

عنوان مقاله:

مفهوم «مدرسه» - محله «در بازار آفرینی محلات سنتی

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی معماری، عمران، شهرسازی، محیط زیست و افق‌های هنر اسلامی در بیانیه گام دوم انقلاب (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

مسعود میروکیلی - مریم، گروه معماری و شهرسازی، دانشگاه فنی و حرفه‌ای، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

اهمیت معماری شهری و موقعیت شهری دانشگاه، با توجه به رسالت علمی و تعامل آن با جامعه بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است. علاوه بر آن لزوم ارتباط منسجم بین معماری و محوطه‌های باز دانشگاهی و نقش آموزندگی محیط در فرآیند آموزش و در جریان زندگی آموزنده از موارد موثر در طراحی پردیس‌های دانشگاهیست. از سویی پتانسیل‌ها و امکانات بافت‌های قدیم شهرهای ایران و کیفیت‌های مثبت موجود در آن‌ها فرصت مغتنمی است تا از طریق بهسازی، اجیا و نوسازی بخش‌های قدیمی علاوه بر بازار آفرینی محلات شهری بستر مناسبی برای محیط‌های یادگیری فراهم آید. در این مقاله تبیین الگوی مفهومی به نام «مدرسه - محله» مذکور شده است؛ که با توجه به قابلیت‌های محلات با ارزش قیمتی و همچنین تجربه حضور محیط‌های یادگیری در دهه‌های اخیر در شهرهای همچون بزد، اصفهان، تبریز و کاشان می‌تواند تأثیر مثبتی در بازار آفرینی محلات شهری و پاسخ به نیازهای فضاهای با هویت در حوزه آموزش عالی داشته و به محلات هویت جدید و معناداری ببخشد. این رویکرد می‌تواند ضمن استفاده بهینه از منابع و امکانات موجود در چهت اهداف پایداری و صرفه اقتصادی قرار گرفته و با معاصر سازی فضاهای معماری بومی و اصیل، زمینه ایجاد تصویر ذهنی قوی تر از دانشگاه با هویت و معنادار را فراهم نماید و انتقال پیام ارزش‌های بین نسلی از طریق فضاهای دانشگاهی را امکان پذیر سازد. همچنین این الگو بر حداقل هزینه‌ها و پرهیز از خطرات مالی و زمانی متتمرکز است.

کلمات کلیدی:

بازار آفرینی محلات، آموزش عالی، مدرسه - محله

لينک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1960156>

