

## Психология цвета

**Угрехелидзе Александр Тенгизович** – студент Донского государственного технического университета.

*Аннотация:* Не отрицая роли предметных связей цвета в становлении его значений, следует признать, что ведущим фактором в формировании цветовых значений являются, отнюдь, не они, а объективный характер цветового воздействия на человека, как об этом свидетельствуют данные психофизиологических и психологических исследований. Об этом я и постараюсь рассказать в данной статье.

*Ключевые слова:* Психология, цвет, исследования, влияние, предпочтения, возраст, пол.

Психология цвета - это исследование оттенков как детерминанты человеческого поведения. Цвет влияет на восприятия, которые не являются очевидными, например, вкус пищи. Цвета также могут повысить эффективность плацебо. Например, красные или оранжевые таблетки обычно используются в качестве стимуляторов. Цвет действительно может влиять на человека, однако важно помнить, что эти эффекты различаются между людьми. Такие факторы, как пол, возраст и культура, могут влиять на то, как человек воспринимает цвет. Например, мужчины склонны сообщать о том, что красные наряды повышают привлекательность женщин, в то время как женщины отрицают, что какой-либо цвет одежды влияет на привлекательность мужчин.

Детские предпочтения в отношении цветов, которые они считают приятными и успокаивающими, могут быть изменены и могут варьироваться, в то время как предпочтения для взрослых обычно не податливы.

Некоторые исследования показывают, что цвет может повлиять на настроение. Однако эти исследования не объясняют то, какие именно настроения вызывают цвета.

Общие ассоциации, связывающие цвет с определенным настроением, могут различаться в разных культурах. Например, в одном исследовании изучались цветовые ассоциации и

настроения участников из Германии, Мексики, Польши, России и Соединенных Штатов. Исследователи определили тот факт, что все нации ассоциировали чёрный цвет с геном. Однако только поляки ассоциировали с гневом фиолетовый цвет, так и с ревностью, только немцы ассоциировали ревность с желтым цветом. Несмотря на межкультурные различия в отношении «значений» разных цветов, некоторые исследования показали, что имело место межкультурное сходство, в отношении которого эмоциональные состояния людей ассоциировались с определенными цветами: например, красный цвет воспринимался как сильный и активный.

Общая модель цветовой психологии основана на шести основных принципах:

1. Цвет может иметь определенное значение.
2. Цветовой смысл либо основан на научном значении, либо в биологическом врожденном смысле.
3. Восприятие цвета автоматически оценивает воспринимаемое лицо.
4. Процесс оценки приводит к изменению цвета.
5. Цвет обычно оказывает свое влияние автоматически.
6. Значение цвета и эффект также имеют отношение к контексту.

Исследования влияния цвета на предпочтения и востребованность продукта показывают, что цвет продукта может влиять на предпочтения потребителей и, следовательно, на культуру покупки. Большинство результатов показывают, что это не особый цвет, который привлекает всю аудиторию, а определённый цвет конкретно для каждого продукта.

Таким образом, проанализировав литературу на тему цветопсихологии, становится понятным, как велико влияние цвета на жизнедеятельность человека, на его физическое и психическое состояние. При правильном использовании цветовых оттенков и сочетаний можно создать более благоприятные условия для работы и повысить производительность труда.

### *Список литературы*

1. Федосеев А., Майданская И. 2012. Синкретические ценности “калифорнийской идеологии”. - Науковедение. С. 216 Доступ: <http://naukovedenie.ru/PDF/77prgsu412.pdf> (проверено 29.11.2017).

2. Борцов Ю.С., Веселая Т.В., Драч Г.В., Запрудский Ю.Г., Коновалов В.Н., Королев В.К., Коротец И.Д., Лубский А.В., Фомина С.И., Федосеенков А.В., Чичина Е.А., Штомпель Л.А., Штомпель О.М. Человек и общество (культурология). – Словарь-справочник / Ростов-на-Дону, 1996.

{social}