

عنوان مقاله:

بازشناسی مفهوم بازار ایرانی از دیدگاه متون کهن ادبیات فارسی

محل انتشار:

فصلنامه بنیان های حکمی - فلسفی هنر ایرانی، دوره 2، شماره 1 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسنده:

زهره عباسی - استادیار، گروه معماری، دانشکده معماری، واحد نطنز، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

خلاصه مقاله:

نیود خوانش نظام مند آثار معماری در جامعه، باعث شده تا شاهد نقدهایی که منجر به ارتقای کیفی طراحی شوند، نباشید. پژوهش حاضر باتکیه بر واژه بازار، متون قرون (۸ تا ۳) هجری، روابط و تاثیر آن ها در شکل گیری معنای کلی اثر معماری را، مورد تحلیل قرار می دهد. ساختار ادراک، شناخت و زبانی که با آن تکلم می شود، ارتباطی تنگاتنگ با هم دارند، با نگاهی کلی به محاورات امروزی می توان متوجه شد، واژه های مورد استفاده مردم بسیار نادر و بعضا وارداتی هستند. این ها برخلاف واژه های موجود در زبان فارسی بیشتر به جنبه های کمی می پردازد و جنبه کیفی ندارد. بررسی مفهوم بازار در متون علاوه بر آنکه به جنبه های کیفی فرهنگ کشور می پردازد، ما را با اندوخته ها، تجربیات و نوع نگاه گذشتگان آشنا می سازد؛ تا بتوان بر پایه آنها به خلق مفاهیم جدید، به بنیان های استوار دست یافت. شناخت مفهوم بازار در شعر فارسی، با روش پژوهش کیفی و مبتنی بر بررسی موردی با استفاده از رویکرد تلخیصی محتوا می باشد. شاعرانی که از تاثیر بیشتری در ساخت زبان فارسی برخوردار بوده اند، در فاصله زمانی مورد نظر پژوهش انتخاب شدند و با شناسایی واژه یا ترکیبات آن، مفهوم بازار ضمن حفظ معانی به کار گرفته شده، شناسایی و طبقه بندی شد. مطالعه متون نشانگر آن است که شناخت بازار و تاثیرات فرهنگی آن، همه جا و همه وقت وجود داشته و رابطه معناداری میان مفاهیم و فضاهای متصور برای آن وجود دارد. بازار، واژه ای پرکاربرد در شعر قرون ۳-۸ هجری می باشد و با ظاهری مشابه در معانی مختلفی به کار گرفته است. واژه بازار در بعد اول جنبه های توصیفی و روایت صورت، داشته است و در بعد دیگر تمثیلی از صفات اخلاقی و مقدمه ای بر ادراک جنبه معنایی است.

کلمات کلیدی:

ادبیات فارسی، بازار ایرانی، شعر سده ۸ تا ۳ هجری، واژه شناسی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1773371>

