



高等工科院校设计类造型教材

编著 伍立峰 牛建琳 上海书店出版社

图形创意新解

主编 伍立峰

J51/76

2008

高 等 工 科 院 校 设 计 类 造 型 教 材

图形创意新解

编著 伍立峰 牛建琳

 上海書店出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

图形创意新解 / 伍立峰, 牛建琳编著. —上海: 上海书店出版社, 2008.5

高等工科院校设计类造型教材

ISBN 978-7-80678-830-1

I. 图... II. ①伍...②牛... III. 构图 (美术) —高等学校—教材 IV. J061

中国版本图书馆CIP数据核字 (2008) 第055211号

图形创意新解

-
- 主 编 伍立峰
- 编 著 伍立峰 牛建琳
- 责任编辑 那泽民
- 整体设计 上海润泽书坊+刘烨+田磊
- 技术编辑 丁 多
- 出 版 上海世纪出版股份有限公司上海书店出版社
- 发 行 上海世纪出版股份有限公司发行中心
- 经 销 全国各地书店
- 地 址 200001 上海福建中路193号
www.ewen.cc www.shsd.com.cn
- 印 刷 上海精英彩色印务有限公司
- 版 次 2008年5月第1版第1次印刷
- 开 本 787×1092 mm 16开
- 印 张 6印张
- 印 数 1—3 000
- 书 号 ISBN 978—7—80678—830—1/J·368
- 定 价 34.00元

高等工科院校设计类造型教材

编写单位

上海理工大学出版印刷与艺术设计学院

天津美术学院视觉传达设计系

苏州科技学院传媒与视觉艺术学院艺术设计系

河北科技大学艺术学院

浙江工业大学艺术学院

黑龙江工程学院人文科学系

序

图形创意作为艺术设计的一种视觉传达手段。已广泛地被应用在视觉传达设计研究、教学领域以及日常社会生活中。图形是人们有意识、有目的地以视觉方式进行沟通和交流的一种创作及语言形式，它使人与人的交流可以打破语言、文字等的局限和阻碍，建立以视觉为基础的沟通和交流。这种语言形式缩短了沟通距离，增加了信息传达的有效性，其影响和意义已经得到了人们的广泛认同和肯定。如今在视觉传达设计专业的教学环节中，图形创意课程已经成为教学与实践不断提高创意水准和培养独特的创意思维的关键部分。

图形创意这门新型的学科在其发展的过程中已经具备了比较完备的理论体系。本书详尽地讲解了有关图形语言的各种概念和相关理念，深入地研究了图形的各方面基础知识和程序方法，并且介绍了一整套经过实践被认为比较合理、有效的训练方法，使学生能够比较容易地掌握图形语言的运用，开拓了学生的创意思维。

由于时间的仓促和我们学识的有限，本书难免有不尽人意之处，我们还需要在实际教学研究中进一步探索、发掘新的方式、方法运用到我们的教学当中，进一步完善这门新兴学科的教学。

目录

前言	
一、图形创意概述	
001	
1、图形的产生	
001	
2、图形的概念	
002	
3、图形与传达	
003	
4、图形设计语言	
004	
5、图形设计与符号形象	
005	
二、图形创意思维的基本方法	
008	
1、图形创意的思维模式	
008	
2、图形创意的思维方法	
011	
3、图形创意思维的发掘	
014	
三、艺术流派对图形创意的影响	
018	
1、立体主义的影响	
018	
2、未来主义的影响	
020	
3、达达主义的影响	
021	
4、超现实主义的影响	
021	
5、风格派的影响	
025	
6、波普艺术的影响	
027	
7、光效应艺术	
029	
8、后现代主义	
031	
四、图形创意的基础训练	
032	
1、基本元素的训练	
033	
2、单形元素的视觉联想训练	
035	
3、组合形态联想训练	
036	
4、语言文字与图形转换训练	
040	
5、特定形空间的想象	
041	
五、图形创意的表现形式	
042	
1、同构图形	
042	
2、共用图形	
049	
3、正负图形	
054	
4、元素替代图形	
057	
5、影子图形	
057	
6、悖论图形	
058	
7、矛盾空间图形	
061	
8、渐变图形	
064	
9、荒诞图形	
066	
10、夸张图形	
068	
11、幽默图形	
070	
12、文字图形	
073	
六 图形创意的表现和制作	
076	
1、手绘草图	
076	
2、图形的具象表现	
078	
3、图片处理	
080	
4、计算机表现	
084	
主要参考文献	
090	

一 图形创意概述

我们所处的是一个愈来愈图形化的时代。在过去我们更为信赖的是用文字来记录事情,表情达意,而对图形图像,只是看中其直观性与愉悦性。人们普遍认为语言作为思维的工具要比形状和声音好得多,但事实上我们在生活中60%以上的信息是通过视觉来获得的,特别是到了科技手段高度发达的今天,影视、网络和多媒体的普及,配合传统的印刷文化,以至使图像成为传递信息的主要载体。

当前明显的文化趋向是语言中心的文化将向图像中心的文化转向,作为阅读符号的语言已经转变为作为视觉符号的图像,图像化与视觉文化的时代已经到来。艺术设计作为一个现代概念,正是艺术与科学、图形与概念的交会之处,尤其要突出图形在设计教育中的重要性,毕竟人类的造型活动关系到人类的物质生产和精神生产、文明的发展和历史的进程。

1、图形的产生

在过去的很长一段历史时期里,人们主要靠图形和文字传播复杂的思想,早在旧石器时代到新石器时代(大约公元前35000—4000年),非洲和欧洲的原始人就在岩壁上或洞窟中留下了大量手绘的图形,当然,这些图形大都是一些简单的具象符号,其中一些是象形文字。如:在手持弓箭的狩猎者图形边加上几只羊,几只兔的图形等,就表示在巫术仪式中将得到猎获动物的神力,预示狩猎将获成功。而其中最吸引注意的和最具典型意义的要算法国南部的阿尔塔米拉石窟的野牛残刻洞画,它作为早期人类创造的原始视觉图形的重要代表,作为最古老的图形表达形式,已经承担了信息的传播功能(图1-1)。

人们在长期的劳动生产中对形的认识是经过推理和艺术的组合演化而来的。如半坡的鱼纹、彩陶中的鸟形纹,其变化从写实到写意、到象征,发展



图1-1

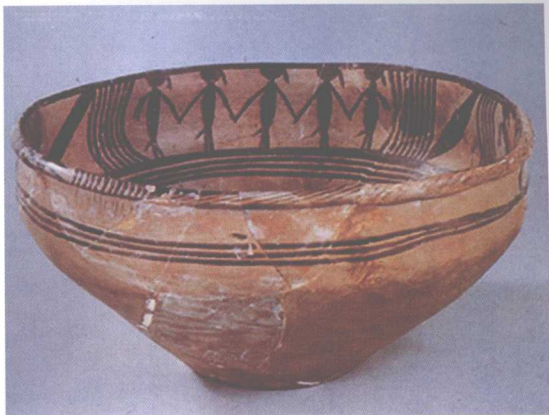


图1-2

包括了一个从发生、发展到逐渐消亡的演化过程,图形从具体形象的鸟形、鱼形等演化为抽象的几何的点、线、面。它们具有独特的节奏和韵律之美,不论大小高低、重合交叉、方圆曲直、疏密繁简,都能随意适应。这种图形在初级阶段的原始陶器上得到广泛的应用,在人物图形中则以彩陶盆上画的舞蹈纹样最为罕见。舞蹈纹为五人一组,人物相互手拉手,面向一致,头侧面各有一斜道,似为发辫或饰物,每组外侧两人的手臂画成两道,似反映两臂舞蹈动作较大和频繁之意,人下体三道,为两腿及饰物。寥寥几笔,就把先民们正在快乐地手拉手集体跳舞和歌唱的情绪表达了出来,形式感非常强(图1-2)。这些想象和所有观念形态一样都是来源于生活,它是先民们情感和思想的表达。

随着社会的进步与发展,人类已由农业文明进入了工业文明,视觉艺术也随之经历了一系列的创造性革命。到了20世纪,图形艺术的演化与现代绘画、诗、建筑紧密地连在一起,几乎可以说是立体派绘画和未来派诗之间的冲突直接酿成了20世纪的视觉传达设计。特别是20世纪50年代于瑞士发展起来的“国际图形运动”一直扩散影响到全世界,使瑞士设计超越本国边界,具有国际性的影响。

但随着时代的发展,电视机、电脑及各种电子出版物的出现,特别是互联网的推广普及,传递信息工具的越来越先进,随之出现的新技术极大地改变了图形在传播活动中的地位(图1-3)。人类的密切交往与合作等使世界不断缩小,而各国各民族语言上的不相同,以至地球上人与人之间的交流受到限制,使人类急需找到一种能迅速识别与传播的视觉形式,加拿大著名传播理论家、教育家麦克鲁安(Marshall McLuhan)曾放言:“现代社会已由文字文化转为图形文化,进入了图形时代,从而把图形

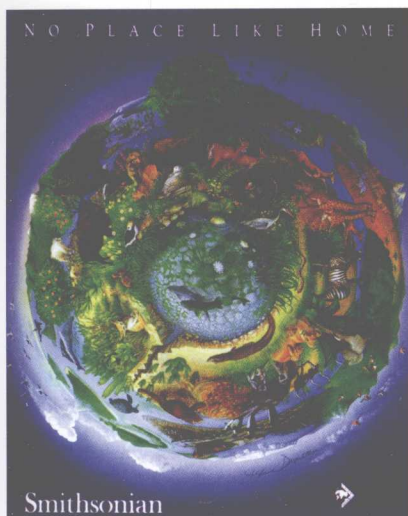


图 1-3



图 1-4

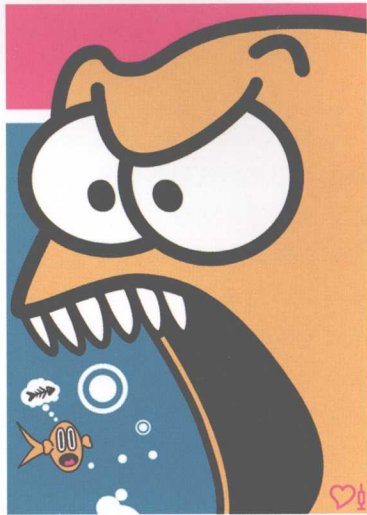


图 1-5

设计引到视觉传播领域。”图形在新技术条件下的大量应用,意味着人类信息传播已从民族文化信息传播发展到国际文化信息传播(图1-4)。

我们生活在一个充满视觉形象的社会,面对各种媒体每日源源不断的视觉信息轰炸,我们必须试图去理解图形。从当今传媒中看到的图形形象给我们以思想的冲击大大超过了我们能读到的文字给我们的思想冲击。当图形重又成为第一信息传播能手的时代来临时,并不意味着文字不如图形重要。从文化角度讲,那些含义最丰富、最强有力、最重要的信息,往往都是由图片和文字以图文并茂的形式共同传递的。特别是在这样一个现代化的社会里,信息的生产与消费方式是多种多样的,理解现代信息的视觉传达首先要清楚这一点。网络打破了少数人对图形艺术设计的垄断,人人都可以不同程度地实现做回图形艺术家的美好梦想,这是社会的进步,也示着人类新图形时代的到来(图1-5)。

2、图形的概念

英文“图形”一词是“graphic”。它源于拉丁文“graphicus”和希腊文“graphikos”,其词意是由绘、写、刻、印等手段产生的图画记号;可以通过各种手段进行大量复制;是有别于词语、文字、语言的视觉形式;是说明性的图画形象;是传播信息的视觉形式。“graphic”一词通俗所指就是那些具有广告性质的图画作品,具有人为设计性、着意于说明某种概念的视觉符号。图形它首先是“说明性”的,是为了向别人阐释某个概念、传达某种内容,并且是受雇于社会——某个企业、单

位或国家部门来实施这一行为,所以在创作过程中必须考虑很多客观因素,如雇主要求、观众接受心理等等,其价值也是通过大量复制的作品在面对相当数量的观众并在产生传播效应之后而得以体现,简而言之,图形就是信息媒介。“让观众理解”作为“图形”的本质特征自然是设计者首先需要解决的问题。设计,就是通过对视觉形象进行信息内容的有序组织,使形与图的组织关系形成语序,构成可以明晰表达信息内容的完整的“视觉语句”。所以,准确地说,图形是介于文字和艺术作品之间的视觉形式。美国图形设计理论家和教育家梅洛斯在谈到图形与美术之间的区别时就说:“假如图形设计不具有象征或词语的含义,则不再是视觉传播,而成为美术了。”(图1-6)

有人把图形设计看成只是平面设计的元素,严格说来是不准确的,至少可以说是不全面的。随着科技的发展,能创造视觉形象的手段越来越丰富,使图形概念从“绘、写、刻、印”等手段产生

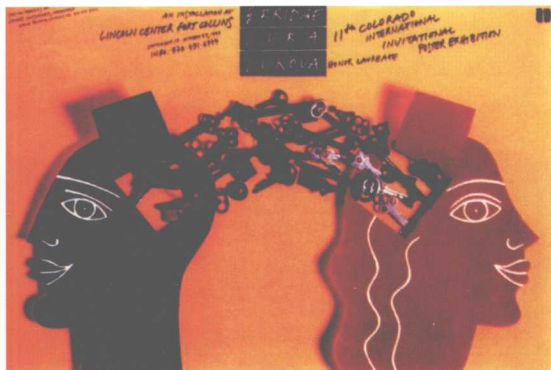


图 1-6

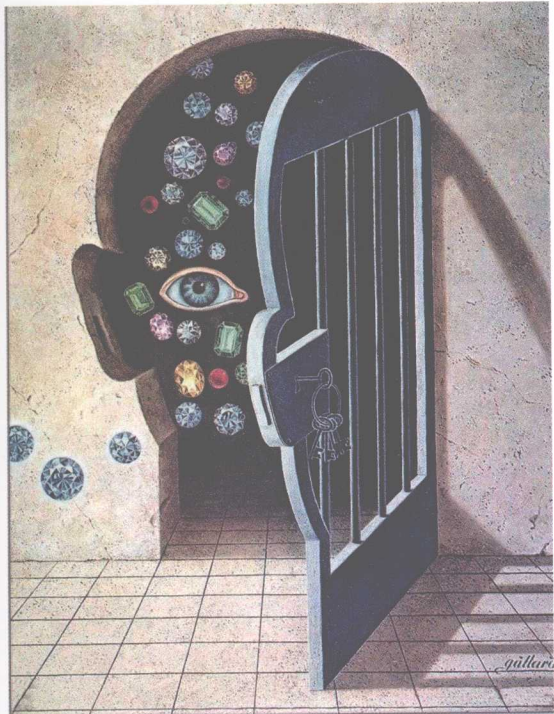


图1-7

的“图画记号”拓展到包括摄影、摄像、电脑等手段产生的图像。随着传播活动的日趋重要,信息载体也越来越多,图形的范围从昔日的招贴、报纸、书刊扩展到包括电视图形、电影图形、环境图形在内的设计,图形的呈现形式也从平面走向了活动、声光综合和立体(图1-7)。

由此,我们不难看出设计艺术中的“图形”概念与一般的中文字典中对“图形”一词的注释是有一定差别的,我们只要从运用功能角度着眼,其异与同就历历在目了。一切“图画形象”都是设计师的设计元素,一切作用于信息传达的视觉形式都属图形语言范畴,现代设计正是以设计的运用功能为依据来归纳设计专业的系统类别的。因而现代设计以此为依据划分为三个大的系统:一是对产品使用功能和构造进行设计的工业设计;二是对环境使用功能和构造进行设计的空间设计;三是以信息传播为目的的信息设计,即图形设计,如书籍装帧设计、广告设计、包装外观设计、插图设计、标志设计、文字造型设计、摄影图像设计、影视图像设计、电脑图像设计、公共识别系统设计等,一切与信息传播有关的专门性设计,都属图形设计(图1-8、图1-9)。

冈特·兰勃曾经说过“图形设计师是这样的一些职业工作者,他们通过一种形态的变化将某种社

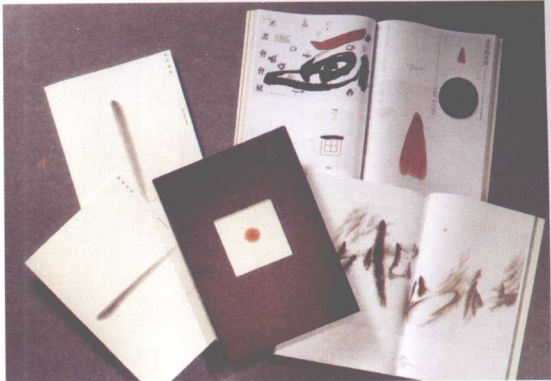


图1-8

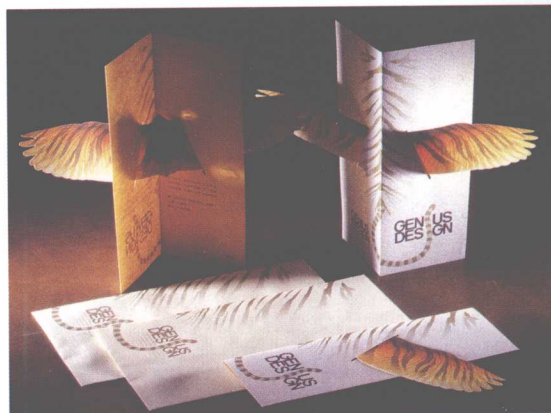


图1-9

会事物浓缩成一种视觉的符号、标记和代码,而使之成为一种具有政治、经济、宗教或文化运动价值的东西,并以此来表现任何主体。如果设计师愿意的话,不拘一格的意念和艺术家内心的自然情感也能出现在一种非凡的图形设计之中……”

3、图形与传达

图形与文字是平面设计中进行视觉传达时所运用的主要媒介。

我们知道,思想、情感、信息都是一种抽象的形态,看不见,摸不着。人们在进行思想情感交流时,需要用一种可以被我们的感官感知的物质形态来负载抽象形态的意义,这样才能实现交流过程。

比如,生活中最常见的对话交流。我们通过发音塑造一个听者可以用耳朵感受的“声音形象”以此表达我们所要说的意思,而这个声音形象与我们所要表达的“意思”之间的关系是说者与听者之间的共同约定,这样交流才能完成。言语的有效性仅限于具有共同社会约定关系的语言集团之内,我们学习语言就是学习语言媒介(声音或文字)与它替



图 1-10



图 1-11



图 1-12

代物之间的社会约定关系。掌握了这种关系，才能掌握语言，从而获得与社会交流的能力，可见社会的约定性是语言媒介实现意指功能的关键。而这需要通过长时间的学习才可以掌握(图1-10)。

在理论上，图形交流与对话交流是很接近的，对话交流是通过发音塑造一个听者可以用耳朵感受的“声音形象”，以此表达我们所要说的意思；而图形交流是通过图形塑造一个观者可以用眼睛感受

的“视觉形象”，以此表达我们所要说的意思。但与对话不同的是我们解读平面设计的图形前并不会接受什么专门训练，并且不需要文字提示即可看懂它的意义，因此图形可以跨越语言障碍而成为一种“世界语”。在国际交流中，可以为不同语系的人所理解，成为一种更广泛的语言，并受到国际活动组织者们的重视，在社会交流中扮演着积极的角色(图1-11)。

另有一些图形，特别是一些表达抽象的概念、思想、感情的图形，他们本身没有具体的形状可以参照，而优秀的图形设计师可以运用图形将他们生动地表现出来。这时图形与对象的关系就往往是象征性的关系模式，图形的意指作用主要依靠象征性图形所具有的社会文化惯约和规则来实现。从中我们可以发现图形语言不仅可以跨越语言障碍为更多的人所理解，同时也可以表达出复杂的情绪和对事物更深层次的思考。所以平面设计中的图形发挥类似语言的作用，在社会交流中扮演积极角色(图1-12、图1-13)。

4、图形设计语言

图形作为设计的语言，要注意把话说清楚。在处理概念时须抓住主要特征，注意关键部位的细节。

图形表现是通过对创意中心的深刻思考和系统分析，充分发挥想象思维和创造力，将想象和意念形象化、视觉化的过程。这是创意的关键的环节(图1-14)。

由于人类特有的社会劳动和语言，使人的意

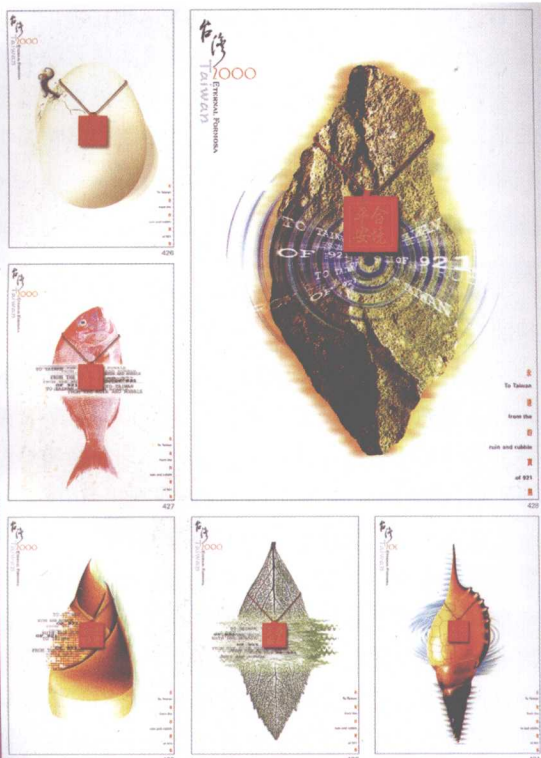


图 1-13

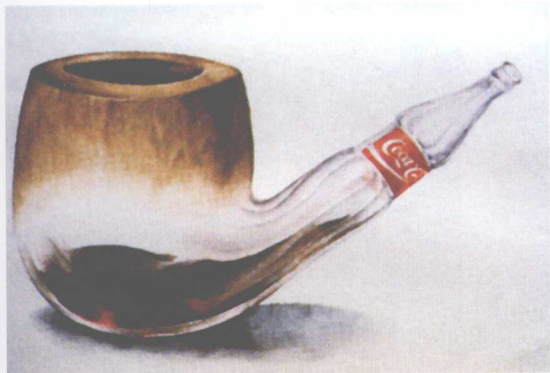


图 1-14

识活动达到了高度发展的水平，人的思维是一个由认识表象开始，再将表象记录到大脑中形成概念，而后再将这些来源于实际生活经验的概念普遍化加以固定，从而是外部世界乃至自身思维世界的各种对象和过程均在大脑中产生各自对应的映像。这些影响是从直接的外在关系中分离出来，独立于思维中保持并运作的。通俗易懂、简洁明快的图形语言，才是达到强烈视觉冲击力的必要条件，以便于公众对广告主题的认识、理解与记忆(图1-15、图1-16)。

在一定的艺术哲理与视觉原理中，创意是通过



图 1-15

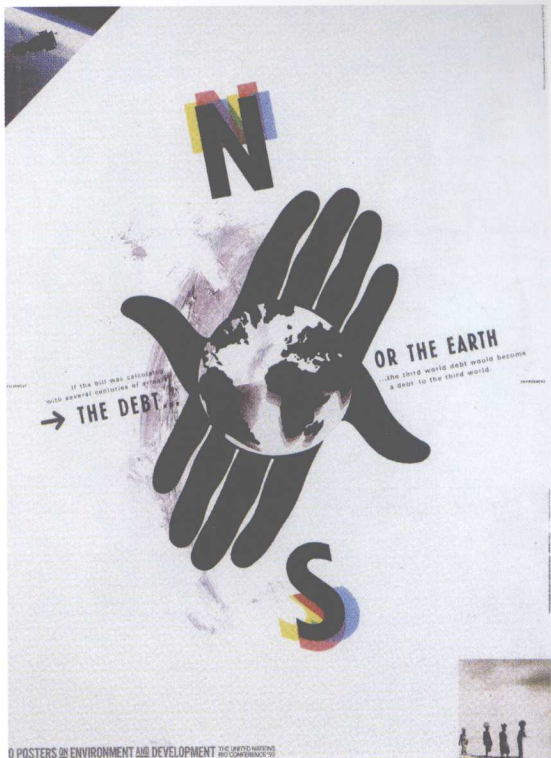


图 1-16



图 1-17

了上下几千年纵横万里的想象与艺术创造。作为复杂而妙趣横生的思维活动的创意，在现在的图形创意、广告设计中，它是以视觉形象出现的，而且具有一定的创意形式(图1-17)。

5、图形设计与符号形象

图形本身是视觉空间设计中的一种符号形象，是视觉传达过程中较直接、较准确的传达媒体，它在沟通人们与文化、信息方面起到了不可忽视的作用。在图形创意中，符号学的运用，影响着图形创意的表形性思维的表述。也正是由于它的存在，使图形创意的信息传达更加科学准确，表现手法更加



图 1-18

丰富多彩。

图形创意本身是符号的表达方式，设计者借它向受众传达自身的思维过程与结论，达到指导或是劝说的目的；换言之，受众也正是通过设计者的作品，与自身经验加以印证，最终了解设计者所希望表达的思想感情。显而易见，作为中间媒体的图形创意作品，这时就充当着设计者思想感情符号，而这个符号所需表达的信息是否可以被观者准确的、快速的、有效的接受与认知，就成了设计作品成功与否的标志。这正是由设计者在设计的思维过程中对图形符号的挑选、组合、转换、再生把握的准确有效程度所决定的。由此可以说，符号是表达思想感情的工具(图1-18、图1-19)。

图形创意设计，是以信息传达为目的的，符号的三个类型和层次从符号与它指涉对象（即其指向与涉及的事物或领域）的关联上，目前在符号理论研究领域普遍认为可以将符号区分出以下三种不同的类型，同时也是符号的三个层次：图像符号是通过模拟对象或与对象的相似而构成的。如肖像，就是某人的图像符号。人们对它具有直觉的感知，通过形象的相似就可以辨认出来。指示符号与所指涉的对象之间具有因果或是时空上的关联。如路标，就是道路的指示符号；而门则是建筑物出口的指示符号。象征符号与所指涉的对象间无必然或是内在的联系，它是约定俗成的结果，它所指涉的对象以及有关意义的获得，是由长时间多个人的感受所产

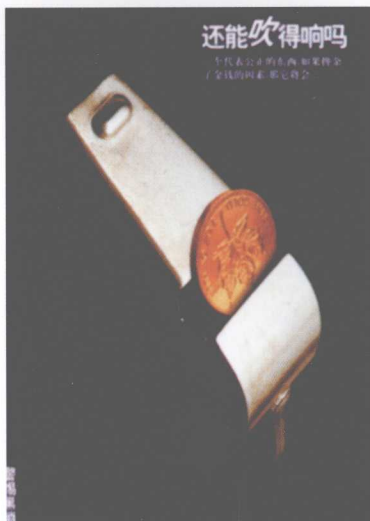


图 1-19

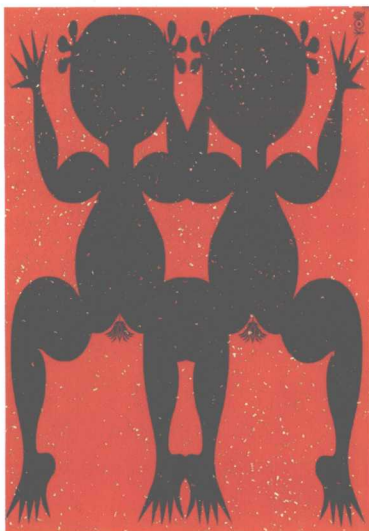


图 1-20

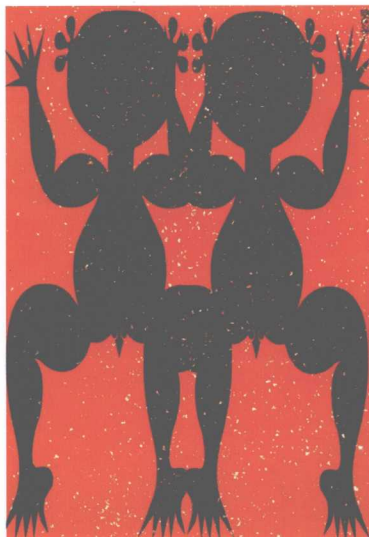


图 1-21

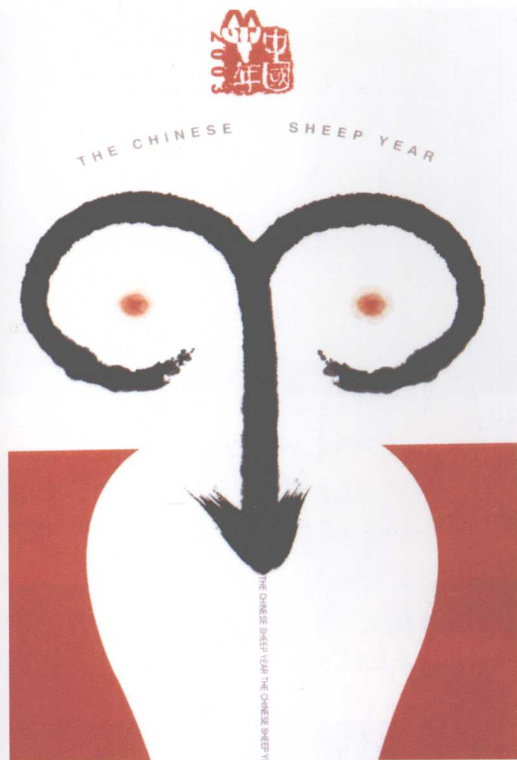


图1-22

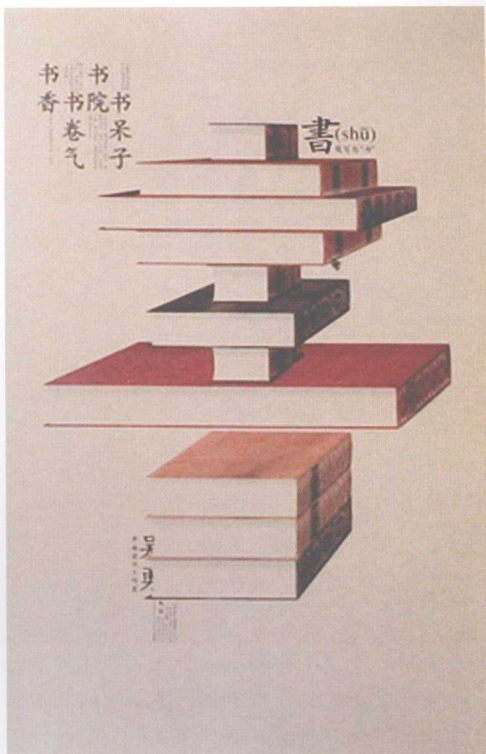


图1-23

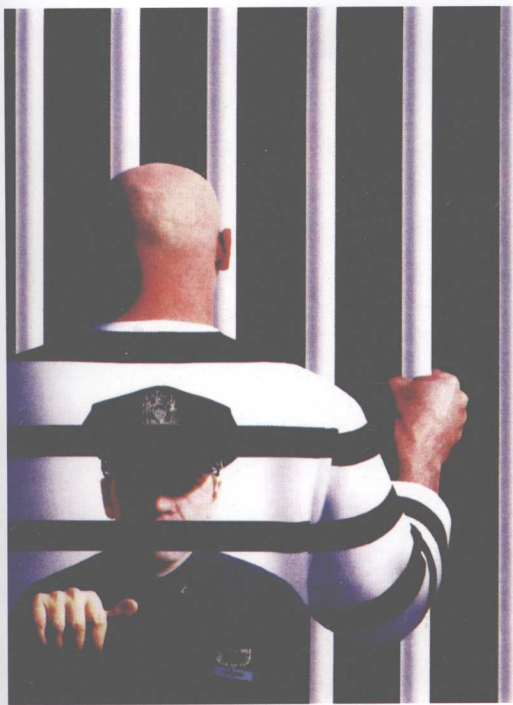


图1-24

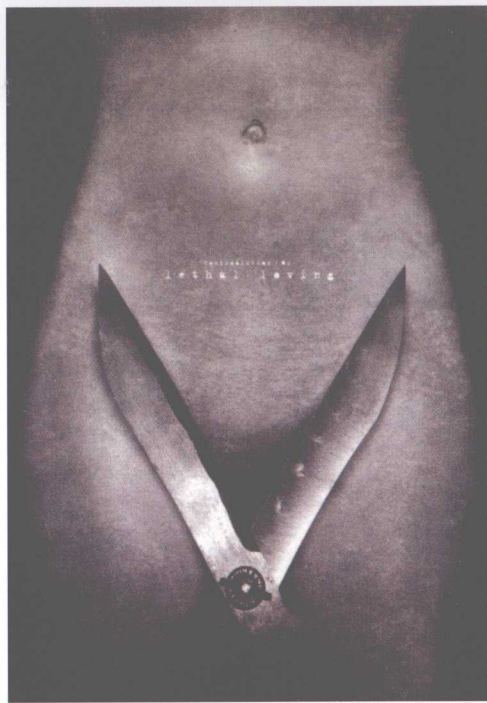


图1-25

生的联想集合而来，即社会习俗。比如红色代表着革命，桃子在中国人的眼中是长寿的象征(图1-20、图1-21、图1-22、图1-23、图1-24、图1-25)。

没有什么问题能像与符号有关问题那样与人类

文明的关系如此复杂如此基本的了，符号与人类知识和生活的整个领域有关，它是人类世界的一个普遍工具。

二 图形创意思维的基本方法

图形创意的创新性动力来源于创造性思维活动,正确的思维方法有利于创造性思维的开展。图形创意的思维是为了获得有独创性的、新颖的图形,当一般的思维方法不利于解决这类问题,或者有效程度不高时,就应该考虑另辟途径。

1、图形创意的思维模式

构建了图形创意的思维基础,并不等于就可以得到好的创意。创造性思维还必须建立有效的模式,经过复杂的实践过程,将思维的过程转换成具体的信息输出,选择和组合各种创造性的因素,分析、综合、判断、推演后才能构成有独创性的视觉形象。图形创意的思维模式不是一个概念化、程式化模式。正是为了使我们对事物的认识进入深层,去探求未知的形态及事物,从而使其转化为新的创意;正是为了突破固有的观念,使思维的面更广,从不同角度和方位把思维的方法转化为视觉语言,把思想意识中不可视的形象转变为可视的形象,我们才要对图形创意的思维模式予以关注和重视。

(1)、思维模式的建立

思维模式的建立,对于创意的获得有着极为重要的意义。



图2-1



图2-2

① 思维过程和联想模式

图形创意的思维模式以联想思维模式为主。从联想思维的始发到联想所创造的图形结果看,思维过程中信息在相互传输和变换,导致思维源点的形象与终极形象已经发生了很大的变化,二者似乎已毫无关系了。

图形创意的思维过程一般包括准备、调查、整理、酝酿、构思、爆发,反复、求证等阶段。其中准备、调查;整理、酝酿阶段主要依靠分析、综合、归纳、演绎、比较、推理、类比等逻辑思维。在构思、爆发阶段,主要依靠想象、灵感、直觉及顿悟等非逻辑思维来攫取创意。反复、求证则是将创造性思维转化为视觉表述形式后的图形效果,以及它作用于社会体现的综合价值。

创造性联想能够发现那些关系极远、十分混杂、看起来并不相似的对象之间所隐藏的相似性,从而在思维上把两对象联系起来加以表现(图2-1、图2-2)。

② 再造想象模式

图形创意的思维模式是想象的模式,即再造想象。

想象是脑中已有的表象的新连接,是对脑中已有的联想形象的再造。想象有助于打破原有连接方式的格局,从新的角度去看待事物,开拓思路,激发创造性思维。

再造想象的过程也是形象再生的过程。再造想象时依据语言的描述或图样的示意,在脑中形成相应的新形象(图2-3、图2-4)。再造想象的正确途径必须以对词语与图样符号意义的正确理解为基础,同时还须有丰富的表象储备。

③ 创造想象模式

创造性想象是在记忆想像基础上的意象的自由

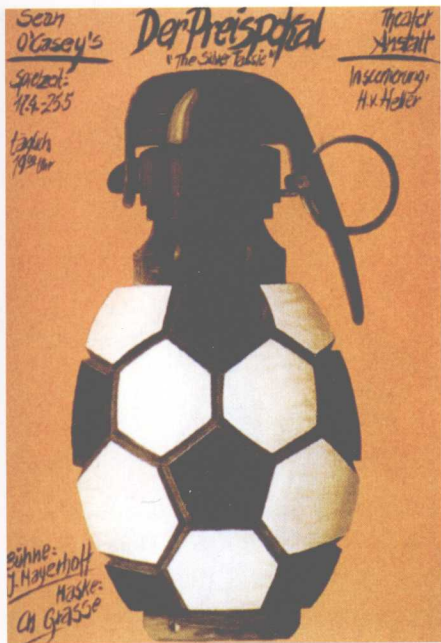


图 2-3

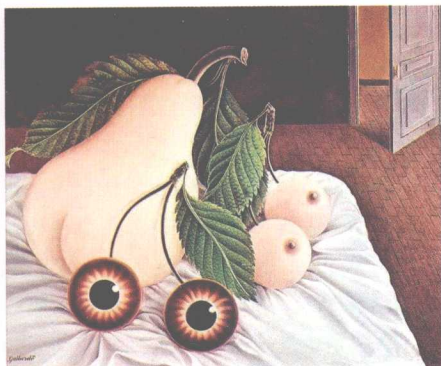


图 2-4

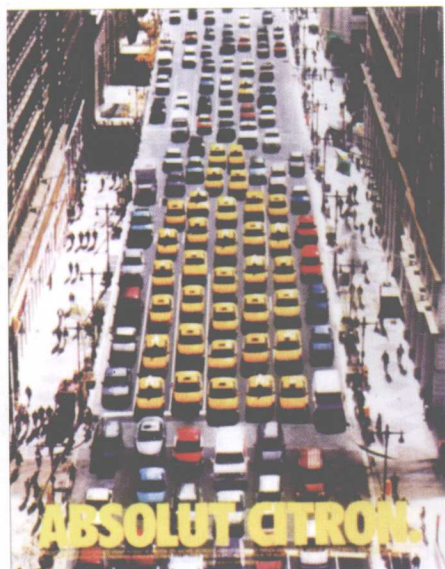


图 2-5

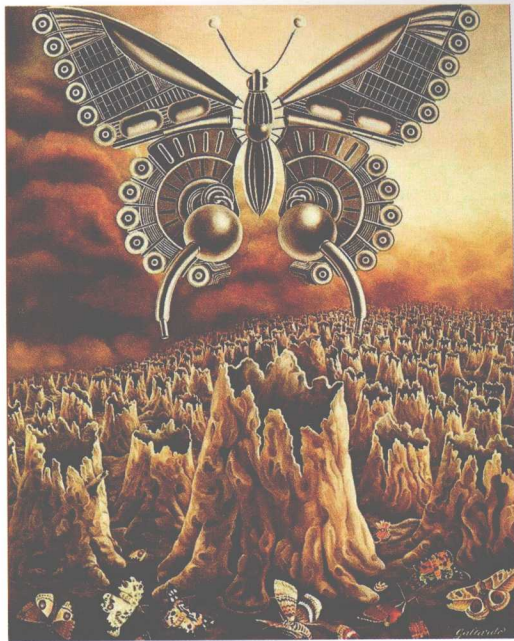


图 2-6

组合，它把实际上并不在一起的事物从观念上合在一起，从而实现了新的形象和形象系统的创造，是不依据现成的描述而独立地创造新形象的过程(图 2-5、图 2-6)。

(2)、图形创意的思维推演

图形创意中利用创造性的思维模式产生新的图形的主要手段是：

组合关系上，把形象或意义上不同的事物，通过分析找出相关的联系，组合在一起，形成新的视觉形象，让观者体会精巧(图 2-7)。

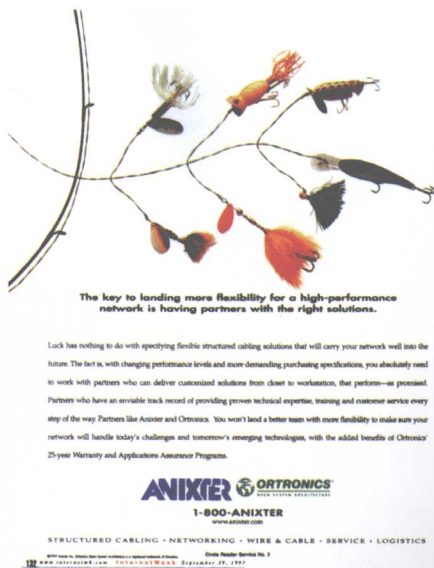


图 2-7

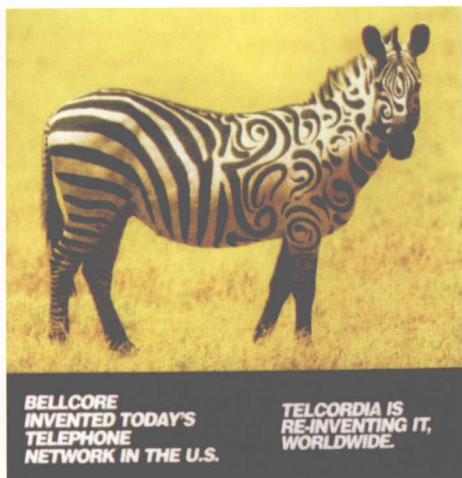


图2-8

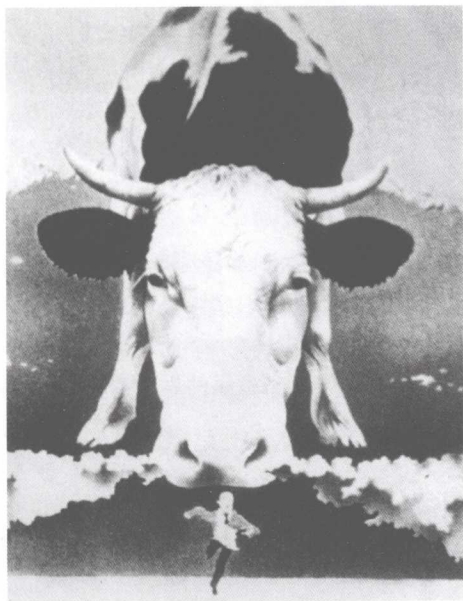


图2-9

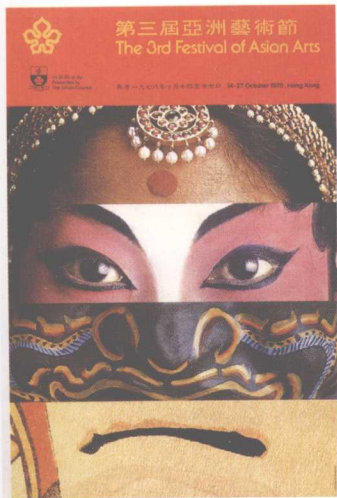


图2-10

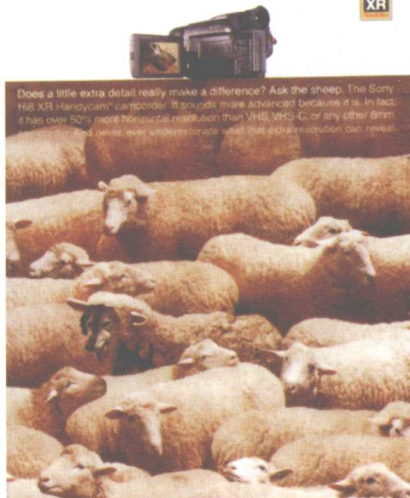


图2-11



图2-12

位置方向上,把形象或意义有相似信息的事物互换,或将原形象分离、完全反转或部分反转,以吸引注意力,让观者体会刺激(图2-8)。

体量大小上,运用特殊的构形手段,把生活中体量大的物形缩小,或者把生活中体量小的物形放大,造成一种强烈的夸张对比变化,让观者体会惊叹(图2-9)。

信息诱导上,用象征和寓意的方法,使观者看后回味无穷。诱发想象,让观者体会某种情绪或情感(图2-10)。

①逻辑推演

它是依据正常发展的状态,逐步推理,直至推演出一种新颖的构想。

在图形创意过程中,设计师的直觉思维是首先出现的,它为创意带来了许多种可能性,这种直觉思维往往是趋向于感性的。逻辑思维则是非常理性和缜密的,然而它往往又是容易束缚设计师思想的。因此,逻辑推演的思维模式既要避免过于感性而导致的视觉表现对创意内容的误解和歧义,又要解放思想让视觉表现为受众所懂得和肯定,就应该是以直觉思维展开,作逻辑推演获取创意(图2-11)。

②联想推演

联想可以化平淡为神奇,可以将无形的、抽象的某种理念和心理状态转化为一种具体形象。依据对周边事物的状态、特征的分析,从形象、概念、情节、历史等角度切入。当然联想方式的切入并不局限于以上几种角度,设计师在对创意主题的阐释中,很可能会寻找到异常新颖的切入角度(图

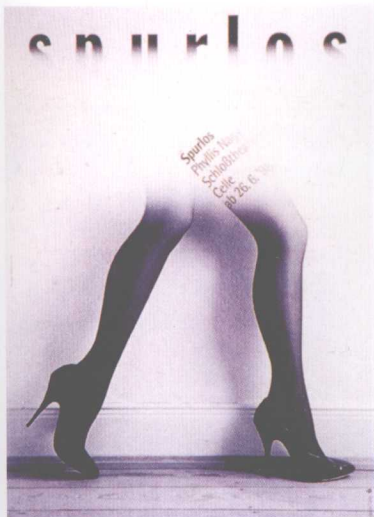


图2-13

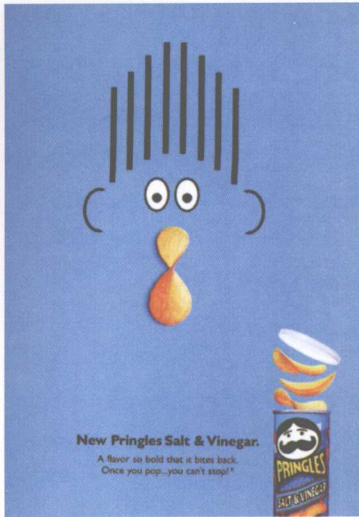


图2-14

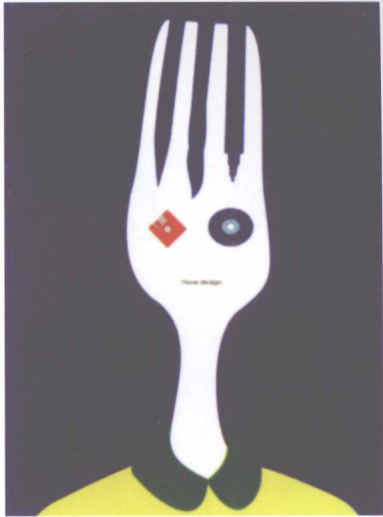


图2-15

2-12)。

③新奇推演

欲促使新奇效果产生,必然要对物形采取变化措施。这种变化是在对物形特征、构造分析的基础上,根据创意主题来着手,使生活中本不存在的因素在画面中成为“事实”(图2-13)。

④趣味推演

趣味中含有很多精巧的构思,在图形表征对象时,找出物形间的本质联系,用借代、比喻的方式引出新的趣味性(图2-14)。

⑤幽默推演

事物有严谨的一面,如构造、机能和状态,但也都生动的一面,只不过这生动的一面,不是事物本身所固有,而是人为制造出来的。有类似于漫画式的调侃(图2-15)。

图形创意的思维推演有很多方法,也具有相当的灵活性。推演本身就是在创造,是将感性材料理性化,不要将自己限制在某种推演的程式里,那样就反而失去了创造性。推演的目的是使我们在思维过程中头脑里随时有一条清晰的路线,也让我们时刻保持对创意本质和内涵的把握。

2、图形创意的思维方法

(1)、模仿思维

模仿是一种最原始、生命力最强的设计思想,它是以一种原形为模仿参照,在此基础上进行变化的一种方法。

模仿是从自然中获得灵感,使图形设计具有与自然相似,但是是一种更加规范、简洁的归纳。无

论从功能性还是装饰性看,模仿型设计思想并不是自然主义的,它包含着创造性思维“举一反三”的素质,是图形设计创造性的初级形式(图2-16)。

模仿型的设计思想具有继承性、普遍性、持久性。在历史平稳发展的时期,人们的生活方式、欣赏习惯有相当顽固的持久性,因此,照祖宗家法办事是极为正常的,而模仿则是对惯用的资料加以归纳和创新。

我国各时期在图形艺术的表现上也确实出现过

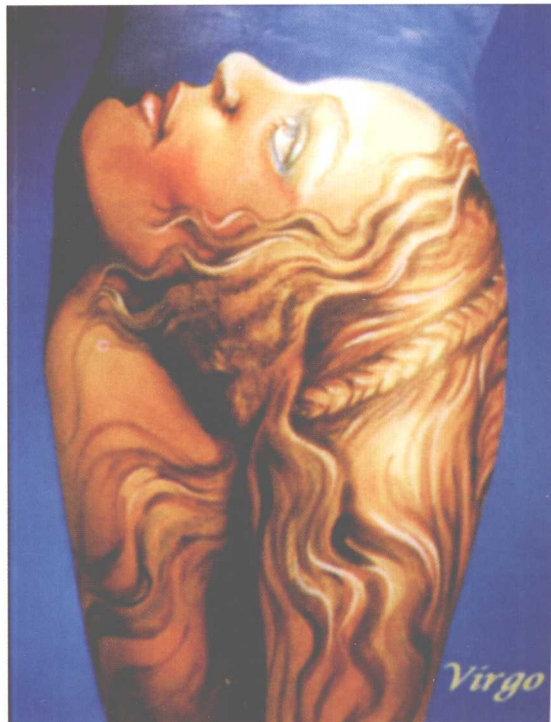


图2-16