

詩詞色彩的設計應用探討

Applying Colors in Poetry for Creative Design

葉茉俐 林伯賢

醒吾科技大學設計學院

國立台灣藝術大學創產所

摘要

近年來全球正進入一個以文化創意帶動美學經濟的時代，世界各國無不積極尋求文化創意設計的原動力。詩詞，是詩人以精鍊文字表達幽幽情思的方式，而能流傳千古至今之經典名詩，多是千錘百鍊之文學佳作，不僅是先人文化智慧的結晶，且和設計創意有許多相呼應之處。藉由探討詩詞中色彩的設計應用，期望能提昇設計作品豐富之文學內涵，賦予作品詩畫般的意境與美學體驗之價值。本文以詩詞色彩分析理論為基礎，參考相關文獻對於創意設計運用之可行性。以「詩詞」文學精神特色為出發點，說明如何經由選自美國詩人 Charles Bukowski 的詩作〈rouge et blue〉「紅與藍」之彩粧短片設計案例分析，掌握「詩詞」之背景與主題、分析詩詞意涵與色彩語言結構、歸類詩詞設色形式、至分析詩詞設色表現意境，及與文化創意設計特質呼應之系列過程，彙整建構為「詩詞色彩」之設計架構。將抽象之文學融入現代設計中，除為當前文化創意設計提供可行之應用模式，更期望藉由詩詞色彩之創意設計為詩詞文化再現傳統風華。

關鍵詞：詩詞、色彩、文化創意、創意設計

一、研究動機

近年來世界各國試圖藉由運用「文化」特色，以提昇「設計創意」之意涵價值，進而擴展具有文化特色的美學經濟。林榮泰(2005)指出，「文化」是一種生活型態，「設計」是一種生活品味，「創意」是經由感動的一種認同，「產業」則是實現文化設計創意的媒介、手段或方法。因此，文化創意表現在設計產業的關鍵，就是透過設計思考「始於文化，形於產品，用於生活」的哲理而達成的創新表現。而文化創意設計的要義在於萃取文化元素，轉化文化符號，賦予設計新的美學意涵。目前臺灣多數文化創意設計仍取材自有形文化資產，例如自然地景、生活器物等。較少以無形文化資產作為創意發想的來源。若能藉由傳統文化的根源，將「詩詞」文化，透過其外顯傳播形式及內隱表徵意涵，投射於創意設計，將可達到萃取其無形文化元素，作為文化創意設計概念發想的參考依據。因此本文案例選自 2011 年日本彩妝品牌植村秀(shu uemura) 與國際知名導演王家衛合作 拍攝，創意來自美國詩人 Charles Bukowski 的詩作〈rouge et blue〉「紅與藍」之彩粧短片，試圖藉由詩詞色彩相關理論，探討詩詞文化之色彩概念，應用於現代彩妝設計之研究，相信不僅有助於文化的保存，且能提昇整體文化創意設計的內涵與深度。

二、詩詞與設計之關聯

自古以來詩詞與繪畫創作，均具備一切藝術共同追求的目標，即是以「有限」體現「無限」、「無限如何具體化為有限」之特質。而「設計」亦具備將抽象無限化為實際具體表現的特性，與詩詞、繪畫實有異曲同工之妙。本章就詩詞與設計間之關聯性，詩詞之特性如何成為設計之創意發想概念，及援引相關詩詞色彩理論，藉以架構詩詞色彩設計應用之具體內容。

2-1 詩詞是文化創意的設計思維

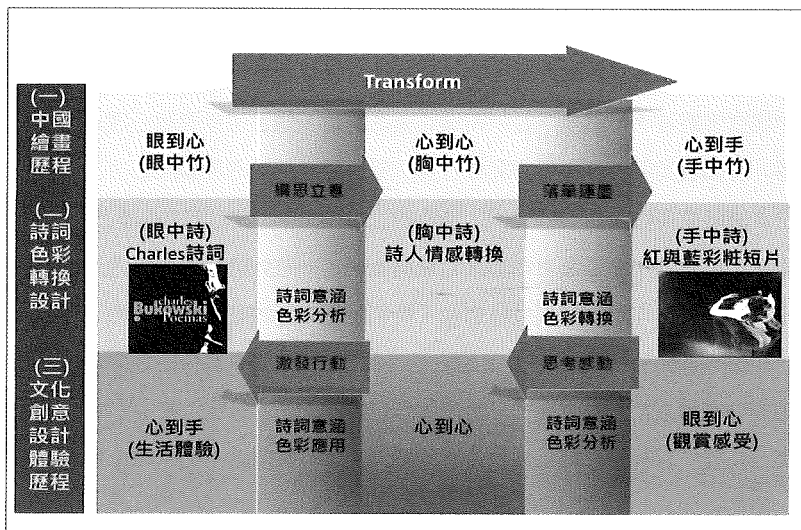
李亦園(1996)認為文化是指「人類共同活動所創造的產物，包括使用的工具、社會生活所賴以維持的典章制度、精神生活的種種藝術產品，同時也包括

創造過程中，諸多人類心智的活動歷程。」因此承襲中國五千年來的歷史文化薰陶，並流芳萬世的古典「詩詞」文化，無疑是無形文化資產重要而寶貴的部分。誠如德國哲學家 Cassirer(1944)所言，文化是人的外化、物件化，是符號活動的現實化和具體化，符號形式是一切人類的文化形式。美國哲學家 Langer(1953)亦深受其影響，所主張的「藝術是人類情感符號的創造」(Art is the creation of forms symbolic of human feeling)，成為近代影響深遠的美學理論。而「詩詞」文化正是詩人藉由具象文字符號，抒發心理情感層面的藝術表現。德國哲學家 Worringer (2007)在其《抽象與移情》一書中指出，人類能夠從藝術中獲取幸福，主要在於人類能夠將外在世界的個別事物，從變化無常的偶然性中抽取出來，並藉由抽象形式將其化為永恆。而「詩詞」之產生，正如朱光潛(1988)謂：苦悶起於人生對於「有限」的不滿，幻想就是人生對於「無限」的尋求。又指出：「詩有內外意，內意欲盡其理，外意欲盡其象，內外意含蓄，方入詩格」。簡言之，就是在有限的語言文字當中追尋無限的想像空間，並在合於邏輯思維的架構下搭建出詩的意象。在 Rapaille(2006)「好的商品更必須具備啟動消費者文化符碼的能力」之前提下，期望藉由已流芳萬世的經典詩詞文化，解讀「詩人情感」之內涵形式，設計轉換為具文化創意的「詩境」設計，以符應現代人虛空「心境」之渴望與需求，並提升文化創意設計之內涵與深度。

《藝術人類學》書中曾提到，「情感的對象化首先是一個心理過程。只要一個人通過某種方式(比方說「移情」)在一個對象上體驗到了和自己相同的情感，其情感也就對象化了。但這只是「體驗」不是「傳達」。傳達是要他人也體驗到和自己相同的情感，正如人與人之間的相互確證要有一個中介，情感的傳達也要有一個中介。」詩詞正是詩人傳達情感的中介，也是設計者藉以傳達創意的中介。其轉換歷程在〈詩詞形神轉化的文化創意應用〉一文中曾指出『有關繪畫與詩詞設計轉換之歷程，「以鄭板橋(1693~1765)在畫竹時所描述的心境轉折，可說明藝術家在「構思立意」到「落筆運墨」之歷程，與將心情寫照透過書法詩詞，創作設計作品之轉換歷程，實有異曲同工之妙。』如【圖一】繪畫、詩

詞轉換與文創體驗圖所示，第一階段中國繪畫歷程，及第二階段詩詞色彩轉換設計歷程，即是說明王家衛由眼見 Charles Bukowski 的「紅與藍」詩文，引發心中醞釀之創意發想，繼而轉換詩人情感拍攝為「紅與藍」彩妝短片之歷程。本文持續發展第三階段文化創意設計體驗歷程，左起說明消費者藉由(眼)觀賞「紅與藍」彩妝短片之視覺衝擊，享受浸淫於詩詞色彩之審美情境，繼而因感動而觸發深層思考，並激發消費慾望，且實際運用於生活中。該歷程與殷格頓(R. Ingarden)列舉藝術觀賞者在進行繪畫觀賞行為時的過程描述，頗能相互應喝。第一階段為觀賞者自色彩瀰漫的畫面，色彩開始對觀賞者產生作用，「意會」到由這些色彩的佈局、色彩、形相所暗示的美感中得到樂趣。「更重要的是這種經驗對於美學產生之後果，當觀賞者由簡單的「看」或「感受」，而試著思考(或說詮釋)畫面上色彩與光影的特殊形構佈局，或是達到這個目的時必須採取的手段等諸多更為深入的理解成立時，觀賞者將由一個「天真」的觀賞者轉變為一個視此幅畫為「藝術作品」的人，即是觀賞者與藝術家產生「神交共鳴」之刻(蔡宇蕙，2004)。

黎慕嫻(2001)曾指出，語言藝術形象的間接性，說明了詩歌色彩符號的創造乃內視覺形象轉化的歷程。作者將色彩感受知覺表象化，在自己的內視覺中清晰顯現，而後轉換為色彩言語符號。設計者接收符號後，須將之內化為內視覺中的作品設計色彩形象。讀者一方面接受詩作傳遞的種種意象產生感受，一方面藉由文字意象回溯作者的內心世界，這些文字、意象是通往作者內在的密碼。而色彩運用手法的分析，配合對作者生平的了解，使我們對作者內心世界的探索。綜合上述，東西方藝術創作之歷程實有異曲同工之妙。而藝術不分人種國別，均是體驗事物的特殊方式，詩詞色彩之應用也將引導消費者藉以通過體驗詩詞藝術之美。也正是本文試圖藉由國際知名彩妝短片之詩詞創意設計中，尋求印證中國詩詞色彩運用之目的。



【圖一】 繪畫、詩詞轉換與創意設計體驗歷程

2.2 詩詞中色彩的重要性

有關「詩詞」、「色彩」與「設計」的相關研究情形，曾啟雄教授曾於〈《說文解字》中之色彩表達文字〉、《中國失落的色彩》及〈《天工開物》之色彩記載釋疑〉等著作中，均有諸多對中國文化中色彩與設計之精闢論述。邱意珍(1994)《形、色、詩詞意境共感覺之研究》以十八首詩詞及綜合色彩學相關理論，透過意境聯想所獲得的形色關係之認知差異情形。此外廖育菁(2007)分析李煜詞作，發現所表現的情感與詞作中色彩字詞的變化有明顯的特色。蔡宇蕙(2003)析論當前有關詩歌色彩研究的主要徑路，顏色字統計法的孤立性與誤讀現象、應用色彩知識的語文分析、探索個人審美風格的色彩觀察法。許瑞玲(1992)溫庭筠詩之語言風格研究，從顏色字的使用字數的統計與比例及詩句結構分析，說明從顏色字分析溫庭筠詩雙語言風格的意義、方法與動機。均對本文在詩詞色彩運用之現況了解，有相當助益。

黃永武(1976)指出,「詩需要色彩的點染,使呈現的意象更鮮活靈動。」在其《中國詩學—設計篇》等相關系列著作,以現代美學的觀點,在抽象的詩藝中建立客觀審美的體系。並以跨域統整的觀念,透過包括美術心理及造形藝術等,各類藝術間相互影響的關係,強調並發展出詩學的理論核心,以發掘中國古典詩的藝術性,及體悟中國古典詩的思想性。李元洛(1990)亦提出,「詩的構思,是詩歌創作中最富有創造性的關鍵階段,一首好詩必然有出色的構思,而出色的構思,本質上是創造性想像,特別是想像中的創造性聯想的表現。」

蔡宇蕙(2004)指出,基於超越時空的藝術通性,詩文藝術的色彩表現是否能如同繪畫藝術的色彩表現般,讓讀者感受到詩人的「言外之意」、「味外之韻」,需自詩文中探討色彩賴以依附存在的藝術形象。並闡述丹納(H.A.Taine)在其《藝術哲學》針對色彩說到:「色彩本身的作用極大,畫家在這方面所作的選擇,能決定作品其餘的部分。」由此可知,原隸屬於詩詞文化中視覺要素的色彩,確實能增加詩詞靈動鮮活之具體效益。且如陳千惠(2005)認為,『藝術家對色彩的描繪,絕不是客觀地,機械地描摹圖景色彩,而是「心匠自得」為高,能體現畫家精神氣質的山水。清王夫之論詩中意境創作「以追光躡影之筆,寫通天盡人之懷,是詩家正法眼藏」,是「超以色外」的詩境;五代荆浩言「物象之原」,是「超以色外」的畫境。』對色彩必有高度的敏銳度,善用色彩的表現,透過詩歌語言來表達不同的色調物境及象徵意蘊。

李澤厚、劉綱紀(1999)提出中國古代文藝本體論的核旨是「情物交感」的觀點,在《周易美學》中,則對「心物交感」(即「情物交感」)作了更深入地闡述並認為,中國美學始終是以心物交感而產生的情感表現,據以說明藝術的發生與本質(蕭紋嫻和楊裕富,2010)。此外,陳昌明(2004)引述自《皇極經世書》提到,「感官的追求,可以是對形象、對色彩、對音韻、對情味的細膩把握,由快感而美感,轉化至另一層次。然而感官的追求也可能是物欲的沈迷,生命的沈淪,因此人對世界的認識,不能只停留於收納的階段。在宋代的畫論、書論、詩論中,常討論到人應有思考生命價值(體道)的能力,有包容萬象的心量,

有觀賞天地萬物之領會，以一心觀萬心，一身觀萬身，一體觀萬體。」更進一步提到，人對於美感的捕捉，亦是透過感官完成，文學創作往往是人對物色的感知與內在情感激盪而成。清紀昀云：「凡物色之感於外，與喜怒哀樂之動於中者，兩相薄而發為歌詠，如風水相遭，自然成文。」由此可知「感官」的追求，是文學創作中非常值得探索的重要課題。與英國經驗主義哲學家博克(Edmund Burke 1958)的美學觀點表示，漸變(gradualvariation)色彩與清亮淡色(cleanandfair)將產生生理愉悅的快感，由感官的快感將進而引發美感的經驗。經由上述理論顯示感官色彩之要素，對涵蓋文學與美學領域之詩詞創作，均有舉足輕重之影響。

2.3 詩詞色彩之運用理論

黃永武(1976)曾提及，「色彩有冷暖，可以配合景物的悲喜；色彩有對比，可以使景物亮麗加倍；色彩有調和，可以令感覺柔軟混成；色彩有明暗，可以呼應距離的遠近；色彩有質感，可以顯示事物的材料特性。」夏放《美學：苦惱的追求》形式美是指構成事物外形物質的自然屬性如色、形、聲等，及組合規律等所呈現的審美特性，與諸多設計原則均相似之處。而詩的色彩結構變化多端，有如秋日晴空上變化萬端的雲朵，不可能僅以固定模式加以規範。且分析結構形態亦因角度切入而結果將有所不同。黃永武《詩與美》書中對於分析詩詞的色彩藝術多所著墨，因此透過探究而掌握詩人所欲傳達的情意與美感，嘗試釐清該現象背後所蘊藏的原理，方得以對詩詞色彩形式所產生的美感效果有所認識，並據以應用於設計作品，則詩詞的價值將得以於文化創意運用中彰顯無遺。

蔡宇蕙(2004)曾對詩歌設色相關內容作相深入之整理，並指出：『詩歌的設色雖然尚未有系統化的理論層次，但為詩歌「潤之以丹采」以達詩之至的理想，早就存於傳統的詩論之中。自風、騷開始即已出現色彩的描繪，除了說明色彩對於文藝創作的影響頗鉅，且已非繪畫藝術僅有的專利。且隨著體裁的繁富、語體的增多和景物描寫的多樣化，色彩描繪在文學中的作用越加顯著。在古典

文學創作進入藝術自覺的階段之後，部份以審美為本位的重要詩論，也開始論及色彩質素對於創作者塑造美的藝術形象的助益：如劉勰在《文心雕龍·情采篇》中便將五色視為主文之道的一部份，而在〈物色篇〉更談論了詩文中的色彩描繪。關於詩文的設色：「凡摛表五色，貴在時見；若青黃屢出，則繁而不珍。」此即意味著詩文的設色必須是經過精心安排、去蕪存菁的成果。也因此對於詩文的色彩描繪，在劉勰的觀念中，便已然不再只是客觀寫實的複製，而是種需要融入作者情思，甚至是經過思考、規劃、佈置，乃至於表現的藝術技巧。甚至達到藝術表現的理想層次。」均由其中得知中國詩詞相關之色彩論述。且進一步指出，當前詩歌色彩研究的分為顏色字統計法的孤立性與誤讀現象、偏重於應用色彩知識的語文分析、探索個人審美風格的色彩觀察法等方式。而所謂個人審美風格表現，如屈原的風格與其詩中的香草、美人、以及眾多取自神話的意象有關。李白的風格，則與其詩中的大鵬、黃河、明月、劍、俠，以及許多想像、誇張的意象是分不開的。杜甫的風格則與他詩中一系列帶有沉鬱情調的意象相聯繫。這些不同的意象群之所以生成，與詩人們個別的形式想像力有著相當的聯繫。而個人風格得以建立的關鍵，色彩與意象必然有所偏頗，詩人的設色亦是如此。對詩人而言，客觀景物不在於想像之外，也不在遙遠之處，而在於其耳目感官所及之處。詩人必須創造許多新穎的詞彙，以提昇詩的藝術語言，如其附加物質想像是色彩、聲響等效果，以達到「瞻言而見貌，即字而知時」的逼真效果。所以出現在南朝詩歌中的色彩意象，可稱為「美的具體化」的色彩再現，即是不同層次的色彩用語與色彩意象之立體化。

由此類推，除考量主觀的詩人色彩風格特色，並藉由分析詩詞關鍵之色彩意涵結構，包括表現狀態之色彩語言、表現形態空間之色彩語言、表現感覺情緒之色彩語言、表現心靈審美之色彩語言等所組合而成的色彩意象。還可適當地剖析色彩物理、化學、生理、心理學等科學性客觀的知識。便不致因個人認知的偏頗與解析，而失去作品中完整詩境的精隨，以確實掌握詩詞色彩的創意因子，並建立完整詩詞色彩設計應用之模式。

三、詩詞色彩應用之設計案例

《藝術人類學》中提到，「詩固然是種語言藝術，但更重要的則是一種思維方式和情感體驗方式，或者說是一種人對世界的掌握方式。儘管存在著語言上的差異，但在最基本點上，在詩的精神上，史前民族、原始民族和世界其他民族和我們卻是一致的。這就不但給我們以探索的信心，也同時為我們確定研究的方向：探討人類在詩中是如何掌握世界的。」因此得知透過一首詩中的色彩意涵，也將足以認識詩人所掌握的繽紛而多彩的世界。色彩本是形式美的範疇，但中國詩畫的色彩已超越了形式美的意義，而具有強烈的人文本體論內涵和思想史的意義，其所謂設色(色彩設計)發展流變之形式與色彩，也是如此(陳千惠，2005)。設色不僅是人類獨有的表現方式，同時也具備了利用色彩增加物體的裝飾作用、客觀表現物體形相的顏色、傳達某特定觀念、表達藝術家個人主觀的心境等功能。對於詩歌設色的探討，除了以上四大功能之外，最終仍在於關懷設色者個人的觀物方式。並間接表達一位詩人對於詩歌色彩乃至於生命本質、意義的思考，也都是視覺藝術類型中所不容忽略的表現方法。且由於設色包含了色彩裝飾、表象、表意與表現的美飾功能(王德育，1998)，其所帶動的知覺反應與感覺意義，不僅能喚起藝術創作的生命力，在生命力展現的同時，甚至能表現出設色者殊異的觀物方式。

本文選定之詩詞色彩應用之設計案例，乃擷取自2011年日本彩妝品牌植村秀(shu uemura)，與國際知名導演王家衛合作拍攝之主題「紅與藍」的五十秒彩粧短片。其靈感來自美國詩人Charles Bukowski《Burning in Water, Drowning in Flame詩集》紅色與藍色「rouge et bleu」，主要描寫女性迷人容貌與強烈個性似是而非充滿矛盾情感的詩文：

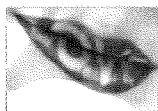
她感受到內心深處的耳語呼喚，讓她在冰火燃燒之中淹沒她一定要重生，讓歡笑與愛情充斥這張面具在火紅與冰藍意境展現曼妙舞姿，她的重生如此金燦奪目 繼續燃燒，讓每一張臉孔都是對生命的讚頌。

王家衛選擇的Charles Bukowski詩作，充滿似是而非的矛盾情感，觸發其拍攝「紅與藍」彩粧短片詩意盎然的創作靈感，說明詩人情感的作用可說是藝術創作的基礎，也是一首詩中色彩編排最大玄妙之處。其運用獨特懷舊兼具新潮的風格與視覺運鏡，充分掌握色彩運用的技巧，「紅與藍」「冰與火」的冷暖對比特性，捕捉女性令人捉摸不定的神祕氣質。在如蒙太奇的停格影像中如【圖二】所示：運用Charles詩作「紅與藍」彩妝短片之影像片段，精鍊地將詩詞中「火紅」「冰藍」「金燦」的色彩，藉由金光閃爍帶紅與藍的妝容，表達生命能量的閃銀藍的眼影，熱情展現的紅唇顫動。五官特寫及特殊視點的視覺張力，在濃烈的熱情之火與平靜海洋之間跳動，讓觀眾沉浸在動人視幻的情緒中不能自己。由體驗美粧精髓之感受，領略每一秒妝容都是對生命的讚頌，強調了藝術與美妝之間的密切關係，也將雋永優雅的詩意展露無遺。王家衛不僅虔心埋首於詩文表象的顏色運用，更將主題與背景、色彩明暗、色域大小對比所造成的不同視覺意象，充分表達詩中色彩狀態、色彩的形態空間與色彩的情感語言。



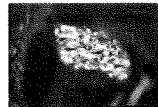
A.藍色粧容系列

多層次閃銀藍色系的眼影及指甲彩繪，是利用色彩增加物體的美觀表現。



B.紅色粧容系列

紅唇的紅色粧容系列，代表客觀表現物體形相的顏色表現。



C.金色系列

金燦面具洋溢著釋放內心深處熱情的意象，在被冰火燃燒淹沒的氛圍下重生，傳達了色彩特定的觀念。



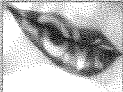
D.無彩系列

無彩系列的曼妙舞姿夢幻詩境，雖如曇花一現，卻令人回味無窮，是表達藝術家個人主觀的心境色彩。

【圖二】運用Charles詩作「紅與藍」彩妝短片之影像片段

四、詩詞色彩之設計應用架構

詩詞色彩是詩人內在精神與詩人的生命經驗、存有狀態及美學思考，詩詞色彩也正是詩人心靈圖像的具體展現。所以藉由分析詩歌色彩於作品之應用，將可具體瞭解由表象之詩詞色彩至具象之作品創作之歷程。經由上述設計案例分析，本章節自選擇詩詞由來背景主題、分析詩詞意涵與色彩語言結構、歸類詩詞色彩形式、至最終完成詩詞色彩表現意境，及文化創意設計特質探討之系列過程，整理建置如【圖三】詩詞色彩的創意設計應用架構，相關步驟及內容如下：

1.詩詞主題背景	2.詩詞色彩語言	3.設計案例	4.詩詞設色形式	5.詩詞設色表現	6.文創設計特質
具象事物 地域美景之領會 環境變遷之衝擊 詩歌技法之拓展 文學素材之改變 宗教因素之影響 先聖先賢之啟迪 敦儒家風之陶冶 懷才不遇之感慨 唯美思潮之形成	表現狀態 的色彩語言 (冰藍)	A 	設色裝飾 利用色彩增加 物體的美觀	隨類賦彩 以色鏡色	外在(形體)層次 外形色彩 (視覺物象)
	表現形態空間 的色彩語言 (火紅)	B 	設色表象 客觀表現物體 形相的顏色	隨類賦彩 以色顯形	中間(行為)層次 (功能使用)
	表現感覺情緒 的色彩語言 (金樑面具)	C 	設色表意 傳達特定觀念 倫理階級等	對應顯色 藉色生境	中間(感官)層次 觀念傳達 (情感直覺)
抽象事性	表現心靈審美 的色彩語言 (無彩生命禮讚)	D 	設色表境 表達藝術家 個人主觀的心境	恣意點染 隨色賦情	內在(心理)層次 (精神心靈)

【圖三】詩詞色彩之設計應用架構

4-1 詩詞由來形成之主題背景

詩詞之形成背景與主題意涵將影響其內容發展與設計轉換之方向。無論是外在之文化環境因素，如思潮之形成、文學素材之改變、宗教因素之影響、地域美景之領會、詩歌技法之拓展、文人逞才之心理等。或內在之個人因素，如

家風之陶冶、習性之導向、前賢之啟迪等各面向之剖析(李百容, 2003), 均可瞭解詩之形成背景。而其他如沉藏於詩人潛意識之狂傲與理想、現實受阻與懷才不遇之感慨、諷喻政教迷信荒誕與憂國思君之情志、家國與高隱兩種思致的內在交錯跌宕、以及晚年尋求精神自由解脫、嚮往宗法之禪佛境界等, 在在顯露詩中畫物之神, 也有著詩人主觀情志的投影(劉明昌, 2007)。由此得知詩人心靈意識、處世思想、生命體悟境界的轉變歷程均可成為詩詞由來形成之背景因素, 也藉以提煉為設計發想之創意概念, 並有助於設計情感之傳達。理解色彩所根源的文化本質, 或是詩人所處的社會歷史情境、所著重的色彩涵義、所持的觀念態度將主導整體風格的表現

4.2 詩詞意涵與色彩語言結構分析

分析詩的意涵結構, 可自詩詞色彩中分析表現狀態之色彩語言、表現形態空間之色彩語言、表現感覺情緒之色彩語言、表現心靈審美之色彩語言, 等相關詩詞意涵之色彩語言探討分析。如【圖三】詩詞色彩語言部份, 借重喚起色彩感覺的顏色字, 觀察顏色字與其他的字的相互運用關係, 及其顏色字所可能產生的色彩種類與色彩組合、意象語言與藝術形相的結合, 以解析代表詩人特有的審美表現。並就預期之設計類別屬性選取適當之詩詞內容, 且考量現實層面的具象表徵。設計者由選擇意象與顏色結合。

4.3 詩詞設色形式

設色(色彩設計)於中國詩畫的發展流變形式及色彩, 具有強烈的人文本體論內涵和思想史的意義, 因此本架構選取設色之四大層次功能, 以提供色彩意境設計之考量。(1) 設色裝飾為利用色彩增加物體的美觀。(2) 表象: 即客觀表現物體形相的顏色。(3) 表意: 傳達某種特定觀念, 如宗教、倫理、階級的觀念。(4) 表現: 表達藝術家個人主觀的心境。在「紅與藍」短片中, 充分表現了詩詞「設色」的典型形式。如【圖三】案例A: 多層次閃銀藍的眼影, 利用

色彩增加物體的美觀，是為「設色裝飾」。如【圖三】案例B：紅唇原代表客觀表現物體形相的顏色，是為「設色表象」。如【圖三】案例C：金燦面具洋溢著濃烈情感，表達釋放內心深處熱情的意象，讓熱情火紅從心中慢慢燃燒，再輕柔地蔓延至全身，讓我們在被冰火燃燒淹沒的氛圍下重生，傳達了特定的觀念，是為「設色表意」。如【圖三】案例D：曼妙舞姿的夢幻詩境，雖如曇花一現，卻令人回味無窮，表達藝術家個人主觀的心境，是為「設色表現」。

4-4 詩詞色彩表現

傅治平(1992)認為唐詩中的色彩魅力表現在「隨類賦彩，以色貌色」、「對應敷色，藉色生境」、「恣意點染，隨色賦情」三個方面。經由本文探討發現，色彩另具備表現物體形象顏色之特性，因此增加「隨類賦彩，以色顯形」之階段，如【圖三】詩詞色彩表現部分。並呼應設色形式之內容，具體說明色彩設計亦有由外形體延伸至內在精神之表達層次。

4-5 詩詞色彩文化創意設計

依據林榮泰（2005）整理的文化創意設計理論架構，提供「詩詞色彩」表現轉化設計在各個分析階段的重點參考，如【圖三】文化創意設計特質。依詩詞色彩所分析之內在意涵或外在形式，設計屬性，大致分類為「設色裝飾」屬性轉換以外在實體層次，以「視覺物象」為主。「設色表象」屬性轉換以中間行為層次，如功能操作特質等「機能使用」為主。「設色表意」屬性轉換以中間感官層次，如觀念傳達等為主。「設色表現」屬性轉換以內在心理層次，如精神特質等「精神心靈」為主。

由以上各階段之對應關係，將充分說明由「紅與藍」彩粧短片之關鍵性影像分析，瞭解自詩詞色彩語言之轉換應用，及其符應詩詞設色形式、色彩表現及文化創意特質之屬性關係，以建立詩詞色彩於創意設計應用之模式。

五、結論

李元洛(1990)表示,「時間不盡,宇宙無窮,思接千載,視通萬里,詩人們將在時空中繼續永恆的逍遙遊。」詩詞是作不盡的生命表現,「情感是生生不息,換一種情感就是換一種意象,換一種意象就是換一種境界。即景可以生情,因情也可以生景。」(朱光潛,2003)。死生離別的感懷;相見難求、時空路途阻隔的境遇;甚至面對侷限感慨的人生時空,都期望在幽幽的歷史洪流中,積極尋求詩人墨客迴腸盪氣的雋永詩情,透過古今中外的時空對話,使詩詞得以散發具時代意義的新風采。

本文嘗試藉由探究詩詞文化中相關內涵及形式變化,發現在詩詞中種種面向的展現,恰如繽紛多彩的圖像,其論述方法更是天馬行空各自表述。而在剖析詩詞之結構意涵,如色彩視覺圖像、時空意境、審美表現等種種詩詞元素時,所延伸的各種設計轉換形式,在文化創意應用上均極具探討價值。因此利用現代設計的情感需求,以「詩詞」文學精神特色為出發點,說明如何經由設計案例分析,掌握「詩詞」之背景與主題、分析詩詞意涵與色彩語言結構、歸類詩詞設色形式、至分析詩詞設色表現意境,及與文化創意設計特質呼應之系列過程,彙整建構為「詩詞色彩」之設計應用架構。期望藉由詩詞色彩的設計應用探討,得以體會思古之幽情,並為傳統文化再現風華。

參考文獻

1. 王德育,1998〈中國古代色彩與宗教表現〉,《「色彩與人生」學術研討會論文集》,臺北:國立臺灣藝術教育館。
2. 朱光潛,1988,《文藝心理學》,台北:金楓。
3. 朱光潛,2003,《談美》,台北:晨星。
4. 李元洛,1990,《詩美學》,臺北:三民書局。
5. 李亦園,1996,《文化與修養》,台北:幼獅文化。
6. 李澤厚、劉綱紀,1999,《中國美學史》,合肥:安徽文藝。

7. 林榮泰，2005，〈文化創意，設計加值〉，《藝術欣賞》，1(7)，26-32。
8. 呂德申，2000，《鍾嶸詩品校釋》，北京：北京大學出版社。
9. 葉萊俐、林伯賢、徐啟賢，2011，〈詩詞形神轉換的文化創意設計應用〉，《設計學報》，16(4)，91-106。
10. 易中天，2010，《藝術人類學》，台北：馥林文化。
11. 邱意珍，1994，《形、色、詩詞意境共感覺之研究》，國立台灣科技大學工程技術研究所碩士論文。
12. 鄭板橋，1982，《鄭板橋集》，台北市：宏業。
13. 劉勰，1994，《文心雕龍義證》，上海：上海古籍出版社。
14. 鄭樹森編，1991，《現象學與文學批評》，臺北：東大圖書。
15. 陳千惠，2007，《黃公望的山水題畫詩》，國立中山大學中國文學系碩士論文。
16. 陳昌明，2004，《寄妙理於形外——宋代美學中的「感官」主題》，國科會，研究計畫編號：NSC91-2411-H-006-010-。
17. 許瑞玲，1992，《溫庭筠詩之語言風格研究》，國立成功大學中國文學研究所碩士論文。
18. 曾啟雄，2010，〈《說文解字》中之色彩表達文字〉，科技學刊第19卷第4期。
19. 曾啟雄，2003，《中國失落的色彩》，耶魯文化，台北市。
20. 曾啟雄，2000，〈《天工開物》之色彩記載釋疑〉，科技學刊第9卷第4期。
21. 黃永武，1976，《中國詩學：設計篇》，台北市：巨流圖書。
22. 傅治平，1992，〈濃妝淡抹，詩景如畫——唐詩中色彩的魅力〉，《古典文學知識》第5期。
23. 廖育菁，2007，〈李煜詞中色彩之變化與情感之表現〉，《人文社會學報》，第三期。

24. 蔡宇蕙，2004，《李賀、李商隱「設色穠麗」的詩歌色彩析論》，國立成功大學中國文學研究所碩士論文。
25. 劉明昌，2007，《謝靈運山水詩藝術美探微》，成功大學中國文學系碩士論文。
26. 黎慕嫻，2001，〈李白七絕的色彩符碼解析〉，《文學前瞻》，第三期，138-158。
27. 蕭紋娉、楊裕富，2010，〈近代社會與設計美學〉，《空間：設計與理論學刊—城市的形象與表述專輯》，崑山科大。
28. H. A. Taine，傅雷譯，1997，《藝術哲學》，北京：人民文學出版社
29. Cassirer, E. (1979). *Symbol, myth, and culture*. London: Yale University Press.
30. Langer, S. K. (1953). *Feeling and form: A theory of art developed from philosophy in a new key*. NY: Charles Scribner's Sons.
31. Rapaille, C. (2006). *The Culture Code*. New York: Broadway Books.
32. Silverman, K. (1983). *The Subject of Semiotics*. New York: Oxford University Press.
33. Worringer, W. (2007). *Abstraction and empathy: A contribution to the psychology of style*. Chicago: Ivan R. Dee, Publisher. (Original work published in 1953)

Applying Colors in Poetry for Creative Design

Yeh, Mo-Li * Lin, Po-Hsien **

* Design College, Hsing Wu University

** Crafts and Design Department, National Taiwan University of Art

Abstract

The global village is encountering a new era of aesthetic economy powered by cultural creative, with every nation aggressively seeking inspirations for culture creative product design. Poetry, the essence of our ancestors' cultural intelligence, could answer the need for design creativity. This study will start with a foundational analysis on poetry colors, reviewing relevant literature for appropriateness in applying such knowledge on culture creative design. The procedures will start with traditional culture features in poetry, describe how to grasp the background and themes of traditional poetry, analyze the poetic significance and the color language structure, induce from implementation cases styles in poetic color design, and finally complete the whole process in investigating the significance as well as feature of poetic color design. The design model for poetic color design is thus established. By putting abstract literature into modern design, our poetry could be re-lived through culture creative design.

Keywords: poetry, color design, culture creative, creative design