

دومین همایش ملی افق های نوین در توانمندسازی و توسعه پایدار معماری عمران گردشگری و محیط زیست شهری و روستایی

۳۱ اردیبهشت ۱۳۹۴



نقش بازارهای سنتی ایران بر مردم و معماری آن بر هویت شهری

۱- سید احسان حسینی نجاتی

۱* دانشجوی کارشناسی ارشد معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند مدرس گروه معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد کاشمر
پست الکترونیکی: s.hosseinihsan@gmail.com

چکیده

بازارها مکانی هستند که تبادلات اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی در آن ها صورت میگیرد و اهمیت دادن به چنین نهادهایی در شهرها دلیل نقشی است که این مکان ها به عهده دارند و عملکردشان جوابگویی به نیازها و احتیاجات زندگی روزمره انسان ها میباشد، بافت کالبدی شهرهای ایران بسیاری از عناصر و اجزای شهری و بخصوص بازارها و مراکز داد و ستد ها نقش عمده ای در عملکرد و حیات زندگی شهری ایفا نموده که مورد توجه می باشد. بازارهای شهری در ایران کالبدی از بافت های درهم تنیده ی انسانی است که در روابط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کنشگران یک جامعه نمود می یابد و بازارهای تجاری مدرن به عنوان پدیده ای نوپا در کشورهای در حال توسعه برپیچیدگی این سیستم افزوده است. هنگام مواجهه با پدیده ی " مراکز تجاری در شهر " ظاهرا می بایست در جوامع مدرن و پیشرفته به دنبال مطالعه بر روی آن بود و این درحالی است که در بطن این مراکز با مسائلی درگیر می شویم که عمدتا در جوامع پیشین و به اصطلاح سنتی با شکلی متفاوت هم وجود داشته است. با نگاهی گذرار به سیما شهرهای اسلامی و بافت کالبدی شهرهای ایران بسیاری از عناصر و اجزای شهری و بخصوص بازارها و مراکز داد و ستد ها نقش عمده ای در عملکرد و حیات زندگی شهری ایفا نموده که مورد توجه می باشد. این مقاله یک پژوهش کاربردی است، روش مطالعه بصورت توصیفی- تحلیلی است که گردآوری اطلاعات مورد نیاز به شیوه اسنادی انجام شده است. امروزه در شهرهای ایران، جدا از وجود بازارهای شهری سنتی و قدیمی با قدمت بسیار بالا، بازارهای مدرن و جدیدی شکل گرفته اند که از اصالت بازارهایی با سبکهای سنتی معماری بی بهره مانده اند.

واژه های کلیدی: مفهوم بازار، ساختار و پیکره، گونه های بازار، بازارهای سنتی، هویت شهری