



BRANDAFARIN JOURNAL OF MANAGEMEMNT

Volume No.: 3, Issue No.: 47, Feb 2024

P-ISSN: 2717-0683 , E-ISSN: 2783-3801

The effect of color psychology on cognitive development studies

Abstract:

The present research was carried out with the purpose. The research method was descriptive and analytical; In order to collect the necessary data to achieve the goals of the research, the available sources related to the research topic were taken and the resulting information was analyzed with qualitative methods. This article is a brief description of the background and history of psychology and color psychology, conceptually in this field has reviewed then the concept of color; Psychology and cognition in the science of psychology have been deeply investigated as a branch of human knowledge, and then the concept of color psychology and its effectiveness in the path of cognitive development have been expressed in the path of scientific studies and the opinions of scientists and elders. At the end of the article, a summary of various educations on color psychology and its impact on cognitive development is presented.

Keywords: psychology, color, cognitive development studies.

تأثیر روانشناسی رنگ در مطالعات رشد شناختی

فاطمه صابریان¹

چکیده:

پژوهش حاضر با هدف صورت گرفته است. روش پژوهش توصیفی تحلیلی بوده است؛ به منظور گردآوری داده‌های لازم برای نیل به اهداف پژوهش، از منابع موجود و مرتبط با موضوع پژوهش فیش‌برداری شد و اطلاعات حاصل با شیوه‌های کیفی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. این مقاله، توصیف مختصر سوابق و تاریخچه روانشناسی و روانشناسی رنگ، را بصورت مفهومی در این زمینه را مرور کرده است. سپس مفهوم رنگ؛ روانشناسی و شناخت در علم روانشناسی را به‌عنوان شاخه‌ای از دانش بشری را مورد بررسی عمیق قرار داده است و سپس مفهوم روانشناسی رنگ و اثر بخشی آن در مسیر رشد شناختی در مسیر مطالعات علمی و نظریات دانشمندان و بزرگان بیان شده است. در پایان مقاله، جمع‌بندی مطالب در مورد آموزش‌های گوناگون از علم روانشناسی رنگ و تأثیر آن بر رشد شناختی ارائه شده است.

کلمات کلیدی: روانشناسی، رنگ، مطالعات رشد شناختی.

مقدمه:

روانشناسی رنگ²، به مطالعه رنگ‌ها و ارتباط آن با رفتار انسان گفته می‌شود. هدف آن بررسی نحوه تأثیر رنگ بر تصمیمات روزمره است. آیا رنگ لباس ما را مجبور به خرید می‌کند؟ آیا رنگ یک محصول باعث می‌شود که آن برند را بر دیگری ترجیح دهیم؟ باید بگوییم که بله؛ رنگ‌ها در تصمیمات روزمره ما تأثیر دارند، اما دلیل آن کمی پیچیده است. اگر تا به حال نقاشی کرده باشید، متوجه شده‌اید که چگونه می‌توان رنگ‌های خاصی را با ترکیب دو یا چند رنگ ایجاد کرد. روان‌شناسان معتقدند با توجه به ترکیب رنگ‌ها و گسترش تعداد آن‌ها روانشناسی رنگ یک حوزه توسعه‌یافته است. در حال حاضر در رابطه با تأثیر رنگ بر عملکرد روانی، کارهای نظری و تجربی کمی انجام شده است. هر چند تحقیقات زیادی در این رابطه انجام نشده است اما این روزها روانشناسی رنگ به موضوع داغی در بازاریابی، هنر، طراحی و سایر زمینه‌ها تبدیل شده است. روان‌شناسان و متخصصان تحقیقات و مشاهدات مهمی در مورد روانشناسی رنگ و تأثیر آن بر احساسات انجام داده‌اند. احساسات شما در مورد رنگ‌ها اغلب شخصی است و ریشه در فرهنگ یا تجربه شما دارد. به‌عنوان مثال رنگ سفید در بسیاری از کشورهای غربی نشان پاک‌ی و بی‌گناهی است. اما در کشورهای آسیای شرقی به‌عنوان نماد عزاداری شناخته می‌شود.

تاریخچه روانشناسی رنگ

در سال 1666، سر آیزاک نیوتون، دانشمند انگلیسی کشف کرد که وقتی نور خالص سفید از منشور عبور می‌کند، به تمام انواع رنگ‌های قابل مشاهده تفکیک می‌شود. نیوتون همچنین دریافت که هر رنگ از یک طول موج منفرد ساخته شده است و دیگر نمی‌توان آن را به رنگ‌های دیگری تفکیک کرد. آزمایشات بیشتر نشان داد که نور می‌تواند برای تشکیل رنگ‌های دیگر ترکیب شود. به عنوان مثال، نور قرمز مخلوط با نور زرد رنگ نارنجی ایجاد می‌کند. بعضی از رنگ‌ها مانند سبز و سرخابی وقتی مخلوط می‌شوند یکدیگر را لغو می‌کنند و منجر به تولید نور سفید می‌شوند. اگر تا به حال نقاشی کرده‌اید، پس احتمالاً متوجه شده‌اید که چگونه می‌توان رنگ‌های خاصی را مخلوط کرد و رنگ‌های دیگری بدست آورد. متاسفانه تاکنون آزمایشات نظری یا تجربی اندکی در مورد تأثیر رنگ بر عملکرد روانشناختی انسان انجام شده است. علی‌رغم عدم تحقیقات عمومی در این زمینه، مفهوم روانشناسی رنگ به موضوعی داغ در بازاریابی، هنر، طراحی و سایر حوزه‌ها تبدیل شده است (ویک و همکاران؛ 2015).

Email: fsaberian98@gmail.com

¹ - دارای مدرک MBA از موسسه‌ی آموزش عالی ترجمان علوم.

² Color Psychology

تحقیقات جدید در مورد شناخت ویژگی رنگها

بسیاری از روان‌شناسان به رنگ درمانی با شک و تردید نگاه می‌کنند و معتقدند که تأثیرات فرض شده در مورد رنگها بسیار اغراق‌آمیز است. همچنین رنگها در فرهنگ‌های مختلف معانی متفاوتی دارند. تحقیقات در بسیاری از موارد نشان داده است، تأثیرات خلقی رنگها می‌تواند موقتی باشد. یک اتاق آبی در ابتدا می‌تواند باعث حس آرامش شود، اما این اثر پس از مدت کوتاهی از بین می‌رود. با این حال تحقیقات موجود نشان داده است که رنگ می‌تواند از راه‌های مختلف روی افراد تأثیر بگذارد. البته یک سری روانشناسی‌ها مانند روانشناسی رنگ چشم وجود دارد که هیچ‌گونه اعتباری نداشته و متخصصان آنها را به کلی رد می‌کنند. در یک مطالعه قرص‌های دارونما با رنگ گرم مؤثرتر از قرص‌های دارونما با رنگ سرد گزارش شده است. بر اساس شواهد چراغ‌های خیابان با رنگ آبی می‌توانند منجر به کاهش جرم شوند. رنگ قرمز باعث می‌شود افراد با سرعت و نیروی بیشتری واکنش نشان دهند. به گفته محققان این مورد می‌تواند در طول فعالیت‌های ورزشی مفید باشد. -دانش‌آموزانی با لباس مشکی بیشتر مجازات می‌شوند. علاوه بر دانش‌آموزان، این ویژگی منفی در رابطه با بازیکنان فوتبال هم صدق کرده است (زارعی و همکاران، 1400).

رنگ چیست؟

در سال ۱۶۶۶، اسحاق نیوتن، دانشمند نامدار انگلیسی، کشف کرد که چنانچه نور خالص سفید از یک منشور عبور داده شود، به رنگ‌های قابل رؤیت تجزیه می‌شود. نیوتن همچنین کشف کرد که هر رنگ از یک طول موج منحصر به فرد تشکیل شده و قابل تجزیه به رنگ‌های دیگر نیست. آزمایش‌های بعدی نشان داد که با ترکیب نورها می‌توان رنگ‌های مختلف را ایجاد کرد. برای مثال، نور قرمز در ترکیب با نور زرد، رنگ نارنجی را به وجود می‌آورد. رنگی که بر اثر ترکیب دو رنگ دیگر به وجود آید را ترکیبی می‌گویند. بعضی از رنگها، مثل زرد و ارغوانی، در صورت ترکیب شدن، همدیگر را خنثی می‌کنند و نور سفید می‌سازند. این رنگها را نیز رنگ‌های مکمل می‌نامند. "رنگ" یک ابزار ارتباطی بسیار قوی است و می‌تواند اثرات بسیاری بر رفتار افراد بگذارد. حس بینایی، همواره برای کسب اطلاعات درباره جهان پیرامون قوی‌ترین حس انسان به شمار می‌رود. رنگها در زندگی همه ی افراد حضور فعال و مؤثری دارند و به همین جهت از مهم‌ترین عناصر دیداری به حساب می‌آیند که دارای بار احساسی و عاطفی هستند. رنگها سبب می‌شوند تا بتوانید به درک محیط، کسب اطلاعات و جهت یابی بپردازید و با محیط پیرامون ارتباط بیشتری برقرار کنید. این علم، یک شاخه جداگانه از روانشناسی نیست بلکه در میان زیر مجموعه‌های مختلف روانشناسی، می‌تواند بخشی از روانشناسی شناختی باشد (جیسون، 2018).

اهمیت روانشناسی رنگها :

تأثیر رنگها از نظر روانشناسی در دکوراسیون داخلی منزل شما موضوع اصلی این مقاله ی مجموعه زد دیزاین برای استفاده از رنگهاست، روانشناسی رنگ به معنی مطالعه تأثیرگذاری رنگ‌های موجود در محیط بر ذهن و حالات روحی افراد است. اهمیت روانشناسی رنگها از این منظر است که می‌توان از رنگها به عنوان عامل کمکی در درمان بیماری‌های مختلف، ایجاد تغییرات مثبت در فکر، ذهن و جسم، تنظیم اهداف شغلی با کاهش استرس شغلی و ارتقاء مهارت‌های ارتباطی استفاده کرد. روانشناسی رنگ همچنین به شکلی گسترده در بازاریابی و مسائل تجاری استفاده می‌شود. بسیاری از بازار یابان، رنگ را به عنوان بخش مهمی از بازاریابی می‌شناسند، زیرا از رنگ می‌توان برای نفوذ بر مصرف کنندگان از طریق کالاها و خدمات استفاده کرد. به همین دلیل است که شرکتها هنگام تصمیم گیری درباره لوگوی برند خود، با توجه به زمینه کسب و کارشان و یا معنا و مفهومی که می‌خواهند به جوامع هدف برسانند، از یک ترکیب رنگی خاص استفاده می‌کنند (قاسمی، 1399).

اهمیت روانشناسی رنگها از این منظر است که می‌توان از رنگها به عنوان عامل کمکی در درمان بیماری‌های مختلف، ایجاد تغییرات مثبت در فکر، ذهن و جسم، تنظیم اهداف شغلی با کاهش استرس شغلی و ارتقاء مهارت‌های ارتباطی استفاده کرد. روانشناسی رنگ همچنین به شکلی گسترده در بازاریابی و مسائل تجاری استفاده می‌شود. بسیاری از بازار یابان، رنگ را به عنوان بخش مهمی از بازاریابی می‌شناسند، زیرا از رنگ می‌توان برای نفوذ بر مصرف کنندگان از طریق کالاها و خدمات استفاده کرد. به همین دلیل است که شرکتها هنگام تصمیم گیری درباره لوگوی برند خود، با توجه به زمینه کسب و کارشان و یا معنا و مفهومی که می‌خواهند به جوامع هدف برسانند، از یک ترکیب رنگی خاص استفاده می‌کنند (زارعی و همکاران، 1400).

روانشناسی رنگ و ارتباط بین رنگ و روان افراد

روانشناسی رنگ برای مدت طولانی مورد استفاده قرار گرفته شده است تا احساسات مورد نظر را در افراد ایجاد نماید. با این حال، چگونه مردم تحت تاثیر محرک‌های مختلف رنگ هستند؟ چگونگی این امر از فردی به فرد دیگر متفاوت است. برای مثال شواهدی وجود دارد که انتخاب رنگ ممکن است به دمای محیط بستگی داشته باشد. افرادی که سرمایی تر هستند، رنگ‌های گرم مانند قرمز و زرد را ترجیح می‌دهند در حالی که افرادی که گرمایی هستند رنگ‌های سرد مانند آبی و سبز را ترجیح می‌دهند. چند مطالعه نشان داده است که پس زمینه فرهنگی هم دارای تأثیر قوی بر انتخاب رنگ است. این مطالعات نشان داده است که افرادی که از یک منطقه هستند (بدون در نظر گرفتن نوع نژاد) انتخاب رنگ مشابهی دارند. همچنین، بدون توجه به نژاد، یک منطقه ممکن است انتخاب متفاوت دیگری را نسبت به منطقه دیگری (به عنوان مثال، یک کشور دیگر یا یک منطقه متفاوت از یک کشور) داشته باشند. یک مطالعه توسط روانشناس اندرو الیوت انجام شده است تا ببیند آیا رنگ لباس می‌تواند زنان را به نظر جذاب تر کند. او متوجه شد که زنان با لباس‌هایی به رنگ قرمز به طور چشمگیری جذابیت بیشتری نسبت به زنان دیگر دارند. مطالعات نشان داده است که ترجیح مردان در میان رنگ‌ها برای زنان، رنگ قرمز است (جیسون؛ 2018).

رنگها و تفاوت های فرهنگی

علیرغم تفاوت‌های متقابل فرهنگی در مورد "معانی" رنگ‌های مختلف، یک مطالعه نشان داده که شباهت‌های متقابل فرهنگی وجود دارد که در آن افراد احساسی به رنگ‌های خاصی علاقه مند هستند؛ به عنوان مثال رنگ قرمز به عنوان رنگی قوی و فعال. بنابراین به طور کلی رنگ‌ها ابزار روانشناختی قدرتمند هستند. با استفاده از روانشناسی رنگ، می‌توانید پیام مثبت یا منفی ارسال کنید، فروش خود را تقویت کنید، یک جمعیت را آرام کنید یا فضایی متشنج ایجاد کنید. چهار رنگ اصلی - قرمز، آبی، زرد و سبز وجود دارد. آن‌ها به ترتیب به جسم، ذهن، احساسات و ذات مربوط می‌شوند. در ادامه تاثیر رنگ‌ها از نظر روانشناسی با جزئیات بیشتری بررسی شده و خواص روانشناسی ده رنگ پایه آورده شده است.

تأثیر رنگ بر عملکرد انسان

مطالعات همچنین نشان می‌دهند که رنگ‌های خاص می‌توانند بر عملکرد انسان تأثیر بگذارند. یک مطالعه نشان داد که دیدن رنگ قرمز قبل از امتحان باعث آسیب به عملکرد افراد در آزمون می‌شود. در حالی که رنگ قرمز اغلب تهدیدکننده یا هیجان‌انگیز توصیف می‌شود، اما بسیاری از مطالعات قبلی در مورد تأثیر رنگ قرمز تا حدی بی‌نتیجه بوده است. این مطالعه نشان داد که قرار گرفتن دانش‌آموزان در معرض رنگ قرمز قبل از امتحان تأثیر منفی بر عملکرد آنها دارد. در اولین آزمایش در این مطالعه، قبل از شرکت در آزمون به ۷۱ دانش‌آموز شماره‌هایی به رنگ قرمز، سبز یا سیاه نشان دادند. نتایج نشان داد که دانش‌آموزانی که قبل از آزمون شماره‌ای با رنگ قرمز دریافت کرده بودند، حدود ۲۰٪ کمتر از افراد با شماره سبز و مشکی امتیاز کسب کردند.

استفاده از رنگ به عنوان درمان

چندین فرهنگ باستانی از جمله مصری‌ها و چینی‌ها از کروموتراپی یا رنگ‌درمانی برای درمان استفاده می‌کردند. گاهی به کروموتراپی نوردرمانی یا رنگ‌شناسی هم گفته می‌شود. هنوز هم از رنگ‌شناسی در درمان استفاده می‌شود. در این نوع درمان رنگ‌ها کاربردهای زیر را دارند. -رنگ قرمز برای تحریک بدن و ذهن و افزایش گردش خون استفاده می‌شود. -تصور می‌شود که رنگ زرد باعث تحریک اعصاب می‌شود. -نارنجی برای التیام ریه‌ها و افزایش سطح انرژی کاربرد دارد. -اعتقاد بر این است که رنگ آبی بیماری‌ها را تسکین می‌دهد و درد را آرام می‌کند. -تصور می‌شود رنگ‌هایی با طیف نیلی مشکلات پوستی را کاهش دهند.

اثرات روانی رنگ

به‌طور کلی ادراک رنگ تا حدودی ذهنی است. اما برخی رنگ‌ها معنای جهانی دارند. طیف رنگ‌های موجود در ناحیه قرمز رنگ‌های گرم شناخته می‌شوند و شامل قرمز، نارنجی و زرد است. این رنگ‌ها حسی از گرما و راحتی تا احساس خشم و خصومت را برمی‌انگیزد. رنگ‌های طیف آبی به‌عنوان رنگ‌های سرد شناخته می‌شوند و شامل آبی، بنفش و سبز هستند. این رنگ‌ها اغلب به‌عنوان نماد آرام بودن شناخته می‌شوند. اما گاهی می‌توانند احساس غم یا بی‌تفاوتی را هم القاء کنند. به همین دلیل شناخت ویژگی رنگ‌ها برای انتخاب درست و اصولی آن‌ها مهم است.

تأثیرگذاری رنگ‌ها بر حالات روحی افراد

تأثیرگذاری رنگ‌های موجود در محیط بر ذهن و حالات روحی افراد است. البته این علم، یک شاخه جداگانه از روانشناسی نیست بلکه در میان زیرمجموعه‌های مختلف روانشناسی، می‌تواند بخشی از روانشناسی شناختی باشد. با وجودی که اثر رنگ‌ها تا حدودی

ذهنی است و در مورد اشخاص مختلف با جنسیت، سن و فرهنگ مختلف فرق می‌کند، اما بیشتر رنگ‌ها دارای معنی و تاثیر یگانه‌ای در سراسر جهان هستند. برای مثال رنگ‌هایی که در طیف قرمز قرار دارند به عنوان رنگ‌های گرم شناخته می‌شوند که این طیف دامنه‌اش از احساسات گرم و صمیمانه تا احساس خشم و عصبانیت متغیر است. روانشناسی رنگ‌ها و مطالعه رنگ‌ها به عنوان عواملی که بر رفتار و واکنش‌های افراد تاثیر می‌گذارد، اهمیت و جذابیت فراوانی دارد تا حدی که بعضی اوقات از تست روانشناسی رنگ‌ها برای شخصیت‌شناسی از روی رنگ مورد علاقه استفاده می‌شود. البته تست رنگ شخصیت جوابی قطعی درباره شخصیت افراد به شما نمی‌دهد، اما می‌تواند در شناخت بهتر برخی از ابعاد شخصیت مفید باشد. تاثیر رنگ بر رفتار انسان، شامل نمونه‌های بسیاری می‌شود، برای مثال رنگ بر ادراکاتی که آشکار نیستند مانند طعم غذا تاثیر می‌گذارد. رنگ‌ها همچنین می‌توانند اثر بخشی دارویی را افزایش دهند. به عنوان مثال، قرص قرمز یا نارنجی معمولاً به عنوان محرک استفاده می‌شود.

ارتباط تاثیر رنگها با فرهنگ:

مشخص شده است که احساسات شما درباره رنگ اغلب حسی و شخصی است و ریشه در تجربه یا فرهنگ شما دارد. به عنوان مثال، اگرچه رنگ سفید در بسیاری از کشورهای غربی برای نشان دادن پاکی و برائت از آلودگی استفاده می‌شود، اما در بسیاری از کشورهای شرقی به عنوان نمادی از عزاداری دیده می‌شود.

روانشناسی رنگ به عنوان روش درمان

چندین فرهنگ باستانی، از جمله مصری‌ها و چینی‌ها، از کروموتراپی یا استفاده از رنگ‌ها برای بهبودی از امراض استفاده می‌کردند. از کروموتراپی گاهی به عنوان نور درمانی یا رنگ‌شناسی نیز یاد می‌شود. امروزه از رنگ درمانی به عنوان یک درمان جامع یا جایگزین استفاده می‌شود.

روشهای رنگ درمانی به شرح زیر هستند:

- از رنگ قرمز برای تحریک بدن و ذهن و افزایش گردش خون استفاده می‌شود.
- تصور می‌شود که رنگ زرد باعث تحریک اعصاب و تصفیه بدن می‌شود.
- از پرنگ نارنجی و پرتقالی برای بهبود ریه‌ها و افزایش سطح انرژی استفاده می‌شود.
- اعتقاد بر این است که رنگ آبی بیماری‌ها را تسکین می‌دهد و درد را درمان می‌کند.
- تصور می‌شود سایه‌های نیلی مشکلات پوستی را کاهش می‌دهد.

تحقیقات مدرن در مورد روانشناسی رنگ

اکثر روانشناسان رشته رنگ درمانی را با بدبینی نظاره می‌کنند و خاطرنشان می‌نمایند که تأثیرات ظاهری رنگ اغلب اغراق آمیز بیان شده است. از آنجایی که رنگها در فرهنگهای مختلفی معانی مختلفی دارند تحقیقات در بسیاری از موارد نشان داده است که تأثیرات تغییر دهنده رنگها بر خلق و خو ممکن است موقتی باشد.

یک اتاق آبی ممکن است در ابتدا احساس آرامش ایجاد کند، اما بعد از مدت کوتاهی اثر این احساس ممکن است از بین برود. با این حال، تحقیقات روانشناسی موجود نشان داده است که رنگ می‌تواند از طریق روش‌های مختلف و شگفت‌آوری بر روی افراد تأثیر بگذارد. در یک مطالعه، قرص‌های دارونما با رنگ گرم نسبت به قرص‌های دارونما با رنگ‌های خنک موثرتر گزارش شده‌اند. با توجه به شواهد حکایت شده، چراغ‌های خیابان به رنگ آبی می‌توانند منجر به کاهش جرم شوند. رنگ قرمز باعث می‌شود افراد با سرعت و نیروی بیشتری واکنش نشان دهند و این پدیده می‌تواند در طی فعالیت‌های ورزشی مفید باشد. افراد با لباس‌های مشکی به احتمال زیاد ممکن است مورد قضاوت یا مجازات قرار گیرند؛ به عنوان مثال بازیکنان تیمی که رنگ تیره به تن دارند از کیفیت عملکردی ضعیف‌تری برخوردار هستند.

رنگ می‌تواند بر عملکرد ما تأثیر منفی یا مثبت بگذارد

مطالعات همچنین نشان داده است که برخی از رنگها می توانند در عملکرد افراد تأثیر منفی داشته باشند. در حالی که رنگ قرمز اغلب تهدیدکننده، برانگیزاننده یا هیجان انگیز توصیف می شود در یک مطالعه نشان داده شده است که دیدن رنگ قرمز قبل از شرکت در آزمون ها و درحین آزمون به عملکرد افراد آسیب می رساند.

از رنگ اتاق می توان برای برانگیختن حالات خاص روحی استفاده کرد مانند رنگ آمیزی یک اتاق خواب با رنگ سبز ملایم برای ایجاد خلق و خوی آرام و متعادل.

روانشناسی رنگ و ارتباط شخصیت افراد با رنگ اتومبیل آنها:

آیا رنگ محصولات خریداری شده توسط شما می تواند با نوع شخصیت شما ارتباط داشته باشد؟ به عنوان مثال، آیا رنگ اتومبیل خریداری شده شما می تواند به نوعی با برخی از ویژگی های اصلی شخصیت شما ارتباط داشته باشد؟ پاسخ این سوال مثبت است. ترجیحات رنگی شما برای خرید و استفاده از وسایلی که به رنگ خاصی هستند با شخصیت شما مرتبط است. سایر عوامل مانند سن و جنسیت نیز می توانند در انتخاب رنگ توسط ما تأثیر بگذارند.

سفید: رنگ سفید می تواند احساس طراوت و تمیزی را به ذهن متبادر کند. این رنگ اغلب برای برانگیختن حس جوانی و مدرنیته استفاده می شود.

سیاه: غالباً رنگ سیاه را به عنوان یک رنگ "قدرتمند" توصیف می کنند، و این موضوع می تواند دلیل این باشد که چرا محبوب ترین رنگ برای وسایل نقلیه لوکس سیاه است. مردم اغلب این رنگ را سکسی، قدرتمند، مرموز و حتی شوم توصیف می کنند.

روانشناسی رنگ نقره ای:

این سومین رنگ محبوب برای وسایل نقلیه است و با نوآوری و مدرنیته ارتباط دارد. محصولات با تکنولوژی پیشرفته اغلب نقره ای رنگ هستند، بنابراین این رنگ اغلب با چیزهای جدید، مدرن و پیشرفته مرتبط است.

قرمز: قرمز رنگ جسورانه و جلب توجه کننده ای است، بنابراین ترجیح دادن این نوع اتومبیل ها به این معنی است که شما می خواهید تصویری از قدرت، کنش و اعتماد به نفس ارائه دهید.

آبی: مردم اغلب رنگ آبی را به عنوان رنگ ثبات و ایمنی توصیف می کنند. رانندگی با اتومبیل یا SUV آبی ممکن است نشانگر اعتماد و اطمینان شما از این ماشین باشد.

روانشناسی رنگ زرد: به گفته کارشناسان، رانندگی با یک وسیله نقلیه زرد رنگ ممکن است به این معنی باشد که شما به طور کلی فرد خوشبختی هستید و شاید کمی بیشتر از یک فرد عادی برای ریسک پذیری آماده باشید.

خاکستری: کارشناسان پیشنهاد می کنند افرادی که با اتومبیل های خاکستری رنگ رانندگی می کنند تمایلی به برجسته شدن در جمع ندارند. البته، انتخاب رنگ ما علاوه بر شخصیت، اغلب تحت تأثیر عواملی از جمله قیمت، سن، شرایط اقلیمی و سایر موارد عملی است که نباید تأثیر آنها را در انتخاب رنگ ماشین نادیده انگاشت. ممکن است فردی در سنین جوانی رنگ های روشن تر و جلب توجه کننده را ترجیح دهد اما با بالا رفتن سن به سمت رنگ های تیره تر گرایش داشته باشد. افرادی که در آب و هوای گرم زندگی می کنند معمولاً وسایل نقلیه رنگ روشن را نسبت به وسایل نقلیه تاریک ترجیح می دهند. کارشناسان دریافته اند که گرچه رنگ می تواند در احساس و عملکرد ما تأثیر بگذارد، اما این تأثیرات تحت تأثیر عوامل شخصی، فرهنگی و موقعیتی است. برای درک بهتر روانشناسی رنگ به تحقیقات علمی بیشتری نیاز است. بنابراین در صورتی که مسئول مراقبت از یک بیمار یا سالمند یا کودک هستید لازم است از تأثیرات رنگها بر روحیه و خلق و خوی آنها آگاه بوده و نسبت به استفاده از رنگها در نوع پوشش یا حتی دکوراسیون اطراف شخص مورد نظر بیشتر توجه نمایید.

اصول و مبانی تأثیر رنگها از نظر روانشناسی:

رنگ و نور همواره در قالب بخش هایی اساسی از حیات ما بر روی کره ی خاکی مطرح بوده اند. یکی از نخستین آثار ثبت شده از نیروهای جادویی رنگ ها را می توان در غارهای لاسکاکس و آلتی مارا مشاهده کرد. در این نمادها نقاشی هایی تزیینی از

انواع حیوانات، زینت بخش دیوارهای داخلی شده است. نقاشان این تصاویر، نقاشی های خود را با دست ترسیم نموده و با استفاده از ساده ترین رنگ های طبیعی که در کف غارها در دسترس بود، همچون سنگ آهن قرمز و زرد، منگنز و گل سیاه، تنوع قابل ملاحظه ای از رنگ ها را در هنر خود به کار گرفته اند. بر دیواره ی غارهای لاسکاکس و آلتی مارا، رگه های درخشانی از بلور های کربنات آهک، رنگ سفیدی را برای نقاشان پیش از تاریخ فراهم آورده بود که می توانستند به کمک آن سایه های محو و عمق میدان های جالب توجهی خلق کنند. انسان ما قبل تاریخ با مشاهده دگرگونی رنگ های طبیعت، خیلی زود به اهمیت رنگ ها پی برد، در چرخه ی شبانه روز، به هنگام غروب خورشید، افق قرمز رنگ، پایان فعالیت روزانه را نشان می داد و نیاز برای فرو رفتن در امنیت غارها را به منظور دور بودن از خطرات تاریکی شب سیاه اعلام می کرد. قرمز و سیاه (مشکی!) نیز همواره به عنوان رنگ های نمادین حیات و مرگ به شمار می آمدند و نخستین بار انسان های غار نشین از این دو رنگ برای تزئین گور مردگان خود استفاده می کردند و بعد ها اخلافتان آن ها را جهت آراستن آثار هنری خویش به کار بردند. یکی از عواملی که می تواند نقش بسزایی در درک هرچه بهتر فضاهای شهری داشته باشد " رنگ " است که این رنگها را می توان در نمای ساختمانها، مبلمان شهری، کف سازی خیابانها، فضاهای سبز، اتومبیل ها، رنگ لباسهای شهروندان و بسیاری چیزهای دیگر مشاهده نمود بنابراین رنگها قادرند فضاهایی بی معنی را تبدیل به فضاهای معنادار کرده و سبب خوانایی شهرها و حتی محلات شهری گردند و احساس خوشایند و مطلوبی از شهر را در شهروندان ایجاد نمایند که این امر سبب احساس تعلق به شهر و تقویت هویت شهری و حتی محلی در شهروندان می گردد.

در گذشته رنگها را متناسب با شرایط اقلیمی و فرهنگی هر منطقه به کار می بردند مثلا در مناطق سردسیری کشور از رنگهایی گرم و در مناطق گرمسیری (کویر) از رنگهای سرد استفاده می کردند اما متأسفانه در طراحی فضاهای شهرهای امروز کمتر به تناسبات رنگی، اقلیمی و فرهنگی توجه می گردد و بهره گیری از رنگها در ساماندهی فضاهای شهری از روند متعادلی برخوردار نمی باشد و این امر سبب ظهور شهرهایی با فضاهای نامطلوب و در نهایت نارضایتی شهروندان از محیط زندگی اجتماعی شان گشته است (منتظری، 1402).

برخی از رنگها ضمن داشتن معانی جهانی دارای ابعاد ملی و خرده فرهنگی نیز هستند (معانی نمادین) این امر را می توان در مراسم آیینی و غیر آیینی هر فرهنگی مشاهده نمود برای مثال در هندوستان، عروسه های هندو شش روز قبل از برگزاری جشن ازدواجشان لباس کهنه زرد به تن می کنند تا ارواح پلید از آنها دور گردند و در مراسم ازدواج نیز هم عروس و هم کاهنی که عقد را جاری می کند لباس زرد به تن می کنند و این در حالی است که یک دختر چینی در مراسم جشن ازدواجش لباس قرمز به نماد زندگی تازه و آینده ای شاد و روشن به تن می کند البته کاربرد رنگها در مراسمهای آیینی و غیر آیینی خلاصه نمی گردد بلکه در فضاهای انسانی نیز مطرحند (میکاییلوف، 2016).

چنانچه ما فضاهای شهری را شامل فضاهای مقدس و نامقدس، فضاهای عمومی، فضاهای کارکردی (فضاهای مسکونی، کاری، اوقاف و فراغت و حمل و نقل عمومی) و فضاهای جغرافیایی بدانیم یکی از راههایی که می تواند تمایز این فضاها را به خوبی برای شهروندان مشخص و تعریف نماید کاربرد صحیح رنگها می باشد و این امر مستلزم این است که طراح و برنامه ریز شهری به خوبی با فرهنگ ساکنین یک شهر آشنایی داشته باشد و بایدها و نبایدها، ارزشها، عقاید و باورهای آنان را بشناسد و بداند چه رنگهایی برای شهروندان دارای معانی نمادین و حاوی بار ارزشی و معنایی هستند، در این صورت است که امکان طراحی فضاهایی خوانا و با قابلیت درک بصری فراهم می گردد پس بدین منظور تعامل و کنش متقابل میان طراحان شهری و انسان شناسان امری غیر قابل اجتناب می باشد و بر هر دو گروه لازم است که رنگها و ویژگیهای آنها را به خوبی بشناسند و بدین ترتیب در کنار هم و با مساعدت یکدیگر در جهت ساماندهی شهرهایی با هویت و با معنا گام بردارند. حال پس از ارائه این مقدمه به تشریح مباحث مطرح شده در این کتاب می پردازیم. مولفان مباحث مربوط به " رنگ " را در پنج فصل ارائه نموده اند که در فصل اول به تاریخچه رنگ و در فصول بعد نیز به تئوری رنگ، روان شناسی رنگها، کاربرد رنگ در دکوراسیون داخلی و کاربرد رنگ در شهرپرداخته اند. در قسمت ابتدای تحقیق، عامل گرایش انسانهای ابتدایی به کاربرد رنگها را در " طبیعت " و رنگهای موجود در آن می دانند و معتقدند که آنها با الهام از طبیعت و پدیدار شدن شب و روز رنگهایی چون سیاه و قرمز را به عنوان رنگهایی سمبلیک به کار می بردند و از این دو رنگ جهت تزئین گور مردگانشان بهره می گرفتند (میکاییلوف، 2016).

در این فصل نیز به نقش رنگها و مفاهیم نمادین آنها در مذاهب و اماکن مقدس اشاره گردیده برای مثال آورده شده در قدیم دیوارهای پکن را با قرمز و سقف های شهر را با زرد رنگ آمیزی می کردند تا نمادی از ارواح پاک و شریر باشند و در مصر باستان نیز داخل و سقف را با آبی و کف آنها را با سبز رنگ می زدند تا به ترتیب نمادی از بهشت و مرغزارهای نیل باشند (منتظری، 1402).

بخش بعدی به بیان صفات رنگ (رنگمایه، ارزش رنگ، کروما یا اشباعیت)، رابطه رنگ و فرم (بین اشکال هندسی و رنگها رابطه مستقیم وجود دارد و بر اساس ویژگیهای سه رنگ قرمز، آبی و زرد می توان سه شکل هندسی مربع، دایره و مثلث را برای

آنها در نظر گرفت و چنانچه در به کارگیری رنگها به تناسبات رنگ و فرم توجه شود نتایج مطلوب تری نیز حاصل می گردد (پرداخته و در نهایت کمپوزیسیون رنگها (ترکیب رنگها به نحوی که مفهومی را خلق نماید) را توضیح می دهد در این فصل نیز شما می تونید با هفت کنتراست مطرح در رنگ شناسی آشنا شوید که شامل: کنتراست رنگ، کنتراست تیره روشن، کنتراست رنگهای مکمل، کنتراست همزمان، کنتراست سیر، کنتراست وسعت و بالاخره کنتراست سرد گرم.

می توان بیان داشت؛ که تحت عنوان " تاثیر رنگها از نظر روانشناسی " می باشد شما می توانید با ویژگیهای رنگهای و خواص درمانی آنها در درمان برخی بیماریها نیز آشنا گردید. در بخش بعدی به بررسی تاثیر رنگ در فضا و کیفیت رنگها و کاربردشان در دکوراسیون داخلی پرداخته و اصولی را جهت انتخاب رنگهایی متناسب با فضاها ی مختلف مطرح می نماید که عبارتند از:

1. توجه به کاربرد فضا
2. فرم فضا
3. توجه به ارتفاع سقف
4. توجه به مقدار نور طبیعی که در فضای مورد نظر وجود دارد و اینکه با توجه به کاربرد فضا به چه مقدار نور نیاز داریم (منتظری، 1402).

تاثیر رنگها از نظر روانشناسی:

با وجودی که اثر رنگها تا حدودی ذهنی است و در مورد اشخاص مختلف فرق می کند اما برخی از تاثیرات رنگها دارای معنی یگانه ای در سراسر جهان هستند. رنگهایی که در طیف رنگها در ناحیه قرمز قرار دارند به عنوان رنگهای گرم شناخته می شوند که این دامنه اش از احساسات گرم و صمیمانه تا احساس خشم و عصبانیت متغیر است. رنگهایی که در ناحیه آبی طیف قرار دارند، رنگهای سرد نامیده می شوند و شامل آبی، ارغوانی و سبز هستند. این رنگها معمولاً آرامش بخشد، اما گاهی نیز ممکن است احساس غمگینی و بی تفاوتی را به ذهن آورند. تاثیر رنگ بر رفتار انسان، شامل نمونه های بسیاری می شود، برای مثال رنگ بر ادراکات که آشکار نیستند مانند طعم غذا تاثیر می گذارد. رنگها همچنین می توانند اثر بخشی دارویی را افزایش دهند. به عنوان مثال، قرص قرمز یا نارنجی معمولاً به عنوان محرک استفاده می شود.

منابع:

زارعی، شجاعی، امانی، (1400)، رنگ و تأثیر آن بر عملکردهای روانشناختی افراد: یک مقاله مروری سیستماتیک؛ مجله مهندسی بهداشت حرفه ای؛ دوره 8، شماره 1، بهار 1400.

REFERENCES

1. Alimohammad I, Pourbabaki R, Rahmani K, Souri M, Ahmadi Kanrash F. The effect of smoking on cognitive performance of workers in the automotive industry. Iran J Ergon. 2019;7(1):45-53. DOI: 10.30699/jergon.7.1.45
2. Bar-Tal Y, Shrir A, Keinan G. The effect of stress on cognitive structuring: a cognitive motivational model. Pers Soc Psychol Rev. 2013;17(1):87-99. PMID: 23070219 DOI: 10.1177/1088868312461309
3. Amiri F, Zamanian Z, Mani A, Hasanzadeh J. Effects of combined exposure to harmful and non-harmful levels of noise, heat and lighting on cognitive performance. Iran Occup Health. 2015;12(5):10-20.
4. Vatanpour S, Hrudehy SE, Dinu I. Can public health risk assessment using risk matrices be misleading? Int J Environ Res Public Health. 2015;12(8):9575-88. PMID: 26287224 DOI: 10.3390/ijerph120809575

.5Balazova I, Clausen G, Wyon DP. The influence of exposure to multiple indoor environmental parameters on human perception, performance and motivation. Proceedings of Clima 2007 WellBeing Indoors, Helsinki, Finland; 2007.

.6Bohgard M, Akselsson R, Holmer I, Johansson G, Rassner F, Swensson L. Physical factors in work and technology on human terms. Stockholm, Sweden: Prevent; 2009. P. 193–303

.7Mehta R, Zhu RJ. Blue or red? Exploring the effect of color on cognitive task performances. *Science*. 2009;323 :5918) PMID: 19197022 DOI: 10.1126/science.1169144

.8Kwallek N, Soon K, Lewis CM. Work week productivity, visual complexity, and individual environmental sensitivity in three offices of different color interiors. *Color Res Appl*.

43-130:(2)32;2007 DOI: 10.1002/col.20298

.9Kwallek N, Woodson H, Lewis CM, Sales C. Impact of three interior color schemes on worker mood and performance relative to individual environmental sensitivity. *Color Res Appl*. 1997;22(2):121-32. DOI: 10.1002/(SICI)1520-

121>22:2(199704)6378AID-COL7>3.0.CO;2-V

.10Küller R, Mikellides B, Janssens J. Color, arousal, and performance-A comparison of three experiments. *Color Res Appl*. 2009;34(2):141-52. DOI: 10.1002/col.20476

.11Savavibool N, Gatersleben B, Moorapun C. The effects of colour in work environment: a systematic review. *Asian J Behav Stud*. 2018;3(13):149-60. DOI: 10.21834/ajbes.v3i13.152

.12Elliot AJ. Color and psychological functioning: a review of theoretical and empirical work. *Front Psychol*. 2015;6:368. PMID: 25883578 DOI: 10.3389/fpsyg.2015.00368

.13Adams FM, Osgood CE. A cross-cultural study of the affective meanings of color. *J Cross Cultural Psych*. 2004;973 DOI: 10.1177/002202217300400201

.14Wichmann FA, Sharpe LT, Gegenfurtner KR. The contributions of color to recognition memory for natural scenes. *J Exp Psychol Learn Mem Cogn*. 2002;28(3):509-20. PMID: 12018503

.15Morton J. Why color matters. Available at: URL: <http://www.colormatters.com>; 1995.

.16Dzul kifli MA, Alias I. Students of low academic achievement—their personality, mental abilities and academic performance: How counsellor can help. *Int J Hum Soc Sci*. 5-220:(23)2;2012

.17Lindsey DT, Brown AM, Reijnen E, Rich AN, Kuzmova YI, Wolfe JM. Color channels, not color appearance or color categories, guide visual search for desaturated color targets.

Psychol Sci. 2010;21(9):1208-14. PMID: 20713637 DOI: 10.1177/0956797610379861

.18Xiao X, Wu ZC, Chou KC. A multi-label classifier for predicting the subcellular localization of gram-negative bacterial proteins with both single and multiple sites.

PLoS One. 2011;6(6):e20592. PMID: 21698097 DOI: 10.1371/journal.pone.0020592

.19Buechner VL, Maier MA, Lichtenfeld S, Schwarz S. Red-take a closer look. *PLoS One*. 2014;9(9):e108111. PMID: 25254380 DOI: 10.1371/journal.pone.0108111

.20 Sokolik K, Magee RG, Ivory JD. Red-hot and ice-cold webads: the influence of web ads' warm and cool colors on click-through rates. *J Interact Advert.* 2014;14(1):31-7. DOI:

15252019.2014.907757/10.1080

.21 Wilson K, French CC. Magic and memory: using conjuring to explore the effects of suggestion, social influence, and paranormal belief on eyewitness testimony for an ostensibly

paranormal event. *Front Psychol.* 2014;5:1289. PMID 25431565 :DOI: 10.3389/fpsyg.2014.01289

.22 Kuki Á, Nagy L, Zsuga M, Kéki S. Fast identification of phthalic acid esters in poly (vinyl chloride) samples by direct analysis in real time (DART) tandem mass spectrometry. *Int J Mass Spectrometry.* 2011;303(2-3):225-8. DOI/10.1016/j.ijms.2011.02.011