018
ISBN 978-7-302-51638-5

I. ①美… II. ①满… III. ①美术—编辑学—教材 IV. ①J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2018）第 252740 号

责任编辑：王佳爽

封面设计：满都拉

责任校对：王荣静

责任印制：沈 露

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>，<http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编：100084

社 总 机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969，c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015，zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者：小森印刷（北京）有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：205mm×265mm 印 张：8.75 字 数：243 千字

版 次：2018 年 11 月第 1 版 印 次：2018 年 11 月第 1 次印刷

定 价：60.00 元

产品编号：072348-01

用美学力量塑造阅读之美

阅读是传承文化、获取知识、了解世界、激发思考的一种简便有效的行为方式。在人类精神发育过程中阅读史与记录史相伴而生，从远古先民在岩石、甲骨等天然材料上刻画图像符号以记录狩猎、交换等生产生活情境时就已开始。纸张的发明与印刷技术的革命催生了出版业，产生了能够远距离传播的书，使阅读行为扩散到了社会的广大人群。于是读书就成为大众教育的基本形式和人类成长的第一等好事，因此留下了凿壁偷光、囊萤映雪等古人读书的故事，没有条件也要创造条件进行阅读。几千年来，就是在阅读中，文化知识得以传承，代代新人得以成才。

随着时代的发展，图书、报纸、期刊等各类读物逐渐增多，阅读的内容不断丰富，直到今天网络阅读、手机阅读的出现，形成阅读史上的一次质变。阅读载体和材料的变化让阅读形式更加多元化，从单一的文字阅读发展为包含了直观形象的图片、图表、图标等多元素阅读。“读图时代”人们更愿意选择编排有序、重点突出、图文并茂的形式进行阅读，视觉表达的重要性逐渐得到重视。回顾人类文明发展史，视觉作为记录和表现内容的一种方式，在意义表达的功能上与文字同等重要，今天对视觉表达重要性的强调，适应了读者正在形成的新的阅读习惯和公众的感性审美情趣。

面对快阅读的新挑战，如何吸引阅读？如何让阅读更悦读？满都拉同志提出以美术编辑学塑造阅读之美，优化内容的呈现形式，提高阅读效率，通过美术技巧提升阅读的愉悦感；通过视觉的规划来塑造内容，用美术创意来表达思想；通过视觉让内容适应不同的载体形态，连接制版印刷和电子显示等不同阅读平台，保持读者阅读体验的连贯性；很有学术价值和实践意义。

作为一个长期致力于新闻美术事业的专业人，满都拉同志在一线工作中积累了丰富的平面设计 and 活动影像的美术编辑经验，涉及纸媒、网络、电视等多个传播行业，是一位颇有建树的美术编辑学家，出版了多本实践性强的美术编辑学专著，形成了包括《美术编辑工作指南》《美术编辑创意手册》《期刊美术编辑指导教程》《新闻人物素描》《美术编辑创意课》等系列著作，在业界获得了积极的评价，产生了广泛的影响力。这次他将美术编辑实践提升到理论层面，在国内首次推出《美术编辑学概论》，对美术编辑进行学术研究，有一种可贵的探索精神。

《美术编辑学概论》一书对美术编辑学进行全新定位，分析美术编辑学的原理与基础，研究中文美术编辑形式，将美术编辑的应用系统化，融合静态平面、动态视频、手机网络等不同媒体形式，划分了新闻报道、公文宣传、办公文秘、商业营销四大应用领域，综合了静态阅读和动态阅读，制定了美术编辑的规范和专业等级，内容丰富而且实用。

《美术编辑学概论》在理论上的研究对美术编辑专业的实践有指导作用，完善了信息传播研究的知识体系，提出了学科研究的起点、框架与结构，对美术编辑学的学科建设具有开拓性，对美术编辑专业人才的培养、学科化教育体系的建立、职业职称的评定，都有积极的参考价值。

阅读之美，美在内容，也美在视觉。满都拉同志从美术编辑角度出发，为全民阅读的广阔应用添砖加瓦，增加阅读的吸引力，让阅读变成一件具有美感、带来愉悦的行为。不仅如此，视觉之美更易跨越地域界限，跨文化交流、认知，激起人们对美的追求和内在的炽热情感，对于推动中华文化“走出去”有重要的意义。希望越来越多的同人，从自身专长出发，研究新科技条件下的传播规律，创作更多符合美的规律的优秀作品，为中华文明的传播作出新贡献。

中华人民共和国新闻出版总署原署长
中国出版协会会长、清华大学新闻与传播学院院长

柳斌志
2018年9月16日

美术编辑学的新定位

美术编辑学是研究以美术技法表现信息的综合学科，具有美术性、技术性、编辑性三重属性。

人类从远古在岩石上刻画图形记录开始，到现代使用计算机图文编排，美术编辑的发展史可以说是人类以视觉记录文明进步的过程。经历原始社会的原生态美术编辑、农业社会的主题性美术编辑、工业社会的实用美术编辑、信息社会的综合美术编辑，发展为未来社会的多维多元美术编辑。美术编辑从插画、排版等单一功能向平面版面活动化、活动画面立体化、视觉效果感官化、视觉应用触控化的趋势发展，形成结合艺术、文化、新闻、科技、营销的全新定位，成为融合多领域的综合学科。

从美术角度 美术技法在信息传播中的应用奠定了美术编辑学科的基础。

美术编辑对信息进行梳理与挖掘，提炼文字、图像、数据、色彩等视觉元素，根据大众审美标准，以绘画的画面感受、色彩的心理联想、图案的装饰美化、透视的构造空间等，围绕主题进行色彩搭配、影像甄选、插图绘画、数字合成、创意设计，与展示环境融合，结合地域文化背景，形成主次分明、规范有序的观看阅读节奏。信息经过美术技法优化后，更突出主题，有助于加深理解记忆，同时满足欣赏、感受和领悟美的体验，继而激发情感，提升观看阅读品质。

从技术角度 发布载体与科学技术的革新促进了美术编辑学科的建设。

3.6万年前形成的法国肖维岩画，公元105年东汉蔡伦改进造纸术，公元1041—1048年北宋毕昇发明活字印刷术，1468年德国古登堡生产机械活字印刷机，1839年法国达盖尔发明银版摄影术，1946年美国诞生第一台计算机ENIAC，1994年第一部智能手机IBM Simon陆续问世，2010年4G(第四代移动通信技术)开始规模建设。美术编辑的载体从岩石、竹简、绢帛、纸张等平面静态阅读发展到电视、网络、手机等具有视听、动画、互动功能的多维动态阅读，涉及报刊、图书的静止画面，影视、网络的活动画面，户外广告的立体画面，企业形象识别系统(vision identity, VI)的整体形象。

从编辑角度 图文并茂的多元阅读需求推动了美术编辑学科的发展。

美术编辑可运用绘画、图表、图像作为独立的视觉报道形式，也可作为编辑内容的补充。美术编辑作为编辑行为，是采用美术技法，根据视觉规律，对信息元素进行选择、整理、组织、加工、记录并优化传播的编辑过程，涉及新闻报道、公益宣传、办公文秘、商业营销等领域；作为职业身份，是从事此项工作的专业人，既是视觉语言的编辑者、创造者，也是视觉语言的管理者、培训者，专业层级分为初级的排版制作，中级的视觉规范，高级的编辑创意三个等级。

美术编辑学应多元的信息、各异的发布渠道与阅读观看的需求而生，围绕提高编辑主体的认知与审美要求，探索视觉规律，建立规范的美术编辑表达体系，提升美术编辑行业的专业水平。

中文已有3000多年的历史，使用人数约15亿，涉及地域广，影响深远，研究中文环境的美术编辑学，有助于推动中华文化的传播。

2018年8月28日



1

美术编辑学

原理

P
02~33

美术编辑学应多元的信息、发布渠道与阅读观看需求而生，专业化、规范化、系统化的要求推动了美术编辑专业学理的研究，形成与艺术、文化、新闻、科技、营销结合的全新定位，本章从概述、基础、特征以及中文应用环境，了解美术编辑学原理。

2

美术编辑的

元素

P
41~49

元素是美术编辑进行视觉编排的基础，根据视觉效果和承载内容的性质主要分为文字、数据、图像与色彩元素。文字是字义与字形的结合，数据是客观的科学规则的形象化；图像体现形象思维对内容的表现；色彩是心理联想产生的美感反应。

3

美术编辑的

版面

P
50~65

版面是承载美术编辑内容的载体，合理设置版面结构，调整各元素的位置和形态，可以完整有效地表达内容。版面根据时间组合可形成活动形态，根据空间组合可形成立体形态，适应多种发布渠道的需求。

4

美术编辑的

表达

P
66~81

美术编辑的表达是将美术编辑的视觉表达与信息内容的主题思想结合，科学、有效、美观地实现思想内容的编排，重点进行标题编排，最终形成统一的视觉风格，将抽象的思想内容通过创意转换具象画面。

5

美术编辑的

技术

P
82~97

技术是美术编辑将构想转换为视觉的保障，运用科技可适应不同载体与发布渠道的特征，保证视觉效果地完成。技术包括记录图像的影像技术、运用计算机的数字技术以及制版输出的印刷技术等。

6

美术编辑的

应用

P
98~129

美术编辑学根据新闻报道、公益宣传、办公文秘、商业营销等不同领域的需求与应用，实务处理技巧各有侧重，体现不同的内容主题和视觉特点，涉及报刊图书、电视栏目、网络媒体、宣传画册、展览展示、公文排版等。

海
游
編
文
成

第1章 美术编辑学原理 2

1.1 美术编辑学概述

- 1.1.1 美术编辑学的专业定位 2
- 1.1.2 美术编辑学与实用美术 6
- 1.1.3 美术编辑学与编辑学科 8
- 1.1.4 美术编辑学与结构主义 10

1.2 美术编辑学基础

- 1.2.1 美术编辑的发展 12
- 1.2.2 美术编辑的因素 16
- 1.2.3 美术编辑的呈现 18
- 1.2.4 美术编辑的技能 20

1.3 美术编辑学特征

- 1.3.1 艺术特征 22
- 1.3.2 文化特征 24
- 1.3.3 新闻特征 26
- 1.3.4 商业特征 28

1.4 中文美术编辑学

- 1.4.1 中文形态 30
- 1.4.2 中文阅读 31
- 1.4.3 中华形象 32
- 1.4.4 中文视觉 33

第2章 美术编辑的元素 34

2.1 文字

- 2.1.1 文字组成 34
- 2.1.2 文字形态 35
- 2.1.3 文字编排 36
- 2.1.4 文字设计 37

2.2 图像

- 2.2.1 图像生成 38

- 2.2.2 图像形式 39
- 2.2.3 图像类型 40
- 2.2.4 图像处理 41

2.3 数据

- 2.3.1 计数思想 42
- 2.3.2 数字基础 43
- 2.3.3 数据形态 44
- 2.3.4 图表整理 45

2.4 色彩

- 2.4.1 色彩属性 46
- 2.4.2 色彩类别 47
- 2.4.3 色彩心理 48
- 2.4.4 色彩搭配 49

第3章 美术编辑的版面 50

3.1 版面类型

- 3.1.1 静态版面 50
- 3.1.2 活动版面 51
- 3.1.3 立体版面 52
- 3.1.4 折叠版面 53

3.2 版面结构

- 3.2.1 版面组织 54
- 3.2.2 版心设置 55
- 3.2.3 分栏规划 56
- 3.2.4 版面格局 57

3.3 版面设计

- 3.3.1 版面原则 58
- 3.3.2 版式编排 59
- 3.3.3 版面重点 60
- 3.3.4 版面平衡 61

3.4 版面组合

- 3.4.1 比例节奏 62

3.4.2 视线引导	63
3.4.3 景别动态	64
3.4.4 组接切换	65

第4章 美术编辑的表达 66

4.1 内容编排

4.1.1 阅读走势	66
4.1.2 提示摘要	67
4.1.3 标题编排	68
4.1.4 风格统一	69

4.2 图像编排

4.2.1 编排方式	70
4.2.2 摄影配图	71
4.2.3 插图绘制	72
4.2.4 图形装饰	73

4.3 色彩编排

4.3.1 色彩功能	74
4.3.2 配色技巧	75
4.3.3 色彩层级	76
4.3.4 色彩应用	77

4.4 编辑创意

4.4.1 人物创意	78
4.4.2 数据创意	79
4.4.3 思想创意	80
4.4.4 事件创意	81

第5章 美术编辑的技术 82

5.1 影像拍摄

5.1.1 静态摄影	82
5.1.2 活动摄像	83
5.1.3 幻灯投影	84
5.1.4 户外投放	85

5.2 工艺装裱

5.2.1 绘画工具	86
5.2.2 装裱保存	87
5.2.3 艺术展示	88

5.2.4 数字转换	89
------------------	----

5.3 印刷技术

5.3.1 打样制版	90
5.3.2 纸张开本	91
5.3.3 印刷装订	92
5.3.4 喷绘快印	93

5.4 数字技术

5.4.1 硬件软件	94
5.4.2 网络平台	95
5.4.3 显示屏幕	96
5.4.4 电子载体	97

第6章 美术编辑的应用 98

6.1 新闻报道

6.1.1 新闻报纸	98
6.1.2 期刊杂志	100
6.1.3 电视栏目	102
6.1.4 网络媒体	104

6.2 公益宣传

6.2.1 书籍装帧	106
6.2.2 宣传画册	108
6.2.3 展览展示	110
6.2.4 纪念物品	112

6.3 办公文秘

6.3.1 公文排版	114
6.3.2 名片编排	116
6.3.3 信封信纸	118
6.3.4 环境装饰	120

6.4 商业营销

6.4.1 标志设计	122
6.4.2 广告设计	124
6.4.3 包装设计	126
6.4.4 折页设计	128

附录 130

美术编辑常用校对符号	130
------------------	-----

美术编辑学概论

美术编辑学是研究以美术技法表现信息的综合学科，具有美术性、编辑性、技术性三重属性，涉及新闻出版、公益宣传、办公文秘、商业营销等领域。美术编辑是采用美术技法，根据视觉规律，对信息元素进行选择、整理、组织、加工、记录并优化传播的编辑过程；作为职业身份，美术编辑是专业从事此项工作的人。



美术

编辑

第1章

美术编辑学原理

美术编辑学应多元的信息、发布渠道与阅读观看的需求而生,专业化、规范化、系统化的要求推动了美术编辑专业在学理上的研究,形成与艺术、文化、新闻、科技、营销结合的全新定位,以下从概述、基础、特征以及中文美术编辑学的应用开始了解美术编辑学原理。

1.1 美术编辑学概述

美术编辑学关注内容视觉效果的提升,立足于人的视觉感受,通过创造与改善视觉形式,改进传播效率、提升接受效果。在美术编辑学专业中,美术技法在信息传播中的应用奠定了学科的基础,发布载体与科学技术的革新促进了学科的建设,图文并茂的多元阅读需求推动了学科的发展。提高信息的认知与审美要求,探索视觉规律,有助于建立规范的美术编辑表达体系,提升美术编辑行业的专业水平。

1.1.1 美术编辑学的专业定位

美术编辑学是研究以美术技法表现信息的综合学科,具有美术性、技术性、编辑性三重属性。美术编辑学是在现代社会信息内容猛烈增长、传播发布渠道快捷多元的背景下产生的,致力于通过视觉手段影响人的视觉感受,从而提高信息内容传播效率与接受效果,体现了现代社会对信息传播的要求与对个人体验的关注。

1. 美术编辑学的背景

美术编辑学源于信息社会中信息成为社会重要的资源,内容的丰富与传播速度的加快,影响了人们观看阅读、新知交流与商业营销的需求。

1) 观看阅读的需求

信息社会的科技进步建设了多种传播渠道,在人类文明积累的基础上,加快了传播信息速度,使内容极大丰富,改变了人们的阅读行为。人们可以随时随地获取多种内容,从中进行选择,接收自己获取更方便、阅读更快速、理解更便捷、心情更愉悦的内容。

在人们的注意力有限与传播渠道多元推动下的内容竞争中,需要美术编辑从视觉上对信息内容进行整理,提高读者视觉的阅读效率与心理愉悦度,刺激与延续人们阅读观看的兴趣。

2) 新知交流的需求

传播渠道的建设与传播速度的加快缩短了地域距离,地球村的概念体现了信息沟通与交流的全球化景象。相比于语言文字的地域性,美术编辑学所关注的视觉形式是跨越地域界限的最佳工具,有助于帮助内容“走出去”进行全球化交流。

信息时代通过虚拟技术,加强人与环境的互动,需要美术编辑学注重人的感官沟通,在平面与立体的空间维度加入时间维度,提供立体、多维、多元的效果,使人获得全方位感受。

3) 商业营销的需求

信息社会源自信息成为与农业社会的物质、工业社会的能源一样重要的资源。内容是信息的形式体现,新闻传媒、办公文秘、广告宣传等注重内容的生产与流通,在信息社会创造了更高的价值,衍生出创意文化产业等通过创意内容的生产来推动经济发展的新产业形式。

将信息内容作为产品与消费品推向市场,需要美术编辑从视觉上对信息内容进行包装,从而提高人们从感官至心理上的接受度,促进更多、更高品质的文化消费。

2. 美术编辑学的对象

美术编辑学围绕内容的视觉效果展开,旨在通过美术编辑对图文内容的呈现形式进行视觉效果的调整、修饰与创造,从而实现规范有序的阅读观看结构,提高人们接受与理解内容的效率,提升审美愉悦感。美术编辑学关注的对象包括内容与视觉两方面。

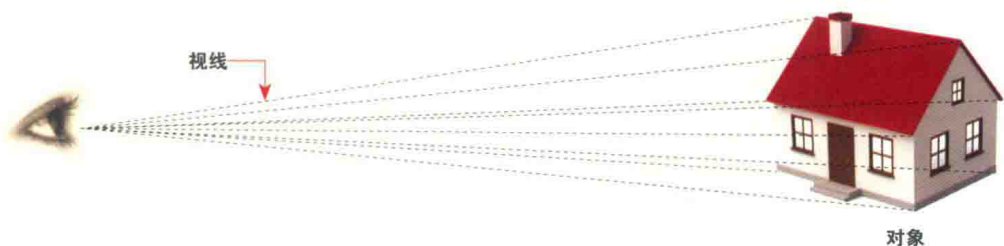
1) 内容

内容是事物内部包含的意义,是具有意义的信息,是美术编辑学所处理的主要对象。内容的存在使美术编辑学不仅关注文字、图像、声音等记载内容的外在形式,还关注其中所包含的意义,追求符合、再现、重构、创造内容,实现内容的有效传播。比如对于文字这种常见的内容记录形式,美术编辑会通过字体、字号、对齐方式等的改变,实现视觉效果的统一与变化,规划信息等级与层次,引导视线定位与移动,提高阅读效率。



2) 视觉

视觉通过眼睛感知外界,是最重要的感觉,至少有80%的外界信息通过视觉获得。美术编辑学关注的视觉是站在人的角度、从人的体验出发,重视人看到事物后的感受;形式是从客观实物的角度出发,关注人所观察的事物形态。



美术编辑学所关注视觉既是形式也是意义,不仅具有吸引眼球、提升内容接受愉悦度的心理效果,更具有帮助读者观众在最短的时间内接受更多内容的现实意义。视觉语言的提出可有助于理解美术编辑的功能与意义,如同文字编辑针对的是文字内容,美术编辑针对的视觉形式也是一种语言,一样能够传递意义,比如人的面部表情、肢体语言都能表达与传递意义,再如用烟斗和高跟鞋的图标标注在卫生间门口,无须标注文字就可以分辨不同房间的属性。



3. 美术编辑学的属性

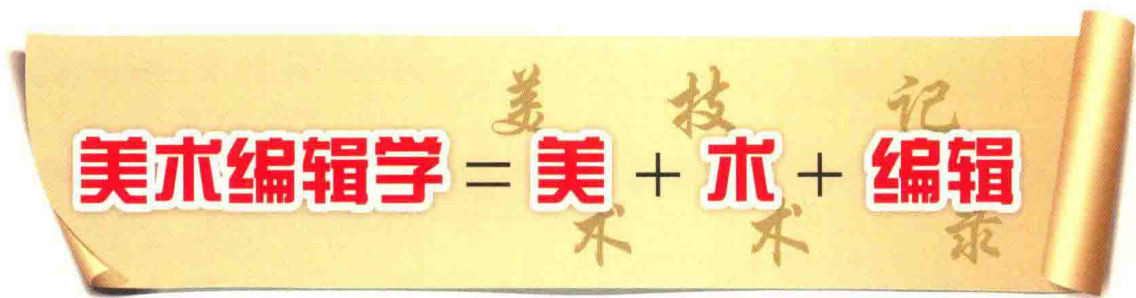
美术编辑学是从对美术编辑的专业职能与行为的探索中产生出来的,美术编辑学的属性源于美术编辑的实务。

在美术编辑实务中,美术编辑是根据内容需要产生的专门岗位与职业能力,既是一种职业身份,也是一种专业行为。美术编辑的意义借助“三分画七分裱”来理解,将内容看作是画,美术编辑就是通过视觉的装裱使其更美化更易读,使阅读达到悦读的效果。不仅如此,美术编辑所针对的视觉形式不单是内容的附属品更是内容承载者,由于形式特别是固定化、程式化、仪式化的形式具有创造、产生和传承文化的作用,因此美术编辑还具有创造内容、塑造意义的功能。

作为专业行为,美术编辑是采用美术技法,根据视觉规律,对信息元素进行选择、整理、组织、加工、记录并优化传播的编辑过程,包括新闻出版、公益宣传、办公文秘、商业营销,涉及报纸期刊、图书出版、电视栏目、网络平台、手机媒体、宣传画册、展览展示、标志设计、广告包装、营销管理、文案文件等。

作为职业身份,美术编辑简称美编,是专业从事此项工作的人。随着美术编辑工作领域的扩展以及专业化程度的加深,与美术编辑这个岗位身份称呼相关的还有平面设计、美术设计、艺术指导、美术总监、视觉总监等。这项职业应现代传媒竞争需要从传统编辑领域获得新生并兴盛,形成为专业人员设置的专职岗位。

从事美术编辑必须具备“美”即艺术的专业修养、“术”即技术的实用操作与“编辑”即记录内容的功能。因此美术编辑学具有三重属性,艺术属性、技术属性与编辑属性。



1) 艺术属性

艺术属性是美术编辑学的本质属性,是美术编辑区别于其他编辑的最大特征,体现了美术编辑表现美、创造美、规范美、契合视觉传播规律的特点,以专业化的美术技法实现对大众美术趣味的满足与提升。美术编辑的艺术属性来源于绘画的平面视觉、雕塑的立体视觉、图案的逻辑视觉、透视的空间视觉以及造型的再现力与创作的表现力。

2) 技术属性

技术属性是美术编辑学的共有属性,既是艺术与编辑相结合的需求,也是实现两者衔接的保障,体现美术编辑运用科技、选择器材、结合载体、针对实际需求与传播环境,将构想转换为现实的特点。技术属性源自出版物的印刷工艺、影像的处理技术以及数字与网络技术对视觉的影响。

3) 编辑属性

编辑属性是美术编辑学的固有属性,是美术编辑区别于其他艺术设计的功能特征,体现美术编辑收集、分类、组织、传播信息的特点,包括作为语言书写符号的文字、按科学规则排列组合的数据、形象思维的图像、心理联想的色彩、承载信息的版面。美术编辑的编辑属性来源于文字、数据、图像、色彩、版面对信息的记录性与表现性。

4. 美术编辑学的情境

随着信息时代的发展,内容急剧增长提升了人们对内容接受效率与心理感受愉悦度的需求,美术编辑的功能定位从插图、版面设计等单一行为转而面向多种载体,涵盖报纸、杂志、图书等静止画面,影视、网络的活动画面,户外电子屏新闻的立体画面,办公文案、机构组织的整体形象,形成与新闻传播、营销、科技结合的全新定位。

1) 应用领域

随着美术编辑的专业化加深与大众化普及,美术编辑的应用领域日益广泛,从工作内容的类型来区分,包括新闻领域、商业领域、办公领域、公益领域。

新闻领域主要涉及大众传媒,包括报纸期刊、图书出版、电视栏目、网络平台、手机媒体等;商业领域主要涉及企业与产品的广告推广,包括标志设计、广告、产品包装等;办公领域主要涉及工作与管理规范视觉,包括名片、公文、文具、证件等;公益领域主要涉及公益理念与相关实践活动的宣传推广,包括宣传画册、展览展示等。

2) 展示环境

从内容传播的载体来分,包括纸张等平面载体、影像等活动载体、户外广告与包装等立体载体、手机平板等便携媒体。



3) 发展趋势

发展趋势体现在平面版面活动化,平面版面可表现活动影像;活动画面立体化,活动画面具有立体效果;视觉效果感官化,在视觉之外,增加听觉、嗅觉、味觉效果;视觉应用触控化,人对视觉效果的控制不再通过复杂的机械,以简单的行动即可触发。



1.1.2 美术编辑学与实用美术

实用美术,又称应用美术,以实用为主要目的,具有实用与审美的双重属性。美术编辑学与实用美术有异曲同工之处,都对于美术的应用具有特定的目的,只是美术编辑是特定针对编辑主旨进行的美术的“命题作文”,实用美术为美术编辑学在美术应用上提供了先行研究。

1. 实用性

实用美术一度与工艺美术画等号,工艺美术是将物质生产和美的创造相结合进行的美化生活用品和生活环境的造型艺术,实用美术不仅限于与物质结合的美术,还包含各种以实用为目的的美术行为,遍及衣食住行等日常生活,涉及工业生产、建筑建设、环境空间等领域。实用美术是相对于纯艺术美术的名称概念,并伴随着工业生产与数字科技普及于大众生活。

1) 纯艺术美术与实用美术

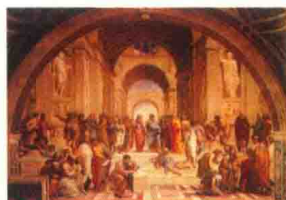
纯艺术美术,也称纯美术,与实用美术相对于而言,纯美术是通过美术的表现形式,针对人的精神思想,实现审美价值;实用美术则是针对特定的用途与目的,通过美术形式来促成实用价值。纯艺术美术与实用美术既具同源性,又有相对性。在古希腊文中,掌握制衣、园艺、医术等手工技巧的手艺人与绘画、音乐、文学等艺术家都是“τεχνιτων”,这时偏向精神属性的纯艺术美术与偏向物质属性的实用美术是一致的,都是后天练就的人工技艺。随着科学的发展,人的审美情趣与艺术手段的成熟,技艺的一部分与科学结合,形成科技,另一部分发展为艺术,因此英语用源于希腊文“τεχνικον”的techonlogy指代技术,用源自拉丁文“ars”的art来指代艺术。在中国的传统美术教育中,“技”和“道”有着严格的区分,“技”相当于实用美术,“道”相当于纯艺术美术,由画工所作的以实用为目的的作品被定义为“技”,或称为“艺”,文人士大夫以修养身心为追求的书画作品被认为是“道”。现代美术教育中,纯艺术美术为绘画、雕塑等,实用美术为平面设计、动画设计、服装设计、工业设计、环境设计等。



舞蹈人纹彩陶盆



狮身人面像



《雅典学派》壁画



阿育王狮头柱圆雕

2) 大工业生产中的艺术

19世纪末的工业革命冲击了精致耗时的手工艺,机械化大生产为民众提供了低成本的产品,但由于机器生产追求技术与材料,注重成本与效率,一度忽视美感,一些艺术家注意到这一状况,着手进行改变,其中影响颇大的是德国包豪斯学院,其创始人格罗皮乌斯提出“艺术与技术新统一”的口号,将美术建立在科学的基础上,以严谨的理论为依据,与实际需求结合。倡导几何造型,以适应大工业流水线的制造,降低生产成本,形成了理性、简洁的艺术风格。



密斯的巴塞罗那椅



拜耶的通用体



柯布西耶的马赛公寓



百达翡丽腕表 Rf96

2. 科学性

纯艺术美术与实用美术在美术教育中形成了美术类与设计类的不同专业。美术类专业侧重绘画、雕塑等视觉艺术的培养；设计类专业则在美术基础上，根据工业、环境、服装、动画等社会不同行业的实际需求培养应用美术技能。在包豪斯学院等现代美术教育的实践推动下，实用美术教育形成了平面构成、立体构成和色彩构成等内容，在三大构成的基础上，结合不同行业的实际需求，对美术技能与理论、实用技术与材质等进一步细分。

1) 平面构成

平面构成是在二维的平面上，按照美的视觉效果，综合现代物理学、光学、数学、心理学、美学等诸多领域的研究，对点、线、面等视觉元素进行编排和组合，借由视觉所引发的人的理性和逻辑推理来创造形象。构成形式主要有重复、近似、渐变、变异、对比、集结、发射、特异、空间与矛盾空间、分割、肌理及错视，等等。



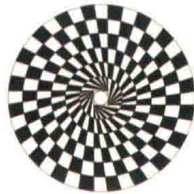
杜斯堡《玩牌者》



埃舍尔《天与水》



包豪斯标志



重复



点构成

2) 立体构成

立体构成也称为空间构成，是用一定的材料在视觉的基础上，根据力学原理，将造型要素，按照一定的构成原则，组合成美好的形体的构成方法。立体构成以点、线、面、对称、肌理等，研究空间立体形态和构成法则。立体构成有半立体构成、线立体构成、面立体构成、块立体构成和综合材质立体构成。



罗宾·怀特钢丝雕塑作品



半立体构成



木片帆船模型



块立体



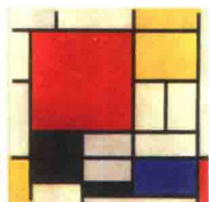
立体构成

3) 色彩构成

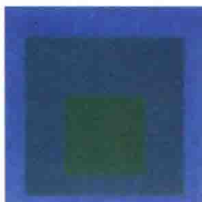
色彩构成是色彩的相互作用，是从人对色彩的知觉和心理效果出发，用科学分析的方法，把复杂的色彩现象还原为基本要素，利用色彩在空间、量与质上的可变幻性，按照一定的规律去组合各构成之间的相互关系，再创造出新的色彩效果的过程。色彩不能脱离形体、空间、位置、面积、肌理等而独立存在，因此与平面构成及立体构成有着不可分割的关系。



康定斯基《构图8号》



蒙德里安《构图》



阿尔贝斯《致敬正方形》



保罗·克利《城堡与太阳》

1.1.3 美术编辑学与编辑学科

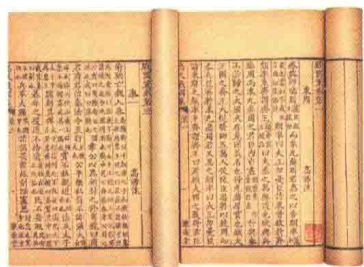
编辑学科研究编辑工作规律,虽然对内容的编辑整理古已有之,但形成一门学科是近几十年来媒体兴盛推动的结果。编辑学科是围绕主旨意义对内容进行加工整理的研究对美术编辑学从视觉角度的编辑研究具有借鉴意义。

1. 编辑概念

编辑是组织、审阅、编选、加工原创作品以在整体上构成新的编辑作品的行为以及从事该行为的人。随着现代信息社会的发展,媒体形式增多,出现了图书编辑、报纸编辑、期刊编辑、广播编辑、电视编辑、网络编辑等不同类型的编辑,在一类媒体中又根据不同环节细分,比如图书编辑就包括加工编辑、编审、校对等不同职能的编辑。

1) 编辑内涵

“编辑”一词的含义随着文字与文化的发展经历了演变的过程。在中国文化史上,“编”与“辑”最初是两个意义无关联的单字,“编”原意是串联龟板或竹简的绳索,“辑”原意是和谐;到汉代时“编”和“辑”两个字已解释为编次和辑集;南北朝时期两字一起使用,指辑集、审阅、编校、文字加工和撰写摘要等“摩研编削”或“校理”的工序;到唐代时,指文字资料的收集和整理,意义与现代接近。随着现代社会信息量的增大、科技进步带来的出版等信息传播活动的增多、社会分工与专业化程度的增加,古代的编著合一发展为现代的编著分离,形成专门进行收集资料、整理加工等工作的编辑行业。



刘向《战国策》



萧统《文选序》



李阳冰《草堂集》



司马迁《资治通鉴》

2) 编辑文字

由于文字在记录与表达的优势,因此编辑学从研究以文字形式记录传播的内容编辑开始,将编辑的历史追溯到文字产生后人类编撰简册的行为,无论是编辑史观中的“文字起源说”即编辑行为的起点定位在文字出现于甲骨、石器、竹木简册上,还是“印刷起源说”即编辑行为的起点定位于文字通过手抄、雕版、活字印刷等的批量复制上,这些都将是编辑行为与文字的使用紧密结合,侧重于文字的组织整理,即使是现代编辑活动也都是围绕文字收集整理,再转换为适应不同媒体发布的形式,比如从文字整理的思路出发,转换为适应广播的声音、适应电视等声图等编辑行为。



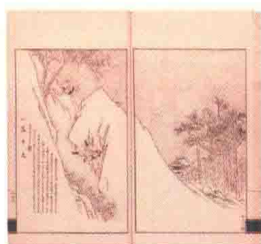
先秦楚简



唐代雕版印刷《金刚经》



清代铜活字印《钦定古今图书集成》



近代石印《点石斋画报》