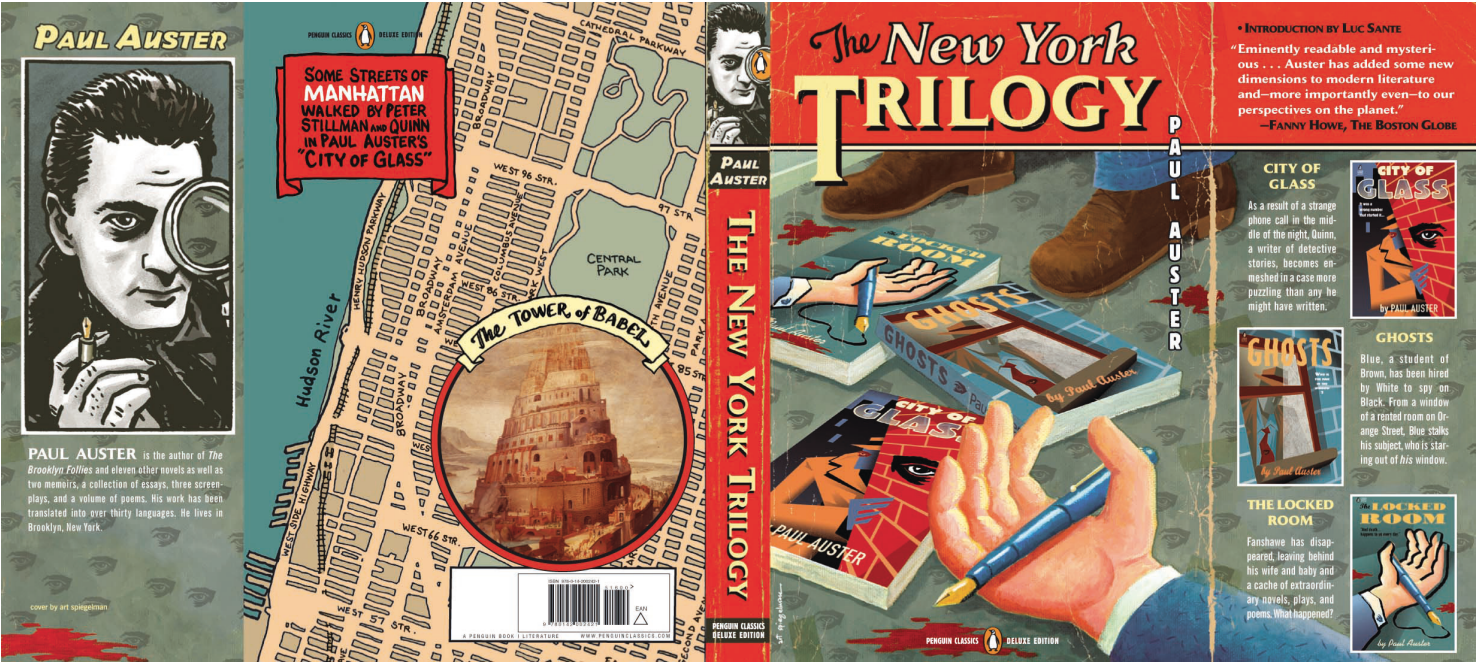
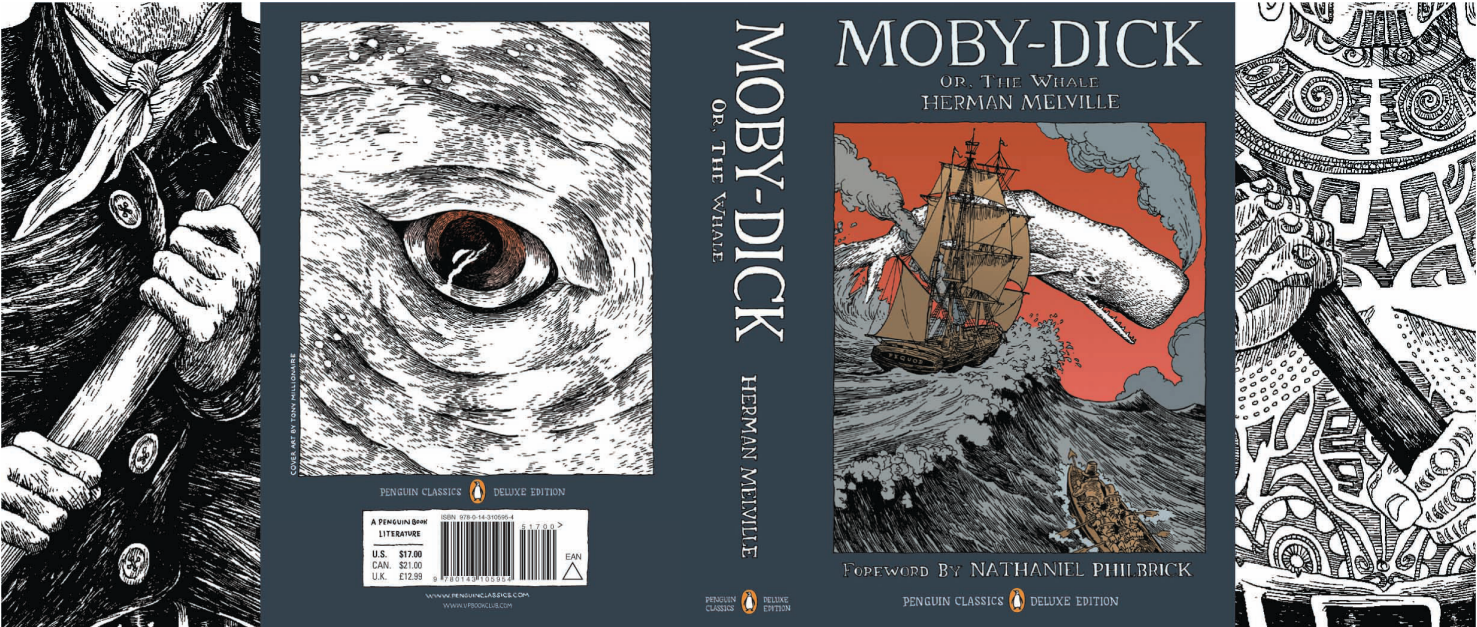


Penguin Book Covers putujuća je izložba omota knjiga izdavačke kuće **Penguin Books** čija je turneja započela povodom Penguinovog 75. rođendana. Prije tri godine istim je povodom objavljena i knjiga *Penguin 75* u kojoj je dugogodišnji kreativni direktor Penguinua Paul Buckley sakupio pregled od 75 najzanimljivijih naslovnica njihovih izdanja te im pridodao i kratke tekstove dizajnera i ilustratora, ali i samih pisaca, koji opisuju proces i okolnosti nastanka svake pojedinačne naslovnice ili serije naslovnica. Izložba je koncipirana na sličan način, ali je do danas proširena na preko 250 izložaka, okupljajući tako dizajnerske, ilustratorske i spisateljske doprinose autora poput Paula Austera, Nicholasa Blechmana, Davida Byrnea, Briana Cronina, Elizabeth Gilbert, Hanifa Kureishija, Roseanne Serra, Arta Spiegelmana, Rubena Toleda, Tomera Hanuke, Paula Sahrea, Chrisa Warea, i mnogih drugih dizajnera i ilustratora, kao i autora knjiga i Penguin predstavnika. Kustosi projekta su Paul Buckley i Mirko Ilić, čijom je zaslugom izložba i pristigla u Zagreb. 🐧



Paul Auster – *The New York Trilogy*, dizajner i ilustrator: Art Spiegelman, art direktor: Paul Buckley



Herman Melville – *Moby Dick*, dizajner i ilustrator: Tony Millionaire, art direktor: Paul Buckley

Penguin Book Covers



HDD galerija – Hrvatsko dizajnersko društvo
Boškovićeva 18, Zagreb
Radno vrijeme galerije
Od ponedjeljka do petka: 10 – 20 h
Subotom: 10 – 15 h

Kustosi izložbe: Paul Buckley i Mirko Ilić
Voditelj galerije: Marko Golub
Dizajn deplijana: Bojan Krištofić

Sponzori tiska: Cerovski print Boutique, Ars kopija

Program HDD galerije podržavaju **Ministarstvo kulture RH** i **Grad Zagreb**. Izložba je realizirana financijskim sredstvima **Zaklade Kultura Nova**.

Posebna zahvala Mirku Iliću.

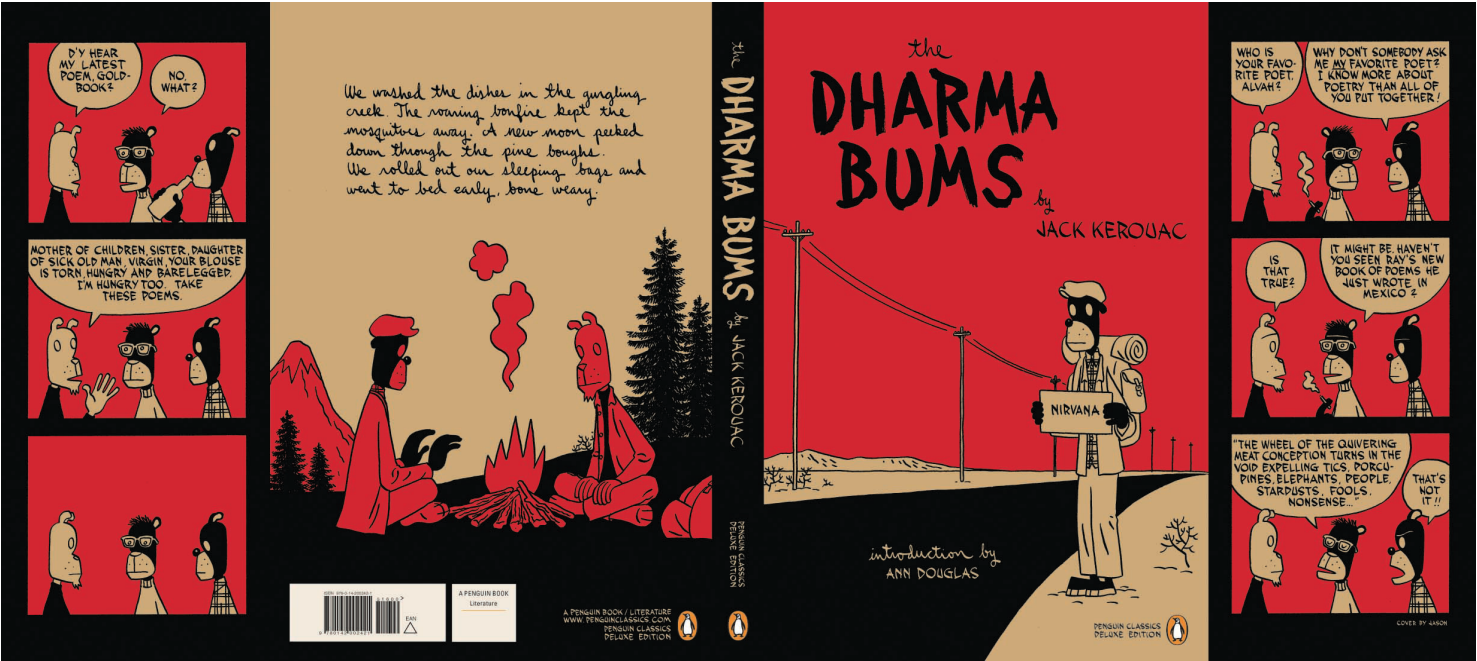


Na drugoj strani

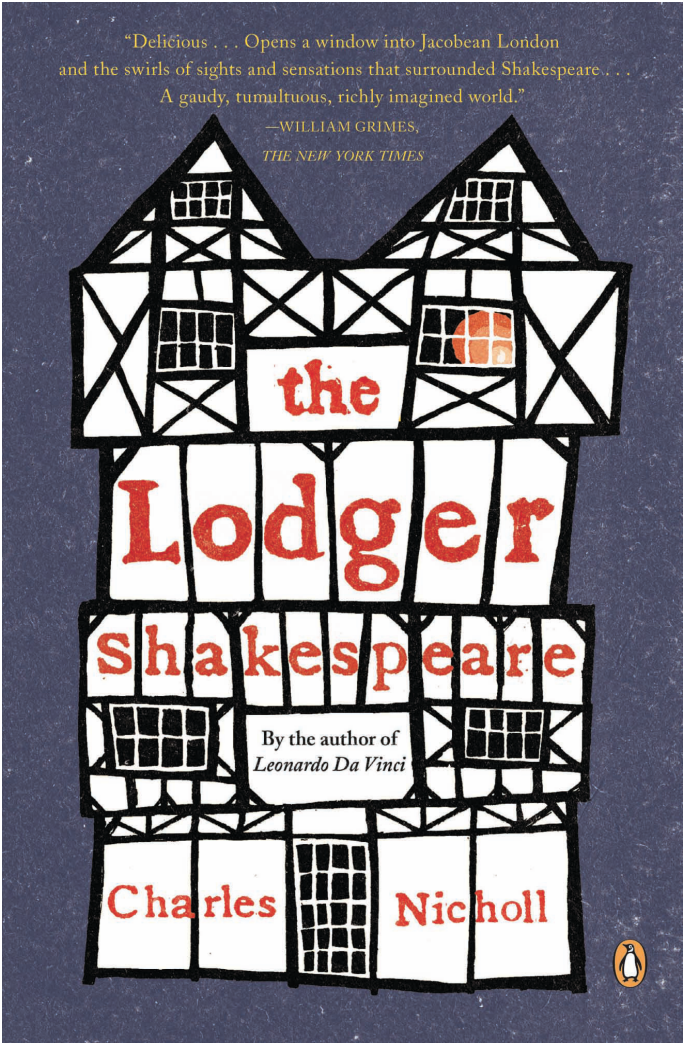
- Charles Nicholl – *The Lodger Shakespeare*
dizajner: Jon Gray, art direktor: Roseanne Serra
- Patrick Neate i Damian Platt – *Culture Is Our Weapon*
dizajner: Christopher Brand, art direktor: Roseanne Serra
- Legs McNeil i Gillian McCain – *Please Kill Me*
dizajner: Jesse Marinoff Reyes, art direktor: Paul Buckley
- Marquis de Sade – *Philosophy in the Boudoir*
dizajneri: Paul Buckley (AD) and Tomer Hanuka (1)

Izložba
omota knjiga
izdavačke kuće Penguin

HDD galerija
Hrvatsko dizajnersko
društvo
21. siječnja – 8. veljače
2014.



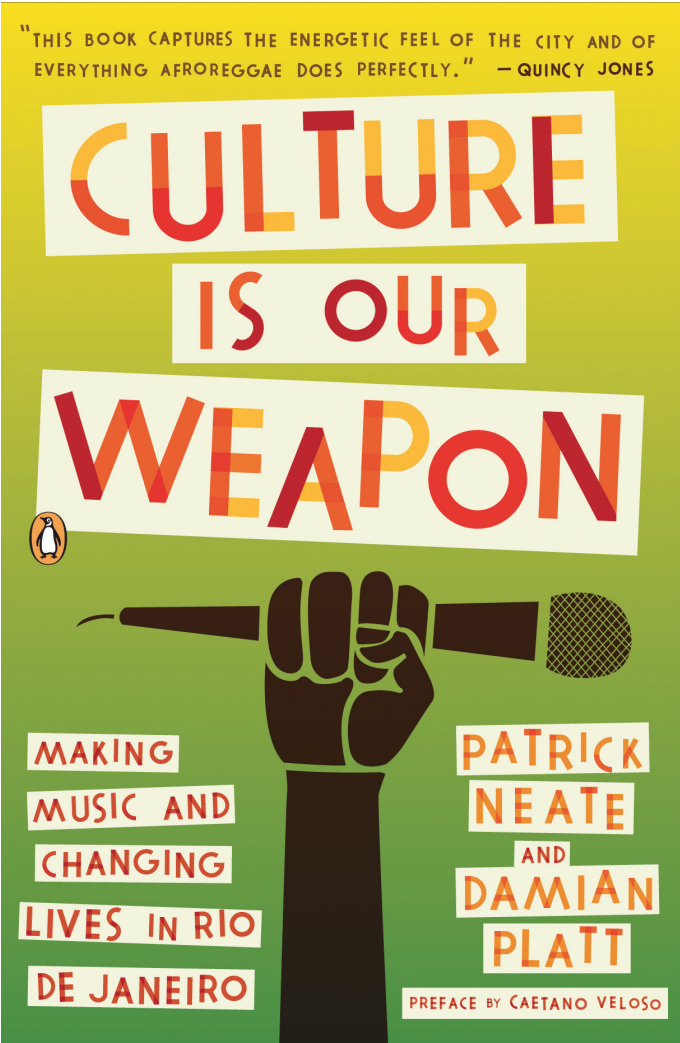
Jack Kerouac – *The Dharma Bums*, dizajner i ilustrator: Jason Lambiek, art direktor: Paul Buckley



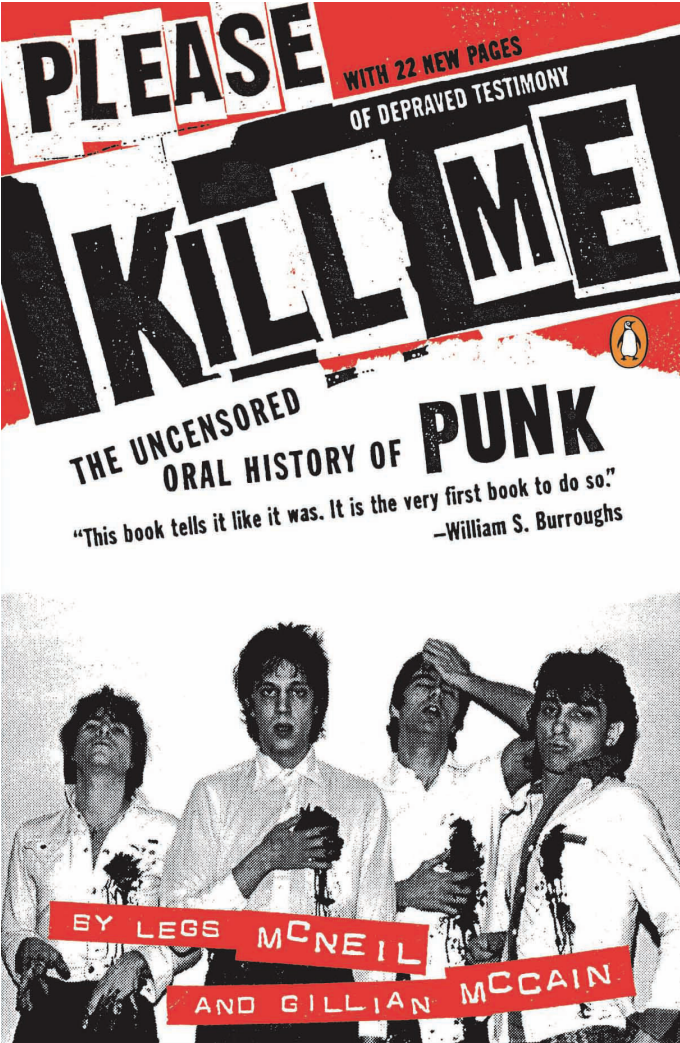
Proces dizajna korica knjige

piše: **Paul Buckley**

Dizajnirati korice neke knjige tako da rezultat naiđe na odobravanje proces je koji može slomiti srce, ali ga i otvrdnuti. U kreativni proces uključeni su umjetnički direktor, dizajner, ilustrator, fotograf, katkada i tipograf ili kaligraf, zatim osoba u potrazi sa slikama, a vrlo često i osoba koja će ih morati retuširati. Nadalje, u lancu odlučivanja, kojim se određuje što mora biti još malo “pimplano”, značajno promijenjeno ili u potpunosti odbačeno, odnosno naposljetku odobreno, sudjeluju i predsjednik izdavačke kuće, tj. izdavač, pomoćnik izdavača, urednik knjige (i biblioteke), autor knjige, autorov agent, upravitelj marketinga, direktor prodaje, i na kraju (ali ne i najmanje važno) – i sam prodavač, velikoprodajni kupac, predstavnik vodećih distribucijskih mreža i knjižara. Da, prodavač koji je ujedno i kupac. Ako on kaže otprilike – “Znate da sam zavolio ovaj rukopis i nadao se kupiti od vas deset tisuća primjeraka; međutim, sad kad vidim ove korice, potpuno mi je jasno da nemate blage veze što uopće radite, a to će uništiti budućnost ove knjige. Ako ne promijenite korice, kupit ću samo 2500 primjeraka.” Uvidate u čemu je problem. Buntovnik u vama želi reći – “Odjebi, ti pristrani kritičarčiću. Ako ne želiš kupiti našu knjigu, nemoj!” No, itekako dobro znate i to da će ta knjiga potonuti poput kamena ako ju predstavljeni lanac ne podrži, što znači da vaša tvrdoglavost može ozbiljno ugroziti autorovu karijeru tijekom mnogih sljedećih godina... A vaša je prisegnuta misija podržati autora. Začetak knjige teče ovako – autor ju piše godinama, a često većinu tog vremena utroši na istraživanje potrebne materije. Kad zaključi da je posao završen, šalje “rukopis” raznim agentima, nadajući se da će ga barem netko podržati. U ovoj fazi oko 95% potencijalnih pisaca netragom nestane. Onih 5% koji pronađu agenta imaju tu sreću u nesreći što je njegov sljedeći potez slanje rukopisa različitim izdavačkim kućama. Tu negdje polovina od tih preživjelih 5% izumre, jer te knjige niti jedan izdavač ne želi. Preostalih 2.5% rukopisa daju



se na svojevrsnu dražbu izdavačkim kućama, a rukopis dobiva ona koja ponudi najviše. Izdavač i urednik slože se da je rukopis vrijedan rizika, a potom ga predstavljaju svima uključenima u proces objavlivanja – šefu tvrtke, marketinškom timu, oglašivačima i prodavačima. Rukopis se predaje kućnom dizajnerskom timu kako bi se načinio prijelom stranica dok izdavač i urednik raspravljaju s umjetničkim direktorom o sadržaju knjige, o sličnim naslovima na tržištu, pokušavaju predvidjeti hoće li knjiga biti “velika”, “osrednja”, “malena” (ali s nizom literarnih nagrada) ili će možda OBORITI SVE REKORDE. Ponovno biste se iznenadili da znate koliko je knjiga uzeto iz potonjeg razloga, kako bi postale nešto zaista maleno nakon što ste uložili previše truda i vremena u potrazi za nečim što bi moglo biti VELIKO... Dizajneri i kreativci često su posljednji sudionici koji saznaju da je tisak obustavljen u zadnji čas. Tijekom ove rasprave, upitat će vas mislite li da se korice trebaju temeljiti na ilustraciji ili fotografiji, isključivo na tipografiji, nekom povijesnom motivu, itd. Najbolje što vam se može dogoditi jest da vam kažu – “Nismo sigurni, pročitajte to i recite nam što mislite.” Tada odlučujem hoću li korice dizajnirati sam i biti sam sebi umjetnički direktor, ili ću to prepustiti nekom od svojih suradnika. Ako radimo zajedno, prvo pročitamo rukopis, a zatim sirove ideje i koncepte pokušavamo “uvaliti” uredniku i izdavaču, nižeom razloge za, recimo, ilustraciju, primjerima pokazujemo kakve ilustracije želimo, itd. Oni kažu da ili ne, kao i zašto da ili zašto ne. Muvamo se tako naprijed-natrag dok ne propupa neka ideja ili se pojavi umjetnik oko kojeg se svi slažemo, i onda uvijek brzo predložim da se autoru pošalju reference; na što on veli ili – “Pa da, to bi bilo pametno!”, ili kaže – “Ne, nema šanse da moje korice tako izgledaju!” Budući da se taj dio procesa uvijek odulji, drugi odgovor nas obično pogodi kad je dizajner već odabran, pa autor zavapi – “Što ste, kvragu, mislili kad ste angažirali ovu osobu?” Unatoč tome, kad pristupamo dizajnerima i umjetnicima samo ponekad imamo određenu ideju koju želimo da istraže, ali uglavnom smo zaista raspoloženi za njihovu stilizaciju i volimo čuti njihove prijedloge. Ako doista imam solidnu ideju na kojoj mislim da bi trebalo raditi, tada im obavezno kažem – “Ako ćete nakon



čitanja imati ideju za koju smatrate da je bolja od ove, onda ćemo razgovarati...” Uskoro umjetnik počne slati skice, koje ponovno šaljem naprijed-natrag svim strankama dok svi nisu zadovoljni, a nakon što ih odobre urednik i izdavač, umjetniku prosljeđujem još neke reference i komentare kako bih mu pomogao da učini onaj konačni skok do izgleda završnog rješenja korica. Potom slijedi još malo natezanja po tom pitanju, sve dok ne dođemo do još jednog konsenzusa, i tada pripremu rješenja šaljem autoru, pri čemu uglavnom dobijemo podjednaku reakciju kao i kod izbora samog umjetnika – “Što ste, kvragu, mislili kad ste inzistirali na ovoj ideji?” Jednom kad mi umjetnik pošalje ilustrativno rješenje s kojim sam u potpunosti zadovoljan, počinje muka po dizajnu – moram kreirati prijelom korica i odabrati tipografiju koja će ići s ilustracijom ili fotografijom. Zaista, ovo se može protegnuti mjesecima sve dok urednik i izdavač nisu sretni sa stilizacijom, bojama, hijerarhijskim odnosom veličina slova naslova, podnaslova i autorovog imena, a da ne govorimo tome kako se popratni tekst naslovnice najčešće mora pisati uvijek iznova i iznova kako bi odgovarao ilustraciji.... Sve iz početka. Prije ili poslije sva lica koja smo ranije spomenuli odobre sve i odluče to sve poslati autoru. Kad do toga dođe, uvijek predložim da autoru pokažemo još barem dvije-tri varijacije završnog rješenja korica, kako bi osoba koja je uložila četiri godine života u to osjećala da ima barem nekakvu mogućnost izbora, no uvijek mi kažu – “Ne, šaljem samo ove korice, moraju biti samo te!”, iako je na stolu barem deset varijacija od kojih će svaka prodati identičan broj primjeraka i pozicionirati knjigu potpuno jednako... “Možemo li poslati još barem ove s drugačijom bojom naslova? Barem nekakav izbor, jel’...” “Ne, samo i jedino ove!” Nije ni čudo da onda autor reagira ovako – “Radili ste na tome dva mjeseca i ove jedne korice su sve što su vaši jadni dizajneri uspjeli napraviti?” Ako su to korice na koje sam bio prisiljen i na koje nisam uopće ponosan, to je za mene uvijek vrlo ponižavajući trenutak, jer autor kojeg veoma poštujem i čiju sam se knjigu trudio dostojno dizajnirati sada misli da sam netalentirani nitko i ništa, jer prije toga sa njim, nažalost, minimalno komuniciram, pa stoga i ne mogu reći



– “Mrzim taj koncept, to nije moje djelo, molio sam ih da pošalju druge korice, itd.” Ne, sva krivica je na meni! I tako, te jedne korice iz kuće idu ravno agentu i njegovom osamnaestogodišnjem nećaku, brucošu na lokalnom studiju dizajna, i tako dalje, i tako dalje... Tu i tamo mi odgovore – “Ovo je odlično!”, ali češće čujem – “Ovo je grozno!”, što znači da se autor uključuje u cijeli proces tek nakon tri mjeseca rada, što se trebalo događati od samog početka. Sad se komunikacija napokon odvija i do krajnjeg rezultata iza kojeg će i autor stajati se doista može doći. Nije nemoguće da se samo jedna osoba u lancu odlučivanja predomisli mjesecima kasnije, pa se pahulja što se kotrlja niz brdo pretvara u lavinu i ponovno se mora sve ispočetka. Budući da se na tisak knjige čeka u prosjeku po godinu dana, osobu koja na njoj radi može se mučiti vrlo dugo. To se ne može dogoditi u časopisima ili novinama gdje materijal u tisak ili na web mora ići odmah. Zaključno, premda je rad na knjigama ponajviše veliko zadovoljstvo, uz to što se radi na nečemu što doista ima smisla (za razliku od, recimo, zarađivanja za život dizajniranjem ambalaža kondoma), taj posao nije za one koji ne mogu podnositi udarce. Odbijanje se odvija na dnevnoj bazi. Često mnogo puta dnevno. 🐼

Paul Buckley radi kao izvršni dopredsjednik i kreativni direktor u izdavačkoj kući Penguin, gdje se sa svojim talentiranim timom dizajnera i umjetničkih direktora brine za dizajniranje izdanja pod sljedećim etiketama: **Penguin, Viking, Penguin Press, Penguin Classics, Riverhead, Pamela Dorman Books, Portfolio, Sentinel, Current i Blue Rider**. Njegov prepoznatljivi dizajn i jedinstveno umjetničko vodstvo obogatili su na tisuće bestselera i donijeli mu na stotine nagrada, kao i čestih poziva da predaje u SAD-u i inozemstvu. Rad njega i suradnika mu može se vidjeti u svakom važnijem godišnjaku dizajna, te naravno, u svakoj knjižari. Paul živi u Brooklynu sa svojom suprugom **Ingsu Liu**, koja je također umjetnički direktor u kući **W.W. Norton**. Mogu o izdavaštvu razgovarati satima, praveći se da odobravaju odbijene korice za knjige onog drugog.