

旅游中等职业技术学校试用教材

饭店装饰 布置艺术

张 明 王曾亮 编



高等教育出版社

旅游中等职业技术学校试用教材

饭店装饰布置艺术

张明 王曾亮 编



高等教育出版社

内 容 提 要

本书是由国家教委职教司和国家旅游局人教司为旅游中等职业技术学校饭店服务专业组织编写的试用教材。

本书包括“饭店装饰布置”和“美术鉴赏”两编。前一编的八章分别由基础理论、基本常识和实际运用三大部分组成。主要以功能与美观两条主线,阐述了饭店内部装饰布置的思想和方法,并用实例作了深入浅出的说明。后一编从旅游饭店工作人员所必须具备的艺术素质出发,对古今中外的美术名作,尤其是与饭店服务接待工作有关的作品,做了概括的介绍。在编写上本书尽量注意了科学性、知识性和实用性,并尽量采用国内外的新资料。

本书主要作为旅游职业高中饭店服务专业学生用书,也可作为旅游中专、技工学校及在职人员培训和自学用书。

(京)112号

旅游中等职业技术学校试用教材

饭店装饰布置艺术

张 明 王曾亮 编

*

高等教育出版社出版

新华书店总店北京科技发行所发行

中国科学院印刷厂印装

*

开本787×1092 1/16 印张6.5 插页2 字数150 000

1991年4月第1版 1995年4月第8次印刷

印数 129 309—209 316

ISBN 7-04-002628-7/J·72

定价 4.30元

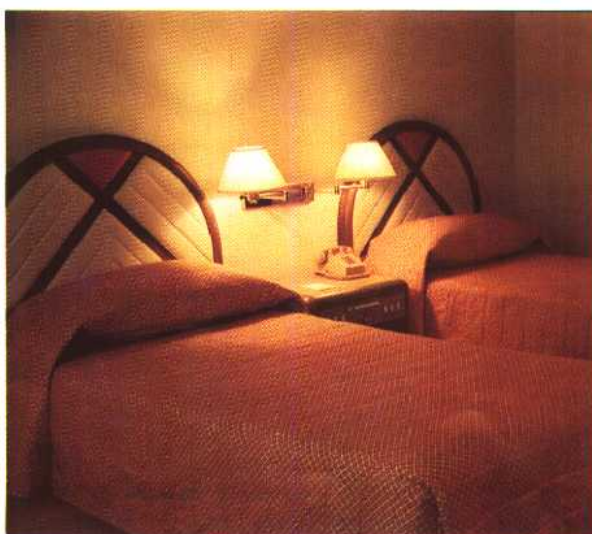


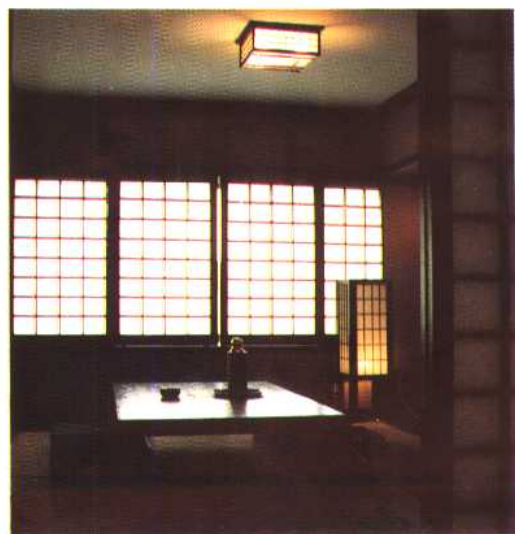
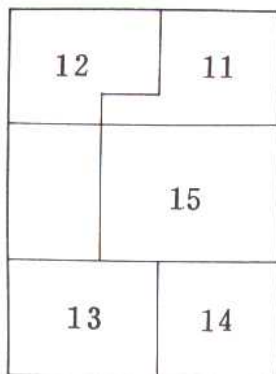
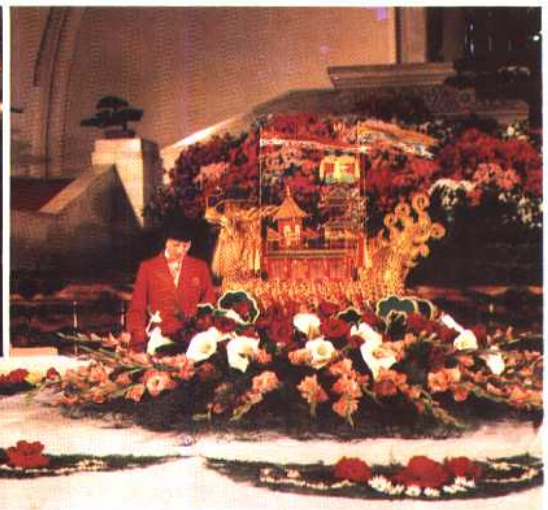
8	2
	1
3	4





16	17
	18
19	20







9	5
	6
10	7



前 言

近十年来,我国旅游饭店发展迅速,随之而来的是对软件建设——工作人员的职前和职后培训在数量和素质上也提出了更高的要求。饭店装饰布置艺术这门新型学科,正是在这一前提下形成的。如何用审美的眼光来对待饭店服务接待工作,合理地安排饭店的内部环境,这是衡量饭店工作人员文化素质的一个重要方面。为此,多年来,不少旅游中等职业技术学校的服务专业先后开设了有关课程,如“饭店装饰布置”、“旅游实用美术”、“饭店装潢艺术”、“美术鉴赏”等等。为协调教学内容,国家旅游局于1989年4月在河南郑州召开包括本课程在内的教材提纲讨论会。会议决定从中等职业技术学校强调学生动手能力这一实际出发,以“饭店装饰布置”作为本课程的主要部分,为对学生进行艺术素质的培养,增加“美术鉴赏”部分。第一编“饭店装饰布置”,由上海锦江集团教育培训中心张明编写;第二编,“美术鉴赏”,由陕西省西安旅游职业中学王曾亮编写;北京旅游学院李华锦副教授和上海和平饭店营业部何伟昌副经理担任本书主审。

本书在编写过程中,先后得到了编者单位的部分领导、教师、饭店业的同行、室内设计的行家等各方面的大力支持。上海新锦江大酒店总经理杨卫民、达华宾馆总经理颜炳祥、饭店室内布置前辈任永恭、张允晋以及上海和平饭店、锦江饭店、上海旅游专科学校的天马大酒店,广州白天鹅宾馆等单位的有关人士都给予了热情的帮助,在此一并表示谢意。

由于饭店装饰布置艺术是一门新型边缘学科,加之编者水平有限,恳请使用本书的教师、学生,尤其是饭店服务第一线的工作人员及室内设计和美术界行家批评指正。

编 者

目 录

第一编 饭店的装饰布置	
第一章 概论	1
第一节 饭店装饰布置的性质与内容	1
第二节 饭店装饰布置的地位与作用	1
第三节 饭店装饰布置的现状	2
第二章 色彩和空间	6
第一节 色彩的一般概念	6
第二节 色彩的感觉与特性	7
第三节 饭店的色彩运用	9
第四节 空间及其处理	11
第三章 饭店的家具陈设	13
第一节 家具概述	13
第二节 家具的配备和选择	18
第三节 家具的摆法	20
第四章 饭店的照明艺术	23
第一节 照明概述	23
第二节 饭店的照明和灯具布置	25
第五章 饭店的织物装饰	28
第一节 织物概述	28
第二节 帘幔	29
第三节 地毯	32
第四节 各类布件	33
第六章 饭店的室内观赏品	36
第一节 观赏品概述	36
第二节 墙饰	36
第三节 摆件	39
第四节 绿化饰品	41
第七章 饭店不同功能区域的布置	49
第一节 客房布置	49
第二节 餐厅布置	50
第三节 宴会厅（多功能厅）的布置	52
第四节 咖啡室和酒吧的布置	55
第五节 商场布置	56
第六节 歌舞厅和康乐中心布置	57
第七节 大堂布置	58
第八节 中庭布置	59
第九节 各类宣传的布置	60
第八章 饭店不同风格的布置	63
第一节 传统东方风格	63
第二节 古典西方风格	65
第三节 乡村风格	66
第四节 现代风格	67
第二编 美术鉴赏	
概述	69
第一章 绘画	71
第一节 中国画	71
第二节 西画	77
第二章 雕塑	83
第一节 中国古代雕塑	83
第二节 西方古典雕塑	84
第三节 现代派雕塑	85
第三章 工艺美术	87
第一节 装饰画	87
第二节 中国传统工艺美术	89
第四章 建筑艺术	95
第一节 建筑风格	95
第二节 现代饭店建筑	97

第一编 饭店的装饰布置

第一章 概 论

第一节 饭店装饰布置的性质与内容

饭店* 装饰布置是研究美化、优化环境,合理使用空间,使饭店生活服务更加科学化的一门学问。它随着旅游事业的不断发展,饭店设施的不断更新和人们对生活服务要求的不断提高,而越来越显示出它的重要性。

饭店的装饰布置涉及的范围很广,包括室内外装修、陈设和环境绿化等许多方面,其中室内外装修和建筑周围的绿化,一般由建筑设计部门统一规划设计,由施工部门具体落实。从土建内装修完成,到能够接待客人,还有大量非固定的装饰布置工作要做,虽然新建饭店的这部分工作大都在建筑设计时已初步确定,但随着时间的推移,人们审美意识和生活观念的变化,非固定的装饰布置也往往需要不断更新与变换。由此可见,掌握或了解这部分内容对饭店服务管理人员尤为重要。

饭店非固定的装饰布置涉及的内容有:家具的配备、选择和摆放,照明的确定和灯具的布置,帘幔的配置和管理,地毯、各类布件的铺放,室内观赏品的陈设等等。这些工作都得由饭店的管理和服务人员去完成,要做好这些工作,必须具备许多方面的知识,如色彩、空间,它们在人们生活中的地位和作用;家具的不同功能和风格;照明,包括采光和灯具风格;织物的性能和装饰效果;室内观赏品,它所包含的文化、历史、艺术、宗教等等。除此之外,还有环境学、心理学、行为科学、人类工程学、材料学、民俗学等一系列学科,都对饭店的装饰布置有指导作用。所以,饭店装饰布置可以视为知识面广、技能性强的饭店服务实用美术。

第二节 饭店装饰布置的地位与作用

饭店装饰布置是饭店服务管理工作的一部分,其地位与作用主要体现在:

一、饭店装饰布置是完善饭店生活环境的重要环节

饭店的土木工程和室内装修所提供的只是一个建筑的外壳和固定设施,使这些外壳和设施成为具有丰富内涵,且合乎使用功能的具体厅室,依靠的就是装饰布置。

二、通过装饰布置:可以体现出民族风格和地方色彩

* 饭店是指规模较大的旅馆,也称宾馆或大酒店

世界各国和各地区,由于自然环境和习俗的不同,在室内装饰布置上形成了各自的特点。现代许多旅游饭店往往强调这一点,以吸引宾客前来领略异国他乡的风土人情。在我国饭店中,表现中华民族的传统文化和习俗始终是室内装饰布置的主要方向。

三、装饰布置具有艺术的功效

无论是饭店内部的色彩处理,观赏品的点缀,还是室内气氛的渲染和意境的创造,都是艺术的体现。美的形式,给人以美的启迪,饭店的艺术性布置,会给宾客以高尚的精神享受。

四、装饰布置具有经济意义

在饭店里,同样的客房采用不同的装饰布置,会产生不同的等级规格。一间餐厅用普通方法布置与经过精心构思的布置,其效果也不一样。必须指出的是,好的装饰布置不取决于投资的多少,关键在于构思的好坏。金帛绸缎固然华丽,然而乡间土布也别具风采。饭店的装饰布置涉及的材料很多,巧妙的选择和合理的搭配,可产生低投资而获取高效益的效果。

五、成功的室内装饰布置,可以提高饭店的社会知名度

任何宾客,尤其是旅游者,对于富有特色的饭店布置都会留下深刻的记忆。随着他们的传播,会使饭店赢得广泛的声誉,在社会同行业的激烈竞争中立于不败之地。

第三节 饭店装饰布置的现状

饭店的装饰布置是一门新型的边缘学科。在我国,五十年代初,当旅游还只是个别人的特殊生活时,饭店的装饰布置并不引人注目。二十世纪七八十年代,随着世界“旅游热”的掀起,促使了饭店(旅馆)业的不断发展,在激烈的竞争中,这一领域才逐渐引起人们的重视。旅游的热潮,使以往的饭店不仅不能满足旅游者的栖身投宿之用,更重要的是,不能满足他们日益上升的对饭店内环境的精神需求。如追求格调,认为室内不仅要有完善的功能,更应有明确的内涵和情调;崇尚自然,希望室内充满大自然的勃勃生机;寻求新奇,身居饭店而能领略异国他乡的传统习俗……这些精神方面的需求,都属饭店装饰布置的范畴,有关这一内容的研究,目前尚无形成体系。在我国,只是实行改革开放政策之后,才新建了大量以接待旅游者为主的中高级饭店。由于起步较晚,更缺乏成熟的经验,所以饭店装饰布置尚处于探索阶段。近几年的实践,一种以旅游来访者的需要为饭店装饰布置依据的思想正在上升,这些思想可以概括为:

一、功能与美感的统一

功能就是“用”而言的,饭店装饰布置的“功能”涉及一些专门学科,如人类工程学、材料学等。人类工程学也叫人体工程学,是第二次世界大战后发展起来的一门新学科,它以人-机关系为研究对象,以实例、统计、分析为基本的研究方法。这一学科最初用于军事上,以解决武器制作如何更合乎战时的操作,后来逐渐渗透到其它领域。对饭店装饰布置的影响,包括建筑空间的处理,家具的尺度、摆放位置,照明的亮度、投射范围,以及各类电器的开关位置等等。饭店的不同场所如客房、餐厅、大堂、商场、康乐中心,由于它们活动内容不同,对环境设施功能要求也不同。材料学是研究材料性能的一门学科。饭店装饰布置中,材料的选择也有它特别要求的方面,这就是强调,一是要安全,二是要易于清洁。饭店的首要保障是宾客的安全,具体体现在选用材料上,包括防火、防滑、防碰撞以及防盗等性能。如防火的墙面隔板、墙纸、地毯、防滑的地砖和浴缸,防

碰撞的圆轮廓家具等等。易于清洁是从服务员的工作效率出发的,在饭店无论室内墙面、地面、家具、灯具,还是其它摆设,其材料都要考虑清洁的因素,几年前还比较常见的高发泡墙纸、马赛克地面、凹凸繁琐的家具,布纱类的灯罩,现在逐渐被更换,原因也在于清洁不方便。

美感是指人对美的感觉和体会,饭店装饰布置中的狭义美感指属于视觉的形式美(即点、线、面和色的组织)如家具、灯具的造型、色彩,织物的装饰效果,观赏品的外观,以及各类物品在整体中的协调等等。广义的美感,除了形式,还包括抽象的内容,如室内的气氛,意境等等。对于美感,人类有共同之处,但也存在不少差异,这与人的经历、修养、习惯、信仰有联系。在饭店装饰布置中,我们总是以大多数人能接受的美为出发点,只是在对待特殊的宾客时,才考虑他们的不同审美特点。

功能和美感是饭店装饰布置必须同时兼顾的两个方面,两者不能偏废。

如果单讲“功能”,有可能出现两种现象:一是缺乏应有的艺术点缀。室内除了“用”,没有任何美的效果,如同欧洲一个时期掀起的纯功能家具一样,最终因缺乏艺术性和美的内涵而遭人摒弃。二是没有完善的功能。但设施之间外观不配套如色彩的随意搭配,样式的混杂和新旧的差异等等,整个室内显得松散和零乱,这在一些经过多年经营的饭店内尤其容易出现。以织物为例,沙发上的两块花边垫,一新一旧,虽不影响功能,但所产生的色差却大大降低了整个室内的格调。为了避免此类情况的发生,现在通常的做法是将相同的物品予以集中,放在同一厅室或同一楼面使用,既能充分利用,又不影响视觉效果。

相反,如果片面强调“美感”,而忽视功能作用,则有可能使室内成为一个华而不实的空间,或成为变相的艺术陈列室和展览室,从而失去器具本来的作用。如室内的家具、灯具十分精美,但不合功能,结果反而成为累赘。绘画和其它观赏品也是如此,一些场合由于选择题材或表现技巧不当,结果不仅没有起到装饰作用,相反还影响了厅室的功能,如该平静的厅室,选择动感很强的绘画,使人的心绪得不到安宁。

所以我们要求美感和功能的有机、协调结合。一个饭店有优美的装饰布置,再加上服务人员为宾客尽善尽美的服务,这个饭店的物质条件与精神文明就是值得称颂的。

二、环境与心理的统一

饭店的装饰布置从某种意义上说,是室内环境的再创造,这种创造离不开对人的心理和行为习惯的研究。

心理学告诉人们,人的心理过程包括认识、情感和意志三个阶段。例如对于大海,只有看了大海那蔚蓝的色彩、起伏的波涛、一望无际的海面,然后才会产生心胸开阔、一往无前的情感。如果以同样的形式来装点室内,那么也会产生类似的感觉,这是一种联想。

以心理联想的方式创造饭店内部环境气氛的例子很多,如广州许多宾馆、酒店的“荔湾亭”设计成花艇和广东式大牌枋,给人以南方小食的气氛;国内不少饭店的“海鲜餐厅”以蓝色为主调,四周绘以海中生物的壁画,使人有入海底龙宫之感;还有众多的“竹厅”,以竹为装饰的主题,使人有深入翠竹丛林之感,并有洁高品格的联想。等等。

心理联想是饭店装饰布置中选择形式和内容的重要依据,其方法主要有:

(一) 书画联想

书法和绘画作为室内墙上挂饰是我国室内布置的一大特色。书法作为一种文字书写艺术,不仅其字体给人以情感感受,其所写内容也给人以联想。如国内不少饭店的餐厅挂有“太白醉酒”之类的书法,这种字句在此种场合下读来会让人有似醉非醉之感,视环境如仙境,从而增添几分雅兴、几分食欲。休息厅等处挂上一幅气势磅礴或意境深远的唐诗宋词抄录的书法,更会令人有无限的回味和感慨。

绘画给人的联想主要在于视觉形象,如国内不少饭店的大厅有“丝绸之路”题材的壁画,宾客身处这类厅室,就能领略古代中国与中东,欧洲丝绸贸易的壮观,从而增加对中国几千年文明史的认识。绘画在饭店布置中十分普遍,不同的绘画题材给人以不同的联想。国画的名山大川给人以壮丽的自然美的联想,水乡小景和花卉翎毛则给人以生活趣味的联想,传统西画栩栩如生的人物、静物和风景,以及现代派绘画的自然挥洒和情感表现,都给人以不同的联想。

(三) 景物联想

饭店内的景物除了绘画以外,还有图片和真景实物等,这里着重论述真景实物的效应。现代饭店内大型的“厅室园林”是土建时完成的,小型的盆景,盆栽和插花则是灵活的点缀,它们与工艺品的最大区别是具有生命的活力,一些海鲜餐厅陈列的活鱼活虾同样也具这一性质。除了这些具有生命力的动植物给人以联想外,无生命力的摆设同样给人以联想,俗话说“睹物思情”。上海锦江饭店四川餐厅的“卧龙村”,墙上一张古琴,一扇羽毛,案上一座青炉,这些物品的点缀,使身居室内的宾客,品食之余,更能领略三国时代诸葛孔明的雄才大略。

作为挂饰或摆件的室内“景物”,品种繁多,给人的联想也各不相同,但一般说来,古玩、古琴、文房四宝、传统雕塑之类,使人联想较多的是古代文化和历史。而渔具、草帽、纸伞、风筝、荷包之类的物品则联想较多的是人类生活和地方风情。

(三) 光色联想

人对光色的反应十分敏感,不同的光和色会给人以不同的联想。正因为如此,在饭店的装饰布置中为创造不同的气氛和情调,往往采用不同的光和色。如为了造成一种深沉感和幽静感,一些酒吧采用了深色背景和弱光照明;相反,为了达到热烈和欢快的效果,一些宴会厅往往采用高彩度、强对比的色彩和强光照明。

总之,利用心理联想,创造合适的环境,是现代饭店装饰布置的重要手法。

三、民族感与时代感的统一

民族感,即民族自豪感,每一民族都为自己民族的历史和传统的文化而感到骄傲。在旅游业中,这种象征本民族和本地区的文化,往往成为吸引旅游者的重要旅游资源。现代旅游者除了观光游览,还有一个很重要的愿望就是想了解异国文化和风土人情。饭店的装饰布置,如能突出本民族的文化,或者在特殊场合表现不同民族的文化、民族精神、民族特点是很重要的。作为一个社会主义中国的旅游工作者来说,时时处处要想到国家的利益,民族的利益。在工作中要向全世界展示中国是一个文明古国、礼仪之邦。

时代感,即时代精神。每一民族尽管都有自己的文化,但随着时代的发展,文化也在进步。尤其受科学技术发展的影响,生活习俗、人际关系、人生观念都在变化。在饭店室内装饰布置中,一些在过去看来不可能有的设施,在当今几乎是生活中不可缺的。以家具为例。传统的中国家具

没有软椅,而现在已十分普遍;古典家具中没有专门摆放电视机或音响设备的橱柜和架,也没有空调,但现代的客房,室内必须具备这些设备。现代感除了反映设施的现代化,也反映观念的不断更新。一些饭店的定期大修小改和设施更新、与紧跟时代潮流不无关系。

民族感与时代感是饭店保持特色,顺应潮流,所必须强调的两大方面。如片面强调民族感,民族的风格有了,但舒适感和时代精神可能被忽视掉;相反,片面强调时代感,现代化的设施有了,但城市与城市、饭店与饭店、客房与客房的区别没了,纽约、东京、上海、桂林一个模样,旅游者不可能产生新鲜感,民族风格可能被忽视掉。

我国的旅游饭店,在设施走向现代化的同时,强调民族风格的装饰布置有许多有利条件。就历史而言,我国有几千年的文明史,传统的建筑和家具都明显的区别于其它国家,绘画、书法和雕塑也别具一格,民间工艺更是丰富多彩。就地域而言,我国幅员辽阔,民族众多。这样,民族感就不仅是独特,而且独特中有变化。剪纸、蜡染、挑花、扎染形式之多、图案之丰,堪称世界之最。如果以此条件,配以日益发展的现代化设施,我国饭店的内部环境必将引起旅游者的更大兴趣。

思考与练习

1. 什么是饭店的装饰布置? 其涉及的内容主要有哪些?
2. 饭店的装饰布置在饭店服务管理中的地位 and 作用如何?
3. 饭店装饰布置中的“功能与美感”、“环境与心理”、“民族感与时代感”指的是什么? 举例说明。

第二章 色彩和空间

色彩和空间是饭店装饰布置涉及形式美的两大基本要素,合理的色彩和空间处理关系到装饰布置的整体效果。为创造不同的环境功能和气氛,形成不同的美感情趣,对于色彩和空间的特性应有所了解。

第一节 色彩的一般概念

一、原色、间色和复色

色产生于光,光的波长决定不同的色彩感觉。自然界可以用肉眼辨别的颜色不下几十万种,但基本的只有三种——红、黄和蓝色,色彩学上称三原色。原色之间按一定比例可以调配出各种不同的色彩,而其它色彩无法调配出原色。

仅两种原色调出的色彩,称为间色。如红加黄产生的橙色,红加蓝产生的紫色,黄加蓝产生的绿色。

两种以上的颜色调合的色,称为复色。如棕色、土黄、土红、橄榄绿、墨绿等等,自然界大部分颜色为复色。

二、色彩的三属性

自然界的色彩千变万化,但仔细分析,不外乎三个基本属性(或称三要素),即色相、明度和彩度。

(一) 色相

色相是色彩的相貌(或叫色别),彩虹中的红、橙、黄、绿、青、蓝、紫就是七种色相。一般说来能确切表示某种颜色色别的名称,都代表着一种色相。

(二) 明度

明度是指色彩的明亮程度。不同色相有明度区别,如光谱中黄最亮,明度最强,紫最暗、明度最低。同一色相也有明度区别,如同样是红,深红比浅红明度低;同样是绿,深绿比浅绿明度低。在室内配色中,一般平顶明度最强,墙面次之,地面明度最低。

(三) 彩度

彩度指色彩的饱和度,即纯净程度,因此也称纯度。一种色彩越接近于某个标准色,越醒目,彩度也越高。标准色加白,彩度降低而明度提高。标准色加黑,彩度降低,明度也降低。色轮图中(图 2-1)一个标准的红彩度达 14,标准的青彩度为 6,而室内彩度一般不超过 4,过高的彩度容易使人眼睛疲劳,唯有点缀物和标牌除外。

色相、明度和彩度是反映一种色彩的几个方面,彼此有关联,也有区别,切莫孤立来看。

三、冷暖色

色彩本身是没有温度感的,但和我们的日常生活联系在一起,心理上可以产生冷暖感觉。例

如太阳、火焰的色觉是红、橙、黄,联想起来是热烈的、暖和的;树荫、月夜、冰天雪地的色觉是白、青、蓝,联想起来是沉寂的、寒冷的。这样,红、橙、黄或接近它们的颜色就自然成为暖色,而青、蓝或接近它们的颜色就自然成为冷色,介乎冷暖色中间的为温色。

四、色调

一幅画、一个景或任何一组色彩,如果带有明显的色彩倾向,就称此为色调。如一幅海景画,通常就是一个深蓝色的色调;夕阳下一片旷野,通常就是一个橙红色的色调;秋收前的稻田,则是金黄色的色调。

色调可以色相分,也可以明度、彩度或冷暖度去分,例如深调(低调)、浅调(高调),就是明度区分;纯调、灰调就是由彩度区分;冷调、暖调则由冷暖度区分。

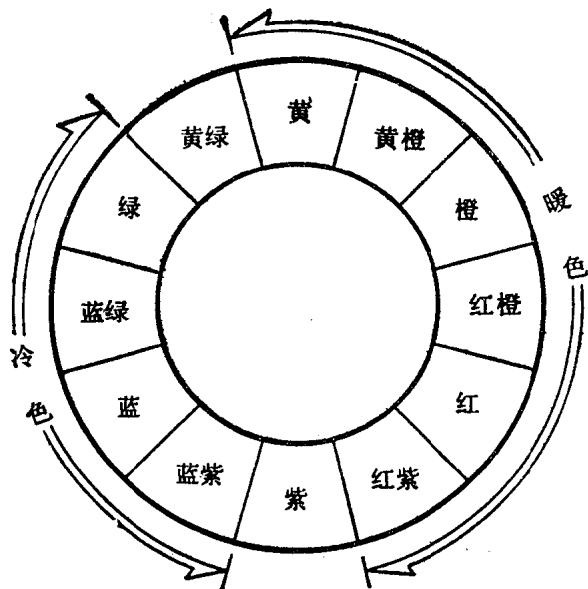


图 2-1 色轮图

第二节 色彩的感觉与特性

色彩经人的心理和生理反应会产生不同的感觉。虽然色彩本身没有什么注定的感情内容,但是人们对于色彩却有联想的习惯。由于不同的地理环境、不同的民族、不同的社会制度、不同的年龄和职业、不同的性格和心情,还有不同的季节和气候,都会对色彩产生某种感觉和感情,这种感觉与感情决定了人的审美意识。

装饰布置的色彩设计必须考虑以上因素,使色彩的感觉与生活的实际结合在一起。包装装潢中的所谓“形象色”也是传统心理的反映。此外,医院的白色、邮局的绿色、消防车的红色等等,也都成了专门的用色。生活中每一色彩都会给人带来不同的感觉,并且形成其特有的个性。以下从物理、心理和生理几个方面,对主要色彩作简单介绍:

1. 红色 有迫近感、扩张感,使人兴奋,可以造成热情、激动的环境,故比较适合于娱乐场所、隆重和欢乐的场面,而不宜在卧室、起居室等处大面积使用。红色与白色、淡黄色、金黄色和黑色比较调和。

2. 橙色 也是一种扩张色,给人有热烈而欢欣的感觉。由于许多成熟的果实呈此色,所以它又象征丰收。橙色常用于餐厅、走廊、厅堂和会堂等场所。作为点缀色更合适。橙色与白色、黑色、棕色比较调和。

3. 黄色 在自然界所有的色彩中是最醒目、明度最高的色。中黄色在我国还使人联想到帝王服饰、宫殿和佛教宗庙。弱黄色在室内装饰中常采用,可以造成明朗、轻快和温暖的感觉。黄色与白色、棕色、绿色等比较调和。

4. 绿色 属于温色。意味着自然和生长,象征和平与安全。淡绿色容易与其它颜色调和,深绿色宜作窗帘和地毯。与金黄、白色搭配更显得宁静和优雅。

5. 青(蓝)色 有收缩和后退感。蓝色使人联想到大海和蓝天,从而产生开阔、幽静和凉快的感觉。淡蓝色可用于日采光较好的客房墙面,以及办公室和按摩室。深蓝色比较压抑,一般仅用于地面等。蓝色与白色很和谐。

6. 紫色 也有收缩感。紫色象征高贵,也象征险恶。由于色彩的稳定性较差,加上容易使人疲劳,故使用谨慎。作为黄色的补色,常作点缀用。淡紫色可大面积用于卧室和浴室等处,有镇定感。

以上红、橙、黄、绿、青、紫色主要从色相的角度论述,带有一定的局限性。应该指出的是,标准色是很少作大面积使用的。室内装饰布置中大面积使用的往往是偏向某一色相的复色,如土黄、土红、土绿、棕色、奶油色和各种含灰色。这类颜色有一个重要特点,即朴实、浑厚、不娇柔做作,并给人以稳定感,人们生活的环境大多选择这类颜色。

色彩学除了研究有彩色(以上所述),同样要研究无彩色。所谓无彩色是指黑色、白色以及介于其间的各种灰色。

1. 黑色 几乎吸收一切光亮,给人以沉重、庄严和肃穆的感觉。在室内仅有少量作家具、门、窗框使用。黑色与其它色彩相搭配,可以使其它色彩更加鲜艳和明快。

2. 白色 基本不吸光。白色意味纯洁、神圣。纯白色在室内不宜大面积使用,因为对眼睛刺激太强。各种奶白色在室内可以使环境变得轻盈、高雅。白色与其它色彩在一起可以减低其它色彩的彩度,并且由于它的反射转移而获得混闪色效果。

3. 灰色 一种极稳定的色彩。灰色有深有浅,正灰很少使用。室内大多采用含某一彩度的灰色(如绿灰、红灰、米灰等等)。含灰色有助于减轻人眼的疲劳,尤其是在人们逗留时间比较长的场合,如客房、办公室等处经常使用。

色彩的感觉与特性虽然有一定的普遍性,但并非一成不变,而是因人而异的。不同的国家和

表 2-1 部分国家和地区对颜色的忌讳

国家和地区	忌讳的颜色
欧洲	许多国家把黑色作丧礼的颜色
法国	除黑色,还忌茶色、深蓝色
比利时	忌蓝色,遇不吉利事才穿蓝衣服
瑞典	忌用蓝黄色组(国家色)
爱尔兰	忌用红白蓝色组(英国旗)
巴西	以棕黄色为凶丧之色
秘鲁	紫色只在十月份宗教仪式时用,平时禁用
伊斯兰地区	黄色为死亡
伊拉克	忌讳黑和橄榄绿色
土耳其	室内布置喜用素色,认为花色是凶兆
埃塞俄比亚	穿淡黄色服装表示对死者的哀悼
日本	绿色和荷花为不吉祥物
港澳地区	忌讳蓝、白色