

عنوان مقاله:

سیر تحول بازارهای ایران؛ از بازارهای سنتی تا مراکز خرید امروز

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی شهرسازی، مدیریت شهری و توسعه پایدار (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 27

نویسندگان:

محمدصادق کریمی - دانشجوی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات کرمانشاه، رشته مهندسی معماری مقطع کارشناسی ارشد، کرمانشاه، ایران

ابراهیم مرادی - استاد راهنما: استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام، رشته باستان شناسی دوره اسلامی مقطع دکتری PHD، ایلام، ایران

علی علایی - استاد مشاور: مربی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات کرمانشاه، رشته معماری مقطع دکتری PHD، کرمانشاه، ایران.

خلاصه مقاله:

بازار اصطلاحی پربار و در برگیرنده معانی فراوان در زبان فارسی است. به طور کلی بازار در طول تاریخ، علاوه بر فعالیت اقتصادی، فعالیت های اجتماعی، فرهنگی، آموزشی، مذهبی، سیاسی، خدماتی و تفریحی نیز داشته است و همچنین یک مکان، یک روش زندگی، یک طبقه و نمادی از حیات اسلامی را با استفاده از مکتب اسلامی نهفته را در شهر تداعی میکند. بازار، یکی از بزرگترین دستاوردهای تمدن دوره اسلامی، در کشورهای اسلامی به ویژه در کشور ایران از جایگاه خاصی برخوردار بوده است. بازار نماد معماری سنتی بوده و هنر اسلامی به بهترین شکل در معماری آن نمود پیدا کرد. پس از ورود اسلام و گسترش شهرهای اسلامی، افزایش ارتباطات اجتماعی، توسعه راههای کاروانی و کاروانسراها، موجب شکل گرفتن فضای بازرگانی و تولیدی، موسوم به بازار شد. در شهرهای اسلامی، بازار، محور اصلی و اقتصادی شهر بوده که مراکز تولید و توزیع کالاهای گوناگون انبارهای مهم و مبادلات پولی در آن جای داشتند. بازار در تمدن و فرهنگ ایران به خصوص در تمدن اسلامی به طور کلی از پیشینه‌های والا برخوردار است و از عناصر اصلی شهری از سطحی-ترین تا عمیقترین وجه فرهنگی شهری محسوب میشود. تاریخ نشان میدهد که مراکز تجاری در طول تاریخ با دگرگونی‌هایی همراه بوده است و با گذشت زمان در سطح وسیعی از اراضی شهرها به کاربری تجاری اختصاص یافته و نمود کالبدی آن به شکل دکان، بازار، پاساژ، فروشگاه و ... نمود یافته است. در ادوار مختلف بازارها به عنوان فضاهای تجاری و قلب تپنده شهری محسوب میشوند و مورد پیشرفت و توسعه شهری قرار گرفتند. با دستاوردهای مدرنیته و الگوهای معماری و شهرسازی غرب، فضاهای تجاری به شکل امروزی نمود پیدا کردند. امروزه در پی تحولات اخیر، بازارها دیگر نمیتوانند عملکرد قبلی خود را در شهرها داشته باشند و این امر باعث گسیخته شدن و شکافی عمیق بین ارتباط آنها با دیگر عناصر شهری و زندگی اجتماعی مردم شده است. این قطع ارتباط که خود به نوعی قطع زندگی بازارهاست و لاجرم سبب مرگ تدریجی کالبد بازارهای سنتی شده است. این مقاله کوششی است در جهت سیر تحولات بازارهای اسلامی تا مراکز خرید امروزی که با انواع مختلف در بیکرهای شهری نمود پیدا کرده است.

کلمات کلیدی:

تحولات بازار، مجتمعهای تجاری مدرنیته، ویژگی بازارها، جایگاه بازار در تمدن و شهر اسلامی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/360666>



