

УДК 159.9.01

**Воропаєв Є. П.**

кандидат психологічних наук, доцент Харківського національного університету мистецтв ім. І. П. Котляревського

e-mail: voropay@inbox.ru

ORCID ID 0000–0003–0986–3454

## **КОЛЬОРОВА ІНДЕКСАЦІЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ ОСОБИСТОСТІ: РЕЗУЛЬТАТИ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ**

У експериментальному дослідженні аналізується статистичний взаємозв'язок між ціннісними орієнтаціями респондентів на рівні соціальних культур (за тестом Ш. Шварца) та їх колірними уподобаннями (за М. Люшером). Особливо цікавим є розташування психологічних якостей у тестових методиках: обидва автори обирають форму кола. За результатами кореляційного аналізу проведено колірне індексування типів ціннісних орієнтацій — кожному з останніх поставлено у відповідність значення певного кольору. Показано, що є підстави вважати: ціннісні типи при їх круговому розташуванні, за схемою Шварца, своїми колірними індексами в основному відповідають колірному колу. Результати дослідження можуть розглядатися як чергова спроба використовувати арсенал точних наук в психології, оскільки довжина хвилі кольору пов'язується тут з групою психологічних рис.

**Ключові слова:** методика Ш. Шварца, соціальні культури, цінності культури, тест М. Люшера, колірні переваги, колірне коло.

**Постановка проблеми.** У пропонованій роботі викладено результати експериментального дослідження, в якому була зроблена спроба розширити уявлення про можливість кольорової індексації психологічних властивостей. Експерименту передувало теоретичне дослідження, результати якого представлені в статті Є. Воропаєва і В. Медінцева «Ціннісні орієнтації» Шварца і «колірні переваги» Люшера: можливості співвіднесення» [2]. В ній було зроблено порівняння змістових описів, з одного боку, об'єктивних і суб'єктивних психологічних значень кольорів (за М. Люшером), а з іншого — характеристик ціннісних орієнтацій (за Ш. Шварцем). Результатом теоретичного дослідження став висновок: «порядок розташування колірних індексів ціннісних типів відповідає порядку кольорів колірного кола». Іншими словами, універсальні для людей, на думку Люшера, психологічні характеристики кольорів [6] багато в чому схожі з характеристиками культурних цінностей, запропонованих Шварцем [3].

Оскільки теоретичні ідеї Люшера і Шварца втілені у вимірювальних методиках, далі була перевірка гіпотези: вважалося, що респонденти, які віддають перевагу якому-небудь люшерівському кольору, будуть вибирати певну цінність за Шварцем, відповідно до очікувань експериментатора. Тестове дослідження (подроблиці якого в даній статті представлені не бу-

дуть) показало неспроможність даного припущення. Тоді експеримент був поставлений інакше. Варіативність була можливою, тому що тест Шварца — це цілий ряд методик. Дві з них дозволяють зафіксувати характеристики індивідуальних ціннісних типів піддослідних, а ще одна дозволяє відобразити їх культурні ціннісні орієнтації, які є «домінуючими ціннісними установками в суспільстві» [8], де живуть наші респонденти. Результати співвіднесення саме цих, останніх даних з даними за восьмикольоровим тестом Люшера будуть наведені нижче.

**Мета пропонованої статті** — спроба розширити уявлення про можливість кольорової індексації психологічних властивостей.

**Результати дослідження.** В експерименті брали участь студенти 1–2 курсів Харківського національного університету мистецтв, вибірка становила 82 людини, середній вік піддослідних — 19 років. Дослідження проводилося у 2012–2014 роках. Були використані методики:

*Тест Шалома Шварца* для аналізу цінностей на рівні соціальних культур (переклад і адаптація В. Карандашева, С. Реттгес [3]) застосовувався для вивчення ціннісних орієнтацій наших респондентів як представників певних етнічних груп. В його основі лежить концепція, яка була розроблена на основі ретельного вивчення і узагальнення цінностей, представлених в різних культурах світу. Всі цінності в рамках цієї моделі об'єднані у сім ціннісних типів: гармонія, включеність, ієрархія, оволодіння, афективна автономія, інтелектуальна автономія, рівність. Типи, за задумом авторів методу, утворюють кругову структуру, що відображає динамічні відношення між ними. Виокремлюються три вісі виміру цінностей культури: автономія — включеність, рівність — ієрархія, гармонія — оволодіння. Для нас важливо те, що цінності вибудовані в певній послідовності, яку детермінують названі вісі виміру. Емпірична валідність методики заснована на широких дослідженнях, проведених у країнах, де мешкає більше 75 % населення світу.

*Тест Люшера.* Макс Люшер, автор відомого колірному тесту, розвиваючи ідеї Гете і Кандинського, сформулював поняття «структура кольору», під яким він мав на увазі стійке, загальне для всіх людей, незалежно від раси, культури, освітнього рівня, статі і віку, значення цього кольору [6]. Функція кольору, за Люшером, відображає суб'єктивне ставлення людини до кольору, вона визначається і властивостями самої людини. Автор вважав, що, встановивши взаємозв'язок кольору і психіки, можна обґрунтувати колірні методи психодіагностики. Зазначимо, що науковий дискурс Люшера та його тест з самого початку критикували представники різних психологічних шкіл — зокрема, за довільне використання понятійних засобів, — однак у його прихильників також є переконливі аргументи; в наші дні метод Люшера, як і раніше, затребуваний. З його допомогою в даному дослідженні з'ясувалися колірні пріоритети респондентів, що трактувалося як показник тих чи інших психологічних властивостей піддослідних.

В ході вимірювань, зроблених згідно з рекомендаціями авторів методик, ми отримали дані, які характеризують ранги: за тестом Шварца — переваг

цінностей культури респондентами, а за методикою Люшера — кольорів у пріоритетах підслідних. Наступним кроком став кореляційний аналіз даних. Для цього вони були розміщені в таблиці по горизонталі: прізвище — ранги кольорів (синього, зеленого, жовтого...) — ранги цінностей (ієрархія, оволодіння, рівність тощо). Утворені стовпці умовно можна було б назвати «синість», «зеленість», «ієрархічність» вибірки (в дусі назв платонівських ейдосів). Потім дані були переведені в ранги, оскільки змінні, між якими вивчається зв'язок, представлені за порядковою шкалою [5, 77]. Коефіцієнти кореляції Пірсона прораховані в програмі Excel. Ознайомимось з результатами:

**Таблиця кореляцій між змінними рангів кольорових переваг за Люшером і рангів ціннісних пріоритетів за Шварцем**

Кольорові переваги респондентів	Ціннісні пріоритети респондентів (порядок — згідно з круговим розташуванням цінностей культури за Шварцем)						
	Включеність	Ієрархія	Оволодіння	Афективна автономія	Інтелектуальна автономія	Рівність	Гармонія
Коричневий	<u>0,151732</u>	0,011568	<b>-0,08577</b>	-0,02642	0,071179	<b>-0,17388</b>	0,087819
Фіолетовий	0,067135	<u>0,152442</u>	-0,0218	0,057928	-0,10363	0,006587	-0,06356
Синій	<b>-0,16934</b>	0,053935	<u>0,13043</u>	-0,01673	-0,03731	0,008383	0,066406
Чорний	-0,13291	<b>-0,07235</b>	0,07259	<u>0,213572</u>	-0,08327	-0,10831	0,011949
Зелений	-0,11412	-0,04602	0,023129	0,055057	<b>0,161236</b>	0,078877	<b>-0,25329</b>
Жовтий	0,062533	0,063794	0,011145	<b>-0,2231</b>	0,102882	<u>0,246572</u>	-0,14163
Червоний	0,10309	-0,0033	-0,05009	-0,02453	<b>-0,14787</b>	0,006318	<u>0,126534</u>
<b>111</b> — Максимальні значення кореляцій — по горизонталі і вертикалі							
<b>111</b> — Мінімальні значення кореляцій — по вертикалі							

По горизонталі таблиці розташовані цінності за Шварцем в тому строгому порядку, який сформулювали автори тесту. Вище зазначалося, що цей порядок залежить від трьох осей, що пронизують коло цінностей. По вертикалі можна побачити фрагменти колірної кола, побудованого подібно до веселки. Щоправда, замість блакитного знаходиться чорний колір, а коричневий (замість пурпурного) стає точкою, що замикає веселку в коло, але про це — нижче. Статистична значимість найбільших позитивних і негативних значень коефіцієнтів кореляції (вони виділені жирним шрифтом) невелика. Більшість зв'язків виявлено на рівні статистичної тенденції ( $p \leq 0,1$ ). Критичні значення коефіцієнтів кореляції  $r$ -Пірсона розраховані для перевірки ненаправленої альтернативи. Область значень, що характеризують статистично вірогідні відмінності ( $p \leq 0,05$ ), починається з 0,22, тобто у всій таблиці їх всього три. Привертає увагу інше: всю таблицю по діагоналі перетинає область найвищих — по вертикалі і горизонталі — значень коефіцієнтів кореляцій (вони виділені жирним шрифтом та підкреслені). Це наштовхує на думку про закономірності, приховані у кореляцій-

ній таблиці. Цікаво, що мінімальні значення кореляцій, виділені жирним курсивом (вони теж не виходять за рамки рівня статистичної тенденції), теж в деяких місцях таблиці утворюють діагональ: див. стовпці «включеність», «ієрархія», «афективна автономія», «інтелектуальна автономія», «рівність». Слід також уточнити: друга діагональ складена з мінімальних тільки по вертикалі величин (по горизонталі є ще менші значення).

Відзначимо важливу подробицю: відомо, що вимірювання за допомогою восьмикольового тесту Люшера проводяться дворазовим пред'явленням стимульного матеріалу респондентам. Автор тесту вважає, що перше пред'явлення характеризує «бажану картину» психологічних властивостей піддослідного, друге ж виявляє «дійсну картину». Розглянута таблиця — це кореляції змінних тесту Шварца і змінних першого пред'явлення кольорових карток тесту Люшера. Саме тут були знайдені цікаві закономірності. Співвіднесення даних методики Шварца і результатів другого вимірювання за Люшером (які характеризують «дійсну картину») не дало ніяких результатів, тобто нам не вдалося помітити якусь закономірність у хаотичному розташуванні даних. Якщо спробувати пояснити цей факт, то можна сказати наступне.

Згідно з теорією Шварца, цінності особистості існують на двох рівнях: на рівні нормативних ідеалів і на рівні індивідуальних пріоритетів. Перший рівень відображає уявлення людини про те, як потрібно поступати, визначаючи тим самим її життєві принципи поведінки. Другий рівень є більш залежним від зовнішнього середовища, наприклад, від групового тиску і співвідноситься з конкретними вчинками людини [3]. Відповідно побудований і сам опитувальник Шварца: перша його частина надає можливість вивчити нормативні ідеали, цінності особистості на рівні переконань, а також структуру цінностей, що здійснює найбільший вплив на особистість, але не завжди проявляється в реальній соціальній поведінці. Друга частина опитувальника вивчає цінності на рівні поведінки, тобто індивідуальні пріоритети, які найбільш часто проявляються в соціальній поведінці особистості. Так відображений той ціннісний тиск, який здійснюється через соціалізацію, за допомогою референтної групи, традицій.

Неважко побачити тут аналоги ідей Люшера: «бажане» і «дійсне» також характеризують подібний розкид між психологічними якостями. Виходячи зі сказаного, можна пояснити відсутність закономірності в результатах, отриманих нами при співвіднесенні даних методики Шварца і результатів другого вимірювання за Люшером (які характеризують «дійсну картину»). Адже при вимірюванні ціннісних орієнтацій на рівні цінностей культури використовується тільки перша частина тесту Шварца, що відображає нормативні ідеали, тобто «бажане». І, відповідно, дані, що характеризують зв'язок між першим пред'явленням стимульного матеріалу за Люшером (що виявляє «бажане») і тестом Шварца, дозволяють знаходити закономірності, що підтверджуються за допомогою математичного аналізу.

Тепер слід відповісти на ряд питань. По-перше, чи є схожість у психологічних властивостях, описаних Люшером і Шварцем, близькість яку показують вищі значення кореляцій? По-друге, чому коричневий колір

знаходиться на місці пурпурного кольору, який традиційно замикає це коло, розташовуючись між фіолетовим і червоним? І, нарешті, чому чорний колір потрапив на місце блакитного? Рамки цієї статті не дозволяють розгорнуто відповісти на перше питання, що вимагає детального дослідження. Є підстави вважати, що в окремій роботі вдасться позитивно відповісти на нього, підтвердивши гіпотезу, висловлену в [2]: ціннісні типи при їх круговому розташуванні за Шварцем, своїми кольорними індексами в основному відповідають кольорному колу. Тут же ми зосередимося на другому та третьому питаннях.

Отже, в таблицю кореляцій потрапив люшерівський чорний колір. Він знаходиться на місці, де, за логікою побудови кольорного кола, могли би перебувати блакитний або світло-синій кольори (нагадаємо, що люшерівський синій, який знаходиться вище в таблиці, — це темно-синій). Намагаючись пояснити цей факт, звернемося до думки психолога Б. Базими, який у своїй монографії «Колір і психіка», узагальнюючи думки художників, культурологів, психологів, медиків, зазначає, що «синій колір близький до чорного і набуває подібні до нього символічні значення» [1]. Так, він вважався траурним у Стародавньому Єгипті та у деяких народів Південної Африки. Бразильці з блакитним кольором асоціюють печаль. Французи називають жах «синім страхом» (згадаймо казку про «Синю Бороду»). В англійській мові блакитний колір означає смуток і символізує печаль, роздуми і меланхолію (пор. «блюз» у джазовій і доджазовій американській музиці). У слов'янських народів синій служив кольором смутку, горя, асоціювався з бісівським світом. Старовинні перекази описують чорних і синіх бісів. У Китаї блакитний колір є одним з траурних кольорів. Блакитний колір, значенням якого є також відчуженість, байдужість і лід, тісно пов'язаний із замкнутістю і тактовністю у спілкуванні. Він є кольором роздумів і споглядання.

Психотерапевти стверджують, що в деяких випадках більш темні відтінки блакитного інтерпретуються як жорстокість і тяжкість впертості, страждання від раптової ізоляції або закоренілої гордості. А надто «яскравий» блакитний колір вводить людину в стан жаху, викликає видіння. Н. Серов зазначає, що «зловживання блакитним кольором може призвести до деякої втоми і навіть до пригніченості пацієнта» [7]. Виразно висловився Гете: Світло-синій — це «чарівне ніщо» (цит. за: [4]).

Якщо порівняти ці характеристики зі значеннями чорного у Люшера, то можна дійсно побачити деяку близькість символіки. Ось деякі витримки: чорний — це абсолютна межа, де закінчується життя. Тому чорний колір виражає ідею «нічого». Чорний — це заперечення по відношенню до ствердження... Прапори анархістів та нігілістичних спілок були чорними. Чорний висловлює застій, захист і витіснення збуджуючих впливів. Чорний колір передає накопичення, оборону і витіснення впливу подразників. Тому чорний колір означає відмову. Той, хто вибирає чорний колір на перше місце, хоче відмовлятися через норавливий протест. Він повстає проти своєї долі.

Здебільшого цей колір обирають люди, які відчувають сильний, нестерпний психічний тиск з кризовим загостренням, наприклад, діти в пе-

ріод статевого дозрівання і перебування в лікарні, а також люди з психічними і нервовими розладами [6].

І друге питання: чому коричневий колір у таблиці знаходиться на місці пурпурного? Відповісти на нього легко. Власне, це лише підтверджує на експериментальному рівні висновок, зроблений в попередньому теоретичному дослідженні. У ньому автори підводять підсумки: «колірне коло, введення в наукову практику якого пов'язують з Ньютоном, утворений сімома основними кольорами і одним штучним — пурпурним, який необхідний для замикання кола: переходу від фіолетового до червоного. В отриманому нами ціннісно-колірному колі цю додаткову позицію зайняв коричневий» [2]. Ймовірно, для пояснення цього феномену слід звернутися до законів оптики або канонів художнього сприйняття творів живопису.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Враховуючи слабкість кореляційних зв'язків, виявлених у пропонованому дослідженні, важко говорити про значне просування в рамках поставленої наукової задачі, а саме: розширення уявлень про можливості кольорової індексації психологічних властивостей. Тим не менше, можна стверджувати, що в розглянутому експериментальному дослідженні не відкинуті, а навіть частково підтвержені припущення, висунуті на теоретичному етапі наукового пошуку. Зокрема: взаємозв'язок між ціннісними орієнтаціями на рівні соціальних культур за Шварцем і характеристиками кольорів за Люшером знайдений на рівні статистичної тенденції ( $p \leq 0,1$ ). Цей зв'язок зміцнює системність розташування в кореляційній матриці вищих і нижчих показників, що відповідає попереднім очікуванням.

Перспективним завданням подальших досліджень вбачається уточнення відповідностей між характеристиками кольорів за Люшером, цінностями культури та індивідуальними цінностями за Шварцем. Слід також уточнювати психологічні характеристики кольорів, з'ясувати можливості їх взаємозаміни (чорний і блакитний, коричневий і пурпурний).

Дослідження, що розгортається автором, відбувається в напрямку, паралельному ідеям Л. Собчик, яка вже багато років розробляє *теорію провідних тенденцій*, що акумулює дані багатьох тестових методик. Гадаємо, звернення до ідей і доробку авторитетного вченого — обов'язковий етап у розвитку нашого, по суті, пілотного дослідження.

### Список використаних джерел і літератури

1. Базыма Б. А. Цвет и психика: монография / Б. А. Базыма. — Харьков: Изд-во ХГАК, 2001. — 100 с.
2. Воропаев Е. П. «Ценностные ориентации» Шварца и «цветовые предпочтения» Люшера: возможности соотнесения / Е. П. Воропаев, В. А. Мединцев // Журнал практикующего психолога. — 2011. — № 18. — С. 102–117.
3. Карандашев В. Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство / В. Н. Карандашев. — СПб.: Речь, 2004. — 74 с.
4. Клар Г. Тест Люшера. Психология цвета / Г. Клар. — М.: Питер, 1998. — 94 с.
5. Наследов А. Д. Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпретация данных: учебное пособие / А. Д. Наследов. — СПб.: Речь, 2004. — 392 с.

6. Полный цветопсихологический тест Макса Люшера / Сост. В. Драгунский. — М.: Асток Пресс, 1995. — 448 с.
7. Серов Н. В. Лечение цветом. Мода и гармония / Н. В. Серов. — СПб.: ЛИСС, 1993. — 48 с.
8. Шварц Ш. Культурные ценностные ориентации: природа и следствия национальных различий / Шалом Шварц // Психология: Журнал Высшей школы экономики. — 2008. — Т. 5, № 2. — С. 37–67.

## References

1. Bazyma B. A. Cvet i psihika: monografija / B. A. Bazyma. — Har'kov: Izd-vo HGAK, 2001. — 100 s.
2. Voropaev E. P. «Cennostnye orientacii» Shvarca i «cvetovye predpochtenija» Ljushera: vozmozhnosti sootnesenija / E. P. Voropaev, V. A. Medincev // Zhurnal praktikujushhego psihologa. — 2011. — № 18. — S. 102–117.
3. Karandashev V. N. Metodika Shvarca dlja izuchenija cennostej lichnosti: koncepcija i metodicheskoe rukovodstvo / V. N. Karandashev. — SPb.: Rech', 2004. — 74 s.
4. Klar G. Test Ljushera. Psihologija cveta / G. Klar. — M.: Piter, 1998. — 94 s.
5. Nasledov A. D. Matematicheskie metody psihologicheskogo issledovanija. Analiz i interpretacija dannyh. Uchebnoe posobie / A. D. Nasledov. — SPb.: Rech', 2004. — 392 s.
6. Polnyj cvetopsihologicheskij test Maksa Ljushera / Sost. V. Dragunskij. — M.: Astok Press, 1995. — 448 s.
7. Serov N. V. Lechenie цветом. Moda i garmonija / N. V. Serov. — SPb.: LISS, 1993. — 48 s.
8. Schwartz Sh. Kul'turnye cennostnye orientacii: priroda i sledstvija nacional'nyh razlichij / Shalom Schwartz // Psihologija. Zhurnal Vysshej shkoly jekonomiki. — 2008. — Т. 5, № 2. — С. 37–67.

## Воропаев Е. П.

кандидат психологических наук, доцент кафедры общественных наук  
Харьковского национального университета искусств им. И. П. Котляревского

## ЦВЕТОВАЯ ИНДЕКСАЦИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ ЛИЧНОСТИ: РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

### Резюме

В экспериментальном исследовании анализируется статистическая взаимосвязь между ценностными ориентациями респондентов на уровне социальных культур (по Ш. Шварцу) и их цветовыми предпочтениями (по Люшеру). Особый интерес представляет расположение психологических качеств в тестовых методиках: оба автора предпочитают форму круга. По результатам корреляционного анализа проведено цветовое индексирование типов ценностных ориентаций — каждому из последних поставлено в соответствие значение определённого цвета. Показано, что есть основания полагать: ценностные типы при их круговом расположении, по схеме Шварца, своими цветовыми индексами в основном соответствуют цветовому кругу. Результаты исследования могут рассматриваться как очередная попытка использовать арсенал точных наук в психологии, поскольку длина волны цвета связывается здесь с группой психологических свойств.

**Ключевые слова:** методика Ш. Шварца, социальные культуры, ценности культуры, тест М. Люшера, цветовые предпочтения, цветовой круг.

**Voropayev Y.**

PhD, is a lecturer at the chair of Social Sciences  
in the I. P. Kotlyarevsky National University of Arts, Kharkiv

**COLOUR INDEXATION OF VALUE ORIENTATIONS  
OF THE PERSONALITY: RESULTS OF EXPERIMENTAL  
INVESTIGATION**

**Abstract**

The purpose of this pilot study is statistical analysis of the relationship between the value orientations of the respondents at the level of social culture (by author Schwartz Shalom H.) and its color preferences (by author Max Luscher). Special interest is the location of the psychological qualities in test procedures: both authors prefer the a circular shape.

According to the results of the correlation analysis (also based on the findings previously published by the author of theoretical research) carried color indexing kinds of value orientations — each of them is assigned a designation of a certain color. It is shown that there is reason to believe: value types in their circular arrangement, according to the scheme Schwartz Shalom H., their color indices mostly correspond to the color circle. Connection detected at the level of statistical tendency ( $p \leq 0,1$ ). In addition, there is a systematic location in the correlation matrix of higher and lower performance correlations. In this paper is propose an explanation points inconsistencies.

Results of research can considered as another attempt to use the arsenal of the exact sciences in psychology, because the number of color wavelength is associated here with a group of psychological properties.

**Key words:** methodology of Schwartz Shalom H., social culture, cultural values, the test of Max Luscher, color preferences, the color wheel.

*Стаття надійшла до редакції 06.03.2015*