

## عنوان مقاله:

اسطوره و نقش آن در طراحی محصولات

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی رویکردهای نوین علوم انسانی در قرن 21 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسندگان:

حمید نقدبیشی - دانشگاه تهران، هنرهای زیبا، دانشکده طراحی صنعتی

نگار صفاراول - دانشگاه آزاد اسلامی، دانشکده هنر و معماری، موحد تهران مرکز

## خلاصه مقاله:

هدف این نوشتار، نشان دادن چگونگی تاثیر اسطوره در طراحی محصولات با استفاده از درک زیبایی شناسی است. امری که در قالب طراحی احساسگر، روانشناسی شناختی و نشانه شناسی قابل بررسی است. به کارگیری اسطوره در شاخه های مختلف هنر به مثابه ابزاری برای تحلیل و ارزیابی فرهنگ و هویت مورد توجه قرار گرفته است، اما در رشته طراحی صنعتی - به عنوان یکی از هنرهای مطرح - که فرآورده دنیای مدرن است، این اتفاق رخ نداده است. نگارنده مقاله کوشیده است تا در این مختصر گامی هر چند کوچک در این زمینه بردارد و جهت نیل به این مقصود، به تبیین برخی مفاهیم بنیادی پرداخته و مبانی نظری این تحقیق را بر اساس تطبیق میان دیدگاه های مربوط به طراحی محصول نشانه شناسی و اسطوره شناسی قرار داده است. نویسندگان راجتترین مفاهیم و ایده ها را در اسطوره شناسی به خصوص نظرات ارنست کاسیرر را و نیز چگونگی فهم و کاربرد آن و همچنین رویکرد نشانه شناسی را در موضوع طراحی محصول مورد بررسی قرار داده است. در تحلیل نمونه مورد مطالعه از روش سوسور در نشانه شناسی و نظر ارنست کاسیرر در اسطوره شناسی و همچنین نظریات مطرح در روانشناسی شناختی در طراحی محصول بهره برده است. مضمون محتوای اصلی این پژوهش تاثیر عناصر اساطیری بر طراحی محصول است و در صدد است تا نشان دهد که چگونه ابزارها و فرآورده ها ارتباط ما با دنیا را معین میسازند و حتی نوع ارتباطها را تغییر میدهند

## کلمات کلیدی:

اسطوره، طراحی، طراحی محصول، نشانه شناسی، کاسیرر

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/641770>

