

## جایگاه و لزوم تحقیق در عمل معماری

# پژوهش کنید تا در کسب‌و کار معماری دوام آورید

**سعیده قرشی، معمار /شهر پژوه**

اکثر شرکت‌های معماری مشتاق هستند که دانش متمایزی را ایجاد کنند، دانشی که به یک شرکت کمک کند مشتری‌های جدید و خاص جلب کند و البته دست‌مزد بیشتری را دریافت کند. برای ایجاد دانش متمایز که در گام‌های بعدی شرکت معماری را به اهداف مورد نظر برساند استراتژی‌هایی لازم است:

**استراتژی تحقیق داشته باشید**

تحقیق شامل توسعه دانش یا تخصص در یک زمینه خاص است؛ اما این دانش باید در سراسر شرکت ادغام شود و به همین دلیل منطقی است که یک شرکت معماری تلاش‌های تحقیقاتی خود را به گونه‌ای متمرکز کند که با استراتژی تجاری آنها همخوانی داشته باشد البته اگر چنین استراتژی وجود داشته باشد. به عنوان مثال اگر شرکت به دنبال ایجاد یک مزیت رقابتی در تعریف پروژه یا طراحی نما، یا طراحی پایدار یا جنبه‌ای از طراحی شهری باشد، تلاش‌های تحقیقاتی آن باید با این موضوع همسو باشد و در یک پروژه تحقیقاتی مدام نه تنها دانش خود را روزآمد کند بلکه شبکه‌ای از متخصصین و کارفرمایان بسازد.

**تحقیقات حواس پرت چیست**

یک تعادل بین انجام تحقیقات برای بهبود توانایی‌های فعلی در مقابل کار بر روی نوآوری‌های به ظاهر جدید و بنیادی وجود دارد و این به تعادل رسیدن مهم است، اما گاهی اوقات تحقیقات احتیاج به حواس پرتی دارند این یعنی تحقیقاتی که مربوط به آزمون و خطا است که البته گاهی نتایج فوق‌العاده‌ای به بار می‌آورد. به بیانی ساده‌تر پژوهش در معماری باید بین دو نقطه متمرکز بودن بر پروژه‌ای خاص و به دنبال ایده‌های جدید بودن به حرکت درآید؛ جایی ما بین همگرا بودن و واگرا بودن.

آن دسته از ما که در دنیای واقعی با مشاغل شخصی خود کار و تلاش کرده‌ایم، کاملاً درک می‌کنیم که مجبوریم تحقیق کنیم یا موضع‌گیری کنیم، اما این تحقیقات برخاطره در مورد موضوعات پیشرو و گاهی مغفول مانده است که احتمالاً به شرکت‌ها امکان ایجاد مزیت واقعی در تجارت را می‌دهد زیرا مسلماً کار واضح و کم خطر، کاری است که بقیه نیز انجام می‌دهند. پس اگر پژوهش در معماری را حولی نقطه همگرا بودن پی می‌گیرید در بهترین حالت یک متوسط باقی خواهید ماند!

**ایجاد یک شبکه تحقیقاتی**

شرکت‌های معماری که تحقیقات را در اولویت خود قرار داده‌اند، یک اکوسیستم از مربیان، مشاوران و کارشناسان می‌سازند که می‌توانند برای بحث و به آزمون گذاشتن ایده‌های جدید با آنها تعامل داشته باشند. تقریباً تمام شرکت‌های نوپا دارای مشاورانی هستند که برای حل و رفع مشکلات و مخاطرات تجاری سازی ایده و سپس رشد به آنها مشاوره می‌دهند. پس چرا معماران چنین مشاورانی ندارند؟ شبکه‌سازی همیشه در معنای تلاش برای یافتن مشاغل جدید نیست. مشاوران پژوهش برای معماران یا هر عنوان دیگری که برای آنها بگذارید می‌توانند به معماران و شرکت‌های معماری کمک کنند تا پروژه‌های جدید تعریف کنند، کارفرمایان احتمالی را بیابند، با موضوعات روز آشنا شوند و روش‌های شرکت را کارآمد کنند و در نهایت مزیتی برای شرکت معماری ایجاد کنند که آنها را از همتایان آنها متمایز می‌کند.

**از کارمندان خود برای ایجاد دانش تحقیق استفاده کنید**

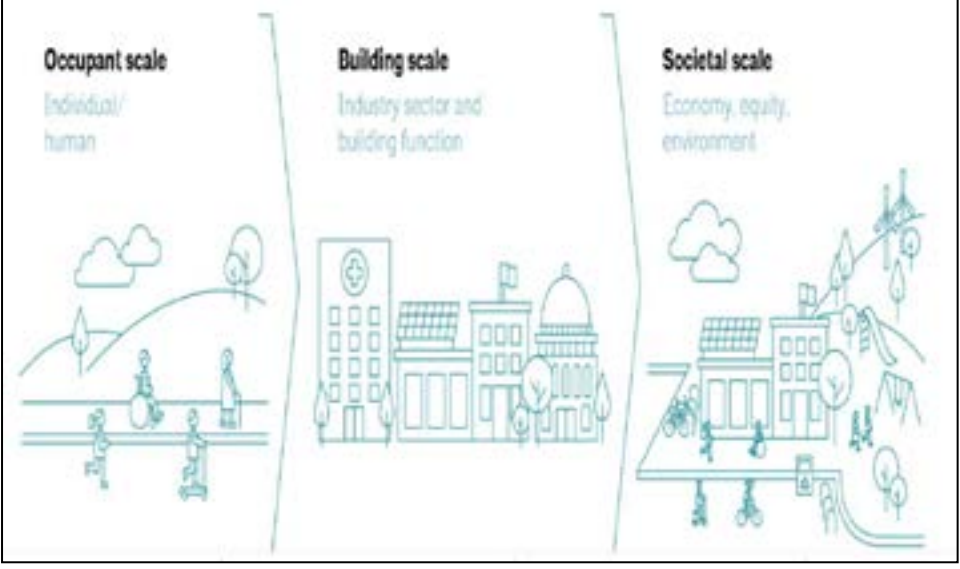
عضل دیگر معماران این است که چگونه می‌توان یک شرکت را برای انجام تحقیقات سازمان داد. باید در نظر داشت یک رویکرد از بالا به پایین به اندازه یک رویکرد مشترک موثر نیست، تمام داستان همین است و این یعنی باید مکانیزم‌های پرورش ایده به صورت جمعی در شرکت‌های معماری سازمان یابد؛ استفاده از خرد جمعی، تکنیک‌های جلسات گروهی و البته وجود نظامی برای سازماندهی نتایج و به آزمون گزاردن ایده‌ها ضروری است؛ همه و همه می‌تواند توسط مشاور پژوهش پیگیری شود.

## امکان سنجی پژوهش در شهرسازی

**هومن فروغمند اعرابی**

رشته معماری با اینکه در ایران پیشینه‌ای غنی داشت زیر نظر اساتید غربی (آنده گذار) آموزش داده شد، مدت ۲۰ سال تسلط ایده‌های بوزار در گروه معماری دانشکده هنرهای زیبا زایش نظری قابل توجهی نداشت، ایده‌های مطرح شده تا حدود زیادی از معماری ایرانی فاصله داشت (و تنها چند استاد مانند مرحوم مصطفوی به این مقوله می‌پرداختند) تا سال ۱۳۴۸ که تحولات عمیقی در ایده‌های دانشکده رخ داد و مطالعات اقتصادی و اجتماعی نیز به ایده‌های معماری اضافه شد، این وضعیت تا انقلاب ادامه داشت و قرینه خود را بعد از انقلاب باز یافت و تنها در دهه گذشته دچار تحولاتی چند شد. می‌توان ریشه رشته شهرسازی را در همین مقطع ۴۸ دید (البته بعد از رشد سرسام آور شهرنشینی در ایران بعد از اصلاحات اراضی در سال ۴۲ عملاً پروژه‌های شهری نیاز به مطرح شدن یافته بود).

تاریخچه تشکیل دانشگاه‌ها در ایران حاوی نکات قابل تاملی است، دانشگاه به عنوان نهادی کاملاً وارداتی در دوران پهلوی اول تاسیس شد، این نهاد آشکارا در امتداد نظام سنتی آموزش متخصص قرار نداشت و تا حدود زیادی به جامع نگری نظام سنتی آموزش بی‌توجه بود… در همین مختصر شرح حال معلوم می‌شود که تشکیل نظام آموزشی معماری و شهرسازی حرکتی برای رفع یک نیاز درونی نبوده است، یعنی اگر معماری مدرن در ایران رونق گرفت به این دلیل نبود که نیاز به مطرح شدن آن بود. دانشگاه دو وظیفه اصلی تولید علم و متخصص را بر خود فرض کرده است، اما آیا دانشگاهی که خود از ریشه دغدغه تولد علم را نداشته و اساساً به مرزهای آن دسترسی نداشته می‌تواند مکانی برای تولید علم شود؟ امروزه تعداد دانشجویان و اساتید و حتی ساعت کلاس‌ها و حجم تکالیف در دانشگاه‌ها کم نیست اما نتیجه کیفی تولید علم با حجم فعالیت‌ها سازگاری ندارد، دانشگاه امروزه مکانی شده است اول برای تولید مدرک و سپس تولید متخصص، متخصصینی که بازار حرفه‌ای کار به تجربه می‌دانند مدرکشان نشانی از تخصصشان نیست. این شرایط وقتی نا بهنجار به نظر می‌رسد که فرایند تولید علم نیز در دانشگاه‌ها ثمر آنچنانی نداشته باشد، متأسفانه روند تولید طرح‌ها و ایده‌های پژوهشی به شدت فردمحور است و این بر خلاف روند تولید علم در جهان پیشرفته یعنی فرایند پژوهش محور است، در دانشگاه‌های ایران پژوهش دانشجویان در راستای ایده‌های استاد است و پژوهش‌های استاد بر اساس تجربه‌ها و تفکرات شخصیش است، این در حالی است که موفق ترین پژوهشکده‌های دنیا برای پژوهش‌های از پیش تعریف شده محقق و دانشمند استخدام می‌کنند، و این یعنی اینکه افسار علم در دست اساتید



**با دانشگاهیان همکاری کنید**

دانشگاهیان را وارد اکوسیستم تحقیقاتی شرکت خود کنید. مشاور توسعه ایده و راه اندازی تحقیقات کاربردی داشته باشید و به طور مستمر تیم خود را آموزش دهید. این امور یک شرکت را قادر می‌سازد که با حضور فعال در بخشی از بحث‌های عمومی و سیاسی مداوم، نسبت به رقبای خود

سال بیست و چهارم / شماره ۵۷۹۲

برتری کسب کند. برای تقویت تجربه یادگیری در معماری و طراحی، باید آموزش در معنای آموزش یادگیرنده محور وجود داشته باشد، که بخشی از توجه اخیر آموزش معماری نیز است.

**ترکیبی از صنعت و دانشگاهیان تشکیل دهید**

اگر ترکیبی از صنعت و دانشگاهیان وجود داشته باشد، تجربیات یادگیری بهتری ایجاد می‌شود. در معماری نیاز به آموزش مبتنی بر تحقیق برای یادگیری بهتر و توسعه متخصصان اختصاصی وجود دارد. علاوه بر تئوری و عمل، نیاز به ترکیب عنصر تحقیق است که می‌تواند برای القای جهت‌گیری در معماران امروزی مفید باشد. آموزش معماری با تمام شدن تحصیلات دانشگاهی خاتمه نمی‌یابد؛ معمارها باید خود را در معرض یادگیری مداوم قرار دهند، با مسائل روز آشنا باشند، از سیاست‌گذاری، دانش روز، مصالح جدید، روش‌های ساخت، معضلات اجتماعی و تخصیص بودجه بدانند. در این مقام مشاوران پژوهش و یا تیم پژوهش بسیار می‌تواند موثر باشد. متأسفانه در معماری گروهی که تحقیق و طراحی را انجام می‌دهند دو نهاد جداگانه هستند. این روند هرگز بهم پیوسته و موازی نیست. حلقه گمشده برای ادغام این دو موجودیت با یکدیگر نیاز مبرم معماری معاصر است.

**پژوهش در معماری از کجا تا کجا**

پیش فرض تنظیم شده برای تحقیق در معماری بیشتر اسطوره‌ای است و به عنوان یک تحلیل روشن برای تکامل یک فکر جدید و یک فناوری جدید در نظر گرفته نشده است. ارتباط با روند گذشته و ایجاد آینده‌ای جدید تنها در صورتی امکان پذیر است که گذشته تجزیه و تحلیل شود و نقش‌های مناسبی در آن انجام شود. وقتی در مورد معماری پژوهش می‌شود آغاز از موضوع معماری و یا ختم شدن به موضوع معماری صحیح نیست، اساساً موضوعات دیگری در شکل‌دهی معماری و روند معطوف به آن دخیل هستند؛ با این توضیح وقتی از پژوهش در معماری حرف می‌زنیم از مسیری صحبت می‌کنیم که نیاز به تبیین دارد و ضروری است که از سایر رشته‌ها و علوم و جریانات حاکم در جامعه بهره گیرد و در نهایت در نظر داشته باشند شرکت معماری ماهیت کسب‌وکاری دارد. عمل تحقیقات معماری شامل یک روند مداوم از درهم آمیختن سیستم‌های کاراست. متخصصان معماری غالباً ادعا می‌کنند که تحقیقات بر زمینه کاری آنها تأثیر نمی‌گذارد. این برداشت می‌تواند نتیجه توهماتی باشد که اصطلاح «تحقیق» ایجاد کرده و نیاز به توضیح کافی دارد. تحقیقات اغلب به عنوان یک رویکرد نظری در یافتن پاسخ در نظر گرفته می‌شود و احتمالاً به دلیل ماهیت سیستماتیک آن. با این حال، این یک مفهوم ساده است که شامل توسعه دانش یا تخصص در یک جهت خاص، با استفاده از یک روش کاملاً مشخص است، طرحی که به شدت مورد حمایت تحقیقات است، در جهت‌های خاصی از تخصص کار می‌کند و از مزیت‌های رقابتی بالایی برخوردار است. همچنین به معماران کمک می‌کند تا توانایی‌های خود را به عنوان متخصصان مجهزتر تقویت کنند. از نظر تئوری، تحقیق می‌تواند خالص باشد یا کاربردی. تحقیق در معماری ماهیت عملکردی دارد، بنابراین کاربرد دارد و به معماران کمک می‌کند تا نیازهای جامعه، کارفرمایان و حرفه را بهتر درک کنند، زمینه‌های پروژه را ارزیابی کرده و عملکرد را ارزیابی کنند.

تحقیقات کاربردی معماری به سادگی کشف و مستند سازی مواد و فناوری‌ها نیست. به عنوان طراحان محیط ساخته شده، معماران مسئولیت ایجاد شرایط زندگی راحت برای کاربران را دارند برای تحقق این اهداف، تحقیقات به بخشی جدایی ناپذیر از فرایند طراحی تبدیل می‌شود تا آنها کاملاً کاربران خود را درک کرده و برای راحتی، کیفیت

زندگی و رضایت آنها طراحی کنند. از طرفی دیگر ماهیت کسب‌وکاری شرکت‌های معماری نیازمند ملزوماتی دانش‌بنیان است و زمینه‌های پژوهشی به تعریف پروژه‌های معماری در سطح وسیع منجر شود. پژوهش در معماری نه تنها یک ضرورت بلکه راهگشای حضور در حرفه است.

## پیرامون هویت در شهرهای جدید

شهرهای جدید با توجه به نو بودن مکان و تنوع کم مشاغل، به جهت آفرینش فضایی سرزنده و پویا ضرورت دارد که هسته شهر به مرکزی برای فعالیت های تجاری، اجتماعی و فرهنگی تبدیل شود. وجود کانون مرکزی مشترک برای انسجام شهری و تقویت حس همدلی و مشارکت

**لاله حلاج**

شهرهای جدید نیز ملهم از نظریه ابنزر هاوارد مبنی بر ایجاد باغشهر ها است. در اوایل قرن بیستم ابنزر هاوارد (نظریه پرداز انگلیسی) برای نخستین بار ایده باغشهر را مطرح کرد. چارچوب نظریه وی بر ساماندهی جمعیت و مسئله اسکان در شهرهای بزرگ استوار بود، به طوری که امکان شهرسازی مبتنی بر طرح و برنامه پیش از اسکان را فراهم می کرد. توزیع جمعیت و مسکن، اشتغال و خودکفایی از مواردی است که شهر جدید در پی تامین آنهاست. از زمان طرح نظریه باغشهر تا جنگ جهانی دوم، شهرهای جدید جهت ارائه مسکن ویلایی و به صورت معدود تشکیل شد و بیشتر در حد همان نظریه باقی ماند. بعد از جنگ جهانی دوم و از دهه هفتاد میلادی شهرهای جدید با سیاست جذب سرریز جمعیت و توسعه اقتصادی در نقاط مختلف جهان شکل گرفتند. در ایران نیز برای اولین بار بین دو جنگ جهانی، شهرهای جدید با

اهداف سیاسی/ نظامی و اسکان شاغلان بخش نفتی به وجود آمدند. بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، شهرهای جدید با استراتژی ساماندهی جمعیتی مادرشهرها، تامین مسکن و توسعه اجتماعی و اقتصادی در سطح منطقه ایجاد شدند. امروزه با توجه به رشد شهرنشینی و افزایش جمعیت شهرنشین ضرورت ایجاد و توسعه شهرهای جدید بیش از گذشته احساس می شود. از آنجایی که شهرهای جدید با فاصله از شهر اصلی و اغلب در جایگاهی به عنوان سکونتگاه قرار دارند، ممکن است چنان که شایسته و بایسته است هویت مستقل نداشته و ساکنان نسبت به محیط، حس تعلق خاطر نداشته باشند. اینکه فرد مکان زندگی اش را دوست داشته باشد و آنرا بخشی از هویت و خاطره ذهنی خود بداند نکته مهمی است که در برنامه ریزی و طراحی شهرهای جدید باید مدنظر قرار گیرد. علیرغم برنامه ریزی ها و امکانات رفاهی منظور شده برای شهرهای جدید، به نظر می رسد جذب جمعیتی این شهرها در حد انتظار نبوده است. از سویی ساکنان شهرهای جدید از سکونت در این شهرها اغلب رضایت نداشته و شهر را محیطی سرد و خالی از روح مکان درک می کنند. از اینرو توجه به طراحی و خلق فضای هویت مند و خاطره انگیز در راستای تحقق یکی از مهم ترین اهداف ایجاد شهر جدید که همانا جذب سر ریز جمعیتی کلانشهر خود است، اهمیت دارد. از دیرباز هسته مرکزی شهر به عنوان قلب تپنده شهر در نقش اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شناخته شده و نشاط و سرزندگی را برای شهر به ارمغان می آورد. در



در شهروندان می تواند روح مکان را به کالبد بی جان شهر بدمد؛ از طرفی کاربری تک منظوره به تنهایی نمی تواند برای آفرینش یک مرکز شهری جدید کافی باشد. ترکیب کارکردهای فرهنگی و اقتصادی در کنار یکدیگر فضایی فعال و پویا و اجتماع پذیر شکل می دهد. در این معنا خلق فضایی چند کارکردی با رویکرد فرهنگی و اقتصادی در مرکز شهرهای جدید، هم در بازآفرینی مفاهیم هویتی موثر است و هم حس تعلق خاطر به شهر و شکل گیری خاطرات جمعی را تقویت می کند. به عنوان مثال وجود یک مجتمع اداری/تجاری چند منظوره در راستای ایجاد فرصت های شغلی و تنوع فعالیتی موثر بوده و از سویی بستری برای تعامل و مشارکت شهروندان فراهم می کند. با توجه به اینکه برنامه ریزی فضایی در شهرهای جدید از پیش بررسی و سنجیده می شود می توان با امکان سنجی و پیش بینی های مقتضی، زمینه مساعد برای ساخت و بهره برداری از مجتمع چند منظوره فرهنگی، تجاری و رفاهی در هسته مرکزی شهر را به وجود آورد.برای اینکه در شهرهای جدید هویت مندی با به عبارتی «حس مکان» را برای شهروندان ایجاد کرد می توان از نمادها و نشانه های آشنا در مرکز شهر بهره جست و فضایی منسجم و یکپارچه که برای مخاطب تداعی گر ادراکات ذهنی آشناست، ساخت. در این حالت است که شهر جدید به مکانی با کیفیت و جذاب برای سکونت و اشتغال تبدیل می شود و به سبب فاصله از هیاهوی شهری اولویتی مناسب برای کار و زندگی شهری محسوب خواهد شد.