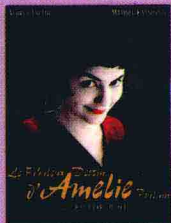




高等职业教育“广告和艺术设计”专业系列教材
广告企业、艺术设计公司系列培训教材



色彩构成及应用

王涛鹏 主编

翟绿绮 张佳宁 张媛媛 副主编

- 立足广告、艺术设计专业的发展现状
 - 突出行业特色，体现最新的设计思想及设计技术
- 全面展示设计过程、设计要点及设计技巧
以丰富、多样的版块设置，展现创新教材体系，引领课程改革

赠送
电子课件

SECAIGOUCHENGJI
YINGYONG

清华大学出版社



高等职业教育“广告和艺术设计”专业系列教材
广告企业、艺术设计公司系列培训教材

色彩构成及应用

王涛鹏 主 编
张佳宁 张媛媛 副主编

S

SECAIGOUCHENGJI
YINGYONG

清华大学出版社

内 容 简 介

本书结合色彩构成与设计制作及其应用发展的新形势和新特点,针对高职高专院校广告和艺术设计专业应用型人才的培养目标,系统地介绍了色彩构成与艺术设计、色彩原理、色彩的体系、色彩的心理感知与情感、色彩的对比构成、色彩调和、色彩的肌理,以及色彩构成在设计中的应用等内容,并注重体现时代精神、挖掘深蕴的人文内涵、精选风格鲜明的经典作品,力求教学内容和教材结构的创新。

本书结构合理、内容翔实、案例经典、图文并茂、通俗易懂、突出实用性,且采用新颖统一的格式化体例设计,并突出画法步骤,使初学者一目了然。

本书既适用于高职高专院校广告和艺术设计专业的教学,又可以作为广告企业和艺术设计公司从业者的职业教育与岗位培训的教材,对于广大社会自学者也是一本非常有益的参考读物。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

色彩构成及应用/王涛鹏主编;翟绿绮,张佳宁,张媛媛副主编. —北京:清华大学出版社,2010.5
(高等职业教育“广告和艺术设计”专业系列教材)
(广告企业、艺术设计公司系列培训教材)
ISBN 978-7-302-22368-9

I. 色… II. ①王…②翟…③张…④张… III. 色彩学—高等学校;技术学校—教材 IV. J063

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第056497号

责任编辑:章忆文 彭欣

装帧设计:山鹰工作室

责任印制:王秀菊

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦A座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:北京鑫丰华彩印有限公司

装 订 者:三河市兴旺装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:190×260 印 张:15.25 字 数:356千字

版 次:2010年5月第1版 印 次:2010年5月第1次印刷

印 数:1~4000

定 价:39.00元

产品编号:029970-01

随着我国改革开放进程的加快和市场经济的快速发展,各类广告经营业也在迅速发展。1979年中国广告业从零开始,经历了起步、快速发展、高速增长等阶段,2006年全年广告经营额2450亿元人民币,比上年增长20%以上;2007年全国广告市场经营额收入为3500亿元人民币,比上年又大幅度地增长了40%;全国广告经营单位143129户、比上年增长了14%,全国广告从业人员超过100万人、比上年增长了10.6%。

商品促销离不开广告、企业形象也需要广告宣传,市场经济发展与广告业密不可分;广告不仅是国民经济发展的“晴雨表”,也是社会精神文明建设的“风向标”,还是构建社会主义和谐社会的“助推器”。广告作为文化创意产业的关键支撑,在国际商务活动交往、丰富社会生活、推动民族品牌创建、促进经济发展、拉动内需、解决就业、构建和谐社会、弘扬古老中华文化等方面发挥着越来越大的作用,已经成为我国服务经济发展重要的“绿色朝阳”产业,在我国经济发展中占有极其重要的位置。

当前,随着世界经济的高度融合和中国经济国际化的发展趋势,我国广告设计业正面临着全球广告市场的激烈竞争,随着发达国家广告设计观念、产品、营销方式、运营方式、管理手段及新媒体和网络广告的出现等巨大变化,我国广告从业者急需更新观念、提高技术应用能力与服务水平、提升业务质量与道德素质,广告行业和企业也在呼唤“有知识、懂管理、会操作、能执行”的专业实用型人才;加强广告经营管理模式的创新、加速广告经营管理专业技能型人才培养已成为当前亟待解决的问题。

由于历史原因,我国广告业起步晚、但是发展却非常快,目前在广告行业中受过正规专业教育的人员不足2%;因此使得中国广告公司及广告实际作品难以在世界上拔得头筹。根据中国广告协会学术委员对北京、上海、广州三个城市不同类型广告公司的调查表明,在各方面综合指标排行中、缺乏广告专业人才居首位,占77.9%,人才问题、已经成为制约中国广告事业发展的重要“瓶颈”。

针对我国高等职业教育“广告和艺术设计”专业知识老化、教材陈旧、重理论轻实践、缺乏实际操作技能训练等问题,为适应社会就业急需、为满足日益增长的广告市场需求,我们组织多年在一线从事广告和艺术设计教学与创作实践活动的国内知名专家教授及广告设计公司的业务骨干共同精心编撰本套教材,旨在迅速提高大学生和广告设计从业者的专业素质,更好地服务于我国已经形成规模化发展的广告事业。

本套系列教材定位于高等职业教育“广告和艺术设计”专业,兼顾“广告设计”企业职业岗位培训;适用于广告、艺术设计、环境艺术设计、会展、市场营销、工商管理等专业。本套系列教材包括:《广告学概论》、《广告策划与实务》、《广告文案》、《广告心理学》、《广告设计》、《包装设计》、《书籍装帧设计》、《广告设计软件综合运用》、《字体与版式设计》、《企业形象(CI)设计》、《广告道德与法规》、《广告摄影》、《数码摄影》、《广告图形创意与表现》、《中外美术鉴赏》、《色彩》、《素描》、《色彩构成及应用》、《平面构成及应用》、《立体构成及应用》、《广告公司工作流程与管理》、《动漫基础》等24本书。

本套系列教材作为高等职业教育“广告和艺术设计”专业的特色教材,坚持以科学发展观为统领,力求严谨、注重与时俱进;在吸收国内外广告和艺术设计界权威专家学者最新科

研成果的基础上，融入了广告设计运营与管理的最新教学理念；依照广告设计活动的基本过程和规律，根据广告业发展的新形势和新特点，全面贯彻国家新近颁布实施的广告法律法规和广告业管理规定；按照广告企业对用人的需求模式，结合解决学生就业、加强职业教育的实际要求；注重校企结合、贴近行业企业业务实际，强化理论与实践的紧密结合；注重管理方法、运作能力、实践技能与岗位应用的培养训练，采取通过实证案例解析与知识讲解的写法；严守统一的创新型格式化体例设计，并注重教学内容和教材结构的创新。

本系列教材的出版，对帮助学生尽快熟悉广告设计操作规程与业务管理，对帮助学生毕业后能够顺利走上社会就业具有特殊意义。

编委会

主任： 牟惟仲

副主任：

王纪平 吴江江 丁建中 冀俊杰 仲万生 徐培忠 章忆文
李大军 宋承敏 鲁瑞清 赵志远 郝建忠 王茹芹 吕一中
冯玉龙 石宝明 米淑兰 王 松 宁雪娟 王红梅 张建国

委员：

刘 晨 徐 改 华秋岳 吴香媛 李 洁 崔晓文 周 祥
温 智 王桂霞 张 璇 龚正伟 陈光义 崔德群 李连璧
东海涛 翟绿绮 罗慧武 王晓芳 杨 静 吴晓慧 温丽华
王涛鹏 孟 睿 赵 红 贾晓龙 刘海荣 侯雪艳 罗佩华
孟建华 马继兴 王 霄 周文楷 姚 欣 侯绪恩 刘 庆
汪 悦 唐 鹏 肖金鹏 耿 燕 刘宝明 么 红 刘红祥

总 编： 李大军

副总编： 梁 露 车亚军 崔晓文 张 璇 孟建华 石宝明

专家组： 徐 改 郎绍君 华秋岳 刘 晨 周 祥 东海涛

色彩是广告的基础,色彩构成也是广告设计的重要组成部分。色彩构成作为广告和艺术设计专业的基础课程,对开发学生设计思维、培养学生综合运用色彩知识与设计能力、提高学生色彩构成理论与实际设计项目紧密联系应用的实践技能,促进学生将感性思维和理性思维进行重新组合与再创造的过程等均具有极其重要的作用。

随着全球经济的快速发展,面对广告设计业的激烈市场竞争,加强色彩设计的不断创新以及加速色彩构成设计与制作专业人才培养已成为当前亟待解决的问题。为了满足日益增长的广告设计市场的需求,为了培养社会急需的广告设计专业技能型应用人才,我们组织多年在一线从事色彩设计教学与创作实践活动的专家教授,共同精心编撰了此教材,旨在迅速提高学生及色彩设计与制作从业者的专业素质,使其更好地服务于我国的广告设计事业。

全书共八章,在吸收国内外色彩构成设计界权威专家丰硕成果的基础上,精选风格鲜明和具有典型意义的色彩构成设计与制作作品作为案例,并结合中外色彩构成设计学科发展的新形势和新特点,针对高职高专院校广告和艺术设计专业应用型人才的培养目标,系统地介绍了色彩构成与艺术设计、色彩原理、色彩的分类、色彩的体系、色彩的心理感知与情感、色彩的对比构成、色彩调和、色彩的肌理,以及色彩构成在设计中的应用,并注重体现时代精神,挖掘深蕴的人文内涵,加强读者应用能力和技能训练,力求教学内容和教材结构的创新。

本书作为高职教育广告专业包装设计课程的特色教材,坚持以科学发展观为统领,注重启迪开发学生的设计思维和训练表现设计的动手能力,锻炼学生设计思维与表达形式的创造,培养学生色彩设计与制作的创意和实施能力。此教材的出版,对帮助学生尽快熟悉色彩构成的设计与制作,对帮助学生毕业后能够顺利走上社会就业具有特殊意义。

本书融入了色彩构成设计最新的教学理念,力求严谨,注重与时俱进,具有结构合理、叙述简捷、案例经典、图文并茂、通俗易懂、注重设计画法步骤、突出实用性等特点,且采用新颖统一的格式化体例设计。因此本书既适用于专升本及高职高专与成人高等院校广告和艺术设计专业的教学,也可以作为广告企业和艺术设计公司从业者的职业教育与岗位培训教材,对于广大社会美术和艺术设计自学者也是一本非常有益的参考读物。

本教材由李大军进行总体方案策划并具体组织,王涛鹏主编并统稿,翟绿绮、张佳宁、张媛媛为副主编,由具有极高造诣与丰富教学和实践经验的梁露教授审定。作者具体分工为:张佳宁(第一章),孙弢(第一章图片),王涛鹏(第二章、第三章第四节、第四章、第六章、第七章),幺红(第二章图片),顾静(第三章),张晓娇、刘怡杉、许环(第三章图片),翟绿绮(第五章),赵春利(第六章图片),周鹏(第七章图片),张媛媛(第八章),幺红、马瑞奇、李瑶(附录);赵春利、华燕萍(全书文字的修改和版式整理);李晓新负责本教材课件的制作。

在编写过程中,我们参考了大量有关色彩构成方面的最新书刊资料,精选收录了具有典型意义的设计案例和作品,在此特别致以衷心的感谢。为了方便教师教学和学生学习,本书配有教学课件,读者可以从清华大学出版社网站免费下载使用。由于时间仓促、作者水平所限,书中难免存在疏漏和不足,恳请专家和广大读者给予批评指正。

编者

第一章 概述 1

学习要点及目标.....	2
核心概念.....	2
引导案例.....	2
技能要求.....	3
第一节 对色彩的认识.....	3
一、光与色的关系.....	3
二、色彩与视知觉.....	3
三、色彩与文化.....	4
第二节 色彩研究的发展史.....	8
一、远古时代的色彩应用.....	8
二、牛顿时代前的色彩研究.....	10
三、牛顿时代后的色彩研究.....	12
第三节 色彩构成与艺术设计.....	13
一、色彩构成在艺术设计中的重要性.....	13
二、色彩构成在艺术设计中的实践性.....	15
三、包装色彩的再设计.....	16
本章小结.....	21
思考与练习.....	21
实训课堂.....	21

第二章 色彩原理 23

学习要点及目标.....	24
核心概念.....	24
引导案例.....	24
技能要求.....	24
第一节 色彩产生的物理学原理.....	25
一、色彩的产生——光与色.....	25
二、单色光与复色光.....	26
三、光源与光的传播.....	26
第二节 色彩的分类.....	30
一、原色.....	31
二、间色.....	34
三、复色.....	34
四、近似色.....	35
五、互补色.....	35
六、分离补色.....	36

七、组色.....	37
八、暖色.....	37
九、冷色.....	38
十、有彩色与无彩色.....	39
第三节 设计色彩.....	42
本章小结.....	49
思考与练习.....	50
实训课堂.....	50

第三章 色彩的体系 51

学习要点及目标.....	52
核心概念.....	52
引导案例.....	52
技能要求.....	53
第一节 色彩的基本属性.....	53
一、色相.....	53
二、明度.....	53
三、纯度.....	54
第二节 色彩的混合.....	57
一、加法(色)混合.....	57
二、减法(色)混合.....	58
三、中性混合.....	59
第三节 色彩体系.....	60
一、色彩体系与色彩科学的发展.....	60
二、孟塞尔表色体系(M.C.S).....	63
三、奥斯特瓦德色立体(O.C.S).....	65
四、日本色彩研究体系(P.C.C.S).....	67
第四节 手绘色相环及明度纯度推移的画法 步骤.....	68
一、作品演示案例一.....	68
二、作品演示案例二.....	69
第五节 手绘作品欣赏.....	71
一、色相环手绘作品.....	71
二、色彩明度渐变作品.....	71
三、色彩纯度渐变作品.....	73
四、空间混合作品.....	73
本章小结.....	74
思考与练习.....	75

实训课堂.....75

第四章 色彩的心理感知与情感 77

学习要点及目标.....	78
核心概念.....	78
引导案例.....	78
技能要求.....	78
第一节 色彩的知觉现象.....	79
一、色彩的整体性知觉.....	79
二、色彩的恒常性知觉.....	80
三、色彩的同化性知觉.....	81
四、色彩的适应性知觉.....	82
五、色彩的易见度知觉.....	82
第二节 色彩的心理效应.....	84
一、年龄与色彩心理差异.....	84
二、性别与色彩心理差异.....	85
三、民族地域文化与色彩心理差异.....	86
四、社会职能与色彩心理差异.....	86
五、宗教与色彩心理差异.....	87
六、嗅觉与味觉.....	87
第三节 色彩的情感.....	89
一、冷与暖.....	89
二、轻与重.....	90
三、乐与哀.....	90
四、兴奋与安静.....	91
五、柔软与坚硬.....	92
六、华丽与质朴.....	92
第四节 色彩的错觉.....	94
一、前进感与后退感.....	94
二、膨胀感和收缩感.....	95
三、边缘错视感.....	95
四、包围错视感.....	96
第五节 色彩的性格.....	97
本章小结.....	101
思考与练习.....	101
实训课堂.....	101

第五章 色彩的对比构成 103

学习要点及目标.....	104
核心概念.....	104
引导案例.....	104
技能要求.....	104
第一节 色相对比.....	105
一、色相对比的概念.....	105
二、色相对比的规律.....	105
三、色相对比的类型.....	107
第二节 明度对比.....	110
一、明度对比的概念.....	110
二、明度对比的规律.....	110
三、明度九调对比.....	111
第三节 纯度对比.....	113
一、纯度对比的概念.....	113
二、纯度对比的规律.....	113
三、纯度对比的类型.....	114
第四节 面积对比.....	116
一、面积对比的概念.....	116
二、面积对比的规律.....	116
三、面积大、中、小的心理效应.....	116
第五节 冷暖对比.....	118
一、冷暖对比的概念.....	118
二、冷暖对比的规律.....	118
三、冷暖对比的划分.....	119
四、冷暖色调的构成.....	119
第六节 同时对比.....	122
一、同时对比的概念.....	122
二、同时对比的规律.....	122
三、连续对比的概念.....	122
四、连续对比的规律.....	123
第七节 色彩对比作品的画法步骤.....	123
一、色相对比案例一.....	123
二、作品演示案例二.....	126
第八节 色彩对比作品欣赏.....	128
一、色相对比练习.....	128
二、明度对比练习.....	130
三、纯度对比练习.....	131

四、冷暖对比练习.....	131
本章小结.....	133
思考与练习.....	133
实训课堂.....	133

第六章 色彩调和..... 135

学习要点及目标.....	136
核心概念.....	136
引导案例.....	136
技能要求.....	136
第一节 色彩调和的基本原理.....	137
一、类似调和.....	137
二、对比调和.....	138
第二节 色相关系的调和.....	139
一、无彩色的调和.....	139
二、无彩色与有彩色的调和.....	139
三、同色相的调和.....	140
四、类似色的调和.....	141
五、对比色的调和.....	142
六、互补色的调和.....	143
第三节 明度关系的调和.....	145
第四节 纯度关系的调和.....	148
第五节 色彩调和与面积、位置、形状的关系.....	150
一、色彩调和与面积的关系.....	150
二、色彩调和与位置的关系.....	152
三、色彩调和与形状的关系.....	153
第六节 手绘水粉作品的画法步骤.....	154
一、作品演示案例一.....	154
二、作品演示案例二.....	156
第七节 手绘作品欣赏.....	159
一、单性同一调和作品.....	159
二、无彩色的调和作品.....	160
三、无彩色与有彩色调和作品.....	161
四、对比色调和作品.....	163
五、改变面积、形状和位置调和作品.....	164
本章小结.....	165
思考与练习.....	165

实训课堂.....	166
-----------	-----

第七章 色彩的肌理..... 167

学习要点及目标.....	168
核心概念.....	168
引导案例.....	168
技能要求.....	168
第一节 认识肌理.....	169
一、肌理的分类.....	169
二、肌理与大自然.....	171
三、肌理的审美.....	173
第二节 视觉肌理.....	174
一、徒手描绘.....	175
二、利用工具材料制作.....	175
三、前两种方式的综合.....	184
第三节 触觉肌理.....	184
一、刮刻法.....	185
二、雕凿法.....	185
三、粘贴法.....	186
四、组装法.....	186
五、编结法.....	186
六、堆积法.....	186
本章小结.....	189
思考与练习.....	189
实训课堂.....	189

第八章 色彩构成在设计中的应用..... 191

学习要点及目标.....	192
核心概念.....	192
引导案例.....	192
技能要求.....	193
第一节 视觉传达设计中的色彩.....	193
一、视觉传达设计.....	193
二、视觉传达设计中的色彩应用.....	194
三、视觉传达设计中的色彩应用案例.....	197
第二节 产品设计中的色彩.....	202
一、产品设计.....	202

二、产品设计中的色彩功能与应用.....	203	本章小结.....	222
第三节 环境设计中的色彩.....	208	思考与练习.....	223
一、环境艺术设计概述.....	208	实训课堂.....	223
二、环境艺术设计与色彩.....	208	学习建议.....	223
三、环境艺术设计中色彩的应用.....	212		
第四节 服装设计中的色彩.....	215	附录	225
一、服装设计简述.....	215		
二、服装设计与色彩.....	215	参考文献	230
第五节 网页设计中的色彩.....	218		
一、网页设计简述.....	218		
二、网页设计中的色彩及应用.....	218		



第一章

概 述

学习要点及目标

- 了解色彩的基本原理以及人类对色彩的认知过程。
- 了解人类对色彩研究的发展历程。
- 认识色彩构成与艺术设计之间的关系。



核心概念

色彩与视知觉、色彩的民族性、暗适应和亮适应

引导案例

人类是如何感知色彩的

让我们以被美术界视为“色彩圣经”的《色彩艺术》(约翰内斯·伊顿著)中的最后一句话作为本章的开场白吧：“不论造型艺术如何发展，色彩永远是首当其冲的造型要素”。人类对于色彩的感知是与生俱来的，我们从未怀疑过，甚至很少去思考为什么我们能够感受到色彩？

现代科学研究证明，人类视觉感知活动的过程是：光线照射到物体之后，经过物体反射，其信息通过瞳孔进入视网膜，再经过视神经细胞的分析，由视神经传至大脑视觉神经中枢而产生的一种感觉。人完成感受色彩的过程如图1-1所示，光—物体—眼睛是三个最基本的构成要素，在这个过程中，光是条件，物体是媒介，色是结果，它们是相辅相成、互为依托的。

在生活中，色彩的“身影”无处不在。每时每刻，人们都在与色彩打交道，作为最具有视觉冲击力的设计语言，色彩的地位已不言而喻。亚里士多德曾经说过，求知乃人类的天性，就让我们一起来共享探寻色彩奥妙的旅程吧！

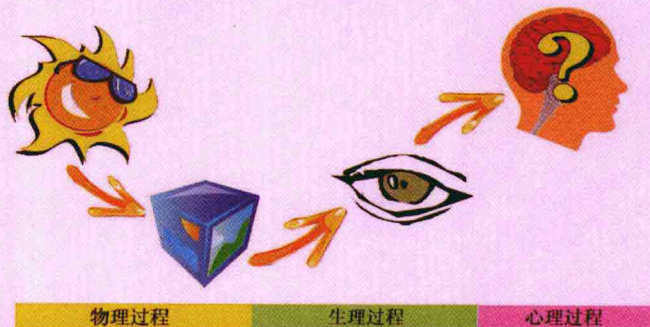


图1-1 色彩感知示意图



技能要求

- 熟悉并掌握民族色彩的用色特点，并在设计中应用。
- 熟悉流行色的用色特点，并能够体会流行色与日常生活的联系。
- 掌握中国五行学说与色彩之间的关联。

第一节 对色彩的认识

色彩作为一种客观现象存在于现实生活中，就一定与其他事物发生着微妙的联系。色彩是人人可感知的视觉要素，但对于艺术创作者而言，却时常为用色的技巧所困惑，本节将对一些看似平常的现象给予归纳与总结，以帮助大家顺利地理解后面很多深层次的色彩理论，逐渐体会学习色彩构成的方法。

一、光与色的关系

生活中，我们都具有这样一些最简单的体会，当你置身于没有光线的漆黑环境中，是无法看到任何形与色的；反之，只要有了光，哪怕是一线光芒，五彩的世界便开始呈现于眼前。光为何物？几个世纪以来，物理学家曾进行了漫长而复杂的实验，并引发诸多学说。现代物理研究证实，光是一种以电磁波形式存在的辐射能。

光是色的源泉，光照射到物体上之后会产生吸收、反射和透射现象，如果阳光被物体全反射回来，被反射的光仍然混合成白光，那么这个物体看上去就是白色的，这就是为什么夏天我们穿白色衣服会觉得比穿黑色衣服凉快的主要原因。相反，如果光被物体全部吸收了，那物体就会呈现黑色。我们将在本书第二章全面讲解光与色的具体内容。

小贴士

动物看得见颜色吗

生理学家经过长期细致而深入的研究表明：在自然界中，除了猴子和类人猿之外，其他哺乳动物都不具备色彩感觉能力，即使有也十分朦胧原始。这就是说，在人们熟悉的动物中(如猫、狗和马等)，它们的世界如同黑白电影一般。

可令科学家们费解的是，比它们低级得多的鱼类、鸟类、昆虫类等动物却有着非常发达的色觉系统，它们甚至能够看到许多人类看不到的色彩。

二、色彩与视知觉

色彩是视觉的第一印象，人眼能够识别一定区域内的形体与色彩，是由于视觉生理机能

具有调整远近的适应功能。色知觉是物理因素和生理因素以及心理因素的综合反应。

人的视网膜上有两类对可见光波段内电磁波敏感的感光细胞：一类是柱体细胞，一类是锥体细胞。

柱体细胞有极高的感光灵敏度，能在微弱的光照水平下辨别极为微弱的光线变化。一般肉食类夜行动物就得意于它们都具有极为丰富和发达的柱体细胞；相反，夜盲的鸡，一到黄昏后就呆若木鸡一无所见，也正是由于它们缺乏柱体细胞。

锥体细胞的感光灵敏度远低于柱体细胞，只有到了相当的光照水平后才开始感知光线变化。锥体细胞含有能感受红、黄、蓝三原色光的细胞，具有对色彩的感知功能(若该细胞发生病变时，便产生色弱或色盲的现象)。

小贴士

暗适应和亮适应

当我们由亮处突然进入暗处时，眼睛一时间会不能适应，这就是锥体细胞突然切换成柱体细胞所引起的现象，眼睛会逐渐适应暗的环境，称为“暗适应”；反之，由暗处突然到亮处，会有些目眩，这称为“亮适应”。这里只是抛砖引玉，我们将在本书的第四章详细介绍色彩的心理感知与情感方面的内容。

三、色彩与文化

人类在数万年的发展历程中，发现并逐渐掌握和利用了自然界中的色彩规律，历史鲜明地记录了人类对色彩创造性的应用痕迹，色彩逐渐发展成为人类不同文化习俗和传统风尚的体现元素，这也与人们所处的地域、时代和文化背景等紧密相连。

(一) 色彩的时代性

从人类发展角度来看，色彩是伴随时代发展而体现着不同的风格和文化特质的，具体体现在以下几个方面。

1. 原始色彩

模仿自然是人类有意识地运用色彩的第一步，这标志着人类区别于其他生物而即将成为世界的主宰。原始色彩运用的主要特征是单色的运用。黑、白、红是最常使用的颜色，原始绘画的单一、粗犷、强烈的色彩特征正是原始人类对色彩的认知处于朦胧阶段的体现。原始色彩主要用于图腾崇拜和原始岩画上，这一方面说明当时可使用的天然颜色的单一和匮乏，另一方面也体现了人类开始尝试赋予色彩以内涵。

欧洲的岩画

欧洲岩画有广泛的分布，其年代可分为两个主要的系列：其一始于旧石器晚期，距今约三万五千年，延续至距今约一万年；其二开始于距今一万年，延续至新石器时代以至铜铁时代。手印的出现比模仿造型要早，而且现今一直存在，如图1-2所示，它经常出现在动物形象附近，它的出现可能是人对野兽留在泥地上的爪印的模仿，也可能是自发的一种行为，或是巫术活动中一种控制力量的表现。

大概是为了制作方便，手印中阴纹多，阳纹少，左手多，右手少。学习欧洲的岩画历史是学习《西方美术史》的第一课，也是研究欧洲绘画史的开端。

2. 古典色彩

古典色彩在人类文明史上的时间跨度最长，中世纪后期开始的文艺复兴运动使古典艺术达到了最高境界，古典色彩已经彻底摆脱了原始色彩的单一性和平面性，而依附于光和影的明暗虚实的变化中。古典色彩以和谐为美，注重微妙变化，不主张强烈的色彩对比，并服从于形体和画面的整体色调，如图1-3所示的达·芬奇的自画像，其色彩变化非常微妙。



图1-2 科斯凯洞窟崖壁画图

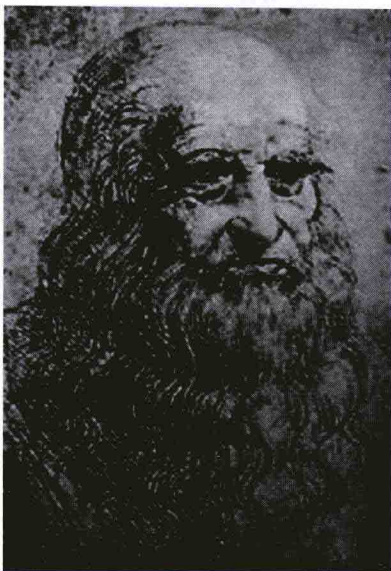


图1-3 达·芬奇的自画像

3. 现代色彩

现代色彩相对于原始和古典色彩而言具有更加丰富的诠释和体现，我们可以从现代艺术和现代工业设计，甚至生活的方方面面来体会，其风格根据不同的艺术理念呈现出多元化发展的状态。现代色彩是现代社会人文精神的集中体现，也是极为复杂的。

例如，表现主义主张色彩的情绪化表达；立体派注重色彩的结构感；抽象派追求色彩的纯粹性；超现实主义注重体现色彩的梦幻感觉等。对于现代色彩的理解和应用，希望大家在今后的各门课程的学习和实践中能不断地思考和总结。

（二）色彩的地域性

地域的文化特征决定了所处该地域的人们对色彩的喜好倾向，也影响了人们的色彩审美观念，地域的文化差异性构成了各具特色的色彩文化体系。亚洲国家对色彩的感觉比较相似，如韩国、日本和中国都比较注重柔和的颜色，白、黑、灰色不大受欢迎，红、黄等鲜艳的色彩则很受欢迎。欧洲是现代文化艺术的重要发源地，是色彩的聚宝盆，各国家、各民族都体现出独具特色的色彩风格。如读者对研究欧洲色彩感兴趣，建议读一下崔唯的《当代欧洲色彩艺术设计》一书。

美洲的色彩与亚洲文化有着渊源关系，玛雅文化和古印第安文化都与中华文化有着惊人的相似之处。在美国，纯色和明亮鲜艳的颜色很受欢迎，但也不排斥其他颜色，这一点如同美国兼收并蓄的文化特点。非洲是世界文明的发源地之一，在特定的地域条件下，其色彩的运用即延续了原始的色彩，也吸收了现代色彩的特性，那是一股深沉的，而又闪烁着光芒的气息。请大家指出图1-4中的各幅图分别是什么建筑色彩风格？

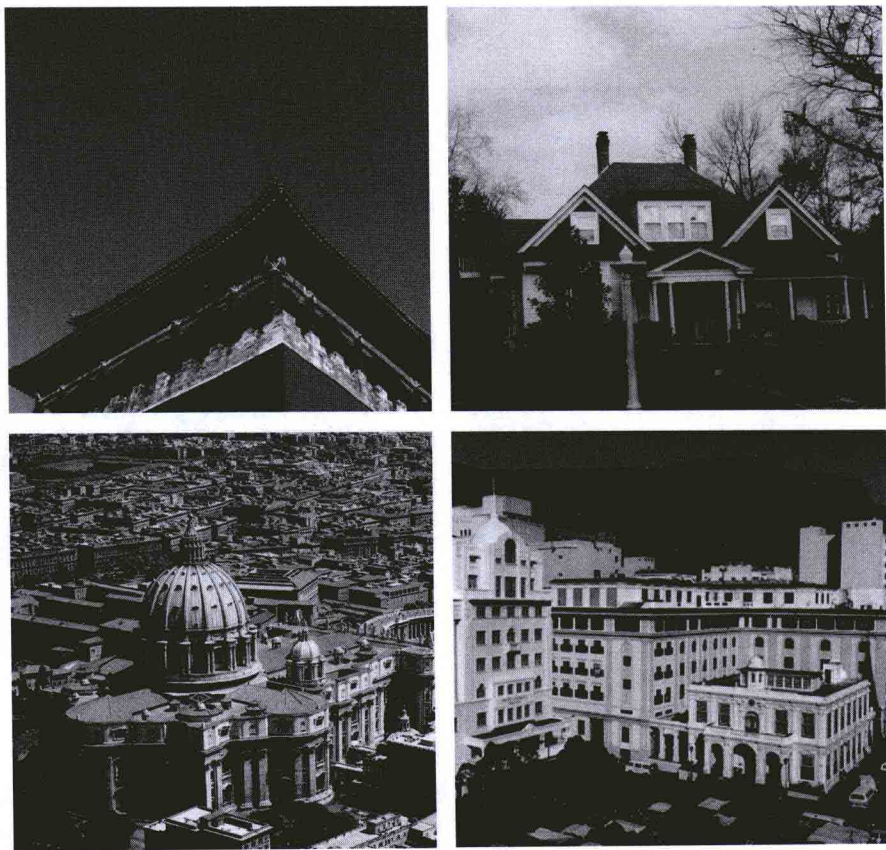


图1-4 色彩的地域性(亚洲、美洲、非洲、欧洲)