

رنگ‌ها

لبخند طبیعت هستند



تهیه و تنظیم: مینا بیانی

آشاره:

در نشست تخصصی بررسی رنگ در تولیدات پوشاک داخلی و صنعت نساجی که با همت شرکت بهشوران الهیاری به میزبانی خانه کار و دیدار کارمان برگزار شد، جلد دوم کتاب «هارمونی» با محوریت اصول همنشینی رنگ مورد رونمایی قرار گرفت. برنامه‌ریزی برای برپایی چنین نشست‌هایی علی‌رغم اوج‌گیری مجدد کرونا، نشان از اهمیتی است که یک مجموعه خدماتی برای مخاطبان خود قائل است. در شرایطی که بسیاری از فعالان تولیدی و صنعتی درگیر روزمرگی، پاس شدن چک‌ها، خرید نقدی، فروش امانی و .. هستند یا منتظر حمایت دولت مانده‌اند، شرکت‌هایی هم وجود دارند که فارغ از تمام حواشی و مشکلات تولید، ایده‌های جدید در ذهن می‌پرورانند و بدون چشمداشت یا بعضی مخفی‌کاری‌های موسوم آن را در اختیار دیگران قرار می‌دهند.

در ابتدای مراسم امیرشهاب شاهمیری - عضو هیئت مدیره جمعیت ایرانی پیشبرد صنعت و دانشگاه - ضمن خوشامدگویی به میهمانان حاضر در نشست ابراز داشت: در کشور ما برپایی نشست‌های تخصصی چندان متداول نیست در حالی که بسیاری از برندها و کمپانی‌های مطرح مانند اپل با برگزاری نشست‌های دورهای، جدیدترین

محصولات و جنبه‌های علمی و صنعتی خود را به مخاطبان بالقوه معرفی می‌کنند.

وی ضمن اشاره به مواردی در مورد زیبایی شناسی و درک همنشینی رنگ‌ها در ایران باستان گفت: لباس سربازان گارد جاویدان در دوران هخامنشیان به رنگ خاکی بود و امروزه همین واژه (KHAKI) از فارسی به انگلیسی راه پیدا کرده و به معانی مختلف از جمله برای توصیف لباس نظامی دارای این رنگ به کار می‌رود.

محمود الهیاری - مدیرعامل شرکت بهشوران الهیاری - نیز در سخنرانی کوتاه خود گفت: نزدیک به چهار دهه به دنبال راهکاری جدید در رنگ‌رزی صنایع نساجی هستیم و به این نتیجه رسیده‌ام که رسته کاری ما نوعی تلفیق علم و هنر است؛ همانند یک قطعه موسیقی گوشنواز که از تلفیق چند نت خلق می‌شود یا یک تابلوی نقاشی زیبا و چشم‌نواز که از ترکیب چندین رنگ به وجود می‌آید؛ دائم در تلاش هستیم تا با هماهنگی و ایده‌های نو، بهترین‌ها را ارائه دهیم.

سام ضرابی - مدیر ارشد بازرگانی و توسعه هلدینگ زیوان تجارت‌گلدیس - به بیان مواردی پیرامون صنعت ریتیل (RETAIL) پرداخت و در ادامه گفت: رنگ، ارتباط مستقیمی با مفاهیم روانشناسی دارد. یکی از شرکت‌های معتبر در کانادا به مدت پنج سال بر حدود هفده هزار شعبه فروش ریتیل تحقیقات مفصل انجام داد و جالب اینجاست که ۹۰ درصد مصرف‌کنندگان نهایی، یک محصول را به دلیل رنگ آن انتخاب می‌کنند لذا رنگ

قدرت شگرفی دارد و می‌تواند در صنایع مختلف به‌عنوان یک برگ برنده تلقی شود؛ به شرط این که بر اکوسیستم و رابطه آن اشرف داشته کامل باشیم.

وی در تشریح چهار رنگ اصلی اظهار داشت: «رنگ سیاه»، قدرت، اقتدار و اعتماد به نفس، «رنگ قرمز»، انرژی، قدرت، هیجان و هوس، «رنگ آبی»، اصالت، استحکام و آرامش (و گاهی اوقات افسردگی) و «رنگ سفید» اعتماد، خلاقیت، امنیت خاطر و تیزبینی را به ذهن مخاطب القاء می‌کند.

به گفته نسترن فراهانی - مدیر روابط عمومی شرکت بهشوران الهیاری و مولف کتاب هارمونی، هماهنگی یا هارمونی به معنای چیدمان مطبوع است و در تمام بخش‌های زندگی از موسیقی، شعر و رنگ گرفته تا اجزای صورت یک انسان زیبا و یا حتی در طراحی یک اتومبیل کاربرد دارد.

وی تصریح کرد: هنگام در مورد روانشناسی رنگ‌ها و پس از بررسی مقالات و نوشته‌های متعدد با ویژگی‌هایی از رنگ‌ها روبرو شدم که به نظرم کاملاً غیرمنطقی و غیرکاربردی می‌آمد مثلاً برای رنگ سبز در جایی آرامش و در جای دیگر رنگ پرشور نوشته شده بود! و همین عوامل باعث سردرگمی من می‌شد اما طی دوره‌های دانشگاهی و تجربیات عملی متوجه شدم رنگ‌ها در کنار رنگ‌های تیره، روشن و خنثی شخصیت دیگری پیدا می‌کنند و همین موضوع باعث شد به تحقیق در مورد رنگ‌ها و همنشینی آنها با یکدیگر



بپردازم.

فراهانی یادآور شد: هر رنگ، خاصیت منحصر به فرد خود را دارد که در مجاورت با رنگ‌ها دیگر ویژگی‌های متفاوتی پیدا می‌کنند و برای ایجاد ترکیب رنگ‌های جذاب از اصول همنشینی رنگ استفاده می‌کنیم تا ترکیباتی پرهیجان یا آرام و یا دلنشین ایجاد کنیم.

مدیر روابط عمومی بهشوران الهیاری ضمن اشاره به کتاب هارمونی گفت: در این کتاب چند رنگ را به صورت محدود و با طبقه‌بندی رنگ‌های سال و رنگ‌های پرطرفدار و پر استفاده بررسی کرده‌ایم و همنشینی‌های رنگی هماهنگ با فصل‌ها و رنگ‌های گرم، سرد و خنثی را برای سهولت استفاده طراحان ارائه می‌کنیم.

وی یکی از دلایل تألیف این کتاب را نیاز مخاطبان و تولیدکنندگان پوشاک کشور عنوان کرد و افزود: در بخش تولیدات نساجی به وفور با مسأله انتخاب رنگ دوم یا سوم در طراحی لباس‌ها روبرو هستیم. معمولاً شرکت‌های بزرگ برای ایجاد هماهنگی بین طراح و بخش اجرا، زبان مشترکی توسط ابزارهای پر کاربرد دارند تا تولیدات دقیق‌تری داشته باشند. در زمینه رنگ، بهترین انتخاب به چشم و احساسی است که از دیدن ترکیبی از چند رنگ کنار هم به ما منتقل می‌شود اما قبل از احساس تجربی، اصولی برای ایجاد ترکیبات درست‌تر وجود دارد که با پیروی از آن می‌توان همنشینی‌های کاربردی و هماهنگ با هدف طراح ایجاد کرد.

ارائه توضیحات تکمیلی در مورد رنگ‌ها و پالت‌های اعلام شده از سوی شرکت پنتون، بخش دیگر سخنرانی مدیر روابط عمومی بهشوران الهیاری را به خود اختصاص داد. پس از رونمایی کتاب هارمونی توسط مدیران این مجموعه، در جمع‌بندی پایان نشست محمدرضا زاغری - رئیس هیئت مدیره - به رنگ‌رزی تخصصی پوشاک خام و الیاف طبیعی توسط شرکت بهشوران، ارائه بیش از ۲۵۰ رنگ متنوع منطبق با استاندارد پنتون و همچنین انتخاب رنگ به صورت کدینگ، دارای بالاترین ثبات و حساسیت بسیار بر کیفیت اشاره کرد.

اهدای کتاب هارمونی به میهمانان، بازدید از نمونه رنگ‌های مجموعه بهشوران و پذیرایی عصرانه در محوطه کاریز پایان بخش نشست بود.