

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

المقدمة

منذ أن خلق الإنسان وهو يحاول إشباع حاجاته الأساسية ومتطلبات حياته، وتمثل ذلك في بحثه الدائم عن الطعام والمأوى، وبتطور حياته تطورت حاجاته وطرق إشباعها وتلبية متطلباتها في محاولات تتجدد وتتطور في كل مرحلة يعيشها، وإلى جانب ذلك لم يغفل الإنسان عن التعبير عن جوانب حياته بالرسم تاركاً أثراً لأجيال قادمة؛ وهذا ما نجده في رسوم الكهوف التي تمثل بعض جوانب الحياة كمشاهد الصيد وغيرها، ولم ينقطع الإنسان عبر مراحل تطور حياته كافة عن التعبير من خلال الرسم والحفر على جدران الكهوف والأماكن التي سكنها كما في المعابد التي ما زالت قائمة إلى غاية عصرنا الحديث، وفي مرحلة متأخرة تطورت تلك الرسوم إلى فن مستقل عرف بفن الجرافيك والذي تحددت ملامحه بظهور آلات الطباعة في القرن الخامس عشر، حيث اتخذ هذا الفن مجالات محددة كطباعة الكتب والتطور إلى طباعة الملصقات السياسية، ومع التطور الصناعي المتسارع كان لابد من الحاجة إلى تصاميم لتغطية الجوانب الصناعية كالإعلانات والتغليف للمنتجات بأنواعها.

وفي ظل التطور الصناعي الهائل أصبحت المنافسة شديدة جداً بين الشركات المنتجة في جميع أنحاء العالم من أجل تسويق منتجاتها على الصعيد المحلي والعالمي، مما دعا تلك الشركات إلى الاهتمام بتصميم التغليف والبحث عما هو مناسب ومنافس من الناحية التصميمية والاهتمام بشكل العبوة والخامات المستخدمة في عملية التنفيذ، حيث أن تصميم أي عبوة تغليف لابد وأن يحمل عدة مزايا لتحقيق مجموعة من الأهداف، منها أن يتمكن المستهلك من التمييز بين منتج وآخر أو شركة منتجة وأخرى، وبما يحمله المنتج من تصميم علامات تجارية وصوراً أو رسوماً أو

ألواناً فهذا يشكل عامل جذب للمستهلك، ومن جهة أخرى فإن المعلومات التي يحملها تصميم غلاف أي منتج تسهم في تثقيف المستهلك حيث يتعرف إلى المحتويات والقيم الغذائية للمنتج إذا ما كان في مجال الاستهلاك الغذائي من أطعمة ومشروبات وحلويات، أو ربما تحمل تلك المعلومات تحذيرات تتعلق بالاستخدام كما هو الحال في مساحيق التنظيف وغير ذلك (الفرحاتي، 2000).

ومما لا شك فيه أنه لا تكاد أغلب تصاميم التغليف تخلو من الأشكال والرسوم والصور، وهذه الأشكال إما أن تكون مجردة أو ذات دلالات معينة كما في رسوم الأشكال المختلفة من الطبيعة أو واقع حياتنا اليومية كالأشخاص والحيوانات والطيور وإما أن تكون بشكل جزئي أو كامل، ويمكن الحديث هنا عن رسوم يتم تنفيذها بشكل احترافي أو بطريقة مبسطة كما هو الحال في رسوم الكرتون وفي بعض الأحيان يتم استخدام رسوماً وألوان تحمل معنى يعبر على مزايا المنتج (العمرى، 2011).

إن أي تصميم في مجال الجرافيك يتطلب استخداماً لونياً واللون بحد ذاته هو جاذب للإنتباه ولكن إذا ما تم استخدامه بمستوى عالٍ من الذائقة والدقة وخاصة إذا ما اقترن بلون آخر كما هو الحال في الألوان المستخدمة في مجال تصميم عبوات التغليف، وهنا تقع مسؤولية مهمة على المصمم فلا بد أن تكون لديه المعلومات الكافية عن محتوى العبوة ومزاياها وطريقة استخدامها حتى يتمكن من وضع نظام لوني خاص للعبوة، بل ويحدد القيم اللونية للصورة التي سيتم التقاطها واستخدامها في التصميم، ومن جهة أخرى عليه أن يحدد الفئة المستهدفة والمتوقعه لشراء المنتج واستخدامه (Arntson, A. E. 2011).

إن عملية اختيار الرسوم في تصميم أغلفة المواد الغذائية ليست عملية فردية يقوم بها المصمم منفرداً، وإنما تعتمد على دراسات مسبقة للمنتج والمنتجات المنافسة والفئات العمرية

المستهدفة، ومن جهة أخرى لا بد من مراعاة بعض المعايير في اختيار الرسوم، كما هو الحال في الصناعات والمنتجات الغذائية وما تحمله هذه الرسوم من دلالات معرفية وثقافية (زعتز، 2008).

مشكلة الدراسة:

تتلخص مشكلة الدراسة بالاستخدام العشوائي للرسوم المستخدمة في تصميم المنتجات الغذائية حيث إنها لا تكون ذات علاقة مباشرة بالمنتج، من جهة ومن جهة أخرى فإن أغلبها دخيلٌ على مجتمعنا المحلي حيث إنها شخصيات تحمل شيئاً من العنف في طياتها وهذا بالتالي يؤثر على الفئة المستهلكة لتلك المنتجات وخاصة الأطفال والفتية.

أهداف الدراسة:

- التعرف على الرسوم المستخدمة في تصميم عبوات التغليف في الأردن.
- علاقة الرسوم بالتصميم بشكل عام في عبوات التغليف في الأردن.
- الدور الوظيفي الذي تؤديه الرسوم في تصميم عبوات التغليف في الأردن .
- علاقة الرسوم بالمفردات الأخرى كالعلامات التجارية والعناوين بتصميم عبوات التغليف في الأردن.

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة من الحجم الهائل للمنتجات التي نستهلكها يومياً والتي تتدرج تحت أكثر من مجال كالمجال الغذائي والمشروبات ومواد التنظيف ومواد التجميل والأدوية... وغيرها، فهذه المنتجات بمثابة رفيق دائم للمستهلكين، ولا سيما أنهم يتعاملون معها بشكل مباشر على العكس من الإعلانات الخارجية أو الإعلانات الصحفية، إذ لا يستوقفنا تصميم تغليف ما من جهة ومن جهة أخرى فإننا نتفاعل ونتأثر بهيئة تلك العبوات وما تحمله من تصاميم والتي تتخذ أنظمة

لونية مختلفة وأشكالاً ورسوماً متعددة وبالتالي فهي تلعب دوراً مهماً في حياتنا اليومية ، ويمكن أن تضيف لنا شيئاً من المعرفة والثقافة.

أسئلة الدراسة:

تأتي أسئلة الدراسة كالاتي :

- ما هو دور الرسوم في تصميم عبوات التغليف في الأردن ؟
- ما هي علاقة الرسوم بتصميم العبوة بشكل عام في عبوات التغليف في الأردن؟
- ما هو الدور الوظيفي الذي تؤديه الرسوم في تصميم عبوات التغليف في الأردن؟
- ما هي علاقة الرسوم بالمفردات الأخرى كالعلامات التجارية والعناوين بتصميم عبوات التغليف في الأردن ؟

حدود الدراسة :

تحدد الدراسة بالمجالات الآتية :

- الحدود المكانية : المملكة الأردنية الهاشمية (مصانع المواد الغذائية في الأردن) مصانع مادة الشيبس التي تحمل منتجاتها رسوماً.
- الحدود الزمانية : 2018 .

محددات الدراسة :

- أثر القيود التي قد تفرضها التكلفة المادية في تطوير التغليف وإنتاج العبوات الغذائية في الأردن.
- طبيعة المادة الخام وتكلفتها التي تدخل في صناعة العبوات الغذائية.
- مدى ملاءمة المادة التي تدخل في صناعة العبوات الغذائية مع البيئة التصميمية للمنتجات.

مصطلحات الدراسة:

العبوة (نظرياً) " Packet " :

"هي أوعية تم تصميمها من خامات مختلفة كالبلاستيك والزجاج والكرتون لعزل المحتوى وحفظه عن المؤثرات الخارجية".(التوم و النور و بابكر ،2013)

العبوة (إجرائياً) " Packet " :

صندوق صغير محكم الإغلاق يحتوى على كمية صغيرة من منتج للتجزئة (عبوة مستهلك)، أو كمية أكبر من منتج أو عدد من الوحدات أو العبوات الصغيرة للنقل والتخزين (عبوة نقل).

ملصق المعلومات (نظرياً) "Label" :

"قطعة من الورق أو أي مادة أخرى، تحتوي معلومات عن المنتج يتم إصاقها على الغلاف أو على المنتج"(Ahmed, M. S. (2012).

التغليف (نظرياً) "Packaging" :

عرفه المعهد العالمي للتغليف: "إن العبوات بجميع أشكالها مثل حزم ملفوفة ، أو أنبوبة أو علب مختلفة الأشكال ، تم تشكيلها لعدة وظائف وهي الاحتواء ، الحماية ، الحفظ ، الاتصال، الإقناع "(Tian, F., Decker, E. A., & Goddard, J. M. (2013)

التغليف (إجرائياً) "Packaging" :

"هو الوسيلة التي يتم من خلالها إيصال المنتج إلى تاجر الجملة وتاجر التخزين والمستهلك النهائي بحالة جيدة وبأقل تكلفة، وهذا يعني أن العبوة تحمي المحتوى خلال النقل، وأن لها جانباً معرفياً، إذ لا بد أن تمتد العبوة المستهلك بمعلومات مثل وصف ما بداخلها، ومكوناتها، ومدة صلاحيتها وكيفية استعمالها ، أي أن العبوة جزء من عملية التسويق" (ناجي،2006).

الشكل "Shape":

"هو أحد عناصر التصميم الأساسية والأولية الذي يقوم بتعريف وتمييز الأشياء في ما بينها، وبالاستخدام العام لكلمة الشكل فإنها تدل على الخطوط الخارجية لشيء ما" (وسيلة بو سنة،،2016).

اللون "Color":

هو الانطباع الذي يقوم بتوليده النور وعكسه على العين والذي يتم نشره وتوزيعه من خلال الأجسام المعرضة للضوء(الربيعي،2010).