

اثرات و کارکردهای رنگ در افزایش راندمان و کارایی سازمان

این نوشتار مبتنی بر این فرضیه شکل گرفته است که به نظر می‌رسد نقش و کارکرد رنگ در سازمان به پویایی و افزایش کارایی سازمان منجر می‌شود و در پی پاسخ به این سوال است که آیا وجود حداقل اطلاعات هنری در یک سازمان و توجه مدیران آن به مفاهیم هنری می‌تواند باعث افزایش راندمان کاری سازمان شود یا خیر؟ و اینکه میزان این اثر گذاری تا چه حد است؟

شرایط محیطی عامل موثر در کار کردن

شرایط محیط نقش بسیار مهمی در انجام کارها دارد. یک کار یکسان در دو شرایط و موقعیت جداگانه می‌تواند نتایج متفاوتی به بار آورد. عموماً شرایط و موقعیت‌های محیطی مساعد برای انجام کار و متناسب با نوع کار، روند انجام کار را سرعت می‌بخشد. از عمومی‌ترین شرایط محیطی، نور، فضا، سروصدا و ... است. هر چند برای برخی مشاغل شرایط محیطی ویژه و اختصاصی‌تری نیاز هست. تحقیقات مختلف مربوط به حوزه روان‌شناسی صنعتی و سازمانی نشان می‌دهد انجام کار در محیط‌های دارای نور مناسب، تهویه هوای مناسب و فضای کافی تاثیر مثبتی روی شیوه عمل کارکنان دارد. اما لازم است پیش از هر چیز به تناسب محیط کار با آرایش ظاهری آن توجه شود.

آشنایی با مفاهیم رنگ‌ها

رنگ‌های سرد و گرم شامل حس درونی رنگ‌هاست که از طبیعت الهام گرفته است قرمز زرد نارنجی و بنفش مایل به قرمز گرم هستند و رنگ‌های آبی سبز و بنفش مایل به آبی از رنگ‌های سرد محسوب می‌شوند. عموماً ترکیب رنگ‌های هر گروه نیز به شرط عدم تمایل به تیرگی شدید از گرمی و سردی همان گروه تبعیت می‌کنند.

تضاد رنگ‌ها

خصیصه‌ای از رنگ است که بستگی تام به مشخصات رنگ‌های مجاور دارد و عبارت است از اختلاف بین تیره و روشن در یک تصویر. اگر تضاد کم باشد تصویر مسطح دیده می‌شود و حالت عمق و برجستگی آن از بین می‌رود. تضاد رنگ متعلق به شخصیت‌های شاد، پر تحرک و اجتماعی است و

عدم تضاد مربوط به شخصیت‌های آرام، خنثی و تاثیر پذیر است. اما این تعبیر همه جا عمومیت ندارد بلکه به تناسب شرایط زمانی و مکانی متغیر است.

مکمل

حالتی از همنشینی رنگ‌هاست که در آن رنگ‌ها دو به دو در کنار هم بیشترین هماهنگی و هارمونی را با هم ایجاد می‌کنند و بیننده را آزار نمی‌دهد. در عین حال خلأ کمبود رنگ را پر می‌کنند. برای درک بهتر باید به دایره رنگ توجه کنیم.

اثرات روانی رنگ‌ها در محیط کار

تحقیقات کم و پراکنده ای پیرامون اثرات رنگ بر افزایش کارایی در سازمان و نیز مخاطبان سازمان انجام گرفته اما هیچ یک از این تحقیقات به صورت تخصصی به این موضوع نپرداخته است و همچنان این موضوع در مهجوریت به سر می‌برد. شاید دلیل اصلی آن تنوع حوزه‌های فرهنگی و مدیریتی در سازمان‌ها باشد که در کنار توجه به ابعاد روان‌شناختی فردی ابراز نظر مطلق و علمی را دشوار می‌کند. اما از مجموعه این نظرات و با نگرشی بر منابع موجود که در پی نوشت این مطلب خواهد آمد مطالب زیر نوشته شده است.

آبی

نشان از آرامش و خشنودی دارد. یکپارچگی و احساس تعلق و در برخی موارد امنیت و ثبات. از نظر سمبلیک یا نمادین آبی نشانه آسمان، آب، و دریا است. خلق و خوی آرام و طبیعت زنانه و روشنی و درخشش دنیای باستان را نیز در خود دارد. اثر روانی آن سرماست. ادراک حسی آن طعم شیرین است. محتوای عاطفی آن ملایمت و اندام آن پوست است. مناسبترین رنگ برای بیان معنای فلسفه، تفکر و تعقل است. با تفاسیر بالا می‌توان دریافت که کارکرد اصلی این رنگ در سازمان‌هایی مبتنی بر فعالیت‌های فکری و یا سالن جلسات و اتاق فکر است.

قرمز

رنگ انرژی است. نبض را تند می‌کند، فشار خون را بالاتر می‌برد. معنای آرزو می‌دهد و بیانگر میل و اشتیاق، هوس و هیجان است. از دیگر سو نماینده آرزوی شدید برای زندگی و تجربه‌گرایی است. از نظر سمبلیک قرمز نماد خون و آتش است و طبیعت مردانه را به یاد می‌آورد. اثر روانی آن گرم است. ادراک حسی آن به صورت میل و اشتها و طعم تند بروز می‌کند و اندام آن ماهیچه‌های سخت است. قرمز یک رنگ مادی است و مناسب برای بیان مفاهیم خطر، اراده و جنگ. در سازمان‌هایی مبتنی بر فعالیت‌های جسمی استفاده می‌شود و البته از آنجایی که رنگی معترض است در مجموعه‌های سیاسی نیز از آن استقبال می‌شود. در ارگونومی این رنگ را رنگ اخطار می‌نامند و باید به خاطر داشته باشید که استفاده نامناسب از آن بویژه به صورت تک رنگ و با شدت بالا موجبات استرس در محل کار را فراهم می‌کند. ترکیب ترام‌های تیره این رنگ در کنار رنگ‌های موسوم به سنگین مثل قهوه‌ای و سیاه مناسب برای شرکت‌های صنعتی مناسب است.

زرد

رنگ تلقین است و می‌تواند دیگران را تشویق به انجام کاری کند؛ در حالی که قرمز رنگی محرک اما بدون تلقین است. زرد مانند قرمز نبض را تند می‌کند اما با اثر کمتر. زرد بیانگر روشنی، درخشش، شادمانی، حساسیت، توسعه طلبی بلا مانع، تسکین خطر و تنفر یا امید است (اگر زرد در پس زمینه سیاه باشد تنفر و اگر در کنار سبز استفاده شود امید را نشان می‌دهد) از نظر سمبلیک نماد خورشید، گرمای دلپذیر است. اثر روانی آن گرمای ملایم است. ادراک حسی آن زنده دلی و اندام آن سیستم‌های عصبی و بینایی است. طعم زرد بیشتر گس است اما با ترکیب رنگ‌های روشن شیرین و با رنگ‌های تیره تلخ می‌شود. زرد یک رنگ ماورایی و مناسب برای بیان مفاهیم؛ توجه و دقت و شادی است. در محیط‌های پویایی که قصد دارد تا جوانی و تحرک را نشان دهد به کار می‌آید و ترجیحاً باید از هارمونی آن با رنگ‌های تیره خودداری کرد چرا که ترکیبی نا امید کننده را ارائه می‌دهد. این رنگ مناسب برای سازمان‌های برون‌گرا، تجاری و فعالیت‌های مبتنی بر ارائه خدمات به مشتری است. در ارگونومی این رنگ برای نشان دادن خطر مواد سمی به کار می‌رود. رنگ‌های مکمل نیز بیشتر ترکیبی از موارد رنگ‌های اصلی هستند اما می‌توان آن‌ها را نیز همانند موارد فوق دسته بندی کرد. اما در این میان تنها رنگ سبز که رنگ نشاط و جوانی و سمبل محیط زیست است مناسب برای فعالیت سازمان‌های فرهنگی است.

رنگ‌های سیاه و سفید یا خشتی هم بیشتر مفهوم بخش سایر رنگ‌ها هستند خواه با ترکیب و یا همنشینی. از آنچه که در بالا گفته شد. به راحتی می‌توان فهمید که رنگ غالب در سازمان شامل رنگ دیوارها، درها، پنجره‌ها، مبلمان و حتی رنگ بندی تابلوهای روی دیوار و سایر اقلام محیط کار چگونه باید باشد.

منبع

www.modirestan.mihanblog.com