

الكلمات المفتاحية: الرفاهية , الانعكاس, المنتج الصناعي.

Summary

This research explores the concept of well-being and its subjective, objective, material, and non-material components as a contemporary approach focused on improving the user's quality of life. It transcends the functional and material dimensions of the product, aiming for a comprehensive and integrated state encompassing physical, psychological, and social dimensions. This is achieved by enhancing comfort, happiness, ease of use, and emotional support during product interaction. The research also examines the historical development of the concept of well-being in industrial design, identifying its various types and their implications through the application of formal, functional, and technical characteristics and

مفهوم الرفاهية وانعكاساتها في تصميم المنتج الصناعي

م. د. عبد الخالق سمين فتاح, دكتوراه فلسفة

تصميم صناعي

كلية الفنون الجميلة , جامعة البيان, بغداد , العراق

Aksshirwany59@gmail.com

المستخلص

يتناول البحث مفهوم الرفاهية ومتضمناتها الذاتية والموضوعية والمادية وغير المادية بوصفها توجهاً معاصراً يركز على تحسين جودة حياة المستخدم متجاوزاً البعد الوظيفي والمادي للمنتج نحو حالة شاملة ومتكاملة تضم الأبعاد الجسدية والنفسية والاجتماعية وتتحقق من خلال تعزيز الراحة والسعادة وسهولة الاستخدام والدعم العاطفي أثناء التفاعل مع المنتج كما تناول البحث تطور مفهوم الرفاهية تاريخياً وفي التصميم الصناعي ومعرفة أنواعها المختلفة, وانعكاساتها عبر توظيف الخصائص والسمات الشكلية والوظيفية والتقنية بما ينسجم مع احتياجات ورغبات المستخدم وقدراته المادية مما يقلل الإجهاد ويعزز الرضا العاطفي ويخلص البحث إلى أن الرفاهية تمثل معياراً أساسياً في تصميم المنتج الصناعي المعاصر لما لها من دور في إنسنة المنتج وتحقيق استدامته وقبوله الاجتماعي.

والمستدامة للمستخدم ويؤدي إلى فجوة بين المفهوم النظري للرفاهية وتطبيقاته العملية في التصميم الصناعي ، وفي ضوء ماتقدم تبلورت مشكلة البحث بالتساؤل التالي: (مامدى فاعلية مفهوم الرفاهية وانعكاساتها في تصميم المنتج الصناعي ؟)

(1-2) اهمية البحث :تتمثل اهمية البحث من

خلال النقاط التالية

1. يوضح البحث مفهوم الرفاهية ودورها في تطوير تصميم المنتج الصناعي المعاصر ويبرز التحول من التركيز على الوظيفة النفعية إلى الرفاهية الوظيفية والاهتمام بتجربة وتفاعل المستخدم وجودة الحياة.
2. يساهم في تعزيز قيم الانسنة من خلال التصميم المتمحور حول الإنسان ومراعاة الأبعاد الجسدية والنفسية ويساعد المصممين على تقليل الإجهاد وزيادة الراحة والرضا والبهجة أثناء استخدام المنتج.
3. يربط بين الرفاهية والقيم العاطفية والإنسانية في المنتج الصناعي و يدعم دمج الرفاهية كمعيار تصميمي ضمن مفاهيم الاستدامة والقبول الاجتماعي.

features that align with the user's needs, desires, and financial capabilities. This reduces stress and enhances emotional satisfaction. The research concludes that well-being represents a fundamental criterion in contemporary industrial product design due to its role in humanizing the product, ensuring its sustainability, and fostering social acceptance.

Keywords: Well-being, Reflection, Industrial Product

(1-1) مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في غموض وتشتت مفهوم الرفاهية ومتضمناتها الذاتية والموضوعية والمادية وغير المادية بوصفها توجهًا معاصرًا يحمل في طياته ابعادا حسية جمالية ونفسية عاطفية ووظيفية تفاعلية وبيئية والتركيز على تحسين جودة حياة المستخدم وتفاعله مع المنتج الصناعي متجاوزًا في كثير من الممارسات التصميمية البعد الوظيفي والمادي أو الكمالي. وان عملية إغفال الابعاد الوظيفية والإنسانية والبيئية والاجتماعية قد ينعكس سلبًا على قدرة المنتج الصناعي على تحقيق الرفاهية الشاملة

في حياته واعطاؤها القدر الكافي من الاهتمام و
بث السعادة والتفاؤل والاستمتاع مع الذات
والآخرين.

(فتون, 2016 , ص10) والرفاهية من وجهة
النظر الفلسفية تحقق عن طريق الاستهلاك
الوفير والذي يتصف باتجاه المستهلكين من ذوي
الدخل المادي المرتفع باقتناء المنتجات الحديثة
ذو المواصفات العالية وذلك لارتفاع المستوى
المعيشي للأفراد.(وديع, 2010 ص49)

2. الإنعكاس :

الانعكاس لغة : الإنعكاس مصدر إنعكس وهو
إنقلاب الشعاع وارتداده عند وقوعه على سطح
مصقول : كصفحة المرآة ونحوها(جبران,
1997, ص 142).

الانعكاس اصطلاحاً : يُوضع الإنعكاس أحياناً في
مقابل الآلية , مع تخصيص الإنعكاس لردود
الفعل التي لم تكن أريديةً أبداً, والآلية لتلك التي
تتجم عن أفعالٍ أريدية (لالاند, 2001, ص
1189). والإنعكاس كأسم شيء يعبر عن شيء
ما يقال : نجاحه إنعكاس لكل الجهد المضني
الذي بذله في وظيفته.(2015, p.653,
Oxford).

الإنعكاس اجرائياً : ظهور تأثيرات معينة في
خصائص وسمات المنتج الصناعي تجعله
يتصف بالرفاهية والترف المادي والمعنوي نتيجة

4. يثري الإطار النظري لبحوث التصميم
الصناعي ويوفر مرجعاً علمياً للباحثين
والطلبة.

(1-3) هدف البحث

تحديد فاعلية مفهوم الرفاهية وانعكاساتها في
تصميم المنتج الصناعي

(1-4) تحديد المصطلحات

1. الرفاهية

الرفاهية لغوياً: الرفاه والرفاهية والرفهنية : رغد
الخصب ولين العيش رفه عيشه، فهو رفيه ورافه
وارفههم الله ورفههم، ورفهنا نرفه ورقها ورفوها
والارفاه التتعم والدعة وهي في رفاهة من
العيش أي سعة واصل الرفاهية الخصب والسعة
في المعاش.(ابن منظور, 1999, ص277)

الرفاهية اصطلاحاً: وتتمثل في المديات أو
المستوى أو الحاجة التي يصل اليها الفرد أو
الأفراد في المجتمع من توفير احتياجاته الخدمية
والسلعية والذي يتطابق مع مستوى المعيشة
الراحة وشروط الحياة العامة والرضا.(
النواب، 2017، 14) ويعرف عالم النفس
(مارتن سلغمان) الرفاهية من خلال أن الإنسان
يستطيع أن يتكيف ويتوافق مع المجتمع في
حالة قدرته على التركيز على الجوانب الايجابية

معاصرا للرفاهية يعتمد على التوازن بين الموارد الذاتية (individual's resources) والتحديات (challenges) النفسية التي يواجهها الانسان. (Dodge, 2012, p. 230)

كما تدل الرفاهية حسب منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) على وجود مؤشر اجتماعي واقتصادي مزيج من الحياة الصحية كالأمن و التعليم و جودة البيئة و التفاعل والمشاركة الاجتماعية مع وجود مستوى عالي من الازدهار. (OECD, 2013, p. 15) اذ ان الرفاهية تعبر عن مجموعة من العناصر كالمشاعر الإيجابية والمشاركة الوجدانية و العلاقات الإيجابية واثراء المعنى والشعور بالإنجاز. (2011, p. 16 Seligman, وهي حالة شاملة من الشعور بالصحة والسعادة والازدهار، تشمل الصحة البدنية والنفسية والعاطفية والاجتماعية والروحية، وتتجاوز مجرد غياب المرض. إنها تتعلق بالرضا العام عن الحياة، والمشاعر الإيجابية، والشعور بالهدف، والعلاقات القوية، ويتم تنميتها من خلال ممارسات مثل التواصل مع الآخرين، واليقظة الذهنية والنشاط البدني والتعلم والمساهمة في المجتمع. (مصدر نت, 33)

ويرتبط مفهوم الرفاهية ارتباطاً وثيقاً بالوضع الاقتصادي وتأثيراته على الفرد

استعمال مواد باهضة الثمن او توظيف تكنولوجيا حديثة او كفاءة في الاداء الوظيفي والاستخدامي في تصميمه المظهري والهيكلي.

• الإطار النظري

(2- 1) الإطار المفاهيمي للرفاهية (Well-being) (being)

الرفاهية (Well-being) كحالة شاملة لصحة الإنسان وجودة حياته تشمل الصحة الجسدية والنفسية والاجتماعية والشعور بالرضا والسعادة وتوازن الحياة الإيجابي بالإضافة إلى الظروف المادية التي يعيش فيها الفرد وتعرف منظمة الصحة العالمية الرفاهية بأنها "حالة من الاكتمال الجسدي والعقلي والاجتماعي، وليس مجرد غياب المرض أو العجز. (1998, p. 1 WHO, والرفاهية النفسية متعددة الأبعاد عند (Carol Ryff) "هي مجموعة من الأبعاد النفسية التي تشمل الاستقلالية، النمو الشخصي والعلاقات الإيجابية المعنى في الحياة، إتقان البيئة، والقبول الذاتي. (Ryff, 1995, p100) والرفاهية عند (Diener) الذي وصفها بالرفاهية الذاتية (Subjective Well-being) والتي تمثل "التقييمات الإدراكية والعاطفية الشاملة التي يقوم بها الفرد في حياته." (1994, p. 542 Diene) وتتضمن الرضا عن الحياة والمشاعر الإيجابية والسلبية. وقد قدم (Dodge) مفهومًا

تصميم وإنتاج تصاميم تتسم بالرقى والرفاهية.
(القرشي ، 2007، ص 69)

وعليه فإن الرفاهية حالة من الارتياح والسعادة الفائقة والعيش المترف وقد يبدو وشيئا غير أساسي ولكنه مرغوب فيه للشعور بالراحة الفائقة خاصةً تلك التي توفرها الأشياء والمنتجات الثمينة والجميلة شيء ثمين يُسعد امتلاكه ولكنه ليس ضرورياً؛ شيء يمنحك متعة كبيرة ولكن لا يمكنك الحصول عليه كثيراً بالإضافة إلى ذلك فإن الرفاهية، المشتقة من الكلمة اللاتينية (luxus) تعني إشباع الحواس بغض النظر عن التكلفة بعبارة أخرى، شكل من أشكال الإسراف. وفي التصميم الصناعي يستخدم مفهوم الرفاهية لتقييم جودة الحياة للمستخدم أو للمجموعة وفق معايير معينة.

(2- 2) الرفاهية ومكوناتها الذاتية والموضوعية والمادية وغير المادية.

وكمفهوم للرفاهية الذاتية والموضوعية قدم (سومر) تمييزاً مهماً بين التعريفات الموضوعية والذاتية للرفاهية يتعلق هذا التمييز

والمجتمع فالزيادة في الرفاهية الاقتصادية تؤدي إلى زيادة الرفاهية العامة والفردية والرفاهية الفردية التي يحصل عليها الفرد و تترجم عبر مقدار السعادة التي يحصل عليها نتيجة لاستهلاكه المنتجات والسلع والخدمات وتحمل الدولة مسؤولية كبيرة في تحقيق مستوى عالي من الرفاهية ووضع سياسات اقتصادية للوصول إليها من خلال حجم الدخل القومي وكيفية توزيعه بصورة عادلة . والرفاهية هو مصطلح عام الحالة فرد أو جماعة من النواحي الاجتماعية والاقتصادية والنفسية والروحية التي تدل على مستوى عال من الرفاهية بمعنى ان احوال الفرد أو الجماعة إيجابية، بينما يرتبط الخفاض. (Marry,1995 p269)

ويرى بعض الباحثين ان النمو الاقتصادي للدولة هو الإطار العام لتحقيق الرفاهية وان مبدأ المنفعة يتم من خلال التطورات التقنية والتكنولوجية وسبل توسيعها وتطويرها، وما تفرزه من ابتكارات واختراعات تعد ذو اهمية للنشاطات الاقتصادية من خلال النمو الاقتصادي للبلدان والدول، وان العملية التصميمية والمصممين يسعون الى تقديم كل ما هو جديد من منتجات متنوعة وخامات جديدة لاسيما في ظل الثورات التقنية الحديثة والمتجددة مما يساعد على

تلبية بعض الرغبات غير الأساسية و تُعرّف الرفاهية المادية بأنها امتلاك موارد مادية كافية تؤدي إلى مستوى معيشي جيد وأمان اقتصادي، وتمكن من العيش بكرامة في حين يمثل مفهوم الرفاهية غير المادية (**Non-material Well-being**) الجانب غير الملموس من جودة الحياة ولا يمكن قياسه من خلال الثروة أو الموارد فقط بل يشمل هذا الجانب كالصحة النفسية والعاطفية والسعادة والرضا الذاتي والعلاقات الاجتماعية والإحساس بالانتماء والمعنى والتوازن النفسي والاجتماعي وشعور الإنسان بذاته وعلاقته بالعالم وليس فقط بما يمتلكه من موارد ما. (Travers, 1993 p 117)

(2-3) تطور مفهوم الرفاهية تاريخياً

استُخدمت كلمة الرفاهية لأول مرة في بداية القرن الرابع عشر بمعنى الانغماس في الملذات الخاطئة وفي القرن السابع عشر فقدت دلالتها السلبية وأصبح معناها "عادة الانغماس فيما هو فاخر أو باهظ الثمن" وبحلول عام 1633 كانت تدل على "البيئة الفخمة" وفي عام 1780 تغيرت دلالاتها لتشير للأشياء الممتعة أو المريحة التي تتعدى ضرورات الحياة" وبحلول عام 1930 بدأ استخدامها كصفة لمنتج أو خدمة أو أي شيء آخر ووفقاً لدراسة جودي

بالمنظور الذي تُقيّم من خلاله الحياة تتطلب مفاهيم الموضوعية وجهة نظر موضوعية مستقلة عن القيم والمعايير الذاتية للفرد بعبارة أخرى، سيشمل المفهوم سمات تُعتبر مثالية بغض النظر عن كيفية تقييم الفرد الذي اختبر تلك السمات لها في المقابل، تتطلب المفاهيم الذاتية للرفاهية الإشارة إلى مصالح الفرد أو احتياجاته أو تفضيلاته أو رغباته. (, 2009 Ed Diener p10) ويعد مفهوم الذات تنظيمًا سيكولوجيًا ديناميكيًا يتطور بتطور الخبرات الجديدة المتعاقبة والتفاعل والتمازج الاجتماعي مع الآخرين ويعبر عن المزاج والعواطف وترتبط الرفاهية الذاتية بسمات الشخصية والشعور بالرضا والارتياح من أداء المنتج وتعد الصحة والرفاهية الذاتية من عوامل الوصول إلى تحقيق مبدأ الرفاهية. (سعاد, 2008 ص107)

اما الرفاهية المادية (**Material Well-being**) كمفهوم تشير إلى الظروف والموارد المادية التي يمتلكها الفرد أو المجتمع والتي تمكنه من تلبية احتياجاته الأساسية والحصول على حياة مريحة وأمنة. تتضمن هذه الموارد مثل الدخل، مستوى المعيشة، الأمن الغذائي، السكن، العمل والدخل المستقر وكمثال مبسط الشعور بالأمان الناتج عن وجود دخل كافٍ لتغطية الاحتياجات الأساسية ومن ثم القدرة على

(2- 4) تطور مفهوم الرفاهية في التصميم الصناعي

ان التحول التاريخي في التصميم من الوظيفة إلى الرفاهية بدأ في بداياته في أوائل القرن العشرين كتوجه يهدف أساساً إلى تحسين الوظيفة الجمالية للمنتجات الصناعية وتلبية الحاجة الفعلية للمستخدم أي الوظائف الأساسية والأداء الجيد وكان الهدف التقليدي الشكل يتبع الوظيفة (form follows function) ومع تطور الصناعة ودخول التكنولوجيا الحديثة وتتنوع احتياجات المستخدم بدأ التصميم يتجه نحو الاعتبارات الإنسانية المعقدة التي تتجاوز الوظائف الأساسية فقط، لتشمل راحة المستخدم، سهولة الاستخدام، وتحسين جودة الحياة بشكل عام. (Larsson, 2005.p14.) ففي الأدبيات الحديثة يتضح هذا التحول من مجرد تلبية الحاجات الأساسية إلى التصميم المتمركز حول الإنسان (Human-Centered Design)، حيث يتم اعتبار المستخدم في صميم عملية التصميم منذ المراحل الأولى لفهم احتياجاته النفسية والجسدية والاجتماعية وهذا الاتجاه مرتبط ارتباطاً وثيقاً بمفهوم الرفاهية في التصميم مما أدى إلى ظهور مفهوم "الرفاهية" في التصميم: من الجودة إلى جودة الحياة مع مرور الوقت، أصبح الرفاهية (Well-being) في

(2006) فإن مفهوم الرفاهية يحمل دلالة الأناقة، والمتعة الراقية، والأشياء المرغوبة ولكنها ليست أساسية وبالتالي من الواضح أن (الرفاهية) تتضمن وتجمع العديد من المفاهيم الإنسانية المذكورة في تعريفات الرفاهية أعلاه كالراحة، والجمال، والارتفاع في السعر والضرورة، والمتعة والإسراف والذوق الارسطراطي إن مفهوم الرفاهية هو متعة اجتماعية وفرصة استراتيجية لخلق قيمة للمستخدمين , حرفياً تعني التمتع بأسلوب حياة ثري ومريح والانغماس في الملذات وكمفهوم تجاري فقد حظي باهتمام كبير في مجالي الاستراتيجية والتصميم. (p.341 Goody, 2006) وكما ذكر غرين وجوردان فإن المبرر الاقتصادي وراء هذه الاستراتيجية هو الربحية العالية للمنتجات الفاخرة إذ ان الرفاهية مفهوم معقد ومبهم وغير محدد ولا يقتصر على المنتجات الفاخرة وعلى تقديم قيمة فريدة للمستخدمين فحسب، بل غالباً ما تُنتقد باعتبارها منتجات مُهدرة لدخل الافراد. وتشمل القيمة الفريدة التي توفرها الرفاهية كلاً من دلالة المكانة الاجتماعية والمتعة في تصنيع ونتاج واقتناء المنتجات الفاخرة من خلال استخدام المواد والعمليات والتغليف والتوزيع. (Green, 2002, p125

الاستجابة الذكية لسلوك المستخدم، وتحقيق تجارب استخدام أكثر سلاسة وراحة. هذا التطور يعكس زيادة الاهتمام بتطبيقات الرفاهية في المنتجات الذكية التي تتكيف مع احتياجات المستخدمين الفردية وتقدم لهم مستوى أعلى من الراحة والتحكم. (Hanan, 2021, p140) لذلك تعكس الرفاهية في تصميم المنتجات الصناعية من خلال الاستفادة من مناهي معرفية متعددة مثل علم النفس، الصحة، علم الاجتماع، والعلوم الإنسانية والبيئية، والعلوم الهندسية وهو ما يُظهر كيف أن التصميم المعاصر لم يعد مجالاً تقنياً صرفاً بل حقلاً متعدد التخصصات يربط بين الإنسان وبيئته ومنتجاته بطريقة شمولية شاملة.

. (2- 5) أنواع الرفاهية في التصميم

(Types of Well-being in Design)

تتناول الدراسات الحديثة في التصميم كيف يمكن لبيئة أو منتج أو تجربة تصميمية أن تعزز رفاهية الإنسان عبر مجموعة من المحاور المتداخلة وفيما يلي الأنواع الأساسية للرفاهية في التصميم :

1. الرفاهية الحسية (Sensory Well-being)

(being)

التصميم لا تعني مجرد الراحة الجسدية أو الشكل الجمالي فحسب، وإنما تشمل التجربة الشاملة للمستخدم وجودة حياته اليومية. فالبحث في "Design for Wellbeing" يشير إلى أن الرفاهية في التصميم تهدف إلى تحسين جودة حياة الناس ومساعدتهم في الانتقال من حالة معيئة لحالة مرغوبة في الوجود الحياتي بغض النظر عن قدراتهم. وفي بعض الدراسات تم تحليل الرفاهية من منظور الأبعاد الإنسانية والاجتماعية حيث يربط المصممون بين الرفاهية والسلامة، الراحة، الصحة النفسية، التفاعل الاجتماعي، والإدماج في الحياة اليومية، وبالتالي تتحول المنتجات من مجرد أدوات إلى عناصر تعزز جودة الحياة والرفاهية في سياقات متعددة من خلال ما يعرف بالتصميم الايجابي (Positive Design) والذي يرى أن التصميم يمكن أن يساهم في تحقيق السعادة الذاتية والرفاهية النفسية للأفراد وذلك ليس فقط عبر الوظائف المريحة بل من خلال إثارة المشاعر الإيجابية و الشعور بالقيمة الذاتية والتفاعل الاجتماعي الايجابي. (Diva, 2013,p11)

ومع دخول التقنيات الذكية والتقنيات الرقمية إلى المنتجات الصناعية، لم تعد الرفاهية مقتصرة على الوظائف التقليدية فقط، بل توسعت لتشمل سهولة التفاعل، التخصيص،



شكل (1) يوضح مستوى الرفاهية الشكلية الجمالية

<https://www.pinterest.com>

2. الرفاهية الوظيفية (Functional Well-being)

وتشير إلى قدرة التصميم على جعل حياة المستخدم أسهل وأقل تعقيداً وأكثر دعماً للمهام اليومية. يتعلق هذا النوع من الرفاهية بالكفاءة سهولة الاستخدام، الأمان، وإزالة الجهد غير الضروري. ويوضح تأثير قابلية الاستخدام والجودة الوظيفية للتصميم في تحسين رفاهية المستخدم اليومية. (Norman 2013, p. 44) إذ ان الرفاهية الوظيفية في المنتج

ويقصد بها مستوى الراحة الناتج عن الحواس مثل الإضاءة، الصوت، اللون، المواد، وملمس الأسطح فكلما كان التصميم أقلّ ضجيجاً وأكثر انسجاماً بصرياً وملمسياً ازدادت الرفاهية الحسية. (Norman, 2004 p21) و تناقش الرفاهية الحسية كيف تؤثر الخصائص الإدراكية الحسية والانفعالية للمنتجات على شعور المستخدم بالراحة والمتعة والسعادة وترتبط الرفاهية الحسية بالرفاهية الشكلية الجمالية إذ ان هنالك عدة قيم وضوابط للوصول إلى الجمال من وجهة نظر المصمم الصناعي في تصميم المنتجات الصناعية من خلال إشباع الحاجات التي يرغب بإشباعها فلا بد من مراعاة ان يكون المنتج الصناعي مقبول شكليا ويحقق كذلك يوفر جاذبية جمالية ولإشباع حاجة جمالية بوصفه ظاهرة أو ادراك حسي وانفعالي يصاحبه إشباع للحاجة الجمالية عن طريق الشعور بالمتعة الخالية من اي منفعة وظيفية. (Norman 2004, p. 13) كما في الشكل

(1) الذي يوضح



شكل (2) يمثل التباين بين الحاجة الوظيفة والرفاهية

الوظيفية في جهاز الموبايل

[https://www.concept-](https://www.concept-phones.com/nokia/nokia-x500)

[phones.com/nokia/nokia-x500](https://www.concept-phones.com/nokia/nokia-x500)

3. الرفاهية النفسية (Psychological

(Well-being

وهي شعور الفرد بالطمأنينة، الاستقلالية، التحكم، والانسجام النفسي داخل البيئات المصممة ترتبط بالنظرية الإنسانية في التصميم وبعلم النفس البيئي و يناقش هذا النوع أبعاد الرفاهية النفسية مثل الاستقلالية، التحكم في البيئة، وتحقيق الذات وتأثيرها في تجربة الإنسان. (1995, p. 100)

, (Ryff) ويوضح الشكل (3) يشير الى تأثير عناصر البيئة المصممة على التوتر والصحة

الصناعي عكس الوظيفة الفعلية والذي يوضح هاتف نقال بسيط نوع نوكيا ذو بساطة عالية في الاستخدام ويؤدي الوظيفة والحاجة الفعلية اي الاتصال فقط لذوي الدخل المحدود وكبار السن من ذوي الدخل المحدود وهاتف نقال حديث لشركة نوكيا ايضا فيه كاميرات متعددة ومحدد مواقع (GPS) وفلتر لتوضيح الصور وذاكرة ذو سعة كبيرة اي فيه كل أنواع تحقيق الرفاهية الوظيفية ويتم تداوله من قبل المستخدمين ذو الدخل العالي والذي يدل على رفاهية المستخدم والذي يتكون من خمسة كاميرات وشاشة طولية وتعد من المنتجات الذكية التي تتطور بتطور الحياة والتكنولوجيا والتقنيات المتعددة وتحمل رفاهية شكلية ووظيفية وتقنية ذكية تمثلت بتعدد صفاته

, (Hanan 2021 p143)

ويقصد بها قدرة التصميم على تعزيز العلاقات الاجتماعية، الإحساس بالانتماء، والتفاعل الإيجابي بين الأفراد فالرفاهية الاجتماعية والثقافية و تركز على دور المنتج الصناعي في تعزيز التفاعل الاجتماعي، الهوية الثقافية، الشمول، وإحساس المستخدم بالقيمة والكرامة الإنسانية، خاصة في سياق التصميم الشامل (Inclusive Design) وتظهر بوضوح في تصاميم المنتجات والمساحات العامة مما يعزز الشعور بالانتماء والارتباط الاجتماعي. (Gehl, 2010, p. 55) ويقدم أنماط تصميم تدعم الترابط المجتمعي عبر إنشاء منتجات وفضاءات تشجع التواصل البشري.

النفسية اذا تعد المجوهرات بأنواعها من أهم المنتجات الصناعية التي تدل على الرفاهية العالية لدى المستخدم لما تمثله من خامات غالية الثمن كالماس والاحجار الكريمة والذهب والتي تؤدي إلى الراحة النفسية والشعور بالسمو والارتقاء لما تمثله من رفاهية عالية تعكس المكانة والحالة الاجتماعية للفرد و تحقيق الاحلام وما يصبو اليه الإنسان من سعادة النفس والروح وتحقيق الرفاهية باقتناء منتجات صناعية ذات ابداع وابتكار لا حدود له.



شكل (3) الرفاهية النفسية في تصميم المنتجات الصناعي

[/https://www.gheir.com](https://www.gheir.com)

4. الرفاهية الاجتماعية (-Social Well

(being

المنتج. ويعرض كيفية تأثير التجربة العاطفية على الرفاهية ويعرض كيفية تأثير التجربة العاطفية على الرفاهية.

(Hassen , 2010, p. 12) ويقدم إطاراً يوضح كيف تثير المنتجات المشاعر الإيجابية وتؤثر في رفاهية المستخدم.

6. الرفاهية البيئية (Environmental Well-being)

تتعلق بالإحساس بالاستدامة البيئية والاقتصادية والاجتماعية والرفاهية طويلة الأمد، ودور المواد، دورة حياة المنتج والمواد والخامات الخضراء وهي عناصر أثبتت الدراسات أنها تحسن صحة الإنسان الجسدية والعقلية كما يتناول العلاقة بين الاستدامة والاستهلاك المسؤول في تعزيز رفاهية الفرد والمجتمع ويناقش كيف تعزز الاستدامة في التصميم رفاهية الإنسان وترتبط بجودة بيئة المنتج وبمستوى الراحة والأداء والرفاهية. (Hassen, 2010, p. 12) ومن الامثلة على الرفاهية البيئية جهاز تنقية هواء مصنوع من مواد قابلة لإعادة التدوير، يعمل بتقنية توفير للطاقة ويستخدم فلاتر طويلة العمر قابلة للاستبدال دون التخلص من الجهاز بالكامل كما في الشكل(5)



شكل (4) الرفاهية الاجتماعية في تصميم المنتجات الصناعي

<https://www.pinterest.com>

5. الرفاهية التجريبية/العاطفية

(Experiential or Emotional Well-being)

تتعلق بتجربة المستخدم الشاملة وكيف يشعر أثناء التعامل مع تصميم معين وهل يبعث على المتعة و الإلهام؟ اوالإشباع الجمالي؟ ويمثل حالة من "الانسجام التجريبي" مع البيئة أو

يعكس تطور المفهوم من بعد نفساني بحث إلى بعد بيئي واجتماعي وبإختصار يمكن القول إن مفهوم الرفاهية في التصميم الصناعي تطوّر عبر مراحل وفترات علمية وفلسفية:

1. مرحلة الوظيفة الأساسية: التصميم لخدمة الحاجات المادية فقط.
2. مرحلة الخبرة الإنسانية: التصميم المتمركز حول الإنسان بهدف الراحة وسهولة الاستخدام.
3. مرحلة الرفاهية الشاملة: التصميم لتعزيز جودة الحياة النفسية، الصحية، الاجتماعية.
4. مرحلة التكامل مع التكنولوجيا والاستدامة: إدماج التقنيات الذكية ومبادئ الاستدامة لخلق منتجات ليست فقط فعالة، بل تساهم في رفاهية المستخدم والمجتمع. (2005, A Larsson p3, مروراً بالتصميم المتمركز حول الإنسان، وصولاً إلى التصميم المعزز للرفاهية (Design for Well-being). و التصميم الشامل (Inclusive Design).

(3-1) استنتاجات البحث

1. أن الرفاهية لم تعد تُفهم بوصفها ترفاً مادياً فقط، بل أصبحت مفهوماً مركباً يشمل أبعاداً مادية، نفسية، اجتماعية، بيئية وثقافية، وهو



شكل (5) يوضح الرفاهية البيئية في تصميم المنتجات الصناعي

[/https://hisoair.com/ar](https://hisoair.com/ar)

فالرفاهية في التصميم ليست مفهوماً واحداً، بل منظومة متعددة الأبعاد تشمل: الحسيّة، الوظيفية، النفسية، الاجتماعية، التجريبية، والبيئية وكل بُعد يدعم الآخر في خلق تجربة إنسانية متكاملة.

(2-6) دور الرفاهية في تحقيق الاستدامة وانسنة المنتج

ارتبطت الرفاهية بتوجهات الاستدامة في تصميم المنتجات الصناعية حيث ينظر إلى المنتجات التي تراعي البيئة وتقلل من الأثر السلبي على الطبيعة والمجتمع كجزء من رفاهية المستخدم والمجتمع على المدى الطويل وهذا

6. أن تحقيق الرفاهية الفعلية في التصميم الصناعي لا يتم عبر التركيز على نوع واحد فقط منها بل من خلال تكامل الرفاهية المادية وغير المادية والاجتماعية والبيئية ضمن منظومة تصميمية متوازنة.

7. يلعب المصمم الصناعي دوراً محورياً في إعادة تعريف الرفاهية من خلال تبني قيم إنسانية وأخلاقية تجعل المنتج وسيلة لتحسين جودة الحياة وتحقيق الازدهار لا مجرد سلعة استهلاكية.

8. أظهرت الدراسة أن المنتجات الصناعية المصممة وفق مفهوم الرفاهية الشاملة والتي تسهم بشكل مباشر في رفع جودة الحياة اليومية للمستخدم، سواء على المستوى الفردي أو المجتمعي.

(2-3) المقترحات

1. توسيع مفهوم الرفاهية ليشمل تعظيم الجوانب النفسية والعاطفية والاجتماعية في تصميم المنتج الصناعي.
2. اعتماد دراسات تطبيقية توضح انعكاس الرفاهية على الخصائص التصميمية للمنتجات.
- تطوير معايير لقياس مستوى الرفاهية في المنتج الصناعي.

ما انعكس مباشرة على توجهات تصميم المنتج الصناعي المعاصر.

2. أن الرفاهية المادية والوظيفية في المنتج الصناعي لم تعد مرتبطة بالفخامة الشكلية أو ارتفاع الكلفة فقط، بل أصبحت متضمنة لعناصر مثل الجودة، المتانة، الكفاءة الوظيفية، وسهولة الاستخدام، بما يحقق قيمة طويلة الأمد للمستخدم.

3. تسهم الرفاهية النفسية والعاطفية التي أصبحت من أهم أهداف التصميم الصناعي، حيث يسهم المنتج في تحقيق الراحة الإحساس بالأمان والمتعة والانتماء العاطفي مما يعزز تجربة المستخدم ويتجاوز البعد الوظيفي التقليدي.

4. بات تصميم المنتج الصناعي يعكس رفاهية اجتماعية من خلال الشمولية وسهولة الوصول واحترام التنوع الإنساني بما يدعم العدالة الاجتماعية ويعزز التفاعل الإيجابي بين المنتج والمجتمع.

5. أكدت النتائج أن الرفاهية لم تعد منفصلة عن الانسان والاستدامة، إذ أصبح المنتج الصناعي المراعي للانسان وللبيئة يحقق رفاهية حقيقية عبر تقليل الأثر البيئي واستخدام مواد صديقة للبيئة، وإطالة عمر المنتج.

3. ربط الرفاهية بمفاهيم ما بعد الوظيفة والتصميم المتمحور حول الإنسان لتعظيم دور الانسة في (2-3) التوصيات
- 1- اعتماد الرفاهية كمعيار أساسي إلى جانب الوظيفة والجودة في تصميم المنتج الصناعي.
- 2- توجيه المصممين نحو تحقيق الراحة والمتعة والأمان النفسي للمستخدم.
- 3- دمج مفاهيم الرفاهية والاستدامة في مناهج التصميم الصناعي.
- 4- تشجيع تصميم منتجات تعزز رفاهية المستخدم ضمن السياق الثقافي والاجتماعي.
4. سعاد جبر سعيد، علم النفس التربوي، ط 1 ، جدار للكتاب العالمي، الاردن، عمان، 2008 .
5. فتون خرنوب، الرفاهية النفسية مدونة متخصصة في علم النفس، 2016
6. القريشي، مدحت التنمية الاقتصادية - نظريات وسياسات وموضوعات ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الاردن، 2007
7. نظمي، محمد عزيز، علم الجمال، مؤسسة دار الفكر العربي للنشر ، الاسكندرية، القاهرة، 1996
8. النواب، ايهاب علي ، الرفاهية شبكة النبا المعلوماتية، - 2017 ، ب ت .
9. وديع طووس، مبادئ اقتصادية، ط1 ، المؤسسة العربية الحديثة للكتاب، 2010

10. Oxford dictionary ,Third edition , Oxford University Press ,USA, 2015
11. A Larsson, T Larsson, L Leifer, M Van der Loos, J Feland , DESIGN FOR WELLBEING: INNOVATIONS FOR PEOPLE. INTERNATIONAL CONFERENCE ON ENGINEERING DESIGN , ICED 05 MELBOURNE, AUGUST
12. Diener, Ed. "Subjective Well-Being." Psychological Bulletin, 1994.
13. Diva Portal (2013) "Positive Design: An Introduction to

المصادر

1. ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم، لسان العرب، دار احياء التراث العربي، بيروت، لبنان، 1999
2. أندريه لالاند ، موسوعة لالاند الفلسفية ، تعريب : خليل أحمد خليل ، إشراف : احمد عويدات ، ط 2 ، منشورات عويدات ، بيروت ، 2001.
3. جبران مسعود ، معجم الرائد ، دار العلم للملايين ، ط 7 ، بيروت ، لبنان ، 1997.

- Reasons. Morgan & Claypool, 2010.
22. Kellert, Stephen R., Heerwagen, Judith, & Mador, Martin. Biophilic Design: The Theory, Science, and Practice of Bringing Buildings to Life. Wiley, 2008.
23. Larsson, A., et al. "Design for Well-being", ICED 2005.
24. NEED AND LUXUR Ress Journal , oute Educational & Social Science Journal Volume 8/Issue 5, May 2021.
25. Norman, Donald A. Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things. New York: Basic Books, 2004.
26. Norman, Donald A. The Design of Everyday Things MIT Press, 2013.
27. OECD. How's Life? Measuring Well-being, 2013.
28. Oxford dictionary ,Third edition , Oxford University Press ,USA, 2015.
29. Ryff, Carol D. "Psychological Well-being Revisited." Journal of Personality and Social Psychology, 1995.
30. Seligman, Martin. Flourish: A Visionary New Understanding of Happiness and Well-being, 2011.
- Design for Subjective Well-Being", PMA Desmet
14. Dodge, R., Daly, A., Huyton, J., & Sanders, L. "The Challenge of Defining Well-being." International Journal of Wellbeing, 2012.
15. Ed Diener, Richard Lucas, Ulrich Schimmack, John Helliwell, (2009) Well-Being for Public Policy ,Oxford University Press
16. Gehl, Jan. Cities for People Island Press, 2010.
17. Gh Marry A Need Theory Of Personality. N.Y Harper Androwpublisher 1995.
18. Goody, J., 2006. From Misery to Luxury. Social Science Information. Vol.45 (3),
19. Green, W. S. & Jordan, P. W., 2002. Pleasure with Products: Beyond Usability. USA: Routledge Press.
20. Hanan Ghazi , Nawal Mohsen, THE DESIGNING OF INDUSTRIAL PRODUCT BETWEEN ACTUAL NEED AND LUXUR Ress Journal , oute Educational & Social Science Journal Volume 8/Issue 5, May 2021.
21. Hassen zahl, Marc. Experience Design: Technology for All the Right

31. Travers & Richardson,
Material Well-Being and
Human Well-Being 1993.
32. World Health Organization
(WHO). Constitution of the
World Health Organization,
1998.
33. [https://www.nhs.uk/mental-
health/self-help/guides-tools-
and-activities/](https://www.nhs.uk/mental-health/self-help/guides-tools-and-activities/)