

WHAT IS ILLUSTRATION?

ESSENTIAL DESIGN HANDBOOKS

什么是插画设计？

〔英〕劳伦斯·泽阿根 (LAWRENCE ZEEGEN) / 编著



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS



中青雄狮

RotoVision

WHAT IS ILLUSTRATION?

ESSENTIAL DESIGN HANDBOOKS

什么是插画设计？

[英] 劳伦斯·泽阿根 (LAWRENCE ZEEGEN) / 编著 张凯作 / 译

插画是创造过程中的最后环节——哪怕是一个谁都不喜欢的、戴眼镜的胖小子，只要你将他表现得恰到好处，就会产生绝妙的效果。你只需要找到一位合适的艺术指导，一个真正理解艺术的人。这是重中之重。

—— 德鲁·普伦基特 (Drew Plunkett)

插画是逃避现实的一种方式，它也是世界上最好的工作！

马林 (Marine)

插画超越了语言的界限，使情感得到共鸣。

—— 史蒂夫·劳勒 (Steve Lawler)

插画就是用眼睛观察事物，并通过铅笔、钢笔、毛笔、喷枪和光标等将它表现出来。

—— JAKE 工作室

以画画和思考为一种职业——这是极大的美事。

—— 奈杰尔·罗宾逊 (Nigel Robinson)

插画是关于构思的艺术，是奇妙之旅的开始。

—— NEW 工作室

插画是甜果馅饼上的樱桃，是蛋糕上的糖霜，是多纳圈上的巧克力。

—— Jawa and Midwich 工作室

律师声明

北京市邦信律师事务所谢青律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由 RotoVision 出版社授权中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

短信防伪说明

本图书采用出版物短信防伪系统，读者购书后将封底标签上的涂层刮开，把密码（16位数字）发送短信至 106695881280，即刻就能辨别所购图书真伪。移动、联通、小灵通发送短信以当地资费为准，接收短信免费。短信反盗版举报：编辑短信“JB、图书名称、出版社、购买地点”发送至 10669588128。客服电话：010-58582300。

侵权举报电话

全国“扫黄打非”工作小组办公室
010-65233456 65212870
<http://www.shdf.gov.cn>

中国青年出版社
010-59521012
E-mail: cyplaw@cypmedia.com
MSN: cyp_law@hotmail.com

Copyright © RotoVision SA 2009

版权登记号：01-2011-3908

图书在版编目 (CIP) 数据

什么是插画设计? / (英) 泽阿根编著; 张凯作译. — 北京: 中国青年出版社, 2011.9

ISBN 978-7-5153-0131-0

I. ①什… II. ①泽… ②张… III. ①插画 (绘画) — 绘画技法 IV. ①J218.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 153537 号

什么是插画设计?

(英) 劳伦斯·泽阿根 / 编著 张凯作 / 译

出版发行:  中国青年出版社

地 址: 北京市东四十二条21号

邮政编码: 100708

电 话: (010) 59521188 / 59521189

传 真: (010) 59521111

企 划: 北京中青雄狮数码传媒科技有限公司

责任编辑: 郭 光 唐丽丽 褚凤丽 蔡苏凡

封面制作: 王玉平

印 刷: 利丰雅高印刷 (深圳) 有限公司

开 本: 787×1092 1/16

印 张: 16

版 次: 2011年9月北京第1版

印 次: 2011年9月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5153-0131-0

定 价: 79.00元

本书如有印装质量问题, 请与本社联系 电话: (010) 59521188

读者来信: reader@cypmedia.com

如有其他问题请访问我们的网站: www.lion-media.com.cn



要点

6	什么是插画设计?
10	什么是插画家?
16	行业简史
20	商业艺术
24	阅读视觉图像
28	个人视觉语言
34	风格先于内容
38	插画和设计
42	插画和艺术
46	插画和摄影
50	自由插画家
54	插画未来的走向

具体分析

58	具体分析
62	素描和色彩画
68	集成照片、拼贴画和混合媒介
72	运用虚拟手段的工作方式
76	数码工作方式
80	构造图像
82	可视化构思
86	色彩
88	视觉隐喻
90	符号、象征和标志
92	叙事和讲故事
96	追求独创性

编辑和出版

98	报纸
104	杂志
110	书籍封面
114	儿童书籍

设计和广告

118	专辑封套和音乐海报
126	海报和印刷品
130	公司
134	出版业
140	户外
144	电视、网络、电子邮件和手机
150	零售店
154	T恤衫和其他服饰
158	自我推销

插画作品选辑

164	斯蒂娜·佩尔松
172	克里斯托夫·尼曼
178	杰里米维尔
186	Gluekit
192	Peepshow
204	Vault49
212	McFaul
218	:phunk设计工作室
224	eBoy
228	卡皮查
234	迈克·佩里
240	MAKI
246	加里·塔克西里

附录

250	推荐书籍
252	术语表
253	索引
256	鸣谢

什么是插画设计？

插画并不简单。想要对插画进行描述和归类，或者为插画安排一个角色或位置，并不是一件容易的事情。过去是如此，今天这种情况更为明显。插画不是艺术，也不是平面设计。那么，它到底是什么呢？

作为一门学科，插画介于艺术和平面设计之间。当然，对于插画究竟更接近哪一端，业内人士有不同的看法。但是，从广义的角度讲，插画常常被认为是平面艺术。

这门学科也常用商业艺术这一术语来表述，这个术语表明插画主要不是为了表达个人情感，而是用于满足某种服务性的要求。然而，如果只从这个角度来看待这门学科，那未免过于肤浅了，因为这一结论不是基于对当代实践的运作模式 and 设计理念的深入考察而形成的对插画的真正理解。

人类最初的符号大概是在用手指或棍棒随意涂鸦的过程中诞生的。和语言一样，这种绘制出来的形象在人类的交往中扮演着重要的角色，而且在文字形成以前，这是记录故事和传说的唯一方式。插画的出现是为了帮助我们理解世界，让我们去记录、描述、传达生活中错综复杂的事物。

今天的插画家有着一系列更复杂的任务。他们试图将个人情感和图像结合起来以传递复杂的理念和信息。插画家不仅需要传达信息，说服、告知、教育和娱乐受众，他们还要使这一切通过清晰的、风格显著的、蕴含了个人见解的插画来实现。

插画一直是最直接的视觉传达形式之一。然而，作为现代视觉传达领域中的一分子，插画呈现出前所未有的多样性。它不断地跨越学科的界限，并突破了传统的约束。插画家所创作的图像可以用来印刷和放映，可以用来展览，也可以应用到建筑当中。插

画不仅出现在书籍封面、杂志上，也出现在光盘封套、海报、网页、服装、滑板和电视等诸多地方。

随着插画应用范围的不断扩大和持续更新，当代插画的任务就是要拒绝被归入其他艺术门类，不断地给观众制造惊喜，并且它还必须始终坚持这样的理念：插画绝不简单。

CD封面

笔、颜料、金箔、拼贴画

这个图片是艾莉森·卡森 (Allison Casson) 受洛杉矶Live From Little Tokyo 乐队委托，为与其新碟同时发行的杂志而作的。这张新碟包括《Love is That

Way》、《You Try It》、《You Like It》、《You Buy It》等歌曲。卡森用现成的图像和自己的手绘元素共同创造了这个各种风格杂糅的宣传画。





左图：
图片短信

钢笔、数码媒介

这个系列图片是乔迪·巴顿 (Jody Barton) 受英国 Virgin Mobile 公司委托, 为其题为“低 CO₂”的展览而创作的。这些图片被制成图片短信发送出去, 目的是倡议大家减少二氧化碳的排放量。巴顿的方法是将大胆、生动的图画和简洁有力的信息结合起来。



上图：
T恤衫和购物袋上的宣传画
数码媒介

这幅 T 恤衫和购物袋上的宣传画是艾德里安·约翰逊 (Adrian Johnson) 为 Part of It 组织创作的。这个组织旨在为慈善事业制造供应品。约翰逊通过协助销售这两样物品来支持世界野生动物基金会 (World Wildlife Fund)。



左图：

杂志广告

钢笔、墨水、数码媒介

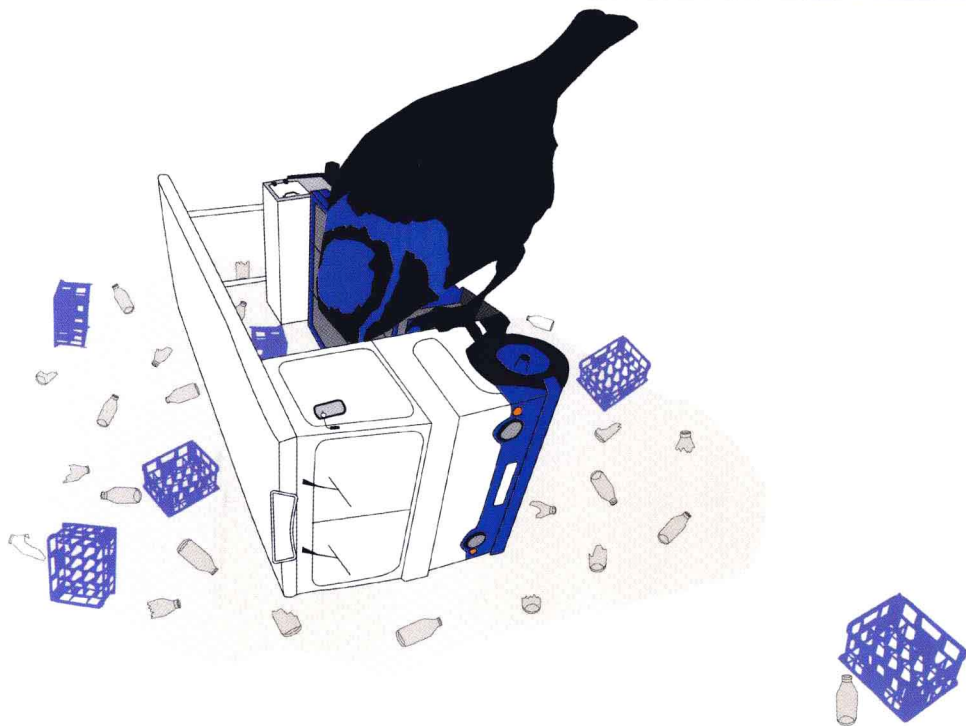
罗伯特·汉森 (Robert Hanson) 为《Orange Exchange》杂志创作的这幅插画将鲜明的创作观念和简单时髦的图像结合起来。该广告简明地表现了电子邮件对商业的影响。

下图：

丝网印刷卡

数码媒介、丝网印刷

Simple Shape 工作室的西蒙·多瓦尔 (Simon Dovar) 也是 Jawa and Midwich 双人插画设计团队的一员。他创作了这套题为《英国花园里的鸟》(Common British Garden Birds) 的限量版系列丝网印刷卡。这张只由四种颜色构成的图片描绘了一只巨大的鸟袭击一辆英国送奶车的场景。



什么是插画家？

给插画家的角色定位如同对插画进行学科定义一样困难。业内人士一般都不仅仅是以插画家的身份出现，他们也常常涉足艺术家、设计师、手工艺者甚至作家的活动领域。插画家模糊了各种行业的界限并乐于打破行业的分类；他们常常跨越不同的学科并运用多种媒介进行工作。

那么，该怎样定义今天的插画家呢？与摄影师不同，插画家无法获得使用相机的专利；与平面设计师不同，插画家无法独占印刷的使用权，也无法使丝网印刷和画笔仅为自己所用。在今天各种媒介大融合的形势下，很多插画家都选择了自己的表达媒介。素描仍然是插画的一个重要表现方式，但另一方面它已成为插画家技能的一个重要组成，不论数码摄像、拼贴画、手写字体还是模板、图案、装饰都不可避免地会用到它。正是由于插画家们的工作方式、风格和手段有着一种天然的灵活性，插画家们才得以逃脱刻板的分门别类。

无论是独自工作、加入代理机构、加入某个团体还是成立插画公司，插画家们都被大量来自他们工作空间之外的客户所雇用。插画家们也许会选择在位于市中心的合用工作室的一张桌子上进行工作，也许选择在一栋公寓或房屋的空闲房间里工作，也许就在花园深处的凉亭或凉棚下面工作。一个插画家可以根据自己的创作需要和要求随心所欲地选择工作地点，而不是非要到客户所在地去工作不可。由于插画家们很少召开客户会议，并且大多数商业会谈都是通

过电子邮件和电话进行的，因此插画家们可以不受约束地自由工作。插画家们常常是根据生活方式而不是地理需要来选择自己的工作室地点，这使得他们可以远离其他创造性行业而创作。此外，插画家们不用遵守很多行业都有的早九晚五的时间表，这使得他们摆脱了遵守时间所带来的压力，在一定程度上获得了自由。

插画家们的直接客户往往是设计工作室、出版社或广告公司的设计师、艺术总监，而非创造性行业的客户很少。插画家可以一边受雇于创造性行业而从事创作，一边仍旧保持圈外人的身份，即只在受委托的时候才参与项目，或虽然参加简介会和正式会议，但却随时在有艺术需要的时候退回工作室。对于插画家们来说，这种工作方式是对他们作为艺术独行者的单调生活的补偿。

时装促销 数码媒介

土耳其伊斯坦布尔的爱瑟古尔·欧兹曼 (Aysegül Özmen) 用她自己的照片、图案和自

己手绘的图像创造了富有感染力的方案。这幅插画是她受Misu时装公司的委托，为其春夏系列时装的促销而创作的。





成功的插画家不仅要有精湛的实践技巧，而且要有想象力和严密的思维。他们必须是具有文化意识和社会意识的实践者和诠释者。同样重要的是，在没有早九晚五的工作机制的情况下，他们必须学会如何在创造性行业的边缘、在他们自己的空间里生存。今天的插画家们必须自我激励、勇往直前，做灵活、有创意的视觉传达者。

对页图：

自画像

数码媒介

由设计师改行做插画家的理查德·霍格 (Richard Hogg) 总是自称为商业艺术家。他把这幅自画像用在自己的名片上，并把它作为文件夹的开场图片。此外，还在他的代理人的网站上对其进行展示。

右上图：

杂志专栏

照片、钢笔、铅笔、拼贴画

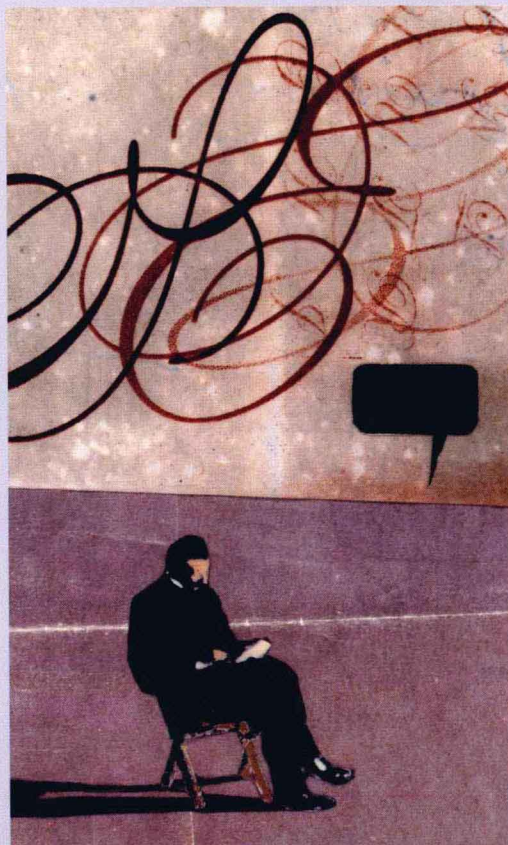
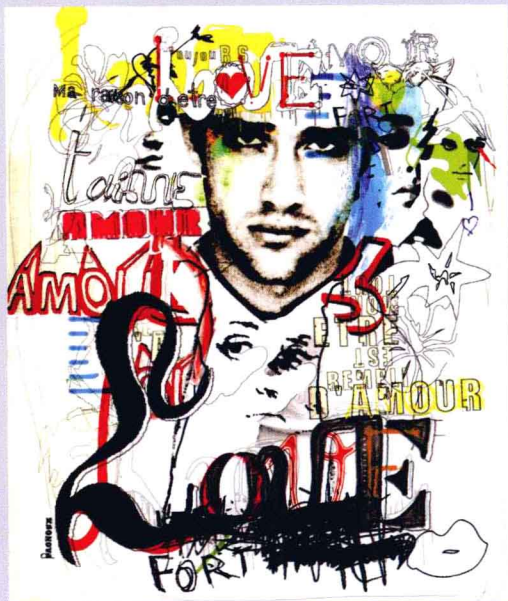
巴黎的桑德琳·帕纽 (Sandrine Pagnoux) 钟情于照片、素描和手写文字的融合。在这张为《嘉人》(Marie Claire) 杂志创作的插画上，她探索了男人和爱的主题。

右下图：

图书插画

混合媒介、拼贴画

Cutitout 工作室的马丁·奥尼尔 (Martin O'Neill) 受 The Folio 出版社的委托，为约翰·斯图亚特·密尔 (John Stuart Mill) 《论自由》(On Liberty) 一书的特别版画了插图。这个绝无仅有的项目包括为书架和封面制作插画，以及为图书内文创作 11 幅全彩色的插画。奥尼尔的拼贴画显然是低保真的，但它却帮助奥尼尔在这个过度拥挤的插画市场上找到了自己的立足之地。





上图：
杂志专栏
数码媒介

《布兰基特》(Blanket) 杂志有一期以“我的创造”为主题。由设计师改行、目前在芬兰工作的德国插画师丹尼尔·斯托尔 (Daniel Stolle) 发掘了画中画的想法，并表达了一个人会被自己的作品所影响的观点。

左图：
展览图片

钢笔、喷笔、数码媒介

罗德里克·米尔斯 (Roderick Mills) 是插画家、动画设计师和教育家。他常常在他的作品中尝试新的设计元素和创作方式。

对页图：
电影节宣传画

钢笔、墨水、数码媒介

巴塞罗那的奥斯卡·希门尼斯 (Oscar Gimenez) 创作了这幅《爆炸头》(Headbang)，用以宣传在市内举办的梅卡尔国际短片电影节 (Mecal International Short Film Festival)。





行业简史

插画的历史很少被提及。由于诸多原因,“大众艺术”(people's art)这个由美国艺术总监兼设计作家史蒂芬·海勒(Steven Heller)所创造的术语已经不再受到社会的认可,而只是以页边注的形式出现在平面设计发展史的书籍中,或作为脚注出现在有关艺术史的书籍中。

实际上,不论是四万到六万年前的欧洲洞穴壁画和澳大利亚土著岩石艺术、公元前三千年左右的埃及象形文字,还是公元1世纪左右绘成的庞贝壁画、14世纪的彩绘饰本以及15世纪处于黄金期的意大利壁画,都可以看成是插画史的一部分,而不应仅仅被归到艺术史中。当然,这样一来不免有将插画从艺术中割裂开来的嫌疑。

在现代艺术诞生之前,艺术家们作画的初衷是讲述一个故事或传达一个特定的信

息。在大多数情况下,表现主义艺术与文学及其视觉诠释有着内在的联系。长达约七个世纪,艺术家们都是应邀为宗教文献、传说、神话以及地方和国家的历史事件而创作图像的。他们会按照特定的格式、对应指定的文本进行工作,给不同的文字和文本配图。这与当今插画家们的角色并没有本质的区别。

最大的转变源于插画家们客户群的改变。随着19世纪出版业的兴起,出版社取代了传统的艺术客户,即教堂和法庭。诸多出版物为插画家们提供了施展拳脚的广阔舞台,而插画作为工业革命的产物之一,也极大地吸引了艺术家们的兴趣。

由于插画家们在那个时代发挥了极大的作用,插画的黄金期也随之出现。19世纪末,出版物和其中的插画是大众的主要

