

عنوان مقاله:

از نماد تا نشانه؛ واکاوی مولفه های میراث هنر ایرانی در طراحی نشانه های فرهنگی و تجاری

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی نمادشناسی در هنر ایران با محوریت هنرهای بومی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

احسان زارعی فارسانی - عضو هیات علمی دانشگاه شهرکرد

مریم قاسمی - عضو هیات علمی دانشگاه شهرکرد

خلاصه مقاله:

نقش و نمادهای کهن ایرانی، از بازمانده های تصویری دوران کهن این سرزمین باستانی و نشانه های فرهنگی و تجاری، محصول دوران بلوغ فکری، بالندگی عقلی، استیلای منطق و حاکمیت مناسبات اجتماعی و اقتصادی امروز است. نماد ریشه در باورها و اعتقادات، تخیل و آرزوها داشته و آفریننده، در نهان خویش، وجه تزیینی را مد نظر داشته است. این میراث فرهنگی و صد البته هنری، منبع تصویری عظیم برای هنرمندان امروز در حوزه ارتباط تصویری است. نشانه، شاید اولین شناسه هر سازمان و یا نهاد فرهنگی، هنری و یا تجاری باشد. طراحی نشانه و هویت سازمانی کما بیش رابطه ای مستقیم و نزدیک داشته اند. گسست تاریخی دوران مدرن، همچون دیگر حوزه های هنر، هویتمندی بسیاری آثار در حوزه هنرهای تجسمی را دستخوش تلاطم نمود. در تقابل با این رهاورد هنر مدرن، برخی طراحان از جمله طراحان گرافیک، گاه بر انتفاع از میراث فرهنگی هنری جهان گرایش یافتند. به زعم برخی طراحان، دلایل این اقتباس، نخست، هویت بخشی به نشانه و در ثانی، صیانت از گنجینه ارزشمند بصری روزگار کهن و انتقال به نسل های آینده عنوان شده است. با وجود ارزشمند بودن ادله فوق الذکر، دلایل حایز اهمیت دیگری در ذات چنین رویکردی مستتر است که چرایی چنین برداشتی را تبیین می کند. مساله این است که براستی کدام مولفه های میراث فرهنگی و هنری ایرانی همچون نماد ها و نقش مایه ها، هم سو و هم داستان با شاخصه های طراحی نشانه قرار گرفته اند که بهره برداری از چنین گنجینه ای را توجیه می کند این پژوهش با روش توصیفی تحلیلی و شیوه مرور متون و اسناد کتابخانه ای، بر آن است دلایل کاربست ظرفیت های بصری فرهنگ و هنر پیشین این سرزمین که در برخی نشان های فرهنگی، هنری و تجاری امروزی جلوه می کنند را به بحث بنشیند.

کلمات کلیدی:

نماد، نشان، هنر ایرانی، انتزاع، گرافیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/748306>

