

SID



ابزارهای
پژوهش



سرویس ترجمه
تخصصی



کارگاه های
آموزشی



بلاگ
مرکز اطلاعات علمی



سامانه ویراستاری
STES



فیلم های
آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی



آموزش مهارت های کاربردی در تدوین و چاپ مقالات ISI

آموزش مهارت های کاربردی
در تدوین و چاپ مقالات ISI



روش تحقیق کمی

روش تحقیق کمی



آموزش نرم افزار Word برای پژوهشگران

آموزش نرم افزار Word
برای پژوهشگران



بررسی مفهوم رنگ از سه رویکرد: میزان تاثیرگذاری، نحوه ابراز مفاهیم و معانی سمبلیک و انتزاعی رنگ‌ها

مرجان فروزانی خوب^{1*}، مهدی بنجویی²

1- دانشجوی کارشناسی معماری داخلی، دانشگاه جامع علمی و کاربردی، موسسه آموزش عالی آزاد نوید پارس (Marjan.Forouzani@gmail.com)
2- استاد گروه هنر و معماری، دانشگاه جامع علمی و کاربردی، موسسه آموزش عالی آزاد نوید پارس (M.Bonjooei@gmail.com)

چکیده

عنصر رنگ از عناصر ویژه‌ای است که شناخت ویژگی‌ها، خصوصیات و تاثیرات آن بر انسان، راهی برای خلق محیط‌ها و فضاها می‌باشد. از آنجا که ادراک بصری مهم‌ترین نوع ادراک محیط و فضاها به شمار می‌رود، لزوم توجه به قابلیت ادراک بصری بالا و کاستن از فشارهای بصری مانند آلودگی بصری، نورپردازی نامناسب، ترکیب نامناسب رنگ‌ها، التزام تأمین سلامت است. رنگ‌ها دارای خصوصیات اثر بخشی در فضا می‌باشند، سه عامل مهم در انتخاب رنگ تاثیر رنگ‌ها در درک فاصله، کمپوزیسیون رنگ‌ها و وزن ادراکی رنگ‌هاست. همان‌طور که شناخت هنر با سلیقه هنری افراد بسیار متفاوت است برگزیدن رنگ‌های مناسب نیز چیزی فراتر از پسند شخصی است انتخاب درست این رنگ در فضا باید با توجه به اهداف فضایی مورد نظر انجام پذیرد. بنابراین آنچه در این مقاله بدان خواهیم پرداخت، مفهوم رنگ از سه جنبه روانشناسی، نماد شناسی و قوانین بصری در جهت ادراک و انتخاب درست رنگ و اصول ترکیب‌بندی آن در فضاهای مختلف می‌باشد و همچنین نقش کارکردی و زیبایی شناسی رنگ در انتقال پیام به مخاطب و تاثیرات ناشی از آن را بر افراد مورد بررسی قرار خواهیم داد.

واژه‌های کلیدی: رنگ، ادراک بصری، روانشناسی، نماد شناسی، طراحی داخلی



مقدمه

مهمترین و اصلی‌ترین موضوعی که در ادراک انسان از محیط موثر است استفاده از حس بصری می‌باشد. در این میان رنگ‌ها اولین چیزهایی هستند که همراه با فرم و شکل، ادراک می‌شوند و تاثیرات روانشناسی زیادی را بر انسان می‌گذارند. ادراک عبارت است از تجربه حسی ما از دنیای پیرامونمان و مستلزم بازشناسی و شناخت محرکهای محیطی و نیز اقدامات واکنشی به این محرکهاست. ادراک محیطی Perception را می‌توان فرایندی هدفمند دانست که در طی آن فرد به دریافت ارسالات محیطی می‌پردازد و برآمده از فرهنگ و ارزشهای ساختاری حاکم بر جوامع بشری می‌باشد. مترجم توانای آثار معماری آقای مهرداد قیومی بید هندی در مقدمه کتاب پویه شناسی صور معماری می‌نویسد: «آرناهم معتقد است صورت در معماری مجموعه ای را که و ایستا از شکلهای ساکن نیست بلکه صور و شکلهای از لحاظ بصری برهم نیرو وارد می‌کنند و ذهن آدمی برآیند این نیروها را ادراک می‌کند. در طول تاریخ اثرات بصری روانی رنگ انسان را تحت تاثیر قرار داده است. جدایی ناپذیری رنگ از شکل و این حقیقت که رنگ جز طبیعی و لاینفک زندگی، معماری و هنر است، گاه سبب پذیرش معانی متفاوت برای رنگ در فرهنگ‌های مختلف شده است. رنگهای محیط در انسان تاثیر گذار بوده و در درون او ایجاد تحول و دگرگونی می‌نماید، به گونه‌ای که این اثر گاهی آنچنان شدت می‌یابد که کلیه امور انسان را تحت سیطره خود در می‌آورد. رنگ‌ها نه تنها انسان را تحت تاثیر خود قرار می‌دهند بلکه منجر به پیشرفت یا رکود یک جامعه می‌شوند. (علی اکبر زاده، 1373)

روش تحقیق

روش پژوهش در این مقاله بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای و تحلیل محتوایی پیرامون مبانی نظری پژوهش مورد نظر میباشد که با توجه به یافته‌های نوین در زمینه‌های روانشناسی رنگها، نمادشناسی، سواد بصری و طراحی معماری صورت پذیرفته است.

مفهوم رنگ

رنگ یکی از مهمترین عوامل تاثیرگذار بصری است که همیشه همراه با بار معنایی، احساسی و عاطفی بوده است. هر رنگ به تنهایی یا در ارتباط با سایر رنگ‌ها می‌تواند مفاهیم خاصی را به مخاطب خود انتقال دهد. کاربرد رنگ در تاریخ همواره آمیخته با نوعی رمزگذاری و سمبل‌سازی همراه بوده است و همچنان نیز هست. همچنین از نظر فردی، تنوع در ترجیح رنگی بر رنگ دیگر بین افراد یک جامعه بسیار رایج است که می‌توان با روانشناختی فردی این موضوع را بررسی کرد. در مجموع می‌توان گفت کاربرد رنگ اهمیت زیادی در بیان بصری و تصویرسازی دارد. با وجود تمام اهمیتی که رنگ در زبان تصویری انسان‌ها بازی می‌کرده و کاربرد آن امری شناخته شده در هنر بوده، تا اوایل قرن بیستم مطالعه دقیق و جامعی روی این موضوع انجام نگرفته بود. یوهان ایتن (Johanes Itten) جزو اولین افرادی است که به مطالعه رنگ و کاربرد آن در ارتباطات بصری پرداخته و امروزه بسیاری از مطالب تدوین شده درباره رنگ و مدار کتابی است که او در سال ۱۹۲۴ به نام «هنر رنگ» نوشته است. برای بررسی مفهوم رنگ معمولاً سه رویکرد مجزا وجود دارد، یا به عبارتی از سه جهت یا طریق می‌توان به مطالعه معنا و مفهوم رنگ در زبان تصویری پرداخت:

اولین رویکرد بررسی میزان تاثیرگذاری (Impression) رنگ هاست. به این معنا که به صورت کلی و فارغ از زمینه‌های فرهنگی-اجتماعی یا روانشناختی مخاطب، اثر بصری رنگ‌های مختلف بر هم و در ارتباط با هم چیست؟.

دومین رویکرد براساس نحوه ابراز مفاهیم (Expression) رنگ‌های مختلف استوار است. به عبارت دیگر رنگ‌های مختلف برای اکثر افراد معانی خاصی دارند. به عنوان مثال زرد معنایی از گرما و درخشندگی دارد. قرمز پر حرارت و پر انرژی است و همیشه با مفهوم تحرک و جنبش و گاه خشونت همراه است. آبی به همراه خود معنای بیکرانگی و معنویت را همراه می‌آورد.



نارنجی نیز مانند زرد و قرمز پر جنب و جوش به نظر می‌رسد. سبز با معانی پاک‌ی و باروری و زندگی در آمیخته و بنفش رازآلود و گاه غمناک است.

سومین رویکرد براساس معانی سمبلیک و انتزاعی رنگ‌ها شکل گرفته که آن را اصطلاحاً ساخت (Construction) نامیده‌اند. شاید این رویکرد بی‌ارتباط با رویکرد پیشین نباشد اما به طور خاص به بعضی از مفاهیمی که رنگ‌ها در طول زمان و در طی حوادث تاریخی به خود گرفته‌اند و به صورت سمبلیک و نشانه‌ای به کار گرفته می‌شوند، اشاره دارد. مثلاً رنگ زرد در طول تاریخ سمبل امپراطوری چین بوده و در مراسم سلطنتی به کار می‌رفته. مثال‌هایی از این دست فراوانند، رنگ سرخ نشانه انقلاب شوروی، رنگ سیاه نشانه عزاء، نارنجی رنگ جنبش مردم در اوکراین و... موضوع بحثی که در ادامه به آن پرداخته می‌شود، عمدتاً بر حول این سه محور قرار دارد و این معانی مفصل‌تر تشریح می‌شوند.

تأثیر متقابل رنگ‌ها بر یکدیگر

تمامی رنگ‌ها در همجواری مختلف رنگی، تحت تأثیر قرار می‌گیرند که این تأثیرات جنبه‌های متفاوتی مانند سردی، گرمی و یا تیره و روشنی، وسعت و عمق و یا حتی درجه‌ی درخشش رنگ‌ها در مجاورت‌های گوناگون را شامل می‌شود. یکی از مهم‌ترین عوامل در تأثیر متقابل رنگ‌ها، تعداد رنگ‌ها در مجاورت یکدیگر است چرا که تأثیر دو رنگ بر یکدیگر نسبت به تأثیر سه یا چند رنگ بر یکدیگر متفاوت است، حال آن‌که تغییر عواملی مانند نور، بافت، شکل و حتی مواد رنگی در تأثیر متقابل رنگ‌ها، عوامل مؤثری به حساب می‌آیند. بدین ترتیب، در طراحی می‌توان از پدیده‌ی تأثیر متقابل رنگ‌ها، برای ایجاد محیط رنگی زیبا و یا کاربردی مناسب بهره‌جست. تأثیر متقابل رنگ‌ها می‌تواند با تکیه بر بیان و مفاهیم رنگی و هم، متناسب با اصول زیبایی‌شناسی و نیز کاربردی، مورد استفاده قرارگیرد. انواع تأثیر متقابل رنگی شامل موارد زیر است:

- ❖ تغییر وسعت مجازی رنگ‌ها
- ❖ تغییر درجه‌ی ارزش‌های رنگی
- ❖ تغییر بُعد رنگی
- ❖ تغییر درجه‌ی تاریکی و روشنی رنگ‌ها

* تغییر وسعت مجازی رنگ‌ها

در مجاورت‌های رنگی، گاهی رنگ‌ها با وسعتی غیر از آنچه دارند، نمایان می‌گردند. به طور مثال، وسعتی مشخص از رنگ زرد بر زمینه‌ی رنگ سیاه بزرگ‌تر از همان وسعت از رنگ سیاه بر زمینه‌ی زرد نمایان می‌شود.

* تغییر درجه‌ی ارزش‌های رنگی

در مجاورت‌های رنگی، رنگ‌ها بر درجات ارزش‌های رنگی یکدیگر تأثیر می‌گذارند. به طور مثال، رنگ قرمز در مجاورت و یا بر روی زمینه‌ی نارنجی، شفافیت کمتری می‌یابد، حال آن‌که همان رنگ، در مجاورت و یا بر روی زمینه‌ی آبی، گرم‌تر و شفاف‌تر ظاهر می‌گردد.

* تغییر بُعد رنگی

در مجاورت‌های رنگی، گاهی رنگ‌ها تغییر بُعد می‌دهند. بدین معنی که بعضی از آن‌ها جلوتر و برخی دیگر دورتر به نظر می‌رسند. برای مثال، رنگ بنفش بر زمینه‌ی قرمز دورتر و همان رنگ بر زمینه‌ی آبی نزدیک‌تر به نظر می‌آید.



* تغییر تاریکی و روشنی رنگ‌ها

در مجاورت‌های رنگی درجه‌ی تاریکی و روشنی رنگ‌ها تغییر می‌یابد. به طور مثال، رنگ سبز در مجاورت و یا بر روی رنگ زرد، تیره‌تر و در مجاورت و یا بر روی زمینه‌ی بنفش، روشن‌تر جلوه می‌کند. دانستن نکات فوق، در مورد تأثیر متقابل رنگ‌ها، تأثیر به‌سزایی در کنترل رنگ بندی دارد و طراح می‌تواند با تکیه بر این مهم و آگاهی بر این خصوصیات، به زیبایی طرح خود بیفزاید. رنگ یکی از عناصری است که در کنار نور، بافت، فرم و شکل بر ادراک بصری افراد از محیط تأثیر می‌گذارد و به کاهش خستگی و برانگیختن چشم کمک می‌کند. با استفاده از رنگ می‌توان به فضا یکپارچگی و وحدت بخشید یا آن را متمایز و قابل شناسایی نمود. مطالعات روانشناسان در زمینه تأثیر رنگ و نور بر ادراک انسان از فضا و زمان، حاکی از تأثیر رنگ بر حس وزن (سبکی و سنگینی)، دما (گرمی و سردی)، فاصله (دوری و نزدیکی) و ابعاد (بزرگی و کوچکی) است. مجموع این عوامل باعث می‌شود تا صرف نظر از سایر عوامل محیطی و خصوصیات فضایی، دو فضای یکسان با ترکیبات رنگی مختلف، تأثیرات کاملاً متفاوتی را بر ادراک انسان بگذارند (آخسیک، 1390: 7 و 8)

تأثیر متقابل رنگ و شکل

ایتن معتقد است در مقابل سه رنگ اصلی، سه شکل اصلی نیز وجود دارد. بدین صورت که رنگ قرمز با مربع، رنگ آبی با دایره و رنگ زرد با مثلث مطابقت دارد و رنگ‌های ترکیبی چرخه‌ی رنگ، با شکل‌های ترکیبی مطابقت می‌نمایند. اضافه شدن هر رنگ به هر شکل (به جز مطابقت رنگ و شکل)، باعث می‌شود که خصوصیات رنگ‌ها و شکل‌ها با یکدیگر ترکیب شود. در نتیجه، رنگ و شکل با هم می‌توانند مجموعه‌ای جدید از لحاظ خصوصیات ایجاد کنند. به طور مثال، اگر رنگ قرمز را به دایره اضافه کنیم که شکلی معلق، سبک و سرد است، به آن خصوصیات سنگینی، استحکام و گرمی می‌بخشیم.

تأثیر موقعیت و جهت رنگها نسبت به یکدیگر

اثر رنگ با در نظر گرفتن موقعیت نسبی آنها به همراه و در کنار رنگ‌های دیگر تعیین می‌شود چراکه یک رنگ همواره در ارتباط با رنگ‌های اطراف خود دیده می‌شود. بنابراین جایگزین نمودن و جهت رنگها نسبت به یکدیگر در کمپوزیسیون تصویری اهمیت دارند. به عبارت دیگر جهت‌گیری یک اتاق یا فضا، تأثیر زیادی بر کیفیت نور و درک افراد از رنگ محیط دارد و بر حسب این که رنگ در سقف، دیوارها یا کف قرار داشته باشد، اثرهای خاصی در انسان به وجود می‌آورد که دقت در ویژگی آن‌ها، واجد اهمیت است.

- رنگ‌های گرم و روشن، از بالا تحریک‌کننده، از دو طرف گرمابخش و در کف دارای حالت بالارونده هستند.
- رنگ‌های گرم و تیره، از بالا متین، از دو طرف محدود‌کننده و در کف اطمینان‌بخش هستند.
- رنگ‌های سرد و روشن، از بالا آرامش‌بخش، از طرفین وسعت‌بخش و در کف نرم و لطیف می‌باشند.
- رنگ‌های سرد و تیره، از بالا تهدید‌کننده، از جوانب مالیخولیایی و در کف، سنگین و طاقت‌فرسا به نظر می‌آیند

(علوی به نقل از چشمه سهرابی و رحیم سلمانی، 20: 1390)

به عنوان مثال آبی کف سنگین، و آبی سقف فضا سبک است. قرمز پررنگ در سقف فضا مانند وزنه‌ای سنگین است، ولی در کف فضا یک واقعیت مادی پایدار و ثابت است.

زرد در سقف فضا تأثیری همانند بی‌وزنی، و در کف فضا حالت شناور و سبکی مجذوب‌کننده‌ای دارد. ایجاد توازن در رنگ آمیزی، یکی از مهم‌ترین اهداف در کمپوزیسیون است. در یک فضا هر یک از جهت‌ها-افقی، عمودی، مورب، مدور، و یا ترکیبی از اینها- مفاهیم گویای خاص خود را دارند. جهت «افقی» دال بر وزن، فاصله و وسعت است. جهت «عمودی»، قدرتمندترین متضاد جهت افقی، بر روشنی، ارتفاع و عمق دلالت دارد. دو جهت عمودی و افقی به همراه یکدیگر تأثیر سطح، حس تعادلی، ثبات و استحکام، و



سختی را القا می‌کنند. وقتی جهات افقی و عمودی یکدیگر را قطع کنند تأکیدی قوی احساس می‌شود. جهت‌های مورب حرکت و جنبش ایجاد می‌کنند و توجه انسان را به عمق فضا می‌کشانند. فرم‌های مدور که از دایره مشتق می‌شوند دارای اثر تمرکز هستند و در عین حال ایجاد حرکت می‌کنند.

مهم‌ترین عنصر نظم و انتظام در یک فضا، هم جهت بودن یا تشابه و همانندی است. این عنصر می‌تواند برای پیوند متقابل مجموعه‌های بسیار متفاوت و مختلف به کار رود. جهت‌های افقی و یا عمودی که با مرزهای مشخصی به یکدیگر متصل هستند، حس استحکام و سکون و ثبوت را ایجاد می‌نمایند اما فضاهایی که بدین شیوه رنگ آمیزی می‌شوند مستقل و تکرر می‌باشند. بنابراین اگر چنین جدایی و انزوایی از محیط اطراف مطلوب نباشد، و بخواهیم رنگ آمیزی به جهان فرم‌ها و رنگ متصل باشد، بنابراین نباید بر حدود و مرزها تأکید کرد، و کمپوزیسیون می‌باید کاملاً بلاجهت و فاقد قالب خاص باشد. جدول زیر چگونگی اثر رنگ بر ادراک ما از محیط را شرح می‌دهد:

| |
|---|
| اثر رنگ بر اندازه اشیا: اشیا سبزوایی بزرگتر از اشیا زرد و قرمز به نظر می‌رسد. |
| اثر رنگ بر فاصله اشیا: سطوح سبزوایی دورتر به نظر می‌رسند، سطوح زرد و قرمز به نظر نزدیک می‌آیند. |
| اثر رنگ بر قابلیت انعکاش اشیا: رنگ‌های با طول موج کوتاه (بنفش، آبی، سبز) یک شی را هموار به نظر می‌رسانند، رنگ‌های با طول بلند (زرد، قرمز) احساس ترمی و انعکاش را ایجاد می‌کنند. |
| اثر رنگ بر دمای اشیا: قرمز، زرد و جزو رنگ‌های گرم، سبزوایی جزو رنگ‌های سرد هستند. |
| اثر رنگ بر سختی اشیا: قرمز، زرد، سفید جزو رنگ‌های سخت، آبی، سبز، سیاه از رنگ‌های نرم هستند. |
| اثر رنگ بر وزن اشیا: اشیا با رنگ روشن به نظر سبک ترمی آیند. |

کمپوزیسیون (تنظیم رنگ‌ها در فضا)

عامل کمپوزیسیون در رنگ به معنای کنار هم قرار دادن دو یا چند رنگ است به نحوی که حالت و مفهوم معین و مشخصی را بیان کنند. انتخاب رنگ مایه‌ها و نسبت و حالات آنها، محل استقرار و جهت آنها، رابطه رنگ‌ها با هم و بالاخره هر یک از هفت تضاد رنگ‌ها، عوامل موثر و مسلم برای ایجاد کمپوزیسیون رنگ هستند. در واقع، رعایت قوانین عمومی رنگ به صورت مجزاً و تلفیقی، در ایجاد یک ترکیب بندی رنگی زیبا، نقش مهمی ایفا می‌کند. ترکیب بندی رنگی اصولاً به دو منظور زیر سازمان می‌پذیرد:

* کاربرد بصری رنگ در ترکیب بندی :

در این امر هدف، صرفاً رسیدن به زیبایی است که همان استفاده از خصوصیات تزیینی و ظاهری رنگ است.

* کاربرد مفهومی رنگ در ترکیب بندی :

هدف از این مقوله، استفاده از مفاهیم رنگ در یک اثر است. برای دست یافتن به این مهم، شناخت ارزش‌های احساسی، نمادین و بیان رنگی الزامی می‌باشد. به کارگیری قوانین رنگی به این دلیل صورت می‌گیرد، که ما بتوانیم مجموعه‌ای زیبا و جذاب فراهم آوریم.

برای دست یافتن به ترکیب بندی زیبا و مناسب رنگی، می‌باید دو نکته‌ی مهم را در نظر داشت:

➤ تعادل

➤ وحدت



تعادل: قرارگیری هر عنصر در جای مناسب خود، می‌گویند. برای « تعادل » و ارتباط منطقی آن با محیط اطراف و دست یافتن به درک کاملی از تعادل، باید تناسب و وزن رنگ‌ها را در ترکیب بندی مورد توجه قرار دهیم.

وحدت: ایجاد نظم و انضباطی را که باعث به وجود آمدن « وحدت » هماهنگی و یکپارچگی بین اجزای یک اثر شود می‌گویند.

برای کاربرد رنگ در بحث ترکیب بندی، می‌توان از دسته بندی ساختاری زیر استفاده نمود:

- ترکیب بندی براساس رنگ های بی فام
- ترکیب بندی براساس رنگ های بی فام و فام دار
- ترکیب بندی براساس رنگ های اشباع و غیراشباع
- ترکیب بندی براساس رنگ های تیره و روشن
- ترکیب بندی براساس رنگ های سرد و گرم
- ترکیب بندی های ترکیبی

هفت کنتراست رنگی

طریقه دیگر دستیابی به یک نظام بندی، ترتیب و شکل بخشیدن به گروه رنگهای تیره و روشن و یا سرد و گرم در سطوح و توده‌های کاملاً مشخص و پراکندگی کنتراست‌های اصلی برای ایجاد یک کمپوزیسیون صحیح، امری اساسی است. زمانی که از کنتراست سخن می‌گوییم منظور تفاوت‌های آشکاری است که بین دو فضای رنگ آمیزی شده می‌تواند دیده شود. وقتی چنین تفاوت‌هایی به اوج خود می‌رسد می‌گوییم کنتراست‌ها قطری یا قطبی هستند. بنابراین بزرگ-کوچک، سفید-سیاه، سرد-گرم در حد اعلا خود کنتراست‌های قطبی می‌باشند. (ایتن، 1978)

کنتراست‌های هفت‌گانه از لحاظ خصوصیت و ارزش هنری اثر بصری، مفهومی و سمبولیک بی‌همتا هستند و مجموعاً منبع اساسی طرح رنگ را تشکیل می‌دهند و به شرح زیر می‌باشند:

✓ کنتراست ته رنگ

این کنتراست که از ساده‌ترین کنتراست‌های رنگی است با استفاده از رنگ‌های خالص که با سیاه، سفید و خاکستری مخلوط نشده باشند به وجود می‌آید. بنابراین منظور از رنگ‌های خالص فقط رنگ‌های اصلی نیست. هر چند شدیدترین کنتراست ته رنگ میان سه رنگ اصلی زرد، قرمز و آبی بوجود می‌آید. در رنگ‌های درجه‌ی دوم و سوم که از رنگ‌های اصلی فاصله می‌گیرند، از شدت کنتراست ته رنگ نیز کاسته می‌شود.

✓ کنتراست تیره-روشن

استفاده از کنتراست تیرگی و روشنی در یک اثر هنری قدرت تأثیرگذاری رنگ‌ها را بیشتر می‌کند. تیرگی و روشنی، رنگ‌ها و شکل‌ها را از یکدیگر متمایز می‌کند و درک بصری ما از برجستگی و فرورفتگی اشیا و دوری و نزدیکی آن‌ها به میزان تیرگی و روشنایی آنها بستگی دارد.

✓ کنتراست رنگ‌های مکمل

این رنگ‌ها از ترکیب رنگ‌های اصلی ساخته می‌شوند. زمانی که دو رنگ مکمل در یک ترکیب کنار یکدیگر قرار می‌گیرند، هر کدام درخشش دیگری را تقویت کرده و در ایجاد رابطه‌ی هماهنگ میان رنگها نقش مهمی ایفاء میکنند.



✓ کنتراست همزمان

تأثیر عمومی رنگها روی حس بینایی و رابطه ای که میان رنگهای مکمل وجود دارد کنتراست همزمان را به وجود می آورد. وقتی ما یک رنگ را مشاهده می کنیم چشم در همان لحظه رنگ مکمل آن را از نظر بصری طلب می کند و اگر این رنگ وجود نداشته باشد، چشم و ذهن انسان آن را به وجود می آورد.

✓ کنتراست کیفیت یا سیر

منظور از کیفیت، حالت خلوص و اشباع رنگ است. از قرار گرفتن یک رنگ خالص در کنار رنگ های ناخالص که با سیاه، سفید، خاکستری و یا رنگ مکمل خود مخلوط شده اند، کنتراست کیفیت رنگ ایجاد می شود. درخشش و درجه ی خلوص یک رنگ، زمانی که در مجاورت رنگهای ناخالص قرار بگیرد بیش تر می شود. برعکس اگر رنگ های ناخالص در کنار رنگ های خالص قرار بگیرند کدرتر به نظر می رسند.

✓ کنتراست سرد-گرم

سردی و گرمی رنگ ها و کنتراستی که از طریق به کارگرفتن آنها در کنار یک دیگر ایجاد می شود بر پایه ی یک حس درونی و از طریق قوه ی بینایی احساس میشود. در میان رنگ ها می توان قرمز نارنجی را پرحرارترین و سبز آبی را سردترین رنگ احساس کرد. البته برای تفکیک رنگهای گرم و سرد مرز مشخصی وجود ندارد زیرا رنگ ها تحت تأثیر سایر رنگ هایی که در مجاورت آنها قرار گرفته اند یا احساس درونی مخاطب سرد یا گرم به نظر می رسند.

✓ کنتراست کمیت یا وسعت سطوح رنگی

استفاده از کنتراست های ته رنگ، سرد و گرم و کیفیت برای نشان دادن شدت کنتراست وسعت سطوح رنگی نقش بسیار مهمی دارد زیرا خلوص، گرمی و درخشش رنگ ها تأثیر قوی در ایجاد این نوع کنتراست دارند. رابطه ی بزرگی و کوچکی سطوح رنگین در ایجاد این کنتراست نقش اصلی را به عهده دارد و این رابطه باید به گونه ای باشد که هماهنگی میان رنگ ها برقرار شده و هیچ کدام از آنها به لحاظ بصری بر دیگری برتری خاصی نداشته باشد. تفاوت میزان درخشش رنگ ها نسبت به یکدیگر مبنای ایجاد تناسب میان سطوح رنگی است. به همین دلیل ارزشهای عددی رنگ های مکمل را نسبت به یک دیگر را در این جا می آوریم:

زرد به بنفش 3: 9 یعنی وسعت سطح رنگ بنفش باید سه برابر وسعت رنگ زرد باشد تا هماهنگی بصری بین این دو رنگ برقرار گردد.

نارنجی به آبی 4: 8 یعنی وسعت سطح رنگ آبی باید دو برابر وسعت سطح رنگ نارنجی باشد تا از نظر بصری با آن هماهنگ شود. قرمز به سبز 6: 6 برای ایجاد هماهنگی بین سبز و قرمز باید وسعت سطح آن ها یکسان باشد.

اثر بخشی رنگ بر انسان

همانند نور و تأثیرات آن، رنگ عنصر مهم دیگری است که مستقیماً بر احساسات مردم تأثیر می گذارد و می تواند احساس سلامتی، سرخوشی، ناراحتی، انفعال یا فعال بودن را ایجاد کند. این تأثیر می تواند به خوبی عملکرد افراد را افزایش یا کاهش دهد (Ahmadpoor samani, 2012:7). رنگ قسمتی از خودآگاه، نیمه خودآگاه و ناخودآگاه ماست و ما با دریافت رنگ در رفتارمان از خود واکنش نشان می دهیم. این واکنش ها فقط روانی یا ادراکی نیستند بلکه ممکن است جنبه ی فیزیولوژیک هم داشته باشند؛ از این رو رنگ در کامل ترین تعریف، یک پدیده سایکوفیزیولوژیک است که در مغز و روان ما ایجاد می شود و خارج از ذهن ما رنگ مفهومی نخواهد داشت. (بختیاری فرد به نقل از معماریان، عظیمی، کبودی 3 : 1393)



رنگ‌های متفاوت مثلاً رنگ‌های گرم (مانند قرمز و نارنجی) و رنگ‌های سرد (مانند آبی و سبز) معانی روانشناسی متفاوتی بر احساسات مردم دارند (Ahmadpoor samani, 2012:7). آزمایش‌های انجام شده نشان داده است که رنگ قرمز سیر، سیستم عصبی را تحریک می‌کند، یعنی فشار خون را بالا می‌برد و تنفس و ضربات قلب را سریع‌تر می‌کند. از سوی دیگر، آزمایش‌های مشابه در مورد رنگ آبی سیر، 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 (سرمه‌ای) تأثیری آرامش‌بخش دارد (لوشر به نقل از ریاضی، 2: 1392) کورت گلدستین نروسایکولوژیست، ادعا می‌کند که حتی افراد کوررنگ دارای نوعی دریافت حسی اند که آن‌ها را قادر می‌سازد، رنگ را از طریق پوستشان حس کنند. گفتنی است حدود 8% مردان و 1% زنان دارای اختلال بینایی هستند که به عنوان کوررنگی شناخته می‌شود (Doggett) به نقل از چشمه سهرابی و رحیم سلمان، 4: 1390)

کاربرد رنگ در ارگونومی:

رنگ‌ها بخشی از زندگی ما هستند. تأثیر رنگ بر زندگی بیش از حد تصور انسان است، تنها گوشه‌ای از اثر آن را می‌توان در روحيات، کار، خستگی، حوادث، هنر و ادراک انسان مشاهده نمود. باتوجه به اثرات بسیار رنگ در سیستم‌های مختلف و نقش آن در طراحی و توسعه سیستم‌های انسانی، ارگونومی و مطالعه‌ی ویژگی‌های رنگ‌ها، اثرات آن بر انسان و روانشناسی او و فرآیند دریافت و تحلیل رنگ‌ها، برای مهندسان صنایع و طراحان سیستم‌های صنعتی-خدماتی لازم است. پژوهش‌دانشمندان نشان می‌دهد، رنگ‌ها همان‌گونه که بر روح و روان آدمی تأثیرات گوناگونی می‌گذارند، جسم او را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهند.

کاربرد ارگونومیک رنگ:

قابلیت دید ماشین‌آتش‌نشانی یا صدای اژیر، چراغهای چشمک‌زن و ظهور کامیون قرمز آتش‌نشانی تهیج و حس خطر را به دنبال دارد قرمز یا ... کدام بهتر است؟ زرد کهربایی با طول موج 550 میلی‌میکرون مناسب‌ترین حالت برای منحنی بینایی حساسیت چشم نسبت به رنگ در انسانهای فتوتوپیک را نشان می‌دهد چشم انسان در روز قادر است به سرعت به زرد کهربایی پر رنگ واکنش نشان دهد و با تحقیقاتی که انجام شده مناسب‌ترین رنگ برای جایگزینی رنگ ماشین‌آلات حریق میباشد. رنگ ممکن است موجب مجموعه‌ای از واکنش‌های رفتاری مرتبط با کارایی خلق و خوی، رضایتمندی شغلی کارمند و نارضایتی و غیبت او شود. البته هنوز روشن نیست که تغییرات فیزیولوژیکی بر خلق و خوی یا بهره‌وری اثر دارد یا خیر؟ اما Gold stein در تحقیقی که بر روی افراد دارای آسیب‌های مغزی بودند دریافت که رنگ قرمز اثر منبسط‌کننده داشته و سبب افزایش حساسیت به محرک‌های خارجی و ایجاد هیجان و در نتیجه کاهش کارایی وظایف فکری که دقت و تمرکز لازم دارد میشود و نیز دریافت اشخاصی که دارای هماهنگی ارادی در قسمت‌های مختلف بدن هستند در فضاهای سبز رنگ خیلی دقیق‌تر نسبت به فضاهای قرمز رنگ میباشد. البته تحقیقاتی نیز توسط NAKSHAIN در افراد طبیعی انجام شد و نشان داد که در افرادی که دارای وظایف دارای توقف حرکتی هستند و وظایفی که با دست انجام میگیرد در شرایط سبز رنگ نسبت به رنگ قرمز کارآمدتر میباشد. تحقیقاتی نیز توسط GACOBS و SUESS انجام شد دریافتند که افرادی که اتاقهای آنها با رنگ‌های زرد و قرمز روشن میشود دچار اضطراب بیشتری نسبت به آنها می‌باشند که با نور آبی و سبز روشن میشود. KWALLEK نیز آزمایشی برای تایید آن‌ها انجام داد. افرادی در دفتر کار آبی پررنگ و افرادی در دفتری با رنگ قرمز پررنگ مشغول تایپ میشوند، اشخاص در محدوده 60 دقیقه در یکی از دفاتر بسر می‌برند و بعد به اتاقی با رنگ دیگر منتقل میشوند و در پرسش‌نامه خلق و خوی هشت حالت (EIGHT STATE MOOD) (CATEL AND CURRAN 1976) عدد میانگین برای افراد اتاق قرمز بالاتر بود و بهترین ترکیب را اینگونه نتیجه گرفتند که رنگ دفتر کاری سفید باشد و سبز (دقت و کارکرد بهتر) را در آن بگنجانند.



رنگ‌های گروه کار

از میان رنگ‌ها، سه رنگ سبز، قرمز و زرد را رنگ‌های گروه کار می‌نامند و رنگ آبی غیرفعال و آرامش‌دهنده است و با کار و فعالیت ارتباطی ندارد، بلکه به آرامش و خشنودی مربوط می‌شود. نقش‌هایی که این سه رنگ «گروه کار» از لحاظ توانایی‌شان برای ایجاد و حفظ عمل مؤثر ایفا می‌نمایند، عبارتند از:

- ❖ **سبز:** موجب نرمش‌پذیری اراده می‌شود. این نرمش‌پذیری به شخص امکان می‌دهد تا در برابر مشکلات ایستادگی کند. از طریق این ایستادگی است که شخص می‌تواند کاری را به انجام رساند و بدین سان موجب کسب احترام بیشتری برای خود شود.
- ❖ **قرمز:** نیروی اراده را به وجود می‌آورد، این نیرو خواهان عمل و کارآیی است و این امر نیز به نوبه خود موجب خشنودی خاطر می‌گردد، زیرا فعالیت مناسبی را انجام داده است.
- ❖ **زرد:** موجب لذت‌آرادی از عمل گردیده و به شخص توانایی پیش‌بینی وضع خود و نتایج فعالیتش را درآینده می‌دهد. حتی از آن هم فراتر رفته و شخص را وادار به تفکر می‌کند.

تاثیرات رنگها از نظر روانشناسی

با وجودی که اثر رنگ‌ها تا حدودی ذهنی است و در مورد اشخاص مختلف فرق میکند اما برخی از تاثیرات رنگ‌ها دارای معنی یگانه‌ای در سراسر جهان هستند. بطور کلی می‌توان گفت رنگ‌هایی که در طیف رنگ‌ها در ناحیه قرمز قرار دارند به عنوان رنگ‌های گرم شناخته می‌شوند که دامنه‌اش از احساسات گرم و صمیمانه تا احساس خشم و عصبانیت متغیر است. این رنگ‌ها باعث می‌شوند فضا کوچکتر به نظر برسد، زیرا تن رنگ‌های گرم باعث ایجاد حس راحتی در افراد می‌شود. رنگ‌های گرم باعث فعال شدن عکس‌العمل‌های مغز می‌شود و احساس هیجان، عشق و در بعضی مواقع عصبانیت را القا می‌نماید. در فضا‌های خیلی بزرگ استفاده زیاد از رنگ‌های گرم باعث ابهت فضا می‌شود و با رنگ‌های خنثی هم تطابق دارد. رنگ‌هایی که در ناحیه آبی طیف قرار دارند، رنگ‌های سرد نامیده می‌شوند و شامل آبی، ارغوانی و سبز هستند. این رنگ‌ها معمولاً آرامش‌بخشند اما گاهی نیز ممکن است احساس غمگینی و بی‌تفاوتی را به ذهن آورند. انتخاب رنگ‌های سرد، باعث بزرگ‌تر به نظر رسیدن فضای موجود می‌شود. ایرادی که به رنگ‌های سرد چرخه‌ی رنگ می‌گیرند این است که فضا را سردتر از آنچه هست نمایش می‌دهد و باید با فضا‌های آزاد منطبق شود. رنگ‌های سرد باعث ایجاد اثرات منفعل (غیر فعال) در مغز شده که باعث ایجاد احساس رضایت، آرامش و عدم فعالیت می‌شود. در ادامه به تاثیرات برخی از رنگ‌ها بر انسان اشاره میشود:

○ نارنجی

این رنگ دستگاه عصبی را تحریک می‌کند و موجب شفافیت و روشنی ذهن می‌شود و محرک اشتها است. رنگ نارنجی حافظه را تحریک می‌کند. جریان اکسیژن‌رسانی به مغز را افزایش می‌دهد. این رنگ اثر شدیدی در جذاب کردن و فروش محصولات غذایی دارد. رنگ نارنجی همچنین بیان‌گر کیفیت عالی محصول است. جوانان بیشتر از سایر گروه‌های جامعه به این رنگ توجه می‌کنند. همچنین استفاده از نارنجی به عنوان یک رنگ گرم و شاد برای منزل افراد مسن و موسسات نگه‌داری از سالمندان بسیار مناسب است. خاصیت ضد افسردگی این رنگ موجب کاهش کج‌خلقی و زودرنجی در افراد می‌شود. نارنجی رنگ مناسبی برای مکان‌هایی است که افراد زیادی حضور دارند، زیرا تحریک‌پذیری، زودرنجی، کج‌خلقی و خصومت بین افراد را کاهش



می‌دهد و در بهبود رفتارهای اجتماعی موثر است. نارنجی برای تشدید سایر رنگ‌ها مناسب است. در یک دکوراسیون یکنواخت، استفاده از چند کوسن نارنجی کم‌رنگ، یا چند گل نارنجی در جاهای مختلف فضا را روشن می‌کند و روحی تازه به آن می‌بخشد.

○ قرمز

انرژی دهنده و محرک بسیار نیرومندی است. با دیدن رنگ قرمز تپش قلب و فشار خون افزایش می‌یابد. رنگ قرمز چند حس را توامان تحریک می‌کند. کودکان اغلب به رنگ قرمز علاقه دارند. قرمز دارای قابلیت رویت بالایی است و همواره توجه بیننده را به خود جلب می‌کند. در استفاده از رنگ قرمز، باید احتیاط کرد. ارجح است قرمز به صورت پراکنده در جاهای مختلف به کار رود. در دکوراسیون منزل بهتر است از رنگ قرمز در جاهای خاص مورد علاقه استفاده شود، تا از این طریق آن بخش بیشتر در معرض توجه قرار گیرد. استفاده از قرمز در اطراف شومینه، حتی اگر خاموش باشد، نشانگر وجود گرما است. با استفاده از رنگ قرمز، محیط بسته‌تر شده و حس صمیمیت القا می‌شود. قرمز رنگ مناسبی برای اتاق خواب نیست، چون مقدار تنفس را زیاد کرده و خواب و آرامش را کاهش می‌دهد. در مکانهای تجاری استفاده از مبلمان چرمی قرمز در یک فضای کاملاً سفید همراه با آویزهای قرمز به حدی جاذب است که هر کس را وادار به نشستن می‌کند. از قرمز در سالنهای آرایش و اتاق پرو نیز می‌توان استفاده کرد. این رنگ اصرار بر بدست آوردن نتایج است این رنگ احساس گرما را برمی‌انگیزاند و موجب رها شدن انرژیها و نیروهای حیاتی فرد می‌شود. این رنگ فعالیتهای عمومی را افزایش می‌دهد و احساس رقابت را تشدید می‌کند. در ابتدای ساعات فعالیت، رنگی سازنده است اما در حالت خستگی عصبی و فیزیکی آزاردهنده است این رنگ در محیط کار به شرطی می‌تواند کارایی را افزایش دهد که سایر شرایط نامساعد نباشد.

○ آبی

اشتهای انسان را کم می‌کند. از این رو در رستوران‌ها از این رنگ نباید استفاده شود. رنگ آبی ضربان قلب را کم می‌کند و دمای بدن را کاهش می‌دهد. این رنگ چون به طور طبیعی در مواد غذایی وجود ندارد چنانچه در بسته بندی مواد غذایی آورده شود جذابیت محصول را کم می‌کند. رنگ آبی به مردم کمک می‌کند که مشکلات خود را با اعتماد به نفس حل کنند. استفاده از رنگ آبی در وسایل کاهش دهنده وزن مناسب است. این رنگ مناسب شرکت‌های مسافرتی، شرکت‌های آب، دفتر پزشکان، داروخانه‌ها و متصدیان و فروشندگان لوازم پزشکی، هتل‌ها، روان‌شناسان و بسته بندی لوازم کاهش وزن است. همچنین رنگ آبی برای قسمت‌های پذیرش مناسب است و محیطی اداری و متعادل ایجاد می‌کند. آبی به تنهایی به صورت طیف‌ها و سایه‌های مختلف، محیطی زیبا، آرام، ایده‌آل و آسمانی را ایجاد کند که برای اتاق خواب و سرویس‌های بهداشتی مناسب است. این رنگ به دلیل اثری که بر اعصاب پاراسمپاتیک می‌گذارد، منجر به کاهش فشار خون و تعداد تنفس شده، احساس امنیت کارمند را افزایش می‌دهد. چنانچه او بر اثر عواملی از قبیل ترس از عدم موفقیت، ارزشیابی و یا هر عامل خارج از محیط کار، دچار اضطراب و تشویش شده باشد، در محیطی با رنگ آبی، تنش او کاهش یافته و حساسیت و آسیب‌پذیری و در نتیجه خستگی روانی و جسمی او تقلیل می‌یابد. بعضی از تحقیقات نشان داده‌اند که استفاده از رنگ آبی احساس سرما و خنکی را برمی‌انگیزد. افراد در اطاقی که رنگ سبز یا آبی داشته باشد بیشتر احساس خنکی می‌کنند تا در اطاقی که رنگ آن قرمز یا نارنجی است.

○ زرد

این رنگ اعصاب را تقویت کرده، ذهن را به تحریک وادار می‌دارد. زرد اعصاب حرکتی را فعال و در عضلات انرژی تولید می‌کند وجود رنگ زرد در محیط کار افراد را در رهایی از مشکلات و موانع و تعارضات یاری می‌بخشد. این رنگ امید بخش و دلالت‌کننده است.



زیرا تنش زدا و عامل انبساط ماهیچه ها است. این رنگ قابلیت رؤیت بالایی دارد. مناسب استفاده در صنایع آموزشی است. همچنین زرد، رنگ احتیاط است. زرد بهتر است در ترکیب با رنگ های دیگر به کار رود. زرد گرم و آفتابی، درخشان، مثبت، گیرا، شادی آور، امیدوارکننده، اشتها آور، الهام بخش و نشانه خوش آمد گویی است. استفاده از رنگ زرد ملایم، مثلا طلایی در اتاق ناهارخوری باعث تحریک اشتها می شود. رنگ کرم نباتی، شاد و متناسب با روحیات بچه ها و نوجوانان است. این رنگ باعث تقویت حافظه شده و به مطالعه کمک می کند. رنگ زرد برای استفاده در مغازه های کوچک هم مناسب است. باید دقت کرد که کاربرد آن به تنهایی باعث ایجاد خشونت می شود، بنابراین بهتر است در ترکیب با سایر رنگها بکار رود.

○ سبز

رنگ سبز یکی دیگر از رنگ های اولیه است. این رنگ یکی از آرامش بخش ترین رنگ ها است که دارای سایه های خنثی است. سبز تعادل و هارمونی را القا می کند و بعضی اوقات برای شرح طبیعت و ایجاد امید استفاده می شود. سبز کمی روشن تر (با مقداری زرد) بیشتر شادی آور و نورانی است و می تواند کمی هم حس گرمی رنگ را هم منتقل کند. سبز تیره تر ثبات، امنیت و فراوانی را القا می کند. بیشتر ما را به یاد اسکناس و ثروت می اندازد. در طرح ها از رنگ سبز در زمینه یا به عنوان رنگ تاکید استفاده می شود. این رنگ یکی از رنگ های مناسب برای چشم انسان است. لازم است بدانید که بعضی اوقات پیامد های عاطفی ناخواسته را با رنگ سبز نشان میدهند. به عنوان مثال بیماری یا بی تجربگی. رنگ سبز را بهتر است در ترکیب با بنفش و نقره ای به کار برد. استفاده از رنگ سبز به علت خنثی بودن برای طراحی داخلی فوق العاده است. رنگ سبز به دلیل ویژگی آرامش بخشی که دارد، برای اتاق خواب و سرویس های بهداشتی مناسب است. سبز اگر در کنار طیف بنفش و نقره ای قرار بگیرد، زیباتر خواهد بود. رنگ سبز به علت عدم انعکاس رنگ پوست، در سالن های پوست و زیبایی و حتی بوتیک ها و فروشگاه های لباس بکار برده نمی شود.

روانشناسی رنگ ها به عنوان روش درمان

در برخی از فرهنگ های قدیمی، از جمله مصری ها و چینی ها، از رنگها برای درمان استفاده می شده است. این کار که گاهی به آن نور درمانی یا رنگ شناسی نیز گفته می شود هنوز هم به عنوان روش درمان جایگزین مورد استفاده قرار میگیرد.

- از رنگ قرمز برای تحریک ذهن و افزایش تمرکز استفاده می شود.
- از رنگ زرد برای تحریک اعصاب استفاده می شود.
- از رنگ نارنجی برای بالا بردن سطح انرژی استفاده می شود.
- از رنگ آبی برای کاهش درد و تسکین بیمار استفاده می شود.
- از رنگ نیلی برای تسکین ناراحتی های پوستی استفاده می شود.

اغلب روانشناسان به رنگ درمانی به دیده شک و تردید می نگرند و می گویند که درباره تاثیرات احتمالی رنگها اغراق شده و رنگها در فرهنگ های مختلف، معانی متفاوتی دارند. پژوهش ها نشان داده اند که در بسیاری از موارد، تاثیرات رنگها در تغییر حالت افراد، تاثیراتی زودگذر و موقتی بوده است. برای مثال، قراردادن افراد در اتاق آبی ممکن است در ابتدا احساس آرامش در آنها به وجود آورد اما این اثر پس از آن که آنها آرامششان را باز یافتند، به تدریج کاهش خواهد یافت.



رنگ در معماری

رنگ در معماری سه بعدی است و این خود اولین دلیل متفاوت بودن کاربرد رنگ در معماری با نقاشی است. به علاوه رنگ در معماری با تغییرات نور خورشید مواجه است، همچنین مسائل مربوط به عمر مصالح به کار رفته و مقاومت و خواص آن‌ها در برابر نور، آب و هوا، رطوبت و... در این موضوع دخیل است. برای مثال چوب با گذشت زمان به رنگ قهوه‌ای و خاکستری بر می‌گردد (چشمه سهرابی و رحیم سلمانی، 8: 1390). در طراحی داخلی، رنگ به عنوان ساده‌ترین و چشمگیرترین ماده برای تغییر مشخصات محیط کالبدی در نظر گرفته می‌شود. رنگ هر روزه بر زندگی بشر در جنبه‌های فیزیکی، روانی، فیزیولوژیکی و جامعه‌شناسی تأثیر بالایی می‌گذارد و این بستگی به درک انسان از آن پدیده دارد (Nurelawati, Rodzyah & Normahdiah, 2012: 2). انتخاب رنگ در معماری داخلی بیشتر از هر عامل مستقل دیگری می‌تواند احساس آدمی را تحت تأثیر قرار دهد و فضای کسالت‌بار و یکنواخت محیط داخل را به مکانی دلنشین و روحبخش مبدل سازد. رنگ در طراحی داخلی روی فرم تأکید می‌کند؛ ضمن آن که باعث حس مقیاس هم می‌شود (چشمه سهرابی و رحیم سلمانی، برای طراحی محیطی امن و آرام به وسیله‌ی رنگ‌ها، 1390: 1 و 4). رنگ‌ها نه تنها در حس روحی و روانی ما موثرند بلکه بر دریافت حس فیزیکی ما از محیط نیز نقش بسزایی دارند. آنها حتی قالب فیزیکی و معماری فضا را به لحاظ ظاهری بر هم ریخته و محیط را به گونه‌ای دیگر به بیننده القا می‌کنند. تاکنون نحوه نگرش همه ما به رنگ با در نظر گرفتن معیارهای ظاهری بوده است. اغلب ما رنگی را برای فضای اتاقمان بر می‌گزینیم که تنها با لوازم دکوراسیونی موجود و همچنین نظر و سلیقه مان متناسب باشد ولی به نقش اصلی آن در معماری ساختمان و پیامدهایی که کاربرد آن رنگ می‌تواند در محیط داشته باشد، کمتر فکر می‌کنیم. حال آنکه هر رنگ گذشته از ظاهری که از آن نمایان است، دارای خصوصیات مختلفی بوده و در همین راستا تأثیرات گوناگونی نیز بر فضای اطراف و لوازم موجود در آن می‌گذارد که با توجه به این مشخصات و نتایج حاصل از کاربرد آنها، انتخاب رنگی برای یک محیط با شرایط و موقعیت خاص خودش نمی‌تواند تنها از روی احساسات و با معیارهای زیبایی ظاهری صورت گیرد، بلکه ابتدا باید مقاصدی را که از کاربرد آن در محیط مد نظر است مشخص کرد، سپس در راه دستیابی به هدف مورد نظر به انتخاب نوع رنگ و روش به کارگیری آن پرداخته شود.

نشانه‌شناسی رنگ‌ها

رنگ‌ها می‌توانند نمادهایی از اندیشه و باورهای جوامع انسانی باشند. گاهی به عنوان نشانه به کار می‌روند، گاهی نیز تعبیرهایی از آن‌ها صورت می‌گیرد که ریشه در رابطه‌ی ما با رنگ‌های طبیعت دارد و ناشی از تأثیر روانی آن بر روح و ذهن ماست. به عنوان مثال در جوامع غربی رنگ سیاه نشانه‌ی عزای و سفید سمبل خوشی و شادی بوده است. افراد مقدس را با هاله‌ی زرد رنگ اطراف چهره نشان داده‌اند و در نقاشی مناظر دوردست را به رنگ آبی در آورده‌اند. هر چند بسیاری از این مفاهیم سمبلیکی وابسته به فرهنگ و سنن و حتی محیط جغرافیایی زندگی انسان بوده است و مبنای علمی ندارند، اما از آنجا که رنگ، احساس بخصوصی را در انسان بر می‌انگیزد می‌توان برای آنها معنای همگانی و جهان‌شمولی قائل شد. برخی از این تعبیر چنین است:

• رنگ سیاه

سیاه نشانه قدرت، مرموزبودن، رسمی بودن و وقار است. در بسیاری از فرهنگ‌ها رنگ سیاه نشانه نفی زندگی، بی‌علاقگی، بدبینی، نابوری، سوگواری و عزاداری است. این رنگ انتخاب خوبی برای فروشگاه‌های موسیقی، حقوقدانان، حسابداران، فروشگاه‌های لوازم الکترونیکی و لاستیک‌فروشی‌هاست.



• رنگ سفید

سفید نشانه تقوا، بی گناهی، تازگی، صلح، پاکی، کمال، معنویت و سادگی است. ایرانیان باستان عقیده داشتند که فرشتگان لباس سفید بر تن دارند. از این رو این رنگ مورد علاقه ایرانیان است. در ایران رنگ سفید انتخابی خوب برای فروشگاه‌های وسایل عروسی و ازدواج است، همچنین برای امکانات پزشکی، دندان پزشکی، آشپزخانه‌ها، نانوايي‌ها، موزه‌ها، اماکن تاریخی، فروشگاه‌های وسایل بهداشتی، خشکشویی‌ها و خدمات بهداشتی مناسب است.

• قرمز

رنگی است که با احساس قوی در رابطه است. قرمز رنگ عشق است اما در جوامع قدیمی تر به عنوان سمبل انقلاب مورد استفاده قرار گرفته است. رنگ قرمز دارای یک خلوص ذاتی است و به همین دلیل برای جلب توجه از آن استفاده زیادی می‌شود. شاید از همان زمانی که انسان متوجه شده است که قرمز رنگ خون است، از آن به عنوان سمبل خطر نیز استفاده شده است. به طور کلی طول موج کوتاه قرمز سبب عکس‌العمل شدید در بیننده شده و از آن برای جلب توجه و هشدار نیز استفاده می‌شود. مانند رنگ دکمه روشن و خاموش ماشین‌ها، چراغ راهنمایی رانندگی، چراغ ترمز اتومبیل و ماشین‌های آتش‌نشانی. در نقاشی‌های رنسانس اروپا برای نمایش مسائل مادی و دنیوی بکار رفته است. در جوامع غربی رنگ سرخ با جذابیت و جلب توجه پیوندی دیرینه دارد و قدمت آن به داستانهای انجیل باز می‌گردد. در میان اشکال هندسی (مربع، مثلث و دایره) آن را به مربع تشبیه کرده‌اند. رنگ قرمز برای نمایشگاه‌های خودرو و رستوران فست فود رنگ خوب و مناسبی است، بهتر است در رستوران‌های بزرگ به همراه رنگ‌های آرامش بخش نظیر سبز و سفید استفاده شود ولی استفاده از این رنگ در مراکز درمانی و بیمارستان‌ها توصیه نمی‌شود چون تداعی کننده رنگ خون است.

• زرد

زرد، رنگ طلا و خورشید و زبانه‌های آتش، به گفته ون گوگ نماد خلقت و آفرینش است. زرد را نماد خرد و علم و دانش دانسته‌اند و در نقاشی‌ها برای نمایش هاله‌ای اطراف چهره افراد مقدس استفاده شده است. دلیل آن شاید ارتباط امور مقدس با نور و نورانیت باشد که عموماً به رنگ زرد دیده می‌شوند. در میان اشکال هندسی به علت خاصیت درخشندگی و پویایی آن را به مثلث به علت دارا بودن گوشه‌های نوک تیز، تشبیه کرده‌اند.

• سبز

سمبل رشک و طمع و حسد است. علاوه بر این از آن به عنوان سمبل ترس و بزدلی استفاده شده است. به دلیل ارتباط تنگاتنگی که با طبیعت دارد نمایشی از امید و جوانی و حتی سلامتی با خود دارد. این معنا احتمالاً از روستا به شهر منتقل شده است. نشانه‌ای که سبز از امید و سلامتی با خود دارد سبب شده است که در رنگ آمیزی بیمارستان‌ها از آن استفاده گسترده‌ای بشود. سلول‌های مخروطی شبکیه چشم انسان که به طول موج نور و در نتیجه رنگ نور حساسند، در محدوده طیف سبز (طول موج‌های میانه طیف مرئی) بیشترین حساسیت را دارند. در کشور‌های اسلامی رنگ سبز نشانه اسلام است و فرآورده‌هایی که در طراحی بسته بندی شان از رنگ سبز استفاده شده باشد با اقبال عمومی مواجه می‌شوند.



• آبی

آبی رنگ آسمان است. در نقاشی‌های رنسانس از آن برای نمایش ماورایی بودن و روحانیت استفاده شده است. آبی را همچنین سمبل هوش، وضوح و ایمان دانسته‌اند. به دلیل تاثیر رنگ آبی در عقب رفتن معمولا در نقاشی‌ها برای نمایش فواصل دور استفاده شده است. امروزه ثابت شده است که سلول‌های مخروطی شبکیه، گیرنده‌های رنگ آبی کمتری (به نسبت طول موج سبز و قرمز) دارند و در نتیجه چشم به این رنگ حساسیت کمتری دارد. آبی را مشابه دایره که منحنی است و گوشه تیزی ندارد، آرام و در تعادل دانسته‌اند. این رنگ تداعی کننده تنهایی نیز است و به علت حساسیت کمتر چشم در صورتی که در لباس بکار رود جلب توجه کمتری می‌کند.

• نارنجی

نارنجی که جلوه پرتوهای خورشید بر روی زمین و همچنین رنگ زبانه‌های آتش است به عنوان سمبل غرور و خودنمایی مورد استفاده قرار گرفته است. همچنین نشانه طراوت و شادی، گرمی، اشتیاق و علاقه زیاد و جدیت در کار است. به طور کلی در اغلب جوامع غربی رنگهای گرم یعنی طیف رنگهای قرمز و نارنجی و زرد، رنگهای پرشور، خطرناک و سرشار از حس حیات و اعتماد به نفس شناخته می‌شوند و بسیار جلب توجه می‌کنند. این ویژگی در رنگ ماشین یا لباس افراد نیز مصداق دارد. در مقابل رنگهای سرد یعنی طیف سبز و آبی و بنفش با احساساتی نظیر امنیت، خرد، آسودگی و آرامش و گاهی با غم یا جنون مترادف‌اند. مثال آن استفاده از رنگهای سبز و آبی در محیط داخلی بیمارستان است. بنابراین بایستی به هنگام استفاده از رنگها، ویژگی‌های آن را از قبیل ارزشهای هیجانی، درجه‌ی حرارت و ارزش‌های نمادین آن‌ها را نیز در نظر گرفت.

نتیجه‌گیری

همه انسانها با محیط پیرامون خود در ارتباطند. این ارتباط، گاهی با اندیشیدن، گاهی با لمس کردن، چشیدن، شنیدن، بوییدن و گاهی هم با دیدن است. انسان‌ها محیط پیرامون خود را رنگی می‌بینند و این رنگ‌ها در آنان اثری خواه مثبت و یا منفی بر جای می‌گذارد. این تأثیرها ممکن است فیزیکی یا روانی باشد که بعد روانی آن مهمتر و آشکارتر است. طبق تحقیقات جامعه‌شناسی، رنگ‌ها نه تنها افراد را تحت تاثیر خود قرار می‌دهند بلکه منجر به پیشرفت و یا رکود یک جامعه هم می‌شوند. با عدم جایگزینی صحیح رنگ در مکان خاص خود و بکارگیری نادرست آن در محیط‌های انسانی، صدمات روحی شدیدی به انسان وارد خواهد آمد. بنابراین هنرمند خلاق نه تنها باید در دنیای بیکران رنگها به سیر و سیاحت پردازد و توشه خویش را از تجربه‌های علمی آینده‌سازد، بلکه همچنین لازم است تا مفاهیم رنگ را در کلیه ابعاد بشناسد و مهمترین این ابعاد که اعتبار مفاهیم زیباشناسی رنگ متکی بدانهاست ابتدا شناخت رنگ به عنوان یکی از برجسته‌ترین عوامل ترکیب بندی و سپس قدرت رنگ در برقراری ارتباط است (استوار، 1363)

قدردانی

از استاد گرانقدرم جناب آقای دکتر مهدی بنجویی بسیار سپاسگذارم چرا که بدون راهنمایی‌های ایشان تامین این مقاله بسیار مشکل مینمود.



مراجع

- [1] ایتن، ج. کتاب رنگ، ترجمه دکتر محمد حسین حلیمی، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- [2] محدث، ع. نقش رنگ و کاربرد آن در برقراری ارتباط، هنر و معماریه، هنر هشتم، شماره 2، زمستان 1375
- [3] دادرسی جدی پیشخانی، م ت، هویت شهرهای جدید تاثیر و نقش رنگ، انتشارات شرکت عمران شهرهای جدید، 1385
- [4] محمودی، ک. شکیبامنش، ا. اصول و مبانی رنگ شناسی در معماری و شهرسازی، 1348
- [5] ستوار، م. رنگ، 1363
- [6] موسوی فاطمی، ن. اسدی، ش. آذرباش، ف. رنگ شناسی تخصصی لباس، شرکت چاپ و نشر کتاب های درسی ایران، 1392
- [7] آیزمن، ل. روانشناسی کاربردی رنگ ها، ترجمه روح الله زمزمه، 1388
- [8] لینچ، ل. رنگ مدرن (کاربرد رنگ در معماری داخلی)، ترجمه فرید عابدین شیرازی، 1975 م
- [9] محمدی، م. طراحی امور گرافیکی با رایانه، شرکت چاپ و نشر کتاب های درسی ایران، 1392
- [10] تحریریه خط معمار، رنگ شناسی و کاربرد آن در طراحی و معماری داخلی
- [11] آزادپور، ا. رابطه رنگ با تعلیم پذیری زندانیان بعد از ورود به جامعه
- [12] میر فخر رجائی، س. ن. جادوی نور و رنگ بر خلق و خو و کیفیت محیط یادگیری کودکان، دانشگاه آزاد قزوین
- [13] آخشیک، س. س. بررسی جایگاه و تأثیر سمفونی رنگ و نور در معماری پسامدرن کتابخانه ها، نشریه الکترونیکی سازمان کتابخانه ها و موزه ها و مرکز اسناد آستان قدس رضوی، دوره 3 شماره 10 و 11
- [14] علیپور، آ. بررسی تاثیرات رنگ در معماری
- [14] اجری پور، ا. ارگونومی در رنگ
- [15] محسنی نیاز، ز. ارگونومی رنگ در محیط کار، بخش محیط کار تبیان
- [16] مجله آنلاین عکاسی اف نامبر، نشانه شناسی رنگ ها
- [17] وبسایت گرافیک برتر، مفهوم رنگ در آثار هنری
- [18] وبلاگ فرهنگ و هنر، آشنایی با رنگ

SID



ابزارهای
پژوهش



سرویس ترجمه
تخصصی



کارگاه های
آموزشی



بلاگ
مرکز اطلاعات علمی



سامانه ویراستاری
STES



فیلم های
آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی



کارگاه آموزشی
آموزش مهارت های کاربردی در تدوین و چاپ مقالات ISI

آموزش مهارت های کاربردی
در تدوین و چاپ مقالات ISI



کارگاه آموزشی
روش تحقیق کمی

روش تحقیق کمی



کارگاه آموزشی
آموزش نرم افزار Word برای پژوهشگران

آموزش نرم افزار Word
برای پژوهشگران