

色彩注意心理学在环境艺术设计中的应用

刘莹

(天津工艺美术职业学院, 天津 300250)

【摘要】 本论文探讨了色彩心理学在现代环境设计中的应用, 特别关注中国传统色彩在设计中的潜在价值。通过对色彩心理学理论的深入分析, 结合实际案例观察和分析, 揭示了色彩对情感体验、空间塑造、用户体验、品牌形象和文化表达等方面的重要影响。论文以星巴克和深圳湾体育中心为案例, 详细阐述了它们成功运用色彩心理学的设计理念, 从而提供了对设计师新的灵感和思考方向。最后, 对中国传统色彩心理学在环境艺术设计中的应用进行了总结, 强调了其在美学、文化传承和社会效益等方面的综合作用。

【关键词】 色彩心理学; 环境设计; 中国传统色彩

引言

随着社会的不断发展和人们对生活品质的追求, 环境空间设计逐渐从单一的实用性扩展到更注重情感体验和文化价值的领域。在这一趋势下, 色彩作为环境设计的关键元素, 扮演着塑造氛围、引导情绪的重要角色。本文将探讨中国传统色彩在现代环境设计中的应用, 结合色彩心理学的理论基础, 以为设计师提供新的灵感和思考方向。通过分析感觉转移、冷暖效应和进退感等理论概念, 并通过实际案例的观察和分析, 我们旨在揭示中国传统色彩在设计中的潜在价值, 并为创造更具文化内涵和情感共鸣的设计作品提供有益的启示。

一、色彩心理学的相关理论

(一) 色彩的感觉转移

在环境空间设计中, 色彩的感觉转移是指通过选取特定的色彩方案, 设计者能够引导人们的视觉感知, 产生特定的情感和心理体验。在这一理论框架下, 我们将重点深入探讨色彩的冷暖效应, 这是感觉转移中一个至关重要的方面。

(二) 色彩的冷暖效应

色彩的冷暖效应是指不同色调在视觉上给人带来的温暖或寒冷感觉。这不仅仅是温度的视觉体验, 更与情感和心理状态紧密相连。^[1] 冷色调, 如蓝色和绿色, 常常被认为具有冷静、清新的特性, 能够营造出宁静和放松的空间氛围。相反, 暖色调, 如红色和黄色, 通常给人带来温暖、活力的感觉, 常被运用于创造热烈和欢快的氛围。

在具体的环境设计中, 考虑到不同空间的功能和使用场景, 设计者需要巧妙运用冷暖色调。例如, 在办公区域, 选择冷色调能够促进思考和集中注意力, 提高工作效率。而在休息区域, 运用暖色调则能够营造出轻松、舒适的氛围, 增强社交和放松的体验。

冷暖效应还涉及到光照的选择。自然光或人工光源的不同色温, 如暖白光和冷白光, 也会影响到色彩的感觉转移。因此, 在设计中, 合理搭配光源, 使其与色彩搭配协调一致, 对整体的感觉转移起到关键作用。

理解色彩的冷暖效应不仅有助于设计者更准确地表达设计意图, 同时也能够创造出更符合用户期望和需求的环境。^[2] 通过深入挖掘冷暖效应的心理学机制, 设计者能够更有针对性地运用色彩, 实现空间设计的更高层次的情感体验。色彩的冷暖

(三) 色彩的进退感

色彩的进退感是指在环境设计中, 通过巧妙运用色彩, 设计者可以影响人们对空间深度、距离和层次的感知。这一理论概念涉及到色彩在视觉上的推进和后退效果, 对于塑造空间结构和创造视觉层次感起到至关重要的作用。

在深入探讨色彩的进退感时, 我们首先关注色彩的深度效应。深度效应是指通过运用深浅不同的色彩, 设计者能够模拟或增强空间深度的视觉效果。深色彩, 如深蓝或深紫, 通常会使物体或空间看起来更加靠近观察者, 创造出较为密集、紧凑的感觉^[3]。相对而言, 浅色彩, 如浅灰或淡粉, 会使物体或空间显得更为远离, 呈现出轻松、开阔的感觉。

同时, 色彩的进退感也涉及到对比的运用。通过合理搭配对比色, 设计者可以使某些元素在整体中凸显, 产生前推的效果。例如, 采用明亮的色彩作为重点, 而在周围使用深色或中性色, 会使这一区域在视觉上更为突出, 呈现出推进的效果。

与此相对应, 退后感强调通过模糊或减淡的色彩来使某些元素在视觉上退后。通过运用淡雅的色彩, 如淡蓝或淡绿, 可以使空间显得更为开阔和宁静, 强调了一种远离的感觉。此外, 通过运用冷暖对比,

设计者还可以巧妙地模拟出晨曦和黄昏的效果，进一步强化空间的深远感。

在实际设计中，考虑到不同空间的用途和设计目标，设计者需要灵活运用色彩的进退感。在小型空间中，适度的深色调和对比可以增加空间层次感，而在大型空间中，则可以通过淡雅的色调和柔和的过渡来创造更开阔的视觉效果。

理解色彩的进退感不仅有助于设计者在空间设计中达到更丰富的表达效果，同时也能够引导观者的视觉体验，使其更加深入地感知和理解设计所要传达的信息。通过对色彩进退感的深入研究，设计者能够更有针对性地运用色彩，实现空间设计的更高层次的美感 and 功能性。

二、环境艺术设计中的色彩心理学

（一）目前国内环境色彩应用现状

1. 商业空间的色彩运用趋势

在国内的商业空间设计中，我们可以观察到一些明显的趋势。首先是对于品牌形象的强调。许多品牌通过挑选特定的主色调，将其运用于店铺内外，以达到强化品牌印象的目的。例如，咖啡店常常选用暖色调，创造温馨、轻松的氛围，与消费者建立更加亲近的关系。其次是对用户体验的关注。在一些商业空间中，设计师通过合理配置色彩，营造出愉悦的购物环境，从而提升消费者的体验感受。

2. 居住空间的个性化色彩选择

在居住空间的设计中，色彩选择更加侧重于个性化和家居环境的舒适度。一些家庭在选择色彩时，注重家庭成员的个性和喜好，通过搭配不同色调来体现家庭的独特氛围。同时，国内一些新兴设计理念注重对色彩的文化解读，例如将传统文化元素融入现代居室设计中，以此展示家庭的文化品位。

3. 公共空间的社会效应

在公共空间设计中，如学校、医院、图书馆等场所，色彩选择往往注重社会效益。在学校设计中，适度运用活力的色彩能够促进学生的专注力和创造力。医院则倾向于选择温和、舒适的色调，以提升患者的心理愉悦感。图书馆则强调淡雅的色彩，为读者创造出宁静的学习氛围。

4. 色彩在城市规划中的应用

城市规划中的色彩应用逐渐成为提升城市品质和居民幸福感的重要手段。一些城市通过在建筑立面、公共空间和交通系统中运用不同的色彩，打造具有城市标识性的场景，营造出丰富多彩的城市风貌。

^[4] 这种全局性的色彩规划旨在引导城市居民建立对城市的认同感，并为他们提供更加愉悦的生活环境。

5. 全行业对于色彩心理学理念的逐渐认同

近年来，国内设计行业对于色彩心理学理念的认

识逐渐提升。越来越多的设计师在项目中倾向于深入挖掘色彩背后的心理学机制，以更科学的方式运用色彩。一些高校的设计专业也开始注入更多与色彩心理学相关的课程，培养学生的专业素养。这种变化表明国内设计行业对于色彩心理学的理解正日益趋于深刻。

（二）优秀案例介绍与分析

1. 星巴克（Starbucks）的商业空间设计

星巴克作为国际知名的咖啡连锁品牌，在全球范围内以其独特的商业空间设计而备受瞩目。每一家星巴克店铺都展现出独特的设计风格，其设计理念基于色彩心理学，旨在打造独特而愉悦的用餐环境，使其不仅仅是一家咖啡店，更是一个社交的场所。

星巴克的色彩选择从整体布局到细节的装饰都经过精心设计。主要采用的是暖色调，如深木色、温暖的灯光和点缀的红色。这种选择不仅在视觉上营造了温馨、舒适的氛围，同时在心理层面上引导顾客放松身心。暖色调常与愉悦、亲近的感觉相联系，符合人们在用餐场所追求轻松和舒适的期望。

深木色的家具和装饰与暖灯光的搭配，为整个空间营造了宾至如归的感觉。这种设计使得顾客能够在星巴克中找到一种家外之家的感觉，增加了顾客对品牌的忠诚度。而红色的点缀则赋予空间一份活力和时尚感，为顾客提供了社交和工作的理想环境。

星巴克对窗外景观设计的注重也是其设计哲学的一部分。通过引入自然光，设计者创造了更加明亮的室内环境。自然光不仅提升了整体的视觉亮度，同时也与暖色调的灯光形成了和谐的搭配，使整个空间更富有层次感和生机。

这种色彩运用和设计理念的心理效应与星巴克所倡导的品牌形象高度契合。深木色和暖灯光的组合让顾客感到宾至如归，营造了一个适合休憩和社交的氛围。^[5] 红色的点缀则激发了顾客的活力，使整个空间更具有活力和吸引力。引入自然光照使得空间更加通透明亮，为顾客创造了更加宜人的用餐环境。

星巴克成功地将咖啡店定位为社交场所，而不仅仅是用餐的地方。设计理念使得顾客能够更好地融入空间，享受放松、社交、工作的多重体验。这样的设计不仅提高了顾客的停留时间，也为星巴克树立了独特的品牌形象。

2. 深圳湾体育中心（Shenzhen Bay Sports Center）

深圳湾体育中心作为深圳市的标志性建筑，是一座现代化综合性体育场馆。其设计不仅关注功能性，更充分考虑了色彩心理学在公共空间中的应用，旨在通过独特的色彩搭配为市民提供愉悦、活力和舒适的体验。

体育中心外立面以蓝色和白色为主色调，呈现

清新而高雅的外观。蓝色象征着宁静和开阔，与深圳湾的海洋景色形成和谐对比。这种选择不仅使建筑融入了周围的自然环境，也在心理上传递给人们一种宜人、轻松的感觉。同时，白色的运用使建筑更显简洁、现代，与蓝色形成清晰的线条，使整体设计更为突出。

室内运动场地的座椅选择了温暖的橙色，这种颜色的选择不仅为观众带来视觉上的愉悦，更在心理上激发兴奋和参与感。橙色是一种活力和热情的色彩，与体育比赛的激情相得益彰，为观众营造出积极、充满活力的氛围。这种色彩的运用在体育中心的室内空间中创造了独特的情感连接，使观众更加投入和参与。

蓝色的外立面使体育中心在城市中呈现出清新、宁静的形象。这种选择使其成为一个宜人的休憩场所，为市民提供了一个远离城市喧嚣的空间。与此同时，橙色的座椅在体育比赛中营造出积极向上、充满活力的氛围，使深圳湾体育中心成为一个城市活力和文化的象征。整体设计将城市与自然、休闲与活力的元素巧妙地融合，成功地展示了深圳现代城市的形象。

深圳湾体育中心通过色彩的精准运用，在城市规划中崭露头角。这座建筑不仅是一个功能性的体育场馆，更是一座成功运用色彩心理学的公共建筑。其独特的外观和色彩搭配为深圳市树立了一个独特的城市标志，吸引了游客和市民的目光，成为深圳城市风景线的一部分。

三、中国传统色彩心理学在环境艺术设计中的应用

（一）情感表达与色彩选择

色彩是一种情感的表达方式，能够直接触发人们的心理感受。在环境艺术设计中，设计者通过巧妙选择色彩，能够表达出特定情感或氛围。比如，温暖的红色和橙色常常被用于创造热情、活力的氛围，而冷色系如蓝色和绿色则常用于打造宁静、冷静的空间。理解色彩心理学的情感关联，设计者可以有意识地引导观者在空间中产生特定的情感体验。

（二）空间塑造与深浅层次感

色彩的深浅和对比是空间塑造的关键元素。深色彩常用于强调物体的质感和形状，使其在视觉上更加突出，而浅色彩则可以使空间显得更加开阔、轻松。通过灵活运用深浅层次感，设计者可以使小空间显得更富层次，大空间显得更加宽敞。这种色彩的深浅变化还可以通过调整光影效果，进一步强化空间的形状和结构。

（三）用户体验与功能性需求

色彩心理学在考虑用户体验和功能性需求方面起到关键作用。例如，在商业空间设计中，温暖的色调可以增加顾客的停留时间，提高购物的愉悦感；在

办公空间中，冷色调可能有助于提高员工的专注力和工作效率。理解不同色彩对人们行为和情感的影响，设计者能够更精准地满足不同场所和用途的需求。

（四）品牌形象的传递：

色彩对于品牌形象的传递至关重要。在商业和品牌设计中，选用特定的色彩可以形成独特的品牌标识，引起消费者的记忆和共鸣。通过对品牌特征和目标受众的深入了解，设计者可以选择符合品牌定位的色彩，以达到更好的品牌传播效果。

（五）文化元素的融入与表达：

色彩在不同文化中具有不同的象征意义，因此在环境艺术设计中融入文化元素是一种常见的实践。通过运用具有特定文化象征的色彩，设计者可以打造出具有深厚文化内涵的空间。这样的设计不仅能够传递文化信息，还能够引导人们在空间中产生对文化的认同感。

结语：在环境艺术设计中，色彩心理学的应用不仅仅是对颜色的选择，更是一种综合性的设计哲学。通过巧妙的色彩搭配，设计者能够表达情感、塑造空间、优化用户体验，并传递品牌形象。色彩的深浅层次感和对比为空间带来立体感，使设计更加富有层次。此外，色彩心理学还能引导观者产生特定情感体验，为设计赋予了更为深刻的内涵。文化元素的融入更使设计充满丰富的文化内涵，传递着深刻的社会信息。总体而言，色彩心理学在环境艺术设计中的应用不仅美化了空间，更是一种引导情感、传递文化、优化功能的全方位设计理念，为设计者创造出更具深度和个性的艺术空间。

参考文献：

- [1] 辛佳琦,王鸿敏.浅谈空间与环境设计中的心理学现象[J].视界观,2021,000(001):P.1-1.
- [2] 张娜娜,张一帆.环境心理学视域下的现代室内设计[M].江苏凤凰美术出版社,2022.
- [3] 施瑶,刘雯斐,丁束毅,等.色彩心理学在幼儿园室内设计中的应用——以郑州木子国际幼稚园为例[J].绿色环保建材,2021(6):3.
- [4] 王蕊白,徐越.浅谈色彩在建筑设计中的应用[J].中文科技期刊数据库(文摘版)工程技术,2021(2017-2):318-318.
- [5] 邢肖毅,杨贤均,张亚丽,等.体验式教学在景观设计环境心理学课程教学中的应用[J].现代园艺,2023,46(1):193-194.

作者简介：刘莹(1979.01-),女,汉,籍贯:常州,学历:本科,职称:中级,研究方向:色彩在环艺设计中的应用。