

المستوى : السنة الثالثة علم النفس عمل وتنظيم

المحاضرة العاشرة

تمهيد : إن الاهتمام باللون لم يكون حديثا حيث كان له مدلول عام عند الشعوب ومدلول خاص عند الأفراد ، فالشعوب اتخذت الألوان رمزا عاطفيا أو سياسيا لكيانها ، مثل علم الدولة فالوانه تعبر عن رموز عاطفية كالحرية والسلام أو طبيعية أو مكانية، أما الأفراد فيتخذون الألوان للتعبير عن مشاعرهم العاطفية والوجدانية وذلك منذ الطفولة المبكرة ، فمظهر الألوان له دور عاطفي واضح عند الأطفال يختلف عنه عند الشباب ، فالطفل يفرح بالألوان الأساسية أيام العيد كالأزرق و الأحمر و الأصفر وذلك للزينة والبهجة وتضمن حاجة غير اعتيادية في نفس الطفل . بينما عند الشباب تأخذ رموزا أخرى ، مثل الأحمر رمز الحب ، والبنفسجي المزرق رمز الأمل ، والأصفر رمز المجد والبهجة والرخاء .. الخ . أما عند الكهول والشيوخ فالأمر مختلف وخير دليل على خفوت العاطفة هو اهتمامهم بالألبسة المكونة ألوانها من الدرجات الضوئية الثلاثية الرمادية البيضاء والسوداء ومشتقاتها

1-تعريف اللون: إن اللون هو ذلك التأثير الفسيولوجي الناتج على شبكية العين ، فاللون ليس له أي حقيقة إلا بارتباطه بأعيننا التي تسمح بحسه وإدراكه بشرط وجود الضوء . فلا نستطيع إدراك أي لون إلا بواسطة الضوء الواقع عليه ثم انعكاسه إلي أعيننا .

أصبح اليوم اللون عاملاً مؤثراً في حياة الانسان العاطفية و حالته المزاجية و العاطفية ايضاً.

2-سيكولوجية اللون: إن علماء النفس أهتموا بسيكولوجية الألوان وتأثيراتها على الإنسان، فقد أكدوا أن إدراك اللون يشكل جانبا من سلوك الإنسان، وأن هذا السلوك يتحدد بثلاثة أبعاد هي: العالم الخارجي ممثّل في البيئة ، والعالم الفسيولوجي الداخلي، والعالم السيكولوجي الداخلي، والذي يتضمن متغيرات كثيرة من بينها الانفعالات. وأن اللون غالبا ما يرتبط بالإحساس بالسعادة أو نقيضها. ويفضل معظم الناس بعض الألوان أكثر من غيرها، ويبدو أن هذا التفضيل يأخذ ترتيبا ثابتا عند البعض حسب النسق الآتي: الأزرق، الأحمر،

الأخضر، الأرجواني، البرتقالي ثم الأصفر. أما الألوان المتداخلة فعادة ما تكون أقل تأثيراً من الألوان الأساسية (النقية). وهناك بالطبع اختلافات واضحة، حيث يفضل بعض الناس الألوان البراقة في حين يفضل آخرون الألوان الهادئة ويفضل غيرهم الألوان الداكنة. وهناك ألوان معينة ربما تثير استجابات انفعالية خاصة، فالأحمر يرتبط بالإثارة أو الغضب، والأزرق يرتبط بالفرح الهادئ، والأسود يرتبط بالحزن والاكتئاب

3- التأثير السيكولوجي للون:

تؤثر الألوان على النفس فتحدث أحاسيس ينتج عنها اهتزازات بعضها يحمل سمات الراحة والاطمئنان والآخر يحمل صفات الإرهاق والاضطراب ... لذا نرى أن تأثير الألوان قد ينتج عنه حالة من الفرح و المرح أو الحزن والكآبة.

تؤثر الألوان على النفس بإحساسات مختلفة بعضها مباشرة و الآخر غير مباشرة بشكل يتغير تبعاً للشخص ذاته و يرجع مصدر ذلك لتجارب سابقة و انطباعات متولدة من تأثير اللون.

أ - **السخونة أو البرودة:** وهو إحساس سيكولوجي يشعر الفرد بالسخونة عند رؤية بعض ألوان مثل ذلك الأحمر والبرتقالي والأصفر والإحساس بالبرودة عند رؤية الأزرق والأخضر، كما لا يمكننا إغفال الفروق الفردية للأفراد .

ب - **المرح و الحزن:** الألوان الغامقة عادة ما تبعث على الملل و الحزن عكس الألوان الفاتحة المبهجة الأكثر ديناميكية.

ج - **تأثيره على النفس:** تأثير الألوان يختلف من لون لآخر فالأزرق و الأخضر من الألوان التي تبعث الهدوء أما الأصفر فهو مبهج و جاذب للانتباه و الأحمر مثير و الأرجواني يعطي الإحساس بالحزن و لا يفضل استخدامه في المسطحات الكبيرة أما البرتقالي فهو دافئ ومثير.

د - **التأثير الوزني للألوان:** الأسطح ذات الألوان الباردة الفاتحة كالأزرق والأخضر تظهر للعين أخف وزناً من الألوان الساخنة كالأحمر والبرتقالي والأصفر.

هـ - **التأثير المكاني للألوان:** الألوان الباردة كالأزرق والأخضر تظهر و كأنها ترتد معاً يعطي الإحساس باتساع الحيز في حين أن الألوان الساخنة كالأحمر

والبرتقالي والأصفر نجدها تتقدم و تعطي تأثيرا بقصر المسافة و بالتالي الإحساس بضيق الحيز.

4- تأثير الألوان على سلوك المستهلك :

لذلك نحاول رصد بعض التأثيرات للألوان على سلوك المستهلك

4-1- اللون الأحمر : يسبب الإحساس بالدفع ويزيد من الانفعال الحركي والنفسي يزيد من سرعة الحركة والنشاط يرمز : النار – الدم – الحرارة – الثورة – الحيوية – الحركة لذلك يتعمل اللون الأحمر لجلب الإنتباه المستهلك ف نجد العديد من شعارات الشركات مشكلة أساسا من اللون الأحمر أو أحد الألوان القريبة منه ، كما يستعمل في طلاء المحلات التي لا يرغب أصحابها في مكوث الزبون كثيرا داخل المحل مثلا

4-2- اللون البرتقالي : محث للحركة يعطي إحساسا بالراحة ويساهم في زيادة حالة المرح ، إلى جانب عملية الهضم كما يعطي الإحساس بالدفع ويساهم في زيادة النشاط والحيوية وقد يسبب التوتر للبعض. التوهج – الاشتعال – الدفع – الاحتراق – الإثارة لذلك يستعمل لجلب إنتباه المستهلك وإثارته وبالتالي يستعمل كثيرا في الألوان للسلع الموجهة لفئة الشباب

4-3- اللون الأصفر : منشط لخلايا الدماغ في حالات العجز الذهني ، قد يكون في بعض الأحيان مهدئا بصفة عامة. لذا يعمل على تعديل المزاج ويدخل البهجة والسرور على النفس، وهو محفز للنشاط والحيوية. الشمس – الشرور – علاج الأمراض العصبية ، لذلك يستعمل في المنتوجات الموجهة للأطفال بصفة عامة والأطفال الذين يعانون من مشاكل ذهنية بصفة خاصة

4-4- اللون الأزرق : يعتبر مسكنا لكثير من حالات الألم ، وقد يسبب حالة من الشعور بالتعب كما يعبر عن السماء- الماء – الشفافية – الهدوء – الراحة الطهارة – النقاء – الصفاء لذلك يستعمل كثيرا في طلاء المستشفيات وفي كل الأفكار المعبرة عن السلام والهدوء وفي الأغلفة المنتجات المعبرة عن النقاء بصفة عامة لإعطاء شعور للمستهلك بأن المنتج يتمتع بصفاء ونقاء

4-5- اللون الأزرق الفاتح : يعطي الإحساس بالخفة يعمد على تهدئة النفس ويساعد على التعبير على ما في داخلها ، يستعمل كثيرا في الترويج لأفكار

- الأحزاب السياسية للتعبير عن السلام والكرامة والنقاء
- 4-6- اللون البنفسجي :** يعمل على تهدئة النفس من الاضطراب ، له تأثير حسن على الأوعية الدموية ، يزيد مقاومة أنسجة الجسم. قد يوحى للبعض بالحزن والكآبة وخاصة إذا كان غامقا.
- 4-7- اللون الأخضر :** له تأثيره الفعال لحالات الغضب والتعب أو الأرق ، يعطي الشعور بالراحة و يسهم في تخفيف ضغط الدم. الطبيعة –الانتعاش – الهدوء – الراحة :يسهم في الانتعاش ويعطي شعورا بالراحة وبالانضباط الحركي. يحفز الإبداع ، يستعمل للتأثير على سلوك المستهلك لما تكون المنتوجات تعبر عن الطبيعة أو الأفكار الإبداعية
- 4-8- اللون البني :** يعطي الإحساس بالصلابة والقوة، يسهم في ضبط التوترات العضلية، يستعمل للتأثير على المستهلكين الذين يمتازوا بصلابة الشخصية كالألبيسة الرياضية وألبسة المحترفين والأشخاص الذين يتمتعوا بالنفوذ والقوة
- 4-9- اللون الأسود :** باعث قوي للغموض ، يقلل النشاط والحيوية ، ويبعث الشعور بالكسل والخمول. يستعمل في لون السيارات الفاخرة الموجهة للشخصيات السياسية ورجال الأعمال