



Πέρα από τα 1080px

Πάνος Δραγώνας - 11/05/2019

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

Δεν θα μπορούσαμε να συζητάμε για τη μοντέρνα αρχιτεκτονική, δίχως τη συμβολή των αρχιτεκτονικών περιοδικών του εικοστού αιώνα. Οι ιδέες του μοντέρνου κινήματος, αλλά και οι τάσεις που ακολούθησαν, διαδόθηκαν χάρη στις φωτογραφίες και τα θεωρητικά κείμενα που δημοσιεύθηκαν στα έντυπα μέσα ενημέρωσης. Τα ιδεολογικά ρεύματα του παρελθόντος διαμορφώθηκαν σε μεγάλο βαθμό από τις επιλογές των διευθυντών και επιμελητών των ειδικών εκδόσεων για την αρχιτεκτονική. Κατά τη διάρκεια όμως των επόμενων χρόνων, το Διαδίκτυο πολλαπλασίασε τις δυνατότητες ενημέρωσης των αρχιτεκτόνων, περιορίζοντας κατά πολύ την επίδραση των παραδοσιακών έντυπων μέσων. Η δυνατότητα πρόσβασης στην πληροφορία πολλαπλασιάστηκε, ενώ ο διαθέσιμος χρόνος για την αφομοίωση του περιεχομένου ελαχιστοποιήθηκε. Η μετάβαση από την υλικότητα του φωτογραφικού χαρτιού στη φευγαλέα ψηφιακή εικόνα επηρέασε τον τρόπο πρόσληψης του δημοσιευμένου αρχιτεκτονικού έργου. Πιθανώς να μην είναι τυχαίο ότι, μετά την εμφάνιση των διαδικτυακών μέσων ενημέρωσης, ο αρχιτεκτονικός σχεδιασμός έδωσε μεγαλύτερη

έμφαση στη μορφολογική διερεύνηση και την αναζήτηση εντυπωσιακών συνθετικών χειρονομιών.

Σήμερα η ενημέρωση γίνεται κατά κύριο λόγο μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα και τη χρήση μικρών φορητών συσκευών. Πριν από είκοσι χρόνια το αρχιτεκτονικό έργο παρουσιαζόταν μέσα από εξαιρετικά υψηλής ανάλυσης φωτογραφίες, οι οποίες δημοσιεύονταν στα περιοδικά της εποχής. Στις ημέρες μας, το ίδιο γίνεται μέσα από τις μικρές φευγαλέες εικόνες του Instagram, που στην καλύτερη περίπτωση δεν ξεπερνούν σε μέγεθος τα 1080x1080px. Ο αναγνώστης δεν πιάνει πλέον στα χέρια του έντυπα τα οποία έχουν μια συγκροτημένη άποψη γύρω από την αρχιτεκτονική, αλλά λαμβάνει στη φορητή συσκευή του αποσπασματική πληροφορία υπό τη μορφή εικόνων ή έστω αυτοτελών άρθρων. Η επιλογή της πληροφορίας που καταφθάνει στις οθόνες των χρηστών των κοινωνικών δικτύων γίνεται πλέον από αλγορίθμους, από αυτοματοποιημένα δηλαδή υπολογιστικά συστήματα. Η διαδικασία αυτή είναι προσωποποιημένη, καθώς ο αλγόριθμος επεξεργάζεται προσωπικά δεδομένα του κάθε χρήστη και ανταποκρίνεται στα ενδιαφέροντά του, όπως εύστοχα περιγράφει στο κείμενό του ο [Στέλιος Γιαμαρέλος](#). Για τον λόγο αυτό, τα νέα ηλεκτρονικά μέσα δημοσιοποίησης του αρχιτεκτονικού έργου, με κυριότερο παράδειγμα το δημοφιλές *Archdaily*, επιδιώκουν να προσφέρουν ένα μεγάλο εύρος πληροφορίας στους αναγνώστες τους, γνωρίζοντας ότι η πληροφορία αυτή θα φιλτραρισθεί στη συνέχεια από τους αλγορίθμους των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Η συγκεκριμένη μεταβολή είναι καθοριστικής σημασίας. Η επιλογή του περιεχομένου δεν γίνεται πλέον από τον διευθυντή ή επιμελητή έκδοσης του μέσου που εμπιστευόμαστε και έχουμε επιλέξει για την ενημέρωσή μας, αλλά από ένα αυτοματοποιημένο υπολογιστικό σύστημα, το οποίο επεξεργάζεται τα δεδομένα μας. Με τον τρόπο αυτό η λειτουργία της επιμέλειας της πληροφορίας, όπως τη γνωρίζαμε καθ' όλη τη διάρκεια του εικοστού αιώνα, καταργείται ή έστω υποβαθμίζεται. Πολλοί μπορεί να θεωρήσουν ότι τα παραπάνω δεν τους αφορούν, καθώς οι ίδιοι δεν έχουν συμμετοχή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ανεξαρτήτως όμως του αν συμμετέχει κανείς ή όχι στα κοινωνικά δίκτυα, η διάδοσή τους στο μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού είναι δεδομένη και καθιστά εξαιρετικά δύσκολη τη δυνατότητα δημιουργίας νέων μέσων, που να λειτουργούν έξω από αυτό το πλαίσιο.

Η ίδια η αρχιτεκτονική δεν μένει ανεπηρέαστη από τις παραπάνω εξελίξεις. Κάτω από συνθήκες σκληρού επαγγελματικού ανταγωνισμού και αδύναμου κριτικού λόγου, η αρχιτεκτονική πρακτική προσαρμόζεται στις ιδιαιτερότητες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Η [Farshid Moussavi](#) σε μια συνέντευξή της είχε δηλώσει ότι η δημιουργία "instagrammable στιγμών", που να μπορούν να μοιραστούν μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα, έχει γίνει απαίτηση των νέων αρχιτεκτονικών προγραμμάτων. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα του πρόσφατου έργου του Thomas Heatherwick στα Hudson Yards της Νέας Υόρκης, το οποίο ανταποκρίνεται στις προδιαγραφές μιας "instagrammable" αρχιτεκτονικής. Το "Δοχείο," όπως ονομάζεται, δεν είναι ακριβώς κτήριο, ούτε γλυπτό, ούτε τοπόσημο. Δεν διαθέτει πρόγραμμα και δεν δημιουργεί καμιά δομή κοινωνικού χώρου. Χάρη όμως στην αξιοπερίεργη μορφολογία και τις αναλογίες του όγκου του, προσφέρει ένα ιδανικό θέμα για ανάρτηση μέσα από το τετράγωνο κάδρο του Instagram. Και τίποτε άλλο πέρα από αυτό.

Έχουμε εισέλθει σε μια περίοδο κατά την οποία γίνεται ολοένα και πιο δύσκολο να κατανοήσουμε τους μηχανισμούς που διαμορφώνουν την πραγματικότητά μας. Πίσω από την περίτεχνη αλλά επιφανειακή αρχιτεκτονική της εποχής, κρύβονται εξαιρετικά περίπλοκοι τεχνολογικοί μηχανισμοί και οικονομικά συμφέροντα, αν όχι και πολιτικά, τα οποία εκμεταλλεύονται με τον καλύτερο τρόπο τη δυσκολία άρθρωσης κριτικού λόγου. Δεν έχουμε τη δυνατότητα να κατανοήσουμε την αλγοριθμική διαδικασία με την οποία ο καθένας μας συναρμολογεί τον προσωπικό του χώρο "ψηφιακά με κάθε 'like'", όπως χαρακτηριστικά γράφει στο κείμενό της η [Λυδία Καλλιπολίτη](#). Δεν είναι όμως δύσκολο να αντιληφθούμε ότι οι δεκάδες χιλιάδων αναρτήσεις του "Δοχείου" στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν πολύ μεγαλύτερη αξία για τον επενδυτή του έργου από ένα εγκωμιαστικό άρθρο στον αρχιτεκτονικό τύπο. Οι τεχνικές του marketing αναπτύσσονται με ταχύτατους ρυθμούς, ενσωματώνοντας τη χρήση των πλέον προηγμένων τεχνολογιών. Την ίδια στιγμή, η αλγοριθμική διαχείριση του περιεχομένου αποθαρρύνει τη διατύπωση ερωτημάτων, την άσκηση κριτικής και μακροπρόθεσμα τη δημιουργία νέων τάσεων και ιδεολογιών.

Οι τεχνολογικές εξελίξεις προχωρούν με πολύ μεγαλύτερη ταχύτητα από αυτή με την οποία προλαβαίνουμε να αντιληφθούμε τον κόσμο. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αναπτύσσονται διαρκώς και μαζί τους εξελίσσονται και οι δυνατότητες ενημέρωσης και άρθρωσης δημόσιου λόγου. Η μικρή εικόνα των 1080x1080px πολύ σύντομα θα αντικατασταθεί από κάτι νέο. Το πιθανότερο είναι ότι τα μελλοντικά μέσα ενημέρωσης για την αρχιτεκτονική δεν θα έχουν παρά ελάχιστες ομοιότητες με περιοδικά του παρελθόντος, όπως τα *Αρχιτεκτονικά Θέματα*. Ενδεχομένως να μην έχουν μεγάλη σχέση ούτε και με τα νέα ηλεκτρονικά μέσα που ανταποκρίνονται όσο καλύτερα μπορούν στις σημερινές συνθήκες, όπως το *Archetype*. Το

εγγείρημα της δημιουργίας νέων μέσων ενημέρωσης που να προωθούν τον κριτικό λόγο και να έχουν συγκροτημένη στάση απέναντι στην αρχιτεκτονική, δεν είναι εύκολο. Προϋποθέτει την επινόηση νέων τεχνικών διαχείρισης και προώθησης του περιεχομένου, είτε μέσα από το πλαίσιο της αλγοριθμικής λειτουργίας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είτε σε συνειδητή αποστασιοποίηση από αυτά. Προϋποθέτει ακόμη απαντήσεις στα σοβαρά ερωτήματα που θέτει ο [Πλάτωνας Ησαΐας](#) στο κείμενό του. Δεν είναι σήμερα καθόλου δεδομένο από ποια "θέση ισχύος" αλλά και με ποια γλώσσα μπορεί να μιλήσει κανείς για την αρχιτεκτονική, ώστε να εκπροσωπήσει τις νέες πολλαπλές ταυτότητες που αναπτύσσονται στον ελληνικό - και όχι μόνο- χώρο. Για να προλάβουμε την εξέλιξη της μικρής, πρόσκαιρα παντοδύναμης, τετράγωνης εικόνας, θα πρέπει να εφεύρουμε εκ νέου τη λειτουργία της επιμέλειας ανταποκρινόμενοι στα νέα τεχνολογικά και πολιτισμικά δεδομένα. Το παρελθόν έχει ελάχιστα να μας προσφέρει και το μέλλον δεν είναι ακόμη εδώ.