

عنوان مقاله:

الگو و ضوابط طراحی یک مرکز خرید ایده آل

محل انتشار:

سومین همایش بین المللی معماری عمران و شهرسازی در آغاز هزاره سوم (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

آتوسا بیات - عضو هیئت علمی، گروه معماری، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

الناز رضایی - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه معماری، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

خلاصه مقاله:

مراکز تجاری محل کانون دادو ستد بوده و ارتباط مستقیم بین عرضه و تقاضا را برقرار می نماید. معماری بازار الهام بخش و سرمشق اغلب طراحان و معماران در طراحی مراکز خرید و پاساژهای جدید و حتی بناهای غیر تجاری می باشد. اما آنچه در الگوپذیری از معماری بازارها بدان کمتر توجه شده است فضاهای اجتماعی موجود در بازارهاست. وظیفه ما به عنوان معماران و طراحان توجه به این الگوهاست، ما نیز در این پژوهش در پی شناساندن ضوابط و استانداردها و چگونگی طراحی یک مجتمع تجاری که نه تنها مکانی برای رفع نیازهای روزمره افراد است بلکه مکانی برای بسیاری از رویدادها در فضا و مکانهای مختلف بازاری باشد برآمدیم به امید معماری بی عیب و نقص.

کلمات کلیدی:

مجتمع تجاری، محیط فرهنگی، تعاملات اجتماعی، فضای تفریحی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/711567>

