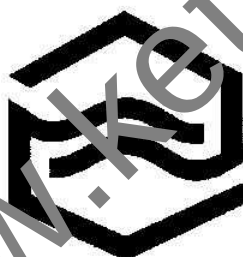


معماری و رسانه دیجیتال

(تجربه‌ی فضاهاى تعاملی و نمایشی)



مؤسسه آموزش عالی کادوس
تهران - خیابان ولیعصر - پلاک ۱۰۰

تألیف: شهرام رشیدی (عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی کادوس)

سجاد امیدی پور

انتشارات پندار پارس

سرشناسه	: رشیدی، شهرام، ۱۳۵۲ -
عنوان و نام پدیدآور	: معماری و رسانه دیجیتال (تجربهای فضاهای تعاملی و نمایشی) / شهرام رشیدی، سجاد امیدپور؛ به سفارش موسسه آموزش عالی کادوس.
مشخصات نشر	: تهران : پندار پارس، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۱۸۶ ص.: مصور، جدول.
شابک	: 978-600-8201-34-2 : ۱۷۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: معماری و تکنولوژی
موضوع	: Architecture and technology
موضوع	: رسانه‌های رقمی
موضوع	: Digital media
موضوع	: معماری -- نوآوری
موضوع	: Architecture -- Technological innovations
موضوع	: معماری -- طراحی -- داده‌پردازی
موضوع	: Architectural design -- Data processing
شناسه افزوده	: امیدپور، سجاد، ۱۳۶۲ -
شناسه افزوده	: موسسه آموزش عالی کادوس
ده بندی کنگره	: ۳۵۳۲NA ۱۳۹۶ ۸/ت
ده بندی دیویی	: ۴۱۱۹
شماره کتابشناسی ملی	

انتشارات پندارپارس



دفتر فروش: انقلاب، ابتدای کارگر جنوبی، کوی رشتچی، سما ۱۱، واحد ۱۶ www.pendarepars.com

تلفن: ۶۶۵۷۲۳۳۵ - تلفکس: ۶۶۹۲۶۵۷۸ همراه: ۹۱۲۲۴۵۲۳۴۸ info@pendarepars.com

نام کتاب : معماری و رسانه دیجیتال (تجربهای فضاهای تعاملی و نمایشی)

ناشر : انتشارات پندار پارس، به سفارش موسسه آموزش عالی کادوس

تألیف : شهرام رشیدی، سجاد امیدپور

چاپ نخست : شهریور ۹۶

شمارگان : ۵۰۰ نسخه

طرح جلد : زهرا یعسوبی

چاپ، صحافی : روز

قیمت : ۱۷۰۰۰ تومان شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۸۲۰۱-۳۴-۲

هرگونه کپی برداری، تکثیر و چاپ کاغذی یا الکترونیکی از این کتاب بدون اجازه ناشر تخلف بوده و پیگرد قانونی دارد *

فهرست مطالب

۱	پیشگفتار
۳	مقدمه مولفین
۷	فصل اول؛ دگرگونی مفاهیم (تفکر و ایده)
۹	دیدگاه مارک پوستر
۱۰	تعامل بین انسان و الکترونیک (رسانه نوین ^۲)
۱۲	آرین شمر
۱۴	تحرک دیجیتالی
۱۸	فرهنگ پسا رسانه‌ها
۲۰	پی نوشت
۲۲	مطالعه بیشتر
۲۳	فصل دوم؛ دور باطل تغییر رسانه‌ها، روش‌ها، محصولات و تجارب معماری
۲۶	آیزنمن بیان می‌دارد:
۲۶	نقش این ابزارها در فرهنگ (معماری)
۲۷	اصولا رسانه جدید چگونه در معماری مورد استفاده قرار می‌گیرد
۲۷	نمایش عددی
۲۸	پیمانه‌ای سازی (مدولار)
۲۸	تغییر پذیری
۲۸	تبدیل کد
۲۹	پیتر آیزنمن: رسانه جدید به عنوان اتولوژی
۳۱	فرانک گهری: رسانه جدید به عنوان ابزار
۳۲	گهری و آیزنمن

۳۳	فقدان خلاقیت؟
۳۴	تصویر، زمان، نیرو و حرکت
۳۵	تغییر زبان
۳۶	نتیجه‌گیری
۴۱	فصل سوم؛ معماری و رسانه جدید
۴۳	جامعه و اطلاعات
۴۷	معماری و رسانه دیجیتال
۵۲	فضا و تعیین آن در جنبه کامپیوتر
۵۳	باتوجه به آن چه گفته شد می‌توان به تأثیر دو جنبه کامپیوتر و معماری پی برد
۵۳	پایه‌گذاران
۵۸	مکان و فضا در عصر الکترونیک
۶۰	تیپولوژی طراحی معماری
۶۳	زاهای جدید؛ کارخانه‌ی BMW
۶۵	طراحی در عصر دیجیتال
۶۵	مبحث ساختمان‌شناسی دیجیتال
۶۷	مرکز موسیقی جیوواسکیلا در فنلاند
۶۹	تأثیرات طراحی در عصر دیجیتال
۶۹	ویژگی‌های ترکیبی
۷۰	تقویت‌کننده‌های محیط، O.C.E.A.N. NORTH
۷۱	علی رحیم و هینا جمیل / CAP
۷۱	اقامت یک طراح مد، نیویورک
۷۳	مرکزی برای استراحت، المپیک آتن

۷۴	فروشگاه مرکزی ریوک: شانگهای
۷۶	نقش معماری در عصر دیجیتال
۷۷	نتیجه گیری
۷۸	پی نوشت
۸۰	مطالعه بیشتر
۸۳	فصل چهارم؛ برازندگی
۸۵	برازندگی
۸۷	نظریه برازندگی
۸۸	برازندگی و سازاندگی
۸۹	برازندگی به عنوان طبیعت تاریه
۸۹	طراحی برازندگی
۹۱	محاسبه برازندگی
۹۲	برازندگی ساختاری
۹۳	معیار و اصول برازندگی
۹۴	پی نوشت
۹۵	فصل پنجم؛ فرا معماری
۹۶	مقدمه
۹۸	فرامعماری، اصول روشمندی
۱۰۴	پارامترهای فرامعماری
۱۰۹	فرا سطح
۱۱۱	فرا رسانه
۱۱۷	فرا فضا

۱۲۸	شاخص‌های فرامعماری
۱۲۸	سطوح متحرک
۱۳۲	سطوح برهم‌کنشی یا تعاملی
۱۳۳	معماری آنالاین
۱۳۵	در نهایت، معماری کاملاً وابسته به اینترنت
۱۳۸	پی‌نوشت
۱۴۰	مطالعه بیشتر
۱۴۲	فصل ششم؛ تصور فضایی جدید (معماری نمایشی)
۱۴۴	مقدمه
۱۴۴	فضای نمایشی
۱۴۵	انسان‌های متحرک - معماری ایستا
۱۷۶	نتیجه‌گیری
۱۷۸	پی‌نوشت
۱۷۹	مطالعه بیشتر

پیش‌گفتار

در گذشته، دو بعد تعیین‌کننده وجود داشت: ماده و انرژی. اما اکنون، بعد سوم نیز ظهور کرده است؛ اطلاعات. این بعد سوم با ظهور فناوری‌های جدید بارزتر شده است. اطلاعات به‌طور پیوسته در حال تغییر و همواره در جریان است. معماری در قرون گذشته، بر مسائل ثابت تمرکز داشت (مقاومت مواد، تعادل و گرانش). در حالی که معماران قرن‌هاست که قادرند به موضوعات حجم و انرژی در معماری پاسخ گویند، اما اطلاعات (به‌عنوان یک رسانه)، موضوع جدیدی است.

«امروزه اطلاعات از ماده و انرژی، ارزش بیشتری دارد. اطلاعات، بعد سوم هر پدیده‌ای است. اکنون، ساختار دیگر به‌صورت یک پدیده ثابت تعریف نمی‌گردد، بلکه به‌طور پیوسته در حال تغییر است و در هیئت‌های جدیدی ظهور می‌نماید».

امروزه معماران تحت تاثیر این عوامل به خلق الگوواره‌های جدیدی با تکیه بر دستاوردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات روی آورده‌اند. با استفاده از قابلیت‌های پدید آمده معماری از پوسته ایستا و ساکن خود رها شده و به جریان سیال اطلاعات در عصر حاضر پیوندد معماری دیگر یک پوسته ثابت ندارد، فرم بصری و مرئی آن درست مانند آب و هوا دارای تغییرات غیرقابل پیش‌بینی است. دیگر بار معنای بناها تغییر یافته و نیاز به معانی جدیدی که فراخور شرایط حاضر جوامع اطلاعاتی باشد، احساس می‌گردد. این نیازهای جدید و پویا که طیف گسترده‌ای از واکنش‌ها را نزد معماران و طراحان داخلی سبب گردیده، یک معماری متناسب و ساختمانی که این معماری را منعکس می‌کند، طلب می‌کند.

مقدمه مولفین

در دو دهه‌ی اخیر پیشرفت سریع تکنولوژی به‌ویژه تکنیک‌های ارتباطی و چند رسانه‌ای بسیار چشمگیر و غیر قابل تصور بوده است. با ورود فناوری جدید ارتباطات بسیاری از تعاریف و مفاهیم کلیدی گذشته دگرگون شده‌اند، در این میان معماری نیز از این تحول بی‌نصیب نمانده است؛ دیگر بار معنای بناها تغییر یافته و نیاز به معنای جدیدی که فراخور شرایط حاضر جوامع اطلاعاتی باشد، احساس می‌گردد. پیشرفت تکنولوژی ارتباطات از یک سو و ظهور رسانه‌ها از سوی دیگر، سبب تأثیرات فراوان بر معماری شده است و در برخی از بناها استفاده از رسانه در طراحی فضای معماری به عنوان یک مساله مهم مطرح شده است. این نیازهای جدید و پویا، ساختمانی را می‌طلبد که این معماری را منعکس کند. بدین منظور در در این کتاب، تلاش می‌کنیم تا این فرم‌ها را با تأکیدی بر زبان معماری مطالعه و بررسی می‌کنیم.

آگاهی از این ویژگی‌ها و سپس انکارناپذیر فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطی در شکل‌دهی تحولات اخیر-که سبب رسوخ آن‌ها در تئوری و پدیدارشناسی بشر امروزی شده-موجب ظهور و پیدایش گروهی از معماران در قرن بیست و یکم گردیده که دل‌مشغولی‌های متفاوتی را علاوه بر فضاهای حقیقی در ارتباط مستقیم با مفاهیمی همچون چرخه اطلاعات و ارتباطات، فضاهای مجازی و هماهنگی بین این دو دسته و انعکاس فرهنگ شبکه‌ای دوران حاضر بنیان نهاده‌اند. نگرش این طراحان نوپدید موجب خلق مفاهیم نوینی از قبیل فراسطح، فضای رسانه‌ای، فضای نمایشی و... در تعاریف فضا شده، گرچه در این مسیر، قول بومن، منتقد و سردبیر مجله Archis، "این تنها شروع است". برای رسیدن به این مفهوم، ابتدای سیر، نوع تفکر مشخص می‌گردد تا لزوم و اهمیت پرداختن به این موضوع مشخص شود. تا به این نکته بندیشیم که "معماری فقط هنر چگونه اشغال نمودن فضا نیست بلکه خلق موقعیت‌های قابل تغییر است که بتوانند نسبت به مایللات اجتماعی اساسی از خود انعطاف نشان دهند". برای شناخت این نوع تفکر شما نیاز دارید که ابتدا با ابزارهای شناخت فضا آشنا شوید. با شناخت این ابزارها، زیبایی‌شناسی شما تغییر خواهد کرد و دیگر نمی‌توانید بر اساس ایده‌ی کلاسیک زیبایی، که اهداف را بررسی می‌کند، یک دیدگاه مقدس (غیر قابل تغییر) مبتنی بر هارمونی، و تعامل کامل به درک اثر معماری در این حیطه (فناوری دیجیتال به عنوان یک رسانه) نگاه کنید. نگاه زیبایی‌شناسانه شما در اثر نفوذ رسانه دیجیتال، فعالیت یا فرایندهای معماری تغییر پیدا کرده است و نیاز به شناخت ایده برانندگی جهت تحلیل زیبایی‌شناسی ساختمان‌ها خواهید داشت. بانفوذ این بعد (بعد اطلاعاتی) به معماری، فضایی که به سبب این تأثیر به وجود می‌آید تحت نام فضای محاوره‌ای یا نمایشی (بر مبنای تأثیر متقابل بین فضاهای دیجیتالی و فیزیکی) شناخته می‌شود.

هدف از تألیف این کتاب، رسیدن به درک نوینی از معماری است و این که نه تنها معماری فقط هنر چگونه اشغال نمودن فضا نیست بلکه خلق موقعیت‌های قابل تغییری است که بتوانند نسبت به مایللات اجتماعی اساسی از خود انعطاف نشان دهند.

کتاب از شش فصل تشکیل شده که به ترتیب عبارت است از:

فصل اول، دگرگونی مفاهیم (تفکر و ایده)

ساختارها و نهادهای اجتماعی در مدت طولانی تکوین خود مراحل رشد و کمال را از سادگی به پیچیدگی، از کوچکی به بزرگی و از تک‌بعدی به چندبعدی طی کرده‌اند، به‌طوری که امروزه پیشرفت حیرت‌انگیز ارتباطات بیش از پیش، جهان را به واحدی یگانه تبدیل کرده است و باعث شده تا تغییراتی در جغرافیای جهان و آمایش سرزمین در همه‌ی کشورها در شرف وقوع باشد. دگرگونی فیزیکی ساختارهای فضایی خرد و کلان و نحوه‌ی استفاده از آن‌ها، ساده‌ترین و ملموس‌ترین تحولاتی است که جهش ارتباطی در حوزه‌ی ساخت‌وسازهای فضایی به وجود آورده است. این مفاهیم زمینه‌ساز یک سری آرمان‌شهر توسط معماران شد که در این فصل مورد بررسی و مطالعه قرار می‌گیرد.

فصل دوم، دور باطل تفکر رسانه‌ها، روش‌ها، محصولات و تجارب معماری

این بخش به تأثیر رسانه‌ها، جدیدترین معماری تمرکز دارد. جای هیچ پرسشی نیست که ابزارها و انواع رسانه‌های جدیدی که توسعه می‌یابند با هر ساختاری که باشند بر محصولات تأثیر می‌گذارند. بحث مداومی در مورد رسانه‌های جدید، چیستی آن، چگونگی استفاده از آن و نقش آن در شکل‌دهی به آنچه که برای آن تولید شده وجود دارد. هر چند که تعریف این‌که دقیقاً چه چیزی رسانه جدید، مشکل می‌دهد، مبهم است. اما رسانه مورد استفاده بر محصولات تأثیر می‌گذارد. «مانویچ» در مورد این موضوع با در نظر گرفتن رایانه و انواع مختلف نرم‌افزارها مقالات متعددی نوشته است. اما زمانی که بحث در این مورد را آغاز می‌کنیم، این پرسش به یک پرسش عمومی تبدیل می‌شود که می‌توان آن را به موضوعات مختلفی بسط داد. ویژگی‌های رسانه جدید-نمایش عددی، مدولار بودن، اتوماسیون، تغییرپذیری و رمزی‌سازی-که مانویچ در مورد آن سخن گفته است همگی در رسانه جدید معماری ماندگار شده‌اند. در این بخش این موضوعات با تمرکز بر معماری مطرح می‌شود و این پرسش که آیا رسانه جدید باتوجه به ویژگی‌های آن (نمایش عددی، استاندارد سازی، تغییرپذیری، تبدیل‌شد،) معماری را تغییر داده است یا خیر به ابزارهایی ختم می‌شود که به واسطه آن‌ها این تغییر را صورت داده است. تطبیق زبان مفاهیم در نتیجه این گذار نیز مورد بحث قرار گرفته است. عناوین باتوجه به آثار «پیتر آیزنمن» و «فرانک گهاری» به‌دلیل رویکردهای متفاوتشان در استفاده از رایانه مورد بحث قرار می‌گیرد.

فصل سوم، معماری و رسانه جدید

از نیمه دوم دهه ۱۹۹۰، انقلاب اطلاعات، هم حرفه و هم زمان را تحت نفوذ خود قرار داده است، اما آیا تغییراتی که این انقلاب با خود به همراه می‌آورد یک انقلاب بنیادین در شکل‌ها و عملکردهای معماری به‌وجود می‌آورد؟ این پرسشی است که در این فصل در تلاش برای پاسخگویی به آن هستیم. بدین منظور با تعاریف و نظریات مربوط به اطلاعات و آوردن نمونه‌هایی از بناها که تحت تأثیر فناوری اطلاعات قرار دارند قصد تبیین این تأثیرات را در حوزه ریخت‌شناسی و فرم‌یابی معماری داریم.

فصل چهارم، برزندگی (زیباشناسی عصر دیجیتال)

در فصول پیش از ظهور واژگانی در ارتباط با فعالیت‌های معماری در عصر دیجیتال، که باعث ایجاد تغییر جهت و گرایش در فرم و فرایند طراحی معماری شده، بحث کردیم. به همین جهت دیگر نمی‌توان فعالیت‌های صورت گرفته در این نوع معماری (کاربرد فناوری دیجیتال به عنوان یک رسانه) را بر اساس ایده سنتی زیبایی‌شناسی (هارمونی، تعادل و...) مورد ارزیابی قرار داد. برزندگی تا حدی ایده جدیدی در معماری است. برخلاف ایده کلاسیک زیبایی، که اهداف را بررسی می‌کند، یک دیدگاه مقدس (غیر قابل تغییر) مبتنی بر هارمونی، و تعامل کامل بود. برزندگی بیشتر صفتی از پیشرفت است، که برای یک پروژه اجازه ماندن در یک ترکیب ناتمام را می‌دهد. نه گونه ثابت و ایده‌آلی وجود دارد، و نه تقارن. بیشتر بخش‌ها و سیستم‌های زیرمجموعه پروژه بطور متقابل بر یکدیگر تأثیر می‌گذرانند. در نهایت کار طراحی بوسیله یک هدف ظریف تنها تنظیم نمی‌شود، بلکه این کار با جبرهای چندگانه و اشتیاق‌های هر پروژه صورت می‌گیرد.

در این فصل درباره مبنای برزندگی، مفهوم آن، ویژگی‌های آن، شرایط و عوامل پدید آورنده آن را مورد بررسی و تحلیل قرار می‌دهیم. این نیز بحث مدام‌های برای فصل بعد خواهد بود که به طور روشمند زمینه تلفیق معماری با رسانه دیجیتال (تحت عنوان کلی فرا معماری) را مورد بررسی قرار می‌دهد.

فصل پنجم، فرا معماری (معماری به عنوان سطح اطلاعاتی نقش‌نگار)

کمی پیش‌تر، باور فضای واقعی معماری توسط دست سه بعد هندسی تعریف می‌شد. اما امروز بعد موضوعی (اطلاعات) نیز به این سه بعد افزوده شده است. امروز انرژی و تمرکز گرایشی اطلاعات هم به واقعیت تاریخ معماری وارد شده و مصالح و حجم‌های هندسی در یک فضای معماری، با اطلاعات غیر مادی و الکترونیک نیز همراه است. با بررسی بعد اطلاعات در این فصل به یک‌سری ابزارها جهت ایجاد یک تصویر فضایی خواهیم رسید.

فصل ششم، تصور فضایی جدید (معماری نمایشی)

در این فصل به تبیین تأثیرات فناوری‌های جدید اطلاعاتی و دیجیتالی بر معماری از پیش کنکاش در مفهوم فضای آن‌ها می‌پردازیم. در فصل پیش، به موضوع تلفیق معماری با فناوری‌های نوین اطلاعاتی (علوم کاربردی) به حوزه‌های جدیدی از علوم میان رشته‌ای در معماری پرداختیم. این تحولات در زمینه معماری باعث ایجاد یک گفتگوی جدید بین معماری و مخاطب به واسطه تصاویر دیجیتالی (اطلاعات) شده است (فصل پیش ما را به سمت یک‌سری ابزارهای دیجیتال هدایت کرد و در نتیجه با داشتن این ابزارها می‌توانیم اقدام به ارائه یک تصور فضایی جدید نماییم). ابعاد و عناصر فضاها در هم تنیده‌اند، و دیگر معنای واحد در یک بنا، اذهان مخاطبین را درگیر نمی‌کند، بلکه مخاطبین هستند که مفاهیم را در هم می‌آمیزد و هویت‌های دگردیس شده‌ای از یک فضا را، در ذهنشان خلق می‌کند (به واسطه فضای نمایشی). اهمیت این موضوع از این جهت مهم می‌باشد که فناوری دیجیتال (به عنوان یک رسانه) ما را وامی‌دارد که تفکر ساختمان‌سازی به مثابه هنر انتزاعی، دیوار به عنوان بخشی از ترکیب

مقدمه مولفین

در دو دهه‌ی اخیر پیشرفت سریع تکنولوژی به‌ویژه تکنیک‌های ارتباطی و چند رسانه‌ای بسیار چشمگیر و غیر قابل تصور بوده است. با ورود فناوری جدید ارتباطات بسیاری از تعاریف و مفاهیم کلیدی گذشته دگرگون شده‌اند، در این میان معماری نیز از این تحول بی‌نصیب نمانده است؛ دیگر بار معنای بناها تغییر یافته و نیاز به معنای جدیدی که فراخور شرایط حاضر جوامع اطلاعاتی باشد، احساس می‌گردد. پیشرفت تکنولوژی ارتباطات از یک سو و ظهور رسانه‌ها از سوی دیگر، سبب تأثیرات فراوان بر معماری شده است و در برخی از بناها استفاده از رسانه در طراحی فضای معماری به عنوان یک مساله مهم مطرح شده است. این نیازهای جدید و بویا، ساختمانی را می‌طلبد که این معماری را منعکس کند. بدین منظور در این کتاب، تلاش می‌کنیم تا این فرم‌ها را با تأکیدی بر زبان معماری مطالعه و بررسی می‌کنیم.

آگاهی از این ویژگی‌ها، پیش از آنکه نشان از کارناپذیری فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطی در شکل‌دهی تحولات اخیر-که سبب رسوخ آن‌ها در بازار و پویایی بشر امروزی شده-موجب ظهور و پیدایش گروهی از معماران در قرن بیست و یکم گردیده که دل‌مشغولی‌های حرف‌ای خود را علاوه بر فضاهای حقیقی در ارتباط مستقیم با مفاهیمی همچون چرخه اطلاعات و ارتباطات، فناوری‌های نوین و هماهنگی بین این دو دسته و انعکاس فرهنگ شبکه‌ای دوران حاضر بنیان نهاده‌اند، نگرش این صراحان را ندیدیم. موجب خلق مفاهیم نوینی از قبیل فراسطح، فضای رسانه‌ای، فضای نمایشی و... در تعاریف فضا شده، که حتی در این مسیر به قول بومن، منتقد و سردبیر مجله Archis، "این تنها شروع است". برای رسیدن به این مفهوم، ابتدا رسیدن به نوع تفکر مشخص می‌گردد تا لزوم و اهمیت پرداختن به این موضوع مشخص شود. تا به این نکته بیندیشیم که "معماری فقط هنر چگونه اشغال نمودن فضا نیست بلکه خلق موقعیت‌های قابل تغییر است که بتوانند نیازهای اجتماعی اساسی از خود انعطاف نشان دهند". برای شناخت این نوع تفکر شما نیاز دارید که ابتدا با ابزارهای شناخت فضا آشنا شوید. با شناخت این ابزارها، زیبایی‌شناسی شما تغییر خواهد کرد و دیگر نمی‌توانید بر اساس ایده‌های سنتی زیبایی، که اهداف را بررسی می‌کند، یک دیدگاه مقدس (غیر قابل تغییر) مبتنی بر هارمونی، و تعامل کامل بین یک اثر معماری در این حیطه (فناوری دیجیتال به عنوان یک رسانه) نگاه کنید. نگاه زیبایی‌شناسانه شما در اثر نفوذ رسانه دیجیتال به فعالیت یا فرایندهای معماری تغییر پیدا کرده است و نیاز به شناخت ایده‌های نوین جهت تحلیل زیبایی‌شناسی ساختمان‌ها خواهد داشت. بانفوذ این بعد (بعد اطلاعاتی) به معماری، فضایی که به سبب این تأثیر به وجود می‌آید تحت نام فضای محاوره‌ای یا نمایشی (بر مبنای تأثیر متقابل بین فضاهای دیجیتالی و فیزیکی) شناخته می‌شود.

هدف از تألیف این کتاب، رسیدن به درک نوینی از معماری است و این که نه تنها معماری فقط هنر چگونه اشغال نمودن فضا نیست بلکه خلق موقعیت‌های قابل تغییری است که بتوانند نسبت به تمایلات اجتماعی اساسی از خود انعطاف نشان دهند.

کتاب از شش فصل تشکیل شده که به ترتیب عبارت است از:

فصل اول، دگرگونی مفاهیم (تفکر و ایده)

ساختارها و نهادهای اجتماعی در مدت طولانی تکوین خود مراحل رشد و کمال را از سادگی به پیچیدگی، از کوچکی به بزرگی و از تک‌بعدی به چندبعدی طی کرده‌اند، به‌طوری‌که امروزه پیشرفت حیرت‌انگیز ارتباطات بیش از پیش، جهان را به واحدی یگانه تبدیل کرده است و باعث شده تا تغییراتی در جغرافیایی جهان و آمایش سرزمین در همه‌ی کشورها در شرف وقوع باشد. دگرگونی فیزیکی ساختارهای فضایی خرد و کلان و نحوه‌ی استفاده از آن‌ها، ساده‌ترین و ملموس‌ترین تحولاتی است که جهش ارتباطی در حوزه‌ی ساخت‌وسازهای فضایی به وجود آورده است. این مفاهیم زمینه‌ساز یک سری آرمان‌شهر توسط معماران شد که در این فصل مورد بررسی و مطالعه قرار می‌گیرد.

فصل دوم، دور باطل تناسل رسانه‌ها، روش‌ها، محصولات و تجارب معماری

این بخش به تأثیر رسانه‌های جدید بر معماری تمرکز دارد. جای هیچ پرسشی نیست که ابزارها و انواع رسانه‌های جدیدی که توسعه می‌یابند با هنر ساخاری که باشند بر محصولات تأثیر می‌گذارند. بحث مداومی در مورد رسانه‌های جدید، چیستی آن، چگونگی استفاده از آن و نقش آن در شکل‌دهی به آنچه که برای آن تولید شده وجود دارد. هر چند که تعریف این که دقیقاً چه چیزی رسانه جدید به شکل می‌دهد، مبهم است. اما رسانه مورد استفاده بر محصولات تأثیر می‌گذارد. «مانویچ» در مورد این موضوع با در نظر گرفتن رایانه و انواع مختلف نرم‌افزارها مقالات متعددی نوشته است. اما زمانی که بحث در این مورد را آغاز می‌کنیم، این پرسش به یک پرسش عمومی تبدیل می‌شود که می‌توان آن را به موضوعات مختلفی بسط داد. ویژگی‌های رسانه چند-تمایش عددی، مدولار بودن، اتوماسیون، تغییر پذیری و رمزی سازی - که مانویچ در مورد آن سخن گفته است - همگی در رسانه جدید معماری ماندگار شده‌اند. در این بخش این موضوعات با تمرکز بر معماری مطرح می‌شود و این پرسش که آیا رسانه جدید باتوجه به ویژگی‌های آن (نمایش عددی، استاندارد سازی، تغییر پذیری، تبدیل‌پذیری) معماری را تغییر داده است یا خیر به ابزارهایی ختم می‌شود که به واسطه آن‌ها این تغییر را صورت داده است. تطبیق این مفاهیم در نتیجه این گذار نیز مورد بحث قرار گرفته است. عناوین باتوجه به آثار «پیتر ایزنمن» و «فرانک گهاری» به دلایل رویکردهای متفاوت‌شان در استفاده از رایانه مورد بحث قرار می‌گیرد.

فصل سوم، معماری و رسانه جدید

از نیمه دوم دهه ۱۹۹۰، انقلاب اطلاعات، هم حرفه و هم زمان را تحت نفوذ خود قرار داده است، اما آیا تغییراتی که این انقلاب با خود به همراه می‌آورد یک انقلاب بنیادین در شکل‌ها و عملکردهای معماری به‌وجود می‌آورد؟ این پرسشی است که در این فصل در تلاش برای پاسخگویی به آن هستیم. بدین منظور با تعاریف و نظریات مربوط به اطلاعات و آوردن نمونه‌هایی از بناها که تحت تأثیر فناوری اطلاعات قرار دارند قصد تبیین این تأثیرات را در حوزه ریخت‌شناسی و فرم‌یابی معماری داریم.

فصل چهارم، برازندگی (زیباشناسی عصر دیجیتال)

در فصول پیش از ظهور واژگانی در ارتباط با فعالیت‌های معماری در عصر دیجیتال، که باعث ایجاد تغییر جهت و گرایش در فرم و فرایند طراحی معماری شده، بحث کردیم. به همین جهت دیگر نمی‌توان فعالیت‌های صورت گرفته در این نوع معماری (کاربرد فناوری دیجیتال به عنوان یک رسانه) را بر اساس ایده سنتی زیبایی شناسی (هارمونی، تعادل و...) مورد ارزیابی قرار داد. برازندگی تا حدی ایده جدیدی در معماری است. برخلاف ایده کلاسیک زیبایی، که اهداف را بررسی می‌کند، یک دیدگاه مقدس (غیر قابل تغییر) مبتنی بر هارمونی، و تعامل کامل بود. برازندگی بیشتر صفتی از پیشرفت است، که برای یک پروژه اجازه ماندن در یک ترکیب ناتمام را می‌دهد. نه گونه ثابت و ایده‌آلی وجود دارد، و نه تقارن. بیشتر بخش‌ها و سیستم‌های زیرمجموعه پروژه بطور متقابل بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند. در نهایت کار طراحی بوسیله یک هدف ظریف تنها تنظیم نمی‌شود، بلکه این کار با جبرهای چندگانه و اشتیاق‌های هر پروژه صورت می‌گیرد.

در این فصل درباره مبنای پدیدگی، مفهوم آن، ویژگی‌های آن، شرایط و عوامل پدید آورنده آن را مورد بررسی و تحلیل قرار می‌دهیم. این نوع خاص از معماری برای فصل بعد خواهد بود که به طور روشمند زمینه تلفیق معماری با رسانه دیجیتال (تحت عنوان کلی فرایند معماری) را مورد بررسی قرار می‌دهد.

فصل پنجم، فرا معماری (معماری به عنوان سطح اطلاعاتی نقش‌نگار)

کمی پیش‌تر، باور فضای واقعی معماری توسط دیک سه بعد هندسی تعریف می‌شد. اما امروز بعد موضوعی (اطلاعات) نیز به این سه بعد افزوده شده است. امروز هرژی و تولیدگرایی اطلاعات هم به واقعیت تاریخ معماری وارد شده و مصالح و حجم‌های هندسی در یک فضای معماری، با اطلاعات غیر مادی و الکترونیک نیز همراه است. با بررسی بعد اطلاعات در این فصل به یک‌سری ابزارها جهت ایجاد یک تصویر فضایی خواهیم رسید.

فصل ششم، تصور فضایی جدید (معماری نمایشی)

در این فصل به تبیین تأثیرات فناوری‌های جدید اطلاعاتی و دیجیتالی بر معماری از منظر کنکاش در مفهوم فضای آن‌ها می‌پردازیم. در فصل پیش، به موضوع تلفیق معماری با فناوری‌های نوین اطلاعاتی (علوم کاربردی) به حوزه‌های جدیدی از علوم میان رشته‌ای در معماری پرداختیم. این تحولات در زمینه معماری باعث ایجاد یک گفتگوی جدید بین معماری و مخاطب به واسطه تصاویر دیجیتالی (اطلاعات) شده است (فصل پیش ما را به سمت یک‌سری ابزارهای دیجیتال هدایت کرد و در نتیجه با داشتن این ابزارها می‌توانیم اقدام به ارائه یک تصور فضایی جدید نمائیم). ابعاد و عناصر فضاها در هم تنیده‌اند، و دیگر معنای واحد در یک بنا، اذهان مخاطبین را درگیر نمی‌کند، بلکه مخاطبین هستند که مفاهیم را در هم می‌آمیزد و هویت‌های دگردیس شده‌ای از یک فضا را، در ذهنشان خلق می‌کند (به واسطه فضای نمایشی). اهمیت این موضوع از این جهت مهم می‌باشد که فناوری دیجیتال (به عنوان یک رسانه) ما را وامی‌دارد که تفکر ساختمان‌سازی به مثابه هنر انتزاعی، دیوار به عنوان بخشی از ترکیب

صوری مبتنی بر قوانین هندسی، را متوقف سازیم و به این نکته بیندیشیم که "معماری فقط هنر چگونه اشغال نمودن فضا نیست بلکه خلق موقعیت‌های قابل تغییر است که بتوانند نسبت به تمایلات اجتماعی اساسی از خود انعطاف نشان دهند." به همین جهت بانفوذ این بعد به معماری، فضایی که به سبب این تأثیر به وجود می‌آید تحت نام فضای محاوره‌ای یا نمایشی (بر مبنای تأثیر متقابل بین فضاهای دیجیتالی و فیزیکی) شناخته می‌شود.

ضمناً بدينوسيله لازم می‌دانيم از حسن نظر ریاست محترم موسسه آموزش عالی کادوس در خصوص حمایت های مادی و معنوی ایشان در به انجام رسیدن کتاب حاضر صمیمانه قدردانی و سپاسگزاری می‌نمایم.

شهرام رشیدی

سجاد امیدی پور

www.ketab.ir