

دید دیزاین

خواهر و برادرهایی الهام بخش برای دنیای دیزاین

منابع ایده برای یادگیری انواع دیگر نگاه به دیزاین

استودیو تجربه | پاییز ۱۳۹۷

TAJROBEH
Genuine Encounter

Tajrobeh Design Studio
experience@tajrobeh.design

  / tajrobehdesign
   / tajrobeh

We write
only about
what we have
experienced
first-hand
and lived
genuinely.

First published at
www.tajrobeh.design
Autumn 2020

BY ND NC SA

CC creative commons



پربیننده ترین سخنرانی در TED، سخنرانی "کن رایبنسون" (Sir Ken Robinson) درباره‌ی آموزش است. او به زیبایی شرح می‌دهد که بیشتر سیستم‌های آموزشی نوین، روی "سر" (و البته بیشتر بخش چپ و تحلیلی مغز) تمرکز کرده‌اند و بدن ما تنها به عنوان وسیله‌ای برای انتقال سرمان از جایی به جای دیگر به کار می‌رود. او نمونه‌هایی از کودکانی که می‌توانند با بدنشان (با رقص و حرکات فیزیکی) فکر کنند مطرح می‌کند.

ابزارهای "دریافت و درک مفاهیم" (Input)، "سنتز دریافت‌ها" (Process) و "خلق خروجی‌ها" (Output) برای طراحان (و هرکسی که کار خلاقه یا حتی علمی انجام می‌دهد)، تنها محدود به ابزارهای تحلیلی مناسب برای نیمکره‌ی چپ مغز نیستند. زمینه‌های تخصصی جذاب و پرچالشی وجود دارند که نوع نگاه و روند رشد در آن‌ها می‌تواند به طراحان نیز کمک کند تا دنیای خود را گسترش داده و ابزارهای فکری، حسی، عاطفی و شهودی خود را توسعه دهند.

دو نمونه از این زمینه‌ها که ابزارهای یادگیری، رشد و کار در آن‌ها می‌تواند برای طراحان نیز قابل بهره‌گیری باشد "دنیای بازیگری و هنرهای دراماتیک" و "مسایل و آموزش‌های نظامی" است.

بخش نخست: بازیگری و دیزاین

هنرجویان در دوره‌های آموزش بازیگری، در زمینه‌های متعددی آموزش می‌بینند. از جمله پرورش فیزیک و بیان بدنی، پرورش احساس و کنکاش عمیق در لایه‌های احساسی وجود خود، بیان و برون‌ریزی احساسات، پرورش و رشد شهود، فن بیان و گفتار، خوانش متن و داستان، شناخت فضای داستان (Context, Theme, Culture)، شناخت کاراکتر و روش‌های نزدیک شدن به نقش.

تمرین‌ها، چالش‌ها و تجربه‌هایی را که بازیگر در هر کدام از این موارد از سر می‌گذرانند، به "بازتر شدن کانال‌های ورودی ذهن و احساس" (Input)، "درک موقعیت و کاراکتر" (Process) و "رشد و تقویت ابزارهای ابراز" (Output) کمک می‌کند. فرآیندی که در طی آن، بازیگر می‌آموزد تا نه تنها به جای "خود"، بلکه به جای شخصیت‌هایی که آن‌ها را بازی می‌کند نیز "زندگی" کند و لایه‌ها و زوایای دید متفاوت و متنوع‌تری را تجربه کند.

این "فرآیند نفوذ به لایه‌های بیش‌تری از زندگی" (از طریق درک زندگی انسان‌های دیگر) برای طراحان آشناست. طراحان نیز برای درک کاربران (شخصیت در داستان) در موقعیت استفاده (Context, Theme, Culture) باید بتوانند از دید کاربران به زندگی نگاه کنند و آن را تجربه کنند.

در تاتر، مهمترین ابزار هنری بازیگر، خودش است. هنرمند و ابزاری می‌شود. در دنیای دیزاین نیز بهترین ابزار کشف و خلق، ابزارهای دیجیتال (اینترنت و نرم‌افزار) نیستند، بلکه خود طراح به عنوان یک انسان باید تبدیل به ابزار تحقیق و تجربه و خلق شود.

روش‌هایی نیز در حرفه‌ی دیزاین برای این منظور متداول است مانند:

Body Storming, Deep Interview, Immersion و

البته نکته مهمی درباره‌ی تفاوت "روش‌های آموزش و ابزارهای بازیگری" با "روش‌های آموزش و ابزارهای طراحان" وجود دارد. قدمت آموزش بازیگران به چندین قرن می‌رسد. از زمان یونان باستان که نخستین نمایشنامه‌های مدون تراژدی و کمدی به روی صحنه رفته، بازیگران برای اجرا آموزش دیده‌اند (آموزش‌های شبه بازیگری در آیین‌های قومی و قبیله‌ای را که قدمتی تقریباً به درازای تاریخ بشریت دارند در نظر نمی‌گیریم). بعدتر در دوران الیزابتی و شکسپیری دنیای تاتری جدیدتری شکل گرفت و امروزه مدارس معاصر بازیگری و تاتر توسط بزرگان هنرهای دراماتیک مانند استانیسلاوسکی، میرهولد، استراسبرگ، گروتوفسکی، مایزنر، آدلر و پیتربروک شکل گرفته و مدون شده است. به پشتوانه‌ی این قرون، هنرجویان بازیگری، با پیشینه‌ی تاریخی و تجربه‌ی کهن‌تر و پخته‌تری آموزش می‌بینند. در حالی که مقوله‌ی دیزاین بسیار جوان‌تر است و آموزش دیزاین به صورت مدون، به حدود ۱۰۰ سال می‌رسد. از این رو دنیای دیزاین می‌تواند چیزهای بسیاری از فرآیندهای آموزش بازیگری یاد بگیرد و وارد فرآیندهای خود کند.



دید تاتری برای طراحان

تمرین‌های فیزیکی (بدنی)، حسی (پنج‌گانه)، احساسی (عواطف) و ذهنی بازیگری می‌تواند در سه زمینه‌ی اصلی به طراحان کمک کند:

۱- ارتباط طراح با "خود"

این ارتباط، طراح/بازیگر را از نظر روانی و احساسی با درونیاتش مرتبط می‌کند و می‌تواند تفکر، شهود، پاسخ‌های ارگانیک، تمرکز و خلاقیت طراح/بازیگر را بیدارتر کرده و به سطوح جدیدتر و عمیق‌تری ببرد.

در این راه طراح/بازیگر باید بتواند "از پس خودش برآید"، از موانع ذهنی بگذرد و قفل بسیاری از احساسات ژرف درونی را باز کند. این سری از تمرین‌ها، از سخت‌ترین تمرین‌های بازیگری است.

شما باید به مکان هایی در جغرافیای درونی تان بروید و با بخش هایی از وجودتان روبرو شوید که ممکن است خوش آیند نباشد.

پس از مواجهه با این بخش ها و درک و ارتباط با آن ها، می توانید ابزارهای نیرومندتر و موثرتری برای درک و ابراز احساس داشته باشید. طرح های شما پس از این تمرینات، بیش از پیش به نشانه ها و پیام های احساسی شما آغشته خواهد شد.

۲- ارتباط طراح با فضای اطراف (فضای فیزیکی و اتمسفر روانی)

طرح های بسیاری را در زمینه های طراحی محیط (داخلی، بیرونی، عمومی، شهری) یا طراحی برای محیط (مبلمان عمومی و شهری، نشانه های راهنما و ...) می بینیم که نشانی از حضور انسانی در آن ها دیده نمی شود. این گونه طرح ها دیالوگ درستی با دیگر المان های محیطی برقرار نمی کنند. طرح هایی که ایزوله از زمینه، موقعیت، وضعیت (Context, Location, Situation) و زندگی جاری در آن محیط ارایه شده اند و نه تنها به "جریان یافتن دیالوگ و انرژی در فضا" کمک نمی کنند، بلکه مانع، پارازیت یا لکنت محیطی به وجود می آورند و سدره راه گردش درست انرژی حیات در فضا می شوند.

در بسیاری از تمرین های تاتر، بازیگران آموزش می بینند تا بتوانند از نظر فیزیکی، از نظر بصری و از نظر روابط انسانی (فواصل، حریم ها، حیطه ها، تاثیرگذاری ها، نسبت ها و ترکیب بندی های فیزیکی نسبت به بازیگران دیگر و تماشاگران)، با محیط اطراف خود بهتر ارتباط بگیرند و در صورتی که قصد داشتند با حضور یا عمل (Act) خود تاثیری روی آن بگذارند، این تاثیر، متناسب، به جا و ارزشمند بوده و کارکرد مشخص و هدف مندی داشته باشد.

بازیگر نباید در جریان نقش آفرینی روی صحنه، پارازیت بصری و حرکات اضافه و بدون ارزش کارکردی مشخص خلق کند (ناگفته نماند که بخشی از خلق تناسب بین بازیگر و فیزیک صحنه، به عهده ی کارگردان و طراح صحنه است که کماکان می تواند برای طراحان، منبع الهام و یادگیری باشد).

۳- ارتباط طراح با انسان های دیگر

بخش مهم، حساس و تعیین کننده ای از نقش آفرینی، وابسته به همکاری بازیگران با یکدیگر و با باقی عوامل نمایش مانند کارگردان، نمایش نامه نویس، طراح صحنه، مدیر صحنه و ... است.

ارتباط با هم بازی به طور ویژه ای مورد توجه بازیگران بزرگ است. شما باید در تمامی روند تمرینات و اجرا، چشم و گوش (کانال های ورودی احساسی و ذهنی) خود را باز نگه دارید و به هم بازی تان دقیق گوش دهید و او را ببینید. پاس کاری در دیالوگ گویی و حرکات فیزیکی، کمک به هم بازی هنگامی که دچار مشکلی می شود (مثلا دیالوگ خود را فراموش می کند)، برقراری ارتباط احساسی درست به نحوی که تاثیر دو طرفه ای خلق شود، و انجام دادن اعمال (Act) درست و به جا به هنگامی که طرف مقابل دیالوگ (یا مونولوگ) می گوید، از مهم ترین ویژگی های یک بازیگر خوب است. ویژگی هایی که به طراحان کمک می کند تا با اکولوژی کار خود که شامل همکاران، مدیران طراحی، مخاطبان دیزاین، کارفرمایان و غیره می شود، ارتباط بهتری برقرار کنند.

در زمینه‌ی ارتباط طراح با مخاطبان، تاتر به طراحان دید عمیق تری می‌دهد. پیتر بروک، از بزرگان عرصه‌ی هنرهای دراماتیک، در کتاب "فضای خالی" شرح می‌دهد که تنها چیزی که تمام شکل‌های تاتری در آن اشتراک دارند، نیاز به تماشاگر است. در تاتر، گام‌های خلاقیت را تماشاگر تکمیل می‌کند. در هنرهای دیگر ممکن است که هنرمند برای کار خود مخاطبی در نظر نگیرد و هنگامی که در برابر اثر تکمیل شده‌اش می‌ایستد راضی شود. ولی در تاتر تا تماشاگری وجود نداشته باشد، اثر کامل نیست و درک نمی‌شود. از این حیث، دیزاین شباهت بسیاری به تاتر دارد. در دنیای دیزاین همیشه مخاطبی وجود دارد. اگر مخاطبی وجود نداشته باشد، در بهترین حالت، اثری هنری (معمولاً از جنس هنرهای تجسمی) خواهیم داشت. حضور مخاطب کار دیزاین را معنا می‌دهد.

استادی می‌گفت که هر کاراکتری که در نمایشنامه‌ای حضور دارد، مشکل و نیازی دارد که به دنبال حل و رفع آن-هاست. تشخیص این مشکلات و اهداف، یکی از وظایف بازیگر (و کارگردان) است. در دنیای دیزاین هم هر کارفرمایی که به طراح مراجعه می‌کند مشکلات و اهدافی دارد و مخاطبان آن کارفرما نیز (کاراکتر داستانی که ما می-خواهیم خلق کنیم) مشکلاتی دارند که باید پاسخی برای آن‌ها یافت. البته در اینجا، وظیفه‌ی حل مشکل نه به عهده‌ی خود کاراکتر، که به عهده‌ی طراح است.

در تاتر باید ترجمه و انتقال درستی از معانی و مفاهیم انسانی متن نمایشنامه (مشکلات و نیازهای کاراکترها)، با در نظر گرفتن فضا و اتمسفر داستان (Context, Theme)، به صورت "بازی و عمل" (Acting) روی صحنه و برای تماشاگران صورت پذیرد. در دیزاین نیز مشابه همین فرآیند طی می‌شود. ترجمه‌ی مشکلات و نیازهای کاربران با در نظر گرفتن شرایط زمینه‌ای و انسانی

(Context, Culture, ...) به "مبنای تعریف صورت مساله" و اراییه‌ی راه‌حل‌های کارکردی.

مهمترین تاثیرات تمرینات بازیگری - فعال‌تر کردن نیروهای حیاتی

۱- پردازش موازی:

جاناتان آیو، مدیر طراحی اپل (Jonathan Ive, Apple) در فیلم مستند Objectified شرح می‌دهد که راحتی و سادگی کار با محصولات اپل به این دلیل است که تیم طراحی، در فرآیند خلق محصول، تعداد بسیار زیادی از مسایل را حل کرده است و تمامی راه‌حل‌ها را در یک تجربه‌ی واحد به صورت همگن و یکپارچه ارائه کرده است، به نحوی که کاربر نیازی به فکر کردن به آن مسایل ندارد.

در حقیقت، ایده‌ها و مسایل زیادی در جریان طراحی با یکدیگر ترکیب و سنتز شده‌اند و در محصول به صورت یک "جان" (تن و روح) واحد متبلور شده‌اند.

یک بازیگر نیز باید بتواند تعداد زیادی از ورودی‌ها و مسایل را به صورت موازی پردازش کند و نتیجه‌ی ترکیب همه‌ی این خروجی‌ها را همزمان، در قالب یک جان واحد (شخصیت نمایشی) به روی صحنه بیاورد.

ورودی‌هایی که بسیار متنوع و متفاوتند، مانند: شناخت موقعیت نمایش (Context, Culture, Situation, Location)، احساس کاراکتر در آن موقعیت، انتخاب نوع صدا، لحن و بیان مناسب برای آن کاراکتر در آن موقعیت، کنترل رابطه‌ی فیزیکی با محیط و با افراد دیگر روی صحنه‌ی نمایش، آرایه‌ی دیالوگ‌ها به نحوی که "ارگانیک و در لحظه" به نظر برسند و "از پیش تمرین شده" به نظر نیایند، استفاده‌ی درست از ابزارهای بدنی و چهره بدون ایجاد حالت تصنعی، امکان مدیریت مشکلات احتمالی مانند فراموش کردن دیالوگ و حتی کمک به مدیریت بحران در صحنه هنگامی که بازیگر مقابل دیالوگش را فراموش می‌کند و

۲- درک ارگانیک از تعاملات انسانی و اکوسیستم‌های زندگی:

بسیاری از طرح‌ها حس "تلاش برای طراحی" را القاء می‌کنند. تلاش برای "تزریق" دیزاین به زندگی به صورتی کاملاً برجسته. گاهی حضور طراح از خود طرح بیشتر حس می‌شود. طرح نهایی، بیشتر کارکردی "اعلان‌گونه" و "خبری" نسبت به حضور طراح و اعمال طراحی دارد، به جای اینکه بخواهد زندگی مخاطبان را تحت تأثیر قرار دهد و بهتر کند. این رویکرد همان تأثیری را روی مخاطب دارد که بازیگری به صورت کاملاً محسوس "تلاش می‌کند تا بازی کند". اینگونه بازیگران معمولاً "تصنعی" و "ناشی" قلمداد می‌شوند.

در مورد بازیگران بزرگ اینگونه نیست. وقتی مارلون براندو را در پدرخوانده می‌بینید، مارلون براندو نمی‌بینید، پدرخوانده می‌بینید. متوجه بازی او نمی‌شوید، غرق در شخصیت و داستانش می‌شوید. بازیگران بزرگ این توانایی را دارند که دیالوگ و داستانی را که از قبل می‌دانند (و آن را "حفظ" کرده‌اند) به صورتی عرضه کنند که کاملاً ارگانیک، در لحظه و زنده باشد (تناقضی حیرت‌انگیز). این مهارت مستلزم تمریناتی بسیار زیاد برای پرورش "توانایی درک موقعیت و اکولوژی اجزای زندگی درون داستان" و "درک طبیعت تعاملات انسانی" است.

در دنیای دیزاین نیز، طرح‌های بزرگ و بی‌زمان، آن‌هایی هستند که جزیی از زندگی می‌شوند و صرفاً یک "عنصر الحاقی" یا "نشانه‌ای برای بامهارت بودن طراح" نیستند، بلکه بخشی درست و هماهنگ از "اکوسیستم و جریان زندگی" می‌شوند.

ناگفته نماند که این رویکرد به خود طراحان نیز کمک می‌کند تا در اکوسیستم کاری خود که شامل همکاران، مدیران طراحی، کارفرما، تیم‌های موازی (مانند تیم فنی، تیم تولید، تیم بازاریابی) و مخاطبان دیزاین می‌شود، حضوری اکولوژیک و طبیعی داشته باشند، نه اینکه حضور خود را در فضای اکوسیستمی تحمیل کنند.

۳- پرورش شهود و پاسخ‌های درونی و آتی قابل اتکا (Intuitive and Impulsive Insights):

بازیگران با سال‌ها تمرین و تلاش در زمینه‌ی تربیت بیان بدنی، بیان با چهره، بیان کلامی و گفتار، و به طور کلی "ابزارهای ابراز"، به مهارت "ابراز شهودی" می‌رسند. در این حالت، مجموعه‌ی انتخاب‌هایشان برای ابراز یک احساس از طریق بدن، چهره و گفتارشان، ناخودآگاه و شهودی است و البته بسیار درست.

حتی واکنش‌های آنان در برابر دیالوگ‌های بازیگر مقابل یا اتفاقات داستان، بسیار "در لحظه" و "شهودی" خواهد بود (حتی اگر آن نقش را در شب‌های متوالی روی صحنه اجرا کنند). در مقابل بازیگران غیر حرفه‌ای، به چهره، بدن و بیان‌شان حالت‌هایی "زورکی" و غیرقابل باوری می‌دهند که باعث می‌شود تماشاگر متوجه "بازی کردن" آن‌ها شده و کاراکتر داستانی را باور نکند.

البته پرورش شهود صرفاً به گذر زمان واگذار نمی‌شود و مربیان بازیگری تمرین‌هایی را برای رشد شهود بازیگران و کمک به آن‌ها برای خلق پاسخ‌های "در لحظه" (Impulsive) طراحی می‌کنند. تمرین‌هایی که در آن‌ها، هنرجویان، کمتر از فکرشان (یا به قول کن رابینسون "سرشان") استفاده می‌کنند و بیشتر به سیگنال‌های درونی و لحظه‌ای خود که بدن و قلبشان خلق می‌کند اتکا می‌کنند. البته این نوع تمرینات منحصر به تئاتر یا زمینه‌های دیگر هنری نیست. در ورزش‌های پرتحرک (اختصاصاً هنرهای رزمی) که فرصت تفکر معمول نیست و تمام بدن باید پاسخ سریع و آئی داشته باشد نیز حد اعلی نتایج تمرینات، پاسخ‌های شهودی به جا و موثر است.

این تمرین‌ها می‌تواند به طراحان در جهت پرورش شهود، هم برای درک موقعیت‌ها و هم برای ایده‌پردازی و ارزیابی ایده‌ها کمک کند. و البته در بلند مدت توانایی "تفکر گمانه‌زن" (Abductive Thinking) طراحان را نیز تقویت می‌کند. نوعی از تفکر که برگ برنده‌ی طراحان در بسیاری از پروژه‌های کاری میان رشته‌ای می‌تواند باشد.

بخش دوم: مسایل نظامی و دیزاین

یکی دیگر از زمینه‌هایی که می‌تواند منبع یادگیری روش‌های توسعه‌ی ابزارهای مفید برای طراحان باشد، توان-مندی‌های ذهنی و استراتژیک نیروهای نظامی (به خصوص نیروهای عملیات ویژه - کماندوها) است. توان‌مندی-هایی که به طراحان کمک می‌کند تا بتوانند نیروهای عملیات ویژه برای جامعه و کماندوهای دنیای کسب و کار باشند. برخی از این توانایی‌ها از این قرارند:

۱- تحمل فضای ابهام - پذیرش ماموریت، بدون داشتن اطلاعات کامل

نیروهای ویژه، توانایی "انجام قطعی" کار در فضایی "غیر قطعی" را دارند. شما می‌توانید مطمئن باشید که آن‌ها ماموریت را خواهند پذیرفت و آن را انجام خواهند داد. ممکن است شکست بخورند، ولی این احتمال، دلیلی برای انجام ندادن کار نخواهد بود.

طراحان با چنین ذهنیتی می‌توانند نقطه‌ی امید برای جامعه (مردم، کسب و کارها، نهادها و...) در لحظات بحرانی و پراز مشکل باشند.

زمانی که به نظر می‌رسد هیچ‌کسی نمی‌تواند مشکل را حل کند، طراحان فراخوانده شده و وارد عمل می‌شوند. طراحانی که از پس هر مشکلی برمی‌آیند، حتی اگر در ابتدا ندانند آن مشکل دقیقاً چیست. "تحمل فضای ابهام" یکی از بنیان‌های خلاقیت است.



وظیفه‌ی طراحان، انجام ماموریت‌هایشان در شرایط غیرقطعی و پرابهام است.

ابزارهای "درک موقعیت" و "توسعه‌ی خلاقیت"، مهمترین سلاح‌های طراحان در این ماموریت‌هاست. و مهمترین انگیزه‌ی آنان، همدلی و شور درونی آن‌ها برای خلق زندگی بهتر است (Sympathy, Empathy and Compassion).

۲- حداکثر بازدهی و خلوص طرح‌ها و برنامه‌ها - Efficiency - Economy of Movements

نظامیان در هنگام طراحی و انجام عملیات، فرصتی برای کارها و فرآیندهای "اضافه" ندارند. آن‌ها کارها را با کمترین هزینه‌ی ممکن (از نظر زمانی و انرژی) انجام می‌دهند. از آن جایی که پای مرگ و زندگی افراد در میان است، برنامه‌ها را با بیشترین میزان بهره‌وری از منابع و بدون "پرتی" طرح‌ریزی می‌کنند. روی متن تمرکز می‌کنند، نه حاشیه‌ها.

میزان بهینه‌سازی طرح هر ماموریت به حدی است که گاهی برای به حداکثر رساندن بازده نیروها، سلاح‌های متناسب با شرایط آن ماموریت طراحی می‌شود و از سلاح‌های موجود (با وجود تنوع بیشمارشان) استفاده نمی‌شود. مشابه این تصمیم در برخی پروژه‌های پیچیده‌ی دیزاین نیز اعمال می‌شود. بدین صورت که از پروسه‌های معمول دیزاین استفاده نمی‌شود و خود پروسه‌ی طراحی نیز طراحی می‌شود.

این روحیه می‌تواند به طراحان کمک کند تا بهینه‌ترین راه‌های رسیدن به اهداف کارفرما را طراحی کنند. راه‌هایی که از منابع پروژه (زمان و انرژی تیم طراحی و تیم کارفرما، منابع مالی، منابع انسانی و ...) بهترین بهره را می‌برد و سراغ حاشیه‌ها نمی‌رود. به هر حال در پروژه‌های دیزاین نیز پای زندگی افراد در میان است.

۳- No One Left Behind

در آموزش‌ها و عملیات نظامی، همه‌ی تیم باید با هم فرآیند را طی کنند. در دوران آموزش، جا ماندن یک نفر از روند آموزش به معنای تنبیه شدن همه‌ی گروهان است. در حین عملیات نیز، جا ماندن یک نفر در میدان، به معنی نیاز به بازگشت تیم برای نجات آن شخص است.

در پروژه‌های دیزاین، طراحان باید مراقب باشند که پروژه، تمامی گروه‌های مخاطب را در بر بگیرد و هیچ یک از "گروه‌های مخاطب" جا نمانند. مثلاً تامین کنندگان، فروشندگان و یا کاربران خاص مانند چاپ دست‌ها، توان‌یابان، کودکان یا کهن سالان.

ترکیب و به کارگیری این توان‌مندی‌ها، سه ویژگی شخصیت کاریزماتیک را می‌توانند برای دیزاین خلق کنند (توضیح مفصل آن را می‌توانید در کتاب **The Charisma Myth** بخوانید):

۱- حضور (Presence)

ویژگی‌ای که باعث می‌شود دیگران بدانند که همیشه و برای هر مشکلی می‌توانند به شما مراجعه کنند و روی شما حساب کنند (**I'll be there for you**).

۲- قدرت (Power)

دیگران به توانایی‌هایتان در حل مشکلات ایمان دارند. می‌دانند که کار انجام خواهد شد، حتی اگر در ابتدا ندانید که کار دقیقاً چیست.

۳- گرمای وجود (Warmth)

مردم روی حسن نیت و رویکردهای انسانی شما حساب خواهند کرد. می‌دانند که حامی‌شان هستید و قلب‌تان برای آنان می‌تپد (**Sympathy, Empathy and Compassion**).

با این ویژگی‌ها، ضریب نفوذ دیزاین در جامعه افزایش خواهد یافت. قدرت و مسئولیت همزمان و هم‌اندازه‌ای برای طراحان که به دنیا شکل‌های بدیع و زیبایی بدهند.

در این نوشتار دو زمینه‌ی تخصصی که می‌توانند منبع یادگیری و الهام برای طراحان باشند معرفی مختصری شد. قطعاً ذهن یادگیرنده، مهمترین ابزار توسعه برای توان‌مندی‌های طراحان است و با این ابزار می‌توان از هر زمینه، هر کس و هر موقعیتی، چیزی آموخت.

ما فقط درباره‌ی چیزهایی که
واقعا و اصالتا در زندگی و کارمان
تجربه کرده باشیم می‌نویسیم.

TAJROBEH[®]
DESIGN STUDIO

 0098 902 77 77 509

  / tajrobehdesign

   / tajrobeh

experience@tajrobeh.design

www.tajrobeh.design

Designing
through
Near-Life
Experiences

