

بررسی کاربرد رنگ ها در ارگونومی محیط کار (مروری)

بهاره السادات آقایی میبیدی^۱، فاطمه پورامینی^۲، بنفشه السادات آقایی میبیدی^۳

۱- گروه هنر، دانشگاه فنی و حرفه ای، تهران، ایران

Department of Art Technical and Vocational University (TUV), Tehran, Iran

۲- گروه هنر، دانشگاه فنی و حرفه ای، تهران، ایران

Department of Art Technical and Vocational University (TUV), Tehran, Iran

۳- گروه هنر، دانشگاه فنی و حرفه ای، تهران، ایران

Department of Art Technical and Vocational University (TUV), Tehran, Iran

چکیده

زمانی که سازمان بین توان جسمانی و روانی کارکنان و محیط کار سازگاری ایجاد کند عملکرد کارکنان، افزایش می یابد. رعایت اصول ارگونومی در هنگام کار یکی از مواردیست که نه تنها از آسیب های روحی و جسمی جلوگیری می کند، بلکه می تواند عملکرد و بهره وری را نیز افزایش دهد. ارگونومی رنگ موجب مجموعه ای از واکنش های رفتاری مختلف همچون افزایش کارایی، رضایتمندی شغلی، بالا رفتن روحیه کار، تولید زیاد و کاهش نارضایتی کارمند می شود. پژوهش های علمی نشان داده که رنگ ها نه تنها بر روح و روان انسان تاثیر میگذارند بلکه موجب تغییرات در بهره وری می شوند.

یک محیط کار مناسب، باید فضایی باشد که فرد در آن احساس آرامش کند. باورنکردیست اما رنگ در دیوار و ابزار وسایل در محیط کار باعث بهره وری کارکنان و پرسنل میشود. باید محیط های کاری را به گونه ای طراحی کنیم که جذاب، آرامبخش و عاری از هرگونه فشار عصبی و روانی باشدو باید محل کار خود را با رنگ هایی مناسب مزین کنیم تا بازدهی کاری و خلاقیت کارکنان افزایش پیدا کند.

هدف از این پژوهش بررسی تاثیراتیست که رنگ ها از دیرباز بر حالات و رفتار و در کل زندگی انسان ها داشتند تا ازین طریق بتوان گامی در جهت ارتقا خلاقیت، سطح کیفی و بهره وری کارکنان سازمان ها برداشت.

واژه های کلیدی: رنگ، ارگونومی، محیط کار، بهره وری

مقدمه

خلاقیت از دیدگاه سازمانی یعنی ارائه فکر و طرح نوین برای بهبود و ارتقاء کمیت یا کیفیت فعالیت‌های سازمان؛ مثلاً افزایش بهره‌وری، افزایش تولیدات یا خدمات، کاهش هزینه‌ها، تولیدات یا خدمات از روش بهتر، تولیدات یا خدمات جدید و غیره. روبرت جی استرنبرگ و لیندای اوهارا در بررسی‌های خود شش عامل را در خلاقیت افراد مؤثر دانسته‌اند: دانش، توانایی عقلی، سبک فکری، انگیزش، شخصیت و محیط.

یکی از عوامل مؤثر در بروز خلاقیت در یک جامعه، زمینه‌سازی و بسترسازی در بین انسان‌ها جهت ایجاد فرهنگی است که در آن همگان در تلاش برای رشد دادن دیگری هستند و با تأثیر بر روی یکدیگر به پیشرفت جامعه کمک می‌کنند. امروزه هدف در جامعه باید پرورش انسان‌هایی باشد که بتوانند با مغزی خلاق با مشکلات روبرو شده و به حل آنها بپردازند. به گونه‌ای که انسان‌ها بتوانند به خوبی با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و با بهره‌گیری از دانش جمعی و تولید افکار نو مشکلات را از میان بردارند. یکی از شرایط لازم برای پدیدار شدن افکار نو، وجود آرامش برای مغز است. به همین خاطر لازم است انسان‌ها بکوشند در جامعه شرایطی پدید آید که در بستر آن مغز بیندیشد و تکامل یابد و سبب ساز افکار نو شده و شرایط برای سازندگی در جامعه مهیا شود. نقش مدیریت در مجموعه‌هایی که خلاقیت و نوآوری از ضروریات و عامل اصلی است بسیار مهم و حساس است زیرا مدیریت می‌تواند توانایی و استعداد خلاقیت و نوآوری را در افراد ایجاد، ترویج و تشویق کند و یا رفتار و عملکرد او می‌تواند مانع این امر حیاتی شود. هنر مدیر عبارت است از استفاده از خلاقیت دیگران و پیدا کردن ذهن‌های خلاق. مدیر باید فضایی بیافریند که خودش بتواند خلاق باشد و افراد سازمان را هم نیز برای خلاقیت تحریک کند. رعایت اصول ارگونومی در هنگام کار یکی از مواردیست که نه تنها از آسیب‌های روحی و جسمی جلوگیری می‌کند، بلکه می‌تواند عملکرد و بهره‌وری را نیز افزایش دهد. زمانی که سازمان بین توان جسمانی و روانی کارکنان و محیط کار سازگاری ایجاد کند عملکرد کارکنان، افزایش می‌یابد و به منظور دستیابی به این امر از ارگونومی استفاده میشود، چون ارگونومی به مقدار زیادی موجب صرفه جویی وقت و انرژی میشود و کارکنان با کمترین میزان انرژی بیشتری بهره‌وری رو دارند. ارگونومی رنگ موجب مجموعه‌ای از واکنش‌های رفتاری مختلف هم چون افزایش کارایی، رضایت‌مندی شغلی، بالا رفتن روحیه کار، تولید زیاد و کاهش ناراضی‌کاری می‌شود. پژوهش‌های علمی نشان داده که رنگ‌ها نه تنها بر روح و روان انسان تاثیر می‌گذارد بلکه موجب تغییرات در بهره‌وری می‌شوند.

یک محیط کار مناسب، باید فضایی باشد که فرد در آن احساس آرامش کند. شاید باور نکنید و رنگ در دیوار و ابزار وسایل در محیط کار باعث بهره‌وری کارکنان و پرسنل میشه. باید محیط‌های کاری رو طوری طراحی کنیم که جذاب، آرامبخش و عاری از هرگونه فشار عصبی و روانی باشد باید محل کار خود را با رنگ‌های مناسب مزین کنیم تا بازدهی کاری و خلاقیت کارکنان افزایش پیدا کند.

رنگ عاملی است نیرومند که می‌تواند برانگیزد یا تسکین بخشد، حسی از گرمی یا سردی ایجاد کند، آزرده سازد یا خوشایند باشد. رنگ‌های مورد علاقه افراد رازهای فراوانی را درباره آنها بازگو می‌کند، تجربه انرژی رنگ‌های مختلف آشکارا نوعی تاثیر حسی "بینایی بر ما بر جای می‌گذارد. رنگ می‌تواند محیط پیرامون ما را دگرگون سازد و بر خلاقیت ما بیفزاید، به کمک رنگ‌ها می‌توانیم موجبات ارتقاء خود آگاهی مان را فراهم آوریم و به انسان‌هایی سرزنده تر و فعال تر مبدل شویم.

هر رنگ بر حسب سردی و گرمی، درخشندگی، خود تأثیر روانی خاصی بر انسان می‌گذارد. در روان‌شناسی نوین، رنگ یکی از معیارهای سنجش شخصیت به شمار می‌آید؛ چرا که هر یک از رنگ‌ها تأثیر خاصی از نظر روحی و جسمی روی فرد باقی می‌گذارد. به طور کلی، جنبه‌های روان‌شناسی رنگ را می‌توان با دو موضوع مورد بحث قرار داد (الف) رنگ ذهنی (ب) اثرات ذهنی (محمودی و شکیبامنش، ۱۳۹۰: ۳۹). در مبحث هنر، رنگ به خودی خود وسیله پر قدرتی برای بیان و نشان دادن حالت‌های عمیق درونی است. نقاشی کودکان نمونه روشنی از ارائه رنگ‌های متنوع در سطح وسیع می‌باشد. فقدان رنگ در تمام یا قسمتی از موضوع نقاشی کودکان نشانگر خلاء عاطفی و یا گاهی دلیل بر گرایش‌های ضداجتماعی اوست. کودکان سازگار در نقاشی‌های خود از پنج رنگ استفاده می‌کنند در حالی که کودکان گوشه‌گیر و یا آن‌ها که ارتباط با دنیای خارج

را دوست ندارند بیشتر از یک یا دو رنگ بکار نمی برند. رنگ های گرم تحریک کننده، سبب فعالیت، جنب و جوش، الهام دهنده روشنی، شادی زندگی و مولد حرکتند، در حالی که رنگ های سرد بر عکس موجد حالت های انفعالی، سکون، بی حرکتی و تلقین کننده غم و اندوه هستند (رحمدل، ۱۳۹۳). سوالی که در این مقوله مطرح می گردد این است که چگونه می توان از این منبع بی نظیر انرژی بهره گرفت و از آن به گونه ای سازنده در جهت فرونی سلامت و نشاط روح و روان، بهبود زندگی و در نهایت افزایش خلاقیت افراد سود جست؟

روانشناسی رنگ

" زندگی سرشار از رنگ و جلوه های رنگ است. اهمیت و نقش رنگ در زندگی، مفاهیم مختلف و متنوعی از آن را در ذهن زنده می کند. در این صورت ارائه یک تعریف مشخص و تعبیر مختصر نه تنها مفهوم جامع و گسترده رنگ را در بر نخواهد گرفت، بلکه برای درک ابعاد وسیع آن گمراه کننده نیز خواهد بود. رنگ در همه ابعاد زندگی جاری است و بنابراین، مفهوم آن، به همان گستردگی مفهوم زندگی است یا به قول ایتن رنگ خود زندگی است." (حسینی راد: ۱۳۸۱) رنگ ها نیرو هایی هستند که روی انسان اثر گذاشته و ایجاد حس راحتی یا ناراحتی، فعالیت یا سکون می کنند. استفاده صحیح از این عنصر در گرافیک محیطی می تواند باعث ازدیاد با کاهش بازده گردد. روانشناسی رنگ علم روانشناسی دانشی است که با ذهن سروکار دارد، با فرایندهای فکری و عاطفی، با رجوع به رفتار و مطالعه ذهنیات، احساسات، رویاها و هر چیزی که یک فرد تجربه می کند، که این مقوله ها در خود آگاه و نیمه خود آگاه ریشه دارند. " خودآگاه بخشی از لایه شخصیتی است که از طریق تفکر، احساسی و اراده به دست می آید و فرد به آن آگاهی دارد، نیمه آگاه به پدیده هایی گفته می شود که اگر به آن ها توجه کنیم می توانیم از آن ها آگاه شویم (جایی بین خواب و بیداری و ناخودآگاه مجموعه ای است از تمام افکار، آرزوها، تمایلات و عواطف و غیره که به صورت ناهشیار در رفتار ما ظاهر می شود و فرد به آن آگاه نیست، رنگ بر تمامی سطوح شخصیت اعم از خود آگاه، نیمه آگاه و ناخودآگاه تاثیر داشته و ما با دریافت رنگ از خود واکنش های رفتاری خواهیم داشت." (ریاضی: ۱۳۹۲) تاثیرات رنگ ها به طیف آن ها و مدت زمان تماس با آن ها متفاوت است. ما نمیتوانیم از تاثیرات رنگ ها غافل شویم چراکه آن ها تاثیرات مثبت یا منفی بر ذهن و روان ما می گذارند. " رنگ ها بر انسان تسلط دارند. آن ها می توانند احساس سلامت، ناراحتی، انفعال یا فعال بودن را ایجاد کنند. رنگ کردن کارخانه ها، دفاتر یا مدارس می تواند کارآیی را کاهش یا افزایش دهد، در بیمارستان ها می تواند تاثیر مثبتی بر سلامت بیماران داشته باشد، این تاثیر به طور غیر مستقیم با بزرگتر یا کوچکتر به نظر رسیدن اتاق و در نتیجه تاثیر مکان که باعث افزایش حس محدودیت یا آزادی می شود، اعمال خواهد شد." (تنویفرت، ۱۳۸۶) رنگ ها در طراحی گرافیک محیطی به کمک درجه، طیف، سطح به کار برده شده کاربرد های متفاوتی دارند. طراحی آن ها در فضای داخلی این گونه تعریف می شود: " آفرینش ترکیب رنگ های هماهنگ، بدون تعدد زیاد رنگ و عناصر طراحی، که به مفهوم کنار هم قرار دادن قطعات در مسیر یگانه می باشد" (کسرایی: ۱۳۷۸)

کاربرد روانشناختی رنگ

در جملات و اصطلاحاتی چون زبان سر سبز می دهد بر باد یا او چه مدیر سیاه دلی است یا مگر خورش سرخ تر از ماست و صدها جمله حسی دیگر از رنگ برای بیان بهتر و روشن تر جمله استفاده می شود زیرا رنگها مستقیماً با احساسات ما سرو کار دارند و بازتاب آند. برای ایجاد واکنش حتی در بینندگان حساسیت رنگی موثرترین عنصر بصری از بهترین روش هاست. رنگ فضا، زمینه ی لازم برای واکنش ما حتی قبل از این که موضوع یا هویت را دریابیم آماده می سازد. این ارجاعات رنگی در جملات اشاره شده سمبولیک هستند. معنای اصلاحات فوق به ترتیب چنین است: شجاعت و جسارت مترادف نابودی است. سیاهی دل یک مدیر یا هرکس دیگر از بی رحمی او و سرخ تر بودن خون کسی از بی عدالتی و تمایز او با دیگران حکایت می کند. شاید رنگ مهمترین عنصر در طراحی گرافیک است و اولین چیزی که در تولید محصول باعث جذب مشتری میشود، رنگ است و شرکت های بزرگ برای داشتن رنگی مناسب، برای لوگو تلاش می کنند.

قرمز کواکولا و زردی ایرانسل نقش یک نماد تجاری دارد و در میان تولیدات دیگر شرکت ها به راحتی و فوراً شناخته می شوند. رنگ ها پیام های روانشناختی متعددی در بردارند. تحقیقات حاکی از این است که رنگ های روشن و درخشان احساس

گرما خوشحالی سرور و شادی ایجاد می کنند در حالی که رنگ های سرد تاریک تیره و افسرده اند. وسایل پزشکی و مراکز درمانی از جهت درمانی، اغلب با آبی های روشن رنگ می شوند یا در آمیزی آسایشگاهها و مراکز درمانی به دلیل آرامش بخشی به بیماران از رنگ سبز استفاده می شود در اتاقک ها و کابین ها دهکده های زمستانی و مراکز ورزش اسکی، برای ایجاد گرمای مطبوح در آن از رنگ های زرنگرم، نارنجی ها و قهوه ای ها استفاده می کنند. در یک رویداد، رختکنی به رنگ قرمز روشن در آمده بود، تا در بین نیمه ی مسابقه، گروهی خاص را هیجان زده کند، درحالی که برای رقیب آن ها از آبی روشن که ایجاد رخوت و سستی میکرد، استفاده کرده بودند.

در برخی از شرایط رنگ های شدید (درخشان) به بهره روی اقتصادی کمک می کند. در حالی که مایه های خنثی یا کم رنگ تر، نیروی کارکنان را آهسته پائین می آورد. ما پیوسته به قدرت احساسی رنگ روبه رو هستیم. بخش فروش گوشت قرمز در سوپر مارکتها برای ایجاد اطمینان از سلامتی و پاکیی آنها با سفید درخشان شده و برای ترغیب به خرید آن محصول، گوشت قرمز با سبزی های فراوان آراسته می شود. پاکت های غله با نارنجی روشن و با رنگ متضاد حروفشان برای جلب نظر مشتری ها هم داستان می شوند. فضاهای بسیار کوچک با رنگ های سرد روشن به ندرت بزرگتر دیده میشوند. رنگ ابزاری قدرتمند برای اشاره به ایده هاست. سمبل های رنگی از یک اجتماع تا اجتماع دیگر متفاوت است. در فرهنگ های مسیحی، غربی و مسلمان رنگ سیاه، رنگ عزا است، اما در فرهنگ هندو رنگ سفید، در ترکیه بنفش، در اتیوپی قهوه ای، در برمه رنگ زرد نشان و نماد مرگ است.

در تمدن غرب، ارغوانی نشانه اقدار تجمل و مقام است. اما در سلسله های چین رنگ زرد نشانه قدرت است. در روم باستان رنگ قرمز نشانه اقتدار است که هنوز هم در ردای کاردینال ها دیده می شود. (اولیپ، بعد) سفید برای غربی ها و ما مسلمانان لباس مسلمانان لباس مراسم عروسی است. برای هندوها زرد و برای چینی ها رنگ قرمز و رنگ سبز بازتاب مسئولیت محیطی و اجتماعی است، رنگ سیاه متضمن پیشرفت و کاردانی است. معناها نیز از لحاظ عاطفی و حسی، با تغییر رنگ ها دگرگون میشود. مثلا گروهی کارمند، با لباس های یک دست آبی، خوش برخورد تر و قابل اعتماد تر به نظر می آید. اما همان گروه با لباس های یک دست خاکستری ممکن است، خودپسند و غیر قابل اعتماد جلوه کند. پوشیدن رنگ سبز راه راه نشان از بی تجربگی و خامی و پوشیدن رنگ قرمز حاکی از تسلط اعتماد به نفس است. یک طراح باید توانایی پیش بینی درست، در تداعی رنگ ها و تداعی روانی آنها را داشته باشد و رنگ ها در نهایت به آن صورتی ظاهر میشوند که ذهن ما سعی دارد، انگونه آن را تفسیر کند.

شناخت رنگ ها

شناخت رنگ ها برای یک هنرمند در اولویت اول قرار دارد چشم انسان میتواند بیش از دو میلیون رنگ را تشخیص دهد در سال ۱۶۶۶ اسحاق نیوتون کشف کرد که اگر نور سفید از یک منشور عبور کند به رنگ های قابل رویت تجزیه میشود و همینطور کشف کرد که هر رنگ از یک طول موج منحصر به فرد تشکیل شده است رنگ و هنر های مصور پیوسته در کنار هم بوده اند. هنر مصور بدون رنگ هیچ جلوه و نمودی ندارد ضمن اینکه هنر مصور هر سرزمینی برای خود رنگی ویژه دارد و هر هنرمند بنا بر اقتضا و تاثیر عوامل محیطی خود دید مخصوصی در رنگ دارد و رنگ های ویژه ای را بیشتر بکار می گیرد که چه بسا از بکار بردن رنگ های دیگری که مورد علاقه هنرمندان دیگر است دوری می کنند پس ما میتونیم آثار هنرمندان سرزمین های مختلف را تا حدی بشناسیم از نقطه نظر علمی رنگ عبارت است از امواج نور که به کمک حس بینایی تشخیص داده میشود. هنگامی که نور به سطحی میتابد اگر این سطح تمام امواج یا تمام رنگ ها را بطور مساوی منعکس کند چشم این سطح رو سفید میبیند ممکن هست این سطح همه ی رنگ ها یا امواج رو جذب و فقط رنگ سبز رو منعکس کند در این صورت آن سطح را به رنگ سبز خواهیم دید.

در دایره رنگ ما، سه رنگ اصلی زرد، قرمز، آبی رو داریم از ترکیب دو به دو هر کدام از رنگ های اصلی، رنگ درجه دو شکل میگیرد: آبی+زرد=سبز رنگ های ثانویه مثل سبز، نارنجی، بنفش هستند وقتی از رنگ های مکمل یا متمم نام میبریم یعنی اینکه دو رنگ روبروی یکدیگر در دایره رنگ رو باید پیدا کنیم مثلا در دایره رنگ، رنگ نارنجی درست روبروی رنگ بنفش قرار

داره_ حال اگر رنگ های مکمل را در کنار یکدیگر قرار دهیم مثلا سبز و قرمز یکدیگر رو عمیق تر جلوه میدهند و در نتیجه تضاد شدید یا درخشش شدید رو القا میکند مثل زرد و بنفش

خاصیت دیگر رنگ شامل سردی و گرمی میشه که خیلی برای ما مهمه قرمز و رنگ های مجاور آن رنگ های گرم و آبی و رنگ های مجاور آن رنگ های سرد نامیده میشوند(ولی این رو هم بدانیم که سبز در کنار زرد رنگی است گرم و در کنار آبی رنگی سرد هست) رنگ خاصیت عمق بخشی دارد یعنی نوشته های قرمز را روی یک المان برجسته و محرک به نظر میرسه یا اگر بخوایم به فضای داخلی خونه وسعت بیشتری ببخشیم از رنگ های اصطلاحا خاموش استفاده میکنیم

امروزه با مطالعات دانشمندان خواص روانی رنگ ها تا حد زیادی آشکار شده اند حتی پزشکان امروزه از رنگ درمانی برای مداوای بیماران استفاده میکنند پس اگر رنگ های آثار هنری یه قوم یا یک ملت رو مورد مطالعه و بررسی قرار بریم میتوان به نحوه اندیشه و فعل و انفعالات روحشون پی ببریم

در بعضی از فرهنگ های قدیمی از جمله مصری ها و چینی ها از رنگ ها برای درمان استفاده میشد که بهش رنگ درمانی میگویند مثلا از رنگ قرمز برای تحریک و افزایش تمرکز، زرد برای تحریک اعصاب، نارنجی برای بالا بردن سطح انرژی، آبی درد بیمار رو تسکین میده و رنگ نیلی برای تسکین ناراحتی های پوستی استفاده میشد.

رنگ های گرم شادابی و راحتی رو القا میکنن و باعث میشه فضا کوچیکتر به نظر برسند چون رنگ های گرم ایجاد حس راحتی در افراد میکنند و باعث فعال شدن مغز میشوند. در فضاهای خیلی بزرگ، رنگ گرم باعث ابهت فضا میشود و با رنگ های خنثی ترکیب زیبایی بوجود میاورد. به عنوان مثال رنگ قرمز در آزمایش های انجام شده بر روی افراد مختلف با زمان های متفاوت نشان داده است که " سیستم عصبی را تحریک می کند. یعنی فشار خون را بالا می برد و تنفس و ضربان قلب را سریع تر می کند، بنابراین رنگ قرمز از لحاظ تأثیری که بر سیستم عصبی و بخصوص شاخه سمپاتیک سیستم خودکار عصبی دارد، یک عامل محرک به شمار می آید. از سویی دیگر، آزمایش های متشابهی که در مورد رنگ آبی سیر صورت گرفته است، نتایج معکوسی را به دست داده است، یعنی فشار خون پایین آمده و از سرعت تنفس و ضربان قلب کاسته شده است. رنگ آبی مایل به تیره (سرمه ای) تأثیری آرام بخش دارد و در شاخه پاراسمپاتیک سیستم عصبی خودکار عمل می کند." الوشر: (۱۳۸۹).

رنگ های ملایم و آرامشبخش، از خستگی افراد در محیط کار می کاهد در صورتی که محیط کاری شلوغ باشد و رفت و آمد ارباب رجوع زیاد باشد، این کارکنان نیازمند آرامش هستند پس سبز میتونه بسیار یاری رسان باشد. زرد خوشحالی رو برمی انگیزد و سبز باعث رشد طبیعت و سلامتی میشود، قرمز مترادف با انرژی و آبی اطمینان بخشاست. به عنوان مثال شهردار نیویورک تصمیم گرفت در یکی از خیابان های پرتردد در شهر از تبلیغاتی با رنگ قرمز و نارنجی تو ابعاد گسترده استفاده کند. به محض اجرایی شدن این تصمیم آمار تصادفات در این خیابون به طرز چشمگیری افزایش پیدا کرد و در نهایت با پیشنهاد مدیر زیباسازی شهر، تصمیم بر آن شد که تبلیغات خیابان به رنگ سبز و آبی تغییر پیدا کند، نتیجه شگفت انگیز بود.

جسمی با رنگ سفید، سبز روشن یا آبی روشن به لحاظ وزن ادراکی سبک تر از همان اجسام با رنگ آبی سیر یا نارنجی و سرخ به نظر می رسد. البته رنگ سیاه به طور استثناء خالی بودن را تداعی می کند. به هر حال هرچه رنگ روشن تر باشد، سبک تر به نظر می رسد، همچنین به طور مجازی، حرکت رنگ ها نیز درک می شود احساس حرارتی ما از رنگ های سرخ و نارنجی، احساس گرماست و رنگ های آبی و سبز سرد دانسته می شود شاهچراغی و پندر آبادی، | ۱۳۹۵: ۳۰۹). رنگ ها به طور کلی پر احساسات، وضعیت فیزیکی، حالات روحی و حتی مکالمات روزمره تأثیر گذار است. یعنی باعث می شود تا احساس گرم و صمیمانه و پرشور یا برعکس، سرد و توام با افسردگی و بی حوصلگی تجربه شود(کانب، ۱۳۹۳: ۱۰۵).

پس شما باید از خودتون بپرسید آیا فضا جایی برای فعالیت ذهنی هست یا جسمی و فیزیکی؟ مثلا یک موزه برای کودکان با یک موزه برای بزرگسالان فرق میکند. برای کودکان از رنگ های روشن و پر انرژی استفاده میشود تا فضا براشون کسل کننده نباشد، در عوض موزه ی بزرگسالان برای رعایت تأثیر گذاری، انتقال مفاهیم و حفظ شأن از رنگ های خنثی و به اصطلاح خاموش استفاده میشود. در ادامه به بررسی رنگ ها و نحوه ی تأثیر گذاری آنها در محیط میپردازیم:

رنگ زرد: زرد جز رنگ های اولیه و اصلی_ یا مثلث همراه است_ رنگ زرد روی هم رفته از رنگ های نورانی است_ کنایه ای از خورشید، گرما و نور داره_ رنگ ابدیت و جاودانگی استو قرآن کریم، رنگ زرد روشن رو رنگی شادی بخش نامیده (بقره ۶۹) اعصاب رو تقویت میکنه، زرد اعصاب حرکتی رو فعال و در عضلات انرژی تولید میکند. در بیشتر کشورها مفهوم شادی و خوشحالی مطلق رو دارد. نشانه پیشرفت و آغاز فعالیت هست(زرد نماد خرد است و برای محیط های آموزشی بهتر است از این رنگ استفاده شود). زرد دوستان، حافظه ای قوی دارند و زرد به شما فرصت پیشتازی میده. ماشین هایی که زرد رنگ هستند کمتر دچار تصادف میشوند چون زرد جلوتر از اون چیزی که هست خودشو نشان میده و اگر ماشین جلویی توی آینه به ماشین زرد رنگ نگاه کنه، جلوتر فرض میکنندو احساس نزدیک تر بودن پیدا میکند در صورتیکه اینطور نیست(افرادی که حافظه اونها ضعیف هست میتوانند در محیط کار یا خانه رنگ زرد رو غالب کنند ولی باید توجه شود در دراز مدت سردرد میاورد زیرا چشم رو آزار میده)

رنگ زرد در کنار مشکی حالت بازدارنده رو داره ← □ اگر به رنگ مار های سمی نگاه کنیم رنگ زرد و مشکی رو در کنار هم میبینیم یا رنگ بدن زنبور عسل، قوطی های سم معمولاً از ترکیب رنگی زرد و مشکی در بسته بندی هاشون بهره می بردند. اگر به اتوبان ها نگاه کنیم علامت های زرد رنگ رو میبینیم که در کنار خطوط اریب مشکی رنگ اومدند و وقتی این خطوط مشکی رنگ در کنار زرد بکار ببرند به شدت بازدارنده هستند و برای مشخص کردن موانع و محدودیت ها از این رنگ استفاده میشه (پس ترکیب این دو ذنگ یعنی اعتماد نکن)

پس حواسمون باشه شاید رنگی به تنهایی یک مفهوم مثلاً مثبت رو میرسونه ولی میتونه همون رنگ در کنار رنگی دیگر مفهومی کاملاً متضاد رو به ذهن القا کنه_ زرد به شدت خصلت ارتباطی دارد.

رنگ زرد در محیط کار به کارکنان کمک میکنه که از مشکلات و موانع رهایی پیدا کنند.

رنگ آبی: در طبیعت زیبا دیده می شود از این رو برای ما انسان ها آرام بخش هست. آبی در انسان احساس آرامش، راحتی و آسودگی خیال را ایجاد می کند. نشانه ی رضایت خاطر و حسن رابطه هست پس با همکاران و نزدیکان اگر در محیط کاری بتونیم آبی رو استفاده کنیم میتونیم حسن رابطه بین همکاران رو زیاد کنیم ولی حواسمون باشه چه مقدار آبی در محیط استفاده کردیم چون اینجا رنگ باعث کنده رفتار میشه در دراز. هرچیزی که در مجاورت آبی خلق بشه حس میکنی اونی که میخوای و تو ذهنت بوده نیست.

آبی ها خیلی ذهن خلاق دارن ولی از لحاظ اجرایی شاید یکم لنگ بزنن. مزه آبی شیرین هست. پرسپکتیو رو بهم میریزه و خاصیت عمق بخشی داره.

(کارمندان که یکدست فرم آبی پوشیدن، قابل اعتماد تر و مطمئن تر از کارمندان که یکدست خاکستری پوشیدن به نظر میایند)

در رستوران ها نباید خیلی از این رنگ استفاده کرد چون اشتهای انسان رو کم میکند. اگر فشار بالایی هستین این رنگ کمک میکنه به تنظیم فشار خون شما. اگر در بسته بندی محصولات غذایی بیاد جذابیت محصول رو کم میکند.

چون در آمریکا آبی نشانه صداقت و امانت است در نماد بانک های آمریکایی از رنگ آبی استفاده زیادی میشود.

این رنگ در وسایل کاهش دهنده وزن مناسب است که استفاده بشود. این رنگ مناسب شرکت های مسافرتی شرکت آب، دفتر پزشکان، داروخانه ها، فروشندگان لوازم پزشکی، بیمه ها، بسته بندی لوازم کاهش وزن و روانشناساست. آبی ضربان قلب رو کم میکنه پس برای شغل هایی که خیلی انرژی زا هستند کاربرد داره_ اگر نگاه کنید بیشتر بیمه های ایران آبی هستند چون میخواد حس اعتماد کردن رو به طور ناخودآگاه ترغیب و القا کنه. برای محیط بیمارستان آبی سودمنده چون اتاق های آبی با شیشه های آبی روی بیماران تاثیر مثبتی میزاره هم از لحاظ تسکین و کاهش درد و هم آرامش.

این رنگ برای محیط هایی که فعالیت بدنی زیاد دارند و معمولاً خسته میشن میتونه خستگی رو کاهش بده. خستگی روانی و جسمی کارمند رو کاهش میده. بسیاری از دفتر ها، انواع طرح های آبی رو بکار میگیرند برای اینکه رضایت کارمندان آن بدست بیارن. به کارمندان کمک میکنه متمرکز تر کارشونو انجام بدن و یک محیط آرام و بی دردسر رو برای کارمندان بوجود بیاره

رنگ قرمز: رنگ عشق، خطر، نیرو و نشاط است. مرتبط با مربع هست. نشانه امید به زندگی، شجاعت، خشم و برانگیختگی است. برای پوستر و کارت ویزیت معجزه می‌کند. این رنگ هدایتگر است.

(ازمایش فوتبال که یک تیم تو رختکن آبی بود، یک تیم تو رختکن قرمز) قرمز خون سازه، افرادی که فشار خون پایینی دارند و این روی شغلشون و عملکردشون اثر بدی می‌ذاره از این رنگ استفاده کنن در وسایل و لباسهاشون قرمزها خلاقن، پر از ایده هستن ولی تا دلتون بخواد کار ناتمام دارن.

اگر رستوران ها و فست فود ها میخوان فروش بالایی داشته باشن دیوار هارو این رنگ کنن چون اشتها اوره خصوصا اگه کنار نارنجی بکار بره، اگه این رنگ رو استفاده کنن باید آمادگی اینو داشته باشن که مشتری هاشون دوبرابر غذا بخورن.

کاربرد این رنگ در اتاق های کودک باعث بی خوابی میشه. قهوه در فنجان قرمز گرمتر از قهوه در فنجان آبی به نظر میرسه. قرمز اولین رنگی است که شما در تاریکی میبینی و در فاصله زیاد به خوبی دیده نمیشود. اگر میخوايد خلاق بشید یک صفحه قرمز رنگ عمودی رو کنار اتاق کارت بزار.

رنگ قرمز در محیط کار باعث افزایش رقابت بین پرسنل میشه و اینکه محیط هایی که فعالیت بدنی کم دارن بهتره از طیف رنگی قرمز و نارنجی در رنگ امیزی دیوار ها و ابزار ها استفاده کنن که از کسل شدن نجات پیدا کنن. معمولا در اتاق های کنفرانس که افراد باید درمورد مسائل مختلف صحبت کنن تا به ایده های جدید دست پیدا کنن، این رنگ تحرک کافی رو در فضا ایجاد خواهد کرد اگر نارنجی هم در کنارش استفاده بشود میتونه مکالمه هارو به جریان بندازد. اگر بخواهیم احساس رقابت و باروری اقتصادی رو در محیط کار بالا ببریم سعی کنیم در ساعات اولیه صبح از رنگ قرمز برای پرسنل استفاده کنیم.

رنگ سبز: رنگ ثنویه هست. آرامش بخش هست. برای اتاق های مطالعه و کتاب خانه ها مناسبه چون رنگ استاندارد مطالعه است. رنگ سبز در قرآن کریم رنگ بهشتی است، سبزی لباس ها و فرش های بهشتی سبز رنگ از مواردی است که قرآن یاد میکند (سوره کهف) (سوره الرحمن): این در حالی است که بهشتیان بر تخت های تکیه زدند که با زیباترین پارچه های سبز رنگ، پوشیده شده است) رنگ سبز نماد حیات و جاودانگی، ایمان و کمال است و در سوره مبارکه الرحمن، کوچک ترین ایه قرآن وجود دارد آیه ۶۴ (مدهامتان: به معنای دو برگ سبزه) که از ویژگی های بهشت عنوان شده علامه طباطبایی درباره ی این آیه میفرماید: الا دهیام من الدهمه به معنای شدت رنگ سبز است به صورتی که به سیاهی میزند و آن اوج طراوت و شادمانی است، شاید بتونیم رنگ یشمی رو مطابق اون بدونیم. رنگ آبی و سبز خستگی رو کاهش میدن، پس میشه گفت در اتاقک های استراحت در موسسات و سازمان ها این رنگ ها رو بکار ببریم تا خستگی از تن پرسنل بیرون بره. سبز روی شنوایی تاثیر میذاره و شنوایی رو مختل میکنه برای همین کارخانه جات بافندگی که ماشین الاتشون دارای سروصدای زیاد هست رو سبز میکنن تا سروصدای کمتری حس کنن پرسنل. کارمندانی که با سروصدای زیاد در محیط کار آزار میبینن در اتاق سبز رنگ، ساعات بیشتری رو میتونن به راحتی کار کنن و راندمان کاریشون به این طریق بالا بره. از سویی سبز تیره رنگ خلصه اوری هست به خاطر همین در اتاق جراحی از این رنگ در لباس پزشک و کادر جراح استفاده میشود و اتاق هایی که به این رنگ هستند بیشترین تاثیر رو دارن، از سویی این رنگ ضد خونریزی است. سبز نشانه حرکت رو به جلو است همچنان که ما در چراغ راهنمایی و رانندگی میبینیم. ولی محصولات سبز رنگ معمولا فیک به نظر میرسن خصوصا سبز راه راه بسیار ناامن به نظر میرسد. برای بسته بندی محصولات کشاورزی اشکالی نداره ولی دیگه محصولات معمولا از این رنگ استفاده نکنن بهتره رنگ لباس نظامیان معمولا سبز تیره است چون رنگ سلطه و قدرت است و این روحیه رو در افراد نظامی قوت میبخشه، رنگ سبز چون استرس کارمند رو کاهش میده و خستگی چشم رو ازبین میبره، خصوصا در مواجهه با کار با لپ تاپ باعث کارامدی بالای کارمندان میشه. رنگ سبز در ابزار و دیوار ها برای افزایش جسوری و بالا بردن قدرت تحمل کارکنان به خدمت گرفته می‌شود.

نارنجی: نشانه طراوت، شادی، گرمی، اشتیاق، علاقه زیاد و جدیت در کار است. اگر کارکنانی می‌خواهیم که در کارشون جدیت و تلاش خستگی ناپذیر داشته باشن، بهتره اتاق کارشونو با مقداری از رنگ نارنجی بپوشانیم. نارنجی دستگاه عصبی رو تحریک میکنه و محرک اشتهاست، برای همین اکثرا پفک ها و تنقلات این مدلی در بسته بندی های نارنجی رنگ هستن و اثر

شدیدی روی جذاب کردن و فروش محصولات غذایی داره. رنگ نارنجی بسیار حافظه رو تقویت میکنه رنگ نارنجی اگر در بسته بندی مواد قرار بگیره، این اطمینان رو به مشتری میده بصورت ناخودآگاه که کیفیت این محصول عالی است. اگر رژیم داری طرف این رنگ رو چون شدت اشتها آورده. رنگ نارنجی برای کدوم یک از سازمان ها به کار بره؟ برای مرکز ترک اعتیاد، چون این افراد رو که دچار کندی رفتار هستند بهبود میبخشه. نارنجی رنگ امیده. ساعت بیولوژیک بدن رو تنظیم میکنه. افرادی که دچار بی خوابی هستند رو بهبود میده. باعث بهتر شدن ضعف های عضلانی میشه و چشایی و بویایی رو بهبود میبخشه. رنگ نارنجی برای محیط هایی که فروش در آنجا انجام میگیرد و به شرط ترکیب با سفید، سود بخش خواهد. همچنین در ترکیب با سیاه داری متانت شده و محیط کاری گرم و امروزی رو بوجود می آورد.

رنگ بنفش: بنفش ارغوانی، نشانه تشریفات و شکوه هست. این رنگ نشانه ی دلتنگی برای میهن هست، چون این رنگ در طبیعت کم استفاده میشه، پس اگه میخوایم محصولات طبیعی و غذایی رو بسته بندیش و طراحی کنیم باید با احتیاط از این رنگ استفاده کنیم. لئوناروداوینچی معتقد بود که رنگ ارغوانی قدرته تفکره انسان را تا ۱۰ برابر افزایش میده. این رنگ چون قدرت تخیل کودک رو بالا میبره میشه در کلاس های خلاقیت و آموزشی_هنری کودکان از این رنگ بهره برد، ولی باید حواسمون باشه اگر این رنگ به مقدار زیاد در محیط اطراف ما باشه یا تو لباس هامون، می تونه مارو مالخولیایی بکنه خانوما بیشتر از آقایون طرفدار این رنگ هستند بخاطر همین خانوم ها معمولا وسواسی ترن. بنفش قرمز، مالخولیایی و ماورایی و خیال پردازانه هست.

اگر شخصیت های کارتونی جادوگر یا ملکه بدجنس رو از انیمیشن های دوران کودکیمون به یاد بیاریم، اکثرا از لباس به این رنگ استفاده شده در پوشش کاراکتر. رنگ سوزن هم هست. استفاده از رنگ بنفش باعث میشه که سازمان بجای اینکه در گذشته بماند رو به آینده حرکت کنه. بعضی ها نیز رنگ بنفش رو نشانه روحیه لطیف و زیبا پسندی میدانند. اگر پرسنل از نظر سنی در رده میان سال قرار دارن، رنگ بنفش کمک میکنه تا بازدهی انها افزایش پیدا کنه. رنگ های گروه گار شامل: رنگ قرمز، زرد و سبز هست، که ابی غیرفعال و آرامش دهندهست و با کار و فعالیت ارتباطی ندارد. سبز، موجب نرمش پذیریه افراد میشه و میتونه با پرسنل روابط بهتری داشته باشه. قرمز، نیروی اراده رو بوجود میاره و این نیرو خواهان عملکرد و کارایی هست. زرد، باعث لذت ارادی از شغل شده و به کارکنان توانایی پیشبینی وضع خود و نتایج فعالیت هاشون در آینده میده و شخص رو وادار به تفکر میکنه.

صورتی: رنگی بسیار زنانه است. می تونه حس آرامبخش رو به کارکنان تزریق کنه ولی با این حال مناسب محیط کار حرفه ای نیست. رنگی نارس هسترنگ شوخ طبیعیه.

خاکستری: رنگی است آزاد از نظر هرگونه محرک یا گرایش درونی. نه اضطراب افزین است و نه آرام بخش. باعث میشه چشم و اعصاب دچار خستگی و ملالت نشوند زیرا اعصاب چشم اجباری ندارند که بماند. رنگ های آبی، سبز و خاکستری تعدیل کننده روحی و روانی انسان هست و در نهایت تامین کننده سلامت چشم و مقابل جسم و روح انسان استو یعنی خداوند در طبیعت حکمتی داشته که بیشترین رنگ در طبیعت از آن آبی سبز و خاکستری است ولی رنگ خاکستری در محیط کار در دراز مدت میتونه نوعی بی تفاوتی برای کارمندان رو القا بکنه چون القا کننده گوشه گیری، بی تفاوتی و عدم فعالیت است. کارخانجات صنعتی و هرچیزی که مربوط به صنعت باشه با این رنگ مشخص میشه.

سفید: علامت پاکی است دلگشا و روحانی است در اسلام پوشیدن لباس سفید بسیار توصیه شده است. پیامبر اکرم میفرماید، در جامعه سفید بپوشند که آن نیکو ترین و پاکیزه ترین رنگ هست_ رنگ معنویت و سادگی است انتخاب خوبی برای دندان پزشکی، امکانات پزشکی، آشپزخانه ها، نانواپی ها، فروشگاه های وسایل بهداشتی و خشکشویی ها و خدمات بهداشتی و پزشکی است.

سیاه: رنگی بی تحرک، ساکت و ساکن است و غیر محرکه تحریک روانی و جسمانی دارد و باعث کاهش فعالیت میشه. سستی و کندی رو به دنبال داره. غم میاره و متاثر کننده است

رسمی و مرموز است. مشتریان رو از بروز شدن با فناوری باز می‌دارد. این رنگ انتخاب خوبی برای فروشگاه‌های موسیقی، حقوق دانان، حسابداران و لوازم الکترونیکی و لاستیک فروشی هاست. از سویی رنگه سیاه دوستان، به شخصیت اطرافیان خود احترام می‌زنند. همچنین عقاید و نظرات دیگران را به آسانی می‌پیزیرند. کلا رنگ سیاه و خاکستری در دراز مدت باعثه افسردگی پرسنل میشه و بهره وری اون هارو کاهش میده.

نتیجه گیری

همواره انسان موجودی است که تلاش می‌کند با محیط پیرامونی خود ارتباط برقرار کرده و علاوه بر تأمین نیازهای خود، موجب تغییر و تحول در آن شود، بنابراین انسان از یک جهت تحت تأثیر شرایط محیطی قرار می‌گیرد و از سوی دیگر، با توجه به نیازها، ارزش‌ها و اهداف خود محیط را دگرگون می‌کند. همانطور که محیط شکل دهنده و محدود کننده رفتارهاست، برنامه ریزی مناسب برای اطمینان از حداکثر کارایی و رشد ضروری است (خاک زند و آقابرگی، ۱۳۹۲).

مطالعات نشان می‌دهد که محیط‌های یکنواخت، القا کننده اضطراب و نگرانی بوده و در نتیجه باعث می‌شود تا تمرکز فرد کاهش یابد. از این رو استفاده از رنگ‌های مناسب در محیط، زمینه را برای تبدیل یک محیط استرس زا و کسل کننده به محیط آکنده از احساسات مثبت، خوشایند و محرک مهیا می‌کند. رنگ به عنوان عنصر تفکیک ناپذیر در طبیعت معماری، تأثیر زیادی بر کاربران فضا دارد (کریمی و عطارحسینی، ۱۳۹۵). با توجه به بررسی‌ها و تحقیقات انجام شده، این پژوهش به دنبال آن است که تأثیر رنگ را در ارتقای رشد خلاقیت کودکان کم توان ذهنی نشان دهد، پس می‌توان با ایجاد محیطی معمارانه و روانشناسانه، محیط معماری را با روانشناسی و نیازهای کودک کم توان ذهنی تلفیق کرده و در آن مشکلات رفتاری و تنش‌ها و آسیب‌ها را حل نمود و در بهبود و بالا بردن توان این کودکان کمک می‌کند.

رنگ‌هایی که ما برای محیط اطراف خود استفاده می‌کنیم، به طور مستقیم و غیرمستقیم بر رفتار ما تأثیر می‌گذارد یعنی از یک طرف بر رفتار خود ما و از طرف دیگر بر رفتار افرادی که با آنها سر و کار داریم. این که رنگ‌ها از یک طرف بازتاب و بیانگر احساس ما هستند و از طرف دیگر احساس خاصی را در ما بر می‌انگیزند نشان از پویایی ارتباطی دارد که مابین حواسها و نیازهای عاطفی ما و یک رنگ به خصوص برقرار می‌شود. رغبت به رنگی خاص و عدم تمایل به رنگی دیگر در رابطه با گرایش‌های شخصیتی و یا برخی ویژگی‌های روحی قرار دارد و از دنیای درون انسان خبر می‌دهد، لذا رنگ دلخواه رنگی است که تأثیر مفید و رضایت بخشی روی انسان می‌گذارد و در جایی که آن رنگ وجود دارد با علاقه فراوان فعالیت می‌کند، در پایان به این نتیجه میرسیم که رنگ تأثیر بسیار زیادی در زندگی، شخصیت و روحیه افراد دارد و توجه به رنگ‌هایی که افراد ایجاد می‌کنند ما را به روحیه آنها راهنمایی می‌کند. در این زمینه تست‌های رنگ بسیاری است که از نظر روانشناسی صورت می‌گیرد که به نظر تست ترکیب رنگی نتیجه دقیق تری را ایجاد می‌کند. در کل آدمی به رنگ‌ها علاقه نشان می‌دهد و در محیط بی رنگ عکس العمل جالبی را نشان نمی‌دهد و به طور کلی رنگها در تمام احوال و زمانها توجه انسان را جلب نموده و می‌نماید. انسان می‌کوشد تا اسرار و رموز آن را بشناسد و در زندگی خود بکار ببرد و منبع الهامات آن طبیعت است. بین ترکیبات رنگی که افراد به اراده و سلیقه خود ایجاد می‌کنند و ویژگی‌های شخصیتی و رنگهای ذهنی فرد ارتباط مستقیمی وجود دارد. انسانها علاقه بسیاری به ترکیبات رنگی چهره و ظاهر خود می‌باشند و که می‌توان آن را خود دوستی نامید. از سویی دیگر، رنگهایی وجود دارد که نشان دهنده رنگهای ذهنی و شخصیتی فرد است و روحیه وی را نشان می‌دهد.

منابع:

- ایتن، یوهانس (۱۳۸۰) هنر رنگ، ترجمه عربعلی شروه، تهران: انتشارات یساوولی، چاپ پنجم.
- توفیرت، ارنست (۱۳۸۶) مطالعات معماری نویفرت، ترجمه کورش محمودی، تهران: نشر آینده سازان - شهر آب، چاپ چهارم.
- حسینی راد، عبدالمجید (۱۳۸۱) مبانی هنرهای تجسمی، تهران: شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران.
- خاک زند، مهدی و آقابرگی، کوروش (۱۳۹۲) معماری فضاهای آموزشی کودکان استثنایی به عنوان بخشی از جامعه ایرانی، همایش ملی معماری و شهرسازی - انسان گرا، قزو، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزو.
- ریاضی، زهرا (۱۳۸۰) تأثیرات رنگ و فرم در گرافیک محیطی مهد کودک، کتاب ماه هنر، شماره ۰۳۳، صص ۴۴-۴۳.

کسرابی، فریدون (۱۳۸۷) چهل کلید رنگ در معماری داخلی، تهران: نشر ایرا، چاپ اول.
محمودی، کوروش، شکیبامنش (۱۳۸۴) اصول و مبانی رنگ شناسی در معماری .
مسیب، استوار، (۱۳۹۱)، رنگ، انتشارات رازنامه