

## مقایسه تطبیقی وجوه شباهت فی مابین «طلب» در ساحت معنوی (دعا) با «تقاضا» در ساحت مادی (دیزاین)

سید علی فارغ\*<sup>۱</sup>، بهناز فولادپنجه<sup>۲</sup>

بازنگری مقاله: ۱۴۰۱/۱۲/۰۵

دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۱۱/۰۹

انتشار مقاله: ۱۴۰۱/۱۲/۲۷

پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۱۲/۱۰

### چکیده

نیازهای انسانی به‌عنوان بن‌مایه و بستر اندیشه برای برنامه‌ریزی و حیات، همواره از اهمیتی گریزناپذیر برخوردار بوده‌اند. از این‌رو نیاز را می‌توان، به‌مثابه نیروی محرکه یک سیستم تشبیه کرد که نقطه شروع فرایند مطالبه و درخواست بشر، رکن اصلی و وجه مشترک در دعا و دیزاین می‌باشد. در ایدئولوژی اسلامی، سبک زندگی مؤمنانه، دارای یکپارچگی در ساحت مادی و معنوی است و از این‌رو دارای شباهت‌هایی قابل تطبیق با فرایندهای تفکر طراحی می‌باشد. نیاز و تقاضا به‌عنوان ارکان اصلی دعا و دیزاین، عدم قطعیت و تحمل ابهام، طی دوره نهفتگی و صبر فعال، فرایندی بودن و بداعت در طراحی، از مهم‌ترین وجوه اشتراک در قیاس تطبیقی دعا و دیزاین است. فرایند طراحی، فرایندی خلاقه و در راستای پاسخ به نیاز و تقاضای کاربر است. خلاقیت از صفات ربوبی بوده و خلق کردن امری قدسی تلقی می‌گردد. استجاب دعا و یافتن راه‌حل خلاقانه در مسائل طراحی، بر پایه نیاز دعاکننده و کاربر، نیازمند برنامه‌ریزی و طراحی در ساحت معنویت است که طی فرایندی در ساحت مادی نمود می‌یابد و مؤید تأثیر عوامل غیر معرفتی بر معرفتی است.

**واژگان کلیدی:** دعا، دیزاین، حاجت، نیاز، طلب، تقاضا

۱- عضو هیأت علمی دانشکده طراحی دانشگاه هنر اسلامی تبریز، (\*نویسنده مسئول) sfaregh@tabriziau.ac.ir

۲- دانشجوی دکتری طراحی صنعتی، دانشکده طراحی دانشگاه هنر اسلامی تبریز، be.fouladpanjeh@tabriziau.ac.ir

## ۱. مقدمه

در عصر پرسرعت و مبتنی بر فناوری امروز، یکی از مهم‌ترین مهارت‌ها، توانایی تأمل پیوسته و مستمر است که شیوه اولیای الهی بوده و روشی برای یافتن پاسخ برای نیاز و مطالبات مادی، در ساحت معنوی است. رعایت سلسله‌مراتب معرفتی، می‌تواند کمک جدی به جهان‌بینی اسلامی، در طراحی الگوی پارادایم علم و نهایتاً طراحی ساختاری نظام اجتماعی با هویت اسلامی نماید (ایمان، ۱۳۹۹). فعل دعا و ارتباط با معبود، گرایش فطری و تمایلی قلبی به رب است. دعا عاملی غیرمعرفتی و عاطفی بوده و خداوند سبحان در قرآن به آن، امر نموده و تأکید کرده است. دعا در حوزه احساسات و افعال درونی انسان است، نه استدلال‌های نظری و عقلی که خود معرفت باشند. بلکه دعا معرفت‌زاست و نقشی اساسی در شکل‌گیری باورها و فرایندهای ساحت معرفتی و عقیدتی انسان دارد. بررسی تأثیر عوامل غیرمعرفتی بر معرفتی، یکی از مشکل‌ترین حوزه‌های تحقیق به شمار می‌آید. در ادبیات ایدئولوژیک، دعا، به معنای مطالبه، ترجمه "نیاز" است و نیازشناسی کاربر، یکی از اساسی‌ترین مراحل در فرایندهای طراحی است. آنالیز نیاز کاربر، دسته‌بندی، بررسی شدت اهمیت و ضرورت نیاز، ارزیابی و اولویت‌بندی آن منجر به استخراج پارامترهایی جهت پاسخ به مطالبه کاربر، در قالب محصول یا خدمت می‌گردد. نسبت بین دعا و نیازشناسی قابل تطبیق با نسبت میان اجابت و راه‌حل‌های طراحی و رفع نیاز کاربر طی فرایندهای طراحی است. آنچه شایان توجه و تأمل است، مشابهت‌ها و مشترکاتی در فاصله بین مطالبه و اجابت، که در دعا و دیزاین، می‌باشد. در این دوره، که مدت آن متغیر است، مواردی نظیر صبر و انتظار فعال، تحمل ابهام و تاب‌آوری در عدم قطعیت، همچنین طی دوره نهفتگی و فرایندمحوری قابل مشاهده است.

## ۲. سه ساحت وجودی (مراتب موجودی انسان)

از منظر قرآن، آدمی موجودی تک‌ساحتی نیست بلکه تشکیل یافته از دو رکن اساسی جسم و روح است که دو ساحت مادی (کالبد طبیعی و بدن عنصری و جسمی) و معنوی (روح الهی انسان) درهم‌تنیده دارد. در قرآن دو جنبه طبیعی و فراطبیعی تشریح شده است لیکن نه به این معنا که انسان دارای دو حقیقت همسان و مساوی است، بلکه اصل انسان را جان او می‌داند. انسان تنها یک حقیقت دارد و این حقیقت یگانه دارای یک اصل و یک فرع است. اصل او (روح الهی) بر فرع او (جسم) تأثیر می‌گذارد و فرع پیرو اصل است (صدوق، ۱۴۱۰). محدودیت تشریحی نسبت به ساحت وجود انسان، نقیصه‌ای به شمار نمی‌رود، بلکه فضیلت، بزرگداشت و تکریم مقام بلند خلیفه الهی است (جوادی آملی، ۱۳۸۹). فطرت

الهی انسان (اصل او) دارای سه ساحت می‌باشد: ساحت معرفتی، ساحت عاطفی و ساحت ارادی. ساحت معرفتی یا عقیدتی مانند خداشناسی و فضیلت‌شناسی، ساحت عاطفی و گرایش‌های درونی مانند: کمال‌طلبی و حقیقت‌جویی، خداجویی، دعا، پرستش و مناجات. و ساحت ارادی که نشأت گرفته از قدرت اختیار بشر همراه شوق قلبی، استعدادهای درون انسان را به فعلیت درمی‌آورد (حسینی، ۱۳۹۲).

از دیدگاه ملاصدرا، ساحت‌های وجودی انسان، مراتبی دارند که مرتبه فرا طبیعی، همان نفس قدسی، حقیقت ربانی و لطیفی است که جسم را تدبیر می‌نماید و برای مدیریت ساحت طبیعی و درک حقایق دارای سه جنبه عقلی، عاطفی و ارادی است که برهم تأثیرگذارند (ملاصدرا، ۱۳۸۰). علامه طباطبایی، ساحت‌های وجودی را به ساحت معرفتی (عقلانی، ادراکی) و ساحت عاطفی، ارادی و عملی، تقسیم کرده است. همچنین هفت ساحت با کارکردهای متفاوت را نیز دسته‌بندی نموده که عبارت‌اند از: ساحت جسمانی، عقلانی، عاطفی، اخلاقی، اجتماعی، هنری و دینی (طباطبایی، ۱۳۶۴). نظریاتی پیرامون ساحت‌های وجودی در میان دانشمندان غربی نیز مورد تحقیق قرار گرفته است. تنتز<sup>۱</sup>، فیلسوف و روانشناس آلمانی نیز، انسان را دارای سه ساحت عقیدتی، عاطفی و ارادی می‌داند (پورسینا، ۱۳۸۵). ویلیام جیمز<sup>۲</sup>، فیلسوف و روانشناس معروف آمریکایی، در مقاله مشهور خود به نام اراده معطوف به باور<sup>۳</sup>، به تأثیر عوامل غیر معرفتی متعلق به سرشت غیرعقلانی انسان، بر شکل گرفتن باورهایش می‌پردازد. از دیدگاه وی، ردپای سرشت ما در باورهای ما قابل پیگیری است و این خود نشان تأثیرگذاری ساحت غیر عقیدتی بر ساحت عقیدتی و معرفتی انسان است (حسینی، ۱۳۹۲). روح آدمی نزدیک‌ترین مخلوق به خداست. گرایش‌ها و عواطف درونی، نیروهای محرکی هستند که در موجود زنده حالتی از نشاط و فعالیت را برمی‌انگیزند، رفتار انسان را شکل می‌دهند و او را به سمت هدفی راهنمایی می‌نمایند. همچنین گرایش‌ها، انسان را به برآوردن نیازهای اساسی و ضروری زندگی و ادامه آن، هماهنگی و تعامل با محیط زندگی مفید، سوق می‌دهند (نجاتی، ۱۳۶۷). انسان به خاطر داشتن نیروی فکر بر حوادث و رویدادها احاطه دارد (طباطبایی، ۱۳۸۳). ارتباط این ساحت‌ها با همدیگر و تأثیرپذیری آن‌ها، موجب هدایت و سعادت بشر است. یکی از گرایش‌های فطری انسان، گرایش به زیبایی و هنر است که گرایشی حسی است و موجب ربط و انسجام انسان به حقیقت خود می‌شود و عشق و شهود قلبی، موجب ایمان انسان به حقیقت و واقعیت خویش و به

1. Tantez
2. William James
3. The will to believe

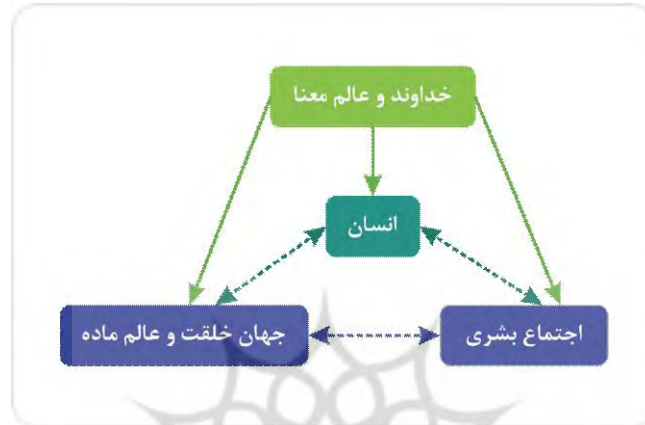


ذات باری تعالی می‌گردد (طباطبایی، ۱۴۱۷). از دیدگاه علامه طباطبایی، گرایش انسان به زیبایی گرایش به معنویات است و هنر، از تجلیات جمال و جلال خداوند و خلق اثر هنری، از صفات ربوبی حضرت حق است که بنا به ظرفیت معرفت، به انسان هدیه می‌گردد.

### ۳. معرفت در قرآن و اقسام آن

معرفت در لغت به معنای آگاهی و شناخت است که از امور بدیهی شمرده شده است و معرفت شناسان این شناخت را «باور صادق» یا همان بینش عقلی و باور قلبی و شهودی، می‌دانند. به گفته فخر رازی، هدایت، بعد از معرفت حاصل می‌شود. معرفت همان شناخت عقلی و قلبی است که انسان نسبت به زندگی خود پیدا می‌کند (فخر رازی، ۱۳۷۱). فراگیرترین ابزار معرفت، حس است، معرفتی قابل دریافت برای همگان. معرفت حسی یعنی «علم به یک شیء خاص (انسان خاص)، همراه با یک روش ارتباط با ماده خارجی آن که حضور دارد» (طباطبایی، ۱۳۷۶). معرفت شناسان، حواس را به حواس ظاهری (حواس پنج‌گانه) و حواس باطنی تقسیم کرده‌اند. معرفت عقلی یکی از اساسی‌ترین نیروها و در مقابل حواس و خیال (که به جزئیات می‌پردازند)، برای درک مفاهیم کلی کاربرد دارد. معرفت عقلی در آیات قرآن به‌عنوان بعد ارزشمند وجود انسان و با تعبیر «اولی الالباب» برای خردمندان، ذکر شده است (آل‌عمران: ۷ و ۹). الباب جمع «لب» به معنای مغز است که ارزش واقعی انسان می‌باشد (رهبر، ۱۳۷۷) جوهره و حقیقت انسان، خیر و سعادت بشر درگرو معرفت عقلی اوست (مجلسی، ۱۳۶۲). نیروی عقل الهی انسان، فارق حق از باطل است و هدایت به سوی خدا و پرستش او در سایه این عقل الهی است (دیلمی، ۱۳۷۴). عقل مفاهیم کلی را می‌سازد و از راه آن‌ها، معرفت عمیق‌تری از معرفت حسی کسب می‌کند. حکم کردن، استدلال و استنتاج، تجزیه و تحلیل مفاهیم، قضاوت و تصمیم‌گیری، به عهده معرفت عقلی است (حسین‌زاده، ۱۳۸۳). معرفت قلبی، مرکز احساسات و عواطف بوده و در جایگاه معرفت و یقین قرار گرفته و توان نوعی استدلال را نیز داراست. معرفت حق، قبل از این که معرفت عقلی باشد، شناختی قلبی است و هیچ نعمتی بالاتر از نعمت معرفت، شهود و یقین نیست و کسی که به مقام یقین برسد، درون جهان و درون دیگران را می‌بیند (جوادی آملی، ۱۳۸۳). «شهود قلبی» یا باور صادق که در آن هیچ واسطی غیر از خدا نیست. انسان از این طریق درک و دید تازه‌ای یافته و با دید خود به جهان غیب راه می‌یابد. به بیان دیگر پرده‌ها کنار رفته و برخی حقایق جهان غیب بر او کشف می‌شوند به همان روشنی محسوسات که این حالت را «مکاشفه یا شهود باطن» می‌گویند (خواجوی، ۱۳۸۸). البته علم دیگری نیز وجود دارد که نه

حصولی است و نه حضوری، بلکه آن معرفت افاضه‌ای است که در قرآن به نام «وحی» تعبیر شده است و مختص پیامبران خداست. در دیدگاه معرفت به قدر ظرفیت، بر خودشناسی و پرورش معرفت انسان تأکید شده و علامه طباطبایی معتقد است شناخت خود به شناخت خدا منجر می‌شود. معرفت نفس، بهترین عبادت علمی و بهترین راه هستی‌شناسی است و عبادت عملی آنگاه مفید است که با عبادت علمی صورت گرفته باشد. جوهره عبادت توجه و شناخت پروردگار است که با دعا این رابطه دوجانبه ایجاد می‌گردد.



نمودار ۱: رابطه انسان با دنیا و ماوراءالطبیعه (حافظ‌نیا، ۱۳۹۲)

#### ۴. فعل دعا و معانی دعا در قرآن

«دعا» مفرد ادعیه و اصل آن «دعاو» یا «دعاء» است به معنای خواندن (جوهری، ۱۳۷۶). دعا فعل مشترک میان مفاهیم و لغاتی نظیر خواندن، سؤال کردن، ندا، عبادت و ذکر است (عبدالباقی، ۱۳۸۳). دعا پدیده‌ای فطری و قرین با پیدایش انسان است، زیرا انسان به‌طور فطری موجودی فقیر و نیازمند است و هرگز از سؤال و اجابت خواسته‌ها و نیازهایش جدا نبوده است (جاهد، ۱۳۷۶). آیت‌الله طباطبایی نیز به وجود تعاملی تنگاتنگ میان معبود و بنده‌اش معتقد است. «رابطه معیت بین خدا و دعاکننده مساوی با قرب و اتصال است و میل درونی بنده به نیایش و دعوت خدا، نشانه اجابت است و شهود باطنی، ثمره این ارتباط است و شرط اجابت دعاکننده این است که به‌طور حقیقی و با زبان دعا خدا را بخواند» (طباطبایی، ۱۳۹۳). به این معنی که هرکس توفیق دعا پیدا کند، توفیق اجابت هم می‌یابد. با انس و اتصال به منبع معرفت و حقیقت، بصیرت و معرفت نیز نتیجه این معیت خواهد بود. در سایه نیایش، استعدادهای روحی و



نیروهای ملکوتی پرورش و معرفت انسان به سوی حق افزایش می‌یابد (حسینی، ۱۳۹۲). فعل دعا، فرایندی دوجانبه و هم‌سخنی و هم‌نشینی با خداست، مناجات با محبوبی که می‌شنود و اجابت می‌کند. از دیدگاه معناشناختی، مفهوم دعا در ارتباط با مفهوم استجابت قرار دارد. برخلاف دعا که اساساً لفظی و شفاهی است، استجابت غیرلفظی است (ایزوتسو، ۱۳۶۰). خداوند انسان را موجودی مشتاق و محتاج خود آفریده تا از سخن گفتن با خالق خویش، لذت ببرند (کرمانی، ۱۳۸۴). هرگونه نماز و دعا، نشانه اعتقاد و ارتباط نزدیک با قدرت ملکوتی حق و غذای روح است زیرا قوی‌ترین نیرو و دارای قوه جاذبه وجود حقیقی و خارجی را دارد که نشان‌دهنده یک امکان و میل در انسان است. امکان یعنی بیرون رفتن از مرز امور مادی و میل به پیوستن به امور بالاتر و وسیع‌تر. چنین میلی از مختصات انسان است و نیایش، یکی از ابعاد معنوی ساحت عاطفی محسوب می‌شود (جیمز، ۱۳۶۷). در کتاب وجوه قرآن تفسیری شش وجه برای دعا بیان شده است (تفلیسی، ۱۳۶۰) که عبارت‌اند از:

• **وجه اول:** دعا به معنای «گفتن» در قرآن آمده است.

• **وجه دوم:** دعا به معنای پرستیدن و عبادت کردن است که نتیجه نیاز خواهی بشر از معبود است.

• **وجه سوم:** دعا یعنی کسی را آواز دادن. ندا دادن و صدازدن پروردگار که معرفت خدا را به دنبال

دارد، زیرا خداوند به اندازه استحقاق هر بنده، به او موهبت می‌فرماید (طبرسی، ۱۴۱۵). هر ندایی خود دعاست و در قرآن به وفور آمده است در سوره یونس آیه ۲۵، دعا به معنای «دعوت و فراخواندن» آمده است که موجب هدایت به صراط مستقیم می‌گردد.

• **وجه چهارم:** دعا به معنای یاری خواستن، کمک طلبیدن، فریادرسی از خداوند و استغاثه است.

• **وجه پنجم:** دعا یعنی پرسیدن و سؤال کردن. واژه «سئل» به معنای تقاضا و درخواست از

خداست که گاهی با زبان و گاهی با فطرت به صورت تکوینی خدا را می‌خواند (ابن منظور، ۱۴۱۵).

• **وجه ششم:** به معنای نیاز خواهی و میل به پرستش و برقراری ارتباط با پروردگار است (مجلسی،

۱۳۶۲)، که از فطرت الهی انسان نشاءت می‌گیرد و موجب توجه آگاهانه انسان به خدا می‌گردد (حسینی، ۱۳۹۲).

در دعا بر اساس حس جستجوگری و نیاز خواهی فطری دریاچه‌های معرفت به اذن خدا، به روی درخواست‌کننده، گشوده می‌شود (مصباح، ۱۳۷۱). « ممکن‌الوجود محتاج علت است. ملاک احتیاج به علت امکان فقر ممکن‌الوجود است » (ملاصدرا، ۱۳۶۳) بنابراین، وقتی انسان به هستی و موجودات می‌نگرد، آن‌ها را سراپا نیاز و حاجت می‌بیند و پی می‌برد که فقر عمومی جهان، دلیلی بر وجود یک منبع

عظیم، غنی و بی نیاز است، یعنی تمام موجودات و انسان در جهان، وابسته و نیازمندند. در عالم ذات مستقلی وجود دارد که همه این وابسته‌ها به او بسته‌اند و بر او تکیه می‌کنند که وجود غنی و مطلق معبود است. منظور از فقر و نیاز، نیازهای مالی نیست زیرا تمامی موجودات جهان فارغ از شرایطشان، نسبت به خداوند، از زمره فقیران‌اند و خداوند سبحان که تنظیم‌کننده حقیقت وجودی انسان است، وجود او را با فقر و نیاز، تنظیم نموده است (جوادی آملی، ۱۳۸۵). پیامبر (ص) می‌فرماید: فقر افتخار من است و من به آن مباهات می‌کنم. نه فقط به معنای تنگ دستی بلکه به معنای نیاز به مخلوق (مجلسی، ۱۳۶۲). در نتیجه، احساس نیاز و فقر اصلی‌ترین عامل برای طلب، درخواست، سؤال و نیایش است که موجب سیر و سلوک عرفانی انسان می‌گردد. یکی از دعوت‌های الهی به سوی خودش، دعوت به دعا و اجازه عرض حاجت خلاق به درگاه خداوند است (خزائلی، ۱۳۶۵).

### ۵. درآمدی بر نیازشناسی

نیاز به معنای خواسته‌ها، نظرات و ترجیحات فرد است و در مواردی که نقص یا مشکلی وجود دارد مطرح شده و به‌عنوان فقدان یا ضرورت دستیابی به چیزی تعریف می‌گردد. چندبعدی بودن مفهوم نیاز، درک آن را گسترده و پیچیده می‌سازد (حاجیلو، ۱۳۹۹). راجر کافمن<sup>۱</sup>، متخصص برنامه‌ریزی سازمانی، تفکر راهبردی و بهبود عملکرد که به پدر ارزیابی نیازها<sup>۲</sup> شهرت دارد، نیاز را به معنای فاصله یا شکاف میان «موقعیت واقعی یا موجود» با «موقعیت مطلوب» می‌داند. از دیدگاه وی، نیاز به‌عنوان اسم نه، بلکه به‌عنوان فعل باید مورد استفاده و مطالعه قرار بگیرد تا بتوان برای رسیدن به وضعیت مطلوب، پیش‌فرض‌ها، خط‌مشی، برنامه‌ریزی و اقدامات لازم را تدوین نمود (کافمن، ۱۹۷۹). مورد شایان توجه، تفاوت موجود بین نیاز و واژه‌های هم‌عرض و مشابه آن یعنی تقاضا یا خواست و علاقه یا ترجیح است. تقاضا، تمایل قوی برای کسب هر چیزی است، درحالی که نیاز، فقدان ضروریات زیست و امرارمعاش تعریف شده است. این مفاهیم دارای دوگانگی نهفته و غیرقابل تقلیل به هم، اما دو مفهوم مکمل، و گاهی به‌عنوان دو مؤلفه متقابل به نظر می‌رسند (کلارک، ۲۰۰۹). علاقه، ممکن است نیاز انسان نباشد اما به‌عنوان ابزاری برای پاسخ به نیاز ایفای نقش نماید، گاهی علاقه به معنای واقعی و مورد انتظار برای انتفاع نیز به کار می‌رود یعنی منافع

1. Roger Kaufman

2. Needs Assessment



به نیاز تبدیل می‌شوند و مورد تقاضا قرار می‌گیرند (گرت، ۲۰۰۴). نیازهای انسانی ویژگی‌های مهمی دارند اعم از:

- **نامحدودند:** تمایل و تقاضا در طول حیات انسان جاری است.
- **متعدد و متنوع‌اند:** نوع و میزان نیازها، در میان بشر گسترده و متفاوت است.
- **هر نیازی در نوع خود محدود است:** هنگام رفع نیاز از شدت تقاضای آن کاسته می‌شود و حتی ممکن است از بین برود.
- **قابلیت جایگزینی دارند:** جایگزینی نیازها باعث می‌شود تقاضا برای نیاز دیگر کاسته شود.
- **برخی نیازها مکمل یکدیگرند:** رفع یک نیاز منوط به تأمین مکمل آن است.
- **برگشت پذیرند:** ممکن است پس از گذشت مدت زمانی نیاز رفع شده، مجدداً مطرح گردد (حاجیلو، ۱۳۹۹).

به عقیده براندن، اگر بشر موجودی فناپذیر و باقی در زمان و مکان بود، نیاز برای او معنا نداشت (براندن، ۱۳۷۶). به گفته کی‌یرکگارد، دو نوع وجود برای انسان تعریف شده است: شکل حسانی<sup>۱</sup> و شکل اخلاقی. انسان در شکل حسانی، به دنبال لذت‌جویی و تنوع و تازگی برای پاسخ دادن به امیال خویش و دفع رنج از خود است. لیکن در شیوه اخلاقی، زندگی بشر همراه با حرکتی مشتاقانه برای ادای وظایف و تکالیف اجتماعی است که در مرحله نخست پاسخ‌گویی نیاز خویش و در مرحله دینی پاسخ‌گویی خداست (اکبری بیرق، ۱۳۸۷). از نگاه بونگه، هر آنچه ارزشمند است به دلیل برآورده کردن نیازهای زیستی یا اجتماعی انسان است (بونگه، ۱۳۹۵).

در کنار تمام نیازهای زیستی، نیازهای معنوی انسان معطوف بر فطرت بشر است که از جنس ماده نیستند و به انسان ارزش می‌دهد و او را از سایر مخلوقات متمایز می‌کند. نیازهای معنوی به سه دسته نیازهای معنوی مربوط به خود (مانند: نیاز به معنا و احساس سودمندی، نیاز به بینش و معرفت، نیاز به حمایت و تحمل سختی و پذیرش، نیاز به احساس خوشبختی و ارتباط با گذشته)، نیازهای در ارتباط با دیگران (مانند: نیاز به معاشرت و محبت و نیاز به گذشت و چشم‌پوشی) و نیازهای معنوی مربوط به خدا، تفکیک شده است (کوینگ، ۱۹۹۷). نیازهای مربوط به خدا نیازهایی نظیر یقین به خدا و درک حضور الهی کنار انسان، نیاز به درک محبت غیرمشروط به خدا، نیاز به دعا در پیشگاه خدا، عبادت و نیایش



پروردگار را شامل می‌شود (شجاعی، ۱۳۸۶). به اعتقاد فرانکل، سه عامل اصلی در شکل‌دهی ماهیت انسان و روح او وجود دارد: معنویت، آزادی و مسئولیت. معنویت متضمن ویژگی‌های غیرمادی زندگی و احساس مرتبط بودن با موجودی متعالی است که به زندگی معنا، هدف، آسایش و آرامش می‌دهد و بعد انسانی انسان است (فرانکل، ۱۳۸۱). به نظر او، آزادی به معنای رهایی از سه چیز است: غریزه‌ها، خوی‌ها و عادات و محیط (فرانکل، ۱۳۷۲). با نگرشی خوش‌بینانه به ماهیت انسان و تأکید بر آزادی، رشد و شکوفایی آدمی در چگونگی «گزینش» او از میان موج عظیمی از توانایی‌ها و امکانات نهفته در وجود اوست (فرانکل، ۱۳۸۶). فرانکل نیمه مکمل آزادی را «مسئولیت» می‌داند. مسئول بودن حس اجبار و تکلیف را به همراه دارد و اعتقاد به این‌که هر انسان دارای رسالتی ویژه در حیات خویش است. بر همین مبنا انسان موجودی یگانه و جایگزین ناپذیر و رسالتش ویژه و منحصر به فرد هست و دارای نیازهای اصیل روحی است که عبارت‌اند از:

- **نیاز به معنا:** انسانی‌ترین انگیزش و حقیقت انکارناپذیر حیات، جستجوی ارزش و معناست.
- **تنش منتج به پویایی اندیشه:** چالش تحقق بخشیدن به معنا و هدف که همراه با تکامل و اندیشه پویا است. تنش لازمه زندگی و به‌مثابه نیروی محرکه در دستیابی به نهایت ظرفیت انسان است که منجر به تعالی و اندیشه خلاق می‌گردد. (فرانکل، ۱۳۸۳).
- **نیاز به تعالی خویش (خود استعلایی):** از خود فرا رفتن یکی از نیازهای روحی بشر و در جستجوی معنایی در خارج از خود است که برای نیل به این هدف باید از خود خویش، فاصله بگیرد. توجه زیاد به خویش، ناشی از گم کردن هدف و معناست. لذت، محصول فرعی تلاش‌های انسان برای رسیدن به معنا و قدرت، وسیله رسیدن به هدف است (شولتز، ۱۳۸۶).
- **نیاز به ابدیت و جاودانگی:** میل به لایتنایی بودن، تعارضی است که اضطراب و دلهره را در انسان سبب می‌شود. تنها راه جاودانه شدن برای بشر، تسلیم شدن به جان نامتناهی و پروردگار است. پذیرفتن ناپایداری زندگی، بعد روحانی صاحبان اندیشه پویا را همراه با مسئولیت‌پذیری و انتخاب‌گری معنادار، جاودانه می‌نماید (لاندرین، ۱۳۸۳).
- **نیاز به دین:** دین یعنی جستجوی انسان برای یافتن معنای غایی در زندگی. دین‌داری، وجود احساس مذهبی در اعماق ضمیر ناهشیار همه انسان‌هاست. امری خودانگیخته، انسانی، شخصی، مبتنی بر آزادی و گزینش‌گری، اختیاری و متضمن شخصی‌ترین تصمیمات انسان، هرچند در سطح ناخودآگاه است (فرانکل، ۱۳۸۱).



• **نیاز به گروه دوستی و عاطفه:** یکی از عوامل فرد و یگانگی انسان، کاستی‌های وجودی اوست که می‌تواند او را به مرتبه‌ای بالاتر از انسانیت سوق دهد. انسان در ارتباط با دیگران و پوشش نیاز به زندگی گروهی و اجتماعی، معنایی عمیق برای زندگی خود یافته و ویژگی مسئولیت‌پذیری خود را غنا می‌بخشد (فرانکل، ۱۳۷۹).

در نتیجه، نیاز یا تقاضا، در هر مرتبه و ارزشی که باشد به‌عنوان رکن اصلی مشترک در فرایند دعا (توسط دعاکننده) و فرایند طراحی (توسط مطالعه نیاز کاربر توسط طراح)، نقطه شروع فرایند است. نیاز مطرح‌شده، تعیین‌کننده فرایند، مراحل و مراتب آن بوده و نیاز به خود استعلایی منجر به تنش در راستای نیل به اندیشه پویا می‌گردد. فرد دعاکننده و طراح، هر دو نیاز به معنا، جاودانگی، تعالی، نیاز عاطفی و مهم‌تر از همه، اهمیت پذیرش رسالت ویژه خویش را درک کرده‌اند و در راستای تغییر وضعیت موجود (واقعی) به وضعیت مطلوب، از ساحت معنوی بهره برده و شاهد شیرین آزادی، مسئولیت و معنویت را می‌چشند.

## ۶. فعل دیزاین

طراحی، مفهومی غیرمتمن و پدیده‌ای قرین با سرشت انسان است (لاوسون، ۱۳۸۸). تفکر طراحی چیزی آمیخته با توانایی فهم و معرفت انسان می‌باشد گرچه دیزاین، پدیده‌ای کمابیش متأخر است (پارسونز، ۱۴۰۰). دیزاین، به‌جای آن‌که با تجربیات انسان ارتباط اندکی داشته باشد، بیش‌ازحد با آن، مرتبط است (هسکت، ۲۰۰۵). به عقیده ویکتور پاپانک، «هر آنچه انجام می‌دهیم، دیزاین است. همه انسان‌ها، متصدیان دیزاین‌اند» (پاپانک، ۱۹۷۱). دیزاین، ماتریس زیربنایی اصلی زندگی است (نلسون و استولترمن، ۲۰۱۲). دیزاین، فقط عمل کردن به معنی قدیمی و پایه‌ای آن نیست بلکه نوع خاصی از عمل است که دنیا را تغییر می‌دهد. «دیزاین، آغاز عمدی تغییر است» (جونز، ۱۹۷۰). کلمه دیزاین و اختراع باهم متفاوت‌اند. دیزاین فعلیتی است که لزوماً در راستای حل مسئله‌ای بر پایه نیاز یا خواسته (مطالبه)، انجام می‌شود و صرفاً فرایند تولید طرح‌هایی برای ساختن چیزی جدی نیست بلکه، تولید چنین طرح‌هایی از طریق یافتن راه‌حلی بالقوه برای مسئله و نیاز موردنظر است (بمفورد، ۱۹۹۰). دیزاین، راه‌حل عامدانه یک مسئله است، با آفرینش طرح‌هایی برای نوع جدیدی از یک چیز بر پایه نیاز مخاطب طی فرایند (پارسونز، ۱۴۰۰). به بیانی دیگر، پاسخی خلاق و بهینه برای مجموعه‌ای از نیازهای واقعی در موقعیتی خاص (ماچت، ۱۹۶۸). از دیدگاه قرآن، انسان مظهر تجلی برخی از صفات خداست. اعطای صفاتی چون خلاقیت، اراده و علم از

سوی خداوند به انسان، نسبت دادن روح به خداوند برای شرافت روح است (مظهری، ۱۴۱۲). آنچه در طراحی شایان توجه است اتکای طراحان به «شهود» و همچنین اهمیت نگرش شهودی است (دیویس، ۱۹۸۵؛ ایستمن، ۱۹۷۰؛ باقری طالقانی، ۱۳۹۶). مفهوم بهتری که پژوهشگران طراحی در توضیح فرایند استدلال طراحی استفاده کرده‌اند، استدلال استنباطی است. گونه‌ای از استدلال که با استدلال استقرایی و استنتاجی متفاوت است لیکن منطق ضروری طراحی است. از دیدگاه دیویس ارتباط زیرکانه میان مسئله (آنچه نیاز است) و راه حل آن (چگونگی پاسخ به نیاز) برقرار است و در دیزاین، مسئله (نیاز یا مطالبه) و راه حل، عمیقاً در هم تنیده‌اند یعنی راه حل همواره جواب مستقیمی به نیاز نیست بلکه بعضاً پاسخی خلاقه و فرای تصور است (کراس، ۱۳۹۸). معنای طراحی، یافتن پاسخ بهینه به یک مسئله نیست، بلکه فرایندی اکتشافی است. طراحان خلاق طراحی را از الزامات یک پاسخ یا راه حل نمی‌دانند، بلکه دیزاین را نقطه شروعی برای یک سفر اکتشافی تلقی می‌کنند. طراحان در فرایند، آماده دریافت و کشف می‌شوند. آماده برای یافتن چیزهای جدید. نه مواردی آشنا یا نقاطی برای بازگشت به یک مثال آشنای دیگر (کراس، ۱۳۹۸). هر فرایند طراحی، هر صورت مسئله طراحی بر اساس نیاز و نیز هر طراح دارای مشخصات و مختصات منحصر به فرد است. این نیز از وجوه مشترک دعا و طراحی است که بر اساس نیاز و مطالبه‌ای منحصر به فرد، توسط دعاکننده یا طراح، مراتب و فرایند آن، طراحی و برنامه‌ریزی می‌شود. دعا و دیزاین، نه فرایندی مرموز، بلکه فرایندی پیچیده‌اند. هر دو نیازمند هوش بشری و مهارت‌های شناختی عمیق هستند تا بتوانند از دریافت‌های ساحت معنی، الهام گرفته و آن‌ها را در ساحت مادی به کار بگیرند. تصمیم گرفتن یا ارائه ایده در هنگام طراحی، موضوعی است که طراحان نسبت به آن حس خوبی دارند و نیازی به توجیه منطقی آن نمی‌بینند. در حقیقت پاسخ‌های شهودی دریافتی آن‌ها، از منبع عظیم تجربه، نوعی استدلال استنباطی است (دیویس، ۱۹۸۵). همان استدلال رایج در دعا، هنگام دریافت پاسخ از معبود و استجابات. بنابراین، طراحی دارای ویژگی‌های نمایان شونده است. ویژگی‌های مرتبط در راه حل‌های احتمالی نمایان می‌شوند و نشان‌دهنده هم‌خوانی راه حل مفهومی در حال پیشرفت با مسئله مفهومی در حال پیشرفت است. ویژگی‌های نمایان شونده، همان پاسخ‌هایی هستند که هنگام دعا یا مطالبه طراحی، به‌طور آگاهانه، خواسته نشده بودند، لیکن طی فرایند، از ساحت معنا دریافت و به‌گونه‌ای خلاقانه و کاربردی، استنباط شده و نمود پیدا می‌کنند. مهم‌ترین مشخصه، تعامل و پرورش هم‌زمان مسئله (نیاز / خواسته) و راه حل (پاسخ / استجابات)، طی فرایند است.

## ۷. روش تحقیق

در این مطالعه، با اشاره به شیوه توصیفی داده بنیاد، به مقایسه تطبیقی یا هم‌سنجی در حوزه شباهت‌های فی‌مابین دو مقوله «دعا» و «دیزاین» پرداخته شده است. بحث قیاس یا هم‌شماری در منطق، اولین بار با نام قیاس در تفکر توسط ارسطو مطرح و توسط فلاسفه رواقی و حکمای اسلامی خاصه، ابن‌سینا تکمیل گردید (بلیکی، ۱۳۹۹). اولین شرط برای تطبیق، شباهت دو امری است که درعین حال، تفاوت‌های مهم و قابل نقد و ارزیابی داشته باشند (والک، ۱۹۹۸). چارچوب ارجاع این مطالعه تطبیقی، با ملاحظه منطقی تحت یک قاعده مشترک بر ذات فرایند دعا و دیزاین به‌عنوان مقدمات در قیاس، با هم‌شماری و استدلالی از کل به جزء و قیاسی اقتراعی صورت گرفته است. این قیاس دارای دو قضیه حملی است و نتیجه آن نیز، یک قضیه حملی است. هیچ‌کدام از دو مقدمه (دعا و دیزاین)، سالبه (منفی یا کاملاً متفاوت) نیستند و نتیجه دو مقدمه موجب، محصول نتیجه سالبه نخواهد بود (ارسطو، ۱۳۷۸). حد وسط یا حلقه‌های واسطه که در گزاره‌های مربوط به دعا و دیزاین، تکرار می‌شوند، کامل روشن و به یک معنا در تمام مراتب تحقیق و نگارش، موردنظر قرار گرفته و هیچ نتیجه سالبه‌ای از دو قضیه موجه استخراج نگردید. تطبیق و هم‌سنجی دعا و دیزاین، در مقایسه‌ای مبتنی بر شباهت‌های معنادار و هماهنگی‌های ذاتی در طول فرایند، شکل گرفته است یعنی اتصال منطقی دعا و دیزاین، با عنایت به تفاوت‌ها و برجسته کردن آن‌ها. بنیاد این مقایسه و تطبیق، برگرفته از رشته تحصیلی نگارندگان و چالش‌های آکادمیک موجود در تعریف ذات دیزاین و تفکر طراحی، به عنوان رشته‌ای نوین و سرنوشت‌ساز، و تطبیق آن با رویکرد تفکر مبتنی بر فرهنگ ایرانی - اسلامی است. بر اساس چارچوب ارجاع، ضمن برشمردن عناصر موجود و مرتبط با موضوع در دو مقوله، وجود حلقه‌های واسط و تشابهاتی در ماهیت و فرایند دعا و دیزاین، محرز گردید.

## ۸. یافته‌ها: وجود تشابهات میان فعل دعا و فعل دیزاین در نتیجه هم‌سنجی

بررسی‌ها و مطالعات صورت گرفته در حوزه ترمینولوژی دعا، دیزاین و بررسی مفاهیم مرتبط با این دو کلیدواژه، تطبیق این دو مفهوم را میسر می‌نماید. در نگاهی تطبیقی به این دو مهم، اولین وجه مشترک فی‌مابین آن‌ها، موضوع نیازمندی است. پس از شکل‌گیری طلب و استغاثه، رهیافت‌هایی برای نیل به پاسخ نیاز (راه‌حل / استجابت)، آغاز می‌گردد که نیازمند طی مراحل و فرایندی در ساحت معناست و کیفیت آن بستگی به ظرفیت معرفتی فرد دارد تا بتواند این الهامات خلاقانه را در ساحت مادی و در جهت رفع نیاز خودسامان بخشد. در ادامه اشاراتی به این مشترکات شده است:

**الف) نیاز و تقاضا (ارکان اصلی دعا و دیزاین):** دعا در ادبیات ایدئولوژیک به معنای خواستن و مطالبه، مترادف با معنی تقاضا<sup>۱</sup> یا نیاز<sup>۲</sup> در طراحی است. سطوح خواستن و نیاز، هم در دعا و هم در دیزاین از ارکان مهم و تعیین کننده فرایند یافتن پاسخ است. در طراحی، از اسباب مادی برای دست‌یابی به خواسته در راستای رفع نیاز استفاده می‌گردد، درحالی‌که در دعا، از اسباب معنوی برای دست‌یابی به خواسته در جهت رفع نیازمندی استفاده می‌شود. در هر دونقطه شروع، ماهیت و رکن اصلی فرایند، نیاز و تقاضا است. بر اساس درجه نیازمندی، طراح از اسباب معنوی و اتصال به معرفت لایتهای (فرایندی نظیر دعا)، برای رسیدن به توانایی خلق راه‌حل‌های خلاقانه، بهره می‌جوید و الهامات و بارقه‌های دریافتی از ساحت معنا را، به‌وسیله اسباب معنوی، یعنی دیزاین، در جهت پاسخ به نیازهای کاربر خود، سامان می‌بخشد. این پاسخ می‌تواند در قالب محصول، خدمت و یا اثر معماری نمود یابد.

**ب) عدم قطعیت و تحمل ابهام:** عدم قطعیت برای طراحان هم ناامیدکننده و هم لذت‌بخش است. راه‌های طراحانه و خلاقانه، چه‌بسا تا اواخر فرایند مبهم و نامعین باقی می‌مانند (دیویس، ۱۹۸۵). یکی از مشخصه‌های طراحان این است که برای هر تجربه‌ای آماده‌اند. آن‌ها نسبت به کوچک‌ترین تغییرات در محیط درونی و بیرونی خود هشیار، حساس و گوش به زنگ‌اند تا هم‌زمانی ضرب‌آهنگ نشانه‌های مختلف را درک و دریافت نمایند. نشانه‌هایی که دیگران به سبب آگاهی و ارتباط کمتر از آن‌ها غافل‌اند (کراس، ۱۳۹۸). همان آگاهی و تحمل ابهام که در فاصله بین دعا و مطالبه تا استجاب رخ می‌دهد. بازشناسی نشانه‌ها، هم‌زمانی‌ها، روزنه‌ها و حتی خطرات و هشدارها، در راستای نیل به هدف و پاسخ مطلوب. در واقع شناسایی چند گمانه مساعد را شناسایی می‌کنند و عمیقاً درگیر آن می‌شوند. آنچه یک رویداد را از بحران به فرصت تبدیل می‌نماید ظرفیت تحمل ابهام و دریافت نشانه‌هایی برای استنباط است که همراه با خوش‌بینی و امیدواری مانند کاوشگری موفق، به دنبال روزنه فرصت‌ها و تبدیل آن به نقطه قوت و راه‌حلی ثمربخش، می‌باشد (لاوسون، ۲۰۰۶). از دیدگاه دنیس لسدان، کار طراح در این فرایند اکتشافی، این است که به مخاطب چیزی غیر از آنچه می‌خواهد، بدهد. برایان لاوسون همچنین معتقد است، طراحان موفق، با عدم قطعیت، به‌خوبی خو گرفته و تحمل ابهام بالایی دارند. تطبیق خطوط فکری و انگاره‌های در حال پرورش، به مهارت و حساسیت طراح بستگی دارد و به عقیده تد هپلد، عادت به عدم قطعیت، عاملی کلیدی در توانایی طراحی است (لاوسون، ۲۰۰۴). یکی از روش‌های عادت به عدم قطعیت

1 Demand

2 Need



و تحمل ابهام، «تلاش در تحمیل نظم» در مواجهه با مسائل مبهم است (دارک، ۱۹۷۹). به این معنی که فرد، مسئله را به چیزی قابل حل محدود کرده و بر بخش کوچکی از آن متمرکز شود. این ساده‌سازی و اعمال محدودیت به کمک گمانه‌زنی و ایده‌پردازی، در مراحل ابتدایی فرایند اتفاق می‌افتد. از دیدگاه جین دارک، تحمیل هدف یا انگاره برای آغاز یک راه‌حل مفهومی، «مولد اصلی» نام دارد و بخش بسیار مهمی در فرایند طراحی است زیرا یک راه‌حل مفهومی نمی‌تواند مستقیماً از بین مسئله (نیاز / تقاضا) استخراج شود، بلکه طراح باید چیزی به آن بیفزاید (دارک، ۱۹۷۹). همان‌گونه که استجابات دعا، چیزی فرای خواسته و مطالبه دعاکننده است و فرد بایستی بتواند دریافت‌های خود از ساحت معنوی را، به مفاهیم استنباطی در ساحت مادی، تبدیل نماید. پذیرش ابهام و عدم قطعیت در فرایند طراحی و فرایند دعا، امری ضروری است چراکه به مطالبه‌گر (دعاکننده / مخاطب / کاربر)، آزادی لازم برای مواجهه مستقل با جهان اشیاء در ساحت مادی و خلق دوباره معنا را می‌دهد. همانند دعا، طبیعت طراحی، نیاز به تحمل ابهام و عدم قطعیت و کار کردن با آن، داشتن اعتمادبه‌نفس لازم برای گمانه‌زنی و کاوش، تعامل سازنده با انگاره‌ها و اتکا به قدرت «حسی» تفکر در عمل دارد (شون، ۱۹۸۳). در تحقیقات بررتون، طراحانی که خواهان حفظ ابهام در فرایند هستند، در نقش رهبر و انگاره‌ساز، تأثیرگذارترین اعضا هستند (بررتون، ۱۹۹۶).

**ج) طی دوره نهفتگی و صبر فعال:** شرط گذار از یک مشکل تا حل آن، فکر است. تفکر مشکل‌ترین کارهاست و از این‌رو انسان‌های معدودی به آن می‌پردازند. دوره انتظار بر پایه سه اصل پرسش، پاسخ و دریافت، استوار است و فاصله زمانی بین پاسخ تا دریافت را دوره انتظار یا صبر فعال می‌نامند (حاتمی سفادرانی، ۱۳۸۹). رشد نهفته به معنای کنار گذاشتن مسئله برای مدتی بدون تفکر هشیار درباره آن، که شامل توقف در فرایند است، می‌باشد (استرنبرگ، ۱۴۰۰). در این حالت، کنار گذاشتن مسئله، باعث ایجاد فرصتی برای رشد نهفته می‌شود. در جریان رشد نهفته، نباید به‌صورت هشیار درباره فرایند، مسئله و نیاز به پاسخ و راه‌حل، فکر کرد درحالی‌که، مسئله همواره به‌طور نیمه هشیار، پردازش می‌گردد. برخی از پژوهش‌گران، رشد نهفته را از اساسی‌ترین مراحل در فرایند دریافت و الهامات در راستای پاسخ به نیاز و حل مسئله می‌دانند (کتل، ۱۹۷۱). یک فرا تحلیل جدید، نشان می‌دهد، هرچه افراد وقت بیشتری جهت آمادگی برای دریافت پاسخ و حل مسئله داشته باشند، دوره رشد نهفته، مفیدتر است. همچنین اثر دوران نهفتگی، به نوع تکلیف نیز بستگی دارد (سیو و اورمرود، ۲۰۰۹). هنگام انجام تکالیف واگرا که راه‌حلی خلاقه باید تولید گردد، صبر فعال در زیرآستانه هشیاری، به پردازش اطلاعات مربوط به نیاز ادامه

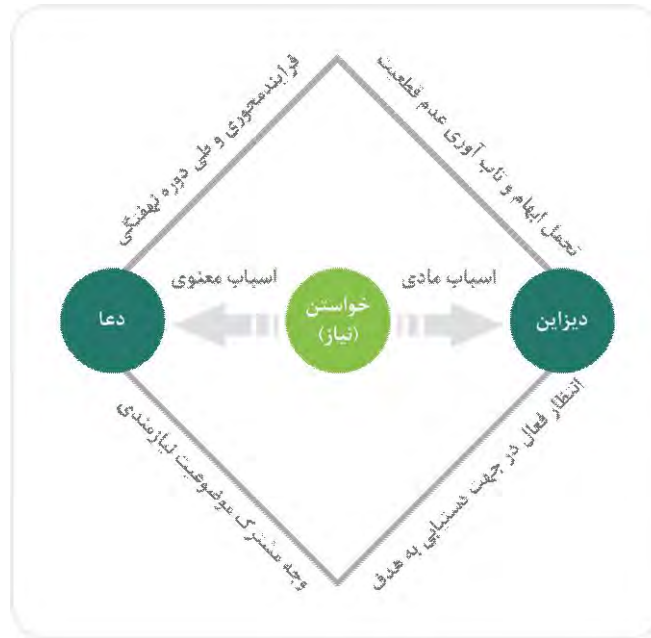
می‌دهد. در برخی مراحل، فرد به نقطه‌ای می‌رسد که نمی‌تواند به راهبردی دست یابد و از تثبیت ذهنی رنج می‌برد. رشد نهفته، می‌تواند تثبیت را کاهش داده و طی فرایند را تقویت نماید (کوپل و استورم، ۲۰۱۴). طراحی نوآورانه، اغلب با فرا رفتن از خلاصه اولیه طراحی شکل می‌گیرد. تجربه‌ای که به شکل‌گیری دیدگاه شکاکانه می‌انجامد. کار طراح، تولید غیرمنتظره‌هاست. چنین کاری صرفاً با فهمیدن خلاصه صورت مسئله (نیاز)، طی فرایندی منظم و بررسی مداوم درستی آنچه از او خواسته شده، اتفاق نمی‌افتد. بلکه ذرات ریز الهام، به‌عنوان میانبرهایی کوچک و دارای ابهام و شباهت‌هایی کاربردی، چیزهای عجیبی هستند که سرانجام پاسخ درست و خلاقانه را می‌سازند. گویی اصل توانایی طراح در شناخت است. شناخت راهی برای دیدن، نه چیزی که طی یک فرایند طراحی و بیان مسئله اولیه، ظاهر می‌شود. «شما باید در اطراف بخش فکری نیاز، بگردید تا بتوانید ببینید، آنچه ناخودآگاه برایتان واضح است را بیابید و اغلب این اتفاق می‌افتد» (کراس، ۱۳۹۸). بینش ادراکی، به مطالبه‌کننده، جهت می‌دهد و بعد موضوع فقط تنظیم و کاربرد آن است. مطالبه‌گر (طراح یا دعاکننده)، نیاز به دوره‌هایی از فعالیت شدید و بعدازآن طی زمانی برای پرداختن و تعمق در موضوع، دور از محیط کار دارد که شامل بلند فکر کردن یا با خود حرف زدن می‌شود (لاوسون، ۲۰۰۶). دوران نهفتگی یا صبر فعال، اشاره به دریافت راه‌حل‌هایی ناگهانی برخاسته از الهام آنی، برای موضوعی که پیش از آن موجب نگرانی بوده است دارد (ماکوبی، ۱۹۹۱). همانند بینش‌هایی که در خواب، استراحت، تفریح یا هنگام غذاخوردن و انجام فعالیت‌های روزمره و نه حرفه‌ای و کاری، ظاهر می‌گردند. «بارقه‌هایی از الهام، در حال حمام یا رانندگی یا در هنگام انجام فعالیت‌های متفرقه، در قالب راه‌حل‌هایی ناگهانی و خلاقانه». شایان‌ذکر است، برخی راه‌حل‌ها صرفاً حاصل کار سخت و طولانی است لیکن، الهام ناگهانی در یک ذهن آماده طی دوره نهفتگی و صبر فعال، عنصری متداول در تفکر طراحی خلاقانه است (روی، ۱۹۹۳). برای کوتاه کردن دوره انتظار فعال، راهکارهایی نظیر ایجاد شرایطی برای خلق، انطباق‌پذیری و انعطاف‌پذیری، پرورش دانایی به‌عنوان عامل حرکت، تفکر جانبی، همت بلند، ترک عادت‌ها، تغییر نقطه درک، مهندسی معکوس یا استفاده از قوه خیال و اعتماد به کائنات پیشنهاد شده است. همچنین پنج مرحله برای سپری شدن دوران انتظار فعال که باید سپری گردند عبارت‌اند از: دوران غیرممکن (شروع بیان خواسته)، دوران غیرقابل دسترسی (خواسته یا نیاز، غیرممکن نیست بلکه خارج از دسترس است)، دوران ممکن (کشف راه‌های امکان‌پذیری در رسیدن به هدف یا خواسته)، دوران قابلیت دسترسی (هدف در تسخیر است) و در آخر دوران ضرورت، که نیل به هدف فراهم و آن نیاز برای شما تبدیل به ضرورت شده است (حانمی و سفادرانی، ۱۳۸۹).



**د) پیچیدگی و فرایندی بودن:** طراحی حاوی مشخصات یک راه حل نیست، بلکه نقطه شروع یک فرایند اکتشافی است (لاوسون، ۱۹۹۴). از دیدگاه شون، طراحی گفتگویی متفکرانه با موقعیت است، فرایندی تعاملی بر پایه ارائه چارچوب مسئله (نیاز و تقاضا) و کاوش اثرات آن در راه حل های ممکن. از این رو فرایند پیچیده و نتایج آن، متفاوت از پاسخ مورد انتظار است (شون، ۱۹۸۸). «منطق به شکل های انتزاعی علاقه مند است اما علم به بررسی شکل های موجود می پردازد. طراحی شکل های نوین ایجاد می نماید. یک فرضیه علمی با یک فرضیه طراحی یکسان نیست. نباید یک پیشنهاد منطقی را با یک پیشنهاد طراحی اشتباه گرفت. طراحی گمانی را نمی توان به شکل منطقی مشخص کرد زیرا در واقع حالت استدلالی به کار برده شده، استنباطی است (مارچ، ۱۹۷۶). بنابراین فعالیت پیچیده و ترکیبی استدلال در طراحی، وجوه مشترکی با استدلال در دعا و مطالبه معنوی دارد. لیونل مارچ، این استدلال استنباطی را «استدلال مولد» می خواند که یک ترکیب بندی خلاقانه و پیچیده است. از دیدگاه هنریک گذنرید، طراحی را فعالیتی عملی و تعاملی می داند، فرایندی فرای منطق و عملی درون ذهنی. طراحی، فرای کل سامانه شناخت، همراه با ترکیبی از تفکر و عمل در محیط فیزیکی و در تعامل با موقعیت های متغیر طراحی، است که به طراح مجموعه ای از «راهبردهای موقعیت بخش» می دهد (گذنرید، ۱۹۹۸).

**و) بداعت و ویژگی های نمایان شونده:** دعا و دیزاین، هر دو در دسته علوم حصولی جای می گیرند. علم حصولی، یعنی علمی که بر اساس مفهوم و واقعیت خارجی و با واسطه صورت ذهنی برای انسان حاصل می گردد (حافظ نیا، ۱۳۹۲). مانند فرایند دیزاین، که در یافت آن ها در ساحت معنا و از طریق تصویر آن در ذهن آدمی (الهام و تجسم) ایجاد می شود. در دیزاین مانند دعا، مسئله (نیاز) و راه حل (استجابت) عمیقاً درهم تنیده و باهم در تعامل اند. به نسبت نیاز و مطالبه، پاسخی خلاقه و بدیع، نمایان می گردد که حتی طراح یا دعا کننده هرگز تصور آن ها نداشته است. جنبه های ادراکی در هر دو مقوله، از اصول تفکر و رسیدن به پاسخ است که دارای ویژگی های نمایان شونده اند. ویژگی های مرتبط در الهامات ناگهانی در پاسخ به چیزی که آگاهانه مطالبه نشده بود، تشخیص داده می شود.





نمودار ۲: هم‌سنجی و تطابق دعا و دیزاین (تهیه و تنظیم: نگارندگان)

## ۹. نتیجه‌گیری:

در دین اسلام برای دعا کردن و فرایند اجابت، نوعی تدبیر، طراحی و برنامه‌ریزی، مشاهده می‌شود. فرایندی دوجانبه، نیازمند توجه و تکرار و هوشمندی. در صورتی که در برخی ادیان، مطالبات از کائنات خواسته می‌شود، در دین مبین اسلام، هر خواسته‌ای از درگاه حق تعالی و از ساحت معنا، می‌باشد. دعا، ارکان و مراتب آن در دین اسلام، طراحی شده است و این طراحی فرایند دعا، ایجاد رهیافت‌هایی است که استجابات را موجب می‌گردد. در تفکر طراحی نیز، همواره بر پایه نیاز کاربر، نقطه شروع دیزاین و صورت مسئله طراحی، تعریف و تدوین گردیده و طی فرایندی به این تقاضا، پاسخ مطلوب داده می‌شود. این پاسخ در صورتی مطلوب است که جامع و شامل و درعین حال خلاق باشد. بنابراین فرایند طراحی بر پایه نیاز کاربر، فرایندی خلاقه است و خلاقیت از صفات ربوبی به شمار می‌آید. طرح مفهومی روشن و زاینده، به‌سادگی در مسئله موجود (نیاز / تقاضا)، یافت نمی‌شود بلکه به دست طراح، آفریده می‌شود. موضوع طراحی، بازشناسی یک الگوی از قبل موجود در داده‌ها نیست، بلکه آفریدن الگویی مبتنی بر فعالیت شدید و هدفمند، در کنار تأمل آرام و متفکرانه است. جنبه‌ای لازم از کار خلاقانه که به‌تأویب، نیازمند تلاش شدید و آرامش است، شیوه‌ای راهبردی، نه تاکتیکی. این فرایند هم در دعا و هم در دیزاین،



همواره با تحمل ابهام و تاب‌آوری در عدم قطعیت، رشد نهفته و انتظار فعال، و تعامل میان ساحت مادی و ساحت معنوی، همراه و عجین است. سه جنبه کلیدی و راهبردی در فرایند طراحی و دعا قابل تعریف است که به شرح ذیل می‌باشد:

### ۱- اتخاذ یک دیدگاه سامانه‌ای منعطف به مسئله (تقاضا و نیاز): « نوآور دارای ذهنی

سامانه‌ای است، ذهنی که چیزها را بر پایه روابط سیستماتیک آن‌ها با یکدیگر در راستای تولید یک نتیجه می‌بیند. گشتالتی جدید که تا حدی دنیا را تغییر می‌دهد» (ماکوبی، ۱۹۹۱).

### ۲- بیان مسئله به صورت متمایز، منحصر به فرد و خلاق: طراح و دعاکننده، برای ساختار و

بیان مسئله در راستای ظهور طرح‌واره‌های مفهومی، بهتر است «نیاز» را از دیدگاه خاص خود، طراحی و بازتعریف کند که این طرح موضوع، متأثر از انگیزه، بینش و طرح‌واره، ظرفیت معرفتی و اخت با ساحت معنوی، قوه استنباط، میزان توانایی شناختی و هوش فرد می‌باشد.

### ۳- طراحی مبتنی بر اصول اولیه: تکیه بر اصول اولیه و پایه در ساحت مادی برای ترجمه

الهامات دریافتی از ساحت معنا، در راستای به‌کارگیری آن در پاسخ به نیاز تعریف‌شده و لزوم رجوع به اصول اساسی، کاربردی و علمی حائز اهمیت است.

در نتیجه، موارد مشترک در راستای تطابق دیزاین و دعا، مبنی بر ماهیت مشابه این دو مهم را می‌توان برشمرد که عبارت‌اند از: ساختار و نقطه شروع مشترک (موضوعیت نیازمندی): فرایند محوری و نیاز به برنامه‌ریزی؛ شهودی، اکتشافی و منحصر به فرد بودن فرایند و ادراک آن توسط فرد (دعاکننده / طراح)؛ انتظار دریافت پاسخ خلاقه از ساحت معنا و به فراخور ظرفیت معرفتی؛ دارای پیچیدگی و نیازمند مهارت‌های شناختی، هوش و معرفت؛ دارای رهیافت‌هایی در راستای اجابت در دعا و راه‌حل در طراحی؛ نیازمند تاب‌آوری در عدم قطعیت و تحمل ابهام؛ نیازمند طی دوره انتظار، رشد نهفته و صبر فعال؛ وجود یکپارچگی و تعامل میان ساحت مادی و معنوی، ویژگی‌های نمایان شونده و بداعت در پاسخ و راه‌حل.

## منابع

- ابن منظور، محمد بن مکرم، ۱۴۱۵ ق، لسان العرب، دار صار، بیروت.
- ارسطو، ۱۳۷۸، ارگانون، ترجمه میرشمس الدین ادیب سلطانی، انتشارات نگاه، تهران.
- استرنبرگ، رابرت جی؛ استرنبرگ، کارین، ۱۴۰۰، روانشناسی شناختی، ترجمه سیدکمال خرازی و الهه حجازی، انتشارات سمت، چاپ سوم، تهران.
- اکبری بیرق، حسن، ۱۳۸۷، اخلاق ایمان مدار (مطالعه تطبیقی فلسفه اخلاق از نظر مولانا و کبیرگور)، پژوهش‌های ادب عرفانی، دوره ۲، شماره ۳، صفحه ۷۵ - ۹۰.
- ایروتسو، توشیهیکو، ۱۳۶۰، خدا و انسان در قرآن، ترجمه احمد آرام، انتشارات بهمن، تهران.
- ایمان، محمدتقی، 1399، فلسفه روش تحقیق در علوم انسانی، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، چاپ پنجم، قم.
- باقری طالقانی، ۱۳۹۶، کاربرد روانشناسی شناختی در طراحی صنعتی، انتشارات سمت (مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی دانشگاه سمنان)، چاپ دوم، تهران.
- براندن، ناتانیل، ۱۳۷۶، روانشناسی حرمت نفس، ترجمه جمال هاشمی، شرکت سهامی انتشار، تهران.
- بلیکی، نورمن، ۱۳۹۹، طراحی پژوهش‌های اجتماعی، ترجمه حسن چاوشیان، نشر نی، چاپ سیزدهم، تهران.
- بونگه، ماریو، ۱۳۹۵، فرهنگنامه فلسفی، ترجمه علیرضا امیرقاسمی، انتشارات اختران، تهران.
- پارسونز، گلن، ۱۴۰۰، فلسفه دیزاین، ترجمه افشین خاکباز، نشر مشکی، چاپ سوم، تهران.
- پورسینا، زهرا، ۱۳۸۵، تأثیر گناه بر معرفت، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم.
- تغلیسی، ابوالفضل، ۱۳۶۰، وجوه قران، نشر بنیاد، تهران.
- جاهد، رضا، ۱۳۷۶، گنج‌های معنوی، آیین تربت، مشهد مقدس.
- جوادی آملی، عبدالله، ۱۳۸۳ الف، حکمت عبادات، انتشارات اسراء، قم.
- جوادی آملی، عبدالله، ۱۳۸۳ ب، رازهای نماز، انتشارات اسراء، قم.
- جوادی آملی، عبدالله، ۱۳۸۵ الف، تفسیر موضوعی معاد در قرآن، انتشارات اسراء، قم.
- جوادی آملی، عبدالله، ۱۳۸۵ ب، صورت و سیرت انسان در قرآن، انتشارات اسراء، قم.
- جوادی آملی، عبدالله، ۱۳۸۹ الف، انسان از آغاز تا انجام، انتشارات اسراء، قم.
- جوادی آملی، عبدالله، ۱۳۸۹ ب، تفسیر انسان به انسان، انتشارات اسراء، قم.
- جوهری، اسماعیل بن قناده، ۱۳۷۶، الصحاح تاج اللغة، دارالقلم، بیروت.
- جیمز، ویلیام، ۱۳۶۷، دین و روان، ترجمه مهدی قاینی، انتشارات دارالفکر، تهران.
- حاتم‌ی ورنوسفادرانی، محمدرضا؛ ۱۳۸۹، بینش خلاق، انتشارات علمی، تهران.
- حاجیلو، فتانه، ۱۳۹۹، درآمدی بر نیازهای انسانی، انتشارات دانشگاه تبریز، تبریز.
- حافظ نیا، محمدرضا، ۱۳۹۲، مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، انتشارات سمت، چاپ نوزدهم، تهران.
- حسین زاده، محمد، ۱۳۸۳، مبانی معرفت دینی، انتشارات امام خمینی، قم.
- حسینی، سید محمد؛ حسینی، فاطمه السادات، ۱۳۹۲، تأثیر دعا بر معرفت، انتشارات علمی و فرهنگی، تهران.
- خزائلی، محمدعلی، ۱۳۶۵، شرح دعای سحر، انتشارات فیض کاشانی، تهران.

- خواجهی، محمد، ۱۳۸۸، رساله وجودیه در معرفت ربوبیه، انتشارات مولی، تهران.
- دیلمی، حسن بن ابی الحسن، ۱۳۷۴، ارشاد القلوب فی المواعظ الحکم، چاپ حیدری، قم.
- رهبر، محمدتقی، ۱۳۷۷، اخلاق و تربیت اسلامی، انتشارات سمت، تهران.
- شجاعی، محمدصادق، ۱۳۸۶، نظریه نیازهای معنوی از دیدگاه اسلام و تناظر آن با سلسله مراتب نیازهای مازلو، دوفصلنامه مطالعات اسلام و روانشناسی، سال ۱، شماره ۱، صفحه ۸۷-۱۱۶.
- شولتز، دوآن، ۱۳۸۶، روانشناسی کمال (الگوی شخصیت کامل)، ترجمه گیتی خوشدل، انتشارات پیکان، چاپ چهارم، تهران.
- صدوق، محمد ابن علی، ۱۴۱۰ ق، شیخ حسین اعلمی، الامالی، موسسه علمی، بیروت.
- طباطبایی، سید محمدحسین، ۱۳۶۴، تفسیر المیزان، بنیاد علوم اسلامی، تهران.
- طباطبایی، سید محمدحسین، ۱۳۷۶، تفسیر المیزان، سید محمدباقر موسوی همدانی، نشر بنیاد، تهران.
- طباطبایی، سید محمدحسین، ۱۳۸۳، طریق عرفان، نشر بکاء، تهران.
- طباطبایی، سید محمدحسین، ۱۴۱۷ ق، المیزان فی تفسیر القرآن، نشر جامعه مدرسین حوزه، قم.
- طباطبایی، سید محمدحسین، ۱۳۹۳ م، المیزان فی تفسیر القرآن، موسسه الاعلمی، بیروت.
- طبرسی، فضل ابن حسن، ۱۴۱۵ ق، مجمع البیان فی تفسیر القرآن، موسسه الاعلمی، بیروت.
- عبدالباقی، محمدفواد، ۱۳۸۳، المعجم المفهرس، نوید اسلام، قم.
- فرانکل، ویکتور امیل، ۱۳۷۹، پزشکی و روح، ترجمه فرخ سیف بهزاد، نشر درس، چاپ دوم، تهران.
- فرانکل، ویکتور امیل، ۱۳۸۱، انسان در جستجوی معنای غایی، ترجمه احمدصبوری و عباس شمیم، نشر تهران صداقصیده، تهران.
- فرانکل، ویکتور امیل، ۱۳۸۳، فریاد ناشنیده برای معنا، ترجمه مصطفی تبریزی و علی علوی نیا، نشر فراوان، چاپ دوم، تهران.
- فرانکل، ویکتور امیل، ۱۳۸۶، انسان در جستجوی معنا، ترجمه نهضت صالحیان و میهن میلانی، نشر درس، چاپ هجدهم، تهران.
- فخررازی، ۱۳۷۱، تفسیر کبیر، ترجمه علی اصغر حلبی، انتشارات اساطیر، تهران.
- کراس، نایجل، ۱۳۹۸، تفکر طراحی (فهم چگونگی تفکر و کار طراحان)، ترجمه مهدی مقیمی، انتشارات کتاب وارش، تهران.
- کرمانی، محمد، ۱۳۸۴، دعا و نیایش، نشر آستان قدس رضوی، مشهد مقدس.
- لاندین، رابرت ویلیام، ۱۳۸۳، نظریه‌ها و نظام‌های روانشناسی، ترجمه یحیی سیدمحمدی، انتشارات ویرایش، چاپ سوم، تهران.
- لوسون، برایان، ۱۳۸۸، طراحان چگونه می‌اندیشند، ابهام‌زدایی از فرایند طراحی، ترجمه حمید ندیمی، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، چاپ سوم، تهران.
- مجلسی، محمدباقر، ۱۳۶۲، بحار الانوار، دارالمکتب الاسلامیه، تهران.
- مصباح، محمدتقی، ۱۳۷۱، معارف قرآن، موسسه در راه حق، قم.
- مظهری، محمد ثناله، ۱۴۱۲ ق، التفسیر المظهری، مکتب رشديه، پاکستان.
- ملاصدرا، ۱۳۶۳، مفاتیح الغیب، تصحیح محمد خواجهی، موسسه تحقیقات فرهنگی، تهران.
- ملاصدرا، ۱۳۸۰، الشواهد الربوبیه، تصحیح سیدجلال الدین آشتیانی، تبلیغات اسلامی، قم.

• نجاتی، محمد عثمان، ۱۳۶۷، قرآن و روانشناسی، ترجمه عباس عرب، نشر رضوی، مشهد مقدس.

- Bamford, G. (1990) Design, Science and Conceptual Analysis. In J. Plume (ed.) Architectural Science and Design in Harmony: Proceeding of the Joint ANZAScA/ADTRA Conference, Sydney, July 10-12, 1990. Australia & Nea Zealand Architectural Science Association, pp. 229-38.
- Brereton, M., Cannon, D., Mabogunje, A., and Leifer, L. (1996). Collaboration in Design Teams: How to social Interaction Shapes the Products, in N. Cross, H. Christians and K. Dorst (eds) Analysing Design Activity, Chichester: Willey Bucciarelli, L. (1994) Designing Engineers, Cambridge, MA: MIT Press.
- Cattell, R. B. (1971) Abilities: Their structure, growth and action. Boston, MA: Houghton Mifflin.
- Clark, L., (2009). Definition of Want vs. Need, paper was developed by a student taking a Philanthropic studies course taught at Grand Valley State University.
- Dark, J. (1979) The Primary Generator and the Design Process, Design Studies, Vol. 1, 36-44.
- Davis, R., (1985). A Psychological Enquiry into the Origination and Implementation of Ideas, MSc Thesis, Department of Management Sciences, University of Manchester Davis. R. and Talbot, R. (1987) Experiencing Ideas: Identity, Insights and the Imago, Design Studies, Vol. 8, 17-25
- Eastman, C. M. (1970). On the Analysis of Intuitive Design Processes. In G. T. moore (ed.), emerging methods in environmental design and planning. USA: MIT.
- Garret, J., (2004). Needs, Wants, Interests, Motives, Available at: [www.wku.edu/jan.garret/ethics/senethic.hym](http://www.wku.edu/jan.garret/ethics/senethic.hym).
- Gedenryd, H. (1998) How Designer Work, PhD Thesis, Department of Cognitive Science, Lund University, Sweden.
- Heskett, J. (2005) Design: A Very Short Introduction. Oxford: Oxford University Press.
- Jones, C. (1970) Design Methods: Seeds of Human Future. London: Willey-Interscience.
- Kaufman, R., & English, F.W. (1979). Needs assessment: Concept and Application, Englewood Cliffs, NJ: Educational technology Publications.
- Koenig, H., (1997). Hand Book of Religion and Mental Health, Academic Press.
- Kopple, R. H., Storm, B.C. (2014) Escaping mental fixation: Incubation and inhibition in creative problem solving. Memory, 22(4), 340-348.
- Lawson, B., (1994). Design in Mind, Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Lawson, B., (2004). What Designer Know, Oxford: Architectural Press / Elsevier.
- Lawson, B., (2006). How Designers Think, Oxford: Architectural Press / Elsevier.



- Levin, P., (1966). Decision Making in Urban Design, Watford, UK: Building Research Establishment.
- Maccoby, M., (1991). The Innovation Mind at Work, IEEE Spectrum, December, 23-35.
- March, L., (1976). The Logic of Design, in The Architecture of Form, Cambridge: Cambridge University Press.
- Matchett, E. (1968) Control of Thought in Creative Works. Chartered Mechanical Engineering 14(4).
- Nelson, H., Stolterman, E. (2012) The Design Way: International Change in an Unpredictable World, 2<sup>nd</sup> edn. Cambridge, MA: MIT Press.
- Papanek, V. (1971) Design for The Rael World: Human Ecology and Social Change. New York: Pantheon Books.
- Roy, R., (1993). Case Studies of Creativity in Innovative Products Development, Design Studies, Vol. 14, 423-443.
- Schon, D., (1983). The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action, New York: Basic Books.
- Schon, D., (1988). Designing: Rules, Types and Worlds, Design Studies, Vol. 9, 181- 190.
- Sio, U. N., Ormerod, T. C. (2009) Does incubation enhance problem solving? A meta - analytic review. Psychology Bulletin, 135(1), 94-120.
- Walk, K., (1998). How to Write a Comparative Analysis. Writing Center at Harvard University. Retrieved 29 March, 2016.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی