

视觉传达设计在医学图书出版中的传播策略研究

郭淼

人民卫生出版社有限公司, 北京 100021

DOI: 10.61369/SDME.2026020043

摘 要： 随着医学知识普及与学术传播水平不断提升，医学图书的传播效果会在很大程度上影响医学知识的普及广度与深度。视觉传达设计作为连接图书内容与读者的重要途径，可以利用图形、色彩等视觉元素，破解医学知识传播门槛高的问题，从而大幅提升医学图书的可读性、吸引力。鉴于此，本文将针对视觉传达设计在医学图书出版中的传播展开分析，而后提出一些更具科学性、实用性的传播路径，仅供各位同仁参考。

关 键 词： 视觉传达设计；医学图书出版；传播策略；研究

Research on Communication Strategies of Visual Communication Design in Medical Book Publishing

Guo Miao

People's Medical Publishing House Co., Ltd., Beijing 100021

Abstract： With the continuous popularization of medical knowledge and the improvement of academic communication level, the communication effect of medical books largely affects the breadth and depth of medical knowledge popularization. As an important link connecting book content and readers, visual communication design can use visual elements such as graphics and colors to break through the high threshold of medical knowledge communication, thereby greatly enhancing the readability and attractiveness of medical books. In view of this, this paper will analyze the communication of visual communication design in medical book publishing, and then propose some more scientific and practical communication paths for reference by colleagues in the industry.

Keywords： visual communication design; medical book publishing; communication strategies; research

一、视觉传达设计在医学图书出版中的传播意义

（一）降低知识传播门槛，提升医学知识的可接受性

医学知识本身具有很强的专业性和抽象性，其中包括大量学术术语、解剖结构等内容，同时，传统的纯文字表述方式往往显得晦涩难懂，无论是对于普通科普读者还是初入行业的专业学习者，都存在较高的理解门槛^[1]。通过结合视觉传达设计展开优化，可以通过知识可视化的方式将抽象的医学知识转化为具体、直观的视觉形象，这样可以有效降低知识的传播门槛。例如，在一些解剖学的图书中，可以通过精准的人体结构插画更为清晰地呈现人体器官的形态、位置与关联关系，相比于传统的纯文字描述，更易被读者理解和记忆。同时，视觉元素的运用能够有效打破语言文字的局限，这样可以实现更高水平的跨人群、跨场景知识传播。

（二）优化读者阅读体验，增强图书的吸引力与记忆点

随着生活节奏的逐渐加快，很多读者的阅读习惯从以往的“深度阅读”转向“高效阅读”，他们对于图书的视觉体验也提出了新的要求。视觉传达设计可以通过对版式布局、色彩搭配的系统优化，为读者营造一个更为舒适、高效的阅读环境，这样可以大幅提升读者的阅读体验，有利于增强图书的吸引力与记忆点^[2]。从版式设计来看，科学的分栏布局、合理的留白，能够有效避免

页面拥挤杂乱，也能在一定程度上引导读者有序阅读，降低他们的阅读疲劳。在色彩运用上，我们可以结合色彩心理学原理，选择一些符合医学行业调性的色彩，比如蓝色可以传递专业、冷静，绿色可以表达健康、治愈等，《艾叶百科系列丛书（英文版）》便是其中的优秀代表（如图一）。



图一：《艾叶百科系列丛书（英文版）》

（三）推动出版行业创新，助力医学知识的多元化传播

视觉传达设计的融入可以为医学图书出版行业创新注入新的活力，能够有效推动行业从“内容为王”向着“内容与形式并重”的方向转变。在内容呈现方面，视觉传达设计与医学内容进行深度融合，可以更为有效地实现“文图互补”，这样既能保证医学知识的专业性与准确性，也能大幅提升内容的可读性与趣味

性,比如《亲子宝典:培养快乐自信的孩子》便是利用图片和文字的融合,以此大幅提升了图书的吸引力(如图二)。在形式创新方面,设计师可以结合最新的技术、材料等推出一些立体书、AR医学图书等,这样可以更好地让读者在互动中获取医学知识,丰富他们的阅读体验^[3]。



图二:《亲子宝典:培养快乐自信的孩子》

二、视觉传达设计在医学图书出版中的传播的问题

(一) 设计同质化严重, 缺乏独特性与创新性

现阶段,我国很多医学图书的视觉传达设计工作存在一定的同质化现象,这样会导致书籍缺乏独特的设计风格与创新意识。很多出版社在医学图书设计过程中,存在盲目模仿同类图书版式、色彩以及图形设计的情况,缺乏对图书内容、品牌定位的精准分析,这样就很容易导致大量医学图书在视觉呈现出相似性,从而很难给读者留下深刻印象^[4]。例如,多数医学教材的版式设计较为单一,多是采用“文字+简单插图”的模式,相应的插图风格、色彩搭配也缺乏特色。在一些科普类医学图书中,则存在过度追求视觉冲击力的情况,设计若是盲目使用鲜艳色彩与夸张图形,很容易对其中医学知识的专业性与严肃性产生不良影响。此外,很多设计师缺乏对医学知识的深入了解,这就导致其很难将医学内容与视觉设计有机融合,部分设计师只能进行表面化的设计,他们难以通过视觉元素传递相应的医学知识。

(二) 专业与通俗失衡, 视觉设计适配性不足

一般来说,医学图书的读者群体具有多元化特点,其中除了有专业的医学人士、医学生等,也有普通大众、患者等非专业读者,不同读者群体对医学知识的需求与理解能力存在较大差异,这就要求视觉传达设计需要结合读者群体的特点进行精准适配。但是,当前很多医学图书的视觉传达设计存在专业与通俗失衡的问题,整体的适配性较为不足^[5]。部分学术类医学图书的视觉设计过于晦涩,其中的很多插图、图形过于专业抽象,缺乏一些通俗化的解读,这样就很难帮助读者高效获取知识,甚至会在一定程度上增加了阅读难度。此外,部分科普类医学图书的视觉设计过于通俗化、娱乐化,存在过度简化医学知识的情况,甚至一些图书还会出现视觉元素与医学知识不符的情况,这样会在很大程度上削弱医学知识的专业性与准确性,难以满足读者对科学、医学知识的实际需求。

(三) 视觉元素与内容脱节, 传播针对性不强

视觉传达设计的核心价值在于辅助内容传播,这样可以更好地实现“视觉服务于内容”这一目标,但是,当前很多医学图书的视觉传达设计与内容严重脱节,整体内容方面缺乏针对性,这样就很难有效辅助医学知识的传播。部分设计师在设计过程中过于注重视觉美感,忽视了其中医学内容的专业性与准确性,这样会导致视觉元素与内容无关,甚至可能出现误导读者的情况^[6]。比如,一些医学图书的插图缺乏科学性,解剖结构、病理形态绘制也不够准确,部分内容与实际的医学知识不符。还有一些图书的色彩搭配与内容调性不符,比如在介绍严肃的治疗方案时使用的颜色过于鲜艳、活泼。不仅如此,很多出版社在图书策划阶段并没有将视觉传达设计纳入整体传播策略,这样就很容易导致设计与内容缺乏协同性,从而影响医学图书的传播效果。

三、视觉传达设计在医学图书出版中的传播优化策略

(一) 坚持创新驱动, 打造独特的视觉设计风格

为提升视觉传达设计在医学图书出版中的传播效果,我们要勇于打破同质化的困境,打造一个独特的视觉设计风格,这样方可大幅提升医学图书传播力。为此,出版社与设计师应树立创新意识,结合图书内容、品牌定位等因素打造一个更具差异化的视觉设计,这样可以大幅增强图书的辨识度与吸引力,比如人卫社重点的学术专著《干眼》,它的封面做了精心设计,以干枯树干作为封面背景,树干自然形成的眼形状的纹路,贴合本书“干”和“眼”的主旨,设计者选用摄影图片完整铺于封面,以此体现出艺术性和视觉冲击力。加以护封,既有保护眼睛的象征意义,也具有实际保护封面的功能性。封面印刷后覆触感膜,增加触感体现书籍主旨(如图三)。



图三:《干眼》

在日常工作中,我们要深入挖掘医学知识的核心内涵与文化价值,这样可以更好地将医学元素与创意设计有机融合,从而打造一个更具专业特色与文化底蕴的视觉风格。同时,我们要加强设计师与医学专家的合作,让设计师深入了解更多的医学知识,这样可以确保视觉设计既符合艺术规律又具备医学专业性,能够在很大程度上避免设计与内容脱节^[7]。不仅如此,设计师应遵循“视觉降噪”理念,精简非必要装饰元素,这样可以核心医疗信

息更自然凸显。结合实际情况，我们应鼓励设计创新，尝试引导设计者运用新的设计技术、材料与形式，如3D建模、立体纸雕等，这样可以使其推出更多具有创新性的医学图书，从而有效打破传统设计模式的局限，满足不同读者的个性化需求。

（二）精准定位读者，实现视觉设计的差异化适配

针对不同读者群体的需求与特点，我们要展开视觉设计的差异化适配，这样可以大幅提升医学图书的传播效果。出版社方面可以在图书策划阶段对读者群体进行精准定位，深入分析不同读者的阅读需求、理解能力，而后方可设计适配的视觉元素。比如，对于那些专业的读者（如医学专家、医学生），出版社展开视觉设计时应注重专业性与实用性，引入更为精准的医学插图和清晰的版式布局，这样可以更好地突出核心知识与专业细节，有利于辅助专业读者高效获取知识^[8]。例如，在解剖学以及病理学等专业图书中，我们可以采用高清三维插图清晰呈现人体结构以及病理变化的细节，还可以搭配一些简洁的文字说明，这样可以大幅提升图书的专业性与实用性。在排版方面，我们可以遵循格式塔理论中的接近性原则，将相关文字说明与对应图表紧密排列，这样可以提升信息的理解效率。对于非专业读者（如普通大众、患者），视觉设计应注重通俗化与易懂性，我们要将抽象的医学知识转化为直观、生动的视觉形象，要尽可能避免使用过于专业的术语与抽象的图形，尽量采用简洁、明快的色彩搭配与版式布局，这样可以大幅提升图书的可读性与趣味性^[9]。例如，在科普类

医学图书中，我们可以采用拟人化的插图或者简洁的漫画，而后搭配一些通俗易懂的文字，这样可以更好地将复杂的医学知识简单化、趣味化。

（三）强化内容融合，实现视觉设计与医学内容的协同传播

视觉传达设计的核心是“服务于内容”，只有实现视觉设计与医学内容的深度融合，才能更为充分地发挥视觉设计的传播价值，从而大幅提升医学图书的传播效果。为此，出版社应将视觉传达设计纳入图书策划、编辑、推广的全流程中，这样可以更好地实现设计与内容的协同发展。在图书的策划阶段，设计师应主动参与内容研讨，结合内容的实际特点与传播需求，制定一个更为科学、合理的视觉设计方案，进一步明确视觉元素的运用以及色彩搭配等，尽可能确保设计与内容的协调性^[10]。在内容编辑阶段，编辑要与设计师密切配合，根据内容的重点与难点合理运用视觉元素，尽可能突出核心知识，这样可以更好地辅助读者理解。例如，在介绍药物用法用量时，我们可以采用表格、流程图等视觉元素，这样可以更为清晰地呈现用药时间、剂量等。同时，我们要严格把控视觉元素的科学性与准确性，确保插图、图形等视觉元素与医学知识一致，这样可以有效避免误导读者的情况出现。在传播推广阶段，我们可以结合视觉设计的特点，制作一个更具针对性的宣传素材，如封面海报、插图节选等，而后可以通过多种渠道传播让读者直观感受到图书的视觉优势与内容价值，这样可以更好地吸引读者购买与阅读。

参考文献

[1] 汤广全, 黎雪. 儿童哲学教育图书出版26年: 现状、特点及愿景(1997—2023) [J]. 惠州学院学报, 2025, 45(06): 94-98.
[2] 洪梦茜. 出版社图书出版项目质量管理优化策略 [J]. 中国报业, 2025, (24): 122-123.
[3] 施雨. 图书出版融合发展的实践困境与创新对策探析 [J]. 融媒时代, 2025, (12): 10-12.
[4] 张叶青. 基于行业融合视角的学前教育图书出版转型思考 [J]. 出版参考, 2025, (12): 53-56.
[5] 梁力文. 图书出版企业财务精细化管理路径探究 [J]. 中国农业会计, 2025, 35(23): 105-107.
[6] 张蕴如. 媒介融合赋能教育图书出版 [J]. 文化产业, 2025, (34): 25-27.
[7] 韩睿. 新媒体时代图书出版编辑工作创新路径 [J]. 中国报业, 2025, (22): 122-123.
[8] 孟旭浩. 新时代图书出版单位社会效益提升路径研究——基于问题导向和系统观念的双维分析 [J]. 科技与出版, 2025, (11): 61-67.
[9] 徐菲. 法律图书出版与构建中国法学自主知识体系的内在关联与实践路径 [J]. 新闻传播, 2025, (22): 83-85.
[10] 徐昕. 编辑在图书出版中的角色定位与职能拓展 [J]. 采写编, 2025, (11): 142-144.