

عنوان مقاله:

بررسی فرآیند بازآفرینی بافت تاریخی با تاکید بر برندسازی شهری

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی راهکارهای نوین در مهندسی، علوم اطلاعات و فناوری در قرن پیش رو (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

رسا صفائی نمین - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت شهری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تحقیقات تهران

عباس شیعه - دکترای شهرسازی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تحقیقات تهران

رسول صفائی نمین - دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

فائزه سعیدی - دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی شهری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تحقیقات تهران

خلاصه مقاله:

امروزه هریک از شهرهای مهم جهان به فراخور ظرفیت، امکانات و فعالیت های خود از نوعی شهرت و آوازه ویژه خود برخوردارند که آنها را از دیگر شهرها ممتاز و متمایز می سازد. این شهرت و آوازه که از آنبه برند شهری تعبیر می شود، آمیزه ای از هویت تاریخی، ویژگی های اجتماعی، نمادهای تمدنی، فعالیتهای تجاری، امکانات رفاهی، تفریحی، مناسبات سیاسی و بین المللی هر شهر است که برآیند آن هویتبرند شهری است. براین اساس هدف از پژوهش حاضر بررسی فرآیند بازآفرینی بافت تاریخی با رویکر برندسازی شهری می باشد. پژوهش از نوع توصیفی بوده و با روش کتابخانه ایی و با استفاده از کتاب ها و مقالات گردآوری شده است. نتایج نپتحقیق نشان می دهد؛ برند سازی شهری و استراتژی های آن منافعو مزایای بسیاری برای اقتصاد شهر و جایگاه آن در عرصه رقابت پذیری جهانی به همراه دارد. از سویدیگر بازآفرینی بافت های تاریخی، کاری تدریجی و در حد واحدهای همسایگی است کهباید در سطح محله مدیریت شود. لذا تحقق این موضوع نیازمند مشارکت وتولید انرژی و سرمایه گروهی است.

کلمات کلیدی:

برندسازی شهری، بافت تاریخی، بازآفرینی شهری، هویت مکان، تبلیغات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1196559>

