

基于统一设计理念的书籍设计

周勇

(上海出版印刷高等专科学校, 上海 200093)

摘要: 阐述统一设计理念在书籍设计尤其系列书籍设计中的形成过程,通过对如何进行书籍整体形象的系列设计;设计前思维方法递进的逻辑性;设计过程中设计语言的正确定位;设计内涵中图形、文字、色彩、材料元素构成的延展与统一;统一设计理念在设计中的运用等进行分析,明确了书籍设计只有在统一设计的理念下进行整体的思考,才能实现统一设计的目的。

关键词: 统一设计; 思维方法; 定位

中图分类号: J524.5 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2011)24-0029-04

Book Design Based on the Conception of Coherence

ZHOU Yong

(Shanghai Publishing and Printing College, Shanghai 200093, China)

Abstract: It described the process of the coherence conception for book design especially for series book design by several aspects as the following. How to design the overall image of series books? Which is the logical way of thinking before design? What is the correct orientation of design language through the design process? How to make the extension and coherence of graphics, typefaces, colors and materials in design? How to apply the conception of coherence in book design? Above all, it tried to make sure that book design need the overall consideration by the conception of coherence. Thus, we can reach the aim of coherent book design.

Key words: the conception of coherence; way of thinking; the correct orientation

当今,以书籍为载体的传统传播方式依然占有庞大市场,如何将书籍尤其系列书籍的面貌设计为一个整体?统一设计理念的形成以及统一设计体系的构筑,将是设计者必须面对的理论与实践课题。统一是形成品牌形象连续性的关键,统一设计的理念和方法是达成整体设计目标的关键。

1 统一设计理念的形成

统一设计是一个整体的思维过程。当设计者将混沌的感性认知和灵感的瞬间意识升华为整体的统一理念,整体性设计也就成功了一大半。因此,在设计之前,设计者必须对设计对象作周密调查,分析具体的设计要求,凭借自己独有的思维素质产生一连串的设计构思,从中提炼出最准确的统一设计方案。

统一设计的关键在于“统一”的提出与运用,具体包括前期策划、创意思考、统一设计的提出、统一设计的延伸、统一设计的表达、统一设计的构筑等步骤。统一设计是一个整体性、多方面的设计,是将客观的设计限制、市场要求与设计者的主观能动性统一到一个设计主题的方法^[1]。

1.1 方案分析

方案分析包括对具体书籍的分类、开本、材料、创意风格、文字及图形语义的分析;对设计元素定位的分析;对书籍结构的分析;对不同书籍所形成的二维空间功能的分析等。对于系列套书的设计来说,统一分析及其结论显得尤为重要。例如,由韩家英设计的系列套书《天涯》在材质使用、文字与图形传达语义的结合、主题字的风格与布局等方面,均形成了设计形式上的高度统一与有序变化,完美地契合了主题对于

收稿日期: 2011-08-17

作者简介: 周勇(1964—),男,上海人,上海出版印刷高等专科学校副教授,主要研究方向为平面设计。

系列书籍在延展风格上应形成统一的视觉形象的要求,是统一设计理念下的书籍设计典范,见图1。



图1 《天涯》

Fig.1 Frontiers

1.2 主题分析

主题分析是形成统一设计理念的重要方面,旨在了解书籍内容和主题,并进行针对性的统一设计,从而体现设计以内容为本的思想。主题分析包括对书籍内容、书籍分类、表现形式(套书还是单行本)、读者群(读者的职业结构、年龄层次、文化程度等)、构成成本、设计元素、字体选择等的分析。其中的读者群分析指导着统一设计的走向。

1.3 市场调查

对市场上同类书籍的设计进行分析和调查,有助于设计者把握当今的设计走向,加深对书籍设计在形态呈现上的了解,以便调整设计思路,控制好书籍在形态上和展示空间中的视觉传递功能,使设计的功能性趋于完美。市场调查包括个案分析、设计发展走向预测、不同设计风格分析等。

1.4 理念形成

经过上述系列分析,设计者必然会产生若干设计构思。它们来源于对设计客体的感性认识,之后便可以遵循综合、抽象、概括、归纳的思维方法将这些构思分类,找出其中的内在关联,形成统一设计理念。

2 统一设计理念的思维方法

设计思维是通过内在意象的结构性质进行的。当一切富有成效的思维必然发生于知觉领域内时,视觉是唯一可以表现空间联系的精确性和复杂性的感觉样式^[3]。这一样式便是统一设计理念的思维特征。

2.1 思维阶段

想象与联想是最主要的思维方式。黑格尔认为,

想象是指在原有感性形象的基础上创造出新视觉符号的思维过程。这些新的视觉符号是由已积累的材料经过加工、改造所形成。想象便是对市场调查、读者分析等结论进行想象。联想则是由一事物联想到另一事物的心理活动过程,是客观事物彼此相似的关联性所导致的结果^[3]。设计思维是一种理念,也是设计者的世界观,是设计过程的出发点和指导思想,并从宏观上控制着设计者寻找最佳方案的思维方法^[4]。因此,联想的思维方式能为设计者开辟更广阔的思维空间。

2.2 思维方法的运用

思维方法与思维运用有着严密的逻辑关系。格里高利指出:“设计方法是对某种特定种类的问题的解决方法,即是创造充足的条件使之达到相互关联结果的方法^[5]。”设计思维运用主要包括2种思维方法:抽象化思维与形象化思维。

抽象化思维是一种抽象性的概念系统的知识运动,其严密的逻辑性总是在“超脱”具体事物的抽象领域中进行,是一系列抽象的概念、判断和推理,并遵循一定的逻辑程序与规则。其主要方法有归纳法和演绎法。归纳法是从个别事实到一般结论、概念、原理的方法;演绎法是由一般原理、概念到个别结论的方法^[6]。

形象化思维就是对归纳及演绎所产生的形象进行构思,通过对图形符号等形象的思考,创造出统一的设计形象,将统一设计观念及其发展直观化地予以表达。

当然,具体设计过程中所运用的思维方式并不限于以上几种,还需要设计者深入分析与探索,更需要设计者运用敏捷的思维和广博的知识结构来总结和诠释。

3 统一设计理念的定位及内涵

不同的书籍具有不同的内容,所以必须针对每一种具体书籍形成特立的设计定位,才能保证设计作品具有独特的意义。书籍设计的定位取决于书籍内容,设计风格及其语言运用必须反映书籍的命题,即书籍设计应根据书籍内容进行构思和创作,要在立意上多下工夫。“意”即意境,立意是书籍设计的灵魂,艺术语言形式的统一则是书籍设计的躯体。书籍设计就是把对书籍的认识和理解转化成设计意象,用恰当的表

现形式加以表达,使每一种具体的书籍具有与众不同的内容、形式和气质,即个性。

统一设计定位的目的就是将统一设计理念在书籍设计中充分表达出来。从心理学来说,人们对事物信息的接受和识别分为感觉和知觉2个阶段。感觉反映事物的属性,知觉反映事物的整体;感觉是知觉的基础,知觉是感觉的深入。因此,感觉是最基本最简单的心理现象。没有感觉,不仅不可能产生知觉,而且不可能产生其他一切心理现象^[6]。由于读者最终通过书籍设计的诉求来直观地领会设计理念,书籍设计就必然是一种以产品特定消费群体为主导的定位设计。消费群体可以按年龄、性别、国家、文化、阶层等方面划分,不同产品面对不同消费者^[7]。因此,书籍设计必须反映出读者群对于书籍的内容期待和阅读渴望。

书籍的设计风格体现着书籍的个性,有个性就不会雷同。个性化就是无限超越自我,它使设计表达更具生命力,而通过对统一设计理念的定位将设计理论转化为设计手法,将指引设计者采取一定的表达方式(如形态、结构、材质、艺术语言等书籍构成元素),为确定独特的设计手法打下基础。独特的设计令书籍中的各种视觉要素以一种特定的定位方式进行组合,达到更加和谐统一的效果。尤其系列书籍设计,它不限于单本书籍,而是多本书籍在同一命题下的组合设计。

书籍统一设计理念的内涵是指书籍设计布局所依赖的各个构成元素。如何将书籍中的各个构成元素形成统一设计形象,对于书籍设计来说,主要是不论同一书籍所展开的具体内容如何多样化或者更新,书籍的主题字体(书名)、作者、出版社、主题图形、色彩、材料等必须遵循统一设计定位理念,以保证各要素的前后统一,形成具有鲜明识别性的视觉形象。

杉浦康平设计的《音乐艺术》系列套书见图2。设计师依据书籍内涵设计了一组具有光效应效果的抽象图形,这组图形始终贯穿整套书,每个图形的形态不同,但形式语言相同,呈现出音乐的丰富特性和魔幻节奏。文字布局与字体一致,色彩却在转换。书籍材质与开本高度统一。这些设计手法的运用达成了系列书籍设计风格的统一与变化。书籍设计统一定位的视觉识别系统,是向外界传达全部视觉形象的总和,也是书籍统一设计定位的具体化、视觉化与符号化。书籍通过视觉形象定位体现出书籍的个性与风格,并最终通过视觉形象定位的传播活动植根于广大



图2 《音乐艺术》

Fig.2 Music art

公众心目中。

4 统一设计理念的运用

设计思维是设计创作的核心,决定设计作品的成败。设计者是设计思维的实施者,设计思维的过程就是设计者根据主题的要求,对自己的生活体验进行提炼和构思的过程。设计创作的实践运用阶段主要有主题触发、设计构思和设计传达。主题触发是设计创作的外在刺激,一旦引发了设计者的设计愿望,将激活设计者内心的生活积淀,促使设计者将内在的创作欲望用艺术的形式表现出来。

统一设计理念的运用就是由设计主题出发,理性地将统一设计理念赋予设计的过程,包括对设计理念的演绎、推理和发散,从而将统一设计理念有效地呈现在设计方案中。统一设计理念的产生是设计者感性思维的结论,统一设计理念的运用则需要设计者将思维理性地渗透到设计的每一个部分,也就是设计形式语言的统一延展。

统一形式语言的延展及研究的初步阶段,在统一设计观念中被称为系列书籍的组合与划分。首先,考虑设计元素各组成部分的功能是否合理。可采用图形演化分析法对图形进行比较,就是对系列书籍所展现的二维空间进行分析,研究各二维空间之间的相互关系,图形和文字的大小与诸构成元素布局的合理性,图形空间地位的主次,相对空间的动静关系等,以便设计者在平面布置上更有效合理地运用现有空间,使空间的实用性得到充分发挥。其次,对空间流线进行系统化的统一设计。例如刘宏骏设计的《上海文学》,见图3,以“创造细小的生活氛围”为定位理念,其设计便以日常生活用品为借代语言来表述文学与生活的关系。设计者先将版面空间分为3个功能区,再通过流线性的



图3 《上海文学》

Fig.3 Shanghai Literature

形式感形成链接。在设计元素的连续布局这一步骤中,统一设计理念的表达与图形安排的合理性被紧密地结合起来,是一种很不错的理念表达形式。

统一设计的风格延展是对设计风格理念以及由此理念发散所产生的形的分解。由一个设计理念出发可以联想到许多表达的形,将这些形打散、组合、再重组,就能得到若干可以利用的形或造型,然后将它们变化运用到设计的每一个方面,这就是书籍的设计风格延展。至于是选用人性化的带有民族风格的设计元素,还是选用现代感强烈的设计元素,这取决于设计元素本身能否准确有力地表达设计主题,能否创造出既变化又统一的特殊形态。

吕敬人设计的《朱熹榜书千字文》见图4。书籍内芯设计以稳定的武文线与奔放的书法字体形成对比,在扩张与内敛、动态与静态中取得平衡与和谐。设计师用本土传统格式为框架,并予以强化,框架内是大小粗细错落有致的文字符号。封面设计则以中国书法的基本笔画——点、撇、捺作为上、中、下三册书的特征符号,既统一格式,又极具个性。函套仿照宋代印刷的木雕版形式,将一千字反雕在桐木板上。全函以皮带串连,如意木扣合,构成了造型别致的书籍风格形态。



图4 《朱熹榜书千字文》

Fig.4 Zhu Xi Calligraphy Art Thousand-Character Classic

5 结语

统一设计理念是书籍设计的一个重要内容,它以读者群的定位为基础,以诉求为目的,通过调查研究和分析论证,针对性地提出贯穿书籍设计开发全过程的统一设计理念,并将该理念转化为具有操作性的设计原理和设计创意,是导引后续设计的原则和实施标准。

参考文献:

- [1] 雷青.书籍设计教学中的设计概念与概念设计[J].内蒙古师范大学学报(教育科学版),2007(9):142.
- [2] 伍立峰.设计思维实践[M].上海:上海书店出版社,2007.
- [3] 苏里曼.对标志创意设计的研究[J].包装工程,2006,27(4):249—252.
- [4] 吴军伟.论设计中的创造性思维[J].包装工程,2006,27(4):261—264.
- [5] 帕金斯.创造是心智的最佳活动[M].蒋斌,梁彪,译.广州:广东人民出版社,1997.
- [6] 葛饶民.商品包装及消费心理[J].包装工程,2006,27(4):280—283.
- [7] 柳林.包装装潢设计[M].武汉:武汉大学出版社,1996.

(上接第17页)

参考文献:

- [1] 邱志诚,高娟,李慧萍.产品外观色彩的色调设计及配色原则[J].包装工程,2004,25(1):124—125.
- [2] DONALD Norman.The Design of Everyday Things[M].New York:Doubleday, 1990.
- [3] KAMPE KUUT K W,FRITH CHRIS D,DOLAN RAYMOND J, et al.Reward Value of Attractiveness and Gaze[J].Nature,2001(13):589.
- [4] 殷俊,王平.包装设计中的色彩设计思维[J].包装工程,2006,27(6):348—349.
- [5] 张金敏.包装色彩设计的传承与创新[J].包装工程,2005,26(4):162—163.
- [6] 董建华,朱钟炎.设计约束[J].艺术科技,2007(1):49—52.
- [7] CASEY Steven.Set Phasers on Stun and Other True Tales of Design, Technology, and Human Error[M].Santa Barbara:Aegean Publishing Company, 1998.
- [8] 潘春宇,高卫东,吴文正.偶发性色彩动态特征及其生成过程的影响因素[J].纺织学报,2009(12):86—89.