

# در ضرورت پاسداشت دیزاین

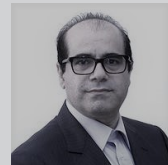
نگارش این سرمقاله، به بهانه انتشار گزارش سال ۲۰۱۷ «دبیرخانه مجامع طراحی اروپا» (BEDA) تحت عنوان ملاحظات امروز طراحی اروپایی است.

این گزارش و البته روال‌های هنری، طراحانه و صنعتی در اروپا، حداقل در پنج اقتصاد بزرگ اتحادیه اروپا مشتمل بر کشورهای صنعتی آلمان، فرانسه، ایتالیا، اسپانیا و هلند که بخش قابل توجهی از GDP اروپا را به خود اختصاص داده‌اند، نشان می‌دهد که از دیرباز، اروپاییان قصد داشته و دارند که ضمن حفظ و ارتقاء وجوه رقابتی دیزاین درون کشورهای اتحادیه اروپا، مرجعیت و رهبری خود در این رشته را در دنیا نیز به اثبات رسانند. بدیهی است این مهم میسر نخواهد شد جزاین که از یک سو، در تدوین سیاست‌گذاری طراحی و در ادامه، ممیزی سیاست‌های تدوین و اجرا شده در کسب و کارها را به صورت مستمر و دقیق انجام دهند و از سوی دیگر، تفکر نوآوری، پژوهشی و دیزاین در بخش صنعت و جامعه را مورد حمایت و ترویج قرار دهند. اساساً وجود چنین تفکر و چشم‌اندازی، نه تنها در سطح ملی برای یک کشور، که در سطح یک قاره، به معنی دفاع از دستاوردهای اجتماعی و ارزش‌های صنعتی است. این مرجعیت، حاصل تلاش‌های شبانه‌روزی مردمانی است که با دو اراده‌ی اساسی در اواخر قرن ۱۸ میلادی، یعنی انقلاب فرانسه - برپایه اصول روشنگری شهروندی و حقوق مسلم بشر - و نیز انقلاب صنعتی ایجاد شده است. این که این نگاه و آن اراده‌ای که «آتم آرزوست» در دیزاین میهن عزیزمان وجود دارد یا نه، موضوعی است که اکنون دعوت می‌کنم همگان به آن ببیندیشیم؛ بل در آینده، به کارمان آید.

گفتند یافت می‌نشود جسته‌ایم ما گفت آن که یافت می‌نشود آتم آرزوست

اگر بپذیریم که مدل‌های استقرار و توسعه یک جامعه صنعتی، خاصه در یک نظام جهانی، از قواعد کم و بیش یکسانی تبعیت می‌کنند آن‌گاه نیز باید بپذیریم که ملاحظات اقتصادی و مسائل کشورهایی که در مسیر صنعتی شدن قرار دارند - البته به جز نوانس‌های ایدئولوژیک، فرهنگی و جغرافیایی و نظایر این‌ها که می‌شود آن‌ها را نیز به فرصت‌های بی‌بدیلی برای توسعه کسب و کار تبدیل کرد - کمابیش مشابه هستند. به عنوان مثال، اصل «رقابت‌پذیری» که از اصول ذاتی اقتصاد و تجارت است نمی‌تواند محدود یا معطل نوانس‌های متمایز یک ناحیه باشد؛ که اگر تحت الشعاع این مضامین قرار گیرد مدل‌های علمی توسعه یک جامعه صنعتی، رعایت نشده، نتیجه آن پیشاپیش مشخص است. این به عهده مدیران صنعت و آموزش کشور است که قلمرو نوانس‌های اختصاصی جوامع را به فرصت‌های بی‌مثال از رقابت‌پذیری خود، تا تهدیدی برای جامعه تبدیل نمایند. مثلاً ژاپنی‌ها، فرهنگ مبتنی بر محدودیت‌های وسیع اکولوژیک خود در جریان انرژی و ذخایر مواد را، در بخش‌هایی در مینیاتوریزه کردن صنعت و هنر تعریف کرده‌اند و از این طریق، نه تنها اجازه نداده‌اند نوانس‌های محدود کننده جغرافیایی، رفاه ملتشان را به مخاطره بیاندازد که از آن به عنوان یک سلاح رقابتی سود جسته‌اند. به عنوان مثال، در هنر، کینتسوگی و بونسای و در صنعت، فناوری‌های های‌تک، فوت و فن‌های دانش، کامپیوتر، الکترونیک، روباتیک و نظایر این‌ها، مصادیقی از این رقابت‌پذیری است. اتفاقاً در گزارش دبیرخانه مجامع طراحی اروپا، تأکید شده که نباید ارزش‌های دیزاین را تنها به طراحی و تولید محصولات و خدمات بهتر تنزل داد بلکه، نقش اقتصادی دیزاین و صنایع خلاق به مراتب کلیدی‌تر بوده، در قالب مشارکت فرهنگی،

## سرمقاله



می‌تواند موجب خلق مدل‌های کسب و کار کاملاً جدید شود. بنابراین نباید به ملاحظات دیزاین در کشورهای صنعتی و پیشرفته بی‌تفاوت باشیم. این ملاحظات، می‌تواند دیربازود، ملاحظات حرفه دیزاین در ایران باشد و چه بهتر که از هم‌اکنون آن‌ها را بیشتر بشناسیم. خلاصه‌ای از این ملاحظات عبارت‌اند از:

اروپا که خود را گاهواره تکوین فعالیت‌های دیزاین محور می‌داند؛ غرور در این زمینه را بر نمی‌تابد و می‌داند چنانچه عنان ارتقاء همیشگی دیزاین را از دست بدهد رهبریت آن در جهان دیگر نامحدود نخواهد بود | اروپا فرهنگ نوآوری را در سطح ملی هر کشوری ضروری می‌داند و کشورها را ملزم به توسعه سیاست‌های نوآوری کرده است؛ چرا که دیزاین را شالوده و بنیان نوآوری برشمرده است. | اروپا به نقش میانجیگری دیزاین در کماکان هر چیزی معتقد است و آن را پلی بین ایده و محصول، فناوری و هنر و فرهنگ و تجارت معرفی می‌کند. بدون دیزاین، این‌ها جزایر محدود و تنهایی خواهند بود. | اروپا در عمل، به همبستگی و درهم تنیدگی نوآوری و ساختارهای اجتماعی پی برده و آن را عمود خیمه توسعه اقتصادی و پایداری ملت‌ها، کشورهای اروپایی و در نهایت، کل اروپا می‌داند. بنابراین حساسیت ملت‌های اروپا را به حمایت از دیزاین در تمام ابعاد و ارکان و ساختارهای خود مبتنی بر مجریه، مقننه و قضائیه فرامی‌خواند. | از آن جایی که تفکر دیزاین، شرکت‌ها، نواحی و ملت‌ها را از یکدیگر متمایز می‌سازد اروپاییان، به نقش رهبری و مدیریت توأمان دیزاین که موجبات خلق سلاح رقابتی ایشان است توجه ویژه دارند. | اروپا، نوآوری مبتنی بر عرضه و تقاضا را کافی نمی‌داند و استدلال می‌کند که نوآوری باید دیزاین محور باشد تا محرک توسعه باشد. بنابراین نوآوری‌های مبتنی بر دیزاین، سطح عالی‌تری از نوآوری را حاکم و مسلط بر جامعه می‌سازد. | در دو دهه گذشته، طراحان جوامع اروپایی به همراه مردمان این کشورها، تعاریف و مفاهیم دیزاین را به چالش کشیده‌اند و امروز همان قدر که زیبایی و استتیکس Aesthetics اهمیت دارد اخلاق و اتیکس Ethics نیز مهم تلقی می‌شود. | اروپا فراگرفته که دامنه کیفیت طراحی به مرز محصول فیزیکی و خدمت دیجیتال محدود نمی‌شود و کیفیت ارزش‌های آن باید در بسترهای اقتصادی-اجتماعی خود را نمایان سازد و یکبار دیگر بر نقش بی‌بدیل دیزاین در فرهنگ و جامعه تأکید می‌نماید. | اروپا باید بتواند در آمیزشی معنادار، نوآوری‌های دیزاین محور و طراحی برای پایداری را در هم ادغام کند تا بتواند پاسخ‌های پایدار و رفاه اجتماعی را برای مردمانش به ارمغان آورد. | کسب و کارهای اروپایی دیگر صرفاً با معیارهای کمی مالی، ارزش‌گذاری نمی‌شوند که کدام شرکت بیشتر پول می‌سازد و کدام کمتر! این روزها، ارزش کسب و کارها به مسئولیت اجتماعی آن‌ها CSR<sup>۲</sup>، به این معنی که چقدر ارزش‌های اجتماعی مردمان در فرایندهای تولید ثروت درگیر می‌شود شناخته و ارزیابی می‌گردد. دیزاین باید قادر باشد که مضامین مسئولیت اجتماعی کسب و کارها را زیر بال و پر خود بگیرد. | طراحی فراگیر یا طراحی برای همه که به مفهوم به حساب آوردن همه گروه‌های اجتماعی و عدالت محوری و دمکراتیزاسیون استفاده از محصولات و خدمات در سطح جامعه است؛ مسابقه طراحی اروپا European Design Awards را با هدف محرک و مشوقی در همین زمینه تدارک دیده است. | اروپا، تمایزات فرهنگی و تاریخی ملت‌ها و نواحی را در عمل به رسمیت شناخته، معتقد است که دیزاین نه تنها مانعی بر سر راه خُرده فرهنگ‌ها - در برابر جوامع بزرگتر- نیست بلکه کمک می‌کند که تمایزات فرهنگی در سطح وسیع‌تری بروز یافته و بتوانند هویت منطقه‌ای و فرهنگی خود را حفظ نموده، ارتقاء دهند. | تغییرات و جابه‌جایی‌های دموگرافیک در اروپا، محتوم است. بنابراین دیزاین باید بتواند با طراحی محصولات، خدمات و سامانه‌های بدون مرز و بدون توجه به سن و توانمندی‌های افراد، جامعه را برای استفاده و بهره‌برداری همگان مناسب‌سازی نماید. | از آن جایی که آموزش دیزاین داری جایگاهی انحصاری در تأمین رفاه و سعادت شهروندان اروپا در قرن ۲۱ است، اروپا آموزش دیزاین را مسئول شناخته، می‌خواهد که محصولات، خدمات، محیط‌ها و سامانه‌ها برای تأمین نیازهای آشکار و پنهان مردمان اروپا مناسب‌سازی شوند. | در این مسیر، اروپا با این استدلال صحیح که فعالیت دیزاین در خِلا محقق نمی‌شود و ملاءای برای تکوین نیاز دارد ضروری می‌داند تعاملات عملیاتی سازنده‌ای بین بخش‌های متنوع و متعدد جامعه و شرکای خلاق نوآوری شکل بگیرد. به همین دلیل، تفکر طراحی باید زمینه‌ساز تکوین برنامه‌های آموزشی در تمام سطوح باشد. | اروپا می‌داند که گرانی و ارزشمندی دانش و پژوهش، به عنوان یک عامل کلیدی در رقابت‌های جهانی است و بر همین مبنا، پژوهش و یادگیری مستمر را برای هر دو بخش آموزش و صنعت الزامی می‌داند. | همه مباحث فوق، به سند چشم‌انداز سیاست دیزاین برای اروپا برمی‌گردد. اروپا به سند و سیاستی نیاز دارد که دیزاین را به عنوان بُعد ذاتی و درونی توسعه اقتصادی ملت‌ها بشناسد تا از آن طریق، سرمایه‌گذاری‌های مناسب در حمایت از دیزاین و توسعه آن رخ دهد.

همان‌طور که در مقدمه این بحث اشاره شد این ۱۸ مورد، صرفاً از چالش‌های جامعه اروپا نبوده، می‌تواند به صورت بالقوه از چالش‌های هر جامعه‌ای باشد که می‌خواهد مزیت‌های رقابتی خود را در گستره جهان با منطقه حفظ کرده، ارتقاء بخشد. عکس این رابطه نیز صادق است؛ اگر به این چالش‌ها و مضامین بها داده نشود به تدریج ولی با سرعت فزاینده‌ای، سازمان‌ها و مؤسسات یکی پس از دیگری و در نهایت ملت‌ها، مزیت‌های رقابتی خود را در برابر رقبای منطقه‌ای و جهانی از دست می‌دهند و به کشورهای فرودست جهان تنزل مرتبه پیدا می‌کنند و مردمان آن‌ها ناچارند که با شاخص‌های بالای فلاکت<sup>۴</sup> و البته عواقب و تبعات بسیار منفی آن، با روزگار خویش دست و پنجه‌هایی بس ناعادلانه نرم کنند.

مبادا خورشید آن روز، از خاور ایران ما تابش بگیرد... دیزاین را پیش از آن طلوع، پاس بداریم

محمد رزاقی

سر دبیر و مدیر مسئول دوفصلنامه دستاورد

۱. دیرخانه مجامع طراحی اروپا BEDA = the Bureau of European Design

۵۱ عضو از ۲۶ کشور اروپایی در «دیرخانه مجامع طراحی اروپا» گرد هم آمده‌اند تا از دیزاین، به عنوان محرکی برای توسعه پایدار و رفاه ملت‌های اروپایی بهره‌برداری نماید. اعضاء از مجامع تخصصی، تجاری، مروج طراحی، و سایر سازمان‌های مردم-نهاد ملی و منطقه‌ای در اروپا هستند که هر یک به نوعی، ترویج دهنده دیزاین و تفکر طراحی هستند.

۲. GDP = Gross Domestic Product

سنجه استاندارد اقتصادی برای ارزیابی مجموعه ارزش افزوده بر تولید کالا و خدمات در یک کشور و یک بازه زمانی مشخص است.

۳. CSR = Corporate Social Responsibility

۴. Misery index