

عنوان مقاله:

مقایسه تطبیقی ساختار کالبدی - عملکردی بازارهای قدیم با مراکز خرید امروزی از منظر پاسخگویی به نیازهای زنان

محل انتشار:

دومین همایش ملی معماری و شهرسازی اسلامی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

نازنین عباسی - دانشجوی کارشناسی ارشد معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات آذربایجان شرقی

مرتضی میرغلامی - هیئت علمی و استادیار گروه شهرسازی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز

خلاصه مقاله:

تغییر نقش زنان ایرانی در خانواده از شکل سنتی و درون‌خانگی به شکل فعالانه و برون‌خانگی و به تبع آن افزایش حضور زنان در عرصه‌های زندگی اجتماعی ضرورت این پژوهش را ایجاد میکند تا به نیازهای زنان در ارتباط با مقوله خرید توجه بیشتری شود. این مقاله درصدد تبیین نحوه حضور زنان در فضاهای شهری امروزی میباشد؛ و سعی دارد با نگاهی انتقادی و با مقایسه تطبیقی جایگاه بازارهای قدیمی و مراکز خرید مدرن، کیفیت و کمیت پاسخگویی فضاهای خرید متناسب با نیازهای زنان شهرهای معاصر را ارائه کند. حال پرسش مقاله این است که آیا کالبد گذشته بازار، فضای معماری متناسب برای حضور زنان در شهرهای معاصر را دارا میباشد؟ مراکز خرید امروزی چگونه به نیازهای انسانی-خصوص زنان مسلمان ایرانی- پاسخگو هستند؟ هدف از این مقاله مقایسه‌ی خاستگاه فکری و مبانی ایدئولوژیک دو مقوله بازار و مراکز خرید که به لحاظ ساختار اقتصادی در دو زمینه شهری متفاوت قرار دارند نیست؛ بلکه هدف، بررسی امکان پاسخگویی کالبد بجا مانده از بازارهای قدیمدر مقایسه با نیازها و شرایط تسهیل شده زندگی مدرن برای تطبیق نیازها و هنجارهای فردی و اجتماعی مقوله خرید در جامعه‌ی شبه مدرن ایرانی است. در این مقاله از روش توصیفی- تحلیلی و گردآوری داده‌ها به روش کتابخانه‌ای بهره‌گیری شده است. نتایج نشان میدهد، که فضای بازارهای ایران در سایه چهارچوبهای شریعت اسلام، با محدودیتهایی برای حضور زنان همراه بوده؛ و فضایی مردانه تعریف و تلقی میشده است. به گونهای که در ساختار بازارها، پاسخ کالبدی مناسب برای نیازهای زنان، اعم از وضوح فضا و امنیت، مبلمان و خدمات رفاهی، هندسه فضایی متناسب با حرکت زنان و... مشاهده نمی‌شود. در مقایسه با بازار، در مراکز خرید امروزی کاربرست عناصری همچون روشنایی مناسب، تامین دید کافی و امنیت، در نظر گرفتن تجهیزات لازم برای زنان، افزایش پاکیزگی، مبلمان و خدمات رفاهی و... به نیازهای زنان پاسخ بیشتری داده است.

کلمات کلیدی:

زنان، بازار، معماری ایرانی اسلامی، مراکز خرید، معماری پاسخگو

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/289677>

