Archetype

AAA
BB
CC

Beiträge zum Bauen Serie 2 No. 1
Adm. Augustinergasse 5 -:- Basel

Το φίλτρο

Κώστας Τσιαμπάος - 11/04/2019

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

Πιστεύω καταρχάς ότι ένα νέο μέσο προβολής της αρχιτεκτονικής στην Ελλάδα σήμερα, θα έπρεπε να είναι ένα περιοδικό. Και λέγοντας περιοδικό εννοώ το κλασικό περιοδικό, το φυσικό έντυπο αντικείμενο που μπορείς να κρατήσεις στα χέρια και να βάλεις στο ράφι και όχι αυτό που είναι αποκλειστικά ψηφιακό. Η υψηλή του ποιότητα και η παραδοσιακή του υλικότητα θα το έκαναν να μοιάζει φρέσκο. Αλλά και η υποχρέωση να πληρώσει κανείς ένα τίμημα, έστω μικρό, για να το αποκτήσει και να το διαβάσει, θα ήταν το πρώτο και απαραίτητο βήμα προς μια σχέση εμπιστοσύνης και εκ-τίμησης.

Αν επιθυμούσαμε να δημιουργήσουμε κάτι αντίστοιχο με τα *Αρχιτεκτονικά Θέματα*, δηλαδή ένα περιοδικό το οποίο να απευθύνεται στον ενημερωμένο αρχιτέκτονα χωρίς να είναι αυστηρά ακαδημαϊκό, ούτε απλώς μια πλατφόρμα προβολής κτηριακών κατασκευών, θα αντιμετωπίζαμε λίγο-πολύ τα ίδια ζητήματα που αντιμετώπισε και ο Δουμάνης με την ομάδα του από το 1967 έως το 2013. Δεν θα ήταν δύσκολο και σήμερα να αναδείξουμε κάποια αξιόλογα κτισμένα έργα ή μερικά δυνατά θεωρητικά κείμενα. Αν όμως ο Δουμάνης είχε μια σαφή στρατηγική μέσα από τα περιοδικά του -η οποία συνοψίζεται στον εκσυγχρονισμό της ελληνικής αρχιτεκτονικής προς μια κατεύθυνση εξωστρέφειας και καινοτομίας-, ποια θα ήταν η αντίστοιχη στρατηγική σήμερα; Ποια θα ήταν η κινητήρια δύναμη πίσω από μια τέτοια προσπάθεια;

Το κίνητρο, κατά τη γνώμη μου, θα έπρεπε να ήταν η ανάπτυξη ενός νέου τρόπου προβολής της αρχιτεκτονικής και άρα ενός νέου τύπου αρχιτεκτονικού περιοδικού. Για να γίνει αυτό θα έπρεπε η νέα προσπάθεια να στοχεύει στην αποδόμηση των καθιερωμένων και κυρίαρχων τρόπων προβολής της αρχιτεκτονικής μέσα από μια πολύ αυστηρή επιλογή. Το περιοδικό θα έπρεπε να αποτελεί δηλαδή ένα φίλτρο που θα επέλεγε τι από όλα αυτά τα έργα που κυκλοφορούν καθημερινά στο διαδίκτυο, μας ενδιαφέρει στην Ελλάδα σήμερα και γιατί. Ένα τέτοιο περιοδικό θα ήταν ταυτόχρονα ‘δύσκολο’, αλλά και ανοιχτό σε όλους. Δύσκολο με την έννοια ότι θα ήταν περισσότερο κριτικό παρά συμβιβαστικό (περισσότερο θα απέρριπτε παρά θα αποδεχόταν), αλλά και ανοιχτό με την έννοια ότι θα επιδίωκε να απευθυνθεί στον κάθε αρχιτέκτονα ο οποίος ενδιαφέρεται να ενημερωθεί με έναν σοβαρό και συγκροτημένο τρόπο.

Το μεγαλύτερο στοίχημα, τελικά, θα ήταν να βρεθεί εκείνη η συντακτική ομάδα η οποία θα συμφωνούσε στο ποιες θα είναι οι αρχές του περιοδικού. Στο ποια αρχιτεκτονική (πρέπει να) προβάλλεται και στο πώς αυτή (πρέπει να) προβάλλεται. Αυτές οι αρχές έχουν σχέση με την αρχιτεκτονική, αλλά κυρίως με θέματα που δεν συζητούν πάντα οι αρχιτέκτονες και τα οποία αφορούν την πόλη, το περιβάλλον, την κοινωνία, την ιστορία, την ανάπτυξη, την τεχνολογία κ.α. Αυτή η σαφής άποψη θα ήταν τελικά που θα έδινε ταυτότητα στο περιοδικό και θα το έκανε αιχμηρό, δυναμικό και παρεμβατικό, με λόγο και επιρροή στα πράγματα. Το νέο περιοδικό θα έπρεπε να μπορεί να θέσει το δικό του πλαίσιο, το δικό του αξιακό σύστημα, το δικό του ‘αλφάβητο’ της καλής αρχιτεκτονικής. Αυτό, σε μια εποχή όπου ο πλουραλισμός είναι ένας άλλος σχετικισμός, θα ήταν ίσως η πιο σημαντική του προσφορά.

*Σημείωση
Με αφορμή τη συμπλήρωση ενός έτους λειτουργίας του, το περιοδικό 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 μια 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;"