

# روانشناسی رنگ ها



با استفاده از روانشناسی رنگ ها  
فروشتان را افزایش دهید.

نویسنده: امیر ارسلان بهنام

[www.MojeRadical.com](http://www.MojeRadical.com)

# روانشناسی رنگ ها

## فهرست:

- ۳ مقدمه
- ۴ چرا باید با روانشناسی رنگ ها آشنا باشید؟
- ۸ روانشناسی رنگ ها در طراحی فروشگاه اینترنتی شما چه کاربردی دارد؟
- ۱۴ در طراحی عکس محصولات فروشگاه، از چه رنگ هایی باید استفاده کنید؟
- ۱۶ با رنگ های سرد، گرم و خنثی و مکان استفاده از هر یک آشنا شوید!
- ۱۶ چگونه از ابزار های علم ترکیبی روانشناسی رنگ ها استفاده کنیم؟
- ۱۷ چرخه رنگ ها چیست؟
- ۱۹ هماهنگی (هارمونی) رنگ ها چیست؟
- ۲۰ هارمونی بر اساس رنگ های مکمل
- ۲۱ هارمونی بر اساس رنگ های یکسان
- ۲۲ هارمونی بر اساس رنگ های مشابه
- ۲۳ هارمونی شکاف مثلثی و هارمونی مثلث
- ۲۴ هارمونی بر اساس رنگ های مربعی
- ۲۵ هارمونی رنگ ها بر اساس طبیعت

# روانشناسی رنگ ها

## مقدمه:

زمانی که روی بحث اصول روانشناسی رنگ ها تحقیق می کردم مقاله ها و نوشته های زیادی را مطالعه کردم. در اغلب این نوشته ها مطالبی به چشم می خورد که کاملا غیر کاربردی و تا حدی غیر واقعی بود. ویژگی هایی برای یک رنگ نوشته شده بود که به نظر من غیر مرتبط با مفهوم آن رنگ و کاملا اشتباه بود. همزمان ویژگی هایی برای یک رنگ نوشته شده بود که کاملا متضاد با هم بودند.



مثلا برای رنگ مشکی در یک جا نماد اصالت و فرمانبرداری نوشته شده بود و در عین حال به نماد سرکشی، پلیدی و شیطانی بودن آن رنگ نیز اشاره شده بود. همین عوامل در ابتدا باعث سردرگمی من شد و بعد ها فهمیدم که هر رنگ با توجه به زمان و شرایطی که از آن ها استفاده می شود می تواند مفاهیم متناقض و متضاد پیدا کند. مجموعه ی این اتفاقات باعث شد که تحقیقاتم را گسترش دهم و در نهایت به فکر تهیه ی یک کتاب الکترونیکی بیفتم که در آن مجموعه مباحث کاربردی و عملی روانشناسی رنگ ها را به مخاطبان موج رادیکال آموزش دهم.

# روانشناسی رنگ ها

در این کتاب الکترونیک در ابتدا در مورد اهمیت و ضرورت استفاده از روانشناسی رنگ ها توضیح داده ام. چند مثال از محیط اطراف آورده و چند نمونه از استفاده ی نابجا از رنگ ها در طراحی سایت و فروشگاه اینترنتی را به شما نشان داده ام. در بخش بعدی رنگ های سرد، گرم و خنثی معرفی شده و در مورد موارد کاربرد هر دسته توضیحاتی داده شده است. در مورد رنگ های اصلی، فرعی و ترکیبی و در قسمت بعد در مورد هارمونی رنگ ها و نحوه ی استفاده ی صحیح از آن برایتان توضیح داده ام. در بخش پایانی این کتاب به شما آموزش داده ایم که چگونه با استفاده از هارمونی رنگ ها برای طراحی بنرها و قسمت های مختلف سایتتان بتوانید ترکیب رنگ بندی مناسبی را پیدا کنید.

## چرا باید با روانشناسی رنگ ها آشنا باشید ؟

این بخش مخصوص آن دسته از افرادی است که از اهمیت استفاده ی بجا و مناسب از رنگ ها آگاه نیستند. متأسفانه بعضی از مردم کاربرد استفاده از رنگ ها را سلیقه ای و محدود به زیبایی می دانند. احتمالاً شما جزو این دسته نیستید. چون در این صورت الان در حال خواندن این مقاله نبودید. اما اجازه دهید که یک سوال از شما بپرسم: تا چه حد به اثر روانشناسی رنگ ها معتقدید؟ آیا میدانید که با استفاده از رنگ بندی مناسب می توانید به طور نا خود آگاه پیامی را به بازدید کنندگان فروشگاهتان منتقل کنید؟ آیا می دانید که اگر شما از این علم استفاده کنید می توانید بدون اینکه در فروشگاهتان و در عکس محصولاتتان چیزی بنویسید یا حرفی بزنید، پیامتان را فقط با استفاده از ترکیب رنگی مناسب به بازدید کنندگان سایتتان منتقل کنید؟ آیا میدانستید که با استفاده از بار روانی رنگ ها میتوانید کاربران سایتتان را تشویق به ماندن در داخل سایتتان کنید که همین کار یکی از مهم ترین اصول سئو است؟

# روانشناسی رنگ ها

آیا می دانستید بدون اینکه خودتان بدانید، ترکیب بندی مناسب رنگ ها باعث لذت بردن و آرامش مخاطبان شما می شود؟ در حالی که استفاده ی نا آگاهانه از رنگ ها باعث کلافه شدن، بی حوصلگی و خستگی بازدیدکنندگان سایتتان می شود؟



تا حالا از خود پرسیده اید که چرا در بیمارستان ها از پرده سبز استفاده می شود؟ چرا پزشکان رو پوش سفید می پوشند؟ چرا اغلب مجریان تلوزیون لباس هایی با ترکیب رنگ آبی می پوشند؟ چرا فست فود ها از رنگ های قرمز و تند در طراحی دکوراسیون خود استفاده می کنند؟ چرا در قبض ها (مثل قبض گاز) از ترکیب رنگ های زرد و سفید استفاده می شود؟ و ...

این رنگ ها به صورت اتفاقی و تصادفی انتخاب نمی شوند و در پشت صحنه مطالعات دقیق و گسترده ای برای انتخاب این رنگ ها صورت می گیرد.

دانشمندان طی تحقیقاتی متوجه شده اند که دیدن رنگ ها با تاثیر گذاری روی بعضی از غدد، باعث ترشح هورمون ها می شوند و این هورمون به شدت روی ذهن و عملکرد ما تاثیر می گذارند. همانطور که در تصویر بالا مشاهده می کنید از رنگ آبی برای طراحی دکوراسیون اتاق عمل استفاده شده است. زیرا این رنگ باعث آرامش بیشتر اعضای تیم جراحی می شود و نا خود آگاه تلاش آن ها را برای نجات بیمار افزایش می دهد. اگر از رنگ قرمز استفاده می شد به نظرتان باز هم همین تاثیر را روی تیم اتاق عمل می گذاشت؟

# روانشناسی رنگ ها

رنگ سبز بدون اینکه خود بیمار بداند حس آرامش و امنیت را به بیمار منتقل می کند. رنگ سفید القا کننده ی بهداشت و تمیزی است. ضمن اینکه در بیمار حس صداقت و اعتماد به پزشک را ایجاد می کند. رنگ آبی به عنوان رنگی آرام بخش شناخته می شود و ایجاد کننده ی حس اعتماد و وفاداریست. رنگ های تند مثل رنگ قرمز سریعاً توجه هر شخصی را به خود جلب می کند. مخصوصاً اگر از آن کم استفاده شود.

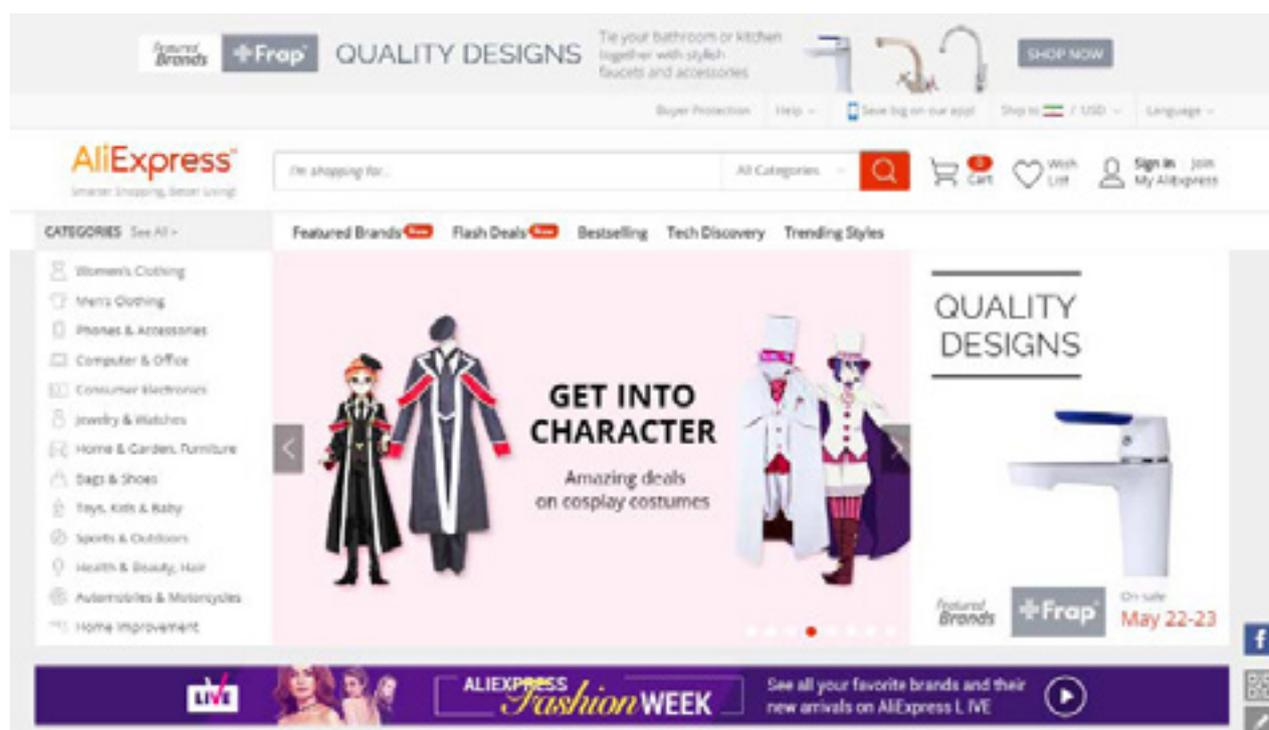


رنگ قرمز همچنین متابولیسم بدن را زیاد می کند و اشتها برای خوردن را افزایش می دهد. دلیل استفاده از این رنگ در فست فودها نیز همین است. رنگ زرد نیز وقتی که با رنگ سفید همراه شود به شدت توجه مخاطب را به بخش زرد رنگ جلب می کند. همه ی این سوال ها و دلایل استفاده از این رنگ ها نشان دهنده ی قدرت فوق العاده ی رنگ ها در انتقال پیام است. جالب است بدانید که کارخانه های موفق پول بسیار زیادی را صرف طراحی بسته بندی محصولشان می کنند. زیرا بسته بندی مناسب اولین و مهمترین عامل در موفقیت فروش

# روانشناسی رنگ ها

محصولاتشان است. اگر که اینطور نبود چه اهمیتی داشت که این کارخانه ها هزینه های بسیار سنگینی برای طراحی بسته بندی محصولات خود متحمل شوند؟ در طراحی سایت و فروشگاه های اینترنتی هم همین موضوع صادق است اگر شما از ابتدای کار به صورت علمی و حساب شده روی اصول روانشناسی رنگ ها کار کنید و از آن ها به صورت صحیح در طراحی محیط فروشگاهتان، بنر های تبلیغاتی، عکس های محصول و CTA ها و حتی رنگ بندی نوشته ها استفاده کنید، می توانید موفقیت خودتان را از همین حالا جشن بگیرید. زیرا بیش از ۹۰ درصد فروشگاه های اینترنتی که در ایران مشغول کارند از این موضوع کاملا غافل هستند.

یکی از فروشگاه هایی که در استفاده از این علم برای فروش محصولاتش بسیار موفق عمل کرده است علی اکسپرس (aliexpress.com) است که در تصویر زیر نمایی از این

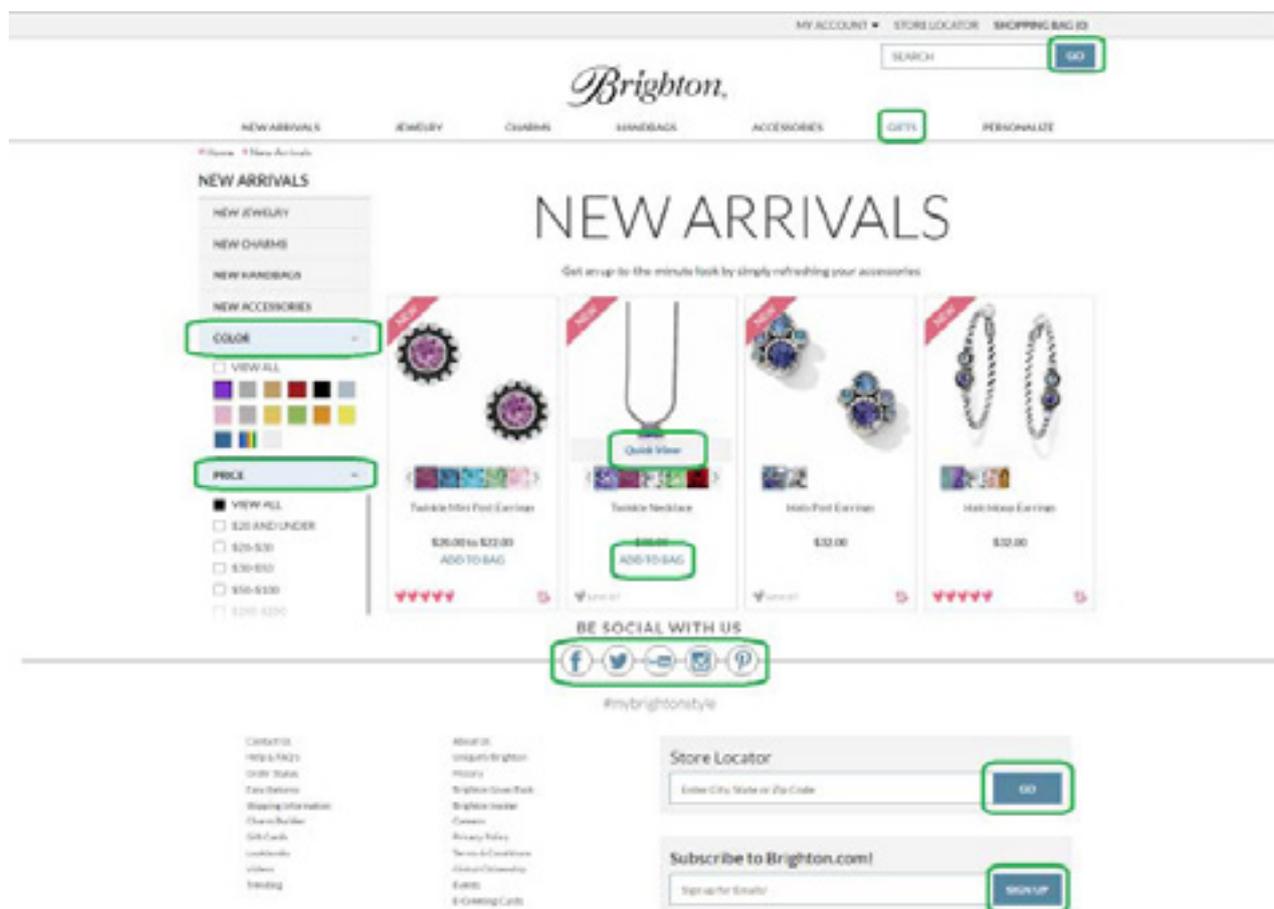


فروشگاه را مشاهده می کنید. (با فیلترشکن می توانید این فروشگاه را بررسی کنید). امیدوارم که تا اینجا از اثر روانی رنگ های مختلف آگاه شده باشید و درک کرده باشید که استفاده از رنگ بندی مناسب چقدر ضروری و با اهمیت است.

# روانشناسی رنگ ها

روانشناسی رنگ ها در طراحی سایت و فروشگاه اینترنتی شما چه کاربردی دارد؟

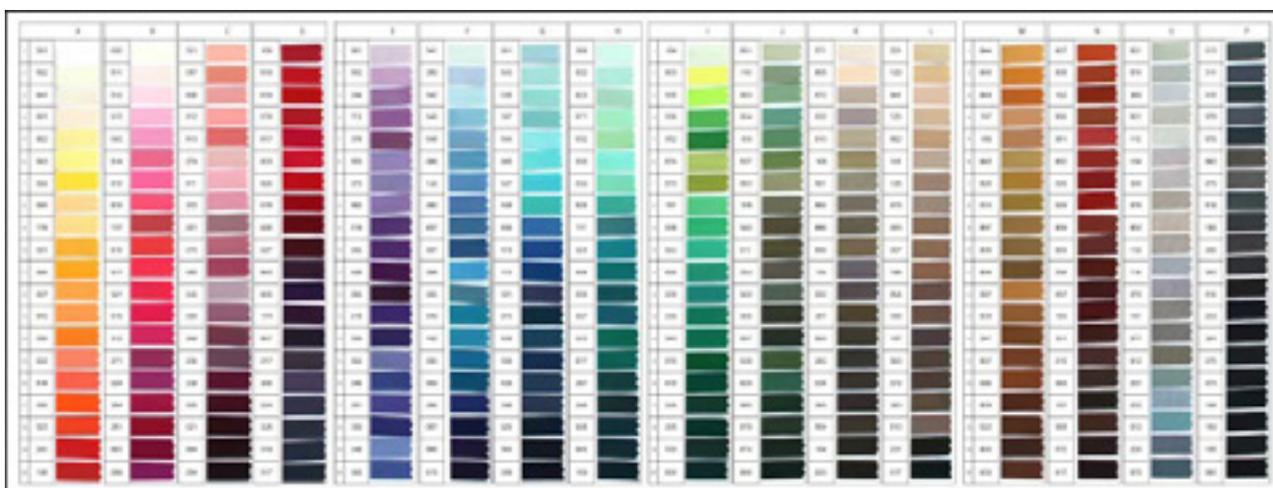
در طراحی قسمت ها اصلی سایت (مثل هدر، فوتر، منو ها و زیر منو ها، لوگو و رنگ نوشته ...) از چه ترکیب رنگی استفاده کنیم؟ یکی از نکات مهم در طراحی فروشگاهتان این است که نباید بیش از اندازه از رنگ های متنوع استفاده کنید. پیشنهاد من استفاده از سه رنگ پایه است. به عنوان مثال می توانید از سه رنگ غالب سفید، مشکی و آبی و همچنین ترکیبی از این سه رنگ در طراحی قالب سایتتان استفاده کنید تا دیزاین اصلی فروشگاه شما شکل بگیرد.



موج رادیکال-تحوالی بزرگ در فروشگاه اینترنتی شما  
www.MojeRadical.com

# روانشناسی رنگ ها

در زیر یک نمونه مثال از فروشگاه اینترنتی خارجی را مشاهده می کنید. اگر به طراحی سایت موج رادیکال نیز دقت کرده باشید می بینید که در قالب سایت ما، تمرکز اصلی روی استفاده از سه رنگ سفید، مشکی و سبز بوده است. موارد دیگری که می توانید از آن ها استفاده کنید ترکیب رنگ سفید و مشکی با یکی از رنگ های قرمز، نارنجی، زرد، بنفش و یا هر دسته از رنگهایی است که در عکس زیر مشاهده می کنید. رعایت همین اصل ساده، در نگاه اول و در ناخود آگاه مخاطبان حس اعتماد را



به وجود می آورد.

در پس زمینه ی سایتتان سعی کنید که حتما از رنگ سفید استفاده کنید. رنگ سفید مفهوم صداقت و پاکی را در ذهن مخاطبان تان تداعی می کند و متداول ترین رنگ برای پس زمینه ی سایتتان است. اگر می خواهید با سایت های دیگر متمایز باشید می توانید از ترکیب رنگ اصلی که برای سایتتان انتخاب کردید و رنگ سفید برای پس زمینه فروشگاهتان استفاده کنید. البته به شرطی که بیش از هشتاد درصد رنگ سفید غالب باشد و فقط ته رنگی از رنگ انتخابی شما در رنگ سفید پیدا باشد.

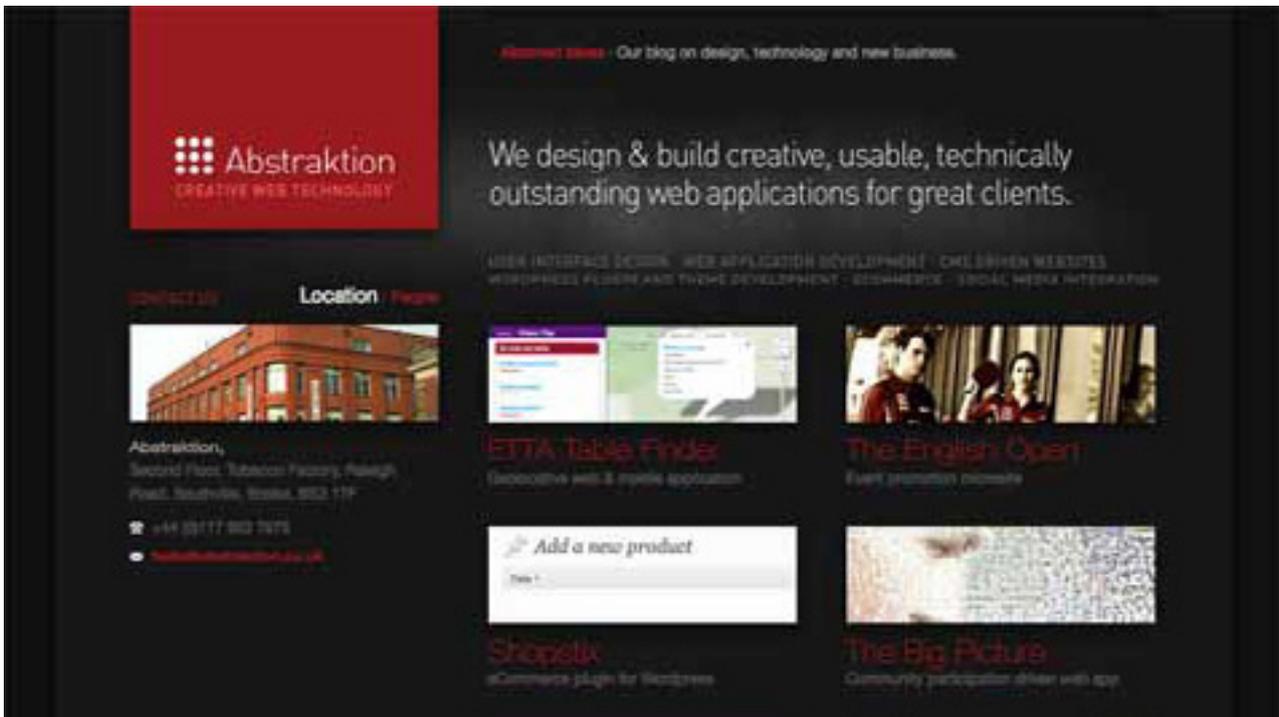
چشم کاربران از رنگ سفید خسته نمی شود. اما اگر برای پس زمینه سایتتان از رنگ های دیگر استفاده کنید بعد از یک مدت کاربر خسته می شود و ترجیح می دهد از سایت شما خارج شود.

# روانشناسی رنگ ها

در زیر نمونه ای از یک اشتباه بزرگ در انتخاب رنگ پس زمینه را مشاهده می کنید.



تصویر زیر را نیز در نظر بگیرید.



موج رادیکال-تحویلی بزرگ در فروشگاه اینترنتی شما  
[www.MojeRadical.com](http://www.MojeRadical.com)



# روانشناسی رنگ ها

همانطور که مشاهده می کنید رنگ نوشته ها واضح نیست و به سختی می شود نوشته ها را خواند. حتما دقت کنید برای اینکه جملات و نوشته های شما خوانا باشد و کاربران راغب به مطالعه ی این نوشته ها شوند حتما باید بین رنگ نوشته و رنگی که پشت نوشته های شما قرار می گیرد تضاد ایجاد کنید. در بهترین حالت و متداول ترین نوع نوشته ها از رنگ مشکی برای نوشته و از رنگ سفید (یا ترکیب ملایم آن با رنگ های دیگر) برای پس زمینه استفاده می شود. در عکس بالا از پس زمینه مشکی و از نوشته هایی به رنگ خاکستری و قرمز استفاده شده است که به علت مشابه بودن رنگ ها خواندن نوشته ها را دشوار می کند.

اما گاهی اوقات نیاز است که شما از رنگ های پس زمینه غیر از سفید استفاده کنید. (مثلا در طراحی CTA ها، تبلیغات بنری و ...). در ادامه ی همین کتاب، اصلی را به شما یاد می دهم که چگونه با توجه به رنگی که در پس زمینه استفاده کرده اید، بتوانید رنگ متضاد آن را برای نوشته هایتان پیدا کنید.

## از چه رنگ هایی برای جلب توجه کاربر استفاده کنیم؟

اول بگذارید برای شما توضیح بدم که چه موقع لازم است توجه یک کاربر را جلب کنید. به عنوان مثال فرض کنید که فروشگاه آنلاین کتاب دارید و می دانید هر کسی که بخواهد از شما خرید کند نیاز دارد که عنوان مورد نظرش را در فروشگاه اینترنتی شما جست و جو کند. پس باید بخش جست و جو سریعاً به چشم بیاید. در عکس زیر نمونه ابزار جست و جو نا موفق که هیچ جلب توجهی نمی کند را مشاهده می کنید. در عکسی که در زیر مشاهده



موج رادیکال-تحویلی بزرگ در فروشگاه اینترنتی شما

[www.MojeRadical.com](http://www.MojeRadical.com)

# روانشناسی رنگ ها

می کنید روانشناسی رنگ ها در طراحی فروشگاه اینترنتی به درستی رعایت نشده است . البته این عکس فقط مربوط به هدر است و زمانی که شما وارد این سایت شوید و اسلایدر و کتاب های مختلف توجه تان را جلب کند مطمئن باشید که به سختی می توانید این بخش را پیدا کنید.

در نگاه اول توجه به رنگ قرمز جلب می شود. این فروشگاه از رنگ قرمز به عنوان رنگ اصلی در طراحی سایتش استفاده کرده است و همه ی توجه کاربر در مرحله اول به منو جلب می شود.

مدیر این سایت برای جلب توجه کاربر به بخش جست و جو می تواند از یک رنگ متضاد دیگر (مثلا رنگ زرد یا سبز) برای شاخص کردن نوار جست و جوی سایتش استفاده کند.

در تصویر زیر نمونه ی یک نوار جست و جوی موفق را قرار دادم تا به تفاوت آن با مورد



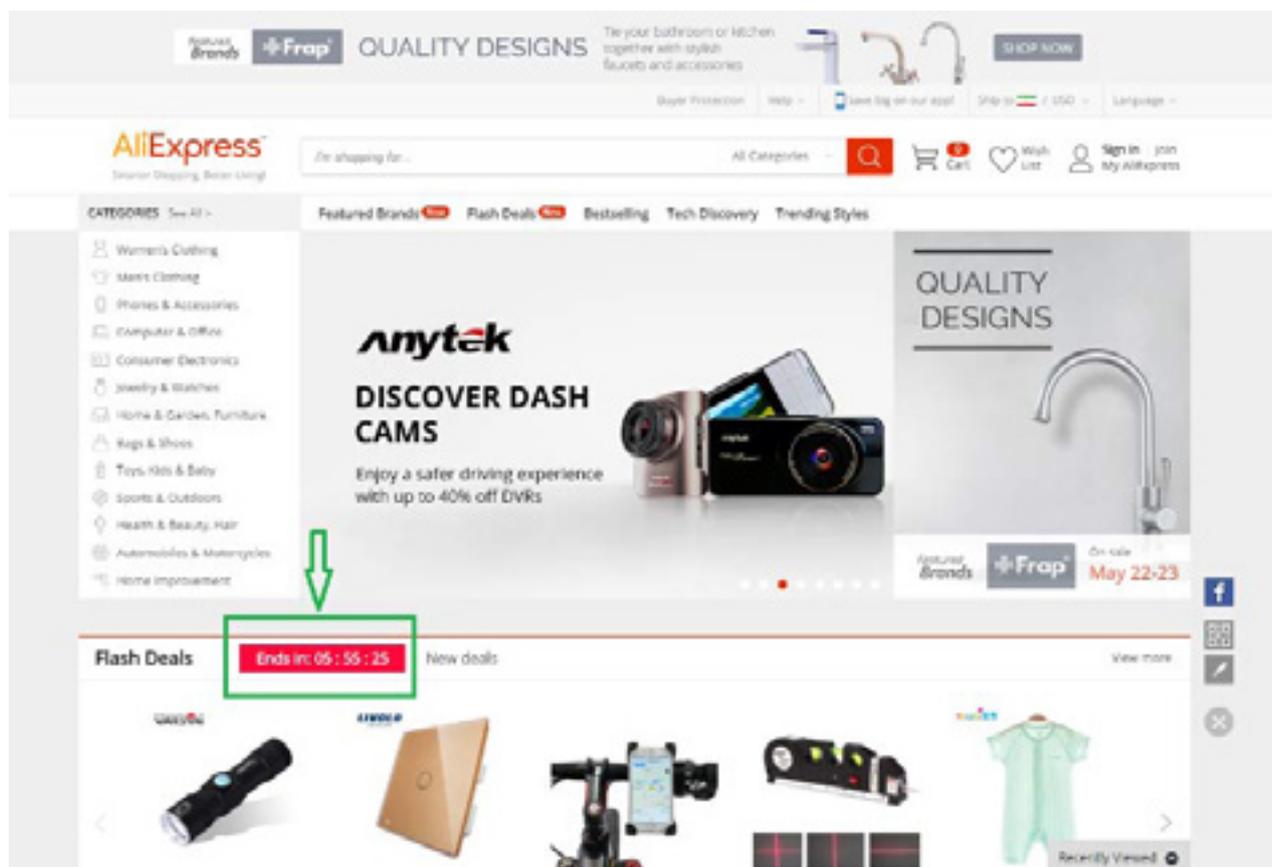
بالا پی ببرید.

اما این مثال برای فروشگاه آنلاین کتاب بود که نوار جست و جو در سایتشان نقش بسیار مهم و کاربردی ایفا می کند.

برای فروشگاه شما ممکن است نوار جست و جو خیلی کاربردی نباشد و در عوض زمان به اتمام رسیدن پیشنهادات ویژه فروش محصولاتان مهم باشد و بخواهید توجه بازدیدکنندگان سایتتان را به زمان باقیمانده پیشنهاد ویژه جلب کنید. در این مورد باید سعی کنید از یک رنگ شاخص برای جلب توجه استفاده کنید.

# روانشناسی رنگ ها

در تصویر زیر یک نمونه صحیح استفاده از رنگ مناسب برای جلب توجه کاربران را مشاهده می کنید.



با توجه به سیاستی که برای فروش دارید، میتوانید با استفاده از رنگ های تند توجه بازدید کنندگان فروشگاهتان را به سمتی ببرید که می خواهید. به همین خاطر پیشنهاد می کنم که سعی کنید از رنگ های تند که جلب توجه می کنند کمتر در سایتتان استفاده کنید تا اگر خواستید توجه کاربران را به یک موضوع خاص جلب کنید بتوانید به سادگی این کار را انجام دهید.

اگر هم که از یک رنگ تند در طراحی فروشگاهتان استفاده کرده اید سعی کنید از رنگی متفاوت و شاخص برای هدایت توجه کاربران سایتتان استفاده کنید. (در ادامه ی همین کتاب به شما آموزش می دهم که چگونه رنگ مناسب با رنگ بندی سایتتان را پیدا کنید.)

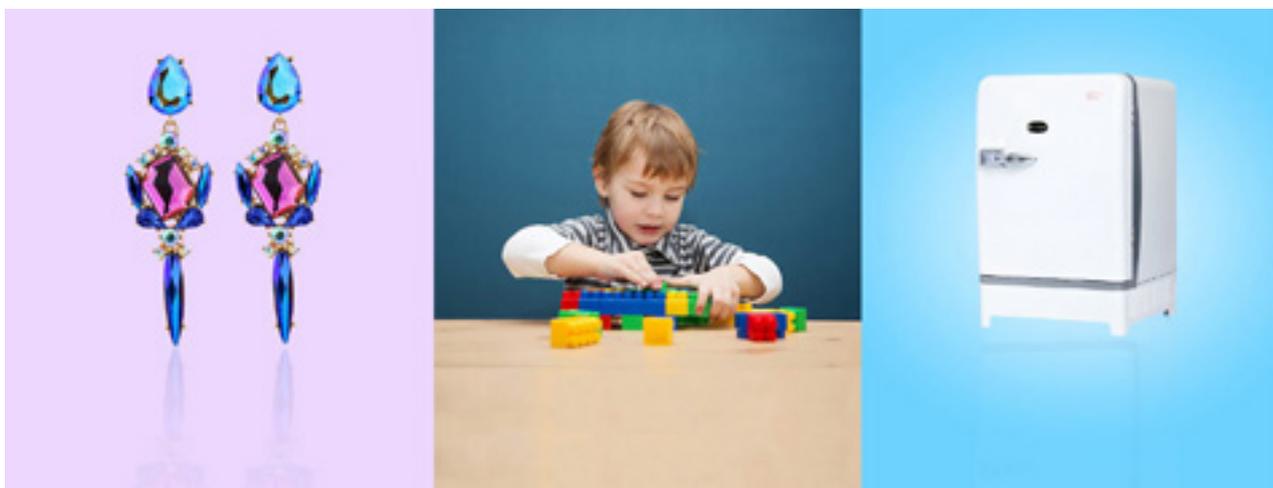
# روانشناسی رنگ ها

در طراحی عکس محصولات فروشگاه، از چه رنگ هایی باید استفاده کنید؟

وقتی که بحث فروش محصول پیش می آید، مهمترین نکته ویژگی های شخصیتی مخاطبان شماست. باید بررسی کنید که مخاطبان شما بیشتر از چه جنسیتی هستند، چند ساله هستند و چرا می خواهند محصولات سایت شما را بخرند؟ و با توجه به پاسخ این سوالات به طراحی تصاویر محصولاتان پردازید.

باید سعی کنید شخصیت مخاطبان خودتان را بشناسید. خیلی جالب است که بدانید تست های روانشناسی وجود دارند که با توجه به رنگ هایی که افراد انتخاب می کنند ویژگی های شخصیتی آنها را با دقت بالایی تخمین می زند.

پیشنهاد می کنم که بررسی کنید هر یک از محصولات شما مناسب با چه دسته ای از افراد است و با استفاده از هارمونی رنگ ها تصاویر محصولاتان را طراحی کنید. در تصویر زیر چند نمونه از طراحی حرفه ای تصویر محصول را مشاهده می کنید.



تجربه نشان داده است که زمانی که فردی وارد صفحه ای از سایت می شود (مثلا صفحه ی محصول) در پنج ثانیه تصمیم می گیرد که محتوای داخل صفحه را بخواند یا اینکه از صفحه خارج شود و سراغ سایت دیگری برود.

# روانشناسی رنگ ها

---

استفاده از رنگ مناسب در طراحی سایت مخصوصا در ساخت تصاویر محصول، در ۵ ثانیه ی اول میل خرید را در بازدید کننده ایجاد می کند و باعث می شود که بازدیدکنندگان تصمیم بگیرند که در سایت شما بمانند.

متاسفانه در حال حاضر در اغلب فروشگاه های اینترنتی ایران به این موضوع توجه چندانی نمی شود و اگر شما به طور اصولی و حرفه ای این کار را انجام دهید برگه برنده ای دارید که اغلب رقیبانتان (در بعضی شاخه های کاری همه رقیبان شما) از آن قافلند.

# روانشناسی رنگ ها

با رنگ های سرد، گرم و خنثی و مکان استفاده از هر یک آشنا شوید!

معرفی رنگ های گرم و سرد:

رنگهای سرد شامل رنگ های آبی، سبز، فیروزه ای و نقره ای است که به طور کلی خاصیت آرامش بخشی دارند.

رنگهای گرم شامل رنگ های قرمز، صورتی، زرد، طلایی و نارنجی است. این رنگها می توانند حالات روحی مختلفی همچون هیجان یا خشم به انسان ببخشند. رنگهایی که حاصل از ترکیب دو دسته ی سرد و گرم هستند شامل رنگ های ارغوانی، سوسنی، بنفش و ... هست. این دسته هم آرامبخش و هم مهیج هستند.

رنگ های خنثی:

رنگهای خنثی رنگ هایی مانند قهوه ای، بژ، شیری، خاکستری، سیاه و سفید هستند و معمولا باعث می شوند انسان به سایر رنگهایی که در کنار آنها قرار گرفته است، توجه خاص نشان دهد. از این رنگ ها معمولا برای نشان دادن سوژه ی اصلی استفاده نمی شود بلکه به کمک این رنگ ها بستر و زمینه ای فراهم می شود که سوژه یا موضوع مورد توجه بیشتر به چشم بیاید.

چگونه از ابزار های علم ترکیبی روانشناسی رنگ ها استفاده کنیم؟

قبل از اینکه بخواهم ابزار های این کار را به شما معرفی کنم لازم است که ابتدا با چند مفهوم مهم آشنا شویم.

# روانشناسی رنگ ها

## رنگ های اصلی:

قرمز، زرد و آبی رنگ های اصلی هستند زیرا دانه های رنگی تشکیل دهنده آنها از ترکیب هیچ رنگ دیگری به وجود نیامده و تمام رنگ های دیگر از ترکیبات مختلف این سه رنگ با یکدیگر به دست می آیند.

## رنگ های فرعی یا ثانویه:

سبز، نارنجی و بنفش رنگ هایی هستند که از ترکیب رنگ های اصلی با یکدیگر حاصل می شوند. محل قرار گیری هر رنگ ثانویه در دایره رنگ، بین دو رنگ اصلی تشکیل دهنده اش است.

## رنگ های ترکیبی:

زرد- نارنجی، قرمز نارنجی، قرمز- بنفش، آبی - بنفش، آبی- سبز و زرد - سبز، این رنگ ها از ترکیب یک رنگ اصلی با یک رنگ فرعی به وجود می آیند.

## چرخه رنگ ها چیست؟

آیزاک نیوتون (Newton) در سال ۱۶۶۶ اولین نمودار رنگ دایره شکل را به وجود آورد. در دایره رنگ ابتدایی که اولین بار توسط نیوتون کشف شد، رنگ های قرمز، زرد و آبی وجود دارد.



# روانشناسی رنگ ها

چطور با استفاده از چرخه ی رنگ ها ، رنگ بندی مناسبی را برای طرح خود بدست آورید.

## هماهنگی (هارمونی) رنگ ها چیست؟

هماهنگی یا هارمونی به معنای «چیدمان مطبوع» است. در تمام بخش های زندگی از موسیقی، شعر و رنگ گرفته تا اجزای صورت یک انسان زیبا(و یا حتی در طراحی یک اتومبیل!) کاربرد دارد. البته در اینجا ما فقط با چیدمان مطبوع رنگ کار داریم و می خواهیم با استفاده از هارمونی رنگ ها ترکیبی عالی و چشم نواز برای گرافیک فروشگاهیمان درست کنیم.

از نظر دیداری، هماهنگی، در چیزی است که موجب لذت چشم می شود. این هماهنگی بیننده را مجذوب می کند و احساس نظم و تعادل را در او به وجود می آورد. هنگامی که چیزی ناهماهنگ است(هارمونی ندارد) یا شما را خسته می کند یا اینکه به شدت شما را کلافه می کند.(مثل برخی از آهنگ ها و موسیقی ها). عدم هماهنگی در تصاویر نیز حالتی را به وجود می آورد که هیچ چشمی تحمل دیدن آن را ندارد.

از طرفی هارمونی بیش از حد نیز به ترکیبی بسیار ملایم و نچسب تبدیل می شود و بیننده را آن طور که باید مجذوب و علاقه مند نمی کند.

مغز انسان هر چیزی نامتعادلی را که قابلیت سازماندهی نداشته و نامفهوم باشد، پس می زند. برای اینکه تصاویر بتوانند هماهنگی مناسبی با ذهن افراد برقرار کند باید قابل سازماندهی باشد.

به عبارت دیگر تصاویر و رنگ های موجود در آن نه باید آنقدر یک نواخت باشند که اصلا جلب توجه نکند و نه آنقدر شلوغ و متضاد باشند که فرد را دچار آشفتگی و بهم ریختگی کند.

ترکیب مناسبی از رنگ های یک نواخت و متضاد باعث ایجاد هارمونی شده و باعث می شود بتوانید تصاویری لذت بخش برای مخاطبانانتان خلق کنید.

# روانشناسی رنگ ها

برای مشاهده تعادل در هارمونی و هماهنگی کافی است به هارمونی رنگ ها در طبیعت دقت کنید. همان طور که گفتیم، تئوری های رنگ و هارمونی رنگی متعددی وجود دارند.

در ادامه به بررسی مهم ترین و کاربردی ترین هارمونی های رنگ می پردازیم و محل کاربرد استفاده از هر کدام را به شما آموزش می دهیم. شما با استفاده از این الگوها می توانید رنگ بندی مناسبی را برای طراحی سایت، فروشگاه، بنر ها، CTAها، تصاویر محصول و انتخاب عکس های مناسب برای فروشگاهتان پیدا کنید.

هارمونی بر اساس رنگ های مکمل:

## Color Calculator

1. PICK A COLOR #0a99ff + Add More

2. CHOOSE A HARMONY

3. SEE RESULTS #ff600a

Lock

RyB Mode

Clear All Get Color Scheme

رنگ های مکمل رنگ هایی هستند که در دایره رنگ، درست در مقابل یکدیگر قرار گرفته

# روانشناسی رنگ ها

اند. مانند (قرمز و سبز) یا (بنفش و زرد).  
از این حالت وقتی استفاده می کنیم که بخواهیم بین دو چیز تضاد ایجاد کنیم.  
بیشترین کاربرد این بخش در زمانی است که بخواهیم یک نوشته را روی رنگ پس زمینه  
ای قرار دهیم و بخواهیم که نوشته واضح و کاملاً خوانا باشد. از این هارمونی برای طراحی  
CTA و تبلیغات بنری استفاده می شود.  
همچنین زمانی که لازم باشد بر روی عکسی نوشته ای را قرار دهید این هارمونی رنگ شما  
را راهنمایی می کند که مناسب ترین رنگ برای این کار چه رنگی است.

هارمونی بر اساس رنگ های یکسان:

## Color Calculator



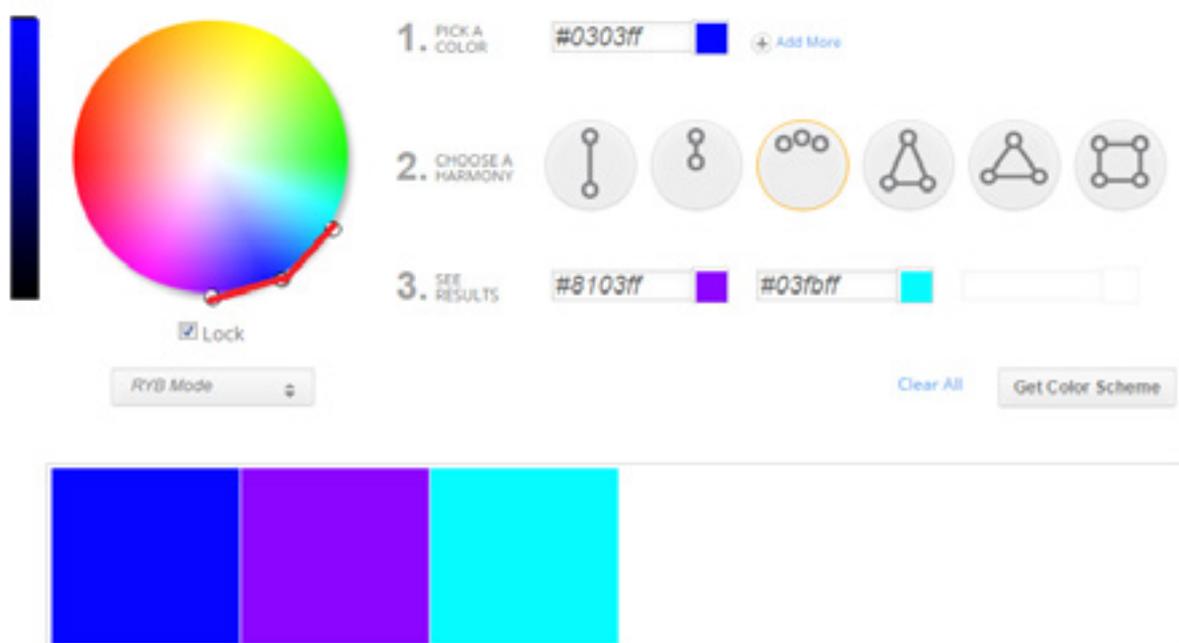
رنگ های یکسان در واقع دو رنگ با شباهت زیاد و تفاوت جزئی است و معمولاً برای  
تمایزهای جزئی استفاده می شود.

# روانشناسی رنگ ها

به عنوان مثال از این هارمونی زمانی استفاده می شود که شما بخواهید رنگ بندی تیترو زیر تیترو های مقاله هایتان مشابه هم باشد اما در عین حال از یکدیگر متمایز باشند.

هارمونی بر اساس رنگ های مشابه:

## Color Calculator



رنگ های مشابه معمولا زمانی استفاده می شود که شما بخواهید یک بنر تبلیغاتی یا عکس یک محصول را با استفاده از عکس هایی مشابه و با سیرت یکسان طراحی کنید. در استفاده از هارمونی رنگ های مشابه باید دقت کنید که یک رنگ را باید به عنوان رنگ غالب در نظر بگیرید و از دو رنگ دیگر به صورت موردی در رنگ پس زمینه استفاده کنید.

# روانشناسی رنگ ها

هارمونی شکاف مثلثی و هارمونی مثلث:

در تصویر زیر شما هارمونی شکاف مثلثی را مشاهده می کنید:

## Color Calculator

The screenshot shows a 'Color Calculator' interface. On the left, there is a vertical color bar and a circular color wheel with a red triangle inscribed inside it. Below the wheel is a 'Lock' checkbox and a 'RYB Mode' dropdown menu. The main area is divided into three steps: 1. 'PICK A COLOR' with a text input field containing '#0303ff' and a blue color swatch, followed by an 'Add More' button. 2. 'CHOOSE A HARMONY' with six icons representing different color schemes; the triangular harmony icon is highlighted with a yellow border. 3. 'SEE RESULTS' with two text input fields containing '#ffc003' (yellow swatch) and '#ff4203' (orange swatch), and two empty text input fields. At the bottom right of the interface are 'Clear All' and 'Get Color Scheme' buttons. Below the interface, a horizontal bar displays three color swatches: blue, yellow, and orange.

در تصویر صفحه ی بعد نیز هارمونی مثلث را می بینید:

# روانشناسی رنگ ها

## Color Calculator



از نظر کاربردی این دو هارمونی نیز بیشتر در طراحی جلد مجله ها، برندها و تبلیغات استفاده می شوند. همانطور که با مقایسه ی دو شکل بالا متوجه شدید هارمونی شکاف مثلثی رنگ هایی ملایم تر به شما می دهد. اما هارمونی مثلث رنگ هایی به شدت متمایز را بر اساس رنگ اولیه ای که انتخاب می کنید به شما ارائه می کند. در این دو هارمونی نیز لازم است که یک رنگ را به عنوان رنگ غالب در نظر بگیرید و از دو رنگ دیگر به صورت موردی و کمتر از رنگ غالب استفاده کنید.

### هارمونی بر اساس رنگ های مربعی:

این هارمونی بر اساس رنگ اولیه ای که وارد چرخه رنگ ها می کنید ۳ رنگ دیگر را به شما پیشنهاد می دهد. یکی از رنگ ها هم جنس رنگ انتخابیتان است و دو رنگ دیگر از

# روانشناسی رنگ ها

مخالف هستند.

## Color Calculator



کاربرد استفاده از این الگو نیز مشابه هارمونی مثلث می باشد. برای اینکه بتوانید با استفاده از این الگو ها هارمونی رنگ دلخواهتان را بسازید می توانید به این سایت مراجعه کنید.

## هارمونی رنگ ها بر اساس طبیعت:

هارمونی هایی که در بالا به شما معرفی کردم همگی ابداعی محققان حوزه ی روانشناسی رنگ ها بود.

استفاده از این هارمونی ها گاهی اوقات بسیار موفق عمل می کند (مثل رنگ بندی بسته

# روانشناسی رنگ ها

بندی بعضی از اسباب بازی ها). اما گاهی اوقات هم نا موفق عمل می کند. این دقیقا به همان موضوعی بر می گردد که در اول این کتاب به آن اشاره کردم: پیام رنگ ها در موقعیت ها و زمان های مختلف متفاوت است. تصمیم گیری با شماست که چه موقع و در کجا از این الگو ها استفاده کنید. (در فروشگاه های بزرگ و یا حتی در عرصه ی مد و فشن نیز کاربرد موفق هارمونی های بالا را به چشم می بینید.)

اما با قاطعیت می خواهم یک هارمونی دیگر را به شما معرفی کنم که اگر از آن الگو بگیری تا حد زیادی موفقیت شما تضمین می شود. و آن هارمونی طبیعت است. نمی توانم انکار کنم که بزرگ ترین اختراعات بشر از ابتدای خلقت با الگو گیری از طبیعت بوده است.

بزرگترین پیشرفت های بشری با بررسی طبیعت به وجود آمده است. و بهترین و موفق ترین طراح ها هم همیشه از طبیعت الگو گرفته اند... پس احتمالا برای ساخت بهترین هارمونی رنگ نیز می توان از طبیعت الگو گرفت! با الگو گیری از طبیعت هارمونی شخصی خودتان را ابداع کنید. طبیعت، بهترین نقطه شروع برای درک و ایجاد هارمونی رنگی است. در تصویر زیر نمونه ای از یک هارمونی طبیعی زیبا را می بینید.



# روانشناسی رنگ ها

سخن پایانی:

به شما تبریک می گویم که این کتاب را تا انتها خواندید. اگر به آموزش‌های این کتاب علاقه داشتید، به شما پیشنهاد می‌کنیم نسخه کامل کتاب را از سایت موج رادیکال تهیه کنید.



[برای سفارش کتاب کلیک کنید...](#)

# روانشناسی رنگ ها

## نویسنده این کتاب کیست؟

نویسنده این کتاب، مهندس امیر ارسلان بهنام مدیر و موسس مجموعه موج رادیکال است.

### برخی سوابق کاری

- نویسنده و مولف کتاب چاپی (([روانشناسی رنگ ها در کسب و کار اینترنتی](#)))

- پژوهشگر حوزه دیجیتال مارکتینگ و نویسنده بیش از ۱۰۰ مقاله ی تخصصی در حوزه ی فروشگاه‌های اینترنتی

- سابقه تدریس حضوری دوره‌های طراحی سایت و دیجیتال مارکتینگ در جهاد دانشگاهی اصفهان و آموزشگاه‌های خصوصی تهران و دوره‌های خصوصی آنلاین

- طراحی و آموزش دوره‌های تخصصی حوزه وب به سبک ۸۰-۲۰

- طراحی و تولید دوره ی رایگان [ساخت فروشگاه اینترنتی](#) در ۷ روز (به صورت ویدئویی و کاملا عملی با بیش از ۳۰ هزار نفر شرکت کننده)

- تجربه ارائه مشاوره، طراحی و مدیریت سایت‌های فروشگاه‌های و خدماتی موفق به زبان فارسی، انگلیسی و عربی در کشورهای نظیر ایران، عراق، استرالیا، آلمان، ترکیه و کره جنوبی

و ...

# روانشناسی رنگ ها

## درباره موج رادیکال:

در موج رادیکال مدیریت و مشاوره صدها فروشگاه اینترنتی را تاکنون انجام داده‌ایم و به ده‌ها هزار نفر کمک کرده‌ایم که بتوانند در بستر اینترنت مشغول به کسب درآمد شوند.

در موج رادیکال به شما کمک می‌کنیم، تا از طریق وب سایت محصولات خود را بفروشید...

موج رادیکال با ارائه‌ی :

- مطالب آموزشی رایگان و دوره‌های تخصصی آموزشی
- مشاوره انتخاب نام تجاری مناسب
- تبلیغ نویسی و روانشناسی فروش
- ارائه‌ی مشاوره‌های حضوری و مجازی به صورت فردی یا سازمانی
- دیجیتال مارکتینگ (طراحی سایت فروشگاه، سئو)

به شما کمک می‌کند تا بتوانید وب سایت یا فروشگاه اینترنتی خود را راه اندازی کنید و به کسب درآمد از فضای مجازی مشغول شوید.

رابطه‌ی موج رادیکال با تمامی افراد، رابطه‌ی برد برد است. زیرا برای ما بسیار مهم است که تمامی کسانی که از خدمات مشاوره، آموزشها و انجام پروژه‌های ما استفاده می‌کنند موفق شوند و چندین برابر بیشتر از آن چیزی که سرمایه‌گذاری می‌کنند درآمد کسب کنند.