

## From Color Composition to Color Design | Tang Changqiao

内容摘要: 学好“色彩构成”不等于能够在设计应用中创造出有效的色彩;“色彩构成”不等同于“色彩设计”,但却是色彩设计创作、开发的来源和依据。本文通过对色彩构成的形成、构成与应用,色彩实践管理等的论述,提出了艺术设计领域完整的色彩结构体系观点;从而加强学生对“色彩构成”重要性的重新认识,提升色彩“美”的品味,使将来创造和呈现符合时代特色的优秀色彩作品成为可能。

关键词: 色彩构成、色彩设计、运用、色彩管理

# 从色彩构成到色彩设计

唐昌乔

“色彩构成”对于艺术设计专业的广大师生来说并不陌生,它是掌握色彩形式法则最基础的学科,但并非每个设计者都曾经有意识地去深究过“色彩构成”的来龙去脉,仅仅知道这是艺术设计学科一门关于色彩的基础课而已,甚至还出现了“色彩基础”、“设计色彩”、“装饰色彩”等各种各样的名称,究其原因,还是对传统“构成”的概念理解偏颇,不求甚解造成的。同样,有的设计者在色彩设计的应用实践中不能真正地把握色彩,色彩创意过程几乎没有灵感,茫然困惑而无从下手,他们靠模仿和偶然性来设计,以至于创作出来的色彩与社会的需求大相径庭,这样的例子在现实中不在少数。没有科学的“色彩构成”基础理论的学习和实践,就不可能有设计色彩合理的社会运用;而仅仅学好“色彩构成”也不等于能够在设计应用中创造出有效的色彩;就算有了好的色彩创意,没有色彩制作的统筹与管理,再好的色彩理念也无法通过技术来精准表达。因此,艺术设计学科完整的色彩体系就形成了从色彩构成——色彩设计——色彩管理,这样一个递进的、互动的、反复交错的学科结构。

### 一、“色彩构成”概念

要了解“色彩构成”概念,就必须了解它在我国的发展历程。我国的艺术设计教育早在1910年就开始了,1938年李洁冰出版的《工艺意匠》一书最早提出了“构成之法则、色彩配合之意匠”等概念。到20世纪70年代末,广州美术学院借鉴香港和日本的构成教育方法和手段,制定了较为系统的《色彩构成》课程讲义,并取得了良好的教学效果。1990年,广州美术学院设置构成专业,并聘请朝仓直己为名誉教授。色彩构成理论猛烈地冲击了传统的“图案色彩”教学模式,在随后的几年里迅速向全国铺开。经过近20年的发展,我国的色彩构成教育体系逐渐趋于完善和成熟。



“色彩构成”非常强调构成的含义,有行为含义和造型含义之分。就行为含义来讲,“构成”是人对物质形态能动地改造、加工或组合,并赋予其实用的功能、审美或研究的价值。从造型含义来讲,“构成”则是对形态要素、造型语言、视觉原理和心理效应的科学研究;是现代造型设计的流通语言,是视觉传达艺术重要的创作手法。色彩构成从人对色彩的知觉和心理效应出发,利用科学原理分析艺术与形式美结合的方法,把复杂的色彩现象还原成基本要素后再进行创造,因此它能够丰富设计思维,提高审美的判断能力和创新精神,特别关系到学生今后的色彩修养和创作水平的高低。

### 二、从色彩构成到色彩设计

“色彩构成”不能简单等同于“色彩设计”,色彩构成主要是在平面上通过研究色彩的规律来提高色彩搭配的能力,提升色彩品位,重点是解决色彩“美”的感觉问题,是对艺术设计色彩美最初的认知,它是艺术设计专业色彩学习的第一阶段,也是最基础的改变设计师色彩观念的关键阶段。而色彩设计却不同,这里所说的色彩设计

也叫“色彩战略”,即设计色彩的分类实践运用。广义上讲与设计战略的目的是一致的;色彩设计更接近于产品设计,是整个设计大类诸要素中重要的环节,不仅不能脱离形体、空间、位置、面积、肌理等色彩构成要素,而且还要受到社会、经济、市场、材料、工艺流程、技术以及受众消费心理的影响。中国美术学院王雪青教授曾经直言:“在今天的設計教学中,一定要避免过分自娱自乐的现象,设计始终是一种服务,教师有职责去搭建从学习到实践,更确切地说,从设计到产业之间的桥梁”。<sup>[1]</sup>这就是说,色彩设计必须要有服务大众的社会责任,而不能只是停留在构成意识阶段的自我欣赏,由于针对性、专业性和社会属性较强,因此色彩设计就成了从“色彩构成”到“色彩设计商业运用”的升华和拓展,形成了艺术设计色彩的实践和应用延续,是艺术设计专业,色彩应用设计学习的第二阶段,也是色彩整体结构体系中的第二阶段,还是运用实践检验第一阶段理论科学性的非常重要的、不可或缺的一环。

### 三、色彩设计的商业应用

色彩设计的商业应用可以直接理解为“色彩战略”,21世纪的色彩应用早已超越国界成为世界通用的视觉语言,它使全世界的人们得以有效地交流和沟通,使我们的衣食住行利用科学的力量产生了巨大的变化;如:“色彩构成与当代美术作品创作,色彩构成与平面设计,色彩构成与产品设计,色彩构成与室内设计,色彩构成与环境设计,色彩构成与服装设计,色彩构成与艺术摄影,色彩构成与数码艺术”等等,特别是从20世纪60年代的“CIS体系”创建以来,在社会各个领域便开始了有计划地使用色彩,在艺术设计领域,色彩更是作为一门必须的专业开始得到承认,甚至还出现了专门从事色彩创意、色彩策划的专业设计机构;“可口可乐”的红色作为“色彩战略”成功的典范具有里程碑般的意义,(图1)“朝日啤酒”



2

红色的包装曾被设计界称为败笔,没想到推向市场后销量猛增,这给我们对色彩应用的认知带来了新的启示,与其说色彩在改变,还不如说是我们对色彩的理解方式在转变。色彩的定义从感观领域向科学领域转变并深入到了生活的每一个角落;今天的商品时代,色彩战略的选择对商品的销量有着重大的影响,要根据希望传达的东西来使用色彩,要想传达什么?取决于信息,而信息取决于内容,内容则由设计者的思想决定,因此色彩与设计的关系就形成了“诚意”与“关怀”,或者从一定意义上讲,色彩就是设计的内容和要素,而设计则是通过最基本的色彩构成的方法和色彩的力量,来抓住人心的;例如丰田“PASSO”汽车的开发轨迹,它的色彩战略直接就是销售战略,主要针对活泼女性用户开发世界级水准的小型车,公司以全新概念制定色彩方案,不仅考虑色彩的流行趋势,还分析了具体的配色制作,通过事前用户的反映及对女性使用情况的缜密调查,制定了“充满愉快,充满乐趣”的色彩作为开发的主题,按女性用户的喜好和生活方式选定了亮红色作为主打汽车色彩,(图2)另一方面,PASSO出于让女性用户感受到“开着上街很时髦”的理念选定了珍珠蓝为辅助色,甚至还推出了让男士也能接受的香槟色,新车上市以后,销售额竟然比当初预想值多了5个百分点,使这款“迷你轻便、宽敞舒适”的小车一推出便大获成功。资生堂为现代女性推出的新品SINOADORA,改变了目前的化妆品印象,将东西方文化融合,用中国自古以来阴阳五行说的金(白色)、木(蓝色)、水(黑色)、火(红色)、土(黄色)五种颜色进行运用,而且还积极采用了无人尝试的黑色,带给人们史无前例的配色新印象,大受市场青睐。佳能数码相机“EOS Kiss Digital”的配色方案,为了支持从业余到专业追求高画质用户的使用需要,机身采用银色与黑色搭配,银色稍微加入一些钛金光泽,黑色采用特殊的颜料加深了浓度,得到了各界人士的高度评价;而尼康的D系列则以“真正专业画质”为开发概念,基础印



3

象是“精致”,核心印象是“雅致”,主要颜色是黑色,LOGO为白色,镶嵌不同质感的红色三角装饰,成为点睛之笔,从而制作出了专业的纯粹感。(图3)

#### 四、色彩设计应用管理

当下的设计学科变得更加明确而具有科学性,技术的进步发展使我们对色彩的认识带来了革命性的变化。各种设计色彩的应用软件、科学的设计与安排、色彩常用可视效果标准、视觉损伤标准等等新事物频频出现;作为设计师,我们已经不再学习怎样真实地将纯颜料融混而产生某些特定的色调,我们现在也很少接触铅彩、油画棒、马克笔之类的色彩工具了,设计师们运用各种软件,如:色标图、CMYK、印刷数值,以及适用于国际互联网、局域网等色彩设计的六位色调参考代码(Hex)等来完善客户端的拾色器,进而获得更精准的色彩表现,并在视觉传达的语境中重新理解色彩的魅力,这就是艺术设计整体色彩体系的最后阶段,也是第三阶段——色彩设计的统筹与应用管理。

由于色彩具有的物理、心理和行为效果与视觉传达领域的其他元素不同,色彩这个以印刷为基础又具有独特内部互动性,并广泛延伸到各种产品领域的战略行为,没有有效的统筹与管理,其结果是不可想象的,色彩应用要准确传达思想必须有科学的统筹与管理作保障,从显示器到印刷机再到色彩加工的各种设备,从色彩的空间运用到色彩创意的展示,从衣食住行的每个方面到生活中每一件商品都离不开有效的色彩管理,这同样也为我们带来了许多新的甚至有些陌生的名词,如:“3-D色彩理论、色彩矩阵、色彩校验、网点增大、像素、微观色彩运用”等一系列管理规范。那些基于印刷平面设计、环境设计、产品设计中的色彩搭配等,都是来自于最初的色彩构成,随后也因为有了色彩战略,有了设计色彩的社会功能,才让所有的设计项目都有了科学的色彩管理方法,这些方法包括色值数字的差别、对

比效果、物体的大小、形状、轮廓、纵深和动态等等;也只有有效运用这些方法,我们的设计思想才能得到真正的完美呈现。

#### 结语

当我们在平面设计、景观设计、服装设计、舞台美术、灯光效果等行业在随心所欲地运用色彩的同时,传统的“色彩构成”不但没有过时,反而变得更加重要了。研究色彩形成的基础,对于我们今天科学地运用色彩、创新色彩更具显著的意义。在艺术设计发展的过程中,设计领域从最初的模仿色彩感受到科学分析色彩、理解艺术,再通过现代医学和科技的发展认识到色彩与生理、心理以及行为属性之间的关系都做出了积极的努力和贡献,这就是本文所说的从色彩构成——色彩设计的商业应用(色彩战略)——色彩设计的统筹与管理的递进关系,每个环节都密不可分,每个环节都相辅相成。正因为有了这种设计色彩科学的、整体的架构,人们普遍开始关注色彩的背景信息,充分利用色彩这种强有力的视觉交流工具改变生活、享受生活。因此不到十年的时间,有关色彩的一切旧观念被改变了,传统“色彩构成”的内涵和外延也被升华了,今天的设计师承担了更多的社会责任,社会的进步与变革也要求设计师们必须要掌握更广泛、更细致有效的色彩管理知识,这种要求甚至成了设计师教育培养的必须环节,这种要求也将对设计行业本身和人类的信息交流产生深远的影响。

注释:

[1]王雪青:“设计切忌自娱自乐”,《艺术与设计》,2010.3。

参考文献:

[1]张小鹭、戚跃青:《色彩构成》,湖南美术出版社,长沙,2004。

[2]陈燕、陈敏:《色彩设计》,上海人民美术出版社,2006。

[3](美)罗克波特出版公司:《室内色彩艺术》,孙硕译,中国轻工业出版社,北京,2002。

[4](日)奥博斯科编辑部:《配色设计原理》,暴凤明译,中国青年出版社,北京,2009。

[5](日)南云治嘉:《色彩战略》,中国青年出版社,北京,2006.7。

[6](美)约翰·T·德鲁:《色彩管理》,中国青年出版社,北京,2007。

[7]程悦杰、历泉恩、张超军:《色彩构成》,中国青年出版社,北京,2010。

<http://www.cnki.net>

唐昌乔 贵州大学艺术学院