

«نگرش تطبیقی بر طراحی معماری ولباس: مُدهای پست‌مدرن»

مهندسید معتمد؛ معماری و طراحی مُد، ایده‌های فردی، اجتماعی و هویت فرهنگی را با انعکاسی از نگرانی نسبت به مخاطبان و زمان خود بیان می‌کنند؛ در طول تاریخ، مُد و معماری یکدیگر را در فرم و نمودشان تکرار کرده‌اند. به نظر کاملاً طبیعی می‌رسد که آنها نه‌تنها عملکرد اولیه خود را که فراهم‌کردن پناهگاه و حفاظت از انسان است، تقسیم می‌کنند، بلکه هردو در خلق‌کردن فضا و حجم‌های خارج از صفحات و مصالح دوتعدی مهارت دارند. با وجود اینکه وجه بسیار رایج و مورد استفاده‌ای دارند، اما در بُعد نمایشی و هنری خود، کاملاً متفاوت هستند. هر دو نشانه‌هایی از مقیاس انسانی دارند، که با خصوصیات، اندازه‌ها و شکل‌های متمایز پدید می‌آیند. همچنان که مد لباس، بنا بر طبیعتش، زودگذر با لحظه‌ای است، معماری نیز در دوره‌هایی از تفکراتی پیروی کرده و بعد آن را به دست فراموشی می‌سپارد، با آنکه ذاتا بیشتر پایداری، بهیادماندنی و حضوری دائمی دارد. در سال‌های اخیر، ارتباط میان مدهای لباس و معماری بیشتر جذاب شده است. همان‌گونه که فناوری مواد و نرم‌افزارهای کامپیوتری، مرزهای نظام طراحی هرکدام را تغییر داده است، ساختمان‌ها بیشتر سیال و لباس‌ها بیشتر معمارانه شده‌اند. معماران تفکرانی را که بیشتر در طراحی لباس معمول هستند، مثل چاپ، چین‌کشی، تارکردن، پوشاندن با پارچه و بافندگی را پذیرفته‌اند؛ درحالی‌که طراحان مُد به معماری به‌عنوان راهی برای ساختن یا مهندسی لباس نگاه می‌کنند که ایده‌های جدید و مؤثری را در مورد حجم و سازه ارائه می‌کند، و در بسیاری از موارد هم بر اساس اصول فکری و مفاهیم درونی معماری طرح می‌ریزند.

این نوشتار درصدد است تا در دوره پست‌مدرن، که از بزرگ‌ترین تحولات نگرش به زیبایی و هنر در اُن رُخ داده است، به مقایسه تفکرات مدنظر طراحان هر دو رشته بپردازد و علل شکل‌گیری مدهای این زمان را با هم مقایسه کند.

مُد به‌عنوان پدیده‌ای اجتماعی مختص فرهنگ خاصی نیست؛ پیدایش و افول مد، پنج مرحله شامل آفرینش، معرفی مد، تبلیغ مد، تولید انبوه و تقاضای مد جدید را طی می‌کند. بهره‌برداری نظام سرمایه‌داری از رواج مد، منجر به تغییرات فرهنگی- اجتماعی در کشورهای مخاطب می‌شود. برمنای دیدگاه جامعه‌شناختی، مقولاتی چون الگو و فرهنگ مصرف، سبک زندگی و بهران مد، بدون آگاهی، در تبیین گرایش به مد مطرح می‌شوند. بی‌تردید پدیده مد با طبقه اقتصادی- اجتماعی افراد، نقش رسانه‌های جمعی، فرایند جهانی سازی و نظام سرمایه‌داری مرتبط است. چالش‌های هویتی پدیدآمده در ایجاد مختلف نیاز به سیاست‌گذاری‌های فرهنگی در این زمینه را بیشتر توجه می‌کند. مد در دوران مختلف به گونه‌های متفاوتی خلق و تعریف شده و از دغدغه‌های تولیدی دوران پس از مدرن سرچشمه می‌گیرد. این مدها نهایتاً منجر به تولید هنر مدرمی [۱] شده که در معماری و طراحی لباس معرفی می‌شوند.

دایره‌المعارف تطبیقی علوم اجتماعی، مد را این‌گونه تعریف می‌کند: «مد عبارت است از شیوه‌های نسبتاً زودگذر کنش در آرایش شخصی یا طرز گفتار و بسیاری دیگر از رفتارها. تفاوت مد با رسم در آن است که برخلاف رسم که دوام و دیرپایی ویژگی آن می‌باشد، تازه است و تبعیت از آن بیشتر به خاطر ناآرگی آن می‌باشد. در جامعه‌شناسی، به رفتار چگونگی نوظهوری که به قدر رسم اجتماعی تثبیت نشده باشد، مُد اجتماعی می‌گویند». مد در آستانه بین هنر و ناهر جای می‌گیرد، به مانند خود هنر، به «مخاطب»، «فتمان»، یا «چهره»‌ای در عرصه عمومی وابسته است. دیگر اینکه مد، گونه‌ای هنر بصری است. مُدسازی در هردو بستر طراحی معماری و لباس شکل پذیرفته، اوج یافته و محبوب گشته و نهایتاً به فراموشی سپرده شده است. پست‌مدرنیسم، مهم‌ترین جنبش فلسفی، فرهنگی و هنری روزگار معاصر است که در نیمه دوم قرن بیستم، در واکنش به فلسفه و هنر مدرن و پیش‌فرض‌های آن به وجود آمد و مُدگرایی از اصلی‌ترین شاخصه‌های تولیدات فرهنگی آن به‌شمار می‌رود. به‌طورکلی پست‌مدرنیسم سبکی در معماری، نقاشی، پوشش، نویسندگی، عکاسی و سایر هنرهاست که از هنر متعارف و دستاورد قدما بهره گرفته و در مقابل مدرنیسم ایستاده است. در این زمان، علاوه بر ازین‌رفتن مرز میان هنر و تلفیق آنها، شاهد به‌وجودآمدن ابزارهای بیان هنری جدید نیز هستیم.

واژه پست‌مدرنیسم هنری به سبک تعریف‌پذیر خاصی اشاره ندارد، سبکی که باوجود مفاهیم و خاستگاه‌های متعدد آن در معماری، در خلال دهه ۱۹۵۰ [۱] تا شیوه‌هایی دلالت می‌کرد که به سستی پیرامون آرمان‌های سیام تعریف می‌شدند، اما آنچه که در ۱۹۵۰ آن‌قدر نویدبخش و امیدوارکننده به نظر رسیده بود، در ۱۹۷۰ منتها محدودکننده و دست‌وپاگیر، بلکه ناتوان برآورده‌کردن تعهدات خود قلمداد می‌شد. در کار معماران، خصوصاً معمارانی چون ونتوری می‌توان نوعی بردباری جدید برای آن نوع معماری یافت که آماده است به ماورای خود اشاره و معنای خود را بیان کند. کتاب «آموختن از لاس‌وگاس»، نوشته ونتوری معماران را تشویق می‌کند تا به شکلی شهودی شیوه‌هایی را کشف کنند که برمبنای آنها ساختمان‌ها را در زمینه‌هایشان قرائت و ترجمه می‌کنند. ونتوری نمودی از این امر را در خیابان‌های لاس‌وگاس می‌یابد: خیابان‌هایی با انبوه نشانه‌های کنار جاده، اعم از نقاشی‌شده، چراغانی‌شده، چاپی و نمادین.

بنابراین گرچه معماری پست‌مدرن جهش می‌کند و از تکارزشی‌بودن هندسی معماری مدرن جدا می‌شود، اما انکار در شکلش نوعی از تکتُر برداشتِ خود را مجاز می‌داند، ی‌سا به یک معنا، خوانشِ خود را از پیش، مجاز می‌دارد. درحالی‌که معماران مدرن در مورد یک ساختمان بر وحدت مطلق قصد و اجرا تأکید می‌کردند، معماری پست‌مدرن خیر از انحراف خود از چنین نیاز زهدگراییانه‌ای می‌دهد، این‌هم از طریق جست‌وجو و نمایش ناسازگاری سبک و شکل و بافت. در پذیرش تئژین در معماری پست‌مدرن می‌توان حرکتی موازی دید که از شکل وحدت‌یافته دور می‌شود. این‌هم در مقابل تحقیری که معماران مدرن نسبت به هراتجه غیرماهوی یا زائد است روا می‌دارند از نظر آدولف لوس، تئژین «جنایت» بود.

این روند در طراحی لباس به‌عنوان هنری کاربردی نیز دیده می‌شود. در دوران مدرنیسم پس از اتمام جنگ جهانی دوم و در سال ۱۹۴۷ میلادی خانه‌های مد در پاریس بازگشایی شدند و پاریس یک بار دیگر جایگاه خود را در اوج پدیدآوری مُد به‌دست آورد. «انقلاب منظم و هماهنگ در چالش مُد» به علت جنگ دچار اختلال شده و سمت‌وسویی جدید و طولانی پدید آمده بود. موفقیت در توالی سبکی که توسط دهه‌های [۱۹۵۰-۱۹۵۶] و بالنسیا [۴] [۱۹۲۲-۱۸۹۵] هربری می‌شد، تغییرات لباس‌ها در سال‌های ۱۹۵۰ را نوید می‌داد. تلویزیون هم به مجلات و فیلم‌ها در انتشار سبک‌های مد پیوست. این سال‌ها سرآغاز تحولات در طراحی لباس و پدیدآمدن مدها به‌شمار می‌روند.

از اواخر دهه ۱۹۶۰ طراحان و معماران به‌تدریج به مسئله بافت، تاریخ، سنت‌ها و فرم به‌عنوان راهی برای احیای هدف و مفهوم حرفه خود بازگشتند. در درازمدت، اعتراض علیه مدرنیسم در ایالات متحده آغاز شد و در اروپا به صورت جنبشی جهانی توسعه‌یافته یافت که سرانجام گسترش مدرنیسم بین‌المللی را کاهش داد.

از سویی برای اروپایی‌ها، مدرنیسم بعد از جنگ جهانی دوم به معنای ردیف‌های انتهای از بلوک‌های مسکونی دلگیر و ملال‌آور بود که با شتاب ساخته می‌شدند. این بلوک‌ها نه بر ارزیابا، شان‌دیگرا، داکا و نمونه‌هایی معدودی از مدرنیسم شهری موفق، بلکه در اروپا قرار داشتند. بنابراین

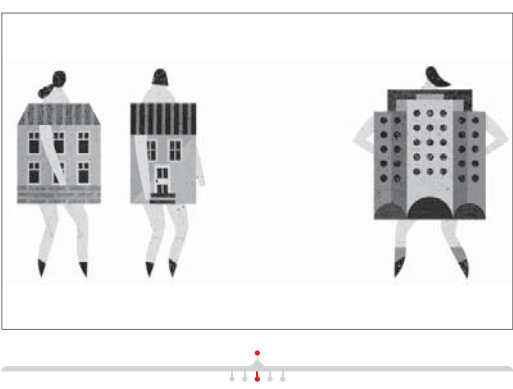


رشد سریع بلوک‌های خانه‌سازی وسیع تنش‌های اجتماعی و نژادی پس از جنگ جهانی دوم را تشدید کرد. ازاین‌رو «مرک مدرنیسم» با تخریب مجتمع خانه‌سازی پروت- ایکو[۵] (۱۹۵۲-۵۰) در سنت‌لونی، میسوری در سال ۱۹۷۲ اعلام شد؛ معماری در انتهای خط تأثیرپذیری از انقلاب‌ها و جنبش‌های اجتماعی قرار داشت.

از سوی دیگر، هنر و مُد پست‌مدرن با جنبش هیپی‌گری[۶] و پانک [۷] تلفیق شده بود. از دهه ۱۹۶۰ میلادی به این‌سو، نمودهای گوناگونی از فرهنگ هیپی‌ها در فرهنگ عمومی برخی جوامع پذیرفته شده است. مُدهای لباس هیپی عمدتاً نمایشی از بی‌نظمی ولگرد‌ها هستند؛ ناهنجاری جوانان در مدهای هیپی شامل چالش‌های تفاوت جنسیت زن و مرد می‌شود؛ زنان مردان شروع به پوشیدن شلوارهای جین کردند، موهای خود را بلند نگه داشتند و صندل‌پوش یا پایرنه‌شدند؛ مردها ریش گذاشتند و زنان آرایش نکردند.

رویکردهای صرفاً تصویری لباس و گرایش‌های معماری به یکدیگر، در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم و با ظهور سردمداران پست‌مدرن، با برداشت‌هایی عمیق‌تر همراه شدند، که این در نوع خود پیش‌زمینه رویکردهای مفهومی در معماری و مُد نیمه دوم سده بیستم بود. با آغاز دهه ۱۹۶۰ از یک‌سو رویکردی مفهومی در آثار هنرمندان پدیدار شد و از سوی دیگر معماری و مد لباس مورد تحلیل ساختاری و انتقادی قرار گرفت. هردو، از آن پس نظام نشانه‌ای پرمعنا قلمداد شدند، و این دعوی مطرح شد که اگر همه متن از ایشان گرفته شود، تمامی معنا از دست خواهد رفت. فرهنگ پاپ زمینه گفتمان بی‌واسطه معماری و مُد در دهه ۱۹۶۰ بود. در هنر پاپ به‌منظور آفرینش آثار هنری مستقیماً از عناصر فرهنگ عامه بهره‌برداری می‌شد و لباس از مهم‌ترین مظاهر این فرهنگ بود.

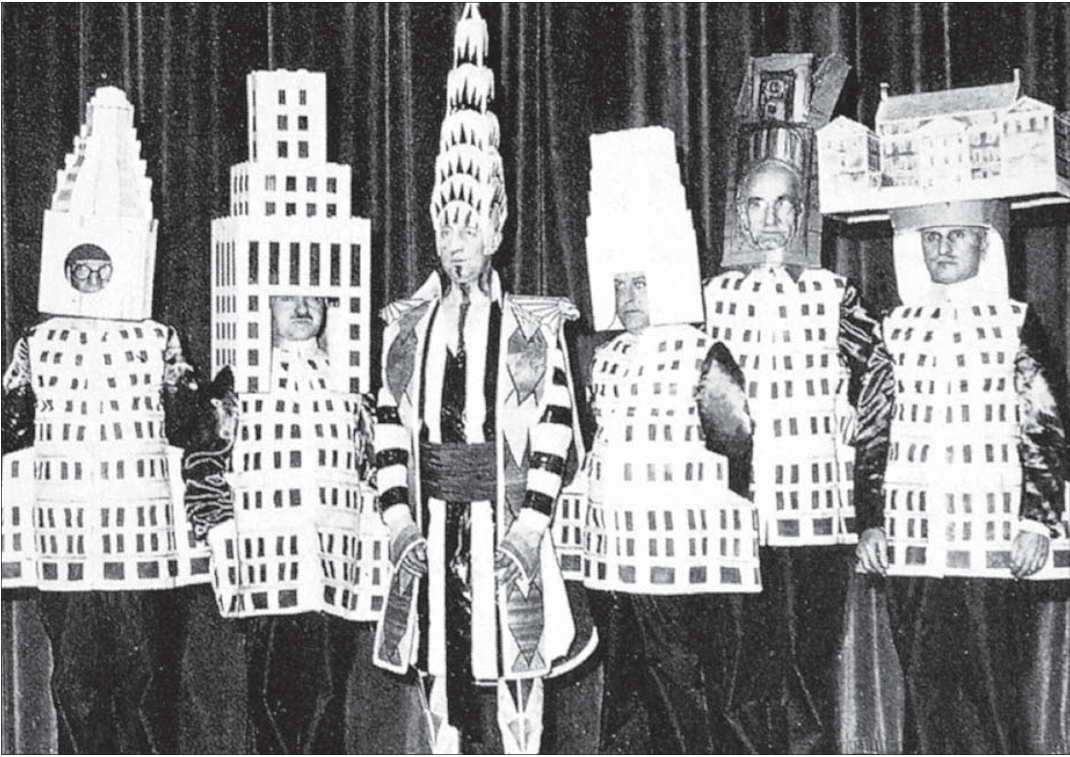
قطعه‌ای یکی از فریبنده‌ترین ویژگی‌های پست‌مدرنیسم گرایش به طعنه است. هیچ نوع معماری قبل و حتی بعد از این سبک، برای طراح امکان تجربه‌کردن نمادهای فرهنگی و تاریخی را در دورانی به آزادی پست‌مدرنیسم فراهم نکرده بود. نمونه‌ها عبارتند از: پلازای ایتالیا[۸] (نیواورلئان، ۸-۱۹۷۵) و وسیله چارلز مور و ساختمان (AT&T ۱۹۸۴) جنسیله فیلیپ جانسون. این طعنه نه به‌سوی غرایب هنر پاپ بلکه به‌سوی غرایب معماری حومه شهر معطوف بود. آنها اولین کسانی بودند که به صورت هم‌زمان به فرم انتقاد و شوخی درگیر مسئله مراکز خرید شدند. عناصری کاملاً متفاوت با طراحی مدرن نیز به پوشش عمومی راه یافتند: هیپی‌ها رنگ‌های درخشان و مدهای غیرمعمول - مثل شلوارهای دم‌پاگشاد، جلیقه‌ها، لباس‌ها با رنگ‌سری گرهی، لباس‌های آفریقایی، پیراهن‌های بلند و گشاد- را نمادهای الهام‌گرفته از آمریکای‌شمالی



در سال‌های اخیر، ارتباط میان مدهای لباس و معماری بیشتر جذاب شده است. همان‌گونه که فناوری مواد و نرم‌افزارهای کامپیوتری، مرزهای نظام طراحی هرکدام را تغییر داده است، ساختمان‌ها بیشتر سیال و لباس‌ها بیشتر معماری شده‌اند. معماران تفکراتی را که بیشتر در طراحی لباس معمول هستند، مثل چاپ، چین‌کشی، تارکردن، پوشاندن با پارچه و بافندگی را پذیرفته‌اند

معماری

«مُدهای پست‌مدرن»



کارگر از خود به‌جا گذاشت، سبکی که آمیزه‌هایی از فرهنگ عامه، سبک میراث بریتانیایی و به‌خصوص نشان‌های تجاری اروپایی در عرصه کژوتال ورزشی به‌شمار می‌رفت. مینی‌مالیسم به‌عنوان سبک غالب مدهای قرن ۲۰ و ۲۱ است؛ لباس‌هایی که نیاز به هیچ‌گونه زروزیوری ندارند. «شیرین گلد[۹]» از طراحان لباس دهه ۱۹۹۰ میلادی به مینی‌مالیسم گرایش داشت، او مؤلفه‌های البسه‌های سنتی سرزمین مادری‌اش، ایران را در قالب اثر زیبایی‌شناختی منحصربه‌فردی گنجاند؛ لباسی که بدن را تماماً می‌پوشاند و متشکل از جامه‌های چهارگوش و T شکل است؛ این نوع طراحی ریشه در پوشش‌های لایه‌لایه‌ای روستاییان ایران دارد. نبود تزئینات اضافی و تمرکز بر برش پارچه و طراحی ساده مشخصه این سبک است.

پیشرفت تکنولوژیک به‌عنوان کاتالیزوری مُد را از قالب مرفهان به لذتی دسترس‌پذیر برای عموم مردم دگرگون کرده و بعد از توسعه اینترنت شاهد تکان‌دهنده‌ترین تغییر و تحولات در زمینه تجارت و فرهنگ مد بوده‌ایم. از طرفی دیگر اینترنت دموکراسی را در عرصه مشارکت در فرهنگ مد برقرار کرد. مونتانز در اواخر ۱۹۹۰ میلادی به‌عنوان جانشینی برای «لباس نو» معرفی شده و زوال بنیاد طراحی مد و لباس با کم‌رنگ‌شدن حضور طراحان لباس معروف دنیا اتفاق می‌افتد.

اندکی پیش از آغاز هزاره سوم و با شکل‌گیری فلسفه ژاک دریدا و به‌کارگیری آن توسط معمارانی چون جومی و آیزنمن، دگرانی با هدف مُدگرایی به استفاده از اصطلاح «دیکانستراکشن» به‌عنوان عبارت مد روز و برزرق‌ویق نشان‌دادن حرفه طراحی روی آوردند. این عبارت، که در اصل تشکیک در لزوم شکل‌گیری یک پروژه معماری است، باعث پدیدآمدن معماری کیچ یا بنجل صرفاً به دلیل مُدگرایی شد. تبدیل این تفکر و هجمه دوباره به معنایی و مفاهیم مدرنیسم در طراحی لباس، منجر به خلق پوشش‌هایی بخصوص در هالیوود شد.

در عصر پست‌مدرن تعامل معماری و لباس شکلی آشکارتر به خود گرفت. نگرش زیبایی‌شناسانه جدید، و پیامدهای اجتماعی و اقتصادی ناشی از جنگ جهانی دوم، به تغییرات ژرفی در معماری و صنعت مد انجامیدند. از دیدگاه طراحان مفاهیم قالبی درباره زیبایی و سلیقه خوب یا هویت و جنسیت دیگر مانند گذشته نبود. آثار این دوره را بی‌واسطه می‌توان نوعی اثر هنری مفهومی تلقی کرد. در دهه‌های اخیر مد با توجه به موضوعات مربوط به بدن و جنسیت و هویت (زمینه) مورد مطالعه قرار گرفته است. اینها جزء عمده‌ترین موضوعات هنر و معماری معاصرند و به همین اندازه در مد معاصر نیز نقش تعیین‌کننده‌ای دارند.

معماری و مد همواره پایه‌پای هم‌گام برداشته‌اند؛ ولو گاه به شیوه‌ای رادیکال و گاه محافظه‌کارانه. هردو بر اساس استانداردهای سوسوژکتیو «سلیقه» قضاوت می‌شوند. هر یک از اینها به روش ویژه‌ای خُلق‌و‌خو و روح دوران پست‌مدرن را باز می‌نمایند، احساسات را برمی‌انگیزد و ابژه‌هایی خواستنی تولید می‌کند که به میراث جامعه بدل می‌شوند. تکوین و توسعه نظام مُد را تنها می‌توان به‌گونه‌ای مرتبط با تکوین و توسعه رژیم‌های زیبایی‌شناسی معماری خاص درک کرد که با صنعتی‌سازی و زیبایی‌شناسی مدرنیته که فرهنگ اروپایی معاصر را شکل داده‌اند تداعی می‌شود.

گاه مطابقت‌هایی بین مد و عرصه‌های زیبایی‌شناسی معماری ترسیم می‌شود. مثلاً ساختمان یا لباسی خاص چونان بُت لحظه‌ای در تاریخ هنر تکریمسته می‌شود؛ یا در کنار اثر نقاشی مشهور یا قطعه موسیقی با بنای معماری شناخته‌شده‌ای جای می‌گیرد، به‌گونه‌ای که اینها همه بخشی از نبض واحد و هماهنگ زیبایی‌شناسانه‌اند. نمونه‌هایی این دست زیبایی‌شناسی فرهنگ پاپ و سبک پانک؛ پسامدرنیته و قوم‌گرایی ایوس لن‌وران، رادیکالیسم گوتیه و مانند اینها هستند. فرم‌های زیبایی‌شناختی معماری و مُد به نشانه‌های مادی عصر یا دوره‌ای خاص بدل می‌شوند؛ با جای جاشنی رژیم سلیقه‌ای معین را می‌گیرند یا به روح دوران تبدیل می‌شوند. جامعه به‌مثابه زمینه مشترک وقوع این متون، خویشاوندی‌های آنان را رقم می‌زند، و خود نیز پایه‌پای آنها شکل می‌گیرد.

معماری و مد دوران پست‌مدرن هردو متونی فاقد مرزهای روشن و متعینند؛ هردو همچون متن، بافتی تازه از ارجاعات گذشته و رمزگان با قواعد و گفتمان‌های اجتماعی‌اند که به درون متن جدید نفوذ می‌کنند و در همان‌جا بازپخش می‌شوند؛ و هردو مدام از ارجاع به بنیان‌های نظری پست‌مدرن و بیرون خود برای معناساختن نیرو می‌گیرند. لباس و معماری همواره نشانه چیزی هستند و بر کارکرد و مفهومی خاص دلالت دارند و هیچ‌گاه از این کنش‌ها باز نمی‌ایستند. اکنون هر دو در دوره پست‌مدرن به‌گونه‌ای به رسانه تبدیل و چنان در بستر مواج جامعه ادغام شده‌اند که تعلق خود به اصولی ثابت و مداوم را به نمایش نگذارند.

- پژوهشگر دکترای معماری، مدرس دانشگاه**
- [1] Pop Art
- [2] تاریخ‌ها به میلادی هستند.
- [۳] Christian Dior
- [۴] Cristóbal Balenciaga Ezaguirre
- [۵] Pruitt-Igoe
- [۶] (Hippie or Hippie)
- [۷] Punk
- [۸] Piazza d' Italia
- [۹] Shirin Guild

معماری و کارفرما

ساختار ارتباطی هم‌افزا میان معمار و کارفرما

لاله حلاج: کارل راجرز از نظریه‌پردازان معروف شخصیت و یکی از چهره‌های اصلی در رویکرد روان‌شناسی انسان‌گرایانه و اکزیستانسیالیستی در روان‌شناسی، در بررسی‌های خود به‌مهم‌ترین مانع بر سر راه ایجاد ارتباط مؤثر اشاره می‌کند؛ او می‌گوید: «ارتباط واقعی زمانی ایجاد می‌شود که به سخنان مخاطب خود به‌خوبی گوش فرادهیم، منظور این است که به گفته‌ها و طرز تلقی و نقطه‌نظرهای مخاطب خود به‌گونه‌ای خاص گوش فرادهیم، متوجه شویم او چه منظوری و چه احساسی دارد و به قالب فکری او در مورد حرفی که می‌زند دقیق شویم. درک همدلانه، روش بسیار مؤثری است که می‌تواند تغییرات فراوانی در شخصیت ایجاد کند.» [۱] بنابراین گوش‌دادن مؤثر به مخاطب به این معناست که بتوان مانند او دید، شنید و احساس کرد. درواقع این نوعی همگام‌شدن و برقراری ارتباط مؤثر است. نکته اصلی در ارتباط، داشتن زبان مشترک یا مجموعه‌ای از رفتارها، وسایل، مجاری ارتباط و... است که در نهایت می‌توان از طریق آن، با دیگری ارتباط برقرار کرد. ارتباط، دریچه اصلی برقراری روابط انسانی است که طی آن می‌توانیم اهداف و مقاصد خود را به دیگران انتقال دهیم و درمقابل، اهداف دیگران را نیز درک کنیم. موفقیت شغلی، در ازای برقراری ارتباط مناسب و کارا با مخاطب به دست می‌آید. معماران به‌عنوان قشری از حرفه‌مندان جامعه با سطوح متفاوتی از افراد در مقام کارفرما، کنش دارند. ارتباط‌گیری با وی در قالب تخصص و استانداردهای طراحی به تولید مصنوعی نهایی ایده‌ال کارفرما و اثری قابل‌قبول از معمار به‌عنوان خالق مصنوع می‌انجامد. ضعف تعامل مؤثر معمار و کارفرما، جبهه‌گیری در برابر خواسته‌های وی و عدم وجود زبانی مشترک برای درک یکدیگر منتهی است که به نظر می‌رسد فاصله‌ای نسبتاً عمیق میان معمار و کارفرمایش ایجاد کرده است. می‌توان گفت نخستین هنر یک معمار به این است که با کارفرمایش از هر قشر و طبقه‌ای که باشد و با هر سطحی از درک و ادراک ارتباطی مناسب برقرار کند. همدات‌پنداری با کارفرما (پروون‌رفت از خویشتن و در قامت مخاطب درآمدن) به درک عمیق معمار از انتظارات و نیازهای مخاطبش کمک قابل‌توجهی می‌کند. تخصص و دانش معمار باید بستر لازم جهت درک هرچه‌بیشتر نیازهای کارفرما را فراهم‌کند و نه اسبابی برای خودبزرگ‌بینی اتو خود حجاب خودی حافظ از میان بریزخ. نگارنده راهکارهایی ساده اما کارا به جهت ایجاد هم‌افزایی در ساختار ارتباطی معمار با کارفرما پیشنهاد می‌کند:

- همدلی معمار با کارفرما و احساس نزدیکی و برقراری رابطه صمیمی به‌منظور درک هرچه‌بیشتر خواسته‌های وی.
- احترام و اعتماد کارفرما به دانش و تخصص معمار (این رفتار احترام متقابل معمار را برمی‌انگیزد و پاسخ شایسته‌ای به اعتماد کارفرما می‌دهد).
- کشف نقاط مشترک (در اینجا محصول نهایی که همان اثر معماری است هدف مشترک هر دو طرف است که در مسیر خلق اثر با تعامل نزدیک و مؤثر می‌توان اشتراکات منتهی به تولید مصنوع نهایی را بازشناخت).
- نگرش به موضوع طراحی از دریچه نگاه کارفرما و ساداک مطالبات واقعی او.
- توصیف مبسوط محدودیت‌های طرح به کارفرما و ارائه چشم‌اندازی منطقی و علمی از روند تولید اثر.
- ایجاد فضای دوستانه در راستای گفت‌وگو و تبادل‌نظر پیرامون پروژه و حصول توافق نسبی میان خواسته‌های کارفرما با اندیشه معمار.
- تداوم تعامل و ارتباط فی‌مابین، طی روند شکل‌گیری طرح و پیشبرد هماهنگ جزئیات طراحی.

منبع:

^[1] Rogers, C. R. (1951).

^[2] Client-centered therapy: Its current practice, implications and theory (p. 491). Boston: Houghton Mifflin.

ستون سوم

ساختمان‌های ما به کج‌انگاه می‌کنند؟

یکی از پرسش‌هایی که معمولاً در رابطه با چهره ساختمان‌های موجود در شهر و آثار معماری مطرح می‌شود این است که ماخذ دریافت ایده‌ها و ترجیحات زیبایی‌شناختی کجاست؟ کسانی که چهره شهرها و چارچوب زیبایی‌شناختی آنها را شکل می‌دهند، از کدام منابع الهام می‌گیرند؟ نگاهشان رو به کجاست و از کدام اشکال و چه صوری ایده می‌گیرند؟ دراین‌میان، پرسش دیگری که عمدتاً در سطح جامعه و در میان شهروندان مغفول می‌ماند این است که اساساً جذب و اخذ این سلایق و ایده‌های زیبایی‌شناختی، توسط چه کسانی صورت می‌گیرد و با چه سازوکاری به آثار ساختمانی تزریق می‌شود؛ چراکه عمدتاً تصور عمومی بر این است که چهره ساختمان‌ها توسط مهندسان معمار سامان می‌یابد و اگر نابسامانی، کج‌سلیقگی و ناهماهنگی و صفاتی از این دست در آنها وجود دارد، مسئولیت آن متوجه معماران است. می‌توان پرسش‌های فوق را در این عبارت خلاصه کرد که ماخذ و منبع دریافت ایده‌ها و ترجیحات زیبایی‌شناختی کجاست و این ایده‌ها توسط چه کسانی و با چه سازوکاری به ساختمان‌ها و در نتیجه به چهره شهرها تزریق می‌شود.

چه‌کسی مسئول است؟ معماران، سازندگان یا عموم مردم؟

وقتی آثار ساختمانی در شهرها را در بازه‌های زمانی مختلف مرور می‌کنیم، متوجه می‌شویم در دهه‌های متأخرتر سده جاری، گرایش به شیوه‌ها و سبک‌های مختلف معماری، متنوع‌تر شده است. پس از اینکه به‌موازات شکل‌گیری اولین ساختمان‌های مدرن در کلان‌شهرها، ساخت‌وساز با شیوه‌های سنتی و پیشامدرن معماری به‌تدریج از بین رفت؛ تا چند دهه همچنان سبک و سلیقه‌های همخوان و هماهنگی بر چهره شهرها حکومت می‌کرد. آثار معماری از ادبیات کمابیش یگنواختی پیروی می‌کردند به‌گونه‌ای که ساختمان‌های سبک مدرن در ایران به‌تدریج خود را به‌مثابه نوعی سنت تازه، به جامعه قبولاندند.

امروز وقتی در تهران و کلان‌شهرهایی همچون اهواز، شیراز و... آثار معماری شکل‌گرفته در دهه‌های میانی این سده را مرور می‌کنیم، همچنان شاهد نوعی هارمونی ناشی از ذوق سلیم، زیبایی‌شناختی شسته‌رفته و سبک‌های قوام‌یافته و صاحب هویت هستیم. نکته قابل‌توجه اینجاست که از ترکیبات مختلف این ساختمان‌ها، بافت شهری دارای هویتی شکل گرفته است که متأسفانه در سال‌های جاری به دلایل مختلف- که در جای خود قابل بررسی است - بخش مهمی از آن از بین رفته است. سازندگان این آثار چک‌کسانی بودند و به‌لحاظ زیبایی‌شناختی از چه منبعی تغذیه می‌کردند؟ بررسی‌ها نشان می‌دهد که در آثار اولیه معماری مدرن در ایران، معماران توانسته بودند با تلفیق شیوه‌های نوین ساختمانی و سبک شناختی با تمایلات تازه جامعه ایرانی، آثار قابل‌قبولی ارائه کنند که همچنان آثار آن دوره، مورد توجه معماران و پژوهشگران حوزه معماری باشد.

در دهه‌های بعد، چهره شهرها به‌نوعی تنوع دچار شد که این تنوع ناشی از سلیقه و ذوق پالایش‌یافته نبود، بلکه بیشتر از اغتشاش و آشفتگی حکایت می‌کرد. در درجه اول باید دانست که به‌واسطه مکانیسم ساخت‌وساز در دهه‌های اخیر در ایران، چهره ساختمان‌ها را الزاماً مهندسان معمار سامان نداده‌اند. به بیان بهتر، یک بررسی تقریبی نشان می‌دهد که تنها در شکل‌گیری درصد کوچکی از ساختمان‌ها، مهندسان معمار حضور جدی داشته‌اند؛ و در باقی موارد یا غایب بوده‌اند یا بی‌هیچ دخالت زیبایی‌شناختی، در خدمت ذوق و سلیقه پالایش‌نیافته سازندگان قرار گرفته‌اند. از سوی دیگر باید دانست، به همان نسبت که ساختمان‌های ما سلایق خاصی را نشان می‌دهند و ترویج می‌کنند، منابع متنوعی برای اخذ این ترجیحات و سلایق وجود داشته است.

گاهی ماخذ سلایق افراد، ممکن است معماری دوران باستان باشد و تمایل به بازسازی حس حضور در آن قصرها، به‌عنوان عاملی روان‌شناختی - جامعه‌شناختی در شکل‌گیری بخشی از ساختمان‌ها مؤثر باشد. به گونه‌ای که تعداد گسترش‌یابنده‌ای از ساختمان‌ها در کلان‌شهرها، در تقابل با هر نوع ذوق سلیم این شکل و صورت را عارضه‌کند. نمونه‌هایش را به‌خصوص امروزه در بخش‌های مرفه‌نشین شهرها می‌بینیم. در کنار این‌گونه ترجیحات، گاه شاهدیم مواد و مصالح جدید بدون درک درستی از کارکرد آنها، به شیوه‌ای ناهنجار گسترش می‌یابد و بر چهره شهرها غلبه می‌یابد. ورق‌های آلومینیوم کامپوزیت، از این گروه است. مصالحی که اساساً برای استفاده در نما در شرایطی خاص و تعریف‌شده، باید مورد استفاده قرار بگیرد، به‌گونه‌ای فراطی در هرکجا استفاده شده است و در کنار تمایل به اشرافی‌گری معماری کلاسیک، هم‌نشینی ناخوشایند و مضحکی ایجاد کرده است. در بسیاری از ساختمان‌های جدید، در یکی، دو دهه اخیر شاهد نوع دیگری از کم‌کم به انحطاط چهره عمومی شهر هستیم. ترکیب نابسامانی از انواع سنگ‌های رنگی و ریز و درشت، با بی‌سلیقگی تمام، دستاورد ساختمان‌های گروه دیگری از بساز-فروش‌ها بوده است که برای صرفه‌جویی در هزینه‌های تمام‌شده ساختمان، ایده‌های بنیان ساختمان را از نظرات خود تلفیق و سبک «نماتکریبی» را به بنگاه‌های معاملات املاک، معرفی کرده‌اند.

فقدان بیش فراگیر

زیاد می‌شود از این دست مثال‌ها زد. قصدم اینن نبوده که منابع مؤثر در شکل‌گیری چهره شهر را یک‌به‌یک معرفی کنم. حرف اصلی این است که جامعه ما از یک بیش و درک فراگیر، سامان‌یافته نسبت به چهره مطلوب شهری بی‌بهره است. تا زمانی که یک تصور و ذهنیت فراگیر مبتنی‌بر عوامل اصیل و واقعی در سطح جامعه ایجاد نشود، حکایت چهره شهرها همین است که هست. اگر سازوکار ساختمان‌سازی، به کمک نهادهای مسئول با تقویت بسترهای حقوقی مناسب و شکل‌دهی گردش کار اجرایی در دسترس نسبت به وضعیت فعلی شرایط مناسب‌تری پیدا کند و در کنار آن امکان گفت‌وگو درباره مسائل کیفی و زیبایی‌شناختی آن در حوزه عمومی بیش از پیش فراهم شود؛ می‌توان امیدوار بود این ذهنیت فراگیر و بیش عمومی اصیل نسبت به چهره شهرها در میان شهروندان قوام یابد. در این صورت سطح مطالبات جامعه، سازندگان را به سمت‌وسویی سوق خواهد داد تا نسبت به کیفیت چهره ساختمان‌ها که از اصلی‌ترین اجزای تشکیل‌دهنده سیما شهر هستند، مسئولانه‌تر برخورد کنند.