

基于情感化视角的书籍设计

卢雅然

(郑州科技学院, 郑州 450000)

摘要: **目的** 探索书籍设计在情感化设计理念影响下所表现出的发展趋势及其具体的设计策略。**方法** 从书籍设计发展过程中呈现出的问题, 引入情感化设计来对书籍设计进行影响, 深入分析情感化设计的含义及其对读者的情感在本能水平、行为水平和反思水平的深刻把握, 并以此为基础, 分析情感化设计在书籍设计中必须重视视觉、材质和造型等细节, 然后将视线聚焦于儿童读者群体和老年读者群体进行具体的情感化书籍设计, 进一步明确情感化书籍设计的发展方向。**结论** 书籍的情感化设计能够赋予内容以更加多样的表现形式, 在满足基本的书籍功能需求的同时, 满足读者的心理需求, 让书籍展现出更加独特的魅力, 实现合理化、多元化的长远发展。

关键词: 情感化; 书籍设计; 视觉表现

中图分类号: J511 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2020)20-0255-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.20.042

Book Design Based on Emotional Perspective

LU Ya-ran

(Zhengzhou Institute of Science and Technology, Zhengzhou 450000, China)

ABSTRACT: The work aims to explore the development trend and specific strategies of book design under the influence of emotional design concept. From the deficiency in the book design development, the influence and penetration of emotional design on book design were introduced. Then, the meaning of emotional design was deeply analyzed and the profound understanding of readers' emotion in instinct level, behavior level and reflection level was investigated. Based on this, the vision, material and modeling details that emotional design must be paid attention to in book design were analyzed. Focusing on children readers and elderly readers, the application of emotional book design was explored to further clarify the development direction and path of emotional book design. The emotional design of books can give the content with more diverse forms of expression and meet the psychological needs of readers while meeting the basic needs of the book function, thus making the books show more unique charm and realizing rational and diversified long-term development.

KEY WORDS: emotional; book design; visual expression

我国书籍设计领域所取得的成就十分突出, 但由于现今图书市场基本饱和、电子书籍开始出现等因素的影响, 我国的书籍设计仍然存在着设计观念落后、形式固化、功能单一等问题, 难以满足读者的多样化需求。面对这一现实, “情感化设计”开始获得重视, 越来越多的设计者将这一理念融入书籍设计中, 从中寻求合理的表达方式, 激发人们对书籍潜在的情感需求。在融合的过程中, 鉴于书籍是一种特殊的文化商

品, 其情感化设计必须能够与读者实现共鸣, 而这就需要设计者从更高的层次着手, 结合读者群体在本能水平、行为水平和反思水平等层面的情感需求, 来展开书籍情感化设计及读者关系的研究, 并结合实际去探寻更加理想的设计方式^[1]。这是一种机遇, 更是一种挑战, 既是书籍设计发展的必然趋势又是现代工艺技术发展的必然要求, 因此必须从各个层面进行综合分析。

收稿日期: 2020-06-30

作者简介: 卢雅然(1988—), 女, 河南人, 硕士, 郑州科技学院讲师, 主要研究方向为设计艺术学。

1 情感化书籍设计概述

情感化设计是指设计师结合人脑的情感水平进行针对性设计,从而使产品与目标消费群需要的态度或体验相符,产生一种情感的驱动力,并作用于产品,使产品的价值增值^[2]。从其产生根源看,这种设计是人类本能的需求。只是在发展过程中,人们对设计的情感需求不断提高,且不同时期的人们普遍有着不同的情感需求,因此情感化设计才得以更好地发展壮大。随着当前社会进入多元化的发展阶段,人们的情感化需求也更加多元,如何满足人们的情感化需求,毫无意外地成为设计师面临的问题之一^[3]。

情感化设计多用于工业产品设计、游戏设计及软件开发等领域,且书籍设计就是其中的代表性领域之一。书籍的本质并不是单纯的商品,而是传递文化。鉴于此,在对书籍进行情感化设计时,设计者必须将这一设计理念融入人们的本能水平、行为水平和反思水平的情感之中^[4]。第一,本能水平。出现在意识和思维之前,强调的是即刻的情感效果。在本能水平的设计更加注重书籍外观,要做到看着好看,摸着舒服,让读者在看到书籍的瞬间便对书籍产生强烈的本能反应,形成愉快的视觉初体验。第二,行为水平。功能、易懂性、可用性和物理感觉是设计者必须思考的内容。这就要求设计者不仅要封封面、版式、插图及内文的编排进行设计,还要对开本、装订、纸张、甚至是字体和字号进行选择,以全面性的思考助力书籍设计的情感化效果的实现,帮助读者扫除阅读上存在的各种障碍^[5]。第三,反思水平。该层面强调对读者产生更加深刻的影响,因此需要设计者对读者的意识、理解、情感及文化背景进行综合思考,帮助读者准确把握书籍在内容上就已经具备的某种情感,并在阅读后将这种情感不断延伸,形成一个更为完善的反思系统。只有把握好这三个设计层面,才能将书籍设计的情感化发挥到极致,实现理想的设计效果,给读者带来更好的阅读体验。

2 情感化书籍设计的主要方向

在书籍设计中,文字、图形、色彩和编排等元素,毫无疑问是信息得以传递的有效载体。将这些元素进行合理设计,从视觉、材质和造型等方面,使读者获得更高的信息吸收率。

2.1 视觉强化

一个愉悦的视觉享受的阅读过程,是书籍设计的首要追求。在实际的设计过程中,设计者多会通过色彩、文字、图形、造型等基本要素进行情感的传达,以此与作者的思绪形成一种思路,并引导读者沿着这一思路产生特有的视觉情感印象,品味其中的文化之美、设计之美^[6]。一些儿童类图书封面设计就会利用

图形对客观对象进行具象化描述,这种简单明了的图形总是可以轻松吸引儿童读者的目光。

2.2 材质表现

触觉的重要性在书籍设计中可以与视觉相提并论。为了利用触觉给读者提供更多的信息,设计者会通过不同材质呈现不同的肌理,无论光滑、柔软还是粗糙、沉重,都是触觉的形式表达,进而将之前的视觉体验在触觉的作用下进行印证和升华,带来更加美好的阅读体验^[7]。比如,纸质肌理的书籍可以进行毛边处理,凸显手工特色,给人以随意真实的触感体验;树皮肌理的书籍可以展现天然和古朴的感觉,让人从内心愿意亲近。这就是不同质感的材料所赋予书籍设计的不同的情感表达。

2.3 造型魅力

视觉的丰富和触觉的升华都给予了书籍设计不同的情感体验,而造型的魅力则在更高的层面实现了情感表达^[8]。无论是平面立体书籍还是纯立体书籍,都讲究对阅读方式的拓展和视觉空间的延展,力图实现层次感、空间感的设计目标。以立体书这一形式为例,其阅读形式追求操作性和互动性,里面设置有精妙的机关,能够引发读者的想象力,增加整体的视觉与阅读体验。

3 情感化书籍设计的具体策略

情感化视角下的书籍设计并不按常规出牌,其追求一种新的设计观念和思维的具体物质呈现,强调对书籍形式的丰富和功能的延展,力争实现书籍与读者的对话。在这一方面,表现最为突出的便是面向儿童群体和老年群体的书籍设计,对其进行深入研究,可以发现当前情感化书籍设计的具体应用策略和发展方向。

3.1 儿童书籍中的情感化设计

在书籍的设计过程中,面向儿童群体的书籍备受关注,这是因为经济条件的改善已经使人们对教育的起点前移,而儿童群体普遍对空间和形状的认知有着极高的兴趣,他们对世界充满好奇,喜欢发挥天马行空的想象,正是进行阅读兴趣培养和身心健康引导的关键期^[9]。从这一层面看,儿童书籍的情感化设计恰恰是培养儿童审美认知的基础,书籍中的故事颜色、材质以及外形的设计能够调动儿童的兴趣,并让他们在情感上接受书籍内容,进而提高儿童审美,促进其情感的发展。立体化儿童书籍的设计,就借助具体的形式完成了情感的表达,其中所展现的独特的造型、趣味的场景、新奇的互动以及材质与色彩等细节的丰富和个性,无时无刻不在吸引着儿童群体的目光,勾起他们的阅读兴趣,并在认知的过程中帮助儿童获得

情感上的满足。

外形上看,儿童立体书籍常会将翻、拉、拽、旋转等多种互动形式结合在一起,通过各种结构表现形式引起儿童的注意,并在翻拉的互动过程中,丰富儿童的情感体验,使其对书籍产生更大的阅读兴趣^[10]。例如,《小飞侠彼得潘》每一页边上的文字部分都分有四小页,且翻开后会有立体插图呈现出来与主插图呼应,整体细节考究,插图巧妙,使儿童在阅读过程中体验到一种趣味互动性,不仅轻松接受了书籍内容,还有效提高了他们对绘画的鉴赏能力。

色彩方面,立体书的情感表达要从儿童的审美特征和色彩感知层面出发,借助色彩对比搭配,避免大量使用同一种颜色,使整体达到丰富又协调的色调,促使儿童在阅读中获得身心的愉悦^[11]。因此,儿童书籍设计中的色彩既要以明快为主,又要讲究一定的协调,让儿童读者能够借助自己的经验进行判断。

材质方面,借助对触觉的刺激反应,帮助儿童体验到阅读的快乐。除了纸质材料外,还可以选择塑料、布艺等,使书籍本身的层次更加丰富,激发儿童的好奇心,使其乐于探索。

3.2 老年书籍中的情感化设计

随着社会老龄化的加剧,人口老龄化已十分普遍。老年群体作为社会的一分子,有着追赶时代脚步的强烈愿望,加上休闲时间富裕,因此大多有着很强的阅读欲望。但从实际来看,无论是传统书籍还是数字书刊,真正适合老年群体的书籍设计仍然存在大量空白,难以满足老年群体的阅读需求和实际的市场需求。鉴于老年群体感官系统老化、记忆力衰退、思维反应迟缓等现实特征,设计者在以“情感化”设计为切入点进行书籍设计时,必须针对老年人的实际阅读需求,总结具体的设计策略^[12]。第一,注重实用性。老年群体消费节俭,加之自身生理因素,因此对实用性书籍需求很高。设计者在进行书籍设计时要简化不必要的纹理,突出主体文字,在字体字号、分栏排版、标题、视觉流程等方面,进行本能层次和行为层次设计,强调书籍内容的易读性。第二,赋予设计乐趣与感动。在强调实用性的基础上,设计者要适当结合老年群体的审美习惯,做到易用、适用的同时,将情感转化为有形设计,使其在阅读过程中获得愉悦的审美体验^[13]。做到了实用性与审美性的协调统一,便能引导读者的精神和情感,实现真正意义上的情感化书籍设计。

4 结语

“感人之心,莫先于情。”在书籍设计中,传达情感一直是书籍的生命力所在,尤其在当前这个强调个性、快捷高效的背景下,书籍设计必须打破精神和物质的隔阂,充分扩展设计空间,将单向的平面结构向

多元化方向转化。这就要求设计者必须从情感化视角对书籍设计进行审视,在本能层次、行为层次和反思层次上,结合图形、色彩、材质等因素与读者群体的个性化需求,进行更加丰富的尝试和实践,在挑战自我的同时,促使现代书籍实现更大的价值。

参考文献:

- [1] 林下. 浅析书籍设计的情感化[J]. 文艺生活旬刊, 2012(3): 253.
LIN Xia. Analysis on the Emotionalization of Book Design[J]. Literature and Art Life, 2012(3): 253.
- [2] 行情瑶. 浅析书籍设计的情感化表达[J]. 文艺生活·文艺理论, 2016(2): 47.
XING Qian-yao. Brief Analysis of Emotional Expression of Book Design[J]. Literary Life, Literary Theory, 2016(2): 47.
- [3] 郭新生, 杨蕾蕾. 非物质化趋势下书籍设计的情感化表达[J]. 艺术科技, 2014(4): 344.
GUO Xin-sheng, YANG Lei-lei. Emotional Expression of Book Design under the Trend of Non-Materialization[J]. Art & Technology, 2014(4): 344.
- [4] 沙莎. 情感化设计的美学探究[J]. 文艺生活旬刊, 2012(2): 80-81.
SHA Sha. Aesthetic Exploration of Emotional Design[J]. Literature and Art Life, 2012(2): 80-81.
- [5] 余瑞雪. 浅谈新概念书籍设计对传统书籍的启示[J]. 神州, 2018(7): 270.
YU Rui-xue. Enlightenment of New Concept Book Design on Traditional Books[J]. Divine Land, 2018(7): 270.
- [6] 王芳. 书籍五感对书籍设计的影响与推动[J]. 今传媒, 2013(5): 99-100.
WANG Fang. Influence and Promotion of Book Five Senses on Book Design[J]. Current Media, 2013(5): 99-100.
- [7] 许琛. 书籍设计中的情感设计探讨[J]. 现代商贸工业, 2014, 26(14): 70-71.
XU Chen. Discussion on Emotional Design in Book Design[J]. Modern Business Industry, 2014, 26(14): 70-71.
- [8] 李音. 现代中国书籍设计发展现状[J]. 现代装饰(理论), 2013(5): 86.
LI Yin. Development Status of Book Design in Modern China[J]. Modern Decoration (Theory), 2013(5): 86.
- [9] 汪晶晶. 儿童立体书籍中的情感化设计[J]. 设计, 2017(3): 120-121.
WANG Jing-jing. Emotional Design in Children's Stereoscopic Books[J]. Design, 2017(3): 120-121.
- [10] 于炜, 宋佩茜, 陈欣. 儿童书籍的情感化设计研究[J]. 艺术品鉴, 2015(9): 50.
YU Wei, SONG Pei-qian, CHEN Xin. Research on

- Emotional Design of Children's Books[J]. Art Appreciation, 2015(9): 50.
- [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. Design Analysis of Children's Interesting Books[J]. Art Review, 2016(2): 169-171.
- [12] 郭新生, 陈颖. 老年群体视角下的“情感化”书籍设计探析[J]. 艺术科技, 2016, 29(8): 260-269.
- GUO Xin-sheng, CHEN Ying. "Emotional" Book Design from The Perspective of Elderly Group [J]. Art & Technology, 2016, 29(8): 260-269.
- [13] 孙月丽, 潘云丽. 浅析当代中国书籍设计发展新趋势[J]. 商场现代化, 2012(21): 259.
SUN Yue-li, PAN Yun-li. A Brief Analysis of the New Development Trend of Contemporary Chinese Book Design[J]. Mall Modernization, 2012(21): 259.

(上接第 249 页)

参考文献:

- [1] 吴丽珍, 刘金英. 赣南采茶戏传承与发展新思路[J]. 科技界, 2019(36): 238.
WU Li-zhen, LIU Jin-ying. New Ideas for the Inheritance and Development of Tea-Picking Opera in Southern Jiangxi[J]. Science and Technology, 2019(36): 238.
- [2] 宗立成, 孟钰, 赵德钰. 基于校园文化资源的文创产品开发与产学研模式探索[J]. 设计, 2018(19): 51-53.
ZONG Li-cheng, MENG Yu, ZHAO De-yu. Cultural and Creative Product Development and Production-University-Research Model Exploration Based on Campus Cultural Resources[J]. Design, 2018(19): 51-53.
- [3] 张红英. 赣南采茶戏的表演艺术与音乐特征分析[J]. 艺术评鉴, 2017(15): 28-29.
ZHANG Hong-ying. Analysis of the Performing Arts and Music Characteristics of Gannan Tea-Picking Opera[J]. Art Review, 2017(15): 28-29.
- [4] 吴国辉. 赣南采茶戏服饰文化研究[J]. 内蒙古艺术, 2018(1): 57-59.
WU Guo-hui. Costume Culture of Tea-Picking in Gannan[J]. Inner Mongolia Art, 2018(1): 57-59.
- [5] 徐荣荣. 赣南采茶戏口述史研究(1949—2006 年)[D]. 赣州: 赣南师范大学, 2017.
XU Rong-rong. Oral History of Gannan Tea-picking Opera (1949-2006)[D]. Ganzhou: Gannan Normal University, 2017.
- [6] 樊凤龙, 王玲, 尚乐文. 论赣南采茶戏音乐与赣南文化的关系[J]. 影剧新作, 2019(2): 165-169.
FAN Feng-long, WANG Ling, SHANG Le-wen. Relationship between the Music of Tea-Picking in Gannan and the Culture of Gannan[J]. New Works of Shadow Play, 2019(2): 165-169.
- [7] 李小芳. 赣南采茶戏的语言艺术[D]. 广州: 暨南大学, 2015.
LI Xiao-fang. Language Art of Gannan Tea-picking Opera[D]. Guangzhou: Jinan University, 2015.
- [8] 刘鑫. 基于非遗文创的品牌建构研究[D]. 杭州: 中国美术学院, 2019.
LIU Xin. Research on Brand Construction Based on Non-legacy Creation[D]. Hangzhou: China Academy of Art, 2019.
- [9] 余辉. 传统文化元素在文创产品设计中的运用分析[J]. 品牌研究, 2019(12): 72-73.
YU Hui. Analysis of the Application of Traditional Cultural Elements in Cultural and Creative Product Design[J]. Brand Research, 2019(12): 72-73.
- [10] 李炜. 徽州戏曲文化创意产品的研发与设计[J]. 艺术研究, 2019(3): 152-153.
LI Wei. Research and Development and Design of Huizhou Opera Cultural Creative Products[J]. Art Research, 2019(3): 152-153.