

نشریات تخصصی رو در روی مسائل جامعه

سوال:

مسائل واقعی شهر و معماری جامعه ایران، تا چه میزان در نشریات معماری و شهرسازی ما منعکس می‌شود؟ میزان موفقیت نشریات این حوزه در تحلیل و چاره‌جویی مسائل حرفه‌ای را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

دکتر اکبر حاجی ابراهیم زرگر
مدیر مسئول فصلنامه صفا



دکتر مصطفی کیانی
سر دبیر فصلنامه آبادی



نشریاتی هم اکنون در زمینه معماری و شهرسازی ایران منتشر می‌شوند، رویکردها و سیاستگذاری‌های مختلف و یا متفاوتی دارند و هر کدام به نیازهای خاصی از جامعه پاسخ می‌دهند. برای همین است که گفته می‌شود یک نشریه مخاطب‌های خاص خود را دارد. بنابراین هر نشریه می‌تواند پاسخگوی نیازها و خواسته‌هایی باشد که به طور مستقیم و یا غیر مستقیم در جامعه ظاهر می‌شود و یا به عبارتی بازگوی واقعیتی از جامعه می‌گردد.

در واقع شاید چنین است که نشریات راه و رسم خود را می‌روند و جامعه نیز با توجه به تمام سیاست‌ها، محدودیت‌ها و موجودیت‌ها، راه دیگری می‌رود و در نتیجه آن‌چه حاصل می‌شود بسیار متفاوت است بین حقیقت و واقعیت.

به نظر می‌آید که نشریات با توجه به رویکردی که دارند - رویکرد علمی، نظری، فنی، انتقادی، آموزش اجرایی و ... - نیز با توجه به مخاطب‌هایی که دارند تا حدودی موثر، وظیفه خود را انجام می‌دهند. اما آن‌چه در جامعه حادث و واقع می‌شود ناشی از نگرش و یا دستور العمل‌ها و یا مقرراتی است که در سطح اجرایی و مدیریتی جامعه صورت می‌پذیرد. همین تفاوت و یا تناقض را می‌توان در مورد دانشگاه‌ها نیز پنداشت که آن‌چه به شکل آموزشی و آکادمیک صورت می‌گیرد با آن‌چه در جامعه واقع می‌شود بسیار دور و متفاوت است.

می‌پندارم، مطالب نشریات (و یا به عبارتی هر رسانه‌ای) اگرچه شاید بازتاب کامل و آینه تمام‌نمای واقعیت‌های جامعه نباشد اما آن‌چه را که نشر می‌دهند تا حدودی بیانگر سطح تفکر و انتظار جامعه نیز هست. به هر حال بایستی به این نکته توجه داشت که مطالب نشریات در شقوق مختلف علمی، پژوهشی، بنیادی، اجرایی، فنی و کاربری و... لازم و شایسته است و بنابراین چنین عدم تطبیق و یا تفاوت بین آن‌چه واقعیت جامعه است، فاصله‌ای است که از عدم تطبیق بیت حوزه اندیشه با حوزه مدیریتی و اجرایی است.

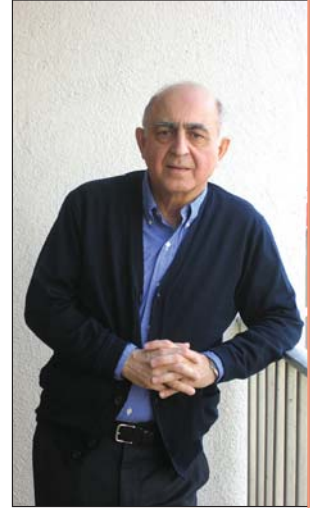
چنان‌چه منظور این سوال این باشد که نشریات معماری موجود تا چه میزان در مسیر پاسخگویی به نیازهای علمی و تخصصی مبتلا به جامعه حرکت می‌کنند. در این صورت با سوال مهم‌تری مواجه خواهیم شد: این‌که نیازهای واقعی تخصصی ما در زمینه معماری کدامست؟ به اعتقاد اینجانب نشریات معماری موظفند طیف وسیعی از موضوعات را اعم از مباحث صرف معماری تا مسائل و ابعاد اجتماعی و اقتصادی و به‌ویژه جنبه‌های طرح‌ریزی معماری را مطرح کنند. برخورد متنوع و جامع خودبه‌خود مسایل روز را هم در بر خواهد گرفت.

در حال حاضر تعداد نشریاتی که در زمینه معماری و شهرسازی منتشر می‌شود اعم از مجله و کتاب بسیار مختصر است. در این جمع محدود کمتر رغبت به طرح مسایل روز و نقد و بررسی آن‌چه در حال حاضر در کشور ما در عرصه معماری و شهرسازی مطرح است، وجود دارد. یک دلیل عمده آن، این است که اساساً در جامعه ما در سطح مقامات دولتی و دستگاه‌های اجرایی آمادگی برای پذیرش نقد کمتر وجود دارد. انتقاد خیرخواهانه به راحتی ممکن است به غرض ورزی تعبیر شود و به دنبال آن سوءظن به‌وجود آید و چه بسا اصل انتشار مجله یا کتاب زیر سوال رود. شاید به همین دلیل نوعی محافظه‌کاری در نشریات معماری دیده می‌شود. غالب نشریات معماری توسط دستگاه‌های دولتی منتشر می‌شوند بنابراین بیشتر رسالت خود را در معرفی فعالیت‌های دستگاه‌های مربوطه و توفیقات آن می‌پندارد. در میان نشریات خصوصی نیز بعضاً تکلیف خود را به طور کامل به نشر و بسط اندیشه و جریان‌های فکری - فلسفی و یا شیوه‌ها و سبک‌های معماری غرب و شرق می‌دانند و اساساً از ریشه به وطن پشت کرده‌اند. طبیعتاً دیگر نشریاتی نیز هستند که دغدغه معماری و فرهنگ ایران اسلامی دارند ولی شاید بیشتر با رویکرد تاریخی به موضوع می‌پردازند. در مجموع نشریات امروز معماری کمتر به موضوعات مبتلا به معاصر ایران می‌پردازند.

نظرگاه،

محلی برای بیان دیدگاه‌های صاحب‌نظران در قالب یک پرسش از آنان است. بدین گونه سعی می‌شود در مورد یک موضوع مشخص به صورت کوتاه و مفید، نظرات مختلف ارائه گردد. تضارب آرا و اندیشه در مجالی کوتاه، هدف این دو صفحه ماهنامه است. با تشکر از بزرگوارانی که به پرسش ما پاسخ دادند.

دکتر داراب دیبا
سردبیر فصلنامه معماری و شهرسازی



امروزه در کل جهان و به تبع آن در کشور ما آمار رو به فزونی کاربران اینترنتی و حجم انبوه اطلاعاتی که در تمامی زمینه ها به سهولت از خلال صفحات وب ومجلات ومقالات متنوع مندرج در آن ها در اختیارشان قرار می گیرد، دنیای رسانه ها و مجلات نوشتاری و شرایط بقا وتداوم فعالیت ومیزان تاثیرگذاری آن ها بر مخاطبانشان را عمیقاً متأثر ساخته است. پر واضح است که مقوله معماری و شهرسازی ونشریات مرتبط نیز مستثنی از این قاعده نخواهند بود. در این بین آنچه وجه تمایز و عامل رجحان یک نشریه نوشتاری را تعریف می کند رویکرد کلی و اندیشه بنیادینی است که در قالب آن مطالب و مضامین در تقابل با یک گره برداری بی سرانجام و کم ارزش از انبوه اطلاعات، به گونه ای هدفمند و تاثیرگذار درکنار یکدیگر گردآوری شوند. با این وصف نشریاتی که هوشمندانه ومسئولانه می کوشند تا از پراکنده گویی و باری به هر جهت پردازی های وب منشانه با هدف خلق هر چه سریع تر و آسان تر صفحه ای بپرهیزند و با اخذ مسیری هدفدار استوار بر اندیشه ای منتج از رسالت اجتماعی و دانش حرفه ای خود گام بردارند موفقیتی توامان خواهند داشت که همانا تداوم و بقا در عین حصول به جایگاهی قابل اعتنا وتاثیرگذار نزد مخاطبان اندیشمند است.

دکتر مهرداد قیومی بیدهدی
سردبیر فصلنامه گلستان هنر



پرسش شما مبتنی بر این فرض است: «هر نشریه حوزه معماری و شهرسازی ایران به همان میزان موفق است که واقعیت های معماری و شهرسازی جامعه و رویدادهای آن را منعکس کند.»

این فرض درست نیست؛ زیرا نشریات مراتب گوناگونی دارند و فقط کار یک مرتبه یا یک سطح از مطبوعات منعکس کردن واقعیت های جامعه و رویدادهای آن است.

اما اگر منظور آن از «منعکس کردن واقعیت ها و رویدادها» فقط خبر دادن از آن ها و گزارش کردن آن ها نباشد؛ بلکه عطف توجه به آن ها هم باشد، آن وقت می توان درستی این پرسش را پذیرفت و به پاسخ دادن آن برآمد. به سخن دیگر، ممکن است نشریاتی اصلاً از واقعیت ها و رویدادها گزارش ندهند؛ اما کاملاً با عنایت به آن ها تنظیم شده باشند.

همچنین ممکن است انعکاس واقعیت ها در نشریات ارادی نباشد؛ یعنی صاحبان نشریات ناآگاهانه و ناخواسته آینه وضع معماری و شهرسازی باشند.

اگر پرسشستان به همین جامعیتی باشد که عرض شد، آن وقت می گویم:

نشریات معماری و شهرسازی ما ناآگاهانه کاملاً وضع و واقعیت معماری و شهرسازی ما را منعکس می کنند؛ زیرا کمابیش همه صفات ستوده و ناستوده این حوزه را می توان در آن ها یافت: بلا تکلیفی، ارتقامجوری (برای ارتقای حرفه ای استادان)، شهرت طلبی، بی انضباطی، تعلیق ناآگاهانه اما مدعیانه میان سنت و مدرنیته، کم اعتنائی به فرهنگ بومی، کم اعتنائی به نیازهای مردم در مراتب گوناگون، ...

به نظر بنده، بزرگ ترین دشمن نشریات معماری یکی ناآگاهی نویسندگان و گردانندگان نشریات از اصول فکر کردن و تحقیق کردن و اصول نوشتن است؛ و دیگری ضوابط وزارت علوم برای نشریات علمی- پژوهشی است که کمر نشریات را از نظر محتوایی خواهد شکست و بر شکل پرستی و دکان داری خواهد افزود.

با این همه من از وضع نشریات معماری و شهرسازی یکسره ناامید نیستم؛ زیرا جنب و جوش در این حوزه بسیار فزونی یافته و هم شمار نشریات و هم عمق و گستره موضوعات آن ها بیشتر شده است.

دکتر حسین سلطان زاده
مدیر مسئول فصلنامه معماری و فرهنگ



بهتر است در ابتدا مخاطبان حوزه معماری و شهرسازی را به چند دسته تقسیم کنیم: گروه اول جامعه حرفه ای هستند که شامل مهندسان تحصیل کرده از یک سو و سرمایه گذاران بخش ساخت و ساز از سوی دیگرند. گروه دوم "جامعه آموزشی" است که در بردارنده اساتید و دانشجویان است. گروه سوم عبارت از نهادها و سازمان ها و موسساتی است که به گونه ای با این حوزه مرتبط هستند. گروه چهارم را می توان جامعه مصرف کنندگان و استفاده کنندگان حوزه معماری دانست که طیف گسترده ای را در بر می گیرد. این طبقه بندی ساده ترین و ابتدایی ترین طبقه بندی از جامعه هایی است که به گونه ای مستقیم و غیر مستقیم با مجله های معماری سر و کار دارند.

حال به نظر می رسد که بهتر است نشریات معماری نیز طبقه بندی شوند: گروه اول نشریات علمی-پژوهشی است که بیشتر در دانشکده های معماری تهیه می شوند و بودجه آن غالباً دولتی است. مخاطبان این نشریات بیشتر جامعه دانشگاهی است. این نشریات آگهی نمی گیرند و سلیقه مخاطبان نیز در روند تهیه مجله تاثیری ندارد.

گروه دوم نشریات تخصصی هستند که عمدتاً به سازمان ها و نهادهای دولتی یا عمومی و حقوقی وابسته هستند و مطابق با اهداف و برنامه های آن سازمان محتوای خود را تنظیم می کنند. این گونه نشریات نیز به شکلی مستقیم به سلیقه مخاطبان و میزان فروش وابسته نیستند.

گروه سوم نشریاتی را در بر می گیرد که به بخش خصوصی تعلق دارند و به درآمدهای ناشی از آگهی و فروش بسیار وابسته اند. این نشریات مجبورند به خواسته های مخاطبان و آگهی دهندگان توجه بیشتری داشته باشند. برخی آگهی محور هستند و برخی مخاطب محور. اصناف و بازاریان مرتبط با فضای معماری، نقش مهمی در جهت دهی به نشریات بخش خصوصی دارند چراکه بخش عمده ای از بودجه این نشریات توسط همین بخش تامین می شود.

در مجموع به نظر می رسد که هنوز در عرصه معماری نشریه ای شکل نگرفته که مردم عادی را به عنوان مخاطبان خود جذب کند و در نتیجه به رویدادها، واقعیت ها و پدیده های اجتماعی توجه داشته باشند. به عبارت دیگر می توان گفت که هر یک از نشریات کنونی، تنها به بخشی از واقعیت های این عرصه توجه دارند.