

室內空間環境色彩認知-以品牌飯店與特色民宿為例

研究動機

空間環境當中，色彩占了我們生活的一大部分，小如配飾品，大至自然與天空，都無處不在。當在選擇色彩的同時，可以代表本身對於色彩的喜好和認知。人們對於空間的設計定義有著不同的解釋，往往受制於品牌認知，而束縛對空間環境之印象廣度。所以設計飯店時，設計師自我的觀點可能會受制於自我對空間的體認與專業認知偏差的束縛或者反映整個企業文化的形象識別，反而不以市場或自然的變化需求做為設計考量的目的。

研究目的

本研究從較為客觀及科學的方法，整理出空間環境色彩中主要空間之色彩落點天地牆三面向與由裝飾品所構成的空間環境輔助色彩，分析品牌飯店與特色民宿在於「空間色彩認知」上可能的差異，希望可以讓未來相關設計可以深入且符合市場的色彩需求變化。在此同時，希望了解空間環境色彩帶給人們在住宿時因色彩的色相配色而對舒適度與認同感所產生的情感變化。



圖1 飯店「蘭城晶英酒店」



圖2 民宿「宜蘭真情非凡」



圖3 飯店「蘭城晶英酒店」



圖4 民宿「宜蘭真情非凡」

研究方法

本研究先以文獻分析法來理解色彩研究之相關理論。再以田野調查法進行實證研究，透過所拍攝的照片、文字記錄與分類整合等等方式進行數據分析，詳加了解品牌飯店與特色民宿之間的色彩認知。並進一步運用BabelColor CT&A軟體分析色彩的調查(色彩分析、環境色彩)數據並比較歸納，最後再以表格方式整理呈現。

研究範圍與限制

環境色彩是針對人們的空間環境認知。目前對於大多數人而言，環境色彩的運用、理解與感知都被自身的年齡、格調、特性、文化、興趣、習慣、地理區域、民族、個人生理與心理狀態以及工作的種類、室內溫度、氣候以及照明的量與質而左右(Dijkstra K., et al., 2008; Kaya N., & Crosby M., 2005)。因為每一個人認知上都會有差異，所以實際應用於空間設計環境也會有相當認知上的差異性，不可以一般的通論來評斷而論之。所以透過本研究所提出的空間環境色彩會因個人因素而產生不同的設計上的微妙差異。

文獻探討

飯店與民宿

所謂的飯店被定義為主要提供住宿者，有個安全、舒適的環境，讓住宿者在短暫的休息或睡眠可以有好心情（房元凱，2010）。「民宿」說詞源自於日本「Minshuku」，其原意與英美國家說詞「Bed&Breakfast（簡稱B&B）」相同。指利用自家用住宅空間私人經營的小型家庭旅館，通常房間數目是5間房以下，而且人員與服務也與旅館有所不同。最大的差異在於民宿可結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，或以家庭副業方式經營，提供旅客不同的住宿體驗。

色彩學相關理論探討

人類因為三維體的視覺結構，讓我們可以感受到紅綠藍三色波長豐富的生活色彩組合呈現。因此，自然與人造物皆運用色彩來彰顯其特色與自然的象徵，是一種視覺刺激、一種自我象徵、也是一種保護。色彩可用來協助使用者獲取資訊並提供作為快速、安全且容易知溝通橋樑，所以色彩影響空間的視覺品質。而色彩感知是透過視覺程序知覺、定位與辨識的一個重要部分。室內裝飾、牆面、天花以及地板以及其他表面的色彩與居住者的安康、情緒及滿意有著重要的關聯性。Frank H. Mahnke(1996)就認為色彩是人類與生俱有屬於心靈的一部分，也是生命中不可或缺的一部分。

色彩視認傳達

依循色相配色法分類時較為不易，日本色彩研究所吸取各優點長處，包括奧斯華德（Ostwald）表色法，並依據孟塞爾(Munsell)色票法修正標準組成其色彩體系而研發日本色研配色體系（P.C.C.S., Practical Color Co-ordinate System）。PCCS以色調(Tone)複合性概念結合了明度(Value)及彩度(Chroma)的特性，除了可以簡化色彩的複雜度之外，對於後續分析樣本色彩調和與否，也可以做進一步的討論與分析而對於室內空間配色之研究將有極大幫助。

室內設計系 彭淑玫老師研究

空間環境色彩探討

環境色彩是影響環境心理的主要原因之一。環境心理主要研究人與空間之間互動所產生的關係與作用，也就是人們對於空間的認知和知覺感受。生活中的環境改變人的行為與態度，而我們在這當中體驗、吸收並學習其經驗，而對於思考與體認產生不同的觀點。環境整體的空間大小會影響到感覺，兩者之間具有衝突的型態。

研究流程

本研究擬規劃以四階段進行(以流程圖方式呈現)，依序為現地照片樣本取樣、空間環境特色、室內空間色彩分析(以公共空間為例)、色彩間差異性比較分析。

結果與分析

現地照片樣本取樣

以品牌飯店與特色民宿為空間色彩及裝飾擺設品照片取樣的色彩對象。深入探討兩者間使用色彩的差異情況，進一步了解人們對於在選擇住宿時，是否會以此為選擇的考慮範圍，或者是以認知上的品牌做選擇，例如：蘭城晶英飯店、W hotels、真情非凡、水畔星宿等品牌飯店與特色民宿。

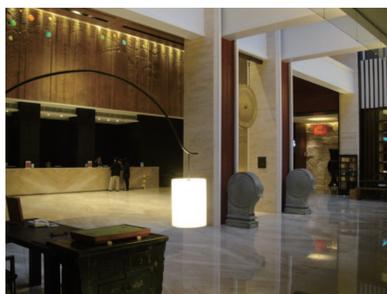


圖5 飯店「蘭城晶英酒店」



圖6 飯店「W hotels」



圖7 民宿「真情非凡」



圖8 民宿「水畔星宿」

室內空間色彩分析 - 以公共空間為例

本研究透過公共空間色彩調查為取樣，依照色相中的RGB值作為分類基準，進行調查與彙整分析。首先針對飯店「W Hotels」以及民宿「水畔星宿」進行天、地、牆的色彩取樣與比較，再來以「蘭城晶英酒店」與民宿「真情非凡」進行同樣的色彩取樣與比較。空間環境色彩之後，再進行環境輔助色彩，也就是空間中較具特色的裝飾品進行取樣比較與分析。希望可以藉由這樣的交叉比較，可以了解品牌飯店與特色民宿之間有關公共空間的環境色彩差異性及其原因。

1. 空間環境色彩公共空間 (1天花、2牆面、3地板) 三向落點

1). 飯店「W Hotels」(左 Space #1) 與民宿「水畔星宿」(右 Space #2)比較分析(資料來源：本研究分析)

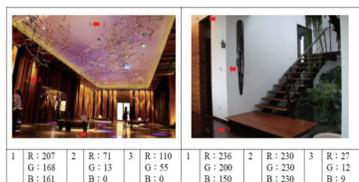


圖 11 左飯店：「W Hotels」；右民宿：「水畔星宿」



圖 12 天花色彩比較



圖 13 牆面色彩比較

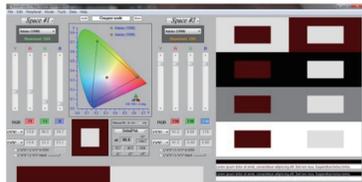


圖 14 地板色彩比較

2). 飯店「蘭城晶英酒店」(左 Space #1) 與民宿「真情非凡」(右 Space #2)比較分析

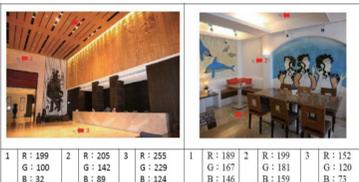


圖 16 左飯店：「蘭城晶英酒店」；右民宿：「真情非凡」

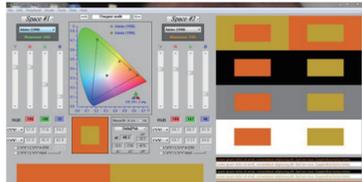


圖 17 天花色彩比較

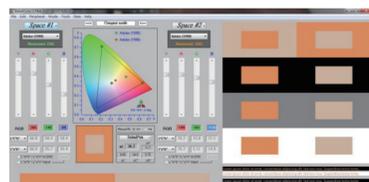


圖 18 牆面色彩比較

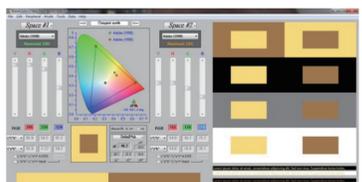


圖 19 地板色彩比較

2. 空間環境輔助色彩分析 (裝飾品)



圖 20 左飯店「W Hotels」；右飯店：「蘭城晶英酒店」



圖 21 左民宿「水畔星宿」；右民宿：「真情非凡」

色彩差異性分析

藉由以上數據分析結果可以發現品牌飯店與特色民宿間空間環境色彩中色相 (RGB) 值兩者之間在顏色落點上有顯著不同的結果。案例中，飯店的色彩設計會偏向於企業文化色彩，進而深入影響整體設計的色彩配色。相反的，民宿的案例狀況顯示，雖無大膽色彩的應用表現，但在數據分析上面偏向於設計師在民宿的用色方面較無束縛，進而顏色的使用上會較為活潑，與鮮麗。藉由空間環境色彩的分析，可以知道設計師對於顏色上面的應用會因品牌與特色間的考量差異而會有不同的取向與思維。因此可以推論民宿設計者對於空間環境整體色彩，大膽用色的不是設計師的考量，而是在於業者自身的想法，進而影響此設計結果。

空間環境色彩與輔助裝飾色彩兩者間出現互相平衡與對比的現象。也就是說，如果空間環境色彩呈現淺色系表現，搭配的裝飾色彩就會以對比的方式呈現。由此可以了解特色民宿在設計上會因設計者(或經營者)對於空間環境的認知產生不同色彩搭配，使整體空間產生活力感。由此結果看來，對於設計師在設計整體空間環境時，會因空間環境所帶給人的感受進而影響設計師決定色彩搭配結果。從另一個角度來看，或許結論會是設計師用色上有專業的束縛，而可以成為色彩素人的經營者則無，所以在色彩的使用上就無傳統用色上的規則可言，可以盡情的運用所有民宿與接觸的大自然色彩。