

عنوان مقاله:

بازشناسی سیر تحول کارکرد اجتماعی فرهنگی بازار در ایران از دیرباز تا عصر حاضر

محل انتشار:

اولین همایش ملی اندیشه ها و فناوری های نو در معماری (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

سعیده خوشرنکی مقدم - کارشناسی ارشد معماری مدرس دانشگاه غیرانتفاعی اسوه، معماری، تبریز، ایران.

میرسعید موسوی - دکتری شهرسازی هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی معماری، تبریز، ایران.

خلاصه مقاله:

بازار یا بارزترین نماد کلاسیک یا فرهیخته شهری زیستن در زیستگاههای بزرگ و میانی در ایران، مکان همگانی شهروندان است، که به علت تماس روزمره ی مردم مکان مناسبی برای ایجاد روابط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می باشد. بازارهای سرپوشیده و تاریخی اگرچه در ابتدا به منظور رفع نیاز های اقتصادی مردم ایجاد می شدند، اما طولی نکشید که شبکه ی گسترده ای از روابط اجتماعی و فرهنگی نیز درون ساختار آن ها به وجود آورد و بازارها به اماکنی تبدیل شدند که در آن نیاز های مردم و بازاریان نیز هماهنگی داشت. تحقیق حاضر به منظور بررسی سیر تحول کارکرد اجتماعی فرهنگی بازار از گذشته تا عصر حاضر، ابتدا تعاریفی از -بازار را بیان نموده و به بررسی موقعیت و روند شکل گیری و تکامل این شریان اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و کالبدی در بافت شهرهای ایرانی در دوره های تاریخی میپردازد و دوره های اوج، اقتدار و انحطاط و در نتیجه آن دگرگونی چهره بازارو به انزوا رفتن این کالبد شهری و علل جایگزینی آن با مراکز خرید مدرن رامورد توجه قرار میدهد و نقش هایی که بر عهده این کالبد می باشد رابه همراه کاربرد ها و سیمای بازار به صورت نمودار و جدول مورد تجزیه و تحلیل قرار میدهد. روش تحقیق در این نوشتار به صورت توصیفی تحلیلی و تحلیل محتوا میباشد.

کلمات کلیدی:

بازار؛ سیر تحول؛ اجتماعی فرهنگی؛ - بازشناسی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/279590>

