

بررسی تاثیر رنگ در پوشاک و اندام با مطالعه موردی بر طراح لباس، بیژن پاکزاد

گروه طراحی دوخت، دانشکده هنر و معماری، مؤسسه آموزش عالی آپادانا،

شیراز، ایران

گروه طراحی دوخت، دانشکده هنر و معماری، مؤسسه آموزش عالی آپادانا،

شیراز، ایران

گروه طراحی دوخت، دانشکده هنر و معماری، مؤسسه آموزش عالی آپادانا،

شیراز، ایران

نرگس خواجه

احمدی *

مجتبی شیدا

زینب موسوی

چکیده

احساس را می‌توان از راه‌های مختلف سنجید، ولی ادراک یک تجربه شخصی است. رنگ یکی از با اهمیت‌ترین عناصر چشمی است که در دنیای هنر، فرهنگ و بازاریابی وجود دارد. رنگ در بین انواع مختلف ارتباطات غیر-کلامی، سریع‌ترین روش برای ارسال پیام و معانی است. از نظر روانشناسی، رنگ‌ها می‌توانند تاثیرات روانی و احساسی متفاوت بر افراد داشته باشند چرا که تمام حواس، توسط رنگ‌ها تحریک یا فعال می‌شوند. رنگ‌ها دارای نیرو و انرژی درخشانده‌ای هستند که در ابعاد مختلف زندگی از جمله پوشش افراد نمود دارند و بسته به تیرگی، روشنی و خصوصیات درونی خود، می‌تواند بر زندگی فردی و اجتماعی هر شخص تاثیر مثبت یا منفی بگذارند. برخی از افراد به طور دقیق نمی‌دانند که رنگ لباس‌هایشان در ایجاد سرزندگی، سلامت روح و روان و نحوه ارتباط آنها نقش دارند. این پژوهش که به صورت کتابخانه‌ای گرد-آوری شده؛ هر شخص را متوجه تاثیر رنگ در سن، شخصیت و جایگاه اجتماعی، سلامت و روان خود می‌کند. همچنین عوامل موثر همچون فصل، نور، پارچه، ارتباط رنگ پوشاک با رنگ پوست و مو، ارتباط رنگ لباس با نوع اندام را، که توسط رنگ‌ها تحریک یا فعال می‌شوند، شناخته و آن را بررسی می‌کنیم. این مقاله همراه با مطالعه‌ای بر علت انتخاب رنگ زرد در طراحی‌های طراح ایرانی، بیژن پاکزاد (طراح کت و شلوار-های رنگی، عطر و طراح خودرو صورت گرفته است.

کلیدواژه‌ها: رنگ، اندام، پوشاک.

مقدمه

محدوده شناخت و آگاهی ما از تاریخ اعتقادات و کشفیات درباره‌ی رنگ بسیار محدود و کوچک است چرا که از گذشته‌های دور در تمام جوامع استفاده از رنگ رایج بوده است و به همین علت عقاید گذشتگان درباره‌ی رنگ در یک مسیر، منسجم و پیچیده قرار گرفته است که به هیچ وجه نمی‌توان آنها را بطور مشخص از هم جدا تصور و بررسی کرد. به نظر می‌آید، انسان از حدود سی تا پانزده هزار سال پیش از رنگ استفاده می‌کرده است. نقاشی غار آلتامیرا در شمال اسپانیا و لاسکو در جنوب فرانسه شواهد این ادعا هستند، اما با شروع عصر کشاورزی در شش تا هفت هزار سال پیش و گسترش آن با ایجاد مدنیت و اختراع سفال استفاده از رنگ شکل کاربردی‌تر به خود گرفت (بختیاری فرد، ۱۳۹۲، ص ۷).

در یونان فیلسوفان اولین نظریه‌ها را در مورد رنگ ابراز داشتند. افلاطون و ارسطو در این میان بیشترین اثر را داشتند. ارسطو، دانشمند یونانی، حدود ۳۵۰ سال قبل از میلاد معتقد بود همه رنگ‌ها از دو رنگ سیاه و سفید به وجود آمده‌اند و رنگ زرد و آبی را چون خورشید و ماه، انبساط و انقباض، مرد و زن و یانگ و یین را به عنوان رنگ‌های اصلی می‌دانست. همچنین معتقد بود که رنگ‌ها با چهار عنصر (آتش، آب، خاک و باد) مرتبط هستند و نظریه رنگ خود را با نگاه کردن به آسمان و تماشای طلوع تا غروب خورشید و رنگ‌هایی که در آسمان پدیدار می‌شد، ارائه می‌داد (کرد-بچه، ۱۴۰۲، ص ۹).

اما اولین نظریه‌های قابل تأمل در مورد رنگ در دوران شکوفایی علمی رنسانس ایجاد شد. در حدود ۱۵۰۰ میلادی لئوناردو داوینچی نظرش معطوف به رنگ‌های زرد، سبز، آبی و قرمز شد. او این رنگ‌ها را همچون رنگ‌های سیاه و سفید جز رنگ‌های اصلی دانست و سعی کرد به نحوی نشان دهد که چگونه با ترکیب این رنگ‌ها می‌توان تمام رنگ‌ها را بدست آورد، سعی داوینچی، (davinci) منجر به اختراع ابزاری به نام سیستم رنگ شد که دانش امروزی ترتیب و هارمونی رنگ بر اساس آن قرار گرفته است. در یک نگاه کلی می‌توان نظریه‌های مربوط به رنگ را به دو گروه طبقه‌بندی و مطرح کرد. گروه اول آرا و نظریه‌هایی هستند در مورد انتخاب رنگ مرجع و سیستم رنگ و گروه دوم شامل نظریه‌های مبتنی بر اصول و معیارهای ایجاد هارمونی رنگ است (بختیاری فرد، ۱۳۹۲، صص ۸).

پیشینه پژوهش

با بررسی پیشینه موضوع تحقیق حاضر، می‌توان گفت که بخش قابل توجهی از پژوهشگران به مهم بودن مبحث گسترده رنگ و اثرات آن بر تمامی سطوح و کیفیت زندگی آگاه هستند و در تلاش برای اثبات این موضوع هستند. در این بین پژوهشی در راستای بررسی ارتباط رنگ لباس با پوست افراد و فصول رنگی که وجود دارد و می‌تواند تاثیر بسزایی در پوشش و چشم نواز بودن استایل داشته باشد، یافت نشد. اما مهمترین آثار نزدیک به این موضوع را، می‌توان به پژوهش‌های زیر اشاره کرد.

از مطالعات انجام شده می-توان به مقاله با عنوان «بررسی تاثیر رنگ در طراحی لباس، بازاریابی و فروش» که نوشته مریم شکارچی، در سال ۱۴۰۰ در دانشکده مهندسی نساجی و پوشاک در قائم شهر مورد پژوهش قرار گرفته است، اشاره کنیم که می-توان نتیجه گرفت با انتخاب صحیح رنگ در لباس، تاثیر آن را در فروش خواهیم دید. یا مقاله دیگر با عنوان «بررسی تاثیر رنگ لباس در تأمین و ارتقاء سطح سلامت روان کودکان» که نوشته شهین عالی بیگی، دانشجوی طراحی پارچه و لباس دانشگاه غیر انتفاعی مارلیک در شهر نوشهر، در سال ۱۳۹۶ گرد-آوری شده است. هدف نگارنده این مقاله، اشاره به روحیات کودکان و تاثیر رنگ لباسی که بر تن می-کنند، بوده است.

می-توان به مقاله دیگر با عنوان «رنگ شناسی در طراحی پارچه و لباس» اشاره کرد، که نوشته مهدیه یحوی راویز در دانشگاه آزاد اسلامی یزد است که در سال ۱۴۰۱ گرد-آوری شده است. نگارنده این مقاله به رنگ در کیف، کفش، لباس-مهمانی و مجالس اشاره کرده است و دیگر مقالات... تفاوت پژوهش حاضر با دیگر پژوهش-ها اشاره به ارتباط بین رنگ پوست، مو، تشخیص رنگ و تناژ پوست و این مورد که چه رنگ لباسی مناسب پوست شماست و شما را زیبا تر از چیزی که هستید نمایان می-سازد و یا بلعکس، چه رنگ لباسی پوست شما را کدر نشان می-دهد.

۲- رنگ

رنگ یک انعکاس مرئی است که در اثر عبور یا انتشار یا بازتاب ترکیب رنگ-ها توسط اشیاء به وجود می-آید. از دیدگاه علمی ثابت شده که همه رنگ-ها از تشعشع-های نور خورشید است و هر شیء را به رنگ پرتوهای بازتاب شده می-بینیم. از سوی دیگر این پرتوها با ترکیب شدن، نورهای دیگری را می-سازند (یوز باشی و همکاران، ص ۴). رنگ یک پدیده سایکوفیزیولوژیک است که در مغز و روان ما ایجاد می-شود و خارج از ذهن ما رنگ مفهوم و معنایی نخواهد داشت. ما با دریافت رنگ در رفتارمان از خود واکنش نشان می-دهیم و این واکنش-ها فقط روانی یا ادراکی نیستند بلکه می-تواند جنبه فیزیولوژیک هم داشته باشند. رنگ جزئی از محیط پیرامون انسان است و افراد هشتاد در صد اطلاعاتش را از طریق محیط پیرامون خود بدست می-آورند. نیروی شگفت-انگیز رنگ همه جا مشهود است و اهمیت آن بر هیچکس پوشیده نیست (دستجردی، ۱۴۰۲، ص ۷).

معمولاً انسان-ها از طریق رنگ معانی را درک می-کنند، اطلاعاتی را بدست می-آورند و به وسیله آن با دیگران ارتباط برقرار می-کنند. این دریافت همیشه با تاثیرات بصری، اجتماعی، عاطفی و فیزیولوژیک همراه خواهد بود. مشاهده رنگ یک فرآیند پیچیده است که نتیجه واکنش سلول-های چشم و قسمتی از مغز است که با یک عامل بیرونی یعنی نور تحریک می-شود. رنگ همانند نور پدیده-ای است که از جهان خارج به تحریک جهان درون ما می-پردازد (بختیاری فرد، ۱۳۹۲، ص ۹۵).

۱-۲ چرخه رنگ

جهان بدون رنگ یک جهان فاقد درک، نا-مفهوم و ترسناک است. هر رنگ داستانی دارد که، با انرژی مخصوص خود حامل پیامی به خصوص است (کرد-بچه، ۱۴۰۲، ص ۷). انسان قادر به تشخیص بیش از ۷ میلیون رنگ است بنابراین تصور نمی-رود هیچ واژه-ای به گستردگی رنگ باشد (اسحق آبادی، ۱۳۹۵، ص ۳). اکثر مردم از علم رنگ آگاهی ندارند، رنگ-هایی که به صورت مستقیم در رو ب روی هم هستند، رنگ-های مکمل هستند و رنگ-های مجاور با هم سازگاری ندارند (ساتن، ۱۳۸۶، ص ۱-۳). چرخه رنگ دارای سه رنگمایه اصلی قرمز، زرد، آبی است. این سه رنگ رئوس یک مثلث متوازی-الاضلاع در میان یک دایره را تشکیل می-دهند. سه رنگمایه نارنجی، بنفش و سبز بین هر دو رنگمایه اصلی قرار دارند و رئوس مثلثی دیگر را تشکیل می-دهند (تصویر ۱). نارنجی-زرد، سبز-زرد، سبز-آبی، بنفش-آبی، بنفش-قرمز، شش رنگمایه رده سوم هستند (ساتن، ۱۳۸۶، ص ۱۳).



تصویر ۱- (ساتن، ۱۳۸۶، ص ۱۸۹).

هر رنگ ترکیبی از دو خاصیت بارز شدت و درخشش نور با تاریکی و روشنی است و حتی می‌توان فواصل بین رنگ‌ها را مانند صدا اندازه‌گیری کرد و فیزیکدان‌ها به واسطه طول موج خاص رنگ‌ها، قادر به ضبط آنها هستند. دنیایی که نظاره‌گر هستیم از دو عنصر مهم تجسمی فرم و رنگ تشکیل شده است که لازم و ملزوم یکدیگرند (یحوی راویز، ۱۴۰۱، ص ۳).

رنگ‌ها دارای روابط و حالت‌های گوناگون هستند که با شناخت و آگاهی از آنها، انتخاب رنگ مناسب برای هر فردی آسان خواهد شد. رنگ‌ها به علت خصلت‌های ذاتی‌شان حتی می‌توانند اندازه‌ظاهری اندام و رنگ چهره را مغایر با آنچه هست به نظر آورند. رنگ لباس افراد بی‌نهایت بر هیجانات تاثیر می‌گذارد. هیجانات، رفتار افراد را به طور غیر مستقیم تحت تسلط خود قرار خواهند داد. نیاز به توضیح هست که هر رنگ، شخصیت روان‌شناختی کاملاً مستقلی دارد (برچلوبی، ۱۳۸۷، ص ۵۳). همچنین انسان و رنگ زیر مجموعه‌ای از جهان و طبیعت هستند؛ انسان و رنگ همیشه در تعامل با یکدیگرند و در نهایت انسان محصور در چهار دیواری طبیعت را تحت تاثیر قرار می‌دهند، زمانی تعادل روانی در انسان ایجاد می‌شود که ارتباط بین انسان و رنگ و طبیعت متعادل و مثبت باشد. رنگ چنان در روح و روان آدمی اثر می‌گذارد که موجب تغییر رفتار و حس میشود. با دیدن هر رنگ، نوعی از احساس در افراد برانگیخته می‌شود (علی اکبرزاده، ۱۳۹۷، ص ۲۲)؛ مطالعه ای که در این مورد صورت گرفته است:

۲-۲ قرمز: عشق، شهوانی، سرزنده، مهیج و محرک، اشتیاق، انرژی.

رنگ قرمز از رنگ‌های گرم به حساب می‌آید که آن را مکمل رنگ سبز می‌دانند. معنای روان‌شناختی رنگ قرمز حاکی از اراده، قوی، جاه‌طلبی، گیرایی و جذابیت است (صابری، ۱۳۹۹، ص ۲۸). قرمز را به عنوان شهوانی‌ترین رنگ در میان رنگ‌ها و برابر با تحریک و وسوسه در هنگام خرید می‌شناسند (آیزمن، ۱۳۸۸، ص ۲۴). رنگ قرمز سیستم عصبی را به صورت اتوماتیک تحریک می‌کند و باعث بی‌قراری و خشم شما می‌شود. این رنگ مردم را تحریک می‌کند تا انتخاب‌های سریع‌تری داشته باشند. قرمز، انرژی و جرات را انتقال می‌دهد و به شخص حسی از قدرت انجام کار را می‌دهد. به همین دلیل در جلسات کاری سیاستمداران اغلب کراوات قرمز می‌پوشند. رنگ قرمز به عنوان یک هدیه، خاطره‌انگیزترین رنگ است (ساتن، ۱۳۸۶، ص ۱۵۶).

همچنین تحقیقاتی انجام شده که نشان می‌دهند در فرهنگ‌های مختلف، مردم رنگ‌های متفاوتی را ترجیح می‌دهند. رنگ قرمز در نیجریه و آلمان نشانه بد‌شانسی است و در چین، دانمارک و آرژانتین نشانه خوش‌شانسی است. در هند نشان از جاه‌طلبی و خشک بودن است. در ژاپن، چین و کره نماد عشق است (حمیدای، ۱۳۹۵، ص ۳).

۳-۲ زرد: روشنگر، گرما بخش، درخشان، بشاش.

این رنگ را رنگ نور می‌شناسند. افرادی که به رنگ زرد علاقه دارند معمولاً شخصیتی درون‌گرا و منطقی دارند. افراد علاقه‌مند به این رنگ، افراد خلاق و تنوع طلبی می‌باشند. بنفش ارغوانی مکمل این رنگ می‌باشد (صابری،

۱۳۹۹، ص ۳۰). زرد، روشن-ترین رنگ بین کلیه ته-رنگها است و زمانی که با رنگ-های خاکستری، سیاه و بنفش ترکیب می-شود، تمام خصوصیاتش را از دست می-دهد. زرد تراکمی است از سفیدی (حلیمی، ۱۳۷۳، ص ۲۱۰). رنگ زرد در چرخه-رنگ، میان دو رنگ نارنجی و سبز قرار-گرفته است و جزو رنگ-های اصلی محسوب می-شود. از نظر روانشناسی رنگ زرد، شادترین رنگ در طیف می-باشد، انتقال-دهنده احساسات خوش-بینی، خوشحالی، شکوه و جلال است. این رنگ توصیف کننده دانایی و خرد است، نمادی از شادی است. از آنجا که رنگ زرد خیلی سریع در مغز ثبت می-شود، سیستم عصبی و ذهن را تحریک می-سازد. قابل رویت بودن فوق العاده زرد، باعث بالا بردن سرعت و تفکر باز می-شود (ساتن، ۱۳۸۶، ص ۱۵۸). در آمریکا رنگ زرد، نشان-دهنده گرما است و در فرانسه سرما را نشان می-دهد. در روسیه نماد حسادت است ولیکن در چین نشانه مطلوبیت، خوشحالی و وفاداری است. در برزیل، رنگ-های زرد و بنفش نشان-دهنده سوگواری و نا-امیدی هستند (حمیداوی، ۱۳۹۵، ص ۳).

۴-۲ نارنجی: با نشاط، انرژی زا، جذاب، دوستانه.

در طیف رنگ-ها، طرفداران رنگ نارنجی، افراد خلاق و مستقلی هستند. آنها میل-درونی به خلاقیت و فعالیت دارند. این رنگ احساس اجتماعی بودن را در افراد تقویت می-کند، با این حال باید توجه داشت که استفاده افراطی از رنگ نارنجی می-تواند باعث بی-تعادلی در سیستم عصبی افراد شود، به همین دلیل توصیه می-شود این رنگ همراه با رنگ سبز یا آبی پوشیده و ست شود. که انتخاب رنگ سبز یشمی با نارنجی ترکیب رنگی فوق-العاده-ای را می-سازد (صابری، ۱۳۹۹، ص ۴۰). افرادی که نارنجی می-پوشند، تصور می-شود که انسان هایی خلاق، با حرارت و شوخ طبع هستند (آیزمن، ۱۳۸۸، ص ۳۱). رنگ نارنجی باعث تحریک اکسیژن برای ورود به مغز می-شود، ترکیبی از زرد و قرمز است، بنابراین خصوصیات انرژی و سرزندگی را از رنگ قرمز و شادی و صمیمیت را از رنگ زرد دارا می-باشد. نارنجی، یک رنگ انرژی زا است که نمایانگر ارزش خوبی است. به لحاظ دما، رنگ نارنجی داغ-ترین رنگ در میان رنگ-هاست. فعال و دلنشین است، القا کننده شخصیت برون-گراست، نمایانگر ماجراجویی، اشتهاآوری است و بر چشم خیلی تاثیر می-گذارد (ساتن، ۱۳۸۶، ص ۱۶۰). این رنگ بیشتر به عنوان رنگ بازیگوش (سرزنده)، اجتماعی، شاد و کودکانه است که برای کودکان سه تا شش سال بیشتر توصیه می-شود.

۵-۲ سبز: طبیعی، تازه، التیام بخش، تسکین دهنده.

سبز نه تنها سمبل زندگی و رشد است بلکه آرامش-دهنده-ترین رنگ در طیف رنگ-ها است. این خصوصیت به دلیل فیزیولوژی این رنگ است. برخلاف دیگر رنگمایه-ها، سبز مستقیماً روی شبکه متمرکز می-شود، بدون تجزیه و شکسته شدن، راحت روی چشم قرار می-گیرد. تصور می-شود این رنگ دارای قدرت شفا بخشی است. هرچه سبز کمرنگ-تر باشد، آرام-بخشی آن بیشتر خواهد بود. کیفیت اطمینان بخشی رنگ سبز باعث شده این رنگ، «رنگ سلامتی» در جهان ثبت شود. افرادی که لباس سبز می-پوشند به نظر مهربان، وابسته و سخاوتمند هستند (ساتن، ۱۳۸۶، ص ۱۶۲). تولد، بخشنده گی، تعادل، ایمنی، نشاط و آرامش؛ فقط مقداری از تاثیرات فراوان رنگ سبز است. برای کاهش استرس، رنگ سبز می-تواند انتخاب مناسبی باشد (صابری، ۱۳۹۹، ص ۳۱).

۶-۲ آبی: آرام، خنک (خونسرد)، ساکت، ثابت، قابل اعتماد.

رنگ آبی به دلیل ارتباط با آب و آسمان به عنوان نمادی از ثبات در زندگی است (آیزمن، ۱۳۸۸، ص ۴۳). رنگ آبی خالص، رنگی است که نه از زرد نشانی دارد نه از قرمز. معنای ایمان و وفاداری را می-دهد. به همان اندازه که رنگ قرمز با خون انس دارد رنگ آبی با اعصاب پیوسته است (حلیمی، ۱۳۷۳، ص ۲۱۶). تماشای رنگ آبی ضربان قلب و سرعت تنفس شما را پایین می-آورد و فشار خون شما را به طور موقت کاهش می-دهد. می-توان ادعا داشت که همه ارتباطات ما با آبی مثبت است (ساتن، ۱۳۸۶، ص ۱۶۴). آبی نماد بلوغ و پختگی است و عالی ترین انتخاب برای

برقراری تعادل در ظاهر است. اگر شما بخواهید آخرین شایعات بی-اساس درباره خودتان را رفع کنید می-توانید از این رنگ در لباس خود استفاده کنید. (عابدینی، ۱۳۹۹، ص ۱۴۴)

۷-۲ ارغوانی: زیبا و برازنده، شاهوار، مرموز، معنوی، شهوانی.

این رنگ از ترکیب دو رنگ اصلی قرمز و آبی به وجود می-آید. در واقع رنگ ارغوانی نه جزء دسته رنگ-های سرد به حساب می-آید نه رنگ-های گرم. بنفش سمبل شجاعت، اصالت و شخصیت است (صابری، ۱۳۹۹، ص ۳۷). ارغوانی دارای مفاهیم متعددی است که بستگی به زمینه-های فردی، فرهنگی بیننده دارد. در طول تاریخ، ارغوانی بسیار مشکل و گران تولید میشده است به گونه-ای که فقط اشراف جامعه می-توانستند ارغوانی بپوشند. ارغوانی ترکیبی از قرمز هیجان-آور و آبی آرام-بخش است. بنفش را هم می-توان رنگی غمگین، افسرده، مملو از وقار و دل-فریبی دانست، هم جادویی و سحرانگیز (آیزمن، ۱۳۸۸، ص ۵۱). این رنگ مکمل رنگ زرد، در دایره رنگی است و با آن تضادهای شدید ایجاد می-کند. رنگ ارغوانی (بنفش) در حالت متضاد که باشد، گاهی تهدید می-کند و گاهی تشویق-کننده و امید بخش است (حلیمی، ۱۳۷۳، ص ۲۱۹). در اکثر کشورها این رنگ جایگزین رنگ مشکی است، به عنوان رنگ رسمی عزاداری شناخته شده است. همچنین این رنگ باعث تشویق افراد به رویا دیدن، تجسم کردن و کمتر کار کردن می-شود (آیزمن، ۱۳۸۸، ص ۵۱). این رنگ در کره شمالی و چین نماد عشق است. در مکزیک رنگ خشم و حسادت و در ژاپن رنگ گناه و ترس است. همچنین در چین از رنگ-های گران قیمت است (حمیدآوی، ۱۳۹۵، ص ۳).

۸-۲ صورتی: شیرینی، جوانی، مهربانی، شادی، ملایمت.

رنگ صورتی عاملی تحریک کننده برای مهربانی است بلکه واقعا مانع از بروز بیماری، تجاوز و تخطی می-کند. در کتاب قدرت رنگ اثر مورتون والکو (Morton valco)، دکتر چائوس (Dr Chaous) توضیح می-دهد که حتی اگر یک شخص در محیطی که صورتی رنگ است عصبانی، پرخاشگر و مهاجم باشد، ماهیچه-های قلب او نمی-تواند به اندازه کافی با سرعت و مرتب بزند. این به دلیل آرام-بخشی رنگ صورتی است (ساتن، ۱۳۸۶، ص ۱۶۸). رنگ صورتی بردبارترین و صبورترین رنگ-هاست. بیشتر افراد، به این دلیل که صورتی در علم روانشناسی یک رنگ زنانه است، گمان می-کنند رنگ مورد علاقه بیشتر زنان صورتی است. در حالی که در تحقیقات انجام گرفته، رنگ مورد علاقه ۳۵٪ زنان، آبی بوده و تنها در صد کمی از آنان صورتی را به عنوان رنگ مورد علاقه خود برگزیدند (حمیدآوی، ۱۳۹۵، ص ۹).

۹-۲ قهوه ای: سالم، بادوام، بی-خطر، حامی، محافظ، غنی

قهوه-ای بی-اغراق شالوده وجود ماست، از آنجایی که رنگ زمین و درختان است، این رنگ راحتی و آسایش را فراهم می-سازد. رنگ-های خنثی و گرم بخاطر دارا بودن ارزش رنگی پایدار درک می-شوند و احساس دوست داشتن و آرامش را ایجاد می-کنند (ساتن، ۱۳۸۶، ص ۱۷۰). صداقت از دیگر خصوصیات است که در روانشناسی رنگ قهوه-ای، و شخصیت شناسی این دسته از افراد، دیده می شود. به موجب این خصوصیت شما می-توانید به این دسته از افراد اعتماد کنید. ترکیب رنگی مردانه شامل انواع آبی-ها و انواع قهوه-ای است (صابری، ۱۳۹۹، ص ۴۱).

۱۰-۲ خاکستری: خنثی، بی-طرف، کلاسیک، همیشه نو، آرام.

یک رنگ کاملاً خنثی که مردم آن را به ندرت یا دوست دارند یا متنفرند، شخصیت مستقلی ندارد و نماد بی-طرفی است (عابدینی، ۱۳۹۹، ص ۱۴۴). ترکیب رنگ آبی با خاکستری، ترکیب خاصی است. افرادی که به رنگ خاکستری علاقه-مند هستند دارای ویژگی-های اعتماد، آرامش، بی-طرفی هستند. (صابری، ۱۳۹۹، ص ۵۰)

۱۱-۲ سفید: قدیمی، روشن، پاک و خالص.

سفید سمبل پاکی، خلوص، پرهیزکاری، وفاداری، معصومیت، خوبی، حقیقت و سادگی است. معمول-ترین رنگ منتخب برای لباس عروس، سفید است. همچنین استدلالی وجود دارد که پوشندگان این رنگ دارای موقعیت اجتماعی بالایی بودند (ساتن، ۱۳۸۶، ص ۱۷۴). سفید مکمل رنگ سیاه است. این رنگ استرس را از افراد دور و کاهش می-دهد. رنگ سفید نماد کارآیی در افراد است. اگر رنگ سفید را دوست دارید، شخصیت متعادل و پایدار دارید و می-توانید احساسات خود را کنترل کنید (صابری، ۱۳۹۹، ص ۳۶). اگر چه سفید رنگ خنثی است، این رنگ به عنوان یک رنگ سرد مورد توجه قرار می-گیرد و این به خاطر اجماع آن با برف و یخ می-باشد. رنگ-های کرم مایل به سفید، رنگ گرم-تری نسبت به سفید خالص هستند و احساس دوستی را منتقل می-کند (ساتن، ۱۳۸۶، ص ۱۷۴).

۱۲-۲ سیاه: کلاسیک، زیبا، قدرتمند، تاثیر گذار، مرموز، قدر.

سیاه قوی-ترین و مقتدر-ترین رنگ است که ما آن را نشانه مرگ و تاریکی می-دانیم و این نتیجه یک حس ناشناخته است. رنگ سیاه به عنوان رنگی محافظه-کار، جدی، بزرگ و مورد احترام در موقعیت-های رسمی قرار می-گیرد (ساتن، ۱۳۸۶، ص ۱۷۵). سیاه، به عنوان باز دارنده خود، تاثیر بسزایی بر هر رنگی دارد که در همان گروه قرار گرفته باشد و خصلت آن رنگ را مورد تاکید و اهمیت قرار می-دهد (غلام زاده، ۱۳۹۸، ص ۴). در فرهنگ-های مختلف، سیاه نماد غم و اندوه هست. رنگ سیاه را به عنوان قوی-ترین، نمایشی-ترین، چشم نواز و گران-ترین می-توان در نظر گرفت. همچنین هر جا رنگ سیاه باشد، پیام قدرت را می-رساند (آیزمن، ۱۳۸۸، ص ۶۳).

۳-اثرات سایکوفیزیولوژیک رنگ

مشاهده هر رنگ، عکس العمل-های مغناطیسی شیمیایی در چشم به-وجود می-آورد که همراه با آنها اتفاقاتی در قلمرو روانی انسان به وقوع می-پیوندد. اینگونه واکنش-ها در شبکه-های پیچیده اعصاب و رشته-های عصبی بسیار تاثیر گذار است. شبکه-های پیچیده اعصاب را می-توان به دو بخش اعصاب مرکزی و اعصاب خود کار تقسیم کرد، که اولی وظایف فیزیکی و دومی که به دو شاخه اعصاب پاراسمپاتیک و سمپاتیک تقسیم می-شوند، وظایف حسی را به عهده می-گیرند. رنگ-ها تاثیرات قابل توجه و بسزایی بر روی اعصاب سمپاتیک و پاراسمپاتیک می-گذارند، به طوری که رنگ-های سرد مانند آبی باعث کاهش و کنترل تاثیرات هیجانی اعصاب سمپاتیک شده و رنگ-های گرم مانند قرمز، نارنجی باعث افزایش و تحریک آن می-شود (صابری، ۱۳۹۹، ص ۱۵).

۱-۳ ویژگی و طرح رنگ-های اصلی

هیچ رنگی، هیچ زمان به تنهایی بوجود نمی-آید و در حقیقت اثر و خروجی یک رنگ به وسیله چند عامل مشخص می-شود. نوری که از آن منعکس می-شود، رنگ-هایی که آن را احاطه کرده-اند، یا پرسپکتیو و زاویه شخصی که به رنگ نگاه می-کند. در کل ویژگی و یا ده طرح رنگی اصلی وجود دارد که آنها عبارتند از آکروماتیک(غیر رنگی)، آنالوگس(متشابه)، هموزن، مکمل، منوکروماتیک(تکفام)، (نوترال)خنثی، منشعب از مکمل، اصلی، ثانویه و رده سوم است (ساتن، ۱۳۸۶، ص ۲۴).

۲-۳ کمپوزسیون رنگ-ها

کمپوزسیون رنگ بدین معنی است که دو یا چند رنگ به نحوی کنار هم قرار گیرند که مفهوم خاصی را نشان دهند (غلام زاده، ۱۳۹۸، ص ۶). باید موقعیت و تناسب هر رنگی در ارتباط با رنگ-های دیگر که آن را فراگرفته-اند و یا با آن توأم هستند بررسی شود، این نکته یکی از اصول مهم برای تعیین اثر و نمود هر کدام از رنگ-ها است (حلیمی، ۱۳۷۳، ص ۲۲۸).

انسان چه به لحاظ فیزیکی و چه به لحاظ روان-شناختی، پیوسته تحت تاثیر رنگ-ها قرار می-گیرد و آشکار است که واکنش-ها و چگونگی تاثیرپذیری انسان از رنگ-ها، ماهیت کاملاً روانی دارد (حجتی، ۱۳۸۷). رنگ-ها معانی و مفهوم مختلفی را با خود حمل می-کنند و به طور غیر مستقیم در هنجارها، واکنش-ها و رفتارهای فرد موثرند (مرتضوی فر، ۱۳۹۶).

۳-۴ تاثیرات فیزیولوژیک یک رنگ

رنگ-ها دارای نیرو و انرژی درخشانی هستند که در ابعاد مختلف زندگی از جمله پوشش افراد نمود دارند و بسته به تیرگی، روشنی و خصوصیات درونی خود، می-تواند بر زندگی هر فرد تاثیر مثبت یا منفی بگذارد. برخی از افراد به طور دقیق نمی-دانند که رنگ لباس-هایشان در ایجاد سرزندگی، سلامت روح و روان و نحوه ارتباط آنها نقش دارند (حری، ۱۴۰۰، ص ۲). تاثیر-رنگ-ها بر انسان بر دو بعد فیزیولوژیک و ادراک روانی وجود دارد. رنگ-ها به شکل موثر در فیزیولوژی بدن انسان و روان او دخالت دارند (بختیاری فرد، ۱۳۹۲، ص ۸۵).

۳-۵ تاثیرات ادراکی رنگ

آزمایش-ها و تجربه-ها نشان می-دهد که ارزش توجه به رنگ-ها نتیجه خیلی از خصوصیات طبیعی رنگ-ها و آثار روانی آنهاست که به طور خود به خود تولید می-شود. به طور کلی افراد تمایل دارند که چیزهای خوشایند خود را ببینند تا چیزهایی که باب-میلشان نیست، به معنای دیگر مردم از دیدن چیزهای ناخوشایند چشم-پوشی می-کنند و چون رنگ-ها خیلی سریع-تر از طرح و شکل دیده می-شوند، ترکیب-های رنگی ارجعیت بیشتری دارند. متخصصان با انجام آزمایش-های ویژه و متعدد، تا حد زیادی مشخص کردند که کدام رنگ-ها زود تر دیده می-شوند، نتایج این-چنین بود: نارنجی، قرمز، آبی، سیاه، سبز، زرد، بنفش و خاکستری به ترتیب اولین رنگ-هایی بودند که دیده می-شدند (بختیاری فرد، ۱۳۹۲، ص ۹۱).

۳-۶ نور - نخستین و مهم-ترین قسمت جنبه فیزیکی رنگ-ها، نور است. رنگ از نور به وجود می-آید. بی-نور، رنگی هم وجود ندارد. نور انرژی قابل مشاهده و چشم انسان همچون حس-گری است که توان دریافت نور را دارد (یوز باشی و همکاران، ص ۴). نور مرئی اشعه الکترومغناطیسی است که به طور طبیعی وجود دارد. منبع اصلی نور مرئی، نور خورشید است، اما این نور به واسطه ستاره-ها هم تولید می-شود. البته نور مرئی قسمت کوچکی از طیف تابش الکترو مغناطیسی است. چیزی که ما مشاهده می-کنیم نور مرئی است، که این طیف رنگ-ها را در رنگین کمان هم می-توان مشاهده کرد. واقعیت این است که اگر نور مرئی وجود نداشت، از دیدن هر رنگی بی-بهره می-ماندیم (هدایت، ۱۳۸۵، صص ۳-۱۳).

افراد در هر موقعیت، با فرهنگ-ها، سلیقه و علائق شخصیتی متفاوت و همچنین ترجیحات رنگی متفاوتی وجود دارند؛ برای مثال افرادی که در مناطق سرد سیر زندگی می-کنند، رنگ-های تیره را به رنگ-های روشن ترجیح داده و بالعکس (علوی، ۱۳۹۷، ص ۶). رنگ-ها در شرایط گوناگون نور، به شکل دیگری جلوه می-کنند و با توجه به اینکه چه زمانی مثل روز یا شب از لباس استفاده می-شود، بهتر است تحت تاثیر نور مربوطه پارچه بخریم. در مکانی که زندگی می-کنید؛ اگر اوقات هوا سرد و بارانی است، رنگ-ها کدر و مات-تر به نظر می-رسند و اگر هوا گرم و خشک است، رنگ-ها درخشان-تر و براق و شفاف-تر خواهند بود (علیوندی، ۱۳۸۱، ص ۸۲).

۴- انتخاب رنگ در لباس

همیشه وقتی لباس جدیدی برتن می-کنیم یا به هنگام خرید یک سوال برایمان پیش می-آید؛ این رنگ به من میاد؟ یکی از عوامل مهم که بخشی از ما محسوب میشود، رنگ پوشتمان است. در واقع سوال پیش آمده را می-توان این

دانست: «آیا این رنگ با رنگ پوست من هارمونی دارد؟» در انتخاب یک لباس مناسب، رنگ یکی از مهم ترین عوامل به شمار می‌رود.

رنگ لباس شما در برخورد اول تاثیرگذارتر از کلامتان است و شما در کمتر از یک دقیقه که ۶۰ ثانیه باشد، مورد تحلیل و بررسی و گاهی هم مورد قضاوت توسط دیگران قرار می‌گیرید (کردبچه، ۱۴۰۲، ص ۱۲). رنگ‌ها می‌توانند اندام افراد را چاق‌تر و کوتاه‌تر یا لاغرتر و بلندتر از آنچه هست نشان دهند و حتی بر پوست و مو هم تاثیر بگذارند، ایراد اندامی افراد را بپوشانند و اصلاح کنند و محاسن و زیبایی اندام را جلوه‌گر سازند و فرد را زیبا‌تر و برازنده‌تر نشان دهند، مشروط بر اینکه درست انتخاب شده باشند. پس لازم است آگاهی‌مان نسبت به رنگ، اندام‌های مختلف بالا ببریم و به رنگ مو، چهره و سایر خصوصیات رنگی فرد توجه کنیم و طبق آن آگاهانه رنگ‌های لباس را انتخاب کنیم (کبیری، ۱۳۸۳، ص ۹۱).

رنگ به ظاهر لباس تنوع می‌بخشد. رنگ لباس سریع‌تر از مدل و برش آن دیده می‌شود. برای هر نوع اندامی لازم است یک رنگ به عنوان رنگ اصلی انتخاب شود. رنگ اصلی (زمینه ای برای رنگ های دیگر) باید به نحوی انتخاب شود که قادر به ترکیب با رنگ‌های دیگر باشد و مجموعه و خروجی که بدست می‌آید، شکیل و خوشایند جلوه کند (صنعتی، ۱۳۸۶، ص ۶۴). اگر شخصی رنگ اصلی را انتخاب کند، بهتر است؛ لذا تقریباً هر کدام از رنگ‌ها با یکدیگر هماهنگی خواهند داشت و از نظر اقتصادی به اکسسوری کمتری احتیاج داریم و این به مقرون به صرفه‌تر است (علیوندی، ۱۳۸۱، ص ۸۲).

انتخاب آگاهانه رنگ لباس، موجب درخشش و شفافیت پوست، صورت و موی سر می‌شود و همچنین خصوصیات فیزیکی و ظاهری فرد را بهبود می‌بخشد و محاسن اندام را جلوه گر می‌کند و معایب آن را تا حد امکان می‌پوشاند. عواملی که برای موفقیت در این امر باید مورد توجه قرار گیرند را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

۱-۴ ارتباط پارچه و رنگ با اندام - پارچه‌ها به سه صورت با نور تعامل برقرار می‌کنند. پارچه‌ها نور را منعکس، جذب و یا انتقال می‌دهند. پارچه می‌تواند نور را منعکس کند اما منعکس کننده خوبی نیست. بعضی از پارچه‌ها خواص جذب و دفع نور را با هم دارند؛ مانند انواع پارچه مخمل. ما انواع پارچه داریم: پارچه‌های براق و مات، که پارچه‌های هولوگرامی یا لمه را شامل می‌شود و اندام را درشت‌تر نمایان می‌سازد. پارچه‌های ابریشمی تیره رنگ افراد را بلعکس، لاغرتر نشان می‌دهند (عابدینی، ۱۳۹۹، ص ۱۸۶).

پارچه‌های نازک، لطیف و سبک، علاوه بر وزن کم، معمولاً ریزش بیشتری نسبت به دیگر پارچه‌ها دارند و فرد را ظریف‌تر نشان می‌دهند؛ مانند پارچه حریر. همچنین هرچه ضخامت پارچه بیشتر باشد، در حجیم نشان دادن اندام بی‌تاثیر نیست. ضخامت پارچه به بافت و رگه‌های پارچه بستگی دارد که هر چه سطح پارچه صاف و یکدست‌تر باشد، پارچه مرغوب‌تر است. پارچه‌های ضخیم و خشن، خشک و آهاردار، معمولاً ریزش کمتری نسبت به پارچه‌های نازک دارند و به علت ضخامتی که دارند، روی تن نمی‌خوانند و فرد را درشت اندام‌تر از چیزی که هست نمایان می‌سازد. تنها تشابه پارچه‌های ضخیم با یکدیگر سنگینی وزن آنهاست (اعتمادی، ۱۳۷۸، ص ۸۹). رنگ‌ها بر روی اندام تاثیر زیادی می‌گذارند و در پارچه‌های مختلف از نظر جنس هر رنگی جلوه‌ای خاص دارد؛ به عنوان مثال قرمز در پارچه ساتن با قرمز در پارچه مخمل متفاوت است و به همین دلیل اثر بسیار متفاوتی بر روی اندام پوشنده لباس خواهد داشت (یحیوی راویز، ۱۴۰۱، ص ۶).

در نظر گرفتن تار و پود پارچه، نوع بافت و به طور کلی سطح پارچه و نمای ظاهری آن در اندام افراد اهمیت بسزایی دارد. با انتخاب صحیح جنس پارچه یکی از قدم‌های اساسی برای بهتر نشان دادن اندام خود برداشته‌اید (کبیری، ۱۳۸۳، ص ۹۷).

تیرگی و روشنی و درجه درخشش رنگ-ها و به عبارت دیگر ارزش و شدت رنگ-ها تاثیر بسیاری بر اندام دارد. رنگ-های روشن یا براق و رنگ-های زنده سایز فرد را افزایش می-دهند. رنگ-های روشن و براق و زنده مثل زرد، قرمز، بیشتر از رنگ-های تیره مانند مشکی، سرمه-ای جلب توجه می-کنند و عیوب اندامی را بهتر و بیشتر نمایان می-کنند. پارچه هایی با رنگ-های گرم روشن یا براق اندام را درشت-تر جلوه می-دهند و بر عکس پارچه-هایی با رنگ-های سرد، مات، کدر یا تیره فرد را کوچک-تر می-نمایانند (علیوندی، ۱۳۸۱، ص ۸۱). پارچه-های براق رنگ پوست را می-پرانند و موجب تاکید ناهمواری و مشکلات صورت یا پوست بدن می-شوند و از طرفی نیز بر پوست-های باطراوت تاکید می-کنند و همین طور به علت متضاد بودن با پوست کدر، رنگ پوست را کدر-تر می-سازد. پارچه-های کدر و مات به علت جذب نور، رنگ پوست صورت را افزایش می-دهند و شفاف-تر می-کنند. این نوع پارچه-ها برای افراد کهنسال و فرتوت، یا افرادی که پوست کم رنگ دارند مناسب است (صنعتی، ۱۳۸۶، ص ۱۱۰).

پارچه با رنگ تیره و مات در تناژ رنگی سرد اندام را کوچک-تر و ریز-تر نشان می-دهد و مناسب افراد چاق است. پارچه-های روشن و براق، زنده و درخشان در چند تناژ رنگی و گرم مناسب افراد لاغر هستند. یک فرد درشت اندام بهتر است رنگ های مختلف را در تهیه یک لباس به کار نبرد، به خصوص کت یا پیراهن روشن با شلوار یا دامن یا... تیره و بلعکس. زیرا این نوع پوشش به سبب تضاد و تفاوت زیاد موجب دو نیمه کردن اندام می-شود و در نتیجه فرد را درشت تر نشان می-دهد (علیوندی، ۱۳۸۱، ص ۸۱).

همچنین افراد قد بلند، سنگین وزن و درشت، اگر بخواهند ریز تر و لاغر تر به نظر برسند، باید از پوشیدن پارچه-هایی که سطوح براق دارند اجتناب کنند. برای این افراد رنگ-های خاکستری و انواع رنگ-با تناژ خنثی و مات برازنده-تر است تا رنگ-های خیلی تیره یا خیلی روشن. برعکس، افراد با اندام-های لاغر، ظریف و بلند با استفاده از رنگ-های روشن و زنده به آسانی می-توانند درشت تر از آنچه هستند جلوه-گر شوند؛ بخاطر اینکه این رنگ-ها میل دارند فرد را توپر-تر نشان دهند. همین طور این افراد بهتر است از رنگ-های متضاد به خوبی استفاده کنند. برای مثال، با به کار بردن کمر بندی در خط کمر یا خط باسن با رنگ متضاد زمینه لباس بر اندام شکل-تر به نظر می-رسد (ناشر، ۱۳۸۰، ص ۳۴). در نتیجه افراد با قد بلند و اندام لاغر می-توانند از رنگ-های زنده و در هم، در صورتی که با رنگ پوست آنها تناسب داشته باشند، استفاده کنند و باید از رنگ-هایی که اندام را بلند و باریک می-نمایاند دوری کنند (عابدینی، ۱۳۹۹، ص ۱۵۲).

در چنین اندامی برش منحنی اریب و برش مایل بهترین انتخاب هستند. بهتر است افراد قد کوتاه از پوشیدن لباس-های دو رنگ خودداری کنند و کمر بند را نیز هم-رنگ و حتی هم جنس لباس در نظر بگیرند. افرادی که دارای اندام چاق و قد کوتاه هستند باید دنبال لباس-های تک رنگ برونند. لباس-های یک رنگ در تناژ خاکستری، خطوط خارجی اندام را ظریف-تر نشان می-دهد. پارچه-های مورد نظر آنان باید مات و لطیف با نقوش کدر باشد و از کاربرد پارچه-های خشن و براق برای این افراد باید خودداری کرد. رنگ مشکی اندازه و سایز فرد را کوچک-تر نشان می-دهد (کبیری، ۱۳۸۳، ص ۹۸). مشکی همچنین میل دارد خطوط خارجی بدن را بیرون بکشد و اندام را نمایش دهد. اگر خطوط خارجی بدن کاملاً بی-نقص نیست، به جای مشکی بهتر است از خاکستری-های تیره یا قهوه-ای تیره استفاده شود. رنگ-های خنثی و خاکستری-تاثیری روی اندام نمی-گذارند و اندام را یکپارچه نشان می-دهند. برجستگی-های بدن را از دید افراد دور می-دارند. این قانون کلی را برای هر قسمتی از اندام که نسبت به بقیه قسمت-های آن ناسازگار است به کار می-گیریم. رنگ-های تیره انتخاب مناسبی برای پوشاک مردانه و لباس-های رسمی هستند. وقتی در زمینه سفید، روشن یا در میان رنگ-های روشن-تر به کار بروند تاثیر آنها به نهایت می-رسد

و نمود اندام را به بی-نقص جلوه می-دهد و شخص را جذاب-تر و مطلوب-تر نشان می-دهند. در ادامه باید به تاثیر برش و کمک آن در بی-نقص دیده شدن اشاره کرد (برچلوئی، ۱۳۸۷، ص ۴۹).

۵- رنگ پوست و مو

سه ملاک در انتخاب رنگ برای هر فرد؛ رنگ پوست و مو، نوع اندام و سن، شخصیت (حالت روحی و موقعیت اجتماعی فرد) می-باشد (کیوری، ۱۳۸۳، ص ۹۷). به طور کلی نمی-توان رنگ پوست افراد را به سه گروه اصلی با خصوصیت رنگی گرم (سبزه کامل) و سرد (سفید و بور) و خنثی (گندمی) تقسیم-بندی کرد، چرا که هر کدام از این رنگ-ها برای موهای مشکی، بلوند، قهوه ای، خاکستری، قرمز و... متفاوت خواهند بود. تناژ پوست را رنگدانه-هایی که در قسمت زیرین پوست هستند، تشکیل می-دهند که این رنگدانه-ها خیلی وابسته به نوع آب و هوایی هستند که شما در آن زندگی می-کنید و اینکه چقدر در معرض نور خورشید هستید (عابدینی، ۱۳۹۹، ص ۱۵۳).

چشم-های رنگی، موهای زیبا و خوش رنگ و همچنین رنگ پوست شاداب، موارد مطلوب و نقاط مثبت در ظاهر شخص هستند. با آگاهی از اینکه چه رنگی از خصوصیات شخص مورد نظرمان را می-خواهیم جلوه دهیم؛ سه روش اصلی وجود دارد:

تکرار رنگ خصوصیات و ویژگی رنگی افراد مانند مو، چشم و چهره را در بررسی می-کنیم و آن رنگ را در زمان پوشیدن لباس استفاده می-کنیم. با پوشیدن لباسی در همان تناژ با شدت کمتر یا با بهره-گیری مقدار کمی از همان رنگ، ولی با شدت بیشتر، قادر به نمایان کردن خصوصیات رنگی فرد هستیم. استفاده از رنگ-های سرد در لباس، برای افرادی با خصوصیت رنگی سرد مناسب است و بر عکس استفاده از رنگ-های گرم، مناسب افرادی با خصوصیت رنگی گرم است. برای مثال اگر فردی چشمان آبی رنگ دارد؛ لباسی انتخاب می-کند که رنگ آن به رنگ-های جزئیات چهره-اش نزدیک باشد مثل آبی مات یا روشن، و یا فردی با پوست سبزه می-تواند از تکرار رنگ گرم مثل نارنجی به کار ببرد (صنعتی، ۱۳۸۶، ص ۸۴).

تشابه رنگ - در چرخه رنگ، رنگ-های مشابه نزدیک یکدیگر قرار گرفته-اند. برای مثال، رنگ-های قرمز، قرمز-بنفش و آبی - بنفش رنگ-های مشابه هستند. اگر شخصی با خصوصیت رنگی پوست سرخ و سفید، مو و چشمان قهوه-ای، لباسی با رنگ نارنجی یا زرد نارنجی بپوشد از تکنیک مشابه-سازی رنگ استفاده کرده است. زمانی که رنگ-ها به تدریج مات و کدر، خاکستری یا خنثی می-شوند، قدرت نمایش رنگ-های متضادشان کم می-شود و بر عکس رنگ-های مجاور خود را آشکارتر می-کنند. در چنین وضعیتی، رنگ آبی مات، رنگ آبی چشم را بهتر جلوه می-دهد (عابدینی، ۱۳۹۹، ص ۱۵۱).

تضاد رنگ - در این روش از رنگ-های متضاد خصوصیات رنگی شخص استفاده می-شود. در این حالت، می-توان رنگ مطلوب چهره، مو یا چشم را با استفاده از رنگ متضاد بیشتر آشکار کند. برای مثال، فردی با گونه-های صورتی رنگ با پوشیدن رنگ سبز بهتر جلوه می-کند. همچنین فردی با زردی زیاد در چهره با پوشیدن آبی یا بنفش، زردی چهره-اش نمایان-تر می-شود. در این روش قادر هستیم از تضاد رنگ-های گرم و سرد، رنگ-های مکمل، تیرگی و روشنی، اشباع و غیر اشباع استفاده کرد. با توجه به مطالبی که ذکر شد می-توان رنگ-ها را بر حسب رنگ صورت و چشم و گونه-ها را طوری انتخاب کرد که شخص زیبا-تر جلوه کند (صنعتی، ۱۳۸۶، ص ۸۵).

۱- تشخیص رنگ پوست و انتخاب رنگ لباس مناسب

برای استفاده رنگ در لباس، ابتدا باید خصوصیات رنگی چهره را مشخص کنیم. یکی از روش-های تشخیص نوع تناژ پوست، این است که یک ورق کاغذ سفید را پهلوی گردن و سینه خودتان قرار دهید، اگر پوست شما در کنار این ورقه سفید به زردی می-زند یعنی رنگ-مایه پوستی شما گرم است. اگر پوستتان به صورتی می-زند یعنی شما تناژ

پوستی سردی دارید و اگر نتوانستید پی ببرید و تشخیص دهید، ممکن است رنگ پوست شما خنثی باشد. می‌توان روش‌های دیگر را هم سنجید تا مطمئن شد. یکی از روش‌ها برای تشخیص درست رنگ پوست، این است که، با پوستی تمیز در نور طبیعی به آینه نگاه کنیم. اگر رنگ پوست به زرد یا قهوه‌ای و سبز مایل بود، یعنی که رنگ پوست گرمی داریم و اگر مایل به آبی و سفید و صورتی بود، پوست رنگ سرد داریم (کرد بچه، ۱۴۰۲، ص ۱۵). در ادامه می‌توان برای معلوم کردن گرمی و سردی رنگ چشم، مو و پوست خود دو رنگ آبی و قرمز را رو به روی آینه به نوبت جلوی چهره خود بگیریم و در صورتی که با رنگ قرمز بهتر جلوه کردیم طبع ما گرم است و بر عکس اگر با رنگ آبی مطلوب‌تر بودیم طبع ما سرد است (عابدینی، ۱۳۹۹، ص ۱۵۰).

روشی کاربردی‌تر برای تشخیص رنگ پوست بدن، توجه به رگ‌های روی مچ دست است. رنگ پوستی ما سرد است اگر رنگ رگ‌ها را آبی یا بنفش ببینیم. همچنین اگر رگ‌ها متمایل به سبز بود، پوست گرم است و در نهایت افرادی که دارای تناژ پوستی خنثی هستند، رنگ رگ‌ها بین سبز و آبی است (کرد بچه، ۱۴۰۲، ص ۱۶). رنگ آبی انتخاب مناسبی برای افراد سفید و بور است. در صورتی که برای افراد سفید پوست رنگ پریده، رنگ‌های سرمه‌ای مات و سبزه‌ای آبی رنگ مناسب‌تر از رنگ آبی روشن هستند. در این موارد، ارزش و شدت رنگ‌ها تاثیرگذار است. برای مثال، افراد رنگ پریده می‌توانند با استفاده از رنگ‌های زنده و شاد جلوه خاصی به رنگ پوست خود بدهند و بر عکس با پوشیدن لباس با رنگ‌های شدت کم و ملایم، پوست خود را پریده رنگ‌تر به نظر برسانند. اگر رنگ چهره فردی درشت اندام، نیازمند گرمی بیشتری است، باید از رنگ‌های مات‌تر که زمینه گرم دارند (خاکستری‌های گرم) استفاده کند، برای مثال؛ قرمزی که در آن خاکستری به کار رفته، مسلماً تاثیری مانند تاثیر قرمز روشن روی اندام نخواهد داشت (صنعتی، ۱۳۸۶، ص ۱۱۸).

فردی که صورت سرخی دارد، می‌تواند با پوشیدن لباس مشکی، سرخی را ملایم‌تر جلوه دهد. برعکس، رنگ‌هایی که زیاد روشن هستند، به نظر می‌رسد به چهره فرد رنگ اضافه می‌کنند. از طرفی رنگ‌های نزدیک به هم و مجاور، با یکدیگر ترکیب می‌شوند و یکدیگر را نامعلوم می‌سازند. فردی که چشم و موی روشن و صورت پریده رنگ دارد با پوشیدن لباس‌هایی به رنگ خنثی تمام خصوصیات خود را از دست می‌دهد. گاهی می‌توان با استفاده از یک رنگ تیره‌تر در نزدیک صورت این یکنواختی را شکست (کیری، ۱۳۸۳، ص ۸۳).

۲-۵ رنگ‌های مناسب پوست تیره - اگر پوست شما تیره است، بهترین انتخاب رنگ برای لباس، رنگی است که با تناژ پوستی شما مطابقت ندارد و متضاد هستند. این گروه از افراد می‌توانند از رنگ‌های زنده (اصطلاحاً گرم) استفاده کنند. به طور کلی رنگ‌های روشن برای پوست تیره تر مناسب‌تر هستند (صنعتی، ۱۳۸۳، ص ۸۳). معمولاً اکثر افرادی که پوست تیره رنگ دارند، رنگ چشم و موی آنها هم تیره است و رنگ مو و چشم مکمل رنگ لباس هستند. به طور کلی رنگ‌های تیره انتخاب خوبی برای افراد با پوست تیره نمی‌باشد مانند، رنگ مشکی، قهوه‌ای، خاکستری. لباس‌های تیره، پوست شما را تیره و کدرتر نشان می‌دهد. ایجاد کنتراست برای یک ظاهر متعادل ضروری است. رنگ‌های گرم چرخه رنگ زرد، زرد نارنجی، نارنجی، قرمز، و بنفش (تکنیک تشابه) و همچنین رنگ‌های قهوه‌ای، مایل به قرمز و سبز-های آبی رنگ (تکنیک تضاد) مناسب هستند (عابدینی، ۱۳۹۹، ص ۱۵۴).

۳-۵ رنگ‌های مناسب پوست روشن - معمولاً اشخاص سفید پوست یا سفید همراه با کمی زردی که دارای گونه‌های صورتی کم-رنگ هستند، به دلیل رنگ چهره‌شان، در انتخاب رنگ اصلی محدودیت دارند. رنگ‌های سرد همچون رنگ آبی، سبز آبی، انواع سبزها و بنفش‌ها مناسب این افراد هستند. در صورتی که این افراد پوست پریده زرد رنگ دارند، رنگ‌های سرد مات، مثل آبی‌های مات (فیلی، سرمه‌ای مات و سبزه‌ای آبی رنگ) مناسب

هستند و رنگ‌های زرد و نارنجی که زردی پوست را بیشتر نمایش می‌دهند، مناسب این افراد نیستند (صنعتی، ۱۳۸۶، ص ۸۸).

۴-۵ سن و شخصیت - رنگ لباس قادر به جادو و عصاره‌ای است برای بهتر و جوان‌تر به نظر رسیدن. رنگ‌های زنده همچون بنفش تند، زرد و ... برای افراد کهنسال و مسن مناسب نیستند و نوعی جوانی کاذب و ناخوشایند ایجاد می‌کنند و از طرفی به علت جذاب بودن این رنگ‌ها، توجه بیننده بیشتر متوجه چهره شکسته این افراد می‌شود. البته استفاده درست از این نوع رنگ‌ها با رعایت تناسب بین طرح پارچه و مدل لباس، نه تنها اشکالی ندارد بلکه دلنشین‌تر نیز خواهد بود. رنگ‌بندی مناسب آنان اغلب با خاکستری‌های گرم همراه با تنوع تیره و روشن است (عابدینی، ۱۳۹۹، ص ۱۵۰).

۵-۵ فصل - با توجه به ویژگی سردی و گرمی رنگ‌ها، بهتر است نسبت به فصول مختلف رنگ لباس را انتخاب کنیم. رنگ سیاه و سایر رنگ‌های تیره که نور و گرما را جذب می‌کنند، برای فصول سرد پاییز و زمستان مناسب هستند و رنگ‌های روشن و رنگ سفید که نور و گرما را منعکس می‌سازند، مناسب فصل بهار و تابستان است. همینطور می‌توان اشاره کرد به فصلی که در آن متولد شدید و هارمونی رنگ‌هایی که به پوست شما می‌آید (مردانی، ۱۳۸۳، ص ۹۸).

برای تکمیل توضیحات و درک بیشتر تاثیر رنگ در لباس و پوشاک، آشنایی با یکی از طراحان مطرح ایرانی را جالب دانستم.

۶-بیژن پاکزاد:

بیژن پاکزاد، Bizhan Pakzad طراح ایرانی و آمریکایی که صاحب برند بیژن است (تصویر ۵). بیژن پاکزاد، طراح لباس، عطر و ادکلن و اتومبیل است که امضای آن رنگ زرد است. (تصویر ۶) وی در ۱۵ فروردین سال ۱۳۲۳ در تهران چشم به جهان گشود و در ۲۷ فروردین سال ۱۳۹۰ این دنیا را ترک کرد (سنایی فرد، ۱۳۹۴، ص ۲۴). وقتی صحبت از شیک پوش-ترین افراد دنیا می‌شود، برند بیژن همیشه در صحنه حاضر است و به چشم می‌خورد. اکثر افرادی که از این برند استفاده کردند، افراد مطرح دنیا هستند. افرادی چون رئیس-جمهورهای آمریکا، رئیس-جمهور روسیه، بازیگران هالیوودی، بازیگران بریتانیایی و... حیطه کاری بیژن طراحی و تولید لباس‌های مردانه بود و تا این اواخر فقط لباس‌های لاکچری مردانه تولید می‌کرد و وارد صنعت پوشاک زنانه نشده بود. یکی از عواملی که باعث خاص بودن این برند شده است، تولید محدود پوشاک است و اکثر پوشاک این برند سفارشی دوخته شده است. رنگ زرد در بیشتر طرح‌های او به چشم می‌خورد. او حتی در طراحی برخی اتومبیل‌های لوکس هم از این رنگ استفاده کرد. بیژن پاکزاد معتقد بود کت و شلوارها باید به جز رنگ مشکی، خاکستری و سرمه‌ای تولید شوند. از نظر او تولید کنندگان لباس عمداً از رنگ‌های تیره استفاده می‌کردند که ایرادات دوخت و طراحی را پنهان کنند. به همین دلیل، بیژن از رنگ‌های روشنی چون زرد، نارنجی، سبز و قرمز استفاده می‌کرد تا زیبایی لباس‌هایش بیشتر مشخص شوند. وی برای ۳۶ رئیس جمهور در سراسر جهان لباس تهیه و طراحی کرده است. طراحی‌های منحصر به فرد وی، نه تنها جوایز متعددی برایش به ارمغان داشت بلکه بسیاری از مشهوران جهان را مشتری همیشگی خود ساخت (جعفری، ۱۴۰۰).

تصویر ۴ _ بیژن پاکزاد (سنایی فرد، ۱۳۹۴).

تصویر ۴ _ بیژن پاکزاد (سنایی فرد، ۱۳۹۴).

تصویر ۴ _ بیژن پاکزاد (سنایی فرد، ۱۳۹۴).

تصویر ۵_رنگ زرد، برند بیژن پاکزاد (جعفری، ۱۴۰۰).

تصویر ۵_رنگ زرد، برند بیژن پاکزاد (جعفری، ۱۴۰۰).

تصویر ۵_رنگ زرد، برند بیژن پاکزاد (جعفری، ۱۴۰۰).



تصویر ۴_ بیژن پاکزاد (سنایی فرد، ۱۳۹۴).



تصویر ۵_رنگ زرد، برند بیژن پاکزاد (جعفری، ۱۴۰۰).

نتیجه گیری

علت نگارش این مقاله، تلاش بر آگاه کردن در انتخاب اصولی رنگ و تاثیر آن در زندگی و روزمرگی-ها بود. رنگ لباس شما ممکن است در ملاقات، مصاحبه و یا دیداری باعث پیروزی و برد شما شود. حتی ممکن است باعث جلب توجه شخص یا جمعیتی شوید. رنگ لباس شما به دیگران این حس را القا می-کند که شما امن و مورد اعتماد و یا غیر امن هستید، حتی اگر بار اول یکدیگر را ملاقات می-کنید. شاید هیچ چیز به اندازه رنگی که برای لباس خود انتخاب می-کنیم، نشان دهنده خصوصیات ما نباشد. پوشاک انتخابی هر فرد یکی از مهم-ترین عوامل نمودار کننده ذوق و سلیقه شخصی او به شمار می-رود، پس تاثیر رنگ را دست کم نگیریم.

از این رو رنگ لباس-ها و بررسی تناسب آن با رنگ پوست و مو تاثیر شگفت در تمامی اتفاقات و انتخابات دارد، رنگ می-تواند سن افراد را کمتر یا بیشتر از چیزی که هستند نشان دهد. رنگ لباس توانایی این را دارد سبزه افراد را کمتر یا بیشتر نشان دهد و به نوعی ایرادات اندامی را یا بیشتر آشکار کند و یا بپوشاند. مد و فشن و علم رنگ، فقط خواستار ایجاد امکانات بیشتر برای تصمیم-گیری در انتخاب سبک پوشش است. هیچ اجباری در کار نیست. علم روانشناسی رنگ، به ما کمک می-کند با آگاهی لباسی را خریداری و استفاده کنیم. همچنین گاهی می-توان با ایجاد تنوع و شکستن مرزهای تکراری، لباسی بپوشیم که در آن راحت هستیم و احساس زیبایی و اعتماد به نفس بیشتری داریم. در کل، از این پس، هنگام خرید، بیش از پیش تناسب رنگ لباس مورد نظر با رنگ پوست و مویتان را در نظر بگیرید.

منابع

- اسحق آبادی، آرزو؛ کولیوند، پیر حسین؛ کاظمی، هادی (۱۳۹۵) روانشناسی رنگ و اثر آن بر طراحی بیمارستان و درمان بیمار. آیزمن، لثارتیس (۱۳۸۸) روانشناسی کاربردی رنگ-ها (پنتون)، روح الله زمزمه، تهران: بیهق کتاب.
- بختیاری فرد، حمیدرضا (۱۳۹۲) رنگ و ارتباطات، تهران: فخرآکیا.
- برچلوبی، معصومه (۱۳۷۶) خط و نقش کاربری امروزه آن در گرافیک، تهران: دانشکده دکتر شریعتی.
- حجتی، محمد امین (۱۳۸۷) اثر تربیت رنگ، قم: انتشارات جمال.

- حری، تینا (۱۴۰۰) بررسی دیدگاه بانوان نسبت به عوامل تیره-پوشی و تاثیرات رنگ لباس فرم، تهران: دانشکده هنرهای کاربردی.
- حمیداوی، عماد (۱۳۹۵) بازاریابی مبتنی بر دانش: بهره گیری از روانشناسی رنگ در بازاریابی، اهواز: دانشگاه آزاد اسلامی اهواز.
- حلیمی، محمد حسین (۱۳۷۳) کتاب رنگ اثر ایتن، تهران: سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ساتن، تینا/ برید ام، ولان (۱۳۸۶) هارمونی رنگ، مریم مدنی، تهران: مارلیک.
- صابری، سمیرا (۱۳۹۹) روانشناسی کاربردی رنگ-ها، تهران: آذر فر.
- صنعتی، فاطمه (۱۳۸۶) ناز کدووزی زنانه (جلد پنجم)، تهران: محراب قلم.
- عابدینی، اعظم (۱۳۹۹) مبانی طراحی لباس، تهران: کتاب آبان.
- علوی، سید مسلم (۱۳۹۷) تاثیر ابعاد رنگ پوشاک بر قصد خرید آن با تحلیلی بر تفاوت-های جنسیتی مشتری، تهران: دانشکده مدیریت.
- علی اکبر زاده، مهدی (۱۳۹۷) رنگ و تربیت، تهران، میشا.
- علیوندی، آتوسا (۱۳۸۱) به نمایی، تهران: دانشکده دکتر شریعتی.
- غلام زاده، صدیقه (۱۳۹۸) سماع رنگ در غزلیات شمس، تهران: دانشگاه خوارزمی.
- قاسمیان دستجردی، پروانه (۱۴۰۲) تاثیر روانشناسانه رنگ بر مد و دکوراسیون داخلی، تهران: دانشگاه علم و فرهنگ.
- کبیری، کبری/ مردانی، زینب (۱۳۸۳) بررسی تاثیرات بصری و روانی خط و رنگ در طراحی لباس.
- کرد بچه، آرزو (۱۴۰۲) مبانی رنگ در طراحی لباس از زبان یک معلم هنر، تهران: دیبا گران تهران.
- مرتضوی فر، سید رسول؛ فرزانه، فرزانه؛ عالم طلب پشتیبانی، سیده سعیده (۱۳۹۶) بررسی نقش شخصیت در انتخاب رنگ پوشاک مطالعه موردی: پوشاک ورزشی، علوم و فناوری رنگ.
- ناشر، اکرم (۱۳۸۰) انگلیسی برای دانشجویان رشته طراحی لباس و پارچه و تکنولوژی دوخت، تهران: سمت.
- هدایت، میثم؛ هولتز شوهره، لیندا (۱۳۸۵) درک رنگ، تهران: یساوولی.
- یحیوی راویز، مهدیه (۱۴۰۱) رنگ شناسی در طراحی پارچه و لباس، یزد: دانشگاه آزاد اسلامی یزد.
- یوزباشی، عطیه؛ یوزباشی، امید؛ یوزباشی، زکیه، رنگ سیاه از منظر قرآن و روانشناسی، تهران: دانشکده هنر و معماری دانشگاه آزاد تهران.