

5. Гнатюк О.В. Основи здоров'я: підруч. для 3-го кл. загальноосвіт. навч. закл. Київ: Генеза, 2013. 144 с.
6. Гнатюк О.В. Основи здоров'я: підруч. для 4 кл. загальноосвіт. навч. закл. Київ: Генеза, 2015. 160 с.
7. Державний стандарт початкової загальної освіти URL:
8. <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-derzhavnogo-standartu-rochatkovoyi-osviti>
9. Ковалько В.И. Здоровьесберегающие технологии в начальной школе. 1 – 4 классы. Москва: ВАКО, 2004. 246 с.
10. Колбанов В.В. Валеология: основные понятия, термины и определения. Санкт-Петербург: ДЕАН. 1988. 256 с.
11. Основи здоров'я. Програма для загальноосвітніх навчальних закладів. 1 – 4 класи. Київ: Видавничий дім «Освіта», 2012. С. 314–327.
12. Торохова Е.И. Валеология: словарь-справочник. Москва: Флинта. 2002. 344 с.

**УДК159.96**

**Злата Григоренко,**  
*студентка 3-го курсу спеціальності «Клінічна психологія»  
Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова  
(м. Київ, Україна)*

**Олена Дубовик,**  
*доктор філософії, кандидат психологічних наук,  
доцент кафедри спеціальної психології та медицини  
Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова  
(м. Київ, Україна)*

### **ФІЗІОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ СПРИЙМАННЯ КОЛЬОРУ**

*У статті висвітлено питання впливів кольорів різного спектру на нервову систему людини шляхом сприймання зоровим аналізатором. Представлено результати досліджень, спрямованих на вияв кореляції між сприйманням кольору та фізіологічною реакцією організму. Описано зв'язок між кольоровими уподобаннями людини та психічними процесами.*

**Ключові слова:** вплив кольору, реакція на колір, фізіологічні механізми сприймання, виділення гормонів, улюблений колір.

**Актуальність теми дослідження.** Кольори відіграють важливу роль у нашому житті, оскільки відомо, що майже 90% інформації ми отримуємо саме через зір, але не завжди помічаємо як оточуючі кольори впливають на нас. Дане питання стало особливо важливим в умовах глобалізації та підвищеного поглинання інформації, зокрема зорової. Важко уявити сучасне суспільство без соціальних мереж, які тепер базуються на візуальній презентації думок, новин, особистості, реклами і так далі.

«Колір – це продукт світла, що викликає емоції». Хоча фізіологічні реакції на кольори є частиною людського досвіду, докази, що пов'язують вплив певних кольорів з конкретними реакціями людей на них, є неостаточними [1, с. 783-789].

**Мета статті.** Проаналізувати механізми впливу кольору на організм та поведінку людини. Знання особливостей сприймання кольору дає можливість обґрунтованого використання кольорів у житті відповідно до конкретної життєвої ситуації; пояснення певних реакцій людини. Коротко описати особливості кольорових уподобань та їх зв'язок з центральною нервовою системою людини.

**Виклад основного матеріалу.** За трьохстадійною моделлю колірною зору, світло діє на фоточутливі рецептори сітківки ока, і ті, в свою чергу, виробляють сигнал, який передається в мозок, де формується фізіологічна реакція [2, с. 22-26].

У відповідності до систематизації основних кольорів на рівні нейромедіаторів виділяються гормони:

- жовтий – серотонін;
- зелений – окситоцин;
- синій – мелатонін;
- червоний – адреналін.

Нейропсихологи у наукових роботах стверджують, що жовтий колір впливає на вироблення серотоніну. Потрапляючи на сітківку ока, стимул трансформується в імпульс, який в центральній нервовій системі, стимулює виділення серотоніну (гормон радості). В більшості випадків люди описують свої відчуття та емоції як колір радості, оптимізму. Жовтим кольором бажано фарбувати приміщення, які розраховані для творчої діяльності [3]. Причиною цього можуть бути два варіанти: жовтий колір найгірше поглинає ультрафіолет, який необхідний для виділення серотоніну; другий - через набутий протягом життя досвід, жовтий колір асоціюється у людей з приємними природними явищами (сонячний день, квіти).

На замовлення компанії «НР» була проаналізована можливість впливати на ставлення аудиторії до надрукованих тверджень, використовуючи різні кольори друку. Результати цього дослідження повинні допомогти краще зрозуміти, яким чином різні групи реагують на колір і, в свою чергу, зможуть дати їм можливість проаналізувати і поліпшити використання кольору у внутрішніх і зовнішніх комунікаціях.

Вибірка дослідження складала більше 2000 працюючих професіоналів у віці від 16 до 55 років у Великобританії, Німеччині, Іспанії, Італії, Нідерландах, Росії, Франції, Швеції, і близько 200 респондентів з України. В ході опитування, окремим групам учасників дослідження запропонували оцінити ряд «нейтральних тверджень», надрукованих різним кольором, вказавши ступінь своєї згоди з ними.

За результатами дослідження встановлено, використання зеленого кольору виявилось найбільш ефективним для досягнення згоди респондентів з низкою тверджень – 46% українці позитивно реагували на зелений колір (за даними Noblet Media CIS, в ході якого було опитано 220 респондентів в Україні). Цей показник збігається з трендом в інших країнах – в результаті дослідження проведеного групою друку і обробки зображень НР в 9 країнах, 53% опитаних висловили абсолютну згоду з твердженнями, надрукованими зеленим кольором у порівнянні з 36% згодних з тими ж твердженнями, представленими в чорному кольорі. Як відомо, під впливом зеленого кольору виникає почуття довіри, згоди, прагнення до взаємодії та співпраці тісно пов'язано з гормоном окситоцином, який транспортується в задню долю гіпофіза, його ще називають «гормон довіри». Зелений колір часто використовують різні компанії, які прагнуть викликати довіру людей до себе.

У дослідженні проведено кореляцію між полярністю відповідей (абсолютна незгода і абсолютна згода) і кольором. Опитувальники, надруковані червоним кольором, викликали в три рази більше вкрай негативних відповідей (30%) в порівнянні з чорним варіантом (10%) по всій вибірці дослідження в 9 країнах. Дослідження ж в Україні показали, що найвищий рівень негативних відповідей (абсолютна згода і абсолютна незгода) викликають опитувальники, надруковані чорним (62%) і червоним (60%) кольорами. Цей показник є найвищим по всій вибірці дослідження.

В ході дослідження також виявили, що чоловіки більш схильні обирати максимальний ступінь негативної відповіді (24%), ніж жінки (11%). Червоний для обох статей виявився кольором, стимулюючим прийняття рішення, як негативного, так і позитивного: 34% чоловіків і 24% жінок змогли чітко висловити свою позицію, в той час, як тільки 16% чоловіків і 3% жінок зробили вибір за допомогою опитувальника, надрукованого в чорному кольорі. Також у дослідженнях представлені результати, що студенти на 12% швидше відповідають на поставлені запитання при червоному освітленні.

У червоного кольору найбільша довжина хвилі. Вплив на мозок такого випромінювання максимальний. При вигляді будь-яких червоних відтінків наш організм має підвищений тонус, внаслідок збільшеної секреції адреналіну: ЦНС забезпечує на

психофізіологічному рівні поведінку по типу «бий або біжи», розширення зіниць, частоти серцевого скорочення, на короткий час збільшується м'язове напруження, підвищується артеріальний тиск і прискорюється частота дихання.

Результати опитування демонструють, який ефект колір може надати на прийняття рішень, може підвищити рівень уваги [4].

Актуальною на сьогодні є проблема безсоння та зменшеною кількістю сну, і однією з причин встановлено вплив синього світла, яке виділяють екрани електронних пристроїв. Воно сигналізує нам про ранок і потребу пробудження. Люди «пробуджують» свій організм ще до того, як йдуть спати, перевіряючи соціальні мережі та електронну пошту. Зазвичай, виділення мелатоніну відбувається в епіфізі мозку вночі. Гормон мелатонін надає нам відчуття сонливості – ось чому люди з джетлагом перед сном приймають суплементи, що містять мелатонін. Коли на очі людей впливає з синє світло, епіфіз перестає виробляти мелатонін і організм пробуджується і переходить в стан неспання та бадьорості. Тому люди, які користуються телефонами, планшетами або ноутбуками перед сном, отримують набагато менше мелатоніну.

Опитані добровольці в США (277 респондентів) описували синій колір як мирний, безтурботний і заспокійливий. Щодо даного ефекту існує наступний факт: в Токію після установки на залізничних станціях ліхтарів, випромінюючих синювате світло, кількість самогубств і рівень злочинності помітно знизилася. Ефект повторився в Глазго, Шотландія. Науковці фізіологи пояснили цей ефект відомою заспокійливою дією цього кольору на організм людини.

Також вплив кольору на людину залежить від кольорових уподобань самої людини. Суб'єктивне сприйняття кольору тісно пов'язане зі сприйманням улюблених кольорів. У роботах Кетті Ламанкюз, доведено, що синій колір є найулюбленішим для більшості опитаних американців, його вибрали 35%, зелений - (16%), фіолетовий - (10%) і червоний - (9%). В дослідженні з використанням методу електроенцефалографії при пред'явленні пар кольорів певні зони уваги респондентів активувалися, якщо серед них був улюблений колір. Науковці зробили висновок, що несвідомо людина акцентує увагу на улюбленому кольорі ще до того, як свідомо зверне на нього увагу.

Для визначення кольорових уподобань школярів Кузенковим І. було проведено тестування серед учні 2, 3, 8-х класів у кількості 55 осіб [5]. В результаті тестування було визначено, що найбільшу перевагу учні приділяють: червоному, його обрали 12 осіб, чорному - 10 осіб, зеленому - 7, жовтому 7, блакитному 5 кольорам; найменше: синьому - 3, рожевому - 3, білому - 3, фіолетовому - 3 і коричневому - 2.

На основі аналізу наукових літературних джерел ми розкрили вплив кольору на організм людини та виділення гормонів ЦНС. Кольори не тільки є безумовною частиною нашого життя, але і відіграють в ньому важливу роль, на фізіологічному рівні впливаючи на настрій, поведінку і на рішення, які ми приймаємо та особистісні уподобання. Знання про особливості впливу кольорів на організм людини мають місце у роботі психолога під час використання арттерапевтичних технік.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Реакція людини на кольори має фізіологічну основу та тісно пов'язано з гормональною (ендокринною) системою. Колір має вплив на прийняття рішень людиною, її фізичний стан.

Подальші дослідження можуть бути спрямовані на вплив інших кольорів та їх поєднань на психіку людини, та на зв'язок цих впливів з нервовою системою людини.

### Список використаної літератури

1. Satyendra Singh, (2006) "Impact of color on marketing", Management Decision, Vol. 44 Issue: 6. <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/00251740610673332>
2. Измайлов Ч. А., Павлова М. К., Ханмагомедова М. А. Восприятие цветных предметов. // Экспериментальная психология. 2009. Т. 2. № 4. С. 5-25.
3. The psychology of color, B-squared advertising. 2019. <https://www.b2ads.com/the-psychology-of-color/>

4. Циферов И. Цвет влияет на принятие решений. 2009. <http://itnews.com.ua/analytics/212.html>

5. Кузенков И. М. Влияние цвета на физическое и эмоциональное состояние школьников. <https://school-science.ru/2/1/30939>

**УДК 159.923.95**

**Тетяна Громова,**  
*магістрантка спеціальності «Дошкільна освіта»  
ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький ДПУ імені Григорія Сковороди»  
(м. Переяслав, Україна)*

**Ірина Волженцева,**  
*доктор психологічних наук,  
професор, академік УТА, професор кафедри психології,  
професор кафедри психології і педагогіки дошкільної освіти  
ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький ДПУ імені Григорія Сковороди»  
(м. Переяслав, Україна)*

## **ТЕОРЕТИЧНІ ПРИНЦИПИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ ТВОРЧОЇ УЯВИ В ПСИХОЛОГІЇ**

*У статті подається аналіз наукової літератури проблеми творчої уяви та особливостей її прояву. Схарактеризовано функції, види уяви, розглянуто стадії процесу творчості за Г.Уоллесом, подана точка зору на феномен «уява» С.Л. Рубінштейном. Розкрита теорія психологічного розвитку уяви дитини за Л.С.Виготським, подані форми зв'язку діяльності уяви з реальністю. Представлено основні психологічні чинники творчої уяви.*

**Ключові слова:** *уява, проблемна ситуація, види уяви, творча уява, комбінуюча уява, оригінальність, кристалізація, фантазія.*

**Актуальність теми дослідження.** Вивчення творчої уяви має особливе значення для психологічної науки в цілому, оскільки саме вона виступає як віддзеркалення властивостей особистості, його психічного стану, в значній мірі регулюючих і направляючих щоденне життя, обумовлюючи особливості людського буття. Дослідженню загальних питань проблеми творчої уяви присвячені роботи Л.С. Виготського, С.О. Грузенберга, Я.А. Пономарьова, А.В. Брушлинського, А.Я. Дудецького, О.І. Никифорової, В.В. Клименко, А.Н. Лука та ін.

На значення уяви, фантазії в житті дитини вказували такі вчені як В.А. Роменець, О.Г. Кучерявий, В. Штерн, Д. Дьюї (стверджували, що уява дитини багатше уяви дорослого), Л.С. Виготський, С.Л. Рубінштейн, І.Ю. Кулагіна (вказували на відносність дитячої уяви, яку можна оцінювати тільки в порівнянні з темпом розвитку інших психічних процесів).

Однак слід зауважити, що в психолого-педагогічній літературі недостатньо висвітлені теоретичні питання дослідження проблеми творчої уяви в віковій психології.

**Мета статті.** Проаналізувати творчу уяву і творчість з точки зору різних вчених.

**Виклад основного матеріалу.** Уява – це психічний процес створення нових образів предмету, ситуації на основі раніше сприйнятих, що виражається: у побудові образу, засобів і кінцевого результату наочної діяльності суб'єкта; у створенні програми поведінки в невизначених проблемних ситуаціях; у продукуванні образів, які не програмують, а замінюють діяльність; у створенні образів, відповідних опису об'єкту [8, с. 21]. Воно властиво лише людині, пов'язано з такими процесами як сприйняття, пам'ять, мислення. Утримувані пам'яттю образи вистави є будівельним матеріалом, з якого формуються нові образи – образи уяви. «Філософський словник» визначає уяву як «здатність створювати нові чуттєві або розумові образи в людській свідомості на основі перетворення отриманих від дійсності вражень» [2]. С.Л. Рубінштейн пише: «Уява - це відліт від минулого досвіду, це перетворення даного породження на цій основі нових образів» [6].