

Т. А. Прокопович

КОЛІР У ЖИТТІ ЛЮДИНИ: ЧИННИКИ КОЛІРНИХ ПЕРЕВАГ

Статтю присвячено розкриттю природи впливу кольору на людину. Контекст фізіологічного та психологічного змісту сприйняття людиною кольору конкретизує діагностичні параметри колірних стимулів. Завершальним аспектом розгляду проблеми є відображення психоемоційної ролі кольору в цивілізаційному генезисі культур та в мистецтві.

Ключові слова: колір, колірне сприйняття, колірний стимул.

Прокопович Т. А. Цвет в жизни человека: факторы цветовых предпочтений. Стаття посвящена раскрытию природы влияния цвета на человека. Контекст физиологического и психологического содержания восприятия человеком цвета конкретизирует диагностические параметры цветовых стимулов. Завершающим аспектом рассмотрения проблемы есть отображение психоэмоциональной роли цвета в цивилизационном генезисе культур и в искусстве.

Ключевые слова: цвет, цветовое восприятие, цветовой стимул.

Prokopovych T. A. Colour in Human's Life: Colour Preference Factors. The article focuses on revealing how colour influences a human. The context of physiological and psychological content of colour perception concretizes diagnostic parameters of colour stimuli. The author arrives at a conclusion that colour plays a vital psycho-emotional role in civilization genesis of cultures and art.

Key words: colour, colour perception, colour stimulus.

Постановка наукової проблеми. Актуальність теми зумовлена посиленням інтересом науковців і психологів до сфери неусвідомленого особистості, де аспектам сприйняття кольору відводиться одне з найперших місць. На сьогодні існує чимало сфер застосування кольору, а це, у свою чергу, актуалізує питання психології зорового сприйняття. Зважаючи на досить різноманітні підходи, методи та концепції, які ставлять за мету впорядкування тієї великої кількості емпіричних даних вивчення зорового сприйняття, контекст розробки моделі колірної зорової перцепції є актуальний і нині.

Спробуємо провести теоретичний аналіз проблеми колірної сприйнятності людини та чинників колірних переваг, окреслити основні евристичні межі вивчення колірної перцепції людини й визначити перспективні напрями застосування здобутків психології сприйняття кольору в прикладних галузях науки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Головним досягненням XIX ст. століття у дослідженні колірної зору є модель змішу-

вання кольорів, яка базується на трикомпонентній теорії Юнга-Гельмгольца. Її теоретичне значення полягає у встановленні прямого зв'язку між феноменами колірної змішування та трьома світлочутливими рецепторами сітківки, а практичне – у розробці системи специфікації кольору за спектральним складом випромінювання. У цій моделі чи не найкраще розкрито психологічні та фізіологічні аспекти впливу кольору на реципієнта. Невеличкий екскурс дасть змогу відтворити базові положення колірної перцепції людини.

Колір – це якісна суб'єктивна характеристика електромагнітного випромінювання оптичного діапазону, яка визначається на підставі виникнення фізіологічних зорових відчуттів, залежних від ряду фізичних і психологічних чинників. Розглядаючи колір як засіб впливу на психіку людини, необхідно виділити таку його здатність, як дія на неусвідомленому рівні, викликаючи при цьому різноманітні асоціації [3, 42]. Так, *жовтий* – це колір енергії та життя, який підсвідомо асоціюється із сонцем, символізує інтуїцію й здатність до передбачення; *червоний* колір асоціюється з вогнем і кров'ю, який збуджує та спонукає до певних дій, активності й боротьби, прагнення успіху та впливу; *синій* колір асоціюється з гармонією й безконфліктними відносинами, такими як умиротворення та надія, мир і гармонія; *зелений* колір асоціюється з гармонією природи, він має сильну дію на відчуття часу, ваги й довжини, гармонізує настрій; *коричневий* сприймається як земний і реальний, сприяє відчуттю комфорту і спокою, чинить глибоку психологічну дію на людський розум, сприймається як захисний, надійний і стабільний; *чорний* колір, з одного боку, сприймається як вишуканий, елегантний та власний, а з іншого, – це колір жалоби, трагічності й протесту; *білий* символізує чистоту, невинність і злагоду й асоціюється з безмовністю та тишею, як символ звільнення від будь-яких перешкод.

Фізіологічні характеристики кольору конкретизують його психологічний зміст. Добре відомий факт, що світло, яке бачить людина, є безбарвним, але його розщеплення містить у собі весь спектр кольорів [2]. Світло – одна з форм енергії, яка розповсюджується у вигляді елементарних частинок – фотонів. Колір, який бачить людина, залежить від довжини хвилі, що сприймає людське око. Колірний спектр розпочинається з фіолетового, далі йдуть синій, голубий, зелений, жовтий, жовтогарячий і в кінці спектр завершує червоний колір. Тобто фізіологічно предмети, які сприймає людина, є забарвленими

тому, що хвилі різної довжини відбиваються від предметів або поглинаються ними. Колірний зір людини зумовлений наявністю трьох видів світлочутливих рецепторів на сітківці ока, максимальна межа чутливості яких локалізована в межах 420, 534 і 564 нм, що відповідає довжині хвиль синього, зеленого та жовтого (червоного) кольорів. Отже, щоб відчутти, наприклад, жовтий колір, зовсім не обов'язково відтворювати його справжню довжину 570–590 нм, а достатньо створити такий спектр випромінювання, котрий буде збуджувати рецептори ока відповідним чином. Це також може використовуватися для підсвідомого впливу кольору на реципієнта в кіно, телебаченні, живописі, поліграфії, фотографії.

Про важливе біологічне значення колірного зору свідчить і те, що в процесі розвитку людського індивіда відбулось ускладнення зорового аналізатора, що дає змогу виконувати важливі для організму функції. Центральна нервова система як регулятор зорового сприйняття людини фіксує колірне забарвлення у свідомості та контролює його інтерпретацію. Для ЦНС колір є носієм інформації про навколишній світ, виражений у фізичній формі енергетичної вібрації. Колір як енергія є необхідним атрибутом підтримки тонуусу ЦНС. З одного боку, прихильність людини до певного кольору можна характеризувати суто індивідуально, а з іншого – це підсвідома потреба в певній фізичній енергії. Тому з високою часткою ймовірності можна стверджувати, що колір є індикатором утілення енергії в життя.

Контекст задіяності вегетативної нервової системи людини показує, що колір – це квант енергії, що потрапляє із зовнішнього світу. Так, робота організму людини залежить від того, що бачить око, тому що вегетативна нервова система, яка функціонує мимовільно, тісно взаємозв'язана з психікою та системою обміну речовин: від того, що бачить наше око, певною мірою залежать самопочуття, стан здоров'я і психічний стан. Електромагнітні хвилі різної довжини діють на електромагнітне поле клітин. Доведено, що вплив кольору відбувається не лише через очі, а й через будь-який контакт із ним (носіння одягу, дотик, перебування в місцевості, у якій переважає певний колір тощо). При цьому колір впливає на організм, змінюючи його біохімічні та психологічні процеси. Ця властивість кольору широко використовується в медицині: лікування синім кольором методом опромінення застосовується в комплексній терапії під час лікування безсоння, гіпертонії та як засіб, що впливає на зниження рівня бо-

льової чутливості у хворих, а опромінення лампою з інфрачервоними променями полегшує стан хворого на ревматизм та артрит [6, 37]. Оскільки дія ультрафіолетових та інфрачервоних променів доведена науково, то ця властивість кольору використовується у фізіотерапії.

За період дослідження кольору створено низку медичних нейрокомп'ютерних технологій дослідження впливу кольору на людину. Аналіз асиметричного функціонування півкуль головного мозку доводить, що негативні емоції пов'язані з лівою півкулею, а позитивні – з правою. Тому інформація, що відображається в лівій півкулі, послаблено передає всю багатогранність образів природи й витворів мистецтва, порівняно з картиною, яка сприймається правою півкулею. А оскільки кольори впливають на виникнення емоцій, то можна стверджувати, що колір впливає на розвиток і пізнання особистості. Будь-яка інформація, якщо вона не підкріплюється почуттям та не викликає емоцій і вражень, швидко зникає з пам'яті. Ось чому актуалізується контекст вивчення емоційної пам'яті реципієнта. У психології відоме стимулювання емоційної пам'яті через включення в повідомлення емоційних елементів, обов'язковим атрибутом яких є колір. Впливаючи на сферу почуттів, колір таким чином є важливим об'єктом впливу на мислення. Ось чому колір стає дуже привабливим засобом для психологічних маніпуляцій, насамперед під час виборчих кампаній та в рекламі. Це добре розуміють провідні політтехнологи й товаровиробники. Для них колір є елементом загального визначення зовнішнього вигляду речей та їх рекламного образу. Кількість кольорів також впливає на ефективність рекламного повідомлення. Якщо ефективність сприйняття чорно-білого зображення взяти за 100 %, то ефективність двоколірного зростає на 20 %, а багатоколірного – на 40 %. Відомі випадки, коли в європейських країнах у законодавчому порядку тютюнова й алкогольна реклама допускалася лише в чорно-білому оформленні, що застосовувалося для її обмеження [4, 76–77].

Слід додати, що колір не тільки викликає відповідну реакцію в людини залежно від її емоційного стану, а й певним чином формує її емоції. Цей факт був доведений Максом Люшером, який створив колірний тест [1, 124], основним принципом якого є констатація зв'язків між суб'єктивною перевагою кольору та особистісними властивостями людини, у тому числі й інтелекту. За допомогою цього тесту надається можливість більш гармонійно підібрати кадри під час комплектування виробничих колективів, визначити схильність особи

до певного виду діяльності, її функціональний стан, настроїв і найбільш стійкі риси. Тобто він дає змогу здійснювати диференціальну діагностику характерологічних типів і є потужним та унікальним засобом вивчення особи людини.

Залежність людини від кольору також зумовлена еволюційними тенденціями її розвитку: у процесі еволюції людина постійно перебувала під впливом кольору та намагалась опанувати його здатність впливати на свій душевний стан; вона вчилася його використовувати з метою створення затишного місця існування й штучного відтворення реальності в зображеннях. Білий, червоний та чорний кольори найчастіше трапляються в печерному живописі первісних людей, що дає змогу зробити висновок про особливу роль цих кольорів у ті часи. У багатьох культурах світу в найбільш ранніх спробах використання кольорів колір був пов'язаний із його символічною функцією. Так, у ритуальній практиці, ще до виникнення одягу, *Homo sapiens* розфарбовував себе охрою, крейдою, вугіллям та іншими фарбниками, тобто так, як цього вимагали езотеричні ритуали. У древньому Китаї та Індії кольором підсилювали значення й божественність вищих сил, колір розглядався, як символ стихій. У вченні про першосутність Інь та Янь також наявна колірною символіка. Порівнюючи пам'ятки культури первісних людей, що дійшли до нас, із колірною символікою древнього Китаю та Індії, можна зробити висновок про їх змістовну схожість. Отже, розділені між собою в часі й просторі, культури мають спільне коріння колірною символікою, що свідчить про підсвідоме сприйняття первісною людиною важливості впливу кольору на неї.

Повертаючись до сучасних теорій трактування кольору та його значення в людському житті, потрібно відзначити такі нові тенденції вивчення. Зокрема, останнім часом "модним" є вивчення так званих апертурних, тобто відтворених в уяві індивіда із заплученими очима, кольорів або в експериментах із кольоровим екраном, що займає все поле зору. Вченими доведено, що зміст інформації в апертурних кольорах зазвичай ігнорується формальною логікою свідомості. Про це свідчить порівняльний аналіз витворів мистецтва первісного та античного світів, які збереглися до наших часів, у поєднанні з канонами християнської символіки, вираженої в кольорі [3]. Показовим є те, що в католицизмі та православ'ї, завдяки багатовіковій культурі християнства, майже не відбулося змін щодо кольорів одягу священ-

нослужителів. Інакше кажучи, кольори одягу священнослужителів (служників престолу й духівництва) лише на підсвідомому рівні передають ту інформацію, без якої реципієнт не міг би охопити всю сукупність підвищено естетичної божественності, що визначає власне релігійність людини. Як показав багатовіковий досвід християнського богослужіння, сприймає цю інформацію саме підсвідомість. Інформація, прихована у підсвідомому людини, передає сутність універсальних, початкових, природжених психічних структур та ідей буття.

Контекст певного трактування кольору є також актуальним у вивченні цього феномену. Так, око здатне розрізнити 10 млн кольорів і відтінків, тоді як мова має близько тисячі кольоровизначень. При цьому лише незначна частина має безпосередній лінгвістичний сенс кольору [4, 174]. Отже, зорове сприйняття кольору є більш потужним засобом впливу на підсвідомість, ніж мова. Так, сприйняття кольору, у свою чергу, впливає на душевний настрій, сприяє вищим чуттєво-пізнавальним відчуттям і може передувати створенню відповідних уявлень про природу естетичної інформації, яка закладена в кольорі.

Колір є однією з найважливіших характеристик творів мистецтва [3]. За допомогою мистецтва та кольору індивід може проявити свої емоції через витвір мистецтва, у якому має змогу відокремитися від прояву емоцій і виразити їх зовні для подальшого споглядання та пізнання. Звідси випливає, що мова мистецтва – це єдиний спосіб об'єктивувати свої емоції, матеріалізувати їх і надати їм форму. У кольорі закладений той уміст корисної інформації, який викликає позитивні емоції, що обумовлюють чуттєву потребу реципієнта, і саме образотворче мистецтво досягло найвищих вершин в опануванні кольору й використанні його властивостей.

У світі мистецтва людина не пізнає світ (як це здійснюється в науці), а просто сприймає його наочність та форму. Так, один із метрів образотворчого мистецтва В. В. Кандинський відзначив двоякий вплив кольору на людину – фізичний і психологічний. Він зазначив, що за фізичного впливу око зачароване красою кольору або ж, навпаки, зазнає найсильнішого подразнення, але це враження поверхове й швидко забувається, якщо йдеться про звичні предмети. Але коли фізичне відчуття проникає глибше, то може викликати цілий ланцюг психічних переживань, тоді дія кольору на психіку породжує “вібрацію душі” [3, 42].

Представлений теоретичний аналіз проблеми ще раз продемонстрував, що контекст наукових доробків учених відрізняється. Одні вважають, що поняття про колір базується на суто фізичних характеристиках сприйняття, інші, навпаки, вбачають у кольорі істинну форму існування матерії, незалежно від його сприйняття, чи то знаходять в чуттєво-пізнавальному відчутті кольоросприйняття лише чинники, які пов'язані з асоціаціями. Також існує думка, що в кольорі відображено лише знаковий характер наочної діяльності.

Висновки. Вплив кольору на реципієнта передусім виявляється у фізіологічній дії, емоціях, сприйнятті, увазі, пам'яті, мисленні. Колір дає глибину візуальних вражень, він стосується внутрішньої природи, викликає психологічну реакцію з фізіологічними наслідками. Колір, як і енергія, потрібен для підтримки тону ЦНС, адже під дією кольору в організмі здійснюються біохімічні та психологічні процеси. Через емоції колір впливає на пізнавальний розвиток особистості, виступає стимулом емоційної пам'яті. Культурологічні аспекти трактування кольору торкаються питань колірної символізму. Його дія на підсвідомому рівні потужніша, ніж вплив мови. Через вплив на почуття колір впливає на мислення та є єдиним у мистецтві засобом прояву й вираження емоцій зовні для подальшого їх споглядання та пізнання. Апелюючи до трактування кольору як одного з найпростіших засобів привертання й утримування уваги реципієнта, слід пам'ятати про його безмежну силу впливу на підсвідомість людини.

Література

1. Базыма Б. А. Цвет и психика : [монография] / Борис Алексеевич Базыма. – Харьков : ХГАК, 2001. – 172 с.
2. Измайлов Ч. А. Психофизиология цветового зрения : монография / Ч. А. Измайлов, Е. Н. Соколов, А. М. Черноризов. – М. : Изд-во МГУ, 1989. – 195 с.
3. Кандинский В. В. О духовном в искусстве / Василий Васильевич Кандинский. – Л. : Фонд “ЛГ”, 1990. – 108 с.
4. Мокшанцев Р. И. Психология рекламы : учеб. пособ. / Мокшанцев Р. И. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 230 с.
5. Психология восприятия : материалы советско-норвежского симпозиума / отв. ред. Б. Ф. Ломов, Ю. М. Забродин, С. Магнуссен, П. Саугстад, А. А. Митькин. – М. : Наука, 1989. – 197 с.
6. Серов Н. В. Лечение цветом. Мода и гармония / Николай Викторович Серов. – СПб. : ЛИСС, 1993. – 48 с.