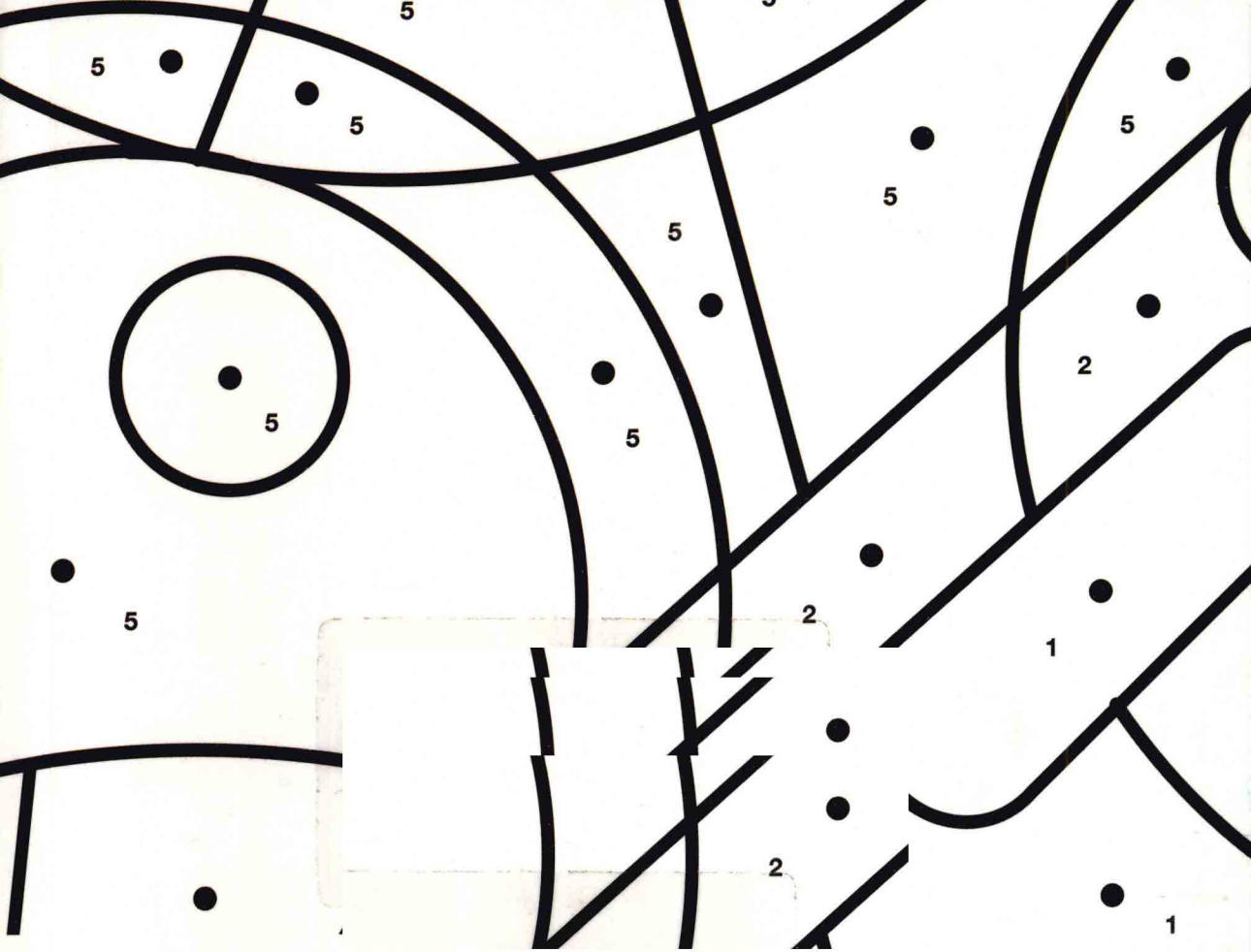




上海人民美術出版社

COLOR IN GRAPHICS

色彩效应 × 平面设计

专访：厄玛·布姆、“设计项目”咨询公司、乌韦·勒斯教授、佐藤卓、瑞安·沃勒、
瑞纳托·贝纳斯科尼、欧立成博士（西班牙maomao出版公司编）

**COLOR IN
GRAPHICS**

2-1

2-2

2-3

2-4

2-5

色彩效应 × 平面设计

专访：厄玛·布姆、“设计项目”咨询公司、乌韦·勒斯教授、佐藤卓、瑞安·沃勒、瑞纳托·贝纳斯科尼、欧立成博士

西班牙maomao 出版公司 编

黄钰岚 译

上海人民美術出版社

图书在版编目(CIP)数据

色彩效应×平面设计 / 西班牙MAOMAO出版社编; 黄钰岚译.
—上海: 上海人民美术出版社, 2010. 2

书名原文: Colour in Graphics
ISBN 978-7-5322-6599-2

I. ① 色… II. ① 西… ② 黄… III. ① 平面设计—色彩
学 IV. ① J506

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第221200号

色彩效应×平面设计

原版书名: Color in Graphics

原作者名: maomao 出版公司编

Copyright ©2008 by maomao publications

All rights reserved. No part of this book may be reproduced in any form, by Photostat, microfilm, xerography, or any other means, or incorporated into any information retrieval system, electronic or mechanical, without the written permission from the publisher.

本书简体中文版经maomao出版公司授权, 由上海人民美术出版社独家出版。

版权所有, 侵权必究。

合同登记号: 图字: 09-2009-665 号

色彩效应×平面设计

编者: 西班牙maomao 出版公司

译者: 黄钰岚

责任编辑: 钱欣明

技术编辑: 季 卫

出版发行: 上海人民美术出版社

(上海长乐路672弄33号)

印刷: 上海丽佳制版印刷有限公司

开 本: 710×740 1/12 21.33 印张

版 次: 2010年2月第1版

印 次: 2010年2月第1次印刷

印 数: 0001-3500

书 号: ISBN 978-7-5322-6599-2

定 价: 68.00 元

目录

平面设计中的色彩创造

6

序言

8

快乐与活力

32

复古与怀旧

62

警觉与意识

92

现代与未来

122

好奇与神秘

152

新鲜与松弛

182

技巧与处理

212

参考书目

240



平面设计中的色彩创造

在我们周围充满了各种色彩、图像和语言，它们的阵容如此强大，不断影响着我们对每一样事物的认识。本书以当代的平面设计与图例为专题，所选取的作品将会有意识或潜意识地引起某些共鸣。

本书根据各种色彩或色彩组合所能引发的人类情感进行分类。每一章节以一种人类情感为主题，包含了能反映该情感的图片。我们会在每一个章节开篇列出可以概括某类情感的关键词，以此来反映章节标题所描述和折射出的情感色彩。

在本书的策划过程中，我们意识到这样一个事实：就像人类对色彩和情感的看法是完全主观的那样，每个人对色彩和情感之间所具有的关联性也有不同的理解。为了进一步了解这一现象，我们邀请参与本研究的设计师或工作室就某一种情感及描述这种情感的关键词进行一次“创意”，即根据自己独特的认知方式和对情感的诠释方式来绘制一个“五彩调色板”。

我们所获得的反馈是五花八门，精彩非凡的。研究中收集到的调色板正好验证了人们在使用色彩表达情感时的多样性。

在本书中，我们也收录了一些设计师和工作室的轶事，用来证明我们在日常生活中基于色彩所做出的琐碎决定是如何与我们的情感认知和反应发生内在关联的。我们觉得这些小故事可以使我们怀着一份愉快的心情来了解设计师们是如何丰富他们的生活和荧屏的。

你可能同意我们的观察结果和研究结论，也可能不同意。在这本书中，你所能看到的可能比我们所能看到的要多。不管怎样，我们希望你可以好好享受我们精心挑选的作品，可以从设计师们创作的色彩调色板中得到乐趣。在此，我们感谢所有参与本书编写的好心人，感谢所有对这个我们居住、创造和服务的主观色彩世界提供他们独到见解的好心人。

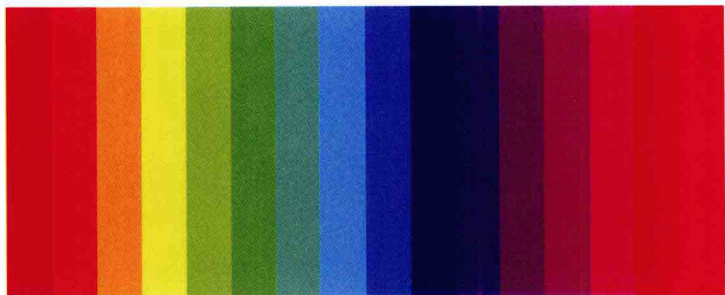


在彩虹的任何一端……

说起色彩与我们的关联，最显著的是关于大自然的联想（比如天空蓝和橄榄绿）。这些感知被认为是为大众所普遍接受的，但是也因文化、地理、历史等原因而有所差异。因此，不管关于自然界的联想是互补的还是对比的，情感反应都与之息息相关。

从设计的角度来讲，人类与色彩之间的关系、色彩与色彩之间的关系，对于一件作品的诞生是至关重要的。

对于色彩阐述的深入研究表明，红色大多是国际通用的“停止”标志，也象征了危险、侵略和激情，关于这一点有许多不同的理论，因此也激发了不同的情感表现。那些患有短暂性色盲的脑损伤病人最先能认知的颜色是红色。¹ 新石器时代的猎人认为红色是最具生命力的颜色，因为它拥有赋予生命的力量，这也是为什么他们会把红色赭石堆放于逝者坟墓内的原因。红玫瑰既是古希腊神话中爱神阿弗罗狄特的象征，也是古罗马神话中爱神维纳斯的象征。我们认为，相比其他颜色而言，红色是与我们最“靠近”的颜色，而蓝色却是“距离和空间”的代表色。蓝色通常被用来象征神圣（正如康定斯基所强调的）、忠诚和智慧。蓝色是用来装饰礼拜堂的几种颜色之一；对古埃及人来说，蓝色代表了真相；蓝色是天使向圣母玛丽娅报喜时，圣母玛丽娅身上所披罩袍的颜色。在伊朗，蓝色也代表着哀悼。蓝色常使人联想到水，而德语中代表蓝色的“Blau”一词也可以解释为“喝醉了的”。

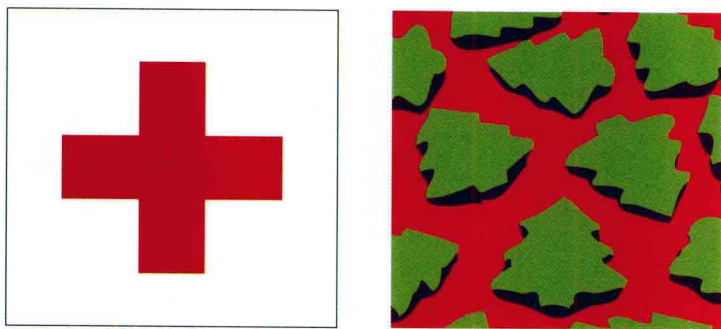


(图) 电脑光谱

从科学的角度来讲，黑色不能算是一种颜色，因为它吸收了光谱中的所有可见光且不反射任何颜色的光。但黑色还是常被用来象征死亡、神秘和力量。马赛部落用黑色代表雨云，象征了生命和繁荣。日本人认为黑色(kuro)是高尚、成熟和经验的代名词，这也是为什么许多武术活动用“黑带”来代表进阶的第一步。在许多文化中，黑色常使人们联想到死亡、哀悼、邪恶、抑郁和损失。

另一方面，白色在同等程度上反射所有光谱内的可见光，它有着最大的亮度却没有色相。在西方，白色是新娘的颜色；而在东方，白色是哀悼的颜色。在法国和俄国革命中，白色代表了对君主的忠诚；在印度，白色是和平与纯洁的象征。越来越多的人们用白色来描述科技和未来。在古埃及这样一个最早将色彩应用在神圣仪式和治疗仪式的国家，白色意味着圣洁和万能，且因为白色实质上是没有颜色的颜色，它也代表了神圣的事物和简单的事物。

正如同色彩可以包含双重含义，某种色彩的明暗色度也可以有完全不同的象征意义。例如，粉红色已完全丧失了红色的激情、活泼、进取，而是象征着浪漫、天真、甜蜜。人类用来表示色彩的词汇也是一门很吸引人的学问：俄语中的红色(Krasnaya)也包含了美丽的意思；英语中的蓝色(blue)同时有悲伤的意思；尽管在中国和日本文化中粉红色只是红色当中的一种色度，英语中的粉红色(pink)却是日语“pinku”的衍生词。



我们日常生活中所能接触到的颜色组合常常有着特定含义。

在日语中，“aoi”这一颜色表示的是从绿色到蓝色的整个色域。在西方文化中，深蓝色通常是精明、皇室和权威的象征色，而天空蓝则更飘渺、抽象。当然，也有些比较有趣的异常现象，例如苏格兰语中的蓝色（Gaelic）也可以表示“青草”。

当我们把色彩所占据的形状和空间也考虑在内时，象征意义就具有了多重性质。比如：白色背景配上红色的十字表示“急救”，在西方文化中绿色和红色的组合常令人联想到圣诞节。

潮流在我们对色彩的理解问题上也起到一定作用：黄黑色代表出租车，红色代表停止，绿色代表通行。所有这些都是色彩趋势变化的主要例证。

著名的“被咬掉一口的彩色苹果”由里吉斯—麦肯那广告公司在1977年设计，是为了配合苹果II代的推出，而这一标志正好诠释了苹果II代所拥有的具有革命性的彩色显示器性能。由于史蒂夫·乔布斯坚持采用鲜明的色彩组合而不愿使用黑色分割线来缓冲印刷套色，苹果商标和电脑徽章的印刷和生产成本直线上升。产品开发副总裁吉恩·路易斯·加赛很好地阐述了苹果与著名的、有力的竞争者比如IBM之间的鲜明对比：“对我来说，具有神秘色彩的事件之一是我们的商标，它是欲望和知识的象征，它被咬掉了一口。整个商标被赋予了彩虹的颜色，但没有根据彩虹的颜色序列来进行排列。”过去也曾有人认为，彩虹条纹的商标是向英国现代计算机之父阿兰·图灵的致敬：阿兰·图灵因为同性恋于1954年6月被当局迫害致死，他的尸体旁边留有一只咬了一半、注射了“土的宁”的苹果。不管这商标的来源是什么，苹果公司在1998年推出iMac时“抹去”了该商标的七彩之色，取而代之的是色相单一却闪亮、渐变得有些别扭的颜色，此举遭到大批苹果忠实粉丝的强烈反对。（见《全面彩色时代已经到来》，作者詹姆斯·高金，发表于《Dot Dot Dot》期刊）

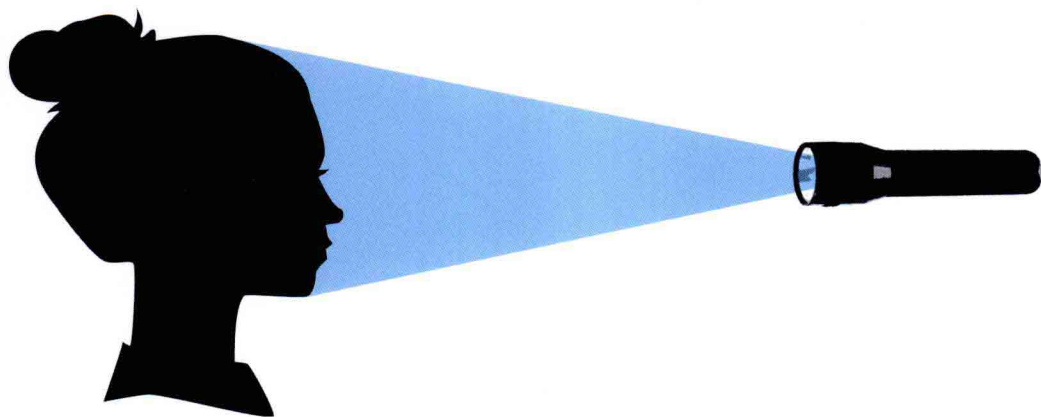


色彩：不仅是对色彩成分进行不同比例的混合而已

人们已对男女在色彩选择上的差异作了多项研究。研究结果不是很明确，但还是有比较有趣的发现。通常人们都会认为“蓝色是男孩的颜色，粉红色是女孩的颜色”。然而，也有一些不同的声音。1918年一本女性杂志这样告知为人母亲的妇女们：

“人们在这一话题（男女在颜色选择上的差异）上有着很大的分歧，但普遍适用的规则应该是：如果是男孩，就给他粉红色，如果是女孩，就给她蓝色。之所以这样说，是因为粉红色要比蓝色更果断、强烈，因此更适合男孩，而蓝色比粉红色更精致、优美，对女孩来说更漂亮”²。

有太多例子证明组成结果的各个部分之和往往大于结果本身，色彩也是一样，不仅是对色彩成分进行不同比例的混合而已……



色光疗法者宣称当人体疲乏时，他们可以使用颜色和光来平衡人体能量，但批评学家仍给色光疗法贴上了“伪科学”的标签。

色彩的治疗作用

色彩疗法是一种已经存在了几世纪的古老医学：古埃及和古希腊是最早建造光疗寺庙来治疗疼痛的文明古国。在古罗马、印度、中国和古西藏文献中也有记载色彩疗法和光疗法。1903年，凭借对疾病治疗中光线和色彩的应用研究，现代光线疗法之父丹麦内科医生尼尔斯·瑞博格·芬森被授予诺贝尔医学奖。由于主流验光师的普遍使用，共振学被广泛应用在治疗当中。共振表示“达到平衡”，共振学通过凝胶、灯、晶体将光和色彩直接作用于眼睛上，从而平衡人体的不同能量系统。

说起治疗作用：黑色可以提高自尊心、增强力量；红色能刺激神经活动，加快心跳和呼吸；蓝色有镇静作用，可以降低血压和平静呼吸；黄色能增强记忆力、提高食欲，而粉色可以降低食欲，缓解紧张情绪，具有安抚效果。一些当下流行的现代治疗手段常用光线疗法和彩色插图来创造和增强某种情绪、缓解疼痛和紧张。

色彩情感

我们和色彩的关系是什么？什么是“色彩情感”？英国色彩和影像集团的科研专家欧立成博士在色彩和情感的关系这一复杂问题上有着一些见解：

“我们也许会说，‘这是一个暖色调’，但我们不会说，‘这个颜色让我感觉温暖’。”

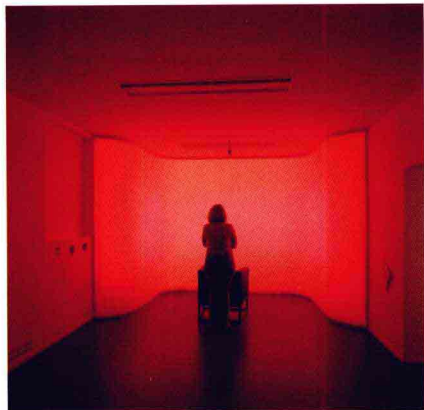
——欧立成博士

“过去几年间，‘色彩感情’这一术语在有关色彩和语义学词汇（如‘温暖的’、‘积极的’）之间的关系研究中被不正确地使用。这一误用导致了很大程度上的错位，因为‘温暖的’和‘积极的’是用来描述色彩特征，而不是描述人类情感的。我们也许会说，‘这是一个暖色调’，但我们不会说，‘这个颜色让我感觉温暖’。”³

我们是从什么时候开始注意到这种协同效应的？更重要的是，为什么会有这种效应呢？

2004年德国艺术家亚历山大·维索夫创造了一种效果强烈的互动色彩装置——“色彩视觉”，安装于上奥地利州罗巴赫市的认知博物馆。

“色彩装置”着眼于肢体上的互动和沟通：参观者可以通过改变身体的姿势来改变房间的颜色。他们的姿势象征了他们的精神态度，并通过房间内颜色的变化得以视觉化。比如，当一个人用一种开放的姿势做着并张开双臂时，房间会变为红色，因为这代表着活力。绿色代表创造力，当一个人用手托着下巴摆出沉思的姿势时，房间就会变为绿色。当一个人将双手交叉于胸前摆出一种保留的姿态时，房间会变为酷酷的蓝色。该研究的主要目的是为参与者提供一种强烈的、可以完全掌握的色彩体验。实质上，参与者不会去留意房间的角落或房间的大小，而只会关注色彩。在研究过程中，该研究的主题很明确：人体不同思维状态下（比如活跃、沉思/创造性、镇定）的色彩涵义，以及当人们可以通过肢体语言来控制思维状态时情感对色彩的影响力。



你看到了我所看到的吗？

我们的肉眼只能感知到电磁波谱中的很小一部分。可见光的电磁波长在紫外线和红外线的波长范围内（400到700纳米之间）。这些频率加在一起组成了白光（太阳光）。白光透过三棱镜可以呈现出七种颜色，不同的波长构成了不同的颜色，从而形成了光谱。

每个人看到的颜色都有细微差别。

简单地讲，色彩是光的感官特征，并由此引出一连串的新名词。在组成光的色彩排列中，人的肉眼可以看到七种颜色，即红、橙、黄、绿、青、蓝、紫。我们能看到事物，是因为它们会吸收或反射不同的波长。人类肉眼把这些看作是色彩。那么我们如何就我们肉眼所看到的达成一致呢？关于“没有两个人看到的色彩是一样的”这一问题，人们有着广泛的意见分歧。试想曾经有多少次你和别人争论某样东西究竟是红色还是橙色，是绿色还是灰色，是蓝色还是紫色呢？基因决定我们都有三原色（红色、绿色、蓝色）椎体细胞，它们对不同波长有着敏感的反应，所以每个人看到的色彩都有细微差别，也就致使每个人所能看到的波长范围和强度有所差异。