

论书籍封面设计中汉字的创意设计

王宏香

(西安美术学院, 西安 710065)

摘要: 通过分析了汉字图形化、装饰化、简约化、融合化的创作方法,对封面设计中汉字的创意形式和方法进行了探讨,剖析了汉字创意设计中所蕴涵的文化内涵及审美意蕴,表明了创意汉字作为书籍封面设计的元素,不仅提升了书籍的文化品位,还使汉字的美得到了传承。

关键词: 文化性; 汉字创意; 图形语言; 装饰美

中图分类号: J524.5 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)24-0025-03

On the Creative Design of Chinese Character in the Book Cover Design

WANG Hong-xiang

(Xi'an Academy of Fine Arts, Xi'an 710065, China)

Abstract: Through analysis of character graphical, decorative, simplification, convergence and other creative methods, it discussed the creative forms and methods of Chinese characters in cover design, analyzed the cultural connotation and aesthetic meaning in Chinese characters creative design showing that creative character as a book cover design elements, not only to enhance the cultural quality of the books, and so get the beauty of character.

Key words: cultural; Chinese character creative; graphic language; decorative beauty

汉字是中华民族几千年来智慧的结晶,是中华民族文化的象征与代表,是中国人认识世界、感悟自然的结果,是中国人独特思维方式、文化思想的一种体现,是中国博大精深的传统文化的组成部分。汉字的创造被誉为中国的第五大发明,是中国对世界的又一次巨大贡献。汉字的创意打破了文字作为抽象的、线条化的单一格局,具有了艺术、情感与创造的美,同时折射出一定的文化内涵与时代的审美追求。汉字创意是在汉字外部形态与内部结构两种意象间进行的设计,是汉字笔画形式与结构的创新,是以汉字为基础的视觉文化创造,其彰显出鲜明的时代文化特征与审美追求。

封面是一本书美丽的外衣,是承载书籍信息内容、折射书籍文化思想的载体,是与读者进行直接情感交流的窗口。封面设计中汉字独特的创意文化与设计形式,彰显了书籍的文化性、书卷气,同时以汉字为元素的现代设计带给了人们深深的民族自豪感、亲

切感。设计者在对内容进行编辑设计时,常常选择与书籍内容、气质相匹配的文字元素,将其图形化、装饰化、简约化、融合化,达到内容与形式的完美表现。

1 汉字的图形化

汉字虽源于图画,但今天人们所看到的文字大多已摆脱了象形的原貌,而是被约定为抽象的、线条化的固定下结构形式的文字。文字的一般表现形式是以实用为目的,具备传递信息的基本功能。然而在视觉传达活动中,图形的加入唤醒了人们潜在的审美活动,使信息的内涵与容量增加,增强了文字的艺术感染力^[1]。这种新的表现,有助于适应国际语境下不同文化的交流需求,扩大了文字的传播途径。

汉字图形化是以文字为对象进行图形创意表现,弱化了文字的识别性,强调了图形的视觉审美与意蕴表达,用独特的形象识别体系与符号,将文字的内在涵

收稿日期: 2013-05-13

作者简介: 王宏香(1966—),女,陕西人,西安美术学院副教授,主要从事平面设计的教学与研究。

义与特质体现出来,构成了文字形图画所特有的个性美。

汉字图形化设计,是汉字图画方式的再现,是用文字“造型”表达观念、思维的一种设计的样式,汉字与图形结合时,由于思维、情感意识的相互碰撞,客观物象与抽象概念的交织、演化,使彼此遥远的事物嫁接、重组后形成了文字的图画再现。汉字图形化设计是通过汉字体现设计内涵、文化思想、审美趣味的一种形式^[2],是设计师探索本土文化与现代设计语言的一种手段,是传承民族文化的一种途径,是现代接受信息的一种方式。

汉字意象就是文字象形的又一再现。《天涯》杂志封面设计中言字的现代结构形式与甲骨文中所讲的张口伸舌讲话的象形图形有机结合,构成了现代版的说文解字,见图1,此种文图共赏的视觉形式既有视觉的美,又包含了意蕴之美。



图1 《天涯》封面 I

Fig.1 "End of the World" cover I

文字的图形表达,是由文字与图形共同构成的特殊的图形表现形式,具有文字与图形本身不可比拟的效果和作用,是汉字与图形结合的产物,对视觉传达起着一定的重要意义。

2 汉字的装饰化

装饰性汉字是体现汉字美的一种表达形式,是在汉字原有笔画、外形和结构间进行有意的、图案的、纹理的加工处理,是一种加法式的叠加式设计思路,强调文字的装饰美感及象征寓意,是一种独特的文字美化艺术。装饰文字同样属于文字图形化的范畴,只是在其构成方法、创作思路更强调纹样元素与汉字的艺术结合^[3],注重纹样与文字内在结构的契合关系。

中国历来就有对文字的敬仰与崇拜,认为文字有着超越物质世界以外的神奇力量,人们珍惜、喜爱文字,用各种装饰为文字换上美丽的外衣,无论是花鸟

鱼虫、飞禽走兽、历史典故,还是质感肌理的视觉再现,其目的都是以此丰富信息内容、加强审美表现,通过艺术化的装饰手法表达人们心中的意愿与美好。

装饰性汉字设计是设计者巧妙构架文字造型与图形装饰之间关系的结果,是以艺术之美再现文字内涵与外在形式的结果,是形与意、形与形有机结合的结晶体。装饰性汉字能使文字意象产生图形联想,以文字之躯体现艺术之美、观念之美,构成美的装饰化、唯美化的视觉风格,形成装饰性文字图形。装饰之字是将美赋予文字的一种表现形式^[4],其既合乎汉字间架结构组织,又注重汉字的审美表现,是文字形态与装饰美的结合。

装饰化设计是对极少主义风格的补充,是繁复设计回归人们视野的开始,这种自然、亲和,抛掉功利的设计体现了设计对人情感的关怀与心灵的关照。

文字在无尽的岁月中不断幻化出无限的身姿,《意匠文字》是吕胜中多年来收集编撰的一部中国民间创意字体大全,呈现了一个崇尚美好、崇尚自然的民族用世世代代的心意书写而酿造成的不同风格的字体。设计者王序,以醒目、粗狂的文字装饰诠释了民间字体所具有的单纯美,再现了文字美丽身影背后劳动人民的审美心理。《意匠文字》见图2。



图2 《意匠文字》

Fig.2 "The Artistic Conception Text"

3 汉字的简约化

简约是一种设计风格,是与繁缛装饰设计相对的一种艺术形式。简约化设计是将设计元素简化到它要表现事物的本质,除去浮华的外表,是视觉语言的高度浓缩与精简,强调设计的内在魅力^[5]。简约不是内容的简单删减,而是将提炼的精华通过最简要的形式表达出来,达到以少胜多,以简胜繁的设计目标。

汉字的简约化设计,是文字笔画与内部结构的简省与取舍,简省后的文字打破了其在人们心目中固有

的形象,改变了人们一般性的思维习惯。简化后的汉字形象的缺与失,是设计者用文字造型语言形象传达设计理念,体现设计内涵的一种方法;是少即多思想的具体表现,这种少是建立在人们对事物熟悉的基础之上的,它给观者留下了想象的空间。当设计者在选择取舍部分时,突出的部分则愈显强烈,当知觉与感官形成层层交织、相互联系、不断变换的网状结构时,阅读便在似与不似、熟悉与陌生之间来回转换,获得从视觉到精神的满足^[6]。

设计丛书《包装设计》、《广告设计》、《信笺设计》是以展现设计创意和文化概念为核心的专业书籍,见图3。设计者将简化后的汉字作为一种图形符号,运用在封面设计上,虚空的文字造型好似一个无限的宇宙,让人的想象能住进去。版面中文字的虚实、聚散、强弱、空白的设置,营造了一个视觉清新、设计简约,令人充满想象的空间。



图3 设计丛书

Fig.3 Design series books

4 汉字的融合

融合是指事物彼此间的接纳和包容,是在本体元素不变的基础上,融入其他要素的一种方法,其中可以是不同设计风格、语言的复合,古今融合、东西融合、新旧融合等。融合是社会文化生活、审美趋向、道德价值观、现代文化思潮、民族文化的反映,能够体现创作个性与艺术个性^[7]。

汉字设计中的融合是指在汉字笔画中,融入其他语言文字、符号或元素的一种方法。嫁接不同元素与汉字的做法,往往是由于彼此间形的相似或意义上的关联而构成潜在的联系,显示了融合部分与汉字笔画之间存在的某种相似与巧合。这种保留了汉字整体识别性的构字法,打破了文字单一笔画、单一形式、单一语言的模式,使文字获得了本身视觉审美趣味的同

时,令意趣得到了升华。融合之体,在保持各部分特征、个性的基础上,挖掘其潜在的共性与意义,使文字在形与形、形与意的形式表达上放射出独特的韵味。融合打破了文字创作模式中,追求统一笔法造型的创作思路,融合式思维反映出现代人对不同文化的接纳与包容,显示出文化与文化之间、文化与时尚之间的相互影响、相互渗透,打破了汉字流通的界线,让不同文化背景下的人在欣赏文字时都能产生亲切感、认同感,消除了人与文字之间的陌生感^[8],使古老的汉字焕发出新的生命。

设计师韩家英为《天涯》设计的封面,见图4,以汉字为视觉元素,探寻着古老汉字美丽背后隐含的现代之美,设计的中西文化合璧之体,既有表现风格的差异,又有不同文字语言的融合,散发出浓厚的人文气息与现代美。



图4 《天涯》封面 II

Fig.4 "End of the World" cover II

5 结语

汉字创意设计是现代人在传统文化中进行视觉创造活动的一种手段^[9],是现代人以传统为元素的再创造。在汉字原有文化精髓中注入时代元素,才能发挥汉字的最大特点,使其成为一种富有生命感染力、时代文化特色的新语言。

创意法是设计师在前人基础上的不断创新与发展,其中许多方法都是相互影响、相互包容、相互交叉的,人们不能孤立地用一种眼光、一种思维去理解它,更不能生硬地搬用它,相反要善于发现、敢于尝试,让文字成为演绎生命的又一载体。

参考文献:

- [1] 百度文库.汉字图形化创意表现空间 [EB/OL]. (2012-03-29)

(下转第45页)

不断提高,人在作业过程中的情感和认知,影响到整个系统的运行效率与安全,因此,行业标准化、人性化问题必将被广泛关注,人在作业过程中的精神层面的需求,也必将成为设计的高层次追求。

参考文献:

- [1] 张凌浩.产品的语意[M].北京:中国建筑工业出版社,2009.
ZHANG Ling-hao.Product Semantics[M].Beijing: China Architecture & Building Press,2009.
- [2] 郑璇,胡雨霞.产品设计中的符号学应用[J].湖北工业大学学报,2008,23(6):104—106.
ZHENG Xuan, HU Yu-xia.The Application of Semiotics in Product Design[J].Journal of Hubei University of Technology, 2008,23(6):104—106.
- [3] 毛怀艳,刘子建.产品色彩的配色原则与品牌形象[J].机电产品开发与创新,2009,22(3):60—62.
MAO Huai-yan, LIU Zi-jian.The Principles of Product Color Matching and Brand Image[J].Development & Innovation of Machinery & Electric Products,2009,22(3):60—62.
- [4] 袁修干,庄达民,张兴娟.人机工程计算机仿真[M].北京:北京航空航天大学出版社,2005.
YUAN Xiu-gan, ZHUANG Da-min, ZHANG Xing-juan. Computer Simulation of Man-machine Engineering[M].Beijing: Beihang University Press,2005.
- [5] 杨勤,吕健.RGV人工补货工位的人机系统设计及3D模拟[J].包装工程,2010,31(6):1—4.
YANG Qin, LYU Jian.Man-machine System Design and 3D Simulation for RGV-system[J].Packaging Engineering,2010,31(6):1—4.
- [6] 王卫星.香烟分拣机中的人机适配[D].贵阳:贵州大学,2006.
WANG Wei-xing.Machine Fitness in the Cigarette Sorting Machine[D].Guiyang: Guizhou University,2006.
- [7] 丁玉兰.人机工程学[M].北京:北京理工大学出版社,2011.
DING Yu-lan.Human Engineering[M].Beijing: Beijing Institute of Technology Press,2011.
- [8] 雷中民.汉字的渊源及在包装设计中应用的魅力[J].包装工程,2007,28(8):152—154.
LEI Zhong-min.The Origin of Chinese Characters, Charm and Applications in the Packaging Design[J].Packaging Engineering,2007,28(8):152—154.
- [9] 李继侠.产品包装中的字体设计研究[J].包装工程,2011,32(18):111—113.
LI Ji-xia.Font in Product Packaging Design[J].Packaging Engineering,2011,32(18):111—113.
- [10] 崔平平.汉字在包装装潢设计中的个性表现[J].包装工程,2006,27(3):218—219.
CUI Ping-ping.The Personality of the Chinese Characters in the Packaging Design Performance[J].Packaging Engineering,2006,27(3):218—219.
- [11] 杨树林.字体创意设计在包装中的魅力[J].包装工程,2012,33(20):106—108.
YANG Shu-lin.Font Creative Design Packaging Charm[J].Packaging Engineering,2012,33(20):106—108.
- [12] 李绍兰,杨平.汉字字体设计中的图形意味[J].包装工程,2005,26(4):180—181.
LI Shao-lan, YANG Ping. Chinese Character Font Design Graphics Mean[J].Packaging Engineering,2005,26(4):180—181.
- [13] 刘卷.民族化包装设计中汉字创意表现的作用[J].包装工程,2010,31(6):64—66.
LIU Juan.Effect of Nationalization of Chinese Characters Creative Packaging Design in the Performance[J].Packaging Engineering,2010,31(6):64—66.
- [14] 李娟.大众文化氛围下汉字创意设计的可能性[J].包装工程,2008,29(11):228—230.
LI Juan. The Possibility of Chinese Characters Creative Design under Popular Culture Atmosphere[J].Packaging Engineering,2008,29(11):228—230.
- [15] 郑皓华,胡红忠,郑晓华.对包装设计中汉字运用的思考[J].包装工程,2005,26(5):230—231.
ZHENG Hao-hua, HU Hong-zhong, ZHENG Xiao-hua.The Use of Chinese Characters in the Packaging Design Thinking [J].Packaging Engineering,2005,26(5):230—231.

(上接第27页)

[2013-04-11].<http://wenku.baidu.com>.

Baidu Library.Chinese Character Graphical Creative Performance Space[EB/OL].(2012-03-29)[2013-04-11].<http://wenku.baidu.com>.