圖解色彩與生活

——淺談生活取向的色彩教學

林磐聳
國立臺灣師範大學美術系所副教授

美術教育的基本理念不僅止於教導學生專業的繪畫技巧，以從事技術層面的創作表現。更重要的取向是強調參與者的心智發展、人格涵養及文化素質的提昇，藉以豐富人類社會更多元活動的發展。因此，美術教育的教學宗旨除了得以從中發展具有潛能，而加以培養爲不同專業職能的繪畫、雕塑、建築、工藝、設計……等各種領域的藝術家之外。就其廣泛且深層的教育理念而言，美術教育主要在於培養具備正確的美術認知、完整的美育觀念及良好的美感涵養之健全國民。此種國民美術教育的功能，其影響力將遠大於專業美術教育的培養。

就此觀點而言，「色彩與生活」的關係就突顯了上述「專業性」與「國民性」所存在的相對性問題。若將目前台灣美術教育課程中的色彩教學單元，將之與「藝術生活化，生活藝術化」的目標檢核探討，不免令人產生質疑其具體可行的程度與機會？因爲，就目前「色彩」位處於美術教學單元的功能而言，大抵以作爲藝術創作的基本要素爲主。其教學的內容多偏重於專業學理的介紹以及色彩調色、繪畫配色的練習爲重點，反而忽略了色彩原本存在自然、融入生活的本質性意義。因此，美術教學的色彩單元就成爲專業領域中艱深難懂的理論，與繁複龐雜的技術。反而無法落實爲生活實用的觀念與普及平民的知識。也難怪我們儘管成立爲數眾多的美術院校科系、培養了成千上萬的專業人才、創作出令人激賞的優秀作品。但是，除了這些陳列展示或蒐購典藏在美術館、博物館、畫廊、展覽會中的專業藝術品之外，爲何我們的生活週遭充斥著不堪入目與雜亂無章的視覺污染現象？爲何我們的國民不免產生「另類色盲」的色感缺陷與不足？

因此，就台灣目前美術教育的色彩教學所存在的問題與缺失，在「生活取向」的教育觀點而言。色彩教育自有其檢討與改善的必要，而其解決的方向，依個人管見主要有二：一是本質性的色彩教學方向；另一則是時代性的色彩教學媒介。就本質性的問題，除了提供專業性的藝術創作功能的需求之外，更要落實到普遍性的生活實用範圍，期使人人都能充滿彩色的人生。另外，從時代性的問題來探討，除了現有傳統的教學媒體材料，可供學習認知色彩之外，必需配合時代的潮流，適時引介現代化的電子傳播工具，提供更多元、豐富的色彩學習媒介，培養與時代同步邁進的色彩感覺。因爲結合「本質性」與「時代性」的色彩教學方向，才能滿足「生活取向」的教育目標，並且得以建構起更爲完整的色彩教學內容及應用表現的全觀概念。

本文爲配合國立臺灣藝術教育館舉辦一九九八年年度專題展：「色彩與人生」的系列活動，所撰寫的色彩學理相關文章。爲求落實國立臺灣藝術教育館致力推廣藝術教育、提昇國人美感生活品質的精神旨趣，並配合該館館刊《美育月刊》(Journal of Arts Education) 的編輯方針，定位爲美術教育的觀念與新知引介的編輯內容爲主。本文企圖以「圖解色彩與生活」的思考方向進行撰寫，希望透過具體明確、直觀感受的豐富圖例，藉以省思台灣美術教育現行色彩教學中的存在缺失，更希望透過圖文並列的方式，引起國人正視我們所處的生活週遭，而對色彩的處理心態及其可能展現的方式是否深入思考並善用色彩？另外，本文所引介的圖片範例以國外現存的實例爲主，希望藉此刺激國內從事美術教育、色彩教學的專業人士以及一般的讀者與社會大眾，在「取法乎上、得乎其中」及「他山之石，可以攻錯」的衝擊激盪之下，或許得以迸發出更多的創意構想，開創出更豐富多彩的生活藝術。

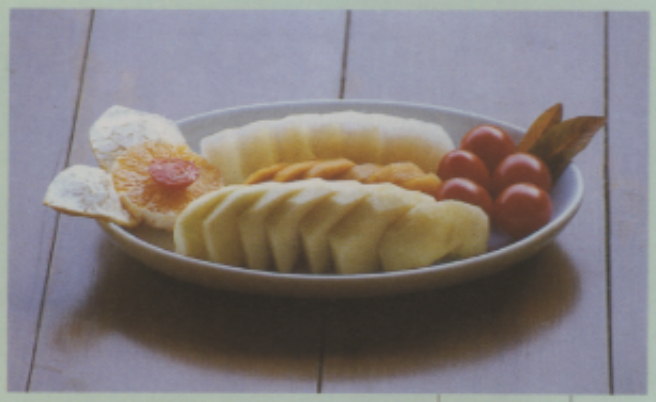
色彩是視覺傳播的有效工具，利用不同的色相區隔來指示說明差異性的功能目的，成爲色彩計劃中最爲常見的形式手法，也是色彩在現代生活情報泛濫的環境中，扮演愈形重要的角色之原因。圖爲德國國鐵 DB 設計規劃四款不同造形的人形雕塑，透過紅、黃、藍、綠四種不同的色彩，分別代表時刻表、服務說明、歡迎、告示……等不同功能用途，方便旅客易於辨識閱覽。（圖一～四）

▲圖一

▼圖二

▼圖三

▼圖四



▲圖五

色彩應用在人類生活週遭極爲廣泛，並且影響深遠。以日常生活中的食、衣、住、行爲例，無一不與色彩產生密切的關係，甚至透過色彩而豐富其內容意義，使之更具卓爾不凡的品味特色。圖爲應用在不同領域的色彩表現，從中當能深刻體會到色彩應用之妙，存乎一心。（圖五～八）

▲圖六

▲圖七

▼圖八

就社會文化的角度而言，色彩是一種社會、族群思想行爲的辨識符碼與溝通工具。從生老病死、婚喪喜慶的人生禮儀與傳統習俗中，存在著特定的色彩規劃與制約條件，藉此得以窺見色彩象徵的精神意涵與情感意識。以紅色爲例，在中國人喜慶吉祥、年節熱鬧的場合，紅色扮演著不可或缺的角色。圖爲應用在年節促銷及應景的設計場合。（圖九～十二）

▲圖九

▲圖十

▲圖十一

▼圖十二

色彩不僅作爲造形的輔助要素，以構成完美的創作表現。色彩更可獨立成明確的主題要素，主導視覺情報系統的功能。如公共環境的區域、方位、樓層、功能、路線……等不同機能目的，透過不同的色彩來指引標示，促進誘導說明的功能。因此，在國外機場、車站、政府建築、社教機構或大型活動，經常藉助色彩計劃的標示設計，用以達成識別指引的功能。（圖十三～十六）

▲圖十五

▲圖十六

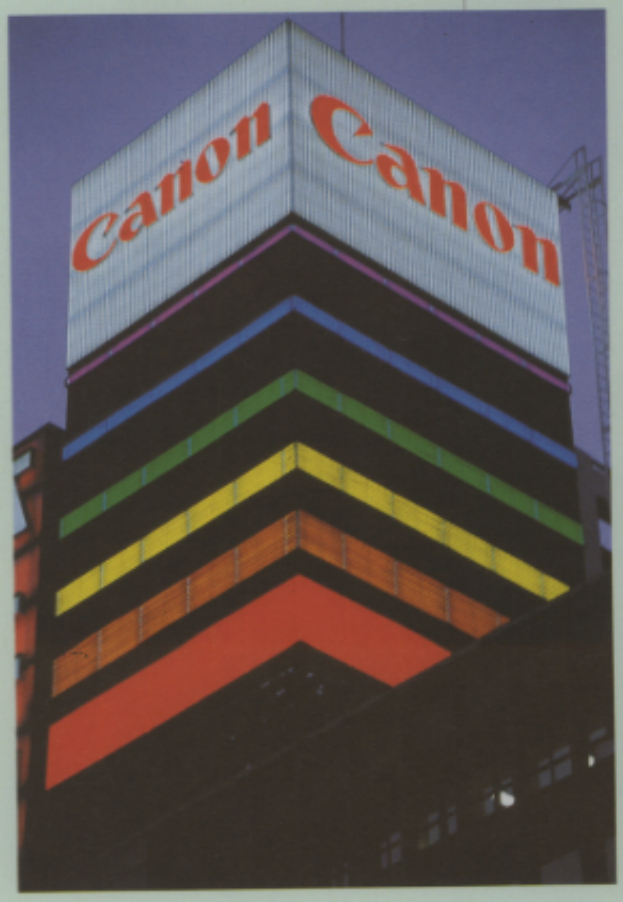
▲圖十四

▼圖十三

活潑鮮艷的彩虹七色構成觸目亮麗的視覺效果，展現出富於生命力與多彩多姿的精神內涵。儘管其出現的場合、形式、材質各有不同，但是透過色彩的表現，得以將具象的產物與抽象的感情傳達給遇遭的觀賞者。圖爲以高彩度的彩虹七色應用在建築立面作爲景觀、Canon 的霓虹廣告塔以及 EXPO '92 歐盟展覽館以各國國旗構成的圓柱塔，不同表現形式，同樣令人感受其內在的生命動力。（圖十七～十九）

▶圖十七

▼圖十八



▼圖十九

紅黃藍三原色是從事色彩學習的入門概念，也是進行應用表現的基礎色彩。色彩的配置構成與比例規範在於藝術創作者的慧心巧思，不同的比例、位置再加上各種造形、材質的搭配，呈現出千變萬化的視覺經驗。圖爲運用最基本的三原色所表現在櫥窗展示設計、車體外觀設計以及一九九八年長野冬季奧運會體育館前雕塑的不同效果。令人從中不得不感佩藝術之可貴以及色彩之可愛！（圖二十～二二）

◀圖二十

▶圖二十一

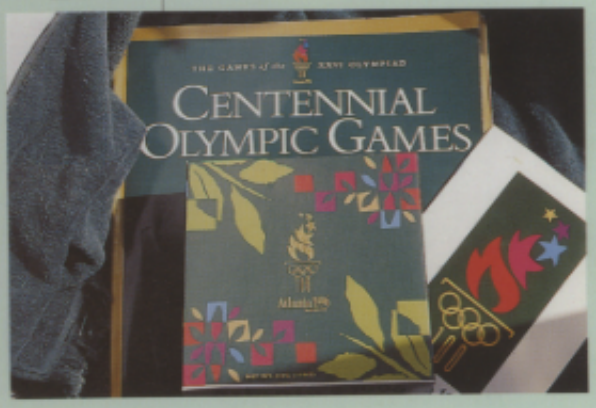
▼圖二十二

「標準色」是指企業、機構、品牌或產品，爲了明確昭示其經營理念、產品特性、服務內容或預期目標，選定某一個或一組色彩，貫徹運用在所有視覺傳達媒介，以建立強烈的識別效應，達成企業情報溝通的功能。如可口可樂公司的紅色，洋溢青春、活潑、健康、歡樂的氣息，與其年青人的主力市場之個性契合。再如產品趨向同質化的市場區隔，軟片業的 Kodak 黃、Fuji 綠、Konica 藍成爲品牌差異化的市場行銷策略。一九九六年百年奧運於亞特蘭大舉行，爲了彰顯主辦城市的所在地之資源特色，特別採用亞特蘭大所屬的喬治亞州之 Georgia Green 作爲標準色，並且貫徹應用在所有的活動推廣物及紀念品設計之上，形成強烈的色彩識別效果。（圖二三～二七）

▲圖二十三

▼圖二十四

▼圖二十五

▼圖二十六

▼圖二十七