

# 职业教育中平面设计中色彩信息的情感传达

徐 静

(镇平县工艺美术中等职业学校 河南 南阳 474250)

**【摘要】**平面设计是以“视觉”进行沟通和表现的,而色彩是平面设计的重要组成部分,也是视觉呈现的主要元素。它有比语言更迅捷的沟通能力,有着它承载的独特魅力。不同的色彩运用,带给人的视觉及精神感受亦不相同,从而不同的色彩和人类会进行情感的交流与美的互动。本文以色彩传递情感为核心,分析了色彩与情感间的相互影响、色彩三要素对情感的引导以及设计者创作时选择色彩的情感认知。

**【关键词】**平面设计;色彩;情感

## 引言

职业教育专业教学资源库建设是顺应“互联网+”发展趋势,推动信息技术在职业教育专业教学改革与教学实施领域综合应用的重要手段。本校资源库总体目标即为通过资源库的建设,整合行业、企业、学校优秀的教学资源,形成“教、学、做、评”相结合的教学模式;构建以学校主导、行业指导、校企融合的三方互动教学机制。为教师、学生和社会从业人员提供自主学习平台。职业教育中的平面设计课程一般属于美术专业或者广告设计范畴,由于平面设计在生活中的普遍应用,使其成为高职院校的重要专业课程内容。

## 1 色彩与情感之间的相互影响

据统计,人们所获得外来信息有87%来源于视觉导入,但色彩并不完全依靠眼球。在人体入睡时,也会有看到黑色、白色或彩色,这一现象说明色彩并不完全是眼球接受的信息,也可能观念上、象征上以及生理学上出现的某种情况。也就是说,色彩与情感想通相融。在平面设计中,色彩是人们接触事物的第一情感互动,色彩具有独特的视觉审美特征以及心理暗示。市场上大部分的快餐店、便利店大部分使用的颜色是红橙色或黄色,这类暖色波长较长,会使人血压升高、脉搏加快、体温上升,从而刺激人的食欲,而蓝色、深蓝色会使人冷静、血压、体温降低,抑制亢奋。在平面设计表达中,很多特定的节日或产品有着较为公认的颜色体系,例如春节的中国红,谷类产品的淡黄色以及公益的绿色等。著名日本平面设计师永井一正,1951年就学于东京帝国艺术大学刻专业,1960年参予创立“日本设计中心”。从1960年至1988年他获得了JAAC奖、朝日广告奖、每日设计奖、东京ADC会员奖。他的作品被东京国立近代美术、富山县立近代美术馆、姬路市立美术馆等地收藏,目前为JAGDA副会长、AGI会员、日本设计中心主席。他的作品从上世纪60、70年代的抽象几何风格开始,逐步演变到上世纪80、90年代的意象手绘风格,最终形成上世纪90年代末的禅意空寂风格。作品风格的演变与色彩的使用有着密不可分的关系。起初的抽象几何多为鲜明的色块,随后,时代主题由战争变成和平,也使得艺术审美发生了较为巨大的改变。二战后这种色块明艳,大对比度的风格逐渐被纯度明度较低的灰调所代替。时代背景也就是情感因素引导的审美色彩的变化。

## 2 色彩的三要素对情感的引导

在生活交往中,我们留给人的第一印象很有可能成为对方是否决定与你交往的关键。无论在人际中,还是事业中,好的印象会起到推动作用。同理对于平面设计,好的印象可以大大促进消费,增加产品附加值。而在作品的“第一印象”中色彩具有“先声夺人”的视觉特征,而整体形象的把控是通过调节色彩三要素来体现的。

### 2.1 色彩的明度

色彩的种类的无穷无尽的,在颜色混合中,若在纯色中加入白色或黑色,明度提高或者明度降低,那么色彩的鲜艳程度一

定会降低,纯度就随之降低。一般而言,明亮的色调会有浪漫的气息,常用在幼儿用品,或者女性使用的化妆品中等、明色调也会有甘甜爽口的形象,应用于冰激凌甜点中,可以增加味道的作用。而色彩的明度越高,给人的感觉就会越干净,例如我们想要调整人物的肤色,那么我们就可以提高人物肤色对应色彩的明度,这样就可以让人物的皮肤显得干净剔透。

### 2.2 色彩的饱和度

饱和度即为颜色的亮丽程度。一种颜色的饱和度越低,其色彩的攻击性就越低,就越能给人稳定的视觉感受,例如我们常见的日系摄影,其色彩的饱和度通常就比较低,因此能够给人安静的感觉。

### 2.3 色彩的色相

不同色彩能够赋予人们不同的视觉感受,因此我们应该根据我们的表达目的选择不同的色彩,例如我们常用的冷暖色,冷色给人以寒冷、平静的视觉感受,暖色给人燥热、活跃的视觉感受。很多人其实并不能分清暖色和冷色,却可以感受到不同颜色的温度差。他们会根据季节的变化而调节室内装饰物或服饰来调节自己的体温。

## 3 设计者选择色彩的情感认知

色彩构成即色彩的相互作用,是从人对色彩的知觉和心理效果出发,用科学分析的方法,把复杂的色彩现象还原为基本要素,利用色彩在空间、量与质上的可变幻性,按照一定的规律去组合各构成之间的相互关系,再创造出新的色彩效果的过程。色彩构成是艺术设计的基础理论之一,它与平面构成及立体构成有着不可分割的关系,色彩的不同构成对情感的传递也各不相同。色彩是设计者手中强大的工具。他吸引眼球,激发情感,而且传递着深意。色彩赋予人的感情很大一部分取决于受众者个人。但在同样一片黑色中,一小点的红色寓意着希望,而大面积的红色可能象征着夕阳。这就是色彩构成比重上给人传递的情感。所以在创作中,要考虑该颜色传递的情感是否能被大众准确解读,而不能模糊不清,含义不明。然而,要想准确的提取情感色彩,就要自己不断的实验和迭代。设计者要将表达的内容与所采用和遵循的艺术规律进行结合和创造,设计出色彩辅助情感的作品,主导受众心理并传达美意。设计者在创作中选择色彩时,其实是一个处理视觉经验和生活世界联系的过程,同样也是受众与设计者交流的过程。总之,色彩在平面设计中不可或缺,色彩所表达和传递的情感是独一无二的,想要从平面中收获情感信息,色彩的合理化运用是最直接最有效的。

## 参考文献

- [1] 乔鸿雁.论包装设计中色彩的情感传达[J].装饰(8):124-125.
- [2] 马丽.色彩情感在视觉传达设计中的作用[J].大众文艺, No. 383(5):99.
- [3] 黄剑平.纸质在平面设计中的情感传达[J].艺术品鉴, 2015(5).