

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ
СТУСА

КІСІЛЕВИЧ ОЛЕКСАНДРА ПАВЛІВНА

Допускається до захисту:
завідувач кафедри психології,
д.економ.наук, к. псих.н.,
професор
_____ В.А. Оверчук
«___» _____ 20__ р.

ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ КОЛЬОРОСПРИЙНЯТТЯ У МОЛОДІ

Спеціальність 053 Психологія

Кваліфікаційна (бакалаврська) робота

Науковий керівник:
Короцінська Ю.А.,
старший викладач кафедри психології

Оцінка: ____ / ____ / ____

Голова ЕК: _____

Вінниця – 2024

АНОТАЦІЯ

Кісілевич О. П. Гендерні особливості кольоросприйняття у молоді. Спеціальність 053 «Психологія», Донецький національний університет імені Василя Стуса, Вінниця, 2024.

У кваліфікаційній роботі досліджено особливості кольоросприйняття у молоді з різною гендерною самоідентифікацією. Встановлено, що існує взаємозв'язок між гендерною ідентифікацією та кольоровими уподобаннями та асоціаціями, які викликають ті чи інші кольори. Третій розділ роботи вивчає, чи певні кольори сприймаються особами з різною гендерною ідентифікацією по-різному.

Ключові слова: колір, гендер, сприйняття, психологічна стать, семантика.
51 с., 5 табл., 4 рис., 3 дод., 43 джерела.

ABSTRACT

Kisilevych O. P. Gender peculiarities of colour perception among young people. Speciality 053 "Psychology", Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, 2024.

The scientific work investigates the peculiarities of color perception in young people with different gender identities. It is established whether there is a interrelation between gender identification and color preferences and associations that evoke certain colors. The third section of the paper examines whether certain colors are perceived differently by people with different gender identities.

Keywords: color, gender, perception, psychological sex, semantics.
51 p., 5 tables, 4 figures, 3 appendix, 43 sources.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ВИВЧЕННЯ ГЕНДЕРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ КОЛЬОРОСПРИЙНЯТТЯ У МОЛОДІ	
1.1. Аналіз наукових підходів до дослідження сприйняття та кольоросприйняття.....	7
1.2. Дослідження кольоросприйняття в психології.....	11
1.3. Вплив психофізіологічних та соціокультурних аспектів на сприйняття кольору.....	15
1.4. Аналіз теоретичних аспектів кольоросприйняття молоді в контексті гендерних відмінностей	21
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1	24
РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ КОЛЬОРОСПРИЙНЯТТЯ У МОЛОДІ	26
2.1. Опис вибірки та етапів дослідження	26
2.2. Опис методик дослідження.....	27
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2	31
РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНИЙ АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ КОЛЬОРОСПРИЙНЯТТЯ У МОЛОДІ.....	32
2.1. Аналіз результатів дослідження за авторською анкетною «Гендерні особливості кольоросприйняття».....	32
2.2. Аналіз результатів дослідження рівнів фемінності, маскулінності та андрогінності за опитувальником С. Бем	33
2.3. Аналіз взаємозв'язку рівнів фемінності й маскулінності та кольоросприйняття за методом семантичного диференціалу Ч. Осгуда	37
ВИСНОВКИ	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	42
ДОДАТКИ	47
ДЕКЛАРАЦІЯ.....	56

ВСТУП

Актуальність дослідження. У сучасному світі значна увага приділяється питанням гендерної ідентичності та різноманітності. Україна, як і багато інших країн, стикається із викликами стосовно гендерно-рольового розподілу між чоловіками та жінками, гендерної рівності, гендерно зумовленого насильства, а також самопрезентації та самореалізації представників різних гендерів. Особливо гостро ці питання постають в умовах воєнного стану, коли жінки через перебування чоловіків на лінії фронту відчують підвищену відповідальність за усі сфери життя. Дослідження останніх десятиліть підтверджують факт збільшення рівня андрогінності, класичні стандарти «чоловічої» та «жіночої» поведінки, що сформувалися у минулому, все більше втрачають актуальність. Відбувається розширення розуміння гендерної ідентичності, включаючи крім традиційних категорій чоловіків і жінок, також агендерні, небінарні та інші ідентичності. Також, молодь стає все більш активною у питаннях гендерної рівності та виразно виражає свою підтримку різноманітності й інклюзивності. Самопрезентація, вираження власної індивідуальності є значущими для осіб молодого віку, адже це активний період соціалізації та становлення особистості. Значну роль в цьому процесі відіграє колір та кольорові вподобання як форма самовираження, репрезентація власного емоційного та чуттєвого світу.

Якщо раніше існували колірні гендерні стереотипи на кшталт «хлопчикам – блакитне, дівчаткам – рожеве», то наразі молодь прагне їх позбавитися. Актуальним залишається питання, які кольори сприймаються як «жіночі» і «чоловічі» у сучасному суспільстві, які є «універсальними», а також який існує взаємозв'язок між гендерною самоідентифікацією з одного боку і вибором кольорів як способу вираження власної особистості з іншого. Аби розширити

розуміння цього, було вирішено дослідити взаємозв'язок між гендером та кольоросприйняттям.

Мета: виявити, обґрунтувати й експериментально перевірити взаємозв'язок між гендерною ідентифікацією та кольоровими уподобаннями; виявити, чи існує різниця у виборі кольорів між особами з різною статевою ідентифікацією.

Завдання дослідження.

- 1) здійснити теоретичний аналіз підходів до вивчення взаємозв'язку гендерної самоідентифікації на сприйняття кольору;
- 2) підібрати психодіагностичний інструментарій емпіричного дослідження;
- 3) емпірично дослідити та проаналізувати особливості взаємозв'язку гендерної самоідентифікації та сприйняття кольору;
- 4) підтвердити або спростувати роль впливу кольору на представників різного гендеру.

Об'єкт: сприйняття в молодому віці.

Предмет: особливості кольоросприйняття у молоді з різною гендерною самоідентифікацією.

Гіпотеза: існує взаємозв'язок між гендерною ідентифікацією та кольоровими уподобаннями та асоціаціями, які викликають ті чи інші кольори, в результаті чого певні кольори сприймаються особами з різною гендерною ідентифікацією по-різному.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що знання про актуальні гендерні аспекти кольоросприйняття можуть допомогти створювати товари (як матеріальні, так і цифрові) та рекламну продукцію відповідно потреб молоді. Вивчення цього питання має важливе значення для психологів, дизайнерів, маркетологів, митців, осіб, що представляють громадські молодіжні організації та представників інших професій, що за родом своєї діяльності дотичні до питань гендерної ідентичності та самовираження молоді.

Методи дослідження. Для дослідження були використані наступні методи: теоретичні – аналіз та систематизація різних підходів та концепцій; емпіричні – методика діагностики психологічної статі й ступеню андрогінності, маскулінності та фемінності особистості «Статеврольовий опитувальник С. Бем (BSRI)», «Метод семантичного диференціалу Ч. Осгуда» задля вивчення асоціацій та суб'єктивних реакцій на кольори, виражених оціночною шкалою, а також авторське анкетування на тему «Гендерні особливості кольоросприйняття».

Апробація результатів дослідження.

Кісілевич О. П. Роль гендерних стереотипів у формуванні кольорових вподобань. *Актуальні проблеми адаптаційного потенціалу особистості в сучасних умовах життєстійкості* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 16-17 листопада 2023 р. / Дон. нац. ун-т ім. В. Стуса, кафедра психології. Вінниця, 2023. С. 212-215.

Кісілевич О. П. Вплив кольору на когнітивні функції людини. *Актуальні проблеми практичної психології* : матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Одеса, 17 травня 2024 р. / Південноукраїнський нац. пед. ун-т ім. К. Д. Ушинського. Одеса, 2024.

Структура кваліфікаційної роботи: робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків. Містить 5 таблиць, 4 рисунка, 43 джерела, 3 додатки. Загальний обсяг 51 сторінка.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ВИВЧЕННЯ ГЕНДЕРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ КОЛЬОРОСПРИЙНЯТТЯ У МОЛОДІ

1.1. Аналіз наукових підходів до дослідження сприйняття та кольоросприйняття

Підхід до дослідження сприйняття визначає його концептуальний каркас та загальну стратегію. Підхід визначається теоретичними рамками, парадигмами, методологічними підходами та науковими питаннями, які ставляться перед дослідником. Сприйняття – це складний психофізіологічний процес. Фізіологічною основою сприймання є комплексна аналітично-синтетична діяльність у всій корі головного мозку. Важливу роль у процесі сприйняття відіграє друга сигнальна система, яка визначає смислове сприйняття людини. Вона перетворює предмет, що сприймається, на вербальний сигнал; розуміння перших сигналів, що надходять, надає сприйняттю людини своєрідний характер, пов'язує сприйняття з активністю особистості. Друга сигнальна система сприяє усвідомленню та осмисленню відображених предметів і регулює процес формування людського сприйняття [6].

О. Бакаленко у своєму посібнику дає цьому поняттю наступне визначення [2, с. 23]: «Сприйняття – процес прийому та переробки людиною різної інформації, що надходить до мозку через органи чуття, який завершується формуванням образу».

Однією з ключових особливостей сприйняття є те, що образ, який сприймається, не формується в результаті простого впливу фізичного стимулу на сенсорні системи, а складається під час активного взаємодійного процесу між подразником та людиною. Наприклад, якщо для виникнення відчуття, потрібна рухова активність, така як погляд або рух, то сприйняття включає в

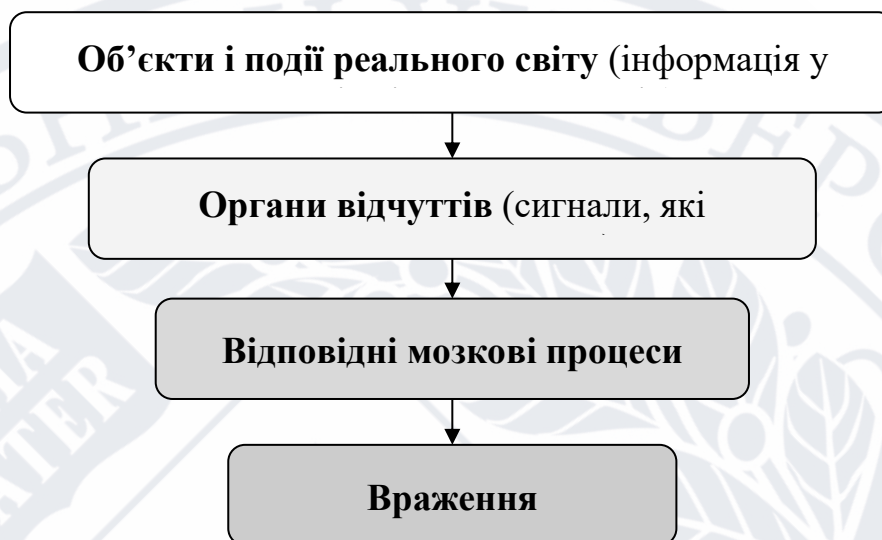
себе виконання специфічних перцептивних дій – спеціалізованої активності, яка сприяє утворенню перцептивного образу.

Як зазначає С. Прищенко, сприйняття являє собою відображення предметів та явищ у різноманітності їхніх властивостей та особливостей; це цілісне відображення предметів, ситуацій та подій при безпосередньому впливі фізичних подразників на органи чуття [15].

Усі відчуття розподіляються на слухові, зорові, дотикові, нюхові, смакові. В контексті теми сприйняття кольору, розглянемо детальніше зорові відчуття. Зорові відчуття виникають в результаті переломлення світла через кристалик і фокусування його на сітківці ока, де розташовані різні типи рецепторів. Деякі з них, які мають форму колбочок, відповідають за денний та кольоровий зір, тоді як інші, що схожі на палички, забезпечують сутінковий зір без врахування кольору. Сигнали від цих рецепторів передаються через зоровий нерв до відповідних областей кори головного мозку для подальшого аналізу [2]. Зорові відчуття грають важливу роль у тому, як людина отримує більшість інформації про своє оточення, а саме об'єм, освітленість, пропорції, фактуру, просторове положення, колір предметів тощо. С. Прищенко пропонує уявити процес зорового сприйняття таким чином [15]:

Об'єкти і події реального світу (інформація у вигляді світлових променів)
→ Органи відчуттів (сигнали, які надходять до мозку) → Відповідні мозкові процеси → Враження.

Рисунок 1.1. Процес зорового сприйняття за С. Прищенко



У свою чергу, науковець М. Варій зазначає, що сприйняття є більш складним явищем, ніж проста сума окремих відчуттів. Воно завжди представляє собою інтегровану систему, що відображається від елементарних відчуттів, які складають його основу. Кожне сприйняття включає в себе рефлексію минулого досвіду, осмислення сприйнятого та емоційні реакції на нього. Інтерпретуючи об'єктивну реальність, сприйняття виявляється активним процесом, де відбивається весь психічний внутрішній світ конкретної особистості, яка його переживає [6].

Підсумовуючи, науковці розглядають сприйняття як складний психофізіологічний процес, який включає аналіз інформації, що надходить до мозку через органи чуття, рефлексію минулого досвіду, осмислення сприйнятого та емоційне реагування. Важливість дослідження сприйняття виявляється у багатьох сферах науки, включаючи психологію, нейробіологію, медицину, дизайн та маркетинг, оскільки вивчення цього процесу дозволяє краще розуміти, як люди сприймають світ навколо себе: від сприйняття залежить розуміння оточуючого середовища, взаємодія з іншими людьми та прийняття рішень. У свою чергу, сприйняття залежить від багатьох факторів, які впливають на спосіб сприймання інформації та формування перцептивних

образів, включаючи попередній досвід, емоційний фон, характеристики мозку та нервової діяльності.

За допомогою механізмів кольоросприйняття люди сприймають широке різноманіття кольорів, які існують у природі. 1 речення не може бути абзацем. Доповніть: не лиш про кольори, а й про форми, співвідношення в просторі. Навіщо це людин для виживання – розпізнавання небезпеки, їжі, потенційного партнера для спарювання тощо. А потім вийдіть на те, що колір є однією з головних характеристик предметів і впливає на психіку.

Початок вивчення кольору та його сприйняття асоціюється з діяльністю відомого фізика І. Ньютона у другій половині XVII століття, коли той розробив теорію, що білий колір є сумішшю усіх кольорів із різним ступенем заломлення. Хоча вчений визнавав, що спектр є безперервним, він використовував сім назв кольорів (червоний, оранжевий, жовтий, зелений, синій, індиго і фіолетовий) для сегментів спектра за аналогією з сімома нотами музичної гами.

У свою чергу, німецький поет та вчений Й. Гете також займався дослідженням походження кольору та його впливу на людину, проте підходи вчених кардинально відрізняються: дослідження І. Ньютона спрямовані на наукове обґрунтування, тоді як Й. Гете вважав, що колір переживається, а не сприймається, що є ознакою духовно-психологічного підходу.

У кінці XVIII століття Т. Юнг дослідив, що будь-який колір, що сприймається в спектрі, включаючи білий, можна створити шляхом змішування трьох або більше світлових променів з відповідною інтенсивністю, хоча він не конкретизував їхні значення. Теорію Т. Юнга продовжив Г. Гельмгольц. Згідно з трикомпонентною теорією Ломоносова-Юнга-Гельмгольца, в сітчатці ока існують три типи (апарати) кольорочутливих рецепторів (колбочок), які відповідають червоному, зеленому та синьому (або фіолетовому) кольорам [15].

За допомогою механізмів кольоросприйняття люди сприймають широке різноманіття кольорів, які існують у природі. Нормальне функціонування ока

дозволяє сприймати три основні кольори спектра: червоний, зелений і синій, а також розрізняти близько 160 відтінків цих кольорів. Різноманіття кольорів формується завдяки змішуванню цих трьох основних кольорів. До ахроматичних відносяться білий, сірий і чорний кольори, людське око може розрізняти до 300 їхніх відтінків. Усі ці кольори характеризуються яскравістю, яка визначається ступенем їхнього наближення до білого кольору. Щодо хроматичних кольорів, вони характеризуються колірним тоном, яскравістю і насиченістю. За високочастотними характеристиками існують три групи кольорів: довгохвильові (червоний і помаранчевий), середньохвильові (жовтий і зелений) і короткохвильові (блакитний, синій і фіолетовий). За межами видимої хроматичної частини спектра розташовані інфрачервоне та ультрафіолетове випромінювання, які не можуть бути сприйняті оком. Випадки розладів кольоросприйняття досліджуються за допомогою поліхроматичних таблиць Е. Рабкіна та можуть бути пов'язані з аномальним сприйняттям кольорів, відомим як кольороаномалія, аномальною трихромазією або повною відсутністю одного з трьох компонентів кольору – дихромазією. Також, трапляється монохромазія, коли сприймається тільки чорний і білий кольори [4].

За іншими підрахунками, око може розрізняти близько 10 мільйонів кольорів, і всі вони походять від двох типів світлової суміші: адитивної та субтрактивної. Як впливає з назв, адитивна суміш передбачає додавання кольорів, а субтрактивна – віднімання основних кольорів від білого або поглинання частин спектра [38].

1.2. Дослідження кольоросприйняття в психології

Вплив кольору на емоційний стан і взаємозв'язок між ними досліджували науковці, такі як М. Люшер, Е. Гейл, Е. Беббіт, В. Бехтерев, а також фізіологи С. Кравков, Є. Рабкін та інші. Вони встановили, що сприйняття кольору кожною

людиною оцінюється суб'єктивно як позитивне, нейтральне чи негативне. Відповідно до емоційного стану людини, вона може приймати, ігнорувати або відкидати певне чуттєве сприйняття.

Дослідники зазначають, що кольори здатні викликати різні емоційні реакції. Вивчення впливу та сприймання кольору допомагає виявити, як відтінки асоціюються з певними емоціями і настроями, а також як вони впливають на психічний стан людини. Дослідження інституту кольоропсихології показали наступні зв'язки між кольором та психологічними характеристиками особистості (табл. 1.1) [32]:

Таблиця 1.1.

Зв'язки між кольором і психологічними характеристиками особистості на різних етапах онтогенезу

Вік	Колір, якому надають перевагу	Колір, що викликає негативне ставлення	Переважаючий психологічний стан
4-10 р.	Червоний, пурпуровий, рожевий, бірюзовий	Чорний, темно-коричневий, сірий	Перебування у світі казок
11-12 р.	Зелений, жовтий, червоний	Оливковий, пастельно-зелений, бузковий	Перевага чуттєвого сприйняття світу
13-16 р.	Ультрамарин, синій, помаранчевий (зелений)	Фіолетовий, бузковий	Раціональний підхід до сприйняття світу, розвиток самосвідомості
17-19 р.	Червоно-помаранчевий	Пурпурний, рожевий	Інстинктивно-цілеспрямоване сприйняття світу

У свою чергу, в рекламі та маркетингу кольори використовуються для привернення уваги споживачів, створення певного настрою та асоціацій з брендом чи товаром. Дослідження кольоросприйняття допомагає розуміти, як кольори впливають на споживачів та рішення та поведінку споживача. Згідно з

дослідженням Ш. Битичі, переважна більшість (85%) опитуваних обрали колір як основну причину візуального аспекту при придбанні товару, а 73,3% респондентів вважають колір одним з основних маркетингових факторів, які визначають їхню покупку. На запитання, який колір, на їхню думку, найчастіше використовується рекламодавцями для просування товарів чи послуг, досліджувані найбільше вказували червоний, блакитний та зелений кольори [26].

Також, дослідження доводять, що кольори можуть по-різному впливати на продуктивність роботи та сприйматися в контексті навчання. Наприклад, деякі кольори можуть стимулювати та підвищувати увагу, тоді як інші можуть спричиняти втому або зниження концентрації. У книзі «Людина-колір-простір» Г. Фрілінг зазначає, що сприятливе навколишнє середовище, наповнене яскравими та теплими кольорами, сприяє підвищенню продуктивності та забезпечує приємне навчання й працю. Також, автор розділяє кольори за їхнім впливом на людину. Зокрема, теплі кольори стимулюють та сприяють збудженню, а холодні – приглушають подразнення; статичні кольори здатні врівноважити та заспокоїти; холодні темні тони ізолюють та пригнічують збудження тощо [32].

Із давніх-давен цілителі припускали, що сім кольорів райдуги (спектру) мають зв'язок з різними органами та тканинами людського тіла. Уважається, що хвильові вібрації основних кольорів мають відновлювальний ефект на різні функції організму, сприяючи нормалізації їх роботи, а лікувальна сила кольору полягає у впливі коливань хвиль певної довжини на органи та психічні центри, при цьому різні кольори можуть мати специфічний вплив на різні захворювання.

Древньокитайська філософія говорить про те, що внутрішні органи уособлюють певні кольори та стихії: серце – червоний, вогонь; печінка – синій,

дерево; легені – білий, метал; селезінка та підшлункова залоза – жовтий, земля; нирки – чорний, фіолетовий, темно – синій, вода [8].

У XX столітті почалися інтенсивні дослідження психофізіологічних, психофізичних та психологічних аспектів сприйняття кольору людиною. Вчених цікавив вплив кольору на здоров'я та функціонування організму. У своїй праці Ф. Біррен порівнював вплив світла на рослини та людей. Він висловив зауваження, що як люди, так і рослини виживають у подібних умовах та одному світі. Видиме світло є необхідним для росту рослин, тоді як інфрачервоне, так само як і темрява, може пригнічувати розвиток хлорофілу і негативно впливати на ріст. Тоді чому видиме світло є обов'язковим для рослин, але має негативний вплив на людей, та чому інфрачервоне та ультрафіолетове світло, які шкодять рослинам, мають бути розглянуті як корисні для людини? Філософ був переконаний, що користь видимого світла для людей є досі недостатньо вивченою, і час та подальші дослідження допоможуть розкрити цю проблему [22].

У наш час широко використовується арт-терапія, підвидом якої є кольоротерапія. Кольорова терапія може використовуватися для стимуляції природних здатностей самооздоровлення. Під час її проведення зазвичай обирають основні кольори – червоний, жовтий та синій, а також змішані – помаранчевий, зелений, фіолетовий. Вважається, що білий не задіюється через його здатність уособлювати всі кольори одночасно, а чорний – через властивість їх поглинати.

У своїй праці «Терапія кольором: психологічний та фізіологічний аспекти» І. В. Дорогань стверджує, що колір володіє здатністю впливати на фізіологічні показники організму через взаємодію з коливаннями світлових хвиль певної довжини. Різні кольори можуть викликати такі почуття як бадьорість або втома, а також стимулювати роботу зорового апарату, травної та імунної систем, мозку та нервової системи. Крім того, певні кольори можуть сприяти лікуванню [3, 8].

Зазначаються наступні психофізіологічні впливи кольорів [17].

1. Червоний колір відзначається розігрівуючим та оживлюючим ефектом. Він сприяє зміцненню серцево-судинної системи, активізує функції печінки, підвищує кров'яний тиск та серцевий ритм, а також стимулює дихання та утворення червоних кров'яних тілець. Червоний колір є найбільш емоційно насиченим і найбільш помітним для сітківки, що призводить до його швидшого сприйняття людиною.
2. Помаранчевий пробуджує радість та насолоду життям. Він може допомагати при депресіях, апатії та втраті апетиту. Помаранчевий колір також має позитивний вплив на залози і легені.
3. Жовтий – покращує настрій та позитивно впливає на нервову систему та внутрішні органи. Він заспокоює селезінку, активізує лімфосистему та допомагає при проблемах з печінкою. Проте надмірна кількість жовтого кольору може викликати тривогу та занепокоєння.
4. Зелений колір має сильний антистресовий ефект, заспокоює нервову систему та допомагає при втомі. Він сприяє відновленню рівноваги між печінкою та селезінкою, а також регенерації м'язів та сполучної тканини.
5. Синій – стимулює мислення, зменшує запалення та апетит, допомагає при порушеннях сну та головних болях. Він також охолоджує, тому корисний при опіках та підвищеній температурі. Глибокі відтінки синього кольору часто використовуються в медитаціях, що сприяє розслабленню організму та змінює біологічні процеси.
6. Фіолетові відтінки сприяють кращій концентрації уваги та знімають психічну напругу. Вони також стимулюють діяльність селезінки, розслабляють, знімають біль та підтримують лімфосистему.

1.3. Вплив психофізіологічних та соціокультурних аспектів на сприйняття кольору

У вивченні кольоросприйняття застосовуються різноманітні методологічні підходи, що сприяють глибшому розумінню механізмів сприйняття кольору на рівні органів чуття та центральної нервової системи (ЦНС), його впливу на поведінку, фізіологічні та емоційні реакції організму, а також особливостей взаємодії соціокультурних чинників та сприйняття кольору, враховуючи індивідуальні уподобання, стереотипи та асоціації.

Психофізіологічний підхід оцінює фізіологічні аспекти сприйняття кольору, використовуючи методи вимірювання пульсу, артеріального тиску та інших фізіологічних показників для визначення реакції на кольорові стимули. Питання впливу кольору на функції організму, вегетативну та центральну нервову системи й тіло в цілому цікавило таких вчених, як В. Бехтерев, С. Кравков, Л. Шварц, М. Люшер, П. Яньшин та багатьох інших.

Виділяють три типи впливу кольору на людину: фізичний, оптичний та емоційний. Фізичний вплив передбачає вплив кольору на фізіологію організму. Цей ефект кольору підтверджується результатами експериментів і залежить від численних факторів, таких як кількість і якість кольору, тривалість впливу, особливості нервової системи, вік, стать та інші [1].

Школа професора С. Кравкова заслуговує на особливу увагу, коли мова йде про дослідження впливу кольору на нервову систему. Велика кількість експериментів підтвердила наявність взаємозв'язку між кольоровим зором, вегетативною нервовою системою (ВНС) та гіпоталамусом. Дослідження показали, що колірний вплив призводить до певних змін тонуусу ВНС, а у свою чергу, зміна тонуусу ВНС впливає на колірний зір. Сприйняття червоно-жовтої частини спектра викликає активацію симпатичної нервової системи (СНС) і гальмує парасимпатичну нервову систему (ПНС). Синій і зелений чинять депресивну дію на СНС і активуючу на ПНС. Характер взаємозв'язку білого і

чорного кольорів із функціонуванням ВНС аналогічний: білий стимулює ерготропну систему організму, а чорний – трофотропну; активація парасимпатичного відділу збільшує потребу в білому кольорі, а симпатичного – в чорному [3]

У той час, як деякі вчені ставляться скептично до кольоротерапії, мало хто заперечує взаємозв'язок кольорів та психічної складової. Ф. Дойч казав: «Кожна дія світла має вплив як на фізичні, так і на психічні компоненти» [22].

У своїй праці «Основи фізіологічної психології», В. Вундт зауважував, що психічно здорова особистість, як дорослий, так і дитина віком з 3-4 років, коли розвивають можливість усвідомлювати свої враження, починають розуміти й емоційне значення основних кольорів та ранжувати їх за емоційною шкалою [1].

Відомий тест Роршаха показує, що емоційно чутливі люди реагують на кольори достатньо вільно. Емоційно загальмована людина може відчувати шок або збентеження внаслідок впливу кольору на її внутрішній стан. Люди з ригідним, емоційно байдужим типом можуть залишатися малочутливими до цього впливу. Зокрема, можна зазначити, що нормотипові люди, які добре пристосовані до світу, а отже, «зовнішньо інтегровані», люблять колір загалом і теплі кольори зокрема. «Внутрішньо інтегровані» можуть віддавати перевагу холодним кольорам і не бути в захваті від них – або від будь-яких інших кольорів [22].

К. Емері та М. А. Вебстер зазначають, що індивідуальні відмінності є помітною особливістю кольорового зору і виникають з багатьох факторів, як у спостерігача, так і в навколишнього світу. Сенсорна обробка дуже сильно варіюється від однієї людини до іншої. Ці відмінності не обмежуються клінічними дефіцитами або аномаліями, а в більш широкому сенсі є природною і невід'ємною властивістю всіх сенсорних систем. Систематична мінливість кольорового бачення виникає на всіх рівнях зорової системи, починаючи ще до

того, як світло потрапляє на рецептори. Спектральна чутливість колбочкових рецепторів також може змінюватися через поширені поліморфізми в генах, які кодують колбочкові опсини, що призводить до невеликих, але достовірних відмінностей у довжині хвилі піку чутливості.

Якби зір не пристосовувався до цих варіацій чутливості, кожен з нас сприймав би кольори дуже по-різному – однорідні поверхні виглядали б з крутими колірними градієнтами, а світ з віком здавався б жовтішим і менш контрастним. Проте сенсорні системи демонструють дивовижну здатність компенсувати обмеження своєї чутливості, щоб підтримувати постійне або стабільне уявлення про фізичні властивості світу. Уявлення про колір залишається дуже стабільним у людини, незважаючи на багато факторів, які змінюють спектральну чутливість. Деякі аспекти сприйняття кольору також можуть залишатися відносно стабільними у різних спостерігачів через фізіологічні або екологічні обмеження. Проте в інших випадках кольорове сприйняття проявляється як особистий досвід, так що, наприклад, стимули для унікальних відтінків є унікальними для кожної людини [30].

Учені з Міжнародної Академії Кольору в Берліні виявили взаємозв'язок між чутливістю та сентиментальністю людини та її здатністю розрізняти кольорові відтінки. Чим вище рівень чутливості особи, тим більше кольорів вона може відрізнити. Вчені пояснюють це особливістю нервових центрів, які обробляють інформацію про кольори та відповідають за емоційний стан людини [17].

Також важливо відзначити, що кольорові уподобання змінюються з віком. Наукові дослідження показали, що дорослим більше подобаються відтінки кольорів, які відтворюються короткими хвилями (синій, зелений, фіолетовий), ніж ті, що формуються довгими (червоний, помаранчевий, жовтий) [22].

Вчені також цікавляться тим, як кольори сприймаються особистостями в різних культурах. Соціокультурний підхід розглядає сприйняття кольору з

точки зору культурних та соціальних впливів. Він вивчає історичний аспект розвитку культури через уявлення про колір, асоціативне сприйняття кольорів, кольорові вподобання соціуму та фактори, що на них впливають. Дослідження виявляють індивідуальні та культурні варіації у сприйнятті кольорів і їх емоційному значенні. Кольори мають різний семантичний зміст у різних культурах, і це може впливати на його сприйняття. Наприклад, у багатьох країнах червоний колір асоціюється з любов'ю та щастям, тоді як у деяких азійських культурах він може символізувати гнів. У західних країнах весільна сукня зазвичай біла, тоді як у інших культурах можуть використовуватися інші кольори, такі як червоний або золотий [19].

Вважається, що людина сприймає весь спектр кольорів, проте вона може розрізняти лише ті кольори та їх відтінки, які мають відповідні найменування в її мові. Іншими словами, сприйняття кольору обмежується тими поняттями, якими оперує мова: одним кольором («blue» – для носіїв англійської мови), двома кольорами («синій» і «блакитний» – для носіїв української мови), чотирма кольорами (в мові гінді) [13]. Вчені Массачусетського технологічного університету довели, що російськомовні опитувані здатні розрізняти на 10% більше відтінків на відміну від англословних досліджуваних саме через лексичні особливості – у російській мові існує більше слів на позначення певних кольорів, аніж в англійській [17]. Навколишнє середовище і клімат також диктують способи класифікації кольорів відповідно до того, яке значення вони мають у повсякденному житті. Наприклад, ескімоси використовують 17 слів для позначення білого кольору в залежності від виду снігу. Багато мов використовують назви кольорів для вираження настрою та почуттів, які в більшості випадків не мають еквівалентів в інших мовах. Наприклад, англійське «to feel blue» не має точного еквівалента в інших мовах, у той час як у німецькій мові «blau sein» (буквально: бути синім) вживається для позначення стану

сп'яніння, а російське «голубой» (дослівно: блакитний) вживається для позначення гомосексуалізму [25].

Варто мати на увазі, що релігія відіграє важливу роль у культурному контексті, а неправильне використання кольорів може сприйматися як образливе. Наприклад, у Китаї білий – колір жалоби, а для мусульман-шиїтів зелений колір є священним, тому його використання вимагає особливої уваги.

Дослідження, проведене О. Костюченко та Р. Михайловою, виявило різниці у сприйнятті кольорів між українськими та американськими опитуваними. Вони з'ясували, що поняття «довіра» найбільше асоціюється з білим кольором у більшості українських (39%) та американських (21%) опитаних. Щодо «безпеки», більшість українців (42%) та меншість американців (12%) асоціюють її з зеленим і білим. «Задоволення» переважно пов'язується з червоним (36% українців та 16% американців) і фіолетовим (18% та 17%), в той час як «улюблений колір» більшості є чорний (20% українців та 8% американців). Загалом, у середньому за всіма позитивними категоріями, найпопулярнішими кольорами є зелений (25% українців та 9% американців) і білий (22% та 11%). Найменш популярними кольорами виявилися сірий (улюблений у розважливих і недовірливих натур) і коричневий (1-2% українців та 4-5% американців), які асоціюються з «стадним почуттям» і безпекою [11].

Також, слід зауважити вплив моди та трендів на сприйняття кольорів, особливо серед молодих людей. Наприклад, жовтий колір, який за безліччю маркетингових досліджень асоціюється зі знижками та вважається «дешевим», став популярним, адже компанія Pantone, znana як інститут кольору, який з 2000 р. оголошує «колір року», обрала одним із відтінків 2021 – яскравий жовтий («Illuminating»). У 2022 звання заслужив бузковий колір («Very Peri»). Було створено новий колір вперше в історії програми, що символізувало глобальні світові трансформації. У 2023 кольором року став пурпуровий («Viva Magenta»), натхненний природою у роки технологічного прогресу. Цього ж

року обрали ніжно-персиковий («Peach Fuzz»), що «резонує зі співчуттям, пропонує тактильні обійми та легко поєднує молодість із вічністю», яким інститут вирішив підкреслити важливість турботи про себе [27].

Не менш важливим фактором, що впливають на сприйняття кольору, є стереотипи. Особлива увага приділяється вченими гендерним стереотипам. Дорослі часто обирають для дітей продукти з гендерно-специфічною палітрою кольорів, тож останні піддаються впливу цих гендерних кольорових стереотипів, що викликає думку: «колір – це інформація, яка маркує гендерний тип» [35]. Із усвідомленим соціальним досвідом, хлопчики та дівчата формують певні уявлення про «чоловічі» та «жіночі» кольори. Дослідження, проведене О. Літіченко та Д. Мастерук, показує, що дівчата найчастіше віддають перевагу світлим і теплим відтінкам, таким як рожевий, блакитний, жовтий та червоний, тоді як хлопці надають перевагу темнішим і холодним кольори, таким як фіолетовий, синій, червоний і зелений [14].

Л. Еліот в своїй книзі «Рожевий мозок, блакитний мозок: як маленькі відмінності перетворюються на неприємні прогалини та що ми можемо з цим зробити» зазначає, що багато з розривів у досягненнях і можливостях між гендерами можуть бути усунені або зменшені шляхом зміни соціальних структур та стереотипів [29].

1.4. Аналіз теоретичних аспектів кольоросприйняття молоді в контексті гендерних відмінностей

Попередні дослідження свідчать, що процес розуміння гендерної ідентичності розпочинається на відносно ранніх стадіях дитячого віку, набуваючи значущості ще до досягнення 2-річного віку, і виявляється чітко у віці 2-3 років. Дитина, досягнувши своєї гендерної приналежності, починає активно сприймати та інтерпретувати інформацію, що стосується гендера. Цей процес впливає на поведінку дитини, яка прагне відтворювати і відповідати своїм гендерним уявленням. В. А. Вонг і М. Хайнс дослідили вподобання у 126

дітей ясельного віку стосовно кольорів та іграшок та порівняли їх з вподобаннями стосовно діяльності, що залежать від статі. Наукова стаття демонструє, що вік, коли відбувається прояв гендерних відмінностей у виборі кольорів, припадає на відрізок часу від 2 до 3 років, а починає загострюватися ближче до третього року життя. За результатами встановлено, що уподобання до кольорів розвиваються пізніше та є менш стійкими, ніж інші аспекти гендерної соціалізації, такі як вибір іграшок або діяльності. Під час раннього дитинства спостерігається зростання гендерно зумовлених кольорових уподобань, яке потім зменшується, утворюючи U-подібну динаміку. Також, різниця у стабільності кольорових уподобань між дітьми та дорослими свідчить про важливість соціалізаційного впливу на консолідацію гендерно обумовлених кольорових уподобань [43].

При цьому, результати дослідження з вибіркою дітей віком від 5 до 10 років вказують на те, що хлопчики та дівчатка поділяють схожі гендерні стереотипи та використовують кольори, які відповідають цим стереотипам. Метою авторів експерименту був аналіз того, чи гендернопов'язані кольорові уподобання визначають вибір відтінків у буклетах-розмальовках і чи залежить вибір дітей від їх власної статі. Результати свідчать про те, що хоча хлопчики використовували менше жіночих стереотипних кольорів, ніж дівчата, обидві статі забарвлювали кожен фігуру в стереотипні кольори, пов'язані з ними [39].

Різницю у вподобаннях кольорів між чоловіками і жінками у своїй науковій статті «Гендерні відмінності в колірних уподобаннях» описують В. Боннардель та Л. Леммінг. За результатами дослідження, гендерні відмінності в колірних уподобаннях були виявлені для кольорів середнього рівня насиченості, що свідчить про виражений ефект більшої прихильності жінок до рожево-фіолетових кольорів порівняно з чоловіками серед представників молодшої дорослої аудиторії. Було виявлено, що кольорові вподобання чоловіків пов'язані з особистісними рисами, тоді як кольорові вподобання жінок –

пов'язані з гендерними схемами, та можуть виступати маркерами гендерної ідентичності [24].

Н. Джайн та іншими було проведено дослідження гендерних відмінностей кольоросприйняття серед молодих людей віком від 17 до 22 років. Було статистично доведено, що жінки розпізнають кольори порівняно з чоловіками, а також у них це зайняло менше часу. Одним з можливих фізіологічних факторів, що лежать в основі цих відмінностей, є статевий диморфізм у гені, який кодує фото пігмент довгохвильових чутливих колбочок сітківки [34].

Досліджуючи гендерні відмінності у сприйнятті кольору їжі, вчені встановили, що між жінками та чоловіками існують відмінності у сприйнятті червоного кольору: жінки сприймають червоний частіше як найсолодший, у той час як чоловіки – як кислий. Було помічено, що під час сніданку синє освітлення зменшувало кількість спожитої їжі у чоловіків, але не у жінок. Загалом, було зроблено висновок, що жінки можуть бути більш чутливими до візуальних харчових стимулів [33].

Проте, різниці між статями щодо сприйняття кольору не було помічено у дослідженні М. А. да Сілви, Т. Е. де Алмейда Анфе, А. Б. Матос та Г. Ф. Віейри, яке стосувалося впливу статі, симптомів тривоги і депресії та використання оральних контрацептивів на сприйняття кольорів. За результатами, жінки, які використовували гормональні контрацептиви, мали гірше сприйняття кольору, ніж чоловіки [41].

Як зазначається в праці Д. Паолетті «Рожеве та блакитне: як відрізнити хлопчиків від дівчаток в Америці» [40], соціокультурні стереотипи, очікування, культура споживацтва та мода впливають на сприйняття кольору серед молоді та на еволюцію його значення – сприйняття кольорів як дитячих, жіночих і чоловічих зазнало змін впродовж історії. Ще в ХІХ столітті дітей переважно вдягали у біле, адже такий одяг було найлегше прати, а сам колір асоціювався з невинністю. У середині того ж століття почали з'являтися згадки про те, що

рожевий та блакитний уособлюють певний гендер, проте ці твердження були непостійними: іноді хлопчачим вважався рожевий, інколи – блакитний. У 1927 у Бельгії традиційним кольором для хлопчиків вважався рожевий, як і в Кореї в 1980-х. Тим часом, у Швейцарії блакитний був «дівчачим». Відмінності у сприйнятті кольорів помічалися не лише на рівні країн, а й навіть міст США.

Автор зазначив, що соціокультурні та історичні чинники впливають на визначення та зміну статевих стереотипів у суспільстві. Фактори, такі як реклама, масова культура та соціальні стереотипи сприяють формуванню статевих ролей через використання різних кольорів у дитячому вбранні та іграшках, а асоціювання кольорів із певними гендерними ролями або соціальними контекстами впливає на сприйняття цих кольорів у хлопців та дівчат.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Сприйняття кольору є складним психофізіологічним процесом, який залежить від численних факторів, зокрема від біологічних особливостей, соціокультурного контексту та індивідуального досвіду. Дослідження гендерних відмінностей у сприйнятті кольору є порівняно новим напрямком досліджень, але вже зараз отримані результати свідчать про те, що чоловіки та жінки можуть мати різні кольорові уподобання, асоціації та емоційні реакції на кольори. На гендерно зумовлені відмінності у сприйнятті кольору впливають біологічні фактори, такі як рівень гормонів та будова сітківки ока, а також соціокультурні фактори, такі як стереотипи, очікування та культурні норми.

Важливо зазначити, що гендерні відмінності у сприйнятті кольору не є абсолютними. Гендерні відмінності у сприйнятті кольору можуть змінюватися з часом під впливом різних факторів. Окрім того, існують чоловіки та жінки, які не відповідають цим стереотипам або показують протилежний від більшості опитаних результат під час досліджень.

Дослідження гендерних відмінностей у сприйнятті кольору має практичне значення для різних сфер, таких як дизайн, маркетинг та психологія. Розуміння гендерних відмінностей у сприйнятті кольору може допомогти дизайнерам створювати продукти та простір, які будуть більш привабливими для чоловіків та жінок. Маркетологи можуть використовувати знання про гендерні відмінності у сприйнятті кольору для розробки більш ефективних маркетингових кампаній, які будуть краще сприйматися цільовою аудиторією. Психологи можуть використовувати знання про гендерні відмінності у сприйнятті кольору для розробки більш ефективних методів психотерапії та консультування.

Подальше вивчення гендерних відмінностей у сприйнятті кольору можуть допомогти краще зрозуміти, як сприймається світ чоловіками та жінками, як вони обробляють інформацію та приймають рішення, які схожості чи протиріччя існують у нейропсихологічних механізмах, що лежать в основі зв'язку між гендером і кольором. Як виховання, зокрема, його гендерні аспекти впливають на особливості сприймання кольорів та їх місце в житті осіб з різною гендерною ідентичністю.

РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ КОЛЬОРОСПРИЙНЯТТЯ У МОЛОДІ

2.1. Опис вибірки та етапів дослідження

Для того, щоб провести емпіричне дослідження для перевірки висунутої гіпотези, була сформована вибірка, що налічувала 89 осіб віком від 16 до 36 років. 78,7% вибірки склали респонденти жіночої статі (70 осіб), 21,3% (19 осіб) – чоловічої. Із них 73% (65 людей) ідентифікують себе з жіночим гендером, а як чоловіків себе ідентифікують 25,8% (23 людини, з яких троє – жінки за статтю). Дане дослідження проводилось в режимі онлайн упродовж жовтня 2023р. – квітня 2024р. та було реалізовано в чотири етапи.

На першому етапі було здійснено аналіз і систематизацію джерел та публікацій, визначення ключових понять, що передбачало порівняння визначень і теорій щодо кольоросприйняття, сприйняття загалом; аналіз досліджень щодо взаємозв'язку гендерної самоідентифікації та сприйняття кольору; трактування понять сприйняття та кольору; визначення теорій щодо особливостей кольоросприйняття у молоді з різною гендерною самоідентифікацією.

На другому етапі дослідження була здійснена підготовча робота для дослідження взаємозв'язку гендерної самоідентифікації та кольоросприйняття. Було здійснене формування вибірки і підбір діагностичного інструментарію у вигляді методики для діагностики психологічної статі й ступеню андрогінності, маскулінності та фемінності особистості «Статеворольовий опитувальник С. Бем (BSRI)», «Метод семантичного диференціалу Ч. Осгуда» задля вивчення асоціацій та суб'єктивних реакцій на кольори, виражених оціночною шкалою, а також авторське анкетування на тему «Гендерні особливості кольоросприйняття».

На третьому, емпіричному, етапі дослідження було здійснене анкетування обраної вибірки, в результаті чого вдалося перевірити гіпотези щодо відмінностей кольоросприйняття у молодих представників жіночого та чоловічого гендерів, а саме: які кольори викликають найбільше довіри, які вважаються «якісними» або «ворожими» тощо. Також було отримано інформацію щодо колірних вподобань досліджуваних у виборі одягу, інтер'єру, товарів тощо. Було здійснене тестування вибірки за обраними методиками, аби перевірити висунуту на початку дослідження гіпотезу про взаємозв'язок між гендерною ідентифікацією та кольоровими уподобаннями та асоціаціями і реалізувати поставлені завдання.

На четвертому етапі було визначено за допомогою методів статистичної обробки даних, як у молоді відрізняється сприйняття кольорів в залежності від психологічної статі досліджуваних. Масиви даних оброблялися кількісно та якісно, були опрацьовані методом математичної статистики, а саме t-критерієм Стюдента для оцінки відмінностей в кольоросприйняття між двома групами досліджуваних з переважаючими рівнями фемінності та маскулінності відповідно. На контрольному етапі було здійснено перевірку та інтерпретацію даних, узагальнено результати дослідно-експериментальної роботи, а також сформовано висновки.

2.2. Опис методик дослідження

Для перевірки гіпотези і досягнення мети дослідження було використано такі методики: методика діагностики психологічної статі й ступеню андрогінності, маскулінності та фемінності особистості «Статеворольовий опитувальник С. Бем (BSRI)», «Метод семантичного диференціалу Ч. Осгуда», орієнтований на вивчення асоціацій та суб'єктивних реакцій на кольори, виражених оціночною шкалою, а також авторське анкетування на тему «Гендерні особливості кольоросприйняття».

Аби створити план проведення методик, було проаналізовано ключове завдання експериментального дослідження: визначити, чи є відмінності кольоросприйняття в досліджуваних в залежності від їхньої гендерної самоідентифікації та рівнів фемінності, маскулінності та андрогінності. У процесі проведення дослідження на констатуючому та контрольному етапах було використано наступний комплекс методик, які допомогли з'ясувати відмінності досліджуваних показників.

1. Статеврольовий опитувальник С. Бем (BSRI);

Методика була запропонована Сандрою Бем (Sandra L. Bem, 1974) для діагностики психологічної статі й визначає ступінь андрогінності, маскулінності та фемінності особистості. Опитувальник містить 60 тверджень (якостей), на кожне з яких випробовуваний відповідає «так» або «ні», оцінюючи тим самим наявність або відсутність у себе названих якостей. З цих тверджень 20 націлені на визначення маскулінних рис, 20 – на виявлення фемінних рис.

Маскулінність. До типово чоловічих рис традиційно належать такі, як незалежність, напористість, домінантність, агресивність, схильність до ризику, самостійність, упевненість у собі тощо.

Фемінінність. До типово жіночих рис традиційно належать такі, як поступливість, м'якість, чутливість, сором'язливість, ніжність, сердечність, здатність до співчуття, співпереживання тощо.

Андрогінність. Відповідно до наявних уявлень індивід не обов'язково є носієм чітко вираженої психологічної маскулінності чи фемінності. В особистості можуть бути на паритетних засадах представлені істотні риси як маскулінного, так і фемінінного типів.

Інструкція: «Позначте в нижченаведеному списку ті якості, які, на вашу думку, є у вас».

Оцінка тесту. За кожен збіг відповіді з ключем нараховується один бал. Потім визначають показники фемінінності (F) і маскулінності (M) відповідно

до формули: $IS = (F - M) * 2,322$. У залежності від індексу IS робиться висновок про андрогінність, фемінність чи маскулінність, виражену фемінність чи виражену маскулінність.

2. Метод семантичного диференціалу Ч. Осгуда;

Метод семантичного диференціалу є комбінацією контрольованих асоціацій та суб'єктивної реакції, вираженої за допомогою оціночної шкали. Семантичний диференціал досліджує якісний та кількісний індекс значення, смислів за допомогою двополюсних шкал. Опитані надавали характеристику словам, які означають наступні кольори: чорний, білий, сірий, коричневий, блакитний, червоний, помаранчевий, жовтий, рожевий, зелений. Для даного емпіричного дослідження використовувалися наступні шкали, за якими респонденти оцінювали десять запропонованих кольорів від 1 до 5:

1. Маскулінний — фемінний;
2. Приємний — неприємний;
3. Енергійний — стриманий;
4. Теплий — холодний;
5. Спокійний — хвилюючий;
6. Дорогий — дешевий;
7. Класичний — сучасний;
8. Натуральний — штучний;
9. Сильний — слабкий;
10. Активний — пасивний;
11. Дружелюбний — агресивний;
12. Дорослий — дитячий;
13. Стимулюючий — розслабляючий;
14. Складний — простий;
15. Емоційний — логічний;

Інструкція: «Потрібно оцінити кольори за шкалою від 1 до 5, де «1» – певний прикметник, а «5» – протилежний до нього».

Оцінка тесту. Кожен бланк обробляється. Підраховуються значення за факторами для кожного з понять. Спочатку підраховується алгебраїчна сума. На підставі отриманого матеріалу будується «профіль» кожного поняття. Для цього кожен оцінку зображують у вигляді точки на відповідній шкалі, після чого точки з'єднуються, утворюючи «профіль». «Профіль» кожного поняття малюють своїм кольором. Проводиться попередній аналіз щодо суб'єктивної подібності між досліджуваними поняттями.

3. Авторське анкетування на тему «Гендерні особливості кольоросприйняття».

Анкета складається з 9 питань з множинним вибором, орієнтованих на дослідження наступних тем:

1. Стать, гендер та вік досліджуваного;
2. Улюблений колір респондента;
3. Кольори, що викликають довіру;
4. Кольори, що сприймаються вороже;
5. Кольори, яким надається перевага в одязі, інтер'єрі та товарах;
6. Кольори, які, на думку респондентів, свідчать про якість товару.

Було вирішено застосувати авторське анкетування, аби першочергово визначити вік, стать та гендер вибірки. Анкетування можна легко адмініструвати онлайн, що робить його доступним для широкої аудиторії. Отримані дані за анкетування можна використовувати під час інтерпретації результатів за методиками «Статеврольовий опитувальник С. Бем (BSRI)» та «Метод семантичного диференціалу Ч. Осгуда», зазначеними вище.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Для того, щоб провести емпіричне дослідження для перевірки висунутої гіпотези, була сформована вибірка, що налічувала 89 осіб віком від 16 до 36 років. 78,7% вибірки склали респонденти жіночої статі (70 осіб), 21,3% (19 осіб) – чоловічої. Із них 73% (65 людей) ідентифікують себе з жіночим гендером, а як чоловіків себе ідентифікують 25,8% (23 людини, з яких троє – жінки за статтю). Дане дослідження проводилось в режимі онлайн упродовж жовтня 2023р. – квітня 2024р. та було реалізовано в чотири етапи.

Дослідження гендерних особливостей кольоросприйняття у молоді передбачає вивчення сприйняття різних кольорів окремо. Було обрано методики, що дають можливість перевірити висунуту гіпотезу, з урахуванням вимог:

- 1) Досліджуються дві незалежні вибірки – опитувані із вираженим рівнем фемінності та опитувані із вираженим рівнем маскулінності;
- 2) Досліджується сприйняття десяти кольорів.

Таким чином, результати анкетування надали інформацію про кольори, що викликають довіру або сприймаються вороже; яким надається перевага в одязі, інтер'єрі та товарах; які свідчать про якість товару. Методика «Статеворольовий опитувальник С. Бем (BSRI)» дозволила дослідити рівні фемінності, маскулінності та андрогінності (психологічну стать) досліджуваних. За допомогою методу семантичного диференціалу Ч. Осгуда були вивчені асоціації та суб'єктивні реакції опитуваних за факторами оцінки, активності та сили щодо десяти обраних кольорів: чорного, білого, сірого, коричневого, блакитного, червоного, помаранчевого, жовтого, рожевого, зеленого.

РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНИЙ АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ КОЛЬОРОСПРИЙНЯТТЯ У МОЛОДІ

2.1. Аналіз результатів дослідження за авторською анкетною «Гендерні особливості кольоросприйняття»

Авторське анкетування може виступати допоміжним інструментом для визначення, чи існують статистично значущі відмінності у тому, як чоловіки та жінки сприймають, оцінюють та використовують кольори. За допомогою опитування було зібрано як кількісні дані (кількість представників певного віку, статі та гендеру), так і якісні – які кольори улюблені, які викликають довіру або ворожість, яким кольорам надається перевага в одязі, інтер'єрі та товарах тією чи іншою статтю та гендером, а також кольори, які, на думку респондентів, свідчать про якість товару. Інформація, отримана з анкети, за наявності статично значущих результатів може бути використана під час подальшого аналізу зв'язку між сприйняттям кольорів та гендерною самоідентичністю у наступних етапах дослідження. Зокрема, отримані дані були використані під час проведення та аналізу результатів дослідження за методикою «Статеворольовий опитувальник С. Бем (BSRI)»: було сформовано дві вибірки із опитуваних чоловічого та жіночого гендерів та визначено їхні рівні фемінності, маскулінності та андрогінності.

Аналізуючи результати анкетування, можна зазначити наступну статистику. 36,4% чоловіків зазначили, що їх улюблений колір – чорний. Інші кольори, серед яких червоний, зелений, синій, блакитний, помаранчевий, сірий, синій, жовтий та рожевий, отримали по 1-3 голоси. Аналогічно, 21,9% жінок зазначили, що їх улюблений колір – чорний. 20,3% – фіолетовий та його відтінки. На третьому місці опинився зелений з 10,9%.

Відповідаючи на запитання, який колір викликає найбільше довіри, майже половина (40,9%) чоловіків обирають білий. Щодо жінок – однозначного результату отримано не було: 23,4% зазначили білий, 18,75% – блакитний, 15,6% – зелений. Як «ворожий» колір червоний обрали 44,2% чоловіків, а жінок – 25,4%. Щодо одягу – 87,5% жінок обирають найбільше чорний в одязі, як і 95,5% чоловіків.

Статистично значущих результатів у більшості питань не було отримано, отже зазначені дані не свідчать про вагому різницю в кольорових уподобаннях чоловіків та жінок, а також не доводять, що більшість представників певного гендеру схиляються до вибору одного й того ж кольору як «улюбленого», «найбільш якісного» тощо. Припускається, що поширений вибір чорного кольору в одязі не має взаємозв'язку з гендером, адже часто люди обирають його через практичність.

2.2. Аналіз результатів дослідження рівнів фемінності, маскулінності та андрогінності за опитувальником С. Бем

Для дослідження за методикою «Статеворольовий опитувальник С. Бем» була обрана вибірка із 22 чоловіків, що складають усі респонденти-чоловіки, та 22 жінок, обраних за допомогою рандомізації з 64 осіб відповідно.

Обробивши статистичні дані, можна зазначити наступне (рис. 2.1, рис. 2.2; табл. 2.1, 2.2). Із 22 жінок (за статтю та гендером), 16 мають виражену фемінність ($IS > 2.025$), 5 – виражену маскулінність ($IS < -1$), та 1 – андрогінність ($1 > IS > -1$). Із 22 чоловіків за гендером (троє з яких – жінки за статтю), 13 мають виражену фемінність ($IS > 2.025$), 8 – виражену маскулінність ($IS < -1$), та 1 – андрогінність ($1 > IS > -1$). Припускається, що наявність великої кількості результатів із вираженою фемінністю у чоловіків та вираженою маскулінністю у жінок відповідно, може свідчити про застарілість методики. У сучасних реаліях така риса, як, наприклад, «турбота про людей» вважається не суто

жіночною, а загальнолюдською якістю характеру. Аналогічно, «організованість» не сприймається як суто маскулінна риса.

Рисунок 2.1. Результати дослідження за опитувальником С. Бем (вибірка з 22 жінок за гендером).

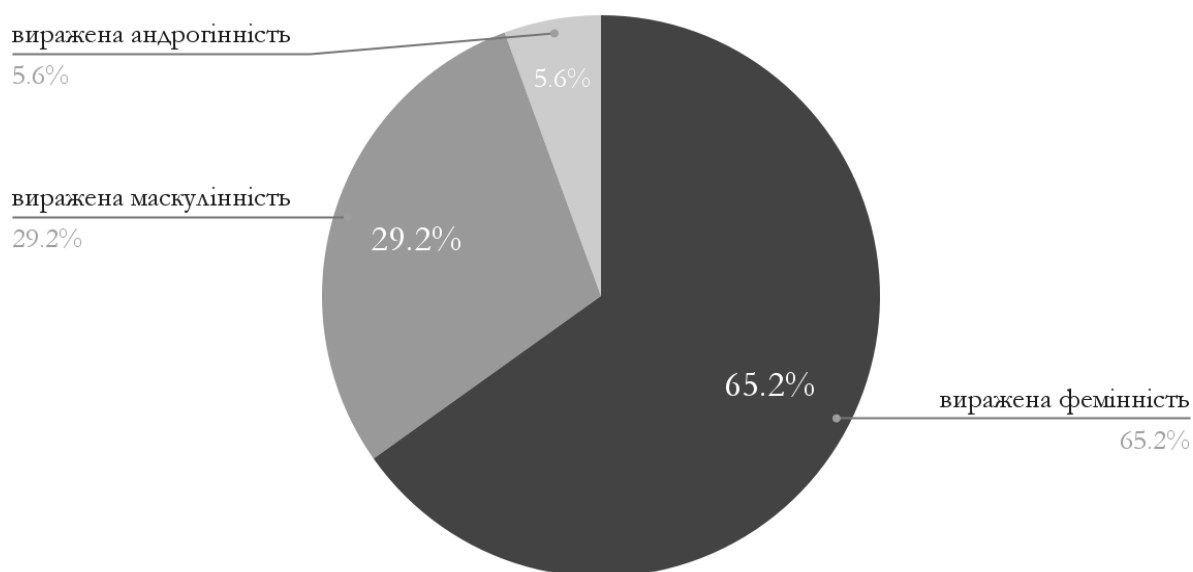
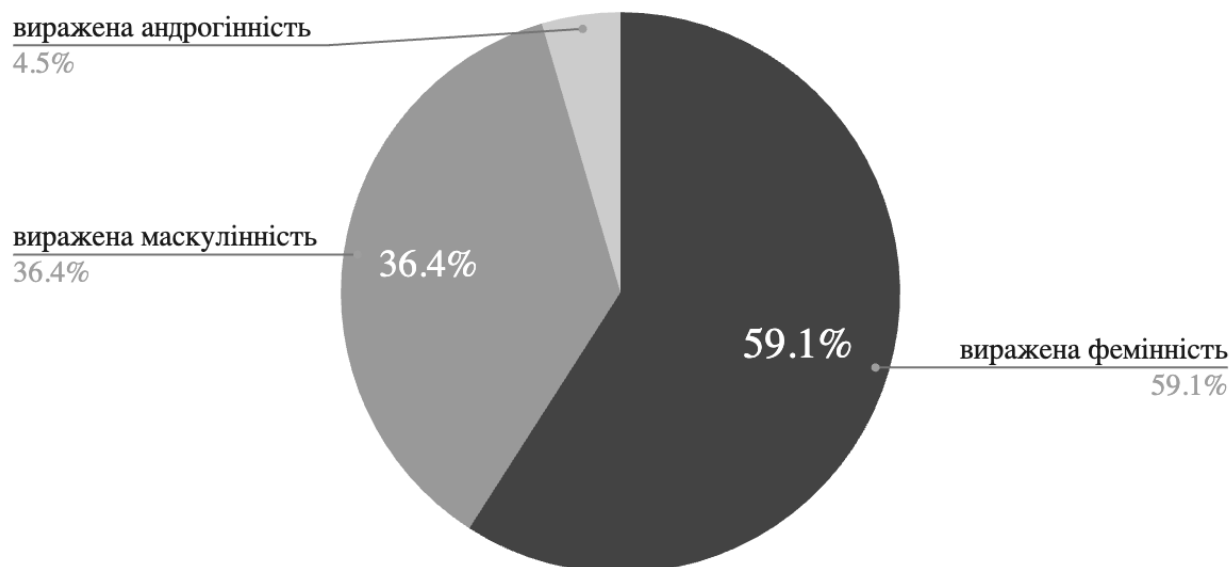


Рисунок 2.2. Результати дослідження за опитувальником С. Бем (вибірка з 22 чоловіків за гендером).



Таблиця 2.1.

Результати дослідження за опитувальником С. Бем (жінки за гендером)

№	Стать	Гендер	Виражений рівень	IS	№	Стать	Гендер	Виражений рівень	IS
1	Жіноча	Жінка	фемінності	6.97	12	Жіноча	Жінка	фемінності	6.97
2	Жіноча	Жінка	андрогінності	0.00	13	Жіноча	Жінка	фемінності	11.61
3	Жіноча	Жінка	фемінності	18.58	14	Жіноча	Жінка	фемінності	2.32
4	Жіноча	Жінка	фемінності	4.64	15	Жіноча	Жінка	маскулінності	-2.32
5	Жіноча	Жінка	фемінності	16.25	16	Жіноча	Жінка	маскулінності	-2.32
6	Жіноча	Жінка	маскулінності	-4.64	17	Жіноча	Жінка	фемінності	16.25
7	Жіноча	Жінка	фемінності	13.93	18	Жіноча	Жінка	фемінності	6.97
8	Жіноча	Жінка	фемінності	23.22	19	Жіноча	Жінка	маскулінності	-9.29
9	Жіноча	Жінка	фемінності	9.29	20	Жіноча	Жінка	фемінності	11.61
10	Жіноча	Жінка	фемінності	13.93	21	Жіноча	Жінка	фемінності	18.58
11	Жіноча	Жінка	маскулінності	-9.29	22	Жіноча	Жінка	фемінності	6.97

Таблиця 2.2. Результати дослідження за опитувальником С. Бем (чоловіки за гендером).

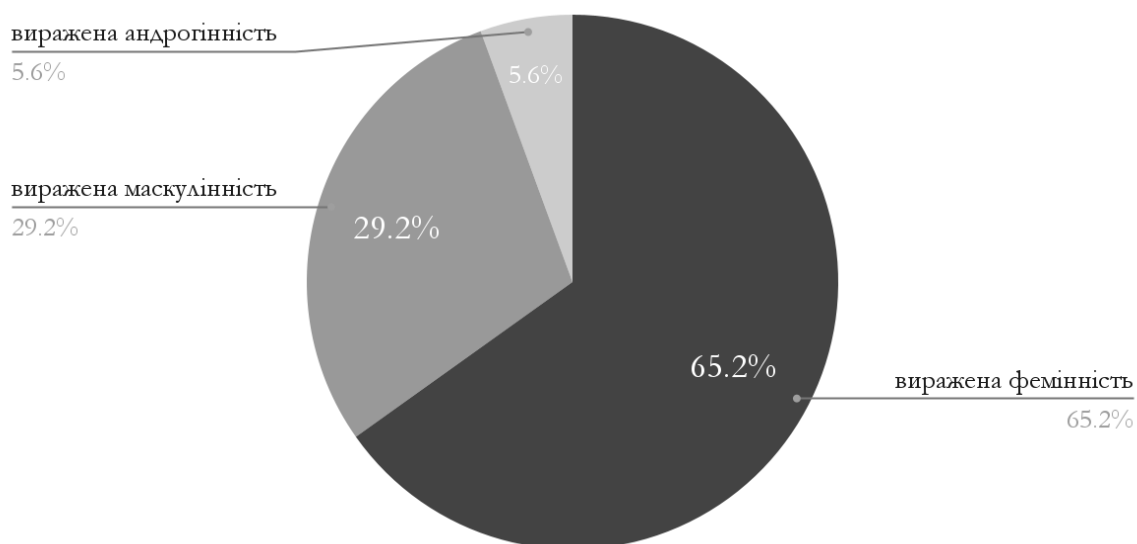
№	Стать	Гендер	Виражений рівень	IS	№	Стать	Гендер	Виражений рівень	IS
1	Жіноча	Чоловік	фемінності	4.64	12	Чоловіча	Чоловік	маскулінності	-9.29
2	Жіноча	Чоловік	фемінності	4.64	13	Чоловіча	Чоловік	фемінності	6.97
3	Жіноча	Чоловік	фемінності	13.93	14	Чоловіча	Чоловік	маскулінності	-4.64
4	Чоловіча	Чоловік	маскулінності	-25.54	15	Чоловіча	Чоловік	фемінності	25.54
5	Чоловіча	Чоловік	фемінності	18.58	16	Чоловіча	Чоловік	андрогінності	0.00
6	Чоловіча	Чоловік	фемінності	2.32	17	Чоловіча	Чоловік	фемінності	4.64
7	Чоловіча	Чоловік	маскулінності	-9.29	18	Чоловіча	Чоловік	маскулінності	-4.64

8	Чоловіча	Чоловік	фемінності	6.97	19	Чоловіча	Чоловік	фемінності	2.32
9	Чоловіча	Чоловік	фемінності	2.32	20	Чоловіча	Чоловік	фемінності	2.32
10	Чоловіча	Чоловік	фемінності	4.64	21	Чоловіча	Чоловік	маскулінності	-11.61
11	Чоловіча	Чоловік	маскулінності	-13.93	22	Чоловіча	Чоловік	маскулінності	-2.32

На основі отриманих результатів, було перерозподілено вибірку для наступного етапу дослідження. Надалі, аналіз взаємозв'язку гендерної самоідентифікації та кольоросприйняття за методом семантичного диференціалу Ч. Осгуда, використовуючи t-критерій Стюдента для підтвердження чи спростування висунутої гіпотези, планується не на основі гендеру, що опитувані зазначили в анкетуванні, а на їхньому рівні фемінності та маскулінності, визначеними за допомогою методики «Статеврольовий опитувальник С. Бем».

Відповідно, було обчислено рівні фемінності, маскулінності та андрогінності для основної вибірки, що налічувала 89 осіб. Аналізуючи результати, можна зазначити наступну статистику (рис. 2.1.): виражений рівень фемінності присутній у 58 досліджуваних (65,2%), рівень маскулінності – у 26 осіб (29,2%), андрогінності – у 5 (5,6%).

Рисунок 2.3. Результати дослідження за опитувальником С. Бем (вибірка з 89 осіб).



Отже, для подальшого дослідження за методом семантичного диференціалу Ч. Осгуда використовуватиметься отримана вибірка із 26 осіб із вираженим рівнем маскулінності та 26 осіб із вираженим рівнем фемінності, обраних шляхом рандомізації.

2.3. Аналіз взаємозв'язку рівнів фемінності й маскулінності та кольоросприйняття за методом семантичного диференціалу Ч. Осгуда

Респондентам було надано список слів, положення в семантичному просторі яких потрібно описати. Було запропоновано надати характеристику словам, які означають певні кольори, а саме: чорний, білий, сірий, коричневий, блакитний, червоний, помаранчевий, жовтий, рожевий, зелений.

Отже, в рамках дослідження припускається, що існують відмінності між кольоросприйняттям опитуваних із вираженими рівнями фемінності та маскулінності.

Для того, щоб перевірити це припущення, було висунуто дві гіпотези:

- 1) H_0 – відмінності між x_m та x_f випадкові. Люди з вираженими рівнями фемінності та маскулінності сприймають кольори однаково.
- 2) H_1 – відмінності між x_m та x_f достовірні, значимі. Люди з вираженими рівнями фемінності та маскулінності сприймають кольори по-різному.

Т-критерій Стюдента був обрахований для десятих обраних кольорів за п'ятнадцятьма шкалами, розробленими в рамках методу семантичного диференціалу Ч. Осгуда (див. п. 2.2.).

Зазначені шкали формують три основні фактори, а саме:

- Фактор оцінки – шкали 1, 2, 6, 7, 8 (E_o);
- Фактор сили – шкали 9, 11, 12, 14, 15 (E_s);
- Фактор активності – шкали 3, 4, 5, 10, 13 (E_a).

Перший вимір у семантичному просторі, фактор оцінки, вказує на позитивне чи негативне ставлення опитуваного до даного кольору. Другий – це фактор сили, який уособлює потужність або вагу, яку має для суб'єкта певний колір. Третій вимір, фактор активності, позначає, наскільки колір асоціюється із жвавістю, збудженням, хвилюванням.

Серед опитаних із вираженим рівнем маскулінності фактор оцінки (E_o) є найбільшим для білого та зеленого кольорів, а найменшим – для коричневого. E_a (фактор активності) є найбільшим для таких кольорів, як жовтий, червоний, помаранчевий та рожевий, а найменшим – для сірого та коричневого. Фактор сили (E_s) є максимальним для чорного та червоного кольорів, а мінімальним – для блакитного (табл. 2.3).

Таблиця 2.3. Середні значення факторів оцінки, активності та сили за методом семантичного диференціалу Ч. Осгуда (виражена маскулінність)

Колір	μE_o	Колір	μE_a	Колір	μE_c
Білий	0.55	Жовтий	0.76	Чорний	0.44
Зелений	0.52	Червоний	0.73	Червоний	0.40
Чорний	0.41	Помаранчевий	0.69	Білий	0.30
Рожевий	0.36	Рожевий	0.63	Рожевий	0.16
Червоний	0.24	Зелений	0.28	Зелений	0.10
Блакитний	0.23	Блакитний	0.08	Коричневий	0.01
Жовтий	0.05	Чорний	0.02	Жовтий	-0.03
Помаранчевий	-0.05	Білий	-0.16	Сірий	-0.12
Сірий	-0.15	Коричневий	-0.32	Помаранчевий	-0.16
Коричневий	-0.33	Сірий	-0.52	Блакитний	-0.32

Результати досліджуваних із вираженим рівнем фемінності є подібними за факторами оцінки (E_o) та активності (E_a) та мінімальним значенням фактору сили (E_c) (табл. 2.4). На відміну, останній є максимальним для червоного та зеленого кольорів.

Таблиця 2.4. Середні значення факторів оцінки, активності та сили за методом семантичного диференціалу Ч. Осгуда (виражена фемінність)

Колір	μE_o	Колір	μE_a	Колір	μE_c
Білий	0.53	Жовтий	0.85	Червоний	0.56
Зелений	0.52	Червоний	0.83	Зелений	0.37
Чорний	0.48	Помаранчевий	0.65	Чорний	0.35
Жовтий	0.29	Рожевий	0.62	Білий	0.29
Рожевий	0.28	Зелений	0.48	Рожевий	0.26
Червоний	0.22	Білий	0.15	Жовтий	0.21
Помаранчевий	0.18	Блакитний	0.12	Помаранчевий	0.21
Сірий	0.15	Чорний	0.06	Коричневий	0.15
Блакитний	0.12	Коричневий	-0.21	Сірий	-0.08
Коричневий	-0.11	Сірий	-0.55	Блакитний	-0.38

Також, згідно з результатами дослідження за всіма шкалами до кожного з десяти кольорів та обрахованим t-критерієм Стюдента, можна зробити наступні висновки. Гіпотеза H_1 є прийнятою на рівні статистичної значимості 1% ($p < 0,01$) щодо відмінностей сприйняття чорного кольору за шкалою 14 між представниками вираженого рівня фемінності та маскулінності. Аналогічно, гіпотеза H_1 підтверджується при $p < 0,001$ щодо різниці у сприйнятті сірого кольору за шкалою 12. Це означає, що маскулінна група досліджуваних вважає чорний колір «простим», а сірий – «дитячим», на відміну від ставлення фемінної групи до чорного, як до «складного» відтінку, а сірого – як «дорослого».

ВИСНОВКИ

Емпіричне дослідження було направлено на дослідження за допомогою анкетування гендерних особливостей кольоросприйняття. За результатами, більшість результатів дослідження не показали статистичної значущості: немає чітких доказів того, що чоловіки та жінки мають принципово різні кольорові уподобання. Не вдалося довести чітку залежність між статтю чи гендером та вибором «улюбленого» або «найнебезпечнішого» кольору. Також, дані анкетування не дають відповіді на те, чи існує гендерна різниця у сприйнятті кольору як показника якості товару. Ймовірно, поширений вибір чорного кольору в одязі не пов'язаний з гендером – люди часто обирають його через практичність, а не через гендерні обумовлені вподобання.

Під час наступного етапу дослідження було вивчено відмінності між сприйняттям кольорів (чорного, білого, сірого, коричневого, блакитного, червоного, помаранчевого, жовтого, рожевого, зеленого) людьми з вираженими рівнями фемінності та маскулінності, які були визначені за допомогою методики «Статеврольовий опитувальник С. Бем». Під час аналізу результатів виникло припущення, що високий рівень фемінності у чоловіків та маскулінності у жінок може свідчити про застарілість методики. Сучасні уявлення про гендерні ролі більш гнучкі, ніж ті, що були актуальними під час розробки опитувальника.

Наступний етап дослідження був проведений, використовуючи рівень фемінності та маскулінності, визначені опитувальником С. Бема, як орієнтир, а не стать, яку вказали респонденти в анкетуванні. Сформовані вибірки налічували по 26 людей із вираженими рівнями фемінності та маскулінності, що були обрані шляхом рандомізації.

За допомогою наступного інструменту, методу семантичного диференціалу Ч. Осгуда, було проаналізовано асоціації та суб'єктивні реакції

опитуваних за факторами оцінки, активності та сили щодо десяти вище зазначених кольорів. Застосувавши t-критерій Стюдента, було виявлено статистично значущу різницю ($p < 0,01$) у сприйнятті чорного кольору за шкалою «складний–простий» та сірого кольору за шкалою «дитячий–дорослий» між групами з високою фемінністю та маскулінністю. Тобто, група із вираженим рівнем маскулінності вважає чорний колір простим, а сірий – дитячим, на відміну від групи із вираженим рівнем фемінності, яка вважає чорний колір складним, а сірий – дорослим. Для інших кольорів та шкал відмінності теж було помічені, проте не досягли рівня статистичної значимості.

Таким чином, гіпотеза підтвердилась частково. Отримані результати доводять існування відмінностей у сприйнятті кольорів людьми з високими рівнями фемінності та маскулінності, але стосуються лише окремих кольорів та шкал. Важливо враховувати й інші фактори, що впливають на сприйняття кольорів, окрім гендеру. Це стосується як зовнішніх впливів, так і індивідуальних особливостей людини. Дослідження потребує подальшого вивчення з більшою та більш репрезентативною вибіркою, а також із залученням більш сучасних методик визначення гендерної самоідентифікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1) Андрушко Л. М. Вплив білого кольору на психіку та фізіологічні функції людини. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія психологічна*, 2013. Вип. 2. С. 3-13. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvldu_2013_2_3
- 2) Бакаленко, О. А. Психологія сприйняття та переробки інформації : навч. посіб. Харків : ХНУРЕ, 2017. 124 с. URL: <https://openarchive.nure.ua/entities/publication/cc341acb-9c67-4197-a81c-3646e23d0035>
- 3) Базыма, Б.А. Цвет и психика. Монография. Харьков, 2001.
- 4) Безкоровайна І. М., Ряднова В. В., Воскресенська Л. К. Офтальмологія : Навчальний посібник для студентів вищих медичних закладів III–IV рівнів акредитації. Полтава : Дивосвіт, 2012. 248 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/200096149.pdf>
- 5) Боровцова М. С. Статеврольовий опитувальник С. Бем (BSRI): можливості використання в умовах сучасності. *Актуальні проблеми практичної психології : матеріали Всеукраїнського науково-практичного семінару* (11-12 жовтня 2012, Глухів). Глухів, 2012. С. 5-7. URL: <https://elibrary.kdpu.edu.ua/handle/0564/203>
- 6) Варій М. Й. Загальна психологія.: підр. [для студ. вищ. навч. закл.]/ М. Й. Варій [3-тє вид.]. К.: Центр учбової літератури, 2009. 1007 с.
- 7) Васюк К. М. Сучасний стан проблеми вивчення впливу кольору на психологічне самовідчуття людини. *Пріоритетні напрями досліджень в науковій та освітній діяльності: матеріали III Міжнародної наук.-практ. конф.* Львів: Львівський науковий форум, 2021. с. 608-609.
- 8) Дорогань І. В. Терапія кольором: психологічний та фізіологічний аспекти. *Культура і сучасність : альманах*. 2023. № 2. С. 105–111.

- 9) Кириленко Т. С. Психологія: Емоційна сфера особистості: навч. посібн / [Т. С. Кириленко]. Київ : Либідь, 2007. 256 с.
- 10) Кириченко Р. В., Кисорець І. В. Вплив кольору на емоційний стан дитини. *Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку*. Університет Григорія Сковороди в Переяславі, 2022. №83. с. 82-85.
- 11) Костюченко О., Михайлова Р. Стратегії кольору в сучасному бренд-дизайні. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*, 2022. 5 (2). С. 227–242.
- 12) Климчук В.О. Математичні методи у психології. Навчальний посібник для студентів психологічних спеціальностей. Київ : Освіта України, 2009. 288 с.
- 13) Куликова, Л. А., Тарасенко Т. В., Тарасенко М. Р. Соціокультурний аспект назви кольору. *Мова. Свідомість. Концепт*: зб. наук. статей. 2020. (10). с. 73-79.
- 14) Літіченко О., Мастерук Д. Колір у художньо-продуктивній діяльності дітей дошкільного віку. *Освітологічний дискурс*, 2023. Т. 41. № 2.
- 15) Прищенко С. В. Кольорознавство : навч. посіб. / за редакцією професора Є. А. Антоновича. Київ : ДАКККиМ, 2009. 358 с.
- 16) Савчин М. В. Вікова психологія: навчальний посібник / [М. В. Савчин, Л. П. Василенко]. Київ : Академвидав, 2005. 360с.
- 17) Скрипник І. Кольоротерапія. Лікування мистецтвом: методичний посібник. Рівне: навчальне видання, 2014. 36 с.
- 18) Тимош Ю. В. Психосемантика моральної свідомості особистості. *Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису*. Луцьк : Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2018. 257 с.
- 19) Тканко Зеновія. Колір як засіб вираження в мистецтві та моді. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*, 2010. Вип. 21. С. 128-138. URL: https://lnam.edu.ua/uk/visnyk_detail/id-21.html

- 20) Яновська С., Севост'янов П., Туренко Р. Психометричні показники та адаптація методу Ч. Осгуда «Семантичний диференціал» (українська версія методу). *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, серія «Психологія»*, 2023. № 74. с. 24-30. URL: <https://doi.org/10.26565/2225-7756-2023-74-03>
- 21) Ярошенко А., Семигіна Т. Апробація україномовних версій опитувальників для вивчення гендерних упереджень. *Social Work and Education*, 2023. Vol. 10, № 2. pp. 195-210. URL: <https://journals.urau.ua/swe/article/view/282313>
- 22) Birren F. Color Psychology and Color Therapy: A Factual Study of the Influence of Color on Human Life. *University Books*, 1961. 154 p.
- 23) Bonnardel V., Beniwal S., Dubey N., Pande M., Bimler D. Gender difference in color preference across cultures: An archetypal pattern modulated by a female cultural stereotype. *Color Research and Application*, 2017. Vol. 43. № 2. P. 209–223. URL: <https://doi.org/10.1002/col.22188>
- 24) Bonnardel V., Lamming L. Gender Differences in colour preference: personality and gender schemata factors. *2nd CIE Expert Symposium on Appearance Ghent*. United Kingdom: Department of Psychology, University of Winchester, 2010.
- 25) de Bortoli M., Maroto J. Colors across cultures: Translating colors in interactive marketing communications. *European Languages and the Implementation of Communication and Information Technologies (Elicit) Conference*. Paisley, 2001. P. 1–27.
- 26) Bytyçi S. Influence of colors as a key element in consumer marketing. *Expert journal of marketing*, 2020. Vol. 8. № 1. P. 41-47. URL: <https://www.zbw.eu/econis-archiv/handle/11159/6212>
- 27) Colors of the year. *Pantone Color Institute*. URL: <https://www.pantone.com/uk/en/articles/color-of-the-year>

- 28) Cui Z. Z., Liu Y., Ying T. Gender Stereotypes of Color among Adolescents. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 2023. Vol. 5. № 1. P. 244–248. URL: <https://doi.org/10.54254/2753-7048/5/20220522>
- 29) Eliot L. Pink brain, blue brain: How small differences grow into troublesome gaps-and what we can do about it. Simon and Schuster, 2010.
- 30) Emery K., Webster M. A. Individual differences and their implications for color perception. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 2019. №30. P. 28–33.
- 31) Fortmann-Roe S. Effects of hue, saturation, and brightness on color preference in social networks: Gender-based color preference on the social networking site Twitter. *Color Research and Application*, 2011. Vol. 38. № 3. P. 196–202. URL: <https://doi.org/10.1002/col.20734>
- 32) Frieling H. Mensch, Farbe, Raum : Angewandte Farbenpsychologie. 3., verb. und erg. Aufl, G.D.W. Callwey, 1961.
- 33) Hoppu U., Puputti S., Aisala H., Laaksonen O., Sandell M. Individual differences in the perception of color solutions. *Foods*, 2018. Vol. 7. № 9. 154 p.
- 34) Jaint N., Verma P., Mittal S., Singh A. K. and Munjal S. Gender based alteration in color perception. *Indian J Physiol Pharmacol*, 2010. Vol. 54. № 4. P. 70–366.
- 35) Jia W., Chen Y. Influence of mothers' color-gender stereotype and counter-stereotype on pre-school children's color-gender stereotype at both implicit and explicit levels. *Journal of Bio-education*, 2022. Vol. 10. № 4. p. 301-307.
- 36) Mally Mag. E. COLOUR AND HOUSING. *Elsevier eBooks*, 1981. P. 950–961.
- 37) Mochizuki M., Ota N. A matter of brightness, hue, or both? Gender–color associations in Japanese participants. *Current Psychology*, 2022. Vol. 42. P. 31590–31599. URL: <https://doi.org/10.1007/s12144-022-04179-4>
- 38) Nassau K. Color | Definition, Perception, Types, & Facts. *Encyclopedia Britannica*, 2024. URL: <https://www.britannica.com/science/color>

- 39) Navarro R., Martínez V., Jiménez S. Y., Rubio E. L. Impact of gender and the stereotyped nature of illustrations on choice of color: Replica of the study by Karniol (2011) in a Spanish sample. *Gender Issues*, 2014. Vol. 31. № 2. P. 142–162.
- 40) Paoletti J. B. Pink and blue: Telling the boys from the girls in America. Indiana University Press, 2012. 169 p.
- 41) da Silva M. A., Anfe T. E. A., Matos A. B., Vieira G. F. Influence of gender, anxiety and depression symptoms, and use of oral contraceptive in color perception. *Journal of Esthetic and Restorative Dentistry*, 2015. № 27. P. 74-79. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/jerd.12127>
- 42) Sullivan, Heather I. Goethe's Colors: Revolutionary Optics and the Anthropocene. *Eighteenth-Century Studies*, 2017. Vol. 51. № 1. P. 24-115.
- 43) Wong W. K., Hines M. Preferences for Pink and blue: The development of color preferences as a distinct Gender-Typed behavior in toddlers. *Archives of Sexual Behavior*, 2015. Vol. 44. № 5. P. 1243–1254.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А.

Авторська анкета «Гендерні особливості кольоросприйняття у молоді»

Інструкція: «Шановні опитувані, просимо уважно ознайомитися з питаннями та різноманітними варіантами відповідей на кожне з них, а потім зазначити ті варіанти, які співпадають з Вашою думкою та/або найбільше з нею схожі. Додаткові інструкції будуть розташовані за необхідністю безпосередньо в описі запитання. Будь ласка, давайте найбільш достовірні відповіді! Обмеження за часом немає, тому ретельно замислюйтесь над кожним запитанням».

Тестовий матеріал (питання):

1. Ваше ім'я (або шифр);
2. Ваш вік;
3. Ваша стать;
4. Ваш гендер;
5. Який ваш улюблений колір?;
6. Який колір викликає найбільше довіри?;
7. Який сприймається вороже? (оберіть до 3 варіантів);
8. Якому кольору ви найбільше віддаєте перевагу в одязі? (оберіть до 3 варіантів);
9. Застосування якого кольору в інтер'єрі вам подобається найбільше? (оберіть до 3 варіантів);
10. Товар якого кольору ви оберете скоріш за все?;
11. Продукт (товар) якого кольору здався би вам найякіснішим?.

Перелік варіантів відповідей, що пропонувалися до питань №5-11:

1. Чорний;

2. Білий;
3. Червоний;
4. Помаранчевий;
5. Жовтий;
6. Зелений;
7. Блакитний;
8. Синій;
9. Фіолетовий;
- 10.Рожевий;
- 11.Коричневий.

ДОДАТОК Б.

Методика «Статеворольовий опитувальник С. Бем (BSRI)»

Інструкція: «Позначте в нижченаведеному списку ті якості, які, на вашу думку, є у вас. Оберіть «Так» або «Ні».

Стимульний матеріал:

	Так	Ні		Так	Ні
Віра в себе.			Швидкість в ухваленні рішень.		
Уміння поступатися.			Співчуття.		
Здатність допомогти.			Щирість.		
Схильність захищати свої погляди.			Самодостатність.		
Життєрадісність.			Здатність утішити.		
Похмурість.			Пихатість.		
Незалежність.			Владність.		

Соромливість.		Тихий голос.		
Сумлінність.		Привабливість.		
Атлетичність.		Мужність.		
Ніжність.		Теплота, щирість.		
Театральність.		Урочистість, важливість.		
Напористість.		Власна позиція.		
Пристрасть до лестощів.		М'якість.		
Удачливість.		Уміння дружити.		
Сильна особа.		Агресивність.		
Відданість.		Довірливість.		
Непередбачуваність.		Малореzультативність.		
Сила.		Схильність вести за собою.		
Жіночність.		Інфантильність.		
Надійність.		Адаптивність.		
Аналітична.		Індивідуалізм.		
Уміння співчувати.		Нелюбов лайок.		
Ревнивість.		Несистематичність.		
Здібність до лідерства.		Дух змагання.		
Турбота про людей.		Любов до дітей.		
Прямота, правдивість.		Тактовність.		
Схильність до ризику.		Амбітність, честолюбство.		
Розуміння інших.		Спокій.		
Скритність.		Традиційність.		

ДОДАТОК В.

Методика «Метод семантичного диференціалу Ч. Осгуда»

Інструкція: «Потрібно оцінити кольори за шкалою від 1 до 5, де «1» — певний прикметник, а «5» — протилежний до нього».

Стимульний матеріал (перелік шкал):

- | | |
|----------------------------|----------------------------------|
| 1) Маскулінний — фемінний; | 9) Сильний — слабкий; |
| 2) Приємний — неприємний; | 10) Активний — пасивний; |
| 3) Енергійний — стриманий; | 11) Дружелюбний — агресивний; |
| 4) Теплий — холодний; | 12) Дорослий — дитячий; |
| 5) Спокійний — хвилюючий; | 13) Стимулюючий — розслаблюючий; |
| 6) Дорогий — дешевий; | 14) Складний — простий; |
| 7) Класичний — сучасний; | 15) Емоційний — логічний. |
| 8) Натуральний — штучний; | |

Стимульний матеріал (оцінювані кольори):

Чорний, білий, сірий, коричневий, блакитний, червоний, помаранчевий, жовтий, рожевий, зелений.



Кісілевич Олександра Павлівна

Факультет філології, психології та іноземних мов

«053» Психологія

Освітня програма «Психологія»

ДЕКЛАРАЦІЯ

Усвідомлюючи свою відповідальність за надання неправдивої інформації, стверджую, що подана кваліфікаційна (бакалаврська) робота на тему:

«ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ КОЛЬОРОСПРИЙНЯТТЯ У МОЛОДІ»

є написаною мною особисто.

Одночасно заявляю, що ця робота:

- не передавалася іншим особам і подається до захисту вперше;
- не порушує авторських та суміжних прав, закріплених статтями 21-25 Закону України «Про авторське право та суміжні права»;
- не отримувалась іншими особами, а також дані та інформація не отримувалися у недозволений спосіб.

Я усвідомлюю, що у разі порушення цього порядку моя кваліфікаційна (бакалаврська) робота буде відхилена без права її захисту, або під час захисту за неї буде поставлена оцінка «незадовільно».

23.05.2024

дата


підпис