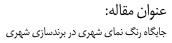
سیویلیکا – ناشر تخصصی مقالات کنفرانس ها و ژورنال ها گواهی ثبت مقاله در سیویلیکا CIVILICA.com



We Respect the

محل انتشار: پنجمین کنفرانس بین المللی و ششمین کنفرانس ملی عمران، معماری، هنر و طراحی شهری (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

Science

نویسندگان: الهام علی بیگ - دانشجوی دکتری شهرسازی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران ، تهران

زهراسادات سعیده زرآبادی - استاد دانشگاه و عضو هیات علمی شهرسازی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

حميد ماجدي - استاد دانشگاه و عضو هيات علمي شهرسازي دانشگاه آزاد اسلامي واحد علوم و تحقيقات تهران

خلاصه مقاله:

اهمیت و ارزش دانش مهندسی رنگ در جهانی که در هر گوشه آن اثری از رنگ را می توان یافت، بر کسی پوشیدهنیست، از دیرباز تا کنون، در نخستین تعاملات انسان با محیط، عنصر رنگ نقش مهمی در شکل گیری ذهنیت اولیه افرادایفا می کند. استفاده مناسب از رنگ نه تنها منجر به تمایز یک شهر از سایر شهرها می شود، بلکه احساسات و عواطفشهروندان خود را تحت تاثیر قرار می دهد و بر روحیه و سرزندگی ساکنان خود نیز موثر است. رنگ به سبب معانی ومفاهیم عمیق و متفاوت خود، همواره از جایگاه خاصی در فرهنگ، سیاست، اقتصاد و سایر زمینه ها برخوردار بوده است وهمچنین به واسطه ی نقش پررنگ ی که در زی باسازی و خلق جذابیت بصری فضا دارد، میتواند انتخاب شا یسته ای بهعنوان برند گردشگری یک کشور باشد. برای دستیابی به این منظور، باید قابلیت استفاده ی بهینه از رنگ در محیطشهری توسط حوزه های تجسمی و شهری با بررسی فرهنگی، جامعه شاختی و روانشناختی و روانشناختی رنگ ها، به وجود آید وقابلیت های بص ری سیم ای شهر از منظر رنگی مورد توجه قرار گیرد. از این رو در مقاله پیش رو با مطالعات اسنادیکتابخانه ای و بررسی شهرهایی در دنیا که رنگ منحصربه فرد ساختمان های آنها به این شهره ای شهر از منظر بخشیده است پرداخته شده تا پاسخگوی این سوال باشد که به کارگیری رنگ در فضاهای شهری چونه می تواندر بردانوای یک شهر می معر می می تواندر برندسازی یک شهر موثر باشد.

> کلمات کلیدی: رنگ، نما، هویت شهری، برندینگ شهر ی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

https://civilica.com/doc/1721475

