



出版审美论

高 斯著



江苏教育出版社



出版审美论

高 斯 著

江苏教育出版社

(苏)新登字第 003 号

出版审美论

高 斯 著

责任编辑 缪咏禾

出版发行:江苏教育出版社

(南京中央路 165 号,邮政编码:210009)

经 销:江苏省新华书店

印 刷:淮阴新华印刷厂

(淮阴市淮海北路 44 号,邮政编码:223001)

开本 850×1168 毫米 1/32 印张 10.625 插页 5 字数 266,600

1994 年 10 月第 1 版 1994 年 10 月第 1 次印刷

印数 1—1,500 册

ISBN 7—5343—2211—1

G·1971 定价:6.50 元

江苏教育版图书若有印刷装订错误,可向承印厂调换



我国古代最早印刷出版的一部木刻版《金刚经》的卷首插图。时为唐懿宗咸通九年(公元868年)。这幅图不但是历史珍品,而且线条、造型、构图等等,在艺术上也达高度水平。



我国在五代时开始有印版书。南唐时的宫中“图籍万卷，鍾王墨尤多”（陈彭年《江南别录》）宋太祖平江南时，图籍被携北去，珍藏在御府。这批书“纸札精妙”，校勘精细，为世所重。称为“江南本”。宋景文校《汉书》就以江南本为据。这张《勘书图》是南唐宫廷画家王齐翰的作品，描绘了勘书人员在校勘图书的间隙里，正在悠然自得地挑耳朵的情景。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

事類賦卷第二

勃海吳淑撰奉 勅注

天部一

天 日 月

天賦

太初之始玄黃混并列子曰太易者未見氣也太初者氣之始也陳思王魏德論曰

及一氣之肇判生有形於無形在昔太初玄黃混并化一氣而覽三十列子曰夫有形者生於無形

於是地居下而陰濁於是地居下而陰濁

天在上而輕清陽清為天陰濁為地

天在上而輕清易乾鑿度曰輕清者上

天在上而輕清易乾鑿度曰輕清者上

天在上而輕清易乾鑿度曰輕清者上

天在上而輕清易乾鑿度曰輕清者上

天在上而輕清易乾鑿度曰輕清者上

天在上而輕清易乾鑿度曰輕清者上

天在上而輕清易乾鑿度曰輕清者上

宋刻本吳淑《事類賦》，是一部賦體類書，30卷。吳淑初仕南唐，入宋后官至取方員外郎，曾參加《太平御覽》、《太平廣記》、《文苑英華》等書的修纂。個人著作也有多部。這部《事類賦》為南宋紹興十六年兩浙東路茶鹽司刻本，由當時杭州有名的刻工所刻。書中字面，清晰工整，神氣肅穆。



宋版《昌黎先生集考异》，是宋代理学家朱熹晚年的著作。南宋绍定二年(1229)由朱熹的学生张洽在池州刻成。是极为珍贵的海内孤本。从图影可见字体工整俊美，刻工异常精致。本图原载《文物》1979年第11期。据刊文介绍，此书藏于山西省祁县图书馆。

上國同出此
史記卷之四
戰他篇更切
內經卷之四
子出於生
所學德力
蓋之也
之妙盡全
史記卷之四
戰他篇更切
內經卷之四
子出於生
所學德力
蓋之也
之妙盡全

孫子參同卷四

虛實第六

孫子參同卷四有虛實第六

孫子曰凡先處戰地而待敵者佚後處戰地而
趨戰者勞故善戰者致人而不致於人能使敵
人自至者利之也能使敵人不得至者害之也
故敵佚能勞之飽能饑之安能動之出其所不
趨趨其所不意行千里而不勞者行於無人之
地也攻而必取者攻其所不守也守而必固者

这是明代万历四十八年(1620)出版的一种木版套印本图书。由当时著名的吴兴闵氏松筠馆刻印。闵氏的套印书印本很多。这部《孙子参同》是刻印得最好的一部。本图原载毛春翔《古书版本常谈》(中华书局1962年版)



清乾隆年间，曾刻制木活字排印书籍。先后印成《武英殿聚珍版丛书》134种2300多卷。此图载于当时木活字印书倡议者金简所编《钦定武英殿聚珍板程式》一书，题为《摆书图》。可见木活字排印书籍的部分场景。



这两本出版于1930年的卢冀野小说集，均由开明书店印行。封面由著名画家丰子恺设计，既代表了丰子恺的设计风格，也代表了当时开明书局图书的风格。



《社会心理学简史》封面。作为一本社会科学的读物，这本书的封面设计颇具用心，而且蕴含了比较深刻的内涵。

《仿生学漫谈》封面。作为一本科学技术的普及读物，这一封面设计抓住并突出了主题，是很成功的。

目 录

第一章 研究出版审美的必要性	1
一、当代出版审美的实践	5
二、出版审美活动的实质	8
三、从两个方面看出版必须审美	9
四、出版审美是时代的要求	16
五、出版审美是事业发展的要求	23
第二章 关于出版审美的若干认识	30
一、美的一般意义与出版美	35
二、出版审美,一种自有特点的社会关系	41
三、出版审美与艺术美	47
第三章 出版审美的真、善、美要素	55
一、出版审美的真、善、美意味了什么	64
二、出版美的真	65
三、出版美的善	70
四、出版美的美	78
五、真、善、美对出版审美的现实意义	81
第四章 出版审美活动的系统性结构	86
一、出版审美是一项系统工程	88

二、中国出版史上的若干例证	90
三、单本图书同样是系统工程	101
四、现代出版审美活动的系统性结构	106
五、从审美的三个层次看出版工程	111
第五章 中国出版审美的传统精神	118
一、文以载道,经世致用——千古不移之理	125
二、值得重视的历史遗产	128
三、出版的大转轨和新传统	135
四、宣传真理、普及知识的科学精神	138
五、宣传真理的坚强战斗性	140
六、全心全意为人民服务的又一特性	142
七、革命出版的质量观和道德观	146
八、传统精神对我们的启发	148
第六章 中国语言文字与出版审美	152
一、炼字美的由来和特性	159
二、词语运用的奥妙——独具魅力	169
三、修辞美的要点:准确、鲜明、生动	179
第七章 出版的审美意识	186
一、究竟怎样正确理解审美意识	193
二、对出版审美理所当然的思考	198
三、出版审美的一大特点——质疑	200
四、关键是敢于质疑、善于质疑	207
第八章 出版审美的理性追求——质量	219
一、图书质量与真、善、美标准	223

二、政治上的真、善、美要求	224
三、科学性的真、善、美要求	233
四、艺术性要求的真、善、美	237
五、呼唤高质量,攀登高品位	238
六、知识的优选关系到图书的质量	248
七、严密逻辑,凝聚美的力度	254
第九章 出版审美与装帧设计	261
一、图书的装帧设计源远流长	266
二、装帧设计的艺术性特点	275
三、要重视中国的风度、气派	281
四、装帧设计的色彩问题	286
第十章 出版的美育功能与出版工作者的人品美	292
一、出版理应强化美育功能	303
二、出版美育决定于人品美	308
三、出版工作者要特别重视改造世界观	311
四、出版工作者的事业精神	319
五、出版工作者的职业道德	324
结 语	329

第一章 研究出版审美的必要性

书是人类创造的最伟大的奇迹。它概括了世界生活的全部知识，表现了世界理性成长的全过程，以及全球人民的文明史和全部的经验——因而，书籍是进一步发展人类精神力量的最有力的工具。

——〔苏联〕高尔基

盖文章，经国之大业，不朽之盛事。年寿有时而尽，荣乐止乎其身，二者必至之常期，未若文章之无穷。

——〔三国·魏〕曹丕

自古至今,不知有多少伟大的哲人、学者、作家,以高度的赞美之辞,歌颂了图书的难以估价的重要作用。而每一个对读书有所体会的人,也决不会对这些赞美感到过分。

图书是美好的。美好的图书是永垂不朽的。这个千百年来为人们共识的结论是没有疑问的。

不过,为什么图书是美好的?把这个问题作为出版美学的课题,尚待深入地研究。

几年前,《中国青年报》曾有一篇文章,题为《图书应当是美的!》这个题目触及到了出版美的一系列问题,提得很好,很有深度。我们打算从此人手来进行对“出版美”的探讨。

“图书应当是美的!”这句话的关键在于“应当”二字。意在指出图书美的特殊性质及其规律性。联系出版工作的实际情况,这句话可以分解为四个彼此密切联系的一组命题。

(一) 图书是美的;

(二) 图书确实是美的;

(三) 图书必然是美的;

(四) 图书的美不仅是局部性的,而且是一个美的整体。也就是说,图书具有系统性的美。

这四个命题,大体上也就概括了出版美学所要研究的重点。出版是一个编辑、制作、发行图书的专门行业,一切出版活动都是为了出版图书,图书是出版的主体。所以,图书美的性质和规律,也就是出版美的性质和规律,即使将来图书的载体、形态会有新的变化,以制作出版物为专业的出版业,出版物仍然是主体,其性质与任务还是不会变的,分解与研究图书美,也就是分解与研究出版美,二者是相通的,大体上是同一的。

有关图书美的四个命题,作为出版美的研究课题,将在本书各章的论述中寻找答案。

图书出版是人的思维活动与科学技术相结合的一项系统工程。

在中国古代,出版业的形态有一个长期的发育过程。在唐代以前的手抄本时期,出版是被官方垄断的。著作书稿和编辑加工交错联结,成为一体,完成书稿抄写也就完成了出版的程序。在这一时期,出版的传播功能发育得还不够成熟。唐代发明雕版印制是一个划时代进步,书稿抄写编辑完工后镂刻成版,可以较大量地复印出版,印刷这道工序才以独立形态出现。宋代发明活字印刷,是印刷技术的又一巨大进步,其意义不仅缩短了印刷周期,更重要的是促进了出版业的迅速发展,日趋成熟。雕版印刷和活字排印促进了民间创办刻版铸字的印书机构,编辑加工开始和著作书稿分离。不过这种分离要一直延续到近代,大约19世纪末西方印刷机械传入中国以后才能成熟。当然,就较有规模的编辑活动而言,在手抄本时期早已存在,大约在魏晋之间,据《隋志》所记,自《皇览》至《书钞》,已编抄了2000多卷类书。《皇览》是魏文帝曹丕主持编纂的第一部大型类书,680卷,800余万字。唐代组织众多人才,编辑类书,更为