

عنوان مقاله:

بازار، کهن الگوی فضای شهری فرهنگ مدار ایرانی در گذشته

محل انتشار:

اولین همایش ملی در جستجوی شهر فردا «واکاوی مفاهیم و مصادیق در شهر اسلامی - ایرانی» (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسنده:

نسرین محمدی زاده - کارشناس ارشد طراحی شهری، مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان

خلاصه مقاله:

فرهنگ پدیده ای است پیچیده و در ارتباط با مقولاتی چون سیاست، اجتماع، عوامل محیطی، هویت و آداب و رسوم که نشانی از هویت و شخصیت شهر نیز می باشد بدین صورت که با کندوکاوی در ظرف شهر و رویدادهای درونی آن، می توان نمایشی از حضور پررنگ فرهنگ را در آن مشاهده کرد. بازار ایرانی، بعنوان کهن الگوی معماری و شهرسازی ایرانی یکی از شاخص ترین کانون های مدنی در گذشته بوده که تحلیل لایه های تشکیل دهنده آن، بازگویی هویت فرهنگی آن بوده و می تواند گام و الگویی باشد در راستای طراحی فضاهای شهری ایرانی امروزی چرا که بازار تنها به عنوان کالبد و فضای اقتصادی مطرح نبوده بلکه مکان گردهمایی اغلب عوامل تشکیل دهنده فرهنگ شهر بوده است. موضوع تحقیق حاضر بررسی بازار ایرانی، به عنوان کهن الگوی شهرسازی فرهنگ مدار می باشد که با رویکرد تحلیلی و همچنین تحلیل محتوا، ابتدا مفهوم فرهنگ مورد بررسی قرار داده و سپس به تحلیل ویژگی های فضایی، کالبدی بازار ایرانی در قالب فضای شهری جامع هویتمند پرداخته شده و همچنین با بررسی مؤلفه های سازنده هویت و فرهنگ بازار در نهایت به عنوان راهکار و الگویی جهت خلق فضاهای هویتمند و فرهنگ مدار شهر فردای اسلامی- ایرانی مورد استفاده قرار گیرند. این تحقیق نشان می دهد که اصول و ارزش های معماری و شهرسازی گذشتگان بایستی مورد حیا و بکارگیری در شهرهای امروزی مان قرار گیرند که شاید راه حلی جهت رهایی از معضل شهرهای بی هویت باشد.

کلمات کلیدی:

شهرسازی فرهنگ مدار، هویت، بازار ایرانی، فرهنگ

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/348493>

