

书籍设计的创新性研究

李晨

(晋中学院, 晋中 030600)

摘要: **目的** 探索书籍设计中理念与形式的创新之路。**方法** 以社会发展带来的诸多变革为由, 引申出设计行业的最新变化, 接着更进一步就书籍设计中的理念与方法的革新展开论述, 指出书籍设计的创新已是主要的发展方向, 并分别从整体性、民族化、互动性、创新性等角度论述发展路径, 最后再一次结合概念化书籍设计、隐喻性书籍设计、趣味性书籍设计进行创新性尝试, 对书籍设计的审美、创意、技术等层面的未来发展进行总结与概括, 给设计师以明确的路径指引。**结论** 书籍设计中的创新性理念的实践是必须的, 也是成功的, 它告诉我们在重视书籍文化意蕴和功能性的同时, 还要将创意、趣味、互动等内容融入其中, 给读者更好、更直接的阅读体验, 给书籍设计更多的发展空间。

关键词: 书籍设计; 创新; 概念

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)10-0262-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.10.046

Innovative Research of Book Design

LI Chen

(Jinzhong University, Jinzhong 030600, China)

ABSTRACT: The paper aims to explore a way of creative ideas and forms in book design. Based on many changes brought by social development, the latest changes in design industry were introduced. Then, innovation in design ideas and methods of books were discussed. It pointed out that innovation is the main development direction of book design. The development path was discussed respectively from the viewpoints of integrity, nationalization, interaction and innovation. Finally, in combination with conceptual metaphorical book design, metaphorical book design and interesting book design, innovative design was carried out. Future development of book design in books aesthetic, creative, technology level and so on was summarized to provide designers with clear guidance on path. The practice of innovative ideas in book design is both necessary and successful. It tells us that while paying attention to the cultural implication and functionality of books, we should also integrate creative, interesting and interactive content into them, so as to provide readers with better and more direct reading experience and more development space for book design.

KEY WORDS: book design; innovation; concept

当今社会是一个信息化社会, 在新媒体盛行的情形下, 各行各业都在不自觉地配合着发展步调, 实现一些全新的改变。其中, 设计行业表现得更加明显, 无论是包装设计、广告设计还是书籍设计、网页设计, 大多不约而同地开始了信息化的融入, 以适应市场的需求变化^[1]。作为一种传统的信息传达载体, 书籍的存在价值和阅读的物理功能正在相应地减弱。面对市场的竞争和社会发展的压力, 书籍设计

能否表达对时代不同凡响的理解以及对精神层面和心灵方面的深度挖掘, 能否重新回到大众的视野, 获得应有的关注与喜爱, 最终都取决于书籍设计能否以创新的形态示人, 能否给人们带来更大、更多的价值需求的满足。这就对书籍设计师提出了更高的要求。为了让读者在阅读的同时体会到设计的美感以及阅读带来的互动体验, 设计师开始了更加多样化的全新尝试^[2]。

收稿日期: 2019-01-15

作者简介: 李晨 (1983—), 女, 山西人, 硕士, 晋中学院讲师, 主要研究方向为视觉传达设计。

1 书籍设计的创新方向

1.1 凸显整体美

文字、图像、色彩、素材等要素都是书籍设计中必须引起重视的基本存在形式,将这些要素合理地纳入整体结构中进行全新地配置与运用,可以起到意想不到的效果,其表现力是单个视觉符号所不能媲美的^[3],因此,在创新性视角下的书籍设计必须重视彰显整体之美,以更加良好的视觉体验将书籍的精髓展现出来。

1.2 倡导民族化

民族的就是世界的。在书籍设计中,设计师的创新理念大多会聚焦在民族性上,力争实现文化审美意识的回归。这是因为我们中华民族有着悠久的历史 and 强烈的民族特点,将民族性进行适当地展现,能够给书籍设计以全新的思路,同时能够更加轻松地与读者实现民族文化的认同,达到情感共鸣。

1.3 注重互动性

书籍设计的最终目的就是赢得受众的满意,获得理想的效果,因此,在创新性设计中同样要将人放在第一位,要从受众的实际出发,结合不同的性别、年龄和职业等特点,进行有针对性的设计^[4]。比如,为老年人设计的书籍应采用稍大的字号,便于他们阅读;为儿童设计的书籍应强调参与性,便于儿童动手动脑、加深理解。

1.4 强调概念性

相比实用性书籍设计,概念性书籍设计凭借一种对设计、文化、生活的全新理解,占领了越来越广泛的市场^[5]。该类书籍设计可能并没有多少可读性,也不会过多地被资金限制,所以便于颠覆传统、挣脱束缚,以更加新颖的表现形式来展现对某种思想和某种感受的独特理解和把握,因此越来越受人们的欢迎。

2 书籍设计的创新性设计思路与实践

2.1 概念书籍设计

概念书是一种具有独创性与前瞻性的书籍,其无论是内涵、材料还是形态都让人耳目一新,既根植于具体的内容,又在表现上巧妙构思,打破了传统的设计方式,集形态性和知识性于一身,使设计内容和外在空间和谐共生,让读者可以运用空间的思维和眼光感受设计作品,从而实现更加直接的阅读体验^[6]。

在翻阅方式上,传统书籍设计缺乏可塑性及想象空间,无论是装帧形式、文字信息编排还是内容架构,都缺乏趣味性和互动性。概念书籍设计摆脱了传统书籍的翻阅模式,使读者参与到书籍信息的传递过程中来^[7]。例如,一本名为《Zoo in my hand》的概念书设计,设计师就另辟蹊径,以独特的设计视角,将剪纸、

立体纸玩具隐藏在这本书中,完全是一本迷你的“掌上动物园”。当读者沿着剪切线进行轮廓的裁剪后,还需要进行折叠,将二维图形变成三维立体形态,在不断深入阅读的过程中,读者便会发现这些轮廓逐渐变成了各种能够站立的小动物。在这一过程中,读者与书籍实现了良好的互动,这远比传统的简单阅读来得真切有趣。

在内容建构上,概念书籍不再局限于外在形态,还在书籍内容的整体架构上下足了功夫,让整个书籍对信息的传达更加准确和完整,同时带来了更大的创新和求异的空间。《嬗变》这本概念书籍的设计就很好地诠释了内容与形态的融合与创新,整本书一共一万五千页,且每一页都用不同的纸张进行手工装订,巧妙的切口、独特的装帧形式,处处匠心独具,给书籍设计带来了全新的设计理念和思维方式上的启示。

在审美意识上,概念书籍注重设计师、读者与书籍的交融,尤其强调对读者审美意识的全面考究,重视对文化内涵和艺术品位的传达^[8]。例如,《无处不在的红白蓝》就是这样的一本概念书籍。该书以香港和全中国百姓最常用的日常生活用品红白蓝编织袋为蓝本,旨在展现一种“香港精神”,所要表达的是香港人存在、参与、耕耘、付出的红白蓝。这样的设计能够迅速拉近读者与书籍的距离,引发更深层次的情感体验。

2.2 隐喻性书籍设计

在文化形态多元化发展的今天,书籍设计逐渐开始与其他学科进行交叉融合,以提升自身的艺术影响力。基于此,书籍设计逐步对隐喻学的理论精髓进行融合,希望借此增加书籍的形式意味,提升设计效果,使书籍的形式语言更好地体现主旨思想。这一尝试是成功的,当然也使隐喻性书籍的应用更加广泛,给书籍设计提供了又一种全新的设计思路。那么,究竟何为隐喻呢。隐喻其实是语言学中的一种修辞手法,通俗来讲,就是引导人们从较熟悉的系统延伸开来,去看原本不那么熟悉的系统,其核心是找到彼此之间的相似性。隐喻思维融入书籍设计中,为书籍设计提供了一种新的创意思维方式^[9]。为了设计出更加完美的书籍作品,设计师往往在隐喻的基础上遵循其他设计原则进行创作,以完成真正意义上的艺术隐喻。比较经典的作品便是鲁迅的《呐喊》。该书在封面设计中就蕴涵着丰富的设计语言,且有着一定的象征性。整体来看,其以红色为底,中间靠上是一黑方地,其中有鲁迅所书的“呐喊”两字。这样的隐喻性表达作用于人的感官,旨在唤醒那些从昏睡到死灭的人们起来战斗,有利于读者与作品产生情感共鸣。

2.3 趣味性书籍设计

对趣味性的追求,一直是书籍设计中从未停止过的尝试,尤其在今天,这种趣味性表达呈现出了更加

多样化的形式,给各个层面的读者群体带来了不同的情感体验^[10]。这一趣味性表达在儿童书籍设计中更为常见,除了追求一种趣味性的阅读方式外,还积极尝试各种能够吸引儿童阅读的可能,更加倾向于培养儿童的观察能力,开发智力,同时锻炼动手能力,以一种互动体验进行效果的升华。

在形态设计上,趣味性儿童书籍有别于成年人的审美习惯和欣赏特征,更多的是考虑儿童的接受和认知能力,大胆创新,采用特殊的开本形式来吸引儿童的注意力。比如,口袋书、迷你书,抑或是被设计成卡通动物或者汽车等形状的书册外形等,都在视觉上深深吸引了儿童的注意,更有意义的是还能够使儿童在玩耍中学习,在潜移默化中实现教育目的^[11]。

在色彩设计上,趣味性书籍设计更加倾向于鲜艳的色彩,以迎合儿童喜欢具有视觉冲击力、感染力、丰富艳丽的色彩这一特点,希望借助强烈的视觉刺激,促使儿童不由自主地想去接近这本书,让他们产生极大的阅读兴趣。

在图形的设计上,同样要遵循儿童的审美心理,借助一些生动可爱且深受儿童喜爱的卡通或动画形象来激发儿童的兴趣。当然,设计师也可以在书中添加一些主线卡通人物,以讲故事和提问的方式与书中的内容相互结合,帮助学生在玩中做、玩中学^[12]。

综合以上特点,儿童书籍设计也出现了很多优秀的趣味性设计作品。比如,《小鹿的心愿》这本书就采用统一的绘画风格,非常完整地展现了书中的每个人物、动物和花花草草。这种趣味性的设计方式,有利于促进儿童与书籍的互动,从而使他们在阅读的过程中轻松接受其中的内容,最终有效提升了儿童读者的鉴赏能力和兴趣。

3 创新性书籍设计的发展趋势

3.1 融合多媒体信息传播方式

在社会变革中,书籍设计的形式不再局限于在纸上进行传播,网络也成为了人们获取并了解信息的主要渠道。鉴于此,书籍设计师要认清形式,紧跟时代的潮流,做好电子读物的设计工作^[13]。需要特别注意的是,在这样的设计过程中,设计师要把握好原本的书卷气与商业气息的平衡,以更加简洁实用的特点吸引人们的注意。

3.2 工艺技术的不断创新深化

金银版、压印、模印、香味印刷等现代印刷工艺已经趋于成熟,充分利用这些工艺能够更加凸显书籍的内涵,给读者带来一种美的体验。另外,在纸张的选择上,不同的纹理也会给书籍带来不同的视觉效果和阅读体验。当然,这并不是说越贵的纸张越好,而是要结合实际需求,选择更加合理的纸张进行书籍设

计,从而最大化地实现艺术设计效果。

3.3 进一步与国际市场接轨

在当前这个中外文化交流日益频繁的社会背景下,书籍设计还要更加规范化、国际化。这就要求设计师要不断丰富自身的知识积累,提高专业水平,以层出不穷的创意想法,实现中外文化的合理碰撞,以更加多元化的形式构建百家争鸣的新局面。

4 结语

纵观书籍装帧的发展历史,我们不难发现:未来的传统书籍还有很长远的路要走,创新是其应该坚持不懈的追求。这样的现实给予书籍设计以更多的机遇,同时也带来了更大的挑战。作为书籍设计师,必须认清形势,不断对书籍设计进行探索与尝试,从形、色、质的理性构建和节奏美、秩序美、意识美的灵活驾驭等方面逐一突破,给书籍设计以全新的设计形式,寻找一条真正适合我国书籍设计的新方法,不断提高我国的书籍设计水平。只有这样,才能将书籍设计拓展到更广阔的领域,让更多的人爱上阅读。

参考文献:

- [1] 张克博,张杰.关于书籍设计的创新性探讨[J].戏剧丛刊,2009(3):96.
ZHANG Ke-bo, ZHANG Jie. Innovative Discussion on Book Design[J]. Theatre Series, 2009(3):96.
- [2] 隋莹莹.数字媒介影响下书籍设计的创新性研究[J].艺术科技,2013(9):48.
SUI Ying-ying. Innovative Research on Book Design under the Influence of Digital Media[J]. Art Science, 2013(9):48.
- [3] 樊文君.书籍设计发展趋势探究[J].艺术科技,2015(9):46.
FAN Wen-jun. Research on the Development Trend of Book Design[J]. Art Science, 2015(9):46.
- [4] 夏小奇,王欢欢.从多维性阅读探索书籍设计方式[J].中国包装工业,2015(20):72—74.
XIA Xiao-qi, WANG Huan-huan. Exploring the Design Method of Books from Multidimensional Reading[J]. China Packaging Industry, 2015(20):72—74.
- [5] 袁璐,朱鹏.书籍的设计问题[J].新闻爱好者,2010(20):166—167.
YUAN Lu, ZHU Peng. The Design of Books[J]. News Enthusiast, 2010(20):166—167.
- [6] 李刚,黄文秀.论概念书籍设计中创新性的应用与研究[J].设计,2015(10):118—119.
LI Gang, HUANG Wen-xiu. On the Application and Research of Innovation in Concept Book Design[J]. Design, 2015(10):118—119.

(下转第269页)

饰和幽默好玩的交互性提升饮料瓶的创意水平,使饮料更能吸引年轻消费者的关注。通过饮料瓶的创意设计,融入公司文化内涵,传递出一种消费理念。

参考文献:

- [1] 王旭烽. 品饮中国[M]. 北京: 中国农业出版社, 2013.
WANG Xu-feng. Drinking Chinese[M]. Beijing: China Agricultur Press, 2013.
 - [2] 赵美宁, 王芳, 王立党. 饮料灌装新设计——灌 2 种饮料的瓶[J]. 包装工程, 2005, 26(5): 140—141.
ZHAO Mei-ning, WANG Fang, WANG Li-dang. Design of Bottle that Filling Two-type of Beverage[J]. Packaging Engineering, 2005, 26(5): 140—141.
 - [3] 蔡克中. 基于社会责任感的当代产品设计师的设计方向[J]. 南昌航空大学学报, 2012, 6(3): 120—124.
CAI Ke-zhong. Design Direction of Contemporary Designer Based on the Social Responsibility[J]. Jouranl of Nanchang Hangkong University, 2012, 6(3): 120—124.
 - [4] 陈晓英. 现代包装设计中的个性化表现[J]. 包装工程, 2013, 29(8): 150—152.
CHEN Xiao-ying. Discussion on Individualization in Modern Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2013, 29(8): 150—152.
 - [5] 陈长虹, 孔艳平, 宗娟, 等. 融入地域文化的产品设计实践[J]. 包装工程, 2008, 29(8): 192—194.
CHEN Chang-hong, KONG Yan-ping, ZONG Juan, et al. Integrating Local Culture Product Design Practice[J]. Packaging Engineering, 2008, 29(8): 150—152.
 - [6] 石奇, 尹敬东, 吕磷. 消费升级对中国产业结构的影响[J]. 产业经济研究, 2009, 43(6): 7—12.
SHI Qi, YIN Jing-dong, LU Lin. Impact of Consumption Upgrade on China's Industrial Structurehe[J]. Industrial Economics Research, 2009, 43(6): 7—12.
 - [7] 蔡克中. 基于日常生活的产品创新设计[J]. 包装工程, 2015, 16(8): 64-67.
CAI Ke-zhong. Product Innovation Design Based on Everyday Life[J]. Packaging Engineering, 2015, 16(8): 64-67.
 - [8] 张朦朦. 交互式设计理念在包装设计中的应用研究[D]. 郑州: 河南大学, 2013.
ZHANG Meng-meng. The Applied Study of Interactive Ideas in Packaging Designs[D]. Zhengzhou: Henan University, 2013.
 - [9] 朱宗华. 色彩与包装[J]. 包装工程, 2003, 24(3): 116—118.
ZHU Zong-hua. Color and Pack[J]. Packaging Engineering, 2003, 24(3): 116—118.
 - [10] 裴学胜. 商品包装的造型与色彩设计[J]. 包装工程, 2004, 25(5): 199—200.
PEI Xue-sheng. Forming & Color Scheme of Package[J]. Packaging Engineering, 2004, 25(5): 199—200.
-
- (上接第 264 页)
- [7] 郑英. 浅析概念书籍的形态创新设计[J]. 商场现代化, 2012(23): 229—230.
ZHENG Ying. Analysis of the Form and Innovation Design of Concept Books[J]. Modernization of Shopping Mall, 2012(23): 229—230.
 - [8] 郑军, 华慧. 概念书与书籍设计创新[J]. 科技与出版, 2008(3): 49—51.
ZHENG Jun, HUA Hui. Concept Book and Book Design Innovation[J]. Science Technology and Publishing, 2008(3): 49—51.
 - [9] 张婉婷. 隐喻性在书籍设计中的应用[J]. 中国科技博览, 2014(40): 227.
ZHANG Wan-ting. The Application of Metaphor in Book Design[J]. China Science and Technology Expo, 2014(40): 227.
 - [10] 王博. 谈儿童书籍设计[J]. 大舞台, 2011(8): 152.
WANG Bo. On the Design of Children's Books[J]. Big Stage, 2011(8): 152.
 - [11] 王筱丹. 儿童趣味书籍设计探析[J]. 艺术评论, 2016(2): 169—171.
WANG Xiao-dan. Analysis of Children's Interesting Book Design[J]. Art Review, 2016(2): 169—171.
 - [12] 王鹏. 论儿童书籍设计互动性[J]. 企业导报, 2013(2): 241.
WANG Peng. On the Interaction of Children's Book Design[J]. Corporate Herald, 2013(2): 241.
 - [13] 王雨晴. 探析现今书籍交互设计[J]. 艺术科技, 2015(6): 234.
WANG Yu-qing. Exploring the Interaction Design of Today's Books[J]. Art Science, 2015(6): 234.