

عنوان مقاله:

نقش فضاهای اجتماعی در شکل گیری فعالیت کاربران در بناهای معماری ایران اسلامی با محوریت بازارهای موقت

محل انتشار:

همایش ملی شهرسازی فرهنگ گرا (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

سارا بهمنی کارزونی - کارشناسی ارشد معماری، دانشکده هنر و معماری، کمال الملک نوشهر،

بهاره فیروزی - دانشجوی کارشناسی ارشد معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز

پژمان تورتیاز - دانشجوی کارشناسی ارشد معماری، دانشگاه شهید بهشتی

رامینه هادیان قهدریجانی - دانشجوی کارشناسی ارشد معماری، دانشکده هنر و معماری، کمال الملک نوشهر

خلاصه مقاله:

در کشورهای دارای تمدن از گذشته تاکنون، فرهنگ از اهمیت زیادی برخوردار بوده است. در شهرهای معاصر برای استمرار فرهنگ در جامعه فضاهای برای تعاملات فرهنگی ساخته شده است، که می توانند باعث ترویج عوامل بسیاری از جمله فرهنگ در جامعه شوند، اما متأسفانه بسیاری از این مکانها بدلیل عدم شناخت در بناهای معاصر شکل نگرفته، و فعالیت کاربران را متاثر نساخته است. برای بررسی فعالیت های فرهنگی در معماری معاصر به بررسی فضاهای فرهنگی - اجتماعی در بازارهای ایرانی اسلامی پرداخته شده است، با توجه به اینکه فعالیت های فرهنگی شکل می گیرد، تا با توجه به این موارد می توان فعالیت های فرهنگی کاربران را متناسب با فضای بازارهای معماری ایرانی اسلامی شکل دهیم. هدف مقاله حاضر بررسی فضاهای فرهنگی در بازارهای معماری ایرانی و تطبیق آن با فعالیت کاربران است تا بتواند با حفظ فضاهای ایرانی، فرهنگ و تمدن را در کالبد خود نشان دهند و باعث رونق هرچه بیشتر این فضاها برای انجام فعالیت های فرهنگی شود. لذا روش تحقیق این مقاله توصیفی-تحلیلی میباشد، در ابتدا به بررسی فضاهای معماری ایرانی اسلامی که در آنها فعالیت های فرهنگی شکل گرفته است و سپس با استفاده از پرسشنامه به بررسی و تحلیل فضاهای فرهنگی بازارهای معماری ایرانی اسلامی پرداخته و در انتها پس از تحلیل و نتیجه گیری، راهبردهایی جهت ارائه فضاهایی برای شکل گیری فعالیت های فرهنگی کاربران معاصر پرداخته شده است.

کلمات کلیدی:

فرهنگ، معماری ایرانی اسلامی، تعاملات فرهنگی، بازار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/333793>

