

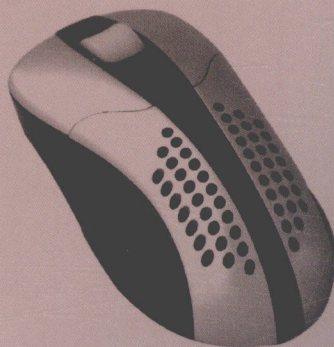
设计应用

分册主编·李立新
编著·李立新 张抒 龚建培 陈飞 冯洁 崔天剑
卢朗 蒋颜泽 李永清 李树 徐俊 何晓宁

高等院校 美术专业教程

GAODENG SHIFAN YUANXIAO
MEISHU ZHUANYE JIAOCHENG

凤凰出版传媒集团 江苏美术出版社



高等师范院校 美术专业教程

GAODENG SHIFAN YUANXIAO
MEISHU ZHUANYE JIAOCHENG

设计应用

分册主编 · 李立新
编著 · 李立新 张冯 抒 龚建培
陈卢 蒋 洁 崔天剑
李 徐 颜 泽 李永清
何 俊 晓 宁

图书在版编目(CIP)数据

设计应用 / 李立新主编; 张抒等编著. —南京: 江苏
美术出版社, 2006.7
高等师范院校美术专业教程
ISBN 7-5344-2129-2

I. 设... II. ①李...②张... III. ①艺术—设计—
师范大学—教材②工艺美术—设计—师范大学—教材
IV. J06 ② J506

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 072089 号

策划编辑	徐华华
责任编辑	徐华华
	邱妍宾
	朱 婧
装帧设计	武 迪
	胥磊磊
封面设计	戈 洪
审 读	周立波
责任校对	吕猛进
责任监印	贲 炜

书 名	设计应用——高等师范院校美术专业教程
编 著	李立新 等
出版发行	凤凰出版传媒集团 江苏美术出版社 (南京中央路 165 号 邮编 210009)
集团网址	凤凰出版传媒网 http://www.ppm.cn
经 销	江苏省新华发行集团有限公司
制 版	南京新华丰制版有限公司
印 刷	江苏苏中印刷有限公司
开 本	889 × 1194 1/16
印 张	9
版 次	2006 年 8 月第 1 版 2006 年 8 月第 1 次印刷
标准书号	ISBN 7-5344-2129-2/J · 1959
定 价	38.00 元

营销部电话 025-83248515 83245159 营销部地址 南京市中央路 165 号 13 楼
江苏美术出版社图书凡印装错误可向承印厂调换

《高等师范院校美术专业教程》

编委会

编委会主任

丁晓昌

主 编

李向伟

副主编

刘 敖

执行副主编

徐华华

编委会成员

(以姓氏笔画为序)

王继安	王建源	王鸣义	王承昊	王雪峰	冯 洁	左庄伟	卢 朗
李向伟	刘 敖	朱 旗	朱敦俭	朱建华	许晨有	李立新	李永清
李 树	毕宝祥	华龙宝	沈启鹏	陆少游	陈 飞	何晓宁	吴振韩
周燕弟	杨天婴	杨振廷	罗 戟	张 抒	封加梁	赵绍虎	姜 舟
胡中节	高柏年	徐海鸥	徐伟灵	顾晓菁	徐 俊	顾 平	徐泳霞
容旺乔	盛梅冰	康卫东	屠曙光	龚建培	崔天剑	蒋颜泽	戴 勇

联合编辑单位

南京师范大学美术学院	江 苏 大 学 美 术 系
苏州大学艺术学院	江苏教育学院美术系
扬州大学艺术学院	南京晓庄学院美术系
南通大学美术与设计学院	淮阴师范学院美术系
徐州师范大学美术系	盐城师范学院美术系
江 南 大 学 艺 术 系	连云港师范高等专科学校美术系

江苏技术师范学院艺术设计学院

[illegible]

094

[illegible]

总 论

什么是“设计”？设计是一个极为普遍的现象。在人们的日常生活与工作中，小自一枚纽扣、一只杯子，大到一幢建筑、一座城市的规划，甚至一个社会教育体制或一个生态平衡模式，都包含着设计的过程。因此，设计指的是人类为实现一定的目的而进行的设想、规划、方案等创造性的活动，几乎涉及到人的行为活动的所有方面。

什么是“艺术设计”？国际上又称为“工业设计”，1980年，国际工业设计学会联合会在巴黎的年会上将“工业设计”定义为：“就批量生产的工业产品而言，凭借训练、经验及视觉感受而赋予材料、结构、形态、色彩、表面加工以及装饰以新的品质和资格，叫做‘工业设计’。根据当时的具体情况，工业设计师应在上述工业产品全部侧面或其中几个侧面进行工作，而且，当需要工业设计师对包装、宣传、展示、市场开发等问题付出自己的技术知识和经验以及视觉评价能力时，这也属于‘工业设计’的范畴。”但在中文里，“工业设计”一词，有些含糊不清。一般认为，“工业设计”是大工业生产的产物，容易将传统的手工艺设计排除在外。考虑到汉语语义的精确性，我国在1998年用“艺术”一词对设计加以限制，称“艺术设计”或“设计艺术”。

从学科的角度看，“艺术设计”可区别于其他设计学科，有明确的、具体的、自己的学科领域，不同于机械设计、工程设计、网络设计、社区设计等，其活动范围限定在人类艺术性的设计方面。从艺术的角度看，“设计艺术”可与绘画艺术、雕塑艺术、戏剧艺术、电影艺术、音乐艺术、舞蹈艺术等并列，成为艺术的一个门类，是艺术大家庭中的一个成员。“艺术设计”也好，“设计艺术”也罢，两者的对象领域是相同的，设计与艺术两个词孰前孰后的组合，是在不同的情况下表述的不同而已，在内涵上则是完全相同的。这是一个意义明确、蕴涵着现代的思维成果和艺术整体思想的科学范畴。由于我们在生活中、行文上已经习惯了“设计”一词，作为简称，也是可以使用的。

具体地说，我们可以从以下四个方面进一步理解艺术设计的内涵：

1. 从艺术设计的性质看，它是一项极为复杂的综合性系统工程，一方面类似理性的科学活动，另一方面又类似于艺术创造活动。就一件产品设计而言，那些材料配备，工艺技术，性能与功效，使用与操作等等，属工程类工作，是科学技术的范畴；那些造型、色调、风格、装饰，以及包装和推销这一产品的广告等等，又属艺术类工作，是艺术创造的范畴；而两者又是很难区分的，对技术与艺术的综合运用，是设计成功的关键。

2. 从艺术设计的特征看，一个好的设计，基本能体现出实用性与审美性的完美结合。所谓实用性是指以实用目的的实现为基点，杯子盛水，衣服防寒，只要合用，就达到了目的。但艺术设计决不是单纯发挥实用功能的特性，还要考虑人的情趣和审美，使物质功能的追求与精神功能的追求统一起来。设计发展的历史，都体现了这个统一的本质特征，无论将来设计如何发展，这种物质与精神的双重追求永远不会停止。

3. 从艺术设计的过程看，一个完整的设计，基本上包含了需求、筹划、生产、消费四大步骤。任何一种设计都具有这一完整过程，即从人的需要出发，通过筹划、制订方案，然后运用材料、技术实施生产，再包装、运输，最终进入市场送到消费者手中。其中，筹划设计扮演着一个重要的角色，成为生产与消费的决策者。

4. 从艺术设计的范围看，设计普遍存在于人类的生活和生产活动之中，人类的衣、



图1 格罗佩斯为罗森泰尔公司设计的茶具 (1968~1970年)



图2 兰堡为电视台设计的圆柱广告 (1990年)

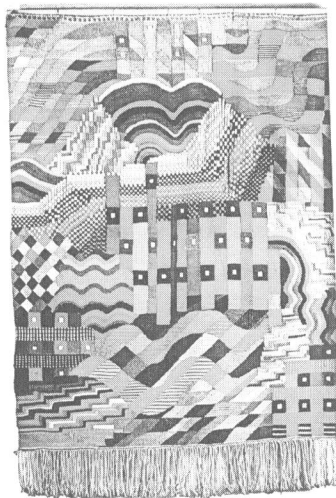


图3 包豪斯设计的缬毯 (1922年)

食、住、行、用的各个方面都需要设计。

艺术设计和世界上其他任何事物一样,都有详细的分类。寻求设计的共同特征,辨别设计的类型,能使我们设计系统的完整体系有一个清晰的认识。一般我们把艺术设计分为以下五大类。

一、建筑室内与环境艺术

建筑室内与环境艺术是空间设计的一种,实用、技术、艺术、环境与生态的密切交融是室内与环境艺术设计的基本特点。狭义的室内设计理解是人与建筑物,而广义的室内设计本质是环境,是人类所居住的环境,大到整个城市的规划,以及城市广场、公园景观的设计,小到一个特定的室内环境空间,一个角隅的灯具设计,都是环境艺术家必须关注的。室内与环境设计涉及的基本内容很宽,包括建筑内外的装修、室内陈设设计、外部景观的设计等等。

二、工业产品设计

工业产品设计是艺术设计中的一个大的类型,包括从自行车到安乐椅、从铅笔到空调、从电话到仪器仪表的各种现代工业化产品。其特征是在现代工业批量生产的条件下,运用高科技与艺术形式相结合的方法,将材料、结构、工艺、生产、审美与功能目的紧密联系在一起,设计出具有优美的形式又有较高品质、合人体工学又合使用目的的艺术产品。工业产品设计的种类很多,主要包括家庭用品类、公共服务类、交通工具类、生产设备类等四大类型(图1)。

三、平面设计

平面设计的一个重要特征是以上下左右二度空间为限定,以图形、标志、符号、摄影、插图、纹样等视觉表现方式来传达作品内容。因此,国际上把影像媒体包括在内的平面设计称“视觉传达设计”,在我国,书籍设计、包装设计、字体设计、标志设计、企业形象设计等是平面设计的重要领域。

四、广告设计

广告是人类信息交流的产物,有“广而告知”之意,通常广告以营利为目的,也称“商业广告”。广告设计的种类从平面到立体日益多样化,其形式因媒介的不同而有不同的分类,大体上可分为报纸杂志广告、广播电视广告、户外广告、其他广告等四大类(图2)。

五、染织服饰设计

染织是印、染、织、绣的合称,服饰指的是服装与饰物的设计,两者均属于人类物质生活的基本内容。印染可分手工艺印染和工业化印染两种,织绣包括编织与刺绣。现代服装设计种类多样,可分为:生活服装、时装、运动服装、工作服装、戏剧服装、特种服装、休闲服装、礼仪服装等等。饰物作为服装的配饰,是依附于服装的,在服装整体上起着调整、点缀、强调、平衡的作用(图3)。

以上为艺术设计的基本概念及大致分类,本教程作为艺术设计的应用课程,就是遵循着上述规范内容而编写的,其目的是使学生在掌握了设计的基本知识和专业基础之后,进入实际的、具体的专业设计训练。让学生通过训练,初步掌握各专业的设计过程和方法,能简单地运用专业知识技能解决设计中的一些实际问题,以提高设计能力。其中有许多技术层面的操作,需要具备一定的制作、生产条件,如设备、场地、材料,以及有实际经验

的师资。

为把握好教学过程和重点、难点,艺术设计需遵循如下几个原则:一是设计形式与功能统一的原则。艺术设计强调功能优先,失去了实用功能仅有外在形式的作品,对人不能发挥作用,达不到设计的最终目的,也就失去了作为艺术设计存在的意义。二是设计经济的原则。每一件设计作品都有一个生产过程,最终以产品的形式被消费者认可,作为设计者,应立足于为大众服务的思想,以最少的材料、最经济的成本满足最大的功能需求。三是发挥技术、材料特性的原则。各专业设计所用技术、材料不同,在设计中应充分发挥技术、材料的特性,展示出技术、材料本身的美感,切不可用一材料模仿另一材料,从而失去设计的专业个性;四是设计的环境安全原则。在设计的第一步就要考虑不选用对环境造成污染的材料,保护人类的生存环境是每个设计者必须具有的意识。这四项原则应落实在教学过程之中(图4~图6)。

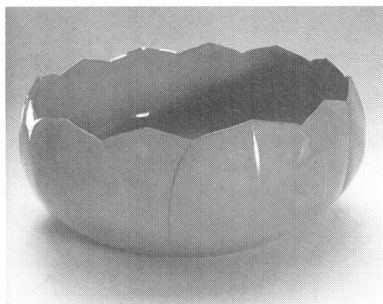


图4 漆碗 祝重华设计



图5 椅子多样的功能与形式

在具体的教学中,各专业都有自己的特点和要求,教学需按照单元分阶段进行,以保证专业的独立完整性。基于各专业的特点,本教程内容划分了八个单元:

第一单元 平面设计(张抒 编著)

第二单元 染织设计(龚建培 编著)

第三单元 服饰设计(陈飞、冯洁 编著)

第四单元 工业设计(崔天剑 编著)

第五单元 环境艺术设计(卢朗 编著)

第六单元 陶瓷设计(蒋颜泽 编著)

第七单元 漆艺设计(李永清 编著)

第八单元 装饰艺术设计(李树、徐俊、何晓宁 编著)

李立新体例设定并统稿完成。

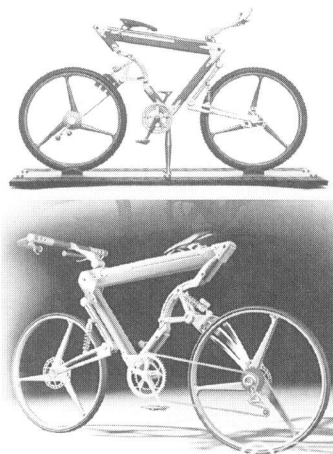


图6 自行车 张明设计

第一单元 平面设计

[教学目的] 平面设计课程以广告招贴、书籍设计和包装设计为主要教学内容,通过学习,基本了解平面设计的发展历史、设计特征、表现形式及应用价值。初步掌握平面设计的基本方法、形式规律和表现手段,培养对平面形态的编排能力和创造能力。

[教学重点与难点] 平面设计课程教学的重点是结合设计特点的空间编排、组合处理,在三门主要课程中,空间的处理要通过一定量的练习才能掌握。平面设计课程教学的难点是图形创意,创意是人的思维与想象力的发挥,创意体现设计者的创造能力。

第一讲 概述及教学要求

一、概述

“平面设计”一词是相对于“立体设计”和“空间设计”而言的,它与我们过去所用的“装潢设计”和现在常用的“图形设计”(Graphic Design)的意思相近,目前与其并用的名称还有“视觉传达设计”(Visual communication design)等。根据英文Graphic的本意和现代平面设计所实指,其内容主要包括:1. 由绘、写、刻、印等手段产生的图像记号;2. 是具有说明性的图画形象,以区别于语言文字的视觉形式;3. 可以通过各种手段进行大量复制;4. 是传播信息的视觉形式。因此,具体地说,平面设计的内容包括了书籍装帧、报刊杂志、商品包装、标志、广告招贴、字体、插图、摄影图形、计算机图形、交通图形、展览和陈列图形等。总体而言,现代平面设计的结果主要是通过印刷技术得以完成和实现的,所以也有将其称为“印刷设计”的。

二、近现代平面设计的发展

平面设计虽然不是近现代才产生的新领域,如我国宋代的“刘家功夫针铺”招幌(图1-1),英国17世纪的商人名片(图1-2)等就是中外古代平面设计作品的典型例子,但是,近现代平面设计的蓬勃发展却是和科技与经济的发展紧紧联系在一起的。近现代科技的发展为经济的发展创造了条件,从宏观上看,是科技的发展带动了商业的繁荣,商业的竞争是现代平面设计快速发展的催化剂。同时,科技的发展也为平面设计技术手段的提高提供了可能,如印刷技术、摄影技术和计算机技术的发展就直接影响到平面设计的发展。

平面设计不仅在表现形态上不同于空间设计和立体设计,在实际功能上也有所不同,它既不像空间设计那样,其结果是让人可居可游的物质形态,也不同于立体设计,其产品的实用价值位居第一。平面设计的功能更多地是作用于人的精神和意识,是通过视觉艺术的手段达到传播信息(主要是商业信息)的目的。20世纪初现代平面设计首先兴起于西方,并且从一开始就受到现代美术流派的深刻影响,从包豪斯设计学院聘用现代艺术家任教以后,现代艺术就与现代设计结下了不解之缘。借鉴现代艺术中的视觉语言是西方现代图形设计中最突出的特征之一。至上世纪的70~80年代,后现代主义思潮也同样影响到了图形设计领域,如果说西方现代主义设计强调单纯、简洁和无装饰的话,后现代主义则开始重建装饰的理念,以更富人情味和艺术情趣的姿态出现,认为装饰是人类生活的反射镜,折射着人类思想和情感的网络。后现代主义对于传统和民族性的认识超越了以往的狭隘理解,把人类的传统文明视作全人类共同的财富,跨民族、跨时间的自由设计更能体现

第一单元 平面设计

设计的魅力和设计家的思想,这是对历史的反思,也是对传统与民族性问题所作出的新的诠释。在西方的影响下,中国的平面设计在20世纪上半叶也获得了较大的发展,特别是到了80年代,随着中国经济的飞速发展,与商业文化相伴随的平面设计进入了一个全新的发展时期。经过二十多年的努力,当代中国的平面设计正由借鉴西方经验向着开创具有中国风格的方向迈进。综观中西方的现代平面设计,风格流派异彩纷呈,设计家运用新的科技成果不断探索着具有个性的图形形式,在这些设计中,既存在着商业促销需求的刺激,也蕴含着设计家们对视觉文化的理解和对民族文化精神视觉化表达的探索。

三、教学要求

作为专业设计课程内容,首先要求学生基本掌握平面设计的基础,其中设计的构成能力和图形的创意能力是进入本专业设计学习时所必须具备的。限于篇幅,我们要学习的是平面设计的三门主要课程而不是所有课程,比如像标志设计、字体设计、办公用品设计等就不做专门安排了。通过“广告招贴设计”、“书籍装帧设计”和“包装设计”这三门课程的学习,要求学生能够掌握平面设计的基本方法,融会贯通,举一反三,并灵活应用,其他平面设计类型因规律相同,通过自学也就容易掌握了。所以,在授课和学习时一方面既要找到每门课的特点与规律,同时又千万不能忽视相互之间的联系,不要孤立地看待每门课程。



图 1-1 中国早期平面设计——宋代刘家功针铺招幌

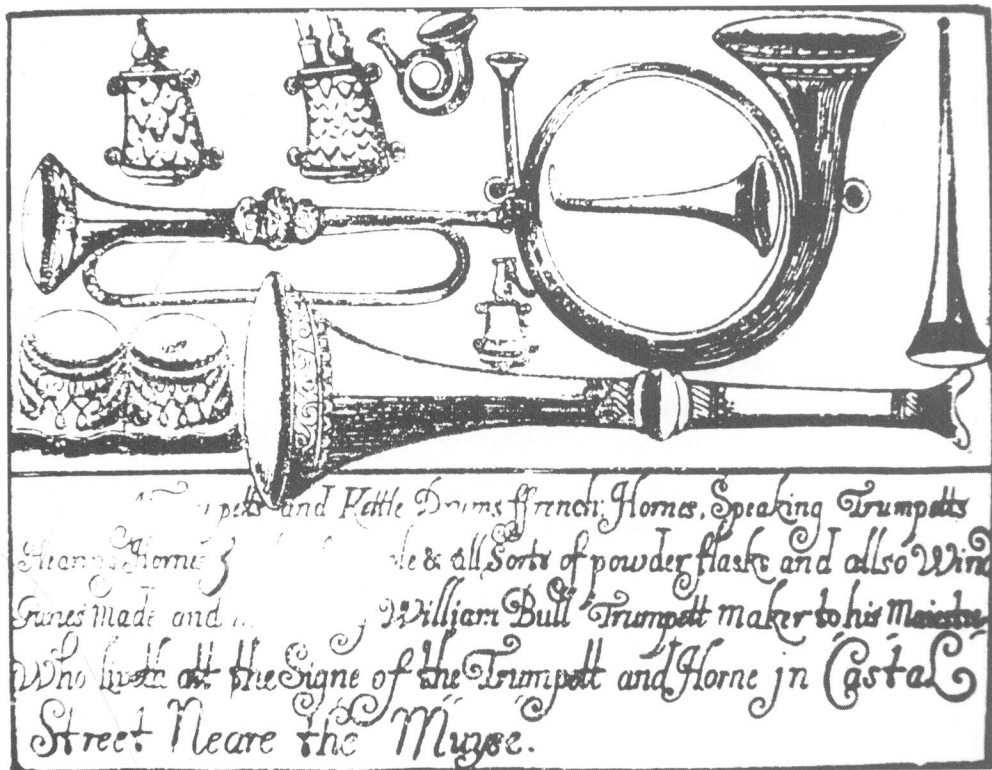


图 1-2 西方早期平面设计——英国17世纪乐器商名片

第二讲 广告招贴设计

一、广告招贴的主要内容

广告招贴既是平面设计的一项主要内容,也是广告设计中一种古老而常新的重要形式。英文叫Poster,是从柱子(Post)转用而来,意即“贴在柱子上的东西”,因为早期的平面广告是张贴在建筑物的柱子上的,故名。我国也称其为“海报”,为“四海通报”之意。招贴广告是通过招贴画这种媒介,将特定的信息传播给大众,其目的是为了加强或改变人们的观念,从而引导人们的行为,因此,广告招贴从基本职能到基本法则都是与其他形式的广告相一致的。早在1898年,美国的路易斯就提出了广告传播的AIDA法则,也就是说广告在传播过程中,首先要能够引起人的注意(Attention);其次要能使观者产生兴趣(Interest);再就是唤起人们的欲望(Desire);最后是促成消费的行动(Action)。在后来的发展过程中,研究者们根据现代商业运作的规律,将路易斯的法则进行了补充和完善,增加了记忆(Memory)、可信度(Conviction)和满意度(Satisfaction)等几个中间环节。

广告招贴的内容虽然丰富多样,难以一一例数,但总括地讲不外乎三类:一类是纯商业性的广告招贴;第二类是公益性的广告招贴;第三类是文化性的广告招贴。纯商业性的内容很好理解,毋庸赘言;公益性的内容主要是指出于人类自我关怀所作的宣传,而不是出于某种商业利润的目的,如保护人类的生存环境主题、战争与和平主题、关心弱势群体主题、弘扬传统文化主题,以及健康、道德主题等;文化性的广告主要是指为各种文化体育活动所作的宣传,最为典型的如电影海报、音乐会、各种运动会的宣传招贴,以及各类文化节的宣传招贴等。要说明的是,尽管公益性和文化性的广告有别于纯商业性的广告,但这并不等于说只有纯商业性的广告才追求经济利润。事实上,现代的文化性活动很少不与经济利益挂钩的,而公益性的宣传除了部分由政府财政拨款投入外,也有一部分是由企业出资赞助的,这些企业家们除了具有一颗热心公益事业的诚心之外,也可以借助此类广告宣传企业自身,如有的宣传环境保护的公益性广告下的落款却是某某卷烟集团等。

二、文案创意与图形创意

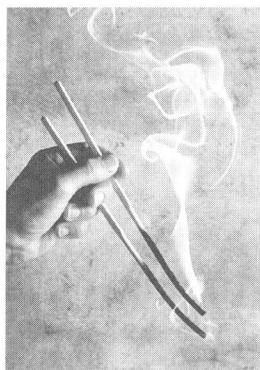
广告招贴设计包括三个主要方面的内容,即文案、图形和编排(图1-3~图1-5)。

1. 文案创意

招贴中的文案除了部分的说明文字之外,主要是指广告语的创意。广告语的创意方法有很多种,其基本原则就是简洁、明了、琅琅上口、耐人寻味以及独特易记。例如“雀巢咖啡”广告的广告语很简单却独特易记:“味道好极了!”“人头马酒”的广告语则合乎中国人的吉祥心理:“人头马一开,好事自然来!”也有采用我国的古诗和对联等形式做广告语的,具有一定的文化内涵,耐人寻味。

2. 图形创意

图形的创意是招贴设计中的重中之重,好的图形创意不仅可以使广告主题得到很好地宣传,同时也能给人以美的享受。招贴图形的创意主要可以分为三种基本类型:具象图形、抽象图形和意象图形。所谓具象图形的创意是指整幅图形的思维理念是具象的,即不仅仅在招贴中出现的元素是具象写实的,更重要的是画面上的各元素之间的关系也是具象的,是合乎现实生活规律的;抽象图形比较容易理解,就是运用点、线、面,以及各种有



Diffusion with America with Italian with French with creation



图 1-3 广告招贴



图 1-4 广告招贴

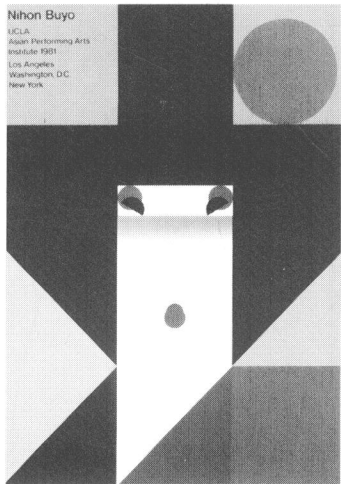


图 1-5 广告招贴

第一单元 平面设计

机形态的图形和色块构成画面,抽象图形更加强调形式的美感,将节奏、韵律等视觉形式的美感完全凸现出来;意象图形也可称之为超现实的图形,是最能体现设计者创造力的一种表现形式。运用意象图形进行招贴画的创意,需要设计者充分发挥想象力,做到化平常为神奇,特别是将人们司空见惯的事物和现象作出出人意料的艺术处理,从而获得全新的视觉感受,具体的设计手法如异质同构、打破常形、联想组合等,要努力做到“意料之外,情理之中”,使观者在好奇中感受到设计者的智慧,在享受由新奇而带来的美感的同时接受从中传递出来的信息。

三、编排设计

招贴画的编排设计也是非常重要的一个环节,要将文字与图形作合理的经营安排,而不是被动地拼凑与填空(图1-6、图1-7)。要做到这一点就必须在设计前就有所打算和安排,只有胸有成竹才能经营有度。简单地讲,一要注意主次关系;二要做到疏密有致,即“疏可走马,密不透风”;三要在统一中求变化,既要避免呆板无生气的统一,也要防止凌乱混杂而缺乏统一的整体感。

1. 视觉原理

A 方向; B 群化; C 错视; D 图地。

2. 构图

A 对称; B 平衡; C 统一。

3. 配色与图形

A 色彩的进与退; B 色彩对比与调和; C 色彩与图形的合一。

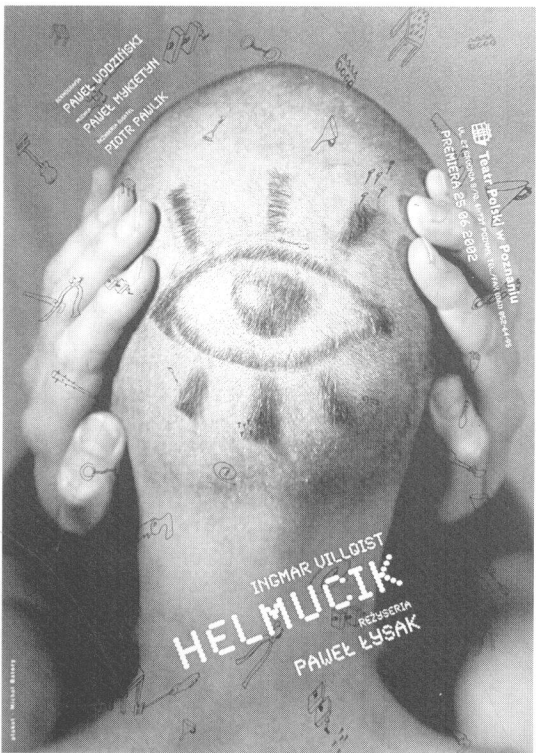


图 1-6 广告招贴



图 1-7 广告招贴

思考与练习：

1. 以超现实的创意手法设计一幅商业性广告招贴画。要求：意象图形的创意要与被宣传内容有紧密联系；要有广告语；注意构图与编排。尺寸为四开。

2. 设计一幅公益性广告招贴画。要求：主题鲜明，有一定的寓意和内涵；形式手法不限。尺寸为四开。

第三讲 书籍装帧设计

一、书籍装帧的概念

书籍装帧是一个整体的概念,是书之所以成其为书的一个必经的阶段,确切地说,是装帧赋予书以形式。所谓整体的概念,从宏观方面讲,要求设计者必须对从创意、构思、表现形式,到设计稿的完成、各种物质材料的选择和生产工艺技术等多方面进行综合性的、整体的考虑,使书籍的形式与内容达到高度的统一与和谐,从而达到充分发挥书籍功能的目的。具体地讲,是指从外观到内芯,从开本的选定到印刷装订完毕之后的预期效果等的统筹与设计。一部完整的精装书籍的设计大致包括书函(书盒)、护封(包括勒口)、封面、书脊、封底、环衬、扉页(书名页)、目录页、章回页、内芯(包括插图、文字编排、页眉、页脚、页码)等。此外,设计者还应考虑的内容有:开本形式(如32开、16开等)、装本方式(如胶订、平订、骑马订、穿线订等)、材料选择(包括纸张等)、印刷技术水平等。当然,并非所有的书籍都包括以上所有内容,如有的书虽为精装,但无书函;简装书一般没有护封,封面无须采用硬质材料;而有的书除了正常环衬外,还加有多层衬页,还有的书另加有封腰、书签等(图1-8、图1-9)。

二、封面、封底和书脊设计

概括地讲,书籍装帧设计主要包括了外观设计和内部设计两大部分,外观设计的重点在封面、封底和书脊部分(图1-10、图1-11)。

除了开本以外,读者最先接触到的是书籍的外观诸要素,我们将书的主要外观要素如封面、书脊和封底以及勒口统称为书封,它就像是书籍的外衣,所以又被称作“书衣”。另外,精装书或简精装书的护封也可统归入书封的范畴,尽管其各自有着不同的功能,但它们应当是一个有机的整体,在设计时必须统一考虑才对。

从书封设计的形式构思来看,其基本倾向主要有几种,即倾向于素白的设计、倾向于图解的设计、倾向于装饰纹样的设计、倾向于抽象图形的设计、倾向于意象图形的设计、倾向于情节的设计、倾向于寓意的封面设计以及倾向于综合的设计等。

倾向于素白的设计,视觉效果朴素无华,除了必不可少的文字外基本不作纹饰或图形,而且多为单色的黑字或白字;倾向于图解的设计,即以图解意,使人通过图形很快就能理解书的性质和基本内容;倾向于装饰纹样的设计,是指运用纹饰的方式设计书封,这类设计形式的变化很多,可简可繁;倾向于抽象图形的设计是指将书封作规则或不规则的几何式分割,从某种意义上讲,这种设计是将结构外显出来;倾向于意象图形的设计是指封面图形的创意是非现实的,确切地说是超现实的,这类图形最易引起观者的注意和兴趣,并且可以给观者以较大的遐想空间,具有隐喻性;倾向于情节的设计是指封面的图形创意采用图解式的意匠,并在此基础上作适当的延伸和发展,使书籍的内容一目了然;倾向于寓意的设计就是指通过象征、比拟、影射、隐喻等手法,依靠一种文化的约定俗成,含蓄地表达书籍的内容和精神;倾向于综合的设计即自由而综合地运用两种或两种以上的方法。

书脊的形式处理与书籍的厚薄和装订方式有着很大的关系。一般来说,较薄的书脊上字体的选择不宜花哨。封底的设计形式在考虑到整体统一的前提下也应有所变化。



图 1-8 书籍装帧

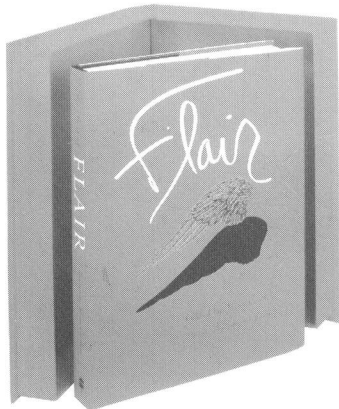


图 1-9 书籍装帧

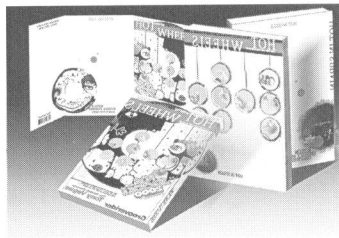


图 1-10 书籍装帧



图 1-11 书籍装帧

三、扉页、版心的编排和插图设计

书籍的内部设计重点在扉页、版心的编排和插图设计(图1-12)。

书的内部设计就像是进入了建筑物的内部,对于读者来说,真正的阅读旅程才算正式开始。翻开书封,紧随其后的是环衬,环衬多为色纸,也有作适当的图形处理的;环衬后面是扉页,也称“书名页”,扉页的基本要求是要出现封面上的基本信息,如书名、作者、出版社等,艺术的效果则随书籍的内容和设计的总体构思而定,可简洁大方,也可以辅以各种装饰图形;接下来就是目录和正文部分了,这部分要解决的主要问题是编排和插图,编排设计中要涉及的内容包括字体的选择、字号与行距、分栏与行宽、页眉与页脚、页码与注释等主要方面。

插图一般包含两层意思:一是插图的绘制;二是插图与文本的编排关系处理。插图的风格应随书籍的内容和画家的艺术风格而定,并无统一的标准;插图与文本的编排设计大致有如下几种方式:版心式(插图占满版心)、通栏式(插图的宽度与文字的行宽相同)、散布式(灵活调配位置)、四角式、页边式和出血式(插图超出页边)等。

思考与练习:

1. 设计一部文学作品的书封(32开本),包括封面、书脊、封底和勒口。要求:设计一幅成书后的效果图和一幅实际尺寸的书封平面展开图。效果图要有真实的立体感,展开图中应将封面、书脊、封底和勒口全部反映出来。表现手法和风格、色彩的运用不限。

2. 设计两种书芯的编排格式。要求:每一种书芯的编排设计均以对页的形式呈现,即设计相对应的两页,其中一种必须出现插图,另一种不限;页面上必须要有书眉和页码,注意页边距、文本的字体、字号、字距、行距等安排。

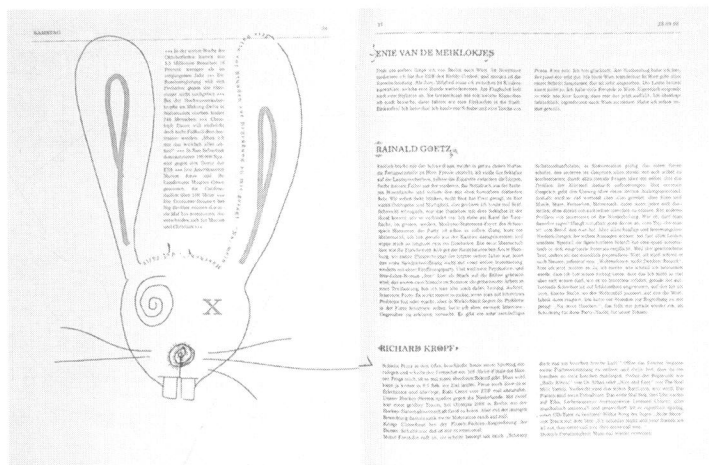


图1-12 书籍装帧