

عنوان مقاله:

سنجش میزان بهره مندی از قابلیت های نور و رنگ در راستای بهبود کیفیت فضایی مراکز خرید

محل انتشار:

اولین همایش ملی کیفیت در فضاهای معماری و شهری (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسنده:

نسبیه شاه منصوری - مربی/ حق التدریس دانشگاه آزاد واحد تهران شرق، کارشناسی ارشد معماری، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

خلاصه مقاله:

نور و رنگ یکی از جنبه های مهم زندگی شهری است. رنگ ها فرزندان نور هستند و نور مادر آنها. رنگ ها می توانند به فضا عمق دهند و حتی فضا را خلق کنند. رنگ می توانند بنا را قابل فهم و خوانا نمایند و حتی عملکرد آنها را نشان دهند. رنگ ها برای ایجاد حس وحدت، هویت، تداوم و نظم به طراح کمک می کنند. رنگ ها نه فقط از نظر زیبایی بخشیدن به دنیای اطراف ما اهمیت دارند، بلکه تأثیرات عاطفی- روانی قوی نیز بر اشخاص می گذارند. توجه به جنبه های عملکردی و فیزیکی رنگ بدون توجه به ابعاد و تأثیرات روانی آن باعث آزاردهنده بودن رنگ های به کار رفته در محیط می شود. و این وظیفه معمار است با آگاهی از تأثیرات رنگ مایه ها و از طریق عوامل اقلیمی، مصالح بنا و مانند آن بتواند این رنگ مایه ها را تقویت یا تضعیف کند. هدف پژوهش حاضر ارایه روشی جهت ارزیابی میزان بهره مندی مراکز خرید از پتانسیل های رنگ و نور با توجه به سطح نیاز، سطح مواجهه با رنگ و کیفیت های مورد انتظار از فضا می باشد پرسش پژوهش این است که چه رابطه ای میان سطوح تأثیر رنگ بر انسان و کیفیت های محیطی وجود داشته و چگونه در یک فضای داده شده از ظرفیت های نور و رنگ برای ارتقاء کیفی محیط بهره گرفته شده است. به منظور پاسخ به پرسش مطرح شده نخست با شناخت جنبه های مختلف تأثیر گذاری نور و رنگ بر انسان و بررسی روانشناسی رنگ ها به ارایه راهکار هایی در این زمینه پرداخته شده است. شیوه پژوهش در این نوشتار کیفی و بر مطالعات و کتب و اسناد کتابخانه ای همراه با بررسی میدانی و تحلیل و تفسیر آنها متکی است. یافته های حاصل پس از گردآوری و دسته بندی در رویکردی استنتاجی به نتیجه منجر خواهد شد

کلمات کلیدی:

نور، رنگ، روانشناسی رنگ، کیفیت فضا، مرکز خرید

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/914337>

