

平面设计中的插画艺术

冯建文

(山西旅游学院, 太原 030031)

摘要: **目的** 探究平面设计对插画艺术的借鉴与运用。**方法** 以插画的发展史为切入口, 探讨插画对平面设计的重要作用, 对包装、广告、招贴、版式等平面设计领域与插花艺术的融合进行深入研究。**结论** 插画是最能体现时代性的图形语言, 能够为平面设计提供多样化的风格形式, 传达设计理念, 制造产品差异, 凸显个性特征, 提高平面设计的艺术魅力。

关键词: 平面设计; 插画; 图形语言

中图分类号: J516 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)16-0173-04

The Art of Illustration in Graphic Design

FENG Jian-wen

(Shanxi Vocational College of Tourism, Taiyuan 030031, China)

ABSTRACT: It aims to explore the reference and use of illustration design in graphic art. Starting from the history of illustration, it discusses the important role of illustration in graphic design, in-depth studies the fusion of packaging, advertising, poster, layout, and so on the field of graphic design and floral art. The illustration can most manifest the graphic language of the era, provide diverse styles, communicate design concept, create product differentiation, highlight the personality characteristics, and improve the artistic charm of graphic design.

KEY WORDS: graphic design; illustration; graphic language

平面设计, 又称装潢设计, 是一种以文字、符号、图片、造型设计等形式传达信息想法或视觉表现的方式。在平面设计作品中, 为更好地表达设计者的思想及理念, 常常会将不同的基本图形按照一定的规则在二维空间组合成艺术图案, 吸引观者的视觉注意。基于此, 越来越多的平面设计师开始将图形语言这一元素融合在平面设计作品中, 其中最具有代表性的便是插画艺术。

1 插画艺术简介

插画即插图, 是用来解释说明一段文字的画^[1]。《辞海》对其的解释是: “插附在书刊中的图画, 有的印在正文中间, 有的用插页方式, 对正文内容起补充说明或艺术欣赏作用。”但这种解释仅限于书籍

插图, 是一种狭义的定义。随着时代的发展, 人们的阅读方式发生了极大转变。在这一背景下, 插画早已不再局限于图书中上图下文、上文下图、扉页、卷首附图等形式, 无论报纸、杂志还是产品包装、动画、广告, 插画都以其直观性、生活化、感染力等优势, 发挥着丰富视觉效果与吸引眼球的作用。

看似平凡简单的插画, 有着悠久的发展历史和深厚的文化内涵。19 世纪, 插图逐渐伴随着报刊、图书的变迁发展起来。就我国插画的发展历史看, 起初只是一种版画形式, 是佛教为了宣传教义在经书中采用的一种“变相”的图解经文。在发展过程中, 版画又与民间年画融合到一起, 成为商业插画的前身。渐渐的, 插画开始被运用于自然科学书籍、文法书籍和经典作家文集等出版物中, 获得了良好的发展。今天, 在商品经济的浪潮中, 插画的形式更

收稿日期: 2016-03-01

作者简介: 冯建文 (1972—), 男, 山西人, 硕士, 山西旅游学院讲师, 主要研究方向为设计艺术学。

加多样化,其结合摄影、手绘、数码等手法呈现出极强的艺术观赏性,不仅将文字不易表达的内容完美传达,而且将文字语言的思想进一步主观化、个性化,给人以强烈的视觉冲击力。

2 插画艺术对平面设计的重要作用

鲜艳的色彩、直观的视觉感及丰富的故事情感是插画艺术的鲜明特点,正因如此,其在现代平面设计中一直发挥着重要作用^[2]。

2.1 直观展示产品信息

一般而言,平面设计作品主要由文字和图形两个基本要素组成。插画作为一种图形语言,在符合文字内涵要求的前提下,使用任何一种形式和手段都能得以充分表现,既可以用解释的方法传达内容,又可以用说明的方法传达内容,从而提升了作品的创意空间,使其能够更加直观生动地传达自身的内涵和意义^[3]。

2.2 满足观者的感性认识

很长一段时间以来,插画仅仅是作为文字的附属品而存在。现在,插画艺术的价值逐渐被认同,其载体不仅有书籍、报纸、杂志,而且还涉及艺术和商业领域,有着简单的文字无法媲美的优势^[4]。很多平面设计师逐渐将注意力转到了插画艺术上,或者借助插画辅助文字信息,或者将文字概括成简练的插画,为文字信息做了很好的补充,不仅提高了信息传达的准确性、生动性,而且让观者产生了强烈的认同感,满足了他们的感性认识。

2.3 促使观者与作品深入交流

在信息传递方面,图形具有视觉冲击力强和意义简明的特点。作为一种图形语言,插画就是靠图形来表现和诉说的,其创作出的高雅、独特、感染力强的艺术形象,能给观者留下深刻的印象,提升作品的欣赏价值。在平面设计作品中加入插画,能够快速刺激观者的感官,使其不由自主地关注设计作品,思考其所反映的文化及内涵,在“交流”中提升平面设计的价值效用。

2.4 补充平面设计的艺术情感

传统观念认为,平面设计作品的重中之重就是具备信息传达功能,但只是单一的信息传达未免过

于片面和单调,长此以往,设计作品就会因为缺乏审美价值,缺少艺术内涵和感染力,降低自身的存在价值,逐渐被时代的大潮淹没。在不断的尝试中,设计者发现,想要获得更大的价值,将平面设计的效用最大化,不仅要看其是否准确传达出了作品背后的信息和概念,还要有足够的美感,使观者更好地感受到它的神韵以及所带来的真实感。插画艺术的融入,为设计者找到了答案。只要运用得当,不仅能够准确传达平面设计作品的主题,而且在一定程度上传递了作品本身的艺术情感^[5]。

3 平面设计中的插画艺术研究

当前,插画在平面设计中占有特定的地位,也有着广泛的应用空间,无论广告、招贴、书籍、报纸、杂志,还是包装、展示等领域都能够看到插画的影子^[6]。

3.1 包装设计中的插画艺术

包装是商品在市场流通中的物质载体,同时也是人们彼此之间进行沟通和情感交流的一种媒介,有着丰富的精神内涵。在多元化文化的大环境下,同类商品竞争日益激烈,企业想要生存,在市场上站稳脚跟,必须创造个性化的商品及包装,以独特的设计促成自身的差异化,从而在琳琅满目的商品中凸显自己。这就要求包装设计不仅要能够保护、销售、美化商品,而且要满足大众的消费情感和心理需求。插画的应用,完美地照顾了这些方面,丰富了包装的视觉语言^[7],但这并不意味着包装上的插画内容必须与产品相关,想要独辟蹊径,完全可以将生活中一些具有典型意义和特点的事物引入其中,制作与众不同的视觉效果,从同类商品中脱颖而出。如心相印品牌的手巾纸,其在进行产品包装设计时,并没有将目光局限于产品本身,而是转向了青年男女这一手巾纸的主要消费群体,从他们的心理和情感需求出发,寻找契合点。最终呈现出的包装设计选取了台湾漫画家几米的插画《向左走,向右走》,这是伴随着同名书籍和电影成功之后的一种设计策略,完美地将手巾纸变成了一种叙述故事的载体。这种情感化的包装设计策略,使心相印手巾纸在同类商品中独树一帜,有效提升了商品竞争力,同时也在一定程度上凸显了插画在包装设计中的优势。

3.2 广告设计中的插画艺术

广告设计的初衷是抓住观者的视线,促使其理

解和领会广告中所传达的信息。在发展的初期,广告信息大多印刷在书刊、报纸和路牌上,使用的工具比较简陋,对于插画也只是简单利用一些图形而已^[8]。随着社会发展步伐的加快,对广告设计提出了更高的要求,既要简洁明了,又要形象与抽象、客观与主观兼具,能够通过一定的故事吸引消费者,与消费者产生心灵共鸣,提升他们的购买欲望。广告插画具有极强的视觉吸引力,不仅能够有效表达广告中的想法和目的,消除人们对广告先入为主的厌烦心理,而且还能扩大广告的受众面,提高广告的影响力。只是广告设计中的插画无论形式多么丰富多彩,必须直观地表达广告中所传达的信息,确立消费人群,必要时还要运用夸张手法凸显产品的特质,以达到理想的宣传效果。比如,美国知名品牌 Mareol 晕车药的平面广告设计,该广告采用动漫插画的形式,将晕车的感觉直接夸张为海上、沙漠、天空以及颠簸的乡间小路的感觉,同时告诉观者吃了它,无论在任何地方乘坐哪种交通工具,都会如置身事外,像没有乘坐一样,从而引发观者的联想观感,期待使用该种药品后坐车也能达到广告图中的效果。

3.3 招贴设计中的插画艺术

平面设计里的招贴设计,又称“海报”设计或宣传画设计,属于户外广告,在国外被称为“瞬间”的街头艺术,主要用来吸引观者的视觉注意力。这里说的“吸引视觉注意力”是指用图形、色彩等因素的强烈刺激,快速地吸引观者的注意力。因为只有当观者的目光被强烈的刺激所吸引而停留在画面上时,才能产生“交流”。然而,观者的目光往往会停留在某个具象的图案上,而不是抽象的几何图形或者是创意图形。为了解决这一问题,越来越多的招贴设计者开始将其与插画相结合,希望以此吸引观者的视觉注意力。比如,2010年世界杯北欧可口可乐的招贴就将可乐本身与插画进行结合,不仅更加充分地传达了设计者的创作意图,而且通过人物插画的元素大幅度吸引了观者的注意;可口可乐 Sambodromo 招贴插画,整个招贴全部运用插画的形式,在众多传统的平面招贴中夺目而出,牢牢抓住了观者的视觉。

3.4 版式设计中的插画艺术

版式设计是应用得最为广泛的平面设计,也是整个平面设计的中心,报刊、杂志、书籍、网页等,

它们都是以文字为主体的版式设计。在这样的版式设计中,常以文字为主要元素,对信息传播的载体进行艺术加工,以满足信息传播的需要,使其能够更加鲜明、生动、准确地传达信息。但很多时候,过于简单的文字无法完整地传达其中的情感及要求。插画艺术的融入,很好地弥补了这一不足。生动的插画,更容易被读者认可和接受,使其产生强烈的认同感,同时还能缓解长时间阅读文字所产生的强烈的视觉疲劳,调节读者的阅读节奏,让信息传达的内容更长久,效果更完善。以儿童画报为例。儿童识别文字的能力有限,如果生硬地用纯文字的形式传达信息,没有形象、生动的插画作为辅助补充,儿童就会很难理解其中的内容,更不要谈集中注意力进行长时间的文字阅读了^[9]。在这种情况下,插画是不可缺少的重要组成部分。只要运用得当,不仅能够与文字相辅相成,还能有效地调动读者的阅读兴趣,这是纯文字版式无法超越的。

4 结语

在经济的高速发展和市场的激烈竞争中,插画艺术得到了充分的发展,新媒介、新形式的不断涌现,更为插画注入了无限的力量源泉^[10]。在平面设计作品中融入插画艺术,不仅可以为作品本身增光添彩,而且还能够拓展作品主题的深度和广度,使作品更具魅力。作为平面设计者,必须挣脱旧有思想的束缚,在设计中融入一定的插画元素,为平面设计开拓一条创新发展的艺术之路。

参考文献:

- [1] 钱兆荣. 插画是一门独立而完整的综合性艺术[J]. 科技信息, 2009(11): 22—23.
QIAN Zhao-rong. Illustration is an Independent and Complete Comprehensive Art[J]. Science and Technology Information, 2009(11): 22—23.
- [2] 郭燕龙. 插画艺术在平面设计中的视觉语言研究[D]. 呼和浩特: 内蒙古师范大学, 2014.
GUO Yan-long. Study on the Visual Language of Graphic Design in Graphic Design[D]. Hohhot: Inner Mongolia Normal University, 2014.
- [3] 杨熙. 插画手绘形式的价值及在包装设计中的应用研究[D]. 南昌: 南昌大学, 2013.
YANG Xi. The Value of the Form of Illustration Painting and Its Application in Packaging Design[D]. Nanchang: Nanchang University, 2013.
- [4] 王露. 插画艺术在平面设计中的应用研究[D]. 新

- 乡: 河南师范大学, 2012.
- WANG Lu. Application of Illustration Art in Graphic Design[D]. Xinxiang: Henan Normal University, 2012.
- [5] 牛利芳. 略谈插画在平面设计中的应用[J]. 产业与科技论坛, 2013(21): 51—53.
- NIU Li-fang. The Application of Illustration in Graphic Design[J]. Industry and Technology Forum, 2013(21): 51—53.
- [6] 汪小卉. 浅析插画在平面设计中的运用[J]. 品牌, 2015(3): 10—11.
- WANG Xiao-hui. On the Application of Illustration in Graphic Design[J]. Brand, 2015(3): 10—11.
- [7] 许腾. 试论平面设计中插画艺术的应用[J]. 美与时代(城市版), 2015(1): 110—111.
- XU Teng. The Application of Art of Illustration in Graphic Design[J]. America and the Times(Urban Edition), 2015(1): 110—111.
- [8] 金婕. 浅谈平面设计中的插画艺术[J]. 中国包装工业, 2014(10): 13—14.
- JIN Jie. The Art of Illustration in Graphic Design[J]. China Packaging Industry, 2014(10): 13—14.
- [9] 朱良, 李全华. 儿童读物插图的功能及审美取向[J]. 学前教育研究, 2009(6): 6—7.
- ZHU Liang, LI Quan-hua. The Functional and Aesthetic Orientation of Children's Book Illustration[J]. Pre School Education Research, 2009(6): 6—7.
- [10] 李颖菲. 浅析插画的历史及未来展望[J]. 艺术与设计(理论), 2008(10): 89—90.
- LI Ying-fei. Analysis of the History and the Future Prospects of Illustration[J]. Art and Design(Theory), 2008(10): 89—90.