

【文化与艺术】

插画与公共图像安全

王志新

(湖北美术学院 版画系, 湖北 武汉 430060)

【摘要】现代插画深受现代社会主流文化、商业文化、时尚与流行要素,以及当代艺术创作观念的综合影响。时尚元素、流行样式、传播媒介、快消文化、网红文化、文娱形式、消费观念等等,都深刻影响着现代插画艺术创作的主题内容和创作理念。与此同时,当代艺术与新兴科技要素的融合运用,为当代艺术创作提供了广泛的可能性,全新媒介、跨界混搭、综合材料的“全景”运用,现代插画创作随着当代艺术的变革与发展,其创作形式与风格理念展现出前所未有的多元化。现代插画作为公共图像传播的重要载体,关涉国家文化安全与民族文化传播,要打造现代视觉艺术领域的全新业态格局与市场内驱力的综合战略模式,并与新媒体、互联网全面结合,对中国文化在当代全球语境中的叙事和传播的自我逻辑与路径策略研究极为重要。

【关键词】插画;叙事;传播;公共图像;文化安全

【中图分类号】J2

【文献标识码】A

【文章编号】1671-6973(2018)03-0101-04

自 20 世纪 80 年代中国进入改革开放新的历史时期,全社会全领域逐渐被外来文化所渗透影响,新文化、新思想、新观念、新视觉、新时尚、新体验、新艺术等等,全新的多元文化,促使社会意识形态发生深刻变革。新世纪伊始,中国融入全球化的历史进程,多元文化随着流行和时尚观念而植入社会全领域,信息时代的全覆盖,打开了大众对流行文化和时尚潮流多元领域的全新视野。全球化、经济一体化的进程,促进了世界各国各民族文化广泛而深度的交流与融合发展。然而艺术始终是社会意识文化领域的引领者,现代插画艺术因其最广泛的社会应用,无疑是现代视觉艺术中最突出的艺术形式,现代插画艺术已不再是中国传统的文本插图等概念,它是伴随着西方主流文化的“时尚艺术”宠儿。插画被广泛的应用于现代商业社会的各个领域——传统纸媒、数字网络、广告营销、影视动画、时尚设计、文创传播等社会全领域,插画艺术已经成为当代艺术最显著的代言人,以其特有的社会实用价值、传播方式、多元服务,插画艺术成为新世纪跨领域的综合艺术媒介,现代插画实现了前所未有的艺术创作形式的多元融合,所谓的经典艺术走下神坛,成为最具普及传播价值的应用型艺术表现形式。

随着视觉艺术在现代社会传播中的应用,插画作为视觉图像伴随着信息传播技术的发展,具有广泛的公共传播力,图像与读图逐渐取代了文字的部分意义与价值,图像成为大众认知和理解世界的重要媒介。但是回望中国现代社会发展,即“改革开放”近四十年的时间,我们并没有在纷繁复杂的世界现代图像文化交流中建立自己的图像谱系,大量隐含西方文化意识形态的图像,被粉饰为流行和时尚的艺术外衣,深深的影响着现代中国的社会文化和思想观念。现代视觉艺术已不再是传统的诠释经典,歌颂历史,而是突出图像化的全新形式,并使其具有特殊符号化的快速传播手段和工具。图像不仅仅是为呈现艺术表现而完成的单一视觉元素,更是文化移植、渗透、传播的有意识的生产,并使这种特殊的文化产品建构在当代社交媒介中,发挥着公共图像在文化意识形态领域的特殊价值。现代中国在图像与文化安全领域的研究,忽视了视觉图像对国家文化安全的重要影响。图像与文字、思想、行为具有同等重要的文化意义,而探索“插画”这一流行时尚图像或艺术史图像、文化史图像、数字科技图像等公共图像基础研究的意义,即是梳理建构本民族文化图像的历史谱系。

【收稿日期】2017-12-20

【作者简介】王志新(1971—),男,河南郑州人,副教授,主要从事现代插画艺术理论研究。

一、插画的叙事功能

插画作为传统艺术表现形式历史悠久,最早可追溯到两万年前法国南部的“拉斯哥洞窟壁画”。《辞海》中对“插画”一词的解释是:指插附在书刊中的图画。有的印在正文中间,有的用插页方式,对正文内容起补充说明或艺术欣赏作用。现代插画自20世纪中期,美国艺术家受到抽象表现主义的影响,将绘画性质浓厚的插画抽象化,形成简约的创作风格。70年代,插画广泛的被应用于商业文化中,而插画创作因叙事与传播的需要又回到了写实风格。随着现代社会的发展,插画的含义变得更为广泛,所有内涵叙事思想的艺术作品都可广义的归属于插画范畴。现代插画应用于实用美术中,则是运用图案表现形象的一种艺术设计手段。

我们可以注意到,插画有别于其它绘画形式很重要的一点便是:叙事。插画,英文名为 illumination,同时也是照明、阐明的意思,这一名称简单明了地指出了插画的作用。在各类出版物中,插画的存在即是以图像形式阐明文字部分的意义,使文字更形象和更具有趣味性、生动性,这也就要求插画必须能够配合文字阐释主题,即是插画需要具有叙事功能。

插画既然是在出版物中存在的,其叙事性就涉及到了我们的阅读习惯。上世纪60、70年代的人大多都是看着连环画长大的,他们的阅读习惯是:书页上面是黑白连环画,下面是文字的形式;伴随80、90年代青少年的成长则主要是漫画与卡通;上世纪90年代后出现了插画、绘本、图画书、立体书等,比如吉米的绘本,不过这时候的绘本中文字还是占据着书中很大的比重;2000年后,出版物日新月异,出现了更多的形式,但最重要的一个变化是插画与绘本,尤其是国外的绘本大多都以图画为主,运用更加纯粹的图示语言来表意,而不再以文字叙事为主。

从这一段历史可以看出,人们的阅读习惯经历了以文字为主、图画为辅到图文并茂,再到以图画为主的转变。如今的新生代,更多是以插画、绘本、图画书等,甚至没有一个个字的插画书来伴随着他们的成长,我们整体进入了一个读图时代。插画由过去的纸质出版转向电子出版,由平面转向立体,由二维转向三维,也渐渐摆脱了文学的附庸身份。随着互联网技术和移动通信系统等技术的不断发展,相较于文字来说,图像更加具象、直观、易懂,这使得图像在信息传递中愈发重要,也使得读图胜过读文字。因此,插画已经无需宏大的叙事,由集体主

义转向了个人经验,如今的插画更注重内心的气质和个人的经验,它不但能突出主题的思想,而且还会增强艺术的感染力,插画的重要性早已远远地超过这个“照亮文字”的陪衬地位,变成一门独立的“时尚艺术”。

这样的转变便对插画的叙事功能有了更严格的要求。插画设计需要考虑读者阅读的习惯与心理,在外在形式和内在表意逻辑上构建一定的秩序,使得叙事结构更加严谨、有效,解决插画设计的主题形象的建立、空间性的表述与延展、时间性的表述与延展、故事性内核的构建等问题,从而使插画作为信息化的艺术形式快速传播。

二、插画的传播功能

插画因其广泛的社会应用,是一种颇具流行性的艺术形式。流行这一说法,原来更多的是从服装、广告、设计学方面谈得多一些,而从绘画的角度来考察,流行就是把很专业的一个没有社会普遍性的艺术形式,转变成具有广泛可操作、可模拟、可复制、可量化的技术应用层面。插画艺术的流行性,是因其跟商业社会的深入接轨,艺术与社会接轨则需要牵涉到方方面面的知识结构,这对作为插画的绘画艺术来说具有非常重大的意义,这种潜在而正在发生的转变,深刻的影响了插画的传播方式与广度。

那么如何让独立的插画艺术具有广泛流行性呢?有学者给信息环境定义的概念大约有三种:“第一,构成信息环境的基本要素是具有特定含义的语言、文字、声音、图画、影像等信息符号;第二,一系列的信息符号按照一定的结构相互组合便构成具有完整意义的信息,大部分信息传达的不仅仅是消息或知识,而且包含着特定的符号观念和符号价值,它们不仅仅是告知性的,而且是指示性的,并且对人的行为具有制约的作用;第三,当某种信息的传播达到一定的规模时,便形成了该时期和该社会信息环境的特色和潮流。”^[1]而相较于文字而言,图画承载的信息可以跨越地域、种族、文化的藩篱,使阅读者更为准确、快速地读懂信息,因此,当图画的信息传播达到一定规模的时候,便能形成社会的潮流,亦是流行。

而要达到“流行”的条件,则少不了传播的媒介。曾经的插画主要依赖于书籍或其它纸质媒介的传播,传播途径单一,影响较小。随着科技的发展,现代照相技术、电脑、数码影像处理技术的出现,为插画的传播提供了多种多样的传播途径,也将人们的阅读习惯改变。在这样的背景下,插画的

用途有了丰富和拓展,“负载着商业信息的图像被大量而广泛的使用成为了当前商业信息传播的一个重要特征。在传播过程中为保证传播效果而使用商业插图不是必须但却十分必要,这是信息环境决定的,它满足了在图像化信息环境中获取信息者的视觉及心理需要。”^[2]随着插画与商业越发紧密的结合,企业界也普遍认识到“好的设计就是好的销售”这一道理,插画在商业的催发下,得到了更为广泛的应用与传播。

因此,插画的传播必须与市场的需求相一致。用出版行业中的插画举个例子,无论是出版业中绘本、图画书亦或是纯文字书籍中少量的插画的创作都必须考虑到市场的需求。比如儿童文学创作,儿童文学里最大的板块就是图画书的鉴赏和创作,因为儿童还处在文字的学习阶段,对文字的阅读和理解并不广泛,而图画却能让他们读懂许多他们这一年龄段无法从文字中看懂的东西,因此,儿童文学这部分的绘本和插画的创作要考虑到读者和市场的特质,根据需要进行创作,尽量用图说话,在图画中包含丰富的信息和逻辑,让孩子读图即懂,这样的图画才是受欢迎的、易于流传的。

三、作为流行的艺术

流行的艺术,是相较于传统博物馆、艺术馆、美术馆等珍藏的经典艺术而言。“流行的艺术”顾名思义,泛指广泛的传播于社会各个领域的艺术形式、艺术语言、艺术流派、艺术现象与艺术观念。时尚即是流行的突出表现形式,而现代插画艺术于现代艺术中,则颇具流行及时尚艺术的特质。区别于传统史诗性的经典艺术形式,插画艺术语言简洁随性,创作篇幅精短写意,题材内容极其贴近大众社会生活,它融合于传统艺术语言的精致细腻,同时兼具流行文化的易读性、快餐性、趣味性、连续性等时尚要素,更重要的是插画艺术与现代科技,尤甚于数字图像技术的深度结合,使得现代插画艺术越来越彰显出其时尚艺术的流行特质。插画艺术从传统的文本插图附属地位,一路走来见证了时代文化与流行时尚的文化演进和蜕变,插画艺术语言的自身特质,使其成为社会传播行业的绝佳注脚,现代广告营销及自媒体运营者对插画艺术的追捧,更是趋之若鹜。作为现代流行文化的重要组成部分,插画创作及插画行业正在快速形成具有广泛市场化、大众化的文创产业。任何一种流行艺术形式的产生,都不可避免的受到上层建筑和经济基础、民族传承、时代精神的综合塑造,现代插画的艺术样式与风格特质,亦是折射出现代社会的审美风标。

如今的插画传播载体丰富多样,不仅包括传统媒体如书籍、杂志、报纸、产品包装等,还包括新媒体平台,如电影、电视、网络、橱窗广告、流动显示屏广告等。且以往的插画多以写实再现为主,如今的插画呈现出百花齐放的艺术风格,既有写实性的,又有抽象性的,既有意象性的,也有装饰性的,这些丰富的艺术风格与艺术语言,满足了当下受众多元化的欣赏习惯,也适应了不同消费层次的社会需求,更为创作者提出了新的要求,提供了更广阔的施展才华、展现创意的空间。近年来国内插画的创作取得了巨大的进步,部分艺术院校还相继开设了相关专业培养专门的插画人才,这为插画的流行创造了很好的环境。

但是,插画在传播过程中,它所负载的信息及传播的过程受到了传播媒介的制约,而传播媒介是插画得以传播的主要手段,这就意味着插画不能离开传播媒介而独立存在,插画的创作必须考虑到传播媒介的适应性。过去传统的承载媒介主要是木版画、石版画、水彩画等纸本媒材,现在随着科技发展衍生出的新兴媒介,如电脑、数字平板、手机、电子显示屏等,媒材的拓展引发传播媒介发生的巨大改变,不仅丰富了插画的创作手段,也改变了插画存在的形态,让插画产生了新的艺术形式,伴随着科技与商业的发展而成为真正“流行的艺术”。

传播媒介的发展也为传统插画提出了新的挑战。虽然近年来国内插画创作的发展取得了前所未有的进步,但是有关插画的理论研究、创作研究尚有不足,并没有取得突破性进展,大多数的研究方向还停留在插画创作的技法、传统插画的历史和针对个体作品和插画家展开论述,涉及的宽度和广度还不够,这就要求我们在插画理论与创作方面进行跨领域的研究。插画是视觉的艺术,是可以结合市场的商业化的艺术产品,我们要结合传播媒介的特点,即保证插画的信息传播,又保证插画的艺术性,还要结合媒介对观者造成的视觉冲击。

四、公共图像与流行文化安全

公共图像是泛指在社会生活中,大众所能够看到的所有图像,包括绘画、摄影、电影、雕塑、建筑等从平面的到立体的,从实体的到虚拟的图像。只要是视觉上能看到的图像,都统称为公共图像。它涵盖了美术图像、商业图像、设计图像、电影影像等等。现代插画作为公共图像的应用类别,涉及广泛的社会应用领域,如商业插画、文学插图、应用插画(科技表现、医学传播、动植物学等)、专题插画(历史、科普、游记、记实、新闻)、观念插画(艺术观念、

文化观念、政治观念)等等。插画与视觉传达设计、实用美术应用广泛交集,例如插画的表现手段及创意题材可以运用于广告、招贴、海报,也可用在包装设计、信息图形设计等方面,如创意说明图、创意地图、剖视图、新闻插图等等。这种被广泛运用于现代社会的插画艺术形式,无疑不再是一些简单的文内插画、插图的美学附属功能,而是具有广泛传播的深层社会学意义的公共图像。图像(Picture)是指各种图形和影像的总称:指绘制、摄制和印制的形象。观看先于语言,图像是人类最主要的信息源,在人类形成的认知体系中,图像远早于文字的形成。图像已经被公认成为意识形态的主要传播形式。插画作为公共图像的“可视的意识形态”的组成部分,已经成为人们获取信息和交流思想的主要媒介形式。

全球化进程促进了国际间文化交流的广泛和深入,国际社会运用文化输出、文化导入、文化移植等国家文化战略,已经成为大国博弈的重要手段。自上世纪中叶,美国的主流动漫电影工业——好莱坞,已经同美国的形象、文化、价值观念形成直接的联系,成为美国的代名词。源自美国的公共外交,是政府及其委托的非政府组织、甚至个人,通过输出本国文化,在国际社会塑造本国正面形象、影响外国公众,在获取文化认同的同时也获取了巨额经济利益。好莱坞的电影工业在有意无意间的参与着美国的公共外交,忠实地执行美国的对外文化扩张战略,成为其传播特定“意识形态的国家机器”。通过文化传播实施外交战略、外交任务,已经成为继传统的政治往来、经济援助、军事干预之外的第四大外交手段。

全球化大潮中,插画、绘本、立体书、图画书等公共图像媒介,作为电影及动漫产业的前置舞台,成为国家文化与意识形态的重要传播手段,正以主流化姿态进入世界信息舞台并开始成为前景巨大的传播力量。公共图像的传播实质是国家文化的实施战略,而文化传播对国家形象、国家利益甚至国家安全的建构意义重大。英国将文学传统、绅士与嬉皮的两极、种族、身份及意识形态等方面加以描述,融入当代艺术、流行艺术(插画、漫画、插图、绘本)、动漫、电影等塑造政党及国家形象,如上世

纪90年代风靡全球的“YBA”艺术团体等,其将政党意志和国家文化战略、传播策略运用于公共图像的广泛传播领域,能有效服务于国家形象建构和政党意志。

当今社会生活的各个方面越来越依赖图像作为视觉媒介传达文化美感、知识体系、政治形态、商业行为,甚至世界观与价值观。我们的视觉感知世界的方式,其成长速度超过了以往的历史。如今什么东西都要“眼见为实”,什么科技产品都要尽量做成“可视化”形态,什么书籍都要尽可能多的“图式化”,什么事情都要尽快的看到——看电视、看电影、看视频。传统的文化历史和社会生活被文字记录和传递的方式,已经赶不上这个时代与科技的发展需要,一眼即明的速度和全局可视的规模只有图像和影像展现得最快最直接。青年人的阅读习惯和对历史的兴趣只有结合现代社会的发展流行与科技的应用习惯,以图像化和可视化的方式才可能普及和深入到他们的成长中。中华几千年的文明,从书籍和艺术中所流露出的民族精神和智慧不计其数,而以图像的形式流传和展示以至供文化与商业使用的案例却越来越单一和贫乏,图像所承载的民族性格和文化自信与图像背后的文化意义渐行渐远,不能真正服务于现代人的精神需求和文化与商业的需要。通过研究公共图像的呈现原理与传播模式,挖掘和整理本民族图像的现代社会意义与价值,重塑本民族文化精神与文化自信,促进民族文化的传播与推广,系统地可控制性地制定相关的图像文化谱系和图像输出策略,其核心目标是为国家文化战略提供文化安全的反制措施研究,结合并发展本民族优秀传统文化,丰富文化产业的多样性,并形成国家文化战略的核心基础。

[参 考 文 献]

- [1] 郭庆光.传播学教程[M].北京:中国人民大学出版社,1999:126.
- [2] 叶喜冰.现代商业插画与媒介发展的互动关系研究[D].浙江理工大学,2009:1.

(责任编辑:蒋萍)