

色彩的性格

Wie Farben wirken

色彩心理 色彩象征 色彩构思

[德] 爱娃·海勒 (Eva Heller) 著 吴彤 译



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press



Wie Farben wirken

色彩的性格

色彩心理 色彩象征 色彩构思



[德]爱娃·海勒 (Eva Heller) 著 吴彤 译



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

京权图字：01—2003—8358

Originally published under the title WIE FARBEN WIRKEN

Copyright©1989 by Rowohlt Verlag GmbH, Reinbek bei Hamburg

本书简体中文版由德国 Rowohlt Verlag GmbH 出版社授权中央编译出版社独家出版发行。

版权所有，未经许可，不得翻印。

图书在版编目 (CIP) 数据

色彩的性格 / (德) 海勒著; 吴彤译. —北京:

中央编译出版社, 2008.1

ISBN 978-7-80211-572-9

I. 色… II. ①海…②吴… III. ①美学: 心理学②色彩

学: 文化人类学 IV. B83-05 C912.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 191539 号

色彩的性格

出版人 和 龔

责任编辑 苗永姝

责任印制 尹 珺

出版发行 中央编译出版社

地 址 北京西单西斜街 36 号(100032)

电 话 (010)66509360(总编室) (010)66509353(编辑室)

(010)66509364(发行部) (010)66509618(读者服务部)

网 址 <http://www.cctpbook.com>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京新丰印刷厂

开 本 787 × 1092 毫米 1/16

字 数 323 千字

印 张 28

版 次 2008 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

定 价 158.00 元

本社常年法律顾问: 北京建元律师事务所首席顾问律师 鲁哈达

凡有印装质量问题, 本社负责调换。电话 010-66509618

关于本书

Guan Yu Ben Shu

针对有关情感和特征的200个概念，爱娃·海勒进行了一次大规模的不记名调查。调查是围绕色彩展开的：爱情是什么颜色的？红色和粉红色——大多数人这样回答。幸福是什么颜色的？金色和红色——这是最常见的答案。嫉妒呢？认为黄色的居多。优雅呢？答案是黑色和银色。这次调查所提出的问题涉及代表过时的颜色、狂妄自大的颜色、芳香的颜色、越出常规的颜色直至代表愤怒的颜色、信赖的颜色、暧昧的颜色等。我们将调查结果呈现于此以飨读者。

本书并没有讲述理论性的教义，它主要展示了每种色彩在其典型性意义中的众多效果。了解这些效果，就可以自如地应用各种色彩，使它们反映出人们所要求的意义。爱娃·海勒还提供了有关色彩效果的背景材料，读来妙趣横生、引人入胜。看这本书时，人们会不时惊异于各种色彩及其效果之间闻所未闻的关联。尤其令人吃惊的是，如此众多关于颜色的联想出自口头用语，比如：为什么喝醉的人是蓝色的？为什么我们会把毒药和绿色联系在一起？

至于色彩的效果是如何形成的，文化的差异应是根本性因素：在中国，黄色代表智慧、完美；信奉伊斯兰教的国家没有所谓的毒药的绿色，因为在那里绿色是神圣的颜色。作者还解释了性的象征意义：为什么绿色象征萌芽的爱情而褐色象征隐秘的爱情？为什么黑色、红色、金色是男人的颜色，而白色、蓝色、银色代表女人的颜色？本书囊括了我们视为具有独立心理效果的全部色彩，其中包括褐色、橙色、灰色、粉红色、紫色等混合色以及金色和银色。

对于那些并非出于自愿而参加色彩精神分析测试的人，在这里可以获知顺利通过色彩测试的最佳选择方案。

作者

Z u o z h e

爱娃·海勒曾在德国柏林和法兰克福学习社会学和心理学。她出版过实用读物《广告文化——理论与实践》。她的文学作品包括畅销小说《下一个男人会完全不同》和《值得称道的男人》。她的儿童读物《所有颜色的真实故事——献给热爱绘画的孩子们》作为颜色教科书，于1995年由德国青年文学奖评审委员会评为最佳青少年读物。

有生命的色彩

《色彩的性格》全彩精装版本终于面世了。新版有别于第一版主要有三处：

首先，作为一本讲述色彩文化的涉猎面广的百科全书式的著作，数量有限的名画及色谱实在不足以显示这本色彩著作的优势。这也是我们在本书第一版出版后唯一感到遗憾的地方。而在新版中，根据文字内容，我们增加了大量的世界名画来表现色彩的丰富和多义。唯有名画，才能展示画家创造性的色彩构思，才能表达色彩在不同民族、不同历史时期的象征效果和心理效果。

第二，针对有关情感和特征的200个概念，作者开展了一次大规模的不记名调查，在调查结果的基础上，作者制作了一个直观的色谱，表达“拒绝”、“进攻性”、“妩媚”、“性爱”、“真理”、“奢侈”等情感和特征，使被访者的色彩选择和色彩搭配一目了然，但是却缺少对每种概念及各种概念之间的关联的阐释。在新版中，我们把这些色谱放到最具代表性的颜色那一章，并把相关的概念色谱放到一起，对这些概念加上简洁、精炼的解释，使每一种情感和特征与色彩之间的意义关联清晰呈现。

第三，第一版中散落在书中的调查结果，我们把它集中制作一个调查表，以便随时查阅这个调查表，获知每种情感和特征的调查结果。

本书德文版书名直译为《色彩是如何起作用的》，第一版则采用了《色彩的文化》这个书名。新版我们把书名定为《色彩的性格》，一是为了区别于第一版，更主要的考虑是：色彩之所以带有不同的寓意，实际上是各民族的人们所赋予的。不同的色彩心理，不同的色彩象征，不同的色彩构思，这样，色彩才会变成有生命的色彩，变成每个民族的人们心中的色彩。所以我们选择了《色彩的性格》这一拟人化的书名。

在本书新版打造过程中，得到了出版社总编的高度重视和亲自审读，得到了编辑、出版、发行各部门的通力合作，向他们表示感谢。另外，中国人民大学副教授、美学博士王文娟女士为本书提供了大量名画，向她特别致谢。

《色彩的性格》以全彩精装版本的面貌呈现，希望读者能与我们共同踏上充满美感的色彩之旅，呼吸领略浓郁的色彩文化气息，在色彩的盛宴中饕餮一番。

编辑

苗永姝

2007年11月9日

引 言

希望和毒药可以是同一种颜色吗？

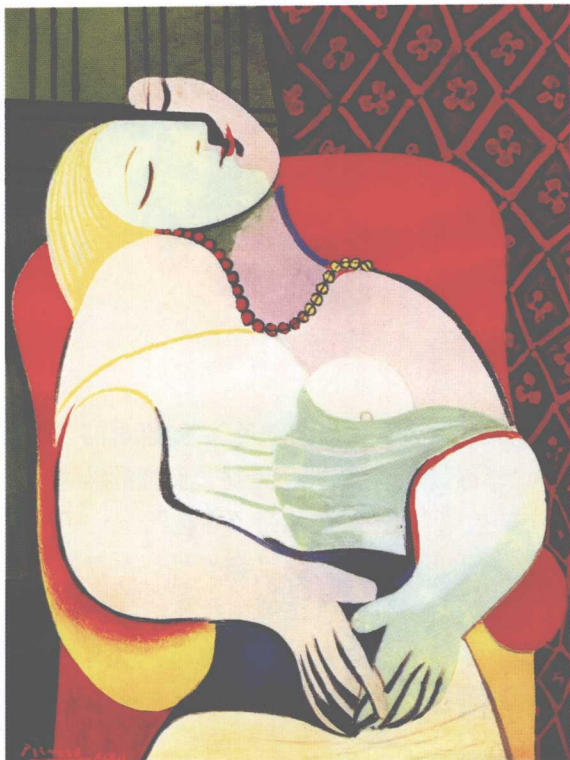
如果问“希望是什么颜色的”，大多数人会回答“绿色”。如果再问“毒药是什么颜色的”，大多数人会回答“绿色”。绿色让人联想到苦而涩的味道。但如果再问“哪种颜色更能起到镇定的效果”，答案仍然是“绿色”。

本书作者进行了大规模的调查，询问了1888名男性和女性。在调查表上作者根据不同的情感和经验的范畴罗列了多种概念，例如“爱情是什么颜色的”，“仇恨是什么颜色的”，与此同时，调查表还就过时的颜色、令人感到舒服的颜色、狂妄自大的颜色、芳香的颜色、越出常规的颜色直至代表愤怒的

颜色、信赖的颜色、暧昧的颜色等提出了不同的问题。被询问者则按照这些概念和问题将蓝、褐、黄、金、灰、绿、橙、粉红、红、黑、银、紫、白等13种颜色排列顺序。调查以书面形式进行，是不记名的。被询问者需给40个概念排列颜色的顺



《圣乔治屠龙》 英国 乌切洛 1456年



《梦》 法国 巴勃罗·鲁伊斯·毕加索 1932 年

象征仇恨的有红色和黑色。如果问“哪种颜色是代表幸福的颜色”，最常见的答案是“红色”和“金色”，幸福的第三种颜色是“绿色”。非主要颜色决定基本颜色的效果。

色彩如何能够唤起如此不同的情感？

我们将每种色彩与多种多样的经验联系起来。我们注意某种颜色时的情境会令我们回想起这些经验来。这种情境可以告诉我们某种色彩是真实的还是象征性的，某种色彩是传统的还是创造性的。情境阐明色彩的效果。本书将从色彩的各种效果中来探讨所有的色彩。

序，回答多张调查表中提出的总共200个问题。本书即这次调查结果的呈现与阐释，而绝大多数的调查结果则直观地反映在第一部分的色谱插图中。

对每一种颜色我们都有某种特别的感受吗？

回答是否定的，因为我们的情感远远多于色彩。红色是爱情的颜色，但也是仇恨的颜色。所以重要的不仅仅是那些常常被提及的颜色——我们把每一种情感和多种颜色联系在一起，这些颜色相互补充，相互说明。代表爱情的除了红色还有粉红色，象

1. 心理效果

色彩能够唤起人们自然的、无意识的反应的联想。这种心理效果是如何产生的呢？它源于经验，这些经验我们经常体验，以至于成为我们内心世界的一部分。

就绿色而言，如果我们看到和红草莓摆放在一起的绿草莓，我们会不期然地联想到未成熟的事物，由此不成熟的颜色被概括为青春的颜色：“耳背还是绿色的”是用来形容乳臭未干、未经世事的年轻人。绿色在道路交通中的效果却截然不同，在这里绿色以一种积极的意义印在了我们的潜意识里。如果在大自然体验绿色，它的效果又有所不同：绿色变为健康的颜色、生机勃勃的颜色。绿色也象征着恢复健康，因为我们到绿色的大自然中去休养生息。归于某种色彩的所有特征均源于经验。绿色介于极端的红色和蓝色之间，所以起到镇定的效果，属于中性。红色热烈，蓝色冷静，绿色则柔和。红色显得接近，蓝色远如天际，绿色则位于中间，不远不近。在精神分析的颜色测试中，位于中间的颜色代表心理上的安宁和平衡。

2. 象征效果

颜色能够被赋予真实色彩所不具备的概念。颜色的象征效果是如何产生的呢？它们也源于经验。只是这类经验极少是个人的，大多是流传了几百年的传统。为什么希望是绿色的呢？希望是在匮乏时期后产生的一种情感，人们将希望与春天相比。这一点也表现在语言上：就像种子



《静物》 法国 路易斯·欧热尼奥·梅伦德斯

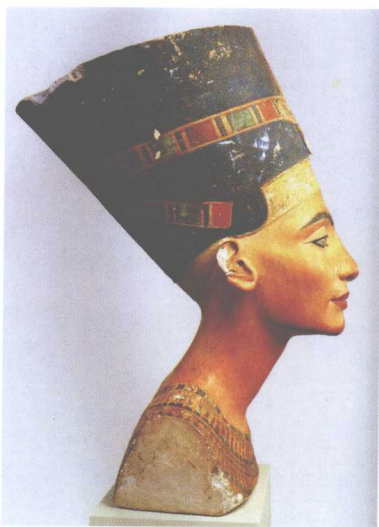
在严冬后发芽，在黯淡的日子后新的希望在人的心田萌发。在中世纪也有与此相同的比喻，那时人们用绿色象征处于萌芽阶段的爱情。直到今天我们说不给某个讨厌的人以“绿色”，意思是我们不会友好对待此人。

和黄色配在一起，绿色则成为嫉妒的象征颜色，比如说有些人嫉妒得脸都发绿了。流传下来的经验告诉我们：经常生气的人会患胆囊疾病，而胆囊就是黄绿色的。

象征效果产生于将一些经验普遍化，将色彩的心理效果抽象化。因此心理效果与象征效果存在紧密的联系。

3. 文化效果

存在于不同文化中的不同生活方式决定了色彩效果的不同。在欧洲，绿色是风景中一道普通的颜色，而对于生活在荒漠中的民族而言，绿色却是天堂的颜色，因此绿色是伊斯兰教中神圣的颜色。埃及地位最高的神有一身绿色的皮肤。在绿色象征高贵的文化里，绿色被视为男性的颜色。各种文化中最受尊重的颜色都是男性的颜色，第二等颜色才是女性的。



《王妃像》古埃及 公元前1360年

许多色彩效果都带有民族特征。如果形容一个英国人是“蓝色”的，则意味着这是个多愁善感的人；而形容一个德国人是“蓝色”的，则表示这个人喝醉了。本书将对这些带有民族特征的色彩意义的渊源加以解释，这样可以再次唤醒那些被我们意识所忽略的色彩效果。

4. 政治效果

在政治领域里色彩具有特殊的象征意义。古老的徽章和旗帜上的色彩就是当政王朝的颜色，即使现代的旗帜和徽章也标志着政治与宗教的权力关系。红色是革命旗帜的颜色，是所有社会主义国家旗帜的基本色彩。绿色

是伊斯兰教中神圣的颜色，是所有信仰伊斯兰教国家旗帜上的基本色彩。绿色也是绿色岛屿爱尔兰的国旗的颜色。在爱尔兰绿-白-橙三色旗中，绿色象征着天主教，橙色作为新教奥拉宁王族的颜色象征着新教，绿、白、橙这三种颜色的组合标志着爱尔兰国家和权力的联合。德国国旗中黑、红、金三色的组合也是如此。

5. 传统效果

看似不合理的色
及印染的古老工艺
常的颜色——
想到毒药的绿
画的绿色颜料
仑最喜欢的颜
这却成了他的
岛上潮湿的气
中的有毒物质
仑最后死于慢
色让人联想到
点保留至今。



《美惠三女神》法国 巴龙·让-巴蒂斯特·勒尼奥 1793年

在过去的
每一种颜色均
些颜色价格不
印染工艺。决
并不是品味，
的面料用昂贵

宜面料的染料自然价格低廉。深绿色是一种便宜的颜色，所以欧洲的王公贵族是不会穿绿色服装的。但是简单的毡和粗呢大多染成绿色，“在绿色桌前做计划”这句成语就与此有关：以前赌桌和书桌的毡垫多为深绿色，这句成语寓意为闭门造车，不切实际。在我们今天使用的语言中仍然蕴含着许多被遗忘的传统。“变成

彩效果常常与颜料提取
有关。为什么蔬菜通
绿色会让我们
色呢？以前绘
中含有砷。拿破
色就是绿色，而
灾难：圣赫勒纳
候把绿色墙纸
蒸发出来，拿破
性砷中毒。绿
有毒物质这一

几百年中，并非
可任意使用，有
菲，需要繁复的
定着装色彩的
而是金钱。昂贵
的颜料印染，便

《玛丽莲·梦露》
美国
安迪·沃霍尔
1967年



蓝色”和“制造蓝色”这两个成语就产生于古老的印染方法。历史背景为传统效果作着注释。



6. 创造性的效果

在这里我们谈一谈如何赋予色彩新的效果：为什么装葡萄酒的瓶子都用绿色的，从不用深红色的呢？为什么水怪和火星人总是绿色的呢？如果对感受进行创造性的表达时，爱情甚至可以是毒药的那种绿色。关于色彩创造性使用的原理在“蓝色”这一章中的第18节会详细加以阐述。

同一种色彩总是有不同的效果。甚至我们感觉到的色调也是由当时的情境来定义。象征希望的绿色和毒药的绿色可以是同一种绿吗？大多数接受调查的人认为：绝对不是！希望虽然是绿色的，例如可以是绿松石那样的绿色或者是五月的绿色，但绝对不会是毒药的那种绿色。没有一个人把黄瓜的绿色描述为宝石的绿色，把洋蓐的绿色形容为军绿。反之，尽管菠菜的绿确实与绿宝石的绿是一样的，却没有人将绿宝石的绿描述为菠菜的绿色。虽然画家让希望女神穿上亮绿色的衣服，但也没有人将这种绿称为毒药的绿色，而是五月的绿色——尽管色调是一样的。又有谁会将会英国画家格奥尔格·弗雷德里克·瓦茨 (George Friederick Watts) 比喻希望时所采用的绿色 (参见图22) 视为典型的希望的绿色呢？

众所周知，爱斯基摩人掌握很多关于白色的名称，这看上去充满异域风情，



但也不难理解，因为爱斯基摩人必须在一个白色的世界里辨认方向。在我们对爱斯基摩人的独特世界感到惊奇的时候，我们或许忘记了在每种语言中关于每种颜色都有许多名称。

一个人认识多少颜色，取决于他与颜色打过多少交道。画家所认识的颜色比牙医多，而且能更准确地描述色彩之间的细微差别。在许多职业中，能够掌握特殊色差方面的知识起着至关重要的作用。色差决定绿宝石的价格，所以珠宝商能看出中等绿色和深绿色之间的多个层次。珠宝商还能准确描述一种绿色的不同颜色的组成成分：电气石的深绿色中的黄色成分比绿宝石的黄色成分重。皮货商和木材商能够说出多种褐色的色调。出售书写纸和绘画用纸的商人能够和爱斯基摩人一样区分不同的白色。

在德国，众所周知的绿色色调就有 40 多种红色的色彩变化近 100 种。为了丰富对五彩缤纷的色彩的了解，本书在每一章的前面均附有标着各种颜色名称的列表，其中也包括绘画颜料的名称。

一个人所喜爱的颜色能说明他的哪些性格呢？大家或许都了解为所谓的精神分析所作的一种色彩测试，在测试中被测试人需要将一些彩色的小卡片依照自己的喜好进行分类。这种测试声称能够根据整个色谱中某些色彩的排列顺序揭示人的个性，可是对此很多人却疑惑不解。



事实上是这样的：所有的 《伊莎贝拉·法尔内塞皇后》 法国 让·朗克 1723 年

情感、性格特征均可以和色彩联系起来，色彩多层次的象征意义可以给所有的重要问题提供基准点。而另一方面，科学的心理学不再承认这类色彩测试，测试的结果被认为是不可靠的，这令不少人感到失望，但这也是事实。其原因是：人类的情感、性格特征及重大问题远远多于色彩，在这类色彩测试中对于每种颜色都存在多种解释。这意味着：不同的被测试人可以对同一种色彩排列顺序作出完全不同的解释。因此测试的结果非常不准确，以至于不能做出科学的判断。

但是就像预言一样，不准确的解释也可以给人重要启迪。对色彩测试感兴趣的人可以在本书中找到所有解释色彩的背景知识，并非出于自愿而被迫参加色彩测试的人可以找到如何表现出最佳性格的说明（参见“灰色”第5 / 6节）。

一个人所喜欢的颜色能说明他在日常生活中的哪些喜好呢？关于所习惯的颜色的问题其实就是针对颜色本身的问题。事实上任何一种颜色都不会脱离某种功用而独立出现。20%的女性和男性称红色是自己喜欢的颜色，但不管是哪一种红色，几乎没有一名男性愿意穿红色西服，只有少数女性穿红色套裙，穿红色长筒袜的女性则更少。红色是一种温暖的颜色，尽管如此，红色墙纸并不受人喜爱。又有谁愿意要一张红色的写字桌、一台红色的冰箱或者一只红色的钟？即使是汽车的颜色也不能从统计数字上反映人们对颜色的喜好。对于颜色的每一种使用范围都存在典型的色彩喜好。每种色彩都是“美丽的”，但是如果使用的地方不对，或者和不当的意义联系在一起，那么所有的色彩都会失去它们的美丽。

只有了解一种色彩所有意义的人，才能区分美丽的红色和丑陋的红色，才能区分平淡的绿色和夸张的绿色。对色彩的意义了解越多，就越能更好地对它们的效果做出判断。

如何解释色彩

关于调查结果的分析利用

蓝—褐—黄—金—灰—绿—橙—粉—红—黑—银—紫—白等13种颜色均列于每份调查表的上端。为了不至于给被采访者造成前述色差上的影响，所有色彩



均用文字的形式列出。调查范围包括所有具有独立心理色彩效果的色彩。就连常常被我们忽略的诸如橙、粉红、灰、褐等混合色及金、银等金属色也具有独立的意义，而且是其他颜色所不能替代的。

本书用 200 种概念分析了人们对色彩的感受，有 1888 人对 40 种概念作出了回答。在被调查者中年纪最小的 14 岁，最大的 83 岁。调查表由被调查者自己填写，为不记名形式。如果对一种概念无法决定唯一的颜色或者不愿意做出唯一的答

案，可以填写两种颜色。尽管接受这次调查的人数众多，但有些颜色提到的过被调查人这些颜色本纳。这样做查结果更好来。在对一种颜色进行中，让大家念的主色彩主导地位，色彩都做出



《盘》英国 雅各布·迪·彼得罗 1510年

案，可以填写两种颜色。受这次调查多，但有些人数没有超数的 5%，书没有采是为了将调地集中起种概念的多解释的过程了解这种概占据怎样的要比对每种解释重要。

由低于被调查者人数 5% 的人所回答的颜色不具有代表性，难以解释，因为对于一种颜色的排列顺序存在太多可能的原因。例如：回答爱情的颜色是白色的少数人想到的可能是纯洁或者一颗冷酷的心，或者把爱情看做不带个人意义的感情，或者想使自己表现得非常有个性等。而正是在爱情这个概念上，出现不寻常的答案的比例最高。主色彩非常明确：70% 的人认为是红色，8% 的人认为是粉红色，但是剩下的 22% 的人的答案则分布在从白色到黑色、从金色到紫色的各种色彩中。而其他 199 种答案就没有这样多种多样，最小的比例平均在 10% 左右。

为了统计学的外行着想，或许还应该解释一下为什么这些百分数从没加到

100%。到100%的差额显示在每一种色彩中不寻常的答案的比例。只有在色板上的色谱中为了能够做一个统一的图解而将调查结果推算到了100%。

为了不至于让统计学的外行产生迷惑，误以为百分数中小数点后面有几位数字可以反映调查结果的精确性，因此所有的百分数均为整数。这种精确性是虚假的、毫无意义的，无法推断出调查结果的有效性。

只有将相近的数据进行比较才能检验调查结果的有效性。举一个引言中的例子：“希望”、“信心”、“乐观”这三个概念相当接近，但是并不一致。这一点反映在所划归的颜色和它们的分布上：希望的颜色有52%的人认为是绿色，接下来有23%的人认为是蓝色，7%的人认为是白色，6%的人认为是黄色。在“信心”这个概念上，占优势的仍然是绿色（26%）和蓝色（17%），第三位是黄色（9%）。在乐观这个概念上，排在第一位的是黄色（19%），然后是绿色（17%）和蓝色（15%）。代表希望的绿色比代表信任的绿色要深，即希望是比信任更强烈的一种情感。提起乐观人们想到的更多的是一种永远开朗快乐的心情，而不是经历了艰难岁月后一个新的开始。这三种概念的相近性正体现在绿—蓝—黄这三种色彩的典型色调上。所以可进行比较的概念的色彩可以补充对每种颜色的解释。例如乐观的色彩又与象征生命乐趣的色彩相吻合，爱情拥有与性爱的色彩相近的色彩，但是性爱的色彩中除了红色与粉红色以外，还有象征不道德的颜色——黑色与紫色。

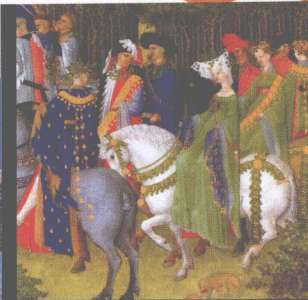
对一种孤立的色彩的想象并不能满足我们色彩缤纷的联想，相对于人类的联想，色彩的数目远远不够。在我们的联想中，很多色彩含有具典型意义的色调。在相近概念的色彩比较中显示出色彩的逻辑性。

❖ 色板说明 ❖

为了能够达到图解的统一而在色板中将调查结果推算到100%，作为推算依据的百分数在行文中有所说明，或者能够通过索引找到。

提及蓝、红、绿、黄、黑和白等主要颜色的频率自然高于橙、粉红、褐、灰、紫和金属色等非主要颜色的频率，所以当多种颜色的百分值相同时，首先列举非主要颜色，它们更能形象生动地说明某种概念。

CONTENTS 目录



引言 希望和毒药可以是一种颜色吗? 1

如何解释色彩 关于调查结果的分析利用 8

色板说明 10

人们喜爱的颜色及章节的排列顺序 1

蓝色 >>> 像忠诚、蓝色牛仔裤和谎言一样永恒 2

人们喜欢的颜色 4

1. 无边无际的颜色 4

2. 忠诚的颜色 8

3. 蓝色的渴望之花 10

4. 介于幻想和谎言之间 11

5. 冷与凉 12

6. 放松于蓝色时间 14

7. 男性的品德与精神上的品质 15

8. 喝醉的人如何制造蓝色 17

9. 成为染料之王的魔鬼颜色 21

10. 从帝王之蓝到牛仔蓝 26

11. 为什么普鲁士人穿蓝色 28



Wie Farben wirken

- 12. 珍贵的“海的那边”的颜料..... 29
- 13. 天神之蓝..... 31
- 14. 玛丽亚的女性的蓝色..... 32
- 15. 蓝色小伙子和蓝色信件..... 33
- 16. 蓝汗衫与和平的旗帜..... 34
- 17. 蓝色血液及蓝色袜子..... 34
- 18. 创造性色彩构思的原则..... 37
- 19. 创造性的蓝色..... 41

红色 >>> 不仅代表爱情——还代表仇恨 从贵族的特权到共产主义的象征色 代表法律和道德禁区的颜色..... 46

- 红色是最初的颜色..... 48
- 1. 血与生命力..... 49
- 2. 一切激情的颜色..... 52
- 3. 武夫，法官，殉道者..... 54
- 4. 天神之火..... 56
- 5. 临近与物质..... 58
- 6. 男性与女性的红色——纯正与不纯正的红色..... 58
- 7. 贵族和富人的颜色..... 60