

论坛与资讯

论印刷出版物版式中的气场

洪纓, 朱莉

(中国矿业大学, 徐州 221116)

摘要: 论述了印刷出版物版式中气场的来源及作用, 讨论了气场形成的两大要素, 分析了信息的设计、传播和接收模式多元化对气场的影响。在此基础上, 指出适当的感觉刺激、热点信息的视觉追踪以及正负空间的合理进退是经营气场的主要手段。

关键词: 印刷出版物; 版式; 气场; 认知个体

中图分类号: J524.5 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2011)20-0077-04

Aura Field in Layout Design of Print Publications

HONG Ying, ZHU Li

(China University of Mining and Technology, Xuzhou 221116, China)

Abstract: It discussed the sources and functions of the aura field of layout in print publications, and two elements of its composition, analyzed the effects of information design, communication and receiving mode diversity for the aura field. On this basis, it drew the conclusion that appropriate stimulus, visual tracking of hot information, reasonable arrangements for positive and negative space were the most important condition of the aura field's rational management.

Key words: print publications; layout; aura field; cognitive individuals

气场,是控制,是魅力,是影响,更是吸引。美国著名心灵励志大师皮克·菲尔曾经说过:“强大的气场是一个人的存在感和吸引力所在,是他身上无与伦比的光环^[1]”。尽管这一论点是针对认知个体而言,但是却从另一侧面揭示了气场的巨大影响。积极的气场产生积极的能量,由此吸引更多的积极能量,消极的气场产生消极的能量,由此吸引更多的消极能量^[1]。同时,随着事物自身及周围环境的变化,气场也会相应地发生变化。

印刷出版物中的气场主要指影响认知个体的视觉感官对信息从扫视、浏览到凝视、审视直至最终接收的环境构成。这一环境是否具备吸引力,不仅取决于信息本身,信息的编排即版式设计同样起到至关重要的作用。

1 版式中的气场来源

印刷出版物的版式虽然不属于信息传播的媒介,

但却是媒介内容存在的空间。一般而言,认知个体的阅读是通过视觉系统的直觉反射追寻有用的讯息,并在大脑中形成一定模式的过程^[2]。这一过程,需要媒介首先组织逻辑层次,并以最大程度的可读性和易读性围合适度的信息量,使认知个体更好、更快地看清和理解媒介的内容。从封面封底、勒口扉页版权到版心,从天头地脚到订口切口,版式设计无所不在,经过合理编排的版式形成了一定的气场,使出版物的页面逻辑层次得到有效的组织。

版式中的气场是无法独立存在的,它附属于传播媒介。作为认知个体的受众在接收印刷出版物传递出的信息时,表象上看只与其内容有关,深层次上却不然。正是由于页面版式的精心设计与合理存在,梳理了信息的内容,维持了信息的秩序,划分了信息的主次。潜移默化中解构和重构了信息的组成元素,致使信息的传播得到有效组织,也使得认知个体被环绕信息的这种气场所吸引,最终形成对信息的完整接收。

收稿日期: 2011-04-29

基金项目: 教育部人文与社会科学研究一般项目“立体出版物多元空间理论与结构装置优化设计研究”(10YJC760027)

作者简介: 洪纓(1970—),女,福建人,硕士,中国矿业大学副教授,主要从事印刷出版设计及包装、造型的教学与研究。

2 版式中气场的形成

2.1 合理秩序的视觉动线

视觉动线控制着认知个体获取信息的先后顺序以及对信息的注目时长,存在于信息获取的整个流程中^[3],合理秩序的视觉动线容易形成气场。影响视觉动线的因素很多,包括文字形态、书写方式、翻阅顺序、色彩以及插图的尺寸、位置等。例如:衬线体和非衬线体这两大类文字形态常共存于同一版面中,非衬线体的简洁干净适宜于标题类、图表类信息表述,衬线体饰角的引导性使其宜于表达段落文本,认知个体的视线在隐性的水平结构中被迫集中精力于字行之中,形成了视觉参照^[4],便于信息更快地被阅读。

一般情况下,视觉动线以线性关系和主次关系划分比较合理。线性关系存在于绝大部分信息获取的媒介中,视觉习惯使认知个体的注目焦点按照从左至右、从上到下的顺序移动,容易形成单向、持续稳定的惯性气场,这在一般书籍的版式中最常见。主次关系的视觉动线来源于求新求异,突出视觉冲击的目的,如广告设计、包装设计等。由于主次关系构成的视觉动线一方面因认知个体自身情况,如职业兴趣、观察角度、受刺激程度不同而有所区别;另一方面也会因信息的重要程度、色彩的介入、文字形态的变化、插图的尺寸位置、容量的疏密关系、正负空间的攻守比重而形成与周围环境的排异反应。这使得气场不够稳定,强弱变化较大,不仅环绕全局,每一个页面的版式还会因为独立的情节特征形成自己的小气场。

2.2 高度统一的形式与内容

文字图形是信息内容,版式则是其表现形式,是技巧与手段。活跃的内容和稳定的形式之间总是在紧密联系、相互渗透中有机结合,形成高度统一^[5],这是气场形成的另一重要基础。例如:诗歌的行距一般要大于普通媒介的分行,是为减慢视觉动线的移动节奏,促使人们体会回味。立体书籍由于结构要求硬挺,对纸张重量和质地要求较高,按照传统的设计程序,会造成全书过重过厚、合启不便,同时不易于握持,不符合人机工程要求。因此单本一般都控制在20页以内,书籍内容也就不能按照情节发展顺序铺开,而是需要预先组织全书内容、合理安排内容、划分表

现层次,在有限的页面空间中尽最大可能描述完整的情节内容。

3 信息模式多元化对气场的影响

3.1 信息设计模式多元化的影响

信息设计模式多元化不仅指视觉形态和表现媒介的延伸,还包括创意思维的拓展、设计师观念的不断更新^[6],是对惯性思维模式的突破。如吕敬人的《梅兰芳》斜翻15°外切口设计,吴勇的《画魂》三角形态设计,朱赢椿的《不裁》毛边设计,吕胜中的《小红人的故事》剪纸切凿设计一般,有赖于设计师对情节内容的意蕴把握和材质语言的深入了解,并融深厚的设计思想和独特的设计理念及设计技巧于其中。只有这样,才会凝聚强大而与众不同的气场。

3.2 信息传播模式多元化的影响

伴随着科学技术的革新和思想观念的进步,以文字信息传递为主要媒介的传播信息模式发生了很大变化。其载体一曾经的主流媒介—印刷出版物的物质形态存在价值受到电子信息传播媒介的严重挑战。为了能够坚守传统出版市场这块阵地,只有不断挖掘各种艺术创作方式和更多的附加价值以促就传播模式的多元化。为此,各种媒介传播方式、技术和手段不断涌现。例如:推出各种新设计理念、新印刷材料、新装订工艺来解构图形与情节内容;整合平板印刷术、机械装置、存贮卡和袖珍扬声器等多平台、跨媒介元素;结合造纸工程学、机械学和力学等技术学科以引发认知个体特殊的感官体验和多重审美感受;塑造从二维平面到三维空间的结构语境,甚至植入语音、气味等。传统的气场将不得不再接受各种挑战。认知个体接收信息时的视觉、听觉、嗅觉、触觉以及心理感受也因此得到了极大释放。

3.3 信息接收模式多元化的影响

传统印刷出版物通过视觉载体的感性认知、听觉载体的沙沙翻响、触觉载体的心灵沟通、嗅觉载体的书卷墨香和味觉载体的气息品鉴以及认知个体的情感体验等,共同构成其个性特质和强大气场。随着新形式、新材料、新工艺的不断涌现,又增长了新的外延与内涵,形成了上述五感接收信息的多元化模式。以立体出版物为例,从心理接收程度看,其视觉形象的塑造和形态结构的组织充分拓展了认知个体的想象

空间。随着视线的移动和双手的触动,思维不断受到刺激而产生主动运动,尽管文字还是绘本图书中的普通文字,但伴随文字弹出的图形,却使信息不再来自单纯的静态源。交互式体验促就了另类气场的生成,虽然气场包围下的场景内容,因书页的限制而被揉捏在寥寥几页之中,但却因空间的延伸有了更多的信息储备,并以多元的组构方式颠覆了认知个体固有的信息接收习惯。此外还有结合数码、印刷和电子技术的数字出版模式,通过装有光电扫描头和编码转换芯片以及FLASH存储卡的“发声笔”触碰到书页上的隐形码,使无声的纸质书籍发出声音,读出相关内容。不仅增加了信息接收的趣味性,同时可以帮助阅读障碍和低龄读者更深入地理解情节内容,有助于特殊气场的形成。

4 版式中气场的合理经营

零散、没有经过恰当组织的元素是无法形成气场的,版式中的文字、图形、色彩均不可成为多余的装饰,这会造成信息接收的困惑。无论是古典版式、网格版式还是自由版式,都必须合理经营才会形成气场并不断保持。合理经营的手段包括:

4.1 适当的感觉刺激

通常情况下,在印刷出版物版式中,气场是稳定存在的,但当连续的文字页面突然插入图形页面、相同字重的文字遭遇大小突变、色彩关系发生逆变、连续装订的单幅页面突然加入折页或纸质页面编排中介入其他材质时,会构成强烈的感觉刺激,促使气场发生震荡和变化。认知个体习惯了某种气场,视觉与心理感觉上或许会产生懈怠与厌倦,此时气场的强烈震荡反而会增加版式的魅力,延长和强化认知个体接收信息的热程度。

韦伯-费希纳定律关于感觉强度和刺激强度的关系论认为:连续意义上的同一刺激差别量必须达到一定比例,才能引起差别感觉⁷⁾。感觉强度以算术倍数增长,刺激强度则以几何倍数增长。以文字为例,字重按比例由2,4,6,8到10磅逐渐增加时,缓慢舒适,容易接受。但当2磅直接跃进到10磅时,尽管结果相同,视觉感觉和心理感觉却会发生强烈变化。这说明感觉和刺激强度变化的百分比,远比其他绝对值施加给认知个体的影响大。

4.2 热点信息的视觉追踪

印刷出版物中的信息不会像影视作品那样随着情节的深入展开,一步一步传递给认知个体,它们总是同时出现,而认知个体的视觉与大脑第一时间只能选择性捕捉和接收那些能迅速引起视觉兴奋和刺激的信息,这些信息就是热点信息。它或它们能吸引认知个体的视线,起到一定的视觉引导作用并强化其周围的气场。通常情况下气场中都应该有热点信息存在,尽管热点信息可能会被很多不确定的因素和力量所左右,也会受到认知个体自身情况的影响而不断发生变化。对气场而言,热点信息会伴随着版式复杂性的增长逐渐衰减。因此,要避免版式的组成元素过多过杂,分散认知个体的注意力,必须存在的元素也要注意组织秩序,分清主次轻重,使热点信息合理移动并持久存在。

4.3 正负空间的合理进退

出版物中的文字、插图等印刷部分一般被视为正空间、实空间;版心之外的留白部分被视为负空间、虚空间。字距、行距、段距以及文字形态内部的开放空间均属于负空间。正负空间的有机组织对信息接收的可读性与易读性的最大化非常重要,尤其是行距与段距更能保障大容量信息易于被认知个体阅读和理解。

当一本书被打开时,人们会自然而然地追寻其中的文字和图形,这是视觉系统的直觉反射行为在头脑中形成的逻辑层次和行为过程,由此形成正空间醒目突出,负空间隐退消弭。正空间内是人们不断要接收的讯息,负空间的留白是为了保护版心内容,也是为了有助于诱导视线更集中于版心之中,同时起到舒缓视觉神经的作用。正负空间合理的结合才能使气场稳定和完整。

正负空间的处理要把握2个原则。一是连贯性。不盲目扩大负空间的无谓留白,失去控制的负空间占据页面的体量过大,会流于形式感的强调而丧失信息的可读性和易读性。二是透气性。不刻意追求实空间的信息拥堵,通常情况下版式中的正空间总是尽最大努力来控制负空间,以保障信息接收的集中性。一味追求信息容量不但容易丧失空间流动性,视觉通道臃肿堵塞,还会进一步造成视觉疲劳、心态紧张急促,最终导致阅读困难。这也是书籍设计中环衬存在的一个重要原因—缓解因过于关注封面内容导致的紧

张感,同时也为了对信息的期待和接收做好准备。因此,适当的负空间促成的暂时停顿能更好地控制信息获取过程的节奏,并得到更加合理舒适的阅读空间。

正负空间相互作用,紧凑而不紧张,错落有致而不稀疏零乱,将同一时间内只有一个视觉焦点的接收个体,以主次分明,条理清晰的视觉动线赋予其接收信息的最大可读性与易读性。

5 结语

印刷出版物版式的气场是需要努力经营才能得以存在和维持的,气场即便如空气一般无法看到,却同样如空气一般是版式设计的生命。气场的强弱受各种因素影响,左右着认知个体的视觉感受和心理感受,对信息的设计、传播以及接收有着重要作用。

(上接第52页)

相花(荷花、牡丹、菊花等)、“八骏戏春”、“琴棋书画”、“回纹”、“四季花”等图案来表达四季平安。第二道门为“三吉”门的“太平祥和”门,用“寿桃”、“蝙蝠”、“石榴”、“佛手”、“仙鹤九只(团鹤献寿)”、“太平有祥”、“平升三级”、“春兰秋菊”等图案来表达太平祥和。第三道门为“三吉”门的“子孙满堂辈辈吉祥”门,用“葫芦爬蔓(葫芦万代)”、“九狮图”、“暗八仙”、“草龙纹”、“祥云”、“拐字纹”等图案来表达子孙满堂辈辈吉祥。用以上方法来表达人对美好、美满生活的期盼和祝愿。祝福石家人和通过此门的客人四季平安、太平祥和、子孙万代。

5 结语

通过对石家大院吉祥福文化的研究与设计得出:用旅游目的地地方文化特色,加上鲜明的地方文化符号元素设计旅游纪念品,能使旅游纪念品深深地烙上“地方风味”的品牌烙印。以旅游地特色的民风、民俗为设计切入点,创造旅游过程中的兴奋点,使这些兴奋点在游客头脑中长时间停留回味,从中感悟并获得更顽强更完整的生命力^[9]。通过对石家大院旅游纪念品的设计,使人们对中国吉祥福文化在民居建筑中的运用和表现手法,有了更深一步的认识,用石家大院吉

参考文献:

- [1] 皮克·菲尔.气场[M].章岩,译.重庆:重庆出版社,2010.
- [2] 周旭.信息传播、信息认知与视觉设计艺术[J].浙江工业大学学报(社科版),2002(12):528—530.
- [3] 马建华.版式设计中的视觉流程[J].包装工程,2008,29(6):191—193.
- [4] 尤尼·利普顿.信息设计实用指南[M].王毅,译.上海:上海人民美术出版社,2008.
- [5] 张峻.论现代书籍中的版式设计[J].包装工程,2008,29(7):132—133.
- [6] 杨赫.论概念书对传统书籍的启示[J].中国出版,2010(6):44—46.
- [7] 欧格雷迪·简·维索基,欧格雷迪·肯·维索基.信息设计[M].郭璇,译.南京:译林出版社,2009.

祥福文化元素设计具有旅游目的地特色的旅游纪念品,是以人为本与和谐思想在旅游纪念品设计中的具体体现。它强调身心和谐、社会和谐、自然和谐是中国和谐福文化的主要观点。对弘扬天津本地文化、加强游客对旅游目的地文化认知、宣传提升天津知名度、促进天津旅游经济发展都有一定的推动作用。

参考文献:

- [1] 宫桂桐,韩志勇.杨柳青石家大院[M].天津:新蕾出版社,2007.
- [2] 郑军.中国吉祥汉字设计艺术[M].北京:人民美术出版社,2010.
- [3] 月生.中国祥瑞象征图说[M].北京:人民美术出版社,2004.
- [4] 徐丽慧,郑军.中国历代云纹纹饰艺术[M].北京:人民美术出版社,2010.
- [5] 郑军,魏峰.中国吉祥图案设计艺术[M].北京:人民美术出版社,2010.
- [6] 赵华明.福和谐——中华福文化与和谐社会[M].北京:中共中央党校出版社,2006.
- [7] 马彧.具有地方特色的武当山旅游纪念品包装设计[J].包装工程,2008,29(5):81—84.
- [8] 黄静.旅游纪念品包装设计的分类定位及设计元素的发掘[J].包装工程,2009,30(9):172—174.