

عنوان مقاله:

نمادشناسی نقوش تزئینی در طراحی جواهرات برندهای شاخص

محل انتشار:

دومین همایش ملی زبان تزئین در طراحی مد و لباس (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 27

نویسندگان:

هنگامه چراکار - دانشجو کارشناسی ارشد ارتباط تصویری دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران

فواد نجم الدین - استادیار عضو هیات علمی گروه ارتباط تصویری دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

استفاده از نمادها در زیورآلات طلایی و آکسسوری ها از گذشته تا امروز بوده و باعث زیبایی و جذابیت به مراتب بیشتر افراد می باشد. این نمادها هستند که در زیورآلات به آن ها معنا می بخشند و هرکدام معنا و مفهوم یگانه ای دارند و دارای کاربردی مجزا می باشند. نمادها یک بخش جدانشدنی از زندگی انسان ها می باشند و این اصل انکارناپذیر وجود دارد که ما خواستار استفاده از آن ها چه به صورت ارادی یا ناخودآگاه می باشیم سراسر زندگی هر انسان تشکیل شده از نماد های مختلف که این نمادها سمبلی از ترس و یا وحشت یا تداعی کننده عشق و محبت می باشد که به شکلی فراوان از آن ها استفاده می کنیم همچنین بیان کننده اتفاق، حس و طرز تفکر، که گاه الهامی از طبیعت یا خلق شده به وسیله انسان ها می باشد. ممکن است با گذشت زمان نمادها تداعی گر مفاهیم متفاوتی باشند به گونه ای که در کوتاه ترین و خلاصه ترین وجه ممکن پیام خود را منتقل می کنند و این انتقال مطالب نه لزوما برای همه افراد بلکه می تواند مخاطبی خاص داشته باشد. همچنین این جواهرات می باشند که به عنوان مجسمه های پوشیدنی و اثری هنری بر اندام ما همواره یادآور اهمیت احساسات، ارزش ها، زندگی و آرمان های ما در طول زندگی می باشند. قدرت، زیبایی و معنویات را سه عنصر اصلی هنرمندان و طراحان جواهرات برای خلق ایده های نو می دانند. هر زیوری پیشینه ای و داستانی دارد که از طریق بیانی خلاقانه و با استفاده از فلزات گران بها و سنگ های باارزش و مرواریدها داستان اش را بازگو می کند. با توجه به آنچه ذکر شد در این مقاله سعی داریم به روش توصیفی تحلیلی با توجه به ضرورت پرداختن به مسئله علم نقوش و نمادشناسی جواهرات در دنیای مد و لباس و فراگیر شدن هنر طراحی و دیزاین جواهرات و هم چنین جواهر سازی در قشر جوانان جامعه پردازیم. بنابراین چند برند شاخص و منتخب دنیا را انتخاب کردیم و به پیشینه آن ها و چگونگی پیدایش و بررسی نمادها، نشانه شناسی و ریشه های آن ها می پردازیم مانند: برند کارتیر و دیوید یورمن و.... به نظر می رسد نتایج حاصل از انجام تحقیق اذعان دارد که بررسی این سبک های طراحی و نقوش به کار رفته در جواهرات به طراحان کمک می کند با افق دید گسترده تری طرح ها را انتخاب کنند و ما می توانیم بیشتر سبک و طرز فکر آن ها را درک و بررسی کنیم و تبلیغات برندها را از منظر برندینگ (از طراحی نشانه تا تبلیغات محیطی) را ریشه یابی می کنیم و در آخر ریشه های پیدایش این نمادها را پیدا می کنیم و مفاهیم را در برندینگ جواهرات معاصر استخراج می کنیم. مولفه های اصلی برای دیزاینر در حیطه طراحی جواهرات و تبلیغات را آشکار می سازیم

کلمات کلیدی:

نمادشناسی، طراحی زیورآلات طلایی، طلا و جواهرات، برندهای شاخص، نقوش تزئینی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2092210>

