

C O L O U R

色彩的管理



漢顏色研
HANN COLOUR

色彩的管理 / 呂月玉譯。-- 初版。-- 臺北市
：漢藝色研出版；[臺北縣]中和市：三友總
經銷，民75
面；公分。-- (色彩之美系列：6)
ISBN 957-622-153-6(平裝)

1. 色彩(藝術)

963

80003728

版權所有・翻印必究

●色彩之美系列6●

ISBN-957-622-153-6

色彩的管理

譯者／呂月玉

發行人／程顯顯

總監／林蔚顯

總策劃／顏崑陽

編輯／張榮森

編審／李蕭銀

美術編輯／凌一文

出版者／漢藝色研文化事業有限公司

製作部／台北市仁愛路四段122巷63號9樓

電話／(02)7031828 7057118

傳真／(02)7024333

劃撥帳號／0788033-5

法律顧問／謝天仁律師

印刷／躍昇彩色印刷有限公司

電話／(02)9868421 9811187

總經銷／三友圖書公司

地址／中和市中山路二段327巷11弄17號5樓

電話／(02)2405600 2405707 2482395

傳真／(02)2409284

登記證／局版台業字第3328號

初版／中華民國75年12月

初版二刷／中華民國80年11月

定價／新台幣280元

1200339651



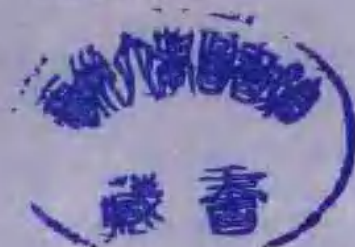
1200339651

廣州大學
圖書館

色彩的管理



李蕭鋁 ● 編審



J063
601

COLOUR 3

色彩的管理

COLOUR AT WORK

序	4
色彩的管理	8
顏色的命名和認定	14
民族的色彩	20
色彩的力量 1	26
色彩的力量 2	32
顏色的組合 1	38
顏色的組合 2	44
顏色大小 1	50
顏色大小 2	56
塑造氣氛的自然光	60
照明的魔術	66
用光來畫畫	72
創造不同的臉	78
服裝色彩語言	82
有顏色的房間	88
被栽培的庭園顏色	92
色彩功能的應用	98
建築景觀色彩	104
眩眼的光 閃耀的都市	110
商品的顏色 1	114
商品的顏色 2	124
顏色和風味	130

漢

藝

藝

色



研

色

色

研

序

許多人常會為使用或選擇顏色而煩惱不堪，不管您是學生、家庭主婦、教師、工廠管理員、總經理、董事長，甚至政府官員、舞台設計師、廣告設計家等都難免會出錯，然而問題到底出在哪裡？

色彩無所不在，它幾乎深入我們個人的日常生活之中，也為人群社會提供了多層面的影響，這種影響可分正面的和負面的，換句話說，如果您將色彩使用得當，它會使我們的生活顯得愉快、豐富且生趣勃勃，相反地，不當的使用色彩，將會導致緊張、不悅的氣氛，甚至發生意外，生活步調錯亂無章，生命遭受威脅，例如我們的室內照明、交通標識、工廠的色彩計劃等等。這些看得到的或看不到的與我們每個人的生活、生命息息相關的視覺空間，除了少數專家，很少人會投注較多的關懷。

「色彩的管理」這本書便是在這個前提下編著而成的好書，它的主旨是在闡釋「色彩的機能」，和這些機能的各種發生和影響的可能性以及如何因應之道。譬如，它會告訴您如何正確的使用顏色，使狹小的室內變得更大些；也告訴您工廠作業員的工作空間該如何使用色彩來提高生產力；家裡的燈泡該使用何種類型才能使室內獲得更好的採光；甚至舞台照明、包裝設計的配色、化粧品和布料的選擇……等等，都有深入淺出的解說。不論您對於「色彩」的關心和細致的程度如何，都請您立刻翻閱、細讀每一個章節，一定會使您深覺裨益匪淺。在此，並預祝您生活得更多彩、更多色、更愉快、更充實！

色

藝

研

藝

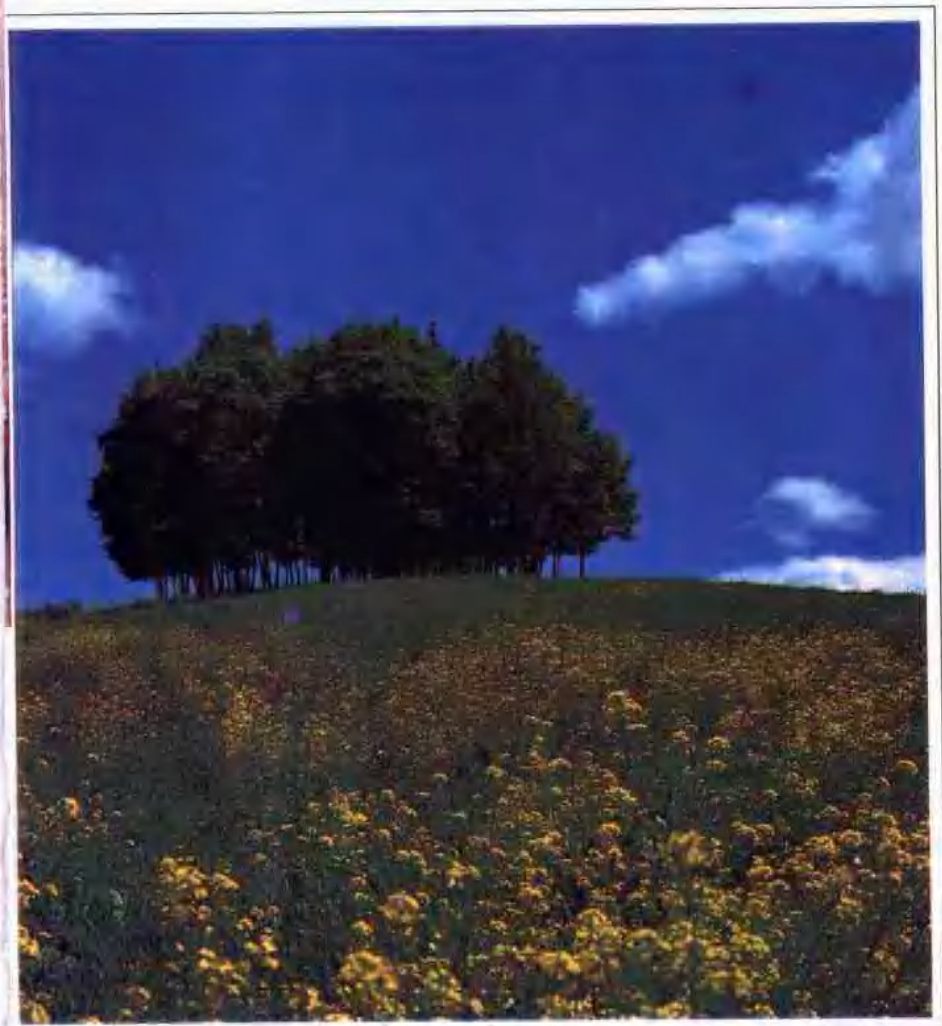
漢

COLOUR 3

色彩的管理

COLOUR AT WORK





色彩的管理



顏色具有各種力量。它能勉勵人，也能使人憂鬱；它能刺激人，也能使人沈著；它能使人生氣蓬勃，卻也能使人敵對怒視。顏色使用不當，即會帶給人緊張或興奮；如果使用得當，則會使環境變得豐富，提高趣味，並防止事故。顏色的選擇是每個人都面臨到的——人們不會買任何一種沒有顏色的東西。

俄國芭蕾舞團的舞台設計家雷歐·巴庫斯特說：「紅色中有勝利的紅和暗殺的紅，藍色中有成為聖海綿蛋糕色的藍，也有梅薩林絲緞（Messaline）的藍」。他也曾將顏色和音色相提並論，他說：「指揮棒一揮，整個管弦樂隊便開始演奏……揮動著棒子即能產生 1000 種毫無錯誤音色的指揮者，他可以把他要表達的感情，直接引導入聽眾的心裏。顏色也是一種工具，但是，絕大部分的人是視而不見的，也不會想到應該如何來處理」。

色彩顧問處理顏色的方法是，藉著謹慎的色彩計劃，提高工廠作業員的關心和生產





力；利用照明创造出狄斯可的氣氛；使用帶警戒色的柵欄引起人對寂靜駛來的柴油火車的注意。所謂色彩管理，舉例來說，是用引人入睡的顏色設計寢室；在灰色、褐色的路上或在微暗的燈光下，讓小孩子穿色彩顯眼的衣服，以防止交通事故的發生。

色彩管理的有效性，從廣告如何使用顏色，如何掌握消費者這一點，可以清楚的看出。利益當頭，顏色成爲一種要因時，顏色的使用經常以明確性爲主——引人注意，給人深刻印象的廣告或包裝的設計，讓人看了之後馬上就知道其連鎖商店的商標；給人信賴感的保險推銷員的暗色服裝也是基於同樣道理。

一部分的心理學者以爲透過顏色的選擇方法和使用，可以進行性格分析。確實，一般人使用顏色是直覺性，也是固定在某種模式中。女性化粧的方法、服裝的組合方法、男性的西裝或襯衫、汽車、廚房、床單的顏色等，都與我們本身所抱持的意象有關。色彩是我們和社會的境界面。

色彩教育如不完整，人們處理色彩的能力也會相對下降。人們多半會注意到服飾、塗裝、傢俱的質料，但是決定顏色卻多出於偶然的。所以，我們常見年輕的小姐熱烈地比較口紅樣本，男孩子花個30分鐘選擇搭配襯衫的領帶，但是買燈泡時，卻未假思索到這種燈光會給與花錢購買的化粧品、衣服及苦心佈置的室內裝潢等，帶來怎樣的視覺效果，因而只是草率地買了實用的燈泡而已。

有很多人選購服裝時十分講究襯托其個性的顏色，但是他們的居家色彩卻沒有發揮任何趣味和勇氣，這是因爲他們沒有經過訓



練的結果。有些人雖然一天換穿一兩次衣服，但是房間的圖樣卻是2年才改變一次，而事實上最能影響人的，與其說是衣服，還不如說是環境的顏色。爲了清楚地掌握顏色搭配所具有的可能性及效果，平常的訓練是很重要的。在做新顏色的實驗中，隨時能更換的便宜日用品是我們實驗的最理想對象，像筆記簿、茶杯、原子筆、桌布、坐墊套、毛巾等，因爲可以隨時替換，所以可以讓我們享受各種不同的顏色，一旦我們對華麗的黃色枕套產生厭惡的感覺時，我們可以馬上

! 繪 畫 天 堂 !
 刷 漆 造 型 漆 畫



以食器為素材，稍用一點靈犀巧思，是不是能將各別的色彩組合出樂音般的情調美來？

替換，等這種感覺消失了以後再拿出來使用，如果對這個顏色的鮮艷度著實厭膩的話，也可以重新染上別的颜色。

食器、衣櫥等，都是顏色組合的實驗素材，即使是盛裝水果，並排黃色香蕉和橙色的柑橘，或是用紅色的果實或綠色的蔬菜拌沙拉時，我們都可以領悟到顏色的奧秘。裝飾餐桌，也是色彩創造的一個課題，同時也可以說是一種工作式的喜悅，如果不把它當成一種藝術創作的話，準備餐事可是無聊的。



簡單的插花也是實地轉移調和法則的實例，活用綠色和白色，強調粉紅色和黃色，可以使人工鍍銀的葉子看起來好像變色般。庭園中的植物也是同時對比活教材。

雖然消費者往往認為物品的顏色多由製造者來決定，但事實上，任何顏色都會因為周圍的狀況或照明不同而有差別，所以談及室內裝潢時，一定要在那個房子裡檢討室內裝飾品或地毯的顏色，否則效果是拿捏不準的，因為光和染料會一起演出魔術，在商店日光燈下，看起來是灰綠色的布料，在自宅的客廳中看起來卻是藍綠色。顏色的判斷尤其無法從色樣本的小布塊上看出來，所以，購買家具用布料時，至少要先購買一個墊子份量大小的布塊回家，擺在使用的場所，然後在上下午的自然光或電燈光下，仔細觀察後再決定購買與否。又，小的紅色塗料樣本，和實際塗在牆壁上的效果不太相同，所以如果不在牆壁的一小部分上試塗的話，就不能正確地掌握樣本色表現出來的效果。

色彩管理是知識、判斷力與直覺的綜合體，它是一種學問、一種藝術、一種工藝，只要精通色彩管理，我們就能得到敏銳的感受性和巧妙處理的滿足感。顏色是如何被命名？被規格化的呢？照明不同，會有什麼變化呢？為什麼顏色會褪色呢？如何使用才能改變氣氛、線、形、輪廓、遠近感呢？又如何去理解顏色組合所產生的視覺效果或色照明對心理的影響呢？以上這些，都是我們選擇顏色時必須事先掌握的。在本書中我們將接觸一些簡易的色彩管理法則，這將有助於日常生活中色彩的應用與發揮。





顏色的命名和認定

截至目前，利用在產業上的顏色約有數千種之多，但是一般陳列在商店中的商品卻侷限在一部分顏色上。這是因為製造顏色的成本關係，用有限的色數來大量生產即可降低價格。製造業者是以行銷的安定色為中心來決定色數，而後才配上流行色。

所以，眼影約達 25 色，桌布約有 20 色，塑膠水桶則只有 6 色。由於消費者多習慣從流行雜誌或室內雜誌上選擇商品的正確色，所以人們將因此而對顏色產生滿足或失望的感覺，製造業者則將因一種顏色而得利或蒙損失。

但是，怎麼做才能正確地記述一個顏色呢？我們由下面的例子來回答這個問題。美國 27 家塗料公司發售的“天空藍”中，沒有兩家的顏色相同，而且，每一個顏色都和美國紡織品色彩卡協會所指定的天空藍不一樣。50 年代初，職任毛毯印刷的美國某色彩顧問，因為沒有包含染料配合法的表色系，所以在工作上發生障礙，他只得將設計出來的顏色用小的染色樣本交給染色工，染色工為了創造出這個顏色，歷盡了好幾次失敗，後來他把不合格的樣本附上配合處方和

