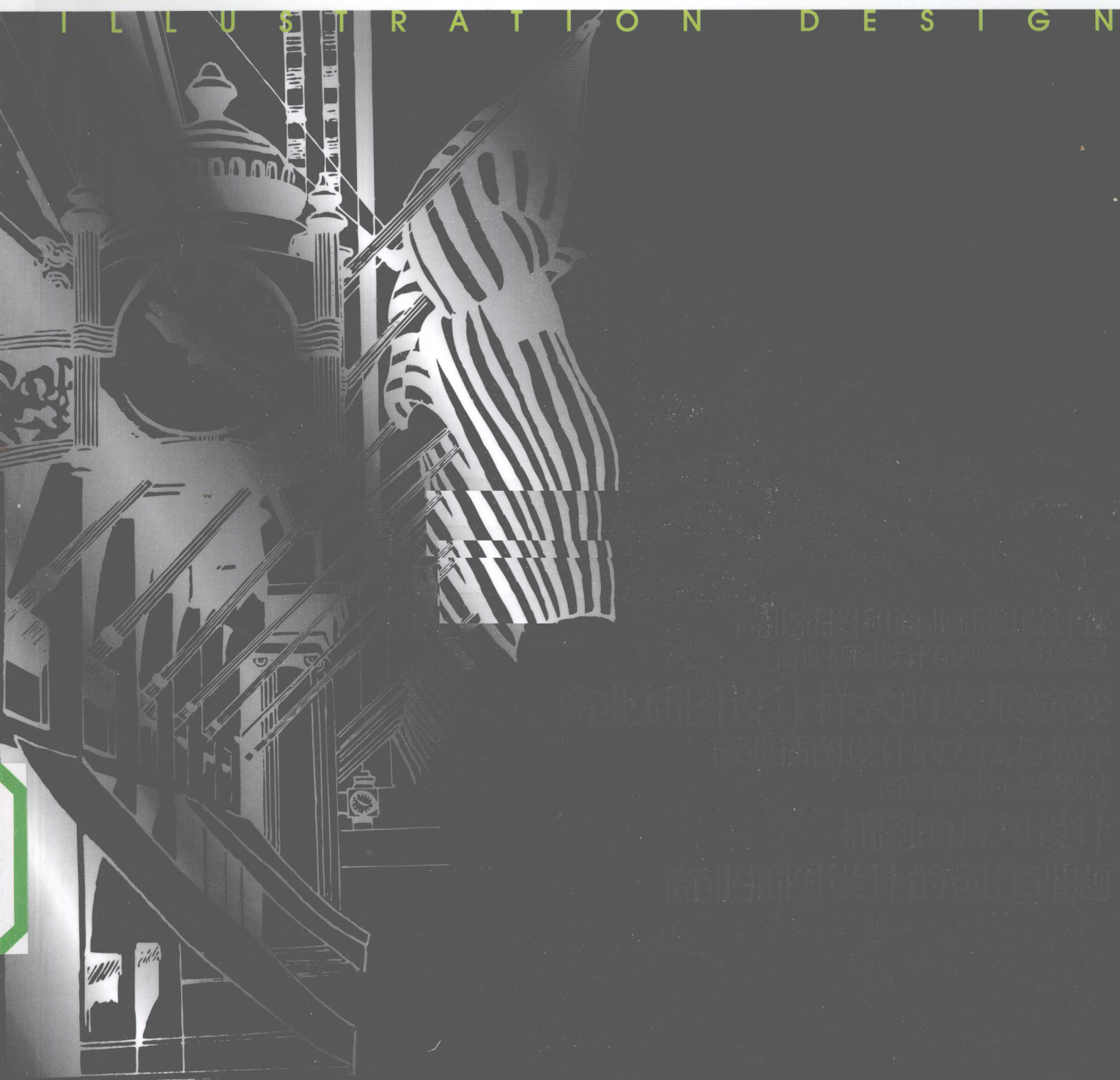


中国高等院校艺术设计专业课程系列教材

商业插图设计

上海人民美术出版社

朱国勤 编著



中国高等院校艺术设计专业课程系列教材

商业插图设计

上海人民美术出版社

朱国勤 编著

图书在版编目 (C I P) 数据

商业插图设计 / 朱国勤著. — 上海: 上海人民美术出版社, 2010.3

ISBN 978-7-5322-6614-2

I. ①商... II. ①朱... III. ①商业-插图-设计
IV. ①J524

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第025518号

商业插图设计

编 著: 朱国勤

责任编辑: 邵 旻

装帧设计: 湛 涛 李道铭

技术编辑: 戴建华

出版发行: 上海人民美术出版社

上海长乐路672弄33号

邮编: 200040 电话: 021-54044520

网 址: www.shrmms.com

印 刷: 上海市印刷十厂有限公司

开 本: 889×1194 1/16 8印张

版 次: 2010年4月第1版

印 次: 2010年4月第1次

印 数: 0001-4250

书 号: ISBN 978-7-5322-6614-2

定 价: 42.00元

前言

《商业插图设计》是我从事视觉传达设计教学以来一直想写的一本教材。

在近 30 年的教学生涯中,我被一个问题困扰多年:中国和外国比较,设计教学的差距究竟在哪里?在中国,一方面是成千上万的学生很刻苦地在画素描、画水粉,我们学生在这方面的平均水平或基础肯定居于世界前列;另一方面,却是我们的一些学生设计表达语言匮乏,“借鉴”成风,专业水平十分低下。

后来我到美国和德国学习、进修,才发现了问题的所在:在我们的设计教学课程体系中,专业设计基础课程模块的薄弱是造成教学水平低下的主要原因之一。商业插图设计、编排设计和字体设计等专业设计基础课程,就如理工科中的数理化,是每个包装或广告设计中都必须用到的基本表达语言,它们是搞好专业设计的基础。在国际通行的现代视觉传达设计教学中,主要课程分成三个阶段或模块:基础课程、专业设计基础课程和专业设计课程。素描、水粉画等课程只是最基本的、在专业设计基础课程模块之前的基础课程。打个可能不太确切的比方:素描、水粉就像田径运动中的基本身体素质,而插图、字体则是各种专业技巧。如果只有很好的身体素质,却没有系统地学习专业技巧,就算刘翔那样的天才要冲击世界记录也是不可能的。

插图设计、字体设计、编排设计,还有摄影等课程组成了专业设计基础课程模块,它们是素描等基础课程过渡到各种专业设计不可缺少的桥梁。素描和水粉画一般是不能直接用于包装和招贴广告的。专业设计需要与表达内容和谐一致的风格化插图,需要具有视觉冲击力的插图形式,需要具有个性化的插图表达语汇。商业插图设计等课程不仅是平面设计的基础,也是设计创新的原创点。我曾经写过一本招贴艺术设计史,列举了世界上一百多位平面设计大师,他们都有一个共同点,就是作品具有自己强烈的个人风格,而这种风格主要是通过作者个性化的插图(也包括编排和字体)来体现的。

搞好以商业插图设计为主的专业设计基础课程,是我国视觉传达设计教学改革的重要课题。在国外的相关专业中,插图课程一般为二至三个单元,占据较多课时。在我国,过去的传统图案、装饰画在一定意义上起到了专业设计基础课程的作用,现在很多学校也逐步开设了商业插图课,但总体上在质和量等方面还需要提高和改进,有的学校甚至连插图、编排课都不排,这不能不说是很大的失误。

从 20 世纪 80 年代末起,我和我的同事们就开始了商业插图设计课程的教学和研究。本教材是我 20 年进行插图课程教学的一个总结。从教学实践的角度来说,本教材具有两个特点:

一、设计课题较为完整。商业插图设计是一门知识点和技能点都比较复杂且多样的课程。在相当有限的课时中如何安排课题设计,照顾到教学上的点和面,特别是让学生尽可能“全面”地认知和学习各种插图风格和技巧,是本课程的难点。在长期的教学过程中,我根据插图的风格和技法,以及学生的不同背景,设计了十多个课题。课题设计重在发挥学生个人的想象力和表达力,注意对当下各种设计技巧的学习和掌握,注意插图在实际设计中的应用。教师在教学时可以根据实际情况,有选择地采用其中的一些课题并进行组合。

二、范例比较实际。本书的范例绝大多数是我在教学中的学生的作业,这些学生有的是本科二年级,有的是研究生一年级,有的是专升本二年级,他们的作业课题不同,个人的能力也不同,具有比较实际的借鉴意义。有的作业还从草稿到最终的设计完稿都进行了展示,可帮助同学们深入了解设计的技术难点。

朱国勤
2009 年 12 月

目录

前言 3



第一章 商业插图和商业插图设计课 8

第一节 商业插图设计的概念和发展 9

一、关于插图概念的讨论 9

二、关于插图的主要分类 9

三、商业插图和书籍插图 10

第二节 现代社会文化环境中的商业插图设计 12

一、读图时代的视觉形象表达语汇 12

二、现代商业插图的发展和分类 13

第三节 现代视觉传达设计课程体系中的商业插图设计 14

一、高等设计院校专业课程体系 14

二、商业插图设计课程的重要性及其内涵的变迁 14



第二章 商业插图设计和视觉传达设计 18

第一节 商业插图设计的功能 19

第二节 图形是一种视觉传达语言 19

第三节 图形意义在传达设计中的表达方式 20

一、表物 21

二、象征 21

三、隐喻 22

第四节 正确把握图形意义的变化 22

一、图形意义因历史等因素产生转变 22

二、图形意义的构成 22

第五节 图形在视觉传达设计中的组合与表达 24

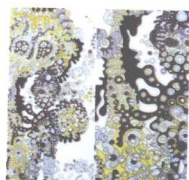
一、图形的巧合 24

二、图形的特异 24

三、图形的矛盾 25

四、图形的拼贴 27

第六节 图形的运用和商业插图设计 28



第三章 商业插图设计样式的发展演变 30

第一节 插图的起源——从简约到繁复 31

第二节 装饰风格的演变——从曲线到直线 32

第三节 现代主义——抽象图形与摄影图像 34

第四节 漫画风格——讽刺与幽默 36

第五节 超现实主义——隐喻与幻想 37

第六节 后现代浪潮——设计的多样性和多元性 38



第四章 商业插图设计的方法与程序 44

第一节 现代视觉传达设计流程中的商业插图设计师 45

一、从插图到设计和从设计到插图 45

二、现代广告设计公司的创意和设计流程 45

三、艺术指导和插图设计师 46

第二节 商业插图设计师的“应知应会” 46

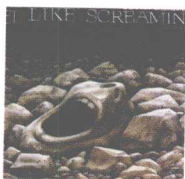
一、设计课题的分析与定位 47

二、设计方案的展开和优化 49

三、设计技能的全面掌握 50

四、设计的制作和印刷 51

五、插图在不同印刷媒介的表现 53



第五章 商业插图的表现技法 54

第一节 写实性插图设计表现技法 55

- 一、对象的概括和简化 55
- 二、视觉表现形式语言及其统一性 57
- 三、写实性插图技法的“超现实”表现 57
- 四、写实性的典型化和强化 59
- 五、不同视觉品质的图形处理 60

第二节 装饰性插图设计表现技法 61

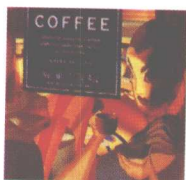
- 一、图像的平面化 61
- 二、图像的简化 62
- 三、图像的变形和夸张 63
- 四、图形的繁复与韵律 64

第三节 漫画性插图设计表现技法 65

- 一、幽默与想象 65
- 二、讽刺与夸张 66
- 三、漫画和漫画插图风格的多元化发展 67

第四节 几何图形插图设计表现技法 67

- 一、从具象图形到抽象图形 68
- 二、抽象图形的演绎和推导 68
- 三、图形的解构和变异 68



第六章 插图的应用设计 72

第一节 插图应用设计的分类 73

第二节 插图应用设计本身是一种再创作 75

- 一、电脑对插图及其背景的综合性处理 75
- 二、插图在各种应用性设计中的构图编排 77
- 三、插图和字体设计以及其他视觉要素的关系 77

第三节 插图的风格和风格化 78

一、插图的风格 79

二、插图的风格化 79



第七章 商业插图设计课题作业 82

第一节 插图创意设计 83

第二节 写实性插图设计 84

一、点绘法插图设计、线绘法插图设计和面绘法插图设计 84

二、综合性创意写实插图设计 88

第三节 装饰性插图设计 91

一、基本动植物的装饰变形设计 91

二、综合装饰插图设计 93

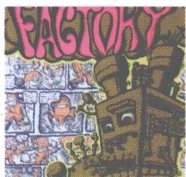
第四节 漫画性插图设计 97

一、基础性漫画单体设计 97

二、创意性漫画综合设计 99

三、综合性的漫画插图设计 101

第五节 主题性自由风格的插图 102



第八章 优秀商业插图设计范例 106

一、院校商业插图设计优秀范例 107

二、商业插图设计优秀范例 112

后记 126

1

商业插图和 商业插图设计课

在现代视觉传达设计专业教学中，商业插图设计课程的重要性越来越突出。它既是视觉传达设计这一艺术样式不可缺少的基础，也是设计风格化、个性化的原创源泉。

在设计教学的发展进程中，商业插图设计课程在内涵和外延上都经历了很大的变迁，需要我们认真地加以认识和辨析。

本章节建议课时数：1 课时（总 72 课时）

第一节 商业插图设计的概念和发展

一、关于插图概念的讨论

插图, 英语为 illustration, 其发展和视觉传达设计的发展有着密切的关系。对于插图的定义, 很多设计师和理论研究者在学术上有诸多不同提法, 但其中有一点比较一致: 插图是被应用的图像或图形。

从视觉表现形式上, 我们无法对绘画或插图进行界定, 也就是说, 任何被绘出的图像、图形都可以是绘画或插图, 但绘画可以自由地表达及解读, 而插图则必须是应用的, 其目的主要是传达信息, 或者更形象地说, 是艺术地传达信息。所以, 插图作为一种艺术样式, 其基本属性和设计是一致的。也有人由此将插图定义为插图设计或设计插图(图 1-1 至图 1-2)。

商业插图不同于绘画, 但两者有着密切的关系。绘画艺术主要通过艺术家的主观意识进行创作, 表现的内容也主要是体现艺术家的美学观点、世界观和人生观; 作为商业插图, 则必须要借鉴一些绘画艺术的表现技法和构图方法, 通过插图所特有的表现形式进行创作, 创作对象是商品和媒体, 服务对象是商业和消费者, 这也是商业插图与纯绘画艺术的不同所在。

二、关于插图的主要分类

根据插图在现代设计范围内的应用情况, 我们可以将插图这个特殊的艺术样式分为三类: 书籍插图、商业插图和装饰插图。

书籍插图, 主要是指各种书籍中用来形象地烘托文字内容的插图, 具有一定的文学性, 现在很多杂志中的插图也属于这个范围(图 1-3)。

商业插图(另一提法是设计插图), 主要是指各种视觉传达设计, 如包装、广告和 VIS 设计中运用的各种图像、图形。商业插图的覆盖范围非常广, 在形式上也变化繁多(图 1-4)。



图1-1 奥地利画家克里姆特设计的招贴“首届分离派艺术作品展”。画家运用装饰性绘画技法, 但彩色图像作为招贴的一部分, 成为插图。



图1-2 克里姆特的著名油画作品“吻”，运用了同样的装饰性绘画技法, 是画家个人情感的表达方式。



图1-3 英国小说《呼啸山庄》中的插图。插图共有8幅, 分别戏剧性地描绘了书中的情节。

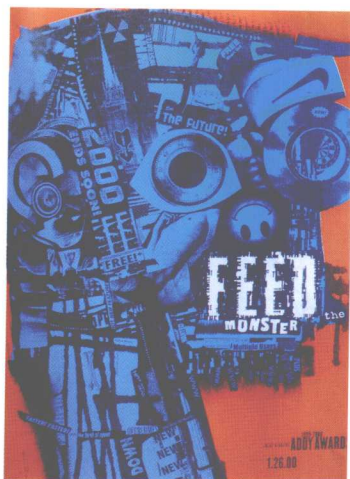


图1-4 商业广告“让鬼怪饱餐一顿！”。整幅画面有很强的视觉冲击力, 很好地表达了商品内涵。



图1-5 具有应用性的装饰插图, 它和应用物品密切结合, 丰富了所装饰物品的视觉形象及其内涵。

装饰插图，主要指在各种应用性生活物品，如各类服饰、包袋上运用的各种图像、图形。这类插图在艺术上具有一定的独立性，但其设计的风格样式还需和物品在市场上的定位一致，从根本上讲还是一种应用性设计(图 1-5)。

插图的风格样式极其丰富多样，可以粗略地概括为装饰性、写实性和漫画性三大类。和其他设计一样，插图也可以具有实验性、探索性。正如国内外有很多纯艺术性的招贴设计，在各种设计圈和设计院校内也涌现了很多纯艺术性的插图创作，但其主要还是为了探讨插图设计的艺术语言和表达空间，插图的本质还是应用性的(图 1-6 至图 1-7)。

三、商业插图和书籍插图

在我们传统的平面设计教学课程体系中，并没有商业插图这门课。有人将商业插图与书籍插图混为一谈，也有人把对插图的理解或多或少地和绘画联系在一起。但随着教学改革的深入和国外插图课程的引进，人们对商业插图以及这门课程的认知发生了很大的改变。现在大多数院校已经将商业插图课取代原来作为图像图形表现手段的图案课，对商业插图内涵的认识也越来

图1-6 中国学生的主题性插图作业。作者在设计时运用了各种电脑软件来表达对环境的关怀(作者:贺传荣)。

图1-7 中国学生的试验性插图作业。作者主要使用了矢量图形处理方法来表现各种图像,创造了特定的画面气氛,显示出个人独特的风格倾向(作者:萧允)。

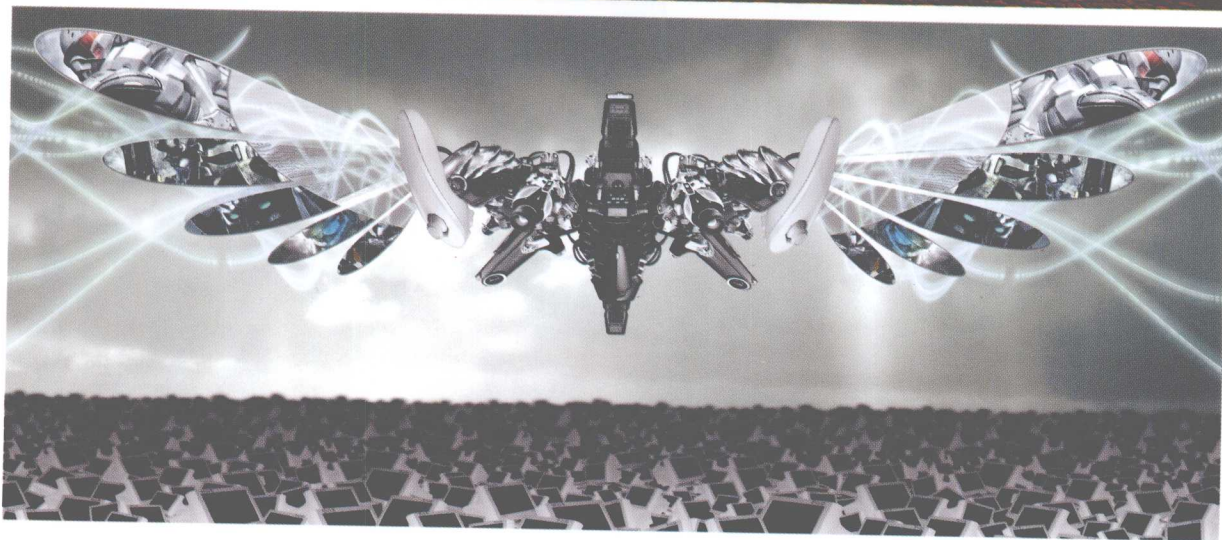




图1-8 日本企业系列形象设计。整个设计运用了具象和几何图形的结合,各种形象形成整体,这需要团队的共同合作,以表现出统一的设计概念和设计形象。

越宽泛和深入。

原来有一些插图设计课程教材常常把书籍插图和商业插图合在一起,这是不太正确的。因为商业插图设计和书籍插图在设计功能、设计目标、创作背景、创作方法和程序、设计风格特征和形式感等各个方面都有不同之处。从教学上看,商业插图设计和书籍插图也属于不同的设计学科分类,在大多数学校内,视觉传达设计和书籍设计分为不同的专业方向,它们在教学内容和课程体系方面也有本质区别。

1. 商业插图概念

在本教材中,商业插图指被应用于视觉传达设计领域的各种插图,它和其他插图形式有很大的区别。商业插图是一种靠图形来传达和表现内容的艺术形式,其在信息传递上有直接、简洁、目的性强等特点。商业插图设计是整个视觉传达设计中的一环,其设计目标是在整个设计概念的指导下,将所要表达的商业或文化信息有效而准确地表达出来,其设计程序要在整个设计团队的配合下,从调研、定位、设计到制作,分段进行,其功能就是将特定的概念通过一定的图像视觉化,并通过各种视觉传达要素的组合,艺术而准确地传达信息。在大多数情况下,商业插图的作者是匿名的(图1-8)。

在现代商业环境下,随着市场竞争的加剧,竞争者竭尽所能地来为自己的商品进行宣传,商业插图就成为有效而快捷的宣传手段。商家借助插画强烈而直观的画面感染力来传达相关商业和产品,使普通的商品获得鲜明的个性与特色,以此来吸引消费者的目光并打动其心理。

2. 书籍插图概念

从属性而言书籍插图是书籍设计的一部分。书籍插图的一个重要特征是要对其所依附的书籍文字进行艺术地再现和演绎,从某种意义上说,书籍插图只是用图像形式对所传播的书籍信息中的某些内容予以展示或进行图解,这在很大程度上决定了其创作方法和表现空间。书籍插图作为文字信息的补充和辅助说明手段,一方面受书籍内容的制约,另一方面在一定程度上也偏向于装饰、美化功能。

书籍插图主要分为以下几种功能或样式:首先是非常写实性的插图,如人体解剖结构、机械结构说明等,这种插图以科学、客观为首要特性,创作自由度大大地被限制了,艺术表现的空间非常有限(图1-9)。其次是各种叙事性的插图,如各种文学小说中的插画,在创作中作者要完全根据故事情节来设定角色、场面和风格,其构思有实有虚,要完全结合文字内容,这和商业插图的设计方法和要求全然不同(图1-10)。最后是各种装饰性的纹样图案,这依赖于书籍装饰方面的需求。在实际设计过程中,书籍插图的绘制常常可

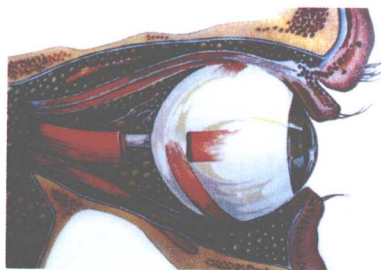


图1-9 医学书籍中人体眼睛的剖面图。绘制者必须具有一定的医学知识,所绘的对象必须正确而清晰,绝不需要主观夸张和想象。



图1-10 我国古代著名小说《西厢记》中的插图。作者陈洪绶(又名陈老莲)为明代著名画家和插图画家。插图十分细腻地表现了小说中的情节——崔莺莺阅读情人书信时的心态和正巧被红娘撞见的戏剧场景。

以由一位插图画家或书籍设计师独立进行。

在人类历史上，书籍插图和商业插图的发展是前后有别、互有影响的。在造纸术发明之后，人类印刷、复制文化的能力大大提高，在此基础上，插图艺术也获得了发展空间。最早的插图应该出现于书籍，特别是各种宗教书籍，如中国最早的印刷品——《金刚经》就是一例。工艺美术运动以后，书籍设计和插图依然是平面设计的创新主导，各种书籍插图对插图艺术的发展起到了很大的促进作用。然而，随着大工业和世界市场的兴起，广告和包装设计的空前繁荣，商业插图获得巨大发展，其风格样式和设计水平主导了插图艺术的发展，对书籍插图也有很大的影响。

商业插图和书籍插图作为现代设计领域里的一对姊妹花，既有运用图形形象来传递信息的共同点，但在设计的方法程序和创作的风格样式等方面又存在很多相异处，值得我们注意。

第二节 现代社会文化环境中的商业插图设计

商业插图是视觉传达设计的主要表现手段。作为一种图形的表达方式，以其直观、生动的形象性及真实的感染力被广泛运用于当下社会文化环境中的各个设计领域。

一、读图时代的视觉形象表达语汇

现在，我们已经进入到一个全新的以“读图”为重要特征的文化发展时期。在“读图时代”的文化语境下，人们习惯（也愿意）通过“读图”的方式进行信息的接收，所以插图的图形表达方式就很容易被人们接受（图 1-11）。并且，那些用文字难以表达的思想、信息，可以借助图形达到瞬时沟通的效果（图 1-12）。人们还可以在审美活动中获得信息，提高信息的传达效果。

在信息时代，如何使信息具有强大的渗透力、辐射力和视觉吸引力，是商业插图设计所追求的目标。商业插图以实现传达信息为目的，就要求所表达的创意要经过巧妙的构思与策划，用独特的艺术表现形式构建出成功的画面。在信息视觉化的过程中，插图设计者会采取种种手段增强视觉效果，突出主体形象，强化色彩刺激，从而使信息具有更多更强的视觉魅力，也使“图的解读”更加有效、快捷（图 1-13 至图 1-15）。

以传播信息为最终目的是信息时代对设计的基本要求，商业插图作为视觉传达设计的一种，也满足了这种要求。通过“阅读最省力原则”来吸引人们的注意力，并以快速、准确易读、易记、易理解的信息传达构成最有效率的视觉形式，同时，又能充分发挥视觉形象独特的表现优势及表达功能的自身价值。所以，在当下的文化背景下，插图设计已经成为信息传达的主要载体之一。在现代电子科技的高度发展趋势下，传播媒体呈现多样化，户内外广告、街头海报、计算机网页、产品包装及时尚产品等诸多媒体都成为商业插图的表演舞台。

在现代的视觉传达设计中，商业插图已成为占有主导地位的多样化的图形表达方式（图 1-16）。



图1-11 漫画书在全世界流行，在中国也逐步替代了传统连环画。漫画书是运用绘图像来表达各种故事的最佳媒体之一，也是“读图时代”的一种文化标志。



图1-12 台湾漫画家几米的作品，他的插图风格很受青少年的欢迎。几米运用插图图像表达了文字难以表达的人的幻梦和情感，创造了一种特有的视觉空间。



图1-13 运用各种漫画图像设计的广告。画面上的彩虹、蝴蝶和各种漫画人物色彩缤纷、动感四射，在传递商业信息的同时也给读者很多的美感享受。



图1-14 (左)日本学生的插图作品“Happy”。欢乐,通过微笑眼睛的四周散开而向画面外四射,给观众强烈的视觉冲击。

图1-15 (右)日本学生的插图作品“end”。同样是人的肖像,给人的感受非常恐怖。作者运用了细腻的笔触,细致地表达了令人毛骨悚然的各种细节。

二、现代商业插图的发展和分类

早期的商业插画主要运用于招贴画,其主要功能是对艺术活动进行宣传。随着社会商品经济的繁荣与发展,各种插图设计样式通过与商业活动的结合,衍生出多元化的发展趋向。科学技术和艺术的结合共同创造了丰富的视觉表现手段与形式,无穷的创意和前卫的设计理念给予设计新的启示和借鉴。插图设计如同其他设计一样,学习有利于信息传达的各种表现形式,以抽象、具象、摄影、绘画、漫画、拼贴、卡通等形式追求强烈的视觉效果。

根据商业插图的不同传播媒体,我们可以将商业插图大体分为印刷传播媒体、影视传播媒体和网络传播媒体三大类。

印刷传播媒体形式的插画主要分为期刊报纸插图、招贴广告插图、产品包装插图和企业形象宣传品插图。这一类形式的商业插图发行量大、传播面广、制作周期短,它可以涉及到人们生活的各个方面,也最为普遍(图1-17至图1-18)。

影视传播媒体形式的插图主要分布在电视与电影中,它与影视广告的区别就在于画面的相对稳定与静止。这类形式的插画传播速度快、信息量大、比较性强。影视插图也是进行宣传与推广的强有力的传播媒介(图1-19)。

网络传播形式的插图是随着电脑网络发展起来的新兴插图形式。它的主要载体就是电脑网络,形式独特、内容互动性强、表现的空间性大。作为新兴的插图形式,网络传播媒体的插图也有它的局限性,那就是受众程度的不平均,但是随着时代的发展,这种局限性会逐渐消失(图1-20)。

通过分析这三种形式,我们可以看出商业插图作为视觉传达中的一部分必然有它存在的空间,这个空间是由社会、商业和文化所给予的。它已经不再是从开始简单的针对特定信息进行局部传播的艺术形式,而是发展成为一种传播信息、扩散影响、服务社会,具有巨大时间空间容量的大众文化样式。

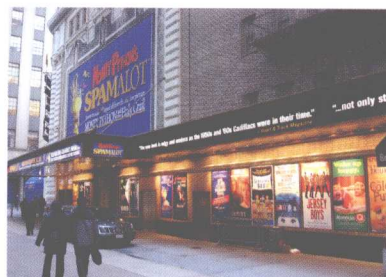


图1-16 美国纽约百老汇大街上的各种演出海报。每一海报上的插图或摄影形象充满了视觉魅力,吸引着观众的注意力。在当下的文化背景下,插图设计已经成为信息传达的主要载体之一。



图1-17 日本酒包装设计,运用了具有地方特色的传统装饰图案。包装是运用印刷媒体表现的视觉传达设计,和人们的生活密切相关。



图1-18 (左) 古巴革命宣传广告招贴。作者运用平面化的方法, 表现了各种革命英雄人物, 具有很强的感染力。广告招贴也是社会生活中最主要的印刷宣传媒体之一。
图1-19 (中) 影视作品广告上的各种漫画人物形象。在当下的文化环境中, 影视媒体中的插图形象常常和印刷媒体中的形象一致。
图1-20 (右) 网络作品中的各种插图形象。

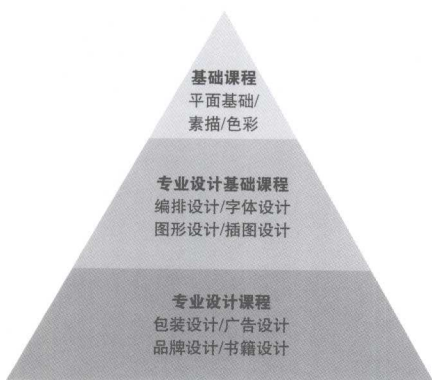


图1-1 高等设计院校专业课程体系

图1-21 (左) 美国学生的商业插图课程作业。运用点绘的方法, 夸张地表现了想象中的昆虫。

图1-22 (中) 美国学生的商业插图课程作业。运用线绘的方法, 表达了一个“椰树先生”的形象。

图1-23 (右) 美国学生的商业插图课程作业。运用喷绘的方法, 表达了一个想象中扭曲的椰树树干。

第三节 现代视觉传达设计课程体系中的商业插图设计

当下国内各个设计学院中, 商业插图课程已经成为视觉传达设计专业方向主要的设计基础课。它和字体设计、编排设计等课程一起构筑了专业设计基础课程模块。

一、高等设计院校专业课程体系

目前我国大多数高等设计院校的课程体系主要分为三大模块, 其构架可以用图1-1来表达。

二、商业插图设计课程的重要性及其内涵的变迁

在图1-1中, 商业插图、字体设计和编排设计构成的专业设计基础模块, 是素描、水粉等绘画性基础课程和专业设计课程(各类专业设计, 如包装设计、招贴设计等)之间的连接桥梁。专业基础课程的质量好坏直接决定了学生在专



业设计方面的能力。和国外设计院校的学生相比,中国的学生在绘画能力上常常十分出众,远超国外学生的水平,但在专业设计方面,国外的学生作品常常显得更有设计感、更有自己的个性,在设计的表达方面也更加成熟。究其原因,主要是国外的课程中有大量的插图、字体和编排课程。如插图课程就有好几个单元,包括了各种插图表现样式的学习与实践。所以,这就大大地提高了学生在设计方面的表现能力,使他们的专业设计有了扎实的基础。

其实,任何一件视觉传达设计作品都主要由三种设计要素组成:插图、字体及它们的组合编排。学好上述的三门课程,就像过去说的“学好数、理、化,走遍天下都不怕”一样,具有非常重要的意义。我们过去作为基础的素描、色彩一般不能直接用在包装设计和广告设计,图像必须转化为具有特定设计风格和样式的插图,才能融入到设计中去。经过设计的插图、字体等是视觉传达设计的基本表达语汇。

在20世纪80年代,中国的专业设计基础课程主要是由装饰性的图案设计和装饰画课程来构建的,这和当时对设计的认识是一致的——平面设计就是装潢设计,通过各种装饰纹样“美化”产品包装。但今天,以装饰纹样和装饰画为主要表现语汇的专业设计基础课程,已经不能适合多样化和多元化的设计发展现实状况,“视觉传达设计”作为一种通过图形和文字的设计来传达信息的艺术样式,需要更丰富、更全面、更合乎当下信息爆炸时代的视觉语汇。于是,以学习多样性的图形视觉风格表达技法为内容的商业插图课程,也就成为视觉传达设计专业方向课程改革的重要一环。同时,原来的装饰图案等相关内容也以新的内涵和样式融入到商业插图设计课程中。

从世界范围来看,商业插图设计在大多数国家的设计院校中也是一门重要的专业基础课。各国学生在本课程的学习中各自显示了对插图设计艺术的兴趣,以及在创造新的插图形式语言方面的才能。各国设计院校的插图设计课程里面也有很多值得我们学习、研究的东西。

从专业学习的角度上看,以商业插图设计为主的专业设计基础课程是视觉传达设计专业方向中最重要的课程模块,是需要同学花功夫认真学习的。

1. 美国设计院校商业插图课程作业(图1-21至图1-23)。
2. 台湾地区设计院校商业插图课程作业(图1-24至图1-26)。
3. 中国设计院校商业插图课程作业(图1-27至图1-31)。
4. 日本设计院校商业插图课程作业(图1-32至图1-36)。

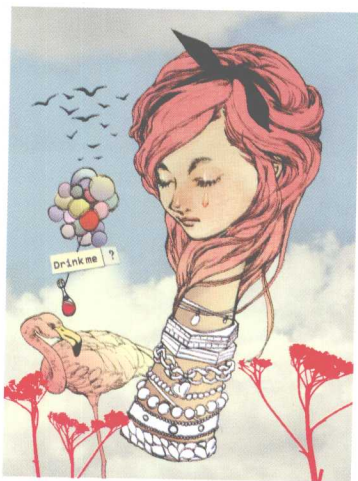


图1-24(左) 台湾地区学生的商业插图课程作业,全部运用电脑进行设计。各种位图摄影图像超现实地组合在一起,表达了只有在插图中才能存在的幻想空间。

图1-25(中) 台湾地区学生的商业插图课程作业,运用线条表达了主要的人物形象,风格与主流插图十分接近。

图1-26(右) 台湾地区学生的商业插图课程作业。以中秋节为主题,将各种矢量图形组合为一体。

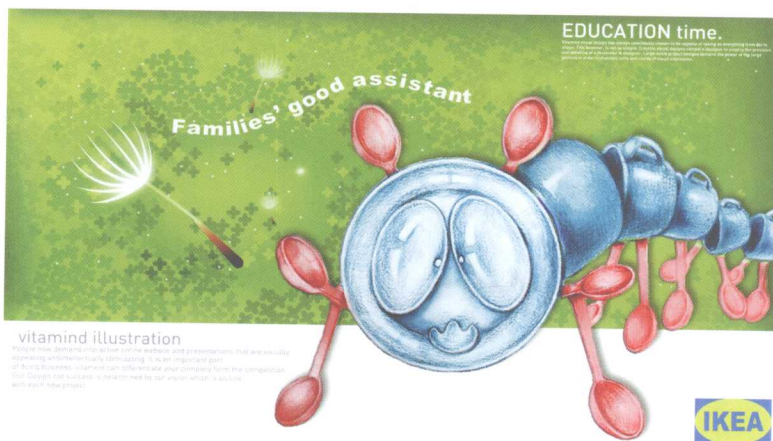


图1-30 插图的应用设计。作者将手绘的各种餐具组合在一起，并设计了与之相应的绿色背景和文字（作者：吴斐）。

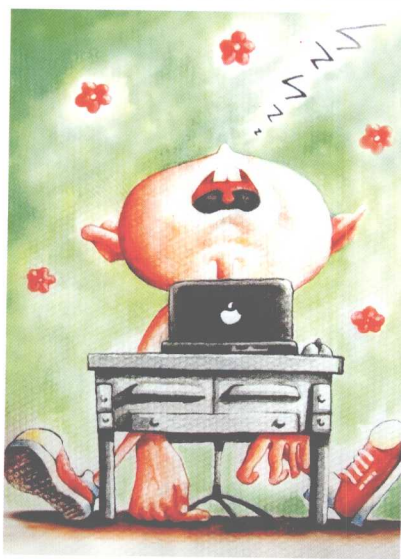


图1-31 中国学生的商业插图课程基础作业——“想象中的龙”。作者运用了水彩画的方法，通过多次反复渲染，细腻而有层次地绘制了各种昆虫形象（作者：杨晟晟）。



图1-27至图1-29（左上、左中、左下）中国学生的商业插图课程基础作业，以“自说自画”为题设计的三个漫画人物形象（作者：俞博洋）。