

doi:10.3969/j.issn.1674-7100.2015.03.016

# 毕加索拼贴艺术对当代平面广告设计的影响

周叶青

(湖南工业大学 包装设计艺术学院, 湖南 株洲 412007)

**摘要:** 毕加索在20世纪初开始以拼贴手法进行艺术创作,从此拼贴艺术风格开始从西方传播到世界各地,并成为了当代平面广告设计的重要表现形式之一。毕加索的拼贴艺术对当代平面广告设计的影响体现在两个方面:一是不同元素及材质揉杂形成陌生的形式感,即在设计中打破平面设计的平面性,用人们日常生活中常见的旧元素创造出新的作品,以多元化的形态给受众带来感官上的陌生感和新奇感;二是在风格变异中保持各种构成元素之间的统一与和谐,即用不同风格的元素构成一个完整的画面,却仍然能使画面达到统一和谐的效果。

**关键词:** 毕加索;拼贴艺术;平面广告设计

**中图分类号:** J211.6; J534.4

**文献标志码:** A

**文章编号:** 1674-7100(2015)03-0078-05

## The Influence of Picasso's Collage Art on Contemporary Print Advertisement Design

Zhou Yeqing

(School of Packaging Design and Art, Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412007, China)

**Abstract:** Picasso firstly used collage technique to engage in artistic creation at the beginning of 20<sup>th</sup> century. As a result, collage technique style started to spread from the west to all over the world and has become one of the most important patterns of manifestation in modern print advertisement design. Picasso's collage technique influenced the modern print advertisement design in two aspects: different elements and materials were composed into the strange format to change the tradition of graphic design and to use existing elements in daily life to create new works, by which the sense of strangeness and novelty were brought to the audience in diversified formats; the unification and harmony of elements were maintained in the drastic style change, i.e., the harmonious unification was still accomplished in the picture even it was composed of different elements with different styles.

**Key words:** Picasso; collage technique; print advertisement design

### 1 毕加索拼贴艺术概述

“拼贴”一词来源于法文 coller,即“粘贴”。从字面上理解,“拼贴”是用胶水将2个或2个以上不同的物体黏合在一起并组成一个整体。“拼贴艺术”

是将一些不同种类和材质的物件粘贴在一个二度平面上所构成的艺术作品,这种手法的兴起对艺术作品的整体性能够产生极大的冲击力。拼贴画使用的一些材料包括诸如裁剪的报纸、树叶、花草之类的物品,因此,采用拼贴手法进行绘画创作,顺理成

收稿日期:2015-05-10

作者简介:周叶青(1990-),女,湖南浏阳人,湖南工业大学硕士生,主要研究方向为包装艺术设计,

E-mail: 541633490@qq.com

章地将绘画这种人们眼中的“高雅”艺术和通俗的大众文化结合起来了<sup>[1]</sup>。拼贴画作为一种独立的、全新的艺术创作手法，是在20世纪初期由西班牙画家毕加索（Pablo Ruiz Picasso，1881—1973）和法国画家布拉克（Georges Braque，1882—1963）创造的，随后逐渐影响到世界各地。拼贴艺术作为一种独特的艺术手段对许多领域产生了影响，比如建筑设计、雕塑设计、广告创意设计等；而作为绘画形式的拼贴艺术也不再是简单地将多个不同的物体粘贴到一个平面上，而是要表达作者的一种抽象的观念。

20世纪初期，毕加索开始以拼贴手法进行艺术创作，并形成了立体派拼贴画风格。毕加索所创造的立体派拼贴画风格的灵感来源于他某日和布拉克在巴黎街头墙面上看到重复粘贴着的海报，加之毕加索的主要思想观念在于不使用传统的一味描述客观物体的外在形态的绘画形式，而是直接把这些客观实物直接应用于绘画艺术之中，从而形成用具象的物体形态来表现抽象的概念与想法的画面。这样，毕加索就将多种人们生活中所熟知的具象物体进行组合，勾画出了一幅幅用具象物品表现抽象和奇特思想的作品。

毕加索的第一幅拼贴画是他在1912年画的一幅名叫《藤椅上的静物》（如图1所示，图片来源：张荣辉的硕士论文《论综合材料在绘画艺术中的文化表达》<sup>[2]</sup>）的油画，这是世界艺术界所公认的第一幅拼贴画。画作中所用的元素都是生活中常见的，比如玻璃、树叶、牛皮纸、花瓣、树枝、藤木、竹编、石墨、钉子、麻绳、布袋子、笔等，但它们拼贴在一起所表达的紧张、恐怖的全新意境却是那么的不同寻常。与其说这幅艺术作品是一幅画，还不如说它是一件具体存在的物品：一件代表着其他物品的物品<sup>[3]</sup>。

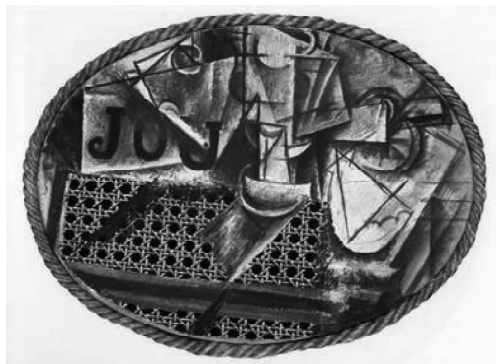


图1 《藤椅上的静物》

Fig. 1 Still Life with Chair Caning

从《藤椅上的静物》开始，毕加索创作了很多幅拼贴风格的画作，他的创作所使用的元素以及材质

是多种多样的<sup>[4-5]</sup>。如毕加索在1913年所创作的题为《瓶子、玻璃杯和小提琴》（如图2所示，图片来源：<http://www.youhuaaa.com/page/painting/show.php?id=51895>）的画作

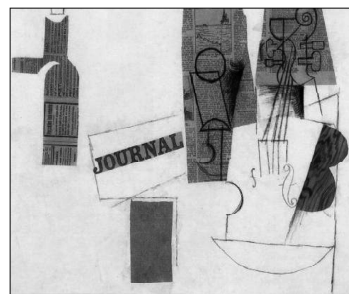


图2 《瓶子、玻璃杯和小提琴》

Fig. 2 Bottles, Glass, Violin

中，用几个普通的现实中常见的物象（一只瓶子、一个玻璃杯和一把小提琴）所构成的图形，用报纸剪切成

所表达物体的形状，然后用胶水粘贴在一起构成一个完整的画面。又如毕加索在同一年所创作的另一幅拼贴艺术作品《吉他、乐谱和玻璃杯》（如图3所示，图片来源：<http://www.youhuaaa.com/page/painting/show.php?id=29152>）是由裁剪了的报纸、活页纸张的乐谱和用手绘手法绘制的带花纹的仿木纹纸等元素剪切成吉他、玻璃杯的形状，然后拼贴在一起而成的一幅画面。由此可见，毕加索作品中使用最多的是各种纸质材料。

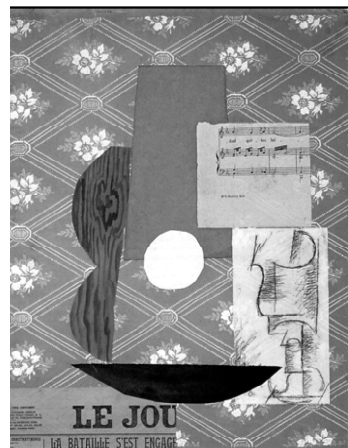


图3 《吉他、乐谱和玻璃杯》

Fig. 3 Guitar, Sheet Music and Wine Glass

毕加索曾经说过：“拼贴纸张的主要目的在于给人们提供一种理念，就是不同的材料、物质等元素能够被作者通过粘贴的手法使之成为同一幅作品的构图所用，从而使得传统的平面绘画变得具有真实性与可感知性，并且可以和自然中的真实物体相比拟……”<sup>[6]</sup>通过毕加索对于拼贴画的阐述，我们可以看出他对于艺术的独特见解以及他对自然的无比尊崇，他承认自然力量之强大并非人力所能左右。正是由于这种对自然的尊重，才有了毕加索独特的绘画风格和表现手法。毕加索主张在真实地表现自然的基础上进行创作，保留材料本身的质感与形式的陌生感，这已经成为了毕加索拼贴艺术风格的独特之处。

除此之外，毕加索还特别擅长于将拼贴艺术运用在对一些事件的表达上。无论是对于大的世界战争，还是小的社会新闻事件，他都喜欢用拼贴的绘

画艺术风格来表现,因为“这种题材的使用必然会带给艺术品充满自我嘲讽的意味,在玩弄赏画人的捉迷藏游戏中将‘高超’的技巧和‘低俗’的主题联系起来”<sup>[7]</sup>。毕加索绘画中这种拼贴手法的出现很大程度上改变了西方绘画历来所采用的题材以及以往所惯用的一些绘画材质,让绘画这一历来被认为是高雅艺术的艺术形式在老百姓心中变得不再那么遥不可及,使得绘画艺术更加平民化与通俗化,并且为更多的老百姓所接受。

从19世纪末到20世纪中期,毕加索一直在不断地推出新作品,他的作品风格也从抽象慢慢转变为写实。但是,无论是在哪个时期所表现出的哪种风格,他的作品始终能够保持着自己的独特性。毕加索最重要的才能在于他的创作具有千变万化的风格,更为难能可贵的是无论在哪种风格下,他都能够始终保持自己粗犷刚劲的个性,而且无论是使用哪一种表现手法,都能够达到作品内部的统一与和谐。许多中外艺术家,如靳埭强、Tragos、Bonnange、Wiesendanger、Ajroldi等,受到毕加索的影响,推出了自己优秀的拼贴风格作品。

## 2 不同元素及材质揉杂形成陌生的形式感

由毕加索和布拉克共同创造的拼贴画风格,其影响迅速从西方传播到世界各地,并对各个领域的设计产生了巨大的影响。当代平面广告设计也深受其影响,拼贴艺术手法成为了当代平面广告设计中不可或缺的重要表现形式之一。在当代平面广告设计中,我们可以找到许多与毕加索拼贴艺术风格的相似之处。

在毕加索的拼贴绘画作品中,我们可以看到不少同一幅作品中有着两种或两种以上的不同材质的元素组合,甚至这些元素有的在色彩、硬度、韧性等属性方面相差非常大。然而,将这种属性差别大的元素组合在一起,却能够把握好作品的均衡性,这是一件极其不容易的事情。虽然毕加索的作品中这些有着不同属性的元素是生活中所常见的,但在他的笔下,这些生活中常见的物品却使得每一件作品都给人以形式上的陌生感和新奇感。这种利用普通元素给人带来陌生感的方法,也为许多现代平面广告设计所借鉴。

拼贴艺术形式运用于现代平面广告设计中能够赋予平面广告新的生命,它能够打破传统平面广告设计单一的元素及材质的限定,使得平面广告以多种多样的形式呈现在人们眼前。例如,中国香港著

名设计师靳埭强先生在1979年给“一画会”会展设计的海报(如图4所示,图片来源:[http://image.haosou.com/i?src=360pic\\_strong&q=%E9%9D%B3%E5%9F%AD%E5%BC%BA%E8%AE%BE%E8%AE%A1%E4%BD%9C%E5%93%8](http://image.haosou.com/i?src=360pic_strong&q=%E9%9D%B3%E5%9F%AD%E5%BC%BA%E8%AE%BE%E8%AE%A1%E4%BD%9C%E5%93%8))中,用中规中矩的长直线与方形格和不规则的毛笔书法线条组合而成的“画”字,将“一”字用拼贴手法融入“画”字之中,将两个完全不同风格的形态融合在一起,从而以对比的手法将传统与现代融合在了一起。这种表达简洁有力、明净和谐。这种将揉杂混合的材质拼贴在一起组成的具有陌生感的形式,产生了均衡的画面感,不但没有带给人们对立突兀的感觉,反而使人感受到一种和谐与统一。如图5所示(图片来源:同图4)为靳埭强先生为德国一家名叫“东西画廊”的画廊所做的开幕展览平面广告设计。该设计以水墨和油粉彩为绘画材料,运用了中国传统文化中的太极图案,将两个分别代表东方和西方的元素拼贴到一起,水墨和油粉彩各占据画面图案的一半,从而使其产生一定的对比。虽然这两种截然不同的元素都有着各自的特点,并且它们之间的属性也有着很大的差别,但这种差异中又透露着统一与协调,二者拼贴在一起形成一个整体,表现了展览会东西融合的主题,同时也给“太极”这一古老的中国传统图案注入了新鲜的血液。不同元素及材质揉杂形成陌生的形式感是毕加索拼贴风格作品的精髓之一,却在中国设计师的这两幅现代平面广告设计作品中得到了淋漓尽致的体现。



图4 “一画会”会展海报  
Fig. 4 One art group show

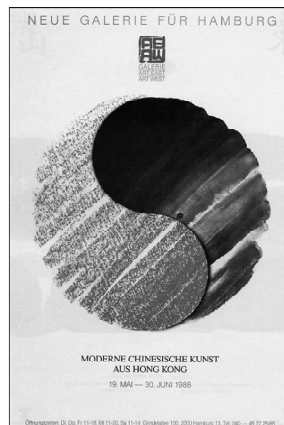


图5 “东西画廊”广告  
Fig. 5 Neue galerie für hamburg

在科学技术高速发展的当今世界,电视、电脑、智能手机等新兴媒体的出现及其被广泛使用,使得传统的平面广告媒体越来越难以发展下去。面对这一严峻的现状,平面广告媒体必然要寻求新的出路。近几年以来,平面广告媒体设计界在不停地探索和

创新设计方法。而借鉴毕加索拼贴艺术中不同元素与材质揉杂形成陌生的形式感，可以为当代平面广告设计的发展找到一条新路径：

第一，将传统的平面广告形式逐渐转向具有空间性的非平面的平面设计。二维平面带给人的信息量和趣味感都是有限的，一味地采用传统的平面广告设计手段，难免给人产生一种乏味的感觉。要展现出平面广告设计的独特魅力，应该从改变它的形式入手。

第二，学习毕加索的拼贴绘画风格，拓宽传统平面广告设计的发展空间。在当代平面广告设计中应当尽可能地打破传统平面广告设计的材质和元素的限制，充分利用现有的高科技工具和手段为平面广告设计服务，设计出可观看、可触摸、可嗅闻、可听赏的平面广告作品，这样的作品能够充分调动消费者的感官系统，增进消费者与平面广告之间的交互。然而，我们现有的平面广告设计大多数还只是停留在可视和可触摸的层面。而借鉴拼贴艺术的表现手法，将人的感官知觉都拼贴在一个平面广告设计作品上，将是一个比较任重而道远的任务，但相信这一天终将到来。

### 3 保持变异风格中的统一与和谐

在同一幅作品中，绘画风格的多样化其实最容易造成画面的混乱与失衡，所以许多设计师为了追求画面的和谐统一，在设计作品时一般都喜欢使用风格统一的元素，这样能够使画面显得更加稳定与和谐。但毕加索的拼贴艺术作品却恰恰相反，他喜欢用不同风格的元素拼贴在一起，构成一个画面，但是却仍然能够使画面达到统一和谐的效果。这种手法在现代的平面广告设计中得以广泛应用，并产生了深远的影响。

绝对伏特加平面广告设计就是一个非常好的例子。绝对伏特加原产于瑞典南部小镇 Ahus，从1879年开始生产，历经100多年，至今已成为世界著名的酒类品牌<sup>[8]</sup>。1987年，绝对伏特加酒在美国加利福尼亚州得以畅销，为此TBWA（Tragos、Bonnange、Wiesendanger、Ajroldi，这是来自不同国家，有着不同背景，拥有不同经验范畴的4个广告人的名字，他们于1970年成立了一个设计小组）小组建造了一座游泳池，该泳池形状如酒瓶，其取名为“绝对洛杉矶”，这座游泳池的建造是为了感谢美国加州的消费者

对绝对伏特加酒的厚爱。此后，许多城市都纷纷要求TBWA小组为其设计一张以绝对伏特加为主题

的城市平面广告，于是便产生了绝对伏特加城市系列海报。如图6（图片来源：[http://absolutad.com/absolut\\_gallery/singles/pictures/?id=810&\\_s=singles](http://absolutad.com/absolut_gallery/singles/pictures/?id=810&_s=singles)）所示为其中之一，名为《绝对洛杉矶》。《绝对洛杉矶》为平面广告，这是一张俯视图的照片，它将瓶形的人造游泳池、绝对伏特加的标签、遮阳伞、躺椅、草地、树木以及一些其他背景物等在平常生活中普遍存在但又彼此孤立着的东

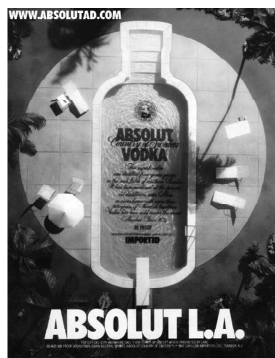


图6 《绝对洛杉矶》  
Fig. 6 Absolut L. A.

西，用拼贴的手法合在一起，给人一种新奇的视觉感受，变异的风格中不失统一与和谐。图7（图片来源：[http://absolutad.com/absolut\\_gallery/singles/pictures/?id=1754&\\_s=singles](http://absolutad.com/absolut_gallery/singles/pictures/?id=1754&_s=singles)）所示为绝对伏特加城市系列平面广告之《绝对东京》，这是一幅由冰块、生鱼片、长筷子等

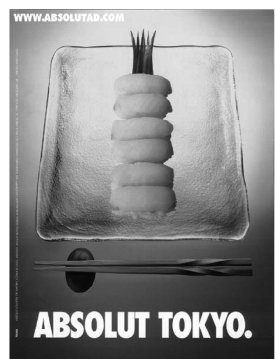


图7 《绝对东京》  
Fig. 7 Absolut Tokyo

这些日本极具代表性的元素拼贴而成的绝对伏特加瓶形的平面广告，整个画面简单明了，但是寓意鲜明，不同的物体结合在一起却带给人和谐与统一的感受。

面临新兴媒体的压力，许多平面广告设计师都在寻求新的出路，而“创新”便成为了主要的方法。大多数人认为，创新就是要创造别人没有的东西，这样才能让人眼前一亮。这种说法当然不能否认，但是它带来的效果是缓慢而又费时费力的。因为要创造出一个新的东西，需要消耗大量的时间与精力，而人们接受一个新事物也需要一个过程，所以我们要用更好、更高效的办法来寻求创新。从毕加索的拼贴作品中我们可以知道，他的作品所表达的观念是我们闻所未闻的，但是他所用到的元素却都是我们生活中所熟知的。用人们所熟知的事物表达人们陌生的事理与观念，无疑可以帮助人们去理解和接受新观念，从而使平面广告更好地起到传达的效果。毕加索的创新是成功的，他毫不费力地搬来我们所常见的东西，却表现着各种新奇。

鲁迅先生在《拿来主义》一文中说到：“没有拿来的，人不能自成为新人；没有拿来的，文艺不能

自成为新文艺。”传统的平面广告设计要创新,应该信奉“拿来主义”,借鉴前人的优秀成果。具体到平面广告设计中,可学习毕加索大师的创作方法,从拾取旧的元素开始,用旧的元素去创造新的作品,从而更加容易为人们所接受。

#### 4 结语

毕加索和布拉克开创了立体拼贴的艺术风格,他们的拼贴艺术风格对世界各地的设计影响巨大,也对当今平面广告设计影响很大。毕加索的拼贴艺术设计突破了元素与材料的限制,保留了材质本身的独立性;提倡叠加的设计手法,打破了平面设计的平面性,以立体的形态体现平面广告带给人触觉上的体验;提倡用日常生活中的旧元素来创造新的作品,赋予人们日常生活中常见的物品以新的意义,从而达到了意想不到的效果。因此,如何利用旧有的元素来创造全新的作品,充分调动人的感官,进而达到人与平面广告之间的交互,是未来平面广告设计努力的方向。

#### 参考文献:

- [1] Joseph Childers, Gary Hentzieds. The Columbia Dictionary of Modern Literary and Cultural Criticism[M]. New York: Columbia University Press, 1995: 47-48.
- [2] 张荣辉. 论综合材料在绘画艺术中的文化表达[D]. 合肥: 合肥工业大学, 2010.  
Zhang Ronghui. On the Comprehensive Material in the Art of Painting in the Cultural Expression[D]. Hefei: Hefei University of Technology, 2010.
- [3] 方凡. 威廉·加斯的元小说理论与实践[M]. 杭州: 浙江大学出版社, 2006: 131.  
Fang Fan. William Gass's Metafictional Theory and Practice [M]. Hangzhou: Zhejiang University Press, 2006: 131.
- [4] 李鹏飞. 综合材料在油画中的审美价值研究[D]. 南宁: 广西师范大学, 2014.  
Li Pengfei. Research on Aesthetic Value in Composite Materials in Oil-Painting[D]. Nanning: Guangxi Normal University, 2014.
- [5] 周廷廷. 物质材料在综合绘画中的运用[D]. 重庆: 重庆大学, 2008.  
Zhou Tingting. Matter Material Hits the Target in Mixed-Media Applying[D]. Chongqing: Chongqing University, 2008.
- [6] 毕加索. 现代艺术大师论艺术[M]. 常宁生, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2003: 26.  
Picasso. Modern Artists on Art[M]. Chang Ningsheng, Translated. Beijing: China Renmin University Press, 2003: 26.
- [7] Brandon Taylor. Collage: The Making of Modern Art[M]. London: Thames and Hudson, 2004: 42.
- [8] 曹艳. 绝对创意: 绝对伏特加的包装设计[J]. 包装学报, 2012, 4(2): 52-56.  
Cao Yan. Absolute Creative: On the Packaging Design of Absolut Vodka[J]. Packaging Journal, 2012, 4(2): 52-56.

(责任编辑: 蔡燕飞)