

## عنوان مقاله:

تاثیر برندسازی شهری در کیفیت فضاهای معماری و شهری ( مطالعه موردی: شهر زنجان )

## محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

## نویسنده:

زهرا ملکی - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی معماری دانشگاه زنجان

## خلاصه مقاله:

هر شهری دارای یک هویت است و هویت شهری یک هویت اجتماعی است و به واسطه ی ایجاد تداعی خاطرات عمومی شهروندان و تعلق خاطر شهروندان را به سوی شهروند شدن هدایت می کند. برندسازی شهری یکی از مسائلی است که متأسفانه در ایران، بی توجهی بسیاری نسبت به آن وجود دارد و در عمل اقدامات خاصی در راستای آن صورت نگرفته است، اگرچه هریک از شهرهای ایران از ابعاد مختلف جغرافیایی، کالبدی، تاریخی و ... استعداد بسیاری در برند شدن دارند و می توانند گردشگران بسیاری را به سوی خود جذب کنند، اما ضعف در این حوزه و عدم آگاهی و گاه الگو برداری های نامناسب از کشورهای دیگر، باعث نادیده گرفتن بسیاری مناطق مستعد با قابلیت های برندسازی است. برندینگ فرآیند دنباله داری است که در گذر زمان ساخته میشود و زمان یاد هر پدیده ای را در اذهان تثبیت میکند؛ همچنین برندینگ تکنیکی است که شکل گیری آن در ذهن بیننده رخ می دهد. شهر زنجان در طول دوره تاریخی شکل گیری و دگرگونی خود، همواره در رقابت با سایر شهرهای مهم کشور و منطقه بوده است. این امر در عصر جهانی شدن اهمیتی دو چندان یافته که لزوم اتخاذ اقداماتی برای ایجاد و تقویت یک برند متمایز برای این شهر را ضروری می سازد. چنین به نظر می رسد که بتوان با بهره گیری از ویژگی های خاص و شناخته شده این شهر در سطح جهانی بتوان به شکل دهی برندی ویژه برای این شهر نایل شد؛ اما پیش نیاز این امر آگاهی از توانمندی های موجود در این زمینه خواهد بود. در این مقاله با به کارگیری روش توصیفی تحلیلی پس از بررسی ویژگی های برجسته شهر زنجان، با استفاده از تکنیک سوات نسبت به شناسایی نقاط -قوت، ضعف، فرصت و تهدیدها اقدام شده و راهبردهای مطلوب به منظور شکل دهی و تقویت برند شهری زنجان مورد بحث قرار گرفته است. نتایج پژوهش نشان می دهد که می توان با بهره گیری از راهبردهایی از جمله هویت سازی، مقابله با تخریب، میزبانی همایش های ملی و بین المللی، عقد خواهرخواندگی با شهرهای موفق کشورهای همسایه و جهان، تبلیغات و ایجاد تصویر ذهنی جذاب از شهر، در برندسازی بهتر و مفیدتر شهر زنجان موثر واقع شود.

## کلمات کلیدی:

هویت شهری، جهانی شدن، برندسازی، زنجان، شکل دهی برند.

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/914372>

