

فرهنگ: نقش آن در طراحی محصول

مرضیه اله دادی، رضا علیزاده

1 عضو هیات علمی گروه طراحی صنعتی، دانشکده هنر، دانشگاه الزهراء، ایران

2 استاد تمام، دانشکده علوم مهندسی، دانشگاه ای تی اچ، سوییس

چکیده

تصور سبک و شیوه ی زندگی برای فهم تفاوت ها و تنوع در جهان امروز بسیار ضروری است؛ به وسیله آن نشان می دهیم که چگونه طراحی برای نمایش این تفاوت ها از فرم استفاده می کند. به طور کلی در این پژوهش دیدگاهی ارائه می شود که طراحی را به عنوان یک تولید فرهنگی معرفی می کند. در این راستا می توان پرسش های پژوهشی را این گونه مطرح کرد: فرهنگ چیست و چگونه می تواند در بستر طراحی تعریف شود؟ تعامل میان فرهنگ و طراحی اساسا چگونه است؟ برای نیل به اهداف یاد شده، ابتدا معانی و مفهوم فرهنگ مورد بررسی قرار گرفته و سپس با استفاده از روش مسئله-موضوع پژوهشی ارتباط متقابل فرهنگ و طراحی محصول با هدف تبیین مدل هایی نظری از هم پوشانی و نقش فرهنگ در طراحی محصول پرداخته شده است.

واژه های کلیدی: فرهنگ، طراحی محصول، تعامل، مصرف.

Culture: Its Role in Product Design

Marzieh, Allahdadi¹; Reza, Alizadeh²

¹ A Faculty Member of Industrial Design Department, College of Art, Alzahra University, Tehran, Iran

² Full Professor, Dept. of Information Technology and Electrical Engineering, University of ETH, Switzerland

Abstract

Imagine style and way of life to understand the differences and diversity is essential in today's world, by which we show how the design of the form used to display the differences. Overall in this study is a vision that is designed as a cultural production. In this context, the research questions posed in this way: What is culture and how it can be defined in the context of design? The interaction between culture and design is basically how? To achieve the above objectives, the means and the concept of culture was studied and then use the method of problem-subject interaction between culture and product design with the aim of explaining the theoretical models of the overlap and the role of culture in product design has been studied .

Keywords: Culture, product design, interaction