

纸上可谈兵，何处躬身行

——书籍设计课程的教学与实践

徐源

(南京航空航天大学金城学院, 江苏南京 210000)

摘要: 本文通过探讨书籍设计课程与书籍设计行业的错位, 试图指出书籍设计课程的不足与课程改革的方向, 厘清该课程的实用价值。在 AI 技术对视觉传达领域的冲击中, 针对该课程的教学, 提供一些实操的方向和新技术结合的要点。

关键词: 书籍装帧设计; 图书出版; AI 设计

一、纸上谈兵——“为何还要学做书”

视觉传达专业的高等教学发展至今, 已呈现了明显的边界模糊趋势。以所谓“新媒体设计”为例, 在当今已称不上“新”, 其设计对象早已属于普罗大众日常生活的必需品, 跳脱了靠印刷呈现在物理载体上的物理维度, 从设计输出到观看输入, 全程都在虚拟状态中存在, 但其设计内核仍以传统平面设计的基本手段为基底。伴随视觉设计工作的工具与方式的飞速发展, 视觉传达设计的高校教育明显呈现出无法与时俱进的疲态。在我国大部分高校专业分类中, 多数仍将视觉传达设计与数字媒体分为两个专业方向, 但放眼真实的商业设计领域与就业技能要求, 往往视觉传达设计专业的毕业生并不具备热门的数字媒体制作技能, 有些高校连动态图像设计课程都无法在视传专业开设; 数字媒体专业的学生在毕业后并不能立刻胜任视觉设计的整体要求, 他们缺乏扎实的视传训练素养——文字、图形、版式的掌握并不够专业。更不必谈及 ChatGPT 为主的人工智能生成模式来完成的视觉设计对传统设计教学的冲击——学生们当然已经意识到: 自己还没毕业, 就要面临无业可就的局面。

当今大学的视觉传达专业细分课程中, 论发展历史之长, 图形设计、字体设计大概是历史最悠久的门类, 而人类制作书籍的历史长度在文字历史之下, 亦有几千年可追溯。回望 1800 年代以前, 平面设计师还未在彼时的欧美被视为一种独立职业, 工业革命已经导致了商业企业在种类、数量和规模上井喷, 围绕这些经营主体的平面设计类物料已经成为印刷行业的一项专门分类: 办公文书(如信封、信纸)、贸易卡片、价格表、传单、销售点位、通知公告、标签、表格和法律文书等, 都需要精通字体款式、文字编排 (typography) 和印刷技术、纸张特质的专门人才来设计, 通常是雕刻师 (engraver) 或印刷工 (printer) 的工作内容, 并且已经供不应求。尽管如此, 书籍在当时也早已不是什么新鲜的信息传播媒介, 无论东西方的书籍设计发展历史, 或手抄或印刷, 书籍的生产很早就呈现了精细分工的局面: 公元前 3 世纪上半叶创建的埃及亚历山大 (Alexandria) 图书馆所收藏的手抄书籍在鼎盛时期已近 50 万卷; 中国明代隆庆的书籍印刷生产行业在 16 世纪末生产的图书数量已超过人类此前所有图书数量的总和。而这个古已有之的设计与生产领域, 在今时今日是什么现状?

据 2023 年 4 月中国新闻出版研究院发布的第二十次全国国民阅读调查结果显示, 2022 年我国人均阅读纸质图书 4.78 本。中国书籍设计工作室或个人设计师的从业数量则更为惨淡, 这一点亦可

以从“中国最美的书”各年获奖设计师名单的重合上得以一窥。以上数据均为因果现象, 出版行业急剧萎缩, 全民阅读量的下滑、短视频“鸦片”成瘾、电子阅读工具的流行, 自然会带来书籍设计领域就业的狭隘, 最终沦为情怀事业, 书籍设计往往叫好不叫座, 俗称“靠爱发电”。

书籍装帧设计课程是我国大部分设计院校视传专业的核心课程, 通常都被安排在大三上学期, 乃集大成之课, 需学生具备扎实的字体设计、版式编排、图像编辑、印刷工艺和媒介材质选择、装帧形制、软件技能、书籍审美眼界等能力。以上要点即便都分别具备, 如要求学生统统呈现在一本书籍的设计上, 其难度仍然是几何级数增长。而在教学实践中, 要求学生以不菲的成本将书籍制作成实物, 又将经历印刷环节的变量打击。作为视传核心课程的书籍设计, 的确是学生综合能力的一面明镜。

笔者曾听闻有学生在大三学习书籍装帧课程的课堂上, 非常直接地问任课老师: “现在已经没什么人读书了, 为什么还要学做书?” 以实用主义为信仰的视觉传达设计, 从诞生起就是依附生产力进步、消费经济崛起等近现代生产力革命史而发展的。如何回答这一代面对电子屏幕成长起来的大学生、未来的视觉设计师的诘问, 书籍装帧设计课程的教学目的和教学手段都应有自洽的逻辑。

二、粮草先行——教学与实践的愿景

要回答千禧一代大学生的犀利诘问, 还是要回到视觉设计行业的现状来思考, 进而反推书籍设计课程教学的改革思路。笔者在进入高校工作之前, 有超过十年的设计行业工作经历。硕士研究生毕业后的第一份工作, 是进入国内知名的书籍设计工作室——南京瀚清堂设计有限公司, 从事专业书籍设计工作。瀚清堂历年所获“中国最美的书”奖项的作品总数为国内之首, 笔者曾主案设计的《遗忘海——跨界艺术笔记》一书获 2014 年“中国最美的书”、香港“Design for Asia”设计大奖等业内重要奖项。伏案做书籍设计良久, 终日与作者、出版社编辑、印刷厂打交道, 体验过一本书从编排设计到印厂付梓的全流程, 经历过一本书从书稿写出到书店上架的全过程, 平心而论, 书籍设计根本不是能赚钱的行当(甚至有时对于设计师而言是倒贴钱的生意), 但相对而言, 若潜心深耕, 这类项目更容易为设计师带来奖项与声誉。这也是依然有一群设计师坚持在这个叫好不叫座的细分行业里劳心劳力的一个重要原因。然而设计市场终究是供求关系的产物, 设计也遵循以人为本的客观规律, 读书的大众正在锐减, 对书的设计需

求自然也持续萎缩,做书的过程又堪比一块冷板凳,项目周期长,回报率低;做书的圈子也非常狭小,仅有的市场需求多半也会交给资历深厚、出手不凡的“老法师”,新人若想要在书籍设计方面出头,堪比登天。

然而“书籍设计”并不只包含正式出版物。以笔者从业、教学的经验,将书籍设计分成以下三类的:一、出版物;二、型录;三、手工书。

对于当今大部分设计从业者来说,跟“书”打交道的日常工作基本都集中在型录设计这一门类中。笔者曾在金陵科技学院教授的《型录设计》就是专门实践制作型录的一门专业课。而可能对于大多数学生而言,“什么是型录”都回答不上来。“型录”一词来自日语,直接由日语发音音译自法语的 Catalogue(英文里这一单词也源于法语),传播到中文地域就直接沿用了日文字型“型录”,但与法语的发音失去了关联,直译成中文是指商品目录。而型录设计的内涵不仅仅指商品目录。其传统分类主要有推销性信函、产品说明书、广告折页、宣传画册四个类别,其中推销性信函几乎已经绝迹,大多数平面设计公司依然会接到广告折页、宣传画册这类商业设计需求。

宣传画册有时难以与书籍做出区别,本质上其装帧、编排、版式的设计技巧与设计书籍没有区别,但其页数、传播功能、阅读受众与传统概念的书籍有着明显的不同。宣传画册有着更广泛的分类,商业类的宣传画册一般包括企业年报、企业介绍册、产品目录册;非商业的宣传画册一般分为展览类、文化活动类、个人项目类。这一类型中的书籍设计,在全世界范围内诞生过许多非常著名的作品,过去几十年,欧美各类重要的平面设计大奖也都专门为这其中的一些细分门类设立独立的竞赛单元,如美国纽约 TDC 设计大奖,为书籍设计门类设立的细分竞赛单元专业至极,有针对商业画册竞赛项目,如企业年报设计,也有独立的印刷工艺竞赛单元。全世界书籍设计领域最有地位的“世界最美的书”大奖就曾有太多获奖书籍是企业年报、宣传画册,甚至是学生的毕业设计作品——连正式出版书籍都算不上。

可见,在商业类书籍设计方面,全世界主流的视觉设计领域都给予了足够的关注与肯定,然而在我国商业设计和高校教育中,这一环节是被长期忽视与轻视的。国内的设计教育并不真的看重书籍设计技能在商业设计中的锻炼与应用,然而学生毕业后,直面市场的考验往往就是从一张广告折页的设计中开始——即使是电子版的设计任务。学生在校时不曾被引导关注过的内容,自离开校园却成了安身立命的第一场考试,这样的错位与误差,是不该继续被忽视的。

故此,笔者在持续三年的书籍设计课程教学中,强调学生应学会两条腿走路——商业的画册、手册等设计需求应当提前实践,而真正设计精良的书籍出版物也应亲手抚摸过、翻阅过。课程作业的设置以品牌型录手册为主要的平时作业,自拟主题的书籍设计为结课作业。

学习书籍设计的前提——眼界必须宽广。不能仅在课上给学生看获奖书籍的照片或翻页视频。书是在三维世界存在的书,应将优秀的书籍设计作品实物带给学生,让他们从书的气味开始、从书的触感开始,真实地用五官去体验一本“世界最美地书”或“中

国最美的书”究竟长什么样。书是物理形态的设计作品,是视觉传达领域依然保留的、为数不多的包含机器生产工艺的视觉作品,其“人”的质感至今依然很难被 AI 设计取代。所以教授书的设计,怎么能够停留在 PPT 加投影的方式呢?既然书籍是联通读者五官与五感的设计作品,那么学习书籍设计的人,也必须从五官与五感去体验书,体验好书。这无疑对于书籍设计课的教师有着比较高的投入成本要求。每逢书籍设计课,笔者后备箱都是移动图书馆,戏称“搬家式教学”,而每一届学生也在这门课上真正见识了什么是美的书——只有眼界真正提高,思路才能打开,产出的作品才有可能提高。

三、躬身实践——如何跟上行业趋势的步伐

目前,全球 AI 在设计的应用多集中在画面的创作上,插画、平面广告主画面是最先受到冲击、大有取代人工设计的趋势。以编排、印刷为基础的书籍设计,眼下并未有 AI 取代的紧迫感。而新一代的设计师面对如此汹涌的人工智能设计工具,编排类设计被其取代也只是时间早晚的问题。我们的此时仿佛是 20 世纪晚期,电脑造就的全新设计手段的彼时,无数人在彼时彷徨与悲观,亦如此时我们的彷徨。以笔者浅见,AI 进行视觉设计,对于书籍设计上的应用,最初会给书籍封面设计带来质变,而其操作原理与 AI 设计一幅插画无异。书籍内页的设计,完全可以在版心、页边距、字体、字号、配色等参数都确定后,交给 AI 迅速完成,设计师只需要在人工筛选、定夺的页面进行修正与润色,书籍设计的制作时效将大大提升。但不可忽视的是书的独特性——由印刷工艺带来的质感,是 AI 拟真画面所无法替代的;物理材质的碰撞带来的新鲜感,也是 AI 视觉作品无法比肩的。“跟随行业趋势的步伐”在书籍设计领域来说近乎一个伪命题,书就是书,AI 也许可以辅助书的设计,但无法取代这一最终成品落在物理实体上的设计。更多地,教师应在该课程地课堂上引导、鼓励学生结合新兴技术应用于纸质书籍上,如 NFC、AR 互动阅读等,让书能够超越三维的书,在更多的维度产生更新鲜的设计效果。

四、结语

尽管书籍设计不再是视觉设计的主流,然而设计一本书的能力却贯穿视觉传达专业的各个角落,对字体、排印、图形图像、纸张甄别、印刷工艺的整体把控,令这个商业市场上被边缘化的细分领域依然在本科教育阶段有极强的综合锻炼价值,依然考验着大部分视觉传达专业的学生。虽然书籍行业并没有漂亮的就业前景,但设计书籍的练习却能够实打实地增强学生的设计能力,依然有着深远的实践价值。

参考文献:

- [1][英]基思·休斯敦.书的大历史[M].北京:生活·读书·新知三联书店,2021.
- [2]过去一年,你读了几本书?——第20次全国国民阅读调查结果发布.[EB/OL].https://www.gov.cn/yaowen/2023-04/23/content_5752853.htm

作者简介:徐源(1989-),女,硕士,助教,研究方向:视觉传达设计。