

ЦВЕТОВЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ И ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ

ЦВЕТА НА СОСТОЯНИЕ ЧЕЛОВЕКА

Мелехина Виктория

обучающаяся 1 курса, гр. СОБ11БХ

Социально – педагогического института
ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ, г. Мичуринск, РФ.

Обносов Владимир Николаевич,¹

доцент кафедры педагогики и психологии

ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ,
г. Мичуринск, РФ.

Аннотация. В статье рассматриваются характеристики основных цветов, показывается значимость цвета в жизнедеятельности человека. Описывается использование фактора цвета в профессиональной деятельности, даются рекомендации по использованию цвета.

Ключевые слова. Цвет, цветовые оттенки, работоспособность, настроение.

¹ Обносов В.Н.. vobnosov@ mail.ru.ibm 359

Цвет всегда оказывал воздействие на человека: знание оттенков неба и облаков помогало предсказывать погоду, цвет ягод и фруктов говорит о степени их зрелости, окраска рыб и насекомых предупреждает нас о возможной опасности. Человек живёт в мире цветов и воспринимает этот мир посредством цвета. Одни цвета притягивают, возбуждают, активизируют нас; другие, наоборот, успокаивают, затормаживают. Благодаря правильному использованию цвета в повседневной жизни можно добиться успеха, повысить работоспособность, изменить настроение. В ходе многолетних житейских наблюдений, в процессе специальных исследований психологов и физиологов было установлено, как те или иные цвета, цветовые оттенки влияют на человека. Красный цвет - возбуждающий, активный, он повышает кровяное давление, ускоряет ритм дыхания, активизирует все функции организма, на короткое время увеличивает мускульное напряжение. Красный цвет традиционно связывается с праздниками и весельем. Древние египтяне положили начало традиции, которая жива и по сей день: праздничные и выходные дни в календаре отмечать именно красным цветом. Но злоупотреблять красным цветом не следует злоупотреблять, это может вызывать раздражение и истощение нервной системы. Оранжевый цвет - тонизирует, привлекает внимание, поэтому его часто используют в рекламе. Мягкие оттенки оранжевого цвета благоприятно влияют на работоспособность. Жёлтый цвет оценивают как цвет общительности и веселья, он является наименее утомляющим, физиологически оптимальным, стимулирует зрение, благоприятен для умственной деятельности. Зелёный цвет успокаивает и облегчает невралгии и мигрени, уменьшает кровяное давление, на продолжительное время повышает двигательную работоспособность. Голубой цвет успокаивает, снижает мускульное напряжение и кровяное давление, замедляет ритм дыхания, освежает, снижает аппетит, положительно влияет на здоровье человека. Установлено, что при длительной, однообразной работе он может повысить работоспособность. Синий цвет способствует торможению функций

физиологических систем человека. При длительном воздействии синего цвета фаза успокоения может перейти в фазу угнетения. Фиолетовый цвет отрицательно влияет на нервную систему, он часто воспринимается как тяжёлый, таинственный. В некоторых культурах этот цвет символизирует мудрость, зрелость, высший разум. При длительном воздействии может вызвать меланхолическое состояние. Белый цвет – обычно ассоциируется с чистотой, непрочностью, новизной, покоем и невинностью, но при избытке белого создается ощущение стерильности, больничной атмосферы. Серый цвет – классический нейтральный цвет. Он умеренно консервативен, традиционен и говорит об интеллигентности. Серый цвет может казаться старым, скучным и неинтересным. Но в сочетании с другими нейтральными или яркими цветами серый цвет выглядит сильным, энергичным, изысканным и красивым. Чёрный цвет традиционно ассоциируется с элегантностью, изысканностью. Он может восприниматься как цвет ночи и смерти, черной магии, незаконных действий (чёрный рынок), отверженности (чёрный список). Из-за своей практичности часто используется в одежде [1, с.25].

В своем эмпирическом исследовании мы попытались выявить цветовые предпочтения студентов Мичуринского ГАУ. В нем принимали участие 30 испытуемых в возрасте 17-20 лет. Результаты исследования показали, что 23% опрошенных выделили в качестве наиболее приятного *зелёный* цвет. Такое же количество испытуемых - 23%, выделили - *синий* цвет, 11,5% студентов в качестве наиболее приятного цвета выбрали *красный*; 10% – *чёрный*, 6,6% – *белый*, 6,6% – *жёлтый*. Комментируя наиболее распространенный выбор наших испытуемых (в данном случае – *зеленый* и *синий* цвета), надо отметить, что в характеристике М. Люшера выбор *зеленого* означает уверенность, настойчивость и упрямство, а выбор *синего* – потребность в отдыхе, покое, в снятии напряжения.

Для определения настроения и функционального состояния человека и диагностики некоторых черт личности мы провели тест М. Люшера. Испытуемыми были студенты 1 курса Социально – педагогического института МичГАУ в количестве 20-и человек.

Выяснилось, что для 20% из них было характерно следующее расположение цветов: *оранжевый, фиолетовый, коричневый, черный, красный, желтый, зелёный, синий*. В трактовке М. Люшера эти люди неаккуратны в работе, быстро утомляются, их легко вывести из себя, они конфликтны, эмоциональны, беспокойны.

Наиболее популярным (30% студентов) оказалось следующее сочетание цветов: *зелёный, желтый, коричневый, синий, фиолетовый, красный, черный, оранжевый*. В трактовке М.Люшера, такой выбор говорит о том, эти люди тихие, смирные, тревожные, редко проявляют инициативу, медлительны, малоподвижны.

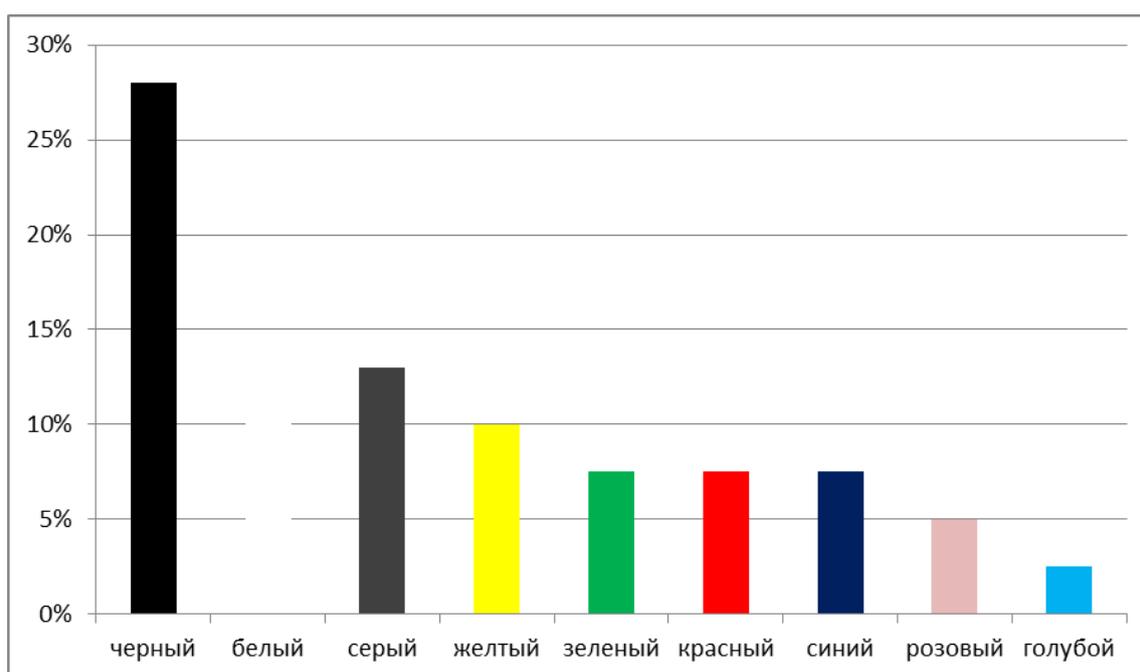
Для 20% испытуемых наиболее привлекательным оказалось такое расположение: *синий, жёлтый, фиолетовый, зелёный, оранжевый, коричневый, красный, черный*. Данный выбор говорит о них как людях усердных, креативных, с высоким уровнем развития воображения, это - «люди-художники».

15% испытуемых расположили цвета следующим образом: *синий, зелёный, оранжевый, жёлтый, красный, коричневый, фиолетовый, черный*. Такой выбор характерен для людей выносливых, ответственных, активных, спокойных.

15% - *зелёный, желтый, коричневый, синий, фиолетовый, красный, черный, оранжевый*. Такой цветовой выбор позволяет говорить о том, что это хорошие работники, твердые, напористые, уверенные, сильные, выносливые.

Продолжая свою работу, мы попытались проанализировать, какие цвета предпочитают носить обучающиеся в обычные, рабочие дни (наблюдения проводились в четверг и среду). В исследовании участвовали 40 человек, студенты Социально - педагогического института Мичуринского ГАУ. Были получены следующие результаты: *черная* верхняя часть одежды (с белыми, красными и зелёными вставками) - 28%; *белая* верхняя часть одежды с золотыми, черными вставками - 13%; *серая*, серебристая верхняя часть одежды - 13%; *желтая* верхняя часть одежды с зелёными вставками - 10%; *тёмно- зелёная* верхняя часть одежды - 7,5 %; *красная* верхняя часть одежды - 7,5%; *синяя* верхняя часть одежды - 7,5 %; *розовая* верхняя часть одежды - 5%.

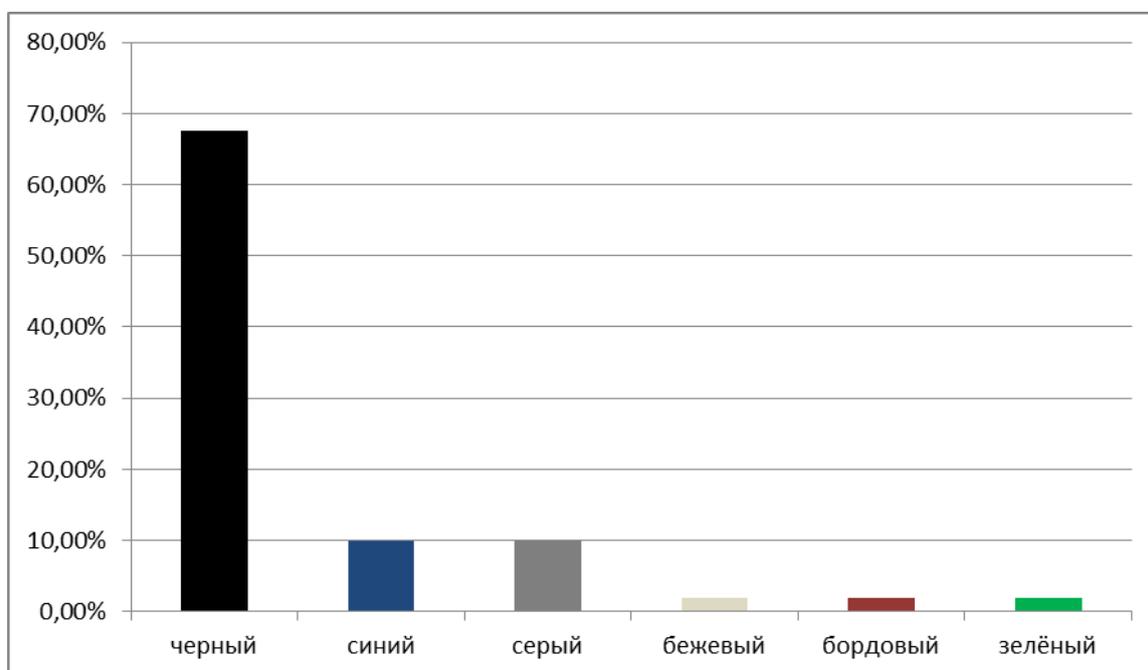
Цветограмма верхней части одежды



Как мы видим, в одежде преобладает черный цвет, менее всего выражен голубой цвет. Если обратиться к толкованию цветовых предпочтений по М.Люшеру, то черный цвет символизируют негативные тенденции: тревожность, стресс, переживание страха, огорчения.

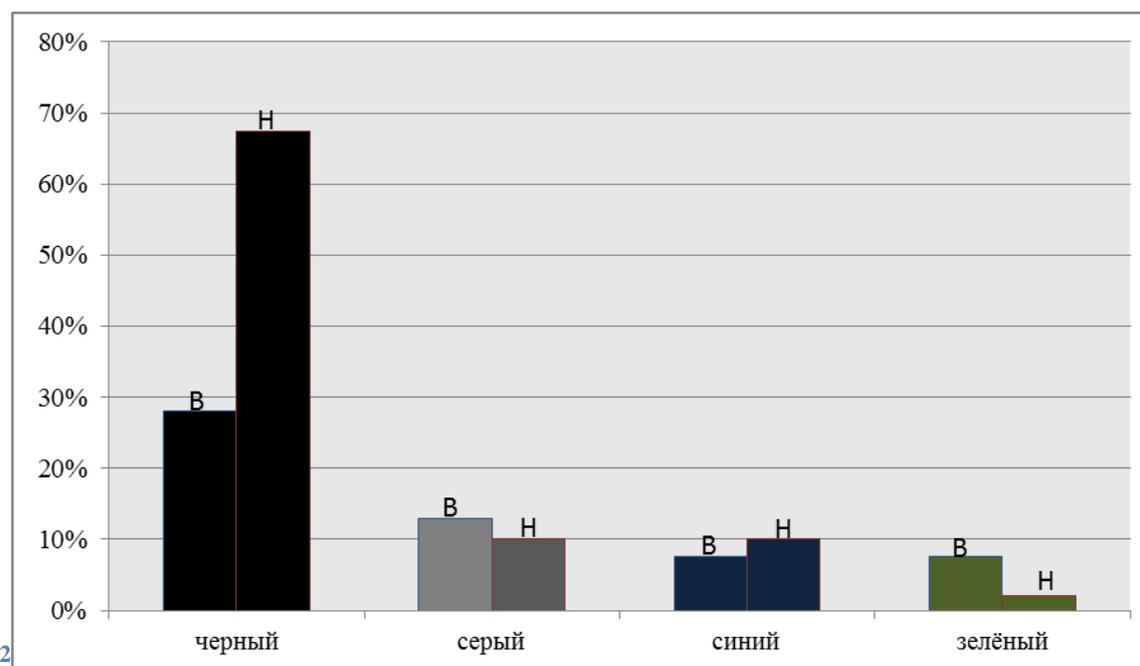
В выборе нижней части одежды (юбки, брюки) обнаружались следующие цветовые предпочтения: *чёрный* цвет - 67,5%; *синий, джинсовый* – 10%; *серый* - 10%; *бежевый* - 5%; *бордовый* – 5%; *темно- зелёный* - 5%.

Цветограмма предпочтений нижней части одежды



Сочетание цветов верхней и нижней одежды были, в основном, классические: *чёрный «низ» и белый «верх»* , сочетания *серого с жёлтым, коричневого с жёлтым и зелёным*. Но были студенты, контраст в одежде которых порой было очень резким: *красный с чёрным; тёмно- зелёный «верх» с джинсами ярко – синего цвета, бордовый « низ» и ярко – розовый «верх»*. Мы полагаем, что они хотели привлечь внимание, поэтому выбрали именно такие цветовые сочетания.

Цветовое сочетание верхней и нижней части одежды



В – Верхняя часть одежды

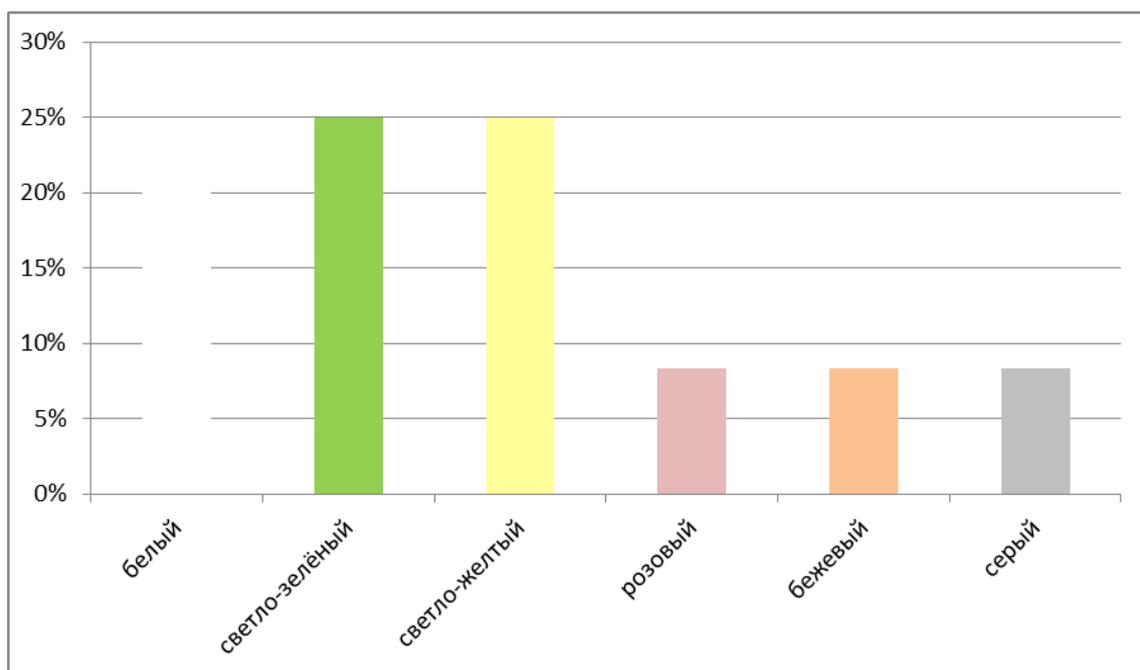
Н – Нижняя часть одежды

Как уже отмечалось, цвет влияет на состояние человека, его настроение и работоспособность. Поэтому мы решили проанализировать цветовую гамму аудиторий в учебном корпусе № 10 Социально-педагогического института МичГАУ. Мы изучили цветовую палитру двенадцати аудиторий. Обнаружилось, что в трех аудиториях - *бежевые* стены с белыми вкраплениями – (25%); *светло – зелёные с жёлтыми вкраплениями* – также в 3-х аудиториях (25%). *Светло – жёлтые* стены с *коричневыми вкраплениями* – в 2-х аудиториях (16,7%); *нежно - розовый* цвет – 1 аудитория, (8,3%); *белый, с серыми вкраплениями* – 1 кабинет (8,3%); *светло – серые с белыми вкраплениями* – 1 кабинет (8,3 %) , *светло – серые с жёлтыми вкраплениями* – 1 кабинет (8,3%). Оказалось, что аудиторий с *бежевыми и нежно – зелёными* стенами больше всего - (50%). Бежевый цвет – нейтральный, он не оказывает негативного влияния на человека, редко вызывает отрицательные

эмоции, успокаивает. Зелёный цвет нормализует работу организма, приятен для глаз, вызывает у человека чувство уверенности [2, с. 76].

Полученные результаты можно отразить в следующей цветограмме:

Цветовая гамма стен учебных аудиторий корпуса №10

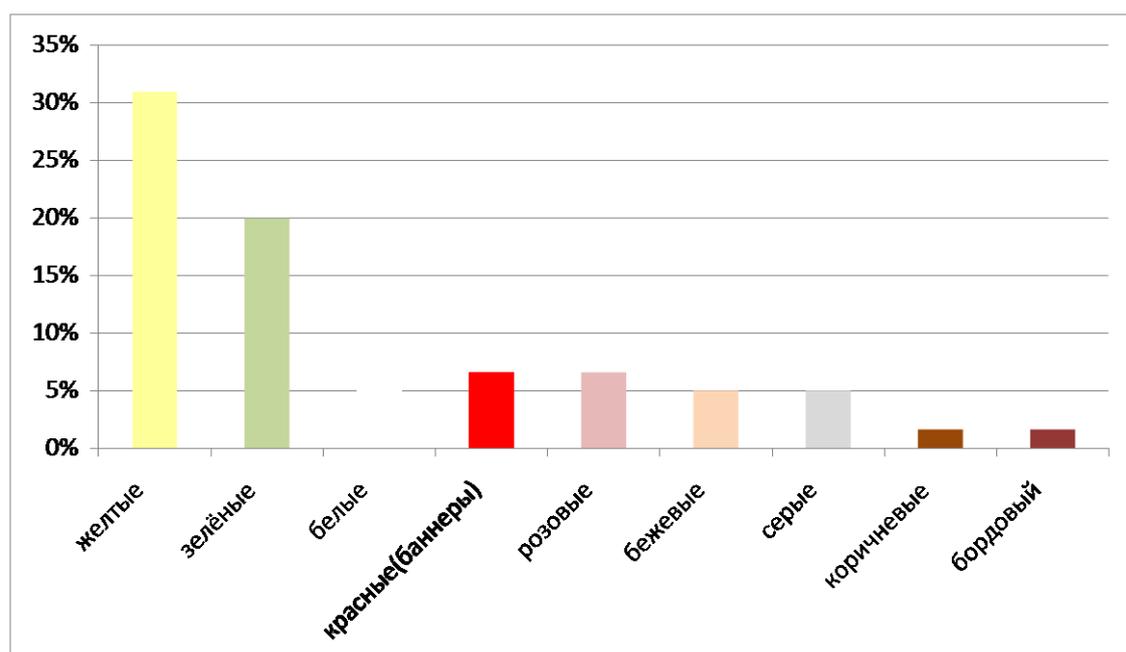


Продолжая исследования по данной тематике, мы решили проанализировать цветовую гамму улицы Советской города Мичуринска. Свой путь мы начали от памятника Ленину и завершили зданием спортивной школы. Обнаружилось, что многие дома увешаны рекламными баннерами, порой цвета не сочетаются друг с другом, раздражают, но привлекают к себе внимание. Например, ювелирный магазин с баннером яркого синего цвета и фотографией девушки с украшениями, кафе «Золотой ключик»- яркое жёлтое здание привлекающее внимание. Но есть здания, которые выглядят классически, благородно, например, здание администрации г. Мичуринска, здание школы №1. На этой улице мы проанализировали цветовую окраску 61- го здания. Среди них оказалось *жёлтых зданий с белыми окантовками* – 19 (31%); *зелёных с белыми окантовками* – 12 (20%), *белых* – 6 (9,8 %);

здания с *красными баннерами (белые окантовки)* – 4 (6,6%), *розовых* зданий с *серыми окантовками* – 4 (6,6%), *бежевых* зданий – 3 (5%), *серых* – 3 здания, (5%), *желтых* здания с *коричневыми окантовками* – 2 (3,3%); *серое* здание с *белой окантовкой* – 1 (1,6%), *темно- розовое, с бордовыми окантовками* – 1 здание, (1,6%), *коричневое* здание – 1 (1,6%), здание, сочетающее в себе *жёлтый, белый и серый* цвета – (1, 6 %), *бордовое* здание – 1 (1.6%) и *бежевое* здание с *серыми отблесками* – 1 (1,6%). Оказалось, что на улице больше всего зданий сочетающих *желтый, зелёный, белый и серый цвета*. Полученные результаты можно представить в цветограмме.

Цветограмма улицы Советской г. Мичуринска

(цвет стен зданий)



Цвет может привлекать и отталкивать, вселять чувство спокойствия и комфорта или возбуждать, тревожить. Цвета обращаются к чувствам, а не к логике человека. Уравновешенная в цветовом отношении среда привлекает, создает творческую атмосферу, успокаивает, способствует повышению работоспособности.

Литература:

1. М. Купер, А. Мэтьюз «Язык цвета».- М.: Изд-во Эксмо,2002.-114с.,
2. Н.В.Серов «Символика цвета»: Страта, СПб, 2015. -196с.

COLOR PREFERENCES AND FEATURES OF INFLUENCE

COLOURS ON THE CONDITION OF THE PERSON

Melekhina Victoria

studying 1 course, gp. SOB11BH

Socially – teacher training college

Obnosov Vladimir Nikolaevich,

associate professor of pedagogics and psychology

Michurinsk State Agrarian University,

Michurinsk, Russia

Summary. In article characteristics of primary colors are considered, the importance of color in activity of the person is shown. Use of a factor of color in professional activity is described, recommendations about use of color are made.

Keywords. Color, color shades, working capacity, mood.

