

آموزه‌های اشیا: مصنوعات ماندگار و توسعه پایدار

استوارت واکر

ترجمه طاهر رضازاده

مقدمه

ارتباط میان توسعه پایدار و طراحی محصول در سال‌های اخیر، موضوع مباحث گسترده‌ای بوده و امری پیچیده و چند وجهی است. این بحث پیاپی در قالب اصطلاحاتی چون چرخه عمر محصول، مواد، و مسائل محیطی، نمایان شده است. درباره طراحی محصولات دیر پابنده و ارتباط میان محصولات و خدمات، مباحث قابل توجهی ارائه شده است. این رویکردها سهم مهمی در توسعه پایدار دارند، به طوری که قادرند تأثیرات مخرب محصول را کاهش و کارایی تولید آن را افزایش دهند. با این حال دغدغه‌های عملی بر آنها چیرگی می‌یابند و ملال آور می‌شوند. از این رو چنین رویکردهایی به ندرت مفهوم و جایگاه محصولات در زندگی انسان و سهم کالاهای مادی را در آنچه که به طور گسترده رفتار انسانی می‌نامیم، مورد سؤال قرار می‌دهند. پس آنها نه خودشان اصل مطلب را نشانه می‌گیرند و نه به ما این اجازه را می‌دهند که اهمیت تغییر دیدگاه‌ها و چشم‌داشت‌هایی را که مورد تقاضای «توسعه پایدار» است، به طور کامل بپذیریم و درونی کنیم.

در این جا مسیر متفاوتی در نظر گرفته شده که تلاشی است برای نشانه رفتن به سوی این نقص، و با امیدواری، برای افزایش درک ما از [رابطه] توسعه پایدار و طراحی محصول. مصنوعات در قالب خصوصیات و معناهایشان بررسی می‌شوند؛ مصنوعاتی که مشخصاً به این دلیل برگزیده شده‌اند که در طول هزاران سال بنا به شکل خاصی یا گونه متفاوتی، در جوامع بشری حضور داشته‌اند و امروزه همچنان ساخته می‌شوند و مورد استفاده قرار می‌گیرند. هنگامی که اشیا در طول چنان دوره‌های طولانی از زمان، در گستره فرهنگ‌های متنوع و زبان‌ها و ادراک‌های گوناگون تولید شده‌اند پس مطمئناً درس‌هایی در مورد رابطه [پایدار] ما با اشیای مادی در دل آنها نهفته است که می‌توان به کارشان گرفت؛ درس‌هایی که می‌تواند راه‌گشای تلاش‌های امروز ما در راستای فایق آمدن بر مسائل توسعه پایدار در طراحی و تولید محصولات باشد.

برای پیگیری این مسیر فکری، اشیا به سه دسته گسترده طبقه‌بندی شده‌اند: (۱) کاربردی؛ (۲) اجتماعی/جایگاهی؛ (۳) الهام بخش/معنوی. ویژگی‌های اشیا در هر یک از این طبقات شرح داده شده و رابطه آنها با توسعه پایدار مورد بحث قرار گرفته است. از آنجایی که این بخش‌های گسترده، همپوشانی می‌کنند پس اشیایی که این ویژگی‌ها را با هم ترکیب کرده‌اند نیز بررسی شده‌اند. همچنین گفته شده است که ترکیب «کاربردی» به اضافه «اجتماعی/جایگاهی» مشکل‌سازترین گروه از نظر توسعه پایدار محسوب می‌گردد. علاوه بر آن اشیایی وجود دارند که ویژگی‌های این هر سه دسته را در خود جمع کرده‌اند. یکی از اشیای این گروه به طور خاص هزاران سال است که در جوامع بشری حضور یافته است و امروزه در بیشتر نقاط دنیا متداول است. این شیء که به صورت بی نظیری حس قدرتمندی از تملک [برای کاربرش] را به همراه دارد، با جزئیات بیشتری بررسی می‌شود تا آشکار گردد که چه درس‌هایی می‌توان از آن در طراحی و تولید برای توسعه پایدار آموخت.

توسعه اشیای پایدار

مروری بر مجموعه بسیاری از موزه‌های بزرگ و ملی، آشکار کننده این مطلب است که انواع متعددی از مصنوعات از زمان‌های اولیه در جامعه بشری رواج فراوان داشته‌اند؛ عناصر قابل توجهی چون سفالینه‌ها، ابزارها، سلاح‌ها، طلا و جواهرات و مجسمه‌ها. این قبیل اشیا حداقل برای پنج هزار سال به صورت مداوم تولید می‌شده‌اند. این اشیا عموماً به خاطر بهره‌وری، کیفیات زیبایی‌شناسیک و تزئین، و/یا به خاطر نقش نمادین یا آیینی شان ارزش می‌یابند. ارزش متناسب به یک شیء، معمولاً یکی از موارد



مذکور را برجسته تر می‌سازد؛ و با آن که مصنوع بخصوصی ممکن است از نظر مواد، شیوه پردازی (styling) یا نقش مایه‌های به کار رفته در آن نسبتاً ناپایدار بوده باشد، کلیت نوعی اشیای اشاره شده در بالاست که در طول دوره‌ها زمانی بسیار طولانی تداوم یافته است.

به درستی می‌توان این قبیل اشیا را اشیای پایدار نامید. محض درازنای تولید و استفاده از آنها، گواه آشکاری بر اهمیت پایایی آنان در حفاظت از وجود بشر و یا در پروراندن فرهنگ اوست. از این روست که ارزیابی خصوصیات کلی این اشیا مفید خواهد بود. در نهایت این خصوصیات را می‌توان در رابطه با نیازها و ارزش‌های انسانی در نظر گرفت، پس آنها می‌توانند برخورد امروزین ما را در رویارویی با طراحی محصول و توسعه پایدار راهنمایی کنند.

خصوصیات اشیا

نمونه‌های اشیای ماندگار معرفی شده در بالا را می‌توان در سه دسته وسیع طبقه بندی کرد:

(۱) اشیای کاربردی: ابزارها، سلاح‌ها و سفالینه‌های روزمره، قبل از هر چیز بنا به قابل استفاده بودنشان است که ارزش می‌یابند. چنانچه وسیله‌ای کارآمد نباشد به شدت از ارزش ساقط و شیئی بی مصرف تلقی می‌شود. همین‌طور یک سلاح به واسطه کارایی در شکار یا در حفاظت از جان صاحبش، و یک ظرف سفالین از نظر توانایی حفظ و نگهداری مایعات است که ارزش گذاری می‌شود. چنین اشیایی به منظور انجام کارهای عملی طراحی شده‌اند؛ ملاحظاتی طراحی در آنها بر کارایی، ایمنی، و ادراک استفاده گر بنا شده است. بنابراین خصوصیت عمده این اشیا «کاربری» بودن آنهاست.

(۲) اشیای اجتماعی/جایگاهی: جواهراتی مانند گردن‌بندها، گوشواره‌ها و دست‌بندها، لوازم آرایشی، خال کوبی‌ها و پلاک‌ها، نشان‌ها و مدال‌ها، همگی مواردی بدون فایده عملی و کاربردی هستند، و با آن که در خدمت هدفی قرار می‌گیرند اما دلالت‌های عملی ندارند و ابزار و وسیله محسوب نمی‌شوند. در عوض برای بیان هویت، زینت بخشی، آراستن ظاهر افراد یا برای نشان دادن رتبه، موفقیت یا تعلقات شخصی به کار می‌روند. خصوصیت اصلی این محصولات ویژگی «اجتماعی» یا «جایگاهی» آنهاست. این اشیا به عنوان شاخصه‌های اجتماعی به کار می‌روند تا حس عزت نفس و خودباوری را در افراد افزایش و یا جایگاه اجتماعی او را نشان دهند.

(۳) اشیای الهام بخش/معنوی: دسته سوم را از نظر خصوصیات می‌توان گروه اشیای الهام بخش / معنوی نام داد. این گونه اشیا حامل مفاهیم معنوی، مقدس و الهام بخش هستند. آنها بیان مادی اعتقادات و باورهای ژرف اند و به همین جهت عمیقاً با مفهوم تلقی می‌شوند. این اشیا اغلب تداعیات مذهبی جادویی و طلسم گونه دارند که می‌توانند یادآور یا علامتی برای خواسته‌های قلبی بسیار عمیق ما باشند.

این سه دسته بندی، سه گونه شاخص از اشیا را نمایان می‌سازد- اشیایی که آزمون ماندگاری در زمان را پس داده و صرف نظر از فرهنگ، طبقه، اعتقادات و زبان، جایگاه خود را در جامعه بشری حفظ کرده‌اند. بنابر این می‌توان نتیجه گرفت که اینها، اشیای پیش پا افتاده ای نیستند و دست کم در قالب حضور و کاربرد مستمر در جامعه بشری، پایدار محسوب می‌گردند. این گونه استنباط می‌شود که آنها نیازهای مهم انسان را بر آورده می‌سازند. به راستی زمانی که خصوصیات این اشیا را با ادراکی مقایسه می‌کنیم

که از نیازهای بشری مانند گونه اصلاح شده هرم سلسله مراتبی نیازهای انسانی مازلو و مفهوم معنوی، اخلاقی و طبیعی هایدک، داریم، روشن می‌شود که در مجموع این سری از ویژگی‌های محصولات با طیف گسترده و جامعی از نیازهای انسانی متناظرند: اشیای کاربردی امکان بر آوردن نیازهای جسمانی و زیست‌شناختی ما را فراهم می‌کنند؛ همین‌طور نیازهای ایمنی، مانند اطمینان از امنیت شخصی و دفع خطر.

اشیای اجتماعی/جایگاهی نیاز ما را به عشق، تعلق خاطر و مقبولیت اجتماعی بر طرف می‌سازند و میل به قرار گرفتن در گروه‌های اجتماعی، احساس بالندگی و عزت نفس را ارضا می‌کنند.

اشیای الهام بخش/معنوی بر طرف کننده نیاز به دانستن و جست‌وجوی معنا هستند و حساسیت‌های ما را در برابر زیبایی شناسی و رشد شخصیتی بر می‌انگیزانند. نیاز به معنویت و نیاز به عبور از خود برای کمک به شکوفایی درونیات دیگری نیز از جمله مواردی است که بر آوردن آنها از این اشیا بر می‌آید.

با وجود این، اشیای بسیاری وجود دارند که توصیف آنها تنها با یکی از این سه گروه از ویژگی‌ها، کافی نیست. این قبیل اشیا پیوندی میان دو یا در بعضی موارد، همه این سه دسته بر قرار می‌کنند. به کار بردن ملاحظاتی درباره این اشیا پیچیده، منجر به یافتن بینشی از یک سو، در مورد انواع اشیایی می‌شود که از نظر توسعه پایدار مشکل سازند و از سوی دیگر دیدگاهی را در مورد انواع اشیایی که در بر دارنده درس‌هایی بنیادین برای طراحی و تولید محصولات پایدار هستند ارائه می‌دهد.

می‌توان اشیایی را معین کرد که هم دارای خصوصیات «کاربردی» اند و هم از ویژگی‌های «اجتماعی/جایگاهی» برخوردارند. اشیایی نیز هستند که مجموع خصوصیات «الهام بخش/معنوی» و «اجتماعی/جایگاهی» را با هم دارند و باز، اشیایی که در بردارنده خصوصیات «کاربردی، اجتماعی/جایگاهی» و «الهام بخش/معنوی» هستند (محتماً وجود اشیایی که مجموع خصوصیات «کاربردی» و «الهام بخش/معنوی» را در کنار هم داشته باشند، امکان پذیر نمی‌نماید). اکنون اجازه بدهید به این اشیا که ترکیبی از چندین ویژگی متفاوت را در بر دارند نگاهی بیندازیم:

اشیای الهام بخش/معنوی+اجتماعی/جایگاهی: تزئینات، آثار هنری تجاری، سوغاتی‌ها، لوازم زینتی خانگی و مجسمه‌ها. اشیای هنری همچون مجسمه‌ها که مفهوم اجتماعی/جایگاهی به آنها منتسب است در بر گیرنده مفاهیمی چون حرمت و یا هویت شخصی‌اند. این دسته از اشیا شامل آثار مبتنی بر فرهنگ و مذاهب سنتی، مانند ماسک‌های هایدا در سواحل غربی کانادا که به صورت تجاری تولید می‌شوند، نیز هستند. امروزه این قبیل مجسمه‌ها اغلب برای بازار مجموعه داران و توربست‌ها تولید می‌شوند و تغییراتی در روند تولید آنها روی می‌دهد. بعضی از این تغییرات می‌توانند بسیار مثبت باشند زیرا فرصت‌های جدیدی برای بیان هنری ایجاد می‌کنند که هم‌زمان با آن راه حل‌های جدیدی برای نا وابستگی و توسعه اقتصادی ارائه می‌شود. با وجود این تغییرات منفی نیز ایجاد می‌شوند. اشیا ممکن است در راستای بر آورده ساختن اهداف بازار تغییر یافته، کلیشه‌ای شوند. وقتی این محصولات غیر کاربردی، تجاری می‌شوند، دیگر چندان ارتباطی با مفاهیم مذهبی، آیینی و فرهنگی خود نمی‌یابند و به یک شیء ابتدائاً زینتی تبدیل می‌گردند و نیز خطر آن می‌رود که در زمره اشیای تقلیدی قرار بگیرند و یا یک شیء کپیج تلقی شوند. این گروه از اشیا از نظر توسعه پایدار چندان مشکل آفرین نیستند - برعکس، شیوه تولیدی آنها می‌تواند توسعه مثبت تلقی گردد. این محصولات عموماً غیر پیچیده و ساده یا فروفن (low tech) هستند و پی‌درپی به صورت دست ساز در سطح محلی تولید می‌شوند. آنها مهارت‌های بومی و حساسیت‌های فرهنگی و زیبایی شناسیک را به خدمت می‌گیرند و پیوندهای فرهنگی را هر چند در بعضی موارد در شکلی جدید و اغلب رقیق شده، تداوم می‌بخشند. نکته آخر در شرایط اضطراری می‌تواند نقش مخربی برای میراث فرهنگی داشته باشد. بر خلاف آن استخدام نیروهای محلی و استفاده از طرح‌ها و مواد بومی - پی‌درپی همراه با مواد طبیعی - می‌تواند از نظر اجتماعی و اقتصادی سودمند و از نظر محیطی تأثیر مخرب کمتری داشته باشد. به علاوه اهمیت دست ساز بودن و فرهنگی یا شخصی بودن این قبیل اشیا به سبب آن است که اکثر مردم آنها را به مدت طولانی حتی با گذر از نسلی به نسل دیگر حفظ و نگهداری می‌کنند. غالباً از آنها به عنوان دارایی‌های شخصی گران‌بها یاد می‌شود و ممکن است ارزش میراث گونگی داشته باشند که این نیز نهایتاً از ورود آنها به جریان ضایعات جلوگیری خواهد کرد.

اشیای کاربردی+اجتماعی/جایگاهی، کالاهای مورد استفاده‌ای همچون ماشین‌ها، ساعت‌ها، تجهیزات موسیقایی، پاپوش‌ها و اشیای طراح نشان* (designer-labeled goods) را شامل می‌شوند. همه این اشیا به هنگام نیاز، در کنار بهره‌وری، از ارزش شخصی نیز برخوردارند (همچنین تزئینات و سوغاتی‌های بر گرفته از اشیای کاربردی، نظیر ظرف‌های زینتی، قابلیت ترکیب ارزش اجتماعی و ویژگی‌های کاربردی را دارند؛ اما در مورد این اشیا، هدف اولیه زینتی بودن آنهاست، از این رو کاربردی بودن آنها بسیار دور از انتظار می‌نماید).

این اشیا محصولاتی کاربردی هستند که فردی را در میان جمعیت برجسته می‌سازند اما بسا از نظر توسعه پایدار مشکل سازترند. آنها در بیشتر موارد کالاهای تولیدانبوه شده‌ای هستند که در سطح جهانی ارتقا می‌یابند و توزیع می‌شوند. این اشیا، مصرف‌گرایی را رونق می‌بخشند و علت بسیاری از بیماری‌های اجتماعی محسوب می‌گردند. آنها نه تنها ارزش اجتماعی را با ارزش کاربردی در هم می‌آمیزند، بلکه همچنین به سرعت از رده خارج می‌شوند. دو دلیل عمده وجود دارد که چرا این اشیا چنین در زمان زندانی

اند: اول این که در این گونه از اشیاء هم ارزش اجتماعی و هم کاربردی بستگی نزدیکی به پیشرفت‌های فن‌آوریک دارند. دوم این که ارزش اجتماعی آنها با تغییر مد رایج و شیوه پردازی غالب زمانه پیوند خورده است. در سیستم تولید انبوه بازارمحور معاصر ما، پیوند پیشرفت فن‌آوریک و/یا شیوه پردازی، با جایگاه اجتماعی به یک ترکیب بی‌نهایت قدرتمند بدل شده است. امروزه تقریباً تمامی اشیای مورد استفاده قابلیت تبدیل شدن به اشیای جایگاهی را دارند؛ از ماشین‌ها و محصولات صوتی گرفته تا یخچال‌ها، کتری‌ها و وان حمام‌ها. وقتی چنین چیزی اتفاق می‌افتد، ارزش یک شیء به سادگی نه به واسطه قابلیت آن در ایفای صحیح کاربردش، بلکه همچنین از طریق توانایی اش در انتقال جایگاه اجتماعی، آرمان و امید یا وابستگی گروهی نیز، تعیین می‌گردد. این ارزش جایگاهی به ناچار کوتاه مدت است، زیرا فن‌آوری همواره در حال پیشرفت بوده و شیوه پردازی همیشه در حال تغییر است. اینها عواملی هستند که به گسترش شتاب روزافزون مصرف‌گرایی یاری می‌رسانند و از نظر محیطی و اجتماعی بسیار مخرب‌اند. اشیای کاربردی+اجتماعی/جایگاهی+الهام بخش/معنوی، آخرین دسته‌ای است که در این جا مورد بحث قرار می‌گیرد. این دسته شامل اشیایی می‌شود که به مذهب و به طور خاص به اشکال عبادی مربوط می‌گردند. به طور مثال، بوریای مسلمانان (جانمازی)، چرخ دعای بوداییان، یا شال دعای یهودیان، که هر کدام یک هدف کاربردی را دنبال می‌کنند: بوریای عبادت، فضای نمازگزار را مشخص می‌کند، هر گردش چرخ دعای بوداییان، نمایاننده یک ذکر عبادی است و شال دعای یهودی یک وسیله تذکار است.

همراه با این عملکردها، هر کدام از این اشیاء مفهوم معنوی یا مذهبی نمادینی در بر دارند؛ هر کدام شاخصه‌ای برای هویت اجتماعی هستند و نیز با موقعیت و جایگاه اجتماعی در ارتباط‌اند. اینها مصنوعات فرهنگی و مذهبی با اهمیتی محسوب می‌گردند که همگی به برداشت‌های الهام بخش یا معنوی ما مربوط می‌شوند، و هر کدام در یک شیوه زنده و کاربردی مورد استفاده قرار می‌گیرند که آنها را کاملاً از یک مجسمه مذهبی یا نقاشی متمایز می‌گرداند.

این قبیل اشیاء به خاطر تداعیات قدسی‌شان، گران‌بها و ارزشمند محسوب می‌شوند. طراحی و استفاده از آنها ریشه در سنت دارد و زمانی که مدل جدیدتری یا شیوه نوتری در کنارشان به وجود آید به سادگی کنار گذاشته نمی‌شوند. بنابراین می‌توان آنها را اشیای پایدار نامید-چنین اشیایی، تاریخی طولانی در جامعه بشری دارند، بنابراین بسیار ارزشمندند و مفاهیم عمیقی را در بر می‌گیرند. به عبارتی می‌توان گفت که هر کدام از این نمونه‌ها، شال دعا، چرخ عبادت و بوریای نماز، برای فرهنگ مذهبی خاصی معین شده‌اند. با وجود این شیء مشابیهی وجود دارد که در تمامی دنیا و اکثر ادیان بزرگ آن یافت می‌شود. این شیء را نسبتاً با جزئیات بیشتری بررسی خواهیم کرد، زیرا درس‌های با اهمیتی در آن برای [تقویت] ادراک ما از رابطه توسعه پایدار و فرهنگ مادی، نهفته است.

یک شیء ماندگار

شیئی را تصور کنید که امروزه به وسیله ثروتمند و فقیر، جوان و پیر، سالم و مریض، مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ شیئی که ملال را رفع می‌کند، نقش بهره‌وری دارد و مفهومی عمیقاً معنوی را باز می‌تابد. شیئی که می‌تواند زینتی یا بسیار زیبایی شناسیک باشد و عمیقاً برای صاحبش ارزش شخصی جدا از قیمت، کیفیت یا موادی را القا کند که ذاتی آن شیء خاص است. و نیز تصور کنید چنین شیئی گستره وسیعی از طرح‌ها و نشانه‌ها را دارد و به ازای مبلغی ناچیز قابلیت تولیدانبوه داشته، یا به همان میزان در خانه ساخته می‌شود. شاید مشاهده چنین شیئی به ما اجازه دهد تا برخی معایب نوظهور رویکرد معاصر و نسبتاً محدود خود به طراحی و تولید محصولات را دریابیم و شاخص‌هایی برای آینده حساب شده تر و پایدارتر ارائه نماییم.

در بغداد مردی از زخم‌های ناشی از ستیزی که این شیء برپا می‌کند، جراحت برمی‌دارد. بالاتر، در ارتفاعات هیمالایا، پسر جوانی از آن برای از بر کردن ریاضی استفاده می‌کند. نوع کوچک‌تری از آن را می‌توان در لابه‌لای انگشتان پیرمردی در قهوه‌خانه‌ای در آتن دید. در نیویورک آن را احتمالاً در جیب یک کت یا شلوار یا در یک کیف دستی کوچی رایج می‌توان یافت. اکتبر ۲۰۰۲ تا اکتبر ۲۰۰۳ سالی است که به این وسیله اختصاص یافته بود. در دسامبر ۲۰۰۳ پانصد عدد از این شیء به وسیله هنرمند بریتانیایی مارک والینجر برای تزئین درخت کریسمس در تیت مدرن در لندن به کار گرفته شد. این وسیله با نام‌های متعددی مانند، مالا، تسبیح، زرداری، یا به صورت ساده تر تسبیح‌دانه دعا، شناخته شده است. این شیء در طول قرن‌ها جایگاه بی‌نظیری را در میان فرهنگ بشری به عنوان شیئی که ابعاد جسمانی و بیرونی یک شخص را با خود درونی متفکر و معنوی اش پیوند می‌زند ایجاد کرده است.



استفاده گسترده و ماندگار از تسبیح‌ها در کنار ارتباط بنیادینشان با جست‌وجوی بشر برای معنا از آنها یک مصنوع با اهمیت ساخته است که طراحان صنعتی آنها را در جست‌وجوی درک بهتر رابطه میان توسعه پایدار و اشیای مادی، مورد ملاحظه قرار می‌دهند.

تسبیح

کاربرد اصلی تسبیح پی‌گیری ترتیب دعا یا ذکر است. رایج‌ترین فرم آنها حلقه ساده‌ای است از دانه‌ها یا مهره‌هایی در درون یک رشته نخ که به یک منگوله یا نماد مذهبی ختم می‌شوند. به نظر می‌رسد ریشه آنها به آیین هندو در حدود ۳ هزار سال پیش باز می‌گردد. از خیلی سال‌های پیش بوداییان از آن استفاده می‌کرده‌اند. تسبیح مسلمانان به حدود سده ۹ میلادی باز می‌گردد و رزاری کاتولیک‌ها به سده پنجم. کلیساهای ارتدوکسی از نخ‌های گره خورده دعا استفاده می‌کنند. انواع غیر مذهبی نیز وجود دارند که به نام worry-beads [در فارسی همان تسبیح] شناخته می‌شوند.

خصوصیات تسبیح

اکنون اجازه دهید وارد جزئیات بیشتری بشویم تا بتوانیم بینشی به دست آوریم که در فهم ما از طراحی محصول و توسعه پایدار سودمند باشد. کاربردها و مفاهیم متعدد تسبیح موارد زیر را دربر می‌گیرد:

وسيله عدد شماری: زمانی که دعایی خوانده می‌شود، تسبیح همچون نماینده یک ذکر، با انگشتان دست لمس می‌گردد. از این جنبه، به عنوان وسیله‌ای کاربردی عمل می‌کند.

کمکی برای تمرکز و مکاشفه: تسبیح اساساً وسیله‌ای برای تمرکز در هنگام دعا یا مکاشفه محسوب می‌شود. گرداندن دانه‌های تسبیح در دست فعلیتی تکراری است که می‌تواند بدون [نیاز به] تفکر انجام پذیرد. مهم‌تر از آن این که، فعلیتی است که بعد جسمانی انسان را اشغال می‌کند. پاسکال از به کارگیری اعمال مرتب تکرار شونده عادی و توانایی عمل کردن بدون تفکر و به صورت مکانیکی برای مهار کردن ماشین و قدرت عقل سخن گفته است. این جنبه حیاتی تسبیح است؛ فعلیتی تکراری که تأثیری آرامش بخش ایجاد می‌کند. اعمال مرتب تکرار شونده و مکانیکی مشابهی را در سرتاسر دنیا می‌بینیم زیرا این اعمال با رشد معنوی در ارتباط هستند. این فعالیت‌ها اعمالی هستند بدون نیاز به تفکر و نا منطقی [و نه ضد منطقی] که مکاشفه و پرورش درونی را تسهیل می‌کنند. این، آن هدف بنیادینی است که تسبیح را فراتر از یک شیء مادی و کاربردی محض می‌برد. نخ ساده تسبیح وسیله‌ای برای ترکیب کردن است - کمکی است برای کنار هم آوردن ابعاد درونی و بیرونی، روحانی و معنوی. بنابراین تسبیح عمیقاً بر مفهوم و معنی دار است؛ معنایی که همان طوری که خواهیم دید با فهم ما از توسعه پایدار محصولات ارتباط می‌یابد.

تمامی سنت‌های مهم معنوی از یک طرف، از طریق آموزه‌ها و آدابی که اغلب تا حدی رازآمیز و پیچیده‌اند و از طرف دیگر توسط برداشت‌های مردمی و آداب و رسوم تبیین می‌شوند. تسبیح از این جهت معانی متعدد دیگری نیز دارد که به گیرایی همگانی آنها می‌افزاید.

طلسم: تسبیح اغلب به عنوان یک افسون، خوش یمن محسوب می‌شود. در برخی از مذاهب از دست دادن تسبیح برای یک شخص، نشانه خوبی ندارد. رزاری در مذهب کاتولیک، حتی در زمان‌های اخیر، با معجزات و تجلیات معنوی در ارتباط است. به این شیء معمولاً به عنوان وسیله آرامش و آسایش نگریسته می‌شود و در بسیاری از کشورهای لاتین، نوعی آرایه متداول آینه عقب ماشین‌هاست. این تداعیات عمیقاً در روان انسان‌ها ریشه داشته، علی‌رغم پیشرفت‌های علمی و فن‌آوری و دیدگاه عقل‌گرایانه ما، هنوز [حتی] در جوامع غیر مذهبی مدرن نیز حضور چشمگیری دارند. از دیگر نمونه‌ها و مدارک رایج در این مورد می‌توان به حذف ستون سیزدهم در هواپیماها توسط خطوط هوایی برخی از کشورهای بسیار پیشرفته اشاره کرد. خرافه رواج یافته‌ای که می‌گوید راه رفتن زیر نردبان بدشانسی می‌آورد نیز قابل ذکر است.

یادگار: تسبیح را می‌توان به عنوان یک شیء یادآور مورد استفاده قرار داد. این شیء یک وسیله پیش پا افتاده با حسی معمولی نیست. می‌توان گفت همچون یک سوغاتی به عنوان یادگاری - یک شیء یادآورنده - عمل می‌کند، و بلکه برای یک شخص با ایمان این وسیله یادآورنده چیزی است که حقیقت و معنا از آن اوست.





جواهر: تسبیح را همچنین می‌توان به عنوان جواهر، مورد استفاده قرار داد. در این موارد بنا به ویژگی‌های تزئینی و زیبایی شناسیک خود ارزشمند می‌شود. **مظهر هویت:** تسبیح، در طول تاریخ به شیوه‌های گوناگون همچون نشانه و علامت ظاهری یک مذهب، فرقه و شغل یک فرد مورد استفاده قرار گرفته است. تا اینجا در باره کاربرد و معنای شیء بحث کردیم؛ می‌توان از جنبه‌های مادی و ظاهری آن نیز صحبت کرد:

نمود جسمانی ورد: در مذهب کاتولیک رزاری، در حقیقت نام همان دعایی است که با آن خوانده می‌شود. طرح رزاری شکل نیم تاجی از دانه‌هاست که با یک صلیب به آویزی متصل می‌شوند و اساساً نقشه ملموس و نمودار تصویری چرخه دعا (ورد) را نشان می‌دهد. از این رو طرح فیزیکی آن، نشان دهنده کاربرد و معنایش است.

ویژگی‌های فیزیکی شیء شامل اندازه، وزن، رنگ و بافت دانه‌ها: زمانی که دانه‌های تسبیح را به

دست می‌گیرید، احساس گرما می‌کنید یا سرما؟ چه صدایی از آنها می‌شنوید؟ اینها جوانب کلیدی تجربه زیبایی شناسیک یک فرد از این شیء است. تسبیح می‌تواند از چوب بی ارزش یا از جواهرات گران قیمت، ساده یا ظرافت کاری شده، ساخته شده باشد. دلیل چنین تنوعی می‌تواند از تلاشی اصیل در راستای به دست آوردن نمودی مناسب برای یک وسیله مذهبی گرفته تا انتخابی را که بیش از هر چیز به جایگاه اجتماعی فرد مربوط است در بر بگیرد. دانه‌های چوبی ساده می‌توانند یک بیان اصیل از سادگی و خشوع، یا یک نماد سطحی از پیش پا افتادگی باشند. یک مجموعه قیمتی و جواهر نشان از دانه‌های تسبیح می‌تواند وسیله‌ای متناسب برای انجام اعمال مذهبی باشد، و یا می‌توان آن را نشانه‌ای از سعادت و جایگاه اجتماعی والا به حساب آورد. بنابراین می‌توان گفت که ظاهر دانه‌های تسبیح متفاوت است و می‌تواند به صورت‌های مختلفی تفسیر شوند.

تنوع تولید: دانه‌های تسبیح را می‌توان به شیوه دست ساز از ساده‌ترین مواد یا به صورت انبوه با تعداد فراوان، به وسیله پیشه‌وران محلی تولید کرد. همچنین اغلب آنها را می‌توان با فرآیندهای تولید انبوه ساخت. چگونگی، ماده و محل ساخت از جمله مواردی هستند که به عنوان ارزش به تسبیح منتسب می‌گردند. با وجود این مجموعه تولید انبوه شده ارزان قیمتی از تسبیح، برای دارندنداش می‌تواند حکم تسبیحی را داشته باشد که از مواد کمیاب و گران قیمت ساخته شده است. علاوه بر این تسبیح اغلب در بردارنده نماد یا نشان هویتی محل ساخت خود - همچون یک مکان زیارتی - نیز هست. این خاصیت، ویژگی سوغاتی بودن را نیز بدان می‌افزاید؛ با وجودی که بار قدسی بخصوصی در آن وجود دارد.

با توجه به این بازنگری کلی آشکار است که طیف معانی گسترده‌ای در ارتباط با این شیء وجود دارد که از بهره‌وری عملی تا اندیشه‌ورزی عمیق، مکاشفه‌گونگی، طلسم‌گونگی، تمثیل نما و زینتی بودن، گسترده شده است. این شیء همچنین می‌تواند معیار ارزش و جایگاه اجتماعی به شمار آید. بنابه این دلایل، این شیء می‌تواند ویژگی شخصی قدرتمند و بسیار بالایی مالکیت را حایز گردد. این وسیله صرف نظر از این که شاید ارزش بسیار کمی داشته و یا از پلاستیک‌های تولید انبوه ساخته شده باشد، مایل است تا به شیوه بسیار صمیمانه تصاحب گردد. دو جنبه دیگر از ابعاد تسبیح را می‌توان بر شمرد که به هنگام در نظر گرفتن رابطه میان توسعه پایدار و طراحی اشیای مادی به ذهن‌خطور می‌کند:

تکامل در طول زمان: تسبیح نه به عنوان یک مصنوع و نه به عنوان چرخه دعاهایی که به همراه آن مورد استفاده قرار می‌گیرند، طراحی نشده بود، بلکه هر دوی این موارد، در طول دوره‌های زمانی در اشکالی که ما امروز می‌بینیم تکامل یافته‌اند. این اشکال، هم نتیجه فعالیت‌های مردمی (از پایین به بالا) و هم نتیجه تأیید و تغییرات سازمانی (از بالا به پایین) است.

تکامل در میان سنت‌های گوناگون: اشکال متفاوت تسبیح در دنیا، نشان از آن دارد که این شیء به سادگی با فرهنگ و سنن مختلف سازگار گردیده است. این فرهنگ‌ها و سنن با ایجاد تغییراتی در طراحی و فرآیند تولید، آن را بومی و به نماد ایمان و هویت بدل کرده‌اند. بنابراین خصیصه تطابق با فرهنگ‌ها باعث آن شده است تا این وسیله علی‌رغم تنوع در استفاده و مفهوم، همچنان به حضور خود ادامه دهد.

آموزه‌های شیء برای پایداری

در این مقاله نگاهی به گونه‌های مختلف اشیای ماندگار انداختیم و آنها را داخل گروه‌هایی دسته‌بندی کردیم. سپس در قالب نیازها و ارزش‌های انسانی به بحث در مورد آنها پرداختیم. خصوصاً تسبیح را به عنوان شیء مهمی که در گروه‌بندی‌های متعددی جای می‌گیرد با جزئیات بیشتری واری کردیم. حال می‌توان آموزه‌های احتمالی این شیء را درباره طراحی محصولات پایدار به آزمون در آورد. در حالی که به نظر می‌رسد ضرورتاً نمی‌توان از خصوصیات معین یک شیء هیچ نتیجه قاطع و قابل اجرایی به دست آورد، با وجود این، مشاهدات زیر از مباحث بالا انجام گرفته است:

جسمانی و با مفهوم بودن: به نظر می‌رسد بتوان حس قدرتمندی از مالکیت شخصی را به این شیء نسبت داد؛ شیئی که در آن پیوندهای درهم تنیده و قدرتمندی میان شیء مادی، ملموسیت، ادراک دیداری، تجربه زیبایی شناسیک، معنا، پرورش درونی، و اشارات تلویحی قدسی برقرار شده است. وسیله‌ای که در این جا مورد بحث قرار گرفت، در مفهوم خود به عنوان یک شیء، اساساً عمیق است و این از طریق طراحی ظاهر، کاربری و معنای آن، بیان می‌شود.

قلب پایداری: تسبیح شیئی است که با مجموعه بسیار تحسین بر انگیزی از برداشتها و ادراک‌های بشری ارتباط می‌یابد، که مستقل از فرهنگ، مذهب، زبان و یا ناحیه خاصی هستند- چیزی که لایب‌نیست آن را حکمت جاویدان نامید. این ویژگی بدون شک در استفاده فراگیر و ماندگار آن تداوم می‌یابد. با وجود این، این خصیصه در مورد ظروف سفالین نیز درستی دارد. پس سؤالی پیش می‌آید و آن این که چه چیزی یک مصنوع ماندگار را از دیگری متمایز می‌کند و چه عاملی است که آن را با حنا، شدت، به عنوان یک دارایی ارزشمند و شخصی مطرح می‌نماید؟ اشیایی که گستره وسیعی از خصوصیات و مفاهیم ژرف را شامل می‌شوند از کالاهای مصرفی و اولیه فراتر می‌روند. به همین سبب ما در مسئله پایداری تسبیح را مهم‌تر از سفالینه می‌دانیم زیرا آن شیئی است که در پاسخ به والاترین نیازهای ما ایجاد شده است؛ نیازهایی چون «خودباوری» و «تعالی» که به ترتیب، به دست یابی به قابلیت وجودی هر شخص و به آن سوی من او مربوط می‌گردد. علاوه بر این هدف‌های متعالی، تسبیح‌ها بر طرف سازنده نیازهای دیگر ما همچون هویت و جایگاه اجتماعی نیز هستند. آنها کارکرد بنیادینی را نیز بر آورده می‌سازند و مفاهیم متعددی را در ارتباط با فرهنگ مردمی، همچون طلسم‌گذاری می‌نمایانند. بنابراین آنها را به شیوه‌های متفاوتی می‌توان درک، استفاده و تحسین کرد.

یک شیء ذاتاً شخصی: شخصی بودن صمیمانه مالکیت این شیء، خصوصیت بی نظیر و با اهمیتی است، زیرا زمانی که ماهیت اشیای پایدار را در نظر می‌گیریم چنین خصیصه‌ای بیش از پیش خود نمایی می‌کند. در صورتی که ارزش عمیق شیئی را به شیوه شخصی و عاطفی دانسته باشیم، در واقع اهمیت آن را بالا برده و درخور مراقبتش کرده‌ایم.

چالش در بومی‌سازی و ارتباط آن با پایداری: مباحث بسیاری در مورد نیاز به افزایش بومی‌سازی، به منظور کمک به توسعه پایدار در طراحی و تولید

محصول ارائه شده است. با این حال تسبیح‌ها دست کم تا حد کمی در به چالش کشیدن این مسئله پیشگام اند. یقیناً درست است که این شیء در بسیاری از بخش‌های دنیا در سطح محلی و از مواد بومی، نظیر دانه‌های گیاهان ساخته می‌شود، با وجود این در مواردی با استفاده از مواد غیر تمثیلی ناشناخته و ارزان قیمت نیز به صورت تولیدانبوه ساخته می‌شود، و همچنان می‌تواند مفهوم ژرفی را در برگیرد و حس صمیمانه عمیقی از مالکیت را برای صاحبش به ارمغان بیاورد، زیرا کانون این حس مالکیت، بیشتر به آن چیزی مربوط می‌شود که شیء باز می‌نمایاند و یا به چیزی که بدان اشاره می‌کند، و یا به وضعیت تولید آن. هر گونه تأثیر مخرب و زیان آوری که در نتیجه شیئیت ارزان و متداولش ایجاد شده باشد در برابر تداعیات شمایل انگارانه آن از بین می‌رود، به طوری که همچنان می‌توان آن را در هر شرایطی یک دارایی شخصی با مفهوم و صمیمی در نظر گرفت. و این شاید مهم‌ترین آموزه آن برای پایداری [اشیا در یک توسعه پایدار] باشد. مفهوم یک شیء، حتی یک شیء تولیدانبوه پلاستیکی تازه تولید شده، می‌تواند حس عمیقی از مالکیت و ارزشمندی را ایجاد کند و خصوصیات فیزیکی معین و عیب‌های ظاهری آن را کم اهمیت جلوه دهد.

به نظر می‌رسد از این به بعد بتوان نتایج بیشتری به دست آورد. هر شیء کاربردی در پایه‌ای‌ترین، بهره‌ورانه‌ترین و «طراحی نشده» ترین سطح خود قادر به بر آوردن یک نیاز تعریف شده بشری است. زمانی که پا فراتر از این بهره‌وری اولیه می‌گذاریم و برای ارائه جذبه بازار به محصول، طراحی را به کار می‌گیریم، جنبه‌های ویژه‌ای برای محصول در نظر گرفته‌ایم که ظاهراً گستره دیگری از نیازهای بشری، همچون «احساس تعلق» و «عزت نفس» را برآورده می‌سازند. اشیای طراحی شده برای رفع



این نیازها (مثل کالاهای کاربردی، اجتماعی/جایگاهی) اغلب به سرعت از رده خارج می‌شوند و پایدار نمی‌مانند. با وجود این، ورای این نیازهای سطح متوسط، نیازهای والاتری نظیر نیازهای معنوی و زیبایی شناسیک هم وجود دارند. محصولات که بدین منظور در نظر گرفته می‌شوند، مورد توجه والاترین نیروی درونی ما قرار می‌گیرند و چون چنین شود، عوامل بسیاری که ناپایداری را برمی‌انگیزانند، از بین می‌روند. دست کم در یک نمونه از تسبیح، محصولی داریم که بیش از آن که کاربردی و متداول باشد، ذاتاً پایدار است. این مثال نشان می‌دهد که امکان دسترسی به این ترکیب وجود دارد. مسئله این جاست که ببینیم آیا این امکان در محصولات روزمره و متداول‌تر نیز تحقق می‌پذیرد؟

اکنون تلاش می‌کنیم پا را فراتر از مثال تسبیح بگذاریم تا بعضی از محصولاتی را که وجهه مذهبی کمتری دارند و دست کم تا حدی به طور هم‌زمان «کاربردی»، «اجتماعی/جایگاهی»، «معنوی/الهام بخش» اند نیز بررسی کنیم. یافتن چنین نمونه‌هایی مشکل است و هر انتخابی به احتمال، غیرملموس و به ناچار، بحث بر انگیز خواهد بود. با وجود این می‌توان از بعضی از کارهای فیلیپ استارک، مانند آب لیمو گیری «جویسی سالیف» که در سال ۱۹۹۹ برای شرکت آلسی طراحی کرده بود، یاد کرد. ممکن است این محصول به طور خاص، کاربردی نباشد و نقش اولیه آن به نظر جایگاهی برسد، با این حال به طرز چشمگیری از طرحی مجسمه گون و احتمالاً الهام بخش بر خوردار شده است. مشابه آن می‌توان از طراحی‌های دانیل ویل، ران آراد، و طراحان دروغ نیز یاد کرد که نه به طور محض کاربردی اند و نه به سادگی از ویژگی‌های کاربردی و اجتماعی/جایگاهی تشکیل شده‌اند، چرا که «بژگه‌ها»، «زبانه‌ها»، «شناسک» و «محسمه گوه»، آنها را از خصوصیات «الهام بخش/معنوی» نیز بهره مند می‌گرداند.

شاید این موارد چندان هم ایده آل نیستند، زیرا ماندگاری آنها هنوز می‌بایست در بوتله آزمایش قرار گیرد و در برخی موارد نیز غلبه بر دلالت‌های قدرتمند جایگاهی آنها در جامعه مشکل است. با وجود این، آنها برخی از شاخص‌های مسیر را نمایان می‌کنند. آنها خصوصیات متعددی را که در بالا بحث شد، در هم می‌آمیزند و مفاهیم، زیبایی، و کیفیات مجسمه گون را در خود ذخیره می‌کنند تا ورای یک شیء مادی محض مطرح گردند.

نتیجه گیری

بسیاری از محصولات دنیای معاصر ما فراتر از بهره وری محض می‌روند تا در کنار ملاحظات زیبایی شناسیک و شیوه پردازیک، مقدار قابل توجهی از ویژگی‌های فنی را نیز شامل شوند. پیشینه گسترده ای از این محصولات، کوتاه مدت و غیر قابل تعمیرند و بر اساس هیچ معیاری پایدار محسوب نمی‌شوند. با گفتن اینها، سؤالی که مطرح می‌شود این است که آیا ممکن است شیئی داشته باشیم که بیشتر از وجهه کاربردی محضش، خصوصیت پایداری اش قابل درک باشد؟ در این صورت این شیء چه خصوصیتی خواهد داشت؟

این بحث تلاش کرده است تا به این سؤال پاسخ دهد و نشان داده است که طراحی محصول پایدار تنها در تعریف ظاهری و فیزیکی از یک محصول، یا در نوع و میزان تولید آن و یا حتی در تفاوت‌های ظریف طراحانه اش یافت نمی‌شود. این محث همچنین بیان می‌کند که توسعه پایدار از طریق طراحی محصول، ضرورتاً نیازمند بازگشت به تولید محلی و استفاده از مواد طبیعی یا مواد با ارزش، فرآیندهای صنایع دستی و یا حتی تولید بسیار با کیفیت، نیست. در عوض با فراتر رفتن از کاربری پایه ای، به بخشی از طراحی وارد می‌شویم که با جنبه‌های اجتماعی و جایگاهی فرهنگ مادی سرو کار دارد. و همین بخش است که زمانی که به کاربری محصول افزوده می‌شود، به نظر می‌رسد مصرف گرایی، محصولات یک‌بار مصرف، و فعالیت‌های ناپایدار را بر می‌انگیزد. علاوه بر آن، در آن سوی «ویژگی‌های اجتماعی/جایگاهی» ناحیه دیگری از دریافت بشری وجود دارد - ناحیه «الهام بخش / معنوی» - که معانی والاتری را جست‌وجو می‌کند و در دسترس ما قرار می‌دهد. زمانی که این سطح از درک، محصولات مادی ما را می‌پوشاند می‌توان به گرایش‌های زیان آور و مخربی که درون خصوصیات اجتماعی/جایگاهی وجود دارد غلبه و چنین محصولاتی را به سمتی هدایت کرد که در بنیان مفهوم خود عمیقاً با معنا باشند. و تنها با تلاش برای با معنا ساختن فرهنگ مادی مان است که می‌توانیم به آینده ای پایدار امیدوار باشیم.

پی نوشت

* اشیایی که نشان طراح و سازنده روی آنها درج شده است.

منبع:

Walker, Stuart, *Object Lessons: Enduring Artifacts and Sustainable Solutions*, Design Issues, No.3, autumn 2005, pp.20-31

