

The Role of Saturated Colors in the Design of Contemporary Urban Spaces

Hamidreza Sheibani¹, Mahsa Sholeh^{*1}, Mahbobe Nikoei²

1- Department of Urban Planning and Design, Faculty of Art and Architecture, Shiraz University, P. O. Code: 7188637911, Shiraz, Iran.

2- Department of Visual Arts, Faculty of Art and Architecture, University of Science and Art, Yazd, Iran, P. O. Code: 89167-13335.

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 27-04-2025

Accepted: 21-07-2025

Available online: 05-08-2025

Print ISSN: 2251-7278

Online ISSN: 2383-2223

DOI: 10.30509/jscw.2025.167532.1233

Keywords:

Saturated color

Environmental graphics

Public space

Contemporary urban design

ABSTRACT

Color, particularly in the form of saturated hues, is considered one of the most powerful elements in contemporary urban design and environmental graphics. It plays a significant role in shaping users' spatial experience, reflecting cultural layers of the environment, and enhancing the visual quality of the urban landscape. The use of saturated color, with its perceptual, semiotic, and aesthetic dimensions, can contribute to the creation of cohesive, meaningful, and interaction-oriented spaces within the contemporary urban fabric. This study aims to analyze the functions of saturated colors in environmental graphics and urban architecture, exploring their conceptual, practical, and strategic implications in modern urban contexts. The research employs a descriptive-analytical methodology, utilizing library sources, document analysis, and selected case studies. The findings reveal that saturated colors, due to their strong visual impact and capacity for symbolic and emotional communication, can transform static public spaces into active, meaningful, and participatory environments. These colors not only enhance legibility and visual coherence but also play a key role in shaping local identity, fostering a sense of belonging, and revitalizing deteriorated urban areas. Moreover, the growing presence of such colors in urban environments reflects the needs of contemporary social and cultural groups, as well as a response to aesthetic, functional, and communicative challenges in cities. By proposing strategies and policies for the purposeful use of saturated colors in urban design, this study highlights the importance of considering social, cultural, climatic, and technological aspects in the spatial intervention and design process of contemporary urban environments.



Corresponding author: * msholeh@shirazu.ac.ir



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

نقش رنگ‌های اشباع‌شده در طراحی فضاهای شهری معاصر

حمیدرضا شیبانی^۱، مهسا شعله^{۲*}، محبوبه نیکوئی^۳

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران، کدپستی: ۷۱۸۸۶۳۷۹۱۱.

۲- دانشیار، طراحی شهری، گروه شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران، کدپستی: ۷۱۸۸۶۳۷۹۱۱.

۳- کارشناسی ارشد، ارتباط تصویری گرافیک، گروه هنرهای تجسمی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه علم و هنر، یزد، ایران، کدپستی: ۸۹۱۶۷-۱۳۳۳۵.

چکیده

رنگ، به‌ویژه در قالب رنگ‌های اشباع‌شده، به‌منزله یکی از مؤثرترین مؤلفه‌های ارتباط دیداری در عرصه طراحی شهری و گرافیک محیطی معاصر، نقش به‌سزایی در ساختاردهی به تجربه فضایی کاربران، بازنمایی لایه‌های فرهنگی محیط و ارتقای کیفی منظر شهری ایفا می‌نماید. این نوع استفاده از رنگ، با تأکید بر بار ادراکی، نشانه‌شناختی و زیبایی‌شناختی، می‌تواند به خلق فضاهایی منسجم، معناگرا و تعامل‌محور در بستر کالبدی شهر معاصر موجب گردد. این پژوهش با هدف تحلیل کارکردهای رنگ‌های اشباع‌شده در گرافیک محیطی و معماری شهری، به بررسی مفهومی، کاربردی و راهبردی این پدیده در بافت‌های شهری معاصر می‌پردازد. روش تحقیق مبتنی بر رویکرد توصیفی تحلیلی و با تکیه بر منابع کتابخانه‌ای، اسنادی و بررسی نمونه‌های موردی منتخب انجام شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که رنگ‌های اشباع‌شده، با قدرت دیداری بالا و قابلیت برقراری ارتباط نمادین و عاطفی، قادر هستند فضاهای عمومی را از حالت ایستا به بستری فعال، معنادار و مشارکتی تبدیل کنند. این رنگ‌ها نه‌تنها در بهبود خوانایی و انسجام دیداری محیط مؤثرند، بلکه در شکل‌گیری هویت محلی، تحریک حس تعلق و بازآفرینی فضاهای فرسوده نیز نقشی کلیدی دارند. از سوی دیگر، ظهور این رنگ‌ها در محیط‌های شهری را می‌توان بازتابی از نیازهای گروه‌های اجتماعی و فرهنگی معاصر و پاسخ به چالش‌های زیباشناختی، عملکردی و ارتباطی در شهر دانست. پژوهش حاضر با ارائه راهبردها و سیاست‌هایی برای بهره‌گیری هدفمند از رنگ‌های اشباع در طراحی شهری، بر لزوم توجه به جنبه‌های اجتماعی، فرهنگی، اقلیمی و فناورانه در فرایند مداخله و طراحی فضاهای شهری معاصر تأکید می‌نماید.

اطلاعات مقاله

تاریخچه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۰۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۴/۳۰

در دسترس به صورت الکترونیکی: ۱۴۰۴/۰۵/۱۴

شاپا چاپی: ۲۲۵۱-۷۲۷۸

شاپا الکترونیکی: ۲۳۸۳-۲۲۲۳

DOI: 10.30509/jscw.2025.167532.1233

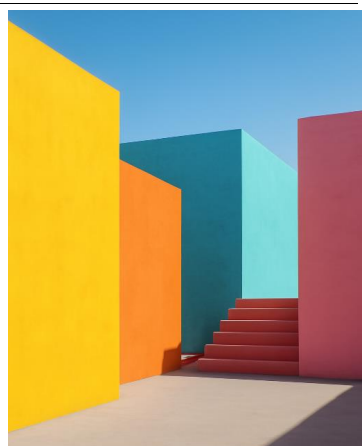
واژه‌های کلیدی:

رنگ اشباع‌شده

گرافیک محیطی

فضاهای عمومی

طراحی شهری معاصر



Corresponding author: * msholeh@shirazu.ac.ir



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

۱- مقدمه

در میان مؤلفه‌های مؤثر بر تجربه فضایی انسان در محیط‌های شهری، رنگ یکی از برجسته‌ترین ابزارهای ادراک دیداری محسوب می‌شود (۱). رنگ نه تنها جلوه‌ای زیبایی‌شناسانه به فضاهای شهری می‌بخشد، بلکه نقش مهمی در شکل‌دهی به هویت شهری، تعاملات اجتماعی، حس تعلق و سازمان‌دهی دیداری ایفا می‌کند (۳، ۲). در دهه‌های اخیر، گرایش به استفاده از رنگ‌های اشباع‌شده^۱ در گرافیک محیطی، طراحی مبلمان شهری، نمای ساختمان‌ها و هنر شهری افزایش یافته است. این نوع از رنگ‌ها به دلیل شدت بالا، خلوص نوری و درخشش، می‌توانند تأثیرات روانی، هیجانی و اجتماعی قابل توجهی بر کاربران فضا داشته باشند. ظهور و گسترش رنگ‌های اشباع‌شده در فضاهای عمومی شهری، نتیجه ترکیبی از پیشرفت‌های فناوری، تحولات فرهنگی و رشد شبکه‌های اجتماعی تصویربنیان است. این رنگ‌ها در محیط‌های شهری نه تنها برای تزئین فضا، بلکه به عنوان ابزار برندسازی، بازآفرینی شهری، نمایش تنوع فرهنگی و جذب تعاملات اجتماعی به کار رفته‌اند. در این فضاها، رنگ به یکی از زبان‌های اصلی طراحی و هویت‌بخشی تبدیل شده است. با این حال، استفاده از رنگ‌های اشباع‌شده در فضای شهری، به همان اندازه که دارای ظرفیت‌های نوآورانه و کاربردی است، با چالش‌هایی همچون اغتشاش دیداری، فرسایش رنگ، ناسازگاری با زمینه بومی و یکسان‌سازی هویتی نیز روبه‌روست. از این رو، بررسی علمی و چندبعدی این پدیده، در طراحی شهری معاصر ضرورت دارد. پژوهش حاضر به روش توصیفی تحلیلی انجام شده و با هدف بررسی نقش رنگ‌های اشباع‌شده در گرافیک محیطی و معماری شهری معاصر شکل گرفته است. این مطالعه می‌کوشد تا ضمن معرفی ظرفیت‌های روانی، اجتماعی و هویتی این نوع از رنگ‌ها، به تحلیل نمونه‌های موفق جهانی، شناسایی چالش‌ها و ارائه راهکارهایی برای ارتقای کیفیت دیداری و عملکردی فضاهای شهری بپردازد. نوآوری این تحقیق در آن است که برخلاف بسیاری از پژوهش‌های داخلی که تمرکز آن‌ها بر مناظر رنگی در بافت‌های تاریخی است، این مطالعه بر کاربرد رنگ‌های اشباع‌شده در فضاهای شهری معاصر تمرکز دارد.

رنگ‌های اشباع‌شده به رنگ‌هایی گفته می‌شود که از نظر خلوص و شدت رنگی در بالاترین سطح خود قرار دارند. این رنگ‌ها فاقد خاکستری یا سفیدی هستند و بیشترین تأثیر دیداری را بر مخاطب می‌گذارند. رنگ اشباع‌شده یک رنگ "خالص" محسوب می‌شود و در ادراک دیداری، به‌ویژه در فضاهای شهری و طراحی محیطی، توجه بیننده را به شدت جلب می‌کند. این نوع رنگ‌ها اغلب برای القای هیجان، انرژی و تأکید در گرافیک محیطی، طراحی شهری و تبلیغات استفاده می‌شوند (۴). رنگ‌های اشباع‌شده، به واسطه شدت و خلوص بالا، قابلیت چشم‌گیری در تعریف هویت دیداری، سازمان‌دهی فضایی و ارتقاء کیفیت

زیبایی‌شناختی فضاهای شهری دارند. استفاده هدفمند از این رنگ‌ها می‌تواند منجر به شکل‌گیری چشم‌اندازهای شهری متمایز، افزایش خوانایی محیط و برجسته‌سازی عناصر کالبدی شود. با این حال، در صورت عدم توجه به زمینه و بستر از منظر زمینه‌های فرهنگی، اقلیمی و تاریخی، ممکن است حضور رنگ‌های اشباع‌شده باعث اغتشاش دیداری، گسست منظر شهری و اختلال ترکیب‌بندی و تناسب دیداری شود. همچنین، پایداری رنگ در برابر شرایط محیطی و کمبود الگوهای نظری در طراحی هماهنگ با بستر، از چالش‌های اصلی به‌کارگیری آن‌هاست. از این رو، بهره‌گیری مؤثر از رنگ‌های اشباع‌شده نیازمند رویکردی زمینه‌محور، منسجم و مبتنی بر اصول منظر شهری و زیبایی‌شناسی محیطی است.

۲- پیشینه تحقیق

در دهه‌های اخیر، کاربرد رنگ‌های اشباع‌شده در طراحی شهری، معماری معاصر و گرافیک محیطی به عنوان پاسخی به یکنواختی و افت کیفیت دیداری فضاهای شهری مورد توجه قرار گرفته است. این رویکرد، متأثر از جریان‌هایی همچون هنر شهری، طراحی پست‌مدرن و توسعه رسانه‌های محیطی، منجر به ظهور رویکردهای نو در سازمان‌دهی منظر شهری و تقویت هویت فضا شده است (۶، ۵). در بسیاری از شهرهای جهان، رنگ‌های اشباع‌شده به عنوان ابزاری برای هدایت چشمی، انسجام محیطی و بازآفرینی فضاهای فرسوده به کار رفته‌اند (۸، ۷). در حوزه مطالعات رنگ در شهر پژوهش‌های متعددی انجام شده اما کمتر توجهی به مقوله کاربرد رنگ‌های اشباع‌شده در محیط‌های شهری شده است. مطالعه «رنگ‌های نوظهور: روندها، تقاضاها و چالش‌های جدید در محیط‌های شهری معاصر» یکی از نخستین مقالاتی است که به صورت جامع به بررسی روند جهانی کاربرد رنگ‌های اشباع‌شده در طراحی فضاهای عمومی پرداخته است. این پژوهش با اتکا به روش تحلیل محتوای پروژه‌های طراحی معاصر، نشان می‌دهد که رنگ‌های اشباع‌شده نه تنها نقش زیبایی‌شناختی دارند، بلکه به عنوان ابزارهایی کنش‌گر در پاسخ به نیازهای اجتماعی، فرهنگی و فناورانه شهرهای معاصر عمل می‌کنند. نقطه قوت این مطالعه، ارائه چارچوبی نظری برای تحلیل رنگ به مثابه پدیده‌ای بین‌رشته‌ای است که همزمان در سطوح زیبایی‌شناسی، هویت‌سازی و سیاست‌گذاری شهری عمل می‌کند (۵). در مقابل، مقاله «روند نوظهور رنگ اشباع‌شده در محیط شهری معاصر: بازنگری در مفهوم رنگ» رویکردی کمی‌تر و مبتنی بر داده‌های آماری اتخاذ کرده است. این پژوهش با تحلیل روندهای طراحی از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۸، به‌ویژه در زمینه برندسازی شهری، به بررسی رابطه میان رنگ‌های اشباع‌شده و فرایندهای معناسازی شهری پرداخته و بر تغییر مفهومی جایگاه رنگ در طراحی

¹ Saturated colors

جریان زندگی شهری رخ داد و به تولد هنر شهری انجام شد. با این حال، صرفاً قرار دادن آثار هنری در فضای شهری، به معنای هنر شهری بودن آنها نیست. متأسفانه، هنر شهری در موارد زیادی به تزئین شهر یا رفع اغتشاشات دیداری محدود شده و ارتباط واقعی با هویت شهری نیافته است. هنر شهری عمدتاً مخاطب‌محور است و جامعه نقش اصلی را در درک و تفسیر آن دارد. هنگامی یک اثر هنری شهری موفق است که همه مخاطبان و هنرمندان فعال را برانگیخته و تنها به ظاهر زیبا و روش‌های هنری اکتفا کند. به بیان دیگر، کیفیت هنر شهری از هم‌آمیزی ظاهر اثر با معنا و تجربه ذهنی مخاطبان شکل می‌گیرد (۱۷-۱۴). رنگ به عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر ارتباطی در هنر شهری، نقش بنیادی در شکل‌دهی به تجربه فضایی، هدایت ادراک مخاطب و مکان‌های تقویت هویت ایفا می‌نماید. در گرافیک محیطی، رنگ نه تنها برای زیباسازی به کار می‌رود، بلکه ابزاری برای سازماندهی محیط، خوانایی محیط و ارتقا کیفیت ارتباط میان انسان و محیط ایجاد می‌شود (۱۷). در هنر شهری نیز رنگ به عنوان یک زبان دیداری، پیام‌های فرهنگی، اجتماعی و تاریخی را منتقل کرده و زمینه فعالیت‌های فعال با فضاهای عمومی را فراهم می‌کند. در حوزه معماری و شهرسازی، رنگ به عنوان بخشی از منظر شهری شناخته می‌شود و در انسجام‌بخشی به اجزای مختلف شهر، خلق هویت محلی و تقویت حس مکان نقش کلیدی دارد. رنگ یکی از عناصر بنیادین در شکل‌دهی به تجربه فضایی و محیط در هنر شهری به شمار می‌رود. در حوزه معماری منظر و طراحی شهری، رنگ نه تنها جنبه زیبایی‌شناختی دارد، بلکه به عنوان ابزاری برای هدایت حرکت، القای هویت مکان و فعالیت احساسات عمل می‌کند (۲۰-۱۸). کوین لینچ^۴ در کتاب سیمای شهر^۵ بر نقش رنگ در شناسایی و خوانایی شهر تأکید می‌کند. او رنگ را عاملی می‌داند که به فهم بهتر فضاها و مسیرها کمک می‌کند و در تقویت تصویر ذهنی از محیط نقش مؤثری دارد. رنگ در هنر شهری نیز همین کارکرد را دارد؛ با ایجاد تباین و تضاد و جلب توجه، به افراد کمک می‌کند تا مکان‌ها را بهتر به خاطر بسپارند یا به آن‌ها واکنش احساسی نشان دهند (۱۸). گوردون کالن^۳ در کتاب منظر شهری^۴ رنگ را در کنار نور، بافت و مقیاس از عوامل اصلی توالی دیداری^۵ در شهر می‌داند. او معتقد است که استفاده هدفمند از رنگ می‌تواند توالی فضاهای شهری را پویاتر و تجربه عبور از آنها را لذت‌بخش‌تر کند (۲۰). در هنر شهری معاصر، رنگ به عنوان زبانی دیداری برای انتقال پیام‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی نیز عمل می‌کند. آثار هنری در فضاهای عمومی با استفاده از پالت‌های رنگی مشخص، می‌توانند حس شادی، اعتراض یا همبستگی را به مخاطب القا کنند (۲۳-۲۱). جدول ۱ به بررسی پژوهش‌های کلیدی درباره نقش رنگ در طراحی و ادراک شهری از دهه ۱۹۶۰ تا سال ۲۰۲۴ میلادی پرداخته است (۴۳-۲۴).

شهری معاصر تأکید دارد. در مقایسه با مطالعه نخست، این مقاله از منظر تاریخی و تحلیلی، به بررسی دینامیک‌های تحول رنگ در بسترهای اقتصادی و ارتباطی معاصر پرداخته و بر لزوم بازتعریف کارکردهای رنگ در پاسخ به تحولات جهانی تأکید دارد (۹). مطالعه سوم با عنوان «زیبایی در رنگ صورتی؛ رنگ صورتی در معماری و محیط ساخته‌شده: نمادشناسی، سنت‌ها و کاربردهای معاصر» از منظر نشانه‌شناسی فرهنگی به تحلیل رنگ اشباع‌شده پرداخته است. این مقاله، برخلاف دو مطالعه پیشین، با تمرکز بر رنگ خاصی (صورتی) و تحلیل کاربرد آن در بیش از ۱۰۰ نمونه معماری و شهری، رنگ را به‌مثابه رسانه‌ای چندلایه برای انتقال مفاهیم فرهنگی، جنسیتی، و اجتماعی بررسی می‌کند. از این منظر، پژوهش مذکور نشان می‌دهد که کارکرد رنگ اشباع‌شده به‌شدت به بافت فرهنگی و زمینه اجتماعی وابسته است، و طراحی معنادار تنها از رهگذر درک این زمینه‌ها حاصل می‌شود (۱۰). در نهایت، مقاله «خیابان صورتی در کایش دو سودره: تغییرات شهری و حکمرانی مرزی در منطقه‌ای شبانه در لیسبون» با رویکردی انتقادی-سیاسی به بررسی نقش رنگ در پروژه‌های بازآفرینی شهری شبانه می‌پردازد. در این مطالعه، رنگ صورتی اشباع‌شده نه‌فقط به‌عنوان عنصری زیباساز، بلکه به‌عنوان ابزاری راهبردی در فرایندهای حکمرانی، کنترل اجتماعی و بازتعریف هویت شهری تحلیل شده است. تفاوت بنیادین این مطالعه با سایر مقالات در تأکید بر تضادهای میان سیاست‌های زیباسازی و اثرات اجتماعی آن‌ها، به‌ویژه بر ساکنان محلی، است (۱۱).

بر اساس مقایسه این مطالعات، می‌توان دریافت که اگرچه تمامی مقالات به اهمیت روزافزون رنگ‌های اشباع‌شده در طراحی شهری اشاره دارند، اما از نظر رویکرد نظری، سطح تحلیل و چارچوب مفهومی تفاوت‌هایی قابل‌توجه میان آن‌ها وجود دارد. برخی همچون مقاله نخست، بر تحول مفهومی نقش رنگ در بسترهای شهری معاصر تأکید دارند، در حالی که برخی دیگر با دیدگاه فرهنگی، تاریخی یا سیاسی، به تحلیل این پدیده پرداخته‌اند.

۳- مفهوم رنگ در طراحی شهری

برای پرداختن به موضوع رنگ در طراحی شهری و زیر شاخه‌های آن نظیر هنر شهری، معماری شهری و گرافیک محیطی، باید یک الگوی رنگی جامع بر اساس تحقیقات علمی و تحلیل کارشناسان (طراحان، هنرمندان و پژوهشگران عرصه هنر و شهر) با در نظر گرفتن شرایط منطقه‌ای و هویت محلی ایجاد شود (۱۳، ۱۲). در قرن بیستم، بزرگ‌ترین تحول هنر در ارتباط با شهر، بیرون آوردن هنر از موزه‌ها و گالری‌ها و وارد کردن آن به زندگی روزمره شهری بود. این تغییر با هدف مستقیم با محیط و حضور در

⁴ The concise townscape

⁵ Visual serialism

¹ Kevin Lynch

² The image of the city

³ Gordon Cullen

جدول ۱: خلاصه‌ای از پژوهش‌های کلیدی درباره نقش رنگ در طراحی و ادراک شهری (۱۹۶۰-۲۰۲۴ میلادی) براساس منابع (۲۴-۴۳).

Table 1: Summary of key studies on the role of color in urban design and perception (1960–2024), based on references (24–43).

Author(s) & Year	Title of Study	Key Findings (Summary)	Ref.
Özcan & Celik, 2024	Environmental color analysis in Adana	Color improves aesthetics and preserves cultural identity	(24)
Jaglarz, 2023	Perception of Color	Color affects emotion and spatial understanding.	(25)
Badami, 2022	Urban image in Egadi Islands	Color planning sustains cultural image.	(26)
Yang, 2020	Seasonal color change	Seasonal shifts guide adaptive design.	(27)
Zabetian & Kheiroddin, 2020	Imam Hossein Sq. color perception	Fixed colors shape identity and perception.	(28)
Naibieh et al., 2018	Color in Isfahan furniture	Safavid color use builds identity and unity.	(29)
Ahmadi, 2018	Psychological color approach	Localized color plans are essential.	(30)
Jalalpour et al., 2016	Psychological effects of color	Unified color links urban elements.	(31)
Kafshchian & Pahlevan, 2016	Color in Enqelab St., Tehran	Calm tones and greenery recommended.	(32)
Soleimanifar & Moslemi, 2016	Color in Sari	Color affects mood, identity, and perception.	(33)
Hasani & Saberi, 2013	Jolfa Square, Isfahan	Harmony in color boosts aesthetics.	(34)
Einollahi, 2013	Urban color palette	"Color palette" improves space quality.	(35)
Tadayon, 2011	Sepah St., Isfahan	Warm tones preferred; symbolic meaning matters.	(36)
Mahmoudi & Shakiba Manesh, 2011	Color in architecture/urbanism	Understanding color is fundamental.	(37)
Beigi, 2010	Perception of color diversity	Color balance creates unity and variety.	(38)
Stamps, 2004	Urban legibility analysis	Color improves coherence and legibility.	(39)
Janssens, 2001	Facade color perception	Color choices affect shared aesthetics.	(40)
Lancaster, 2000	Color Scape	Promotes visual harmony and memorability.	(41)
Porter & Mikellides, 1976	Color for Architecture	Climate informs color and unity in design.	(42)
Jean-Philippe Lenclos, Dominique Lenclos / 1960s-2004	Books: Colors of France, Houses and Landscapes, Colors of Europe, Geography of Colors, Mediterranean Colors	Focused on identifying vernacular colors and their role in enhancing the quality of living environments.	(43)

شهر ایفا کرده‌اند. این روند با گسترش شبکه‌های اجتماعی تصویربنیان نظیر اینستاگرام، شدت بیشتری یافته و موجب شده فضاهای رنگارنگ شهری به نقاط عکاسی و جاذبه‌های جدید شهری تبدیل شوند. بنابراین، رنگ در گرافیک محیطی و هنر شهری نه فقط ابزاری تزئینی، بلکه یک راهبرد کلیدی برای تعامل اجتماعی، ارتقا کیفیت زندگی شهری، و بازتعریف تصویر ذهنی از شهر محسوب می‌شود (۴۶-۵۰).

برای شناخت و بررسی رنگ در معماری شهری، گرافیک محیطی، زیباسازی شهری و نظایر آن که از جمله مباحث طراحی شهری است، باید یک الگوی رنگی جامع بر اساس تحقیقات علمی و تحلیل کارشناسان با در نظر گرفتن شرایط منطقه‌ای و هویت محلی ایجاد شود (۳). یک طرح رنگی هماهنگ با ویژگی‌های منطقه‌ای باید دو ویژگی اساسی داشته باشد. نخست، باید دارای ویژگی منطقه‌گرایی باشد. منطقه‌گرایی بیانگر یگانگی یک مکان خاص از نظر تاریخ،

۴- کاربست رنگ در گرافیک محیطی و معماری شهری

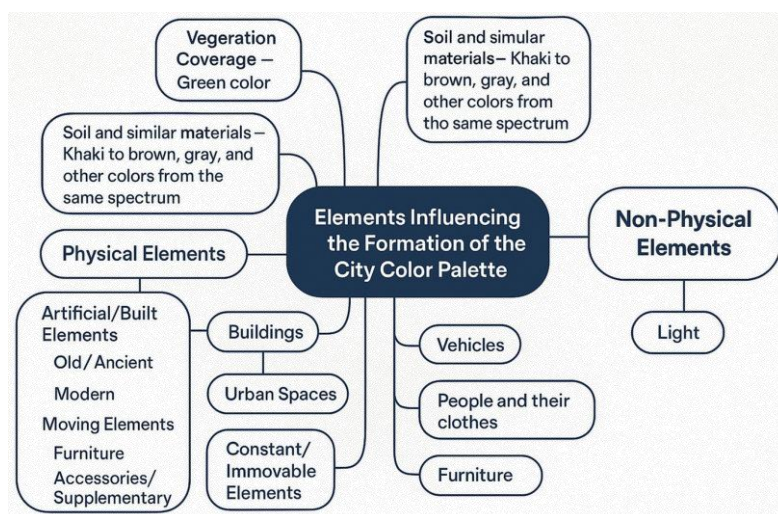
رنگ در محیط یکی از بارزترین تمایزات محسوس در ادراک محیطی است. رنگ همچنین یکی از ویژگی‌هایی است که به زیبایی‌شناسی طراحی شهری کمک می‌کند (۴۴، ۴۵). گرافیک محیطی شامل همه عناصر دیداری محیط شهری است که با کمک رنگ، هماهنگی دیداری، زیبایی‌شناسی و هویت‌بخشی به فضاهای شهری را ممکن می‌کند. در گرافیک محیطی، رنگ به عنوان زبان دیداری میان شهر و شهروندان عمل می‌کند؛ این زبان به بهبود تجربه حضور در فضاهای عمومی، افزایش حس تعلق و شکل‌گیری تصویر ذهنی مثبت از محیط کمک می‌کند. همچنین، رنگ در نشانه‌گذاری مسیرها، فضاهای شاخص شهری و ارتقا ایمنی محیط‌های شهری اهمیت ویژه‌ای دارد. در هنر شهری، رنگ ابزاری حیاتی برای بیان مفاهیم اجتماعی، فرهنگی و زیبایی‌شناسانه است. رنگ‌های اشباع شده در پروژه‌های معاصر هنر شهری، نقش بسیار مهمی در برندسازی شهری، جذب گردشگر و توسعه هویت دیداری

فرهنگ، ویژگی‌های شهری و جغرافیا است (۵۱). به‌عنوان مثال، فرهنگ دریایی می‌تواند در مناطق ساحلی از طریق طراحی رنگ در معماری بازتاب یابد (۵۲). مطالعات هونگ^۱ و همکارانش نشان داده است که در طراحی معماری، ایجاد منطقه‌گرایی رنگی از طریق استفاده از رنگ‌ها و مصالحی که با محیط پیرامون و توسعه شهری سازگارند، به حفظ شخصیت شهری و ارزش‌های فرهنگی محلی کمک می‌کند (۵۳). دوم، این طرح باید دارای وحدت باشد. وحدت بر پایه منطقه‌گرایی ایجاد می‌شود و به معنای ایجاد یک ویژگی مشترک در رنگ‌های منطقه است. در برخی شهرها، وحدت به معنای یکسان‌بودن تمامی رنگ‌های شهر نیست، بلکه می‌تواند شامل طیف وسیعی از رنگ‌ها باشد، مشروط بر اینکه در تنوع خود، وحدت را حفظ کند (۵۴)؛ اما در برخی شهرها، وحدت ممکن است به معنای یکپارچگی طیف رنگی در یک هماهنگی^۲ خاص باشد که عمدتاً به محیط جغرافیایی، تاریخی و فرهنگی شهر بستگی دارد (۵۱). خوسه لوئیس سرت^۳ وحدت را یکی از اصول اساسی تمامی شهرهایی می‌داند که به‌عنوان شهرهای زیبا شناخته می‌شوند (۵۵). رنگ، به‌عنوان عنصری بیانگر در طراحی معماری، می‌تواند برای ایجاد هماهنگی و وحدت به کار گرفته شود (۵۶). در مقابل، «رنگ‌های جدید» که با هدف ایجاد جلوه‌های دیداری و بدون رعایت اصول جغرافیای رنگی به کار می‌روند، می‌توانند موجب از بین رفتن ویژگی‌های فرهنگی بسیاری از شهرها شوند (۵۷-۵۹). گرین-آرمیتیج^۴ معتقد است که استفاده از رنگ‌های معماری که هویت منطقه‌ای را نادیده گرفته و بدون توجه به زمینه، از روندهای بین‌المللی رنگ تبعیت می‌کند، هویت و حس اجتماعی شهر را تضعیف می‌کند (۶۰). پیوند نزدیکی را بین ویژگی رنگی یک محیط زندگی و موقعیت

جغرافیایی آن می‌توان بررسی کرد. طیف رنگی یک محیط ساخته شده احتمالاً نتیجه ترکیبی از تأثیر آب و هوا، زمین‌شناسی، نور، مواد محلی، رفتارهای اجتماعی- فرهنگی و سنت‌ها است (۵۱). در میان همه این عناصر، مصالح بومی نقش تعیین‌کننده‌ای در طراحی رنگ محیطی دارند. قبل از اینکه انواع رنگدانه‌ها و رنگ‌ها به صورت انبوه تولید شوند و به طور گسترده در دسترس قرار گیرند، ساکنان از مصالح بومی برای ساخت‌وساز استفاده می‌کردند که هم مقرون‌به‌صرفه و هم کافی بود. بنابراین، ویژگی‌های رنگی یک محیط ساخته شده عمدتاً از رنگ‌های ذاتی مواد مانند سنگ، آجر و چوب یا از رنگدانه‌های طبیعی بومی ناشی می‌شود. ویژگی رنگی متمایز خاص محیط، حس مکان را ایجاد می‌کند و به عنوان وسیله‌ای برای اثبات هویت اجتماعی، فرهنگی و منطقه‌ای عمل می‌کند (۵۷). برای تبیین جایگاه رنگ در گرافیک محیطی و معماری شهری باید عناصر مؤثر در تشکیل پالت منظر رنگی شهر را دسته‌بندی و تقسیم‌بندی کرد که در شکل ۱ ارائه شده است (۶۱-۶۴).

۵- رنگ به‌عنوان ابزار طراحی و هویت‌بخشی

در فرایند طراحی شهری، رنگ تنها یک عنصر دیداری یا تزئینی نیست، بلکه ابزاری کارآمد برای بازتاب هویت، بیان فرهنگی و سازماندهی فضایی محسوب می‌شود. رنگ می‌تواند به‌صورت آگاهانه، پیام‌های فرهنگی، اجتماعی و حتی عملکردی را به مخاطبان منتقل کند و به‌عنوان واسطه‌ای برای درک و تفسیر فضاهای شهری عمل نماید (۲۰، ۱۸، ۱۴). از منظر هویت‌بخشی، رنگ‌ها واجد بار نمادین و حافظه‌محور هستند؛ آن‌ها می‌توانند تداعی‌گر تاریخ، فرهنگ، اقلیم و حتی سیاست‌های محلی یک شهر باشند.



شکل ۱: عناصر مؤثر بر تشکیل پالت رنگی شهر (۶۱-۶۴).

Figure 1: Elements influencing the formation of the city color palette (61-64).

³ Jose Luis Sert

⁴ Green-Armytage

¹ Hong

² Harmony

پروژه‌هایی همچون «فاولا پینتینگ» در ریو دو ژانیرو، که در سال ۲۰۰۵ با همکاری هنرمندانی هلندی و مشارکت ساکنان محله‌های حاشیه‌نشین اجرا شد و همچنین نمونه‌هایی از مداخلات خلاقانه در بافت‌های تاریخی فیلادلفیا، از جمله تجربیاتی هستند که در آن‌ها رنگ به ابزار بیان جمعی تبدیل شده است. رنگ‌های اشباع‌شده، برگرفته از نمادهای بومی و خاطرات محلی، در این پروژه‌ها بر چهره بناها نشسته‌اند تا نه تنها جلوه‌ای نو به فضا ببخشند، بلکه امکان گفت‌وگوی تازه‌ای میان شهر و شهروندان پدید آورند (۶۷). چنین مداخلاتی، با تبدیل مشارکت ساکنان به بخشی از فرایند طراحی و اجرا، مرز میان طراح، مخاطب و فضا را از میان برداشته و رنگ را به زبانی مشترک برای بازتعریف هویت شهری بدل کرده‌اند. به این ترتیب، بازآفرینی از سطح کالبدی فراتر رفته و به ساحتی فرهنگی و اجتماعی رسیده است؛ جایی که رنگ، در مقام رمزگذار حافظه جمعی و پیونددهنده گذشته، حال و آینده، نقشی بنیادین در احیای حس مکان ایفا می‌کند. با این حال، استفاده از رنگ در بازآفرینی شهری با چالش‌هایی نیز همراه است. ناسازگاری رنگ‌های اشباع با بافت تاریخی، مشکلات مربوط به دوام و ثبات رنگ در برابر شرایط محیطی (نور، باران، آلودگی)، و مقاومت فرهنگی یا ادراکی برخی جوامع محلی نسبت به این تغییرات، از جمله ملاحظات هستند که در اجرای پروژه‌ها باید مدنظر قرار گیرند (۴، ۲۱، ۵۴). با توجه به ظرفیت‌های رنگ در ایجاد پیوند با هویت محلی و تقویت حس تعلق مکانی، می‌توان از آن به عنوان ابزاری راهبردی در فرایند بازآفرینی شهری بهره گرفت. رنگ نه تنها به صورت دیداری، بلکه به عنوان زبان فرهنگی و روانی، می‌تواند واسطه‌ای برای ارتباط میان فضا و کاربران آن باشد و سبب خلق تجربه‌ای معنادار، زنده و متمایز در بستر شهری گردد (۶، ۲۵، ۵۹).

۷- بیان زبان گرافیک محیطی و رنگ در شهرهای معاصر

دلیل اطلاق واژه «زبان» به گرافیک و رنگ در عناصر دیداری این است که بیان آن‌ها شباهت زیادی به زبان شناختی دارد. زبان‌های گرافیک و رنگ به عنوان رایج‌ترین ابزارهای ارتباط دیداری، دارای قدرت انتقال پیام در سطحی فراتر از مرزهای ملی، زمانی، مکانی و گروه‌های سنی هستند. زبان گرافیک و رنگ، انعطاف‌پذیرترین شیوه بیان در فرایند ادراک دیداری است و به عنوان یک ابزار زنده و شهودی، قادر است اطلاعات را به شیوه‌ای مؤثر به مخاطب انتقال دهد. این ابزارها نه تنها در ارائه اطلاعات، بلکه در برانگیختن واکنش‌های احساسی و ارتباط روانی با افراد از طریق ادراک دیداری، نقش کلیدی ایفا می‌کنند (۶۱، ۵۹). تحولات استفاده از رنگ در محیط‌های ساخته‌شده از آغاز هزاره جدید مشهود بوده است. با این حال، لانکو^۱ به روندی تحت عنوان

به‌ویژه رنگ‌های اشباع‌شده با حضور قدرتمند خود در فضا، نقش پررنگی در تقویت حس مکان، تعلق اجتماعی و تصویر ذهنی شهروندان ایفا می‌کنند (۶، ۱۵، ۱۹). این رنگ‌ها همچنین می‌توانند برای بازنمایی تفاوت‌های فرهنگی یا انسجام اجتماعی در محله‌های متنوع و چندفرهنگی به کار روند. از منظر طراحی، رنگ در سازماندهی فضایی و هدایت ادراک کاربران نقش دارد. انتخاب هوشمندانه پالت رنگی در فضاهای عمومی نه تنها به زیبایی محیط می‌افزاید، بلکه به وضوح عملکردها، افزایش خوانایی محیط، تقویت پیوستگی دیداری و شکل‌دهی به نظام معناشناختی شهر کمک می‌کند (۲، ۵، ۲۱). افزون بر آن، در پروژه‌های موفق شهری، رنگ نه تنها به عنوان بخشی از طراحی منظر، گرافیک محیطی و نماها به کار رفته، بلکه به عنوان زبان طراحی، در کنار نور، بافت و فرم، توانسته است یک بیان چندلایه و غنی از محیط خلق کند؛ بیانی که در ادراک شهری تأثیر بسزایی دارد و به شکل‌گیری حافظه جمعی فضا یاری می‌رساند (۴، ۷، ۱۷).

۶- بازآفرینی شهری از طریق رنگ

بازآفرینی شهری مفهومی چندبعدی در برنامه‌ریزی و طراحی شهری است که هدف آن احیای فضاهای ناکارآمد، فرسوده یا بی‌هویت از طریق مداخله‌های کالبدی، اجتماعی و فرهنگی می‌باشد. این فرایند با ایجاد پیوند میان هویت تاریخی، نیازهای معاصر و رویکردهای نوین طراحی، به ارتقا کیفیت زندگی شهری کمک می‌کند (۱۱، ۱۹). رنگ، به‌ویژه رنگ‌های اشباع‌شده، در این زمینه نقشی فراتر از عنصر تزئینی ایفا می‌کند. این رنگ‌ها به واسطه‌ی قدرت دیداری، قابلیت تحریک هیجانات و تأثیرگذاری بر ادراک، قادرند فضاهای مرده، ناامن یا بی‌روح را به فضاهایی زنده، معنادار و پرتعامل تبدیل کنند (۱۸، ۲۲، ۳). از منظر روانی، رنگ‌های اشباع‌شده می‌توانند حس شادی، انرژی و ایمنی را القا کنند. از منظر اجتماعی، سبب افزایش تعاملات، تعلق مکانی و ارتباط میان کاربران فضا می‌شوند (۷، ۱۷). همچنین از نظر هویتی، رنگ عاملی مؤثر در بازنمایی فرهنگ بومی و حافظه جمعی است و در زیبایی‌شناسی نیز به خلق جذابیت دیداری، وضوح فضایی و تقویت خوانایی محیط کمک می‌کند (۲، ۵، ۲۰).

در سال‌های اخیر، جریان‌هایی با محوریت مکان‌سازی خلاق، به بازآفرینی شهری از منظری نو پرداخته‌اند؛ منظری که در آن، رنگ به عنوان ابزاری فراتر از تزئین، نقشی حیاتی در احیای حیات اجتماعی و فرهنگی شهر ایفا می‌کند (۶۵). در این رویکرد، رنگ نه صرفاً پوششی دیداری، بلکه بازتابی از خلاقیت جمعی و تجربه زیسته ساکنان است که با درآمیختن لایه‌های فرهنگی و هنری، فضاهایی فرسوده و بی‌هویت را به محیط‌هایی زنده، معناگر و سرشار از تعلق بدل می‌سازد (۶۶).

¹ Jean-Philippe Lenclos

آخر، یکی از بسترهای اصلی برای گسترش استفاده از رنگ در محیط‌های شهری محسوب می‌شود. پیشرفت در فناوری رنگ‌سازی، به‌ویژه در تولید رنگدانه‌ها و پوشش‌های مقاوم در برابر شرایط محیطی (نظیر اشعه UV، بارندگی، آلودگی هوا و سایش)، امکان استفاده گسترده‌تر، بادوام‌تر و با تنوع بالاتر را در اختیار طراحان قرار داده است. امروزه مصالح رنگی از محدودیت‌های گذشته رها شده‌اند و طیفی از مواد نوآورانه همچون رنگ‌های حساس به نور، رنگ‌های حساس به دما و پوشش‌های مبتنی بر فناوری نانو وارد حوزه طراحی شهری شده‌اند. این تحولات فناوریانه نه تنها کیفیت اجرایی را ارتقا داده‌اند، بلکه باعث شده‌اند طراحان با آزادی بیشتری به آزمون و تجربه نقش رنگ در شکل‌دهی فضاهای شهری بپردازند. در این میان، پیشرفت در روش‌های اعمال رنگ (نظیر رنگ‌پاشی صنعتی، چاپ دیجیتال بر سطوح معماری، و روش‌های نورپردازی رنگی) نیز بر این روند تأثیرگذار بوده‌اند (۱۳).

■ تأثیر فرهنگ اینترنتی و رسانه‌های دیجیتال بر محبوبیت رنگ‌های اشباع‌شده: از آغاز قرن بیست و یکم، فرهنگ دیجیتال، به‌ویژه رسانه‌های تصویری و شبکه‌های اجتماعی، نقش پررنگی در تغییر ذائقه‌های دیداری عمومی ایفا کرده‌اند. رنگ‌های اشباع‌شده، درخشان و با تباين بالا که پیش‌تر در هنرهای مردمی و گرافیک دهه ۶۰ میلادی دیده می‌شدند، اکنون به یکی از مؤلفه‌های کلیدی در طراحی محیط‌های شهری بدل شده‌اند. با افزایش میل به "فضاهای اینستاگرامی" یا "مکان‌های تصویری"، استفاده از رنگ‌های برجسته ابزاری مؤثر در جذب مخاطب و افزایش تعامل با فضا شده است. رنگ در اینجا نه تنها عنصر زیبایی‌شناختی، بلکه ابزار ارتباطی و مشارکتی است که با ذهنیت کاربر رسانه‌محور هم‌راستا می‌شود. در چنین بستری، طراحان، معماران و هنرمندان محیطی، با بهره‌گیری از فرهنگ دیجیتال، پروژه‌هایی خلق می‌کنند که قابلیت بازنشر دیداری بالا داشته باشند و هویت دیداری خاصی برای فضاهای عمومی ایجاد کنند (۶۶).

■ پاسخ‌گویی رنگ به نیازهای عملکردی و روان‌شناختی فضاهای معاصر: رنگ دیگر تنها برای تزئین یا تمایز دیداری به کار نمی‌رود، بلکه به عنوان ابزاری راهبردی برای بازآفرینی معنا، هویت و کارکرد فضاهای عمومی به کار گرفته می‌شود. فضاهای شهری امروز نیازمند انعطاف‌پذیری بیشتر و پاسخ‌گویی سریع‌تر به نیازهای چندگانه شهروندان هستند. در چنین شرایطی، رنگ می‌تواند با کمترین مداخله فیزیکی، بیشترین تأثیر را بر درک و تجربه فضایی بگذارد. برای مثال، در نواحی بدون استفاده یا فضاهای فاقد زندگی شهری مانند زیرگذرها، فضاهای بینابینی، یا محوطه‌های متروکه - رنگ می‌تواند عاملی برای باززنده‌سازی و ایجاد حس تعلق مجدد شود. همچنین، در پروژه‌های بهسازی شهری، استفاده از رنگ‌های زنده و فعال می‌تواند ابزار مؤثری در کاهش احساس ناامنی، بی‌هویتی یا کسالت در فضاهای عمومی

«جهانی‌شدن رنگ» اشاره کرده است که طی آن، استفاده از رنگ در ساخت‌وساز به‌طور فزاینده‌ای استاندارد و یکنواخت در سراسر جهان شده است. تحت تأثیر جهانی‌شدن و توسعه سریع فناوری رنگ، عصر حاضر به محدودیت‌های کمتری در انتخاب مصالح و شیوه‌های استفاده از آن‌ها در محیط‌های ساخته‌شده منجر شده است. با این وجود، در بسیاری از مکان‌های تاریخی و بومی، مفهوم «جغرافیای رنگ» لانکو همچنان نقش اساسی در حفظ هویت بومی و محلی، سنت‌های فرهنگی و اجتماعی مرتبط ایفا می‌کند. یکی از نمونه‌های بارز باززنده‌سازی رنگ در بافت شهری، برنامه اجراشده در شهر تورین، ایتالیا است. با این حال، توسعه و دسترسی به رنگدانه‌ها، مصالح رنگی و تکنیک‌های پوشش رنگ موجب شده است که تصمیمات مرتبط با رنگ کمتر وابسته به مواد بومی باشد و در نتیجه، زمینه‌ای برای ترویج بیانیه‌های رنگی جدید در بسیاری از شهرها فراهم آید. در دو دهه اخیر، زبان جدیدی از طراحی رنگ در محیط‌های شهری جهانی ظهور یافته است. امروزه شکافی عمیق بین فهم پتانسیل رنگ و کاربرد اجرایی آن وجود دارد، به نحوی که بسیاری از طراحان شهری و هنرمندان حوزه گرافیک محیطی اهمیت آن را نادیده می‌گیرند و از آن در مرتبه نخست برای اهداف زیبایی‌شناختی استفاده می‌کنند. با این حال، بهره‌مندی از رنگ در محیط‌های شهری با ظهور رنگ‌های جدید و پتانسیل رنگ به عنوان نشانه‌های شهری در حال تکامل است (۶۲).

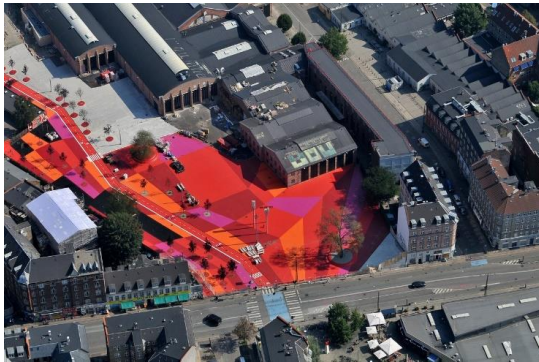
۸- رنگ به مثابه ابزار طراحی معاصر: بررسی چهار

عامل اصلی در تغییر سیمای رنگی شهرها

با تداوم بحث پیرامون نقش رنگ در طراحی شهری و با تأکید بر جایگاه آن به عنوان یکی از ابزارهای مؤثر در شکل‌دهی به فضاهای معاصر، می‌توان چهار عامل اساسی را شناسایی کرد که در تغییر و تحول سیمای رنگی شهرها نقشی بنیادین ایفا کرده‌اند. این عوامل نه تنها به عنوان بسترهای زمینه‌ساز در ظهور رویکردهای جدید نسبت به رنگ در محیط‌های شهری مطرح می‌شوند، بلکه به مثابه نیروهای فعال و تأثیرگذار، روند تحولات دیداری در شهرهای امروزی را تسریع کرده‌اند. در واقع، این چهار محور اصلی، با هم‌افزایی و تعامل با یکدیگر، موجب شکل‌گیری چشم‌اندازهای نوین رنگی در شهرها شده‌اند؛ چشم‌اندازهایی که با نیازها، ارزش‌ها و انتظارات جدید جوامع شهری همگام بوده و بستری مناسب برای بازتعریف نقش رنگ در زندگی روزمره فراهم ساخته‌اند (۶۸-۶۵).

■ پیش‌شرط‌های ظهور رنگ‌های جدید: پیش از هر چیز، بهبود فناوری‌های مربوط به کاربرد رنگ، شرایط را برای بیان‌های رنگی متنوع‌تر در محیط‌های بیرونی فراهم کرده است. امروزه، رنگدانه‌ها و مصالح رنگی مقاوم در برابر آب، شرایط جوی و سایش در دسترس طراحان قرار دارد و امکان استفاده از رنگ در فضاهای شهری را مطابق با الزامات طراحی ممکن می‌سازد. همچنین، گستره وسیعی از مصالح رنگی، آزادی عمل بیشتری را برای آزمایش و تجربه عملکرد رنگ در فضاهای شهری به طراحان ارائه می‌دهد. تحولات فناوریانه در دهه‌های

رنگ‌های اشباع‌شده در کف میدان، میلان شهری متنوع، مسیرهای دوچرخه‌سواری و امکانات تفریحی، یکپارچگی گرافیکی و هویتی قوی در فضا به وجود آورده است که تعامل اجتماعی و تجربه مثبت کاربران را افزایش می‌دهد. یکی از ویژگی‌های متمایز این پروژه، مشارکت فعال ساکنان در فرایند طراحی و انتخاب عناصر پارک است؛ بیش از ۱۰۰ شی از ۶۰ کشور مختلف مانند نیمکت‌ها، تاب‌ها، درختان و تابلوهای نئون با همکاری ساکنان انتخاب و در میدان نصب شده‌اند. هر یک از این اشیا با پلاک فلزی همراه است که نام و کشور مبدأ آن را نشان می‌دهد، که این رویکرد باعث شده است تا سوپرکیلن به نمایشگاهی زنده از تنوع فرهنگی و هویت جمعی تبدیل شود. با وجود موفقیت‌های دیداری و اجتماعی، پوشش قرمز پلی‌یورتان کف میدان سرخ به دلیل مقاومت پایین در برابر نور UV، به مرور زمان رنگ خود را از دست داده و در شرایط یخبندان لغزنده شده است، که این مشکلات منجر به برنامه‌ریزی برای بازسازی و نوسازی این بخش با هزینه قابل توجه شده است.



شکل ۲: رنگ‌های اشباع‌شده در میدان سرخ سوپرکیلن در کپنهاگ دانمارک (۵).

Figure 2: Saturated colors in the red square of superkilen in copenhagen, denmark (5).

باشد. روانشناسی رنگ در این بستر به‌عنوان دانشی مکمل در خدمت ارتقای کیفیت فضا قرار می‌گیرد (۶۶، ۱۳).

■ رنگ به‌عنوان رسانه دیداری در پروژه‌های معاصر شهری: در بسیاری از پروژه‌های طراحی شهری معاصر، رنگ‌های اشباع‌شده نقشی کلیدی در تسهیل ارتباط دیداری، انتقال معنا و برندینگ شهری ایفا می‌کنند. از سیستم‌های راه‌یابی و گرافیک محیطی گرفته تا دیوارنگاره‌ها، میلان شهری و نورپردازی رنگی، رنگ به ابزاری برای تعریف عملکرد، جهت‌دهی به حرکت و ایجاد هویت فضا بدل شده است. در این میان، استفاده از رنگ نه تنها به جذابیت‌های زیبایی‌شناسانه می‌افزاید، بلکه به ابزار انتقال مفاهیم فرهنگی، اجتماعی و حتی سیاسی تبدیل می‌شود. پروژه‌هایی مانند مداخلات رنگی در بافت‌های فرسوده، رنگ‌آمیزی مشارکتی محله‌ها یا نورپردازی رنگی شبانه، نمونه‌هایی از به‌کارگیری رنگ در راستای توسعه پایدار و تقویت مشارکت مدنی هستند. افزایش استفاده از رنگ‌های اشباع‌شده و متنوع در طراحی شهری معاصر، نتیجه هم‌افزایی عوامل فناورانه، فرهنگی، روان‌شناختی و رسانه‌ای است. رنگ اکنون به‌مثابه ابزاری انعطاف‌پذیر، مؤثر و کم‌هزینه برای تغییر سیمای فضا، ارتقا کیفیت ادراک شهری و حتی تحریک تعاملات اجتماعی مطرح شده است. این روند، بازتابی از نیازهای نوین شهرنشینی و جست‌وجوی راهکارهایی برای خلق فضاهای عمومی زنده، خاطره‌انگیز و مشارکت‌پذیر است (۴۶).

۹- بازخوانی تجارب جهانی کاربرد رنگ‌های اشباع‌شده در فضاهای شهری

۹-۱- میدان سرخ سوپرکیلن - پروژه تقویت هویت فرهنگی در محله چندفرهنگی کپنهاگ (دانمارک)

میدان سرخ سوپرکیلن در کپنهاگ دانمارک^۱ (شکل ۲)، یکی از برجسته‌ترین پروژه‌های معماری منظر و طراحی شهری است که به‌طور ویژه از رنگ‌های اشباع‌شده به منظور تقویت هویت شهری، ایجاد سرزندگی و تعامل اجتماعی استفاده می‌کند. این پروژه بخشی از مجموعه سوپرکیلن است که در سال ۲۰۱۲ میلادی افتتاح شد و هدف آن باززنده‌سازی و تقویت همبستگی اجتماعی در یک محله چندفرهنگی بود. این پروژه با هدف نمایش تنوع فرهنگی بیش از ۶۰ ملیت ساکن منطقه شکل گرفت و از سه بخش رنگی متمایز شامل میدان سرخ، میدان سیاه و پارک سبز تشکیل می‌شود. میدان سرخ با استفاده گسترده از رنگ‌های اشباع‌شده مانند قرمز، نارنجی و صورتی، فضایی پرنرژی و پویا برای فعالیت‌های ورزشی، فرهنگی و اجتماعی فراهم آورده است و به عنوان امتداد سالن ورزشی مجاور عمل می‌کند. این رنگ‌های زنده و اشباع‌شده، جلوه‌ای دیداری قوی ایجاد کرده و حس تحرک، سرزندگی و انرژی را به فضا القا می‌کنند. به‌کارگیری

¹ Superkilen Red Square

رنگ‌های اشباع‌شده در بازطراحی منظر شهری و تقویت هویت فضایی قابل تحلیل است.



شکل ۳: رنگ‌های اشباع‌شده در زمین بسکتبال پیگال (۵).

Figure 3: Saturated Colors in the Pigalle Basketball Court (5).

در مجموع، میدان سرخ سوپرکیلن نمونه‌ای شاخص از کاربرد رنگ‌های اشباع‌شده در طراحی شهری است که با تأکید بر تنوع فرهنگی، ایجاد حس مکان و ارتقا تعاملات اجتماعی توانسته است فضایی زنده، قابل شناسایی و پرنرزی را در دل یک محله چندفرهنگی شکل دهد (۵).

۹-۲- زمین بسکتبال پیگال؛ مداخله دیداری مبتنی بر رنگ در فضای ورزشی شهری در پاریس (فرانسه)

یکی از نمونه‌های شاخص بهره‌گیری از رنگ‌های اشباع‌شده در فضاهای شهری با هدف تلفیق طراحی شهری، مد و تبلیغات، نسخه چهارم زمین بسکتبال پیگال (۲۰۱۷) در پاریس (شکل ۳) است که بلافاصله پس از معرفی مجموعه مد جدید نایکی و پیگال در سال ۲۰۱۷ اجرا شد. رنگ‌های به‌کاررفته در این پروژه برگرفته از پالت رنگی مجموعه مد مذکور است. استفاده از طیف‌های رنگی درخشان در این فضا، نه تنها محیطی پویا و انرژی‌بخش برای جامعه محلی خلق کرده، بلکه هم‌زمان نقش تبلیغاتی را نیز ایفا نموده است. در این پروژه، از طیف‌هایی اشباع‌شده و درخشان از رنگ‌های بنفش، آبی، زرد و صورتی استفاده شد که به‌صورت گرادینانی و با ترکیب‌هایی چشمگیر بر سطح زمین بسکتبال، دیوارهای اطراف و سازه‌های محیطی اعمال گردید. استفاده از این رنگ‌ها با هدف ایجاد یک تجربه دیداری منحصربه‌فرد صورت گرفت که کاربران را هم به مشارکت ورزشی و هم به تعامل با فضاهای شهری دعوت می‌کرد. رنگ‌های اشباع‌شده به‌کاررفته در این زمین بسکتبال، نقش کلیدی در برندسازی رنگی ایفا کرده‌اند. پالت رنگی زمین با مجموعه پوشاک جدید برند پیگال هماهنگ بود و بدین ترتیب، فضا به بستری تبلیغاتی و در عین حال هنری تبدیل شد. این زمین به‌سرعت در شبکه‌های اجتماعی به تصویری پر بازدید و شناخته‌شده بدل گشت، که خود باعث افزایش آگاهی از برند پیگال و مجموعه مد مرتبط با آن شد. به‌عبارتی، این تجربه موفق نشان داد که رنگ‌های اشباع‌شده می‌توانند به‌عنوان ابزاری در خدمت تبلیغات محیطی، ارتقا تجربه شهری و خلق حس مکان عمل کنند. این نمونه، یکی از بهترین مثال‌ها از هم‌پیوندی گرافیک محیطی، طراحی شهری و هویت برند از طریق استفاده آگاهانه از رنگ‌های اشباع‌شده است. چنین فضایی نه تنها کاربرد ورزشی دارد، بلکه به یک بیانیه فرهنگی و هنری در فضای عمومی شهر نیز تبدیل شده است (۵).

۹-۳- خیابان صورتی؛ پروژه بازآفرینی فضای عمومی و برندسازی فرهنگی در لیسبون (پرتغال)

این خیابان که در میان کاربران و گردشگران با عنوان (خیابان صورتی) (شکل ۴) شناخته می‌شود، به‌عنوان نمونه‌ای برجسته در بهره‌گیری از

³ Pigalle

¹ Pigalle Basketball Court

² Nike

مخاطب، و محرک بازآفرینی هویتی مطرح می‌شود. خیابان صورتی، الگویی مؤثر برای طراحان گرافیک محیطی و برنامه‌ریزان شهری است که نشان می‌دهد رنگ‌های اشباع‌شده، با قدرت بیانی بالا، می‌توانند زبان تازه‌ای برای شهر خلق کنند (۵).

۱۰- بازخوانی تجارب داخلی کاربرد رنگ‌های اشباع‌شده در فضاهای شهری

برای بازخوانی تجارب داخلی ایران در زمینه کاربرد رنگ‌های اشباع‌شده در فضاهای شهری، می‌توان به پروژه کوچه امیدی در تهران و اجرای هنرهای تجسمی و نمایشی «آبی بی آب» در رودخانه خشک شیراز اشاره کرد که به‌طور خاص از رنگ به‌عنوان ابزاری برای ارتقا کیفیت دیداری، تقویت هویت مکانی، یا بهبود حس مکان بهره برده‌اند. در ادامه یک مرور تحلیلی ارائه می‌شود.

۱۰-۱- رنگ به مثابه ابزار باززنده‌سازی محله‌ای: تحلیل پروژه کوچه امیدی در تهران

یکی از نمونه‌های موفق مداخلات رنگی در مقیاس خرد شهری در ایران، پروژه رنگ‌آمیزی کوچه امیدی در شهر تهران (شکل ۵) است. این پروژه در بافت فرسوده یکی از محلات منطقه ۱۲ شهرداری تهران، با هدف ارتقاء کیفیت فضای شهری، بهبود منظر دیداری، و افزایش حس امنیت و امید در میان ساکنان اجرا شد. در این پروژه، رنگ به‌عنوان یک ابزار ساده اما تأثیرگذار برای ایجاد تحول در ادراک محیطی به کار گرفته شد و با بهره‌گیری از رنگ‌های اشباع‌شده و طراحی هنری، فضای کوچه‌ای که پیش‌تر فاقد هویت و جذابیت بود، به محیطی دلنشین و پویا تبدیل شد. این مداخله بخشی از برنامه‌های شهرداری تهران در چارچوب پروژه‌های "بهسازی و زیباسازی فضاهای محلی" بود که با همکاری هنرمندان شهری، معماران و مشارکت مستقیم ساکنان محله اجرا شد. ویژگی شاخص این پروژه، استفاده از رنگ‌های زنده و اشباع‌شده شامل زرد، آبی لاجوردی، قرمز گرم، سبز فسفری و نارنجی در سطوح گسترده‌ای از کوچه از دیوارها و درها گرفته تا کف‌پوش و گلدان‌ها بود. همچنین عناصر هنری مانند نقاشی‌های دیواری با مضامین کودکانه، طبیعت و مفاهیم امیدبخش به‌طور خلاقانه به طراحی افزوده شد. هدف بنیادین این مداخله، احیای فضاهای فراموش‌شده و کم‌تحرك شهری از طریق بهره‌گیری از قابلیت‌های رنگ بود؛ رویکردی که نه تنها به بهبود جلوه‌های دیداری محیط انجامید، بلکه موجب تقویت احساس تعلق ساکنان به محیط زندگی‌شان و افزایش سطح تعاملات اجتماعی در مقیاس کوچه شد. رنگ‌آمیزی مشارکتی نیز در فرایند اجرا نقش مهمی ایفا کرد؛ به طوری که بسیاری از ساکنان، به‌ویژه کودکان و نوجوانان، به‌طور مستقیم در نقاشی دیوارها و چیدمان رنگی عناصر شرکت کردند. این مشارکت نه تنها به افزایش احساس مالکیت جمعی نسبت به فضا منجر شد، بلکه زمینه‌ساز تقویت سرمایه اجتماعی در محله شد.



شکل ۴: رنگ‌های اشباع‌شده در خیابان صورتی (۵).
Figure 4: Saturated colors in the pink street (5).

این پروژه که در سال ۲۰۱۱ میلادی در بستر یکی از مناطق پیش‌تر آسیب‌دیده، دارای معضلات اجتماعی و کم‌برخوردار لیسبون اجرا شد، که در واقع پاسخی گرافیکی و شهری به ضرورت احیای عملکرد اجتماعی، بازسازی تصویر ذهنی و ارتقای کیفیت ادراک‌شده از فضا بود. در این پروژه، انتخاب رنگ صورتی با اشباع بالا برای پوشش کف خیابان، به‌عنوان یک تصمیم طراحی عامدانه و فراتر از جنبه تزئینی، به فضایی که سابقاً با مفاهیمی چون طرد شدن و انزوا پیوند خورده بود، هویتی نو بخشید. این رنگ، به‌مثابه مؤلفه‌ای گرافیکی و نیمه‌نمادین، منجر به تغییر شکل دیداری فضا شد و بستری فراهم آورد تا مفاهیمی نظیر زندگی، هنر، تعامل اجتماعی و حتی سبک جدید زندگی در آن بازتاب یابد (۵۰). از منظر طراحی گرافیک محیطی، ویژگی بارز این مداخله در سادگی شکل و عمق تأثیرگذاری آن نهفته است. اجرای این طرح بدون نیاز به تغییرات کالبدی پیچیده یا افزوده‌های معماری، صرفاً با تکیه بر قدرت بیانی رنگ، سبب خلق تجربه‌ای شهری با ویژگی‌های جدید شد. به‌مرور، این خیابان به فضایی جذاب برای ثبت و بازنشر تصاویر در شبکه‌های اجتماعی تبدیل شد و نقش مهمی در شکل‌گیری نوعی برندسازی شهری دیجیتال ایفا کرد (۵). رنگ صورتی اشباع‌شده در این فرایند، به‌عنوان یک کد دیداری مؤثر، تصویری یگانه از فضا در ذهن مخاطبان تثبیت نمود و به عامل تمایز فضا در مقیاس شهری و جهانی بدل شد (۶۸). تحلیل این پروژه نشان می‌دهد که رنگ‌های اشباع‌شده، به‌ویژه در سطوح افقی مانند کف خیابان، قابلیت عملکردی قابل توجهی در بازآفرینی معنایی و ارتقای کیفیت فضاهای عمومی دارند.

خیابان صورتی گواهی است بر اینکه حتی ساده‌ترین اشکال مداخله رنگی، اگر بر پایه شناخت درست از بافت اجتماعی، فرهنگی و اصول گرافیک محیطی طراحی شوند، می‌توانند تأثیری ماندگار بر رفتار کاربران، ساخت تصویر ذهنی فضا و جذب سرمایه فرهنگی و گردشگری بگذارند. در این چارچوب، رنگ نه تنها به‌عنوان ابزاری تزئینی، بلکه به‌مثابه عنصری فعال در گفتمان فضاسازی، عامل ارتباطی میان فضا و



شکل ۵: منظر رنگی پروژه کوچه امیددی در تهران (۶۹-۷۱).

Figure 5: The Color landscape of the Omid alley project in Tehran.

با زبان رنگ، نه تنها یک بیان زیبایی‌شناختی، بلکه بیانیه‌ای شهری، انتقادی و اجتماعی محسوب می‌شود. در این اجرا، هنرمند با بهره‌گیری از رنگ به عنوان رسانه‌ای غیرکلامی، مفاهیمی چون خشکسالی، بی‌تفاوتی و ضرورت آگاهی‌جمعی را در فضا عینیت می‌بخشد. رنگ‌هایی مانند آبی، اگرچه در ظاهر به معنای حضور آب است، اما در بافت خشک و ترک‌خورده‌ی بستر رودخانه، تداعی‌گر غیاب آن است؛ نوعی «آبی نمادین» که نه از جنس حضور، بلکه از جنس خاطره و حسرت است.



شکل ۶: منظر رنگی اجرای هنرهای تجسمی و نمایشی «آبی بی‌آب» در رودخانه خشک شیراز (۷۳).

Figure 6: The Color landscape of the “waterless water” performance in the dry river of Shiraz (73).

نتایج پروژه نشان داد که مداخلات رنگی می‌توانند به عنوان ابزاری کم‌هزینه اما مؤثر در بازآفرینی فضاهای شهری کوچک‌مقیاس عمل کنند. همچنین، استفاده از رنگ‌های اشباع‌شده به بهبود وضعیت روانی محیط کمک کرده، نوعی سرزندگی و انرژی مثبت به فضای کوچه تزریق نموده است.

در عین حال، موفقیت بلندمدت چنین مداخلاتی وابسته به سیاست‌گذاری در حوزه نگهداشت، نوسازی و برنامه‌ریزی فرهنگی-اجتماعی است. بدون استمرار مراقبت و بازنگری دوره‌ای، رنگ‌ها دچار فرسایش شده و کیفیت مداخله در بلندمدت کاهش می‌یابد. در مجموع، پروژه کوچه امیددی تهران را می‌توان به عنوان یک تجربه بومی موفق در زمینه کاربرد رنگ در طراحی شهری انسان‌محور ارزیابی کرد؛ الگویی که قابلیت بومی‌سازی در سایر محلات کم‌برخوردار شهری را نیز دارد، مشروط بر آن که مبتنی بر بستر فرهنگی، نیازهای اجتماعی و با مشارکت واقعی جامعه محلی طراحی شود (۶۹-۷۱).

۱۰-۲- رنگ به مثابه ابزار فعال‌سازی اجتماعی: تحلیل اجرای هنرهای تجسمی و نمایشی «آبی بی‌آب» در رودخانه خشک شیراز

در سال‌های اخیر، بحران آب در ایران به یکی از جدی‌ترین چالش‌های زیست‌محیطی و اجتماعی تبدیل شده است (۷۲). یکی از واکنش‌های هنری نسبت به این بحران، اجرای اجرای هنرهای تجسمی و نمایشی هنر با عنوان «آبی بی‌آب» در بستر رودخانه خشک شیراز (شکل ۶) است. این رودخانه، که زمانی جریان حیاتی در قلب شهر به‌شمار می‌رفت، اکنون به فضایی خالی از حیات، خاموش و خاک‌گرفته تبدیل شده که حضور غیاب آب را به‌وضوح بازنمایی می‌کند (۷۳). در چنین بستری، مداخله‌ای هنری

«خرم‌رود» شناخته می‌شد و اکنون با رنگ‌آمیزی دوباره هویتی دیداری و مفهومی جدید یافته است. نکته مهم دیگر در این پروژه، مشارکت جمعی مردم است که با ارسال پارچه‌های آبی در خلق اثر سهیم شدند. این مشارکت اجتماعی باعث شده رنگ به نمادی از مسئولیت‌پذیری و تعلق جمعی نسبت به بحران آب تبدیل شود و این اجرا به تجربه‌ای همگانی بدل گردد که حس مسئولیت اجتماعی را در مخاطبان تقویت می‌کند. در مجموع، پروژه «آبی بی‌آب» نمونه موفقی از کاربرد رنگ و گرافیک محیطی در خلق مداخلاتی هنری در فضای شهری است که توانسته بحران آب را به زبان دیداری و مفهومی به مخاطبان منتقل کرده و نقش مؤثری در افزایش آگاهی زیست‌محیطی و اجتماعی ایفا کند. این پروژه هنری ضمن خلق فضای متفاوت و یادآورنده وضعیت بحرانی منابع آب، به‌عنوان بیانیه‌ای شهری، انتقادی و اجتماعی اهمیت و ضرورت توجه به بحران آب را در مرکز توجه قرار می‌دهد (۷۳، ۱۳).

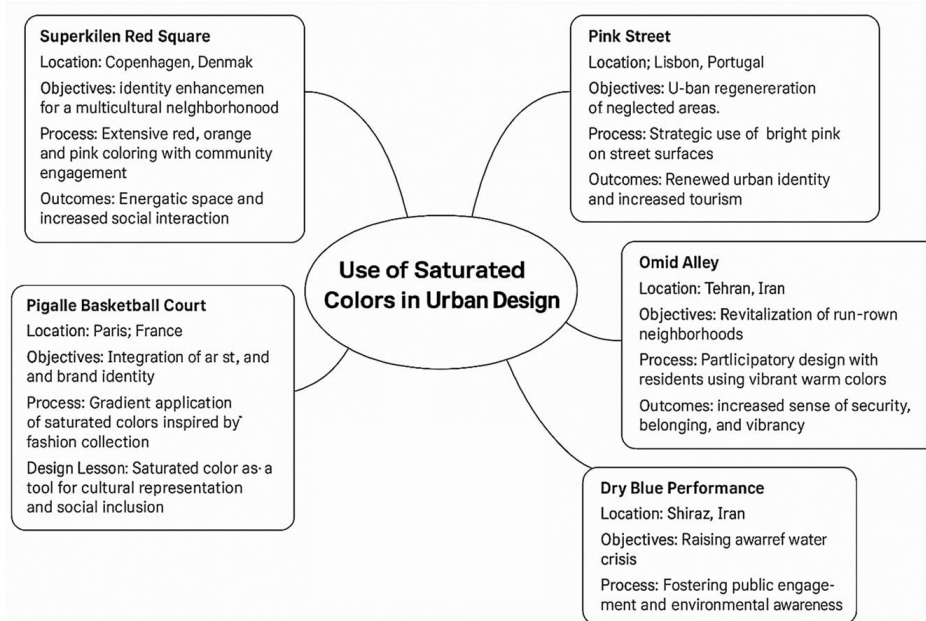
۱۱- جمع‌بندی تجارب جهانی و داخلی مرتبط با استفاده از رنگ‌های اشباع‌شده در گرافیک محیطی

و معماری شهری معاصر

به منظور جمع‌بندی از پروژه‌های جهانی و داخلی بررسی‌شده، مقایسه تطبیقی براساس اهداف، فرایند طراحی، نتایج و برآیند طرح انجام شده است (شکل ۷) و در نهایت آموزه‌های طراحی گرافیک محیطی و معماری شهری معاصر با بهره‌مندی از رنگ‌های اشباع‌شده و برگرفته از این تجارب نیز ارائه می‌گردد (جدول ۲).

این تضاد میان رنگ و زمینه، باعث برجسته شدن معنا و تأثیرگذاری اجرا می‌شود. اجرای هنرهای تجسمی و نمایشی هنر «آبی بی‌آب»، نمونه برجسته‌ای از استفاده از رنگ و گرافیک محیطی به‌عنوان ابزاری برای بازنمایی بحران آب در فضای شهری است.

در این پروژه، رنگ آبی به‌عنوان نمادی قدرتمند از «آب» و «زندگی» نقش اساسی دارد؛ به گونه‌ای که گستردن پارچه‌های آبی در بستر خشک و بی‌آب رودخانه، تضادی تیز و تأثیرگذار خلق می‌کند که حضور غیاب آب را به‌وضوح نمایان می‌سازد و توجه شهروندان و مخاطبان را به بحران آب جلب می‌کند. این تضاد، اهمیت حیاتی آب را در زندگی شهری یادآور می‌شود و پیام هشداردهنده‌ای درباره وضعیت منابع آبی منتقل می‌کند. علاوه بر این، رنگ به عنوان عاملی فعال‌کننده فضا، محیطی پویا و درگیرکننده خلق می‌کند که از حالت منفعل و خشک رودخانه فراتر رفته و تعامل مخاطبان با فضای شهری را افزایش می‌دهد. این حضور تعاملی، به افزایش آگاهی و مشارکت اجتماعی درباره بحران آب کمک می‌کند و رنگ را به ابزاری فراتر از یک عنصر زیبایی‌شناختی تبدیل می‌سازد. پروژه «آبی بی‌آب» همچنین نوعی گرافیک محیطی زنده و متفاوت است که پیام خود را از طریق مداخلات هنری در محیط باز و در مقیاس بزرگ منتقل می‌کند. برخلاف گرافیک محیطی سنتی مانند بیلبوردها، این اثر تعاملی، چندحسی و موقتی است و توجه مخاطبان را به بحران‌های محیطی و تغییرات اقلیمی جلب می‌کند. این پروژه با استفاده از رنگ، حس مکان رودخانه خشک را باززنده می‌کند و روایتی تازه از بحران آب در شهر شیراز ارائه می‌دهد؛ جایی که این رودخانه زمانی با عنوان



شکل ۷: جمع‌بندی تجارب جهانی و داخلی مرتبط با استفاده از رنگ‌های اشباع‌شده در گرافیک محیطی و معماری شهری معاصر.

Figure 7: Summary of global and local experiences related to the use of saturated colors in environmental graphics and contemporary urban architecture.

جدول ۲: راهبردها و سیاست‌ها برای کاربرد رنگ‌های اشباع‌شده در گرافیک محیطی و معماری شهری معاصر.

Table 2: Strategies and policies for the application of saturated colors in environmental graphics and contemporary urban architecture.

category	strategic approach	policy orientation
Visual Identity and Urban Character	Utilize saturated colors to enhance place identity and collective memory	Encourage context-sensitive color plans rooted in local culture, history, and geography
Social Interaction and Public Engagement	Apply vibrant colors to activate public spaces and foster social interaction	Promote participatory color design involving community members and local artists
Urban Regeneration and Place making	Use saturated tones to revitalize deteriorated or neglected urban areas	Integrate color-led interventions into small-scale, low-cost urban renewal programs
Cultural Expression and Symbolic Communication	Employ color as a visual language for storytelling, protest, or cultural messages	Support artistic and performative uses of color in urban graphics and temporary installations
Aesthetic Enhancement and Environmental Legibility	Improve spatial clarity and visual harmony through coordinated color palettes	Establish urban color guidelines to manage chromatic coherence across neighborhoods
Technological Innovation and Material Adaptation	Leverage advanced materials and digital tools for durable and expressive color use	Invest in climate-resistant, sustainable color technologies in urban design and facades
Media and Urban Branding	Use saturated colors to increase visual impact and social media shareability	Align color strategies with city branding and visual communication policies

ممکن است واکنش منفی یا بی‌تفاوتی نسبت به پروژه شکل گیرد (۲۵). (۱۳). و در کنار این مسائل، هزینه‌های نگهداری و اجرای مجدد رنگ‌آمیزی در فضاهای باز شهری، به‌ویژه در پروژه‌های گسترده، به‌عنوان یک عامل محدودکننده فنی و اقتصادی مطرح است (۲۴، ۵۳).

در نهایت، بهره‌گیری موفق از رنگ‌های اشباع‌شده نیازمند رویکردی میان‌رشته‌ای است که عوامل طراحی، فناوری رنگ، بوم‌شناسی، روان‌شناسی محیطی و مشارکت اجتماعی را به‌صورت هم‌افزا در نظر گیرد. رنگ، اگر در بستر زمینه‌ای خود به‌درستی خوانده و پیاده شود، می‌تواند نه‌فقط به ارتقای زیبایی‌شناسی محیط، بلکه به نوسازی روابط میان انسان، فضا و معنا منجر شود.

۱۳- نتیجه‌گیری

مطالعه حاضر با تمرکز بر نقش رنگ‌های اشباع در گرافیک محیطی و معماری شهری معاصر، نشان داد که رنگ، فراتر از کارکرد زیبایی‌شناسانه، به عنوان یک ابزار مفهومی، ارتباطی و اجتماعی در طراحی شهری امروز به کار گرفته می‌شود. تجزیه و تحلیل نمونه‌های موفق جهانی نظیر سوپرکیلن در کپنهاگ، زمین بسکتبال پیگال در پاریس، و خیابان صورتی در لیسبون در کنار نمونه‌های داخلی همچون کوچه امیدی در تهران و و اجرای هنرهای تجسمی و نمایشی «آب بی‌آبی» در شیراز، بیانگر ظرفیت بالای رنگ‌های اشباع در بازتعریف فضا، تقویت هویت مکان و ارتقا کیفیت ادراک شهروندان است. تجارب موردی نشان می‌دهند که رنگ‌های اشباع‌شده می‌توانند با کم‌ترین مداخلات کالبدی، بیشترین تأثیرات را در برقراری تعاملات اجتماعی، تحریک مشارکت مردمی، بازآفرینی هویت جمعی و ارتقا زیباشناسی محیطی داشته باشند. این رنگ‌ها در بسترهای مختلف، نقش زبان دیداری را ایفا می‌کنند و توانایی انتقال پیام‌های فرهنگی، اجتماعی و حتی اعتراضی را دارا هستند.

۱۲- چشم‌انداز، چالش‌ها و ملاحظات در استفاده از رنگ‌های اشباع‌شده

رنگ‌های اشباع‌شده، به‌واسطه قدرت دیداری، قابلیت خلق تمایز و ظرفیت القای معنا، از جمله ابزارهای پرکاربرد در طراحی فضاهای عمومی و بازآفرینی شهری محسوب می‌شوند. با این حال، بهره‌گیری از این طیف رنگی مستلزم شناخت دقیق از ظرفیت‌ها و ملاحظات محیطی، اقلیمی، فرهنگی و فنی است که می‌تواند در موفقیت یا ناکامی پروژه‌ها نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا کند.

از منظر چشم‌انداز، استفاده هدفمند از رنگ‌های اشباع‌شده می‌تواند سبب ارتقای ادراک فضایی، افزایش تعامل اجتماعی، بازنمایی هویت فرهنگی و القای سرزندگی در بافت‌های فرسوده یا کم‌تحرک شود (۳۰، ۷، ۳). این رنگ‌ها، به‌ویژه در بستر پروژه‌های مشارکتی، توان آن را دارند که به زبان دیداری مشترکی میان شهر و شهروندان تبدیل شوند و با تبدیل فضا به بستری معناگرا، حس تعلق و ارتباط را تقویت کنند (۳۰، ۲۶، ۱۱).

با وجود این، چالش‌هایی در مسیر کاربرد مؤثر این رنگ‌ها نیز وجود دارد. یکی از مهم‌ترین آن‌ها، ناسازگاری با بافت تاریخی یا ارزشمند است، جایی که استفاده از رنگ‌های تند ممکن است با زبان معماری زمینه تضاد ایجاد کرده و منجر به تعارض دیداری یا فرهنگی شود (۳۸، ۱۸، ۵). شرایط اقلیمی نیز چالشی دیگر است؛ پایداری پایین برخی رنگ‌ها در برابر تابش خورشید، رطوبت، بارش و آلودگی‌های شهری، موجب تغییر کیفیت رنگ در کوتاه‌مدت و افزایش نیاز به بازسازی‌های مکرر می‌شود (۵۴، ۲۸، ۲۱).

از دیگر ملاحظات، پذیرش اجتماعی و فرهنگی رنگ است. گاهی رنگ‌هایی که از دید طراحان مطلوب و جذاب به نظر می‌رسند، در چشم جامعه محلی به‌عنوان نمادهای ناآشنا یا تحمیلی درک می‌شوند؛ در نتیجه،

ناسازگاری با بافت‌های تاریخی یا شرایط اقلیمی خاص، پژوهش‌هایی در زمینه دوام مصالح رنگی، فناوری‌های نوین رنگ‌پذیری، و کیفیت اجرایی این رنگ‌ها در اقلیم‌های متنوع ایران ضروری است. از منظر سیاست‌گذاری شهری نیز، فقدان چارچوب‌های مشخص برای مدیریت و کنترل کاربرد رنگ‌های اشباع‌شده در شهرهای ایران، ضرورت انجام پژوهش‌هایی در زمینه تدوین ضوابط، دستورالعمل‌ها و چارچوب‌های حقوقی را برجسته می‌سازد؛ چارچوب‌هایی که با در نظر گرفتن ویژگی‌های فرهنگی، تاریخی و اجتماعی هر منطقه، امکان سامان‌دهی رنگ در فضاهای عمومی را فراهم سازند. در نهایت، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌هایی با رویکرد تطبیقی به بررسی پروژه‌های موفق جهانی و داخلی در زمینه به‌کارگیری رنگ‌های اشباع‌شده پرداخته، و از دل این تحلیل‌ها، شاخص‌های بومی برای طراحی رنگی در فضاهای شهری ایران استخراج گردد. همچنین مطالعه ظرفیت‌های رنگ در برندسازی شهری، بازآفرینی بافت‌های فرسوده، جذب گردشگر و تعامل با رسانه‌های دیجیتال، می‌تواند چشم‌اندازهای نوینی را برای گسترش نقش رنگ در برنامه‌ریزی و طراحی شهری معاصر گشود. این مسیرهای پژوهشی، بستری مناسب برای ارتقا دانش نظری و تجربی در حوزه منظر رنگی شهری فراهم آورده و می‌توانند به شکل‌گیری شهرهایی زنده، معنادار و مشارکت‌پذیر در آینده کمک کنند.

تقدیر و تشکر

با کمال احترام و قدردانی، مراتب سپاس عمیق خود را از سرکار خانم دکتر فیونا مک‌لاکلن، استاد تمام مدرسه معماری و منظر دانشگاه ادینبرو، به‌واسطه راهنمایی‌های علمی ارزشمندشان که نقش بسزایی در خوانش بهتر رنگ‌های نوظهور در فضاهای شهری معاصر ایفا نمود، ابراز می‌داریم.

تعارض و منافع

هیچ گونه تعارض منافع توسط نویسندگان بیان نشده است.

از سوی دیگر، با توجه به پیشرفت‌های فناورانه در زمینه مصالح مقاوم، رنگدانه‌های پایدار و ابزارهای دیجیتال، امکان بهره‌گیری هدفمند از رنگ‌های اشباع در شرایط اقلیمی و فرهنگی متنوع فراهم شده است. همچنین، همگرایی رنگ با برندسازی شهری و شبکه‌های اجتماعی دیداری محور، افق‌های نوینی را برای تجربه فضایی، بازاریابی شهری و تعامل فرهنگی بین‌المللی گشوده است. بر اساس تحلیل راهبردی انجام‌شده، لازم است سیاست‌گذاران، طراحان شهری و هنرمندان محیطی، از رنگ‌های اشباع‌شده نه به عنوان عنصری تزئینی، بلکه به عنوان ابزاری استراتژیک و چندلایه در فرایند طراحی شهری بهره‌گیرند. به ویژه در بافت‌های تاریخی و فرسوده، رنگ می‌تواند بستر مناسبی برای احیای هویت مکان، ارتقا حس تعلق و تحریک حیات اجتماعی فراهم سازد. در نهایت، می‌توان گفت که کاربرد هوشمندانه و زمینه‌مند رنگ‌های اشباع در شهر معاصر، نه تنها به ارتقا کیفیت فضاهای عمومی منجر می‌شود، بلکه به واسطه پیوند میان زیبایی، معنا و عملکرد، در شکل‌گیری شهرهای انسانی‌تر، تعاملی‌تر و معنادارتر نقشی حیاتی ایفا می‌کند.

با توجه به یافته‌های این پژوهش و ظرفیت‌های گسترده رنگ‌های اشباع‌شده در ارتقای کیفیت محیط‌های شهری، به‌ویژه در زمینه گرافیک محیطی و معماری معاصر، می‌توان افق‌های پژوهشی متعددی را برای تعمیق دانش در این حوزه ترسیم کرد. نخست آنکه، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌هایی میان‌رشته‌ای با محوریت تحلیل روان‌شناختی رنگ‌های اشباع‌شده در فضاهای شهری صورت گیرد، به‌منظور شناسایی تأثیرات ادراکی، هیجانی و رفتاری این نوع رنگ‌ها بر کاربران فضا. این رویکرد می‌تواند در توسعه طراحی‌های انسان‌محور و تقویت حس تعلق، امنیت و سرزندگی شهری نقش مؤثری ایفا نماید. از سوی دیگر، ضرورت دارد مدل‌های مفهومی و عملیاتی برای سنجش و تحلیل تأثیر رنگ بر خوانایی، انسجام دیداری و هدایت حرکت در فضاهای عمومی به‌ویژه با تمرکز بر استفاده از رنگ‌های اشباع‌شده در سیستم‌های نشانه‌گذاری، مبلمان شهری و طراحی مسیرهای پیاده‌مدار طراحی شود. همچنین، با توجه به چالش‌هایی همچون فرسایش رنگ،

۱۴- مراجع

1. Dabbagh E. The effects of color and light on the beautification of urban space and the subjective perception of citizens. *Int J Eng Sci Invention*, 2019;8(3):20–25.
2. Xing Z, Guo W. Addressing cities' color issues and planning urban colors with regional features to preserve the history and culture of cities: the case of Suzhou, Wuxi, and Changzhou (China). *J Asian Archit Build Eng*. 2024. <https://doi.org/10.1080/13467581.2024.2399686>.
3. Naderi Gorzaldini M. The effects of colors on the quality of urban appearance. *Mediterr J Soc Sci*. 2016;7(5):225-31. <https://doi.org/10.5901/mjss.2016.v7n5p225>.
4. Birren F. Color psychology and color therapy: a factual study of the influence of color on human life. Martino Fine Books. 2013.
5. Yu B. Understanding new colors in urban environments: deciphering colors as semiotic resources. *Color Res Appl*. 2023;48(5), 567–577. <https://doi.org/10.1002/col.22871>.
6. Gasparini K. Urban color plan: the case study of the Ledro Valley (Italy). *Color Res Appl*. 2024;49(6):618-634. <https://doi.org/10.1002/col.22947>.

7. Bercea RM. Colour and the city. Master's degree thesis, Victoria University of Wellington School of Architecture, 2023. <https://doi.org/10.26686/wgtn.22722940>.
8. Başaslan F. Squares as social tools: chromatic interventions in public spaces. *J Urban Sociol.* 2022;17(3):99–112.
9. Yu B, Bell S, Ponzo G. The emerging trend of saturated colour in the contemporary urban environment: An updated view of colour. In *Proc. Int. Colour Assoc. (AIC) Conf.* 2021, 757–762.
10. Tarajko-Kowalska J, Kowalski P. Pretty in Pink-the pink color in architecture and the built environment: symbolism, traditions, and contemporary applications. *Arts.* 2023; 12(4):161. <https://doi.org/10.3390/arts12040161>
11. Nofre J, Martins JC, Vaz D, Fina R, Sequera J, Vale P. The 'Pink Street' in Cais do Sodré: Urban change and liminal governance in a nightlife district of Lisbon. *Urban Res Pract.* 2018;12(4):322–340. <https://doi.org/10.1080/17535069.2018.1449010>.
12. Zhang Y, Wang P, Wei W, Wang Z. How to construct an urban color system? taking the historic center of macau as an example. *Buildings.* 2024;14(9):2874. <https://doi.org/10.3390/buildings14092874>.
13. Sheibani H, Avaznejad F. The color palette of the city. Norouzi Publications; 2017 (In Persian).
14. Mansouri MA, Shad Ghazvini P. Aesthetic experience of urban art: analyzing experiences of four measures in tehran city using john dewey's theory of valuation. *Armanshahr Archit Urban Dev.* 2022;15(39):139–150. <https://doi.org/10.22034/aud.2020.246303.2307>.
15. Molaei A. Strategies of urban spaces developments approaching urban events in iranian cities. *Street Art Urban Creativ.* 2023. <https://doi.org/10.25765/sauc.v9i1.634>
16. Karimimoshaver M, Eris B Aram F, Mosavi A. Art in urban spaces. *Sustainability.* 2021;13:5597. <https://doi.org/10.3390/su13105597>.
17. Moughtin C, Oc T, Tiesdell S. *Urban design: ornament and decoration.* Routledge; 1999.
18. Lynch K. *The Image of the city.* MIT Press; 1960.
19. Norberg-Schulz C. *Genius loci: towards a phenomenology of architecture.* Rizzoli; 1979
20. Cullen G. *The concise townscape.* Architectural Press; 1961
21. Jacobs J. *The Death and life of great american cities.* Random House; 1961.
22. Gehl J. *Cities for people.* Island Press; 2010.
23. Meerwein G, Rodeck B, Mahnke FH. *Color-communication in architectural space.* Birkhäuser; 2007.
24. Özcan H, Celik T. *Environmental color analysis in Adana* [Unpublished manuscript]; 2024.
25. Jaglarz M. Perception of color and urban emotion: a case study. *Color Res Appl.* 2023;48(4):532–541.
26. Badami AA. Management of the image of the city in urban planning: experimental methodologies in the colour plan of the Egadi Islands. *Urban Des Int.* 2022;30:21–36. <https://doi.org/10.1057/s41289-022-00200-1>.
27. Yang Y. Seasonal color change and adaptive urban design. *Urban Environ Plan.* 2020;12(1):27–40.
28. Zabetian M, Kheiroddin S. Color perception in Imam Hossein Square, Tehran. Iran. *J Urban Des.* 2020;7(4):71–85. <https://doi.org/10.22034/manzar.2020.119396.1741>.
29. Naibieh N, Bahrami F, & Ramezani L. Color and identity in Isfahan's traditional furniture. *Iran Stud Color.* 2018;5(2), 63–76.
30. Ahmadi A. A psychological approach to color in architecture and urban design. *J. Environ. Psychol.* 2018; 22(3), 110–122.
31. Jalalpour M, Amini R, Rezaei T. Psychological effects of color in urban space. *Psychol Urban Life.* 2016;8(1):89–104.
32. Kafshchian A, Pahlevan M. Color analysis in Enqelab Street, Tehran. *Urban Color Stud.* 2016;4(2):51–66.
33. Soleimanifar F, Moslemi R. The impact of color on mood and identity in Sari city. *J Urban Creat.* 2016;3(4):15–28.
34. Hasani M, Saberi N. Color harmony and aesthetics in Jolfa Square, Isfahan. Iran. *J Aesth Urban Des.* 2013;6(3):72–84.
35. Einollahi M. Urban color palette and visual coherence. *J Archit Urban Des.* 2013;5(1):49–60.
36. Tadayon A. Color symbolism in Sepah Street, Isfahan. *J Urban Herit.* 2011;4(3):33–47.
37. Mahmoudi S, Shakiba Manesh S. Fundamentals of color in urban architecture. *Urban Des Rev.* 2011;9(2):58–70.
38. Beigi H. Color diversity perception in Tehran's urban image. *Color Percept Stud.* 2010;3(2):44–57.
39. Stamps AE. Urban legibility and color use: A perceptual analysis. *Environ Behav.* 2004;36(6):832–52. <https://doi.org/10.1177/0013916504265440>.
40. Janssens J. Perception of facade color in European cities. *J Vis Cult.* 2001;10(2):113–28.
41. Lancaster M. *Color Scape: Planning for Visual Harmony in the City.* Academy Editions; 2000.
42. Porter T, Mikellides B. *Color for Architecture.* Studio Vista; 1976.
43. Lenclos J-P, Lenclos D. The geography of color: Vernacular color in architecture. In: Porter T, Mikellides B, editors. *Color for Architecture Today.* Taylor & Francis; 2004. p. 18–29.
44. Avaznejad F, Sheibani H. Studying and Reviewing the Color in Urban Placemaking. *J Stud Color World.* 2022;12:71–86. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22517278.1401.12.1.5.0>
45. Nasar JL. Urban design aesthetics: The evaluative qualities of building exteriors. *Environ Behav.* 1994;26(3):377–401.
46. Sharifi M, Sheibani H, Bayat Beheshti Fard SS. Studying and reviewing the comprehensive plan of the color palette of the city. *J Stud Color World.* 2023;13(1):33–49. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22517278.1402.13.1.3.5>
47. Bell S. *Elements of visual design in the landscape.* 3rd ed. Routledge; 2019.
48. McMorrough J. Blowing the lid off paint: The architectural coverage of Supergraphics. *Hunch (Rethinking Representation).* 2007;11:64–7.
49. Davarinezhad Moghadam M, Shabani M. Colour psychology and its application in cities. *J Stud Color World.* 2013;3(4):25–35. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22517278.1392.3.4.4.2>.
50. Ferdowsi S, Shokri Firozjah P. The importance of color in urban space. *J Stud Color World.* 2014;4(3):61–72. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22517278.1393.4.3.6.9>.
51. Lenclos JP. The geography of colour. In: *Color for architecture today.* Taylor & Francis; 2009. <https://doi.org/10.4324/9781315881379-10>.
52. Yao Y. The Impact of marine culture development on the formation of offshore architectural art. *J Coastal Res.* 2020;20–23. <https://doi.org/10.2112/jcr-si110-005.1>.
53. Hong C, Yang YJ, Ge SW, Chai GK, Zhao PZ, Shui QX, Gu ZL. Is the design guidance of color and material for urban buildings a good choice in terms of thermal performance?

- Sustain Cities Soc. 2022;83. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2022.103927>.
54. Spillmann W. Unity in Diversity at Kirchsteigfeld, Potsdam. In: Porter T, Mikellides B, editors. *Colour for Architecture Today*. Taylor & Francis; 2019.
 55. Sakar S, Ünlü T. Formation of space and urban character; izmir (kemeralti) case study. *Planlama-Planning*. 2019;29(2):129–46. <https://doi.org/10.14744/planlama.2019.91886>.
 56. Wilber DN. The Role of color in architecture. *J Am Soc Archit Hist*. 1942;2(1):17–22.
 57. McLachlan F. *Architectural colour in the professional palette*. Routledge; 2013.
 58. Smith CR. *Supermannerism: new attitudes in post-modern architecture*. E. P. Dutton; 1977.
 59. O'Connor Z. Tactical urbanism: colour interventions with purpose. *Color Res Appl*. 2021;46:516–23. <https://doi.org/10.1002/col.22613>.
 60. Green-Armytage P. Future of color in the visual arts, architecture, and design. In: Chung R, Rodrigues A, editors. *Proc 9th Int Color Assoc Congress*. SPIE; 2002. 1028–31.
 61. Abazi E, Dervishi S. *Colour and Participative Process in Urban Requalification of Tirana*. 2014.
 62. Aguiar J, Pernão J. Colour and participative processes in urban requalification: colour studies for social housing in portugal. 2010.
 63. Sciola P, Spiga D, Serra M. *Colore Identità. Valorization of the historic urban centre of San Sperate (CA) Sardinia*. 2010.
 64. Calabi DA, Bisson M, Chiodo E. The city identity: communication design, colour and sound. *INTED2009 Proc*. 2009;1(1):2927–37.
 65. Asarzadeh K, Ghazanfari P, Gholinejad Pirbazari A. Recovering figure-ground perception in Tehran's color plan. *Color Res Appl*. 2020;45:1179–89. <https://doi.org/10.1002/col.22542>.
 66. Khalili R. The role of color in sense of place. Tajrish and hassan abad squares, Tehran [master's thesis]. Polimi; 2019.
 67. O'Connor Z, Sheibani H. Environmental color mapping in a historic UNESCO Heritage context: Urumanat, Iran. Presented at AIC 2022 – Conference of the International Color Association; 2022; Toronto, Canada.
 68. Markusen A, Gadwa A. *Creative Placemaking: A White paper for the mayors' institute on city design*. National Endowment for the Arts; 2010.
 69. Tehran Beautification Organization. Report on local space improvement projects in District 12. Tehran: Department of Culture and Social Affairs; 2020.
 70. Tehran Beautification Organization. Performance analysis of urban beautification projects with a participatory approach. Tehran: Urban Design Office; 2022.
 71. Nouripour S, Naseri H, Bagheri L. Color in micro-scale urban space regeneration: The case of Omid Alley, Tehran. National conference on livable cities; Iran University of Science and Technology; 2021.
 72. Madani K. Water management in Iran: what is causing the looming crisis? *J Environ Stud Sci*. 2014;4(4):315–28. <https://doi.org/10.1007/s13412-014-0182-z>.
 73. Shiraz1400.ir. An analysis of the changes in color and lighting of the Bank Melli building at Zand Crossroad, Shiraz. 2021 Feb 12. <https://shiraz1400.ir/?p=30123>.

How to cite this article:

Sheibani H, Sholeh M, Nikoei M. Saturated Colors as Urban design tools: investigating their role in shaping contemporary urban spaces. *J Stud Color World*. 2025;15(3):359-375. <https://doi.org/10.30509/jscw.2025.167532.1233> [In Persian].