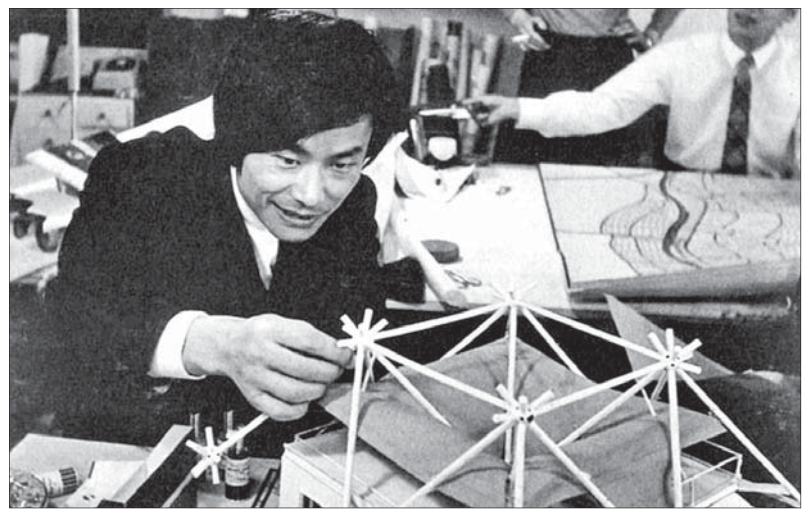
نگاهی به سیاق کیشو کوروکاوا، طلایه‌دار معماری ارزش‌مدار مدرن ژاپن

چهره بی‌نقاب شهر



نگین نجارازلی، معمار و پژوهشگر معماری: فیلم «زن در ریگ روان» که از کتابی با همین نام [نوشته کوبو آبه]، الهام گرفته شده است، روایتگر تجربیات کابوس‌مانند مردی است که در یک دهکده ساحلی دورافتاده، در ته گودال پهناوری که دیواره‌های بلند شنی دارد زندانی می‌شود؛ گودالی که تنها یک خانه در آن است و زنی تنها در آن زندگی می‌کند... . در این گودال هر دم خطر ریگ روان که باد آن را می‌آورد، او و شخصیت زن فیلم را تهدید می‌کند. مرد فیلم با قرارگیری در جایگاه «خود» [Self]، ثبات شخصیتی‌اش از منظری یونگ‌وار، به چالش کشیده می‌شود و رنجی که برای زیستن می‌کشد، تلاش‌های آدمی را برای دستیابی به معنا یا هدف زندگی مورد کنکاش قرار می‌دهد؛ فیلمی از سینمای شرق و ژاپن در دهه ۱۹۶۰ به کارگردانی «تشی گاهارا» ...؛ فیلم‌سازی که قهرمانان و بازیگران نقش اول او همیشه در گرداب زجرآور بی‌هویتی و بی‌معنایی دست‌وپا زده و به‌گونه‌ای سیزیف‌وار سعی در بیرون‌کشیدن خود از این منجلاب دارند... . قهرمان فیلم یا باید دوباره خودش را بازیابد یا اینکه تبدیل به واقعیتی جعل‌شده خواهد شد که جامعه دیگر او را به‌جا نمی‌آورد... . باید گفت در دهه ۱۹۶۰ مسئله «ژاپنی‌بودن» و حرکت به‌سوی بازتعریف به‌روزشده «هویت ژاپنی» مخرج‌مشترک انبوهی از آثار فرهنگی ژاپن بود. نفوذ ارزش‌های غربی؛ مثل فردگرایی و دموکراسی که در پی پایان جنگ و در سال‌های اشغال کشور از غرب به ژاپن راه یافت، فعالیت گروه‌های سیاسی مختلف چپ‌گرا، به‌وجودآمدن نسل جدیدی از جوانان و... مسئله «هویت» را بیش از پیش به یکی از کلیدواژه‌های فرهنگ این دهه مبدل کرد. تعریف «هویت‌مدارانه» پیش‌شرط تعریف هر جنبش اجتماعی به‌شمار آمده و تمامی ابعاد فکری و فلسفی و به‌تبع آن هنری را دربر می‌گیرد. در همین دوره است که ژاپن وارد مرحله گذار شده و یک‌بار دیگر مباحث عمیق فرهنگ ژاپنی، در بین قشرهای مختلف جامعه ژاپن مطرح می‌شود.

با نگاهی اجمالی به تاریخ ژاپن، متوجه خواهیم شد که این کشور پس از دوران طولانی انزوا و بسته‌بودن دروازه‌های فرهنگی و سیاسی، زمانی که از سوی آمریکا اشغال شد، به‌یکباره با بحران سرریزشدن مفاهیم مدرنیته و ارزش‌های دموکراتیک غربی روبه‌رو شد. این «یکبارگی» به هر شکل در تقابل با فرهنگ سلسله‌مراتبی و صلب ژاپنی قرار گرفته و سببی می‌شود برای دوگانگی‌های ارزشی. به‌همین‌دلیل شاید بتوان دهه ۱۹۶۰ را دهه گذار ژاپن نامید؛ چراکه با کناررفتن هیجان اولیه ورود فرهنگ و مفاهیم جدید و انباشته‌شدن مشکلات هویتی در طول سال‌ها، اندیشمندان و دغدغه‌مندان بسیاری در این دوره درصدد فهمیدن این موضوع برآمدند که هویت مستقیما و به شکل رادیکالی در عصری که مفاهیم تازه‌ای را در بطن خویش دارد، چه مفهوم ماهوی برای یک ژاپنی می‌تواند داشته باشد. در این بین معماران و شهرسازان ژاپنی نیز به‌عنوان افرادی که نقش کلیدی در بازتاب هویت ملی خویش دارند، از این جریان به‌دور نمی‌مانند. ازجمله این معماران می‌توان به «کیشو کوروکاوا» اشاره کرده و از او نام برد. کشور ژاپن که عمدتا فرهنگ و باورهای عامه در آن بر آموزه‌های کنفسیوس و فلسفه ذن بنا شده، در معماری خود نیز از گذشته تا به امروز این سنت و باور را در برابر چشم جهانیان به نمایش گذاشته است. می‌توان معماری ژاپنی را به‌عنوان فصلی جداگانه مورد مطالعه قرار داد و از آن آموخت. در گزاره‌ای کلی، سادگی و نمایان‌شدن هر چیز همان‌گونه که هست [نه کمتر و نه بیشتر] از آموزه‌های مکتب ذن بوده و در رفتار، ادبیات، فرهنگ، سینما و حتی معماری این کشور نمود پیدا کرده است؛ این کلیت، انسان ژاپنی را در قالب هویت ژاپنی معنامند می‌کند. هرچند این آموزه‌ها در همزیستی با اندیشه‌های جهان غرب دستخوش تغییراتی شده، ولی با آغاز دهه ۱۹۶۰ و شروع رویکردهایی بر پایه باور به اصالت وجود [زندگی بی‌معناست مگر اینکه خود شخص به آن معنا دهد؛ این به این معناست که ما خود را در زندگی می‌یابیم، آنگاه تصمیم می‌گیریم که به آن معنا یا ماهیت دهیم]، معمارانی چون «کیشو کوروکاوا» دست به ابتکاراتی زدند که سنت و مدرنیته را در زمان خود، به‌خوبی با یکدیگر تلفیق کردند و رو به سوی یک همزیستی هم‌افزا [از نوع متعالی] سوق دادند. کیشو کوروکاوا را می‌توان معماری دانست که در عصر گذر زندگی از دنیای ماشینی به دنیای انسانی پا به این عرصه نهاد؛ او در سال ۱۹۳۴ در کانی (شهر کوچکی که این‌روزها بیشتر یک شهر خوابگاهی در خدمت سرریز جمعیت ناگویاست) به دنیا آمد. در دانشگاه کیوتو مدرک کارشناسی معماری خود را گرفت، سپس در همان دانشگاه دکترای معماری را به پایان رساند. هم‌زمان با گذراندن دوره دکترا، وی در دفتر «کنزو تانگه» [از طلایه‌داران اندیشه بومی‌شده معماری مدرن] به کار پرداخت و سپس دفتر خودش را در سال‌های آغازین دهه ۱۹۶۰ در توکیو دایر کرد. کوروکاوا که از آغازگران و طرفداران جنبش متابولیسم و همزیستی در معماری [این سبک در دهه ۱۹۶۰ در معماری ژاپن بسیار تأثیرگذار شد و با برگزاری نمایشگاه جهانی ۱۹۷۰ اوساکا به شهرت جهانی دست یافت] شناخته شده است؛ درباره معماری آن دوره می‌گوید: «... سال ۱۹۵۹ بود، درست بعد از فروپاشی کنگره سیام، من اعلام کردم که دنیا از عصر ماشین به عصر زندگی تغییر خواهد کرد. من جنبش متابولیسم را در سال ۱۹۶۰ شروع کردم. معماری و طراحی شهری من با کلیدواژه‌های متابولیسم، بازگردانی، بوم‌شناسی و همزیستی در ذهن تعریف شده است. اینها همه مهم‌ترین کلیدواژه‌های اصلی زندگی هستند...».

معماری‌ای که کوروکاوا آن را سبک متابولیسم می‌نامد، درواقع، به‌مثابه نوعی نحوه تفکر و همکاری گروهی بود که هم‌زمان با برگزاری گردهمایی جهانی طراحی در توکیو در سال ۱۹۶۰ با تأثیرپذیری شدید از کنزو تانگه و همکار معروفش، تاکاشی آسادا، شکل گرفت. دو تعریف وابسته و جدید کوروکاوا از مفهوم همزیستی، سعی در ایجاد وجهی مشترک، هرچند متضاد دارند؛ همزیستی با اشاره به رابطه‌ای مثبت که در آن مشارکت‌کنندگان سعی می‌کنند یکدیگر را با وجود تقابل یا تفاوت بفهمند. به تعبیری دیگر، همزیستی به رابطه‌هایی اشاره می‌کند که نفس کنش خلاقانه بدون هر عضو برای دیگری ممکن نباشد. فلسفه همزیستی، ابعاد گوناگونی مانند همزیستی تاریخ و آینده یا همزیستی سنت و آخرین فناوری و... را دربر می‌گیرد. این فلسفه سعی می‌کند تا همزیستی میان دو عنصر متضاد را با خلق یک فضای بینابینی یا قلمرویی به ظاهر مبهم که در آن هر دو یا هیچ‌کدام از عناصر متضاد باشند/ نباشند، ایجاد کند. معماری متابولیسم نیز با تأکید بر همین همزیستی برگرفته از اشکال هندسی و فرمول‌های ریاضی است که علاوه بر منعکس‌کردن زندگی الکترونیکی عصر مدرن، روش‌های زندگی سنتی مردم ژاپن را نیز فراموش نمی‌کند. با پایان‌گرفتن نمایشگاه جهانی اوساکا در سال ۱۹۷۰، چشم‌اندازهای روشن و آینده‌گرای مردمی متابولیسم کم‌رنگ‌تر شد؛ کارهای اجرائی و نحوه تفکر اعضای گروه جنبه شخصی به خود گرفت و به صورت چندقطبی درآمد.

معماری‌ای که کوروکاوا آن را سبک متابولیسم می‌نامد، درواقع، به‌مثابه نوعی نحوه تفکر و همکاری گروهی بود که هم‌زمان با برگزاری گردهمایی جهانی طراحی در توکیو در سال ۱۹۶۰ با تأثیرپذیری شدید از کنزو تانگه و همکار معروفش، تاکاشی آسادا، شکل گرفت. دو تعریف وابسته و جدید کوروکاوا از مفهوم همزیستی، سعی در ایجاد وجهی مشترک، هرچند متضاد دارند

چنان‌که گفته شد، در تحلیلی منعطف، معماری ژاپنی را می‌توان نمود فرهنگ ژاپن دانست؛ موفقیت معماران ژاپنی امروزه در بهره‌گیری از فناوری‌های مدرن و تطبیق آنها با هویت بومی و ملی خود شناخته می‌شود. کوروکاوا در این مورد واگویه‌ای دارد که در آن بیان می‌کند: «متابولیسم، همان معماری سنتی ژاپن است، اما با استفاده از متریال‌های معاصر». این واگویه را که نشان‌دهنده احترام معمار به سنت‌های دیرین ملی کشور خویش است، درواقع شاید بتوان راهگشای بسیاری از مشکلات مباحث هویتی در شهرهای معاصر دانست.

امروزه در بسیاری از جوامع شاهد این موضوع هستیم که رویارویی با مدرنیته، سبب شکل‌گیری لایه‌ای سوم در هویت آن جامعه شده است؛ به‌گونه‌ای که می‌توان تحولات معاصر معماری را نزد مردمان شرق، نتیجه نحوه تعامل یا تقابل و تعارض لایه‌های هویتی مختلف دانست و از همین منظر معماری معاصر هر ملت را نیز مورد مطالعه قرار داد. لئونارد بایندر، فیلسوف و پژوهشگر آمریکایی در عرصه هویت، در مجموعه چالش‌هایی که جوامع تحت توسعه پیش‌روی خود دارند، چالش هویت و مشارکت را مورد تأکید قرار داده است. به زعم لئونارد، وجه تمایز کشورهای توسعه‌یافته صنعتی و کشورهای درحال‌توسعه آن است که آنان در گذشته به طریقی موفقیت‌آمیز چالش‌های فوق، به‌ویژه چالش هویت را پشت‌سر نهاده‌اند. نکته شایان تذکر این است که هویت‌گرایی گاهی به‌اشتباه چمبره‌زدن بر سکوی گذشته تلقی می‌شود؛ حال اینکه، علاقه وافر به بازتولید شکلی آنچه به گذشته تعلق دارد، درحالی‌که فی‌نفسه اشکالی حادث نمی‌کند، اما در صورت تشدید این روند به صورت غیرسازمان‌یافته می‌تواند به تقلیدی فرمال منجر شود که نه‌تنها متضمن بازتولید و اعتلای مفاهیم ارزشی نیست، بلکه به‌نوعی مراتب خمودگی هنری و هویتی را در پی خواهد داشت. بررسی رویکردهای معمارانی مانند کیشو کوروکاوا به ما نشان می‌دهد که یک معمار با تکیه بر پشتوانه فرهنگی و هویتی مردمانی که برای آنها به ایفای نقش بهبوددهنده کالبد محیط می‌پردازد و نگاهی به آینده و حال، می‌تواند طرحی نو و پایدار را بیندازد؛ طرحی که هرچه از عمرش بگذرد، هدایتگر و هادی‌تر شود و در متن جامعه خوانایی خود را داشته باشد.

در انتها به نگاه فلسفی «تشی گاهارا» در فیلم‌های او برمی‌گردیم؛ زمانی که «اوکویاما» در فیلم «چهره دیگری»، ماسکی بسیار طبیعی روی صورت خود گذاشته و به‌این‌ترتیب هویت و چیستی او در زیر این نقاب رنگ می‌بازد. هویت جدید اوکویاما او را دچار آشفتگی کرده، زندگی خصوصی‌اش را به نابودی کشانده و در آخر، زمانی که تمامی هنجارها به ضدهنجار بدل می‌شوند، دست به قتل می‌زند. معماری به‌عنوان مفهومی به‌غایت درجه ایدئولوژیکی و جهان‌شمول، بازتابی است از داشته‌ها و فرهنگ هر ملت. مسلما پاسداری از ارزش‌ها و احترام به سنن و فرهنگ ملت‌ها از ویژگی‌های یک معماری تعالی‌گراست. چه‌بسا اگر معمار اخلاق حرفه‌ای را رعایت کرده و در مقابل این ارزش‌ها سر تعظیم فروآورد و از فردگرایی دوری جوید، در این مقام است که می‌توانند چهره بی‌نقاب و راستین شهر را در مقابل فهمندگان و ذی‌نفعان محیط قرار دهند.

مرکز خرید و هویت شهروندی

بهرام هوشیاریوسفی

«در کل یک مکان، دارای یک خصلت یا جو است و از این‌رو یک پدیدار کیفی و کلی است که نمی‌توانیم آن را به هیچ‌یک از خصوصیاتش فرو بکاهیم. تجربه روزانه نشانگر آن است که کنش‌های متفاوت، نیازمند محیط‌های متفاوتی هستند تا به‌گونه‌ای اقناع‌کننده در آن واقع شوند...» نوربرگ- شولتز «... امروزه شاهد تظاهر فضاهای عمومی در فضاهای اقتصادمحوری هستیم که چه‌بسا توسط دولت‌ها و مدیریت شهری، بنا شده و یا تحت‌نظارت و کنترل می‌باشند 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 [تولیدکنندگی و] مصرف‌کنندگی او در سطح جهانی و نه حتی در مقیاس ملی یا محلی ارزیابی می‌شود. به‌این‌ترتیب انتظارات او از فضا و نحوه استفاده‌اش از محیط‌های شهری بی‌تردید دستخوش تحولات شگرف و متفاوتی با نسل‌های پیشین خود خواهد بود...»؛ آنچه خواندید بخشی از مطلب طولانی نوا توکلی‌مهر، شهرساز بود که در شماره ۲۹۴۶ «شرق» منتشر شد، در ادامه نگارنده سعی دارد تجلی حق بر هویت شهروندانه را کمی بیشتر در بستر مراکز خرید در مقیاس شهری و محله مورد ملهم از مفاهیم ارتباطات مجازی و نیز اقتصاد با کرانی میان‌گستره‌ای مورد توجه قرار دهد.

سیمون داوسون، عکاس بلومبرگ، در سفر اخیرش به اصفهان، به «شاپینگ‌مال» اصفهان رفت و گزارش کرد «با وجود تحریم‌های زیاد در ایران، این کشور در حال تجربه انفجاری از ساخت مراکز خرید جدید است...». شاپینگ‌مال لاله‌پارک در تبریز به یک مرکز شهری بی‌رقیب تبدیل شده، «ایران‌مال» در تهران بعد از بهره‌برداری، یکی از بزرگ‌ترین‌ها در جهان خواهد بود و این چرخه همین الان که شما در حال مطالعه این یادداشت هستید تنها در تهران با بالغ بر صد مال درحال‌ساخته‌شدن، ادامه دارد؛ در رویکردی جالب توجه حتی توصیه می‌شود از چنین فضاهایی به‌منظور ساماندهی بافت‌های فرسوده شهری استفاده شود (شعاع مؤثر شاپینگ‌مال‌ها در شهرهای بزرگ سه تا پنج کیلومتر تعریف می‌شود؛ صرف نظر از مباحث اقتصادی، استقرار انواع کارکردهای خدماتی مانند باجه‌های بانکی، صرافی، کمپ بازی و تفریح، پارکینگ رایگان، داروخانه و غیره، این مراکز را به غایت درجه کارا می‌سازد). یک ضرب‌المثل آفریقایی می‌گوید: «یک دهکده نیاز است تا کودکی تربیت شود...»؛ محیط ما را می‌سازد و ما محیط را؛ و این منشور دوار به حرکت خود ادامه می‌دهد. امروزه استیلای فرهنگ ارتباطات مجازی آنچنان بی‌محابا هجوم می‌آورد که هر فرصتی برای بازتولید ارتباطات انسانی در محیط‌های حقیقی، مغتنم است. علی سلطانی (پژوهشگر معماری) در یادداشتی با عنوان «مکان سوم، بهشتی برای شهروندی...» ضمن تأکید بر این اصل که در طراحی فضاهای شهری، معماران و طراحان شهری باید به‌دنبال خلق مکانی باشند تا شهروند بتواند مفهوم شهروندی خود را در معنای انسانی خود متجلی کند، نقل‌قول گیرایی از «گیرادت» (۱۹۹۹) درباره بازگشت به مفهوم محله سنتی حول یک مرکز محله دارد؛ این تعبیر بسیار به مفاهیم ایرانی / اسلامی در شکل‌گیری شهرها در کنار فضای بازارها و بازارچه‌های سرپوشیده و مراکز محله‌ای که از حیث کاربری و کاربران وسیع و متنوع بودند، نزدیک است. گیرادت هرچند بر جایگزینی مراکزی جدیدی به‌جای شاپینگ سنتر در حومه‌ها یا متروسنترها تأکید دارد، اما به نظر می‌رسد بهترین راه‌حلی که بتواند در کنار فعالیت اقتصادی و سودآوری تجاری به تقویت روابط همسایگی بپردازد، تلفیق این هر دو مفهوم باشد؛ مراکز خریدی با ویژگی هویتی/انسانی محله‌ای. واقعیت این است که اگر به تعریف کلاسیک اقتصاد مبنی بر تقسیم منابع محدود بین تقاضاهای متنوع اتکا کنیم و برای مقوله انتخاب در روند تولید تقاضا اصالت قائل باشیم، اقتصاد شهری مفهومی است که از تلاقی این انتخاب و جغرافیای حدوث آن شکل می‌گیرد؛ در این بین بدیهی است که مصرف‌کننده نوعی جویای مطلوبیت است و بنگاه اقتصادی در پی به‌حداکثررساندن سود و البته مدیریت شهری مسئول ساماندهی به روند این ارتباط به سیاقی عادلانه و در خدمت تعالی جامعه. اینکه شکل کالبدی (بخوانید فضای شهری و معماری یا در یک کلام فضای مصنوع) این تعامل به چه ترتیب باشد و در کجا استقرار یابد، شهرسازان/طراحان شهری و معماران را نیز با موضوع پیوند می‌زند که البته نهایتا آنچه اهمیت دارد (یا باید داشته باشد) از یک سو حداکثرکردن مطلوبیت برای مصرف‌کننده است و از دیگر سو راهبرد ارزشی جامعه‌ای که فضا/مکان در آن شکل می‌گیرد. نباید فراموش کرد ناکارآمدی اولویت‌ها ممکن است سرمایه را فراری دهد و اصولا دیگر فضا و ساختاری شکل نگیرد که تعامل مشارالیه محلی از اِعراب داشته باشد؛ متخصصان امر البته همواره در جست‌وجوی تحلیل عناصر تأثیرگذار در قالب «مدل‌های اقتصاد شهری» بوده و هستند که تعبیر ملموس آن باید در نحوه صحیح در زمینه مکان‌یابی و توسعه ساختاری شهری متجلی می‌شود و آنچه در قواره شهر پیرامونمان احساس می‌کنیم در اصل برآیند (به درست یا غلط) مجموعه نیروهای بازار و نحوه مدیریت آن (الگوهای شهری و کاربری اراضی) در آیینه شهر است. نظریه‌پردازان مقوله فضا/مکان در تفسیر فضایی شهروندگرا میان فضای کار و سکونت که بتواند تعاملات و دیالوگ‌های اجتماعی را تقویت کند، از تعبیر «مکان سوم» بهره برده‌اند (الدنبرگ، ۱۹۸۹)؛ «اجتماعی‌کرابودن، تنوع‌بخشی و ارائه فرصت‌های برابر از ویژگی‌های مکان سوم هستند؛ برای ارزیابی کارایی و کیفیت مکان سوم، باید معیارهایی مانند تأمین امنیت، ایجاد حس تعلق‌خاطر، کنش متقابل، عدالت در توزیع فضا و خدمات را مدنظر قرار داد...». البته آنچنان که هومن فروغمند (پژوهشگر معماری) بر آن تأکید دارد، اصولا همه موجودات زنده برای فعالیت‌های خاص، مرکزی معین دارند و اساسا فرم در معنای سنتی آن مرکز داشته است، در مقیاسی دیگر مراکز شهری و مرکزیت شهر که کلیت و احساس شهر و به قول براند فری (هیلدر براند فری، نویسنده کتاب «طراحی شهر: به سوی یک شکل پایدارتر شهر» که به فارسی هم ترجمه شده است) بر پایداری شهر هم تأثیرگذار هستند. شولتز (کریستین- نوربرگ شولتز، یکی از برجسته‌ترین چهره‌های پدیدارشناسی در معماری است که تأثیری ژرف بر بسط و گسترش این گفتمان داشته است) نیز به اهمیت مرکزیت فضا اشاره داشته و مرکزیت را به‌عنوان یکی از اساسی‌ترین اصول معماری تلقی می‌کند. این روزها دیگر این موضوع مسجل شده است که فضاهای شهری باید با کاربری‌های چندمنظوره و ترکیبی، پاسخ‌گوی سلایق، نیازها و تعاملات مختلف بازیگران مختلف اقتصاد و زندگی در مقیاس شهری باشند؛ بنا بر تعبیر «مرکز خدمات مجتمع‌های تجاری، اداری، تفریحی ایران»، مجتمع‌های تجاری چندعملکردی (یا اصطلاحا شاپینگ‌مال‌ها) به فضایی اطلاق می‌شود که در آن فضا، «مجموعه‌ای از فروشگاه‌های کوچک و بزرگ خرده‌فروشی (که هویت کسب‌وکارشان در لوای نام تجاری‌شان است) تحت یک مدیریت مشترک، اداره می‌شوند...»؛ جالب اینجاست که این تعبیر بسیار به آنچه از دیرباز در شهرهای ایران با عنوان «بازار» نامیده شده، نزدیک است و چه‌بسا تفاوت نه در ماهیت عرضه اقلام مصرفی، بلکه در ماهیت «گذراندن اوقات فراغت» و نحوه فضاسازی به‌اصطلاح مطلوب با پرزرق‌وبرق در «مال»ها باشد؛ این نوع فضا پاسخ‌گوی ماهیت جدیدی از رفتار شهری است که شاید بتوان از آن به «ویترین‌گردی» (نگارنده قصد قضاوت رفتار مصرفی را ندارد) تعبیر کرد و صرف‌نظر از اینکه این رفتار تهدید است یا فرصت، واقعیتی است غیرقابل‌انکار؛

از سوی دیگر با نگاهی حتی گذرا به روابط و متدهای نو اقتصادی، هم‌خوانی مقوله تولید فضا با روش‌های فوق‌الذکر اجتناب‌ناپذیر می‌نماید؛ اصولا سیاق تولید و توزیع در هر دوره‌ای با تبلور «تجربه‌های فضایی» ارتباطی تنگاتنگ داشته، روش‌های نو در تجارت لاجرم به فضا/ مکان‌های جدید منجر می‌شوند. آنچنان که الهام علوی‌زاده نیز بر آن تأکید دارد، یک مرکز شهری، هسته فعالیت شهری بوده، باید کنش‌های شهری، اعم از گردهمایی‌ها و مراسم مختلف اجتماعی در این محدوده برگزار شوند؛ در این بین آنچه می‌تواند موجب نگرانی باشد، نه ارتقا و ترکیب مراکز شهری با مراکز خرید شهری، بلکه «کمبود حس مکان»، «کمبود حس یکپارچگی» و نیاز برای ایجاد یک «کانون مرکزی مشترک» برای رسیدن به «انسجام عملکردی و فضایی و رهایی از آشفتگی و نابسامانی موجود» در این محدوده‌هاست... آنچه ایرانیان در طول تاریخ به آن شهره بوده‌اند، قابلیت منحصربه‌فردشان در بومی و بهینه‌سازی آنچه بوده که به ظاهر به غیر تعلق داشته است؛ در راستای موضوع مورد بحث این مقال نیز به نظر می‌رسد بازتولید یک «مال» که مالِ خودمان باشد چندان دشوار نباشد، به سیاقی که بستر تجلی هویت متعالی شهروند ایرانی «قرنِ ۲۱اُمی» باشد...، بیشتر دراین‌باره خواهم نوشت.

سقف

درباره انتخاب یک آپارتمان مناسب

جواد میرابوالقاسمی: سنت در لغت به معنای روش یا شیوه‌ای است که در طول یک بازه زمانی مشخص از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود و به مرور معنای نمادین یا اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند. زمانی که از آپارتمان‌نشینی به‌عنوان سنت نام می‌بریم، از تغییر سبک زندگی مردم در چند دهه اخیر و کوچ (اجباری یا دلخواه) به فضاهایی به نام آپارتمان حکایت دارد. درخصوص آپارتمان‌نشینی و معضلات مرتبط با آن مطالب زیادی نوشته و از دیدگاه‌های مختلف به این مسئله توجه کرده‌اند. آنچه بدیهی به نظر می‌رسد، برای بسیاری از مردم به‌ویژه در شهرهای بزرگ زندگی در آپارتمان انتخاب محسوب نمی‌شود و بسیاری از آنها ناگزیر به زندگی در آپارتمان هستند و صدالبته جای بسی خوشبختی است که برای بعضی از مردم این امکان وجود دارد که بتوانند صاحب آپارتمان شوند و اولین سؤالی که همیشه مطرح می‌شود این است که یک آپارتمان خوب چه خصوصیاتی دارد و باز هم واضح است که برای زندگی در یک آپارتمان خوب فرقی نمی‌کند مالک باشی یا مستأجر.

اگر شرایط خاص و میزان قدرت انتخاب را کنار بگذاریم و به‌دنبال معرفی یک واحد مسکونی خوب باشیم، ابتدا لازم است به چند نکته توجه کنیم: یک) برخی از معیارهای انتخاب یک واحد مسکونی به سلیقه و نظر اشخاص برمی‌گردد و ممکن است نتوان به اجماعی کلی بر سر این موارد رسید، در مقابل بسیاری از بدیهیات نیز وجود دارند که مورد توافق اکثریت هستند و توجه به آنها می‌تواند در یک انتخاب معقول راهگشا باشد. دو) مسئله مالکیت (صاحبخانه‌شدن) در ایران به‌عنوان یکی از باورهای قابل‌قبول و ارزشمند، از گذشته مطرح بوده و یکی از پایه‌های ثبات و پیشرفت اقتصادی خانواده‌ها محسوب می‌شود و باوجود اینکه امروزه سکونت در آپارتمان یکی از شاخصه‌های زندگی در شهرهای بزرگ است اما در سال‌های اخیر کمبود مسکن و نیاز خانواده‌ها فرصت ابراز نظر و سلیقه را برای ساکنین به حداقل رساند.

سه) نکته بعدی اهمیت سبک زندگی در فرهنگ آپارتمان‌نشینی است. اگر قرار بر زندگی در آپارتمان باشد، باید سبک زندگی هماهنگ با فضایی باشد که انتخاب می‌شود یا به بیان بهتر باید فضایی انتخاب کنیم که با سبک زندگی خانواده سازگار باشد. تعداد اتاق‌ها، مسئله اشراف‌داشتن و حریم خصوصی، توجه به فضاهای عمومی و مشاعات، استفاده از نور طبیعی، محل قرارگیری آشپزخانه و وجود دسترسی آن به فضای باز (نور و تهویه)، همه‌وهمه از مواردی هستند که با توجه به سبک زندگی اولویت پیدا می‌کنند و اهمیت می‌یابند. در کنار همه این موارد توجه به موقعیت ساختمان از لحاظ جغرافیایی و دسترسی به شبکه حمل‌ونقل عمومی و امکانات مناسب شهری از قبیل مراکز بهداشتی و آموزشی و مراکز خرید و قرار نداشتن در مسیر طرح‌های عمرانی و دوری از کانون‌های آلودگی زیست‌محیطی یا صوتی ضروری است. در مورد خود آپارتمان نیز از توجه به تعداد طبقات و تعداد کل واحدها و تعداد واحد در طبقه مدنظر و قدمت و عمر مفید ساختمان (با نظر به اینکه عمر مفید ساختمان در ایران بسیار کمتر از استاندارد جهانی است و به‌دلیل کیفیت بد مصالح و اجرای ضعیف ساختمان و استفاده نادرست از آن ساختمان‌ها زود مستهلک می‌شوند)، مساحت و ارتباط فضاهای داخلی واحد مدنظر، امکانات عمومی ساختمان نظیر مشاعات، نباید غافل شد. یکی از مواردی که در زمان انتخاب واحد مسکونی کمتر به آن توجه می‌شود، کیفیت اجزای ساختمان است.

برای بسیاری از مصرف‌کنندگان، این نکته همیشه در انتهای لیست اولویت‌ها قرار دارد، درحالی‌که با کمی دقت به همین موارد معمولی می‌توان به کیفیت اجرای ساختمان و مصالح مورد استفاده پی برد.

شهر

خاطرات جمعی امروز در متن شهر آینده

نوا توکلی‌مهر
معمار منظر

عشق به تاریخ و بازگشت به گذشته به‌قدری نخ‌نما و بی‌حاصل شده که مسلما قادر نخواهد بود راه‌حلی برای حل بحران هویت و خاطره‌زدایی ارائه کند. به‌این‌ترتیب خاطرات صرفا به‌عنوان رویدادهای تاریخی نیستند که به‌عنوان منابع تجدیدناپذیر و محدود ارزش‌های ملموس و ناملموس از گذشتگان به نسل امروز به ارث رسیده باشند.

اولین و بدیهی‌ترین معادلات یک شهر یا بهتر بگوییم یک شهر مدرن، ساختارهای عملکردی آن است؛ ساختار عملکردی برای تولید و بازتولید کالا و فرهنگ از یک‌سو و مصرف آنها از سویی دیگر. بنابراین یک شهر معاصر برای جست‌وجو و دستیابی به این عملکرد در دو وجه فضایی (کالبدی- عملکردی) و جامعه‌شناختی خود را سازماندهی می‌کند و برای سازماندهی در این دو وجه، خطوط و قالب‌های استوار و انعطاف‌ناپذیری شکل می‌گیرند.

هردو این وجوه یا لایه‌ها، دو نوع فرصت یا امکان را در شهر میسر می‌کنند:

- امکان شکل‌گیری رویدادها و مراودات اجتماعی
- امکان بازنمایی هویت، انتقال خاطره و تاریخ شهر

در یک مقایسه بین دو وجه یا دو لایه فضایی و جامعه باید گفت لایه جامعه به دلیل نقش دوپهلویی که در این ساختار عملکردی ایفا می‌کند، همواره لایه‌ای ظریف‌تر و غیرقابل‌پیش‌بینی‌تر بوده است. به این معنا که در شهرهای معاصر هنگامی که از لایه اجتماع یا مردم صحبت می‌کنیم، مرزبندی فرهنگی، سیاسی و قومی - قبیله‌ای جامعه از مقیاس محلی تا مقیاس شهری، ملی و منطقه‌ای و جهانی در نوسان و تغییر و تبدیل است، چراکه نیازهای فرهنگی یک شهر مدرن و شهروند معاصر کاملا تحت‌تأثیر پدیده‌های جهانی‌شدن قابلیت گسترش و تنوع و تازگی دارد.

درمقابل، لایه کالبد در شهر معاصر ارتباط مستقیم‌تر و قابل‌پیش‌بینی‌تر با جریان‌های شهر و الگوی رفتاری شهروندان دارد. از سویی دیگر تحولات کالبدی شهر، بستر خاطرات شکل‌گرفته را محو می‌کنند، تغییرشکل می‌دهند، مناظر آشنا تخریب یا تبدیل می‌شوند، یادمان‌های شهری، سبک‌های معماری، اسامی مکان‌ها و... تغییر می‌کنند، نشانی‌ها گم و نشانی‌های جدید ایجاد می‌شوند. به همین دلیل موضوع خاطرات جمعی همواره از چالش‌های همیشگی شهر معاصر به‌شمار می‌رود.

در تباین معمول هویت و زمان، بسیاری از نظریه‌پردازان شهری بر این باورند که هویت شهرهای درحال‌توسعه زیر گسترش شتابان و بی‌برنامه مدفون شده و برای بازنمایی هویت، باید که با باززنده‌سازی فضاهای قدیمی دست به نوعی غبارروبی و پرده‌برداری زده شود.

این طرز تلقی مؤید این تفکر است که هویت یک امر نوستالژیک متعلق به گذشته است.

پس در بازگشت به جست‌وجوی ویژگی‌های شهر معاصر که جریان زندگی مدرن برپایه ساختارهای تاریخی دیروز را در خود هدایت می‌کند و ضمنا به طور روزافزونی در معرض تأثیرات جهانی‌شدن قرار دارد، امکان شکل‌گیری رویدادها و مراودات اجتماعی و امکان بازنمایی هویت، انتقال خاطره و تاریخ شهر در متن همان ساختارهای عملکردی است که در یک نظریه جامعه‌شناسی مدرن، شهر را به‌عنوان یک پدیده امروزین در عصر سرمایه‌داری و تمایزیافتگی (مکان بوروکراسی‌های گسترده، صنعتی، حوزه‌های تفکیک‌یافته خصوصی و عمومی) مطرح می‌کند. در چنین تغییر و تبدیل عظیمی از تلقی فضاهای عمومی و زندگی اجتماعی، «خاطرات جمعی» در کالبد و بستر تعاملات جامعه‌ای شکل می‌گیرد که نهایتا در خدمت این ساختار عملکردی است؛ چه این کالبد در شمار نسل جدید معماری شهری باشد و چه کالبد دیروزین و تاریخی که مسلما تمایلی به بازی‌کردن در نقش شیء موزه‌ای در شهر را نداشته و در صورت جریان پویای زندگی معاصر، ضمن روایت تاریخ شهر و داستان‌های آن، قابلیت پرورش خاطرات جدید را داراست. آنچه که در ابتدا به نگرش‌های جدیدتر و پدیدارشناسانه به مکان و رویدادها در شهر از آن یاد شد، مشاهده و کشف همین غلبه سبک زندگی جدید است که در روند جهانی‌شدن شهرهای مدرن، فرایندی ناگزیر و گریزناپذیر به نظر می‌رسد. به‌این‌ترتیب برای طراحان، برنامه‌ریزان و مدیریت شهری نسخه قابل‌قبول همان پرداختن به وجه کنونی «هویت» و جست‌وجوی فرصت‌های شکل‌گیری خاطرات جمعی امروز و آینده بر ساختاری از گذشته است که شهر هنوز می‌تواند آن را روایت کند و بازنمایاند.

باید گفت شهری مانند تهران، مصداق بارز این نوع تحول و دگرگونی سریع و شتابان در فرم و ساختار عملکردی فضاهای شهری است. طراحی نظام هویتمندی فضاهای جدید و قدیم و خوانش روایت‌های شهر، همچنین سیاست‌های مدیریت مکان- رویدادها و حفظ و تقویت ارزش‌های ملموس و ناملموس در این شهر نیازمند اقدامات پایه‌ای در جهت ارتقای کیفیت فضاهای شهری، مکان‌سازی بر اساس مؤلفه‌های چهارگانه اهمیت، ظرفیت، حساسیت، مطلوبیت فضا و کشف فرایندهای پاسخ‌گویی فضاها به الگوهای رفتاری و جریان‌های شهری جدید است؛ فرایندهایی که نیازمند شناخت دقیق‌تر و عمیق‌تری نسبت به رویکرد مستشرقین به شهرهای ایران یا گذشته‌گرایی‌های بیمارگونه و بی‌سرانجام در طرح‌های باززنده‌سازی فضاهای تاریخی هستند.

به‌طورمثال پدیده معاصری مانند مرکز خرید گلستان در شهرک قدس (غرب)، یک نمونه نسبتا موفق مرکز محله‌ای در تعریف جدید را به نمایش گذاشته و در یک نمونه شکست‌خورده، طراحی میدان شیخ‌بهایی و گودال باغچه میانی آن به‌عنوان مرکز خرید و تفرج، فضایی مترو