



责任编辑：朱 赫

封面设计：唐韵设计

艺术设计专业系列丛书 “互联网+”新形态一体化教材

设计理论

中国设计史
中外设计史
设计史论精讲解析
艺术学概论
工艺美术造型基础
设计形态与色彩
文创产品设计
平面构成
立体构成
插画设计
插图设计
版画基础
概念设计
设计色彩
字体设计与实践
VI品牌形象设计

视觉传达设计

摄影教程
摄影基础
传播学
信息图表的设计原理与实践
After Effects影视特效制作
CI设计
动态图形设计原理及应用
手绘效果图
影视广告
POP设计
编排设计
版式设计
标志设计
招贴设计
包装视觉设计

工业/产品设计

产品设计基础
设计思维
设计原理
陶艺制作
包装设计
机械设计基础
产品三维设计
用户体验设计程序与方法

服装服饰设计

中国服装史
中外服装史

服装设计与工艺
服装材料学
针织服装设计与工艺
高级定制与立体剪裁原理
大众成衣与平面剪裁原理
服装画表现技法
成衣立体裁剪
三维形态构成基础——服装设计
服装卖场展示设计
服装生产管理
模特表演与形象设计

环境设计

酒店空间设计
居住空间设计
景观设计概论
空间设计
服装卖场展示设计
建筑环境设计概论与实践
工程制图
建筑制图与识图
环艺效果图表现技法
三维场景设计
公共环境艺术设计教程
室内设计全过程案例教程
3ds Max&V-Ray室内效果图表现
3ds Max&V-Ray室内外空间表现
商业展示设计

动画设计

原画设计
设计透视学
动态图形设计与应用
视听语言
卡通形象设计
游戏人物设计
游戏场景设计
定格动画短片创作
动画运动规律
动画视听语言
动画场景设计
数字建模与3D打印创新实践
三维设计基础
三维动画高清建模艺术
三维数字雕刻与造型
三维动画特效
三维动画建模
三维建模与动画基础

观念与影像——实验影像作品鉴赏
材质灯光渲染
二维动画设计与制作
动画角色设计
Maya动画设计
Maya建模从入门到高手进阶
影视动画构图设计
产品三维设计基础——Rhino7.0案例教程
数字影视后期合成与特效

数字媒体设计

Photoshop实用教程
交互创意设计
交互艺术设计
非线性编辑
新媒体设计艺术概论
网页设计
3ds Max 2022 基础教程
Unreal Engine虚拟现实开发
Cero项目化案例应用教程
AutoCAD 应用教程

美术专业

色彩基础
色彩构成
色彩风景写生
素描
素描基础
素描教程
速写基础
油画
油画风景
油画基础
油画人物教程
油画风景写生
风景速写
中国画
中国美术史
中外美术史
美术鉴赏
山水画技法
中国花鸟画教程
工笔花鸟画教程



定价：65.00元

辽宁省“十四五”职业教育规划教材

辽宁省“十四五”职业教育规划教材

插画设计

主编 许元森 李桂芬 罗利河

航空工业出版社

插画设计

CHAHUA
SHEJI

主编 许元森 李桂芬 罗利河

航空工业出版社



扫一扫
学习资源库

微课视频
教学计划
教学课件

辽宁省“十四五”职业教育规划教材

插画设计

CHAHUA
SHEJI

主编 许元森 李桂芬 罗利河



扫一扫
学习资源库

微课视频
教学计划
教学课件

航空工业出版社

北京

内 容 提 要

插画设计是一门既传统又现代的专业，它涵盖了商业应用、个人情感、创意设计等多个领域。插画设计运用视觉美化设计后的图案、图形等传达情感和意念，既实用又充满艺术性。本书的内容分为三个章节：第一章重点介绍插画的基础知识，第二章开展插画设计创作实训，第三章进行插画作品赏析和插画行业初探。编者基于多年的教学实践经验编写此书，书中渗透着编者在教学过程中的思考，强调知识的实用性。书中的理论解释简单易懂，配以丰富的图片案例，对插画学习者具有重要的指导意义。

图书在版编目 (CIP) 数据

插画设计 / 许元森, 李桂芬, 罗利河主编. —北京:
航空工业出版社, 2022.5 (2025.2 重印)
ISBN 978-7-5165-3020-7
I. ①插… II. ①许… ②李… ③罗… III. ①插图 (绘画)—绘画技法 IV. ①J218.5
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2022) 第 075226 号

插画设计 Chahua Sheji

航空工业出版社出版发行

(北京市朝阳区京顺路 5 号曙光大厦 C 座四层 100028)

发行部电话: 010-85672666 010-85672683 读者服务热线: 010-85672635

中煤(北京)印务有限公司

全国各地新华书店经售

2022 年 5 月第 1 版

2025 年 2 月第 3 次印刷

开本: 889×1194 1/16

字数: 349 千字

印张: 14

定价: 65.00 元

前言

党的二十大报告指出，要“坚持以人民为中心的创作导向，推出更多增强人民精神力量的优秀作品，培育造就大批德艺双馨的文学艺术家和规模宏大的文化文艺人才队伍”。党和国家对文化事业和文化产业的部署，对文化文艺人才队伍的建设要求，既与人们共创美好生活的愿望和精神文化的需求一致，也为插画设计的教育教学指明了方向。插画设计又被称为“插画艺术”或“现代插画”，也可以笼统地称其为“插画”。随着经济的飞速发展和人们对美好生活的不断追求，无论是在设计领域还是在艺术领域，插画的应用范围都在不断扩大，其商业地位也在不断地提高。插画设计是设计类学科中交叉领域较多的一门课程，主要体现为其应用范围极广，它与书籍装帧设计、包装设计、广告设计、服装设计、陶瓷设计、室内设计、展示设计、UI设计、新媒体设计、卡通动漫、影视宣传等多个领域都密切相关。

插画在艺术技法的表现和主题创意的表达上有着较强的优势。插画的取材范围广泛，插画艺术家既可以借助天马行空的想象力尽情地发挥，从而表达主题，也可以用简单的形式和内容来传递思想，插画这时便是一种表现想法和宣泄情感的方式。可以说，插画在信息的传递、美感的提升、个性的展示、商业的宣传等各个方面都发挥着重要作用。随着插画学习在全世界的兴起，我国也紧跟插画发展的潮流。各高校纷纷开设插画课程，强有力地推进了我国插画艺术的发展。

本书可作为插画设计专业课程的教学用书，也可作为插画设计爱好者自学相关知识提供参考。本书共包括三个项目：项目一是插画基础，项目二是插画设计创作实训，项目三是插画作品赏析与插画行业初探。“插画基础”这部分是理论讲解环节，讲解插画的含义与定位，学生可以通过学习这部分内容，明确什么是插画，掌握插画的发生、发展等相关详细的理论知识。“插画设计创作实训”这部分是实践创作训练环节，学生可通过对插画不同主题的实践练习，了解插画创作的步骤、内容、技巧等知识。“插画作品赏析与插画行业初探”这部分是提升学生审美能力、分析作品能力和了解插画行业相关规定的环节，可以帮助学生更有针对性地了解插画从业者应该具备的认知水平、审美能力及相关的行业规定。

本书在编写过程中参阅了很多专家学者的著作，在此对各位前辈深表感谢。书中使用的部分作品相关信息不详，无法与原作者取得联系，在此表示歉意和谢意。由于编者水平有限，难免存在疏漏与不妥之处，恳请广大读者、专家、同行批评指正，我们定会虚心接受，不断改进。

此外，本书作者还为广大一线教师提供了服务于本书的教学资源库，有需要者可致电 13810412048 或发邮件至 2393867076@qq.com。

编 者

课时安排

项目名	项目内容	课时分配	
项目一 插画基础	任务一 了解插画的价值和定位	2	12
	任务二 追溯插画的产生与发展	2	
	任务三 认识插画的历史、功能与审美特征	3	
	任务四 识别插画的设计风格	3	
	任务五 了解插画的应用与传播	2	
项目二 插画设计创作实训	任务一 了解插画设计创作方法	3	18
	任务二 设计故事绘本类插画	3	
	任务三 设计商业宣传类插画	3	
	任务四 设计信息资料类插画	3	
	任务五 设计装饰包装类插画	3	
	任务六 设计艺术创作类插画	3	
项目三 插画作品赏析与插画 行业初探	任务一 赏析插画作品	4	6
	任务二 初探插画行业	2	

目录

项目一

插画基础

任务一	了解插画的价值和定位	3
	一、插画的含义与发展	3
	二、插画的职业化	4
	三、插画的社会功能	6
	四、插画的大众认知	7
	五、插画的专业定位	8
任务二	追溯插画的产生与发展	10
	一、插画的产生与演变	10
	二、20 世纪绘画艺术流派对插画的影响	12
	三、现代插画设计的发展	19
任务三	认识插画的历史、功能与审美特征	31
	一、中外插画历史发展的阶段与特点	31
	二、现代插画的功能与审美特征	45
任务四	识别插画的设计风格	48
	一、写实与表现风格	49
	二、奇幻与想象风格	51
	三、装饰与民族风格	53
	四、卡通与游戏风格	54
	五、时尚与唯美风格	57
	六、废土与朋克风格	59
	七、抽象与置换风格	61
	八、动态与效果风格	61

任务五	了解插画的应用与传播	65
	一、建筑墙绘中的插画设计应用	65
	二、展示宣传中的插画设计应用	65
	三、交通工具中的插画设计应用	66
	四、书籍装帧中的插画设计应用	66
	五、广告宣传中的插画设计应用	66
	六、包装设计中的插画设计应用	66
	七、服装设计中的插画设计应用	67
	八、影视游戏中的插画设计应用	67
	九、私人定制中的插画设计应用	67

项目二

插画设计创作实训

任务一	了解插画设计创作方法	71
	一、插画创作的构思与设计	72
	二、插画创作的表现	105
	三、现代插画的创作分类	123
	四、现代插画的媒体宣传	137
任务二	设计故事绘本类插画	139
	一、任务解析	139
	二、故事绘本类插画概述	140
	三、设计案例	141
	四、故事绘本类插画实践步骤	144
任务三	设计商业宣传类插画	149
	一、任务解析	149
	二、商业宣传类插画概述	150
	三、设计案例	151
	四、商业宣传类插画实践步骤	153
任务四	设计信息资料类插画	157
	一、任务解析	157
	二、信息资料类插画概述	159
	三、设计案例	159
	四、信息资料类插画实践步骤	163

任务五 设计装饰包装类插画	165
一、任务解析	165
二、装饰类插画概述	167
三、设计案例	168
四、装饰类插画实践步骤	170
任务六 设计艺术创作类插画	174
一、任务解析	174
二、艺术创作类插画概述	176
三、设计案例	177
四、艺术创作类插画实践步骤	179

项目三

插画作品赏析与插画行业初探

任务一 赏析插画作品	185
一、中国插画设计师及作品	185
二、美国插画设计师及作品	190
三、日本插画设计师及作品	194
四、法国插画设计师及作品	199
五、北欧插画设计师及作品	203
任务二 初探插画行业	208
一、插画项目合同的签订	208
二、关于插画项目合作的建议	209
三、插画师的职业道德	210
四、自由职业插画师的发展	210

参考文献

212

项目一

插画基础

- 任务一 了解插画的价值和定位
- 任务二 追溯插画的产生与发展
- 任务三 认识插画的历史、功能与审美特征
- 任务四 识别插画的设计风格
- 任务五 了解插画的应用与传播

| 项目概述 |

本项目主要通过讲解插画价值与定位，插画的产生与发展，插画的历史、功能与审美价值，提高我们对插画表达的认知与了解，让我们能更加准确地把握插画作品在现代社会中的地位和价值；通过对插画设计行业发展基本要求的讲解，使我们对插画的创作方向有一个清晰完整的认识，帮助我们明确自己未来可能选择的创作方向；通过对插画设计风格的分析，明确不同插画类型和定位，找到符合个人发展的插画绘画特色与偏好。

| 学习目标 |

知识目标：

- (1) 了解插画设计的基本概念、历史发展。
- (2) 了解插画设计的现状和市场定位。
- (3) 熟悉不同插画的风格定位和分类方式。

能力目标：

- (1) 能够熟练使用插画创作的基本表现工具。
- (2) 掌握插画创作的基本方法。

素养目标：

- (1) 从中华优秀传统文化中汲取力量，增强文化自觉、坚定文化自信。
- (2) 把人生追求、艺术生命同国家前途、民族命运、人民愿望紧密结合起来。





任务一 了解插画的价值和定位

插画作品的应用范围非常广泛，我们在生活中经常可以看到不同形式、内容的插画作品，它们通过各种载体向我们传达各种思想和内涵。随着插画作品越来越多地被应用在各个领域，选择学习和从事插画创作的人越来越多，插画创作的地位也日益提升。为了更好地学习和掌握插画创作，我们需要对插画的发生和发展、历史和价值等一系列内容有一定的了解，从而帮助我们更加全面、清晰地认识插画。伴随着现代社会经济文化的发展，插画逐渐呈现出两个比较明显的发展方向：一是从艺术创作的角度所理解的插画，被称为插画艺术；二是以商业使用为主的插画创作行为，被称为插画设计。这两个创作方向既有区别又有联系，随着插画的不断发展，其相关知识也逐渐细化，无论是插画艺术还是插画设计，就连插画本身与绘画之间也有着极其紧密的联系，而插画的商业创作有时也被称为插画设计艺术。由此可见，插画的创作是将设计、艺术等概念进行了融合。插画创作的学习是一个漫长的过程，本项目通过对插画创作的手段、表现的形式、呈现的效果、服务的对象、市场的定位等内容进行介绍，为初学者学习插画奠定一定的理论基础。

现代社会的商业化发展和不断提高的审美要求对插画设计师的专业素养和能力有着越来越高的要求。但同时也需注意，插画作品作为具有视觉信息传达作用的艺术设计语言，其创作应从时代之变化、中国之进步、人民之呼吁中提炼主题、萃取题材。插画师作为文艺工作者，要增强文化自觉、坚定文化自信，从中华优秀传统文化中汲取力量，创作出更多满足人民文化需求和增强人民精神力量的优秀作品。

一、插画的含义与发展

插画，英文为“illustration”，源自拉丁文“illustratio”，意为照亮、明亮，即插画的作用是通过图画画面表现配合文字叙述，使文学作品中表达的含义更加清晰明确。插图是为大众传播而创作的受委托的图像，通常是对文本或叙述的补充。插图可以在复制品中看到，不管是印刷品还是数码制品。它们出现在许多载体之中，包括海报、传单、杂志、书籍、广告、卡通和其他。这里体现出插画的两个特征：一是插画与文字共同出现；二是插画具有叙述性，并且有多种表达方式。纵观插画发展的历史，插画的叙述性贯穿了始终。

插画在我国《辞海》中的定义，在不同阶段有着不同的解释。在我国《辞海》第六版（2009）中关于插图含义的文字解释为：“插附在图书报刊中的图片（如照片或原样影印的文字资料）。通常分为艺术插图和科学插图两类，对正文做补充说明或供艺术欣赏。有的印在正文中间，有的用插页方式。文学作品的插图为画家忠于作品的思想内容基础上进行的创作，具有独立的艺术价值。”不难看出，从插图到插画这一概念的转变是经过了一段时间的历史演变的，《辞海》中对插图的表述是在当时的时代背景下提出来的，受时代发展的局限性和阶段性的影响，当时的插图确实是在纸媒传播时代及更早时期用来辅助文字表达得更加清晰和具体的一种方式。插图可以丰富书刊版面，提高阅读质量，增强趣味性和观赏价值。

然而时至今日，插图所具有的表达功能越来越独立化和个性化，商业气息和个人风格越来越明显，这也是插图逐渐被人们称为插画的原因。因为这种表现形式具有了独立性，所以其本身的应用范围也变得更加广泛，插画已经由一种美化衬托的艺术表现形式转变成了一种具有视觉感染力的艺术表现手段。

在插画创作发展的早期阶段，因其多被运用在图书的页面中，所以又可以称之为插图。随着插画运用范围的扩大和市场中商业海报等广告形式的发展，插画也早已不仅仅指用于图书报纸的配图了。伴随商业广告发展的需要，插画创作的方向和概念也在不断地拓展，时至今日，插画已经发展成为一个相对独立的行业，从业者一般被称为插画师或插画艺术家，深受市场和年轻人的喜爱和追捧。

现代插画艺术受其使用领域和创作方式的影响，也可以被称为插画设计，其早期大多用作书籍文字中的配图，价值主要体现在对文字含义的视觉化和图像化表现，是依附于图书中美化与陪衬文字的需要而存在的。然而随着社会经济、文化的快速发展和数字信息技术的巨大革新，信息传播的形式和途径均发生了根本的改变，人们对数据和信息的处理能力都得到了极大的提升，作品的表现方式也不再局限于传统的绘画方式，这也体现出媒体时代的到来加深了人们对图片的识别和认可度。在传达信息时，与文字相比，图片则更为直观，同时，人们对同一幅图画的认识和解读也会存在不同程度的差异，这也是图画艺术得以迅速传播和发展的原因。可以说读图时代的到来伴随着商业需求的剧增，插画的概念和应用范围越来越广泛，甚至与一些其他艺术表现形式交叉融合，如CG艺术、原画等，这说明现代插画正在逐渐成为具有巨大商业价值的艺术形式，而插画师也逐渐成为现代艺术设计中的新兴职业选择。

二、插画的职业化

职业化的插画从业者，在称呼上是比较笼统的。一是因为插画职业面对的客户需求比较多样化，如媒体出版行业的插图、儿童绘本插画，广告行业的写实表现类插画、卡通吉祥物的形象设计插画、游戏和影视作品类的插画等；二是插画的职业化规范性要求比较宽泛，如今商业宣传规模化，插画师创作或者作品本身具有非常大的灵活空间。工作中，职业插画师需要具备较高的表现能力，能够针对不同客户需要进行定制式设计，这也是插画师在从业时要针对个人风格和定位进行创作的原因，对于插画师而言，也可以积累很多插画技能的经验。

对视觉影像的长期研究表明，强烈的视觉形象有一种强迫阅读和记忆的传播效果，能使人产生深刻而又清晰的记忆，让人更加直观地理解视觉形象要传递的内容，能够在消费者的心里留下深刻的印象并让消费者产生购买广告中商品的欲望。职业的插画设计师能够通过插画作品准确、形象地表达商品的重要信息，让消费者快速地认识商品，通过认识加深了解，最后形成购买的行为。这种潜移默化的诱导式宣传有非常理想的商业效果，让专业的插画师受到商家的追捧，丰厚的报酬也促进了插画职业的发展，使相关专业的的设计从业者更加认可插画职业，更积极地加入插画创作中来。

当把插画师作为职业选择时,做好相应的工作准备是必要的。要有明确的从业目标,能够对自身的特点和优点有较清晰的认识,找准定位。在提高自身专业性的同时,不断积累原创作品,依托平台广泛宣传,提高自身的知名度。这些都是现代插画设计艺术从业者的基本职业素养,也是目前插画市场选择插画师的重要依据。

职业的插画设计师不但要有绘画基础,还要有软件应用的能力,为了使作品更加具有形式美感,学习构成设计、版式设计、字体设计、图形创意等专业内容也非常有必要。也就是说,职业的插画师应该是个多面手,能够通过作品引导人们的视觉重心和心理倾向,通过独特的排版方式和鲜明的内容设计凸显出产品的竞争力,让被服务的产品占据消费者的内心,使消费者对产品更加认同,提高品牌的内在价值。

对插画师的职业素养主要有三个层面的要求。

第一层面是对插画师的专业能力的要求。从业者需要具备良好的专业知识和较强的专业技能,同时作为艺术设计服务性行业从业者,也需要具备较好的沟通能力,能够及时地掌握和了解客户的基本需求和根本意愿。在插画设计和创作中有两种插画形式对绘画的基础要求比较严格,一种是被日本作为支柱产业之一的卡通动漫插画,作品中常常具备大量的写实和细致入微的细节;另一种是极具造型能力的美式插画,给人丰富的想象力和无限的创意延伸感。插画的绘画风格和表现形式多种多样,但是无论是哪种创作形式,具备一定的绘画基础和解剖学、透视学知识都是学习插画的必要条件。

第二层面是对插画师敬业精神的要求。一是当今社会学习的机会很多,很多全职或者兼职的插画师并不都是专业出身,仅仅是因为个人喜好进行相关学习,从而从事插画职业,这类从业者需要具备较强的敬业精神,才能在不断的学习中提升自己的工作能力;二是专业出身的插画师一般都是偏爱插画创作的设计人员,这类从业者有着较强的个人设计理念,创作中更加重视个人特色,从宏观上来看,可以促进我国插画事业的发展,但是作为一种职业,有时对个人的特点和理念过于执着,也会影响客户的基本需求和作品与要求的对应关系,所以需要插画师具有较强的敬业精神,能够平衡好插画设计的职业性和创造性,不能因个人的偏好而影响行业的口碑。

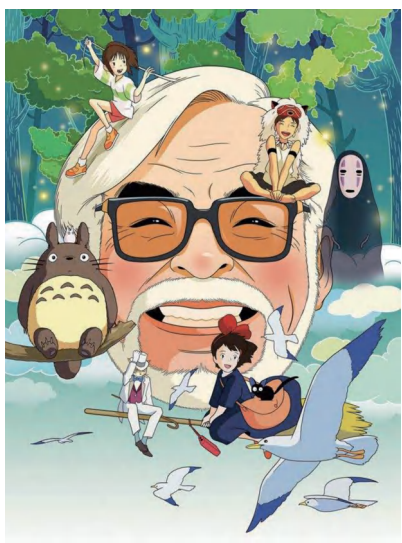
第三层面是对插画师职业操守的要求。插画创作具有非常强的原创特点,专业的插画师可以对其他从业者或者艺术大师的作品进行学习和分析,但是最终还是要对作品的原创性保持足够的敬意。正是因为插画艺术的范围较广,形式丰富繁杂,所以更要保持插画师的职业操守,尊重作品的原创性。

职业的插画师是现代大众审美的评价者和创造者。插画师们用多元化的形式美感探索现代人多元化的心理需求和审美情趣。现代的商业信息处于扎堆和爆炸的状态,人们每时每刻都被商业广告包围,每一则广告的宣传都具有其自身的品牌背景和需求基础,而给人们带来困扰的并不是广告本身,而是糟糕的宣传形式和内容。有趣的、具有美感的广告,其实并不会引起人们的反感。简洁优美的文案,加上巧妙的表现形式,可以使广告的传播更具有文化性、趣味性、创意性和感染力。

三、插画的社会功能

插画作为现代艺术设计的一种视觉表现形式，以其直观形象的表现方式和较强的视觉感染力在当前的社会需求中占据重要位置。插画涉足的领域繁多，包括商业活动、文化传播、影视作品、艺术创作、社会公共事业、教育产业等各个方面。在现代社会商业发展中，现代插画设计与一般意义上的艺术插画也有较大的区别。两者在社会功能、服务领域、表现形式、传播媒介等方面都存在较大的差异。现代插画的服务对象首先是商品和商业活动，现代插画设计主要是服务商业发展和宣传。甲方需要插画师能够将商品和商业活动中的要求和承载的信息准确、明晰地传达给观众，要求插画师能够让受众群体正确接收、把握这些信息，在得到美的感受的同时采取行动，因此现代插画是具有较强的社会服务功能的行业。

许多插画艺术家喜欢将个人风格明显的作品当作自己的标签，这类插画艺术家在接受商业委托任务时，喜欢不断探索插画艺术的表现形式和内涵，将创作风格特征鲜明的作品发布并进行展示和交易，这种不断创新的行为也在不断推动视觉艺术的发展和宣传。插画的发展在不同国家有不同的发展轨迹，如在日韩等国，插画创作的主要方向就是动漫和游戏，近几年随着日韩大力发展动漫和游戏产业，其周边产业的发展也在不断攀升，这一类的产业已经发展成为这些国家的重要支柱型产业，尤其是在电脑数码技术的插画设计方面。如图 1-1-1 所示为宫崎骏动画合集封面，图 1-1-2 所示为插画师 Yilee 作品。



▲ 图 1-1-1 宫崎骏动画合集封面



▲ 图 1-1-2 插画师 Yilee 作品

现代插画创作最根本的社会功能是服务功能，插画创作应该围绕服务的理念去提高展示与审美。最佳的插画创作行为应该让读者或者消费者通过轻松愉悦的方式接收更多的信息，使人们通过作品了解图画信息中传递的意图和内容。插画既要服务消费人群，也要服务商家客户，全球经济化的发展使商业插画和商业商品融为一体，插画对商品的服务体现在商品的生产、流通、销售、宣传等各个方面。所以说，现代商业插画是具有社会服务功能和属性的

视觉效果设计专业，具有以传递商业信息为目的、为特定企业和产品宣传量身定做的服务功能。商业化的插画设计在创作和服务上脱离了个人行为，需要围绕商业主题进行定制和美化，既要体现出插画设计师的风格特点，又要实现插画作品对产品的美化价值，符合产品和信息的宣传目的。在创作中，商业插画师需要了解一定的商业运作过程，才能够将作品较好地融入宣传之中，所以商业插画需要整体设计和相对完备的团队合作，共同完成整个商业活动。值得一提的是，商业插画师的创作和设计应该服务于整体策划方案，要接受和迎合客户的要求和期待，也要符合商业运作的限制和规律。要在适度的情况下体现出个人独特的风格和表现手法，也要对观看人群的审美、印象与反响有一定的预判。

商业插画有时需要用最直接的方式将带有信息的图像展现给观众，插画作品包含的信息越简单清晰越容易被人们记住。商业插画的这种传递信息的方式能够使正在流动的人群最大限度地接收到商业信息，现代商业发展中这种商业宣传也非常常见。在插画的价值体现中需要表露出激发消费者的兴趣、引导消费者的视线与心理、促进消费者的消费行为的特征。插画的商业服务既达到了商业目的，又是对城市化发展中城市装饰的一种表现。虽然这种商业宣传不能作为城市美化的手段，甚至有时还造成了声、光、电的污染，但是这种污染主要是低端的传播载体和缺少美感的宣传手段造成的。如果城市中的商业宣传都具有较高的审美表现，那么就可以极大地解决这类问题，这也就体现出了商业插画自身的社会服务性和价值。

四、插画的大众认知

一方面，随着现代科技和社会的进步，人们生活品质提高，希望通过一种安静、平和与健康的方式缓解压力，舒缓心情，绘画就成了许多当代年轻人的最好选择。传统的绘画需要经过长期的学习和锻炼才能够取得一定的成果，对于享受科技进步的现代人来说，即需要一种表现力强、快速灵活且不需要太多基础和约束的表现形式，这就使插画艺术脱颖而出。插画的创作形式多种多样，既能通过插画艺术的表现形式创作出专业的作品，又可以根据自己的喜好和心情进行简单的创作，所以深受人们的喜爱。另一方面，现代教育的发展使家长非常重视对儿童的培养，在主观认知上希望提高孩子各个方面的能力，其中儿童美术教育成了颇受欢迎的课程，大量的家长为孩子报名参加创意美术、儿童美术等绘画课程。这些课程将创意、开发大脑等与美术绘画相结合，在教学中并不是将传统的绘画技巧或者绘画原理对孩子进行讲解教学，而是按照插画艺术的创作思路进行训练，这也是插画艺术的包容性和原创性强的特点体现。这说明了插画艺术的多种表现形式和广泛的应用性领域，也是大众对现代插画的基本认知。

大众对插画的另一种认知就是插画的商业作品。插画通过产品包装上的图画展现在大众面前，通过漂亮的图形图案和作品吸引人们的关注，让产品具有无形的竞争优势。现代人都喜欢美观大气东西，哪怕只是产品的附加物或者外包装物，所以通过插画装饰后的产品深受人们的喜爱。比如，中秋节的月饼，内在的都是选购月饼和庆祝节日的形式，但是通过对包装上的精心准备就形成了产品的差异：有的月饼盒只有简单的包装，看上去略显单调，无

法给人带来食欲，而有些月饼定位准确，包装精美，在包装上绘制嫦娥、月兔等代表形象，既美观又体现节日的氛围。这些情况在大众消费品中随处可见，人们对产品的挑剔程度随着社会的发展和商业的竞争也在提高，打造较好的外观依然是形成巨大竞争力的手段，大众对商业插画也在无形中变得熟悉，也随着插画作品在商业中的运用变得更有品位和评价能力。

艺术插画更接近于绘画艺术，更多的是体现自我价值和想法，被大众认知和了解的并不是很多，偶尔一些作品形成了热门话题才会被广大群众了解。商业插画则不同，因为服务对象就是广大群众，人们在日常生活和消费中接触的频率非常高，所以对商业插画相对了解，只是大众群体无法准确地分辨二者，笼统地称插画艺术、插画设计或者插画。面对大众消费者的插画的创作需要考虑人们的文化、层次、品味、地域差异、喜好习惯等，有针对性地传达信息和全方位地覆盖宣传渠道，这些方式都能使人们对插画的认知和了解不断加深。插画的视觉语言表达形式通俗易懂，便于记忆。有时也创意巧妙、独特有趣，非常符合现代人的喜好，可以吸引不同文化层次的人。同时，大众对设计平淡无奇的插画作品也会比较冷淡，要在众多插画作品中能够让大众记住和喜爱也需要努力。通常具有色彩艳丽、构思奇特、造型夸张等特点的表现形式比较符合大众审美的品位，往往能够得到人们的青睐和欢迎。人们通过商业插画了解最新的信息，也更愿意通过图像来了解信息，这就是大众消费时代和读图时代相结合形成的商业传播模式。商业插画遵循商业规律，对大众有着审美诱导的作用，既可以成为人们的视觉焦点，满足人们的特定需要，也可以通过插画作品的装饰性、新奇性和趣味性提高生活品位和情趣，营造良好的生活氛围。

五、插画的专业定位

现代插画在专业教育教学的归类中并不是明确统一的，也少有设立专门的专业，而是多归类于各个院校的二级学院之中。这主要是因为其自身的应用性质和创作方式都具有极高的交叉性，在作品表现上灵活多样，在设计应用上覆盖极其广泛。有些院校将插画专业归类为设计艺术学中的视觉传达专业或者影视动画中的卡漫插画专业，是设计艺术专业门类中的一门课程，或者许多的院校将其作为单独的插画专业进行培养；也有一些院校将插画作为传统插图的延伸，归类在艺术学中的绘画专业中，作为现代艺术绘画的一个专业方向进行培养。就目前而言，将插画归纳为设计专业开展教学的院校相对较多，授课方式大多是理论讲解结合实践创作。插画设计的创作作品可以被应用在包装设计、海报设计、书籍设计、UI设计、服装设计、陶瓷设计、室内设计等多个领域，所以在教学上既需要学习图形创意、构成设计等设计基础课程，又因其需要设计表达，需要学习软件设计、手绘绘画、数字绘画等技术。所以，无论是插画的创作方式还是应用领域都很难归类在一个准确的定位之中，在专业发展和学习时应针对实际的学科发展或者个人未来的发展需求而定。

插画在现代社会发展中总是围绕商业的发展而发展，这就使插画的创作形成了商业属性和艺术属性的双重属性，在专业的定位中，不同的培养院校和机构会根据定位的不同进行有意的侧重。这种专业培养的侧重使插画创作要同时考虑艺术加工和商业应用两个方面，插画

的商业属性使它的创作和应用更有效益，需要考虑创作的成本和收益是否合理，在不同载体中传播的方式和途径的收益是否能够达到预期。所以，商业插画在培养人才时更多的是从商业价值去解读插画的创作与制作的。商业插画的客户能够通过视觉引导的方式得到收益，能够通过消费者的反馈了解插画作品的作用和价值，这就形成了市场竞争带动商家发展更有创意的宣传方式。插画能够满足商家这一需求，商家的需求推动了插画的发展，插画的价值得到重视，专业内容和要求不断提高和细化，更加优秀的插画作品提高了消费者的审美，消费者的审美提升要求商家投入更多的商品美化和宣传，这种需求又在推动插画的专业性。消费者、商家、插画设计形成了相互推动的关系。这种关系提高了产品的视觉欣赏价值和附加价值，使消费者得到了审美和生活仪式感的满足，也使插画的专业性更强，应用范围更广泛，专业地位更重要。

在围绕商业发展的同时，我们也要认识到，现代插画设计的根本功能是服务社会，它不仅仅是一种艺术表现形式，更是承担了提高大众审美和认识的责任。插画师应该在满足商业需求的同时，发挥其社会效益，让人们在欣赏艺术的同时，也能思考现实生活中的问题，为构建和谐社会贡献力量。

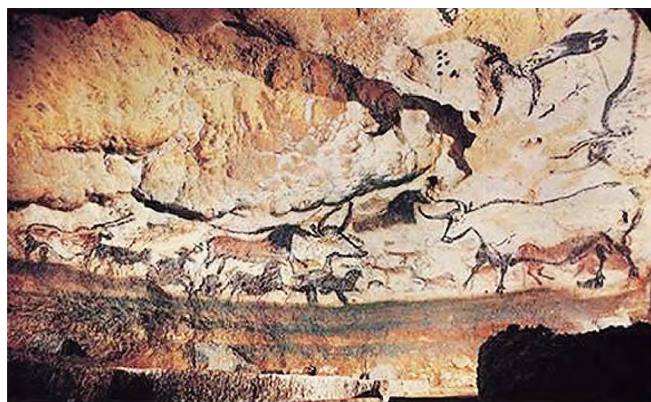
在当今社会，插画设计以其独特的魅力和广泛的应用领域，成为文化艺术领域中的一颗璀璨明珠。每一个专业的发展都有其独特的魅力和需求，只有当我们积极地参与其中，不断学习和提高自己的专业素养，才能真正体会到这份魅力。同时，专业的发展需要每个人的积极参与和贡献，只有每个人都积极地参与其中，积极地学习和贡献力量，才能够让专业才能不断发展、壮大，从而为国家文化的繁荣作出贡献。在这个过程中，我们要始终保持对社会的热爱和责任感，用自己的专业素养和实际行动回馈社会，为实现中华民族伟大复兴的中国梦贡献自己的一份力量。

任务二 追溯插画的产生与发展

现代插画的表现形式是以绘画艺术和数字信息作为表现手段和传播载体的，在学习插画时会误认为插画的发展历史时间并不长远，但是这其实是对插画起源和发展历史的误解。插画在发生和发展过程中一直不断地扩展内容和表现形式，它的艺术表现形式也具有较大的弹性，是一个通过创作者所在的社会和文化、商业需求叠加在一起不断整合塑造而发展起来的专业学科。插画作为现代设计的一种视觉信息和视觉传达的重要形式，通过直观的图画渲染表现内容，在识图时代具有特殊的地位，插画涉及的文化领域、商业领域、公益领域、艺术领域等都直接或间接地影响着人们的生活。

一、插画的产生与演变

插画的艺术形式在漫长的历史发展进程中，可以追溯到用于记录和装饰的岩画文化。这种在岩石上磨刻和绘画来描绘当时人们的生活、想象和愿望的方式，可以说是一种原始质朴的绘画形式，具有其独特的魅力。如拉斯科洞穴壁画，由 1.7 万年前的原始人涂抹在法国西南部多尔多涅省附近拉斯科岩洞内壁上，是旧石器时期岩画的代表之一，在美术史上占有重要地位，如图 1-2-1 所示为拉斯科洞穴壁画。



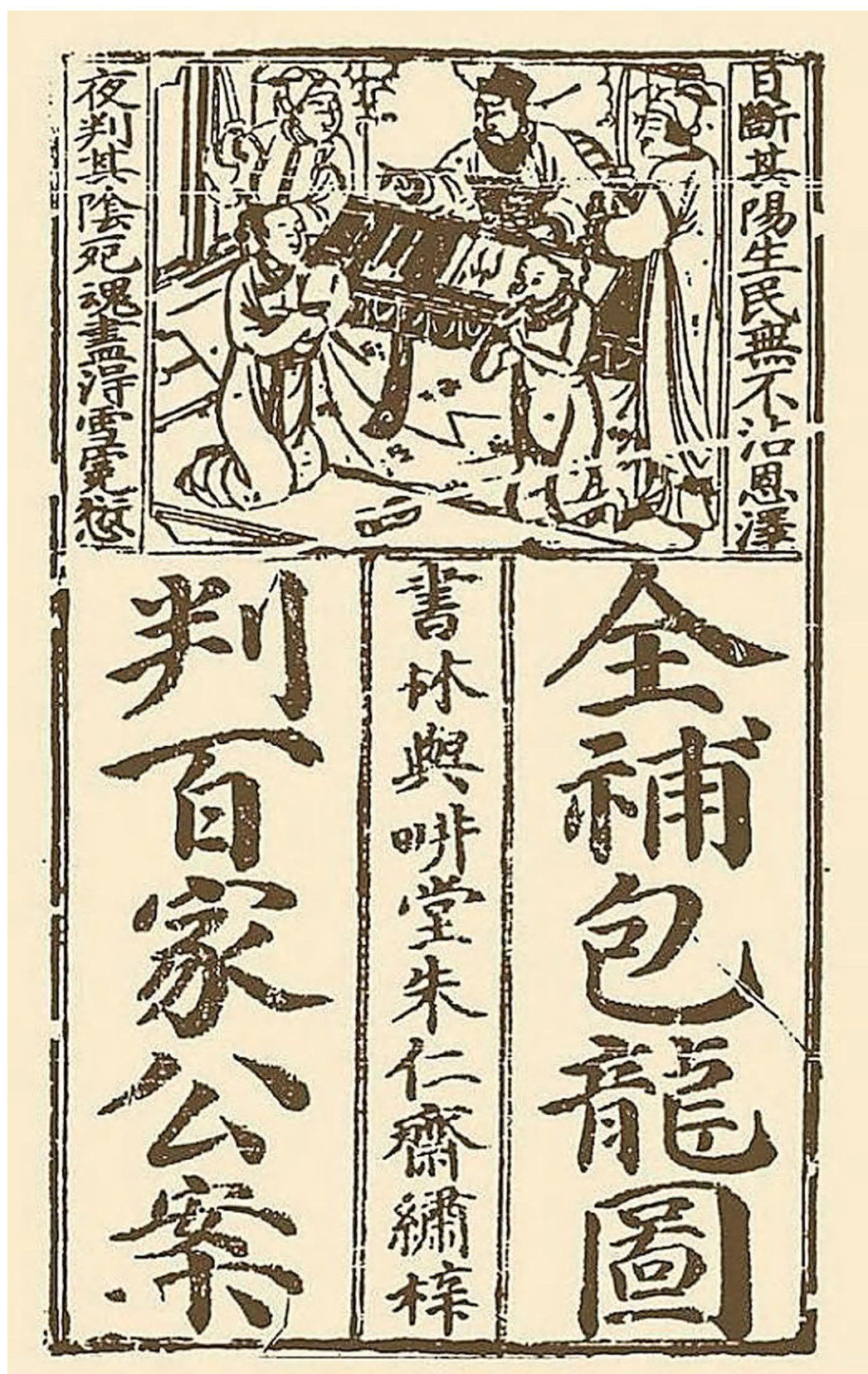
(a)



(b)

▲ 图 1-2-1 拉斯科洞穴壁画

插画的绘画表现形式具有设计创意表现的概念，同时与传统的油画、版画、壁画等有着深厚的亲缘关系，它的发生和发展既与绘画艺术有着较近的关系，又具有独具一格的表现风格。插画设计能够发展壮大最早是依托于印刷术技术的发明，随着书籍等纸质品的普及，插画以插图的形式逐渐受到人们的重视，如图 1-2-2 所示为雕版印刷中的插画。



▲ 图 1-2-2 雕版印刷中的插画

现代的插画设计在学科专业领域中可以被看作是表现绘画的艺术，而在绘画中，插画艺术又是设计的创意构思表现应用。由此可见，插画设计艺术的演变和发展伴随纯艺术（国画、版画、油画、壁画等）的绘画风格演变和发展，又由于需求和创作目的的不同而形成了独特的艺术风格和魅力。这些作品体现出了不同绘画艺术的融合和创新，有些作品将山水国画的意境融入风景，有些作品体现立体和拟人的效果，还有一些作品将剪纸拼贴融入插画艺术的创作之中，如图 1-2-3 所示为融入了剪纸拼贴的绘本插画。



(a)



(b)

▲ 图 1-2-3 融入了剪纸拼贴的绘本插画

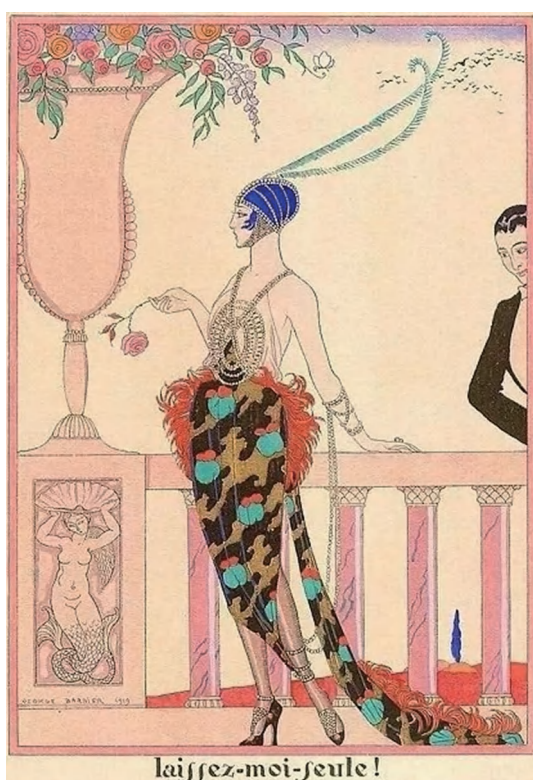
插画创作作为图书的伴随品最早被广泛传播和应用可以追溯到宗教读物作品上，主要是当时的宗教为了让人们更好地理解文字，诠释教义和形象化神明而进行的绘画创作，作品具有很强的引导性和想象力。因为是围绕文字内容进行的插图作品创作，所以其目的性也比较明显——主要是为了提高人们对文字的理解和解读，同时也可以避免因文字想象带来的理解偏差。在受到广泛好评后，这种插图的形式开始被重视和使用，开始被大量运用到不同类型的书籍出版物中，直至今日插画艺术也由相对狭义的图书插图发展成为用于多种表现形式的商业宣传和插画艺术。

二、20 世纪绘画艺术流派对插画的影响

插画在表现形式上是可以被纳入绘画领域中的，因为它们都是一种视觉化的艺术创作方式。现代插画设计艺术因为社会发展和分工的不断细化，已经成为一种独立的艺术表现形式而被广泛运用。插画创作的内容和形式也在伴随着纸质印刷和图书的发展而兴起和改变。插画虽然可以作为独立的艺术形式，但是依然离不开绘画艺术的影响和创作方式，这从插画艺术本身是从纯粹的美术作品中分离出来，而插画的从业人员也基本上都是职业画家这一事实

中可见一斑。所以，插画受到不同绘画风格的影响，形成了诸多的表现形式，插画表现最早是以写实的记录绘画和平面绘图语言为主，在发展中受到抽象表现主义画派的影响，插画表现由具象向抽象转变，并形成了多样的表现形式。直到 20 世纪 70 年代，插画的表现风格重新回归写实，但是丰富的表现力却越来越受人们的欢迎。正是受到绘画的艺术流派影响，插画的艺术风格发展才形成了独特的风格。20 世纪绘画艺术蓬勃发展，具有丰富的创造力，对后来插画的表现方式产生了重要的影响。

如法国著名插画家乔治·巴比耶（George Barbier），他是 20 世纪早期最伟大的插画家之一，出生于 1882 年 10 月 10 日，一直居住在法国巴黎。乔治·巴比耶的作品大多是服务故事的插图和封面，以及时尚杂志最初的时尚插画。他在服装、珠宝、玻璃器皿等方面也大有建树。乔治·巴比耶在 20 世纪初设计了巴黎时尚杂志中的经典插图，如图 1-2-4 所示。



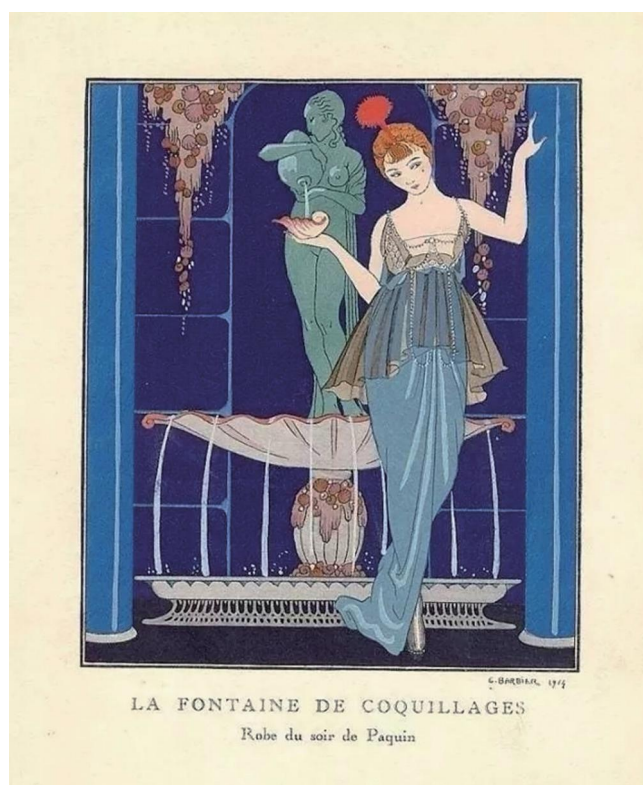
(a)



(b)



(c)



(d)

▲ 图 1-2-4 巴黎时尚杂志中的经典插图

在创作技术层面上，插画与绘画艺术几乎等同，尤其是在现代绘画的综合材料、综合技法等创作方式被推广后，两者的纽带关系越来越紧密。虽然两者的界限逐渐模糊，但是两者的区别有时也非常明显：绘画艺术比插画需要更多地专注于内涵、精神和由表及里的思考。绘画作品和插画作品在直观欣赏时也有着明显的区别，这与画家的风格、作品的定位、使用的技法、获得的传承都有着紧密的关系。现代绘画作品和现代插画作品根据创作的定位，也会产生巨大的差别。插画作为插图的一种属性始终在传递着信息，是对文字、含义和概念的解读，是视觉图像的表层体现。而现代绘画艺术作为收藏品、拍卖品、展示品、艺术品等，具有更加深层次的价值性。

对插画艺术表现形式有较大影响的现代艺术流派，或者也可称之为现代派艺术的学习，可以使学生更好地了解插画艺术表现形式多样性的原因。现代艺术的创作由于具有非常独特的时代性、综合性和反思性等特点，很难被准确地定义为一种具体的流派或者风格，目前将 20 世纪以来，区别于传统的艺术形式，带有前卫、先锋色彩的各种艺术思潮和流派统称为现代艺术。其主要代表包括野兽主义（图 1-2-5）、立体主义（图 1-2-6）、未来主义（图 1-2-7）、表现主义（图 1-2-8）、俄国的至上主义与构成主义（图 1-2-9）、荷兰的风格派（图 1-2-10）、达达主义（图 1-2-11）、超现实主义（图 1-2-12）、抽象主义（图 1-2-13）、波普艺术（图 1-2-14）等。



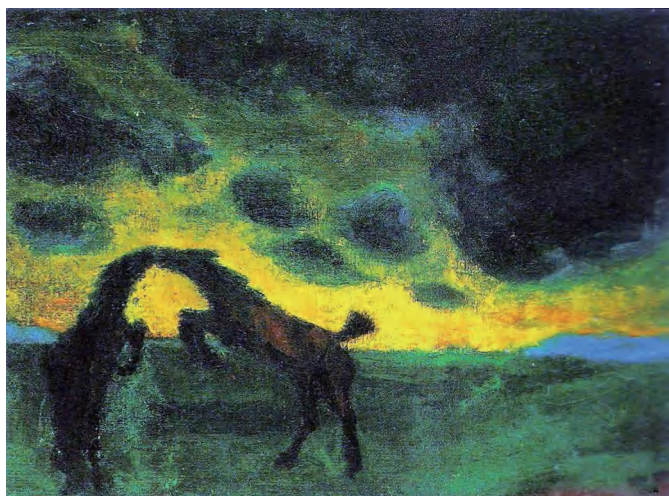
▲ 图 1-2-5 野兽主义



▲ 图 1-2-6 立体主义



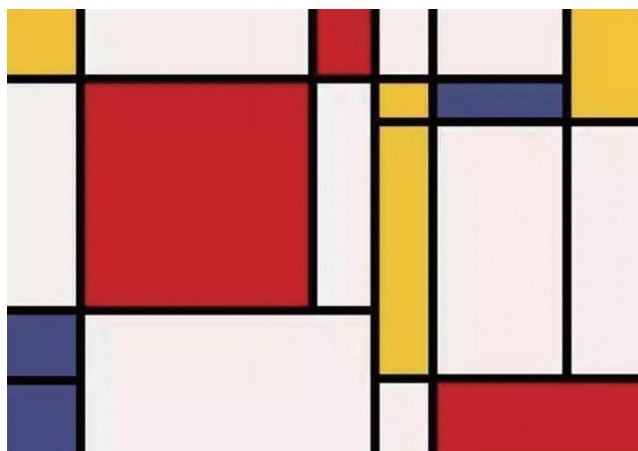
▲ 图 1-2-7 未来主义



▲ 图 1-2-8 表现主义



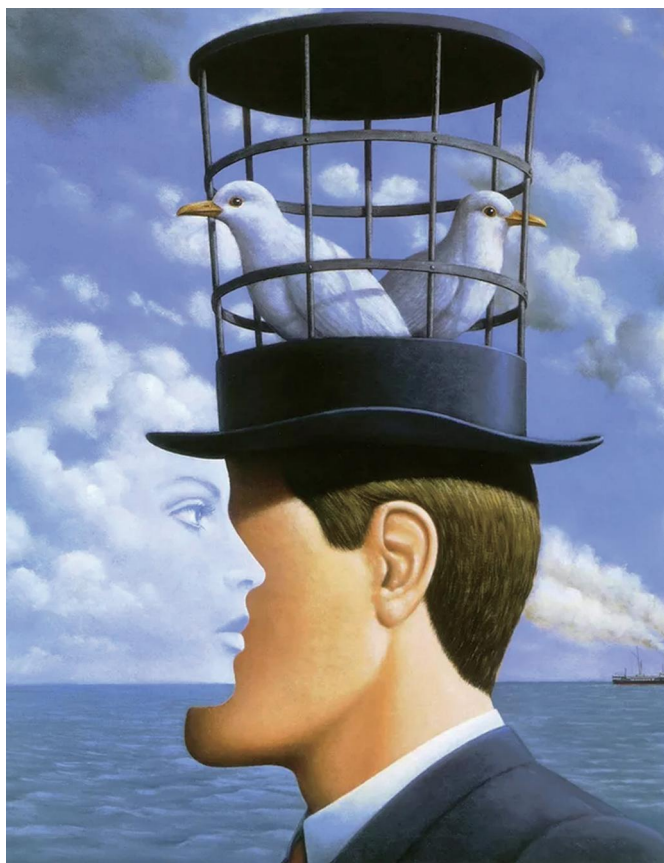
▲ 图 1-2-9 俄国的至上主义与构成主义



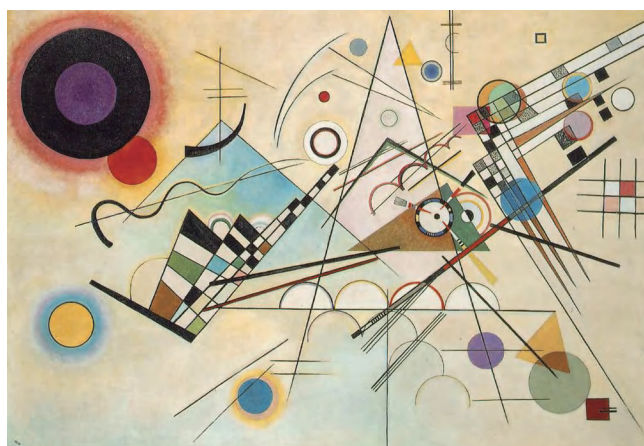
▲ 图 1-2-10 荷兰的风格派



▲ 图 1-2-11 达达主义



▲ 图 1-2-12 超现实主义



▲ 图 1-2-13 抽象主义

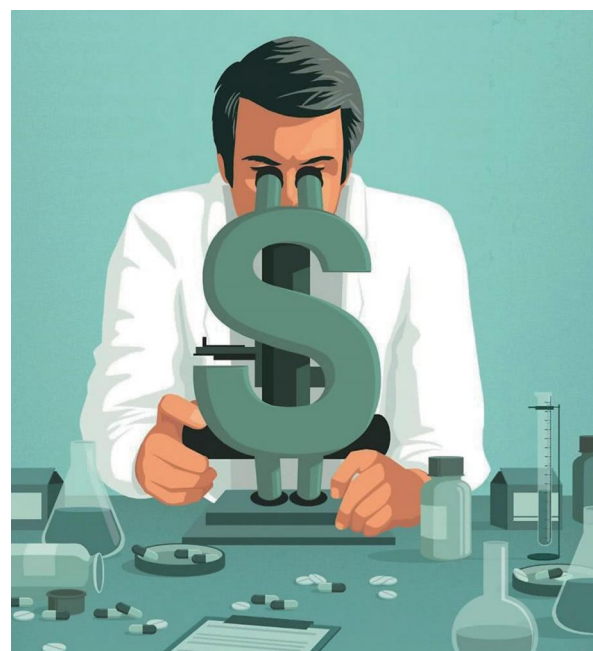


▲ 图 1-2-14 波普艺术

现代艺术的特点在于打破艺术家、作品和观众之间的界限，主张艺术干预人类生活，深受现代社会文化影响又立足批判现实社会对人性的压抑。这一特点也被插画艺术很好地融合，在插画艺术作品中不乏对社会的反思和批判，如图 1-2-15 所示。瑞士著名插画家 Stephan Schmitz 擅长通过视觉隐喻的方式描绘现代世界，展现现代人与社会之间的矛盾和纠结，做到发人深省的效果，其作品《研究》如图 1-2-16 所示。



▲ 图 1-2-15 《二十一世纪恋爱》



▲ 图 1-2-16 《研究》

拓展延伸

1. 达达主义

达达主义是1916年至1923年间出现的一种艺术流派。达达主义艺术运动是一种无政府主义的艺术运动，它试图通过废除传统的文化和美学形式发现真正的现实。达达主义由一群年轻的艺术家和反战人士领导，他们通过反美学的作品和抗议活动表达他们对资产阶级价值观和第一次世界大战的绝望。达达主义的主要特征包括追求清醒的非理性状态，拒绝约定俗成的艺术标准、幻灭感、愤世嫉俗，追求无意、偶然和随兴而做的境界等。

2. 新艺术运动

新艺术运动是19世纪末20世纪初在欧洲和美国产生并发展的一次影响相当大的“装饰艺术”的运动，是一次内容广泛的、设计上的形式主义运动，涉及10多个国家，从建筑、家具、产品、首饰、服装、平面设计、书籍插画一直到雕塑和绘画艺术都受到影响，延续长达十余年，是设计史上一次非常重要的形式主义运动。这场运动实质上是英国“工艺美术运动”在欧美大陆的延续与传播，在思想理论上并没有超越“工艺美术运动”。新艺术运动主张艺术家从事产品设计，以此实现技术与艺术的统一。

3. 波普艺术

波普艺术也叫流行艺术，又称新写实主义，它代表着一种流行文化。波普艺术运动是在美国现代文明的影响下而产生的一种国际性艺术运动，多以社会上流的形象或戏剧中的偶然事件作为表现内容。波普艺术20世纪50年代初萌发于英国，50年代中期鼎盛于美国。美国波普艺术的出现略晚于英国，在艺术追求上继承了达达主义精神，作品中大量运用废弃物、商品招贴、电影广告、各种报刊图片做拼贴组合，故又有新达达主义的称号。集合艺术和偶发艺术一般也认为是波普艺术的两个支系。波普艺术其创作特征是直接借用产生于商业社会的文化符号，进而从中升华出艺术的主题。它的出现不但破坏了艺术一向遵循的高雅与低俗之分，还使艺术创作的走向发生了质的变化。20世纪90年代，我国的波普艺术家主要分布在湖北与上海，比较有影响的艺术家有魏光庆、杨国辛、袁小舫、李山、余友涵、刘大鸿等。

4. 超现实主义

超现实主义是在法国开始的文学艺术流派，与达达主义产生于同一时期，并且对于视觉艺术的影响深远，于1920年至1930年间盛行于欧洲文学及艺术界中。它的主要特征是以所谓“超现实”“超理智”的梦境、幻觉等作为艺术创作的源泉，认为只有这种超越现实的“无意识”世界才能摆脱一切束缚，最真实地显示客观事实的真面目。超现实主义给传统对艺术的看法产生了巨大的影响，也常被称为超现实主义运动，或简称超现实。超现实主义电影是把文学上的超现实主义的创作方法运用于电影创作的电影流派，承袭了这一创作主张的倡导者安德烈·布莱东，强调无理性行为的真实性、梦境的重要意义、不协调的形象队列的情绪力量和对个人快感的执着追求。超现实主义一度成为20世纪20年代法国先锋派电影的主要倾向，后来又成为美国实验电影和地下电影的重要一翼。

5. 极简主义

极简主义风格所代表的居室设计极简主义，并不是现今所称的简约主义，是第二次世界大战之后，20世纪60年代兴起的一个艺术派系。其作为对抽象表现主义的反动而走向极致，以最原初的物自身或

形象展示于观者面前为表现方式，意图消弭作者借着作品对观者意识产生的压迫性，极少化作品作为文本或符号形式出现时的暴力感，开放作品自身在艺术概念上的意象空间，让观者自主参与对作品的建构，最终成为作品在不特定限制下的作者。极简主义并不局限于艺术或设计，它是极简主义者奉行的一种哲学思想、价值观以及生活方式。

6. 现代插画、艺术插画与插画设计

插画的运用形式和表现形式多样，相互之间既有区别又有联系。通过对插画添加不同的限定词可以细分其区别，现代插画在广泛意义上是指在商业广告、游戏、海报等方面的统称，其包含了现在社会中对商业插画的一般理解。有许多原创设计师专门从事现代插画的创作，作品多偏向于二次元化风格的人物场景或者主题设计等，而且一般是以电子屏绘画方式居多，这类人群被称为插画师。艺术插画或者叫插画艺术延续了传统的绘画形式或者思想，偏向于艺术品化，多用于展览或配图，具有写实的特点。艺术插画创作上多为油画效果，以手绘的形式创作，其被称为艺术的主要原因是延续了艺术创作中的观念艺术内涵，将来源于生活与人们内心追求的精神世界用艺术形式进行了表现。插画设计则是插画创作的从业人员或相关行业对需要插画作品的商业项目的一般叫法。插画设计多以软件创作为主，主题性明确。总之，插画作为现代艺术设计中一种重要的视觉表现形式被人们广泛关注，具有巨大的潜力和商业价值。

三、现代插画设计的发展

（一）现代插画设计的发展趋势

1. 现代插画设计的发展与商业发展紧密相关

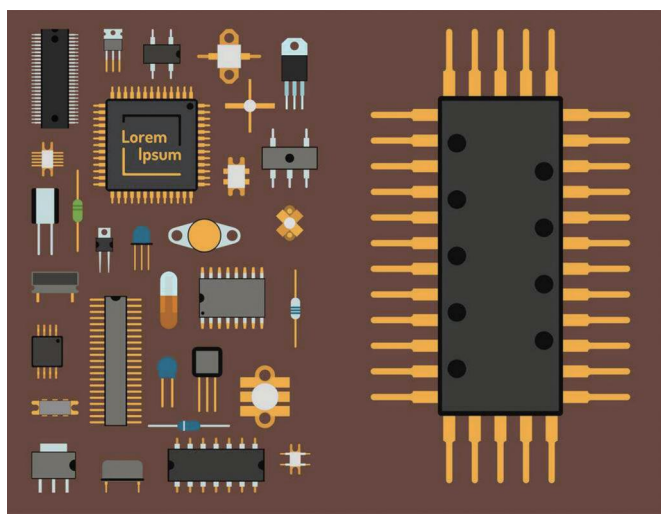
现代插画设计与商业发展的紧密程度超过以往的任何时期，如今，插画设计更多地归属于视觉传达设计领域，其核心思想主要是对表达的内容进行艺术化处理和对图像进行艺术化表达。从视觉传达设计的角度来看，插画多被运用于绘画类作品的表现中，插画本身既可以作为实际印刷物，如图 1-2-17 所示的游戏衍生品设计——T 恤，也可以作为一种传播数字信息的媒介，如图 1-2-18 所示的计算机组件插画。

2. 现代插画设计与传统插画设计有所区别

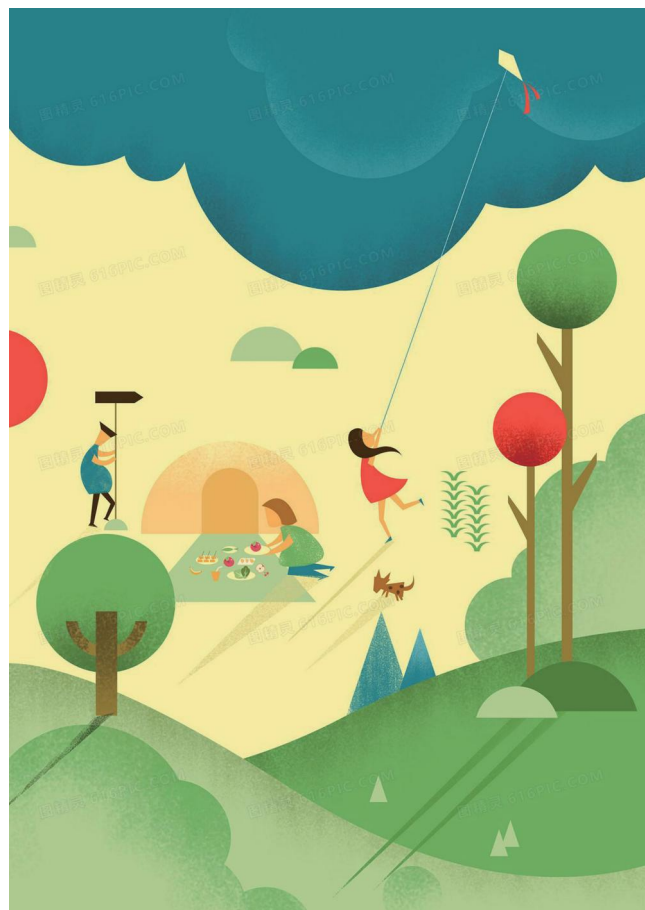
现代插画的题材、风格、形式、表达与传统意义上的插画有很大的区别，产生这种变化的主要原因是现代社会科技和商业的发展，以及人们的生活习惯和阅读习惯的改变，如图 1-2-19 所示为《日本之旅》海报背景，图 1-2-20 所示为扁平化插画设计。



▲ 图 1-2-17 游戏衍生品设计——T 恤



▲ 图 1-2-18 计算机组件插画



▲ 图 1-2-19 《日本之旅》海报背景



▲ 图 1-2-20 扁平化插画设计

3. 现代插画设计的服务对象多样化

现代插画设计的服务对象包括出版业、游戏业及影视制作等多方面的大众消费群体。在插画的传播推广下，大众审美引领着消费审美。同时随着科技的发展，现代插画已经融入人们生活的各个方面，插画的设计和创作要求也在不断提高。插画的表现形式可以提高载体的艺术美感，吸引人们的目光，无形中提高了消费水平，如插画在现代广告设计、包装设计、媒体应用、影视动画等方面的应用，都充分体现出了插画这一艺术形式的多样性和丰富性，如图 1-2-21 所示为服饰品牌包装设计，图 1-2-22 所示为插画风包装设计，图 1-2-23 所示为某系列产品插图。



▲ 图 1-2-21 服饰品牌包装设计



(a)



(b)

▲ 图 1-2-22 插画风包装设计



▲ 图 1-2-23 某系列产品插图

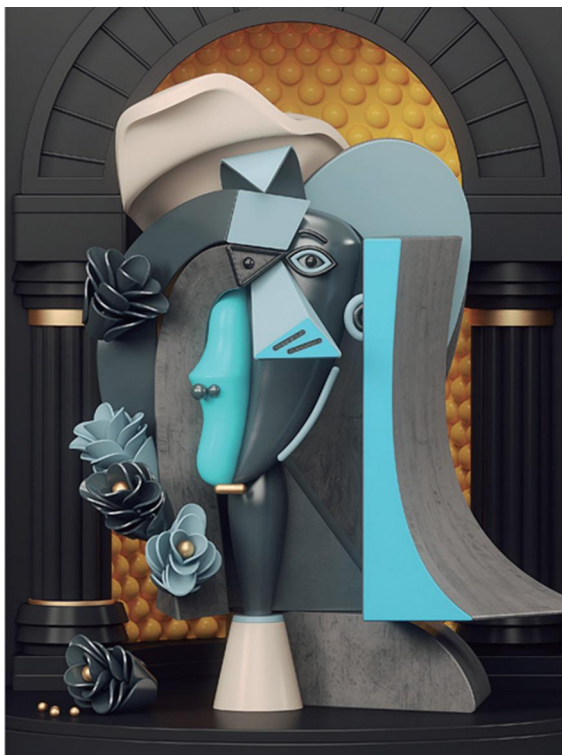
4. 现代插画设计实现了无纸化设计

传统的插画艺术是以绘画的表现形式为基础开展创作活动，随着科学技术的进步，现代插画艺术的表现形式更加丰富和便捷，实现了无纸化设计，即现代插画师既可以用电脑软件模拟传统插画进行创作，也可以用软件拼图的形式进行创作，如图 1-2-24 所示为原图与 C4D 插图。甚至现代插画的创作已经不再完全是由专业的插画师进行，大量的视觉爱好者、绘画爱好者等群体也纷纷加入插画艺术创作的潮流之中，使现代插画更具个性和时代特征，如图 1-2-25 所示为清水裕子作品。

与以往插画设计艺术表现形式不同的是，由于计算机软件和数字化技术的发展带来了更丰富的创作表现形式，数码化的矢量插画以更加清晰的数据和更少的数据量迅速占据了网络化时代的信息传播的需求市场。其高速的传播形式和广泛的应用范围都在改变着传统插画的地位，使得静态的图片插画升级到可以进行互动的特效插画。



(a)



(b)

▲ 图 1-2-24 原图与 C4D 插图



▲ 图 1-2-25 清水裕子作品

5. 现代插画设计的社会功能更加强大

现代插画被广泛应用在商业领域，具有反映社会文化、商业需求、商品特点等多个方面的社会功能。现代插画可以将需要传达的信息最简洁、明确、清晰地传递给目标对象，引起人们的兴趣，最大限度地使人们信服所传递的内容，并让人在审美的过程中更易于接受其表达的观念和思想内容，诱导受众采取最终的行动。

（二）现代插画的特点

1. 形象化

插画的形象化体现在可以更加生动具体地展示出产品的服务和形象，直观地传递信息；能够将比较抽象的概念、印象等内容通过绘画表现出来，真实具体地展现在观众面前。形象化也是对描述对象的美化、刻画和细化。

2. 趣味化

插画作品通过夸张、比喻、变形等手段表现画面效果，激发消费者的兴趣，提高自身的趣味性和观赏性。趣味化的表现有时针对故事或者内容本身的趣味性，有时是根据读者对象进行有意的趣味化，比如有趣的插画作品可以快速吸引儿童或者青少年的目光。

3. 信息化

插画具有非常强的信息传播属性，可以通过画面中的内容清晰地传递创作者的意图。同时，插画表现伴随科技发展、软件应用等创作形式，具有更加显著的图片信息化特点，人们可以通过图片内容快速获得相应的信息，一张插画所代表的信息量可以包含非常多的内容，比读取文字信息更加易懂且便于记忆。

4. 商业化

插画作品能够提升商品的吸引力，刺激消费者的购买欲望。现代商业发展中对产品的宣传和推广极为重视，会将大量金钱投入产品的运营中。插画的表现能力和创意性都非常符合现代人的审美认知，所以无论插画作为单独的插画艺术作品还是商品的宣传包装手段都有良好的商业基础和商业需求。

5. 个性化

插画发展到如今已经形成一种专门的职业，从业者通过绘制项目插画赚取报酬。插画本身需要创意与风格化，这样才能体现出产品的独特性，因此许多插画师根据自身的喜好和特点进行专门的定位，使得现代插画创作作品中出现许多具有较强个人风格特征的作品，这也形成了不同插画流派和风格。

（三）现代插画发展趋势的特点

插画的发展意识形态受到了绘画艺术的影响。随着 20 世纪 60 年代中期的西方美术流派

中观念艺术的兴起，观念艺术家们认为真正的艺术作品并不是由艺术家创造的物质形态，而是作者的概念或观念的组合。当一件物质形态的艺术品呈现于观众面前时，观众所获得的信息并不比某一事物的概念或某一事物的意义在时空中更强烈。因此，照片、教科书、地图、图表、录音带、录像乃至艺术家的身体都被用作观念艺术的传达媒介，主要在于表现观念形成、发展及变异的过程。到 21 世纪，各种艺术形式并进发展，观念艺术的来临说明只要是以任何媒介形式表现艺术家思想观念的都叫艺术，插画的发展轨迹为插图（为文字图解）→插画（确定了插画的学术意义）→观念艺术（也称观念插画，是表现艺术家思想的艺术形式），“观念插画”由著名插画师李金儒提出，借用观念艺术、观念摄影的艺术概念，形成观念插画理论，为以插画形式表现艺术思想的艺术家的学习和交流，以区别于为商业服务的插画形式。观念插画是一种以插画为媒介的观念艺术创作，其实质是观念艺术在媒介上的一种延伸与演变，是从艺术中抽离出来的一种相对独立的创作手段与形式，是以插画的艺术形式表现艺术家思想的一种插画形式。

时代在更迭，技术在进步，社会在发展，现代插画的概念与传统的插画概念也有了变化。插画设计的发展会随着社会经济和商业等的发展延伸到人们生活的各个领域，新的技术也会改变插画的创作方式，虽然插画的本质和需求是不变的——这也是插画这种通过图片表达信息的形式决定的，但是插画的表现形式和信息内容的传播方式会改变。传统插画可以增加书籍中文字的吸引力，可以将产品包装得独特而又精彩，可以让品牌充满艺术气息，形成优秀的品牌效应，在影视动画中插画的表现更是赋予其卓越惊人的视觉体验。而插画传播方式的改变和传播途径的改变、创作方式的改变和培养方式的改变都在说明插画具有与时俱进的发展能力和巨大的潜力。比如，当今专门从事插画学习和运营的学校、公司有着极强的竞争力，通过平面插画、宣传海报和封面等形式宣扬自身的价值。插画市场也在不断地细分和定位，通过插画创作的对象、创作的形式、表达的主题等分化出非常丰富的类别。插画师往往按照自己的定位进行创作和定价，逐步地使插画市场规范化和合理化。

不同的国家，插画的发展特点也不相同。美国的插画市场形成了插画艺术家的概念，注重艺术与商业价值。日本的插画则伴随着卡通与动漫产业的发展，表现形式和内容丰富繁杂。韩国的插画发展与韩国的游戏产业的兴起有着紧密的联系。中国的插画发展同样伴随着经济的起飞而进步显著，应用的范围和插画的表现有着独特的中国味道。

从插画创作的发展规律来看，插画的发展趋势有以下特点。

1. 插画发展的多元化和多样化

现代社会的信息发达，传播速度快，插画师可以借鉴和学习的渠道非常广泛，插画师们可以通过对过去的插画创作经验和不同地区的插画作品进行学习，所以现代插画作品具有形式多元化、内容多样化、对象多元化、审美多样化和传播多元化的特点。

插画的形式多元化是指插画的表现形式多元（比如可以用传统的手绘绘画、计算机建模、数字绘画等形式表现画面），也是指创作的形式多元（比如写实手法、抽象手法等）；内

容多样化是指插画作品表现的内容多种多样,有艺术类的插画作品、商业类的插画作品等;对象多元化是指插画创作所服务的群体非常广,可以是儿童(比如儿童插画),可以是游戏中的游戏插画等;审美多样化指的是不同国家和地区、不同年龄和认知水平的人审美也是不同的,插画作品的表现应符合定位,也要体现出多样性;传播多元化是针对插画的传播途径而言的,插画作品可以通过网络传播,以数字图片的形式出现在人们的手机、电脑、电视里,也可以通过实物传播,如书籍、包装、招牌等。

2. 插画发展的独特性与差异性

社会发展节奏越来越快,人们的生存压力也随之增大,人们会寻求一些方式来放松自己,缓解自己日常生活中的压力。放松的方式多种多样,有些人喜欢看电影、吃美食,有些人喜欢运动或唱歌,而绘画作为放松的一种方式,安静而又不失文艺,带给人们独特的精神享受,也同样备受人们的喜爱。手绘插画有着极强的亲和力,在视觉上可以体现个人的风格和喜好。从商业角度来看,具有独特个性的插画作品也非常受人们的欢迎,特定的作品风格往往会形成小众圈子,同时也可以与流行文化形成呼应关系。插画作品被作者赋予情感后,与观看者的情感形成共鸣,这样的作品就是在同类插画中寻找个性和差异性,比如台湾插画师几米的都市题材系列作品,主要以发掘现代人们的情感关系为主,在迎合大众心理的同时也在发掘人们心灵深处的渴望,深受当代年轻人的喜爱。作品中有的插画被应用到面巾纸包装中,通过作品与产品的结合提升品牌个性,使商品从使用层次提升到精神层次,也使插画在众多插画作品中脱颖而出。消费者有收集系列产品的喜好,有时为了收集附带的赠品而特意去购买产品。这种包装插画的魅力和价值远远超过了产品自身的价值。

3. 插画发展的分类化和定位化

现代插画种类繁多,插画师往往根据自身的喜好和特点专门绘制一种风格,人们也多以某种风格去定位插画师的种类和价值。插画作品就像人一样有着自己的特点和格调。比如,有些插画师非常喜爱绘制绘本插画,运用鲜艳亮丽的流行色表现时尚潮流的作品,将自己的作品和风格定位在时尚商业插画行列,专门服务服装、饰品、美妆、香水等产品;有的插画师选用梦幻唯美、明度较高的色调体现清新脱俗的风格;有的插画师喜欢通过插画作品表现荒诞的主题,通过摇滚、文身等街头文化的形式张扬个性,用反传统、反主流的态度表现玩世不恭的情绪;还有插画师喜欢创作科幻主题的插画作品,人们对科技题材的作品有着非常浓厚的兴趣,这也是未来插画发展的主流方向之一,科技题材的插画作品不仅能够通过强烈的科技感彰显出人类的存在价值,还是人类对未来的憧憬和设想,也是对人类社会科技发展的期待。

4. 插画发展的人性化和社会化

插画发展得越好,越是符合人的需求,越能体现出人性的需要。人性化指的是一种理念,具体体现在插画在美观的同时能根据消费者的生活习惯,操作习惯方便消费者,既能满足消费者的功能诉求,又能满足消费者的心理需求。这就要求插画始终要以人为核心、以社

会环境为基础去创作作品，在满足人们对美感的需要的同时也满足了消费群体的生活习惯、兴趣爱好、消费心理等需求。插画设计的人性化发展有时也是私人化发展的一种表现，现代人们对私人定制、个性化服务有着巨大的需求，如根据自身的形象绘制卡通人物等。小到人物头像，大到全身场景，都可以通过插画创作为需要的个体进行服务。现代插画通过画面表达内容，消费者可以围绕作品交流和沟通，这时的插画作品变成了插画师与人们沟通的桥梁。插画的灵活性可以为消费群体提供多变的服务，消费者的意见被最大程度地满足，插画师不再像绘画艺术家一样俯视人们，而是针对不同的民族、文化、历史、性别、年龄等社会背景进行有针对性的创作，关注人们内心的需要，找到美感的平衡点和共鸣之处，这种社会服务意识和人性化的内核是插画发展的必然方向。

5. 插画发展的娱乐化和功能化

现代插画最能给人带来震撼的就是能够表现宏大场景和营造出强烈氛围效果，而这种效果体现得最为明显的领域就是娱乐行业，比如游戏场景的设定、电影场景的设计和宣传海报、明信片的设计等。人们在满足基本生存条件后往往热衷于娱乐放松，插画作品虽然不能直接地起到娱乐的作用，但是可以通过画面效果为娱乐内容起到渲染作用。娱乐化的插画拥有强大的渗透力和生命力，未来的插画发展无论定位如何都会将娱乐版块作为重要的服务对象。同时，插画的娱乐化也可以使插画作品的功能得到充分体现。人们需要优秀的、带有明确视觉导向的、可以表达自己的思想意图的插画作品来寄托和表达自己的内心情感或思想观点，同时，插画作品也反作用于受众群体，积极的、具有教育意义的插画作品能够引导人们的生活观念，促进人的良好发展。插画的娱乐化和功能化使插画设计摆脱平庸和乏味，通过画面的表现力和内容的形象化表达，帮助人们更加快速便捷地获取信息，激发人们的情感共鸣，促进人与人之间的交流沟通。在大众消费和娱乐的时代，普通消费和大众娱乐经济将长期占有市场，插画的服务属性也必然会在这份市场份额中占据重要的地位。

6. 插画发展的数字化和模式化

科学技术是第一生产力，随着数字技术的发展，插画的创作形式也发生了巨大的改变，当今的插画设计主要以数字插画艺术和软件设计为表现形式。不断进步和改进的新媒体技术和软件开发带给插画设计者更便捷的创作方式，新的视觉传播模式也标志着新的读图时代的来临，在当下的新媒体时代，新兴的软件设计插画师与传统的手绘插画师之间有着很大的区别。图像艺术时刻影响着人们的审美喜好和潮流，数字化对插画发展的影响越来越大，现代商业发展追求高效快速，与此同时，插画师的创作也越来越依赖于软件技术，而软件技术的发展又促进了插画生产的规模化。海量的素材分类展示，为商业插画设计师提供了更加丰富的基本素材，也提高了商业插画师的工作效率。这种生产方式虽然缺少原创性，但是满足了市场发展的实际需求，并不是所有的作品都需要高度的原创性，也并不是所有的插画师都必须做到每一幅作品都有高度的原创性。因此，不少商业插画设计师转变为插

画素材的提供者，这也是插画数字化发展过程中形成的新的产业链条。只要网络技术、数字化技术不断发展，那么插画的数字化和模式化就不会消失，只会发展得越来越专业化和细化。

7. 插画发展的网络化和平台化

不断发展的互联网络已经成为人类沟通的桥梁，不同地域、文化、语言的人们可以实时共享信息，互通有无。网络的发展也催生出了各种网络平台，人们可以通过不同的网络平台发布信息、交友娱乐、商业互动等。人与人之间的关系变得紧密而又陌生，陌生人之间通过网络可以交流，通过平台可以交易，可以免费享用大量的信息资料和软件资源。这些对于插画行业的发展有百利而无一害，对于插画师而言，互联网提供了展示自己作品的平台，可以将自己的作品公布在网络平台中供人们欣赏交流，这种展示和交流可以为插画师带来巨大的经济效益，为插画师进行商业合作提供基础保障。当然这也给插画师们带来了巨大的竞争压力，越出名的插画师越容易得到更多的资源和项目，越是发达地区和专业性较强地区的插画师越能够实现自己的价值，也可以获得更高的收益。这对原创性高的插画艺术没有太大的影响，但对插画行业的发展起到了强有力的推动作用，中、低端插画师迫于压力不断地提高自身的专业技能和工作能力，高端插画师为了保持自己在业内的地位和口碑，不断创作新的优秀作品。插画发展的网络化和平台化带来的影响是有益而持久的，现代插画的发展离不开网络，也依托于网络，并将长久地保持现状。

总体而言，插画的发展和传播依赖于当今媒体的发展。不管插画发展未来会被如何定义和解读，媒体作为载体的性质是不会改变的，插画需要发展的需求也不会改变。保罗·莱文森（Paul Levinson）撰写了《新新媒介》一书，他认为在互联网诞生以前的媒体都是旧媒体，它们在空间和时间上是不变的媒体。这些媒体包括书刊、报纸、杂志、广播、电视、电影等，书刊里的信息寄托在纸张这种载体上，不去翻阅就不会获取。旧媒体的特征之一就是自上而下的控制权，由专业人士生产，权威机构发行。互联网时代的新媒体包括传统新媒体和新新媒体。传统新媒体是指在互联网产生的新一代媒体。

保罗·莱文森对新媒体的介绍让我们对插画有了新的认识，能够让我们更加深刻地去发掘插画作品的传播方式和途径。现代新媒体艺术具有流行性和先锋性，它的内涵涉及多方面，它的艺术形态和艺术构思都具有前瞻性，作为互联网络信息化时代的引领者之一，无论是艺术家还是设计师都可以通过它完成宣传和推广，使艺术家和设计师们具备了更多的身份。作为兼备了艺术家和设计师双重属性的插画师，不但应该具有艺术家敏锐的眼光和艺术鉴赏能力，更应该拥有计算机软件技术操作能力和合作能力。当前设计行业分工越来越细致，多人合作的团队模式逐渐形成，插画师的创作不但要考虑静态的画面美感，更要融合声音、光化、特效、动态等的效果，能够敏锐捕捉到观看者的感受。这时的观看者也成了体验者，通过全新的思维、思考、体验，对插画作品产生新的认识。

现代插画发展已经离不开网络多媒体这一载体，两者形成了以视频、音频、图片、文

章、动画为对象的融合体。多媒体没有插画的加入，就会缺少美感，显得呆板而乏味，而插画不能融入多媒体的发展中，也会缺少发展的生命力，逐渐走向没落。多媒体可以通过更多的传播途径来让更多的人看到插画作品，可以通过丰富的表现形式和内容为用户提供更多的信息内容和娱乐方式。插画将新媒体作为载体，为人们提供新的生活理念，给人们带来更加独特的生活感受，也丰富了人们的信息接收方式，在获取信息的同时提高了人们的审美理念。现代插画发展与网络多媒体的发展形成了协同发展的统一战线，现代插画依托于网络多媒体，而多媒体也为插画提供了更大的发展空间。

插画产生和演变离不开绘画艺术，现代插画因为技术的变革和审美的发展已经形成了具有独特魅力的视觉语言设计艺术。中国现代插画设计艺术也在不断推陈出新，艺术家和设计师们在积极地响应社会发展和国家的号召，通过优秀作品的方式来推动插画设计的发展。中华优秀传统文化也随着插画的不断发展而不断进行创造性转化、创新性发展，为我国文化事业的繁荣发展贡献力量。

任务三 认识插画的历史、功能与审美特征

一、中外插画历史发展的阶段与特点

(一) 中国不同时期插画发展

我国插画是伴随书籍的传播而发展的，当时的书籍主要是以手抄的形式传播，内容主要以文字为主，但也有一些文人画家会根据文字内容进行图画的制作，如东晋画家顾恺之的《洛神赋图》就是为曹植的《洛神赋》创作的配图，如图 1-3-1 所示为《洛神赋图》局部。



(a)



(b)

▲ 图 1-3-1 《洛神赋图》局部

随着唐代雕版印刷技术的发明推广、民间年画民俗的发展等，我国的插画艺术形式开始盛行。我国甘肃省敦煌千佛洞中出土的唐代雕版印刷书籍《金刚经》中的扉页插画被认为是我国最早的版画插图。人们利用石板和木板进行线条的处理，来绘制图书的配图，完成文字和图片结合的图书创作，如图 1-3-2 所示为印刷术的模板。

雕版印刷在印刷史上有“活化石”之称，是在一定厚度的、平滑的木板上，粘贴上抄写工整的书稿，薄而近乎透明的稿纸正面和木板相贴，字就成了繁体，笔画清晰可辨。雕刻工人用刻刀把版面没有字迹的部分削去，就成了字体凸出的阳文，和字体凹入的碑石阴文截然不同。印刷的时候，在凸起的字体上涂上墨汁，然后把纸覆在它的上面，轻轻拂拭纸背，字迹就留在纸上了，如图 1-3-3 所示为雕版印刷。



▲ 图 1-3-2 印刷术的模板



(a)



(b)

▲ 图 1-3-3 雕版印刷

唐代的插画发展与佛教文化的传入有着密切的联系。唐肃宗时刊行的《陀罗尼经咒图》以及唐懿宗咸通九年（868 年）的《金刚般若波罗蜜经》中的扉页画等是我国史料记载中最早的版画形式的插图，如图 1-3-4 所示为《金刚般若波罗蜜经》清晰重制版。在当时伴随着佛教文化的传入，为宣传教义，大量插画“变相”图被绘制用来图解经文。这部经书长约 533 厘米（卷首处由木雕刻扉画，高 24.4 厘米，长 28 厘米），整幅经书雕刻在 6 块木板之上并印刷在 6 张纸卷中，卷首处印有佛祖插图 1 张，以此 7 张组成 1 卷，其卷首的插图被称为《释迦牟尼佛说法图》。这幅珍贵的插图艺术遗产真迹早年被斯坦因盗走后目前收藏在英国伦敦博物馆中。至此之后的宋、金、元时期书籍插画被文人墨客逐渐重视起来而有了长足的进步。应用范围扩大到医药、历史地理、考古图中。插图中人物雕刻刀法娴熟，线条流畅挺拔，人物神态肃穆庄严，表现出较高的工艺与艺术价值。如图 1-3-5 所示为《大随求陀罗尼经》，图 1-3-6 所示为《佛顶心大陀罗尼经》，图 1-3-7 所示为绘图观世音菩萨大悲陀罗尼经咒不分卷。



▲ 图 1-3-4 《金刚般若波罗蜜经》清晰重制版



▲ 图 1-3-5 《大随求陀罗尼经》

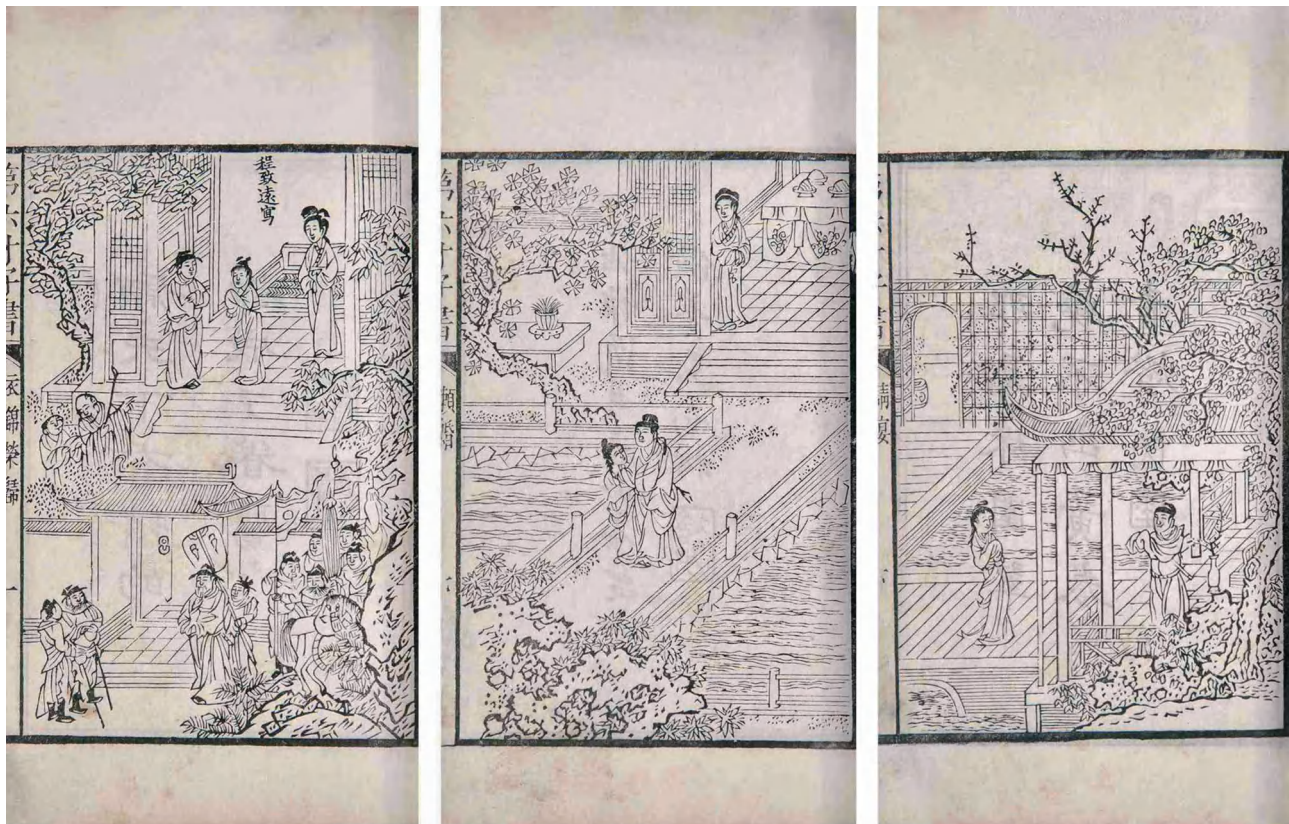


▲ 图 1-3-6 《佛頂心大陀羅尼經》



▲ 图 1-3-7 绘图观世音菩萨大悲陀羅尼經咒不分卷

宋、元时期雕刻印刷技术越来越成熟，特别是北宋时期各行各业的手工艺人技术得到了很大的提高，我国古代四大发明中的火药、指南针、活字印刷术就是这个时期的辉煌成就。特别是活字印刷术极大地提高了书籍的传播速度，同时作者与书商们也更加注重书籍的观赏性。为提高图书价值，大量精美的插图作品被运用到小说、经、史、集、礼、乐、自然、杂学等书籍之中，例如元代王实甫创作杂剧《西厢记》(该剧大约写于元贞至大德年间，全剧叙写了书生张生与相国小姐崔莺莺在侍女红娘的帮助下，冲破孙飞虎、崔母、郑恒等人的重重阻挠，终成眷属的故事)。如图 1-3-8 所示为元代《西厢记》插图。



▲ 图 1-3-8 元代《西厢记》插图

明清时期因为雕版印刷业更为繁盛的发展，印刷技术中专用字体被广泛使用，线装书取代了包背装订形式，同时书籍插图的运用也达到了空前的状态。明代刻本在刻书地区、刻书技术、刻书形式和刻书数量上形成了盛大的景象，在不同的地域范围中书籍插图创作也形成了不同的风格。明清时期的插图形式大体有以下几种：卷首附图、文中插图、上图下文或下图上文、内封面或扉页画和牌记等。这一时期插图作品中的经典创作大多集中在戏曲和小说的书籍之中，比如《三国演义》《桃花扇》等，如图 1-3-9 所示为《三国演义》之蜀后主舆梓出降，图 1-3-10 所示为《三国演义》人物表，图 1-3-11 所示为《桃花扇》插图。



▲ 图 1-3-9 《三国演义》之蜀后主與嫪出降



▲ 图 1-3-10 《三国演义》人物表



(a)



(b)

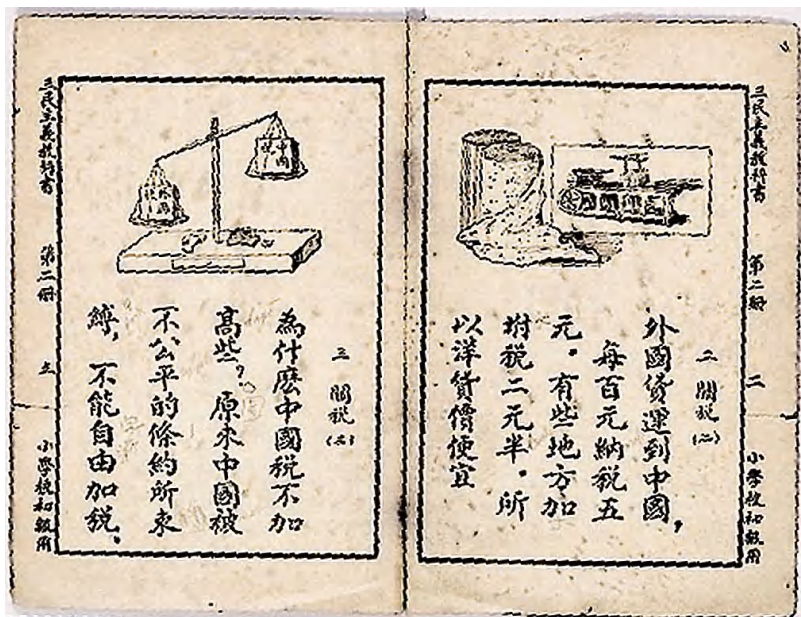
▲ 图 1-3-11 《桃花扇》插图

到了清代，刻本被划分为官刻本、家刻本和坊刻本。其中值得一提的是官刻本，这种内附刻本校对精良细致，纸墨用料讲究，乾隆时期的刻本最受现代学者重视。清代的木刻插画本《广玉匣记》集成了各类占卜之术，借用诸葛孔明、鬼谷子、张天师、周公等玄学色彩浓重的人物进行创作，也被称为《玉匣记通书》。

近代的插画受到西方经济、文化、艺术等各个方面的影响，民国时期我国插画在表现手法及表现内容等方面融合了西方文化的特点，并且还具有浓厚的商业化色彩，其中较具时代特点的是月份牌和广告画。月份牌在表现上大多采用中国传统题材进行创作，主题还是围绕山水、仕女、曲艺经典等，在后期的创作中发展为以穿戴时髦的女性形象为主。这个时期的插图创作作品也展现了 20 世纪中国社会的各种现象和矛盾，具有故事性和一定的史料参考意义。民国时期，连环画作品深受大众喜爱，专门从事连环画创作的画家和从事销售出版行业的商家也不断增加。正是这段特殊的时代造就了许多经典作品，比如表现社会底层人民生活疾苦的画家张乐平创作的《三毛流浪记》、黄尧创作的《牛鼻子》和丰子恺创作的诸多单幅作品。在书籍中的插图，采用更加讲究而精美的图画搭配，比如我国伟大的文学家鲁迅先生，在其作品《朝花夕拾》中的插图“无常”（如图 1-3-12 所示）。而且在他的影响下我国也涌现出了一批专门从事书籍插图创作的工作者，推动了我国近代书籍插图的进步，如图 1-3-13 所示为民国时期小学课本中的插图，图 1-3-14 所示为民国初期的麒麟送子图。



▲ 图 1-3-12 无常



▲ 图 1-3-13 民国时期小学课本中的插图



▲ 图 1-3-14 民国时期的麒麟送子图

在中华人民共和国成立之后，插画的发展也随着政治、经济、文化的发展而变化，在市场经济改革前，商业发展不完全，插画需求较少，而以政治宣传为导向的文学作品中的插图创作非常丰富，体现了那个时期的特点和精神面貌。在改革开放之后商业快速发展，供求关系改变，为了更好地宣传和商业竞争，信息和广告的传播需求日益增大，插画的商业价值逐渐显现，创作形式也彻底地进入中西方混合、模仿和创新时期。改革开放后文化的输入和冲击也在改变着人们的认知和审美，大量影视作品和卡通动漫的引入使人们的娱乐消费形式有了更多的选择，本土的书籍和连环画市场受到了极大的冲击。我国的插画起源虽早，但是在现代插画的艺术形式上却发展缓慢，好在通过不断地学习与追赶，无论是传统手绘插画还是电脑技术下的数字插画创作都有新锐画家在不断涌现，为我国的插画事业添砖加瓦。

（二）外国不同时期插画发展

1. 欧洲

欧洲的插画发展与绘画艺术发展密不可分。同样作为艺术文化多样，底蕴丰厚的欧洲各国，他们的绘画艺术既相互区别又相互交织，但相互交织的特点更为明显。欧洲的艺术发展对插画有着巨大的推动作用，也为现代插画的出现奠定了基础。欧洲早期的插画主要是用于宗教书籍的配图和装饰，撰写和绘制插画的人员都以修士为主，他们对信仰的追求也体现在了对宗教书籍的制作上。制作人员在文字的撰写和图画的刻画上都投入了大量的时间和精力，使用金、银色彩绘制花草、鸟兽、人物，以此形成了一种字母和装饰图案相融的装饰花体字母，有着文字与图案结合的美感，如图 1-3-15 所示为欧洲早期宗教书籍插图。随着插画的应用范围扩展到自然科学、文学艺术、儿童读物、医疗地理等诸多领域，商业插画的作用被明确并被广泛运用在招贴海报、商业包装、产品宣传之中。



▲ 图 1-3-15 欧洲早期宗教书籍插图

15 世纪德国的约翰内斯·古登堡（Johannes Gensfleisch zur Laden zum Gutenberg）发明了金属活字印刷机，极大地提高了当时印刷产品的质量与速度，书籍的革命从此开始了。金

属活字印刷技术迅速推动了书籍发展的同时也带动了书籍插图的发展，其中比较著名的书籍就是约翰内斯·古登堡印制的《古登堡圣经》，其中绘制的插图图成了艺术价值极高的珍品。16 世纪欧洲插画受到文艺复兴运动的影响，插画创作的表现形式更加丰富。当时的艺术风格以古典主义为主，代表人物是阿尔布雷特·丢勒（Albrecht Dürer），阿尔布雷特·丢勒的作品对人物的刻画饱满而鲜艳，对人体的结构和运动规律的表现逼真，画面效果细腻生动，作品中透露着典雅的风格。17 世纪时期的欧洲绘画受日本浮世绘的影响非常大，形成了东西方融合的创作风格。

18 世纪至 19 世纪，西方工业革命后，商业插画伴随着商品需求增大的现状进一步被重视，此阶段插画大部分被用于商业海报、报纸、包装标签之中。当时有一大批优秀的美术家投入各种商业设计活动之中，其中比较突出的是法国的朱尔斯·谢雷特（Jules Cheret），朱尔斯·谢雷特在 30 多年间共创作出超过 1000 幅商业插画作品，其题材涉及了戏剧、电影、广告等多个领域。

19 世纪中后期到 20 世纪中期，是西方商业插画的成熟时期，期间广告插画的发展达到了巅峰状态，许多著名的画家纷纷参与到广告插画的创作之中。这个时期歌舞剧的宣传将插画的发展推到了一个新的高度，以奥斯卡·王尔德（Oscar Wilde）的悲剧和理查德·施特劳斯（Richard Georg Strauss）的歌剧为主创作了莎乐美艺术插画形象，这种唯美和颓废结合的风格迅速引起了西方各界的关注，莎乐美艺术风格也成了现代主义艺术的前驱。莎乐美风格和象征主义共同拉开了现代审美的篇章。莎乐美艺术的代表奥博利·比亚兹莱（Aubrey Beardsley）在艺术思想和创新中创造出了独特的风格——“疏可走马，密不透风”，黑白之间变幻魅力无穷，有强烈的装饰意味，与当时英国主流画家的作品形成了鲜明的对比。奥博利·比亚兹莱能够创作出这种风格的插画与他良好的文学、音乐素养以及他喜爱华丽烦琐的装饰艺术有关，这让他的作品中存在一种唯美的浪漫和轻柔的奢靡感，如图 1-3-16 所示为《十九世纪巴黎时尚》。



(a)

(b)

(c)

(d)

▲ 图 1-3-16 《十九世纪巴黎时尚》

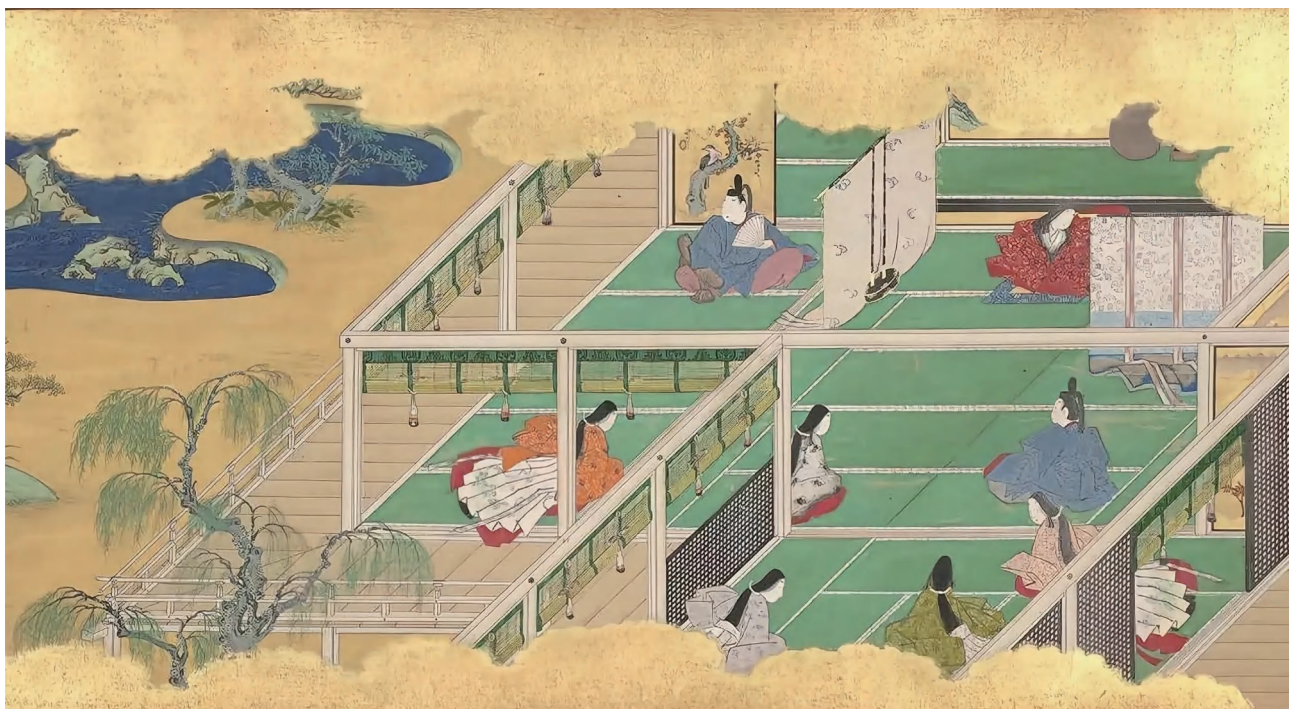
2. 日本

在日本的动漫产业发展之前,日本主流绘画主要受到我国唐代的佛教绘画影响,许多日本画家来到中国后学习佛教绘画的创作方式和技巧,这些带有中国绘画特点的日本画家作品被称为“唐绘”,有着大唐绘画的意思。随着这些画家长时间的将唐代绘画风格与技法融入创作中,他们的创作逐渐形成了自己的绘画风格,从而奠定了现代日本绘画风格的基调。日本平安时代创作的《源氏物语绘卷》一书就是以日本第一部长篇小说《源氏物语》的故事为背景创作的插画合集,如图 1-3-17 所示为《源氏物语绘卷》中的人物。

在日本桃山江户时代,产生了町人阶级。町人阶级是一个利用商业资本及高利贷资本从事剥削的阶级。这个阶级特殊的思想意识,支配他们的是颓废的、虚无的享乐主义的世界观。不择手段的追求财富与追求肉欲上的享乐,便成了他们生活的唯一目的。町人阶级的发展催生了“浮世绘”艺术表现形式,浮世绘的创作思路为描绘风俗画、歌舞艺伎等符合町人阶级价值观的内容,如图 1-3-18 所示为浮游于世间之画。这一时期的民间版画浮世绘的发展和传播也影响了其他国家的绘画形式,比如马奈、莫奈、雷诺阿等西方印象派画家皆受浮世绘的影响并将这种表现形式融入自己的创作之中。在他们各自的作品中融入浮世绘式的绘画技法,同样的,后印象派代表人物凡·高也曾使用传统油画色临摹过多幅日本浮世绘艺术作品,并将浮世绘的表现元素融入他的作品中。葛饰北斋的作品被当时的西方印象派认可和推崇,称其为“前代艺术之前的现代艺术”,这也说明了葛饰北斋在浮世绘的创作尤其是风景版画题材方面所取得的成就非常惊人。日本浮世绘式的魅力在于其高度的艺术价值、通俗生动的取材特点、独具特色的色彩与创意,不仅具有鲜明的日本民族风格,而且还深刻反映了日本当时的社会状态与文化背景。



(a)



(b)



(c)

▲ 图 1-3-17 《源氏物语绘卷》中的人物



▲ 图 1-3-18 浮游于世之间画

3. 美国

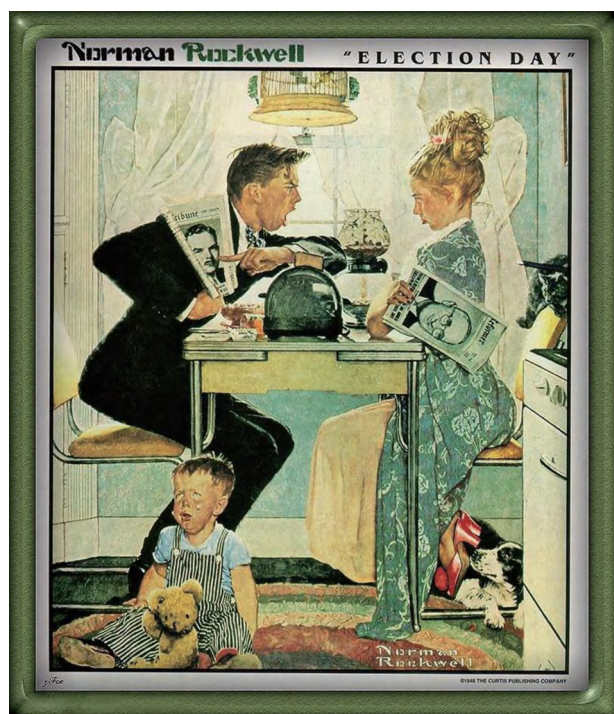
美国插画是以欧洲插画的发展为基础的。美国画家发现商业插画在欧洲发展的繁荣景象之后，有一部分画家开始了职业转型，向插画市场进军，由于当时的插画师都是画家，所以插画的风格和技法也是绘画的基础和特点。20 世纪 30 年代，美国插画在以好莱坞为首的影视产业推动下，出现了繁荣发展的趋势，开始在各大书刊中引用大量的图片和插画，由此美国插画的本土化艺术风格逐渐形成。

第二次世界大战之后美国文化产业得到了进一步发展，艺术设计产业也伴随着经济的高速发展形成了相对完整的产业链条，赢得了大众消费的口碑和大众审美的好感，插画艺术也逐渐成为与大众沟通的主要途径和媒介。1900 年至 1950 年被认为是美国插画艺术的黄金期，创作的主题主要围绕西部题材、战争题材、社会题材等，如图 1-3-19 所示为二战时期战斗插画，图 1-3-20 所示为诺曼·洛克威尔（Norman Rockwell）的作



▲ 图 1-3-19 二战时期战斗插画

品,图 1-3-21 所示为乔·克里斯蒂安·莱恩德克尔(J.C.Leyendecker)创作的性感的袜子广告插画。亨利·法尔尼(Henry Farny)是西部题材的奠基人,他对当时美国西部地区的风土人情,尤其是印第安人的形象塑造得非常贴切生动,堪称经典。亨利·法尔尼不但绘画功力深厚,更能够通过西部题材表现出一种英雄主义精神和拼搏的冒险精神,也迎合了当时美国文化的主流需要,如图 1-3-22 所示为亨利·法尔尼的作品。自 60 年代波普艺术开始兴起,插画艺术开始形成新的表现风格,至 70 年代越来越多的插画家使用现成的图像进行创作和加工,波普艺术的延伸、美术界中的装饰艺术、超现实主义风格、印象派风格等都被运用到插画的创作之中,呈现出了多元化创作和发展的局面。到 80 年代末 90 年代初,电脑和互联网技术的发展和普及对传统的印刷插画产生了巨大的冲击和挑战,插画的设计核心也由书籍、报纸、杂志广告等纸质媒体转向网页设计、动画创作等数字媒体产品之中,美国强大的工业基础和发达的商业市场为现代设计和商业插画带来了新的发展机遇。



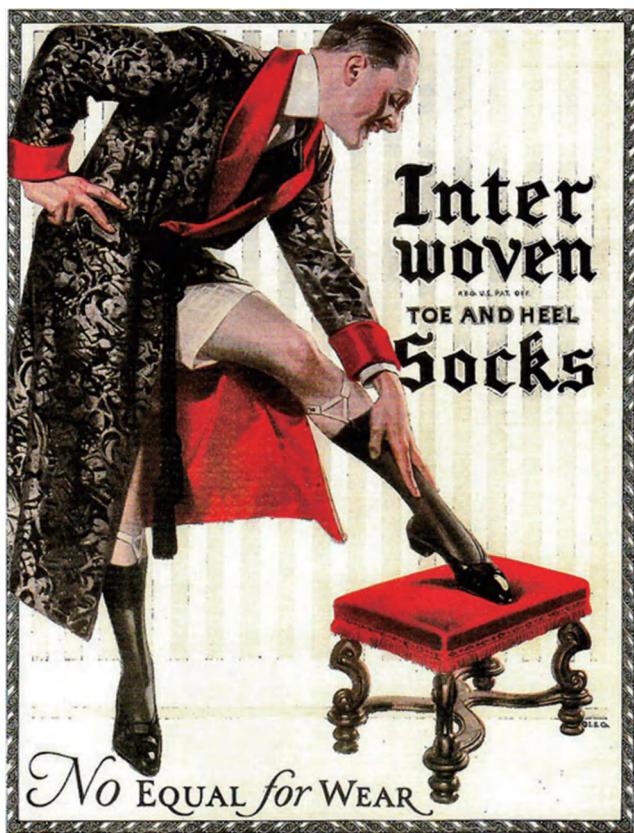
(a)



(b)

▲ 图 1-3-20 诺曼·洛克威尔的作品

无论是东方插画还是西方插画,都与绘画艺术无法分割,也与时代背景下的文化、经济、技术也无法割裂。插画作品带有浓厚的时代色彩,它不仅向我们传达着不同时代民众的内心感受,也体现了插画的社会功能逐渐扩大的特点。通过我们对插画历史的学习和对其演变过程的了解,可见无论是成为优秀的插画师还是相关行业的从业人员,都离不开我们自身审美层次和文化素养的不断提高,而在插画作品中体现出其商业价值及插画师的创意也是必不可少的。



▲ 图 1-3-21 性感的袜子广告插画

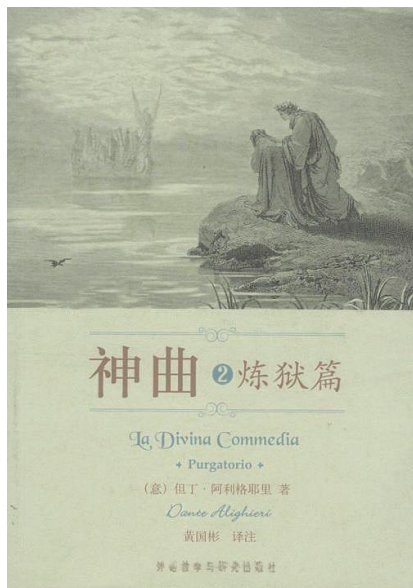


▲ 图 1-3-22 亨利·法尔尼的作品

二、现代插画的功能与审美特征

（一）现代插画的功能

现代插画主要有三个方面的功能和目的：首先是配合文字出现，作为文字的补充，起到装饰美化的作用，如图 1-3-23 所示为图书《神曲》的插画；其次是通过感知画面的信息，让人们得到感性认识的满足，引起人在情绪上的共鸣，如图 1-3-24 所示为二十四节气平面插画；最后是表现插画艺术家个人的美学观念、表现技巧，通过作品传递对应信息、价值观等，如图 1-3-25 所示为灵感表现插画。插画在功能和审美上不同于绘画，传统的绘画具有记录历史事件的作用，是对事物发生发展的真实还原或者再现。而插画更多的是表现虚幻的真实，通过想象和夸张的表现手法创作出吸引人的图画效果。绘画艺术的审美评价往往需要专业人士的解读和评判，这种评判的话语权体现出的是画家和评论家之间所构成的特定圈子。插画艺术或者设计的评判一般都交给了大众群体，这与插画的服务属性密不可分，所以插画作品的审美评价体现出的是群体审美评价方式。



▲ 图 1-3-23 图书《神曲》的插画



▲ 图 1-3-24 二十四节气平面插画



▲ 图 1-3-25 灵感表现插画

现代插画设计作为视觉艺术语言的一种表现形式，既具有较高的艺术观赏性，又表现出极强的商业目的。可以说，现代插画是运用艺术绘画的方式表现视觉效果，从而抓住观者的眼球，最后起到商业信息传播的功能的插画艺术。现代插画在传递信息时必须立足于主题内容，避免产生歧义，力求鲜明、单纯、准确的效果。插画设计作为视觉艺术中的一种形式，作为实用美术中的一分子，有着自身的审美特征。现代插画由于媒体、内容、表现手法、诉求对象的层次与需求不同，使它的审美标准也具有多层次、多角度、多范围、多领域的特性。

（二）现代插画的审美特征

1. 现代插画审美的目的性与制约性

现代插画作为商业用途非常广泛，在创作中插画师需要根据插画作品的使用目的和性质进行创作。但创作意图和目的也带来了制约性——插画作品要符合创作的主题，那么与主题无关或者相悖的内容需要除去，由此形成的插画作品在符合了要求后形成了特定的形式美感。

2. 现代插画审美的装饰性与通俗性

影响大众消费者购买意图的除了产品本身的价值还有宣传营销策略。能够做出迎合大众消费者审美喜好的产品 and 包装，抓住大众消费者的眼球，销售就成功了一大半。由此可见大众审美对消费的影响之大，也说明了插画作品不但具有审美价值，还通过连带关系形成了自身的价值，如明信片、宣传画、海报等，具有的就是装饰性。

3. 现代插画审美的形象性与直观性

插画作品越形象越直观,人们对作品越容易理解和接受。插画作品的抽象、结构等表现形式是针对拥有一定审美高度的群体而言。就大众来说,良好的形象和直观的内容才是适宜的,这样的插画才老少咸宜。

4. 现代插画审美的娱乐性与趣味性

插画作品可以带给人们视觉上非常丰富的感受。伴随当今社会娱乐业发展的需要和人们视觉感知水平的不断提高,人们需要通过不同的方式放松和寻求一些刺激,由此带来的是游戏、电影、漫画等视觉刺激性强,符合娱乐和趣味化创作要求的作品。这一类作品的审美强调的是视觉冲击力,对比一些平和的娱乐如绘本类的作品则趣味性更强一些。

5. 现代插画审美的观赏性与艺术性

虽然插画具有商业属性的内核,常常将大众消费作为对象,但是插画的创作也具有很高的艺术性,通过插画作品的技术技巧、表达内涵等方面,插画的作品也可以具有较好的观赏性价值与艺术性价值。

6. 现代插画审美的偶然性与流行性

现代插画在创作中自由度很高,有时创作者的随意涂鸦和即兴创作就能造就出具有符合流行文化气质的佳作。现代人接收的信息庞杂而多样,对流行文化的喜爱变化很快,插画作品的更新迭代更是速度惊人,人们的审美会随着作品的变化而变化,具有很强的偶然性和流行性。如图1-3-26所示为诺曼·洛克威尔的插画作品。

作为一种视觉艺术形式,插画在各个国家的发展历史中都呈现出惊人的相似性。然而,尽管有着相似的发展轨迹,各个国家在插画作品的审美观念上却存在着显著的差异。通过插画设计作品的形式将中华美学精神与当代审美追求进行深度结合并表现出来,是当代中国插画创作者的职责和义务。通过插画作品的形式传达爱国情怀、讲好中国故事,既可以提高人们的审美水平,也符合当代插画设计艺术发展的时代趋势。



▲ 图 1-3-26 诺曼·洛克威尔的插画作品



插画设计的行业基础