

# 摄影作品在设计中的应用研究

王超<sup>1</sup>, 高婷<sup>2</sup>

(1.内蒙古农业大学职业技术学院, 呼和浩特 104100; 2.防灾科技学院, 廊坊 065201)

**摘要:** **目的** 探究摄影作品在艺术设计中的应用方式。**方法** 结合艺术设计学、美术学、广告学、传播学理论知识, 采用案例分析法、观察研究法、归纳法等方法, 归纳艺术设计中摄影作品的具体处理手法。

**结论** 摄影与艺术设计的融合是现代艺术设计的创意灵魂, 既符合消费者的审美需求, 又蕴藏有巨大的商业价值, 对于现代艺术设计具有重要的指导意义。

**关键词:** 摄影作品; 平面设计; 案例分析法; 观察研究法; 归纳法

**中图分类号:** J511 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)24-0302-05

## Application of Photographic Works in Design

WANG Chao<sup>1</sup>, GAO Ting<sup>2</sup>

(1. Vocational and Technical College of IMAU, Hohhot 104100, China;

2. Institute of Disaster Prevention, Langfang 065201, China)

**ABSTRACT:** It aims to explore the application of photographic works in art design. Combined with the theoretical knowledge of art design, art, advertising and communication, using the method of case analysis, observation, research, induction and other methods, the specific processing methods of photography in art design are summarized. The combination of photography and art design is the soul of the modern art design, which is not only in line with the aesthetic requirements of the consumer, but also contains a huge commercial value, which has important guiding significance for the modern art design.

**KEY WORDS:** photographic works; graphic design; case analysis method; observation research method; induction method

摄影作品在艺术设计中的应用绝非偶然, 这是两者发展与交融的必然结果。一方面, 随着社会的发展与信息传播方式的不断丰富, 人们对于传统视觉媒体的要求日益提升, 艺术设计作为视觉艺术中最常见的表现形式需要积极适应时代的变化不断革新制作技术与创作理念。这为摄影作品在艺术设计中的应用提供了空间与基础。另一方面, 摄影艺术经过百余年的发展日臻成熟, 在现代计算机技术与数字技术的推广下, 摄影技术更是步入了快速发展的新时期, 其画质更加清晰、再造性更强、获得方式也更为简便, 这些为摄影技术进入设计领域、成为信息载体提供了充实的条件。基于上述艺术发展环境与发展进程, 摄影作品成为艺术设计图形元素的重要来源, 并逐渐扮演重

要角色。本文中, 笔者将重点集中于摄影在艺术设计中的处理方式上, 力求以独特的视角建立一套切实可行的应用体系。

## 1 摄影作品在艺术设计中的应用优势

### 1.1 视觉直观性

摄影作品对于事物的直观反应效果是其他视觉表现方式所无法比拟的, 拍摄技巧越精湛、后期制作手法越先进, 摄影作品对事物的表现越精准<sup>[1]</sup>, 因此, 摄影作品具有视觉直观性的优势。在艺术设计中, 摄影作品能够凭借其直观性将事物的细节充分反映出来, 让受众在不经深度思考的情况下即可对艺术设计

收稿日期: 2017-10-01

作者简介: 王超(1986—), 男, 内蒙古人, 内蒙古农业大学职业技术学院助教, 主要研究方向为摄影艺术、艺术设计、环艺设计。

通讯作者: 高婷(1981—), 女, 内蒙古人, 防灾科技学院讲师, 主要研究方向为视觉传达设计、摄影艺术、品牌设计。

作品所要表现的主题产生记忆。这大大减少了艺术设计作品的解释说明内容,同时也有效提升了作品传播的速率。

### 1.2 现场纪实性

由于拍摄器材的局限性,摄影作品的诞生始终要遵循拍摄者、拍摄器材、被拍摄对象处于统一时空的基本原则。这种“三位一体”的创作方式决定了被拍摄对象的不可替代性,确保了事物的客观、可靠、真实。由此可见,摄影作品是真实世界的产物,其能在特定时间、特定地点反映特定事物当时的面貌,即所说的现场纪实性。在艺术设计中,摄影作品真实还原的场景或事物不仅能够拉近作品与受众的距离,还能提升作品的说服力。相对于传统的绘画形式的艺术设计作品而言,摄影作品为主要素材的作品在受众记忆中停留时间更长,更易产生视觉冲击力与心理暗示。

### 1.3 瞬间永恒性

摄影是一种瞬间艺术,它能够将立体化的空间和流动的时间定格为固定的、静态化的形象,从而将事物在某一时点的状态记录下来,具有瞬间永恒性<sup>[2]</sup>。摄影作品的这一特征能够充分反映同一物体或多个物体的过往样貌与细节特征,方便人们回顾、查阅,理解事物的形成与发展过程。在艺术设计中,摄影作品的这一优势特征可以抓取事物最具表现力、最符合设计主题的瞬间,帮助设计师完成作品的逻辑与情感表达。

### 1.4 可塑性

随着科技的发展,数字技术在摄影领域得到普及,摄影师可借助图像软件对已成形的作品进行后期创意,这赋予了摄影作品极大的可塑性。在艺术设计领域中,一些设计理念难以用完全纪实性的摄影作品表现,此时设计师就可采用 Photoshop, Corel Photo, 3D Max, Painter 等软件,对照片进行修饰、解构、重构、拼接等艺术化处理<sup>[3]</sup>。经过处理的图片在时空性上获得了更大限度的自由,对于事物的表现更为独特、全面。

## 2 摄影作品在艺术设计中的运用

### 2.1 全图运用：摄影主题与意蕴的导入

全图运用即将摄影作品的主要或全部图像融入到艺术设计中的处理方式,这一方式能够更为直接、鲜明地表现事物特征,适用于纪实性要求较高的商业宣传以及包装设计、书籍设计等。由于全图运用的后期改动相对较少,因而在具体应用过程中,为了获得更好的传播效果,设计师需要对摄影作品原图进行甄选,即从若干相同题材的作品中选出同艺术设计主题契合度最高、事物特点表现最为鲜明的作品参与设计<sup>[4]</sup>。以素有“中国

第一水乡”美誉的江苏省周庄宣传海报为例,见图 1 (图片摘自昵图网),设计师选择了周庄东庄入口水道的摄影作品作为整幅海报的主体,画面中水道两侧青瓦白墙的明清古建筑、水道中停靠的乌篷船搭配静谧、碧绿的河水完整而真实地展示了周庄江南水乡的风土之美。海报整体上淡雅的色彩、清丽的风格、匀整的构图同周庄的文化底蕴与人文内涵相契合,受众在欣赏海报的同时如同置身周庄之中,海报的传播价值由此得到极大提升。除此之外,全图运用还对摄影作品的画面质量要求较高,设计师要把握好画面光线、成像角度等因素,以便更为真实地还原拍摄对象的原貌和细节,提升艺术设计作品的视觉质量。以 Prada 春夏男装广告为例,见图 2 (图片摘自视觉中国),摄影师将光源打在模特左侧,这样衣服的自然褶皱就在光亮与阴影之间呈现出更加笔挺的效果,搭配服装本身的黑白配色更显精致、优雅、简约之风。



图 1 周庄宣传海报  
Fig.1 Zhouzhuang poster



图 2 Prada 春夏男装广告  
Fig.2 Prada men's spring and summer

### 2.2 转化与重构：图像与图案的结合

摄影作品虽能够真实记录生活，具有其他艺术设计所不能比拟的视觉优势，但也存有一定的瑕疵与不足，并非一种十全十美的设计形式，这就要求设计师在将摄影作品应用到艺术设计的过程中要注意对摄影作品相关视觉元素进行转化与重构，以确保图像与图案之间的完美结合，实现文字、图案、色彩之间的和谐统一。

#### 2.2.1 转化

转化包含“元素审美的转化”以及“文化内涵的转化”。首先，元素审美的转化，主要体现在比例美的转移方面。传统黄金比例银幕逐渐被宽屏以及中屏所取代，16开本的期刊杂志似乎没有12开本的期刊杂志更为流行，现代书籍装帧设计也不再满足于黄金比

例设计，而是开始采用一些正方形或是平均分割的画面构图。由此可见，现代艺术设计较为强调分割的平均性以及相似性，注重各种力量、矛盾的相互对等，目的是要营造出一种舒适的视觉氛围。鉴于此，现代艺术设计中所引入的摄影元素也需进行不断地转化与调整，这不仅仅是对现代精神的体现，更是对创新艺术设计理念的一种崇拜与追求<sup>[5]</sup>。其次，文化内涵的转化。文化内涵的转化是将摄影作品应用到艺术设计中的一个重要转化环节，其对于最终设计效果的呈现起着至关重要的作用。《江南古镇》见图3（图片摘自花瓣网），以古镇摄影作品作为封面主要元素，再配以旧黄色的底色以及传统印章，既立足于现代文化实况，符合当代人类审美需求，又不失朴素典雅。该封皮设计已经远远超越了其本质功能，成为我国传统文化、经典风景的象征。

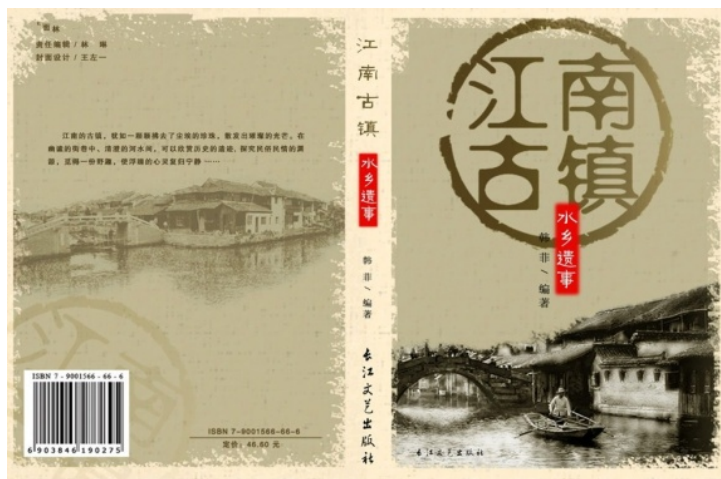


图3 《江南古镇》封面设计  
Fig.3 "Southern Town" cover design

#### 2.2.2 意境的重构

艺术设计中摄影作品的意境重构主要是对不同的艺术时空进行适度的修改、完善与建构，以营造出与艺术设计作品主题相一致的艺术氛围，使平面摄影产生“品味意境之美”之情，既“写实”又“写意”<sup>[6]</sup>。以凤凰古城宣传海报为例，见图4（图片摘自昵图网），文字、背景以及摄影图像共同交织成了一幅美丽的画面，尤其是由上及下、由浅及深、由近及远的渐变式意境将受众带进了唯美的湘西美景之中。纵观整幅作品，虽然中下篇幅的凤凰古城摄影为主体要素，但是这一要素所处时空的形成并非单纯依靠原本的摄影来实现的，而是由设计师对摄影作品中的意境进行选取、抠像以及重构之后而形成的。



图4 凤凰古城宣传海报设计  
Fig.4 Fenghuang poster design

### 2.3 情景营造：影响与意境的融合

现场纪实是摄影技术最为显著的特点，这种真实性可以为受众营造出身临其境般的情景氛围，从而促

使受众与设计者、摄影作品之间产生情感上的共鸣，因此，在艺术设计过程中，设计师可利用具有强烈生活气息的现场环境摄影作品作为主要设计元素，

营造出一种全新、真实的情景，使受众在观看作品的时候仿佛在经历一场突如其来的情感之旅，如此不仅消除了受众对艺术设计作品的陌生感以及隔阂感，拉近了受众与设计作品的距离，还可以达到彻底征服受众的目的<sup>[7]</sup>。如迪奥“芬芳如爱”系列香水平面广告，见图 5（图片摘自太平洋网络），其以草丛为隐藏背景，含苞待放的鲜花图像为主要背景，作为主体的迪奥香水则置放于草丛之中，被朵朵鲜花环绕，呈现出一种甜美、细腻、清香可人的意境。在该海报中，无论是草丛、花朵，还是香水，都是以一种真实再现的摄影形象呈现在受众面前，是对鸟语花香自然界的真实写照，观者仿若徜徉在鲜花的海洋之中，好像闻到了沁人的花香，使受众在不知不觉之中领悟到广告精髓所在，并对该产品产生较为深刻的印象。

#### 2.4 去粗取精：摄影作品设计元素的提出

摄影作品是一种多元化信息高度融合的传播载体，其所包含的多种视觉信息元素都可利用现代科学技术进行二次的提取、解构、重组或是创新等，以更好地满足艺术设计需要<sup>[8]</sup>。因此，设计师在对摄影作品与艺术设计进行融合的过程中要注意对摄影作品多元化、复杂化的信息进行有序筛选，要保留最符合该作品设计理念的元素，同时要去除掉多余的视觉元素。一方面，设计师需对现有的摄影作品进行系统化地分析和研究，要充分了解每一种视觉元素、视觉符号的性质以及构成，然后针对设计要求进行删繁就简、去粗取精，保留有用的、删除无用



图 5 迪奥香水广告设计  
Fig.5 Dior perfume advertising design

的<sup>[9]</sup>。另一方面，面对多姿多彩的摄影图片，若想精准地获得自己所需素材，设计师需具备敏锐的观察力、联想力以及广阔的思维发散力，要能够对这些设计元素进行抽象化的概括提取，如此方能实现平面作品的创新设计。例如，西安宣传海报《西安印象》见图 6（图片摘自自我图网），包含了古城墙、大雁塔、钟鼓楼、兵马俑等多个摄影视觉元素，这些视觉元素都是比较具有代表性的，能够代表西安城市文化。该海报的设计过程就是摄影元素去粗取精的过程，设计师将不同的摄影作品进行反复的选择比较，而后采用抠像、切割、拆散等方式来提取摄影元素，并将具有关联性的要素重新组合在一起，使其以一定的顺序出现在同一幅画面之中，不仅将西安文化展现得淋漓尽致，还激发了受众去西安游玩的兴趣<sup>[10]</sup>。



图 6 西安宣传海报  
Fig.6 Xi'an poster

### 3 结语

随着现代科学技术的迅猛发展，新兴科学技术在各个领域中所占有的分量也越来越重，现代艺术设计也因此而发生着巨大改变，艺术与技术的融合趋势日渐加强。其中，摄影作品与现代艺术设计的融合是较为新颖的一种结合方式，无论是作为辅助元素来衬托艺术设计，还是作为主体部分来阐述整体设计理念，

摄影作品的加入都是一种全新的创作视角与表达方式，其赋予了艺术设计美好的旋律，营造出了一种创新、真实的视觉氛围。

#### 参考文献：

- [1] 谈理. 摄影作品在平面广告中的运用研究[D]. 长沙: 湖南师范大学, 2014.

- TAN Li. Research on Application of Photographic in Print Advertisement[D]. Changsha: Hunan Normal University, 2014.
- [2] 黎大志. 数码摄影基础教程[M]. 苏州: 苏州大学出版社, 2013.
- LI Da-zhi. Digital Photography Basics Tutorial[M]. Suzhou: Suzhou University Press, 2013.
- [3] 南政. 广告摄影创意的视觉偏离态[D]. 郑州: 中原工学院, 2013.
- NAN Zheng. Advertising Photography Creative Visual Deviating from the State[D]. Zhengzhou: Zhongyuan University of Technology, 2013.
- [4] 黄鹏. 浅析商业摄影在平面广告中的运用[J]. 大众文艺, 2014(12): 121—122.
- HUANG Peng. The Use of Commercial Photography in Print Ads[J]. Popular Literature, 2014(12): 121—122.
- [5] 朱华, 张歆. 当代平面设计中隐性色彩信息的价值探究[J]. 包装工程, 2013, 34(2): 13—16.
- ZHU Hua, ZHANG Xin. An Exploration on the Value of Implicit Color Information in Contemporary Graphic Design[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(2): 13—16.
- [6] 江颖盈. 摄影图像在平面设计中的应用研究[D]. 上海: 华东师范大学, 2012.
- JIANG Ying-ying. The Application of the Photography Image in Graphic Design[D]. Shanghai: East China Normal University, 2012.
- [7] 周洪刚. 摄影在平面广告中的应用[J]. 科技风, 2013(8): 114—115.
- ZHOU Hong-gang. Research on Application of Photographic Works in Print Design[J]. Technology Wind, 2013(8): 114—115.
- [8] 徐思文. 摄影作品在平面设计中的应用[D]. 长沙: 湖南师范大学, 2014.
- XU Si-wen. Research on Application of Photographic Works in Graphic Design[D]. Changsha: Hunan Normal University, 2014.
- [9] 刘智海. 基础摄影[M]. 上海: 上海人民美术出版社, 2013.
- LIU Zhi-hai. Basic Photography[M]. Shanghai: Shanghai People's Fine Arts Publishing Press, 2013.
- [10] 谢文婷. 关于平面设计中视觉审美元素的构建[J]. 中国包装工业, 2015(2): 146—148.
- XIE Wen-ting. Construction of the Visual Aesthetic Elements of Graphic Design[J]. China Packaging Industry, 2015(2): 146—148.