



视觉心理学在时尚配饰设计中的应用

孙乐涛



摘要: 艺术创作是一种创造性思维活动,视觉形态是创造性思维的主要载体。从视觉心理学的视角出发,将更加科学、艺术化的视觉认知语言引入服装饰品设计艺术,可以对饰品设计进行科学全面的补充。通过对配饰进行研究,探讨更符合人的心理特点和需要的饰品设计方式和规律,能够使人们获得更高的精神快乐感和心理满意度。

关键词: 视觉心理学;时尚配饰设计;艺术创作

根据马斯洛需求层次理论,随着社会经济的飞速发展,人类在满足基本物质生活需要的同时,也在不断寻求社会尊重、自我精神等方面的满足,对服饰的视觉美观性和精神文化表达的要求更加严格。艺术设计是一种以人为中心的精神活动,因此对服装饰品的艺术研究可以归入心理学的范畴。探索视觉心理学在服装饰品中的运用,可以满足人们更高层次的心理需要,同时对科学、合理、全面地发展时装饰品理论也有借鉴作用。

一、视觉心理学的概念

视觉心理学是指由视觉器官和大脑的认知系统共同作用而产生的一系列心理机制。科学研究显示,人的左脑倾向于抽象思考,右脑倾向于形象思维,而另一种更为抽象

的视觉形态形成了特定的认知领域。视觉心理学对服装饰品设计的研究着重于个人对视觉形象的抽象化加工,并以视觉感知的形式激发个人的认知思考。

二、视觉心理学的特性

视觉心理学是一个重要的心理学分支,它是一种由外部图像通过视觉器官产生的心理机制。这种心理变化是由外而内的,是一个十分复杂的、动态的过程。人的心理活动和视觉信息密切相关,而视觉信息是直观的,是人脑通过视觉器官来完成的,会对人的心理造成一定的影响。比如,人们看见漂亮的花朵,就会感到心情愉快;而一朵凋零的花朵,会让人觉得悲凉。许多心理学家都对视觉思维和心理学进行了深入探讨,他们认为视觉对人

类的思考行为有一定的影响,并能反映出思维的运动特性。很明显,上述的研究分析已经证实了视觉信息在人的心理方面的作用。

(一) 视觉的感知特性

第一,相比静态刺激,视觉更能感受到动态刺激,正如人们更倾向于关注动态的事物。当一个对象在动和静之间变换时,视觉也会先作出反应,如移动的物体突然停止或消失。第二,当物体的外在特性改变时,视觉会产生一种特殊的感知。例如,物体的颜色、形状、大小、亮度等发生了改变,人们就会忽视那些在其他方面变化不大的刺激。对于那些充满活力和变化的新鲜事物,视觉会更倾向于感知。差别很大的事物是有吸引力的,有强烈韵律的事物也是很容易被感觉到的。

(二) 空间局限性

在本质上,人的眼睛能看见的事物的范围有限,而眼睛的构造又会制约人们对空间的感觉。这一局限表现在对横向和纵向空间的感知上。在横向空间,视野范围在 $30^{\circ} \sim 60^{\circ}$,可以清晰看到这一范围内的任何东西。从竖向角度看,可以看到 50° 左右的高度,但这只是理论上的,且姿势对视野的影

响也很大,站着要比坐着看得更远。

(三) 视错觉特性

视错觉是指人们在观看物体时,因与其有关的因素如视觉构造而造成的错觉。就像人们经常看到的走廊幻象,在一条长长的回廊中,人们经常会发现,离人们最远的那根柱子比离人们最近的那根柱子要小,但事实上,它们是同样大小。这种视错觉可以为人们营造一个有视觉刺激感的环境。

三、视觉心理学在时尚配饰设计中的应用价值

艺术创作是一种创造性思维活动,视觉形态是创作思维的主要载体。当人们感觉一个客观世界时,80%的人都是依靠眼睛来获得外部的信息。由此可见,视觉在时尚配饰设计中的应用具有重大的理论和现实意义。

视觉心理学在研究艺术表达方式方面具有重要的作用,视觉心理学和视觉审美的不同在于,它更关注视觉和认知的关系,而不是普通的关系。在视觉心理学中,饰品设计的创造更加强调整人脑的认知思考,并强调感知的反应。在此基础上,时尚饰品在设计创作过程

中,能够从特定的心理层面去探索某种设计规律和原则,使之更能适应现代人的心理特点和需要,从而使人们获得更高的快乐感和心理满意度。

视觉心理学在设计中的应用和研究非常重要。在视觉心理学基础上,对时尚饰品的艺术形态成因及视觉效果进行层层剖析,以视觉审美需求为出发点,密切联系人们的认知、思维、艺术、文化等,将更具有科学性和艺术性的视觉认知语言引入时尚配饰设计艺术,为配饰设计提供了一种新的思路。通过这种跨学科的研究方式,可以弥补时尚配饰设计相关领域的空白。

四、视觉心理学在时尚配饰设计中的具体应用

人的左右两只眼睛的影像存在不同,因此,人的眼睛可以看到各种各样的幻象。人的眼睛会根据目标的空间位置,将目标图像传送给大脑,人就会按照自己的思维方式判断。但是在时装饰品的设计中,把平面的空间作品用抽象的形式表现出来,就能达到“虚实相融”的效果。视觉心理学的具体运用可以有效拓展设计师的思维方式,提高设计师的思考能力,帮助他们发掘自己的潜力,创造出具有视觉美感的设计作品。

(一) 色彩视觉:色彩通感在时尚配饰设计中的应用

色彩在艺术设计中占有举足轻重的地位,“颜色的感受是普遍审美的一种表现形式”,各种颜色对大脑的感知记忆、抽象联想等都有一定的心理作用。颜色是当代艺术设计的一个重要组成部分,它可以使人感受到温度、距离、材质、触觉、味觉以及不同地域的文化情感。



通感也就是所谓的联觉，它是由不同感官参与而产生的。颜色的通感不仅可以激发人的情感，还可以改变人的身体，当某种感官被触发时，就会产生感觉，如草木绿、海螺红之类的颜色会给人一种鲜明的感觉。

作为视觉心理学的一个重要组成部分，颜色的通感被广泛应用于时尚饰品的设计中，并逐渐影响人们的心理、时尚倾向，带来一种精神上的快乐感。在时尚饰品设计中，颜色的通感运用是指通过颜色在视觉上产生的心理印象。例如，蓝色的面料会给人一种凉爽的感觉，绿色的饰品则会给人一种清新自然的感觉。由 JD Royal Jewel House 打造的一款蓝色碧玺鸡尾酒戒指，其外观以蓝绿色为配饰，以蓝色碧玺为冷饮，以黄水晶与绿宝石为新鲜的水果与绿叶，使人不由自主地想起了夏季微风中的聚会。Eclipse 的日蚀式眼镜通过颜色的叠加，呈现对自然景观的心理印象，从而使眼镜饰品更加时尚。英国制帽大师斯蒂芬·琼斯通过大胆的颜色运用，为帽子设计增添了几分梦幻与幽默，使服装搭配呈现出一种超现实的视觉效果。

（二）平面视觉：点、线、面心理学在时尚配饰设计中的应用

在视觉心理表达中，点、线、面是最直观、最具规律性的表达方式。点、线、面的艺术设计是经过长期实践而形成的艺术基础。在时尚饰品的设计中，点、线、面的组合可以使饰品在视觉表现上有一种有序或无序的感觉，这是一种简单而美丽的感觉。不同的点、线、面的组合，可以创造出更加复杂的服装造型和视觉心理效果。点、线、面以最直观、最简洁的视觉语言，营造出一种美好、愉快的

心理体验。

当时尚饰品的点、线、面造型与人的某种心理活动、心理联想相结合时，会产生相应的情感提示。比如，音乐通过音符的排列来表现情绪起伏，时装饰品则可以通过点、线、面的排列来表现一种视觉上的共振。将点、线、面等作为时装饰品的具象设计要素，能让饰品的造型结构富有美感。洛杉矶珠宝设计师 Laura Estrada 以线条为组成要素，创造出一种精致的脸部装饰，珍珠的装饰让金属线条更加生动活泼。荷兰阿姆斯特丹的珠宝设计师盖森·哈肯伯格，运用中国风格的陶瓷制品，通过剪裁与镶嵌的手法，设计出一种具有丰富文化内涵的时尚饰品。

（三）空间视觉：视错觉在时尚配饰设计中的应用

视错觉是人在观看事物时，由于经验或不正确的参考而产生的错觉。视错觉的效果既能给人造成强烈的视觉冲击，又能激发人的好奇心、求知欲，具有极强的诱惑力。将视错觉运用于服装饰品设计，除了能够丰富服装的艺术形态和独特的观赏效果，还能为人们提供多种联想与心理感知的视觉体验，满足当今消费者的多样化心理需要。

视错觉有多种类型，按其艺术特征可划分为三大类：几何视错觉、色彩视错觉、认知视错觉。几何视错觉主要有大小、形状、面积等类型。色彩视错觉是指人的视觉在受到某种刺激或视觉疲劳后，产生的视觉补色、视觉暂留、残像等生理上的反应。认知视错觉是一种知觉的反应，它包括两个平面和三个空间对象的倒置认知。人类对超越时间和空间的限制有着强烈的向往，而视错觉的艺术给了他们无限的可能。视错觉的艺术设计具有很强的

吸引力，它的视觉语言和独特的思考模式给时尚配饰设计的创意提供了新的可能。

视错觉时尚饰品设计的代表艺术家——韩国珠宝艺术家闵复基，运用莫尔光栅的视觉错觉原理，在 3D 印刷的数码设计中制作出了许多精美的视觉幻觉饰品。莫尔光栅的视错觉设计可以将珠宝的形状转化为潜意识，通过计算机的精确运算模拟出更高层次的视错觉。匈牙利布达佩斯的时装设计师 Bence Agoston 在莫尔效应下，用彩色光栅的幻觉 3D 打印出了一副非常酷的眼镜。这副基于莫尔效应的眼镜由多重颜色的光栅堆砌而成，形成了一种特殊的波纹，会让使用者产生错觉。

时尚饰品设计有着广阔的发展空间，设计师必须在现实生活中主动发掘外在的视觉可能性，寻找新的设计思想和方向，从而促使时尚饰品设计逐步朝着多元化、动态化、综合化发展。文章从“视觉色彩通感”“平面点、线、面构成”“空间错觉”三种形态入手，对时尚饰品设计的视觉形态成因及视觉效果进行了层层剖析，密切结合现代人的思维认知方式、艺术文化、精神特征等，将更具科学艺术性的视觉认知语言引入设计作品，通过这种跨学科的研究方式，为时尚配饰设计提供一种新的创作思路。（作者单位系中央美术学院）

参考文献

- [1] 梁安. 不同使用场景的智能可穿戴首饰的设计[D]. 长沙: 湖南大学, 2017.
- [2] 赵灵芝. 珠琅彩在现代饰品中的创新应用[D]. 昆明: 昆明理工大学, 2016.