

Content determination form: the visual construction value of text, intertextuality and context in book design

Xiang Yunbo^{1,a}

¹Yunnan normal university, Kunming, Yunnan, China

^aartvision@vip.sina.com

*Xiang Yunbo

Keywords: Book Design, Intertextuality, Context, Visualization.

Abstract. This paper takes the construction process of book visualization as the starting point, borrows the concepts of text, intertextuality and context to interpret the process of meaning generation, visual logic construction and reading charm creation in book design. How to effectively use the mutual transformation of content and form in the design, and deeply understand the essence of book design, which leads to reflection on the book reading design to enhance the reading value.

1. 引言

相由心生，一切外在的形态都是事物本质的视觉表达，我们看到的“相”，无论是感性的气质，还是实体的相貌、外形，都是由“心”这一本质内核生发。书籍设计是文本内容的视觉化过程，也是阅读价值的创造过程，故也称为阅读设计。书籍形态与语意的视觉之“相”同样取决于内容这一“心”的外化，由文本（text）生发意义，经由互文性（intertextuality）理论构建视觉逻辑，通过多页层叠的时空构造创造出富有阅读魅力的语境（context）空间。

书籍是一个知识的容器，从最初的甲骨刻辞，到钟鼎铭文、石鼓、碑刻，再到简牍、帛书，直至纸张被发明，装订成册的书籍形制绵延千年，使书籍承载、传播了人类文化，同时也成为了人类文明的象征性符号。即使在当下的数字媒体时代，对于书的阅读方式依然是基于纸介书的数字化表达。从设计的角度来看，纸质书籍和数字化书籍的差异更多的是载体的差异和物化形态的差异，而其最终目标均是以提供优良的阅读体验为使命。因此，对纸介书籍的设计语言进行探讨和研究，有助于书籍设计在跨媒体应用中始终围绕内容这一本质进行合乎逻辑的、提升阅读体验的视觉化呈现。

2. 书籍视觉化的核心——文本材料

文本材料包括视觉的和文字的材料，即通常所说的内容，它是书籍设计思考和创意的起点，也是产生书籍最终形态的本质内核。

“设计问题的解决方案应该来自所设计之物本身的内容”，这是瑞士平面设计风格（Swiss Design）开创者们提出的一个设计理念。这一风格对世界平面设计产生了深远影响，因此也被称为“国际主义平面设计风格”（the International Typographic Style）。具体到书籍设计，吕敬人在《书艺问道》中谈到：“书籍设计师工作的起点就是解读内容，从最原始的文本中寻找灵魂所在，并找出揭示代表其内涵的一个或一组思想符号，这是解开书籍设计视觉结构的一把钥匙。”这一表述强调了“最原始的文本”蕴含了书籍的“灵魂所在”，即书籍的“心”。真正美的书籍形态都是源自设计师从文本材料中获得的独到见解。

2.1 文本材料解读

在书籍设计中，设计方案是在对文本材料进行梳理、编辑的过程中自然呈现的。对文本材料的解读首先由文字材料入手，通过对全文的阅读理解提炼出相应的视觉意象。这个视觉意象也许仅仅是一个模糊的概貌，但已经使文本材料由文字开始转化为视觉。这一转化的过

程是否能准确而有创意地抓住文本内容的本质，除了对广泛的文本材料（视觉的和文字的）进行梳理和诠释外，同时还取决于设计者的文化和美学素养，以及设计技巧的高度成熟。可以说，书籍设计是由里及表的视觉化过程，而阅读是由表及里的认知过程。因此，在解读文本材料的同时，还需从读者的角度思考视觉意象，以期让“阅读”提升为“悦读”。

2.2 文本材料的视觉化

文本材料的视觉化首先是文字的视觉化。文字是人类获取信息的最主要来源，因此也是书籍设计最首要考虑的要素。文字视觉化的第一步需对字体进行合理的选择，而选择的标准始终以是否有利于阅读为准则——确保阅读体验具备良好的识别性、理解度，并最大限度地降低疲劳度。源自19世纪的德国莱比锡书展（Leipziger Buchmesse）自1963年起开始评选“世界最美的书”，至今已成为世界书籍艺术设计最高荣誉的代表。在它的评选标准里就要求“字体应用的合适度（应）对文本内容的理解产生有效的感染作用”，这其实也就界定了字体的气质、风格必须和书籍内容在视觉感知上相匹配，从而增强视觉感染力，提升阅读体验。同时，对文字字号、字距、行距、段落排式、页边距等视觉要素的进一步的规划也对阅读体验产生着多重影响，因此，对文字视觉化的整体设计构思是文本视觉化的关键步骤。

其次，文本材料的视觉化是对图像的编辑处理。从广义的角度看，图像包括照片、符号、图案、图表和插图等。对图像的编辑处理就是一个面对图像的解读与思考的过程，优秀的图像不仅要具备良好的分辨率，更重要的是要具有语义清晰的叙事潜质。随着数字媒体的不断进化，导致了阅读方式逐渐由传统纸质书的“深阅读”转化为数字媒介的“浅阅读”，这也使图像化成为了大众“视觉消费”的主流，图像在传递信息上的直观和快速的优势进一步凸显。这一转变也让书籍设计师更加重视图像在整个阅读设计中的体验价值，如何让具有“浅阅读”优势的图像逐步引发读者的“深阅读”行为，关键在于图像叙事性的编排和铺陈，并与文字材料构建成一个完整的叙事体。

3. 互文性：书籍视觉化逻辑构建

互文性（也称为“文本间性”或“互文本性”），最早由法国符号学家朱莉娅·克里斯蒂娃（Julia Kristeva）作为一个重要的文艺批评概念提出。约翰·伯格（John Berger）在《观看之道》中谈到：“我们从来就不只是看一样东西，我们总是在看东西和我们之间的关系。”这事实上是对互文性做了一个浅显易懂的解读，并强调了互文性的核心概念——基于关系和相互影响考量的意义构建。作为广义的互文性，吉莉恩·罗斯（Gillian Rose）在《观看的方法：如何解读视觉材料》一书中，从视觉文化的角度对互文性做了定义：“互文性，指任何一种话语的影像或文本，不只依赖自己，也依赖其他影像和文本所携带的意义。”这一定义强调了视觉领域的文本材料之间存在互相参照、互相指涉的关系，无论是文字还是图像都需要互相关联而产生意义。书籍设计在完成文本材料视觉意向的提炼之后，进入到最能体现文本价值和设计思想的编辑阶段，而这个阶段的核心任务即是构建具有叙事性的视觉逻辑，逻辑的构建就是相互关系的构建。以互文性概念对书籍设计理论进行研究具有重要价值，最为直观的体现就是在编辑设计阶段对文本材料视觉逻辑的建构过程中。

3.1 文本与文本的视觉互文性

在视觉领域，文本间的互文性除了文字内容本身的互相参照、互相指涉之外，文本在视觉空间中的比例关系同样具有互文特征。书籍设计中的基础视觉空间就是连贯的具有长宽限定的页面空间，这一空间中文本通过字体、字号、字距、行距和页边距的相互关系来建立起相应的逻辑关系。就字体本身而言，不同的字体可与相应的具体语境形成视觉逻辑，比如宋体所表达的是一种传统、典雅的意趣，同时具有更为适合“深阅读”的良好视觉节奏，对于文化性、理论性的文本内容的表达具有清晰的视觉指涉。而黑体以较强的视觉感特征，在视

觉表达中具有明确的现代感和广告性，更适于具有时尚特征的文本的视觉表达。在文本的层次设计中，字号大小比例关系的设定，决定了标题和正文之间的互相参照关系，合理的字号设定能使读者快速理解文本的结构关系，在某些特定的空间关系中，甚至可以通过对关键内容的突出设计让读者快速把握文本要点，找到信息递进的第一级台阶。

3.2 文字与图像的互文性

表面上看，书籍是一个静态的多个二维平面构成的三维立体物，但是阅读引发的页面翻动过程让书籍具备了视觉的动态性，因此，书籍事实上是一个具有长、宽、高和时间维度的四维空间。在这个四维空间中的视觉逻辑构建既有单个页面中文本、图像的互文，也有对页到多页的文本、图像的互文。相较而言，以“深阅读”为主的书籍，文本更注重稳重、内敛的视觉表达，而图像以其自身的丰富变化具有了视觉跳跃性。这种跳跃性在阅读过程中形成了如同电影镜头切换的视觉效果，因此，连续页面中的图像的互相参照、指涉关系的建立是书籍设计动态视觉表达的重要考量。

3.3 文本著作者与书籍设计者的互文性

书籍形态的最终呈现是书籍设计者和书籍著作者共同创造的结果，两者的相互影响形成了阅读魅力。书籍设计者通过对著作者创造的书卷文化的理解与视觉解读，为读者创造了阅读价值。在设计者的视觉表达中，最初著作者创造的文本内容是作为参照和指涉的主体存在的，但随着视觉表达的完成，书籍通过读者的阅读、传播，其实体（以封面为起始的连续的视觉存在）又与原始文本内容构成一种互相依赖的意义表达的共同体。1805年，由威廉·莫里斯设计的书籍《乔梭集》（The works of Geogrey Chaucer），被称为英国工艺美术运动时期登峰造极的作品，以其多维度的精美设计使书籍和文本内容既融为一体，又互相印证了文化与美感的意义和价值。当人们谈到《乔梭集》的时候，威廉·莫里斯设计的书籍形态常作为它的视觉指涉共同出现。

4. 基于语境思考的书籍视觉化建构

书籍作为一种文化的容器，人类文明的载体，面对着不同层面的广泛读者群体，因此书籍设计必须考虑书籍本身存在的语境，特别是时间、空间、对象等因素，这是书籍视觉化建构的重要部分。从语境的维度来思考书籍视觉化的建构，需要树立一个由内而外的整体设计观。这一内外关系不是简单的线性关系，而是由内及外又从外到内的交错连接。正如吕敬人所说：“书籍存在的空间环境，造成人与书之间的传感效应，我们的设计思维所处的远不是递减的阶段。”

作为最外在的书籍封面，其视觉意象的形成可以是文本内容的综合提炼，也可以是文本中某个关键词句的视觉外化；可以是思想性的抽象表达，也可以是趣味性的具象呈现。我们可以把封面看做书的表象或脸面，但必须能有效完成书籍内容的视觉传达，因此，封面是通过文本材料的准确理解，并根据对读者群体的定位进行合理的语境表达而来。内文的设计则更多是基于时间因素、空间环境和读者群体等书籍存在的语境进行有针对性的视觉表达。这一针对性是对易读性的重视，即对书籍由什么人阅读、在何种条件下阅读进行有效分析并体现在视觉表达中。例如艺术画册的设计，其阅读语境的视觉化建构是以藏家、艺术家、艺术爱好者这一读者群体为目标的，无论这一画册是否与展览相关，它都是一个移动的展厅，以印刷复制的方式让艺术作品得到更大范围的传播。“复制的新方法，赋予原作新地位，这是完全合理的结果。然而，正是在这点上，神秘化的过程再度出现。原作的含义不在于它表达的独特内容，而在于它那独特的存在。”约翰·伯格从语境变化的角度阐述了复制品与原作之间的“神秘化”关系，原作的“内容”与“存在”最终由于语境的转换被复制品分离。

同时，画册空间犹如展厅的空间，而作品与作品之间的叙事关系以更适合书籍这一载体的语境考量被设计者重构，成为更符合阅读体验的展示空间。

5. 结束语

书籍设计是通过对书籍内容本质充分理解之后的符合审美的视觉外化。书籍设计形态与内容的关系是“相”与“心”的关系，书籍外在的形态都是事物本质的视觉表达，优质的内容自然会呈现出它应有的结构和形态，最终获得的设计形态必然是架构出这一形态如何被思考的一组陈述，也是一种话语的建构。因此，优秀的书籍设计一定是从文本材料中自然生发、具有互文性和语境思考的视觉化产物，最终以提升阅读体验为其价值诉求。

References

- [1] Gillian Rose, *Visual methodologies:an introduction to researching with visual materials 3rd edition*, Chongqing university press, 2017.
- [2] Gu Xin, Zhao Jian, The visual evolution of screen reading, *Art & Design*,vol.2, pp. 20-23, 2017
- [3] Lu Jingren, *Book Design*, China youth press, 2006.
- [4] Zhao Yiping, Improve reading experience, apperceive the world: interview on Swiss book designer Jonas Voegeli, *Art & Design*, vol.2, pp. 28-33, 2017.
- [5] John Berger, *ways of seeing*, Guangxi normal university press, 2005.
- [6] Lu Xing, On Theory Research of Intertextuality, *Journal of Beijing Institute of Graphic Communication*, vol. 19, pp. 46-49, 2011.