



## 装帧设计需要换位思考

浏览：180

书籍的装帧不是简单地给书穿上美丽的外衣，中国人信奉“相由心生”，这的确有道理。然而，美编往往被人看作是独立工作的艺术家，有些文字编辑也习惯于把书籍的装帧放在工作的最后一环来考虑，这就极易造成封面设计风格与内文气质、图书类型特征的脱节，不能将书籍的核心信息准确地传达给读者。这样，无论外观设计得多么赏心悦目，都只会误导消费者并严重影响书籍的销量，使得装帧失去了对书籍的识别功能、诱导功能与导购功能。

其实，书籍装帧需要文编、美编与作者的良好沟通与合作，有了愉快的合作才有可能获得文编、美编、作者与读者多方共赢。从装帧设计者角度来讲，要想达成共赢结果，就需要美编时常进行换位思考，站在“自我”与“非我”的两个视角来工作。

所谓自我视角，是指设计者在思考问题时，会不自觉地带上自我的感情偏好、价值观念、审美情趣等等。我们说一个设计师有没有灵气，就要看他的作品有没有个性和想象力。正是因为有了不同风格的设计师，我们才看到了那么多各有千秋的设计，否则，我们的视野将充斥着千篇一律的死寂。你不得不承认个性鲜明的书籍装帧在今天往往会得到更多读者的关注和喜爱。然而，你也会发现个性张扬的作品往往会有两种截然不同的表现，它比那些四平八稳的装帧设计更易走向极端——极端的成功或失败。同样是看似自我的个性设计为什么有的人气旺盛而有的却无人问津呢？因为，“自我视角”也不可能与这个世界毫无关联。在成功的、个性鲜明的作品中，必然蕴藏着能够引起一部分人群心理共鸣的因素和特点。如果这一部分人群恰好就是你的诉求对象，那么你的设计就是成功的。这种成功决非偶然，而是编辑、作者与书装设计师通力合作并明确了读者群体特征的结果。这就毫无疑问地需要设计师在“自我视角”之外运用“非我视角”来观察，也就是进行换位思考。

标题 关键字 搜索

### 热点聚焦

全国出版社网站建设工作交流会  
第三届中国传媒创新年会  
中国出版走出去  
第14届北京国际图书博览会  
2007北京国际出版论坛  
第9届中韩出版学术年会  
第2届中国数字出版博览会  
2007报业经营模式创新论坛  
第17届全国书市  
第2届中国传媒创新年会

更多

### 专题集锦

出版业改革30年专题  
回眸2007  
中共十七大专题  
出版发行业诚信体系建设专题  
出版蓝皮书专题  
农家书屋专题  
全国国民阅读调查专题  
出版集团建设专题  
民营书业专题  
优秀出版科研论文评奖专题

更多

非我视角，是指设计师在构思立意时要尽力跳出“自我”的狭小的思维空间，排开设计者自我，站在读者和作者的角度去思考。当我们站在“非我视角”时必须抓住重点，去掉细枝末节。因为视野越是开阔，信息就越庞杂。首先，要确定内文的大意，在作者和编辑的帮助下抓住内文的大体气质，了解作者对于此书装帧的一些要求和建议并将之作为参考，毕竟他才是最清楚内文气质、特点与类型的人。然后，明确诉求对象也就是读者群体的特征，其中包括它们的年龄、职业、地域、性别以及需求、目的、价值观念、喜好、审美情趣等。

设计师一般通过排版、色彩搭配、字体选择、插图设计等方面来体现对读者、作者的重视。比如排版，不光要讲究艺术性，还要讲究其技术性。字与字的间距，行与行的行距都需要考量。排得太密，会让读者感觉压抑，增加了阅读的吃力感；排得太松，阅读起来会断气韵，没有连贯感。这都会造成读者阅读的不便。如果是图文混排，就要注意图片的大小、位置所形成的文字断开是否会使意思不明确，从而造成阅读困难。内文排版应尽量简洁，要给人一种干净流畅的视觉感受，这样才不致损害阅读的欲望。这种人性化的设计同样能够体现在色彩的搭配上。色彩的作用是先于形象的，能够最直接地左右读者的感情与行为。色彩的不同搭配可以形成不同的视觉感受与心理暗示，能独立表达出书籍的含蓄、奔放、冷酷、热情等多种不同的视觉效果。比如深褐色给人以怀旧稳重的感觉，适合古诗集的装帧；蓝色给人以平静、理性的感觉，适合数理化方面书籍的装帧。不同类型的书籍拥有不同类型的读者。以古诗集为例，喜欢古诗的读者以年长者居多，有一定的文化修养。封面色彩应突出成熟、稳重和幽雅的视觉感受，颜色反差不宜过大。而现在流行的网络小说和80年代后的新锐作家的作品集则完全不同，它们的追捧者以追求新鲜事物的年轻人为主。设计者要抓住年轻人爱冒险、喜欢张扬个性的特点，在色彩处理上要更加的大胆、新颖。夸张的强反差或弱反差的色彩搭配都可以根据书籍内容大胆尝试，因为你所面对的读者拥有这样的接受能力。同样，儿童读物的色彩搭配也要符合儿童的心理需求。我们的设计师应该拥有一颗不老的童心，去想像一个绚丽色彩的儿童世界。粉嫩、鲜艳、明亮的色彩是最能吸引孩子们眼球的，这样的色彩感觉跳跃、趣味、活泼。当然，除了色彩之外，不同的字体也可以传达不同的视觉感受。比如标宋就最能体现中国文字的特点，它端庄稳健，温文敦厚有张力，可做正文用字；粗宋，雍容华贵适合做章节的标题；黑体，端庄敦厚、笔力沉雄，十分醒目，但一般不单独做正文用字。正是因为不同字体会给读者不同的心理感受，我们在字体的选择上就需更花费心思，从而更好地展现书籍的气质与作者的意图。比如政治书籍的封面设计，往往选用端正庄严的

字体来烘托主题；浪漫、幻想的现代散文集则以倾斜的宋体与柔美悠远、洒脱淡定的语句相适应。同时，我们也应参考目标读者的喜好。比如儿童，他们就不太接受方方正正、横平竖直的字体，而更喜欢类似圆体、空趣体和彩云体这样饱满又有动感的可爱字型。

说来道去，要做好书籍的装帧需要设计者学会如何换位思考，如何在“自我”与“非我”中寻找平衡，即既能够把书籍装帧得有个性有品位，也能够保证装帧的基本功能并被广大读者所接受。避免书籍装帧变成千篇一律、毫无美感的视觉垃圾和不知所云的

[\[查看/评论\]](#) [打印](#) [\[关闭窗口\]](#)

[相关文章](#)

[图片新闻](#)

[|>更多](#)

版权所有 2007 中国出版网

京ICP备05064761号

主管单位：新闻出版总署 主办单位：中国出版科学研究所

地 址：北京市丰台区三路居路 97号 邮编：100073

