

A Survey of the Inland Book Design for Children below 6 Years Old

Xinghua Luo

Institute of Art Design, Tianfu College of Southwestern University of Finance and Economics, Mianyang Sichuan
Email: luoxh_scnu@163.com

Received: Jul. 18th, 2015; accepted: Aug. 1st, 2015; published: Aug. 4th, 2015

Copyright © 2015 by author and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

Abstract

Children's book design has an important social responsibility for educating the masters of our country in the near future, and has a long way to go. This paper summarizes the market requirements of inland children books, analyzes the main problems in the design, and points out the possible development tendency. Some suggestions on the inland book design for children below 6 years old are also finally given, expecting that it is helpful for the development of children's book design.

Keywords

Children's Book, Design Concept, Sense Experience

我国0~6岁儿童书籍设计的现状分析

罗兴华

西南财经大学天府学院, 艺术设计学院, 四川 绵阳
Email: luoxh_scnu@163.com

收稿日期: 2015年7月18日; 录用日期: 2015年8月1日; 发布日期: 2015年8月4日

摘要

儿童书籍设计承担着教育国家未来主人的重要社会责任, 任重而道远。本文总结了我国现阶段儿童书籍

的市场需求，分析了儿童书籍设计中存在的主要问题，指出了当前儿童书籍设计的发展趋势，并提出了几点可供参考的建议。期望可为我国儿童书籍设计及市场的健康和快速发展提供有价值的参考。

关键词

儿童书籍，设计理念，感官体验

1. 引言

儿童书籍是儿童认知世界的重要媒介，是其智力开发、获取各种知识的关键性启蒙工具。儿童书籍设计承担着教育国家未来主人的重要社会责任，具有深远的社会意义。据有关文献记载，我国儿童书籍设计的历史可以追溯到晚清时期[1]。近年来随着经济的发展、科技的进步、市场竞争的加剧、图书行业的兴旺、社会各界对儿童教育问题的备加关注以及书籍设计理念的与时俱进，我国儿童书籍市场发生了翻天覆地的变化，呈现出一片欣欣向荣的景象[2]。

然而，我国儿童书籍设计工作正处于过渡转型时期，在满足日益增长的高品质儿童图书市场需求，和引进、消化、吸收先进设计理念的同时，一些不容乐观的图书设计问题也日益凸显[3]。本文基于当前我国儿童书籍设计的市场需求，分析了儿童书籍设计中存在的主要问题，指出了当前儿童书籍设计的发展趋势，并提出了几点可供参考的建议。

2. 我国儿童书籍的市场需求分析

表 1 给出的 2010~2013 年全国图书选题分析报告显示，从 2010 年到 2013 年全国上报少儿类图书选题总量及其占全国报送图书选题总量比例均在持续增长。根据《2013 年度全国图书选题分析报告》的统计[4]，2013 年度全国有 515 家出版社上报了少儿类图书选题，总计 47,258 种。其中，9159 种选题由 31 家专业少儿出版社上报，所占比例为 19.50%；而其余的 38,099 种是由 484 家非少儿专业出版社上报，所占比例为 81.50%。

2013 年实体书店与网上书店畅销书上榜类型情况如图 1 所示。从年度大众畅销书榜单分布来看，少儿类图书是实体书店上榜数量中最畅销的图书类型，在网上书店上榜数量中，少儿类图书上榜数量也仅次于文学类图书和自助心理类图书。

图 2 展示了 2012~2013 年全国不同种类图书零售市场的同比增长。从该图中可以看出，2012~2013 年少儿图书增长速度仍然领衔各个细分板块，其零售市场均处于上升趋势；2013 年，少儿类图书零售市场的同比增长率稳中有升，实现了 6.65% 的年度增长率，继续在增长速度方面超过其他细分类。基于以上数据的分析，不难看出我国少儿出版在整个出版界中发展最快，是最具活力和最具发展潜力，同时也是竞争最为激烈的图书类型。

这些数据表明了我国非少儿专业出版社在儿童读物出版方面已如雨后春笋般迅速发展，反映了儿童读物巨大的潜在市场需求。然而，儿童书籍的迅速发展也对儿童出版物的质量提出更高的要求。如何更好地激发儿童的阅读兴趣，帮助他们多角度、多方位地体验书籍的魅力，成为书籍设计工作者深切关注的问题。

3. 我国儿童书籍设计中存在的主要问题

科学技术的迅猛发展，设计观念的与时俱进，设计水平的日趋提高，我国儿童书籍市场呈现出空前繁荣的景象。图书阅览室里的儿童书籍琳琅满目，出现不少精美的儿童书籍设计作品，其材质由传统的

Table 1. Topic amounts, proportion and the year-on-year growth rate of national reported children's books for 2010-2013
表 1. 2010~2013 年全国上报少儿类图书选题总量、所占比例和同比增长率

年份	类别	全国上报图书选题总量(种)	全国上报少儿类图书选题总量(种)	少儿类图书选题总量占全国上报图书总量比例(%)	少儿类图书选题总量同比增长率(%)
2010 年		190,250	36,417	19.14	5.10
2011 年		206,720	41,664	20.15	14.40
2012 年		221,442	45,682	20.60	9.60
2013 年		226,114	47,258	20.90	3.45

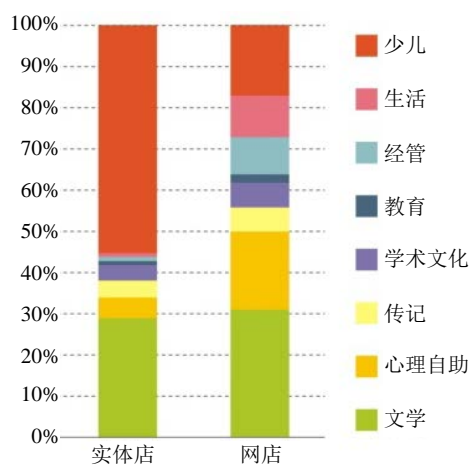


Figure 1. A comparison of the types of bestsellers sold in entity bookstores and online in 2013
图 1. 2013 年实体书店与网上书店畅销书上榜类型比较



Figure 2. The year-on-year growth rate of the national books in the retail market for 2012-2013
图 2. 2012~2013 年全国不同种类图书零售市场的同比增长率

纸质拓展到布、塑料、泡棉、木板等，书籍的外形由四平八稳的正方形或长方形延伸为各种可爱有趣的异形等。但据笔者调研分析，儿童书籍设计在一路高歌的美景中，大多数儿童书籍在设计质量方面仍不容乐观，主要体现为以下几个方面：

3.1. 缺少对读者适用年龄阶段的划分

不少出版商在利益驱使下，对阅读群体年龄阶段的划分不明。笔者调研发现，不少儿童书籍并没有

明确标注该书籍的适用读者年龄阶段。消费者根据书籍内容自行判断是否符合自己的购买需求。

3.2. 缺乏对儿童心理变化和成长需求的了解

意大利幼儿教育学家玛丽亚·蒙特梭利指出[5]，儿童在不同的成长阶段具有不同的“敏感期”。儿童在成长过程中每一个敏感期的发展情况会不同程度的影响其身体、智力的发育，若其中某一敏感期没有得到相应的满足，那么这一敏感期对应的功能或能力就得不到良好的发展，甚至会导致功能的衰竭或丧失。而目前图书市场上出现的儿童书籍缺少对儿童心理和行为的深入了解，几乎忽略了儿童不同年龄阶段的不同需求，设计者常以成人的思维模式进行创作。

3.3. 设计风格单一，“跟风”现象严重

不少不同内容的儿童书籍，却沿用相同的书籍外形、表现方式、装订形式和材质体现，这样的设计方式缺少生气，呆板乏味，使小读者容易产生视觉疲劳，阅读行为不能持久，无法满足儿童的阅读兴趣。如图3所示的《小熊泰迪》、《小兔巴尼》和《小狗帕比》三本设计风格相似的儿童书籍，其内容完全不同，封面设计仅在色彩和玩偶上做了更改，其开本大小、材质、板式设计等几乎完全相同。

又如图4所示的关于《迪士尼公主》的儿童读物，迪士尼公主的形象被出版社无限制的翻版。同一出版社就出版了至少6种题材相同、风格相似、功能相近的有声读物；而另外一家非专业儿童出版社出版了至少3种以迪士尼公主为主题的拼图书。类似的“同质化”现象严重的儿童读物举不胜举。盲目跟风和模仿使儿童书籍缺乏吸引力、趣味性和创造性，这一现象导致我国儿童书籍设计水平低下，成为当前国内儿童书籍市场最突出、最严重的问题之一。

3.4. 缺乏多重感官体验设计

笔者以全球最大的中文网上书店一当当网为调查对象，统计了2013年当当网儿童图书排行榜中感官体验书籍的比重，如图5所示。2013年当当网儿童图书中，具有多重感官体验的儿童书籍在其畅销榜前100名，飙升榜前100名和热卖榜前10名中所占比例分别为14%、6%和20%。这意味着当今儿童书籍市场上，具有多重感官体验的儿童书籍还很缺乏。在为数不多的多重感官体验的儿童书籍中，大多书籍侧重于视觉与听觉体验的设计，或者视觉与触觉体验的设计，而将视觉、听觉和触觉等多重体验集一体的书籍屈指可数。儿童无法通过眼、手、耳、鼻等多感官理解书籍传达的内容，这在一定程度上不利于儿童充分地理解信息。

4. 儿童书籍设计的发展趋势

儿童早期教育的重要性深入人心，儿童读物的设计也引起了业界人士的高度关注与重视。纵观国内外儿童书籍设计，不难发现，儿童书籍设计的发展势必会逐步融入互动设计、情感设计和感官体验设计。

4.1. 互动设计

互动设计是设计者有意识地通过特殊的表现手法来实现互动交流的设计。这样的互动方式使书籍更有吸引力、更有趣。在设计手法上，设计者使用特别的结构或材质将书籍中最有感染力，或者核心的部分做一些独特的创意，使儿童通过撕、拉、扯、翻、拼、贴、写、涂等产生互动行为，这有助于减少儿童对信息的陌生感和孤独感。这样的互动设计为儿童的五官带来了新的输入信息的机会，激发了儿童的思维，也使书籍变得更加温和、真实和亲切。书籍不再是单纯的说教式的图解展示，而是坦诚且温和的互动交流。



Figure 3. “The teddy bear”, “Little rabbit: barney” and “The puppy”
图 3. 《小熊泰迪》、《小兔巴尼》和《小狗帕比》



Figure 4. Similar children’s books with the subject of Disney Princess
图 4. 以“迪士尼公主”为题材的同质化儿童读物

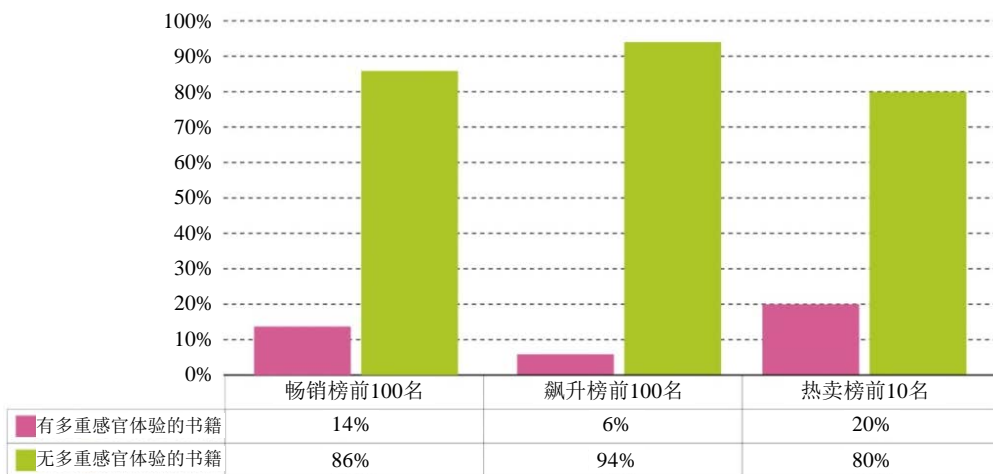


Figure 5. The proportion chart of books with the sensory experience in the 2013 ranking list of children’s books (data obtained from Dangdang website)

图 5. 2013 年儿童图书排行榜中感官体验书籍所占比重图(以当当网数据统计为例)

4.2. 情感设计

儿童书籍设计中情感化设计着眼于儿童内心情感的需求，是主要针对儿童精神层面的设计。设计者根据设计的需要，通过材质、色彩、形态、符号等设计元素将各种情感融入书籍，引起儿童在情感上的共鸣，获得内心愉悦的审美体验。不仅达到了良好的交流、沟通效果，而且增加了书籍的附加值。在儿童情感化书籍设计中，对于形态的设计一般采用仿形法、仿生法、剪切法等，自然地流露一种与生俱来的亲和力，以此得到儿童温暖的回应。

4.3. 感官体验设计

儿童书籍设计中的互动设计和情感化设计中均涉及到通过感官或内心世界去认识事物。如果把儿童读物当作一个生命体，儿童在阅读过程中，是通过视、听、摸、闻等与书籍进行互动。这样全方位的感官体验可以深层次、多方面地开发儿童的感官机能，使其打破视觉体验的局限性而上升到以视觉、触觉、听觉、嗅觉、味觉多重体验为主导的综合感官体验。例如，有声书籍的设计给儿童视觉和听觉上有尽情的体验，不仅有利于孩子记忆和情感的培养，也能够奠定孩子的音乐基础，使孩子的身心得到愉悦和满足。因而，感官体验设计给小朋友全方位的印象，加深了对认知事物的理解，完成了阅读的心灵体验，大大提高了儿童书籍设计质量。近年来，在进口图书和卓越的设计理念的影响下，我国儿童设计中逐渐加入感官体验设计。从2010~2013年，当当网儿童畅销榜前500中感官体验儿童书籍所占比重，由2012年前的逐渐平稳增长到2012年后的迅速增长，如图6所示。可以明显看出感官体验儿童书籍在儿童书籍的增长比例一直处于上升趋势。毋庸置疑，感官体验设计是儿童书籍设计追求的高层次境界，已成为当下儿童书籍设计的发展趋势。

5. 对我国儿童书籍设计工作的几点建议

与国内儿童书籍设计相比，欧美等发达国家的儿童书籍设计一直处于领先地位。在我国儿童图书市场的巨大潜在需求的背景下，我国儿童书籍设计工作者应该借鉴、消化、吸收国外儿童书籍设计的先进

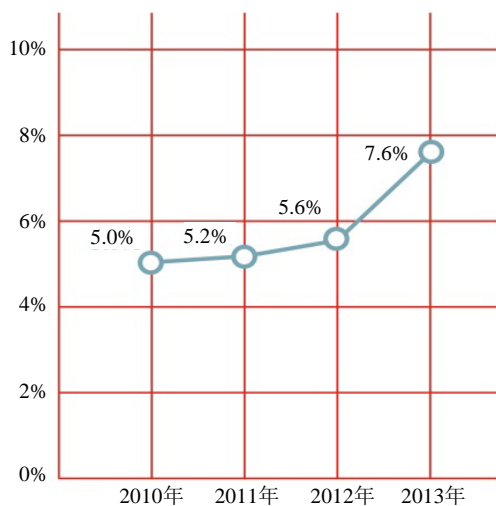


Figure 6. The ratio graph of children's books with the sensory experience to those top 500 of bestsellers based on the data of Dangdang website for 2010-2013

图6. 2010~2013年当当网感官体验儿童书籍在儿童图书畅销榜前500中的比重曲线图

理念，力求做到：1) 开展儿童早期教育和儿童产品设计的详细研究，为儿童书籍设计提供了理论支撑；2) 引入儿童心理研究成果的应用，为创作制定严格的年龄界限划分依据；3) 设计手法上应采用多种手绘表现形式，丰富的表现手法，使其风格变化多样，与众不同，别具一格；4) 保持高度的职业责任感，不要在利益驱使下而丧失职业操守。

同时，我国图书出版管理部门加强对儿童图书的监管，社会各界人士给予儿童书籍设计工作更多的关注和重视，以保障我国儿童书籍健康出版发行，使更多高品质的儿童读物脱颖而出，也使儿童书籍设计工作更好地肩负培养国家花朵和未来主人的社会责任。

6. 结论

本文基于我国现阶段儿童书籍设计的市场需求，分析了儿童书籍设计中存在的主要问题，即缺少对读者适用年龄阶段的划分，缺乏对儿童心理变化和成长需求的了解，设计风格单一、“跟风”现象严重和缺乏多重感官体验设计。结合国内外儿童书籍设计，指出我国儿童书籍设计的发展趋势为互动设计、情感设计和感官体验设计。最后对我国儿童书籍设计工作提出了几点建议。

参考文献 (References)

- [1] 胡海燕 (2010) 基于互动体验的儿童书籍设计研究. 硕士论文, 山东轻工业学院, 济南.
- [2] 关文娟 (2009) 少儿书籍设计研究. 硕士论文, 湖北工业大学, 武汉.
- [3] 许春辉 (2005) 中国童书出版的大趋势. *编辑学刊*, 3, 7-10.
- [4] 白羽 (2013) 《2013 年度全国图书选题分析报告》出炉. <http://www.cpin.com.cn/html/yw/767377.html>
- [5] 玛利亚·蒙台梭利 (2012) 蒙台梭利幼儿教育科学方法. 任代文, 译, 人民教育出版社, 北京.