

正成为一体。

2. 让学生的“自主学习”延续

线上教学强调学生在课前自主学习,老师提前一天用“资源包”或导学单的形式提供给学前置学习资料,让学生“先学后问,先问再教”。回到线下教学以后,老师要把指导学生课前自主学习作为备课的一部分,继续认真科学地编制每一份导学单,在课堂上通过老师提问生质疑互辩等形式检验学生的课前学习效果,提升学生自主学习能力。

3. 让家长的“导师角色”延续

线上教学让家长从“生活保姆”无奈被迫摇身变成了“成长导师”,在老师的指导下,很多家长明白了如何与孩子交流,让孩子感觉到温暖和开心,家长成了孩子成长的导师。回到线下教学后,老师要继续指导家长的育人方法,帮助家长了解孩子成长规律,建立家校协作共同体,家校共育,促进孩子健康成长。

4. 让教学的“新式妙招”延续

微课是线上受学生喜爱的学习方法。针对学生作业中的高频错点、学习内容重点和难点,学生自行反复多次观看,直至看懂理解,这种个性化的、不受空间时间限制的方法大大提高了学习效率。

线下教学中要延续线上教学的微课、线上作业、线上问卷调查、线上检测等信息技术手段,形成多种学习及成果展示的方式,使教学变得多元化。

线上线下融合已经成为当今时代各行各业变革的主要方向,教育亦是如此,我们要把握线上线下教学的特点,转换思维,延续线上教学的优势继续辅助线下教学,未雨绸缪,放眼将来,潜心思考、耐心沉淀、细心调整,让线上线下的教学衔接有序、自然、无痕。在探索中前行,在前行中反思,在反思中进步,做好线上线下衔接,为学生的发展、成长助力!

参考文献

[1]王燕.教育心理学在学生教育教学工作中的应用[J].现代交际:下半年,2011(9):197-198.

浅谈展示设计中色彩的运用

侯静

(辽宁特殊教育师范高等专科学校 辽宁 沈阳 110000)

【摘要】本文通过对展示设计中色彩运用的研究,结合色彩学的基本理论,阐述了色彩在展示空间设计中的作用、设计原则及其应用。使人们了解到,就设计一个展示空间而言,展览中色彩运用的好坏,直接决定了展览所产生的视觉与心理感染力成功与否。不同的地区、民族、文化传统对色彩的象征意义、偏好是有很大差异的。所以展示色彩设计应根据展览地点、展览性质、参观对象特别是目标观众的特点来具体分析、落实。

【关键词】色彩的物理;生理与心理的效应;公共空间与色彩;展示空间与色彩

在人们身处的环境中,一切都跟色彩离不开,生活作息可说是深受它的影响。而设计师们也庆幸有这样素材,可以运用、强化设计。不管在展示设计、空间设计还是其他任何设计界,不管是历史、现在或者是未来,在设计师的设计中永远都是不可或缺的素材,也是专业从业人员所急需熟悉地要素之一。

一、色彩设计的基本原理

1. 色彩的本质

色彩是最有表现力的要素之一,因为它的性质直接影响人们的感情。当人们观看一件艺术作品的时候,他并非必定理性地认识他假定对其色彩产生感觉的东西,而是对它有一种直接的感情反应,愉悦的色彩节奏与和谐满足了人们的审美需求。

2. 色彩设计的基本原理

色彩设计是以色彩学为基础的,色彩学是人类认识自然的结晶。它为人类以武力效应、心理效应、生理效应等方面的研究提供了一定的理论根据。色彩的冷暖、色彩的轻重、色彩的心理效应。色彩本身不过是波长不同的光线,本无什么“情感”可言,但由于人们的生活经验、心理联想、审美情趣等原因给色彩披上了感情色彩,并由此引发出色彩的象征性及对不同色彩的好恶感,色彩心理学正是在这个基础上产生的。

3. 色彩的象征

如一个国家的国旗除去图形内容外,其色彩象征着这个国家的政治、地理、人文面貌等。在中国,白色象征着悲哀,红色则象征着喜庆。如写挽联用白纸,写春联用红纸等。中国的传统艺术是极富象征意义的。在京剧艺术中的每一个环节,无不充满着这种象征意义,它的唱腔、念白、服装、道具都是如此,脸谱设计的用色上,色彩更是十分鲜明而肯定,并形成了一整套用色的“程式”。如红色象征忠诚,黄色象征干练,白色象征奸险,黑色象征刚直,绿色象征凶狠,蓝色象征桀骜不驯,紫色象征忠谨,金银象征超特等。

二、展示设计中的色彩应用

1. 色彩的空间效果

一种色彩的空间效果可以是几种成分构成的。在深度方面起作用的力量存在于色彩本身。这种力量可以在明暗、冷暖、色度或面积对比中表现出来。此外,空间效果还可以由对角线和重叠产生。

2. 公共空间环境中色彩的应用

公共空间环境中色彩的作用—色彩在公共空间环境中的作用主要有四个:

(1) 安全标志与提示

在交通系统中,色彩用在标志与提示中。例如。红色灯禁行,绿色灯则可安全通过。消防器材与工具漆成红色。黄色有警示作用;黄黑条相间是提醒人们前面有运动物体、有碰撞危险。

(2) 各种设备管线的识别作用

例如,在国际上和工程技术界,对给水、排水、热水、蒸馏水、氧气、氢气、氯气、煤气、天然气等输送管线,不同功能的电源导线等,管线外表的颜色都有严格的区分,以便于识别、管理,确保环境与人身的安全。

(3) 功能区的识别与标明

在民用与工业建筑中,用不同的颜色区分楼梯间、过厅、卫生间、办公室、会议室和不同的车间。在展示设计方面,往往用色彩区分走道区、展示区、休息区和洽谈区等。

(4) 空间的导向与指引

例如通过色彩的渐变;或同一彩度的色条由宽到窄,或大到小;或通过色彩冷

暖的处理,对人流具有疏导和指引作用。

3. 展示空间的色彩设计

展示中的色彩设计属于装饰色彩设计。由于展品本身的颜色,加上展览周围的环境、道具、照片、绘画等都是依靠各种颜色来装饰的,因而组成了展示的基本色调。

展示空间界面的色彩设计,应该有色彩基调,不可太花梢;要助于展示主题内容的表达,表现某种情调和气氛;有助于突出展品,色彩与展品为互补色或有鲜明对比;要有益于观众参观,不过于刺激和伤害观众的视觉器官;要符合观众对象的欣赏习惯,观众对色彩的喜好和禁忌要了解;要有意识有针对性地使用色彩,展示色彩设计通常多采用对比的手法。

4. 展示空间色彩的具体运用

(1) 展示版面色彩设计

展示版面的色彩设计应多采用白色或其他淡色彩为主,由于展示版面在整个展示空间中的面积大、层次多,白色或淡色会给参观者一种轻松的感觉。色彩过重,就会使人感到沉闷、压抑。白色的特点在于能衬托任何色彩的鲜明度,适于用同类色表现局部与层次。

(2) 色彩的光照设计

在展示设计中,色彩在不同的光线,不同的距离,不同的角度下,就会出现不同的色调变化。如在展示立体造型中,运用色彩的光照变化与色彩的强弱变化,来突出重点的实物展品。

(3) 色彩错觉现象的运用

在展示设计中,也可以运用色彩的错觉现象。色彩错觉是人们在视觉感受中的一种特殊的规律,由于错觉的影响,可以使人们看到的一些形象与实际形状、大小、色彩等都有一些差异。引起这种现象的原因很多,也很复杂,展示中的陈列环境、色彩、展品的造型等都存在着错觉的想象。对于色彩处理来说,在同样面积的环境里,由于色相和色度不同,就会给人以轻重大小不同的感受。

5. 展示空间道具的色彩设计

这里特指展示用具,包括展台,展板,展架和用来表现展示事物的其他器物,展示道具从功能上分为承载性道具,贮藏性道具,陈述性道具和表现性道具四大类别。

展示道具的色彩设计—展示道具的色彩选择与设计也是有原则的:

(1) 道具用材及外表色彩应该是中性色和单纯的色相,绝不可五颜六色。

(2) 道具外表色彩对展品起到衬托作用,不能色彩太近,应和展品有鲜明的对比。

(3) 确定道具色彩时,要考虑与展示空间界面的色彩既协调又有对比。

意念为体,色彩为用。回到创意的阶段,色彩、图像、文字,全部都只不过是一个设计的外表,一个设计作品的真正灵魂其实来自设计师的创意。同样,没有意念的色彩设计,无异于一具具有漂亮外表的躯壳,在最初目睹的一刻,或许会摄住周围人的目光,但观众能否长期记得这个设计,却很成疑问。诚然,设计师只有把创意思念融入色彩设计中,整个设计才有灵魂,色彩才会向观众传情达意。

参考文献

[1]胡慧慧.室内设计色彩与人的心理效应[J].艺术科技,2015(4):213.
[2]侯海鸣.基于消费心理下的我国住宅室内设计色彩分析[J].大众文艺,2013(17):119.