

当代插图的情感化设计

王晓庆 著

当人们看到插图时，

会因为其视觉元素刺激

是否符合自己生理、心理需求

而产生主观态度与体验，

这就是插图情感。

正确把握人对插图的情感反应，是插图情感设计的关键。

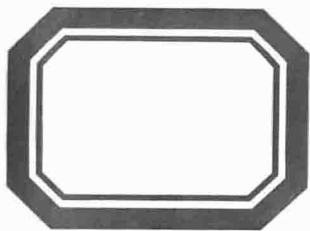


□ 高等院校艺术学文丛

河南美术出版社

当代插图的情感化设计

王晓庆 著



视觉艺术学文丛



河南美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

当代插图的情感化设计 / 王晓庆著. — 郑州: 河南美术出版社, 2013.11

(高等院校艺术学文丛)

ISBN 978-7-5401-2713-8

I. ①当… II. ①王… III. ①插图—设计—高等学校—教材 IV. ①J218.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第255709号

高等院校艺术学文丛

当代插图的情感化设计

王晓庆 著

责任编辑: 陈 宁

责任校对: 李 敖 张志生

装帧设计: 陈 宁

出版发行: 河南美术出版社

地 址: 郑州市经五路66号

邮政编码: 450002

电 话: (0371) 65727637

设计制作: 河南金鼎美术设计制作有限公司

印 刷: 河南省瑞光印务股份有限公司

开 本: 787毫米×1092毫米 16开

印 张: 12

字 数: 200千字

版 次: 2013年11月第1版

印 次: 2013年11月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5401-2713-8

定 价: 38.00元

序言

当代插图与现代人的生活结合越来越紧密，它已经成为了人们诠释生活的重要情感语言。在这种背景下，很多优秀的插图艺术家在实践探索中，进行了很多有关情感表达的有益尝试，其中涌现的不少成功的作品，也深深打动了许许多多观众的心，但将其实践与理论结合作为专题进行系统的研究还比较少；另一方面，随着数字化技术的进步，重技术轻情感，过分追求效益的思想致使一些插图在创作中出现了重复制造、滥用模仿的情况，这在一定程度上降低了插图的艺术价值；再纵观国际之间插图的发展也并不平衡，诸如日本、美国等插画强国的设计风格对其他各国影响很大，形成了国际化统一设计模式，各国都在寻找创新之路。

为了顺应当代插图情感表达的发展趋势，促进插图健康的创新与发展，我们所面临的是，怎样将打动人心的插图设计从单纯感性的创作中拉出来，辅以清晰的理性设计思路，使插画师在丰富情感的迸发下，能够通过有效的手段将其充分的表达出来，以此击中人们的心弦，而非空有一份热情却无法传递。本书撰写之初，深受时下流行的情感化设计理论的启发，诺曼博士在有关我们日常生活中设计的情感化体验应用的阐述将我带入了设计心理学的研究领域。而后我将相关理论引进了插图设计中，尝试系统的研究插图创造中的情感表达本质和创作原理，即插图情感的来源与创作所要遵循的原则依据。沿着这条思路，结合插图自身传播特点，将插图的情感设计分为了外在吸引层与内在解读层。这种以满足人们不同层次的情感需求，贴合插图表达的结构分层，有助于情感语言的定向分析和具体的实践应用。

插图的外在层的情感设计语言研究，主要针对的是插图给人最初的整体印象吸引力的大小，研究发现这与人们的本能层情感联系紧密，而具体到设计语言的表达则体现在人们对插图色调产生的不同强度的心理感受上。本书中从高刺激体验设计、温和刺激体验设计、低刺激体验设计展开论述来探讨插图外在层的情感表达的方式。插图的内在解读层与人们的反思阶段联系紧密，只有人们阅读出插图背后的

含义或隐寓时，情感的琴弦才会被拨动。而通常表现插图含义的设计语言无非是色彩、构图、形态等视觉元素，如何与情感表达相契合，而且情感的范围又是那么宽泛，非常不好界定。所以我换了种思路，既然插图是一种有的放矢的设计形式，那一定是要满足当下人们的情感需求而诞生的，所以了解当代人的情感特征才是关键所在。从满足人们不同情感需求的角度出发，将插图目标定位为幽默讽刺、怀旧与幻想三大类设计形式，以此展开论述，详细探讨插图内在层具体的情感表达语言才是最实际的。当然，随着人们的情感特征的变化，这其中的研究仍有继续深入或前进的可能，但事物的发展总有承前启后的规律，插图的情感设计表达也不例外。

本书在后面还针对现代新载体媒介下的插图的表现形式与大众审美关系的分析，提出了插图创新原则。这也源于我亲身经历了从一个架上艺术的时代快速的跨入无纸信息时代的过程，人们那种一开始对技术的盲目崇拜到后来如厌食症般的对技术的唾弃，以及后来对传统的怀念和回归，这些无不让我们这代设计人不断的反思，如何将人文情感的关怀很好地结合新载体媒介技术丰富的表现优势，从而使技术不再是艺术的毒药，而是真正成为推动艺术的利器，而当代插图在探索创新的发展道路亦是如此。

总体来说，本书力求从情感设计理论与插图的实践相结合的角度，总结出插图情感创作的原理与依据，科学的构建出符合插图特点、对插图情感具体表达实践具有指导意义的设计框架；并且在此框架下，详细探讨了情感语言的实践应用，为插图情感设计与创新表达提供了一些建设性的思路。

目 录

序言

第1章 导论	1
1.1 研究背景	1
1.2 国内外研究现状	2
1.3 研究的目的与意义	6
1.4 主要研究内容	7
第2章 当代插图发展特征	8
2.1 当代插图概念界定	8
2.1.1 插图概念	8
2.1.2 插图情感概念	15
2.2 当代插图特点	17
2.2.1 依附性	17
2.2.2 商业性	21
2.3 插图风格的发展简析	24
2.3.1 不同时期插图风格特征	24
2.3.2 插图风格特征演变的情感化原因	39
2.4 小结	42
第3章 插图设计中的情感因素分析	43
3.1 插图情感构建	43
3.1.1 插图情感作用	43
3.1.2 人的认知与情感的产生	44
3.1.3 互动的视觉效应构建过程	48
3.2 插图情感设计特点	52
3.2.1 诺曼的情感化设计理论	52

3.2.2 插图情感设计的分层	57
3.3 小结	58
第4章 插图设计的情感表达	59
4.1 插图外在的情感语言设计	59
4.1.1 外在情感语言设计的关键因素分析	59
4.1.2 色调的构成原理	60
4.1.3 插图色调的情感设计方法	61
4.2 插图内在的情感语言设计	71
4.2.1 幽默的情感语言设计	72
4.2.2 怀旧的情感语言设计	78
4.2.3 幻想的情感语言设计	83
4.3 小结	90
第5章 新媒体下的插图情感设计	91
5.1 插图载体媒介的扩展与大众审美需求变化的关系	91
5.1.1 现代大众审美的变化	91
5.1.2 插图被广泛应用于新载体媒介	92
5.2 新媒体插图情感的表现形态的发展	98
5.2.1 新媒体媒介插图情感表现的新形态	98
5.2.2 新的插图情感表现形态对受众审美取向的影响	102
5.3 新载体媒介下插图形式创新的启示	104
5.3.1 新载体媒介下插图形式创新的优势	104
5.3.2 新载体媒介下插图设计的局限性	107
5.3.3 插图情感创新设计的不变原则	108
5.4 小结	108
第6章 插图情感化设计实践案例	109
参考文献	182
后记	184

第1章 导论

1.1 研究背景

当代插图作为一种特殊的视觉语言，已经不是传统意义上比较单一的为文作画的概念了，它在题材、内容等方面得到不断的丰富，被广泛应用于现代设计的各个领域，如广告、环境、包装、动画、影视、游戏等设计。它涉及到文化活动、社会公共事业、商业活动、影视文化等各个方面，成为了人们喜闻乐见的视觉传达形式，呈现出蓬勃繁荣的面貌。一方面物质的极大丰富，使人们对满足精神欲求的文化生活要求在不断提高，生活的质量与品位受到了广泛的关注与重视，然而生活节奏的加快，人们不再有耐心将注意力长时间集中在一点，那么既要省时省力又要有美的享受，在传达信息方面，我们发现成功的插图往往能够以直观的形象语言，融合情感表达的方式快速而生动满足这方面的需求，这点也使当代插图深受人们的喜爱。另一方面，印刷技术的进步与数字技术的出现，改变着人们的生活方式和审美情趣，人们对事物的关注不再是单一化了，对情感的需求范围扩大，延伸到了生活的各个方面，例如生活消费品、空间环境、虚拟世界等。人们情感的需求的多元化，注重个性、肯定自我价值等情感的变化为插图的多元化的情感设计提出了新的要求。这些新的要求在与各种媒体的特点结合之后，使当代插图发展出多样的风格形式，如科幻电影插图、CG 游戏插图、户外室内壁画插图、工业产品插图，等等，造就了其灵巧多变、充满想象力的独特造型，在视觉领域里满足了人们多维的情感需求。就像威廉·瑞恩等人在他们的《美国视觉传达》论著中所提到的：“当代插图是一种极有效的、令人感动的传播媒体，它可以创造出你所能想象到的任何事物。它具有难以置信的灵活性，它能够用明亮的色彩反映自然的情感，也能通过优雅的版面线条跟我们‘窃窃私语’。”当代插图带着丰富的情感力量走入人们生活的各个领域，发挥着重要的作用，它的发展也随着整个时代审美的要求变化而改变着。

然而随着经济的发展,市场对插图的需求量与日俱增,过度的注重经济效益导致插图师功利化的创作心态,程式化的插图设计比比皆是。一味追求视觉上无意义的刺激和对成功插图表面风格形式的模仿,无法深入到人们内心情感世界,重复无趣的插图制造,导致了人们对图像世界的视觉疲劳,使其容易采取视若无睹的态度,缺乏新意与不恰当的情感表达,还会引起受众心理上不自觉的排斥与抵触情绪,人们关闭了接纳信息的通道,许多插图信息传达的效果日益减弱,影响了其功能的实现。另外,传递信息效率低下的插图从整体上贬低了当代插图的价值,导致很多插图师靠微薄的设计费无法生存下去,也使整个插图市场的秩序紊乱,不利于当代插图的发展。

当代插图在国际上的发展水平很不平衡,日本与美国的当代插图已经发展的相当成熟,尤其是日本的漫画产业与美国商业插图一直主导着国际插图市场的审美趋向,对其他国家的插图创作影响很大,形成了插图的国际化统一设计模式,这对当代插图的交流创新很不利。虽然很多国家包括中国在内都在努力摆脱美日风格的束缚,寻找具有本民族特点的视觉语言,但是空有民族的外衣,却不能真正深入挖掘受众情感需求,在插图情感表达上的进展缓慢,成功作品不多,在国际上具有影响力的插图艺术家也很少。通过对日美等插图生产大国调查发现,其成功插图虽然风格各不相同,但情感的流露和震撼力是共通的,站在视觉艺术心理学的角度研究插图的表达,能够对当前插图创新发展及信息有效的传达提供有利的实现途径。

1.2 国内外研究现状

对当代插图设计表达的相关研究,主要集中在理论与实践作品两方面。首先现有的大部分文献资料主要以介绍商业插图应用的相关表现技法为主,例如日本视觉设计研究所编绘的《插图创意设计手册》,对插图的功能和表现技法进行了细致的梳理分析,为本课题的研究情感表达手法从技术的角度提供了一些思路。另外当下研究的重点领域是基于数字化技术下的插图设计表达的应用与风格、流派的总结梳理。新媒体的出现给插图的表达带来巨大的影响。虽然插图情感的表达原则是不会变的,但依附的物质载体变了,表达的外在形式就会跟着改变,在现有的相关理论总结基础下,理清数码技术与情感表达的关系,及对情感表达形式影响的分析,进

一步达到创新的目的是很有必要的。不过把商业插图与数码插图作为当代插图来研究都是具有局限性与特殊性的，所以需要把握当代插图的最新动态，站在全局的高度重新界定当代插图的概念范围，在这之下研究的情感表达内容才具有普遍意义上的价值。

对于插图设计的情感因素的分析只见于一些零星发表的文章，大多从插图的审美特征的角度阐述插图情感设计的重要性，还没有把插图情感因素及其表达作为专题进行较系统深入的研究。尤其对插图中情感因素来源与作用过程原理分析总结的比较少。所以本课题的研究必须借助于一些设计心理学与视觉艺术心理学方面的书籍来构建专属插图的情感表达原理，例如王令中的《视觉艺术心理》，其中有关美术形式的视觉效应与心理分析内容提出：“视觉感受同人的心理结构相一致，就会引起共鸣和愉悦感。”这和插图具有感染力的原理不谋而合。另外美国的唐纳德·A·诺曼在他的《情感化设计》一书中强调了情感在设计中的重要性，并且针对人们情感反应提出设计的三个层次水平的理念。这些原理和理论对插图设计中情感因素的分析 and 表达的研究起到了重要的启发和理论支撑作用。

从实践方面的资料来看，当代不乏许多成功的插图作品，很多优秀的插图艺术家在实践中非常注重与受众的情感交流，作品因为饱满的情感表达和震撼人心的艺术感染力一直让人难以忘怀，为插图的情感表达应用做出了巨大的贡献。这其中包括一些代表性人物，例如英国时尚插图家格雷厄姆·朗斯维特，受街头文化影响，作品深刻表达了现代年轻人的心声；杰森·布鲁克斯（Jason Brooks），作品描写中产阶级的生活情感，闪烁着物质丰厚、生活惬意的光彩（如图 1-1）。台湾几米的绘本插图以梦的形式深入人们的潜意识，以城市的疏离空寂、主观认定、生命的错置、寻找心灵出口等主题进行创作表达，与当代人特有的情感特征不谋而合，诸如此类的还有日本的奈良美智，其笔下带点邪恶眼神的娃娃从另一个侧面击中了成年人本是纯真柔软的内心（如图 1-2）。宫崎骏的动画插图，细腻的情感表达通过精美的画面，深刻的主题，撞击着人们的心灵，让很多不同年龄阶段的人为之深深感动。一些游戏插图和科幻电影插图结合现实和幻想，将逼真而又如梦如幻的情感体验用三维特技的表达手法带给了受众，使很多游戏与电影登上了商业的颠峰（如图 1-3、图 1-4）。这些作品的成功之处在于深入到人们的身边的生活情感当中去，发挥着

丰富的想象力，找出可以拨动人们情感共鸣的表达方法。所以对这些例子的分析可以找出情感因素成功表达的方法，为本课题的情感因素的表达提供一些实践思路，也为插图视觉语言作用于人们心理产生的情感效用理论提供了很好的实例左证。



作品 1



作品 2

图 1-1 杰森·布鲁克斯 (Jason Brooks)

总之把设计心理方面的成果继续深入细化到了插图设计应用当中，结合已有的成功作品分析当代插图情感因素的表达，是从更本质的视角使用理论指导实践的研究。



图 1-2 奈良美智作品

奈良美智，风靡全世界的日本最著名的当代艺术家。作品屡创亚洲最高拍卖价的漫画艺术家。数千万世界年轻人追捧的符号级偶像。其作品包括漫画及动画，曾在欧美日的美术馆展出，深受欢迎。笔下的招牌便是头大大的小孩、洁白驯良的狗，以及身着绵羊装的儿童，非常可爱。笔下的人物，脸上那对眼尾上吊、不怀好意的双眼其实才是他作品的特色，那种眼中流露出一不友善的神情，同时又身处在寂寥、淡漠背景中的画作主角们，不禁让人由怜生爱。

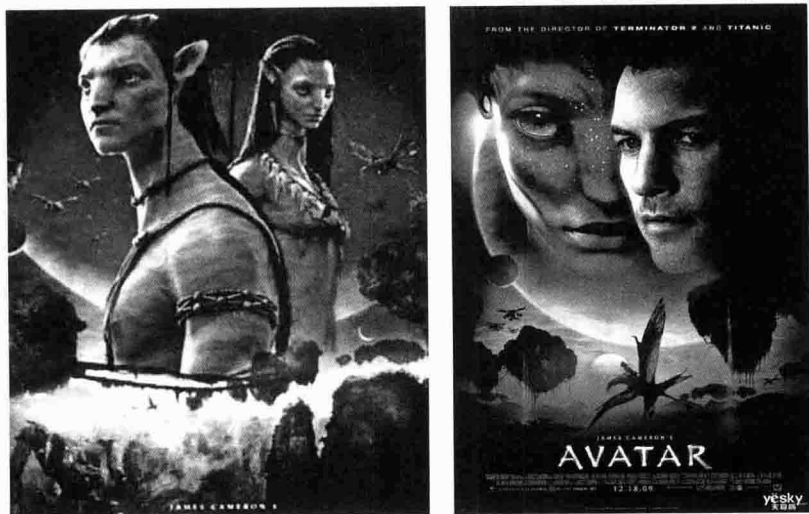


图 1-3 《阿凡达》电影海报插图

《阿凡达》(Avatar)是一部科幻电影，由著名导演詹姆斯·卡梅隆执导，20世纪福克斯出品，该片有2D、3D和IMAX-3D三种制式供观众选择。

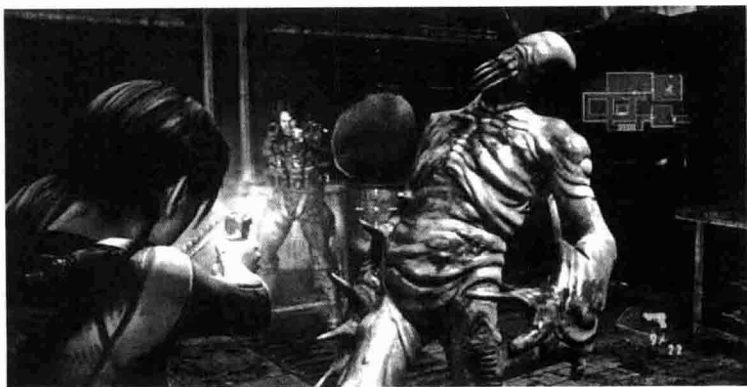


图 1-4 《生化危机》游戏截图

《生化危机》（日本名称：バイオハザード，欧美名称：Resident Evil），由日本CAPCOM公司推出的电子系列游戏，创始人为三上真司。该游戏于1996年首次推出，之后立刻引起巨大反响，一举成为以丧尸等恐怖元素为主题的游戏中最具影响力的代表作品。《生化危机》系列目前共推出了九款正篇游戏，而第十款正在开发中。除了电玩游戏之外，《生化危机系》列还衍生出了漫画、小说、好莱坞电影等多种改编作品。

1.3 研究的目的与意义

1.3.1 研究目的

旨在抓住当代成功插图设计表达的本质，将设计心理学原理引进插图的具体实践中去，找出感动人的插图的表达方式；另外探寻新媒体对情感表达的影响，为当代插图创新实践提供一些建设性的思路。

1.3.2 研究意义

明确成功的插图源于准确的情感表达，寻找满足人们情感需求的插图设计表达方式是架设创作者与受众的心理沟通桥梁，它可以帮助当代插图更准确有效地实现其功能价值，带给人们审美层次需求的享受，对插图的创新发展起到推波助澜的作用。

我们已经进入了一个读图的时代，插图也伴随着科技和经济的发展迎来了又一个黄金期。现代插图不仅具有解释、补充和装饰的目的，还有指示、说服、诱导等诸多功能，总之作为设计的插图以传递信息为最终目标。而当今对经济效益的过度追求使低质量插图的泛滥。科技的发展带来了插图设计工具的不断革新，出于对新形式、新风格、新工具的职业敏感和渴望，使一些插图设计师一味求新求变，片面强调插图的个性化和风格化，忽略了与受众之间的情感交流。插图质量的良莠不齐，作品缺乏感染力，人们对信息认知习惯的改变等原因导致插图传达效用的减弱，插图处于被使用却又被怀疑的尴尬境地。以人为本的插图情感表达能有效地赢得人们持久的关注度，更有效地传达主题信息，在其主要应用的商业领域里，还能吸引更多消费，达成商业目的，还可以为插图创新开辟出以不变应万变的创作道路，对于当代插图朝着良性发展具有重要的意义。

此外，由于插图受人委托创作的特点，使其具有强烈的目的性，大部分插图与商业的挂钩等原因导致当代插图不被西方主流艺术承认。就像王受之先生在《美国

插图史》中提到虽然在美国很多艺术院校都开设了插图专业，而且插图也为西方艺术做出了巨大的贡献，但却被排斥在艺术殿堂之外。这种强调插图的目的性而忽略其艺术性是很不科学的。其实插图本身来源于绘画艺术，很多艺术大师的作品都被拿来作为插图使用，这并没有折损人们对其艺术价值的肯定，这是因为其中蕴藏着打动人心情感力量，人们被其强大的感染力所征服。所以对当代插图情感表达的研究，对提高插图的艺术价值和社会认可力也具有积极意义。

从设计理论研究的角度来看，情感设计作为一种设计提法，目前还没有确切的论著来论证和指导具体的设计活动，即便有也是主要针对产品设计的。研究当代插图情感表达设计，是对情感设计在实践应用中一个具体的补充，也从插图设计的角度验证着其有效价值。

1.4 主要研究内容

本书以情感因素在当代插图设计中的重要性的角度出发，对情感因素产生的原理和在其指导下具体的插图情感设计表达进行了系统化的研究，挖掘插图创新的动力源泉。课题主要从以下四部分内容展开研究：

（1）对当代插图情感设计重要性的分析。

（2）对当代插图情感设计因素的分析，找出指导插图情感设计的原则和依据，构建适合插图情感设计的理论指导框架。

（3）在插图情感设计理论框架指导下，研究具体的情感设计表达。主要从插图的内容、色彩、形态、构图等方面进行具体探讨。

（4）新媒体媒介下当代插图的情感设计。分析当代新媒体下插图与现代大众审美的关系，探讨当代插图创新的原则。

第2章 当代插图发展特征

2.1 当代插图概念界定

2.1.1 插图概念

当代插图是相对于传统插图提出的，它们的区别主要是内涵和外延的变化。

传统插图通常指“穿插在文字中作为补充、说明的图画”。它们通常被用于书籍当中，以绘画装饰图案形式出现，帮助人们更好地理解感受文字的内容与思想。在中国，书与图自古以来都是密切联系在一起的。在古老的汉文字未产生以前，古人就以图为书开始进行记事和传播信息的活动；在文字发明以后，早期的汉字仍然以图画的方式表明信息含义，或是以图画作为文字的组成部分。古人对于插图的重视使其出现了很多不同的形式，因此也有着许多的称谓方式，例如“图咏”“图鉴”“图赞”等（如图2-1）。中国古人以图书并称，“凡有书，必有图”。在西方，*illustration*，源自拉丁文 *illustratio*，原本含有举例说明、论证、图解、注释的含义。欧洲大量的宗教题材的读物都运用大量的插图，当时的宗教团体把书籍视为神圣，因此，不惜成本对其进行非常细致的刻画和装饰，插图的雏形因此而来。早期的西方宗教插图成为西方插图艺术的起源。可见，插图与书籍的关系委实源远流长，古往今来，书籍插图确实积累了大量具有艺术价值的书籍图例。因此，我们把历史上以书籍为主要流通载体时期的插图艺术形式称为传统插图。

随着社会生产消费的多种需要，大大扩展了插图设计的应用领域，当代插图除了包括书籍插图，涉及的范围更加广泛了。它以飞快的速度渗透到社会生活的各个方面，与各种新型媒体结合，是一项涵盖表现手段多样、载体形式多样、涉及生活层面广泛的实用性美术行业。在国外一些辞典中，对于其的解释是“专门伴随文章、广告的图画，其目的在于强调文章的意义或增加原稿的效果（但有些时候，如果图像适合于原稿的内容，即使是为其他目的而独立创作的艺术作品，也可以应用

为插图)。在中国 1979 年版的《辞海》中将插图解释为：又名插画，指插附在书刊中的图画。可以看出，插图一方面具有从属于内容，将文字视觉化的任务；另一方面，它又不仅仅是对内容进行被动的“图解”，还具有解释、补充和装饰的目的，还有说服、诱导、指示、图解等视觉传达的功能，插图正从作为辅助图解朝向视觉传达的转变，插图的从属地位慢慢改变的过程。所以对当代插图概念的界定：即以图像诠释、强化、扩展文本和商业创意，或表达公共情感的一种相对独立的视觉艺术形式，具有明确的目的性与传播信息的功能性。（如图 2-2、图 2-3、图 2-4、图 2-5、图 2-6、图 2-7、图 2-8、图 2-9、图 2-10、图 2-11、图 2-12）

随着社会的发展，当代插图的内涵和外延还会不断的扩大。对插图的重新定义，即随时站在动态的高度，对于研究插图的情感因素及其表达具有更广泛而实用的意义。



图 2-1 红楼梦图咏

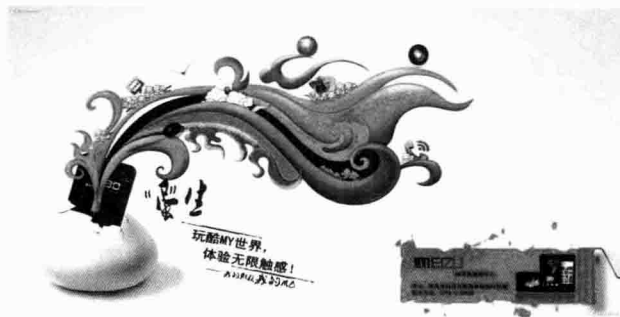


图 2-2 广告海报中的插图



图 2-3 广告牌中的插图



图 2-4 食品包装中的插图