



کارکرد طراحی و نقش مدیریتی آن در مبلمان شهری

نویسنده: فرهاد آل علی

گروه طراحی صنعتی، دانشکده هنر، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران

Email: farhadale@semnan.ac.ir

چکیده

با وجود گذشت چندین دهه از حیات رسمی عرصه طراحی در دانشگاه های ایران، هنوز طراحی (یا به عبارت صحیح تر دیزاین) نتوانسته است به عنوان یک تخصص، خود را از یوغ هم پوشانی و نقاط مشترکش با عرصه های هنر و مهندسی، در حد لازم متمایز و مستقل ساخته، ارتباط خود را با عرصه های نوآوری، مدیریت و تجارت تقویت کند. مبلمان شهری بخش زیادی از فعالیت در شهر را سامان می دهند و باعث بالا رفتن کیفیت برخورداری شهروندان از محیط پیرامون و افزایش رفاه و لذت آن ها در خیابان، میدان، پارک و عرصه های دیگر شهری می شوند. طراحی مناسب و به کارگیری مبلمان شهری متناسب با محیط در بخش هایی از شهر که به آن ها فضاهای شهری می گوئیم، تاثیر زیادی در کیفیت زندگی شهری برجای می گذارد. مقاله حاضر پژوهشی است در مورد نقش مدیریتی طراحی در مبلمان شهری که با تعاریف دقیق طراحی (دیزاین) و مفاهیم مدیریتی آن آغاز گردیده است. سپس سعی در ارائه راهکارهایی در مناسب سازی طراحی مبلمان شهری دارد که به صورت کیفیتی معمارانه و خلاق می تواند در غنای هویت مکان در شهر و ارائه خدمات و ایجاد آرامش و آسایش شهروندان موثر باشد و نیز به بررسی خصوصیات مطلوب مبلمان شهری در طراحی بهینه فضاهای عمومی و ارائه نکات و راهکارها ی موثر چه در مقیاس طراحی مبلمان شهری و چه در ابعاد وسیع ساماندهی و مناسب سازی محیط شهر می پردازد. روش پژوهش توصیفی-تحلیلی است که با تکیه بر مطالعات کتابخانه ای و جستجوهای پیشرفته در مقالات علمی و سایت های معتبر داخلی و خارجی، مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

واژگان کلیدی: مبلمان شهری، مدیریت طراحی، دیزاین، طراحی صنعتی



مقدمه

بدون تردید بخش عمده ای از عناصر تشکیل دهنده سیمای هر شهر، مبلمان آن شهر است؛ اجزایی که گذشته از کاربردهای خاص خود به زیبایی و نظم شهر نیز سامان می بخشند. طبعاً شکل گیری عناصر بصری که تصویر هر شهر را به وجود می آورند، خاطره ای را برای هر بیننده در ذهن باقی می گذارند. هنر طراح آن است که در کنار چیدمان این ابزار و اجزا، نیاز شهروندان را برطرف کرده و سیمای زیبایی به شهر بدهد؛ به طوری که شهروند احساس آرامش و راحتی را در برخورد با آن ها داشته باشد. نیمکت، سطل زباله، صندوق پست و اتاقت تلفن، تابلوها، فضاهای سبز، آب نماها و بسیاری از اجزای دیگر تشکیل دهنده این انسجام هستند. بنابراین وظیفه خطیر برنامه ریزان و مدیران شهری سازماندهی، آرام سازی و بهسازی فضا و تجهیزات در راستای مدیریت شهری می باشد. در این میان شهرداری ها به عنوان مدیر و مرجع اصلی هماهنگ کننده اداره امور شهر نقش بسیار مهمی در رفع کمبودها و مشکلات شهری، جلب رضایت شهر نشینان و افزایش کیفیت زندگی آنان از طریق تامین حداقل نیازمندی های شهروندان، همچون ایجاد مبلمان مناسب شهری دارند.

سازماندهی مبلمان شهری به عنوان یکی از مهمترین عناصر محیط شهری، سهم به سزایی در مطلوبیت و مطبوعیت فضا از نظر شهروندان دارد و عدم برنامه ریزی یا برنامه ریزی ناقص در زمینه مبلمان شهری، به عدم کارایی این عناصر دامن می زند. وقتی که تناسب و مشکلات را از دیدگاه استفاده کنندگان مورد بررسی قرار دهیم، در واقع خود را در بطن آداب و رسوم، فرهنگ و دیدگاه های آن ها قرار داده ایم (Fukahori & Kubota 2002:63).

پیشینه تحقیق

پژوهش هایی که تا کنون در زمینه مبلمان شهری صورت پذیرفته است به صورت کلی به تعاریف و ضروریات عناصر مبلمان شهری پرداخته اند که در ذیل چند نمونه از آنها آورده می شود:

۱. نکویی، نازیلا. (۱۳۸۶)، "مدل توسعه راهبردی فناوری ارتباطات و شهرداری ها" مقاله، اولین کنفرانس بین‌المللی شهرداری الکترونیکی
۲. توسلی، محمود، بنیادی، ناصر. "اصول و ضوابط طراحی فضاهای شهری". مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران.
- ۳- مرتضایی، سیدرضا؛ (۱۳۸۲). رهیافت هایی در طراحی مبلمان شهری، ناشر: سازمان شهرداری های کشور
- ۴- امینی، امیرحسین و سمیاری، امیر. (۱۳۸۵)، طراحی و مانیب سازی مبلمان شهری، اولین همایش ملی مناسب سازی محیط شهری

اما در این پژوهش تعریف مدیریت طراحی در مقوله طراحی مبلمان به طور اخص مورد بررسی قرار می گیرد تا نقش و معنای واقعی طراحی در مبلمان شهری و نمود متفاوت مدیریت طراحی در پروژه های مبلمان شهری تبیین و مشخص گردد.

روش تحقیق

این پژوهش از نظر نتیجه، تحقیق کاربردی است و به دنبال توسعه دانش و ارائه الگوهای کاربردی است و از منظر رویکرد، پژوهشی توصیفی در نظر گرفته می شود که با تکیه بر مطالعات کتابخانه ای و جستجوهای پیشرفته در مقالات علمی و سایتها ی معتبر داخلی و خارجی، مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. در ابتدا سعی گردیده تا با روش اسنادی مبانی مدیریت طراحی و مبلمان شهری مورد



ارزیابی قرار بگیرد و در دیگر بخش‌ها در تبیین ساختار آن از رویکرد توصیفی-تحلیلی استفاده و از مطالب طرح شده نکاتی استنباط و تحلیل شده است.

مبانی نظری پژوهش؛ تعاریف و مفاهیم

تعاریف دیزاین

تعاریف بسیاری برای دیزاین وجود دارد. در گسترده‌ترین معانی، دیزاین فعالیتی است که "به برنامه‌ریزی‌های زندگی فرم و نظم" می‌بخشد (Potter, 1980: 152). این واژه بنا به اقتضای زمینه، "برنامه، پروژه، مقصود، فرایند" و یا "اسکیس^۱، مدل، موتیف^۲، تزئین، کمپوزیسیون بصری، سبک" معنی می‌دهد. دیزاین در معنای "مقصود"، بیانگر هدف، فرایند و در معنای "طراحی" بیانگر به اجرا رساندن یک برنامه در قالب اسکیس، الگو یا کمپوزیسیون بصری است (هوانسیان، ۱۳۸۸: ۴).

یکی از دلایل سردرگمی، این واقعیت است که دیزاین می‌تواند هم به یک فعالیت (فرایند دیزاین) و هم به ثمره آن فعالیت یا فرایند (یک برنامه یا یک فرم) اطلاق شود. رسانه‌ها نیز با به کار بردن صفت "دیزاین" برای توصیف فرم‌ها، مبلمان، چراغ‌ها و عناصر مد منحصراً بفردها، بدون اشاره به فرایند خلاقه‌ای که در پس آنها نهفته است، بیشتر باعث سردرگمی می‌شوند.

شورای بین‌المللی انجمن‌های طراحی صنعتی (ICSID)^۳، سازمانی که نهادهای حرفه‌ای و طراحان را در سراسر دنیا دور هم جمع می‌کند، این تعریف را پیشنهاد می‌دهد:

هدف: دیزاین فعالیتی خلاقه است که هدف از آن ایجاد کیفیت‌های چندجانبه برای اشیاء، فرایندها، خدمات و سیستم‌های مربوط به چرخه‌های عمر آنهاست. بنابراین، دیزاین فاکتور اصلی انسانی کردن نوآورانه فناوری‌ها و عامل بسیار مهم در مبادلات فرهنگی و اقتصادی است.

وظایف: دیزاین قصد دارد رابطه‌های ساختاری، سازمانی، عملکردی، توصیفی و اقتصادی را به منظور انجام وظایف زیر کشف کند و آنها را بسنجد:

-افزایش تداوم‌پذیری (پایداری)^۴ در جهان و حفاظت از محیط زیست (اخلاق جهانی).

-دادن امکانات و آزادی به کل جامعه بشری (اخلاق اجتماعی)

-حمایت از تفاوت‌های فرهنگی با وجود جهانی شدن^۵ دنیا

¹ واژه فرانسوی مترادف طرح

² Motif مترادف نقش

³ International Council Societies of Industrial Design

⁴ Sustainability



فرم دادن به محصولات، خدمات و سیستم‌ها به صورتی که توصیف کننده پیچیدگی‌های ذاتی متناسب با آنها (سمیوتیک)^۶ و هماهنگ با این خصوصیات (استتیک)^۷ باشد (www.wdo.org).

حسن این تعریف آن است که از افتادن در دان نگرش به دیزاین فقط از منظر نتیجه نهایی آن (زیبایی شناسی و شکل ظاهری) پرهیز می کند.

دیزاین علم است یا هنر؟

این پرسش بحث برانگیز است چراکه دیزاین هم علم است و هم هنر. فنون دیزاین، شخصیت منطقی رویکردهای علمی، ابعاد ادراکی و هنری تلاش خلاقه را باهم درمی آمیزد. دیزاین همچون پلی بین هنر و علم عمل می کند و طراحان ماهیت تکمیل کننده این دو حوزه را امری بنیادین می دانند. دیزاین فعالیتی راه حل یاب، سیستماتیک و هماهنگ ساز است (Borja de Mozota, 1998:38).

کلیدواژه های مدیریتی

برخلاف شخص هنرمند، طراح عضوی از یک تیم چند تخصصی است و برای دیگران می آفریند. طراح مانند یک هماهنگ کننده عمل می کند و همه عناصر تشکیل دهنده پروژه را مد نظر قرار می دهد. بنابراین دیزاین در مدیریت نوآوری و نیز در مدیریت تعارض^۸ نقش دارد (Berssen, 1987: 59).

دیزاین از قلمرو زیبایی شناسی محض فاصله می گیرد تا اشیائی را بیافریند که جوابگوی نیازهای بشر باشند. طراح باید خود را با محدودیت های اقتصادی، زیبایی شناسی، فناوری و بازرگانی وفق بدهد و به یک سنتز^۹ دست یابد. او "آفریننده فرم" است که در زمینه اصول الزامی از پیش تعریف شده از سوی دیگر افراد حرفه ای، آفرینش را درک می کند و برای ارزش های انسانی بیش از فناوری ارزش قائل است (همان: ۶۶).

بنابراین، دیزاین فرایند آفریدن و تصمیم گیری است. دیزاین جانشینی برای سایر فعالیت ها نیست بلکه از دیگر فعالیت ها و شرکا به شیوه ای خلاقه در عرصه بازاریابی حمایت می کند و در تلاش است فنون و قابلیت های آن را تقویت کند و گسترش دهد.

مدیریت شهری

عبارت است از یک سازمان گسترده، متشکل از عناصر و اجزا رسمی و غیررسمی مؤثر و ذی ربط در ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی و کالبدی حیات شهری با هدف اداره، کنترل و هدایت توسعه همه جانبه و پایدار شهر مربوطه. هدف سیستم مدیریت شهری، به مثابه جزئی از سیستم حکومتی، اداره امور شهرها است و ایفای نقشی است که دولت برای این سیستم قائل می شود. هدف سیستم مدیریت

⁵ Globalization

⁶ Semiotics نشانه شناسی

⁷ Aesthetics زیبایی شناسی

⁸ Conflict management

⁹ Synthesis هم افزایی- ترکیب



شهری در جهت اهداف ملی بوده و با آن همسو است و از کلیات آن تبعیت می کند و به همین دلیل است که برنامه های این سیستم برای ساماندهی امور شهر، به طور کلی در چارچوب برنامه های کلان و قوانین جاری کشور تدوین می گردد و اقدامات این سیستم ناقض مقررات قانونی کشور نیست (نکویی، ۱۳۸۶: ۳).

طراحی محیطی

طراحی محیطی دربرگیرنده برنامه ریزی فضا برای یک محیط و آفریدن همه فضاهایی است که به صورت فیزیکی آن محیط را معرفی می کند (هوانسیان، ۱۳۸۸: ۹). مبلمان، واژه‌ای فرانسوی به معنای مجموعه اثاثیه و دکوراسیون یک محل است. مبلمان شهری^{۱۰} به مجموعه وسیعی از وسایل، اشیاء، دستگاه‌ها، نمادها، خرده بناها، فضاها و عناصری گفته می شود که چون در شهر و خیابان و در کل در فضای باز نصب شده‌اند و استفاده عمومی دارند، به این اصطلاح معروف شده‌اند و به نیازهای شهروندان در برخورد با شهر پاسخ می دهند. این نیازها بسیار متفاوت و متنوع هستند. نیاز به نشستن، ایستادن، قدم زدن، خواندن، برقراری ارتباط، خوردن و آشامیدن و... (مرتضایی، ۱۳۸۲: ۸۸).

¹⁰ Urban elements- Urban furniture



یافته ها

دیزاین بمتابه یک فرایند

دیزاین فرایندی است که چهار خصوصیت اساسی دارد-چهارC (Walsh et al, 1992):

- ۱- خلاقیت^{۱۱}- دیزاین مستلزم آفرینش چیزی است که پیش تر وجود نداشته است.
 - ۲- پیچیدگی^{۱۲}- دیزاین شامل تصمیم گیری درباره تعداد زیادی از پارامترها و متغیرها است.
 - ۳- مصالحه^{۱۳}- دیزاین مستلزم متعادل سازی نیازهای متنوع و گاهی ناسازگار با یکدیگر (همانند هزینه، عملکرد، زیبایی شناسی و راحتی استفاده، مواد و دوام) است.
 - ۴- انتخاب^{۱۴}- دیزاین مستلزم انتخاب از میان راه‌حل‌های متعدد امکانپذیر برای یک مسئله در کلیه مقاطع است. از کانسپت اولیه تا کوچک‌ترین جزئیات رنگ یا فرم.
- فرایند دیزاین در اصل فرایندی تجربی است. با این وجود، کار دیزاین ایده‌پردازی محض نیست: دیزاین مولد اسکیس‌ها، طراحی‌ها، مشخصات و مدل‌ها است.
- هولت سه نوع فرایند دیزاین را شناسایی می‌کند (Holt, 1990:68):
- ۱- فرایند تحلیلی دیزاین، هنگامی استفاده می‌شود که تردید اندکی درباره راه‌حل‌های ممکن وجود دارد و نتیجه کار تنها نمونه‌ای اصلاح شده از چیزی موجود است.
 - ۲- فرایند تکرارپذیر^{۱۵} دیزاین، که بسیار مناسب پروژه‌هایی با درصد ریسک متوسط مانند بهینه‌سازی‌های ریشه‌ای و نوآوری‌های منتخب است.
 - ۳- فرایند بینش‌مندانه^{۱۶} دیزاین، که در این فرایند صورت مسئله به صراحت قابل توصیف نیست و شاید در بهترین حالت مبهم باشد. بسته به میزان آزادی عمل اعطا شده به طراح در تفهیم نامه^{۱۷} دیزاین که اغلب با درجه ریسک اتخاذ شده از سوی سازمان مرتبط است، این سه نوع فرایند دیزاین، با هم تفاوت دارند.

¹¹ Creativity

¹² Complexity

¹³ Compromise

¹⁴ Choice

¹⁵ Iterative

¹⁶ Visionary

¹⁷ Design brief



جدول ۱- فرایند دیزاین

تولیدات بصری	اهداف	مراحل
صورت مسئله	ایده	مقدماتی (صفر). جستجو
کانسپت بصری	کانسپت	۱- تحقیق
- ایده‌های پردازش نشده، اسکیس‌ها - ارائه‌های پردازش نشده - مدل در مقیاس پایین	انتخاب سبک بصری	۲- اکتشاف
- ترسیمات فنی - مدل عملکردی - نمونه‌سبک بعدی برای بررسی - صحت بصری و توانایی‌های کاری	- پروتوتایپ - جزئیات	۳- توسعه
- اسناد اجرایی - پروتوتایپ	آزمایش	۴- تحقق
تصویرسازی از محصول	تولید	۵- ارزیابی



دیزاین بمثابه فرایندی مدیریتی

فرایند دیزاین، فرایندی هویتی است که شرکت را برای خودش، مشتریانش و سرمایه‌گذارانش تعریف می‌کند، آن را از رقبایش متفاوت می‌سازد و مرکز ثقل موفقیت آن است. دیزاین شناسه‌ای کلیدی از شرکت در نزد عموم فراهم می‌آورد و برای به‌عهده گرفتن مناصب ابتکارگرا در مدیریت فرایند دیزاین، نیاز مبرم به مدیران دیزاین را باعث می‌شود (Anders, 2000: 19).

فرایند دیزاین با صورت مسئله‌ای آغاز می‌شود که بیانگر ماهیت مسئله‌ای است که باید حل شود. فرایند دیزاین، در جواب به این صورت مسئله، به نتیجه‌ای خواهد رسید- یک محصول و یا نوعی خدمت- که به‌وسیله شرکت ارائه و ارزیابی خواهد شد. بنابراین فرایند خلاقه، بسیار شبیه فرایندهایی است که مدیریت در توسعه محصول جدید^{۱۸} و فرایند نوآوری استفاده می‌کند. اغلب "دیزاین" و "نوآوری" کلمات قابل معاوضه‌ای برای بیان دو فعالیت خلاقه هستند.

بدین ترتیب فرایند خلاقه دیزاین، دارای شخصیتی چند تخصصی و تکرارپذیر است. این فرایند خلاقه فراتر از تولید نتایج بصری صرف پیش می‌رود، زیرا دیزاین در بسیاری از عرصه‌های تصمیم‌گیری مدیریتی وارد شده است. بدین‌سان، دیزاین فرایند مدیریتی داخلی است که شامل تحقیق بازار، راهبرد بازاریابی، برندسازی، مهندسی، توسعه محصول جدید، برنامه‌ریزی تولید و سیلست‌های ارتباط سازمانی می‌شود (Hollins and Hollins, 1991: 165).

در این فرایند، دیزاین بیش از آنکه صرفاً فرایندی خلاقه باشد، فرایندی مدیریتی است. فرایند خلاقه دیزاین در فرایند دیزاین جامع جای می‌گیرد در نتیجه چنین دیزاینی عبارت است از:

- فرایند داخلی خلاقه
- فرایند خارجی تولید
- فرایند مدیریتی
- فرایند برنامه‌ریزی

رویکردی مقایسه‌ای نسبت به دیزاین و مدیریت

تفاوت‌های موجود در رویکردهای ادراکی طراحی و مدیران، اغلب دلیل دشوارنگاری انضمام دیزاین از سوی شرکت‌ها ذکر شده است. ولی آیا واقعاً رویکردهای آنها تا بدین حد متفاوت است؟ حتی کنارهم قرار دادن دو واژه "دیزاین" و "مدیریت" ممکن است دشوار باشد، به‌ویژه برای طراحی که چیزی فراسوی ابعاد عقلایی و مالی مدیریت نمی‌بینند. با این وجود، تحلیلی از خصوصیات و مفاهیم بنیادین این دو نظام، بیش از آن که بیانگر تفاوت‌ها باشد، شباهت‌هایی را آشکار می‌سازد (Borja de Mozota, 1998: 129).

جدول ۲ مفاهیم کلیدی دیزاین و مدیریت را مقایسه می‌کند. واضح است که بیشتر مفاهیم در هر دو نظام مشترک هستند. حتی ابعاد فرهنگی و زیبایی‌شناسی دیزاین دارای معادل‌هایی در مدیریت، در حیطه اولویت‌های مورد نظر مصرف‌کننده، فرهنگ سازمانی و هویت سازمانی است.

جدول ۲- نگرشی مقایسه‌ای به مفاهیم دیزاین و مدیریت

مفاهیم دیزاین	مفاهیم مدیریت
دیزاین فعالیت راه‌حل‌یابی است	فرایند؛ راه‌حل‌یابی

¹⁸ New Product Development (NPD)



مدیریت ایده‌ها؛ نوآوری	دیزاین فعالیت خلاقه است
سیستم‌های تجاری؛ اطلاعات	دیزاین فعالیت کلی‌نگر است
ارتباطات؛ ساختار	دیزاین فعالیت هماهنگ‌سازی است
اولویت‌های مورد نظر مشتری؛ فرهنگ سازمانی؛ هویت	دیزاین فعالیت فرهنگی و هنرمندانه است

ویژگی‌های مبلمان شهری و ارتباط آن با مدیریت دیزاین

اجزای مبلمان شهری، دو ویژگی اساسی دارند: کاربردی بودن و زیبایی، که در صورت داشتن هر دو ویژگی، می‌توانند نیاز عملکردی و بصری شهروندان را همزمان برآورده سازند. البته این امر، مستلزم در نظر گرفتن مقوله‌های متعددی در طراحی اجزای مبلمان شهری است که نه تنها رنگ، هماهنگی با محیط پیرامون، دوام، ایمنی و اقتصادی بودن آن‌ها مورد نظر است، بلکه باید از نظر عملکردی، جانمایی مناسبی در سطح شهر داشته باشند تا بتوانند پاسخگوی نیاز شهروندان باشند. در طراحی فضاهای شهری عناصر متعددی در شهر جای گرفته‌اند که جزئی از مکان هستند و چنانچه با یکدیگر هماهنگی و انسجام داشته باشند، مضامین و مفاهیم مشترکی را بیان می‌کنند. به عنوان مثال در گذشته، قرار گرفتن برخی از بناها با کاربری‌های عمومی، در مجاورت فضاهای عمومی، فضایی بسیار مناسب و دلنشین جهت توقف عابرین پیاده ایجاد می‌کرد؛ اما با گذشت زمان و ورود فن‌آوری جدید و از همه مهم‌تر، ورود اتومبیل به شهرها، ساختار شهرهای گذشته دگرگون شد و فضاهای شهری، دارای اشکال متفاوت با اجزای متفاوتی شدند. همچنین کاربری‌های فضاهای شهری، بیش از پیش تنوع یافته است، مانند کاربری‌های مراکز تاریخی، تجاری و هنری شهر، فضاهای تردد خودروها (سواره روها)، فضاهای تردد عابرین پیاده (فضاهای تعامل اجتماعی و تجمع مردم)، فضاهای سبز عمومی همچون پارک‌ها و حاشیه رودخانه‌ها که هر کدام تعریف متفاوتی دارند و مبلمان شهری جداگانه‌ای را می‌طلبند. ساختار و انسجام هر یک از اجزا در کل شهر مسئله مهمی است، چرا که اگر عناصر یک مکان، فاقد هماهنگی و انسجام بصری و ارتباط با هویت شهروندان باشند، احساس سردرگمی و بیگانگی با شهر ایجاد می‌کنند. نکته مهم در طراحی محیط‌های شهری و زیباسازی آن‌ها، جایجایی عناصر مبلمان شهری و درک تمامی شرایط حسی و روانی افراد مختلفی است که در آن فضا حضور می‌یابند (مرتضایی، ۱۳۸۸: ۱۰۳).

موضوع ارتباط بالقوه بین نحوه عملکرد متولیان طراحی مبلمان شهری و مدیریت دیزاین، منشا مجموعه متنوعی از تحقیقاتی است که اکثراً از طریق گروه نوآوری شرکت‌های دیزاین هدایت خواهند شد.

بحث

تأثیر دیزاین بر موفقیت طراحی مبلمان شهری

نحوه عملکرد سازمان زیباسازی شهری رابطه‌ی تنگاتنگی با طرز تفکر مدیران ارشد نسبت به دیزاین و تصمیم آن‌ها در ترویج همزمان سیاست دیزاین و سیاست اجرایی طراحی شهری دارد. دیزاین‌فرایندی است که هرگز متوقف نمی‌شود و مدیریت دیزاین برای موفقیت در سیاست‌گذاری نوآوری یک سازمان، امری ضروری است.

استفاده از دیزاین مولد موفقیت است و این موفقیت به سه روش، آغازگر فرایند انضمام است:



- ۱- انضمام عملکردی دیزاین در توسعه میلان شهری
- ۲- انضمام بصری دیزاین در فرهنگ و آفرینش هویت برند یک سازمان
- ۳- انضمام طراحی مفهومی در راهبرد سازمان و ماموریت آن

تفاوت سبک‌های مدیریت دیزاین در سازمان‌های زیبا سازی شهری

سازمان‌ها در سیاست‌گذاری‌های مدیریت دیزاین بر اساس جایگاهشان با چهار متغیر کلیدی متمایز می‌شوند:

- ۱- مسئولیت دیزاین: موضوع کلیدی که بر کیفیت مدیریت دیزاین یک سازمان تأثیر می‌گذارد این است که آیا آن سازمان فردی دارد که مسئول دیزاین و نیز مسئول اجرای برنامه‌های آموزشی دیزاین باشد، یا خیر (Press, 1995: 11).
- ۲- تجربه دیزاین: مدیریت، بسته به میزان تجربه‌ای که با دیزاین کسب نموده است، به دیزاین به مثابه منبعی برای توسعه در آینده، یا منبعی فاقد مسئولیت در آینده نگاه می‌کند، یا در این موارد دیدگاه خاصی ندارد (Price, 1995: 9).
- ۳- جایگاه‌سازی راهبردی: هرگاه جایگاه‌سازی راهبردی سازمان واکنش‌گرا باشد، سیاست‌گذاری‌های دیزاین سازمان را بازار تعیین می‌کند؛ هرگاه جایگاه‌سازی راهبردی سازمان ابتکارگرا باشد، سازمان قادر است بر روی بازار تأثیر بگذارد و به دیزاین به مثابه ابزاری برای آفریدن تقاضای جدید بنگرد که این نوع نگرش مستلزم تغییراتی سازمانی در مدیریت نوآوری است (Hart et al, 1988: 38).
- ۴- انضمام دیزاین به زنجیره ارزش سازمان: دیزاین به مثابه قابلیت اقتصادی (تأثیر آن بر روی عملکردهای اولیه سازمان است)؛ دیزاین به مثابه قابلیت مدیریتی (تأثیر آن بر روی عملکردهای پشتیبانی است)؛ دیزاین به مثابه قابلیت راهبردی (تأثیر آن بر زنجیره ارزش برون سازمانی است) (Borja de Mozota, 2002: 26).

نتیجه‌گیری

دیزاین حرفه‌ای است که می‌توان آن را در عرصه نظام‌های متفاوت همچون طراحی محیطی، طراحی شهری، طراحی محصول و غیره تجربه کرد. به همین خاطر دیزاین از راه عملکردهای مختلف نظیر مدیر اجرایی‌ارشد، ارتباطات سازمانی، تحقیق و توسعه، تولید و بازاریابی وارد سازمان می‌شود. آنچه که در همه مراحل فرایند خلاقه در دیزاین آفریده می‌شود نتایج بصری یا فرم‌دار خوشایند و زیبا خواهد بود. در این پژوهش پس از بررسی مفاهیم واقعی دیزاین و کاربرد آن در نظام‌های گوناگون بخصوص طراحی محیطی، مفاهیم مدیریتی در مقام مقایسه با دیزاین قرار گرفت تا معنای سطحی کارکرد دیزاین که در جامعه به اشتباه نتایج صرف بصری را شامل می‌شود تصحیح نموده و ارزش‌های مدیریتی دیزاین توصیف گردید تا معلوم گردد دیزاین یک فرایند خلاقه و مدیریتی است و در سازمان‌های زیباسازی شهری اگر به این مفهوم توجه کافی شود سلايق شخصی در طراحی محیطی حذف و ساختار مدیریتی دیزاین جای آن را خواهد گرفت. کیفیت، اغلب به‌مثابه طرز فکر جدید ریشه‌ای یا انقلابی فرهنگی، توصیف می‌شود و بازگوکننده تحول در الگوهای مدیریتی است که مدیریت کیفیت را به چهارچوب فکری دیزاین نزدیک‌تر می‌سازد. سازمان‌هایی که به کیفیت علاقه‌مند هستند باید بر تعدادی از فرایندهای تصمیم‌گیری تمرکز کنند که تفکر دیزاین قبلا در آنها تخصص پیدا کرده است.



منابع

- ۱- مرتضایی، سیدرضا(۱۳۸۲)، رهیافتهایی در طراحی مبلمان شهری، ناشر: سازمان شهرداری های کشور
- ۲- نکویی، نازیلا(۱۳۸۶)، مدل توسعه راهبردی فناوری ارتباطات و شهرداری ها"مقاله.
- ۳- هوانسیان، نژده(۱۳۸۸)، دیزاین و مدیریت آن، چاپ اول، تهران، انتشارات ویژه‌نگار
- 4- Andres, Robert(2000)"Defining, Mapping and Designing the Design Process", Design Management Journal, Vol11, No:3, Summer
- 5- Berncen, Jens(1987) Design Management in Practice. EEC European Design Editions, Danish Design Council.
- 6- Borja de Mozota, Brigitte(1998) Challenge of Design Relationships: The Converging Paradime[in chapter11 of: Bruce,M. and Jevnaker,B.]
- 7- Borja de Mozota, Brigitte(2002) 'Design and Competitive Edge: A Typology for Design Management Excellence in European SMEs', Dsign Management Journal- Academic Review, No:2, Fall.
- 8- Fukahori, Kiyotaka & Kubota, Yoichi (۲۰۰۲) , The role of Design Elements on the Cost–Effectiveness of Streetscape Improvement, Landscape & Urban Planning,No:۶۳
- 9- Hart, Susan and Service, Linda(1988)' The Effects of Managerial Atitudes to Design on Company Performance', Journal of Marketing Management, Vol.4, No:2, Hivers
- 10- Hollins, Gillian and Hollins, Bill(1991) Total Design: Managing the Design Process in the Service Sector. London: Pitman.
- 11- Holt, Knut(1990)The Nature of the Design Process. Oxford: Basill Blackwell
- 12- Press, Mike(1995) From Mean Design to Lean Design and a Smarter Future: Design Management in the British Ceramic Tableware Industry. 7th International Forum on Design Management Research and Education, University of Stanford.
- 13- Price, Alun (1995) Design Users' View of their Design Experiences: Some Western Australlian Evidence. 7th International Forum on Design Management Research and Education, University of Stanford
- 14- Potter,Norman(1980) What is a Designer: ThingsT PlacesT Messeges(revised edition). London: Hyphen Press.
- 15- Walsh, Viven, Roy, Robin, Bruce, Margaret and Potter, Stephen(1992)Winning by Design: Technology, Product Design and International Competitiveness. Oxford: Basill Blackwell