

مقایسه تطبیقی فضاهای اداری دو مجتمع تجاری مجموعه اطلس و لاله پارک تبریز با تاکید بر مفهوم حس مکان

شبلم رهبر^۱، فرزانه هدفی^۲

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد معماری موسسه غیرانتفاعی اسوه، تبریز، ایران.

^۲ دکترای تخصصی معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد هریس، هریس، ایران.

نام نویسنده مسئول:

شبلم رهبر

چکیده

با گسترش تکنولوژی و فناوری، تشکیلات اداری به سرعت رو به رشد بوده و دگرگون می‌شوند. با وجود جهانی شدن این دگرگونی‌ها، و در پی ایجاد تحولات سریع در تکنولوژی دفاتر اداری که در ارتباط مستقیم با روابط انسانی و فعالیت‌های اجتماعی‌شان می‌باشد، شاهد بی‌هویتی در فضاهای اداری بوده‌ایم. در چند سال اخیر، طراحان در پی ارائه گزینه‌هایی برای مقابله با پیامدهای ناهنجار بی‌هویتی رخ داده بوده‌اند؛ که در این میان می‌توان به بهره‌گیری از مفاهیمی همچون حس مکان اشاره کرد. از این‌رو، رشد روزافزون تشکیلات اداری، به عنوان یکی از محورهای مهم در ارزش بخشی به بافت های شهری و معماری بناها، با حس مکان و حس تعلق به مکان در ارتباط می‌باشد. حس مکان به عنوان درک و تجربه خاص نسبت به یک مکان، به جهت‌یابی و درک فضایی از مکان یاری می‌رساند. ایجاد حس مکان، سبب ایجاد احساس مسئولیت قابل توجهی در افراد می‌شود که این امر سبب افزایش راندمان فعالیت کارکنان ادارات می‌باشد. از این رو در پژوهش حاضر سعی بر آن است با مقایسه تطبیقی دو نمونه از مجتمع های اداری، مفاهیم حس مکان را در محدوده‌های فضایی هریک از بخش های اداری بررسی کرده و نحوه ایجاد حس مکان در آن ها را بیان کنیم. از این رو، با توجه به بهره‌گیری از روش کیفی، به تحقیق و بررسی در زمینه تعاملات اجتماعی در فضاهای اداری می‌پردازیم.

واژگان کلیدی: حس مکان، فضای اداری، مجتمع تجاری اطلس تبریز، مجتمع تجاری لاله پارک تبریز.

مقدمه

محیط مصنوع، شبکه‌ای پیچیده از روابط متنوعی است که نه تنها بین افراد با همدیگر، بلکه بین افراد و محیط نیز رخ می‌دهد. زمانی که ارتباط انسان و محیط مبتنی بر تجربه‌ای برای انسان باشد، محیط به مکان تبدیل می‌شود. این ارتباط بدین معنی است که مکان یعنی یک بخش از تجربه محیطی، همراه با همگرایی شناخت‌ها، تاثیرات و رفتارهای افرادی که با آن‌ها زندگی می‌کنند [۱]. مفهوم مکان در تقابل با مفهوم فضای انتزاعی شکل گرفته و به بیان دیگر مکان، فضای دارای معناست. معنایی که در بستری از عناصر کالبدی، ارتباطات و نیز زمان شکل گرفته و بیانگر احساس و دل‌مشغولی انسان، اعم از فرد یا گروه، نسبت به محیط زندگی خود خواهد بود. از نتیجه این فرآیند تبدیل فضا به مکانی با ویژگی‌های حسی متمایز برای افراد، به **حس مکان** تعبیر می‌شود. حسی که در نتیجه ادراک فرد از محیط مشتمل بر ابعاد چهارگانه شناختی، تفسیری، ارزشی و احساسی بوده، شخص را در ارتباط بیرونی با محیط قرار داده، فهم و احساس وی را آگاهانه یا ناآگاهانه با زمینه معنایی مکان پیوند داده و یکپارچه می‌سازد. در چنین شرایطی است که حس انسان نسبت به یک مکان در وی ایجاد حس تعلق خاطر کرده و اتصال بین انسان و مکان وی شکل می‌گیرد [۲]. حس مکان عمدتاً ناظر به صفات کیفی و معنوی مکان هم است. به بیان دیگر، حس مکان گذر از مرحله صورت و ماده مکان و دریافت معنویت آن است؛ لذا همه موضوعات کیفی، معنوی، عاطفی و روحانی تحت مقوله حس مکان قابل طرح‌اند. به تعبیری، حس مکان مجموعه همه صورت‌های ذهنی است که به دنبال حضور انسان در یک مکان و ادراک همه محسوسات، معقولات، تخیلات و حتی توهمات (مبتنی بر ادراکات چهارگانه) در ذهن او نقش می‌بندد [۳].

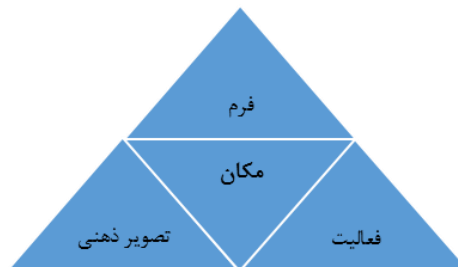
شخصیت هر فضا بطور گسترده‌ای به این مساله بستگی دارد که چه کسی میلمان و دکوراسیون را تعیین، چه کسی از آن نگهداری و چه کسی مسئول آن است. در فضاهای اداری لازم است کاربران در تعیین حریم و چیدمان فضای محل کار خود نقش ایفا کنند تا افراد خود را جزیی از محیط احساس کنند و نسبت به آن احساس تصرف، تعلق و مالکیت پیدا کنند. شاید در حاصل، خود را نسبت به محیطی که خود در بوجود آوردن آن نقش داشته‌اند، مسئول بدانند [۴]. اگر محیط کاری خوب طراحی شود، سبب رضایت کارکنان، حس مالکیت و تعلق، افزایش کیفی و کمی کار، همکاری، مشارکت و معاشرت کارکنان شده و در نهایت رضایتمندی شغلی آنان می‌شود. از اساسی‌ترین عوامل در روان‌شناسی محیطی فضای کار، بررسی این فضاها بر مبنای رضایتمندی، عملکرد راحت (آسایش) و تولید (دست‌آورد) است که اگر فرد در محیط کار احساس رضایت داشته باشد، عملکرد کاری او خوب و در نتیجه دست‌آورد کاری او مثبت می‌باشد [۵]. لازمه حضور فعال هر کاربر در فضا ایجاد محیطی رضایت‌بخش برای افراد است. درصد رضایتمندی به عوامل متعددی وابسته است که یکی از آن‌ها ایجاد فضایی است که فرد نسبت به آن احساس تعلق کند، خود را جزیی از فضا ببیند و برای هویت فضا اهمیت قائل شود. در فضاهای وسیع و یکپارچه که انسان را در مقابل محیط تحقیر می‌کند، احساس عدم آرامش و اعتماد به نفس در افراد باعث کاهش راندمان کار آنهاست. در چنین فضاهایی که حریم افراد تعریف نشده است، کاربران نمی‌توانند با محیط احساس متقابل برقرار کنند [۶]. یکی از معانی مهم در ارتقا کیفیت محیط‌های انسانی، حس تعلق به مکان می‌باشد. این حس که عامل مهم در شکل‌گیری پایه‌های ارتباطی استفاده‌کنندگان و محیط است، نهایتاً منجر به ایجاد محیط‌های باکیفیت نیز خواهد گردید [۷]. ایجاد حس نقش‌انگیزی و تاثیرگذاری می‌تواند در ایجاد حس تعلق بسیار مفید واقع شود [۸]. در پژوهش حاضر، سعی بر آن است که با مقایسه تطبیقی فضاهای اداری برگزیده به روش توصیفی و کیفی، راهکارهایی را در جهت طراحی فضاهای اداری با توجه به کاربست مفاهیم حس مکان در طراحی، ارائه دهیم؛ تا شاهد رشد روزافزون فضاهای اداری در جهت ایجاد رابطه مطلوب بین انسان با محیط باشیم.

۱. روش تحقیق

پژوهش حاضر را می‌توان با پرسش چگونه می‌توان از مفاهیم و ویژگی‌های حس مکان، جهت ارتقاء قرارگاه‌های رفتاری در فضاهای اداری مجتمع‌ها بهره گرفت؟ آغاز کرد. در راه پاسخگویی به پرسش مطرح شده هدف این پژوهش، مقایسه تطبیقی فضاهای اداری دو مجتمع تجاری مجموعه اطلس و لاله پارک تبریز با تاکید بر مفهوم حس مکان، و همچنین، بهره‌گیری از مفاهیم حس مکان و کاربست آن‌ها در ایجاد فضای اداری مطلوب در مجتمع‌های اداری-تجاری، می‌باشد. با توجه به پرسش و اهداف پژوهش، روش مورد استفاده در این تحقیق به صورت کیفی و توصیفی مدنظر قرار گرفته است. روش توصیفی به صورت تحقیقات میدانی و کتابخانه‌ای، به صورت روش یافته‌اندوزی مطالعات کتابخانه‌ای شامل فیش‌برداری از منابع مکتوب و روش میدانی شامل مشاهده و حضور در مکان، صورت گرفته است. در این روش، پژوهشگر تلاش می‌کند نمودهای واقعیت را ترسیم کند. پژوهش‌های کیفی، دربرگیرنده معانی، مفاهیم، تعاریف، نمادها و توصیف‌هایی هستند که در آن کاربرد دارند و تلاشی است در جهت توصیف غیر کمی از حوادث، موقعیت‌ها و گروه‌های کوچک اجتماعی با توجه به جزئیات و تلاش در ارائه تعبیر و تفسیر از معانی که انسان‌ها در موقعیت‌های عادی و طبیعی حاکم به زندگی خود و حوادث می‌بخشند. با توجه به روش‌های پژوهش، بنظر می‌رسد که می‌توان با مقایسه تطبیقی حس مکان و حس تعلق در طراحی فضاهای اداری، به مکانی مطلوب برای انجام فعالیت‌های اداری در مجتمع‌ها دست یافت.

۲. مفهوم مکان

منظور ما از مکان، مفهوم مجرد و کلامی آن، به معنی یک جا نیست. مکان، جا یا قسمتی از یک فضا است که از طریق عواملی که در آن قرار دارند صاحب هویت خاصی شده است. فضا را می توان جایجا کرد اما جایجایی مکان امکان ندارد. برای مشخص کردن یک مکان، حتی تقابل های محیطی هم کفایت می کنند. نوربرگ شولتز در این مورد می گوید: از همین رو، خاصیت وجودی ساختمان این است که یک فضا را به یک مکان تبدیل کند و این یعنی به فعل درآوردن محتوای بالقوه محیط [۹]. همچنین، در تعریف ماهیت مکان، آن را کلیتی شامل اشیاء و عناصر کالبدی ساخته شده و آنچه که در واقع ماهیت یا روح مکان محسوب می شود، می داند و ساختار مکان را شامل منظر، سکنی گزینی، فضا و شخصیت تعریف می کند [۱۰]. ادوارد رلف مکان را ترکیبی از اشیاء طبیعی و انسان ساخت، فعالیت ها (عملکرد) و معانی می داند که تجربه آن می تواند در مقیاس وسیع از یک اتاق کوچک تا یک قاره را دربرداشته باشد. از نظر وی مکان واجد ۳ خصوصیت محدوده کالبدی، فعالیت ها و معانی می باشد که آن را از حالت یک فضا خارج و به یک مکان با یک تجربه ذهنی برای فرد تبدیل می کند. کارمونا در کتاب ارزشمند خود مکان را در یک مثلث ۳ قطبی حاصل برآیند سه عامل فعالیت، فرم و تصور فردی می داند که در یک مثلث تعاملی مکان را بوجود آورده و واجد دامنه های مختلفی می باشند [۱۱]. کانتر مدل سه بخشی از مکان را ارائه داد که در آن مکان برگرفته از سه بخش فعالیت ها، تصورات و فرم بود. وی اعتقاد داشت که تاثیر جنبه های فیزیکی و فرمی در دیدگاه های روان شناسی و رفتارشناسی از اهمیتی بیشتر برخوردار است [۱۲]. گوستافسون نیز در پژوهش خود مدلی سه وجهی متشکل از شخص، دیگران و محیط ارائه داده و معتقد است معانی مکان های مختلف نه تنها حاصل تعامل این سه وجهه بوده، بلکه از ارتباط میان این وجوه با یکدیگر نیز قابل استنباط است [۱۳].



شکل ۱: مدل مثلث ۳ قطبی کارمونا [۱۴]

پدیده مکان از دیدگاه پدیدارشناسی چون کریستیان نوربرگ-شولتز، بخشی کامل و جدایی ناپذیر از وجود است. در این دیدگاه، مکان چیزی بیش از یک محل انتزاعی است [۱۵]. در واقع، مکان پدیده ای کلی و کیفی است که نمی توان آن را به هیچ یک از خصوصیات آن، بدون ازدست دادن طبیعت واقعی اش کاهش داد [۱۶]. از دیدگاه مارتین هایدگر، مکان و رویداد اکثراً به یک معنا هستند؛ یعنی مکان جایی است که بودن در آن اتفاق می افتد [۱۷]. جف مالپاس معتقد است که بهترین راه برای توصیف رابطه بین مکان و تجربه، بررسی پیچیدگی ساختار مکان است [۱۸]. نظریه پردازان تعاریف متعددی را برای مکان ارائه داده اند که می توان آن ها را به صورت جدول زیر دسته بندی کرد:

جدول ۱: مکان از دیدگاه نظریه پردازان [۱۹]

تعاریف ارائه شده	نظریه پردازان
مکان، ثبات و پایدار فضایی و زمانی زیست جهان است.	نوربرگ شولتز
واقعیت یک مکان همواره پذیرای آن است که تعریف خود را در دل یک فرآیند اجتماعی جای دهد.	لوگان و مولوچ
مکان را یکی از ۴ عنصر تعریف کننده فضا معرفی می کند، که در ترکیب با معنی، زمان و ارتباطات، محیط انسان ساخت را شکل می دهند.	راپاپورت
در حالی که فضا را گستره ای باز و انتزاعی ببینیم، مکان بخشی از فضا است که بوسیله شخص یا چیزی اشغال شده است. مکان مرکز ارزش محسوس است، که همراه به امنیت و پایداری نیازهای زیستی انسان برآورده می کند.	گودال
مکان را طبیعی ترین، خالص ترین و بی واسطه ترین نوع ارتباط بین مردم و فضا تعریف می کند.	عارفی
مکان به معنی داشتن یک نقطه امن است که می توان از آنجا به دنیا نگریست، یک اتصال قوی که انسان را در موضعش با سایر اشیاء مرتبط می سازد، و دستیابی و با ارتباط روحی و روانی با یک نقطه مشخص است.	رلف

<p>مکان جایگاهی است فیزیکی با تمامی کیفیت‌های اجتماعی و مکانی‌اش که علی‌رغم پذیرا بودن تحول پیوسته، از کلیت مادی‌اش باز دفاع می‌کند و ارتباطات متقابلش را در لحظه‌ای از زمان بازگو می‌کند. زمانی که فضا در متن اجتماعی و در فرآیند تولیدش دیده شد، می‌تواند هویت‌هایی چندگانه داشته باشد و با این حال در شرایط خاص استواری جا می‌گیرد.</p>	<p>مدنی‌پور</p>
<p>مکان مفهومی چندبعدی شامل این پدیده‌هاست: جهان طبیعی، محیط ساخته بشر، روابط اجتماعی، روابط اقتصادی و نیز معنایی که بطور اجتماعی در مورد هر بعد خلق می‌گردد.</p>	<p>تامس و کراس</p>
<p>ابعاد مختلف مکان را توصیف می‌کند: ۱. محل: موقعیت یا مختصات عینی و ثابت ۲. موضع: شرایط مادی برای روابط اجتماعی یعنی شکل واقعی مکانی که انسان‌ها درون آن زندگی خود را به عنوان افراد پیش می‌برند. ۳. مفهوم مکان: تعلق حسی و ذهنی افراد به مکان ۴. فضا: مفهوم انتزاعی تر نسبت به مکان ۵. چشم‌انداز: نقشه‌برداری مادی به صورت طبیعی و یا مصنوعی</p>	<p>کرسول</p>

هم‌چنین براساس دیدگاه جیون و پیتر لارخام، سه نوع دیدگاه نسبت به مفهوم حس مکان وجود دارد:

۱. حس مکان: احساسی که از تفاوت فضایی، جهت‌یابی فضا و درک آن بوجود می‌آید.
۲. روح مکان: پیوند با کیفیت‌های منحصر به فرد مکان و درک آن با مشخصه آن مکان.
۳. وابستگی به مکان: ادراک ذهنی از یک مکان و ارتباط فردی با آن براساس تجربه شخصی.

حس مکان یعنی تجربه و درک یک شخص از قرارگاهی ویژه و آنچه از ماهیت مکان برای یک انسان ادراک می‌شود، با داشتن این حس متفاوت بودن محیط به فرد القا می‌شود. حس مکان از ادراک فردی و اجتماعی، عادات و تجربه پدیدار می‌شود. این حس هر روز با ایجاد تغییرات توسط افراد در فضای هندسی زندگی‌شان، رخ می‌دهد که تدریجی و ناخودآگاه از ساکن شدن در محیط، آشنا شدن با خصوصیات فیزیکی و تعلق به یک محدوده منتج می‌شود و بیشتر بر خصوصیات و کیفیات مثبت یک محیط تاکید می‌ورزد [۲۰]. از دیدگاه پدیدارشناسی، حس مکان به معنای شخصیت مکان است که معنایی نزدیک به روح مکان دارد. در پدیدارشناسی، تجربه، اصلی‌ترین رکن در ادراک است. این تجربه به معنای تطهیر ذهنی و دست‌یابی به ذات چیزها است [۲۱]. حس مکان، یک توانایی ادراکی است که می‌تواند قوای بینایی، شنوایی، لامسه، جنبش و تحرک، بساواپی، تخیل، مقصود و غایت و پیش‌بینی را باهم درآمیزد [۲۲]. شولتز، حس مکان را پدیده‌ای کلی بالارزش‌های ساختاری، فضایی وجودی (هواسپهر) می‌داند که انسان از طریق ادراک جهت‌یابی و شناسایی به آن نایل می‌گردد [۲۳].

عوامل شکل دهنده حس مکان را می‌توان در دو گروه عوامل ادراکی شناختی و کالبدی دسته‌بندی کرد، که به سه صورت؛ تفاوت فضایی (کالبدی)، جهت‌یابی در فضا (ادراکی و شناختی) نمود پیدا می‌کند. عوامل ادراکی-شناختی، فرآیندی ذهنی و فردی است که شکل‌گیری و حفظ آن همراه با فرایندهای بیولوژیکی، محیطی، روان‌شناختی و اجتماعی فرهنگی است و برای طراح قابل کنترل نخواهد بود [۲۴].

حس مکان مقوله‌ای را شامل می‌شود که در انسان احساس شوق و شمع، ناراحتی، و غم را موجب می‌گردد. ارزش‌های فردی و جمعی بر چگونگی حس مکان تاثیر می‌گذارد و حس مکان نیز بر ارزش‌ها، نگرش‌ها و بویژه رفتار فردی و اجتماعی افراد در مکان تاثیر می‌گذارد و افراد معمولاً در فعالیت‌های اجتماعی باتوجه به چگونگی حس مکانشان شرکت می‌کنند، حس مکان نه فقط باعث هماهنگی و کارکرد مناسب فضای معماری و انسان است بلکه عاملی برای احساس امنیت، لذت و ادراک عاطفی افراد نیز می‌باشد و به هویت‌مندی افراد و احساس تعلق آن‌ها به مکان کمک می‌کند [۲۵]. بحثی که در رابطه با مفهوم حس مکان از اهمیت بسیاری برخوردار است، بیان سطوح گوناگونی از این مفهوم هست که نظریه‌پردازان مختلف در قالب‌های گوناگون بدان اشاره کرده‌اند.

جدول ۲: سطوح گوناگون حس مکان از دیدگاه نظریه پردازان [۲۶]

سطوح گوناگون حس مکان براساس دیدگاه‌های مختلف			
کراس (۲۰۰۱)	هیومن (۱۹۹۲)	شامای (۱۹۹۱)	گاسو (۱۹۷۶)
۱. بی مکانی مطلق ۲. بی مکانی نسبی ۳. بیگانگی بامکان ۴. ریشه‌داری نامنسجم ۵. ریشه‌داری منسجم	۱. بی مکانی ۲. بیگانگی بامکان ۳. مکان نسبی ۴. ریشه‌داری ناخودآگاه ۵. ریشه‌داری عقیدتی	۱. بی تفاوتی نسبت به مکان ۲. آگاهی از قرارگیری در یک مکان ۳. تعلق به مکان ۴. دل‌بستگی به مکان ۵. یکی شدن با اهداف مکان ۶. حضور در مکان ۷. فداکاری برای مکان	۱. آشنایی سطحی با مکان ۲. آشنایی معمولی با مکان ۳. آشنایی بسیار عمیق با مکان

تعلق به مکان سطح بالاتری از حس مکان است که به منظور بهره‌مندی و تداوم حضور انسان در مکان نقش تعیین کننده‌ای می‌یابد [۲۷]. تعلق به مکان که برپایه حس مکان بوجود می‌آید فراتر از آگاهی از استقرار در یک مکان است. این حس به پیوند فرد با مکان منجر شده و در آن انسان خود را جزئی از مکان می‌داند و براساس تجربه‌های خود از نشانه‌ها، معانی، عملکردها و شخصیت مکان، نقشی برای آن در ذهن خود متصور می‌سازد و مکان برای او قابل احترام می‌گردد [۲۸]. بنابراین حس تعلق ترکیبی پیچیده از معانی، نمادها و کیفیت‌های محیطی است که شخص یا گروه به صورت خودآگاه یا ناخودآگاه از مکان خاص ادراک می‌کنند. این معنا که عمدتاً بر پایه ارتباط عاطفی فرد با محیط قرار دارد، در طراحی به صورت نمود کالبدی، خود را نمایان می‌سازد. شناخت و ادراک فرد از یک مکان از شروط اولیه برای ایجاد حس تعلق به مکان است. بدین منظور محیط‌های باخوانایی و تمایز کالبدی برای استفاده‌کنندگان، جزء محیط‌های مطلوب بود؛ و ادراک و شناخت بهتری از سوی افراد در آن صورت می‌گیرد.

از نگاه پدیدارشناسان جغرافیای انسانی، حس تعلق به معنای پیوندی محکم و عاملی تاثیرگذار میان مردم و مکان - با اجزا تشکیل دهنده آن است که این پیوند به صورت مثبت بوده و سبب گسترش عمق ارتباط و تعامل فرد با محیط می‌گردد و با گذر زمان عمق و گسترش بیشتری می‌یابد. از نگاه این رویکرد، تجربه اصلی ترین رکن ادراک مفاهیم و معنای یک مکان است و لذا معنا در یک مکان، ارتباط مستقیم با نحوه ادراک انسانی و مقولات مربوط به آن دارد. تحقیقات به عمل آمده نشان می‌دهد که هرچه مدت ارتباط افراد با یک مکان بیشتر می‌شود، به همان نسبت شناخت و ادراک انسان‌ها از آن مکان افزایش یافته و امکان ایجاد معنای تعلق در محیط نیز افزایش می‌یابد [۲۹].

۳. مکان و حس مکان

بعد از بررسی مکانیسم‌ها و فرایندهای متفاوت ارتباط انسان با محیط و تمرکز بر حس مکان، مطالعات نشان می‌دهد که درک روابط انسان و مکان مستلزم تجسم کردن زمینه‌های فیزیکی و اجتماعی - فرهنگی است و مکان، جایی است که احساسات می‌تواند ابراز شود و این احساس با برقراری پیوند بین انسان و مکان، زمینه‌ای برای تفاوت، جهت‌یابی و درک فضایی پدید می‌آورد [۳۰]. برداشت کلی حاصل از تعاریف حس مکان نشان می‌دهد که حس مکان حاصل ارتباط درونی انسان، تصورات ذهنی او و ویژگی‌های محیطی است. حس مکان مفهومی پیچیده از احساسات و دل‌بستگی انسان نسبت به محیط است که در اثر انطباق و استفاده انسان از مکان بوجود می‌آید، به این معنا که حس مکان امری از پیش تعیین شده نبوده، بلکه از تعامل انسان با مکان زندگی روزمره ایجاد می‌شود، به این ترتیب فرد به مکانی که در آن زندگی می‌کند مجموعه‌ای از پیش تصورات دریافت شده قبلی را می‌دهد، این پیش تصورات چگونگی پاسخ او به محیط را شکل می‌دهند [۳۱].

برای ایجاد حس مکان، محیط باید دارای کاراکتر و ساختاری ویژه باشد. بدین منظور تمام محیط مصنوع به صورت یک کل یکپارچه می‌بایست در طراحی مدنظر قرار گیرد. مشخصات کالبدی مانند پیوستگی بصری، محصوریت بصری، تضاد و تنوع دید، خروجی و ورودی، منظرسازی و نام‌گذاری از عناصر عینی هستند که حس مکان را افزایش و تقویت کرده، باعث ایجاد حسی قوی از فضا در ساکنین آن محیط برای زندگی در آینده آن مکان می‌شود و محصول آن ارزیابی مثبت ساکنین از محیط زندگی خواهد بود [۳۲].

۴. فضاهای اداری

سیستم سازمان‌دهی اداری اولین بار در مصر ایجاد گردید. مصریان جهت کنترل امور زیربنایی عمومی و راه‌های ارتباطی، خصوصا عبور و مرور از رود نیل نیازمند وضع مقررات و ایجاد تشکیلات اداری بود. به تدریج با پیشرفت جوامع و گسترش فعالیت‌های گوناگون اجتماعی، ضرورت ایجاد قوانین و سازمان‌دهی در این جوامع امری اجتناب‌ناپذیر شد و رفته‌رفته ادارات دولتی و خصوصی شکل گرفت. نظر عموم بر این است که تاریخ ظهور ساختمان‌های اداری بزرگ به اوایل قرن ۱۹ در اروپا و آمریکا باز می‌گردد [۳۳].

دیر زمانی نیست که واژه اداره، مشتمل بر مفهوم جایگاه فیزیکی و یا نوعی ساختمان شده است. این ادارات قالب فیزیکی معینی برای عملکرد خود ندارند. در اینگونه ادارات، مفهوم عمل تحقق می‌یابد؛ در واقع اداره عبارت است: نظام اجتماعی خاص که براساس آن عده‌ای از افراد بشر به منظور نیل به یک سلسله هدف‌های نسبتاً مشخص با یکدیگر همکاری می‌کنند. بدین معنی که تصمیم‌هایی اتخاذ می‌نمایند و تصمیم‌هایی را به مرحله اجرا درمی‌آورند [۳۴]. با گسترش روزافزون شهرها و افزایش تراکم، و در پی آن ظهور مشکلات دسترسی و ترافیک به عنوان معضلات مهم شهری، طراحی مراکز نظیر مجتمع‌های تجاری - اداری رونق یافته است. مجتمع‌های تجاری - اداری در زمره ساختمان‌های بلند جای می‌گیرند. در چنین بناهایی، طبقات پایین‌تر معمولاً شامل مغازه‌ها و فروشگاه‌هایی می‌شود که دارای بخش‌های فروش هستند. بخش‌های اداری در طبقات بالاتر قرار داشته و اغلب دارای مقیاس و گزینش‌های ابزاری متفاوتی هستند [۳۵].

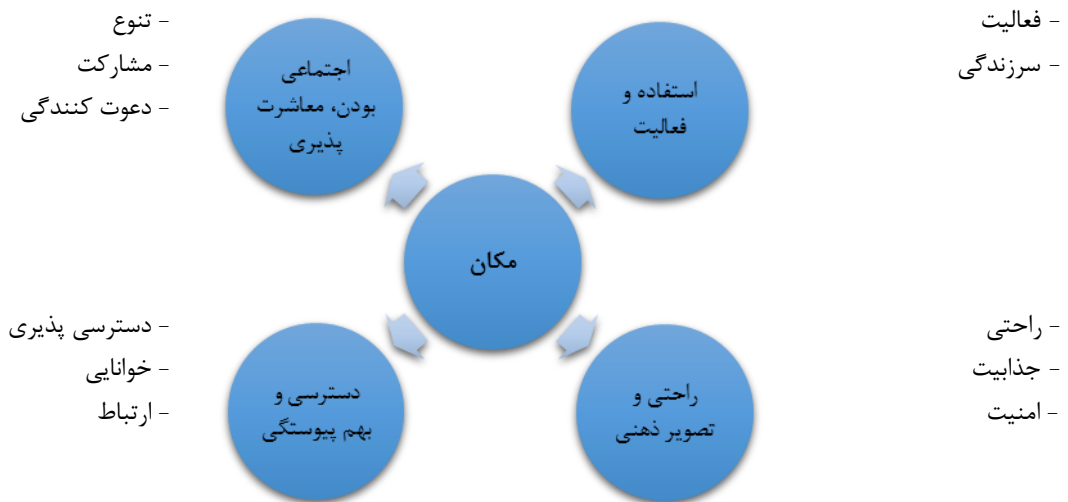
۱.۴. شرایط قرارگیری فضاهای اداری

ساخت ساختمان اداری جدید به موقعیت محلی آن بستگی دارد. ساختمان باید تاحدامکان در محلی ساخته شود که از روشنایی مفید روز بهره برده و از تابش شدید نور و گرمای خورشید دور باشد. در ایالات متحده، ۹۰٪ از ساختمان‌های اداری در جهت شرق و غرب ساخته شده‌اند زیرا نفوذ نور خورشید در صبح و بعدازظهر ناخوشایند است. استفاده از سایه‌بان برای ممانعت از نور خورشید از سمت جنوب آسان می‌باشد. با این وجود اگر جهت اولیه، شمالی - جنوبی باشد نور خورشید به همه اتاق‌ها می‌رسد [۳۶].

۵. حس مکان در فضاهای اداری

نوربرگ شولتز (۱۹۸۸) با تعریف مکان به عنوان فضایی که انسان با حضور و وجود خود در آن ادراک و شناخت پیدا می‌کند، چهار ویژگی حالت روحی، فهمیدن، گفتگو و هستی با دیگران را برای انسان شمرده که به سبب آن با محیط ارتباط برقرار می‌کند. مردم در روابط وابسته غالباً از تفاوت‌های بین اجتماعی که در گذشته زندگی کرده‌اند و جوامعی که اکنون در آن زندگی می‌کنند، آگاه هستند. اساساً سه عنصر در تجارب ما از محیط وجود دارد، اول مشاهدات بصری به معنی آشکارسازی‌ها و دیدهای پی‌درپی حین حرکت ما به درون، بیرون و میان مکان‌ها است. دوم مکان در ارتباط با تأثیرات گوناگون جسمانی و روانی در فضای اندرونی و بیرونی است. سوم، محتوا است که به بررسی اجزائی از ساختار محیط مانند رنگ، بافت، مقیاس و منحصر به فرد بودن آن می‌پردازد.

از دیدگاه روان‌شناسی، تعادل صمیمی و همذات‌پنداری فرد با مکان، روح یا حس مکان نامیده می‌شود. حس مکان عمدتاً ناظر به صفات کیفی و معنوی مکان است. به بیان دیگر، حس مکان گذر از مرحله صورت و ماده مکان و دریافت معنویت آن است. به تعبیری، حس مکان مجموعه همه صورت‌های ذهنی است که به دنبال حضور انسان در یک مکان و ادراک همه محسوسات، معقولات، تخیلات و حتی توهمات در ذهن او نقش می‌بندد. از ابتدای طرح مفهوم حس مکان در نظریات، محققان دنبال یافتن و تدقیق عوامل شکل‌دهنده آن بودند و هر یک عواملی را در این زمینه برشمرده‌اند [۳۷]. در راستای پژوهش صورت گرفته، با توجه به شکل ۴، ویژگی‌های اصلی یک مکان عمومی موفق، نظیر مکان اداری، نشان داده شده است.



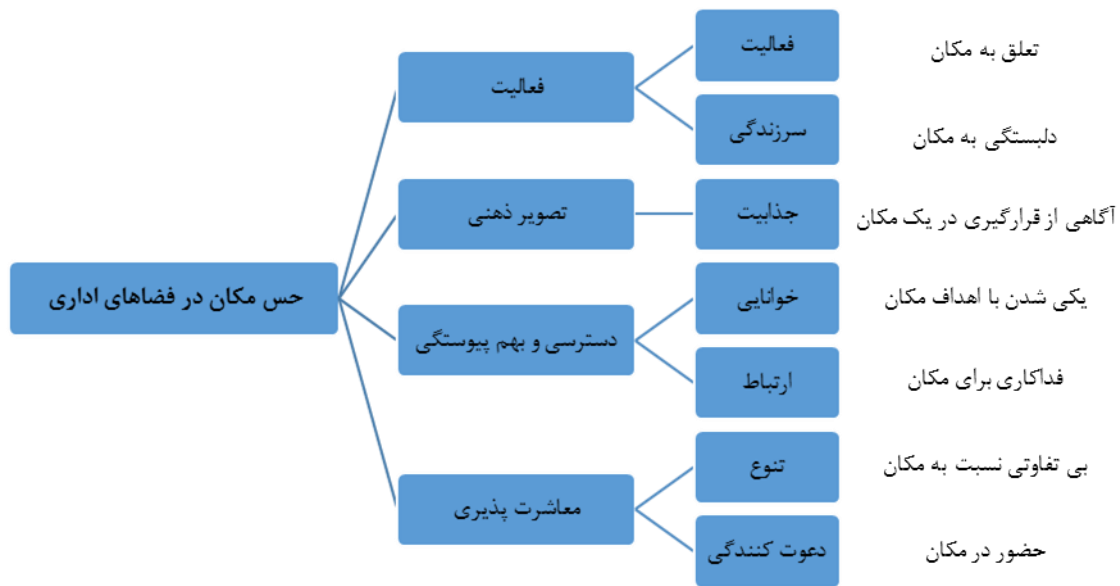
شکل ۲: ویژگی‌های اصلی و سنجه‌های یک مکان عمومی موفق [۳۸]

در ادامه با توجه به مطالب ارائه شده در رابطه با حس مکان و بیان انواع سطوح آن از دیدگاه نظریه پردازان، در جهت تحلیل دو فضا اداری مطرح شده پژوهش، نظریه شامای انتخاب گردیده، در شکل ۵ به صورت مفصل گزینه‌های موجود در این نظریه بیان شده است.



شکل ۳: سطوح مختلف حس مکان از دیدگاه شامای [۳۹]

با تلفیق موارد مطرح شده در شکل‌های ۴ و ۵، به نموداری دست می‌یابیم تا با توجه به آن به بررسی نمونه‌های موردی فضاهای اداری مطرح شده بپردازیم.



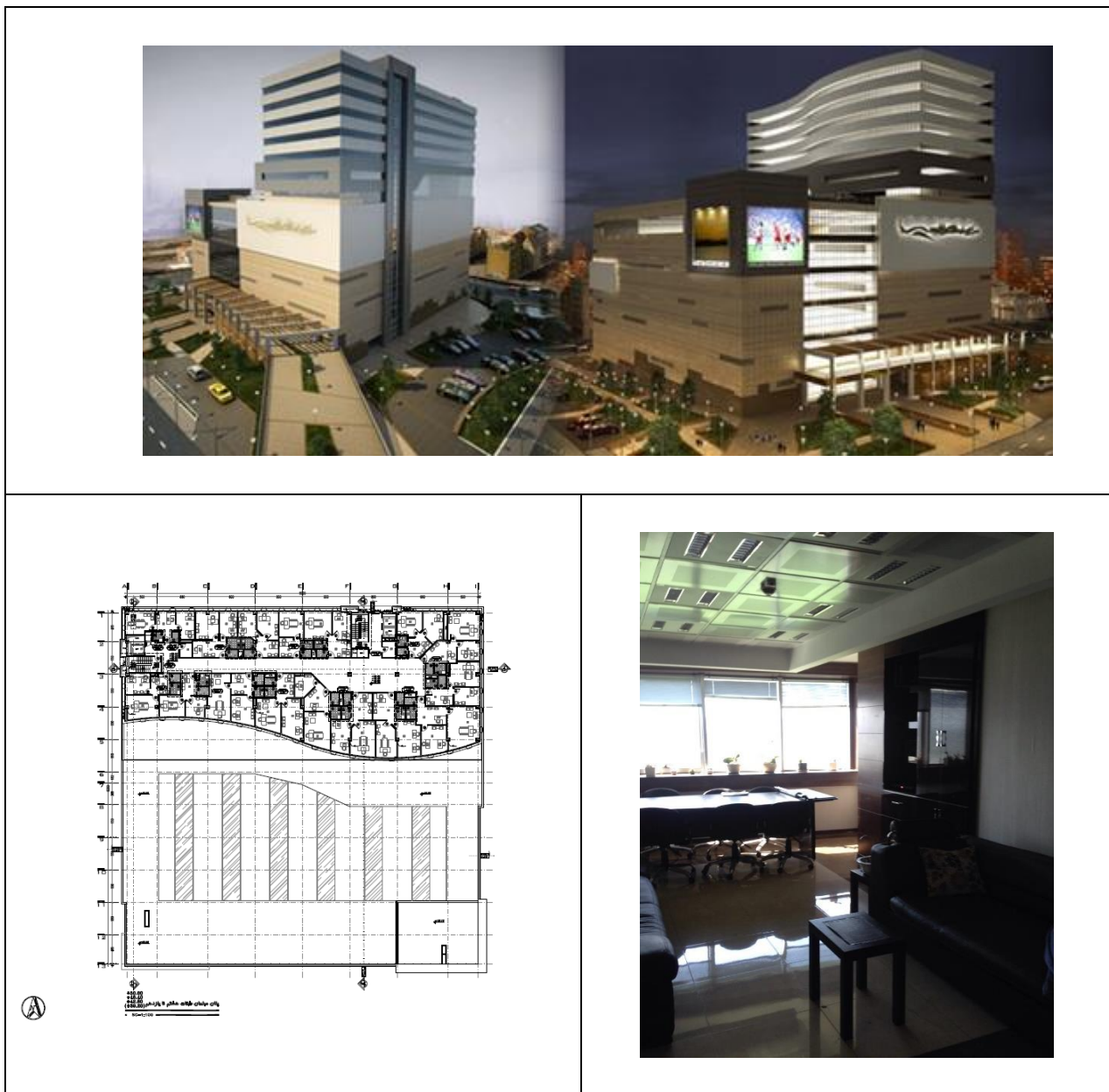
شکل ۴: عناصر موجود در بدست آوردن تجارب از محیط (ماخذ: نگارندگان)

۶. معرفی نمونه‌ها

۶.۱. مجتمع اطلس تبریز

شهر تبریز پس از تهران و مشهد، سومین شهر بزرگ ایران است. این شهر تاریخی به عنوان قطب اداری، فرهنگی و اقتصادی منطقه شمال غرب قلمداد می‌شود و از سوی سازمان ملل متحد به عنوان بهداشتی‌ترین شهر ایران برگزیده شده است. شرکت ایرانیان اطلس با توجه به ویژگی‌های یادشده پس از مطالعات دقیق، یکی از مهم‌ترین پروژه‌های خود را به نام «مرکز تجارت اطلس» تعریف کرده است. این پروژه با زیربنای کل بالغ بر ۴۴,۸۲۰ مترمربع، در زمینی به مساحت ۱۲,۳۸۱ مترمربع واقع شده است که ۳۶۰۰ مترمربع از آن مربوط به سطح بنای پروژه و ۸۷۸۱ مترمربع آن مختص فضای سبز و پارک محله‌ای با امکانات تفریحی است. در واقع، این مرکز تجاری عمده با برخورداری از چشم‌اندازهای زیبا، ۷۱ درصد از مساحت خود را به فضای سبز، پارک محله‌ای و امکانات تفریحی اختصاص داده است تا به کانونی فرحناک تبدیل شود. مرکز تجارت اطلس، در ۱۸ طبقه سازه‌ای، با طراحی معماری منحصربه‌فرد، در یکی از بارزترین مناطق شهر پرآوازه تبریز، منطقه خوش آب‌وهوای ولیعصر (عج)، انتهای همافر غربی، احداث شده است و از چهار طرف به خیابان‌های ۲۰ متری متصل می‌شود [۴۰]. طبقات منفی شش تا منفی سه کاربری پارکینگ با ظرفیت حدود ۴۸۰ دستگاه خودرو، طبقات منفی دو تا طبقه ششم با کاربری تجاری و خدماتی شامل ۲۸۱ واحد تجاری و خدماتی و طبقات هفتم تا یازدهم با کاربری اداری شامل ۸۰ واحد اداری می‌باشند. نمای ساختمان تلفیقی از گرانیات صدفی و سیلور با کامپوزیت آلومیند آمریکائی ضد حریق و نمای شیشه ای فریم لس و ترمال بریک شکو آلمانی با شیشه های دو جداره سکوریت بلژیکی با اسپیسر ۲۰ میلیمتر همراه گاز آرگون می‌باشد [۴۱].

جدول ۳: مجتمع اطلس تبریز [۴۲]



۲.۶. مجتمع لاله پارک تبریز

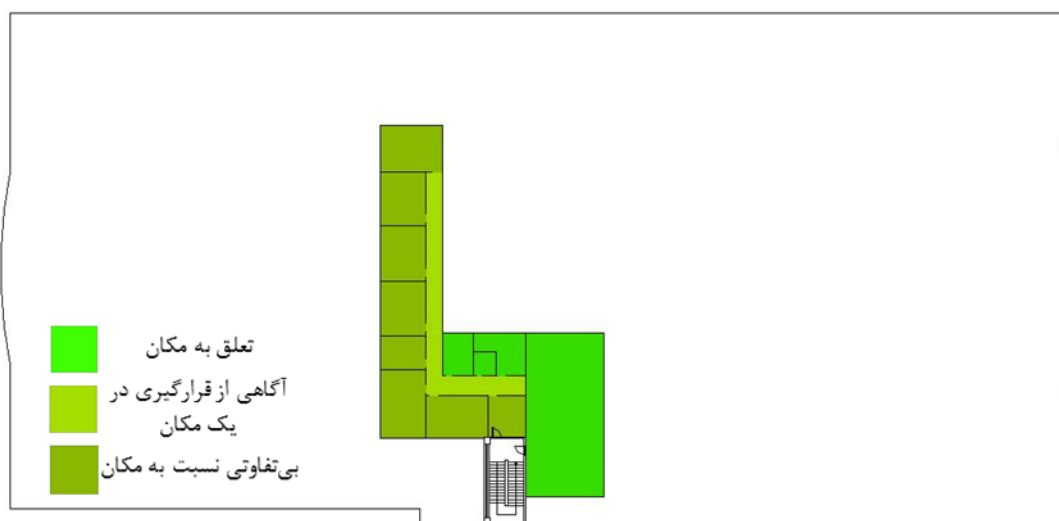
لاله پارک، یک مجتمع تجاری، تفریحی، اقامتی در تبریز و در ضلع جنوب شرقی میدان فهمیده واقع در بزرگراه پاسداران است. این مجموعه از دو بخش، شامل مرکز خرید و هتل پنج ستاره تشکیل شده است. تاریخچه احداث این مجموعه به نشست کلانشهرهای کشورهای اسلامی در استانبول در سال ۱۳۸۵ برمی گردد که هیئتی متشکل از اعضای شورای شهر و شهردار تبریز در این جلسه حضور یافتند. در بازدید از پروژه های بزرگ شهر استانبول که به دعوت شهردار این شهر صورت گرفت، هیئت اعزامی از تبریز با دو نفر از سرمایه گذاران تبریزی که در پروژه های استانبول مشارکت داشتند، آشنا شده و در دیدار بعدی در سفارت ایران در ترکیه از آن ها برای بازدید و سرمایه گذاری در تبریز دعوت به عمل آمد. در سال ۱۳۸۶ مکاتبات رسمی با این سرمایه گذاران صورت گرفت و یکی از سرمایه گذاران قرارداد خود را با شهرداری تبریز برای ساخت این مجموعه منعقد کرد. پروژه لاله پارک در زمینی به مساحت ۲۶،۵۰۰ متر مربع و زیربنای ۹۱،۵۵۰ متر مربع در منطقه ۵ شهرداری تبریز واقع شده است. از کل مساحت مجموعه، ۲۱ هزار متر مربع فضای تجاری، ۲۵ هزار متر مربع هتل و مابقی نیز پارکینگ و دیگر فضاهای عمومی را شامل می شود. فاز تجاری این مجموعه دارای ۶ طبقه و هتل پنج ستاره آن نیز دارای ۱۷ طبقه شامل ۲ طبقه زیرزمین و ۱۵ طبقه روی زمین است [۴۳].

۷. تحلیل مجتمع اطلس و لاله پارک تبریز

در ابتدا به ارائه گرافیکی قسمتی از دسته‌بندی شامای بر روی پلان‌های هر دو مجتمع پرداخته می‌شود.



شکل ۵: دسته‌بندی شامای در مجتمع اطلس تبریز (ماخذ: نگارندگان)



شکل ۶: دسته‌بندی شامای در مجتمع لاله پارک تبریز (ماخذ: نگارندگان)

با توجه به شکل ۵ و ۶، و دسته‌بندی ارائه شده در شکل ۴، به بررسی و تحلیل دو فضای اداری مطرح شده، به صورت زیر می‌پردازیم:

جدول ۵: تحلیل فضاهای اداری مجتمع اطلس و لاله پارک تبریز (ماخذ: نگارندگان)

مجتمع لاله پارک	مجتمع اطلس	عناصر موجود در ایجاد حس مکان در فضا		
به شرح لایه‌های ادراک، مفاهیم و تجربیات مکان می‌پردازد.		تعلق به مکان	فعالیت	
در این مجتمع، شاهد عدم وجود خوانایی کافی بوده‌ایم. حرایم به خوبی رعایت نشده‌اند؛ دلیل این امر استفاده نامناسب از مصالح جهت تقسیم فضایی بوده است. روابط و تعاملات اجتماعی، موردی است که عدم ایجاد هماهنگی در آن به چشم می‌خورد.	شناخت و ادراک فرد از مکان، از شروط اولیه ایجاد حس تعلق به مکان می‌باشد؛ در این مجتمع، طراحی فضاهای اداری به نحوی بوده است که فرد با قرارگیری در داخل فضاها، مکان را به خوبی درک کرده و با آن آشنا می‌شود. به صورت کلی، می‌توان بیان کرد که خوانایی در هر بخش از فضاهای اداری وجود داشته، که این موضوع سبب ایجاد محیطی مطلوب برای استفاده‌کنندگان می‌گردد. از نقطه نظر مشخص شدن عوامل کالبدی در این فضاها، می‌توان چنین اشاره کرد که حرایم، حدود مالکیت و همسایگی‌ها به خوبی تعیین شده‌اند؛ ارتباط درون و بیرون در فضاها مدنظر قرار گرفته شده و نیازهای انسانی به خوبی در داخل هر فضا تامین می‌شود.			
عوامل تاثیرگذار بر دل‌بستگی مکانی: جنسیت، سن، فرهنگ، روحیات و ارزش‌ها، فعالیت‌ها و ...		دل‌بستگی به مکان	سرزندگی	فعالیت
دل‌بستگی به مکان، به عنوان یک حس مفهومی پیچیده مطرح است. گزینه‌های مدنظر در تحلیل این مجتمع: فعالیت، طرح و صدا فعالیت: فضای اداری مجتمع لاله پارک، مختص به بخش اداری مجموعه بوده‌است و هیچ فعالیت اداری خارج از مجموعه در آن وجود ندارد. طرح: در طراحی بخش اداری، شاهد تلاشی در جهت ایجاد فضای مطلوب نمی‌باشیم. صدا: به عنوان اصلی‌ترین معضل در بخش اداری مطرح است. دلیل این امر دقت نکردن در انتخاب مصالح مناسب جهت تقسیم فضایی و عدم بهره‌گیری از مصالح نوین برای ایجاد عایق صدا می‌باشد.	دل‌بستگی به مکان، به عنوان یک حس مفهومی پیچیده مطرح است. گزینه‌های مدنظر در تحلیل این مجتمع: فعالیت، طرح و صدا فعالیت: فضای اداری مجتمع اطلس، به گونه‌ای طراحی شده است که هر طبقه، از چندین بخش اداری مجزا با فعالیت‌های منحصر به خود، شکل گرفته است؛ با وجود اکثر این فعالیت‌ها در ارتباط باهم می‌باشند. طرح: در طراحی بخش اداری، از طراحی مدرن بهره گرفته شده است. صدا: در بحث طراحی فضاها، موضوع عایق صدا در اولویت قرار گرفته است، زیرا مزاحمتی در رابطه با صدا در بخش‌های مجزا فضا اداری مشاهده نمی‌شود.			
برخی از مکان‌ها دارای ارزش‌های کمی و کیفی مختصری هستند که سبب آگاهی انسان از حضور در آن مکان می‌گردد؛ ولی تعلق خاطری در انسان ایجاد نمی‌کند؛ نظیر: فضاهای ارتباطی، فضاهای تقسیم و ...		آگاهی از قرارگیری در یک مکان	جذابیت	تصویر ذهنی

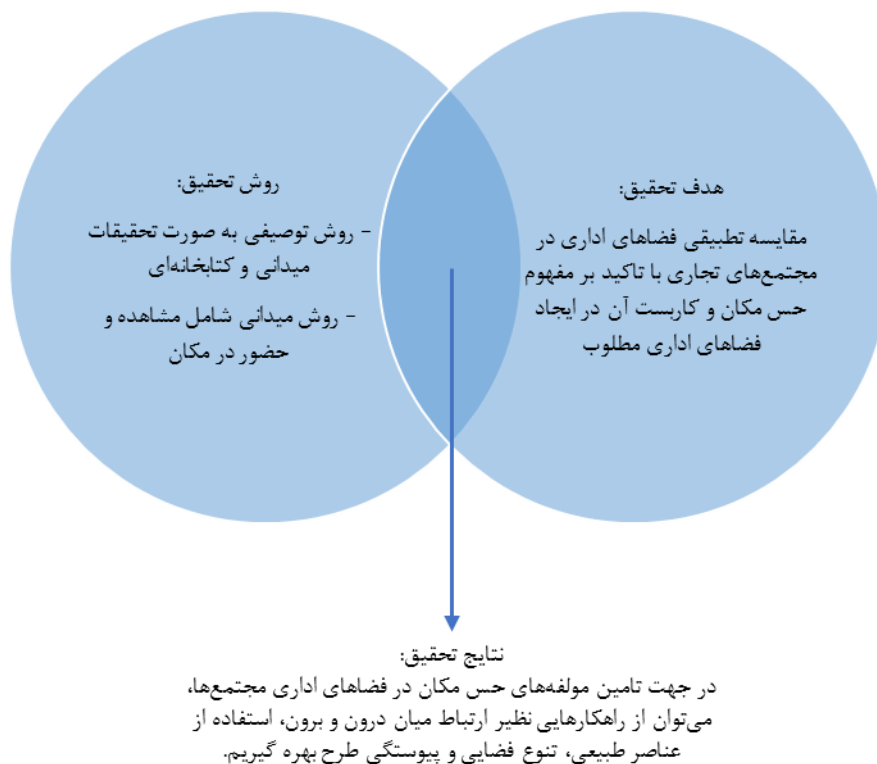
مکان‌ها احساس مشابهی را القا می‌کنند که این موضوع سبب تضعیف هویت مکان‌ها می‌شود.	مکان وجود ندارد؛ زیرا تلاش شده است تا از ایجاد مشابهت‌های فضایی پرهیز شود.	بی تفاوتی نسبت به مکان	تنوع	معاشرت پذیری		
					در مجتمع لاله پارک، به دلیل قرارگیری فضاها به صورت ردیفی در کنار هم، مشابهت فضایی ایجاد شده است، که این موضوع سبب تضعیف هویت فضاها شده است.	در مجتمع اطلس، می‌توان بیان کرد که حس بی تفاوتی نسبت به مکان وجود ندارد؛ زیرا تلاش شده است تا از ایجاد مشابهت‌های فضایی پرهیز شود.
					به دلیل قرارگیری فرد در محیط‌های کاری، در فرد احساس تعهد نسبت به فضایی که در آن قرار گرفته است، ایجاد می‌شود؛ از اینرو فرد سعی بر برآورده ساختن انتظارات دارد، که این موضوع خود به نوعی سبب افزایش حس تعلق به مکان می‌شود.	می‌توان این موضوع را براساس رفتارهای واقعی فرد برداشت کرد. یکی از گزینه‌های مطرح در این مورد، زمان است. با توجه به مشاهدات انجام شده، چنین استنباط می‌شود که در مجتمع اطلس، به دلیل دقت طراحان در زمینه طراحی فضاها، افراد علاقه زیادی به استفاده بهینه از زمان را دارا می‌باشند؛ همچنین مبحث دعوت‌کنندگی در این فضاها، براساس مطالب ارائه شده در رابطه با مجتمع بیشتر به چشم می‌خورد.
در مجتمع لاله پارک، به مبحث دعوت‌کنندگی پرداخته نشده است. هم‌چنین، با توجه به مشاهدات انجام شده، بنظر می‌رسد که زمان درصد کمتری نسبت به مجتمع اطلس به خود اختصاص می‌دهد.	فرد در این سطح، عمیق‌ترین تعهد را نسبت به مکان تجربه می‌کند. در این صورت است که فرد خود را برای فداکاری نسبت به مکان در جهت دستیابی به علایق والاتر در زمینه مکان، آماده می‌سازد. این حس بالاترین سطح حس مکان را به خود اختصاص می‌دهد. با توجه به موارد ارائه شده و تحلیلات صورت گرفته، در مجتمع اطلس نسبت به مجتمع لاله پارک، حس فداکاری برای مکان بیشتر به چشم می‌خورد.	فداکاری برای مکان	ارتباط			

- با توجه به بررسی‌های صورت گرفته، می‌توان نتایج بدست آمده را چنین بیان کرد:
- در مجتمع اطلس، شاهد درک هرچه بیشتر مفاهیم و تجربیات مکان می‌باشیم؛ که این موضوع نشانگر بهره‌گیری بیشتر این مجتمع از مفهوم تعلق به مکان نسبت به مجتمع‌های مشابه، نظیر مجتمع لاله پارک می‌باشد.
 - مجتمع اطلس در قیاس با مجتمع لاله پارک از سرزندگی بیشتری برخوردار است؛ که دلیل این امر بهره‌گیری صحیح از تنوع طراحی در فضاهای اداری می‌باشد.
 - با توجه به مشاهدات میدانی صورت گرفته، شاهد جذابیت و تنوع طراحی در فضاهای مجتمع اطلس می‌باشیم؛ که این موضوع بیانگر این است که طراحان در مجتمع اطلس سعی کرده‌اند به بهترین نحو از معماری داخلی در طراحی فضاها بهره‌گیرند.
 - نسبت دادن فعالیت‌ها به صورت مجزا به واحدهای معین در مجتمع اطلس، سبب گردیده است که احساس تعهد در افراد بیشتر گردد؛ که این موضوع سبب افزایش حس فداکاری نسبت به مکان می‌شود.
 - در مجتمع لاله پارک تبریز، قرارگیری ردیفی فضاها به صورت متوالی سبب تکرار فضاها گشته است که تنها تفاوت آن‌ها در چیدمان میلمان می‌باشد. این نحوه قرارگیری سبب القا حس مشابهی در افراد می‌گردد؛ در صورتی که در مجتمع اطلس بهره‌گیری از تقسیم فضایی متفاوت، سبب ایجاد تنوع فضایی گشته است.
 - در مجتمع اطلس حضور در مکان که برپایه ایجاد احساس تعهد نسبت به فضا در فرد ایجاد می‌شود، بیشتر به چشم می‌خورد؛ زیرا تقسیم‌بندی فضایی صورت گرفته در این فضا با رعایت قوانین و ضوابط فضاهای اداری به بهترین شکل صورت گرفته است.

نتیجه‌گیری

آفریننده مکان، مردم هستند. اما طراحان، امکان این رخداد و ساختار فضایی آن را خلق می‌کنند [۴۵]. مکان، محملی برای قرار یافتن و به آرامش رسیدن انسان است [۴۶]. وجود انسان مهم‌ترین عامل معنا دهنده به مکان است [۴۷]. بودن در یک مکان یعنی دریافت وجود یک محیط و فهم آن چنان برهمکنشی کیفی. این دریافت طبیعتاً به مفهوم کاربرد مکان پیوند می‌یابد [۴۸]. اگر این ساختار فضایی، واجد زیبایی محیطی باشد، افراد و مخاطبان خود را وارد سطوح حس مکان خواهند کرد. افراد شاغل در ادارات و دفاتر کار، زمان زیادی را در این فضاها می‌گذرانند؛ بنابراین امروزه این قبیل فضاها اهمیتی مثل فضاهای مسکونی یافته‌اند و دلپذیر ساختن فضای اداری امری است که مورد توجه طراحان و معماران قرار گرفته است [۴۹].

در پژوهش حاضر، با در نظر گیری اهداف و روش تحقیق، تلاش شده است تا با تاکید بر این موضوع که فضاهای اداری مطرح شده در مجتمع‌های تجاری، همانند قسمت‌های تجاری که بخش اصلی این مجتمع‌ها را شکل می‌دهند، باید دارای حس مکان باشند تا استفاده‌کنندگان از این فضاها را ترغیب به حضور نمایند. در یک نگاه کلی می‌توان اهداف، روش و نتایج پژوهش را به صورت زیر ارائه داد.



شکل ۷: نتایج پژوهش (ماخذ: نگارندگان)

گزینه‌های ارائه شده به عنوان گزینه‌هایی ابتدایی و اولیه می‌باشند که برای دستیابی به گزینه‌های صحیح و هم‌چنین دقیق شدن در موضوع، با در نظر گرفتن مباحث ارائه شده، نیازمند مطالعات و بررسی‌های مضاعفی در این زمینه می‌باشیم.

سپاسگزاری

با تشکر از همکاری مهندسین طراحی مجتمع اطلس تبریز و مسئول روابط عمومی مجتمع لاله پارک تبریز که ما را در این پژوهش یاری رسانده‌اند.

منابع و مراجع

- [1] Pretty, G.H., Chipuer, H.M., Bramston, P.(2003), Sense of Place Amongst Adolescents and Adults in two Rural Australian Towns: the Discriminating Features of Place Attachment, Sense of Community and Place Dependence in Relation to Place Identity, *Journal of Environmental Psychology*, 23: 273-287
- [۲] رضایی، سولماز؛ رفیعیان، مجتبی؛ ارغان، عباس(۱۳۹۵)، ارزیابی تاثیرپذیری حس تعلق شهروندی از حس مکان با تاکید بر مولفه معنایی آن؛ نمونه موردی: شهر جدید پردیس، فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت شهری، شماره ۴۴، ۴۱-۶۴
- [۳] شاهچراغی، آزاده؛ بندرآباد، علیرضا(۱۳۹۴)، محاط در محیط: کاربرد روان‌شناسی محیطی در معماری و شهرسازی، تهران، سازمان جهاد دانشگاهی تهران
- [۴] کاظمی، پوریا(۱۳۹۲)، تاثیر انعطاف‌پذیری بر ایجاد حس تعلق در طراحی داخلی فضاهای اداری، سومین همایش ملی معماری داخلی و دکوراسیون، اصفهان، موسسه آموزش عالی دانش پژوهان
- [۵] شاهچراغی، آزاده؛ بندرآباد، علیرضا(۱۳۹۴)، محاط در محیط: کاربرد روان‌شناسی محیطی در معماری و شهرسازی، تهران، سازمان جهاد دانشگاهی تهران
- [۶] کاظمی، پوریا(۱۳۹۲)، تاثیر انعطاف‌پذیری بر ایجاد حس تعلق در طراحی داخلی فضاهای اداری، سومین همایش ملی معماری داخلی و دکوراسیون، اصفهان، موسسه آموزش عالی دانش پژوهان
- [۷] جوان فروزنده، علی؛ مطلبی، قاسم(۱۳۹۰)، مفهوم حس تعلق به مکان و عوامل تشکیل دهنده آن، مجله هویت شهر، شماره ۸، سال پنجم، ۲۷-۳۷
- [۸] کاظمی، پوریا(۱۳۹۲)، تاثیر انعطاف‌پذیری بر ایجاد حس تعلق در طراحی داخلی فضاهای اداری، سومین همایش ملی معماری داخلی و دکوراسیون، اصفهان، موسسه آموزش عالی دانش پژوهان
- [۹] گروتز، یورک کروت(۱۳۹۰)، زیبایی‌شناسی در معماری، ترجمه پاکزاد، جهان‌شاه؛ همایون، عبدالرضا، تهران، دانشگاه شهید بهشتی، مرکز چاپ و انتشارات، چاپ هفتم
- [۱۰] نوربرگ شولتز، کریستین(۱۳۸۴)، مفهوم سکونت به سوی معماری تمثیلی، ترجمه امیر یاراحمدی، محمود، تهران، انتشارات آگه
- [۱۱] جوان فروزنده، علی؛ مطلبی، قاسم(۱۳۹۰)، مفهوم حس تعلق به مکان و عوامل تشکیل دهنده آن، مجله هویت شهر، شماره ۸، سال پنجم، ۲۷-۳۷
- [12] Canter, D.(1977), *The Psychology of Place*, London, Architectural Press
- [13] Gustafson, P.E.R.(2001), Meaning of Place: Everyday Experience and Theoretical Conceptualizations, *Journal of Environmental Psychology*, 21 (1): 5-16
- [14] Canter, David(1977a), *The Psychology of Place*, London, Architectural Press
- [۱۵] پرتوی، پروین(۱۳۸۷)، پدیدارشناسی مکان، تهران، فرهنگستان هنر جمهوری اسلامی ایران
- [۱۶] نوربرگ-شولتس، کریستیان(۱۳۸۸)، روح مکان: به سوی پدیدارشناسی معماری، ترجمه شیرازی، محمدرضا، تهران، رخداندو
- [17] Relph, Edward(2008), *Disclosing the Ontological Depth of Place: Heidegger's Topology by Jeff Maplas*, *Environmental & Architectural Phenomenology*, No.1, Winter
- [18] Cameron, John(2004), *Some Implications of Maples, Place and Experience for Place Ethics and Education*, *Environmental & Architectural Phenomenology*, No.1, Winter
- [۱۹] رحیمی، لیلا(۱۳۹۲)، مقیاس مکان و دل‌بستگی ارزیابی تاثیر مقیاس مکانی بر مدل دل‌بستگی ساکنین (نمونه موردی: محله سرخاب و شهرک رشدیه شهر تبریز)، رساله جهت اخذ درجه دکتری شهرسازی اسلامی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، دانشکده معماری و شهرسازی، گروه شهرسازی
- [۲۰] نگین تاجی، صمد(۹۰-۸۹)، بررسی نقش عوامل کالبدی در تشکیل مفهوم مکان، مجله علمی ترویجی منظر، شماره ۱۳، ۱۳-۲۴
- ۲۹
- [۲۱] فلاحت، محمدصادق(۱۳۸۴)، نقش کالبدی در حس مکان مسجد، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۲
- [22] Relph, Edward(2009), *A Pragmatic Sense of Place*, *Environmental & Architectural Phenomenology*, Vol. 20, No.3, Fall
- [۲۳] پرتوی، پروین(۱۳۸۷)، پدیدارشناسی مکان، تهران، فرهنگستان هنر جمهوری اسلامی ایران

- [۲۴] نگین تاجی، صمد (۹۰-۸۹)، بررسی نقش عوامل کالبدی در تشکیل مفهوم مکان، مجله علمی ترویجی منظر، شماره ۱۳، ۲۴-۲۹
- [۲۵] قیاسی، همایون؛ صرافی گهر، اسماعیل (۱۳۹۵)، تبیین مدل نظری ارتقاء حس مکان در طراحی معماری و شهر، فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت شهری، شماره ۴۵، ۱۴۷-۱۷۰
- [۲۶] کلالی، پریسا، مدیری، آتوسا، ۱۳۹۱، تبیین نقش مولفه معنا در فرایند شکل گیری حس مکان، نشریه علمی-پژوهشی هنرهای زیبا، شماره ۵۰، صفحات ۴۳-۵۲
- [۲۷] فلاحت، محمدصادق (۱۳۸۴)، نقش کالبدی در حس مکان مسجد، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۲
- [28] Steel, Fritz(1981), The Sense of Place, CBI Publishing Company, Boston
- [۲۹] جوان فروزنده، علی؛ مطلبی، قاسم (۱۳۹۰)، مفهوم حس تعلق به مکان و عوامل تشکیل دهنده آن، مجله هویت شهر، شماره ۸، سال پنجم، ۲۷-۳۷
- [۳۰] نگین تاجی، صمد (۹۰-۸۹)، بررسی نقش عوامل کالبدی در تشکیل مفهوم مکان، مجله علمی ترویجی منظر، شماره ۱۳، ۲۴-۲۹
- [۳۱] فلاحت، محمدصادق (۱۳۸۵)، مفهوم حس مکان و عوامل تشکیل دهنده آن، هنرهای زیبا، شماره ۲۶، ۵۷-۶۶
- [۳۲] نگین تاجی، صمد (۹۰-۸۹)، بررسی نقش عوامل کالبدی در تشکیل مفهوم مکان، مجله علمی ترویجی منظر، شماره ۱۳، ۲۴-۲۹
- [۳۳] ارغان، عباس؛ کامجو باقری، مصطفی؛ کاشفی، عارفه (۱۳۹۵)، طراحی مجموعه اداری با رویکرد طراحی بافت شهری: نمونه موردی شهرستان بابل، کنفرانس بین المللی دستاوردهای نوین در علوم و تکنولوژی، رم، ایتالیا
- [۳۴] ارغان، عباس؛ کامجو باقری، مصطفی؛ کاشفی، عارفه (۱۳۹۵)، طراحی مجموعه اداری با رویکرد طراحی بافت شهری: نمونه موردی شهرستان بابل، کنفرانس بین المللی دستاوردهای نوین در علوم و تکنولوژی، رم، ایتالیا
- [۳۵] نویفرت، ارنست، نویفرت، پیتر (۲۰۱۴)، اطلاعات معماری نویفرت، ترجمه حسینی، فرشید، انتشارات مهرآزان، ویرایش چهارم
- [۳۶] فلاح، عبدالرضا؛ طیار، حسین (۱۳۹۵)، طراحی مجتمع اداری فاریاب با رویکردهای هماهنگی با فرهنگ و اقلیم گرم و مرطوب، پنجمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در عمران، معماری و شهرسازی، سنگاپور
- [۳۷] شاهچراغی، آزاده؛ بندرآباد، علیرضا (۱۳۹۴)، محاط در محیط: کاربرد روان شناسی محیطی در معماری و شهرسازی، تهران، سازمان جهاد دانشگاهی تهران
- [۳۸] شاهچراغی، آزاده؛ بندرآباد، علیرضا (۱۳۹۴)، محاط در محیط: کاربرد روان شناسی محیطی در معماری و شهرسازی، تهران، سازمان جهاد دانشگاهی تهران
- [۳۹] ضرابیان، فرناز؛ منعم، محمدرضا (۱۳۸۷)، بررسی و میزان عوامل تاثیرگذار بر حس مکان، فصلنامه شهرداری ها، شماره ۸۹، تهران
- [40] <http://iranianatlas.ir/fa/>
- [41] <http://itiss.ir>
- [۴۲] منبع تصویر مجتمع اطلس تبریز <http://itiss.ir>: و منبع نقشه های مجتمع اطلس تبریز: مهندسين طراحی مجتمع اطلس تبریز
- [43] <https://fa.wikipedia.org/wiki/>
- [۴۴] منبع تصویر مجتمع لاله پارک تبریز <http://hamgardi.com/Picture/>: و منبع نقشه مجتمع لاله پارک تبریز: مسئول روابط عمومی مجتمع لاله پارک تبریز
- [۴۵] شاهچراغی، آزاده؛ بندرآباد، علیرضا (۱۳۹۴)، محاط در محیط: کاربرد روان شناسی محیطی در معماری و شهرسازی، تهران، سازمان جهاد دانشگاهی تهران
- [۴۶] پرتوی، پروین (۱۳۸۲)، مکان و بی مکانی رویکردی پدیدارشناسانه، نشریه علمی پژوهشی هنرهای زیبا، شماره ۱۴، ۴۰-۵۰
- [۴۷] سادات حبیبی، رعنا (۱۳۸۷)، تصویرهای ذهنی و مفهوم مکان، نشریه علمی-پژوهشی هنرهای زیبا، شماره ۳۵، ۳۹-۵۰
- [۴۸] نوربرگ شولتس، کریستیان (۱۳۹۱)، معماری: حضور، زبان و مکان، ترجمه سیداحمدیان، علیرضا، تهران، نیلوفر، چاپ سوم
- [۴۹] شاهچراغی، آزاده؛ بندرآباد، علیرضا (۱۳۹۴)، محاط در محیط: کاربرد روان شناسی محیطی در معماری و شهرسازی، تهران، سازمان جهاد دانشگاهی تهران