

استاد افتخاری دانشگاه پلی تکنیک میلان / ایزو مانزینی

استاد بار گروه دروس عمومی، دانشگاه هنر / ندا امیرعلایی (مترجم)

فرهنگ طراحی و طراحی گفتمانی

ezio.manzini@polimi.it

ترجمه

در بحث درباره طراحی معاصر و به ویژه آنچه من در این مقاله آن را «طراحی در حال ظهور»^۲ می‌نامم، موضوع فرهنگ تقریباً مغفول مانده است. «طراحی در حال ظهور»، یک طراحی مسئله‌بنیاد و راه‌حل‌محور است که ویژگی تعیین‌کننده آن، محصولات، خدمات و مصنوعات ارتباطی‌ای که تولید می‌کند نیست؛ بلکه ابزارها و روش‌هایی است که به‌کار می‌گیرد. یقیناً همه این جنبه‌ها مهم هستند، اما نپرداختن به بُعد فرهنگی «طراحی در حال ظهور»، محدودیتی جدی است که مانع تبدیل آن به عاملی برای تغییر فرهنگ می‌شود؛ تغییر فرهنگی که خود موجب تغییرهای اجتماعی و محیطی است. با این حال اگرچه به ندرت به آن پرداخته شده است، «طراحی در حال ظهور» فرهنگ خود را دارد؛ فرهنگی که دقیقاً به دلیل نپرداختن به آن، تا اندازه‌ای محدود و محدودکننده است. در این مقاله من این فرهنگ را «راه‌حل‌گرایی»^۳ و «مشارکت‌گرایی»^۴ می‌نامم.

برای فراتر رفتن از این فرهنگ تا حدی تقلیلی، ما به ناچار باید به بررسی موضوعاتی که اجزای جدایی‌ناپذیر طراحی‌اند و یا باید باشند، برگردیم؛ از معیارهای ارزیابی کیفیت راه‌حل‌های بومی گرفته تا وسیع‌ترین دیدگاه‌های جهانی که ما در جهت آن‌ها کار می‌کنیم. این بررسی باید از طریق یک رویکرد گفت‌وگویی تحقق یابد که در آن همه طرف‌های گفت‌وگو از جمله متخصصان طراحی، هم‌زمان که ایده‌های خود را ارائه می‌دهند و مسئولیت‌های خود را می‌پذیرند، بر یکدیگر تأثیر متقابل می‌گذارند.

طراحی در گذاری طولانی

«طراحی در حال ظهور»، روشی برای تفسیر طرح و طراحی است که هنوز متداول نشده است، اما در حال گسترش است و طراحی قرن بیست‌ویکمی برای تمام مقاصد و اهداف خواهد بود. این طراحی یک نظریه و کاربرد است که در دوران گذر از قرن بیستم به قرن بیست‌ویکم شکل گرفت؛ دوره‌ای که با دو مشخصه، نشانه‌های فزاینده محدودیت‌های سیاره زمین از یک‌سو و رشد سریع ارتباطات ازسوی دیگر، پیوند خورده است. بنابراین، «طراحی در حال ظهور»، طراحی‌ای است که برای اینکه بتواند در دوران گذاری که ما در آن غوطه‌ور هستیم فعالیت کند، کمابیش آگاهانه در حال سرعت گرفتن است. این دوران گذار، خود را به شکل شبکه‌ای از بحران‌های طولانی و پایدار، و هم‌زمان به شکل یک فرایند گسترده و پیچیده یادگیری اجتماعی نشان می‌دهد که از رهگذر آن، هر آنچه به جریان متداول نظریه و کاربرد در قرن بیستم تعلق دارد، باید دوباره از نو ساخته شود؛ از زندگی روزمره و معنای خوشبختی گرفته تا زیست‌بوم‌های بزرگ فنی و اجتماعی که در آن زندگی می‌کنیم. طراحی، بخشی از این فرایند یادگیری است که می‌تواند و باید نقش مهمی در آن بازی کند.

امروزه و در ابتدای این گذار، ویژگی‌های «طراحی در حال ظهور» از هم‌اکنون پدیدار شده است و این ویژگی‌ها بسیار با آنچه در قرن بیستم غالب بود، متفاوت است. نظریه و کاربرد طراحی سنتی، در اروپای ابتدای قرن بیستم و براساس تولید صنعتی آن دوران ایجاد شد. این امر موجب این تصور شد که هدف طراحی به‌عنوان یک فعالیت تخصصی، تکوین و توسعه محصولات برای رسیدن به تولید سریالی، با استفاده از فناوری صنعتی آن دوره بود. از آن زمان خیلی چیزها تغییر کرده است. همان طور که اشاره شد، ویژگی اصلی این تغییر این است که در برداشت‌های

جدیدتر، کانون توجه طراحی از «اشیا»؛ به معنای محصولات، خدمات و سیستم‌ها، به «روش‌های تفکر و عمل»؛ به معنای روش‌ها، ابزارها، رویکردها و همان‌طور که خواهیم دید، فرهنگ‌های طراحی تغییر کرد. طراحی در مسیر این تغییر، به ابزاری تبدیل شد که می‌تواند با اتخاذ یک رویکرد انسان‌محور، به‌طور گسترده از عهده موضوعات متنوع برآید؛ طراحی، از فرایندهای سنتی محصول‌محور به فرایندی برای طراحی راه‌حل مشکلات پیچیده و غالباً سرسخت اجتماعی، محیطی و حتی سیاسی تغییر کرد.

دومین تغییر عمده که به اولی مربوط است، این است که همه فرایندهای طراحی، عملاً فعالیت‌های «کو-دیزاین»^۵ هستند که با کنشگران متنوعی سروکار دارند؛ طراحان حرفه‌ای، سایر متخصصان و استفاده‌کنندگان نهایی.

تغییر سوم که به دنبال دو مورد اول می‌آید، این است که اصطلاح «طراحی»، امروزه می‌تواند به سه معنی متفاوت به‌کار رود: «دیفیوز دیزاین»^۶ که منظور ما از آن، توانایی طبیعی انسان برای به‌کارگیری یک رویکرد طراحی است که از ترکیب شعور انتقادی، خلاقیت، و شعور تجربی نتیجه می‌شود؛ «اکسپرت دیزاین»^۷ که در اینجا منظور ما طراحان حرفه‌ای هستند که باید، بنا به تعریف، دارای مهارت‌های ویژه و فرهنگ طراحی باشند؛ و «کو-دیزاین» که منظور ما از آن، کلیت فرایند طراحی است که از تعامل طیف متنوعی از حوزه‌های تخصصی و گروه‌های ذینفع؛ شامل استفاده‌کنندگان نهایی و متخصصان طراحی، تشکیل می‌شود.

وقتی که در مورد طراحی به‌طور عام، و در مورد «طراحی در حال ظهور» به‌طور خاص بحث می‌کنیم، اینکه روشن کنیم در مورد کدام یک از این

«طراحی‌ها» صحبت می‌کنیم مهم است؛ برای مثال، هنگامی که بحث در مورد فرایندهای طراحی مسئله‌بنیاد و راه‌حل محور و طبیعت فرارشته‌ای آن‌هاست، ما به وضوح به کو-دیزاین اشاره داریم. در مقابل، هنگامی که در مورد اهمیت گسترش قابلیت‌های طراحی به میان گروه‌های ذینفع سخن می‌گوییم، در واقع موضوع بحث ما دیفیوز دیزاین است. در آخر، هنگامی که ما در مورد مهارت‌ها و فرهنگ خاص طراحی صحبت می‌کنیم، بنابه‌تعریف، موضوع مورد نظر ما اکسپرت دیزاین است. در این مقاله، من با تمرکز بر اینکه اکسپرت دیزاین چیست و مهارت‌ها و فرهنگ خاص متخصصان طراحی کدام است، عمدتاً به اکسپرت دیزاین می‌پردازم.

پراکنده در سراسر جهان، به هم متصل می‌شوند، با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند و فعالیت‌هایشان را مشروعیت می‌بخشند». باین حال، در حالی که برای جولیر، فرهنگ طراحی اصولاً یک رشته تحصیلی خاص است که متخصصان خاص خود را تولید می‌کند، برای من این فرهنگ عمدتاً فرهنگ خود طراحان و فرهنگ جامعه‌ای است که در آن فعالیت می‌کنند؛ فرهنگی که طراحی نیز بر پایه آن شکل می‌گیرد و معانی نوآورانه‌ای را ارائه می‌دهد. این فرهنگ طراحی دقیقاً منبع بیشترین همکاری‌های بدیعی است که متخصصان طراحی می‌توانند به‌عنوان نوآوری ارائه دهند؛ زیرا در ارائه ایده‌ها، پروپوزال‌ها و دیدگاه‌ها، طراحان می‌توانند تغییرهای معناداری در زمینه طرز فکر در مورد خوشبختی و کیفیاتی که آن را مشخص می‌کند، ایجاد کنند. جست‌وجو برای چنین کیفیاتی همان چیزی است که انتخاب‌های مردم را در همه سطوح برمی‌انگیزد؛ از راه‌حل‌های انفرادی تا تغییر روش‌های زندگی، چه به‌طور فردی و چه به‌طور جمعی.

از این دیدگاه که ریشه در انگاره «cultura del progetto» یا همان فرهنگ طراحی در سنت طراحی ایتالیایی دارد، فرهنگ طراحی را می‌توان به‌عنوان «زمینه معناداری» تعریف کرد که در آن، پروژه جدیدی متولد می‌شود و توسعه می‌یابد و در آن معانی جدیدی به‌وجود می‌آید؛ معانی‌ای که در بعضی موارد می‌توانند همان فرهنگی را که از آن برآمده‌اند، تحت تأثیر قرار دهند. در اشاره به این زمینه معنادار، آنجایی که جولیراز فرهنگ طراحی به مثابه یک واسطه سخن می‌گوید، چنین بیان می‌کند: «... طراحی، زمینه را به‌منزله شرایط محیطی می‌انگارد، اما نه شرایط معین و غیرقابل تغییر؛ جهان می‌تواند از رهگذر یک فرهنگ طراحی نوین، تغییر کند».

آیا یک فرهنگ طراحی در حال ظهور است؟

فرهنگ طراحی، با لحاظ کردن خاستگاه و ماهیت آن، واحد منفردی نیست؛ در واقع ما باید از آن به‌عنوان یک موجودیت چندگانه صحبت کنیم که شامل همه فرهنگ‌های گوناگون عرصه‌هایی می‌شود که موضوع طراحی در آن‌ها بررسی و مطرح می‌شود. باین وجود، در زمان‌ها و مکان‌های معینی عوامل هم‌گرایی شرایطی را به‌وجود می‌آورند که در آن زمینه‌های معنادار مشخص و روشنی ظهور می‌کند. به کمک این هم‌گرایی است که ما می‌توانیم از فرهنگ طراحی اروپایی در ابتدای قرن بیستم و یا از فرهنگ طراحی آمریکایی در دهه ۱۹۳۰، از فرهنگ طراحی اسکاندیناوی در دهه ۱۹۵۰ و یا از فرهنگ طراحی ایتالیایی در دهه ۱۹۸۰ صحبت کنیم. در مقابل و البته به همان دلیل، صحبت از فرهنگ «طراحی در حال ظهور» کار مشکلی است. در ادامه، ما به چرایی آن می‌پردازیم.

هر پروژه طراحی درست به‌مانند هر فعالیت انسانی و یا هر محصول انسانی، هم‌زمان در دو جهان «زیستی- فیزیکی»؛ جایی که انسان‌ها در آن زندگی می‌کنند و مصنوعات در آن تولید می‌شوند و عمل می‌کنند و «فرهنگی- اجتماعی»؛ جایی که انسان‌ها از طریق زبان با یکدیگر تعامل می‌کنند و اشیا در آن معنا دارند، وجود دارد. بنابراین توصیف یک پروژه از طریق گفت‌وگو در مورد روشی که مشکل را حل می‌کند؛ به‌عنوان مثال توصیف آن به‌عنوان یک راه‌حل، به‌معنای در نظر گرفتن آن در جهان اول است. در مقابل، توصیف آن فرهنگی که پروژه مذکور، از دل آن برآمده است، معیارهای کیفی‌ای که با آن تطابق دارد و معنایی که انتقال می‌دهد، به‌معنای در نظر گرفتن آن، در جهان دوم است.

فرهنگ(های) طراحی

در نظر داشته باشید که آنچه «طراحی در حال ظهور» را متمایز می‌کند، روش‌ها و ابزارهایی است که در این طراحی استفاده می‌شود. در این طراحی، نقش متخصصان طراحی، ترویج و پرورش این روش‌ها و ابزارها، به‌کارگرفتن مؤثر آن‌ها و نمایان کردن سودمندی آن‌هاست. باین حال، فرایند طراحی، محدود به مجموعه‌ای از این روش‌ها و ابزارها نیست. نقش متخصصان طراحی نیز قابل تقلیل به این سطح نیست. طراحی قبل از اینکه یک تکنیک باشد، ظرفیتی برای تحلیل و تفکر انتقادی است که متخصصان طراحی به‌واسطه آن، دانش، دیدگاه و معیارهای کیفی تولید می‌کنند که می‌تواند در طرح‌های پیشنهادی امکان‌پذیر، به واقعیت بپیوندد. و این درک، در تمام سطوح روایی دارد؛ از یک راه‌حل بومی گرفته تا تغییر کلی نظام فنی- اجتماعی. بنابراین، هرکسی که به‌عنوان یک متخصص طراحی، وارد صحنه می‌شود، بایستی حامل و شناخته‌شده این فرهنگ خاص باشد؛ فرهنگ طراحی. فرهنگ طراحی، دربرگیرنده دانش، ارزش‌ها، دیدگاه‌ها و معیارهای کیفی است که از درون گفت‌وگوهای حین فعالیت‌های طراحی، ظهور پیدا می‌کند؛ گفت‌وگوهایی که برای تعامل کنشگران و فرهنگ‌های متنوع مهیاست و گفت‌وگوهایی که در عرصه‌های طراحی گوناگون اتفاق می‌افتد. این عرصه‌ها شامل بسیاری از مکان‌های حقیقی و مجازی می‌شود؛ از کنفرانس‌ها گرفته تا ملاقات‌های غیررسمی، کتاب‌ها، مجله‌های تخصصی، وبلاگ‌ها، و گروه‌های فیس‌بوکی که در آن‌ها، موضوع طراحی، معنای آن و کیفیت نتایج آن مورد بحث قرار می‌گیرد.

این تعریف به آنچه «گای جولیر»^۴ ارائه داده است، نزدیک است. آنجایی که از فرهنگ طراحی به‌عنوان یک شیوه «بافت- آگاه»^۵ سخن می‌گوید، فرهنگ طراحی را این‌طور توصیف می‌کند: «فرهنگ طراحی، هنجارهای عملی مشترک در درون بافت و یا در میان بافت‌هاست...؛ بنابراین فرهنگ طراحی، «فورومی»^۶ می‌شود که از طریق آن، کنشگران

و مشارکت‌های فرهنگی نیز، در همین راستا سوگیری می‌کنند. به عبارت دیگر، از آنجایی که ما معتقدیم هیچ کنش انسانی وجود ندارد که از نظام معنایی که به آن تعلق دارد فارغ باشد، این کنش‌های فنی و فرهنگی راه‌حل بنیاد نیز دارای یک معنی هستند، آن‌ها از درون یک فرهنگ طراحی سربرمی‌آورند و آن را معرفی می‌کنند. در مورد فرهنگ «طراحی در حال ظهور»، فرهنگ طراحی نوپدید امروز، به مثابه کلاف درهم‌تنیده‌ای از راه‌حل‌گرایی و مشارکت‌گرایی مطرح می‌شود.

● **راه‌حل‌گرایی:** منظور از راه‌حل‌گرایی که من آن را از «یوجنی موروزوف»^{۱۱} وام گرفته‌ام، اگرچه که الزاماً همه آنچه را که او به این اصطلاح نسبت داده است نمی‌پذیریم، این است که فرهنگی مورد نظر من است که از رویکردی آغاز می‌کند که به نظر من کاملاً درست است و راه‌حل‌گرایی را به یک ایدئولوژی تقلیلی فرومی‌کاهد که همان‌طور که موروزوف می‌گوید، ما را به سوی یک قالب‌گیری مجدد پیش می‌برد: «قالب‌گیری همه موقعیت‌های پیچیده اجتماعی، چه مشکلات معین با راه‌حل‌های مشخص و قابل محاسبه و چه فرایندهای شفاف و بدیهی که به‌سادگی بهینه می‌شوند».

به عقیده من، رویکرد صحیح اولیه، رویکردی است که می‌گوید پیچیدگی جهان و در نتیجه پیچیدگی مشکلاتی که پیش روی ما قرار می‌دهد، باید از رهگذر تشخیص مجموعه‌ای از زیرموضوعات کوچک‌تر و با پیچیدگی کمتر حل شود. این رویکرد که از بازتاب نظری نظام‌های پیچیده و از تجارب عملی نوآوری اجتماعی منشأ می‌گیرد، ما را به این نقطه هدایت می‌کند که یک مشکل بزرگ پیچیده را نه از طریق یک راه‌حل منفرد بزرگ و پیچیده، بلکه از طریق توزیع این پیچیدگی به تمام گره‌های سیستم حل کنیم. «ژوزفین گرین»^{۱۲} می‌گوید: «به جای تلاش برای کنترل این پیچیدگی از طریق سلسله‌مراتب‌های فرمان - و - کنترل از بالا به پایین، نوآوری‌های اجتماعی به ما نشان می‌دهد که چگونه این پیچیدگی را بپذیریم». نوآوری اجتماعی، این کار را از طریق توسعه ابتکارهای بومی انجام می‌دهد؛ از طریق کسانی که مستقیماً تحت تأثیر آن هستند، یعنی همان کسانی که مشکل را از نزدیک و از همه بهتر می‌شناسند؛ کسانی که مستقیماً با آن درگیر هستند.

باید در نظر داشته باشیم که این راه‌حل‌ها، تنها راه‌حل‌های موجود نیستند. انواع دیگر پروژه‌های طراحی وجود دارند که قادرند تعداد کثیری از پروژه‌های بومی را در هم آمیزند و یکپارچه کنند. برای مثال «برنامه‌ریزی پروژه محور»^{۱۳} و «برنامه‌ریزی سوزنی»^{۱۴}، پروژه‌های بومی متفاوت را با میزان مداخله متفاوت، به هم می‌پیوندند و در انجام این کار، این قدرت را دارند که مؤسسه‌های بزرگ و تمام سیستم‌های منطقه‌ای را تحت تأثیر قرار دهند و دگرگون کنند.

علاوه بر این، فعالیت‌های طراحی دیگری هستند که اگرچه تأثیر مستقیم و فوری در یافتن راه‌حل‌های یک مشکل خاص ندارند، اما باعث ایجاد محیط مساعد و مناسبی برای پیدایش و توسعه پروژه‌های دیگر می‌شوند. برای مثال، این گروه شامل ابتکارهای طراحی است که زیرساخت‌ها، استانداردها و قواعد؛ دانش؛ دیدگاه‌ها؛ ارزش‌های مشترکی را تولید می‌کنند که در کنار هم، احتمال ظهور راه‌حل‌های جدید را افزایش می‌دهند و کمک می‌کنند که این راه‌حل‌ها در هم‌افزایی بزرگ‌تری گسترش پیدا کنند.

بنابراین اگر نخستین محدودیت راه‌حل‌گرایی، عدم درک همه این امکانات باشد، محدودیت دوم آن این است که راه‌حل‌ها را با تمرکز

بنابراین، هر فعالیت انسانی و همه آنچه ما تولید می‌کنیم، همیشه در هر دوی این جهان‌ها زندگی می‌کنند، حتی هنگامی که یکی از این زندگی‌ها مشهود نباشد.

تاکنون، زندگی مصنوعات بشری در جهان اجتماعی - فرهنگی روشن می‌شود و هنگامی که ما به مصنوعات مادی اشاره می‌کنیم، خواه یک مبل راحتی یا یک ماشین رخت‌شویی، یک شهر و یا یک خانه، می‌تواند به راحتی موضوع بحث قرار گیرد. ما زمانی داریم که با آن در مورد معانی مصنوعات بشری صحبت کنیم؛ چرا که آن‌ها در طی زمان، به لحاظ اجتماعی ساخته شده‌اند. ما معیارهایی کیفی در اختیار داریم که به وسیله آن در مورد آن‌ها قضاوت می‌کنیم و مراجعی فرهنگی داریم که آن‌ها را با آن مراجع مقایسه می‌کنیم.

ما نمی‌توانیم همین را در مورد «طراحی در حال ظهور» و نتایج آن بگوییم؛ این به دو دلیل است: نخست، ضرورت و وسعت مشکلاتی که باید حل شود، ما را وادار به یک پراگماتیسم و مصلحت‌گرایی می‌کند که به اسم بهره‌وری، هیچ زمانی را برای تأمل انتقادی و فرهنگی باقی نمی‌گذارد. دوم اینکه، در «طراحی در حال ظهور»، نتایج پروژه، دارای ماهیت‌های پیچیده، ترکیبی و پویا هستند و ما هنوز زمانی برای صحبت کردن در مورد آن‌ها، تاریخی برای مقایسه آن‌ها با آن و تا به امروز عرصه‌ای برای بحث در مورد آن‌ها نداریم. در نتیجه، بازشناسی فرهنگ طراحی که این نتایج از آن ناشی شده‌اند، و هم‌زمان آن را بیان می‌کنند، کار ساده‌ای نیست. بنابراین، این محاوره تمایل دارد که به یک گفتمان راه‌حل بنیاد، محدود و فروگذاشته شود. یک توصیف محض از فنونی که استفاده می‌شود و میزان کارایی نتایج آن‌ها، این حوزه را به عنوان تنها فضایی که بحث در آن ممکن است، پیشنهاد می‌دهد.

باید این نکته را هم اضافه کنم که در همان گفتمان راه‌حل بنیاد، بعضی از موضوعات فرهنگی نیز پدیدار می‌شوند. هراندازه که مشکل انسان محورتر باشد، فرایند حل آن مشارکتی تر است و هراندازه راه‌حل به لحاظ اجتماعی نوآورانه‌تر باشد، با ابعاد فرهنگی بیشتری از مشکلات مواجه می‌شویم و برای فهم نیازهای مردم، توانایی‌ها و انگیزه‌هایشان و همچنین برای درک دینامیزم اجتماعی که در آن زندگی می‌کنند، باید راه‌حل‌ها را در عمق بیشتری جست‌وجو کنیم. باین حال، اگرچه این فرهنگ راه‌حل محور، ناگزیر از تمرکز بر روی مشکلات و توانایی‌ها و انگیزه‌های گروه‌های ذینفع است، ولی ما را به ارائه کیفیت‌های جدید هدایت نمی‌کند. این فرهنگ به ما این قدرت را نمی‌دهد که جهانی با فرصت‌های بیشتر، جالب‌تر و در نهایت جذاب‌تر بسازیم.

راه‌حل‌گرایی و مشارکت‌گرایی

اگر بحث در مورد «طراحی در حال ظهور»، عمدتاً روی عملکرد این طراحی متمرکز باشد، دیگر از ابعاد فنی، اقتصادی و مدیریتی که باید در طراحی نقش اصلی داشته باشند، صحبتی به میان نمی‌آید

فرهنگ طراحی و طراحی گفتمانی

کو-دیزاین فرایندی پیچیده، متناقض و گاهی رقابت آمیز است که در آن گروه‌های ذینفع از جمله متخصصان طراحی، مهارت‌ها و فرهنگ خود را به همراه می‌آورند. کو-دیزاین یک گفت‌وگوی اجتماعی است که در آن، همه افراد مجازند نظر بدهند و اقدام کنند؛ اگرچه این نظرها و اقدام‌ها گاهی می‌تواند موجب بروز مشکلات و تنش‌هایی شود. در نتیجه، آنچه یک مراوده گفتمانی را در فرایند طراحی جای می‌دهد، این است که کنشگران درگیر در فرایند طراحی، مشتاق‌اند و می‌توانند به یکدیگر گوش فرا دهند، نظر خود را تغییر دهند، و به سمت یک دیدگاه مشترک حرکت کنند و از این طریق می‌توانند به صورت اشتراکی به بعضی نتایج عملی دست یابند. به طور خلاصه، این کنشگران درگیر در فرایند طراحی مایل‌اند و قادرند که یک همکاری گفت‌وگومحور را بنا کنند؛ گفت‌وگویی که در آن، شنیدن به اندازه صحبت کردن اهمیت دارد.

در چهارچوب طراحی گفت‌وگومحور، توانایی شنیدن متخصصان طراحی، بسیار حائز اهمیت است و البته این برای کسانی که هنوز پایبند سنت طراحی قرن پیش «بیگ ایگو دیزاین» هستند، فوق‌العاده سخت است. با این وجود، روشن است که در نهایت، کیفیت نتایج عمدتاً به کیفیت ایده‌هایی بستگی دارد که در بحث‌ها مطرح می‌شود. بنابراین، برای هماهنگ شدن با یک رویکرد گفتمان محور، متخصصان طراحی باید یاد بگیرند که بشنوند، و همچنین باید یاد بگیرند که ایده‌ها و دیدگاه‌های خودشان را نیز پیشنهاد دهند و این کار را به مناسب‌ترین روش ممکن انجام دهند.

پیش شرط بدیهی برای عملی شدن این کار آن است که این ایده‌ها، ارزش‌ها و دیدگاه‌ها وجود داشته باشند؛ یعنی فرهنگ طراحی که قادر به ایجاد و ترویج این ایده‌هاست، وجود داشته باشد. و اینجاست که ما به یک نقطه حیاتی می‌رسیم؛ همچنان که پیش‌تر گفتیم، اگر فرهنگ «طراحی در حال ظهور» هنوز ضعیف و کاهشی است، چگونه می‌تواند تقویت و غنی شود؟ در کجا می‌توانیم هسته اولیه ایده‌ها، ارزش‌ها و دیدگاه‌ها را جست‌وجو و از آن نقطه آغاز کنیم؟ اگرچه پاسخ به تمام این سؤالات، خارج از قلمروی این مقاله است، من این مطلب را با دو اظهار نظر خیلی کوتاه جمع‌بندی می‌کنم:

برای پاسخ به پرسش نخست باید بگویم که فرهنگ طراحی نوظهور از بحث در عرصه‌های مختلف طراحی و از انگیزه‌های حاصل از تعامل با جهان‌های فرهنگی دیگر ناشی می‌شود. بنابراین، باید این‌گونه بحث‌ها و مناظرات در میان همکاران آغاز شود و فرصت‌های مناسبی برای تعامل سازنده با کنشگرانی که دارای فرهنگ‌ها و تجربه‌های گوناگون هستند، فراهم شود.

پاسخ به پرسش دوم، ریشه در این گذار و در فرایند یادگیری اجتماعی دارد که ما خودمان را در آن‌ها پیدا می‌کنیم. در این چهارچوب، جامعه می‌تواند به مثابه آزمایشگاه بسیار بزرگی در نظر گرفته شود که آینده را می‌سازد؛ آزمایشگاهی که در میان تضادهای متعدد، نشانه‌هایی از یک فرهنگ جدید را به نمایش می‌گذارد؛ ظهور ایده‌ها و شیوه‌هایی که بر روی جریان متداول مفاهیم زمان، مکان، کار، رفاه و به طور کلی، کیفیت روابط انسانی اثر می‌گذارند؛ ایده‌ها و شیوه‌هایی که به نظر من، در حال تنیدن تاروپود یک تمدن جدید و بنابراین، یک فرهنگ طراحی جدید هستند.

بر نحوه عملکرد آن‌ها و براساس میزان صرفه اقتصادی که به دست می‌دهند و نتایج عملی آن‌ها انتخاب می‌کند. در حالی که بحث بسیار مهم، معنی آن‌ها و کیفیاتی را که جست‌وجو و تولید می‌کنند، نادیده می‌گیرد. این فقدان گفتمان فرهنگی عمیق، در همه سطوح دیده می‌شود؛ از انگیزه‌مند کردن مشارکت گروه‌های مختلف ذینفع در ارائه راه‌حل‌های بومی تا تأمین گسترده‌ترین گفت‌وگوهای اجتماعی درباره آینده.

• **مشارکت‌گرایی:** گونه‌ای از بی‌صدایی فرهنگی است که متخصصان طراحی را وادار می‌کند که از ابزار خودشان خودداری کنند. در چنین وضعیتی نیز، نقطه عزیمت، موضوع بسیار مهمی است؛ تشخیص اینکه هر فرایند طراحی، کو-دیزاین است و بنابراین، باید فضای لازم برای ارائه دیدگاه‌های گوناگون و مشارکت فعال کنشگران متفاوت را فراهم کند. با این حال، این ایده اولیه خوب، به یک ایدئولوژی که خود محدود و هم‌زمان محدودکننده است، تبدیل شده است. در مسیر هماهنگی با فرایندهای کو-دیزاین، نقش متخصص طراحی به یک فعالیت اداری محدود تقلیل می‌یابد و این همان جایی است که ایده‌های خلاق و فرهنگ طراحی به سمت ناپدید شدن میل می‌کنند. متخصصان طراحی یک قدم به عقب برمی‌گردند و نقش خود را به سادگی، به عنوان یک «تسهیل‌گر فرایند» می‌پذیرند، از کنشگران دیگر در مورد نظراتشان و خواسته‌هایشان پرس‌وجو می‌کنند و آن‌ها را بر روی تکه‌های کوچکی از کاغذ می‌نویسند و به دیوار می‌چسبانند و سپس آن‌ها را تلفیق می‌کنند و فرایندی کم‌ویش رسمی را دنبال می‌کنند. ما می‌توانیم محصول این‌گونه تفکر و عملکرد را «پست-ایت دیزاین»^{۱۵} بنامیم.

مشکل اینجاست که مشارکت‌گرایی و پست-ایت دیزاین، در حرکت به سمت سپردن نقش فعال به گروه‌های مختلف ذینفع، منجر به این خواهد شد که متخصصان طراحی، به کنشگران سازمانی تبدیل شوند که هیچ سهمی در طراحی ندارند؛ البته به جز پست-ایت‌هایشان و یا شاید در نهایت، چند تصویرسازی دلپذیر. به عبارت دیگر، از منظر مشارکت‌گرایی، هم‌زمان که گروه‌های ذینفع، بعضی از تمرین‌های طراحی مشارکتی را بر عهده می‌گیرند، فرایند طراحی به گفت‌وگویی مؤدبانه به دور یک میز تقلیل می‌یابد. اتفاقاً به نظر من، آن گفت‌وگوی اجتماعی که فرایند کو-دیزاین براساس آن بنا شده است، به مراتب پیچیده‌تر از یک تمرین طراحی مشارکتی است و این می‌طلبد که متخصصان طراحی، نقشی بیشتر از یک تسهیل‌گر سازمانی و یا یک تصویرساز داشته باشند.



پی‌نوشت‌ها

۱. Ezio Manzini
۲. Emerging design
۳. Solution-ism
۴. Participation-ism
۵. Co-design
۶. Diffuse design
۷. Expert design
۸. Guy Julier
۹. Context-informed
۱۰. Forum
۱۱. Eugeny Morozov
۱۲. Josephine Green
۱۳. Planning by projects
۱۴. Acupunctural planning
۱۵. Post-it design