



اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار

محل برگزاری دانشکده شهید مفتاح همدان

۳۰ آبان ۱۳۹۲



بسمه تعالی

عنوان :

نمادهای شهری و نقش آنها در تقویت گردشگری شهری ( شهر کرمانشاه)

۱. شیرزاد نظری، ۲. \*مصطفی جهانبخشی، ۳. پریسا وفایی نژاد

۱. دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، استادیار گروه جغرافیا دانشگاه باختر ایلام [upiauphd@yahoo.com](mailto:upiauphd@yahoo.com)

\* ۲. دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری غیر انتفاعی باختر ایلام [jahanbakshe.mustafa@yahoo.com](mailto:jahanbakshe.mustafa@yahoo.com)

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه ریزی گردشگری (توریسم) غیر انتفاعی باختر ایلام [vafaeeqa@yahoo.com](mailto:vafaeeqa@yahoo.com)

چکیده:

در پژوهش پیش روی شما سعی شده است به بحث نمادهای شهری و تاثیر آنها در تقویت گردشگری به طور عام و بحث گردشگری شهری و نمادها به طور خاص که یکی از مهمترین مسائل کنونی کشور ما و همه کشورهای جهان است پرداخته شود. و تاثیر نمادهای شهری به ویژه بر شهر کرمانشاه در زمینه تقویت گردشگری بررسی شود. روش مورد استفاده، روش کتابخانه ای یا اسنادی است. ضمناً از مطالعات میدانی محققین هم در این اثر استفاده شده است. پژوهش دارای چهار فصل است که در فصل اول مقدمه تحقیق، بیان مسئله، اهمیت تحقیق، سوالات و تعریف متغیرها آمده است. فصل دوم تاریخچه طراحی نمادهای شهری، تاریخچه گردشگری، انواع نمادها، جایگاه نمادها در شهر، ساختمان ها نماد زیبایی شهری، اهمیت و نقش نمادها در مناظر شهری، شهر و گردشگری آمده است. در فصل سوم جامعه تحقیق و ویژگی های آن و نمادهای شهری اش مورد بررسی قرار گرفته است. و بالاخره فصل چهارم یافته های تحقیق، نتایج و منابع و مواخذ را ارائه می کند. نتایج حاصل از این پژوهش بیانگر تاثیر زیاد نمادهای شهری در روند گردشگر پذیری شهر بوده، نمادهای شهری را باعث تقویت این جریان می داند. و با وجود نمادهای مناسب میزان مانایی جاذبه های شهری را بهتر و بیشتر می داند. شهر کرمانشاه نیز از این قاعده مستثنی نبوده و وجود نمادهای شهری باعث رونق گردشگری آن است و چه بسا گردشگری خود را مدیون نمادهایش است.



اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار

محل برگزاری دانشکده شهید مفتاح همدان

۳۰ آبان ۱۳۹۲



ارزیان محیط زیست کلان

واژگان کلیدی: نمادهای شهری، گردشگری شهری، توسعه شهر، تقویت گردشگری، کرمانشاه

## فصل اول

### کلیات تحقیق

#### ۱. مقدمه:

هر کدام از شهرهای جهان فرم، کالبد و کارکرد خاص خود را دارد. در هر شهر فاکتورهای متفاوتی وجود دارد که سبب جذب و ماندگاری هر چه بیشتر گردشگر در شهر می شود، از جمله خوانایی ساخت و سازها، نوع و دسترسی امکانات و خدمات، راحتی و آسایش، جذابیت بصری شهر، سرزندگی و سلامت و تنوع و تجانس. گاهی طراحان و مسئولان شهری تصمیم به ایجاد یک نماد مدرن در شهر می گیرند و اینجاست که ارزش های ساکنان شهر اهمیت پیدا می کند، زیرا نمادها باید به گونه ای انتخاب شود که به شهرها معنی داده و سبب خوانایی آنها شود. نمادها همیشه یادآور هویت شهرها هست. نمادها در شهرها بخوبی دیده می شود و پیدا کردن آنها اغلب آسان است و این ویژگی از گم شدن گردشگر در خیابان های شهر، بخصوص در شهرهای کوچک جلوگیری می کند. انتخاب نماد درست در واقع زبان گویا و معرف شهر است که موجب ماندگاری شهرها در ذهن گردشگر و در زمان های مختلف می شود. گردشگران در طول بازدید خود، نماد یا نمادهای شهری را بخوبی به خاطر می سپارند، در حالی که مکان های دیدنی دیگر و جزئیات جذاب شهر را در کوتاه مدت از یاد می برند (بحرینی، ۱۳۷۷)

امروزه گردشگری را به عنوان یکی از مهمترین صنایع توسعه پایدار در هر جامعه ای باید دانست، که از تحرک بالایی در تغییرات اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، شهری و محیطی برخوردار است، تمرکز بر جنبه های مختلف صنعت گردشگری، همراه با برنامه ریزی های مدیریت محلی و ملی هر جامعه ای نقش بسیار با اهمیتی در فرایندهای بین المللی و ملی هر جامعه ای می تواند ایفاء کند. گردشگری شهری در واقع بخشی از این صنعت توسعه مند و پایدار جهانگردی است که موضوع نسبتاً جدیدی است، و سابقه طرح آن در محافل علمی به کمتر از دو دهه اخیر می رسد. گردشگری شهری، یکی از مهمترین و پیچیده ترین فعالیت های فضایی و مکانی انسان در جامعه شهری است، به نظر صاحب نظران، گردشگری شهری یک فرصت بزرگ فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی برای کلانشهرها و مادر شهرهای جهانی بوجود می آورد، که این فرصت نقش بسیار موثری در ارتقاء کیفیت زندگی شهروندان در ابعاد مختلف می تواند ایفاء کند. در واقع این صنعت در جامعه شهری به عنوان فعالیت چهارم زندگی شهرنشینی، بر اساس اختصاص دادن فضاهای خاص برای گذران اوقات فراغت و نیازهای مختلف تفریحی، میراثی، تاریخی و... امروزه نقش بسیار مهمی در ساختارهای فضایی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی به شکل مثبت و منفی از طریق رفت و آمد گردشگران داخلی و خارجی به خود اختصاص داده است. (اکبر زاده ابراهیمی، ۱۳۸۶)