УДК
159.937:687.016

АЛЬОНА ТИХОМИРОВА, ЮЛІЯ КРАСНОЖОН
Київський національний університет технології та дизайну,
Україна

ВПЛИВ КОЛЬОРОВОЇ СЕМАНТИКИ ОДЯГУ НА ЕМОЦІЙНИЙ СТАН ТА СОЦІАЛЬНУ ВЗАЄМОДІЮ: НЕЙРОПСИХОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ

Мета. *Проаналізувати нейропсихологічні механізми впливу кольорової семантики одягу на емоційний стан особистості та соціальну взаємодію.*

Ключові слова: *кольорова семантика, нейропсихологія, емоційний стан, соціальна взаємодія, кольоротерапія, психологія кольору*

Постановка завдання. Аналіз нейропсихологічних механізмів впливу кольорової семантики одягу на емоційний стан особистості та характер її соціальної взаємодії.

Методи досліджень. Використано комплексний підхід, що включає: аналіз сучасної наукової літератури з нейропсихології та психології кольору; емпіричний та теоретичний методи; узагальнення результатів нейровізуалізаційних досліджень; порівняльний аналіз психофізіологічних реакцій на різні кольорові стимули.

Результати досліджень. Сучасні нейровізуалізаційні дослідження (Chang et al.), демонструють, що сприйняття кольорів активізує складну мережу мозкових структур:

- таламус та первинну зорову кору (обробка базових кольорових сигналів);
- гіпокамп та мигдалеподібне тіло (емоційне забарвлення кольорових сприйнять);
- префронтальну кору (когнітивна оцінка та інтерпретація кольорів) [1].

Дослідження (Chen et al.) виявляють специфічні емоційні реакції на різні кольори одягу:

- червоний: підвищення збудження, енергійності, але й агресивності;
- синій: почуття спокою, довіри, стабільності;
- зелений: релаксація, гармонія, безпека;
- жовтий: активізація, оптимізм, творчість [2].

Кольорова семантика впливає на (Roberts & Johnson):

- формування першого враження (50-70% оцінки особистості);
- соціальну дистанцію та довіру;
- професійне сприйняття та кар'єрні перспективи [3].

На основі нейропсихологічних досліджень розроблені практичні рекомендації (Thompson), які допомагають ефективно використовувати кольорову семантику у щоденному житті та професійній діяльності:

✓ Вибір кольорів для соціальних ситуацій: для ділових зустрічей оптимально обирати синій або темно-синій, що асоціюються з надійністю та професіоналізмом. Зелений створює атмосферу довіри й гармонії. Для неформальних подій чи творчих презентацій підходять жовтий і помаранчевий, які підкреслюють відкритість та креативність. Червоний підсилює враження лідерства, але слід враховувати міжкультурні особливості його сприйняття.

✓ Корекція психоемоційного стану: зелений і блакитний сприяють релаксації, жовті та світлі тони – підвищують настрій. Для концентрації та мобілізації ресурсів підходять червоний і помаранчевий, але в помірних кількостях, щоб уникнути надмірного збудження.

✓ Оптимізація професійного іміджу: темні відтінки підкреслюють компетентність, світлі – відкритість. Враховуйте, що символіка кольорів різниться у різних культурах, тому при міжнародній взаємодії це важливо брати до уваги [4].

Висновок. Кольорова семантика одягу має значний вплив на емоційний стан та соціальну взаємодію через складні нейропсихологічні механізми. Нейробіологічні дослідження підтверджують диференційований вплив різних кольорів на активність мозку та вегетативні функції. Крос-культурні відмінності у сприйнятті кольорів потребують обережного врахування при виборі одягу в міжкультурному середовищі. Практичне застосування знань про кольорову семантику дозволяє оптимізувати соціальну взаємодію та корегувати психоемоційний стан.

Література

1. Chang, Y., et al. (2023). Neural correlates of color perception in fashion contexts. NeuroImage, 264, 45-62.
2. Chen, L., et al. (2023). Emotional and behavioral responses to color in fashion. Color Research and Application, 48(2), 156-173.
3. Roberts, M., & Johnson, K. (2024). Color semantics in social perception and interaction. Social Psychology Quarterly, 87(1), 112-129.
4. Thompson, R. (2024). Applied color psychology in fashion therapy. Journal of Fashion Psychology, 15(3), 201-218.