

休闲的审美蕴涵在当代书籍设计中的表达

熊艳辉, 程建

(燕山大学, 秦皇岛 066000)

摘要: **目的** 研究休闲审美在当代书籍艺术设计中的具体应用与表达方式。**方法** 首先, 通过引用休闲概念分析休闲与审美的关系, 阐述书籍设计现状, 指出书籍设计与休闲审美的关联之处; 其次, 归纳休闲审美在当代书籍设计中具体的表现特征, 并结合当代具体书籍设计案例加以阐述; 最后, 提出书籍设计中的休闲审美表达, 要在符合设计伦理观念、消费意识与技术理性的制约下进行, 并以书籍设计案例验证结果的可行性。**结论** 书籍设计中的休闲审美表达拓宽了当下对于书籍设计艺术审美常用的分析方法。从实践层面来看, 蕴含休闲审美的书籍设计不仅能与读者产生互动交流, 缓解读者生理与心理的疲劳之感, 产生丰富的情感体验; 而且还能让读者在阅读时, 沉浸在书籍的休闲感受之中, 获得精神上的自由与愉悦。

关键词: 休闲理念; 书籍设计; 审美; 读者体验

中图分类号: J511 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2021)04-0185-06

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.04.026

Aesthetic Implication of Leisure in Contemporary Books

XIONG Yan-hui, CHENG Jian

(Yanshan University, Qinhuangdao 066000, China)

ABSTRACT: The work aims to study the specific application and expression of leisure aesthetics in contemporary book art design. Firstly, by quoting the concept of leisure, the relationship between leisure and aesthetics was analyzed, the current situation of book design was expounded, and the correlation between book design and leisure aesthetics was pointed out. Secondly, the specific performance characteristics of leisure aesthetics in contemporary book design were summarized and elaborated combined with the contemporary specific book design cases. Finally, the leisure aesthetic expression in book design was carried out under the restriction of design ethics, consumption consciousness and technical rationality, and the feasibility of the result was verified by book design cases. The expression of leisure aesthetics in book design broadens the analysis methods commonly used in book design. From the perspective of practice, book design with leisure aesthetics can not only interact and communicate with readers, relieve readers' physical and psychological fatigue, and generate rich emotional experience. What's more, it enables readers to immerse themselves in the leisure feeling of books, gain spiritual freedom and achieve a sense of pleasure.

KEY WORDS: leisure concept; book design; aesthetics; readers' experience

随着现代社会进程的高速发展, 物质极大丰富, 精神消费成为人们新的追求, 人们工作与生活的节奏愈加便捷, 压力却只增不减。面对此现象, 如何帮助现代人释放心理及生理压力成为设计者研究的关键之处, 也表达了现代设计师“以人为本”的设计理念。

快节奏的生活方式带来了求新求变的迫切感, 书籍设计艺术亦是如此^[1]。探索新的阅读方式, 争取获得更多读者群体的青睐, 以及适应当代多元化的发展态势, 是书籍设计者不断努力的方向。书籍设计中传达的休闲审美, 可以为读者营造出具有轻松、舒畅、愉

收稿日期: 2020-10-19

作者简介: 熊艳辉(1977—), 女, 吉林人, 燕山大学副教授, 主要研究方向为视觉传达设计与应用。

通信作者: 程建(1994—), 男, 山西人, 燕山大学硕士生, 主攻视觉传达设计。

悦的阅读心境,也使读者在一种无拘无束的阅读体验状态中消除紧张,释放情绪。把休闲当成一种心态或精神状态,即体验。休闲带给人自由的体验,是以审美作为最高层次和最主要的方式^[2],包藏着休闲审美的书籍设计,可以增添读者的阅读兴趣,完善书籍的整体美感,同时也为当代书籍的设计理念注入新鲜血液。

1 休闲在当代书籍设计中的新见解

1.1 理解休闲与审美

休闲,是一个值得当代人深入反思的问题。以休闲学为核心,形成了包含休闲美学在内的多种学科分支^[3]。在全球化以及经济、文化转型的背景下,对于以人的问题为研究对象的休闲学来讲,它与美学具有紧密的关系。一般意义上的休闲是指两个方面:一是基础体力上的疲劳,获得生理和谐;二是赢得精神上的自由^[4]。在中国与西方,对于休闲的定义有很多:它可以是闲暇时间及时间,可以是自由的活动或状态,也可以是特定的生活方式等概念。纵观近20年来中国学者的各种定义,并结合西方学者的观点进行归纳分析。“闲”不等于审美,但休闲可以成为美,将“休闲”理解为“美”,或者说“休闲”具备“美”质,已成为所有学者们的共识。休闲在根本上就是人的自在生命及自由体验的状态,而这种特征与审美活动在本质的特征上是一致的^[3]。以审美的视角去发现休闲的内在美,充分挖掘休闲的审美蕴含,能够更好地领悟休闲的内涵。同时,对于消除当代社会中人们对物欲的贪恋,平衡内心的焦虑,保持生活的节奏与韵律很有意义^[5]。

1.2 当代书籍设计引入休闲审美的可行性

书籍设计是以书为对象,对其进行有美感的视觉创造。近年来,书籍设计师们创作出许多内外兼顾,形神兼备的优秀作品。中国设计师的名字也出现在一些国际最美书籍设计比赛的获奖名单上。然而,仍有多数书籍设计的审美观念不清晰,设计水平良莠不齐,书籍的设计效果并没有传达出最初的设计意图,难以满足当代人对于休闲的阅读需求;还有些书籍创意缺失,同质化现象严重,很难引起读者的阅读兴趣,更不能帮助读者获得良好的审美体验。

休闲审美的理念在服装设计、城市环境等领域已被广泛认可,追求休闲已经成为新的设计需求。审美的生成并非全部来自休闲活动,但是休闲活动中蕴含了审美元素^[3]。阅读作为一种常见的休闲活动,是大众生活中必不可少的一部分,在某种程度上阅读构筑了读者消磨闲暇时间的虚拟空间。书籍美,在于设计者赋予纸质平面无限延伸的多维审美体验^[6]。读者通过阅读与书籍亲密接触,构建读者审美思维的对话,从书籍中的外观造型、材质、工艺等方面感受休闲的

审美体验。英国萨塞克斯大学的“心智实验室”研究表明,在所有放松活动中,阅读对于舒缓心情的效果最佳,在6 min内就能够降低压力水平68%,比音乐和散步的效果都好。综上所述,将当代书籍设计有必要,也有能力融入休闲审美。

2 休闲审美在当代书籍设计中的表现特征

2.1 情感体验

情感是人对于客观事物或现象所持的态度体验。体验离不开情感的态度,情感是体验的核心与出发点^[3]。休闲作为体验就是主体参与的过程。这种主体参与在书籍中便是:休闲主体(以下称读者)以一种主动投入的状态进入阅读活动中,休闲的过程得以展开,最后达到审美境界,这个过程是身与心的融入,是思与行的统一。书籍设计是通过艺术形式传达信息来表达情感的。设计师根据书籍的内容并结合自身的理解与领悟,从而让书籍具备产生情感的条件。在阅读的过程中,调动读者的视觉、触觉、听觉、嗅觉等感官体验参与其中,达到了情感上的延伸^[7]。书籍中的感官体验是情感化设计本能水平的表现。在行为层面满足了读者对于书籍阅读需求的多样性,更加体会到书籍中的休闲表达。反思层面通过对书籍产生联想、记忆和评估的方法引起读者更深层次的情感反应,延展了书籍所传达的信息,提升了书籍的欣赏价值。

2.2 人性关怀

设计师通过材料的质感、色彩的调和、工艺的选择、内容的表现力等方面对书籍进行艺术加工,准确传达书籍内容思想,使读者获得情感上的寄托,满足人的审美需求。让读者通过阅读调节心灵,培养读者的艺术鉴赏力与创造力。同时,能感受到休闲所带来的力量——在身心自由、轻松的状态下释放和提升自我。当代设计能为普通大众所享用,正是体现了对人性的尊重与关怀,这种设计观蕴含的美学思想在广大民众每天的休闲活动中被人们普遍地体验着,引导着人们的审美观念,陶冶着人们的审美情操。总之,书籍设计中的休闲审美促进人的发展与个性的成熟,使其真正获得自由。

2.3 互动参与

书籍设计中的互动性,就是人与书之间建立相互联系、相互影响的交流方式^[8]。阅读作为一项精神自由的创造类休闲方式,其所呈现的审美,不是单向、静止的,而是主客体互相融合、动态交流的过程。想要传达书籍的设计之美,就要使得阅读成为一个与审美对话的互动过程。读者与书籍的互动不是单向的、线性的,而是既“入”又“出”的可逆的生成过程。书籍的互动参与,是书籍与读者共同的内心交流,它丰富了读者的休闲体验,而休闲体验能生成审美体

验。同时，互动性书籍在新媒体充斥的书籍市场中，也是符合读者对传统纸质书籍的期许，顺应了设计的发展潮流。

2.4 自由愉悦

从审美的角度看待休闲，其最大的特点是可以自由地愉悦人的身心。人们通过休闲活动，是为了获得身心和谐愉悦，寻找精神的归宿。同样，读者阅读书籍的目的也是为了愉悦地获取信息。书籍中的趣味感会让人们联想到游戏，它带来的轻松与欢乐是休闲的表现特征。章辉^[9]认为，休闲的基本特征与审美活动最本质的规定性相遇于自由这一层面，“玩”可以顺理成章地过渡到审美状态，游戏性是休闲的本质属性之一，休闲活动多以游戏的形式呈现，游戏带有明显的审美特征。愉悦感能激发、调节读者的情绪，吸引、集中读者的注意力。书籍若能引人注目，那么它必然是新奇的，甚至是超越常理的。在书籍设计中，设计师通过对生活审美的感受与体验，提炼出能够体现书籍气质的造型、结构、版式等元素。这些元素具备了游戏的成分，让读者置身于愉悦的情境中，达到情绪和谐并能产生丰富的联想。

3 当代书籍设计中的休闲审美表达

3.1 书籍形态的休闲审美

当代书籍被视为一种造型艺术，也就是书籍形态设计。它的存在价值不仅是为了阅读，还可以供读者品味、欣赏与收藏。荣获 2017 年“中国最美的书”称号的《意思意思》，是一本休闲味十足的书籍。该书整体外观造型设计一反传统的书籍形态：其造型为密盒式，小巧可爱，书籍形态为经折装；阅读方式是揭开顶盖，书籍可以抽取出来，也可手撕类似日历的形式。书籍内容是即兴、随机的，读者在阅读过程中产生自由的思考与创造，从而能获得从压力中解脱出来的愉悦感与精神自由感，见图 1。

3.2 书籍题材的休闲审美

书籍作为休闲资源之一，能够给读者带来休闲的

感受。读者第一关心的是书籍的主题内容，题材内容经过设计师的加工变得更具艺术表现力。当代的书籍设计师对于题材的休闲性有了更多的探索。更多地让读者置于主体地位，注重对人内心世界的关照，并传递给现实中的人们以希望和力量。《答案之书》，见图 2，是一本在美国出版的占卜书籍，后经过中国明星迅速传播到中国大众中来。书籍的有趣之处在于：当在生活与工作中有着纠结不已的问题或烦躁、无奈时，便可将此书翻开寻找答案。书中具体的答案内容是什么无关紧要，它只是提供了一种新颖的休闲方式来帮助人们排遣心中的迷惑与纠结。

《做了这本书》，见图 3，是一本供读者亲身参与并可以自由发挥创意的书籍。它的外观虽不是十分华丽，但是内容却脑洞大开以至于风靡全球。因为它颠覆了之前读者对传统书籍的认知，每页内容都会提示读者做不同的趣味创意体验，如将书剪下来做成水杯用来喝水、用线缝起来、滴咖啡、用舌头画画等搞怪的行为。这些与书籍的趣味互动，正是鼓励读者用一种新的视角看待书籍，让读者充分享受阅读带来的休闲审美体验。作者此举也是旨在鼓励人们走出工作、学习中带来的束缚感和紧张感，帮助读者纾解心理压力，释放压抑的情绪；同时突破自我，体验生命带来的多种可能性。

3.3 书籍版面的休闲审美

书籍中的版面设计是要把文字、插图、符号、色彩等这些有限的视觉元素根据特定的内容需要，有机地排列在一定的版面中。版面中的美感通过形式美的法则来表现，朱赢椿设计的《设计诗》是一本将诗歌视觉图式化的书籍，该书的设计使版面中文字产生了灵性。版面空间的安排与分割调动了读者的情绪，使读者精神放松。书籍中文字与诗歌意蕴相得益彰，自由的排版空间、加之留白的设计手法使读者进一步加深理解书籍中诗歌的内涵美。这样的设计形式，不仅拓宽了诗歌的视觉表现形式，而且将内容叙述的节奏性在翻阅的过程中传达出来，令读者产生舒畅、愉悦的情感体验，见图 4。



图 1 《意思意思》
Fig.1 “Meaning”

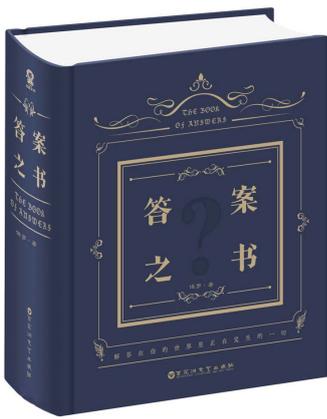


图2 《答案之书》
Fig.2 “The Book of Answer”

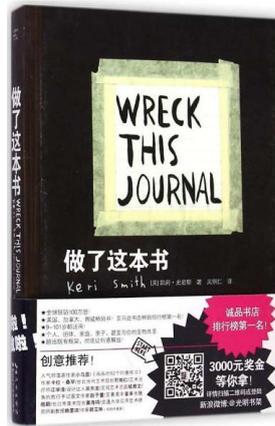


图3 《做了这本书》
Fig.3 “Wreck This Journal”



图4 《设计诗》
Fig.4 “The Designing Wordsmith”

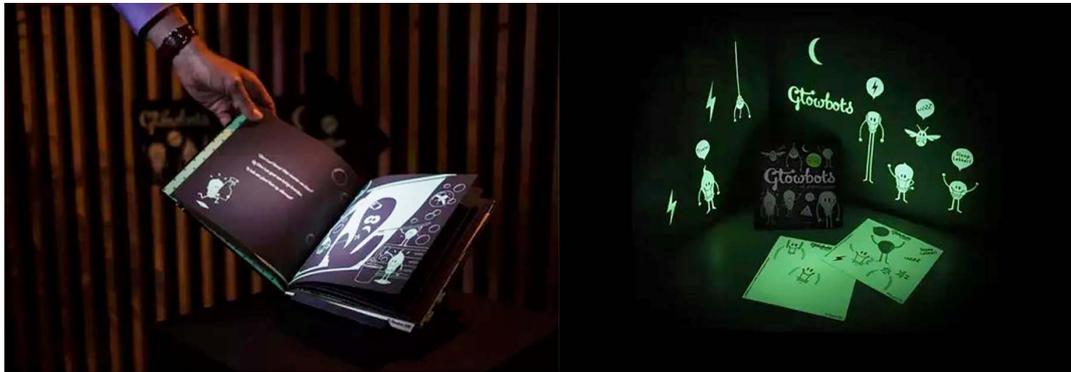
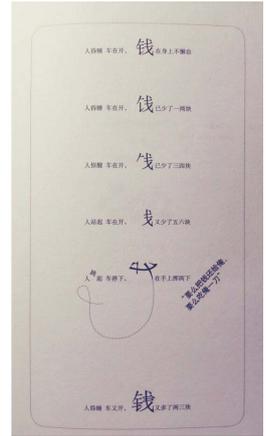


图5 “Glowbots”
Fig.5 “Glowbots”

3.4 书籍工艺的休闲审美

工艺是书籍外在美的形成条件,借助于各种工艺,美才得以展现^[10]。如今,众多设计师运用各种工艺创新探索书籍的各种可能性。Thomas Overweg设计的“Glowbots”,见图5,是一本儿童睡前读物,书籍设计理念旨在“驱逐黑暗”。因为大多数儿童都会恐惧黑夜而无法入睡,这时必然需要家长的陪伴。阅读完成之后,书中的人物形象会继续守护怕黑的孩子,它们还可作为墙贴出现在床的周围,由于材料是可以发光的,所以小朋友心中对于黑暗的恐惧会逐渐被消弭。这样的设计使得书籍增加了阅读层次,让读者放松的同时做到轻松入眠。又如《说话的瓷器》,见图6,该书籍的工艺是模仿了瓷器的烧制过程。书籍设计运用了热反应油墨工艺,初次见到书籍时无法得知里面的具体内容,必须将书籍放入烤箱加热一定的时间,方能将其显现出来。这样的阅读方式在满足读者好奇心的同时,也使阅读者体验了一把类似亲手烧制陶器的过程。该书虽然是枯燥的历史性质读本,但是在人与书的互动情境下,读者从被动的阅读变为主动的参与阅读。给读者以特有的休闲体验过程,加深了读者对陶器制作工艺的印象。

4 当代书籍设计休闲审美的制约

休闲不是单纯的享乐,而是人的一种心理愉悦与精神自由^[5]。书籍设计中的休闲审美是日常生活审美化的表现之一。一方面,休闲是有积极意义的,能够赢得读者对书籍的精神自由、培养读者在生活中对美的追求;另一方面,休闲的合理性从来就受到质疑。虽然休闲是极具自由性的活动,但是各种“关系”相对地影响个体的选择^[3]。在书籍的休闲审美之中,首先,书籍设计中的休闲需要伦理的支持与规范。书籍的内容与形式要保证读者的身心健康、丰富读者的阅读生活、符合可持续发展的设计原则;其次,不能只顾及设计师自身情感的宣泄,更要避免诱导读者沉迷于片面的感官消费之中;最后,现代科技迅速发展,书籍设计中的工艺技术运用愈发浓烈,设计师应该注意技术理性对读者的操控,防止设计出背离人生本质的书籍设计作品。

5 休闲审美导入书籍设计实践

笔者以中国传统文化中的书法艺术为例进行设计,众所周知“永字八法”是中国书法用笔法则中最



图 6 《说话的瓷器》
Fig.6 “Talking Ceramics”



图 7 《永恒》
Fig.7 “Eight Principles of Yong”

重要的组成部分。这一书法基本知识在市面上常见的书法教材中只是简单的图文描述，读起来令人乏味，缺乏生动的教学意味与趣味性，难以引发读者的兴趣。《永恒》一书采用传统的经折装形态，翻开书页看到硫酸纸面的笔画透叠在正文“永”字中，与读者产生互动，让人联想起书法描红本的效果，激发了读者的情感回忆，完美地诠释出书籍丰富的内涵与诗意。内文中分别将“永字八法”的笔势与八个中国传统文化形式结合，寓教于乐，既熟知了正楷笔势又了解了书法在传统文化中的具体应用领域，充满了休闲审美意蕴，见图 7。

6 结语

休闲的审美意蕴，表明人们对日常生活审美有了更自觉的追求，并且审美逐渐成为大众生活的一部分。在电子媒体充斥的信息化时代，探索纸质书籍的崭新视角愈发显得必要。当代书籍中的休闲审美表达，缓解了读者身心压力，满足了读者强烈的情感需求，引导读者重新审视自我生活的状态。书籍设计中融入休闲审美的理念，不但提升了书籍的内涵与品位，获得了丰富的审美体验，彰显了设计对读者的关

怀,而且为市场上的书籍设计理念指引了新的路径和趋势。正是由于书籍中的休闲审美能够呼唤对于人自由的本性,且适应了书籍多元化的发展方向,故唤醒了设计师对于提高书籍设计艺术审美思想的信念。

参考文献:

- [1] 白云菲. 现代中国书籍装帧设计语言研究[D]. 北京: 北京林业大学, 2016.
BAI Yun-fei. Study on Book Binding Design Language of Modern China[D]. Beijing: Beijing Forestry University, 2016.
- [2] 谢珊珊. 休闲与审美: 古代文人自主生命的追求与超越[J]. 东岳论丛, 2011, 32(6): 116-120.
XIE Shan-shan. Leisure and Aesthetics: the pursuit and Transcendence of the Independent Life of Ancient Scholars[J]. Dongyue Tribune, 2011, 32(6): 116-120.
- [3] 赖勤劳. 休闲美学—审美视域中的休闲研究[M]. 北京: 北京大学出版社, 2016.
LAI Qin-fang. Aesthetics of Leisure a Study of Leisure from the Perspective of Aesthetics[M]. Beijing: Beijing: Peking University Press, 2016.
- [4] 潘立勇. 休闲与审美-自在生命的自由体验[J]. 浙江大学学报, 2005(6): 5-11.
PAN Li-yong. Leisure and Aesthetics: The Free experience of Free Life[J]. Journal of Zhejiang University, 2005(6): 5-11.
- [5] 毛宣国. 休闲与审美关系刍议[J]. 美与时代, 2014(10): 9-14.
MAO Xuan-guo. Relationship between Leisure and Aesthetics[J]. Beauty & Times, 2014(10): 9-14.
- [6] 李昆鹏. 书籍设计背后—从“阅读”到“悦读”的审美规律探究[J]. 艺术工作, 2018(1): 94-96.
LI Kun-peng. Behind the Design of Books: A Probe into the Aesthetic Law from “Reading” to “Pleasant reading” [J]. Art Work, 2018(1): 94-96.
- [7] 朱泽婷. 阅读新体验—感官设计理念在体验式书籍中的表达[D]. 南京: 南京艺术学院, 2013.
ZHU Ze-ting. Reading New Experience Expression of Sensory Design Idea in Experiential Books[D]. Nanjing: Nanjing University of the Arts, 2013.
- [8] 欧阳顺子. 书籍设计中互动性的研究与应用[D]. 北京: 北京印刷学院, 2017.
OUYANG Shun-zi. Research and Application of interaction in Book Design[D]. Beijing: Beijing Institute Of Graphic Communication, 2017.
- [9] 章辉, 周勤勤. 休闲与审美的关系[J]. 中国社会科学院研究生院学报, 2012(1): 113.
ZHANG Hui, ZHOU Qin-qin. The Relationship between Leisure and Aesthetics[J]. Journal of Graduate School of Chinese Academy of Social Sciences, 2012(1): 113.
- [10] 吕敬人. 书艺问道: 吕敬人书籍设计说[M]. 上海: 上海人民美术出版社, 2017.
LYU Jing-ren. Tao of Book Design[M]. Shanghai: Shanghai People's Fine Arts Publishing House, 2017.
- [11] 李淳, 李颖华, 陶晋. 基于消费心理的移动 O2O 广告设计探析[J]. 包装工程, 2017, 38(6): 22-25.
LI Chun, LI Ying-hua, TAO Jin. Mobile O2O Advertisement Design Based on Consumption Psychology[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(6): 22-25.
- [12] 李晨. 视觉传达设计中的多感官表达[J]. 包装工程, 2020, 41(4): 288-290.
LI Chen. Multisensory Expression in Visual Communication Design[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(4): 288-290.
- [13] NORMAN D A. Affordance, Conventions, and Design[J]. Interactions, 1999, 6(3): 38-42.
- [14] 莫梅峰, 蒋文妮. 论增强媒介及其实现路径[J]. 传媒观察, 2016(5): 28-30.
MO Mei-feng, JIANG Wen-ni. On Augmented Reality Media and Its Realization Path[J]. Media Observation, 2016(5): 28-30.
- [15] 金晓雯. 生态知觉理论在景观设计中的应用[J]. 南京林业大学学报(人文社会科学版), 2010, 10(4): 106-109.
JIN Xiao-wen. Application of Ecological Psychology Theory in Landscape Design[J]. Journal of Nanjing Forestry University (Humanities and Social Sciences Edition), 2010, 10(4): 106-109.

(上接第 177 页)

- [2] 第二十九届时报金犛奖. 第二十九届时报金犛奖参赛办法[EB/OL]. (2020-11-09)[2020-11-30]. <http://www.ad-young.com/Home/PublicArticleContent?id=A20201109170242&lname=1&year=2020>.
29th Times Young Creative Awards. 29th Times Young Creative Awards Competition Method[EB/OL]. (2020-11-09)[2020-11-30]. <http://www.ad-young.com/Home/PublicArticleContent?id=A20201109170242&lname=1&year=2020>, 2020-11-09.
- [3] GIBSON J J. The Ecological Approach to Visual Perception[M]. Boston: Houghton Mifflin, 1979.
- [4] 高凤麟. Affordance 理论及其在产品中的应用研究[J]. 新美术, 2015(4): 124-127.
GAO Feng-lin. The Theory of Afordance and Its Application in Product Design[J]. New Arts, 2015(4): 124-127.
- [5] 后藤武, 佐佐木正人, 深泽直人. 设计的生态学: 新设计教科书[M]. 黄友玫, 译. 桂林: 广西师范大学出版社, 2016.
TAKESHI Goto, MASATO Sasaki, NAOTO Fukasawa. The Ecological Approach to Design: New Design Textbook[M]. HUANG You-mei, Translate. Guilin: Guangxi Normal University Press, 2016.
- [6] 吴声. 场景革命[M]. 北京: 机械工业出版社, 2015.
WU Sheng. Scene Revolution[M]. Beijing: China Machine