

“哈利·波特电影角色书”首发 魔法热潮从未减退

中国出版传媒商报讯 今年正值“哈利·波特”系列图书引进中国20周年,8月20日晚,人民文学出版社新书“哈利·波特电影角色书”发布会暨电影《哈利·波特与魔法石》观影活动举行。“哈利·波特”系列图书责编王瑞琴、马博,译者马爱农与媒体记者、哈迷代表共同观影,回顾分享哈利·波特文化。2000年,“哈利·波特”系列图书刚刚引进中国,便立刻在全国范围内掀起一阵魔法旋风。时至今日,“哈利·波特”系列图书来到中国已有20个年头,魔法热潮从未减退。而《哈利·波特与魔法石》电影于中国的再次上映,再度唤起了几代哈迷的观影与阅读热情。缘此,人民文学出版社特别引进了该套电影角色书,希望能够带领大

家再次回顾哈利·波特、罗恩·韦斯莱、赫敏·格兰杰和阿不思·邓布利多四位重要人物的精彩经历。

该套图书内含大量华纳官方授权的精彩剧照,每幅图都配有情节解说及电影中的经典台词。值得一提的是,人文社在引进该套图书时,特别在原版角色书的基础上,将全部文字内容设计成了英汉对照的形式,在带给大家无障碍又原汁原味的阅读体验的同时,更能帮助读者提高英语阅读的能力。该套图书装帧精美,美编重新设计了封面,内页采用全彩印刷,更好地呈现出四位角色的丰富历程。

无论此前是否读过“哈利·波特”系列小说,该套角色书都将是读者绝佳的阅读伴侣,能帮助读者更好地认识并了解“大难不死的男孩”哈利·波特、忠诚勇敢的罗恩·韦斯莱、聪颖坚强的赫敏·格兰杰,以及霍格沃茨最伟大的校长阿不思·邓布利多。

(聪)

2020 新书装帧设计大赏 (一)

中国出版传媒商报记者 张聪聪

中外封面大换血

《你往何处去》:通过设计增强故事感

崔欣晖(人民文学出版社)

《你往何处去》小说主要反映早期基督教运动,所以该书采用十字架作为封面主体图形,但不同于诸多老版本直接采用十字架元素,而是巧妙设计成十字路口,吻合了书名《你往何处去》突显抉择艰难。十字路口座落着一排罗马柱,整齐规律的罗马柱使人感到尼禄的暴政带来的压抑感。在十字路口的下端是青年将领维尼兹尤斯和基督徒少女莉吉亚奔跑的剪影,虽在十字路中非常渺小,但信仰的力量可以使他们强大到无可估量。整体色调为橘色,表现了尼禄焚烧罗马时火的情景色调。书名和英文名采用烫金工艺,使整体显得庄重大气。封面左上角设计了罗马柱形状的书腰,恰好与十字路上的罗马柱相互呼应,读者还可以拿下来当作书签使用。封面和封底作为整体展现在读者面前,当读者展开护封时,其视觉冲击力更强。

设计前我翻看了一些相关版本的封面设计,这个选题已经引进多年,国内外设计大多是把基督教运动相关的各种画面作为封面背景,包括其西方版设计(编辑提供的各类版本)偏具象和写实,削弱了文学性。因此我希望



不同版本封面

把相同元素以不同角度变换,既保留罗马时代的特征,又让人耳目一新。经过和编辑反复讨论,最终确定了以尼禄焚烧罗马的思路来延伸设计,从不同的视角设计了几个方案,但都不太理想,有的方案太局限于罗马时代背景的框架;有的方案体现了罗马时代的特点但文学味道不够;有的方案设计语言太陈旧等等,感觉设计思路陷入了僵局,偶然中我勾勒几笔道路的形状,涂画着道路相互交错,看到了十字的形状,就顺着十字、路与交叉口思路延伸,呈现出了理想效果。

我个人很喜欢设计引进版图书。外版图书设计因为文化差异,视觉冲击力非常强,但过于具象化、过于直白,这时需要通过设计使封面富有故事感,首先需要站在本土文化视角去理解内容,让读者一目了然。引进版的最大好处是可以有参照设计,对设计有更高要求。同样的设计元素要用不同设计语言,所以对提升装帧设计水平是一个很好的机会。

另类创意

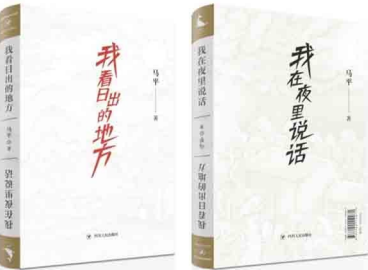
《我看日出的地方 我在夜里哭泣》:判断装帧好坏根本在内容

李其飞(四川人民出版社)

《我看日出的地方 我在夜里哭泣》是作家马平两部优秀的中篇小说。编辑王其进说,马平老师很重视该书出版,在设计上要区别于其以往作品,同时这也是他编辑生涯首次尝试将两部小说合二为一出版。当王老师给我介绍两个故事要点时,我一下提起了兴趣,设计欲望油然而生。拿到小说文档后,在回家地铁上我便迫不及待看起来,一气呵成把故事读完。脑海不断闪现故事情节画面,我觉得这是设计该书最大的灵感之源和形象化设计的线索。

好的设计师,要是善于理解和拆解文字的设计医生。《我看日出的地方》讲了“谋生与逐爱”的故事;而《我在夜里说话》讲了“偷生与谋爱”的故事。两个故事,两段生死恋。了解故事后,难题来了,怎么既将两个故事区别,又将其关联,设计成一册书。后来王老师给了灵感,他说将两部小说倒装组合,《我看日出的地方》由封面打开,《我在夜里说话》由封底打开,一体两面,各自独立,相互呼应。这个思路让人惊喜,确定好装帧阅读形式,我开始着重于考虑画面设计和工艺呈现。

我首先想到以插画形式来表现两个故事。在设计社交网站上寻找灵感时,看到欧美插画师用点的方式画出了精美画面,受到启发。如果用点的表现方式呈现两个故事一定宏伟且惊喜。插画是一件大工程,前后花了



大概60个小时,幸运的是得到了作者和编辑的认可。作者选择在特定时刻讲故事,深夜里谈人生,日出时忆青春。这两个时间点都弥漫着安静气息。所以画面看似复杂,实质安静得引人想象。

有同事曾说插画足以展现封面设计了。于是我首先想到封面用半透明硫酸纸,除书名与作者等,建议编辑省去多余文案。封面书名字体设计几版后,敲定倾斜有力量

的一版,代表着主人公对爱对未来挣扎与前进的勇气。

封面设计好后,工艺选择又遇难题,怎样将插画完美展现,我足足思考了两天。经过多方咨询商量后决定采用凸版印刷。我们找到一家凸版印刷作坊,也是成都唯一一家可以凸版印刷的作坊,他们那台60多岁高龄的海德堡铅印机,花了两年时间找配件,甚至重做零件。听完我觉得该书印刷品质有保障了。

半透明硫酸纸下隐约透出精美画面,一部作品晨起等待日出,一部作品夜来倾诉衷肠,两个温暖的故事如同一整天相看相知,呈现完美的时空组合。硫酸纸下朦胧的画面,给人雾里看花的感受,我想这是该书令人惊喜的地方。

该书设计得到了较好评价,坦白的说我不会对此欣喜不已。判断装帧好坏的根本在于内容。最理想的装帧是读者根本没有察觉该书“装帧真好”就买下。书的原装风貌好像本该如此,这或许才是最好的设计。

面封底翻书位置的小尺寸纸绷带;书籍尺寸匹配的环状封套;文件袋式的外包装。

最终方案是一张耐磨耐折护封包装纸,手工折叠,严丝合缝包裹书体,包装纸背面印海洋主题海报,保护书籍的同时可作留念。封口处是书写着“SOS”保护海洋呼吁的水波纹样圆形贴纸。掀开海报,开启书籍,我们希望扑面而来的深蓝海风,会让读者记忆回到妈妈曾手把手教自己用报纸包书皮的年代……

该书制作既要配合环保理念设计,又需要控制定价,让好内容更加平价传递,中间的取舍平衡也是难题。但定价决不能为效果让步,我们在选纸与工艺上几经比较,尽可能控制必要环节的成本,提升性价比,最终成功将“手工感十足的去塑封化绿色环保作品+内外两款深海封面(含UV立体呈现效果)+一枚海洋主题海报+含49幅纪实海洋摄影作品”的该书,以58元的平易价格呈现在读者面前。

此次虽是打破传统的创新尝试,但以书籍核心主题出发点,创意性、美观性与功能性三合一,杜绝华而不实。将书中精华以最佳方式传递给读者,是图书制作出版的恒定准则之一。塑封的存在也有其便利,我们在充分了解作用的同时选择摒弃它,并非否认这些益处,而是尝试最大程度发挥非塑料包装的优势。我们会通过已知的问题继续完善设计,也希望至少通过书籍制作,呼应作者所倡导的环保理念,去用实际行动证明:塑封不是唯一的选择,塑料也不是。

颜值福利

“柳田国男文集”(第二辑):“书卷气”比争奇斗艳更重要

王齐云(北京师范大学出版社)

这套书是柳田国男文集的第二辑,在征得编辑同意后,我打算做出与第一辑完全不同的风格。作为“日本民俗学之父”,柳田国男这套日本民俗学著作集,应当设计得“很日本”。所以我选用浮世绘作为核心素材。这些日本传统风俗画具有很强的民族特色,与民俗学著作主题关联度很高,但细密繁复的画面亦是对空间节奏把握的考验,稍有不当会让封面杂乱无章。因此我设定了疏密关系明确的三层结构,使空间可以“呼吸”。其中,浮世绘与日式花纹,竖排文字和点缀的小日本图案,都是用“日语”歌唱的元素,它们相互映衬,彼此呼应,使得封面仿佛一曲悠长的日本歌谣,充满诗意美。

整个设计过程,从选图、结构到色调优化,



都经历多种尝试和推倒重来,每一个细节都经过反复打磨。值得欣慰的是,过程中,封面也越变越美。

当下图书销售越来越依赖线上平台。读者线上“看图购书”常态化。线上图书的展示与书店的展示有很多不同。这些展示上的不同之处,是否意味着在装帧设计中,我们也要进行一些相应改变?答案是肯定的。当众多图书封面的电子版缩小图在同一平面上均匀地映入读者眼帘,且工艺材料所带来的张力都不再起作用时,封面的整体视觉冲击力就尤为关键。应当注意的是,整体冲击力更多体现在造型完整、色调明确以及明暗对比鲜明上,而不是一味放大各种元素。毕竟,对图书设计来说,“书卷气”比争奇斗艳更重要。

《二十四节气养生手账》:以“出版+文创”模式打造文化符号

农艳(中国中医药出版社)

《二十四节气养生手账》集AR技术、手绘DIY、节气养生于一体,是一款节气养生与文艺范相结合的生活手账。这是一次新尝试,把专业科普知识与温馨的手绘插画、精美AR相结合,让读者在阅读过程中学习中医药防病治病

的知识,领略本草之美。该书内容以二十四节气为主线,每个节气包含节气养生、时令食膳、彩绘涂鸦、民俗传统、生活手账五部分内容。节气养生板块介绍当前节气的养生总则、节气特征,第一页是暗含玄机的AR插图页,用“AR盒子”APP扫描该页,静止画面就会动起来。彩绘涂鸦部分所选图片为未填色的本草线条图。为激发读者对传统文化的兴趣,出版社还举办了为期4个月的“填色挑战”活动。与普通书籍不同,该书版式以精美插图为主

体,文字成为设计一部分,让读者在享受视觉盛宴的同时,不知不觉间了解节气养生知识。

《手账》策划创意源于故宫系列文创。见证了故宫文化从紫禁城走出来并被大家所喜爱,我们就在想,中医药养生文化内容丰富,我们也可以尝试打造大健康IP,创作文创产品,专注品牌文化附加值,让更多年轻群体认识并喜爱中医药文化。

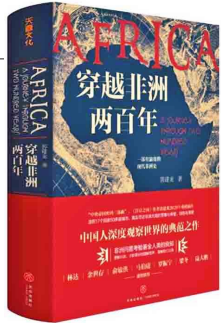
为了更好地把控图书内容和风格,《手账》所有图片均由策划编辑张林蔚一张张搜集,在数万张图片当中,精心挑选出风格统一的插画、素材、图标。整个创作过程编辑全程跟进,与设计师一起一页一页抠细节,本着质量第一的原则,从最初的策划案、版式设计、宣传文案,到封面设计、选纸、工艺,与各相关部门深度沟通。书中的AR动画,成功地将静态阅读转变为动态文化生活。填色活动,正是基于本草知识而建立的创意性交流互动活动,使得中医药文化科普宣传工作更具趣味性、互动性,以“出版+文创”的模式让《手账》成为一种文化符号。

《穿越非洲两百年》:靠视觉传达内容要点

张根长(天地出版社)

《穿越非洲两百年》封面以墨卡托投影世界地图作为整体背景和底图,将非洲部分放大置于正封中间。为在视觉上突出非洲,将非洲边缘部分正资金,以此展现非洲整体轮廓。长久以来,非洲作为世界的边缘之地,一直被主流的历史叙事所忽略,通常是作为配角被迫卷入世界历史,从古典时期希腊化进程边缘,到近代大航海时期的黑奴贸易。国内图书市场上也鲜有非洲史方向的著作,采用这样的设计是要从视觉上给读者传达该书要将非洲作为叙述中心的信息。而将非洲的轮廓突出放大于世界地图背景中,是要告诉读者在世界史的坐标下考察非洲历史脉络,并且矫正过往大家对于非洲整体的忽视。

封面设计打磨过程中,设计师前后出了8稿,



采用了各不相同的非洲元素和设计风格,经过反复比对后一致认为该设计不仅在设计思路上与内容最契合,审美也属于中上。

就编辑角度而言,图书装帧的把控需要注意几方面:一是封面整体风格要与核心读者群审美习惯契合,如定价偏高的社科书品相要高端大气,而对价格敏感但对装帧设计要求不高的青春小说,则温馨、简单干净即可;二是书名要醒目,方便网店图片展示;三是充分了解设计师风格。设计师一般有相对一贯的设计风格,合作之前要先就设计师过去的设计作品做调研分析,判断其风格与设计需求匹配度。

《沉默的巡游》:还原内容本身 量体裁衣

韩笑(新经典文化)

为图书作嫁衣裳,并不是设计师随意发挥灵感的舞台,重要的是适合且有度。要想做到量体裁衣,必须得了解穿它的主人本身。除了通读原文,与编辑沟通是最快速有效的方式。沟通方向包括了解该书市场定位、目标读者群体,依据定位选择相符的设计风格,如简约风、复古风、前卫风等。定位模糊就意味着书籍本身会失去个性;此外,接近设想的参考图也很重要,视觉传达效果会比抽象文字更直观可靠。

《沉默的巡游》故事存在诸多反转,编辑整理了近4000字内容简介,先后搜集了8个批次参考图。一开始我们想强调“巡游”主题,决定以日本传统的巡游场面作为场景,刻画巡游人群个体情绪,但结果反而让人感觉更像是百鬼夜行。和编辑探讨细节后,我们决定把关键词转移到“沉默”上。东野圭吾讨论的“沉默”,不仅是法律层面,

也是社会伦理及人性层面的问题。基于这些,第二稿设计简化巡游人群,把他们组合成一张张开的嘴巴,并用小火车以拉链形式,封住张开的嘴巴。所有元素构成一张小丑脸,这就是众人决定复仇的凶手。但设计稿还是被无情毙掉,或太滑稽,或太恐怖,大家觉得这个不太讨喜的小丑形象。收集意见后,我明白问题出在太跳脱,从保守跳到另一个极端,而我们需要的是还原内容本身、沉稳而富有深刻气质的封面。

经过又一轮讨论、构思、创意……我们决定将巡游人群全部搬上大舞台,他们在舞台上各自扮演着伪装的角色,而等卸掉隐藏的面具后,又还有生活中的面具等待着他们……拼尽力气,我们终于找到了一个与主题贴切又足够宏大的场景,这才交付第三稿设计,也就是最终稿。

编辑好比掌舵能手,需要准确自信地把握大方向。设计师如同经验丰富的水手,靠着一一次次实战,才能走出漂亮航线,需要给予信任与足够发挥空间。这样,星空与大海才全部与我们共有。



《深蓝 SOS: 我们和海洋在一起》:最大程度发挥非塑料包装优势

李敏(广西师范大学出版社)

《深蓝 SOS: 我们和海洋在一起》,是美国国家海洋和大气管理局(NOAA)首席科学家西尔维娅·A·厄尔(Sylvia A. Earle)长销力作,被誉为二十一世纪版《寂静的春天》。书中,作者从海洋对人类的恩赐、海洋生态目前面临的现实问题,以及截至此刻海洋保护一切已就绪三个时间维度出发,回顾了大海对人类从古至今无私的眷顾、阐述了如今海洋面临的种种因人类的贪婪与无知造成的仍可逆甚而不可逆的问题,继而提出一系列细微环保举动,以及国家政策层面的科学性补救方案。

作品引进制作中,为契合环保主题,我们采用国家环保绿色印刷工艺;同时,摒弃传统塑封包装,选用耐磨耐折护封包装纸,背面印海洋主题海报,保护书籍的同时可作留念。我们希望通过内容与视觉呈现,向社会呼吁:塑料不是唯一的选择,海洋保护已刻不容缓。

全新想法的执行,需要出版各环节的支持与配合。能否打破塑封传统,由三个要素决定:一是否有可取代塑封的更优选项?二是发行过程中,“去塑封化”会造成怎样可预测的影响,是否可控?三是读者是否能接纳这一创意,并保证最大程度上真实传达其中所包含信息?在征求各领域同事意见后,我们决定将这一创新加以落实。

想要取代塑封,并提出优化方案,我们首先将其功能拆解剖析:书籍可视化,固定作用,防水、耐磨、耐刮蹭,成本低廉赋予读者开启新书的仪式感。经过多轮头脑风暴,包装设计演变过程经历了几个极端——连接封