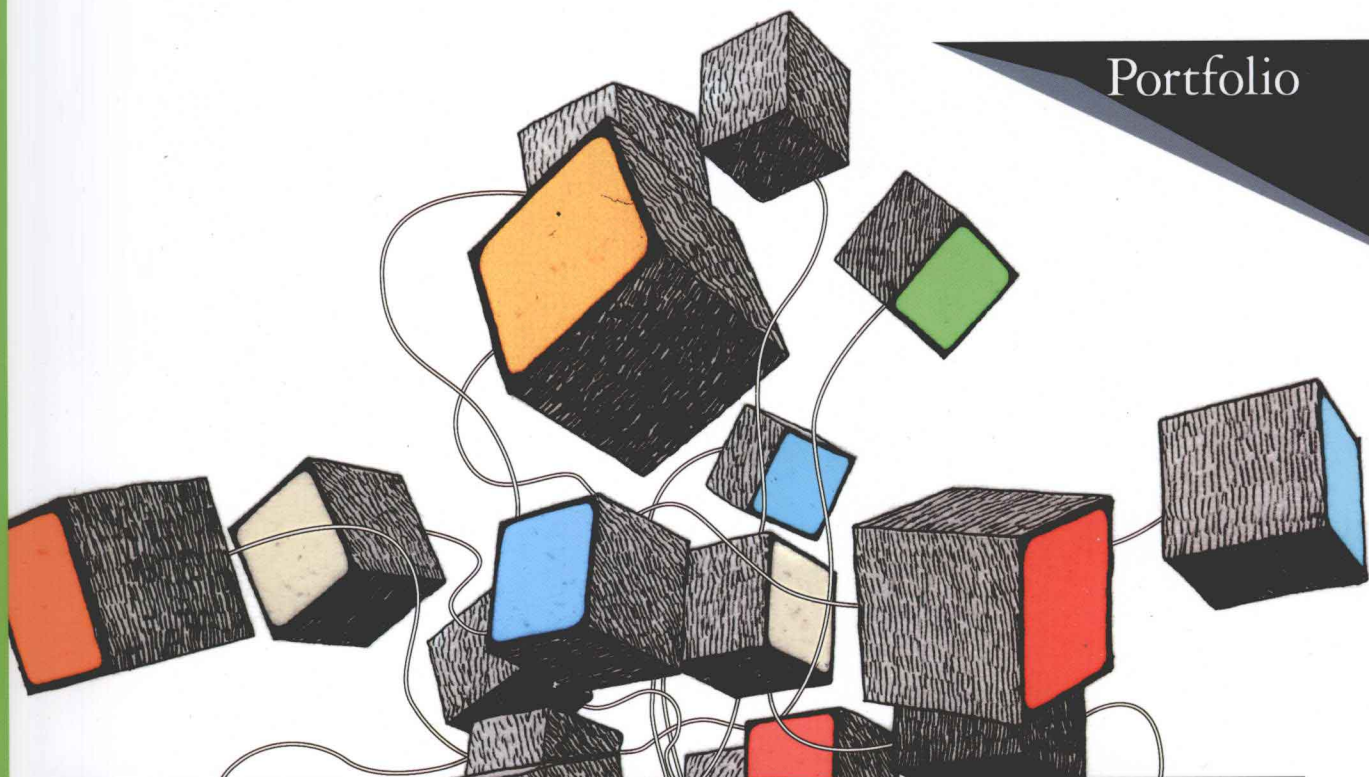


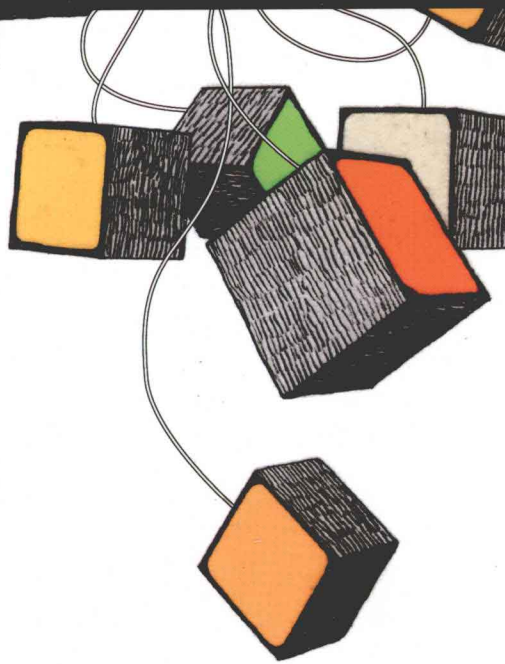
Portfolio



插画设计教程

【英】 Andrew Hall 著

程玺译



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

插画设计教程

[英] Andrew Hall 著
程 玺 译

电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京·BEIJING

Original Title: Illustration

Author: Andrew Hall

Text © 2011 Central Saint Martins College of Art & Design, The University of the Arts London.

Translation © 2012 Publishing House of Electronics Industry

Published in 2011 by Laurence King Publishing in Association with Central Saint Martins College of Art & Design. This book has been produced by Central Saint Martins Book Creation, Southhampton Row, London, WC1B4AP, UK.

本书中文简体版专有出版权由 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：01-2012-3877

图书在版编目 (CIP) 数据

插画设计教程 / (英) 豪尔 (Hall, A.) 著 ; 程玺译. — 北京: 电子工业出版社, 2012.8

书名原文: Illustration

ISBN 978-7-121-17308-0

I. ①插… II. ①豪… ②程… III. ①插图 (绘画) — 绘画技法—教材 IV. ①J218.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 120947 号

策划编辑: 胡先福

责任编辑: 胡先福

印 刷: 北京盛通印刷股份有限公司

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: 889×1194 1/16 印张: 14 字数: 298 千字

印 次: 2012 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 69.00 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。

1. 成为一名插画师

引言 06 / 作品成型过程：问题解决过程 13 / 问题解决实例分析：杰西卡·简·巴洛的《浪子历程》 16

2. 视觉化机制

引言 20 / 素描 23 / 彩绘、版画及拼贴 30 / 空间描绘传统技法 37 / 透视 42 / 造型、明暗和光线 46 / 排版 48 / 图像中的色彩 52

3. 传播机制

引言 58 / 传播流程 60 / 自我审视 61 / 创建信息 62 / 渠道 / 媒介 72 / 终端 74

4. 配文插画专案

引言 76 / 现代报纸插画专案 80 / 现代杂志插画专案 88 / 资讯类网站插画 94

5. 书籍插画专案

引言 100 / 现代书籍插画专案 104 / 现代儿童书插画专案 112 / 现代漫画小说项目专案 118

6. 企业标识及广告专案

引言 126 / 现代广告插画项目 134 / 平面设计项目专案 142

7. 轻娱乐产业项目专案

引言 150 / 现代音乐项目专案 158 / MV 产业插画项目 166 / 游戏产业项目 172

8. 未来插画

引言 182 / 板谷龙一郎 183 / 罗德里克·米尔斯 184 / 霍华德·里德 186 / 拉塞尔·米尔斯 188 / 尼尔·福克斯 190 / 乔西·林沃德 191 / 安迪·弗尔萨 192 / 黛比·库克 194

9. 插画师工作流程

引言 198 / 基本工作流程 199 / 商业计划 200 / 人物：詹姆斯·乔伊斯 204 / 人物：谢尔盖·斯维雅切克 210 / 插画团体：无眉 216

... 延伸阅读 222 / 资源 223 / 图片版权说明和致谢 224



1.

成为一名插画师

“没有什么事情可以阻止任何人进行艺术创作，关键看你做什么，怎么做，以何种方式被社会认可。最终，你都要参与到一种行业环境中去，或者是应用艺术，或者是纯艺术。”

——平面设计师彼得·萨维尔 (Peter Saville)

“艺术分为应用艺术和纯艺术。这与创作手段无关。所谓应用艺术，就是基于他人的问题或产品所创作的艺术。而纯艺术则是完全独立的。两者之间泾渭分明，没有模棱两可的空间。依我的看法，两者就是非黑即白的关系。”

——平面设计师彼得·萨维尔

和所有创意产业一样，画插画最好也是从一张白纸开始。不管是在屏幕上还是纸张上，插画师都需要面对空白区，去思考，去想象，去描绘思路。空白区是强大的实体，一股不可忽视的力量，一个从无到有的过程。它可以叫插画师充满希望或者恐惧，感到沮丧甚至绝望。但同时，空白区也一次次为插画师打开了通往创新世界的大门，在那里，图像得以呈现，主题得以凸显，客户的问题得以解决。

别的职业人群在工作的过程中并不会遭遇这种日常性的空白区，比如会计、律师和医生。他们在面对专业上的常规问题时，不需要寻找“全新”的解决方案。相反，他们要有充足的知识储备，对于当下的财会、司法和医疗体系有深入的了解，同时能够在工作中熟练运用这些知识。尽管在这些领域也存在创新，但基本是以一种规避风险的孤立方式进行的，这些行为可能会产生成果，也可能不会。插画师们则不同，他们通过创作某种类型的图画谋生。对他们来说，没有游戏规则，没有评价标准，没有固定的解决方案，每天都要面对实打实的失败风险。

插画师的工作就是无中生有，将头脑中的想法以一种创意的方式封装在图像之中，清晰地传达给受众。尽管视觉语言中存在很多体系，传播进程中也存在很多理论，但仅仅把握住这些体系和理论还不够——简单进行反刍并不能创作出好的作品。要成为一名插画师，你需要对本专业的各个关键领域进行探索，既要有实际层面的分析，也要涉足理论层面的研究，直到这些内容能够以独特的方式重新组合，打上插画师自己的印记，呈现出他们独特的艺术和理论追求为止。

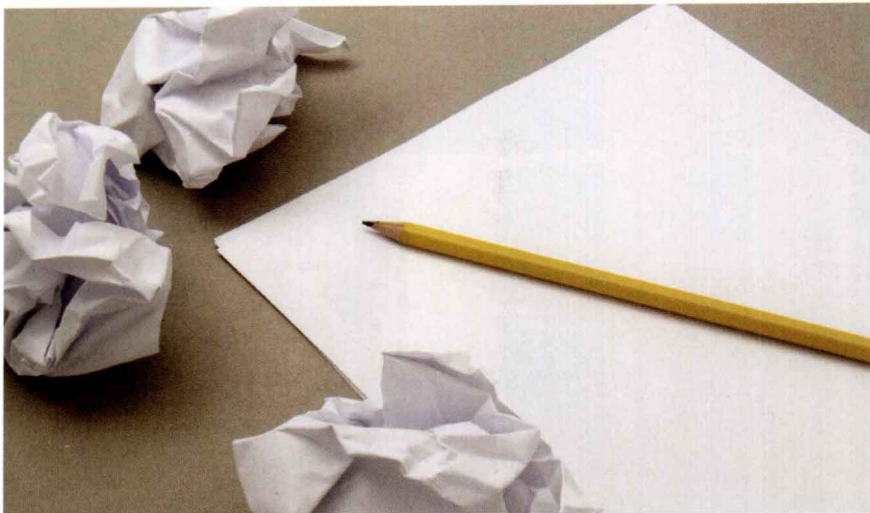
作家也一样谙熟此道。面对空白区，不管是一张白纸，还是电脑的荧光屏幕，作家也一样要找到自己的方式，将思路和想法投射下来，只不过他们所基于的是另外一个系统——书面语言系统。因此，毫不意外的是，这两个专业——一种基于图像，一种基于文字——长期以来就相互纠缠在一起。怀着相同的出发点，两个专业结成了一个联盟，只要操作得当，便会产生远远超过1+1=2的效果。



上图：
世界上有各种图案被用来向普罗大众传达各种信息。图中这个简单的标志会立刻让人想到女厕所和男厕所。

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz

上图：
26个英文字母构成了强大的传播体系。

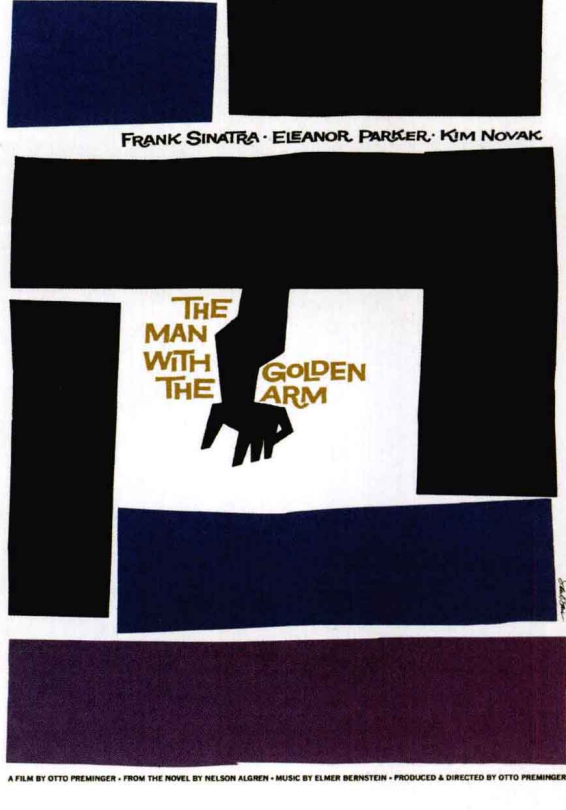


左图：
一张白纸和一支铅笔往往就是一份专案创意的
起点。

图像和文字的这种联合称为“平面设计”，其编排、组织和概念的实施者叫作平面设计师。这一学科如今已渗透至文化的方方面面。平面设计可见于报纸、书籍、广告以及企业文案，见于CD专辑包装、电视和电影，见于我们生存环境的周遭、我们身着的衣物以及交通路牌，等等。很难想象一个不存在平面设计的世界，平面设计已经成为人类交流、组织和运转过程中不可或缺的一部分。

将插画融入平面设计

“平面设计”作为一门学科或明确的专业，其存在的时间相对还很短暂——二战以后才展露头角。在这之前，大众消费中的图片和文字编排处理工作则是由抄写员、神职人员、印刷人员、艺术家及早些时候出现的商业艺术家来负责的。战后，随着“传播设计”波及面日益宽广，这一行业逐渐被分割为几个分工明确的专业领域。插画师负责构造图像（通过素描、油画、印刷、拼贴及电脑创作）；字体设计师负责字体；广告艺术总监控制产品或服务推广概念的创意和成型；摄影师垄断图像拍摄；而平面设计师则需要在理性和艺术两个层面上对以上内容进行整体的操控（很多情况下，则是亲自制作），使其成为动态和具有思辨力的信息，以凸显“辨识度、产品说明、展示以及推广”的设计目的。这些集成后的信息之后便会出现在平面媒体、电视、电影院、书本、周遭的环境、包装纸以及最近越来越多的网站上面，通过电脑和智能手机传播给受众。



本书的第4~7章会介绍插画在各个领域的应用,包括社论、出版、公司设计与广告以及轻娱乐等方面。本书读者将会看到,延续着的插图历史是融合在平面设计历史之中的;这是一种嵌入式、交互式和互为依托的关系。

图像与文字:相似及差异

人类在文字和图像之间搭起了一座重要的桥梁,从而为“平面设计”的创立奠定了基础。图像和文字均具有特定的品质,这里面既有差异,也有共通之处,正是由于这些特定的品质,两者才能在这一多姿多彩的领域中结合起来,共同进退。

图像具备以下功效:

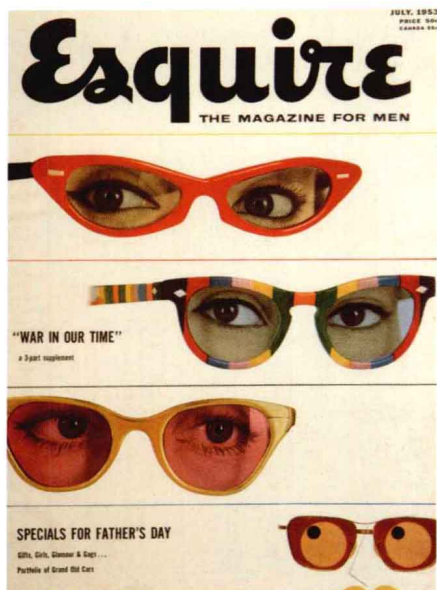
- 信息的即刻传递。
- 能够将信息不分老幼、不分地区和时代地传达至全球受众。
- 将观看者置于图像之中。
- 直接体现出人们的观看体验。
- 一次次带来视觉愉悦。
- 按照一定的序列排序,能够传递出叙述性的信息。
- 即刻激发人们的情感、记忆和经验。
- 通过形状、颜色和构图能够给人带来愉悦。

上左:

大众甲壳虫型号汽车的广告。设计:赫尔穆特·克朗(Helmut Krone)和朱里安·柯尼格(Julian Koenig);平板印刷;1960年。这张海报来自纽约DDB广告公司,海报核心概念就是以轻松有趣的方式展示产品。

上右:

索尔·巴斯(Saul Bass)设计的《金臂人》海报,奥托·普雷明格(Otto Preminger)电影公司,1955年。美国插画家索尔·巴斯以其标志性的电影海报为世人所知,本图即是其中之一。其作品涉及了当代传播设计的众多领域。



左图：

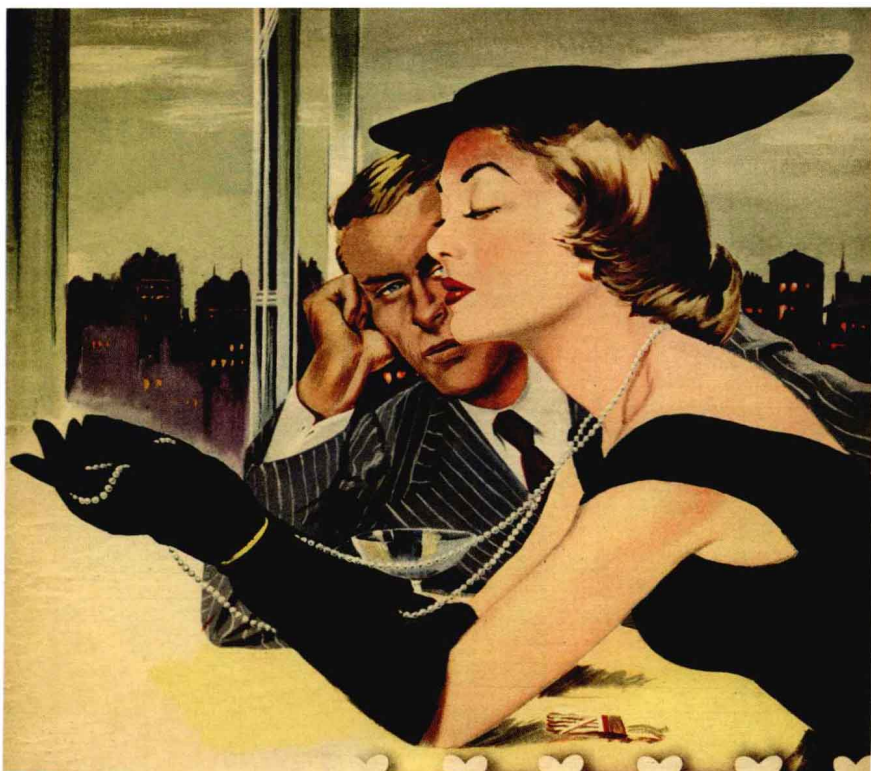
《时尚先生》(Esquire) 杂志封面。艺术指导：亨利·沃尔夫 (Henry Wolf)；摄影：罗尼·杰奎斯 (Ronny Jaques)；1953年；客户为《时尚先生》杂志社。该封面的设计概念完全体现了美国20世纪50年代的艺术风格。

下左：

阿尔皮·厄莫恩 (Arpi Ermoyan) 为萨拉-伊利莎白·罗杰 (Sarah-Elizabeth Rodger) 的故事《心安草》(Heart's Ease) 所做的插画，刊载于1952年的《女子》(Woman) 杂志。《女子》是当年众多情感杂志之一。这幅插画中明显透着战后新展现出来的自由解放。

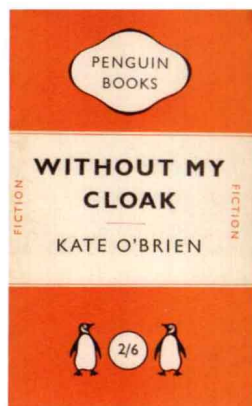
下右：

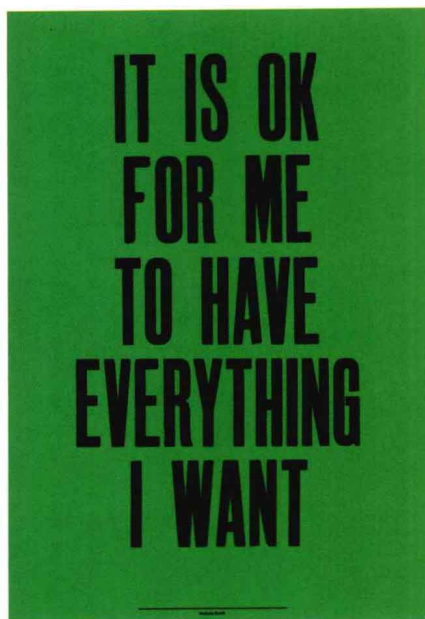
凯特·欧布莱恩 (Kate O' Brien) 的《不带斗篷》(Without My Cloak)，企鹅书局，1949年。设计者为杨·塔希萧尔特 (Jan Tschichold)。在知名德国字体设计师为企鹅书局设计的作品中，字体已经发展成为十分有力的独立设计元素。字体加上色彩编码后，也成为划分作品系列的设计手段。



底图：

玛丽莲·梦露的照片，1948年。电影明星玛丽莲·梦露的这张照片体现出摄影本身已经成为了独立的艺术形式。





上图：

《都是我的，我不介意》(*It is OK for Me to Have Everything I Want*)，木版水印画，2009年；出版：安东尼·博瑞尔 (Anthony Burrill)。亚当斯 (Adams) 利用传统技术创作了一系列木板水印画，这是其中一张。该招贴画巧妙捕捉到我们的个人欲望与普世伦理之间的矛盾。

左图：

诺玛·巴尔 (Noma Bar) 创作的《战争与男性领袖》(*War and Male Leadership*)，数字媒介，2005年为《英国卫报》(*The Guardian*) 制作。居住于伦敦的以色列插画师诺玛·巴尔创作了这幅作品，将两个我们熟悉的符号结合起来创造出一条新的信息。

文字具备以下功效：

- 传播具体的信息。
- 信息传播非常准确。
- 就某一区域或向某个具体领域的人群传播信息。
- 能够占用受众一段很长的时间。
- 一点点把信息呈现给受众。
- 按照一定的序列排序，能够传递出叙述性的信息。
- 能够激发人们的情感、记忆和经验。
- 通过形状、颜色和构图等便可以给人带来愉悦。

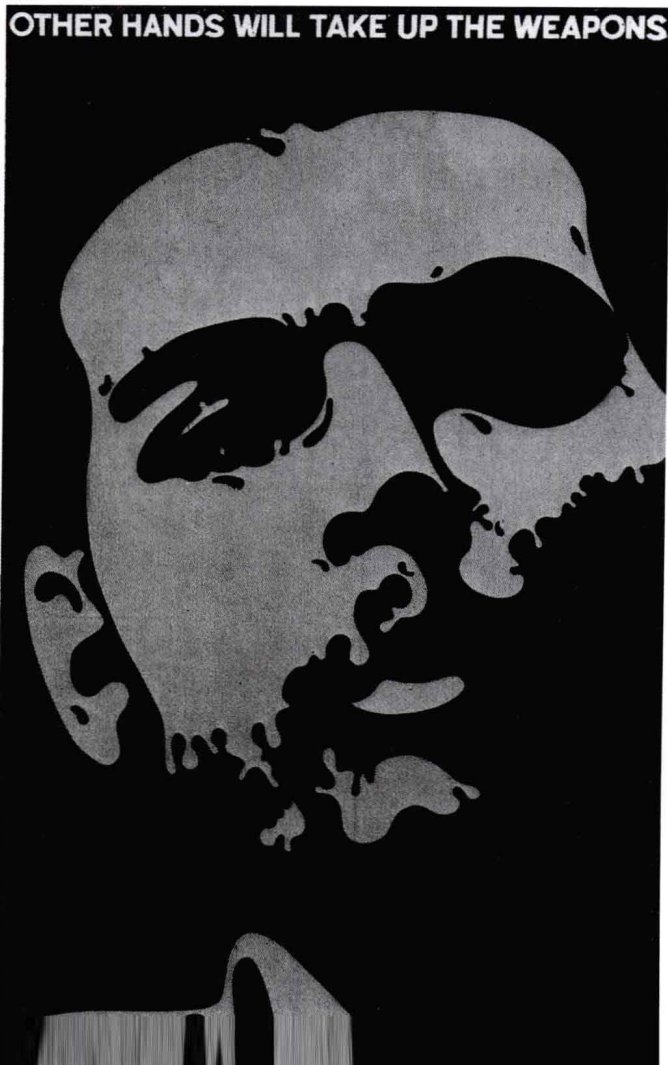
两者之间各有优劣，各有不足，但也有相似之处。关于这两个列表，你若是自己有其他的想法，也可以添加进来。现在我们可以确定的一点是，一旦图像和文字结合起来，它们将产生强强联手的效果，凸显出彼此的优势和弥补相互之间的不足。

纯艺术与应用艺术之间的异同之处

人们很容易将“纯艺术”和“应用艺术”混为一谈，他们可能看上去都很像使用同样的视觉语言。该语言甚至像由同一人所作。但是，我们越容易产生这种“一样”的想法，就越应该明确区分两者之间的不同之处，从而更加准确地了解插画（一种“应用艺术”）的作用。要做到这一点，我们可以就图像背后的动机及我们所关注的对象提出以下几个问题：

- 1 对象预期的首要初始点是什么？
- 2 对象预期的首要功能是什么？
- 3 对象预期的首要材质是什么？
- 4 对象预期的首要价位是多少？
- 5 对象预期的首要发行数量是多少？
- 6 对象预期的首要受众是什么人？
- 7 对象预期的首要文脉是什么？

以这些问题为框架有助于我们试着梳理出何为“纯艺术”、何为“应用艺术”的主要标准所在。在回答这些问题的过程中你仍然可以添加新的标准。



左图：

古巴人民友谊研究所 (ICAP) 的海报《千千万万个格瓦拉站起来》(*Other Hands will Take Up the Weapons*), 大约1967-1980年。该招贴画通过马克思主义革命家格瓦拉的光辉形象预示着世界革命将一直持续下去。

图A

问：对象预期的首要初始点是什么？

答：一篇评论文章的配图，客户为伦敦福特纳姆和梅森百货公司（Fortnum & Mason）。

问：对象预期的首要功能是什么？

答：作为梅森百货内部杂志文章的配图，它旨在推广商场所销售的种类繁多的环保型产品。

问：对象预期的首要材质是什么？

答：大批量印刷（油印纸）。

问：对象预期的首要价位是多少？

答：250英镑（500美元）。

问：对象预期的首要发行量是多少？

答：大约1万件。

问：对象预期的首要受众是什么人？

答：梅森百货的消费者和员工。

问：对象预期的首要文脉是什么？

答：刊登在一本批量印刷的杂志上，配一篇社论文章。



图A

塞恩·AP·托莫斯（Sion Ap Tomos）创作的用来推广清洁产品的插画，油墨纸本，2007年。客户为福特纳姆和梅森百货公司。图中，一名靓丽的女子在小天使的帮助下晾晒着衣物，这张图具有纯艺术和应用艺术的双重潜质。

图B

问：对象预期的首要初始点是什么？

答：自发的创作。

问：对象预期的首要功能是什么？

答：艺术作品。

问：对象预期的首要材质是什么？

答：丙烯料纸。

问：对象预期的首要价位是多少？

答：500英镑（1000美元）。

问：对象预期的首要发行量是多少？

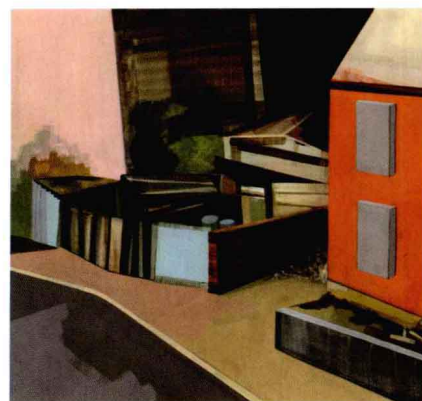
答：独1份。

问：对象预期的首要受众是什么人？

答：私人藏家。

问：对象预期的首要文脉是什么？

答：挂在私人住所的墙上。



图B

《贝斯纳尔格林区与克尼下城区之间的某处》（*Somewhere Between Bethnal Green and Hackney Downs*），塞恩·AP·托莫斯，丙烯料纸本，2008年个人作品。作品诗意地描绘了伦敦的一处破败场所，具有纯艺术和应用艺术的双重潜质。

很明显，图A为应用艺术（“基于他人的问题或产品所创作的艺术”），图B为纯艺术（“独立的”）。虽然纯艺术与应用艺术的追求明显不同，但两者之间也存在一些相似的属性。最关键的相同之处就在“视觉语言”和“传播语言”领域。本书第2和第3章会更加深入地介绍这两方面的内容。

现在，我们已经有了个框架，通过它能够看得出来，插画是属于“应用艺术”这个范畴的，而非“纯艺术”。接下来我们来看从业者所要了解的关键的方法论、程序及步骤。

作品成型过程：问题解决过程

大部分成年人在工作中都要面对各种问题的挑战（不管是简单的问题，还是极端复杂的问题），插画师也不例外。插画师所面对的问题是视觉问题，需要运用美术、理论及组织的技能才能够在专业上获得成功。视觉上的困难既是挑战也是机遇，一旦战胜了困难，你会从中获得巨大的满足感，同时也会得到可观的回报。要完成这样的任务，插画师必须要经历一个流程——一组连贯的、环环相扣的步骤，通过这些步骤，插画师将为他们所面对的问题（客户付钱请他们解决的问题）寻找到视觉上的解决方案。管理顾问也会使用这些步骤来帮助企业应对日常所面对的一些问题。

除了许多其他技能以外，在整个过程中，清晰的思考方式也是不可或缺的。对于思考方式的明确论述，有个人做出了特别突出的贡献，那就是爱德华·德·波诺（Edward De Bono）。他于1967年发明了“横向思考”这一术语，同时提出了许多著名的问题解决方法论，特别是其中的“6顶思考帽”理论。在解决问题的过程中，这6种不同的方法可以单独运用，也可以整合起来运用。这6顶帽子按照不同的颜色，分别指代以下6种不同的思考方式：

白帽：收集信息。

绿帽：不做评判地探索和产生各种思路。

黄帽：评估各种不同思路的优势和益处所在。

黑帽：评估各种不同思路的劣势和危险所在。

蓝帽：对进展的全局有所把控，同时专注整个流程。

红帽：进行直觉和情感观念的表达，这方面没有明确的理论基础。

爱德华·德·波诺同时也重点提出了“裁切”、“粘结”和“塑造”信息的观点——他以木匠的工作方式作为类比，这些方法对于插画师的工作也同样适合。最后，波诺还发明了“执行力（operacy）”一词，用来指代与创造性技能相伴的各种实用技能，其中每种技能对于问题的解决都至关重要。缺少执行能力，创造性技能往好了说会打折扣，往差了说就可能一文不值。本书第9章将会对这些执行力进行介绍。尽管爱德华·德·波诺的作品本身就值得大书特书（见第222页“补充书目”），不过在本章我们会将其尊为我们的导师，指导我们完成对于经历创造性阶段的不同方式的探讨。我们正是通过这些阶段得以找到了解决问题的方法。

第一阶段 明确问题所在

对插画师来说，问题指的就是“专案”。一般来讲，专案由客户（付款方）撰写，客户会在专案中给出背景资讯，给出视觉问题的解释和总结，给出具体细节和需求、时间表以及费用等等。这一阶段涉及了信息的收集工作。对于波诺来说，这一阶段即“白帽思维”阶段——它会激发你的思考：“我掌握了什么信息？我需要什么信息？缺失什么信息？”针对专案或客户提出这些问题能够帮助你明确眼下的任务，规避任何潜藏其中的陷阱（记住一句睿智的老话“魔鬼藏身在细节之中”），同时确保你与客户双方的思考方向一致，从而能够协调项目的推进。

第二阶段 收集相关信息

明确了具体要求之后，就可以进入第二阶段了，那也是信息收集阶段的延续（“白帽思维”）。现在，需要你调动起自己的知识、理论、经验和直觉。大体来讲，一开始的信息收集工作称为“原始调查”（初始调查）。调查方式可以有很多种——比如，在工作室中查阅各种视觉参考资料，阅读书籍，在博物馆记录需要的信息，跟专家谈话，实地探访调研，观看影片，收听广播，看电视，开展一次密集的网络搜索等等。重要的一条是全情投入调查，更加全面深入了解你所正在解决的专案主题过程。通过这些过程，你可以先挑选和“梳理”出具体的实用信息，然后开始针对视觉问题提出可行的解决方案。开展原始调查的时候要有一种开放的心态。如果你仅仅是为了验证你的所思所想，将其他的可能性拒之门外，那么通过此过程你所能获得的收获就会十分有限。

第三阶段 提出几种可能的思路

分析完专案（第一阶段），做完原始调查（第二阶段）和了解了问题所在，现在就可以进入一个发挥创意的阶段了。在第三阶段，我们要提出几种可能的思路。在波诺的6顶思考帽理论中，这一阶段对应的就是“绿帽思维”，表示“成长、能量以及生命”。利用原始的调查内容，将之发酵为想法，提出解决方案，跟着你的思想一路披荆斩棘，为同一问题探索出多种平行的解决方式。整个过程中，要避免批判性的态度，避免过于逻辑化的思维，以不同的方式来思考同一个问题。核心任务就是将各种不同方式下可行的解决方案汇聚在一起。具体工作起来，可以通过制作表单、草图、图表和拼贴等方式，这些都是简洁、高效的工作方式，既能帮助你进行各种思路的交流比对，也保留了进一步发展演变的空间。

前面提过波诺发明了“横向思维”这一术语，指的正是以上的方法。他的核心观察点是发现我们会在头脑中建立起来的特定模式——思考模式及行为模式，这些模式由一系列的思考和行为方式构成，也可能对于开车之类的行为很有帮助。不过如果涉及创造性活动，波诺会建议我们应该举“刀”迎面劈开这些模式组成的牢笼，避开常规的道路，去探索和实验各种信息与思路。具体做法上，我们可以采纳波诺的策略，也可以寻找自己的策略。波诺给出的方法之一是在每个新思路的前面加上词缀“Po”，以凸显所有精彩的点子或解决方案，再将它们一起投入到（潜在）创意的熔炉之中。

经过了这一阶段不加评判的大面积探索和发现，我们需要对这些成果进行评估，找寻他们内在的价值，把有用的内容装入行囊，即可踏上寻找解决方案的征程。

第四阶段 评估每个选项

在通过原始调查的信息对主题进行探索后，现在到了该做决定的时候了，让我们从这些新发现的成果当中提炼出有价值的内容。这一阶段，大体需要采取“积极”和“消极”两种讨论方式，基本可以等同于“黄帽思维”和“黑帽思维”。黄帽帮助你聚焦于想法的积极面上，主要挖掘它的优势，而黑帽则帮助你聚焦于想法的消极面上，主要挖掘它的劣势及潜在的问题。这里也可以采用“红帽思维”——用一种直觉、情绪化的方式来梳理思路但无需遵循特定的理论基础。经过这些不同思考方式的洗礼，最后可能只有为数不多的几种思路仍然符合专案的要求，这时候你会打算把它们草拟下来。接下来，你可能要针对其中每个想法再进行一轮简单的调查，使得这些思路更加牢靠到位。这时候就可以进入下一个阶段了，而你也做出最后的决定。

第五阶段 选择最佳解决方案

在选择最佳方案时，通常会采用“**黑帽思维**”，你可能需要提出一些判断的标准，通过这些标准，来客观的评判留下的几种方案。标准会因人而异，因工作而异，但其中通常会多少包含以下几个方面：

- 是否原创？
- 是否解决了专案的问题？
- 是否能在期限内完成？
- 是否能在合理的成本下完成？

在该框架的检视下，有的方案可能会立刻显得后劲不足。但如果所有或者部分方案都完全满足了以上标准，那么我们就必须在这些标准的基础上进一步加码：

- 是最具原创性的方案吗？
- 是解决专案问题的最佳方案吗？
- 是在时间表内最易完成的方案吗？
- 是在合理的成本下最易完成的方案吗？

通过严格筛选，最终会有一个方案脱颖而出，等待进一步的完善。

第六阶段 实施筛选方案

选定方案之后，就不要三心两意了，别想着再重回第五阶段，或者扭头回到第三阶段，这样更糟。你已经通过了严格的筛选和比对，已经得到了最终的方案。但在方案的实施过程（即“**塑造**”阶段）中仍然面临挑战，你总是有种错觉，好像还有什么更好的方案在等着你，那都是错觉而已。方案的实施需要各种技能——艺术的、智慧和技术的。最终的作品可能是印刷品、绘画、拼贴或者三维装置。此时，有必要重新核查一下专案中的具体要求：尺寸、颜色、实体还是数字格式，以及截止日期等等。即使到了这个地步仍然要保持批判性——采取“**黑帽思维**”和“**黄帽思维**”——思考更加细致的问题，进一步打磨视觉阐释，这些工作仍然是十分必要的。不要纠结于形式上的可能性（无底洞），要时刻提醒自己解决方案背后的最初概念是什么。正如建筑师路易斯·沙利文（Louis Sullivan）的名言：“功能决定造型。”

第七阶段 追踪和评估工作成果

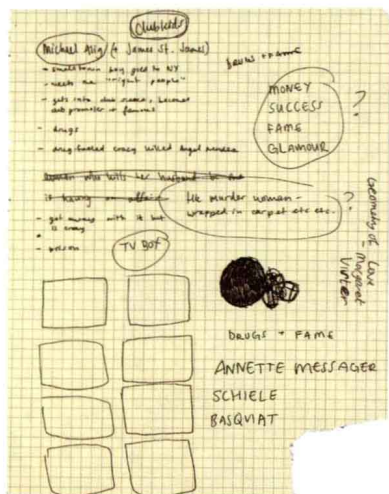
该阶段涉及工作结束后的反思和评估的过程。从一项工作中总能学到一些教训，即使是最成功的工作也不例外。你可以问自己，客户面对这个成果是否满意，如果你有第二次机会，是否会做的不一样（“**黄帽思维**”），是否有什么改进的空间（“**蓝帽思维**”）。工作完成后不进行反思和评估，不思考改进的可能性，以后你只会再犯同样的错误，这不仅对你的工作不利，对客户也没有好处。

还有一点也值得一提，那就是在创造性工作的任何阶段都可以随时采取“**蓝帽思维**”方式，它能够帮助你专注于手中的任务，并检查你是否将正确的思维类型应用在正确的问题上。特别是在团队工作中，“**蓝帽思维**”更加有用，因为人们总是会频繁的跑题，从而造成浪费很多的时间和精力。

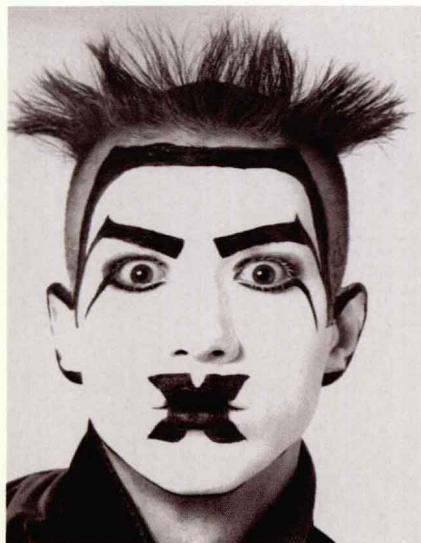
通过以上严谨的流程，你可以完成任何工作了，无论是配文插图、书籍、企业形象或广告作品，还是娱乐行业的图像工作。应用图像涉及的所有商业领域都包含在本书之内。本书同时也会介绍在找工作以及在创造性解决问题的过程中将接触到的各类人员。另外，本书还会讲解为每份专案找到完满解决方案的种种途径。

问题解决实例分析：杰西卡·简·巴洛 (Jessica Jane Barlow) 的《浪子历程》

下面，我们就通过实例来学习问题解决的进程。本案例出现在平面设计课程的第二阶段中，要求大家重新讲述18世纪贺加斯 (Hogarth) 的图画故事“浪子历程” (The Rake's Progress)。这套由8幅图构成的故事讲述了一位继承父亲遗产的年轻人做出了一系列不幸的抉择，并一路通向毁灭的过程。虽然在改编版本中，主要角色可以改变，主角生活的世界以及发生的事件也都可以更改，但学生仍然要保留原版的精神内核以及贺加斯原来故事中内在的叙事结构。以下选取的是杰西卡·简·巴洛的改编版本。



最初的草稿。



迈克尔·艾里格。

1 明确问题所在

“我了解我们要在贺加斯‘浪子历程’的原有基础之上更换新的主人公。就像大卫·霍克尼 (David Hockney) 所做过的，他在印刷作品中用自己的头像替换了原来故事的主人公。我们在这里要做的就是为主人公换个形象，然后带领观众浏览他一生的8个历程。”

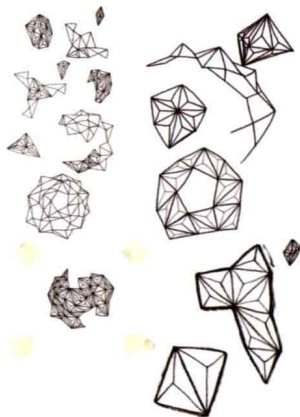
2 收集相关信息

“我选择了臭名昭著的夜店顽主/活动承办人——杀人犯迈克尔·艾里格作为我的主人公。为加深对此人的了解，我特地阅读了他的传记《迪斯科谋杀案》(Disco Bloodbath)，并回顾了关于他的纪录片《派对魔王：惊人内幕》(Party Monster: The Shockumentary) 以及好莱坞版本的《派对魔王》。之后便开始在网上搜集他的信息，通过YouTube、维基百科、纽约时报、艾里格的官网以及各种粉丝页面来查找相关信息。同时也在我个人参与过的类似纽约夜店顽主场景的伦敦噪音盒子大趴 (Boombbox) 之中回顾能够吸取的经验。”

3

提出几种可能的思路

“即使迈克尔·艾里格有着肆无忌惮的人格特质，而整个夜店顽主 (Club-kid) 场景中又充斥着奇装异服并显得光彩夺目，我也希望使用不多的色彩来讲述这个故事。看了艾里格受毒品腐蚀的人生，我决定以科学和药物作为表现形式。我开始寻求各种描述其成长、膨胀和崩塌的手法，试图找到一种能够承载该故事的视觉语言。我开始先观察毒品的分子结构，随后又以喷墨手法研究了分子的折叠造型，最后再把纸张先压皱再复印。”



折纸造型草图。



复印压皱的纸张。