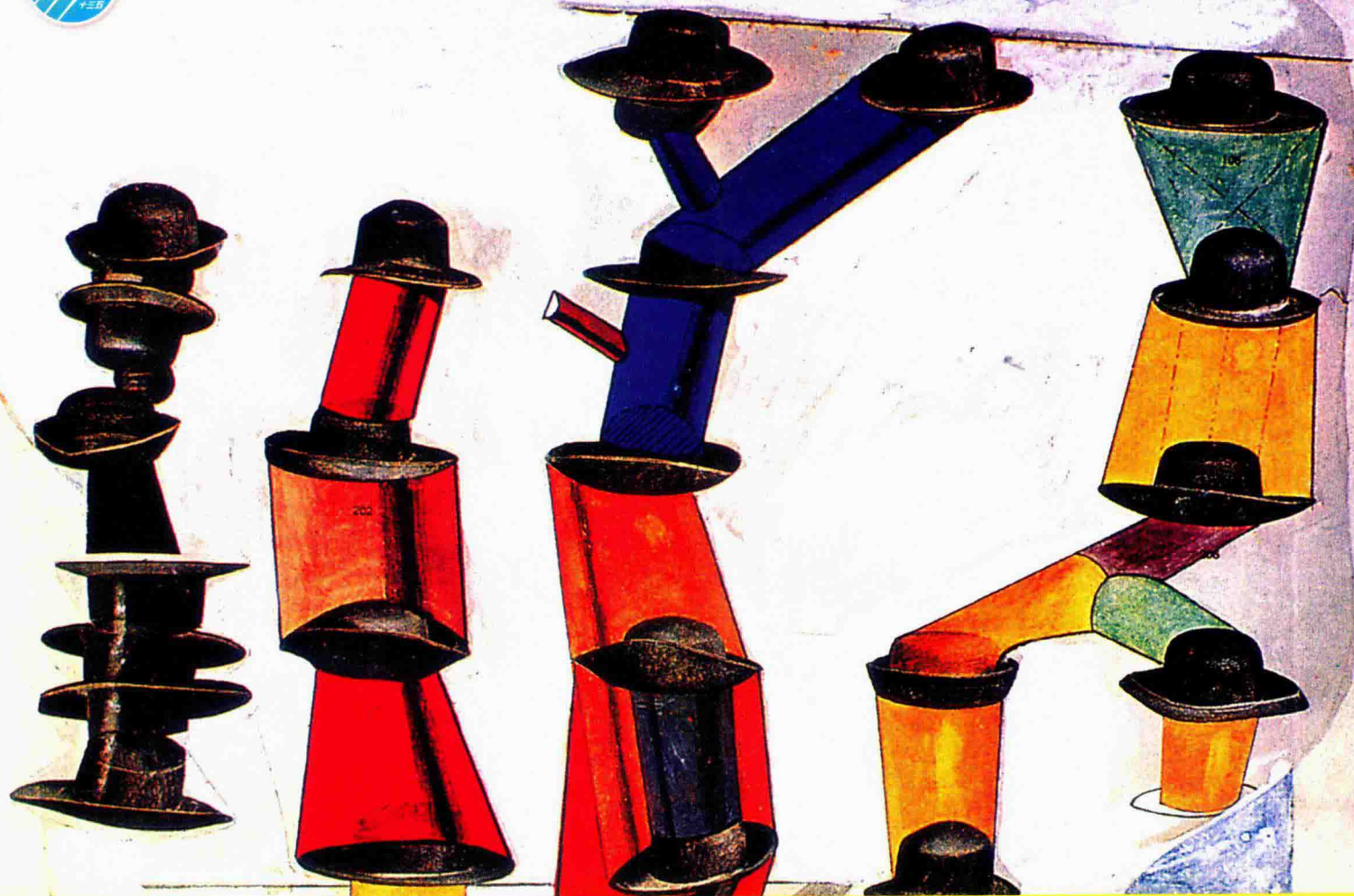




“十三五”普通高等教育本科部委级规划教材



图形设计

突破日常经验的视觉创意

王萃思 袁浩鑫◎著

从零开始创作

用图形表达思想

图形设计与艺术风格

国家一级出版社



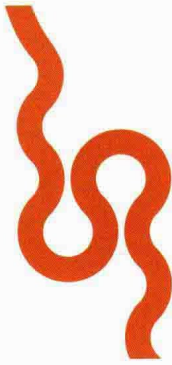
中国纺织出版社

全国百佳出版单位



“十三五”普通高等教育本科教材

图形设计



突破日常经验的视觉创意

王萃思 袁浩鑫◎著



中国纺织出版社



中国纺织出版社

全国百佳出版单位

内 容 提 要

这本书以图形设计中的基本形式、图形的风格、图形的想象力以及图形的思想表达为核心内容。结合案例分析,引导学生理解图形设计的内在规律,强调创意思维能力的训练,探寻如何让图形设计更有“设计味”,对视觉语言特有的创意方法进行训练。

本书适用于艺术设计方向的师生与专业设计人员。

图书在版编目(CIP)数据

图形设计:突破日常经验的视觉创意/王萃思,袁浩鑫◎著. —北京:中国纺织出版社,2017.6

 “十三五”普通高等教育本科部委级规划教材

ISBN 978-7-5180-3361-4

I. ①图… II. ①王… ②袁… III. ①图案设计—高等学校—教材 IV. ①J51

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第046861号

策划编辑:杨美艳 责任编辑:杨 勇 责任校对:楼旭红
责任设计:何 建 责任印制:王艳丽

中国纺织出版社出版发行

地址:北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码:100124

销售电话:010-67004422 传真:010-87155801

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博<http://weibo.com/2119887771>

北京利丰雅高长城印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2017年6月第1版第1次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:12

字数:112千字 定价:68.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

教学内容及课时安排

章 / 课时	课时	节	讲授内容	练习 / 课时
第一章 (4 课时)	讲授：2 课时 讨论：2 课时		图形设计概说	
		一	情感与信息	
		二	视觉语言实验	
		三	与大众沟通	
第二章 (28 课时)	讲授：2 课时 练习：26 课时		形态的创造	
		一	从零开始，尝试自由创作	自由拼图游戏（8 课时）
		二	对形态的控制	控制形态练习（8 课时）
		三	简化与丰富	给简单图形增加趣味（6 课时）
		四	图形的省略与“不完整”	“不完整”的图形（4 课时）
第三章 (24 课时)	讲授：2 课时 练习：22 课时		情感与形式	
		一	抽象的和不像的	抽象的图形和不像的图形（8 课时）
		二	风格与情感类型	尝试多种风格（6 课时）
		三	综合各种感官	使用综合材料（8 课时）
第四章 (40 课时)	讲授：2 课时 练习：38 课时		想象与创造	
		一	概念的嫁接	图形嫁接（16 课时）
		二	拼贴图像	摄影拼贴图形（8 课时）
		三	荒诞图形	荒诞与无理图形（14 课时）
第五章 (32 课时)	讲授：4 课时 练习：28 课时		用图形表达思想	
		一	直接的意义表达	
		二	使用象征符号	
		三	曲折表达	
		四	图形意义表达的三个维度	
		五	创意思维的路径和地图	头脑风暴与思维导图（8 课时）
		六	走出思维陷阱	用图形表达抽象概念（20 课时）
第六章 (16 课时)	讲授：2 课时 练习：14 课时		图形设计拓展	
		一	画纸的延伸	画纸的延伸（6 课时）
		二	用实物来做创意	用实物来做创意（8 课时）

注 各院校可根据自身的教学特点和教学计划对课程时数进行调整。



前言

从20世纪90年代引入“图形创意”这门课程算起，图形设计作为一门课程进入中国已经有二十多年的时间。这门课程对于艺术设计专业的学生而言，具有很强的引导作用。图形设计不仅仅锻炼了学生的创造能力，也引领他们去阅读设计大师的作品，让他们对创意设计产生兴趣。同时，图形设计课程在开设与实践的过程当中，给教学体系带来了或大或小的冲击，围绕这部分内容的争论与争议一直都没有停止过，这说明图形设计是一门发展中的课程，需要我们不断地进行大胆的尝试，而且图形设计也是一门多样化的课程，不可能也不应当有唯一的教学模式。

早期的图形设计课程被冠以“图形创意”的名称，比较重视概念上的创意，对视觉语言的使用有所忽视。加上很多同学在读大学之前长期接受模式化的写实美术训练，未能浸染于设计领域的绘画美感与创造性文化氛围之中，导致图形创意作品常常沾染漫画式特点，强调文字语言层面的创意，缺乏视觉语言的创意。这样的问题长期存在，已经成了这门课程进一步发展中的一大桎梏。

关于创造，常有论调认为创意是不可教的。可以这样理解这个说法，那就是学生的创意是他们的天分使然，教师的作用是有限的，教师要顺势而为，不可强行塑造学生。如果把这个“不可教”理解为与创意相关的课程是没有效果的，那就大错特错了，教师的确不能给学生提供创意的动力，但教师的引导至少是催化剂，能够帮助学生找到自己的动力所在。另外，虽然创意没有固定的模式，没有唯一正确的方法，但大体上还是有规律可循的，而且业界早已总结出创意的系统化方法，并且已经开发出了很多创意辅助工具。

本书主要在图形视觉语言以及创造方法两个领域有所创新。在教学内容的安排上，遵循由浅入深的原则，务必让每个训练都有的放矢，注重启发学生去理解相关

概念，激发学生的表达欲望，给学生设定明确的目标，规定明确的限定又充分尊重他们的自主创造。在创造的方法领域，强调集体的智慧与个人的发挥相结合，强调创意不是一步完成的，创意有着系统化的步骤，同时还要避免创意过程的模式化。

本书的另一特点是注重理论性，就图形的形式、图形的情感以及图形视觉语言等领域相关的理论问题进行了较为全面的梳理，并且引入了大量的案例来说明这些理论。这是一个读图时代，很多学生不喜欢阅读大量的文字，但是如果没有深度阅读，不可能培养出有思想的设计师，引导学生去阅读与思考是十分必要的。

教学过程应当是灵活的、生动的。建议使用本教材的老师根据自己学校的课时安排以及学生的情况选择其中的一部分内容来重点讲授和训练。

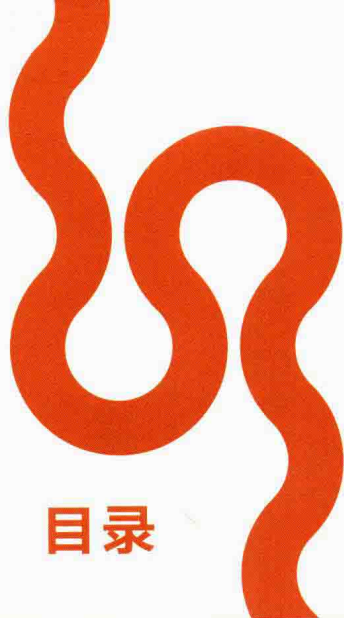
本书由王萃思、袁浩鑫合著完成，其中第一章至第五章为王萃思撰写，第六章为袁浩鑫撰写，整本书由王萃思统稿。本书中所有的学生作业，如无特别说明，均为岭南师范学院美术学院的学生所做，指导教师为王萃思与袁浩鑫。

本书在撰写过程中得到了岭南师范学院很多同事与朋友的帮助与鼓励，感谢岭南师范学院美术学院数年来参加过这门课程学习的同学们，感谢2012级、2013级、2014级和2015级课外设计创作小组的同学们，你们的努力让这本书的内容变得更加丰满！特别感谢杨美艳女士在本书的撰写过程中给予的鼓励！

撰写这本书，断断续续用了3年左右的时间，期间尝试了多项实验性的教学内容与教学方法，这些尝试过程中伴随着数次的试错与改进，这些教学内容与教学方法改革，必然有大量不够完善与不够成熟的地方。在有些领域，比如应继续加强学生对视觉语言能力的掌握，并需要在这些方面设计出更好的教学方法。由于能力所限，教材在理论与撰写层面，一定都有不少不足之处，希望老师和读者们提出宝贵的批评意见。

王萃思 袁浩鑫

2016年7月



目录

CONTENTS

第一章 图形设计概说

第一节 情感与信息 / 3

第二节 视觉语言实验 / 5

一、创新在何处 / 5

二、视觉语言的独特之处 / 6

第三节 与大众沟通 / 11

第二章 形态的创造

第一节 从零开始, 尝试自由创作 / 14

一、创作从白纸开始 / 14

二、自由拼图游戏 / 16

第二节 对形态的控制 / 20

一、干预图形的层次 / 20

二、控制图形的形态 / 23

第三节 简化与丰富 / 30

一、从整体入手 / 30

二、细节 / 31

第四节 图形的省略与“不完整” / 48

一、完形理论 / 48

二、意到笔不到 / 49

第三章 情感与形式

第一节 抽象的和不像的 / 55

一、抽象图形的魅力 / 55

二、“是”而不像 / 58

第二节 风格与情感类型 / 65

一、图形设计与艺术风格 / 65

二、尝试多种风格 / 67

第三节 综合各种感官 / 75

一、超越二维空间 / 75

二、通感与图形设计 / 75

第四章 想象与创造

第一节 概念的嫁接 / 88



一、创意与陌生化 / 88

二、不相关概念之间的撞击 / 89

第二节 拼贴图像 / 101

一、摄影蒙太奇 / 101

二、解构图像 / 103

第三节 荒诞图形 / 111

第五章 用图形表达思想

第一节 直接的意义表达 / 122

一、情景直观 / 122

二、序列直观 / 125

三、抽象概念的图示化 / 127

第二节 使用象征符号 / 131

第三节 曲折表达 / 134

一、直接表达难以奏效的情况 / 134

二、有意制造悬念 / 137

三、诉诸情感 / 140

第四节 图形意义表达的三个维度 / 143

一、常常重复而又多样化的图形元素 / 143

二、特征描绘、概念表述与情感表达 / 143

第五节 创意思维的路径和地图 / 148

一、头脑风暴法 / 149

二、思维导图 / 149

三、概念列表与连线游戏 / 150

四、思维导图与连线游戏教学案例 / 151

第六节 走出思维陷阱 / 158

一、形象之间的关联类型 / 158

二、陷入僵局时问自己几个问题 / 162

第六章 图形设计拓展

第一节 画纸的延伸 / 171

第二节 用实物来做创意 / 178

参考文献 / 184



第一章

图形设计 概说

TUXING
SHEJI
GAISHUO

▲ 教学内容

主要介绍图形设计的基本概况，包括图形传达的内容有哪些，图形设计活动最具价值的因素是什么，以及图形设计在设计师与社会发生关联时所扮演的角色等内容。

▲ 教学时间

4课时。

▲ 教学目的

对图形设计的对象与方法以及价值有一个基础的、全局性的理解。

▲ 教学重点

1. 理解情感与信息在图形传播中的地位。2. 理解视觉语言的独特之处在哪里。3. 理解图形设计活动与大众社会之间的关系。

艺术设计领域所出现的一切视觉对象都可以说是图形，包括图标、几何形、装饰图案、抽象形态、书法与字体形态、各种风格的绘画、摄影、拼贴艺术等等，可以说无所不包，图形设计就是用这些视觉形象来传达信息并与人交流。与图形有关的两个概念是图像和图案，它们在很大程度上与图形的意义是重合的，总体来说图形所涵盖的范围比两者更大，但这三个概念各有内在侧重点的不同，难以简单的加以明确区分，这些概念在使用过程中总是有一定模糊性的。

图形设计对艺术设计相关的各专业从业者或者学生而言是一项训练，也是从事设计工作的过程中经常要进行的设计实践，图形设计不是一个独立的设计领域，但它存在于与艺术设计相关的每个领域，而且常常占据举足轻重的地位。

与图形设计最为密切的专业当然是视觉传达设计，而其他专业，诸如服装设计、环境艺术设计、工业设计、动漫设计以及插画设计都或多或少要涉及图形设计。而且图形设计作为一项创意思维的基础训练是艺术设计领域各个专业都需要的。

日本招贴设计大师福田繁雄说过：“人们都拥有‘喜怒哀乐’的感情，我们要将其中的‘乐’时常保持在心里，不管多么负面的讯息，也要尽可能透过开朗、有趣的手法去创作，去花心思好好思考。”这是福田繁雄分析自己的创作时所说的话，大体上可以用来解释什么是图形设计，或者说可以用来说明图形设计过程中需要关心哪些方面的问题，透过这段话我们至少可以得到三方面的内容：情感与信息两者既相互联系又相互独立；图形设计是视觉语言实验；图形设计是与大众沟通的活动。

第一节 情感与信息

图形用于交流活动,是艺术设计诸多领域与观者互动的最主要的媒介之一,它在人们相互交流过程中传播着概念性的无情感色彩的信息,同时也传播着情感,情感与信息往往不是分开传播的,它们常常同时出现在同一个视觉元素里。所以图形设计要处理情感与信息的关系,这是图形设计不同于其他视觉艺术的关键所在。图形设计不但要把信息传递出来,还同时展现了我们对待这些信息的态度、情感和相关的价值判断。福田繁雄是一个强调“乐”的设计师,把开朗和有趣作为信条,这是他个人的准则。而另外一些设计师可能会强调对心灵的震撼和感官刺激。情感与信息之间的关系处理有很多方法,不同的设计师的风格不同往往源于这一点。

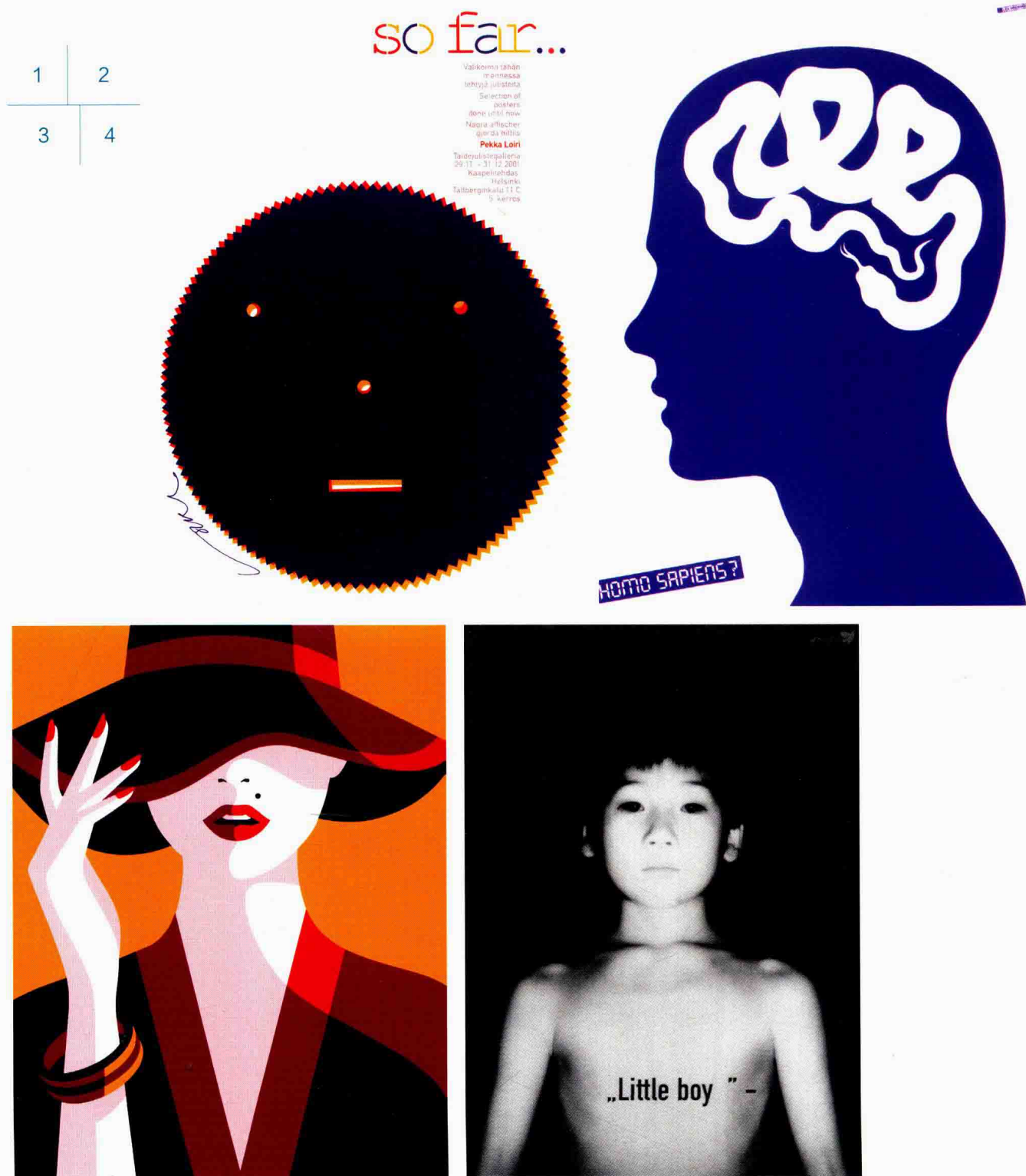
在很多情况下,情感与信息密不可分,例如,一个向右的箭头可以直接向我们传递特定的信息,而箭头的形状、色彩与材质以及体量的大小等等感性因素,又直接作用于我们的情感。需要注意的是,当我们赋予一个箭头以感性因素时,这些因素也把信息带入了我们的图形:一个木制的箭头和钢铁的箭头在信息表达上是有很大区别的。

在处理图形时,人物形象视觉特征描绘的具

体程度(照片最具体,可以辨认出是哪个人,简略示意图最不具体),概念表述的普遍程度(图形在艺术表现方面越有个性,概念表述就越不具有普遍性),有着重要的作用。

在图形设计中关于情感与信息的关系,我们可以看到风格的差异导致的情感与信息传达方式的巨大不同,让我们以几件描绘人物形象的图形设计作品为例,这些图形设计作品中都有人物形象,这些形象的感性特征各自不同,形成了截然不同的形象表达方式。

例如,罗利的海报作品《那么遥远》(图1-1)和德莱文斯基的作品《顽固不化》(图1-2)都十分概括,仅仅保留了人物形象最基本的特征(示意图或者剪影),而玛莉卡·法夫尔的插画作品(图1-3)与乌韦·勒斯的反核海报《小男孩》(图1-4)中的人物都比较具体。罗利的作品《那么遥远》虽然简略,完全是儿童画式的概念化表达,但是人物的眼神与色彩的闪烁却显示出极强烈的个性特点,这个形象带有太多的个性化的内涵,它显然不适合去表达普遍的概念,却非常适合表达某种特定的精神气质,这是罗利为自己的海报展所做的海报设计,这样做再合适不过了。



- 1 图1-1 那么遥远/海报/罗利
- 2 图1-2 顽固不化/戏剧海报/德莱文斯基
- 3 图1-3 插画/玛莉卡·法夫尔
- 4 图1-4 小男孩/海报/乌韦·勒斯

德莱文斯基的作品《顽固不化》则立即把人们引向一些哲学问题的思考，人物与蛇的剪影虽然有着生动的形态，但这样的形象只会让人想到普遍的人与蛇这样的概念，而不是具体的某个人或者某种蛇。玛莉卡·法夫尔的插画作品描绘了一位优雅的时尚女性，采用平涂的方法绘制，虽然法夫尔将这一形象的妆容、服饰、仪态都刻画得入木三分，但是这些特点都属于这位女性所属的人物类型当中，透过这幅作品我们对这一形象个体的处境与情感等因素仍然一无所知，所以这个形象也是普遍的，不过其普遍性被限制在了时尚女性这一范围之内。

乌韦·勒斯的反核战争海报《小男孩》用了

一个东方小男孩赤裸上身的照片形象，这样的形象毫无疑问是很具体的，我们不但能够看清楚他身体上肌肉的起伏，甚至能感觉到他一张一翕的胸廓，这一作品显然不是符号化的，它的情感表达很充分，让观者对小男孩产生同情之心。不过我们能了解的也就到此为止了，这个孩子的具体性格与个性特点，我们并不了解，他是年幼柔弱的孩子这一普遍概念的代表。

从这些例子我们可以窥到，图形设计中的绘画语言的使用不是随意的，更不是根据自己的绘画能力或摄影能力，越真实越好。图形的具像程度、细节丰富程度、所选形象的个性程度都会影响到情感与信息的表达。

第二节 视觉语言实验

一 创新在何处

人们常说“每天的太阳都是新的”，还有另外一句话“太阳底下没有新鲜事”。这两句相互矛盾的话，正好代表了人们对创新的两种矛盾的态度。

这是一个崇尚创新的时代，而创新并不总是意味着产生一些横空出世的想法。尤其在今天这个创意密集的时代，锐意于创新的企业与个人数量十分庞大，每天都有新的想法被提出来，想要开辟一条全新的创意主干道几乎是不可能的。

这就是所谓“太阳底下没有新鲜事”。

早在先秦时期，《诗经》和楚辞就已经把中国文化中的时空合一、无往不复的不朽生命精神渗透到了每一个汉字与节律当中。西方文明则早在古希腊时期，诗歌与神话就已经把人性中的爱恨情仇，人生的悲欢离合描绘得深入骨髓。不需等到现在，无论是李白、杜甫还是莎翁、但丁，都未能建立起与前代迥然不同的文学体系。20世纪现代艺术的发展貌似有翻天覆地的变化，但从整个艺术史来看，这个变化也仅仅是对近代以来



越来越程式化、学院派艺术道路日趋狭窄，逐渐背离艺术本质状态的否定。

创新与沿袭并不矛盾，创新的根基并不是关注他者，不是刻意寻求与别人的不同，而是应将目光放在自己和表达对象上，每个人、每个时刻、每一个对象、每一个视角，都自然而然的有其独特性。我们的任务是创造性的发现并表达被表达物自身的特点，并且有效地把这个特点转换成为作品。创新者往往并不关心时尚与潮流，并不刻意去做迎合时代趣味的事，创新在于探寻到可触摸的艺术语言的深处。这就如同坐在公交车上每天看到的同一路口的景色可能都是相同的，但那些在街角的墙缝里，在刚刚出土的牵牛花的嫩叶下，在小朋友遗失的一角钱硬币旁穿梭的黑褐色蚂蚁，它们每次经过此处看到的景色都不同，这就是所谓“每天的太阳都是新的”。

创新就是这种东西，对于一个善于创新的人来说，世界上任何一个微小的局部都硕大无朋，里面充斥着大量可摸可感的事物，创新要深入到事物的肌理当中，创新是把自己卷入到这个喧闹得让人心烦，又多彩得让人感叹的世界里面，袖手旁观是无法体味到创新的快感的。同时，创新的路常常都是弯弯曲曲的，创新是一个迷路的过程，在每一个位置，都有数不清的分岔路口，在到达之前，很难看清楚到底哪条路是曲径通幽的。创意是探险，创新的世界从来都不向恐惧不确定的人们敞开，而那些缺乏耐心，走入迷宫时不能享受不确定的过程，因着急而试图通过翻墙结束游戏的人也往往与创新失之交臂。

创新就像骑自行车，驾驭它的人一定要先动起来，一旦它开始运转一切都有可能，我们不

可能停在那里创造。著名书籍设计师奇普·基德在他的TED演讲中向人们展示他是如何设计出电影《侏罗纪公园》中那个家喻户晓的恐龙剪影图形的过程，这完全是无心插柳柳成荫（图1-5）。他原本只是为小说《侏罗纪公园》设计封面，他从自然博物馆的恐龙骨骼线描图中获得启发，用复印机把一张类似的图复印出来，然后用黑色绘图笔在透明纸上描摹这一插图。当然，他并没有忠实于原图，而是凭本能进行了一些改变，然后经过裁切，形成了一个极具个性特点的恐龙形象，于是小说的封面就有了。后来，有计划把这部小说拍成电影的环球影业公司找到出版社，买下了这一图形的版权。现在此图形已经广为传播，它不仅仅是一个书籍的封面，也不仅仅是电影海报中的插画，它也成为一种文化符号，被大量复制到服装、玩具、文身、日用品等领域。

视觉语言的独特之处

图形设计是创意性的绘画，在一个图形设计当中，如果人们找不到什么东西是“不合常规”的，那么几乎可以确定这个设计是失败的。寻找有趣的手法永远都不是一件轻松的事，大众对于司空见惯的事物不会产生想要关注的心理，更别提感觉有趣了。视觉语言的实验一方面是视觉语言表达手法本身的实验，另一方面也是抽象概念借助视觉语言表达的实验。在创新探险的过程中，我们既要用理性对自己的实验方向进行规划，对自己的实验结果进行评估，也要用感性不断地去体验创作过程中产生出来的新形式，并且凭感觉来深化它们。



图1-5 侏罗纪公园/图形/奇普·基德

图形设计是视觉语言的实验和探险，视觉语言实验是手、心、脑协调合作的产物，用概念来构思和用材料和画笔进行实验以及用情感来体验三者缺一不可。视觉语言不同于文字语言，视觉语言的特点不仅仅是它比文字语言描述形象时更直观，视觉语言还有其他迥异于文字语言的表达方式。

首先，视觉语言不同于文字语言的地方在于图像有边框，任何图形都是特定视野下的视觉对象，构图既限制了我们的视野，又能给画面内的事物以强大的力量。我们以日本设计大师松永真早年为资生堂所做的商业海报《古铜色的夏天》（图1-6）为例，这幅作品中的元素实在是没什么出奇的地方，那些老套的娱乐消遣广告中常常出现这些要素：蓝天、阳光、沙滩、美女。松永真的作品与平庸之作不同的地方就在于立意与构图，一个笑容灿烂的女子的侧脸占据了海报一半的空间，宛如垂天之云一般横亘在天空之上，把一小片表达晴朗通透的蓝色挤到画面的一角。由于只能看到局部，我们不知道她用身体的哪个部分支

撑体重，她的姿态让人迷惑，从下巴与脖颈形成的曲线来看，仿佛整个人正在飞行一般，汗水聚集在她修长的脖子上，一滴滴地落入沙滩。通过这样一个特写构图，松永真制造了一个美丽的幻境：在这里，人们可以抱着喜悦之情用健美的身姿肆意的追求阳光，而不必受到紫外线的伤害。

从松永真早年创作的另一幅海报作品《和平86》里（图1-7），我们可以看到视觉语言的另一个独特之处。松永真给我们呈现了一个舞蹈的人的形象，这个形象色彩鲜艳，边缘有晕，似乎是逆光下的照片。给人的第一印象有些轻松，多彩，直接呈现出和平的美好。但仔细看上去就会发现一些问题，这一形象似乎是高度近视的人眼中的形象，十分模糊，而且在背景的强光之下，似乎随时有消逝的可能。于是近在眼前的和平，我们却并没能看清楚，它虽美好，但十分脆弱，如此复杂的含义，就用“模糊化”这一种技术手段完成了。清晰与模糊，本来只是技术上的问题，但是如果设计师给它们以意义，其意义是超越文字表达能力的。



图形设计：

突破日常经验的视觉创意



图1-6 古铜色的夏天/海报/松永真



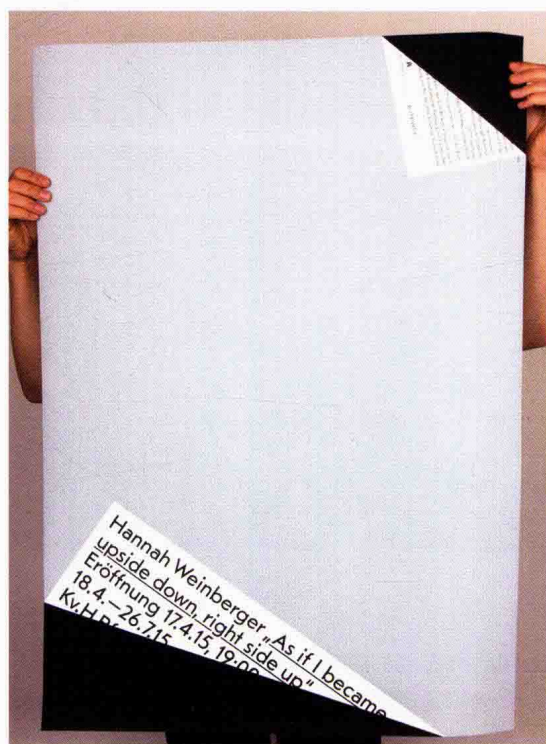
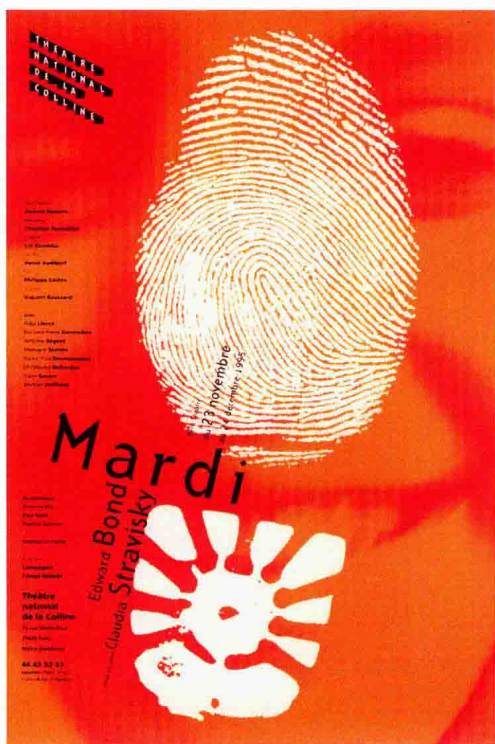
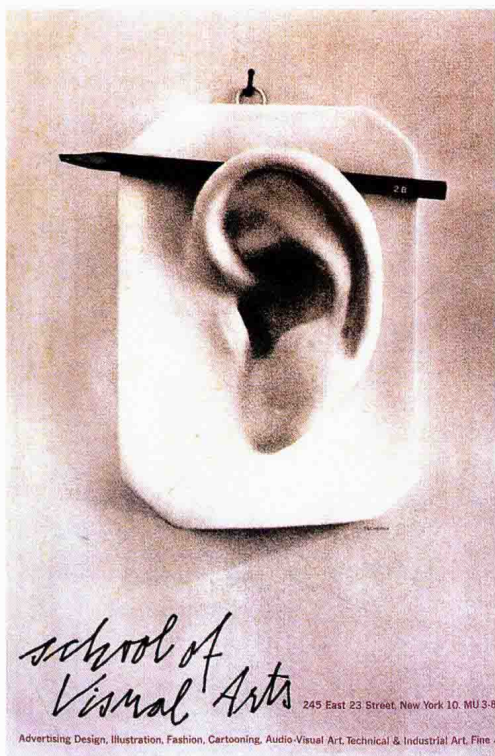
图1-7 和平86/海报/松永真

美国著名设计师契尔尼为纽约视觉艺术学院设计了多款海报，这些海报成了设计史上的经典作品，其中一幅（图1-8）用一个学习绘画基础所用的石膏耳朵夹住一支被用得很“疲劳”的铅笔，这一手法将真实的人耳朵与绘画道具耳朵进行置换，直接让肉身的耳朵与作为艺术典范的雕塑耳朵合二为一，巧妙地将两类事物安置在一个简单的画面之中，表达出艺术家的审美执着与工匠精神引人深思，这样的招生海报，定会吸引那些对艺术充满痴情的学子。

波兰设计师马尔辛·马考夫斯基为“该隐与亚伯”戏剧节所做的海报（图1-9），向我们展示了用空间特征表达图形语言的技巧：在朱红色的背景之上，有一把黑色的剪刀，它本应沉睡在这片二维空间当中。但是不知何故，剪刀的下半部分伸出了二维空间，从此它不再是纸上绘制的一把剪刀，它变成一张剪影的纸片，并且卷了起

来，让人觉得更为诡异的是，这卷起来的部分绕了一个弯，又回到二维空间当中，再度成为绘画中的剪刀，是一把实在的锋利剪刀，而且还剪开了黑色剪刀上亚伯的喉咙。这个本是同根生，相煎何太急的故事借由空间游戏，在真实与幻觉之间穿梭了数次。如此简洁单纯的画面中，物与像、黑与白、被表达的事物与表达的载体之间的关系纠葛不清。

同样利用空间感表达意义的作品，还有维思·诺德为维尔丁别墅度假项目设计的海报以及德国兹维耶夫工作室所做的海报《颠倒》等（图1-10～图1-14）。除了我们谈过的构图关系，清晰与模糊、正面与反面、实物与图像这些因素之外，视觉语言独特的地方还可以体现在：物体与镜像、仅有轮廓与全面描绘、透明与不透明、显示与遮蔽等诸多方面，不胜枚举，而且恐怕还常有创新。



- 1 图1-8 招生/海报/契尔尼
- 2 图1-9 该隐与亚伯/海报/马尔辛·马考夫斯基
- 3 图1-10 康莱因剧院海报/白同异
- 4 图1-11 颠倒/德国兹维耶夫工作室

