

عنوان مقاله:

الگوهای مشترک بازارهای ایرانی اسلامی و مجتمع های تجاری

محل انتشار:

اولین همایش بین المللی معماری و شهرسازی جهان اسلام در عصر جهانی شدن (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

زهرا رستاقی - دانشجوی کارشناسی ارشد معماری؛ دانشکده هنر و معماری؛ دانشگاه شیراز

حمیدرضا شریف - دانشیار بخش معماری؛ دانشکده هنر و معماری؛ دانشگاه شیراز

محمدرضا مغاره - دانشیار بخش معماری؛ دانشکده هنر و معماری؛ دانشگاه شیراز

خلاصه مقاله:

بررسی روند شکل گیری شهرها نشان میدهد که بازارها یکی از مهم ترین ارکان تشکیل دهنده شهرها می باشند. بازارهایاسلامی ایران غالبا فضایی سرپوشیده بوده که با گذر زمان اشکال متفاوتی به خود گرفته است. پدیده ی بازار در ایران تداومخود را در طول تاریخ از ابتدای پیدایش جوامع انسانی حفظ کرده است. بازار همیشه عامل مهمی در دادوستد و تولید بعضیاز کالاها در تمام سال بوده است. تحول بازارهای ایرانی ناشی از عوامل و پدیده های متعددی مانند تاریخی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و تکنیکی است. بازارهای سنتی به اجزای مختلفی تقسیم میشده و هرکدام کاربری ویژه و خاصی داشتند. در خصوص کیفیت فضایی بازارهامیتوان گفت که در واقع یکسری اصول ماندگاری هستند که در طول قرن ها از کارایی بیشتری برخوردار بوده و در تمامبازارهای سنتی مشترک است. هدف از این پژوهش بررسی و تحلیل اصول و معیارها و ویژگی های معماری و شهرسازی وکیفی بازارهای سنتی است که قابلیت استفاده در مجتمع های تجاری امروزه را دارند. این پژوهش که با روش توصیفی-تحلیلیانجام گردیده است نشان میدهد که در آرایش بازارهای سنتی، اصول و معیارهایی از نظر کالبدی و کیفیت فضایی وجود داردکه آنها را میتوان در طراحی مجتمع تجاری بکار برد.

کلمات کلیدی:

مجتمع تجاری، بازار اسلامی ایران، الگوهای طراحی بازار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/868243>

