

**Павлюченко А.В.**

**студент**

**Омский Государственный Технический**

**Университет**

**Россия, Омск**

**Научный руководитель: Нейман С.Ю., к.филол., н., доцент,**

**Омский Государственный Технический Университет**

**Россия, Омск**

## **РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ЧЕРЕЗ ЗВУКО-ЦВЕТОВЫЕ АССОЦИАЦИИ**

**Аннотация.** В статье развитие художественного мышления студентов-дизайнеров рассматривается с позиций развития их ассоциативно-образного мышления. Авторы делают попытку обосновать перспективность идеи синтеза искусства слова и цвета в образовательном процессе для развития у обучающихся потребности мыслить нестандартно, создавать неожиданные авторские интерпретации, проявлять свою индивидуальность в разработке творческих проектов. Объектом исследования является лингвистическая теория содержательности звуковой формы в языке – фоносемантика.

Предмет исследования – взаимосвязь звуков букв и цвета. Особый акцент сделан на то, что творческое мышление непосредственно взаимосвязано с визуальной культурой обучающихся, цель которой состоит в расширении визуального багажа зрительных образов. На основе экспериментальных данных подтверждено, что связь между звукобуквами и цветом существует в подсознании человека, и что цвет способен усилить восприятие человеком текста, формируя в воображении более яркие

*образы. Авторы показывают, что необходимо шире использовать методы обучения, связанные с опорой на ассоциации и образы, примером которых является использование элементов синестезии и звуко-цветовых ассоциаций в формировании креативных характеристик личности будущего специалиста индустрии моды.*

*Ключевые слова: творческое мышление, звуко-цветовые ассоциации, образность, креативность, синестезия, фоносемантика, цветослово.*

**A.V.Naumova**

**Student**

**Omsk State Technical University**

**Russia, Omsk**

**Supervisor: S.Yu. Neiman, CSc in Philology, Associate Professor**

**Omsk State Technical University**

**Russia, Omsk**

## **DEVELOPMENT OF THE CREATIVE THINKING OF STUDENTS THROUGH SOUND-COLOR ASSOCIATIONS**

**Annotation.** In the article, the development of artistic thinking of design students is considered from the standpoint of the development of their associative-figurative thinking. The authors make an attempt to substantiate the promise of the idea of synthesizing the art of word and color in the educational process for developing students' need to think outside the box, create unexpected author's interpretations, and show their individuality in the development of creative projects. The object of the research is the linguistic theory of the meaningfulness of the sound form in the language - phonosemantics. The subject of research is the relationship between the sounds of letters and colors. Special emphasis is placed on the fact that creative thinking is directly interconnected with the visual culture of students, the purpose of which is to expand the visual baggage of visual images. Based on experimental data, it has been confirmed that the connection between the

sound letter and color exists in the subconscious of a person, and that color is able to enhance a person's perception of a text, forming more vivid images in the imagination. The authors show that it is necessary to make wider use of teaching methods related to the reliance on associations and images, an example of which is the use of elements of synesthesia and sound-color associations in the formation of the creative characteristics of the personality of a future specialist in the fashion industry.

*Keywords: creative thinking, sound-color associations, imagery, creativity, synesthesia, phonosemantics, color word.*

### **Введение**

Современные подходы к профессиональной подготовке дизайнеров построены на формировании у них целого комплекса компетенций, важнейшей среди которых является готовность к выполнению инновационных проектов. Для освоения данной профессиональной компетенции требуется создать такие педагогические условия, которые будут способствовать развитию у будущих специалистов мира моды креативных качеств и способностей, необходимых им для конкурентоспособной деятельности в избранной сфере деятельности. Базовым элементом для реализации этого является ассоциативно-образное мышление. Продуктами визуального мышления являются новые образы, новые визуальные формы, которые несут определенную смысловую нагрузку и делают творческие идеи «видимыми» [Виноградова, 2012, 205].

В результате, при опоре на личностные ассоциативно-образные связи, визуальная компетенция способствует развитию потребности мыслить нестандартно, создавать неожиданные авторские интерпретации, проявлять свою индивидуальность в разработке творческих проектов.

Актуальность темы связана с тем, что в профессиональном образовании развитие творческого мышления на данный момент все еще отстает от рационально-логического. Назрела необходимость комплексного

междисциплинарного исследования феномена звуко-цветовых ассоциаций в формировании креативных характеристик личности.

Художественное (творческое) мышление непосредственно взаимосвязано с визуальной культурой обучающихся, цель которой состоит в расширении визуального багажа зрительных образов, способствующих в дальнейшем созданию собственных оригинальных образных идей, воплощенных в зримых объектах [Ткаченко, 2014, 198]. Для студента-дизайнера уровень визуальной культуры – показатель его креативности и профессиональной пригодности. Процесс формирования и развития ассоциативно-образного мышления обучающихся будет проходить эффективнее с опорой на звуко-цветовые ассоциации, как одну их форм творческого мышления [Прокофьева, 2007].

Цель работы – обоснование перспективности идеи синтеза искусств слова и цвета в образовательном процессе.

Объектом исследования является лингвистическая теория содержательности звуковой формы в языке – фоносемантика.

Предметом исследования стала взаимосвязь звуков букв и цвета. В процессе исследовательской деятельности использованы методы дедукции, моделирования, анкетирования, анализа и обобщения.

### **Обсуждение**

Изложение основного материала статьи. Научно доказан факт того, что основную часть информации (90%) человек воспринимает через органы зрения, а более трех четвертей из нее мозг обрабатывает в виде ассоциативных образов. В современном обществе, где важна функция скорости, люди предпочитают текстовой информации – образы-знаки, которые отличаются лаконизмом, экспрессией выразительности, простотой обработки информации через символ.

Ассоциации – это образы, чаще всего, импульсивные, которые рождаются в человеческом сознании в ответ на поступающую информацию (вербальную или невербальную). Откликом на такой ассоциативный импульс

становится новый образ. Чем более развита визуальная культура личности, тем более широкий спектр ассоциаций-символов готово выдать подготовленное воображение. Задача педагога – как можно эффективнее развивать потенциал ассоциативных связей обучающихся, расширяя их информативно-образную базу через различные органы чувств, используя разнообразные приемы и методики [Пятко, 2015].

Одним из важных элементов, образующих ментальное пространство человека, является цвет. Цвет – это общедоступный носитель информации, в большинстве своем он быстро воспринимается на достаточно больших расстояниях. В основе восприятия цвета заложены физические и психофизиологические параметры.

С глубокой древности люди обращали внимание на влияние цветовой гаммы на человеческий организм. Цвет представляет собой особую информационную разновидность энергии, которая, независимо от его осознания, действует практически на все живые организмы и определенным образом зависит от темперамента, возраста и условий жизни человека. Иначе говоря, цвет – это характеристика нашей личности, нашего интеллекта.

Люди не только специфически реагируют на цвета, воспринимают их под воздействием психофизиологического механизма, но и способны сами, чаще импульсивно, воспроизводить цвет в своем воображении в контексте полученной информации и ощущений. Сознание человека делает это на основе анализа полученных переживаний и визуального опыта. Целесообразно шире использовать в процессе подготовки специалистов-дизайнеров опору на цветное ассоциирование звуковой и звукобуквенной фоносферы. При этом следует учитывать, что символика и семантика цвета опирается не только на психологию и интеллект человека, но и на его физиологию, религиозные, эстетические и этнические традиции [Серов, 2004].

Ассоциации имеют как бы свою иерархическую структуру, начиная от природных базовых ассоциативных истоков, через культурные этнические

традиции и затем уже с опорой на индивидуальные переживания и впечатления.

Цвет и слово – взаимосвязаны. Наш мозг устроен таким образом, что часто после услышанного звука у человека имеется потребность увидеть этот звук через образы [Шелякин, 2010]. Этому есть первопричина: окружающий нас мир имеет окраску, которую люди стремятся обозначить через названия цветов спектра, а затем и через ассоциации оттенка цвета с известным объектом природы. Так рождается терминология цветообозначения, и в то же время, расширяется ассоциативно-образная база индивидуального восприятия окружающего мира.

В результате выстраивается целая цепочка ассоциативных связей: «словосмысл» – «звукосмысл» – «цветосмысл». Эти соощущения, связанные со способностью наших рецепторов откликаться на различные раздражители и рождать собственные ассоциации, получило название синестезия [Слемнев, 2012].

Цвет и звук являются своеобразными «маячками», отражающими психические переживания человека. Они в первую очередь апеллируют к чувствам и ощущениям человека. Явление взаимодействия света (цвета) и музыки достаточно давно выделено в отдельную категорию и имеет своё определение – цветомузыка или светомузыка. А существует ли понятие «цветослово»?

### **Результаты исследования**

Анализ источников информации показал, что общепринятого термина «цветослово» не существует, но можно говорить о введении определения цветослова в конкретном аспекте. Так, в статье А.В. Павловой «цветослово» описывается, как «рисунок, палитра цветов, линии, через которые учащийся передаёт сенсорную информацию, свои чувства, настроение, мысли, эмоции, возникшие после прочтения художественного произведения». А фонетическая цветопись передает «характер конкретной группы фонем при

помощи цвета» [Павлова, 2016]. Концепция понятия фонетической цветописи чётко отражает идею взаимосвязи отношений конкретных звуков слова и цветов, сам же методический прием «цветослово» основан на фоносемантике – языковедческой дисциплине, которая опирается на звукоизобразительную систему языка и научно доказывает, что взаимосвязь звуков в словах с определёнными цветами связана, прежде всего, с особенностями психологического восприятия звуков слова человеком.

Для доказательства и апробирования указанной выше теории был проведен опрос и анкетирование студентов факультета технологии и дизайна ИПТД – филиала ГБОУ ВО НГИЭУ. Была выдвинута гипотеза: с помощью цвета можно заставить звукобуквы «говорить». Например, есть слово «красный». Абстрагируемся от смысла, вложенного в данное слово, и рассмотрим его с точки зрения звукобуквенного набора. Сравнивая два варианта написания данного слова: обычным чёрным цветом и красным, можно предположить, что вариант написания слова «своим» цветом будет способствовать повышению экспрессии восприятия.

В анкете, которая была предложена студентам-респондентам в возрасте 18-25 лет, предлагались вопросы, направленные на выяснение того, как человек воспринимает отдельные звукобуквы и целые фрагменты текста с точки зрения их цветоцветового образного восприятия, то есть, какие зрительные образы по категориям: тон (светлый/среднего тона/тёмный), яркость, цвет вызывает та или иная языковая единица (от звукобуквы до текста). Цветовое выделение единиц письменного текста производилось на основе цветового анализа текста согласно теории о том, что каждой звукобукве соответствует свой цвет.

Мнения опрошенных насчёт восприятия цветного текста, то есть текста, в котором выражения, слова, буквы выделены разными цветами, неоднозначны. Это подтверждает теорию о том, что физическое и

эмоциональное восприятие цвета, в том числе, и субъективные характеристики личности [Шалимова, 2014].

Так, 73,6% респондентов подтверждают, что использование цвета в самом тексте влияет на усиление восприятия текста. Но оставшаяся часть – оппоненты, среди которых есть мнение, что «игра цвета отвлекает и даже мешает восприятию» или «может мешать восприятию текста». Одним из респондентов было выдвинуто суждение, идея которого состоит в следующем: если наиболее экспрессивно окрашенные слова и выражения будут на фоне «своего» цвета, то образное восприятие текста усиливается (например, «там, где слово «поле» выделено жёлтым, представляется сразу картинка пожелтевшего поля, в отличие от обычного черно-белого текста»).

Среди задач исследования стояла задача найти понимание характера (положительного или отрицательного) влияния графических приёмов выделения доминантных звукобукв текста на яркость и полноту восприятия последнего. Предполагалось, что выделение звукобукв, составляющих основу цветовой канвы текста, большим размером шрифта, чем основной текст, поможет повышению уровня экспрессивного восприятия идеи прочитанного. Однако, в вопросе о возможности использования в тексте взаимосвязи между размером букв и усилением их «звучания» в подсознании больше противоречий.

Большая доля опрошенных (45,3%) проголосовала за классический вариант написания текста без нестандартных графических выделений звуков или слов со звуками, которые отвечают за экспрессивную окраску текста (в анкете были предложены ещё три варианта графического отображения текста).

Таким образом, было подтверждено не только то, что связь между звукобуквой и цветом существует в подсознании человека, но и то, что цвет способен усилить восприятие человеком текста, формируя в воображении

более яркие образы, чем если бы читатель имел дело со стандартным чёрно-белым текстом.

Однако цветовое оформление текста требует избирательности: бездумное выделение каждого слова, а тем более каждой буквы цветом может произвести обратный эффект: не помочь восприятию, но отвлечь внимание читателя. Игра с размерами букв также способна отвлекать внимание читающего от смысла текста: глаза, вместо того чтобы плавно скользить от строчки к строчке, будут «цепляться» за выделенные большим шрифтом звукобуквы или слова с «цветообразующими» звуками.

Усиление образности и выразительности устного текста через цветовосприятие используется в разных сферах деятельности: в сценических выступлениях с применением светоцветовых эффектов; в осознанном цветовом подборе театральных декораций и костюмов, несущих основную или не основную смысловую нагрузку, но способствующих функции углублённого раскрытия темы. Ярким примером успешного использования цветотекста является рекламная графика.

В образовательной деятельности необходимо шире использовать возможности звукоцветовой синестезии. Будущим дизайнерам необходимо иметь чуткое воображение, тонкий вкус и широкий спектр ассоциативных образов, при этом сами обучающиеся должны понимать, что им придется работать в сфере, где цвет является инструментом целевого воздействия на потребителя их услуг. С целью развития у обучающихся их визуального опыта и ассоциативно-образных связей можно разработать задания на расположение цветной подложки под письменный текст (в частности, стихотворение), в которой цветовые пятна будут акцентировать доминантные звукобуквы, настроение и даже мелодию стихотворения в целом.

Это поможет студентам не только понять и лучше прочувствовать то, что хотел передать автор в своём произведении, но и проявить свою творческую фантазию, продемонстрировать креативность восприятия текста через цвет. Важно, что подложка должна выполнять функцию фона, не

отвлекая на себя внимание от смысла читаемого текста. Следует отметить, что такая методика цветотекста может использоваться в оформлении стендов библиотек, материалов инфографического характера (цветные учебные плакаты, презентации и т.п.). Таким образом, применение синтеза искусств слова и цвета в устных и письменных текстах способно повысить качество восприятия текстов, являющихся мировым достоянием литературы. Это играет важную культурологическую роль в образовании каждого человека, но особую ценность приобретает для формирования творческого мышления студентов-дизайнеров.

### **Выводы**

Как показывают исследования, образное проявление творческого сознания личности во многом зависит от приоритетов чувственного восприятия и объема визуального банка личностных ассоциаций. Люди с наиболее развитой визуальной культурой быстрее ориентируются с выбором ассоциативных образов, легче рожают новые идеи, предлагают нестандартные решения.

Современный преподаватель должен работать в соответствии с требованиями времени, подбирая образовательные методики, наиболее конструктивно и эффективно способствующие формированию компетенций, заложенных федеральными государственными стандартами в программу подготовки высококвалифицированных специалистов. Исходя из того, что развитие ассоциативно-образного мышления является важнейшим условием профессиональной успешности будущего дизайнера, необходимо шире использовать методы обучения, связанные с опорой на ассоциации и образы, примером которых является использование элементов синестезии и звуко-цветовых ассоциаций в формировании креативных характеристик личности.

Умение грамотно обрабатывать визуальную информацию необходимо будущему специалисту модной индустрии для продуктивного использования методов визуальной коммуникации в своей деятельности.

## Литература:

1. Виноградов П.Н. Визуальная культура профессионала // Ученые записки Санкт-Петербургского имени В.Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии. – 2012. – № 1 (41). – С. 198-210.
2. Павлова А.В. Применение цветослова на вербально-семантическом уровне развития языковой личности как способ формирования образного мышления учащегося // Материалы Международной научно-практической конференции / Отв. за выпуск И.Я. Пигорев. – Курск. – 2016. – С. 163-166.
3. Прокофьева Л.П. Звуко-цветовая ассоциативность: универсальное, национальное, индивидуальное. – Саратов: Изд-во Саратовского медицинского ун-та. – 2007. – 278 с.
4. Пятко Л.А. К вопросу о формировании ассоциативно-образного мышления студентов-дизайнеров // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. Москва. – 2015. – № 2-2. – С. 125-128.
5. Серов В.Н. Цвет культуры: психология, культурология, физиология / В.Н. Серов. – СПб.: Речь. – 2004. – 672 с.
6. Слемнев М.А., Слемнева И.М. Феномен синестезии: цвет и звук // Искусство и культура. – 2012. – №1 (5). – С. 35-41.
7. Ткаченко О.Н. Развитие визуального мышления в современной культуре // Омский научный вестник. – 2014. – № 4 (131). – С. 198-200.
8. Шалимова Л.А. Культура восприятия семантики цвета в тесте Макса Люшера // Мир науки, культуры, образования. – 2014. – №1 (44). – С. 251-255.

9. Шелякин О.В. Звук и цвет как языки познания и духовно-нравственного освоения мира /

О.В. Шелякин // Философские науки. – 2010. – № 6. – С. 131