

عنوان مقاله:

مقایسه تطبیقی فضاهای معماری بازار جدید و قدیم تبریز بر حسب نظر کاربران

محل انتشار:

اولین همایش ملی معماری، مرمت، شهرسازی و محیط زیست پایدار (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسنده:

فرنوش مینوئی - دانشجوی کارشناسی ارشد معماری، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز، ایران، عضو باشگاه پژوهشگران جوان، تبریز، ایران

خلاصه مقاله:

اصولی که پایه و اساس شکل گیری شهر را تعیین و تبیین می کند، ریشه در فرهنگ و اندیشه های آن مرز و بوم دارد که در بازار قدیم، ریشه و گرایشهای بسیاری از آداب و سنن و حتی اندیشه های دوره های مختلف در فضاها و عناصر تشکیل دهنده ی آن، نقش بسته و در نهایت به صورت یک ساختار خود را معرفی کرده است. در این مقاله بر اساس روش بنیادی تجربی و کتابخانه ای میدانی با استفاده از منابع و متون موجود سعی گردیده به مقایسه تطبیقی مفهوم فضای تجاری قدیم با فضای تجاری جدید پرداخته شود و با بررسی عوامل موثر این تغییرات در بازار به عنوان مفهوم تجاری که در دوره های مختلف از اهم خاصی برخوردار بوده و در اثر عوامل مختلف ساختارها و کالبدهای مختلفی را از خود ارائه کرده است در ردیف ضرورت شناخت مفهوم بازار و طراحی صحیح آن برای کاربر ایرانی مورد توجه قرار گیرد.

کلمات کلیدی:

بازار ایرانی، پاساژ، کاربران، عملکرد، هویت، فضاهای معماری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/263621>

