

ВИКОРИСТАННЯ ФЕНОМЕНА СИНЕСТЕЗІЇ ЯК ЕРГОНОМІЧНОГО ЗАСОБУ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ВМІНЬ І НАВИЧОК ВИРАЗНОГО ЧИТАННЯ В МАЙБУТНІХ ВИХОВАТЕЛІВ ДОШКІЛЬНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

З-поміж усієї сукупності різноманітних мовних явищ, процесів і напрямів дослідження мови вельми цікавим питанням, проблемою, яка досліджується і розв'язується на сучасному етапі досить активно, є проблема звукосемантики, або фоносемантики. Як відомо, це феномен зв'язку між звучанням і значенням звуку. Фоносемантика (дослідженням особливостей і проблем якої займалися такі вчені, як О. Есперсен, Е.Сепір, С.Ульман, І.Тейлор, О.П. Журавльов, С.В.Воронін, В.В.Левицький, О.Н.Журицький тощо) постає проблемою не суто лінгвістичною, її розглядають на межі поєднання лінгвістики з психологією, тобто у психолінгвістиці, адже мова йде про здатність людського мозку, людської уяви встановлювати зв'язок між звучанням і значенням на основі індивідуальних асоціацій. Напрямок фоносемантичних досліджень, що характеризуються пошуком закономірностей функціонування фонетичних засобів у різних формах і типах мовлення, найпоширеніше досліджений такими вченими, як Л.В.Щерба, К.К. Барішнікова, Д.Х.Баранник, С.М.Гайдучик, Т.С. Журавльова та іншими. Аналізу фоносемантичної організації поетичного твору (на матеріалі поезій П.Г. Тичини), присвячене дослідження Ю.Л. Малиновського. Одним з найяскравіших проявів звукового символізму є синестезія, що досліджується методами різних наук: культурології, мистецтвознавства, медицини, психології, психіатрії, естетики, фізики, музикознавства тощо. Явища, що поєднують в одночасному сприйнятті оптичні й акустичні засоби, у ряді синестетичних феноменів посідають одне з головних місць і входять до складу явищ так званого "колірного слуху" (коли звукове (слухове) подразнення викликає колірну реакцію). Міцні традиції вивчення синестезії закладені ще О.Р.Лурія, розвинені Г.Н.Івановою-Лук'яною, Л.П.Прокоф'євою, Б.М.Галєєвим, тощо.

Проблемою зв'язку звуку і значення активно цікавилися такі вчені та мислителі, як св. Августин, Фома Аквінський, Ж.Ж.Руссо, Р.Декарт, М.В. Ломоносов. Також в своїх роботах торкалися символіки звуку Г.В.Лейбніц, І.Г.Гердер, А.Шлейхер, В. Гумбольдт, Я.Грім, М.Грамон, Г.Штейнталь, О.Потебня, В.Вундт, О.Есперсен, Г.Пауль, що різним чином трактували природний зв'язок між звучанням слова та його значенням.

Серед сучасних учених, що працювали над ідеєю теорії звукового символізму можна виокремити Р.Пейджета, І.Н.Горелова, Е.Сепіра, М.В.Панова, А.А.Леонтьєва, А.П.Журавльова, А.Н.Журицького. серед вітчизняних учених, які цікавилися проблемою звукосемантики та проводили дослідження в цій галузі, можна назвати В.В.Левицького. Наукова постановка проблеми фонетичного символізму, за словами А.П.Журавльова, стала можливою лише за появи об'єктивних психолінгвістичних методів дослідження семантичних явищ. Якщо говорити про напрямки фоносемантики, то вона розвивається за теоретичними та експериментальними напрямками як в зарубіжній (американській, німецькій), так і вітчизняній лінгвістиці.

Існують дві точки зору на варіанти визначення виникнення символіки звуків мовлення. А.П. Журавльов називає серед них так звану гіпотезу первинного звукосемантизму (полягає в тому, що символіку звуків вважають першопочатковою, первинною по відношенню до поняттєвого значення; вважають, що вона виникла під впливом звуків природи) та гіпотезу вторинного звукосемантизму (В.В.Левицький пояснював, що вторинний символізм виникає в результаті прагнення мовців "віднайти кореляцію між звучанням слова, що розвивається згідно з фонетичними законами, і значенням цього слова" [11]). Тобто, якщо випадково виявляється, що певний звук зустрічається в декількох частотних словах зі схожою семантикою, то ця семантика в загальному вигляді проектується на даний звук, і тепер уже звук, навіть окремо взятий, викликає підсвідомі асоціації, пов'язані з семантикою цих слів [8: 23].

На думку А.П.Журавльова, символіка звуків є "віддзеркаленням поняттєвого значення слова на свою звукову форму". Але учені наголошують на тому, що символіка звуків, фонетичне значення не усвідомлюється носіями мови вповні, має досить загальний і розмитий характер, тому вони не можуть свідомо ним оперувати. До того ж, за спостереженнями лінгвістів, у звукосполученнях символіка звуків може суттєво змінюватися.

Доцільним було б сказати декілька слів про визначені ученими-мовознавцями принципи та закони фоносемантики.

До принципів звукового символізму належать такі: принцип довільності мовного знака (вмотивованість його); принцип детермінізму (тобто зв'язку природи та суспільства); принцип віддзеркалення; принцип цілісності; принцип багатоплановості.

Проте у звукосемантиці кожної мови, безперечно, є своя національна специфіка, яка пов'язана з мовним досвідом її носіїв. Це означає, що при оцінці звукового боку, наприклад, російського поетичного тексту у представників іншої мови виникнуть асоціації, зумовлені системою рідної для них мови, а також таких культурних і соціальних традицій, що притаманні цій мовній спільноті.

Явище синестезії (від гр.sinaisthesis – спільне почуття, одночасне відчуття, на противагу "анестезії" – відсутності будь-яких відчуттів на сьогодні трактують по-різному в мовознавстві, психології, естетиці тощо).

Розглянемо спочатку загальне розуміння синестезії як особливого феномену людського сприйняття. Сутність цього явища полягає в тому, що враження, відповідне до подразника органів чуттів, супроводжується іншим, додатковим відчуттям або образом, причому проти волі суб'єкта сприйняття, образом, характерним для іншого органа відчуттів. Типовий та найрозповсюдженіший приклад прояву синестезії – "колірний слух" (при якому звук поруч зі слуховим враженням викликає також і "колірне") та звукові переживання при сприйнятті кольору. В тій чи іншій формі це зустрічається досить часто, але не так багато є людей, для яких, наприклад, п'ятірка жовта чи зелена, а понеділок – сірий чи коричневий. Цікавим є те, що подібні асоціації не є однотипними у різних індивідуумів, хоча дуже розповсюдженим є "колірне" переживання чисел, днів тижня тощо.

Види синестезії різняться перш за все за характером додаткових відчуттів: зорові (фотізми), слухові (фонізми), смакові, тактильні тощо. Вважається, що синестезія не вказує на порушення сприйняття, і різною мірою зустрічається

майже в кожного, хоч людина цього може не усвідомлювати. Синестезія може виникати або вибірково, лише на деякі враження, або розповсюджуватися на всі відчуття певної області органів чуття.

Особливо цим феноменом учені зацікавилися на межі XIX – XX ст., хоча до медиків та психологів цим явищем активно цікавилися представники мистецтва. Серед перших відомих прикладів синестезії можна назвати спробу композитора О.Скрябіна створити "синестетичне мистецтво", в якому музичним тональностям відповідали б певні кольори і створення французькими символістами П.Верленом, А. Рембо, Ш.Бодлером сонетів, присвячених звукам і кольорам. До синестетиків багато учених, дослідників відносить таких майстрів слова, як Л.Українка, М.Коцюбинський, П.Тичина, М.Рильський, Л. Толстой, М.Цветаєва, Б.Пастернак, А.Вознесенський, К.Бальмонт тощо.

Психологи довели, що синестезія є характерною для всіх людей, але виявляється вона в більшості випадків на підсвідомому рівні. Звукове або смакове відчуття кольору виникає довільно, але воно характеризується надзвичайною стійкістю та особистісною одноманітністю. Синестетичні асоціації можуть бути досить не передбачуваними. Інформантів, що наполягають на "кольоровості" букв, слів та цифр, тестують подекуди протягом багатьох років; при цьому вони дотримуються тих самих асоціацій.

Звернувшись до лінгвістичного (фоносемантичного) пояснення явища синестезії, варто зазначити, що дослідження синестезії психологами та звуко-символізму (лінгвістами та психологами) довгий час відбувалося незалежно одне від одного. З часом ці поняття стали ототожнювати. Учений Ж.Н.Петерфольв зробив першу спробу розглянути звуко-символізм як "окремий випадок синестезії", а І.Н.Горелов спочатку в неявній формі, потім експліцитно висунув тезу про обумовленість звуко-символізму психофізіологічно явищем синестезії [1: 81].

На думку С.В.Вороніна синестезія стала об'єктом уваги близько століття тому, і вивчення її "ще не вийшло зі стадії першопочаткової дескрипції", до того ж, "не існує задовільного та єдиного трактування поняття синестезії [1: 82].

Розглянемо запропоноване далі визначення А. П'єрона: "Синестезія – термін, що характеризує сенсорне переживання деяких індивідів, в яких відчуття, що відповідають певній області відчуттів, асоціюються з відчуттями іншої області відчуттів та систематично з'являються при виникненні цих останніх. На основі цих визначень учений Р.Браун зазначає, що звуковий символізм не можна зводити до синестезії через те, що дослідження синестезії, як правило, давали значні індивідуальні розходження. Р.Браун, як підкреслює С.Воронін, правий, якщо розуміти синестезію вузько, як явище, індивідуальне, неуніверсальне [1].

У своїй роботі "Основи фоносемантики" С.Воронін пропонує найбільш розповсюджені визначення явища синестезії у її широкому розумінні. Порахуємо ці дефініції:

1) синестезія – це явище виникнення у відповідь на подразники втринних відчуттів і уявлень іншої якості;

2) спільна робота [відчуттів], за якої особливості відчуттів одного виду (наприклад, слухових), переносяться на інший вид відчуттів (наприклад, зорових), це явище переносу якостей однієї модальності на іншу називається синестезією;

3) синестезія – це феномен сприйняття, який полягає в тому, що враження, яке відповідає даному подразникові й специфічний для певних органів чуттів, супроводжується іншим, додатковим враженням або образом, при цьому часто таким, який характерний для іншої модальності [1: 82,83].

Було б доцільним наголосити на загальних моментах цих дефініцій, також визначених С.Вороніном:

- один стимул викликає не одне, а два відчуття (адекватне та неадекватне);
- перенос якості одного відчуття на інше;
- синестезія – норма та явище загальнозначуще;
- синестезія обмежена сенсорною сферою.

Дослідження звуко-символізму показали, що в одному із наведених вище трактувань синестезії не вичерпуються психофізіологічні основи звукового символізму, бо звуко-символічна номінація діє не лише в сенсорній, але й в емоційній сфері. Роль емоційного фактора є особливо важливою у світлі висновку про те, що результати впливу звукових подразників на колірний зір людини залежать від того емоційного знака, яким вони супроводжуються. Позитивна чи негативна емоційна "зафарбованість" дійсно може виступати в ролі своєрідного медіатора, загального знаменника при переносі якості відчуттів.

Звернемо увагу на спостереження В.С.Дерябіна: "колірні відчуття, викликані навколишнім середовищем, співпадають у часі з чуттєвими переживаннями, які мають місце за відповідних обставин, та згодом самі починають викликати такі ж почуття..." [6: 66].

Б.М. Галєєв одним із пояснень явища синестезії наводить таке: проходячи через мозок, чуттєвий стимул розщеплюється на декілька потоків, які паралельно обробляються декількома ділянками. Наприклад, зоровий сигнал спочатку потрапляє до зони безпосереднього сприйняття, де збирається вхідна інформація, далі ця інформація передається в ту ділянку мозку, яку можна назвати "асоціативною зоною". Там інформація, відповідно до нашого попереднього досвіду, набуває свого значення, бо в кожного з нас виникає абсолютно унікальна картина світу, що залежить від генного набору та персональних особливостей мозку [5].

Розглядаючи феномен "схожості" при дослідженні синестезії, можна помітити, що схожість (подібність) (мова іде про асоціації за схожістю) може бути подібністю за формою, структурою, гештальтом слухового та зорового образів. Але, разом із цим, схожість, подібність може визначатися і за змістом, і за емоційним навантаженням ("тембр-колір", "тональність-колерит"). Якщо визнавати вищі, соціальні емоції чинниками утворення зв'язкових функцій, у формуванні синестезії можна визначити участь мислительних операцій, незважаючи на те, що вони найчастіше відбуваються на підсвідомому рівні. А на світло свідомості виходить, вже фіксуючись у слові, лише результати цього "між чуттєвого" зіставлення, що приховує в явищі синестезії навіть порівняння непорівнюваних речей [5: 449].

Вплив інформації на наш організм відбувається постійно. Часто неможливо навіть простежити, в який момент у людській психіці в процесі сприйняття інформації задіяно механізм синестезії.

Ми вже з'ясували, що одним з найрозповсюдженіших типів синестезії є звуко-колірні асоціації, які полягають у появі в свідомості людини певних кольорів при сприйнятті звуків. Доцільно наголосити на наявності великої кількості досліджень, в яких розглядається психічне навантаження тих чи інших кольорів, прихована інформація, яку вони несуть для людської свідомості, для психіки особи, що їх сприймає, а відтак і вплив цих кольорів на емоційний стан людини. Отже, маємо такий механізм: споживач сприймає органами слуху чи зору певну комбінацію звуків, кожен з яких

асоціюється з певним кольором (залежно від особливостей сприйняття цієї особи), кольори ж, у свою чергу, викликають подальші психічні реакції, чи-то позитивні, чи-то негативні.

Нас цікавить, яке переважно значення в масовій свідомості викликає той чи інший колір, яке психічне, смислове, емоційне навантаження має. Звернімося до досліджень науковців галузі психології, естетики тощо.

Одним з активних дослідників феномену синестезії є російський науковець Б.М.Галєєв. Він розглядає систему кольорів з огляду на їхню психічну наповненість. Запропоновані ним характеристики мають для нас величезну цінність, бо несуть інформацію не тільки про загальну психічну наповненість кольорів для масової свідомості, але і підкреслюють значення кольору для певної рекламної продукції. "На практиці велику роль відіграє функціональна придатність кольору. Залежно від обставин, той чи інший колір викликає певні відчуття: червоний – теплий, енергійний, солодкий, веселий; синій – холодний, спокійний, солодкий, тихий. Займає стабільне друге місце у списку улюблених кольорів; зелений – холодний, стійкий, кислий, глухий; жовтий – теплий, ніжний, легкий, тривожний. Характеристики суперечливі, як і сам колір; фіолетовий – тяжкий, глухий, свавільний; коричневий – земляний, натуральний, комфортний. Виражає досвідченість та традиційність; чорний – тяжкий, глухий, затягаючий. Психологічний вплив визначається кольоровою парою; білий – легкий, світлоносний, звучний, відкритий [5: 201].

Як бачимо, кожен колір несе в собі певну смислову наповненість, враховуючи яку при створенні рекламних текстів і використанні системи звуків у них, можна віднайти ідеальний колір для направлення настрою споживача у потрібне русло.

Т.Крутько наводить цікаві факти з психологічних досліджень, проведених науковцями зарубіжжя. Вона підкреслює, що порівняння сприйняття відтінків та проміжних кольорів чоловіками та жінками, дослідники дійшли висновку, що чоловіча аудиторія надає перевагу відтінкам кольорів, наприклад, світло-блакитному, світло-зеленому, жіноча – проміжним кольорам, наприклад, бірюзовому. Цей факт пояснюється тим, що здатність до розрізнення та ідентифікації кольорів у жінок є значно вищою, ніж у чоловіків, що доводять експерименти, проведені К.Грінгом. Дослідження уподобань чоловіків та жінок щодо сприйняття яскравих та м'яких кольорів показали, що жіноча аудиторія надає перевагу м'яким, спокійним відтінкам, чоловіки позитивно сприймають яскраві кольори. Дослідниця також зазначає, що "колір є невід'ємною частиною естетичних знакових кодів реклами, що пробуджує асоціації, які є спільним для адресатів та адресантів рекламного повідомлення. Виступаючи ергономічним засобом, колір забезпечує привернення уваги цільової аудиторії та акцентування важливої інформації" [10].

Використавши дані досліджень, проведених відомими психологами і психолінгвістами Л.П. Прокоф'євою, Н.В.Серовим, А.Люшером, Л.Н. Санжаровою, І.Ю. Черепановою, В.П.Белянінім, А.П. Журавльовим та інших, ми мали змогу дати досліджуваному кольорам такі характеристики: червоний – полум'я, сила, небезпека, увага, воля до перемоги, сексуальність, сила волі; цей колір збудливий, оживляючий, активний, енергійний; зелений - розвантаження, мир, розслаблення; цей колір спокійний, ніжний, прозорий; жовтий - сонце, вогонь, бадьорість, воля, неоднозначність; цей колір теплий, сонячний, веселий, життєрадісний, привабливий, полум'яний, підбадьорюючий; сірий – невиразність, рівновага, байдужість, шляхетність, невибагливість; цей колір спокійний, холодний; фіолетовий – насиченість, таємниця, сила, перевага; цей колір сумний, загадковий, темний; коричневий – цілеспрямованість, впевненість, точність; цей колір суворий, мовчазний, спокійний, впевнений; чорний – сум, небезпека, траур, глибина, самостійність; цей колір таємничий, насичений, суворий, чесний; білий – відкритість, спокій, чистота, невинність; цей колір радісний, привабливий, світлий, безмежний; синій (блакитний) – спокій, чуттєвість, рішучість, схильність до емпатії, здатність до самопожертви, довіра, відданість; цей колір серйозний, спокійний, ясний.

У світі культури, інформації, який оточує людину, виділяється особливий світ слів – логосфера. Він включає в себе мову як засіб спілкування та всі форми вербального мислення, в якому думки перетворюються на слова. Мова як система понять, в яких людина сприймає світ і суспільство – це найголовніший засіб підкорення, маніпуляції. Сучасна людина уявляє, вважає, ніби підкорення, підпорядкування починається з пізнання, яке слугує основою переконання. Але в останні роки все більше науковців схильється до думки, що проблема більш глибока, і первісною функцією слова був його сугесторний вплив – навіювання, підкорення не через свідомість, а через почуття. Навіювання – глибинна особливість психіки, що виникла набагато раніше, ніж здатність до аналітичного мислення.

Ефективність впливу в рекламі значною мірою залежить від психологічних процесів, що відбуваються в мозку, у свідомості людини.

Повернемося до дослідження ролі фоносемантики (дослівно, значення звуку) тексту. Як ми вже визначили на початку, вона може мати величезну сугестивну силу. Одним із прикладів на підтвердження цієї думки слугували дослідження на початку 50-х років минулого століття ученого Ч.Осгуда, який аналізує виступи політиків, дійшов висновку, що з двох кандидатів із ідентичними програмами виграє той, хто використовує більш благозвучну програму. Підсумком подальшої роботи була розробка способу управління так званою "музикою слів". Було сформовано 24 шкали для оцінки відчуттів, що викликає той чи інший звук: сильний-слабкий-світлий-темний-великий-маленький тощо. До того ж суттєвим є і взаємне розташування складів. Заміна лише одного складу або слова може змінити вплив усього тексту.

Мабуть, широко відомою в лінгвістичних колах є історія про експеримент, проведений в лабораторії професора А.А.Леонт'єва однією з його студенток. Експеримент полягав у тому, щоб інформанти, отримавши заздалегідь складене газетне оголошення, в якому подавалася інформація про ресторан, з'ясували, про холодну чи гарячу страву з цього ресторану іде мова. Назва газети та назва ресторану в цьому випадку не подавалися, і респонденти відповіли таким чином: 50% віддавали свої голоси гарячій страві, відповідно 50% - холодній. Коли експеримент було проведено вдруге, то респондентам пропонувалося те саме завдання, але при цьому було зазначено назву газети - "Ніджбет Фейдж" та назву ресторану - "Чоффет". Цього разу 110 інформантів зі 150 упевнено відповіли, що в оголошенні йдеться про гарячу страву. Виявилось, що справа була саме в особливостях використаних в оголошенні назв. В них було застосовано так звані "гарячі" звуки, які на підсвідомому рівні "запевнили" респондентів у тому, що йдеться безсумнівно про страву гарячу. Цей експеримент ще раз доводить, що будь-яке слово дійсно має два значення, два смисли: власне мовний та фонетичний, а це знов-таки означає, що за допомогою звуків можна кодувати й надсилати інформацію.

На сьогодні існують комп'ютерні програми, засновані на цьому методі. Кількість шкал збільшилася майже удвічі; крім цього, ці програми оцінюють наявність навіювань в мовленні та його гіпноітичний потенціал (сугестивність). Це, наприклад, системи "Вaal-2000" та "Діатон", які дозволяють прогнозувати заздалегідь емоційне сприйняття тексту аудиторією, створювати тексти із заданими параметрами впливу на масову свідомість.

Аналізуються тексти на основі таких параметрів: фонетичне значення тексту; фонетичне значення окремого слова; співвідношення високих і низьких звуків; звуко-колірні асоціації на текст; ритмічні характеристики тексту тощо.

Принагідно мети започаткованого нами дослідження (формування вмінь і навичок виразного читання у майбутніх вихователів дошкільних навчальних закладів), вбачаємо за перспективу з'ясування ролі кольору, колірних асоціацій, що виникають при сприйманні студентами творів дитячої літератури. Вбачаємо за необхідне, також, з'ясування аспекту поєднання логосфери з мистецтвом слова (інакше кажучи створення, на основі колірної гами, кольорової абетки для студентів дошкільних факультетів). На нашу думку колір може виконувати допоміжну функцію в процесі автоматизації вмінь навичок виразного читання майбутніх вихователів.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Воронин С.В.* Основы фоносемантики / С.В. Воронин. – Л., 1982. – 244 с.
2. *Галєєв Б.М.* Историко-теоретический анализ концепций синестезии в мировой психологии / Б.М. Галєєв // Вестник

Российского гуманитарного научного фонда, – 2005. – № 1(38). – С.159-168.

3. *Галеев Б.М.* Проблемы синестезии в искусстве / Б.М. Галеев / Язык дизайна, – 1993, – №1, – С.201-203.
4. *Галеев Б.М.* Синестезия – чудо поэтического мышления // Научный Татарстан, 1999. – №3. – С.19-34
5. *Галеев Б.М.* Человек, искусство, техника (проблемы синестезии в искусстве) / Б.М. Галеев. – Казань, 1987. – С.130.
6. *Дерябин В.С.* Чувства, влечения, эмоции. – Л., 1974. – 258 с.
7. *Журавлев А.П.* Звук и смысл / А.П. Журавлев. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Просвещение, 1991. – 160 с.
8. *Журавлев А.П.* Фонетическое значение / А.П. Журавлев. – Л., 1974.
9. Загадка синестезии. Электронный ресурс: режим доступа: <http://www.sunhome.ru/psychology/>
10. Крутько Т. Колір в рекламі, <http://www.tetyana.vipik.ru>
11. *Левицький А.Є.* Лекційні матеріали з лінгвістики: навч. посібник / А.Є. Левицький. – Житомир: ЖДПУ, 2004. - 25с.
12. *Левицький А.Є.* Основи функціональної лінгвістики: навч. посібник / А.Є. Левицький. – Ніжин: НДПУ, 2004. – 124 с.
13. Лингвистический энциклопедический словарь. – М., 1990. – С.166.

Подано до редакції 19.08.09.

РЕЗЮМЕ

В статті розглядається сутність феномена "синестезія". Автор розглядає взаємозв'язок механізму сприйняття звукового значення слова та кольору, з яким асоціюється певний сприйнятий звук. У статті проводиться паралель між формуванням умінь і навичок виразного читання та колірним сприйняттям мовних знаків.

Ключові слова: синестезія, асоціація, виразне читання, уміння, навичка.

Ю.А. Руденко

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФЕНОМЕНА СИНЕСТЕЗИИ КАК ЭРГОНОМИЧЕСКОГО СРЕДСТВА В ПРОЦЕССЕ ФОРМИРОВАНИЯ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ ВЫРАЗИТЕЛЬНОГО ЧТЕНИЯ У БУДУЩИХ ВОСПИТАТЕЛЕЙ ДОШКОЛЬНЫХ УЧЕБНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

РЕЗЮМЕ

В статье раскрывается сущность феномена "синестезия". Автор рассматривает взаимосвязь механизма восприятия звукового значения слова и цвета, с которым ассоциируется каждый воспринятый звук. В статье проводится параллель между формированием умений и навыков выразительного чтения и цветовым восприятием речевых звуков.

Ключевые слова: синестезия, ассоциация, выразительное чтение, умение, навык.

J. A. Rudenko

USING SYNESTHESIA AS AN ERGONOMICS MEANS IN THE PROCESS OF FORMING ABILITIES AND SKILLS OF EXPRESSIVE READING OF FUTURE TEACHERS OF PRESCHOOL EDUCATIONAL ESTABLISHMENTS

SUMMARY

The article reveals the essence of a phenomenon "synesthesia"; analyzes interrelation of the mechanism of perceiving a sound meaning of a word and color which each perceived sound is associated with. The author draws a parallel between formation of skills and abilities of expressive reading and color perception of speech sounds.

Keywords: synesthesia, association, expressive reading, ability, skill.
