

INFLUENȚA CULORILOR ASUPRA PRODUCTIVITĂȚII OMULUI

Autor: Poiană Daniela
Coordonator: Maftai Vitalie

Universitatea Tehnică a Moldovei

***Abstract:** Culoarea reprezintă impactul fundamental în desfășurarea productivă, mobilizarea, eficacitatea oricărei activități ale omului. Atmosfera creată acționează psihologic asupra omului, mărind sau micșorând potențialul productivității. Individualitatea și combinațiile cromatice pășesc în ajutorul concentrării, inventivității și succesului dumneavoastră.*

***Cuvinte cheie:** culoare, productivitate, senzație, imagine, cromatic.*

Pentru pătrunderea în esența temei și crearea explicită a fundamentului este necesară explicarea a doi termeni: ochiul (senzațiile vizuale) și culoarea.

Culoare se numește percepția de către ochi a uneia sau a mai multor frecvențe (sau lungimi de undă) de lumină. În cazul oamenilor această percepție provine din abilitatea ochiului de a distinge câteva (de obicei trei) analize filtrate diferite ale aceleiași imagini.

Văzul este unul dintre cele mai complexe și mai importante aparate senzoriale, el având un rol esențial în orientarea și deplasarea în spațiu și în perceperea de la distanță a obiectelor. Senzațiile de culoare sunt rezultatul acțiunii asupra analizatorului vizual a unui fascicul luminos parțial sau filtrat. În funcție de raportul dintre coeficienții de absorbție, de refracție și de reflexie, culorile obținute se împart în două grupe - acromatice (albul, negrul și toate nuanțele de gri situate între alb și negru) și cromatice (în care domină una din principalele lungimi de undă ale spectrului perceptibil). Se delimitează culori cromatice de undă lungă (roșu, oranj), culori cromatice de undă medie (galben, verde) și culori cromatice de undă scurtă (indigo, violet). Principalele proprietăți ale unei senzații cromatice sunt: tonul cromatic, saturația și luminozitatea.

În zilele noastre, cercetătorii recunosc ca într-adevăr culorile au efecte puternice asupra psihicului uman, iar prin intermediul psihicului asupra dispoziției și sănătății. Unele culori stimulează activitatea biologică a organismului, altele, dimpotriva, o frânează.

Efectul psihofiziologic al culorilor.

Încă Göthe evidențiază influența culorilor asupra dispoziției sufletești a omului, împărțindu-le, din acest punct de vedere, în două grupe:

- a) excitatoare, stimulative, tonifiante ,
- b) deprimante, inhibitoare.

În prima grupă, el includea culorile din spectrul galben-roșu, iar în grupa a doua, pe cele din spectrul albastru-violet. Un loc aparte îl acorda verdelui, care determină o stare de relaxare. La studiul acestei probleme, o contribuție universal recunoscută a adus-o psihologul roman Fl. Ștefănescu-Goangă (1923). Pe bază de determinări și indicatori obiectivi, el a stabilit că acțiunea culorilor roșu, portocaliu, galben determină accelerarea și amplificarea respirației și a pulsului, iar acțiunea culorilor verde, bleu, albastru și violet are efect opus.

În prezent, se acordă o importanță deosebită valorificării în practică a efectului psihofiziologic nu numai în arta plastică și arhitectură, ci și în industrie, în reclamă, în comerț, în clinică etc. Este unanim recunoscut rolul excepțional al culorii în viața noastră de zi cu zi, impactul stimulator, echilibrant sau depresor al diferitelor tonuri și nuanțe cromatice asupra activității creatoare și de muncă, asupra dispoziției psihice generale.

Redau mai jos un tablou sintetic al stărilor pe care le pot produce diferite culori:

Roșu → excitare, aprindere, însuflețire, activism, mobilizare, agresiune, vivacitate asociativă, căldură, apropiere;

Portocaliu → optimism, veselie, apropiere;

Galben → intimitate, tandrețe, satisfacție, admirație;

Verde → liniște, împăcare, relaxare plăcută, echilibru, inspirație;

Albastru → seriozitate, sentimentalism, dor, nostalgie, tendință evocatoare, spațialitate, pace;

Violet → (atracție-îndepărtare, optimism-nostalgie), senzualitate;

Negru → reținere, neliniște, depresie, introversiune, compasiune;
Alb → expansiune, suavitate, puritate, robustețe, răceală.

Utilizarea eficientă a culorilor în procesul de productivitate are următoarele influențe:

- sporește gradul de receptivitate, înțelegere și asimilare a cunoștințelor de către cei ce vizualizează paginile;
- creează o stare de confort psihic, înviorează și bună dispoziție;
- sporește calitatea și randamentul muncii intelectuale;
- asigură diminuarea oboselei intelectuale și deconectarea nervoasă;
- facilitează percepția vizuală, concentrarea atenției și memorarea;
- influențează pozitiv starea celor ce citează paginile Web.

Culoarea în spațiile destinate lucrului.

Culorile spațiilor destinate lucrului, depind de felul activității desfășurate în locurile respective și de alte condiții aferente. Printre spațiile cel mai des analizate se găsesc halele industriale, laboratoarele, institutele de învățământ etc. O categorie aparte o reprezintă instituțiile medicale. Pentru stabilirea cromaticii interioare, a acestor spații, trebuie avute în vedere trei aspecte, și anume:

- a) funcțional – utilitar,
- b) fizico – psihologic,
- c) estetic - artistic.

Se constată că efectul culorilor asupra organismului variază atât cu vârsta, cât și cu oboseala. Dacă pentru aspectul arhitectural exterior culoarea este importantă, pentru cel interior este esențială, deoarece pe acest fond cromatic se desfășoară cea mai mare parte a activității și existenței noastre. Din această perspectivă culoarea ambientală la locul de muncă și în locuința fiecăruia are o însemnătate majoră, dacă ținem seama că această reprezintă unul din factorii ce dispune sau îndispune, odihnește sau obosește, într-un cuvânt, influențează activ sau pasiv comportamentul uman.

Ergonomia, ca știință multi și interdisciplinară, folosind cu preponderență datele psihologiei experimentale, a stabilit că pentru organizarea mai eficientă și cu efort mai mic a muncii, este necesar să se studieze totalitatea factorilor ambientali.

După studiile întreprinse de câțiva cercetători germani, culorile se comportă diferit în funcție de poziția lor în spațiul locuibil; efectul și informația psihologică pe care o comunică variază în raport de locul unde sînt plasate într-o cameră.

Nu este de neglijat utilizarea funcțională, decorativă și psihologică corespunzătoare a culorilor în școli, spitale, săli de spectacole, hoteluri, restaurante, în alte încăperi publice, așa cum nu este de ignorat efectul conștient și subliminar al culorilor în cadrul mijloacelor terestre de transport, precum și în cele aeriene și navale.

Aspectul cromatic adecvat oferă școlii, respectiv procesului instructiv-educativ, un climat propice transmiterii și asimilării cunoștințelor, o atmosferă optimă concentrării atenției în general. Culoarea dispune sau deranjează pe cei prezenți într-o sală de curs, le menține interesul pentru studiu, stimulează atenția în cazul unor planșe, obosește sau odihnește privirea. De aceea se recomandă culori pale din familia galbenului, verdelui, albastrului, roșului, sau chiar griuri acolo unde sînt expuse mai multe materiale didactice colorate.

În comerț și în marketing culoarea ocupă un loc important în amenajarea spațiilor destinate desfacerii produselor, în prezentarea atrăgătoare a reclamei, în etalarea mărfurilor în vitrine, în conceperea ambalajelor etc.

Sînt relativ puține studii în această privință, în speță asupra felului în care efectele luminii și culorii influențează psihologia cumpărătorului. Se mizează în general pe talentul decoratorilor și pe bunul simț al producătorilor care au învățat empiric că fără un serviciu de concepere și organizare a reclamei, a prezentării cît mai atrăgătoare a mărfurilor suferă însăși desfaceria acestora. Să nu uităm că în alegerea unui produs, oricare ar fi el, culoarea nu se află pe ultimul loc cînd este vorba de făcut o opțiune. Preferințele în materie de culoare și formă sînt atît de diverse cînd este în joc adoptarea unei decizii de cumpărare, încît ele ar trebui studiate. Cercetările ar fi necesar să prospecteze felul în care efectul cromatic devine criteriu și contribuie la diferențierea opțiunilor.

Nota:

În ciuda conotațiilor "întunecate", culoarea albastră poate crește nivelul încrederii în sine, dar are și un impact direct asupra stărilor afective, indicînd sentimente pozitive și stări de fericire – sugerează cercetătorii în urma unui nou studiu publicat de ziarul britanic "The Telegraph".

Un grup de specialiști de la centrul de cercetare The Mind Lab a efectuat testări specifice pe un lot de voluntari, femei și bărbați, expuși unei game largi de culori și lumini. Potrivit concluziilor studiului, culorile albastru și verde au determinat stări de fericire și bucurie la subiecții de sex masculin, în vreme ce aceleași stări afective au fost induse la femei de culorile violet și portocaliu.

De asemenea, culorile albastru și roșu par să aibă ca efect îmbunătățirea gradului de autostimă în rândul bărbaților, iar în cazul reprezentatelor sexului frumos cele mai eficiente culori sunt violet și albastru deschis.

Expunerea la culori a determinat și o creștere a performanțelor intelectuale într-o procentaj de 25% dintre participanții la studiu. Răspunsurile la întrebările specialiștilor au fost date cu aproape 12% mai repede decât în cazul subiecților care nu au fost expuși la lumini colorate. Totodată s-a constatat îmbunătățirea reflexelor și a capacității de memorare a unor cuvinte și expresii înșiruite în mod aleatoriu.

Cel mai puternic efect asupra grupului de voluntari participanți la studiu l-a avut expunerea la culorile deschise și cu nuanțe luminoase. Însă, șeful echipei de cercetatori a avertizat că "zilele mohorate de iarnă pot avea un impact extrem de negativ asupra psihicului uman". Dr. David Lewis a subliniat faptul că "cu cât mai gri este vremea, cu atât mai mare este riscul declanșării unor stări depresive extrem de intense". El a făcut apel la toți cei care se ocupă cu designul stradal să fie mai atenți în privința diversității cromatice, care influențează în mod direct trecătorii mai ales în anotimpul rece, pentru a evita provocarea unor stări sufletești negative.

Bibliografia:

1. Golu, M. *Fundamentele Psihologiei*. Buc. 2004
2. Mihaela, Roco. *Creativitatea și inteligența emoțională*. Buc. 2007