中国壁画元素在现代平面设计中的拓展应用

刘兵兵
（北方工业大学，北京 100144）

摘要：以中国传统壁画的元素为切入点，论述了它以直接、创意、含义、联想和意境等应用方式在包装、海报、品牌形象等现代平面设计领域中的呈现。提出了中国壁画应突破其艺术应用范畴，提取核心形象元素与现代设计思想相结合，为平面设计领域所用，以创造出更具美学神韵的设计作品。

关键词：壁画元素；平面设计；扩展
中图分类号：J524.1；J218.6　　**文献标识码：**A　　**文章编号：**1001-3563(2013)12-0018-03

Extended Applications of Chinese Fresco Elements in Modern Graphic Design

LIU Bing-bing
(North China University of Technology, Beijing 100144, China)

Abstract: Taking the Chinese traditional mural element as breakthrough point, it discussed the direct application, topical application, combined application, associated application and aesthetic application of mural element in graphic design. It proposed Chinese traditional mural should break through the art category, extracting the core image element and combining to the idea of modern graphic design, to create more aesthetic charm of the design works.

Key words: element of mural; graphic design; extend

壁画，泛指建筑物墙壁上的绘画作品，它是随着佛教发展而诞生的一种绘画形式[1]。以世界上现存规模最大、保存最完好的敦煌莫高窟为例，其中数量最大、内容最丰富的就是壁画部分，包含有题材最广泛的各种佛、菩萨、天王等尊像画。这些经历了千年还直接展现在世人面前的绘画形式和作品，不仅使壁画这个艺术门类的发展有坚实的根基，而且它所独具的宗教元素和投射出的美学意境也被其他的现代设计领域所涉猎，更成为现代平面设计向中国传统文化借鉴的重要方向[2]。

1 壁画元素的直接应用

中国传统壁画是在墙壁上进行描绘的绘画类型，因以建筑为依托，故具有单面墙体的二维空间和多面墙体的透视三维空间的特点，绘画者在二维与三维的组合空间内进行壁画的设计创作[3]。

包装设计是现代平面设计中的重要组成部分，它同样具有二维设计元素与三维造型结合的特点，设计元素的编排与版式要以包装的立体造型为基础，属于综合的平面设计范畴。

无论是传统壁画还是现代包装，都具有二维与三维的特质。在主题契合的情况下，将壁画中的元素直接应用于现代包装设计中，是最简单的方式；即提取与设计主题相关的壁画元素，将其作为主体或者辅助元素合理安排于包装设计载体之上。例如2005年首届包装之星获奖作品——大敦煌酒的包装就是采用了此种设计方法，瓶体肩部采用了环绕一周的敦煌壁画截图，外包装采用了壁画洞窟拱形的造型，拱形内部为敦煌壁画截图，两侧的飞天形象形

收稿日期：2013-01-15
基金项目：北方工业大学青年重点科研基金(12)
作者简介：刘兵兵(1978—)，女，山东人，博士，北方工业大学讲师，主要从事视觉传达设计及其理论研究。

成对称的设计感。大敦煌酒的包装设计见图1。



图1　大敦煌酒的包装设计

Fig.1　Packaging design of DaDunHuang wine

2　壁画元素的创意应用

中国传统壁画的主题繁多，或描绘神像，或宣传教义，或寄托心灵，或供养肖像，或反映现实等，每幅壁画都具有自己的主题，传达各自的信息[4]。

海报设计是现代平面设计中用于信息传达的工具之一，它利用图形、色彩、文字等元素形成具有强烈视觉冲击力的画面，借以宣传主题和吸引观者。

传统壁画与海报设计都具有主题性较强的特点，因此在主题范畴内，选取传统壁画的相关元素，以现代平面设计的方法进行创意，以达到或强化信息传达的目的。中国传统壁画题材广泛，元素繁多，设计师应在主题内进行元素的选择和提炼。高鹏设计的2005年平遥国际摄影大展海报，采用了类似中国传统壁画中的手势造型。在创意中，将拍摄时的手势进行了平面图形化的处理，加入了与“和平、进步”摄影展主题相关的元素——和平鸽，并将二者融为一体。食指的虚实处理，则是按动快门时的动作。在海报中将展览内容、主题、标志等一并展现，是现代海报设计创意的处理方式之一。《2005中国平遥国际摄影大展》海报设计见图2。

3　壁画元素的含义应用

中国传统壁画中的尊像画是其重要组成部分，以佛、菩萨、天王为主，他们所采用的不同手势代表着不同的身份和教义，是特别的人体语言，代表了丰富的涵义。



图2　《2005中国平遥国际摄影大展》海报设计

Fig.2　Poster design of "2005 Pingyao International Photography Exhibition in China"

标志设计是现代平面设计中表明事物特征的符号，或物象，或图形，或文字，表达某种意义和理念。它最终的目的是为了实现一定空间内的视觉识别功能。

传统壁画中的某些寓意与标志设计的特质不谋而合，在含义相通的情况下，选择传统壁画中的元素，以现代的图形方式进行阐述，会产生特殊的效果[5]。以香港著名设计师陈幼坚设计的陈茶馆标志为例，陈茶馆是陈幼坚为了推广茶文化，以自己名字命名的店。其标志是一只指尖轻捻茶叶的手掌，掌心向外，姿势柔美，具有使人安静下来的魔力。这种手势类似于中国传统壁画中的无畏印，它具有无所畏惧，使人心安的特点，正好与茶叶这种产品使人心静的特征相契合。陈茶馆标志设计见图3。



图3　陈茶馆标志设计

Fig.3　Logo design of Chen Teahouse

4　壁画元素的联想应用

飞天是中国传统壁画的经典形象，无翅无羽无光，凭借飘逸的衣裙和飘带自由飞舞，是敦煌艺术的标志，是独具中国特色的艺术形象。

视觉识别设计是企业形象设计的组成部分之一，属于现代平面设计范畴。设计师应通过把握企业的精髓和理念，提炼成视觉性的符号和形象，并将这些符号或形象应用到品牌相关的载体上，来传达和强化企业品牌的特点。

以联想进行创意是现代平面设计的方法之一，即通过对两种物品的本质属性的分析，找到其共同点，并将共同点运用现代设计手法应用到设计作品之中。中国金汇通用航空公司品牌形象设计方案之一就是从飞天形象中提取其精髓，用现代设计语言将飞天所必需的飘带进行提炼，设计出了以飘带为主的品牌形象。这个形象既容易让人产生联想，又体现了航空行业的属性。中国金汇通用航空公司形象设计方案见图4。



图4 中国金汇通用航空公司形象设计方案

Fig. 4 VI scheme of "King Wing in China"

5 壁画元素的意境应用

中国传统壁画依附于建筑，又具有独立个性，是宗教的附属物，是具有自我美学境界的艺术门类。壁画人物所体现出的悠然淡定的神态和追求返璞归真的境界，是佛教主题的本质。

纪念品设计属于现代平面设计的延展，它已经超越了二维空间的设计内容，而扩展至与主题相关的设计类别，例如造型设计、商业设计等。

壁画美学境界与现代设计的结合，是现代设计师所追求的最高境界。它需要设计师具有相应的文化修养和对设计手法的纯熟应用，将意境美与形式美合二为一，才能创造出符合主题，具有意境的设计作品。1997年香港回归时，由香港著名设计师靳埭强设计的法国昆廷银器《手相牵》，借用佛家美学表现了母与子心连心、手牵手的设计理念，即传达出香港与祖国的关系，又呈现出了安静呵护的视觉美学。法国昆廷银器《手相牵》见图5。



图5 法国昆廷银器《手相牵》

Fig. 5 French Quentin silver "Hand in Hand"

6 结语

中国传统文化的继承与创新是我们一直以来的话题，从传统中汲取营养来滋养现代设计，也是许多设计师努力的方向[6]。作为具有中国传统文化特征的壁画艺术，以其绘画的特征和独创的形象，成为设计中符号的代言。

将传统壁画元素通过直接、创意、含义、联想、意境的应用方式，可以将其拓展于包装、海报、标志、视觉识别、造型等现代平面设计领域的各个方向。在这种设计应用中，传统的壁画元素不再仅仅是有记录性质的绘画，而是具有了象征意义的符号，这些符号就成为了传统迈向现代的桥梁[7]。

参考文献：

[1] 吴良忠.中国壁画[M].上海：上海远东出版社，2009.
WU Liang-zhong.Chinese Mural[M].Shanghai：Shanghai Far East Press，2009.

[2] 马振龙，朱荔丽.从敦煌壁画的艺术表现谈现代平面设计[J].敦煌研究，2008(4)：55—58.
MA Zhen-long，ZHU Li-li.On Modern Graphic Design from the Artistic Expression of Dunhuang Murals[J].Dunhuang Research，2008(4)：55—58.

[3] 蔡树本.壁画设计的独特语言[J].新美术，2003(4)：26—27.
CAI Shu-ben.The Unique Language of Mural[J].New Art，2003(4)：26—27.

[4] 王萍.敦煌壁画的艺术价值及其形式语言研究[D].南京：南京师范大学，2005.

（下转第28页）

时间花费。在高效率信息传播的今天，平面图形类的视频广告是各大广告商投入低、见效快的首选渠道之一[8]。

5 结语

数字时代屏幕中的平面图形表现出的动态性、创意性、情节性以视听的形式刷新了受众的感官，极大地丰富了屏幕信息传播的语言形式，传承和发展了平面图形语言的内涵、外延，同时也开发了一种高能低耗的视频广告的制作路径。随着数字媒介的空前普及和电脑技术的日新月异，平面图形将会展示出更丰富、更多元化的艺术形式，其存在状态、发展规律、创作方法等问题还需进一步探索和开发，加强数字技术与平面图形的内在联系，使平面图形更新颖、更高效地运用与传播，是数字媒体时代下平面图形艺术形式研究的新方向。

参考文献：

[1] 尹定邦.图形与意义[M].长沙：科学技术出版社，2003.
YIN Ding-bang.Graphics and Meaning[M].Changsha：Science and Technology Press，2003.

[2] 闫如山.谈新媒介对平面设计视觉语言的影响和意义[J].艺术与设计，2008，12(3)：56—57.
YAN Ru-shan.Talk to New Media Graphic Design Visual Language Influence and Significance[J].Art and Design，2008，12(3)：56—57.

[3] 李四达.数字媒体艺术概论[M].北京：清华大学出版社，2006.
LI Si-da.Introduction to Digital Media Art[M].Beijing：Tsinghua University Publishing House，2006.

[4] 史爽.平面设计中数字图形的基本艺术特色[J].吉林艺术学院学报，2005，37(6)：32—33.
SHI Shuang.In Graphic Design Digital Graphic Basic Artistic Features[J].Journal of Jilin Academy of Art，2005，37(6)：32—33.

[5] 刘文沛.互动广告创意与设计[M].北京：中国轻工业出版社，2008.
LIU Wen-pei.Interactive Advertising Creative and Design[M].Beijign：China Light Industry Press，2008.

[6] 姜蕾歌.新媒体图形艺术发展的探讨[J].广东技术师范学院学报，2007，26(7)：50—51.
JIANG Lei-ge.New Media Graphic Art Development Discussion[J].Guangdong Technology Normal University，2007，26(7)：50—51.

[7] 鲁晓波.数字图形界面艺术设计[M].北京：清华大学出版社，2006.
LU Xiao-bo.Digital Graphic Interface Art Design[M].Beijing：Tsinghua University Publishing House，2006.

[8] 魏莹.户外广告的媒介语言创新研究[J].包装工程，2011，32(2)：25—26.
WEI Ying.Research on Innovation in Media Language of Outdoor Advertising[J].Packaging Engineering，2011，32(2)：25—26.

(上接第20页)

WANG Ping.Research on the Artistic Value and the Form Language of Dunhuang Murals[D].Nanjing：Nanjing Normal University，2005.

[5] 李辉.民族传统文化影响下的现代标志设计[J].包装工程，2011，32(10)：82—84.
LI Hui.Modern Logo Design under the Influence of Traditional Culture[J].Packaging Engineering，2011，32(10)：82—84.

[6] 张来源.中国传统文化艺术元素在现代平面设计中的运用[J].包装工程，2008，29(8)：156—158.
ZHANG Lai-yuan.The Use of Chinese Traditional Cultural Elements in Modern Graphic Design[J].Packaging Engineering，2008，29(8)：156—158.

[7] 贺萍.民间美术造型语言对现代平面设计的启示[J].南阳师范学院学报，2010(5)：96—100.
HE Ping.Inspiration from the Language of Folk Art to Modern Graphic Design[J].Journal of Nanyang Normal University，2010(5)：96—100.