

色彩情感在平面设计中的运用探析

周萌

(宜宾学院, 宜宾 644000)

摘要: **目的** 探索色彩情感在平面设计中的运用策略。**方法** 通过对色彩与人的情感之间的关系探讨引出色彩的基本内涵及独特的情感特性,接着从提高画面动感、触发心理感受、引发视觉注意等方面探讨色彩的韵律、节奏、象征意义等在平面设计当中的应用价值与主要路径,并从标志设计、包装设计的实际出发,分析色彩在其中的应用原则及方法,然后以此为基础展开色彩应用过程中应注意的象征意义、配色规律、审美趣味等方面问题的探究,最后对未来的深入融合与发展进行展望。**结论** 色彩的情感性给平面设计带来了更多的创意和灵感,使平面设计作品能够以一种审美的愉悦吸引受众,与受众的心理层面和情感层面进行深层次的互动,实现信息传达和艺术展示的目的,促进平面设计作品的艺术效果和价值的升华。

关键词: 色彩情感; 平面设计; 配色规律

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2020)16-0298-03

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.16.046

Application of Color Emotion in Graphic Design

ZHOU Meng

(Yibin University, Yibin 644000, China)

ABSTRACT: The paper aims to explore the application strategy of color emotion in graphic design. Based on the discussion on the relationship between the color and human emotion, the basic connotation and unique emotional features of color were introduced. And then, from the perspectives of improving picture motion, triggering psychological feeling, causing visual attention, etc., the application value and the main path of rhythm, tempo, and symbolic significance of color in plane design were discussed. And from the reality of logo design and packaging design, the application principles and methods of color in it were analyzed. On this basis, problems that should be paid attention to in color application such as symbolic color, color matching rule and aesthetic taste were discussed. And finally, the paper prospected in-depth integration and development of the future. The emotionality of color brings more creative ideas and inspiration to the plane design, makes the graphic design work attract audience with an aesthetic pleasure, has in-depth interaction with the audience in the psychological and emotional level, realizes the purpose of the message and art show, and promotes the sublimation of the artistic effect and value of graphic design work.

KEY WORDS: color emotion; graphic design; color matching rule

俗话说“远看色,近看花”。可见一直以来,色彩都被人们习惯性地排在视觉流程的第一位,先有色彩后黑白同样是说的这个道理。色彩的情感性能够引发人们对冷暖、轻重、软硬、前后、大小等感觉的心理联想,尤其当人们在生活中逐渐积累了一定的视觉经验,便会引发某种色彩刺激,从而轻松激发人们的

某种情绪,让人产生联系,甚至心理上的审美联想。事实上,色彩本事并不具备情感,只是当它与有情感、有认识的人联系起来的时候被赋予了丰富的意义,是人们表现愿望、理想、心理活动的一种符号。在平面设计中,设计师若能懂得与色彩沟通,了解色彩,便能借助色彩完成作品的设计表达,唤起受众心理上的

收稿日期: 2020-04-12

作者简介: 周萌(1980—),男,四川人,硕士,宜宾学院副教授,主要从事视觉传达设计和地方文化研究。

审美联想,使设计作品更易被人们接受,从而达到理想的设计目的。深入分析色彩的特点与情感,科学、理性地应用色彩为平面设计助力便成了设计师努力研究的重点。

1 色彩的基本知识

色彩主要是由可见光刺激人的眼睛所产生的。这是因为大多数的物体本身不会发光,但它们能够吸收大自然中的光线,且鉴于各自的性质不同,一部分光线被物质选择性吸收,一部分光线被反射后形成了色彩^[1]。一般来说,色彩分为黑、白、灰无彩色和红、黄、蓝等有彩色两大类,有着色相、纯度、明度三个基本特征,所以说色彩具有一定的情感象征性,是因为当其以自然属性吸引人们的时候会作用于人的情感,影响人的情绪。这种色彩的情感性与平面设计有着密切联系,尤其是色彩的味道感、美观感和温度感都在一定程度上影响着平面设计的成败。设计师对色彩的运用并不仅仅局限于视觉表现,还要重点把握受众的满意度,以提升作品或者商品的美观感和兴奋感,达到一种和谐、优美、令人心情愉悦的视觉效果。

2 色彩在平面设计当中的应用方式

作为造型艺术的要素和主要手段,色彩在平面设计中起着重要的视觉作用,无论是局部用色还是整体用色,必须对色彩的韵律、节奏、搭配等有深入的了解,同时遵循色彩构成的均衡、韵律、强调、反复等法则,将其合理安排在平面设计作品中,以实现令人愉悦的视觉效果^[2]。

2.1 结合色彩的韵律和节奏提升平面设计作品的画面动感

色彩并不简单的是一种形式化存在,它与音乐一样有着独特的节奏韵律美感。结合平面设计中的色彩组合实际可以发现那些强弱、大小和疏密的巧妙配合,产生了一种有活力的跳跃的色彩效果,形成了一种空间运动感,让作品的画面具备节奏感。正因如此,当在欣赏平面设计作品过程中,通过色彩的对比使用和明暗变化等方式由一块色彩向另一块色彩进行视线转移,便会体会到画面的动感,使原本平常的平面设计作品达到一种三维效果。

2.2 强化色彩的视觉冲击吸引受众的注意

当前,人们的生活节奏非常快,每一天都需要接受非常大的信息量,且整体的更新速度很快。在这一现实下,想要迅速地集中人们的注意力,就必须能够激发人们欣赏作品的兴趣^[3]。鉴于人们的第一感觉是视觉,而色彩是影响视觉的最大要素,所以平面设计作品通常会采用彩色的设计形式,以便在更大程度上

引起人们的注意。

2.3 借助色彩的象征意义激发受众的内心情感

色彩的象征意义可以触发人们的心理感觉与联想,这一点毋庸置疑。在平面设计当中的应用色彩可以实现对受众情绪与心理的影响,从而更好地表达主题。比如,日常生活当中那些暖色调的食品包装能够刺激人们的神经,提高人们的食欲。蛋糕上的奶油黄就可以使人感觉到一种酥软甜腻,刺激人们的味蕾。当然,这些是正确的色彩应用方法。如果将食品包装采用并不多见的灰色和蓝色,这样的色彩则会降低人们的食欲,甚至会给人造成一定的忧郁情绪。

3 色彩在平面设计当中的应用方向及策略

色彩本身并无情感,却能表达情感,其在平面设计领域的标志、包装、招贴、广告等设计方面都有着不容忽视的重要作用,可以帮助作品实现与目标受众的情感共鸣^[4]。可以说,色彩在影响着人们的审美情感,同时人们也在无形中体会着它,感受着它。下面主要选取了平面设计中的标志设计和包装设计两个代表领域就色彩在其中的应用方向及侧路展开具体的分析论述。

3.1 标志设计中的色彩

标志中的色彩至关重要,是一种融合了审美、科学、创造、应用等特点的艺术化应用,在一定程度上决定着标志设计的成败^[5]。因为色彩是受众看到标志的第一线,是最能够受众群体注意的,所以设计标志的色彩选择要慎之又慎,一旦确定了标准色,其所给人的印象也将定型。比如,绿色所具备的自然美就是其情感性的突出表现,显示了大自然的生生不息。无论是绿色的草地还是交通灯中的绿色灯,都给人一种和谐、安全的感受^[6]。“中国环境标志”就选用绿色作为主体色,寓意着要保护环境、和平相处。蓝色是一种镇静色,令人感到神秘莫测,是冷静、智慧等象征,多用于强调科技、效率的商品或企业形象的标志设计中。

具体到商业标志设计而言,色彩在传达企业的理念、传递信息中作用明显。很多大公司、大企业都会将某种色彩作为自身的形象色,如中国人寿的绿色、移动通信的蓝色,这样的色彩应用使得企业标志更加深入人心,只要提到某种色彩,人们便会联想到某个集团或者公司,所以十分有利于企业的识别和认同^[7]。在实际的标志设计中,设计师要结合企业性质和理念深入挖掘能够与企业精神所契合的色彩,使标志在市场上更加醒目。例如,餐饮和食品企业的标志设计多选用红黄等暖色来增加食欲及其亲和力,而科技、信息等产业的标志设计则会选择蓝色以体现科技、前卫、智慧的企业形象。

3.2 包装设计中的色彩

色彩在包装设计中起着重要作用,其既可以美化包装设计,又可以在营销功能上实现加持^[8]。在当前包装设计日新月异的大趋势下,人们对商品的包装设计的要求越来越严格,审美要求也越来越高。色彩作为包装设计的一大元素,凭借自身的重量感、温度感、软硬感等方面的功能,在消费者内心达到了一种心理信任的共鸣,同时强调了识别记忆功能和美化功能,有效缩短了商品交易时间,加快了商品销售与流通^[9]。

在化妆品包装设计中,色彩的应用十分有代表性。一款珍珠美白洗面奶的包装设计就选用了珍珠白色作为包装设计色彩,如此便对消费者产生了一种情感化影响,从而对该品牌的珍珠美白洗面奶的珍珠成分含量和美白效果产生信任感。这就是利用色彩所营造的情感基调所实现的心理信任共鸣的重要体现,有利于促成消费者的购买行为^[10]。

另外,在系列化包装设计中的色彩情感应用也十分突出。在系列化包装设计中,设计师通过不同的色彩代表同类产品的不同品种、味道,实现了包装设计效果的最大化。比如,在水果糖系列化包装中就可以用紫色代表蓝莓口味,绿色代表苹果口味,红色代表草莓口味,黄色代表柠檬口味;在化妆品系列化包装中就可以用粉色代表保湿型,白色代表美白型,金色代表抗皱型等等^[11]。当然,在系列化包装设计中运用色彩情感并不是随意为之的,必须从产品的特征出发,结合实际需求进行科学合理地使用和借鉴。

4 平面设计应用色彩时需要注意的问题

由上文的论述可知,色彩情感的价值与应用意义重大,只要拥有恰当的艺术表现形式和手法,就能借助色彩实现更加多样的艺术语言,让设计作品达到整体美、视觉美的高度,进而产生联想性力量,让整个作品更加独特与个性。但是,色彩在平面设计中的具体应用并不是完全无所顾忌的,现实中仍有许多必须注意和强调的内容^[12]。第一,色彩具有象征意义,其在不同的地区不同的民族有着不同的情感反映,因此设计师在对色彩情感进行艺术化表达时必须结合受众的生活习惯、民俗心理、思维方式等意识与文化的因素,如果对地方的文化背景缺少了解,则会极大地影响设计效果,甚至引发受众的反感和抵制。第二,遵循配色的规律,处理好主调与辅调的关系也是平面设计作品必须强调的内容。设计作品的低调朴实抑或华丽高贵,温馨快乐抑或悲怆伤感,这些都受制于主调色彩的选择,因此选择主调色彩十分关键。同时,辅调色彩的选择也需要对主调色彩形成一种调和与辅助的作用,要么和谐统一,要么对比突出,如黄配紫、红配绿等,进一步强化色彩的应用价值。第三,迎合大众审美趣味,时刻关注流行色。当今社会,人

们的追求多变,特别是一部分年轻人对新的事物非常感兴趣,他们的审美观念已经不再保守和固定^[13-14]。这就需要设计师更好地迎合大众审美趣味,大胆地超越传统的色彩使用方案或者在传统色彩当中注入一些现代设计理念,让色彩的情感内涵更加丰富,效果更加突出。

5 结语

在当前的平面设计领域,设计师一直在追求更加时尚、个性又富含内涵的艺术规律,色彩的艺术语言与情感表达给了他们极大的灵感,使得整体的设计作品展现出视觉传达的鲜明特征和情感表达的独特魅力。作为设计师,在未来的设计实践中应对色彩的情感层面进行深入挖掘,从理论与实践两方面把握色彩的基本原理、色彩知识以及色彩设计的经验,并将之应用与设计之中,创作出更精彩的作品,与受众实现心理层面和情感层面的互动,如此才能使色彩的价值最大化,促进平面设计的长远发展。

参考文献:

- [1] 张晓晶,李猛,沈军.色彩情感在平面设计中的运用[J].电脑迷,2014(17):36.
ZHANG Xiao-jing, LI Meng, SHEN Jun. The Application of Color Emotion in Graphic Design[J]. Computer Fan, 2014(17): 36.
- [2] 耿伟.色彩情感在平面设计中的运用[J].现代装饰(理论),2015(12):72.
GENG Wei. The Application of Color Emotion in Graphic Design[J]. Modern Decoration (Theory), 2015(12): 72.
- [3] 赵艳.浅析情感色彩在平面设计中的运用[J].剑南文学:经典阅读,2013(8):229.
ZHAO Yan. Analysis of the Application of Emotional Color in Graphic Design[J]. Jiannan Literature: Classic Reading, 2013(8): 229.
- [4] 刘彬.标志的色彩设计[J].艺术科技,2016(9):276-277.
LIU Bin. Color Design of Logos[J]. Art Science, 2016(9): 276-277.
- [5] 张海霞.色彩在标志设计中的应用[J].电影评介,2012(9):85-87.
ZHANG Hai-xia. The Application of Color in Logo Design[J]. Film Review, 2012(9): 85-87.
- [6] 陈舒.浅谈色彩在标志设计中的作用[J].文艺生活·文海艺苑,2012(11):181-182.
CHEN Shu. On the Role of Color in Logo Design[J]. Literary Life · Wen Hai Yi Yuan, 2012(11): 181-182.

(下转第304页)

- [9] 赖姝. 浅谈中国书法字体在包装设计中的运用[J]. 时代教育(教育教学), 2011(1): 111.
LAI Shu. On the Application of Chinese Calligraphy Fonts in Packaging Design[J]. Times Education(Education and Teaching), 2011(1): 111.
- [10] 王炳钧. 对书法字体在包装平面设计中的运用分析[J]. 神州, 2018(1): 262.
WANG Bing-jun. Analysis of the Application of Calligraphy Fonts in Packaging Graphic Design[J]. Shenzhou, 2018(1): 262.
- [11] 赵楠, 尹言. 书法笔画元素在现代包装设计中的应用[J]. 艺术教育, 2014(5): 211-212.
ZHAO Nan, YIN Yan. The Application of Calligraphy Stroke Elements in Modern Packaging Design[J]. Art Education, 2014(5): 211-212.
- [12] 白云菲, 尹言. 禅意书法在包装设计中的意境营造[J]. 艺术教育, 2014(12): 163.
BAI Yun-fei, YIN Yan. The Artistic Conception of Zen Calligraphy in Packaging Design[J]. Art Education, 2014(12): 163.
- [13] 鲁乔, 郑莉. 基于水墨书法在现代包装设计中的应用[J]. 大观, 2016(1): 85.
LU Qiao, ZHENG Li. Application of Ink Calligraphy in Modern Packaging Design[J]. Grand View, 2016(1): 85.

(上接第 300 页)

- [7] 张莹. 色彩在标志设计中的应用分析[J]. 戏剧之家, 2016(23): 163.
ZHANG Ying. Application Analysis of Color in Logo Design[J]. Theatre House, 2016(23): 163.
- [8] 彭小川. 色彩在包装设计中的功能[J]. 艺海, 2012(11): 132.
PENG Xiao-chuan. The Function of Color in Packaging Design[J]. Yihai, 2012(11): 132.
- [9] 邱霓. 色彩在包装设计中的运用[J]. 读写算: 教研版, 2012(18): 78.
QIU Ni. The Application of Color in Packaging Design[J]. Reading and Writing: Teaching and Research Edition, 2012(18): 78.
- [10] 夏媛媛. 色彩在包装设计中的应用探讨[J]. 新一代: 理论版, 2011(9): 219.
XIA Yuan-yuan. Discussion on the Application of Color in Packaging Design[J]. The New Generation: Theoretical Edition, 2011(9): 219.
- [11] 李永轮, 刘华玉. 包装设计的色彩旋律[J]. 郑州轻工业学院学报: 社会科学版, 2008, 9(4): 44-45.
LI Yong-lun, LIU Hua-yu. Color Melody of Packaging Design[J]. Journal of Zhengzhou University of Light Industry: Social Science Edition, 2008, 9(4): 44-45.
- [12] 王丽英. 色彩在平面设计中的应用[J]. 大舞台, 2013(3): 163-164.
WANG Li-ying. Application of Color in Graphic Design[J]. Big Stage, 2013(3): 163-164.
- [13] 刘彦辰, 杨晔. 平面设计之色彩搭配[J]. 科教导刊: 电子版, 2016(5): 98.
LIU Yan-chen, YANG Ye. Color Matching of Graphic Design[J]. Science Journal: Electronic Edition, 2016(5): 98.
- [14] 张浩. 全国十四运会视觉形象设计的时代性[J]. 工业设计, 2019, 1(1): 28-36.
ZHANG Hao. The Time Nature of the Visual Image Design of the 14th National Games[J]. Industrial & Engineering Design, 2019, 1(1): 28-36.