

مراکز تجاری، فرهنگی امروز = بازار دیروز

علی دشتی شفیعی^{۱*}، حنا مهبران^۲، رزگار سلیمی^۳

۱- دکترای معماری، دانشگاه ونیز - ایتالیا ۱۳۵۵ استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه شمال آمل

آدرس: تهران، تهران، قیطریه

Ali_shafii_7@yahoo.com

۲- دانشجوی کارشناسی ناپیوسته معماری، دانشگاه شمال - آمل

آدرس: آمل، مازندران، بلوار امام خمینی

Hana.mehraban@gmail.com

۳- دانشجوی کارشناسی ناپیوسته معماری دانشگاه شمال آمل

آدرس: سقز، کردستان، شهرک کردستان

rezgarsalimi@yahoo.com

چکیده

مرکزهای تجاری و فرهنگی امروزه یکی از اصلی ترین عناصر شهری هستند، و یکی از عناصر کلیدی شهر بحساب می آیند. توجه همه جانبه به امور مربوط به برنامه ریزی این مراکز باعث می گردد، تا پسازساخت از عملکرد مناسبی برخوردار شوند و بهره بیشتری نصیب استفاده کنندگان شود. همچنین دستیابی به کیفیت عالی در طراحی این گونه مراکز از اهداف مهم طراحان و معماران به حساب می آیند. این مراکز باید همان کیفیت بازار قدیمی را در اختیار افراد قرار دهند. هدف این مقاله ایجاد مراکزی با کیفیت و متناسب با فرهنگ مردم است، ایجاد این چنین مجموعه ها می تواند با شناخت و بکار گیری عواملی چون نور، رنگ، بافت و مصالح و... کیفیت های فضایی را ارتقا بخشد و با بکاربردن اصول و ضوابط تعیین شده مجموعه ای کارا و مطلوب برای مراجعه کنندگان پدید آورد. واژگان کلیدی: مراکز تجاری، شهر، بازار، فرهنگ، طراحی.