

بررسی زیرساختارهای نوآوری طراحی محور* مروری بر کاربرد هرمنوتیک در طراحی

طوفان شریفی^۱، علیرضا اژدری^{۲*}

۱. کارشناس ارشد طراحی صنعتی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران
 ۲. استادیار دانشکده طراحی صنعتی، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران
- (تاریخ دریافت مقاله: ۹۴/۴/۲۰، تاریخ پذیرش نهایی: ۹۴/۱۱/۱۲)

چکیده

این مقاله بر این پیش فرض استوار است که برای رسیدن به خلاقیت در طراحی باید به روش‌های آفرینش معنا و مفاهیم جدید در علوم انسانی، همانند روش‌های خلاقیت از دیدگاه فنی توجه شود. بر همین مبنای، زیرساختارهای نوآوری طراحی محور برای خواننده فارسی‌زبان گشوده می‌شود تا امکان انطباق آن با مفاهیم بومی خود را فراهم آورد. در این راستا، هرمنوتیک چارچوبی نظری برای خلاقیت در طراحی در نظر گرفته می‌شود. پس از ارائه و معرفی مفهوم هرمنوتیک و بررسی سیر تاریخی کاربردی‌سازی آن در فرایند طراحی، به بررسی روش‌ها و مدل‌های کاربردی‌سازی این شاخه در طراحی پرداخته می‌شود و دو مدل استعاره و روایت استخراج می‌شود. سپس درباره مدل استعاره در قالب چند مثال مشروح، چه از کار طراحان گذشته و چه از یافته‌های نگارندگان، بحث می‌شود. در نهایت، مدل روایت و مدل‌سازی سایر مفاهیم به‌کاررفته در هرمنوتیک، به اجمال بررسی می‌شود. ارزش این پژوهش برای طراحانی است که می‌خواهند در عین حفظ نگاه روشمند به طراحی، به امکان‌سنجی و امکان‌سازی برای خلاقیت با توجه به محدودیت‌های بازار و امکانات بیندیشند و مایل‌اند خلاقیت در طراحی، قابل مدیریت و پژوهش باشد.

واژگان کلیدی

استعاره در طراحی، روایت‌گویی در طراحی، روش طراحی، هرمنوتیک، نوآوری معنا در طراحی، نوآوری طراحی محور.

* این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد نگارنده اول تحت عنوان «طراحی مبلمان شهری در محورهای پیاده‌گذر جهت ارتقای تعامل انسان با طبیعت؛ مطالعه موردی: حوزه دریاچه چیتگر و محور چهارباغ» است که به راهنمایی نگارنده دوم به انجام رسیده است. این پایان‌نامه با حمایت شهرداری تهران (مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران) انجام پذیرفته است

** نویسنده مسئول، تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۱۵۸۶۷، نمابر: ۰۲۱-۶۶۴۶۱۵۰۴، E-mail: alireza.ajdari@ut.ac.ir

مقدمه

دیالکتیکی قرار می‌گیرند و هریک به دیگری معنا می‌بخشد. در نتیجه، فهم فرایندی دایروی است (پالمر، ۱۳۹۱: ۲۱). پروفیسور ریچارد لستر و مایکل پیور در مطالعات خود به این نتیجه رسیدند که در بعضی قسمت‌ها، تفسیر^۵ می‌تواند به‌عنوان بُعدی گم‌شده در نوآوری همانند تئوری نوآوری لحاظ گردد. از نظر آن‌ها، نوآوری موفق به پردازش در دو مرحله احتیاج دارد که به‌صورت موازی با هم جلو می‌روند: ۱. حل مشکل از طریق تجزیه و تحلیل (آنالیز)؛ ۲. فرایند تفسیر و آنچه از زاویه دانش و تمرین حاصل می‌شود. تفاوت میان این دو فرایند در بُعد زمان آشکارتر می‌گردد. به عبارتی، زمانی که حل مشکل با روش تحلیل یا آنالیز به تعجیل در زمان نیاز دارد، تفسیر نیازمند قضاوت با تأخیر است. هنگامی که بحث تفسیر می‌شود، آن‌ها طراحی را به‌عنوان مثال به کار می‌برند و از لحاظ تئوری آن را با تئوری زبان^۶ و هرمنوتیک^۷ ارتباط می‌دهند (Lester & Piore, 2004: 11).

بر این اساس، در این مقاله، پس از معرفی مفهوم هرمنوتیک و بررسی سیر تاریخی کاربردی‌سازی آن در فرایند طراحی، به بررسی روش‌ها و مدل‌های کاربردی‌سازی این شاخه در طراحی پرداخته می‌شود و دو مدل استعاره و روایت استخراج و معرفی می‌شود. مدل استعاره در قالب چند مثال مشروح، چه از کار طراحان گذشته و چه از یافته‌های نگارندگان، بررسی می‌شود. در نهایت، مدل روایت و مدل‌سازی سایر مفاهیم به‌کاررفته در هرمنوتیک به اجمال بررسی می‌شود.

پروفیسور ریچارد لستر و مایکل پیور^۱ در پروپوزالی که بر اساس مطالعات بر روی کارهای نوآوری در شرکت‌ها تهیه شده است، اشاره می‌کنند که مهندسان و مدیران در مورد توسعه و طراحی محصول به‌عنوان حل مشکل توضیح داده‌اند تا جایی که یکی از آن‌ها طراحی را حل مشکل در نظر گرفته و معتقد است طراحی، حل مشکل عمومی است^۲ (Lester & Piore, 2004: 35). بر این اساس، اگر واژه حل مشکل را استعاره‌ای برای طراحی و توسعه محصول در نظر بگیریم، تئوریسین‌های طراحی کوین و اسنودگراس^۳ «دایره هرمنوتیک»^۴ را در مقابل این موقعیت پیشنهاد می‌دهند و می‌گویند: دایره هرمنوتیک، به نسبت استعاره حل مشکل، عنوان بهتری برای طراحی است؛ زیرا پیچیدگی‌ها، دقت و ظرافت لازم، خاص بودن موقعیت طراحی، یادگیری یا نمودهای بروز مشکل در فرایند طراحی را نادیده نمی‌گیرد و وابستگی و تعامل آن‌ها را نسبت به هم محترم می‌شمارد (Snodgrass & Coyne, 2006: 72).

اصل دایره هرمنوتیک (حلقه تاویل) بدین معناست که فهم اساساً عملی ارجاعی است. منظور از ارجاع، مرتبط کردن چیزی با موضوعی است که از قبل می‌دانیم و می‌فهمیم. معنای هر کلمه را با رجوع به کل جمله می‌فهمیم و متقابلاً معنای کل جمله نیز به معنای تک‌تک کلمات وابسته است. با تعمیم این مطلب می‌توانیم بگوییم هر مفهوم، معنایش را از متن و افق معنایی می‌گیرد که در آن می‌نشیند. در عین حال، افق نیز برخاسته از همان عناصر و مفاهیم است که به آن‌ها معنا می‌دهد. به عبارتی، کل و جزء در ارتباطی

روش‌شناسی

هرمنوتیک

هرمنوتیک به‌عنوان مبانی روش‌شناختی علوم انسانی^۵؛ ۵. پدیدارشناسی وجود انسان^{۱۱} و پدیدارشناسی فهم وجود^{۱۲}؛ ۶. نظام‌های تأویل، اسطوره‌زدایی و راززدایی (پالمر، ۱۳۷۷: ۴۱). جوزف بلایش^{۱۳} هرمنوتیک را از دیدگاه کاربرد به سه شاخه متمایز می‌کند: ۱. هرمنوتیک روش‌شناختی؛ ۲. هرمنوتیک فلسفی؛ ۳. هرمنوتیک انتقادی (بلایش، ۱۳۸۹: ۶).

• تأویل متن در اندیشه پل ریکور

پل ریکور^{۱۴} فیلسوف و ادیب فرانسوی را، که در دهه‌های اخیر برجسته‌ترین نظریه‌پرداز هرمنوتیک ادبی محسوب می‌شود، می‌توان در هر سه شاخه صاحب‌نظر دانست؛ ولی

اصطلاح هرمنوتیک در واژه‌های یونانی هرمنوین^۸ به معنی تفسیر کردن و هرمنیا^۹ به معنی تفسیر ریشه دارد. این دو واژه با واژه هرمس^{۱۰} هم‌ریشه است (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۹۰۸). در معنای اصطلاحی، هرمنوتیک دانشی است که درباره چیهستی، شرایط، روش، معیار، وضعیت و دیگر اوصاف مربوط به فهم پدیدارهای فرهنگی بحث می‌کند. ریچارد پالمر معتقد است می‌توانیم از شش میدان علم هرمنوتیک به‌ترتیب زمانی صحبت کنیم: ۱. نظریه تفسیری کتاب مقدس؛ ۲. روش‌شناسی عام لغوی؛ ۳. علم هرگونه فهم زبانی؛ ۴.

ریکور دربارهٔ روایت داستانی^{۱۸} نیز این‌گونه می‌گوید: «ما دقیقاً آن چیزی را روایت داستانی می‌نامیم که ارسطو، میتوس^{۱۹} یا پیرنگ‌سازی^{۲۰} می‌نامد؛ یعنی آراستن امور واقع» (ریکور، ج ۱، ۱۳۸۳: ۷۲). او از ارسطو نقل می‌کند: «پیرنگ، نوعی محاکات و کنش است» (ریکور، ج ۱، ۱۳۸۳: ۱۲)؛ یعنی تقلید در معنای ساختن واقعیتی تازه، کنشی آگاهانه و شکلی از پراکسیس^{۲۱} و محاکات. ریکور مفهوم ارسطویی تقلید را به کار می‌برد. ارسطو برخلاف افلاطون، تقلید را به معنای کنش بازسازی ساده نمی‌دانست. مقصود ارسطو از تقلید، ساختن واقعیتی تازه بود. تقلید برای ارسطو نوعی کنش شکل‌دهی محسوب می‌شد (احمدی، ۱۳۷۴: ۴۳۷).

ریکور این نظر را تکامل می‌دهد: هنرمند بر اثر هنری چیزی را بیان می‌کند که در واقع از آنچه رخ داده فراتر می‌رود. ریکور محاکات را در سه سطح مطرح کرده: ۱. پیشاپیکربندی^{۲۲}؛ ۲. پیکربندی^{۲۳}؛ ۳. بازپیکربندی^{۲۴} (ریکور، جلد اول، ۱۳۸۳: ۱۰۲). کنش‌های زندگی هر روزه و ادراک آگاهانه یا ناآگاهانه آن‌ها و شاید بهتر باشد بگوییم عناصر ذهنی یا سوژکتیو وابسته به آن‌ها، مواردی هستند که پیش از شکل‌گیری اثر وجود دارند. از این رو می‌توان مرحلهٔ شکل‌گیری را بنا به اصطلاح ریکور، «پیکربندی» خواند و از کنش‌ها و ذهنیت زندگی هر روزه با عنوان «پیشاپیکربندی» یاد کرد (احمدی، ۱۳۷۴: ۴۳۷). مرحلهٔ سوم، «بازپیکربندی» متن است. زمانی که خواننده، متن را تأویل می‌کند و در پی آن با هر تأویل مخاطب (کاربر) پیکربندی متن دگرگون می‌شود. بر این اساس می‌توان گفت سه لحظهٔ مهم فراشدخواندن در هرمنوتیک ریکور عبارت‌اند از: ۱. استراتژی خاصی که مؤلف طرح می‌کند، اما به سوی خواننده جهت دارد؛ ۲. کاربرد این استراتژی در پیکربندی ادبی یا نگارش متن؛ ۳. پاسخ خواننده (رجی‌نژاد و حسامی، ۱۳۹۳: ۲۲).

نوآوری طراحی محور^{۲۵}

• زمینه‌های شکل‌گیری نوآوری طراحی محور
در سال‌های اخیر، تمایلات زیادی به این سمت گسترش یافته است که چگونه طراحی می‌تواند در فراوری تجارت مشارکت داشته باشد و به بحث‌هایی دربارهٔ نقش طراحی در نوآوری بینجامد؟ مباحثی که به مفاهیم فراگیر طراحی دربارهٔ تولید ایده و حل مشکل به‌جای مفاهیم تجسم‌بخشیدن در طراحی به‌عنوان تمرین زیباسازی ارتباط پیدا کرده است. با پیگیری توسعهٔ طراحی در نوآوری‌های اجتماعی، به نظریهٔ تفکر طراحی می‌رسیم. تفکر طراحی را می‌توانیم واکنشی به بحران وابسته به تحقیقات مدیریتی ببینیم؛ جایی که نوآوری

مقالاتی را که دربارهٔ ماهیت زبان و معنا، کنش، عنصر ذهنی، متن و گزارش نگاشته است، می‌توان در حوزهٔ مفاهیم هرمنوتیک فلسفی در نظر گرفت. این اندیشمند با پی‌جویی مناسبات میان ساختار و معنا و روابط پیچیدهٔ میان این دو تلاش می‌کند از دریچهٔ تأویل متن به فهم هستی دست یابد. او مسئلهٔ بنیانی هرمنوتیک را ارائهٔ مفهومی دقیق و صریح از تأویل می‌داند؛ تأویلی که دارای دو مشخصه اصلی باشد: ۱. با زمینه و گسترهٔ متن مرتبط باشد؛ ۲. دارای ویژگی‌های شناخت-شناسیک باشد (احمدی، ۱۳۷۰: ۶۲۲).

اما منظور ریکور از متن چیست؟ او متن را «ثبت‌کردن هرگونه سخن در نوشتار» خوانده است (ریکور، ۱۹۹۱: ۱۳۷). اگر بخواهیم آن را دقیق‌تر تعریف کنیم، «متن ثبت هرگونه سخن در نظام‌های آوایی و نوشتاری (فضایی-دیدنی) است» که مقصود از خواندن آن، نه معنای آشنای خواندن نوشتار، بلکه کنش دریافت از جانب مخاطب در کلی‌ترین شکل آن است (احمدی، ۱۳۷۰: ۶۱۷). آشکارترین شکل تبدیل سخن به نوشتار به رابطهٔ میان پیام و مجرا یا رسانهٔ آن مربوط می‌شود؛ جایی که سیمای انسانی ناپدید می‌شود و نشانه‌ها و عوامل مادی پیام را منتقل می‌کنند (ریکور، ۱۳۸۹: ۲۴۲-۲۴۱). بر این اساس نوشتار ادبی، فیلم سینمایی، قطعهٔ موسیقی، تصویر نقاشی یا محصولات صنعتی در فضای استفاده نیز به‌عنوان متن مورد نظر قرار می‌گیرند. بر این اساس، مفاهیمی که دربارهٔ متن ادبی استفاده می‌شوند، دربارهٔ محصولات صنعتی در زمینهٔ استفاده نیز بررسی می‌شوند.

• روش‌های نوآوری معنا در اندیشهٔ پل ریکور

ریکور در مقالهٔ «استعاره و مسائل اصلی هرمنوتیک» می‌نویسد: هرمنوتیک ناگزیر است جایگاه استعاره^{۱۵} را در «بنیان یا شالودهٔ اثر» بیابد (ریکور، ۱۳۸۱: ۹۰). او اعتقاد دارد نوآوری معنایی از راه استعاره یا روایت^{۱۶} امکان‌پذیر است؛ زیرا در هر دو مورد، تخیل آفریننده با تقلید واقعیت در معنای «محاکات»^{۱۷} سبب می‌شود ایده‌ای از معنایی تازه بیرون بیاید که آنجا نبوده است. استعاره، توانمندی است برای تولید معنای تازه، در لحظه‌ای که ناسازگاری معنایی در مواجهه با چندین تراز دلالت، برای تولید دلالتی تازه فرو می‌ریزد که تنها در شکستن زمینه‌های معنایی وجود دارد (ریکور، ۱۳۸۸: ۸۴). در هر دو مورد، نوآوری معنایی را می‌توان به تخیل آفریننده و در تعبیری دقیق‌تر به طرح غایی نسبت داد که قالب دلالت‌کنندهٔ آن است. ارسطو می‌گفت: «استعاره‌سازی درست یعنی دریافت امر مشابه» (ریکور، ۱۳۸۸: ۸۴).

دارند معانی اتفاقاتی هستند که نه از میان تحلیل استفاده‌کننده در بخش تحقیق و توسعه، بلکه در فرایند بازاریابی و ارتباطات به وجود می‌آیند. اما معانی همانند فناوری‌ها، ممکن است موضوعات یک پروسه بخش تحقیق و توسعه باشند؛ یعنی فرایند طراحی می‌تواند در شرکتی برای هر محصول تولید معنی کند (Verganti, 2009: 51). ورگانتی همچنین نشان داد توانایی مدیران در آسان کردن و به خدمت گرفتن این نوع از کارهای نوآورانه در تغییرات فرهنگی با شبکه‌ای از تفسیرها حیاتی است (Janke, 2013: 38).

این جهت‌گیری معنایی ورگانتی، ابتدا در قالب نظریه ظاهر نشد؛ ولی اخیراً محقق نوآوری آسا اوبرگ،^{۲۸} تئوری‌های اساسی‌یافته فلسفه هرمنوتیک را برای فهم اینکه چگونه توانایی «افق آفرینی معانی جدید»^{۲۹} سبب مفاهیم نوآورانه در محصولات فناوری محور شود، ارائه کرده است (Oberg, 2012: 39). او هرمنوتیک را به‌عنوان چشم‌انداز باارزشی برای بررسی نوآوری بنیادین معانی محصول پیشنهاد می‌دهد. این راهبرد با نظریه نوآوری کلاسیک تفاوت دارد. در نظریه کلاسیک، نوآوری در فرایند حل مسئله یا ایده‌پردازی حاصل می‌شود؛ در حالی که هرمنوتیک، چارچوبی برای در نظر گرفتن نوآوری به‌عنوان فرایند تفسیر ایجاد می‌کند.

این نگرش سبب آفرینش سناریوی معنی‌دار برای تجسم و تصور تجاری می‌شود که هنوز درخواستی برای آن‌ها وجود ندارد. این امر فراسوی پاسخ‌دادن به نیازها و به عبارتی، راه‌حل بهینه است. این موضوع به معنای آن است که خروجی فرایند نوآوری معنامحور، ایده یا راه‌حل صرف نیست؛ بلکه بیشتر سناریو است. به عبارت دقیق‌تر، مجموعه‌ای متوالی و تنظیم‌شده از معانی و روابط میان آن‌ها است. در حقیقت، سناریوها توالی رخدادهای تصور شده‌ای هستند که اجزای آن، اتفاق‌های مجرد و مجزا از هم هستند. مثلاً یکی از آن‌ها محصول در دست کاربر است که فرایند استفاده در همه شرایط مربوط به تجربه‌های تصور شده را شکل می‌دهد. هر سناریوی معنا بیان‌کننده معنای جدید در دو سطح جزئیات یافته و جامع است و می‌تواند در قالب گزارش، به شکل مودبرد^{۳۰} یا استوری برد^{۳۱} یا هر نوع دریافت تجسم و عینیت یافته باشد. از مثال‌های مرتبط می‌توان از نظایر کانسپت^{۳۲} یاد کرد که یک شرکت برای عموم و به‌منظور نمایش آرمان‌ها و آینده مطلوب خود به نمایش می‌گذارد. در همه این سناریوها، معنایی هستند که در مسیری خاص تفسیر شده‌اند و نشانه‌های زیادی را نشان می‌دهند (Oberg & Verganti, 2013: 92).

به فرمول‌بندی نیاز دارد تا به‌عنوان مفهومی واضح، ساده و در دسترس برای مدیران مطرح شود (Janke, 2013: 36). به موازات رشته تفکر طراحی همچون مدیریت عمومی برای نوآوری، در ده سال گذشته، بحث‌هایی درباره مشارکت طراحی در نوآوری انجام شده است. این مفاهیم از مدیریت طراحی برنخواسته‌اند؛ بلکه از مدیریت تجارت و مطالعات نوآوری بر خواسته‌اند. یکی از این بحث‌ها، «نوآوری معنا»^{۳۶} است.

• طراحی و نوآوری معنا

روبرتو ورگانتی، پژوهشگری که از حیطة مدیریت به طراحی وارد شده است، نظریه کلاوس کریپندورف^{۳۷} «طراحی به‌مثابه ساختن و معنا بخشیدن» را مینا قرار داده (Krippendorff, 1989: 9-39) و بر اساس آن نظریه «نوآوری طراحی محور» را پیشنهاد می‌دهد. به بیان ورگانتی نقش طراح و نوآوری که طراح به جریان می‌اندازد، در تغییر معنای فرآورده است. ورگانتی طی تحقیقات گسترده‌ای از شرکت‌های شمال ایتالیا دریافت طراحان و معماران اغلب به‌عنوان مترجم استخدام می‌شوند. استعاره مترجم در اینجا به‌منظور ترجمه بستر فرهنگی-اجتماعی گروه هدف به کار گرفته شده است. طراحان استخدام می‌شدند تا به‌واسطه زبان محصولات، محصولاتی پیشنهاد دهند که فراسوی آن چیزی است که کاربران بیان یا تخیل می‌کنند. این تمرکز بر معنا است که طراح حافظ توانش نوآوری منطقی در تکنولوژی است (Norman & Verganti, 2012: 2).

هر محصولی معنایی دارد. ورگانتی معتقد است هنوز خیلی شرکت‌ها به چگونگی تغییر معانی محصولات علاقه‌ای ندارند. آن‌ها به فهم اینکه مردم چگونه به چیزها معنی می‌دهند، علاقه ندارند و فقط به کشف معنایی تمایل دارند که از طریق محصولی جدید و با معرفی رقیب پیشنهاد داده شده است. با این حال، بسیاری از شرکت‌ها آگاه شده‌اند که معنی محصولات، یعنی اینکه «چرا مردم به محصولی احتیاج دارند» بیشتر از اینکه «به چه چیزی در محصول احتیاج دارند»، عامل رقابت در بازار است (Verganti, 2009: 51).

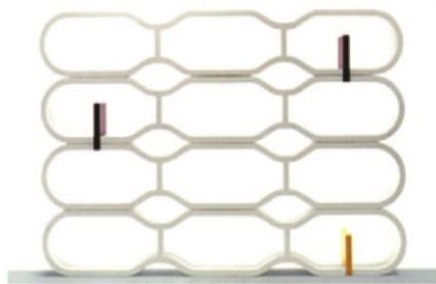
مردم برای خرید محصولات دلایل محکمی دارند که اغلب شامل هر دو مورد امکانات عملکردی و رضایت روانی، ولی لمس‌نشده می‌شود. مصرف‌کنندگان، مدیران و مهندسان غذا می‌خرند، خدمات مشاوره می‌گیرند و از نرم‌افزارها به دلایل فرهنگی و احساسی همانند دلایل عملکردی استفاده می‌کنند. این کاملاً طبیعی است، ما بشر هستیم و وقتی از محصولات استفاده می‌کنیم، برای تمام کردن معانی شخصی خود گام بر می‌داریم. هنوز خیلی از شرکت‌ها علاقه‌ای ندارند بدانند چگونه می‌توان برای محصولات معانی جدید خلق کرد. آن‌ها اعتقاد

که در اولین مرحله از هم دورند و ناگهان «نزدیک» به نظر می‌رسند. همین تغییر فاصله را طراح در فضایی منطقی ایجاد می‌کند. برای مثال در صندلی گلاید^{۳۷} (تصویر ۲)، طراح با نزدیک کردن فرم صندلی به گلایدر، مفاهیمی جدید ایجاد می‌کند، گویی نشستن روی این صندلی با پرواز در آسمان خیال همراه خواهد شد و با این جهت‌گیری، کاربر را به تأویل‌ها و تجربه‌های شخصی خود خواهد سپرد. به عبارتی، طراح با ایجاد عملیات ترکیبی، تصویرسازی و شبیه‌سازی مستند سبب نوآوری معنایی می‌گردد. در روایت همچون استعاره، تولید معنا در سنتز ترکیب‌بندی رخدادها که در نوعی زمان‌بودگی روایی اتفاق می‌افتد، رویدادهای متعدد، علیت‌ها، قطعیت‌ها و امکان‌ها به یکدیگر متصل می‌شوند و برای تولید معنایی تازه گرد هم می‌آیند.

بحث و بررسی / تحلیل نتایج

بررسی آثار طراحی بر اساس روش‌های تولید معنا (استعاره و روایت)

در میان طراحان می‌توان به برادران بورولک^{۳۳} اشاره کرد که با نگاهی به چند اثر آن‌ها، گسترش افق‌های معنا از طریق استعاره مشاهده می‌شود. برای مثال کتابخانه ابر،^{۳۴} کتابخانه آجر^{۳۵} و کتابخانه خویشتن^{۳۶} (تصویر ۱). معنای کتاب در این سه طرح گسترش یافته است. در طرح اول، بارش کتاب از ابر دانش که استعاره ابر از دانش است. در طرح دوم، کتاب همچون قطعات آجر از بنای تمدن و در طرح سوم، هر کتاب نشانگر طیف نوری از منشور دانش است. همان‌طور که گفته شد، جنبه مفهومی فرایند استعاره به دریافت امر مشابه باز می‌گردد؛ یعنی نزدیک کردن واژه‌هایی

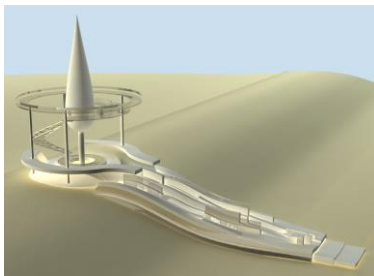


تصویر ۱. کتابخانه ابر، کتابخانه آجر، کتابخانه خویشتن
مأخذ: (www.bouroullec.com)



تصویر ۲. قفسه پروانه تصویر ۳. صندلی گلاید؛ تصویر ۴. صندلی سامورایی
مأخذ: (www.bouroullec.com)

(تصویر ۵)، گویی در زمان استفاده، روایتی تاریخی را بازگو می‌کند و کنش‌هایی که هنگام استفاده اتفاق می‌افتد، استعاره‌ای از آن روایت است: کاربر برس را همچون شمشیر آرتور، پادشاه افسانه‌ای انگلیس، از درون سنگ بیرون می‌کشد و به مبارزه با آلودگی‌ها بر می‌خیزد و بدین‌سان، با تحریک حس خیال‌پردازی، شخصیتی مجازی برای او به وجود می‌آورد و در قالب آن، عمل ناخوشایند شستن توالت به عملی جالب و شاید دوست‌داشتنی تبدیل می‌شود.



تصویر ۶. نشیمن باغ

مأخذ: (پایان‌نامه کارشناسی ارشد نگارنده اول)

همانند ستاره‌شناسی است که در رصدخانه خود، منظومه‌ای وسیع را می‌بیند که کاربر در محدوده آن جای دارد. پس او نه تنها کاربر را می‌بیند، بلکه تمامیت دنیای او را مشاهده می‌کند و با گذشت زمان و توالی حوادث، از نتیجه نهایی کار آگاهی دارد. البته کار او بس دشوار است. او باید بتواند ارزش‌های حاکم بر کاربر را دریابد، دنیای نفسانی کاربر را بشکافد، خیال‌بافی‌های او را بشناسد، خود را به جای او نهد، با کاربر به نوعی تجربه زیسته^{۴۲} دست یابد و قسمت‌هایی از محیط ذهنی یا پیرامون کاربر را که بر اثر فقدان شواهد و مستندات، تاریک مانده است، با قدرت همدلی تکمیل کند. از طرف دیگر، با شناخت محصولات، واقعیت تاریخی آن‌ها را درک کند. او برای رسیدن به این امر باید محصول را در کل محیطش جای دهد و معنای آن را استخراج کند.

برای این شناخت، او تفسیرهایی را که درباره محصول و کاربرش در شبکه تفسیرها وجود دارد، جمع‌آوری می‌کند (تصاویر ۷ و ۸) و از علوم روان‌شناسی و جامعه‌شناسی بهره می‌گیرد. با این توصیف، روان‌شناسی و جامعه‌شناسی در روش تأویل، جایگاه والایی دارند. او باید جامعه و کاربر امروز را بشناسد و با شناخت از گذشته، فردای این جامعه را نیز ببیند. در حقیقت، مفسر در اینجا اهداف و سودمندی هر محصول را با تفسیر دوباره روابطش با زمینه یا بستر، باز تعریف می‌کند (تصویر ۸).

برای مثال در کمد قفسه پروانه (تصویر ۳) برادران برولک روایتی شکل می‌گیرد؛ رویدادهایی همچون بیرون آوردن لباس از کمد، پوشیدن آن‌ها، حرکت کردن و بیرون رفتن، توالی کنش‌هایی که در زمان بودگی اتفاق می‌افتد، لباس که همچون بال و پر پروانه‌ای در این کمد اسیرند و زمانی که بر تن می‌نشینند، گویی به صاحب آن پروبال می‌دهند. در این روایت، پیرنگ رابطه‌ای است که میان لباس و صاحب آن وجود دارد. در اثر دیگر از طراح فرانسوی، فیلیپ استارک،^{۳۸} برس شوینده اکسکالیبر^{۳۹}



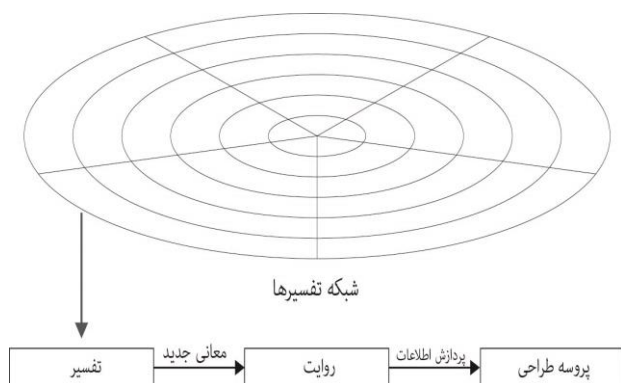
تصویر ۵. برس شوینده اکسکالیبر

مأخذ: (www.starck.com)

در مثال دیگر، اگر برای مراتب معنایی یا لایه‌های بازنمایی اثری از میلان شهری، نشیمنی با عنوان باغ^{۴۰} (تصویر ۶) را برای شهروند ایرانی بررسی کنیم، سه سطح برای آن وجود خواهد داشت: سطح اول، گلدان مبلمانی که همچون ظرفی، انسان و طبیعت را در بر دارد. فرم استوانه‌ای دور درخت نیز استعاره از محافظتی همچون گلدان است. سطح دوم، باغ ایرانی را بازنمایی می‌کند و به سرو و آب که در بالا می‌جوشد و به پایین جریان دارد و داشتن سلسله‌مراتب اشاره می‌کند. اما در سطح سوم، معانی عمیق‌تر هستند و به‌طور ضمنی بیان می‌شوند: رفتن به سطح بالاتر، استعاره از جداشدن از زمین و آسمانی شدن و طبقات دوار است که استعاره از دوایر طواف کعبه است. در بخش پایین، روایتی وجود دارد که به اشعار خیام (بنشین کنار آب و از زندگی لذت ببر) و حافظ (که برای نزدیکی با معشوق یعنی خدا تلاش می‌کند) اشاره دارد. در حقیقت، این سطح به اسطوره‌ها می‌پردازد.

طراح به‌عنوان مفسر^{۴۱}

همان‌طور که بیان شد، براساس نوآوری طراحی محور، طراح به‌عنوان مفسر عمل می‌کند. حال باید پرسید وظیفه طراح به‌عنوان مفسر چیست؟ مفسر هم بر پیرامون خویش واقف است و هم با کوشش خاص خود، دنیای خاص کاربر را درک می‌کند. او کاربر را در مجموعه‌ای وسیع می‌نگرد. مفسر



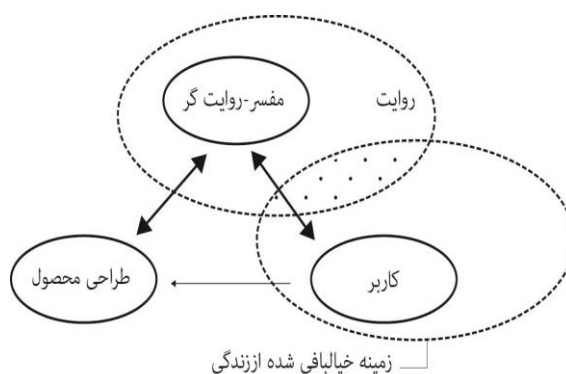
تصویر ۸. تحلیل شبکه تفسیرها

مأخذ: (Verganti, 2009). اقتباس و تغییر نگارندگان

برای او یادآوری می‌شود؟ و چه تأویل‌هایی برای او اتفاق می‌افتد؟ به زبان دیگر، طراح با تکیه، یا تأکید، تغییر یا ترکیب هر یک از عناصر یک فرآورده، پیکربندی آن را در ذهن کاربر تغییر می‌دهد و موجب می‌شود که کاربر شیء هدف را بازپیکربندی کرد و معنای آن را بازتعریف کند. در یک مثال ساده، ساعت زنانه، ساعت کار یا ساعت ورزشی هر یک به همین واسطه است که بازتعریف می‌شوند. شایان ذکر است که واژه پیکربندی در زبان فارسی توسط بابک احمدی معادل واژه آلمانی *Gestaltung* یا *Formgiving* قرار داده شده است، و به این وسیله می‌توان ارتباط معنا دارتری میان عناصر میکرو و ماکرو پیکربندی (*Gestaltung*) و فرایند هرمنوتیک ایجاد کرد.

زمینه‌های معنایی

بر اساس تعریفی که از طراح به‌عنوان مفسر بیان کردیم، لازم است شناخت طراح-مفسر به جهان درونی و بیرونی کاربر، در دنیای جدیدی و با معنای جدیدی دوباره‌سازی شود. این کار در دنیای روایت امکان‌پذیر است؛ حال چگونه می‌توان این معنای جدید را انسجام بخشید و رابطه بین دنیای جدید و اجزای آن یعنی کاربر، محصول و تعامل بین آن‌ها را در این دنیای جدید برقرار کرد؟ معنایی که کاربر، محصول و تعامل بین آن‌ها به وجود می‌آورد، در ساحت معنای کل شکل می‌گیرد و ساختار می‌یابد که همان معنای روایت و مضمون و درون‌مایه آن است. معنایی که در زمینه‌هایی همچون زبان، اکولوژی و ساحت کلی هستی بررسی می‌شود (تصویر ۹).

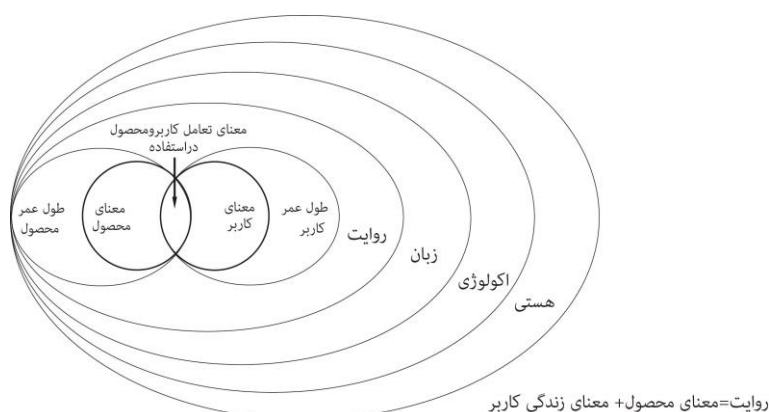


تصویر ۷. مثلث رابطه کاربر، مفسر و طراحی محصول

مأخذ: (Verganti, 2009). اقتباس و تغییر نگارندگان

سطوح پیکربندی در روایت

حال این سؤال مطرح است که طراح یا مفسر بعد از این درک و شناخت از کاربر و فهم دنیای ذهنی او، چگونه این شناخت را در راه نوآوری موفق به کار بندد؟ برای ساختن واقعیت تازه، از مفهوم ارسطویی تقلید شروع می‌کنیم. در اینجا ابتدا با کنش‌ها و ذهنیت زندگی هر روزه و ادراک آگاهانه یا ناآگاهانه آن‌ها و شاید بهتر باشد بگوییم عناصر ذهنی یا سوژکتیو وابسته به آن‌ها در ذهن کاربران روبه‌رو هستیم. در اینجا است که طراح با جمع‌آوری تفسیرها از شبکه تأویل‌ها (تصویر ۸) و به کمک علوم روان‌شناسی و جامعه‌شناسی، به شناختی از دنیای ذهنی کاربران دست می‌یابد. او عناصر را شکل می‌دهد که در نهایت با تفسیر خویش به‌عنوان «پیشاپیکربندی» در فرایند روایت وارد می‌شود. شناخت دنیای ذهنی کاربر باعث می‌شود استراتژی خاصی که مؤلف طرح می‌کند، به سوی کاربر جهت بگیرد. استراتژی طراح از طریق شبیه‌سازی مستند و مشاهده و بازتعریف رویدادهای متعدد و پراکنده‌ای است که در نهایت، آن‌ها را یکجا در نظر می‌گیرد و با آفرینش گونه‌ای تازه، در «پیکربندی» در قالب روایتی تمام و کمال ادغام می‌کند. در مرحله سوم، «بازپیکربندی»^{۴۳} متن اتفاق می‌افتد. زمانی که خواننده متن را تأویل می‌کند (منظور از متن در اینجا محصول و کاربر در زمینه استفاده است)، در پی آن با هر تأویل کاربر، پیکربندی متن دگرگون می‌شود (رجوع شود به مثال صندلی سامورایی،^{۴۴} تصویر ۴)، وقتی کاربر روی صندلی می‌نشیند، چه شخصیت‌ها، فضاها و تجربه‌هایی



تصویر ۹. عناصر زمینه که بر فرایند طراحی و فرآورده تأثیر می‌گذارند
 مأخذ: (Krippendorff, 2006): اقتباس و تغییر از نگارندگان

نتیجه

مرتبط با متن ادبی درباره محصولات صنعتی در زمینه استفاده، مورد بررسی و کاربردی سازی قرار گیرد. اینجاست که دو مدل استعاره و روایت به منظور تجسم بخشیدن به رویکرد نوآوری معنایی استخراج می‌شود که نمونه‌های آن در آثار طراحان بزرگی همچون استارک و برادران برولک به وضوح دیده می‌شود. از ساختار استعاره و روایت در نوآوری طراحی محور در چارچوب نظری هرمنوتیک می‌توان در نوآوری معناهای جدید استفاده کرد تا به خلاقیت در طراحی بینجامد.

فهم اینکه چگونه «افق‌سازی معانی جدید» سبب خلق مفاهیم نوآورانه در محصولات می‌شود، به خلق تئوری‌هایی می‌انجامد که بر اساس فلسفه هرمنوتیک ایجاد می‌گردد. بنیان هرمنوتیک بر مفهوم تأویل قرار گرفته و مشخصه اصلی تأویل، زمینه و گستره متن است. در نتیجه، مفاهیم مرتبط با متن با توجه به مقصود کلی خواندن متن، یعنی کنش دریافت از جانب مخاطب است که شکل می‌گیرد. این فرایند از طریق نشانه‌ها و عوامل مادی پیام تعریف می‌شود. در نتیجه باعث می‌شود محصولات صنعتی در فضای استفاده به‌عنوان متن مورد نظر قرار بگیرد. از سوی دیگر، مفاهیم

پی‌نوشت‌ها

24. Refiguration
25. Design Driven Innovation
26. Innovation of Meaning
27. Klaus Krippendorff
28. Asa Oberg
29. Envisioning New Meaning
30. Moodboard
31. Story board
32. Consept
33. Ronan & Erwan Bouroullec
34. Cloud
35. Brick
36. Self Shelf
37. Glide sofa
38. Philip Starck
39. Excalibur Heller

۴۰. نشیمن باغ، برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد نگارنده اول.

41. Interpreter
۴۲. تجربه زیسته معادل فارسی واژه آلمانی *das Erlebnis* است که به معنای تجربه کردن و شهود کردن است. این واژه به صورت کلی از واژه تجربه به معنای Experiment در اساس متفاوت است، زیرا به

1. Richard K. Lester, Michael J. Piore.
2. Generic Problem Solving
3. Adrian Snodgrass, Richard Coyne
4. Hermeneutic Circle
5. Interpretation
6. Language Theory
7. Hermeneutic
8. Hermeneuein
9. Hermeneia
10. Hermes

هرمس به معنای خدای بال‌دار، یکی از خدایان یونانی است. وظیفه هرمس انتقال پیام‌های خداوندی به بشر است.

11. Dasein
12. Existential
13. Josef Bleicher
14. Paul Ricoeur (1913-2005)
15. Metaphor
16. Narration
17. Mimesis
18. Story Recit
19. Mythos
20. Plot
21. Praxis
22. Prefiguration
23. Configuration

- گفتگو، ترجمه مهدی فیضی، نشر رخداد نو، تهران.
- ریکور، پل (۱۳۸۳)، *زمان و حکایت، کتاب اول: پیرنگ و حکایت تاریخی*، ترجمه مهشید نونهالی، چاپ اول، انتشارات گام نو، تهران
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۶)، *دایره‌المعارف علوم اجتماعی*، نشر کیهان، تهران.
- Lester, Richard K & Michael J. piore (2006), *innovation, the missing dimention*, Harvard University press, Boston.
- Snoddgrass, A; Coyne, R (2006), *Interpretation in Architecture: Design as a way of thinking*, Oxon, Routledge Press, United Kingdom.
- Palmer, Richard E (1969), *Hermeneutic: interpretation theory in Schleiermacher, Dielthey, Heidegger and Gadamer*, Illinois: Evanston University press, Evanston.
- Ricoeur, P(1991), *From Text to Action: Essays in Hermeneutics II*, Illinois: Evanston Northwestern University Press, Evanston.
- Marcus, Jahnke (2013), *Meaning in the Making: Introducing a hermeneutic perspective on the contribution of design practice to innovation*, ArtMonitor Gotehenburg, University of Gothenburg Konstnrliga fakultetskansliet, Sweden.
- Verganti, Roberto (2009), *Design Driven Innovation, Changing the Rules of Competition by Radically Innovating What Things Mean*, Harvard Business Press, Boston.
- Krippendorff, K(1989), "On the Essential Contexts of Artifacts" or "On the Proposition that "Design is Making Sense (of Things)", *Design Issues*, 5(2), 9-39.
- Krippendorff, Klaus (2006), *The Semantic Turn; A New Foundation for Design*, Boca Raton, Taylor&Francis, CRC Press, London, New York.
- Norman, Donald A and Roberto Verganti (2012), *Incremental and Radical Innovation: Design research versus technology and meaning change*, *Design Issues*, 30.1 (2014): 78-96.
- Oberg, Asa (2012), *Innovation Driven by Meaning*, (Licentiate), Malardalen University, Vasteras, Sweden.
- Jahnke, Marcus (2012), "Revisiting Design as a Hermeneutic Practice: An Investigation of Paul Ricoeur's critical hermeneutics", *Design Issues*, 28(2), 30-40.
- Verganti, Roberto and Oberg, Asa (2013), "Interpreting and envisioning — A hermeneutic framework to look at radical innovation of meanings", *Industrial Marketing Management*, 42(1), 86-95.

معنای تجربه آزمایشگاهی نیست، بلکه هدف بازنمایی تجربه واقعی است و بر این مبنا تجربه گر نباید خود را از محیط جدا بداند، بلکه باید خود را جزئی از محیط فرض کند.

۴۳. بازپیکربندی معادل انگلیسی reconfiguration است که توسط پل ریکور به کار گرفته شده است. منظور پل ریکور این است که ناظر اجزای مختلفی را کنار هم قرار می‌دهد و به واسطه پیکربندی محصول را می‌فهمد، حال آنکه طراح به کمک تکنیک‌های مرتبط در فرایند تأویل کاری می‌کند که کاربر یا بیننده به صورت مجدد، تأویل محصول را تحت الشعاع قرار دهد، اجزا را مجدداً کنار هم قرار دهد و باز پیکربندی کند.

44. Samourai chair

منابع

- احمدی، بابک (۱۳۷۰)، *ساختار و تأویل متن*، نشر مرکز، تهران.
- احمدی، بابک (۱۳۷۴)، *حقیقت و زیبایی*، نشر مرکز، تهران.
- بلایشر، جوزف (۱۳۸۹)، *گزیده هرمنوتیک معاصر*، ترجمه سعید جهانگیری، نشر پرش، آبادان.
- یالم، ریچارد ای (۱۳۷۷)، *علم هرمنوتیک: نظریه تأویل در فلسفه شلایرماخر، دیلتای، هایدگر، گادامر*، ترجمه محمدسعید حنایی کاشانی، نشر هرمس، تهران.
- توران، امداد (۱۳۸۹)، *تاریخ‌مندی فهم در هرمنوتیک گادامر، جستاری در "حقیقت و روش"*، ترجمه امداد توران، نشر بصیرت، تهران.
- رجبی نژاد، پروانه؛ حسامی، منصور (۱۳۹۳)، *بررسی هرمنوتیک پل ریکور و تأویل مخاطب از اثر هنری با تکیه بر عنوان، نشریه هنرهای زیبا- هنرهای تجسمی*، دوره ۱۹، شماره ۳، صص ۲۶-۱۹.
- ریکور، پل؛ نیچه، فردریش و دیگران (۱۳۸۹)، *هرمنوتیک مدرن گزیده جستارها*، ترجمه بابک احمدی، مهراں مهاجر، محمد نبوی، نشر مرکز، تهران.
- ریکور، پل (۱۳۸۱)، *استعاره و مسئله اصلی هرمنوتیک*، ترجمه حمید بهرامی راد، *نشریه زیباشناخت*، شماره ۷، صص ۸۵-۹۸.
- ریکور، پل و گادامر، هانس گئورگ (۱۳۸۸)، *هنروزبان، چهار مقاله*، یک