

# 基于读者悦读体验的版式设计优化研究

周致欣<sup>1,2</sup>, 毛雪飞<sup>2</sup>

(1.天津师范大学, 天津 300222; 2.天津职业技术师范大学, 天津 300222)

**摘要:** **目的** 基于读者的阅读体验探究优化版式设计规则。通过对读者的阅读体验, 深刻发掘读者阅读时的所有需要, 使读者经过精心的版式设计, 获得愉悦的阅读体验, 从而由原来的阅读提升到悦读。**方法** 主要通过文献研究法、对比分析法以及总结归纳法进行调查研究。通过查阅相关文献, 了解有关版式设计的一般规则, 了解读者的阅读心理及视觉习惯。通过与传统的版面编排进行对比, 总结出数字媒体背景下版面编排设计的优化措施与办法。**结论** 在对书籍的版式设计之前, 有必要探究版式设计对读者悦读体验的影响, 得出基于读者悦读体验的版式设计的方法和优化规则。

**关键词:** 阅读; 阅读习惯; 悦读体验; 版式设计

**中图分类号:** J524.5; J511 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)14-0050-04

## Layout Optimization Design Based on the Experience of Readers' Reading

ZHOU Zhi-xin<sup>1,2</sup>, MAO Xue-fei<sup>2</sup>

(1.Tianjin Normal University, Tianjin 300222, China;

2.Tianjin University of Technology and Education, Tianjin 300222, China)

**ABSTRACT:** It aims to explore the optimized layout design rules based on reader's reading experience. Through the reader's reading experience, it profoundly explores all the needs of readers to read, so that readers get a pleasant reading experience through careful layout design, the original reading is promoted to happy read. The literature research method, comparative analysis and summary induction method are investigated and studied. By consulting the relevant literature, the general rules of layout design are learned, the reader's reading psychology and visual habits are understood. Through the comparison with the traditional layout, it sums up the digital media background layout design optimization measures and methods. Before the design of the book layout, it is necessary to explore the impact of layout design on the reader's reading experience. Based on the reader's reading experience, the methods of design and optimization rules are obtained.

**KEY WORDS:** reading; reading habits; reading experience; layout design

随着数字媒体时代的到来, 书籍的版式设计也面临着由“平面”到“屏面”的转型, 电子书也给传统书籍带来了巨大的冲击, 这也就意味着过于平面化的视觉语言不再能够满足读者的需要了, 进而传统书籍要想重新获得读者的青睐, 必须要根据读者的阅读需求作出相应的改变。唯有通过书籍设计的创新, 满足读者的心理需求, 让读者得到更多的体验, 才能实现读者对纸质书的依赖, 由原来的阅读提升到悦读。

## 1 研究背景及现状

随着数字媒体时代的到来, 书籍的版式设计也面临着由“平面”到“屏面”的转型, 新时代的产物, 即电子书也对传统图书行业带来了巨大的冲击。书籍, 作为一种传播信息、知识的载体, 它受着时代、科技发展的影响, 其存在形式也在悄然地发生变化。新媒体

收稿日期: 2017-04-11

**作者简介:** 周致欣 (1981—), 女, 河北人, 天津师范大学博士生, 天津职业技术师范大学副教授, 主要从事产品包装设计方面的研究。

**通讯作者:** 魏长增 (1962—), 男, 天津人, 硕士, 天津职业技术师范大学教授、硕士生导师, 主要从事视觉传达设计、产品设计方面的研究。

时代的信息传播的需求,已经不能满足读者停留在简单的认知层面上,版式设计也不再是简单的排版、文字叠加,而阅读载体的改变,使读者有更多的机会来选择阅读的方式。

不少书籍设计大师如日本设计大师杉浦康平、中国吕敬人先生等,倡导设计的“人性化”即“为人而设计”,并且强调给读者带来良好阅读体验。书籍作为信息的载体,其呈现形式会对读者产生重要的影响。吕敬人在做书的过程中更加注重以“体验”为中心的设计,都是从读者的心理出发。

关于阅读体验的版式设计问题虽然有不少研究成果,也具有不少的指导性意义,像关于版式设计与视觉习惯的关系的研究、以阅读体验为中心的书籍形态的研究及版式设计的视觉流程研究等,但是仍存在研究空白。如崔福荣的《平面设计中版式编排与人的视觉习性关连的研究》,以人的视觉习惯为切入点,研究视觉传达设计的版式编排,提出以更好的传播信息作为版式设计的目标和手段<sup>[1]</sup>。王莹莹的《以读者阅读体验为中心的实体书籍形态探析》,通过读者的阅读经验模型,从感觉体验、思维体验和行为体验 3 个方面分析阅读体验与实体书籍形式建构的关系。以读者的阅读体验为核心要素,设计立体的书籍形式,从读者的角度重新解读美国的形体形式<sup>[2]</sup>。马建华的《版式设计中的视觉流程》,则是基于版式中的视觉流程设计实现信息的有效传递方面,就其类型和设计中应注意的问题进行探讨,提出布局设计中的视觉过程应分为 3 种类型,即二维、三维和多维;并对设计中应注意的问题为逻辑性、节奏感和韵律感、诱导性、个别性等 4 个方面进行了较为深入的论证<sup>[3]</sup>。

目前,以数字媒体发展为背景,结合读者阅读体验和实际工作个案分析的研究还不多,因此,本文在吸收已有研究成果的基础上,结合所学专业的思考,探讨如何提升版式设计效果。

## 2 读者“悦读”体验

文艺复兴以来,艺术家和设计师越来越重视人们的情感。尤其在 20 世纪以后,随着包豪斯主义的影响,设计越来越强调“人性化设计”,强调设计师的设计都服务于人。李砚祖也曾说过:“处于技术水平、市场需要、美学趣味等条件不断变化的今天,很难判断出什么是好设计的永恒标准,但只有一项是不会变的,就是设计中对人的关注,把人放在第一位<sup>[4]</sup>。”吕敬人说过:“手触、心读,犹如品尝一道菜肴,常常使读者分泌唾液,一本好书也会触发读者的味觉,即品位书中的音韵作为整个读书过程<sup>[5]</sup>。”

读者的阅读体验就是对人性化设计的延伸。好的版式设计要把读者放在第一位,要关注读者的需求,

不仅给读者带来视觉上的体验,而且还可以带来触觉与味觉上的感受。

### 2.1 读者的“悦读”体验与阅读习惯

原来的阅读体验就是读者在阅读时的一种感官、情感、触觉感受,而悦读体验则是在原来的阅读体验之上,使读者达到愉悦的感受,包括思维、情感、行为以及场景等方面。思维方面的体验,主要是指读者在阅读过程中,对该书的内容有了自己的思考,产生联想等感受;情感体验,主要是指书中内容的共鸣、身份或态度本身的表现;行为体验就是读者与书籍之间产生了一种互动。还有场景体验,主要是指读者阅读时,有一种“身临其境”的感觉,仿佛置身于书中所设定的场景中。正如李德庚在 Irma Boom《固态阅读》的序中说道:“书是可以亲近的媒介,打开、翻动、合上、浏览、查找、审视、选择、切换、聆听、触摸、呼吸、联想、思辨……在阅读过程中,各种感官会被调动起来,各种情绪将得到召唤……<sup>[6]</sup>”

所谓读者的阅读习惯,包括读者读书的期间、地址、阅读形式等。随着科技的发展、多媒体技术的发展阅读器、手机、平板等可移动设备,受到越来越多人的青睐,电子书的优势在于质量相对于纸质书籍轻很多,一个设备可以下载很多本书籍,电子书质量还不及原来一本书籍质量的一半,便于读者在上下班通勤的路上阅读,同时又消磨时间。从亚马逊中国对 2015 年度和 2016 年度 Kindle 用户阅读行为报告电子书阅读行为报告可以看出,多数读者阅读时间主要集中在上下班的路上或者下班后,甚至很多人是在吃完晚饭后,快节奏生活的一线城市的大多数读者会选择阅读电子书。此外,中国新闻出版研究院发布了第十三次全国国民阅读调查结果,2015 年我国国民人均纸质图书阅读量为 4.58 本,报纸和期刊阅读量分别为 54.76 期(份)和 4.91 期(份),电子书阅读量为 3.26 本。与 2014 年相比,纸质图书和电子书阅读量略有上升<sup>[7]</sup>。可以看出,还是有很多读者仍保持着阅读纸质书籍的习惯。或许因为纸质书独有纸张的厚重感,给读者一种带来的体验是电子书无法带来的触觉上的体验。

基于读者的阅读习惯,掌握如何给读者带来愉快的“悦读”体验,在设计书籍的版式时,就会变得有针对性,从而使读者由原来的阅读体验,提高到“悦读”体验。

### 2.2 读者的视觉心理

读者的视觉心理就是读者对书籍装帧设计的直观感觉。看一本书不仅看其内容,而且也要看其版面的编排和设计,好的书籍装帧设计会吸引读者拿起一本书翻阅,而好的内容会让读者有购买的冲动,两者

兼具则会让读者把书带回家,因此书籍的版式设计也要针对读者的视觉心理设计。

当人们打开一本书去阅读时,就会按照一定的阅读流程进行有序阅读,人们的视觉流程一般是自上而下、从左到右的移动方式,这主要是基于汉字的书写顺序。好的视觉流程会让读者感到阅读很流畅,容易让读者获得有效信息。另外,据研究发现,当人的视线集中在一个平面内时,其注意力的分布并不均衡,左上方的位置是最吸引注意力的,约占整个版面的40%,其次是左下方和右上方,分别是25%和20%,而右下方的位置是最少注意到的,只有15%<sup>[3]</sup>。由此可见,书籍版式设计要根据读者的视觉心理合理进行版式设计。可以把重要的内容或者想要读者先看到的内容摆放在人们视线最集中的左上方,可以在该位置把图片放大些、文字大一些,相对不重要的内容可以放在右下方或图片可以适当摆放、文字可以少一些,即人们视线相对不集中的地方,从而实现对一个版式中的视觉流程中的节奏与韵律的把握<sup>[8]</sup>。要注意符合读者的视觉流程,即从上到下、从左到右,还要有逻辑性、引导性、亲密性,文章内容详略得当、亲疏明显。

### 2.3 从阅读到悦读

随着电子多媒体时代的到来,阅读的方式也面临着由“平面”到“屏面”的转变,人们对传统的阅读需求,也由原来的阅读提升到“悦读”。

传统的阅读不仅对环境要求要更高,而且也受纸张、质量等限制。纸质书籍需要有光线,有的人喜欢临睡前,在床上看“枕边书”,这就需要适合夜读的灯光,而不是教室里读书的明亮的灯;有的人喜欢在有读书氛围的环境中阅读纸质书,比如咖啡厅或图书馆,在拥挤地铁、公交上,想要阅读纸质书籍确实不太方便,因此,纸质书籍的内容通常相对严肃,在比较嘈杂的环境里,看纸质书籍则需要更强的定力。另外,纸质书籍由于纸张的厚度、质量不同,价格不仅贵而且还不能随时更新内容,给读者也不能够完全带来愉悦的阅读体验,因此,在纸质书籍设计时要考虑到读者的阅读习惯、阅读体验以及视觉心理等因素,图文摆放得当,页眉页脚等设计有助于引导读者阅读,让读者在读书时,情感上是愉悦的,从而由原来的阅读提升到悦读。

## 3 传统版式设计的困境

### 3.1 编辑设计制作流程分工割裂

传统的编辑设计工作方式是“编辑+设计”。即编辑只负责对书籍的内容编辑加工,设计师只负责对书籍的版式设计,两者分别制作图书的内容和包装。由于编辑不精通平面设计,需由设计师的手来实现书籍

装帧设计;而设计师不精通书籍策划的内容,但必须依靠内容来设计实现编辑的理念,即外观和表达的内在表现,以突出书籍的魅力。这种传统的工作流程的割裂,导致书籍设计仅仅是外在的叠加设计,而不是基于对读者“悦读”体验考虑的版式设计。

### 3.2 新媒体时代的挑战

21世纪是新媒体技术飞速发展的时代,书籍设计在这一时期面临着从平面到屏面的重大变革。在这个前所未有的时代转型,过于平面化的视觉语言已经远远不能满足读者对信息的要求,纸质图书行业要想重拾读者的青睐,必须深入挖掘读者的阅读需求,进而对书籍产生依赖性和认可度<sup>[9]</sup>。从纸质书籍到电子书,从纸质媒体向电子设备媒体过渡,必须重视读者阅读体验的重要性。如何让书籍在第一时间内抓住读者的眼球,这就要求书籍的版式设计要根据视线流动轨迹的规律进行排列,形成有序、明确的构图,人们在拿起一本书时,人的视线流动轨迹有一定的方向性<sup>[10]</sup>。

## 4 基于读者“悦读”体验的版式设计规则

### 4.1 数字化的流程规范

随着新媒体技术的发展,书籍的版式设计也越来越数字化,明确设计师的工作流程以及工作要点,是为读者提供良好“悦读”体验的制度保证。而没有一个明确的制作、管理流程规范,设计师就没有明确的工作职责。也就是说,从接项目到项目的交接,都是必须,以便于责任人可以随时查阅项目进度以及客户询问等。

若规定设计师在接项目之后,在版式设计之前,要先做样章,并交由编辑确认。交由编辑确认之后再版式设计工作。设计师和编辑得到良好的沟通和互动,将会给读者带来更好的阅读体验。

### 4.2 文件管理规范

好的文件管理规范是为读者提供良好的阅读体验的工作基础。在做设计时,文件越多,越容易混乱。譬如,同样的文件可以有多个修改,最后不清楚到底哪个文件是最终要提交的,因此文件的命名很重要,如1级文件夹,项目XXXX;2级文件夹,原稿文件、排版文件、old文件;如果同一文件多次修改,每次修改后在文档名之后加上“-1”、“-2”,每次加一个数字。这样就会清楚地找到要找的文件。制定好文件的管理办法,才能有效提高工作效率,减少项目交接错误,提高工作效率,更好地为读者提供良好的阅读体验。

## 5 结语

读者的阅读体验不仅仅停留在浅层阅读的理解

上,要想实现真正的体验式阅读,需要探究读者的阅读心理、阅读习惯以及视觉心理,这样才能使读者看到一本书时情感上是愉悦的,并且有想要读下去的兴趣,从原来的阅读体验提升到“悦读”体验。基于读者阅读体验的版式设计,有利于最大化地满足读者的阅读需求,有利于设计师实现人性化设计,更能被读者认可,有利于编辑更好地传播知识,有利于缓解电子书带来的冲击。

#### 参考文献:

- [1] 崔福荣. 平面设计中版式编排与人的视觉习惯关系的研究[D]. 济南: 山东轻工业学院, 2012.  
CUI Fu-rong. Study on Graphic Design and Layout and the Visual Relationship between Customary[D]. Jinan: Shandong Institute of Light Industry, 2012.
- [2] 王莹莹. 以读者阅读体验为中心的实体书籍形态探析[J]. 大众文艺, 2012(22): 54.  
WANG Ying-ying. Centering on the Readers Reading Experience Entity Books Shape Analysis[J]. Popular Literature, 2012(22): 54.
- [3] 马建华. 版式设计中的视觉流程[J]. 包装工程, 2008, 29(6): 191—193.  
MA Jian-hua. Visual Flow in Format Design[J]. Packaging Engineering, 2008, 29(6): 191—193.
- [4] 李砚祖. 设计艺术心理学[M]. 北京: 清华大学出版社, 2006.  
LI Yan-zu. Psychology of Design Art[M]. Beijing: Tsinghua University Press, 2006.
- [5] 吕敬人. 书籍设计[M]. 北京: 中国青年出版社, 2009.  
LYU Jing-ren. Books Design[M]. Beijing: China Youth Publishing Group, 2009.
- [6] 李德庚. 固态阅读[M]. 兰州: 甘肃人民美术出版社, 2008.  
LI De-geng. Solid Reading[M]. Lanzhou: Gansu People's Publishing House, 2008.
- [7] 李德庚, 蒋华, 罗治. 平面设计死了吗[M]. 北京: 文化艺术出版社, 2011.  
LI De-geng, JIANG Hua, LUO Zhi. Graphic Design Dead[M]. Beijing: Culture and Art Publishing House, 2011.
- [8] 范云峰. 营销广告策划[M]. 北京: 中国经济出版社, 2004.  
FAN Yun-feng. Marketing Advertising Planning[M]. Beijing: Economic Press China, 2004.
- [9] 王莹莹. 基于读者阅读体验的书籍设计研究[D]. 北京: 北京交通大学, 2014.  
WANG Ying-ying. Based on the Reader Read Books Experience Design Research[D]. Beijing: Beijing Jiaotong University, 2014.
- [10] 赵琰妍. 从阅读到悦读——书籍装帧设计中封面设计的魅力[J]. 盐城工学院学报(社会科学版), 2010, 23(1): 59—61.  
ZHAO Yan-yan. From Reading to Happy Reading: Book Cover Design in the Design of the Charm[J]. Journal of Yancheng Institute of Technology(Social Science Edition), 2010, 23(1): 59—61.