

优设计 mag -art

杂志创意装帧设计



[英]夏洛特·里弗斯
郑文慧

飞思数字创意出版中心

著
译

监制



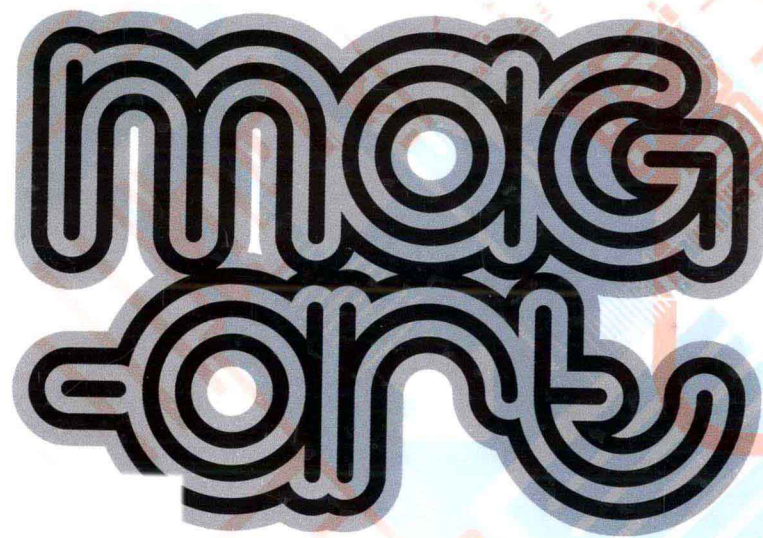
电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

优设计

杂志创意装帧设计

[英]夏洛特·里弗斯 著
郑文慧 译
飞思数字创意出版中心 监制



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内容简介

夏洛特·里弗斯 (Charlotte Rivers) 是多家国际设计杂志的自由撰稿人, 并且是多本设计类图书的作者, 例如The Best of Disc Art等。

本书列举了许多国外优秀杂志设计的封面、内页、包装形式, 艺术感颇强。书中内容包含杂志设计作品的创意灵感、用材、印刷技术、格式标准、字体、纸张选用、图片感觉等, 对于杂志设计的从业人员来说具有较好的案头参考价值和收藏价值。每章都有对知名设计师的专访, 希望给读者广阔的了解和思考空间, 带来无限的创意启发, 提升自己的设计水平。

本书适合设计师、设计专业师生学习参考。

Mag-Art: Innovation in Magazine Design: 9782888930648

Written by Charlotte Rivers

Copyright © RotoVision SA 2008

All rights reserved

本书简体中文版专有出版权由RotoVision SA授予北京时尚博闻图书有限公司, 然后转授给电子工业出版社, 未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

版权贸易合同登记号 图字: 01-2010-7338

图书在版编目 (CIP) 数据

杂志创意装帧设计/(英)里弗斯(Rivers,C.)著; 郑文慧译. —北京: 电子工业出版社, 2011.4
(优设计)

书名原文: Mag-Art: Innovation in Magazine Design

ISBN 978-7-121-12494-5

I. ①杂… II. ①里… ②郑… III. ①期刊—装帧—设计—图集 IV. ①TS881-64

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第240211号

责任编辑: 何郑燕

文字编辑: 侯琦婧 田 蕾

特约编辑: 陶 然

策划引进: 北京时尚博闻图书有限公司

www.book.trends.com.cn

印 刷: 北京利丰雅高长城印刷有限公司
装 订:

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱

邮编: 100036

开 本: 930×1030 1/16 印张: 10 字数: 256千字

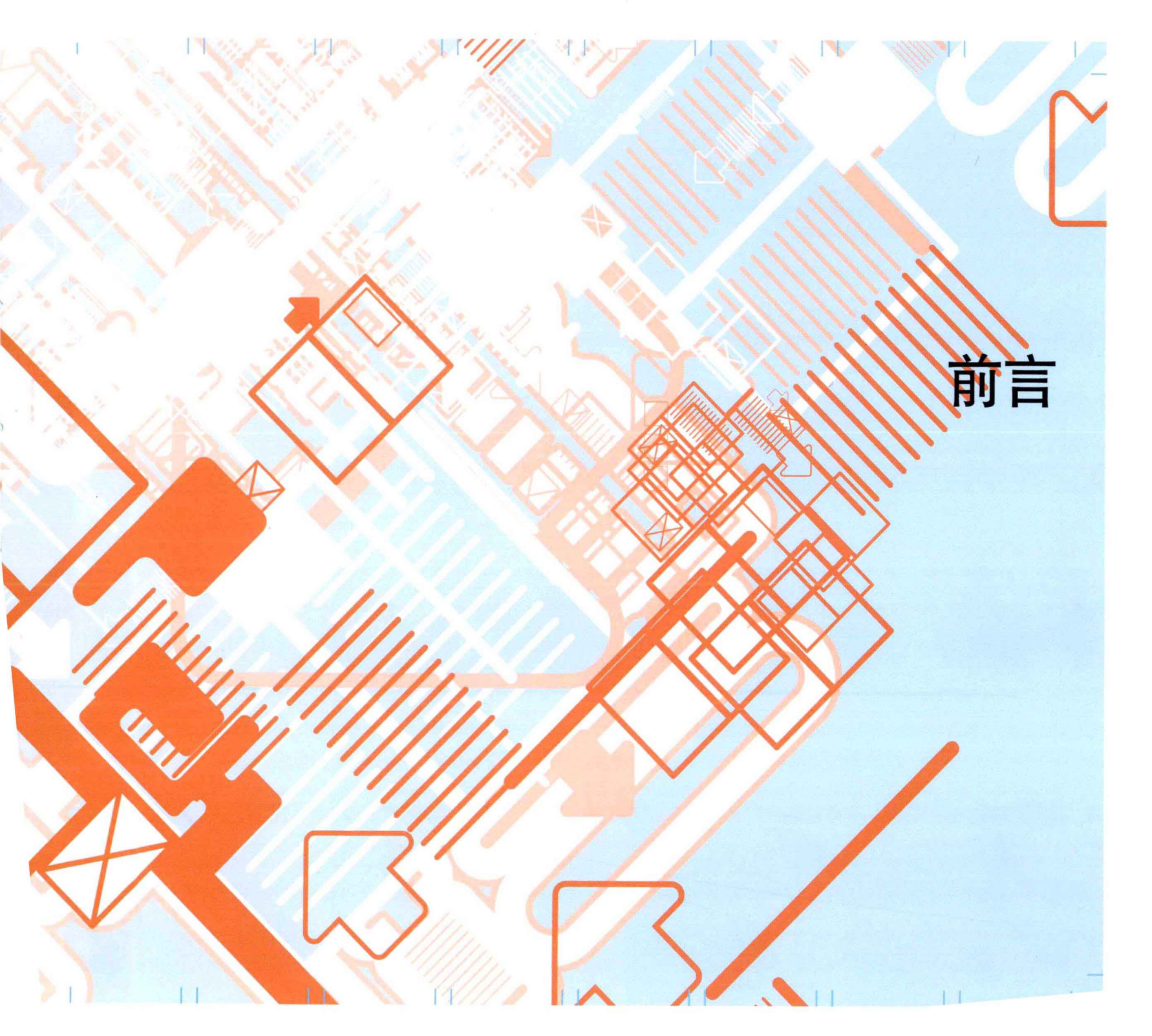
印 次: 2011年4月第1次印刷

定 价: 59.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

The background of the page is a complex, abstract composition of various geometric shapes and lines. It features a mix of orange and light blue colors. There are numerous thin, parallel orange lines, some of which are grouped together to form larger, more complex shapes. There are also several orange-outlined rectangles and squares, some of which are filled with a grid pattern. The overall effect is a dense, layered, and somewhat chaotic visual texture.

前言

当今社会，杂志行业算得上是一个令人兴奋的行业。从没有什么像杂志一样有如此众多的名目，以满足各种不同的市场需求，同时，它也成功地把版面设计推向了各种极限水平。这种状况的出现并不是为了顺应主流——尽管也有例外——而是因为近年来世界各地各种独立性杂志纷纷发行的缘故。这些杂志被描述为——微型杂志、科幻杂志、期刊杂志、独立杂志——这些出版物有一个共同的特点：它们都提升了设计成本，并正走向杂志设计创新之路。从伦敦的极具创新感的《阿米莉亚杂志》到极具探究性的《妙龄少女》，《妙龄少女》取于瑞士和法国《时尚自助》（法国时尚经典原著中的一部），如今，在各大书店艺术类的书架上，都排满了充满着革新、聪明、大胆及醒目气息的杂志。

这种出版现象的发生有很多因素，包括降低成本，提高发行量，技术改革，众多富有创造性的艺术指导和编辑，当然，还有对这种市场定位的主题的需求，而这些主题又为数众多。这些杂志代表着当代某些最前沿、最改革、最创新的图文设计和艺术理念。杂志内容涵盖多种主题，从音乐到艺术，从时尚到生活方式，从设计到写作等。很多杂志都是小规模印刷和小规模销售，并只卖给特定读者的。这些杂志一般只在专卖书店或某些时尚精品店里出售，商家以此

来回应所谓的“长尾”影响。“长尾”一词由克里斯·安德森（Chris Anderson）首创，他在2004年出版的《迷醉》（Wired）一书中写道：“‘长尾’一词是说，我们的文化和经济正偏离了为数不多的‘热门’主题，反而跨过需求曲线，转向具有庞大数量的需求长链上的一些市场定位。”

这些杂志如今已经成了某些人生活中的中心。办公室、摄影棚、各处安家的地方，这类书籍堆放在书架上，无处不在。杂志已成了他们的精神食粮，成了他们寻求灵感、主意、信息及娱乐的源泉。最重要的是，他们记载并收录下了从风格、设计及流行到音乐风格转变的文化趋势。世界如若丢失了这些杂志，似乎变得无法运转了。他们的设计和流行为其建立了一个庞大的市场，以至于广泛的杂志爱好者对一些艺术收集并珍藏。其内容、设计和制作精美，价值又高，让人难以割舍。20世纪出版这类设计风格的杂志的先锋们有很多，并都以自己独特的方式向传统的设计理念提出了挑战。如《新星》（Nova）杂志，曾于1964年到1975年发行，当于2000年重新出版时只见于为数不多的一些书摊。《i-D》首次出版于1980年，将时尚和风格融合，共40页，并耗费三个订书钉。《Ray Gun》，1922年于美国加利福尼亚首次出版，由大卫·卡尔森（David Carson）担任艺术指导，大卫·卡尔森抛弃了传统的设计理念，并因此而

创立了至今最为创新的杂志《Dazed & Confused》，一本上文提到过的自助的、有影响力的、具有偶像风格的杂志。

当今，这些杂志中的一些变得更大更好，《i-D》如今厚重且美观，与《Vogue》杂志一起，可见于世界各地的各大书店，齐聚上个25年来最好的作家及时尚摄影家，并继续对现今的设计师、摄影师、记者及文化产生着巨大的影响。而某些杂志则不复存在——《Nova》，重新开始发行后一年又倒闭，《Ray Gun》于2000年也停止发行。还有其他的一些杂志也反反复复，最终消散，包括《The Face》、《Sleazeneration》、《Pll》及《lab》。

然而，大量的主题接踵而来，因此使得杂志行业变得异常警觉。首先，有很多科幻杂志有一些低保真的、自己动手做的设计栏目，但这其中有些是畸形的出版物。这些出版物可能是以广告为主，并有一些类似劣质商标的赞助商为其提供资金，当然，其中也有很多刊物是非盈利的并免费分发给酒吧、录像店、时尚用品经销店。这类杂志如均出版于伦敦的《Good For Nothing》、《Full Moon Empty Bag》，以及起源于蒙特利尔（加拿大）现在总部位于美国纽约的《VICE》杂志。还有一些被称为微型杂志及独立出版发行的刊物，这些刊物因其广告及高于平均价格的因素而得以生存。这些刊物经常是高产量的，这对某些时尚杂志产生了冲击，如

驻伦敦的《Tank》，自1988年即开始出版，并可以在全球范围内宣称其为大杂志。另外，还有对于《壁纸》（Wallpaper*）及最近出现的《GQ风格》（GQ S tyle）的喜爱，这些书不顾主流影响，仍致力于对所谓设计标准进行挑战。

《Mag-Art》展现了对于这些杂志的全球性选择。它对这些杂志的设计和制作进行了多方面的探索，从作者们创新的工作中——包括艺术工作、印刷、造纸原料、版面设计及复印技术，到一些实际操作方面的事务，如广告、导航、信用度及内容等。在这本全球性的杂志中，你可以找到无尽的具有经验价值的东西，它拥有精细的封面，不同寻常的探究式版面，震人心魄的想象力，具有挑战性的印刷形式。当所有的这种杂志融合在一起，看见所有我见过的最富创造性的典型主题，表现了当今杂志出版行业的欣欣向荣、让人兴奋的势头。谁说当今的出版行业已经深陷泥潭？

夏洛特·里弗斯（Charlotte Rivers）

The background of the page is a complex, abstract pattern of orange lines and shapes. It includes various geometric forms such as squares, rectangles, triangles, and irregular polygons, some of which are filled with orange. There are also patterns of parallel lines and some shapes that resemble stylized letters or symbols. The overall effect is a dense, layered, and somewhat chaotic visual texture.

“如果，某一天，我最终还是从事这个工作，那么，我希望我的工作有强烈的逻辑性和丰厚的财政支持，但大多数的明朗化的事实表明，这并不是一份完美的
工作。”

马克·阿特兰（Marc Atlan），艺术总监，《Big》洛杉矶特刊

目录

● Chapter 1 杂志封面和包装

010

“封面对杂志所能产生的影响起了一半的作用。差的封面在繁多的各种出版物中很少被人注意而湮没其中，而好的封面则能脱颖而出。”

——马克·阿特兰（Marc Atlan），艺术总监，《Big》洛杉矶特刊

“我尝试着从被期望的封面意象中逃离出来。我采用了图解，一个是我从一个垃圾箱里找出的照片，另外一个是我从二手商店里买来的一幅画。”

——阿米莉亚·格尔乔治（Amelia Gregory），出版人，编辑及艺术总监，《阿米莉亚的杂志》

- 值得你用手抄写的《CUBE》、“大逆不道”的《VICE》
- 展示最优秀人才的《Self service》
- 供名流品味又适合被忽略的读者的《GUM》
- 顶尖的设计类参考书-《+rosebud》
- 用手缝的制作方式的《Amelia's magazine》
- 活泼、轻灵的《Lula》、艺术杂志集-《oneonenine》
- 诗歌杂志-《Full Moon Empty Sports Bag》
- 短篇小说杂志-《McSweeney's》、科学幻想杂志-《AURA》
- 齐聚全球各界精英作品的《soDA》
- 有着不同领域人才作品的《Refill》

专访：阿米莉亚·乔治（Amelia Gregory）.....040

专访：马克·安兰（Marc Atlan）.....042

● Chapter 2 杂志版面和结构

044

“独立的网站可能是杂志出版业的未来。如今，就算是一些大的出版类杂

志，得到这些资源的其他各种方式已经开始远远超过了杂志的发行量。”

——汤姆·欣斯顿 (Tom Hingston)，艺术指导，《Stand off》

“一个好的封面应该与杂志的其他部分一致并相互呼应。当你买到一本杂志，发现它极具吸引人的封面与它的内容和设计极不匹配，而且远远不如它，再没有比这更令人失望的了。”

——拉尔夫·赫尔墨斯 (Ralf Herms)，出版者和艺术指导，
《+rosebud》

- 让读者易被感染的《Poster magazine》、专为青年男子打造的《Flo》
- 《Big》，洛杉矶特刊、发出自己内心声音的《here and there》
- 主要涉及文化和艺术类主题的《Geneve Tokyo》
- 含金量极高的《Tank》、为男士打造的时尚杂志-《GQ风格》
- 图画意象和排版印刷完美结合的《E18HT》、青年人的杂志-《Bulb》
- 真正的时尚杂志-《Fairy Tale》、全球意象资料库-《125》
- 第一本专门关于鞋子的杂志-《Sneaker Freaker》
- 引领法国女人时尚潮流的《Jalousie》(百叶窗)
- 更多地关注社会问题的《Kohkoku》、创新思维手册-HONEST
- 概念杂志-《Omagiu》、整体风格变幻莫测的《VERY》

专访：汤姆·欣斯顿 (Tom Hingston)086

专访：拉尔夫·赫尔墨斯 (Ralf Herms)087

Chapter 3 杂志导航 088

“杂志就像一种毫不费力的、完全的、彻底的思维，这种思维通常是在以一种系统的、完美的、有纪律的方式对很多细节的探究和全面深刻的思考中产生并形成的。”

——科林·梅特卡夫 (Colin Metcalf)，艺术指导，《GUM》

“一本优秀的杂志必须在有强劲的视觉效果的同时文章内容也能激动人心；它是表达和情感的结合体。”

——埃兹拉·皮崔尼欧 (Ezra Petronio)，艺术指导，《Self service》

- 男士杂志-《They Shoot Homos Don't They》
- 实用精致的《Me Magazine》
- 每篇文章都有自己独特灵魂的《计划B》
- 抓住时尚节目精髓的《Stand Off》

- 集时尚和商业广告于一身的《Grafik》
 - 音乐杂志-《Wire》、双胞胎姐妹重新开办的《Blag》
 - 时尚与摄影-《Exit》、享受文字乐趣的《Zembla/Little Z》
 - 有特点的《Spector cut+paste》、有年轻活力和态度的《Topic》
 - 以创造力为宗旨的《Marmalade》
- 专访：埃兹拉·皮崔尼欧 (Ezra Petronio) 123
- 专访：科林·梅特卡夫 (Colin Metcalf) 124

● Chapter 4 印刷和完工处理 126

“如今整个杂志出版行业正日益破碎消退，在未来的20年里，我们看到的将会是网上的版本，这对于杂志来说，将是一个艰难却又兴奋的时代。”

——乔纳森·巴恩布克 (Jonathan Barnbrook)，艺术指导兼设计师，
《可可酷》

“不断尝试和体验新的纸张并挑战新的印刷，对杂志本身来说就是一种提高和进步。”

——乔治·德·米特里 (Giorgio De Mitri)，出版人、编辑及艺术指导，
《CUBE》

- 有“特殊自治项目”的《zingmagazine》
- “新鲜的与众不同”的《soDA》、《GUM》的姐妹篇-《LEMON》
- 有自由和经典感觉的《The End》、大版式、无装订的《Centrefold》
- 空中杂志《Carlos》、“神秘”的《+rosebud》
- 有典型书评类文字的《The Believer》
- 根据出版人自己喜好来制作的《Half Empty》
- 全球有才之士的归属地-《SHERBERT》
- 出刊顺序颠倒的《Made Magazine》
- 一期高出版价值的《Made Magazine》

专访：乔纳森·巴恩布克 (Jonathan Barnbrook) 152

专访：乔治·德·米特里 (Giorgio De Mitri) 153

联系方式和致谢 155



Chapter 1

“封面对杂志所能产生的影响起了一半的作用。差的封面在繁多的各种出版物中很少被人注意而湮没其中，而好的封面则能脱颖而出。”

——马克·阿特兰（Marc Atlan），艺术总监，《Big》洛杉矶特刊

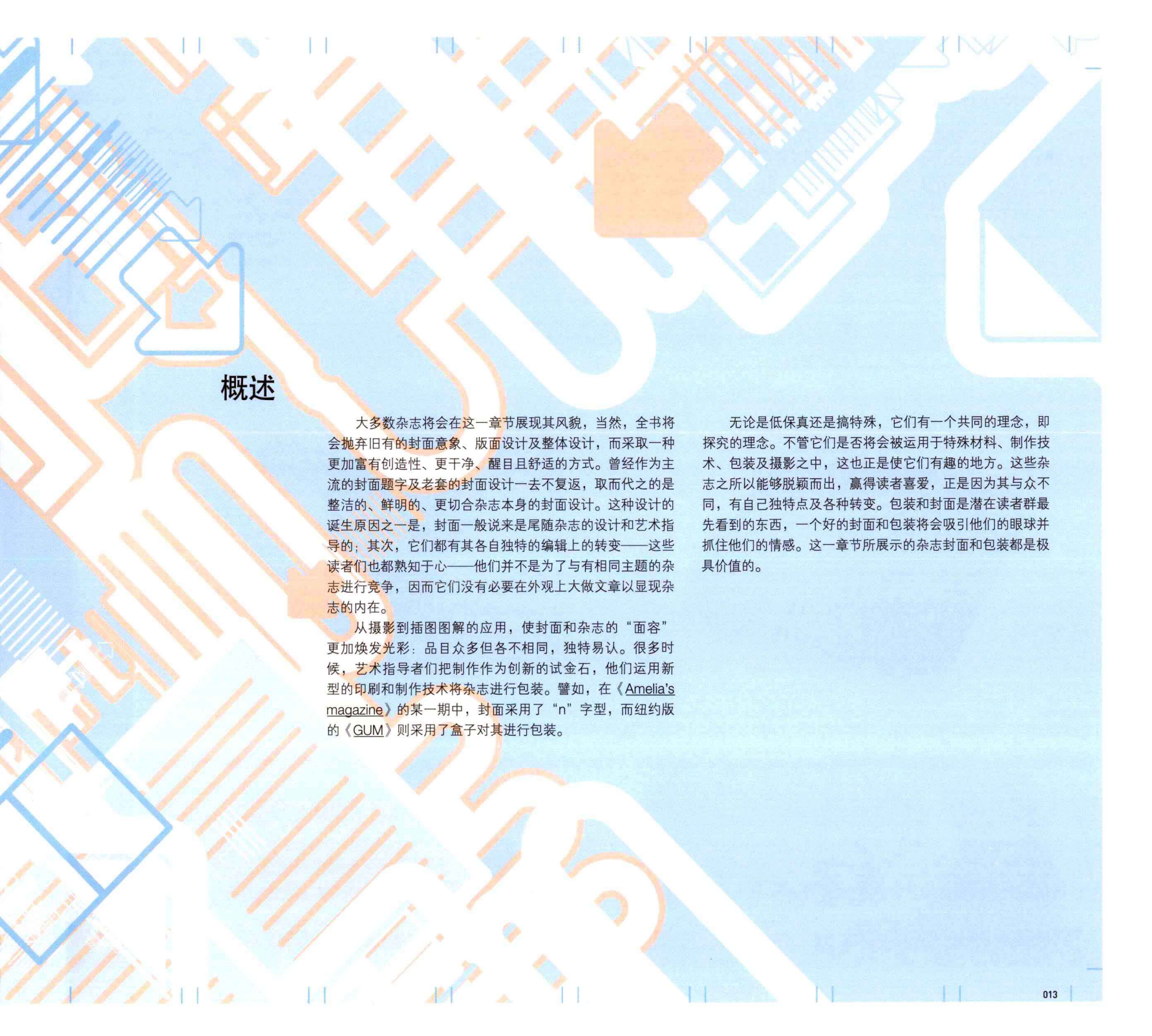


杂志封面和包装



“我尝试着从被期望的封面意象中逃离出来。我采用了图解，一个是我从一个垃圾箱里找出的照片，另外一个是我从二手商店里买来的一幅画。”

阿米莉亚·格尔乔治（Amelia Gregory），出版人，
编辑及艺术总监，《阿米莉亚的杂志》



概述

大多数杂志将会在这一章节展现其风貌，当然，全书将会抛弃旧有的封面意象、版面设计及整体设计，而采取一种更加富有创造性、更干净、醒目且舒适的方式。曾经作为主流封面题字及老套的封面设计一去不复返，取而代之的是整洁的、鲜明的、更切合杂志本身的封面设计。这种设计的诞生原因之一是，封面一般说来是尾随杂志的设计和艺术指导的；其次，它们都有其各自独特的编辑上的转变——这些读者们也都熟知于心——他们并不是为了与有相同主题的杂志进行竞争，因而它们没有必要在外观上大做文章以显现杂志的内在。

从摄影到插图图解的应用，使封面和杂志的“面容”更加焕发光彩：品目众多但各不相同，独特易认。很多时候，艺术指导者们把制作作为创新的试金石，他们运用新型的印刷和制作技术将杂志进行包装。譬如，在《Amelia's magazine》的某一期中，封面采用了“n”字型，而纽约版的《GUM》则采用了盒子对其进行包装。

无论是低保真还是搞特殊，它们有一个共同的理念，即探究的理念。不管它们是否将会被运用于特殊材料、制作技术、包装及摄影之中，这也正是使它们有趣的地方。这些杂志之所以能够脱颖而出，赢得读者喜爱，正是因为其与众不同，有自己独特点及各种转变。包装和封面是潜在读者群最先看到的东西，一个好的封面和包装将会吸引他们的眼球并抓住他们的情感。这一章节所展示的杂志封面和包装都是极具价值的。

艺术指导：乔治·德·米特里
(Giorgio De Mitri) /
帕崔泽亚·底·乔治亚
(Patizia Di Gioia)

客座艺术指导：尼古拉·普洱森
(Nicola Peresson) /
弗朗西斯科·佛地
(Francesco Forti) /
卢卡·波尔特洛迪
(Luca Bortolotti)

出版人：乔治·德·米特里
国家：意大利

值得你用手抄写的 《CUBE》

《CUBE》于1998年首次出版，其中收集蒂里·莱德 (Thierry Lede)、本·德鲁里 (Ben Drury) 及乔治·德·米特里等人的著作。在设计和制作上分文未花，杂志第一期设计成一个和书本一样大小的桌子式样。这种风格被乔治·德·米特里和帕崔泽亚·底·乔治亚传承下去，并基于意大利设计公司Sartoria的设计理念，继续打造一本丰富视野、启发人心的刊物。

《CUBE》起初是一本流行杂志，之后变得比较成熟，到现在已经变得更著作化。杂志每期所表现的内容灵感都来自于乔治·德·米特里当时对于时尚的观点陈述，以及在他庞大的交际圈里和朋友及创造力之间的关系，他在几个月之前就从朋友那里获得各种图片和文章，然后将其整合到一起，为第二期提供素材。

这是一部充满热情的著作，杂志的目标读者都是乔治·德·米特里所认识的人。因为《CUBE》是不予出售的，他仅仅会把书分发给他的好朋友及同事们。《CUBE》是一部独特的著作，它绝对是值得你用手将其抄写下来的好刊物。

