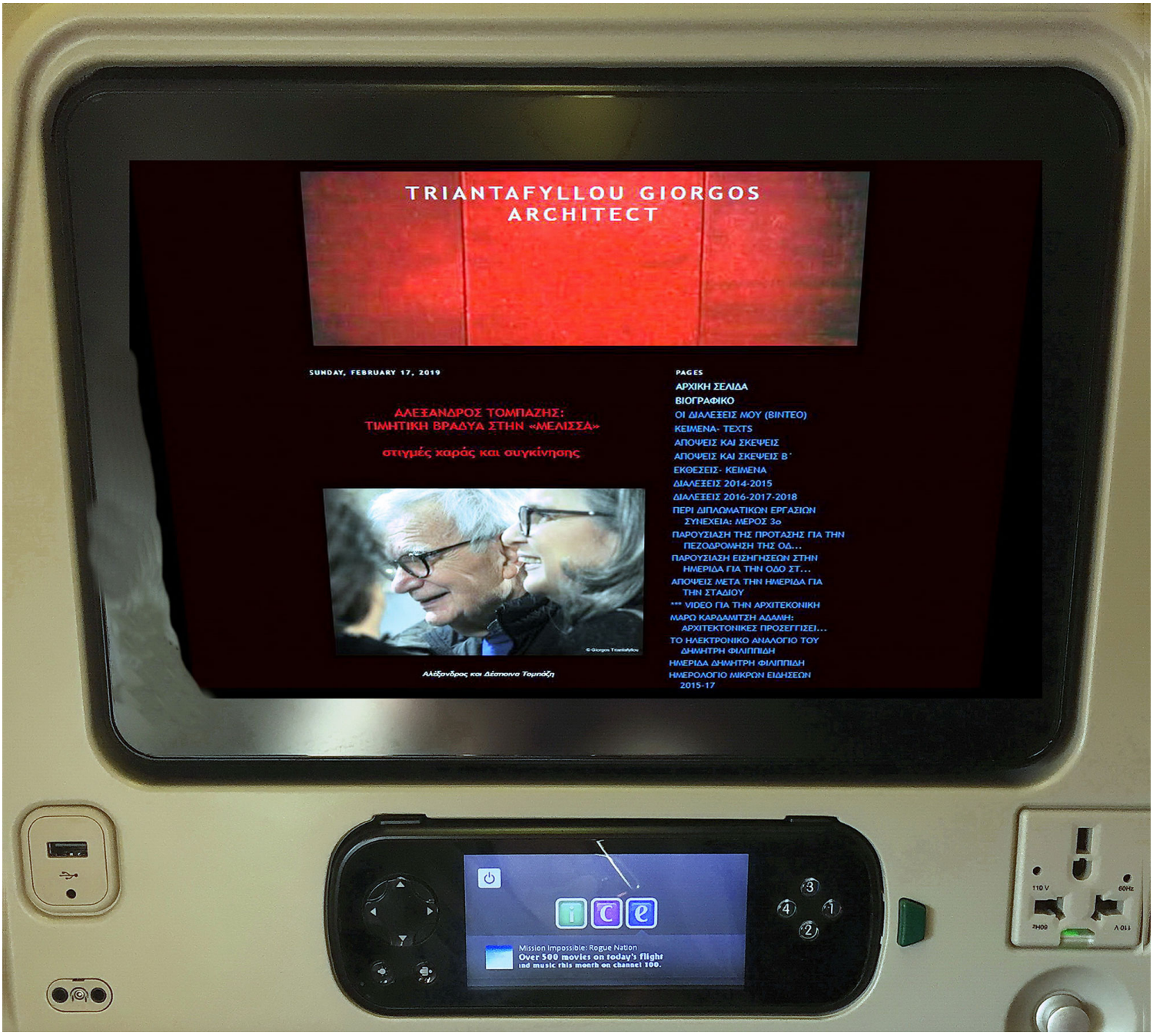
Archetype



Αναζητώντας στους ουρανούς τη δομημένη λογική των έντυπων εκδόσεων

Γιώργος Τριανταφύλλου - 30/04/2019

Ένας χρόνος Archetype. Η αρχιτεκτονική και τα media σήμερα στην Ελλάδα

Σε αυτή την τελείως διαφορετική εποχή που βιώνουμε, την μετά τον Δουμάνη περίοδο, η αρχιτεκτονική ενημέρωση στην Ελλάδα δεν είναι πια συγκροτημένη.

Απουσιάζει πια η σταθερή παρουσίαση των αφιερωμάτων, των μονογραφιών, των επιλεγμένων κατά κατηγορία έργων αρχιτεκτονικής ή τέχνης, για μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο, που συνέβαλε στη συγκρότηση μιας τεκμηριωμένης γνώσης και σκέψης. Σημαντικοί και καταξιωμένοι συνεργάτες κατέθεταν τότε αμισθί τις απόψεις τους σε όλο το φάσμα της αρχιτεκτονικής, σε ελληνικό και διεθνές επίπεδο, τόσο στα "Αρχιτεκτονικά Θέματα" όσο και στα "Θέματα Χώρου + Τεχνών".

Ο Δουμάνης είχε αυτή την ικανότητα να συνθέτει προσωπικότητες, κείμενα και έργα και να μας προσφέρει επί δεκαετίες ένα ευρύ γνωστικό πεδίο, εύληπτο και κατανοητό, που έχει εγγραφεί στην μνήμη μας. Μέσα από αυτή τη δομημένη εγγραφή, εύκολα ανατρέχουμε κατά καιρούς στα τεύχη και εντοπίζουμε τα θέματα που μας ενδιαφέρουν, σε συνδυασμό και με την υπάρχουσα αποδελτίωση. Δεν υποτιμώ βέβαια και το «ΤΕΥΧΟΣ» του Σημαιοφορίδη, που και αυτό προσέθεσε, για μια σύντομη σχετικά περίοδο, αφορμή για σκέψεις για την αρχιτεκτονική.

Σήμερα η ενημέρωση στην Ελλάδα εξακολουθεί να γίνεται με έντυπα διμηνιαία περιοδικά, όπως οι Δομές και οι Ελληνικές Κατασκευές (ek), που καλύπτουν ένα περιορισμένο μέρος των περιεχομένων των εκδόσεων Δουμάνη.

Η αρχιτεκτονική ενημέρωση γίνεται βασικά μέσα από το διαδίκτυο, είτε μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, επιλεγμένα sites και blogs, είτε μέσα από την αναζήτηση με το γνωστό «γκουγκλάρισμα». Και στις δύο περιπτώσεις είναι διάσπαρτη, ετερόκλητη και ενίοτε χαώδης και χρειάζεται προσεκτική δουλειά και χρόνο για να δομηθεί σε ένα συγκροτημένο σύστημα γνώσης. Η υπερσυσσώρευση προβαλλόμενου υλικού, ο εντυπωσιασμός της εικόνας, η απουσία σχολιασμού, συσχετισμών και κριτικής του προσφερόμενου υλικού, οδηγεί σε μια επιφανειακή ενημέρωση και δεν βοηθά στην ενεργοποίηση της σκέψης. Και αυτό νομίζω ότι είναι το ζητούμενο για όλα τα μέσα, ηλεκτρονικά και έντυπα.

Περιοδικά, ένθετα εφημερίδων και sites και blogs που σήμερα διαχειρίζονται αρχιτέκτονες, δημοσιογράφοι "γενικών καθηκόντων" και κάποιες άλλες ειδικότητες, προσφέρουν σήμερα ένα ετερόκλητο υλικό, συχνά ασχολίαστο, είτε πρόκειται για παρουσίαση αρχιτεκτονικού έργου, είτε για παράθεση άρθρων που συνήθως γράφονται με αφορμή άλλες υποχρεώσεις των συγγραφών (συνέδρια, ημερίδες, κλπ) και παρατίθενται στα μέσα ενημέρωσης.

Αναμφίβολα υπάρχουν και ιστότοποι που καλύπτουν ικανοποιητικά την τρέχουσα πραγματικότητα για την αρχιτεκτονική και την τέχνη, δημοσιεύουν σκέψεις και απόψεις για επίκαιρα θέματα, σπάνια όμως διατυπώνεται ένας τεκμηριωμένος κριτικός λόγος.

Το κοινό που «καταναλώνει αυτή την παραγωγή αρχιτεκτονικής επικοινωνίας» δεν είναι μόνο αρχιτέκτονες. Είναι όμως βέβαιο ότι η αρχιτεκτονική αποτελεί ένα θέμα ευρύτερου ενδιαφέροντος και κατά συνέπεια ενδιαφέρει και ένα ευρύτερο κοινό. Εδώ ακριβώς είναι και το πρόβλημα που συνδέεται με τη διαφήμιση.

Η ανάγκη αύξησης της επισκεψιμότητας στο διαδίκτυο, κριτήριο για την εξασφάλιση διαφήμισης, οδηγεί σε ελκυστικές προσεγγίσεις με συνοπτικά κείμενα, μια και συνήθως το διαδίκτυο προκαλεί έναν εθισμό στη γρήγορη ανάγνωση και την κατανάλωση της εικόνας.

Οι προοπτικές που διαφαίνονται για την αρχιτεκτονική ενημέρωση, μέσα από την κυριαρχία του διαδικτύου ακόμη και στους ουρανούς, είναι η επιστροφή-προσαρμογή στη δομημένη λογική των έντυπων εκδόσεων. Ήδη σε έναν βαθμό, η λογική αυτή έχει κάνει την εμφάνισή της σε κάποιους ιστότοπους, μέσα από συγκροτημένες θεματολογικά αναρτήσεις και κυρίως από τη συστηματική και προσεκτική ομαδοποίηση των θεμάτων μέσα στον χρόνο.

Είναι αναπόφευκτο σήμερα, λόγω της ευκολίας πρόσβασης και της αμεσότητας σε ένα πλουραλιστικό περιβάλλον, να απαιτείται περισσότερη προσπάθεια για συγκρότηση της προσφερόμενης πληροφορίας, τόσο από τους διαχειριστές των μέσων όσο και από τους αναγνώστες, διατηρώντας πάντα τη συνεχή επαφή με τις συνεχιζόμενες έντυπες εκδόσεις.

*Σημείωση
Με αφορμή τη συμπλήρωση ενός έτους λειτουργίας του, το Archetype προσκάλεσε σημαντικούς συντελεστές παραγωγής της αρχιτεκτονικής ενημέρωσης να συμμετάσχουν στη συζήτηση με θέμα: "Ένας χρόνος Archetype. Η αρχιτεκτονική και τα media σήμερα στην Ελλάδα".

Οι προσκεκλημένοι κλήθηκαν να διατυπώσουν τις απόψεις τους με βάση το παρακάτω κείμενο.
"Η πορεία των μέσων αρχιτεκτονικής ενημέρωσης στην Ελλάδα έχει πλέον μια αξιόλογη ιστορία. Μέχρι και πριν λίγα χρόνια επρόκειτο για αποκλειστικά έντυπο λόγο. Η ολοκλήρωση της πορείας των επιθεωρήσεων “Αρχιτεκτονικά Θέματα” και “Θέματα Χώρου + Τεχνών”, το 2013, σηματοδότησε συμβολικά το τέλος μιας εποχής. Σήμερα όλα βρίσκονται σε μια πρωτοφανή αλλαγή και σε μια νέα τροχιά, καθώς οι πηγές ενημέρωσης και αρχιτεκτονικού προβληματισμού έχουν πολλαπλασιαστεί και διαφοροποιηθεί, αντίστοιχα με τη γενικότερη μεταλλαγή των εργαλείων επικοινωνίας, έντυπων, ηλεκτρονικών και μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Τα ερωτήματα είναι τέσσερα:

α) Τι είδους αρχιτεκτονική ενημέρωση και υλικό πρέπει να προτείνει σήμερα ένα μέσο αρχιτεκτονικής επικοινωνίας στην Ελλάδα; β) Ποιο είναι το προσφορότερο μέσο έτσι ώστε η επικοινωνία αυτή να είναι αποδοτική και αποτελεσματική; γ) Από ποιους ασκείται αυτή η ενημέρωση, αν λάβουμε υπόψη ότι και αρκετοί δημοσιογράφοι “γενικών καθηκόντων” ασχολούνται όλο και περισσότερο με το θέμα; δ) Τι είδους κοινό «καταναλώνει» αυτή την παραγωγή αρχιτεκτονικής επικοινωνίας, από την άποψη της ηλικίας, της παιδείας και της άμεσης ή και καθόλου σχέσης με την αρχιτεκτονική;
Λαμβάνοντας υπόψη αναπόφευκτα και τη διεθνή κατάσταση, ποιες -μπορεί να- είναι οι προοπτικές και το ουσιαστικό περιεχόμενο της αρχιτεκτονικής ενημέρωσης στην Ελλάδα σήμερα;"