

A Survey of Women's Views on the Factors of Wearing Dark Clothes and the Effects of Uniform Color

Tina Horri

Fabric Design Department, Faculty of Applied Arts, University of Art, Tehran, Iran.

Farideh Hajiani*

Assistant Professor, University of Art, Tehran, Iran.

Banafsheh Moghaddam

Lecturer, University of Art, Tehran, Iran.

Abstract

Colors are radiant forces and energies that are manifested in various aspects of life, including social coverage of individuals, and depending on their darkness, brightness and inner characteristics can have a positive or negative impact on the individual and social life of citizens. People may not know for sure that the color of their clothes plays an important role in creating vitality, mental health, and how they communicate. Most of the color choices in Iran are limited to dark, repetitive, and lifeless colors in people's clothes, especially women in society and the offices. Today, women play a special role in the city and at work. If women are not aware of the importance of using colors correctly in their social clothing and uniforms, and also do not know enough about the effect of dark colors on the quality of life and work, their health and peace of mind will be in danger. Therefore, this lack of awareness not only has a significant impact on the quality of life of women but also on the quality of life of men and children and the perspective of the whole city. In the meantime, it is important to pay attention to people's uniforms as a manifestation of the connection between the employee and his profession in the community. Applying suitable colors in work clothes, because of their long-term daily use, is important as the simplest and most effective way to create vitality. This study has aimed to identify the factors affecting the wearing of dark clothes by the people in society and to raise awareness about the use of appropriate and various colors in the clothing of people, especially women. Moreover, this study tries to answer the question of what women think

about the effect of the application of various colors in their clothes? Also, what factors are effective in choosing the color of people's social coverage?. The present study is applied in terms of purpose, which has been done by reviewing library resources and collecting and analyzing data using a questionnaire, so the research is quantitative. The population of the study was women employees of chain stores in Tehran who were randomly selected. Quantitative data analysis was performed with SPSS26 software. The results show that although many women believe using bright colors in clothes affects their lives, mood, and communication in society, they are not sufficiently aware of the role and effect of colors on their job quality in the workplace. Consequently, due to some influential factors, they still tend to wear dark uniforms and social clothes. The investigation of factors of wearing dark clothes and research findings shows that individual, social and aesthetic factors, each affect the color tendency of social clothing such as uniforms. Finally, by surveying women's views about the factors of wearing dark clothes, it is found that three factors are important in the tendency to dark colors: "contamination of dark clothes is less visible", "dark colors make the body look slimmer" and "dark colors are more compatible with other colors of the clothing."

Keywords: clothing color, social coverage, wearing dark clothes, women's uniforms.

* Email (corresponding author): hajiani@art.ac.ir

بررسی دیدگاه بانوان نسبت به عوامل تیره پوشی و تاثیرات رنگ لباس فرم*

تینا حری

دانش آموخته کارشناسی ارشد طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنرهای کاربردی، دانشگاه هنر، تهران، ایران.

فریده حاجیانی**

استادیار گروه طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنرهای کاربردی، دانشگاه هنر، تهران، ایران.

بنفشه مقدم

مربی گروه طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنرهای کاربردی، دانشگاه هنر، تهران، ایران.

چکیده

رنگ‌ها نیروها و انرژی‌های درخشنده‌ای هستند که در ابعاد مختلف زندگی از جمله پوشش اجتماعی افراد نمود دارند و بسته به تیرگی، روشنی و خصوصیات درونی خود، می‌توانند بر زندگی فردی و اجتماعی شهروندان تأثیر مثبت و یا منفی بگذارند. افراد به‌طور دقیق نمی‌دانند که رنگ لباس‌هایشان در ایجاد سرزندگی، سلامت روح و روان و نحوه ارتباط آن‌ها نقش دارد. معمولاً بیشتر انتخاب‌های رنگی در پوشش افراد به‌ویژه بانوان در اجتماع و محیط کار، به رنگ‌های تیره، تکراری و بی‌روح محدود می‌شود. این پژوهش با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر تیره‌پوشی افراد در جامعه و پرداختن به آگاهی‌سازی حول محور کاربرد الگوهای رنگی مناسب و متنوع در لباس افراد، به‌خصوص بانوان انجام شده است و می‌کوشد به این پرسش پاسخ دهد که بانوان چه دیدگاهی نسبت به تاثیر کاربرد رنگ‌های متنوع در پوشش‌های خود دارند؟ همچنین چه عواملی در انتخاب رنگ پوشش‌های اجتماعی افراد مؤثرند؟ تحقیق حاضر به لحاظ هدف کاربردی است که از طریق بررسی منابع کتابخانه‌ای و گردآوری و تحلیل داده‌ها با استفاده از پرسشنامه انجام پذیرفته است، از اینرو پژوهش موردنظر ماهیتی کمی دارد. جامعه آماری بانوان کارمند فروشگاه‌های زنجیره‌ای شهر تهران بوده که به روش تصادفی انتخاب شدند. تجزیه و تحلیل داده‌های کمی با نرم‌افزار SPSS26 انجام شده است. یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که بسیاری از بانوان باوجود اینکه معتقدند استفاده از رنگ‌های شاد و روشن در پوشش بر زندگی، روحیه و نحوه ارتباط آن‌ها در اجتماع تاثیرگذار است، اما از نقش و تاثیر رنگ‌ها بر کیفیت شغلی خود در محیط کار آگاهی کافی ندارند. در نتیجه به‌دلیل برخی عوامل تاثیرگذار همچنان تمایل به تیره-پوشی در لباس فرم و پوشش‌های اجتماعی خود دارند. در نهایت با توجه به عوامل تیره‌پوشی و بررسی این عوامل از دیدگاه بانوان مشخص شد که سه عامل "کمتر دیده شدن آلودگی لباس‌های تیره‌رنگ"، "نقش رنگ‌های تیره در لاغرتر و باریک‌تر نشان دادن اندام افراد" و "قابلیت راحت‌تر و بیشتر هماهنگی رنگ‌های تیره با رنگ سایر اجزای پوشش" در تمایل به تیره‌پوشی بانوان تاثیر بیشتری دارند.

واژگان کلیدی:

رنگ لباس، پوشش اجتماعی، تیره‌پوشی، لباس فرم بانوان.

* این مقاله مستخرج از پایان نامه کارشناسی ارشد تینا حری با عنوان "طراحی کاتالوگ رنگ لباس کار برای کارکنان خانم یک فرو شگاه زنجیره‌ای براساس مطالعه عوامل تیره‌پوشی دوران معاصر" به راهنمایی دکتر فریده حاجیانی در دانشگاه هنر شهر تهران است.

** نویسنده مسئول مکاتبات: f.hajiani@art.ac.ir

© حق نشر متعلق به نویسنده(گان) است و نویسنده تحت مجوز Creative Commons Attribution License به مجله اجازه می‌دهد

مقاله چاپ شده را با دیگران به اشتراک بگذارد منوط بر اینکه حقوق مؤلف اثر حفظ و به انتشار اولیه مقاله در این مجله اشاره شود.

گرایش یافته است، بنابراین پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر تیره‌پوشی کنونی افراد در جامعه، در راستای آگاهی‌سازی حول محور کاربرد الگوهای رنگی مناسب و متنوع در لباس افراد، به‌خصوص بانوان انجام شده است. محدوده مطالعاتی این پژوهش، لباس فرم بانوان شهر تهران در سال‌های پس از انقلاب اسلامی است. با نظر به این بازه زمانی و مکانی، این پژوهش درصدد پاسخ به این پرسش است که افراد چه دیدگاهی نسبت به تاثیر کاربرد رنگ‌های متنوع و گوناگون در پوشش‌های اجتماعی و لباس فرم محل کار خود دارند؟ چه عواملی در انتخاب رنگ پوشش‌های اجتماعی افراد مؤثرند؟ در این راستا آنچه انجام می‌شود، پرداختن به اهمیت رنگ در لباس فرم کارکنان و الگوهای رنگی تیره و کدر در پوشش‌های اجتماعی افراد و همچنین بررسی دلایل این تیره‌پوشی‌ها است. در ادامه با طرح بحث درباره این موضوع از مسیر مطالعات آماری میزان آگاهی و دیدگاه بانوان نسبت به تاثیرات رنگ لباس فرم و پوشش‌های اجتماعی در زندگی و محل کار سنجیده می‌شود. همچنین عوامل تاثیرگذار در انتخاب رنگ این پوشش‌ها به ترتیب تعیین می‌شود. دغدغه اصلی این پژوهش شناسایی دست‌بندی عوامل تیره‌پوشی و نشان دادن اهمیت استفاده از ترکیب رنگ‌های شاد برای پوشش افراد و رفع کاستی‌ها در این زمینه است، که در کنار سایر پژوهش‌های مرتبط می‌توان جامعه را به سطحی از آگاهی از قدرت رنگ‌ها و تاثیرات آن‌ها رساند و کیفیت زندگی را ارتقا بخشید.

از جمله عناصر مهم و اساسی در ایجاد ارتباط انسان‌ها با محیط اطراف، رنگ‌ها هستند. رنگ‌ها در ابعاد مختلف زندگی، و از همه مهم‌تر در لباس افراد نمود دارند و برحسب میزان آگاهی افراد، می‌توانند بر شخصیت، روحیه، رفتار و زندگی اجتماعی آن‌ها تاثیرگذار واقع شوند. رنگ لباس‌ها به‌عنوان یکی از مهمترین عناصر بصری در سطح شهر است که در صورت گرایش عموم مردم جامعه به استفاده از رنگ‌های تیره و مرده، باعث ایجاد ظاهری رخوت‌آمیز و کسل‌کننده می‌شود و چهره شهر را کدر و تیره‌گون خواهد کرد. از این‌رو موضوع آشنایی با رنگ‌ها و نحوه کاربرد آن‌ها در پوشش‌های اجتماعی افراد و تاثیر درونی آن‌ها چه در خود فرد و چه در محیط اطراف از مباحث بسیار مهمی هستند که بهتر است افراد از آن‌ها آگاهی کافی یابند. در این میان توجه به لباس فرم افراد به‌عنوان مظهری از پیوند بین انسان و حرفه‌اش در اجتماع اهمیت دارد. به‌کارگیری رنگ‌های مناسب در لباس-کار، به دلیل استفاده درازمدت روزانه از آن، به‌عنوان ساده‌ترین و مؤثرترین راهکار در جهت سرزندگی، با اهمیت است. از طرفی امروزه نقش و جایگاه بانوان به واسطه حضور برابر یا نزدیک به مردان در شهر و محل کار قابل تأمل است. استفاده از ترکیب رنگ‌های شاد و روشن برای بانوان نه تنها منظر شهر را بهتر خواهد کرد بلکه از طریق اثر روانشناختی رنگ بر کیفیت زندگی آنان و سایر شهروندان تاثیرگذار خواهد بود.

به نظر می‌رسد بر اساس برخی عوامل، پوشش بانوان در جامعه (در محل کار و تحصیل و حتی در فضاهای عمومی) به رنگهای تیره

۱. پیشینه پژوهش

بررسی پیشینه موضوع تحقیق حاضر نشان می‌دهد بخش قابل توجهی از پژوهش‌های داخلی مرتبط به اصول روانشناسی رنگ‌ها و بررسی تاثیر رنگ بر روح و روان و رفتارهای فردی و اجتماعی انسان متمرکز بوده‌اند. در این بین پژوهشی در راستای سنجش دیدگاه و آگاهی افراد در رابطه با رنگ پوشش و تاثیرات آن و همچنین بررسی عوامل مؤثر بر تیره‌پوشی افراد که موضوع تحقیق حاضر است، یافت نشد. اما مهمترین آثار نزدیک به این موضوع می‌توان به پژوهش‌های زیر اشاره کرد.

از مطالعات انجام شده می‌توان به مقاله امانی و همکاران (۱۳۹۹) با عنوان «رنگ و تاثیر آن بر افراد در محیط کار: مقاله مروری نظامند» اشاره کرد که با مطالعه مروری نظامند در رابطه با رنگ محیط کار نتیجه می‌گیرند که رنگ، تاثیر فراوانی بر احساسات (برای مثال خلق و خو)، بهزیستی (مانند استرس، راحتی، رفاه) و عملکرد (بهره‌وری و خلاقیت) افراد دارد و استفاده از رنگ در محیط کار می‌تواند سبب افزایش روحیه مثبت، کارکنان و نتیجه مثبت شود. ضابطیان و شیرزاد (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با نام «منظر متحرک رنگی شهر و کیفیت زندگی زنان» به موضوع منظر رنگی متحرک شهرهای بزرگ کشور و تاثیر آن که زنان می‌توانند از طریق رنگ لباس و یا خودروهای خود بر کیفیت زندگی خود و سایر افراد داشته باشند،

می‌پردازد. نتیجه این پژوهش تفاوت بین ترجیحات بانوان و انتخاب‌های آنان برای پوشش در فضاهای عمومی است، که اگرچه زنان بیشتر به رنگ‌های شاد و سرزنده برای پوشش تمایل دارند، اما به دلیل هنجارهای جامعه حاضر به استفاده از آن رنگ‌ها نبوده و بیشتر از رنگ‌های تیره استفاده می‌کنند. در پژوهش «بررسی تاثیر روانی رنگ پوشش ظاهری کارکنان مراکز اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی بر سلامت روان آنان» توکلی و همکاران (۱۳۹۴) به تعیین تاثیر روانی رنگ لباس کارکنان مراکز اطلاع‌رسانی بر سلامت روان آنان می‌پردازند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد تغییر رنگ پوشش کارکنان به رنگ‌های مناسب که به لحاظ علمی بر سلامت روح و جسم تاثیر مثبت می‌گذارد (مانند زرد لیمویی، آبی و سبز) می‌تواند افسردگی و اضطراب را که از مؤلفه‌های سلامت روان هستند، کاهش دهد. صالحیه‌زادی و زارع‌زاده (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «بررسی تاثیرات درونی رنگ‌ها بر تکامل مهارت‌های اجتماعی» به بحث در آمیختگی مهارت‌های اجتماعی و رنگ پوشش پرداخته‌اند. نکته‌ای حائز اهمیت در این پژوهش، نیاز به آگاهی روانشناسی رنگ‌ها در پوشش و تاثیر درونی آن‌ها بر روح و روان فرد می‌باشد؛ زیرا رنگ لباس یکی از اولین گزینه‌ها در برقراری ارتباط با دیگران است. پاک‌بین (۱۳۸۸) در مقاله «بررسی پوشش از نظر فرم و رنگ و طراحی لباس مناسب دبیرستان‌های دخترانه

داشتند. در مقاله «تأثیر و اهمیت رنگ لباس و حالت چهره بانوان متقاضی کار بر ارزیابی آنان» آمهورست و همکاران (Amhorst et al., 1986) بیان می‌کنند که با در نظر گرفتن رنگ لباس (روشن در مقابل تیره) و حالت چهره (لبخند در مقابل جدی) شش زن متقاضی کار مشخص شد که حالت چهره به طور قابل توجهی بر ارزیابی ویژگی‌های شخصیتی-اجتماعی تأثیر گذاشت و رنگ لباس در تأثیرگذاری بر درک قدرت، یعنی شایستگی و جسارت، اهمیت بیشتری داشت.

۲. روش پژوهش

این پژوهش به لحاظ هدف کاربردی است که مبتنی بر گردآوری و تحلیل داده‌ها از طریق پرسشنامه انجام شده است. در تهیه مبانی نظری، منابع کتابخانه‌ای، مقالات، کتاب‌های مرتبط و نیز منابع اینترنتی، با روش فیشبرداری، بررسی شده‌است. با توجه به ماهیت کمی پژوهش، افزون بر منابع کتابخانه‌ای از مطالعات میدانی استفاده شده‌است که ابزار گردآوری در مطالعات میدانی پرسشنامه بوده‌است. توزیع پرسشنامه در بین جامعه آماری بانوان کارمند در سه فروشگاه زنجیره‌ای شهر تهران به روش نمونه‌گیری تصادفی انجام شده و تعداد نمونه براساس فرمول کوکران ۳۰۰ نفر در نظر گرفته شده است. در بخش مربوط به مطالعات میدانی تجزیه و تحلیل داده‌های کمی با استفاده از نرم‌افزار SPSS به صورت توصیفی-استنباطی انجام شده‌است. آمار توصیفی شامل جداول فراوانی و نمودارهای مختلف می‌باشد. در آمار استنباطی از آزمون t تک نمونه‌ای و آزمون فریدمن استفاده شده است.

۳. اهمیت رنگ در لباس فرم کارمندان

لباس فرم یا لباس همسان در محیط‌های کاری، به مجموعه لباسی می‌گویند که توسط اعضای آن نهاد یا سازمان استفاده می‌شود و یکی از مهم‌ترین نمونها و شاخص‌های فرهنگی آن مجموعه می‌باشد که چه از نظر فردی و تأثیر روحی و روانی بر روی شخص و چه از نظر اجتماعی و هویت ملی، اهمیت ویژه‌ای دارد. لباس فرم کارمندان به صورت ایده‌آل جهت ارضای سه جنبه کارکرد (Function)، نمادگری (Symbolism) و زیبایی‌گرایی (Aesthetics) در رابطه با فعالیت کاری مورد نظر طراحی می‌شود؛ اما در اکثر موارد بیشتر روی عامل کارکردی بودن آن پرداخته می‌شود تا کیفیت‌های نمادگری و زیبایی‌گرایی (Borhani, 2017, p.18). در طراحی رنگ لباس فرم برای یک مجموعه باید به مواردی از قبیل نوع نهاد یا سازمان مربوطه، شرایط کاری و ویژگی‌های شغلی، عوامل جغرافیایی و شرایط آب‌وهوایی محل فعالیت، آلودگی‌های محیطی موجود در مجموعه و همچنین نوع و رده سنی مخاطب آن توجه کرد. به طور کلی به کاربرد هر کدام از رنگ‌ها در لباس فرم کارمندان می‌تواند تأثیرات به‌خصوصی بر روی خود فرد و مخاطبان نیز بگذارد. برای مثال استفاده از رنگ‌های گرم و روشن، آهنگ حرکت را سریع‌تر می‌کند و موجب افزایش فعالیت عمومی بدن و پیشرفت کاری فرد می‌شوند. در حالی که رنگ‌های تیره و یا به اصطلاح، رنگ‌هایی که هر چه به طرف سیاهی پیش می‌روند مانع تحرک و پویایی فرد می‌شوند و تماس دائم با آن‌ها از نظر روحی و روانی زیان‌بار است (Noori Khazab, 2011, p.78). لباس فرمی که در آن از رنگ آبی استفاده شده می‌تواند در افزایش

تهران» به تحقیق در مورد ارتباط رنگ، جنس، فرم، طراحی لباس با روحیه نوجوانان می‌پردازد. پژوهشگر بر آن است که وضعیت پوشش لباس‌های دختران دبیرستانی را تجزیه و تحلیل کند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که استفاده کردن از طرح، پارچه، رنگ، الگو و دوخت مناسب در لباس فرم دانش‌آموزان سبب بهبود کیفیت در آموزش و پرورش می‌شود. در پژوهشی دیگر با عنوان «رنگ لباس به انسان انرژی می‌دهد»، روحانی (۱۳۸۴) با بررسی تأثیر رنگ بر روان و حالت انسان‌ها، نشان می‌دهد که پوشیدن لباس‌هایی با رنگ‌های زنده و درخشان در سطح شهر تا چه حد می‌تواند بر خلق‌و‌خو و حالات روحی انسان‌ها تأثیر گذارد و انرژی‌های متفاوتی را به بیننده انتقال دهد. اصغری‌نژاد (۱۳۷۹) در مقاله خود با عنوان «پژوهشی در رنگ و پوشش‌های رنگی در اسلام» به مطالعه جایگاه نور و رنگ در دین اسلام پرداخته‌است؛ مانند رنگ در لباس، آثار روانی رنگ‌ها و رنگ‌هایی که در قرآن به آن‌ها تأکید شده‌است.

در کنار تحقیقات داخلی، در نمونه مقالات خارجی مشخص است که روانشناسی رنگ‌ها و بررسی تأثیر رنگ لباس بر رفتارهای فردی و اجتماعی و کیفیت شغلی انسان در کشورهای توسعه‌یافته، اهمیت دارد. سیدهو و همکاران (Sidhu et al., 2021) در مقاله‌ای با عنوان «چه رنگی بپوشم؟ رنگ لباس چه تأثیری بر نحوه قضاوت زنان در مورد جذابیت و اندازه اندام زنان دیگر دارد» نشان داده است که از دیدگاه زنان، لباس‌های با رنگ سیاه و قرمز یک فرد را جذاب‌تر و باریکتر نشان می‌دهند و لباس‌هایی با رنگ سبز و خاکستری همان فرد را با جذابیت کمتر و اندازه اندام بزرگتری نشان می‌دهند. در پژوهشی با عنوان «نگرش مشتری به منظر رنگی خطوط هوایی؛ تمرکز بر منظر رنگی لباس خدمه کابین هواپیما» پارک (Park, 2019) با در نظر گرفتن هشت خط هوایی کشور کره نشان می‌دهد که دیدگاه مشتریان نسبت به شرکت‌ها براساس رنگ لباس فرم خدمه مختلف است. به طوری که رنگ لباس فرم بعضی از شرکت‌ها احساس فروزندگی، آرامش، مرتب بودن و وقار را القاء می‌کند و بعضی دیگر احساس سرور، پویایی و پرتکاپو بودن را. کرن و همکاران (Krenn et al., 2017) تحقیقی با عنوان «آیا لباس فرم آبی یا قرمز در پنالتهای بازی‌های فوتبال و هندبال تأثیری دارد؟» انجام داده‌اند که نشان می‌دهد رنگ لباس فرم بر عملکرد روانی و ورزشی ورزشکاران تأثیرگذار است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که بازیکنان با لباس فرم آبی در ضربات پنالتهای عملکرد بهتری داشته‌اند. گونگون و جاکوب (Guéguen, Jacob, 2014) در مقاله‌ای با عنوان «رنگ لباس و انعام دهی: نجیب-زادگان انعام بیشتری به پیشخدمت‌ها با لباس قرمز می‌دهند» به بررسی تأثیر رنگ لباس پیشخدمت‌های رستوران‌ها در میزان دریافت انعام پرداخته‌اند و بیان کرده‌اند که کارکنان با لباس‌های رنگ روشن مانند قرمز، زرد و سبز رنگ انعام بیشتر و کارکنان با لباس مشکی کمترین انعام را دریافت کرده‌اند. در نتیجه رنگ لباس آسانترین و اقتصادی‌ترین روش تأثیرگذار در جلب توجه مشتری و افزایش کارایی کارکنان بوده‌است. گوردن و همکاران (Gorden et al., 2009) در تحقیقی با عنوان «پیش بینی رضایت و پیشرفت شغلی با در نظر گرفتن نحوه انتخاب و لباس پوشیدن بانوان» نشان داده‌اند که زنانی که آگاهی لازم نسبت به انتخاب لباس را دارا بودند، محافظه‌کارانه‌تر لباس پوشیدند و از نتایج شغلی خود رضایت بیشتری

احساس امنیت در کارمند، افزایش تمرکز و بهره‌وری، کاهش ترس از عدم موفقیت و کاهش خستگی روحی و جسمی او مؤثر باشد. استفاده از رنگ قرمز حتی به مقدار اندک هم، می‌تواند احساس رقابت و انگیزه برای پیشرفت اقتصادی را در فرد تشدید کند. به کاربردن رنگ زرد در لباس به کارمندان کمک می‌کند که از مشکلات و موانع و تعارضات رهایی یابند. همینطور رنگ سبز می‌تواند باعث کاهش استرس در کارمندان و رنگ نارنجی باعث افزایش اعتمادبه‌نفس در آن‌ها و متقاعدکردن مخاطب به توجه و گوش‌سپردن شود (Borhani, 2017, p.35). همچنین در بسیاری از کشورهای صنعتی و پیشرفته جهان به‌کارگیری رنگ‌های مناسب در لباس‌فرم کارمندان، به‌عنوان مظهری از پیوند بین انسان و حرفه‌اش و به‌عنوان ساده‌ترین و مؤثرترین راهکار در جهت کیفیت شغلی، موردتوجه قرار گرفته‌است (Hye-Won, 2010, p.60). به‌عنوان مثال در پژوهش انجام‌شده در یک کارخانه جوراب‌سازی مشخص شد که این کارخانه با استفاده از رنگ مناسب در محیط کارخانه و همینطور یونیفرم کارمندان توانست تولید خود را تا ۲۰ درصد افزایش دهد (Dargahi, 2014, p. 25). بنابراین توجه به اصول و علم روانشناسی رنگ‌ها و استفاده به‌جا و درست آن‌ها در لباس‌فرم کارمندان می‌تواند موجب مجموعه‌ای از واکنش‌های رفتاری مختلف مانند تقویت حس همکاری در کارمندان، رضایت مندی شغلی، عدم غیبت کارمند، ظرفیت رقابت و شکوفایی خلاقیت و توانایی‌های فرد شود. هنگامیکه مخاطب، کارمندی را در لباسی آراسته و با ترکیبی از رنگ‌های هماهنگ می‌بیند ضمن ایجاد یک تصویر ذهنی خوب در او، این حس به مخاطب داده می‌شود که یک محصول بهتر و باکیفیت بالاتر را دریافت خواهد کرد.

۴. رنگ در پوشش‌های اجتماعی و لباس‌های فرم بانوان از انقلاب اسلامی تا به امروز

همزمان با پیروزی انقلاب اسلامی با گسترش شعارهای "اسلام‌خواهی، تجمل‌گریزی و نفی طاغوت" تغییراتی در فرم و رنگ پوشاک مردم ایران اعمال گردید. در این دوران تشویق هرچه بیشتر به ساده‌پوشی در تقابل با تجمل‌گرایی پیشین رواج پیدا کرد. هجرت رنگ و فرم از زندگی و پوشاک مردم و گرایش بیشتر به رنگ‌های تیره و خنثی، به‌ویژه مشکی از طرفی براساس موازین شرعی و اسلامی تشخیص داده شده بود و از طرف دیگر نیز متناسب با فضای روحی جامعه در آن زمان بود (Yazdani, 2010, p.104). در سال‌های ابتدایی دهه ۶۰ با کم‌رنگ شدن جریان مد و فرهنگ غربی، لباس زنان به

مانتو و چادر مشکی تغییر پیدا کرد، ولی چادر مشکی به‌عنوان نماد و پوشش انقلابی بود. همچنین در این زمان، طی بخشنامه‌ای برای فرهنگیان و افراد شاغل، رنگ لباس‌فرم آنان سرمه‌ای، قهوه‌ای، خاکستری و سیاه مقرر شد. (Yasini, 2020, p.193) حتی قید شده‌بود بارانی‌ها و کاپشن‌های زمستانی آنها نیز در قالب همین رنگ‌ها باشد. دانش‌آموزان دختر نیز موظف بودند با ماتوهایی به رنگ‌های کرم، قهوه‌ای، سرمه‌ای، مشکی و طوسی در مدارس حضور یابند (Moridi, 2016, p.99). از طرفی دیگر در پی جنگ تحمیلی که تا اواسط دهه ۶۰ به طول انجامید، بسیاری از جوانان وطن، در این راه به شهادت رسیدند. این واقعه باعث شد تعداد زیادی از خانواده‌ها به‌دلیل از دست‌دادن عزیزانشان عزاوار و آواره شوند و از این‌رو لباس مشکی را به‌نشانه عزای عمومی جامعه در سوگ شهدا به‌تن کردند. بعدها به‌خاطر برتر شمردن چادر مشکی از سوی رهبر و تاثیرات ناشی از ارزش‌گرایی‌ها، پوشش اکثر بانوان به این سمت گرایش پیدا کرد (Yasini, 2020). پس از آن در اوایل سال‌های دهه ۷۰، چادر مشکی علاوه‌بر اینکه یک حجاب اسلامی تلقی می‌شد، به‌عنوان یک حجاب ایرانی و لباس ملی جامعه خوانده‌شد اما رفته‌رفته تغییراتی در پوشش سنتی آن زمان به‌ویژه در لباس بانوان رخ داد. در واقع گرایش ایرانیان به تجمل و جذب رفاه بیشتر باعث شد که شرایط پوشاک هم تا حدی از ساده‌گرایی به‌سوی تظاهر و نمایش و تشریفات تغییر کند و به‌دنبال آن، الگوهای پوشش به‌تدریج تحت‌تأثیر انتخاب‌های افراد قرار گرفت. به‌این‌ترتیب در اواسط دهه ۷۰ هنجارهای پوششی مورد بازنگری قرار گرفت. در آن سال‌ها به‌خاطر کاهش فشارهای روحی و روانی حاصل از جنگ و گرایش جامعه به‌سوی رفاه نسبی، کم‌کم مدهای جدید با اندکی تغییر در فرم‌ها و رنگ‌ها وارد جامعه شدند و این باعث شد که افراد دامنه‌بازتری در انتخاب لباس و رنگ آن داشته‌باشند (Moridi, 2016, p.99). البته این مقدار تنوع در طرح و رنگ پوشاک، تنها مربوط به دانش‌آموزان دختر در مقاطع ابتدایی و همچنین در ارتباط با حوزه شخصی مردم در اجتماع بود. اما در دستگاه‌ها و سازمان‌های دولتی هنوز محدودیت‌هایی در طرح و رنگ پوشاک و لباس‌فرم افراد به‌چشم می‌خورد. پوشیدن لباس‌هایی با رنگ‌های تند و درخشان در مجامع عمومی و ادارات همچنان ممنوع بود و رنگ آن‌ها به‌لحاظ رعایت سادگی و جلوگیری از بروز زمینه‌های فساد، محدود به رنگ‌های پخته و خاموش می‌شد. در شکل‌های ۱ و ۲ به ترتیب نمونه‌ای از لباس‌فرم و لباس اجتماع بانوان در دهه ۷۰ نشان داده شده است.



شکل ۲: نمونه‌ای از لباس اجتماع بانوان در تهران، سال ۱۳۷۸
(<https://www.iipa.ir/News/81752.html>)

Fig. 2: A sample of women's clothing in society in Tehran, in 1999.



شکل ۱: نمونه‌ای از لباس فرم بانوان در تهران، نیمه اول دهه ۱۳۷۰
(<http://www.ettehadkhabar.ir/fa/posts/71721>)

Fig. 1: A sample of women's uniform in Tehran, First half of 70s.

در دهه ۸۰ با نفوذ اینترنت و ماهواره و رسانه‌های غربی، پوشش رنگ دیگری به خود گرفت و رفته‌رفته از رنگ‌های بیشتری در لباس اجتماع استفاده شد. ابداعات و خلاقیت‌هایی نیز در طرح و دوخت و رنگ مانتوهای بانوان ایجاد شد. مانتوهای طرح‌دار و رنگ‌هایی مانند صورتی، بنفش و نارنجی به لباس‌فرم دانش‌آموزان ابتدایی اضافه شد؛ اما در مقاطع بالاتر همچنان رنگ غالب لباس‌های فرم رنگ‌های چهارگانه سیاه، قهوه‌ای، طوسی و سرمه‌ای بود و تنها تعداد معدودی از مدارس دخترانه رنگ دیگری را برای پوشش دانش‌آموزان انتخاب می‌کردند. در اواسط دهه ۸۰ مدگرایی و تحول و تنوع در پوشش، از نوع بومی و اسلامی، مورد تأیید رهبر قرار گرفت. این شرایط و تعیین دستورالعمل‌های گوناگون در مورد حد و حدود رنگ پوشش‌های اجتماعی زنان و لباس‌های فرم در سال‌های بعد و تا امروز نیز به‌نوعی ادامه پیدا کرده است (شکل ۳ راست و چپ).

متأسفانه در جامعه امروز نیز در اغلب مجموعه‌ها و محیط‌های شغلی مانند گذشته در لباس‌فرم زنان شاغل مانند لباس‌فرم کارمندان بانک، کارمندان آژانس‌های هواپیمایی، کارکنان فروشگاه‌های زنجیره‌ای و... از رنگ‌های تیره و خنثی استفاده می‌شود. همچنین رنگ چادرها همواره سیاه است و استفاده از چادرهای رنگی که در گذشته رایج بودند، اکنون تقریباً غیرمعمول است (Fazlvaziri,

در دهه ۸۰ با نفوذ اینترنت و ماهواره و رسانه‌های غربی، پوشش رنگ دیگری به خود گرفت و رفته‌رفته از رنگ‌های بیشتری در لباس اجتماع استفاده شد. ابداعات و خلاقیت‌هایی نیز در طرح و دوخت و رنگ مانتوهای بانوان ایجاد شد. مانتوهای طرح‌دار و رنگ‌هایی مانند صورتی، بنفش و نارنجی به لباس‌فرم دانش‌آموزان ابتدایی اضافه شد؛ اما در مقاطع بالاتر همچنان رنگ غالب لباس‌های فرم رنگ‌های چهارگانه سیاه، قهوه‌ای، طوسی و سرمه‌ای بود و تنها تعداد معدودی از مدارس دخترانه رنگ دیگری را برای پوشش دانش‌آموزان انتخاب می‌کردند. در اواسط دهه ۸۰ مدگرایی و تحول و تنوع در پوشش، از نوع بومی و اسلامی، مورد تأیید رهبر قرار گرفت. این شرایط و تعیین دستورالعمل‌های گوناگون در مورد حد و حدود رنگ پوشش‌های اجتماعی زنان و لباس‌های فرم در سال‌های بعد و تا امروز نیز به‌نوعی ادامه پیدا کرده است (شکل ۳ راست و چپ).

متأسفانه در جامعه امروز نیز در اغلب مجموعه‌ها و محیط‌های شغلی مانند گذشته در لباس‌فرم زنان شاغل مانند لباس‌فرم کارمندان بانک، کارمندان آژانس‌های هواپیمایی، کارکنان فروشگاه‌های زنجیره‌ای و... از رنگ‌های تیره و خنثی استفاده می‌شود. همچنین رنگ چادرها همواره سیاه است و استفاده از چادرهای رنگی که در گذشته رایج بودند، اکنون تقریباً غیرمعمول است (Fazlvaziri,



شکل ۳: راست) نمونه‌ای از لباس‌فرم بانوان شاغل، شرکت پگاه خوزستان، دهه ۹۰ (<https://khozestan.pegah.ir/?p=5701>) چپ) برخی پوشش‌های اجتماع بانوان در تهران در دهه ۹۰ (<http://www.ayenejam.ir/index.php>)

Fig. 3: Right) A sample of working women's uniform, Pegah company in Khozestan, 1390s. Left) Some of the women's clothing in society in Tehran in 1390s.

هویت‌سازی، تنها به زور و ضرب نظام سیاسی و با تحمیل محقق شد. برخی به اجبار یا اختیار به این هویت‌سازی از بالا تن دادند. اما برخی از زنان از اقشار مختلف، چه مذهبی و غیرمذهبی از چادر مشکی به‌نشانه اعتراض با حکومت پهلوی استفاده کردند. روشنفکر و مبارز انقلابی رنگ شاد را مذموم دانست و به کارگیری رنگ‌های تیره را نماد و سمبل مقاومت در نظر گرفت (Shah Rokni, 2000, p.8). یک تحلیل جامعه‌شناسانه بیان می‌کند که «در ایران دهه ۶۰ رنگ‌ها اسلامی-انقلابی و غیراسلامی-ضد انقلابی شده بودند. رنگ‌های تیره، از جمله سیاه و قهوه‌ای، نماد مذهبی و انقلابی بودن، فرودستی، متانت و تواضع بودند و حتی رنگ‌هایی چون قرمز را که نماد شهادت محسوب می‌شد، بازنمایی می‌کرد. اما استفاده از رنگ‌های روشن بی‌دینی، غیرمتعهد و آلوده بودن به اغراض دشمن را می‌رساند (Kazemi, 2015, p.135). همین مسئله‌ی تیره‌پوشی در آن دوران بود که شاید بتوان تأثیر آن را امروزه تا حدودی مشاهده کرد. پس از انقلاب اسلامی نیز به‌واسطه جنگ ۸ ساله ایران و عراق و حوادث قبل از

از آنجا که به نظر می‌رسد تیره‌پوشی در اجتماع و در لباس‌های فرم به یک رفتار همگانی و فرهنگ اجتماعی تبدیل شده‌است و این رفتار تا حدودی یک سایه تیره بر جامعه شهری می‌اندازد، نیاز است عواملی که ممکن است به‌نوعی سبب این تیره‌پوشی شوند، شناخته شده و از آنان دوری شود.

۵. دلایل تأثیرگذار بر تیره‌پوشی در جامعه

جامعه‌شناسان در رابطه با دلیل تمایل افراد به تیره‌پوشی بیان می‌کنند که اصولاً جامعه‌ای که با غم بزرگ شده و کمابیش در طول تاریخ غمناک بوده است رو به تیره‌پوشی می‌آورد (Mousavi, 2019, p.4). برخی تفاسیر روانشناختی برآنند که بعضی حوادث و اتفاقات گذشته در تاریخ معاصر کشور ایران سبب پایبندی افراد خصوصاً بانوان به پوشش و حجاب مشکی شده‌است. از جمله در دوره پهلوی که قرار بود که با ایجاد یک‌سری هویت‌های جدید و نوع خاصی از پوشش برای زنان، ایران به قافله پیشرفت جهانی بپیوندد. در واقع این

۶. روش‌شناسی و جامعه‌آماري پژوهش

پژوهش حاضر به‌منظور نظرسنجی درباره عوامل عمده و تأثیرگذار بر انتخاب رنگ لباس بانوان و تمایل ایشان به رنگ‌های تیره و کدر و همچنین سنجش میزان آگاهی و دیدگاه این افراد نسبت به تأثیر رنگ‌های پوشش در زندگی و محل کار به شیوه توصیفی-استنباطی انجام شده است. پرسشنامه این تحقیق، شامل دو بخش گردآوری اطلاعات مربوط به متغیرهای جمعیت‌شناختی و بخش دوم دربرگیرنده سی‌وسه پرسش در مورد دیدگاه افراد نسبت به تأثیر رنگ‌های لباس و عوامل عمده و تأثیرگذار بر تیره‌پوشی در اجتماع و لباس فرم بانوان است، که هر دو بخش از طریق طیف لیکرت سنجیده شد. جامعه مورد تحقیق این پژوهش بانوان کارمند در فروشگاه‌های زنجیره‌ای شهر تهران است که لباس فرم مشخص و ثابتی با رنگ‌های طیف تیره و خنثی دارند و اغلب ملزم و موظف به پوشش لباس فرم خود در ساعات مشخصی از روز می‌باشند. در این بین فروشگاه‌های زنجیره‌ای هایپرستار، رفاه و شهروند به دلیل پراکندگی گسترده شعب در سطح شهر تهران و تعداد بیشتر بانوان کارمند (۱۳۸۴ نفر) با روش نمونه‌گیری به‌صورت تصادفی انتخاب شدند. پرسشنامه در بین ۳۰۰ نفر از کارکنان توزیع شد که بر اساس قضیه حد مرکزی استیونس (Stevens) جامعه آماری نرمال است. به جهت سنجش پایایی پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ (Cronbach's alpha) استفاده شد. در صورتی یک پرسشنامه پایاست که مقدار آلفای کرونباخ بزرگتر از مقدار (۰/۷) باشد. در پرسشنامه تحقیق حاضر مقدار آلفا در سطح اطمینان ۹۵ درصد برای کل پرسشنامه ۰/۷۵۰ است، پس پرسشنامه پایاست.

۷. یافته‌ها و تحلیل داده‌ها

طبق نتایج پرسشنامه در حجم نمونه ۳۰۰ نفری بانوان، ۶۳/۰۰ درصد مجرد و ۳۷/۰۰ درصد متاهل و میانگین سن افراد بیش از ۲۹ سال است که جوانترین و کمترین پاسخ‌دهندگان ۱۷ سال و افراد ۵۰ ساله مسن‌ترین هستند که افراد دانشجوی ۴/۰۰ درصد، افراد با تحصیلات دیپلم ۲۲/۳۳ درصد، تحصیلات کاردانی ۱۰/۰۰ درصد، تحصیلات کارشناسی ۴۳/۶۷ درصد و با تحصیلات کارشناسی‌ارشد ۲۰/۰۰ درصد نمونه آماری را تشکیل می‌دهند. نوع پوشش ۲۸۷ نفر از بانوان، مانتو و ۱۳ نفر چادر است.

بخش اول پرسش‌ها در رابطه با رنگ لباس فرم محل کار بانوان است تا میزان علاقه و رضایت افراد از رنگ لباس فرم در محیط کار مشخص شود. تصاویر لباس فرم بانوان فروشگاه‌های زنجیره‌ای هایپرستار، رفاه و شهروند در شکل ۴ نشان داده شده است که صرفاً برای آشنایی مخاطب با لباس فرم کارمندان این فروشگاه‌ها و درک بهتر رنگ‌ها و تیره‌گی‌های موجود در پوشش ایشان گرفته شده است. بر اساس نتایج پرسشنامه، میزان علاقه و رضایتمندی ۶۷ نفر (۲۲/۳۳ درصد) از بانوان کارمند از رنگ لباس فرم خود بسیار کم و کم، ۱۲۵ نفر (۴۱/۶۷ درصد) متوسط و ۱۰۸ نفر (۳۶/۰۰) نیز بسیار زیاد و زیاد است. در مجموع علاقه و رضایتمندی پاسخ‌دهندگان از رنگ لباس فرمشان به میزان ۷۷/۶۷ درصد در سطح متوسط و بالاتر است (شکل ۵).

پیروزی انقلاب، تیره‌پوشی به‌نشانه عزاداری برای جوانان ازدست‌رفته جامعه مسلط شد و رفته‌رفته مردم به‌خاطر فشارهای روانی ناشی از جنگ و اوضاع بد اقتصادی به‌سوی افسردگی پنهان پیش‌رفتند. در آن زمان این اعتقاد رشد یافت که پوشیدن لباس‌های روشن و رنگارنگ، نشانه‌ای از بی‌قیدی و بی‌حرمتی به خون جوانان می‌باشد.

عامل دیگر پوشش‌های تیره‌رنگ می‌تواند به مسائل عرفی و بازخوردهای ناشی از آن برگردد که در بسیاری از مواقع تأثیرگذار است. برخی عادت‌های رفتاری جامعه از قبیل برخوردهای سرزنش‌کننده، اصطلاح رنگ‌های سنگین و رنگ‌های زنده، برچسب‌زدن و قضاوت‌کردن در مورد پوشش افراد چنان در فرهنگ زندگی و کنش‌های فردی نفوذ پیدا کرده که اغلب رنگ پوشش رسمی و حتی غیررسمی افراد به‌سمت تیره، به‌ویژه رنگ سیاه سوق پیدا کرده است. بنابراین تیره‌پوشی ارزش حساب می‌شود و به‌نظر می‌رسد فرد تیره پوش از وقار، متانت و پاکدامنی بیشتری برخوردار است (Kazemi, 2015).

علت دیگر انتخاب رنگ‌های تیره در پوشش را می‌توان به خصوصیات روانشناسانه و ویژگی‌های ذاتی آن رنگ‌ها نیز ارتباط داد. در روانشناسی رنگ‌ها، به عنوان مثال رنگ‌های تیره موجب استتار و کاهش شهوت می‌شوند؛ صامت و غیرمحرک هستند و چون نوری را منعکس نکرده و به چشم بیننده نمی‌رسانند، با مخاطب ارتباطی برقرار نمی‌کنند (Eysenck, 1941, p. 389). همچنین، رنگ‌های تیره از جمله مشکی برخلاف برخی معانی منفی خود، بیانگر اقتدار، صلابت، شکوه، هیبت و جدیت هستند. از این رو می‌توان گفت شاید یکی از دلایل تیره‌پوشی افراد، همین خصوصیات مقتدرانه و با ایهت این رنگ‌ها باشد که افراد از طریق پوشش خود درصد به‌نمایش گذاشتن آن‌ها می‌باشند. (Naumann & et.al., 2009, p.1666).

عامل دیگری که در مسئله تیره‌پوشی افراد دخیل است، مسائل فرهنگی و یا مسائلی است که فرد در جامعه با آنها رشد پیدا کرده است؛ مسائلی که باعث شدند از همان دوران کودکی در مدارس تنوع رنگی وجود نداشته و همیشه از رنگ‌های تیره استفاده شود (Yasini, 2020, p.184). یکی دیگر از عوامل مؤثر، مسائل اقتصادی جامعه است. امروزه عموم مردم جامعه به‌واسطه مشکلات مالی و اقتصادی که در جامعه مطرح است از توان مالی مناسبی برخوردار نیستند. این امر باعث می‌شود هنگام خرید لباس، الویت انتخاب افراد لباس با رنگ‌هایی باشد که قابلیت هماهنگی بیشتر با دیگر رنگ‌ها را دارند (Singh, 2011, p.203). از دیگر موارد تأثیرگذار بر تیره‌پوشی افراد، می‌توان به عواملی مانند غرق‌شدن انسان امروز در مسائل اجتماعی، فضای غبارآلود شهرنشینی و دنیای ماشینی، محرومیت از تنوع‌های رنگی طبیعت مانند جنگل، دریا و دشت، افسردگی، احساس ناامنی، سرخوردگی و به‌طور کلی شرایط روانی (Sharp, 1974, p.55)، مسئله لاغرتر و باریک‌تر به‌نظر رسیدن اندام افراد در رنگ‌های تیره مخصوصاً مشکی (Sidhu et al., 2021, p.6)، خصوصیات و ویژگی‌های شخصیتی افراد در تعلق خاطر به رنگ مشکی (Mousavi, 2019, p.4)، کمتر نمایان شدن و دیرتر به‌چشم آمدن آلودگی‌ها و کثیفی‌ها در رنگ‌های تیره (Zabetian, 2018, p.153) و آگاهی کم افراد با روانشناسی رنگ‌ها و انرژی دریافتی از آن‌ها (Rohani, 2005)) اشاره کرد.

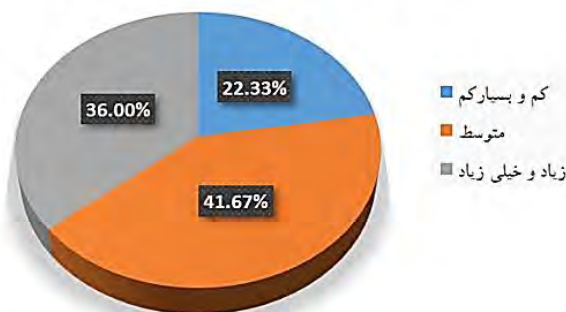
لباس‌هایی با رنگ تیره و عدم نیاز به شست‌وشو و اتوکشی مداوم از مهمترین دلایل رضایت از رنگ تیره لباس فرم شمرده شدند. همچنین مهمترین دلایل میزان علاقه پایین به رنگ لباس فرم از طرف پاسخ دهندگان مواردی مانند ایجاد حس مثبت و نشاط در فرد با استفاده از رنگ‌های روشن، خنکی لباس‌هایی با رنگ روشن در فصول گرم سال و پس از آن ایجاد حس منفی و ناامیدکننده در فرد به دلیل استفاده مداوم از رنگ‌های تیره، یکنواختی رنگ تیره در لباس فرم و جذب گرمای بیشتر در لباس‌های تیره بیان شدند.

با توجه به اینکه ۷۷/۶۷ درصد از افراد تا حد متوسط رو به بالا از رنگ لباس فرم خود راضی بودند، برای آگاهی از دلایل تأثیرگذار بر رضایت یا عدم رضایت از رنگ‌های لباس فرم از دیدگاه بانوان، قسمتی از پرسشنامه در قالب اظهار نظر آزادانه در اختیار پاسخ‌دهندگان قرار گرفت که تنها توسط ۲۸۵ نفر از کارمندان پاسخ داده شد و مهمترین عوامل از دیدگاه پاسخ‌دهندگان به ترتیب در جدول ۱ دسته‌بندی شده است. عواملی مانند تناسب رنگ‌های تیره برای محیط شغلی، عدم جلب توجه رنگ تیره در اماکن عمومی، راحتی و آرامش در استفاده از رنگ تیره جهت تردد در فروشگاه و پس از آن دیرتر کثیف شدن



شکل ۴: لباس فرم بانوان فروشگاه‌های زنجیره‌ای الف) فروشگاه هایپراستار، ب) فروشگاه رفاه، ج) فروشگاه شهروند (نگارندگان)
Hyperstar, B) Refah, C) Shahrvand. (authors) Fig. 4: Female uniforms of chain stores A)

میزان علاقه و رضایتمندی به رنگ لباس فرم



شکل ۵: وضعیت علاقه و رضایتمندی از رنگ لباس فرم پاسخ‌دهندگان (نگارندگان)
Fig. 5: Status of interest and satisfaction with the color of respondent's uniforms (authors)

در زندگی و محل کار مشخص شود. در ادامه نیز میزان تمایل و علاقه‌مندی بانوان نسبت به کاربرد الگوهای رنگی گوناگون در پوشش (اجتماع و محل کار) نیز سنجیده شده است تا در نهایت عوامل عمده و تأثیرگذار بر رنگ استفاده شده در لباس بانوان و تمایل ایشان مشخص شود.

پرسش‌های بخش بعدی در رابطه با سنجش شاخص‌های: تأثیر کاربرد رنگ‌های گوناگون در پوشش‌های افراد بر زندگی - تأثیر استفاده صحیح از رنگ‌های متنوع و متناسب در لباس فرم افراد در افزایش کارایی و بهره‌وری آنان در محیط کار- تأثیر رنگ پوشش افراد بر روحیات و ارتباطات آن‌ها از دید پاسخ‌دهندگان طراحی شده‌اند تا میزان آگاهی و دیدگاه این افراد نسبت به تأثیر رنگ‌های پوشش

جدول ۱: مهمترین دلایل رضایت و یا عدم رضایت از رنگ لباس فرم بانوان کارمند فروشگاه‌های زنجیره‌ای (نگارندگان)

Table 1: The most important reasons for satisfaction or dissatisfaction with the color of the uniform of women employees of chain stores (authors)

درصد	فراوانی	آیتم‌ها (عدم رضایت از رنگ های تیره)	درصد	فراوانی	آیتم‌ها (رضایت از رنگ های تیره)
۱۴	۳۹	ایجاد حس مثبت و نشاط در فرد با استفاده از رنگ‌های روشن، خنکی لباس‌های با رنگ روشن در فصل‌های گرم سال	۲۵	۷۲	تناسب رنگ تیره برای محیط شغلی، عدم جلب توجه رنگ تیره در اماکن عمومی، راحتی و آرامش در استفاده از رنگ تیره جهت تردد در فروشگاه
۱۳	۳۶	ایجاد حس منفی و ناامیدکننده در فرد به دلیل استفاده مداوم از رنگ‌های تیره، یکنواختی رنگ تیره در لباس فرم، جذب گرمای بیشتر در لباس‌های تیره	۱۳	۳۶	دیرتر کثیف شدن لباس‌های با رنگ تیره و عدم نیاز به شست‌وشو و اتوکشی مداوم
۲	۶	تأثیر عوامل زمینه‌ای مانند سن و روحیه افراد در انتخاب نوع رنگ لباس	۵/۵	۱۸	عدم تناسب و شیک‌نبودن رنگ‌ها، هماهنگ نبودن رنگ‌ها در لباس فرم با علاقه کارمندان، بچه‌گانه دیده شدن مدل و رنگ لباس فرم
۲	۶	استفاده ترکیبی از رنگ های تیره و روشن در لباس فرم	۵/۵	۱۵	تناسب رنگ تیره با فرم بدن و اندام بانوان و آراستگی و لاغرتر نشان دادن آنان
۱	۳	عدم تمایل به استفاده از لباس فرم ثابت در کار و علاقه به پوشیدن لباس های متنوع	۳	۹	ایجاد حس اطمینان خاطر جهت جدیت و رسمی بودن در کارکردن

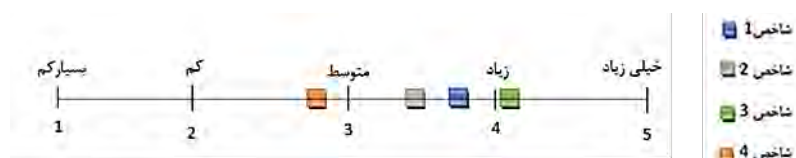
بهره‌وری آنان در محیط کار ۳/۵۵، بالاتر از میانگین فرضی سطح متوسط ۳ است و با آن اختلاف معنادار دارد؛ در نتیجه از دید کارکنان استفاده صحیح از رنگ‌های متنوع و متناسب در لباس افراد در افزایش کارایی و بهره‌وری آنان در محیط کار حدوداً به میزان متوسط تأثیرگذار است (شکل ۶). نمره میانگین شاخص تأثیر رنگ پوشش‌های اجتماعی افراد بر روحیات و ارتباطات آن‌ها برابر با ۴/۰۱، و با اختلاف بالاتر از میانگین فرضی سطح متوسط ۳ است؛ در نتیجه ملاحظه می‌گردد کارکنان معتقدند که رنگ پوشش‌های اجتماعی افراد بر روحیات و ارتباطات آن‌ها به میزان زیادی تأثیر گذار است (شکل ۶). همچنین میزان تمایل و علاقه‌مندی بانوان نسبت به استفاده از الگوهای رنگی گوناگون و شاد در پوشش‌های اجتماعی و لباس فرم کار ایشان با میانگین ۲/۸۸ به صورت معنادار با عدد ۳ اختلاف دارد و کمتر از آن است. در نتیجه علی‌رغم آگاهی از تأثیر رنگ‌های متنوع و شاد بر افراد در زندگی و محل کار تمایل بانوان برای انتخاب این رنگ‌ها در سطح کم است (شکل ۶).

برای بررسی نظرات کارکنان در این قسمت از پرسشنامه، از آزمون t تک نمونه‌ای و طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای (از بسیار کم با ارزش ۱ تا خیلی زیاد با ارزش ۵) استفاده شد و عدد میانگین مورد مقایسه در آزمون t برابر با ۳ فرض شد. در این آزمون در صورتیکه مقدار sig شاخص مورد نظر کمتر از ۰/۰۵ باشد، در سطح اطمینان ۹۵ درصد، اختلاف مشاهده شده با میانگین فرضی ۳ معنادار است. براساس اطلاعات جدول ۲ ملاحظه می‌گردد که از دیدگاه پاسخ‌دهندگان، شاخص تأثیر کاربرد رنگ‌های متنوع و گوناگون در پوشش‌های اجتماعی و لباس فرم کار افراد بر زندگی آن‌ها، با میانگین ۳/۷۵، با میانگین فرضی ۳ اختلاف معناداری دارد ($\text{sig} = ۰/۰۰ < ۰/۰۵$) و در نتیجه افراد معتقدند که میزان تأثیر کاربرد رنگ‌های متنوع لباس بر زندگی ایشان در سطح زیاد است (شکل ۶). همچنین میانگین شاخص نقش استفاده صحیح از رنگ‌های متنوع و متناسب در لباس فرم افراد در افزایش کارایی و

جدول ۲: نتایج میانگین هر شاخص با آزمون t تک نمونه‌ای (نگارندگان)

Table 2: Mean results of each index with One-Sample t-Test (authors)

شاخص‌ها	تعداد	درجه آزادی	میانگین	انحراف استاندارد	sig	آماره t
۱- تأثیر کاربرد رنگ‌های گوناگون در پوشش‌های افراد بر زندگی	۳۰۰	۲۹۹	۳/۷۵	۰/۶	۰/۰۰	۲۱/۶۴
۲- تأثیر استفاده صحیح از رنگ‌های متنوع و متناسب در لباس فرم افراد در افزایش کارایی و بهره‌وری آنان در محیط کار	۳۰۰	۲۹۹	۳/۵۵	۰/۷۲	۰/۰۰	۱۳/۰۹
۳- تأثیر رنگ پوشش افراد بر روحیات و ارتباطات آن‌ها	۳۰۰	۲۹۹	۴/۰۱	۰/۶۹	۰/۰۰	۲۵/۲۷
۴- میزان تمایل و علاقه‌مندی بانوان نسبت به استفاده از الگوهای رنگی گوناگون و شاد در پوشش	۳۰۰	۲۹۹	۲/۸۸	۰/۷۴	۰/۰۰	-۴/۵۴



شکل ۶: میزان تأثیر شاخص‌های مختلف (نگارندگان)

Fig. 6. The level of impact of different indexes (authors)

۸. رتبه‌بندی عوامل موثر در انتخاب رنگ پوشش

های اجتماعی کارکنان

همان‌طور که ملاحظه شد بانوان با وجود آگاهی نسبتاً خوبی که از میزان تأثیرات مثبت و منفی کاربرد رنگ‌های شاد و تیره در پوشش‌های خود بر زندگی، روحیات و ارتباطات خود دارند اما در رابطه با میزان تأثیر استفاده از رنگ‌های شاد بر افزایش کارایی و بهره‌وری در محیط کار، ارزیابی متوسطی دارند. از طرف دیگر نتایج نشان می‌دهد که بانوان تمایل و علاقه کمی به استفاده از رنگ‌های متنوع و شاد در پوشش دارند. نتایج تحقیق انجام شده توسط ضابطیان و شیرزاد نیز این موضوع را نشان داده‌است که اگرچه زنان بیشتر رنگ‌های شاد و سرزنده را برای پوشش یا خودرویشان دوست دارند، اما به دلیل هنجارهای جامعه تمایلی به استفاده از رنگ‌های مورد علاقه خود ندارند و بیشتر از رنگ‌های مرده و تیره استفاده می‌کنند (Zabetian, 2018, p.148). در واقع هنجارهای جامعه یک دلیل برای تیره‌پوشی زنان است که در این پژوهش نیز به آن اشاره شده است.

منظور رتبه‌بندی این عوامل از آزمون فریدمن استفاده شد. با توجه به جدول ۳ مقدار sig کمتر از ۰/۰۵ است در نتیجه بین عوامل موثر در تیره‌پوشی افراد اختلاف معنادار وجود دارد و نتایج رتبه‌بندی براساس میانگین محاسبه شده برای هر عامل در جدول ۴ نشان داده شده است.

مطابق جدول ۴ رتبه‌بندی مهمترین عوامل مؤثر بر تمایل رنگی افراد برای لباس فرم در محل کار، بدین صورت است که عامل "کمتر دیده‌شدن آلودگی‌های محیطی در محل کار در لباس‌های با رنگ تیره" با میانگین ۴/۱۱ در اولویت اول، عامل "تأثیر رنگ تیره در لاغرتر و باریک‌تر نشان دادن اندام افراد" با میانگین ۳/۹۷ در اولویت دوم، عامل "قابلیت راحت‌تر و بیشتر هماهنگی رنگ‌های تیره با رنگ سایر اجزای پوشش" با میانگین ۳/۹۱ در اولویت سوم قرار دارند. همچنین رتبه‌بندی عوامل مؤثر در انتخاب رنگ سایر پوشش‌های افراد در اجتماع بدین صورت است که عامل "تأثیر رنگ تیره در لاغرتر و باریک‌تر نشان دادن اندام افراد در سایر پوشش‌های اجتماعی" با میانگین ۳/۶۲ در اولویت اول، عامل "کمتر دیده‌شدن آلودگی‌های محیطی و کثیفی هوا در لباس‌هایی با رنگ تیره" با میانگین ۳/۶۱ در اولویت دوم، عامل "قابلیت راحت‌تر و بیشتر هماهنگی رنگ‌های تیره با رنگ سایر اجزا در پوشش‌های اجتماعی" با میانگین ۳/۵۳ در اولویت سوم قرار دارند.

جدول ۳: آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی وضعیت عامل‌ها (نگارندگان)
Table 3: Friedman test to rank the status of factors (authors)

تعداد	۳۰۰
کای-مربع	۳۶۵/۷۴
درجه آزادی	۱۱
Sig	۰/۰۰

همانگونه که در مباحث نظری بیان شد عوامل متفاوتی در استفاده از رنگ‌های تیره و خنثی در پوشش‌های افراد (اجتماع و محل کار) موثر است. در پژوهش حاضر، عوامل موثر بر تیره‌پوشی برای پاسخگویی جامعه آماری به سؤالات تحقیق دسته‌بندی شده و در اختیار کارکنان قرار گرفت. در نهایت پس از جمع‌آوری پاسخ‌ها به

به‌طور کلی سه عامل "کمتر دیده‌شدن آلودگی‌های محیطی در لباس‌های با رنگ تیره"، "نقش رنگ‌های تیره در لاغرتر و باریک‌تر نشان دادن اندام افراد" و "قابلیت راحت‌تر و بیشتر هماهنگی رنگ‌های تیره با رنگ سایر اجزای پوشش" جزء مهمترین عوامل مؤثر در تمایل رنگی پوشش‌های بانوان شناسایی شدند.

جدول ۴: رتبه‌بندی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر در تمایل رنگی پوشش‌های اجتماعی و لباس در محل کار (نگارندگان)
 Table 4: Ranking and prioritizing the factors influencing the color tendency of social clothing and clothing in the workplace (authors)

پوشش در	عوامل	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد
محل کار	۱- تأثیر کمتر دیده شدن آلودگی‌های محیطی در محل کار در لباس‌های با رنگ تیره	۳۰۰	۴/۱۱	۰/۹۵
	۲- تأثیر رنگ تیره در لاغرتر و باریک‌تر نشان دادن اندام افراد	۳۰۰	۳/۹۷	۱/۱۱
	۳- تأثیر قابلیت راحت‌تر و بیشتر هماهنگی رنگ تیره با رنگ سایر اجزای پوشش	۳۰۰	۳/۹۱	۰/۹۹
	۴- تأثیر چارچوب و مقررات بر تعیین رنگ‌های تیره در ادارات به عنوان رنگ لباس فرم کارمندان	۳۰۰	۳/۸۹	۰/۸۷
	۵- تأثیر مسائل عرفی جامعه مانند متین و موقربودن در پوشش‌های تیره‌رنگ از دید اکثر مردم و نگاه تند برخی به رنگ‌های شاد	۳۰۰	۳/۵۰	۱/۱۳
	۶- تأثیر رویدادهایی چون پیروزی انقلاب یا جنگ تحمیلی که در پی آن‌ها پوشش تیره که نشانه یکرنگی و احترام به خون شهدا بود، سبب تداوم لباس‌های فرم تیره‌رنگ تا به امروز شده‌است.	۳۰۰	۳/۲۸	۱/۱۳
اجتماع	۱- تأثیر رنگ تیره در لاغرتر و باریک‌تر نشان دادن اندام افراد	۳۰۰	۳/۶۲	۱/۲۳
	۲- تأثیر کمتر دیده شدن آلودگی‌های محیطی و کثیفی هوا در لباس‌های رنگ تیره	۳۰۰	۳/۶۱	۱/۱۴
	۳- تأثیر قابلیت راحت‌تر و بیشتر هماهنگی رنگ تیره با رنگ سایر اجزا در پوشش‌های اجتماعی	۳۰۰	۳/۵۳	۱/۲۲
	۴- تأثیر چارچوب و بخشنامه‌ها در تعیین رنگ‌های تیره در ادارات به عنوان رنگ لباس فرم و سرایت این قواعد در سایر پوشش‌های اجتماعی افراد	۳۰۰	۳/۴۴	۱/۱۱
	۵- تأثیر مسائل عرفی جامعه مانند متین و موقربودن در انتخاب رنگ تیره در پوشش‌های اجتماعی از دید اکثر مردم و نگاه تند برخی به رنگ‌های شاد	۳۰۰	۳/۳۷	۱/۲۳
	۶- تأثیر رویدادهایی چون پیروزی انقلاب یا جنگ تحمیلی که در پی آن‌ها پوشش تیره که نشانه یکرنگی و احترام به خون شهدا بود، سبب تداوم رنگ‌های تیره در پوشش‌های اجتماعی بانوان تا به امروز شده‌است.	۳۰۰	۳/۱۰	۱/۱۷

نتیجه‌گیری

تیره در لباس‌شان استفاده می‌کنند. همچنین از نظر بانوان تأثیر استفاده از رنگ‌های روشن و متناسب در لباس فرم در افزایش کارایی در محیط کار در حد متوسط ارزیابی شده‌است که نشان‌دهنده عدم آگاهی کافی بانوان نسبت به تأثیر رنگ لباس بر عرصه شغلی و کاری آن‌ها است.

در نهایت، نکات به دست آمده براساس بررسی عوامل تیره‌پوشی و یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که عوامل فردی، اجتماعی و زیبایی‌شناسی هر یک به نوعی بر تمایل رنگی پوشش‌های اجتماعی افراد مانند لباس فرم تأثیرگذارند. اما مهمترین عوامل تأثیرگذار بر تمایل به استفاده از رنگ‌های تیره، کدر و خنثی در پوشش اجتماع و محیط کار افراد، عوامل اجتماعی مانند کثیفی‌ها و آلودگی‌های محیطی موجود خصوصاً در کلان‌شهرها و یا محیط‌های کار افراد، قابلیت هماهنگی بیشتر رنگ‌های تیره با دیگر رنگ‌ها و عامل زیبایی‌شناسی مانند پوشاندن ایرادات اندامی با لباس با رنگ‌های تیره هستند. در نتیجه، با توجه به اهمیت استفاده از رنگ‌های متنوع و شاد در لباس و پوشش جامعه نیاز است با بهره‌مندی از اطلاعات اثر هر رنگ، زمینه‌های تأثیرگذار آن‌ها و نحوه صحیح کاربردشان در پوشش به افزایش شناخت و آگاهی افراد از رنگ‌ها و استفاده آن‌ها در پوشش کمک کرد. در این راه برخی راهبردها پیشنهاد می‌شود:

امروزه بانوان نقش ویژه‌ای در شهر و محل کار ایفا می‌کنند. اگر زنان با امر آشنایی و شناخت از رنگ‌ها و اهمیت استفاده صحیح از آن‌ها در پوشش خود در جامعه و محل کار مواجه نشوند و نسبت به تأثیر رنگ‌های شاد و متنوع آگاهی کافی نداشته باشند، سلامت و آرامش آن‌ها مورد تهدید قرار می‌گیرد. این امر علاوه بر تأثیر بسزایی که بر کیفیت زندگی خود بانوان ایجاد می‌کند، بر منظر کل شهر و کیفیت زندگی مردان و کودکان نیز تأثیر بسیاری دارد. تحلیل یافته‌های مطالعات میدانی پژوهش نشان می‌دهد که بانوان این دیدگاه را دارند که رنگ پوشش‌های اجتماعی تأثیرات مثبت و منفی قابل توجهی بر روحیات، ارتباطات و به‌طور کلی زندگی اجتماعی آن‌ها دارد. به گونه‌ای که کاربرد رنگ‌های تیره و کدر در پوشش بر روح و روان افراد اثر مخرب و برعکس استفاده از رنگ‌های روشن و شاد اثر مثبت می‌گذارد. اما با وجود این آگاهی نتایج آماری نشان می‌دهد که همچنان بیشتر بانوان نسبت به استفاده از رنگ‌های شاد و سرزنده در پوشش‌های اجتماعی و لباس فرم کارشان تمایل چندانی نداشته و بیشتر گرایش به سمت رنگ‌های کدر، خنثی و دلمرده دارند و معمولاً ترجیح ایشان برای استفاده از رنگ‌های روشن، بیشتر در اجزای کوچک پوشش مانند روسری است. این موضوع می‌تواند بدین معنا باشد که به دلیل برخی عوامل تأثیرگذار، بانوان از رنگ‌های

آموزش و آگاهی از طریق پالت رنگ‌های شاد در عرضه پوشاک عموم جامعه توسط طراحان و متخصصان - تشویق جامعه از طریق تبلیغات، رسانه‌ها و... برای استفاده از رنگ‌های شاد و سرزنده در پوشش - استفاده از رنگ‌های روشن و هماهنگ در لباس فرم سازمان‌ها، ادارات دولتی و... - طراحی لباس با رنگ‌های روشن و شاد توسط طراحان

حرفه‌ای با نظر به زیبایی‌شناسی مانند پوشاندن ایرادها و نقص‌های اندامی و لاغرتر جلوه‌دادن افراد. انجام پژوهش‌هایی در مقیاس وسیعتر یا سنجش میزان آگاهی عموم افراد جامعه در حوزه رنگ و کاربرد آن در پوشش با توجه به تاثیرات آن می‌تواند حاوی دریچه‌های جدیدی در این زمینه در پژوهش‌های آینده باشد...

References

- Amani, H., Shojaei, H., Zarci, H. (2020). Color and Its Impact on People in the Workplace: A Systematic Review Article. *Iran J Ergon*. 8(1): 8-11. [in Persian with English summary]
- [امانی، حامد، شجاعی، سید حسین و زارعی، همین. (۱۳۹۹). «رنگ و تاثیر آن بر افراد در محیط کار: مقاله مروری نظامند». *مجله اورگونومی، سال هشتم، شماره ۱، ۸-۱۱*.]
- Amhorst, M. D., Reed, J., Pinaire, A. (1986). CLOTHING COLOR VALUE AND FACIAL EXPRESSION: EFFECTS ON EVALUATIONS OF FEMALE JOB APPLICANTS. *Social Behavior and Personality: an international journal*. 14 (1):89-98.
- Asghari Nezhad, M. (2003). Research in color and colorful coverings in Islam. *The culture of Jihad journal*. 8(31): 6-36. [in Persian]
- [اصغری نژاد، محمد. (۱۳۸۲). «پژوهشی در رنگ و پوشش‌های رنگی در اسلام». *فرهنگ جهاد، سال هشتم، شماره ۳۱، ۳۶-۶*.]
- Borhani, M. (2017). Descriptive analysis of clothing forms of bank employees in Isfahan (Case study: National bank and Agriculture), (unpublished master's thesis of textile and clothing design), University of science and culture, Faculty of arts and architecture. [in Persian]
- [برهانی، مهدیه. (۱۳۹۶). *تحلیل توصیفی لباس فرم کارکنان بانک‌ها در اصفهان (مطالعه موردی: بانک ملی و کشاورزی)*، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه علم و فرهنگ].
- Dargahi, H. and Rajabnezhad, Z. (2014). A Review Study of Color Therapy. *Journal of Health Administration*, 17 (56): 19-32. [in Persian with English abstract]
- [درگاهی، حسین، و زینب رجب‌نژاد. (۱۳۹۳). «مروری بر پدیده رنگ‌درمانی با تأکید بر محیط‌های بیمارستانی». *نشریه مدیریت سلامت، سال هفدهم، شماره ۵۶، ۳۲-۱۹*.]
- Eysenck, H. (1941). A critical and experimental study of color preferences. *American J. Psychol.*, 54: 385-394.
- Fazlvaziri, Sh. (2013). Comparative analysis of the shape and color of Iranian women's tents. *The art of science and culture journal*, 1(1):73-86. [in Persian]
- [فضل‌وزیری، شهره. (۱۳۹۲). «تحلیل تطبیقی شکل و رنگ چادر زنان ایران». *فصلنامه هنر علم و فرهنگ، سال اول، شماره ۱، ۸۶-۷۳*.]
- Ghanizadeh, M. (2011). The Criteria of clothing and covering in Islamic jurisprudence, (unpublished master's thesis of Islamic jurisprudence), Yazd university, Faculty of humanities. [in Persian]
- [غنی‌زاده، مهدیه. (۱۳۹۰). *معیار لباس و پوشش در فقه اسلامی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته فقه و حقوق اسلامی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه یزد*.]
- Gorden, W., Tengler, C. D., Infante, D. A. (2009). Women's clothing predispositions as predictors of dress at work, job satisfaction, and career advancement. *Southern Speech Communication Journal*. 48(4):422-434.
- Guéguen, N. and Jacob, C. (2014). CLOTHING COLOR AND TIPPING: GENTLEMEN PATRONS GIVE MORE TIPS TO WAITRESSES WITH RED CLOTHES. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 38(2): 275-280.
- Hye-Won, P. (2010). Development and Color Evaluation of Working Clothes Designs for Integrated Environment Color Planning in Machinery Industry Sites. *Journal of Fashion Business.*, 14:53-69.
- Kazemi, A. (2015). Everyday life in post-revolutionary society. Tehran: Javid culture. [in Persian]
- [کاظمی، عباس. (۱۳۹۵). *امر روزمره در جامعه پس‌انقلابی*. تهران: فرهنگ جاوید].
- Krenn, B., Pernhaupt, N., Handsteiner, M. (2017). Do Red and Blue Uniforms Matter in Football and Handball Penalties?. *Journal of Sports Science and Medicine*. 16:565-573.
- Mir Ghafouri, M. (2008). Psychology and culture of coverage. Tehran: Academic Center for Education, Culture, and Research .
- [میرغفوری، مجتبی (۱۳۸۷). *روانشناسی و فرهنگ پوشش*. تهران: جهاد دانشگاهی].
- Moridi, M.R. and Rahgozar, F. (2016). Aesthetical modifications in Iranian costume design after the Islamic revolution. *Theoretical Principles of Visual Arts*, 2:95-109. [in Persian]
- [میریدی، محمدرضا، و فائزه رهگذر. (۱۳۹۵). «تحولات زیباشناختی مد لباس در ایران پس از انقلاب اسلامی». *مبانی نظری هنرهای تجسمی، شماره ۲، ۱۰۹-۹۵*.]
- Mousavi, R. (2019). Black is not the color of love. *Sobhe-emrooz newspaper*, 621. Retrieved from <https://sobhe-emrooz.ir>. [in Persian]
- [موسوی، ریحانه. (۱۳۹۸). «مشکی رنگ عشق نیست». *روزنامه صبح امروز خراسان رضوی، شماره ۶۲۱، ۹۸/۱۰/۳۰*.]
- Naumann, L. P., Vazire, S., Rentfrow, P. J., Gosling, S. D. (2009). Personality judgments based on physical appearance. *Soc. Pers. Social Psychol*. 35:1660-1672.
- Noori Khazab, A. (2011). Analysis of the effect of Islamic markets ladies clothing in the committee of thesis's in the garment on consuming, (unpublished master's thesis of management), Imam Sadegh University, faculty of Islamic studies and management. [in Persian]
- [نوری خضاب، علیرضا. (۱۳۸۰). *بررسی تأثیر پوشش اسلامی زن بر بازار مصرف پوشاک زنانه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت، دانشکده معارف اسلامی و مدیریت، دانشگاه امام صادق*.]
- Pakbin, S. (2009). Studying coverage in terms of form, color, and cloth design of girls' high schools in Tehran. *Journal of Jelve-y Honar*. 1(1):29-56. [in Persian]
- [پاک‌بین، صدیقه. (۱۳۸۸). «بررسی پوشش از نظر فرم و رنگ و طراحی لباس مناسب دبیرستان‌های دخترانه تهران». *جلوه هنر، سال اول، شماره ۱، ۵۶-۲۹*.]
- Park, H.Y. (2019). The Customer Attitude to Airline's Color Image -Focused on the Color Image of Airline Cabin Crew's Uniforms. *Journal of Distribution Science*. 17(2):43-51.
- Rafiei Rad, R. And Khazaie M. (2020). A Comparison of the Semantic Perspective of Colors in the Holy Quran and allusion literature. *Journal of Islamic Crafts*. 4 (1):89-98. [in Persian with English abstract]
- [رفیعی‌راد، رضا و خزایی، محمد. (۱۳۹۹). «تطبیق منظر معنایی رنگ‌ها در قرآن کریم و ادبیات کنایی فارسی». *فصلنامه هنرهای صناعی اسلامی، سال چهارم، شماره ۱، ۹۸-۸۹*.]
- Rohani, R. (2005). The color of clothes gives energy to



- humans. *Psychology of society journal*. 3(27):12-13. [in Persian]
- [روحانی، ریحانه. (۱۳۸۴). «رنگ لباس به انسان انرژی می‌دهد». روانشناسی جامعه، سال سوم، شماره ۲۷، ۱۳-۱۲.]
- Salehieh Yazdi, M. and Zareh Zadeh, F. (2015). Studying the internal effects of colors on the development of social skills. *arrangement mag*, 3(9):109-115. [in Persian]
- [صالحیه‌یزدی، ملیحه، و فهیمه زارع‌زاده. (۱۳۹۴). «بررسی تأثیرات درونی رنگها بر تکامل مهارت‌های اجتماعی». فصلنامه چیدمان، سال سوم، شماره ۹، ۱۱۵-۱۰۹.]
- Shah Rokni, N. (2000). The color was freed, but... (A report of the history of schools uniform color). *Women journal*, 67:2-8. [in Persian]
- [شاه‌رکنی، نازنین. (۱۳۷۹). «رنگ آزاد شد اما...» (گزارشی از سرنوشت رنگ روپوش مدارس)]. نشریه زنان، شماره ۶۷، ۸-۲.]
- Sharp, D. (1974). *The Psychology of Color and Design*. Chicago: Nelson-Hall Company.
- Sidhu, N., Qualter, Ch., Higgs, E., Guo, K. (2021). What colour should I wear? How clothing colour affects women's judgment of other women's body attractiveness and body size. *Acta Psychologica*. 218:1-8.
- Singh, N. and Srivastava, SK. (2011). Impact of Colors on the Psychology of Marketing - A Comprehensive over View. *Management and Labour Studies*. 36:199-209 .
- Tavakoli, F., Aseme A., Neshat, H.T. (2015). The psychological effect of the clothing color of the staff of information centers and public libraries on their mental health. *Library and Information Sciences*. 18(3):113-134. [in Persian]
- [توکلی، فاطمه، عا صمی، عا صفه. و نشاط دوست، حمیدطاهر. (۱۳۹۴).
- «بررسی تأثیر روانی رنگ پوشش ظاهری کارکنان مراکز اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی بر سلامت روان آنان». فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، دوره ۱۸، شماره ۳، ۱۱۳-۱۳۴]
- Yasini, S. R. (2020). *Aesthetics of women's clothing after the Islamic revolution of Iran*. Tehran: Research center for culture, art, and communication. [in Persian]
- [یاسینی، سیده راضیه (۱۳۹۹). *زیبایی‌شناسی پوشاک زنان پس از انقلاب اسلامی ایران*. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.]
- Yasini, S. R. (2020). *Aesthetic Developments of Iranian Women Dress and Clothing in Value-Oriented Discourse*. *Quarterly of Cultural Studies & Communication*. 16(61): 177-201. [in Persian with English abstract]
- [یاسینی، سیده راضیه (۱۳۹۹). «تحولات زیبا‌شناختی پوشاک زنان ایران در گفتمان ارزش‌گرایی». فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات. سال ۱۶، شماره ۶۱، ۲۰۱-۱۷۷]
- Yazdani, A. (2010). *Color and design in contemporary Iranian men's clothing*, (unpublished master's thesis of art research), Alzahra University, Faculty of art. [in Persian]
- [یزدانی، آتنا. (۱۳۸۹). *رنگ و طرح در پوشاک مردان معاصر ایران*، (کارشناسی ارشد پژوهش هنر)، دانشگاه الزهراء، دانشکده هنر.]
- Zabetian, E. and Shirzad, G. (2018). *Colorful Urban Moving Landscape and Women's Quality of life*. *Journal of Urban Development and Organization: Haft Shahr*. 61:148-161. [in Persian with English abstract]
- [ضابطیان، الهام و شیرزاد، گلرخ. (۱۳۹۹). «منظر متحرک رنگی شهر و کیفیت زندگی زنان». *شهرسازی و معماری هفت شهر*، شماره ۶۱، ۱۶۱-۱۴۸]