

عنوان مقاله:

تبیین مفهوم مکان در الگوی بازارهای سنتی

محل انتشار:

کنفرانس ملی مهندسی معماری، عمران و توسعه کالبدی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

بهروز اقبالی درخشان - کارشناس ارشد معماری، دانشکده هنر، دانشگاه علم و هنر یزد

کاظم مندگاری - استادیار گروه معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر و معماری یزد

سمیه امیدواری - استادیار گروه معماری دانشکده فنی مهندسی، دانشگاه علم و هنر یزد

خلاصه مقاله:

با مطرح شدن مفهوم خلق مکان برای مردم در طراحی شهری در چند دهه ی گذشته طراحان شهری بسیاریکوشیدن تا شاخص های مطلوب کیفی در مکان های شهری موفق را معرفی کنند. بازارها ی سنتی از مفاهیممهم شهری می باشند که ساختار و پیکره ی شهر بر آن ها استوار شده است. بازارهای سنتی، علاوه بر تأمیننیازهای اقتصادی روابط عمیق اجتماعی را هدایت می کنند و از توانایی گسترش مرزهای فرهنگی را نیزبرخوردار هستند. در ای مقاله به تبیین مفهوم مکان در بازارهای سنتی پرداخته می شود. برای این کار لازمست ابتدا مفهوم مکان و جنبه های مختلف آن مشخص می گردد؛ همچنین رویکرد این مقاله به بازار نیزتعریف شود. ابتدا رویکردهای مکانی مختلف و ابعاد آن مشخص می گردد، سپس به مفهوم الگو و الگویبازارهای سنتی می پردازیم. در نهایت هم با توجه به اهداف و معیارهای معماری بازارهای سنتی، به تبیین مدلمکان در بازارهای سنتی می پردازیم. نتایج حاصل از این مقاله، بیان می دارد که مکان در بازار دارای سه مؤلفهی البد، معنی و فعالیت می باشد که از به وسیله ی فضا و رویداد های حاصل در آن ، ساختار بازار سنتی شکل می گیرد.

کلمات کلیدی:

مکان ، الگو، الگوی بازار، بازار سنتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/372755>

