

商业插画设计中视觉语言的构建分析

何宜轩

广西大学行健文理学院, 中国·广西 南宁 530005

【摘要】随着我国经济的高速发展, 插画设计的应用范围越来越宽广, 其中在平面设计领域尤为突出, 极具商业价值。与平面设计一样, 在插画设计中, 视觉语言的构建决定了设计作品的表现力。优秀的商业插画设计作品, 有较强的影响力, 能吸引眼球, 能使观众了解作品的设计构思, 从而达到商业宣传效果。本文简要分析了视觉语言的基本要素, 以及视觉语言与插画设计的关系。从总体架构、传播载体、传播效果等方面, 对具体的构建分析进行了重点阐述。

【关键词】插画设计; 图形; 视觉语言; 传播载体

前言

当代的插画设计与以往的单纯的书籍插画设计不同的, 当代插画设计不仅具有强烈的艺术性色彩, 而且极具商业价值。由于现阶段的插画设计具有强烈的视觉传达语言和艺术收藏价值, 很多插画设计作品都可以进行商业展示, 这不仅给观众不一样的视觉体验, 而且可以有效地传播不同的审美理念。另外, 现代插画的设计主要是为了进行商业活动, 通过各类数字媒体、海报等形式向消费者展示相应的产品信息, 从而引起消费者更多的关注。当代商业插画设计十分重视整体审美理念, 本文着重论述视觉语言的建构策略。

1 插画设计的概述

插画设计是一种应用图像, 也是一种将情境通过视觉形式传达给受众的“工作艺术”^[1]。现代插画设计的载体形式多样, 常见的有书籍、广告、网页、包装及各类数字媒体终端, 但其设计都是以图形、色彩、构图、线条与绘画风格等视觉元素为主, 它们共同构成了一种表现形式, 赋予设计作品以鲜明的个性, 使之成为真实的图章。插画设计作品能够根据准确的图像视觉效果, 引起人们的注意, 以满足人们对视觉的审美心理。

现代商业插画设计不仅可以带给人视觉美感的感官享受, 还有一种传达某种信息的功能用途, 如传达一种设计思维和理念。它所传达的视觉审美效果和信息主要由三个基本要素构成: 图像, 颜色, 构图(本文主要以商业插画设计为讨论重点, 因此线条与绘画风格带有个人特色因素较多, 不在本文讨论范围内)。图像可以由点、线、面构成的抽象图形, 也可以是具象的图形, 没有地域、语言、民族的限制, 它具有较高的辨识度和最直观、最直接的信息传递基本要素。在设计图形的基础和关键环节上, 可倾向于突出造型的基本要素。色彩是插画设计中不可或缺的视觉语言, 它可以帮助消费者将不同的视觉和心理感受带给消费者, 设计师运用色彩的视觉语言, 就是指为了增加角色审美和视觉享受而进行的审美安排。构图和风格是最直接地体现和传播作品意境与文化内涵的基本要素之一。设计者常常运用自己独特的绘画语言, 传递出不同的信息, 达到与其它设计元素和谐统一的效果。

2 插画设计中视觉语言基本元素

2.1 图形

在商业插画设计中, 图形是视觉语言的基本元素之一, 也是最能打动观众的主要印象元素。图像能传递最多的信息, 没有文字和色彩, 也能表达情景或者产品的特征。在插画设计工作中, 图形是基础, 它主要由点、线、面构成。具体地说, 点是几何中最小的元素, 可以更清楚地表达细节位置, 是线和面的起点, 没有方向的区别, 还有形的区别。线面要由无数点组成, 而曲面的形成需要无数个点线来满足。另外, 设计者要多注重构图, 使视觉线条引起人们的注意, 同时, 色彩和图形的使用也要合理。正如橘色能使人想到橙子, 所以有些设计师把橘子、果汁设计成橘色的几何图形, 以此来激起了人们对视觉的审美欲望及其联想。

2.2 色彩

在插画设计中, 色彩是视觉语言的基本元素, 人们首先会被画面色彩吸引, 是画面传递情感的首要因素。色彩有其自身语义, 人对色彩也非常敏感。多个信息中心突出的色彩能够快速吸引人们对设计概念的注意。恰当的配色能极大地提升插画设计自身的魅力, 使视觉隐喻与图形得到充分的运用。从插画设计的实际情况来看, 为了保证证明产品的定位更符合受众的感受, 人们对色彩的色相、饱和度、明度都会有不同程度的调整。比如, 在环保绿色包装设计中, 根据产品的调性, 可以选择插画的主色调是明度较高的浅绿、黄、白等颜色, 突出设计的产品理念。假如你把背景颜色改成了明度较低的黑色、灰色等颜色, 绿色产品的环保内涵就无法体现。

2.3 构图

在插画设计中, 构图也是画面视觉语言很重要的元素。构图是给插画设计中其他基本元素进行合理布局, 也是传达内容和思想的基本要素之一。构图能清楚地突出表达事物的主体特征, 让人们看清画面事物的主次之分。尤其是中国传统画面构图蕴含着非常深厚的文化底蕴, 是我国古代美学的重要组成部分。现代商业插画设计很多时候都与文字结合在一起, 好的构图就是把图形、色彩、文字进行合理的放置, 在画面中有序的排列, 使文字与图形完美结合, 充分表达其画面意义。

3 商业插画设计视觉构成要素的原则

3.1 经济性原则

时过境迁, 设计师们希望自己的设计能更加有效地发挥作用, 应该以顾客的接受为基础, 获得顾客的信任, 以及需要经得起市场考验。经济学原理的商业插画设计中视觉美学要素是重要建构。然而图形设计主要是推广商业产品, 只有产品的主要特征可以有效地推广, 以便在同类产品中使用, 展现产品的竞争力, 能使产品脱颖而出, 有助于提高产品销量, 有利于提高品牌的经济效益。

在商业设计中, 插画设计被广泛使用, 而商业设计最大的优势在于经济。商业插画设计工作具有明显的经济意义, 其目的主要体现在设计工作的功能上。但是, 视觉美学的要素能够充分体现其功能, 从而提升设计工作的经济性。当前市场竞争激烈, 图形设计作品的功能主要是推销某种产品。若要将插画设计作品包含在内以体现其价值, 就必须在设计作品中获得消费者的满意与信任, 对插画设计宣传的产品表示认同。因为市场竞争激烈, 市场上有许多相似的设计。所以, 商家要想有效地吸引消费者的眼球, 就必须在自己的插画设计作品中全面了解和掌握商业运作。另外, 相关设计人员还应适应人与时代的需要, 客观地对相应的作品进行美化, 以提高产品的宣传与销售效率。

3.2 秩序性原则

很多时候, 人们把插画当做艺术品, 而忽略了插画的秩序性。在现代插画设计中, 这种井然有序和错落有致的秩序性可以使人在第一眼就获得视觉平衡和舒适感, 同时提高了观众的视觉审美

水平。

在插画设计中,视觉构成要素的运用具有一定的规律和原则,使其达到表达秩序的目的。无论哪种设计作品,设计师都希望能有一个更好的呈现,这就是元素的有序运用,插画设计也一样。若不对每一个元素进行排序,就不可避免地造成厌恶感。未来的消费者无法理解并体验通过作品传递的信息。可以看到,插画设计要准确、完整的传达信息,必须有条不紊的将各种要素组合在一起,并仔细的调整每一个要素。唯有如此,才能将审美的元素有条不紊的呈现在画面上,让消费者在视觉上感到舒适。不止如此,视觉元素在插画设计中的有序表达,不仅能提升受众的审美层次,也能帮助受众更好地理解设计作品所传达的信息。

3.3 创新性原则

在插画设计中,创新原则是构建视觉语言的重要原则。在层次上进行设计视觉美学元素的建构,可以凸显作品设计的创新性,符合视觉美学元素的强大表现力是分不开的,正是这种独特的表现能力,才能营造出强烈的视觉冲击力,给观众独特的视觉体验。画面中的脸谱设计,既要追求情感的传达与表达,又要十分注重艺术层次的展现。插画设计必须创新。如果没有新的创意,就不能脱颖而出,达到宣传的效果,就会丧失制作广告的能力。尽管设计需要创新,但也要从产品出发,深入理解产品的文化内涵,并进行创造性的表达。

4 插画设计视觉语言构建策略分析

4.1 图形构建分析

设计师在设计品质时应注重整体氛围的营造。重点关注图像中图形的层次感,达到抓住消费者注意力、直指中心的效果;作为一名插画设计师,必须还要注意画面的层次。从视觉效果层面出发,图形将是设计聚焦的主体,给消费者留下深刻的心理印象,从而达到传递产品信息的目的。

在构建图形元素时,需要从构成图像的层次、图像的造型以及图像的构图牵引力等方面着手。所谓复合层次,实质上就是突出作品设计的主体,以次要因素为衬托,突出主题,区分主次。在制作过程中,要严格避免出现“过客”现象,同时要充分考虑图形和元素的层次感,运用元素增加视觉效果,以利于作品的表现。一件优秀的插画设计作品,需要充分利用构图的视觉线条的拉伸作用,以及视觉线的拉伸作用,在设计中合理运用几何图形,使人联想起生活中的自然形态,形成视觉共鸣,产生情趣。

4.2 色彩构建分析

色彩是插画设计中十分重要的元素,色彩的合理使用可以凸显主题及其设计理念。在设计中,应根据插画内容的具体要求,对其进行结构化处理,形成色彩方案。要做到色彩与产品整体外观的统一,画面整体色调要协调,避免视觉上的冲突,不能有效的传达产品信息和设计理念。在设计时要结合设计理念、设计要求、设计内容等方面,运用一些基本的心理知识来实现更好的信息表达。

色彩和图形是要协调一致,设计者在运用颜色时要注意主图的主色,并进行适当的调整。将颜色和图象的视觉差异协调起来,使二者融合形成一种视觉美的效果。对颜色的运用,应从色彩与图像特征两个方面进行分析与协调。图像的颜色是设计者需要掌握其特点、设计观念和设计要求的把握整体设计内容提升色彩运用的整体层次,使之更具整体性、功能性,能体现设计信息,更具视觉美感。与此同时,我们还可以关注民族性的因素。具有浓郁中国传统色彩的民族元素,更有利于消费者产生情感认同。但在应用程序设计时,必须根据设计内容和产品要

求,合理运用,使色彩、图形与文字协调统一,以达到信息传递,引起消费者注意的目的。最后设计者在运用色彩的时候也要考虑产品的市场人群定位。使色彩能与不同年龄群体的心理特点相匹配。根据受众的需求,构建与之相配的色彩应用系统。

4.3 传播构建分析

构建插画设计中的视觉审美元素,除了要创造出良好的视觉冲击力,充分发挥构图的功能外,还要建立起良好的沟通载体,而这种载体主要是指文字元素。商业插画设计中的文字可以起到补充说明,为消费者传送主要资讯的作用。设计者可根据人们的审美需要,充分发挥自己的想象和创意,将文字表达的效果转化为艺术效果,以满足设计的需要,达到设计的美感。因此,设计师要有独到之处,创意思维要有独到见解和想象力。另外,对于文本大小、颜色、样式、字体、亮度等都要综合考虑,然后才能实现有效率的组合,能加强设计的视觉传达效果,提高其感染力。

从有序到需要、从形式到审美品位,设计正在逐步发生转变。文字不再仅仅是识别和阅读的工具,而是成为视觉传达的情感载体。在互联网媒体迅猛发展的今天,设计师必须迅速适应时代发展的要求,不断创新观念,发挥想象力,实现艺术创造。当前,全世界的设计师都在运用文字来强化设计作品的视觉传达效果,这也是设计师的一个理念。瑞士设计师阿明霍夫曼在设计中非常重视构图的基本元素,比如点线的组合搭配,它能保证文字的识别,同时考虑到文字图形表达的优点。在构建文字时,考虑了文字的基本识别功能,同时结合了表现形式,这样的设计既增加了人文关怀,又保持了文字的可读性,缩短了人与作品的距离。

所以,在插画设计中的文字,我们可以把文字理解成一种传达视觉信息的工具。文字具有独特的图形化魅力和交互性。设计时应考虑的是,文字的形态和设计风格是否能唤起人们的联想,还要考虑与画面中事物造型的搭配是否美观等因素,要注意在字体中挖掘出文字的艺术价值。同时文字的明与暗、大与小、风格与方向,都要充分衡量,增强商业插画作品的感染力与统一性。

5 总结

本文中,笔者主要根据平面设计的特点,将其视觉审美元素运用到现代商业插画设计中,想以一个新的方式来诠释插画设计中的视觉语言,为现代商业插画设计提供一点新的思路。总之,在插画设计中,必须要有深度的理解,才能灵活地运用图形、色彩、文字和构图等视觉语言,使之成为为创意服务的视觉美学元素。根据经济、秩序、创新的基本原则,在具体的创作过程中,首先要确定观念,然后勾画整体框架,再选择合适的载体来表现。创意过程中,表达思想的方式多种多样,这就要求根据实际情况,选择适当的方式,以达到预期的传播效果。因此,插画设计中视觉语言要素的建构并非孤立的,而是在特定环境中完成的。时代在发展,这就要求设计者有扎实的基础设计功底,同时还要有良好的人文素质和综合素质才能满足社会对插画设计越来越高的要求。

参考文献:

- [1] 艾伦·梅尔[英]. 插画视觉语言[M]. 杭州: 浙江摄影出版社, 2018.
- [2] 陈丽苑. 平面设计中视觉审美元素的构建研究[J]. 学园, 2017(27): 129-130.
- [3] 刘健. 浅谈平面设计中视觉审美元素的构建——评《平面设计原理》[J]. 中国教育学刊, 2017(12): 133.