

# 色彩语言在计算机平面设计中的应用研究

王雪

(新疆供销技师学院(新疆供销学校), 新疆 乌鲁木齐 830000)

**摘要** 平面设计是一种重要的艺术表现形式,在时代不断进步的背景下逐渐呈现出全新的面貌,有效顺应新时代的发展趋势,对计算机的依赖越来越高。计算机平面设计是一种全新的项目,对设计专业性具有较高要求,需重点关注对色彩语言的规范应用,以保证所呈现的设计成果更符合当代人的审美需求,彰显独特的艺术魅力。现代平面设计师应当科学地把握平面设计领域色彩应用的规律,围绕视觉元素传递需要进行色彩应用创新。

**关键词** 计算机;平面设计;色彩语言;应用方式

**中图分类号**: TP317.4

**文献标识码**: A

**文章编号**: 2097-3365(2024)01-0100-03

在时代不断变化、快速发展的背景下,人们的审美方式发生了重要的转变,更追求色彩上的艺术体现。而设计专业也在互联网时代背景下逐渐呈现出全新的形态面貌,计算机平面设计成为重要表现形式,在全面普及和推广的过程中对色彩语言的运用提出了更高的要求。因此,把握好这两者之间的关系十分必要,精准定位色彩语言的功能,并将其规范应用到计算机平面设计当中,从而全面提升平面设计的艺术水平,也能够推进整个计算机平面设计专业实现更为长远的发展。

## 1 计算机平面设计中的色彩语言概述

色彩语言可以展示事物的差异,打破平面设计的形体局限,给受众带来独特的视觉享受。随着计算机技术的快速发展,计算机色彩描述和展示能力的不断提高,计算机平面设计中色彩语言成为一种创新性的设计语言。在运用色彩语言进行平面设计时要从作品整体出发,优化受众接受色彩和感知信息的方式,展示不同色彩的不同属性,让受众获得良好的欣赏体验,引发受众的情感共鸣,发挥计算机设计语言的独特实用价值。设计师可以将视频、图片和色彩语言相结合,运用计算机平面设计调整相关色彩,从而达到吸引公众视线,改进色彩语言表达方式的效果。

## 2 计算机平面设计色彩语言应用的问题

### 2.1 受众的情感代入乏力

计算机平面设计色彩语言的运用要为作品主题服务,满足受众的情感需要,激发受众的情感共鸣。但是,根据现阶段计算机平面设计色彩语言运用效果的分析,人们发现有的色彩语言应用效果并不理想,无法给受众留下较深刻的印象。虽然设计师注重色调的搭配,

但是在颜色的使用上还存在一定的缺陷,很多色彩无法在短时间内进行充分的区分,导致颜色使用时出现了错误,使得设计的整体效果下降。由于色彩使用的过深或过浅会给人一种过强的视觉冲击,所以在色彩的应用上还要重视情感与产品的契合,改善色彩应用的方式<sup>[1]</sup>。

### 2.2 色彩应用方式不足

在计算机平面设计中有许多极具创新性的色彩使用方式,它需要设计师有平面设计的大局观念。但是,有些平面设计师未能把握好平面设计中颜色的亮度与局部的搭配,未能从整体上进行色彩的把控,无法巧妙地将各种颜色代表的思想内涵传递给受众。例如,有些平面设计在一个作品中大幅度地使用了一种颜色,很可能造成消费者的审美疲劳,降低了平面设计的信息传递能力和受众亲和力。在平面设计中,设计师应当针对实用需要尽可能地合理搭配色彩,科学控制色彩的亮度,针对不同类型的平面设计用途采用不同的配色理念,从而提高平面设计的整体效果。

### 2.3 色彩语言应用僵化

随着平面设计方式的不断创新,以及平面设计传播途径的多元化,计算机平面设计占据着主导地位,计算机平面设计越来越需要契合当代大众的个性化审美心理。一方面,计算机平面设计要考虑市场因素,强调把文字、符号和色彩等结合在一起,发挥多种设计元素的互动作用。计算机平面设计中的设计元素处在不断的更新换代当中,平面设计的语言更加广泛,内涵也较为丰富,色彩语言在应用中有着不可替代的位置。因此,设计师还要从平面设计的用途与需求出发,把握审美变化的基本规律,达到全面提高平面设计科

学性的效果。缺乏对受众情感需要的考量, 缺少对平面设计内涵的挖掘, 缺乏色彩语言应用方式的创新, 这样的设计将无法发挥色彩语言的实用价值, 难以满足受众的现实需求。

### 3 计算机平面设计中色彩语言的应用

#### 3.1 用于平面广告设计

首先, 色彩语言应当有助于突出产品的核心功能, 发挥色彩对产品的描述解析需要。其次, 设计师应当根据产品的风格、特点和消费者需求进行色彩的搭配组合, 合理调试色彩的明暗度, 保证平面广告具体鲜明的辨识性, 能够将产品清晰地呈现在客户面前。最后, 设计师在色彩配置前还要进行必要的客户调查, 了解目标人群的特点, 具体的销售价格, 竞品广告的配色特点等, 并将此调查结果作为平面广告设计的重要依据, 从而使设计出来的色彩配置获得客户群体的广泛认可。在平面广告设计时还要对色彩语言进行合理变更, 重视色彩的优化改良与再创造, 从而适应商品进行个性化调整的需要, 配合做好相关宣传工作<sup>[2]</sup>。

#### 3.2 用于外包装的设计

随着市场范围的不断扩大, 商品销售情况不仅与商品的前期广告宣传有着紧密的联系, 还与商品的外包装有一定的关联性, 优质的外包装对于优化用户的商品体验, 培养客户的忠诚度有着重要的意义。合理的外包装设计可以给用户良好的直观体验, 甚至直接影响消费者的购买选择。为此, 设计师在外包装色彩设计时应当保持必要的创意性, 进一步把外包装材料质地与颜色协调起来设计。外包装设计应当强化自身的整体性, 保证外包装颜色组合的个性化, 强调通过独特的配色向消费者传递独特的价值理念。设计师可以借助计算机的创意展示优势进行色彩的变化, 力求做到结合产品本身特点, 在此基础上进一步优化。例如, 一些冰箱等制冷类产品的色彩搭配更重要的是考虑消费者对制冷能力的需求, 因此设计时通常考虑满足消费者对冷色的需求, 对冰箱的主色进行适当的暗化, 或者在主色基础上加入具有冷色调特点的配色, 优化冰箱类商品外包装设计。外包装设计还要有助于调动消费者的兴奋感, 力求激发消费者的好奇心, 例如, 对一些“自嗨锅”类产品设计时注重利用色彩分明的搭配吸引消费者注意力。

#### 3.3 用于标志设计

计算机平面设计中的标志设计需要抓住代表物实质功能与核心特征, 强调颜色搭配的合理性与独特性。为此, 设计师应当与客户就标志的内涵、外观等进行

充分的研讨, 通过科学舒适的色彩搭配发挥标志的提醒、宣传等服务功能, 展示标志的鲜明特点。计算机对色彩的把握能力远高于手绘图纸, 因此可以更加灵活地配色, 还要结合产品的信息特点力求做到在最短时间内最快速地将信息传递给客户, 让消费者能够感受到来自商品的优越性。例如, 麦当劳的“金拱门”采用黄色与红色的搭配, 就是利用了亮色设计原理, 给消费者眼前一亮的视觉冲击, 保持了标志的醒目性、突出性, 有助于实现商品的收益目标。

#### 3.4 用于简约化设计

色彩可以强化平面设计的整体效果, 在计算机平面设计中运用色彩时应当保持简约为主, 防止过于“花哨”的设计, 避免给予受众过于“杂乱”的体验。为此设计师应当在契合设计主题的基础上对主色调进行精准定位, 充分关注色彩的反差性, 适当采用对比色, 在色彩搭配时做到反复调整。一般可以选择一至两种颜色作为主色, 保证视觉体验的直观性。另外, 在设计时, 设计师还要理解受众对色彩的文化认知, 根据大众的色彩审视认同进行配色, 恰当选择红色、紫色等具有不同含义的色彩。尤其在大力倡导低碳、环保、绿色理念下, 无论是商品的外包装设计还是宣传海报的设计都应当具有简约化的特征, 避免华而不实的设计, 设计作品既减少材料的浪费, 又符合环保的基本理念, 还可以帮助消费者作出购买决定, 免去消费者陷入“眼花缭乱”的选择, 务求以良好的第一印象决定消费者的取舍。因此, 以“苹果”“华为”等手机品牌为代表的电子产品的配色多选择简单的灰色系。现代食品的包装设计多选择浅色调的单一配色, 然后采用多元化的文字、版式与色彩进行合理搭配。当代海报也多选择信息明确、一目了然的信息内容, 从而抓住受众的眼球, 满足受众信息需求<sup>[3]</sup>。

### 4 计算机平面设计中色彩语言的赋能

#### 4.1 突显色彩语言的情感特征

随着信息技术的快速发展, 计算机人工智能水平的不断提高, 计算机语言可以用于表达人类情感, 将思想有效地传递给人们。色彩语言的选择与运用要符合人的情感需要, 这就要求设计人员基于计算机对色彩进行合理搭配, 并且突显出色彩语言的情感特点。为此, 计算机平面设计的色彩语言搭配还要能够体现色彩的情感特征, 重视运用色彩的搭配组合营造不同的情感氛围, 体现不同的情感基调。例如, 红色可以代表热情、喜庆, 紫色通常可以带来一定的神秘感。计算机平面设计既要考虑作品的整体风格, 又要合理

进行色彩的选择与搭配,在保证色彩理性的同时,套用一些具有文化意义的色彩,进而扩大平面设计的情感内涵,强化色彩语言情感感染力和影响力,满足受众的情感需要。

#### 4.2 增加平面设计的内涵表达

色彩是为平面设计的主题服务的,借助色彩可以展示平面设计的主题内涵。例如,五星红旗赋予红色以革命的内涵,展示了中华民族英勇抗争的伟大历史。而紫禁城的配色很少用紫色,却称其为“紫禁”,是因为紫色富有尊贵和庄重的内涵。一般来说,应用色彩要与平面设计的图形、文字搭配,在这种关系下注重通过色彩展示设计主题的具体内容。例如,在设计革命历史事件的海报等作品时可以借助红色作为底色,选择的图形和文字也要具有历史事迹特征,从而给人们带来强烈的视觉冲击,产生更好的表达效果。设计师在平面设计时还要借助色彩烘托作品的艺术价值与思想价值。

#### 4.3 保证色彩语言应用的协调性

计算机平面设计中的色彩通常不是单一的,一般需要两种以上配色,为此,还要考虑色彩的协调性。例如,红色与绿色搭配较为鲜明,但是很容易让人产生突兀感,因此设计时要避免色彩冲突。在利用计算机进行平面设计时还要从作品的主题风格入手,合理搭配色彩,准确把握平面设计者的意图,避免最终的色彩设计与设计师要表达的理念不契合。例如,环保类型的作品应当以绿色为主,可以适当加入蓝色。一些商业化的设计还应当了解企业文化和系列商品的配色,保持色彩风格的一致性,从而满足品牌的受众需求。色彩搭配应当保证色相的统一性,一个作品应当由某一色相支配,对色相上的相邻色进行合理选择,也可以选择类似色、中差色、对比色等搭配方式<sup>[4]</sup>。

#### 4.4 突破色彩语言的传统限制

色彩的选择与应用还要突破固有理念的限制,重视基于新的设计理念和受众的需求进行色彩配置。当前,很多平面设计作品具有相似性,主要是因为设计理念的趋同性造成的。色彩的应用应当避免同质化,基于新的计算机设计理念与设计方式进行不断创新,以契合时代的思路,将一些不同寻常的色彩科学地运用到平面设计当中,实现多种色彩的巧妙组合,突破色彩设计本身的固化思路。采用多元化的设计理念,创新色彩表达方式,可以给受众带来别样的视觉冲击。总之,平面设计还要从市场趋势出发,重视提高色彩的情感表达力、内涵表现力和应用创新的协调力,避

免色彩应用的局限,实现由上到下和由外到内的创新,从而通过计算机设计提高平面设计发展的多种可能性。

#### 4.5 增强色彩语言的实用性

色彩是平面设计的重要组成部分,计算机设计环境下的色彩语言不仅是平面设计的装饰元素,而且本身具有一定的实用性特征,可以进一步发挥色彩对平面设计作品的实用价值。例如,在平面设计中可以采用扩大或缩小的方式展示某种色块,进一步打造良好的平面设计视觉效果,从而发挥色彩的商品识别作用。还可以根据不同的色彩语言在计算机平面设计中表达独特的设计效果,从而有效提升消费者对产品的适应度。合理的色彩搭配还可以减轻受众的视觉疲劳,提高受众的心理舒适度,适当冲击受众的视神经,具体可以通过单色或彩色的选择吸引受众视觉注意力。设计师还可以把明度作为色彩搭配的依据,高明度的色彩可以带来明朗、华丽的设计效果,中间色彩可以营造典雅端庄的氛围,低明度的色彩可以达到庄重严肃的视觉效果等。新时代的平面设计师应当具有良好的色彩意识,注重将自己要表达的观点融入色彩运用当中,从而营造良好的作品形象,使平面设计获得较强的实用价值<sup>[5]</sup>。

### 5 结语

信息化时代的平面设计力求给人们提供更多的信息,保持平面设计的个性化,保持平面设计作品足够的吸引力,从而获得更加广泛的关注度。计算机平面设计中还要注意发挥色彩语言的创意作用,科学把握计算机平面设计与色彩语言的内在联系,合理进行色彩搭配,科学选择色彩表达方式,从而让计算机平面设计作品获得新的生命力,满足受众个性化的需求,提高平面设计的整体质量。

### 参考文献:

- [1] 李绍锋.色彩语言在计算机平面设计中的应用探讨[J].科技风,2019(02):88.
- [2] 田俊蓉.计算机平面设计中色彩语言的应用研究[J].智库时代,2019(32):252-253.
- [3] 姚晓莉.计算机平面设计中色彩语言的应用[J].计算机产品与流通,2020(05):211.
- [4] 杨颖娇.浅谈技工教育中电子商务模式下的特产平面设计——以长白山特产为例[J].中国多媒体与网络教学学报(电子版),2019(32):132-133.
- [5] 田野.建设单位造价动态管理及有效控制措施分析[J].工程建设与设计,2023(11):261-263.