

فلسفه دیزاین

گلن پارسونز

ترجمه افشین خاکباز

فلسفه دیزاین / گلن پارسونز

ترجمه افشین خاکباز

مقابله و اصلاح منظر محمدی

ویرایش امیرمولایی

صفحه آرای استودیو مشکی

لیتوگرافی، چاپ و صحافی واژه پرداز اندیشه

چاپ سوم ۱۴۰۰

نشر مشکی . تهران ۹۸ ۰۰ ۶۸ ۷۷

www.meshkipublication.com

info@meshkipublication.com

@meshkipublication

@meshki_pub

@meshki_pub

همه حقوق برای ناشر محفوظ است. تکثیر یا تولید همه یا بخشی از کتاب به هر صورت (انتشار الکترونیکی، چاپ، فتوکپی، تصویر، صوت) بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است.

دیزاین مشکی / ۱۰

سرشناسه: پارسونز، گلن، ۱۹۷۱-م.

Parsons, Glenn

عنوان و نام پدیدآور: فلسفه دیزاین / گلن پارسونز؛ ترجمه افشین خاکباز.

مشخصات نشر: تهران: نشر مشکی، ۱۳۹۸.

مشخصات ظاهری: ۲۵۶ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۸۴۳۹-۵-۴

وضعیت فهرست نویسی: فپا

یادداشت: عنوان اصلی: [2016] *The philosophy of design*

موضوع: طراحی-فلسفه

موضوع: Design-Philosophy

موضوع: کالاها-طراحی-فلسفه

موضوع: Product design-Philosophy

موضوع: زیبایی شناسی

موضوع: Aesthetics

شناسه افزوده: خاکباز، افشین، ۱۳۴۳ - مترجم

رده بندی کنگره: ۸۱۳۹۷ ف۲ پ/ NK1۵۰۵

رده بندی دیویی: ۱۲۴

شماره کتابشناسی ملی: ۵۲۹۷۱۵۱

فهرست

مقدمه | ۱۱

فصل اول

دیزاین چیست؟ | ۱۵

۱/۱ تعریف «دیزاین» | ۱۸

۱/۲ مسائل هستی‌شناختی | ۲۶

۱/۳ فعالیت، حرفه و تمرین | ۳۴

۱/۴ پیدایش دیزاینرا | ۴۲

فصل دوم

فرایند دیزاین | ۴۵

۲/۱ چالش‌های دیزاین | ۴۸

۲/۲ بحران اعتماد | ۵۲

۲/۳ مسئله معرفت‌شناختی | ۵۵

۲/۴ آیا مسائل دیزاین به خوبی تعریف نشده‌اند؟ | ۶۱

۲/۵ برخی واکنش‌ها | ۶۶

۲/۶ پیش‌ساختارها و اصول | ۷۲

فصل سوم

مدرنیسم | ۷۹

- ۳/۱ سرچشمه‌های مدرنیسم | ۸۲
- ۳/۲ بازتفسیرها و پیوندها | ۸۶
- ۳/۳ ناکامی مدرنیسم؟ | ۹۳

فصل چهارم

بیان | ۱۰۱

- ۴/۱ معناهای دیزاین | ۱۰۴
- ۴/۲ بیان و اُرس | ۱۰۹
- ۴/۳ استدلالِ تحقیقی بهتر | ۱۱۱
- ۴/۴ توهم و واقعیت | ۱۱۶
- ۴/۵ یک اعتراض | ۱۲۰

فصل پنجم

مفهوم کارکرد | ۱۲۳

- ۵/۱ عدم تعین کارکرد | ۱۲۶
- ۵/۲ نظریه‌های قصدگرایانه کارکرد مصنوعات | ۱۲۹
- ۵/۳ نظریه‌های تکاملی کارکرد مصنوع | ۱۳۴
- ۵/۴ انتقادات به نظریه تکاملی | ۱۳۹
- ۵/۵ بداعت، دیزاین و مسئله معرفت‌شناختی | ۱۴۴

فصل ششم

کارکرد، فرم و زیبایی‌شناسی | ۱۴۷

- ۶/۱ آیا فرم می‌تواند از کارکرد پیروی کند؟ | ۱۵۰
- ۶/۲ ایجاد توازن میان کارکرد و ارزش زیبایی‌شناختی | ۱۵۴
- ۶/۳ زیبایی وابسته | ۱۶۱
- ۶/۴ زیبایی کارکردی | ۱۶۷

۶/۵ سلیقه خوب در دیزاین | ۱۷۱

۶/۶ سلیقه بد | ۱۷۷

فصل هفتم

اخلاق | ۱۸۳

- ۷/۱ اخلاق کاربردی و دیزاین | ۱۸۴
- ۷/۲ مصرف‌گرایی، نیازها و خواسته‌ها | ۱۸۸
- ۷/۳ آیا نیاز مفهومی تهی است؟ | ۱۹۳
- ۷/۴ آیا دیزاین چشم‌انداز اخلاقی را تغییر می‌دهد؟ | ۱۹۶
- ۷/۵ آیا دیزاینر تنهاست؟ | ۲۰۴

سخن آخر

معنای مدرنیسم | ۲۱۱

یادداشت‌های نویسنده | ۲۱۷

یادداشت‌های ناشر | ۲۳۷

راهنمای تصویری | ۲۳۹

پیشنهاد مطالعات بیشتر | ۲۴۴

نام‌نامه | ۲۴۵

منابع | ۲۴۹

فلسفه بر دو نوع است: یکی آن‌که از مسیرهای پاختورده سنت فلسفی و اندیشمندان بزرگ می‌گذرد و پرسش‌هایی دیرپا همچون «نفس چیست؟»، «آیا خدا وجود دارد؟»، «معرفت چیست؟» و مواردی از این دست را مطرح می‌کند و دیگری فلسفه‌ای که رهپویانش از راه‌های رفته بیرون می‌روند و وارد قلمرو بکرتری می‌شوند و رویکرد فلسفی را برای موضوعات تازه‌ای به کار می‌بندند که تاکنون بررسی نشده است. کتاب حاضر در گروه دوم جای می‌گیرد، چون هیچ‌یک از شاخه‌های فلسفه تاکنون دیزاین را در کانون توجه خود قرار نداده است. البته درباره دیزاین نظریه‌های متعددی مطرح بوده است و از آنجا که واژه «فلسفه» قلمرو گسترده‌ای را در بر می‌گیرد، بررسی این نظریه‌ها را اغلب «فلسفه دیزاین» می‌نامند. بین نظریه و فلسفه، اگرچه با یکدیگر هم‌پوشانی دارند، تمایز مهمی هست. به‌طور کلی، تفاوت این دو در آن است که برخلاف فلسفه، انگیزه و کانون توجه اصلی نظریه دیزاین عمل دیزاین است (گال، ۲۰۱۱). پرسش‌هایی که از دل نظریه برمی‌خیزد به نوعی برخاسته از ملاحظات عملی کنونی هستند و در چارچوب این ملاحظات قرار دارند، ولی پرسش‌های فلسفی چنین نیستند. این به‌هیچ‌وجه از اهمیت نظریه کم نمی‌کند و در واقع، شاید برای کسی که حرفه‌اش دیزاین است، نظریه بسیار سودمندتر از فلسفه باشد. ولی این بدان معناست که مجموعه نوشته‌های نظری کنونی درباره دیزاین را نمی‌توان به همان معنایی که از «فلسفه هنر» سخن می‌گوییم «فلسفه دیزاین» بنامیم.

این نکته ما را به این پرسش می‌رساند که چه چیزهایی در فلسفه دیزاین جای می‌گیرد

و چه فایده‌ای برای دانشجویان یا شاغلان دیزاین دارد. به عبارت کلی، فلسفه دیزاین در پرتو پرسش‌هایی که فلسفه بررسی می‌کند به بررسی دیزاین و اهداف و مسائل خاص آن می‌پردازد: پرسش‌هایی درباره دانش، اخلاق، زیبایی‌شناسی و سرشت واقعیت. باید گفت که فلسفه به جای نتایج صریح و بی‌ابهام، معمولاً طیفی از مواضع محتمل را ارائه می‌دهد که هر یک مزیت‌ها و مشکلات خود را دارد. همچنین، گاهی نمی‌توان مواضع فلسفی را با توجه به سرشت آن‌ها به صورت مستقیم در مورد امور «زندگی واقعی» به کار بست. آنچه فلسفه واقعاً به دانشجویان یا کاربرانش ارائه می‌دهد چشم‌اندازی است گسترده‌تر درباره آنچه انجام می‌دهند و رابطه آن با سایر جنبه‌های مهم زندگی انسان. توانایی نگرستن به کارهای روزمره خود از چنین زاویه‌ای و اندیشیدن بر اساس جایگاه آن در طرح بزرگ‌تر چیزها از نشانه‌های فرهیختگی است و این همان چیزی است که فلسفه می‌تواند برای پرورش آن به ما کمک کند.

همان‌طور که گفتیم تأملات فلسفی درباره «هنرهای زیبا»، بر خلاف دیزاین، سنتی دیرپا دارد. این مسئله به نوعی قابل درک است چون اگرچه هزاران سال است از آثار هنری برخورداریم، ولی دیزاین پدیده‌ای کمابیش متأخر است. با این همه، امروزه دیزاین از چنان رواج و وجهه‌ای برخوردار است که بی‌توجهی فلسفه به آن نادیده نمی‌ماند. در واقع، در میان حرف و حدیث‌های متأخر درباره «پایان هنر»، می‌توان گفت که امروزه دیزاین از نظر اهمیت فرهنگی بر هنر سایه انداخته است. اگر چنین باشد، شاید زمان مناسب برای بررسی فیلسوفانه دیزاین فرا رسیده باشد.

از این رو، کتاب حاضر را به چنین بررسی‌ای اختصاص داده‌ایم و قلمرو فلسفه دیزاین را ترسیم کرده‌ایم و نشان داده‌ایم که دغدغه‌هایش، با آن نوع پرسش‌های بنیادینی که ذهن فیلسوفان را به خود مشغول کرده است ارتباطی عمیق دارد. خوشبختانه این مسئله به دو دلیل از آنچه به نظر می‌رسد بلندپروازانه‌تر است. نخست اینکه اگرچه تاکنون حوزه پژوهش متمایزی که بتوان «فلسفه دیزاین» نامید وجود نداشته است، فیلسوفانی که در حوزه‌های مختلفی همچون زیبایی‌شناسی، اخلاق، معرفت‌شناسی، متافیزیک و فلسفه فناوری فعالیت دارند به‌طور مستقیم در زمینه دیزاین یا مسائل مرتبط با آن کارهای

فلسفی درخشانی انجام داده‌اند. کتاب حاضر بیش از هر چیز در پی بررسی نظام‌مند این کارهاست. دوم اینکه برای بررسی نظام‌مند دیزاین از نوعی الگو برخورداریم که جنبش مدرنیسم برای مان به یادگار گذاشته است.

این نکته آخر توضیحی را طلب می‌کند، چون معمولاً این ادعای فلسفی مدرنیسم را نمی‌پذیرند که این مکتب «چیزی فراتر از سبکی دیگر» است و آن را دقیقاً سبک، یعنی مرحله سبکی بسیار تحمیل‌گرانه‌ای می‌دانند که روزگارش سپری شده و به تاریخ ذوق‌ها [۱] پیوسته است. دیدگاهی که در اینجا برگزیده‌ایم آن است که مدرنیست‌ها، روشن‌تراز هر کس دیگری، مسائل فلسفی اصلی مرتبط با دیزاین و پیوندهای میان آن‌ها را درک می‌کردند، اما اغلب نمی‌توانستند بینش‌های فلسفی خود در این حوزه را بسط و گسترش دهند. بنابراین یکی از عناصر اصلی این کتاب، تلاش برای بازسازی اندیشه‌های اصلی مدرنیستی و قرار دادن آن‌ها در معرض تحلیل نقادانه است. اگرچه دیدگاه‌هایی که اندیشه‌های مدرنیستی تولید کردند همواره با موفقیت همراه نبود، این اندیشه‌ها همچنان نقطه آغازی حیاتی برای بررسی فلسفی هستند و در اینجا نیز به همان منظور از آن‌ها استفاده می‌کنم.

طرح [۲] مختصر این کتاب چنین است: در فصل نخست، با بررسی تعاریف «دیزاین» که نظریه‌پردازان و فیلسوفان دیزاین ارائه داده‌اند موضوع کتاب را روشن می‌کنم. سپس بر اساس تعریف گِریگ بَمفورد، مفهومی از دیزاین به مثابه نوع خاصی از عمل اجتماعی را ارائه می‌دهم که ریشه‌های تاریخی اصلی آن در انقلاب صنعتی نهفته است. در فصل دوم، نوع حل مسئله‌ای [۳] را که ویژگی دیزاین است با نگاهی دقیق‌تر بررسی می‌کنم و پرسش فلسفی مهمی را مطرح می‌کنم که از آن ناشی می‌شود. فصل سوم به معرفی مدرنیسم، نه به عنوان حرکتی تاریخی، بلکه در مقام تلاشی فلسفی برای پرداختن به این مسئله اختصاص دارد و در سایر بخش‌های کتاب، واکنش مدرنیست‌ها به این مسائل سنگ بنای بحث‌های ما درباره مسائل مختلفی خواهد بود که در قلب دیزاین قرار دارد. در فصل چهارم، تلاش مدرنیست‌ها برای محدود ساختن جنبه بیانگرانه دیزاین را بررسی می‌کنم و این تلاش را با اندیشه‌های معاصر در باب معنای دیزاین و به‌طور کلی فرهنگ مادی مرتبط می‌سازم. فصل پنجم، یکی از مفاهیم اصلی مدرنیسم، یعنی کارکرد را

بررسی می‌کند و دربارهٔ دو نظریهٔ فلسفی سخن می‌گوید که این مفهوم را روشن می‌سازد. فصل ششم، به مسائل زیبایی و زیبایی‌شناسی و این مفهوم مدرنیستی بازمی‌گردد که بین کارکرد زیبایی رابطه‌ای حیاتی وجود دارد. در نهایت، فصل هفتم، به جنبه‌های اخلاقی دیزاین از جمله رابطهٔ دیزاین با مصرف‌گرایی، تأثیر دیزاین بر چارچوب‌های اخلاقی ما و روش‌های ممکن برای دیزاین اخلاقی می‌پردازد. کتاب را با اظهار نظری دربارهٔ میراث اندیشهٔ مدرنیستی برای پژوهش‌های فلسفی دیزاین به پایان می‌برم.

در تلاش برای ترسیم نقشهٔ این حوزه، ادعا نمی‌کنم که همهٔ مسائل فلسفی مرتبط با دیزاین را یافته‌ام یا به آن‌ها پاسخ داده‌ام. با این همه، اگر کتاب حاضر بتواند نشان دهد که دیزاین حوزه‌ای است که ارزش بررسی فلسفی مستقل را دارد کار ارزشمندی کرده است.

۱ | دیزاین چیست؟

وقتی نوبت به پرسش‌هایی دربارهٔ دیزاین می‌رسد، شاید بنیادی‌ترین پرسش این باشد که «دیزاین چیست؟» یکی از راه‌های پاسخ دادن به این پرسش آن است که نمونه‌هایی از دیزاین انتخاب کنیم. اگر سری به پایگاه اینترنتی دیزاین بزنیم، یا یکی از مجله‌های دیزاین را ورق بزنیم، به راحتی می‌توانیم به برخی از اشیایی اشاره کنیم که بسیاری آن‌ها را محصولات دیزاین معاصر می‌دانند: آپاد آپل، صندلی ایمز، خانهٔ فارنورث میس فن درروهه، یا آب‌پرتقال‌گیری معروفِ سالیفِ آلسی. ولی نام بردن از برخی نمونه‌های دیزاین پاسخ کاملاً رضایت‌بخشی به پرسش ما نمی‌دهد. وقتی می‌پرسیم «دیزاین چیست؟»، می‌خواهیم بدانیم چه چیز است که تولید این چیزها و اشیاء مشابه آن‌ها را مصداق‌هایی از دیزاین می‌سازد. به عبارت دیگر، به جای اینکه صرفاً به نمونه‌هایی از دیزاین اکتفا کنیم می‌خواهیم سرشت این مفهوم را دریابیم. در این فصل به این چالش می‌پردازم و برخی از تلاش‌هایی را که برای تعریف عملی دیزاین صورت گرفته است بررسی می‌کنم.^۱

درک برخی مفاهیم دشوار است، چون به چیزهایی نامعمول اشاره می‌کنند. مثلاً می‌توان به مفاهیمی چون خدا، ابدیت و انفجار بزرگ منشأ آفرینش اشاره کرد که با تجربه‌های روزمره ما سنخیتی ندارند و از این رو، درک معنای آن‌ها دشوار است. ولی وقتی نوبت به مفهوم دیزاین می‌رسد با چنین مشکلی روبه‌رو نیستیم. چنان‌که خواهیم دید، در مورد دیزاین با عکس این مسئله روبه‌رو می‌شویم: به نظر می‌رسد دیزاین به جای آنکه با تجربه‌های ما ارتباط اندکی داشته باشد، بیش از حد با آنها مرتبط است. (هسکت ۲۰۰۵، ۵-۳).

پیش از اینکه برخی تعاریف بالقوه «دیزاین» را بررسی کنیم، ابتدا باید ببینیم دنبال چه نوع تعریفی هستیم. وقتی فیلسوفان می‌کوشند مفهومی را درک کنند، معمولاً به دنبال نوع خاصی از تعریف هستند که می‌توانیم آن را «تعریف فلسفی» بنامیم.^۲ این تعریف شامل مجموعه شروطی است که برای آنکه چیزی مصداق یک مفهوم باشد به تنهایی لازم و باهم کافی هستند. شرط لازم برای اینکه چیزی مصداق یک مفهوم باشد، برخورداری از ویژگی‌ای است که همه مصداق‌های آن مفهوم باید آن را دارا باشند. مثلاً «همسرنداشتن» شرط لازم مفهوم «تجرد» است، چون برای آنکه چیزی مجرد باشد، لزوماً باید ازدواج نکرده باشد. یک شرط یا مجموعه‌ای از شروط در صورتی برای تبدیل چیزی به مصداق یک مفهوم کافی است که لزوماً هر چیزی که به آن تحقق می‌بخشد مصداق آن مفهوم باشد. بنابراین، شروط «بی‌همسری»، «بلوغ» و «مذکر بودن» باهم برای مفهوم «مجرد» کافی هستند، چون هر چیزی که این شروط را تحقق ببخشد لزوماً باید در چارچوب «تجرد» جای بگیرد. تعریف مفهومی گویای مجموعه شروطی است که چیزی برای اینکه مصداق یک مفهوم باشد به تنهایی لازم و باهم کافی هستند و از این ویژگی خاص برخوردار است که همه مصداق‌ها و فقط مصداق‌های آن مفهوم را در خود جای می‌دهد و با این کار «ماهیت» آن مفهوم را به ما نشان می‌دهد و باعث می‌شود آن را خوب درک کنیم. مثلاً تعریف «تجرد» به‌عنوان مرد غیرمزدوج بالغ را در نظر بگیرید. این مفهوم دقیقاً به ما می‌گوید که مجرد بودن از چه چیزی تشکیل می‌شود و باعث می‌شود بفهمیم چرا چیزی مجرد هست یا نیست.

شاید در تلاش برای یافتن تعریفی از «دیزاین»، عادی‌ترین کار نگاهی به فرهنگ لغات باشد. ولی تعاریف فرهنگ‌نامه‌ای به معنای فلسفی‌ای که توضیح دادیم، تعریف محسوب نمی‌شوند. مثلاً مفهوم هنر را در نظر بگیرید. مصداق‌های این مفهوم، مثل اجراهای ارکسترهای سمفونی، نقاشی‌های پیکاسو، رمان‌های جیمز جویس و مواردی از این دست به‌سادگی قابل تشخیص‌اند. همچنین، می‌توانیم بین این مصداق‌های هنر، با چیزهایی مانند صندوق‌های پستی، میزهای تحریر و فهرست‌های خرید خواروبار که هنر نیستند

تمایز قائل شویم. فرهنگ لغات انگلیسی آکسفورد «هنر» را «شاخه‌های مختلف فعالیت خلاقانه‌ای» تعریف می‌کند «که با تولید طرح‌ها، اصوات، یا افکار خلاقانه سروکار دارد». این تعریف کمک می‌کند که در جهت درست حرکت کنیم، ولی ماهیت مفهوم هنر را توضیح نمی‌دهد. دلیل این مسئله آن است که شاید تولید طرح، اصوات یا افکار خلاقانه برای اشتغال به هنر لازم باشد، ولی مسلماً کافی نیست: سیاستمداری که برای اصلاح بودجه شهر افکار خلاقانه‌ای دارد، یا مهندسی که برای کارخانه‌ای دستگاه خنک‌کننده جدیدی می‌سازد، فعالیت هنری انجام نمی‌دهند.

فرهنگ‌نامه سعی می‌کند با چسباندن تعریف خود به فهرستی از مثال‌ها آن را پشتیبانی کند: «نقاشی، موسیقی و نویسندگی». این فهرست قرار است تمایزی را که در اینجا نیاز داریم ارائه دهد، چون فعالیت‌هایی همچون قانون‌گذاری، حسابداری و مهندسی را در بر نمی‌گیرد. با این همه، این فهرست و به‌طور کلی‌تر، آن تعریف مبنایی برای تمایز هنر از چیزهای دیگر را در اختیار ما قرار نمی‌دهد. مسلماً دلیلی دارد که محصولات خلاقانه موسیقی سمفونیک هنر محسوب می‌شوند، ولی محصولات حسابداری هنر به شمار نمی‌آیند، اما تعریف فرهنگ‌نامه‌ای آن دلیل را به ما نمی‌گوید. بنابراین، فرهنگ‌نامه نمی‌تواند ماهیت هنر را بیان کند، به این معنا که از بیان آن مجموعه شروطی که اثر هنری باید از آن‌ها برخوردار باشد عاجز است، از این رو نمی‌تواند ما را به درک کامل سرشت هنر، آنگونه که پژوهش‌های فلسفی خواهان آن هستند، برساند. به این دلایل، فیلسوفانی که به درک سرشت هنر علاقه‌مندند باید از تعاریفی که در فرهنگ‌نامه‌ها می‌آید فراتر بروند و برای این مفهوم تعریف‌های فلسفی ارائه دهند (برای نگاهی اجمالی به تلاش‌هایی که در این حوزه‌ها صورت گرفته است به استیکر ۲۰۰۳ نگاه کنید). بنابراین، اگر به دنبال درک سرشت دیزاین هستیم، باید چنین مسیری را در پیش بگیریم.

جست‌وجو برای یافتن تعریف‌های فلسفی، که فیلسوفان گاهی «تحلیل مفهومی» می‌نامند، به هیچ‌وجه خالی از بحث و جدل نیست.^۳ برخی فیلسوفان به اینکه بتوان چنین تعریف‌هایی را یافت بدبین‌اند و این بدبینی براندیشه‌های مرتبط با دیزاین اثر گذاشته است (به واکر، ۱۹۸۹ نگاه کنید). مثلاً جین فوززی فیلسوف، بر این اساس که دیزاین

پدیده‌ای است که در طول تاریخ تطور می‌یابد امکان دستیابی به تعریف فلسفی یا ماهیت دیزاین را نفی می‌کند. او بر این باور است که این مسئله دو پیامد ناخوشایند دارد. نخست اینکه با تغییر پدیده هرگونه تعریف فلسفی محکوم به شکست است و پدیده‌ها ناگزیر از تغییرند. دوم اینکه وقتی تعریف با موارد گریزناپذیر نقض روبه‌رو می‌شود، فیلسوف فقط می‌تواند «بدون توجه به چیزهایی که در کنار مسیر بلندپروازی‌های نظری او افتاده است» آن‌ها را نادیده بگیرد (۱۳: ۲۰۱۳).

با وجود این، هر دو نکته‌ای که فورزی به آن‌ها اشاره می‌کند اغراق آمیز است. این واقعیت که پدیده‌ای تغییر می‌کند بدان معنا نیست که ویژگی‌های اصلی‌اش نیز دچار تغییر می‌شود: امروزه خودروها در مقایسه با هشتاد سال قبل سریع‌تر شده‌اند، ولی این مسئله باعث نمی‌شود که در تعریف «خودرو» بازنگری کنیم. دوم اینکه فیلسوفی که تعریفی فلسفی برای پدیده‌ای ارائه می‌دهد لزومی ندارد که بدون توجه به آنچه در دنیای پیرامونش رخ می‌دهد به آن تعریف بچسبد؛ او ممکن است به این نتیجه برسد که مفهوم قدیمی دیگر سودمند نیست و از مفهوم جدیدی که پدیدار شده است تعریفی فلسفی ارائه دهد. جان کلام اینکه هیچ چیز در سرشت تاریخی دیزاین نیست که تعریف فلسفی را منتفی کند.^۴

با در نظر داشتن این نکته، اجازه بدهید برخی از تعریف‌های دیزاین را، که نظریه پردازان این حوزه ارائه داده‌اند، بررسی کنیم. یکی از گروه‌های مهم تعریف‌ها بر این فکر استوار است که «هرآنچه انجام می‌دهیم دیزاین است». مثلاً ویکتور پپنیک، نظریه پرداز دیزاین، می‌نویسد: «همه انسان‌ها دست اندرکار دیزاین هستند. هرآنچه می‌کنیم، تقریباً همیشه دیزاین است» (پپنیک ۱۹۷۱، ۲۳). همچنین نگاه کنید به نلسون و استولترمن (۲۰۱۲). به نظر او، دیزاین «ماتریس زیربنایی اصلی زندگی» است و علاوه بر تولید ماشین آلات، ساختمان‌ها و مواردی از این دست، اقدامات پیش‌پافتاده‌ای همچون تمیز کردن کسوها می‌زکار و پختن کیک را نیز در بر می‌گیرد. به همین ترتیب، هنری پتروسکی می‌گوید: «چیزهای دیزاین شده ابزارهایی هستند که با بهره‌گیری از آن‌ها به اهداف مطلوب دست می‌یابیم» (پتروسکی، ۴۸: ۲۰۰۶). این تعریف حتی آن دسته چیزهای طبیعی را نیز شامل

می‌شود که انسان بی‌هیچ جرح و تعدیلی یا با تغییرات ناچیزی برای دستیابی به اهداف خویش به کار می‌گیرد. بر اساس دیدگاه پتروسکی، مثلاً صدفی که برای برداشتن آب آشامیدنی به کار می‌بریم هم در زمره اشیایی است که دیزاین شده‌اند. او می‌گوید «صرف انتخاب چیزی برای دستیابی به هدفی باعث می‌شود که آن چیز دیزاین شود». بر اساس این تعریف، دیزاین چیزی بیش از استفاده از اشیاء برای رسیدن به اهداف نیست.^۵

ولی این شرح‌ها در مقام تعریف‌های فلسفی با مسائل آشکاری روبه‌رو هستند. البته بین امری روزمره همچون پختن کیک و فرایند تولید آبیاد، آبمیوه‌گیری جوسی سالیف و صندلی ایمر شباهت‌هایی وجود دارد. از سوی دیگر، بین این دو فرایند تفاوت‌هایی نیز هست و در واقع بین این دو فرایند تمایز قائل می‌شویم: مثلاً عجیب است کسی را که کیک پخته است دیزاینر بنامیم. در واقع، ما در تفکرات هرروزه خود بین دیزاین و همه دیگر انواع فعالیت‌هایی که در آن‌ها از اشیاء برای رسیدن به هدف‌مان استفاده می‌کنیم، مثل هنر، علم، ورزش، جنگ و کارهای پیش‌پافتاده‌ای مثل نظافت و استفاده از تکه‌ای چوب برای نقاشی روی شن تمایز قائل می‌شویم. از آنجا که واقعاً چنین تمایزی را قائل می‌شویم، دوست داریم مبنای آن را درک کنیم. ولی تعریف‌هایی مثل «دیزاین استفاده از چیزها برای دستیابی به اهداف است» نمی‌توانند به ما چنین درکی بدهند، چون این تمایز را کاملاً نادیده می‌گیرند (لاو، ۲۰۰۲). به زبان فلسفی تر مسئله این است که، استفاده از چیزها برای دستیابی به اهداف، برای بیان معنای دیزاین کافی نیست.^۶

این مسئله پرسش جالبی را پیش می‌کشد: با توجه به اینکه این تعریف «دیزاین» محدود به بیش از حد گسترده‌ای دارد، چرا این قدر برای نظریه پردازان جذاب است؟ یکی از عواملی که قبلاً به آن اشاره کردم تکثر معانی نهفته در واژه «دیزاین» است.

این واژه بیش از پانصد سال است که در زبان انگلیسی حضور دارد و فقط فرهنگ لغات آکسفورد شانزده تعریف از این فعل انگلیسی داده است. یکی از این تعریف‌ها، معنایی از این واژه است که در آن «دیزاین کردن» فقط به معنای «قصد کردن» است. مثل این جمله که «وقتی حصار را برپا می‌کردم، قصد کردم برای خودمان حریم خصوصی بسازم».^۷ شاید نظریه پردازانی چون پپنیک و پتروسکی تعاریف خود را بر اساس این کاربرد بنا کرده باشند.