

## ОСОБЛИВОСТІ СПРИЙНЯТТЯ КОЛЬОРІВ В РІЗНИХ КУЛЬТУРАХ

Ісаєнко Т.Ю.

Науковий керівник – канд. філос. наук, доц. Бакаленко О.А.

Харківський національний університет радіоелектроніки

(61166, Харків, пр. Науки, 14, каф. філософії)

e-mail: tetiana.isaienko@nure.ua

The potential of the color usage in design projects is very big. However, the right choice of colors is often quite a challenge for the designer. In different cultures, color associations are very different, which is extremely important to consider when designing for a multinational audience. What may be acceptable in one country in another may seem completely inappropriate, perhaps even offensive. When designing transnational advertising campaigns, it is advisable to consider the color perception of different cultures, because there are significant differences and it is difficult to achieve unification.

У сучасних умовах глобалізації графічного дизайну практика роботи з іноземним споживачем є досить поширеним феноменом. Ефективність візуальних комунікацій досягається шляхом поширення культурного досвіду, вивчення тонкощів і нюансів культур різних народів. Одним з найважливіших аспектів міжкультурних візуальних комунікацій є знання особливостей сприйняття кольорів в різних культурах.

Потенційні можливості кольору при розробці дизайнерських проектів дуже великі. Вірне колірне рішення може зробити проект не просто вдалим, а навіть винятковим, який не має собі рівних. Однак найчастіше правильний вибір кольорів є для дизайнера досить складним завданням. У різних культурах колірні асоціації сильно різняться, що вкрай важливо враховувати дизайнеру при роботі для багатонаціональної аудиторії. Те, що буде цілком прийнятним в одній країні, в іншій може здатися зовсім недоречним, можливо, навіть образливим.

Сприйняття різних кольорів у культурах народів світу, їх вплив на психічний стан та поведінку людини не перестають викликати інтерес великої кількості вчених з різних країн. Про це свідчать дослідження українських та зарубіжних науковців Б.А. Базими, С. Блейчера, Ф. Брату, І.О. Голубовської, Х. Марото, А.Р. Нікітіної, Н.М. Охрицької, П.М. Янішіна та інших [1].

Розглянемо значення основних кольорів у культурах різних країн світу. Білий колір у європейській культурі позначає чистоту, невинність, безгрішність, урочистість, проте на Сході він символізує траур, печаль, хвороби. Багато жителів Китаю, Індії та Японії не розуміють, чому європейки вибирають на таку радісну подію як весілля сукню білого кольору. У той же час чорний колір на Сході має тільки позитивне значення, він уособлює любов, щасливий шлюб і сімейне щастя, здоровий сон і спокій. А в Америці й Європі саме цей колір вважається траурним і символізує зло, скорботу, біду, руйнування і смерть.

Червоний колір для народів Сходу – це символ любові, піднесених почуттів, народження і життя. У Франції червоний – це колір аристократів, чому дуже дивуються єгиптяни, оскільки у них він асоціюється з трауром. В Японії і Сполучених Штатах червоний колір символізує небезпеку, терористичну загрозу, чого ніяк не можуть зрозуміти китайці, адже для них це колір щастя. Персонажі японських мультиків сильно червоніють, коли зляться через що-небудь, і це тому, що саме червоним японці позначають гнів і лють.

Жовтий колір в Америці уособлює боягузтво та легкодухість, у слов'янських народів вважається кольором ревнощів і зради, в той же час в Китаї, Індії та Японії жовтий колір пов'язують з усім самим позитивним, тому що він нагадує жителям цих країн про сонце й золото. В Японії жовтий – символ витонченості й грації, в Індії – колір удачі, а у китайців – колір багатства й щастя.

Зелений колір в Америці символізує безпеку, з чим абсолютно не згодні французи, для яких цей колір нерозривно пов'язаний зі злочинністю.

До синього кольору в багатьох культурах світу подвійне ставлення. Так, в Китаї вважається, що сині (блакитні) очі, квіти і стрічки приносять нещастя. Одночасно китайці асоціюють синій колір із безсмертям, освіченістю, щасливим шлюбом, духовністю й інтелектом. В Японії синій колір – це колір лиходіїв, але у той же час він асоціюється зі спокоєм, відкритістю всьому новому, гармонією, дружелюбністю, нескінченністю, чистотою. У культурі України також спостерігається подвійне ставлення до синього кольору. З одного боку, він символізує чесність, добру славу, вірність, з іншого – пов'язаний з місцем перебування нечистої сили, поряд з чорним кольором вважається кольором смерті й трауру.

Як бачимо, в культурі різних народів емоційне і прикладне сприйняття певних кольорів дуже різне. Під час розроблення транснаціональних рекламних кампаній доцільно враховувати особливості сприйняття кольорів різними культурами, оскільки існують істотні відмінності, і досягти уніфікації складно.

#### Перелік посилань

1. Веклич Ю.І. Значення кольорів у культурах народів світу у контексті формування соціокультурної компетенції майбутніх учителів початкової школи // Проблеми сучасної педагогічної освіти. Педагогіка і психологія. – 2013. – Вип. 39(3). – С. 56 – 62.

2. Подольчак Н.Ю., Подольчак Н. І. Використання психотехнологій кольору у рекламі // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – № 690. – С. 114 – 120.