

عنوان مقاله:

مراکز خرید در منظر شهر: سازنده یا تخریب کننده

محل انتشار:

فصلنامه منظر، دوره 9، شماره 40 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسنده:

ناتالی لومقشان - استاد جغرافی دانشگاه پاریس ۸ و لابراتوار لادیس

خلاصه مقاله:

مراکز خرید را امروزه می توان به عنوان یکی از تجهیزات شهری قلمداد کرد. تجهیزاتی که مهمترین ویژگی آنها مکان بودن آنهاست؛ در برخی جوامع کاربرد تولیدی و برای بعضی دیگر کاربرد مصرف دارند. با رجوع به پیشینه این مراکز خرید می توان ریشه فرهنگی شکل گیری آنها را در جریان مدرنیته جستجو کرد. جریانی که بخش های مختلف زندگی شهری را به صورت مجزا شکل داد. نخستین مراکز خرید در حومه شهرها شکل گرفتند و موجب جذب شهروندان نه تنها برای خرید و تفریح که برای سکونت به حومه شهرها شدند. نسل دوم به تدریج و با پیشرفت فناوری معماری خاص خود را به دست آوردند و تبدیل به سوژه های طراحی برای معماران شدند. نقل مکان شهروندان، مقدمه ای برای تمهیداتی از طرف دولت و مدیران شهری شد تا نسل سوم این مراکز خرید با بازگشت به سمت مراکز شهر ایجاد شوند. این موضوع برای حل مجموعه مشکلاتی که در اثر این نقل مکان به وجود آمده بود و با مکانیزم های خاصی اتفاق افتاد و مراکز خرید در قلب شهرها جای گرفتند. اما مراکز خرید با خاستگاه مدرنیستی خود متأثر از پیشرفت های تکنولوژی و در عین حال بر محیط اطراف خود اثرگذار بودند. مخدوش کردن تجارت های محلی، از بین رفتن هویت های بومی و خرده فرهنگ های مختلف از انتقاداتی است که به واسطه ذات مدرنیستی بودن این مراکز بر آنها وارد است. گرچه امروزه پیشرفت و توسعه مراکز خرید را به عنوان روندی از جهانی شدن در جامعه بین المللی می دانند؛ اما نباید فراموش کرد که مراکز تجاری سرآغاز تجارت های بین المللی در دنیا نبوده اند. بازارهای شهرهای بزرگ، مسیرهای کاروان های بین المللی و تجارت به وسیله فروشگاه های زنجیره ای، از یونان باستان و شهرهای بزرگ خاورمیانه تا دوران مدرن ادامه داشته است. آنچه امروزه مراکز تجاری را به عنوان یکی از تجهیزات شهری مطرح می سازد ابعاد مختلف اجتماعی و فرهنگی آن است. تبدیل عرصه عمومی خریدوفروش به یک فضای بسته خصوصی، ایجاد بستر اتفاقات اجتماعی و فرهنگی، شکل گیری هنجارهای اجتماعی و تبدیل شدن به نماد مدرنیسم، وجوه مختلف این مراکز به شمار می روند. با این شرایط باید توجه داشت که مراکز خرید نه تنها بخشی از منظر شهری، بلکه شکل دهنده به آن هستند. با معماری خاص خود، تغییر هنجارهای مصرف و جامعه و تبدیل شدن به تجهیزاتی جدانشدنی از شهر.

کلمات کلیدی:

مراکز خرید، تجهیزات شهری، مدرنیته، تجارت بین الملل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/862732>

