

Институт психологии творчества

Дипломная работа

Тема:

Факторы, влияющие на интуитивный
выбор цвета в Нейрографике

Специализация: Инструктор Нейрографики

Руководитель Пискарёв П.М.

Супервизор Екатерина Шталь

«1» марта 2025 г.

Выполнил ФИО студента

Стала Даниела Владиславовна

«1» марта 2025 г.

2024 г.

Факторы, влияющие на интуитивный выбор цвета в нейрографике

Статья посвящена обсуждению механизмов интуитивной стратегии выбора цвета в нейрографике – одном из широко известных методов современной арт-терапии. На основе анализа представленных в современной литературе по психологии и социологии цвета положений выделяются и систематизируются три группы факторов, потенциально способных повлиять на интуитивный выбор цвета. Первая группа – универсальные факторы, которые являются общими для когнитивной архитектуры человека и устойчиво повторяются, независимо от региона, типа культуры и социально-демографических особенностей. Вторая группа – субъективные факторы, которые формируются под влиянием повседневного опыта взаимодействия с цветом конкретного человека. Третья группа – ситуативные факторы, которые объясняются мультимодальным характером цветовых ощущений и непосредственно связаны с конкретным местом, в котором человек занимается нейрографикой.

Ключевые слова: цвет, колористика, нейрографика, арт-терапия, цветовые предпочтения, цветовые ассоциации.

Одним из широко известных методов современной арт-терапии является нейрографика – выстроенный на основе традиций интегративной психологии графический метод (см. подр.: [17]), направленный на активизацию психологической активности [14], развитие эмоционального интеллекта личности [12; 20], коррекцию нежелательных психологических состояний [1; 18], работу с самоактуализацией и самоидентификацией [19].

В основе метода лежит идея о том, что человек, привлекая максимальное количество воспоминаний и психических сил, может визуализировать определенный внутренний образ или эмоциональное состояние с помощью абстрактных геометрических фигур и линий (нейрографического алфавита). Выделение главных объектов, выбор их взаимного расположения, наиболее подходящего для того, чтобы все они приобрели гармоничное значение и определенный смысл относительно целого, запускает процесс невербальной трансформации, переосмысления, изменений в субъективном состоянии и оценке ситуации [15]. Изображая таким образом на листе бумаге свое психическое состояние, человек не просто рисует, а занимается поиском графического решения своих проблем, самопознанием и саморазвитием [13].



Рис. 1. Осознанный выбор цвета в нейрографической работе
«Алгоритм Нейроколор. 5 элементов»



Рис. 2. Интуитивное использование цвета в рисунке «Композиция из
треугольников»

Анализ представленных в современной литературе по психологии и социологии цвета положений позволяет выделить и систематизировать три группы факторов, потенциально способных повлиять на интуитивный выбор цвета в нейрографике.

Первая группа – универсальные факторы, которые являются общими для когнитивной архитектуры человека и устойчиво повторяются, независимо от региона, типа культуры и социально-демографических особенностей. Согласно современным представлениям, подобные факторы во многом имеют физиологическое объяснение и коррелируют со статистической спецификой хроматической структуры окружающего мира [3; 4]. В частности, естественные цвета природы, которые при восприятии визуальных образов в открытом

пространстве чаще всего образуют фон, как правило, представляют собой холодные голубые, синие, фиолетовые и зеленые оттенки. Наоборот, теплые красные, желтые и оранжевые цвета в поле зрения традиционно занимают небольшие площади и образуют визуальные акценты. Подобный принцип является ключевым для колористики культурного ландшафта и переносится также в художественные изображения (см. подр.: [7]).

Несмотря на то, что в зависимости от региона проживания, привычные для человека цвета природного окружения заметно различаются по своим хроматическим характеристикам (тону, светлоте, насыщенности) [2], они схожим образом влияют на законы и правила цветовой гармонии, которые из-за их повторяемости различных культурах и разных контекстах тоже можно считать универсальными и фундаментальными для нашей когнитивной архитектуры [24].

Среди прочего, сходства отчетливо проявляются при переносе выбираемых человеком оттенков в цветовое пространство, например – в пространство CIELAB. Это пространство представляет собой международный стандарт, который позволяет передать хроматические характеристики любого оттенка в виде трех координат в пространстве: две координаты обозначают тон, третья – светлоту определенного оттенка. Поскольку любая гармония представляет собой сочетание нескольких оттенков, подобный перенос и анализ оттенков в трехмерной системе координат позволяет в дальнейшем исследовать геометрические отношения между двумя и более точками – сравнивать расстояние между парами, строить геометрические фигуры из трех и более точек, определять периметры и площади полученных фигур, рассчитывать углы (см. подр.: [23]). Уже завершившиеся этапы подобных исследований показывают, что гармоничные цветовые сочетания в разных культурах имеют «геометрическое» сходство. Одной из наиболее заметных универсальных стратегией построения гармоничных цветовых сочетаний является стремление жителей разных стран интуитивно выбирать цвет примерно на одинаковом расстоянии в цветовом пространстве от двух уже заданных. Таким образом, в

трехмерном пространстве CIELAB треугольник получается равнобедренным или даже равносторонним [24, рис. 9].

Вторую группу факторов, обладающих потенциалом влияния на интуитивный выбор цвета в нейрографике, составляют **субъективные факторы**, которые формируются под влиянием повседневного опыта взаимодействия с цветом конкретного человека. Подобные факторы способны кардинально изменить структуру цветовых предпочтений (см., напр.: [5]) и ассоциативных связей (см. напр.: [6; 11]). Например, человек может крайне негативно относиться к зеленым оттенкам, если его силой удерживали в зеленой комнате, или испытывать отрицательные эмоции к синему, если его сбил синий автомобиль.

Однако при этом несмотря на то, что действие субъективных факторов во многом носит непредсказуемый характер, именно на основе повседневного опыта со временем выстраиваются выраженные гендерные, возрастные и кросс-культурные сходства в восприятии цвета и наделении его значениями (см. напр.: [9]). В результате мужчины и женщины предпочитают принципиально разные цвета и оттенки, а представители определенных культур и поколений демонстрируют характерные ассоциации цвета с антропологически значимыми концептами (см. напр.: [10; 22]). Заметное влияние на выбор цвета оказывает также профессия. Так, согласно проведенным экспериментам, люди с профессиональным художественным образованием (дизайнеры, художники, декораторы, архитекторы, кураторы художественных выставок и многие другие), по сравнению с непрофессионалами, предпочитают более темные и менее насыщенные оттенки, по-другому называют цвета, думают над выбором цвета дольше и при создании цветовой гармонии редко согласовывают оттенки друг с другом исключительно по тону; наоборот, они чаще используют принцип контраста, комплементарные цвета и противопоставление теплых оттенков холодным [9; 21].

Третья группа объединяет **ситуативные факторы**, которые объясняются мультимодальным характером цветовых ощущений и непосредственно связаны с конкретным местом, в котором человек занимается нейрографикой.

Экспериментальные исследования, которые на протяжении последних десятилетий активно проводятся по всему миру для получения более глубоких выводов о природе и механизмах переработки связанной с цветом информации, свидетельствуют о том, что реакции на цвет меняются под воздействием напрямую не связанных с визуальным восприятием воздействий, наиболее существенные среди которых – физические характеристики пространства (его открытость, окружающая температура, атмосферное давление, влажность и движение воздуха), окружающие звуки и запахи, тактильные ощущения, общее самочувствие и эмоциональное состояние, различные по характеру, интенсивности и локализации боли, изменения кинематики тела человека, его поза и активность мышц (см., напр.: [5]).

В частности, исследования показывают, что заметно влияет на выбор цвета тревожность и сопровождающие ее психофизиологические изменения, включающие учащенное сердцебиение, потливость, сухость во рту, одышку, мышечное напряжение и другие. Увеличение уровня тревожности приводит к тому, что более предпочтительными для человека становятся холодные оттенки, в то время как количество теплых тонов заметно снижается. Но самое важное – меняются семантические значения отдельных цветов, перестраивается структура цветовых ассоциаций, наблюдается сокращение количества ассоциативных связей и рост доминирования отдельных ассоциаций [16].

Не менее ощутимо влияет на цветовые ассоциации и цветовые предпочтения шум. Звучащая речь, музыка, офисный шум, звуки улицы и другие акустические события меняют физическое и психологическое состояние и затрагивают многие когнитивные процессы. Они снижают визуальное восприятие, внимание, вербальную и визуальную память, мешают думать, запоминать и вспоминать, снижают эффективность выполнения различных заданий (например, понимания прочитанного текста или успешность

визуального поиска). В результате под воздействием звуковых раздражителей резко увеличивается предпочтение всех физиологически значимых оттенков, на которые реагирует зрительный нерв, прежде всего – оттенков красного цвета, а также синих, желтых и ахроматических белого, черного и серого цветов. При этом цветовые ассоциации становятся менее разнообразными и приобретают более простую структуру [8].

По мнению исследователей [8; 16], все описанные различия являются результатом переноса ощущений, механизм которого хорошо изучен в экспериментах с восприятием запахов и вкусов. Согласно этой точке зрения, то, что человек чувствует по отношению к фоновым звукам и то, как он переживает негативные эмоции и тревожность, может повлиять на его оценку ощущений других модальностей, которые он в этот момент воспринимает. Шум и тревожность сопровождают восприятие цвета, и ощущения, которые с ним связаны, переносятся на значения, которыми человек наделяет отдельные цвета.

В целом, проведенный анализ факторов, потенциально способных повлиять на интуитивный выбор цвета в нейрографике, позволяет сделать ряд важных для практического использования метода выводов. Он показывает, что, наряду с универсальными факторами, которые являются общими для когнитивной архитектуры человека и устойчиво повторяются, независимо от культуры и социальной специфики, важно учитывать субъективные и ситуативные факторы, которые формируются под влиянием повседневного опыта взаимодействия с цветом конкретного человека и непосредственно связаны с конкретным местом проведения практики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ананьева Е.П. Нейрографика, как арт-терапевтический метод сопровождения онкопациентов в стрессовой ситуации химиотерапии // Психология и психотехника. 2018. №3. С. 101–112.
2. Грибер Ю. А. Экологическая мотивация цвета в городской колористике // Проект Байкал. 2023. № 20(78). С. 60–65.
3. Грибер Ю.А. Цвет, удобный для жизни // Проект Байкал. 2021. № 18(67). С. 82–87.

4. Грибер Ю.А. Человек и цвет: колористика культурного ландшафта // Человек. 2024. Т. 35, № 6. С. 108–123.
5. Грибер Ю.А., Делов А.А., Ковалев П.С. Цветовое зрение у людей с головными болями // Психология и Психотехника. 2024. № 2. С. 66–82.
6. Грибер Ю.А., Йонаускайте Д., Мор К. Цвета эмоций: экспериментальное исследование ассоциативных связей в современном русском языке // Litera. 2019. № 1. С. 69–86.
7. Грибер Ю.А., Лавренова О.А. Когнитивная культурология цвета: научные основы колористики культурного ландшафта. М.: Согласие, 2024. 188 с.
8. Грибер Ю.А., Нанкевич А.А. Влияние шума на цветовые ассоциации горожан // Психолог. 2022. № 6. С. 29–39.
9. Грибер Ю.А., Самойлова Т.А. Влияние профессионального художественного образования на выбор стратегии построения гармоничных цветовых сочетаний // Перспективы науки и образования. 2022. № 5(59). С. 89–105.
10. Грибер Ю.А., Самойлова Т.А., Двойнев В.В. Цветовые предпочтения пожилых людей в различных типах жилого интерьера // Урбанистика. 2018. № 4. С. 36–49.
11. Грибер Ю.А., Сухова Е.Е. Цвет как инструмент управления эмоциями в публикациях о пандемии COVID-19 в русскоязычных онлайн-СМИ // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6(160). С. 307–328.
12. Зорина Н.Н. Применение нейрографики для развития эмоционального интеллекта личности // Человеческий фактор: Социальный психолог. 2020. №1 (39). С.331–342.
13. Комарова И. Ю. Нейрографика как практика современной психологии // Человеческий фактор: Социальный психолог. 2022. № 1(43). С. 224–232.
14. Кушакова Е.Н. Использование нейрографики с детьми с ограниченными возможностями здоровья // Вестник науки. 2023. Т. 1, № 2(59). С. 95–99.
15. Мутовина Н.В., Казакова М.А. Нейрографика как арт-терапевтический метод в работе со студентами // Евразийское Научное Объединение. 2021. № 10-5(80). С. 336–338.
16. Нанкевич А.А., Сухова Е.Е., Грибер Ю.А. Влияние тревожности на структуру цветовых ассоциаций // Litera. 2024. № 12. С. 180–191.
17. Пискарев П.М. Нейрографика. Алгоритм снятия ограничений. М.: Эксмо, 2020. 224 с.
18. Симонов П. А. Применение нейрографики как метода интегративной психологии в антикризисной работе // Человеческий фактор: Социальный психолог. 2022. № 1(43). С. 165–172.
19. Сорокина Е.Н. Нейрографика как интегративная психотехнология сопровождения кризиса развития в многоуровневом процессе самоактуализации женщины-матери // Человеческий фактор: Социальный психолог. 2023. № 1(45). С. 231–242.

20. Торик М.Д. Нейрографика как инструмент развития эмоционального интеллекта // Методология современной психологии. 2023. № 17. С. 315–321.
21. Griber Y. A., Mylonas D., & Paramei G. V. Intergenerational differences in Russian color naming in the globalized era: linguistic analysis // Humanities & Social Sciences Communications. 2021. № 8. Article №. 262.
22. Griber Y. A., Selivanov V. V., & Weber R. Color in the educational environment for older people: recent research review // Perspektivy nauki i obrazovania – Perspectives of Science and Education. 2020. № 47(5). P. 368–383.
23. Griber Y.A. The “geometry” of Matyushin’s color triads: mapping color combinations from the Reference Book of Color in CIELAB // Arts. 2022. № 11(6). Article № 125.
24. Griber Y.A., Samoilova T., Al-Rasheed A.S., Bogushevskaya V., Cordero-Jahr E., Delov A., Gouaich Y., Manteith J., Mefoh P., Odetti J.V., Politi G., Sivova T. “Playing” with color: how similar is the “geometry” of color harmony in the CIELAB color space across countries? // Arts. 2024. № 13. Article № 53.

Даниела Владиславовна Стала
D.V. Stala

Factors influencing intuitive colour choice in neurographics

Keywords: colour, colouristics, neurography, art therapy, colour preferences, colour associations.

The article is devoted to the discussion of the mechanisms of intuitive colour choice strategy in neurography, which is one of the widely known methods of modern art therapy. On the basis of the analysis of the provisions presented in the modern literature on psychology and sociology of colour, three groups of factors potentially capable of influencing the intuitive choice of colour are singled out and systematised. The first group are universal factors that are common to human cognitive architecture and are consistently repeated, regardless of region, type of culture and socio-demographic characteristics. The second group are subjective factors, which are formed under the influence of everyday experience of interaction with colour of a particular person. The third group are situational factors, which are explained by the multimodal nature of colour sensations and are directly related to the specific place in which a person is engaged in neurography.