

室内设计师室内设计色彩设计汇粹（四）PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/286/2021_2022__E5_AE_A4_E5_86_85_E8_AE_BE_E8_c67_286703.htm

四、色彩感觉的心理效应

色彩，就其本质来说，不过是波长不同的光线，本无什么“感情”可言。但是，人类生活在这个世界上，就靠了这些光线，获取了大量的信息。春夏秋冬、风云雨雪、金木水火土、酸甜苦辣咸这一切变化对人类造成的影响无不通过色彩的记忆在人们心灵的深处留下烙印。所以，当人们看到某种颜色（或色组）时，便不由自主地联想到在生活经历中所遇到过的与此相关的感觉，从而引起心理上的共鸣。尽管人们的生活经历、文化素养、宗教信仰等不同，而对色彩的心理反应有所同异，心理学家们关于色彩感情效应的各种推论是有根据的。“日本著名电影演员山口百惠在她的自述传《苍茫的时刻》一书中说，她觉得每天穿着的衣服的颜色似乎可以左右她一天的一切。她认为，穿了紫色的西装裤就又仿佛回到了孩提时代的感觉。有一次，她穿了一件黑色的连衣裙到摄影棚去，使她觉得周围的气氛都染上了黑色，摄影机用任何角度对着她，她都笑不出来，周围的人尽量喊她振作起来，都动不了她心底的黑色，结果拍出的镜头带有阴郁的情调。”一位实业家准备举行舞宴，招待一批男女贵宾。……当快乐的贵宾围住摆满了美味佳肴的餐桌就座之后，主人便以红色灯光照亮了整个宴厅。肉食看上去颜色很嫩，使人食欲大增。……红光变成了蓝光，烤肉显出了腐烂的样子，马铃薯像是发了霉。宾客立即倒了胃口；可是黄灯一开，就把红葡萄酒变成了蓖麻油，把来客都变成了行尸，几个比较娇

弱的夫人急忙站起来离开了房间，没有人再想吃东西了。主人笑着打开了白色的灯光，聚餐的兴致很快就恢复了。根据木村俊夫氏做过的这一试验得知，将同样温度的红与蓝的热水放满两个烧杯，让人边看边用左右手指插入不同的烧杯，这时让其说出各自的温感，谁都回回答说，红色热水要比蓝色热水的温度高。在某个工厂，让工人搬运黑色的箱子，他们说箱子太重而深为不满，后来在工厂的休假日，资方把箱子的黑色全部换成钱绿色，第二天上班的工人都说这些箱子轻多了，因而顺利地完成了作业。宋朝郭熙载林泉高致一书中对山川四季的色彩变化所引起的感受这样写道：“真山水之云气四时不同。春融怡、夏蓊郁、秋疏薄、冬黯淡。真山水之烟岚，四时不同，春山艳冶而如笑，夏山苍翠而如滴，秋山明净而如妆，冬山惨淡而如睡。类似这样的例子还有很多。涉及到人的衣、食、住、行、工作、学习以及日常生活的各个方面。在现代社会，色彩心理效应的研究已不限于在少数的心理学家、艺术家的范围，随着商业竞争的发展，也越来越受到企业家、商业界及服装设计、工业设计、城市管理等各个方面。虽然我们不能把色彩的感情效应绝对化，更无法理解在西班牙斗牛场上为什么公牛在见到红色就进攻、见到黄色就退却的真正理由，但是，通过大量的材料验证，至少可以说人们对色彩的心理感受中确实有着某种共同性的东西。

1、色彩的冷暖感

所谓色彩的冷暖感是一种心理量，与实际的温度并无直接的联系。红橙黄近似火焰的颜色，当人们看到这种颜色时，就容易联想到火的燃烧、太阳的升起、热血、红花等，因此往往在心理上产生一种温暖的感觉；而蓝青色人们多见于冰天雪地、海洋、天空，所以往往给

人以寒冷的感觉。颜色的冷暖感是相对的。例如紫红、绿色、灰色等，与暖色的桔红相对时属于冷色；而与冷色的蓝青并列时又属于较暖的色。在同一色相中，由于纯度、明度及光照的不同，也会形成一定的冷暖差异。在色立体上，冷色与暖色的分布陈列形成两半球对峙状，犹如地球的两极。暖色以最纯的桔红色为极点，冷色以最纯的青色为极点。而中间的绿灰紫是中间过渡地带，他们有时处于“中立”，有时又表现出暧昧或摇摆现象。色彩的冷暖感是区别色彩特质的重要标志之一，在色彩设计和绘画创作中，恰当地利用色彩的冷暖对比与统一，是提高色彩感染力的一种强有力的手段。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com