

跟着 →
设计大师
的逻辑走

艺术指导原来是这么回事！

EVEN HELLER
RONIQUE VIENNE

史蒂芬·海勒 薇若妮卡·魏纳 著

**Art
DIRECTION
EXPLAINED,
AT LAST!**

郑孟迁 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
http://www.phei.com.cn

设计人在提案时，心中总是祈祷LUCK！设计人要的不只是LUCK，更需要DIRECTION！

跟着 →
设计大师的
逻辑走

Art Direction Explained, At Last!

【美】史蒂芬·海勒 薇若妮卡·魏纳 著
郑孟迁 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

设计师在提案时心中总是祈祷LUCK,但是设计师要的不只是LUCK,更需要DIRECTION。本书探讨了报纸、广告、企业、博物馆和出版业等行业的设计师是如何进行设计逻辑思考的,以及他们对艺术指导方面的内容和做法提出了哪些值得我们学习的见解。书中的案例研究包括许多成功的作品,包括保罗·萨尔(Paul Sahre)的海报、彼得·奈普(Peter Knapp)的摄影、Vier5的网站、契尔氏(Kiehl's)的化妆品和戴·艾格(Dave Egger)的杂志,全方面为读者和设计师进行艺术指导。

本书内容丰富,结构清晰,技术参考性强,适合作为大众,设计爱好者、从业者,以及艺术专业学生等参考阅读。

Text&design©2009 Steven Heller and Veronique Vienne

Translation©2012 The Publishing House of the Electronics Industry

This book was designed, produced and published in 2009 by Laurence King Publingshing Ltd.

本书简体中文版专有出版权由Laurence King Publishing Ltd.授予电子工业出版社,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·01-2012-6592

图书在版编目(CIP)数据

跟着设计大师的逻辑思考 / (美) 迪勒(Heller, S.) (美) 魏纳(Vienne, V.) 著; 郑孟迁译. — 北京: 电子工业出版社, 2013.1

书名原文: Direction Explained At

ISBN 978-7-121



I. ①跟… II. ①海… ②魏… ③郑… III. ①艺术-设计-研究 IV. ①J06

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第239953号

责任编辑: 侯琦婧

文字编辑: 许 恬 江 琴

印 刷: 北京利丰雅高长城印刷有限公司

装 订: 北京利丰雅高长城印刷有限公司

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: 720×1000 1/16 印张: 16.75 字数: 428.8千字

印 次: 2013年1月第1次印刷

印 数: 4000册 定价: 59.80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zltts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

目 录:

一则寓言 / 序曲	06
狐狸说：“我是艺术指导”	
两位作者谈艺术指导	08
绪言：艺术指导的呼唤	19
开场白：当艺术指导，你必须具备……	22

第一章： 艺术指导是谁？

1 艺术指导：伟大的艺术指导需要什么条件？	26	5 插画：模仿——对错之间模糊分野	47
2 汤姆·博德金：伟大艺术指导的自白	30	6 编辑：艺术指导担任编辑	51
3 摄影：图片杂志革命	32	7 做个艺术指导测验	54
4 文字设计：20世纪30年代风格字体	43		

第二章： 创作张力基础概论（艺术指导如何才能有效）

1 尺寸的效果	58	6 花俏设计	78
案例：《The Drawbridge》		案例：盖尔·安德森的海报	
2 多入口的价值	61	7 删除线的效果	83
案例：《McSweeney's Quaterly Concern》		案例：保罗·萨尔的海报	
3 艺术的诱惑	66	8 对角线的力量	89
案例：契尔氏（Kiehl's）化妆品包装		案例：彼得·奈普的库瑞跨页， 1965年《ELLE杂志》	
4 黑白魅力	71	9 WHAT与HOW的不同	93
案例：季夫旅行摄影		案例：Vier5设计的Rmn.fr网站	
5 运用平行叙事	74		
案例：罗伯·德尔帕的《美国人》			

附赠！无法消弭的歧见：我和伯纳的晚餐	252
后记：为半吊子艺术家说说话	258

第三章： 自动艺术指导

1 自动艺术指导	100	提姆·赫斯勒：美国佛罗里达州迈阿密海滩
主题涵盖		
2 插画师需要知道的艺术指导	112	8 艺术指导数字化
克里斯多福·尼曼&尼可拉斯·布雷奇曼：美国纽约		Khoi Vinh：美国纽约
3 创作过程	122	9 指导一下我自己
艾克·康尼：Hort德国柏林		罗斯·麦克唐纳：美国康乃狄克州纽顿市
4 来自悉尼的意见	132	10 包装水下一波风潮是什么？
文斯·佛斯特：澳洲悉尼		黛比·米曼：美国纽约
5 很久很久以前……	142	11 词汇表
约翰·佛布鲁克三世：美国纽约		彼得·布查南史密斯：美国纽约
6 编辑设计和字体	152	12 生命、自由和快乐的追寻
席维亚·托尼&吉尔·帕普林：法国巴黎		文森·佩罗特：法国 Saron sur Aube
7 博物馆艺术指导生活札记	162	13 我认识、热爱、敬重和批判过的艺术指导
		洛莉·罗森瓦：瑞典哥特堡

第四章： 艺术指导的林林总总

1 我们怎么称呼自己？	236	3 工作场所与内容	245
艺术指导的命名		职务说明	
2 艺术指导嘉言录	240	4 总验收	248
托马斯·波罗斯多基		历史小测验	

跟着 →
设计大师的
逻辑走

Art Direction Explained, At Last!

【美】史蒂芬·海勒 薇若妮卡·魏纳 著
郑孟迁 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

设计师在提案时心中总是祈祷LUCK,但是设计师要的不只是LUCK,更需要DIRECTION。本书探讨了报纸、广告、企业、博物馆和出版业等行业的设计师是如何进行设计逻辑思考的,以及他们对艺术指导方面的内容和做法提出了哪些值得我们学习的见解。书中的案例研究包括许多成功的作品,包括保罗·萨尔(Paul Sahre)的海报、彼得·奈普(Peter Knapp)的摄影、Vier5的网站、契尔氏(Kiehl's)的化妆品和戴·艾格(Dave Egger)的杂志,全方面为读者和设计师进行艺术指导。

本书内容丰富,结构清晰,技术参考性强,适合作为大众,设计爱好者、从业者,以及艺术专业学生等参考阅读。

Text&design©2009 Steven Heller and Veronique Vienne

Translation©2012 The Publishing House of the Electronics Industry

This book was designed, produced and published in 2009 by Laurence King Publingshing Ltd.

本书简体中文版专有出版权由Laurence King Publishing Ltd.授予电子工业出版社,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:01-2012-6592

图书在版编目(CIP)数据

跟着设计大师的逻辑走 / (美)海勒(Heller,S.), (美)魏纳(Vienne,V.) 著;郑孟迁译. — 北京:电子工业出版社, 2013.1

书名原文: Art Direction Explained, At Last!

ISBN 978-7-121-18701-8

I. ①跟… II. ①海… ②魏… ③郑… III. ①艺术-设计-研究 IV. ①J06

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第239953号

责任编辑:侯琦婧

文字编辑:许恬江琴

印 刷:北京利丰雅高长城印刷有限公司

装 订:北京利丰雅高长城印刷有限公司

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:720×1000 1/16 印张:16.75 字数:428.8千字

印 次:2013年1月第1次印刷

印 数:4000册 定价:59.80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zltts@phei.com.cn,盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。

跟着 →
设计大师的
逻辑走



**ART
DIRECTION
EXPLAINED,
AT LAST!**

STEVEN HELLER
VERONIQUE VIENNE

设计人在提案时，心中总是祈祷LUCK/设计人要的不只是LUCK，更需要DIRECTION

目 录:

一则寓言 / 序曲	06
狐狸说：“我是艺术指导”	
两位作者谈艺术指导	08
绪言：艺术指导的呼唤	19
开场白：当艺术指导，你必须具备……	22

第一章： 艺术指导是谁？

1 艺术指导：伟大的艺术指导需要什么条件？	26	5 插画：模仿——对错之间模糊分野	47
2 汤姆·博德金：伟大艺术指导的自白	30	6 编辑：艺术指导担任编辑	51
3 摄影：图片杂志革命	32	7 做个艺术指导测验	54
4 文字设计：20世纪30年代风格字体	43		

第二章： 创作张力基础概论（艺术指导如何才能有效）

1 尺寸的效果	58	6 花俏设计	78
案例：《The Drawbridge》		案例：盖尔·安德森的海报	
2 多入口的价值	61	7 删除线的效果	83
案例：《McSweeney's Quaterly Concern》		案例：保罗·萨尔的海报	
3 艺术的诱惑	66	8 对角线的力量	89
案例：契尔氏（Kiehl's）化妆品包装		案例：彼得·奈普的库瑞跨页， 1965年《ELLE杂志》	
4 黑白魅力	71	9 WHAT与HOW的不同	93
案例：季夫旅行摄影		案例：Vier5设计的Rmn.fr网站	
5 运用平行叙事	74		
案例：罗伯·德尔帕的《美国人》			

附赠！无法消弭的歧见：我和伯纳的晚餐	252
后记：为半吊子艺术家说说话	258

第三章： 自动艺术指导

1 自动艺术指导	100	提姆·赫斯勒：美国佛罗里达州迈阿密海滩
主题涵盖		
2 插画师需要知道的艺术指导	112	8 艺术指导数字化
克里斯多福·尼曼&尼可拉斯·布雷奇曼：美国纽约		Khoi Vinh：美国纽约
3 创作过程	122	9 指导一下我自己
艾克·康尼：Hort德国柏林		罗斯·麦克唐纳：美国康乃狄克州纽顿市
4 来自悉尼的意见	132	10 包装水下一波风潮是什么？
文斯·佛斯特：澳洲悉尼		黛比·米曼：美国纽约
5 很久很久以前……	142	11 词汇表
约翰·佛布鲁克三世：美国纽约		彼得·布查南史密斯：美国纽约
6 编辑设计和字体	152	12 生命、自由和快乐的追寻
席维亚·托尼&吉尔·帕普林：法国巴黎		文森·佩罗特：法国 Saron sur Aube
7 博物馆艺术指导生活札记	162	13 我认识、热爱、敬重和批判过的艺术指导
		洛莉·罗森瓦：瑞典哥特堡

第四章： 艺术指导的林林总总

1 我们怎么称呼自己？	236	3 工作场所与内容	245
艺术指导的命名		职务说明	
2 艺术指导嘉言录	240	4 总验收	248
托马斯·波罗斯多基		历史小测验	



一则寓言/序曲

狐狸说：“我是艺术指导”

布莱恩·柯林斯

很久以前，有只浣熊靠制作和出售斑鸠琴维生。有一天，一只驴子走进店里来，浣熊问：“你想买什么呢？”

“我想弹斑鸠琴。”驴子说。

浣熊挑了一把可爱的初学者用琴给他。驴子兴高采烈地回去弹他新买的琴。浣熊也很高兴他从此多了一名常客，因为驴子一定会回来买琴盒、琴弦、指片、调音笛、乐谱之类的；还有，他以后一定想

换把高级的琴。

驴子回家之后弹了几天斑鸠琴，可是音色不如他预期的好，渐渐地他觉得无趣，就把琴收到床下，再也没去浣熊的店里。

不久后，浣熊向朋友感叹这个状况。而且老实说，这也不是第一次客户不再回流。生意很清淡。

“你的商标太老气。”品牌大师鼯鼠

“你不是个作家，也不太像是做海报的，不是品牌顾问，也不是网站设计师，但你什么都做了。”

说，“我可以帮你强化。”

“我可以帮你写个好广告！”做文案的熊说，“我还可以找皮特卡（Joe Pytko）来执导。”

“你需要跨媒体、多渠道的病毒营销策略！”网络大亨兔子说，“我保证看过的人马上掏腰包！”

浣熊听得头都昏了。这时一直在角落倾听的狐狸说话了。

“也许你的顾客想要的，并不是一把斑鸠琴，而是音乐的美好。所以你该带给他们这样的美好。”

“什么意思？”浣熊似懂非懂。

“听着，我来做些海报宣传斑鸠琴课。然后我帮你把店里设计得更舒服些，摆些椅子，供应热咖啡，让大家来店里聚聚。你可以开放演奏时间，让初学者互相认识，好好练习。然后我可以请音乐家来举办演奏会。我会固定发通知，说明每周有哪些活动。我也会将这些活动拍下来放在网站上，让其他的动物观赏。这么一来，你店里提供的不只是斑鸠琴，而是音乐的乐趣。”狐狸建

议，“然后，乐器销售量就会突飞猛进。”

“太棒了！”浣熊终于懂了。

他照着狐狸的方法做。很快地，他的店从一家只卖斑鸠琴的小铺，变成斑鸠琴音乐的热门据点。驴子听说开了班也来上课。一传十，十传百，生意蒸蒸日上。浣熊不但请了助理，还开了录音室。客人来自四面八方，更棒的是，山谷里处处传来斑鸠琴悦耳的演奏声。

浣熊决定付钱给狐狸感谢他的专业服务，他问狐狸是做哪一行的：“你不是个作家，也不太像是做海报的，不是品牌顾问，也不是网站设计师，但你什么都做了。”

“因为我是……艺术指导。”狐狸回答。

浣熊从此不再认为自己只是个做斑鸠琴的工匠，而是“音乐家推手”。

不久后，每个人对自己也有了新的认识。



两位作者谈艺术指导

海勒

我们正在创作 / 编辑一本关于艺术指导的书。我们都担任过艺术指导，也喜欢这个工作。但我想我们的读者很好奇（或许我们也好奇）为何在21世纪我们需要一本分析艺术指导的书，还有这本书为何重要？

魏纳

如果说艺术指导在近年有任何改变的话，大概就是变得更亲民了吧。最近我访问法国时尚设计师拉夸（Christian Lacroix）。他的订制服和成衣都充分展现个人特色。此外，他还从事策展、筹划时尚活动、装潢设计，与建筑师、平面设计师甚至工程师共事、赞助文化活动。他说：“我不是设计师，我是艺术指导。我不剪裁拼贴布料、不动手装潢、不设计物品，我就是负责项目艺术指导。”

他在各方面都蜻蜓点水？还是一个辅助角色？或是他只露脸，让其他人做事？也许是这样没错，但即使他四处游走又有什么关系呢？活动就是挂着他的名字才成了局，提案才会被接受，想法得以实现，冒险才能成功。

有些艺术指导喜欢事必躬亲。他们热爱设计，不愿到处奔走、开会、抛头露面。这是可以理解的，但是愈来愈多自称是艺术指导的人扮演着类似“经理”的角色。

就像拉夸一样，他们都是跨领域人才，能够将想象彻底执行。

他们怎么做到的？这就是本书的主题了。我希望我们能够解释艺术指导如何面对什么都要会、效率还要高的要求。

我们先讨论一下传统的艺术指导的角色。

虽然有些著名人士，例如20世纪五六十年代《哈泼》（Harper Bazaar）时尚杂志的布鲁多维奇（Alexey Brodovitch）是出名的“推手”和设计师，他擅长激发创意且多才多艺。这类名人通常和大编辑合作（布鲁多维奇是和史诺〔Carmel Snow〕合作的），但多数的艺术指导其实只是上级的助手。不同的创作媒体中，决定内容的人可能是编辑、项目执行、制作人或导演等，而艺术指导负责的就是概念和美学的塑造。

我们两人都做过艺术指导，也都要向掌握大权的编辑汇报，发挥空间有限。有的编辑掌控很紧，也有的放任我创作（还好后者多于前者），但我一直都很清楚我只是负责“让国王开心”的人。如果他们喜欢我的决定，我就是个“好”的艺术指导。如果我的想法和编辑的有出入，我就沦为技术人员。

你认为这就是一般的形态吗？如果是这样，能有什么改变吗？如果有的话，改变了什么？现在的“新艺术指导”有什么差别呢？

为大师效劳的确是传统艺术指导共有的经验。

讲到传统，我昨天读到一位启蒙时代

的艺术指导的报导，他的作品很多却鲜少有人提起。你听过古斯易（Louis-Jacques Goussier）吗？如果连你都没听过，其他人就不用说了！他是迪德罗（Diderot）名作《百科全书》（Encyclopedie）的艺术指导。1751到1772年间，他负责研究、艺术指导，还制作了超过900幅雕版画作为百科全书21卷的插画，其中12卷里面几乎全是图文丰富的版面，充满详细的数据和精美图案。

迪德罗对古斯易赞不绝口，说他的作品比起所有百科全书的文章加起来还要有价值且更吸引人。但是，古斯易虽被迪德罗赞赏为“百科全书第三位作者”（第二位是数学家亚伦堡〔Jean le Rond d'Alembert〕，和迪德罗共享百科全书的作者头衔。不过他参与时间只有8年，古斯易则超过20年），却似乎被历史遗忘了。

现在也差不多，一般大众很少记得艺术指导。好莱坞不乏编辑作为主角的电影（像是甜姐儿〔Funny Face〕里的黛安娜·弗里兰〔Diana Vreeland〕，还有穿着PRADA的恶魔安娜·温图〔Anna Wintour〕），但是片商绝对不会花钱来拍布鲁多维奇或是保罗·蓝德（Paul Rand）这些艺术指导的故事。

“愈来愈多自称是艺术指导的人扮演着类似“经理”的角色。

他们都是跨领域人才，能够将想象彻底执行。”

幸好艺术指导奉献的对象通常不是他们的明星老板，而是工作本身。古斯易和保罗·蓝德这些人是理想而奉献的，不是为了某个人。他们愿意吃这些苦是因为他们觉得这是对自己的交代，不是对某人或某个组织交代。当然也有例外。我相信有些主编、老板或客户视艺术指导为平等的伙伴。但是我一时也想不出有哪些确切的例子。

保罗·蓝德和诺伊斯(Eliot Noyes)? 但是诺伊斯原本就是保罗·蓝德的朋友，不是老板。利伯曼(Alex Lieberman)和纽浩斯(Si Newhouse)呢? 托依(Gael Towey)和马莎·史都华(Martha Stewart)呢? 施德明(Stefan Sagmeister)和拜恩(David Byrne)呢?

帮我想一下，到底现在的“新艺术指导”地位比下人高了吗?

海勒

过去艺术指导都是固定的员工，即使是保罗·蓝德，当他在纽约威特罗布(Weintraub)广告公司做艺术指导时也是员工，不是合伙人也不是主管。他的作品为事务所带来很

多生意。

他彻头彻尾改造了广告，但他仍只是个高薪聘用的艺术指导。

后来发生了一件不可思议的事(至少对广告界来说)，创意人才——包括文案、艺术指导和项目执行都成了事务所的“主人”。不可同日而语，创意备受重视，程度几乎超越商业运筹。毕竟，没有创意哪来的业务，没有业务就更没有事务所。我想你应该懂了。

如今，创意人担任事务所合伙人或主管早已是业界惯例。本书的作者之一，黛比·米曼(Debbie Millman)是“纯银”品牌顾问(Sterling Brands)的合伙人。她负责(以及完成)的工作比聘用的艺术指导来得多。更有甚者，某些艺术指导，例如拜伦(Fabien Baron)或古德(Jean-Paul Goode)，早已不是助手，而是炙手可热的奇才。大企业直接聘请他们发挥创意，打造鲜明形象和品牌。这就是“新”艺术指导的形象：在大组织中担任专业而独当一面的角色。

即使有了乐观的“新”角色，但目

这是两种截然不同的特质——世界就是有不同特质的人才美好！”

前看来，独立的艺术指导仍非常态。各式各样的艺术指导当中，多数仍无权主控大局。所以，我们来讨论一下最常见的“编辑艺术指导”的角色，你可以为读者说明一下这类艺术指导究竟做些什么吗？

魏纳

在我们说明编辑和艺术指导的关系之前，我再谈谈广告艺术指导的现状。广告艺术指导是权力分子，甚至有时还对客户为所欲为。我常听到一些趾高气扬的“创意人士”因为创意被拒绝了，会议进行到一半时就气冲冲走出来。不久后（或隔天）客户经理猛赔不是把他们请回来，答应以后什么都照办。很多好广告确实经历过这样的过程，不过我对这样的沟通实在不以为然。这是展现权力，不是讨论内容。通常最后谁的想法出线是看谁最气势凌人。像索尔·巴斯（Sau Bass），脾气跟才气一样大，他的例子让人以为艺术家在商业环境中成功并非难事。他的海报和电影《金臂人》（The man with the Golden Arm）的片尾字幕都是经典之作。但是其他个性温和的艺术指导呢？广告公司的确是很好的环境，但前提你得具有A型人格。

编辑艺术指导不需要这样去“销售”他们的作品。出版品设计过程中没有如此多夸张的事件。当然，有时还是得用些手腕让杂志或书籍编辑遵循某些排版、印刷的规矩，或使用某些照片和插画，但是游戏规则非常文明。商业考虑往往不是最重要的。编辑工作中，抽象思考、文化意涵和新闻正确度仍占了重要的分量。所以，虽然薪资和职位差人一截，这种“平凡朴实的艺术指导”工作还是很有趣的。

广告艺术指导得要聪明，编辑艺术指导要有学问。这是两种截然不同的特质——世界就是有不同特质的人才美好！

海勒

这种差异的确值得尊重，对我来说就是放手让艺术指导去发挥创意。不论做的是平凡类别或是旷世巨作、聪明还是博学，艺术指导就是要让产品吸引观众。这工作不简单，需要很高的技术和才华。我用了太多排比。但是任何领域中，好的艺术指导就是能够掌握全局（至少在他们的领域中）。所以我非常喜欢本书的第三章，共有13位博

学、聪明的艺术指导在品牌到时尚的领域中一同构思、制作和“艺术指导”。

但我想知道（读者也需要知道）艺术指导如何成为艺术指导，而不是设计师？需要哪些特质？从纯粹做创意到创意人才的整合，有哪些必经之路？

我们来谈谈，要成为像阿格哈（M.F Agha）、布鲁托维奇、刘易斯（George Lois）、费特勒（BeaFeitler）、安索（Ruth Ansel）和许多其他的伟大艺术指导，需要哪些条件？究竟是什么让艺术指导成为艺术指导？

魏纳

我的分析是：好的艺术指导通常具有高度文化素养。他们不见得有高学历或读很多书，但是对于自己领域内的新事物很敏锐。他们能够消化大量的文化信息，转化为令人印象深刻的影像。最好的艺术指导所做的杂志封面、海报和广告不仅能够呈现，更提升了时代精神（zeitgeist）。

要做到这一点，艺术指导必须对当代视觉语言相当娴熟才能玩出各种花样。平面设计师可以孤僻地埋首做抽象设计，插画家可以画自己喜欢的怪诞风格，不过艺术指导必须很清楚“现在流行什么”，像是流行文化、重要议题或是热门新闻。

想成为像刘易斯、以斯瑞（Marvin

Israel），或是安德森（Gail Anderson）一样杰出的艺术指导，你得常溜出办公室去外面晃晃。去看场最新动画片的下午场，找些不同领域的朋友吃午餐，不管是做生物质燃料、动物标本还是餐厅管理的朋友都好。培养一些和工作无关的嗜好（有人养蜂吗？）、逛逛古董书店、冲浪。本书作者之一佛斯特（Vince Frost）就说：“不要一直坐在计算机前……生活质量也很重要。”

不仅如此：好的艺术指导通常也对平面设计的历史有点概念。我的意思不是要大家快去拜读你的相关著作，但是过去的创作有淘不尽的宝。譬如说，上周二我翻到皮卡比亚（Francis Picabia）的线条画系列，我现在都还兴奋不已。

伟大的艺术指导，是涉猎广博的通才。我是否太过浪漫，把这行业说得太美好？我不觉得。如果我说错了请纠正我。

海勒

我才是个极度浪漫的人，我不觉得你太过浪漫。理想上，艺术指导的确如你所描述。最好的艺术指导熟悉多种文化语言，才能够结合这么多不同领域的人才。艺术指导不只是擅长这些语言，还能够巧妙地运用到工作中。例如布克南·史密斯（Peter Buchanan-Smith）原本就读“视觉艺术学校”的“