信息时代背景下的概念书籍设计研究

孟庆红
（河南大学，开封 475001）

摘要：目的 以信息时代概念书籍设计的特征为出发点，分析未来书籍发展的新思路。**方法** 理论与实际案例相结合，分析概念书籍的设计理念与艺术表现。**结论** 概念书籍的出现反映了当代书籍设计的一种需求，也是书籍形态发展的必然结果，需要社会各界的共同关注与努力，才能为我国当代书籍设计的动态发展注入新的活力。

关键词：概念书籍；艺术表现；设计方法
中图分类号：J524.5　　**文献标识码：**A　　**文章编号：**1001-3563(2014)04-0123-04

The Concept Books Design in the Information Era

MENG Qing-hong
(Henan University, Kaifeng 475001, China)

ABSTRACT: Objective Based on the features of the concept book design in this information era, it provided a new idea for the future development of the books. **Methods** Combined theory with actual cases, it analyzed the design idea and performance of concept books. **Conclusion** The emergence of the concept books not only reflected a demand of contemporary book design, but also was the inevitable result of the development of book configuration.It will inject new vitality to the development of Chinese contemporary book design by relying on the concern and efforts of the community.

KEY WORDS: concept books; artistic expression; design method

中国的书籍艺术有着悠久的历史传统，纵观其发展历程，可以概括为书籍装帧和书籍设计两大阶段。传统书籍装帧是指从书籍文稿到成书出版的整个设计过程，它包含了艺术思维、构思创意和技术手法的系统设计。由于时代、经济、社会环境的影响，长期以来，书籍装帧大多数是以简单的二维化思维和绘画式的表现方式来完成书籍的封面和版式设计，缺乏由表及里的书籍整体之美。书籍设计理念的滞后与设计语言的贫乏，已不能适应信息时代背景下人们多元化的阅读需求。

“概念”是“反映对象本质属性的思维方式”，概念产生于一般规律并以崭新的思维和表现形态体现对象的本质内涵。概念书是指在准确传达书籍内容信息的基础上，充分体现书籍内涵，独具个性的新形态书籍[1]。概念书籍的出现，反映了现代书籍形态的一种需求，如何不断地更新设计观念，寻求书籍设计的突破点，为读者创造独特、舒适的阅读空间，是艺术设计人员共同面对的课题。

1 信息时代背景下概念书籍的设计表现

1.1 思维模式的创新

概念书籍是一种创新的书籍形态设计，它与传统书籍最大的区别就在于观念的突破，其设计的目的在

收稿日期：2013-09-01
作者简介：孟庆红(1970—)，女，河南开封人，硕士，河南大学副教授，主要从事平面设计的教学与研究。

于尽可能地打破以往惯有的思维模式，运用全新的设计理念，通过对形态、材料、工艺等方面的个性表达，满足读者高层次、差异化的消费特点及审美需求。

概念书籍设计不是传统意义上的开本、色彩、图像、版式的整体设计，而是在传统书籍设计的基础上，融入创新设计理念，是设计者对书籍的内涵进行归纳与提炼，强化书籍文本内容的思想、观点、意识，对书籍表现形式、视觉元素、材料工艺进行独创性与探索性的设计[2]。人们的视觉习惯总是遵循这样的规律：耳目一新的事物很容易成为关注的焦点，而司空见惯的、刻板的东西就很难引起人们的注意。这就要求设计师不仅要有广博的知识，高深的素养、敏锐的观察力，同时还要具备超前的创新思维能力。能够打破以往固有的思维模式，学习和采用现代的设计理念，在吸收传统精华的基础上，善于从其他领域获取灵感，大胆地创新，用新的视角、新的表现手段来提升书籍设计的文化品位与审美功能。

1.2 符合读者多元化的审美需求

在信息时代的今天，人们的精神文化生活及审美观念趋向多元化，读者在阅读载体和阅读方式上比以往有了更多的选择，阅读习惯呈现互动性、娱乐性的特征。书籍设计必须挖掘新的设计语言，寻求设计形态的可变空间，来满足读者对书籍设计审美多样化的需求。如日本设计师川村真司的《RAINBOW IN YOUR HAND》一书，见图1。创作于2007年，外观看上去是一本传统的颜色样本书，设计师将同样大小的七色四方形，印刷在36张漆黑的纸上。当读者连续翻动书页时，“掌心中的彩虹”立刻呈现，创造出了比动画更加立体的3D效果。富有创意的设计让读者从书籍中获得更多的感官体验，是一种视觉形式的愉悦，更是把玩、游戏或收藏。

图1 手中的彩虹

Fig.1 Rainbow in the hands

多元化的书籍设计，使得阅读的过程具有无限的可能性。概念书籍设计不仅要重视形态的创新，又要体现书籍的内涵[3]。书籍设计可以是二维的、静态的形式，也可以是立体的、动态的表现。设计师要始终把握书籍功能与美学的关系，重视概念书的阅读性与感官享受的协调统一，才能体现出概念书籍创新的价值和意义。

1.3 创造书籍与读者之间互动的阅读方式

信息时代背景下，读者不再满足于被动地接受产品推荐，更加希望主动参与设计过程。他们从各自的需求出发，阅读的行为是积极的、主动的，在阅读过程中更关注参与性、主体性。所以，概念书籍设计应强调“以人为本”的原则，加强书籍与读者之间的互动联系，满足读者的个性追求。

成功的概念书籍设计能够营造一个匠心独具的阅读氛围，甚至可以把书籍变成“游戏”，让读者参与其中，使读者在阅读过程中既获得了知识，同时又带来了精神上的愉悦与享受[4-5]。如荣获2007年度德国莱比锡“世界最美的书”——《不裁》，见图2。设计师朱赢椿充分考虑到了读者的参与因素，书芯由3种不同颜色、不同质地的纸张混合装订而成，但书的内页是连在一起的。另外，设计师又设计了一把纸质裁刀，需要读者边看边裁，为读者营造了一个游戏与娱乐的阅读空间。让阅读有延迟、有期待、有节奏、有小憩，最后得到一本古朴而雅致的毛边书。这种新颖的设计，和读者情景交融，让书籍有了生命，也让书籍成为一件具有收藏、观赏价值的艺术品。

图2 《不裁》

Fig.2 "Not Cut"

时代的发展不断更新设计观念，探索和发掘新的阅读方式，创造“以人为本”的阅读氛围，使书籍更加富于趣味性、独创性，为读者创造情感上的愉悦和思想上的共鸣！

2　信息时代背景下概念书籍的设计方法

2.1　概念书籍的外部形态表现

对书籍形态进行设计是概念书籍艺术表现的方法之一。

书籍“形态”是指书籍的外在结构、形体以及内在“神态”，是外在美与内在美的结合。书籍形态设计是通过不同的外部形态，恰当传达出书籍的内容信息，准确表达书籍的风格，从而赋予书籍第一印象的鲜活生命，在视觉上吸引读者，激发读者的阅读兴趣[6]。

内容决定形式，概念书籍的形态设计应该从书籍的内容出发，加以提炼和概括，做到从内容到形式的和谐统一[7]。各种新材料、新技术的运用，使得书籍形态多样性成为可能。概念书籍设计打破了常态书籍的六面体，呈现出圆的、多边的、异形的、仿生的等多种形式。丰富的书籍形态不仅在视觉上带来新鲜的趣味，同时对反映书籍内在精神上还有着非物质的外化作用，是对书籍内容信息传达的形象化补充。

概念书籍在形态上寻求变化，一方面可以通过新技术、新材料和新工艺，探索书籍形态的多种表现形式，设计出独具个性的翻阅型书籍；另一方面，也可以完全打破传统书籍的外部形态，探索未来书籍阅读方式的各种可能性。例如，较为成功的书籍作品《眼观六路》。设计师利用魔方的外观，把书籍的形态做成和魔方一样的正六面体。这种书籍并非传统意义上的翻阅型书籍，而是结合魔方特殊的结构原理，随着魔方的旋转，呈现出不同的视觉效果，给读者带来前所未有的新鲜体验，在心理上留下了深刻的印象[8]。

2.2　概念书籍的内部形态表现

多数书籍需要通过二维空间的基本元素来表达，在平面上进行文字、图形的编排，运用色彩和版式的不同风格来进行书籍的视觉表现。概念书籍中的文字、图形、色彩、线条既有语言信息载体的功能，又是具有视觉识别特征的符号系统[9]。作为造型元素，各自的多少、大小、形状、方向、主次、疏密等都可以根据设计的需要，表现出不同的信息传达效果。概念书籍设计在满足实用性的前提下，要尽可能地突破传统的编排方式。准确把握文字、语言信息，发挥文字的内在潜力，注意色彩的情感与表达内容的一致性，充分发挥色彩在书籍设计中的视觉效应，对书籍内部形态的诸要素有机地、富有节奏地编排，达到外表与内在，造型与神态的协调统一[10]。也可以大胆地运用空白，为读者营造想象空间。比如在莱比锡图书博览会上荣获“世界最美的书”《蚁呓》的设计，就是打破传统书籍满版的布局。设计师根据图书主题，配以新颖别致的插画，简约到极致的文字，大片的页面，留给了空白。这些空白正是持互动、实验心态的设计者对读者的鼓励，它只是一个引子，每一页都值得伫足凝想，更多的空间需要读者自己来填写。

概念书籍的内部形态是由书籍本身来决定的，可以是二维的形式，也可以借助开本大小、装订方式、色彩、材料、特殊工艺等来制造立体的欣赏空间。不论采用什么样的表现形式，设计者都要根据书籍的性质和特点，强调贯穿书籍的视觉符号的准确性，把握书籍的整体风格。

2.3　新材料、新技术的运用

书籍材料的发展是与时代进步紧密联系的，新材料不断涌现，为书籍艺术拥有多种物质形态提供了可行性。不同的材料可以赋予书籍不同的气质。书籍的主题内容也可以借助材料来引申发挥，从而将更深层的含义表达出来，这就是概念书籍采用不同材料的意义所在。设计师根据书籍的内容定位进行材料的选择，以此表达书籍的情感与观念，提升设计品位。材料的运用成为书籍设计不可或缺和不容忽视的重要元素。

在书籍设计中，纸张作为信息传播的媒介，一直以来处于重要的位置。近年来，先进的科技不断应用到纸张制造业中，出现了许多色彩和质感都非常有特点的纸材。如水纹纸、皮纹纸、金银卡纸、手揉纸、彩岩等。这些色彩丰富、质感迥异的特种纸张，存在着明显的触摸质感差异，极大的丰富了设计者的创作灵感和艺术表现力。书籍设计语言是多元的，可以利用纸材的平面元素，通过对纸张的折叠、切割、组合等处理手法，来达到平面之中有变化，呈现出丰富、多维的立体效果。所以，有效的利用纸张能完美地诠释书籍的“气质”和“内涵”。

概念书的材料并不局限于纸材，不同的阅读方式可以考虑使用不同的材料[11]。设计中可用的材质可以是自然界的原始形态，如石头、木材、泥土等；也可以

是经过加工后的现成品，如金属、塑料、皮革、玻璃、织物等。材料本身就可以构成书籍的形态。同时，材料还以其特殊的触觉语言与读者交流，达成与读者之间思维和情感上的共鸣。在进行概念书籍设计的过程中，充分利用材料的不同特性、质感、触感、肌理等，并将其转换成视觉语言，表达书籍的情感与意图。借用材料的特性创造出具备艺术特征的书籍形式，通过功能与形式上的结合，实现书籍外在形态的多元化。如olly.nk.com公司为Levis牛仔裤所作的宣传册。设计师采用简单易找、具有怀旧感的牛仔布，再使用较硬的板纸把它们牢固的粘合在一起。用一些零碎的布头来做活页封套，版面设计与此呼应，给人一种“在路上”的感觉。这种小册子还可以作为一本随身携带的旅行日记，整个设计巧妙独特。仔细分析，材质的选择在设计中起到了关键的作用。

设计师选择材料首先基于作品所要表达的精神内涵。只有当选择的材料与书籍的内容相匹配、相吻合时，才能让设计作品呈现出精彩的效果。所以，“物尽其用”是实现审美性和经济性相统一的设计原则 。

随着社会的进步与发展，涌现出了许多新技术、新工艺。诸如计算机网络、数字化普及甚至各种相关技术也开始涉足书籍设计领域，如金属工艺、塑胶工艺、布艺等。这些新技术的运用，使材料语言的价值和内涵凸显，不仅提高了出版效率，而且使很多新的设计理念能够从设想变成现实。对新技术的尝试和应用，客观上实现了书籍的个性化，增加了书籍设计的艺术表现力。

3 结语

概念不是永恒不变的，而是随着社会历史和人类历史的发展而变化的普遍规律。概念书籍的出现反映了当代书籍设计的一种需求，也是书籍形态发展的必然结果。正如杉浦康平所说“书籍不仅仅是容纳文字，承载信息的工具，更应该是一件极具吸引力的物品”。在我国出版业内，概念书尚处于起步阶段，任何一个新生事物的出现都会有其两面性。在未来的一段时期内，需要出版者、设计者、售书者、读者等社会各界的共同关注，才能为我国当代书籍设计的动态发展注入新的活力。

参考文献：

[1] 吕敬人.吕敬人书籍设计教程[M].武汉：湖北美术出版社，2005.
LYU Jing-ren.LYU Jing-ren Book Design Course[M].Wuhan：Hubei Fine Arts Publishing House，2005.

[2] 周勇.基于统一设计理念的书籍设计[J].包装工程，2011，32（14）：29—32.
ZHOU Yong.Book Design Based on Unified Design Concept [J]. Packaging Engineering，2011，32（14）：29—32.

[3] 吕敬人.书艺问道[M].北京：中国青年出版社，2006.
LYU Jing-ren.Research on Books Design Arts[M].Beijing：China Youth Publishing Group，2006.

[4] ROGER F T，CAROLINE R.现代图书设计[M].北京：中国水利水电出版社，2006.
ROGER F T，CAROLINE R.Modern Book Design[M].Beijing：China Water Power Press，2006.

[5] 刘宏芹.浅谈书籍设计的人性化[J].河北科技师范学院校报（社会科学版），2004，3（3）：79—82.
LIU Hong-qin.On Humanization of Book Design[J].Journal of Hebei Nomal University of Science & Technology（Social Science Edition），2004，3（3）：79—82.

[6] 张森.书籍形态设计[M].北京：中国纺织出版社，2006.
ZHANG Sen.Books Shape Design[M].Beijing：China Textile & Apparel Press，2006.

[7] 李凯.论书籍形态设计要素的创新与发展[J].包装工程，2009，30（6）：191—192.
LI Kai.On the Innovation and Development of Book Design Elements[J].Packaging Engineering，2009，30（6）：191—192.

[8] 文闻.立体书设计与儿童创造力之关系探析[J].包装工程，2012，33（14）：91—93.
WEN Wen.Analysis of the Relationship between Pop-up Book Design and the Creativity of Children[J].Packaging Engineering，2012，33（14）：91—93.

[9] 易中华.文字在书籍装帧设计中的双重性[J].包装工程，2011，32（4）：33—35.
YI Zhong-hua.Duality of Characters in Book Design[J]. Packaging Engineering，2011，32（4）：33—35.

[10] 瑞恩·威廉，柯诺瓦·西奥多.美国视觉传达完全教程[M].上海：上海人民美术出版社，2008.
RYAN W，KENOVA T.The United States of America Visual Complete Tutorial[M].Shanghai：Shanghai People′ s Fine Arts Publishing House，2008.

[11] 原研哉.设计中的设计[M].济南：山东人民出版社，2006.
KENYA H.Designing Design[M].Jinan：Shandong People′ s Publishing House，2006.