

## عنوان مقاله:

بازار: امکانی برای تفحص؛ مکانی برای تفریح

## محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسنده:

جواد عباسی - دانشجوی دکتری مدیریت بازار یابی

## خلاصه مقاله:

در گذشته بازار یکی از اندام های اصلی شهر محسوب می شده و لذا از منش تاریخی و اجتماعی بالایی برخوردار بوده است. این واژه به مرور زمان معنای گسترده تری به خود گرفته و امروزه تا حدودی به مکان فیزیکی ارائه کالا محدود شد. پیشینه بازارها در ایران به چندین هزار سال پیش از میلاد بازمی گردد. برخی ایجاد اولیه بازارها را به زمان آغاز یک جانشینی انسان و نیاز وی به تبادل و تعامل کالا نسبت می دهند. وجود این تاریخ طولانی می طلبد تا در خصوص بازار- که کم و بیش و به انواع مختلف در معرض و مسیرمان هست - تامل داشته باشیم زیرا این مهم ما را به پیشینه تاریخی و غنای تاریخی مان آشنای کند. مسئله این تحقیق آن است که برغم این مهم چرا هنوز و همچنان بازار را به محل صرفا تفریح و احیانا دید و بازدید تبدیل کرده ایم و از امکان مطالعاتی و پیشینه ارزشی آن بهره نمی گیریم؟ آیا این همه ناشی از ضعف ما در حوزه مطالعات بازار است؟ هدف از این تحقیق آشنا شدن با مکانیزم بازار همچون عاملی برای تفحص در شالوده های فرهنگی تاریخی است. روش این تحقیق براساس مطالعات توصیفی استنباطی است و اهمیت و ضرورت آن باز یابی تاریخی و تقویمی بازار ماست.

## کلمات کلیدی:

بازار، تفحص، تفریح، وضعیت تقویمی، وضعیت تاریخی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1961186>

