



现代插画艺术发展 及其创意设计表现

华佳 著

吉林人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

现代插画艺术发展及其创意设计表现 / 华佳著. —
长春: 吉林人民出版社, 2022.8
ISBN 978-7-206-19505-1

I . ①现… II . ①华… III . ①插图 (绘画) — 绘画技法
— 研究 IV . ① J218.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2022) 第 230096 号

责任编辑: 刘 学
封面设计: 皓 月

现代插画艺术发展及其创意设计表现

XIANDAI CHAHUA YISHU FAZHAN JI QI CHUANGYI SHEJI BIAOXIAN

著 者: 华 佳

出版发行: 吉林人民出版社 (长春市人民大街 7548 号 邮政编码: 130022)

印 刷: 廊坊市海涛印刷有限公司

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

印 张: 7 字 数: 122 千字

标准书号: ISBN 978-7-206-19505-1

版 次: 2023 年 4 月第 1 版 印 次: 2023 年 4 月第 1 次印刷

定 价: 48.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换。

前言

插画作为一种日趋流行的艺术表现形式，广泛运用于社会生活的各个领域。随着人们生活水平的提高和科技的发展，现代人的文化品位发生着重大的变化，艺术创作者们也不再满足于常规的插画视觉风格，需要更有创意的方式来表达自己的审美诉求。区分不同插画领域使用的不同手段，每一种手段服务于特定目的，其中一部分与创意主题相关的插画，称为创意插画。创意插画利用现实元素和创作者本人的想象进行合理的融合，并采取个性化的创意表现，不但能极大丰富作品的表现形式，还能对人们的视觉感官形成巨大的冲击。创意插画中的视觉表现主要包含设计与构成、造型元素、表现技法等，正是这些丰富多彩的视觉元素构成了一幅幅令人印象深刻的创意作品。

本书以插画艺术与创意为主题进行展开，首先从插画艺术的基本理论出发，讨论插画的发展史及插画艺术创作的应用领域，对本书的研究方向做个铺垫；其次对插画艺术的数字化发展趋势进行分析；接着对现代插画艺术设计的风格、职业发展以及创意表现进行阐述说明；最后针对现代插画艺术的创意设计及应用展开分析。创意插画多出现于广告海报、书籍杂志、城市宣传栏、车站地铁等，并辅以文字帮助读者阅读，成为当今社会有效传达信息的方式之一。创意插画的视觉表现研究，越来越成为我国插画设计者们所关注的焦点，具有十分广阔的社会价值。

本书在撰写过程中借鉴了诸多国内外的优秀作品和文献。在此，向这些作品和文献的作者表示诚挚的谢意。同时希望本书能够对插画创作者有所帮助。书中存在不足之处，敬请各位读者提出宝贵建议。

目 录

第一章 插画艺术的基本理论	001
第一节 插画艺术的起源与发展	001
第二节 插画艺术的功能与制作	007
第三节 插画艺术创作原则分析	009
第四节 插画艺术创作的应用领域	010
第二章 插画艺术的数字化发展	018
第一节 插画艺术的数字化转向	018
第二节 数字时代的插画艺术语言	022
第三节 基于智能移动平台的插画艺术形态	024
第三章 现代插画艺术设计及风格体现	027
第一节 插画艺术设计的元素分析	027
第二节 插画艺术设计的表现手法	034
第三节 现代插画艺术设计的风格体现	046
第四章 插画艺术设计的职业发展	051
第一节 插画创意的设计准则	051
第二节 插画师应具备的素质	054
第三节 插画师应具备的创作技巧	057
第五章 现代插画艺术设计的创意表现	060
第一节 插画艺术设计创意变化与表现	060

第二节 现代插画艺术设计中的创意思维	067
第三节 插画艺术设计中的媒介创意策略	068
第六章 现代插画艺术的创意设计及应用 I	081
第一节 品牌视觉设计中的插画创意设计及应用	081
第二节 期刊图书出版中的插画创意设计及应用	084
第七章 现代插画艺术的创意设计及应用 II	088
第一节 UI 设计中的插画创意设计及应用	088
第二节 文创产品设计中的插画创意设计及应用	091
第三节 游戏影视设计中的插画创意设计及应用	093
参考文献	105

第一章 插画艺术的基本理论

第一节 插画艺术的起源与发展

插画作为一种艺术形式，在不断的发展和演变中已成为现代设计领域不可或缺的一部分，并被设计师们广泛应用。

一、插画的定义

从现代设计的角度来说，插画主要是借助图像，以艺术的方式传达特定的思想和观念，因此，插画不仅是一种视觉传达的方式，也是信息传播的手段。

（一）定义

我们一般所理解的插画就是插图，这种解释主要是针对书籍插图而言的，指插附在书刊中的图画，主要起着补充说明或艺术欣赏的作用。卷首附图、上图下文、下图上文、文中插图、内封面插画、扉页插画等是书籍插画的几种主要形式，但是这种定义在一定程度上局限了插画的使用范围，可以说是一种狭义上的解释。

插画在拉丁文里的意思是“照亮”，也就是说，插画本来的作用是为了给刊物的文字增加趣味性，使枯燥乏味的文字更生动，进而给读者带来更直观、更新奇的体验。但是，随着插画的不断发展，其不再充当“照亮文字”的陪衬角色，转而以主角的形式呈现在人们的视野里。也就是说，作为大众传播领域的视觉传达方式，插画的功能不再局限于补充说明，而是以一种艺术形式，在突出主题思想观念的同时增强作品的艺术感染力。

现代插画有广义和狭义之分，广义上更多是指图表、摄影及插画这类可用作说明和论证的视觉材料；狭义的概念也就是前文所提到的用于补充或欣赏的书刊插图。现代插画更多的是以视觉形象来表达文字的内涵或图示事情的经过，即更

倾向于广义的概念所指，这也是本书讨论的重点。

插画以其直观性、形象性受到广大读者的青睐，而作为一种艺术表现形式，插画更是以其美的感染力广泛涉及文化活动、公共公益事业、商业活动及影视文化等领域，并作为一种重要的传递方式在现代生活中占据重要地位。

（二）插画与绘画的区别

在现代设计领域，插画已经发展成一门独立的学科，它有着一套完整的、科学的体系。网络及多媒体技术的广泛应用也促使其快速发展，插画时代正悄然而至。不同于绘画，插画的创作目的与绘制过程是独特的，首先，就创作意图来说，插画的关键是实现内在思想的沟通及准确的传达，同时插画艺术家在创作时是基于作品的主题，以更形象、更直观的形式向观众传达特定的信息，即通过浓烈的氛围感对所要传达的信息起到了明示、装点及修饰美化的作用，以吸引读者或受众的关注，进而提高信息传达效率。对插画来说，其能在一定程度上弥补文字所不能达到的效果，并在此基础上赋予了自身极强的艺术感染力，这对现代商业领域来说尤为重要；其次，就插画的制作过程而言，其关键点在于用浅显易懂的作品内容和表现形式来传达特定的信息。因此，插画创作注重的是与受众的内在沟通和交流，其制作过程的每个步骤、每个细节都是经过深思熟虑规划的，特别是在颜色搭配方面，为营造更好的氛围，插画设计师在工作时会一丝不苟地对待，以实现高质量的画面解析度，同时追求更好的意念呈现效果。由于插画创作的目的就是完成信息的传达，因此在画面制作过程中，允许在保持大方向不变的前提下进行适当的修改，以保证信息的准确性。而绘画过程不同，纯绘画艺术家往往只了解大的方向，因此其绘画过程具有一定的情境性和随意性，最后呈现的效果也大多是一些粗犷的想法或是些抽象缥缈的东西。纯绘画艺术家在整个创作描绘的过程里，受新灵感迸发及多种变异因素的影响，他们不墨守成规地预先设定目标和各种条件，而是为追求预想的完美效果，兴致勃勃地改变最初的想法，这在绘画创作中是司空见惯的事情，因而往往出现绘画艺术家最终表现出来的效果与最初的构想南辕北辙的现象。

作为一种视觉传达的新方式，插画就是以图像的形式传达特定的思想意念，当然，作为一种直观、形象的信息传播手段，插画在遵循基本实用功能的前提下，要求增强艺术感染力，以给观者带来一种强烈的震撼。在商业领域，商业插画不仅要实现欣赏之美、造型之绝，更重要的是将所要宣传的商业文化信息准确地表达出来，并用独特的表现形式及强烈的艺术感染力吸引受众，进而满足商业活动

的需求。

二、插画的历史演变

插画的历史演变是伴随着社会经济、计算机技术的普及而不断发展的。

（一）中国插画的历史发展

在我国，插画历史的发展可谓源远流长，在这漫长的发展过程中，插画历经了唐、宋、元、明、清五个朝代的更替，并在时代的发展推动下逐渐向多元化、新颖化的方向发展。在唐代，插画以雕版印刷的方式形成了版画类插画，同时雕版印刷技术在促进书籍发展的同时又进一步将插画艺术推上了一个新的高潮。基于此，发展到宋、元时期，插画更是扩展到了医药、历史、地理、考古图录、日用百货等多个领域，同时在插画技术和插画水平方面都有了较大的发展。而到了明代，版刻插画更是达到了空前的繁荣状态，在技术方面，套版彩印插画作为一种新形式为插画艺术注入了新血液；在形式方面，出现了双面式、月光式等更多亮点；就风格而言，散点透视及建筑剖面法等新手段的出现不仅使得插画突破了原有的空间限制，同时也提高了插画的整体画面效果。此外，明代还出现了“绣像”这种极具民间特色的插画形式。这是一种描绘人物音容笑貌、神态姿势或心理世界的卷首画，不仅丰富了当时的文学作品，也为日后戏曲提供了典范。清代早期，石版印刷作为一种成本低廉、便捷省力的印刷形式，逐渐代替了版刻印刷成为众多书籍和插画印刷的主要方式。我国古代插画的发展不仅是一部版画发展史，更是一部民间年画史，民间年画作为商业插画的前身，其在很早之前就已经成为一种独立商品。到了民国初期，在西方文化的影响下，插画不仅在表现形式上借鉴了西方插画的特点，而且在内容表达上也呈现出了西学东渐的发展趋势。同时，插画在发展过程中也逐渐表现出了浓厚的商业气息，并由此诞生了月份牌广告画，其不仅是我国近代出现最早的商品海报，同时又被称为当时最具时代特色的插画艺术。

（二）西方插画的历史发展

到了15世纪，随着金属活字印刷机的发明，在提升了印刷质量之余速度也有所提高，这就导致了一场媒介革命的发生。金属活字印刷技术迅速地推动了当时书籍插画在欧洲的发展。16世纪的欧洲插画，由于受到“文艺复兴”思潮的席卷，艺术风格主要以古典主义为主。到17世纪中叶，在亚洲的日本出现了一种独具

地域风情的版画插画，人们称之为浮世绘。这种木刻版画艺术反映了当时的整个社会形态和现象，将世俗风情活灵活现地呈现于世人。随着科学技术日新月异地发展，插画历史被卷进创作的大爆发年代。由于19世纪欧洲社会的经济繁荣，以及印刷技术的发达，插画需求呈现剧增的态势，各种新奇的题材与创作形式大受欢迎。于是，传统绘画匠师已不再是人们唯一的选择，随之诞生许多杰出优秀的插画家。

19世纪中后期被称为“插画艺术的黄金时代”，因为在这一时期，阅读杂志成了民众娱乐的一股新潮流，而插画作为杂志中的必要组成部分也在此时得到了快速的发展，并因此进入专业化的运作模式。

虽然插画艺术的发展史源远流长，但是直到20世纪，插画艺术仍然没有被主流艺术所认可，这就在一定程度上解释了为什么到20世纪末，世界范围内仍没有出现一位公认的插画艺术大师。此外，旅美学者王受之也对此做出了解释：首先，作为一种叙事性的艺术形式，插画的受众多是一些儿童或普通成人，这在一定程度上违背了纯绘画艺术的理念；其次，对于当时的艺术家来说，其创作插画多是受人所托，表现出了浓厚的商业气息，与当时纯艺术所追求的思想境界有所差距。

20世纪60年代以后，绘画及绘画技巧逐渐被西方现代艺术思潮所取代，因此以描绘性为主的绘制技巧纷纷被主流艺术家所放弃。但在当时，大量的出版物、广告及影视行业还需要通过绘画来满足商业活动的需求，在这种大环境下，商业艺术家自然承担起描绘性绘画的工作。与此同时，商业插画以其清晰的艺术体系架构逐渐进入人们的视野，具体体现在以下三方面：

第一，插画因其易于理解的先天性优势，逐渐摆脱了文字的从属性地位，转而以主角的形式被人们所接受和喜爱。如当下流行的动漫艺术，像超人、蝙蝠侠、蜘蛛侠及绿巨人等受到诸多插画迷们的热烈追捧。与单调、枯燥的文字相比，插画艺术不论是在题材、素材方面，还是在技巧、表现手法等方面，都有其独特的优势，并且在发展过程中，插画艺术已经形成了自己独立的体系。总的来说，插画艺术已经从文字内容的辅助地位挣脱出来，并且以其独特的魅力逐渐发展成一种新兴的大众化艺术形式。

第二，商业插画艺术的受众表现出细分化、明确化的特征。随着全球化进程的不断推进，不同文化、不同地域的交流日益增强，这在一定程度上影响了商业插画艺术的受众群体。基于此，有经验的出版商为吸引更多的读者，其针对不同

年龄层次、不同文化背景开发了不同的插画设计类型，在题材类型、绘画技巧及色彩风格等方面都设计了能满足不同读者需要的插画艺术。

第三，插画艺术以一种流行的、时尚的文化风格屹立于主流文化之中。对于插画艺术而言，艺术家、出版商及读者这三位一体的架构构成了插画市场的重要组成部分，并促使插画市场形成了一种良性互动，进而推动了商业插画艺术的飞速发展，并在一定程度上衍生出各种相关的艺术门类。同时，插画艺术在多个领域都表现出其存在的价值，不仅丰富了我们的头脑，同时赋予了我们无限的想象空间。

三、插画的现状

（一）插画的生存现状

随着艺术的日益商品化，插画的概念早已远远超越了传统规定的范畴，并在商业需求的推动下，获得了真正的生命力。与此同时，商品经济下的绘画材料及绘画工具也在不断推陈出新，这在一定程度上推动了插花艺术正式进入商业化时代，同时，插画与商业的结合也极大地促进了社会经济的发展。纵观当今插画界，插画设计师们试图运用各种新颖的手法进行大胆的创作，一方面摒弃了旧的绘画材料及表现方式，另一方面插画设计师也在极力突破传统的、单一的风格限制，在追求多元化形式的基础上为插画艺术的发展开辟出更为广阔的空间。

在两次世界大战中，与其他国家相比，美国的商业经济几乎没有受到负面的影响，这也就为插画的发展提供了良好的社会环境。因此，在美国插画市场上，不仅出现了儿童类、食品类、数码类及体育类等多种专业的插画类型，而且插画市场也在商业需求的推动下发展成更加系统、更加专业的设计形式，而多类型、多形式的插画设计也必然带来激烈的市场竞争。

在东方各个国家中，日本的插画设计可谓独树一帜，同时日本插画艺术家将东方文化与插画设计的有效结合，不仅推动了日本商业动漫的飞速扩张，还以其独特的设计风格享誉国际插画界。

随着90年代中后期计算机技术的普及，现代商业美术插画已经很少用纸、笔、颜料等传统工具和材料来绘制，取而代之的是计算机软件，而绘制出来的插画也被赋予一个崭新的名称，叫作CG插画，随之CG艺术的潮流席卷了世界。相对于传统的插画及绘画艺术，CG插画的一个显著优势是不要求制作者具备深厚的

美学修养和训练，只要拥有强烈的表达欲望，都可以在软件环境中涂抹出相应的作品。其制作方式方便快捷，呈现出来的效果生动鲜活，动态与三维技术更是提供了丰富的视觉效果体验。所以，整个插画界都被这门新兴的数字技术革命所震撼。明快、新鲜、色彩艳丽的电脑插画风格成为当今流行的时尚，蔚然成风，受到众多青少年的推崇和喜爱，运用计算机进行插画设计的新锐创作也如泉涌般不断地出现。

（二）插画在中国当下的发展

插画艺术在中国出现较晚，但从发展渊源来看，作为独立职业的插画设计师共经历了三代人的演变：首先，20世纪七八十年代，当时的插画设计师受传统学院派教育的影响，基本具备了扎实的绘画技术，但由于时代限制，计算机还未普及，这在一定程度上影响了插画设计的主要形式和手段，因此这一时期的插画设计主要以手工为主；其次，当第二代设计师崛起之时，计算机的盛行及英语在中国的传播，使得当时的插画设计师逐渐开始接受国际数码设计潮流的影响；最后，也就是现在的信息化时代，受多元文化的影响，这一时代的插画设计师在理念上更加追求创新，同时随着科学技术的不断渗透，也为插画设计提供了坚实的技术支持。此外，一部分设计师还具有海外留学的经历，在视野、英语能力等方面更具优势，综合多种因素，当下设计师的身份也开始向多元化方向发展，不仅出现了平面、网页设计师，还有活动画面及声音设计师。伴随着艺术设计的蓬勃发展，插画设计必将在中国市场中发挥其独有的商业价值。

在我国，虽然存在着一些优秀的插画设计师，但就目前的发展来看，插画设计仍处于萌芽状态，综观我国的插画设计作品，我们不难发现，其存在一个共通点，那就是模仿。也就是说，中国目前的插画作品大都是在其他作品的基础上模仿而生的。这种模仿现象一方面受到一些学者的抵制，将其评价为国外作品的“近似值”，他们在评价作品时有一定片面性，只关注作品的模仿性而忽略了其本身的艺术价值；同时，也不乏一些支持的声音，他们在接受模仿背景的同时还会对作品及画家的手法给予客观的评价。其实从本质上来说，大部分新事物的发展都是通过模仿而实现的，因为有了模仿才会有下一步的创新，有了创新才能促进事物的进一步发展。因此，我们应对模仿保持客观的态度，学习过程存在模仿，而且是必须存在模仿，如果一味地追求创新、追求陌生，那么必然会在标新立异的过程中偏离艺术轨道，进而阻碍插画艺术的发展。

艺术的发展需要环境的熏陶，而中国插画正是缺少这样的一个艺术环境和文

化氛围，才导致插画在中国的发展缓慢和落后。在北欧的一些国家，插画的设计相当前卫，这是因为他们不仅拥有一批世界顶级的设计师，更重要的是这些国家存在浓厚的设计氛围，极大地促使了插画艺术的发展。对于这些国家来说，无论是大街小巷，还是林荫小道，都被艺术和设计所包围，这种浓厚、热烈的文化氛围必然会孕育出优秀的设计师，进而促进设计艺术的发展。

插画的应用范畴十分广泛，如海报、招贴、广告等领域都离不开插画，也就是说，插画在中国的发展潜力和空间是十分广阔的。然而就现状来说，中国在插画领域的发展还存在着许多问题，最为关键的是插画教育的空缺，现在国内很少有独立的插画专业，更不要说以插画学科为主而设立的正规学院，这就导致目前国内的插画设计师不是兼职就是 SOHO，很少有真正意义上的职业插画师，这与庞大的需求市场形成了鲜明的对比，插画市场因此表现出了“供不应求”的现象。基于这一市场需求，我们可以预测在不久的将来，中国插画行业的发展定会欣欣向荣。曾经就有插画前辈对插画行业的发展前景进行了预测，其称在未来的 17 个热门行业中，插画设计师必将名列前茅，并跻身高收入群体行列。

第二节 插画艺术的功能与制作

插画不仅对文字进行补充，还要上升到让人们收获理性认识以外的满足。现代插画的基本诉求除要准确地将信息传达给受众外，还要求简洁明了、清晰易懂。

插画基本具有以下三大功能和目的：①建立于文字基础之上，作为其艺术的补充语言；②可使受众在阅读品鉴时，满足其艺术审美趣味；③是艺术家对美学观念、技艺的一种表达，有时可以体现艺术家独特的世界观和人生观。

由于现代插画的功能性非常强，因此要求插画师在设计时绝不能让插画的主体产生歧义，要始终坚持主题鲜明易懂、表现准确的原则。

一、插画的诉求功能

现代插画的基本诉求是将信息意念以最简洁明了、清晰易懂的方式传递给观

众，其诉求功能通常表现为以下四点：

第一，展示产品或服务形象，直观地传递信息。

第二，吸引、刺激消费者对产品产生兴趣。

第三，辅助广告，增强其说服力。

第四，提高产品感染力以促进消费。

对现代插画来说，其最重要的功能就是要满足诉求，因为插画作品的最终目的就是要吸引受众的注意，以激发其阅读的兴趣，进而引导读者产生消费或追随行为。插画在广告中的应用是极为普遍的，与文字相比，插画的吸引、刺激和诱导功能更加强烈，因此在广告设计中，应注重考虑插画的刺激消费功能。“阅读最省力原则”是美国广告界广为流传的一个广告制作原则，这与我们现在所说的“读图时代”相类似，因此广告设计应注重简洁明了、直观形象。分析家做过这样一个假设，那就是消费者在对一切广告都感到无比厌倦的时候，让其在不经意间看到一个精彩绝伦的插画广告，那么他们会被瞬间吸引以至于忘了自己看的是广告，进而在获得相关信息后去深入地关注和了解该广告的意义，最后达到促进消费的目的。

二、插画的看读功能

快速高效地传达广告内容是插画看读功能的具体体现，因此一张优秀的广告插画应该简洁明了、形象直观。“藏文法”是指把广告的正文或标题文字掩盖起来，让受众仅通过插画读图，以直接获取其中隐藏的信息，这是国外较为流行的插画制作方法，其不仅能提高广告插画的表演力，同时也便于消费者直接抓住重点，好的插画往往是三秒见效。

三、插画的诱导功能

抓住消费者的心理是插画诱导功能的具体体现，同时也是吸引消费者的第一步。要借助插画的诱导功能使消费者产生兴趣，进而将他们从插画的视觉转移到文字上。首先，这就要求插画具备足够的吸引力，能在瞬间抓住受众的眼球；其次，插画所要传达的广告内容也要与消费者紧密地联系到一起，以使受众对产品有进一步的了解，进而实现插画的信息传递功能。

第三节 插画艺术创作原则分析

一、艺术的审美性

与高高在上的概念化的纯艺术相比,插画艺术更具平民化、大众化特点,因此,插画这种艺术表现形式更易于被受众所接受,进而实现信息的高效传达。对插画艺术来说,其本身具有较强的艺术审美性,这在传统插画或是数码插画中都有所体现。换一个角度说,就是插画作品在符合美学规律的基础上给受众带来极强的视觉冲击力,因此插画艺术更深入人心。

二、时代性

插画的发展历史源远流长,它随着时代的进步不断更新、不断突破,在艺术的历史长河中遍布足迹,这是插画艺术时代性的体现。具体来说,插画艺术不仅在技术上体现了时代性,而且在内容和审美价值上也紧跟大众美学潮流。首先,就技术层面来说,插画艺术随着科技的迅猛发展实现了由木版刻画到纸张插画再到数码插画的变革,与此同时,在一次次的挑战与机遇的碰撞下,插画实现了创意、制作及传播途径的历史性飞跃;其次,在内容和审美价值表现上,插画艺术随着大众审美和消费文化的变化而不断迭代更新,从这一层面来说,插画艺术更像是一种载体,折射出各个时代的审美情趣。

三、专业化

独立性是插画艺术专业化的一种表现形式,随着时代和技术的进步,插画早已脱离了早期的从属地位,从依附者的角色转变为一种独立的主角形式,同时内容和表现形式也突破了原有的单一模式,向着更加多元的方向发展。随着需求的不断扩大,插画艺术也逐渐渗透到除书籍以外的广告、包装、影视及卡通等多个领域,并逐渐形成了一套属于自己的视觉语言体系。此外,在一些插画艺术发展

较好的国家和地区，其作为一种成熟的产业促进了更多相关产业的发展，在一定程度上拉动了国家和社会经济的进步，是插画艺术专业性的又一体现。

四、商业插画与消费者之间的关系

插画与商业的融合是插画发展的必然趋势，但是在发展初期，自由插画家因把握不准“插画与商业”“商业插画与消费者”之间的关系，而在一定程度上限制了插画的消费功能。从本质上来说，商业插画的最终目的就是直接传达商品信息，以抓住消费者的消费心理，进而实现产品消费，那么如何在琳琅满目的商品面前瞬间吸引消费者的注意，就需要插画设计者在了解商业插画与消费者关系的基础上进行创新。

画面的颜色和构图是插画设计的关键，如果一张广告插画引起了消费者的逆反心理，那么产品的消费状态自然不会太理想，因此，插画的设计要把握一个度，不能太艺术，也不能太低俗，否则都会适得其反。太艺术的作品别人看不懂，太低俗的作品别人瞧不上，这就要求商业插画师应具备较强的审美能力，其设计的插画作品应符合大众的审美需求，进而发挥插画的诱导和信息传递功能，促进产品消费。

插画设计在实现信息传达功能的同时，强化和夸张商品特性，抓住产品的闪光点，进而促成产品消费。衡量一幅商业插画是否成功的标志就是消费者是否通过插画的展示而购买了本产品。

第四节 插画艺术创作的应用领域

一、图书类插画

（一）文学类插画

文学类插画包括小说、诗歌、散文、戏曲、神话传说、人物志等主题，通过绘画或各种视觉艺术形式来表现具有文学性的艺术主题。文学类插画的表现形式多样，风格迥异，几乎汇集了绘画的所有形式。

1. 文学类插画的特点

故事类的文学作品叙事性强，有着完整的情节结构，所以此类插画作品要求通过视觉语言完成其叙事性，并具有连续性，即表达它的时间过程及空间形态。优秀的故事插画不仅是情节图解，而且能在掌握文学作品主题和内容的基础上通过艺术表现来展示其精神内涵。插画作为一种视觉语言，以其丰富的内涵和真情实感让读者产生共鸣，塑造了丰富、瑰丽的意象和想象。

诗歌和散文等文学作品中的插画往往借画抒情，不拘泥于文学结构与情节，使得插画师的创作灵感自由地流淌，充分展现插画师的文字意境和情感表达，使其作品韵律灵动，富有想象力。

寓言或神话传说这一类文学作品通常没有实物参照，时代、角色及场景通常可以任由插画师发挥，角色造型及环境创造上可以根据文学风格适当地夸张，以突出作品的特性，用画面来烘托文字所构建的想象世界。

人物传记和史书相较而言更为严肃，追求贴近事实，不仅要体现插画师的行文风格，还要忠实于当时的风土人情和时代特征。从地理区域的设定、气候的变化，到史实上的社会风情及建筑风格，人物服饰、体态容貌及食物等细节，都要尽量还原如初，让读者身临其境。与文字构建一样，插画绘制也需要搜集大量的历史资料及素材，并且在这基础上还要发挥插画师的创造力和表现力，如此读者才能得到共鸣进而体验作品的趣味。

2. 文学类插画的从属性和独立性

文学类插画具有从属性，是因为其插画必须基于所表现的文学作品而创作，不能跳脱文学作品的时代、质感和风格等属性，插画与书籍的整体装帧都应与文字意境相契合，与作品相称统一。文学类插画的独立性表现为插画师在创作过程中应具有原创性，在某些角度突破文字的禁锢，以创新的视觉语言给读者眼前一亮的感觉。因为好的作品可以让读者感受到作者的情感和观察世界的角度，而文学作品的推陈出新，使插画的精神内涵与时俱进地得到最佳诠释，这也是插画师创造力和表现力的集中体现。

（二）儿童插画

儿童插画在插画领域中极具代表性与独特性。孩子们喜欢看书籍中栩栩如生的插画，关注着每一个引人入胜的细节，张开想象的翅膀，在故事的世界里翱翔，找到最真的乐趣。儿童图书是儿童接受知识、认识世界的主要媒介，对于儿童图书来说，插画的功能优于文字，因此就需要以简单明了、形象直观的形式来展示

重要信息，以在最短时间内被儿童所捕捉和理解。儿童图书作为图书中的一个独立门类，推动了儿童插画的迅速发展，使其形成了一套独立且规范的体系。儿童插画的特点具体表现在以下方面：

1. 想象力

儿童的世界是充满想象的世界，因此，在儿童的想象世界中，他们可以进行无限的幻想，且不受任何的束缚，也就是说，在儿童的世界里，没有什么是不可能的，他们有着成人所无法比拟的想象力，并能将其物化为丰富多彩、活泼有趣的生动画面。基于此，儿童图书就要以儿童的年龄和心理特征为基础，创作通俗易懂、形象直观的儿童插画。

2. 情感类比

在儿童世界里，他们所接触和熟悉的事物都是有生命的，基于此，儿童插画也要体现儿童的心理特点，以在保持童心的基础上用简洁的手法和独特的视角来刻画每一个事物形象。

3. 夸张

夸张是儿童插画制作中常用的一种表现手法，其目的是符合情节和儿童心理的需要，以将重要的地方放大或强化，与此同时，在儿童插画中运用夸张的表现手法还能实现情感关注点的特别表达，以更好地吸引儿童的兴趣。在儿童插画设计中，夸张的表现手法不仅可以运用到形态和表情中，在动作方面，也可进行夸张变形，以增强插画诙谐幽默的艺术效果。对儿童插画来说，其意义就在于顺应他们的理解并进行适当的引导。

（三）漫画和连环画

漫画和连环画在功能和应用方式上有着相同之处，但是在发展历程中又展示出各自独有的特点。首先，漫画在表现手法上常会用到夸张、比喻、象征及拟人，而且在内容上常表达的是对纷纭世事的理解和态度；其次，连环画更多以图文并茂的方式讲述具有连续性的故事。

1. 漫画

日本的漫画蓬勃发展且以此为基础形成了巨大的产业链。从漫画的表现手法来看，比喻、象征及夸张是表现其讽刺和幽默的主要方式；从漫画的功能来说，其在一定程度上满足了认识、教育及审美的需要。

2. 连环画

连环画是以连续的图画来叙述故事、刻画人物，因此其又被称为连环图。在