



<https://liar.ui.ac.ir/?lang=en>

Literary Arts

E-ISSN: 2322-3448

Document Type: Research Paper

Vol. 18, Issue 3, No.56, 2026, pp.99-120

Received: 15/02/2026 Accepted: 17/06/2026

From Poetry to Design: Interpreting Conceptual Metaphors in Persian Poetry in the Creation of Meaning and Form in Industrial Design

Somayeh Rahimi  *

Lecturer, Department of Persian Language and Literature, Faculty of Literature and Humanities, Isfahan University, Isfahan, Iran
s_rahimi_84@yahoo.com

Reza Parsa

M.A. Graduate in Industrial Design, Pars University of Architecture and Art, Tehran, Iran
Rezaparsa.design77@gmail.com

Abstract

Metaphor, from the perspective of Lakoff and Johnson's conceptual metaphor theory, is not a literary device but a fundamental mechanism in human cognition and understanding of the world. Persian poetry represents one of the richest contexts for the emergence of this conceptual system, where complex ideas such as love, knowledge, and existence are represented through metaphors. Contemporary industrial design has moved beyond mere functionalism toward meaningful, emotional, and cultural design, recreating aesthetic and conceptual experiences through form, texture, and user interaction. This study, employing a descriptive-analytical method and an interdisciplinary approach, seeks to answer how conceptual metaphors of Persian poetry can serve as inspirational patterns for creating meaning in industrial design. The findings demonstrate that conceptual metaphors of Persian poetry, beyond their literary function, can be transformed into conceptual models in industrial design and can play a role in shaping form, user experience, and cultural identity of products. Accordingly, re-reading the metaphorical system of Persian poetry can provide a theoretical basis for designing identity-oriented, meaningful, and culture-centered products, creating an effective link between literature, culture, and industrial design.

Keywords: Conceptual Metaphor, Persian Poetry, Industrial Design, Meaning, Cultural Design.

Introduction

The theory of conceptual metaphor, introduced by George Lakoff and Mark Johnson (1980), posits that metaphor is not merely a linguistic phenomenon but a cognitive mechanism through which humans understand abstract concepts by mapping them onto concrete, sensory experiences (Lakoff & Johnson, 1980, p. 3). In this framework, a conceptual metaphor is defined as "a systematic mapping between elements of a concept domain based on human objective experience (source domain) onto another domain that is usually more abstract (target domain)" (Lakoff, 1993, p. 43). Persian poetry, particularly in its classical periods, serves not only as a realm for poetic imagination but also as a medium for cultural and intellectual representation. Within this context, metaphor operates beyond a rhetorical device or verbal ornamentation, functioning as a cognitive and cultural mechanism that enables abstract concepts to be conveyed to the audience through tangible experiences. In the field of industrial design, particularly over the past two decades, approaches emphasizing meaning, experience, and emotion have emerged. Theories such as emotional design (Norman, 2004), meaningful design (Krippendorff, 2006), and cultural design (Margolin, 1995) maintain that a product is not merely a

*Corresponding author

Rahimi, S. and Parsa, R. (2026). From Poetry to Design: Interpreting Conceptual Metaphors in Persian Poetry in the Creation of Meaning and Form in Industrial Design. *Literary Arts*, 18(3), 99-120.



2322-3448 © University of Isfahan

This is an open access article under the CC BY-NC-ND/4.0/ License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).



10.22108/liar.2026.148335.2570

functional object but a carrier of human signs, values, and emotions. Despite this conceptual overlap, few Persian-language studies have addressed the link between the metaphorical system of Persian poetry and industrial design. Literary research has often remained limited to rhetorical and aesthetic analysis of poetic language, while industrial design studies have mostly examined metaphor from the perspective of perceptual psychology and product design (Hekkert & Cila, 2015). The research problem is formulated as an inquiry into how the conceptual metaphor system of Persian poetry can serve as an inspirational model for creating meaning and form in industrial design. This study hypothesizes that Persian poetic metaphors possess systematic structural features that can be translated into design elements, including form, material, user experience, and cultural meaning.

Materials and Methods

This study employs a descriptive-analytical method with an interdisciplinary approach, combining literary analysis and industrial design. The research consists of three main stages. First, literary data collection: key metaphors were extracted from classical Persian poetry, including works by Hafez, Rumi, Saadi, and Sohrab Sepehri. Second, metaphorical system analysis: using Lakoff and Johnson's (1980) conceptual metaphor theory, each extracted metaphor was analyzed to identify its source domain (concrete, sensory experience) and target domain (abstract concept). Third, integration with industrial design principles: a comparative analytical method was used to map conceptual metaphors onto design elements. Each metaphor was analyzed for its potential to be translated into form, material, user experience, and cultural meaning in industrial products.

Metaphors were categorized into five conceptual groups: natural/environmental, movement/dynamics, reflective/epistemic, emotional/psychological, and cultural/symbolic. For each category, conceptual design proposals were developed demonstrating how the metaphor could inform product aesthetics, function, and user interaction. This framework provides a systematic approach to transferring literary-cultural knowledge into industrial design practice.

Research Findings

The analysis revealed that Persian poetry's conceptual metaphors possess significant potential for translation into industrial design across five categories. Natural and environmental metaphors, such as "love is light" and "love is fire" (Hafez), can be expressed through transparent materials, gradual illumination, and forms suggesting emergence and radiance. The metaphor "truth is water" (Rumi) translates into dynamic, flowing forms and interactive products that require user participation. Movement and dynamics metaphors, including "the path of continuous effort" (Hafez) and "seeing differently" (Sepehri), inform designs with guiding lines, progressive disclosure, and adaptable configurations that allow multiple perspectives. Reflective and epistemic metaphors, such as "become a mirror" (Saeb) and "shadow as indirect presence" (Hafez), inspire reflective surfaces and products that respond to user presence, creating feedback loops and personal interaction. Cultural and symbolic metaphors, including "flower and wine as cultural perfection" (Hafez) and "evolution from stone to human" (Rumi), support designs that convey social status, educational progression, and cultural identity through organic forms, quality materials, and multi-stage experiences. Emotional and psychological metaphors, such as "the heart as a path to love" (Neshat Esfahani) and "love as endless search" (Rumi), enable gradual, discovery-based interactions and platforms that encourage sustained engagement. Collectively, these findings demonstrate that Persian poetic metaphors are not merely literary ornaments but actionable cognitive structures for creating meaningful, culturally-grounded industrial design.

Discussion of Results and Conclusions

This study demonstrates that Persian poetry's conceptual metaphors constitute a rich, systematic resource for industrial design, extending far beyond decorative or superficial inspiration. The findings confirm the central hypothesis: metaphors structuring Persian poetic thought can be systematically mapped onto design elements—form, material, user experience, and cultural meaning. The five-category framework provides designers with a practical taxonomy for translating abstract literary concepts into tangible product attributes. This integration offers several significant contributions. First, it validates cognitive linguistics theories (Lakoff & Johnson, 1980; Kövecses, 2010) in a novel applied context, showing that conceptual metaphors operate across verbal and material domains. Second, it addresses the interdisciplinary gap identified in the literature review, where literary studies and design research have remained largely separate (Hekkert & Cila, 2015). Third, it provides a culturally-grounded alternative to universalist design approaches, enabling products that reflect Iranian cultural identity while maintaining contemporary functionality. However, this study has limitations.

The design proposals remain conceptual and require empirical testing through user studies and prototype evaluations. Future research should develop measurable criteria for assessing how effectively metaphorical translations communicate intended meanings to diverse users. Additionally, expanding the corpus to include contemporary Persian poetry and other Iranian art forms could enrich the framework. In conclusion, re-reading Persian poetry's metaphorical system offers a theoretical and practical foundation for meaningful, identity-oriented design, transforming literary heritage into a living resource for innovation in industrial design.

از شعر تا طراحی؛ خوانش استعاره‌های مفهومی شعر فارسی در آفرینش معنا و فرم در طراحی صنعتی

سمیه رحیمی* ، مدرس گروه زبان و ادبیات فارسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

s_rahimi_84@yahoo.com

رضا پارسا، دانش آموخته کارشناسی ارشد طراحی صنعتی، دانشگاه معماری و هنر پارس، تهران، ایران

Rezaparsa.design77@gmail.com

چکیده

استعاره از منظر نظریه استعاره مفهومی لیکاف و جانسون نه آرایه‌ای ادبی بلکه سازوکاری بنیادی در نظام شناخت و درک انسان از جهان است. در این نظریه انسان از طریق شبکه‌ای از استعاره‌های مفهومی، مفاهیم انتزاعی را با توسل به تجربه‌های ملموس و حسی می‌فهمد و باز می‌سازد. با چنین رویکردی، شعر فارسی را می‌توان یکی از غنی‌ترین بسترهای بروز این نظام مفهومی دانست؛ بستری که در آن مفاهیم پیچیده‌ای چون عشق، معرفت و هستی در قالب استعاره‌ها بازنمایی می‌شوند. در سوی دیگر، طراحی صنعتی معاصر نیز در دهه‌های اخیر از سطح کارکردگرایی صرف فراتر رفته و به سوی طراحی معناگرا، احساسی و فرهنگی حرکت کرده است؛ رویکردی که به بازآفرینی تجربه‌های زیباشناختی و مفهومی از خلال فرم، بافت و تعامل کاربر می‌پردازد. این پژوهش با روش توصیفی تحلیلی و رویکردی میان‌رشته‌ای، در پی پاسخ به این پرسش است که استعاره‌های مفهومی شعر فارسی چگونه می‌توانند به الگوهای الهام‌بخش برای آفرینش معنا در طراحی صنعتی تبدیل شوند. یافته‌های پژوهش نشان داد که استعاره‌های مفهومی شعر فارسی، افزون بر کارکرد ادبی، قابلیت تبدیل شدن به الگوهای مفهومی در طراحی صنعتی را دارند و می‌توانند در شکل‌دهی فرم، تجربه کاربر و هویت فرهنگی محصولات نقش‌آفرین باشند. بر این اساس، بازخوانی نظام استعاری شعر فارسی می‌تواند مبنایی نظری برای طراحی محصولاتی هویت‌مند، معناگرا و فرهنگ‌مدار فراهم آورد و زمینه پیوندی مؤثر میان ادبیات، فرهنگ و طراحی صنعتی را فراهم سازد؛ بدین‌سان، پیوند میان ادبیات و طراحی، نه صرفاً تلفیقی میان دو رشته، بلکه بازاندیشی در مفهوم خلاقیت در سنت ایرانی است.

کلید واژه‌ها: استعاره مفهومی، شعر فارسی، طراحی صنعتی، معنا، طراحی فرهنگی

* مسؤول مکاتبات

رحیمی، سیمیه و پارسا، رضا. (۱۴۰۵). از شعر تا طراحی؛ خوانش استعاره‌های مفهومی شعر فارسی در آفرینش معنا و فرم در طراحی صنعتی، *فنون ادبی*، ۱۸ (۳)، ۹۹-۱۲۰.



۱. مقدمه

کلمه استعاره برآمده از واژه یونانی Metaphora است، این لغت نیز مشتق از Meta به معنی «فرا» و pherein «به معنی بردن» است. مقصود از این واژه فرایندهای زبانی خاصی است که در آن جنبه‌هایی از ویژگی‌ها و متعلقات یک شیء به شیء دیگر «فرابرده» یا منتقل می‌شوند؛ به نحوی که چون از شیء دوم سخن می‌رود گویی با شیء نخست برابر است (هاوکس، ۱۳۹۰، ص. ۱۱). پس از دوره‌ای طولانی که استعاره عمدتاً در چارچوب بلاغت سنتی و به عنوان عنصری زیباشناختی و محدود به زبان شاعرانه تلقی می‌شد، نظریه‌پردازان معاصر کوشیده‌اند دامنه معنایی و کارکردی این مفهوم را گسترش دهند؛ در نتیجه، در دوران معاصر، استعاره با رویکردهای نظری متنوعی بازاندیشی شده و جایگاه آن از سطح آرایه‌ای ادبی فراتر رفته است. در زبان‌شناسی شناختی، استعاره دیگر صرفاً پدیده‌ای زبانی یا ادبی محسوب نمی‌شود، بلکه به مثابه فرایندی شناختی در ذهن انسان درک می‌شود که در زبان نمود می‌یابد. بر اساس این دیدگاه، استعاره ابزاری است که نه تنها در تحلیل متون ادبی، در فهم سایر حوزه‌های دانشی وابسته به زبان نیز نقش بنیادین ایفا می‌کند.

در این میان، زبان‌شناسانی چون جورج لیکاف و مارک جانسون با طرح نظریه استعاره مفهومی، نگرشی نوین به استعاره ارائه کردند. آنان استعاره را پدیده‌ای صرفاً زبانی نمی‌دانند، بلکه برای آن ماهیتی ادراکی و مفهومی قائل‌اند؛ بدین معنا که استعاره در بنیان خود حاصل فرایندهای ذهنی و شناختی است و زبان تنها یکی از سطوح بروز آن به شمار می‌آید (Lakoff & Johnson, 1980, p. 3). از این منظر، بسیاری از مفاهیم انتزاعی انسان دارای ساختی استعاری‌اند و انسان از طریق نگاشت میان حوزه‌های تجربی عینی و حوزه‌های ذهنی انتزاعی، به درک و تبیین این مفاهیم دست می‌یابد. نظریه استعاره مفهومی بر این اصل استوار است که مفاهیم انتزاعی اغلب از طریق مفاهیم ملموس‌تر فهمیده می‌شوند؛ حتی اگر نموده‌های زبانی این استعاره‌ها در گفتار روزمره به صورت آگاهانه تشخیص داده نشوند. در این چارچوب، استعاره مفهومی به عنوان «نگاشت نظام‌مند میان عناصر یک حوزه مفهومی مبتنی بر تجربه عینی انسان (حوزه مبدأ) بر حوزه‌ای دیگر که معمولاً ماهیتی انتزاعی‌تر دارد (حوزه مقصد) تعریف می‌شود» (Lakoff, 1993, p. 43).

لیکاف و جانسون با انتشار کتاب استعاره‌هایی که با آنها زندگی می‌کنیم، بنیان‌های این نظریه را تثبیت کردند و افق تازه‌ای در پژوهش‌های مربوط به استعاره گشودند. از دیدگاه آنان، نخست آنکه استعاره‌های زبانی تجلی سطحی استعاره‌های مفهومی‌اند؛ دوم آنکه این استعاره‌ها ریشه در تجربه‌های روزمره انسان دارند و سوم آنکه استعاره‌ها نقشی اساسی در درک و فهم مفاهیم انتزاعی و ناملموس ایفا می‌کنند (لیکاف و جانسون، ۱۳۹۴، ص. ۱۵). در استعاره مفهومی، رابطه‌ای ساختاری میان دو حوزه مفهومی برقرار می‌شود که به صورت نگاشت یا تناظر میان عناصر آنها عمل می‌کند. این ساختارها که در زبان‌شناسی شناختی از آنها با عنوان «انگاره‌ها» یاد می‌شود، شامل حوزه مبدأ — که غالباً عینی، حسی و مبتنی بر تجربه زیسته است — و حوزه مقصد — که ماهیتی انتزاعی‌تر و ذهنی دارد — هستند.

در حوزه طراحی صنعتی نیز به‌ویژه در دو دهه اخیر، رویکردهایی پدید آمده‌اند که بر اهمیت معنا، تجربه و احساس در طراحی تأکید دارند. نظریه‌هایی چون «طراحی احساسی» (Norman, 2004)، «طراحی معنادار» (Krippendorff, 2006) و «طراحی فرهنگی» (Margolin, 1995) بر این باورند که محصول تنها شیئی عملکردی نیست، بلکه حامل نشانه‌ها، ارزش‌ها و عواطف انسانی است. در این میان، استعاره به عنوان یکی از ابزارهای مؤثر انتقال معنا در طراحی، به طراحان کمک می‌کند تا مفاهیم انتزاعی و ارزش‌های فرهنگی را در قالب فرم، رنگ، بافت و تجربه کاربری تجسم بخشند. بدین ترتیب، استعاره در طراحی همان نقشی را ایفا می‌کند که در شعر فارسی دارد: پلی میان ذهن و ماده، معنا و تجربه.

با وجود این هم‌پوشانی مفهومی، در پژوهش‌های فارسی کمتر به پیوند میان نظام استعاری شعر فارسی و طراحی صنعتی پرداخته شده است. پژوهش‌های ادبی اغلب به تحلیل بلاغی و زیباشناسی زبان شعر محدود مانده‌اند؛ در حالی که مطالعات طراحی صنعتی بیشتر استعاره را از منظر روان‌شناسی ادراک و طراحی محصول بررسی کرده‌اند (Hekkert & Cila, 2015). این دوگانگی سبب شده است که جای خالی پژوهشی میان‌رشته‌ای که بتواند استعاره را سازوکاری مشترک میان زبان و طراحی بداند، احساس شود.

۱-۱. پیشینه پژوهش

پس از طرح نظریه استعاره مفهومی توسط لیکاف و جانسون، این رویکرد به یکی از جریان‌های مهم مطالعات زبان‌شناسی شناختی و نقد ادبی تبدیل شد و پژوهشگران بسیاری در ایران به بررسی استعاره‌های مفهومی در متون نظم و نثر فارسی پرداختند. در حوزه مبانی نظری، پژوهش «استعاره‌های مفهومی در زبان فارسی؛ تحلیلی شناختی و پیکره‌مدار» از **افراشی و همکاران (۱۳۹۴)** از جمله مطالعات بنیادینی است که به تبیین سازوکارهای شناختی استعاره مفهومی در زبان فارسی اختصاص یافته و زمینه نظری بسیاری از پژوهش‌های بعدی را فراهم کرده است.

در حوزه تحلیل متون ادبی، پژوهشگران متعددی به بررسی استعاره‌های مفهومی در آثار شاعران فارسی‌زبان پرداخته‌اند. از جمله **دریکوند و همکاران (۱۴۰۱)** در مقاله «استعاره‌های مفهومی خشم در دیوان خاقانی» نشان دادند که مفهوم خشم در شعر خاقانی عمدتاً از طریق حوزه‌های مبدأ طبیعی، جسمانی و حرکتی مفهوم‌سازی شده است. **نافلی شهرستانی و آقاحسینی (۱۴۰۲)** در مقاله «تحلیل بلاغی کلان‌استعاره‌ها و خرده‌استعاره‌های مفهومی جان در مثنوی معنوی» ساختارهای استعاری مرتبط با مفهوم جان را بررسی و نقش آن را در نظام فکری مولوی تبیین کرده‌اند. همچنین **فروزانفر (۱۳۹۸)** در مقاله «تحلیل زبان‌شناسانه استعاره مفهومی عشق در غزلیات امیرخسرو دهلوی» نشان داده است که مفهوم عشق در غزلیات امیرخسرو بر پایه شبکه‌ای از استعاره‌های شناختی شکل گرفته است.

برخی دیگر از پژوهش‌ها بر تحلیل مفاهیم خاص در آثار شاعران کلاسیک متمرکز بوده‌اند؛ از جمله **محسنی گردکوهی و همکاران (۱۳۹۹)** در مقاله «تحلیل استعاره‌های مفهومی قدرت و خوشه‌های معنایی مرتبط با آن در شاهنامه فردوسی» ساختارهای شناختی مفهوم قدرت را بررسی کرده‌اند. **زاهدی و همکاران (۱۴۰۱)** در پژوهش «بررسی استعاره مفهومی زمان در شعر حافظ و جهان‌ملک خاتون» نشان داده‌اند که مفهوم زمان در آثار این دو شاعر از طریق حوزه‌های مفهومی مشابه و در عین حال متمایز بازنمایی می‌شود. همچنین **استوار نامقی (۱۳۹۵)** در «بررسی تطبیقی استعاره‌های مفهومی مشترک رباعیات خیام و طلاس ابوماضی» و **بهمنش و همکاران (۱۴۰۰)** در مقاله «مقایسه استعاره‌های مفهومی دنیا در اشعار سعدی و پروین» به مطالعه تطبیقی استعاره‌های مفهومی در متون ادبی فارسی پرداخته‌اند.

در ادامه این رویکرد، **خصلتی و همکاران (۱۴۰۱)** در مقاله «تحلیل استعاره مفهومی ساختاری هستی در غزل‌های بیدل دهلوی»، **وحدانی‌فر و انتظاری (۱۴۰۱)** در «تحلیل استعاره‌های مفهومی عشق در حکایت شیخ صنعان»، **فرحانی‌زاده و محمدیان (۱۳۹۷)** در پژوهش «استعاره مفهومی شادی در دیوان شمس» و **بهنام (۱۳۸۹)** در مقاله «استعاره مفهومی نور در دیوان شمس» به بررسی چگونگی بازنمایی مفاهیم بنیادینی چون هستی، عشق، شادی و نور در شعر فارسی پرداخته‌اند. مجموعه این پژوهش‌ها نشان می‌دهد که نظریه استعاره مفهومی ظرفیت گسترده‌ای برای تحلیل نظام‌های معنایی و شناختی ادبیات فارسی دارد.

در حوزه طراحی صنعتی نیز، مطالعات متعددی به بررسی نقش استعاره در خلق محصول و تجربه کاربر پرداخته‌اند. نورمن در کتاب *Emotional Design* نقش احساسات و تجربه کاربر را در طراحی محصول، بررسی و تأکید می‌کند که طراحی تنها به عملکرد فیزیکی محدود نمی‌شود و می‌تواند تجربه‌ای احساسی و معناگرا برای کاربر ایجاد کند (Norman, 2004). کریپن‌دورف در کتاب *The Semantic Turn* طراحی را نه صرفاً خلق شیء، بلکه خلق معنا می‌داند و بر نقش استعاره و مفهوم‌سازی در طراحی محصولات تأکید دارد (Krippendorff, 2006)؛ همچنین، مارگولین در مقاله «Culture is Everywhere» منتشرشده در نشریه *Design Issues* نیز با تمرکز بر طراحی فرهنگی نشان می‌دهد که محصولات صنعتی باید با زمینه فرهنگی پیوند داشته باشند تا هویت و ارزش‌های معنایی خود را حفظ کنند (Margolin, 1995).

در پژوهش‌های تخصصی‌تر، گولاری در مقاله «Metaphors in Design: How We Think of Design Expertise» منتشرشده در *Journal of Research Practice* نشان می‌دهد که استعاره‌ها نقش کلیدی در ادراک تخصص طراحی دارند و ابزار مهمی برای انتقال دانش ضمنی و خلاقیت طراحان هستند (Guluri, 2015). وانگ در مقاله «A Framework of Product Design by Metaphor» منتشرشده در *Journal of Mechanical Engineering Science* چارچوبی برای طراحی محصول مبتنی بر استعاره ارائه می‌کند و نشان می‌دهد که استعاره می‌تواند مسیرهای نوآورانه در طراحی صنعتی ایجاد کند (Wang, 2019)؛ همچنین، تانگ در مقاله «Associations with and Recognition of Product Metaphors» منتشرشده در *Journal of Design Research* تأثیر استعاره‌های محصول بر ادراک و تجربه کاربران را بررسی کرده است و تأکید می‌کند که استعاره در طراحی محصول، نه تنها مفهوم را منتقل می‌کند، بلکه تجربه کاربر و ارتباط احساسی با محصول را شکل می‌دهد (Tung & Tseng, 2019).

بررسی پیشینه نشان می‌دهد که با وجود تحقیقات گسترده در هر یک از دو حوزه شعر فارسی و طراحی صنعتی، تاکنون هیچ پژوهش میان‌رشته‌ای جامعی مشاهده نشد که به‌طور مستقیم ظرفیت‌های استعاره‌های مفهومی شعر فارسی را به‌عنوان منبعی برای طراحی صنعتی معناگرا و فرهنگ‌محور بررسی کند. مرور پژوهش‌های ادبی نشان می‌دهد که تحلیل‌ها عمدتاً بر جنبه‌های زبانی، بلاغی و فرهنگی استعاره متمرکز بوده و کمتر به کاربرد آن در حوزه طراحی پرداخته شده است. از سوی دیگر، پژوهش‌های طراحی بیشتر بر استعاره به‌عنوان ابزار خلاقیت و ایجاد تجربه کاربری تأکید دارند و پیوند با میراث ادبی و فرهنگی کشورها را کمتر بررسی کرده‌اند؛ از این رو، پژوهش حاضر می‌کوشد با رویکردی میان‌رشته‌ای، پیوندی میان مطالعات ادبی و طراحی صنعتی برقرار کند و امکان بهره‌گیری از نظام استعاری شعر فارسی را در طراحی معناگرا و فرهنگ‌محور نشان دهد و این خلأ میان‌رشته‌ای را پوشش دهد.

۲-۱. روش پژوهش

پژوهش حاضر با روش توصیفی تحلیلی و با رویکرد میان‌رشته‌ای و ترکیبی از تحلیل ادبی و طراحی صنعتی انجام شده است. هدف اصلی، شناسایی و استخراج استعاره‌های کلیدی در شعر فارسی و بازنمایی آنها در فرم، کارکرد و تجربه محصول بود که شامل سه مرحله اصلی می‌شود: ۱. گردآوری داده‌های ادبی. ۲. تحلیل نظام استعاری. ۳. تلفیق با اصول طراحی صنعتی، که در این مرحله، از روش تحلیل تطبیقی استفاده شد؛ یعنی استعاره‌ها ابتدا در شعر تحلیل شدند و سپس با نمادها و عناصر طراحی صنعتی مرتبط شدند تا چارچوبی کاربردی ایجاد شود.

۳-۱. پرسش پژوهش

چگونه می‌توان از نظام مفهومی استعاری شعر فارسی، به‌عنوان بخشی از میراث فکری و زیباشناسی ایرانی، الگویی الهام‌بخش در طراحی صنعتی، برای طراحی معنادار و فرهنگی استخراج کرد؟

۲. بحث و بررسی

استعاره در خاستگاه اصلی خود یعنی ادبیات، پیوندی مستقیم با زبان و فرایند آفرینش کلام پیدا می‌کند. گوینده برای انتقال معنا معمولاً واژگانی را برمی‌گزیند که مستقیماً مقصود او را بیان کنند؛ با این حال در بسیاری موقعیت‌ها، واژه‌ها در معنایی غیرحقیقی به کار گرفته می‌شوند تا سخن حالتی غیرمستقیم، مجازی و چندلایه پیدا کند. شکل‌گیری این کاربرد مجازی تنها زمانی پذیرفتنی است که میان معنای حقیقی و غیر حقیقی نوعی تناسب برقرار باشد. هنگامی که این پیوند بر پایه «شباهت» ساخته شود، ساخت حاصل را «استعاره» می‌نامیم. در چنین فرایندی، شنونده ناگزیر است مکث کند و با مقایسه دو حوزه، معنای واقعی سخن را دریابد. ارزش زیبایی‌شناختی استعاره نیز دقیقاً در همین مشارکت ذهنی مخاطب نهفته است؛ یعنی جایی که او از مسیر کشف شباهت‌ها به حقیقت مد نظر گوینده نزدیک می‌شود. این همان نگرش سنتی به استعاره است که آن را پدیده‌ای زبانی، بلاغی و وابسته به جابه‌جایی واژگان می‌داند. ارسطو نیز در همین چارچوب، استعاره را انتقال نام یک چیز به چیز دیگر تعریف می‌کند و انواع این انتقال را از جنس به نوع، از نوع به جنس یا از یک نوع به نوعی دیگر می‌داند (ارسطو، ۱۳۴۳، ص. ۹۰).

به همین دلیل، استعاره در طول تاریخ عمده‌تاً محدود به قلمرو ادبیات، به‌ویژه شعر، تلقی می‌شد و تحلیل آن نیز در قلمرو علوم بلاغی قرار می‌گرفت. تا پیش از قرن بیستم تنها شمار اندکی از فلاسفه به نقش استعاره در تفکر پرداخته بودند و بیشتر متفکران، استعاره را ابزاری برای آرایه‌پردازی، خیال‌انگیزی و تزئین سخن می‌دانستند؛ بنابراین، آن را فاقد مبنای منطقی برای ورود به عرصه‌های معرفت علمی یا فلسفی قلمداد می‌کردند.

با آغاز قرن بیستم و پررنگ‌شدن مطالعات فلسفی و زبانی درباره ماهیت زبان، نگاه جدیدی به استعاره شکل گرفت. رویکردهای پدیدارشناختی و هرمنوتیکی نشان دادند که استعاره صرفاً آرایه‌ای ادبی نیست، بلکه ابزاری بنیادین در شیوه انسان برای فهم جهان است. هم‌زمان با این تحولات، زبان‌شناسی نیز - به‌ویژه در شاخه‌های میان‌رشته‌ای - به حوزه استعاره توجه ویژه‌ای نشان داد و زمینه‌ای فراهم شد تا استعاره نه فقط به‌عنوان یک پدیده زبانی، همچون مؤلفه‌ای شناختی مطالعه شود.

اوج این دگرگونی با انتشار کتاب *استعاره‌هایی که با آنها زندگی می‌کنیم* اثر جرج لیکاف و مارک جانسون رقم خورد (Lakoff & Johnson, 1980). بر اساس این نظریه، ارتباط استعاری میان دو مفهوم از طریق دو حوزه مفهومی توضیح داده می‌شود: حوزه مبدأ و حوزه مقصد. حوزه مقصد به مفهومی اشاره دارد که قصد درک آن را داریم؛ در حالی که حوزه مبدأ به مفهومی شناخته‌شده و ملموس‌تر مربوط است. این اثر نشان داد که ذهن انسان بخش بزرگی از مفاهیم انتزاعی را از طریق نقشه‌برداری استعاری میان دو حوزه تجربه فهم می‌کند؛ یعنی ذهن ما ذاتاً ماهیتی استعاری دارد. بر اساس این دیدگاه، بسیاری از مفاهیم بنیادین ما تعریف روشن و مستقلاً ندارند و تنها زمانی قابل درک می‌شوند که در قالب ساختارهایی آشنا و تجربی‌تر صورت‌بندی شوند؛ بنابراین، استعاره نه پدیده‌ای وابسته به زبان، بلکه بخشی از سازوکار بنیادی شناخت است. لیکاف و جانسون تصریح می‌کنند که استعاره به حوزه ادبیات محدود نیست؛ بلکه «بخش وسیعی از فرایندهای اندیشیدن انسان مبتنی بر استعاره است» (لیکاف و جانسون، ۱۳۹۴، ص. ۱۷).

در ادامه این تحولات، آثار بسیاری در حوزه زبان‌شناسی شناختی و معناشناسی بر مبنای همین نظریه نگاشته شد؛ از جمله کتاب‌های *اندیشه و زبان* (ویگوتسکی، ۱۴۰۲)، آثار اکو و همکاران درباره استعاره و تفکر (اکو و همکاران، ۱۳۹۷)، «استعاره؛ مقدمه‌ای کاربردی» و «استعاره‌ها از کجا می‌آیند؟» نوشته کووچش (۱۳۹۹، ۱۴۰۴) و نیز «مبانی معناشناسی شناختی» (افراشی، ۱۴۰۰).

کووچش بر این باور است که استعاره‌های مفهومی صرفاً به زبان محدود نمی‌شوند؛ بلکه در فرهنگ، هنر، آیین‌ها و سایر نمودهای زندگی انسانی نیز حضور دارند (کووچش، ۱۳۹۹، ص. ۶۳). از این منظر، استعاره ابزاری برای آرایش کلام نیست؛ بلکه سازوکاری شناختی است که انسان به واسطه آن مفاهیم پیچیده و انتزاعی را سازمان‌دهی و درک می‌کند؛ به همین دلیل، استعاره در زندگی روزمره و فرایندهای عادی اندیشیدن نیز نقش بنیادین دارد و می‌تواند در حوزه‌هایی فراتر از زبان، از جمله هنر و طراحی مورد مطالعه قرار گیرد.

در زبان فارسی نیز، استفاده از زبان استعاری از دیرباز یکی از مهم‌ترین سازوکارهای شناخت و آفرینش معنا محسوب می‌شود. شعر فارسی، به‌ویژه در دوره‌های کلاسیک، نه تنها عرصه‌ای برای بروز تخیل شاعرانه، بستری برای بازنمایی فرهنگی و اندیشه به شمار می‌رود. در این چارچوب، استعاره فراتر از یک آرایه زبانی یا تزئین لفظی عمل می‌کند و به‌عنوان سازوکاری شناختی و فرهنگی امکان می‌دهد مفاهیم انتزاعی در قالب تجربه‌های محسوس به مخاطب منتقل شوند. لیکاف و جانسون نیز بر این نکته تأکید دارند که استعاره نه تنها جنبه زینتی ندارد، جزئی بنیادین از نظام تفکر انسان است که به شکل‌دهی مفاهیم اساسی او در شناخت جهان کمک می‌کند (لیکاف و جانسون، ۱۳۹۴، ص. ۳۲)؛ بنابراین، بررسی استعاره در شعر فارسی نه فقط فهم زبان ادبی بلکه درک جهان‌بینی و زیبایی‌شناسی فرهنگ ایرانی را نیز امکان‌پذیر می‌سازد.

نتیجه تحول نظری لیکاف و جانسون آن بود که استعاره از سطح آرایه‌ای زیباشناختی به جایگاهی ارتقا یافت که اکنون در بسیاری از علوم - از شناخت و زبان‌شناسی تا فلسفه، روان‌شناسی و حتی طراحی - به‌عنوان ابزار مرکزی تفکر و مفهوم‌سازی شناخته می‌شود.

۲- ۱. جایگاه استعاره مفهومی در طراحی صنعتی

طراحی را می‌توان ساده‌ترین شکل انتقال مفهوم یا به نوعی، گونه‌ای از زبان توصیف ایده‌ها و اندیشه‌ها تعریف کرد. همان‌گونه که شاعر و نویسنده از لغات برای بیان نظرات و احساسات خود استفاده می‌کند، هنرمند نیز به کمک علائم بصری، احساسات و فهم خود را از محیط پیرامون و همچنین اندیشه‌ها و واکنش‌های خود را نسبت به مسائل گوناگون به دیگران عرضه می‌کند. به بیان دیگر، طراحی حاصل تفکرات عمیق و شکل‌یافته ذهن بشر است که ممکن است پس زمینه‌های مختلف روحی و جسمی را دربر داشته باشد. طراح می‌تواند برای خلق یک اثر از تجربیات و شهودات خود و دیگران استفاده کند؛ بنابراین، اثری را که طراح خلق می‌کند بازتاب اندیشه‌ها، افکار، تأثیرات محیطی و فرهنگی حاکم بر زندگی اوست. هنرمند در طراحی، فرایندی هدفمند از شکل‌گیری طرح اولیه در ذهن، انتقال آن روی کاغذ با کمک تکنیک‌های مختلف، ارزیابی و تجزیه و تحلیل آن و درنهایت شکل‌گیری طرح نهایی را طی می‌کند. این فرایند فعالیتی ارادی و آگاهانه برای کسب مهارت‌ها و استفاده از استعدادها و توانایی‌ها برای خلق یک اثر متفاوت و رسیدن به ایده جدید است. طراحی شامل دو حوزه اصلی می‌شود؛ یکی حوزه رسم یا drawing که شامل برداشت‌های آزاد و شخصی طراح از موضوعات گوناگون و رسم آنها با روش‌ها و ابزار مختلف است و دیگری حوزه طراحی یا design که شامل فرایندی هدفمند، مسئله‌محور و کاربردی است و منجر به ارائه محصول، راه‌حل، شیوه یا سیستم می‌شود؛ مانند طراحی صنعتی. طراحی صنعتی رشته‌ای هنری است که از طریق آن مرز بین هنر و صنعت بسیار نزدیک می‌شود. پایه و ریشه طراحی صنعتی در دریای بی‌نهایت خلاقیت بنا شده است. قوام و علی محمدی طراحی صنعتی را دانشی میان‌رشته‌ای می‌دانند که با علوم دیگر همچون ارگونومی و آنتروپومتری، زیبایی‌شناسی، معماری، نرم‌افزار و ... در تعامل است و با هنرهای بصری و علوم اجتماعی (روانشناسی و جامعه‌شناسی) پیوند دارد؛ بنابراین،

طراحان صنعتی باید علاوه بر درک عمیق از علم فیزیک، قواعد مهندسی، زیبایی‌شناسی و پروسه تولید، دارای اطلاعات خوبی در روانشناسی و جامعه‌شناسی نیز باشند (ر.ک: قوام و علی‌محمدی، ۱۳۹۴، ص. ۱۷-۱۸).

در واپسین دهه‌های قرن بیستم، طراحی پست‌مدرن در ارائه مسیر پذیرفتنی و دلخواه برای طراحی صنعتی ناموفق ماند؛ زیرا به نظر می‌رسید که این طرز تفکر تنها تقلیدی سطحی و گذرا به جای راه‌حل‌های حقیقی در مسائل طراحی بود. این شیوه نه‌تنها روندی پیچیده نبود، به گرایش‌های ذهنی و هنری محض وابسته بود. طراحی پست‌مدرن توانست راه‌حلی برای مسئله دخالت احساسات عامه و همچنین عملکردی در طراحی صنعتی باشد؛ اما در پایه‌گذاری ویژگی‌های استعاری، کنایی و نمادین در طراحی تأثیرگذار بود. این تأثیرات شیوه جدیدی را در طراحی پایه‌گذاری کرد که از دهه ۱۹۸۰ میلادی به این سو شاهد رشد و توسعه آن هستیم (ر.ک: کلینی ممقانی و ابراهیمی، ۱۳۹۵، ص. ۲۵).

از سوی دیگر، با گسترش روزافزون استعاره‌های مفهومی در محافل علمی، کاربرد آنها در برخی حوزه‌های علوم انسانی و هنر نیز به سرعت افزایش یافت. از آنجایی که ریشه‌های نظری در این حوزه‌ها عمدتاً از زبان‌شناسی و روانشناسی شناختی نشأت می‌گرفت، استعاره‌های مفهومی به‌عنوان نقطه ورود مناسبی برای بررسی و تأمل در رشته‌های هنری و طراحی مطرح شدند. در رشته‌هایی مانند طراحی صنعتی، طراحی مهندسی و طراحی معماری که هر یک با مفهوم طراحی در ارتباطاند، نظریه استعاره‌های مفهومی کاربرد گسترده‌ای یافته است. استفاده از استعاره‌های مفهومی در طراحی به دو شکل عمده مشاهده می‌شود: ۱. استعاره به‌عنوان ابزار ایده‌پردازی در فرایند طراحی. چنین سازوکاری به ویژه در مواجهه با امور پیچیده، چندبعدی و خلاقانه مانند طراحی صنعتی، اهمیت و کارآمدی بالایی دارد. شون در نظریه «استعاره زاینده» (Generative Metaphor) نشان می‌دهد که استعاره صرفاً ابزاری برای توصیف ایده‌ها نیست؛ بلکه می‌تواند شیوه ادراک مسئله طراحی را دگرگون کند. از دیدگاه او، طراحان از طریق بازتعریف استعاری مسئله، امکان مشاهده جنبه‌های پنهان آن را به دست می‌آورند و مسیرهای نوینی برای خلق راه‌حل‌های خلاقانه کشف می‌کنند. از این منظر، استعاره نه‌تنها ابزار انتقال معنا، سازوکاری برای تولید ایده در فرایند طراحی به شمار می‌رود (Schön, 1993, p. 137-163). ۲. استعاره به‌عنوان ابزار تبیین مفهوم و فرایند طراحی. در این دسته، پژوهشگران به دلیل پیچیدگی و انتزاعی بودن مفهوم طراحی از نظریه استعاره‌های مفهومی برای تعریف، توضیح و روشن‌سازی مفهوم و ماهیت طراحی بهره می‌گیرند تا جنبه‌هایی از طراحی را که پیش‌تر مورد توجه نبود، روشن سازند.

در فرایند طراحی صنعتی، مسئله و راه‌حل به‌طور همزمان شکل می‌گیرند و این تعامل نشان‌دهنده اهمیت تحلیل عمیق مسئله و شناخت ابعاد مختلف آن برای تقویت توان ذهنی و خلاقیت طراح است. به‌واقع، طراح از طریق فعالیت‌های ذهنی خود، ساختاری برای مسئله طراحی ایجاد می‌کند تا آن را به‌خوبی درک کند و سپس با بهره‌گیری از خلاقیت، طرح اولیه را ارائه دهد. برخی مراحل اساسی طراحی، از جمله تولید طرح اولیه، به‌صورت نیمه‌خودآگاه در ذهن طراح شکل می‌گیرند؛ اما طراح می‌تواند با تجربه و مهارت خود زمینه‌های فکری و ذهنی را نیز به‌طور آگاهانه تقویت کند. در این مسیر، «اندیشه طراح» نقش محوری دارد؛ زیرا انسجام‌بخشی به عوامل متعدد مؤثر بر طراحی مستلزم فعالیت‌های ذهنی پیچیده‌ای است که بیشتر به شکل ناخودآگاه رخ می‌دهند. ابزارهایی همچون قیاس و استعاره از جمله مکانیزم‌هایی هستند که این فرآیند را تقویت می‌کنند.

بنابراین، استعاره نه‌تنها اندیشه طراح را تقویت می‌کند، اثر معنایی جدیدی به طرح می‌بخشد و آن را از آثار مشابه متمایز می‌سازد. در همین راستا، کاساکین نشان می‌دهد که استفاده آگاهانه از استعاره در حل مسائل طراحی، توانایی طراحان را در تولید ایده‌های خلاقانه افزایش می‌دهد. به اعتقاد او، انتقال ویژگی‌ها از یک حوزه آشنا به مسئله طراحی، موجب گسترش دامنه تفکر و کشف راه‌حل‌های بدیع می‌شود؛ از این رو، استعاره را می‌توان یکی از ابزارهای مؤثر در ارتقای خلاقیت و نوآوری در

طراحی صنعتی دانست (Casakin, 2007, p. 21-33). نقش اصلی استعاره در طراحی، پرورش قوه تخیل و تقویت فرآیندهای ناخودآگاه ذهنی است که در تولید طرح اولیه و انسجام بخشی به مسئله طراحی مؤثر است. با تکیه بر استعاره، دشواری تشخیص و درک مسائل پیچیده طراحی برای طراح کاهش می یابد و مسیر خلاقانه ای برای حل آن هموار می شود.

۲-۲. تحلیل استعاره های مفهومی اشعار فارسی و بازتاب آن در طراحی صنعتی

در مطالعات طراحی و ارتباطات بصری، فورسویل نشان داده است که استعاره ها تنها در زبان کلامی ظاهر نمی شوند، بلکه می توانند در قالب عناصر بصری، فرم ها، رنگ ها و اشیای مادی نیز بازنمایی شوند. از این دیدگاه، استعاره بصری فرایندی است که طی آن ویژگی های یک حوزه مفهومی از طریق شکل و تصویر به حوزه ای دیگر منتقل می شود. این رویکرد امکان بررسی چگونگی ترجمه استعاره های شعر فارسی به مؤلفه های طراحی صنعتی را فراهم می آورد (Forceville, 2002, p. 1-14). هدف این بخش، با تکیه بر نظریه استعاره مفهومی، بررسی و استخراج استعاره های موجود در شعر فارسی و تحلیل چگونگی بازتاب آنها در طراحی صنعتی معناگراست. نمونه های طراحی ارائه شده در این پژوهش، نمونه های مفهومی و پیشنهادی هستند که با هدف نشان دادن قابلیت ترجمه استعاره های مفهومی به ویژگی های فرم، کارکرد و تجربه کاربر ارائه شده اند و جنبه تجویزی دارند. برای سامان دهی تحلیل و ایجاد چارچوبی نظام مند، استعاره ها بر اساس پنج دسته مفهومی تفکیک شده اند که هر یک نمایانگر حوزه های متفاوت تجربه، شناخت و فرهنگ انسانی در شعر فارسی هستند و قابلیت ترجمه به عناصر طراحی صنعتی را دارند.

۱. **استعاره های طبیعی و محیطی:** استعاره هایی که تجربه انسان از جهان محسوس و محیط پیرامون را بازنمایی می کنند و از منظر استعاره مفهومی، پایه ای برای درک مفاهیم انتزاعی از طریق تجربه محسوس فراهم می آورد.

۲. **استعاره های حرکت و پویایی:** استعاره هایی که فرآیند تغییر، گذر زمان و پویایی تجربه انسانی را بازنمایی می کنند. از دیدگاه استعاره مفهومی، چنین استعاره هایی نشان دهنده نحوه تفکر انسان درباره فرایندها و تعاملات دینامیک هستند و تحلیل آنها امکان انتقال این درک به طراحی صنعتی معناگرا را فراهم می سازد.

۳. **استعاره های بازتابی و معرفتی:** استعاره هایی که فرآیندهای شناختی، خودآگاهی و بازتاب ذهنی انسان را نشان می دهند. از منظر استعاره مفهومی، این استعاره ها ساختارهای ذهنی انسان را آشکار می کنند و تحلیل آنها در طراحی صنعتی امکان خلق محصولاتی را فراهم می آورد که تجربه کاربر را به سطح تأمل و بازتاب ارتقا دهد.

۴. **استعاره های فرهنگی و نمادین:** استعاره هایی که ارزش ها، نمادها و سنت های فرهنگی را بیان می کنند. از دیدگاه استعاره مفهومی، این استعاره ها بخشی از نظام مفهومی مشترک فرهنگ انسانی را تشکیل می دهند و تحلیل آنها در طراحی صنعتی امکان ایجاد محصولاتی با هویت فرهنگی و معناگرا را فراهم می کند.

۵. **استعاره های احساسی و روانی:** استعاره هایی که حالات درونی، احساسات و عواطف انسان را بازنمایی می کنند و در استعاره مفهومی، نشان دهنده نحوه ادراک انسان از تجربه های عاطفی هستند و تحلیل آنها در طراحی صنعتی منجر به خلق محصولاتی با بار معنایی و تجربه روانی غنی می شود.

با این چارچوب، هر بیت شعری که در ادامه بررسی می شود، ابتدا از منظر نظام استعاری خود تحلیل خواهد شد و سپس بازتاب آن در طراحی صنعتی معناگرا مورد بحث قرار می گیرد.

۲-۱. استعاره‌های طبیعی و محیطی

انتخاب این بخش به عنوان نخستین دسته، مبتنی بر این فرض بنیادین در زبان‌شناسی شناختی است که تجربه انسان از جهان طبیعی، نخستین و پایدارترین منبع شکل‌گیری استعاره‌های مفهومی به‌شمار می‌آید. در نظریه استعاره مفهومی، حوزه‌های مفهومی انتزاعی، بیشتر از طریق حوزه‌هایی تبیین می‌شوند که ریشه در تجربه حسی و بدنی انسان دارند؛ عناصری چون نور، آب، آتش و طبیعت، از اساسی‌ترین حوزه‌های مبدأ برای فهم مفاهیمی همچون عشق، معنا، حیات، آگاهی و تحول‌اند؛ از این رو، شعر فارسی با تکیه گسترده بر عناصر طبیعی، بستری غنی برای مطالعه استعاره‌های مفهومی فراهم می‌کند که می‌توان آن را به صورت نظام‌مند به فرایندهای معناپردازی در طراحی صنعتی تعمیم داد.

۱. «در ازل پرتو حسنت ز تجلی دم زد / عشق پیدا شد و آتش به همه عالم زد» (حافظ، ۱۳۹۰، ص. ۱۰۳)

عشق نور است.

عشق آتش است.

حوزه مبدأ: پدیده‌های طبیعی و حسی (نور، تجلی، آتش)

حوزه مقصد: مفاهیم انتزاعی (عشق، پیدایش معنا، تأثیر وجودی)

از منظر زبان‌شناسی شناختی، نور و آتش از بنیادی‌ترین تجربیات حسی انسان‌اند که با مفاهیمی چون ظهور، گرما، انرژی و دگرگونی پیوند دارند. در این بیت، «پرتو»، «تجلی» و «آتش» سازوکارهایی شناختی هستند که به کمک آنها مفهوم انتزاعی عشق قابل فهم می‌شود. عشق نه به عنوان یک حالت ذهنی، به مثابه نیرویی زاینده و فراگیر بازنمایی می‌شود که همچون نور، آشکار می‌سازد و همچون آتش، دگرگون می‌کند. بدین ترتیب، استعاره مفهومی عشق به عنوان یک پدیده فعال و مولد، در ذهن مخاطب تثبیت می‌شود.

سطح فرهنگی و زیباشناسانه این استعاره نیز درخور توجه است؛ در سنت عرفانی و فرهنگی ایران، نور همواره با حقیقت، آگاهی و امر قدسی پیوند داشته است. «تجلی» در این بیت، مفهومی عمیقاً ریشه‌دار در الهیات و عرفان اسلامی دارد و نشان‌دهنده لحظه ظهور معنا در هستی است. پیوند نور و آتش با عشق، بیانگر نگرشی است که عشق را سرچشمه آفرینش و عامل حرکت و حیات جهان می‌داند. این خوانش فرهنگی، استعاره را از سطح زیبایی‌شناسی زبانی فراتر می‌برد و آن را به بخشی از نظام اندیشه ایرانی بدل می‌سازد.

در حوزه طراحی صنعتی، استعاره «عشق به مثابه نور» می‌تواند به عنوان الگویی مفهومی در فرایند ایده‌پردازی به کار رود. این استعاره امکان بازنمایی معنا در ویژگی‌های فرم، نورپردازی، متریال و تجربه کاربر را دارد؛ برای مثال، محصولی که با الهام از «نور و تجلی» طراحی شود می‌تواند از شفافیت، روشنایی و بازی با انعکاس نور بهره‌گیر تا حس انرژی، امید و حرکت را به کاربر منتقل کند:

فرم: استفاده از فرم‌های گشوده، شعاعی یا تدریجی که مفهوم انتشار و تجلی را القا می‌کنند.

متریال و نورپردازی: بهره‌گیری از شفافیت، نیمه‌شفافیت یا نور داخلی برای القای حس حضور معنا در شیء.

تجربه کاربر: طراحی محصول به گونه‌ای که کاربر احساس کشف، روشن شدن یا تحول تدریجی را تجربه کند.

نمونه طراحی: چراغ دکوراتیو با بدنه نیمه‌شفاف که نور آن به صورت تدریجی از مرکز به اطراف منتشر می‌شود و با روشن شدن، حس «تجلی و زایش نور» را القا می‌کند.

۲. «آب کم جو تشنگی آور به دست / تا بجوشد آبت از بالا و پست» (مولانا، ۱۳۳۶، ص. ۵۴۲)

معنا / حقیقت، آب است.

طلب و آگاهی، تشنگی است.

حوزه مبدأ: تجربه محسوس حرکت آب

حوزه مقصد: فرآیندهای ذهنی، عاطفی و فرهنگی انسان که نیازمند پیوستگی و جریان هستند.

آب یکی از اساسی‌ترین عناصر بقا و تجربهٔ بدنی انسان است. در این بیت، مولوی به‌جای تمرکز بر «داشتن آب»، بر «تشنگی» تأکید می‌کند؛ یعنی حالت فقدان و نیاز. از منظر شناختی، این جابه‌جایی توجه، نشان می‌دهد که فرایند دستیابی به معنا نه از طریق دریافت مستقیم، بلکه از طریق ایجاد آمادگی ذهنی و درونی رخ می‌دهد. استعاره مفهومی، فرآیند شناخت را به یک چرخهٔ درونی و پویا بدل می‌کند.

در فرهنگ عرفانی ایرانی، آب نماد حیات، معرفت و حقیقت است؛ اما نکتهٔ محوری این بیت، ارزش‌گذاری بر «طلب» به‌جای «نتیجه» است. این نگرش، بیانگر نوعی جهان‌بینی است که در آن معنا از درون انسان می‌جوشد، نه اینکه از بیرون به او تحمیل شود. چنین خوانشی، استعاره را به سازوکاری فرهنگی برای فهم رشد، یادگیری و تحول تبدیل می‌کند.

در طراحی صنعتی، این استعاره می‌تواند به فرم‌های دینامیک، جریان‌های ارگونومیک و حرکت محصول ترجمه شود؛ برای نمونه، خطوط خمیده و روان در طراحی یک وسیله، ترکیب با متریال شفاف یا شفافیت‌های متحرک می‌تواند حس جریان و پیوستگی را منتقل کند. این استراتژی باعث می‌شود که محصول نه‌تنها به لحاظ عملکردی، به لحاظ تجربه کاربر و معنا، بازتاب‌دهنده فرآیندهای انسانی باشد و تجربه‌ای حسی و فرهنگی ارائه دهد:

فرایند طراحی: تأکید بر طراحی کاربرمحور که به نیاز پنهان کاربر پاسخ می‌دهد، نه صرفاً به درخواست صریح او.

تجربه کاربر: طراحی محصولاتی که کاربر را به مشارکت، کشف و تعامل فعال دعوت می‌کنند.

کارکرد معنایی: محصول به‌گونه‌ای طراحی می‌شود که معنا و ارزش آن در طول استفاده و از درون تجربهٔ کاربر آشکار شود.

نمونه طراحی: سیستم روشنایی محیطی با حسگر تطبیقی که شدت و مسیر نور آن به تدریج و متناسب با الگوی استفاده کاربر، تغییر می‌کند و معنا در طول تعامل شکل می‌گیرد.

۲-۲-۲. استعاره‌های حرکت و پویایی

۱. «دعای صبح و آه شب کلید گنج مقصود است / بدین راه و روش می‌رو که با دلدار پیوندی» (حافظ، ۱۳۹۰، ص. ۳۰۶)

حوزه مبدأ: حرکت در طول روز (صبح و شب)، جریان زمان و پیوندها.

حوزه مقصد: مسیر زندگی، تلاش مستمر و رسیدن به مقصود یا تحقق هدف.

از دیدگاه زبان‌شناسی شناختی، مفاهیم انتزاعی مانند رشد روحی و رسیدن به هدف اغلب از طریق تجارب ملموس مثل مسیر و کلید بازنمایی می‌شوند. بیت حاضر مسیر معنوی و انسانی را به حرکت ملموس و پیوسته تشبیه می‌کند. کلمات «دعای صبح» و «آه شب» نشان می‌دهد که مسیر، مستمر و همه‌روزه است و برای دستیابی به هدف، تلاشی مستمر نیاز است. «کلید» استعاره‌ای برای ابزار و راهکار شناختی است که دسترسی به هدف را ممکن می‌سازد.

در بعد زیبایی‌شناسانه در سنت ادبی و عرفانی فارسی، مسیر و راه استعاره‌ای از تلاش، کمال و نزدیکی به حقیقت است. دعا و آه به‌عنوان ابزارهای معنوی، بیانگر اهمیت تمرین روحی و مراقبت از خود در طول مسیر هستند. این بیت بازتابی از نگرش فرهنگی ایرانی است که حرکت، پویایی و پشتکار را نه فقط به‌عنوان فرایند فیزیکی، به‌عنوان مسیر رشد فردی و معنوی بازنمایی می‌کند.

در طراحی صنعتی، این استعاره به طراح امکان می‌دهد تا محصولات را هدایت‌شده، با جریان منطقی و هماهنگ با نیازهای ذهنی و روانی کاربر طراحی کند؛ به گونه‌ای که استفاده‌کننده تجربه‌ای روان، معنی‌دار و متمرکز بر هدف داشته باشد از این منظر می‌تواند به شکل زیر ترجمه شود:

فرم: محصولات با خطوط راهنما یا مسیرنما که حرکت یا روند استفاده را تداعی کنند؛ به طوری که کاربر به شکل طبیعی و هدایت‌شده از یک بخش محصول به بخش دیگر منتقل شود.

تجربه کاربر: طراحی محصول به گونه‌ای که کاربر احساس هدایت و مسیر طی‌شده تا هدف را تجربه کند؛ به‌ویژه در محصولاتی که فرآیند استفاده دارای چند مرحله یا مسیر پیش‌بینی‌شده است، این استعاره می‌تواند تجربه‌ای معناگرا و هدفمند ایجاد کند. کارکرد: ایجاد رابط‌ها یا مکانیزم‌هایی که استفاده‌کننده را در مسیر مشخصی هدایت کند و فرآیند پیشرفت را ملموس سازد. نمونه طراحی: سیستم نورپردازی خانگی با چراغ‌های پیوسته یا دنباله‌دار که هر بخش نور خود را به تدریج روشن می‌کند و کاربر حس حرکت مستمر و مسیر طی‌شده تا هدف را تجربه می‌کند.

۲. «این راه را نهایت صورت کجا توان بست؟ / کش صد هزار منزل بیش است در بدایت» (حافظ، ۱۳۹۰، ص. ۶۵)

حوزه مبدأ: تجربه محسوس حرکت، سفر، مسیر و فواصل.

حوزه مقصد: فرآیندهای ذهنی انسان برای درک مسیرهای پیچیده در زندگی، تلاش، پیشرفت و تحقق اهداف. استعاره مسیر و منزل، ساختار ذهنی مخاطب را در فهم مفاهیم انتزاعی زمان، تلاش و پیشرفت شکل می‌دهد. ذهن با تصویر حرکت از منزل به منزل، روند دستیابی به هدف را درک می‌کند، بدون اینکه مسیر ملموس باشد. در فرهنگ ایرانی، سفر و مسیر نماد تلاش، حکمت و رشد شخصی است. این استعاره، علاوه بر بعد ادبی، ذهن مخاطب را با ساختار معنایی حرکت و پیشرفت درگیر می‌کند و تجربه‌ای تأمل‌برانگیز ایجاد می‌کند.

در طراحی صنعتی، این استعاره می‌تواند به طراحی محصولات دارای حرکت، فرم‌های جریان‌مند و مسیرهای کاربرپسند ترجمه شود؛ برای مثال، خطوط منحنی و دینامیک، فرآیند استفاده از محصول را به‌صورت روان و قابل پیگیری هدایت می‌کنند و تجربه حرکت و پویایی را به کاربر منتقل می‌کنند.

نمونه طراحی: قفسه با طبقات جداگانه که کاربر را به ترتیب از یک بخش به بخش دیگر هدایت می‌کند و تجربه حرکت تدریجی و دستیابی مرحله به مرحله به کل محتوا را ایجاد می‌کند.

۳. «چشم‌ها را باید شست، جور دیگر باید دید ...» (سپهری، ۱۳۸۷، ص. ۲۹۱)

حوزه مبدأ: شستن چشم‌ها = بازنگری و پاک‌سازی ذهن و دیدگاه

حوزه مقصد: جور دیگر دیدن = حرکت از زاویه‌ای به زاویه دیگر، تغییر مسیر شناختی و ادراکی

از منظر زبان‌شناسی شناختی، تجربه فیزیکی شستن چشم‌ها برای به‌تردیدن، استعاره‌ای برای بازآفرینی شناختی است. این استعاره نشان می‌دهد که ذهن و ادراک انسان، همانند چشم‌ها، نیاز به پاک‌سازی و بازتنظیم دارد تا بتواند مفاهیم جدید را ببیند و دریابد. حرکت در اینجا به معنای گذر از یک چارچوب ذهنی به چارچوبی دیگر است که امکان درک تازه و تجربه نو را فراهم می‌کند.

در سنت فکری و ادبی ایران، مفهوم «جور دیگر دیدن» با بینش عرفانی و تحول درک انسان مرتبط است. پاک‌سازی ادراکی، نه تنها بازنمایی حرکت ذهنی و معنوی است، تأکیدی است بر اهمیت انعطاف و بازاندیشی در فرایند شناخت و زندگی. این نگرش، ارزش تجربه و تحول مداوم را در سنت فرهنگی ایران برجسته می‌سازد.

در طراحی صنعتی چنین استعاره‌ای امکان ترجمه مفاهیم شناختی و فرهنگی را به طراحی صنعتی معناگرا و تجربه‌محور فراهم می‌کند و الگوی مفهومی قوی برای خلق محصولات خلاقانه و انعطاف‌پذیر ایجاد می‌کند و می‌تواند به شکل زیر منتقل شود:

فرم و هندسه محصول: طراحی محصول با ویژگی‌های تغییرپذیر یا متنوع که امکان تجربه‌های مختلف را برای کاربر فراهم کند.

تجربه کاربر: طراحی محصول به گونه‌ای که کاربر بتواند مسیر استفاده را از زاویه‌های مختلف مشاهده کند و تجربه‌های تازه و انعطاف‌پذیر داشته باشد.

کارکرد و تعامل: ابزارها یا مکانیزم‌هایی که به کاربران اجازه می‌دهد از شیوه‌های مختلف با محصول تعامل کنند و نگاه ذهنی یا رفتاری خود را بازتنظیم کنند. این رویکرد، محصول را به سطحی فراتر از عملکرد صرف می‌رساند و آن را به رسانه‌ای برای تغییر نگرش و تجربه کاربری معنی‌دار بدل می‌کند.

نمونه طراحی: صندلی یا میز تعاملی با بخش‌ها و سطوح قابل تنظیم که کاربر می‌تواند زاویه، ارتفاع یا حالت آن را تغییر دهد تا تجربه‌های مختلف استفاده و دیدگاه‌های تازه را تجربه کند.

۲-۲-۳. استعاره‌های بازتابی و معرفتی

۱. «آینه شو وصال پری طلعتان طلب / اول بروب خانه دگر میهمان طلب» (صائب، ۱۳۶۴، ص. ۴۵۹)

حوزه مبدأ: آینه‌شدن = بازتاب ارزش‌ها و فضایل، انعکاس زیبایی و فضیلت دیگران (تجربه ملموس بازتاب در آینه)

حوزه مقصد: طلب وصال پری طلعتان = حرکت به سوی کمال، طلب معرفت یا فضیلت (فرآیند شناخت و بازتاب معرفتی و اخلاقی)

از منظر زبان‌شناسی شناختی، آینه به‌عنوان یک شیء فیزیکی که بازتاب می‌دهد، استعاره‌ای از بازتاب ذهنی و معرفتی انسان است. ذهن و رفتار انسان، همانند آینه می‌تواند ویژگی‌های بیرونی یا فرهنگی و اخلاقی دیگران را بازتاب دهد و خود را به کمال نزدیک سازد. این استعاره، فرآیند شناخت و بازتابی ذهنی را ملموس و فهم‌پذیر می‌کند.

در سنت ادبی و عرفانی ایران، بازتاب فضایل و زیبایی‌ها با مفهوم رشد اخلاقی و خودسازی مرتبط است. آینه استعاره‌ای است که فراتر از تصویر ظاهری، بر بازتابی درونی و رشد معنوی دلالت دارد و فرهنگ ایرانی بر اهمیت بازتاب اخلاق و معرفت در تعامل اجتماعی تأکید می‌کند.

در طراحی صنعتی، این استعاره می‌تواند الهام‌بخش موارد زیر باشد:

فرم و سطح محصول: سطوح بازتاب‌دهنده، شفاف یا آینه‌گون که امکان مشاهده اثر محیط یا تعامل با کاربر را فراهم می‌کند.

تجربه کاربر: محصولی که بازتابی از رفتار یا انتخاب کاربر ارائه دهد، تعامل شخصی و بازخورد فوری را ممکن سازد.

نمونه طراحی: قاب یا سطح بازتاب‌دهنده روی میز کار یا محصول دکوراتیو که با تغییر موقعیت کاربر، رفتار یا انتخاب او را به شکل بصری بازتاب می‌دهد و حس تعامل و بازخورد شخصی ایجاد می‌کند.

۲. «سایه معشوق اگر افتاد بر عاشق چه شد؟ / ما به او محتاج بودیم او به ما مشتاق بود» (حافظ، ۱۳۹۰، ص. ۱۴۰)

حوزه مبدأ: سایه = حضور غیرمستقیم، اثر و بازتاب وجود معشوق

حوزه مقصد: محتاجی و مشتاقی = تعامل روانی و ارتباط عاطفی

سایه به‌عنوان اثر غیرمستقیم جسم یا موجود، استعاره‌ای برای اثر غیرمستقیم تعاملات و روابط انسانی است. این استعاره نشان می‌دهد که حتی حضور غیرمستقیم، مانند سایه، می‌تواند رابطه، احساس و شناخت را شکل دهد و تجربه ذهنی انسان را تحت تأثیر قرار دهد.

در فرهنگ ایرانی سایه به عنوان نماد اثر، پیوند و تأثیر غیرمستقیم شناخته می‌شود. بیت یادآور نقش غیرمستقیم ارتباط‌ها و وابستگی‌های انسانی در نظم اجتماعی و عاطفی است و بازتاب شناخت و احساسات در روابط انسانی را نشان می‌دهد. بازتاب استعاره در طراحی صنعتی امکان طراحی محصولی با تجربه معنایی و احساسی عمیق را فراهم می‌کند: فرم و طراحی محصول: محصولی که تأثیر یا اثر غیرمستقیم داشته باشد؛ مانند تعاملات حسی یا نور و سایه که حرکت کاربر را بازتاب می‌دهد.

تجربه کاربر: طراحی تعاملاتی که حضور کاربر یا محیط را به صورت غیرمستقیم در تجربه محصول منعکس کند. نمونه طراحی: ساعت یا قاب دیجیتال با صفحه‌ای که تغییرات جزئی در نور یا رنگ آن بسته به حرکت و حضور کاربر رخ می‌دهد؛ به گونه‌ای که اثر غیرمستقیم حضور او حس شود و تجربه‌ای معنایی و احساسی ایجاد کند.

۳. «عیب رندان مکن ای زاهد پاکیزه سرشت / که گناه دگران بر تو نخواهند نوشت» (حافظ، ۱۳۹۰، ص. ۵۶)

حوزه مبدأ: عیب = بازتاب رفتار و قضاوت دیگران (بازتاب‌های اجتماعی و شناختی (نقد، قضاوت) حوزه مقصد: پاکیزه سرشت = هدف یا معیار درونی (رشد اخلاقی و بازنمایی رفتار انسان) از منظر شناختی، بازتاب اعمال دیگران (عیب یا گناه) استعاره‌ای از نحوه تأثیرگذاری رفتار اجتماعی بر شناخت فرد است. بیت نشان می‌دهد که بازتاب‌ها، چه مثبت و چه منفی، می‌توانند معیارها و نگرش‌های فرد را شکل دهند و رشد اخلاقی او را تعیین کنند. در فرهنگ ایرانی، بازتاب رفتار دیگران نقش راهنمای اخلاقی دارد. این بیت بر اهمیت خودآگاهی و حفظ پاکیزگی ذهنی و اخلاقی تأکید می‌کند و هشدار می‌دهد که بازتاب دیگران نباید مانع رشد فرد شود. بازتاب استعاره در طراحی صنعتی امکان خلق محصولاتی هوشمند و معناگرا را فراهم می‌سازد که تجربه کاربری را عمیق‌تر و شخصی‌تر می‌کند: فرم و طراحی محصول: محصولاتی که بازخورد کاربر یا محیط را بازتاب دهند، به کاربر امکان می‌دهند تجربه خود را ارزیابی و اصلاح کنند.

تجربه کاربر: طراحی محصولی که بازتاب و اثر عملکرد کاربر را به وی نشان دهد، تعامل و یادگیری را تقویت می‌کند. نمونه طراحی: یک میز هوشمند لمسی که با حرکت یا لمس کاربر، بازخورد ساده‌ای مانند لرزش یا تغییر شکل جزئی نشان می‌دهد و به کاربر امکان می‌دهد اثر عملکرد خود را ببیند و تجربه را اصلاح کند.

۲-۲-۴. استعاره‌های فرهنگی و نمادین:

۱. «گل در بر و می در کف و معشوق به کام است / سلطان جهانم به چنین روز غلام است» (حافظ، ۱۳۹۰، ص. ۳۲)

گل = زیبایی، کمال و جایگاه فرهنگی

می = لذت و سرور اجتماعی

حوزه مبدأ: اشیاء و مفاهیم ملموس (گل، می، معشوق)

حوزه مقصد: مفاهیم فرهنگی و معنوی (کمال، موفقیت، جایگاه اجتماعی)

از منظر زبان‌شناسی شناختی، گل و می تجربه‌های محسوس و نمادین هستند که در فرهنگ ایرانی با موفقیت، سرور و جایگاه اجتماعی پیوند دارند. این استعاره مفهومی، دستاوردهای انسانی و کمال اجتماعی را از طریق عناصر فرهنگی و نمادین ملموس بازنمایی می‌کند و ذهن مخاطب را قادر می‌سازد تا معنا و اهمیت موقعیت را از طریق نشانه‌های محسوس درک کند.

در سنت ادبی و عرفانی ایران نیز، گل و می نماد لذت، کمال و تعالی انسانی هستند و معشوق تجلی آرزوها و مقصود نهایی است. ترکیب این عناصر بیانگر نگرشی است که فرهنگ ایرانی در آن موفقیت، شادی و جایگاه اجتماعی با لذت، زیبایی و عشق تلفیق می‌شوند و استعاره را از سطح آرایه لفظی به سطح نظام فرهنگی ارتقا می‌دهد.

بازتاب این استعاره در طراحی صنعتی می‌تواند به تجربه‌ای معناگرا و فرهنگ‌محور ترجمه شود: فرم و مواد: محصولات که حس کمال، زیبایی و موفقیت را از طریق فرم‌های ارگانیک، خطوط هماهنگ و ترکیب متریال‌های با کیفیت منتقل کنند.

رنگ و بافت: استفاده از رنگ‌های نمادین و بافت‌های برجسته برای القای حس تعالی و ارزش فرهنگی. تجربه کاربر: طراحی محصولی که کاربر هنگام استفاده احساس سرور، رضایت و تعالی اجتماعی - فرهنگی کند. نمونه طراحی: یک میز پذیرایی با فرم ارگانیک و متریال با کیفیت که کاربر هنگام تعامل با آن حس زیبایی، کمال و رضایت اجتماعی - فرهنگی را تجربه کند؛ به‌طور مثال، سطوح براق و رنگ‌های گرم که حس سرور و تعالی فرهنگی را منتقل می‌کند.

۲. «از جمادی مردم و نامی شدم / وز نما مردم به حیوان برزدم

مردم از حیوانی و آدم شدم / پس چه ترسم کی ز مردن کم شدم» (مولانا، ۱۳۳۶، ص. ۵۷۶)

جماد و حیوان = مراحل اولیه تجربه انسانی

آدم = تکامل و رسیدن به جایگاه انسانی و فرهنگی

مرگ = گذر، تجربه و تغییر نهایی

حوزه مبدأ: تجربه‌های ملموس و طبیعی (جماد، حیوان، مرگ)

حوزه مقصد: مفاهیم فرهنگی و تکاملی انسانی

تکامل از جماد به حیوان و سپس انسان استعاره‌ای از رشد فرهنگی، اخلاقی و معرفتی است. ذهن مخاطب این مسیر را به‌عنوان فرآیند توسعه انسانی و ارتقای جایگاه فرهنگی درک می‌کند. مرگ نیز به‌عنوان نماد گذر و تکامل فرهنگی و اخلاقی مفهوم می‌شود. این بیت بازتاب نگرش فلسفی - ادبی ایرانی است که تحول انسانی و فرهنگی را از طریق تجربه، تکامل اخلاقی و رشد معرفتی تصویر می‌کند. استعاره‌ها مراحل تکامل را ملموس می‌سازند و امکان فهم آنها را از طریق تجربه‌های مشترک انسانی فراهم می‌آورند. بازتاب این استعاره در طراحی صنعتی می‌تواند پایه‌ای برای محصولات معناگرا، آموزشی و تجربه‌محور فراهم کنند: فرم و فرآیند محصول: طراحی محصولاتی که مسیر تکاملی یا رشد کاربر را بازنمایی کنند؛ مانند ابزارهای آموزشی، بازی‌های توسعه توانایی یا محصولات تغییرپذیر و قابل تنظیم.

تجربه کاربر: محصولی که مراحل استفاده از آن تجربه رشد، یادگیری و ارتقای مهارت‌ها را به کاربر منتقل کند. نمونه طراحی: یک سازه‌ای چند مرحله‌ای، مانند مجموعه بلوک‌های قابل اتصال یا وسایل آموزشی چند سطحی که کاربر با هر مرحله استفاده، بخش جدیدی از تجربه یا توانایی را کشف می‌کند و حس تکامل و پیشرفت را دریافت می‌کند.

۲-۲-۵. استعاره‌های احساسی و روانی:

۱. «طاعت از دست نیاید گنهی باید کرد/ در دل دوست به هر حيله رهی باید کرد» (نشاط اصفهانی، ۱۳۷۹، ص. ۱۱۳)

گناه = تلاش یا عبور از موانع عاطفی برای دستیابی به عشق

دل = فضای درونی و ظرفیت عاطفی انسان

راه = امکان تعامل و دسترسی به احساسات دیگران

حوزه مبدأ: تجربه‌های عاطفی ملموس (دل، راه)

حوزه مقصد: مفاهیم روانی و عاطفی پیچیده (دستیابی به محبت، نفوذ عاطفی، تعاملات انسانی)

از منظر زبان‌شناسی شناختی، دل و راه استعاره‌هایی برای تصویرسازی ساختار ذهنی و عاطفی انسان‌اند. مسیر دستیابی به عشق و محبت در قالب مفاهیم فضایی و جهت‌دار بازنمایی می‌شود و مخاطب با استفاده از این استعاره قادر است پیچیدگی روابط انسانی و تلاش برای نفوذ عاطفی را درک کند.

در سنت ادبی فارسی، عشق و تعاملات انسانی همواره با تلاش، حيله و گذر از موانع مرتبط بوده است. این بیت نشان می‌دهد که عشق نه صرفاً یک احساس منفعل، فرآیندی فعال و نیازمند شناخت و تدبیر است. استعاره‌ها در اینجا، بازنمایی فرهنگی - اجتماعی از چالش‌ها و شیوه‌های روابط انسانی فراهم می‌آورند.

در طراحی صنعتی استعاره مفهومی «دل به‌مثابه مسیر» می‌تواند راهنمایی برای طراحی تجربه‌های تدریجی و هدفمند باشد. فرم و تعامل محصول: امکان طراحی محصولاتی که مسیر کاربر را به‌صورت تدریجی و قابل هدایت بازنمایی کند (برای مثال، رابط‌های آموزشی یا تعاملات روانشناختی در اپلیکیشن‌ها).

تجربه کاربر: القای حس تعامل فعال و پیگیری اهداف، همانند تلاش برای دسترسی به «دل» یا «فضای عاطفی» در محصول. نمونه طراحی: یک جعبه موسیقی با چند سطح بازشونده که هر سطح آن نیازمند فشار یا حرکت خاصی از کاربر است تا مرحله بعد فعال شود؛ تجربه‌ای تدریجی و ملموس از تلاش و کشف؛ مانند عبور از موانع برای رسیدن به «دل» یا دسترسی به فضای عاطفی.

۲. «عشق از ازلست تا باید خواهد بود / جوینده عشق بی عدد خواهد بود

فردا که قیامت آشکارا گردد/ ای هر که نه عاشق است رد خواهد بود» (مولانا، ۱۳۷۸، ص. ۱۲۸)

عشق = انرژی پایدار و نیروی بنیادین روانی

جوینده = کاوشگر، کنجکاوی و پیگیری انسانی

بی‌عدد = نامحدود بودن جستجو و تجربه عاطفی

حوزه مبدأ: تجربه‌های روانی و انسانی

حوزه مقصد: مفاهیم انتزاعی و دوام عاطفی

عشق به‌عنوان یک انرژی پایدار و جستجوگر، مفهومی انتزاعی است که در ذهن انسان از طریق تجربه‌های روانی و تعاملات فرهنگی قابل درک می‌شود. استعاره «جوینده عشق» ذهن را قادر می‌سازد تا مفاهیم انتزاعی دوام، تلاش مستمر و انگیزه انسانی را به صورت ملموس درک کند.

در سنت عرفانی و ادبی ایران، عشق ابدی و جستجوی بی‌پایان ویژگی انسان و تعاملات او با جهان و معشوق است. این استعاره، فرهنگ و اخلاق ایرانی را بازتاب می‌دهد و عشق را نه فقط احساس، بلکه فرآیندی فراگیر و معنوی معرفی می‌کند.

در طراحی صنعتی استعاره مفهومی «عشق به‌مثابه جستجوی بی‌پایان» نمونه‌ای شاخص از استعاره‌های روانی - احساسی است که دوام و جستجوی انسانی را نشان می‌دهد و می‌تواند به طراحی تجربه‌هایی پویا و جذاب منتهی می‌شود:

فرم و جریان محصول: طراحی محصولاتی که تجربه استفاده طولانی‌مدت و تدریجی کاربر را بازنمایی کنند، با انگیزه و کشش مداوم.

تجربه کاربر: ایجاد حس تلاش و کشف بی‌پایان در تعامل با محصول، برای مثال، در اپلیکیشن‌های آموزشی یا بازی‌های تعاملی. نمونه طراحی: یک کتابخانه دیجیتال یا پلتفرم تعاملی محتوا که هر بار تنها بخش کوچکی از مجموعه محتوا را نشان می‌دهد و کاربر را تشویق می‌کند برای کشف ادامه محتوا چندین بار جستجو کند؛ تجربه‌ای تدریجی و بی‌پایان که حس «جوینده‌بودن» و پیگیری مداوم را شبیه‌سازی می‌کند.

۳. نتیجه

در پژوهش حاضر، با رویکرد میان‌رشته‌ای و با بهره‌گیری از نظریه استعاره‌های مفهومی، نظام استعاری شعر فارسی بررسی شد و ظرفیت‌های آن برای بازنمایی در طراحی صنعتی تحلیل شد. تحلیل پنج دسته اصلی استعاره‌ها - طبیعی و محیطی، حرکت و پویایی، بازتابی و معرفتی، احساسی و روانی، و فرهنگی و نمادین - نشان داد که استعاره‌های مفهومی نه تنها ابزار بیان زیبایی‌شناسانه، سازوکارهای شناختی و فرهنگی عمیقی هستند که تجربه‌های انسانی و جهان‌بینی ایرانی را شکل می‌دهند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که هر یک از این استعاره‌ها می‌توانند به عنوان الگویی مفهومی برای طراحی محصول عمل کنند. استعاره‌های طبیعی و محیطی، امکان القای تجربه حسی و فضا‌سازی را فراهم می‌آورند؛ استعاره‌های حرکت و پویایی، به فرم و عملکرد دینامیک محصول جهت می‌دهند؛ استعاره‌های بازتابی و معرفتی، لایه‌های معنایی و شناختی عمیق ایجاد می‌کنند؛ استعاره‌های احساسی و روانی، ارتباط عاطفی و تجربه کاربر را تقویت می‌کنند؛ و استعاره‌های فرهنگی و نمادین، امکان پیوند محصول با هویت فرهنگی و ارزش‌های اجتماعی را فراهم می‌سازند.

این پژوهش نشان داد که نظام استعاری شعر فارسی می‌تواند به عنوان چارچوبی الهام‌بخش و کاربردی برای طراحی صنعتی معناگرا به کار رود و راه را برای خلق محصولات باز کند که هم عملکردی، هم احساسی و هم فرهنگی باشند. نوآوری اصلی این تحقیق در تلفیق میان‌رشته‌ای نظریه استعاره مفهومی با اصول طراحی صنعتی و ارائه الگویی عملی برای بازنمایی استعاره‌ها در فرم، حرکت و تجربه کاربر است که تاکنون در مطالعات پیشین به این شیوه صورت نگرفته است. بدین ترتیب، پژوهش حاضر کوشیده است خلأ میان‌رشته‌ای میان ادبیات و طراحی صنعتی را تا اندازه‌ای پر کند و مبنایی نظری و کاربردی برای پژوهش‌های آینده در زمینه طراحی معناگرا و فرهنگ‌محور فراهم آورد.

منابع

- ارسطو (۱۳۴۳). فن شعر (عبدالحسین زرین‌کوب، مترجم). بنگاه ترجمه و نشر کتاب.
- استوار نامقی، سیدمحمد (۱۳۹۵). بررسی تطبیقی استعاره‌های مفهومی مشترک رباعیات خیام و طلاسیم ابوماضی. *ادبیات تطبیقی*، ۱(۱۵)، ۲۱-۱. https://jcl.uk.ac.ir/article_1596.html
- افراشی، آزیتا (۱۴۰۰). مبانی معناشناسی شناختی. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- افراشی، آزیتا، عاصی، سیدمصطفی، و جولایی، کامیار (۱۳۹۴). استعاره‌های مفهومی در زبان فارسی؛ تحلیلی شناختی و پیکره‌مدار. *زبان‌شناخت*، ۶(۲)، ۳۹-۶۱. <https://civilica.com/doc/1512200>
- اکو، اومبرتو، رودی، مایکل، و لیکاف، جورج (۱۳۹۷). *استعاره؛ مبنای تفکر و ابزار زیبایی‌آفرینی* (فرهاد ساسانی، مترجم). سوره مهر.
- بهمنش، ناهید، کاظمی، فروغ، و جابری‌نسب، نرگس (۱۴۰۰). مقایسه استعاره‌های مفهومی «دنیا» در اشعار سعدی و پروین. *پژوهشنامه ادبیات تعلیمی*، ۱۳(۵۲)، ۹۳-۱۲۴. <https://sid.ir/paper/1031711/fa>

بهنام، مینا (۱۳۸۹). استعاره مفهومی «نور» در دیوان شمس. *نقد ادبی*، ۳(۱۰)، ۹۱-۱۱۴.

https://lcq.modares.ac.ir/article_18488.html

حافظ، شمس‌الدین محمد (۱۳۹۰). *دیوان* (محمد قزوینی و قاسم غنی، مصححان). زوار.

خصلتنی، حمید، علوی مقدم، مهیار، و فیروزی مقدم، محمود (۱۴۰۱). تحلیل استعاره مفهومی ساختاری «هستی» در غزل‌های

بیدل دهلوی. *متن‌پژوهی ادبی*، ۲۶(۹۲)، ۲۵۳-۲۸۳. <https://doi.org/10.22054/ltr.2020.40858.2633>

دریکوند، عصمت، علامی، ذوالفقار، و مباشری، محبوبه (۱۴۰۱). استعاره‌های مفهومی خشم در دیوان خاقانی. *متن‌پژوهی ادبی*،

۲۶(۹۴)، ۳۵-۶۴. <https://doi.org/10.22054/ltr.2020.47853.2855>

زاهدی، سیده اکرم، صادقی تحصیلی، طاهره، صحرایی، قاسم، و زهره‌وند، سعید (۱۴۰۱). بررسی استعاره مفهومی زمان در شعر

حافظ و جهان‌ملک خاتون. *سبک‌شناسی نظم و نثر فارسی (بهار ادب)*، ۱۵(۱)، ۱۷۳-۱۹۶.

<https://dx.doi.org/10.22034/bahareadab.2022.15.6286>

سپهری، سهراب (۱۳۸۷). *هشت کتاب*. طهوری

صائب تبریزی، میرزا محمدعلی (۱۳۶۴). *دیوان* (محمد قهرمان، مصحح، ج. ۱). علمی فرهنگی.

فرحانی‌زاده، مجید، و محمدیان، عباس (۱۳۹۷). استعاره مفهومی «شادی» در دیوان شمس. *مطالعات زبانی و بلاغی*، ۹(۲)،

۳۱۹-۳۵۰. <https://doi.org/10.22075/jlrs.2018.14657.1191>

فروزانفر، احمد (۱۳۹۸). تحلیل زبان‌شناسانه استعاره مفهومی «عشق» در غزلیات امیرخسرو دهلوی. *سبک‌شناسی نظم و نثر*

فارسی (بهار ادب)، ۱۲(۲)، ۳۴۹-۳۷۰. https://bahareadab.com/article_id/847

قوام، فاطمه، و علی محمدی، مریم (۱۳۹۴). *فرایند پژوهش در طراحی صنعتی*. جویش.

کلینی ممقانی، ناصر، و ابراهیمی، سارا (۱۳۹۵). *مهندسی کانسی (نقش عواطف و احساسات در فرایند طراحی)*. سمت.

کووچش، زولتان (۱۳۹۹). *استعاره؛ مقدمه‌ای کاربردی* (جهانشاه میرزاییگی، مترجم). آگاه.

کووچش، زولتان (۱۴۰۴). *استعاره‌ها از کجا می‌آیند؟* (جهانشاه میرزاییگی، مترجم). آگاه.

لیکاف، جرج، و جانسون، مارک (۱۳۹۴). *استعاره‌هایی که با آنها زندگی می‌کنیم* (هاجر آقابراهیمی، مترجم). علم.

محسنی گردکوهی، فاطمه، شیرکوند، ویدا، و گودرزی‌نژاد، آسیه (۱۳۹۹). تحلیل استعاره‌های مفهومی قدرت و خوشه‌های

معنایی مرتبط با آن در شاهنامه فردوسی. *سبک‌شناسی نظم و نثر فارسی (بهار ادب)*، ۱۳(۱۱)، ۲۰۱-۲۲۳.

https://bahareadab.com/article_id/1052

مولانا، جلال‌الدین محمد بلخی (۱۳۳۶). *مثنوی معنوی* (رینولد نیکلسون، مصحح). امیرکبیر.

مولانا، جلال‌الدین محمد بلخی (۱۳۷۸). *کلیات شمس* (بدیع الزمان فروزانفر، مصحح، ج. ۸). امیرکبیر.

نافلی شهرستانی، مریم، و آقاحسینی، حسین (۱۴۰۲). تحلیل بلاغی کلان‌استعاره‌ها و خرده‌استعاره‌های مفهومی «جان» در

مثنوی معنوی. *سبک‌شناسی نظم و نثر فارسی (بهار ادب)*، ۱۶(۸)، ۲۴۹-۲۶۹.

https://bahareadab.com/article_id/1527

نشاط اصفهانی، عبدالوهاب (۱۳۷۹). *دیوان* (حسین نخعی، مصحح). گل‌آرا.

وحدانی‌فر، امید، و انتظاری، صفورا (۱۴۰۱). تحلیل استعاره‌های مفهومی «عشق» در حکایت شیخ صنعان. *ادبیات عرفانی و*

اسطوره‌شناسی، ۱۸(۶۸)، ۲۳۱-۲۶۲. <https://sid.ir/paper/1034900/fa>

ویگوتسکی، لیف سیمینوویچ (۱۴۰۲). *اندیشه و زبان* (حبیب‌الله قاسم‌زاده، مترجم). ارجمند.

هاوکس، ترنس (۱۳۹۰). *استعاره* (فرزانه طاهری، مترجم). مرکز.

References

- Afrashi, A. (2021). *Foundations of cognitive semantics*. Institute for Humanities and Cultural Studies. [In Persian]
- Afrashi, A., Asasi, S. M., & Joolayi, K. (2015). Conceptual metaphors in Persian language: A cognitive and corpus-based analysis. *Journal of Linguistics*, 6(2), 39-61.
<https://civilica.com/doc/1512200> [In Persian]
- Aristotle. (1964). *Poetics* (A. Zarrinkoob, Trans.). Bank-e Tarjomeh va Nashr-e Ketab. [In Persian]
- Bahmanesh, N., Kazemi, F., & Jaber Nasab, N. (2021). Comparison of conceptual metaphors of "world" in the poems of Saadi and Parvin. *Journal of Didactic Literature*, 13(52), 93-124.
<https://sid.ir/paper/1031711/fa> [In Persian]
- Behnam, M. (2010). Conceptual metaphor of "light" in Divan-e Shams. *Literary Criticism*, 3(10), 91-114. https://lcq.modares.ac.ir/article_18488.html [In Persian]
- Casakin, H. P. (2007). Metaphors in design problem solving: Implications for creativity. *International Journal of Design*, 1(2), 21-33. <https://www.ijdesign.org/index.php/IJDesign/article/view/53>
- Derikvand, E., Allami, Z., & Mobasheri, M. (2022). Conceptual metaphors of anger in Khaqani's Divan. *Literary Text Research*, 26(94), 35-64. <https://doi.org/10.22054/ltr.2020.47853.2855> [In Persian]
- Eco, U., Rody, M., & Lakoff, G. (2018). *Metaphor: The basis of thought and the tool of creativity* (F. Sasani, Trans.). Sureh Mehr. [In Persian]
- Farhanizadeh, M., & Mohammadian, A. (2018). Conceptual metaphor of "joy" in Divan-e Shams. *Journal of Linguistic and Rhetorical Studies*, 9(2), 319-350.
<https://doi.org/10.22075/jlrs.2018.14657.1191> [In Persian]
- Forceville, C. (2002). The identification of target and source in pictorial metaphors. *Journal of Pragmatics*, 34(1), 1-14. [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(01\)00007-8](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(01)00007-8)
- Forouzanfar, A. (2019). Linguistic analysis of the conceptual metaphor of "love" in the ghazals of Amir Khosrow Dehlavi. *Stylistics of Persian Poetry and Prose (Bahar-e Adab)*, 12(2), 349-370.
https://bahareadab.com/article_id/847 [In Persian]
- Ghavam, F., & Alimohammadi, M. (2015). *Research process in industrial design*. Joyesh. [In Persian]
- Gulari, M. N. (2015). Metaphors in design: How we think of design expertise. *Journal of Research Practice*, 11(2), M8-M8. <http://jrp.icaap.org/index.php/jrp/article/view/485>
- Hafez, S. M. (2011). *Divan of Hafez* (M. Qazvini & Q. Ghani, Eds.). Zavar. [In Persian]
- Hawkes, T. (2011). *Metaphor* (F. Taheri, Trans.). Markaz. [In Persian]
- Hekkert, P., & Cila, N. (2015). Metaphors in design. *International Journal of Design Creativity and Innovation*, 3(1), 1-15. <https://doi.org/10.1080/21650349.2015.1010075>
- Kheslati, H., Alavi Moghaddam, M., & Firoozi Moghaddam, M. (2022). Analysis of structural conceptual metaphor of "existence" in Bidel Dehlavi's ghazals. *Literary Text Research*, 26(92), 253-283. <https://doi.org/10.22054/ltr.2020.40858.2633> [In Persian]
- Kolini Mamghani, N., & Ebrahimi, S. (2016). *Kansei engineering (The role of emotions and feelings in the design process)*. Samt. [In Persian]

- Kövecses, Z. (2020). *Metaphor: A practical introduction* (J. Mirzabeygi, Trans.). Agah. [In Persian]
- Kövecses, Z. (2025). *Where metaphors come from?* (J. Mirzabeygi, Trans.). Agah. [In Persian]
- Krippendorff, K. (2006). *The semantic turn: A new foundation for design*. CRC Press.
<https://B2n.ir/jj5929>
- Lakoff, G. (1993). The contemporary theory of metaphor. In A. Ortony (Ed.), *Metaphor and thought* (2nd ed., pp. 202-251). Cambridge University Press.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781139173865.010>
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live by*. University of Chicago Press.
<https://www.press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/M/bo3637992.html>
- Lakoff, G., & Johnson, M. (2015). *Metaphors we live by* (H. Agha Ebrahimi, Trans.). Elmi. [In Persian]
- Mohseni Gardkouhi, F., Shirkavand, V., & Goodarzi Nejad, A. (2020). Analysis of conceptual metaphors of power and related semantic clusters in Ferdowsi's Shahnameh. *Stylistics of Persian Poetry and Prose (Bahar-e Adab)*, 13(11), 201-223. https://bahareadab.com/article_id/1052 [In Persian]
- Margolin, V. (1995). Culture is everywhere. *Design Issues*, 11(2), 4-19.
<https://doi.org/10.2307/1511747>
- Nafeli Shahrestani, M., & Aghahosseini, H. (2023). Rhetorical analysis of macro- and micro-conceptual metaphors of "soul" in Masnavi-ye Ma'navi. *Stylistics of Persian Poetry and Prose (Bahar-e Adab)*, 16(8), 249-269. https://bahareadab.com/article_id/1527 [In Persian]
- Neshat Esfahani, A. (2000). *Divan of Neshat Esfahani* (H. Nakhaei, Ed.). Gol Ara. [In Persian]
- Norman, D. A. (2004). *Emotional design: Why we love (or hate) everyday things*. Basic Books.
<https://www.basicbooks.com/titles/don-norman/emotional-design/9780465051366/>
- Ostavar Nameghi, S. M. (2016). A comparative study of common conceptual metaphors in Khayyam's quatrains and Abumadi's talismans. *Comparative Literature*, 8(15), 1-21.
https://jcl.uk.ac.ir/article_1596.html [In Persian]
- Rumi, J. M. (1957). *Masnavi-ye Ma'navi* (R. Nicholson, Ed.). Amirkabir. [In Persian]
- Rumi, J. M. (1999). *Kolliyat-e Shams* (B. Forouzanfar, Ed., Vol. 8). Amirkabir. [In Persian]
- Saeb Tabrizi, M. M. A. (1985). *Divan of Saeb Tabrizi* (M. Ghahreman, Ed., Vol. 1). Elmi Farhangi. [In Persian]
- Sepahri, S. (2008). *Eight books*. Tahouri. [In Persian]
- Schön, D. A. (1993). Generative metaphor: A perspective on problem-setting in social policy. *Metaphor and thought*, 2, 137-163. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139173865.011>
- Tung, F., & Tseng, H.-Y. (2019). Associations with and recognition of product metaphors. *Journal of Design Research*, 3(2), 39-52. <https://B2n.ir/jw1881>
- Vahdanifar, O., & Entezari, S. (2022). Analysis of conceptual metaphors of "love" in the story of Sheikh San'an. *Journal of Mystical Literature and Mythology*, 18(68), 231-262.
<https://sid.ir/paper/1034900/fa> [In Persian]
- Vygotsky, L. S. (2023). *Thought and language* (H. Ghasemzadeh, Trans.). Arjmand. [In Persian]
- Wang, H.-H. (2019). A framework of product design by metaphor. *Proceedings of the Institution of*

Mechanical Engineers, Part C: Journal of Mechanical Engineering Science, 233(2), 415-424.

<https://doi.org/10.1177/0954406218756724>

Zahedi, S. A., Sadeghi Tahsili, T., Sahraei, G., & Zohrevand, S. (2022). Investigating the conceptual metaphor of time in the poetry of Hafez and Jahan-Malek Khatun. *Stylistics of Persian Poetry and Prose (Bahar-e Adab)*, 15(1), 173-196. <https://dx.doi.org/10.22034/bahareadab.2022.15.6286> [In Persian]