

Г. БРАЗЭМ



ПСИХОЛОГИЯ
ЦВЕТА



Г. БРАЭМ

ПСИХОЛОГИЯ ЦВЕТА

аст
ИЗДАТЕЛЬСТВО
Астрель
МОСКВА

УДК 75
ББК 85.14
Б87

Настоящее издание представляет собой
перевод оригинального издания *«Die Macht der Farben»*
Перевод с немецкого *М.В. Крапивкиной*

Все права защищены.

Ни одна часть данного издания не может быть воспроизведена или использована
в какой-либо форме, включая электронную, фотокопирование, магнитную
запись или какие-либо иные способы хранения и воспроизведения информации,
без предварительного письменного разрешения правообладателя.

Подписано в печать 15.01.2009. Формат 84х108/32. Усл. печ. л. 8,4
Тираж 1500 экз. Заказ № 5230
Тираж 1500 экз. Заказ № 5231
Санитарно-эпидемиологическое заключение
№77.99.60.953.Д.007027.06.07 от 20.06.2007 г.

Бразм, Г.

Б87 Психология цвета / Гаральд Бразм; пер. с нем.
М.В. Крапивкиной. — М.: АСТ: Астрель, 2009. —
158, [2] с.

ISBN 978-5-17-053949-9 (ООО «Издательство АСТ»)(Инд.)
ISBN 978-5-271-21081-5 (ООО «Издательство Астрель»)
ISBN 978-5-17-058934-0 (ООО «Издательство АСТ»)(Фил-2)
ISBN 978-5-271-23616-7 (ООО «Издательство Астрель»)
ISBN 3-7844-7156-0 (нем.)

- Цвета рождают настроение
- Цвета пробуждают симпатии и антипатии
- Цвета манипулируют нашими впечатлениями
- Цвета влияют на принятие решений
- Цвета определяют действия
- Цвета делают больными
- Цвета исцеляют

Увлекательное путешествие в очаровывающий мир
«визуальных чувств».

УДК 75
ББК 85.14

Содержание

Предисловие	4
Сила цвета	6
«На вкус и цвет товарища нет» – так ли это?	16
Цвета	21
Красный цвет	22
Синий цвет	38
Желтый цвет	57
Зеленый цвет	71
Оранжевый цвет	87
Фиолетовый цвет	88
Коричневый цвет	95
Черный цвет	101
Белый цвет	114
Серый цвет	124
Серебряный цвет	130
Калейдоскоп цветов.....	133
Можно ли потрогать, понюхать цвет или попробовать его на вкус?	134
Исцеление цветом (цветотерапия)	144
Другие исследования цветов	150
Скорость восприятия цвета	150
Любимые цвета	151
Как выбирают цвета больные	151
От чего зависит предпочтение определенных цветов	152
Цвет, шрифт и удобство в чтении	152
Символические соответствия	153
Астрологическая классификация цветов	154
Алхимическая классификация цветов	154
Мистическая классификация цветов	154
Заключение	156

Предисловие

Когда в 1985 г. эта книга была издана впервые, я был чрезвычайно рад наконец-то предоставить своим студентам некий учебник по теории психологии цвета, который был бы им полезен одновременно и с практической точки зрения. Своей основной задачей я считал простое и ясное изложение как уже широко известных, так и менее авторитетных теорий (Гёте, Фрайлинга, Люшера и др.). Практические занятия и упражнения, сопровождающие этот курс, гармонично дополнили его теоретическую часть.

С тех пор «Сила цвета» переиздавалась несколько раз. Книга пользуется удивительно огромным интересом в сфере экономики, средств массовой информации, а также в таких специальных отраслях, как дизайн интерьера, мода, маркетинг, архитектура, спорт, развлечения, медицина и психология. Очень ответственным для меня моментом была перепроверка моей теории при создании проектов и их реализации. О результатах этих проектов можно написать тома, но для новичков, только начинающих постигать все тонкости этого материала, такое исследование было бы излишним. Поэтому в нынешнем издании своей книги, которое вы держите в руках, я попытался сконцентрироваться на самом существенном, а главное – выразаться простым, ясным языком, то есть сделать своего рода обзор для начинающих. Каждый ученый охвачен желанием поделиться своими исследованиями и открытиями с как можно более широкой аудиторией. Однако и в такой ситуации сохраняет свою актуальность известная поговорка «Лучше меньше, да лучше». Поэтому в последнем издании книги я отказался от цветных фотографий, результатов проектов и статистических материалов и надеюсь, что именно в таком виде «Сила цвета» найдет истинное признание читателей.

Книга, которую вы держите в руках, – это своего рода введение в психологию цвета. Каждый, кто освоит ее, научит-

ся замечать удивительные закономерности в окружающем нас мире и даже прогнозировать некоторые события. Так, например, в 1997 г. в Германии господствовала мода на зеленый цвет. Автомобильная индустрия сделала ставку на выпуск зеленых автомобилей. Впоследствии этот цвет стали использовать в своих логотипах такие известные марки, как *Dresdner Bank* (Дрезденский Банк), *Undeberg*, *Oko-Produkte* (серия экологически чистых продуктов). Таким образом, наметились некоторые сдвиги в культурном сознании немцев. Агрессивный красный, ассоциирующийся у нас с тревожными событиями XX в., также канул в Лету. В XXI в. человек ищет гармонии, стремится к мирному уединению. Из области медицины нам известно, что зеленый цвет обладает лечебными свойствами. Многолетние исследования моего коллеги профессора Харальда Броста из научно-исследовательского института цвета, света и пространства убедительно подтверждают целительную силу зеленого цвета. Я надеюсь, что мои читатели, которым удастся освоить «Силу цвета», придут к собственным ответам на этот и другие вопросы. Я буду несказанно рад, если моя книга послужит для читателя своего рода толчком, который поможет ему открыть дверь в прекрасный и удивительный мир цвета.

Гаральд Браэм

Сила цвета

Цвета сопровождают человека повсюду. Приобретаете ли вы машину или новое платье, делаете ли покупки в супермаркете, обустраиваете квартиру, пытаетесь сориентироваться в уличном движении, выбираете новогодние подарки или же просто рассматриваете фотографии – вы неизменно имеете дело с невидимой силой цвета. Цвета оказывают влияние на человеческое мышление, чувственное восприятие действительности, даже на наши поступки. Особенно тогда, когда мы не уделяем этому должного внимания.

Можно ли согласиться с подобным утверждением? Разве восприятие цвета не является чем-то сугубо индивидуальным, тесно связанным с субъективным вкусом человека? Ведь каждый реагирует на внешние раздражители по-разному, в зависимости от конкретной ситуации.

Конечно, субъективное восприятие играет очень важную роль. Равно как и индивидуальный вкус, пристрастия, привычка подражать чему-либо или же, наоборот, сознательное неприятие заданных образцов, стремление культивировать собственную индивидуальность. Но, думая, что на этом список заканчивается, вы рискуете спутать причину и следствие. Ведь речь в данном случае идет о формах проявления, о внешней стороне вопроса, который в действительности своими корнями уходит в древнюю историю человечества и представляется нам куда более сложным.

Изначальные (примарные) психологические установки, о которых сейчас пойдет речь, называются «архитипическими». Исследователи глубинной психологии (прежде всего Карл Густав Юнг, который изобрел этот термин) проделали огромную научную работу и пришли к удивительному заключению. Оказывается, распространенное мнение о том, что новорожденный – это своего рода *tabula*

гаса, «чистая доска» и что единственный фактор формирования личности – непосредственное влияние среды, является заблуждением. На самом же деле в мозговых центрах и генетическом коде новорожденного уже заложено то бессознательное общечеловеческое начало, которое затем найдет свое выражение в мыслительных структурах и моделях поведения сформировавшегося индивида, а также в его рефлексах и снах. Восприятие цвета, а точнее ассоциаций, возникающие у нас с тем или иным цветом – тоже своего рода психологическая установка.

Возможно, кому-то это рассуждение покажется слишком теоретическим, поэтому я хотел бы проиллюстрировать его конкретными примерами, которые пояснят, что имеется в виду. С помощью этих примеров я попытаюсь продемонстрировать, насколько тесно восприятие цвета связано с биологическими, физиологическими и психическими процессами, протекающими в человеческом организме.

Пример 1: Тест «Спичечный коробок»

Перед проведением теста подготовьте спичечный коробок, вынув из него спички и написав на внутренней стороне следующие слова: *«молоток, скрипка, гитара, красный»*. Затем снова наполните коробок спичками. Своему другу скажите, что этот тест на концентрацию внимания. Затем расположите спичечный коробок между большим и указательным пальцами левой руки и переверните его, сделав круговое движение кистью руки. После этого возьмите коробок в правую руку, расположив его таким же образом (между большим и указательным пальцами). Каждый раз, перекладывая коробок из руки в руки, следует громко считать вслух.

Этот трюк кажется очень простым, и он действительно

таков. Но вы вдруг начинаете сомневаться в том, что вашему другу удастся сконцентрироваться и также спокойно проделать эту операцию несколько раз, не сбившись со счета.

Естественно, друг начнет возражать. Продемонстрируйте ему этот трюк еще раз: он действительно работает. «Ладно, – скажете вы, – это довольно нехитрая манипуляция, но я все же сомневаюсь, что тебе удастся полностью сконцентрироваться. Я задам тебе сейчас пару вопросов, на которые ты должен будешь ответить не задумываясь. Это не совсем вопросы в прямом смысле этого слова, а своего рода слова-раздражители, которые я буду «кидать» тебе, подобно мячик. И ты должен будешь также быстро вернуть мне этот «мячик», быстро ответив на вопрос. Сразу увидишь, как ты собьешься со счета».

Тут ваш друг начнет категорически протестовать и доказывать, как замечательно он умеет концентрироваться. Попросите его досчитать до шести, поворачивая коробок, и мгновенно начните задавать вопросы: «Слесарный инструмент?» – «Молоток», – ответит испытуемый в 90% случаев. Возможен, но крайне маловероятен и другой ответ: «Плоскогубцы». Партнер должен продолжать вращать коробок, считая в такт. На счете «двенадцать» или «тринадцать» спросите его: «Музыкальный инструмент?» Большинство людей спонтанно отвечают на этот вопрос: «Скрипка». Если вашему другу еще нет тридцати, то ответ может быть иным – «Гитара». В 1960 и начале 1970-х гг. 90% опрошенных отвечали: «Скрипка». Сегодня это соотношение изменилось до 60% в пользу скрипки. 40% опрошенных отдают свой голос гитаре. Прочие музыкальные инструменты называются крайне редко и в основном в том случае, если человек сам играет на нем или же если этот инструмент по каким-либо другим причинам имеет для него очень большое значение.

На третий «блицвопрос» – «Цвет?», который следует за-

дать на счет «двадцать» или «двадцать один», 80 % ответят: «Красный». 20 % могут предложить другой вариант – «Синий». Прочие цвета не называются практически никогда.

Поблагодарите своего друга, возьмите у него спичечный коробок и опустошите его. Затем дайте другу прочитать слова, написанные на внутренней стороне коробка. Эффект будет просто ошеломляющим. Ваш друг будет искренне удивлен.

В чем тут секрет?

Все очень просто: чем больше человек концентрируется на каких-либо посторонних действиях (в данном случае – на переворачивании коробка и счете вслух), тем труднее ему контролировать свое подсознание. Как раз в этот момент и всплывают на поверхность те архетипические представления о чувствах и знаках, которые заложены в самой природе человека. Ответы на вопросы в такой ситуации даются не осознанно, а скорее инстинктивно. Так молоток – это один из древнейших рабочих инструментов, неизменно сопровождавших человека, начиная с самых первых этапов его эволюции. Скрипка и гитара – наиболее популярные музыкальные инструменты (по крайней мере, в нашем культурном пространстве), а красный – самый древний цвет.

Самый древний цвет? Как это? Разве цвета появились не одновременно?

Пока я воздержусь от ответа на этот вопрос. Подробную информацию вы найдете в отдельной главе, посвященной красному цвету.

Пример 2: Сердце

Предложите своему другу цветные карандаши, или фломастеры, или акварельные краски. И попросите его нари-

совать сердце. Он непременно выберет красный цвет. Не зеленое, не синее, не желтое, а именно красное сердце нарисует любой человек.

Мы просто привыкли к изображениям красного сердца? Правильно. Но проделайте этот тест с маленькими детьми, не имеющими ни малейшего представления об анатомии, трансплантации органов, сердечно-сосудистой системе и любовной символике. И что же – ни секунды не раздумывая, они так же, как и их родители, выберут красный цвет.

Конечно, это не заложено у детишек в подсознании. Просто однажды мама или папа показали им красное сердце, и одного лишь взгляда хватило, чтобы соотнести увиденное с той инстинктивной «программой», заложенной в человеческой природе, и активировать ее. В этой связи мне всегда приходит на ум пример с котятами, которых мать-кошка собственным примером учит «умываться». Стоит лишь один раз продемонстрировать им, как это делается, и инстинкт, заложенный во всех кошках, дает о себе знать.

Пример 3: Подозрительные ящики

Руководитель одной фирмы, специализирующейся на транспортировке грузов, заметил удивительный факт – в некоторые дни его рабочие уставали и выбивались из сил быстрее, чем обычно, хотя вес груза, который они переносили, оставался прежним. После нехитрого расследования обстоятельств выяснилось, что в эти дни рабочие должны были переносить ящики темного цвета. Озадачивал тот факт, что вес этих ящиков нисколько не превышал вес светлых ящиков, которые нужно было транспортировать в обычные дни.

Просто фантазия? Самовнушение?

Американские психологи Варден и Флинн занялись исследованием этого феномена – ящики разных цветов они наполнили абсолютно одинаковым по своему весу содержимым.

Во время этого эксперимента попытались отойти от традиционных мер веса, подобно фунту или килограмму, и использовали «абстрактную» величину – 3 кг.

Результат оказался поразительным. Каждый цвет имеет свой вес.

Результат:

Белый (в качестве исходного цвета)	3,0 кг
Желтый	3, 5 кг
Зеленый	4,1 кг
Синий	4,7 кг
Серый	4,8 кг
Красный	4,9 кг
Черный (почти в 2 раза тяжелее белого)	5, 8 кг

Неудивительно, что данную статистику невозможно было, да и не следовало утаивать. Напротив: индустрия «подхватила» эту идею и стала использовать ее в своих интересах. Отныне не нужно было использовать двухслойные и надувные упаковки, чтобы восполнить недостающее содержимое. Нашли новое решение проблемы – упаковку стали окрашивать в определенный цвет. Если сравнить одинаковые по размеру и весу светлую и темную упаковку, то последняя окажется явно в выигрыше: она будет казаться тяжелее, компактнее и массивнее, чем светлая. Современный студент, занимающийся цветовым дизайном, уже в первый год обучения изучает то, как цвета могут влиять не только на вес, но и на вкус, звучание, консистенцию, качество, срок хранения и т.д. Он учится с помощью цветов менять вещи, превращая их из больших в маленькие, из тяжелых в легкие, из горьких в сладкие.

То есть цвета незаметно воздействуют на нас?

Еще как! Цвета самым непосредственным образом задействованы в биохимических и физиологических процессах, протекающих в человеческом организме, просто очень часто мы этого не замечаем. Цвета могут воздействовать на частоту дыхания, ритм биения сердца, пульс. Прибегнув к тому или иному цвету, можно повысить или понизить кровяное давление, быстрее залечить раны. Цвета могут создавать ощущение холода или согревать, вызывать жажду или голод, успокаивать человека или же, наоборот, вызывать агрессию.

Большинство врачей знают об этих качествах цветов и не забывают применять свое знание в процессе лечения больных. Дизайнерам и архитекторам тоже не помешало бы учитывать магические свойства цветов уже на стадии планирования проекта. Сравним воздействие красного и синего цветов, чтобы лучше разобраться в этом вопросе.

Пример 4: Противопоставление красного и синего цветов

Красный

Темп дыхания
повышается

Пульс учащается

Кровяное давление
поднимается

Сердцебиение
учащается

Синий

Темп дыхания
снижается

Пульс замедляется

Кровяное давление
понижается

Сердцебиение
замедляется

Подводя итог, нельзя не отметить очевидное: красный цвет активизирует физиологические процессы в человеческом организме, в то время как синий замедляет их. Красный

цвет возбуждает, а синий успокаивает.

Еще отчетливее проявляется это в результатах исследования субъективного человеческого ощущения тепла и холода. Разница достигает 13 °С.

Пример 5: Ощущение тепла/ холода

В комнате, оформленной в сине-зеленых тонах, уже при 15° тепла человек начинает мерзнуть. В помещении с оранжевыми обоями и мебелью эта отметка снижается до 2° тепла! Думается, специалистам в области энергосбережения следовало бы не упускать этот, пусть и неожиданный, аспект из виду!

Шутки в сторону, но тот факт, что человек прекрасно осознает необычное влияние красного и синего цветов, находит выражение даже в устном народном творчестве. В пословицах и поговорках лед предстает синонимом для синего, а пламя – для красного цвета. Ледяной синий и огненно-красный позволяют каждому прочувствовать, с чем ассоциируются эти цвета в человеческом сознании.

Обобщим:

Рассуждения о цветах и их воздействии – это не дело вкуса, о котором можно спорить. Так кажется только на первый взгляд, если рассматривать проблему поверхностно. На самом же деле, цвета, согласно профессору Максу Люшеру, создателю знаменитого теста цветовых выборов, представляют собой «визуализированные чувства». Дальше – еще интереснее: цвета тесно связаны с архетипическим, то есть доисторическим опытом человечества, и могут, как это было наглядно показано на примерах, влиять как на многие физиологические процессы в организме, так и на восприятие человеком окружающей действительности.

Не стоит упускать из виду тот факт, что вся воспринимаемая нами информация на 80% является визуальной. Из этого становится ясным, какую важную роль играют цвета, детерминируя наше восприятие мира. Мир ярок и разноцветен, и каждый цвет по-своему влияет на нас.

Эта книга понимается автором не как очередной учебник по теории цвета. Задача ее – сместить основной акцент с теоретической на более понятную практическую часть. Книга написана в научно-популярном стиле и предназначена для всех желающих постигнуть «таинственную силу цвета». Поэтому сложные физические процессы мы постараемся обойти стороной, сосредоточив свое внимание на куда более любопытных психических феноменах. Мы попробуем хотя бы немного приоткрыть кулису, раскрыв тайну архетипов – древних психологических установок человека. Мы попытаемся понять, почему еще в древние времена человек реагировал на тот или иной цвет по-разному и почему вплоть до сегодняшних дней механизм реакции человека на цвета не изменился существенным образом.

В этой книге мы займемся и такими темами, как культурное и историческое наследие человечества, рассмотрим феномен моды как образец сознательного подражания. Объектом нашего интереса станет и язык народных пословиц и поговорок, который очень часто функционирует как сейсмограф, фиксирующий любопытные закономерности, заложенные в человеческом подсознании.

При написании книги автор старался принимать во внимание все возможные противоречия и неожиданные, нестандартные ассоциации, возникающие при исследовании этой темы. Потому что ничто не кажется автору более ограничивающим процесс познания, более суживающим человеческое мышление, чем обтекаемые, застывшие постулаты, которые безоговорочно принимают на веру и, что еще более ужасает, учат наизусть, даже не задумываясь.

Нет, жизнь и опыт – процессы живые, движущиеся. Обязательные пути и отклонения от стандарта здесь должны только приветствоваться. Если мы действительно хотим достичь результата, то следует рассмотреть проблему во всех ее аспектах и гранях, со всех точек зрения, которые только существуют.

Даже занимаясь наукой, нужно быть готовым включить свою фантазию, поддаться эмоциям, рассмотреть предмет исследования с неожиданной, нестандартной точки зрения. Иначе останется одна лишь голая теория.

Мы имеем дело с «пестрой» наукой в самом прямом смысле этого слова. И она кажется нам такой простой и доступной, потому что цвета сопровождают человека повсюду, изо дня в день.

Если после прочтения этой книги ваше восприятие цветов станет острее, чувствительнее и осознаннее, то я буду считать, что моя задача выполнена.

В этой связи желаю вам приятного чтения и надеюсь, что время, проведенное за этой книгой, не окажется временем, потраченным впустую.

«На вкус и цвет товарища нет» — так ли это?

Большинство людей, впервые слышащих о психологии цвета, реагируют одинаково: «Это все, конечно, ужасно интересно, но лично для меня неактуально. *У меня есть свой собственный, индивидуальный вкус*». Или: «Большинство верит рекламе, но я не из таких». Или: «Да, возможно, для большинства людей это и так, но я индивидуалист и думаю совсем иначе». Подобные высказывания, которые, к сожалению, приходится слышать изо дня в день, звучат весьма банально.

Примечательно, как сильно люди заблуждаются, явно переоценивая свою персону. Они выдают себя за абсолютно уникальных и ни от кого и ни от чего не зависящих индивидов. Подобные личности полагают, что их мнение полностью автономно и не поддается ни малейшему влиянию со стороны (чего нельзя сказать о сером большинстве, которым так легко манипулировать).

Индивидуальность — да, это о них. А безликая людская масса — явление совсем другого порядка. Ориентироваться на мнение большинства? Ни в коем разе, это не про нас! Так размышляют очень многие люди. И в этой своей оценке собственной индивидуальности они единогласны. И парадоксальным образом они составляют безликую массу, одинаково мыслящее большинство.

Конечно, субъективный вкус существует. Но следует исходить из того, что он не уникален у каждого отдельно взятого человека. Гораздо чаще мы имеем дело с индивидуальными вкусами разных людей, которые практически совпадают друг с другом. Верить в подобные утверждения, конечно, не хочется, но факт остается фактом.

Тесты и многочисленные убедительно подтверждают это явление. Они соотносят превратившийся уже чуть ли не

в заклинание «субъективный вкус» со вкусом определенной и вполне обозримой социальной группы людей в рамках общества.

Относиться к данному вопросу следует со всей серьезностью. А что, собственно, представляет собой «субъективный вкус»? Если попытаться проследить его становление у того или иного человека, то выяснится, что вкус – это не что иное, как смесь давно известных и весьма распространенных моделей мышления. А индивидуальность – всего лишь иллюзия.

«Нормальный» человек не ощущает влияния этих моделей мышления. Попробуем проанализировать понятие «субъективный вкус»:

Оно включает в себя, прежде всего, *моду*, *общественный вкус*, или, другими словами, позицию определенных, довольно узких групп интересов, продиктованную обществом. Под воздействием общественного формируется и «субъективный вкус», в зависимости от того, как (положительно или отрицательно) мы оцениваем то, что делают другие. Часто при этом «субъективное» сводится к простому сочетанию элементов разных общественных мнений.

Но кто создает моду? Она не возникает из ниоткуда, а создается на основе уже существовавшего ранее общественного вкуса, который принимается или отвергается новым обществом, или же приобретает новые, порой причудливые формы.

В основе любой моды всегда лежит некая *символика*, осознанная или неосознанная. Она образуется исторически, с течением времени. Но много в этой символике, особенно история происхождения отдельных символов, покрыто сегодня мраком неизвестности. Свое начало символика берет в *коллективном подсознании*, той таинственной смеси человеческих желаний, страхов, легенд, сказаний и мифов.

В любом случае, неоспоримым остается тот факт, что все эти представления и ощущения, берущие начало в *коллективном подсознательном* (термин Карла Гюстава Юнга), основываются, в свою очередь, на древних, исторических переживаниях человека.

Такие древние переживания мы называем *архетипическими ситуациями*. Чтобы добраться до их корней, необходимо, помимо исторических, общественно-научных и психологических знаний, обладать еще и определенной «*психоисторической*» интуицией

Оказавшись у истоков, мы поймем, что не представляем собой ничего сверхъестественного и необыкновенного, а являемся всего лишь очередным звеном многовековой цепи истории. И как раз-таки затрагивая тему цвета и его воздействия на человека, мы натолкнемся на новые данные, опровергающие стереотип о «субъективном вкусе» каждого отдельно взятого индивида. Я имею в виду *физиологическую обусловленность* соматических (физических) реакций человека. Проще говоря, физические реакции объясняются биологическим устройством человеческого организма и имеют очень мало общего с индивидуальным вкусом человека. О физиологическом воздействии цветов будет сказано в главах, посвященных отдельным цветам, а в главе «Исцеляющая сила цвета» я рассмотрю эту проблему с медицинской точки зрения.

Обобщая, хочется отметить, что цвета на самом деле не что иное, как «визуализированные ощущения» (согласно Люшеру) или, другими словами, результат реакции нервной системы на внешние раздражители. Цвет – это своего рода сила резонанса, побуждающая человека колебаться, вибрировать вслед за ней. И в зависимости от своей способности «вторить» этому резонансу, реагировать на цвет в большей или меньшей степени люди и отличаются друг от друга.

В заключение остается только сказать и кое-что в защиту стереотипа о «субъективном вкусе». Если все эти факторы, а именно моду (общественный вкус), символику, коллективное подсознание, архетипические впечатления и физиологическую обусловленность человеческих реакций положить на одну чашу весов, то на другой окажется всего лишь один, но весьма весомый аргумент – *индивидуальное подсознательное* (термин Карла Гюстава Юнга).

А оно, в конечном счете, часто основывается на изначальной психологической установке, которая, подобно архетипическому представлению, может восходить к самым первым детским впечатлениям человека. Только глубинная психология может поведать нам, является ли то или иное субъективное представление человека о чем-либо результатом детского переживания или нет.

Например: достоверно известно, что во всех вышеперечисленных сферах (общественный вкус, символика, коллективное подсознательное, архетипика и физиологическая обусловленность человеческих реакций) синий цвет символизирует холод, спокойствие и тоску. И тут выясняется, что кто-то, будучи ребенком, опрокинул на себя синюю кастрюлю с горячей водой. В таком случае можно предположить, что этот человек в дальнейшем не будет ассоциировать синий цвет с холодом. Очень вероятно, что данный цвет будет вызывать у него неприязнь и воздействовать на этого человека скорее агрессивно, нежели успокаивающе.

Налицо существенное нарушение «нормального», обычного человеческого опыта. Только такие переживания, затрагивающие индивидуальное подсознание и вызывающие нестандартные ассоциации, могут в дальнейшем сказаться на восприятии внешнего мира человеком. Именно ими обуславливаются в таком случае сдвиги в подсознательных представлениях той или иной личности.

В противном случае, говоря о «субъективном вкусе», мы имеем дело со смешением изначально заложенных в человеке факторов. И человеческое «Я», эго играет в этом процессе весьма незначительную роль.

Но не будем ограничиваться поверхностным созерцанием готовой мозаики, а рассмотрим отдельные ее элементы поближе. Не внешняя форма явления воплощает его суть. Чтобы познать действительную сущность чего-либо, нам необходимо проникнуть гораздо глубже.

Цвета

Красный цвет

Насколько известно, красный – действительно самый древний цвет в истории человечества. С чего мы это взяли?

Во-первых, этот факт подтверждают многочисленные языковые исследования. Во многих странах ежегодно публикуются так называемые «хит-листы» наиболее употребительных слов. Опираясь на эту статистику, можно установить, что за изменения претерпевает язык, какие слова используются стабильно часто, а какие представляют собой лишь дань моде и устаревают со временем.

Например, в нашей стране – Германии – эта статистика неутешительна: из года в год «хит-листы» свидетельствуют о том, что мы до сих пор живем при патриархате. Так, слова *он*, *мужчина*, *его* занимают первые позиции в статистике самых употребительных слов, в то время как «женские» слова *она*, *женщина*, *ее*, *госпожа* и т.п. располагаются едва ли не в хвосте списка. Язык выступает здесь в роли индикатора, подтверждая не видимые невооруженному взгляду явления.

Интересно также, что в первой сотне слов встречается всего лишь одно обозначение цвета, а именно красный (он стабильно входит в первую «двадцатку»). Все остальные цвета (зеленый, желтый, синий и т.д.) находятся либо далеко за отметкой «100», либо вообще не попадают в список. Эту неоспоримую позицию фаворита красный цвет занимает в подобных исследованиях с самого начала их проведения. И не только у нас: аналогичное положение дел наблюдается во многих других странах мира.

Если мы рассмотрим этот вопрос подробнее, углубившись в этимологию (учение о происхождении слов), то выяснится, что название «красный» как обозначение цвета в большинстве языков возникло раньше всех остальных. В некоторых языках, например в русском, проводятся

даже аналогии с понятием «красивый»: родство этих слов очевидно.

Судя по всему, красный цвет впечатлял людей во все времена, даже в самом начале истории. Но что же делает красный цвет таким уникальным, таким привлекательным для людей? Что должно было произойти для того, чтоб этот цвет так прочно «впечатался» в наше подсознание?

Попробуем перемотать время обратно, обратившись к действительности, существовавшей пару тысячелетий или даже, скажем, миллион лет назад, то есть к самым ранним периодам человеческой истории. Древние охотники поймали буйвола. Из множества его ран и царапин сочится кровь. Он крайне возбужден и готов на все. Один из охотников, неосторожно приблизившись к животному, становится жертвой его острых рогов, которыми буйвол пронзает противника насквозь. Стоная и корчась от боли, охотник прижимает ладони к ранам, как будто это могло бы остановить поток его крови. Напрасно. Вот-вот жизненные силы покинут его навсегда.

Когда в конце концов буйвол, заколотый стрелами до смерти, падает на землю, раненый охотник также делает свой последний вдох. Мокрые от пота, задыхающиеся от напряжения, находясь в состоянии трансподобного экстаза, охотники стоят вокруг убитого. Их товарищ неподвижно лежит в луже крови. Жизненные силы его покинули.

Красный – цвет жизни?

«Красный как кровь», «кроваво-красный» – такие выражения встречаем мы в пословицах и поговорках. И у Гёте Мефистофель заставляет Фауста подписать договор кровью, приговаривая: «Кровь – это особенный сок».

Мы знаем это. Мы цивилизованные люди, не переносим вида крови. Некоторые падают в обморок, сдаявая кровь, от вида одной-единственной капельки. Так возникают культурные барьеры. Кровь не проливают. Это грешно.

Но все же такое поведение – не самая типичная реакция на красный цвет. Обычно мы реагируем на красный цвет нормально, без обмороков (например, на светофоре). А в экстремальных условиях культурный барьер мгновенно разрушается. Первое, что приходит в голову большинству: война, кровная месть, одержимость и кровожадность. Некоторые вспоминают бой быков и петушиные бои, ритуальные жертвоприношения, религиозные самобичевания, магию вуду и макумба.

Но обращаться к такой экзотике совсем не обязательно: за примерами далеко ходить не надо. Нечто подобное происходит вокруг нас ежедневно: когда, например, жаждущая сенсаций толпа зевая жадно глазет на жертву несчастного случая, обтекающую кровью. Или, к примеру, леденящие душу фильмы ужасов, приковывающие к экрану десятки тысяч телезрителей. Среди молодежи в настоящее время особой популярностью пользуются фильмы со сценами каннибализма, которые якобы являются проверкой на храбрость.

Задача «настоящего» каннибализма заключалась в том, чтобы через кровь противника завладеть и его силой. В христианстве эта идея символически переосмысливается в обряде причастия. Во время обряда «едят» тело Христа (просфору) и пьют его кровь (кагор). Человек совершает эти действия, стремясь еще больше уверовать во Христа. Ведь он пролил свою кровь, потому что она обладала силой искупить все человеческие грехи.

Но кровь – это только одна сторона вопроса. Обратимся еще раз к древним временам. Какая из стихий магическим образом притягивает к себе людей, безжалостно уничтожая все вокруг и одновременно даруя людям пищу, сжигая все живое и в то же время грея и защищая человека? Конечно же огонь.

Сегодня мы не сомневаемся в том, что умение добывать огонь и использовать его в своих целях было очень важ-

ным (может быть, даже самым важным) сдвигом в развитии человечества. И это легко понять: люди научились превращать сырое мясо в жаркое, холодную пещеру – в уютное убежище, а тревожную темноту – в безопасный день. Вспомним таинственные превращения, происходящие под воздействием огня: если нагреть порошок охры, то он поменяет свой цвет из желто-коричневатого в ярко-красный, цвет крови. Каждый знаком с этим явлением, происходящим, когда раскаляют кирпич. Люди каменного века почитали жженую охру священным цветом. Во время магических обрядов первобытные люди рисовали на стенах своих пещер диких животных, а охрой обозначали на этих изображениях особые места, имевшие ритуальное значение. Подобные изображения были найдены в пещерах Алтамира и Ласкокс.

Огонь никогда не оставлял людей равнодушным. Не утратил он свою волшебную силу и в наши дни. Кто из нас, сидя у камина или костра, не смотрел как завороченный на танцующие языки пламени, восхищаясь ими и забывая все на свете?

И в случае с огнем можно легко преодолеть существующий культурный барьер. Стоит лишь вспомнить о небезопасных трюках, которые так любят пироманы. В их случае нездоровая страсть к поджогам превращается уже в манию.

Огонь – это сила, страсть, освобожденная от оков. Кто хоть раз видел, с какой силой, с какой яростью бушует лесной пожар, никогда уже не забудет этого впечатления.

То есть красный – это цвет огня?

И не только огня. Красный цвет тесно связан не только с огнем и кровью. Как гласит старая немецкая пословица, есть еще и третий компонент:

«Красный – это любовь, красный – это кровь, красный – это гнев дьявола».

Это значит, что красный – еще и цвет любви?

Да, но не тихой платонической любви. Скорее всего, здесь имеется в виду физическое, чувственное начало, секс. Не тихо тлеющий огонек, а знойно пылающий пожар страсти.

В прошлой главе мы уже упомянули простейший символ любви – красное сердце. Существует целая теория о происхождении изображения в виде сердца. Она гласит, что примером для создания этого символа послужило не что иное, как обнаженные ягодицы женщины, пробирающейся в пещеру впереди своего мужчины. Не самый изысканный пример для подражания, который, однако, показывает, как тесно символ сердца связан с сексом и эротикой. И еще. Разве можно представить знаменитый квартал Амстердама, освещенный синими или зелеными фонарями? Нет, красный цвет заведений известного назначения говорит сам за себя и не нуждается в дополнительных объяснениях.

Попытаемся обобщить сказанное: красный цвет с древнейших времен ассоциируется у человека с кровью, огнем и любовью.

Прежде чем углубиться в психологическое исследование красного цвета, позволим себе небольшую экскурсию в древнюю историю человечества. Нам откроются новые грани, новые образы и ассоциации, связанные с красным цветом.

Еще в Египте красный считался самым ценным цветом, которым, что было научно доказано, украшали себя дочери фараонов. Именно в те времена вошло в моду красить губы, ногти и наrumянивать лицо. Но за какую цену! Чтобы добыть немного красной краски, рабы фараона должны были собрать несколько тысяч пурпурных улиток, а затем измельчить их и отварить. Красное вещество выра-

батывалось крошечной железой, отвечавшей за сексуальные гормоны улитки.

Красный цвет пользовался удивительным успехом и у жителей Древнего Рима. Но лишь богачи могли себе позволить приобретение такой дорогой краски. Только члены верховного Сената имели право носить красные тоги. Позже эта привилегия распространилась и на представителей прочих имущих слоев общества.

Изготовлением пурпура в Римской империи занимался специальный цех, находившийся под строгим контролем государства. Его рабочие были обязаны хранить свою профессию в тайне. Если только представить, что необходимо было обработать более десяти тысяч улиток, чтоб получить 1 грамм красного вещества (а окраска 1 кг шерсти обходилась по сегодняшним меркам примерно в 15 тыс. рублей), то становится понятным, какой ценностью обладал пурпур в те времена.

После того как красный цвет пережил настоящий бум, обеспечив некоторым городам (например, греческому Таренту) благосостояние и авторитет, рецепт изготовления красного вещества был утерян.

Византийские императоры подписывали свои письма и деловые грамоты красными чернилами. Отголосок этого обычая сохранился и сегодня – в красной пасте, которой учителя исправляют ошибки в тетрадах своих учеников. Но после распада Римской империи использование пурпура окончательно вышло из моды. Красный цвет снова нашел массовое применение только значительно позже благодаря красильной марене (растению, известному сегодня как крапп).

В течение долгого времени красный был цветом, символизовавшим силу и власть. Палачи носили красные одеяния, короли и кардиналы облачались в красные мантии. Это должно было символизировать их власть над жизнью и смертью.

Красный считался также цветом Марса, римского бога войны. Красный, так называемый «кровавый», флаг был впервые внедрен в римской армии. Поднятие этого флага служило сигналом к началу атаки: к началу кровопролития. Позднее, во время Великой Французской революции, красные флаги, появлявшиеся повсеместно, стали символизировать неизбежный исторический переворот. Так это и осталось до сих пор. Едва ли можно вообразить себе войско с зелеными, синими или разноцветными флагами. Развешивающееся на ветру красное знамя напоминает языки пламени и рождает ощущение властной решительности.

Красный цвет как символ захватчиков появляется на многих государственных гербах и флагах. На флагах 77 государств из 97 (согласно исследованию Кёлера) присутствовал красный цвет. Это вовсе не значит, что все они в свое время прошли через революцию. Гораздо чаще красный цвет понимался как цвет сплоченных людских масс.

Мы знаем, как действует красный цвет на людскую толпу. Стоит лишь вспомнить корриду и футбольные команды в красной форме, которые считаются особенно сильными. В обоих случаях цвет преимущественно воздействует на публику, активируя и возбуждая ее.

Во время футбольного матча идет интенсивный обмен эмоциями между зрителями и игроками. «Красный вызывает аплодисменты. Подсознательно подчиняясь влиянию красного цвета, футбольный фанат решает: «Эти сильнее. Они рождены побеждать». Следствие: красным неистово аплодируют даже при незначительном их успехе, даже если для них это выездная игра. Благожелательность публики, в свою очередь, воодушевляет футболистов, подстегивая их к победе, что опять же вознаграждается громкими аплодисментами. В результате команда приобретает заметное преимущество, почти такое же, как у хозяев поля» (Люшер).

Гёте, который занимался не только поэзией, но и эмпирическим исследованием цветов, описывает влияние красного цвета в своем «Учении о цветах» следующим образом: «Влияние этого цвета так же уникально, как и его природа. Активность красного цвета обуславливается его огромной энергией. И неудивительно, что энергичные, здоровые, неиспорченные средой люди так любят этот цвет». В этих словах заключена вся сущность красного цвета.

Влияние красного цвета на человека так же многогранно, как сама жизнь. В Древнем Китае красный был цветом счастья, который, по поверью, изгонял болезни и злых духов. Он считался также цветом богатства. До наших времен в китайском театре сохранилась традиция гримировать в красных тонах лицо актера, играющего роль священнослужителя. Из недавней истории мы помним красные гвардии китайской культурной революции во время правления Мао.

А вот рыжеволосым во многих странах пришлось нелегко: в Древнем Египте их считали виновными в неурожае полей и убивали за это. Во всей христианизированной Европе (разве что за исключением Ирландии) рыжеволосые женщины признавались наместницами дьявола на земле. Считалось, что Сатана «пометил их адским цветом». На Востоке, напротив, многие люди красят волосы в красный цвет с помощью хны. Красные волосы считаются идеалом красоты.

Красная цветовая гамма использовалась многими индейскими племенами в обрядах, направленных против злых духов. Перед ритуальной пляской индейцы красили себе лицо в красный цвет. Главный шаман племени распределял между людьми разные предметы, окрашенные в этот цвет – кости, камни, куски полотна. Они считались талисманами, приносящими счастье и здоровье.

Среди папуасов Новой Гвинеи, которые представляют для нас интерес главным образом потому, что ведут образ

жизни, практически не отличающийся от образа жизни первобытного человека, – в племени папуасов красный также считается цветом, приносящим счастье.

Аборигены Новой Зеландии, племя майори, красили свои лодки-каное, а также дома своих предводителей в красный цвет. В дни особых праздников красной краской покрывали тела всех членов семьи вождя.

В средневековой Европе красный цвет стал яблоком раздора. Во время Крестьянской войны восставшие требовали права каждого носить красный кафтан (разновидность открытого пальто, очень распространенная одежда в то время), что должно было символизировать равноправие всех людей. До этого привилегией носить красное обладали только богатые.

Отныне красный цвет все чаще символизирует политический радикализм. Во время Французской революции это были красные шапки якобинцев. Они были созданы по образу и подобию красных головных уборов античных рабов, которых приковывали к галерам. Или красные флаги и красные рубашки итальянских партизан Гарибальди. Или даже в наши дни – красные гвоздики в петлице пиджака. Во все времена сигнальный характер этого цвета понимался однозначно: как гневная решительность и попытка провокации, направленная против политических противников. Актуальный пример – «красный телефон» – аппарат прямой связи между Вашингтоном и Москвой. За несколько мгновений он может решить судьбу всего человечества.

Можно привести бесчисленное множество примеров из жизни, через которые «красной нитью» проходят типичные черты этого цвета. Но это уже бы вышло за рамки данной книги. Поэтому ограничимся проделанной работой и обратимся к другой очень важной области знания. Учения о цвете в рамках живописи и дизайна приписыва-

ют красному цвету такие черты, как сила, радость жизни, динамичность. Красный цвет бесстыдно бросается в глаза, приносит тепло, хорошее настроение и даже придает очарование. Этот цвет близок скорее мужскому началу, чем женскому (по Карлу Густаву Юнгу), молодому организму, чем старому. Это цвет экстравертов, людей с южным темпераментом, а не холодных северян. Красный притягивает к себе взгляд, хотите вы этого или нет. Благодаря этому цвет приобретает сигнальный характер, что используется не только в дорожных знаках (все запрещающие знаки красного цвета), но и в рекламе.

Красный ассоциируется с крепким здоровьем, энергией, уверенностью в себе и высокой работоспособностью. Это цвет, возбуждающий аппетит (а также страсть), что часто используется в упаковочных материалах для сладких, острых и пряных продуктов.

Специалистами проводился эксперимент, во время которого человек должен был быстро и спонтанно выбрать одну из упаковок, предлагаемых ему на мгновение. Было доказано, что красный цвет (наряду с оранжевым) в самое короткое время привлекает к себе внимание.

Пример из журнальной рекламы: три абсолютно одинаково звучащих объявления, рекламирующих стиральный порошок, отличаются только цветом изображенной на них упаковки с порошком (красной, синей и желтой). Это отличие привело к совершенно разной реакции. Реклама с красной упаковкой была оценена как «информативная, современная, убедительная, предлагающая что-то новое, живая, неизбитая, привлекательная и конкретная». В то время как реклама с синей упаковкой была воспринята как «скучная и неброская», а с желтой – как «слишком слабая» (по Фавру и Новембэру).

На этой стадии нашего исследования важно упомянуть следующие основные критерии:

1. Цвет очень редко встречается в чистом виде. В большинстве случаев это комбинации разных цветов, гармонично друг друга дополняющих (явление цветовой гармонии) или, наоборот, контрастирующих (цветовой контраст).

Например, черный значительно усиливает действие красного, желтый делает его теплее, динамичнее, «коммуникабельнее». Сине-зеленый образуют резкий контраст, что заставляет красный полыхать подобно пламени.

2. Ни один цвет нельзя втиснуть в такие шаблоны, как «хороший» или «плохой». Цвета занимают скорее промежуточное положение между этими полюсами. В случае с красным характеристики цвета могут колебаться от абсолютно негативных (агрессия, сигнал смертельной опасности, кровожадность) до однозначно жизнеутверждающих (жизненная энергия, любовь, здоровье). Самым общим образом красный можно охарактеризовать как цвет возбуждающий, прочие его черты проявляются в зависимости от конкретной ситуации.

3. Красный – это не название конкретного цвета, а самое общее обозначение, допускающее самые разные нюансы и отклонения.

Чем темнее красный цвет, тем он становится глубже и хвастливее. Чем светлее, тем темпераментнее, радостнее и ярче. Пурпурно-красный, напротив, кажется строгим, традиционным, величественным и излучает достоинство. Это цвет реинкарнации, символ Бога-отца, «холодный» цвет кардиналов – в отличие от громкого, горячего и активного огненно-красного. Первые ассоциации, приходящие в голову при виде пурпурно-красного цвета, – нечто возвышенное, величественное, знатное, король, судья, высокий пост, претенциозность, праздничность и помпезность.

Чем больше доля желтого или оранжевого цветов в красном, тем он кажется вызывающей.

Примесь синего, рождающая таинственный фиолетовый и лиловый, меняет свойства цвета до неузнаваемости (об этом подробнее в главе «Фиолетовый цвет»). Красный, плавно переходящий в коричневый, действует успокаивающе, ассоциируясь скорее с домашним теплом, нежели с бушующим пламенем. Цвета ржавчины, бургундского вина и бордовый не обладают типичными свойствами красного цвета, но зато имеют много общего с коричневым (об этом в отдельной главе, посвященной коричневому цвету). Розовый цвет, по мнению многих художников, излучает стыдливость, сладость, мягкость и создает романтическое настроение. Розовому не хватает жизненной силы, это цвет скорее скромный, тихий, интимный и нежный. Этот цвет обычно предпочитают интроверты. Самые первые ассоциации – нежность, скромность, невинность, благоухание, тишина, нижнее белье, весенние цветы, балет, косметика.

Невозможно представить себе демонстрацию с розовыми флагами, боксера в розовых перчатках или корриду с розовым платком.

Рекламный дизайн учитывает эти свойства розового цвета и использует его в тех случаях, когда речь идет о детских товарах, уходом за телом, щадящих моющих средствах (например, кондиционеры для белья) и подчеркнута безопасных медикаментах.

Таким образом, мы установили, что физиологическое воздействие цвета – возбуждение. Под воздействием красного цвета все процессы в организме ускоряются, что непосредственно влияет на функционирование вегетативной нервной системы. Чтобы разобраться в этих процессах, нам необходимо проделать небольшую экскурсию в область медицины:

Нервное сплетение человека представляет сложную, колеблющуюся, но стремящуюся к равновесию систему, управляемую двумя главными центрами – центром вагус и центром симпатикус.

Первый успокаивает нервную систему, второй, наоборот, возбуждает ее. Именно их взаимодействие обуславливает такие автоматические функции человеческого организма, как дыхание, переваривание пищи, частота пульса, кровяное давление, работа потовых желез и т. д.

В опасных и напряженных ситуациях функцию управления выполняет главным образом нервный центр симпатикус, при этом усиливается выделение гормонов (например, адреналина) и организм приводится в состояние «боеготовности». Это явление мы называем стрессом. Когда опасность остается позади, то дело «в свои руки берет» парасимпатический центр вагус: он успокаивает нервную систему, приводя организм в его нормальное, уравновешенное состояние. Красный цвет, очевидно, воздействует в первую очередь на симпатикус, что возбуждает организм, приводя его в стрессоподобное состояние. Было доказано, что физические реакции не могут длиться бесконечно долго. Вначале уровень возбуждения организма под воздействием красного цвета довольно высок, но постепенно функционирование организма нормализуется. Очевидно, к воздействию того или иного цвета можно приспособиться или просто привыкнуть.

Профессор Макс Люшер (создатель одноименного цветового теста) пришел между тем к следующему выводу: красный цвет означает *активность*. «Если красный цвет воспринимается органами чувств положительно, то он придает человеку силу и энергию. Красный – это аппетит во всех своих проявлениях, от легкой страсти и до непреодолимого желания овладеть чем-либо. Красный цвет – символ активности, власти, захвата, покорения». Таким

образом, красный цвет ближе людям, безгранично уверенным в себе, не сомневающимся в своих силах и способности утвердиться в этой жизни.

Иногда красный цвет все-таки оценивается негативно, воспринимается как беспокойный и раздражающий. «В этом случае его сила кажется угрожающей, а сам цвет вызывает чувство крайнего раздражения и даже брезгливости. Очевидно, что красный цвет необязательно должен разжигать желание – мы видим, что он может воздействовать и противоположным образом» (Люшер).

Кстати говоря, тест цветовых выборов Люшера пользуется популярностью в самых разных отраслях уже в течение сорока лет. Он с успехом применяется в экспериментальной психологии, медицине, рекламном дизайне. Очень много интересных явлений стали известны благодаря этому тесту. Перечислю кратко только некоторые из них:

Женщины, которые всегда предпочитали красный цвет, во время беременности начинают отвергать его самым решительным образом, выбирая вместо этого желтый, синий и зеленый. Это объясняется тем, что они стремились избавиться от напряжения ожидания, успокоиться, внушив себе, что все будет хорошо.

В стрессовых ситуациях перед экзаменами красный цвет также не пользуется популярностью, вытесняясь синим. Это проявилось в поведении европейцев, вернувшихся из Вьетнама, и пленных, которые годами жили за колючей проволокой, постоянно находясь в ситуации крайнего стресса.

Курильщики так называемых «сильных» сигарет, напротив, всегда предпочитают красный цвет. «В этом случае возбуждение, которое человек чувствует, выкурив сигарету, призвано взбодрить человека, заставить его позабыть об усталости» (Люшер).

Любители кофе признали напиток из синей банки слабым, из коричневой – слишком крепким, а из красной – ароматным и бодрящим.

Людей чувствительных, легко замыкающихся в себе брутальность красного цвета просто отпугивает. Оптимистам под воздействием красного мир кажется прекраснее (они смотрят на все «сквозь розовые очки»). Можно было бы играючи привести еще множество других примеров. Но обзора, сделанного нами, думается, вполне хватает, чтобы понять, какие черты свойственны красному цвету и как он воздействует на человеческую психику.

Обобщим:

Красный – это самый активный и самый бросающийся в глаза цвет, своего рода цвет-сигнал. Он ближе человеку волевому, легко раздражающемуся холерику. Красный цвет символизирует мужественность, силу, господство, власть.

Темный пурпурный цвет создает впечатление серьезности и величественности, грации и достоинства.

Карминный цвет ассоциируется с силой и властью. Цвет красной киноvari – с разрушительной силой. Изжелта-красный – с насилием. Красный с синим отливом создает впечатление стабильности, твердости, уверенности. Лиловый и фиолетовый кажутся чувственными и соблазнительными, пастельный розовый – нежным и заботливым, а красно-коричневый воздействует успокаивающе.

В соответствии с этими качествами оттенки красного влияют на нас, вызывая одобрение или, наоборот, неприятие, что зависит уже от темперамента конкретного человека. Удивительно при этом, что многие, уверяющие нас в своем сугубо субъективном и уникальном вкусе, ведут себя в прямом соответствии с этими моделями реакции на красный цвет.

«Вся психология в целом и психология цвета в частности, полная чушь, элементарное надувательство!» – сказал мне однажды бывший явно не в духе приятель, перед тем как пойти в кино на фильм «Жажда смерти»¹. После просмотра настроение его значительно улучшилось, исполнитель главной роли пришелся ему действительно по душе. Еще один пример того, как красный цвет влияет на людей.

Красный. Многогранный цвет, начавший свое победное шествие через человеческую историю с трех древних ассоциаций – любовь, кровь и огонь.

¹ Название фильма в немецком варианте – «Человек, видящий мир в красном цвете».

Синий цвет

Прежде чем приступить к чтению этой главы, убедитесь, что располагаете достаточным количеством времени и никто не сможет вам помешать. Усадьтесь поудобнее и прочитайте эту главу, находясь в состоянии полного покоя. Синий цвет требует сосредоточенности и некоторой готовности к медитации.

Помните ли вы, как это было раньше, когда вы пытались скрыться от повседневной суеты и почувствовать «дыхание природы»? Вы лежите на солнечной поляне, вглядываясь в синее небо, трава щекочет вашу кожу. Белые воздушные облачка плывут по голубому небу, кажущемуся бездонным. Облака постоянно меняют свою форму, и это побуждает мыслить и мечтать. Кажется, что небесная синева пронизывает собой все вокруг. Как поет Райнхард Мэй: «Над облаками свободе нет предела».

Похожее происходит в отпуске, когда вы сидите на берегу, всматриваясь в необъятные морские дали. Вы созерцаете простирающийся вдаль горизонт и пытаетесь угадать, что же там дальше, за горизонтом (удивительные острова, иные страны и континенты...), и в то же время понимаете, что за горизонтом море, море и еще раз бесконечное море...

Вероятно, что древние люди, первые рыбаки и моряки, рассуждали так же, как и мы. Голубые морские дали не давали им покоя. А сколько было романтиков, мечтавших покорить небо! Спокойный и словно бесконечный синий цвет пробуждает в нас тоску, стремление следовать за ним. Вот как описывает это чувство Гёте в своем «Учении о цветах»: «Странное воздействие этого цвета на глаз человека описать практически невозможно. Любая красивая вещь притягивает к себе наш взгляд. Так же мы созерцаем и синий, не будучи способными остановиться. Этот цвет влечет нас за собой». Если мы попытаемся прочувство-

вать действие этого цвета, то пойдем ту неопишемую радость, которую испытывают моряки перед плаванием, а летчики – перед очередным полетом. Но забудем на некоторое время о самолетах и воздушных шарах, о пароходах и парусниках – обо всех этих изобретениях, с помощью которых человечество пыталось покорить синие дали. А обратимся ко времени, когда этих средств еще не существовало. Что остается, кроме тоски? Бесконечное море и не менее бесконечное небо. А в их глубине – духи и божества. Бросается в глаза тот факт, что в большинстве религий боги обитают на небе или, по крайней мере, на горных вершинах (таких, как Олимп, Гималаи, Арарат, Фудзияма и т.д.). В любом случае – где-то далеко, по ту сторону облаков, откуда они нисходят на землю.

Таким образом, земля и небо стали не просто географическими понятиями, но и символами, олицетворяющими физическое и духовное начала. Дух, душа – вот, с моей точки зрения, основные понятия, выражающие сущность синего цвета.

Представление древнего человека о мире было цельным. Мир казался единством Космоса и всего сущего на земле. Во всех предметах и явлениях проявлялось единство этого мира. Все было взаимосвязано и одинаково важно. Господствовало мистическое представление о Вселенной. Циклические процессы, регулярно происходившие в природе, служили объектом почитания древнего человека. В первых индийских рукописях тысячелетней давности зарождение и гибель мира сравниваются с дыханием, с цикличностью этого процесса.

Чтобы понять, как мыслил древний человек, нам необходимо обратить свое внимание на развитие человеческого мозга и его функций в процессе эволюции человека.

Полушария человеческого мозга развились из так называемого *древнего мозга*. Они принципиально отличаются друг от друга. В то время как правое, непосредственно

связанное с лимбической системой, больше отвечает за целостное мышление, задача левого полушария – воспринимать все разрозненно, анализировать и давать имена предметам и явлениям.

Под микроскопом это выглядит следующим образом: нервные пути правого полушария относительно длинные и редко пересекаются между собой. Они составляют грубую сеть с крупными ячейками. Нервные пути левого полушария, напротив, короткие, располагаются очень близко по отношению друг к другу и образуют мелкую сетку.

«И хотя правое полушарие не контролирует механизм речи человека, в его задачи входит придавать нашему языку некую эмоциональную окраску. Если какой-то участок правого полушария поврежден, то речь человека кажется невыразительной и монотонной. Правое полушарие определяет музыкальные пристрастия человека, а также его сексуальные амбиции. Оно «мыслит» картинками и оценивает внешний мир в целом, не расчленяя его на отдельные компоненты. По сравнению с правым, левое полушарие в большей степени ответственно за болезненные ощущения, которые мы испытываем» (Фергусон).

Маршал Маклахан считает, что «правое полушарие «подхватывает» информацию, а левое согласовывает ее».

«Левое полушарие анализирует прошлое, сравнивает все новые данные с прежним опытом и пытается их упорядочить. Правое полушарие восприимчиво ко всему новому и неизвестному. Левое полушарие замечает отдельные кадры, правое видит весь фильм сразу. Правое полушарие пытается установить визуальные взаимосвязи. Это значит, что оно способно по нескольким едва обозначенным линиям, по контуру опознать предмет во всей его целостности. Оно соединяет части воедино. Психологи обозначили бы это явление так: «правое полушарие «укомплектовывает» образ, показывая его целостность, подобно голограмме.

Если исходить из противопоставления «разум – чувства», то правое полушарие отвечает за чувство. Например, когда мы говорим себе: «Внутреннее чувство подсказывает мне поступить так», то нами в этот момент руководит правое полушарие» (Фергусон).

К чему такое углубление в анатомию головного мозга и какое отношение все это имеет к синему цвету?

1. Я считаю, что в доисторические времена природа человека была более цельной, нежели в наши дни. Люди тогда рассуждали и действовали в полном согласии со своими чувствами.

2. Кроме того, я придерживаюсь мнения, что левое, «аналитическое», полушарие головного мозга, к большому сожалению натур эмоциональных, стремительно развилось в процессе эволюционирования человека. Именно оно играет теперь ведущую роль в мышлении, подчиняя иррациональное начало началу логическому. Этим объясняется растущий интерес человека к технике, машинам, новым технологиям.

3. Эта «однобокость» человеческого мышления рождает дисгармонию в бытии человека. Люди, окруженные новыми достижениями науки и техники, чувствуют себя неуютно и ищут убежища в природе. Возникает множество религиозных течений и сект, которые, как нам кажется, вызваны к жизни как раз таки этим общечеловеческим стремлением «назад», к естественной целостности человека.

4. Синий цвет представляет собой визуальное воплощение этого стремления к покою и единству. Синий – это цвет души.

5. Большинство психологических тестов, а также множество народных пословиц и поговорок (я очень уважаю народную мудрость, тонко подмечающую действительно важные явления нашей жизни) подтверждают вышесказанное.

Но прежде чем заняться всеми этими интересными вещами, вернемся еще раз в древность. Вполне вероятно, хотя эта точка зрения и оспаривается, что в самые ранние эпохи на земле царил матриархат. Количество найденных тому доказательств впечатляет. Кроме того, достоверно известно, что синий цвет играл центральную роль в древних культурах. Даже на Востоке, в наши дни явно патриархальном, синий считается цветом неба и добрых духов. Почти все двери и оконные рамы красят там в синий цвет, чтобы привлечь добрых духов.

С Востока пришла к нам традиция заворачивать новорожденных в голубое полотно. В патриархальном обществе этот обычай распространяется только на младенцев мужского пола, потому что девочки ценятся меньше. Значительно позднее Европа заимствовала эту традицию, и для девочек нашли альтернативу – пеленки нежно-розового цвета.

Даже в христианстве матриархат, пусть побежденный и подавленный, дает о себе знать. Синий, цвет древнейших матриархальных религий, украшает одеяние Богоматери Девы Марии. Традиционно этот образ трактуется как символ душевного покоя, искренности и верности.

В отличие от «внезапного», резкого красного, синий цвет, как символ единства и цикличности всего сущего, воплощает вечный круговорот бытия. Ручей сбегает с гор в долину, наполняет моря, а затем, испаряясь, снова поднимается к небесам и наконец проливается на землю благословенным дождем.

«В море отражается синева неба, превращаясь в синеву вечности» – гласит одно из хокку (короткое японское лирическое стихотворение).

Синий издавна считался во всех культурах цветом души, неба и Бога. Бог в христианстве как спаситель человечества одет в синее (как и Богородица), символ истины и вечности. Уже в Старом Завете мы встречаем доказательства культа этого цвета. Синим сукном покрывали священные предметы в монастырях. Священники носили синие одежды. Цвет индиго воплощал триединство Отца, Сына и Святого Духа (в романских книгах в этой цветовой гамме оформлены все изображения, рисующие сцены Страшного суда). Синий с пурпурным оттенком символизировал непостижимый космос, страшную Тайну и спасение человечества Иисусом Христом. Кроме того, синий цвет часто олицетворял человеческое бессмертие. В ортодоксальной традиции Востока бирюзовый цвет воплощает море земное и море небесное. Позднее он стал символизировать и жизненную силу, которую нам дает Бог. В Древнем Египте темно-синий был цветом воды, а значит, и дарующих жизнь богов Нила. Например, великого бога Хнума, хранителя реки Нил. Он управлял всеми жизненно важными водными артериями, приносящими ил. Если был ил, то был и урожай и, следовательно, пища. Примечательно, что большинство амулетов в Древнем Египте изготавливались из сине-зеленого фаянса. Огромной популярностью пользовались разнообразные украшения в синей гамме, которые носили как женщины, так и мужчины. Очень высоко ценилось и синее стекло (этот оттенок достигался благодаря примеси кобальта). Считалось, что оно обладает чудесной целительной силой. В особо торжественных случаях египетский фараон надевал синий шлем, что подчеркивало его божественное происхождение.

И в Китае синий цвет символизировал власть богов и бессмертие.

Многие индийские божества традиционно изображаются с синей головой или с синей кожей. Изображение си-

него слона является в Индии знаком высшего одухотворения и божественного озарения. Синий цвет символизирует в Индии творческое начало мира. Принято считать, что первоначальное состояние материи до сотворения мира – синий свет. Это представление напоминает об открытии Вильгельмом Райхом оргона. Он тоже описывает синий свет, появляющийся при разложении оргона.

Синий цвет считался культовым не только в развитых цивилизациях, но и в так называемых «примитивных» племенных сообществах. В качестве примера можно привести целый список индейских и центральноафриканских племен.

Синий цвет редко встречается в природе. Египтяне использовали в основном сине-зеленый минерал малахит, который без особого труда поддавался измельчению. Применялся и азурит, но его цвет был непрочен и часто переходил в зеленый. Ляпис-лазурь (лазурит), найденная на Переднем Востоке, в Индии и Гиндукуше, оказалась гораздо красивее и долговечнее. Этот полудрагоценный камень уже в античные времена был необычайно дорог и хранился исключительно в сокровищницах фараонов. Критяне (минойская культура), а также греки и римляне восхищались этим необыкновенно красивым самоцветом. Камни размалывали и использовали в виде порошка – вплоть до позднего Средневековья. Доказательством тому служат многочисленные сохранившиеся фрески и станковые картины. Нам ляпис-лазурь известна как ультрамарин. Название камня открывает тайну его происхождения: оно произошло от латинского словосочетания *ultra mare*, что значит «по ту сторону моря». Только в 1834 г. специалистам удалось найти замену дорогостоящей ляпис-лазури, изготовив искусственный ультрамарин, гораздо более доступный по своей стоимости. Сегодня он используется в качестве красящего вещества.

Другой оттенок синего, известный с самых древних времен, – индиго, субстанция, вырабатываемая из экстракта индийского растения «*indigofera tinctoria*». Индиго было открыто британскими колонизаторами. А краска из этого растения по своей яркости превзошла красители из таких европейских растений, как бузина, черника, бирючина, терновник и др. И тогда индиго, без малейшего преувеличения, покорило весь мир. Даже первые джинсы были окрашены с помощью этого вещества и продавались в таком виде, пока не была изобретена искусственная краска. Цвет джинсы – не просто цвет одежды, а особая жизненная позиция. Этот цвет объединяет всех людей, независимо от их пола, возраста, расы, уровня доходов и социального положения.

После небольшого экскурса в историю синей краски, вернемся к символике синего цвета. Исследуя происхождение слова «религия», мы столкнемся с такими понятиями, как стремление к всеохватывающему единству, уравновешенность, спокойствие и верность традициям. В этой связи синий можно назвать самым религиозным цветом. Он часто ассоциируется с вечными поисками приятного уединения, того чувства защищенности, что испытывает ребенок, сидя на коленях матери. Красный цвет с его радостным восхищением суетой внешнего мира – полная тому противоположность. Синий цвет устремлен к внутреннему покою, к гармонии человека со своим внутренним «Я».

Поэтому неудивительно, что синий цвет стал символом романтического мировоззрения, в центре которого находилось единство с магической природой.

Немецкий писатель-романтик Новалис в своем романе «Генрих фон Офтердинген» связывает воедино поэзию, религию и философию в символе «синего цветка». «Синий цветок романтики» становится олицетворением целой эпохи. Главный герой романа видит его во сне и тот-

час же понимает, что это видение станет одним из ключевых событий его жизни:

«Тогда его точно окутало вечернее облако; небесное чувство охватило его; несчетные мысли сладострастно сливались в нем; возникали новые, никогда невиданные образы, которые тоже сливались и превращались в воплощенные существа...

Опьяненный восторгом и все же вполне сознательно воспринимая каждое ощущение, он медленно плыл вдоль сверкающего потока, который вливался из бассейна в утесы. Его охватила нежная дремота, и ему снились неопишуемые происшествия; затем его пробудило новое просветление. Он очутился на мягком лугу у края ручья, точно вливающегося в воздух и в нем исчезающего. Темно-синие скалы с пестрыми жилками возвышались на некотором расстоянии; окружавший его дневной свет был яснее и мягче обыкновенного; небо было черно-синее и совершенно чистое. Но с наибольшей силой привлекал его голубой цветок, который рос у ручья, касаясь его своими широкими, блестящими листьями. Цветок окружали бесчисленные другие цветы всевозможной окраски, и в воздухе носилось чарующее благоухание. Но он ничего не видел, кроме голубого цветка, и долго разглядывал его с невыразимой нежностью. Наконец ему захотелось приблизиться к цветку; но цветок вдруг зашевелился и вид его изменился; листья сделались более блестящими и прижались к растущему стеблю, цветок склонился к нему и лепестки образовали широкий голубой воротник, из которого выступало нежное личико. Его радостное изумление все возрастало при виде странного превращения, как вдруг его разбудил голос матери, и он проснулся в родительском доме, в комнате, уже озаренной золотыми лучами утреннего солнца».

Мы понимаем, что в романе имеется в виду не конкретный, определенный цветок (хотя выдвигались и такие

гипотезы), а скорее символ чего-то столь масштабного и всеохватывающего, что описать не будет в силах ни один язык. Синий цветок – это не цель, а путь – путь любви, путь познания и спасения, приводящий к исполнению всех человеческих желаний.

«Ты видел чудо мира». «Чудо мира» – именно так обозначается синий цветок во сне отца Генриха. Синий цветок – это откровение, дорога в таинственный и одухотворенный мир неба.

Это убеждение проходит красной нитью через всю романтическую эпоху. Такие мастера слова, как Гёльдерлин, Новалис, Братья Гримм, Ганс Кристиан Андерсен, Жан-Жак Руссо, Томас Манн, Виктор Гюго, Александр Пушкин и Эдгар По поклонялись символическому языку синего цветка. Равно как и Вагнер и Турнер, философы Шеллинг и Фихте, Шопенгауер и Ницше, а также «отец гимнастики» Фридрих Людвиг Ян.

В одном из своих стихотворений Новалис так описывает романтическое мировоззрение:

Когда не знаки и не числа
Дадут ключи мирского смысла,
Когда певец или влюбленный,
Узнает больше, чем ученый,
Когда на волю мир умчится
И заново к миру обратится,
Когда сияния и мраки
Опять сольются в ясном браке,
И в сказках разгадают снова
Историю пути мирского,
Тогда-то тайна прозвучит
И извращенный мир отлетит.

Что скрывается за этой критикой? Что намеревался нам сказать автор? Мир материальных, явных вещей отверга-

ется романтиками, потому что он слишком навязчив и поверхностен. Отрицается деятельность левого полушария, ответственного за рациональное познание. Романтическое мировоззрение признает только тайную деятельную силу всеобъемлющего Единства, то есть цельную структуру правого полушария, ставит их в противовес нашей рациональной действительности. И чем сильнее в Новое время становится «власть вещей», власть материального начала, тем все больше возрастает ностальгическое желание скрыться в целительном мире природы, который можно познать только душой. Как и в случае с «синим цветком», предпринимается попытка в единичном найти ключ к бесконечному.

У назареев и прерафаэлитов (представители течений в живописи) эта страсть находит свое образное выражение. Никогда картины, скульптуры, бытовые предметы не являлись в те времена самоцелью или просто объектами эстетического наслаждения. Они понимались как некие зашифрованные сигналы, символический код, с помощью которого мир можно интерпретировать по-новому, глубже и основательнее. Параллель этим течениям можно найти и в новейшей истории – в движении хиппи, а также в современных движениях во имя мира. Их представители стремятся к гармонии, в чем отчетливо проявляется человеческое стремление к единству чувства и разума, стремление уравновесить рациональную материю и эмоциональное сознание.

В этой связи было бы небезынтересно узнать о том, что синий долгое время считался исключительно «женским» цветом. И сегодня многие женщины предпочитают его «мужскому» красному. Правда, одежду синего цвета охотно носит и немало представителей «сильного» пола. Этот факт говорит о том, что устойчивое разделение ролей в обществе и прочие клише постепенно стираются. Ведь мы знаем, что абсолютно каждый человек обладает как ти-

ично «мужскими», так и типично «женскими» чертами. Правда, подчас они распределены крайне неравномерно. В связи с этим хочется еще раз вспомнить о фиолетовом цвете, который представляет собой смесь красного и синего цветов (см. главу «Фиолетовый цвет»).

Приведу лишь несколько высказываний о синем цвете:

«Тишина – это состояние, свойственное красоте, как покой свойственен спящему морю» (Шеллинг).

«Склонность синего цвета к глубине настолько велика, что он становится интенсивнее именно в более глубоких тонах и действует «характернее», проникновеннее. Чем глубже синий цвет, тем больше он зовет человека в бесконечность, будит в нем стремление к чистому и наконец к сверхчувственному. Синий – это типично небесный цвет. С большим проникновением он развивает элемент покоя. Склоняясь к черному, он приобретает примесь нечеловеческой печали. Он как бесконечное углубление в серьезное, где нет и не может быть конца. Синий цвет воплощает концентрическое движение» (Кандинский, вместе с Паулем Клее, Августом Макке, Францом Марком и др., основавший художественное течение «Синий всадник»).

«Желтый цвет – излучающий, синий – поглощающий, втягивающий лучи в себя» (Рудольф Штайнер).

«Потерянный в бесконечном синем, я часто гляжу наверх, на небо и вниз, на священное море. И мне кажется, что родственный дух протягивает мне руки, что боль одиночества растворяется в божестве. Быть единым со всеми – вот что значит жизнь божества, вот что значит небо людское. Быть единым со всем, что живет, в блаженном самозабвении, вернуться к Единству природы – это вершина мыслей и желаний, это святая вершина горы, место вечного покоя» (Гёльдерлин).

Умиротворяющее настроение синего цвета великолепно иллюстрирует знаменитое стихотворение И.В. Гёте:

Горные вершины
Спят во тьме ночной;
Тихие долины
Полны свежей мглой;
Не пылит дорога,
Не дрожат листы...
Подожди немного,
Отдохнёшь и ты.¹

Существует множество поговорок со словом «синий». «Делать синий»² – значит ничего не делать, наслаждаться своим покоем. Поговорка, очевидно, уходит своими корнями в эпоху расцвета красильного дела. В воскресенье краску разводили в большой ванной, а через 24 часа, то есть в «синий понедельник», ванну выносили на воздух, чтобы краска окислялась. Благодаря этому краска приобретала приятный синий оттенок. Выражение «вдалбливать кому-либо что-либо» («очень энергично внушать, пытаться объяснить или убедить»), по всей видимости, также было заимствовано из жаргона красильщиков.

Подобное происхождение имеет выражение «синий час». Его употребляют для обозначения времени спокойного отдыха, своего рода сиесты. «Дорога в синеу» не имеет цели и конкретного маршрута. Когда кто-то «пускает кому-то пыль в глаза»³, то есть привирает, фантазирует сверх меры, то он рискует узнать, где раки зимуют⁴ – получить взбучку от товарища.

Часто синий цвет символизирует чудеса, мечту, что-то сказочное и загадочное. Зигмунд Фрейд и Карл Густав Юнг в своих трудах рассуждают о значении синего цвета в человеческих снах. Совсем другие ассоциации вызыва-

¹ Перевод М.Ю. Лермонтова.

² Здесь и далее дословный перевод с немецкого.

³ Не пыль, а синий дым.

⁴ Пережить синее чудо.

ет выражение «Он совсем синий», которое часто употребляется для описания выпившего сверх меры человека. Обычай одеваться в синюю одежду уходит своими корнями в раннее Средневековье. Традиционный синий цвет символизировал в те времена постоянство, надежность и верность. Если женщина изменяла своему супругу, то о ней говорили: «Она укуталась в синий плащ», что значило, что она, по крайней мере, внешне пытается не выдавать своего обмана.

В языке цветов (вы только подумайте о выразительности красной розы!) синий цвет символизирует супружескую верность. Хотя в немецком фольклоре бытует несколько весьма лукавых поговорок, в которых упоминаются синие цветы, легко меняющие свой цвет («мужская верность», василек и др.). Способность этих растений менять окраску символизирует ненадежность супруга или супруги в «делах сердечных».

«Королевский» синий цвет имеет свою историю: правители украшали им (а также властным красным цветом) подол платья, что символизировало их «небесное» происхождение. Выражение «голубая кровь» изначально употреблялось по отношению к знатым дворянам и символизировало их верность королю. Существует, правда, и другая версия этимологии этого выражения: королевские особы часто были обладателями тонкой бледной кожи, сквозь которую отчетливо просвечивали синие жилки.

Холодный, «разумный» синий – это «синий крест» противников алкоголя и предвещающее беду «синее письмо», которое приходит из школы (названо так по цвету конвертов официальной прусской дипломатической переписки). В английском языке есть выражение «I'm blue» («Я синий»), обозначающее состояние человека, промежуточное между тоской, меланхолией и печалью. Отсюда произошло и название такого музыкального направления, как «блюз».

«Синим чулком» изначально (в XVII веке) называли стражей порядка и сыщиков. Позднее это выражение стало использоваться для обозначения «ученых баб», явления крайне необычного для того времени. Начиная с XVII века образованных и начитанных женщин можно было встретить в университетах и ученых кружках все чаще и чаще. «Синий человек» – так называют небрежную, грубую, устойчивую к грязи рабочую одежду. Так обозначают и джинсы, которые также могут вынести немало. Наивно-го, благодушного, никогда ни в чем не повинного и немного оторванного от мира человека называют «синеглазым» (именно этот цвет глаз чаще всего воспевался поэтами во все времена). Эта символика утвердилась практически во всех странах. Многие первобытные народы прибегали к синему цвету, чтобы продемонстрировать своим соседям готовность наладить мирные отношения. Все мы знаем символ мира – белого голубя на синем фоне. Синий цвет используется в технических схемах для обозначения безопасных частей механизма, а также в дорожных знаках.

В прошлой главе мы говорили об устройстве и функционировании вегетативной нервной системы. Синий цвет воздействует на нервный центр Vagus, который, в свою очередь, оказывает успокаивающее влияние на все физические процессы, происходящие в организме. Организм настраивается на бережное к себе отношение и отдых. Одним словом, физиологическое воздействие синего цвета на человека – *успокоение*.

Что касается психологического воздействия синего цвета, то ключевое слово здесь – *удовлетворение*. Люшер: «Темно-синий цвет – это прежде всего покой, отсутствие какого бы то ни было волнения. Человек, находящийся в этом гармоничном, ненапряженном, уравновешенном состоянии всегда чувствует себя комфортно. Поэтому си-

ний цвет символизирует связь человека со всем, что его окружает. В состоянии такого единения со всеми человек начинает чувствовать особенно тонко. Синий цвет и чувствительность – понятия взаимосвязанные». Конечно, попытки единения с окружающими могут провоцировать и проблемы: «...у любителей синего цвета это выражается в повышенном стремлении к общению, а у тех, кто этот цвет не любят, – в потере всех контактов и мрачной изоляции от внешнего мира» (Люшер).

Другими словами, человек, не принимающий синий цвет, бежит от отдыха и покоя, он не может себе позволить ни малейшей паузы, потому что думает, что именно в этот момент случится что-то крайне важное. Он охотнее набросится на активный красный цвет, как это делают многие потребители «сильных» сигарет. От курения они ожидают активации, возбуждения организма, которое вызывается воздействием никотина. Те, кто отвергает синий цвет, ассоциируют его с вялостью, холодом, скукой. Они избегают синий цвет, словно какую-то болезнь, а между тем, переживая один стресс за другим, сами крайне нуждаются в его благотворном влиянии. Люшер и другие исследователи установили, что человек, близкий от постоянных стрессов к сердечному инфаркту, всегда предпочитает красный цвет. Эггерт считает, что типичное убеждение людей, находящихся под угрозой инфаркта: «Позволить себе отдых я не могу».

«Кто всегда отвергает синий цвет, тот лишает себя гармонии с миром. Отсюда возникает и беспокойная тревога, и постоянная суетливость, и поиск чего-то «остренького» – человек делает все возможное, чтоб не стать жертвой депрессии, подстерегающей приверженца такого бессмысленного образа жизни на каждом шагу» (Люшер).

Швейцарские психологи Фавре и Новембэр характеризуют синий цвет так: «Глубокий, «женский» цвет, создающий спокойную атмосферу. Он предпочитается людью

ми взрослыми и свидетельствует об определенной человеческой зрелости, которая, однако, тесно связана и с детскими воспоминаниями. Синий – это цвет внутренней, духовной жизни человека. Он не расточает себя, как красный, постигается не в бурном порыве, а в умиротворенном состоянии любви ко всему сущему. Глубокий синий цвет возвещает божественную благодать, игнорируя всякие рациональные соображения. Чем темнее синий цвет, тем больше приближает он нас к Вечному.

Голубой цвет меньше бросается в глаза. Он призывает к беззаботным мечтаниям. Созерцание голубого цвета рождает чувство свежести, чистоты, особенно если этот цвет выступает в комбинации с белым.

Бирюзовый цвет обладает большей силой и символизирует огонь, но огонь внутренний, холодный. Свежесть этого цвета неизменно напоминает о горных озерах в летнюю пору».

Несколько спонтанных ассоциаций с синим цветом: пассивный, спокойный, далекий, замкнутый, холодный, сырой, гладкий, чистый, без запаха, тихий, небо, море, тоска, даль, мечта, меланхолия, размышления.

Бирюзовый цвет – особый случай. Самый холодный цвет во всей цветовой гамме. С ним ассоциируют такие понятия, как ледяной, гладкий, ясный, водянистый, безличный, своевольный, прозрачный, гигиеничный, горная вода, таинственный свет и электрическая искра.

С психологической точки зрения бирюзовый, таким образом, олицетворяет «холод» и «стерильность». Чтобы представить себе эту характерную ему черту, нужно лишь вспомнить тех холодных, недоступных, чистых дам из высшего общества, которые с помощью бирюзовых нарядов демонстрировали «неприкосновенность» своей расы. Интересно, что представители радиостанций «New Wave» и «Neue Deutsche Welle», славящихся своими бесприст-

растными, лишенными каких бы то ни было эмоций передачами, предпочитают всем остальным цветам холодный бирюзовый.

Еще раз обобщим (по Люшеру):

«Символически синий цвет соответствует спокойной воде, флегматичному темпераменту, женскому началу, левой стороне, горизонтальному направлению, плавному почерку. Вкусовое ощущение синего цвета – сладость (поэтому раньше головки сахара заворачивали в синий материал); чувственное восприятие – нежность, а его орган – кожа. Определенные аллергические воспаления кожи могут быть связаны с утратой нежности, любви и с нарушением семейных взаимоотношений».

Синий цвет обладает определенным сходством с зеленым, хотя последний обладает своей спецификой (см. главу «Зеленый цвет»), а также с фиолетовым. Фиолетовый цвет на 50% состоит из синего, оставшаяся половина – красный цвет. Их смесь приобретает в итоге абсолютно новые, неожиданные черты (см. главу «Фиолетовый цвет»).

Несколько идей, относящихся к форме синего цвета: Иттен, который опирается на исследования древних цивилизаций, объясняет, почему синий цвет связан с формой круга: «Круг появляется тогда, когда точка на плоскости двигается вокруг другой, оставаясь на одном и том же расстоянии от нее. В отличие от отрывистого, напряженного движения, в результате которого получается квадрат (красный цвет), круг рождает чувство непринужденности и непрекращающегося движения. Круг символизирует дух, движущийся в самом себе. Древние китайцы во время строительства своего Божественного храма отдавали предпочтение округлым деталям. В то время как дворец своего земного властителя они строили с использовани-

ем квадратных архитектурных элементов. Астрологический знак солнца – круг с точкой в середине. К кругу можно отнести все округлые фигуры, такие, как эллипс, форма яйца, форма волны, парабола и ее соответствующие производные. Кругу, находящемуся в непрерывном движении, соответствует синий цвет».

«Абсолютное единство, гармония и покой темно-синего цвета соответствуют форме темного круга или шара» (Люшер). Не зря капли воды, а также земной шар обозначаются синей точкой. К сожалению, последний пример не совсем соответствует действительности. Астронавты установили, что наша «голубая планета» из-за все увеличивающегося загрязнения окружающей среды постепенно становится серой. Весомый довод для нашего правого (синего) полушария. Самое время в синюю эру Водолея прекратить наконец-то самоуничтожение и помочь нашей природе.

Желтый цвет

Желтый – это самый светлый и самый сияющий из всех цветов. Первая ассоциация – лучистое солнце. Любому ребенку, которому мы скажем: «Нарисуй-ка солнышко!», автоматически возьмет желтый карандаш или фломастер. В природе солнце редко окрашено в желтый цвет, мы видим его как ослепляющий свет или как сияющий оранжевый, когда оно стоит над горизонтом.

Нет, солнце не желтое, и все-таки нам сразу приходит в голову именно этот цвет. А происходит это потому что все, что озаряется солнцем, становится светлым и благодаря световому рефлексу получает желтоватый отблеск. Желтый цвет воспринимается нами как солнце, светлым и сверкающим. Желтый цвет – легкий, сияющий, возбуждающий и поэтому согревающий. А чистый белый цвет (а свет сам по себе белого цвета) кажется нам скорее холодным:

Под воздействием солнечного света цвета предметов начинают светиться, приобретая теплый желтоватый оттенок. Человек очень любит тепло, только не чрезмерное. Еще И.В. Гёте использовал желтое стекло в качестве «психологической подсветки», смотря сквозь него на природу в пасмурные зимние дни.

В своем «Учении о цветах» он говорит: «Опытом проверено: желтый цвет создает впечатление тепла и уюта. Глаз радуется, сердце переполняет восторг, душа поет и кажется, что на нас повеяло настоящим теплом».

Можно легко догадаться, что солнце, как самое большое небесное тело, издавна привлекало внимание человека. Большинство религий мира приписывают солнцу главную роль. Древние люди почитали солнце как дарующее жизнь божество. Мы же сегодня считаем воскресенье¹ са-

¹ Солнечный день (нем.).

мым важным днем недели, не работаем и наслаждаемся отдыхом. То же самое можно сказать о самом прекрасном времени года¹, отпускной поре, которое нам также кажется чем-то тесно связанным с солнцем и солнечными ваннами.

В древних цивилизациях (Египет, Перу и т.д.) и первобытных народах существовал культ мужского божества-солнца. Оно дарило людям свет и тепло, позволяло выращивать растения и обеспечивало их пищей. Но своими лучами это властное божество могло и сжечь, и принести болезни и смерть. Дневной цикл составлял единое целое с законами мирового устройства. Внезапные солнечные затмения, считавшиеся проявлением божественного гнева, вызывали в людях страх и отчаяние.

У северных народов, чувствовавших особую тягу к южному солнцу, культ солнца находился в центре их веры, о чем свидетельствуют празднование солнцестояния и сотни тысяч сохранившихся маленьких солнц, вырезанных из камня.

Известны такие солнечные божества, как Ра (в Египте), Шамаш и Нергал (в Вавилоне), Гелиос (в Греции), Сол (в Риме), Аматерасу (в Японии) и соответствующие божества племен майя и инков. К культу солнца следует причислить и Аполлона (в поздней Греции), Осириса (в Египте) и Митраса (в Малой Азии), которые изначально относились к другим культам. Многие из этих божеств были одновременно солнцем и всесильными властителями и пересекали небесные просторы на золотой лодке или колеснице. Их путь пролежал с Востока (где рождается жизнь) на Запад (место захода солнца и смерти) и уходил в царство тьмы. Затем, словно заново рожденное, божество снова начинало свой путь на Востоке. К этому циклу своими корнями уходит вера в вечную жизнь: рождение,

¹ Лето – Sommer (созвучно «Sonne» – солнце).

жизнь, смерть, потусторонний мир и новое воплощение. В эпоху расцвета Амарны (египетский город) в египетской империи появился известный гимн солнцу Эхнато-на (фараон Аменофис II, взявший себе новое имя по названию солнца – атон). Это одно из самых древних стихотворений в мире:

«Да живет он во веки веков, Атон, живой и великий, владыка всего, что оберегает диск Солнца, владыка неба и владыка земли, владыка храма Атона в Ахетатоне и слава царя Верхнего и Нижнего Египта, живущего правдою, слава Владыки Обеих Земель Неферхепрура, единственного у Ра, сына Ра, живущего правдою, владыки венцов Эхнатона, – да продлятся дни его жизни! – слава великой царицы, любимой царем, Владычицы Обеих Земель, Нефернефруатон Нефертити, – да живет она, да будет здрава и молода во веки веков! <...> Ты Ра, ты достигаешь пределов. Ты подчиняешь дальние земли сыну, любимому тобою. Ты далек, но лучи твои на земле, ты перед людьми <...> твое движение. Ты заходишь на западном склоне неба – и земля во мраке, наподобие застигнутого смертью. Спят люди в домах, и головы их покрыты, и не видит один глаз другого, и похищено имущество их, скрытое под изголовьем их, – а они не ведают. Лев выходит, из своего логова. Змеи жалят людей во мраке, когда приходит ночь и земля погружается в молчание, ибо создавший все опустился на небосклоне своем. Озаряется земля, когда ты восходишь на небосклоне; ты сияешь, как солнечный диск, ты разгоняешь мрак, щедро посылая лучи свои, и Обе Земли просыпаются, ликуя, и поднимаются на ноги. Ты разбудил их – и они омывают тела свои и берут одежду свою. Руки их протянуты к тебе, они прославляют тебя, когда ты сияешь надо всею землей, и трудятся они, выполняя свои работы. Скот радуется на лугах своих, деревья и травы зеленеют, птицы вылетают из гнезд своих, и крылья их славят твою душу. Все животные прыгают на ногах сво-

их, все крылатое летает на крыльях своих, все оживают, когда озаришь ты их сиянием своим. Суда плывут на север и на юг, все пути открыты, когда ты сияешь. Рыбы в реке резвятся пред ликом твоим, лучи твои [проникают] в глубь моря, ты созидаете жемчужину в раковине, ты сотворяешь семя в мужчине, ты даешь жизнь сыну во чреве матери его <...> О, сколь многочисленно творимое тобою и скрытое от мира людей, бог единственный, нет другого, кроме тебя! Ты был один – и сотворил землю по желанию сердца твоего, землю с людьми, скотом и всеми животными, которые ступают ногами своими вниз и летают на крыльях своих вверх <...> Ты создал Нил в преисподней и вывел его на землю по желанию своему, чтобы продлить жизнь людей, – подобно тому как даровал ты им жизнь, сотворив их для себя, о всеобщий Владыка, утомленный трудами своими, Владыка всех земель, восходящий ради них, диск Солнца дневного, великий, почитаемый! Все чужеземные, далекие страны созданы тобою и живут милостью твоею, – ведь это ты даровал небесам их Нил, чтобы падал он наземь, – и вот на горах волны, подобные волнам морским, и они напоят поле каждого в местности его. Как прекрасны предначертания твои, владыка вечности! <...> Города и селения, поля и дороги и Река созерцают тебя, каждое око устремлено к тебе, когда ты, диск дневного Солнца, заходишь за горизонт!»

Уже в этом произведении мы обнаруживаем зачатки психологического противоречия между Солнцем и Луной. В истории человечества Солнце, тепло и золото неразрывно связаны друг с другом (поэтому в рамках этой главы мы поговорим и о золотом цвете). Луна, вода, холод и серебро (см. главу «Серебряный цвет») составляют противоположный полюс, что отражается во многих религиях мира. Это противостояние двух противоположностей также внесло свой вклад в развитие истории: что царь

Эхнатон со своими монотеистическими представлениями о всевластном солнце потерпел крах. Он правил народом, живущим под знаком месяца (рог овна), слишком много пострадавшим от солнечного зноя и, естественно, тоскующим о вечерней свежести и ночной прохладе. Едва ли при таком положении вещей Эхнатон со своим культом солнца мог заполучить народное признание.

И в наши дни некоторые люди с большей симпатией относятся к Солнцу, в то время как другие отдают свои предпочтения Луне и всему, что с нею связано.

Уже при Эхнатоне (и позже) появились религиозные течения, приверженцы которых почитали исключительно солнце. Древняя египетская сказка так описывает такое верование: «Один маг возвестил фараону Хеопсу о том, что у него родится сын, отцом которого будет бог солнца Ра, а матерью – жена жреца. Боги специально для этого спустились на землю и помогли женщине при родах. И увидели: тело мальчика было из чистого золота. И сказали: «Это король»... Так частичка солнца в воплощении нового правителя спустилась к людям». Пожалуй, это объясняет тот факт, почему фараона считали не просто земным царем, а поклонялись также и перед его небесным, божественным происхождением.

Что же самое главное в желтом цвете?

«Желтый цвет излучает свет», – считает Рудольф Штайнер. «Желтый – цвет радостный, распространяющий тепло и бросающийся в глаза. По сравнению с другими цветами он склонен занимать большее пространство», – говорят художники.

«Желтый цвет близок светлым тонам, белому цвету, поэтому в природе не существует темно-желтого... Рассматривая окрашенный в желтый цвет круг, видишь, что желтый излучает свет, движется из центра и почти зримо

приближается к человеку... С другой стороны, желтый беспокоит человека, возбуждает его и отражает характер выраженной в этом цвете силы, которая, наконец, становится дерзкой и навязчивой. Это свойство желтого, тяготеющего к более светлым тонам, может достичь невыносимой для глаза и души высоты и силы. В этом случае он звучит как все более громко и резко поющая труба или высокий звук фанфар» (В. Кандинский).

Все эти черты, особенно блеск, порою режущий глаза, в еще более утрированном виде свойственны и золотому цвету.

«Все денег ждут, все к деньгам льнут! Ах, бедные мы, право!» – устами Маргариты вещает Гёте в «Фаусте». Довольно меткое описание того таинственного, необъяснимого восхищения этим благородным металлом, что овладевало людьми во все времена. Конечно, золото стоило больших денег, потому что добыть его было не так-то легко. Правда, некоторые другие металлы встречались в природе еще реже, но на такую популярность они не могли и претендовать. Это поклонение золоту можно объяснить лишь тем, что оно напоминает солнечный луч, заточенный в землю, словно в темницу. Считалось, что солнце состоит из золота, отсюда и поклонение этому металлу, наделенному, по мнению древних, божественной силой. Подумайте: золотые шлемы, короны и даже нимбы над головами святых под солнечными лучами светятся сами, словно маленькие солнца. Понятное дело, что и золотые монеты в форме круга символизируют солнце.

Небольшой экскурс в историю золота:

В древние времена больше всего запасов золота было у египтян. Об этом свидетельствуют и результаты раскопок: в Египте были найдены украшения, амулеты, даже целые гробницы фараонов – и все из чистого золота. В конце

бронзового периода и в других частях Африки, а также в Малой Азии и Индии начались поиски этого благородного металла. Раскопки свидетельствуют о многочисленных месторождениях золота в местах поселения германцев, галлов, славян и гельветов.

В Древнем Риме золота не было. Только благодаря включению в состав Римской империи Иберийского полуострова римляне стали счастливыми обладателями нескольких золотых месторождений.

Испанские конквистадоры (Кортес, Пизарро и др.) в ходе жесткой борьбы подчинили Испании Мексику и Перу. Благодаря этому испанское государство завладело множеством золотых запасов покоренных стран. Инки и ацтеки золотом не расплачивались, оно считалось символом богов и их заместителей на земле – правителей. «Солнце – это орел с огненными золотыми стрелами, властвующий в течение всего года», – говорится в одном из ацтекских преданий.

Представители этого племени не понимали ажиотажа вокруг золота, охватившего бледнолицых колонизаторов. После такого неслыханного ограбления почти что целого материка золотые прииски в Южной и Средней Америке постепенно иссякли. И лишь немногие отчаянные храбрецы все еще пытались разыскать сказочную страну Эльдорадо. По легенде там было столько золота, что местные жители в нем просто купались. Конечно, Эльдорадо так и не было найдено.

Зато в XIX в. началась золотая лихорадка на Диком Западе Америки, куда устремились сотни тысяч кладоискателей, рыцарей удачи и некоторых весьма сомнительных персон. Золотые россыпи были найдены и на Аляске, в Австралии, Южной Африке и в Сибири.

Люди издавна пытались научиться изготавливать золото искусственным путем. Первые попытки были предприняты уже в Древнем Египте. В XVI – XVII вв. эта традиция

распространилась и по всей Европе. Алхимическая наука представляла собой таинственную смесь из мистики, спиритизма, естественных наук и философии. Многие пытались найти так называемый «философский камень». Мало кто воспринимал поиски «философского камня» как процесс внутреннего познания и самосовершенствования. Для большинства же алхимия была лишь неудачной попыткой материального обогащения.

Но эксперименты адептов были отнюдь не бесполезны. Об этом свидетельствует внушительный список веществ, побочных продуктов стараний алхимиков: так появились глауберова соль, фосфор, фарфор и рубиновое стекло.

Но вероятно, алхимики все же шли правильной дорогой. Современной атомной физике удалось открыть «рецепт» изготовления золотого металла. Но стоимость этого вещества в несколько раз превышает стоимость натурального золота.

Это необъяснимое, иррациональное восхищение золотом не утратило своей актуальности и сегодня. В сокровищницах разных стран и по сей день хранится золотой запас государственной валюты, размер которого во многом определяет ее статус.

Золото вдохновляло древних сказателей, слагавших сказочные мифы и легенды. Пожалуй, одна из самых знаменитых – греческая легенда о Золотом руне. Этим загадочным словосочетанием именовалась шерсть волшебного золоторунного овна. По преданию, Гермес подарил золотого крылатого овна Фриксу. А Фрикс вместе с ним улетел от своей мачехи на берега Черного моря. При дворе властителя Колхиды Ээта его приняли очень радушно. Не зная, как отблагодарить Ээта, беглец принес волшебного овна в жертву, а царю подарил Золотое руно. Грозный дракон стал хранителем этого дара.

В это время в Колхиду прибыл Ясон. Чтобы стать закон-

ным наследником трона в Иолке, ему необходимо было любой ценой заполучить шерсть золоторунного овна. Героя, как и Фрикса, приняли очень приветливо, и он осмелился потребовать Золотое руно в качестве подарка. Но король хочет сначала испытать его мужество: Ясон должен вспахать поле железным плугом, в который запряжены дышащие огнем быки, и засеять его зубами дракона. Из зубов дракона вырастут закованные в броню воины, и задача героя – победить их всех.

Медее, жрица подземного мира, приходит Ясону на помощь, и герой с Золотым руном бежит прочь. Но вскоре кража всплывает на поверхность, и сильнейшие воины Колхиды отправляются на поиски грабителя. В кровавой битве погибают все сражавшиеся.

Средневековый поэт Георг Агрикола полагал, что легенда о Золотом руне имеет реальную предысторию: по его мнению, в античные времена, с помощью овечьих шкур добывали золото из золотоносных рек. Он пишет также: «Золото принесет добро только тем, кто сумеет его правильно употребить. А кто использует его в злых целях, только наживет себе бед. Источник всех тягот – не жалкий металл, добываемый из недр земных, а ужасающее непонимание между людьми и слепая алчность человеческих сердец».

Все мы знаем о «пляске вокруг золотого тельца» – неизменного атрибута поклонения богу Маммоне. Названия многих весьма распространенных понятий показывают нам, какое огромное значение всегда придавалось золоту металлу: золотой бык, Золотая Орда, золотая свадьба, золотая медаль, золотое сечение, золотая середина и т.д. В иконописи золото ценится особенно высоко. Иконописная традиция уходит своими корнями в эпоху Древнего Египта; где изготавливались так называемые «портреты мумий» (условно-символические изображения умерших), инкрустированные золотом. Более поздние портреты свя-

тых писались в соответствии с этим же принципом. Как правило, художники создавали изображения не конкретных личностей, а скорее абстрагированные и однотипные портреты. Но одно было неизменно – отделка картин золотом. В этом выражалась причастность святых к иному, божественному, неземному миру.

Латинское обозначение золота – «*aurum*». Всем нам известны такие производные от этого слова, как ореол (золоченый диск, увенчивающий головы святых) и аура (в мистике – видимое глазу излучение вокруг человека, употребляется также и в переносном смысле).

Во все времена золото воспринималось как олицетворение лучезарного счастья. Это символическое понимание сохранилось и по сей день.

Но вернемся к главной теме этой главы – желтому цвету. Мы уже сказали, что желтый цвет обладает отражающей поверхностью, но не отличается глубиной. Этот цвет сильнее всех прочих отражает лучи света, попадающие на него. Желтый цвет как бы скользит по поверхности и, подобно солнечным лучам, распространяется во всех направлениях.

Это описание наиболее точно выражает и психологическое воздействие желтого цвета на человека. Люшер утверждает: «Желтый цвет – это выражение одной из главных потребностей человека – потребности раскрыться. Этот цвет обычно предпочитается людьми, ищущими новых, свободных отношений, жаждущими снять свое напряжение, раскрыть себя и стать в итоге счастливыми. Чтобы не впасть в депрессию, им нужна поддерживающая сила надежда. Желтый цвет предпочитают люди, неудовлетворенные своим домом и ищущие счастья в далеких путешествиях».

И по поводу золотого цвета: «Если желтый цвет есть выражение освобождения и счастья, то именно это его значение усиливается благодаря полированной, блестящей поверх-

ности золота. Золото, независимо от своей покупательной способности, выражает чувство лучезарного счастья».

Желтый цвет соответствует разряженной, динамической, кинетической энергии.

Чтобы более наглядно продемонстрировать, что означает процесс освобождения и что представляет собой с психологической точки зрения желтый цвет, можно провести символическое, но не совсем научно оправданное сравнение с куском сахара, растворяющимся в воде. Вода преодолевает силы сцепления, действующие в кристаллическом сахаре, таким образом, форма сахара «растворяется» и «изменяется». Напряженное состояние, способствующее кристаллизации сахара, исчезает благодаря «раздражающему действию» воды или, другими словами, «раздражающее действие» воды снимает внутреннее напряжение и вызывает изменение формы. Из этого простого образного сравнения следует, что желтый цвет нужно понимать, как изменение и как снятие наличествующего напряжения с помощью раздражающего действия. Фавр и Новэмбер дополняют: «Желтый – самый сияющий из всех цветов, самый яркий и радостный. Это цвет юный, живой, открытый миру. Особенно ярко эта черта проявляется в светлых его тонах. В отличие от синего, желтый цвет не обладает глубиной. Желто-золотой – цвет активный, в то время как желтый с зеленоватым оттенком производит скорее неприятное впечатление».

Эта черта желто-зеленого цвета нашла свое выражение в фольклоре: «Пожелтел от зависти», – говорят в народе. В этом случае имеется в виду холодный, лимонный желтый, который характеризуется такими ассоциациями, как «кислый, ядовитый, искусственный, опасный, болезненный». Ассоциации к чисто-желтому цвету: солнце, день, тепло, светлый, ясный, подвижный, свободный, легкий, сильный, веселый, сверкающий, звук фанфар, любопытство, осторожность, раздраженность.

Ассоциации к желто-золотому цвету: сияющий, солнечный, волнующий, согревающий, легкий, лучистый, радостный, юный, общительный, хорошее настроение, пшеничные колосья, платина, даль, открытость.

Желтый с красноватым оттенком усиливает ощущение веселья и удовлетворенности. Оранжевый цвет пока мы сознательно пропустим, потому что ему посвящена отдельная глава.

Желто-коричневый, цвет янтаря и меда, проявляет многие черты коричневого цвета (см. соответствующую главу). Ассоциации: чувственный, уютный, густой, тягучий, ласковый, теплый.

Исследования экспериментальной психологией влияния желтого на человека цвета показали интересные результаты. Так, например, беременные, не боящиеся родов, почти всегда предпочитают желтый цвет. Они нуждаются в напряжении ожидания и раздражителе надежды, чтобы не погрузиться в состояние разочарованного, депрессивного расслабления. У хронических алкоголиков было установлено стойкое неприятие желтого цвета. Многоликость, свойственная любому цвету, дает о себе знать: у кого есть надежда, тот выбирает желтый цвет – у кого ее нет, одержимый страхом, его отвергает.

Люшер очень точно высказался по этому поводу: «Тот, кто будучи разочарованным, отклоняет желтый цвет, тот еще не пережил боли какой-то утраты. Раздраженное напряжение, вызывающее к надежде и ожиданию, накапливается и может стать угрожающим. Цветовой тест констатирует тревожное состояние: когда отчаявшийся «хватается за соломинку» и хочет принудительно вызвать последнюю надежду, то он еще раз отдаст предпочтение желтому цвету, но вместе с принуждающим черным». Такое цветовое сочетание обычно настораживает: черный с желтым воспринимается, прежде всего, как сигнал предупреждения: стоит вспомнить ос, шершней, упа-

ковки с крысиным ядом. Черный с желтым встречается и на дорожных знаках – например, на планках-указателях на многоярусных автомобильных стоянках. Желтый с черным – это не просто цветовой контраст светлого с темным, но столкновение двух принципиально разных цветов, между которыми пропасть (сравните главу «Черный цвет» с этой).

Скажу еще пару слов о функции предупреждения, которую часто выполняет желтый цвет: каждый футбольный фанат знает, что такое желтая карточка, которую арбитр может присудить игроку. Здесь желтый выступает в качестве цвета-предостережения. Еще более тяжелый штраф – красная карточка. Получивший ее футболист обязан удалиться с поля.

Дети, не задумываясь, смешивают основные цвета (красный, синий и желтый) друг с другом. Со взрослыми дело обстоит сложнее. Желтый цвет кажется нам «кричащим» и «навязчивым». Комбинировать цвета оказывается не таким уж бесхитростным занятием: желтый и синий – цвета дураков (по Гёте), желтый с красным – два очень активных цвета, но вместе создают впечатление «дешевки», желтый с зеленым – полярные цвета (желтый – разряжающая, динамическая сила, а зеленый – энергия поглощающая и статическая).

Обратите внимание на то, как используют желтый цвет художники и рекламные дизайнеры, и вы поймете, сколь осторожно следует обходиться с этим бросающимся в глаза ярким цветом.

Что касается золотого цвета, то с ним дело обстоит проще. Золотой всегда создает впечатление чего-то дорогостоящего. Сочетание его с черным и красным цветами создает впечатление особой эксклюзивности. Эта цветовая комбинация часто используется в сфере продаж косметики, сигарет, кондитерских товаров и напитков. Золотые упаковки стоят дороже.

Золото предпочитают большинство. Но людей, отдающих свои предпочтения серебру и платине, тоже немало. Им золото кажется дешевым и навязчивым кичем. А может, такая разница во мнениях не что иное, как своеобразное проявление вечного циклического противостояния солнца и луны?

И в заключение история, которая, возможно, заставит вас задуматься. История из жизни известного французского художника XX века Ив Кляйна. Он очень любил золотой цвет и часто использовал его в своих картинах. Ив Кляйн говорил: «В каждом человеке есть философский камень, который придает своему хозяину необычайную способность превращать в золото все, к чему тот ни притронется. Но нам очень трудно открыть в себе этот дар».

Он развил уникальную теорию о цене золота и денег. На одной из выставок художник представил одиннадцать картин, одинаковых по размеру и структуре, но отличающихся ценой. Оплачивать покупку можно было только золотом. Зато каждый покупатель получал «часть нематериального художественного качества»: Ив Кляйн выписывал ему чек, на котором было написано: «Это качество может покинуть своего владельца только за двойную плату, новый хозяин обретет неуязвимость».

По договоренности с покупателем чек сжигался, а половина золота выбрасывалась в реку. Вторая половина переходила к Кляйну как владельцу и распространителю художественного чувства. Все накопившееся золото он рассматривал как «абсолютную внутреннюю ценность» — половина у него, половина в реке. Подобный шок произвел Йозеф Бейус в Касселе: он переплавил дублет царской короны в обыкновенную фигурку пасхального зайца. Изменяется ли отношение к золоту? У абсолютного большинства людей, очевидно, нет. Растущие цены на золото лишний раз доказывают это.

Зеленый цвет

«Зеленый – это жизнь» – написано на магазинных коробках из-под овощей, цветов и прочих растений. И ведь создатели этого лозунга правы, правы безоговорочно – так, как об этом мечтает любой сочинитель рекламных слоганов. Потому что наше здоровье, наше самочувствие, наше настроение, вся наша жизнь самым непосредственным образом зависят от зеленых растений. «Зеленые легкие планеты» дарят человеку и жизненно необходимый кислород, и пищу (в том числе мясо, потому что животные, мясо которых мы едим, питаются травой), и великолепную, умиротворяющую природу вокруг. Одним словом, без этого цвета человеческая жизнь на Земле просто немыслима. Зеленый цвет – это жизнь, и будем надеяться, что она никогда не иссякнет.

А что было бы, если б дарующая нам жизнь зелень исчезла с лица земли? Если бы после бесконечной зимы не зазеленели луга и поля? Или если бы знойное лето спалило бы все дотла? Едва ли можно такое себе представить.

Самая засушливая область земного шара находится в Африке. Называется она зоной Сахель. Огромная площадь земли превратилась здесь в безжизненную пустыню. Причина тому – катастрофическая засуха, разразившаяся в Сахель много лет тому назад. Начался страшный голод, люди были вынуждены покинуть родные места и искать новое пристанище. Уже и тогда человечество осознало: выжить на этой земле без зеленых растений просто невозможно. Так зеленый цвет стал для многих народов символом надежды, надежды на выживание.

Представители самых разных наций, культур и религий трактуют зеленый цвет одинаково. Так, в христианстве Иисус Христос въезжает в Иерусалим с охапкой зеленых пальмовых листьев, символизирующих вечную жизнь. В исламе зеленый считается цветом пророков. Кроме того,

для мусульман зеленый – это еще и цвет жизни. Верующий мусульманин – словно человек, умирающий от жажды в бескрайней пустыне. Он заблудился, у него нет сил, но надежду найти зеленый оазис он не теряет.

В пример можно привести и бесстрашных викингов. Презирающие смерть скандинавские воины поселились на холодном и безжизненном острове и уверенно начали там новую жизнь. Остров впоследствии был назван Гренландией, что в переводе на русский язык означает «зеленая страна».

Впрочем, за примерами далеко ходить не приходится. У нас тоже есть интересный обычай, уходящий своими корнями еще в дохристианское, языческое прошлое. Зимой мы украшаем свой дом вечнозеленым деревцем, которое тоже символизирует жизнь.

Витальная символика зеленого цвета не теряет актуальности по сей день. Причина тому – вымирание лесов на нашей планете. Чтоб предотвратить этот процесс, было создано даже целое политическое движение – Гринпис. Во всех уголках мира представители общества «зеленых» борются с повсеместным загрязнением окружающей среды. В последние годы оно, к сожалению, приобретает все более устрашающие масштабы. Знаменитые деятели культуры и искусства также уделяют немало внимания этой проблеме. Йозеф Бейус начал свою карьеру с благотворительной акции «7 000 дубов для Касселя». Бен Ворджин уже много лет выращивает дерево гинкго – так называемое «древнее дерево», под сенью которого когда-то находились целые континенты.

Зеленый цвет обеспечивает жизнь всего живого на Земле. Во-первых, зеленые растения являются органической субстанцией, которая просто необходима для жизни животных. Во-вторых, это известный всем нам процесс фотосинтеза, в результате которого неорганическая солнеч-

ная энергия преобразуется в органические вещества. Это обеспечивает все земные организмы необходимой им энергией. Решающую роль в фотосинтезе играет зеленый пигмент растений хлорофилл. До сих пор не удалось окончательно выяснить, как же происходит этот процесс. Известно лишь, что хлорофилл представляет собой сложное химическое соединение, схожее по своей структуре с красным пигментом крови гемоглобином.

Кажется, вся наша жизнь – символическое противостояние кроваво-красного и ярко-зеленого цветов. Антропософы рассуждают о «красном и зеленом соках жизни» и о «внутреннем и внешнем дыхании» Вселенной. Конечно же они имеют в виду человека, человеческое тело и окружающую его природу.

Понятно, что древний человек не осознавал всех этих сложных взаимосвязей. Но даже первобытные люди, несмотря на свое примитивное мышление, ассоциировали зеленый цвет с бурным ростом растений и предстоящим сбором урожая. Многочисленные древние обряды и обычаи, дошедшие до наших дней, – прекрасное тому доказательство.

В Древней Палестине (Иерусалиме) невеста обычно надевала свадебное платье зеленого цвета, что символизировало надежду молодоженов на семейное счастье. Кроме того, согласно народному поверью, цвет платья магическим образом уже сам по себе помогал молодым супругам осуществить их надежды.

Немаловажную роль зеленый цвет, наряду с другим «женским» цветом – синим, играл в эпоху матриархата. На Востоке, где господствовал культ Луны, зеленый считался цветом этого небесного светила. И до сих пор исламский календарь делится не на солнечные годы, как у нас, а на луны. Восточные мудрецы уже тогда догадывались, что Луна самым непосредственным образом влияет на движение морей (приливы и отливы), а также на развитие

растений. Древние заметили, что продолжительность менструального цикла у женщин почти в точности совпадает с продолжительностью лунного цикла. Жители Древнего Востока полагали, что Луна, водная стихия и растительный мир тесно связаны друг с другом. А в своей совокупности они воплощают жизненный, «биофильный» принцип. Действительно, зеленый – пожалуй, самый жизнерадостный из всех цветов.

В астрологии зеленый символизирует русалок и водолеев, его также считают цветом планеты любви Венеры и морского бога Нептуна.

Древнегреческие параллели этим римским божествам – Афродита, рожденная из пены, и Посейдон, бог моря. Венера считалась символом высшей красоты и любовной гармонии.

В мусульманском мире олицетворением надежды является изображение пророка Мохаммеда в зеленом одеянии. Под зеленым знаменем привел он людей на тропу священной войны. И сегодня зеленый цвет почитается в исламе как священный. Его часто используют для украшения внутреннего убранства дома. Еще одно доказательство почтительного отношения мусульман к этому цвету – «Зеленая книга» ливийского революционера Муаммара Гадафи.

В христианстве зеленый цвет всегда считался цветом весны, надежды на воскрешение и бессмертия. Кроме того, он олицетворял небесный рай и милосердие Бога. В Старом Завете зеленый цвет трактуется как цвет праведников. Эти Божьи избранники воплощали собой новую веру и новую жизнь в согласии с Богом и с самим собой.

Подобным образом трактовали зеленый цвет и европейские художники: изображенные на полотнах пророк Иоанн, святая Барбара, а иногда и святая Мария облачены в зеленые одежды. Этот цвет можно увидеть и на картинах, рисующих сцены тайной вечери.

Самый «зеленый» месяц в году – конечно же май. По всей вероятности, обычай праздновать наступление этого весеннего месяца имеет кельтское происхождение. Согласно народному кельтскому поверью, каждый год первого мая на побережье Ирландии («зеленого острова» – имеется в виду побережье Майо) высаживаются благословенные боги. Они приносят с собой знание и культуру и передают их людям. Совершенно случайно именно 1 Мая считается признанным праздником в самых разных уголках нашей планеты. Правда, Днем труда этот праздник стал гораздо позже, уже в наше время.

Май, несомненно, – самый зеленый месяц в году. В мае весна просыпается окончательно, а люди уже подумывают и о предстоящем лете. В мае распускаются первые нежные бутоны любви. Об этом поется в многочисленных песнях средневековых бродячих музыкантов.

Миртовый венок тоже олицетворяет вечно юную и всеохватывающую любовь. В эпоху Средневековья слово «зеленый» было синонимом таких понятий, как «левый», «нерациональный». Об этом поется в известной немецкой песне. Ее смысл современному человеку логически понять сложно: «Эй, красавица, повернись-ка к моему зеленому боку!» И наоборот, о человеке, которому мы мало симпатичны, мы обычно говорим: «Он мне не зеленый».

В народе распространено и другое интересное выражение: «хвалить выше зеленого клевера» (очень сильно расхваливать, превозносить кого-нибудь), иллюстрацией к которому служит изображение листика клевера. И фраза эта необычна, и символика клевера весьма оригинальна. Использовать это растение в качестве корма для животных начали относительно недавно. А ведь были времена, когда клевер считался редкостью и ценился очень высоко. Странное восклицание «Ах ты зеленая девятка!», по всей

видимости, тоже каким-то образом связано с этим растением. Очень трудно найти листик клевера с четырьмя лепестками. Кому это удастся, может считать себя счастливым. Такой клевер, по легенде, вырастила первая женщина Ева. А после изгнания из рая она взяла его с собой, как напоминание о том счастливом времени, которое они с Адамом провели в раю. Другие фразеологизмы, обычно употребляемые уничижительно (например, «зеленорогий», «зеленоклювый», «зеленый малый» «у него еще за ушами зелено»), символизируют естественный процесс взросления человека. Многие растения, изначально ярко-зеленые, увядая, со временем становятся коричневыми или черными. Зеленый цвет в этих фразеологизмах символизирует неопытность и незрелость человека.

Самый распространенный символ зеленого цвета – конечно же дерево. Бесчисленные легенды, мифы и народные сказания повествуют о цикличности его жизни: ежегодно дерево «умирает» (увядание, сбрасывание листьев) и снова возрождается (появление почек и первых зеленых листочков). Вечнозеленое дерево считается символом вечной и непоколебимой жизненной силы. А высохшее дерево, напротив, олицетворяет смерть и проклятие.

В образе дерева аллегорически сочетаются преисподняя (корни), мир людей (ствол), надежда (ветви, стремящиеся к свету) и небесный мир (крона). В германской мифологии центральное значение имеют ясень мира и священные дубы Донара, бога грозы и молнии. Параллель им в христианской религии – дерево жизни и дерево познания добра и зла, произраставшие в райском саду. К сожалению, едва отведав плодов, Адам и Ева тотчас же были изгнаны из рая. Они вкусили от дерева познания добра и зла и застыдились своей наготы (?). Полакомиться плодами с дерева вечной жизни первым людям так и не удалось. Результат: Адам и Ева остались смертными и вынуж-

дены были подчиниться жизненному циклу, состоящему из смерти и воскрешения. В раннем христианстве деревом жизни считалось фиговое дерево (об этом мы узнаем из ветхозаветной истории сотворения мира). Позднее оно «европеизировалось» и превратилось в яблоню, которая теперь является также и символом плодородия.

В искусстве тем же значением обладали пиния (итальянская сосна) и «европейское дерево жизни» (*Thuja occidentalis*). Последнее до сих пор считается кладбищенским деревом и часто садится на могилах. В средиземноморском регионе эту функцию выполняет кипарис.

С деревом жизни ассоциируют и крест Иисуса Христа. На некоторых средневековых полотнах крест, на котором был распят Иисус, изображается в виде живого древесного ствола.

Мы уже упоминали рождественское дерево. Схожую роль играло и майское дерево. В языческие времена под ним устраивались жертвенные обряды. Люди таким образом изгоняли злых духов и просили добрых ниспослать им хороший урожай и здоровый скот. Некоторые думают, что майское дерево, вытянутое по своей форме и разукрашенное разноцветными лентами, одно из разновидностей фаллического символа. А танец вокруг него – реликт языческого культа плодovitости. В некоторых областях Германии и сегодня принято украшать дерево в соответствии с этой символикой: детскими пеленками, колясками и игрушками. В античное время особым авторитетом пользовалась пальма. Символика этого дерева неразрывно связана с тематикой воскрешения и бессмертия. В Вавилоне пальма считалась божественным деревом. В Греции пальмовое дерево олицетворяло волшебную египетскую птицу Феникс с золотым оперением. Предвидя свой конец, птица сжигала себя в гнезде, но здесь же из пепла рождался новый Феникс. Пальму греки называли «деревом света». Во время Олимпийских игр победи-

телей, прежде чем надеть на их головы лавровый венок, награждали пальмовой ветвью.

Вечнозеленое растение лавр считалось символом вечной жизни. Позднее, в Римской империи из золота стали изготавливать венки, подобные лавровым. Возможно, именно им приходится дальней родственницей современная корона.

Иисус Христос, в отличие от олимпийских спортсменов, был увенчан высохшим терновым венком, символизовавшим смерть. Обычай надевать на голову умерших венок берет свое начало в Древнем Египте. Этой традиции следовали также древние греки и римляне. И мы сегодня возлагаем венки на могилы, чтоб почтить память умерших родных и близких. Но что скрывается за этим обычаем? Древняя символика жертвенного растения, игл вечнозеленого дерева и формы круга. В своей совокупности все это должно было символизировать вечный круговорот жизни.

Вечнозеленые деревья могут похвастаться богатым прошлым. Каждый человек чувствует их общеисторическое значение. Поэтому неудивительно, что постоянные известия о вымирании лесов вызывают настоящий шок. Ведь чаще всего этой напасти подвергаются именно хвойные деревья (еловые и сосновые), издавна считавшиеся бессмертными.

«Сначала умрет лес, а за ним – человек...» – гласит один из лозунгов защитников природы. Звучит действительно устрашающе, потому что каждый в глубине души понимает, что это действительно так.

Зеленый – самый жизнеутверждающий цвет. Он воплощает «биофильный» принцип, символизирует рост и развитие не только растений, но и людей, животных, человеческих мыслей. Полярное явление – некрофилия, обращение к мертвому и пренебрежение всем живым.

Эрих Фромм, впервые употребивший понятия «биофи-

лия» и «некрофилия», полагал, что стремление к росту и развитию – простейшая форма биологической ориентации, свойственная всем живым организмам.

«Живая субстанция обладает тенденцией к интеграции, или объединению. Она стремится объединиться с сущностями иного, противоположного порядка и развивается в дальнейшем в соответствии с их общей структурой» (Э. Фромм).

Таким образом, мы подошли к одному из важнейших пунктов в нашем исследовании зеленого цвета.

Для теоретика зеленый цвет – всего лишь смесь двух первичных цветов – синего и желтого. Но для психолога зеленый является одним из основополагающих цветов. Что есть *основополагающий цвет*? Это цвет человеческого «Я», а точнее – человеческой борьбы за жизнь.

Но не все воспринимают зеленый цвет одинаково. Давайте не спеша, шаг за шагом подойдем к этому вопросу.

То, что зеленый цвет обладает позитивным успокаивающим действием, очевидно. Спокойный сам по себе, зеленый цвет вносит равновесие в нашу лихорадочную жизнь, призывает отвлечься от суеты и помогает нашей выбившейся из сил душе обрести желанную гармонию. Поэтому зеленый – срединный цвет в цветовом спектре – охотно используется в медицине. Прогулки по лесу, созерцание нежно-зеленых лугов помогают человеку обрести необходимое внутреннее равновесие и, в конечном итоге, ведут к выздоровлению. При всех психосоматических болезнях (а большинство болезней являются психосоматическими) созерцание зеленого цвета благотворно воздействует на психическое состояние пациента и, таким образом, косвенно способствует и физическому выздоровлению.

И.В. Гёте пишет в своем «Учении о цветах»:

«Если смешать синий и желтый цвета, которые считаются первичными и простейшими цветами, то появится цвет,

который мы называем зеленым. Наш глаз отдыхает, созерцая зеленый цвет. Если синий и желтый цвета в составе зеленого находятся в абсолютно равнозначном соотношении и ни один из них не преобладает над другим, то зеленый цвет кажется нам не смесью, а таким же первичным цветом, как синий с желтым. Не хочется и нельзя двигаться дальше. Ни прибавить, ни убавить».

Похожей точки зрения придерживается Василий Кандинский: «Абсолютный зеленый – самый спокойный цвет из существующих. Он никуда не движется и не имеет призыва радости, печали, страсти. Он ничего не требует, никуда не зовет. Это неподвижный, довольный собой, ограниченный в пространстве элемент.<...> Перманентное отсутствие движения – вот что благотворно влияет на измученные человеческие души, но, правда, после успокоения кажется уже немного скучным.<...> Пассивность – наиболее характерное свойство абсолютного зеленого». Кажется, Кандинский здесь что-то путает. Пассивность? Но в этом случае, скорее всего, имеется в виду статика! Допустим, зеленому цвету не свойственно излучать или притягивать энергию. Он просто существует и все. Но как он существует: внешне пассивный, зеленый цвет скрывает за собой огромную силу воли, воли к росту. Внешне спокойный и скучноватый, он объединяет в себе все жизненно необходимые силы – желание самоутвердиться и уверенность в том, что все получится. Нет, этот зеленый не спокоен, а полон сконцентрированного потенциально напряжения. Он как тигр, готовящийся к прыжку, но сохраняющий внешнее спокойствие. Или как твердые тела, представляющие собой концентрированное скопление молекул.

Я полагаю, что лучшее описание человеческого «Я» таково: это относительно постоянное Нечто, склонное к стабильному состоянию и крайне незначительным изменениям (то есть скорее консервативное начало). Нечто,

дремлющее вдали от мирской суеты и просыпающееся лишь тогда, когда дело касается очень существенных вещей. Нечто непостижимое, очень медленное и инертное, но полное колоссальной силы, дающей о себе знать только в случае крайней необходимости.

«Когда я говорю о символике зеленого цвета, то подразумеваю под ним исключительно цвет хвойных деревьев, то есть темно-зеленый с синеватым оттенком. В зеленом цвете на передний план выдвигается живая энергия желтого и противопоставленное ей успокаивающее движение синего цвета. Оба этих явления в зеленом цвете предстают как бы в законсервированном виде. Поэтому зеленый цвет статичен» (Люшер).

Среди основных качеств зеленого цвета Люшер упоминает твердость, постоянство и упорство. Они соответствуют таким чертам человеческого характера, как последовательность, уверенность в себе, самодостаточность и чувство внутреннего достоинства.

Зеленый цвет с доминантой синего над желтым кажется более холодным, твердым и стойким. Этот оттенок, по Люшеру, характеризует человека, который не поддается ни внутреннему, ни внешнему искушению, человека убежденного и уверенного в себе, живущему по принципу: «Гни свою линию и ничего не бойся!» Уверенность в своих убеждениях и моральная цельность – вот те основы, на которых покоится самоуважение. Внутренняя значимость, то есть признание собственного авторитета и достоинства (пассивное свойство любой власти) – вот в чем заключается психологическое значение зеленого цвета.

«Если кому-то не хватает стабильности зеленого цвета, его цельности и достоинства, то они в таком случае имитируются внешним блеском. Но за жеманностью и кичливостью, как правило, ничего не стоит. Жаждающий признания своей значимости окружает себя внешними

признаками авторитета. Такой человек всюду обращает на себя внимание, выдвигает свою персону вперед, тем самым имитируя мнимое положение в обществе, престиж. Тот, кому недостает самоуважения и внутренней стабильности, так свойственных зеленому цвету, всю свою жизнь самоутверждается и ищет своего места в обществе» (Люшер).

Исследования показали, что подростки питают особую симпатию к чистому зеленому цвету. Однако они крайне не любят пастельный зеленый. Фрайлинг объясняет это явление отношением внутреннего «Я» подростка к внешнему миру. Именно в этот период развития, когда человек становится цельной личностью, возникает особая потребность в чистом зеленом цвете.

В главе «Красный цвет» мы говорили об европейских переселенцах, вернувшихся из Вьетнама. Они упорно отвергали красный цвет. Первым цветом, который они выбрали в тесте цветовых выборов, был зеленый. Очевидно, у этих людей отсутствовала уверенность в завтрашнем дне. Их выбор обусловила острая потребность в самоутверждении.

Обобщим сказанное: черты, характеризующие психологическую сущность зеленого цвета – это упорство, сила воли, дремлющая энергия, а также покой и гармония.

Отличия в понимании зеленого цвета Гёте, Кандинским – с одной стороны, и Люшером и Фрайлингом – с другой, можно объяснить лишь тем, что за основу эти исследователи брали разные оттенки зеленого цвета. В первом случае это был насыщенный, теплый цвет, во втором – скорее холодный, зеленый цвет с синеватым оттенком.

Далее вашему вниманию предлагается характеристика разных оттенков зеленого цвета.

Желто-зеленый обладает активностью желтого цвета и

поэтому кажется волнующим, живым, почти навязчивым, теплым, светлым, легким и безобидным. Это цвет робкий, незрелый, цвет первых весенних листочков и любимой всеми зелени майских деревьев.

Чем больше преобладает желтая составляющая, тем этот оттенок зеленого кажется теплее и солнечнее. Правда, очень быстро этот цвет может превратиться в свою противоположность – холодный лимонный, который кажется уже ядовитым, опасным и даже болезненным. В эпоху Средневековья ядовитый бледно-зеленый цвет считался цветом проказы, разлагающегося больного тела, смерти и предательства.

Два этих оттенка могут плавно переходить один в другой. Иногда только наметанный глаз способен различить их. И то, что одному покажется приятным нежно-зеленым, другой может воспринять как едкий, угрожающий цвет. Нейтральный зеленый цвет, находящийся ровно посередине между двумя полюсами – синим и желтым, – цвет спокойный сам по себе. И на окружающих он воздействует успокаивающе. Это цвет затаившихся возможностей – возможности быть пассивным, как синий, или, напротив, энергичным, как желтый цвет. Но зеленый цвет сохраняет нейтралитет и поэтому остается статичным. Именно с этим цветом мы совершенно неосознанно ассоциируем отпуск, отдых за городом, зеленый лес и заливные луга – все то, что именуется «лоном природы».

Сине-зеленый цвет, напротив, кажется холодным, замкнутым и почти недостижимым. Светлый сине-зеленый оттенок мы называем бирюзовым. Он самый холодный из всех цветов в спектре. Именно в бирюзовый цвет чаще всего окрашены стены операционных комнат в поликлиниках. Это цвет, лишенный каких бы то ни было чувств и эмоций.

Правда, многое зависит и от условий, в которых используется бирюзовый цвет. В душных фабричных помеще-

ниях стены, окрашенные в этот цвет, создают ощущение приятной свежести. Потому и на жарком юге часто можно увидеть покрашенные в бирюзовый цвет двери и ставни, а иногда и целые дома. Этот цвет часто используют в рекламе освежающих напитков, сигарет с ментолом и зубных паст.

Темный сине-зеленый цвет кажется более сильным, стойким и напряженным. Часто его ассоциируют с такими свойствами человеческого характера, как упрямство и гордыня.

Цвет хвои – очень частотный и пользующийся популярностью в рекламе цвет. К сочетанию желтого и синего здесь примешивается еще и немного черного цвета. В итоге получается очень серьезный, вызывающий к себе уважение цвет – тот самый, который Люшер называл типично зеленым. Он производит впечатление стабильности и уверенности в своих действиях. С этим цветом ассоциируется хвойный лес и лес вообще – спокойный, дремучий и слегка таинственный. Вот что скрывается за насыщенной силой темно-зеленого цвета, воплощающего человеческое Я и его потребность в самоутверждении.

Оливковый цвет, как ясно уже из названия, – это цвет оливок. В нем, помимо чистого зеленого, велика доля желтого и черного цветов и почти отсутствует синий. Поэтому оливковый цвет очень близок к коричневому и, как следствие, обладает многими чертами этого последнего (см. главу «Коричневый цвет»). Этот цвет нередко используется в маскировочных целях, потому что великолепно вписывается в окружающую природу. Солдатский жаргон называет камуфляж такого цвета «Оливками НАТО».

Семантика (раздел языкознания, изучающий значения слов) исследует цвета с точки зрения их традиционного языкового употребления в человеческом обществе, цвета как сигналы, часто воспринимающиеся человеком неосоз-

нанно. Зеленый цвет с этой точки зрения оказывается синонимичным понятию *безопасность*. Области, обозначенные на рисунке зеленым цветом, безопасны. Зеленая кнопка свидетельствует о том, что все в порядке, а зеленый свет светофора позволяет пешеходам и автомобилям продолжить движение.

Зеленый цвет помогает нам в экстренных ситуациях: в этот цвет окрашены двери аварийных выходов.

Еще Гёте считал, что зеленый цвет более всего подходит для оформления внутреннего убранства дома. Комнаты с зелеными обоями излучают спокойствие. Они просто идеально подходят в качестве рабочих кабинетов и жилых помещений.

Зеленые обои в очень больших бюро создают приятную расслабляющую атмосферу. Столовые и кухни, оформленные в зеленых тонах, способны даже улучшить аппетит (такой результат показали соответствующие исследования).

Малейшее присутствие синего, особенно в бирюзовом цвете, делает помещение холодным, безличным и даже негостеприимно отталкивающим.

Кожа при зеленом освещении кажется больной и бледной, как у привидений.

Зеленый цвет прекрасно сочетается с другими цветами. Почти в каждой квартире он присутствует в виде домашних растений. Человек, живущий в наших широтах, а особенно житель густо заселенных городов, испытывает повышенную потребность в зеленом цвете. Ведь его так часто не хватает в бетонных городах. Неудивительно, что нам хочется создать некое подобие маленького зеленого оазиса хотя бы у себя дома.

С каждым годом немцы тратят все больше денег на уход за своим садом. Для некоторых это уже стало хобби. Ухаживая за своим садом, человек получает большое эстетическое удовольствие. Но мне такое занятие, честно гово-

ря, кажется слегка эгоистичным. В мире вовсю идет уничтожение естественной природы, а садоводы-любители закидываются на своих клумбах. Только здоровье окружающей нас природы является гарантом дальнейшей жизни и развития человечества на земле.

Надеюсь, что люди поймут, когда не будет уже слишком поздно и что никогда не сбудется древняя индейская поговорка, которая гласит:

«Только когда последнее дерево будет выкорчевано,
когда последняя река будет отравлена,
когда последняя рыба будет поймана,
вы поймете, что деньги невозможно есть...»

(Индейская мудрость)

Оранжевый цвет

Смешайте желтый цвет с красным, и вы получите цвет очень волнующий и энергичный. Цвет, светящийся, подобно желтому, и бросающийся в глаза, словно красный. Аналогичным образом можно описать и психологическое воздействие оранжевого цвета. Волнение, которое он распространяет, не целенаправленно, как у красного цвета, а исходит в разные стороны. Не все выносят будоражащей энергии этого цвета. Но кому оранжевый придется по душе, тот увидит в нем открытость и величие, деликатность, прямоту и активность. Оранжевый цвет воплощает жизненную позицию, при которой человек в первую очередь прислушивается к своему сердцу и открыт по отношению к окружающим. Поэтому оранжевый – это цвет общения и человеческого тепла.

Оранжевый – это также и цвет Карибских островов, самбы, беззаботного человеческого общения и отдыха. Оранжевый цвет не так горяч, как красный. Он напоминает нам скорее уютное пламя домашнего камина. Но оранжевый теплее и насыщеннее, он будто насквозь пропитан солнечными лучами. Может, поэтому этот цвет часто ассоциируют с богатым урожаем.

Есть и иные ассоциации с оранжевым цветом: светящийся, добрый, зрелый, насыщенный, живой, упругий, дружелюбный, теплый, близкий, сухой, рыхлый, ржавый, уютный, осенний, общительный, молодой, тщеславный. Именно такое впечатление создает и одежда юношей-буддистов. Правда, они предпочитают оранжевый с красноватым оттенком. Восприниматься такое броское одеяние может двояко: положительно (ассоциируясь с теплом очага, лучами света, позитивизмом вообще) и отрицательно – как униформа, навязчивая и агрессивная.

В рекламных объявлениях оранжевый цвет, как правило, символизирует тепло и зрелость.

Фиолетовый цвет

Вспомним еще раз характерные черты красного цвета. Этот активный, навязчивый, громкий, «мужской» цвет воплощает самый короткий, но и самый рискованный путь к заветной цели. Это цвет бурный и страстный, без малейшего намека на какую бы то ни было рафинированность, агрессивный, требовательный и властный. Красный цвет нетерпелив и следует принципу «Цель оправдывает средства». Это цвет скорее грубый, чем нежный. Он успокаивается лишь тогда, когда его страстное желание оказывается удовлетворенным. Но что, собственно, является целью этой почти готовой взорваться страсти? Ведь не может же она быть самоцелью (хотя ведь некоторые люди предпочитают жить в таком стрессе постоянно)? Но все-таки цель есть, и ею являются удовлетворение и покой, счастливое созерцание достигнутого и долгожданная гармония.

А синий, древний матриархальный цвет, пытается достичь той же цели иным путем. Упорный и терпеливый, он действует по принципу «Вода камень точит». Синий цвет символизирует готовность пойти на компромисс.

Состояние, в котором два полярных явления сливаются воедино в достигнутом ими общем результате, мы называем трансценденцией или взаимопроникновением. Или, «*unio mystica*», как говорят мистики. Николай Кузанский, который сам носил перстень с фиолетовым камнем, который первым объединил средневековые и современность, теологию и философию, умозрительную мистику и естественно-научное экспериментирование, создал для фиолетового цвета утвердившееся понятие: «*Coincidentia oppositorum*», что значит «гармония противоположностей».

В фиолетовом смешались красный и синий цвета – жаркое пламя и ледяная вода. Две противоположности словно застыли в ожидании. Фиолетовый цвет по праву считается самым чарующим и самым таинственным из всех известных нам цветов.

Это цвет мистический, цвет магии и волшебства. В колдовстве осуществляется переход через границу – от мира материального к миру спиритическому. Колдуны, шаманы и ведьмы повседневному быту предпочитают неизведанный и таинственный мир духов, призраков и привидений.

Яки-индеец Дон Жуан (герой знаменитых книг Карлоса Кастанеды) обозначает колдовство словами «нагуаль» и «тональ». Он очень искусно описывает проблемы современного человека – мыслящего рационально и зачастую просто не приемлющего иную, таинственную часть нашего мира. По большому счету «нагуаль» и «тональ» не что иное, как правое и левое полушария человеческого мозга. Только взятые в ином, общечеловеческом масштабе, спроецированные окружающую нас действительность в целом. А Дон Жуан, как и средневековые колдуньи (это слово, кстати, произошло от словосочетания «сидящий на плетне, заборе»), находится на грани этих миров и заглядывает поочередно то в один, то в другой. Советую ознакомиться с замечательным исследованием Х.П. Дуэра на эту же тематику – «О границе между дикостью и цивилизацией».

Фиолетовый цвет великолепно характеризует то жизненное кредо Дон Жуана, а также всех волшебников, магов и колдунов. Он символизирует переход границы, магическое превращение, проникновение мистического мира в повседневную жизнь.

Леви Бруль, исследовавший примитивные племенные религии, рассуждает о магической идентификации человека с тотемными животными. Он утверждает, что в оп-

ределенной плоскости сознания человеческий разум и животный инстинкт самым таинственным образом оказываются тесно связанными между собой.

Пример такого симбиоза можно встретить во многих примитивных народах, обитающих, к примеру, в южноамериканских лесах и Центральной Африке. Примечательно, что в этих племенах фиолетовый цвет пользуется особым авторитетом. Европейские (и не только) средневековые мистики связывали мир человеческого тела (красный цвет) и мир духа и неба (синий цвет) воедино. В итоге образовывалась восхитительная мистерия (фиолетовый цвет), в которой царили уже совсем другие законы жизни и смерти.

В христианстве фиолетовый цвет известен очень давно. Человек, одетый в фиолетовое (например, кардинал), считался посредником между человеческим и потусторонним мирами. Похожую функцию этот цвет выполняет и в буддизме. Представители этой религии носят не только желтую, но и фиолетовую одежду. В средневековом церковном витражном искусстве фиолетовый цвет символизировал смирение, покаяние и скромный образ мыслей. А кольцо средневекового кардинала обычно украшал фиолетовый камень аметист.

Готфрид Хаупт называл фиолетовый цвет «скрытой тайной».

В фиолетовом смешаны «мужской» красный и «женский» синий цвета. Церковные сановники фиолетовым одеянием подчеркивали то, что общепринятое разделение полов его не касается. Во время беременности женщины очень часто выбирают фиолетовый цвет независимо от того, являлся ли он их любимым цветом прежде или нет. Поэтому с психологической точки зрения фиолетовый является не статическим, а цветом временного состояния. Выбор детей прекрасно подтверждает этот тезис. До на-

ступления половой зрелости большинство детей предпочитает фиолетовый цвет. Длится это до тех пор, пока у ребенка не выявляется склонность к синему или красному цвету в зависимости от пола. Исследования доказали, что у умственно отсталых детей фиолетовый цвет вызывает еще большую симпатию (примерно 85%). Эти дети (согласно Х. Клару) неосознанно выбирают фиолетовый цвет, потому что он воплощает их повышенную эмоциональность, доверчивость и желание идентифицировать себя по половому признаку. Красный цвет, символизирующий сильную возбудимость, также очень любим этими детьми, что позволяет сделать следующий вывод: все, что связано с сексуальностью, пользуется у умственно отсталых детей повышенным интересом. Несмотря на отсутствие партнера, они стремятся удовлетворить свои сексуальные потребности. Известно, что онанизм встречается среди умственно отсталых детей значительно чаще, чем у здоровых.

Установлено, что в малоразвитых народах и среди простого населения фиолетовый цвет пользуется повышенным авторитетом. Но по мере повышения уровня развития нации, уровня интеллекта и денежных доходов, позиции фиолетового цвета сильно ослабевают.

В развитых европейских странах и в США налицо тенденция к неприятию фиолетового цвета, особенно среди людей интеллектуальных. Создается впечатление, что человек осознанно пытается рационализировать свои чувства, не допустить случайного проникновения потустороннего мира в повседневность, что могло бы помешать обычному ходу жизни.

Фиолетовый цвет предпочитают люди, решившиеся-таки «перейти границу». Например, гомосексуалисты, которых во Франции даже называют соответствующе – «les violets» («фиолетовые»), а также трансвеститы. То, что в нацист-

ской Германии осудительно называлось «розовым углом», сегодня превратилось в «лиловую похоть». При этом лиловый цвет был выбран для обозначения такого понятия абсолютно сознательно. Тут же хочу предупредить широко распространенное заблуждение: фиолетовый и лиловый действительно обозначают один и тот же цвет. Фиолетовым называется смесь синего и красного, дающая немного темноватый оттенок. Светлый оттенок фиолетового называется лиловым или сиреневым (название происходит от арабского «лила», что значит «сирень»).

Наибольший бум фиолетовый цвет пережил благодаря женскому движению, превратившему этот цвет (а точнее, лиловые полукомбинезоны) в последний писк моды. И здесь он перешел границы, разрушив сложившиеся стереотипы.

Не так уж много времени прошло с тех пор, как люди, заведя зрелую даму с фиолетовым платочком на шее, явили: «Это ее последняя попытка». А женщина между тем хотела лишь показать, что она еще не записалась в старухи. Напротив: фиолетовый цвет ненавязчиво, на подсознательном уровне сигнализирует о наличии некоего эротического интереса. Десятки тысяч представителей мирного христианского движения «Возвращение к жизни» надели фиолетовые платки на шею. Может, их поступок тоже был последней попыткой?

Фиолетовый цвет – наглядный пример преходящего характера моды. В период бурного экономического развития Федеративной Республики Германии огромное значение придавалось материальной стороне жизни. Но эмоциональная, чувственная сторона человека все-таки взяла свое. А фиолетовый, цвет перехода, превосходно воплотил в себе то, что стоит за этой сменой жизненных позиций – торжество чувственности.

«Кто отклоняет фиолетовый цвет, тот из-за склонности к чувствительности и эротике боится потерять свою неза-

висимость и поступиться своим чувствительным эгоцентричным «Я». Эти люди стремятся рационально контролировать свою чувственность и критически решать, гарантируются ли при эротическом отождествлении и личном обязательстве откровенность и искренность и оправдан ли риск. В современной культуре фиолетовый цвет, чувственное отождествление, не находит широкого распространения. Место сердечной общности занимают притязание на влияние и стремление к превосходству во всех формах снобизма и соперничества. Восторженное самопожертвование заменяет принцип целесообразности и надежности. Эстетическое восприятие часто заменяют простым подражанием моде» (Люшер).

Но такой образ жизни просто бесперспективен. Человек сознательно ищет полноту чувств, ищет ее в человеческой общности (которой подчас оказывается общежитие). Люди хотят поддаться чувствам, увлечься. И здесь-то фиолетовый цвет придется очень кстати.

«Движение этого цвета непрерывно. Так и человек хочет идти вперед вместе с ним, но не просто шагать вверх по карьерной лестнице, но достичь также и внутренней гармонии и покоя» (И.В. Гёте).

Удивительно, но факт: фиолетовый – самый частотный цвет в произведениях фантастического жанра (фэнтези, научно-популярные статьи, книги о сверхъестественных явлениях). Обложки книг подобного содержания зачастую бывают оформлены в фиолетовой гамме. Мистика, фантастика и сказки постепенно снова входят в моду.

«Фиолетовый – самый таинственный и самый загадочный из всех цветов. Он тесно связан с медитативным и мистическим мышлением, их тайны окутаны фиолетовой дымкой. Фиолетовый цвет печален, меланхоличен, но при этом полон достоинства. Лиловый – скорее цвет магический, нежели мистический, более слабый и несерьезный. Лиловый цвет не так «основателен», как фиолетовый. Он

оживляет детские воспоминания с их загадочными мечтами и господством фантазии» (Фавр и Новембэр).

Обобщим: фиолетовый цвет характеризуют следующие черты: чувствительность, изменчивость, эмоциональность. Чем темнее этот цвет, тем он строже, упрямее и таинственнее. Светлый оттенок фиолетового (то есть лиловый цвет) более легкомыслен, доверчив и неустойчив.

Оба цвета – и фиолетовый, и лиловый – активно используются в парфюмерной промышленности. Покупатели сразу же ассоциируют с ними определенные запахи: например, запах сирени, лаванды, фиалки и других цветов с нежным и тонким ароматом.

Фиолетовый – цвет чувственный. Люди с рациональным складом мышления обычно его не любят. Этот цвет следует с большой осторожностью использовать в одежде и в интерьере, потому что иногда применение фиолетовой цветовой гаммы может привести к весьма нежелательному эффекту. Следует всегда помнить, что вкусы бывают разные.

Ассоциации к фиолетовому цвету: угрюмый, глубокий, двойственный, бархатистый, подгнивший, пьянящий, минорное звучание, магия, мистика, замкнутость в себе, тайна, печаль, маска, запрещенность, интимность.

Ассоциации к лиловому цвету: слабый, нежный, хрупкий, сладковатый, интимный, мягкий, одинокий, отчаянный, болезненный, декадентский, косметический.

Коричневый цвет

Коричневого цвета в общем-то могло бы и не быть – в радуге вы его не найдете, коричневый свет нам тоже не знаком. И даже небо, которое порою окрашивается в самые разнообразные цвета, не знает только одного – коричневого.

Но все же коричневый цвет человечество познало еще в глубокой древности. Он близок нам, и каждый человек начинает чувствовать это уже в детстве. Коричневый цвет – это земля, твердая почва под нашими ногами.

Этот цвет создает впечатление уверенности и прочности. Мы привыкли к нему настолько, что едва ли можем себе представить, каков бы был мир без коричневого цвета. Но частично это все же можно себе вообразить – к примеру, во время землетрясений. «Иметь твердую почву под ногами» – для нас само собой разумеется. Об этом мы почти никогда не вспоминаем. Разве лишь тогда, когда «сбиваемся с ног», но не отчаиваемся и пытаемся снова «твердо встать на ноги».

Из этого можно сделать следующий вывод: коричневый – цвет стабильный, прочный и полезный. Человек видит в нем ту неотъемлемую стабильность, к которой мы так привыкли, что даже ее не замечаем. Человек считает ее абсолютно естественным, неотъемлемым и обязательным элементом окружающей действительности. Коричневый цвет – это не просто символ земли, это она сама! А символом земли на самом деле считается глубокий синий цвет.

Давайте попытаемся прочувствовать психологическую сущность коричневого цвета, как это делает художник, смешивающий краски. Волнующий, сверхэнергичный оранжевый цвет словно успокаивается темными тонами – и возникает приглушенный красно-коричневый, в ко-

тором уже нет отчаянной борьбы красного цвета. Он складывает оружие и заключает перемирие со смутным, темным коричневым цветом. Коричневый цвет, таким образом, стоит выше активной, энергичной жизни, он воплощает жизнь саму по себе, но несколько пассивным образом.

«Коричневый цвет воплощает витальное, телесно-чувственное ощущение» (Люшер).

Мы чувствуем, что физическое напряжение симпатического нервного центра, вызванное красным цветом, затухает, но оно не переходит в свою противоположность (синий цвет), а только лишь ослабевает. В результате мы получаем довольно спокойный, уютный цвет, напоминающий согревающее пламя камина в суровые зимние вечера. Несмотря на то что в большинстве случаев коричневый цвет относят к чему-то «временному, промежуточному», было бы абсолютно неверно считать его цветом слабости и физического изнеможения. Ведь у большинства людей он вызывает исключительно позитивные ассоциации, связанные с пассивным домашним отдыхом.

Эти ассоциации имеют довольно древнее происхождение: похожие ощущения при виде коричневого цвета испытывал и первобытный человек, которому защитой от всех жизненных невзгод служила его пещера. Коричневое дерево в интерьере создает впечатление домашнего тепла и гостеприимного уюта – в таком стиле нередко оформляют рестораны. Аналогичное явление можно наблюдать и в моде: в холодное время года коричневые тона (шерстяные ткани, кожа и мех) рожают ощущение приятного тепла. Рекламный слоган «Закутайся и чувствуй себя превосходно!» прекрасная тому иллюстрация.

Кто не любит коричневый цвет, тот (по Люшеру) отвергает витальное физическое самоощущение. «В таких людях другие интересы, потребности или притязания доминируют».

нируют настолько сильно, что они не обращают должного внимания на свое физическое состояние. Подавление чувственного и сексуального удовлетворения или сексуальные излишества и чрезмерное честолюбие слишком перенапрягают организм. Кто отклоняет коричневый, тот едва ли может спокойно наслаждаться приятным. Вследствие этого коричневый цвет выражает не только нервно-телесное состояние, но и позволяет судить о том, играет ли чувственное наслаждение в жизни человека соразмерную роль и действительно ли он принимает во внимание физическое состояние своего организма».

И что касается социальной ориентации: «Человек, отвергающий коричневый цвет, стоит выше общинных человеческих инстинктов. Такая личность жаждет прослыть индивидуальностью. И ей просто жизненно необходимо внимание публики и общественное признание» (Люшер). Этот интересный феномен, открытый исследователями глубинной психологии, вносит ясность в некоторые не столь отдаленные события из истории немецкого государства. События эти, происходившие в Третьем Рейхе, до сих пор иногда истолковывают неверно. Официальным государственным цветом нацистской Германии был коричневый. Но на самом деле коричневая униформа восходит к германской мифологии. «Коричневые рубахи» сознательно выбрали этот цвет в напоминание о древнегерманских охотниках на медведей. Эти отчаянные мужи, носившие медвежьи шкуры, считали себя элитой, стоящей вне закона – того же мнения придерживались и нацисты. Они сами диктовали себе закон, по которому сильнейший не просто мог убивать, но и должен был этим заниматься в силу своего особого предназначения.

Для простых же слоев населения «коричневые рубахи» символизировали надежность, уверенность, твердую почву под ногами. Но как раз-таки всего этого больше всего и не хватало в нацистской Германии. Ни на что нельзя

было положиться, никому не следовало доверять. Поэтому огромные людские потоки устремились к «коричневым», чтобы среди них обрести обещанную уверенность в завтрашнем дне или хоть какую-нибудь стабильность. И только после 1933 г. люди узнали, что стояло за этой ставшей уже почти всесильной властью, которая полностью обезличила индивидуума, подавив его требованием неукоснительного подчинения. Дело, начатое «коричневыми», завершилось вполне логично: они успокоились только тогда, когда земле были преданы множество городов и их невинных жителей. Эта же судьба настигла и их самих.

После этого небольшого рассказа о губительной «коричневой» диктатуре вернемся к описанию основных характеристик этого цвета.

Коричневый – цвет «плотный», степенный и даже немного мещанский. Он неуклюж и слегка простоват, скупен, поматерински строг, но очень надежен. Самые распространенные спонтанные ассоциации с коричневым цветом: работа, домохозяйка, питание, грязь, нечистоты, жаркое, богатый праздничный стол, шоколад, табак, кофе. Встречаются и такие определения, как грубоватый, испеченный, сухой, крошащийся, душный, животный, бездуховный, шероховатый, но в то же время уютный.

Исследования, проведенные Х. Кларом, показали, что люди, в течение нескольких лет кутившие (и продолжающие это делать) опиум, всем прочим предпочитают именно коричневый цвет. Вот что говорит Люшер по этому поводу: «Мрачному, тусклому коричневому цвету часто в тесте отдают предпочтение люди, которым кажется, что конфликтная ситуация, в которой они находятся, неразрешима. Они больше не хотят думать и бегут от здравого смысла и рациональной ясности из страха, что больше не смогут вынести того образа жизни, который ведут.

Чтобы заглушить голос рассудка, они ищут убежища в примитивных инстинктах, воплощением которых и является коричневый цвет».

На каждом шагу вы натолкнетесь на явления такого рода: люди бегут от самих себя, «назад к стабильности». У одних это может, к примеру, выражаться в пристрастии к горячим ваннам: нежась часами в тепле, человек пытается «смыть» с себя стресс. Другие – любители побаловать себя сладеньким неосознанно прибегают к лакомству, чтоб не «сломаться» в стрессовых ситуациях. Третьи готовы часами нежиться в постели: только в ней они чувствуют себя по-настоящему комфортно. А многие городские жители мечтают о «простом мещанском быте» и по мере возможностей воплощают свою мечту в реальность – наслаждаясь свежими овощами и фруктами (но не выращенными своими руками с заботой и любовью, а купленными в магазине).

Если зеленый цвет выдвигает на передний план внутреннее человеческое Я, душу, волю к жизни и стремление к самоутверждению, то коричневый цвет сконцентрирован исключительно в физической, телесной составляющей внутреннего Я человека. Коричневый цвет воплощает наслаждение «простой жизнью» плюс массу вытекающих из нее позитивных эмоций.

Люди, испытывающие физическую боль, чаще всего выбирают коричневый цвет. Особенно ярко это видно на примере госпитализированных детей. Исследование Кардинокса показало, что больной ребенок всегда старается неукоснительно следовать указаниям врача. Он очень трепетно относится к собственному самочувствию. И так как никого из родителей рядом нет, то пропадает и свойственная ему в повседневной жизни детская беззаботность. Дети, лежащие в больнице, больше всего боятся остаться без внимания, оказаться обделенным во время обеда или вообще пропустить что-то важное.

Флеингхаус, занимавшийся исследованием поведения школьников, замечает, что неуверенные в себе дети из социально необеспеченных семей часто называют коричневым свой любимым цветом. Это говорит об их стремлении обрести твердую почву под ногами.

После всего сказанного замечу лишь, что коричневый цвет (а также различные его оттенки) часто используется в моде, рекламе и оформлении упаковок. Он ассоциируется с насыщенным вкусом, зрелостью, объемом и солидным происхождением (например, в рекламе сигарет, кофе, мороженого). Благодаря этому коричневый цвет символизирует «великую пользу» и удовлетворяет потребность человека в уверенности в завтрашнем дне.

Черный цвет

«Вначале было Ничего, а из Ничего возникло Все», – сказано в священных книгах азиатов. «И сказал Бог: да будет свет», – гласит Библия. Эти слова лишний раз свидетельствуют о том невероятном магическом значении, что издавна придается черному и белому цветам. Древние не оставили без внимания и всевозможные оттенки серого. Этим цветам приписываются самые разные свойства. По своей значимости черный, белый и серый цвета превосходят даже красный, не говоря уже о прочих составляющих цветового спектра.

Хотя, собственно говоря, ни черный, ни белый, ни серый не являются «нормальными» цветами. Теоретик называет «нецветными» или даже «нецветами» – в противоположность так называемым «ярким» цветам (которые человеческий глаз воспринимает с помощью специального зрительного механизма). В процессе восприятия белого, черного и их промежуточных оттенков участвуют только те участки глаза, которые отвечают за различение темных и светлых тонов. Устная народная традиция называет эти цвета «некрасками». Однако именно они и являются самыми первыми, самыми древними цветами.

В примитивнейших языках нашей планеты, которым, по утверждению Берлина и Кая, известно лишь два обозначения цвета, этими цветами являются как раз-таки черный и белый. По всей видимости, слова эти еще древнее, чем обозначение первого «настоящего» цвета – красного. Черный и белый воплощают свет и тьму, добро и зло – две великие противоположности.

К какому из цветов относится тот или иной полюс, каждый знает с детства. Черный – это цвет отрицания, белый – утверждения. Эта глава посвящена исключительно черному цвету, но исследуя этот цвет, мы постоянно будем держать в памяти и его противоположность – белый.

Вначале всюду царил хаос, темная материя, отсутствие света, абсолютное Ничто. На смену этому состоянию пришел мир, созданный Богом в акте творчества. Взошло благословенное солнце, появился свет и все наполнилось жизнью. И продлится это до тех пор, пока в круговороте событий наш мир снова не погрузится в мрачное Ничто, пока не наступит конец, чтобы затем сотворено было новое начало.

Свет и тьма, добро и зло, жизнь и смерть вечно борются друг с другом. Одно является необходимым условием существования другого и не может существовать само по себе. Едва ли возможно представить себе черный цвет без белого и наоборот.

И только вместе они воплощают Бытие во всей его целостности. Идеальная модель такого сосуществования – древний китайский символ Инь-Ян. Это соотношение лежит в основе практически всех мировых религий. Все знают о дуализме мира, который проявляется в самых разнообразнейших формах, но в центр универсума неизменно ставит человека.

Самые простые воплощения этой модели бытия можно наблюдать во все времена. Ночь сменяет день, свет – тьму, хорошие поступки приходят на смену плохим и наоборот. Но конечно, все относительно. Абсолютный черный цвет встретить почти невозможно, как и абсолютный белый. Но широко известно, что сумма всех световых волн дает белый цвет, а смесь пигментных цветов – черный. С точки зрения физики это невозможно. Не существует такого тела и такой молекулярной структуры поверхности, которые бы полностью впитали падающие лучи света, превратив их в энергию. А ведь только в этом случае можно было бы говорить об абсолютном черном цвете.

Йозеф Бейус в 1981 г. на «Черной выставке» в Дюссельдорфе доказал, что увидеть чистый черный цвет можно, только прибегнув к физическому эксперименту. Возмож-

ный вариант – посмотреть в отверстие искривленной печной трубы. Каждый физик подтвердит, что только в темном и искривленном помещении черный цвет становится действительно черным. Но опять же это лишь приближение к абсолютному идеалу.

Но даже в самом глубоком, «самом черном-черном» мы не увидим абсолютно черный цвет, потому что наш глаз попросту не рассчитан на его восприятие. Даже в неосвещенном помещении или ночью на улице сохраняется около 5% света, который-то и утаивает от нас настоящий черный цвет. Вместо него нашему взору предстает очень темный серый цвет. Говорят, что виной тому – сетчатка человеческого глаза, которая сама излучает небольшое количество света (по Фрайлингу).

Чтобы увидеть абсолютный черный цвет, нужно было бы посмотреть на «минус-свет» – то, что в физике известно как черные дыры. Так называют области Вселенной, которые с огромной силой притягивают к себе материю, «проглатывают» ее и превращают в антиматерию.

Как мы уже сказали, черный цвет – это отрицание света как такового, негатив. Из Библии мы знаем, что дьявол, известный также как Сатана и Люцифер, был падшим ангелом – существом, принесшим людям свет, но угасшим на земле, словно комета. С тех пор Люцифер стал считаться темной силой, заключенной в материи и противопоставленной божественному духу.

Дьявол воплощает отрицательное начало Вселенной, импульсивность человеческого тела (побуждающая к свершению грехов), стремление завладеть миром и изменить его. Люцифер – соперник Бога и его полная противоположность. В отличие от Бога, обитающего на небесах, он нашел приют в чреве земли – в аду. Слово «ад»¹, вероятно, происходит от имени германской богини Хэль, владычицы подземного мира. В своем темном царстве она

¹ Hölle (нем.).

собирала тела умерших людей. Это была своего рода «пра-матерь», «мать-земля». Ее чрево, которое олицетворяли пещеры и гроты, считалось священным, потому что из него рождалась жизнь. В ее же утробе, а именно на кладбище, жизнь и завершалась.

Богиня Хэль появляется на страницах священной книги еще раз, когда в аду ее посещает правнук – Люцифер.

Почитание Хэль – явление эпохи матриархата. Люцифер же, напротив, – персонаж христианско-патриархальный. Его принято изображать таким соблазнителем, воплощающим зло и искушение. Поэтому неслучайно у Люцифера два «официальных» цвета – не только черный, но и красный. Символика дьявола, она же символика тьмы вообще – это черные мухи, вороны, летучие мыши, волки, демоны и колдуны и прочая темная сила.

Было бы ошибочным полагать, что христианство придумало дьявола как некое дополнение к Богу. Потому что подобные персонажи есть и во многих других мировых религиях. В греческой мифологии это мрачный Аид со своим подземным царством. Там блуждают души умерших, превратившиеся в тени своих прежних обладателей. Греческий аид символизирует противоположность жизни, вечную ночь и зиму, когда умирает все живое.

Но зачатки жизни, таящиеся в греческом аиде, свидетельствуют о том, что и грекам не была чужда идея вечной жизни и переселения душ. Жизнеутверждающее и жизнеотрицающее начало персонифицируются в виде бога света Зевса и повелителя тьмы, бога смерти Аида. Зевс творит будущее, а Аид охраняет прошлое.

Тот же конфликт мы найдем и в древнеегипетской мифологии, и в религиях многих других цивилизаций. В том числе и в примитивных племенных верованиях Центральной Африки и у индейцев.

Светлое, творящее начало у египтян воплощал бог Птах. Его противоположность – Ка – символизировал теневую

сторону души, то, что остается в подземном мире после смерти ее обладателя.

Эту же оппозицию представляют Осирис и черный Изис. Все живое приобретало смысл существования, будучи отнесенным к тому или иному полюсу.

В индийской мифологии примером дуализма служат святившийся бог Шива и его супруга Кали. «Черная Кали» – великая мать, многорукая волшебница и грозная разрушительница.

У цыган, происхождение которых опутано легендами – свое начало они берут не то в Индии, не то в Древнем Египте, – до сих пор почитается «черная Сара». Главной святой у цыган является Мария, а Сара – покровительница земли. Ежегодно в Ле Сен Мари де ла Мер (южный Прованс) устраиваются торжественные церемонии в ее честь. В восточных странах широко распространен культ «черной Мадонны». Множество параллелей можно без труда найти и в других религиях.

Мы уже сказали, что черный цвет символизирует Нет, отрицание. Этот феномен можно встретить во всех культурах. Свое отражение он находит в народной традиции, разнообразных обрядах и обычаях. Прежде всего следует упомянуть так называемую «черную мессу» – культ черной магии. Приверженцы этого оккультного течения специально превращали церковные ритуалы в полную им противоположность.

Увлекающихся черной магией людей интересует обычно только материальная сторона бытия. Цели, которые они ставят перед собой, далеко не всегда отвечают морально-нравственным требованиям. Но такими людьми движет прежде всего стремление достичь конкретных преимуществ перед другими.

Соперничество черного цвета с белым проходит красной нитью через всю историю человечества. Оно проявляется и в религиозных веяниях, и в литературе, и в искусстве.

Возьмем, к примеру шахматы – миниатюрную модель окружающей действительности. На шахматной доске первым всегда атакует белый цвет, но исход сражения никогда неизвестен заранее. Похожую структуру имеет и настольная игра под названием «Мюле». Вырезанные из камня настольные игры такого рода пользуются популярностью и известны со стародавних времен. Долгое время считалось, что их придумали пастухи, не знающие, чем бы заняться, пока коровы спокойно пасутся на лугу.

В сказках, сказаниях и легендах добро (то есть мы, человечество) сражается со злом (нечто, затаенное в глубинах нашей души). У обеих сторон при этом формируются целые кланы приверженцев: добрые феи и злые колдуньи, волшебники, эльфы, гномы, добрые и злые духи, демоны. И все они сражаются друг с другом в вечной борьбе добра со злом. Это очень напоминает модель мира в мифологии северных народов Европы. Вся жизнь их понималась как своего рода война между добром и злом, которой суждено продлиться до дня Страшного суда. А в этот день и добрые и злые силы, в том числе боги и души людей из прошлых жизней, сойдутся в окончательной битве. Уже заранее известен ее исход: изнурительный бой закончится гибелью всех участников, и мир родится заново.

Евангелист Иоанн упоминает это сражение в своем Апокалипсисе. Эту же тему подхватил и развил Толкиен во «Властелине колец», а также авторы последовавших за ним фэнтези и научно-популярных романов. Все эти произведения, по большому счету, просто сказочные пьесы («Фауст» Гёте тоже изначально задумывался как пьеса для кукольного театра), по-разному обыгрывающие одну и ту же тему. «Star wars» – «Звездные войны» – лишь один из вариантов пророчества Иоанна, Данте, Гёте и Толкиена. Эрих Фромм выделял две основополагающие силы – «биофилию» (утверждение жизни) и «некрофилию» (отрицание всего живого, от греческого «некрос» – смерть).

«Биофилия — это страстная любовь к жизни и ко всему живому; это желание способствовать развитию, росту и расцвету любых форм жизни, будь то растение, животное или идея, социальная группа или отдельный человек. Человек с установкой на биофилию лучше сделает что-то новое, чем будет поддерживать или реставрировать старое. Он больше ориентирован на бытие, чем на обладание. Он в полной мере наделен способностью удивляться, и потому, быть может, он стремится лучше увидеть что-то новое, нежели подтверждать и доказывать то, что давно известно. Приключение для него важнее безопасности. С точки зрения восприятия окружающего ему важнее видеть целое, чем отдельные его части, его больше интересует совокупность, чем ее составляющие. Он стремится творить, формировать, конструировать и проявлять себя в жизни своим примером, умом и любовью (а отнюдь не силой, разрушительностью или бюрократизмом, который предполагает такое отношение к людям, словно это бесчувственные куклы или просто вещи)» (Э. Фромм).

Теперь мы знаем, что черный — цвет некрофилии и отречения от всего позитивного.

«Черный цвет символизирует стремление к уничтожению всего сущего. Отрицание, таящееся в черном цвете, выступает в качестве авторитарной оппозиции, которая не допускает иного мнения или образа мыслей. Черный всегда был цветом анархической оппозиции и агрессивных, насильственных притязаний на власть. Черный цвет, символизирующий такое агрессивное стремление к власти, выступает в разных ролях. Это и цвет смерти, и торжественной скорби, цвет одежды священников и сексуального белья» (Люшер).

На этих ассоциациях построены и все известные нам пословицы и фразеологизмы. «Видеть что-либо в черном свете» означает не видеть ни малейшего шанса на благо-

получный исход дела. «Черная душа» – так мы называем человека, встречи с которым лучше избежать. Если у кого-то «чернеет в глазах», то такой человек находится на грани обморока и может вскоре потерять сознание. «Чернить» кого-то – значит оклеветать человека, оболгать его. Черные птицы (особенно вороны – предзнаменование несчастья) предвещают беду, равно как и черные кошки, перебегающие дорогу слева (со стороны сердца) направо. Маленьких детей, к сожалению, и по сей день, продолжают пугать «черным человеком», «Бабайкой», дьяволом в смягченной форме.

Но в первую очередь черный цвет ассоциируют с болезнями, упадком и смертью. Самые страшные болезни Средневековья назывались «черными»: «черная чума», «черная оспа». Да и сама смерть была «черной».

Конечно, происхождение этих названий можно объяснить логически: кровь из раны, застывая, приобретает черный цвет. Но на самом деле за этим таится куда большее – подсознательная ассоциация с окончанием «пестрой» жизни и переходом в «черное» безжизненное состояние – смерть. Наглядные примеры – гниение продуктов и появление плесени. Продукты горения тоже в общем-то все черного цвета – чад, дым, копоть, пепел и, конечно, уголь, особенно древесный. Трупы, долгое время пролежавшие в болоте, без доступа воздуха, становятся такими же черными, как торф или уголь. Скорей всего, черный цвет – это конечное состояние всего живого на земле.

Примеры отрицательного значения черного цвета можно приводить бесконечно: Черная Пятница (день мирового биржевого краха в 30-е годы), черный юмор, «черный Петр»¹ (самая плохая карта в колоде), черный список, черная работа, черный день, черный, как ночь, злиться по-черному, черный рынок, черная торговля, подпольщики,

¹ Schwarzer Peter (нем.).

черная овца (человек, не похожий на окружающих; то же самое, что белая ворона), Черная Рука (тайный политический союз в Сербии в начале XX в., члены которого убили в Сараево Франца Фердинанда, положив тем самым начало Первой мировой войне), черная книга (перечисление преступлений), черные деньги, рисовать в черном цвете (в мрачных тонах).

В общем и целом можно сказать, что в устном народном творчестве черный цвет используется как символ пессимизма, потерь и несчастий.

К «черным» страницам истории следует отнести ужасающую кампанию по уничтожению людей, которая по приказу Гитлера была проведена эсэсовцами (одетыми, кстати, в черную униформу). Тогда их символами был череп с перекрещенными костями под ним. Более всего эсэсовцы «прославились» своей деятельностью в концлагерях.

«Черные» или «гусары черепа» были известны в еще более ранние времена. А «черная толпа» «черного герцога» (повстанческие войска герцога Фридриха Вильгельма Брауншвайнского) напала на Наполеона во время перемирия, наперекор всем соглашениям. «Черным Райхсвером» называли нелегально собранное войско, возникшее в Германии после Первой мировой войны. Парамилитаристские союзы итальянских фашистов под руководством Муссолини выступали на публике в черных рубашках.

А как обстоит дело с использованием черного цвета в наши дни? У рокеров и панков сразу же бросается в глаза страсти к некрофилии. И это не только черная одежда, но и красноречивые атрибуты насилия и разрушения: холодные металлические заклепки, ошейники с шипами, черепа, бритвенные лезвия, английские булавки, кастет, цепи и колючая проволока. Налицо их изоляция от общества и, как следствие, абсолютный нарциссизм. Вращающийся исключительно вокруг себя эгоизм пробивается наружу и показывает, как дело обстоит внутри. А там все

мертво, словно отрезано от жизни. И никакой надежды на будущее.

«Тот, кто в цветовом тесте на первое место ставит черный цвет, восстает и упрямо протестует против своей собственной судьбы.<...> Опыт проведения тестов показывает, что не более 1,4% взрослых из числа ахроматических цветов выбирают белый и черный цвета одновременно. Чаще всего их предпочитают люди, испытывающие сильное, невыносимое психическое давление с кризисным обострением, например дети в период полового созревания и пребывания в больнице, а также пациенты с психическими и нервными расстройствами» (Люшер).

Но это вовсе не значит, что черное платье, сумочка или черный кожаный пиджак будут свидетельствовать о неврозе или психозе их обладателя.

К тому же черный цвет всегда в моде. Он может одновременно воплощать три вещи: элегантность, скорбь и непохожесть на других. Одеваясь в черное, человек демонстрирует свое желание быть «другим», сознательно отделиться от мира. Черный лимузин, черный костюм и черный чемодан придают своему владельцу достоинство и авторитет. А с помощью этих качеств человек как раз таки и хочет возвыситься над ярким, суетным и средне-статистическим миром.

В средиземноморском регионе все женщины с определенного возраста начинают носить черное, не потому что они вдовы. Надевая одежду этого цвета, женщина демонстрирует свою зрелость и достоинство.

В мебелировке и оформлении бюро и офисов до последнего времени (пока не приступили к «гуманизации рабочего места») предпочтение также отдавалось строгому стилю в черных тонах. Черный цвет в этом случае призван был выражать дистанцию между начальником и подчиненными. Особенно примечательна в этом смысле служебная одежда черного цвета – например, у судей, музыкан-

тов, официантов. Единственное исключение являет собой одежда трубочиста. Для нее черный цвет был выбран из чисто практических соображений. По этому же принципу одежду черного цвета носили кочегары, шахтеры и плотники. Но до сих пор неясно, почему трубочист (черный человек) стал предвестником счастья. Похожее исключение – фразеологический оборот «попасть в точку»¹. В этом случае имеется в виду центр мишени и успешный исход событий вообще.

На похоронах принято облачаться в черное (или как минимум надевать черный галстук или черную повязку на голову). Этот обычай связан с нашим пониманием смерти. Для западного человека смерть означает угасание жизни и конец всего сущего. А на Востоке, где вера в реинкарнацию души и бессмертие всего живого имеют существенно большее значение, на траурных церемониях принято одеваться в белое. Для восточного человека физическая смерть – это не конец, а начало, начало нового жизненного цикла. После смерти душа человека, озаренная белыми лучами, отправляется в Небытие, чтобы потом начать новую жизнь в новом облике.

Другая важная характеристика черного цвета – его великолепная сочетаемость с другими цветами. Черный буквально «преображает» прочие цвета, которые в комбинации с ним кажутся ещё ярче. Модельеры никогда не упускают из виду это свойство черного цвета.

В таких комбинациях черный цвет тоже предстает в выигрышном свете. Благодаря эффекту «негатива» этот цвет может казаться даже провоцирующим.

Именно такое впечатление производили черные пиратские флаги и знамена отчаянных борцов времен Крестьянской войны, черные маски десперадо и черный плащ

¹ Попасть в черное.

Зорро – отличительные признаки всех мстителей-одиночек, действовавших вне закона.

Неудивительно, что черный цвет, выражающий протест переходного (и не только) возраста, никогда не теряет свой популярности.

«В целом можно отметить, что взрослые зачастую отвергают черный цвет, причем как женщины, так и мужчины. Только в состоянии депрессии люди обнаруживают склонность к одежде в черных тонах. Абсолютный черный цвет ассоциируется с конечностью и неразрешимостью. При этом могут возникать весьма неприятные ощущения, начиная с пресыщения жизнью и заканчивая неврозами. Черный цвет всегда выражает конфликт. А неприятие черного цвета означает боязнь темноты. И в то же время это страх перед разрушительными событиями, неизвестностью и злым роком» (по Фрайлингу).

Видимо, черный цвет подсознательно вызывает некий страх, отсюда и неврозы. Поэтому особенно насторожиться следует в том случае, если ребенок считает черный своим любимым цветом. Потому что здоровые, жизнерадостные дети его, как правило, отвергают. Это тоже неудивительно, потому что (по Фрайлингу) черный цвет и жизнь – вещи несовместимые. Черный цвет интеллектуален. Это цвет философских теорий. Но детское мышление во всем этом пока не нуждается. Черный цвет – это дыра, нечто непостижимое, символ потусторонних чувств. И еще немного из исследования Фрайлинга: «Черный цвет появляется там, где жизненная сила заменяется иной – теоретической, формализующей, редуцированной и принудительной. Невротические явления теснее всего связаны именно с этим цветом».

Люшер называет физиологическое воздействие черного цвета «стагнацией», а психологическое – «принуждением». Так что неудивительно, что многие не любят черный цвет, считают его неприятным. Кто не любит черный цвет, тот

не хочет отказывать себе в чем-то. Отказ для них равнозначен лишениям и нужде. Кто же захочет влачить такое существование?

Схожую оценку дают черному цвету Фавр и Новембэр: «Черный цвет темный и компактный. Он символизирует отчаяние и смерть. Черный цвет – это пустота без возможностей развития, вечное молчание без будущего и даже без малейшей надежды на будущее».

Единственная область, где черный цвет имеет жизнеутверждающее начало, – это эротика. Глаза, подведенные черным цветом, считались сексуальными еще в Древнем Египте и Индии, потому что это придавало взгляду удивительную глубину и загадочность. Этот обычай – подкрашивание глаз тушью – дошел и до наших времен. В эпоху рококо светские дамы украшали лицо еще и черными родинками-мушками.

Черный цвет завораживает и восхищает. Черные волосы считаются «породистыми», черные глаза – знойными, смуглая, особенно черная, кожа возбуждает «белых» людей (*black is beautiful*). Черное нижнее белье считается самым сексуальным. Возможно, решающее значение тут имеет резкий контраст черного цвета с кожей. Тело кажется более «живым» и возбуждающим.

Правда, и в этом случае границы размыты. Один шаг в неверном направлении – и мы натолкнемся на черную кожаную «амуницию» садомазохистов. Это извращенная форма эротики, и максимум, что может здесь символизировать черный цвет, – «смерть любви».

Но может, в этом выражается лишь чрезмерное пресыщение жизнью. Оно достигает опасной границы в тот момент, когда пути назад уже нет и остается только одно – с головой ринуться в омут.

Черный – цвет абсолютного начала и абсолютного конца. А что лежит между, и есть жизнь.

Белый цвет

Некоторые полагают, что белому цвету свойственно все то, что не характерно для черного цвета, о котором вы прочитали в прошлой главе. Но такая точка зрения слишком примитивна. Белый цвет куда сложнее. Это нечто большее, чем простая сумма всех световых волн (что было установлено физиками), чем «незапятнанная» чистота и невинность (как полагают моралисты) и чем «*tabula rasa*», «чистая доска» (как говорится в латинском изречении). Белый цвет означает начало всех возможностей и в то же время бегство от их последствий.

Но что скрывается за этим внешним противоречием? Я бы хотел разъяснить это высказывание с помощью нескольких примеров.

Процитируем Библию еще раз: «И сказал Бог: да будет свет». Взошедшее солнце осветило все вокруг – сумеречный хаос, царивший тогда во Вселенной. Стоит лишь представить себе, как это все происходило, и тут же станет ясно, что белый цвет – полная противоположность черному, хаосу, отрицанию. Это цвет абсолютного Да.

Но в то же время мы понимаем, что это идеальное, желаемое Да не может длиться вечно. А причина тому – реальность бытия, что лежит между причиной и следствием, что заложена в самом характере белого цвета. И реальность эта насыщена цветом. Мы уже знаем, что все световые волны, суммируясь, рожают белый цвет. Но человек привык познавать мир во всей его яркости. И для нас не играет уже никакой роли тот факт, что если сложить все краски мира, то получится белый цвет. Потому что волнующая красочность мира околдовала нас и выпутаться из ее чар не представляется возможным.

Поэтому белый обычно кажется человеку не «правильным» цветом, а скорее неким состоянием, которое каждый волен интерпретировать по-своему. Истолкование

белого цвета зависит от нашей жизненной позиции.

Наше восприятие жизни определяется деятельностью лимбической долей полушарий головного мозга. А неокортекс, самая «молодая» часть человеческого мозга, не имеет никакого отношения к этому процессу (см. размышления по этому поводу в главе «Синий цвет»).

«Выбор ахроматических цветов показывает эффективное и психомоторное исходное положение, вегетативный тонус и психоэнергетический уровень субъекта, причем отношение к объекту отсутствует или остается недифференцированным» (Люшер).

Таким образом, установлено, что восприятие черно-белой цветовой гаммы (со всевозможными серыми нюансами) осуществляется в глубоких слоях головного мозга. От этого напрямую зависят и процессы, происходящие в неокортексе. Как известно, решение «сражаться или бежать» принимается не в области неокортекса, а в филогенетически ранее сложившихся долях, а именно в так называемой лимбической системе.

Черный цвет символизирует замедление, стагнацию, омертвление, то есть отрицание жизни. Ведь все живое по своей природе подвижно и изменчиво. Белый цвет, являясь выражением разрешения, бегства и освобождения от всякого сопротивления, представляет полную противоположность черному.

Пример, который замечательно поясняет сказанное. Когда враг нападает на город, то жители иногда вывешивают белые флаги. Этот символ понятен каждому: белый флаг символизирует готовность к капитуляции. Люди сдаются, пытаются избежать безвыходной ситуации и говорят Да всему происходящему. Но делают это в такой пассивной форме, их Да оказывается практически тем же самым, что и Нет.

Но столь кардинальные решения человеку, к счастью, приходится принимать лишь в экстремальных ситуациях.

В повседневной жизни такое встречается крайне редко. Конечно, оба полюса – как белый, так и черный цвет – активно используются в дизайне модной одежды и в оформлении интерьера. Недавнее исследование британских ученых показало, что степенные и солидные пожилые люди (преимущественно мужчины) при покупке машины предпочитают черный цвет. Автомобиль для них является признаком престижа, и, выбирая черный цвет, они стремятся возвыситься над пестрой повседневностью. Белый цвет, согласно британскому исследованию, выбирают обычно спокойные и уравновешенные водители, преимущественно женщины.

Но результаты теста цветового выбора показывают, что ничтожно малое количество взрослых людей считают своим любимым цветом белый или черный. Это противоречие между любимым цветом и целенаправленным выбором другого цвета (при покупке автомобиля) можно объяснить лишь тем, что объекту (в нашем случае – автомобилю) приписываются особые общественно значимые качества, которые человек расценивает выше, чем свой собственный вкус.

Опыт проведения тестов показывает, что не более 1,4 % взрослых из числа ахроматических цветов выбирают белый и черный одновременно. Большей частью эти цвета избираются людьми, испытывающими сильное, зачастую невыносимое психическое давление с кризисным обострением: например, детьми в период полового созревания и пребывания в больнице, а также людьми с психическими и нервными расстройствами.

Но прежде чем более подробно остановиться на этих печальных примерах, я расскажу кое-что об историческом и мифологическом значении белого цвета.

«Все цвета произошли от белого цвета. Отдаляясь от белого, они приобретали яркость. Приближаясь к черному,

цвету смерти, они становились все темнее и мрачнее» (Фрайлинг).

Белый цвет, как источник света, участвует в создании мира. Примеры, подтверждающие это представление о белом цвете, можно найти практически во всех мировых религиях. Темному чреву матери-земли всегда противопоставлено светлое творящее мужское божество.

В древней китайской книге мудростей («Книга перемен») мы находим специальные обозначения этих волшебных сил: «Кин» (творческое начало, небеса) и «Кун» (принимающая стихия, земля). Это взаимообусловленное и взаимодополняющее противопоставление символизирует противоречие между природой и духом, небом и землей, временем и пространством. Живописное воплощение этого симбиоза – древний символ Инь-Ян.

Предлагаю читателю подробнее остановиться на проблемах мировоззрения наших предков и попытаться понять, откуда взялись эти странные противоречия в цветовой символике разных культур (например, разные цвета траура у разных народов).

В циклических религиях Востока, представители которых верят в вечное Бытие и переселение душ, черный цвет считается цветом Конца. Но Конец этот воображаем, он существует лишь в мыслях верующих, а не в реальности. А белый цвет, с точки зрения верующих Востока, воплощает распад физического тела. То есть именно белый является цветом физической смерти. А душа человека после разложения его тела уходит в Нирвану, чтобы там уже обрести новую жизнь в новом воплощении.

Если бы христиане (а христианство заимствовало у восточных религий несколько немаловажных компонентов) действительно верили в перерождение души и вечную жизнь, то они бы не надевали на похороны черное. Во время траурной церемонии им, как и азиатам, следовало бы задуматься о дальнейшей судьбе души покойного. А в ка-

честве траурного цвета куда больше бы подошел белый, цвет освобождения.

Замечу, между прочим, что было время, когда и в нашей культуре белый цвет использовался в качестве траурного. Но по указу французского короля Людовика XII официальным цветом траурной одежды стал черный.

Множество древних мифов и легенд повествуют о солнечных божествах и «белых» посланниках Неба, которые приносят людям «свет». Ангелов традиционно изображают в белых одеждах. На иконах в белое иногда одеты и обычные люди, нашедшие в себе силы освободиться от земных оков и приблизиться к божественному духу. Представителей «добра», небесной справедливости на земле называют добрыми духами, «белыми» магами. Похожее звучание слов «белый» и «мудрый»¹ говорит о тесной связи этих понятий. По большому счету, мудрость – это не что иное, как «просвещенность» (думаю, этимология этого слова ясна).

В германско-кельтской мифологии самым большим авторитетом пользовались числа «одиннадцать» и «двенадцать»². Поэтому сочетание звуков: «elf», «elb», «alf», «alb» имело то же значение, что и слово «белый». В результате «появились» эльфы, а также такие имена собственные, как Альпы, Альбарих (король гномов), Эльба и Альберат.

В романских языках тоже есть корень «alb» со значением «белый». От этого корня произошли такие слова, как альбинос, Албания, альбатрос, альбигоец (член французской религиозной секты XIII века) и др. Альбомом (от лат. «белое») в Древнем Риме называли деревянную дощечку для объявлений. В Новое время ее заменил сводный журнал. В прошлой главе мы уже упоминали дьявола, Люцифера из Старого Завета. Несмотря на то что он противопоставляется Богу и воплощает все самое темное и мрачное, дья-

¹ Белый – weib, мудрый – weis.

² Оиннадцать – elf.

вол является неотъемлемым элементом мироустройства. Гёте в «Фаусте» описывает Мефистофеля следующим образом:

Часть силы той, что без числа
Творит добро, всему желая зла.<...>.
Я дух, всегда привыкший отрицать.
И с основаньем: ничего не надо.
Нет в мире вещи, стоящей пощады.
Творенье не годится никуда.
Итак, я то, что ваша мысль связала
С понятием разрушенья, зла, вреда.
Вот прирожденное мое начало,
Моя среда.<...>
Я верен скромной правде. Только спесь
Людская ваша с самомнением смелым
Себя считает вместо части целым.
Я – части часть, которая была
Когда-то всем и свет произвела.

Согласно христианской мифологии, Люцифер был самым красивым ангелом, сотворенным Богом. В переводе с латинского Люцифер означает «приносящий свет». Но он отделился от Господа и был изгнан из рая на землю (как искушитель), в ад (как уничтожитель). Поэтому Люцифер представляет собой воплощение конфликта духа с плотью. И кто поддастся его искушению, окажется на стороне «черных» почитателей вечной ночи.

А путь истины, путь познания, напротив, белого цвета. «Белая астрология – это не просто божья благодать и жизнеутверждающее начало, как принято считать. Она действительно может приносить пользу» (Ксиландер).

Католические священники обычно одеваются в черные или белые одежды, что символизирует их отказ от пест-

рой мирской суеты. В том числе и от плотских утех. В католическом богослужении белый – это цвет святых, цвет церковных таинств и священного Рождества Христова. Папа Пиус V положил начало традиции толкования этого цвета как цвета Бога-отца и Иисуса Христа (которого, кстати, называют еще «светочем мира»).

Даже ритуал награждения победителей Олимпийских игр представляет собой наглядный пример древнего, классического мышления. Одетые в белое спортсмены проносят олимпийский огонь по всему «темному» миру, зажигая на стадионах свет, примиряющий всех и вся, порою разрешающий даже военные конфликты. Древние греки называли смерть младшим братом Сна или Гением с опущенным факелом.

Пластичность и внутреннюю силу цветовой символики прекрасно иллюстрирует церемония венчания. Жених, в соответствии с традиционным разделением ролей, одет в черное, и это значит, что он принял твердое и окончательно решение («пока смерть вас не разлучит»). А белый наряд невесты сигнализирует о ее невинности и чистоте, а также о готовности расстаться с прежней жизнью и беспрекословно покориться своему новому положению.

Здесь мы сталкиваемся с еще одним значением белого цвета: символикой невинности, чистоты и безупречности. Можно вспомнить и о «непорочном зачатии» Девой Марией Иисуса Христа, и о «белых жилетах» политиков, которые символизируют справедливость власть имущих. В сознании современных людей, живущих в эпоху высоких технологий, символика «чистоты» воистину переживает свой триумф. Слоганы типа «Белее белого», «Чистота – чисто Тайд» и т. п. в рекламе стирального порошка свидетельствуют о новой модели мышления: у людей развивается некая одержимость, можно сказать, мания чис-

тоты. Причем представителям стран третьего мира это явление абсолютно незнакомо. И вовсе не потому, что в этих странах есть проблемы и поважнее сияющей белизны белья.

Психологи и терапевты, занимающиеся изучением этого феномена, указывают на связь между потребностью в идеальной чистоте и эмоциональной «стерильности» человека (а это уже нарушение психики).

Безусловно, пристрастие покупателей к идеальной чистоте учитывается и умело применяется в рекламе. При этом в комбинации с белым часто используется светлый, сочный синий цвет, что усиливает эффект свежести и чистоты.

Кроме того, белый цвет аллегорически символизирует истину, «чистую правду».

Фавр и Новембэр говорят и о других значениях белого цвета: «Белый цвет воплощает совершенную чистоту – нечто недостижимое, недосягаемое и необъяснимое. Он создает впечатление пустоты и бесконечности. Белый воспринимается нами как абсолютное молчание, но молчание со множеством возможностей развития».

Приходит в голову уже упомянутый нами белый флаг капитуляции. Ведь он заставляет смолкнуть оружие и дает событиям совершенно иную возможность развития. Если воспринимать белый цвет с точки зрения психологии (как «распад, растворение»), то это позволит нам выделить еще один психологический компонент восприятия, белого цвета – надежду на освобождение. Причем освобождение это можно понимать по-разному: как «свободу от чего-либо» или как «свободу во имя чего-либо».

Свобода – это отсутствие каких бы то ни было уз и оков. Вот что по этому поводу говорит Люшер: «Тот, кто в тесте из всей черно-белой гаммы предпочитает белый цвет, нуждается в освобождении от неблагоприятных обстоя-

тельств». Белый цвет для такого человека означает начало и гармонию.

Но белый цвет может восприниматься и иначе. Часто он кажется холодным и отталкивающим. Это происходит из-за того, что в белом цвете отсутствует какая бы то ни было живость и эмоциональность. Пример из устного народного творчества: широкое снежное пространство в фольклоре образно называется «белым саваном», в который зима нарядила землю. Но в то же время мы понимаем, что именно этот саван и защищает землю от мороза, подготавливая почву для рождения новой жизни.

Белый, нетронутый лист бумаги или полотна бросает художнику настоящий вызов. Ведь в самом начале творческого акта возможно все. Но один-единственный неверный штрих – и произведение испорчено.

«White noise»¹ – искусственно создаваемое состояние абсолютного покоя, несмотря на шум вокруг. Оно может как успокаивать, так и возбуждать человека, активируя его творческие способности.

И конечно, очень многое зависит от окружения, в котором находится белый цвет. Белая больничная стена кажется чересчур «стерильной» и неуютной, в то время как домики в южном селении, покрашенные белой известью, создают впечатление радости и гостеприимства.

И напоследок пара слов о самом резком цветовом контрасте – комбинации белого цвета с черным. При созерцании этого сочетания цветов, а точнее величин яркости, нас охватывает ощущение напряжения. Это происходит потому, что комбинируются два противоположных начала: давление черного цвета и свобода белого. И мы постоянно живем в этом напряжении, мы уже привыкли к нему. Даже книжная страница, которую вы сейчас читаете, –

¹ Белый шум (англ.).

отличное тому доказательство. На ней написано «черным по белому», и это самая распространенная форма письменной коммуникации. Она не гарантирует идеальной удобочитаемости (см. таблицу «Цвет, шрифт и удобство в чтении» в главе «Прочие исследования цветов»), но наиболее привычна для читателей всего мира.

Как писал Гёте: «...потому что в том, что написано черным по белому, вы можете быть уверенным на все сто процентов».

Серый цвет

Большинство животных воспринимают ограниченное число цветов или вообще не способны различать цвета. Но в рамках черно-белой гаммы они различают гораздо больше оттенков, чем человек. Вспомните кошек и их способность великолепно видеть даже крошечной ночью – и вы поймете, о чем идет речь. Ночью кошки превосходят человека. А нам кажется, что «ночью все кошки серы». Это значит, что участки глаза, отвечающие за различение оттенков черного и белого, у человека развиты слабо. Человек – существо, ориентированное на «цветное» восприятие действительности.

Но несмотря на это, черно-белая живопись известна с самых древних времен. И восприятие ее осуществлялось «старыми» участками головного мозга. Новорожденный сначала различает только сильные контрасты: свет и тьму. Постепенно он приобретает способность видеть движущиеся объекты и затем различать форму предметов. И только в последнюю очередь младенец начинает различать цвета, то есть воспринимать раздражение, которое они вызывают, а также соответствующие психологические и физиологические реакции.

Таким образом, в первую очередь человек начинает различать оттенки черного, белого и серого цветов.

Бехер в 1953 г. доказал, что путь от сетчатки до среднего мозга и гипофиза проходит через вегетативное переплетение нервов. Так осуществляется гормональное управление зрительным восприятием человека. Гипофиз – это железа в центральной части головного мозга. Его задача – регулировать внутреннюю секрецию, то есть выделять в процессе кровообращения ряд жизненно важных гормонов, которые, в свою очередь, должны регулировать деятельность других желез.

А что касается цветов, то за их восприятие и различение ответственны другие участки головного мозга, распола-

гающиеся в коре мозга, или неокортексе.

В предыдущих главах мы уже рассказывали о воздействии различных цветов на центры вегетативной нервной системы – вагус и симпатикус, а также о некоторых исключениях (я имею в виду цвета, восприятие которых определяется деятельностью лимбической системы).

Что касается серого цвета, то его, как и белый с черным, человек начинает видеть на самых ранних этапах развития зрительной способности. Но, в отличие от этих двух цветов, серый гораздо нейтральнее и спокойнее. Он располагается как бы посередине двух полюсов.

«Серый цвет – ни яркий, ни светлый, ни темный. Он абсолютно не возбуждает и не имеет ярко выраженного психологического воздействия. Серый цвет абсолютно нейтрален. Это не объект и не субъект, он не напряжен, но и не расслаблен, не обращен наружу, но и не замкнут в себе. Серый цвет – это не обжитая территория, а просто граница, граница, как контур, разделительная черта. Это абстрактное деление, расчленяющее два полюса. «Сера, дорогой друг, вся теория» (И.В. Гёте, «Фауст»), если теорию понимать как абстракцию» (Люшер).

Этимологические исследования (этимология – раздел языкознания, изучающий происхождение слов) возводят слово «серый» к древнему индоевропейскому корню. Смысловое поле этого слова включает такие понятия, как «мерцающий» и «блестящий». Очевидно, речь в этом случае идет не о «настоящем» сером цвете, а о цвете серебряных монет.

Символика серого цвета амбивалентна. С одной стороны, он немного схематичен: холодный и безрадостный, серый ассоциируется с тенью, привидениями и обманом. Серый цвет воплощает абсолютный покой и в этом смысле является полной противоположностью пурпурному цвету, то

есть абсолютному движению. Серый цвет – словно посредник между светом и тьмой. Серые будни проходят без взлетов и падений. Серый цвет может маскировать, замедлять и, в конце концов, вытеснять жизнь. С серым цветом связаны представления о человеческой старости и о делах давно минувших лет (вспомните выражение «седая старина»). Серый – цвет проблем и нищеты, цвет нибелунгов (так как «Песнь о нибелунгах» заканчивается сумерками богов). В греческой мифологии серый паромщик Харон перевозит души умерших через реку Ахеронт в царство теней (по Фрайлингу).

Многим древним цивилизациям (таким, как, например, Древний Египет и Китай) серый цвет не был известен вообще.

Астрологи связывают серый цвет с планетой Сатурн и такими металлами, как свинец (матовый серый цвет) и серебро (блестящий серый). В фольклоре этим словом обычно обозначают вещи туманные, мрачные и расплывчатые: «Темная лошадка»¹ – влиятельный политик, предпочитающий оставаться на заднем плане. «Серая зона» – малоизученная область на карте. На «черном рынке»², как правило, занимаются подпольной торговлей. «Серой катарактой» принято называть помутнение хрусталика глаза, приводящее к значительному ухудшению зрения. «Серые волки» – тайный террористический союз в Турции. «Серая пантера» – словосочетание и реалья, которую оно называет, появились не так давно – название союза пожилых людей, активно борющихся за свои интересы. Мы скучаем в «серые будни», не желаем быть «серой мышью» и считаем неинтересные вещи и скучных людей «серыми».

¹ Серая лошадка (нем.).

² Серый рынок (нем.).

Мы чувствуем, что серый цвет имеет что-то общее со старением, увяданием и отмиранием. Этот цвет, часто используемый в маскировочных целях, обычно ассоциируется с чем-то мрачным и негативным. Любители серого цвета хотят остаться незамеченными, надеть на себя, словно в сказке, серую шапку-невидимку и стать невидимыми, «отгородиться» от действительности.

Если человек ставит серый цвет в тесте на первое место, то это говорит о том, что он не хочет раскрывать свою сущность, ограждает себя от всяческого вмешательства, пытается сохранить абсолютный нейтралитет. Склонность к серому цвету часто служит оградительной (защитной) реакцией при сильном переутомлении. То же самое наблюдается и во время экзаменов, когда студент не хочет давать возможность изучить себя (по Люшеру).

Об этом свидетельствует статистика тестирования молодых мужчин во время отборочных экзаменов на замещение вакантных должностей. Результат поразителен: серый цвет поставили на первое место 26,6 % всех претендентов вместо обычных 5 % (исследование Бокслага).

Дети не любят серый цвет: тесты подтверждают это из года в год. Накануне переходного возраста эта неприязнь немного уменьшается, а после 17 лет опять возрастает, особенно у девушек. Мужчины охотнее выбирают серый цвет. Вероятно, причина тому – любовь к серым костюмам. Несомненный их плюс то, что они не бросаются в глаза и не вызывают раздражения у конкурентов.

В большинстве случаев серый цвет не любят, потому что ему не хватает энергии и блеска. Серый цвет кажется слишком матовым и скучным. Он ассоциируется с боязнью смерти, со страхом перед старостью и со страхом как таковым. Ассоциации становятся тем негативнее, чем темнее серый цвет. Темно-серый в восприятии человека связан с монотонностью, депрессией, отчаянием и безнадежностью.

Светло-серый цвет по сравнению с темным воспринимается легче. Темно-серый – это еще и цвет грязи. А светло-серый напоминает «легкую маскировку»: человек готов к борьбе с трудностями, но в данный момент он бережет свои силы, потому что опасность еще далеко.

В темно-сером цвете «боеготовность» выражена не так ярко, потому что здесь за маской скрывается крайне чувствительная натура, жаждущая покоя и гармонии, и абсолютно не готовая к резким потрясениям. Потому что они могут выбить ее из колеи.

Неприятие обоих оттенков серого цвета свидетельствует о нарушениях психики. Такие люди страдают от повышенной чувствительности, они слишком ранимы и поэтому стараются избегать сильных эмоций.

«Статистический анализ установил, что предпочтение ярких тонов и склонность к черно-белой гамме оттенков не коррелируют друг с другом, потому что они обусловлены разными личностными качествами. Светлые тона возбуждают, а темные – успокаивают. Такое воздействие непосредственно связано с деятельностью центра бодрствования ретикулярной формации ствола головного мозга. В зависимости от того, предпочитает человек темные или светлые тона, можно судить о его психоэнергетическом состоянии» (Люшер).

Это значит, что выбор того или иного оттенка серого цвета свидетельствует о психическом состоянии человека. И не только об этом. Люшер считает, что серый цвет в тесте выражает границу между «допустимыми» эмоциями и чувствами, которые человек пытается в себе подавить.

Серый цвет как бы делит мир на две части. С одной стороны, оказываются все яркие, «цветные» цвета, с другой – черно-белая гамма. Диспропорция между ними становится

ся все очевиднее. Но кто знает – может, когда-нибудь этот глобальный конфликт все же удастся разрешить...

Если вам не чужды основы психологии цвета, то серая «шапка-невидимка» уже не введет вас в заблуждение. Теперь вы всегда сумеете определить, что же в действительности за ней скрывается.

Серебряный цвет

Золотой цвет – это очень насыщенный желтый. Так же и серебряный не является не самостоятельным цветом, а представляет собой глянцевый оттенок грязного белого цвета.

Благородный металл серебро отличается от прочих металлов кристалльной структурой и глянцевой белизной. Оно тверже золота и лучше приспособлено для полирования поверхностей.

С древних времен серебро стало постоянным «спутником» золота. Так же, как и золото, оно считалось драгоценным и часто использовалось в качестве украшения и как платежное средство.

Если золотой считался сияющим «мужским» цветом солнца и его благодатных лучей, то холодный глянец серебра всегда соответствовал женскому полу, луне и ее циклическому воздействию на природу.

В античные времена даже человеческие органы соотносились с определенными небесными светилами: Сатурн соответствовал селезенке, Меркурий – легким, Марс – желчи, Венера – почкам, а Юпитер – печени. Золотое солнце считалось символом человеческого сердца, а серебряная луна соответствовала мозгу. Стоит сказать, что в то время мозг считался не центром нервных путей, а источником ассоциаций и сравнений, различных впечатлений и воспоминаний. Теперь понятно, почему мозг, а не «думающее, действующее сердце» соотносили с луной и ее циклическими колебаниями.

Серебряный цвет, наряду с синим, зеленым и отчасти черным, считался символическим цветом матриархата.

Происхождение германского слова «серебро» («silber») до сих пор невыяснено.

Но широко известно, что серебро научились добывать уже

в глубокой древности. Например, в Месопотамии в III тыс. до н. э. серебро ценилось даже выше, чем золото. Самые древние серебряные монеты, найденные в результате раскопок, относятся ко времени вавилонского правителя Хаммураби. На территории, занятой хеттами, находилось достаточное количество серебряных рудников, поэтому хетты добывали серебро из свинцовой руды. Финикийские торговцы перевозили этот благородный металл из Испании в Египет. В Египте не было месторождений чистого серебра, поэтому египтянам приходилось довольствоваться электром, естественным соединением золота и серебра. Купленное у финикийцев серебро называли «белым» и считали особой разновидностью золота. Греки добывали серебро в Аттике и называли его «агирон», что значило «светлый, блестящий». От этого слова произошло более позднее латинское «аргентум» («серебро»).

Тацит в своих исторических трудах (примерно 100 г. н. э.) сообщает о том, что и германские племена добывали серебро поблизости от современных городов Висбаден и Эмс. Больше всего серебра за всю историю Германии добывали в XVI веке в местечке Иоахстимсталь: отсюда произошло слово «талер», обозначавшее разменную монету. Много серебряных изделий и монет было найдено в Центральной и Южной Америке, а также в Австралии. В эпоху античности золото стало цениться больше серебра, которое было оттеснено на второй план. Это подтверждают такие понятия, как золотая и серебряная свадьба, золотая, серебряная и бронзовая медали, а также некоторые другие примеры. Возможно, это явление связано с тем, что постепенно матриархат был вытеснен патриархатом. Во всяком случае в древних письменных памятниках многих народов эти два металла неизменно упоминаются в таком порядке: серебро и золото. В более поздних рукописях слова меняются местами: «золото и серебро». Так

же начинается немецкая народная песня: «Золото и серебро я люблю...»

Психология цвета считает серебряный, равно как и золотой, самостоятельными цветами. Их не используют в тестах цветовых выборов. И исследуются эти цвета не так тщательно, как прочие составляющие цветового спектра. Общая черта серебряного и золотого цветов – их блеск, всегда привлекающий к себе внимание. Но если золотой цвет интерпретируется однозначно как нечто, связанное с теплом, гостеприимством, добродушием и желанием понравиться, то с серебряным цветом дело обстоит сложнее. По сравнению с золотым серебряный цвет гораздо холоднее и рациональнее. Это цвет-интроверт. В отличие от золотого, для серебряного цвета характерна некая скрытость и приглушенность эмоций.

Товары в серебряных упаковках кажутся более качественными, благородными и дорогими. Но они не кричат «купи меня!», а спокойно ждут своего покупателя, который сумеет оценить их по достоинству. Серебряная упаковка дышит на нас изысканной прохладой, а в сочетании с черным цветом кажется особенно элегантной.

В заключение хочется заметить, что в предпочтении того или иного цвета выражается ценностная иерархия каждой отдельно взятой культуры. И отступление от этой иерархии влечет за собой последствия.

***Калейдоскоп
цветов***

Можно ли потрогать, понюхать цвет или попробовать его на вкус?

Не так давно в прессе появились сообщения о том, что слепые научились различать цвета. В этих статьях приводились результаты эксперимента, проведенного среди людей, утративших зрение. Исследователи пришли к удивительному заключению: оказывается, повышенная осязательная чувствительность слепых позволяет им различать цвета. Для этого слепому достаточно лишь прикоснуться к изображению подушечками пальцев.

Ни для кого уже не новость, что цвета делятся на «теплые» и «холодные». Еще Гёте разделял известные ему цвета на две группы в зависимости от их «температуры». Желтый, оранжевый и красный он относил к «теплой» группе, а синий, бирюзовый и фиолетовый – к холодной. Серый цвет занял в этой классификации нейтральное положение. Антропософическая школа Рудольфа Штайнера во многом полагается на гётевское «Учение о цветах» и использует эту классификацию цветов в своей терапии.

Слепыми, которые принимали участие в эксперименте, удалось почувствовать разницу температур разных цветов – ту самую, о которой писал Гёте. При этом тестируемым сначала предлагалось потрогать красный и синий цвет, ощутить разницу, а затем уже приступить к смешанным цветам. Результат просто поразителен, ведь материалы, использованные в тесте, не имели ничего общего со световыми волнами различной длины, характерными для того или иного цвета. Слепые исследовали пигмент, нарисованный или напечатанный на бумаге, то есть обычные рисунки и фотографии.

Честно говоря, я и сам не сразу в это поверил. Но мне лично знакомы несколько случаев, когда люди с закрытыми

глазами отличали холодные цвета от теплых. И процент «попадания» был достаточно высок, о случайном совпадении не могло быть и речи. Кроме того, я знаком с одним очень талантливым и успешным художником, который не различает цветов, но пишет великолепные картины. Отличать оттенки ему помогает осязание.

Этот феномен, к сожалению, исследован еще очень мало. Некоторые полагают, что в момент осязания у человека «включается» новое, еще неизвестное нам чувство. Правда, наукой давно доказано, что и при обычном восприятии цветов задействованными оказываются несколько чувств. Речь идет о «синестезии» (от греческого «совместное чувство, одновременное ощущение»). Этим греческим словом обозначают феномен восприятия, состоящий в том, что впечатление, соответствующее данному раздражителю и специфичное для данного органа чувств, сопровождается другим, дополнительным ощущением или образом. Типичные примеры синестезии – «цветной слух», «цветное зрение» и «цветное обоняние».

Главными отличительными признаками при этом являются фонизмы и фотизмы. В случае с фонизмами (внешнее звучание) оптический раздражитель вызывает реакцию не только зрительного нерва, но и вторичную реакцию акустического характера. Этот процесс называется «цветным слухом».

А в случае с фотизмами (или синопсиями – зрительными образами, которые не имеют предметного характера и могут появляться, например, при надавливании на глаз) действия происходят в обратном порядке. Акустический сигнал (например, внезапный шорох или неожиданно произнесенное слово) провоцирует визуальную ассоциацию, и перед глазами внезапно появляется картинка или образ. Так, некоторые имена, названия месяцев и даже отдельные звуки начинают ассоциироваться с определенными цветами.

Такое разделение видов синестезии представляется мне слишком грубым, потому что помимо зрения и слуха существуют как минимум еще три уровня восприятия окружающей действительности – осязание, вкус и обоняние. Соответственно, и комбинаций между этими чувствами в действительности гораздо большее количество. В этой недооценке способностей человека, как мне кажется, кроется дух времени – стремление ограничить восприятие современного человека только двумя «внешними» его уровнями – зрением и слухом. Осязание, обоняние и вкус при этом будто бы упускаются из виду: ведь они не так жизненно необходимы, как слух и зрение. Этим трем чувствам посвящено гораздо меньше научных исследований, почему-то они все чаще ускользают даже из-под пристального взгляда ученых. Возможно, я немного утрирую, но я хочу рассказать, что привело к такому положению дел.

Древний человек всегда полагался на все свои органы чувств. В поисках добычи он «пробовал» природу на вкус, не боялся повсюду совать свой нос и пробовать все на ощупь. К сожалению, восприятие современного человека ограничивается зрением и слухом. Наши органы обоняния воспринимают ничтожно малое число запахов – это вам подтвердит любой парфюмер или аптекарь. Вкус тоже ограничен: такие профессии, как дегустатор вина, чая или кофе с каждым днем ценятся все выше. Любой гурман знает, что наше повседневное однообразное питание не лучшим образом сказывается на остроте вкуса. Чрезмерное курение тоже очень вредит вкусовым окончаниям. Бросивший курить человек через некоторое время внезапно открывает для себя новый вкус привычных блюд. Осязательные способности человека также ослабевают. Виной тому – развитие техники: единственное, что от нас требуется, – нажать кнопку. Ручная работа просто исчезает. В одной из школ был проведен эксперимент: ученики дол-

жны были на ощупь отличить мраморную пластинку от искусственного материала, полированного камня и лакированного дерева. С задачей справились двое человек из всего класса.

Неудивительно, что в последнее время все большей популярностью пользуются так называемые «Школы чувств». Зрители замирают, с неподдельным интересом слушая о том, что на самом деле панику вызывают не визуальные и не акустические сигналы, а запахи. И это еще далеко не все примеры.

Похоже ситуация обстоит и с процессом познания действительности.

Явления окружающего мира мы воспринимаем всеми органами чувств: мы слышим гром и видим молнию, вдыхаем запах цветов и наслаждаемся вкусом свежих фруктов, мы пробуем предметы на ощупь. Но вот что гласит статистика:

Мы познаем мир:

Органами зрения	– 83,0 %
Органами слуха	– 11,0 %
Органами обоняния лишь	– 3,5 %
Органами осязания	– 1,5 %
Органами вкуса	– 1,0 %

Исходя из этих данных, учебный процесс, как правило, строится на аудиовизуальном восприятии. Для успешного достижения учебных целей принято задействовать только эти два уровня восприятия. Креативный, творческий человек должен попытаться использовать в процессе коммуникации не только привычные аудиовизуальные каналы, но активировать и остальные органы чувств.

Но вернемся к нашему основному вопросу. Человек столкнулся с синестезией уже очень давно. И попыток интерпретации этого загадочного явления всегда было более чем достаточно.

Например, в позднем Средневековье пытались найти связь между звучанием языка и цветовой гаммой. Неслучайны такие словосочетания, как «окраска языка», «языковое звучание». Язык и музыка (зоны акустического воздействия) рассматривались в тесной связи с визуальным миром живописи. Описание синестезии стало считаться стилевой доминантой таких литературных направлений, как романтизм, символизм и импрессионизм. Писатели сумели передать в своих произведениях самые причудливые и изысканные формы синестезии (см. главу «Синий цвет»).

В исторических книгах находим описание развития так называемого «цветозвукового пианино». Л.Б. Кастель начал использовать его в 1723 г. и «цветозвуковое пианино» стало источником вдохновения не для одного музыкального гения. «Цветовая музыка», «Цветная музыка», «Искусство цвета и тона» – вот чем были заняты умы и сердца видных творцов эпохи высокого и позднего барокко. В «программной» романтической музыке (Лист, Мусоргский, Рeger и др.) с ее попыткой «озвучить» картины эта идея нашла наиболее яркую реализацию. Тот же самый замысел можно открыть в мультфильмах (например, в «Фантазии» Уолта Диснея или в мультфильмах О. Фишингера), а иногда даже и в игровых фильмах (стоит лишь упомянуть известного немецкого режиссера Вернера Герцога).

С помощью «цветозвукового пианино» Скрябин в 1913 г. в своем симфоническом сочинении «Прометей» реализует идею Л.Б. Кастеля. Композитор ищет параллели между звуками, красками и светом, свою музыку Скрябин сопровождает световыми эффектами. «Световые шоу», андерграунд и психоделическая музыка использовали те же приемы, стремясь превратить концерт в одно из ярчайших переживаний в жизни слушателя. В наши дни этим занимаются синтезаторы, которые воплощают свои

фантазии с помощью специальной клавиатуры (каждая клавиша соединяется с лазерным проектором). Зритель остается доволен: визуально-акустическое шоу действительно получается незабываемым.

Предпринимались попытки соотнести язык с цветовой палитрой. Каждому гласному звуку находили визуальную параллель, которая соответствовала глубине этого звука. Так, «темному» гласному «У» соответствовал темно-синий цвет. Звуку «О» – еще более темно-коричневый. Гласный «А» соотносили со светящимся, энергичным желтым цветом, «И» – с красным, а «Е» – со светло-зеленым в темной каемке (или с желтой охрой, в зависимости от звучания)

Художник, если он обладает достаточной чувствительностью и знаком с этим архаическим «цветным» алфавитом, может превращать звуки внешнего мира в картины, синхронизировать их графически.

«Звуковая живопись» – занятие крайне интересное. Не поленитесь и попробуйте «нарисовать» такие абстрактные слова, как «мулумум», «цибирр» и «батата». Помедитируйте с необычными звуковыми образами, почувствуйте магию звука. Попробуйте один цвет, другой, найдите подходящий и нанесите на бумагу первые мазки. Вы поймете, что далеко не все цвета пригодны для визуального воплощения звукового образа, о некоторых не может даже идти и речи. К слову сказать, в процессе рисования вы увидите, что далеко не все формы подойдут для реализации вашей задумки, а только несколько совершенно определенных. Некоторые звуки требуют агрессивной и резкой работы кисти, другие – напротив, плавных мазков, закругленных форм. Вы можете разукрасить весь лист или только слегка прикоснуться кистью к бумаге. Но вы все-таки попробуйте это сделать. Но старайтесь не думать о том, что рисуете. Возникающие откуда ни возьмись мысли только отвлекают. Творить надо, не задумываясь.

Прислушайтесь к своим ощущениям, поддайтесь вдохновению. Не ждите, а просто рисуйте!

Еще одно замечательное занятие – рисование под музыку помогает расслабиться и сотворить действительно интересные картины. Попробуйте найти параллели между звуком и цветом, выразить движение музыки на бумаге! При этом важно знать, что медитативное, не контролируемое сознанием рисование позволит вам заглянуть в глубины человеческой натуры, познать архаическую символику цветов.

Каждый уважающий себя дизайнер знает: все чувства, все ступени восприятия должны гармонизировать друг с другом на подсознательном уровне. Это является главной предпосылкой творческого процесса. Не важно, идет ли речь о логотипе фирмы, дизайне упаковки или комбинации определенных цветов в рекламной компании. Хороший дизайнер (особенно когда он имеет дело не с индивидуальным восприятием, а с реакцией масс) должен «чувствовать», воспримет ли публика рекламируемый продукт должным образом, возымеет ли он в действительности ожидаемый успех. Рекламный дизайнер «рисует» теми же красками, что были знакомы людям тысячи лет тому назад. И наша реакция не сильно отличается от реакции наших предков.

Почти ничего неизвестно о том факте, что при ощупывании предметов можно одновременно ощущать запахи. Потому что все чувства в принципе связаны друг с другом и могут встречаться в самых неожиданных комбинациях.

Психология пытается подступиться к такому не исследованному еще явлению, как «феномен замены». Всего один красноречивый пример может послужить в этом случае «лучом света в темном царстве». Эксперименты с наркозависимыми пациентами показали, что подсознание наркомана «запоминает» всю гамму ощущений, что испыты-

вает он, находясь в состоянии наркотического опьянения. И организм в дальнейшем в принципе может «воспроизвести» эти ощущения уже и без наркотиков. Например, курящий марихуану человек, который одновременно слушает определенную музыку, жжет ароматические палочки и пьет жасминовый чай, может в будущем испытать те же острые ощущения уже и без наркотиков, если он послушает ту же самую музыку. Может даже, он почувствует отчетливый запах ароматических палочек. А если действительно зажжет их, то ощутит вкус жасминового чая. Но этот пример вовсе не говорит о том, что «феномен замены» и симультанное (панорамное) восприятие можно наблюдать только у людей, находящихся в состоянии наркотического опьянения. Эти удивительные явления происходят и с людьми в здравом уме и рассудке. Только самому человеку, без постороннего вмешательства распознать их очень трудно.

Очень много исследований посвящено ассоциативной связи цвета со вкусовыми ощущениями (чаще всего исследуется связь между пищевым продуктом и оформлением упаковки). Большой интерес представляют эксперименты, проводимые среди учеников 3–4 классов, которым предлагается оценить один и тот же продукт, окрашенный в разные цвета.

Дело в том, что человек невольно ассоциирует цвет с определенными вкусовыми ощущениями. Стоит изменить привычную цветовую гамму оформления продуктов и напитков, как тотчас же нарушится и сложившийся ход ассоциативного восприятия.

Для нашего эксперимента мы взяли три блюда с рождественским печеньем синего, красного и зеленого цветов и одно – с печеньем обыкновенного цвета. Дети сразу же начали доказывать друг другу, что цветное печенье выглядит крайне неестественно. Разноцветное лакомство они стали сравнивать с гелем для душа, пластилином, цвет-

ным тестом и т. п. Но когда дело дошло до пробы печенья, школьники назвали именно те ассоциации, которые мы и рассчитывали от них услышать.

Красное печенье им показалось сладким и немного горьковатым. Вкус его дети сравнили со вкусом клубники, вишни и вишневого ликера. Как ни странно, выпечка красного цвета ассоциируется с Рождеством лучше, чем привычное желтое рождественское печенье со вкусом сахара, сливочного масла или лимона. Внимательного читателя не удивит тот факт, что все школьники в первую очередь потянулись именно за красным печеньем.

Зеленая выпечка напомнила детям освежающий цветочный запах ясенника. Синее печенье обладало горьким привкусом, хотя и показалось поначалу сладким. Его вкус напомнил детям вкус черники и подожженного рома.

Был проведен аналогичный эксперимент с использованием разноцветного лимонада (взрослым при этом давали попробовать окрашенное в разные цвета шампанское). Оба исследования показали тот же результат.

Привычным пищевым продуктам человек приписывает их «естественный» вкус. Но если внешний вид продукта в чем-то отклоняется от нормы (например, цвет необычный), то автоматически начинается поиск сравнений. Каждый цвет обладает своим набором ассоциаций, которые мы неосознанно пытаемся найти в непривычно выглядящем продукте. Так, детям кажется, что рождественское печенье имеет несвойственный ему привкус, которого на самом деле нет.

Еще одна очень интересная область исследования – эксперименты с макияжем. С помощью косметики одного и того же человека можно превратить как в миловидного ангела, так и в коварного беса. Все без исключения дети обожают создавать новые образы, разрисовывая себя и своих друзей. Это пристрастие очень характерно для че-

ловеческой природы. Стоит также упомянуть традиционное распределение цветов в японском театре, где каждый актер, в зависимости от его амплуа, гримируется в один определенный цвет. Можно вспомнить и специальный военный и траурный грим индийцев, ритуальное расписывание тела в примитивных племенах или наскальную живопись, в которой цвета тоже приобрели специфическую символику.

Ритуальные цвета редко бывают значимыми сами по себе. Обычно они сочетаются с каким-нибудь действием. Разукрашенные индейцы поют и пляшут вокруг костра, разодетые в пух и прах актеры демонстрируют на сцене все свое мастерство, стараясь как можно глубже раскрыть образ. Покупая продукты, мы, сами того не ведая, идем на поводу у рекламных дизайнеров. Продуманный дизайн упаковки ассоциируется у нас с определенным вкусом и запахом. А фирме-изготовителю только это и нужно.

Органы восприятия человека так тесно взаимосвязаны, что порой мы даже и не понимаем, что воздействует убедительней: визуальный образ, акустический сигнал, вкус запаха или тактильные ощущения. Провести такое разделение крайне сложно, да в общем-то и не нужно. Первичное восприятие нерасчленено, синтетично. К сожалению, по мере развития цивилизации человек утратил некоторые очень важные способности. Современное общество ориентируется преимущественно на аудиовизуальное восприятие действительности, а остальные чувства оказываются как бы незадействованными. К счастью, человек еще не утратил ни одно из пяти чувств (о шестом, к сожалению, не может быть и речи). Но чтобы сохранить и развить свои способности, людям следует научиться использовать все органы чувств синхронно.

Исцеление цветом (цветотерапия)

С древних времен цвета использовались в медицинских целях. Греко-римский ученый, личный врач императора Марка Аврелия Гален (Клавдий Гален, 129–199 г.) изобрел так называемую теорию «четырёх соков». Труды этого медика пользовались огромным авторитетом вплоть до позднего Средневековья. Гален полагал, что деятельность человеческого организма регулируется одной из четырех жидкостей. У меланхоликов это – черная желчь, у холериков – желтая желчь, флегматиками управляет слизь, а сангвиниками – кровь. В зависимости от преобладания в организме той или иной жидкости колеблются и черты характера, свойственные человеку. От этого фактора часто зависит и симпатия человека к определенным цветам. Schwerblutige меланхолики равнодушны к синему цвету, heißblutige холерики – к красному, leichtblutige сангвиники питают слабость к желтому, а хладнокровные флегматики – к зеленому цвету. Это наблюдение, в основе которого лежит теория четырех соков Галена, не утратило своей актуальности и в наши дни. Современные исследования позволяют изучить теорию Галена на более научном уровне.

С эпохи правления Марка Аврелия прошло немало лет. В течение этого времени в области цветотерапии было сделано множество новых открытий. Пожалуй, самое впечатляющее из них сделал датский врач Нильс Рибберг Финсен. Он предложил использовать лампы ультрафиолетового света для лечения туберкулеза кожи. В 1903 г. за вклад в изучение биологического действия и лечебного применения ультрафиолетовых лучей Финсену была присуждена Нобелевская премия. Так же, как и Гёте, датский физиотерапевт называл цвета самостоятельными силами, которые не следует путать с силами внушения.

Еще Гёте (который, между прочим, оценивал свой труд «Учение о цветах» выше всех своих поэтических произведений вместе взятых) писал: «Чтобы в совершенстве познать цвет, нужно полностью погрузиться в него: например, поселиться в «цветной» комнате или то и дело смотреть на мир сквозь цветное стекло. Только в этом случае человек начнет идентифицировать себя с цветом...»

Кстати, такие «цветные» комнаты антропософы уже давно применяют в лечебных целях. Так, в антропософской клинике в городе Фильдерштадт созданы два специальных помещения: огненно-красного и небесно-голубого цветов. Если нервную систему пациента нужно привести в возбужденное состояние, он приглашается в «красную» комнату. Если цель врача – успокоить больного, то его размещают в «голубой» комнате. Причем даже слепые пациенты способны ощущать специфическое воздействие цвета.

Подобные методы применяются и в психиатрии. Так, меланхоликов, находящихся в состоянии депрессии и близких к суициду, в специальных клиниках «определяют» в «красные» комнаты: с обоями, коврами и освещением соответствующего цвета. По аналогии с этим методом профессор Эбхард предложил лечить больных бешенством, размещая их в «голубых» комнатах. А профессор Понца, используя «желтые» комнаты, помог не одному десятку больных булимией, отказывавшимся принимать пищу. Стоило пациенту провести в такой комнате один день, как у него появлялся аппетит, и он снова начинал есть.

«Цветотерапевт», доктор медицинских наук Лангсдорф обнаружил, что красный цвет вызывает расширение сосудов, способствуя тем самым повышению кровоснабжения. Синий цвет, наоборот, сужает сосуды, вызывает отлив крови, вследствие чего кожа человека теряет чувствительность. В последнее время это наблюдение все чаще и чаще применяют на практике. Стоматологи ис-

пользуют синий цвет при оперативных вмешательствах, а также для предотвращения зубной боли.

Кроме того, выяснилось, что красный цвет способствует благоприятному течению таких болезней, как скарлатина, корь, лишай, а также простуда, переохлаждения, обморожения, паралич, бронхиальная астма, различные заболевания сердца, легких и мышц.

Синий цвет благотворен при нервных расстройствах. А желтый помогает при лечении заболеваний желудочно-кишечного тракта. Райхенбах утверждает, что во время проведения своих экспериментов он столкнулся с невероятно чувствительными людьми, которые различали даже вкус воды, подвергшейся накануне цветному облучению.

Как это часто бывает, экспериментам с человеком предшествовали опыты на животных и растениях. Растения, выращивавшиеся под так называемыми «лучами роста» красного цвета, вели себя так же, как растения, обычно живущие в темноте: и те, и другие всеми силами стремились к свету. Эксперименты с теплицами красного цвета показали: в «красных» теплицах растения развиваются в среднем в четыре раза быстрее, чем в обычных.

Синий цвет, наоборот, способствует неспешному, равномерному развитию растения. Правда, чем интенсивнее воздействие синего цвета на растения, тем ощутимей становится воздействие УФ-лучей. Этот эффект особенно заметен в горных Альпах, где естественное ультрафиолетовое излучение особенно интенсивно. Растения в высокогорных районах остаются низкими, с неотчетливо развитыми листьями и, как правило, выются по земле.

Похожие процессы происходят и в человеческом организме: под воздействием красных лучей раны заживают быстрее, синий цвет влияет на гормональную функцию надпочечников, вызывает сужение сосудов, способствуя тем самым избавлению от опухолей, зубов и т. п.

Очевидно, люди издавна знали о целительных свойствах цвета. В средневековые детей, больных скарлатиной и прочими кожными заболеваниями, укутывали в красные простыни. В некоторых примитивных племенах нашей планеты эта традиция сохранилась и по сей день.

Синий цвет в силу своей «холодной» энергетики отталкивает насекомых и особенно мух. Жители южных стран поняли это уже давно. Недаром они красят оконные и дверные рамы своих жилищ в самый холодный цвет спектра – бирюзовый. Культовая символика в этом случае превосходно сочетается с практической пользой (см. главу «Синий цвет»).

Опыты на коровах, лошадях, овцах и козах привели к тем же результатам. В хлеве с синими стенами коровы дают больше молока и гораздо меньше страдают от нападков мух. Еще больший эффект достигается при использовании желтых стекол в окнах. Свет в таком помещении приобретает зеленоватый оттенок, что напоминает животным о лугах и траве, повышая тем самым их аппетит.

Воздействие разноцветного света может, в принципе, ощутить на себе любой желающий. Человека с завязанными глазами заводят в темную комнату. Затем на него направляют лучи разного цвета, стараясь, чтобы свет попадал не на лицо, а на шею испытуемого. Под воздействием красного света человек невольно начинает двигать руками. А синие лучи заставляют тело человека немного податься вперед.

Индийский врач, доктор медицинских наук Хадиали (институт спектрохрома в Нью-Джерси) издал книгу с подробным описанием лечебного воздействия разных цветов. «Лучами роста» он называет лучи красного, оранжевого, желтого и желто-зеленого цветов. Лучи холодных цветов – синего, фиолетово-синего и сине-зеленого, наоборот,

рот, замедляют рост. Кроме того, Хадиали рассказывает о целебных свойствах отдельных цветов:

Синий цвет: придает жизненную силу, снимает температуру, успокаивает нервную систему.

Фиолетовый цвет: лечит селезенку, активирует лимфу, придает силы.

Пурпурный красный цвет повышает сексуальность, нормализует работу кровеносной системы.

Красный цвет способствует образованию красных кровяных телец, поддерживает чувства.

Оранжевый цвет способствует образованию легочной ткани, активирует деятельность желез.

Желтый цвет успокаивает нервы, улучшает пищеварение, активирует деятельность желудка.

Желто-зеленый цвет укрепляет костную ткань, убивает вредные бактерии.

Сине-зеленый (бирюзовый) цвет разглаживает кожу.

Хромотерапевт Вёльфле применял в работе лампы разных цветов. В своей книге он дает непосредственные указания по лечению конкретных заболеваний. А между тем в Германии некоторые терапевты (например, Шигль) уже практикуют лечение с помощью специальных светоизлучающих приборов. Кроме того, они применяют специальные лекарственные комплексы с активными цветами и цвето-звуковую терапию. Шигль даже проводит параллель между отдельными цветами и музыкальными нотами:

Красный цвет	– до
Оранжевый цвет	– ре
Желтый цвет	– ми
Зеленый цвет	– фа
Синий цвет	– соль
Фиолетовый цвет	– си

(в основе его классификации лежит шестичленная музыкальная гамма).

Но все эти виды терапии пока еще находятся в стадии исследования и развития. Очень жаль, что психологическому и физиологическому воздействию цветов в современной медицине не придается должного значения. Цветовая терапия пока не вошла в учебники по фундаментальной медицине, и на практике ей тоже уделяется крайне мало внимания. Именно эта область медицины является наименее исследованной и наиболее перспективной. В самом ближайшем будущем нас ждут неожиданные открытия, которые во многом изменят традиционные представления человека о цветах. Правда, чтобы это произошло, нужно соединить усилия самых разных ученых. Цветотерапия, безусловно, получит признание только тогда, когда станет объектом междисциплинарного исследования.

Другие исследования цветов

Скорость восприятия цвета

Это исследование проводили с помощью специального прибора – тахистоскопа, который определяет время преломления цвета в глазу человека. Тестируемых спрашивали, какой из цветов они увидели первым (эксперимент Фавра и Новембэра).

Воспринимаемый цвет:

1.	Оранжевый	около 21,0 %
2.	Красный	около 19,0 %
3.	Синий	около 17,0 %
4.	Черный	около 13,0 %
5.	Зеленый	около 12,5 %
6.	Желтый	около 12,0 %
7.	Фиолетовый	около 5,5 %
8.	Серый	около 0,5 %

Правда, в этом тесте немалую роль играет и склонность тестируемых к определенному цвету. Этим и объясняется очевидный успех синего цвета и относительно слабая позиция желтого.

Но если принять во внимание эту погрешность, возникающую в результате индивидуальных симпатий людей и учитывать реальные величины скорости восприятия цветов, то мы получим несколько иную картину:

- | | | |
|----|---------------------------------------|-----------|
| 1. | Наиболее быстро воспринимаемые цвета: | Желтый |
| 2. | | Оранжевый |
| 3. | | Красный |
| 4. | | Зеленый |

Любимые цвета

В основе этого списка – результаты многолетних исследований таких известных психологов, как Люшер, Фрайлинг, Фавр, Новембэр, а также результаты опросов института статистики. Перед вами шкала, представляющая предпочтения среднестатистического жителя Германии.

1. Красный цвет
2. Синий цвет (с небольшим отрывом от лидера)
3. Зеленый цвет (с довольно значительным отрывом от синего)
4. Желтый цвет (сразу после зеленого)
5. Серый цвет
6. Коричневый цвет
7. Фиолетовый цвет
8. Оранжевый цвет (слабая позиция, несмотря на отличный показатель воспринимаемости)
9. Черный цвет
10. Белый цвет

Какие цвета выбирают больные

Согласно исследованию профессора Люшера:

1. Зеленый цвет
2. Синий цвет
3. Серый цвет
4. Фиолетовый цвет
5. Красный цвет
6. Коричневый цвет
7. Черный цвет
8. Желтый цвет

От чего зависит предпочтение определенных цветов

Самые общие высказывания о каждой отдельной группе.

Дети: все основные цвета, не любят смешанных тонов.

Молодые люди: светлые, жизнерадостные цвета

Подростки: неожиданно редкие, непростые цвета

Взрослые: насыщенные, сияющие цвета, смешанные тона

Пожилые люди: темные, слабые цвета

Люди с высоким доходом: пастельные тона, цветовые комбинации, тонкие цветовые нюансы (тон в тон), нежные, чистые цвета

Люди с более низким доходом: яркие, примитивные цвета, в том числе «кричащие» оттенки

Горожане: холодные тона преимущественно синего и зеленого цветов, пастельные тона

Сельские жители: насыщенные цвета, склонность к красному цвету и всевозможным узорам

Люди, занимающиеся умственным трудом: синий цвет

Люди, занимающиеся физическим трудом: красный цвет

Интроверты: тяжелые, темные цвета, смешанные цвета

Экстраверты: блестящие, насыщенные цвета

Цвет, шрифт и удобство в чтении

Данная таблица показывает, шрифт какого цвета и какой фон наиболее удобны для восприятия читающего человека. Это исследование провел Карл Борггрефе: с помощью тахистоскопа он измерил точное время чтения текста различных цветов. На поверхность размером 10x25 см наносились буквы величиной в 1,5 см. Итак, по порядку:

Цвет шрифта	Цвет фона
1. Черный	Желтый
2. Желтый	Черный
3. Зеленый	Белый
4. Красный	Белый
5. Черный	Белый
6. Белый	Синий
7. Синий	Желтый
8. Синий	Белый
9. Белый	Черный
10. Зеленый	Желтый
11. Черный	Оранжевый
12. Красный	Желтый
13. Оранжевый	Черный
14. Желтый	Синий
15. Белый	Зеленый
16. Черный	Красный
17. Синий	Оранжевый
18. Желтый	Зеленый
19. Синий	Красный
20. Желтый	Красный

Символические соответствия

(по Карлу Густаву Юнгу)

<i>Цвет</i>	<i>Планета</i>	<i>Металл</i>	<i>Темперамент</i>	<i>Пол</i>
Красный	Марс	железо	холерик	мужской
Желтый	Солнце	золото	сангвиник	мужской
Зеленый	Луна	серебро	флегматик	женский
Синий	Земля		меланхолик	женский

Астрологическая классификация цветов

<i>Цвет</i>	<i>Планета</i>	<i>Характерные черты</i>
Красный	Марс	Мужество и стремление к борьбе
Желтый	Солнце	Hoheit и жизненная сила
Зеленый	Венера	Любовь и любовная гармония
Синий	Юпитер	Воинственность и мудрость
Белый	Луна	Невинность и преданность
Пурпурный	Меркурий	Рассудочность и проворность
Черный	Сатурн	Терпение и глубина

Алхимическая классификация цветов

<i>Цвет</i>	<i>Металл</i>	<i>Планета</i>	<i>Орган</i>
Желтый	золото	Солнце	сердце
Белый	серебро	Луна	мозг
Синий	олово	Юпитер	печень
Зеленый	медь	Венера	почки
Красный	железо	Марс	желчь
Черный	свинец	Сатурн	селезенка
Пурпурный	ртуть	Меркурий	легкие

Мистическая классификация цветов

<i>Цвет</i>	<i>Карта Таро</i>	<i>Знак Зодиака</i>	<i>Число</i>
Светло-красный	Маг	Овен	1
Зеленый	Верховная жрица	Телец	2
Синий	Императрица	Близнецы	3
Светло-фиолетовый	Фараон	Рак	4
Красно-оранжевый	Верховный жрец	Лев	5
Белый	Решение	Дева	6

Цвет индиго	Весы Осириса	Весы	7
Темно-красный	Справедливость	Скорпион	8
Красно-фиолетовый	Отшельник	Козерог	9
Серый	Колесо фортуны	Стрелец	10
Голубой	Мужество	Водолей	11
Рыжий	Повешенный	Рыбы	12

Заключение

Отличительной особенностью человека является то, что огромное количество информации он черпает из оптических сигналов. Тысячелетиями люди познавали цвета и взаимосвязи между ними, осмыслили их, интерпретировали. Каждая культура понимает цвета по-своему. Современный человек живет в соответствии с цветовым «лексиконом», который помогает ему ориентироваться в окружающем мире. По мере перехода человека из дикого состояния в цивилизованное менялось и его представление о цвете, которое становилось все сложнее и разнообразнее. В наши дни все большее значение в коммуникативном процессе приобретают такие понятия, как корпоративный дизайн и цветовое оформление помещений. Реклама, мода и прочие общественно-важные тенденции порождают порой продукты, ставящие под сомнение традиционные представления о цветах и их взаимосвязях. Дизайнеры стремятся создать свое детище уникальным и неповторимым, вот в чем причина путаницы, возникающей вокруг цветовой символики в последнее время. А следствия таковы: а) некоторая усталость от цветового многообразия, небольшая притупленность восприятия и б) подсознательно укрепляющаяся вера в скрытую силу цветов.

Многие коммуникативные процессы в наши дни происходят гораздо быстрее, чем раньше. Традиционные ценности не играют уже былой роли. В рамках общества не существует общепринятых норм, правила жизни ориентированы на отдельные целевые группы. Повсюду царит эстетическая несурезица и можно с уверенностью сказать, что чувствительность большинства людей в последнее время сильно притупилась.

Все эти факторы обуславливают нынешнее понимание цвета человеком. Огромным массам пассивных потребителей противостоит сегодня относительно небольшая

«кучка» активных «творцов» – рекламных дизайнеров. Они служат посредниками в процессе коммуникации между потребителями и рекламодателями, и их задача – упростить этот процесс. Дизайнер должен учитывать символику цветов и их психологическое воздействие на человека. Это вовсе не значит, что он играет роль «невидимого соблазнителя», обладающего волшебным знанием, которое позволяет ему манипулировать людьми. Потому что он сам невольно подчиняется установленным правилам игры – правилам языка цветов. Дизайнер должен не просто быть «модным», а учитывать и архетипические установки человека, и скрытую, неосознаваемую символику цветов. В противном случае успех рекламируемого продукта будет недостаточно долговечным.

Посредник коммуникации, как никто другой, обязан развивать свою собственную чувствительность. Это позволит ему познать скрытую силу цветов и правильно, а это значит целенаправленно, применить ее на практике. В свой учебный план я стараюсь внедрять разнообразные тренинги, направленные на развитие креативности у студентов. Я пытаюсь активировать их ассоциативное мышление и восприятие, заставить работать оба полушария головного мозга одновременно. Я могу, к примеру, спросить: «Если бы это было рекламой совсем другого продукта (автомобиля, современной скульптуры, танца, песни, картины, дома), как бы тогда этот продукт выглядел? Какое цветовое решение было бы наиболее уместно? Можно ли использовать данное цветовое решение для всех названных примеров?» Я предлагаю студентам создавать коллажи, которые бы наглядно представили все их фантазии. Черно-белые фотографии, как это ниудивительно, прекрасно выражают психологическое воздействие отдельных цветов, потому что они исключают поверхностное восприятие цвета и представляют его сущность на качественно ином уровне.

Любой желающий включиться в эту игру, научиться воспринимать цвета как нечто большее, чем просто преломленный свет (с точки зрения физики), очень скоро начинает понимать, что цвета – это «визуализированные чувства». Любое цветовое решение обладает особым психологическим и физиологическим воздействием на человека. Цвета способны исцелять больных, повышать или, наоборот, ослаблять иммунитет, создавать душевную гармонию или же провоцировать напряженное, беспокойное состояние.

А это значит, что дизайнеры несут за свою деятельность и некую духовно-эстетическую ответственность. Обращение со цветом – это не просто прикладная психология, это своего рода вклад в культуру. Но редкий дизайнер, график или художник задумывается об этом – по крайней мере, во время учебы. Правда, и уже состоявшиеся специалисты забывают порой о существующем культурном наследии. Они влюблены в собственное творчество, они культивируют лишь собственную индивидуальность, упуская из виду (часто по незнанию) тот опыт, что считался бесценным на протяжении эпох. Конечно, с одной стороны, в этом нет большой беды. Экспериментировать, смотреть только вперед, создавать будущее своими руками – разве это не прекрасно? Безусловно, но все же очень жаль, что при этом упускается из виду прошлое со всеми его уроками и открытиями, которые, несомненно, заслуживают внимания нового поколения.

Рок-музыкант надевает очки с желтыми стеклами, чтоб drauf sein. Это отличный способ повысить себе настроение и зарядиться положительной энергией. Но наверняка он и не догадывается, что подобным образом повышал себе настроение еще сам Гёте! Попробуйте прочесть его «Учение о цветах» именно с этой – современной – точки зрения – и вы получите необычайное эстетическое удовольствие! Удивительно, но факт: эта книга не утратила

своей актуальности и в наши дни. А внимательный читатель с ее помощью сможет сам сделать множество маленьких, но очень приятных открытий.

А в чем же смысл книги, которую вы сейчас держите в руках? Не в пропаганде новой «Школы чувств» и даже не в сопоставлении всевозможных трудов по теории и практике цвета. При написании «Силы цвета» я задавался одной-единственной целью – предложить читателю (любому читателю, независимо от того, студент он, специалист или просто интересующийся человек) небольшой обзор нынешнего положения вещей.

В списке использованной литературы представлены некоторые труды, в которых вы найдете более подробное исследование всех тех аспектов, что были рассмотрены в этой книге.

Научно-популярное издание

Гарольд Бразм

Психология цвета

Перевод с немецкого *М.В. Крапивкиной*

Ответственный редактор *Е.С. Розанова*

Младший редактор *О.Д. Ворон*

Технический редактор *О.Л. Серкина*

Корректор *И.Н. Мокина*

Компьютерная верстка *А.М. Москвитиной*

ООО «Издательство Астрель»

129085, г. Москва, пр-д Ольминского, 3а

ООО «Издательство АСТ»

141100, Московская обл., г. Щелково, ул. Заречная, д. 96

Наш электронный адрес: www.ast.ru

E-mail: astpub@aha.ru

Отпечатано с готовых файлов заказчика в ОАО «ИПК
«Ульяновский Дом печати». 432980, г. Ульяновск, ул. Гончарова, 14



www.elkniga.ru

ISBN 978-5-17-058934-0



9 785170 589340