جست‌وجوی هویت در نامکان‌های شهر

نوا توکلی‌مهر
شهرساز

«صبح یکشنبه بود و پی‌یر دُپُن بدون هیچ دشواری از طریق بزرگراه آ-۱۱ به پاریس رسید. برای ورود به بزرگراه معطل نشد. در باجه عوارض دوردان با کارت اعتباری‌اش عوارض را پرداخت، پاریس را از طریق بزرگراه مربندی دور زد و به فرودگاه رسید. ماشین‌اش را در زیرزمین دوم پارک کرد، کارت پارکینگ را در کیف بغلی‌اش گذاشت و با شتاب به سوی باجه‌های ایرفرانس رفت. چمدانش را تحویل داد (درست ۲۰ کیلو بار داشت) و احساس آسودگی کرد. کارت سوارشدن به هواپیما را هم دریافت کرده بود. حالا دیگر وضعیت او رسما ثبت شده بود و کاری نداشت جز اینکه در انتظار ادامه ماجرا بماند. داشت این احساس آزادی را مزمزه می‌کرد؛ فرودگاه رواسی! اینک من و اینک تو!

آری! امروزه در این مکان‌های مملو از جمعیت که هزاران زندگی منفرد با هم تلاقی می‌کنند و در عین حال یکدیگر را نادیده می‌گیرند، می‌توان بقایایی از آن جذابیت مبهمی را حس کرد که زمانی از آنِ اراضی بایر، کارگاه‌های ساختمانی، سکوی راه‌آهن و سالن‌های انتظار بود. جذابیت همه مکان‌هایی که محل برخوردهای تصادفی و ملاقات‌اند و در آنها لحظه‌ای گذرا احساس می‌کنیم که امکان وقوع اتفاق وجود دارد، کافی است بنشینی و منتظر ماجرا باشی...».

به عادت مألوف در مباحث ماهوی «هویت» در شهر و معماری، چنانچه بتوان مکان را به‌مثابه «جایگاهی» هویت‌بخش، رابطه‌ساز و تاریخی تعریف کرد، باید گفت مکان، جا یا قسمتی از یک فضاست که از طریق عواملی که در آن قرار دارند، صاحب هویت خاصی شده است.

به این ترتیب، مطالعات اجتماعی و انسان‌شناختی همواره با رویکردی پدیدارشناسانه، موضوع هویت را با مکان و تجربه آن به وسیله انسان پیش برده‌اند. این نوع رویکرد را می‌توان به‌طور مشهودی در آثار علمی گیدنز، فوکو، بوردیو، لوفور، هاروی،گریگوری، سوجا و دیگران مشاهده کرد. ادوارد رلف در کتاب مکان و بی‌مکان سه بعد اصلی برای هویت مکانی قائل شده است؛ مشخصات کالبدی، فعالیت‌ها و معنی. او در یک شناخت عمیق از مکان، بر هویت انسانی در مکان یا با مکان تأکید می‌کند. همچنین معتقد است اگر عوامل و اجزای حاضر در محیط و کیفیت آنها و نیز ارتباط آنها با یکدیگر، مطابق با هنجارهای مورد پذیرش جامعه باشد و این هر دو، در نظام فرهنگی و ارزش جامعه قرار بگیرند، خودبه‌خود یک نظام هویت در محیط به وجود خواهد آمد که قابل دوام، استمرار و تحول خواهد بود. در غیر این صورت، چه ذهنیت‌های افراد با محیط هماهنگ باشد چه نباشد، نمی‌توان با اعمال نظر و فشار از خارج، نظمی را که زنده و پویا باشد، به وجود آورد. البته لینچ در رابطه با استمرار و پیوستگی کالبدی مکان‌های شهری به این نکته اشاره می‌کند که مکان هم ثبات دارد و هم برخوردار از تغییرپذیری است و پیشرفت با تغییر و تحول آمیخته است.

با این حال، سال‌هاست تحلیل هویت فضاهای شهری و حس مکان طبق رابطه انسان با فضا، ایجاد معنی در فضا و تبدیل آن به مکان و باز تأثیرپذیرفتن از آن در یک جریان متقابل است. به نحوی که هویت افراد جامعه قابل درک و هویت مکان‌ها قابل تعریف و تشریح می‌شود. در چنین رویکردی ثبات هر سه مؤلفه کالبد، فعالیت و معنا، شرط لازم برای حفظ هویت یک مکان به شمار می‌روند. اما هنگامی که این مبحث با مقوله شهرهای مدرن و پست‌مدرن، همچنین با گفتمان‌هایی در حوزه جهانی‌شدن و عصر تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات و در یک کلام تغییرات و دگرگونی‌های عظیم تلاقی می‌کند، ناچار باید به بازتعریف شهر و فضاهای شهری و پس از آن هویت، همتی مضاعف گذارد.

ناصر فکوهی، انسان‌شناس شهری، با استناد به نظریات مارک اوژه، انسان‌شناس فرانسوی، معتقد است در جهانی‌شدن در معنای جدید آن، یعنی دنیایی که در حال بیرون‌آمدن از نطفه انقلاب اطلاعاتی دهه ۱۹۸۰ است، رابطه انسان‌ها با زمان و مکان به طور کامل دگرگون شده است. این تحول بسیار فراتر از دگرگونی‌های مشابهی بود که پس از دو انقلاب کشاورزی و صنعتی اتفاق افتاد، زیرا در آن دو انقلاب ما بیشتر با جابه‌جایی فضایی و زمانی و کارکردهای منتسب به آنها سروکار داشتیم، در حالی که در انقلاب سوم، نه‌فقط مفاهیم فضا و زمان تخریب و به صورتی جدید، پویا و غیرقابل‌تثبیت نه در شکل و نه در محتوا، دائما تولید و بازتولید می‌شوند، بلکه رابطه میان این دو با یکدیگر نیز دچار دگرگونی عظیمی می‌شود که از آن دو، نه دو مفهوم قابل درک به تنهایی، بلکه در نهایت مفهومی وارد می‌سازد: یک فضا - زمان که ذهنیت کنشگر اجتماعی در هر آن با تفسیر خود به آن معنا داده یا از آن معنازدایی می‌کند. به این ترتیب سازوکارهای مسبب این دگردیسی‌ها در روابط پیچیده بین اقتصاد سرمایه‌داری، تغییر سبک زندگی، اهمیت افزایش فردیت و در عین حال افزایش سیالیت و شفافیت گردش اطلاعات در جامعه تا آنجا به پیش می‌رود که تعریف مکان را نیز دچار تغییر می‌کند. مکان با نامکان‌های مارک اوژه در هم می‌آمیزد. به گونه‌ای که به خود می‌آییم در حالی که هویت و بازتعریف آن را در نامکان‌ها جست‌وجو می‌کنیم. مارک اوژه با درآمدی بر انسان‌شناسی سوپرمدرنیته در سال ۱۹۹۲ میلادی، در کتاب نامکان‌ها این بخش از فضاهای شهر را بیشتر از آنکه «مکانی» برای زایش یک هویت بداند، «نامکانی» برای ازمیان‌بردن هویت‌ها قلمداد کرد؛ سالن‌های ترانزیت فرودگاه‌ها، فروشگاه‌ها، راه‌آهن‌ها و حتی خود وسایل حمل‌ونقل همچون خودرو و هواپیما و قطار و... همگی نمونه‌هایی از این نامکان‌ها هستند. نقاطی که «گذار» در آنها، در مفهوم عدم هویت (یا شاید هویتی جدید و همواره مبهم) درک می‌شود. جهانی که انسان‌ها در کلینیک به دنیا می‌آیند و در بیمارستان از دنیا می‌روند، جایی که نقاط گذار و اشتغال موقت به صورتی لوکس‌گرایانه یا غیرانسانی افزایش می‌یابند. او معتقد است زنجیره هتل‌ها و کلوب‌های تعطیلات، اردوگاه‌های پناهندگان، حومه‌های حاشیه‌نشینان در معرض تخریب یا زوال و رو به فساد و... جهانی است که برای فردیت تنها، گذرا، موقت‌بودن و ناپایداری ساخته شده‌اند.

با این‌حال از آخرین دهه قرن بیستم تا امروز به نظر می‌رسد درآمیختگی این به‌اصطلاح نامکان‌ها در مکان‌های متعارف شهر، دست ما را برای هر نوع جست‌وجو، اکتشاف و بازتعریف هویت شهرهای امروز باز گذاشته است.

همچنان در کنکاش ویژگی‌های این ساختار عملکردی تأثیرگذار بر فرم و مضمون فضا، به غلبه سرمایه‌داری و فرهنگ بر سبک زندگی و الگوی مصرفی جهان‌شمولی دست می‌یابیم که حاصل آن پیدایش فضاهای جدید اجتماعی فرهنگی نظیر کافه‌ها، فروشگاه‌های کتاب و محصولات فرهنگی با امکانات چندرسانه‌ای، بوتیک‌ها و مراکز بزرگ خرید است. به نظر می‌رسد مفهوم محله و مرکز محله در بافت‌های سنتی شهرها، امروزه جای خود را به این نوع از فضاهایی داده است که به گفته رم کولهاس، ظاهرا به عنوان نسل جدیدی از معماری شهری و به عنوان تجربه‌های ناب شهرنشینی مدرن، نه‌تنها به محیط زیست شهری، بلکه به دامنه تأثیر کاربری‌هایی نظیر موزه‌ها، مراکز ایستگاهی، مراکز آموزشی و حتی فرودگاه‌ها تجاوز می‌کنند.

به عبارتی مراکز عظیم خرید، امروزه فضاهای تجاری صرف نبوده، بلکه در حال تبدیل‌شدن به یک پدیده فراگیر «مال» و «مگامال» هستند که خود ماکت‌های کوچک‌تری از زندگی شهری با همه خرده‌فضاهای مورد نیاز مانند میدان، رستوران، کافی‌شاپ و... هستند.

همچنان در کنکاش ویژگی‌های این ساختار عملکردی تأثیرگذار بر فرم و مضمون فضا، به غلبه سرمایه‌داری و فرهنگ بر سبک زندگی و الگوی مصرفی جهان‌شمولی دست می‌یابیم که حاصل آن پیدایش فضاهای جدید اجتماعی فرهنگی نظیر کافه‌ها، فروشگاه‌های کتاب و محصولات فرهنگی با امکانات چندرسانه‌ای، بوتیک‌ها و مراکز بزرگ خرید است

به بیان دیگر امروزه شاهد تظاهر فضاهای عمومی در فضاهای اقتصادمحوری هستیم که چه‌بسا به‌وسیله دولت‌ها و مدیریت شهری، بنا شده یا تحت نظارت و کنترل هستند و مفاهیم اقتصاد شهری و اقتصاد مکان را با رویکردهای جدید در مداخله در شکل شهر توسعه می‌دهند.

این رویدادها در عصری اتفاق می‌افتد که هویت افراد نه در شجره‌نامه‌های خانوادگی و ارزش‌های میراثی مربوط به عرف‌ها و سنت‌های خانواده، بلکه در نوعی فردگرایی روزافزون (همراه با گسترش شبکه‌های اجتماعی مجازی) و از همه مهم‌تر در جایگاه مصرف‌کنندگی او در سطح جهانی و نه حتی در مقیاس ملی یا محلی ارزیابی می‌شود. به این ترتیب انتظارات او از فضا و نحوه استفاده‌اش از محیط‌های شهری بی‌تردید دستخوش تحولات شگرف و متفاوتی با نسل‌های پیشین خود خواهد بود.

در رمان «یوسف‌آباد، خیابان سی‌وسوم» متعلق به دهه ۱۳۸۰، نوشته سینا دادخواه، این نامکان‌ها و زندگی در آنها عملا معرف هویت آدم‌هایی است که قصد دارند تعریف خود را از این‌همانی با شهر تثبیت کنند؛ نسلی که دست از مهاجرت یا جابه‌جایی برداشته و نمادها و نشانه‌های مکان‌ها را برای روایت داستان زندگی خود انتخاب و ثبت می‌کند منتها این مکان‌ها، با شگفتی بسیار، همان نامکان‌های اوژه هستند:

«طول و عرض پاساژهای تهران قسمتی نامرئی از ابعاد ما شده بود... همه پاساژهای تهران را متربه‌متر با هم رفته بودیم.... زارا فقط زارای پاساژ آرین. بچه نشو، شلوار رانگلر حتی توی تیراژه هم فیک است، تامی زعفرانیه حرف ندارد، بنتون ونک پاییزه آورده، بوسینی عباس‌آباد سِیل زده... وقتی می‌رفتیم توی نمایندگی‌ها، انگار وارد شهری نامرئی می‌شدم، دکوراسیون، نور، رنگ، پوب لباسی‌های استیل... هر پاساژ اقیانوسی است و خیابان‌های شهر رودخانه‌هایی بزرگ‌اند که آخرش به پاساژها می‌رسند».

علاوه بر رمان‌ها، به دنبال ارتباط ناگسستنی شهر با سینما، می‌توان رسمیت وجود نامکان‌ها را به عنوان فضاهای شکل‌گیری هویت معرف شهر در سینما نیز جست‌وجو کرد. جذابیت‌های بصری و لوکیشن‌های خاص در پایانه‌های قطار، ایستگاه‌های مترو و مراکز خرید، همچنین حوادث و اتفاقات قابل تحقق در این مکان‌ها همواره دستمایه سینماگران بوده و از این پس نیز خواهد بود.

برای مثال فقط بیش از ۱۵۰ فیلم سینمایی بلند با موضوعات و داستان‌هایی در متروها ساخته شده‌اند. مطالعات دوسویه شهر و سینما در بازیابی و بازتعریف این نامکان‌ها به عنوان مکان‌های مولد هویت شهرهای امروز، می‌تواند دغدغه محققان و پژوهشگرانی باشد که در حوزه‌های بین‌رشته‌ای شهر مشغول فعالیت هستند.

این پیشنهاد درست برخلاف جهت حرکت معماران، شهرسازان و متخصصان مرتبط با مسائل شهری است که تعاریف مختلفی از هویت شهر ارائه داده‌اند. به این معنا که آنان ابتدا مبادرت به تعریف هویت و مصادیق آن کرده و بعد سعی کرده‌اند طبق تعاریف به‌دست‌آمده هویت را در شهر جست‌وجو کنند و در صورت فقدان آن دست به ارزشیابی بزنند. چنانچه بر خلاف این رویه‌های معمول و متداول «هویت» را ابتدا جست‌وجو کرده و سپس سعی در ارائه تعریف برای آن داشت، راهی باقی نمی‌ماند جز توجه بر وجه امروزین «هویت شهر».

به این ترتیب، هویت شهرهای امروزین زیر گسترش جهانی‌شدن مدفون نیست تا برای بازنمایی آن، دست به نوعی غبارروبی و پرده‌برداری زده شود. هویت شهرهای امروزی در جذابیت همه مکان‌هایی نهفته است که محل برخوردهای تصادفی و ملاقات‌اند و در آنها لحظه‌ای گذرا احساس می‌کنیم که امکان وقوع اتفاق وجود دارد، کافی است بنشینی و منتظر ماجرا باشی... .

دفاتر «وابسته» به «لیدر»ها شکست می‌خورند...

بهرام هوشیاریوسفی: سعید برآبادی (شرق، ۲۹ خرداد ۹۵) از بهرام شیردل [سلبریتی معماری کشور] می‌پرسد: «...گفتید لیدر در جامعه معماری ایران وجود ندارد، آیا شما خودتان را آن لیدر می‌دانید یا می‌توانید شخصی را به من معرفی کنید که دارای چنین ویژگی‌هایی باشد؟» و شیردل پاسخ می‌دهد: «...خیلی دلم می‌خواست می‌توانستم از چنین شخصی نام ببرم [...] اما به صورت ناخواسته و غیررسمی و حتی تعارفی، من لیدر معماری ایران هستم. اگرچه معماری کشور سازمانی ندارد! ...».

اگر دستی هرچند از دور بر آتش معماری و ساخت‌وساز داشته باشید و به قول معروف سرتان در حساب‌وکتاب باشد و البته دوروبرتان را کنجکاوانه/معمارانه‌تر نگاه کنید، به نکته جالب توجه و نوعا غم‌انگیزی برخورد می‌کنید و آن هم اینکه عموما دفاتر معماری که هویت آنها منوط به یک قهرمان معماری نیست [به قول فرنگی‌ها ستاره معمار یا Starchitect] و به‌عنوان یک کل منسجم در عرصه طراحی عمل می‌کنند، موفق‌ترند؛ به عبارتی دیگر معمولا سلبریتی‌های معماری بیشتر حرف می‌زنند و نهایتا درآمد آنها از نفس عمل طراحانه به صفر میل می‌کند و ماحصل کار، گر محک تجربه‌آید به میان، ورشکستگی قهرمان داستان و آهی است که از نهاد ناظر بی‌طرف برخواهد خاست! صرف‌نظر از جنبه‌های پرزرق‌وبرق شهرت معمارانه، دفاتر تک‌قهرمان در بیشتر مواقع مصداق تعاریف اقتصادی «ورشکستگی» هستند [به عبارت ساده‌تر، ورشکسته هستند ولی خودشان خبر ندارند]؛ یعنی به زبانی علمی‌تر، تراز مالی آنها نه‌تنها حائز سود سالانه بعد از کسر تمامی هزینه‌ها نیست، بلکه غالبا برای حفظ همان «زرق‌وبرق»، قهرمان [قصه ما] مجبور است از جیبش [یا جیب/ ارث پدرش] هم هزینه کند؛ قهرمان/لیدرهایی با تلی از آثار ساخته‌نشده [بعضا دریغ از یک اثر ساخته‌شده] ولی جالب توجه، قهرمان‌هایی با آثار اندک ساخته‌شده ولی به ثمن بخس و نهایتا قهرمان‌هایی با هزینه فراوان تبلیغات مجله‌ای [در قالب ظاهری معرفی پروژه، گفت‌وگو و بحث و البته محتوای مالی رپرتاژ آگهی].

واقعیت این است که هر سازمانی نیازمند یک راهبر [ظاهرا واژه «لیدر» لوث شده است] است، اما مزیت رقابتی پایدار، منتج از عملکرد درست طراحی است، نه داشتن یک «قهرمان/لیدر طراحی». سازمان‌ها و شرکت‌هایی که براساس عملکرد طراحی بنیان نهاده شده‌اند باید تیم مدیریت طراحی‌ای تشکیل دهند که در برابر تغییرات اولویت‌های سازمانی، زیرک و هوشیار باشد. چنین رویکردی به ایجاد انگیزه برای قابلیت‌های پویا پرداخته، در مقابل رقابت به حفاظت از دارایی‌های سازمانی می‌پردازد. نانسی ناپیر (Nancy K. Napier) در کتاب «عرصه خلاقانه»* با تبیین یک چارچوب اکتشافی به جزئیاتی درباره چگونگی توسعه خلاق سازمان و استفاده از روال‌ها و فرایندها برای تقویت توانایی همکاران خود در راستای رسیدن به نتیجه خاص و خلاق، می‌پردازد. در چنین چارچوبی، ابتدا معمار کارآفرین در یک موقعیت بحرانی قرار داده می‌شود [به‌عنوان مثال «معمار، حمایت‌کننده و توسعه‌دهنده قابلیت‌های خلاق»] و در اثنای مطالعات موردی به برجسته‌کردن نقش محوری «کارآفرین خلاق» در موقعیت بحرانی مشارالیه می‌پردازد. در نهایت خلاقیت با ساختن و یافتن فکرهای جدید و نوآوری دانش‌بنیان با کاربرد فکرها سروکار دارد. از نظرگاه مدیریتی هر برنامه‌ریز بسیار موفق به صدها فکر و ایده کاربردی نیاز داشته، موفقیت نهایی و در بعضی موارد بقای سازمان به توانایی برنامه‌ریز در دانش ایجاد و به‌کارگیری فکرهای جدید بستگی دارد نه به فردگرایی او در عرصه‌ای که «سازمانی» ندارد.

پی‌نوشت:

* Nancy K. Napier and Mikael Nilsson. The Creative Discipline: Mastering the Art and Science of Innovation. Westport: Praeger, 2008.

ادامه از صفحه ۱۰

هنر توقیف‌شدنی نیست؟

آن هم درحالی‌که این فیلم، سال ۸۶ ساخته شده و پس از دو سال توقیف، در سال ۸۸ مجوز نمایش آن صادر شد و در جشنواره بیست‌وهشتم در بخش خارج از مسابقه به نمایش درآمد، ولی بعد از آن مثل خیلی از فیلم‌های دیگر بدون هیچ دلیلی اجازه نمایش عمومی به آن داده نشد. لازم به ذکر است که مسئولان وقت بازنگری نسبت به این فیلم داشته باشند، چراکه هنوز این فیلم می‌تواند تأثیرگذار باشد. فیلم ماجرای زنی است به نام ایران و داستان زندگی او از سال‌های قبل از انقلاب تا زمان حال روایت می‌شود».

خانه پدری؛ دعوای دُری و ایوبی

فیلم «خانه پدری» از فیلم‌های معروف توقیفی سینمای ماست. سید ضیاءالدین دُری، کارگردان سریال‌هایی چون «کیف انگلیسی»، درباره این فیلم می‌گوید: «فیلم ظاهری خانوادگی دارد، ولی مناسب خانواده نیست، این را مخاطب سینما باید پیش از رفتن به سینما یا خرید از سوپرمارکت بداند وگرنه نوعی کلاهبرداری محسوب می‌شود. من خودم موافق اکران خانه پدری با قید رده سنی بالای ۲۰ سال بودم و این تقریبا در شورای نمایش حتی از سوی اعضای ارزشی، مورد اجماع بود و آقای عیاری هم جایی به من گفت که من با نظر شما موافقم، ولی آقای ایوبی بعدا آمد و گفت: من فیلم را دیدم و دخترم حالش بد شد و به نظرم قابل پخش نیست». اما حجت ایوبی در پاسخ به صحبت‌های دُری اعلام کرد: «فیلم «خانه پدری» در زمان مدیریت این‌جانب پروانه نمایش گرفت و در «گروه هنر و تجربه» به نمایش درآمد. موضع سازمان سینمایی وقت، حمایت از این تصمیم شورای پروانه نمایش و اکران فیلم برای مخاطبان خاص بود. معنی این اقدام کاملا روشن است و نیازی به شرح ندارد؛ اما توقف اکران، خارج از اراده و تصمیم سازمان سینمایی بود. آن روز بر من و اعضای گروه هنر و تجربه بسیار سخت گذشت». برداشتی که از این صحبت‌ها می‌شود نشان می‌دهد که «فیلم توقیفی» کودکی است که هیچ‌کس سرپرستی آن را بر عهده نمی‌گیرد و در این میان فیلم‌ساز، تهیه‌کننده، بازیگران و سایر عوامل تولید این اثر هستند که باید چشم‌انتظار اتفاقی متفاوت بمانند.

سنتوری؛ فیلمی تلخ‌تر از قصه‌اش!

فیلم «سنتوری»، ساخته داریوش مهرجویی، سرانجامی تلخ‌تر از آنچه فیلم‌ساز در فیلم خود آورده، پیدا کرد. این فیلم که قرار بود در مرداد سال ۱۳۸۶ اکران شود، هرگز به پرده‌های سینما نرسید. شوربختانه لوح فشرده و غیرمجاز این اثر به صورت گسترده در کنار خیابان‌ها به فروش رسید و کار به جایی رسید که تهیه‌کننده این اثر شماره‌حسابی را منتشر کرد تا بینندگان این فیلم، هزینه اندکی بابت تماشای آن پرداخت کنند که طبیعتا این اتفاق به دلیل عدم آگاهی اجتماعی از مسئولیت حفظ حقوق مؤلف، به سرانجام نرسید. داریوش مهرجویی، کارگردان این فیلم، دراین‌باره می‌گوید: «سنتوری را قیمه‌قیمه کردند و سوزاندند. بدون هیچ دلیل مشخصی هم این کار را کردند. شاید با ما غرض شخصی داشتند. فیلمی که از زمان اتمام نگارش فیلم‌نامه به بخش فرهنگی فارابی، وزارت ارشاد می‌رود تا مجوز بگیرد، چگونه ممکن است پس از ساخت، مجوز پخش نگیرد؟ مگر نمی‌توانستند همان زمان که این فیلم‌نامه را می‌خوانند آن را رد کنند؟ بدتر از همه اینکه هیئت داوران در جشنواره به این فیلم جایزه هم می‌دهد». مهرجویی در پایان ضمن انتقاد از وزارت ارشاد دولت نهم می‌گوید: «جناب وزیر عملا ما را از نان‌خوردن انداخت!» سرنوشت این فیلم جایی به اوج تلخی خود می‌رسد که فرامرز فرازمند، تهیه‌کننده این اثر، ناگهان بر اثر سکته قلبی در سال ۱۳۸۹ فوت می‌کند تا پرونده پخش این فیلم برای همیشه بسته شود.

حال باید سؤال کنیم، پرونده فیلم‌های «توقیفی» که هرروز قطورتر از قبل می‌شوند، قرار است گریبان چند هنرمند و سرمایه‌گذار دیگر را بگیرد؟!

ستون پهن

طراحی نما یا بوم نقاشی!

عطا چوخاچیان
پژوهشگر دکترای معماری
دانشگاه تکنیک مونیخ

بحث طراحی نما یا جداره‌های شهری موضوع جدیدی نیست که از نقطه صفر به ذکر مصیبت پرداخت، اما هنوز معدود افرادی هستند که درباره چهره شهرها دغدغه دارند؛ کوچه و خیابان‌هایی که نه‌تنها دیگر بوی هویت نمی‌دهند، بلکه با دیدنشان ناخودآگاه کلمه بوم نقاشی در ذهن‌ها نقش می‌بندد. شاید برای مردم عزیزی در هر شهری که این مطلب را می‌خوانند جالب باشد بدانند در دنیای معماران یا طراحان ساختمان، از آغاز تحصیل در دانشگاه، دست‌به‌قلم‌بردن و طراحی‌کردن امری بسیار متداول است، اما ساخته‌شدن طرحی که معمار روی کاغذ یا صفحه نمایشگر خلق کرده آرزویی بسیار پرطرفدار و حتی گاهی دست‌نیافتنی است. اما بهتر است بدانیم مانند اکثر موارد برای این مورد خواص نیز راه میانبر همواره مهیاست! به نظر می‌رسد آسان‌ترین و درعین‌حال کم‌هزینه‌ترین راه دستیابی به ساخته‌شدن طرح‌های روی کاغذ یا شاید آرزویی دیرین و مهم، طراحی نمای ساختمان است. این عرصه به‌جرئت در سال‌های اخیر موازی با افزایش تقاضا و ساخت‌وساز به عرصه جولانگاه بسیاری از معماران بی‌تجربه و در جست‌وجوی نام و نشان تبدیل شده است.

جالب اینجاست که بسیاری از دانشجویان معماری این کار را از اواسط دوره تحصیل در دانشگاه از شرکت‌های معماری یا پیمانکاری یا حتی مصالح‌فروشی‌ها از قبیل سنگ، کامپوزیت، ترموود یا کلینیک‌های ساختمانی آغاز می‌کنند. شاید کمتر دانشجوی معماری باشد که چنین تجربه‌ای نداشته باشد. اما پرسش این است که چرا این اتفاق رخ می‌دهد؟ اول اینکه دانشجوی نوپا بسیار کم‌هزینه‌تر از معمار باتجربه است، دوم اینکه دانشجو در پی کسب تجربه و نام و نشان است، سوم اینکه کی به کیه... .

حال بیایید کمی پرده را کنار زده و به پشت‌صحنه این‌گونه طراحی‌ها نگاهی بیندازیم. پروسه این طراحی‌ها اغلب به این صورت است که ابتدا یک چارچوب ترسیم می‌شود که از چپ و راست محدود به همسایگی‌ها و از ارتفاع محدود به ضوابط شهرداری است و این می‌شود بوم نقاشی ما. تعادل بصری را هم که در دانشگاه یاد گرفته‌ایم، حرکت، خطوط موازی، تکرار، تکامل و... برای رنگ‌آمیزی هم که کامپوزیت قرمز یا خاکستری، سنگ تراورتن و کلی مصالح دیگر در پالت نقاشی داریم که البته در نسخه جدید ابزارهای نمای رومی هم اضافه شده‌اند. کمی از دور نگاهش می‌کنیم، کمپوزیسیون [ترکیب] خوبی شده، اطراف پنجره‌ها نیز یک قاب می‌اندازیم و تمام. اگر خدای طراحی باشیم مقداری هم اختلاف سطح در مصالح ایجاد می‌کنیم تا سایه‌اندازی نیز در کار مدنظر باشد. خدا را شکر که همه هم با تری‌دی‌مکس آشنایی دارند [یکی از نرم‌افزاری‌های مدل‌سازی که اکثر دانشجویان معماری بیشتر از معماری آن را بلد هستند!]. می‌توانم به‌جرئت بگویم نامناسب‌ترین نرم‌افزار برای معماری است (البته براساس تجارب شخصی در حوزه کار و تدریس نرم‌افزار). پیش‌ترها در مورد تأثیر نرم‌افزار بر خلاقیت بسیار کنجکاو بودم که به تأثیر مثبت

آن نیز رسیدم اما اکنون با دیدن تصاویری که از معماری غالب شهرها منتشر می‌شود همه تحقیقات و پژوهش‌های به‌اصطلاح علمی دچار تزلزل می‌شوند چراکه نرم‌افزار می‌تواند این‌چنین اثر مخربی نیز داشته باشد. حتی می‌تواند یک پیمانکار کامپوزیت را به طراح نما تبدیل کند یا حتی یک فروشگاه پارکت و کاغذدیواری را به طراح دکوراسیون داخلی مبدل کند که البته همه اینها از اصول ترکیب و تعادل و مبانی بصری طراحی آگاهی کامل دارند پس می‌توانند طراحی کنند.

آنچه پیش‌تر نیز اشاره شده بود و جایگاه آن روزبه‌روز بیشتر احساس می‌شود، نبود نگاهی علمی و منطقی به مقوله طراحی و معماری است. به‌عنوان مثال در کدام نمونه از طرح‌های نما که امروزه در شهرها ساخته می‌شوند، مطالعاتی روی بهینه‌سازی انرژی، استفاده مطلوب از نور طبیعی، کنترل میزان نفوذ نور به فضای پشت آن، جزئیات اجرائی مصالح، مباحث هویتی، تأثیر همسایگی‌ها و بسیاری نکات دیگر انجام می‌شود؟

متأسفانه حتی گاهی نما بدون آگاهی از فضای پشت آن طراحی می‌شود. به‌عنوان مثال چه تغییری در کاربری طبقات اتفاق می‌افتد که تعداد پنجره‌ها در طبقات رفته‌رفته کمتر می‌شود یا کوچک‌تر و بزرگ‌تر می‌شوند؟

پرواضح است معماری‌ای که دارای کیفیت باشد نیازی به طراحی نما ندارد، یعنی نمای ساختمان به صورت کالبدی در هم تنیده با ذات آن خود را نشان خواهد داد؛ اما ازآن‌رو که در اکثر موارد خود و ذات معماری دارای کیفیت نیست، پس مجبوریم با نقاب نماسازی روی آن‌را بپوشانیم، کوزه را رنگ کنیم. این رویکرد به طراحی مجال دیگری می‌طلبد و اکنون بسنده کنیم به وصف حال از زبان شیخ‌بهایی...

آن کس که بدم گفت، بدی سیرت اوست/
وان کس که مرا گفت نکو خود نیکوست
حال متکلم از کلامش پیداست/
از کوزه همان برون تراود که در اوست

معماری سنتی ما همان کوزه بود، همان خشت و گل و خاک و آجر که نیازی هم به رنگ‌آمیزی نداشت. به این موضوع فکر کنیم که گاهی در معماری، طراحی‌نکردن خیلی بهتر از طراحی‌کردن است! حداقل آن‌موقع می‌گویند نما طراحی نشده و صدالبته بهتر از آن است که بگویند چقدر زشت طراحی شده و این برمی‌گردد به قدرت نه‌گفتن که جسارت می‌خواهد... آری جسارت!