

فراترکیب روش‌های نقد آثار طراحی صنعتی در ایران

چکیده:

در حوزه‌هایی مانند ادبیات، هنر و طراحی، نقد یکی از روش‌های مهم کسب و انتقال دانش است. اگرچه موضوع نقد آثار مورد توجه و حتی تأیید و تأکید مجامع علمی طراحی صنعتی است، اما پژوهش در این حوزه نسبت به حوزه‌های مشابه بسیار محدودتر و معدودتر است و به علت وجود بسیاری مشکلات ساختاری، به خصوص در داخل کشور، این حوزه در یک وضعیت غامض قرار گرفته است. لازمه خروج از این وضعیت، شناخت درست حوزه نقد آثار طراحی صنعتی در ایران است. در این راستا، این پژوهش به بررسی این پرسش‌های محوری می‌پردازد که: (۱) سیر تحول نقد آثار طراحی صنعتی در ایران چگونه بوده است؟ و (۲) روش‌های نقد آثار طراحی صنعتی رایج در ایران کدامند؟ برای دستیابی به پاسخ، در بخش‌های مختلف از روش‌های مقتضی

نوع مقاله: پژوهشی
تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۲۱
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۱۳
بابک امرایی
استادیار دانشکده طراحی، دانشگاه هنر
اسلامی تبریز، تبریز، ایران.
Email: b.amraee@tabriziau.ac.ir
DOI شناسه دیجیتال:
10.22051/jtpva.2023.44018.1513

استفاده شده است. به طور کلی، این یک پژوهش فراترکیبی است. از این رو، پس از مرور نظام‌مند و انتخاب منابع، واحدهای تحلیلی-محتوایی استخراج و کدگذاری شده‌اند و سپس، یافته‌های کیفی ترکیب و مورد بحث قرار گرفته‌اند. در نتیجه ترکیب و بحث‌های انجام شده، در گام نخست این پژوهش یک طبقه‌بندی چهارگانه برای انواع نقد آثار طراحی صنعتی ایجاد شده است. سپس، نُه گونه نقد، در پیشینه موضوع شناسایی گردیده است. پس از آن سیر شکل‌گیری نقد طراحی در ایران تشریح شده و با تمرکز بر روش فراترکیب، دوروش نقد رایج در فضای دانشگاهی کشور فراترکیب و معرفی شده‌اند. در پایان سه راهبرد پژوهش رایج در پژوهش‌های نقادانه نیز معرفی شده‌اند.

واژگان کلیدی: نقد، طراحی صنعتی، نقد طرح، فراترکیب

مقدمه

پژوهش با هدف دست‌یابی به شناختی از وضعیت موجود نقد آثار طراحی صنعتی در ایران به بررسی سلسله‌ای از پرسش‌های پر دازد: (۱) سیر تحول نقد آثار طراحی صنعتی در ایران چگونه بوده است؟ و (۲) روش‌های نقد آثار طراحی صنعتی رایج در ایران کدامند؟ برای پاسخ به این پرسش‌های محوری چند پرسش مقدماتی نیز مطرح شده است، از جمله این‌که: انواع روش‌های نقد طراحی محصول را چگونه می‌توان طبقه‌بندی کرد؟ و این‌که پیشینه نقد طراحی صنعتی در دنیا چه بوده است؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر یک پژوهش فراترکیبی است که از الگوی هفت مرحله‌ای فراترکیب ساندلوسکی و باروسو^۱ بهره‌برده است. با توجه به ماهیت تحلیل ثانویه، در این پژوهش برای گردآوری اطلاعات، ابتدا، یک مرور نظام‌مند به انجام رسیده است و مقالات علمی منتشر شده در مجلات انگلیسی و فارسی و منابع تدریس استادان درس نقد آثار طراحی صنعتی در مقطع کارشناسی ارشد، به‌عنوان موارد مطالعاتی انتخاب شده‌اند. بازه زمانی منابع خارجی از دهه ۱۹۷۰ و منابع فارسی از ۱۳۷۳ (زمان راه‌اندازی مقطع کارشناسی ارشد طراحی صنعتی) بوده است. سپس در مرحله خوانش منابع، واحدهای تحلیلی استخراج و براساس چهار معیار (چه چیزی؟ چرا؟ چگونه؟ و زیر چه پارادایمی؟) کدگذاری شده‌اند. در گام بعدی، مقولات مستخرج تفسیر، تحلیل و ترکیب شده‌اند.

پیشینه پژوهش

موضوع این پژوهش وضعیت روش‌های نقد آثار طراحی صنعتی در ایران است. بنابر بررسی‌های انجام شده، این موضوع و پرسش‌های مربوط به آن، تاکنون هرگز مورد پژوهش و مطالعه قرار نگرفته است. به عبارت دیگر، متاسفانه تاکنون هیچ پژوهشی به بررسی فراترکیبی نقد آثار طراحی صنعتی در ایران نپرداخته است. حتی فراتر از بحث پژوهش فراترکیبی درباره نقد آثار طراحی صنعتی، حجم بسیار اندک پژوهش‌های جدی در زمینه نقد آثار طراحی صنعتی در ایران، نشانگر یک خلاء علمی جدی در این زمینه است؛ تا جایی‌که حتی برخی مبانی نظری - که در نقد سایر حوزه‌های طراحی به خوبی نهادینه شده‌اند - در بحث نقد طراحی صنعتی هم چنان ناشناخته‌اند. عمق این شکاف با توجه به

نقد آثار یکی از موضوعات مهم در ادبیات، هنر، طراحی و معماری است. افزون بر کارکردهای شناختی، نقد یک سرچشمه بینش و معرفت طراحان و هنرمندان از کارشان است و مسیری است برای کسب رویکرد و افق‌های نظری مورد نیاز برای روش طراحی و خلق اثر. امروزه رویکردها، نظریه‌ها و روش‌های متنوعی در حوزه نقد رواج دارند. در پرتو این نقدهای روش‌مند، کار نقد از یک نوع فعالیت ادیبانه، به یک فعالیت پژوهشی ارتقا یافته است. نکته اینجاست که روش‌های نقد موجود، بیش‌تر و اغلب، در حوزه ادبیات و هنر توسعه یافته‌اند و در زمینه نقد آثار هنرهای کاربردی، معماری و به‌ویژه طراحی صنعتی، آن‌گونه که باید کار نشده است. این در حالی است که، طراحی و هنرهای کاربردی ابعاد و کنشگرهای دگرگونه‌ای دارند که پژوهش‌های بنیادی و توسعه‌ای در زمینه روش‌های نقد طرح را ایجاب می‌کنند.

یکی از علت‌های مهم کم‌توجهی به نقد در حوزه طراحی صنعتی این است که، تفاوت میان نقد و «ارزیابی تولیدات صنعتی» به درستی درک نشده است. دانش مدیریت صنعتی از نیمه دوم قرن بیستم به‌طور جدی به مساله ارزیابی تولیدات صنعتی توجه داشته است پیدایش روش‌هایی مانند آرایش کیفی کار^۲، مهندسی کانسی^۳ یا ا.ج. پی^۴ حاصل این توجه و نیاز بوده است. واحدهای تحقیق و توسعه شرکت‌های صنعتی به‌طور منظم، به ارزیابی و ارزشیابی^۴ محصولات خود و رقبا می‌پردازند. این ارزیابی‌ها به شدت فنی و علمی هستند و حتی با دمونتاژ محصول و ارزیابی تک‌تک قطعات و بررسی مشخصات و عملکرد فنی آن‌ها به انجام می‌رسند. در این حالت، دیگر بحث از گفتمان نقد خارج می‌شود و وارد حوزه «ارزیابی تولیدات صنعتی» در گفتمان مدیریت صنعتی می‌شود؛ لذا، ارزیابی هرگز نمی‌تواند جایگزین نقد شود و خلاء نقد به جای خود باقی می‌ماند.

خلاء علمی در حوزه نقد آثار طراحی به‌ویژه، در فضای علمی داخل کشور خودنمایی می‌کند. متاسفانه جای نقد متکی بر مبانی نظری متقن و روشمند، حتی در دانشگاه‌ها نیز خالی است. بی‌توجهی به مبحث نقد، باعث انزوای پژوهشگران آن و بی‌میلی جوانان برای ورود به این حوزه شده است. با توجه به این ضرورت و هم‌چنین، توانش علمی موجود در جامعه طراحی صنعتی کشور، لازم است که برای ترویج این‌گونه دانش، برنامه‌ریزی و تلاش شود. یکی از الزامات برنامه‌ریزی و ترویج دانش نقد، شناسایی وضعیت موجود است؛ لذا، این

فقدان منابع آموزشی، نبود مستندنگاری سوابق آموزشی و هم‌چنین، نبود گفتمان نقد آثار طراحی صنعتی و حلقه‌های فعال در این زمینه، بیش‌تر آشکار می‌شود. عجیب آن‌که، بررسی‌ها نشان می‌دهند که همین مطلب در مورد وضعیت نقد آثار طراحی صنعتی در خارج از کشور نیز به نسبت و کمابیش صادق است. این خلأ ایجاب می‌کند که چنین پژوهش‌هایی، بسیار بیش از این به انجام برسند.

مبانی نظری

این پژوهش در پی تعریف هستی‌شناختی نقد آثار طراحی صنعتی یا تعیین حدود و ثغور آن نیست؛ لذا، از ورود به آن مباحث اجتناب شده است و تنها بر شناسایی وضعیت نقد طراحی صنعتی در ایران تمرکز شده است. با این وجود، برای دستیابی به این هدف، در ابتدا، بعضی نکات باید روشن شوند و هم‌چنین، لازم است که یک الگوی طبقه‌بندی انواع روش‌های نقد داشته باشیم.

نکته نخست آن‌که باید به تفاوت طرح و طراحی توجه کنیم. در زبان انگلیسی واژه «دیزاین» هم برای فعل طراحی و هم برای نتیجه آن، یعنی «طرح» به کار برده می‌شود. در بحث نقد، تمرکز بر طرح است، نه کنش ذهنی طراحی (هرچند نقد می‌تواند در مباحثی مانند بینامتنیت نیز وارد شود)؛ پس بهتر است به جای نقد طراحی، بگوییم «نقد طرح». نکته دیگر این‌که تعریف نقادانه ما از طرح (صنعتی) چیست؟ ما می‌توانیم سه تعریف از طرح داشته باشیم:

۱. طرح همان برنامه پیش از تولید است.
 ۲. طرح همان محصول تولید شده است.
 ۳. طرح ادراک مخاطب از محصول تولید شده است.
- در این پژوهش ما تعریف سوم را مبنای قرار می‌دهیم، زیرا این تعریف ابعاد ذهنی (سوپرکتیو) بسیار وسیع‌تری دارد؛ و به خوبی می‌تواند تعامل مخاطب با طرح و جنبه‌های پدیدارشناختی، ادراک شناختی و ارتباط شناختی طرح را پوشش دهد.

سومین نکته این‌که، پیش‌فرض‌هایی که در نقد آثار هنری رواج دارند، در حوزه‌های طراحی-مانند طراحی محصول، بنا، پوشاک یا تصاویر ارتباطی-کم‌رنگ هستند و در مواردی حتی قابل قبول نیستند. مثلاً، اغلب این فرض کانتی رواج دارد که، اثر هنری قایم به ذات خود است و برای غایتی خارجی ساخته نمی‌شود^۷ (احمدی، ۱۳۸۸: ۸۱). در حالی‌که، برایان لاوسون می‌گوید: در طراحی، همیشه

دامنه‌ای از محدودیت‌های درونی، بیرونی و اهداف خارجی، در جهان واقع، وجود دارند (لاوسون، ۱۳۹۵: ۱۰۹). نمونه دیگر این‌که، در نقدهای هنری و ادبی، بحث «بازنمایی» و هم‌چنین «بیان‌گری» بسیار مهم هستند. مثلاً، سیمون با یک نقل از اسپارشات: «اگر هر چیزی که ساخته شود یا هر کاری که انجام شود، نوعی بازنمایی در نظر بگیریم، بالقوه آن را موضوع نقد قرار داده‌ایم. موضوع نقد همیشه بازنمایی است و نقد و بازنمایی همیشه دو واژه هم‌بسته‌اند (اسپارشات، ۱۹۶۷: ۴۲)»، معتقد است که: «نقد گفتمانی است که به بررسی صورت‌های گوناگون بازنمایی می‌پردازد (سیمون، ۱۳۸۴: ۲۲۹).

در حوزه‌های طراحی این نوع تعریف اغراق آمیز است. نمی‌شود گفت که: هر چیزی که موضوع ادراک باشد، لاجرم نوعی بازنمایی است. اگر از یک گفتمان افلاطونی بهره بگیریم، باید بگوییم که اگرچه طرح‌ها نیز با مخاطب ارتباط برقرار می‌کنند و چندان هم خالی از بازنمایی نیستند، اما طرح، حاصل‌تخته است و با هنرهای تقلیدی تفاوت اساسی دارد (جاناوی، ۱۳۸۴: ۸). به این ترتیب در نقد طرح باید پیوسته به تفاوت‌های اثر طراحی و اثر هنری توجه داشت.

دومین لازمه نظری برای انجام این پژوهش، داشتن یک «طبقه‌بندی انواع نقد» است. متأسفانه هیچ‌گونه طبقه‌بندی در مورد انواع نقد آثار طراحی صنعتی وجود ندارد و این به دلیل فقدان پژوهش در زمینه مبانی نظری و فلسفه نقد آثار طراحی صنعتی است. لذا، به ناچار باید به الگوهای نقد ادبی و هنری تکیه کرد. در میان آن الگوها، برخی به طور موردی به مکاتب اشاره می‌کنند، مثلاً، مهدوی در پژوهشی پیرامون نقد معماری-که نزدیک‌ترین حوزه به نقد آثار طراحی صنعتی است- شش رویکرد را مبنای بررسی‌های خود قرار داده است: ۱. دیدگاه کلاسیک؛ ۲. دیدگاه رومانیک؛ ۳. دیدگاه فرمی؛ ۴. دیدگاه زمینه‌ای؛ ۵. دیدگاه پدیدارشناسانه و ۶. دیدگاه رسانه‌ای (مهدوی نژاد، ۱۳۸۴: ۶۹-۷۶). اما چنین طبقه‌بندی‌هایی به جهت تمرکز بر مکاتب مشخص از یک سو و نادیده گرفتن کلیات فرانتزری، نمی‌توانند عیار درستی برای طبقه‌بندی در اختیار ما بگذارند. لذا، باید به سمت طبقه‌بندی‌هایی کلی‌تر برویم، یعنی طبقه‌بندی‌هایی که هم کلی‌تر هستند و هم به ماهیت پژوهشی که انجام می‌شود، بیش‌تر توجه دارند. مثلاً، می‌توانیم الگوی «موریس وایتز» را مبنای قرار دهیم، ... موریس وایتز، زیباشناس، مطالعه‌ای بر کار منتقدان انجام

سیمون، انواع روش‌های نقد آثار طراحی صنعتی در چهار گروه طبقه‌بندی می‌شوند: ۱. نقد ارزیابانه؛ ۲. نقد همدلانه (تشریحی)؛ ۳. نقد تحلیلی و ۴. نقد خوانشی (نمودار ۱).

۱. نقد ارزیابانه: نقد ارزیابانه نقدی است که در آن از نقاد خواسته می‌شود که یک محصول (اثر) را قیمت‌گذاری/ اعتبارسنجی/ ارزیابی کند. نقد ارزیابانه معیارمند است؛ به همین دلیل ارزیابی یعنی قیاس اثر با عبارهای مشخص. پس این نوع نقد از ساختار منطقی قیاسی برخوردار است. البته، این ساختار منطقی وابسته به یک زیرساخت متحد و هم‌گون اجتماعی است. در نتیجه، می‌شود گفت که نقد ارزیابانه بیش‌تر در جوامع پیشامدرن و یا خرده نظام‌های درون‌گرا وجود دارد.

نقد ارزیابانه قدمتی به درازای مکانیزم‌های داد و ستد در جوامع بشری دارد؛ لذا، لازم است کمی دامنه بحث ارزیابی را تحدید کنیم. دلالت‌های ارزیابانه از دلالتی‌های بازاری متفاوت هستند؛ گرچه از نظر ماهیت شناختی^۱ یکی هستند؛ اما، نقدهای ارزیابانه از گفتمان و جایگاه نهادی متفاوتی برخوردارند. برای نمونه امروزه، اغلب حراج خانه‌های بزرگ، مانند کریستی^۲، بانهام^۳ و فیلیپس^۴ بخش‌های ویژه‌ای برای فروش محصولاتمانند خودرو، ساعت و زیورآلات با طراحی معروف دارند. کارشناسان خبره‌ای با انجام نقد ارزیابانه، به مشتریان این آثار مشاوره می‌دهند. این کارشناسان فنی، در نهاد‌های مربوطه، یا به صورت آزاد^۵، جایگاه تعریف شده‌ای دارند و مشاوره‌های خود را با یک گفتمان فنی، مستدل و مستندارایه می‌دهند.

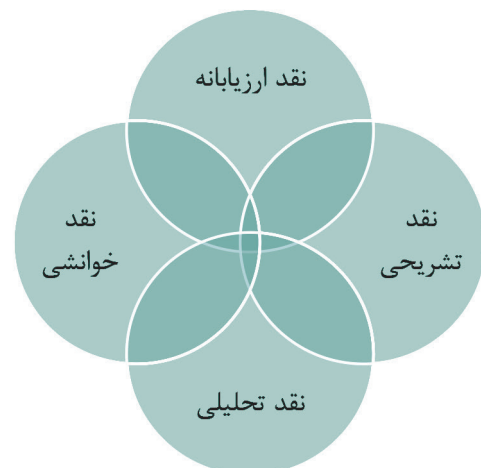
باید مجدد تاکید کنیم که، نقد ارزیابانه نیز (مانند سایر روش‌های نقد) از جنس ارزیابی تولیدات صنعتی نیست؛ بلکه از جنس گفتمان نقد، کاملاً ذهنی، کلام محور و متکی به رأی یک ارزیاب در مقام قاضی است. یکی از زیر شاخه‌های نقد ارزیابانه «نقدهای تجویزی» هستند. نقدهای تجویزی متونی هستند که، معمولاً با اهداف آموزشی به تشریح معیارهای طراحی خوب می‌پردازند. در حوزه طراحی مدرن، چنین متونی بسیار زیاد هستند. نظام «طراحی مدولار» لوکوربوزیه (۱۹۸۹) یا «ده اصل طراحی خوب» از دیتیر رمز^۶ نمونه‌هایی از این معیارهای تجویزی هستند.

۲. نقد تشریحی (توصیف همدلانه). تفسیری: نقد تشریحی یا توصیف همدلانه، نقدی است که با هدف معرفی یک اثر یا یک طراح، نوشته می‌شود. همان‌گونه

داد. نتایج این مطالعه نشان می‌داد که منتقد به هنگام نقد، سرگرم پردازش یک یا چند کنش از این چهار کنش محوری می‌شود؛ او توصیف، تفسیر، داوری و صورت‌بندی می‌کند» (برت، ۱۳۹۲: ۲۳). اما این طبقه‌بندی نیز بیش از حد انتزاعی است و به تفاوت‌های تاریخی، نظری و راهبردی^۸ روش‌های نقد توجه نمی‌کند. طبقه‌بندی دیگر می‌تواند از «راجر سیمون» اقتباس شود. راجر سیمون (۱۳۸۴)، بر اساس یک سیر تاریخی، پنج نوع نقد را معرفی می‌کند: نقد تجویزی، توصیف همدلانه، نقد تحلیلی، نقد تفسیری و نقد فرهنگی. این طبقه‌بندی بسیار مقبول‌تر است؛ زیرا انواع کارکردهای نقد و نظریه‌های آن‌ها را در نظر می‌گیرد. اما هم‌چنان به تفاوت پارادایم‌های معرفتی کم توجهی می‌کند. مثلاً، طیف‌هایی از نقدها - که در زیرمجموعه نقد تحلیلی یا نقد فرهنگی قرار می‌گیرند - بر اساس افق‌های معرفتی می‌توانند اثبات‌گرا یا پسامدرن باشند. به این ترتیب، ما به یک طبقه‌بندی نیاز داریم که، در عین توجه به کارکرد، نظریه و روش، به فرایندهای پشت روش نقد نیز توجه کند. با در نظر داشتن این اصل، در این پژوهش (برای دست‌یابی به یک طبقه‌بندی انواع روش‌های نقد آثار طراحی صنعتی)، بر اساس کارکرد، روش و فرایندها، چهار پرسش به عنوان معیار کدگذاری در نظر گرفته شده است. این چهار پرسش عبارتند از:

۱. چه چیزی نقد می‌شود؟
 ۲. چرا نقد می‌شود؟
 ۳. چگونه نقد می‌شود؟
 ۴. روش نقد مورد نظر، تحت تاثیر چه افق معرفتی قرار دارد؟
- بر اساس این چهار پرسش، و در تکمیل طبقه‌بندی راجر

نمودار ۱. انواع روش‌های نقد طرح (نگارنده).



می‌کند و سپس، «صورت‌گرایی روسی» توجه را از کشف معنی اثر، به کشف عنصر «ادبیت» معطوف می‌کند. ساختارگرایی همین مسیر را با تمرکز بر «ساختار» پی می‌گیرد. آن چه در این عطف توجهات ثابت است، رویکرد علمی و اثبات‌گرایانه به موضوعات است. در اواخر قرن نوزدهم، ورود رشته‌هایی مانند ادبیات و معماری به دانشگاه‌ها، همراه با جو عمومی ستایش علم و ایمان به اثبات‌گرایی، در کنار باور به نبوغ، نیت مولف و معنایی نهایی اثر، موجب شد که، نقد در جستجوی معنا، یا چیزی نهفته در اثر باشد و این جستجو را با «روش علم» انجام دهد. این روحیه تا جایی است که، مثلاً، صورت‌گرایان روسی از کشف قوانین ثابت و تعمیم‌پذیر سخن می‌گفتند و تأکید داشتند که کار آن‌ها یک کار علمی است (برتنز، ۱۳۸۸: ۵۰).

۴. خوانش روش محور: از حدود دهه ۱۹۷۰ میلادی، تحولات عمیقی در زیرساخت‌های فکری ایجاد شد که به عبور از مدرنیسم منجر شد و به آن پست‌مدرنیسم می‌گوییم. این تحولات بر حوزه نقد نیز تأثیر مستقیم داشت (البته باید بگوییم که نقادان و گفتمان نقد از عاملان این تحول بودند و رابطه کاملاً دوسویه بوده است)؛ نقد پس از مدرن در ابعاد متنوعی با نقد مدرن تفاوت دارد، از جمله این که، به جای نگاه اثبات‌گرا به حقیقت، نگاهی ساخت‌گرا دارد؛ به جای کلی‌نگری، بعدنگر است. به جای بررسی براساس معیارها و فراروایت‌ها، براساس روش به بررسی یک جنبه از موضوع می‌پردازد؛ برخلاف نقد مدرن که مولف محور است - و باورهای رومان‌تیک را با مفاهیم جدیدی بازسازی می‌کند - نقد پسامدرن بر مخاطب تمرکز دارد و از اسطوره مولف عبور کرده است. در نهایت، این که نقدهای پسامدرن به جای جستجوی معنای نهایی اثر، در پی خواندن معنی نسبی متن هستند و باور دارند که نقد تنها یک خوانش از میان سایر خوانش‌ها است. خوانشی بعدنگر، روش محور، مخاطب محور که سازنده یک معنای نسبی است. البته، وقتی می‌گوییم مخاطب محور، باید به یاد داشته باشیم که، این گونه نقدها کاملاً، در یک گفتمان فرهیختگی و برای مخاطبان خاص نوشته می‌شوند نه عامه مردم.

پیشینه نقد آثار طراحی صنعتی

انسان‌ها همیشه در مورد خوبی‌ها و بدی‌های داشته‌های شان با یکدیگر گفت و گو می‌کرده‌اند، به این ترتیب، می‌شود گفت که، نقد محصولات، ابزارها و اشیاء

که سیمون می‌گوید: «در توصیف همدلانه منتقد نقش میانجی بین اثر و مخاطب را ایفا می‌کند» (سیمون، ۱۳۸۴: ۲۳۰)، توصیف‌های همدلانه، اغلب تحت تأثیر نقد رمانتیک هستند و برای نبوغ و نیت مولف سهم ویژه‌ای در نظر می‌گیرند؛ چنان‌که گاهی نوشتارهای آن‌ها به داستان رمزگشایی از نیت و نبوغ مولف تبدیل می‌شود به همین علت می‌توان به آن‌ها «نقد تفسیری» هم گفت. معمولاً، این‌گونه نوشتارها جنبه ادبی قوی دارند و کاملاً، متکی بر استدلال‌های کلامی مولف هستند. نقدهای همدلانه اغلب، از زاویه‌ای خوش‌بینانه به خوبی‌های اثر توجه می‌کنند^{۱۵} و در پی تبلیغ و جلب نظر و همدلی مخاطب (عام) هستند. این نوع نقدها، از زوایای مختلف به تشریح موضوع می‌پردازند و یک تصویر کلی از اثر ترسیم می‌کنند.

در کتابخانه‌ها، در بخش مربوط به معماری و طراحی مدرن، می‌توان صدها عنوان کتاب را یافت که در واقع، متونی تشریحی - همدلانه برای معرفی ستایش‌آمیز یک (یا چند) طراح یا معمار هستند. این‌گونه متن‌ها یک پای ثابت مجلات مربوط به این حوزه‌ها هم هستند. اما نقد تشریحی در این حوزه، فقط به این متون محدود نمی‌شود. مطالب تبلیغاتی یک نوع شناخته شده از این نوع نقد هستند. امروزه حجم انبوه و فزاینده‌ای از نقدهای تشریحی برای محصولات طراحی صنعتی، در شبکه‌های اجتماعی - مثلاً اینستاگرام - منتشر می‌شوند. هر محصولی که در بستر بازرگانی دیجیتال به فروش می‌رسد، با یک قطعه نقد تشریحی - همدلانه همراه است. پس، می‌شود گفت که، میلیون‌ها نفر در سراسر دنیا، روزانه به نوشتن این‌گونه از نقد - برای محصولات طراحی صنعتی - اشتغال دارند.

۳. نقد تحلیلی (تحلیل علمی): از دوره رنسانس تحولات عمیقی در ساختارهای اجتماعی اروپا به وجود آمد؛ که در نتیجه آن‌ها، گروه‌هایی از پیشه‌وران، که به صنایع مستظرفه اشتغال داشتند، به جایگاه فرهیختگان ارتقا یافتند و «هنرمند» نامیده شدند. آثار این هنرمندان، دیگر محصولاتی بازاری نبودند بلکه به مرور این آگاهی شکل گرفته بود که این آثار، مانند متون ادبی و علمی دارای معانی عمیق هستند و افراد عادی برای فهم این آثار نیازمند «راهنمایی افراد خبره» هستند. این مسیر در اواخر قرن هجدهم به شکل‌گیری نقد رومان‌تیک منجر می‌شود. نقد رومان‌تیک تمرکز زیادی بر مولف، نبوغ او و نیت او دارد. در قرن نوزدهم مکتب «نقد نو» از مولف عبور کرده روی معنی اثر تمرکز

۱. **متن‌های تبلیغاتی تولیدکنندگان از قرن هجدهم میلادی:** پس از شکوفایی و جهش تولید صنعتی در قرن هجدهم - که به آن انقلاب صنعتی می‌گوییم - شرکت‌های تولیدی وارد فضای رقابت صنعتی شدند. رقابت، صنعت‌گران پیشگام را به سمت طراحی (البته پیش‌تر دکور محصول) و تبلیغات سوق داد. در آن زمان، مطبوعات مهم‌ترین رسانه‌های تبلیغاتی بودند. لذا، صنعت‌گران پیشگامی مانند توماس چپیندال^{۱۸} و متئو بولتون^{۱۹} برای تبلیغ تولیدات خود، کتابچه‌ها و کاتالوگ‌هایی را چاپ و توزیع می‌کردند. این مطبوعات بیش‌تر تصاویر محصولات بودند؛ اما دارای مطالبی در مورد کالای مورد نظر نیز بودند. این مطالب را می‌توان نوعی نقد و بررسی کالا محسوب کرد که بیش‌تر با رویکرد همدلانه و با تاکید بر نقاط قوت نوشته می‌شدند.

۲. **متن‌های انتقادی به تولید صنعتی:** نمایشگاه کریستال پالاس^{۲۰} در سال ۱۸۵۱ بستر بسیار خوبی برای بحث و تبادل نظر در مورد طرح تولیدات صنعتی را فراهم کرد. در همین بازه زمانی، صاحب نظرانی مانند هنری کول^{۲۱} و گاتفرید زمپر^{۲۲} - که دست‌اندرکار این نمایشگاه نیز بودند - مطالبی در مورد وضعیت نامناسب طرح تولیدات صنعتی روزگار خود منتشر کردند (Heskett, 1985: 27). این جریان با خطابه‌های پرشور جان راسکین^{۲۳} و ویلیام موریس^{۲۴} به یک جریان قوی در فرهنگ انگلستان و اروپا تبدیل شدند؛ جریانی که نفی صنعت و نفی «تاریخ‌گرایی» و «گزینش‌گرایی» مضمون اصلی آن بودند و همان‌گونه که گامبریچ می‌گوید، گرچه در عمل نتوانستند مانع رشد تولید انبوه ماشینی شوند، ولی این توفیق را داشتند که توجه مردم را به مساله جلب کنند و زمینه پیدایش یک ذوق و بینش جدید هنری را فراهم کنند (Gombrich, 1970: 406). لذا نه تنها می‌توان آن مطالب و خطابه‌ها را از جنس نقد طرح دانست، بلکه حتی باید آن‌ها را از اثرگذارترین نمونه‌ها نیز دانست.

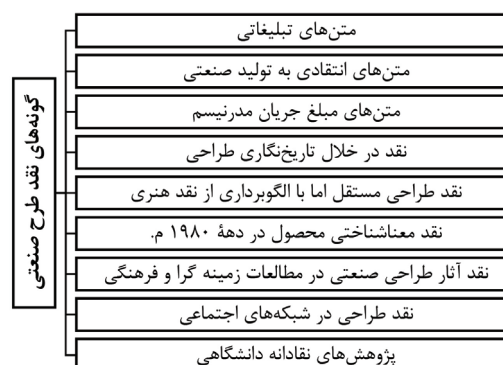
۳. **متن‌های مباحثه‌ای و تجویزی مربوط به جریان مدرنیسم:** پس از ظهور طراحی مدرن در دهه ۱۹۲۰، کتاب‌ها و مجلاتی در دفاع یا رد مدرنیسم منتشر شدند. مطالب این کتاب‌ها و نشریات - که در ابتدا، بیش‌تر در زمینه معماری بودند - کاملاً از جنس نقد بودند. آن‌ها می‌توان در دو گروه دسته‌بندی کرد:

۱. نقدهایی که با حمله به سنت و هنرمانتیک آغاز می‌شوند و با تفسیر ساختمان‌ها و محصولات (به ویژه مبلمان) مدرن، از نظام طراحی مدرن دفاع می‌کنند.

همواره، بخشی از روند پیچیده شناختی انتقال اطلاعات در گروه‌های انسانی بوده است. به طور ویژه، گفته شد که، نقد ارزیابانه قدمتی به درازای مکانیزم‌های داد و ستد دارد. اما با یک دقت گاه‌شمارانه^{۲۵}، نوشتارها یا خطابه‌هایی که بتوان آن‌ها را پیشگام نقد آثار طراحی صنعتی دانست از چه زمانی آغاز شده‌اند؟ در پاسخ این پرسش باید روشن شود که، منظور ما از نقد آثار طراحی صنعتی چیست؟ دامنه نقد آثار طراحی صنعتی تا کجاست؟ آیا نوشتارهای نقادانه در مورد همه تولیدات صنعتی را نقد آثار طراحی صنعتی حساب می‌کنیم، یا منظور آن مقالاتی است که با کلیدواژه «نقد طراحی»، در مجلات معتبر منتشر شده‌اند؟ و این که، آیا باید نویسنده به عنوان «منتقد طراحی صنعتی» شناخته شده باشد؟

بر اساس طبقه‌بندی چهارگانه‌ای که مبنا قرار دادیم، دیگر نقد طراحی لزوماً، یک متن تخصصی، که توسط یک منتقد طراحی نامدار (دارای جایگاه نهادی)، در مورد یک اثر شاخص، که در یک رسانه تخصصی، برای مخاطب حرفه‌ای منتشر شده باشد، نیست. در نتیجه، نقد طرح، سابقه و دامنه وسیعی پیدا می‌کند. بررسی صورت گرفته نشان می‌دهد که، متون نقادانه در مورد طرح محصولات صنعتی، در نه‌گونه^{۲۶} قابل دسته‌بندی هستند. به ترتیب تاریخی این‌گونه‌ها عبارتند از: ۱. متن‌های تبلیغاتی؛ ۲. متن‌های انتقادی به تولید صنعتی؛ ۳. متن‌های مبلغ جریان مدرنیسم؛ ۴. نقد در خلال تاریخ‌نگاری طراحی؛ ۵. نقد طراحی مستقل اما با الگوبرداری از نقد هنری؛ ۶. نقد معناشناختی محصول؛ ۷. نقد آثار طراحی صنعتی در مطالعات زمینه‌گرا و فرهنگی؛ ۸. نقد طراحی در شبکه‌های اجتماعی؛ ۹. پژوهش‌های نقادانه دانشگاهی (نمودار ۲).

نمودار ۲. گونه‌های نقد طرح صنعتی (نگارنده).



شخص و یا کشور مورد نظر انجام می‌شوند. یعنی تقریباً در هر صفحه عکس یک (یا چند) محصول و نقدی در مورد آن آورده می‌شود که حاوی اطلاعات تاریخی و زمینه‌ای در باب شکل‌گیری آن و البته، چشمه‌هایی از نبوغ مولف اثر است.

یک نکته که کم‌تر به آن توجه شده این است که: در بررسی‌های تاریخ‌نگارانه چه آثاری بررسی می‌شوند؟ در تاریخ‌نگاری و به تبع آن نقد آثار طراحی صنعتی، تمرکز بر مجموعه‌ای خاص از افراد و محصولات بوده است. آنچه دیوید شاموی در باره نقد فرهنگی می‌گوید، در مورد طراحی صنعتی نیز کاملاً درست است: «متونی که منتقدان دائماً به شیوه‌های جدید به تفسیر آن‌ها می‌پردازند. صرفاً به دلیل این‌که در معرض نقد و بررسی دایم قرار دارند بر ارزش خود می‌افزایند» (فلسکی و شاموی، ۱۳۸۸: ۷۲). تاریخ‌نگاری و نقدهای طراحی صنعتی «مجموعه آثار معتبری» را به وجود آورده‌اند که پیوسته تکرار می‌شوند. به قول تووملو (۲۰۱۷)، در کتاب «غریب زبانه‌ها»، حداکثر تغییری که روی می‌دهد این است که منتقدان هرچند وقت یک بار آثار گذشته را غریب می‌کنند و آثاری را که به نظرشان جالب می‌رسند و شاهد نظر آن‌ها هستند، انتخاب می‌کنند و با همان نسق برای آن متنی می‌نویسند.

نکته دیگر این است که، این آثار تکرار شونده، لزوماً بهترین کارهای حرفه‌ای نیستند، بلکه انتخاب شده‌اند؛ زیرا واجد شرایط لازم برای کار یک تاریخ‌نگار یا منتقد بوده‌اند. این مجموعه آثار به شدت متأثر از نگاه هنر‌نخبگان در برابر هنر عوام هستند. حتی بسیاری از این آثار در دوران خود تولید نشده‌اند و اخیراً، به واسطه شهرت خود و به عنوان نمادهای طراحی^{۲۶} تولید می‌شوند (مانند صندلی قرمز آبی زرد اثر گریت ریتولد یا مداد تراش معروف ریموند لویی).

به هر حال، در این جا ما به دنبال بحث در مورد تاریخ‌نگاری طراحی صنعتی نیستیم؛ غرض از طرح این موضوع این بود که، تاریخ طراحی صنعتی با تکیه بر نقد آثار توسعه یافت. پیوستگی نقد و تاریخ‌نگاری طراحی باعث دو چیز شد: (۱) شکل‌گیری یک سبک نقد تشریحی. همدلانه، که اطلاعات تاریخی و سبک‌شناسی در آن بسیار مهم است؛ (۲) شکل‌گیری یک مجموعه آثار معتبر.

۵. نقد طراحی مستقل اما با الگو برداری از نقدهای هنری: حدوداً از دهه ۸۰ م. برخی منتقدان و پژوهشگران به تدریج، شروع به نگارش نقدهای طراحی (مستقل از تاریخ‌نگاری) کردند. یعنی سعی کردند که، اطلاعات تاریخی و زمینه‌ای

نقدهایی که به صورت تجویزی به بحث در باب اصول زبان بصری مدرنیسم می‌پرداختند. مجله روح جدید^{۲۵} و به سوی یک معماری نوین از لوکوربوزیه (۱۹۸۹)، نوشته‌های «آدلف لووس» و حتی کتاب «افق‌ها» از نورمن بیل گیدس (۱۹۳۲)، نمونه‌های نامداری از این جنس هستند.

۴. نقد طراحی در خلال تاریخ‌نگاری طراحی: گروه دیگر نقدهایی است که، در بافت تاریخ‌نگاری طراحی مدرن به انجام رسیده‌اند. تاریخ‌نگاری هنر و نقد هنر، تار و پودی درهم تنیده هستند. این حکم در مورد تاریخ‌نگاری طراحی صنعتی نیز درست است. همان‌گونه که آلن فندلی می‌گوید، تا دهه ۱۹۶۰ میلادی برنامه آموزشی طراحی، در اغلب دانشگاه‌ها، مبتنی بر برنامه آموزشی باهاوس بود. برنامه‌ای که در آن به طور جدی از هرگونه آموزش تاریخ و سبک‌شناسی اجتناب می‌شد (Findeli, 1995: 44). اما از حدود دهه ۱۹۶۰ ضرورت آگاهی تاریخی مجدداً مورد توجه قرار گرفت، لیکن این آگاهی یک بازگشت به تاریخ‌گرایی مدرسه هنرهای زیبا نبود. در کنار درک نیاز به تاریخ‌نگاری، این احساس هم وجود داشت که این تاریخ باید متمرکز بر طراحی صنعتی و مدرن باشد. بر همین شالوده فکری در دهه ۱۹۷۰ و ۸۰ میلادی، نسل نخست تاریخ‌نگاران طراحی صنعتی شکل گرفتند. کسانی چون «جان هسکت» آغاز به نگارش مستقل تاریخ طراحی صنعتی کردند. این تاریخ‌نگاران، با شناخت درست موضوع، سیر تحول طراحی مدرن را از داستان هنر مدرن جدا کردند و حتی نام‌های دگرگونه‌ای برای سبک‌های طراحی برگزیدند. اما از نظر سبک و سیاق نگارش، آن‌ها هم چنان تحت تاثیر تاریخ‌نگاری هنر بودند. به این صورت که آثار و طراحان خاصی را انتخاب می‌کردند و با نقد و بررسی آن آثار، یا ابتکارات آن طراحان، به تشریح سبک مورد نظر می‌پرداختند. افزون بر این، از آن جایی که دوره‌های تاریخ طراحی صنعتی معمولاً، بخشی از دوره‌های آموزش (عملی) طراحی صنعتی بودند، لذا، انتظار می‌رفت که درس تاریخ طراحی صنعتی، برای دانشجویان کارشناسی، جنبه کاربردی بیش‌تری داشته باشد. این دو مولفه، یعنی پیروی از الگوهای تاریخ هنر و هم‌چنین، تلاش برای تاثیر مستقیم بر فهم دانشجویان از طراحی، باعث شکل‌گیری یک اسلوب خاص در کتاب‌های تاریخ طراحی صنعتی شدند. این کتاب‌ها معمولاً، با یک ترتیب زمانی، به بررسی تحولات طراحی صنعتی در چند کشور اروپایی و ایالات متحده می‌پردازند. این بررسی‌ها از طریق نقد محصولات سبک،

شرکت‌های بزرگ برخاسته است، نه فضای فکری پست مدرن.

همان‌گونه که بورداک می‌گوید، شرکت‌های بزرگ (به‌ویژه خودروسازان) به نشانه‌شناسی و معناشناسی محصولات به مثابه یک روش پژوهش جدید، که می‌تواند برگ برنده رقابت در بازار باشد، نگاه می‌کردند (Ibid: 285). اصطلاح ارزش افزوده معنایی^{۳۰} نشان‌گر این باور است. بخش‌های توسعه و تحقیقات برای رسیدن به ارزش افزوده معنایی محصولات، به روش‌های علمی و اثبات‌گرایانه متوسل می‌شدند، بدون این‌که از زاویه فلسفه علم به تفاوت ماهیت و افق‌های شناختی علم و معناشناسی توجه داشته باشند. لذا، این‌گونه پژوهش‌ها را باید از جنس تحلیل‌های (شبه) علمی دانست. همین تمایل باعث شد که نقدها بیش‌تر به نشانه‌شناسی مکتب پیرس (سمیوتیک^{۳۱}) متمایل باشند تا نشانه‌شناسی مکتب سوسور (سمیولوژی^{۳۲}).

۷. نقد محصولات صنعتی در مطالعات زمینه‌گرا و فرهنگی:

طراحی صنعتی یک حرفه نیست؛ بلکه صدها حرفه هستند که اسباب و اثاثیه زندگی انسان امروز را می‌سازند. نه فقط شهرنشین‌ها، حتی سکنه کوچک‌ترین روستاها نیز در کالبد دومی زندگی می‌کنند که صنعت‌گران و طراحان برای آن‌ها می‌سازند. این‌اشیا فقط زندگی مادی انسان‌ها را آسان نمی‌کنند، بلکه به ذهن انسان‌ها نیز شکل می‌دهند^{۳۳} و زبان‌اشیا، محل تجلی مناسبات اجتماعی است. زمانی که یک حوزه مطالعاتی نظری یا علمی به بررسی روابط انسان و محصول در زمینه اجتماعی و فرهنگی مدرن می‌پردازد، در واقع، دارد در مورد طرح محصولات صنعتی صحبت و نقد می‌کند. پس می‌توانیم چنین نقدهایی را نیز مرتبط با نقد آثار طراحی صنعتی بدانیم (حتی اگر در آن متون، نامی از این حرفه در میان نباشد). حوزه‌های مطالعاتی جامعه‌شناسی هنر، مطالعات فرهنگی و حتی پسا‌ساختارگرایی، از جمله این مکاتب هستند؛ مثلاً، آن‌جا که در مورد «کالابودگی» صحبت می‌شود؛ یا وقتی که بارت به بررسی اسطوره‌شناختی یک مدل از خودرو سیتروئن می‌پردازد (بارت، ۱۳۹۲: ۱۱۷). این‌گونه نقدها هم با رویکرد تحلیلی و هم با رویکرد خوانشی نوشته شده‌اند.

۸. نقد آثار طراحی صنعتی در شبکه‌های ارتباطی: نباید

از تحول رسانه‌ها در حوزه نقد غافل شد. شبکه‌های اجتماعی فرصتی هستند برای هرکسی که می‌خواهد نظرش را اعلام کند. امروزه شبکه‌هایی مانند اینستاگرام، لبریز

را کاهش دهند و بر فرم و دریافت‌های اثر تمرکز کنند. اما هم‌چنان تمرکز آن‌ها بر آثار معروف طراحان و معماران معروف بود؛ یعنی همان مجموعه آثار معتبر تاریخی. این نقدها از سیاق تشریحی، توصیفی و رومانیک نقد هنری، به‌ویژه در حوزه‌های معماری و نقاشی تقلید کرده و می‌کنند؛ تا جایی که، به نظر می‌رسد در تلاش هستند تا برای آثار طراحی همان جایگاه آثار هنری را به دست آورند (موضوعی که تا به امروز هم موزه‌های طراحی در تکاپوی آن هستند). این منتقدان هرگز نتوانستند به جایگاه نهادی منتقدان هنری دست یابند؛ اما در بعضی از حوزه‌ها - مثلاً در حوزه نقد طرح خودرو و هم‌چنین، طرح مبلمان و داخلی - منتقدان، به‌طور فردی به توفیقاتی دست یافتند. اختصاص جایزه پولیتزر سال ۲۰۰۴ به دن نیل^{۳۴} (منتقد طراحی خودرو)، بالاترین افتخار این شاخه از منتقدان حوزه طراحی صنعتی می‌باشد. اما این افتخارات هم‌چنان فردی هستند و نهادی و گفتمان‌ساز نشدند.

در طول دو دهه پایانی قرن بیستم، نقدهای تشریحی به تدریج، توسعه کمی و کیفی یافتند و موضوعات را با چشم‌انداز گسترده‌تری مورد بررسی قرار دادند؛ اما همیشه یک گام از نقدهای هنری عقب‌تر بودند و تا به امروز، در حال بومی‌سازی دستاردهای نقدهای هنری، روی موضوعات طراحی صنعتی هستند.

۶. نقد معناشناختی محصول در دهه ۸۰ م.: پس از جنگ

جهانی دوم در شهر آلمانی، مدرسه طراحی (گشتالتینگ) آلم^{۳۵} تاسیس شد؛ که به‌درستی، وارث حرکت باهاوس و امتداد منطقی آن بود. در این مدرسه دوره آموزشی نیمه سنتی باهاوس، به تدریج، جای خود را به یک دوره کاملاً دانشگاهی داد. یکی از جنبه‌های اهمیت مدرسه آلم، راه‌اندازی درس‌های جدیدی مانند «نمادشناسی» است. نخستین بار در آلم ایده طرح به مثابه نشان^{۳۶} مطرح شد (Burdek, 2005: 238)؛ و از آن زمان نشانه‌شناسی محصول یکی از دغدغه‌های مطالعاتی مجامع علمی طراحی صنعتی بوده است. به این ترتیب، از دهه ۱۹۶۰ م. شاهد رشد آرام مباحث نشانه‌شناسی و ارتباط‌شناسی محصولات هستیم. این مطالعات در حوزه‌های بینارشته‌ای مانند مطالعات بازرگانی و مطالعات فرهنگی نیز کم‌کم پیش می‌رفتند تا این‌که در دهه ۱۹۸۰ م. با یک جهش در این مطالعات مواجه می‌شویم. اگرچه این جهش با جریان پست مدرن موازی است، اما، در واقع، این جهش از بخش‌های بازرگانی

از متن‌هایی هستند که، در تعاریف ما از نقد آثار طراحی صنعتی می‌گنجد. بلاگرها و اینفلوونسرهای شبکه‌ها، نسل نوین منتقدان و جانشین‌های استادان کتاب‌خوان قدیمی هستند. این نوع نقدها بیش‌تر همدلانه (البته گاهی ناهمدلانه) یا ارزیابانه هستند؛ معمولاً، ژرفایی ندارند و برای مخاطب عام نوشته شده‌اند؛ اما به لحاظ کمی بسیار چشم‌گیر هستند.

۹. پژوهش‌های نقادانه دانشگاهی (نقدهای پژوهشی): با وجود این حجم سنگین از انواع متون مرتبط با نقد طراحی، اما با این عنوان، زیر این پرچم، با ساختار یک حوزه مطالعاتی (که گفتمان و رسانه‌های خودش را داشته باشد) و برای مخاطبان خاص (نخبگان آشنا با گفتمان نقد مربوطه)، پیشینه نقد پژوهشی بسیار اندک است. در واقع، در سطح دنیا تنها یک مجله مرتبط معتبر هست که نقد آثار طراحی صنعتی را یکی از اهداف خود معرفی کرده است^{۳۴} و به قول استیون هلر (۲۰۲۱)، برخلاف دوران طلایی نقد طرح، در دهه ۱۹۹۰، در دو دهه اخیر، رویدادها و همایش‌های مرتبط با نقد طرح صنعتی نیز به‌طور چشم‌گیری کاهش یافته‌اند. با این حال، حوزه نقد آثار طراحی صنعتی، در دنیا، چندان هم در وضعیت خلاء علمی نیست و مقالات پژوهشی و کتاب‌های با کیفیت قابل قبولی به‌ویژه با دو رویکرد فرمالیستی و نشانه‌شناسی طرح محصولات، منتشر شده‌اند.

سیر نقد در ایران

در این جاسلسه پرسش‌ها به پرسش از چگونگی نقد آثار طراحی صنعتی در ایران می‌رسد. برخی از انواع نقدهای طرح محصولات صنعتی - که در بالا معرفی شدند - در ایران وجود داشته‌اند. مثلاً، متن‌های تبلیغاتی یا ستون‌هایی از روزنامه‌ها، که به معرفی محصولات صنعتی (به‌ویژه خودروها و فناوری‌های جدید) می‌پردازند، از مدت‌ها پیش در مطبوعات ایران دیده می‌شوند. هم‌چنین، نوشتارهایی له یا علیه تجدد و دنیای ماشینی نیز رواج داشته‌اند؛ که البته، بیش‌تر علیه دنیای صنعت، نوآوری و تغییر بوده‌اند. این نوشتارها اغلب، گرت برداری‌های ادبی و حتی ترجمه‌هایی از نمونه‌های غربی هستند. لذا، انواع نقد ارزیابانه و تشریحی کمابیش در ایران جریان داشته و دارند. رسانه‌های اجتماعی هم به این انواع، جان تازه‌ای داده‌اند. اما از نظر فنی، این نقدها هم چنان در مراحل ابتدایی هستند.

در مورد انواع جدی‌تر نقد شامل نقد تحلیلی و نقد خوانشی حتی همین مقدار هم وجود نداشته است؛ تا این که سرانجام در سال ۱۳۷۳ مقطع کارشناسی ارشد طراحی صنعتی^{۳۵} راه‌اندازی می‌شود. در این مقطع برای نخستین بار موضوع نقد آثار طراحی صنعتی در قالب یک درس دو واحدی مطرح می‌شود. وجود این درس اتفاق بسیار بزرگی است؛ اما فقدان مدرس متخصص، منابع و حتی در سطحی عمیق‌تر، عدم توجیه فلسفه وجودی این درس در دوره آموزشی طراحی صنعتی، باعث می‌شود که تا سال‌ها، نقد طراحی صنعتی در حد همین دو واحد درسی فرعی، باقی بماند.^{۳۶} در سال ۱۳۸۸ شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه تهران سرفصل این مقطع را برای خود بازنگری می‌کند و در آن سرفصل، عنوان درس به «معناشناسی و نقد آثار طراحی صنعتی» تغییر می‌کند (برخی دانشگاه‌ها از این سرفصل استفاده می‌کنند).

حال این پرسش جای طرح دارد که: «انواع روش‌هایی که در این درس تدریس می‌شوند، چه هستند؟» بررسی جزوات و منابع الکترونیک مدرسان (دانشگاه‌های مجری این سرفصل) به دامنه بسیار محدودی از روش‌ها می‌رسد. در واقع - اگر ارزیابی تولیدات صنعتی را کنار بگذاریم - فقط دو رویکرد وجود دارد: (۱) یک نوع نقد فرمالیستی موسوم به «نقد گشتالت» یا «روش استاد مدارایی» و (۲) معناشناسی و نشانه‌شناسی آثار.

۱. نقد فرمالیستی آثار طراحی صنعتی: پس از راه‌اندازی دوره کارشناسی ارشد طراحی صنعتی، استاد سردار حاجتی مدارایی^{۳۷} برای ارتقای این درس تلاش زیادی می‌کند و به تدریج، براساس آموزه‌های نقد در دانشگاه‌های آلمان - که خود فارغ التحصیل آنجا بودند - و مطالعه نقدهای فرمالیستی، روشی را توسعه می‌دهند که به آن «آنالیز گشتالت» می‌گفتند^{۳۸} و در جامعه طراحان صنعتی به همین نام و نیز «روش استاد مدارایی» معروف است. این روش تا اواخر دهه ۱۳۸۰ روش مسلط بر آموزش نقد طراحی صنعتی بود و هنوز هم شناخته‌شده‌ترین و مدون‌ترین روش در بین طراحان صنعتی است؛ لذا، این پرسش باید مطرح شود که: روش تحلیل گشتالت چیست؟ و چگونه شکل گرفته است؟ اغلب تصور می‌کنند که این روش نقد، برگرفته از نظریه «ادارک شناسی گشتالت» است؛ اما ارتباط بسیار کمی میان این روش و نظریه گشتالت وجود دارد. در واقع، این روش در فضای دانشگاه‌های آلمان رواج داشته است. در زبان

پی‌ریزی مبانی نظری لازم، تنها چند روش محدود آموزش داده می‌شوند.

- معلوم نیست هدف این آموزش‌ها تربیت نقاد است یا تربیت یک طراح که در تحقیقات پروژه، از روش‌های نقد استفاده می‌کند؟ تاکید بر آموزش‌هایی که کاربرد آن‌ها در فرایند طراحی، کاملاً، ملموس باشد، جسارت آموزش نقد را گرفته است. این آگاهی وجود ندارد که هر حوزه‌ای نقاد تربیت یافته خود را می‌خواهد و در ضمن منافاتی میان طراح بودن و نقاد بودن نیست؛ یک طراح می‌تواند نقاد طراحی هم باشد و نقد بینش کلی طراحی را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

- امروزه آموزش‌ها تمرکز شدیدی بر نشانه‌شناسی دارند؛ اما در مبانی نظری نشانه‌شناسی نیز دچار مشکلات جدی هستند. از یک سو، این نقدها هنوز متأثر از نقدهای سمیوتیکی اثبات‌گرایانه در دهه ۱۹۸۰ م. هستند و از دیگر سو، از مفاهیم اولیه سمیولوژی سوسوری فراتر نمی‌روند. در ضمن به تفاوت‌های نشانه‌شناسی طرح با ادبیات یا هنر توجه نمی‌شود. پیشینه نادرست معناشناسی محصول در دهه ۸۰ م. - که با رویکرد اثبات‌گرایانه در پی یافتن معنای نهایی طرح بودند- در کنار تاکید بر کاربردی بودن آموزش، به اغتشاش مبانی نظری دامن می‌زنند.

به هر حال، باید این نکته را در نظر گرفت که، در هر حوزه‌ای، نقد یک گفتمان است و بسیاری از حمایت‌ها باید صورت بگیرد؛ تا این گفتمان شکل بگیرد. با توجه به این که حوزه طراحی صنعتی، حتی در دانشگاه‌های مجری این دوره نیز از حمایت‌های لازم، محروم است، می‌شود گفت که، فعالان این بخش در حد توان کوشیده‌اند تا این گونه از دانش را پیش برند. در این راستا، از همان زمان جهش نقد در دهه ۸۰، در حوزه طراحی صنعتی نیز پژوهش‌های نقادانه‌ای، به طور جسته و گریخته آغاز گردید. در ادامه، به تحلیل این پژوهش‌ها پرداخته خواهد شد.

طبقه‌بندی پژوهش‌های نقادانه طراحی صنعتی در ایران
با استناد به مرور شمارگان مجلات معتبر مرتبط با موضوع و هم‌چنین، جستجوهای آزاد انجام شده، می‌توان گفت که، تعداد کتاب‌ها و مقالات پژوهشی - که در زمینه نقد آثار طراحی صنعتی در مجلات معتبر به چاپ رسیده‌اند- به تعداد انگشتان دو دست نمی‌رسند! لذا، صحبت از طبقه‌بندی و به‌ویژه فراترکیب این مقالات شاید کمی عجیب باشد. با این وجود در این پژوهش، به این پرسش نیز

آلمانی به جای واژه فرم، از واژه گشتالت استفاده می‌شود. لذا، وقتی می‌گویند تحلیل گشتالت، منظورشان فقط بررسی قواعد نظریه گشتالت - از قبیل مشابَهت، مجاورت، پیوستگی و تداوم - نیست، بلکه منظور نوعی تحلیل شکلی (فرمال) است. این روش به طور کلی شامل دو بخش است: (۱) تجزیه فرم به عناصر تشکیل دهنده آن؛ (۲) بررسی ساختار، نحوه ترکیب عناصر و ایجاد کیفیت‌های بصری.

گفتنی است که در حوزه (به اصطلاح) هنرهای کاربردی، مانند طراحی معماری و طراحی گرافیک، منابعی وجود دارند که بسیار پرجا و نامدار هستند؛ مانند کتاب مبادی سواد بصری^{۳۹} (دونیس، ۱۳۸۹)، «معماری فرم، فضا، نظم» (چینگ، ۱۳۹۲)، «اصول فرم و طرح» (وسیوس، ۱۳۸۰)، «پیدایش فرم» (آرنابولدی و گاربانیاتی، ۱۳۷۲) و برخی منابعی که زنده یاد «عربعلی شروه» ترجمه و تدوین کرده بود. این منابع گفتمان نقد فرمالیستی در هنرهای تجسمی را حول دو محور «تجزیه» (عناصر بصری) و «ترکیب» (کیفیات بصری) سازمان‌دهی می‌کنند. تحلیل گشتالت، تلفیقی از نظریه ادراک‌شناسی گشتالت و روش‌های تحلیل فرم در امثال منابع یاد شده است. اگرچه تاثیر نظریه ادراک‌شناسی گشتالت بر کلیت این تحلیل دیده می‌شود - به‌ویژه زمانی که از ادراک کلیت محصول (کنتور) و تفکیک آن از زمینه صحبت می‌کند - لیکن، تاثیر گروه دوم بیش‌تر بوده است. در مجموع می‌شود گفت که، این روش از نوع تحلیلی و اثبات‌گرایانه است.

۲. نقد معناشناختی و نشانه‌شناختی آثار طراحی صنعتی:
از اواسط دهه ۱۳۸۰ خورشیدی، موضوع نقد ادبی و هنری در ایران رشد جهش‌گونه‌ای داشت. فرهنگستان هنر و گروه نشانه‌شناسی آن^{۴۰}، نقش به‌سزایی در این جهش داشتند. پیش از این، به سابقه معناشناسی محصولات در دهه ۱۹۸۰ م. اشاره شد. آن پیش‌زمینه، در جریان نشانه‌شناسی دهه ۱۳۸۰ جان دوباره گرفت. در این دوران، پژوهشگران جوانی جذب موضوع و روش‌های نقد در حوزه‌های طراحی و معماری شدند که در نتیجه آن موضوع «نشانه‌شناسی محصول» به آرامی به مباحث درس برخی مدرسان نقد آثار طراحی صنعتی افزوده شد - و اشاره شد که در یک بازنگری، حتی عنوان درس به معناشناسی و نقد آثار طراحی صنعتی تغییر می‌کند - اما این درس هم‌چنان دچار مشکلات جدی است؛ از جمله این که:

- در آموزش نقد، یک دید از بالا و جامع وجود ندارد و بدون

شناسایی شد؛ که عبارتند از: (۱) مطالب تبلیغاتی؛ (۲) مطالب انتقادی به تولید صنعتی؛ (۳) مطالب مربوط به تبلیغ مدرنیسم؛ (۴) نقد آثار طراحی صنعتی در خلال تاریخ‌نگاری آن؛ (۵) نقد مستقل اما با الگوبرداری از نقد هنری؛ (۶) نقد معناشناختی محصول در دهه ۸۰ م.؛ (۷) نقد محصولات طراحی صنعتی در مطالعات زمینه‌گرا و فرهنگی؛ (۸) نقد محصولات طراحی صنعتی در شبکه‌های اجتماعی و (۹) پژوهش‌های نقادانه دانشگاهی.

پس از آن، سیر نقد طراحی صنعتی در ایران مورد بررسی قرار گرفت. گرچه این حوزه از نقد در ایران، هم از نظر کمی و هم از نظر کیفی، بسیار ضعیف است، اما این گونه نیست که، هیچ‌کاری در این زمینه انجام نشده باشد. هر چهار گونه نقد مورد نظر این پژوهش در طراحی صنعتی ایران نیز رواج دارند. به‌طور ویژه، در فضای دانشگاهی دو روش نقد شناسایی شدند: (۱) نقد فرمالیستی و (۲) نقد نشانه‌شناختی.

در پاسخ به پرسش دیگری از سلسله پرسش‌ها، سه راهبرد در پژوهش‌های جدی نقد طراحی صنعتی در ایران، شناسایی شدند: (۱) راهبرد توسعه‌ای؛ (۲) راهبرد کاربردی و (۳) راهبرد روش‌شناسی تجویزی.

در این گزارش بیش از این مجال برای بحث و نقد وضعیت کنونی وجود ندارد؛ لذا، به این مختصر اکتفا می‌شود که، نقد آثار طراحی صنعتی در ایران دوروی خوب و بد دارد. روی خوب آن این است که، این حوزه بدون حمایت‌هایی که لازمه شکل‌گیری یک گفتمان نقادانه هستند، بادست خالی، تا همین جا هم دستاوردهای خوبی داشته است. طرف بد آن این است که، این حوزه دچار چالش‌های ساختاری ژرفی است. البته، جامعه علمی این رشته و به‌ویژه دانشجویان مستعد و پرتلاش آن می‌توانند به راحتی این خلأها را پر کنند؛ انشاالله.

پرداخته شد که: رویکردها و راهبردهای پژوهش‌های نقادانه طراحی صنعتی در ایران چه هستند؟ نتایج بررسی‌های این پژوهش نشان‌دهنده سه راهبرد در مقالات یاد شده است:

۱. پژوهش‌ها با راهبرد توسعه‌ای: پژوهش‌هایی هستند که، به معرفی و توسعه روش‌های نقد هنری و ادبی می‌پردازند و مسأله آن‌ها این است که، چگونه می‌توان از روش مورد نظر برای نقد و فهم طرح محصولات صنعتی استفاده کرد؟ این پژوهش‌ها با نشانه‌شناسی^{۴۱} آغاز شده‌اند؛ اما امروزه کمی وسعت یافته‌اند و به حوزه‌هایی مانند هرمنوتیک و یا نظریه فرهنگی^{۴۲} نیز وارد شده‌اند.

۲. پژوهش‌ها با راهبرد کاربردی: گروه دوم مقالات و پژوهش‌هایی هستند که از یک روش نقد، به عنوان ابزار، برای شناسایی یک سبک، آثار یک هنرمند یا یک دوره استفاده می‌کنند. معمولاً در این مقالات^{۴۳} نیز حجم مبسوطی به معرفی روش اختصاص می‌یابد.

۳. پژوهش‌ها با راهبرد روش‌شناسی تجویزی: گروه سوم مقالات، گزارشگر پژوهش‌هایی هستند که در آن‌ها کوشش شده است روش‌ها و گفتمان نقد، به حوزه روش‌شناسی طراحی تعمیم داده شود. به عبارتی این پژوهش‌ها^{۴۴} در پی به‌کارگیری و تجویز روش شناختی نقد در عمل طراحی هستند.

نتیجه‌گیری

در این مقاله برای شناسایی سیر شکل‌گیری و درک وضعیت کنونی نقد طراحی صنعتی در ایران، ابتدا، یک طبقه‌بندی چهارگانه توسعه یافت که انواع نقد را در چهار گروه دسته‌بندی می‌کند: (۱) نقد ارزیابانه؛ (۲) نقد تشریحی. همدلانه؛ (۳) نقد تحلیلی و (۴) نقد خوانشی. سپس، با بررسی پیشینه تاریخی انواع نقد آثار طراحی صنعتی، نُه گونه

پی‌نوشت

1. QFD.
2. Kansei.
3. AHP.
4. Assessment.

۵. نک. (Sandelowski and Barroso 2006).

۶. گرچه این عبارت خوش‌آوا نیست و رواج ندارد.

۷. البته، این در مورد نقدهای زمینه‌گرا صدق نمی‌کند.

۸. منظور از راهبرد، اهداف پژوهش و روش‌های رسیدن به آن اهداف است.

9. Cognitive.
10. Christie's.
11. Bonham's.

12. Phillips.
13. Freelancer.

۱۴. دیتررمز (Dieter Rams)، طراح آلمانی متولد ۱۹۳۲ و سرطراح شرکت براون. برای «ده اصل طراحی خوب» نک. (Klomp, ۲۰۱۲).
۱۵. البته، نقدهای همدلانه و به ویژه نقدهای تفسیری گاهی جنبه بدبینانه هم پیدا می‌کنند.

16. Chronological.

۱۷. هرکدام از این گونه‌ها در یکی از طبقات چهارگانه قرار می‌گیرد.

18. Thomas Chippendale.
19. Matthew Boulton.
20. Crystal Palace.
21. Henry Cole.
22. Gottfried Semper.
23. John Ruskin.
24. William Morris.
25. I sprit nouveau.
26. Design Icons.
27. Dan Neil.
28. Hochschule für Gestaltung Ulm.
29. Design as Sign.
30. Semantic Added Value.
31. Semiotic.
32. Semiology.

۳۳. نک. (لمبرز، ۱۳۹۳).

۳۴. مجله Design Issues از دانشگاه MIT.

۳۵. سرفصل کارشناسی ارشد طراحی صنعتی در سال ۱۳۶۹ به تصویب شورای عالی برنامه‌ریزی وزارت فرهنگ و آموزش عالی رسیده است.

۳۶. البته، این سرفصل هم چنان سرفصل رسمی وزارت علوم است.

۳۷. استاد پیشکسوت طراحی صنعتی ایران و هیات علمی بازنشسته دانشگاه تهران.

۳۸. نگارنده این موضوع را از استادمدارایی پرسش کرده است و ایشان این پاسخ را دادند.

۳۹. این کتاب نخستین بار در سال ۱۳۶۸ منتشر شده است و امروز به چاپ سی و هفتم رسیده است! و ترجمه‌های دیگری نیز از آن منتشر شده است. خود استاد مدارایی این منبع را به نگارنده معرفی کرده است.

۴۰. که بعدها «حلقه نشانه‌شناسی تهران» نام گرفت.

۴۱. نک. (محمودی ولژی، ۱۳۸۷) (مقدم، ۱۳۸۸).

۴۲. نک. (عموئیان و محمودی، ۱۳۹۸).

۴۳. نک. (مجیدی و فرج‌عصری، ۱۳۹۰؛ امرایی، ۱۳۹۰؛ امرایی، ۱۳۹۲؛ الف؛ مهدیه، نرسیسیان و مقدم، ۱۳۹۴).

۴۴. نک. (امرایی، ۱۳۹۲؛ و شریفی و آژدری، ۱۳۹۵).

کتاب‌نامه

- آرنابودی، ماریو و گاربانایاتی، انریکو (۱۳۷۲). **پیدایش فرم**، ترجمه مینا نوری، تهران: دانشگاه هنر.
- احمدی، بابک (۱۳۸۸). **حقیقت و زیبایی**، تهران: مرکز.
- امرایی، بابک (۱۳۹۰). «**تحلیل نشانه‌شناختی طراحی پسامدرن**»، باغ نظر، شماره ۱۶، ۶۶-۷۸.
- امرایی، بابک (۱۳۹۲ الف). **پسامدرن و طراحی فراصنعتی**، تبریز: دانشگاه هنر اسلامی تبریز.
- امرایی، بابک (۱۳۹۲ ب). «**روش‌شناسی طراحی بر اساس دانش بینامتنی**»، همایش بازنمایی فضاهای شهری در هنر و ادبیات، به کوشش بهمن نامور مطلق، تهران: موسسه نشر شهر، سازمان فرهنگی و هنری شهرداری تهران، ۶۷-۹۱.
- بارت، رولان (۱۳۹۲). **اسطوره امروز**، ترجمه شیرین دخت دقیقیان، تهران: مرکز.
- برت، تری (۱۳۹۲). **نقد هنر**، ترجمه کامران غیرایی، تهران: کتاب نشر نیک.
- برتنز، یاهانس و بلم (۱۳۸۸). **نظریه ادبی (مقدمات)**، ترجمه فرزانه سجودی، تهران: آهنگ دیگر.
- جاناوی، کریستوفر (۱۳۸۴). «**افلاطون**» (**دانش‌نامه زیبایی‌شناسی**)، نوشته بریس گات و دومنیک مک آیور لوپس، گروه مترجمان، ۳-۱۱، تهران: فرهنگستان هنر.
- چینگ، فرانک دی. کی. (۱۳۹۲). **معماری، فرم، فضا و نظم**، ترجمه بهاره رضایی جعفری-ماریا حسین پور نادر، تهران: طحان.
- دونیس، داندیس (۱۳۸۹). **مبادی سواد بصری**، ترجمه سعید آقایی، تهران: گنج هنر.
- سیمون، راجر (۱۳۸۴). «**نقد**» (**دانش‌نامه زیبایی‌شناسی**)، نوشته بریس گات و دومنیک مک آیور لوپس، گروه مترجمان، ۲۲۹-۲۴۱، تهران:

فرهنگستان هنر.

- شریفی، طوفان و اژدری، علیرضا (۱۳۹۵). «بررسی زیرساختارهای نوآوری طراحی محور: مروری بر کاربرد هرمنوتیک در طراحی»، هنرهای زیبا-هنرهای تجسمی، دوره ۲۱، شماره ۱، ۸۷-۹۵.
- عمویان، فروغ و محمودی، فتانه (۱۳۹۸). «فرآیند ششیء گونگی در طراحی محصول در جامعه معاصر با رویکرد به نظریه صنعت فرهنگ»، هنرهای زیبا-هنرهای تجسمی، شماره ۲۴، دوره ۱، ۱۲۵-۱۳۴.
- فلسکی، ریثا و شاموی، دیوید (۱۳۸۸). «مطالعات فرهنگی و زیباشناسی، ترجمه نیما ملک محمدی، تهران: متن.
- لاوسون، برایان (۱۳۹۵). «طراحان چگونه می‌اندیشند»، چ. دوم، ترجمه حمید ندیمی، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- لمبرز، مالا فوریس (۱۳۹۳). «چگونه اشیا ذهن را شکل می‌دهند: نظریه گیرایش مادی، ترجمه وحید عسکری پور، تبریز: دانشگاه هنر اسلامی تبریز.
- مجیدی، سعید و فرج عصری، الهه (۱۳۹۰). «نشانه‌شناسی، زیبایی‌شناسی و عملکردگرایی در طراحی محصول با رویکرد مینی مالیزم احساس‌گرا»، هنرهای زیبا-هنرهای تجسمی، شماره ۴۵، ۷۱-۷۷.
- محمودی، فتانه و لژی، سیدحبیب‌الله (۱۳۸۷). «نشانه‌شناسی در طراحی محصول»، هنرهای زیبا، شماره ۳۴، ۷۱-۸۰.
- مقدم، نسرين (۱۳۸۸). «فرآیند شناسایی محصول نشانه‌شناسی و معنی‌شناسی محصول (مطالعه موردی: ظروف چای ساز)»، هنرهای زیبا، شماره ۳۷، ۷۷-۸۶.
- مهدوی‌نژاد، محمدجواد (۱۳۸۴). «آموزش نقد معماری: تقویت خلاقیت دانشجویان با روش تحلیل همه‌جانبه آثار معماری»، هنرهای زیبا، شماره ۲۲، ۶۹-۷۶.
- مهدیه، راضیه؛ نرسیسیان، امیلیا و مقدم، نسرين (۱۳۹۴). «مطالعه نقش استعاره در محصولات صنعتی در دوره پست مدرن»، هنرهای زیبا-هنرهای تجسمی، دوره ۲۰، شماره ۲، ۸۵-۹۲.
- وسیوس، ونگ (۱۳۸۰). «اصول فرم و طرح، ترجمه آزاده بیداریخت و نسترن لواسانی، تهران: نی.
- Bel Geddes, N. (1932). *Horizons*. Boston: Little, Brown, And Company.
- Burdek, Bernhard E. (2005). *Design: History, Theory and Practice of Product Design*. (Translated by M. Dale, S. Richter and N. Hausmann). Basel: Brikhauser.
- Findeli, A. (1995). Design History and Design Studies: Methodological, Epistemological and Pedagogical Inquiry. *Design Issues*. Spring: 11. 43-65.
- Gombrich, E. H. (1970). *The Story of Art*. London: Paidon.
- Heller, S. (2021). <https://designobserver.com>. 1 2. Accessed 2021. <https://designobserver.com/feature/should-designers-be-design-critics-why-not>.
- Heskett, J. (1985). *Industrial Design*. Thames & Hudson.
- Klemp, K. (2012). Dieter Rams: Ethics and Modern Philosophy. What Legacy Today? *Docomomo Journal*. July. 6. <https://doi.org/10.52200/46.a.erbgmdkw>.
- Le Corbusier (1989). *Towards a New Architecture*. Dover.
- Press.
- Sanelowski, M. and Barroso, J. (2006). *Handbook for Synthesizing Qualitative Research*. Springer.
- Twemlow, A. (2017). *Sifting the Trash: A History of Design Criticism*. Cambridge: MIT Press.

Metasynthesis of Industrial Design Criticism Methods in Iran

Abstract:

In literature, Art and Design, Criticism is one of the most important methods of acquiring and transferring knowledge. Although the subject of design criticism is considered and even approved by the scientific societies of industrial design, but in terms of history, quantity and quality, product design criticism is far behind similar fields (such as architectural design and even graphic design). Therefore, Due to many structural problems, especially inside Iran, this field is in an ambiguous situation, in such a way that not only there are no specialized journals in this field, but even the number of critical articles in reputable journals are very few. This is despite the fact that in other areas of design and art in Iran, criticism has a much better position and many new approaches and methods have been developed and even localized. To get out of this situation, it is necessary to know the field of industrial design criticism in Iran. In this regard, this research examines these central questions: "What has been the evolution of industrial design criticism in Iran?" and "What are the common industrial design criticism methods in Iran?"

In order to get the answer, appropriate methods have been used in different sections. In general, this is a Metasynthesis research, that is, it deals with the secondary analysis of qualitative studies in this field. Therefore, after a systematic review and selection of sources, analytical-content units have been extracted and coded based on four criteria, the desired criteria are: What is criticized? Why is it criticized? How is it criticized? And under what paradigm is it criticized? After coding, the qualitative findings were synthesized and discussed.

As a result of the synthesis and discussions, in the first step of this research, a four-fold classification has been created for the types of industrial design criticism, which are:

1. Evaluative criticism: It is a criticism that is done with the purpose of evaluating, validating or pricing a product.
2. Descriptive criticism: It is a review written with the aim of introducing a work or a designer. In this type of criticism, the critic plays the role of an intermediary between the design and the audience. This type of criticism is usually influenced by the Romantic theories of art and tries to discover, interpret and present the genius of the author or the hidden meaning of the work to the audience.
3. Analytical criticism: At the end of the 19th century, the entry of disciplines such as literature and architecture into universities, together with the general atmosphere of praise for science and faith in positivism, along with the belief in genius, the author's intention and the ultimate meaning of the work, caused criticism to search for meaning, or something hidden in the work, and do this search with the "method of science". Analytical critiques seek to discover the meaning or hidden structures in the work and have a distinct appearance in formalism and even product semiotics.
4. Interpretive criticism: From the post-modern period, many intellectual and philosophical foundations of modern thought and positivism were rejected. This caused the art and design criticism to be seriously transformed. Criticism's mission is no longer to discover the hidden meaning, but criticism seeks to read the work based on its own methods.

Document Type:

Original/Research/Regular Article

Receive Date: 11 June 2023

Accept Date: 04 September 2023

Babak Amraee

Member of Scientific Board, Faculty of Design, Tabriz Islamic Art University, Tabriz, Iran.

Email: b.amraee@tabriziau.ac.ir

DOI:

10.22051/jtpva.2023.44018.1513

Then, nine types of criticism have been identified in the background of the subject, which are: 1. Advertising texts; 2. Critical Texts of industrial production; 3. Prescriptive texts of the modernism stream; 4. Criticism during design historiography; 5. Independent design criticism based on art criticism; 6. Semantic product design criticism; 7. Product design Criticism in contextual and cultural studies; 8. Design criticism in social networks; 9. Academic critical research.

After classifying design criticism methods and the background of design criticism, focusing on the status of design criticism in Iran, the course of formation of academic criticism is explained and two common criticism methods in the Iranian academic space are identified and introduced, which are: 1. A type of Formalist criticism known as "Gestalt criticism" or "the method of master Modarai" and 2. Some kind of "product design semiotic".

The first type has become popular at the beginning of the industrial design master's program in Iran. This method of criticism is a form of "formal analysis" and generally includes two parts: the breakdown of form into visual elements and then, the combination (visual qualities) of the structure and combination of elements. This method is a combination of basic criticisms of visual arts and Gestalt theory of perception, and it is very close to common methods in Iranian graphic design criticism. In general, this type of criticism belongs to the group of analytical criticisms and seeks to identify the form in a quasi-scientific and positivist atmosphere.

The second type has become popular about a decade later and has been influenced by semiotic art and literary criticism methods in Iran. However, there are still serious problems with its theoretical foundations, including that these critiques still do not consider the difference between semiology and semiotics. Or they don't even pay attention to the difference between design criticism and evaluating industrial products. They are also undecided about the function of design criticism education. It is not yet clear whether these trainings seek to educate critics or design practitioners that uses criticism in the practice of design.

At the end, three common research strategies in design criticism research are introduced: 1. Researches with a development strategy: they are researches that introduce and develop the methods of artistic and literary criticism. Their issue is how to use the desired method for design criticism? And how to understand design by those methods? These researches started with semiotics, but today they have expanded a little and entered areas such as hermeneutics or cultural theory. 2. Researches with applied strategy: The second group are articles and researches that use a critical method (as a tool) to identify a style, the works of a designer or a period. Usually, in these articles, an extended volume is devoted to the introduction of the method. 3. Researches with a prescriptive design methodology strategy: The third group are the articles which have tried to expand the design criticism methods to the field of design methodology. In other words, these researches seek to apply and prescribe the methodology of criticism in the practice of design.

Industrial design criticism in Iran has both good and bad sides. The good side of it is that this field has made good achievements so far with empty hands without the support that is necessary for the formation of a critical discourse. The downside is that this field has deep structural challenges. In teaching design criticism, there is no comprehensive pilot view, and only a few limited methods are taught without establishing the necessary theoretical foundations. Of course, the scientific community of this field and especially its talented and hardworking students can easily fill these gaps.

Keywords: Criticism, Industrial Design, Design Criticism, Meta Synthesis

References:

- Ahmadi, B. (2009). *Truth and Beauty*. Tehran: Nashr-e-Markaz.
- Amoian, F., & Mahmoudi, F. (2019). Objectification Process of Product Design in Contemporary Society: Culture Industry Theory (A Case Study on Cell Phone). *Journal of Fine Arts: Visual Arts*. February. 1. 125-134. doi: 10.22059/jfava.2017.240583.665724.
- Amraee, B. (2013a). *Postmodern and Post-Industrial Design*. Tabriz: Islamic Arts University of Tabriz.
- Amraee, B. (2013b). *Design Methodology based on Intertextual Knowledge*. Conference on Representation of Urban Spaces in Art and Literature. Tehran: Shahr Publishing, Cultural and Artistic Organization of Tehran Municipality.
- Amraei, B. (2011). Semiotic Analysis of Postmodern Design. *The Monthly Scientific Journal of Bagh-e Nazar*. June. 16. 66-78.
- Arnaboldi, M., Garbaniati, E. (1993). *Origin of Form*. (Translated by M. Nouri). Tehran: University of Art Press.
- Barrett, T. (2013). *Criticizing Art*. (Translated by K. Ghobrai). Tehran: Nik.
- Barth, R. (2013). *Today's Myth*. (Translated by Sh. Dakhiyan). Tehran: Nashr-e-Markaz.
- Bel Geddes, N. (1932). *Horizons*. Boston: Little, Brown, And Company.
- Bertens, J. W. (2009).
- Burdek, Bernhard E. (2005). *Design: History, Theory and Practice of Product Design*. (Translated by M. Dale, S. Richter and N. Hausmann). Basel: Birkhauser.

- Ching Frank, D. K. (2013). *Architecture, Form, Space and Order*. (Translated by B. Rezaei Jafari et al.) Tehran: Tahan.
- Donis, D. (2019). *A primer of Visual Literacy*. (Translated by S. Aghaei). Tehran: Ganje Honar.
- Felsky, R., and Shamoy, D. (2009). *Cultural Studies and Aesthetics*. (Translated by N. Malek Mohammadi). Tehran: Matn.
- Findeli, A. (1995). Design History and Design Studies: Methodological, Epistemological and Pedagogical Inquiry. *Design Issues*. Spring: 11. 43-65.
- Gombrich, E. H. (1970). *The Story of Art*. London: Paidon.
- Heller, S. (2021). <https://designobserver.com>. 1 2. Accessed 2021. [https:// designobserver.com /feature/should-designers-be-design-critics-why-not](https://designobserver.com/feature/should-designers-be-design-critics-why-not).
- Heskett, J. (1985). *Industrial Design*. Thames & Hudson.
- Janavi, Ch. (2005). *Plato. In the Encyclopedia of Aesthetics*. (By Brice Gut and Dominic Mclver Lopes). (Translated by The Translators Group). Tehran: Art Academy Publications.
- Klemp, K. (2012). Dieter Rams: Ethics and Modern Philosophy. What Legacy Today? *Docomomo Journal*. July. 6. <https://doi.org/10.52200/46.a.erbcmdkw>.
- Lambros, M. (2014). *How Things Shape the Mind: A Theory of Material Engagement*. (Translated by V. Askarpour). Tabriz: Tabriz Islamic Art University.
- Lawson, B. (2016). *How Designers Think*. (Second Ed.). (Translated by H. Nadimi). Tehran: Shahid Beheshti University Press.
- Le Corbusier (1989). *Towards a New Architecture*. Dover.
- Madjidi, S., & Faraj Asri, E. (2011). Semiotics, Aesthetics and Functionality in Product Design with Emotional Minimalism Approach. *Journal of Fine Arts: Visual Arts*. November. 45. 71-78.
- Mahdavi Nejad, M. J. (2005). Education of Architectural Criticism: Strengthening Students' Creativity with the Method of Comprehensive Analysis of Architectural Works. *Honar-ha-ye Ziba*. Autumn. 22. 69-76.
- Mahdie, R., Nerssissiance, E., & Moghadam, N. (2015). Exploring The Role of Metaphor in Postmodern Movement in Product Design. *Journal of Fine Arts: Visual Arts*. November. 2. 85-92. doi: 10.22059/jfava.2015.55512.
- Mahmoudi, F., Lezgi, H. (2008). (2008). Semiotics in Product Design. *Honar-ha-ye Ziba*. June. 0. 71-80.
- Moghadam, N. (2008). Semiotics in Product Design. *Honar-ha-ye Ziba*. June. 37. 77-86.
- Press.
- Sanelowski, M. and Barroso, J. (2006). *Handbook for Synthesizing Qualitative Research*. Springer.
- Sharifi, T., & Ajdari, A. (2016). Investigation of Infra-Structures of Design Driven Innovation; A Review on Application of Hermeneutics in Dsign. *Journal of Fine Arts: Visual Arts*. April. 1. 87-95. doi: 10.22059/jfava.2016.57712.
- Simon, R. (2005). *Criticism. In the Encyclopedia of Aesthetics*. (By Brice Gut and Dominic Mclver Lopes). (Translated by The Translators Group). Tehran: Art Academy Publications.
- Twemlow, A. (2017). *Sifting the Trash: A History of Design Criticism*. Cambridge: MIT Press.
- Wucius. W. (2001). *Principles of Form and Design*. (Translated by A. Bidarbakht and N. Lavasani). Tehran: Ney.