

نقش برندسازی و کارآفرینی شهری در هویت بخشی شهرهای جدید: مطالعه موردی: شهر جدید پردیس

مهدی محمدابراهیمی^۱، حدیثه محمدی^۲، میثم رمضی^۳ و علی عبدی^۴

۱ لیسانس مدیریت امور فرهنگی از جهاد دانشگاهی اراک

ایمیل : Samansadw@gmail.com

۲ فوق لیسانس مدیریت دولتی (منابع انسانی) از آزاد اراک

ایمیل : hadisemohammadi630@Gmail.com

۳ فوق لیسانس مدیریت دولتی از آزاد اراک

ایمیل : Meysam.ramezi@gmail.com

۴ لیسانس مدیریت علوم اجتماعی از پیام نور شازند

ایمیل : aliabdi9005@yahoo.com

چکیده

برندسازی شهری برای توسعه سیاست گذاری و خط مشی شهرها عامل اساسی است؛ زیرا هم باعث رشد و توسعه اقتصادی شهرها می شود، و هم به عنوان مجرای برای شناسایی هویت شهر عمل می کند. از طرفی با توسعه کارآفرینی، کسب و کار محلی می توان وضعیت زندگی و رفاه اجتماعی و اقتصادی شهروندان را بهبود بخشید و زمینه ایجاد هویت شهری را فراهم آورد. با در نظر گرفتن اهمیت موضوع این پژوهش به نقش برندسازی و کارآفرینی شهری در هویت بخشی شهر جدید پردیس می پردازد. نتایج پژوهش نشان داد که برندسازی و کارآفرینی شهری در شهرهای جدید نقش مثبت و معناداری با هویت بخشی شهری دارند. هر چه مسئولین شهری پردیس و شهروندان آن به سمت برندسازی و کارآفرینی شهری حرکت کنند، هویت شهری بیشتر و بهتری در شهر جدید شکل خواهد گرفت به طوری که پتانسیل این امر در شهر جدید پردیس مهیا است و باید در تدوین چشم انداز شهر جدید پردیس با تمرکز بیشتر مورد توجه سیاست گذاران قرار گیرد. تجلی نوع فعالیت اقتصادی در ریخت شناسی شهر پردیس و برند سازی در سیمای شهر و عناصر شهری، می تواند به شکل گیری حس مکان و هویت شهری شهر پردیس کمک نماید. آب و هوای مناسب، آرامش شهر و پارک علم و فناوری پردیس از جمله مواردی هستند که می تواند در زمینه برندسازی و کارآفرینی شهری به هویت شهری پردیس کمک کنند.

واژه های کلیدی: برندسازی، کارآفرینی شهری، هویت شهری، شهر جدید، پردیس