

СОЦИАЛЬНЫЕ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ ЦВЕТОПРЕДПОЧТЕНИЯ ЛИЧНОСТИ

Заборовская Елена Михайловна

магистрант, Самарский государственный социально-педагогический университет, РФ, г. Самара

Семенова Татьяна Вениаминовна

научный руководитель, д-р психол. наук, профессор, Самарский государственный социально-педагогический университет, РФ, г. Самара

Каждый человек рожден с внутренним чувством цвета и имеет эмоциональную реакцию на тот или иной цвет в своей жизни, так что мы все знаем, что нам нравится, а что нет. Выбор цвета зависит только от использования этой реакции. Было доказано, что цвет влияет на настроение человека, осознание, психику и физическую активность, а также указывает на социальный статус и пол. В этом контексте детерминанты, которые влияют на симпатию того или иного цвета, также должны быть приняты во внимание.

Чтобы перечислить все возможные факторы, которые определяют цветовые предпочтения людей, потребуется много времени и места. Некоторые из них относятся к культурным обычаям и традициям, другие - к личным характеристикам людей, третьи - к характеристикам цветовой стимуляции, четвертые - к половой принадлежности и т.д. Не исключено выделение и других видов подобных факторов. Для более удобного исследования этих факторов разделим их на психологические и социальные. К психологическим детерминантам цветопредпочтения отнесем: характер, темперамент, эмоциональную сферу, интеллект, состояние и т.д. Если рассматривать выбор предпочитаемого цвета исходя из **характера** человека, то обобщенно можно сказать что **красный** цвет предпочитают активные люди, яркие, отчаянные, прирожденные лидеры. **Оранжевый** выбирают жизнерадостные, легкие на подъем и инициативные личности. Заражают своим оптимизмом и задором все вокруг. **Желтый** как правило предпочитают спокойные, взвешенные и оптимистичные люди. Они умеют в самой сложной ситуации сохранить ясную голову. Зачастую это честные и морально сильные люди. Терпеливые и наблюдательные. Обладают завидной силой воли. **Так как зеленый** цвет мира и надежды его выбирают личности, стремящиеся к гармонии, спокойствию и справедливости, не мыслящие себя без постоянного развития и движения вперед. Любителей **синего** можно отнести к разряду спокойных, уравновешенных людей, которым удаётся достичь гармонии в отношениях с окружающими. **Черный**-Строги и обязательны. Любят производить впечатление на окружающих. Впрочем, как правило, у них есть одна завидная черта - умение сказать твердое нет. **Белый**- принципиально честные люди. Скорее всего, для них соврать - это пойти против себя. С готовностью откликаются на просьбы о помощи и поддержке. **Серый** означает нейтральность во всех сферах жизни («ни то, ни сё»). Люди, предпочитающие серый цвет, много работают и соответственно, сильно устают.

Темперамент также может являться одним из факторов цветопредпочтения. Рассмотрим проведенное исследование для выявления этого предположения. Людям предварительно прошедшим Личностный опросник Г. Айзенка. (Тест на темперамент ЕРІ. Диагностика самооценки по Айзенку. Методика определения темперамента) и разделенным на 4 группы по темпераментам были предложены карточки с основными цветами: красный, желтый, синий и зеленый из которых нужно было выбрать наиболее предпочитаемый цвет. Далее они раскладывали оставшиеся цвета по убыванию от более предпочитаемого к менее.

Интерпретация результатов:

Цветовые предпочтения:



Рисунок. Результаты

Судя по диаграммам, можно предположить, что не у каждого типа темперамента есть один определенный предпочитаемый цвет. Только у холериков, несмотря на то, что ими были выбраны самые разнообразные цвета, четко прослеживается красный цвет, как доминирующий. В основном доминирует пара цветов, так у меланхоликов это красный и синий, у сангвиников это желтый и зеленый, хотя они тоже выбирали разные цвета, у флегматиков это желтый и зеленый. Также можно заметить, что холерики и меланхолики выбирали больше холодные цвета спектра, а флегматики и сангвиники больше отдавали предпочтение в пользу теплых цветов. Из всего выше изложенного можно сделать предположение о том, что темперамент человека в некоторой степени определяет цветопредпочтение человека, но это касается больше не самого конкретного цвета, а холодной/теплой цветовой гаммы. Таким образом можно предположить, что темперамент влияет на цветопредпочтение лишь от части.

Рассматривая эмоции как одну из детерминант цветопредпочтения стоит отметить, что в отличие от характера и темперамента является более непостоянным и переменчивым фактором. В зависимости от эмоционального состояния человека будет меняться его цветопредпочтение. В работе В.Н. Ворсоби́на и В.Н. Жидкина [4, с.121-124] была изучена

динамика цветопредпочтений дошкольников в зависимости от испытываемых ими эмоциональных состояний. В ситуациях, когда дети чувствуют себя счастливыми, предпочтение оранжевого, желтого и красного значительно возрастает, а предпочтение синего и зеленого уменьшается. Исследование основывалось на цветовых комбинациях, а не на отдельных цветах. Во время переживания страха дошкольники значительно реже отдавали свое предпочтение красно-сине-фиолетовым сочетаниям, а чаще — голубо-зеленым. Авторы исследования пришли к выводу, что отношение дошкольников к красному очень специфично в различении эмоций между страхом и радостью. Они считают, что метод выбора цветовой комбинации содержит больше информации об эмоциональном переживании, чем выбор одного отдельного цвета.

А.Е. Ольшанникова [9] определила три «основные» эмоции — радость, гнев и страх. Результаты показывают, что люди, чьи основные эмоции — это страх, характеризуются тем, что отвергают синий, коричневый и зеленый и предпочитают фиолетовый. Факты показали, что отношение к фиолетовому цвету оказалось показательным для дифференцирования между собой групп испытуемых с преобладанием эмоций «гнева» или «радости». Первые предпочитают фиолетовый гораздо чаще. По мнению И.А. Переверзевой, испытуемые с преобладанием «радости» по сравнению с двумя другими группами отличались более частыми предпочтениями желтого и коричневого.

Во многих исследованиях (Л.П. Урванцева, И.М. Дашкова, Е.А. Устиновича) отмечалась разница предпочитаемого цвета человека в спокойном состоянии и после стресс-ситуации. Восприятие также можно рассматривать как психологический фактор. Приведем пример. Возьмем синюю карточку из цветового теста М. Люшера. По его мнению, это универсально подобранный оттенок синего для людей по всему миру, однако в природе существует множество оттенков синего. И они могут сильно отличаться друг от друга.

Согласно **системе Манселла** [5] цвета включают в себя три составляющих:

1. Цветовой тон.
2. Яркость (светлота).
3. Хрома (насыщенность).

Цветовой тон (оттенок) — это общее название цвета красный, желтый и т.д. Однако исследования показывают, что яркость и насыщенность цвета играют не маловажную роль в эмоциональном воздействии на человека.

Яркость — это уровень светлоты. Насколько темным или светлым является цвет. Хрома (насыщенность) — это уровень насыщенности. Насколько цвет яркий. Цвета с низкой насыщенностью выглядят блёклыми и выцветшими, а цвета с высокой насыщенностью — яркими, броскими, и зачастую, более привлекательными.

На этих примерах можно сделать вывод что один и тот же цвет может восприниматься по-разному даже одним человеком. Так индивид может отдавать предпочтение лазурному синему, но совершенно не будет переносить яркий кислотный синий фц.

Чем выше интеллект, тем более сложные, утонченные оттенки предпочитает человек. Например они способны видеть разницу между красным, алым и пурпурным. К тому же такие люди больше заостряют внимание не на конкретном цвете, а на гармоничном цветосочетании [17].

К **социальным** детерминантам цветопредпочтения можно отнести: пол, возраст, этническую группу, традиции, социальный статус, сферу деятельности, молодежные течения и т.д.

Итак, **пол**. Есть некоторые сомнения на счет отнесения пола человека к социальным или же к физиологическим детерминантам. Имеются определенные данные о зависимости цветовосприятия от физиологических свойств органов зрения женщин и мужчин, равно как и от работы правого или левого полушария мозга. Тем не менее, пол по-прежнему можно рассматривать в качестве социальной детерминанты. Говоря о различиях в восприятии и оценке цветов мужчинами и женщинами, не следует забывать, что отношение к цвету как

атрибуту вещи развивалось на протяжении сотен или даже тысяч лет. Согласно принятой традиции, в гендерных стереотипах почти во всем мире считают сине-голубые цвета мужскими, а розовые -женскими, гендерные стереотипы. Это всегда прививалось с рождения (если конечно не учитывать нынешнюю мировую ситуацию с толерантностью). Мальчикам оформляли комнату в синих тонах, подбирали одежду, а когда ребенок хотел что-то розовое говорили: «Ну, что ты как девочка», отбивая всю тягу к этому цвету. С девочками обстоит примерно тоже, наряжая их в красное и розовое, родители часто не дают другого выбора, что также влияет на дальнейшее формирование личности ребенка и его цветопредпочтения. Но этот выбор не обоснован желанием самих родителей, они одевают мальчика именно в синей гамме, а девочку в розовой, так как данное цветовое гендерное различие закреплено социумом. Отсюда и будем рассматривать пол в качестве социальной детерминанты, как некое навязывание обществом определенного выбора.

В одном исследовании учёные подвергли анализу детей разного возраста (от семи месяцев до пяти лет), чтобы изучить, как с течением времени менялось их отношение к розовому цвету. Взрослея, девочки начинали испытывать больше симпатии к розовому цвету, в то время как мальчики всё сильнее отстранялись от розового. Их предпочтения менялись одновременно с тем, как они узнавали больше про свой пол. Тут в совокупности уже несколько факторов- пол и возраст.

И часто именно культурные традиции определяют некоторую противоречивость цветовых выборов мужчин. Объективно, с точки зрения психофизиологических и генетических особенностей, представителям сильной половины человечества должны нравиться яркие цвета, в первую очередь красный. Но традиции, сложившиеся в современном мире, мягко говоря, не поощряют увлечение мужчин красным цветом. Сложившиеся в обществе нормы предписывают им выбирать более темные, «скромные» и «солидные» оттенки.

Возраст является немаловажным фактором, влияющим на выбор излюбленного цвета. С возрастом меняется цветопредпочтение и не единожды.

При выборе цвета, дети не полагаются на предметные ассоциации цвета, это в большей степени исходит из впечатления, производимого на них тем или иным цветовым стимулом. Яркие цвета их радуют и привлекают, взгляд ребенка сам тянется за таким цветом. Кроме того, следует отметить, что воздействие красного, желтого и других ярких цветов не раздражает детей младшего возраста, а напротив может успокоить, позволив ребенку чувствовать себя комфортно. Рудольф Штейнер, основатель Вальдорфской школы педагогики предложил воспитателям использовать красный цвет для успокоения детей трех-четырёх лет.

Подобные факты дают основание считать, что нервная система здорового ребенка действительно объективно нуждается в энергетическом воздействии длинноволновой части спектра (преимущественно); яркие, светлые оттенки оказывают на Центральную нервную систему влияние, без которого она обойтись не может. Если цветовые симпатии детей обусловлены, прежде всего, энергетическими характеристиками цвета, то у взрослых они не в меньшей мере зависят и от информационной составляющей цветового воздействия, которая, в свою очередь, определяется общественно-культурным опытом, традициями цветовой символики, модой и т.д. Цветовые предпочтения детей в гораздо меньшей степени индивидуальны, чем у взрослых, поэтому выявление какой-то одной общей тенденции для последних, весьма, проблематично. Однако подобные попытки неоднократно предпринимались.

Г. Фрилинг и К. Ауэр [13] указывают на то, что с возрастом растет предпочтение более темных, спокойных тонов — коричневого, оливкового, серого, черного, но в целом, по-прежнему, чаще предпочитают красный, желтый, зеленый и синий. При этом мужчины больше симпатизируют красному и желтому, а женщины — синему. Кроме того, психологи обнаружили, что красный цвет чаще всего стоит на первом месте до 20 лет. По словам Люшера, юноши, достигшие половой зрелости, предпочитают оранжево-красные оттенки. В возрасте 30 лет наблюдается небольшой спад в предпочтении красного цвета. К 60 годам этот цвет появляется в середине или в конце предпочитаемого цветового диапазона. Этот факт можно объяснить не только снижением физической активности человека, так как красный цвет символизирует действие, но и снижением возрастной чувствительности к цвету.

Цветовые предпочтения пожилых людей во многом зависят от их эмоциональных и физических условий. Поскольку этот период является заключительным этапом жизни, снижение активности и стремление к миру - все это иллюстрирует выбор цвета людьми этой категории, которые в большинстве случаев предпочитают серые, коричневые или тусклые оттенки других цветов, без какой-либо активности. Эти цвета соответствуют их внутреннему состоянию. Это не только устои общества, но и сами пожилые люди говорят, что использование этих цветов заставляет их чувствовать себя спокойнее. В этот период жизни цвет является визуальным успокоительным и стабилизатором нервной системы. Учитывая эти данные, можно ожидать, что выбор цвета для взрослых будет отражать потребности в стабильности и равновесии. Домнировании потребности в релаксации над активной деятельностью, что противоположно детям.

Л.Н. Миронова [7, с.286], анализируя разницу в цветовых предпочтениях в зависимости от возраста и образовательного уровня, полагает, что простые, чистые, яркие цвета будут оказывать сильное и положительное стимулирующее воздействие на людей. Они удовлетворяют потребности людей со здоровой, неутомимой нервной системой - детей, подростков, молодежь, фермеров, рабочих, открытых, простых и несложных натур.

Сложные, ненасыщенные и разбавленные оттенки скорее успокаивающие, чем захватывающие, вызывают более сложные чувства, отражают потребности людей с достаточно высоким уровнем образования и более популярны среди людей среднего и пожилого возраста, интеллигентного труда, лицами с утомленной и тонко организованной нервной системой. В соответствии с приведенным выше содержанием, цвета можно разделить на две категории: первая - это «жизненные / молодые» цвета, которые содержат силу, энергию, действие и жизнь. В эту группу входят светлые оттенки розового, красного, желтого, оранжевого, белого, зеленого, синего. Вторая группа - это «увядающие / возрастные» цвета, которые символизируют значительное сокращение активности. Например, коричневый цвет в основном связан с конечной стадией процесса распада или увядшей растительностью; фиолетовый / сиреневый цвет - это активность красного, которая сдерживается пассивностью синего и также символизирует потерю энергии, увядание и старение.

Но биологический возраст часто противоречит внутренним чувствам самого человека. Есть масса примеров, когда люди чувствуют себя «стариками», хотя их биологический возраст не соответствует этому. Есть и противоположные примеры того, когда люди пожилого возраста предпочитают жизненные цвета и ощущают себя как 30-летние и выглядят моложе своих лет. Личность сама способна выбрать себе тот возраст, который наиболее комфортен, в независимости от реального биологического возраста. Поэтому в данном случае речь идет не только о биологическом возрасте человека, но и о его внутреннем возрастном самоощущении и самовосприятии, а исходя из этого, возраст уже можно отнести как к социальному, так и к психологическому фактору.

На цветовые предпочтения также может влиять **среда обитания, этническая принадлежность и народные традиции**. Если попросить детей из западных стран на рисунке изобразить солнце, чаще всего можно увидеть желтые, желто-оранжевые круги с лучиками. А если посмотреть на рисунки азиатских детей, мы увидим красный круг. Особенно это касается Японии, где солнце изображено на флаге страны - красный круг. Также к социальным детерминантам можно отнести **моду**. В каждой эпохе прослеживаются свои цвета: античность-белый; готика-серые тона; барокко-красный, золотой; рококо-мягкие пастельные тона. В каждом новом сезоне в моде те или иные цвета одежды, аксессуаров и даже волос. Так в 2018 г. в моде были желтые, красные и фиолетовые оттенки, в 2019 насыщенные цвета: темно-бордовый, изумрудный, хаки, фуксия. В 2020 г. модными признаны пастельные тона: разбеленные оттенки синего, розового, оливкового, хаки, серый и умбра.

Еще одним модным веянием из Азии стала тенденция среди молодежи к цветным волосам. Люди, слушающие азиатскую музыку, в частности «айدолов», может даже неосознанно, стараются подражать им. Розовые, красные, фиолетовые и даже зеленые волосы все чаще встречаются среди молодежи по всему миру ловя новую «азиатскую волну».

Молодежные течения и субкультуры также могут быть одними из факторов. Хиппи, панки, готы, эмо - каждое течение имело свой цвет, что сразу можно было определить к какой

субкультуре относится человек. Хиппи позиционировали себя с пацифизмом и оптимизмом. У хиппи цвета в одежде используются самые яркие, кислотные. Т.к. история становления субкультуры достаточно тесно связана с наркотическими веществами класса психоделиков (марихуана, диэтиламид лизергиновой кислоты – ЛСД), нередко в одежде используются особые цветовые темы психоделичного характера. Концентрические окружности всех цветов радуги и неправильной формы, странные узоры и фракталы ядовитых оттенков – все это является достаточно характерным атрибутом стиля хиппи. Цвет готов- черный. Черный цвет являл собой своеобразный траур: траур по этой жизни, полной боли и страданий. К тому же, готы чувствовали тягу ко всему потустороннему: загробная жизнь с ее мифическими тайнами неудержимо влекла молодых грустных романтиков.

Представитель субкультуры эмо – это ранимый и подверженный депрессивным состояниям человек. Цвета- черный и розовый. Помимо всего перечисленного существует еще немало факторов, эта статья просто не может охватить их все. Существует целое море цветовых нюансов и рассмотреть их все довольно проблематично, потому в статье были анализированы лишь основные цвета и факторы их выбора. Однако независимо от того в следствии какого фактора был выбран цвет, влияние одного и того же цвета может быть одинаковым для многих людей. Многочисленные исследования отечественных и зарубежных ученых позволяют сделать предположение о существовании биологической врожденности предпочтения цветов. Так, дети в возрасте до одного года независимо от места проживания и расы обнаруживают одинаковые цветовые предпочтения: красный, оранжевый и желтый они предпочитают зеленому, голубому и фиолетовому [15].

Список литературы:

1. Базыма Б.А. Цвет и психика. Монография. ХГАК.-Харьков., 2001
2. Базыма Б.А. Порядковые отношения цветов и цветовые предпочтения. // Вестник Харьковского университета, серия «Психология», №550, 2002, 13-15 с.
3. Бондарчук А.И. Семантика цвета в аспекте межкультурных визуальных коммуникаций / А.И. Бондарчук // Молодой ученый. - 2014. - №3. - С. 1081-1085.
4. Ворсобин В.Н., Жидкин В.Н. Изучение выбора цвета при переживании положительных и отрицательных эмоций дошкольниками//Вопросы психологии, 1980, с. 121-124
5. Красильников Н. Н.. Колориметрическая система Манселла // Цифровая обработка 2D- и 3D-изображений. — СПб. : «БХВ-Петербург», 2011
6. Люшер М. Сигналы личности. Воронеж, 1993.
7. Миронова Л. Н. Цветоведение. Минск, 1984. 286 с.
8. Мухина В. С. Изобразительная деятельность ребенка как форма усвоения социального опыта. М., 1981.
9. Ольшанникова А.Е. Эмоции и воспитание, М, 1983
10. Румянцева А. Н. Экспериментальная проверка методики исследования индивидуального предпочтения цвета. //Вестник МГУ. М., 1986. серия 14. "Психология". N 1.
11. Серов Н. В. Символика цвета, ООО «Страта», 2015.
12. Урванцев Л. П. Психология восприятия цвета. Методическое пособие. Ярославль, 1981.
13. Фрилинг Г., Ауэр К. Человек, цвет, пространство. М., 1973.
14. Шуванов В.И., Психология рекламы. Р-н-Д., 2005.

15. Яньшин П. В. Индивидуальные различия и характеристики цветового восприятия // Нейропсихология и психофизиология индивидуальных различий / Коллективная монография. Ред. Е.Д. Хомской, В.А. Москвина. М. - Оренбург: ООИПКРО, 2000, 77-94 с.

16. Яньшин П. В. Психосемантика цвета, изд. Речь, 2006

17. Яньшин П. В. Эмоциональный цвет. Эмоциональный компонент в психологической структуре цвета. Самара: СамГПУ, 1996.