

روش شناسی طراحی صنعتی در عصر پسامدرن (با تکیه بر تجارب آلساندرو مندینی)*

نسیم کوچک پور^۱، دکتر رضا افهمی**^۲، دکتر مجتبی انصاری^۳

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

^۲ استادیار گروه پژوهش هنر، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

^۳ دانشیار گروه معماری، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

(تاریخ دریافت مقاله: ۸۷/۱۱/۵، تاریخ پذیرش نهایی: ۸۹/۵/۲)

چکیده

تغییر مختصات زندگی در عرصه‌های اقتصادی، اجتماعی، ارتباطات و فرهنگ عصر پسامدرن ماحصل دگرگونی‌هایی در شرایط تولید و رسیدن به جامعه وافر است. توانایی نوین تولید، تغییر شرایط اجتماعی، دگرگونی ساختار اقتصادی، افزایش رقابت در بازار و بازتاب کاستی‌های طراحی عصر مدرن در پاسخگویی به نیازهای غیر عملکردی کاربران، آغازگر تغییراتی در نگرش‌ها نسبت به طراحی صنعتی گردید. اما با وجود بسیاری از تجارب در این عرصه، هنوز طراحی پسامدرن امری تجربی محسوب می‌شود و فاقد ساختاری روش‌شناسانه و مؤلفه‌های تثبیت شده برای طراحی و نقد است. مقاله حاضر با هدف دستیابی به روش‌شناسی‌های نظام‌مندی در طراحی غیرعملکردگر با به تحلیل تجارب فکری آلساندرو مندینی، یکی از پیشگامان طراحی پسامدرن ایتالیا پرداخته است. بررسی شامل درک شرایط و نیازهای این عصر، بررسی مقوله روش‌شناسی طراحی، تحلیل مقوله روش‌شناسی در آثار مکتوب، اندیشه‌نگارهای فکری و محصولات طراحی شده توسط مندینی و استخراج اندیشه راهبردی هر محصول و رویکرد انتخاب شده توسط وی برای حصول به نتیجه و استخراج متداول‌ترین آنها بعنوان روش‌شناسی عام عصر پسامدرن است. در نتیجه بررسی، مشخص گردید که تداعی آنیمیسیم، طراحی مردمی، خلق هویت اجتماعی و احساس گرایی، راهبردهای اصلی و به موازات آنها، طراحی تعاملی، مفهومی، تجربه‌گرا و اسطوره‌بنیاد کارآمدترین رویکردها تلقی می‌شوند.

واژه‌های کلیدی:

پسامدرن، طراحی صنعتی، آلساندرو مندینی، روش‌شناسی طراحی، راهبردهای طراحی، رویکردهای طراحی.

* مقاله حاضر برگرفته از پایان‌نامه نگارنده اول با عنوان «راهبردها و رویکردهای روش‌شناسی معناگرا در طراحی صنعتی (با تکیه بر دیدگاه‌های آلساندرو مندینی در دهه ۸۰)» است.

** نویسنده مسئول: تلفن: ۰۲۱-۸۲۸۸۴۷۵۴-۰۲۱، نمابر: ۰۲۱-۸۸۰۰۸۰۹۰، E-mail: Afhami@modares.ac.ir

مقدمه

آن برای طرح الگوهای جدید آن است. در غالب موارد، عدم کارآیی روش‌شناسی‌ها ناشی از نادرست بودن آنها نیست، بلکه نواقصی از جمله تعدد متغیرها، عدم تعیین راهبردی و ثبات و محدودیت رویکردی به موانعی برای توانایی کارکردی آنها بدل شده‌اند. برای بررسی هر روش و رویکردی در طراحی و رسیدن به راهبرد مورد نظر در آن، باید نظریات و طرز فکر و شیوه کار طراح یا طراحانی را بررسی کرد که تأثیرگذار در یک دوره و یا سبکی خاص هستند. از آنجا که ایتالیا یکی از مهم‌ترین مراکز اشاعه طراحی پسامدرن است و برخی از نهضت‌ها از جمله ممفیس^۲، آلتیمیا^۳ و... در ایتالیا در این دوره به دیدگاه‌هایی در دستیابی به زمینه‌هایی برای معناگرایی در عرصه طراحی دست یافته‌اند؛ برای مورد مطالعه، آلساندرو مندینی^۴، یکی از بنیانگذاران نیو دیزاین^۵، پیشگام در عرصه طراحی پسامدرن ایتالیا و از بنیانگذاران مهمترین نظریه‌ها و نهضت‌های ایتالیایی دهه ۱۹۶۰، انتخاب شده‌است. از دلایل انتخاب وی، بواسطه تأثیرگذاری وی از هر دو بعد نظری و عملی بر پسامدرن و گستره فعالیت‌های وی در ابعاد گوناگون طراحی است. او در تقابل با مدرنیته، تزیین، تنوع و معنا را نقطه اول حرکت طراحی خود در نظر می‌گیرد و تولیدات انبوه و یکنواخت مدرن را خسته‌کننده می‌داند. به نظر او، به جای گمنامی عملکردی مدرنیته، باید تمامی اشیاء را بر اساس فردیت و شخصیت هر فرد طراحی کرد؛ شعار اصلی او " هر شخصی متفاوت است، پس چرا اشیاء نباید متفاوت باشند " جوهره اندیشه وی را تشکیل می‌دهد (Groningermuseum.nl). از این رو، نوشتار تأثیرگذار او درباره طراحی، اندیشه نگارها^۶ و برخی از طراحی‌های وی مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. هدف این واکاوی دستیابی به فرآیند فکری او برای پاسخگویی به مسایل پسامدرن است.

تحقیق حاضر در زمره تحقیقات کاربردی محسوب می‌شود. از اینرو تحلیل درصد بر آمده تا روش‌شناسی مورد استفاده وی، و به تبع آن ساختار نظری نهفته در بطن جریان معناگرایی در طراحی صنعتی ایتالیا و در نهایت راهبردهای منطبق بر نیازهای عصر پسامدرن و رویکردهای مورد استفاده به تناسب هر روش‌شناسی را مشخص نماید. در نهایت سعی شده تا عام‌ترین روش‌های مورد استفاده برای پاسخ به شرایط پسامدرن و رویکردهای متناسب با آن مشخص گردد. به منظور محدود نشدن روش‌ها و قابلیت تعمیم به شرایط گوناگون، از بسط جزئیات روش‌ها اجتناب شده‌است. در زمینه طراحی پسامدرن منابع متعددی وجود دارد، ولی جنبه نوآوری مقاله حاضر تلاش برای سازماندهی تجارب این دوره با هدف دستیابی به روش‌شناسی‌های نوین و عام برای طراحی معناگرا بوده‌است.

در فرآیند طراحی، مهمترین مقوله، روش‌شناسی حاکم بر طراحی است، این روش‌شناسی منجر به ارایه پاسخ‌های گوناگون به صورت مسأله واحد می‌گردد و به مرور به سبک شخصی یک طراح یا حرکت طراحی منجر می‌گردد. با این وجود، در ساختار آموزشی و حرفه‌ای هنوز غلبه با روش‌هایی است که با اتکا به مولفه‌های خردگرایی عصر مدرن و تأکید بر مسایل فیزیکی، اقتصادی و... در قالب مرسوم «حل مسأله»^۱ به مقوله برنامه‌ریزی و طراحی می‌پردازند. تغییرات دوره پسامدرن، ضمن دگرگون‌سازی ساختار تولید، اقتصاد، تجارت و تغییر الگوی مصرف، نگرش‌های فکری طراحان را نیز دچار تغییر نمود. یکی از مهمترین مقوله‌ها فرارفتن از زیبایی‌شناسی فرم به مثابه فرآیند طراحی عملکردی محصول و توجه به وجوه روانشناسانه و معناگرایی در عرصه طراحی محصول بود؛ امری که منجر به فرارفتن طراحی از پی‌ریزی اشیای متناسب با تولید انبوه و بدل شدن طراحی صنعتی به رسانه‌ای برای طرح مسایل فرهنگی و... گردید. در این دوره، مجموعه نوینی از سبک‌های طراحی به ظهور رسیده‌است؛ اما با وجود رشد نسبی تفکر پیرامون دیگر مؤلفه‌های دخیل در طراحی و دگرگونی ماهیت طراحی، هنوز نمی‌توان گفت که نوعی روش سازماندهی شده در زمینه طراحی و نقد پسامدرن پدید آمده که توان ارایه نظام‌مند محصولاتی با دیدگاه متفاوت را دارد و بیشتر مجموعه‌ای از استراتژی‌ها و رویکردهای فردی به طراحی هستند. هدف این مقاله سازماندهی این تجارب و کشف روش‌شناسی‌هایی است که توان تبدیل به ابزار آموزشی و روش‌شناسی عام طراحی و نقد محصول را داشته و ابزاری برای روبرو شدن طراحان با مؤلفه‌های پسامدرن محسوب گردد. امری که ما را توانمند می‌سازد تا روش برخورد با بسترهای معناگرا و مسایل فرهنگی را طرح‌ریزی نماییم.

به این منظور، مقاله حاضر ابتدا به بررسی شرایط پسامدرن و جنبه‌های گوناگون آن پرداخته تا مهمترین مسایل پیش روی طراحان در این عصر را مورد واکاوی قرار دهد. درک رفتار فرا عملکردی و دگرگونی مسایل تولید، مصرف و رقابت در بازار موضوعات این بخش را تشکیل می‌دهند. هدف این بخش تبیین پرسش‌های پیش روی طراحان است.

بخش دوم مقاله با هدف تبیین مفهوم روش‌شناسی در طراحی و بخش‌های مختلف آن شکل گرفته است. درک مفهوم روش‌شناسی، فرآیند ورود متغیرها، راهبردهای کلان در طراحی، نحوه ورود متغیرهای جانبی و رویکردها در مقام عینیت بخشیدن به نگرش‌های کلان، تطبیق راهبردها با شرایط هر طراحی است. مهمترین مقوله درک ساختار و مفهوم روش‌شناسی و میزان تداخل عملگرهای

پسامدرن و طراحی صنعتی

بر خلاف طراحی مدرن که معطوف آفرینش اشیای زیبا و عملکردی است، طراحی پسامدرن نوعی بیان فلسفی از زیبایی، محملی برای رابطه با مصرف‌کننده و برانگیختن احساسات او می‌باشد (وارد، ۱۳۸۴، ۶۹). مصدری برای فرا رفتن از فرآیند خریدگرایانه طراحی مدرن و بهره‌گیری از روایت به عنوان مبنای طراحی پسامدرن و نگرش آیینی به شی، یعنی تجدید ساحت اشیا در دنیای پشامدرن است. همچنین هنر پسامدرن بر این اعتقاد است که تاکید بر ابتکارها و ابداعات جنبش مدرن و نوآوری بدون تعلقات تاریخی و فرهنگی نادرست و هر اثر تنها در بستر آفرینش خود دارای مفهوم است و با دگرگون ساختن این زمینه مفهوم آنها نیز متحول خواهد شد (لوسی اسمیت، ۱۳۸۲، ۲۵۴). رابرت ونچوری^{۱۱} با طرح این دیدگاه در طراحی با رویکردی زمینه‌گرا و فرهنگی به بهره‌برداری از نشانه‌های طرح شده از سوی مردم و قابل فهم برای آنها پرداخت. دلالت تصویری و نشانه‌ای پسامدرن را باید راهبردی در تقابل با دلالت‌گفتمانی مدرن دانست. طرد ارزش‌های فرمالیسم و چیدن دال‌های برگرفته از زندگی روزمره ریشه طراحی پسامدرن را تشکیل می‌دهد (لش، ۱۳۸۳، ۲۵۱-۲۵۰). شکلی نمادین با قابلیت درک‌راست و مسیر معناشناسانه (احمدی، ۱۳۸۳، ۲۶۹) و بنا به نظریه بارت، دارای نشانه‌هایی قادر به انتقال فرامفاهیم که جای محصولات را گرفته و مردم را وادار به مصرف نشانه به جای محصول نموده است (لچت، ۱۳۸۳، ۱۹۸). بنابراین طراحی پسامدرن را باید مجموعه‌ای از نشانه‌های پرمعنا را دارای ظرفیت فرهنگی مشخص دانست (Baxter, 1996, 218-219). پس طراحی پسامدرن نه مقوله‌ای تکنیکی، بلکه فرهنگی است و در نتیجه مبنایی ثابت برای طراحی وجود ندارد (لیوتار، ۱۳۸۰، ۴۵).

پسامدرن در طراحی صنعتی، با تجارب دهه ۱۹۶۰ ایتالیا در قالب مکتب «طراحی رادیکال»^{۱۲} با بکار بستن مؤلفه‌های سیاسی و اجتماعی و در تقابل با رفتار مصرفی جامعه شکل گرفت. طراحی پسامدرن با تشکیل استودیو آشیمیا و گروه ممفیس ادامه یافت. بنیانگذاری استودیو آشیمیا توسط آلساندرو مندینی منجر به طراحی نخستین اشیای پسامدرن گردید. فلسفه آن، تضاد با عینیت عملکردی و تکنیکی بود (هاف، ۱۳۸۶، ۱۹۴-۱۹۳). با رد طراحی مدرن، آشیمیا به افزودن تزیین، رنگ و نمادها برای ایجاد ظاهری مطلوب برای اشیاء پرداخت. موفقیت تجاری و پذیرش جهانی نیز تأییدی بر نیاز به تغییر بود (Bomsen, 1994, 110). انشعاب ممفیس در ۱۹۸۰ به رهبری اتوری سوتساس^{۱۳} با رویکرد تجربه‌گرا و فدا نمودن روش‌شناسی به بهای تجارب نوین پیشرفتی دیگر در این زمینه بود (Bonsoni, 2001, 89). در این دوره تجاربی مانند، تولید مجدد اشیای دست‌ساز، همنشینی صنعت و صنعتگری (Mendini, 1996, 7)، تولید اشیای یگانه و غیرقابل تکرار و اقتصاد فردی و غیرصنعتی ناشی از تغییر سازمان تولید و تکنولوژی (Murray, 2000, 121)، التقاط میان مصالح طبیعی و مصالح مصنوعی نوین (Mendini, 1996, 8) بیان شخصی و فردیت ناشی از جامعه وافر (معینی، ۱۳۸۶، ۴۶)، نوستالژی، فرهنگ روزمره و علایق نامعمول (هاف، ۱۳۸۶، ص ۱۸۱) را وارد فرآیند طراحی شد. طراحان به طبقه‌بندی سبک‌ها، رنگ‌ها، تزیینات و طبقه‌بندی نشانه‌ها در موقعیت‌های گوناگون پرداختند (هوانسیان،

پسامدرن^{۱۴} یا مدرنیته متأخر^{۱۵} را باید متممی بر دوره مدرن برشمرد. مفاهیم و رویکردهای آن، در پرتو نقد مدرنیته و به ویژه پرسش از عقلانیت مدرن یا منطق [تحویلی^{۱۶}] دکارت است (کوال، ۱۳۷۹، ۶۷). متفکران و اندیشمندان عصر روشنگری وجود تنها یک پاسخ صحیح برای هر پرسش را اصلی مسلم و بدیهی می‌دانستند (تروت اندرسون، ۱۳۷۴، ۸۱). اندیشه‌ای که اولین بار توسط نیچه مورد پرسش واقع شد؛ و وی از نادرستی موجود در روش‌های علمی و تقابل میان عقل و خلاقیت زندگی سخن گفت (Lenikowski, 1982, 150). با طرح تئوری ساحت ناآگاه ذهن فروید، من اندیشمند دکارت تحت سیطره نیازهای روانی و گزینه‌ها قرار گرفته و کنکاش در ناخودآگاه جای تأکید بر خرد و والایی را گرفت (ضمیران، ۱۳۷۷، ۳۷۶). یونگ نیز ساحت اندیشه را با عناصر سرنمونی مرتبط ساخت که ضمن شکل دادن به آیین‌های روزمره، حامل معناهایی پنهانی و ضمنی [و عاملی حاکم بر ساحت فکری ما] است (احمدی، ۱۳۷۴، ۳۶۹-۳۷۰). بنابراین باید پسامدرن را گذر از آرمان‌ها و عقل محوری محدود هدایتگر تمدن مدرن و الگویی از خرد سرانجام‌نگر، که نگاهی جامع به تمامی ابعاد انسانی دارد؛ تلقی نمود (آشوری، ۱۳۷۵، ۹-۸). از این رو رویکرد پسامدرن در تمامی حوزه‌ها، نوعی واکنش علیه مدرنیسم و گسست از آن به شمار می‌رود. این نگرش سلبی و تقابل با انگاره^{۱۷} معرفتی، وجود نوعی رابطه پیچیده، ابهام آمیز، دوگانه و چالش برانگیز، کانون محوری نظریه فکری پسامدرن به شمار می‌رود (نوذری، ۱۳۸۲، ۱۰۵-۱۸۱). به جای تکیه بر معیارهای ذهنی و عقلی و انتزاعی هرگونه پژوهشی را باید بر پایه اصل ناپایداری، تصادف، صرافت طبع، اشتداد، عدم تعین، طنز و بی‌نظمی سامان‌مند اجرا نمود (بایزر، ۱۳۸۵، ۷۷۳-۸۷۳). در تقابل با کلان‌روایت‌ها، پسامدرن از خرده‌روایت‌ها، آزمایشگری‌ها و انباشت تجربه‌ها شکل گرفته است.

آغاز پسامدرن با چالش‌های مطروحه از سوی مارسل دوشان^{۱۸} فرا راه زیبایی‌شناسی مدرنیستی و چرخش هنر بسوی فلسفه و برای بسیاری مترداف با فروپاشی تقسیم‌بندی‌های ارزشی فرهنگ عالی و دانی و تقابلی پسایند جنبش پاپ در هنر و تقابل با جزم اندیشی و منطق هنر مدرنیسم است (هاف، ۱۳۸۶، ۱۸۹-۱۹۰). نکته بسیار ارزشمند در هر دوی این مبادی، پیوند میان اندیشه‌های قرن بیستم و مقوله‌های صنعت، زیبایی‌شناسی صنعتی و پیوند میان اشیا و مقوله فرهنگ در قرن بیستم است. مارسل دوشان حاضر و آماده را واجد ارزش هنری می‌دانست. هنرمندان پاپ نیز به شی فارغ از جایگاه و کاربرد آن در زندگی عادی نگاهی زیبایی‌شناختی داشتند (هنفلینگ، ۱۳۸۶، ۵۴). هنر پاپ شورشی بر دیدگاه‌های کلان‌نگر و منطقی و زیبایی‌شناسی مصرف‌گرا است. هنر این دوره به‌گزینه مصرفی دیگری تبدیل و جذب بازار تجارت توده شده (وارد، ۱۳۸۴، ۵۸) و نوعی هنر مردمی ایجاد شده که بر خلاف طراحی مدرن دارای معانی و مفاهیم انتزاعی نیازمند مخاطب روشنفکر، دارای قواعد و مفاهیم دوگانه برای این قشر و عامه مردم است (Jencks, 1997, 8).

بر واقعیت ارایه گردد، بلکه هدف اصلی آنها ارایه راهبردهایی است که به تناسب تجارب پسامدرن قابلیت تعمیم به راهبردهای عام را دارند و رویکردهای آن را باید در قالب راه‌های عینیت بخشیدن به آن و مکملی بر روش‌شناسی خردگرایی طراحی تلقی نمود. اما باید دقت نمود که این روش‌شناسی‌ها نباید در صدد افزودن به ثبات جهان انسان ساخت باشد، بلکه تنها قصد تغییر در چیزهایی را دارد که در مسیر رشد و توسعه خود تعین می‌یابند (لاوسون، ۱۳۸۴، ۱۳۷). مقوله دیگری که باید مد نظر قرار گیرد، گذر از دیدگاه تحویلی و ساده‌گرایی نهفته در بطن روش‌شناسی مدرن است. از اینرو می‌توان مجموعه روش‌ها و اختلاط آنها و مبانی چند جانبه تحلیل نقادانه را جایگزین روش‌های محدود پیشین نمود. زیرا در روش‌های سنتی از میان ترکیب پیچیده حاکم بر طراحی رویکرد محدودی برای آن برگزیده شده و یکی از جنبه‌ها مورد توجه قرار می‌گیرد و بقیه موارد مورد توجه قرار نگرفته در قالب خطاهای طراحی باقی می‌مانند (Chris Jones, 1992, 41).

عمده‌ترین روش‌شناسی‌های مورد استفاده در جهان، بهره‌برداری از راهبردهای از پیش تعیین شده و رویکردهایی مانند جستجوی سیستماتیک، تحلیل ارزش، مهندسی ارزش، تعیین محدودیت‌ها و ... است. در حالیکه در روش‌شناسی‌های نوین، شیوه‌های کنترل راهبرد و دگرگونی برای تطبیق با اهداف، که در پژوهش حاضر موضوع اصلی تمرکز محسوب می‌شود، مرکز اصلی مباحث روش‌شناسی را تشکیل می‌دهند. روش‌شناسی‌های مبتنی بر کشف موقعیت طراحی، کشف ساختار مسأله و بهبود با اتکا به روش عام و اگرایی در مسأله برای درک پیچیدگی‌ها، تغییر شکل پاسخ و همگرایی در جهت پاسخ همه‌جانبه به مقوله مورد طراحی است (Chris Jones, 1992, 63-79).

با توجه به مسایل پسامدرن و ساختار روش‌شناسی، این مقاله قصد دارد تا با اتکا به تجارب یکی از پیشگامان طراحی در عرصه پسامدرن، نوعی روش‌شناسی را استخراج و آن را بعنوان ابزاری برای تعیین راهبردهای متداول در طراحی پسامدرن و رویکردهای تحقق عینی آن بدل سازد. نظر به آنکه راهبردها پاسخ هدفمندانه به مسایل طراحی هستند، هدف برقراری ارتباط میان راهبردهای مورد توجه مندینی با مختصات عام طراحی دوره پسامدرن و کشف رویکردهای تحقق آنهاست.

مندینی و طراحی پسامدرن

آلساندرو مندینی، معمار و طراح ایتالیایی در سال ۱۹۶۵ به همکاری با مارسلو نیزولی^{۲۲} پرداخت. نیزولی معتقد به ارتباط مستقیم میان طراحی و جامعه‌شناسی بود و طرحی را مقبول می‌دانست که با فرهنگ، زندگی، تفکرات و ... جامعه هماهنگی داشته و نیازهای کاربردی و احساسی جامعه را برآورده سازد (Bornsens, 1994, 110). نوشتن در مجله کازابالا^{۲۳} از سال ۱۹۶۰، سردبیری مجله‌های مودو^{۲۴} و داموس^{۲۵} و تألیف کتاب‌هایی با عنوان چشم‌انداز بومی، خداحافظ معماری و طرح ناموفق، دوران نظریه‌پردازی او در عرصه طراحی بود. او با پایه‌گذاری استودیو آلشمیا در دهه ۱۹۷۰ به فردی

ترکیب نشانه‌ها، حذف نشانه‌های ساختاری محصولات و جایگزینی با نشانه‌های جدید و متفاوت و نوعی سردرگمی، مزاح، پیش‌پافتادگی^{۲۵}، ابتذال^{۲۶} و رابطه احساسی، تجارب شخصی نوینی را به ارمغان آوردند. ابزاری که اشیاء را به مرتبت آیینی ارتقا داده و از طریق ایجاد هویتی ادیبانه برای فرم و مصالح ساکت و نیز ایجاد احساس متفاوتی به جای مصرف‌گرایی سرد و تیره، اشیاء را دگرگون می‌سازند (Mendini, 1996, 8).

روش‌شناسی طراحی

تجربه در دنیای کهن و خلاقیت‌های عملکردی عصر مدرن به دوران تربیت طولانی مدت صنعتگر و ساخت طراحی فرمال دارای مؤلفه محدود تعلق دارند. دنیایی که در آن راهبردها^{۲۸} غالباً ثابت و متکی بر بینش عمومی مکاتب و رویکردها^{۲۸} در قالب روش‌هایی محدود و دارای فرآیند تکامل تدریجی عمل می‌کردند (Murray, 2000, 192). در سال‌های اولیه جنبش روش‌شناسی طراحی و در اوایل قرن بیستم، تفوق عمومی بر جستجوی ویژگی‌های عام در فرآیند طراحی و طبقه‌بندی آنها بود؛ اما به مرور این مسأله، جای خود را به بررسی رویکردهای شخصی داد. بسیاری از فرآیندهای خطی راهبردی کارآیی در تبیین ماهیت طراحی ندارند (لاوسون، ۱۳۸۴، ۲۲۰) و این رویکردها هستند که به تناسب موقعیت توان تبدیل ایده کلی راهبردی را ممکن می‌سازند.

گسترش مؤلفه‌های حاکم بر طراحی و دگرگونی متغیرها به ترتیب عوامل پدیدآورنده روش‌شناسی طراحی و ایجاد تیم‌های طراحی بوده‌اند. نظام‌مندسازی فرآیند طراحی در دهه ۱۹۶۰ میلادی در آکادمی اولم^{۲۹} در آلمان و با نگرشی خردگرایانه توسط توماس مالدونادو^{۳۰} و ماکس بیل^{۳۱} آغاز گشت. آنها برای هر طراحی، یک رشته تحلیل منطقی را پیشنهاد می‌نمودند. نگرش فکری طراحی سیستم بجای اشیاء، بررسی امکان تغییر جهت و دگرگونی بر اساس مؤلفه‌های متغیر، برنامه‌ریزی طراحی‌های قابل انطباق با موقعیت و تفکیک میان طراحی سیستم و محصول، تمرکز بر روی مقوله تکنولوژی به مثابه کانون فکری طراحی و کاربرد روی نظریه اطلاعات، نقطه اوجی بر این تفکر محسوب می‌شد (هاف، ۱۳۸۶، ۱۲۱-۱۱۹). با این وجود، همواره تعارضی میان طراحان بر سر نیاز به تغییر روش‌ها به تناسب دگرگونی نیازها، امکانات و مؤلفه‌های حاکم بر طراحی وجود دارد. بسیاری، روش‌های متداول را محدود و نامناسب برای کنش خلاقانه و با استدلال گذر از دوران مدرن و کاهش رابطه طراحی و تکنیک‌های صنعتی فاقد کارایی، می‌دانند. اما باید اذعان نمود که با توجه به پیچیدگی‌های پسامدرن، متغیرهای حاکم بر طراحی چنان وسیعند که دیگر نمی‌توان راه‌حلیابی و ایده‌دهی را به عهده تصادف گذاشت و بایستی روش طراحی سیستماتیک به کمک الگوریتم و نمودار را جدی‌تر دنبال نمود.

مهمترین تفاوت در رویکرد پسامدرن به مقوله روش‌شناسی در پذیرش مؤلفه‌های فکری آن مبنی بر دخالت مقوله‌های انسانی و فرهنگی در درون طراحی است. اما باید توجه داشت که این مقوله نمی‌تواند بصورت راهبردهای تجویزی محدود و رویکردهای مبتنی

می‌کند و این درست در تقابل با آثار مدرنیستی قرار دارد (ضمیران، ۱۳۷۷، ۴۰۹). در تقابل با آن زندگی درونی در قالب بخش دیگری از فردیت با زمینه‌های فردی، غایت‌اندیشی، تخیل و آرمانگرایی، اخلاق و تطابق با اندیشه زندگی فردی مطرح می‌گردد. در این ساحت، زیبایی‌شناسی مبتنی بر نشانه حذف و نوعی حس درونی مبتنی بر فردیت در انتخاب دخیل می‌گردد (Bourdieu, 1994, 36). این امر با هدف تنوع فرهنگی و ترکیب فردگرایی و زمینه فرهنگی است. جایگزینی الگوی زندگی فردی با دنیای مصرفی که تعیین‌کننده شخصیت و هویت‌سازی اجتماعی مبتنی بر تفاوت و همبستگی است (وارد، ۱۳۸۴، ۲۰۰-۱۹۸). از اهداف راهبردی مندینی محسوب می‌شود. راهبرد دیگر مندینی ارزش‌های نوین برخاسته از تفاوت الگویی است. زیرا در دوره پسامدرن اشیاء و صورت آنها تعیین‌بخش هویت افراد هستند (گسیلی، ۱۳۸۰، ۱۵). در نهایت از این اسکیس می‌توان چنین نتیجه گرفت که اهمیت به نحوه زندگی افراد مختلف و تفکرات آنها، نوع نگرش فرهنگی و اجتماعی، به وجود آمدن ارزش‌های جدید در زندگی انسان‌ها و... نیاز به نوعی خاص از طراحی دارد که هر شخص بتواند فردیت منحصر به شخصیت خاص خویش را در آن طراحی بیابد.

اسکیس دوم وی معطوف به رویکردهاست و مندینی از زبان‌شناسی طراحی نوینی سخن می‌گوید که بر این باور است که طراحی محصولات برای زندگی انسان‌ها را می‌توان همچون نظام‌های نشانه‌ای با ساختاری همانند زبان تحلیل نمود (وارد، ۱۳۸۴، صص ۱۵۳-۱۵۴). او نشانه‌شناسی را با دیدگاه جامع‌شناسانه رولان بارت^{۲۶}، مستتر در اسکیس اول دنبال می‌کند و بر مصرف نشانه تأکید می‌ورزد. کنشی که معطوف قیاس نشانه‌ای در دستیابی به معانی است (ویلیم برتنز، ۱۳۸۲، ۹۳). الگوی فراگیری که مصرف‌کننده رانه به کارکرد اشیاء بلکه به معانی جمعی آنها و شبکه‌ای از نشانه‌ها ارجاع می‌دهد (Baudrillard, 1995, 193). مندینی به طبقه‌بندی سبک‌ها، رنگ‌ها، تزیینات و تمایلات می‌پردازد و بدین ترتیب در راستای طراحی پسامدرن جای می‌گیرد. زیرا طراحی پسامدرن طی تلاشی خودآگاه برای پیوند زندگی معاصر با گذشته و نیز بیان دوگانگی‌های دورانی ناپایدار، از اسطوره‌ها، سنت‌ها و سبک‌های تاریخی گذشته سود می‌جوید و آنها را به صورت نمادین در آثار خود عرضه می‌نماید (لاوسون، ۱۳۸۴، ۱۲۳). دومین رویکرد مدنظر وی که در راستای رویکردهای اساطیری شکل گرفته است، طرح مقوله آیین است. نوعی راهبرد استفاده از روایت در مورد شخصیت‌های استفاده‌کنندگان، نقش‌های آنها، فرم‌ها و... (لاوسون، ۱۳۸۴، ۲۵۰) و در نتیجه بازگشت به کیفیت‌های آیینی اشیاء، ارزش‌های توتمی^{۲۷} و آنیمیمی^{۲۸} آنها اهمیت بسیار زیادی دارد. از منظر مندینی هر پروژه باید در چنین فضای افسانه‌ای شکل گیرد. طراحی با رویکردی مشابه یک رمان روانشناسانه به کمک توصیف‌ها، شخصیت‌پردازی‌ها و گفتگوها، بطن و خط مشی خود را ترسیم می‌کند و از طریق سطوح محسوس قابل مشاهده و قابل درک خود، ارتباط برقرار می‌کند (Mendini, 1996, 9).

اما مهمترین رویکرد مندینی تحریک احساس از طریق طراحی

مهم در صحنه طراحی معاصر بدل گشت. آلتسمیا با هدایت وی به یکی از پیشروترین شرکت‌ها در زمینه طراحی پسامدرن ایتالیا بدل گردید. طراحی مجدد برخی اشیاء از جمله کلاسیک‌های مدرن، ارایه آمیزه‌های طعنه آمیز از عناصر متضاد، طراحی‌های مبتذل و پیش‌پا افتاده و کار تیمی بر روی پروژه‌ها؛ راهبردهای عمده این دوره را تشکیل می‌داد (Weiss, 2001, 61). با طرد فرآیند طراحی مدرن، او طراحی مدرن و کلاسیک تاریخی را در هم آمیخت و با افزودن تزیینات، قطعات رنگی و قطعات افزودنی تغییر پذیر، طراحی فرم نهایی بعنوان غایت طراحی را انکار کرد. آلتسمیا کارهای خود را در قالب ترسیم و نمایشگاه، لباس‌ها، ویدیوها و مراسم آیینی در معرض نمایش قرار داد (هاف، ۱۳۸۶، ۱۴۹-۱۴۸). یکی از راه‌های فهم پیچیدگی‌های رویکرد مندینی به طراحی، فهم گسترش تعریف او از طراحی به ترکیب معماری، نقاشی، نوشتن، کارگردانی هنری، مشاوره و ویرایش است. مندینی به موضوعات محرک و نفسانی نظر دارد، موضوعاتی که خود حامل خرافه‌اند. درام‌ها و اساطیری که زندگی را می‌سازند. او شیفته بازگرداندن اشیاء به مرتبت آیینی آنهاست (Lloyd Morgan, 1996, 12). مندینی نظرگاهی بسیار متفاوت نسبت به مقوله تولید صنعتی و صنعتگری دارد و با توجه به امکانات پیش آمده از سوی صنعت، این دو مقوله را در تضاد با یکدیگر نمی‌داند؛ همچنین برای او تضاد میان یکتایی و تکثر فاقد ارزش است (Mendini, 1996, 10). از این رو، تلاش برای تسری ویژگی‌های هر عرصه به عرصه دیگر او را بعنوان ناقد تفکر طراحی مدرن از جایگاه ممتازی برخوردار می‌سازد.

به منظور دستیابی به روش‌شناسی مدنظر مندینی در طراحی‌های او، سه منبع گوناگون وجود دارد. مندینی افکار خود را، فارغ از نوشتار که از آن بعنوان مکملی برای دیگر نمونه‌ها استفاده نموده‌ایم، در اسکیس‌های فکری بازتاب می‌دهد، اندیشه‌نگارها آمیزه‌ای از گرافیک و نوشتار هستند. در کنار آن آثار طراحی شده توسط وی در عرصه‌های طراحی صنعتی، معماری و گرافیک وی نیز مورد توجه قرار گرفته‌اند. نظر به محدودیت مقاله حاضر، تمرکز بر روی مهمترین آثار وی بوده است.

اسکیس‌های مندینی که در تصویر ۱ دو نمونه از آن ارایه شده است، راهبردهای طراحی او را نشان می‌دهند. در همه آنها، ذهن‌گرایی، اخلاق‌گرایی، فردیت، احساسات و... جایگزین اندیشه پاسخگویی عملکردی و زیبایی‌شناسی فرم شده است. اسکیس اول راهبرد خود را بر فردیت قرار داده و به بررسی رابطه میان فردیت و زمینه‌های اجتماعی می‌پردازد. ارزش‌ها، تاریخ و حافظه در مقام زمینه‌های فرهنگی حاکم بر فردیت و ایجاد فعل و انفعال میان نشانه‌های جدی، رمز، پیام و کنایه‌ها عمل می‌کنند (کمبل، ۱۳۸۶، ۷۵). متن فرهنگی-اجتماعی و زیرساختارهای رفتاری نشانه احاطه فرهنگ بر کالا و کالا به مثابه باز نمود فرهنگ است (لش، ۱۳۸۳، ۲۸۳). امری که نادیده گرفتن آنها از سوی طراحان بی‌اعتنا به فرهنگ عمومی مخاطره‌آمیز است. این یک راهبرد بسیار مهم در طراحی مندینی است، زیرا آثار پسامدرن زمینه اجتماعی و فرهنگی اثر را مطرح می‌کند (چنکر، ۱۳۷۵، ۵۲) و پایگاه رمز آمیز خود را در متن فرهنگ و تاریخ جستجو

معنی هنر می گوید: فرم‌های طبع نوازی وجود دارند که احساس زیبایی ما را ارضا می‌کنند (رید، ۱۳۸۱، ۸).

بالتبع نظریات و رویکردهای مندینی در قالب سامانه تولید مدرن عینیت نمی‌یابد؛ از این رو یکی از مهمترین رویکردها را باید در تغییر تولید جستجو نمود. زیرا در تقابل با جهان مدرن که بر اندیشه تکرار بی‌پایان چند کالا متکی است، جانشین آن در دوره پسامدرن بر باور فعالیت‌های کوتاه مدت و برنامه‌ریزی برای تولید کالاهای بسیار و متفاوت است (جنکن، ۱۳۷۵، ۵۴). تولید و اقتصاد در دوره پسامدرنیسم بر سه اصل ۱- مصرف اختصاصی و چرخش از تولید انبوه به تولید انعطاف‌پذیر، ۲- دگرگونی ناشی از فرهنگ پسامدرن در مصرف نشانه‌ها به مثابه ارزش و مقوله مصرف، ۳- هویت فردی و اجتماعی به مثابه دو رویکرد تولید و مصرف، استوار است (لش، ۱۳۸۳، ۶۱-۶۵). مندینی سامانه تولید و مقیاس تولید منشعب از امکانات رایانه‌ها را مبنای تولید پسامدرن می‌داند (Mendini, 1996, 9).

در تصویر ۲ چند نمونه از مهمترین آثار مندینی آورده شده است. یکی از مهمترین اشیای طراحی شده توسط او، در بطری بازکن آناجی^{۲۹} است که به شکل یک عروسک کوچک دارای صورت فلزی طراحی شده است. این شیء بسیار پر فروش یک پوسته عروسک‌گونه پیوند خورده با عملکرد و خصیصه‌های مکانیکی و طرحی با اهداف روانشناسانه است (allmodern.com). در این شیء غریزی‌ترین عواطف بشر، مبنایی مطمئن برای برقراری ارتباط با مصرف‌کننده قرار گرفته و شیء واسطه بروز احساساتی قرار می‌گیرد که در آن خریدار در حال جستجو برای وجود خود است (Baudrillard, 1995, 203). این امر از طریق فرافکنی صورت می‌پذیرد و دنیای درونی فرد به شیء انتقال می‌یابد (فروید، ۱۳۶۲، ۱۱۱). این امر توأم با پذیرش روح انسانی برای اجزای جهان است؛ در آنجایی این آنیسم بواسطه چهره فاقد مشخصه و میمیک آن، فاقد الگوی رفتاری و انعکاس منفی

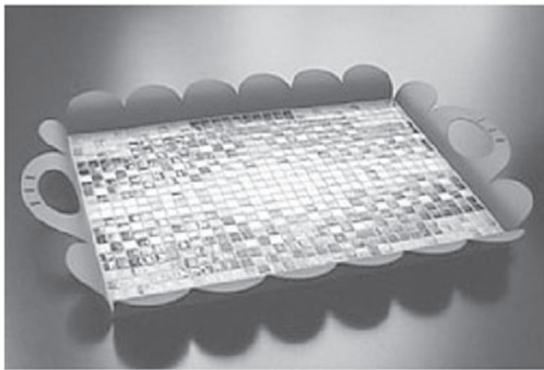
است. نوآوری‌های فرمی ناب و طراحی‌های غنی حسی و تخیلی او، مفهومی نو از محصولات روزمره را ارائه داده است که با خود بار عمیقی از شادی، احساس، تخیل و مفهوم را وارد زندگی روزمره می‌نماید. طراحی حسی در واقع بیان جدیدی است که مفاهیم آشنا و مورد توجه انسان را با رویه‌ای از مزایای یک جامعه صنعتی به همراه هیجانانگیز و احساسات انسانی به نمایش می‌گذارد و آن را با احساسی انسانی ترکیب می‌کند (لش، ۱۳۸۳، ۲۵۵). هنرمند نه تنها باید با نوعی نگاه عینی به طبیعت نظاره کند بلکه باید از نوعی درک حسی غیر متعارف هم نسبت به فرم‌ها و ساختارهای زیبای طبیعت برخوردار باشد. بنابراین هنری ایجاد می‌شود که در آن ساختاری هماهنگ از درک و احساس وجود دارد و به انسان کمک می‌کند تا با زیبایی‌های آن به صورت درونی و با کمال خلوص مواجه گردد (بوهم، ۱۳۸۱، ۸۱-۸۳). این احساسات بر خلاف طراحی فرا زمانی مدرن، گذرا، زمان‌مند، متغیر و لذت‌جویانه است. از این رو تقابل با گشتالت، نقطه کانونی این نگرش است. زیرا فرم و گشتالت نمایانگر گونه‌ای کارکرد ذهنی است که ما را و می‌دارد تا اشیا را در قالب صورت و فرمی خاص مشاهده کنیم. هنرمندان مدرن فرم و گشتالت را در مورد تجربه زیبایی‌شناسانه بکار گرفتند و سپس فرم بر درون‌مایه و محتوای اثر هنری چیره گشت و معنای اثر هنری در فرم آن تجلی می‌یافت (ضمیران، ۱۳۷۷، ۴۰۳-۴۰۴). در دوره پسامدرن تلاش می‌شود تا از قید این عناصر گشتالت رها گردید. در کارهای مندینی نیز ما گریز از قوانین گشتالت را به صورت ملموس می‌بینیم و نوع جدیدی از قوانین زیبایی‌شناسی، که همان زیبایی حسی است را درک می‌کنیم. یعنی تعریف زیبایی می‌تواند این باشد که زیبایی آن ترکیب و ترتیب از اجزاست که بتواند برای لذت و خرسندی روحی مناسب باشد. برای درک این زیبایی در هنرها نیاز به چشم و ذهن تعلیم دیده و تربیت شده است که بتواند عوامل زیبایی را احساس و درک کند. هربرت رید در تأیید این امر در کتاب



اسکیس ۱



اسکیس ۲



تصویر ۲- محصولات صنعتی طراحی شده توسط آلساندرو مندینی.
 ماخذ: (www.Ateliermendini.it)

مثل سازه‌های فلزی را که احساس سردی و تیرگی و ترس را القا می‌نمایند با تصاویر بصری معناگرا، دلپذیر و قابل استفاده در موقعیت‌های مختلف، جایگزین نمود (Mendini, 2000, 45).

پروست مهمترین اثر مندینی محسوب می‌شود، صندلی با ظاهر تجملی از جنس پلاستیک با رویه‌هایی گوناگون که نقوش بسیار متفاوتی را در بر می‌گیرد (Bosoni, 2001, 161). صندلی پروست معنای طراحی صنعتی مندینی را کاملاً با خود به همراه دارد، کاربرد نشستن و قابلیت تکنیگرایی، قابلیت ماندگاری و خواسته شدن با اعمال تغییرات بر روی آن که عامل یکتایی را نیز به آن می‌افزاید و همچنین ترکیب صنایع دستی و صنعتی بودن را به همراه دارد. آزادی هنری در فرم‌ها، رنگ‌ها، بافت و... این صندلی به خوبی مشهود است (Lloyd Morgan, 2000, 11). مندینی با الهام از نوشتار مارسل پروست^{۳۲} به مقوله حافظه در طراحی می‌پردازد. حافظه سندی است که ما را به یادآوری هویت خویش هدایت می‌نماید و در هر لحظه، ارزش‌ها و مفاهیم زندگی ما را دوباره زنده می‌کند (ateliermendini.it). صندلی پروست هم برای طراح و هم مخاطب داستان‌هایی نوستالژیک از دنیای ناخودآگاه ایجاد می‌نماید که به صورت خیال‌پردازی ظاهر می‌شوند. صندلی پروست عنصری بیش از یک نشیمن صرف است. مخاطب با تماشای صندلی پروست شروع به کمک گرفتن از دنیای ناخودآگاه خود می‌کند بدون اینکه به ایده هنرمند توجه کند. این خیال‌پردازی‌ها بیش از آنکه از طریق الگوی فرهنگی به مغز انتقال یابند از طریق پیام‌های فیزیکی مانند نور، سایه، رنگ، وزن، ضخامت، بافت، جنس و... به بدن فرستاده می‌شوند (هوانسیان، ۱۳۷۴، ۸۰). او با تغییر نشانه‌ها در صندلی و جنسیت پلاستیک آن، حسی رمزآمیز و خیال‌انگیز و پیش‌پاافتادگی

است. با توجه به این امر، این موجودیت متکی به تولید انبوه بواسطه پذیرش شخصیت مخاطب به نوعی شخصی شدن و منحصر به فرد شدن پا می‌نهد. بنابراین می‌توان گفت که آن‌ا جی راه‌حل جدیدی برای پاسخگویی به نیازهای انسانی و تمایل اجباری صنعت به تولید انبوه به شمار می‌رود. ویرایش محدود سینی‌های رسینتو^{۳۰} طراحی شده سال ۲۰۰۰ برای آلسی را باید نمونه نوعی مجموعه‌ای از طراحی‌های مندینی برای فرارفتن از تولید انبوه به تولید شخصی و تغییر مرتبت طراحی صنعتی به اشیای محدود هنری دانست. او این شیء صنعتی را با مجموعه‌ای از سرامیک‌های افزوده شده توسط هنرمندان ناشناس گوناگون در مقیاس محدود تولید و هر اثر را به یک کار دست‌ساز شخصی و فردی بدل نمود. فروش این ویرایش محدود در قالب یک حراج هنری، نوعی دگرگونی در سازمان تولید و اقتصاد محصول و چالشی برای تولید صنعتی و یکتایی اثر محسوب می‌شود (Mendini, 2000, 120).

در سال ۱۹۷۳ مندینی دست به بازآفرینی صندلی ساخته شده توسط بروئر در سال ۱۹۲۵، که به یاد کاندینسکی^{۳۱} نقاش مدرن و خالق نظریه انتزاع و معنویت در هنر، واسیلی نامیده شده بود، زد. قصد او در این بازآفرینی، ایجاد اثری یکتا، نمایش دگرگونی نظم تثبیت شده اجتماعی و تبدیل مبلمانی کاملاً عملکردگرا و دارای زیبایی فاقد جلوه و بی روح به یک شیء دست‌ساز یگانه است. به نظر مندینی در صندلی واسیلی بروئر تنها به جنبه نشانه‌های واقع‌گرا و کاربردی توجه شده، برای همین او نشانه‌های بصری به بافت، جنس، طرح و... قسمت‌های پارچه‌ای می‌افزاید تا به نظریات انتزاع‌گرایی کاندینسکی و سایرین در مورد احساسات و ناخودآگاه جامه عمل بپوشاند. او در این طرح خود نشان داد که چگونه می‌توان تکنولوژی‌های مدرن

نهفته در درون آنها مصرف می‌کند و آنها به مثابه نشانه‌هایی با کد مشخص به تعیین ما در موقعیت اجتماعی کمک می‌رسانند (Bourdieu, 1994, 36). یکی از مهمترین راهبردهای مطروحه از سوی مندینی توجه به فرهنگ عامه در طراحی است که در درون خود توجه به خصوصیات انسانی و هنر مردم‌پسند و توجه به آیین و اسطوره را به همراه دارد. آناجی را باید تجسم این سنت طراحی دانست. از سوی دیگر در پاسخ به فردیت در جامعه‌شناسی مصرف، مندینی نظر خود را معطوف توان تولید معاصر نموده است. از منظر او، جهان معاصر تنها با کاربست نشانه‌ها و مفاهیم توان دستیابی به هویت‌های اجتماعی را دارد. او مرجع این نشانه‌ها را در فرهنگ و تاریخ و حافظه جوامع می‌داند.

• روان‌شناسی مصرف

روان‌شناسی مصرف بر خورد روانشناسانه با اثر هنری و طراحی به معنای نگرش استعلایی به آن است. از مهمترین راهبردها برای رسیدن به روانشناسی مصرف راهبرد احساس‌گرایی و ایجاد نوعی تجربه احساس‌گرایانه است. از نظر ژیل دلوژ^{۳۳} پسامدرن برای هنرمند و مصرف‌کننده هنر، به معنای فرهنگ احساس است (لش، ۱۳۸۳، ۱۴۴). او برای دستیابی به این امر از حذف طراحی فاقد زمان و ایجاد طراحی منطبق بر عصر و دروه سود می‌برد. امری که موجب نوعی حس تعلق به محصول می‌گردد. طراحی تجربه‌گرا که در تراز غریزی و سطح رفتاری به تعامل میان اثر و مخاطب شکل می‌دهد و طراحی مفهومی که اصالت اثر را نه به وجوه کارکردی، که به وجوه انسانی و فرهنگی می‌بخشد. آیین و اسطوره نیز بازگشت به فردیت انسانی در تراز بدوی و رابطه بلاواسطه میان شی و نیروهای نهادی انسان است. تصادف، لذت جویی، تناقض و حتی شوخی را نیز باید از زمره رویکردهای موفق موجود در صندلی پروست عنوان نمود. اما رویکرد عمده مورد استفاده در پروست و آناجی طرح نوستالژی فرهنگی یا فردی است، امری که در صندلی واسیلی در قالب طراحی مجدد و تعامل با حافظه تاریخی رخ داده است.

• زیبایی‌شناسی مصرف

برآیند بسیاری از راهبردها بر درک کلی از مقوله زیبایی تأثیر نهاده است. گریز مندینی از گشتالت و فرم خوب متداول در عصر مدرن، طرد غایت طراحی به مثابه فرم و افزودن نمادها، رنگ‌ها و تزیینات دارای زمینه فرهنگی است. راهبرد او به طرد تمامی قراردادهای شکل‌دهنده به مبانی بصری می‌پردازد و درک مفهومی فرهنگی از زیبایی را به همراه دارد. امری که توان آن را دارد تا در کنار طراحی خالص مدرن، نوعی بیان مفهومی و نوعی تجربه‌گرایی در تجارب زیبایی‌شناسانه پدید آورد.

جدول ۱ به منظور درک اهمیت هر یک از این موارد در کار مندینی و میزان اشتراک میان رویکردهای متناسب با راهبردهای آن، شکل داده شده است.

مشابه حاضر و آماده‌های دادا را القا می‌نماید. حال به قول مارسل دوشان یک تناقض کامل به وجود می‌آید و همین خودش خوشایند می‌شود. این خودش باب کردن ایده تناقض است (گلستان، ۱۳۸۱، ۱۲).

تحلیل روش شناختی

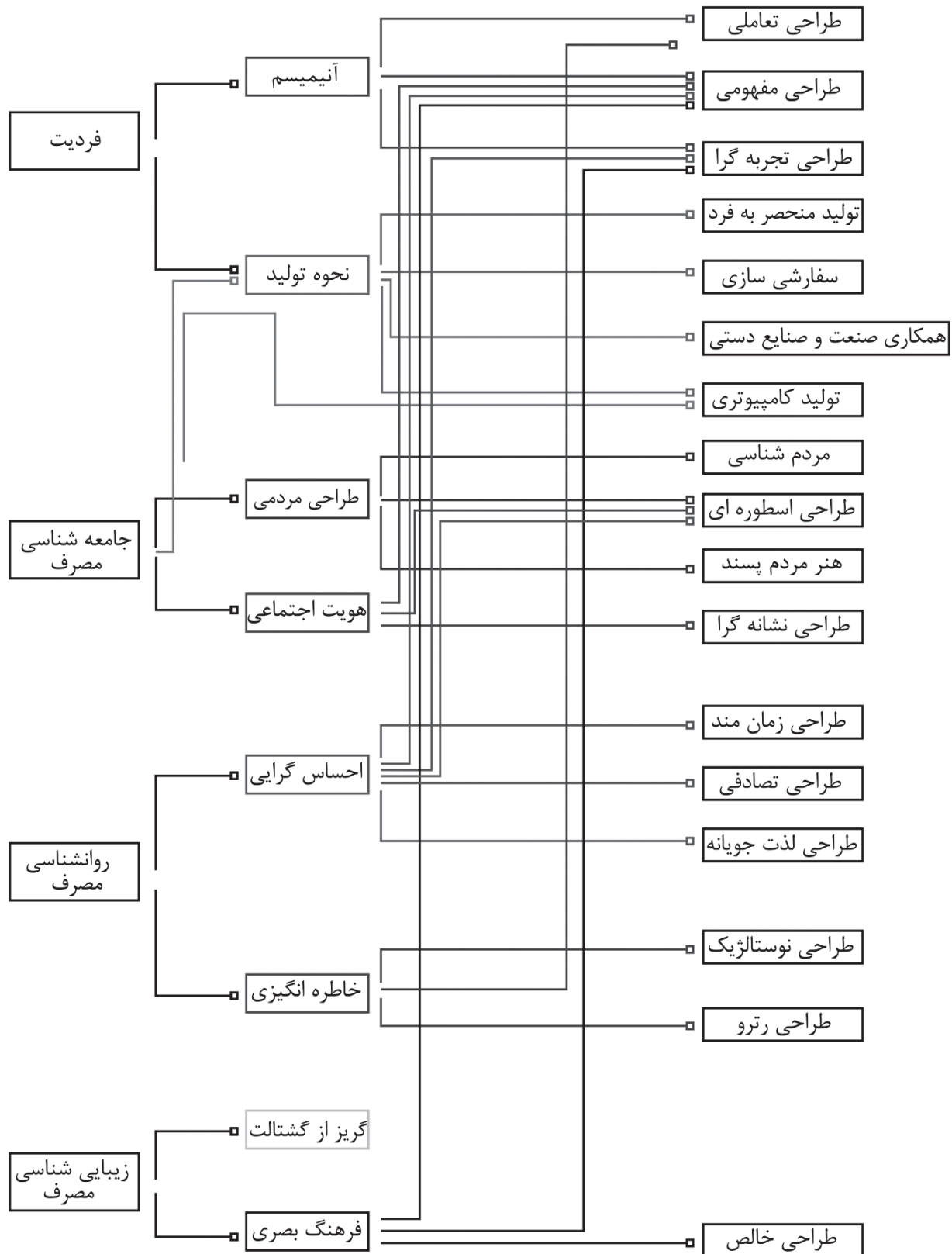
با توجه به موارد ناشی از بررسی آثار مندینی اکنون زمان پاسخ به سؤال آغازین این مقاله است. در ابتدای این مقاله این سؤال مطرح شد که فراتر از فرم و عملکرد چه چیز دیگری باید در محصول جاری باشد تا محصولی مناسب و ایده‌آل برای دنیای امروز و هماهنگ با خواسته‌های درونی انسان‌ها ایجاد شود و چگونه می‌توان این فرآیند را در قالب روش‌شناسی انتظام بخشید. هدف از این امر درک تجارب پسامدرن و تبدیل آنها به روش‌شناسی‌های عامی است که ساختار فکری و روش‌های مورد استفاده در زمینه هر راهبرد طراحی را مشخص نمایند. از اینرو در ادامه مسایل مطروحه پسامدرن، راهبردهای مندینی و رویکردهای مستتر در طراحی او استخراج شده‌اند. البته روش‌شناسی در عرصه پسامدرن با مشابه خود در ساخت مدرن تفاوت دارد و هدف آن دستیابی به ابزارهای صلب و دقیق برنامه‌ریزی و تحلیل نیست، بلکه بنا به ماهیت خود باید سویی بخشی به افکار و امکان نقادی را در طراحان پرورش دهد.

• فردیت

مهمترین اندیشه مندینی در مطابقت با پسامدرن، طرح مقوله فردیت بعنوان کانون فکری این عصر است. در دوران پسامدرن می‌توان هنر را عرصه خلاقیت فردی دانست و طراحی باید بتواند این موقعیت را برای فردیت فراهم سازد. مهمترین راهبرد مندینی در این زمینه آنیمیسیم یا ترسیم خلاقانه جوهره وجودی شخصیت در محصول است. برای نیل به این هدف وی رویکردهای تعاملی یعنی رابطه میان مخاطب و اثر بصورت محسوس یا نامحسوس و بصورت فرآیندی یا پس‌فرآیندی را مد نظر قرار می‌دهد. روش دیگری که مد نظر مندینی است، طرح مفاهیم در برخورد با اشیاء و ایجاد رابطه فرا عملکردی است که نقطه اوج آن در صندلی پروست روی می‌دهد. حس فردیت و منحصر به فرد بودن با ترکیب روش‌های تولید و افزودن هاله یکتایی به اثر نیز بعدی است که مصرف اختصاصی و مقوله فردیت را توأم می‌سازد. دومین اندیشه پیرامون فردیت را باید در نگرش تازه وی به سازمان تولید دید. برخی از اشیای وی همچون واسیلی به مثابه یک اثر هنری صرف، برخی از اشیای وی ویرایش‌های محدود منتج از همکاری صنعت و صنعتگری و برخی دیگر ناشی از پیشرفت‌های رایانه‌ای در تولید اشیای محدود هستند.

• جامعه‌شناسی مصرف

پسامدرن را باید دوران تحرک اشیا دانست. انسان معاصر در دنیای روابط خارجی خود اشیاء را با توجه به موقعیت اجتماعی و نمادهای



جدول ۱- راهبردها و رویکردهای پاسخگو به مسایل پسامدرن منتج از تجارب آلساندرو مندینو.

نتیجه

طراحی بنیاد نهند که در آن راهبردهای متناسب با مؤلفه‌های انسانی قابل تعمیم مانند آنیمیسیم، طراحی مردمی و ایجاد هویت اجتماعی یا طراحی محرک احساسات عامل اصلی برنامه‌ریزی شی شده و ویژگی‌های از یاد رفته اشیا در تمدن مدرن به آنها بازگردانده شود. در کنار این راهبردها، به منظور تناسب میان راهبرد و مسایل گوناگون طراحی و صورت بخشیدن به این اندیشه‌ها، رویکردهای متنوع متناسب با آن سازمان‌دهی گردید؛ که با تحلیل آثار مندینی مشخص گردید که رویکردهای طراحی تعاملی، مفهومی، تجربه‌گرا و اسطوره بنیاد در حوزه‌های طراحی اشیا دارای مصارف شخصی، کارآمدتر تلقی شده‌اند.

پژوهش حاضر نشانگر دگرگونی نگرش به اشیا در دوره پسامدرن و فرا رفتن از نگرش‌های عملکردی صرف دوره مدرن مبنی بر عملکرد به عنوان عامل شکل‌دهنده به فیزیک شی است. فرارفتن از دیدگاه عملکردی و نگاه صرف به طراحی صنعتی به عنوان پوشش زیبا برای اشیای صنعتی و جایگزینی دیدگاه طراحی به عنوان عنصری فعال در تعامل میان انسان و زندگی و ویژگی‌های متغیر دوران پسامدرن منجر به شکل‌گیری نهضت‌های نوین طراحی به ویژه در ایتالیا گردید.

با دگرگونی شرایط در عصر پسامدرن، بسیاری از پیشگامان طراحی این عصر، از جمله آلساندرو مندینی به عنوان نمونه مورد مطالعه در این مقاله، تلاش نمودند تا دیدگاه‌های نوینی نسبت به

پی‌نوشت‌ها

- 1 Problem Solving.
- 2 Memphis.
- 3 Alchymia.
- 4 Alessandro Mendini.
- 5 Neo Design.
- 6 Conceptual Sketch(s).
- 7 Post Modernism.
- 8 Late Modern.
- 9 Reductive.
- 10 Paradigm.
- 11 Marcel Duchamp.
- 12 Robert Venturi.
- 13 Radical design.
- 14 Ettore Sottsass.
- 15 Banal.
- 16 Kitsch.
- 17 Strategy(ies).
- 18 Approach(es).
- 19 Ulm.
- 20 Thomas Maldonado.
- 21 Max Bill.
- 22 Marcello Nizzoli.
- 23 Casabella.
- 24 Modu.
- 25 Domus.
- 26 Roland Barth.
- 27 Totem.
- 28 Animism.
- 29 Ana G.
- 30 Resineto.
- 31 Wassily Kandinsky.
- 32 Marcel Proust.
- 33 Gilles Deleuze.

فهرست منابع:

- آشوری، داریوش (۱۳۷۵)، میراث مدرنیته، سنت، مدرنیته، پست مدرن، به کوشش اکبر گنجی، مؤسسه صراط، تهران.
 احمدی، بابک (۱۳۸۳)، حقیقت و زیبایی، نشر مرکز، چاپ هشتم، تهران.
 بایزر، فردریک و بوی، آندرو و بیرری زیل، دن و دی ژویانی، ژرژ و فارستر، مایکل (۱۳۸۵)، نگاهی به روشنگری‌های مدرنیته و ناخرسندی‌های آن، محمد ضیمران، نشر علم، تهران.
 بوهم، دیوید (۱۳۸۱)، درباره خلاقیت، محمد علی حسین نژاد، نشر ساقی، تهران.
 تروت اندرسون، والتر (۱۳۷۴)، اینجا چه خبره، مدرنیته و پسامدرن، ترجمه حسینعلی نوذری، نقش جهان، تهران.
 جنکز، چارلز (۱۳۷۵)، پسامدرنیسم چیست، فرهاد مرتضایی، نشر مرن‌دیز، گناباد.
 ضیمران، محمد (۱۳۷۷)، جستارهایی پدیدارشناسانه پیرامون هنر و زیبایی، نشر کانون، تهران.
 فروید، زیگموند (۱۳۶۲)، توت و تابو، ترجمه ایرج پور باقر، انتشارات آسیا، تهران.
 کمبل، جوزف (۱۳۶۸)، قدرت اسطوره، عباس مخبر، نشر مرکز، چاپ چهارم، تهران.
 کوال، استینار (۱۳۷۹)، مضامین پسامدرنیته، پسامدرنیته و پسامدرنیسم، حسینعلی نوذری، نقش جهان، تهران.
 گلستان، لیلی (۱۳۸۱)، مارسل دوشان در گفتگویی با فیلیپ کولن، نشر فرزاد، تهران.
 لائوسون، برایان (۱۳۸۴)، طراحان چگونه می‌اندیشند، حمید ندیمی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
 لچت، جان (۱۳۸۳)، پنجاه متفکر بزرگ معاصر، محسن حکیمی، نشر خجسته، تهران.
 لش، اسکات (۱۳۸۳)، جامعه‌شناسی پسامدرنیسم، حسن چاوشیان، نشر مرکز، تهران.
 لوسی اسمیت، ادوارد (۱۳۸۷)، تاریخچه میلمان و طراحی داخلی در جهان، یلدا بلارک، انتشارات فخرآکیا، تهران.
 لیوتار، فرانسوا (۱۳۸۰)، وضعیت پسامدرن - گزارشی درباره دانش، حسینعلی نوذری، گام نو، تهران.
 معینی، سید حسن (بهمین و اسفند ۱۳۸۶)، بحران طراحی، کتاب ماه هنر، تهران.
 نوذری، حسینعلی (۱۳۸۲)، صورت بندی مدرنیته و پسامدرنیته، نقش جهان، تهران.
 وارد، گلن (۱۳۸۴)، پسامدرنیسم، علی مرشدی زاد، نشر قصیده سرا، تهران.
 هاف، توماس (۱۳۸۶)، تاریخ مختصر طراحی صنعتی، ندا النکرانی، نشر مارلیک، تهران.
 هنفلینگ، اسوالد (۱۳۸۶)، چیستی هنر، علی رامین، نشر هرمس، چاپ چهارم، تهران.
 هوانسیان، نژده (۱۳۷۴)، طراحان ایتالیایی وارثان راه لئوناردو، مجله دستاورد، سال دوم، شماره ۲ و ۳.
 وارد، گلن (۱۳۸۴)، پسامدرنیسم، علی مرشدی زاد، نشر قصیده سرا، تهران.

Baudrillard, Jean (1995), *Consumer Society*, West view Press, New York.

Baxter, Mike (1996), *Product Design*, Chapman Hall, London.

Jencks, Charles (2002), *The new paradigm in architecture*, Yale University Press, New Haven .

Bornsen, Nina (1994), *Italian design*, Taschen, cologne.

Bosoni, Giampiero (2001), *Italy: Contemporary Domestic Landscapes*, Skira, New York.

Bourdieu, Pierre (1994), *Distinction social critique of the judgement of taste*, Harvard university press, Cambridge.

Chris jones, John (1992), *Design methods*, Van Nostrand Reinhold, New York.

<http://www.allmodern.com>.

<http://www.ateliermendini.it>.

<http://www.groningermuseum.nl>.

Mellini, Alessandro (1996), *Cutting Harlequin coat, The international design year book*, Laurence king Pub. co. England.

Mellini, Alessandro(2000), Alessandro mendini, Cose, progetti, *architettura*, Electa, Milan.

Murray, Will (2000), *Brand Storm*, Financial Times/Prentice Hall, London.

Lloyd Morgan, Conway(1996)), *Cutting Harlequin coat, The international design year book*, Laurence king Pub. co. England.

Weiss, Peter (2001), *Alessandro mendini: design and Architecture*, Electa, Milan.

Lenikowski, Wojciech(1982), *Rationalism and Romanticism in architecture*, McGraw Hill, Ohio.