Archetype



Για έναν χώρο σκέψης, πειραματισμού και ευρηματικότητας

Βανέσσα Τσακαλίδου - 23/04/2019

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

Τις τελευταίες δύο δεκαετίες, με μια αύρα μνημειακότητας, νέα κτήρια αναδύονταν διεθνώς με καταιγιστικούς ρυθμούς. Αποτελούσαν ευανάγνωστα δημόσια σήματα που επιστράτευαν δηλώσεις παντός είδους, με κυρίαρχο αίτημα την ατομική προβολή. Δείγματα της δεξιοτεχνίας των δημιουργών τους, τα οποία χαρακτήριζαν τις επίμονες μητροπολιτικές φιλοδοξίες, εμπλούτιζαν το ρεπερτόριο των συνθετικών και κατασκευαστικών χειρισμών στα έντυπα μέσα ενημέρωσης αλλά ακόμη περισσότερο στα διαδικτυακά κανάλια, που πλέον ξεπερνούν τα πρώτα κατά πολύ σε αριθμό και χωρητικότητα.

Σήμερα, ωστόσο, η αρχιτεκτονική διέρχεται μια φάση νέας συνειδητοποίησης. Το αρχιτεκτονικό έργο συλλαμβάνεται εκ νέου ως μια ‘υποβλητική’ ολότητα, που βρίσκεται σε διάλογο τόσο με το περιεχόμενό του όσο και με το περιβάλλον στο οποίο εντάσσεται. Διαμορφώνεται μια ολιστική προσέγγιση, στην οποία ενσωματώνεται η διερεύνηση γύρω από το περιβαλλοντικό αίτημα, την τεχνολογία και τις συνθήκες ζωής των ανθρώπων. Κι αυτό αποτυπώνεται ήδη στο αρχιτεκτονικό ψηφιακό τοπίο -διεθνώς αλλά και στη χώρα μας- σε εντοπισμένες προσπάθειες ποιοτικής ενημέρωσης, που συνδυάζουν την αμεσότητα με την εγκυρότητα. Καθώς

η αρχιτεκτονική, περισσότερο από κάθε άλλη μορφή τέχνης ή δημιουργίας, είναι συνυφασμένη με τον βιωμένο χώρο και την ποιότητα ζωής των ανθρώπων, οι αναγνώστες των πηγών αυτών, που ‘καταναλώνουν’ τα αρχιτεκτονικά πεπραγμένα, ξεπερνούν τη σφαίρα του αμιγώς αρχιτεκτονικού κοινού.

Εξάλλου, το επάγγελμα του αρχιτέκτονα σταδιακά αλλάζει. Αποκτά ακόμη περισσότερες διαστάσεις και μεγαλύτερη ευελιξία για πολλαπλές συνεργασίες. Ολοκληρώνοντας τις σπουδές του, ο νέος αρχιτέκτονας καλείται σήμερα να παίξει έναν καινούριο ρόλο σε μια διαρκώς επεκτεινόμενη πρακτική, σε ένα περιβάλλον τεχνολογικής, οικονομικής και δημόσιας συναλλαγής. Καλείται να εκπροσωπήσει μια γενιά, το παραγωγικό έργο της οποίας αγγίζει πολλές ειδικότητες, έτσι ώστε τα όρια του βιοπορισμού, της δημιουργικότητας και της καλλιτεχνίας να είναι ασαφή. Έχοντας περάσει στη μετα-ψηφιακή εποχή, στην οποία τα ψηφιακά εργαλεία έχουν πλήρως ενσωματωθεί όχι μόνο στην καθημερινή ζωή αλλά και στην αρχιτεκτονική διδασκαλία και πρακτική, αντιλαμβάνεται, βιώνει και σχεδιάζει την αρχιτεκτονική με νέους διαφορετικούς τρόπους. Επηρεάζεται από τη συνύπαρξη δύο κυρίαρχων τάσεων: αφενός ενός στοχαστικού μινιμαλισμού και αφετέρου μιας επίμονης εκφραστικής διάθεσης, που αντλεί την έμπνευσή της από τη φύση, τη βιολογία, τα μαθηματικά. Ειδικά τα τελευταία χρόνια, διαπιστώνεται η αναζήτηση αναλογιών από μη αρχιτεκτονικά αντικείμενα, τόσο σε ζητήματα οργάνωσης, δομής, διαδικασίας, συσχετίσεων όσο και στο ζήτημα της υλικότητας.

Η αρχιτεκτονική, όπως και κάθε μορφή δημιουργίας, είναι ένας χώρος σκέψης, πειραματισμού και ευρηματικότητας. Για τον λόγο αυτόν, ένα δημοκρατικό μέσο επικοινωνίας και πολυφωνίας, που απευθύνεται ταυτόχρονα στον σπουδαστή της αρχιτεκτονικής, στον νέο επαγγελματία κατά τα πρώτα του βήματα, στον έμπειρο αρχιτέκτονα της θεωρίας και της πράξης, αλλά και στο ευρύτερο κοινό του διαδικτύου, οφείλει να διευρύνει το περιεχόμενό του, αγκαλιάζοντας -κατά το δυνατόν- περισσότερες διαστάσεις του πεδίου δυνατοτήτων της αρχιτεκτονικής δημιουργίας.

*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;"