

УДК 327:94
DOI: 10.46493/2663-2675.31(6).2021.68-74

Катерина Мальшина*

Інститут української археології
та джерелознавства ім. М.С. Грушевського
01001, вул. Трьохсвятительська, 4, м. Київ, Україна

Kateryna Malshina

Institute of Ukrainian Archaeography and Source Studies
named after M.S. Hrushevsky
01001, 4 Trokhsvyatytelska Str., Kyiv, Ukraine

Психологія кольору в дипломатії: до питання про вибір краватки The Colour Psychology in Diplomacy: To the Tie Choice Question

Дипломатія має надзвичайно довгу історію, тому що з'явилася практично з виникненням родового суспільства, розмежування територій для полювання і збирання, першого обміну продуктами. Вже первісні люди дійшли висновку, що розбіжності краще вирішувати за допомогою домовленостей. Так виникли зародки первісної, примітивної дипломатії, які базувалися на загальнолюдських принципах здорового глузду, а в ролі дипломатів виступали старші члени громади, до голосу яких прислухалися, чи їхні посланці. Тут для нас важливою є сигнальна сторона переговорів. Як кожен парламентар міг би упізнати рівного собі і піти на переговори з ним? Посланці могли вести переговори від імені вождів і жерців, використовуючи для підтвердження своїх повноважень різні символи: характерний одяг, знаки, дари тощо. Первісне суспільство для цього мало свою знакову систему прикрас, що знімаються і не знімаються, які при першому ж погляді на них давали повне поняття про вік, стан у системі спорідненості, події в житті людини і про її заслуги.

Не останню роль у цій знаковій системі грав колір. Символіка кольору в культурах народів світу досить різноманітна і змінювалася від доби до доби: залежно від технічних можливостей конкретного суспільства відтворювати кольори в одязі та інших атрибутах. У європейській культурі також відбулося кілька змін у соціокультурному сприйнятті кольору – серед більш пізніх варто згадати виникнення іконописного символізму, геральдики, мови живих квітів (*флоріографії*), мови віяла (*фанології*).

Багато прикладів доводять, що при неможливості відтворити колір люди користувалися живими квітами постійних забарвлень – і навіть їхні чорно-білі зображення несли інформацію про неявні кольори. Ці звичаї неусвідомлювано збереглися і в наші дні в дрес-кодів – у вигляді живих квітів у петлицях і жіночих

зачісках як необхідних прикрасах під час урочистих подій високого рівня. Поліхромна державна та родова геральдика, що склалася в епоху середньовіччя в колах феодалної аристократії, і зараз впливає на наше сприйняття обов'язкових дрес-кодів і кольорових гам на переговорах, прийомах та інших подіях дипломатичного характеру.

Сучасна глобалізація, незважаючи на тенденцію змішування всіляких східних і західних традицій, не принесла помітних змін у традиції сприйняття кольору в культурах світу. Колірний архетип є одним з основних факторів людського сприйняття природи і має багатотисячолітні коріння. У стародавніх культурах багатьох народів різних регіонів світу особливе значення надавалося трьом основним кольорам: білому, чорному, червоному. Така тотожність колірної символіки і схожість символічного сенсу барв у архаїчних народів дозволяє трактувати цю колірну тріаду як архетип загальнолюдської культури¹.

У найбільш традиційних сферах людського життя продовжують функціонувати колірні тріади. Невипадково, що колірні діада або тріада (звичайно, з більш різноманітною гамою) є основою сучасної геральдики – ознакою бонтону в кольорі одягу вважається поєднання не більше ніж трьох кольорів. Як стверджує Л.А. Шалімова, колірної символізм давньої міфології протягом усієї історії людської цивілізації сприяв розбудові складних культурно-семантичних систем. Ці системи грали і відіграють найважливішу роль в організації і функціонуванні суспільних відносин. Подібні кольорово-символічні системи – невід'ємна і найбільш яскрава та ейфорична частина повсякденного буття сучасного цивілізованого соціуму. Багатовікова практика створення соціокультурної колірної реальності розвивалася від первинних колірних систем, обумовлених природними циклами зміни дня і ночі,

¹Шалімова Л.А. Феномен цвета в культуре рекламы: дисс. ... канд. филос. наук: 24.00.01. Великий Новгород, Дедовск: РГСУ, 2007. С. 59–61.

Стаття надійшла: 25.09.2021, Доопрацьовано: 24.10.2021, Схвалено до друку: 26.11.2021

Рекомендоване цитування:

Мальшина К. Психологія кольору в дипломатії: до питання про вибір краватки. *Зовнішні справи*. 2021. Т. 31, № 6. С. 68–74.

*Відповідальний автор

колористикою ландшафту, природних матеріалів та барвників, до систем кольору, орієнтованих на символіко-кольорове оформлення штучно створеного людиною культурного середовища¹.

Вплив колірної гами і певних форм предметів та явищ на людину було помічено ще в глибоку давнину. До епохи Просвітництва можна віднести виникнення психології кольору. Її предметом є взаємозв'язок кольору і психіки, вплив кольору на психічну діяльність людини². Основоположником цієї науки вважається І.В. Гете. У роботі «Вчення про колір» він стверджує, що колір прямо впливає на психіку людини³. І.В. Гете ставить певні психологічні стани людини відповідно до певних кольорів. Він виділяє «позитивні» кольори: жовтий, помаранчевий, сурик, кіновар, які створюють бадьорий, живий, діяльний настрій. До групи «негативних» входять синій, бузковий, фіолетовий кольори, що створюють настрій неспокійний, м'який і сумний⁴.

Але систематичні дослідження впливу кольору на людську психіку почалися тільки у другій половині ХХ століття. Швейцарський психолог Макс Люшер почав роботу в цьому напрямку 1947 року. Він дійшов висновку, що кожен колір специфічно сприймається системами організму, впливаючи не тільки на психіку, але й на роботу окремих органів тіла.

Недавні науково-практичні дослідження показали цікаві результати. Ефект впливу кольору форми на результати спортсменів був вперше продемонстрований 2005 року еволюційними біологами з Університету Дарема у Великобританії. А 2009-го німецькі вчені провели низку психологічних тестів та дійшли висновку, що колір форми спортсменів впливає на рішення суддів. Спортсмени, що носять червоний, перевершують своїх опонентів, зокрема тому, що судді відчують деяку слабину спортсменів, одягнених в інші кольори. Коротко роботу вчених наводять журнали *New Scientist*, *Psychological Science*⁵.

Також червоний колір уже давно асоціюється з любов'ю. І про це свідчать деякі наукові дані. 2008 року дослідники дійшли висновку, що червоний одяг жінок змушує чоловіків відчувати себе більш влюбливими⁶.

На замовлення компанії Хьюлет Паккард була проаналізована можливість впливу на ставлення аудиторії до тверджень, надрукованих різними кольорами. Результати цього європейського дослідження показали, що різні групи людей реагують на колір однаково – і, зі свого боку, колір впливає на внутрішню і зовнішню комунікацію. Наприклад, колір надрукованого тексту

може впливати на прийняття рішень. За всією вибіркою дослідження у дев'яти країнах запитальники, надруковані червоним кольором, викликали в три рази більше вкрай негативних відповідей (30 %) у порівняно з червоним варіантом (10 %)⁷.

Пізніше спеціальними дослідженнями було науково встановлено, що найемоційніше впливає на людину не просто колір, а поєднання кольору і форми. Наприклад: форма екрану, на якому розташовується об'єкт, певним способом організовує процес пошуку в ньому малопомітних сигналів. Також організуючий вплив має і форма образотворчої поверхні: квадратна, прямокутна, кругла, овальна, трикутна. Прості геометричні форми швидше сприймаються глядачем і краще запам'ятовуються порівняно зі складними неправильними формами.

Колір завжди поєднується з геометричною формою. Наприклад, вибираючи ту чи іншу форму аркуша, художник може заздалегідь акцентувати увагу майбутнього глядача на його певних зонах. Невипадково склалася традиція малювання портретів в овалі: кути не повинні відволікати увагу від головного – зображення особи: «Психологам добре відомі деякі прийоми залучення уваги людей за рахунок форми, яка надається об'єктові сприйняття. Зокрема ефективним способом є виділення за якоюсь ознакою одного елемента серед інших, який стає незалежно від його просторового положення місцем концентрації уваги»⁸. Певний вплив на сприйняття інформації надають форми ліній. Вважається, що вертикальні або горизонтальні прями лінії асоціюються зі спокоєм, ясністю і навіть солідарністю та єдністю, а косі та вигнуті – з витонченістю і невимушеністю⁹. Тому, наприклад, діловий дрес-код диктує, що краватки в косу смужку не можна надягати на протокольні події.

Якщо розглядати сучасну знакову систему у високій політиці та дипломатії, то можемо помітити, що офіційний костюм є тим полотном, на якому дипломат створює свій імідж, тож краватка є тим самим місцем концентрації уваги. І з погляду психології кольору загальна колірна гамма деталей костюма серйозно впливає на його сприйняття з боку громадськості.

Наприклад, увага громадськості в США завжди прикута не тільки до дій високих політиків і дипломатів, а й до їхньої зовнішності. Деякі суттєві зауваження американського психолога Енн Купер Ріді допомагають нам зрозуміти велику роль кольору костюма і краватки у загальному вигляді політичного діяча в США. У своїй роботі «Без манжет», де вона дає рекомендації

¹Шалимова Л.А. Феномен цвета в культуре рекламы: дисс. ... канд. филос. наук: 24.00.01. Великий Новгород, Дедовск: РГСУ, 2007. С. 12.

²Базыма Б.А. Цвет и психика. Харьков: ХГАК, 2001. 172 с.

³Гете И.В. К учению о цвете (Хроматика). Избранные сочинения по естествознанию. Ленинград: Издат. АН СССР, 1957. С. 285.

⁴Шалимова Л.А. Феномен цвета в культуре рекламы, С. 66.

⁵Цвет формы спортсмена влияет на решения судьи. URL: <http://lenta.ru/news/2008/07/10/unfair/> (дата звернення: 7.04.2021).

⁶Red vs. blue: Why necktie colors matter. URL: <https://www.livescience.com/3281-red-blue-necktie-colors-matter.html> (accessed date: 16.08.2021).

⁷Циферов И. Цвет влияет на принятие решений. URL: <http://itnews.com.ua/analytics/212.html> (дата звернення: 7.04.2021).

⁸Зазыкин В.Г. Психология в рекламе. Москва: Молодая гвардия, 1995. С. 48–52.

⁹Шалимова Л.А. Феномен цвета в культуре рекламы: дисс. ... канд. филос. наук: 24.00.01. Великий Новгород, Дедовск: РГСУ, 2007. С. 52, 53.

з приводу етикету політичної поведінки, спеціальний розділ «Колір, який мені підходить» адресується політикам і містить деякі приклади з одягу президентів США та короткі рекомендації щодо деталей одягу та їхньої колірної гами. Автор наводить відому цитату Коко Шанель: «Більше ніж очевидно, що при першому враженні ви не отримаєте другого шансу більше ніж за допомогою вашого вибору гардероба». Перед тим, як одягатися для телебачення, ретельно огляньте ваш гардероб. Якщо маленькі крапки або смужки «танцюють» перед вашими очима, уникайте їх, бо вони будуть мигтати в камеру, відволікаючи від усього, що ви говорите. Великих картинок або малюнків, а також яскравої клітки або смужки, які затьмарять вас, також потрібно уникати.

Щоб виділитися з фону в засобах масової інформації і при особистих виступах або показати себе на кольоровій фотографії, жінка повинна носити Колір. Ясний, яскравий, суцільний колір. Зверніть увагу, як деякі леді – сенатори і конгресмени – виділяються з натовпу на телебаченні. Ви побачите їх у піджаках густого червоного, бірюзового або синього кобальту, трав'яного «ірландського зеленого» або пурпурного.

Президент Рейган любив носити коричневі костюми, які багато хто вважав тонким способом зменшити враження страхітливої сили адміністрації від потенційно народного президента.

Темно-блакитний костюм, як вважають, випромінює щирість, тоді як сірий колір – владність. Чим темніший сірий костюм, тим більша владність. Чорний, як правило, тримають для похорону і Лас-Вегаса. Ключ до того, аби справити враження екологічної свідомості – колір хакі або «брін» (коричнево-зелений).

Як стверджує Е. Купер Ріді, «офіційний костюм порівняно зі звичайним діловим, як і раніше, залишається уніформною, де краватка є його заявою і підписом. Для жінки – це її прикраса»¹.

Політики, звичайно, люблять отримувати переваги, і краватки є одним із способів цього досягти². Погоджуємося з цим твердженням – адже у натовпі під час будь-якої політичної події на перший погляд чоловіки виділяються, насамперед, своїми краватками. Спостереження за американськими президентами останнього 20-річчя дає нам чимало цікавої інформації для роздумів. Особливо видатним у цьому сенсі став Джордж Буш-молодший. 2003 року журналіст Роджер Мадд вперше заговорив про «феномен синьої краватки адміністрації Джорджа Буша».

Як говорив Р. Мадд, ще 1983-го держсекретар адміністрації Рейгана Дж. Шульц чотири дні поспіль одягав одну і ту ж краватку, і з того часу 20 років ніяких подібних скандалів не виникало – до виникнення

«феномена синьої краватки Буша». Р. Мадд присвятив краваткам Буша цілу передачу – і вона відкрила собою потік статей і передач на цю тему. Журналісти створили блоги про краватки президентів та їхні кольори, на форумах і в соціальних мережах йде жваве обговорення краваток під час телевиступів і дебатів. 2009 року психолог Літріс Айсман створила Інститут Кольору Пантон³. У США настільки посилюється інтерес до психології кольору, що це навіть затьмарило дуже популярний з кінця 1990-х років фен-шуй.

«Феномен» проявився незабаром після інавгурації президента 2001-го, коли головна виконавча особа Америки час від часу почав носити краватку, «колір якої був невідомий у Вашингтоні округу Колумбія – не той знайомий сильний, червоний або університетська смужка, або дипломатичний горошок, або хоча б стандартний шовковий фуляр бюрократа, але небесно-синій, який, здавалося б, більше підходив для стін дівчачої спальні ніж для краватки... Це був синій колір, який посилав сигнал: «Я, Джордж Буш, родом з Техасу. Я ношу ковбойські чоботи. Я ношу джинси. Я говорю протяжно. Але це не означає, що я не можу бути чутливим хоча б ненадовго»⁴.

Як тільки Вашингтон розгледів нову адміністрацію, як тільки сигнал вийшов з Овального кабінету, він був почутий на всьому просторі від Західного крила до «самих риб і диких звірів». Тихо, але без коливань, чоловіки з президентської адміністрації почали додавати до свого гардероба ці сині краватки, які відзначали їх як людей Джорджа Буша (прес-секретар президента, його політичний гуру Карл Роув, генеральний прокурор, інші секретарі кабінету, всі охоронці, навіть заступники секретарів...). «Синє дзиччання, природно, досягло Каліфорнії»⁵. Коли президент виголошував промову перед Конгресом в січні 2002 року, він бачив зграйки республіканців у синіх краватках. Синя краватка стала, здавалося б, прапорцем лояльності. Галерея була наповнена синіми краватками. Лише деякі наважилися утриматися. Серед них варто згадати Барака Обаму, в той час сенатора від Іллінойсу, який вдягнув чорний костюм і вугільно-сіру краватку. Як каже С. Лангенбенніг у статті «Закон моди Буша: Президент Синьої краватки», «його ансамбль треба було тлумачити як похмурий натяк на важкі економічні часи»⁶.

«Наказовість червоного обернулася на прах синього». Усі свої післяноволітні звернення до Конгресу президент виголошував в темному костюмі та синій краватці. Він також вважав цей колір кращим для прес-конференцій та державних виступів. Коли він вибрав яскравий королівський синій колір, багато інших, з обох сторін політичного коридору, зробили те

¹Cooper Ready A. Off the cuff: What to say at a moment's notice. Franklin Lakes, New Jersey: Career Press, 2004. P. 115.

²Shales T. Blue vs. Red: The debate wasn't exactly a tie. URL: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A64102-2004Oct1.html> (accessed date: 16.08.2021).

³Pantone. Featured color articles. URL: <https://www.pantone.com/eu/en/> (accessed date: 15.08.2021).

⁴Mudd R. Ties that bind: The blue ties of George W. Bush. 2003. URL: http://www.pbs.org/newshour/bb/entertainment-july-dec03-mudd_11-26/ (accessed date: 10.08.2021).

⁵Там само, 2003.

⁶Green J. When is a blue tie more than just a blue tie. 2014. URL: <http://www.abc.net.au/news/2014-01-23/green-when-is-a-blue-tie-more-than-just-a-blue-tie/5214296> (accessed date: 10.08.2021).

саме. Сарказм Р. Мадда та інших жуналістів і критиків був абсолютно зрозумілий – громадськість сприйняла синю краватку президента як «початок кінця ери моди і хорошого смаку».

Модні критики і політологи протягом багатьох років писали всілякі конотації про схильність Буша до відтінків синього, починаючи від яйця малинівки до небесного. «Чи могла це бути своєрідна данина дзвіночкам Техасу або хитре нагадування: що він – власник ранчо, який любить сині джинси і ковбойські чоботи, а не смужки і шнурки?» Синій колір викликав опір на Півдні: «...краватки Буша ніколи не ловили як сигнал моди в Нью-Орлеані. Є два кольори, які там люблять набагато більше. Краваткою політичної влади в Луїзіані, – говорив Девід Рубінштейн, модний консультант у магазині Rubensteins в центрі Нового Орлеана, – «завжди був пурпур і золото»¹. У соціальних мережах з'являлися зауваження та анекдоти на цю тему: «Я ніколи більше не куплю світло-синій, небесно-блакитний або відтінок «синь немовляти» ...завдяки Бушу. Це що, взагалі єдина краватка, яку він носить? Мені набридло дивитися на нього, і я навіть не хочу бачити її на собі або на моєму партнері. Всі наші сині краватки пішли до купи одягу для благодійності. Що таке 15 дюймів в довжину і висить нижче дупи? – Краватка Буша!»².

Прогнозували, що мода на синю краватку може закінчитися в день наступних виборів: «Це пройде своєю чергою як данина моді. Це був дійсно потужний сигнал, але як тільки час Буша в адміністрації закінчиться, його вплив на моду закінчиться теж»³. Однак прогнози не справдилися. Синій колірний ряд міцно зайняв місце у краватках високої політики. Е. Купер Ріді вже тоді, на початку 2000-х років, звернула увагу на краватку Буша-молодшого в позитивному сенсі: «...хоча краватки густого червоного відтінку або з дрібним малюнком, з білими сорочками та «морськими» темно-блакитними костюмами дуже популярні в Конгресі через їхню очевидну тему американського триколора (суцільний синій і червона смужка на білому тлі), чи помітили ви вибір краваток президента Джорджа Буша після 11 вересня і під час війни з Іраком? Він обрав серію небесно-блакитних краваток, які, здавалося, стали протитрутою від страху і ненависті війни. Червоний галстук просто запалив би тодішню ситуацію, хоча в інших ситуаціях червоний вважається переконливим»⁴.

Літріс Айсман, автор книги «Колір: послання і смисли» (2008), вказала на те, що «небесно-блакитний або глибокий синій колір має медитативну якість. Чим

яскравіше синій, тим більше хвилювання він викликає. Можливо, Буш обрав яскраву синю краватку для виступу перед Конгресом для створення хвилювання... З психологічної точки зору, це був дуже добрий вибір... Загалом, синій – улюблений колір Америки. Здебільшого люди асоціюють його з твердістю характеру, постійністю, надійністю»⁵.

Чому власне виникла така проблема? Справа в тому, що у США з середини 1960-х років саме червоний колір та його відтінки вважалися головним відображенням сили, потужності, влади – це один з кольорів американського триколора і колір прапора республіканців. Що ж насправді означають червоні краватки для політиків?

Червоний, традиційний колір влади у Вашингтоні, асоціюється з «владою і знатністю, з динамічним, потужним почуттям. Це саме те, що хоче демонструвати політик»⁶. І в діловій, і в політичній сфері комбінація «хрустка біла сорочка/червоний галстук» прийнята як певна кінцева американської естетики влади⁷. Очевидно, що кандидати постійно знаходяться під мікроскопом, тож демонстрація сили є суттєвою.

Хоча як у сучасному американському суспільстві червоний колір, завдяки всім кандидатам – від Рейгана до Трампа, покликаний боротися за владу, у нього не завжди було таке значення. Як і самі політики, кольорові аксесуари можуть мати запутане минуле, яке багато хто вважає би за краще зберегти на горіщі.

Психологи кольору, вивчаючи історію соціально-культурного сприйняття кольору у США, виявили, що британський лікар-психоаналітик Хевлок Елліс ще 1915 року писав про символіку кольору: «Червоний колір... став майже синонімом сексуальної інверсії, і не тільки в умах збоченців, а й у народній свідомості. Носити червоний галстук на вулиці – значить накликати на себе зауваження від газетярів і звичайних перехожих... Чоловіки-проститутки, які ходять вулицями Філадельфії і Нью-Йорка, здебільшого носять червоні краватки. Це знак усього їхнього племені. Серед моїх однокласників по медичній школі мало хто мав мужність носити червону краватку – ті, хто вдягнув його хоч раз, ніколи не повторювали експеримент»⁸.

У 1950-ті роки ця конотація почала швидко зникати. Незабаром телеведучі і політики взяли рубіновий червоний як додаток до жорсткого виразу обличчя в телевізорі. Під час дебатів Ніксона/Кеннеді «Хитрий Дік вибрав злиднений коричневий ансамбль, в той час як Кеннеді вдягнув класичну комбінацію, можливо, як акцент прориву: чорний костюм, червона краватка,

¹Green J. When is a blue tie more than just a blue tie. 2014. URL: <http://www.abc.net.au/news/2014-01-23/green-when-is-a-blue-tie-more-than-just-a-blue-tie/5214296> (accessed date: 10.08.2021).

²I Will Never Ever Buy A Light Blue, Sky Blue or Baby Blue Necktie Again. The "Image So Surreal I Had to Post It Twice" CAPTION. URL: http://www.democraticunderground.com/discuss/duboard.php?az=view_all&address=105x2088023 (accessed date: 09.08.2021).

³Green J. When is a blue tie more than just a blue tie, 2014, op. cit.

⁴Cooper Ready A. Off the cuff: What to say at a moment's notice. Franklin Lakes, New Jersey: Career Press, 2004. P. 114.

⁵Eiseman L. Color – messages & meanings: A PANTONE color resource. Cincinnati: North Light Books, 2006. 144 p.

⁶Green J. When is a blue tie more than just a blue tie. 2014, op. cit.

⁷What do politicians' red ties really mean? 2010. URL: <https://www.esquire.com/style/mens-accessories/a8843/why-politicians-wear-red-ties-110310/> (accessed date: 16.08.2021).

⁸Ellis H.H. Studies in the Psychology of Sex. Vol. 2: Sexual Inversion. London: Random House, 1915. P. 122–125.

доглянуте волосся. І всі ми знаємо, що сталося: пітливість Ніксона і все інше»¹. Пізніше, 2004 року на початку свого другого терміну, Джордж Буш-молодший дотримувався червоної краватки для кожної великої промови. 2010-го ідеально рубінова краватка була уніформою демократа Барака Обама.

Проте психологи кольору вважають, що у високій політиці та бізнесі є два (і тільки два!) кольори для краватки: червоний і синій. Як пише Р. Рой Брітт, «...звичайно, ви можете побачити фіолетовий або жовтий там і сям, але вони є чітким висловленням відчуженості, навіть якщо це розважливості або недбалість через незнання. Мало хто зі світових лідерів або бізнес-керівників високого рівня хочуть, щоб їх сприймали як відчужених»².

Але чи має значення: носити тільки один колір – червоний або синій? Так задуматися над цим пропонують кілька досліджень, зокрема опубліковані 2009 року в журналі Science. Як тепер кажуть вчені, червоний є найбільш ефективним у підвищенні нашої уваги до деталей. Синій (інший кращий колір краватки для бізнесу і політики) підвищує нашу здатність творчо мислити.

Керівниця дослідження Джульєтта Чжу з Університету Британської Колумбії та її колеги відстежували продуктивність більше ніж 600 чоловік у роботі з пізнавальними завданнями. Більшість експериментів проводилися на комп'ютерах з екраном червоного, синього або білого кольору. Виявилось, що і синій, і червоний колір пов'язані з підвищенням когнітивних функцій, але по-різному. Червоний збільшив продуктивність у вирішенні предметно-орієнтованих завдань – таких як робота пам'яті та коректура до 31 % більше ніж синій. Для мозкового штурму та інших творчих завдань сині сигнали змусили учасників виробляти у два рази більше творчих виходів порівняно з червоними.

Це знову повертає нас до того, що люди співвідносять кольори з природою і в моменти стресу або необхідності вибору діють відповідно до своїх первісних інстинктів. Червоний колір протягом тисячоліть був знаком вогню і небезпеки. Тому Дж. Чжу вважає, що «завдяки знаку зупинки, аварійним машинам і червоним ручкам вчителів ми пов'язуємо червоний із загрозою, помилкою і обережністю. Мотивація уникнення або стан підвищеної уважності, що активізує червоний, робить нас пильними і, таким способом, допомагає нам виконувати завдання, де для отримання правильної чи неправильної відповіді потрібна особлива увага»³.

У той же час, «блакитне небо, що випромінюється над водою, яку люди теж сприймають як синю, створює з нею емоційну послідовність»⁴. «Через асоціації з небом, океаном і водою більшість людей асоціює синій з відкритістю, миром і спокоєм... Добродійні сигнали надають почуття безпеки і впевненості в тому, щоб творити і досліджувати. Тож не дивно, що синій – улюблений колір переважної більшості»⁵.

2012 року новинний сайт «Centives» вивчив усі 22 серії президентських дебатів, які транслювалися в кольорі, щоб побачити, чи є які-небудь співвідношення між кольором і кінцевим переможцем.

Під час американських президентських дебатів шохвилинні моменти виступу кандидатів аналізуються в найдрібніших деталях. Від того, як вони тиснуть руки, до розміру значка прапора США на лацкані. Існує, однак, одне важливе рішення, яке повинен прийняти кандидат в день дебатів: який колір краватки він повинен обрати. Усі разом узяті кандидати носили краватки на червоній основі 68 % часу, в той час як сині відтінки тільки 16 % часу. Інші 16 % часу кандидати носили третій колір або поєднання кольорів⁶. Свого часу знахідкою Білла Клінтона став синьо-червоний гібрид, який Клінтон носив протягом більшої частини дебатів.

Р. Рейган був єдиним кандидатом, який досяг успіху в чорній краватці. Він вдягнув її один раз для дебатів проти Дж. Картера 1980 року і ще один раз на дебатах проти У. Мондейла – чотири роки по тому. Р. Доул 1996 року і Дж. Маккейн 2000-го намагалися наслідувати його, пов'язуючи чорні краватки – і обидва програли вибори.

Американців запитували, чи замислювалися вони коли-небудь, чому на кандидатах у президенти останнім часом тільки червоні та сині краватки: «Деякі можуть заперечити, що кандидати вибиратимуть ті краватки, які найкраще відображають їхню партійну приналежність, тобто червоні краватки для республіканців і сині для демократів, але це вірно лише частково»⁷.

Республіканські кандидати носили синій – колір Демократичної партії – 18 % часу. Наприклад, на дебатах з Б. Обамою республіканець Мітт Ромні надів розкішну яскраво-синю краватку – колір, пов'язаний зі спокоєм, гідним довіри, зрілістю та елегантністю.

Здається, самі демократи не думали занадто багато про свої власні кольори і носили синю краватку тільки 16 % часу. Поясненням може бути той факт, що, крім Б. Обама, кандидати-демократи, які намагалися носити синю краватку, завжди програвали вибори: Джиммі Картер був першим, хто надів синю краватку

¹What do politicians' red ties really mean? 2010.

²Red vs. blue: Why necktie colors matter. URL: <https://www.livescience.com/3281-red-blue-necktie-colors-matter.html> (accessed date: 16.08.2021).

³Там само.

⁴Green J. When is a blue tie more than just a blue tie. 2014. URL: <http://www.abc.net.au/news/2014-01-23/green-when-is-a-blue-tie-more-than-just-a-blue-tie/5214296> (accessed date: 10.08.2021).

⁵Циферов И. Цвет влияет на принятие решений. URL: <http://itnews.com.ua/analytics/212.html> (дата звернення: 7.04.2021).

⁶Tie colours and american presidential debates. URL: <http://www.centives.net/S/2012/tie-colours-and-american-presidential-debates/> (accessed date: 16.08.2021).

⁷Why tie color does matter the race for president. URL: <https://www.tie-a-tie.net/obamas-winning-necktie/> (accessed date: 18.08.2021).

проти Рональда Рейгана 1980 року – і поразка Картера була настільки травматичною для демократів, що пройшло 20 років, перш ніж інший демократ, Альберт Гор, був готовий спробувати синю краватку. ...І знову програв проти Джорджа Буша-молодшого.

Барак Обама, на додаток до того, що він став першим в історії США чорношкірим президентом, відзначився тим, що став першим демократичним президентом Америки, який вдягнув синю краватку на дебати проти Джона Маккейна – і тут ми бачимо серйозний вплив, який отримав на американську громадську думку «Президент Синьої краватки».

Американців також просили вибрати краватку для свого кандидата в президенти: з 10 різних краваток. Статистика (проголосували 400 осіб) показала наступне¹. Демократи вважали за краще сині краватки: 54 % усіх голосів були за синю краватку на Обамі, а за червоний – 29 % голосів. Яскраві блакитні краватки були краще за темні та більш консервативні – темно-блакитні). Були навіть обрані краватки для кожного кандидата: світло-блакитна текстурована краватка була найпопулярнішим вибором серед виборців-демократів – 29 % усіх голосів, хоча яскраво-червона «краватка влади» в американську смужку була найкращим вибором серед виборців-республіканців – 31 % всіх голосів.

Республіканці віддали перевагу червоним краваткам – більше ніж 80 % виборців-республіканців, тоді як синій отримав тільки 10 % голосів). Також вони виявилися більш консервативними: якщо демократи могли уявити Обаму у фіолетовому, бірюзовому, сіро-блакитному та інших модних кольорах, то республіканці проголосували тільки за сині та червоні – інші кольори краватки виявилися неймовірним вибором для президента в очах республіканців. Якщо ми звернемося до прикладу Австралії, там небесно-синя краватка останнім часом теж набула особливого значення.

В Австралії під час парламентських виборів 2013-го склалася складна ситуація. Вибори 2010 року (вперше з 1940-го) призвели до утворення парламенту без більшості. Прем'єр-міністр Джулія Гіллард – перша в історії Австралії жінка на посаді прем'єр-міністра і голова Лейбористської партії – зберігала владу завдяки об'єднанню з єдиним депутатом від Партії зелених і трьома безпартійними членами парламенту.

Вона змінила свого однопартійця Кевіна Радда 2010 року, але в червні 2013-го прогнала у внутрішньопартійних виборах і знову поступилася місцем лідера партії їй, відповідно, прем'єр-міністра Австралії тому ж Кевіну Радду.

8 жовтня 2012 року пані Гіллард звернулася до парламенту з промовою «Жінки за Гіллард», відомою тепер як «промова Гіллард про женонависництво», звинувативши тодішнього лідера опозиції Тоні Еббота

в сексизмі за те, що він планував скласти винятково «чоловічий» кабінет у разі перемоги на виборах. Тоні Ебботт, щоб пом'якшити свій політичний імідж під час передвиборної кампанії, прийняв рішення носити блідо-блакитні краватки: «Ті самі, що він носить з червня 2013 року. Без винятку. Кожен день. З майже нав'язливою дисципліною. Його сині краватки – не просто блискучі шматки шовку. Це навмисно створене нагадування про все, що він зробив»².

Журналіст Джонатан Грін, розглядаючи цю проблему у статті «Коли синя краватка – це щось більше, ніж просто синя краватка», визначає Т. Еббота як «політика, нав'язливо одержимого дрібними деталями політичного життя, і, більше того, як людину, готову повністю принести себе в жертву цій дисципліні, підкоритися навіть чомусь настільки малому, простому і дурному як вибір краватки вранці перед тим, як знову зайнятися політичним ремеслом. І це підриває довіру майже до всього, що він робить. Чому ще можна довіряти? Що йде від серця, коли навіть ця маленька деталь одягу виконана у вигляді підсвідомого доповнення до щоденного послання? Цей ступінь розрахунку повинний бути всепроникним»³.

На 14 вересня 2013 року були призначені нові вибори до парламенту, які опозиція потенційно могла виграти (і дійсно виграла), і тоді Т. Ебботт зайняв місце прем'єр-міністра як лідер провідної партії. Тому Джулія Гіллард у своїй промові попереджала про перспективи нового уряду Тоні Еббота: «Цього дня, 14 вересня, ми збираємося прийняти важливе рішення як нація. Це рішення про те, чи виженемо ми жінок з ядра політичного життя нашої країни. Я закликаю вас уявити собі це. Прем'єр-міністр, людина в синій краватці, який йде на вихідні, щоб бути заміненим на людину в синій краватці. Скарбник, який розподіляє бюджет, має синю краватку, щоб бути підтриманим міністром фінансів, ще однією людиною в синій краватці. А жінки знову вигнані з центру політичного життя Австралії»⁴.

Наступного дня після перемоги на виборах не тільки ліберали, а й більшість лейбористів дійсно з'явилися у парламенті в синіх краватках різних відтінків. З цього моменту досить численна частина австралійського суспільства сприйняла це як наступальний підтекст, «як постійний знак того, що він, Тоні Ебботт, доводитиме, що він може керувати всіма, незалежно від кольору краватки або статі членів свого кабінету». З цього моменту яскрава небесно-синя краватка виявилася пов'язаною з консерватизмом Т. Еббота у гендерній політиці та сексизмом: «Те, що Тоні Ебботт носить на ший, день у день, при кожному публічному виступі – невелика смужка тканини, яка говорить: «Джулія Гіллард». Трофей, альбатрос або просто уніформа з деяким нюансом, як позначення стилю влади»⁵.

¹Why tie color does matter the race for president. URL: <https://www.tie-a-tie.net/obamas-winning-necktie/> (accessed date: 18.08.2021).

²Green J. When is a blue tie more than just a blue tie. 2014. URL: <http://www.abc.net.au/news/2014-01-23/green-when-is-a-blue-tie-more-than-just-a-blue-tie/5214296> (accessed date: 10.08.2021).

³Там само, 2014.

⁴Transcript of Julia Gillard's speech. URL: <https://www.smh.com.au/politics/federal/transcript-of-julia-gillards-speech-20121010-27c36.html> (accessed date: 16.08.2021).

⁵Green J. When is a blue tie more than just a blue tie. 2014, op. cit.

Т. Ебботт носив сині краватки два роки: з вересня 2013-го до вересня 2015 року, коли програв внутрішньо-партійні вибори і поступився місцем прем'єр-міністра лейбористам.

Отже, розглянуті приклади показують нам, що і в США, і в Австралії високі політики дуже серйозно ставляться до свого персонального і партійного іміджу, розуміючи, який вплив чинять вони не тільки своїми діями, а й своїм виглядом на ситуацію в країні, і як вони відображають свої явні і приховані наміри у політичному житті.

Небесно-блакитне колірне рішення Тоні Ебботта, як ми бачимо, призвело до результату, подібного Джорджу Бушу-молодшому. Стабільність синього за якогось моменту починає тиснути на суспільну свідомість.

Треба зауважити, що колірні рішення тут чітко вписуються до певного історичного контексту, пов'язаного з традиційною колірною символікою Старого Світу і з державною символікою США та Австралії. Обидва приклади взяті з країн із загальним британським минулим. В епоху нового часу синій колір був пов'язаний з блакитною кров'ю британського дворянства («blue blood», «блакитна кров» – середньовічний вираз для позначення дворянства), тоді як червоний представляв червону кров гвардії («red coat», «червоний мундир» – повсюдне прізвисько британського солдата)^{1,2}.

Рекомендації з колірних рішень для офіційних заходів, звичайно, прямо залежать від національних кольорів. Синьо-біло-червоний триколор, крім США і країн британської співдружності, прийнятий і в деяких інших країнах, тому можна сказати, що для них діють загальні правила політичного колірної етикету. Національні кольори інших країн дають безліч можливостей виразити себе на протокольних заходах загальнодержавного характеру.

Наприклад, кольори України – небесно-синій і жовтий – природні в дрес-кодів українських політиків.

Однак це правильно тільки в одному випадку – якщо вони використовуються одночасно. Окремо небесно-синій або жовтий колір краватки викликають свої, власні тільки їм суспільно-культурні конотації.

Психологія та емоційний ефект кольору безумовно не є чимось новим. Насправді психологи проводили дослідження значення кольорів протягом десятиліть – і їхні свідчення дійсно доводять, що певні кольори викликають певні емоційні реакції у людей. Тому немає нічого нового в тому, що політичні діячі звертають увагу на те, які кольори вибрати для публічного виступу.

Висока політика і дипломатія на певному рівні сходяться, враховуючи, що будь-який президент, прем'єр-міністр, король, вища духовна особа мають і виконують свої зовнішньополітичні функції і завдання. Якщо взяти широке визначення дипломатії, то будь-який діяч у високій політиці або глобальному бізнесі багато в чому є дипломатом – дипломатія проникає на всі рівні суспільства, і будь-яка особа, яка виїжджає за кордон, також стає дипломатом на своєму рівні спілкування.

Однак на певному, психологічному рівні впливу висока політика і дипломатія розходяться. Будь-яка зовнішньополітична дія або послання з боку політика несе в собі елемент реклами³ – самореклами або реклами своєї держави. У дипломатії цей елемент не повинен бути присутнім. Дипломатія має свої завдання, також пов'язані з необхідністю донести послання до протилежного боку. Але дипломату важливіше рекламу «викликати на себе», створити потрібний настрій або напрямок течії думок у співрозмовника, яке змусить його розкритися і показати свої наміри. У цьому психологія кольору грає важливу роль. Щоденний вибір краватки, як не банально це звучить, не такий простий, як здається на перший погляд, і повинен бути більш вдумливим.

«Беріть приклад з президентів, тонко використовуйте колір для досягнення ваших цілей!»⁴.

¹Кунин А.В. Фразеологія сучасного англійського мови. Москва: Міжнародні відносини, 1972. 289 с.

²Red vs. blue: Why necktie colors matter. URL: <https://www.livescience.com/3281-red-blue-necktie-colors-matter.html> (accessed date: 16.08.2021).

³Там само.

⁴Cooper Ready A. Off the cuff: What to say at a moment's notice. Franklin Lakes, New Jersey: Career Press, 2004. P. 116.