*Е.П. Воропаев,*

*В.А. Мединцев*

«Ценностные ориентации» Шварца и «цветовые предпочтения» Люшера: возможности соотнесения

Настоящее теоретическое исследование построено на сравнении содержательных описаний, с одной стороны, объективных и субъективных психологических значений цветов (по М. Люшеру), с другой – ценностных ориентаций (по Ш. Шварцу). В соответствии с результатами анализа проведено цветовое индексирование полюсов и доменов типов ценностных ориентаций – каждому из последних поставлено в соответствие значение определённого цвета. Таким образом ценностные ориентации соотнесены с цветовыми предпочтениями. Показано, что есть основания полагать: ценностные типы при их круговом расположении, по схеме Шварца, своими цветовыми индексами в основном соответствуют цветовому кругу. Предложены объяснения отдельных несоответствий.

*Ключевые слова:* структура цвета, функция цвета, значение цвета, ценностные ориентации, полюс, домен

Макс Люшер, автор известного цветового теста, развивая идеи Гёте и Кандинского, сформулировал понятие «структура цвета», под которым он подразумевал устойчивое, общее для всех людей, независимо от расы, культуры, образовательного уровня, пола и возраста, *значение* этого цвета [11]. *Функция цвета,* по Люшеру, отражает субъективное отношение человека к цвету, она определяется и свойствами самого человека. Автор полагал, что, установив взаимосвязи цвета и психики, можно обосновать цветовые методы психодиагностики. Отметим, что научный дискурс Люшера и его тест с самого начала критиковали представители различных психологических школ – в частности, за произвольное использование понятийных средств, – однако у его сторонников также есть убедительные аргументы; в наши дни метод Люшера по-прежнему востребован. В более традиционном направлении психометрии разрабатывал свой метод Шалом Шварц. Совместно с У. Билски, развивая идеи М. Рокича, он пришёл к пониманию того, что всем людям присущи одни и те же ценности, хотя имеют для разных людей различный «вес» [3; 7]. Шварц и Билски разработали систему *ценностных типов* (или *доменов*), расположенных по кругу, и предложили тестовую методику определения ценностных предпочтений респондентов.

Постановка проблемы

В настоящем исследовании мы поставили цель: установить соответствия между характеристиками *ценностных типов* (по Шварцу) и психологическими интерпретациями цветовых приоритетов (по Люшеру). Как известно, выводы психологов, которые уже пытались соотнести данные, полученные на одной и той же выборке с помощью методики Люшера, с одной стороны, и других эмпирических методов, с другой, нередко расходятся. Так, Л. Собчик получила данные, подтверждающие «феноменологическую близость» показателей метода цветовых выборов со шкалами индивидуально-типологического опросника [13]. В то же время она признаёт, что некоторые психологи не относят метод Люшера к тестовым из-за невозможности его жесткой стандартизации. Острые споры вокруг цветовой психодиагностики продолжаются (см., например, [1]). Своим исследованием мы надеемся пополнить знание в этой сфере психологической проблематики.

Структура исследования

Текст настоящей статьи построен в соответствии со структурой проведённого исследования: в последующих параграфах кратко изложены характеристики *структур, функций* цветов и *ценностных типов.* Эти характеристики размещены попарно: *ценностный тип* – его *цветовой индекс* (т.е. соответствующий по структуре и функции цвет). Там же приведена аргументация в пользу избранного нами попарного соответствия. Необходимо уточнить, что 10 *ценностных типов*, по Шварцу, образуют 4 «полюса»; для некоторых цветов нами были установлены соответствия не с одним, а с группой *ценностных типов,* образующих тот или иной полюс. *Ценностные типы* выражены именами существительными и прилагательными. Существительные относятся к *терминальным* ценностям: убеждениям в том, что данные цели заслуживают того, чтобы к ним стремиться [3]. Имена прилагательные характеризуют *инструментальные* ценности, присутствующие в *домене* (убеждения в том, что определённый образ действий предпочтителен в любых ситуациях)*.* Однако, представляется, сам автор не был последовательным в различении этих аспектов. Поэтому, излагая ниже идеи Шварца, мы не ставили задачу обеспечить баланс терминальных и инструментальных ценностей, характеризуя каждый *ценностный тип*. Кроме того, по установившейся в цветовой психодиагностике традиции, названия цветов приводят с уточнением «люшеровский», так как автор методики в своих исследованиях использовал не основные цвета, а их оттенки. Для стилистического упрощения мы будем использовать названия основных цветов, подразумевая люшеровские.

Ценностные типы полюса «самовозвышение» / красный

Характеристики ценностных типов (в терминах Шварца):

**Власть** (Power): социальная сила, богатство, авторитет, защита собственного «лица».Цель – достижение социального статуса или престижа, контроль или доминирование над людьми и ресурсами. Ценности *власти* подчёркивают достижение или сохранение доминантной позиции в рамках социальной системы.

**Достижение** (Achievement): целеустремлённый (трудолюбивый, вдохновенный), влиятельный, способный (компетентный, действующий эффективно), успешный (достигающий цели). Определяющая цель – личный успех через проявление компетентности в непосредственном взаимодействии с другими лицами, что влечёт за собой социальное одобрение.

*Структура* и *функции* красного цвета (в терминах Люшера):

**Красный цвет** вызывает возбуждение, означает силу воли. Он олицетворяет:интерес к окружающему миру, агрессивность, независимость, стремление к постоянному движению, стремление к соревнованию, подвижность. Его структурные значения: эксцентричный, автономный, наступление, волевой импульс, возбуждение, желание, завоевание, переживание, действие, успех, активность, генитальный. Его психологические проявления: жизнелюбие, возбудимость, стремление к господству, сексуальность. Самооценка: уверенность в себе (метафора «Робинзон»); готовность к действию: приложение своих сил и способностей. Самовосприятие: самоуверенность (уверенность в собственных силах). Поведение: активность.

Рассмотрим сходные пары для характеристик *ценностных типов* «власть», «достижение» и значений красного цвета:

* власть – стремление к господству;
* достижение – успех, стремление к соревнованию;
* трудолюбивый, вдохновенный – действие, активность, подвижность;
* влиятельность – наступление;
* сохранение доминантной позиции – агрессивный;
* целеустремлённый – желание, волевой импульс, доминирование;
* личный успех – автономный (что в контексте представлений Люшера означает независимость от внешних влияний и способность самому оказывать влияние), и т. д.

Следует отметить, что у стремления к власти, господству есть и обратная сторона, замеченная Э. Фроммом. Он полагал, что авторитарность (лат. autoritas – власть, влияние) является ведущим свойством садомазохистской личности [16]. Подобные идеи развивал и Люшер, отмечая, что у «красного поведения» есть «обратная сторона», то есть, некая оборонительная тактика, которую учёный раскрывал через метафору «несчастный страдалец». Поведением последнего движет отчаяние. От активного и удачливого «красного» остается стремление привлечь к себе внимание, но другим способом – «пусть они увидят, как мне плохо, как я страдаю». Чтобы этого достичь, используются слезы, истерики и суициды. Он обижен на весь мир, жалеет себя и по-детски отворачивается лицом к стенке, уткнувшись в подушку. От великодушия победителя не остается и следа, на первом плане раздражительная слабость и быстрая утомляемость [1].

В контексте проводимых параллелей особый интерес представляет основанная на мифологических персонажах система ценностных предпочтений, предложенная Ю. Козелецким. В его системе проведена аналогия между рассматриваемыми психологическими свойствами и «геркулесовским» типом ценностных ориентаций в рамках упомянутой типологии. «Геркулесы» на первое место ставят господство над другими, приобретение власти. Удобство и комфорт не имеют для них особого значения, им важен контроль над окружением, социальными группами, а, следовательно, прежде всего средства принуждения и поощрения, позволяющие навязать свою волю [4].

Ценностные типы полюса «открытость изменениям» / жёлтый

Характеристики ценностных типов:

**Гедонизм** (Hedonism): удовлетворение желаний, наслаждение едой, сексом, развлечениями, потворствование своим желаниям. Мотивационная цель определяется как наслаждение или чувственное удовольствие от жизни.

**Стимуляция** (Stimulation): жизнь, полная впечатлений; изменчивая жизнь; смелый (ищущий приключения, риск, волнение). Этот тип ценностей является производным от организменной потребности в разнообразии и глубоких переживаниях для поддержания оптимального уровня активности. Мотивационная цель этого типа ценностей заключается в стремлении к новизне и глубоким переживаниям.

С*труктура* и *функции* жёлтого цвета:

**Жёлтый цвет** вызывает предприимчивость, означает самопроизвольность и непосредственность. Он олицетворяет: интерес к окружающему миру, активность, прожектерство, экспансивность, целеустремленность, любознательность. Его структурные значения: эксцентричный, гетерономный, проекция, живость чувств, перемена, раскрытие, надежда, поиск, новизна, счастье, движение, визуальный. Психологические проявления: непостоянство, оптимизм, оригинальность характера, веселая натура. Самооценка: свобода использовать имеющиеся возможности (метафора «Ганс в счастье»). Самовосприятие: свобода, самовыражение. Поведение: изменчивость.

Рассмотрим сходные пары для характеристик *ценностных типов* *гедонизм, стимуляция* и значений жёлтого цвета:

* гедонизм, удовлетворение желаний – счастье, оптимизм, прожектёрство;
* потворствующий своим желаниям – свобода, самовыражение, непосредственность;
* стимуляция – интерес к окружающему миру, любознательность;
* изменчивая жизнь – стремление к изменениям;
* стремление к новизне – перемена, надежда, поиск, эксцентричность;
* смелый – экспансия;
* ищущий волнение – неудовлетворённость настоящим, живость чувств.

Может вызвать недоумение связь «гедонизма» (по Шварцу) – и активности, прожектёрства, целеустремлённости (по Люшеру). Как правило, к проявлениям гедонизма относят пассивность и лень. Здесь возможны такие объяснения. Напомним, что термин «гедонизм» был введён в употребление для обозначения направления в этике, в рамках которого было принято сводить «всё содержание разнообразных моральных требований... к общей цели – к получению наслаждения и избеганию страдания» [12, с. 51]. В рамках этого учения мыслители так или иначе опирались на психологические представления о ценностно-мотивационных ориентациях поведения человека. Так, Паскаль высказался на этот счет следующим образом: «Все люди стремятся к счастью – из этого правила нет исключений; способы у них разные, но цель одна... Счастье – побудительный мотив любых поступков любого человека, даже того, кто собирается повеситься» [5, с. 180].

Гедонизм также трактуют – в частности, Б. Додонов – как склонность к активным действиям. Его идея состоит в том, что первоначально двигательные реакции любого живого организма, оказавшегося в проблемной ситуации, носят хаотический характер и если и приводят к успеху, то случайно. При этом удовольствие, «награждающее» удачный поведенческий акт, воздействует на структуры мозга так, что повторение его при сходных условиях становится более вероятным, чем раньше [2]. В рамках «гедонизма настоящего» (акцентирующего связь поведения животных и человека с действием непосредственно испытываемого страдания и наслаждения) либо «гедонизма будущего» (предвкушением предстоящих удовольствий) исследователь усматривает мотивирующие аспекты. Страданию и наслаждению придаётся значение «кнута и пряника», с помощью которых природа *стимулирует* организм и побуждает его оберегать себя от гибели. Как на один из источников своих взглядов Б. Додонов ссылается на мнение американского теоретика И. Хендрика, который утверждал, что ядро теории Фрейда составляет «гедонизм настоящего», но она также ассимилирует и «гедонизм будущего» [19]. Уточним: речь идёт о фрейдовском «принципе удовольствия»: «Ощущения, сопровождающиеся чувством удовольствия, не содержат в себе ничего побуждающего к действию, наоборот, ощущения неудовольствия обладают этим свойством в высокой степени. Они побуждают к изменению, к совершенствованию «движений» [2, с. 4].

Обратим внимание на некоторые аналогии между *стимуляцией* (поиском новизны и впечатлений по Шварцу), потворством своим желаниям и «дионисийским» типом ценностных ориентаций в рамках типологии мифологических героев, предложенной Ю. Козелецким [4]. Приведём его характеристики: во главу угла ставятся такие блага, как удобная жизнь, комфорт и потребление. Человек с такой ценностной ориентацией стремится к жизни, полной радости, он убеждён, что необходимо брать от мира как можно больше и использовать всё в своё удовольствие. Жить – значит иметь и пользоваться.

Говоря о стимуляции, нельзя не упомянуть, что *стимул* – это и физический агент (раздражитель), воздействующий на орган чувств (рецептор). Это позволяет нам подтвердить параллель, которая кажется не такой очевидной: мощной мотивацией к действию, поисковой активности является тяга к удовольствию, а также потребность в разнообразии и глубоких переживаниях.

Ценностный тип «самостоятельность»/ зелёный

**Самостоятельность** (Self-Direction): свобода; креативность (уникальное, богатое воображение); самодостаточность, надежда на себя; выбирающий собственные цели; любознательность, пытливость. Определяющая цель для этого типа ценностей состоит в самостоятельности мышления и выбора способов действий, в творчестве и исследовательской активности. Самостоятельность как ценность производна от организменной потребности в самоконтроле и самоуправлении, а также от интеракционных потребностей в автономии и независимости.

*Структура* и *функции* зелёного цвета:

**Зелёный цвет** вызывает твёрдость, означает гибкость ума. Он олицетворяет: сосредоточенное внимание к своим делам, пассивность, умение защищаться, цепкость, независимость, оригинальность суждений. Структурные значения: концентричный, автономный, оборона, волевое напряжение, настойчивость, утверждение, владение, гарантия, власть, уважение, сокращение. Его психологические проявления: упорство, самоуверенность, упрямство, самоуважение. Самовосприятие: самоуважение, идентичность. Самооценка: естественность, верность убеждениям, т.е. поведение соответствует убеждениям (метафора «благородный человек»). Поведение: устойчивость.

Рассмотрим сходные пары для характеристик *ценностного типа* *«самостоятельность»* и значений зелёного цвета:

* свобода – независимость;
* креативность – гибкость ума, оригинальность суждений;
* самодостаточность – концентричность (по Люшеру – «центростремительность», то есть сосредоточенность на внутренних проблемах, означает покой, удовлетворение, пассивность);
* выбирать собственные цели – верность убеждениям, поведение соответствует убеждениям;
* любознательность – цепкость, владение;
* самостоятельность, самоконтроль, самоуправление – сосредоточенное внимание к своим делам, устойчивость, умение защищаться;
* автономия – автономность (по Люшеру, независимость от внешних влияний и способность самому оказывать влияние. Также автономность трактуется им как самоопределение, произвольность, самостоятельность).

Основатель гештальттерапии Ф. Перлз использовал понятие «аутентичная личность», при описании которой он делал акцент на личной автономии, свободе, погружённости в процесс жизнедеятельности («здесь и теперь») самодостаточности, аутентичности, ответственности за свои чувства, потребности и стремлению к личностному росту. Видимо, имея в виду «аутентичную личность», П. Гудмен писал о том, что самое худшее, что можно сделать для человека, – это ему помогать [9].

Представители гуманистической психологии (К. Гольдштейн, К. Роджерс, А. Маслоу) связывают направленность на творчество с самоактуализацией, то есть наиболее полной и свободной реализацией человеком своих возможностей. Испытуемые, имеющие высокие показатели по тестам Е. Торранса и Дж. Гилфорда, отличаются уверенностью в себе, повышенным вниманием к своему «Я». Они лучше переносят состояние неопределённости и способны отстаивать своё мнение при недостатке информации. У этой категории лиц отмечается также любовь к приключениям, желание выделиться, соперничество, энергичность [6; 14].

Структуре и функции зелёного цвета можно сопоставить «аполлоническую иерархию», выделенную Ю. Козелецким. Наибольшее значение в ней приобретают ценности, связанные с творчеством, познанием окружающего мира, развитием искусства и науки.

Ценностный тип универсализм/ синий

**Универсализм** (Universalism): равенство, мир во всём мире, единство с природой, мудрость, мир красоты, социальная справедливость, открытость к чужим мнениям, защита окружающей среды. Мотивационная цель данного типа личностей – понимание, терпимость, защита благополучия всех людей и природы. Мотивационные цели *универсализма* производны от тех потребностей выживания групп и индивидов, которые становятся явно необходимыми при вступлении людей в контакт с кем-то вне своей среды или при расширении первичной группы.

**Синий цвет** вызывает успокоенность, означает глубину чувства. Он олицетворяет: сосредоточенное внимание к своим делам, пассивность, вовлеченность, чувствительность, восприимчивость, стремление достичь цельности. Структурные значения: концентричный, гетерономный, глубина чувств, покой, удовлетворенность, чувство, единение, связь, любовь, расширение. Его психологические проявления: спокойствие, удовлетворенность, нежность, любовь и привязанность. Самооценка: готовность к самоотречению (метафора «Диоген», по Люшеру). Самовосприятие: удовлетворение, интеграция. Поведение: расслабленность.

Рассмотрим сходные пары для характеристик *ценностного типа* *универсализм* и значений синего цвета:

* универсализм, равенство – связь, любовь;
* защита окружающей среды – единение, расширение;
* мир, социальная справедливость – готовность отречься от некоторого блага и отдать другому;
* открытость к чужим мнениям – восприимчивость, гетерономность, то есть, по Люшеру, уступчивость, склонность к компромиссам, покорность;
* понимание, терпимость – концентричность (у Люшера, убеждение в том, что лучше сохранить уже имеющееся, чем претендовать на что-то новое);
* мир красоты – удовлетворение, интеграция, расслабленность;
* мудрость – метафора «Диоген», успокоенность, стремление достичь цельности;
* единство с природой – спокойствие, нежность, глубина чувств, пассивность;

Мы отмечаем близость рассматриваемых свойств личности с «сократической иерархией» (из типов ценностных ориентаций, предложенных Ю. Козелецким). Наибольшая ценность – познание и понимание самого себя, своего интеллекта и характера, самосовершенствование и саморазвитие. Человек, её принимающий, стремится сформировать свою личность в соответствии с собственными идеалами [4].

Ценностный тип доброта/ фиолетовый

**Доброта** (у Шварца *benevolence*): верный, преданный группе, друзьям; честный; полезный, работающий на благо других; ответственный; склонный прощать. Это более узкий «просоциальный» тип ценностей по сравнению с *универсализмом.* Лежащая в её основе доброжелательность сфокусирована на благополучии в повседневном взаимодействии с близкими людьми. Этот тип ценности считается производным от потребности в аффилиации и обеспечении процветания группы. Мотивационная цель – сохранение благополучия людей, с которыми индивид находится в личных контактах (полезность, лояльность, снисходительность, честность, ответственность, дружба, зрелая любовь, глубокая эмоциональная и духовная близость).

Люшер полагает, что светло-фиолетовый цвет является «дополнительным», то есть, он не отражает основных потребностей человека. Его *структура* и *функции* разработаны у психолога не так тщательно, как для «основных» цветов. Поэтому ниже просто перечислены личностные свойства тех, кто предпочитает фиолетовый цвет – в нём, по Люшеру, выражена идея отождествления, понимаемая как объединение импульсивной победоносности красного и мягкой уступчивости синего. Это отождествление – своего рода мистическое едине­ние, высокая степень чувственной интимности, ведущая к такому полному слиянию между объектом и субъектом, в ходе которого всё, о чем мечтают и чего желают, должно стать реальностью. В известной степени это очарование, мечта, ставшая фактом, волшебное состояние, когда все желания сбываются. Поэтому человек, который отдает предпочтение фиолетовому цвету, ищет «волшебных отно­шений». Он не только хочет приукрасить себя, но в то же время желает очаровывать и восхищать других, вызывать у людей восторг. Люди, незрелые интеллектуально или эмоционально, предпочитают фиолетовый цвет. Так, дети отдают предпочтение фиолетовому цвету, и это показывает, что для них мир – это всё ещё волшебный край, и им достаточно потереть лампу Алладина, чтобы раб принес им все, что они пожелают. Гормональная актив­ность и деятельность желез внутренней секреции во время беременности отражается в предпочтении фиоле­тового. То же случается и во время нарушений функций щитовидной железы. Последнее, если вызвано психосоматически­ми причинами, происходит в результате продолжитель­ного стресса, шока или условий, породивших чрезмерные страхи у больных. В этих случаях они с трудом контро­лируют свои эмоции. Такие больные нуждаются в особом понимании, мягком обращении и нежности, что поможет успокоить их страхи. Гомосексуалисты и лесбиянки часто проявляют свою эмоциональную неуравновешенность, предпочитая фио­летовый цвет в качестве компенсации. В данном случае мы имеем дело с людьми, эмоциональные страхи которых заставляют их пытаться создать вокруг себя сказочную страну, в которой они могут забыть об остальном мире, пока они заняты друг другом [11].

Пары для *ценностного типа доброта* и «фиолетовых», на наш взгляд, менее убедительны, чем для предыдущих четырёх основных цветов Тем ни менее, хочется отметить содержательную близость многих определений:

* верный, преданный – мистическое едине­ние, высокая степень чувственной интимности
* работающий на благо других – уступчивость
* глубокая эмоциональная и духовная близость – отождествление
* обеспечение процветания группы – мечта, ставшая фактом, волшебное состояние, когда все желания сбываются
* доброжелательность, сфокусированная на благополучии в повседневном взаимодействии с близкими людьми, – быть занятым друг другом
* потребность в позитивном взаимодействии – попытка создать вокруг себя сказочную страну, в которой можно забыть об остальном мире
* аффилиация – отождествление, мягкое отношение, нежность.

Аффилиацию как стремление заводить дружбу, радоваться другим людям, любить их, сотрудничать и общаться с ними описывает, в частности, Г. Меррей. Он полагает, что цель аффилиации – взаимная доверительная связь, где каждый из партнёров, даже если не симпатизирует другому, относится к нему приязненно, принимает его, дружески поддерживает, симпатизирует ему [17]. Как одну из сторон аффилиации можно рассматривать *отождествление* и *идентификацию*. Последнюю Фрейд считал одним из важнейших бессознательных процессов, благодаря которому происходит саморазвитие «Я» субъекта, и выделял её типы: 1) первичный – примитивная форма эмоциональной привязанности к матери; 2) вторичный – защитная форма, заключающаяся в бессознательном уподоблении объекту, вызывающему страх или тревогу [15]. Тогда можно предположить, что рассматриваемая Люшером и Шварцем группа личностных свойств относится скорее к первичному типу. Интересно, что способность к эмпатии, как отмечают многие, возрастает с накоплением жизненного опыта. Так, согласно Дж. Миду, эмпатия, рассматриваемая в социально-психологическом контексте, является основным навыком, приобретаемым в процессе социализации и предполагающим способность принимать социальные роли и установки других, представлять себя в социальной позиции другого и предвидеть его реакции (по [10]). В этой связи можно усмотреть натяжку в нашем сопоставлении: «фиолетовые» инфантильны, «добрые» по Шварцу – ответственны и способны к «зрелой любви». Впрочем, мы не настаиваем на полноте соответствия этого ценностного типа со структурой и функцией фиолетового цвета, но частичное соответствие нам представляется очевидным.

Ценностные типы полюса «консерватизм» / коричневый

**Традиция** (Tradition) – уважение и ответственность за культурные и религиозные обычаи и идеи: сохранение признанных обычаев, сдержанный (избегающий крайностей в чувствах и действиях); скромный (не стремящийся привлечь к себе внимание); принимающий жизнь (подчиняющийся обстоятельствам); благочестивый (придерживающийся религиозной веры и убеждений).

**Конформность** (Conformity) – сдерживание действий и побуждений, которые могут навредить другим и не соответствуют социальным ожиданиям: вежливость (предупредительность, хорошие манеры); самодисциплина (устойчивость к соблазнам); уважение родителей и старших; послушание (исполнительность, подчинение правилам).

**Безопасность** (Security) – безопасность и стабильность общества, отношений и собственная безопасность; социальный порядок; национальная безопасность; уважение мнения других (учёт интересов других людей, избегание конфронтации); безопасность семьи и близких, чистоплотный (опрятный, аккуратный).

**Коричневый**  Люшер отнёс к дополнительным цветам – он отмечает, что этот цвет лишен экспансивного творческого импульса и показы­вает, что для человека особенно важным является «ощущение своих корней» – очага, дома, людей своего рода и племени. Это цвет «стадного чувства», семейного уюта и безопасности, тяги к взаимозависимости. Лица, лишённые крова и средств к существованию, изгнан­ные и не имеющие перспектив обеспечить свою безопас­ность и физические потребности, обычно ставят коричне­вый цвет в начале ряда. Такой выбор был типичен для так называемых «перемещённых лиц» после второй мировой войны. Жизненное начало для таких людей не является действенной силой, а лишь пассивно воспринимаемой на уровне ощущений. Коричневый цвет чувственен и имеет отношение к физическому восприятию организма, сигнализирует о нуждах организма. Коричневый, по Люшеру, – это затемнённый жёлто-красный (чёрный назван им цветом темным и безжизненным, «бесцветным»). Если предпочтение отдается коричневому – или другим «бесцветным» цветам (черному, серому), – это означает отрицательное отношение человека к жизни [11].

На основе приведённых описаний ценностных типов домена «консерватизм» и значений коричневого цвета мы находим соответствие между следующими их характеристиками:

* сохранение признанных обычаев – «ощущение своих корней»;
* послушание – отсутствие экспансивного творческого импульса;
* безопасность и стабильность – семейный уют и безопасность, тяга к взаимозависимости.

В данном случае мы отмечаем менее полное соответствие, чем по предыдущим позициям сравнения, – возможное тому объяснение мы дадим в выводах, а пока прокомментируем приведённые пары. По утверждению Шварца, реципиенты, предпочитающие ценности одного полюса его круговой системы (в данном случае – полюса «консерватизм»), отвергают ценности противоположного полюса («открытость изменениям»). Похожей позиции придерживался Фромм, утверждая, что люди в поисках безопасности порой добровольно жертвуют своей свободой. В работе «Бегство от свободы» он выделил своеобразные тактики такого «бегства»: 1) авторитаризм – тенденция отказаться от независимости своей личности, слить своё «Я» с кем-нибудь или чем-нибудь внешним для обретения силы, недостающей самому индивиду; 2) разрушительность, как попытка преодолеть чувство неполноценности, уничтожая или покоряя других, как средство избавления от невыносимого чувства бессилия, реакция на тревогу, вызываемую любой угрозой жизненным интересам; 3) автоматизирующий конформизм – стремление перестать быть собой, следуя которому человек полностью усваивает тип личности, предлагаемый ему общепринятым шаблоном. При этом исчезает различие между собственным «Я» и окружающим миром, а вместе с тем – и осознанный страх перед одиночеством и бессилием [16]. Отметим, что ценностные ориентиры, разработанные Шварцем, и его формулировки не вызывают ассоциаций с невротичностью и мазохизмом, – думается, можно говорить о разном уровне проявления одних и тех же психологических свойств. Содержание и схематизм «бегства от свободы», пожалуй, до некоторой степени может послужить обоснованием предлагаемого нами соотнесения описанного Люшером психологического типа конформных, надломленных невзгодами людей (коричневый «безжизненный» цвет) и ценностных ориентаций приверженцев *безопасности и* *конформизма*, по Шварцу*.*

Такого рода соотнесение, полагаем, не противоречит духу и принципам гуманистической психологии. Так, в «пирамиде потребностей» Маслоу поместил потребности в безопасности, надёжности и защите в основание пирамиды, подчёркивая их близость к физиологическим потребностям, то есть к нуждам запросов тела (ср. аналогичную формулировку у Люшера, приведённую выше). Потребности в безопасности граничат в «пирамиде» Маслоу – как и у Шварца, и у Люшера – с потребностями в сопричастности: принадлежности к семье, общине, кругу друзей, любимых.

Говоря о конформизме, можно сослаться также и на подход Г. Олпорта, который выделял семь аспектов самости, называя их проприатическими функциями. Проприум у него – некая организующая и объединяющая сила, назначение которой – формирование уникальности человеческой жизни. Шестой аспект самости – это рациональное управление самим собой, являющееся стадией выраженного конформизма, морального и социального послушания, когда ребёнок учится рационально решать жизненные проблемы, догматично полагая, что семья, ровесники и религия всегда правы. Этот аспект предвосхищает последний, седьмой, где личность ставит перспективные жизненные цели, человек ощущает, что жизнь имеет смысл (по [10]. Как видим, в конформизме можно усмотреть не только негативные, но и позитивные стороны – полагаем, в том же русле рассуждали Люшер и Шварц.

Обратимся теперь к характеристикам ценностного типа *традиции* и их соотношению с функциям коричневого цвета. Если положение коричневой карточки в ряду показывает состояние сенсорного механизма (см. [11]), то логично предположить теснейшую взаимосвязь «коричневых» функций с активностью глубинных пластов психики. По утверждению К. Юнга, в различных продуктах символической активности (ритуалах, мифах, религии, в которых и проявлена традиция) гармонизуются отношения сознания и бессознательного: культура воздвигла стену символа против жуткой жизненности, таящейся в глубинах души [18]. Отметим, что при такой трактовке психологических особенностей приверженцев традиционных ценностей, безопасности, конформизма, с одной стороны, и структуры коричневого цвета, с другой, в неожиданном ракурсе выглядит содержание метафоры «коричневая чума», а также цветовые предпочтения (коричневые рубашки) идеологов германского фашизма.

На этом мы завершаем сравнительный анализ. Результаты проведённого сопоставления таковы (в порядке расположения ценностных типов, по Шварцу):

Полюс «самовозвышение»

Красный / власть, достижение

Полюс «открытость изменениям»

Жёлтый / гедонизм, стимуляция

Зелёный /самостоятельность

Полюс «самотрансцендентность»

Синий / универсализм

Фиолетовый / доброта

Полюс «консерватизм»

Коричневый / конформность, традиции, безопасность

Выводы

В своём исследовании мы попробовали – ориентируясь на «цветовую» типологию личностных типов, разработанную Люшером, – применить её к типологии ценностных ориентаций (ценностных типов), по Шварцу (то есть сопоставить последние с четырьмя основными и двумя дополнительными цветами). Цветовое индексирование ценностных типов было нами проведено путём анализа описаний психологических значений цветов: выделения в этих описаниях таких составляющих, которые отражают ценностные ориентации индивидов. Поскольку в методе Шварца ценностные типы графически представлены в виде разделённого на секторы (домены и полюсы) круга, то и полученные нами цветовые индексы ценностных типов также расположены в круговой последовательности. *Порядок расположения цветовых индексов ценностных типов соответствует порядку цветов цветового круга.* Цветовой круг, введение в научную практику которого связывают с Ньютоном, образован семью основными цветами и одним искусственным – пурпурным, – который необходим для замыкания круга: перехода от фиолетового к красному. В полученном нами ценностно-цветовом круге эту дополнительную позицию занял коричневый.

Отметим, что полученный результат – это не первый случай обнаружения сопряжённости психологической характеристики и цветового круга. Так, в частности, Ч. Осгуд, изучая с помощью семантического дифференциала роль цвета в эмоциональном воздействии произведений искусства и рекламной продукции, установил, что цветовой ряд, составленный на основе оценок цветов по фактору «А», практически совпадает с последовательностью этих цветов в спектре: наиболее высокие оценки отмечены у цветов красно-желтой части спектра, а наименьшие – у сине-зеленой [8]).

На данном этапе исследования мы не готовы аргументировано интерпретировать полученный результат, предложить ответ на закономерный вопрос: какими психологическими закономерностями обусловлена выявленная нами связь между такой сложной, культуросообразной психологической характеристикой как система ценностных ориентиров, с одной стороны, и цветовыми предпочтениями – с другой (тем более что последние, по Люшеру, никак не связаны с особенностями этнических и исторических культур). Полученный результат мы рассматриваем как обоснование проведения более строгих исследований психологических закономерностей, связывающих цветовые предпочтения с другими психологическими свойствами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Базыма Б.А. Цвет и психика: монография / Б.А. Базыма. – Харьков: ХГАК, 2001. – 172 с.

1. Додонов Б.И. Эмоция как ценность / Б.И. Додонов. – М.: Наука, 1978. – 272 с.

1. Карандашев В.Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство / В.Н Карандашев. – СПб.: Речь, 2004. – 98 с.

1. Козелецкий Ю. Человек многомерный / Ю. Козелецкий; [пер. с польск.] – Киев.: Либідь, 1991. – 288 с.

Ларошфуко Ф. Максимы / Ф. Ларошфуко; [пер. с фр.] – М.: Амфора, 2000. – 287 с.

1. Либин А.В. Дифференциальная психология: на пересечении европейских, российских и американских традиций / А.В. Либин. – М.: Смысл, 1999. – 532 с

1. Лихтарников А.Л. Ценностный опросник (ЦО) Ш. Шварца и духовное развитие личности: нормальное и патологическое [Электронный ресурс]. URL: <http://diagnostika.spb.ru/co_1_1.html> (дата обращения 22.03.2011).

3. Осгуд Ч. Приложение методики семантического дифференциала к исследованиям по эстетике и смежным проблемам / Ч. Осгуд, Дж. Суси, П. Танненбаум; [пер. В.С. Каменского] / Искусствометрия: методы точных наук и cемиотики; [сост.-ред. Лотман Ю.М., Петров В.М.]. – М.: ЛКИ, 2007 – 372 с.

3. Перлз Ф.С. Практикум по гештальттерапии / Ф.С. Перлз; [пер. с англ.] – СПб.: Петербург-ХХI век, 1995. – 448 с.

4. Психология личности: Словарь справочник. [авт.-сост. П.П.Горностай, Т.М.Титаренко]. – Киев: Рута, 2001. – 320 с.

3. Руководство по использованию восьмицветового теста Люшера; [сост. О.Ф. Дубровская]. – М.: «Когито-Центр», 2008. – 63 с.

4. Словарь по этике; [под ред. И.С. Кона ]. – М.: Политиздат, 1981. – 430 с.

Собчик Л.Н. Метод цветовых выборов – модификация восьмицветового теста Люшера. Практическое руководство / Л.Н. Собчик. – СПб.: Речь, 2010. – 128 с.

4. Торшина В.А. Современные исследования проблемы креативности в зарубежной психологии / В.А. Торшина // Вопросы психологии – 1998. – № 4. – С. 14-16.

4. Фрейд З. Основные принципы психоанализа / З. Фрейд; [пер. с нем., англ]. – М.: REFL-book, 1998. –288 с.

5. Фромм Э. Бегство от свободы / Э. Фромм; [пер. с англ]. – М.: Прогресс, 1989. – 272 с.

5. Хекхаузен Х. Мотивация и деятельность / Х. Хекхаузен; [пер. с нем.] – М.: Смысл, 2003. – 860 с.

5. Юнг К. Г. Архетип и символ / К.Г. Юнг; [пер. с англ. и нем.] – М.: Ренессанс, 1991. – 304 с.

5. Hendrick, Ives. Facts and Theories of Psychoanalysis / Ives Hendrick. – NY: Alfred A. Knopf, 1934. – Pp. xi, 308.

Annotation

The theoretical study is based on comparing the content description, on the one hand, of the objective and subjective psychological meanings of colors (by M. Lüscher), on the other – of value priorities (by S. Schwartz). According to the analysis, the color indexes of the poles and domains types of value priorities are carried out – each of the value priorities was assigned to the meaning of a certain color. Thus, value orientations were correlated with color preferences. It is shown that there is a reason to consider: value priorities, at their circular arrangement, at Schwartz's scheme, by their colors indices largely correspond with the color wheel. An explanation for some lack of correspondence is proposed.

*Keywords*: meaning of color, function of color, value priorities, color preferences, pole, domain,

Анотація

Пропоноване теоретичне дослідження побудоване на порівнянні змістовних описів, з одного боку, об'єктивних і суб'єктивних психологічних значень кольорів (за М. Люшером), з іншого боку – типів ціннісних орієнтацій (за Ш. Шварцем). Відповідно до результатів аналізу було проведено колірне індексування полюсів і доменів типів ціннісних орієнтацій – кожному з останніх поставлено у відповідність значення певного кольору. У такий спосіб ціннісні орієнтації співвіднесено з уподобаннями щодо кольорів. Показано, що є підстави вважати: ціннісні типи при їхньому круговому розташуванні, за схемою Шварца, своїми колірними індексами в основному відповідають колірному колу. Запропоновано пояснення окремих невідповідностей.

*Ключові слова:* структура кольору, функція кольору, значення кольору, ціннісні орієнтації, полюс, домен

**Авторы:**

*Воропаев Евгений Павлович,* кандидат психологических наук, старший преподаватель кафедры социальных наук Харьковского национального университета искусств им. И.П. Котляревского, пл. Конституции, 11/13, 61003, Харьков, Украина. E-mail: voropayev@inbox.ru Тел.: +38(066) 073 16 42

*Мединцев Владислав Александрович*, кандидат психологических наук, научный сотрудник лаборатории методологии и теории психологии, Институт психологии им. Г.С. Костюка Национальной академии педагогических наук, ул. Паньковская, 2, 01033, Киев, Украина.