

法国看时尚·时尚看法国
国际服装丛书·设计

法国新锐 时装绘画

——从速写到创作

[法] 多米尼克·萨瓦尔 著
治 棋 译



中国纺织出版社

内 容 提 要

本书是一本介绍时装绘画的教科书,作者是法国时装行业资深设计师及教育家,并且是克里斯汀·拉克鲁瓦等著名设计师的老师。本书创作灵感源于作者多年来进行素描、创作及插画课上的教学经验,他总结出的独特教学思路开发了学生们的创作能力。从观察绘画的方法讲起,通过独特的训练方式可以使读者逐步掌握时装绘画的技巧。这些方法是在国内时装画教学中不常见的,而这些技巧又是读者在时装绘画中从速写到创作获得进步的必备资源。

本书适用于服装或艺术类院校师生,同时也可供所有时装绘画爱好者进行学习和参考。

原文书名 Le dessin de mode du croquis à la création

原作者名 Dominique Savard

© Dessain et Tolra / Larousse 2009

本书中文简体版经Larousse 授权,由中国纺织出版社独家出版发行。本书内容未经出版者书面许可,不得以任何方式或任何手段复制、转载或刊登。

著作权合同登记号:图字:01-2010-1632

图书在版编目(CIP)数据

法国新锐时装绘画:从速写到创作 / (法)萨瓦尔著;治棋译. —北京:中国纺织出版社, 2010.5

(法国看时尚·时尚看法国 国际服装丛书·设计)

ISBN 978-7-5064-6302-7

I. ①法… II. ①萨…②治… III. ①服装—绘画—技法(美术)

IV. ①TS941.28

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第035626号

策划编辑:刘磊 来佳音

特约编辑:李沁沁

版权编辑:徐屹然

责任校对:余静雯

责任设计:何建

责任印制:何艳

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京外文印务有限公司印刷 各地新华书店经销

2010年5月第1版第1次印刷

开本:889×1194 1/16 印张:9

字数:131千字 定价:49.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

法国看时尚·时尚看法国
国际服装丛书·设计

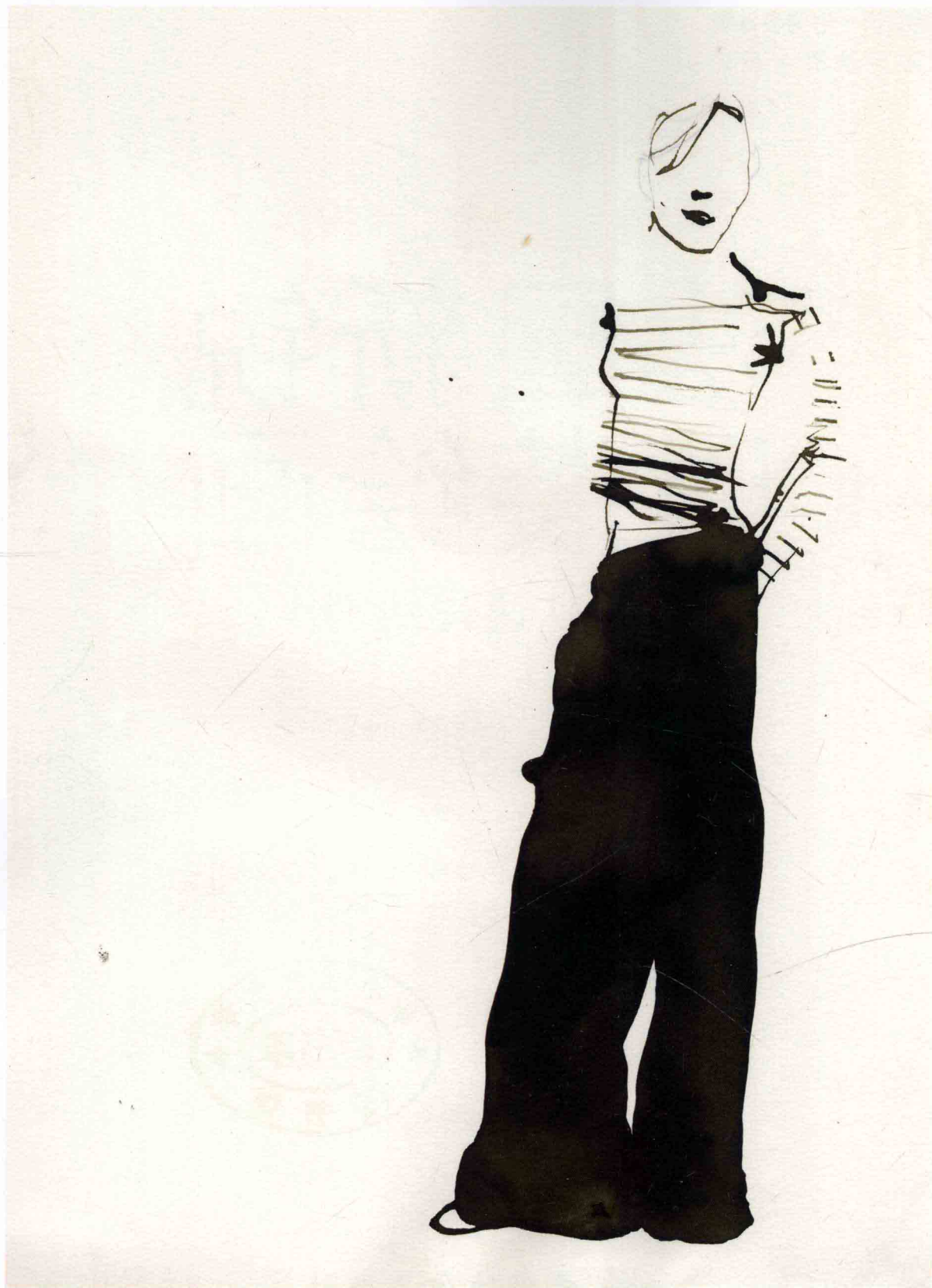
法国新时尚

——从速写到创作

[法] 多米尼克·萨瓦尔 著

治 棋 译

 中国纺织出版社



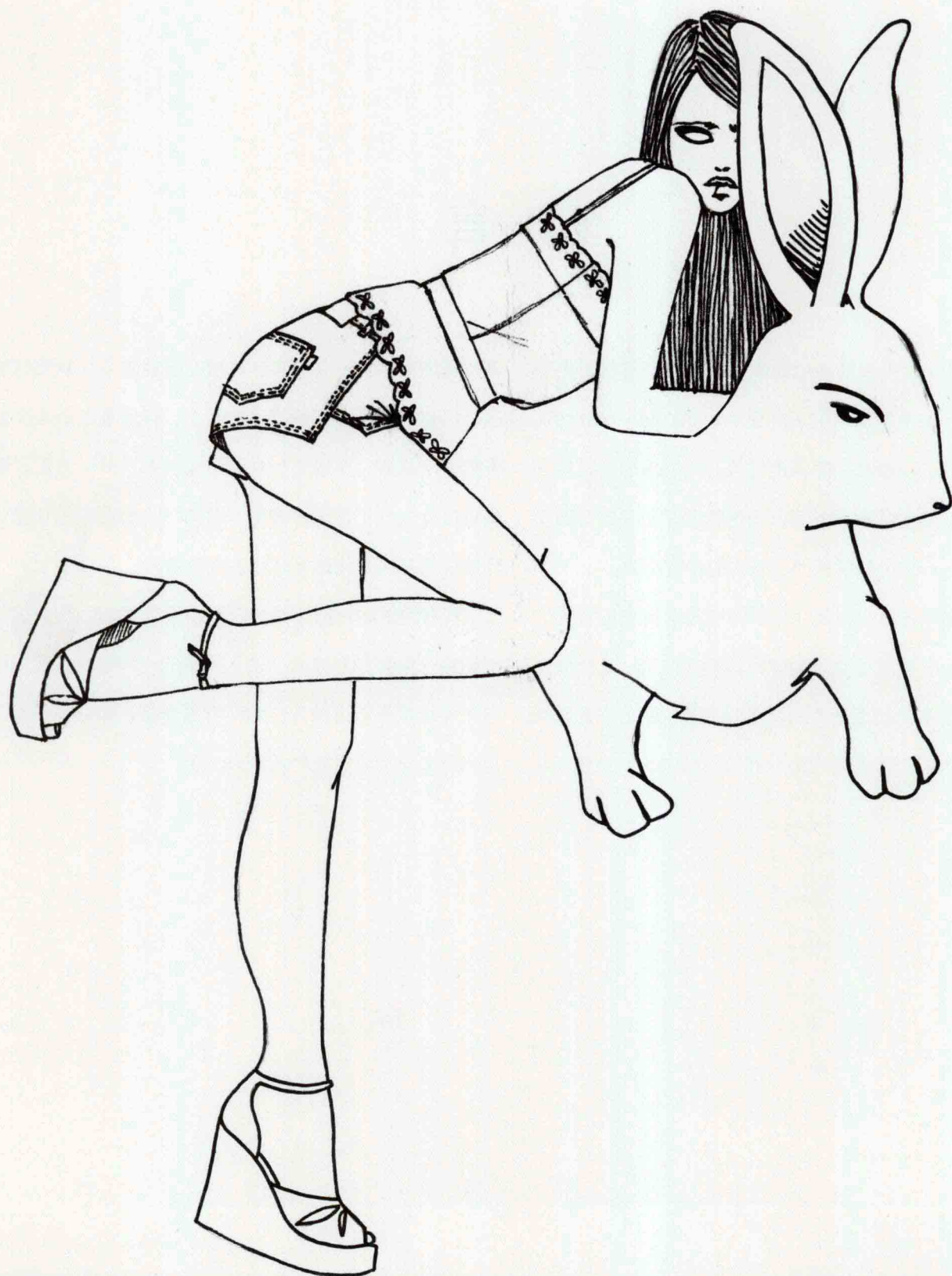
前言

本书是一本时尚插图的教学书，作者的写作灵感缘起于二十多年来在夏尔东·萨瓦尔（Chardon Savard）画室上素描、观察和插图课的经验，他总结的独特教学法旨在开发学生的创作能力，而这种教学法又同时基于两种思想：口述的和解析的、感官的和直观的。

这部著作将与你一起找到获得插画家资质的各种方法；换言之，就是让你学会速写的高超技法。它所针对的读者是所有时尚插画的初学者以及那些希望在此领域更上层楼的人。本书可作为一部绘画指南，而且我们将

通过循序渐进的三章内容带你做遍各种练习：观察与绘画、风格化绘画、插画等。实际上，循序渐进是至关重要的，一方面，可以逐步学会专业技术；另一方面，观察可以让人的记忆形成图像“存储”，而这正是获得创作绘画或者风格化绘画进步的必备资源。

本书的最后一部分致力于展示专业插画示例，这些例图每一幅都是对追求个性化风格的一种鼓励。我们精选了在画室深造过的几位创作者的作品，如今他们都已成为时尚界功成名就的活跃人士了。



目录

序	6
时装设计师的职业与作用	8
时装设计师的工作开展	11

观察

学习策略	14
颠倒画	16
左手画	18
双手画	20
连笔画	22
旅游速写簿	26
阴阳画	28
阴阳画与漫画	32
泼墨画法	34
阴影与高光	36
手与脚	38
脸部	40
渐弱画法	42
胸像及细节	44
橱窗速写	46
面料	50
印花	54

风格化

风格化过程的各个步骤	60
图示词汇	62
服装款式图	64

各类服装	66
时装效果图基础	68
扭胯站姿	70
姿势	72
脸和手脚	74
细节繁复的、带褶裥的、带皱痕的服装	76
黑白时装效果图	78
彩色时装效果图	84
系列时装展示	90

插画

时尚插画	98
图案创造	100
中国剪影画	104
细节的画法	106
人物	108
背景	112

专业插画家

笔法见功力，下笔如有神	118
阿丽克丝·德穆萨克	120
朱丽安·贝蒂埃	122
马利翁·彼德斯	126
玛丽·德维维	130
艾曼纽尔·唐纳尔	134
玛雅·贝丽科娃	138
德尔菲·尼奴	142

序

克里斯汀·拉克鲁瓦

如何表达面对一张白纸时的那种“七上八下”的心情，那种心灵被攫住般的兴奋？长期以来，很多人都曾颇具才华地为此一试身手，因为这样一种眩晕是亘古不变的，而且同时伴有如坠深渊般的感觉。在深不见底的白色绘图纸（或者屏幕）上，既有令人几欲瘫倒的恐惧，又有半阿波罗半戴奥尼索斯^①式的渴望。实际上，就算是计算机制作的作品也需要经常被辅以手绘内容作为补充，这种做法多被建筑师、诗人、作家、画家、音乐家甚至雕塑家所采用，因为这些人都不太可能从这些支持手段以外的其他地方找到推动其整个创作所必需的前进动力。

这种做法也同样适合那些将以上各门学科揉在一起的人群，我说的就是高级时装设计师、服装设计师、打板师，简而言之就是那些时尚的创作者们，他们要负责找出那首有别于他人的美妙曲调，为结构、为色彩、为线条、为立体感定出基调，并且充满诗意地讲述一件独一无二的衣服的故事。至少是那些不会一上来就扑向面料、别针或直奔木质和肉质模特的创作者。

我们试图克制这种小小的惊骇、这种巨大的兴奋，就像制伏一头倔犟的野兽，或者就像一位书法大师，落笔之前凝神屏气、郑重其事，随即或走笔如飞、或慢条斯理地将早已成竹

在胸的书画作品一挥而就，优雅美观但同时却很见功力。如此操控之下，一挥而就的速写或者精心炮制的素描将向其所对应的工厂缝纫女工、向时装记者、向服装客户做出最忠实的陈述——就像数码印刷作品的纹饰一样，而其铅笔的笔触也是只此一家的，并可以表达作画者的心声。那些对自己的绘画从无满足之时的人们大可以自认为：我毕竟还是“绝无仅有”的，因为我的画作与任何人都不同，就像手绘的作品一样。

无论是快笔的草图还是细腻的杰作，也不管是捏制的雕像还是即兴的草图（我画过一组“涂鸦”，当然是服装的细节，但也有医生、手工艺人、技术人员的平面示意图），都可以表达思想，就像眼神、手势也可以表达思想一样。在停不下笔、越描越深的哥特式反复涂抹中，我们能感受到漫画般和天才式的幽默、通过吹散石墨粉制造阴影来表现立体感与凹凸感的才华、笔画一减再减而意境却一加再加的草稿和实用彩色插图、别具风格且独一无二的透视缩短画法、心到笔到的泼墨法、暗示影射或者锦上添花、彩饰字母或者表达含糊的抽象画、细节惊人的超现实主义作品与同一类型的演出、写意画或者写实画、图文并茂的俳句、仙女故事与黑色幽默小说。娴熟灵巧可以让人腻味懈怠，生疏稚拙也可以让人陶醉入迷。那种谁也说不清楚的东西、那种既没有来由

^① 阿波罗和戴奥尼索斯，前者为希腊神话中的太阳神，后者为希腊神话中的酒神，德国哲学家尼采把人的性格分成酒神型与阿波罗神型，酒神是狂欢的、感性的、随性的，阿波罗神是理性的、冷静的、节制的。——译者注

又不可思议的东西，却让人最终因出众而获得完胜，那就是“才华”、“天资”。哪怕到最后，这样的完胜只表现为一件做好的衣服，不管是否做得成功。

因为，没有打板师、缝纫工、技术人员的辛劳，绘图者的功劳就会变得一文不值。而且，正相反，不拘一格的乱写乱画如能得到恰到好处处的演绎，照样可以催生出无可挑剔的样衣。只要能断定用铅笔、用墨水或者用毛笔作画的那位高手不一定比所有工艺师都高明，那么这一整套“炼丹术”就都要被恰到好处地放到眼睛、大脑、双手之间，放到自己和搭档的眼前甚至整个团队的眼前去考量。而制作衣服的、量裁面料的那些人虽然不一定同样画得好速写图，但他们读图的工夫却是毫无问题的。而且，他们拥有原图作者所不具备的才华，经常会超越原图的境界，有的还会比原图略胜一筹。

但这些图像却经常会比在杂志上久已取代时装版画与素描的摄影作品更能表达出时装与时代的精髓。而在我们的想象中，所有人都有那种被人诱惑的渴望，还有那些足以进入博物馆、素描陈列馆乃至个人收藏展的作品、那些迷人的速写画或者那些艺术家式的行为，都将继续施展其永恒的魅力，就像声音对那些不善聆听者反而更具魔力一样，能够缔造并催生出最无拘无束的奇迹、美好与奇思妙想，比任何一件具象的长裙或套装都更具表达力和梦幻色彩。我要说的是，经常，一个念头产生之后，对我来说，一幅素描足矣，

我用不着非得做出实物来，因为最终的结果永远都是日积月累积攒出来的灵感性线条。而脱手而出的线条就像延长号音符一样，将径直为我们的的心灵、我们的眼睛带来所有的可能性、所有的美好画面和一种精神。而且，作为完全产生于缥缈之中的构思，作为还没有在尘世中形成具象的一种构思，绘画既现身于我们眼前同时又离我们远去、既展示着同时又掩饰着、既解释着同时又集中着所有的秘密。只是它始终是不可替代的，物质上如此，精神上亦然。



时装设计师的职业与作用

时装设计师就是服饰的创作者。他的使命就是构思绘画、创作样衣，正是这些样衣组成了明天的时装发布系列，他有责任开发出一条与时装发布系列的计划和品牌形象相符合的全系列纺织品产品线。设计师是在依靠多种学科（工艺学、社会学、审美学与经济学）进行分析并在充分考虑制造工艺局限性的基础上来设计产品的。

他要根据时尚流行趋势、社会运动和文化活动的变化，提前2~3个季节开始工作。所以他必须是一位对周围世界十分敏感且充满好奇的观察家，并且还要为此经常出入专业展会。

时装设计师还应该多才多艺，以在企业内部获得认可，因为他要在多个内部与外部角色之间充当联系人：工厂专业人员、产品主管、顾客、供货商……他同时还要掌握诸如计算机辅助绘画和计算机辅助设计这样的信息技术。



超前的预知能力

这一作用对时装设计师来说十分重要。正是由于这一作用，他才能够甄别出正在形成气候的最新流行趋势、发现即将到来的变化，并且做出超前于明天的应变。正是这一预知的作用能够让他不断拥有新的创造力，并致力于策划出新的时装系列。因为他首先要成为流行趋势的发现者，而流行趋势就存在于记忆（历史）、地理（因为要四处旅行）、时间（由始以来）与艺术演变的交叉点上。它是将要在服饰风格方面所做诸多研究的真正推动力。这些研究就像一种动态的进程，从来不会止步不前，并且始终专注于生命周期：文化、艺术和时尚领域最新流行趋势的诞生、消失或者休眠。这些研究需要你面对变化永远保持警醒并始终能够予以适应。

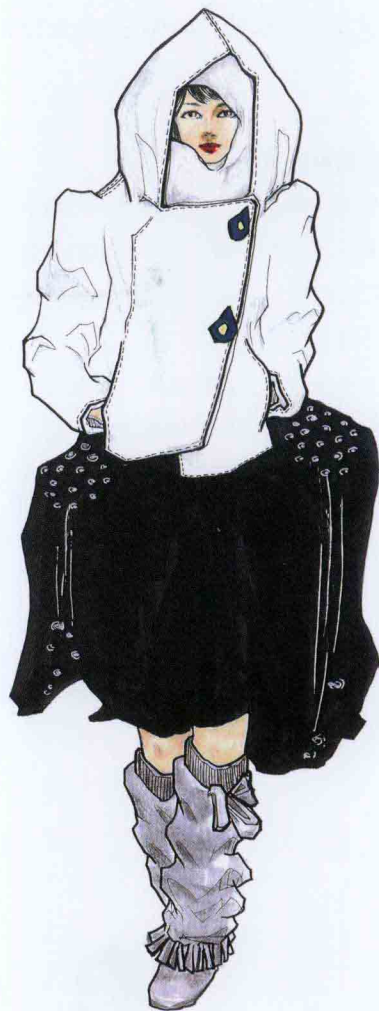
大众与市场分析

服装就是能给出一个人的性格以及这个人的品位、价值、社会隶属关系等信息的一组编码。每个人都会按照他想展示给别人的形象来选择自己的穿衣方式。衣服不仅具有穿着作用，而且还是一种语言、一种表达方式、一场与别人的对话。它就植根于它所处的时间、时代、地域、社会关系之中。通过建立与别人的联系，当然别人也有自己的“编码”，衣服就变成了身份识别的标志。当设计师选择时装发布系列主题以及为每套样衣原型进行命名时，最重要的就是要认清本品牌所要瞄准的目标，这也是设计师的工作目的。为此，时装设计师需要充分了解大众的生活习惯、品位，因为他是为他的广大客户而做设计的。

风格研究

时装设计师的创造性并非单凭他个人的想象力。为了丰富、滋养其创造性，他需要借助于资料收集工作和现有的一切事物。他的想象力就诞生于这些多种多样的资源当中，他要把这一切吃下去、消化掉，然后再吐出来，从而形成一种自己的风格。

时至今日，时装设计师还要考虑某些社会现象，比如公平贸易，因为这会把他的工作引向不同的方向。这些巨量信息均可通过搜集资料而得到，也可以在词典、专业著作索引、商店、博物馆、展览会、跳蚤市场等中找到，甚至只要眼光独到，在大街上也能有所发现。



时装发布系列主题的选择与确定

时装设计师正是在对时装发布系列的主题与对产品设计的
选择过程中来表现其创造性和独到性的。一套时装发布系列的
成功与否，也正是基于这一层面，因此，时装设计师的责任非
常重大。

一个主题就是一个待讲的故事，而这个故事则应该被嵌入到
品牌的价值当中并同时更新以前的时装发布系列。为了想好并讲
好这个“故事”，时装设计师就要在流行趋势手册中、在他发挥
预知作用的过程中或者在他为几次时装发布系列专门所做的风格
研究所搜集到的巨量信息里穷尽灵感。

时装发布系列产品设计与时装绘画

新样衣的设计将是一个对时装发布系列进行主题命名的
过程，每件产品都要在这个“故事”中找到自己的位置并与这
个“故事”协调一致。为了打破旧有习惯、超越曾经做过的或
此前一直在做的时装，时装设计师需要在面料、廓型、颜色、
服饰、灵感上下一番工夫，也可以专攻其中的一个方面。

时装发布系列表现为组成该系列的各种样衣的外形。这些
样衣的绘图因以下不同用途而各有差异：

- 简洁明确，以便让打板师一目了然，因为后者要借此做
出大量的样衣原型。
- 如系面向大众、媒体或采购商，则要重点突出产品的

亮点以及所讲的故事。本书将让你分别从这两方面走近时装绘画。

样衣原型的制作或监制

打板师制作样衣原型是创作一组时装发布系列的关键阶段，因为它不仅需要调动创作领域的力量，同时还涉及技术方面。也正是在这一阶段，需要对样衣做出时装发布系列推出之前的最后修正和调整。

作为创作者和生产联系人，时装设计师的位置决定了他必须对涉及样衣制作的技术层面了然于胸。对于这些技术层面的绝好掌控，能让他既在创作中游刃有余，又能更轻易地就可能出现的问题与工厂专业人员协调解决。

时装产品的展示与增值

时装系列的展示是该系列生命周期中的一个重要阶段。这是一个标志策划过程终止的结束阶段，同时也是其正式进入公众视野的开始阶段。无论是展示工具的创作还是商业走台的组织，都是产品增值和开发一组时装系列的首要阶段。时装设计师作为这组时装系列的创作者，就是展示与增值阶段的直接参与者。

关系网

正是对不同专业网络核心的融入，才能让时装设计师始终了解正在形成的流行趋势，时刻掌握有关流行趋势的各种信息，无论涉及的是时尚、艺术还是文化。也正是与这些专业网络的关系让时装设计师得以紧跟工艺领域发生的变化，而这些变化又会催生出他新的创作作品。



时装设计师的 工作开展

如此一来，时装设计师就要在十分多样化的不同结构中开展工作，无论是生产层面还是专业研究层面：研究室、设计事务所、风格工作室、高级定制公司、成衣工厂、工业企业。

工作性质

- 加入某一企业。

这是高级定制公司的做法，它们有实力聘用全职时装设计师。

- 参加风格工作室。

通常都是小的创作企业，可以组合不同方面的时装设计师：面料的、服装的、配饰的、内衣的……同样，他们通常也会专精于男装、女装、童装、皮装……风格工作室就是通过合同关系而为不同企业工作的工作室。

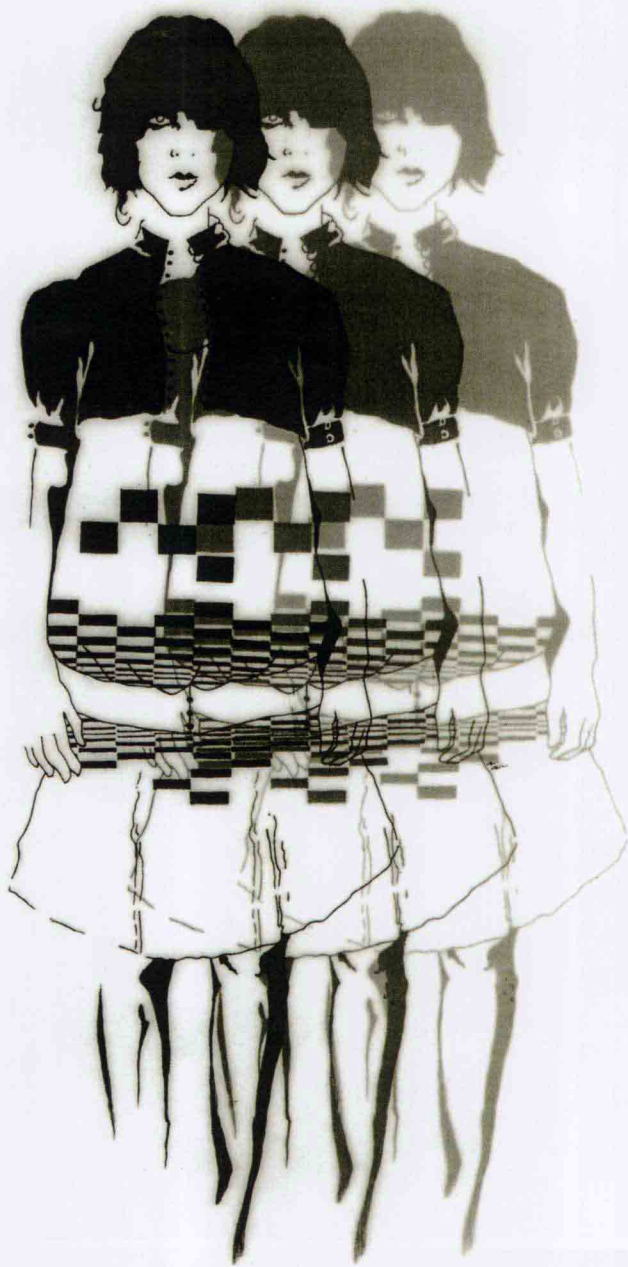
- 独立工作（自由职业者）。

在家办公、按件接活。其工作时间不太规律。流行趋势或样衣创作结束后，付酬即可能终止，不再延续至生产环节。

- 大型百货商店和购物中心越来越倾向于雇佣时装设计师来选定时装发布系列。

根据机构的规模，时装设计师们可以由一位首席时装设计师或设计总监负责，但通常情况下是自主行使职权。时装设计师可以按照专业活动的计划自行安排工作时间，他还要对他所确认的用于购买样衣原型面料的预算负全责。他的各项工作的操作都需要与工厂内部的不同专业部分进行紧密协作，即便他与这些专业部分没有级别上的高低关系，他的权力也会得到认可，他的意见也总会得到认真倾听，毕竟在发生争议时所有决定都是由他来做出的。

他还要与产品主管和其他领域的专业人士保持紧密的协作关系——人体工程学家、社会学家、计算机程序员、打板师、营销学专家、工程师……以便时刻获取有关廓型、颜色、时尚流行趋势变化以及参与这些变化的社会现象的所有信息。



观察



学习策略

如何帮助初学者有效提高绘画能力？从我担任速写和风格化艺术教师一职开始，这个问题就摆到了我的面前。



首先我发现，有些学生面对一件样衣时几乎瞬间就能成功画出，而且，似乎还很容易把握比例、主线，并从一开始就能取得令人鼓舞的效果。而另一些学生则正好相反，尽管反复修改并讲解，但却没有进步，而且画在纸上的形状与实物也是相去甚远。

正是他们激发了我开始寻找原因和解决办法的探索，以摆脱这种对他们与对我都很难受的经历。

当然，把绘画能力看做天赋，问题就会简单得多，而且只有少数幸运儿才能像接受礼物一样蒙受此浩荡天恩。我本能地认为，每个人都可以在这门艺术上获得成功，我于是加倍注意，力争理解那些让学生“卡壳”的东西，这也是学生们常用的一个词。

我慢慢构建起了效果越来越令人满意的策略，但有些问题却始终没有解决办法，直到我通过阅读不同书籍而对大脑的功能有了进一步了解。

关于左脑与右脑功能有别的启示促使我反复进行与绘画有关的练习，终于发现了右脑在这一特殊活动中的优越功能。我凭借教学经验在本书中构筑的基础练习课帮助我一举解决了绘画学习过程中出现的大部分问题。

我必须提到贝蒂·爱德华（Betty Edward），她本人也是美术教师，在美国进行了同样的练习，并取得了巨大的成功，她对如何上好课的讲解给了我十分珍贵的帮助，并验证了我的直觉。

我的目的是写出一部实用指南，而不是什么理论著作，我只想通过援引吕西安·以色列（Lucien Israël）教授的著作《右脑与左脑》（*Cerveau droit Cerveau gauche*, 2005年出版）来简单归纳出左脑与右脑的不同功能。

最初的综合练习

“刚才概要提及的研究结果旨在承认，左右半球的功能存在着一种不对称性。左边依其分工负责语言、分析、口头记忆、有关计算的数字内容、对问题的逻辑性剖析。右边接受并理解感情信息、视觉与空间关系，以更全面、更综合的方式处理全部信息，并拥有更富直觉性而不是更富解析性的理解力。它也是感性的，比左脑更感性，善于感知音乐。在我们的日常生活中，这个被人长期忽略的右脑通过对左脑的

补充而起到了十分可观的作用。”

通常，学生在选课时对音乐、体育、舞蹈、绘画令人遗憾的放弃很可能加剧了他们对右脑的放弃。而在夏尔东·萨瓦尔画室的学习课程中，重新激活右脑通常都会成为快乐、发现与满意的源泉，无论对全体老师还是对学生均是如此。

我所推荐的练习很可能让你觉得难以忍受、让你恼火、让你不快，因为它颠覆了人们早已习惯了的看待事物方式，而问题就在于此：学习怎样去看。绘画并不是手的技能，即所谓的“运用铅笔之道”，而靠的是看的功夫。我们会建议你很慢地去画、很快地去画、用左手画、颠倒过来画、不看着画面去画等。

在此，我想给读者一个建议：选一个安静的位置舒舒服服地坐好，那个位置应该既不会被打扰又不会让练习被中止，然后开始验证这些练习方法。

你只需要很少的工具，而且练习的时间最初只有5分钟，当你获得了某些技能后时间才会延长，直至达到3个小时。

有些练习需要使用真人模特，你应该利用上速写课的机会去练习，或者找一个伙伴来当你的模特。

我祝愿你发现你未开发的潜能时能够获得足够的快乐。

