



مقایسه تطبیقی فضاهای معماری بازار جدید

و قدیم تبریز بر حسب نظر کاربران

فرونش مینوئی^۱

^۱دانشجوی کارشناسی ارشد معماری، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تبریز، ایران

عضو باشگاه پژوهشگران جوان، تبریز، ایران

fm_architect@yahoo.com

چکیده:

اصولی که پایه و اساس شکل گیری شهر را تعیین و تبیین می کند، ریشه در فرهنگ و اندیشه های آن مرزوبوم دارد که در بازار قدیم، ریشه و گرایشهای بسیاری از آداب و سنن و حتی اندیشه های دوره های مختلف در فضاها و عناصر تشکیل دهنده ی آن، نقش بسته و در نهایت بصورت یک ساختار خود را معرفی کرده است. در این مقاله بر اساس روش بنیادی تجربی و کتابخانه ای میدانی با استفاده از منابع و متون موجود سعی گردیده به مقایسه تطبیقی مفهوم فضای تجاری قدیم با فضای تجاری جدید پرداخته شود و با بررسی عوامل موثر این تغییرات در بازار به عنوان مفهوم تجاری که در دوره های مختلف از اهم خاصی برخوردار بوده و در اثر عوامل مختلف ساختارها و کالبد های مختلفی را از خود ارائه کرده است در ردیف ضرورت شناخت مفهوم بازار و طراحی صحیح آن برای کاربر ایرانی مورد توجه قرار گیرد.

واژه های کلیدی: بازار ایرانی، پاساژ، کاربران، عملکرد، هویت، فضاهای معماری