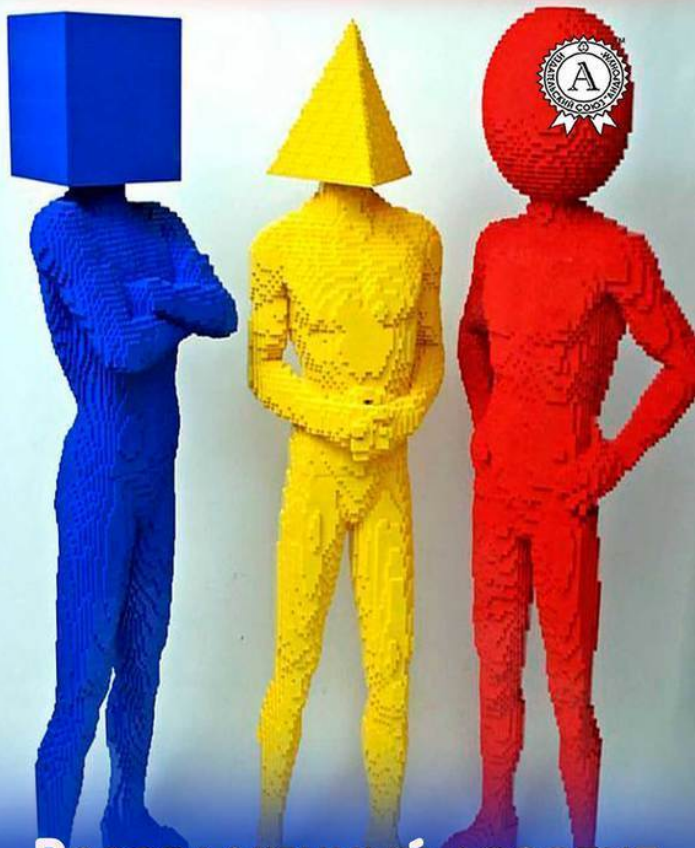


Владимир Тараненко



РАЗОБЛАЧЕННЫЙ ЛОГОТИП, или ПСИХОГЕОМЕТРИЯ

Владимир Тараненко

Разоблаченный логотип, или Психогеометрия

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=6649374

Аннотация

Автор книги «Разоблаченный логотип, или Психогеометрия», знаменитый эксперт по визуальной психодиагностике, физиогномике и графологии Владимир Тараненко, предпринял уникальную попытку проанализировать пространство окружающих нас вещей и выявить воздействие содержащихся в них геометрических форм не на символическом и культурном, а на глубинном психологическом уровне.

Владимир Тараненко на примерах убеждает нас, что казалось бы привычные окружающие нас вещи: логотипы, товарные знаки, рекламные проспекты и визитные карточки, будучи носителями базовых геометрических форм и элементов, оказывают подсознательное влияние на человека и несут в себе скрытую информацию.

Эта книга предназначена всем тем, кто хотел бы научиться расшифровывать пространственные сигналы и овладеть психогеометрическими технологиями будущего: бизнесменам, высокоэффективным менеджерам, специалистам по рекламе и маркетингу.

Содержание

| | |
|--|----|
| Об издании | 4 |
| Глава 1. Квадратура системы и производства | 6 |
| 1.1. Феноменология и психология знака | 6 |
| 1.2. «Квадратная» организация | 10 |
| 1.3. Фигура и цвет | 24 |
| Глава 2. На главном направлении, или | 28 |
| Вытянутые квадраты на марше... | |
| 2.1. Осевой ориентир | 28 |
| 2.2. Прямоугольник на визуальной службе | 33 |
| 2.3. Портрет в прямоугольном интерьере | 41 |
| Конец ознакомительного фрагмента. | 42 |

Владимир Тараненко Разоблаченный логотип, или Психогеометрия

Об издании

Владимир Тараненко

Разоблаченный логотип, или Психогеометрия



**Електронна книга издає «Мультимедійним Видавництвом Стрельбицького»
(TM Авалон-Альфа), г. Київ**

С нашими виданнями електронних і аудіокниг Ви можете познакомитися на сайті
www.audio-book.com.ua

Желаєм приємного читання!

Пишіть нам:

audio-book@ukr.net,

dmytro.strelb@gmail.com

Ця книга захищається авторським правом.

Всі права на дане виробництво належать «Мультимедійному видавництву
Стрельбицького». © 2013

Ніяка частина даної публікації не може бути воспроизведена або поширена в
будь-якій формі або будь-якими способами без попереднього письмового згоди
Видавець.

Будь-які спроби порушення закону будуть переслідуватися в судовому порядку.

Глава 1. Квадратура системы и производства

1.1. Феноменология и психология знака

Мы существуем в пространстве, и от его законов
никуда не денешься.

Психологическая метафизика

Знак – тайный коллективный пропагандист, агитатор
и манипулятор.

Перефразируя товарища Ленина

Если язык нам дан для того, чтобы скрывать свои
мысли, то символ – для маскировки истинного смысла
знака.

Козьма Прутков. Рассуждения у монумента

Уважаемые читатели! Я, автор, хочу предварить излагае-
мый материал одним небольшим, но принципиальным рас-
суждением. То, что вы прочтете далее, – *психогеометрия*, но
никак не символизм. Я попытаюсь вместе с вами исследовать
психологическое воздействие геометрических форм и про-
странства сугубо феноменологически (от греч. *phainomenon*

– являющееся, данное в явлении), но опять же не символически (от греч. symbolon – условный знак). Иными словами, не через различные исторические и социокультурные установки, стереотипы, привычки, правила, вкусы и модные предпочтения, а по законам действительного психологического воздействия тех или иных форм, фигур, эмблем и т. п. Литература по символизму (энциклопедии, справочники и пр.) весьма обширна, но вот материалы по феноменальной психогеометрии крайне скудны. Для автора стартовым моментом стали крайне обрывочные переводные материалы о «пяти фигурах Сьюзен Делингер». Но как с пятью базовыми элементами можно проанализировать психологическое воздействие логотипа? Вот здесь и помогли навыки профессионального графолога. Ведь буква – это тоже конкретная графическая проекция. А еще принципы кодировки пространства в нашем мозговом восприятии (см. психоанализ визитки в книге «Непродуктивная психология, или Бомба для директора. Визитка: досье на партнера»¹). Многолетняя практика работы с цветом по методу Люшера также оказалась отнюдь не лишней. Вот так, постепенно мозаика многообразия форм выкристаллизовалась в стройную теорию. Хотя бы на уровне базовых элементов и их пространственного взаимодействия, а также конкретной специфики психовоздействия. Может быть, мне удастся убедить читателя в том, что на пер-

¹ Тараненко В. Непродуктивная психология, или Бомба для директора. Визитка: досье на партнера. – К.: Ника-Центр, 2008. – 280 с.: ил.

вичные (и никуда затем от нас не девающиеся!) психогео-метрические ощущения мы нередко старательно наслаиваем всякую бутафорию и хлам и чаще всего – не собственного изготовления. Но действительное психологическое восприятие все равно подсознательно делает свое дело. Актуальность данной проблемы не столько даже психологическая, сколько чисто житейская, т. е. насущная. Оглянитесь, нас повсюду окружает геометрическая символика. Товарные знаки, логотипы, фирменные значки, флагштоки с эмблематикой, рекламная «наружка» и рекламные видеоролики в телеэфире – все это воздействующее на нас организованное пространство тщательно подобрано и сложено из неких пространственных символов. Бизнес как всегда умнее правительства – не доверяя затертости слов, он использует для передачи «своих» сообщений информационные каналы подсознания. Так гораздо эффективнее что-либо донести до сведения. Воспринять глазом, однако, вы можете лишь пространственные явления и цвет. Все остальное расшифрует ваш мозг. Ну а носитель сознания, т. е. сам человек (он же покупатель, гражданин, избиратель, наемный персонал, деловой партнер и т. д.) по наивности решит, что это он сам, лично, так хочет и так поступает. Не будем простаками. Предлагая визитку или презентуя новую упаковку, на нас определенным образом воздействуют. Как конкретно? Для этого придется перебрать и изучить «кирпичики» из кладовой пространственных символов. Воспринять и понять, как все это воздействует на нас

с вами. И лишь зная расшифровку пространственных сигналов, можно попытаться их эффективно использовать в своих целях. Есть еще один аспект: предпочтение той или иной символики может многое рассказать о человеке или фирме. В конечном счете выбор любимившейся фигуры или композиции – не более чем психологическая проекция внутренних психологических процессов наружу. И поскольку для «передачи» выбран язык подсознания, то расшифровка может принести неожиданные сюрпризы. И тогда вы, может быть, совершенно по-иному увидите свою торговую марку. А взглянув на упаковку конкурента, поймете то, о чем лишь смутно догадывались. Итак, добро пожаловать в мастерскую психогеометрических технологий. Будет интересно и не без практической пользы. С уважением, автор.

1.2. «Квадратная» организация

На Востоке, чтобы поднять боевой дух, отжимаются,
на Западе – маршируют под прямым углом.

Козьма Прутков. Мысли после передислокации

А квадратное колесо так и не придумали.

...

КВАДРАТ – это проекция чего-то надежного, устойчивого, производящего, отлаженного и систематизированного. Вспомните квадратные в плане римские военные лагеря: помимо войск там располагалось целое хозяйство – от парфюмеров до строителей и кузнецов. Такой лагерь мог без труда выдержать блокаду и производить все необходимое самостоятельно. (Именно благодаря методичности и «хозяйственности» император Адриан смог в течение двух лет держать в осаде и в конце концов взять штурмом практически неприступную крепость Бетар, расположенную в безжизненной пустыне Синая, – последний оплот zelotского предводителя Бар Кохбы. Упрямая методичность и «экономический материализм» императора-стойка оказались более действенными, нежели воля и фанатизм защитников последнего оплота zelotства. А ведь крепость Бетар тайно подготавливалась к восстанию в течение предыдущих десяти лет.) В целом вся римская цивилизация развивалась и действо-

вала в «квадратном» стиле. На квадратных тумбах (подиумах) подпирают несущие балки римские архитектурные колонны, дошедшие в таком виде до наших дней. Имперскому сознанию римлян так больше нравилось – круглые подошвы греческих колонн им казались несолидными для «крутого» имиджа имперских храмов и государственных учреждений. Иное дело – тумба: прочная, величественная, граненая, а посему явно «по делу» занимающая свое место. Ее сложно игнорировать и мимо нее легкомысленно не пробежишь! Николай I, он же «Палкин», видимо, Россию представлял также только квадратной, в виде тотального прямоугольного плаца, где все размечено и построено. Красное здание университета на ул. Владимирской в Киеве – идеальное сочетание стиля ампира (от фр. *empire* – империя) и личных предпочтений царя. Плац для студентов (он же тогда и строевой), а сейчас просто внутренний дворик – там тоже квадратный.

Квадрат черпает энергию внутри себя, он ее производит и за счет этого способен к расширению своих владений. Чаще всего в поступательной, хорошо спланированной акции. Авантюрный риск – не дело квадратов: если и наступать, то только строевым шагом, в полной боевой выкладке. К обороне квадраты приспособлены еще лучше. Взять их на измор – только погубить себя, истощив в бесплодных атаках весь свой ресурс. Если на эмблеме – квадрат, то ищите источник могущества фирмы в ее действительной миссии, т. е. в секретах производства и целях, ради чего это все организовано.

У квадрата обязательно имеется что-то весомое и надежное. Как у тех же римлян – технология, организация и системность. Квадрат, производя, увеличивает собственные ресурсы, методически расширяя поле захвата. И делает он это не спеша, постепенно, тщательно взвесив все «за» и «против». Угловатость квадрата не позволяет ему атаковать среду незаметно, но вот осторожно – пожалуй. Методически подминая под себя захваченную территорию, квадраты всячески пытаются обезопасить свое продвижение. Осторожность никогда их не покидает, ибо, не будучи мобильными, они не могут зазря рисковать выбранным маршрутом, будь то движение фаланги по вражеской территории или вкладывание денег в производство.

Заметьте, по своей геометричности квадрат – фигура равносторонняя. Иными словами – экспансия во всех направлениях! Без видимого предпочтения направления главного удара. Сильное качество как для войны (никто не мог предугадать, с какой стороны отворятся ворота римского лагеря и в какой бок ударит конница), так и для бизнеса. Красноармейский средний комсостав с 1919 года (полк, батальон, рота, взвод) носил в петлицах именно квадраты-«кубики». (О дальнейшей психогеометрической эволюции воинских званий уже сталинского периода читайте далее.)

Так что символ полка длительное время ассоциировался с квадратом (четыре квадрата подряд!). Полк – предельно универсальная с абсолютно автономным хозяйством боевая

структурная единица вооруженных сил. Здесь – явно удачное соединение психогеометрии и символизма. В личностном психологическом плане квадрат – эмоционально беспристрастен. Деловой подход и взвешенный расчет для него куда предпочтительнее, нежели сиюминутные бури накала страстей. У квадрата (будь то человек или фирма) высшее наслаждение – то, которое достигается системностью и упорством. Еще один психологический штрих: в наличии мощная рефлексивность как способность проанализировать свои действия, но без малейших поползновений в мнительность и неуверенность. Квадраты – мощное рационализирующее и системообразующее начало – какие тут могут быть сомнения, если план действий разработан и утвержден! А если же их постигнут неудачи, то квадраты лишь сильнее углубятся в работу. Как символ трудоголического базиса они неоспоримы! Учтите еще и жесткость фигуры, а посему девиз квадратов: «Кто не работает, тот плохо живет!».

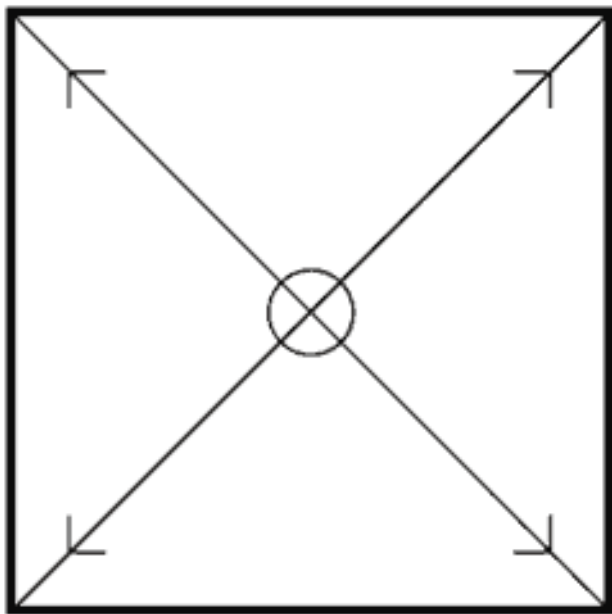


Рис. 1.1

Кстати, о жесткости этой геометрической фигуры (рис. 1.1). Она сконцентрирована по углам и в гораздо меньшей степени по середине сторон, т. е. квадраты свой силовой метод на среду осуществляют посредством создания опор-

ных узлов или направлений (углы), причем, заметьте, совершенно равноценных и поддерживающих друг друга (линии сторон). «Переть» против квадратов на их стратегическом выдвижении – дело совершенно губительное, только ресурс изматываешь, но вот если нанести неожиданный удар на второстепенном участке (середина стороны) – есть шанс проломить жесткий квадратный периметр. Учтите также, что квадрат обладает ярко выраженной центричностью², где точка пересечения диагоналей представляет собой «командный центр» фигуры.

Например, на языке маркетинга это, скорее всего, будет означать: единый стиль и четко выдержанная номенклатура (определенный тип товара) для всех видов рынка. Кажется, именно так нынче работает массовый «общепит». В аспекте менеджмента: строго централизованное управление и координация всего производства из единого «штаба». Хотя товары могут охватывать самые различные сегменты рынка. Если хотите, квадрат – это иерархически административное и плановое универсальное производство с отлично «выставленным» вертикальным управлением, которое не использует независимой дилерской сети и меняет номенклатуру товара лишь по команде сверху. В индивидуально-психологическом плане квадрат – это систематизирующий все и вся трудолюбик и производственник, с изрядной долей самоуверенности

² Центричность – термин, введенный автором для проведения психоанализа геометрических фигур. Означает выраженность визуального центра у фигуры.

и упрямства, но при этом всегда учитывающий степень проблем, возникающих на его пути, никогда не поступающий опрометчиво и имеющий превосходно наработанный самоменеджмент. Ну и естественный для квадрата примат рационального мышления и деловых принципов над эмоциями, особенно если последние – сиюминутные. Квадраты абсолютно не импульсивны, они не терпят эксклюзивности и спешки, но им нельзя отказать в способностях к аналитическому экстраполированию и предвидению тех или иных процессов. Еще они весьма деловиты, поскольку внутри жестких бастионов квадратного периметра необходимо создать хорошо налаженное и бесперебойное функционирование собственного производства.

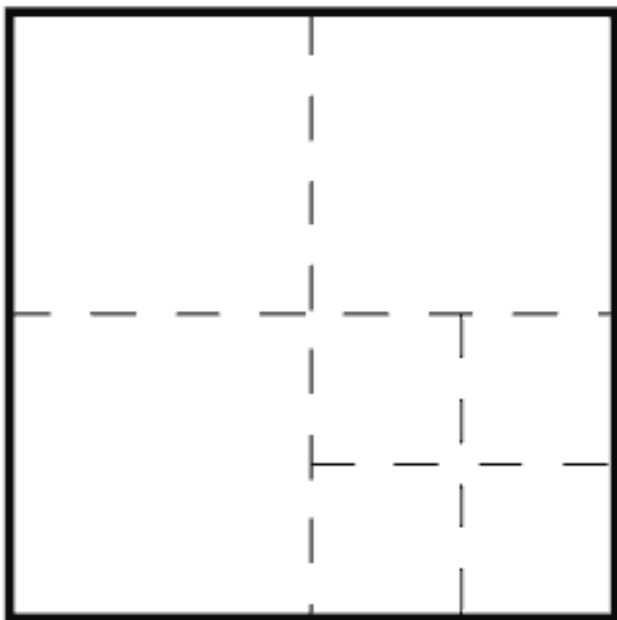


Рис. 1.2

Квадрат – фигура линейная и внутренне легко структурируемая по однотипному образцу (рис. 1.2). Ведь мы без труда можем представить большой квадрат, который состоит из нескольких маленьких. (Что и создавали с упоением

в полуторагодовом возрасте из набора кубиков.) Отсюда – тенденция поддерживать «на потоке» сколь угодно много однотипных линий производства или многократное применение одних и тех же методов управления. В мышлении – системно-аналитический подход с явно выраженным прагматизмом и унитарностью (фр. *unitaire* – стремящийся к единению). Квадраты (и фирмы, и люди) – мощные ассимиляторы окружающей среды: они все переделывают под себя, даже то, что совершенно им чужеродно. В итоге образуется нечто однотипное. Вспомните квадратов-римлян: они умудрились создать из разноэтнических лоскутов совершенно унифицированную империю с невероятно живучим и превосходно отлаженным механизмом самовоспроизводства.

Обратите особое внимание на элементы рассеченности квадрата (если таковые встречаются в изображении эмблемы, товарного знака, логотипа): в бизнесе таким образом могут неосознанно намекать на структуру управления, при которой в принципе независимые производственные подразделения формально сведены под одну крышу. Вообще любые разделительные линии внутри квадрата устраняют целостность и тотальность единой структуры (исчезает эффект доминирования диагонального «центра»), в итоге создается угроза структурного расчленения фигуры. Разделенный квадрат может в один день распасться на отдельные фрагменты, каждый из которых начнет свою биографию, впрочем, скорее всего, все тем же квадратом по стилю жизни.

Римский легион (в разное время от 3 до 10 тыс. чел.), в отличие от монолитной македонской фаланги (оба квадратного построения), мог прямо на поле боя развестись на отдельные когорты (от 360 до 600 воинов) либо манипулы (60-120 чел.), которые могли вести бой как самостоятельно, так и согласованно. В этом плане гибкость тактики и стратегии квадратов, по сути, не имеет себе равных. Те же римляне, имея вооружение невероятно плохого качества (короткие мечи из мягкого железа), тем не менее за счет своего «дивизионального» управления побеждали куда более грозные армии с более технологичным оружием (например, тех же фракийцев, галлов или даков с длинными, хорошей закаленной стали мечами).

Впрочем, возьмите на заметку и следующее соображение: разделительные линии внутри квадратной фигуры могут изобличать некий напряг и какие-то трения, вплоть до возможного разрыва единой структуры. Особенно – если линии раздела квадрата кривые или, скажем, зигзагообразные, т. е. рваные и дисгармоничные по отношению к общей линейной структуре. Это наглядно демонстрирует следующий графический пример.

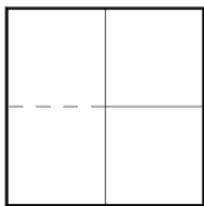


Рис. 1.3 а

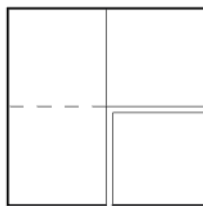


Рис. 1.3 б

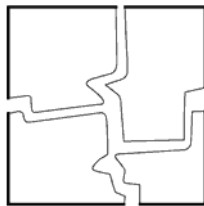
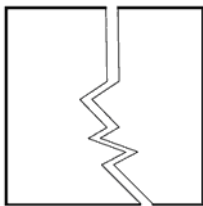
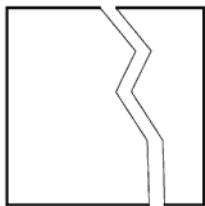


Рис. 1.3 в

Вариант на рис. 1.3 а – гармоничное, вполне естественное, эволюционное, тактическое, стратегическое или просто временное разделение квадрата (дочерние филиалы, гибкое структурирование, полуавтономные подразделения, диверсификация и т. д.).

На рис. 1.3 б представлен отдельный фрагмент квадрата, изображенного на рис. 1.3 а. Хотя он вроде бы визуальнопсихологически и в общем контуре большого квадрата, но фактически существует совершенно автономно. И тем не менее общая гармония не нарушена. Причина – в относительной легкости деления квадрата на такие же тождествен-

ные структуры и нежелания сие производить по каким-то не предусмотренным внутренней структурной логикой совершенно произвольным траекториям. В доказательство взгляните на фигуры, представленные на рис. 1.3 в. Совершенно другое ощущение, не правда ли? Что-то раздробленное на осколки, в которых лишь угадывается бывшая некогда целостной фигура. Тенденция распада явно доминирует над визуальным ощущением слитности. А все потому, что вариант на рис. 1.3 в – расколотый квадрат не по своей воле. Какие-то расходящиеся силы пытаются растащить дотоле монолитную квадратуру. Квадрат ну никак не может делиться на нелинейные осколки, для его рациональной логики – это сущий нонсенс, деструкция, катастрофа. Чем руководствуются дизайнеры, создавая подобного типа эмблемы (а они встречаются!), – совершенно непонятно. Квадрату вообще абсолютно чужда иррациональность в любых формах, тем более в собственных структурах. Вспомним стиль действия того же легиона: он распадается на меньшие, но такие же квадратные подразделения, а уж никак не на фрагментарные островки толпы. Для легиона это потеря управления, хаос, деструкция и гибель. Поэтому совет: не рассекайте на собственной эмблеме квадратную форму на нечто осколочное, сколь бы модернистским и продвинутым сей образ ни казался. Визуальное восприятие ведь ссылкой на моду не проведешь. Распад – он и есть распад, чего уж тут городить несуществующий огород.

Если говорить в аспекте временном, то квадрат – фигура, задающая ход времени в прошлое, к изначальной матрице, к неким принципам, законам и правилам. Будущее для квадрата – то, что изначально было заложено в прошлом как программа или бизнес-план. А настоящее – то, что реализуется «здесь и сейчас» по изначально задуманному. Отсюда – нежелание квадратов адаптироваться к сиюминутному моменту и приспособливаться к чему бы то ни было. Может, поэтому, глядя на раздробленный квадрат на каком-нибудь торговом флагштоке, мы тут же пытаемся перевести его, слить в первичную и узнаваемую фигуру (см. рис. 1.3 в). Но разъединенность нас все равно подспудно будет раздражать и тревожить. Ведь изначальный план почему-то был разрушен! Пророк Моисей скрижали с наставлениями Господа, которые собственноручно разбил из-за непослушания своего народа (Книга Исход, гл. 32, 19), позже, раскаявшись, тем не менее склеивать не стал. По воле Господа он воссоздаст их абсолютно заново, вытесав из камня (там же, гл. 34, 1). Но перед этим перебьет со своими приспешниками порядка трех тысяч упрямцев и смутьянов.

Один из возможных выводов следующий: прошлое как программа должно быть всегда безупречным. Что следует учитывать, создавая в том числе и визуальную символику.

Коммуникация: квадраты, безусловно, предпочитают коммуникативировать по системным, аналитическим и рациональным признакам. Они – строго левополушарные субъ-

екты, а поэтому мыслят и действуют соответствующим образом. Логика для них – основа основ. В деловом разговоре квадраты привыкли убеждать всех именно несокрушимой логикой доводов и системностью подходов к разрешению той или иной проблемы. На выпады оппонентов, особенно в эмоциональной форме, они практически не реагируют. Подобный фирменный знак – прерогатива тех, кто предпочитает твердые правила и надежные законы во всем. Иными словами, абсолютно позитивистский подход к миру: что не понято либо не может быть воспроизведено, отвергается тут же на корню. С квадратами можно общаться только на их «инженерном» языке. И еще: у квадратов нет индульгенций для личностей слишком спешащих и неосновательных. Точно так же, как и для тех, кто живет в мире грез, фантазий или мистического озарения.

1.3. Фигура и цвет

Громыхая проползли «пегие», «кrapчатые» и «в яблоках» неуклюжие коробчатые танки. Под кавалерию, что ли, косят?

Солдат Швейк. Война идиотов

Внушительная квадратная кровать была цвета песчаных дюн после слива отработанного мазута.

Фень-шуй в эпоху посттехнотронного общества

Цвет и форма – это, безусловно, диалог двух сущностей. И он может быть разным: от возмущенной брани типа «нам вместе жить нельзя!» до глубинного взаимопроникновения. Тут уж как подгадаешь...

Белый квадрат, пожалуй, то же самое, что и лыжник в Сахаре. Роликовый, разумеется. Передвигаться можно, но только по плотным участкам.

Белый цвет отрицает накопленный опыт, на котором строит всю свою крепость квадрат. Как тут быть? Опять же, в белом много ожидания, но нет ни капли рассудочной логики. Только сплошная иррационалистика. Белый низводит диагональный центр и деформирует внутреннюю среду фигуры. Еще он заявляет слишком громко о себе. Квадраты же, как известно, предпочитают молчаливо подготавливать собственные начинания. И потом эта неопределенность будущее-

го, когда все, как в белом тумане. «Бр-р-р!» – ответил бы на сие истовый и прагматичный квадрат, ежась как от изморози.

«*Черный* квадрат» прославил в свое время художника Малевича. Черный цвет придал рациональному квадрату бесконечность внутренней глубины, загадочность и предельную жесткость наружного контура. В черном все тонет, даже «квадратная» логика. Эта внутренняя экспрессия нас и очаровывает. Логик и рационалист, заглядывающий в пропасть неведомого. Барьер, который увлекает подсознание.

Алый квадрат – это война. Сочетание развернутой и динамической экспансии вкупе с методичностью и системностью подхода. Впрочем, в данном случае экспрессия все же побеждает.

Темно-красный, пурпурный, вишневый квадрат – совершенно иное дело. Агрессивность и импульсивность порыва сдерживается ради более глубокой реализации миссии. Больше продуманности и мотивированности. Весомость, значимость, респектабельность в сочетании с уверенностью системно-аналитического подхода. Получается сильно.

Серый цвет придаст квадрату динамичности и выгодно оттенит его достоинства. Логика и методичность обретут свободу полета (светлые тона). Темно-серый добавит рассудочности и непоколебимой уверенности. А вот с эмоциональной чувственностью, видимо, придется распрощаться. Серые квадраты легко наступят на горло любым сантиментам.

Впрочем, они отличаются необычайной толерантностью и гибкостью к нововведениям. Правда, без ревизии основных стратегических приоритетов.

Желтый квадрат – это, наверное, кто-то пошутил. Вы можете представить чиновника, застегнутого на все пуговицы, который вдруг пустился в танец в кругу цыган? Желтый и квадрат – нечто подобное. Необязательная, расточительная экспансия вовне в стиле эксклюзива и предусмотрительная плановость? Запрячь трепетную лань в повозку с какими-то брусками? Желтый цвет, пожалуй, низведет достоинства квадрата до балагана. Хотя иногда именно так и случается.

Оранжевый – уже легче. Добавляется экспрессия и возникает какая-то определенная цель. Пусть не по «квадратным» правилам.

Зато *зеленый* квадрат, особенно темных тонов, максимально усилит свою упорядоченность, методичность и пунктуальность. Зеленый цвет лишь усилит несговорчивость квадрата и его упрямство. Возникнет эффект «двойного квадратизма». Бывает так, что цвет и фигура нашли друг друга. Только вот жить от этого легче не стало.

Коричневый квадрат стремится к комфорту и достатку. Трудоголизм, деловая хватка и упрямство в достижении при этом никуда не деваются, наоборот – усиливаются. Коричневый еще более осторожен, сговорчив и готов ради благосостояния и комфорта отказаться от многого. Стареющий

квадрат, мечтающий о покое и удобствах. Все мы имеем на это право.

Фиолетовый или *сиреневый* цвета придадут квадрату ощущение загадки. Появится что-то трансцендентное. Или глубинно-холическое. Во всяком случае, планомерный и предусмотрительный квадрат выйдет за границы себе дозволенного. Может быть, по зову чего-то иного?

Глава 2. На главном направлении, или Вытянутые квадраты на марше...

2.1. Осевой ориентир

Чтобы дотянуться до звезд, можно выложить ступени к небу.

Козьма Прутков. В тени зиккурата

Прямоугольник (в трехмерном варианте – прямоугольный параллелепипед) – это своего рода вытянутый квадрат (рис. 2.1). Самая примечательная особенность прямоугольника в аспекте психологического восприятия – наличие у него оси симметрии. Таким образом, прямоугольник – фигура, которая акцентуирована по направлению, вдоль оси симметрии (чем она и отличается от равностороннего квадрата). Казалось бы, факт очевидный и обыкновенный, но в психологическом плане он решающий: прямоугольники формируют у нас восприятие направления по линии длинной оси прямоугольника (он ведь имеет еще и вторую, короткую, поперечную).

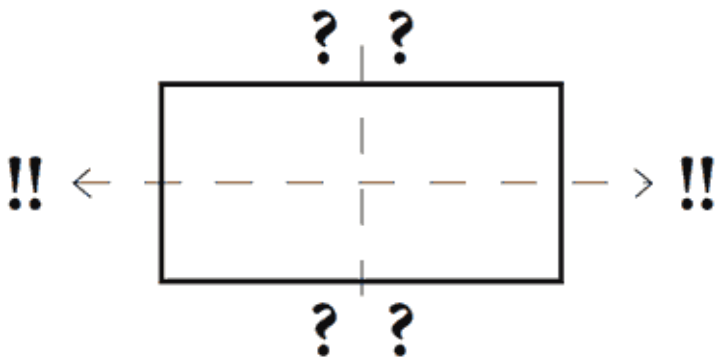


Рис. 2.1

Так вот, наше восприятие прямоугольника самопроизвольно никогда не будет следовать по короткой оси, перпендикулярно вытянутости фигуры (грубо говоря, мы будем смотреть «вдоль», но уж никак не «поперек»). В противном случае мы сталкиваемся с нонсенсом. Дизайнерам пространства, пожалуй, не стоит пытаться играть против природы. В доказательство сравните ваше психологическое восприятие фигур (рис. 2.2 а и 2.2 б).

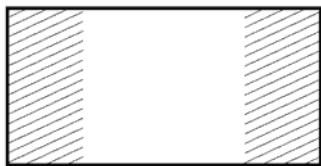


Рис. 2.2 а

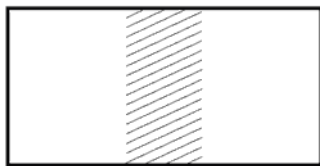


Рис. 2.2 б

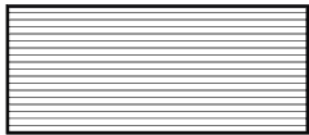


Рис. 2.2 в

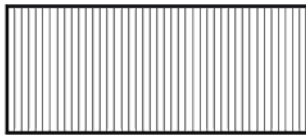


Рис. 2.2 г

В первом случае фигура смотрится более естественно и предпочтительнее, нежели во втором. Данный пример подтверждает тот феноменальный факт, что зоны акцента находятся по краям прямоугольника, но уж никак не посередине. Вообще-то, прямоугольник чем-то напоминает биполярную фигуру, так как у него два расходящихся окончания. Но, с другой стороны, прямоугольник легко представить также и в виде односторонней фигуры, у которой есть начало (обычно это левый край) и окончание (правый край). Это свойство или состояние легко можно продемонстрировать примером (рис. 2.2 в): штриховка для зрителя направлена слева направо, а не наоборот. Как бы там ни было, но мы смотрим вдоль «продольности» прямоугольника, акцентиру-

ясь, как уже было сказано, по направлению. А вот чувство центра, некой общности у прямоугольника заметно ослаблено по сравнению с тем же квадратом, т. е. идея направления явно преобладает над идеей центричности (сравните рис. 2.2 а и 2.2 б). А теперь хотите небольшую визуально-психологическую «сшибку» по методу «кашу маслом испортишь»? Сравните, какая из двух фигур (рис. 2.2 г и 2.2 в) вам покажется целостней и собранней именно в образе прямоугольника. Скорее всего, та, что имеет вертикальную штриховку. Горизонтальный контур прямоугольника, противодействуя вертикальному направлению линий, создает напряжение, которое мы и воспринимаем как усиление фигуры. Совершенно иная ситуация с вариантом на рис. 2.2 г. Горизонтальные линии настолько усиливают эффект продольного движения, что вертикальные стороны прямоугольника уже не в силах удержать единство фигуры. Еще чуть-чуть, и мы сможем убедить себя, что видим просто связку горизонтальных линий. Фигура, как говорится, несколько «поплыла» по линии продольного акцента.

Итак, что же мы имеем, сравнивая прямоугольник с квадратом? Ответ напрашивается сам собой: прямоугольник — это бывший квадрат, который почему-то перераспределился по одному направлению. Причину направляющей эволюции мы, конечно, не знаем. Но факт неравномерности перераспределения психологического восприятия налицо. Доселе собирательный центр (у квадрата он равноудаленный) яв-

но «ангажирован» обслуживать генеральное (то бишь продольное) направление прямоугольника.

Можно сказать, что прямоугольник – типично акцентуированный и озабоченный каким-то намерением квадрат. Есть динамика и есть некая концентрация по конкретному направлению. Поэтому пространство вокруг прямоугольника (т. е. внешняя среда) также акцентуировано по продольной оси на очень значимое и представляющее несомненный интерес (туда движется вся фигура прямоугольника) и индифферентное, по направлению поперечного сечения (рис. 2.1).

Заметьте еще одну особенность геометрического психовоздействия прямоугольника: он указывает только направление, но уж никак не вектор. Иными словами, прямоугольник не выполняет функции стрелки, поскольку обе его конечности равно акцентуированы. Прямоугольник симметричен, и этим все сказано (см. рис. 2.2 а). Чтобы преобладала какая-то сторона фигуры, нужна дополнительная визуально-образная информация, но она должна быть специально привнесенной извне. Если же таковой нет, то мы обычно воспринимаем любую продольную фигуру (не только прямоугольник, например, тот же овал) в направлении слева направо. Это обязательно нужно учитывать при дизайнерской разработке.

2.2. Прямоугольник на визуальной службе

Что лучше: тонкий и длинный или короткий и толстый?

Вопрос из серии: «А вы что подумали?»

Гранитный обелиск приковывал внимание и вызывал у «бойцовского кота» невольное уважение. Своей жесткой лаконичностью.

По мотивам повести братьев Стругацких «Парень из преисподней»

В фирменных эмблемах, товарных знаках и прочей геральдике прямоугольник, равно как и его друг – квадрат, чаще всего не висит в воздухе, а соприкасается с каким-то основанием. По своей угловато-прочной форме эти фигуры уже изначально предполагают контакт с основанием, неким базисом, фундаментом. Среда для них – всегда опора собственного существования. С психологической точки зрения весьма принципиальный момент: и фирма-прямоугольник и человек-прямоугольник попросту не мыслят себя без изначального и основательного контакта со средой, эдакого энергетического и сырьевого «заземления», точь-в-точь как у сказочных богатырей, которые черпали свою силу лишь тогда, когда твердо стояли на земле. Так вот, у прямоуголь-

ника есть две различных возможности контакта со средой (рис. 2.3 а – вертикальный прямоугольник и 2.3 б – горизонтальный прямоугольник), т. е. либо длинной, либо короткой стороной. При этом совершенно различно и визуальное психовоздействие: вариант, представленный на рис. 2.3 а, предполагает старт от среды кверху (при этом задается вектор, заметьте!), то бишь – к могуществу и неким свершениям, а в конечном счете к некоему абсолюту. А вариант, представленный на рис. 2.3 б, – наоборот, усиливает движение приземленное, преобразовательное, растянутое во времени. Если первое, образно говоря, – одномоментный толчок к совершенству, восхождение, взлет ввысь, то второе – окружающе-преобразовательное, основательное и постепенное, по плану и предначертанному направлению. Вертикальное направление – всегда риск, тяготение к одномоментному успеху и чрезмерное напряжение всех сил и ресурсов при сравнительно небольшом базисе, в то время как горизонтальное отличается осторожностью, практичностью и прагматизмом, следуя правилу «тише едешь – дальше будешь». Одна фигура, но какие совершенно различные психовоздействия обуславливают ее пространственное расположение! На примере прямоугольника мы сталкиваемся с психологическим феноменом, когда принципиально важно не только, что изображено, но и в каком пространственном направлении.

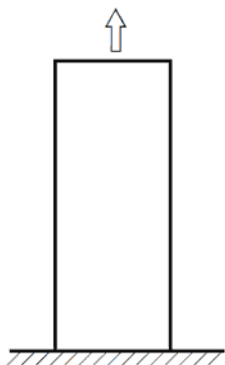


Рис. 2.3 а

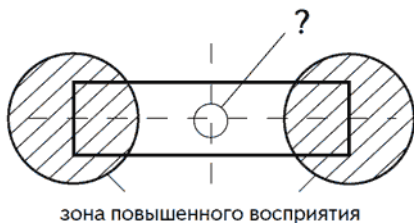


Рис. 2.3

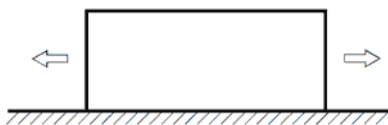


Рис. 2.3 б

Рассуждения отнюдь не отвлеченно-теоретические. Существуют ведь два типа флагов: вертикальный (рис. 2.4 а), типа японского самурайского, и горизонтальный (рис. 2.4 б), так сказать, европейский. Согласитесь, вертикальный флаг перед иностранным торговым представительством поначалу был в диковинку, сейчас привыкли. Но мало кто задумывается о программирующей идее, которую он выражает, а именно: достичь могущества и совершенства любой ценой! Здесь, и теперь, и немедленно! Сильно сказано, но особенно сильно это передается образно. Опять же, цвет и эмблема могут усилить впечатление (см. рис. 2.3 и 2.4).

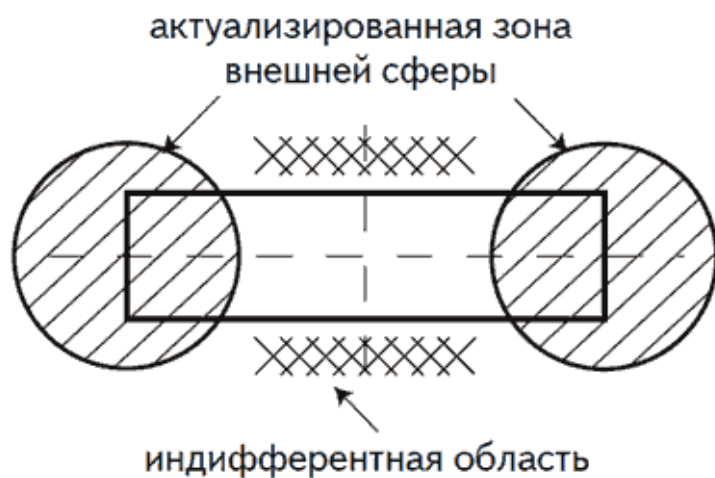


Рис. 2.4



Рис. 2.4 а



Рис. 2.4 б

Горизонтальный флаг, несомненно, уступает в харизматичности успеха и победы вертикальному, а потому в век «бизнеса как войны» он слегка сдал позиции, поскольку предлагает постепенность, осмотрительность и направлен-

ность на более прозаические вещи. В нашу стремительную эпоху сверхвысоких амбиций, скоростей и сверхтехнологий ему, пожалуй, не всегда удастся резонировать с предъявляемыми ожиданиями. Сегодня – мода на направленную вертикальность, поскольку она отвечает амбициозным и честолюбивым порывам мирового постмиллениумовского бизнеса и политики (кстати, гораздо чаще стали попадаться и визитки, реализованные в вертикальном варианте). Примем также к сведению, что, чем уже вертикальный прямоугольник, тем менее основательным воспринимается его прочность и надежность, зато амбиций – хоть отбавляй. Из трех вертикально расположенных прямоугольников одинаковой площади (рис. 2.5 а, б, в) наиболее устойчивым вам покажется вариант, представленный на рис. 2.5 в, хотя наиболее симпатичным, вполне возможно, будет самый высокий. Значит, ради успеха вы готовы рискнуть и идти к своей звезде кратчайшим путем.

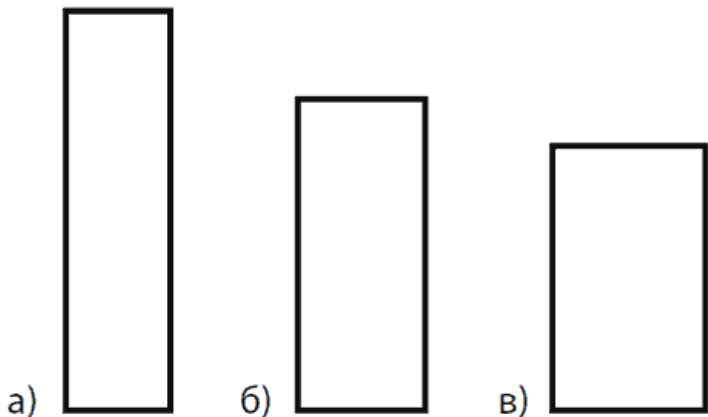


Рис. 2.5 а, б, в

Предлагаем вашему вниманию маленький прямоугольный глюк из повседневной жизни. Пешеходная «зебра», как известно, состоит из белых прямоугольных полос, на которые так любят постоянно наезжать автомобили, невзирая на протесты пешеходов. Иногда подобное вторжение заканчивается для всех плачевно. А все потому, что прямоугольные полосы не так нарисованы! Они ведь вытянуты по ходу движения автомобиля, но отнюдь не пешехода! Иными словами, лежат не «поперек», а «вдоль» проезжей части, хотя почему-то считается, что «зебра» поперечная и призвана психологически тормозить водителя. Увы, визуально происходит совершенно противоположное: и потому на «зебру» так лег-

ко наехать. А вот ступать вы будете на нее с легкой опаской: белые «перекладины» прочно ассоциируются с веревочной лестницей.

2.3. Портрет в прямоугольном интерьере

Рационализм всегда прямоуголен.

Аксиома психологической геометрии

И почему это пушка не умеет стрелять из-за угла?

Козьма Прутков, фейерверкер

А теперь – еще несколько слов о психологическом портрете человека- и фирмы-прямоугольника. Индивидов-прямоугольников легко определить по особой привязанности и симпатии к своей фигуре на визуальном сигнальном уровне: оформлении визитки, фирменной или товарной эмблеме, предпочитаемом рисунке на галстукке (рис. 2.6), или бросающейся в глаза детали интерьера, в конце концов – предпочтительный выбор этой фигуры из ряда других.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.