JinJin / May 21, 2012 01:34PM
[講義] 色彩計畫--語意差異分析法(SDT)

1. 1. 前言
2. 2. 色彩計畫的特性
3. 3. 色彩計畫四步驟
4. 3.1 語意差異分析法（SDT，semantic differential technique）
5. 3.1.1 十字型色彩形象尺度表
6. 3.1.2 對比型色彩形象尺度表（或稱語意折線圖）
7. 3.1.3 多向型色彩形象尺度表
8. 4. 作業練習檔下載

1. 前言

人類在大自然中感受、享受到了許多豐富的色彩，更藉由各種創造活動開發了多采多姿的人工色彩；目前消費市場的個性化、差異化的潮流，更使「色彩」成為市場競爭的要素和動力，而講求科學化、系統化、專業化的色彩應用方式──「色彩計畫」，成為各種設計領域中不可缺少的重要項目。

以產品色彩的發展階段為例，說明色彩應用在產品發展過程中，不同時期變化的情況。

色彩計畫必須配合不同設計對象的需要和特性，發展不同的計畫內容和流程。

[hr]

2. 色彩計畫的特性

1.科學化
色彩計畫必須依據客觀的色彩測試或調查資料去進行，並必須符合預先規劃的色彩效果，不是自我主觀的色彩喜好表現而已。

2.系統化
色彩計畫必須有適合的色彩體系為基礎，發展符合色彩效果需求的色彩系統，進行色彩計畫時才可有效的運用及管理色彩。

3.個別化
色彩計畫的目的是要達到預期規劃的色彩效果，所以必須針對色彩設計主體，凸顯它的特性，強化吸引力及與其他對象的差異性。

4.階段化
色彩計畫必須具體可行，充分善用色彩學及專業的知能，規劃適切的作業階段及操作步驟，有效的達到色彩效果。

[hr]

3. 色彩計畫四步驟

一、色彩意象的確定

色彩計畫針對設計對象的需求和特性，必須依據設計的目的先確定要塑造的「色彩意象」，即設計中「定位」的問題(Know How)。

色彩意象的確定，必須經過專業的色彩測驗，掌握色彩效果、色彩聯想、色彩印象、色彩習慣、色彩嗜好、色彩流行等項目，才能作正確的判斷和決定。

各種色彩的調查與測驗，目的在取得色彩計畫所需的色彩意象、效果等資料，依據設計對象的需求和特性以及作業的成本，有各種不同的色彩效果測驗法。

[center]色彩效果測定法[/center]

[hr]

1. 語意差異分析法（SDT，semantic differential technique）

目前常用的色彩效果測驗法為[color=#993300]語意差異分析法（SDT，semantic differential technique）[/color]
，將形容事物或現象的語詞加以分析歸納為類型化的尺度表，這種語詞必須有共同的感覺，涵義要簡潔明確，並且有客觀的標準。應用在色彩計畫時，把感性的語詞與色彩的變化結合在一起，製作色彩形象尺度表（Color Image Scale），根據設定的色彩表現效果，理性、客觀地求出合適的色彩意象。

語意差異分析法所採用的色彩形象尺度表通常可分為十字型、對比型和多向型三種。

[hr]

1. 十字型色彩形象尺度表

由兩組相對的語詞形成十字軸、四個象限的矩形表格，可用來處理色彩統計和集中色彩資料，由尺度表中可觀察到如色彩嗜好和色彩屬性等資料，非常簡便實用。

十字型語意色彩形象尺度表（語調分布）

十字型語意色彩形象尺度表（色彩分布）

十字型形象尺度表彩色圖例

春夏秋冬的十字型形象尺度表

[hr]

同學範例

以礦泉水品牌為範例

[img]http://img708.imageshack.us/img708/4875/color1n.jpg[/img]

[hr]

以茶葉為範例

[img]http://img41.imageshack.us/img41/4073/785687.jpg[/img]

[hr]

2. 對比型色彩形象尺度表（或稱語意折線圖）

是由一組相對語詞形成的線形軸為單位，依色彩調查的需要，可列入所欲調查的語詞。

線形軸上分成數階評價尺度，由尺度表中可觀察到色彩的評價。

運用對比型色彩形象尺度表所作的色彩調查。圖為國內學者李天任的色彩感覺調查表。

[hr]
同學範例

[hr]

3. 多向型色彩形象尺度表

是以色彩調查所需列入的評價項目之語詞，由中心向外分為放射狀的軸線圖，軸線上分成數階評價的尺寸，由尺度圖上可以觀察到色彩的評價。這種尺度表可置入多組色彩資料，進行比較分析。

[hr]
同學範例

[img]http://img156.imageshack.us/img156/9571/201ho.jpg[/img]

[hr]

[img]http://img34.imageshack.us/img34/225/color32.jpg[/img]

[hr]

4. 作業練習檔下載

1.十字型語意色彩形象尺度表
http://w3.cyu.edu.tw/jinjin/99-1/color-1.ai

2.對比型色彩形象尺度表
http://w3.cyu.edu.tw/jinjin/99-1/color-3.ai

3.多向型色彩形象尺度表
http://w3.cyu.edu.tw/jinjin/99-1/color-2.ai

1.將所蒐集的期末作業--相關競爭品牌的LOGO及包裝
以色彩形象尺度表做整理與比較
[color=#CC0000]並將新創品牌的定位標註出來[/color]

2.將所蒐集的期末作業--相關競爭品牌至少三組LOGO
以對比型色彩形象尺度表做出的結論
整理到多向型色彩形象尺度表上

[hr]
每一位同學都要製作
製作完成上傳

最後整理出每組組員的結論放置於期末報告中

[hr]
色彩形象尺度表語意語詞補充

1.西洋近代美學中美的24種不同美感心理範疇，可作為配色時，分析色彩心理參考：

(1)高貴型 (2)舒適型 (3)品德型 (4)純美型
(5)幽默型 (6)憂鬱型 (7)奇異型 (8)快樂型
(9)莊重型 (10)權威型 (11)榮譽型 (12)崇高型
(13)滑稽型 (14)神秘型 (15)卑鄙型 (16)恐怖型
(17)嬌愛型 (18)優美型 (19)柔弱型 (20)妖豔型
(21)悲壯型 (22)衝動型 (23)悲傷型 (24)憤怒型

2. 色彩形象尺度表的兩極形容詞補充：

(1) 溫暖 寒冷
(2) 明亮 黑暗
(3) 醒目 不醒目
(4) 厚重 輕快
(5) 容易親近（親切） 不易親近（疏離）
(6) 華美 樸實
(7) 高尚 庸俗
(8) 年輕 蒼老
(9) 男性化（陽剛） 女性化（陰柔）
(10) 開朗 陰鬱

(11) 喜歡 (喜愛) 討厭 (憎恨)
(12) 美麗 醜陋
(13) 自然 不自然 (矯情)
(14) 動態 靜態
(15) 安定 不安定
(16) 強 弱
(17) 乾脆 拖拉
(18) 堅硬 柔軟
(19) 積極 消極
(20) 精緻 粗糙

[hr]

本講義參考整理自 色彩原理，龍騰出版社