

色彩情感在图书封面装帧设计的表现

王 洋

(新疆人民出版社,新疆 乌鲁木齐 830000)

摘 要:近些年来,我国的图书市场呈现出繁荣发展的景象。图书的封面装帧设计往往是吸引读者关注的第一要素。图书封面装帧设计的构成要素之一,就是色彩,色彩本身富含丰富的情感。在图书封面装帧设计中,色彩情感是最重要的艺术语言之一,科学、恰当地对色彩进行选择与搭配,能够激发读者产生共鸣,发挥更大的文化价值及商业价值。本文围绕色彩情感在图书封面装帧设计的表现展开讨论。

关键词:色彩情感;图书封面;装帧设计;表现

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2021.16.173

人们在接触一个新鲜事物时,色彩将作为一个重要因素,对人们的第一印象产生影响,色彩的合理运用,可以提升画面的感染力,促使人们产生更强烈的情感共鸣,最终影响人们对产品所产生的心理感受。色彩是图书封面装帧设计中不可或缺的重要元素,将色彩情感合理、恰当的应用到图书封面装帧设计之中,不仅可以使图书封面更加美观,充分发挥出吸引、刺激读者眼球的作用,还能将图书的内容更充分地表达出来,借助色彩语言的艺术内涵来提升图书的品位。因此,针对色彩情感在图书封面装帧设计的表现展开讨论,具有十分重要的价值。

1 色彩情感在图书封面装帧设计中的价值

1.1 色彩情感在图书封面装帧中彰显了文化价值

图书封面装帧设计和文化趋向表达之间的关联性极强,民族、

地域之间的差异性,会导致图书封面装帧所呈现出的文化特征具有明显的差异性,而色彩情感对文化的表达具有极为重要的作用。色彩在图书封面装帧设计中如何运用,要充分考虑大众的审美判断,色彩的恰当运用可以充分激发读者的阅读兴趣,同时也能提升图书封面的审美情趣以及图书的文化品位,色彩情感能够将图书内在的艺术特征、时代特点、民族特色等充分展现出来,也就是说图书的内在文化价值可以通过色彩情感进行展现。

1.2 色彩情感在图书封面装帧中彰显了商业价值

如果将美学价值归纳到艺术范畴之中,那么商业价值就应该被归纳到经济范畴之中。图书封面装帧设计所具有的美学价值及商业价值,并不是完全对立的两个方面,而是具有紧密联系的两个方面,完美的图书封面装帧设计可以将美学价值及商业价值有机结合起

来。在日益繁荣的图书文化市场中,书籍的种类、数量不断增加,为了能够让读者在众多的图书中关注并发生购买行为,必须重视图书封面的装帧设计,设计要突出、醒目、有特点,图书封面装帧设计的商业价值也将因此而展现出来。

色彩是图书封面装帧设计中最为重要的元素之一,也是使用量非常大的元素之一,如今,消费者对产品“颜值”的要求越来越高,对于图书市场来说,图书封面的色彩语言及色彩情感都会对读者的购买欲望产生直接、强烈地刺激。图书类型、题材的不同,其图书封面装帧设计时,所使用的主体色彩要符合图书的类型特点,因此,图书封面的主体色彩也具有差异性。比如说,悬疑类小说的封面常常使用黑色、灰色、深蓝色等冷色系与红色、黄色等明亮的颜色形成强烈的色彩对比,对读者的视觉形成强大的冲击力,进而吸引读者的关注,并激发读者购买的欲望。

总之,在图书封面装帧设计中合理、恰当地对色彩进行运用,是非常重要的,设计者通过合理搭配色彩,将色彩情感充分表达出来,将读者的视觉心理进行把握,增强图书的生命力,确保色彩情感在图书封面装帧中的文化价值、商业价值得到最大化地发挥。

2 色彩情感在图书封面装帧设计中的特性分析

2.1 指向性

图书封面装帧设计过程中,会涉及很多元素,其中,色彩最能激发受众的审美想象,然后令受众的情感产生波动,这与色彩情感表达的丰富性、指向性具有密切关系。比如说,当红色出现在受众眼前,就会激发受众的联想与想象,火焰、太阳等事物出现在受众的脑海中,进而促使受众产生欢乐、喜悦、热情等情感变化;当黄色出现在受众眼前时,就会激发受众的联想与想象,阳光、玉米、天子等事物出现在受众的脑海中,进而促使受众产生温暖、丰收、权威等情感变化;当绿色出现在受众眼前时,就会激发受众的联想与想象,草原、森林等事物出现在受众的脑海中,进而促使受众产生旺盛、希望、生机勃勃等情感变化;当蓝色出现在受众眼前时,就会激发受众的联想与想象,天空、大海等事物出现在受众的脑海中,进而促使受众产生梦想、深沉、理性等情感变化。可以说,色彩能够在具体的事物的支撑与引导下,给予受众一定的指向性,设计者将某种颜色使用到图书封面的装帧之中,这种色彩就会将其所蕴含的情感进行潜移默化地传递与表达,进而让读者产生强烈的共鸣,图书封面装帧艺术的情感价值将得到强化与提升。

2.2 复杂性

世界上没有两片完全相同的叶子,不同的事物、不同的环境,受众对于色彩所产生的具象联想也是各不相同的,比如说,受众在看到红色时,可能会联想到太阳、火焰等事物,也可能会联想到血液,进而会产生血腥、暴力等情感变化;再比如说,受众在看到黑色时,通常会产生悲伤、压抑、恐怖等负面的情感变化,但在特定情况下,也会让人感受到端庄、典雅,这就说明了色彩情感具有复杂性特点。因此,设计人员对图书封面装帧进行色彩设计的过程中,要充分结合环境、背景等多方面的因素。比如说,在充分考虑时代背景和地域特点的基础上,借助色彩的力量来充分地表达情感,《川菜大全》的封面,就会将红色作为封面的主体颜色,这是因为红色代表了辣椒。此外,设计者还要在图书封面装帧设计前,对图书受众的群体特点及色彩情感进行定位,对于受众群体是儿童的图书来说,在对儿童图书封面装帧设计时,要充分考虑儿童的特点,大胆应用鲜亮的红色、黄色、橘色、绿色等颜色,形成强烈的视觉冲击,最终吸引儿童的眼球,激发儿童购买的欲望。

2.3 功能性

图书封面装帧设计的艺术魅力基础,主要在于情感的丰富性与丰满性。图案、线条、文字时设计者设计图书封面过程中,必不可少

的三大元素,但是,如果没有色彩的支撑,图书封面上的图案与文字,都将失去其存在地最佳形式,色彩本身是一种自然存在,是没有灵魂的,但是在设计者的搭配与组合下,能够促使受众在原有视觉经验的基础上,形成情感共鸣,这样就让原本没有情感的图书封面,转变为情感的载体,进而将情感的表达功能及情感的传统功能发挥出来。受众在看到色彩时,会产生程度不同的视觉冲击,色彩的不同,会让受众联想到不同的事物,进而产生理性思考,受众的思维、情感,都将在这一过程中发生变化,受众心灵深处的某种情感将得到满足或者宣泄,最终完成从视觉到感觉的演变。

3 色彩情感在图书封面装帧设计的表现手法

3.1 对比法

没有绿叶,就难以衬托出红花的美丽,常言道,红花配绿叶。在图书封面装帧设计中,色彩的搭配也是如此。受众在察觉到某一色彩时,就会自然的产生联想,通常会联想到与之紧密相关地具体事物。因此,设计者要想将色彩情感充分表达在图书封面上,就要重视色彩的对比,确保整体设计效果,最终将丰富的情感表达、传递给受众。需要强调的是,并非所有的图书都需要利用色彩的强烈对比来表达色彩情感,对比法通常适用于需要表达强烈情感的图书。

3.2 互补法

设计者对色彩之间的互补性进行利用,对图书封面的丰满性进行提升,让受众获得平静、祥和的情感体验。互补法从本质上来看,应归纳到对比法之中,对比是在设计的过程中,借助差异明显的色彩来形成强烈的视觉对比效果,比如说,黑白之间的对比,红绿之间的对比。互补则是借助相近的色彩来呈现给受众一种弱对比,比如说蓝绿之间的互补、灰黑之间的互补等。通常理论性、学术性比较强的图书通常采用互补法来设计出传递和谐、平和情感的图书封面。

3.3 烘托法

中国画的主要用色技巧之一,就是烘托法,在一定颜色的衬托下,令主要色调的情感表达与传递更为准确。设计者在对图书封面设计过程中,会利用背景色、辅助色来烘托主要色调,烘托法可以提升情感的真实感。比如说,但图书封面的主要色调为红色时,需要借助辅助色或背景色来进行烘托,以更准确地凸显红色的情感,当背景色选择黄色时,红色的喜庆情感将得到表达与传递,而当背景色为黑色时,红色的血腥、暴力、恐怖情感将得到表达与传递。

结束语

在图书封面装帧设计过程中,色彩时非常重要的元素之一。如今,国内的图书市场的竞争压力不断加大,设计者在对图书封面进行设计时,要将受众的情感价值诉求作为基础与前提,对色彩情感的表达以及色彩情感的传递作为重点来进行设计。本文首先分析了色彩情感在图书封面装帧设计中的价值,然后分析了色彩情感在图书封面装帧设计中的特性,最后介绍了色彩情感在图书封面装帧设计的表现手法,希望能对图书封面装帧设计工作的开展以及国内图书产业的发展起到一定的启发作用。

参考文献

- [1]余文莉.书籍装帧的色彩运用研究[J].新闻战线,2019(08):76-77.
- [2]王巍.色彩情感在书籍封面设计中的表达论略[J].中国出版,2016(24):68-71.
- [3]王晶,杨晶.图书封面装帧设计的色彩情感表达[J].艺术科技,2016,29(12):235.