

Pasaulis eina iš proto dėl pilkos spalvos, o įvairių sričių specialistai bando paaiškinti, kas atsitiko, kad žmonija šiuo metu įkrito į „pilkąjį periodą“. Vieni teigia, kad pilka spalva asocijuojasi su smegenimis ir sieja ją su intelektu – tiesos, žinių, išminties ieškojimu. Kiti – pilkaisiais laikais įvardija Didžiosios Britanijos pasitraukimą iš Europos Sąjungos.

Madingi „močiutės plaukai“

Kad ir kokia būtų specialistų interpretacija, aišku viena: tai, kas buvo sena ir nemadinga, tampa naujai atrasta. Žila plaukų spalva, liaudyje populiariai vadinama „močiutės plaukais“ (angl. *granny hair*), dabar puošiasi jaunimas, o vyresnio amžiaus žilų plaukų savininkės žengia elitinės pasaulio mados podiumais.

Pasaulio pamišimą dėl pilkų atspalvių dažydamos plaukus šia spalva demonstruoja ir jaunimo dievaitės, tokios kaip dainininkė Rihanna ar modelis bei aktorė Cara Delevingne. Grotąžymė #GrannyHair turi daugiau nei 250 000 pranešimų socialiniame tinkle „Instagram“, o 63-ejų metų žilaplaukė manekenė Lyn Slater šiemet eina tokių super modelių kaip Cindy Crawford, Claudia Schiffer ir Naomi Campbell pėdomis, pasirašydama sutartį su prestižine modelių agentūra „Elite“.

Vejasi baltą

Pilka spalva kelia audras ne tik mados pasaulyje, tai spalva, kuri tuoj tuoj taps populiariausia naujų automobilių tarpe. „Ford“ tyrimai rodo, kad pilka spalva karštu kvėpavimu alsuoja į nugarą iki šiol karaliavusiai baltai spalvai. „Ford“ Europos vartotojams šiuo metu siūlo aštuonis skirtingus pilkos spalvos atspalvius, kurių tarpe metalo pilka (angl. *Stealth Grey*), dūmų pilka (angl. *Smoke Grey*) bei audros pilka (angl. *Storm Grey*). O nuo praėjusio amžiaus dešimtojo dešimtmečio pradžios pasaulio rinkoms „Ford“ jau pasiūlė 50 pilkų atspalvių.

„Pilką spalvą mes matome uraganu įsiveržiančią į mūsų kasdienį gyvenimą. Tai puiki, neišnaudota spalva, siūlanti šiuolaikinio pasaulio žmogui naujus būdus būti šauniu, „kietu“, ir kaip bebūtų paradoksalu – išsiskiriančiu iš pilkos minios. Dėl to žmonės yra pasiruošę netgi mokėti papildomai“, – sako Julie Francis, „Ford“ spalvų bei medžiagų dizaino vadybininkė.

Suteikia saugumo pojūtį

Pilką spalvą į populiarumo viršūnes kelia ne tik noras išsiskirti, bet ir saugumo poreikis. Anot spalvų psichologės Karen Haller, pilką spalvą žmonės renkasi ir dėl pasaulyje

vyraujančių politinių tendencijų. „Kuomet pakyla nesaugumo ir netikrumo lygis – o tai matome po JAV prezidento rinkimų ir „Brexit“ – esame linkę rinktis dalykus, kurie daro mus saugiais, todėl pilka yra tokia populiari“, – sako Haller.

„Pilka spalva reprezentuoja daugiau nei tik stilių ir komfortą. Ši spalva siejama su smegenų veikla – gebėjimu mąstyti, tad pilka yra intelektą atvaizduojanti spalva. Matydami pilką spalvą mes ją asocijuojame su smegenimis ir protu, susiedami šią spalvą su siekiu ieškoti tiesos, žinių ir išminties“, – sako Laurie Pressman, „Pantone Color Institute“ viceprezidentė.

Kadangi pilkos spalvos populiarumas nerodo jokių lėtėjimo ženklų, „Pantone“ šia spalva ir įvairiais jos atspalviais papildė naują namų interjero paletę. Remiantis ekspertų piešiamu vaizdu, žmonių gyvenimas turėtų tapti įvairiai pilkas. Vis dėlto spalvų psichologė K. Haller rekomenduoja nepadauginti pilkumo bei nepamiršti, kad gyvenimas yra spalvotas.

