

书籍设计的情感表现研究

盛卓立

(山西农业大学 信息学院, 太谷 030800)

摘要: **目的** 探索情感视角下的书籍设计策略。**方法** 从多元化的时代背景着手, 结合人们逐渐提升的精神需求和审美需求, 引出书籍设计的情感化方向, 并深入分析了书籍情感化设计的概念及主要特点, 然后依托各种设计尝试从版式、色彩、材质和功能等方面展开论述, 分别就传统与现代、时尚化、趣味化、功能化等方面的设计路径进行阐述, 也列举了一些代表性的设计实例, 并对未来的发展方向与设计趋势进行总结, 对相关设计师提出了更高的要求。**结论** 书籍的设计是一个系统化的工程, 其借助情感的表现力和艺术张力能够实现更加个性、丰富和多元的形式与功能, 从而以更加鲜明的特色、更加深入的互动和更加深刻的情感增添书籍的艺术魅力, 满足当下人们普遍提高的审美与精神追求。

关键词: 书籍设计; 情感表现; 功能化

中图分类号: J524.5 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2021)02-0239-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.02.039

Emotional Expression of Book Design

SHENG Zhuo-li

(Shanxi Agricultural University College of Information, Taigu 030800, China)

ABSTRACT: The paper aims to explore book design strategies from the perspective of emotion. Based on the diverse historical background, and combined with the rising spirit demand and aesthetic demand of the Public, emotional book design was introduced. The concept and main characteristics of emotional book design were analyzed in-depth. Then based on various design attempts, it is discussed from layout, color, material, function, etc. The design paths of tradition and contemporary, fashionable change, fun and function-orientation were illustrated. Some typical design examples were listed. The future development direction and design trend were summarized and higher requirements on related designers were put forward. Book design is a systematic project. With emotional expressiveness and artistic tension, it can achieve more individualized, richer and more diversified forms and functions, and thus have more distinctive characteristics, deeper interaction and more profound emotion to add artistic charm of books, meet the present general needs of improving aesthetic and spiritual pursuit.

KEY WORDS: book design; emotional expression; functional

书籍是人们精神沟通的桥梁, 其能够带给读者的不仅是知识的丰富与思维的拓展, 更是一种精神上的享受, 能够与读者进行更加切近的心灵沟通^[1]。在不断的发展过程中, 书籍设计不再仅限于某一特点和功能, 而是开始迎合时代, 从社会和读者的现实需求出发, 秉持“以人为本”的理念, 以趣味的图文、内容与设计去吸引读者的注意, 从而与读者进行更高层面的互动, 带来更加真实与升华的情感体验。如果一味

固守传统, 那么书籍不仅不会很好地吸引读者, 还会被时代所抛弃, 必须将情感诉求融入其中, 从形式、材料、色彩等方面开启情感化的设计之路, 以求将纸质书籍与趣味性的设计相结合, 增强情感的层次性, 促使读者主动参与书籍互动, 更好地感受阅读带来的情感愉悦。

1 书籍情感设计概述

书籍设计蕴含着内在与潜在的逻辑, 是一种将结

构、形态进行解构、再组合的过程,是物化的,其不仅对外在的形较为注重,还在乎内在的韵,讲求形神兼备^[2]。一个好的书籍设计是离不开情感的,可以说,情感的存在赋予了书籍设计作品以灵魂,能够很好地诱发读者的情绪反应,其中包含生理刺激和精神刺激等方面,只有从情感理念出发,从读者的使用需求出发,设计出更多的个性化、人性化、趣味化的互动细节,才能让情感的表达更加鲜明和确切,从而引发更高层面的阅读体验,强化书籍的生命力,提升书籍的艺术魅力^[3]。当前,书籍设计的情感化表现方式正在不断扩展和增强,涉及的领域和细节也不断扩大,其对情感观念的传达必须符合现代人的实际需求和现实状况,一旦发生偏差或错误,盲目宣扬错误的情感观念,那么不仅不会得到理想的设计效果,反而会引发反面效果,最终导致设计作品的失败。

2 书籍设计的情感表现分析

2.1 书籍版式的情感表达

作为书籍与读者之间重要的信息中转站,版式设计凭借着文字、色彩与插图等基本造型语言进行有机的排列组合,以美观的形态满足了读者多样化的情感需求。这一点并不是毫无根据的^[4]。事实上,在书籍设计的发展史上,版式设计一直被广泛重视,成为设计者进行情感表现的重要方式。曾经的线装书在版式设计上就一直在贯彻“天人合一”的理念,不仅在文字的排列和空白的配合上相得益彰,还与文人雅士的着装特点相符合,传达着一种优雅从容、悠闲自得的情感特质。及至当前,自由版式的设计作为一种创新型版式设计形式,凭借自身自由、随性的特点以及文字与图画一体的风格,较之传统的版式设计更具优势,因此在书籍设计的情感表现方面应用颇广。

2.1.1 强调创意性

自由版式设计讲求创意性,强调个性化发展。与传统的设计版式不同,自由版式多代表了不同设计者的主观感受^[5]。这样的版式设计能够更好地促成设计者与读者的交流,让读者更好地接受书籍的相关信息,并被其中的观念、情感等感染,从而实现更加强烈的情感表达效果。

2.1.2 传统与现代的融合

传统的版式设计之所以能够沿用至今,更多的在于其严谨性所带来的重要价值,这对当前的自由版式设计有着一定的借鉴意义。从当前的发展趋势看,自由版式并不是盲目自由,其也需要从传统的版式设计中汲取精华,以其精髓助力自身的形式与内容,从而在融合中实现优势互补,促进书籍版式设计的良性发展^[6]。

2.1.3 突出情感的表达

无论是对个性化的强调还是对传统版式的借鉴,

从实质上看,这些都是在为版式设计的情感表达做准备。因为书籍本来就是一种精神交流的媒介,其虽然应用的是自由版式,但并不随意为之,而是在追求线条与色彩、文字与图形的搭配与创新的基础上,实现更高层面的情感表达,如此才能与读者实现更好的交流与沟通,创造更高层面的情感升华^[7]。

总的来看,自由版式设计的这些创新与贡献给书籍设计带来了全新的面貌,让原本固化的书籍设计变得灵动,看似杂乱无章,实则蕴含情感与线索,能够引导读者更好地融入其中,体会到独特的情感体验。

2.2 书籍材质的情感表达

材质的情感表达也是值得肯定的。从书籍设计对材质的选择看,不同的材质所具备的不同特征成为书籍内容的有效载体,具备一定的情感传达价值,在一定程度上说那些正确选用材质的书籍总是能够赋予书籍更强的生命力。

2.2.1 纸张的选择与搭配

纸张一直都是书籍设计中的主要材料,其有着电子数码时代难以企及的一种自然之风,内敛、亲近又细致、豪放^[8]。当然,在利用纸张进行情感表达的时候,设计者可以将纸张的特性进行分析,结合实际将其与其他材质结合,如金属、牛皮等,如此便能赋予书籍更加丰富的情感表现;在内文的纸张上采用凸版印刷的文字等等。这些都可以进行良好的情感表达,实现书籍的情感化设计效果。集艺术性、思想性、知识性于一身的《天涯》杂志的封面设计就采用牛皮纸作为主要材质,有效地将该杂志的个性特性与文化韵味进行了表达与展现。

2.2.2 材料与印制的配合

材料与印制的配合能够将情感的表达进行得更加完美,很多有趣的书籍设计之所以能够取得理想的情感设计效果,正是得益于这两方面的配合^[9]。无论是刚硬的铝箔还是韧性的塑料,只要能够将书籍的特性与内蕴情感进行展现,就是成功的设计方法。在一些介绍传统手工艺的书籍设计中,设计者更是将十分有代表性的刺绣、青花瓷等纳入材料的选择范围,将真实的物品夹带其中,给读者带来了真实的实物感知体验。比如,《中国彩瓷》的内页设计就将图片与实物进行了完美的融合,左边是相关的图文简介,右边则是实体样本,将书籍的实用性、知识性和趣味性进一步凸显,让整体的情感表达更加强烈和富有冲击力。

2.3 色彩的情感表达

色彩一直是书籍设计中最引人注目的艺术元素,其与各种元素一起共同构成了极具视觉冲击力的书籍形式,不仅起到了良好的美化书籍的效果,还在一定程度上迎合了读者的色彩爱好和习惯,满足了读者

的多样化需求^[10]。在众多借助色彩进行情感表达的书籍设计中,儿童书籍设计最具代表性,其对色彩的恰当选用不仅提高了儿童的艺术欣赏,更引发了更高层次的精神体验,帮助他们树立了正确的审美观。

一方面,设计者要从市场实际出发,了解同类图书的设计特点,结合这一现实进行更加具备针对性的设计定位,选择更符合儿童特点,更能够引发其情感波动的理想色彩。比如,针对儿童好奇心强的特点,设计者可以对不同年龄段的儿童读者群体进行区分,大胆选择色彩明快的艺术设计风格,让书籍的情感指引更加鲜明和确切。

另一方面,儿童书籍设计中的色彩还应在封面设计中进行艺术化创新,让整体提升书籍的文化意境,让儿童从书籍的外观便沉浸其中,然后更好地进入书籍的内部世界,促成情感的指引与升华。比如,设计者可以将色彩感进行轻重倒置,将明度较高的颜色作为底色,并在其中插入其他色彩,营造跳跃的动感,达到可爱的效果;放大三原色对比色,挣脱生活中固定的颜色框架与束缚,让整个书籍设计的色彩更加鲜明、绚丽^[11]。

2.4 功能的情感表达

功能的强化与丰富是书籍设计情感表达的一大优势所在。功能的创新与优化能够使书籍的形式赋予更强的趣味性,从而给读者带来更加直接的视觉冲击。

2.4.1 新媒体技术的融入

当前,新媒体技术不断发展,各种优秀的新媒体技术不仅给各个行业注入了新鲜的活力,还指引了书籍情感化设计的方向与思路。为了强化情感表达,提升读者的阅读兴趣,新媒体技术的应用逐渐得到肯定与推广^[12]。这一设计形式多出现在科普图书的设计上,如用AR技术将立体的恐龙图像呈现在书桌上,不仅实现了图文并茂的设计效果,还让读者能够在一定程度上实现与恐龙的互动。如此,读者就可以在阅读的过程中实现空间能力、认知能力的提升,不仅更快地接收了相关的信息,更实现了一定的情感交流。

2.4.2 趣味互动的强化

趣味互动的强化也是功能升级的一种表现形式,与众不同的设计总是可以取得理想的情感表达效果的^[13]。例如,朱赢椿的《不裁》就设计出了与众不同的翻阅形式,在书的第一页要一个小纸刀,而后面的书页有很多并没有裁开,必须借助这把小刀将其裁开,才能进行后面的阅读。这样的设计形式就让互动性更加强烈,阅读者在参与的过程中感受到了多重的阅读体验。

3 结语

书籍设计的情感化表现有着显著的意义,其不仅

可以将书籍的个性化、趣味化特点进一步展现,还能够激发读者的阅读兴趣,并成功将读者引入书籍所营造的情感氛围中,从而实现最佳的应用效果。可以说,一本好书的成功,离不开其版式、材料、文字、图形、色彩与功能等细节的个性化与丰富化,也离不开设计者的多方努力与探索,只有进一步认识到书籍设计情感化表达的具体内涵与特点,才能更好地把握设计方向,强化书籍与读者的互动,在阅读与互动的过程中享受到读书的乐趣,体会到深刻且轻松的精神愉悦。

参考文献:

- [1] 谢如红. 书籍设计中版式与材质的情感表达[J]. 艺术教育, 2011(9): 149.
XIE Ru-hong. Emotional Expression of Layout and Material in Book Design[J]. Art Education, 2011(9): 149.
- [2] 冯琛琛. 浅谈自由版式设计在书籍装帧中的表现[J]. 艺术科技, 2016, 29(3): 266.
FENG Chen-chen. Performance of Free Layout Design in Book Binding[J]. Art Science, 2016, 29(3): 266.
- [3] 朱昕. 儿童类书籍封面装帧设计的色彩表现[J]. 陕西教育(高教版), 2009(1): 119-120.
ZHU Xin. Color Performance of the Cover Design of Children's Books[J]. Shaanxi Education (Higher Education Edition), 2009(1): 119-120.
- [4] 曹琳. 将情感注入儿童书籍设计[J]. 艺术教育, 2012(11): 164-165.
CAO Lin. Injecting Emotion into Children's Book Design[J]. Art Education, 2012(11): 164-165.
- [5] 沙金妮, 李有生. 论书籍装帧中装帧形式的功能性及情感表达[J]. 美术教育研究, 2017(13): 74.
SHA Jin-ni, LI You-sheng. Functionality and Emotional Expression of Binding Forms in Book Binding[J]. Art Research, 2017(13): 74.
- [6] 闫会恩. 探析书籍从二维艺术设计到三维空间表现[J]. 现代装饰(理论), 2016(6): 81.
YAN Hui-en. Exploring the Expression of Books from Two-Dimensional Art Design to Three-Dimensional Space[J]. Modern Decor (Theoretical), 2016(6): 81.
- [7] 张星纯. 浅谈书籍的趣味性设计[J]. 艺术科技, 2019(8): 158-159.
ZHANG Xing-chun. Interesting Design of Books[J]. Art Science and Technology, 2019(8): 158-159.
- [8] 刘广建, 李硕. 基于情感化设计的未来产品设计发展趋势[J]. 艺术科技, 2019(2): 195.
LIU Guang-jian, LI Shuo. Development Trend of Future Product Design Based on Emotional Design[J]. Art Science, 2019(2): 195.
- [9] 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-xi, CHEN Xin. Emotional Design of Children's Books[J]. Art Works, 2015(9): 50.

- [10] 薛子豪. 浅议情感理念在视觉传达设计中的表现[J]. 新校园(上旬), 2017(5): 119-120.
XUE Zi-hao. Performance of Emotional Ideas in Visual Communication Design[J]. New Campus (Early), 2017(5): 119-120.
- [11] 魏傲雪. 浅析书籍装帧中插画艺术的情感表达[J]. 北极光, 2015(11): 30-31.
WEI Ao-xue. Emotional Expression of Illustration Art in Book Binding[J]. Aurora Borealis, 2015(11): 30-31.
- [12] 赵海利. 浅谈书籍封面的情感化设计[J]. 明日风尚, 2016(23): 78.
ZHAO Hai-li. Emotional Design of Book Covers[J]. Tomorrow's Fashion, 2016(23): 78.
- [13] 王筱丹. 书籍的情感化设计研究[D]. 南京: 南京理工大学, 2009.
WANG Xiao-dan. Research on the Emotional Design of Books[D]. Nanjing: Nanjing University of Science and Technology, 2009.

(上接第 235 页)

- [6] 金保华. 网络时代下的视觉传达设计刍议[J]. 中国包装工业, 2015(19): 51.
JIN Bao-hua. Visual Communication Design in the Network Age[J]. China Packaging Industry, 2015(19): 51.
- [7] 吕泽民. 视觉传达设计在数字媒体环境下的应用与发展趋势[J]. 文艺生活·文海艺苑, 2012(12): 191.
LYU Ze-min. Application and Development Trend of Visual Communication Design in Digital Media Environment[J]. Literary Life·Wenhai Yiyuan, 2012(12): 191.
- [8] 高凌霄. 视觉传达设计的发展趋势[J]. 企业导报, 2013(2): 251.
GAO Ling-xiao. The Development Trend of Visual Communication Design[J]. Corporate Herald, 2013(2): 251.
- [9] 周珏. 互联网+时代下的视觉传达设计分析[J]. 大观, 2016(5): 49.
ZHOU Jue. Analysis of Visual Communication Design under the Internet+ Era[J]. Grand View, 2016(5): 49.
- [10] 陈鹏. 探究网络媒体中的视觉艺术设计[J]. 中小企业管理与科技, 2017(21): 126-127.
CHEN Peng. Exploring Visual Art Design in Online Media[J]. SME Management and Technology, 2017(21): 126-127.
- [11] 林军. 网络媒体之视觉页面设计[J]. 中国科技财富, 2010(14): 10.
LIN Jun. Visual Page Design of Network Media[J]. China Science and Technology Fortune, 2010(14): 10.
- [12] 梁荣. 视觉传达设计中的多媒体艺术表现形式探究[J]. 艺术科技, 2017(1): 301.
LIANG Rong. Research on Multimedia Art Expressions in Visual Communication Design[J]. Art Science, 2017(1): 301.
- [13] 宁培秋. 现代网络广告视觉传达设计研究[J]. 文艺生活·文海艺苑, 2015(7): 172.
NING Pei-qiu. Research on Visual Communication Design of Modern Online Advertising[J]. Literary Life·Wenhai Yiyuan, 2015(7): 172.

(上接第 238 页)

- [8] 张海芹. 版式设计在商业广告设计中的应用[J]. 现代装饰(理论), 2013(5): 95.
ZHANG Hai-qin. Application of Layout Design in Commercial Advertising Design[J]. Modern Decor (Theoretical), 2013(5): 95.
- [9] 辛雄飞. 版式设计初探[J]. 大舞台, 2011(7): 168-169.
XIN Xiong-fei. A Preliminary Study of Layout Design[J]. Big Stage, 2011(7): 168-169.
- [10] 仇伟. 浅谈文字版式设计在书籍装帧中的应用[J]. 企业技术开发(下), 2010, 29(7): 59.
QIU Wei. Application of Text Layout Design in Book Binding[J]. Enterprise Technology Development, 2010, 29(7): 59.
- [11] 邓子华. 版式设计在平面设计方面的应用[J]. 读写算: 教师版, 2013(27): 2.
DENG Zi-hua. Application of Layout Design in Graphic Design[J]. Reading and Writing: Teacher Edition, 2013(27): 2.
- [12] 王蕾. 论自由版式设计在广告中的应用[J]. 文艺生活·文海艺苑, 2011(4): 187.
WANG Lei. Application of Free Layout Design in Advertising[J]. Literary Life·Wenhai Yiyuan, 2011(4): 187.
- [13] 胡亚. 论版式设计在平面设计中的应用[J]. 兰州大学学报: 社会科学版, 2009(S1): 113-116.
HU Ya. Application of Layout Design in Graphic Design[J]. Journal of Lanzhou University: Social Sciences Edition, 2009(S1): 113-116.