

## 色彩嗜好的地域性差异

许素洁

色彩嗜好是一个错综复杂的问题,存在着地域、种族、性别、年龄、职业、群体、时代、文化素养等的差异。其涉及到复杂的地理与文化、心理与生理等因素,关系到地理环境与视觉经验、色彩心理与生理认知、色彩感性、色彩审美文化等诸多领域的研究。然而,其中对于地域性色彩嗜好影响较大的因素之一是地域自然环境。

研究色彩理论与实践三十多年的日本学者佐藤邦夫认为:地域自然环境造成色彩嗜好的差异性是具有全球规模并跨越国境性的。应用色彩研究专家野村顺一在《色彩的秘密》中同样强调了自然环境的影响作用。他以生活在太阳光照强的炎热地带的拉丁系人和生活在较寒冷多阴雨的欧洲地带人的色彩嗜好为例指出:日照好的地域偏好强色,阴天多雨的地域偏好弱色。他说拉丁系民族生活在丰厚的太阳光照下,因此喜欢鲜艳的暖色色彩,特别是红、橙、黄。视觉生理研究结果也表明,他们的视网膜中心窝形成强烈的红色素使赤色视觉发达,因此,他们看到红色就会产生快感。并且他们的性格外向、直率、有冲动性,具有强暖色系色彩的性质。在服饰和用品的选择上他们通常喜欢用鲜艳的暖色系色彩。因此,地域色彩嗜好对形成他们的审美价值取向具有鲜明影响。而白皮肤、金发、蓝眼睛的北欧系日耳曼民族、斯堪的纳维亚人、爱尔兰人等喜欢寒色系色彩,尤其喜欢蓝色、绿色。其视觉生理与拉丁系相反,他们的视网膜呈现绿色发达状况。他们的性格也多表现为内向、沉稳、安静,并且由于北欧太阳光贫乏,视觉弱,色彩嗜好也不倾向于纯色。如,比起红色他们更喜欢桃色、白色等,他们很喜欢淡紫色系等明亮柔和色调的色彩。这一对比案例阐明了色彩嗜好存在着鲜明的地域性差异,其差异性主要取决于太阳光照的强度和空气透明度的影响。那么,其影响究竟有多大,影响状况和色彩变化规律以及环境导致人的视觉生理变化的特征究竟如何,佐藤邦夫做出了更为缜密详尽的论述,具有代表性意义。他以太阳光照度与地球纬度关系,阐明造成地域色彩环境差异的不可逆转性及其造成人视觉经验与视觉生理的差异性,直

接影响地域色彩嗜好和审美价值取向。

### 1、地域色彩环境差异的不可逆转性

佐藤指出,太阳光照度与地球纬度关系对地表色彩变化的影响呈规律性变化。其表现为:(1)南北半球同时产生纬度差形成的地表色彩明度的渐变变化。“光照度最强的是赤道的一点,然后从这一点向上下左右光照度一点点变弱。南北极光照度会急速变弱,恒常呈最低光照度。而在赤道的南北回归线地区,恒常沐浴最强的光照。从赤道向南北极的两极冠的中间地域,因光照度由强至弱的逐渐变化而产生纬度差导致的光照度的渐变状况。这一自然现象造成地域人感光环境呈色彩明度渐变性差异”(佐藤邦夫《风土色与嗜好色》)。(2)大气层对太阳光的折射造成地表色相与彩度变化的差异性。太阳光透过大气层照射到地表,包含七彩色光的太阳白光在穿过大气层时,会受到空气中的粒子与尘埃等阻碍发生光源色被分散现象,使太阳白光产生各种被破坏状态。照射到赤道地带的太阳光以直角方式照射到大气层,白光被破坏而分散的状态较小,地表面会产生较为完全的色彩反射,地表色相显色会较为鲜明。而照射到南北极地带的太阳光,要通过很长距离立体球状的大气层,因此白光会受到更大的破坏,地表显色程度会大大减弱。因此根据不同的地理位置,太阳光照射到地表会反映出各种不同被破坏的状态,即产生各种不同的反射状态。由此而造成的地域色彩变化规律,佐藤用宇宙工学语言表述为“赤方迁移光”、“青(蓝)方迁移光”、“黄方迁移光”、“绿方迁移光”。极地带的自然光即纬度低地域向青方迁移,赤道圈的自然光即纬度高地域向赤方迁移,中间地带向南北半球各向黄方、绿方迁移等,光照对不同地域色彩的色相变化产生的影响不言而喻。同时光照与大气层的距离及空气的湿度因素等,同样会造成太阳白光到达地表的彩度显色状态。阴天较多及湿度较大的地域,地表色彩彩度的显色也会随其状况减弱。光照与地球的关系及气候因素等造成地域色彩环境的差异性是不可逆转的自然成因。

### 2、地域色彩环境对色彩嗜好的影响

自然环境是造就生物属性的重大因素。生物美学的“演化论”者揭示的“达尔文美学”,追溯各种审美活动与趣味之演化根源,有天择与性择双方面的压力驱动进化。“天择压力驱使生物演化出针对特定环境,拥有最佳求生条件的性状之个体,性择的压力则驱使同一物种中的个体,面对择偶市场中的竞争者,发展出最能脱颖而出、博取异性欢心的性状”(陈一平:《审美的神物基础》)。依此理论自然环境也一定会构成天择压力驱使地域人形成一定的色彩视觉性状。佐藤指出:“直到我们的肉体成熟的18年间,在什么样的地域、什么样的外光中生活,视觉感带分布的色彩顺应性、习惯等是难以测定的。但是,不论我们能否意识到,在自然光向‘赤方迁移’的地域的人们,视觉就会变成‘赤方色顺应’型,在向‘青方迁移’的地域的人们视觉就会变成‘青方色顺应’型。而‘赤方色顺应’的人们,通常会对高纯度的红色相产生好感;‘青方色顺应’的人们,通常会对高纯度的蓝色相产生好感。无可置疑,这种状况是因自然光分布的色光,使生长的土地罩上了特有的‘彩色墨镜’的缘故,是大自然赋予的命运。”(佐藤邦夫:《风土色与嗜好色》)这一论述阐明了地域自然色彩环境对人的色彩认知所产生的具体影响,及影响具有一定的复杂性与稳定性。从佐藤对日本全岛地域色彩嗜好问题的精密调查研究中,可以理解“彩色墨镜”理论的普遍意义。佐藤针对日本地域色彩嗜好特性做出了日本地域色彩嗜好“地图”,呈现从北至南的冷暖色渐次变化的色彩嗜好倾向,即从‘青方迁移’向‘赤方迁移’的“彩色墨镜”效应。其影响不同地域的人的感色机能呈现“地域化个性”特征。

佐藤从来自日本南北方的武藏野美术大学学生对蒙赛尔标准10色色相环的色彩知觉调查得知,来自北方的学生能正确判断绿、蓝绿、蓝、蓝紫冷色系四色,却不能正确判断暖色系的红紫、红、橙、黄四色,而来自南方的学生恰好与此相反。这样的实验结果令学生们自己都感到很吃惊。正如佐藤所说,一般人意识不到自己的色觉特性,更不了解感色机能“地域的个性化”问题。这组学生的实验表明,与野村所述的拉丁美洲系与欧洲系人的色彩生理反应具有一致性,证实北冷色、南暖色视觉发达的生理倾向。即感色机能的“地域化个性”对生长至成年之人之色觉形成及色彩嗜好心理形成产生重大影响,佐藤也称其为“色彩方言”。并就其本质进一步阐述结论:“色彩方言不同于语言,它是随着自然光的移动在地球

上有规律性地发生的,具有超越国境的国际性性格。”(同上)

### 3. 研究地域色彩嗜好的意义

#### (1) 地域色彩嗜好对设计营销的影响。

对地域色彩嗜好的研究,是理解地域色彩审美文化特性的重要基础,也是色彩应用的重要依据。对地域色彩嗜好及其审美特性理解与否,关系到色彩设计与营销的成败。佐藤说,依据地域色彩嗜好研究的成果所指导的设计案例,获得百分之百的成功率。而不了解其差异性,会出现在东京企划的商品色彩在东京受欢迎,而在大阪却销售遇冷,相反在大阪企划的商品色彩在东京销售不振的现象。因此,在日本面料染色工厂聚集的岐阜,分别设有面向关东“冷色感觉的面料配色”与面向关西“暖色感觉的面料配色”等不同工厂。可见地域色彩嗜好对色彩审美价值取向与产品营销的影响力。

对地域色彩嗜好的影响力,学术界也持有不同观点。如日本千千研研究组在进行大规模地域色彩调查后认为文化圈的影响力更为凸显。台湾欧力成研究团队,对英、法、德、西班牙、瑞典、阿根廷、伊朗及台湾地区的不同年龄、性别与职业的223人进行调查,也提出色彩嗜好受到民族文化的重大影响,强调民族文化的影响意义。由于本文议题所限对此不作展开。但是民族文化特性的形成,同样受自然地理环境的重大影响,民族文化问题是在地域自然影响叠加之上更具有复杂性的问题,因此,民族文化对色彩嗜好的影响变得更为复杂、微妙。笔者一直对中国人、日本人、英国人所喜好的具有代表性的红色之差异性与原因有兴趣。在英国街道上到处可见他们喜欢用的红色,更多是比蒙赛尔5R更偏向紫色方向的深沉纯净的深红色,甚至住户的门、商铺的窗框、屋檐等多会被漆上这样强烈深沉的红色,使人产生英国人喜好这样的红色的感性认识。这种深红色给人深沉厚重的感觉,其中含有一定的蓝色量,是在红色中最为理性、宁静、冷傲的色彩,反映出英国贵族理性傲慢庄重的传统文化色彩。这里不去探究文化的地理成因,但是英国的地理位置,也是属于嗜好偏冷色的地域,深红色是红色中最冷的红。日本人最喜爱的红则是红色中偏亮的丹红色,犹如丹顶鹤头上的那一点纯净、薄明的,充满纯粹感的单纯、轻盈、超脱的红色,使人联想到日本审美文化追求单纯、极致、形而上的精神境界的纯粹性,是那种单纯、不含有其他色的纯粹性的通透的红色。中国人喜爱的红色,是

充满喜庆色彩、热闹、欢快的偏朱色的大红色,其中含有一定的黄色量,给人感觉明快、动感,这与中国文化热情、活力、追求吉祥如意、充满生命活力的民俗审美文化密切相关,大红成为中华民族文化的一种象征。这样的微妙色彩嗜好差异,其在感性与文化现象的层面上,文化的影响因素似乎更具有显在性,但不可否认文化的形成与自然地理环境的密切关系,大自然的力量对造物及其特性具有深刻的影响。

## (2) 中国地域色彩嗜好研究的重要性

文化与地理、历史、种族等诸多方面都具有内在关联性,色彩嗜好及其成因往往具有复合性存在的性质,不仅同一国家的不同地域具有很大的差异性,不同国家、民族与不同历史、文化同样可以造成很大的差异性。

自然环境导致人形成一定的色彩知觉特性与知觉能力,也直接影响色彩的审美价值取向。如果我们仔细观察现实,“色彩方言”或者感色机能的“地域化个性”现象具有普遍性。笔者对深圳与哈尔滨城市色彩的冷暖色调及色相喜好倾向的鲜明差异性印象颇深。在深圳的公共环境中,随处可见景观色彩中被赋予很多醒目的暖色系色彩。如公园、街道、小区绿化地中的设施,常被施以暗橙色调和茶色调,看起来浓重、温暖。哈尔滨同类景观则常呈现大量的亮或冷色系色彩,蓝绿色彩居多。深圳可见大量粉红色或暖黄色物搭配茶橘色色带的建筑,与哈尔滨偏冷的降低彩度的亮黄色系的建筑及蓝绿色的屋顶或装饰色带等,形成鲜明的对比。笔者分别以两城市民用建筑为主各拍摄近百张照片,用美国 PANTONE 的 CAPSURE palette 色彩分析软件分析,结果显示蒙塞尔数值,暖色系 RP-Y 的色相,哈尔滨接近 64%,但其中 Y-GY 黄色调占 20%多,G-PB 接近 32%,其中 G-GB 约占 12%,并且,彩度 C1-4 低彩度色近 70%,C6 中彩度色近 30%,最高彩度为 C7 只占 2%左右。而深圳暖色系 RP-Y 的色相 76%以上,其中 Y 只有 2%,没有含绿色量的 GY,即大多数是偏向红、紫红与橘色系列的最暖的色彩。G-PB 仅占约 12%,几乎没有 G,并且深圳高彩度色 C9、C8 约占 17%,远远高于哈尔滨 C7 的 2%。C1-4 低彩度色比例接近,明度数值也比较接近。从色相和彩度综合数值来看,哈尔滨即使有一定的暖色系色彩,但彩度很低,较多的黄色系低彩度色多有冷感倾向,再与较多的蓝绿冷色相搭配,城市整体色色调比深圳偏冷很多。相比而言

深圳不但红、橙、紫红色居多,冷黄色和蓝绿色建筑物较少,加上彩度也远比哈尔滨高,就更显现出明显的暖色喜好倾向。

这一现象就是地理环境所导致的所谓“色彩方言”效应。但是,如果按照色彩学心理与生理互补需求理论,我们也许会认为寒冷地区需要增加暖色环境设计,而在炎热的地区则需要增加冷色环境的设计。这样以某种色彩理论机械地推断地域色彩嗜好而进行设计,很可能会导致市场失败。这说明对地域审美特性研究的必要性。

综上所述,不仅日本有关东与关西、中国有广东与哈尔滨等色彩嗜好之巨大的差异性,还有中国红、日本红、英国红的民族色彩嗜好之差异,色彩嗜好关系到审美心理、审美文化及色彩营销等诸多方面,是提供设计成功保障的基础性研究。发达国家都很重视这类基础性研究。像日本这样依靠设计赢得国际市场的国家,做了大量支撑设计创新的基础性科学研究,为设计成功发展提供科学基础依据,为市场成功获得了大量的第一手材料。从大量的研究案例可以看出,仅就地域色彩问题,日本对本土乃至国际上不同地域的色彩特性做了大量的深入调查研究,可窥见日本成为设计营销大国的秘密。中国要从“中国制造”走向“中国创造”,不能依赖于国外技术提供的样本从事加工生产式的经济模式,必须潜心做支撑创新设计的基础研究,研究国内外文化特色、地域审美文化特色与差异性,深入关注其差异性对市场营销的影响,走基础研究支撑原创能量发挥的科学创新设计之路,创造有本有源、有丰富科学内涵力量的民族优秀设计。

日本是仅有 37 万多平方公里国土的单一民族国家,对地域色彩做出“地图”般的详细调查,并骄傲宣称日本为色彩大国。中国作为拥有 960 万平方公里土地与众多民族的人口大国,自然地理环境的丰富性与多民族文化及历史的悠久性,色彩嗜好的丰富性是难以想象的。对这一课题的体系化研究是发展中国艺术文化的重要内容,对国家文化创新发展,及实现经济跨越式发展,均具有重大意义。

(作者单位 深圳职业技术学院艺术设计学院)

栏目编辑 陈诗红 衣锦