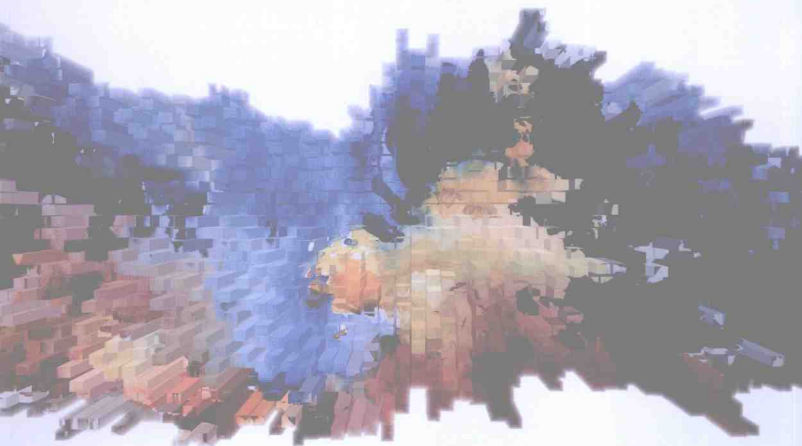


全国高等院校艺术设计规划教材

◎总主编 席跃良



设计色彩

◎席跃良 赵一恒 李鸿明 编著



中国电力出版社
www.cepp.com.cn

全国高等院校艺术设计规划教材

◎总主编 席跃良

设计色彩

◎席跃良 赵一恒 李鸿明 编著



中国电力出版社

www.cepp.com.cn

本书从我国高等艺术设计教学的实际出发,以设计色彩的专业教学为中心,讲述设计色彩的基础知识及表现方法,着重对学生的艺术表现能力、审美判断能力和创造性思维能力的培养。本书共分七章,综合研究与系统讲述设计色彩的基本理论、训练基础与表现技法等课题。包括设计色彩的形成原理、设计色彩的视知觉与心理、设计色彩的对比与调和、设计色彩的形式及工具、设计色彩的写生表现、视觉传达设计专业的色彩表现、环境艺术设计的色彩表现等内容。

本书结合我国高等院校艺术设计专业教学大纲、教学计划的规范要求,坚持理论与实践相结合、目前与将来相结合的原则,突出艺术设计各专业方向的应用性特点,融艺术、技术、观念、探索于一体,具有结构完整新颖、内容丰富翔实、系统性示范性强、适用面广等特点。

本书可作为本科及各类院校艺术设计专业教材。

图书在版编目(CIP)数据

设计色彩 / 席跃良, 赵一恒, 李鸿明编著. —北京: 中国电力出版社, 2009
全国高等院校艺术设计规划教材
ISBN 978-7-5083-7912-8

I. 设… II. ①席…②赵…③李… III. 色彩学—高等学校—教材
IV. J063

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第162472号

中国电力出版社出版发行
北京三里河路6号 100044 <http://www.cepp.com.cn>
策划编辑: 王娜 责任编辑: 王娜 王倩
责任印制: 陈辉彬 责任校对: 太兴华
北京盛通印刷股份有限公司印刷·各地新华书店经售
2009年1月第1版·第1次印刷
889mm×1194mm 1/16·11.25印张·325千字
定价: 56.00元

敬告读者

本书封面贴有防伪标签, 加热后中心图案消失
本书如有印装质量问题, 我社发行部负责退换
版权所有 翻印必究
本社购书热线电话 (010-88386685)

《全国高等院校艺术设计规划教材》编辑工作委员会

主 任：

邵大箴

常务副主任：

席跃良

委 员：

张来源 黄华明 刘国余 袁公任 席 涛 王亚明 王 烨 程 宏
黄舒立 万 轩 介新刚 刘 琪 赵 杰 赵一恒 樊灵燕 李鸿明

序

20世纪初,我国开始引进西方现代设计。现代意义上的设计是个大概念,它涵盖建筑、园林、广告、包装、服装、展示、产品、影像、多媒体等广泛的设计领域。虽然开始人们并没有使用“设计”或“艺术设计”这些术语,然而长期以来,设计的实践一直在持续发展。

为什么是“引进”呢?就设计领域之一的环境艺术设计而论,中国建筑设计史上,早在秦汉时期就形成了第一次高潮,秦始皇筑长城、修驰道、开灵渠、建阿房宫和骊山陵等。中国建筑到了汉代已发展成完备体系,进一步营建宫殿、苑囿,著名的长乐宫、未央宫、乐游苑、宜春苑等数不胜数。就城市规划而论,汉都长安城当时的面积大约是公元4世纪时罗马城面积的两倍半!中国古代建筑的成熟期是隋唐时代,从那时起,就已采用图纸和模型相结合的建筑设计方法,工匠李春设计修建的赵州桥便是世界最早的敞肩券大石桥,反映了当时桥梁建筑的最高水平。唐代的宫殿建筑更是气势雄伟、富丽堂皇,唐都长安大明宫的遗址范围相当于北京故宫面积的三倍多,大明宫中的麟德殿面积是故宫太和殿的三倍。当时地处东瀛的日本国,曾派大批留学生来中国学习,飞鸟、奈良时代遗留下来的木结构建筑——奈良室生寺的五重塔就是见证。

然而,中国在相当长时间内把艺术设计仅仅局限在“工艺美术”、“工艺装饰”和“民间工艺”、“美工”这样一个范围内,甚至在“艺术”的眼光下,设计是一门“匠气”、“俗气”的“手艺”。直至改革开放后,现代艺术设计才提到日程上来。所以,始于20世纪初的所谓引进实为重归故里。20世纪80年代始,我国许多工科与艺术院校陆续创办了“工业设计”专业学科;20世纪90年代又纷纷更名为“艺术设计”专业,特别是进入21世纪以来,形势发生了根本性的变化,艺术设计迅速融入了全球信息化网络化的轨道。

时至今日,艺术设计的表现形式变得更加丰富,涵盖也更加广泛。其自身不但越来越成熟,而且逐渐成为商业文化、流行文化最具前瞻性的领域之一。在信息网络时代,多种媒体的信息传达更加迅速、频繁和大众化,而作为这些范畴所承载的艺术设计,也随之不断扩充、整合,其文化信息的推广不再是单纯的有关功能和作用的诠释或诉求,在一定程度上更是对于时尚语言与审美意义的需求,进一步促进了艺术表现形式更独特的表现力,满足“图文时代”的大众视觉需求。

为满足这种图文需求,满足高等艺术设计教学的需求,我们组织编写了这套规划教材。当然,目前艺术设计类教材种类繁多,但大量教材并不能切实地投入教学需要。这套教材有针对性地从事课堂教学实际出发,在“厚基础、宽口径”的前提下,对设计原理与元素、结构与形式进行优化,对内容与方法进行整合,强调了技能性、应用性、针对性特点。

切望这套教材能得到同行与广大读者的批评、指正。

是为序。

中央美术学院教授、博士生导师
《美术研究》、《世界美术》主编

邵大威

前言

艺术心理学家认为,色彩直接诉诸人的情感体验。它是一种情感语言,它所表达的是人类生命中某些极为复杂的内在感受。梵高说:“没有不好的颜色,只有不好的搭配。”而在最能体现人敏感多情的特性并与人的生活息息相关的艺术设计中,色彩几乎可被称作是其“灵魂”。随着现代色彩学的发展,人们对色彩的认识不断深入,对色彩功能的了解日益加深,色彩在现代设计中具有举足轻重的地位。有经验的设计师十分注重色彩对人的物理、心理和生理的作用,他们利用人们对色彩的视觉感受,创造富有个性、层次、秩序与情调的环境。

色彩是人类最为敏感的信息之一,可传达包括文化、种族、地位、特征、意识、情感、秉性等各种有形与无形的信息。人类有偏爱色彩的心理,常用色彩表达更为广泛、更深层的涵义。色彩较之图文对人的心理影响更为直接,具有感性的识别性。当代设计的概念已从艺术设计扩展到商业设计、产业设计等方面,对设计色彩的应用上升到“色彩行销”的策略高度,成为商品促销、品牌塑造的重要手段。

视觉是认识世界的窗口,物质世界的明暗、色彩、形状、空间都是靠视觉来认识和识别的。视觉器官有时会因为视觉生理功能上的局限性而产生错觉与幻觉,从而造成主观感觉和客观现实之间的误差。设计色彩是在色彩科学理论研究的基础上,注重色彩设计的应用性研究,其研究范围包含设计艺术类别的各主要方面:建筑设计艺术、园林设计艺术、广告设计艺术、包装设计艺术、服装设计艺术、展示设计艺术、产品设计艺术等。

设计色彩是基于设计目标的色彩造型形式,是围绕设计目标进行的各种色彩写生、色彩研究和色彩实践活动。在过去很长一段时期内,在设计学科的色彩教学中,常常不自觉地沿用纯美术学科的教学内容与教学方法,在教学与设计应用时遇到了诸多难以解决的问题,使我们深感两者间存在的差别。怎样使色彩训练成为艺术设计学科的本质训练呢?实践告诉我们:这种训练,不仅是作为感性的艺术表现的训练,更重要的是使之成为驾驭艺术设计的色彩造型本质的教学与训练,这是亟待研究和解决的重要课题。许多设计教育的有识之士及其实践者,从艺术设计实践的终端来重新思考设计基础教育这一初衷,积极探索寻求设计基础教学的切切实实的方法与途径。

随着时代的发展,人类继承了千百年来积淀的文化精髓,它不但需要进一步地保护和发扬光大,更要进一步跟上信息时代的步伐。世界先进国家的艺术设计教学思想,在高校的学术交流中不断为我所用,从而加快了我国科教体系与世界先进国家的接轨,并促进了诸多艺术设计新学科的诞生。与此同时,艺术设计的色彩基础课训练,也打破了以往的单调模式,逐步形成完整、独立的设计色彩教学框架。

设计色彩是造型艺术的基础与艺术设计的主干课,承负通向专业设计的桥梁作用,是开发学生创造能力的起跑线。本书从我国高等艺术设计教学的实际出发,以设计色彩的专业教学为中心,讲述设计色彩的基础知识及表现方法,着重对学生的艺术表现能力、审美判断能力和创造性思维能力的培养。本书共分七章,综合研究与系统讲述设计色彩的基本理论、训练基础与表现技法等课题。包括设计色彩的形成原理、设计色彩

的视知觉与心理、设计色彩的对比与调和、设计色彩的形式及工具、设计色彩的写生表现、视觉传达设计专业的色彩表现、环境艺术设计专业的色彩表现等内容。

本书结合我国高等院校艺术设计专业教学大纲和教学计划的规范要求,坚持理论与实践相结合、目前与将来相结合的原则,突出了艺术设计各专业方向的应用性特点。理论上广泛运用我国设计色彩教学的先进成果,吸取国外先进技术和表现方法,结合教师们长期以来写生、设计教学的收获与课堂改革经验,重点放在实践教学环节上,加强了示范分析和写生课题的设计。

在本教材的编著中,我负责全书的策划、图片编辑及全书的统稿工作,具体编撰第一、三、五、七章;赵一恒老师编写第二章和第六章;李鸿明老师编写第四章。在全书编著过程中,得到上海杉达学院、上海交通大学、东华大学、广东工业大学、广州番禺职业技术学院、深圳职业技术学院及相关院校给予的关注;同时得到中国电力出版社领导和编辑的热心帮助;还得到相关老师以及黄志修、黄晓云、陈小蚩、郑介彬、卢智昊、骆学鼎、蔡丹薇、具倩恩、陈燕英、罗绮雯、陆文艳、蔡庆友等同学积极参与及提供的作品。他们为本书所作的努力,在开卷之首一并致以由衷的谢意!

席跃良

2008年5月于上海浦西

目 录

序

前言

第一章 设计色彩的形成原理	1
第一节 设计色彩的基本概念	1
一、设计色彩的涵义	1
二、设计色彩学的基本内容	3
三、与设计色彩相关的命题	5
四、艺术设计对色彩的要求	6
第二节 设计色彩的形成	6
一、感受色彩的历程	7
二、色与光	11
第三节 设计色彩的属性	13
一、色彩三要素	13
二、无色系与有色系	15
第四节 设计色彩的表述体系	15
一、色彩科学与色立体	16
二、孟塞尔色体系(M.C.S)	16
三、奥斯特瓦德色体系	16
四、日本色彩研究体系(P.C.C.S)	19
五、色立体的用途	19
第二章 设计色彩的视知觉与心理	21
第一节 色彩的知觉与空间	21
一、色彩的视知觉现象	21
二、色彩的错觉与幻觉	22
三、色彩的同化现象	27
四、空间层次、均衡、呼应	28
第二节 设计色彩的表情与象征	29

一、色彩的表情.....	30
二、色彩的象征.....	34
第三节 设计色彩的联想与联想.....	38
一、色彩的多种联想.....	38
二、色彩的多种联想.....	43
第三章 设计色彩的对比与调和	50
第一节 设计色彩中的对比关系.....	50
一、色相、明度、纯度对比.....	50
二、设计色彩中的多种对比.....	52
第二节 设计色彩中的调和关系.....	55
一、色彩调和的原理.....	55
二、色彩的类似调和.....	56
三、色彩的对比调和.....	57
四、色彩的补色调和.....	58
五、色彩的面积调和.....	58
六、色彩的非色调和.....	59
第三节 色彩的混合配置.....	60
一、色光三原色和色料三原色.....	60
二、间色、复色、补色.....	60
三、加法混合、减法混合、中性混合.....	61
第四节 设计色彩的色调组织.....	63
一、写生训练中色调的组织.....	63
二、色彩设计中主色调的组织.....	66
第四章 设计色彩的形式及工具	72
第一节 水粉画工具材料及使用.....	72
一、水粉画的表现特性.....	72
二、水粉画的基本工具.....	73
三、水粉工具材料的使用.....	75
第二节 水彩画工具材料及使用.....	78
一、水彩画的表现特性.....	79
二、水彩画的基本工具.....	80

三、水彩工具材料的使用	81
第三节 多种工具及其表现技法	86
一、马克笔工具及使用方法	86
二、彩色铅笔工具及使用方法	88
三、色粉笔工具及使用方法	90
四、综合性材料的表现技法	91
第五章 设计色彩的写生表现	93
第一节 色彩写生的基本规律	93
一、色彩写生的基本规律	93
二、条件色的认识与应用	94
第二节 静物色彩的写生训练	96
一、静物写生研习色彩的途径	96
二、静物的题材选择及组合	97
三、静物色彩写生的步骤	100
四、静物写生中的色调组织	104
五、静物色彩的空间层次与质感	107
第三节 风景色彩的写生训练	109
一、选景、取景与构图	109
二、风景写生的方法与步骤	111
三、风景写生的外光规律	116
四、风景写生中的景物表现	118
第六章 视觉传达设计专业的色彩表现	124
第一节 视觉色彩的表现方法	124
一、色彩的装饰性表现	124
二、色彩的归纳性表现	125
三、色彩的命题性表现	125
四、色彩的创意性表现	126
第二节 视觉传达色彩的应用	128
一、平面招贴色彩表现	128
二、封面色彩设计表现	129
三、企业形象色彩	130

四、包装设计色彩.....	132
五、网页设计中的色彩应用.....	133
六、影视艺术中的色彩应用.....	135
第七章 环境艺术设计专业的色彩表现	136
第一节 设计色彩与环境空间	136
一、营造和谐的色彩环境.....	137
二、色彩与建筑环境的创造.....	138
三、景观环境色彩设计.....	144
四、室内空间色彩设计.....	149
第二节 环境设计中的色彩归纳表现	152
一、色彩归纳与色彩基础.....	152
二、从自然色彩走向归纳色彩.....	153
三、色彩归纳的表现方法.....	156
第三节 环境色彩的多种表现	160
一、水彩淡彩渲染技法.....	160
二、环境装饰画表现技法.....	162
三、环境色彩的综合表现.....	167
参考文献	170

第一章 设计色彩的形成原理

大自然中,色彩千变万化、丰富多彩,各种各样的色彩均通过视觉反映到人脑中,产生种种色感。自古以来,人就在日常生活中使用着颜色,并享受着色彩变化带来的欢乐。人们在自己的生活环境中,也常用色彩来表达自己的感受。美是人们日常生活中不可缺少的一部分,色彩美始终左右着人们的情绪,使人产生审美愉悦。一件设计作品的美,是综合了形态、色彩和材质感的美产生的。然而,看到作品的瞬间,首先诉诸眼睛的是色彩的组合效果,也就是色彩美的形式。

第一节 设计色彩的基本概念

色彩是一种语言,一种全世界通用的视觉语言,是对人类最为敏感的信息之一,人人都有偏爱色彩的心理。色彩较之图文对人的心理影响更为直接,具有感性的识别性。当代商业设计对色彩的应用上升到“色彩行销”的策略高度,成为商品促销、品牌塑造的重要手段。色彩可传达包括文化、种族、地位、特征、意识、情感、秉性等各种有形与无形的信息,人类常用色彩表达更为广泛和更深层次的含义。

一、设计色彩的涵义

设计色彩是以设计概念为先导的色彩造型形式,是以艺术设计为目的而进行的各种色彩写生、色彩研究和色彩实践活动中形成的形式语言。在过去很长一段时期内,设计学科的色彩教学沿用了纯美术学科的教学内容与教学方法,在教学与设计应用时遇到了诸多难以解决的问题,使我们深感两者间存在的差别。怎样使色彩训练成为设计造物活动的本质训练,而非仅是作为感性的艺术表现的训练,成为设计色彩造型教学需要加以研究和解决的重要课题。许多设计教育者与设计实践者,从设计实践的终端来重新思考设计基础教育这一初衷,积极探索寻求设计基础教学的切切实实的方法与途径(图1-1至图1-4)。

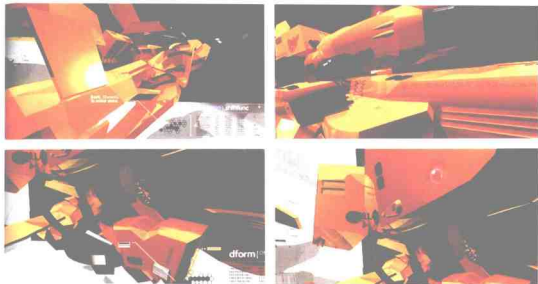


图1-1 设计色彩sculptor-01



图1-2 设计色彩scntao-02

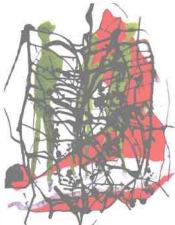


图1-3 设计色彩scntao-03



图1-4 设计色彩scntao-04

视觉是认识世界的窗口，物质世界的明暗、色彩、形状、空间都是靠视觉来认识和识别的。视觉器官有时会因为视觉生理功能上的局限性而产生错觉与幻觉，从而造成主观感觉和客观现实之间的误差。设计色彩是在色彩科学理论研究的基础上，注重色彩设计的应用性研究，其研究的范围包含设计艺术类别的各主要方面：建筑设计艺术、园林设计艺术、广告设计艺术、包装设计艺术、服装设计艺术、展示设计艺术、产品设计艺术等（图1-5至图1-11）。



图1-5 建筑色彩设计



图1-6 园林景观色彩设计

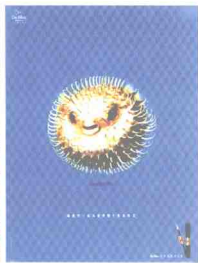


图1-7 睫毛膏广告色彩设计



图1-8 包装容器色彩设计



图1-9 日本影片《圣战》T恤色彩设计



图1-10 展示色彩设计



图1-11 体育产品色彩设计

不同的色彩能触动人们不同的情感，不同的时代、不同的人对色彩有着不同的审美反映，色彩能引起多种感受和联想。由于不同色彩本身代表不同的情感及三要素之间的关系，因而形成色彩之间的组合搭配就具有一定的复杂性。在不同的用途、不同的场合中，必须采用不同的色彩搭配。众所周知，颜色从来都不是孤立存在的，但如何搭配它们，完全依赖个人的文化及艺术修养，依赖自我感觉、经验及想象力，并没有什么特别的固定模式。

随着时代的发展，人类继承了千百年传统手工艺的文化精髓。这些中华民族传统文化的宝贵财富不但需要进一步地保护和发扬光大，更要进一步跟上信息时代的步伐。世界先进国家的设计教学思想，在高校的学术交流中不断为我所用，从而加快了我国科教体系与世界先进国家的接轨，并促进了诸多艺术设计新学科的诞生。与此同时，艺术设计的色彩基础课训练，也打破了以往的单调模式，逐步形成完整、独立的设计色彩教学的框架。

二、设计色彩学的基本内容

设计色彩学大体可按色彩与光、眼睛、感知个体、应用的关系分为4个主要部分。

1. 考察色彩与光学、物理学的关系

色彩与光的关系涉及物理学，主要是光学。色彩从根本上说是光的一种表现形式。光一般指能引起视觉的电磁波，即所谓“可见光”。在可见光的范围内，不同波长的光可以引起人眼不同的颜色感觉，因此，不同的光源便有不同的颜色，而受光体则根据对光的吸收和反射能力呈现出千差万别的颜色。色彩的光学本质引发出色彩学相关内容的一系列问题，包括颜色的分类（彩色与非色两大类）、特性（色相、纯度、明度）、混合（光色混合，即加色混合；色光三原色，即红、绿、蓝；混合的三定律，即补色律、中间色律、代替律）等，孟赛尔的相关研究成果，在以下章节中将作详细阐述。

2. 考察视觉器官对色彩的接受过程

色彩感知的研究必须考察视觉器官——眼睛对色彩的接受过程。色彩学的这部分内容涉及生理学、感知心理学，并且大量运用心理物理学的方法来研究。人眼主要由棒体和锥体感受器对光发生视觉反应。一般认为，颜色视觉是由锥体感受器作中介的，锥体感受器主要集中于视网膜的中央区，它含有光敏色素，在接收光的刺激后，形成神经兴奋，传达到大脑皮质中的视觉中枢而产生颜色视觉。由这个基本过程出发，色彩学还研究接受过程即颜色视觉中的对比（色相、明度的同时对比与连续对比），常性、辨色能力（也包括色盲、色弱等）等问题。关于颜色的视觉机制及过程的具体研究，20世纪以前主要有“三色说”和“四色说”，现代生理学和心理学的研究分别支持了这两种学说，并试图以“阶段说”的假说来统一二者。此外，为了对颜色特征进行量的分析，20世纪产生了以研究颜色标定和测量的色度学，它在理论上和应用上都具有十分重要的意义。

3. 考察色彩与感知个体的关系

色彩会因不同观者、不同条件而有不同的感受，因此引出色感（冷暖感、胀缩感、距离感、重量感、兴奋感等，由此可将色彩划为积极的与消极的两种倾向）、对色彩的好恶（包括对单色或复色、不同色调的好恶）、色彩的意义（象征性、表情性等）、色听现象（即联觉）等问题。简言之，这部分主要研究在特定

条件下色彩与观者的感受、情感的关系。它以个性心理学的研究为基础。

4. 考察设计色彩的实际应用问题

色彩学进一步考察色彩在生活与艺术中的应用问题。首先,它要研究物象的色彩(光源色、固有色与环境色)、色彩透视、色彩材料(历史、分类、性能、调配规律等),进而讨论色彩的具体应用,色彩在生活中的应用主要包括室内布置,服装,化妆等。在艺术中的应用则是设计色彩学研究最重要的方面,主要包括绘画与写生色彩、装饰色彩、构成色彩三大范畴(图1-12至图1-15)。具体包括室内外、广告、包装、服装、展示、产品、舞台(布景、道具、服装、灯光等色彩)、媒体图像、彩色摄影等方面的色彩设计。



图1-12 水彩风景写生，席跃良作



图1-13 水粉静物写生，席跃良作



图1-14a 水粉装饰色彩



图1-14b 服装装饰色彩



图1-15a 色彩构成



图1-15b 色彩空间构成，蔡庆友作

由于色彩渗透到人类生活的各个方面，因此可以说到处都存在着色彩应用的问题。在现代视觉艺术中，色彩的地位日益突出，超现实主义、奥普艺术、抽象主义等尤其将色彩作为主要的视觉艺术语言，色彩材料

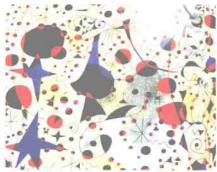


图1-16a 午夜和晨雨中夜莺的歌声（超现实主义色彩），米罗·马松



图1-16b 城市的兴起（意大利未来主义色彩），波丘尼

和表现手段的不断更新和丰富为色彩的应用开辟了更为广阔的天地，也向色彩学的研究提出了大量新的课题（图1-16至图1-20）。

三、与设计色彩相关的命题

色彩设计是指用于草图或模型阶段的配色计划,是商业设计中最有表现效果的一种。因看到物品时首先映入眼帘的是色彩,之后才是形,故色彩在设计中至关重要。其应用须特别注意以下几个方面:

一、印刷技术和印刷方法;二、关于流行色的考虑;三、色彩所具有的特性;四、根据商品的对象、年龄、性别而产生的好恶条件;五、表现商品特性的色彩;六、依靠照明的配色;七、根据陈列效果的配色;八、根据广告效果的配色。

1. 色彩计划

色彩计划是指在商业、工业或生活方面,以发挥色彩的功能效果为目的而有计划地运用色彩。其对象包括展览、包装、工厂、车辆、产品、服务性行业、广告、彩色电视、印刷品、排版、服装、住宅、室内、伪装等,应用范围很广。

2. 色彩视认度

色彩视认度是色彩在一定环境中被辨认的程度。可清晰辨认画在底色上的图形,称为“视认度高”。反之,看不清楚时叫“视认度低”。这取决于图形和底色之间色相明度、彩度差的大小。图形和底色的差别愈大,视认度愈高。根据实验结果显示,色彩视认度由高至低的顺序如下:黑底黄图、黄底黑图、黄底蓝图、蓝底白图、黑底白图、蓝底黄图、白底黑图、红底白图、白底红图、绿底白图、白底绿图、绿底红图、红底绿图。

3. 色彩管理

色彩管理指工业产品色彩质量的管理。其内容包括材料的选定、试验、测色,判定完成色彩的好坏、限定与色样本的误差允许范围、色彩的统计及整理等。在各种色彩材料、印刷、涂饰、染色、彩色电视、彩色



图1-17 下楼梯的女人(达达主义色彩), 马塞



图1-18 红绿灯(抽象主义色彩), 康定斯基



图1-19 立方主义色彩

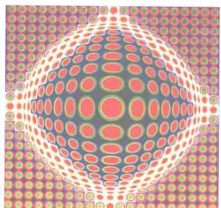


图1-20 奥普艺术色彩

照片、色彩调节等的生产和应用中,严格色彩管理至为重要。其方法有测色学的色彩管理(用测试的办法)和现场的色彩管理(使用色标)。

4. 色彩调节

色彩调节是指对建筑、交通工具、设备、机械、器物等外表作色彩装饰,利用色彩所具有的心理、生理、物理的功能和性质,改善人的生活、工作气氛、环境等以提高其效率。色彩调节可分为环境色和安全色两类。前者如墙壁使用冷色系的淡蓝绿色或暖色系的象牙色等能使眼睛休息的色彩;天花板用极淡色或白色;护墙板用与上壁同色但稍暗的颜色。后者如黄色表示警戒,加入黑色条纹表示碰撞、绊倒、砸落危险的场所;橙色表示危险物;绿色表示救护品;蓝色表示修理品等;红色表示防火用具;白色用来表示通路和整顿等。

四、艺术设计对色彩的要求

从事艺术设计,首先需要具有良好的色彩感觉和色彩学修养,具备对色彩主色调、冷暖色、明色与暗色、同色系与补色系等各个方向的调控能力,在这个基础上进一步研究色彩在心理反映方面的普遍规律,同时密切关注色彩的流行趋向,有目的、有计划地选择用色,以达到吸引观众,强化信息传达的目的。

艺术设计与纯绘画艺术的一个很大的分野在于它们之间的功能不同及信息传递渠道的差别。设计中,应注重色彩的对比与调和关系的配置;注重主色调的组织与搭配;注重色彩的感情、联想与象征性表达;注重各构成要素之间色彩关系的整体变化与统一。因为在色彩创意效果中并不是色彩用得越多、越微妙,效果就越好,而应该尽可能地用较少的、单纯的、响亮的色彩去获得较完美的视觉效果(图1-21和图1-22)。

设计需要的色彩,色彩是整个设计的一个分支,实用性决定了它的独特性。在版面色彩设计中要贯彻高度概括、惜色如金、理性编排的原则,使配色组合更加合理、巧妙、恰到好处,以形成能够体现版面主题的色调。要强调版面色彩强烈的视觉冲击力,但冲击力并不等于大红大绿、胡乱摆放颜料,既要对比更要和谐。

色彩设计中应该重视黑、白、灰的配比关系的运用,使画面中的色彩主次分明,形成一定的层次感,以突出版面主题,使设计的意念或信息的特点得到充分发挥。

此外,一定要从表现主题内容和传达信息的个性特征出发,把握色彩变化的时尚表征,研究人们对色彩求新求异的心理规律,打破各种常规的束缚,大胆地探索与创新,以设计出新颖、独特的色彩风格,赋予色彩以新的内涵。成功的色彩设计,有赖于设计者长期形成的美学修养以及敏锐的灵感与理性结合的审美品质的流露。



图1-21 设计色彩强调对比中的调和关系

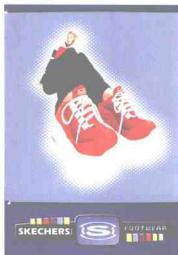


图1-22 精练的色彩, 响亮的效果

第二节 设计色彩的形成

认识色彩,首先应该了解色彩是如何产生和形成的,物体只有通过光线才能让人眼睛感觉到色彩。因此,光、物体、人的眼睛三者缺一不可。其次,要认识色彩的性质,即色相、明度、纯度三属性。只有熟悉