

肖勇
编著

Art & Design 广州美术学院艺术设计教程
Courses of Guangzhou Academy of Fine Arts

印刷媒介与书籍设计



Print Media
& Book Design

湖南美术出版社 Hunan Fine Arts Publishing House



Print Media & Book Design

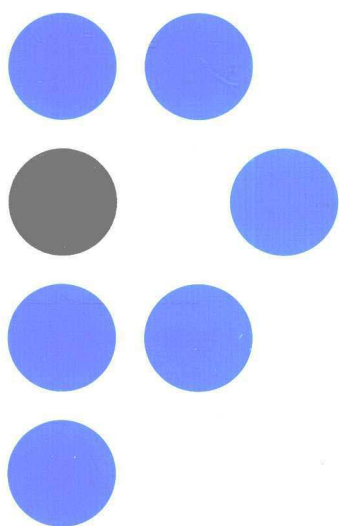
Art & Design Courses of Guangzhou Academy of Fine Arts

ISBN 978-7-5356-3211-1



9 787535 632111 >

定价：33.00元



Art & Design 广州美术学院艺术设计教程
Courses of Guangzhou Academy of Fine Arts

印刷媒介与书籍设计

Print Media
& Book Design

编著·当勇

湖南美术出版社
Hunan Fine Arts Publishing House

图书在版编目 (CIP) 数据

印刷媒介与书籍设计/肖勇编著. —长沙: 湖南美术出版社,
2009.7

广州美术学院艺术设计教程

ISBN 978-7-5356-3211-1

I. 印... II. 肖... III. ①印刷—工艺设计—高等学校—教材

②书籍装帧—设计—高等学校—教材 IV. TS801.4 TS881

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第052691号

Art & Design 广州美术学院艺术设计教程
Courses of Guangzhou Academy of Fine Arts

印刷媒介与书籍设计

编 著: 肖 勇

责任编辑: 陈秋伟

装帧设计: 戴 宇

出版发行: 湖南美术出版社

(长沙市东二环一段622号)

经 销: 湖南省新华书店

制 版: 鼎 鑫 文 化

印 刷: 长沙湘诚印刷有限公司

(长沙市开福区伍家岭新码头95号)

开 本: 889×1194 1/16

印 张: 5.5

版 次: 2009年7月第1版

2009年7月第1次印刷

印 数: 1 - 3000册

书 号: ISBN 978-7-5356-3211-1

定 价: 33.00元

【版权所有, 请勿翻印、转载】

邮购联系: 0731-84787105 邮编: 410016

网 址: <http://www.arts-press.com/>

电子邮箱: market@arts-press.com

如有倒装、破损、少页等印装质量问题, 请与印刷厂联系调换。

联系电话: 0731-84363767

设计美学 Aesthetics of Design

设计导论 An Introduction to Design

设计造型基础 The Basis of Design Modeling

平面构成 2D Composition

色彩构成 Color Composition

立体构成 3D Composition

文字设计 Type Design

图形创意 Graphic Creativity

版式设计 Layout Design

印刷媒介与书籍设计 Print Media & Book Design

广告摄影 Commercial Photography

品牌标识设计 Brand Logo Design

品牌包装 Brand Packaging

服装设计 Fashion Design

室内设计 Interior Design

展示设计 Exhibition Design

景观设计 Landscape Design

设计的发展一般与社会文化、科学技术的发展及时尚潮流的变化同步，因此，设计教育总是处在动态的发展之中。现代设计不仅要满足人们生活的需求，同时还引导着社会文化的潮流。功能性和超前性作为设计的双重性质，往往让高等设计教育显得滞后。如何培养学生，使之既能够适应社会的需求，又能够在未来的设计中获得可持续的发展，甚至成为引导设计潮流的新一代设计人才，是高等院校设计教学必须面对的问题。

完整的教学体系离不开明确的培养目标和科学的课程大纲。课程是设计教学的核心内容，无论是充满理想的教学目标还是庞大的教学体系，最终还是靠一个个具体的课程来完成。现代意义上的设计教育一般认为从20世纪初德国的包豪斯开始，包豪斯设计教学课程体系中最闪亮之处就是它的实践性，即培养学生动手的能力。本套教材的特色正是基于课程的实验性和现场感，通过基础理论的引导，注重课程内容和课程方法的创新。课程内容的创新主要是为了适应社会的需求、学科的发展；课程方法的创新则更加注重培养学生的创意能力和解决问题的能力。一些比较成熟的设计课程中，基础理论相对稳定，课程创新也就更多地体现在设计案例、作业练习、评判标准等方面的改革上。尤其是设计练习，我们更提倡的是加强设计过程的教学，而不是孤立地看设计的结果，过程往往能培养学

Preface

序：课程创新与创新课程

生提出问题、分析问题和解决问题的能力。

作为设计教学的设计者，我们不仅要求课程在教学过程中的创新，还要求设置创新的课程。创新课程既是对原有课程体系的更新和完善，同时又是在设计行业发展的迫切要求下，在不同学科的交叉过程中，为充实学生的知识结构而做的课程结构调整。当然，创新课程对教学的决策者或执行者无疑都是一个残酷的挑战，它意味着对原有课程的革命，直接涉及对原有部分课程的扬弃。但是，既然我们都认可设计是在动态中不断发展的学科，那么，我们也就应该充分认识、理解、适应和把握设计教学的持续性和它的开放性，不断创新，才能逐步形成相对完善和稳定的设计教学体系和教学模式。

本套教材着眼的是课程的建设与创新。首先强调课程自身的完整，并不将课程片面局限在某一个专业的范畴，而是使课程具有设计学科内部各专业之间的共享性；第二，强调教材的现场感，作者都是处在教学第一线的教师，教材中有大量设计作业案例的过程分析，内容更加贴近学生，更容易为学生所接受，让学生在教学过程中具有参与性；第三，强调教材的基本信息构成，将课程的基础知识与专业设计的应用技能结合，保证学生未来发展的可持续性。事实上，本套教材涵盖的课程较多，每个课程基本上按照课程的教学特点编写，体现出了作者的探索精神。我们期望各院校的教师、学生给予更多的教学反馈意见，使这套教材进一步完善。

吴卫光

2009年6月18日于广州美术学院

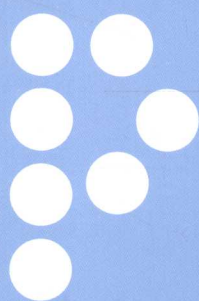




目录

Contents

前言	4
课程教学大纲	6
一、教学目的和任务	7
二、教学原则	7
三、教学方法	7
四、授课年限和学时	7
五、教学内容和时间安排	7
六、课堂作业	8
第一章 印刷媒介篇	9
一、印刷媒介的含义	10
二、印刷媒介设计的范围	10
三、印刷艺术形式的发展	13
四、印刷媒介生产的工艺流程	18
五、印前制版与组版的工艺	24
六、印刷媒介色彩管理	33
七、印刷媒介与承印物	36
八、印刷媒介与油墨	40
九、印刷媒介的种类及特点	42
十、印刷媒介与后期加工工艺	44
第二章 书籍设计篇	49
一、把握书籍设计整体结构的功能性	50
二、教学探索, 创意求新	55
第三章 学生实验作品实录	71
参考文献	83
后记	84



前言

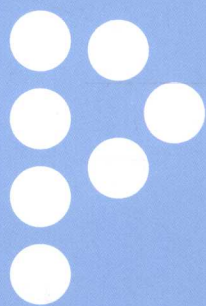
印刷媒介与书籍设计是两个概念，印刷媒介是专业基础课，它的目的是为平面视觉传达服务。此课所学的内容要在包装、广告招贴、出版物、办公用品印刷品、票据、卡片类印刷品的设计中应用。印刷工艺学习并不因课程结束而中断，而是作为专业基础介绍各种工艺手段方法供学生参考，通过教学达到理解和掌握基础知识、基本方法和基本技能的目的，使学生在以后的社会实践中得到巩固与合理运用。

在印刷媒介与书籍设计教学中，认知、体验、创造是三个互相联系的重要环节。认知是指对印刷媒介的各种方法、理论、概念的系统了解；体验是指通过书籍设计实践，在实践中去体会、感受、尝试、验证，然后去发现、认识印刷作为媒介的变化与规律；创造是指在课程设计中有意引导学生开放思想，敢于打破条条框框，去探索，去创新。创意对于设计来说是不可能凭空而起的，需要通过学习、实践才会产生。因而认知、体验、创造是不可分割的整体，互相起着作用。所以，在教学中理论与实践要相结合地进行，这样理论才能真正地指导实践，学生通过实践才能真正感悟理论

的真谛。

本书从认知篇、理论篇、实践篇三个方面，介绍了印刷媒介的相关理论知识、书籍的设计理论及广州美术学院书籍设计教学实践的过程。在教材编写上力求体现本课程教学宗旨，同时也为学习者提供一个学习的范本和研究探索的空间。这本教材驻足现实，目的是规范教学，提高教学质量，探索书籍设计教学模式，塑造适应社会发展需要的设计人才。

设计作品在后期印刷制作阶段怎么才能达到最佳效果，是每位设计者需要面对的事情。其中怎样让印刷厂清晰明了地了解设计者的意图及要求，是件需要沟通的事情。为此，设计者应该怎样进行沟通，印刷厂应该做什么，怎样才能让设计者更加了解印刷工艺的过程，怎样才能让印刷厂了解设计者的需求，这些都需要设计者了解印刷原理及工艺，还要根据成本控制、印量、时间控制等制约条件来选择合适的印制工艺，事半功倍地设计出符合设计要求的作品来。



课程教学大纲

课程名称：印刷媒介与书籍设计
课程对象：2~4年级本科生
课程性质：专业课

一、教学目的和任务

印刷基础与书籍设计课程要求学生掌握一定的印刷基础常识,了解书籍设计与印刷工艺的关系。通过对印刷基础常识的认识,进一步掌握了解书籍从设计构思、印刷直至成品的全过程。

二、教学原则

“印刷媒介与书籍设计”课程主要围绕两个方面进行。其一关于印刷媒介方面,通过帮助学生了解印刷的传统以及国内外印刷业的现状及未来状况,掌握印刷流程中印前、印刷、印后加工等各个环节程序,是课程教学中的基础部分。这部分的教学内容包括印前对设计制作、制版系统主要设备、常用软件、图像制作元素的了解,对印刷纸张的规格、材料运用、印刷机械及印后加工工艺的了解与掌握,以及如何将其应用于实际设计练习中。教学目的在于让学生明确设计创作与印刷工艺应用的关系。印刷工艺基础课与设计创作课之间存在既相对独立,又相互依存的关系。设计创作教学必须体现学生所学到的印刷基础理论知识和掌握的基本水平,能体现学生从设计构思出发,并把设计构思转化为印刷成品的过程,达到理论与实践相结合的结果。其二是关于设计与创新,在当今多元化设计领域中,资讯发达,设计领域之开放毋庸置疑。吸收与创造是每个学生必须思考的问题,自始至终都要具备足够的文化敏感度,关注社会人文。因而在教学中,应注意培养学生的创造力和艺术设计思维能力。倡导创意思维是教学中的重要环节,培养学生能够将构思转变为设计创作的能力。对于设计与创作教学的误解之一是只会用习惯图式概念再现设计模式,之二是只停留在技术层面,把主要经验和时间投放在设计制作上,往往使创作缺乏创意。因此,本课程的教学原则是必须要设计与创造力紧密联系、相互渗透,强调在教学过程中提高学生的理解力、分析能力和创造力,真正把他们从传统的束缚中解放出来。

三、教学方法

1.“印刷媒介与书籍设计”理论知识让学生对本课程有一个初步的概括与认识。在此基础上再进行课题阶段的实验设计。

2.在注重原理的基础上,打破传统教学过多地强调概念

的灌注式教学方式,因材施教,引导学生去发现最恰当的表达形式和表现方法,了解学生的个人优势,最大限度地挖掘学生的创造潜能,尊重其处于萌芽状态的思维个性,启发其想象力和理解能力。

3.多媒体设计专题讲座,让学生深入了解有关当代设计艺术的新形势和语言表达,从而达到提高学生的艺术修养、鉴赏力及审美标准的目的。

4.根据教学的需要,可到印刷厂进行考察和实践。

四、授课年限和学时

授课学期:上、下学期

周学时:20学时(上学期)、16学时(下学期)

学时:216学时(12周)

学分:12学分

五、教学内容和时间安排

第一阶段(2周)印刷媒介

第一周授课:印刷基础知识理论课

第二周授课:命题设计

内容:①印刷术的起源及现代印刷术的生产及演变。

②印前设计制作、制版、印刷、印后加工理论。

学习要点:掌握印刷前制作过程,包括图片印刷输出像素要求,怎样使用色标标色,设置切线及出血线,掌握国际通用纸张尺寸及印刷等一些专用术语;认识各种不同的印刷材质及所需的印刷机械。

第二阶段(4周)书籍装帧设计

第三周授课:

1.书籍装帧理论知识讲解

内容:①中外装帧艺术比较

②书籍的商品性与书卷气

③书籍的分类

④书籍装帧的构成元素与总体关系

⑤书籍装帧的形态要素与总体关系

⑥书籍装帧的语言转换

⑦书籍装帧中的文字、图形、色彩与构成

⑧从现代书籍的形态看未来

2.选择书籍设计的主题

3.多媒体专题讲座

4.请专业纸张制造商讲授各种纸的性能知识

第四、五、六周

内容：①多媒体专题讲座

②阶段性学生作业讲评

③市场、纸张、材料调查

④手工书的制作成形

学习要点：掌握书籍装帧创意表现，了解一本手工书的制作过程。

六、课堂作业

第一阶段（2周）纸品印刷设计

要求：把设计完成的文件输出菲林打样练习

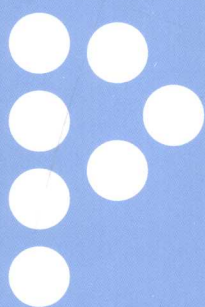
第二阶段（4周）

作业内容：完成一本手工精装书的设计制作

要求：①主题内容自选

②手工书设计包括函套、护封、内封、书芯

（扉页、目录页、内文5个以上版面及插图设计）



第一章 印刷媒介篇

一、印刷媒介的含义

“印刷媒介”是由“印刷”与“媒介”组合而成的专有名词。“印刷媒介”即通过印刷而达到一种传播媒介的作用。

何为“印刷”?从字典单个字解释,“印”是指印章,“刷”是指刷子的意思,而把“印”与“刷”组合起来的含义则是指通过图文载体(如印版),将印刷油墨传递到印刷承印材料上,从而实现信息传递(图像、图形、文字)的复制过程。

清楚了印刷的定义,更要弄清楚媒介的含义。所谓媒介则是指以这种媒体为介质的一种传播方式。

二、印刷媒介设计的范围

从一叠叠文稿图片到印刷成品,每个环节必须经过平面设计师的设想与设计。

印刷设计是印刷成品产生的施工图,通过制版、印刷及印后加工,最后产生成品。把设计师的想法通过印刷媒介的形式,创造出印刷品的整体视觉形象呈现给消费者。

印刷媒介设计的范围按其类别主要分为包装设计类、广告宣传类、出版类、办公用品类、票证卡片类等等。

(一) 包装设计类印刷品

包装可分为工业包装与商业包装两大类:

工业包装主要是指大型包装,一般是为保护小包装和以运输用途为目的。

商业包装主要是指小商品用的包装,主要用途是保护产品及销售包装。

一般包装设计的重点主要是放在商业包装方面。因为商业包装的对象是上架销售的商品,所以这类包装可通过直接订购送到使用者手中,它能提高商业价值和促进产品销售。



图1-1 工业包装

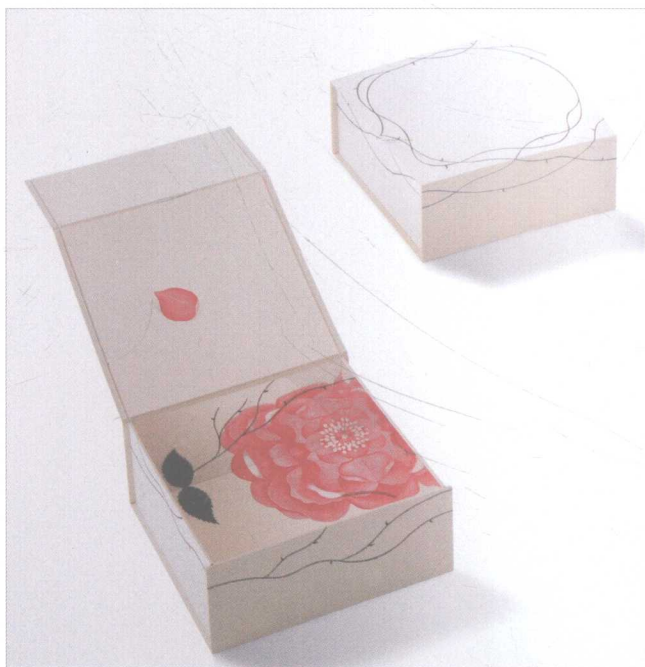


图1-2 商业包装

(二) 广告宣传类印刷品

广告宣传类印刷品分为招贴、产品目录、宣传手册、报纸、杂志广告等。



图1-3 广告宣传类招贴

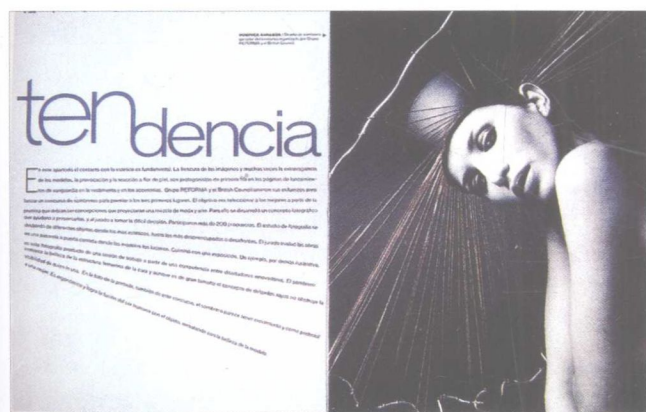


图1-4 产品目录

(三) 出版类印刷品

出版类印刷品主要有各类书籍、期刊、杂志等。

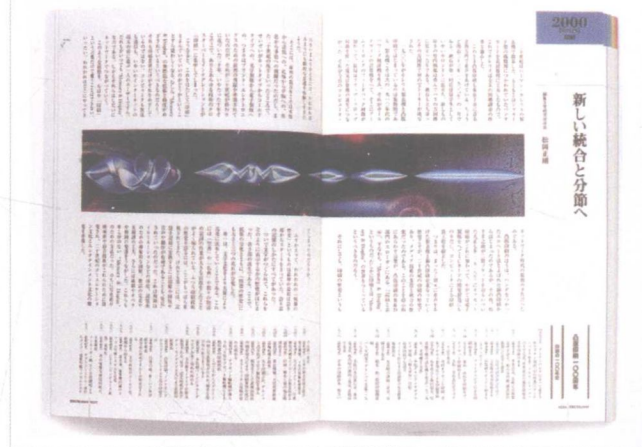


图1-6 出版类期刊



图1-5 广告报纸

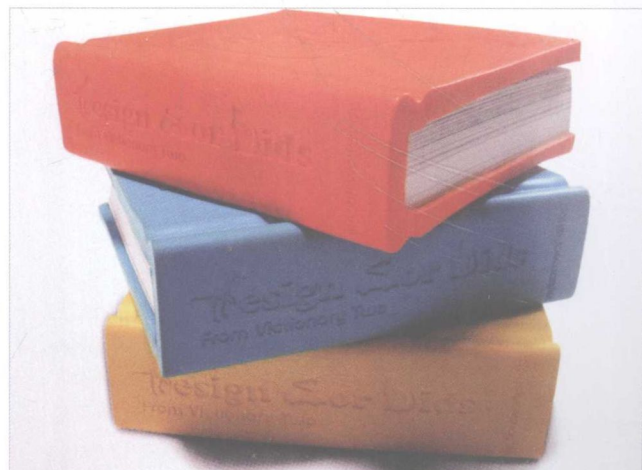


图1-7 出版类书籍

(四) 办公用品类印刷品

办公用名片、信纸、请柬、报表等。

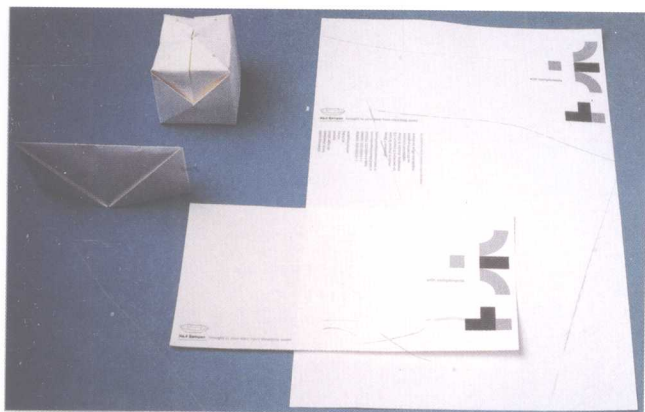


图1-8 办公用品类信纸、信封

(五) 票据、卡片类印刷品

贺年卡、证券、证件等。



图1-10 贺年卡印刷品



图1-9 办公用品类印刷品



图1-11 办公快件