

عنوان مقاله:

رنگ برند گردشگری کوچه های مراکش

محل انتشار:

فصلنامه هنر و تمدن شرق، دوره 5، شماره 17 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

مولود شمسوارگر - کارشناس ارشد معماری منظر، دانشگاه تهران.

خلاصه مقاله:

در شهرهای مراکش، بخش مهمی از منظر شهری را، بافت قدیم مدینه ها شکل می دهد. از طرف دیگر به سبب نقش مهمی که کوچه در زندگی و حیات این بافت ها ایفا می کند، در این پژوهش به عنوان موضع مطالعه ی منظر شهرهای مراکش مورد توجه قرار گرفته است. پس از مشاهده و بررسی چند شهر چنین عیان شد که رنگ، یکی از بارزترین عناصر منظر کوچه های مراکشی است، تداوم و حضور رنگ در این کوچه ها چنان پر قدرت اتفاق می افتد که رنگ به عنوان اولین عنصر ادراک شده برای همیشه در خاطره می ماند. در تعریف منظر کوچه های مراکشی دو نوع رویکرد در نحوه ی استفاده از رنگ، اما با هدفی مشترک، مورد توجه قرار گرفته است. کوچه هایی که رنگ به صورت پوششی بر روی جداره های آن ها آورده شده است و دیگری در شهرهایی دارای اهمیت تاریخی، که رنگ غالب منظر این کوچه ها همان رنگ طبیعی مصالح است. از تعمد آوردن رنگ به صورت پوششی و با جسارت، و همچنین تلاش برای حفظ رنگ مصالح در کوچه های تاریخی و تسلط رنگ بر فضای کوچه، می توان دریافت که استفاده از رنگ به عنوان سیاستی برای تقویت شهرت گردشگری شهرهای مراکش به کار گرفته شده است. اهمیت و کاربرد رنگ در کوچه های مراکشی تا آنجاست که در نام و شهرت شهر، تعیین کننده و اثرگذار است. پاسخ به این پرسش که ایده ی رنگین بودن در سیاست گردشگری از کجا به کوچه های مراکشی راه یافته است هدف این پژوهش است. یافته های حاصل از مشاهدات میدانی، در کنار مطالعات کتابخانه ای در مورد هنر و فرهنگ بومیان آفریقایی و مطالعه جایگاه رنگ در برندسازی، در پاسخ به این سوال مورد استفاده قرار گرفته است.

کلمات کلیدی:

منظر کوچه، رنگ، برند گردشگری، مراکش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/851660>

