

معرفی و ارزیابی المان ها و نشانه ها و نقش آن ها در توسعه گردشگری در شهرها

احمد استقلال^۱، زهره فلاح زاده^۲

^۱دانشگاه آزاد اسلامی، هیئت علمی دانشکده هنر و معماری واحد یزد Esteghlal.ahmad@gmail.com

^۲دانشگاه آزاد اسلامی، دانشجوی کارشناسی ارشد رشته طراحی شهری. Zohrefalah@yahoo.com

چکیده

تا کنون مطالعات پایه رامون نشانه ها و اعمال ها با توجه به توسعه گردشگری بیشتر در اروپا مطرح شده اند و از آنجاییکه تا اسم نشانه و اعمال به زبان می آید درباره مکان مبداء و ارزش های آن جست و جو می گردد آنچه که پیرامون نشانه ها و اعمال ها با توجه به گردشگری و تجربه های جهانی آن در دست داریم تنها به عنوان مطالعات پایه ای است که می بایست بنا به ویژگی های منحصر به فرد مکانی که نشانه و المان از آن برخاسته است تحقیق و با نگرسی می شود. بررسی نشانه ها و المان ها بر اساس جذب گردشگر از نظر مدیران اجرایی، و ضرورت های سازمان دارای اهمیت فراوانی است. در این تحقیق سعی ما بر این است که نشانه ها و المان ها را بررسی و ارزیابی کنیم و همچنین مطالعاتی را در مورد تاثیر این مواحد ها بر گردشگری در شهر های ایران داشته باشیم.

واژگان کلیدی: گردشگری، المان، نشانه، مولفه ها، مطالعات پایه ای.

مقدمه:

فضای عمومی شهر عرصه ای است که محل تعاملات اجتماعی مردم می باشد. پس از مدرنیته شدن، شهرها نه تنها معنا و کارکرد واقعی خود را از دست داده اند، بلکه حتی قادر ب انطباق با تغییرات معاصر و پایداری در بستر زمان نیستند. این امر موجب شد که لیب فضاهای پر ترافیک و مملو از فضاهای گمشده ای مبدل گردند که انسان در آن فرصت بودن در «بیرون» را نیافته و حس مکان و بودن در آن را از دست بدهد.

با در نظر گرفتن بعد نشانه ها و المان ها به عنوان بنیاد مطالعات تحقیق، مادامی که مولفه های کالیو کارکرد بین این مولفه ها حالت متعادل خود را نداشته باشد. محیط شهری دچار مسئله است و گردشگری به عنوان ابزار باز آفرینی برای برقراری دیالوگ های ما بین این مولفه ها در شهر دخیل می شود.

شکاف کالبدی توسط خیابان کشی های دوران معاصر و تغییر الگوی زندگی شهر موجب گردیده است که مجموعه شهر نقش خود را از یک مرکز مدنی و مکان تبلور گردشگری شهری به یک مجموعه نامنسجم در تصویر ذهنی شهروندان و گردشگران مبدل سازد.

از آنجاییکه همواره نشانه ها و نمادها در تاریخ با خواسته ها و رفتار های شهری انسان ها آمیخته است تا نوعی ویژگی منحصر به فرد را برای هر جامعه ای به ارمغان بیاورد گردشگری به عنوان فرآیندی که

نیاز های انسان در ظهر را در متن کار خود قرار میدهد. از بازآفرینی نشانه محور جدایی ناپذیر است و مواردی همچون توسعه کاربری مختلط، طرحواره های بهسازی نشانه ها و به ویژه هنر همگانی به بیان و توسعه گردشگری یک محدوده کمک می کنند. بدین منظور لازم است که در فرآیند طراحی نشانه ها و المان ه رویکرد کل نگر وجود داشته باشد که گردشگری را به عنوان اصل سازماندهنده در نظر بگیرد.

طراحی نشانه ها بر گردشگری که به طور مشخص از گردشگری به عنوان منبع فنی در طراحی بهره می جوید تا محیط های شهری سرزنده، پویا و جذاب شهری رافراهم آورد و به ارزش های تاریخی پایبند باشد، در مراکز شهری که آئینه تمام نمای هویت شهر و پیشینه تاریخی آن هستند، کاربرد دارد.

در ادامه به مفهوم و معرفی المان ها و نشانه ها و انواع المان ها و نشانه ها می پردازیم.

قابل ذکر است که وجود یک سری از مولفه های نشانه ها و المان های شهری باعث افزایش و رونق در نصعت گردشگری می شود که این مولفه ها عبارت اند از:

جانمایی نشانه ها و المان های شهری در قالب یک نقشه ادراکی به هم پیوسته باشد.

اگر شهرها چندین نشانه و در مقیاس های گوناگون داشته باشد گردشگران بهتر و سریع تر به مقصد مورد نظر میرسند.

نشانه های شهری در چهارچوبی مرتبط با یکدیگر مستقر باشند.

سایت انتخاب شده برای استقرار نشانه ها و المان های شهری از بار بصری بالایی برخوردار باشد.

نشانه ها و المان های شهری از بیشترین میزان قابلیت رویت برخوردار باشند.

در استقرار نشانه ها از توپوگرافی به بهترین صورت استفاده بهتر است که کاربری انتخاب شده برای نشانه های شهری شود. با کاربردهای پیرامون مناسب باشد و همچون تجربه ثابت کرده است نشانه ها و المان هایی که دارای فرعی متمایز از دیگر ساختمان ها و فضاهای اطرافشان را دارند در جذب گردشگران بسیار تاثیر گذار بوده اند.

نشانه ها و المان هایی که در دسترسی آسان تری داشته اند بیشتر مورد استقبال قرار گرفته اند.