

**Jméno:** MgA. Jitka Frouzová

**Školitel:** MgA. Josef Šafařík Ph.D.

**Ústav:** 15150 Ústav Designu

**Obor DS:** Průmyslový design

**Téma disertační práce:** Design a Interakce

**Název příspěvku:** Design pro Štěstí

## Abstrakt

Žijeme v době masivní produkce věcí a služeb. Tento trend nezodpovědné produkce věcí, které často ani nepotřebujeme, je realitou všedního dne již několik desítek let a přestože společnost obecně zbohatla, subjektivní pocit štěstí či dlouhodobé pohody se prokazatelně nezvýšil. Někdy i právě naopak. Předkládaná práce se věnuje výzkumu, který proběhl na poli psychologie a designu, v oblasti navrhování pro subjektivní pohodu a dlouhodobé uspokojení. Práce se věnuje mimo jiné otázkám štěstí, flow, tzv. „vzkvétání“ a s tím souvisejícími principy v designu.

## Úvod

Již před 2300 lety prohlásil Aristoteles že, to, o co všichni muži i ženy nejvíce usilují, je štěstí<sup>1</sup>. Lidé všech věků i kultur se snaží zjistit, jak být šťastni a hledají recept na kvalitní život. Do 80. let se psychologie zaměřovala hlavně na negativní emoce jako je úzkost či deprese, nicméně v posledním desetiletí celosvětově roste zájem o pozitivní psychologii, štěstí a smysluplné zážitky<sup>2</sup>. Měření lidského štěstí je však komplikované minimálně ze dvou důvodů: štěstí je za prvé subjektivní prožitek a za druhé je obtížné porovnávat štěstí jednoho, se štěstím druhého. Přesto existuje pár globálních nástrojů posuzování, většinou národního, štěstí. Mezi takové patří Gross National Happiness (GNH) či Happy Planet Index (HPI)<sup>3</sup>. HPI má tři hlavní složky: průměrnou délku života, subjektivní pohodu, a ekologickou stopu. HPI je měřítkem účinnosti národního pokroku; řadí různé země podle toho, kolik šťastných a dlouhých životů vyprodukují na jednotku vstupů do životního prostředí:

$$HPI = \frac{\text{Subjektivní pohoda} \times \text{průměrná délka života}}{\text{Ekologická stopa}}$$

Tyto indexy jsou však problematické z již zmíněných důvodů. Zároveň jejich studování není účelem této práce a slouží spíše k ilustraci celosvětového trendu, kdy dochází k transformaci materiálních hodnot na post-materiální<sup>4</sup>. Cílem této práce je naopak odpovědět na otázku, proč má smysl navrhovat pro štěstí, dále pak přiblížit myšlenky pozitivní psychologie a představit některé z nástrojů, které se využívají při navrhování pro subjektivní pohodu.

## Proč navrhovat „pro štěstí“?

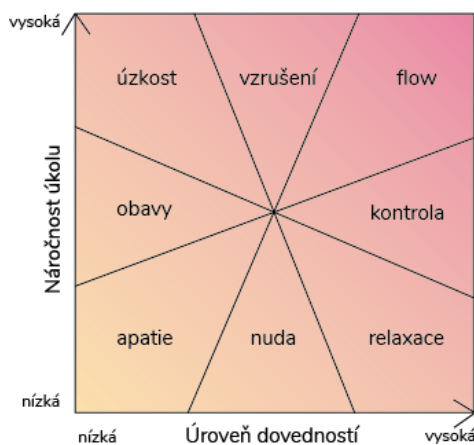
Jak již bylo naznačeno výše, v posledních letech můžeme sledovat počátek transformace hodnotového systému zejména západního světa. Materialistická perspektiva předpokládá přímou souvztažnost mezi štěstím a materiálním bohatstvím, kdežto post-materiální perspektiva dává vyšší prioritu naplnění osobních cílů, jako jsou sounáležitost, sebe-vyjádření a další<sup>5</sup>. Tato změna zaměření od materiálních k více osobním hodnotám je také v souladu s nálezy psychologů zkoumajícími podmínky pro lidskou prosperitu. Četné studie ukázaly, že to nejsou materiální zdroje, které člověka dělají šťastným, ale spíš to, jak jsou tyto zdroje využívány<sup>6</sup>. Tím se dostáváme k otázce proč navrhovat pro štěstí.

Odpovědí je za prvé to, že šťastní lidé pozitivně přispívají společnosti<sup>7,8,9,2</sup>. Existuje mnoho materiálů na téma benefitů, které štěstí přináší – šťastnější lidé jsou produktivnější, kreativnější, fyzicky zdravější, lépe se vypořádávají se stresem, jsou lepší vyjednavači. Obvykle mají více přátel a větší tendenci pomáhat

ostatním<sup>9</sup>. Za druhé, inspirováním lidí k participaci v aktivitách, které je dělají šťastné, můžeme podpořit proměnu hodnotového systému z materialistických prožitků na dlouhodobou prosperitu, což ve výsledku povede k udržitelnější produkci a životaschopnému světu. V neposlední řadě, štěstí také přispívá k osobnímu lidskému rozvoji.

## Positivní psychologie

Od padesátých let se naše materiální bohatství zdvojnásobilo, zatímco naše subjektivní pohoda zůstala stejná<sup>10</sup>. Pieter Desmet to vysvětluje jako paradox; máme mnoho produktů, které nám dělají dobře, ale nečiní nás šťastnými. Obor pozitivního designu čerpá z teorie pozitivní psychologie a staví zejména na myšlence, že dlouhodobé štěstí závisí na třech činitelích: jsou to genetické dispozice (50%), dobrovolná behaviorální kontrola (40%) a okolnosti (10%)<sup>9</sup>. Positivní design, stejně jako pozitivní psychologie, věří, že jsou lidé schopni pozvednout míru štěstí skrze behaviorální změnu a že design může přispět tím, že inspiruje a zapojuje lidi do aktivit, které je dělají šťastné. Co to je ale to štěstí? Sonja Lyubomirsky říká, že štěstí je zážitek radosti, spokojenosti nebo pozitivní pohody v kombinaci s pocitem, že život člověka je dobrý, smysluplný a hodnotný<sup>9</sup>. Lok Sang Ho naznačuje, že štěstí je vlastně to samé jako subjektivní pohoda (angl. orig. well-being)<sup>11</sup>. Seligman<sup>12</sup> uvádí, že je nemožné říci, že štěstí je jeden konkrétní stav, a rozhodl se to nazvat pohodou. Rozděluje pohodu do pěti různých prvků. Jsou to pozitivní emoce (positive emotions), angažovanost (engagement), pozitivní vztahy (positive relationships), význam (meaning) a úspěch (accomplishment) - (PERMA). Jiní vědci, jako například Schmuck, zkoumali důležitost vnitřní a vnější motivace ve vztahu ke štěstí. Vnější motivací je například vydělávat peníze, získat vyšší pracovní pozici nebo odměny. Vnitřní motivace je na druhé straně interní a vnitřně motivovaná, řízená potěšením ze samotné úlohy, např. hra na hudební nástroj, nebo dobrovolnická práce. Ve studii Schmuck a Ryan zjistili, že ti, kteří se zaměřili zejména na vnější cíle, pociťovali nižší míru pohody, zatímco ti s vnitřní motivací uváděli vysokou míru pohody<sup>13</sup>. Keyes vysvětluje další koncept zaměřený na duševní zdraví obecně. Přítomnost duševního zdraví je popisována jako vzkvétání (angl. orig. flourishing), zatímco absence duševního zdraví se nazývá chřadnutí (angl. orig. languishing)<sup>14</sup>. Aby lidé mohli vzkvétat, musí být naplněni pozitivními emocemi a dobře fungovat psychologicky i společensky. Rozkvět lze tedy popsat jako konečnou formu štěstí a životní spokojenosti. S rozkvětem souvisí další důležitá teorie – teorie flow. Flow definoval jako první Csikszentmihaly jako „stav, kdy se naše tělo nebo mysl vzepne k hranicím svých možností ve vědomé snaze dosáhnout něčeho obtížného, co stojí za to“<sup>1</sup>. Flow je stavem pro lidskou bytost pohlcujícím a lidé, kteří flow prožívají, se často zdají mít vyšší míru životního uspokojení.



Graf flow ukazující vztah mezi úrovní dovedností a úrovní toku výzvy (autor: Mihály Csikszentmihályi)

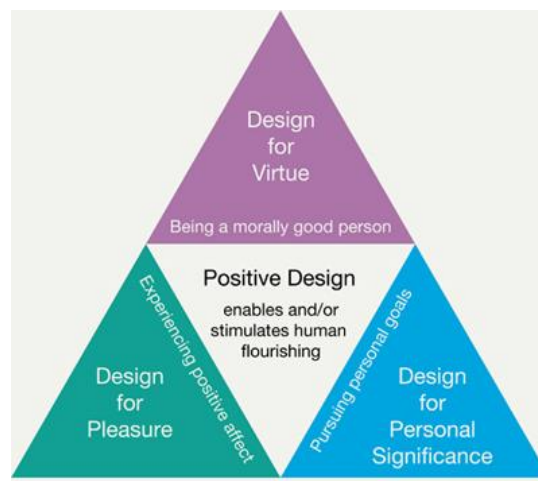
Flow se nachází v subjektivní rovnováze mezi vysoce vnímanou úrovní dovednosti a stejně vysokou úrovní výzvy.

Teorií, které jsou rozvíjeny v rámci oboru pozitivní psychologie, je velké množství a není možné se každé dopodrobna věnovat, zejména kvůli rozsahu této práce. V další části bych se tedy ráda zaměřila na designové nástroje či metody, které vycházejí z teorie pozitivní psychologie nebo nástroje, které byli navrženy přímo k využívání při navrhování pro subjektivní pohodu a štěstí.

### Positivní design

Jedním z východisek z poznatků pozitivní psychologie je mimo jiné to, že design má moc stimulovat a inspirovat k zapojení se do smysluplných činností a tedy přispívat ke zvyšování subjektivního štěstí. Poznatky z teorie o štěstí a teorie konceptu flow mohou být využity při zlepšování návrhů a některé teorie jako například PERMA mohou být přímo využity při navrhování. Výzkum v oblasti pozitivního designu však přináší i vlastní originální myšlenky a zejména pak nástroje pro navrhování pozitivních interakcí. Patrick Jordan například vytvořil designový rámec potěšení, který rozlišuje čtyři druhy potěšení; fyzió-potěšení (stimulace smyslů), socio-potěšení (sociální interakce; vztahy s ostatními), psycho-potěšení (kognitivní a emoční reakce) a ideo-potěšení (založené na hodnotě)<sup>15</sup>. Tento rámec napomáhá designérům vzít při navrhování v úvahu celé spektrum potěšení a nepříjemností. Dalším významným rámcem v oblasti pozitivního designu je Positive Design Framework navržený Desmet a Pohlmeier<sup>5</sup>. Rámec pozitivního designu se skládá ze tří prvků; Design pro potěšení, design pro osobní význam a design pro ctnost. Společně tvoří průnik, kde lidé vzkvétají.

Rámec pozitivního designu (Desmet, Pohlmeier)<sup>5</sup>



Pokud designér navrhuje, tak, že vzniklý návrh v sobě zahrnuje všechny tři složky, pak mluvíme o pozitivním designu. Peter Desmet a Paul Hekkert dále představili obecný rámec pro zkušenost s produktem (Product Experience Framework), který se vztahuje na všechny afektivní reakce, které mohou nastat při interakci mezi člověkem a produktem<sup>16</sup>. Rámec zahrnuje tři odlišné složky - estetický zážitek, zážitek smyslu a emoční zážitek. Rámec pro zkušenosti s produktem ilustruje složitou a vrstevnatou povahu afektivního zážitku z produktu. Kirsten Lindquist a Lisa Feldman Barret představili koncept emocionální granularity<sup>17</sup>, který znázorňuje míru, do jaké je jedinec schopen specificky interpretovat a vyjádřit emoční stavy. Jung Kyoonyoon poté navrhl, aby návrháři využívali tuto emocionální granularitu několika způsoby<sup>18</sup>. Zaprvé díky schopnosti přesně rozpoznat emoce ostatních,

je možné dojít hlubokému porozumění uživatelů. Empatie také podporuje přesné určení návrhářských záměrů designérů, což může zvýšit šance, že výsledek návrhu bude mít vhodný emoční dopad.

Toto není ani zdaleka vyčerpávající výčet designových nástrojů a metod, které mohou být použity při navrhování pozitivního designu či designu pro štěstí. Jde však o úvod do problematiky navrhování pro štěstí a subjektivní pohodu.

## Závěr

Závěrem je asi zřejmé, že štěstí je konečný cíl pro všechny lidi. Štěstí lze popsat jako součet přednastaveného genetického rozsahu a dobrovolné kontroly; je tedy do jisté míry možné jeho míru ovlivnit. Pozitivní psychologové navrhli řadu způsobů, jak může být individuální štěstí podporováno a nově vznikající obor pozitivního designu se částečně těmito způsoby inspiruje. Pozitivní design se zabývá otázkami proč a jak navrhovat pro blahobyt a dlouhodobé uspokojení. V předložené práci jsem představila základní myšlenky pozitivní psychologie a následně i některé z nástrojů využívaných pozitivním designem při navrhování smysluplných interakcí.

## Literatura:

- 1 Czikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. New York: Harper & Row.
- 2 Myers, D. G., & Diener, E. (1995). Who is happy?. *Psychological science*, 6(1), 10-19.
- 3 *Happy Planet Index: How is the HPI calculated?* Dostupné:
- 4 Inglehart, R. (2015). *The silent revolution: Changing values and political styles among Western publics*. Princeton University Press.
- 5 Desmet, P. M., & Pohlmeier, A. E. (2013). Positive design: An introduction to design for subjective well-being. *International journal of design*, 7(3).
- 6 Biswas-Diener, R. (2008). Material wealth and subjective well-being. *The science of subjective well-being*, 307-322.
- 7 Eid, M., & Larsen, R. J. (Eds.). (2008). *The science of subjective well-being*. Guilford Press.
- 8 Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American psychologist*, 55(1), 34.
- 9 Lyubomirsky, S. (2008). *The how of happiness: A scientific approach to getting the life you want*. Penguin.
- 10 Myers, D. G. (2000). The funds, friends, and faith of happy people. *American psychologist*, 55(1), 56.
- 11 Ho, L. S. (2013). *The Psychology and Economics of Happiness: Love, life and positive living*. Routledge.
- 12 Seligman, M. E. (2012). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. Simon and Schuster.
- 13 Kasser, T., & Ryan, R. M. (1996). Further examining the American dream: Differential correlates of intrinsic and extrinsic goals. *Personality and social psychology bulletin*, 22(3), 280-287.

- 14** Keyes, C. L. (2002). The mental health continuum: From languishing to flourishing in life. *Journal of health and social behavior*, 207-222.
- 15** Jordan, P. W. (2002). *Designing pleasurable products: An introduction to the new human factors*. CRC press.
- 16** Desmet, P., & Hekkert, P. (2007). Framework of product experience. *International journal of design*, 1(1), 57-66.
- 17** Lindquist, K. A., & Barrett, L. F. (2008). Emotional complexity. *Handbook of emotions*, 4, 513-530.
- 18** Yoon, J., Desmet, P. M., & Pohlmeier, A. E. (2013). Embodied typology of positive emotions: The development of a tool to facilitate emotional granularity in design. In *IASDR 2013: Proceedings of the 5th International Congress of International Association of Societies of Design Research" Consilience and Innovation in Design"*, Tokyo, Japan, 26-30 August 2013. International Association of Societies of Design Research.