

书脊展示效果的整合设计研究

梅少云^{1,2}, 万 莹²

(1. 四川师范大学, 成都 610110; 2. 西南交通大学, 成都 610031)

摘要: 分析了书籍市场整体在展销等终端环节中书脊设计的随意性、片面性和散乱性, 结合国内外书脊设计的优秀案例, 论述了书脊整合设计的必要性, 进而分析了书脊展示效果整合设计的可行性。提出了书脊展示效果的整合设计必须多从读者的角度考虑问题; 以及运用群化和距离观察法对于解决以往书脊设计及展示的随意、片面、散乱的实效性。

关键词: 书脊; 展示效果; 整合设计

中图分类号: J524.5; J525.2 文献标识码: A 文章编号: 1001-3563(2011)18-0022-04

Research on the Conformity Design of the Spine Display Effects

MEI Shao-yun^{1,2}, WAN Xuan²

(1. Sichuan Normal University, Chengdu 610110, China; 2. Southwest Jiaotong University, Chengdu 610031, China)

Abstract: It analyzed the market as a whole in the display and sale of books and other terminal link of spine designing haphazard, one-sidedness, scattered, combined with the spine design of outstanding cases at home and abroad, discussed the need for spine integration design, and then analyzed the feasibility of spine effects conformity design. On this basis, it offered a spine showing effects of integration design must from the perspective of readers problem; observation and application of the Group and distance for past spine design and display of random, effectiveness of lopsided and scattered.

Key words: spine of a book; effects of display; conformity design

目前,随着中国图书市场不断开放,书籍出版品种和数量的急剧增长,书店从单纯靠封面宣传来展销书籍的模式,已经转变为以书脊为主体的展销方式,这恰好给了书脊露面的机会,从而使书脊成为视觉的主体和读者检索的对象。可见,书脊展示效果的重要性已经非常明显。

1 书脊展示效果的现状

书籍在展示、收藏、销售过程中,单薄的书脊往往让读者在庞大的书脊丛林中无所适从。即便在家庭书架上,人们也很难快速找到需要的书籍。究其原因,可以从以下几方面看出。

首先,以往的书籍设计过多迎合客户和出版商,而忽略了观众和读者才是真正的市场主体,从而导致设计师不能敏锐感知书籍展示方式的变化,对读者新

的需求缺乏深入的了解。很多书籍在被设计时,设计师的重心往往还停留在封面和内页的设计上,从而忽略了书籍展示与陈列基本上都以书脊作为主要展示面的基本事实。

其次,设计师缺乏全局观念,使书脊风格与封面设计及书籍内容脱节。很多设计师在设计时没有考虑到书脊是封面不可分割的一部分,所以在设计封面时没有将其与书脊作为一个整体来构思。

另外,设计师缺乏整合设计的专业意识,在书脊设计形式上重单体设计而忽略了多体群化设计,在展示效果方面重近轻远,缺乏陈列与展示相应的整合设计。对书脊设计的整合,基本上停留在对单本书脊内部信息、材料、工艺的独立设计,既缺少考虑多本书脊组合后展示产生的群化效果,也没有考虑到观众和读者不同距离观看书脊的视觉效果。

书脊展示效果要得以凸显,就必须进行整合设

收稿日期: 2011-04-29

作者简介: 梅少云(1971-),男,成都人,西南交通大学在读研究生,四川师范大学讲师,主要从事视觉传达设计的教学和研究。

计。正如著名设计师韩家英所言:“设计师要做的就是导演的工作,将不同的资源优化整合,再用最合适的方式展示出来。”

2 书脊整合设计的具体内容与方法

2.1 整合设计的定义

整合设计,就是具有全局观念和整合设计专业意识的设计师,根据设计对象的特点和市场需求,把一些零散的内容和信息,通过彼此衔接和关联的组合方式,实现信息系统的资源共享和协同工作,并最终形成有价值、有效率的一个整体^[1]。

2.2 书脊整合设计的方法

根据心理学家卡尼曼的理论,在提高注意力方面,可以分为以下几种方法:强调物理差异的方法;改变使用材料的方法;突出宣传含义的方法^[2]。由此可知,要最大程度提高书脊的展示效果,应该整合以下几点:(1)书脊色彩要足够醒目;(2)书脊要足够高大和厚;(3)书脊的材料和工艺使用要特殊;(4)书脊展示要善于运用各种造型手段。而整合设计中成本最低却最有效的方法就是群化法和距离观察法。

2.2.1 群化法

群化,即组合化,它是平面构成中常用的一种构成手法,也是平面设计调整形态的基本技法之一^[3]。书脊排列组合起到的作用不仅仅是一种简单的重复和量变,在视觉冲击力上却可以说是裂变。群化后的书脊由于其展示面积增大、形状及构成形式发生变化等原因,使书脊更容易引起人们视觉的注意,也更容易得到人们的认知和识别。群化效应从视觉心理的角度来研究,它包含以下特点:

(1) 共同性要因:参与排列组合的设计要素之间具有相同方向、相同速度和运动状态的一体性;(2) 类同性要因:参与排列组合的类似对象混合在一起形成的识别倾向;(3) 接近性要因:互不相干的对象与相互接近的对象相比,相互接近的对象更趋一致性;(4) 连续性要因:对象的连续性,从心理上会形成一种识别的指向性^[4]。

设计师在书脊展示效果的整合设计中可以充分认识到:单行本书脊往往由于形体单薄、色彩平淡、材料和工艺也很普通,展示效果要得以强化,其整合设计就应该利用群化效应中的共同性要因,才能跳出孤

立的个体概念,利用单行本书脊多本排列组合所产生的厚度增加、色块变大、特殊材料及工艺效果增强的展示变化,并通过书脊形式与内容的完全共同性,达到二方连续和四方连续图案的视觉美感和冲击力。这种效果需要设计师和书店的密切配合才能达成,见图1-3。



图1 《城事》

Fig.1 "Affairs of City"



图2 《托塔神工》

Fig.2 "Tuota Shengong"



图3 《吉他自学三月通》

Fig.3 "Three months to learn guitar"

套书书脊设计要考虑其整体视觉效果。利用套书书脊的类同性要因,且不会分开销售,展示时排列在一起的特点,把所有书脊合并在一起,当作一个完整画面来设计,将书名、图案、图片等信息关联出现。如杉浦康平和铃木一志设计的《毕加索全集》,见图4,书脊采用相互关联的毕加索不同时期的代表性绘画作品,这样做不仅产生了一种新颖的整体艺术效果,而且强化了书籍的艺术个性。这套书的书脊被日本设计大师杉浦康平美誉为“书架上的毕加索美术馆”^[4]。



图4 《毕加索全集》

Fig.4 "Complete works of Picasso"

系列丛书书脊设计要“和而不同”。群化效应中的接近性要因使系列丛书排列在一起时除了文字、符号、标识等主题元素及版式设计保持一致外,通过对图形、色彩及空白布局上做适当调整,使每一卷的艺术效果不同,但是排列在一起时又组成有规律的形式,形成有节奏感的变化与统一。这样既可以体现书籍分卷的相对独立性和灵活性,又使书脊个性和整体效果不会丧失,从而有效体现出丛书书籍的系列感和“和而不同”的特点,见图5-6。



图5 《遥远的白塔》

Fig.5 "The distant White Tower"



图6 《中国近代画派画集》

Fig.6 "Complete works of Modern Chinese painting"

同样,利用函套与书脊的正反展示组合也是群化效应中的接近性要因的应用表现。利用精装书的书与函套组合进行设计,力求书脊与套脊的关联和相似进行整合设计,以便在展示过程中求得更好的视觉效果,见图7。

期刊杂志书脊设计一定要有宏观的总体规划。期刊杂志书脊设计一定要结合群化效应中的连续性要因,



图7 《中国民间美术全集》

Fig.7 "Complete collection of Chinese folk art"

因为期刊杂志不是同一时间一次性印刷而成,书脊设计很容易出现每期之间风格脱节的情况,书脊展示效果必然减弱。因此,在期刊杂志书脊设计构思过程中就一定要有前瞻性的总体规划。ARENA杂志见图8。



图8 ARENA杂志

Fig.8 ARENA magazine

群化效应的特点往往不是单一出现在书脊展示效果中,因为群化作为整合设计的手段,其最终目的是让书脊具有更强大的视觉冲击力,以确保能在较大环境和较远距离吸引读者和观众的注意。因此,有时候书店会根据客户和读者的需要做相应的创新展示布局,以达到最大的视觉震撼效果。例如书籍的海报,见图9。



图9 书籍的海报

Fig.9 Poster books

2.2.2 距离观察法

距离产生美,设计师应该以观众和读者的视角来观察和研究书脊展示效果,通过不同距离和角度来观察分析设计对象。通过整合设计的距离观察法,能较为有效地解决观者与书脊、书脊个体与群体、书脊内

部信息与环境等的矛盾关系。

1) 3 m能被注意。这主要是指书脊要像高速路上的户外广告一样,必须具备足够的视觉冲击力,在3 m的地方就能够引起读者和观众的注意。通常由于单本书的书脊单薄,系列丛书书脊杂乱等原因,在3 m处,书脊往往会很容易被忽略。而书脊展示的市场现状正好缺乏对这方面的研究,因此,通过对群化效应和设计方法的研究恰好弥补了这一缺陷。

2) 1 m能被识别。这主要是指书脊要像展板上的广告一样必须兼具视觉冲击力和主题识别性,在1 m的地方既能够引起读者和观众的注意又能传达必要的主题信息。如果说3 m处,书脊引人注目靠群化所产生的色彩和形状,那在1 m处,就应该让位于个体书脊较大的文字、图形、图片,以及点、线、面、体所构成组合的版式。

1 m的距离,色彩和形仍然有很大的发挥空间,但书脊展示效果已经转变为通过书脊与读者、书脊之间的关系整合来充分体现其美感和亲和力,以期留住读者。书脊的结构、高度和厚度取代书脊的色彩和形状成为读者区分书籍类别的重要参考标准;版式设计开始发挥出书脊展示效果的视觉美感;部分图形和文字也进一步发挥其识别作用,书脊的一些主要信息如书名和标识得以传达。

1 m的距离,书脊既是平面的又是立体的。比在3 m处观察时出现了较多的细节,也开始由单纯的平面转向立体。对于大多数具有正常视力的读者和观众而言,不一定所有的书脊信息都能够在这样的距离被全面有效地接受,但应该足以让读者和观众通过短时间的判断,完成对书籍类别、书名甄别任务。这就表明书脊展示效果的整合设计在1 m的距离,首要任务必须明确区分书籍类别并理清书脊内容的主次关系,其次就是要兼顾书脊展示的视觉美感。

1 m的距离,个体和群体的书脊在展示效果方面体现为既合作又竞争的特点。这就要求设计师应该结合书籍的类型进行版式设计工作,书脊中最重要的信息必须醒目,主次信息强弱反差必须拉开。整合设计的重点还是应该侧重于书脊的群体展示效果,合作大于竞争。

3) 1尺能被研读。这主要是指通过详细阅读书脊信息,了解和进一步确认是否就是读者自己需要的书籍。书脊中的主要设计元素,如书名、丛书名、标识、

作者名、出版社名要做到大小搭配合理、主次清楚。这种精确编排和设计就应该像对待产品说明书那样严谨、细致。

1尺的距离,更多强调的是对个体展示效果的关注和设计,而整合的重点则表现为书脊与读者及书脊自身内部信息的关系等几方面。对单行本书脊设计而言,所有的信息都出现了,就要做好自身信息的全面整合工作。国内设计在这方面已经研究得非常深入,如敬人设计工作室设计的《造型的诞生》,见图10,书脊设计简洁、鲜明,主次关系清晰明了,从



图10 《造型的诞生》

Fig.10 "The birth of the Model"

腰封、护封到封面的书脊设计通过内部信息和设计要素的整合,书脊与封面的其他部分相对独立又遥相呼应,从而保持了较大的一致性和节奏感。毕学锋先生的作品《GDC05平面设计在中国》见图11,这件作品用



图11 《GDC05平面设计在中国》

Fig.11 "GDC05 graphic design in China"

梯形精装外盒与书形成有机的造型与色彩分割,方便取阅的同时,也创造了2种纸张材质的对比,书脊部分用电脑绣花的工艺表现,增强了质感变化和时尚感。

3 结语

格式塔心理学特别强调形式的整体性,认为形式效应不是各局部的简单相加,而是在整体关系的相互作用中形成的。中国的山水画论中称“远看取其势,近看取其质”,没有整体的大势,局部的细节就无所附

(下转第37页)

可运用翻模成型法制作石膏模具或树脂模具,制作方法简便,模具表面质量高。石膏模具无需加工排气孔,吸塑质量好,但脱模性能较差,适用于单次吸塑。树脂模具需在形态转折处每间隔 30~50 mm 加工一处排气孔(直径约 2 mm),吸塑质量好,可用于多次吸塑。(4)可采用三维数字雕刻方法制作密度板模具,模具硬度高、制作精度高,形态准确,无需加工排气孔,模具吸塑性能十分优异,可用于多次吸塑,是理想的非金属吸塑模具材料。用密度板模具吸塑制作的帆船甲板造型吸塑件见图 4。(5)泡沫虽加工便利,适于



图4 吸塑件

Fig.4 Vacuum forming component

制作曲面实体造型,但质地疏松、孔隙多、吸塑件表面质量差;油泥模具可采用刮削成型法制作,但对制作技巧要求较高,且油泥机械加工性能差,排气孔加工质量差,影响吸塑件表面质量;实木模具虽吸塑性能较好,但利用实木制作曲面造型难度大,且吸塑件表面质量欠佳;上述 3 种材料均不建议作为制作吸塑模具的首选材料。

3 结语

作为二次成型技术的吸塑成型,是以热塑性塑料

片材为成型对象,在高温条件下,将加热软化后热塑性塑料片材固化成型为产品制件的过程,是众多塑料加工方法中成本最低的方法之一^[8]。根据工业设计制作包含曲面形态模型及部件的实际要求,基于自主研制的小型真空吸塑成型机,采用控制变量法,测定了常用热塑性板材的吸塑加热软化温度及时间。对 6 种常用非金属模型材料制作的模具的吸塑性能,进行了大量实验及对比研究,并进行了方法与数据总结。该方法对于设计院校、设计公司、模型公司等均具有较好的实际意义和推广应用价值。

参考文献:

- [1] 刘玮,郑梅生,顾叶钱.一种高校实验室制作产品手板模型用真空吸塑机的设计研究[J].包装工程,2010,31(20):4-6.
- [2] 刘玮,顾叶钱,郑梅生.真空吸塑成型机:中国,ZL200920043506.5[P].2010-05-05.
- [3] 谭险峰.模具开放性和综合性实验教学的改革与实践[J].长沙大学学报,2006(1):105-107.
- [4] 张绍明,戴兴安.真空吸塑产品的质量控制[J].林产工业,2004(5):48-49.
- [5] 许明.冰箱内胆吸塑成型工艺优化方法研究[D].南京:江苏大学,2010.
- [6] 罗国忠.关于科学探究中的多因素问题研究[J].浙江教育科学,2007(2):32-34.
- [7] 曾常春.冰箱内衬开裂的影响因素及对策[J].塑料科技,2002,151(5):30-33.
- [8] 李玲玲.浅析我国塑料成型技术的发展[J].橡塑技术与装备,2003,29(1):26-30.

(上接第 25 页)

丽。从展示效果上看,整体形式感是第一位的^[9]。

书脊展示效果的整合设计,要从读者和市场需求着眼,从书脊与环境、书脊与读者、书脊之间和书脊内部信息等几方面着手,恰当地处理好书脊视觉冲击力与亲和力的关系。设计师应通过不同的视角和距离观察研究设计对象,用正确的方法和途径确保书脊整合设计取得最好的展示效果。

参考文献:

- [1] 百度百科.整合名词定义[EB/OL].(2009-02-14)[2011-04-17].
<http://baike.baidu.com/view/57967.htm>.
- [2] 励忠发.设计信息学[M].成都:四川美术出版社,2007.
- [3] 视觉设计研究所.七日掌握版面设计基础[M].张喆,译.北京:中国青年出版社,2004.
- [4] 杉浦康平.造型的诞生[M].李建华,译.北京:中国青年出版社,1999.
- [5] 王令中.视觉艺术心理[M].北京:人民美术出版社,2005.