



A Study on the Need in Design from the Perspective of Ethics: the Study of the Ratio of Usefulness and Pleasurable

Behzad Soleimani¹ (Corresponding Author), Mahshid Barani² 

¹ Associate Professor, Department of Industrial Design, Faculty of Arts, Al-Zahra University, Tehran, Iran.

² Ph.D. Student, Department of Industrial Design, Faculty of Design, Tabriz Islamic Art University, Tabriz, Iran.

(Received: 09.06.2024, Revised: 19.10.2024, Accepted: 29.10.2024)

<https://doi.org/10.22075/aaj.2024.34389.1252>

Abstract:

Ethics lies at the core of the concept of sustainability, and studying ethical issues in design would not be possible without understanding human needs. Despite the existence of different perspectives on ethics in responding to design issues, this article discusses ethics in design based on prioritizing human needs and challenges the usefulness and happiness derived from meeting those needs. Additionally, it considers the pursuit of happiness through design as a kind of ethical goal, which is inaccessible without considering the concepts of utility and happiness manifested in human needs. This research, employing an analytical-descriptive method, explores the fulfillment of human needs and desires towards ethics and sustainability. Therefore, by reviewing previous literature and theoretical foundations of ethics in design, it provides the necessary data for analysis based on document examination through books, articles, and published materials? The results of the analysis indicate that meeting essential and fundamental needs through design is an ethical process that leads to the occurrence of eudemonic happiness and well-being. In this case, the resulting outcome is sustainable and enduring, with no undesirable impact on society, the environment, and the economy. However, this does not mean ignoring desires, and what brings satisfaction is the sequence and prioritization of addressing needs and desires. Otherwise, focusing solely on needs and fulfilling them without moving towards desires and preferences may lead to disappointment and perhaps sorrow. Therefore, it can be concluded that there is no inherent paradox between emotion, pleasure, and happiness and the principles of ethics and sustainability.

Keywords: Needs, Desires, Ethics, Usefulness, Pleasurable, Happiness.

1- Email: b.soleimani@alzahra.ac.ir

2- Email: m_barani@shirazartu.ac.ir

How to cite: Soleimani, B. and Barani, M. (2025). A Study on the Need in Design from the Perspective of Ethics: the Study of the Ratio of Usefulness and Pleasurable, Journal of Applied Arts, 5(1), 29-43. Doi: 10.22075/aaj.2024.34389.1252

پژوهشی در باب نیاز در فرایند طراحی از منظر اخلاق نتیجه‌گرا: مطالعه‌ی نسبت سودمندی و لذت‌بخشی

بهزاد سلیمانی (نویسنده مسئول)^۱

مهشید بارانی^۲

^۱ دانشیار، گروه طراحی صنعتی، دانشکده هنر، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران.

^۲ دانشجوی دکتری، گروه طراحی صنعتی، دانشکده طراحی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران.

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۳/۲۰، تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۷/۲۸، تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۳/۰۸/۰۸)

<https://doi.org/10.22075/aaj.2024.34389.1252>

مقاله علمی-پژوهشی

چکیده

اخلاق در هسته‌ی مفهوم طراحی قرار دارد و مطالعه مباحث اخلاقی در طراحی، بدون شناخت نیازهای انسان امکان‌پذیر نخواهد بود. علی‌رغم وجود دیدگاه‌های گوناگون از اخلاق در مسیر پاسخگویی به مسائل طراحی، هدف این مقاله بحث در مورد اولویت‌بخشی به نیازهای انسان است و سودمندی و لذت‌بخشی حاصل از برآوردن نیازها را مورد چالش قرار می‌دهد. همچنین، حرکت در جهت خرسندی حاصل از طراحی را نوعی آرمان اخلاق‌مدار دانسته، که بدون توجه به مفاهیم سودمندی و لذت که در قالب نیازهای انسانی تجلی می‌یابند، دور از دسترس است. بنابراین، پژوهش حاضر با هدف پرداختن به نسبت سودمندی و لذت‌بخشی در فرایند طراحی و با بهره‌گیری از روش توصیفی-تحلیلی، تحقق نیازها و خواسته‌های انسانی را در جهت اخلاق با رویکرد نتیجه‌گرایی یا فایده‌گرایی کنکاش می‌کند. در این راستا، با طرح این پرسش کلی که تحقق نیاز در طراحی از منظر اخلاق نتیجه‌گرا چگونه است و با مروری بر ادبیات پیشین و بررسی اسناد در قالب کتب، مطالب و مقالات منتشر شده، داده‌های مورد نیاز تحلیل را فراهم می‌کند؟ نتایج تحلیل‌ها نشان می‌دهد که ارضای نیازهای ضروری و اساسی از طریق طراحی، فرایندی اخلاق‌مدار است که منجر به وقوع شادی از نوع یودایمونیک می‌شود. در این صورت نتیجه‌ی حاصل، پایدار و ماندگار است و تأثیر نامطلوبی بر جامعه، محیط‌زیست و اقتصاد نخواهد داشت. اما این امر به معنای نادیده‌گرفتن خواسته‌ها نبوده و آنچه موجب خرسندی می‌شود، ترتیب و توالی رسیدگی به نیازها و خواسته‌ها است. در غیر این صورت، توجه صرف به نیازها و برآورده‌ساختن آن‌ها بدون حرکت به سوی خواسته‌ها و ترجیحات، موجب ناامیدی و شاید غم خواهد شد. بنابراین، می‌توان ادعا نمود که پارادوکسی بین هیجان، لذت و شادی با موضوع اخلاق و پایداری وجود ندارد.

واژه‌های کلیدی: نیاز، خواسته، اخلاق نتیجه‌گرا، سودمندی، لذت‌بخشی، خرسندی.

1- Email: b.soleimani@alzahra.ac.ir

2- Email: m_barani@shirazartu.ac.ir

شیوه ارجاع به این مقاله: سلیمانی، بهزاد و بارانی، مهشید. (۱۴۰۴). پژوهشی در باب نیاز در طراحی از منظر اخلاق نتیجه

گرا: مطالعه‌ی نسبت سودمندی و لذت‌بخشی، نشریه هنرهای کاربردی، ۵(۱)، ۴۳-۲۹.

رضایت و خرسندی آرزوی نهایی انسان بوده و کاوش در این زمینه در چارچوب جدی‌ترین چالش‌های طراحی در حال حاضر قرار می‌گیرد. طراحان طی مسیر پیچیده و چندبعدی فرایند طراحی مرتباً با معضل اولویت‌بخشی توجه به امور مختلف مواجه هستند. از آن‌جا که این مسائل مرتبط با ارزیابی و تشخیص مصلحت کاربر، محیط زیست، اقتصاد و موارد گسترده دیگر به‌نظر می‌رسند، فعالیت طراحی را می‌توان نوعی فعالیت اخلاقی دانست. چرا که پیچیدگی ذاتی این فرایند و وجود ابهامات فراوان در مسیر طراحی، نقطه مشترک آن با مباحث اخلاقی است. در این تحقیق به دلیل طرح مسئله‌ی سودمندی و لذت-بخشی، از میان رویکردهای اخلاقی شامل فضیلت‌گرا^۱، وظیفه‌گرا^۲ و نتیجه‌گرا^۳، به موضوع اخلاق در فرایند طراحی از منظر رویکرد نتیجه‌گرا پرداخته می‌شود و دستیابی به خرسندی و پایداری مورد بحث قرار می‌گیرد.

طراحان صنعتی اغلب وظیفه شناسایی مشکل، تعریف مسئله و حل آن را به عهده دارند و در نظر گرفتن نیازها و خواسته‌ها و چگونگی توجه به آن‌ها در فرایند طراحی اهمیت به‌سزایی دارد. همانطور که نقش طراحی در طول زمان گسترش یافته، مسئولیت و حوزه نفوذ طراحان در روبرویی با مسائل اجتماعی نیز دچار تغییر شده‌است. همچنین، در اصطلاح زبان‌شناختی، «طراحی» عملی است برای تصمیم‌گیری، مرتب کردن احتمالات، و انتخاب یک طرح و ربط چندان به الگوی حل مسئله (به‌عنوان مفهوم اصلی طراحی در دوره‌ای از تاریخ)، ندارد، زیرا به‌نظر می‌رسد طراح با انتخاب‌ها روبرو می‌شود، نه مشکلات و درگیر قضاوت شایستگی‌هاست، نه حل مسائل. این مفهوم به «تصمیم‌گیرنده» فعال که تصمیم می‌گیرد تا بر تغییرات در جهت‌های خاص تأثیر بگذارد، نزدیک‌تر است. همچنین، برخلاف اعتقاد رایج در این زمینه، که طراحی اغلب مجموعه‌ای از مهارت‌ها، تکنیک‌ها و کیفیت‌ها برای حل یک مشکل خوانده می‌شود، اصطلاحی به ظاهر بی‌گناه است که به

بهبود امور می‌پردازد (Rezai & Khazaei, 2017: 15). از قول هربرت سایمون^۴ (۱۹۶۹م)، «طراحی به خودی‌خود همیشه در مورد روش‌های عمل با هدف تغییر موقعیت‌های موجود به شرایط ترجیحی است». امروزه در حالی که تحقیقات بسیاری در زمینه طراحی و پایداری بر مسائل اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و فنی تمرکز دارند، نگرانی‌های اخلاقی در میزان توجه به نیازهای انسان همچنان وجود دارد و قابل تأمل و پژوهش است. بسیاری از طراحی‌های اخیر نیز تنها امیال و خواسته‌های ناپایدار را برآورده کرده‌اند و نیازهای واقعی انسان اغلب نادیده گرفته شده‌است. در این شرایط، ادبیات طراحی نیازمند پردازش مجدد در زمینه اخلاق و پایداری در نسبت با نیازهای انسانی است و اهمیت پرداختن به این مسئله در نوشتار حاضر روشن‌تر می‌شود. تلاش‌ها برای ایجاد شیوه‌ها، سازمان‌ها و جوامع پایدارتر ریشه در مجموعه‌ای از ارزش‌ها دارد که می‌توان آن‌ها را شناسایی و تحلیل کرد. به عبارت دیگر، پایداری بدون توجه دقیق به ارزش‌ها و ابعاد اخلاقی و صرفاً با در نظر گرفتن فایده، قابل درک یا دستیابی نیست. از سوی دیگر، شادی تنها زمانی به معنای خرسندی یا کیفیت زندگی است که به قیمت تمام‌شدن آینده نباشد.

در این پژوهش جمله معروف پاپانک^۵ (به جای خواسته‌های افراد، برای نیازهای آن‌ها طراحی کنید) به بحث و چالش قرار داده می‌شود. چرا که تمرکز صرف به نیازها ممکن است نتایج و عواقبی را با خود به همراه داشته باشد. بنابراین، سؤالات تحقیق به این ترتیب مطرح می‌شوند: (۱) تحقق نیاز در طراحی از منظر اخلاق نتیجه‌گرا چگونه است؟ (۲) مراتب در نظر گرفتن سودمندی و لذت‌بخشی در برآوردن نیاز در طراحی و نتایج آن چیست؟ در این راستا، به مطالعه پیشینه موضوع تحقیق و بررسی تعاریف مرتبط با تفکیک ضرورت‌ها و خواسته‌های انسان، رویکردهای اخلاقی در طراحی و اهمیت پایداری در طراحی، پرداخته می‌شود. به دنبال آن چگونگی اولویت‌بخشی به مفاهیم سود و لذت در طرح و ارتباط آن با ارتقای کیفیت زندگی و شادی یودایمونیک^۶ مورد بحث قرار

خواهد گرفت.

پیشینه پژوهش

در مورد مسئله اخلاق در طراحی پژوهشگران زیادی اظهار نظر داشته‌اند. بر اساس نظر توماس و استیکفادن^۷ در پژوهش خود با عنوان «بازگویی همدلی در تفکر طراحی» (۲۰۲۲)، هدف از طراحی، تغییر محیط و ابزار انسان است و طراحان مسئولیت زیادی در قبال عواقبی که طراحی آن‌ها بر جامعه می‌گذارد، دارند. قضاوت اجتماعی و اخلاقی آن‌ها می‌بایست مدت‌ها قبل از آفریدن طرح مورد بحث قرار گیرد. کنی فیستر^۸ (۲۰۱۶) در پژوهش خود با عنوان «اخلاق روزمره در طراحی انسان‌محور»، بیان می‌دارد که در هیچ کجا رویکرد اخلاق روزمره به اندازه طراحی انسان‌محور آشکار نیست. از سوی دیگر، از نظر ون گورپ^۹ در مقاله «فرایند طراحی و مسائل اخلاقی» (۲۰۰۵) نحوه برخورد طراحان با مسائل اخلاقی به نوع فرایند طراحی آن‌ها بستگی دارد. اسلامی و همکاران در مقاله خود «اخلاق در تعامل با انسان‌ها و نیازهای آن‌ها» (۱۴۰۰)، معتقدند اخلاق در تعامل با انسان‌ها و بر مبنای نیازهای افراد و ظرفیت آن‌ها تعریف می‌شود و در نهایت می‌توان گفت که اخلاقیات ابزاری برای بهبود سلامت و نیک‌زیستی افراد جامعه است. در پژوهشی دیگر، اردونمز و گانز^{۱۰} در مقاله «مسئولیت اجتماعی طراحان در فرایند طراحی» (۲۰۱۶)، تأکید داشته‌اند که نه تنها نتیجه خود یک عمل، بلکه انگیزه تولید شده در کنار عمل طراحی نیز باید مهم تلقی شود و طراح می‌بایست در هر محصول طراحی شده به مسئولیت خود در قبال جامعه و محیط‌زیست آگاه باشد. ساوینا^{۱۱} در پژوهشی با عنوان «طراحی به نفع جهان، نه مصرف‌گرایی» (۲۰۱۶) نیز معتقد است طراحی باید به نفع این دنیا باشد، مشکلات واقعی را حل کند و در خدمت مصرف‌گرایی نباشد. از نظر او، فرهنگ مصرف‌کننده، طراحان را تشویق می‌کند که صرفاً برای فروش، طراحی و تولید کنند نه به منظور ساختن چیزهای مفید برای حل مشکلات جهانی، بحران‌های زیست‌محیطی، فقر، گرسنگی، بلایای طبیعی و غیره. در حوزه شادی و خرسندی و اولویت

پاسخ به نیازها و خواسته‌ها نیز، تحقیقاتی وجود دارد. برای مثال، چیتوری، راگوناتان و ماهاجان^{۱۲} در مقاله خود با عنوان «ترکیب سودمندی و لذت‌جویی در فرایندهای تصمیم‌گیری» (۲۰۰۷) گزارش می‌دهند که افراد اهمیت بیشتری به بعد لذت‌گرایانه (در مقابل فایده‌گرایانه) می‌دهند، اما تنها پس از برآورده شدن سطح «ضروری» از عملکرد. همچنین، از نظر کیوتز و سیمونسون^{۱۳} در پژوهش خود با عنوان «وزن‌دهی نسبی به سودمندی و لذت‌گرایی در تصمیم‌گیری‌ها» (۲۰۰۲)، افراد وزن بیشتری برای بعد سودمندی (در مقابل لذت‌گرایانه) قائل هستند، مگر اینکه باور داشته باشند که حداکثر سودمندی را دریافت کرده‌اند. کلوتیر و پیفر^{۱۴} نیز در پژوهش خود تحت عنوان «چارچوب‌های اصلی توسعه پایدار و روابط آن با شادی» (۲۰۱۵) در مورد چارچوب‌های اصلی توسعه پایدار جامعه، از روابط بین برنامه‌ریزی و عملکرد یک جامعه و شادی و نیز تبدیل خرسندی به هدف بحث می‌کنند. آن‌ها از نقش مکان در شادی می‌گویند و معتقدند جوامع، شادی را به دو صورت کلیدی شکل می‌دهند: (۱) به طور غیرمستقیم از طریق پرورش روابط اجتماعی (۲) مستقیماً از طریق گنجاندن امکاناتی که بر رفاه تأثیر می‌گذارد (Cloutier & Pfeiffer, 2015). همان‌گونه که اشاه گردید، تأکید بر پایداری و تعامل بین پایداری و شادی در متون مختلف مورد بحث قرار گرفته شده‌است. اما در زمینه طراحی، تحقیقات اندکی در مورد چگونگی اولویت‌بخشی به نیازهای انسان از منظر اخلاق و تأثیر آن بر خرسندی وجود دارد. وجه تمایز این پژوهش، بحث در این خصوص و بسط نتایج میزان توجه به نیازها و خواسته‌ها روی انسان (مخاطب طراحی) است.

روش پژوهش

پژوهش کیفی حاضر به تحلیل مفاهیم ضرورت‌ها و ترجیحات، اخلاق و پایداری و دیدگاه‌های مطرح در این زمینه پرداخته‌است و با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی، سعی در تبیین تحقق نیازها در طراحی بر مبنای مفهوم اخلاق را دارد. بدین منظور، نخست

جایی است که مهم‌ترین تصمیمات گرفته می‌شوند؛ تصمیماتی که هزینه محصول نهایی را در کنار منافع اخلاقی تعیین می‌کنند. طراحی اساساً یک فرایند عملکردی است که با انتخاب اهداف مثبت و منفی به یک فضیلت یا رذیلت تبدیل می‌شود. بنابراین، طراحی در بدو امر ساختاری امکانی و خنثی دارد و ارزش-گذاری آن تابعی از انتخاب اهداف بیرونی انسان است.

لازم به ذکر است که اخلاق، ضمیمه‌ای برای طراحی نیست، بلکه بخشی جدایی‌ناپذیر از آن است؛ اندیشیدن درباره مبانی اخلاق از قرن پنجم قبل از میلاد با سقراط آغاز شد که همواره در پی آن بود تا به پیروان خود بفهماند که باید اعمال، افعال و اعتقاداتشان را محک نقد بزنند (برادران توکلی و دیگران، ۱۴۰۱: ۲۰). ایده‌ها ابتدا به تخیل، سپس به طراحی و در نهایت به بهره‌وری نیاز دارند. فلسفه و تخیل، اساس اخلاق در طراحی هستند. تخیل یکی از مراحل پایه‌ای تفکر و مجموعه‌ای از تأملات درباره یک مفهوم، موجودیت یا ایده در ذهن انسان است. امروزه اخلاق و ارزش‌های اخلاقی که مسئولیت وجدانی را بر عهده طراح می‌گذارد، در الزامات طراحی گنجانده شده‌است. اخلاق طراحی این آگاهی را ایجاد می‌کند که یک طرح قبل از اینکه برای محیط زیست یا انسان مضر باشد باید در مرحله طراحی و با استفاده از مهم-ترین معیارها از نظر اخلاقی مورد توجه قرار گیرد. زیرا اثرات عمدی و ناخواسته‌ای برای افراد، جوامع، محیط زیست و نسل‌های آینده خواهد داشت (Becker, 2019: 10).

طراحی و اخلاق می‌بایست به عنوان یک کل یکپارچه در نظر گرفته شوند (Atak & Şık, 2019: 257) و اگر طرح منطبق با محیط زیست و احترام به جامعه و ارزش‌های انسانی ارائه شود، نتیجه‌ی فعالیت، اخلاقی خواهد بود و بالطبع، در جامعه احترام بیشتری دریافت خواهند نمود (Atak & Şık, 2019: 260).

نیازهای انسان

نیازها، الزامات اساسی برای عملکرد یک ارگانیسم هستند و نقش ضروری در رفاه و پیشرفت انسان دارند. افراد تنها زمانی می‌توانند به طور کامل به رشد برسند

نیازهای انسانی را شرح داده و در ادامه، خرسندی و از سوی دیگر، نارضایتی منتج از اولویت‌بخشی در برآوردن آن‌ها بر اساس رویکرد پایداری، مورد تحلیل قرار داده‌است. جمع‌آوری اطلاعات در این تحقیق، بر اساس منابع اسنادی و مستندات مکتوب صورت گرفته‌است.

مبانی نظری

مفهوم‌شناسی اخلاق

اخلاق در لغت

دو واژه «morality» (اخلاق) و «ethics» (فلسفه اخلاق) عموماً به جای یکدیگر استفاده می‌شوند (Ichendu, 2020: 171-174) و اکثر علمای اخلاق «ethicists»، این دو واژه را تبادلاًپذیر می‌دانند. دانشنامه‌ی بریتانیکا^{۱۵} نیز، «ethics» را همان «moral philosophy» می‌داند، اما برخی جوامع حقوقی، دینی و دانشگاهی در کاربرد آن‌ها تمایز قائل هستند. هر دو واژه با کار/ رفتار «خوب و بد» و «درست و نادرست» سروکار دارند. «morality» از واژه لاتین mos به معنای custom یا «عرف و عادات» است و بیشتر شخصی و هنجاری است. به این معنا که خود شخص مجموعه قواعدی از خوب و بد تعریف و طبق همان رفتار می‌کند، یا به آن رفتار عادت می‌کند (Hammersley & Traianou, 2017: 2)؛ این خوب و بد برای او در حکم قطب‌نمایی دست‌ساز است. بنابراین، منشاء آن درونی و فردی بوده و منعطف است؛ فرد دارای «morality» می‌تواند تابع «ethics» نیز باشد. اما «ethics» از ریشه یونانی «ethos» به معنای شخصیت و منش یا «character» و نیز معیارهای خوب و بدی است که توسط جامعه تعیین و ارزش‌گذاری شده و به‌عبارتی، دستورالعمل‌های رسمی و پذیرفته شده هستند.

اخلاق در طراحی

طراحی یک فعالیت خلاقانه است که هدف آن ایجاد کیفیت‌های چند وجهی اشیاء، فرآیندها، خدمات و سیستم‌های آن‌ها در چرخه زندگی است (ICSID 2005: 15) (Anjou, 2010: 38). فرآیند طراحی

که تمام نیازهای اساسی آن‌ها برآورده شود (حداقل تا حدی)، خواه آگاهانه به آن‌ها ارزش داده شود یا خیر، اما هیچ یک را نمی‌توان بدون عواقب منفی قابل توجه نادیده گرفت (Tay & Diener, 2011: 354).

نوع‌شناسی نیاز که بیشتر در زمینه طراحی به آن اشاره می‌شود، احتمالاً سلسله‌مراتب نیازهای مشهور آبراهام مزلو^{۱۶} روانشناس است. مزلو بین پنج دسته نیاز اساسی (فیزیولوژیکی، ایمنی، اجتماعی، عزت و خودشکوفایی) تمایز قائل شد (Desmet & Fokkinga, 2020: 38). او نیازهای انسانی را به دو گروه نیازهای اساسی یا اولیه و نیازهای برتر (روانشناسی) دسته‌بندی و در یک نظام سلسله‌مراتبی آن‌ها را از قوی‌ترین تا ضعیف‌ترین ردیف می‌کند (شکل ۱). نیازهای انسانی عوامل درونی و ذاتی انسان هستند و در بدو تولد با انسان زاده می‌شوند. از این‌رو انسان متکی بر انگیزش‌های درونی در جستجوی یافتن راهی جهت ارضای خواسته‌های خود است. آدمی از طریق تعامل با محیط و تغییر در سطوح و یا در قابلیت‌های آن سعی در انطباق آن‌ها با نیازهای خویش داشته و از طریق این تغییرات است که می‌تواند به محیط معنا بخشد (مطلبی، ۱۳۸۵: ۶۰).

گزاره‌های کلیدی مزلو، درباره نیازها، انگیزه و رفتار: (۱) رفتار انسان با انگیزه اتفاق می‌افتد. رفتار را نمی‌توان صرفاً به‌عنوان واکنش به رویدادها و شرایط بیرونی توضیح داد.

(۲) انگیزه یک فرد توسط نیازهای او هدایت می‌شود. افراد برای برآوردن نیازهای خود و اجتناب از نارضایتی نیازها تلاش می‌کنند.

(۳) تنوع گسترده‌ای از رفتار را می‌توان با مجموعه نسبتاً کوچکی از نیازهای اساسی توضیح داد.

(۴) نیازهای اساسی ذاتی و جهانی هستند. آن‌ها برای همه انسان‌ها در اعصار و فرهنگ‌ها اعمال می‌شوند.

(۵) برای بقا، عملکرد و شکوفایی یک انسان، حداقل تا حدی باید تمام نیازها برآورده شود.

(۶) تنها نیازهایی که هنوز ارضاء نشده‌اند باعث انگیزه رفتار می‌شوند؛ وقتی نیازی ارضاء شود دیگر محرک نخواهد بود.

(۷) نیازها در یک سلسله مراتب سازماندهی می‌شوند و به ترتیبی از اساسی تا پیچیده به آن‌ها پرداخته می‌شود.

(۸) هنگامی که یک نیاز در مرتبه پایین‌تر برآورده می‌شود، این امر باعث فعال شدن نیاز سطح بعدی است. نیازهای سطح بعدی تا زمانی که نیازهای مرتبه پایین‌تر برآورده نشود، خاموش می‌مانند. بنیان نظریه انگیزشی مزلو، سلسله مراتب نیازهای او است که اغلب به صورت یک هرم تجسم می‌شود (شکل ۱) (Desmet & Fokkinga, 2020: 40).

تفاوت نیاز و خواسته

نیازهای انسان مشخص و ملموس بوده و نه تنها شامل کالاهای مادی، بلکه کالاهای روانی، فعالیت‌ها و روابط می‌شوند. نیازها قابل جایگزین شدن نیستند: یک حوزه از ارضای نیاز یا رفاه عینی را نمی‌توان با حوزه دیگری مبادله کرد (Gough, 2017: 40). همچنین، نیازها قابل ارضاء هستند؛ می‌توان نشان داد که مقدار نیازهای میانی مورد نیاز برای دستیابی به سطح معینی از سلامت و خودمختاری با افزایش کمیت آن‌ها کاهش می‌یابد (Jorgenson & Dietz, 2015: 150). از سوی دیگر، نیازها بین نسلی هستند و این موضوع از اهمیت زیادی برخوردار است. می‌توان با اطمینان بسیار ادعا نمود که نیازهای اساسی نسل‌های آینده انسان‌ها مانند نیازهای انسان کنونی خواهد بود. در نهایت، نیازهای انسانی دارای مبنای اخلاقی مناسبی هستند که خواسته‌ها و ترجیحات، این ویژگی را ندارند. بنابراین، همان‌طور که شرح داده شد، نیاز برای بقا لازم است؛ یک الزام یا ضرورت است و در طول زمان تغییر نمی‌یابد؛ همچنین، برآورده نشدن نیازها ممکن است منجر به پیامد نامطلوب شود. از طرف دیگر، همه افراد نیازهای یکسانی دارند. اما خواسته‌ها که همان امیال هستند، در طول زمان تغییر می‌کنند (Laspina, 2014: 2). برآورده نشدن خواسته ممکن است منجر به پریشانی روانی شود و در نهایت خواسته‌های افراد مختلف متفاوت است (Peprah et al., 2019: 613).

(WF) و نیازهای نسل آینده بشر (NF). قاعده اولویت ضمنی برای تئوری ذکر شده در راستای نیاز عبارت است از: $NP = NF > WP/WF$ نیازهای انسان در حال و آینده، دارای اولویت نسبت به خواسته‌ها یا ترجیحات انسان حال (و آینده) است. این عادلانه نیست که برخی افراد مایحتاج خود را تسلیم نمایند تا دیگران بتوانند تجملات خود را حفظ کنند. منابع باید به هزینه‌هایی که بر مایحتاج فقرا و نیز هزینه‌هایی که فقط بر تجملات ثروتمندان تأثیر می‌گذارد، تقسیم شوند (Gough, 2017: 32).

آستانه اخلاقی در رفع نیاز^{۱۸}

«سطح قابل قبول» پاسخ‌دهی به نیاز چیست؟ تنها آستانه اخلاقی مرتبط برای ارضای نیاز اساسی، سطح بهینه است. «در اصل، برآوردن نیاز زمانی کافی است که با استفاده از حداقل مقدار منابع مناسب، پتانسیل هر فرد را برای حفظ مشارکت در آن فعالیت‌های سازنده که برای پیشبرد منافع حیاتی‌شان مهم است، بهینه کند». در سطح نیازهای میانی، آستانه متفاوتی اعمال می‌شود. نیازهای میانی آن دسته از ویژگی‌های کالاها، خدمات، فعالیت‌ها و روابطی هستند که سلامت و استقلال را در همه فرهنگ‌ها افزایش می‌دهند. افزایش اضافی یک نیاز میانی، روند رو به کاهشی در ارضای نیاز اساسی ایجاد می‌کند (Ruger, 2009: 78).

در حالی که نیازهای اساسی جهانی هستند، اما به روش‌های مختلف بی‌شماری برآورده می‌شوند که در فرهنگ‌ها و زمان‌های مختلف متفاوت است (Gough, 2017: 45). مکس نیف^{۱۹} (۱۹۸۹م) نیازها را از برآورده‌کننده نیازها متمایز می‌کند: کالاها، خدمات، فعالیت‌ها و روابط مورد نیاز برای برآوردن نیازها در هر زمینه اجتماعی معین متفاوت هستند. برای مثال، نیاز به غذا و سرپناه برای همه مردم صدق می‌کند، اما انواع مختلفی از غذاها و اشکال سکونت وجود دارد که می‌تواند هر نوع مشخص تغذیه و محافظت در برابر عوامل را پاسخ دهد (Özkaynak et al., 2012: 212).

نیازهای اقتصادی، روانی، معنوی، اجتماعی، تکنولوژیکی و فکری یک انسان معمولاً دشوارتر از خواسته‌های طراحی‌شده و مصنوعی است که توسط روندهای موجود در جامعه القا شده‌است (Papanek, 1971: 15). اهمیت اخلاقی نیاز انسان، این است که برآوردن نیازها می‌بایست بر برآورده کردن خواسته‌ها در هر زمان که این دو در تضاد هستند یا منابع کمیاب هستند، اولویت داده شود. نیازهای انسان در حال و آینده، بر خواسته‌ها و ترجیحات در زمان حال و آینده اولویت دارد (Gough, 2017: 32).



شکل ۱- سلسله مراتب نیازهای مزلو، منبع:

(Corrigan-Kavanagh & Escobar-Tello, 2019)

اهمیت اخلاقی نیازهای انسان

در صورتی که نیازهای برآورده نشده به معنای آسیب شدید یا طرد شدن از زندگی اجتماعی باشد، آن‌گاه الزام اخلاقی قوی برای برآوردن نیازهای اساسی و تسکین رنج وجود دارد. علاوه بر این، ماهیت جهانی نیازهای انسان، حوزه تعهد اخلاقی را به سطح جهانی و فراتر از آن به نیازهای نسل‌های آینده گسترش می‌دهد. در صورتی که این دو با هم تضاد داشته باشند یا منابع کمیاب باشند، رفع نیازها باید بر برآورده کردن خواسته‌ها اولویت داده شود. این موضوع را با استناد به دابسون^{۱۷} (۱۹۹۸م) می‌توان به طور رسمی بیان کرد که چهار زمینه قابل توجه را به منظور سیاست‌گذاری مشخص می‌کند:

خواسته‌های انسان نسل حاضر (WP)، نیازهای انسان نسل حاضر (NP)، خواسته‌های نسل آینده بشر

اصول اساسی اخلاق برای طراحی

فلسفه اخلاق رویکردها و معیارهایی را برای پرداختن به مسائل اخلاقی ایجاد کرده‌است؛ سه رویکرد اصلی فلسفه اخلاق برای توسعه اصول طراحی شامل فضیلت‌گرایی (ارسطویی)، وظیفه‌گرایی (کانتی) و نتیجه‌گرایی (فایده‌گرایی) است که به شرح آن‌ها پرداخته شده‌است:

اصل فضیلت‌گرا

اخلاق فضیلت‌گرایانه علاقه چندانی به یک عمل درست ندارد، بلکه هدف آن تعریف و ترویج مفاهیم شخصیت خوب و زندگی خوب، تعالی و شکوفایی انسان است (Aristotle, 2000: 55). در مرکز اخلاق فاضله، مفهوم فضیلت قرار دارد. اخلاق فاضله معمولاً فضیلت‌ها را به عنوان ویژگی‌های شخصیتی ایده‌آل و عالی می‌پندارد که هدف افراد تمرین و پرورش آن است. بر اساس اصل فضیلت، طراحی باید تعالی و شکوفایی انسان را ارتقاء دهد (Becker, 2019: 134).

اصل وظیفه‌گرا

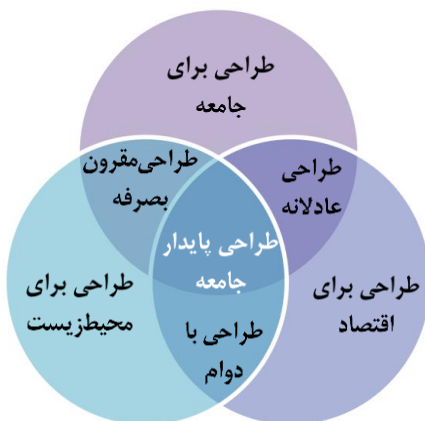
اخلاق کانتی، رویکرد اخلاقی که توسط فیلسوف آلمانی، امانوئل کانت (۱۷۲۴-۱۸۰۴م) توسعه یافته است، این‌گونه استدلال می‌کند که عمل اخلاقی درست، با انگیزه درست تعریف می‌شود، نه با پیامدهای آن (Kant, 1998: 8). انگیزه درست نیز توسط عقل ایجاد می‌شود. بر اساس این اصل، طراحی باید احترام به کرامت هر انسانی را ترویج کند.

اصل نتیجه‌گرا

نتیجه‌گرایی یا فایده‌گرایی، یک نظریه اخلاقی است که به پیامدهای اعمال اشاره دارد. هر فرد را تحت تأثیر یک عمل قرار می‌دهد و روشی که در آن، اکثریت افراد تحت تأثیر قرار می‌گیرند را در نظر می‌گیرد. فایده‌گرایی به این موضوع توجه می‌کند که یک عمل باعث افزایش یا کاهش خرسندی می‌گردد و بر حسب درد و لذت (ضرر و منفعت) سنجیده می‌شود. بر اساس فایده‌گرایی، می‌توان این اصل اساسی و اخلاقی را برای طراحی تدوین کرد: طراحی باید خرسندی

همه افراد تحت تأثیر آن را ارتقاء دهد (Becker, 2019: 135).

از منظر هر سه تئوری اخلاقی مذکور، طراحی باید به لحاظ اخلاقی تأثیرات خود را بر مردم و جهان در نظر بگیرد. بدیهی است که طراحی مستقیماً بر افرادی که از اشیاء طراحی شده استفاده می‌کنند و وارد زندگی و تعاملات آن‌ها شده‌است، تأثیر می‌گذارد. اصول اخلاقی برای طراحی شامل مسئولیت‌هایی برای کاربران، دینفعان، جامعه، طبیعت و نسل‌های آینده نیز است.



شکل ۱- مدل طراحی محصول پایدار از دیدگاه محیط زیست، اقتصاد و جنبه‌های اجتماعی. منبع: (He et al., 2020)

اما در این پژوهش با توجه به تمرکز بر مبحث سودمندی و لذت‌بخشی، موضوع از منظر اصل نتیجه‌گرایی یا فایده‌گرایی در نظریه‌های اخلاق مورد بحث قرار می‌گیرد. بدین معنا که آثار و عواقب خوب طراحی (سودمندی) می‌بایست از عواقب بد آن بیشتر شود تا نتیجه به سمت شادی و کنش لذت‌گرایانه میل کند. در این صورت عمل طراحی از نظر اخلاقی درست است.

با توجه به چالش‌های قرن بیست و یکم، این مسئله به طور خاص مستلزم بازنگری در مسئولیت‌های حرفه‌ای طراحی برای عملکرد و خلاقیت در زمینه گسترده‌تر پایداری است (Becker, 2019: 139). هدف طراحی پایدار، شناسایی راه‌حل‌های پایدار در مرحله طراحی، برآورده کردن الزامات طراحی، ادغام معیارهای پایداری در طراحی و ایجاد تعادل بین منافع با

جنبه‌های زیست‌محیطی، اقتصادی و اجتماعی است (Vallet et al., 2013: 87) شکل (۱).

طرح سودمند؛ طرح لذت‌بخش

بر اساس تحقیقات پیشین، از اصطلاح «مزایای سودمند» برای اشاره به مزایای عملکردی و از اصطلاح «مزایای لذت‌بخش» برای اشاره به زیبایی‌شناختی، تجربه و لذت مزایای مرتبط استفاده می‌شود (Chitturi et al., 2008: 67). محققان عمدتاً بر نتایج ارزیابی وزن نسبی که افراد به این دو بعد در تصمیم‌گیری‌های پیش از استفاده می‌دهند، متمرکز شده‌اند. این یافته‌ها در مجموع به یک توازی مفهومی بین تجملات، خواسته‌ها، مزایای لذت‌بخش و ضرورت‌ها، نیازها، مزایای سودمند اشاره می‌کنند. با توجه به اینکه اجتناب از درد یک ضرورت است (یعنی نیازی که شخص باید آن را برآورده کند) و لذت‌جویی یک تجمل نسبی است (یعنی خواسته‌ای که فرد آرزوی برآورده‌شدن آن را دارد)، مخاطبان اولویت بیشتری به مزایای سودمند (یعنی پاسخگویی به ضرورت‌ها نسبت به منافع لذت‌بخش) می‌دهند. با این حال، هنگامی که ضرورت‌ها برآورده می‌شوند، ویژگی لذت‌گرایانه مخاطب برانگیخته می‌شود تا بیشتر بر تحقق مستمر اهداف ارتقاء تمرکز کند (Chitturi et al., 2007: 90). بنابراین، پیامدهای عاطفی ناشی از ناتوانی در برآورده کردن انتظارات سودگرایانه و لذت‌گرایانه به طور قابل توجهی متفاوت است.

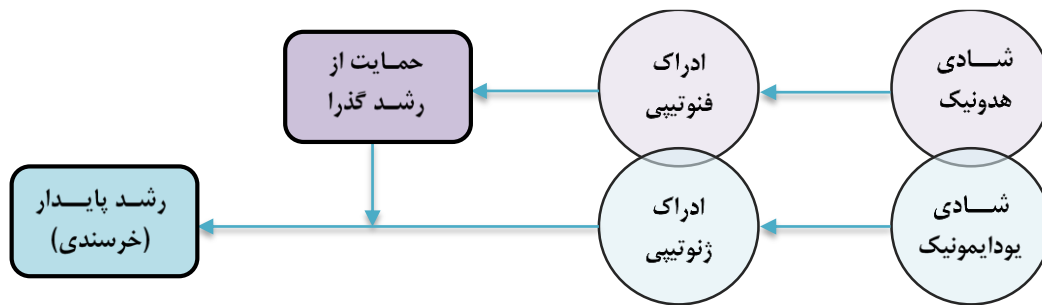
عدم تحقق خواسته‌ها و ترجیحات، بیشتر موجب از دست دادن لذت می‌شود تا افزایش درد و از دست دادن لذت احتمالاً باعث غم و اندوه و ناامیدی می‌شود، اما افزایش درد احتمالاً باعث خشم خواهد شد. یک تجربه مثبت استفاده با مزایای سودمند، احساس اطمینان و امنیت را برمی‌انگیزد، در حالی که یک تجربه مثبت استفاده همراه با مزایای لذت‌جویانه، احساس نشاط و هیجان را برمی‌انگیزد (شکل ۲).

برای خرسندی مخاطب، صرفاً اجتناب از درد با دستیابی به پاسخ برای نیازهای اساسی کافی نیست. مهم است که تحقق ضرورت‌ها از طریق دستیابی به

منافع سودمند، با افزایش لذت و با استفاده از مزایای لذت‌گرایانه که اهداف ارتقاء را برآورده می‌کنند، تکمیل شود. مخاطب به لذت برانگیختگی بالا از رسیدن به اهداف ارتقاء یا فراتر رفتن از آن‌ها نیاز دارد. هیجان و نشاط، به نوبه خود منجر به لذت می‌شود. محصولی که انتظارات سودگرایانه را برآورده کند یا فراتر از آن باشد، رضایت را برمی‌انگیزد، در حالی که محصولی که انتظارات لذت‌جویانه را برآورده کند یا فراتر از آن باشد، لذت را برمی‌انگیزد. به این ترتیب، زمانی که یک محصول نتواند یک نیاز (انتظارات سودمند) را برآورده کند، احتمالاً احساسات منفی شدیدی تجربه می‌شوند که در سطح بالایی قرار دارند. سلسله مراتب نیازهای مزلو و اصل تقدم، ضرورت‌ها، نیازها، مزایای سودگرایانه را دارای اهمیت بیشتری نسبت به تجملات، خواسته‌ها، منافع لذت‌جویانه می‌داند. ارسطو بین شادی به‌عنوان لذت تجربه شده که آن را لذت‌جویانه می‌نامید و شادی به معنای خوب زیستن به همراه معناداری (خرسندی^۲) تمایز قائل شد. شادی لذت‌گرا (هدونیک) که با بهزیستی ذهنی مرتبط است، بیرونی‌تر و با تظاهرات بیرونی، مانند گریه یا تکان دادن دست همراه است. اما شادی یودایمونیک که به بهزیستی روان‌شناختی مرتبط است، درونی‌تر می‌باشد و معمولاً با خرد زندگی همراه است (Sharma, 2021: 24). شادی لذت‌بخش، ذهنی‌تر، بیرونی و زودگذر است و بنابراین فنوتیپی‌تر است؛ در حالی که شادی یودایمونیک، روان‌شناختی، ذاتی و پایدارتر است و در نتیجه ژنوتیپی‌تر است، اگرچه یک ناحیه مشترک خاکستری بین (لذت‌گرایی و شادمانی) و (فنوتیپی و ژنوتیپی) وجود دارد (شکل ۳). ترکیب پایداری و کیفیت زندگی یا خرسندی موضوع جدیدی نیست؛ برخی از نویسندگان کیفیت زندگی را رکن چهارم پایداری می‌دانند. یک معیار کلیدی برای ارزیابی اینکه کدام شادی پایدار است و کدام نیست، این فرض است: خوشبختی انسان‌های کنونی نمی‌تواند به هزینه نسل‌های آینده به دست آید (Petrovič & Murgas, 2020: 56).



شکل ۲- توازی مفهومی تحقق و عدم تحقق نیازها و خواسته‌ها. منبع: (نگارندگان با استناد به (Chitturi et al., 2008: 112))



شکل ۳- پیوستار پایدار شادی. منبع: (Sharma, 2021: 29)

پرداخته شده‌است (Escobar-Tello, 2016: 21). طبق نظر سلیگمن^{۲۳} (۲۰۰۲)، شادی طولانی مدت یا «خوشبختی واقعی» را می‌توان به سه سطح متوالی تقسیم کرد که برای افراد مختلف قابل تنظیم است و عبارتند از: زندگی دلبزیر، زندگی خوب و زندگی معنادار^{۲۴}. زندگی دلبزیر، شادی را به‌عنوان لذتی زودگذر در برمی‌گیرد که معمولاً ناشی از ارضای نیازهای فیزیولوژیکی مانند غذا است. زندگی خوب، شادی را به‌عنوان درگیر شدن در اعمالی نشان می‌دهد که نقاط قوت فرد (مانند مهربانی، شجاعت) را به کار می‌گیرد و یا نیازهای روانی را ارتقاء می‌دهد (Peterson & Seligman, 2004: 89). در نهایت، زندگی معنادار به شادی به‌عنوان معنا اشاره می‌کند، جایی که نقاط قوت فرد برای دیگران استفاده می‌شود، مانند یک موسسه خیریه؛ همچنین نیازهای روانی را پشتیبانی می‌کند. علاوه بر این، نظریه مزلو در مورد انگیزه انسانی با بیان این نکته که افراد شاد/ با انگیزه اکثر نیازهای اساسی و روانشناختی خود را برآورده می‌کنند، این گفته را تکمیل می‌کند (Corrigan-Kavanagh & Escobar-Tello, 2019: 45).

هدف کلیدی توسعه پایدار، افزایش خرسندی یعنی آرزوی نهایی انسان است (Larsen & Eid, 2008:)

در جامعه کنونی، مصرف انبوه شادی لذت‌جویانه غالب است؛ به گفته وینی^{۲۱} (۲۰۲۰) «در فرهنگ آمریکایی، شادی لذت‌جویانه اغلب به‌عنوان هدف نهایی مطرح می‌شود». پایداری بر آینده و شادی بر حال، متمرکز است. استفاده از خدمات و محصولاتی که به نیازهای اساسی پاسخ می‌دهند، کیفیت زندگی بهتری را به ارمغان می‌آورند و در عین حال استفاده از منابع طبیعی، مواد سمی و انتشار زباله‌ها را به حداقل می‌رسانند. آلاینده‌ها نیز در طول چرخه عمر خدمات یا محصول به‌گونه‌ای خواهند بود که نیازهای نسل‌های بعدی را به خطر نیندازند (Petrovič & Murgaš, 2020: 59).

با استناد به برولد^{۲۲} (۲۰۱۰)، می‌توان اظهار نمود که از دیدگاه اخلاقی، طراحان می‌بایست آنچه در توان دارند برای به حداقل رساندن شادی و به حداقل رساندن رنج در جهان انجام دهند. این نکته وزن اخلاقی شادی پایدار یا خرسندی را می‌رساند. تئوری-ها و ابزارهای مختلف اکنون به‌عنوان راهنما برای طراحان در راستای دستیابی به پایداری در دسترس است، اما متأسفانه ملاحظات بعد اجتماعی آن‌ها در مقایسه با جنبه‌های زیست‌محیطی و اقتصادی به وضوح تعریف نشده و به ملاحظات شادی یا رفاه کمتر

افراد از نظر طبیعت و رفتار با هم برابر یا یکسان نیستند، یک موضوع یکسان نمی‌تواند همه را به یک اندازه خوشحال یا ناراضی کند. در اینجا موضوع منحصر به فرد بودن خرسندی بیشتر مورد تأکید و نهفته است، تا خرسندی منحصر به فرد (Dibakar, 2022: 30).

یافته‌ها

ارتباط انواع شادی با پایداری

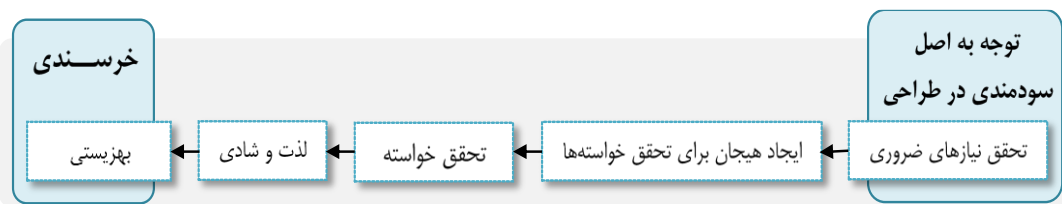
همان‌گونه که مشاهده گردید، یک شکل لذت‌گرایانه از شادی که یک میل هرگز برآورده نشده برای محصولات بیشتر، بهتر و زیباتر را ارائه می‌دهد، افراد را به مصرف‌کننده و جامعه را به فردگرا و بیهوده تبدیل می‌کند. اما شادی کوتاه‌مدت، لذت‌جویانه و ناپایدار عمده‌تاً رایج است؛ در مقابل، شکل لذت‌گرایانه‌ی شادی، نوع یودایمونیک یا خرسندی همراه با پایداری است. علاوه بر این، خرسندی به طور غیرمستقیم به عنوان محصول جانبی فعالیت‌ها و روابط معنادار است. تضادها به درک نقش شادی در زندگی خوب کمک می‌کنند، به‌ویژه اینکه چگونه با معنا، اخلاق و خودشکوفایی در هم آمیخته است. متفکران کلاسیک یونانی، رومی و مذهبی نیز اغلب پارادوکس اخلاقی بین شادی و اخلاق را تأیید می‌کنند (Martin, 2008: 77). دسته‌بندی انواع شادی که به دو نوع لذت‌گرایی و بهزیستی تقسیم می‌شوند، به همراه ویژگی‌های آن‌ها در مسائلی که در بخش مبانی نظری بررسی گردید در جدول (۲) به اختصار اشاره و جمع‌بندی شده‌اند، مانند پاسخگویی به انواع نیازهای انسانی و نتایج آن، مدت زمان ماندگاری آن نتایج، تمرکز بر ارزش‌های تعریف شده و چگونگی تأثیر آن‌ها بر جهان و وجود تعهد یا عدم آن در برابر آیندگان. در نهایت نیز در مورد پایداری در هر دسته، نتیجه‌گیری شده‌است.

62). جرمی بنتام^{۲۵}، بنیانگذار فایده‌گرایی در قرن هجدهم، ادعا کرد که خرسندی شامل تعادل خالص لذت‌ها و دردها است. بعدها، جان استوارت^{۲۶} میل این نظریه را با هدف سودمندی اخلاقی اصلاح کرد (Jun et al., 2017: 91). برای مثال، احساس نیاز به کمک به نوع بشر می‌تواند بیشترین خرسندی را به همراه داشته باشد (Das, 2020: 74). در ادبیات، خرسندی اغلب به‌عنوان بهزیستی ذهنی، بهزیستی عاطفی یا کیفیت زندگی نامیده می‌شود که نشان دهنده رابطه نزدیک بین این مفاهیم است. بهزیستی ذهنی به‌عنوان یک مفهوم جامع و مناسب‌تر پیشنهاد شد که شامل جنبه‌های مربوط به رفاه جهانی است و می‌توان آن را مترادف با خرسندی فرض کرد (Choon et al., 2022: 112).

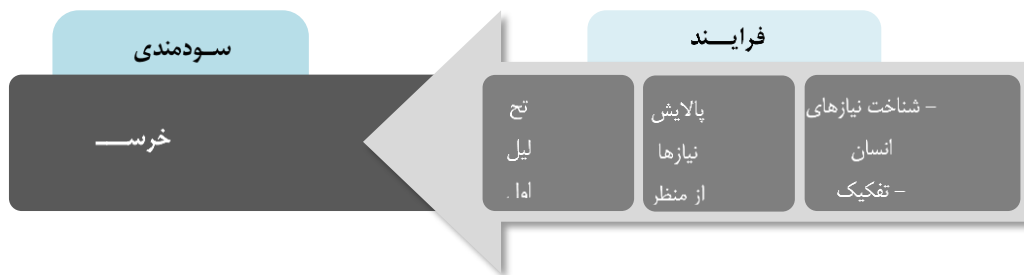
به طور کلی، خرسندی نوعی درک ذهنی از لحظه فعلی یا کل زندگی است. می‌توان آن را به‌عنوان یک هدف یا به‌عنوان یک انتخاب درک کرد. اگر خرسندی یک هدف باشد، از منظر اقتصادی می‌توان توضیح داد که خرسندی خوب است و ناراحتی بد (همان: ۱۱۵). برای سنجش خرسندی، به‌عنوان یک کار چالش برانگیز، باید زمان و فضای مورد اندازه‌گیری تعریف شده و در دسترس باشد. به عنوان مثال، خرسندی فعلی (خرسندی در زمان و مکان کنونی)، خرسندی کل زندگی (خرسندی از تولد تا مرگ) یا خرسندی زندگی شده (خوشبختی از تولد تا کنون). از آنجایی که ویژگی‌های طبیعی خرسندی ذهنی است، سنجش آن باید بر رضایت ذهنی افراد از محیط بیرونی و درونی خود در یک زمان و مکان خاص متمرکز باشد و به طور معمول اندازه‌گیری شود، مشابه نحوه کنترل فشار خون (همان: ۱۱۸). رضایت موجب خرسندی می‌شود و از آنجایی که اساساً ماهیتی کیفی دارد، نمی‌تواند منحصر به فرد باشد. به این دلیل که همه

جدول ۲- دسته‌بندی Happiness بر اساس مفاهیم پایداری. منبع: (نگارندگان)

نامشخص بودن استفاده یا سوءاستفاده از طرح	تمرکز بر لذت و شادی زودگذر	زودگذر	دلپذیری	پاسخ به خواسته- های ساختگی	لذت‌گرایی Hedonic	دسته‌بندی Happiness بر اساس مفاهیم پایداری
ناپایدار	تمرکز طرح بر ارزش‌ها، فضائل و معنا در طراحی	طولانی- مدت	سودمندی	پاسخ به نیازهای اساسی	بهزیستی Eudaimonic	
پایدار	مسئولیت در برابر نسل‌های آینده					



شکل ۴- توالی تحقق نیاز و خواسته و نتایج آن. منبع: (نگارندگان)



شکل ۵- فرایند طراحی مبتنی بر اصل اخلاقی نتیجه‌گرایی. منبع: (نگارندگان)

توالی تحقق نیازها و خواسته‌ها

در این قسمت با توجه به مرور و تحلیل مفاهیم مرتبط با ضروریات و ترجیحات، می‌توان ادعا نمود که پارادوکسی بین هیجان، لذت و شادی با موضوع اخلاق و پایداری وجود ندارد. نکته قابل توجه، رعایت توالی تحقق نیازها و خواسته‌ها با در اولویت قرار دادن نیازها است. زیرا صرفاً با تحقق نیازها و نادیده گرفتن خواسته‌ها، رضایت و خرسندی و در پی آن پایداری وجود نخواهد داشت. از آن‌جا که پس از برآورده شدن نیازهای ضروری و تحقق سودمندی، لذت‌جویی در انسان برانگیخته شده و حرکت به دنبال اهداف ارتقاء اتفاق می‌افتد، بنابراین، اهداف سودگرایانه و لذت-جویانه به گونه‌ای مکمل یکدیگر عمل کرده‌است.

همچنین، با رجوع به اصل اخلاقی نتیجه‌گرایی مورد نظر تحقیق، توجه به هر دو با رعایت اولویت، شادی طولانی مدت، رضایت و در نهایت بهزیستی را به همراه خواهد داشت. همانطور که بکر (۲۰۱۹) نیز به اصل فایده‌مندی (که به طور مستقیم با خرسندی مرتبط است) اشاره دارد، در شکل (۴) سودمندی به عنوان مبنای اولویت بخشی به نیازها و خواسته‌ها قرار گرفته شده‌است.

نتیجه‌گیری

شادی بخشی از کیفیت زندگی است که نشان دهنده

بالاترین درجه رفاه است؛ مانند کیفیت زندگی، شکل لذت‌گرایانه و معنادار خود را دارد. در جامعه مصرفی کنونی، میل به شادی لذت‌طلبانه وجود دارد که تأثیرات آن در طولانی‌مدت، ماندگار به‌نظر نمی‌رسد. بنابراین، نیاز به ایجاد تحول در تفکر و پیاده‌سازی مفهوم پایداری در پرداختن به چالش‌های فرایند طراحی وجود دارد. این امر می‌تواند در قالب مقررات و ممنوعیت‌های حوزه تصمیم‌گیری در طراحی محقق شود یا با رویکردی از پایین به بالا بر اساس توجه به ارزش‌های اخلاقی توسط جامعه به اجرا درآید. از طرفی، پذیرش و اجرای اصول می‌بایست با تربیت نیز همراه باشد؛ بدین معنی که در رفتار طراح، توجه به موضوع «سودمندی» در اولویت نسبت به پاسخ به خواسته‌های ساختگی که موجب لذت‌مندی و ایجاد هیجان می‌شود، قرار گیرد. پس طراحی مملو از نیاز به انتخاب‌های اخلاقی است، زیرا رضایت‌مندی کاربر که حاصل از برآوردن نیازها است، دارای الزام بوده و عدم تأکید بر آن‌ها، تجربه ناخوشایند در سطوح بالا، خشم و درد را به همراه خواهد داشت. خرسندی، یا شادی ماندگار همراه با رضایت، در ارتباط مستقیم با اصل سودمندی یا نتیجه‌گرایی قرار دارد که یک نظریه از نوع اخلاقی است. زیرا به پیامدهای اعمال توجه داشته و درد و لذت (ضرر و منفعت) را مورد سنجش قرار

می‌دهد.

بنابراین، می‌توان اظهار نمود که خرسندی زمانی حاصل می‌گردد که تحقق نیازهای اساسی و ضروری در اولویت قرار گیرد تا به دنبال آن کاهش مصرف-گرایی، حفظ محیط‌زیست و معناداری زندگی افراد

جامعه را موجب شود. تمرکز بر پایداری مترادف با ارتقای کیفیت زندگی، در زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی و اکولوژیکی است، که کمتر در شادی لذت-طلبانه و بیشتر در پاسخ به نیازهای روان‌شناختی، ارزش‌ها و فضائل، در طولانی‌مدت یافت می‌شود.

پی‌نوشت

1. Virtue Ethics
2. Deontology
3. Consequentialism
4. Herbert Simon
5. V.Papanek
6. Eudaimonic
7. Thomas & Strickfaden
8. Kenny Feister
9. Van Grop
10. Erdönmez & Guneş
11. Savvina
12. Chitturi, Raghunathan, and Mahajan
13. Kivetz and Simonson
14. Cloutier & Pfeiffer
15. Grannan, C. (2023). *What's the Difference Between Morality and Ethics?*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/story/whats-the-difference-between-morality-and-ethics>
16. Maslow
17. Dobson
18. Morally threshold for basic need satisfaction
19. Max-Neef
20. Happiness
21. Vinney, c.
22. Brülde, B.
23. Seligman
24. The Meaningful Life
25. Jeremy Bentham
26. Jun. S

منابع

- اسلامی، لیدا؛ ماجدی، حمید؛ اعتصام، ایرج (۱۴۰۰)، طراحی همه شمول و معماری اخلاق مدار، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ۱۶ (۱)، شماره ۱: ۹-۱۵.
- برادران توکلی، داود؛ سروری، هادی، وفامهر، محسن، خادم‌زاده، محمدحسن (۱۴۰۱)، بررسی تطبیقی بین وجوه اخلاق حرفه مهندسی و سبک زندگی اسلامی، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ۱۷ (۳): ۲۰-۱۳.
- مطلبی، قاسم (۱۳۸۵)، رویکردی انسانی به شکل‌دهی و شکل‌گیری فضاهای شهری، هنرهای زیبا، دوره (۲۷): ۶۶ - ۵۷.

References

- Anjou, Philippe (2010), Beyond Duty and Virtue in Design Ethics. Design Issues: 26 (1), Massachusetts Institute of Technology.

- Aristotle (2000), *Nicomachean Ethics* (R. Crisp, Trans.), Cambridge: Cambridge University Press.
- Atak Ahmet, Şık Aydın (2019), Designer's Ethical Responsibility and Ethical, *Universal Journal of Mechanical Engineering*, 7(5): 255-263. DOI: 10.13189/ujme.2019.070502
- Becker, Christian (2019), Ethical Principles for Design, International Association of Societies of Design Research Conference DESIGN REVOLUTIONS, Manchester School of Art, Manchester Metropolitan University 02-05 September.
- Chitturi, R, Raghunathan, R, Mahajan, V (2008), Delight by Design: The Role of Hedonic Versus Utilitarian Benefits, *Journal of Marketing* Vol. 72 (May 2008): 48–63, American Marketing Association.
- Chitturi Ravindra, Rajagopal Raghunathan, Vijay Mahajan (2007), “Form Versus Function: How the Intensities of Specific Emotions Evoked in Functional Versus Hedonic Trade-Offs Mediate Product Preferences,” *Journal of Marketing Research*, 44 (November): 702–714.
- Choon, S, Yong, C, Tan, S, Tan, S (2022), A proposed integrated happiness framework to achieve sustainable development. *Heliyon Journal*, Published by Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10813>
- Cloutier, Scott, Pfeiffer, Deirdre (2015), Sustainability Through Happiness: A Framework for Sustainable Development, *Sustainable Development*, 23(5): 317–327. doi:10.1002/sd.1593
- Corrigan-Kavanagh, Emily, Escobar-Tello, Carolina (2019), Art therapy techniques as a novel creative method for exploring sustainable design for home happiness within Service Design, *Journal of Design Research*, 16 (3/4): 175-195.
- Das, D (2020), Utilitarianism and longing for happiness, *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(6): 13246-13251.
- Desmet, P, Fokkinga, S (2020), Beyond Maslow's Pyramid: Introducing a Typology of Thirteen Fundamental Needs for Human-Centered Design, *Multimodal Technologies and Interaction*. 4(3):38. <https://doi.org/10.3390/mti4030038>
- Dibakar, Pal (2022), *Of Happiness J Huma Soci Scie*, 5(3):283-286.
- Emma, Felton, Oksana Zelenko, and Suzi Vaughan (2012), *Design and ethics: reflections on practice*, By Routledge 2 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon OX14 4RN
- Escobar-Tello, Carolina (2016), A Design Framework to Build Sustainable Societies: Using Happiness as Leverage, *The Design Journal*, 19(1): 93-115. DOI: 10.1080/14606925.2016.1109206
- Gough, Ian (2017), *Heat, Greed and Human Need, Human needs and sustainable wellbeing.*, 38–63. doi:10.4337/9781785365119.00010
- Hammersley, M, Traianou, A (2017), *Ethics and educational research*, London: TLRP. from <http://www.tlrp.org/capacity/rm/wt/traianou>
- He, B, Li, F, Cao, C, Li, T (2020), Product Sustainable Design: A Review from the Environmental, Economic, and Social Aspects, *Journal of Computing and Information Science in Engineering*, Vol. 20 / 040801-1.
- Ichendu, Chima. (2020), Morality and ethics in research, *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 08(03): 171–174. DOI: 10.30574/wjarr.2020.8.3.0470
- Jorgenson, A.K., Dietz, T (2015), *Economic growth does not reduce the ecological intensity of human well-being*, *Sustain Sci* (10): 149–156. <https://doi.org/10.1007/s11625-014-0264-6>.
- Jun, S, Lowery, B. S., Guillory, L (2017), Keeping minorities happy: Hierarchy maintenance and Whites' decreased support for highly identified White politicians, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 43(12): 1615-1629.
- Kant, I (1998), *Groundwork of the Metaphysics of Morals* (M. Gregor, Trans.), Cambridge: University Press. (Original work published 1785.)
- Kenny Feister, Megan (2016), Integrating Ethical Considerations in Design, *ASEE'S 123rd Annual Conference & Exposition*, New Orleans, LA. American Society for Engineering Education.

- Klein, N (2015), *This changes everything*, London: Penguin Books.
- Larsen, R. J, Eid, M (2008), *Ed Diener and the science of subjective well-being*, The science of subjective well-being, 1-13.
- Laspina, R (2014), *Educational expenses: Needs vs wants*, Retrieved from: <https://onlinelearningtips.com/2014/04/educational-expenses-needs-vs-wants/>.
- Martin, Mike W (2008), *Paradoxes of happiness*, 9(2): 171–184. doi:10.1007/s10902-007-9056-3
- Özkaynak, B., Adaman, F. and Devine, P. (2012), The identity of ecological economics: Retrospects and prospects, *Cambridge Journal of Economics*, 36(5): 1123–1142.
- Papanek, V (1971), *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*; Thames & Hudson: London, UK.
- Peprah, Balila, Mbokani, Evinta, Riziki (2019), The Mediating Effects of Needs and Wants on the Relationship between International Students' Financial Stress and Learning Motivation and Financial Sustainability, *International Journal of Economics, Commerce and Management, United Kingdom*, 5 (2): 613, Licensed under Creative Common. <http://ijecm.co.uk/> ISSN 2348 0386
- Peterson, C, Seligman, M. E. P (2004), *Character strengths and virtues: A handbook and classification*, Oxford University Press.
- Petrovič, F, Murgaš, F (2020), *Linking sustainability and happiness, What kind of happiness?* GeoScape, 14(1): 70-79. <https://doi.org/10.2478/geosc-2020-0007>
- Rezai, Maziar, Khazaei, Mitra (2017), The Challenge of Being Activist-Designer, An attempt to understand the New Role of Designer in the Social change based on current experiences, *The Design Journal*, 20(1), S3516-S3535, DOI: 10.1080/14606925.2017.1352855
- Ruger, J.P. (2009), *Health and Social Justice*, Oxford University Press, Oxford.
- Savvina, Olga (2016), Professional Ethics of Designers in Academic Process According to V. Papanek Conference Paper, *Proceedings of the 2016 International Conference on Arts, Design and Contemporary Education*. 10.2991/icadce-16.2016.110
- Seligman, M.E.P (2002), *Authentic Happiness*, Atria Paperback, New York.
- Sharma, Ramji (2021), Tourism and Community Perception: Quest of Sustainability from Happiness Paradigm, *Journal of Tourism & Adventure*, 4:1, 1-23.
- Strickfaden, M., Thomas, J. (2022), *(Re) storying Empathy in Design Thinking*, MacEwan University.
- Tay, L, Diener, E (2011), Needs and subjective well-being around the world, *J. Pers. Soc. Psychol*, 101: 354–365.
- Vallet, F, Eynard, B, Millet, D, Mahut, S.G, Tyl, B, Bertoluci, G (2013), *Using eco-design tools: An overview of experts' practices*, Des. Stud. (34): 345–377.
- Van Gorp, A. C. (2005), *Ethical Issues in Engineering Design; Safety and Sustainability*, Simon Stevin Series in the Philosophy of Technology, Delft.
- Vinney, C (2020), *What's the difference between eudaimonic and hedonic happiness?* Available at: <thoughtco.com/eudaimonic-and-hedonic-happiness-4783750>
<https://www.britannica.com/story/whats-the-difference-between-morality-and-ethics>