

آتوسا مدیری^۱، عبدالله اسدیان^۲ **

۱. استادیار شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد واحد تهران

مرکزی، ایران

(Ato.Modiri@iauctb.ac.ir)

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی شهری، دانشکده هنر و معماری،

دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی، ایران

(A.asadian۲۵@gmail.com)

چکیده

کشور ایران اولین الگوی مراکز خرید را به صورت بازار به خود دید که از دیرباز به عنوان یک عنصر محرک در بافت شهر وجود داشته اند و حرکت و سرزندگی آنها در تعامل با شهر بوده است. اما فعالیت و تحرک مال ها و مراکز خرید امروزی اغلب محدود به درون آنها شده و فضای پیرامون آنها فاقد این حرکت و تکاپو است. مقاله پیش رو با روش تحلیلی - توصیفی و مطالعات کتابخانه ای ضمن مرور بر مبانی نظری بازارهای ایرانی - اسلامی، به بررسی الگوی شکل گیری مال ها و تجارب جهانی موفق مربوط به آن می پردازد. نتایج به دست آمده نشان می دهد بازارهای ایرانی - اسلامی چگونه می توانند موجب شکل گیری و توسعه مراکز خرید به ویژه مال ها شوند.

واژگان کلیدی: بازار ایرانی - اسلامی، مرکز خرید، مال، الگوی شکل گیری

* این مقاله مستخرج از پایان نامه مقطع کارشناسی ارشد طراحی شهری است که با راهنمایی سرکار خانم دکتر مدیری در تاریخ بهمن ماه ۱۳۹۲ در دانشکده هنر و معماری دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی دفاع شده است.

** نویسنده مسئول مقاله