

## طراحی مرکز رسانه شهری (مدیا تک) با رویکرد رعایت هویت فرهنگ ایرانی

محسن دانشمندی\*، فرشته نویدی مجد

گروه معماری، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر  
گروه معماری، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر

### چکیده

با توجه روند رو به رشد تکنولوژی و فناوری اطلاعات و گسترش رسانه شهری و از سویی برای حفظ فرهنگ و معماری غنی ایرانی به عنوان یکی از عامل‌های رشد جوامع بشری، از طریق تلفیق ویژگی‌های مثبت معماری ایرانی-اسلامی نظیر مردم داری، ویژگی‌های بومی و مصالح، نحوه معماری و... برای ترویج و ادامه دادن مرکز رسانه‌های موجود در منطقه، توجه به ترویج و معماری مراکز رسانه امری ضروری به نظر می‌رسد. الگوی ترویج "رسانه شهری با معماری ایرانی" به عنوان راهبرد تحقق افزایش جذب مردم به مراکز رسانه و ارتقا معماری مراکز موجود در سال‌های اخیر مورد توجه بوده است. هدف از این الگو خلق محیطی است با کاربری‌های آموزشی و کاربردی تا حدودی خود کفا، با اولویت جذب افراد و راهنمایی آن‌ها به ورود به یک چنین فضاهایی می‌باشد و همچنین ترویج فضاهای جمعی و جذاب جهت تشویق توسعه طرح و مشارکت عمومی. از این رو الگوی "رسانه شهری" به عنوان راهبردی جهت جذب افراد منطقه در تعامل با بافت موجود و با در نظر گرفتن پتانسیل‌های محیطی پیشنهاد می‌گردد. آنچه در پژوهش پیش رو دنبال می‌گردد، آرایه‌ی الگوی مناسب در راستای تحقق جذب افراد و ایجاد مرکز رسانه با بهره‌گیری از معماری غنی ایرانی با نگاهی دو سویه از کل به جزء، در فرایندی از جزء به کل است. بدین ترتیب که در بخش نخست، پس از مرور مفاهیم مرتبط با مرکز رسانه، مرکز رسانه و ...، به بررسی نهضت‌های مرتبط با رسانه پرداخته و با توجه به رویکرد اصلی پژوهش، به مرور متون نظری مرتبط با الگوی "معماری ایرانی" به عنوان استراتژی تحقق ترویج معماری منطقه و استخراج اصول مرتبط با آن می‌پردازد و در بخش دوم، مطالعه ضوابط طراحی گونه‌های مراکز رسانه و همساز با اقلیم بستر به عنوان هسته اولیه مورد توجه قرار می‌گیرد. در گام بعدی به مطالعه و تحلیل بستر طراحی پرداخته شده و با توجه به نکات موردی موجود در سایت مورد نظر طراحی از نظر ویژگی‌های اقلیمی و عوامل طبیعی و ...، جدول ترسیم شده است.

بعد از انجام مطالعات فوق وارد مرحله طراحی مرکز رسانه شهری گردیده، ابتدا با توجه به برنامه فیزیکی به روابط فضا و تناسبات آنها و رسم نمودار حبابی پرداخته و سپس پلان از آن استخراج گردیده است و نهایتاً شاکلیه بنا به دست آمده است.

کلید واژه: مرکز رسانه، مرکز رسانه، معماری ایرانی، تهران

**۱- مقدمه**

از نیمه دوم دهه ۱۹۹۰، انقلاب الکترونیک، تمامی جنبه های زندگی و به موازات آن معماری را تحت تاثیر خود قرار داده است. تاثیر دنیای الکترونیک و اطلاعات بر فضاهای معماری فراتر از تاثیرات فیگوراتیو است و به تعریف جدیدی از فضاهای عملکردی نیاز دارد. امروزه طیف وسیع مخاطبین با نیازهای متفاوت، مراکز چندرسانه ای یا مرکز رسانه را به مردمی ترین فضای فرهنگی تبدیل نموده است که صرفاً برای پژوهش و مطالعه نبوده بلکه به فضایی اجتماعی برای تبادل اطلاعات و تعامل با دیگران تبدیل شده است. این فضا به عنوان مکان عمومی و اجتماعی باید بتواند شرایط لازم برای ترک منازل و گردهمایی در چنین فضاهایی را فراهم آورد. این امر در شکل گیری الگوهای جدید معماری تاثیر قابل توجهی گذاشته است، به طوری که تمرکز بر معماری انسانگرا، به عنوان پاسخگوی نیازهای انسانی در ابعاد مختلف، حائز اهمیت گردیده است.

مرکز رسانه مرکز اطلاعات و رسانه تیپولوژی جدید در معماری است که به تازگی در دنیا شکل گرفته است معماران در دهه ۱۹۷۰ در پروژه های خود رسانه را به کار گرفته اند. مرکز رسانه یک مرکز عمومی و فرهنگی است که سعی دارد با تمام قوا با افراد جامعه ارتباط برقرار کند وظیفه اصلی مرکز رسانه انتقال اطلاعات به مردم و بالا بردن سطح آگاهی و مهارت و بکارگیری آنها در زمینه های مختلف علمی فرهنگی و هنری است (اوحدی، ۱۳۷۶).

**۲- بیان مسأله اساسی پژوهش**

مراکز رسانه شهری فضایی آزاد برای شکل گیری تعاملات شهری و برنامه های فرهنگی عمومی در سطح شهر می باشند. مردم در این مراکز علاوه بر بهره گیری از منابع اطلاعاتی، امکان حضور در فعالیت های فرهنگی عمومی و یا خودجوش را خواهند داشت (Adorno, 1993). با مطالعه و بررسی چنین مراکزی در ایران می توان دریافت که فضای جمع آوری مدارک و اطلاعات به منظور ارائه به مردم و ارتقا سطح آگاهی عمومی در مناطق مختلف شهری به نحو مناسبی پاسخگوی نیازهای افراد جامعه نمی باشد. با بررسی و چگونگی ارتقا سطح آگاهی عمومی و مطالعه بستر اقلیمی، معماری و فرهنگ غنی ایرانی می توان به مولفه های یک طراحی بهینه با کاربری مرکز اطلاع رسانی با هویت معماری ایرانی دست یافت به گونه ای که طرح های مذکور موجب ترویج شکل تعاملات شهری و برنامه های فرهنگی عمومی و جذب هر چه بیشتر مردم در آنجا گردد. مرکز رسانه شهری یکی از مراکز حائز اهمیت در حوزه رواج فرهنگ ایرانی در بخش معماری است که متأسفانه در ایران سابقه چندانی ندارد. از این رو در نظر است طراحی لازم برای احداث مرکز رسانه شهری در زمینی به مساحت حدود ۱۸۰۰۰ هزار متر مربع در شهر تهران انجام پذیرد. در این زمین یک مجموعه رسانه ای جهت حفظ هویت فرهنگ ایرانی با ترکیب مناسب، هماهنگ با بستر طبیعی احداث گردد و در مجاورت آن فضاهایی مناسب جهت تفرج و جذب هر چه بیشتر افراد و رفاه حال آنها در نظر گرفته شده است.

**اهداف پژوهش**

هدف اصلی تحقیق، طراحی یک مرکز رسانه شهری با تکیه بر هویت فرهنگ ایرانی در منطقه مورد مطالعه می باشد. در این راستا دو هدف فرضی برای پژوهش متصور است: ۱- شناخت مولفه های تاثیرگذار در طراحی یک مرکز رسانه به جهت ارتقا سطح آگاهی عمومی در سطح شهر و ۲- شناخت اصول معماری و فرهنگ ایرانی در مرکز رسانه شهری به منظور جذب افراد علاقمند.

**فرضیه های پژوهش**

فرضیه های مطرح در این مطالعه بدین شرح خواهند بود: ۱- بهترین راهکار جهت حفظ هویت و فرهنگ ایرانی طراحی مرکز رسانه شهری است. ۲- با شناسایی و در نظر گرفتن مولفه های تاثیرگذار در طراحی یک مرکز رسانه می توان به ارتقا سطح آگاهی عمومی در سطح شهر کمک کرد. ۳- با رعایت اصول معماری و فرهنگ ایرانی در مرکز رسانه شهری می توان موجب جذب افراد علاقمند به این مرکز شد.

### ۳- روش انجام تحقیق

روش این تحقیق بطور کلی توصیفی-تحلیلی می باشد. در این پژوهش ابتدا با جمع آوری اطلاعات کتابخانه ای به بررسی و شناخت در زمینه مرکز رسانه و هویت ایرانی و رابطه بین این ها می پردازد سپس به مطالعه و نقد آثار موجود در معماری مرکز رسانه پرداخته خواهد شد. لذا نوع این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی-تحلیلی است.

### ابزار جمع آوری اطلاعات

جمع آوری اطلاعات در پژوهش فوق از دو روش کتابخانه ای و میدانی انجام گرفته است. در مرحله گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای از ابزارهایی مانند فیش برداری، بانک های اطلاعاتی، شبکه های کامپیوتری و ... بهره گرفته شد و در جمع آوری داده های میدانی، پرسشنامه، مصاحبه و مشاهده(بررسی نمونه ها) از ابزارهای مورد استفاده هستند.

### روش تجربه و تجلیل داده ها

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات در این پژوهش مراجعه به استانداردها و معیارهای متداول طراحی معماری انجام گرفته است. مراحل شناخت وضع موجود و تدوین هدف و تحلیل در سایت انتخابی و نهایتاً بر اساس اصول استنتاج شده از مباحث نظری گزینه های طراحی ارائه گردیده و گزینه های پیشنهادی با اهداف عملیاتی حاصله ارزیابی و نهایتاً راه حل نهایی ارائه گردیده اند.

### ۴- مرور ادبیات و سوابق مربوطه

به طور کلی زندگی انسان و پیشرفت وی در سه عصر کشاورزی، صنعت، اطلاعات و انفورماتیک (بعنوان موج سوم) قابل بررسی است. نیاز به کسب اطلاعات در وجود بشر از گذشته تا به حال وجود داشته و دارد اما ارضای این نیازهای اطلاعاتی به مرور زمان دستخوش تغییرات فراوانی شده است. انسان امروز با بهره‌گیری از منابع بیکران اطلاعات در شبکه‌ها، علاوه بر کسب آگاهی، قادر به ترکیب و دادن ترکیبی تازه به آن‌ها به صورت همزمان است (Bennet, 1973). مراکز چند رسانه‌ای بهترین محیط برای دستیابی به اطلاعات به صورت تصادفی بوده و کاربر قادر خواهد بود که در راستای گسترش ارتباطات با سایرین به تعامل بپردازد. در کشور ایران و شهر تهران بعنوان پایتخت، علیرغم غنای فرهنگی، تاریخی، سیاسی، مذهبی و ... بالقوه، فضای شایسته در راستای پاسخ دهی به نیاز به تعاملات عمومی و گسترش آگاهی و دانش عمومی کمتر به چشم می‌خورد (براون، ۱۳۸۶).

حسین زاده، ۱۳۸۹ در پژوهشی با عنوان مرکز رسانه با محوریت آموزش، به طراحی و بررسی مراکز رسانه و نقش آن در انتقال آموزش توجه داشته است. نتایج نشان داده که خبرنگار و روزنامه‌ها و روزنامه‌ها و سپس سیستم‌های رادیویی، و پس از آن تلویزیون انسان را به نقاط مختلفی از دنیا منتقل می‌کرد، اگرچه این اتصال تنها به واسطه خبر یا آگاهی از منطقه‌ای از جهان بود اما در واقع بشر را به آرامی با نحوه و شیوه‌های دیگر زندگی آشنا می‌کند (حسین زاده، ۱۳۸۹).

براون، ۱۳۷۹ در پژوهشی با عنوان تاثیر معماری داخلی رنگ و نور در جذب افراد به مرکز رسانه شهری توجه داشته اند. محیط به عنوان یکی از عوامل موثر بر روحیه انسان باید به تفاوت‌های افراد اهمیت دهد و پاسخگوی نیازهای متفاوت آنها باشد. بدین‌سان باید سعی شود محیط با نیازهای اساسی روحی انسان هماهنگ گردد. رنگ و معماری داخلی محیط کار بر روحیه و آرامش روانی کارکنان بسیار موثر است. بکارگیری معماری مناسب تا حدود زیادی بر فشارها، روحیات، بازدهی و کارایی آنان تاثیر می‌گذارد و باعث ایجاد آرامش و عملکرد مطلوب می‌گردد (براون، ۱۳۷۹).

لال، ۱۳۷۹، در پژوهشی با عنوان عکاسی رسانه‌ای نو، بیان می‌کند عکاسی نظیر سایر رسانه‌ها، مسیر خود را برای ورود به عرصه عمومی‌تر از طریق رخداد های عمومی استثنایی کرد. نقطه عطف این تحول بزرگ جنگ داخلی امریکا بود، این رویداد در واقع نخستین جنگی بود که بوسیله عکاسانی مشهور که مشهور ترین آنها ماتیو برادلی بود به تصویر کشیده شد. نتایج نشان داده است که ثبت لحظه‌ای خاص می‌تواند بر سطوح فکری افراد تاثیر بگذارد. حفظ وقایع از طریق عکاسی سبب انتقال اطلاعات به نسل‌های بعد گردیده است (لال، ۱۳۷۹).

**۵- ادبیات نظری و مباحث پایه****رسانه**

بی شک رسانه ها یکی از مهمترین و تاثیرگذارترین ابزار تحول در نوع زیستن بشر بوده اند. در طی دو قرن اخیر خبرنامه و روزنامه ها و سپس سیستم های رادیویی، و پس از آن تلویزیون انسان را به نقاط مختلفی از دنیا منتقل میکرد، اگرچه این اتصال تنها به واسطه خبر یا آگاهی از منطقه ای از جهان بود اما در واقع بشر را به آرامی با نحوه و شیوه های دیگر زندگی آشنا کرد. اما تلویزیون از اواسط دهه ۷۰ میلادی با ابداع کنترل از راه دور آغاز به فروپاشی کرد، تعویض کانال برای اجتناب از یک آگهی تجاری نخستین گام در راه قدرت بخشیدن به مردم در مقابل تلویزیون بود. دومین گام، توزیع گسترده وسایل ضبط ویدیویی و سومین گام، پیدایش و توزیع سریع کامپیوتر های شخصی بود. کامپیوتر ها عمیقا تاثیرگذار بودند زیرا ویژگی های یک رسانه همگانی را با یک رسانه شخصی در آمیخته و دسترسی همگانی را به داده ها فراهم ساختند (اوحدی، ۱۳۷۶).

**تاثیر رسانه بر دیگر حوزه ها**

بی شک انقلاب الکترونیک، تغییر اساسی در زندگی آدمیان ایجاد کرده است. فراگیر شدن رسانه های جمعی باعث شد بشر هر روز اطلاعات و آگاهی های گوناگونی را از سراسر دنیا بدست آورد. دستیابی به اطلاعات، از آگاهی عصر نوسنگی تا عصر اطلاعات همراه و همسو با دو پدیده انقلاب الکترونیکی و انتقال آنی امواج، پدیده ای را فراهم آورده است که می توان آن را بینابینی نام نهاد. این مسئله سبب شد جهان معاصر کیفیتی متفاوت نسبت به گذشته پیدا کند تا آنجا که به جهان بینابین مبدل گردد. از سوی دیگر فراگیر شدن رسانه ها و رشد روز افزون قابلیت های ابزار های مرتبط با آن، تاثیرات بسیاری بر دیگر شاخه ها گذاشت. از جمله آن ها، ایجاد گرایش ها و جنبش های نوین در هنر و پیدا شدن تحولات اساسی در علوم اجتماعی. (بدنارتس، ۱۳۸۴).

**مرکز رسانه**

در فرهنگ لغت فرانسه مرکز رسانه اینگونه تعریف شده است: مرکزی جهت جمع آوری مدارک، به منظور ارائه به عموم مردم. از جمله دلایل پیدایش این مجموعه ها در فرانسه می توان به ناتوانی کتابخانه های سنتی در برآورده ساختن نیاز دانشجویان و محققان در دسترسی به اطلاعات اشاره نمود. مرکز رسانه معمولا دارای بخش های مختلف است که عبارتند از: کتابخانه، فضای سمعی بصری، بانک های اطلاعاتی، سالن های بحث و گفتگو و ... . مرکز رسانه در واقع یک مرکز اطلاع رسانی است که در آن مردم و اطلاعات تاثیرات متقابل دارند. یکی از اهداف عمده این مراکز ایجاد انگیزه برای تاثیر گذاری بازدید کنندگان بر روی یکدیگر است. در مرکز رسانه بازدید کنندگان به خوبی یک هنرمند می توانند به هر نحوی که مایل هستند از فضا استفاده کرده و حالت دلخواه خود را داشته باشند. ایده برپاسازی مرکز رسانه در شهر ها در واقع برای ایجاد مکان هایی برای تمرکز برخورد های گوناگون فرهنگی و دوباره خوانی مبانی ارتباط جمعی در سطح گسترده تر می باشد. (بدنارتس، ۱۳۸۴).

**کتابخانه دیجیتال**

موضوع کتابخانه دیجیتال برای اولین بار در مقاله مشهوری توسط *وانی وار بوش* در سال ۱۹۴۵ مطرح شد. وی در آن مقاله به توصیف یک ماشین فرضی می پردازد که برای بازیابی اطلاعات بکار می رود. بر این اساس، کتابخانه دیجیتال به امکاناتی اطلاق شد که فناوری برای ذخیره، بازیابی و آماده سازی اطلاعات به متخصصان پیشنهاد می کند. پس از آن، تعاریف رسمی و غیر رسمی متعددی از کتابخانه های دیجیتال ارائه شده است. کتابخانه دیجیتال عبارت است از یک فضای اطلاعاتی پیوسته و شبکه ای که در آن کاربران می توانند اطلاعات را کشف کنند، محل قرار گرفتن اطلاعات را تعیین نمایند و آنها را بارها مورد استفاده قرار دهند. عبارت دیگر، کتابخانه دیجیتال مجموعه ای از منابع گسترده الکترونیکی است که تمام حیطه های فعالیت انسانی اعم از هنر، پزشکی، علوم، فیلم های ویدیویی، کتاب ها، روزنامه ها، بروشور ها و کاتالوگ ها را به طور مجازی پوشش می دهد (بدنارتس، ۱۳۸۴). بدین ترتیب می توان بیان نمود که در کتابخانه دیجیتال (مرکز رسانه) مجموعه ای از اطلاعات و روش های ذخیره سازی منابع اطلاعاتی، بستر های ارتباطی مناسب و نرم افزار های مورد نیاز که برای تبدیل، قالب بندی، ویرایش و ارائه خدماتی نظیر

سازماندهی، بازیابی و تبادل اطلاعات به کار می رود تا بتوان با پشت سر گذاشتن مرز های جغرافیایی و سنتی، اطلاعات را در صورت های گوناگون تهیه، بازیابی و مطالعه کرد (حیدری نژاد، ۱۳۸۸).

### طراحی و ساخت مرکز رسانه

طراحی چنین فضایی مستلزم توجه به مفاهیم، اصول سازمانی، فناوری و جوامع انسانی است. پیش از طراحی چنین مرکزی باید کاربران و افرادی را که در این طرح دخیل هستند، شناخته و در نظر گرفت. مردم شناسی می تواند در انتخاب روش طراحی کتابخانه کاملا موثر باشد. از آنجا که فرهنگ بیشتر مردم آمیزه ای از فرهنگ های کوچک مربوط به تخصص، شغل و سلیقه های آنان است، یک طرح موفق باید دربرگیرنده معانی، مقاصد، تلویحات و محدودیت های واژگان مورد استفاده در این فرهنگ نیز باشد. به عبارت دیگر، کتابخانه های دیجیتال در محیط شبکه هایی قرار دارند، یعنی در فضایی که هم مصرف کنندگان اطلاعات و هم تولید کنندگان خدمات و مجموعه های دیجیتال قرار دارند و به همین دلیل در طراحی یک مرکز رسانه باید به نیازها و نظرات هر دو گروه تولید کننده و مصرف کننده اطلاعات توجه کرد. به علاوه وجود ابزار های کامپیوتری پیشرفته برای ایجاد و مدیریت اطلاعات نیز امری ضروری می باشد (بورن ۱۳۷۹).

### جایگاه مرکز رسانه در شهر های امروزی

چگونه معماری می تواند همانند یک فیلم یا نمایشنامه وسیله ارتباط جمعی قرار گیرد. اندیشه معماری به مثابه وسیله ارتباط گروهی در اصل، نوظهور نیست. آنچه آن را شخصیتی قرن بیستمی میبخشد، گذرگاه پدیده شدن آن است. امری که بر اساس طبیعت معماری نیاز به ابزار تحلیلی و فکری مردم شناسی فرهنگی دارد. ابزاری که در هر مورد خاص باید از زمان و مکان همان مورد بدست آید (دهشیری، ۱۳۸۱).

### فرهنگ و معماری

فرهنگ را در تعریفی کلی می توان محصول تلاشهای متفاوت انسان در راه خلق و آفرینش دانست که از آزادی عمل و اراده او سرچشمه می گیرد. مجموعه آداب، عقاید، باورها و سنن یک جامعه که عمدتاً از دورن منبعث شده و در بدو امر نیز درون را تحت تاثیر قرار می دهند، فرهنگ را به وجود می آورند. گرایش اساسی کمال طلبی پایه ریز شالوده فرهنگ هاست. معماری به عنوان یک پدیده اجتماعی از فرهنگ نشأت گرفته و بر آن تاثیر می گذارد. نقاط عطف در مسیر فرهنگ و خلاقیت از مهمترین عوامل پیدایش و مکاتب متفاوت معماری می باشند (تی بی باتومور، ۱۳۷۸).

### بازتاب هویت فرهنگی در معماری

شاید به ندرت بتوان هنری یافت که به اندازه معماری با زندگی مردم پیوند داشته باشد. فرهنگ یکی از عوامل مهم در چگونگی شکل گیری فضاهای معماری به شمار می آید. گاهی برخی فرهنگ را حتی مهمتر از اقلیم عامل درجه اول برمی شمارند. هر جامعه ای دارای فرهنگ خاص خود است که شالوده معماری آن جامعه را پایه گذاری می کند و معماری آن جامعه تصویر عینی آن فرهنگ می باشد. در حقیقت معماری وسیله واقعی سنجش فرهنگ یک ملت بوده و هست. (فلامکی، ۱۳۸۱) هر بنایی به عنوان جزئی از فرهنگ معماری وظیفه عینیت بخشیدن یک اندیشه ذهنی را از طریق فرم ظاهری خود را دارد که نمودی است برای سنجش فرهنگ. (معماریان، ۱۳۸۴). بعضی از معماران معاصر در تلاش ایجاد پیوند بین گذشته و حال، نظریاتی را ارائه داده اند. آنها معتقدند برای دستیابی به هدف پیوند معماری گذشته و حال و ایجاد تداوم و استمرار بین این دو معماری می بایست به گذشته معماری توجهی عمیق داشت. توجه عمیق به فهم روح کلی، فهم اصول و مبانی آن و به کارگیری این اصول به خصوص در جهت تداوم و تکامل معماری گذشته و حال است. البته باید توجه داشت که انعکاس آینه وار و تقلید صرف آثار گذشته معماری بدون توجه به ریشه ها و کاربردهای خصوصیات فضایی و کالبد آن امری بی ثمر و حتی گاهی مخرب خواهد بود. به همین جهت انتظار می رود با توجه به فرهنگ غنی و هویت معماری ایران، متخصصین دوره معاصر در بازیابی ویژگی های معماری، تاریخی و سنتی خود اهتمام به عمل آورند. (سلطانزاده، ۱۳۷۷)

## هویت در معماری

هویت را می توان تجلی فرهنگ در محیط دانست زیرا مکانها از انسان معنا می گیرند و انسان نیز مجموعه ای از باورها و اندیشه ها است که فرهنگ او را شکل می دهد و نمود و تجلی از فرهنگ انسان را در مکان و محیط می توان مشاهده نمود که همان هویت اوست. (لال، ۱۳۷۹).

هنر مکان را می توان همان هویت مکانی و معماری بومی دانست که حضور و وحدت اندیشه و احساس را در آن می توان یافت. همان وحدت میان امر عملی (کارکرد) و امر بیانگر (زیبایی) که لوکوربوزیه آن را از اصول معماری مدرن شمرده است (اریسیان، ۱۳۸۲). می توان گفت معماری بومی صورت ویژه ای از تصویر جهان است. تصویری که محیطی که زندگی در آن روی می دهد را نه به شکل انتزاعی بلکه در پیکربندی شاعرانه و قابل دریافتی حاضر می سازد. معماری بومی، آشکارسازی تصویری از زندگی است و به تعبیری بیانگر مفهوم نزدیکی به مکان است و به نوعی ما را هر چه بیشتر، به یکی از مؤلفه ها و مشخصه های هویت بخش و معنابخش انسان نزدیک می کند (آصفی راد، ۱۳۷۹).

## هویت در معماری ایران

گرچه صنعت ساختمان سازی در کشور در سالهای اخیر از رشد چشمگیری در ابعاد مختلف کمی و کیفی برخوردار و جلوه های بدیع و در عین حال منحصر بفردی (مانند برج میلاد) را از صنعت ساختمان سازی داخلی به تصویر کشیده اما طراحی و ساختمان سازی کنونی کشور را نه می توان تابعی از الگوهای غربی و شرقی با ویژگی های یک ساختمان مدرن و پیشرفته به شمار آورد و نه اثری از فرهنگ و هنر ایرانی و اسلامی را در آن جستجو نمود. علت این مشکل را باید در عوامل گوناگون مانند ضعفهای نظارتی، ضعفهای آموزشی و فرهنگی، اهمال کاریهای برخی طراحان و پیمانکاران، اغماض نابجای گروهی از کارفرمایان، بومی نبودن مصالح و عدم تطبیق آن با شرایط ایران، عدم استفاده اصولی و صحیح از امکانات و مصالح جدید، منطبق نبودن طرحهای جدید با فرهنگ ایرانی و اسلامی از زوایای مختلف مانند: شرایط اقتصادی، تحولات فرهنگی و تغییر سلیق عمومی و امثال آن مورد بررسی قرار داد اما قطعاً برداشت نادرست از خلاقیت و نوآوری در طراحی ساختمانها را می توان به عنوان یکی از عوامل اصلی این نابسامانی ها و آشفتگی ها محسوب نمود زیرا به نظر می رسد به رغم دانش جدید و تجارب ارزشمند موجود و قابل دسترس، برای بسیاری از طراحان و مهندسان این عرصه، از مفهوم نوآوری و خلاقیت، تنها ارائه یک طرح متفاوت از اهمیت برخوردار است بدون آنکه سایر ضوابط و معیارهای علمی، عرفی و ارزشی مورد توجه قرار گیرد. این در حالی است که در معماری ایرانی و اسلامی برخلاف معماری مدرن، جلوه های هنری، بصری و معنوی نیز در طراحی و ساخت از اهمیت ویژه برخوردار بوده و به موازات آن، سایر عوامل و الزامات فعالیت در این عرصه از جمله: استفاده بهینه و کامل از فضای در اختیار، بومی بودن مصالح و تناسب آن با شرایط اقلیمی، حفظ یا جلوگیری از ورود سرما و گرما، جهت تابش نور خورشید و روشنایی مناسب و حتی موضوعاتی مانند: انعکاس صدا، مسیر باد و جریان هوا در داخل ساختمان یا قبله نیز بطور کاملاً ماهرانه و منطقی مورد توجه قرار می گرفته است (امیری، ۱۳۸۴). تفاوت معماری ایرانی اسلامی با معماری مدرن در حدی است که علی رغم ادعای دستیابی پژوهشگران این عرصه به فناوریهای نوین، بسیاری از ساختمانهای جدید بخصوص اماکن اداری (مانند ساختمان مجلس شورای اسلامی) معمولاً دارای فضاهای متعدد غیر کاربردی (پرت)، تاریک، کسالت آور و غیر ضروری ناشی از طراحی های غیر اصولی بوده و در بسیاری از موارد هیچگونه ارتباط منطقی و سازگاری بین اجزاء و بخش های مختلف آن وجود ندارد و گاهی به هنگام بهره برداری در مواجهه با مسائلی مانند: ناهنجاریهای صوتی ناشی از انعکاس صدا، نور نامناسب و یا انتشار بوهای نامطبوع فاضلاب، موتورخانه شوفاز و یا بوی پخت و پز مواد غذایی در فضای ساختمان و لرزش ناشی از تردد خودرو به داخل پارکینگ ساختمان یا لرزش و صدای مربوط به دستگاههایی مانند موتور برق اضطراری یا موتورخانه شوفاز، انجام برخی تغییرات بعدی در نقشه اجرا شده را اجتناب ناپذیر می نماید. علاوه بر این، بسیاری از ساختمانهای جدید ایرانی با وجود استفاده از مصالح نوین، مرغوب و مطمئن و بکار بردن ضوابط جدیدی مانند: اصول پدافند غیر عامل و مقابله با زلزله یا ضوابط مبحث سیزده، از نظر استحکام فاقد شرایط لازم بوده و نه تنها درمقایسه با

ساختمانهای احداث شده در کشورهای پیشرفته که بعد از صد سال عمر، برای تخریب آنها از قدرت کمپرسور و دینامیت استفاده می شود، بلکه حتی در قیاس با برخی از ساختمانهای قدیمی ایرانی نیز، از وضعیت مناسبی برخوردار نیستند. چرا که در بسیاری از این ساختمانها (مانند ساختمان اجلاس سران کشورهای اسلامی)، قبل از رسیدن مدت ساخت به ۳۰ سال، فرایند فرسایشی و تخریبی به خودی خود آغاز می گردد، بگونه ای که تعمیرات و نوسازی مستمر را اجتناب ناپذیر می نماید. هم اینک دست اندر کاران این عرصه در کشور، مدعی آن هستند که تمام تلاش خود را برای استفاده بهینه از فناوریهای نوین در ساختمان سازی بکار می برند اما در عمل ملاحظه می شود که این تلاشها بخشی و ناقص بوده و علی رغم وابستگی و ضرورت کاربرد و یکپارچه تجهیزیات جدید در ساختمانهای مدرن، معمولاً بهره برداری از این فناوریها محدود و معطوف به امکانات و نکات خاص می گردد. به عنوان مثال: استفاده از پنجره دو جداره و مسدود نمودن درزهای دربها و پنجره ها در منازل مورد توجه قرار می گیرد اما استفاده از سیستم تهویه مطبوع به فراموشی سپرده می شود، به نمای ساختمان با وسواس فراوان پرداخته می شود اما برای فرار از خطرات در مواقع اضطراری، طراحی مناسب صورت نمی پذیرد و همه این موارد تنها بخشی از دهها مشکل قابل ذکر در این زمینه است (لال، ۱۳۷۹). حال سؤال این است که چه باید کرد؟ ۱- به نظر می رسد که دانشگاهها و بخصوص دانشکده های فنی مهندسی یا نهادهایی مانند سازمان نظام مهندسی و انجمن مهندسين ایران و امثال آن می توانند به عنوان نقطه شروع آموزش و فرهنگ سازی بیشترین نقش را در رفع این نابسامانیها برعهده داشته باشند. ۲- توسعه پژوهش، تحقیق و مطالعه در مورد اصول، ضوابط و ویژگیهای منحصر بفرد معماری ایرانی اسلامی. ۳- اعمال کامل و دقیق مقررات و توسعه و تقویت نظارتها در این زمینه و بخصوص نظارت بر کار ناظران، ۴- تسریع در تهیه شناسنامه فنی ساختمانها همراه با درج نام عوامل اصلی ساخت و ساز از جمله، طراح، مشاور، ناظر فنی، معمار، مسئولین نصب و ساخت بخشهای مختلف برای فراهم نمودن امکان پیگیری اتفاقات و خسارتهای ناشی از سهل انگاریهای عوامل مذکور، از طریق مراجع قضایی ۵- یکپارچه سازی مراجع سیاستگذاری و بازنگری و اصلاح قوانین و مقررات (بابایی، ۱۳۸۲).

#### ۶- نمونه های موردی مرکز رسانه

##### مرکز رسانه سیاتل

مرکز رسانه سیاتل در شهر سیاتل در ایالت واشنگتن آمریکا قرار دارد. این مرکز در یک بلوک شهری قرار دارد و از چهار طرف دارای دسترسی می باشد. این مجموعه دارای ۳۶۳ هزار متر مربع زیر بنا بوده که در ۱۱ طبقه ساخته شده است. به طور متوسط در هر روز ۸ هزار بازدید کننده از این مجموعه دیدن می کنند. این بنا در سال ۲۰۰۴ توسط دفتر معماری OMA طراحی و ساخته شده است.

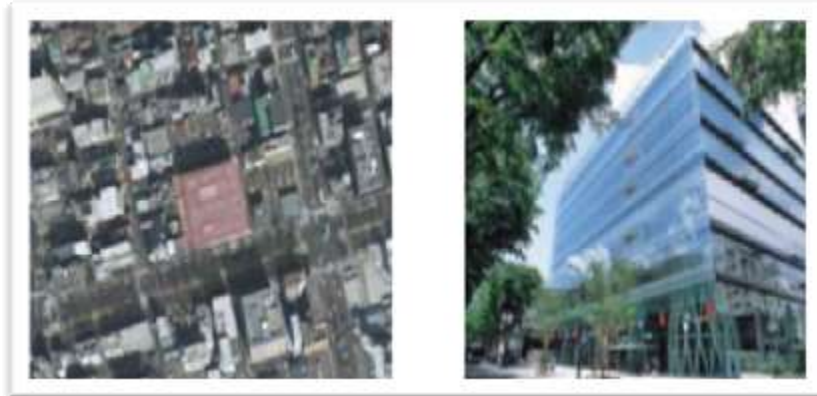
مکان یابی سایت پروژه در مرکز شهر و در جوار کاربری هایی چون شرکت آمازون یکی از نقاط قوت این پروژه است. این کتابخانه امروزه به یکی از نشانه های شهری سیاتل بدل گشته است (دی.ویمر، ۱۳۸۴).



شکل ۱- مرکز رسانه سیاتل (دی.ویمر، ۱۳۸۴)

### مرکز رسانه سندای

مرکز رسانه سندای ساختمانی شهری در قلب شهر سندای در کشور ژاپن است که هدف آن پاسخ به نیاز خلاقیت‌های تکنولوژیک است. برنامه عملی پروژه شامل یک کتابخانه، گالری‌هایی برای نمایشگاه، و فضاهای چند رسانه است. از سایر فضاهای پروژه می‌توان به کافه تریا، تئاتر، اتاق‌های ملاقات و هال ورودی اشاره نمود. این بنا توسط توئیواتو در سال ۲۰۰۱ طراحی شده است. این بنا در زلزله ۹ ریشتری ژاپن در سال ۲۰۱۱ جان سالم به در برده است (گیدنز، ۱۳۸۳).



شکل ۲- عکس‌هایی از مدیا تک سندای، ژاپن (گیدنز، ۱۳۸۳).

### مرکز فرهنگی و رسانه ژرژ پمپیدو

مرکز ژرژ پمپیدو نام مؤسسه هنری و فرهنگی است که در سال ۱۹۷۷ به نام ژرژ پمپیدو رئیس جمهور فرانسه در پاریس برپا شد. این مرکز شامل موزه ملی هنر مدرن، مرکز طراحی صنعتی، اداره توسعه فرهنگی است. نمایشگاه‌های هنری و فرهنگی نیز همیشه در آن برپا است. دو ارگان مهم دیگر یعنی کتابخانه عمومی مرجع و بنیاد پژوهش و هماهنگی موسیقی و آکوستیک نیز بخشی از این مرکز است.

"در عصر مدرن باید در ساختمان‌های مدرن زیست"، این عقیده ریچارد راجرز معمار انگلیسی بود که مرکز فرهنگی ژرژ پمپیدو، را در قلب شهر پاریس فرانسه با همکاری رنزو پیانو در سال ۱۹۷۷ طراحی نمود. ثمره همکاری این دو معمار برجسته، بنایی به سبک "های تک" و مدرن بود. این دو معمار که در آن زمان جوانانی تقریباً تازه کار بودند، در مسابقه‌ای که از طرف رئیس جمهور وقت فرانسه "ژرژ پمپیدو" ترتیب داده شده بود، شرکت کردند و از بین ۶۸۰ معمار، کار این دو انتخاب شد. (گیدنز، ۱۳۸۳).



شکل ۳- نمایی از مجموعه (گیدنز، ۱۳۸۳).

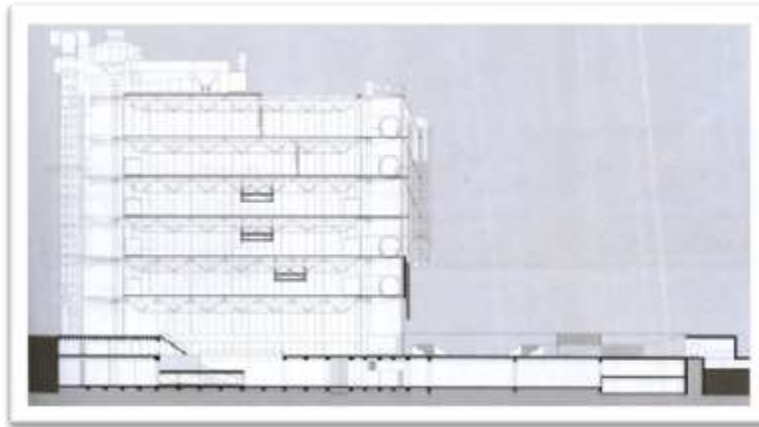
مرکز فرهنگی ژرژ پمپیدو، پس از موزه لوور و برج ایفل، مقام سوم را در میان پربیننده‌ترین بناهای فرانسه دارد. تضاد بین ساختمان که با استفاده از آخرین تکنولوژی روز ساخته شده و بافت تاریخی شهر پاریس با نظرات مختلفی از منتقدان و صاحب



نظران رو به رو بوده است. از ایده های اصلی طراحی پروژه؛ پلان آزاد و تعریف مکانی انعطاف پذیر برای برگزاری هر نوع عملکرد فرهنگی و ایجاد مکانی برای تبادل اطلاعات بوده است.

این بنا مکعب مستطیلی است با طول ۱۶۶، عرض ۶۰ متر و ارتفاع ۴۲ متر که ۷ طبقه روی زمین و ۳ طبقه در زیرزمین از بزرگترین مراکز فرهنگی دنیاست. هر طبقه به شکل صحنه ای وسیع و کاملاً قابل تغییر است. مجموعه ساختارهای حامل نیز مانند پوشش های گوناگون فنی در بخش پیرامونی ساختمان جاسازی شده و نمای بیرونی بسیار منحصربفردی به آن بخشیده است. برخی منتقدان این نما را به نمای یک پالایشگاه نفت در مرکز شهر تشبیه می کنند.

تمامی گردش ترافیکی شمالی - جنوبی، فردی و روان به بخش جلویی مرکز منتهی می شود؛ نمایان ساختن اجزای ساختاری و تاسیساتی ساختمان که تا دیروز در بطن بنا مخفی می شدند در قالب المان هایی رنگی، مهمترین شاخصه مرکز فرهنگی ژرژ پمپیدو به شمار می رود. این اجزا با رنگ های متفاوت و قابل تفکیک اند؛ اسکلت بنا سفید، کانال های هوا آبی، لوله های آب سبز، فضای رفت و آمد قرمز و شبکه برق با رنگ زرد نمایش داده شده است (گیدنز، ۱۳۸۳).



شکل ۴-مقطع عرضی مجموعه (گیدنز، ۱۳۸۳).

## ۷- شناخت و تحلیل وضعیت موجود محدوده طرح

همیت تاثیر اقلیم بر معماری، انجام مطالعات و پژوهش های جامعی را در این زمینه ایجاب می کند. به ویژه در کشور ما که تنوع شرایط اقلیمی در آن کاملاً مشهود است. انجام تحقیقات گسترده در این زمینه امری اجتناب ناپذیر است. میزان متفاوت و ترکیب گوناگون عوامل اقلیمی که خود ناشی از تفاوت موقعیت جغرافیای مناطق مختلف است، حوزه های اقلیمی متفاوتی در جهان پدید آورده که هریک ویژگی های خاصی دارد. محیط زیست، شهرها و حتی بناهای مربوط به این حوزه های اقلیمی، ویژگیهای خاصی متناسب با شرایط اقلیمی خود به دست آوردند. هدف این گزارش، تعیین حوزه های مختلف اقلیمی ایران در ارتباط با معماری و ارائه اطلاعاتی است که برای دست یابی به طرحهای منطقی معماری و هماهنگی با اقلیم مورد نظر است. (کسمایی، ۱۳۷۲)

### موقعیت جغرافیایی شهر تهران

شهر تهران در ۵۱ درجه و ۶ دقیقه تا ۵۱ درجه و ۳۸ دقیقه طول شرقی و ۳۵ درجه و ۳۴ دقیقه تا ۳۵ درجه و ۵۱ دقیقه عرض شمالی قرار گرفته است و ارتفاع آن از سطح آب های آزاد بین ۱۸۰۰ متر در شمال تا ۱۲۰۰ متر در مرکز و ۱۰۵۰ متر در جنوب متغیر است. تهران در بین دو وادی کوه و کویر و در دامنه های جنوبی رشته کوه البرز گسترده شده است. از جنوب به کوه های ری و بی بی شهربانو و دشت های هموار شهریار و ورامین و از شمال توسط کوهستان محصور شده است. (کسمایی، ۱۳۷۲)



شکل ۵ - موقعیت جغرافیایی شهر تهران

### اقلیم استان تهران

تهران از نظر آب و هوایی، غیر از نواحی کوهستانی شمالی که اندکی مرطوب و معتدل است، کلاً گرم و خشک است. بر ساختار کلی اقلیم تهران سه عامل جغرافیایی وجود دارد که در آب و هوای استان نقش مؤثری دارند. این عوامل عبارتند از: رشته کوههای البرز در شمال، وزش بادهای باران زای غربی و دشت کویر در جنوب استان. عامل ارتفاع در آب و هوای استان تهران نقش اساسی دارد. به همین جهت با کاهش ارتفاع از شمال به جنوب دما افزایش می یابد. اما میزان بارندگی کمتر است. باد غالب در این استان باد غربی است این بادهای هرگاه شدت بگیرند، هوای آلوده را از تهران خارج می کنند. کوههای اطراف تهران مانع بسیار مؤثری در نفوذ توده هوای مختلف هستند. به همین سبب هوای تهران از آرامش و سکون بیشتری نسبت به مناطق مجاور خود برخوردار است. شهر تهران به وسیله دو رودخانه اصلی کرج و جاجرود و نیز تعدادی رودخانههای فصلی دیگر مشروب می شود، در واقع حد طبیعی فضای جغرافیایی تهران به واسطه این دو رودخانه مشخص می گردد. رودخانه کرج پرآب ترین رود دامنه های جنوبی البرز است که از باران های فصل سرد و ذوب شدن برف های مناطق کوهستانی تأمین می شود و در ۴۰ کیلومتری غرب تهران از کانون آبگیر خرسنگ کوه سرچشمه می گیرد. رودخانه جاجرود نیز از کوه های کلون بسته، که جزو بلندی های خرسنگ کوه است، سرچشمه می گیرد؛ که این دو رود مجموعاً قسمت عمده آب مصرفی شهر تهران را تأمین می کنند. تهران هم چنین دارای شمار زیادی قنات و آبراه است ولی به رغم داشتن منابع آبی فراوان به دلیل رشد بی رویه جمعیت و بارندگی کم در برخی دوره ها با مشکل کمبود آب روبه رو می باشد. (کسمایی، ۱۳۷۲)

### نقشه پهنه بندی اقلیمی تهران

قسمت شمالی تهران که کوهپایه های البرز را شامل می شود دارای اقلیم سرد و قسمت میانی و جنوبی تهران دارای اقلیم نیمه بیابانی می باشد .

- گروه اقلیمی نیمه بیابانی (تهران)

این منطقه در نقشه پهنه بندی اقلیمی ارائه شده با رنگ زرد نشان داده شده است. در این نقشه آن را اقلیم معتدل نام برده. اما برای تفکیک آن از اقلیم معتدل و مرطوب حاشیه خلیج فارس آن را اقلیم نیمه بیابانی نیز می نامند. این گروه مناطق کوهپایه ای کشور به طور کلی اراضی حد فاصل مناطق مرتفع (کوهستانی) و مناطق کویری را در بر می گیرد. به همین دلیل دارای شرایطی نیمه کویری است که عمده ترین ویژگی آن نوسان دمای هوا است. در اکثر نقاط واقع در این اقلیم، متوسط حداقل دمای هوای در سردترین ماه سال زیر صفر و متوسط حداکثر آن در گرمترین ماه سال بالاتر از ۳۵ درجه است. با توجه به نقشه

فوق و استقرار دو اقلیم سرد در مناطق شمالی تهران و نیمه بیابانی در مناطق جنوبی، برای طراحی در هر یک ضوابط خاصی ارائه شده است. (کسمایی، ۱۳۷۲)



شکل ۶- نقشه اقلیمی تهران

#### موقعیت سایت

موقعیت سایت مذکور در غرب شهر تهران قرار دارد. که از محل های پر تردد و پر ترافیک در محدوده بیمارستان آتیه می باشد. سایت مورد نظر از ۳ سمت به خیابان و یک سمت مناطق مسکونی محدود شده است.



شکل ۷- سایت مورد نظر و خیابان های اطراف



شکل ۸- موقعیت سایت

### دید از خارج به داخل سایت

خیابان اطراف سایت و چهار راه نزدیک به آن دید بسیار مناسبی به سایت دارد و فضای باز جلوی آن می تواند جلوه و چشم انداز مجموعه احداثی را بیشتر کند، همچنین در درون سایت دید بسیار خوبی به خیابان های اطراف و چهار راه وجود دارد که با تعبیه دید مناسب می توان این امکان را فراهم نمود.



شکل ۹- دید از خارج به داخل سایت و داخل به خارج سایت

### ۵-۲۰- قابلیت گسترده‌گی سایت

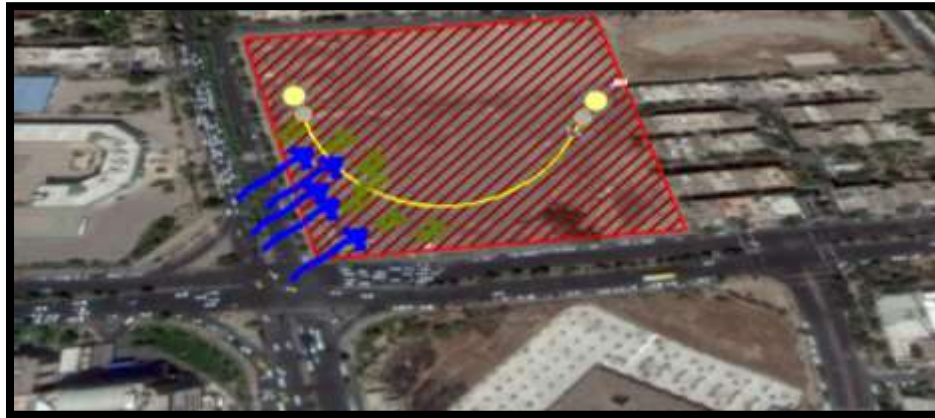
دیاگرام قابلیت گسترش سایت در جهت های خاص و تعریف شده از سمت غرب و جنوب سایت به مناطق مسکونی و خیابان محدود شده است و قابلیت گسترش نیست ولی از سمت شرق قابلیت گسترش سایت وجود دارد.



شکل ۱۰- قابلیت گسترش سایت

**جهت حرکت خورشید و باد**

جهت حرکت خورشید در داخل سایت مشخص شده است و این حرکت همان طور که می دانیم از سمت شرق و راست سایت شروع شده و به سمت غرب و چپ سایت ختم می شود. در این سایت از درختان سوزنی در مقابل باد مضر که از سمت غرب می باشد استفاده شده است که برای مقابله در برابر این باد می توان از دیوار باد شکن نیز استفاده کرد. در شکل فوق باد مضر با فلش های آبی رنگ مشخص شده است.



شکل ۱۱- جهت حرکت خورشید و باد

**آلودگی صوتی**

سایت مورد نظر چون به دو خیابان اصلی راه دارد از این رو دارای آلودگی صوتی بالایی نیز از ۲ طرف سایت می باشد در تصویر زیر از درختان سوزنی به جهت یک عایق صوتی در مقابل این سرو صدا استفاده گردیده است.



شکل ۱۲ - آلودگی صوتی

**نقطه مهم طراحی**

محور اصلی سایت موازی با خیابان است و محور دیگر سایت عمود بر خیابان که تقریباً از وسط سایت هم می گذرد و محل تلاقی این دو محور نقطه مهم طراحی در داخل سایت محسوب می شود. در سایت مذکور مسیر رفت و آمد خودرو در دو خیابان مجاور سایت با فلش های بنفش رنگ مشخص شده است که این مسیرها خطوط دو طرفه عبور خودرو می باشد.

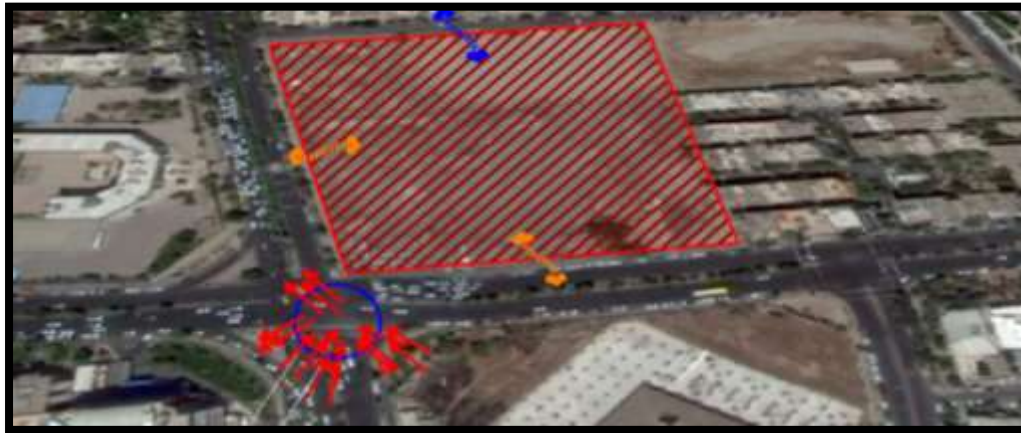




شکل ۱۳- نقطه مهم طراحی در داخل سایت

### ورود و خروج اصلی و فرعی و دسترسی ها

دسترسی اصلی این سایت از جبهه غربی بوده که واقع در خیابان اصلی متصل به این سایت می باشد و دسترسی فرعی آن از سمت جنوب سایت و همچنین از طرف خیابان یک طرفه واقع در جبهه شمالی سایت می باشد. در قسمت جنوب غربی سایت دارای گره ترافیکی می باشیم که مسیر پر تردد سواره به حساب می آید که این محل به صورت دایره ای در سایت مشخص شده است.



شکل ۱۴- ورود و خروج اصلی و فرعی-گره ترافیکی

### ۸- نتیجه گیری

در مراکز مدیا تک در روند طراحی می بایست اصول انسانی و نیازهای افراد از طریق برنامه ریزی خاص با هم تلفیق گردد، تجربه آموزش مستقیم و غیر مستقیم در پروسه یادگیری مهیا شود، کلیت این نوع آموزش با ویژگی های معماری و هویت ایرانی در هم تنیده شود. در طراحی چنین مجموعه ای می بایست سعی شود در راستای ارتقا منابع و اطلاعات گام برداشته شود تا به حفظ و توسعه فضای اطلاعاتی و هم چنین توسعه مراکز رسانه بیانجامد. در مجموعه فوق باید به رابطه میان انسان و تکنولوژی توجه ویژه گردد به طوری که در حجم و فضاهای داخلی این ارتباط نمایان باشد. هم چنین در چنین محیطی، فضاهای آموزشی میبایست به صورت هماهنگ با یکدیگر عمل کرده و هویت ایرانی که دارای معماری غنی است و اصول طراحی داخلی با هم ادغام شود. فضای معماری متناسب با نوع فضا و کارکرد آن از عوامل و پدیده های بسیار گوناگون و متنوعی تاثیر می پذیرد شاید تاثیر فرهنگ در شکل گیری فضا خیلی محسوس نباشد اما اگر از ساده ترین فضاها که نقش سرپناه را ایفا می کنند عبور کنیم و به فرهنگ ها با فضاهایی که جنبه در واقع غنی تری دارند بپردازیم متوجه می شویم که عوامل و پدیده های فرهنگی نقش مهمی در شکل گیری

بناها دارند. ظهور واژه رسانه و ارتباطات در دهه های اخیر که با اهداف محیطی، اقتصادی و اجتماعی تبیین گردیده، توجه به این نیاز انسان اجتماعی را بیشتر می نماید؛ و در نهایت در تعامل و تقابل این اهداف سه گانه، پایداری یا عدم پایداری محقق می گردد. این امر در شکل گیری الگوهای جدید معماری تاثیر قابل توجهی گذاشته است، به طوریکه تمرکز بر معماری انسانگرا در محیط مرکز رسانه، به عنوان تولیدی که پاسخگوی نیازهای انسانی در ابعاد مختلف باشد، حائز اهمیت گردیده است.

با بررسی روش تحقیق ذکر شده می توان به این نتیجه رسید که اگر توسعه مراکز رسانه با استفاده از معماری ایرانی را به عنوان داده مستقل در نظر بگیریم عواملی را که موجب جذب افراد میشوند به عنوان متغیر وابسته در نظر میگیریم. یکی از مهمترین متغیرهای وابسته دیگرام و حجم و فضاهای ارتباطی مجموعه است. با استفاده درست از معماری ایرانی با ارزش میتوان موجب گسترش توسعه طرح شد. از متغیرهای وابسته دیگری توان معماری موجود در منطقه اشاره کرد. در این میان می توان به متغیرهای مصنوع نیز اشاره کرد مانند آب و هوای منطقه برای بنای موجود در موقعیت مورد نظر که می توان هویت خاصی برای شهر ایجاد کند. در این پژوهش طراح در مرحله نخست به نیازهای کارفرما و خواسته های او توجه نموده است؛ بعد از این مرحله به تحلیل سایت که شناخت درست از عناصر همجوار، اقلیم، نظم، دسترسی، ترافیک، سلسله مراتب و مفاهیم شهری پرداخته شده و در قدم دیگر که بعد از تحلیل سایت معمار به آن می پردازد مفاهیم زیستی می باشد بدین معنا که به شناخت هویت که شامل تاریخچه، فرهنگ، دیانت، نوع شکل گیری شناخت بافت های همجوار قدیمی است می پردازد و در نهایت طرح مورد نظر استخراج می گردد.

## منابع و مراجع

۱. اریسیان، م، ۱۳۸۲، نظریه قیمت در اقتصاد کاربرد نظریه کنترل، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، صص ۶۳-۶۷
۲. امیری، ح، ۱۳۸۴، راهنمای تحقیق توسعه فرهنگ-همراه با پرسشنامه ای برای مطالعات جغرافیایی و کشاورزی، تبریز، دانشکده ادبیات دانشگاه تبریز، موسسه تحقیقات اجتماعی و علوم انسانی، صص ۷۶-۷۸
۳. اوحدی م. ۱۳۷۶ عوامل مؤثر بر رفتار رسانه ها در ارتباط با نوع منطقه. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رودهن. ۵۹-۶۲
۴. آصفی راد، ن، ۱۳۷۹، راهنمای رشد اقتصاد در "مجموعه مقاله های سمینار بررسی سیاست ها و برنامه های توسعه ی جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران"، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی، سازمان ایرانگردی و جهانگردی، صص ۷۹-۸۱
۵. بابایی، ع، ۱۳۸۲، مکان یابی مراکز اسکان، دومین کنفرانس بین امللی مدیریت جامع بحران ۲۴-۲۵ بهمن، تهران، صص ۲۲-۶۸
۶. بدنارتس، ب. (۱۳۸۴). روان شناسی کودکان و فرهنگ. تهران: نشر قومس صص ۸۹
۷. براون ف. ۱۳۸۶، راهنمای رسانه و فرهنگ جمهوری اسلامی، ترجمه ژیلای جمشیدی. انتشارات بشری. ۹۰-۱۰۱
۸. بوران، سی ویلیام. (۱۳۷۹). پیشگامان روان شناسی رشد اقتصاد (ترجمه ی فرید فدایی). تهران: انتشارات اطلاعات.
۹. تی بی باتومور، جامعه شناسی و تحولات آن در نقش فرهنگی، ترجمه سید حسن منصور، ۱۳۷۸
۱۰. حسین زاده، ز. (۱۳۸۹). بررسی رابطه ی فرهنگ اسلامی و نشانه های دلبستگی به غرب، رساله ی دکترای چاپ نشده، دانشگاه تهران، دانشکده ی روان شناسی و علوم تربیتی. ۷۰-۷۴
۱۱. حیدری نژاد، م. (۱۳۸۸). رفتار رسانه در جهت اقتصاد، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی صص ۵۰-۵۱

۱۲. دهشیری، ع. ۱۳۸۱، معماری ایرانی برگرفته از سنت؛ فراتحلیل، مجموعه مقالات گردهمایی معماری اسلامی، فصلنامه اقتصاد، تهران. ۸۰-۸۸
۱۳. دی ویمر، ت، ۱۳۸۴، مدیریت رسانه، ترجمه واحد انتشارات سازمان مدیریت و برنامه ریزی تهران، تهران.
۱۴. ریشه ها و گرایش های نظری معماری / تالیف محمد منصور فلامکی، - تهران: فضا، ۱۳۸۱
۱۵. سیری در مبانی نظری معماری / غلامحسین معماریان، - تهران: سروش دانش، ۱۳۸۴
۱۶. فلسفه و معماری / موسی دیباج، حسین سلطانزاده، - تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی، ۱۳۷۷
۱۷. کسمایی، م، ۱۳۷۲، اقلیم شناسی، تهران: نشر قومس صص ۷۶
۱۸. گیدنزا، ۱۳۸۳، اصول بهینه یابی پویا، ترجمه عباس شاکری و فریدون اهرابی، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، صص ۵۴-۵۹
۱۹. لال، م. (۱۳۷۹). الگوهای دلبستگی به غرب. ترجمه سمیه آقایی، شماره ۱۲ انتشارات بشری. صص ۸
۲۰. نظری، مرتضی، ۱۳۸۷، توسعه فرهنگی در ایران موانع و دشواری ها [www.aftab.ir/Articell](http://www.aftab.ir/Articell)، تهران.
21. Adorno, H. E. & Hill, L. M. 1993. Gender and indigenous knowledge in various organizations. *IK Monitor*, PP: 45.
22. Bennet, ,1973, contemporary Patterans of Labor Transformation evidence from Turkish Tourism Industry, PP: 58