

عنوان مقاله:

هویت در معماری بازار و پاساژ مطالعه موردی مراکز خرید کاشان

محل انتشار:

دومین همایش ملی معماری، عمران و محیط زیست شهری (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

جواد دیواندری - استادیار گروه معماری دانشگاه کاشان

احمد دانائی نیا - استادیار گروه معماری دانشگاه کاشان

مرضیه علی جان زاده - دانشجوی کارشناسی ارشد معماری دانشگاه کاشان

خلاصه مقاله:

هنگامی که از هویت سخن به میان می آید بسته به آن که از چه دریچه ای و در حوزه چه علمی به آن نگریسته شود تعاریف گوناگونی به دست خواهد آمد. اکثر مردم حضور در یک فضای خاص را تجربه کرده اند آن را ارج می نهند و از فقدان متاثر می شوند. حس کردن جهان لذتی خاص دارد. مکان های معنی دار و قابل درک تکیه گاه مناسبی هستند که خاطرات شخصی احساس ها و ارزش ها بر آن تکیه می کنند مجموعه بازار کاشان نیز با سامان مندی فضاهای معماری و همجواری با راه های بازرگانی باستانی، یکی از پر رونق ترین و باشکوه ترین بازارهای ایران به شمار می آید دوران اوج و رواج بازار کاشان مربوط به زمان صفویه و به خصوص دوران شاه عباس اول است. در این تحقیق سعی بر این است که به معماری پاساژ و بازار و نقش هویت در آن پرداخته شود. روش کار در این مقاله توصیفی تحلیلی است و بر اساس روش کتابخانه ای و میدانی است

کلمات کلیدی:

کاشان، هویت، روانشناسی محیطی، بازار، پاساژ

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/346135>

