

当代艺术设计丛书 →

Dangdai

Yishu Sheji

Congshu

卡通产品设计

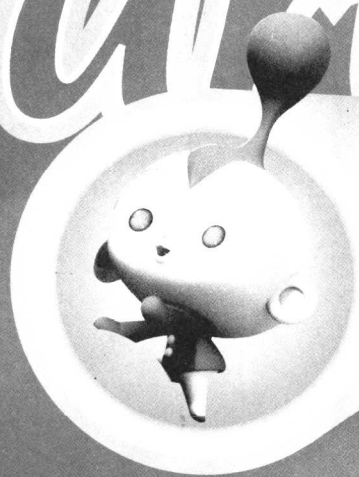
DESIGN OF CARTOON PRODUCTS

吕江 编著

东南大学出版社



Cartoon



吕江 编著 东南大学出版社

DESIGN OF 产品设计 CARTOON PRODUCTION

图书在版编目(CIP)数据

卡通产品设计/吕江编著.—南京:东南大学出版社,2005.3
ISBN 7-81089-676-8

I.卡… II.吕… III.动画—形象—造型设计 IV.J504

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 078540 号

卡通产品设计

著 者 吕 江
策划编辑 赵 忠
责任印制 张文礼

出版发行 东南大学出版社
(南京四牌楼 2 号 邮编 210096)

出 版 人 宋增民
经 销 江苏省新华书店
印 刷 江苏省通州市印刷总厂有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 15.5
字 数 386 千字
版 次 2005 年 3 月第 1 版
印 次 2005 年 3 月第 1 次印刷
印 数 1-3000

定 价 75.00 元

凡因印装质量问题,可直接向发行部调换。电话:025-83795801

序

邬烈炎

设计学家们指出,人们在社会发展与设计发展的进程中,不断地反思设计行为本身与过程的含义,不断地对划分设计类型及分类的标准或方法进行更改与修正。而实际上各种设计门类之间也未达成统一的“专业”语境,包括形成彼此之间的范畴认同,在这之间还夹杂着社会上的“行业”与学院中“专业”的分野与范式各异。于是,新的设计形态与专业门类总是不断地裂变、交叉、综合、重组。从后现代文化的观念而言,设计始终是一个发展中的、并不确定的概念,作为进行时态的设计的当代性,更是一个正在不断整合与演化的没有定性的过程。

当代艺术设计现象及形态、文化、语言十分活跃,呈现出一种开放、动态、变化迅速而动人心魄的景观。当代社会思潮、经济生活、文化交流、数字技术及相应的生产力、多学科交叉、流行时尚、生活模式的演化本身即是一个多义而模糊的形态;诸多决定艺术设计走向的信息与关键词令人惊讶与振奋,如高科技、信息时代、后工业社会、非物质化设计、媒体与传播、中国加入 WTO、全球化……在这种背景的不断发展和变化中,决定设计取向与走向的内部条件发生着复杂而迅速的变化,这股话语融汇后的语法不断催生着设计形态的裂变与演化,使许多新的设计类型应运而生,呈现出丰富的色彩。因此,在社会形态、经济生活、文化思想、艺术概念、生活模式、流行时尚的动态活动中,已有的设计样式与品种在转瞬即逝的景象中已明显不相适应,试图保持某种“经典”或“优良”的价值标准作为设计评价的参照系是不现实的。它改变的不仅是审美趣味,更包括了整个设计观念及设计走向的重大转折,而当代设计已不追求艺术的形而上学与永恒价值,也将形式从原来稳固的结构中释放出来。同时设计自身的系统、类型、功能、形态也呈现出多元化、边缘化、综合化的特征。

于是,新的问题是设计能否通过自身的裂变与不断转型,不断塑造本体,更新本体,充实发展其系谱。

“新设计”所面临的条件或要求是:

年轻人成为最广泛的消费阶层,他们的文化观念与消费偏好强烈地反映出个性化、多元化倾向,对品牌、时尚或偶像的追求甚至出现极端化色彩,对音乐、旅游、体育、休闲文化的酷爱催促设计不断翻新并保持前卫。

各种高新技术的发展与不断突破,不但使以往所强调的设计现实中结构的复杂性、功能的实用性不再成为设计的障碍,不再是判断设计价值与水准高低的标准,同时将在设计中显露与表达这些技术的视觉形态视为时尚的象征。

计算机技术被普遍作为设计辅助手段,使设计物外观形态更新,使设计速度更快、设计样式更多,使设计效果更为丰富;几乎同时以计算机技术支持的信息革命更是直接导致了动画、网页、游戏及其它多媒体、新媒体艺术的产生。

西方当代艺术的新思潮与众多流派,日本与韩国等国家及香港与台湾地区的商业文化热点,向社会文化的诸多方面渗透,时尚、服饰、卡通、语言、音乐、室内设计、形象设计、旅游品与礼品设计、多媒体、网络文化及明星效应等文化现象,影响着人们最一般的审美旨趣,奇异的观念表达与设计创意的新颖性互动共鸣。

当代材料科学的迅速发展为设计创新提供了品类繁多的高分子材料、新型金属材料、新型无机非金属材料、复合材料、光电子材料及纳米材料等,在质量、强度、色彩、肌理及质感、触感、可塑性等方面都远远胜过传统的天然材料,几乎使设计形态与风格达到了随心所欲的境地,同时它们又具有时代感与新的视觉张力。

城市建设发展迅速,小区、绿化、住宅、公共设施及交通设施的大量涌现对复杂的系统设计、形象设计及夜景、亮化、广告、色彩设计提出了极高的要求。大型国际性会议、运动会及博览会的相继举办及中标,使视觉形象设计、公共艺术设计、建筑与景观设计、交通设计及配套设计的要求与指标和国际水准靠拢,包括设计程序及设计管理也与国际规范接轨。

人们可以发现,当代艺术设计现象更为明显地显现出多学科的互融性与交叉性,并使设计从实用性的、解决问题式的活动上升为更为广泛而深刻的文化活动,因而在观念层面更为开放与实验化,形态样式层面更为边缘化

与综合化,形式风格更为多元化与时尚化,正如后现代主义设计的主要理念与基本范式即是出于哲学、语言、文化等社会科学与人文科学的方法与成果的作用。同时建筑艺术语言的变化更是直接对设计形式的生成产生了直接的作用。又如法国思想界的结构主义与后结构主义概念,语言学中的符号及语义学概念都被纳入设计意义的思辨中。而更为广泛的自然科学、环境学、未来学、信息学的理论思想与学术实验,导致了绿色设计、人性化设计、未来设计的出现。当现代设计、传统样式、环境、时尚、数码媒体、公共生活、交互性、非物质化、绿色理念、前卫性、高科技、新材料……所有的这一切异常活跃的因子被重构后,当全部奢华的信息与种种机遇及人的生活行为、社会环境发展的需求,被新的秩序编织后,于是,新理念、新类型、新形态、新风格的艺术设计就不断出场。

我们不妨列举若干种新的设计类型,它们无疑是“当代艺术设计”丛书应着重介绍的。

卡通产品设计,它以卡通造型设计为原点,将其展延为庞大的系谱,包括卡通读物、卡通图形、吉祥物、卡通玩具、卡通产品、卡通儿童系列用品、卡通服饰等方面的设计,它的宽泛性、多样性、实用性从另一个方面丰富了动漫艺术,这种不动的动画与动画结构成互补关系。

现代手工艺,是传统手工艺的现代形态。在以现代主义为主导线索的设计发展进程中,手工艺非但没有消失,而是以自身的发展使其本体形式获得了现代形态的演化,它曾经是包豪斯设计教育的重要课程,并经过“工作室”运动的培育,经过后现代主义的洗礼,终于形成了自己的创作理念与形态法则,现代玻璃艺术、陶艺、漆艺、纸艺、纤维艺术、首饰艺术、金属艺术、木艺等都获得了自己的表现图式与语言。

公共艺术,是一个看似传统但实为全新的设计品类,它是以人——社会公众为价值核心,以城市公共环境和公共设施为对象,以综合的媒介形式为载体的艺术形态。公共艺术,作为一种公共领域中的与公众社会互动的艺术及文化阐释,以其开放性、公共参与性及趣味性与传统形式的纪念性、宗教性与崇高感形成了强烈的对比。同时,它又体现城市学、规划学、园林学、公共关系学、建筑学、雕塑学及当代艺术等多学科知识的复合结构,而在这一艺术形式的起步阶段,对其角色、历史观、城市职责、文化精神的实现及人文与生态的和谐等方面的梳理,可以为其创作实践提供指导。

实验性设计,是与实用性、商业性、功能性及批量化的设计相对而言,其特征是探索性、超前性、先锋性、虚拟性、游戏性。具体而言,它又有多个分支。如概念性设计,是着重于领先潮流的设计理念与形态的实验性设计,竭力体现高科技、新材料、新造型、新风格;如未来设计,既是对未来生活方式的理想设计,也是对人、对设计自身的设计;如前卫性设计,是以某种激进思潮作为理念的具有先锋行为或反设计的设计;学院派设计,往往是以新理念及从形式趣味入手的设计,或以设计方法的变革引领潮流制作。所有这些方面构成了设计实验的价值与意义。

新媒体艺术,以基于信息、科技与艺术的语言之上的交互性为最大特点。强调观念性、当代性、艺术性、思想性,又以互动与参与去完成设计。它以信息技术为依托,以文字、声音、图像、活动影响乃至表演等多种媒体为载体,是具有实时性、交互性、体验性的艺术,其作品本质呈现出一种非物质形态的数据与信息文化的艺术形态,是科学与艺术、理性与感性、现实与虚拟、大批量与个性化之间的融合。

视觉传达设计,虽然人们对于这一学科并不陌生,但其专业的基本理论和基本内容并未被深入研究而得到明确。视觉传达设计的基础是对于视觉生理、心理及思维方式的描述,尤其是对格式塔心理学——视觉思维理性的介绍;在此基础上研究“看”的方法,包括现象直观、视觉图示、经验分析等不同维度,包括原始、古典、现代、后现代等历史范式,包括借助于工具的镜像研究等;同时研究视觉语言表达方式、图示体系、媒介类型等问题;进一步从哲学、文化、符号等角度研究视觉的文化问题,最终形成对视觉传达的关系、方式方法及秩序的把握等。

这些著述从艺术设计本体的发展而言,从设计学科的建设而言,本身也具有填补空白的意义,具有探索性的价值。

前言

当卡通产品以缤纷多彩的面貌呈现在我们的生活中,当卡通文化成为一种最强劲的大众娱乐展现在我们的面前,当卡通产业以不断翻新的天文数字显示其巨大的利润时,作为立志投身这个富有朝气、充满趣味、拥有广阔前景的产业的设计者,应该以怎样的学习方法和工作态度投入其中呢?

卡通产品品种繁多、种类庞杂,其产品的研发和艺术风格具有悠久的历史和丰富的样式,而卡通产品设计的研发生产特别是教学方面在我国还比较薄弱,某些方面甚至是空白。长期以来,对卡通产品的认识比较单一、片面,设计教学方面比较滞后,缺乏全面、科学、严谨、规范的系统教学引导;卡通产品设计者的理论水平普遍低下,技术单一,缺乏规范的、由浅入深的学习指导和实践过程。随着现代设计教育的发展及其日趋成熟完善,卡通产品设计界呈现出可喜的新面貌,越来越多的规范化的、具有现代设计教育精神的理念和系统逐渐成熟。本书也是在这样的背景下,通过长期的探索和实践总结完成的。

《卡通产品设计》究竟是一本怎样的书?

首先,本书是目前国内有关卡通产品设计教学中内容较为完整的书籍之一,它不仅将卡通出版、动画影视、玩具游戏、网络卡通等各种形式的产品逐一收录列举,还包括卡通艺术的理论研究和教学课程等诸方面的内容。读完本书,对于卡通产品及卡通艺术的方方面面都会有较为全面和系统的了解,这是卡通产品设计从业人员所必须掌握的基本知识。

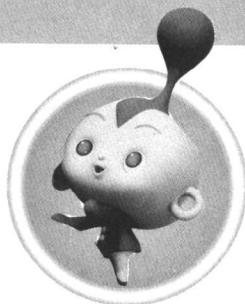
其次,本书对各类产品的设计研发,从产品的类型、特色、发展状况到具体的实例、课程、学习方法、技术难点都作了详细的评述,从先务实而后实践的角度出发,条目清晰,同市场上大多数技术性较强或较为单一的卡通设计参考书籍相比较,具有极高的权威性和实用价值。

最后,本书针对的读者为专业院校从事卡通产品设计或与其相关产业的科班学生或专业从事卡通动漫、游戏玩具等产业的工作人士。本书从国际化的视角出发,结合国情,以全面培养素质为根本,避免了市场上大多数卡通类教学书籍花哨简单、偏重技法、忽视创作性、面孔陈旧单一的误区,是一本真正全面、规范、严肃、科学和对广大卡通设计人员及卡通设计爱好者负责的教学宝典。本书的范例为目前国际上最新最时尚的卡通设计产品,具有鲜明的时代精神和创新意识。书中观点新颖、系统、完善、全面,使本书成为行业内不可多得的极具实用价值的参考资料,并且将在相当长的一段时间内保持其特色。

在本书的撰写过程中,感谢邬烈炎老师、赵忠老师以及其他对撰著工作给予大力支持和帮助的诸位师长和朋友。



二零零四年春于南京艺术学院



第一章 卡通产品概要

第一节	现代卡通产品是伴随着现代卡通艺术发展而产生并发展的	003
第二节	卡通产品的社会地位	010
第三节	卡通产品发展的三个阶段	014



第二章 卡通产品设计要素

第一节	卡通造型的主要特点	019
第二节	动画产品与漫画产品的异同点	029



第三章 卡通产品设计教学

第一节	卡通动画及数字媒体发展的门类	039
第二节	国内卡通教学课程的基本要求	044
第三节	高校主要卡通产品设计专业教学纲要	048



第四章 卡通出版物的设计

第一节	美国卡通漫画的发展概况	077
第二节	美国的英雄主义漫画	080
第三节	日本漫画的流行因素及美少女漫画	085
第四节	欧洲漫画的特点	091
第五节	东方的武侠漫画	096
第六节	成人漫画和非主流漫画	098
第七节	文人漫画和绘本的兴起	105
第八节	漫画创作者的素质要求	109
第九节	漫画创作的主要类型	113
第十节	纸基卡通出版物的主要种类及未来的发展趋势	122



第五章 卡通影视产品设计

第一节	卡通动画的概念、起源和发展	129
第二节	卡通影视产品是科学与艺术的统一的产物	136
第三节	日本卡通影视产业的发展历程	138
第四节	日本动画产业的代表人物及其特色	141
第五节	美国卡通影视产业的发展历程	151
第六节	美国现代主流卡通影视产业的特点	157
第七节	欧洲的现代卡通影视产业	162
第八节	加拿大的卡通影视艺术	166
第九节	前苏联的动画艺术	168
第十节	中国的现代动画艺术	172
第十一节	非主流卡通影视文化的特点	180
第十二节	动画的主要材料类型及特色	183
第十三节	电脑动画技术的发展和分类	190
第十四节	动画创作的前期步骤	195
第十五节	动画的原画和运动规律	204



第六章 卡通玩具设计

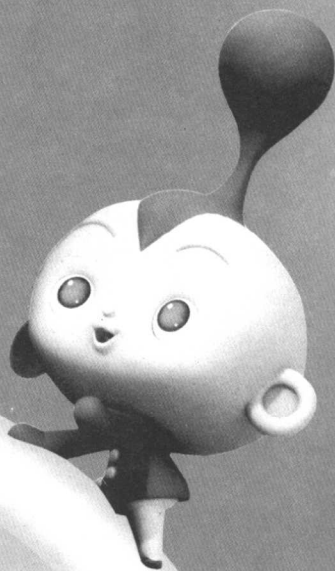
第一节	现代主流模型玩具的种类	211
第二节	另类的卡通玩具	221
第三节	卡通玩具的设计研发一般流程	224



第七章 其他形式的卡通产品设计

第一节	卡通吉祥物设计	229
第二节	网络卡通产品设计	233
第三节	其他各类产品中附属的卡通设计	239

参考书目	242
------	-----



第一章 卡通产品概要

第一节 现代卡通产品是伴随着现代卡通艺术发展而产生并发展的

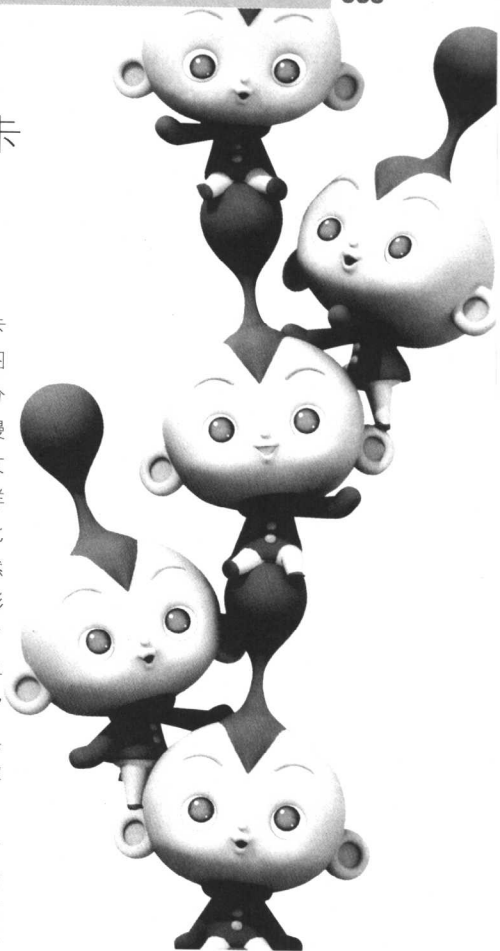
第二节 卡通产品的社会地位

第三节 卡通产品发展的三个阶段

第一节 现代卡通产品是伴随着现代卡通艺术发展而产生并发展的

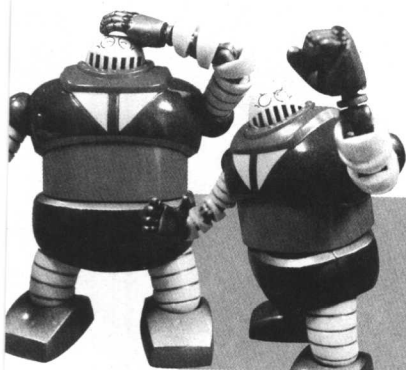
卡通产品的概念是在现代卡通艺术形式确立之后提出的。在此之前,卡通早就有漫画、插画、动画片等表现形式。早期的漫画和具有漫画样式的插图被划分在美术的范畴内,而动画片却被看做电影的一支。直到今天,这种划分的方式依然存在。从18世纪中期“讽刺画”的诞生开始,一直到20世纪初“漫画”一词的形成,以绘画为主要表现形式的卡通作品长期以一种小型大众文化的面貌呈现出来,甚至是与“艺术”不沾边的。由于当时“卡通”这种文化样式没有被正式确立,漫画并不是一种产业,而是作为其他产品的一种补充,比如讽刺插图或人物肖像。这种方式持续了相当长的一段时间,古今中外皆然(1-1-1)。这一时期,它们更多地反映出精神性、文化性的东西,随着规模、影响力、技术及样式的发展,慢慢显现出巨大的商业价值,漫画或讽刺画成就了一种独立的创作样式。动画的诞生几乎与电影同时,其原理和技术运用在早期是非常类似的。“卡通”一词最早是在20年代欧洲确立的,而真正将“卡通”的文化概念发展的是日本和美国。“卡通”将动画、漫画及随后发展出的玩具等产品用一种总体的、形式感的标准来定义,虽然日本和美国对“卡通”的解释不完全相同,但其产品形态完全一致(1-1-2)。

卡通产品是伴随着现代卡通艺术发展而产生并发展的。“卡通”是作为一种独立的概念产生并发展起来的。现代卡通艺术包含了两层含义:第一是指卡通中包含了现代美学、社会学、设计学等诸多较新、较完整的学科因素;第二是指现代卡通区别于其他艺术形式成为一种独立的门类。有了现代卡通艺



1-1-1

1-1-2



1-1-5

术,就有了现代卡通产品。事实上,卡通形式的产品存在很久了,但产业化的确立正是由于导入了现代设计概念以及现代产业化创作、生产、流通、营销的概念,才使其完整。这其中包括了三个要素:首先是指现代卡通产品是基于现代卡通的概念而形成的;其次是指现代卡通产品是基于现代产业化发展而形成的;再次是指现代卡通产品是基于现代科学技术发展而形成的。卡通产品是一项适合潮流发展的产业,相对于其他产业而言,它既包含一个极大的范畴,又包括极多的细节划分,是具体的、集中的、多样的产业。

现代卡通产品是伴随着现代卡通艺术发展而产生并发展的,如果从产业化的观点出发,这其中主要包含了三个要素:第一是指现代卡通产品的设计研发是伴随着艺术观念、时尚潮流的发展变化而发展进步的;第二是指现代卡通产品的设计研发是依靠科技水平的发展而发展的(1-1-3);第三是指现代卡通产品的设计研发是在现代产业管理制度市场规范的原则和全球化产业规范的制约下发展的。

卡通产品设计是艺术与技术的统一。卡通产品设计师不同于单纯的艺术家,卡通产品设计也不同于传统“艺术”设计的各个门类。卡通产品设计要求新颖、时尚及高技术条件下的美感,对于技术应用的要求非常高。在目前所有与艺术设计有直接关系的产业中,卡通产品设计特别是动画电影、电脑特技、电子游戏、高科技娱乐机器人等等(1-1-4),都大量运用尖端技术,其新技术开发应用的周期很短,普及性强,离早期“手工化”的设计制作方式越来越远,甚至在各种“复古”、“怀旧”等包装下的卡通产品设计中,仍然大规模地使用高科技力量(1-1-5)。

作为一项产业,卡通产品设计必须严格遵守市场规范和商业法则。在全球一体化的大趋势下,卡通产品设计开始走向两种极端。一是向高度密集化、产业化的工业设计研发方向发展,讲究效率和风格的类型化,产业模式和行业规范日趋统一,比较具有共性,以最大的大众认可为首要出发点(1-1-6)。二是个体化的、独立制作研发的、充满个性的小型化卡通产品设计,非常具有个性特点(1-1-7)。这两种风格共同丰富和繁荣了卡通产品的样式和种类。

卡通产品的样式和种类极其丰富,主要分为以下几大种类:

1-1-3



1-1-4



1-1-6



1-1-7



第一类产品是卡通出版物。这类卡通产品主要以纸制印刷品为主(1-1-8),其中又以漫画为主要类型(1-1-9)。漫画是卡通产品中最直观、最普遍的种类,是平面载体卡通产品的最主要类型。现代卡通出版物设计已有近二百年的历史,其中的类型不计其数,按照现今主要的分类,主要分为独幅漫画和连环漫画两大类,又可以细分为单幅漫画、四格漫画、连环画、插画、绘本等(1-1-10);按内容分又可分为讽刺漫画、系列四格漫画、肖像漫画、英雄主义漫画、少女(少年)漫画、武侠漫画、科幻漫画、政治漫画、文人漫画、绘本小说等等。

第二类是卡通影视产品。如果说卡通出版物是“空间”的艺术,那么卡通影视产品就是“时间”的艺术。它包括各种类型的动画或视频产品(1-1-11)。动画也是一门历史悠久的艺术,在百年的发展历程中,动画一直伴随着影

1-1-8



1-1-9



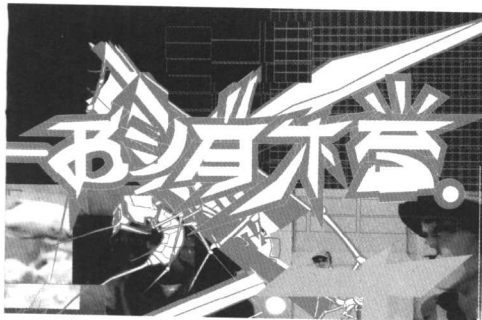
1-1-10



视文化和技术共同发展并已融为一体。卡通影视产品是各种艺术设计中技术发展最快、类型最多样化的。动画的娱乐性、艺术性、技术性的多重价值是人类文明的表现之一,动画是卡通产品设计中标志性很强的类型。一个世纪以来,对人类的审美和生产生活都具有重大影响的卡通影视产品,从两个主要方面出发,既是作为人们交流的媒体,又作为欲望和人类意识扩张的先锋形态,在当代文化史上占有重要的地位。动画对人们的心理、意识形态和生产方式都造成了巨大的冲击(1-1-12)。随着电子技术的飞速发展,动画的力量在急速膨胀和扩张,而作为一项产业,卡通影视产品更是成为某种支柱性的经济命脉(1-1-13)。动画可以最大限度地实现想象和改变现实,它是至今为止人类活动中最具想象力的创造之一。对卡通影视产品的关注,就是对整个卡通产品设计的关注,从而折射出人类文化发展的一面。

第三类是卡通玩具产品。漫画、动画和玩具都属于比较传统的卡通产品设计,卡通玩具是伴随着每个人的童年和少年成长的不可或缺的一部分。卡通玩具的设计研发主要依靠工艺材料的革新和进步,卡通玩具比较容易烙上时代的印记(1-1-14),它曾是我们最早接触到的深具玩赏性的“物件”。现代卡通玩具设计发展出静态、动态、拼装、游戏互动,甚至具有智能化的各种形态(1-1-15),赋予人们欢乐和美好的想象。卡通玩具设计是卡通文化

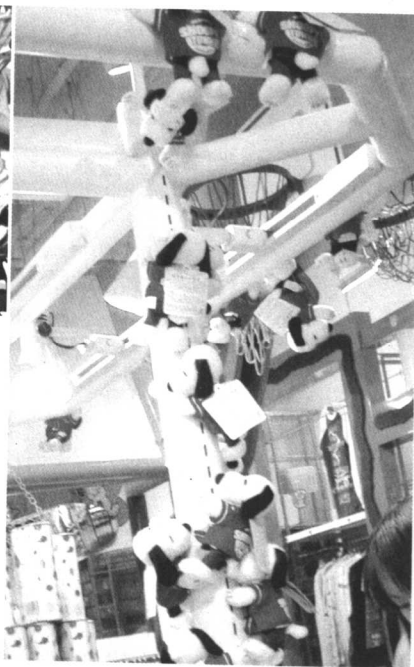
1-1-11



1-1-12



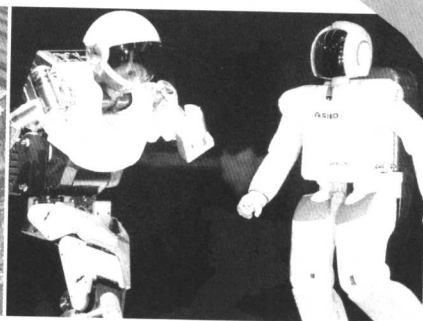
1-1-13



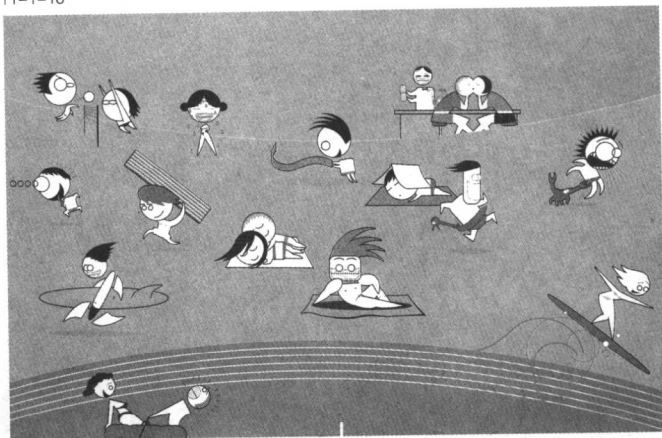
1-1-14



1-1-15



1-1-16

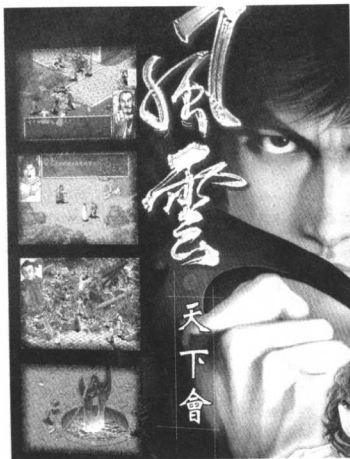


必然的物化走向,也是卡通产品设计中极为重要的一项内容。

除了传统的卡通产品设计外,近二十年来,各种网络化的卡通产品(1-1-16)如游戏电玩中的卡通设计(1-1-17),以及其他各类产品中附属的卡通设计(1-1-18)等,都属于比较新潮的事物。这些卡通产品,或采用传统的样式和风格,或引入全新的概念和技术,制造了富有卡通精神的万千奇幻事物。在这些产品中,大量引入了“游戏”、“互动”、“虚拟”的新概念,使卡通艺术变得更加迷人(1-1-19)。现代卡通产品设计已经不仅仅包括产品本身的实体设计,还包含大量与卡通文化相关的概念和观念。其他各类产品中也或多或少引入了卡通元素(1-1-20),甚至在现代艺术、社会文化等方面,卡通也占有一席之地。

除以上所述,卡通产品还包括卡通音乐、动漫真人秀(1-1-21)等诸

1-1-17



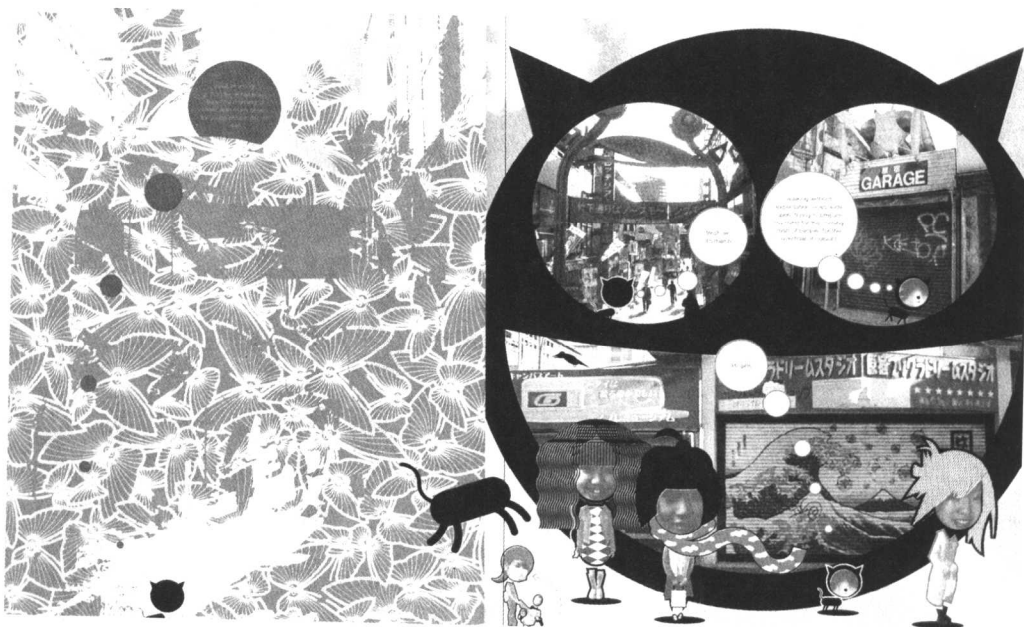
1-1-18



1-1-19



1-1-20



多种类。卡通产品为人类带来了欢乐和想象,它的形成和发展体现了人类意识文化的必然发展。卡通产品已经成为人类物质生活和精神生活的重要组成部分。与其说卡通是一种形象,不如说是一种寄托,这种寄托绝不仅限于“儿童”或“童年”。卡通永恒的美丽、亲和、善意、丰富的面貌给予人们幸福的感受。卡通产品设计是现代设计中重要的一部分,是集合了最广泛元素,具有最广大认知,拥有最丰富形式和种类的艺术和技术的结合体。

1-1-21

