

العناصر التيبوغرافية في مطبوعات اغلفة ادوية الاعشاب العراقية م. بان صباح صبري

Received: 24/9/2020

Accepted: 22/8/2021

Published: 2021

العناصر التيبوغرافية في مطبوعات اغلفة ادوية الاعشاب العراقية م. بان صباح صبري

كلية الفنون التطبيقية – قسم تقنيات الاعلان

bansabahart@gmail.com

07702939035

مستخلص البحث :

يتضمن البحث ثلاثة فصول : الفصل الاول يتناول مشكلة البحث التي تتلخص بالتساؤل الاتي : ماهي العناصر التيبوغرافية في مطبوعات اغلفة ادوية الاعشاب العراقية ؟ .
واهمية وهدف البحث وهو التعرف على العناصر التيبوغرافية في مطبوعات اغلفة الاعشاب فضلا عن حدود البحث , اما الفصل الثاني الاطار النظري يتناول ثلاث موضوعات (العناصر التيبوغرافية) و (تصميم المطبوعات) و (تصميم اغلفة ادوية الاعشاب) , والفصل الثالث تناول منهج البحث وهو الوصفي التحليلي ومجتمع البحث وبلغ 12 انموذجا وعينة البحث بلغت 6 عينات واداة البحث وهي عدة محاور اعتمدت من الاطار النظري ثم التحليل والنتائج واهمها
1- ظهر ان البساطة في تصميم شكل الغلاف لم تحقق هدفها من تصميمه حيث ان عدم مراعاة النسب بين العناصر النصية ادى الى عدم ترابطها لاسيما في الجزء الذي يتعلق بالنصوص .
2- اتسم الاخراج النهائي للتصميم بالضعف خاصة في الجزء الذي يتعلق بالنصوص تارة او بالصور تارة اخرى على الرغم من جودة طباعته .
ثم التوصيات والمقترحات

الفصل الاول :

مشكلة البحث :

تعد المطبوعات شكلا من اشكال التصميم الذي يعمل على تنظيم العناصر التصميمية والتيبوغرافية ضمن اطار متوازن يعمل على ايجاد فكرة المصمم الى المتلقي , لاسيما وان كانت الفكرة التصميمية توجه الاهتمام نحو منتج وطني يمثل ثروة عظيمة ذات مردود مادي للبلد حاله حال النفط الا وهو الاعشاب الطبية العراقية التي يزخر بها البلد , حيث نلاحظ قلة الاهتمام بمطبوعات من قبل القطاع العام او الخاص رغم اهميتها في كافة البلدان التي اصبحت لديها ماركة عالمية في التصدير , الا اننا لانجد ذلك متحققا بالنسبة لمطبوعات الاعشاب في العراق , من هنا جاءت مشكلة البحث التي تتمثل بالتساؤل الاتي : ماهي العناصر التيبوغرافية في مطبوعات اغلفة ادوية الاعشاب العراقية ؟ .

اهمية البحث :

تظهر اهمية البحث من خلال تسليط الضوء على اهمية تصميم الاغلفة لمنتج يمثل ثروة وطنية عظيمة الا وهي الاعشاب الطبية , مما يساهم في توجيه انظار المصممين والباحثين وذوي الاختصاص نحو تسخير التصميم الطباعي خدمة لهذا الجانب الوظيفي والجمالي .

اهداف البحث :

يهدف البحث الى الاتي : التعرف على العناصر التيبوغرافية في مطبوعات اغلفة الاعشاب .

العناصر التيبوغرافية في مطبوعات اغلفة ادوية الاعشاب العراقية م. بان صباح صبري

حدود البحث :

يتحدد البحث بدراسة نماذج اغلفة مطبوعات الاعشاب الطبية المتوفرة في السوق المحلية العراقية للعام 2020.

تحديد المصطلحات :

التيبوغرافيا : هي علم وفن الهيئات المطبوعة، ويقصد بها الوحدات الطباعية التي تتكون من العناصر الطباعية المختلفة، كالحروف بمختلف أشكالها وأنواعها واستخداماتها (حروف المتون وحروف العناوين وأنواعها) وبمختلف طرائق إنتاجها (خطوط يدوية وخطوط آلية) إضافة إلى الصور الظلية والخطية وعناصر الفصل (الجدول، والفواصل. والاطارات)..الخ. (7, ص 15)
العناصر التيبوغرافية : هي كل ما يتعلق من عناصر وهيئات طباعية تشترك في تكوينها الحروف الطباعية على اختلاف احجامها واستخداماتها . (4 , ص 27)
الغلاف: الغشاء يغطي به الشيء كغلاف القارورة والسيوف والكتاب والقلب , وغلاف البيض واكمام الزهر , والظرف توضع فيه الرسالة ونحوها (ج) غلف . (1 , ص 659)
الغلاف : هو واجهة المطبوع التي تكسبه الشكل الجديد , ويجب ان يتلاءم مع توجه المطبوع وهو يحمل الفكرة التي لها وقع وحضور اعلاني على واجهة المطبوع . (10 , ص 13)
الغلاف : من المكونات التي يركز عليها تسويق المنتج في السوق في ظل المنافسة من طرف المنتجات المحلية والاجنبية بالاسواق الداخلية والخارجية , حيث يهتم كل من المسوقين والمستهلكين بالغلاف الخاص بالمنتج , نظرا لاهميته بتحقيق عدد من المنافع لكل منهما في تحقيق اهدافه من المنتج . (9 , ص 9)
المطبوع : ما طبع . ويقال فلان مطبوع في فن كذا او غيره , ذو موهبة فيه يعالجه بلا تكلف ويجيده . (1 , ص 550)
المطبوع : هو ناتج عملية الطباعة لكتاب او مجلة ..الخ والتي تجعله متاحا لعامة الناس.
(17 , ص 497)

الفصل الثاني : الاطار النظري:

العناصر التيبوغرافية :

تمثل العناصر التيبوغرافية ادوات التصميم التي يتم تطويعها لاطهار شكل محدد تتجسد فيه الرؤية التصميمية التي تحقق الجانب النفعي والجمالي في نفس الوقت , ويعد التصميم نظاما انسانيا اساسيا في حياتنا المعاصرة , لان اي عمل لا يظهر الا من خلال التصميم , الذي يبذل المصمم فيه من خلال البحث والتطوير لاطهار طابع متفرد في تصميمه الموجه الى جمهور محدد او عام يظهر من خلال اللون وقيمته والخط والقيم السطحية والمساحات والاشكال وموضوع التصميم . (2 , ص 24)
والهدف الاساس من استخدام العناصر التيبوغرافية هو توزيعها وابرازها وفقا لخطة معينة تتجسد في تحسين عملية الاتصال بين المتلقي والمطبوع لجذب اكبر عدد ممكن من المتلقين . (2 , ص)
ويتم ذلك من خلال التصميم الطباعي الذي هو عبارة عن مزيج من المكونات المختلفة التي ينتج عنها اتصالات إعلامية وترفيهية وقيادية بصرية ونصية , وتاريخيا لعبت الكتابة والصورة دورا كبيرا في الخطاب الاجتماعي عن طريق التعليق والنقد , في المطبوعات باستخدام الذكاء الذي يتمتع به المصممون من خلال قدرتهم على تغيير السلوك أو على الأقل جعل الناس يفكرون بشكل سلبي او ايجابي . (20 , ص 7 , 109) وتتمثل العناصر التيبوغرافية بالاتي :

1- الاشكال المطبعية (الحروف) : في التصميم الطباعي تعد الحروف والأرقام وعلامات الترقيم أيضا أشكالاً , وإن كانت عالية التخصص ترمز إلى أصوات اللغة , ومثل الأشكال الأساسية , يمكن

العناصر التيبوغرافية في مطبوعات اغلفة ادوية الاعشاب العراقية م. بان صباح صبري

أن تكون الكتابة مستقيمة أو منحنية الخطوط أو هندسية أو عضوية , كما وتعد علامة التحويل أو الرقم أو علامات الترقيم هي الشكل ، والعدادات أو المساحات المفتوحة من الكتابة هي الأرض أو المساحات السالبة , ويراعى عند استخدام الكتابة تحقيق التواصل السريع والمفهوم حيث ان لكل خط خصائص تنقل المعنى مهما كانت دقيقة أو علنية , ولكل منها جوانبه المرئية التي تهدف إلى تعزيز الرسالة اللفظية التي تحقق التواصل الفعال وحسب مستويات المعالجة من قبل المصمم , بمعنى إن اتباع معايير تتعلق بنسبة شكل الحروف ، وتباعدهم الأحرف ، وتباعدهم الكلمات ، والبدائية ، وما إلى ذلك ، ينتج عنه رسائل تنقل بشكل فعال معنى المتحدث الى المتلقي . (18 , ص 19 – 49)
وعليه فالحروف تعد من أهم العناصر الطباعية لأنها تمثل المادة الأساس للإخراج التصميمي في المطبوعات , لكونها أداة التعبير عن المتون التي تعد المادة الأهم في سياق المضامين الطباعية , وهذه الحروف تأخذ أهميتها من كونها الأساس الذي تبنى عليه وتتشكل منه المادة المعدة للنشر والقراءة وكلما زادت جودة طباعتها ووضوحيتها زاد إقبال المتلقين عليها . (11 , ص 93)
1- الخطوط : يمثل الخط نقطة ممدودة ويعد مسار نقطة متحركة ويتم تضمينه ضمن العناصر الرسمية للتصميم لأنه يشغل العديد من الأدوار في التكوين والتواصل لظهور الحركة ولتحقيق الجودة في التصميم . (18 , ص 16)



2- الرسوم والتخطيطات : كما وتعد الرسوم والتخطيطات عنصرا مهما يتضمن معاني تعبيرية حسب طبيعة التصميم فمنها ماهو توضيحي كالخرائط والرسوم البيانية ومنها ماهو تعبيرى الذي يظهر بهيئة رموز بحسب الاحداث , ومنها ماهو شخصي كما في الشخصيات التاريخية , ومنها ماهو ساخر يتميز بالطرافة والقدرة على جذب الانتباه . (8 , ص 120) ومن اشكال الرسوم والتخطيطات رسم الخرائط الذهنية التي تعد بمثابة تمثيل مرئي أو رسم بياني أو عرض تقديمي للطرق المختلفة التي يمكن أن ترتبط بها الكلمات أو المصطلحات أو الصور أو الأفكار أو الأفكار ببعضها البعض , وهي تمثل أداة مفيدة في فهم العلاقات وتنظيم الأفكار ، لكونها تؤدي إلى توليد الأفكار , وعليه فهي تعد أداة عصف ذهني ورسم تخطيطي مرئي تستخدم لتطوير فكرة أو الوصول إلى فكرة , وتسمى أيضاً تعيين الكلمات ، وتخطيط الأفكار ، ورسم الخرائط الذهنية , وقد يتم تجميع الكلمات والتخطيط العنكبوتي ليتمكن المصمم من استخدامه لتصوير الأفكار وهيكلها وتصنيفها وكمساعدة في الدراسة والتنظيم وحل المشكلات واتخاذ القرار , وبناء على ذلك فالخريطة المرئية الناتجة هي عبارة عن رسم تخطيطي

العناصر التيبوغرافية في مطبوعات اغلفة ادوية الاعشاب العراقية م. بان صباح صبري

يستخدم لتمثيل الأفكار أو الكلمات أو المعلومات أو المهام أو الصور بترتيب بياني محدد فتتظم الكلمة الرئيسية أو الفكرة المركزية ، وكل الكلمات أو الأفكار أو المراثيات الأخرى تنبع وترتبط بالكلمة المركزية في دائرة نصف قطرها حول تلك النقطة المركزية . (18 , ص 70)



3- **اللون:** يعتبر من العناصر الطباعية التي لها الاثر الكبير لما يؤديه من وظائف كجذب الانتباه وخلق تأثيرات سيكولوجية وازدادة الواقعية , وقد تستخدم الوان منفصلة , كان تكون النصوص بلون واحد او الارضية بلون واحد كما في العناوين الرئيسية , او تستخدم الوان مركبة تتداخل مع بعضها لتجسد مشاهد طبيعية . (5 , ص 84) واللون يلعب دوراً رئيسياً في تنبيه الناس إلى اغلفة منتجات معينة ورائحتها ونوعها ومحتوياتها ويمكن أن يرسل اللون أيضاً إشارة حول الحالة والجودة , كما ان للتصوير الفوتوغرافي أو الرسوم التوضيحية على الاغلفة دورين مهمين: هما إشارات تنقل المعلومات أثناء إنشاء اتصال عاطفي , وعاطفياً يمكن للمراثيات أن تدل على المستهلك كيف سيشعر بعد شراء هذا المنتج , وعليه يجب أن تعمل العناصر التيبوغرافية معاً لتوصيل جوهر التصميم للمنتج وتوضيح كافة المعلومات عنه بوضوحه. والعناصر التيبوغرافية تتضمن اسم المنتج والمعلومات ذات الصلة المطلوبة و سطر العلامة أو الوصف , الذي ينقل الفائدة العاطفية والوظيفية . (18 , ص 70)

4- **الصور:** هي العنصر الفعال في المطبوعات لما تحققه من مصداقية في التعبير عن الاحداث المرافقة للنصوص الكتابية مما يجذب الانتباه نحو الموضوع التصميمي , وتتنوع ما بين الصور الخبرية التي تقدم خدمات اخبارية او الصور الموضوعية التي تحمل معنى عن موضوع شامل او

العناصر التيبوغرافية في مطبوعات اغلفة ادوية الاعشاب العراقية م. بان صباح صبري

الصور الشخصية التي تعبر عن الشخصيات او الصور الجمالية التي تضيف لمسات جمالية على المطبوع او الصور الاعلانية التي تروج لمنتج معين او الصور المركبة التي يتم دمج اكثر من صورة معا لظهور تشكيل يرمز الى معنى خاص . (8 , ص 116)



ويمكن جعل الصورة ذات أهمية أكبر كأن تكون لامعة وجذابة , مع اعطاء خصوصية للمنتج باضفاء التأثير عليه فالصور تعمل على تجانس التصميم وتميزه وبالتالي فهي تحقق الوضوحية والتصور المرئي المقنع بقوة بشكل فريد , وتجذب المشاهد نحو المنتج . (21 , ص 9) بالنظر إلى الصورة الأكبر في التصميم التي يتوفر فيها الوضوح في المساحة المتقطعة المتميزة من خلال الاختزال والتكثيف المدروس للنصوص واللون والتأثير والتميز للعلامة التجارية بطريقة مقنعة. (14 , ص 276) .



5- العلامة التجارية: ان اختيار علامة تجارية محددة يقوم بناءً على عوامل متعددة منها الحالة الذهنية للفرد والإلمام بالعلامة التجارية والمزايا الوظيفية أو العاطفية للعلامة التجارية والجودة أو الأداء والقيمة المرتبطة بالتكلفة والملاءمة ، وكل خيارات العلامة التجارية المؤثرة , فضلا عن ذلك

العناصر التيبوغرافية في مطبوعات اغلفة ادوية الاعشاب العراقية م. بان صباح صبري

التعرض للإعلانات والعروض الترويجية وجميعيات العلامات التجارية والولاء لتلك العلامة والضرورة منها ومدى تقبل شخص ما للعناصر الجديدة أو المألوفة الموجودة على رف المتجر في أي لحظة محددة ، كل ذلك يشغل دورًا في التأثير على العنصر الذي نختاره ، وبناء عليه فالعناصر التيبوغرافية (العناصر المرئية) وطريقة توزيعها في التصميم له تأثير كبير على قرار الشراء ، فالشكل النهائي من حيث السمات الوظيفية أو السمات الجمالية المتمثلة باللون والمرئيات والملمس كلها تؤثر بالنهاية على المستوى العاطفي للمتلقي مما يجعله يقبل على المنتج أو يفر منه . (18 , ص 289) .

تصميم المطبوعات :

يمثل التصميم أداة للتعبير البصري الذي يفسر معاني يرغب المصمم في توصيلها للغير عن طريق العمل الفني الذي يضم عناصر يتم ترتيبها ضمن شكل معبر وجذاب يحمل فكرة محددة تضم سمات متنوعة تبعًا للمجتمع والثقافات التي تتجسد فيها ، ويعتبر تصميم المطبوعات أحد الوسائل التي تسد حاجات المجتمع المعاصر ، وتتنوع أشكالها وأحجامها وتقنيات تصميمها وأخراجها تبعًا للهدف النهائي المعدة لاجله (تسويقي ، ترويجي ، حملات انتخابية ، أو لأغراض جمالية بحتة) ويفهم من ذلك أن تصميم المطبوعات يمثل نهجًا إبداعيًا يقوم به مصمم أو مجموعة من المصممين بناءً على طلب العميل أو الزبون ويتعاون على تنفيذ معطياته المادية مجموعة من المنتجين (عمال طباعة – مبرمجون – مخرجون -...إلخ) من أجل إيصال رسالة معينة أو مجموعة رسائل إلى الجمهور المستهدف. إذن فتصميم المطبوعات يجمع ما بين عدة تخصصات فنية ومهنية تركز على الاتصالات المرئية وطرق عرضها ، باستخدام أساليب متنوعة كالإنشاء والجمع بين الرموز والصور والكلمات لخلق تمثيل مرئي للأفكار والرسائل لتحقيق التواصل ما بين المطبوع والجمهور . (2 , ص 3)

وتصميم المطبوعات يمثل شكلاً من أشكال الاتصال المرئي يستخدم لنقل رسالة أو معلومات إلى الجمهور ، وهو بذلك يعد تمثيلًا مرئيًا لفكرة تعتمد على إنشاء العناصر المرئية واختيارها وتنظيمها وكلما كان قويا أضفى على الرسالة التصميمية معنى أكبر ، فالتصميم يتضمن إنشاء رسائل مرئية ولفظية محددة لإعلام الأشخاص أو إقناعهم للاقبال على منتج تجاري محدد أو مجموعة لتحقيق التواصل . (18 , ص 2 - 3) . وهناك العديد من العوامل التي تعمل على تحقيق تصميم طباعي جذاب منها توفر الموهبة وهي تذكرة نجاح المصمم وتوفر الطموح والرغبة والخبرة والمعرفة القوية باللغة المرئية والطباعة والعلاقات المكانية ونظرية الألوان وتفاعل المستخدم والالمام بمهارات الاتصال الأخرى ودمج كل ذلك في الممارسة والترشيح للأفضل من بين مجموعة اختيارات للتصميم ، والأهم من ذلك الخيال ، ثم ينظم المصمم الأدوات الموجودة لتوصيل الرسائل بشكل خلاق ، فالمصمم الجيد هو الذي يتجاوز خياله الأدوات الحالية لخلق فرص للابتكار والإبداع وصولاً إلى الأصالة .

(20 , ص 6) ويقوم تصميم المطبوعات على تطبيق مجموعة من المبادئ وتطويع مجموعة من العناصر لخلق عمل فني تواصلي مرئي يركز إلى الصورة الثابتة ويتخذ شكلاً مطبوعاً أو معروضاً على سطح ثنائي الأبعاد . (2 , ص 3) أو قد يكون شكلاً متحركاً ، ثلاثي الأبعاد ، كان للتطور التقني الدور الأكبر فيها وخصوصاً في اظهار مطبوعات متميزة ومبتكرة نتيجة اعتماد المصمم على تقنيات غير مطروقة من قبل تم فيها اختصار الوقت والجهد ، فالتصميم الطباعي هنا يعد جزءاً كبيراً من حياتنا لدرجة أنه في بعض الأحيان يمر دون أن يلاحظه أحد ، فتخطيط نوع لتصميم واستخدام الصور والرسوم والنصوص والمعلومات ما هي الا رسائل مرئية ونصية قابلة للتواصل في المطبوع وهي ناتجة من خلال خبرات المصمم ، ولو كان التصميم تنظيماً فحسب ، لكان الحاسوب قد حل محل المصمم . (19 , ص 3) وبناء على ماتقدم فانه في تصميم المطبوعات يحتاج المصممون إلى

العناصر التيبوغرافية في مطبوعات اغلفة ادوية الاعشاب العراقية م. بان صباح صبري

مجموعة كاملة من المهارات مع الخبرة والدراسة والممارسة المستمرة في المجال الفني والتكنولوجي لإنتاج التصميم ، بما في ذلك كيفية إدارة الصور وإنشاء ملفات رقمية لوسائط معينة وإنشاء موقع ويب وهيكلته ، لأظهار مفاهيم تصميمية رائعة ، حيث لا يمكن النظر إلى المهارات البصرية بمعزل عن السياق الذي يحدث فيه التصميم ودوره الأكبر في المجتمع والعالم ، فالمصممون هم متواصلون بصريون وغالبًا ما يمنحون الصوت المرئي أفكارًا جديدة كونهم ينشئون صورًا يمكنها إعلام ملايين الأشخاص وإقناعهم بمحتوى الرسالة التصميمية ، فالشكل يتضمن تكوين أساسيات التصميم (نص، صورة ، نسبة ، مساحة ، لون ، مقياس) ويتطلب فهمًا للديناميات المرئية التي تم إنشاؤها من خلال دمجها لتحقيق هدف محدد ، ويأتي فهم الشكل من القدرة على رؤية الصفات الجوهرية والدقيقة في عناصر التصميم المختلفة ، وملاحظة العلاقات المتغيرة بين، والحساسية تجاهها ، اما إدارة اللون وقدرته على التواصل فهي تعد مهارة تتطور أيضًا مع فهم أكبر لتأثيراتها . (13 , ص 6 , 9)

اذن تصميم المطبوعات يعبر عن الافكار والمفاهيم وينقلها الى فئة معينة من الجمهور لذا فهو يعد عملا هادفا كونه يحقق المنفعة من خلال تقديم خدمة الى المستهلكين ، كما انه ينقل المعلومات الى الناس من خلال المطبوعات اذن فهو يعد ايضا تصميمًا اعلاميًا ، ويستخدم في تصميم المطبوع العلاقات البصرية من خلال الاشكال المرئية المتنوعة ويتم ذلك ضمن عملية متسلسلة تبدأ بخلق معلومات عامة وتنتهي بتفاصيل معينة ، وبناء عليه فتصميم المطبوعات يدخل في جميع مجالات الحياة المختلفة . (2 , ص 21 , 32)

تصميم اغلفة ادوية الاعشاب :

اغلفة الاعشاب يتم تصميمها وفق ترتيب شاق كون المصمم يقدم للجمهور ارتباطًا عاطفيًا بالمنتج التجاري الذي يضعه في الامتداد العام للثقافة التي مرت على مجموعة متنوعة من التجارب البشرية. (19 , 19)

فالتصميم المستمد من الطبيعة يذكرنا بالمعرفة التي لدينا من خلال النظر إلى صور المنتجات الطبيعية بما نشاهده منها في الحقيقة يوميا ، وباستخدام عناصر من الطبيعة في التصميم يمكننا إنشاء تصميم أنيق وجمالي بشكل حدسي حسب الرغبة بدلاً من الصدفة ، لأن الطبيعة تحدث من حولنا وداخلنا باستمرار ، فنحن نعرف عملياتها عن ظهر قلب ، ومن خلال فهم كيفية ربط الرسالة بالصورة ، يمكننا إنشاء قيمة - أو تصميم يروي قصة حقيقية ومفيدة - معززة بفهم المصمم الإبداعي للتجربة المشتركة ، و هذا الأمر بالغ الأهمية للتواصل عبر اللغة والثقافة والمعتقد ، فالطبيعة هي المحك الوحيد الذي يرتبط به جميع البشر ويستجيبون له . (16, ص 19)

ويلاحظ ان المصمم هنا يستوحي رموزه وعناصره في الغالب من الطبيعة ، فيوزع تلك العناصر الطبيعية في نسق ونظام مرتب ضمن حدود العقل الانساني ويوصل الحقائق التي يدركها الانسان ويستخلصها تدريجيا حول المنتج الطبيعي مما يسهل عملية الترويج شرط ان تكون رسالة المصمم تتسم بالصدق والموثوقية . (2 , ص 24)

العناصر التيبوغرافية في مطبوعات اغلفة ادوية الاعشاب العراقية م. بان صباح صبري



ولذلك فمن المتوقع أن تكون لدى الفنان حساسية خبرة واسعة من حيث إدراك الأشكال الطبيعية وما تتضمنه من معان ظاهرة وضمنية , لانه باستلهاه للطبيعة يمر بعمليتين الاولى الضمنية التي تتصل بقدراته الإدراكية وما فيها من ثقافة ومزاج وقدرات فيزيولوجية وبيولوجية , والثانية الظاهرية وهي العالقة بالطبيعة وكيفية رؤية الطبيعة والتنوع فيه , وفي ذلك كله تعتمد عملية التصميم على التنظيم البصري لتلك المعطيات , فعلى المصمم ان يختار بعناية العنصر التصميم والتبوغرافي بحيث يكون ذا مدلول على كل حال يعبر عنها في التصميم . (6 , ص 129) والعناصر التيبوغرافية في المطبوعات تظهر في كل من المجالات، والإعلانات ومنتجات التعبئة والتغليف، فعلى سبيل المثال، قد تحتوي مجموعة المنتجات على شعار أو عمل فني آخر، ونص منظم وبعض عناصر التصميم الصرفة مثل الاشكال والالوان التي من شأنها صياغة المنتج في قالب واحد. ويعتبر التكوين واحدا من أهم سمات تصميم الغرافيك و السيماء عند استخدام المواد سابقة التحضير أو العناصر المتنوعة.

(2 , ص 3) وبالنسبة لاغلفة المنتجات نجدها تتنوع ما بين الثنائية الأبعاد والثلاثية الأبعاد وكثيرا ما يتم تصميم اغلفة يتحقق فيها دمج التصميم ثنائي وثلاثي الأبعاد فيظهر سطح الغلاف تصميم ثنائي الابعاد , بينما يكون جانب الغلاف تصميم لعبوة ثلاثية الأبعاد , وهو مايسمى بالتصميم الهيكلي. إنه شكل (كرتونة , زجاجة , علبة , برطمان , قصدير , غلاف , كيس , إلخ) مصنوع من مواد وركائز (زجاج , معدن , بلاستيك , ورق , وما إلى ذلك) من المحتمل أن يشتمل على فتحات خاصة تتطلب مهمة المصمم فيها تصميم شكل هيكلي جديد أو لشكل موجود , بمعنى يتم تصميم غلاف لعبوة لها أسطح متعددة ليتم تصميم الرسومات عليها، وبما يراعي جميع الجوانب في التصميم الذي سيوضع على الرف , حيث ستظهر العبوة من وجهة نظر أمامية أو ثنائية الأبعاد , و بمجرد اقتنائها يكون

العناصر التيبوغرافية في مطبوعات اغلفة ادوية الاعشاب العراقية م. بان صباح صبري

النموذج في الواقع ثلاثي الأبعاد وكل الأطراف محسوبة فيه. ص 293 لذا على المصمم عند تصميمه للمطبوع مراعاة ان يكون التصميم مناسباً وملائماً للمنتج والعلامة التجارية والجمهور المستهدف , والتأكد من وجود تأثير على الرف أو الشاشة (عندما يتم تقليل الصورة) للمتسوقين عبر الانترنت , وان يتميز بالمنافسة لضمان تحديد هويته , فعلى المصمم ان يضع في اعتباره كيفية إدراج ملفات التصميم في نظام الهوية المرئية الأوسع من خلال ضمان وضوح المعلومات عند النظر في سياق الرف ستظهر العبوة بمضاعفات عند عرضها كما عليه ان يراعي جميع الألوان والترميز المناسب و التنسيق من أجل تحقيق الوحدة والتمايز المنتجات الأخرى في خط الإنتاج . (18 , ص 293) .



الفصل الثالث - اجراءات البحث :

منهج البحث : اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي لنماذج البحث .
مجتمع البحث : تضمن مجتمع البحث (12) انموذجا من تصاميم اغلفة مطبوعات ادوية الاعشاب المتوفرة في السوق العراقية المحلية , وتشمل علب ادوية من مناشئ عراقي .
عينة البحث : اختيرت عينة البحث بصورة قصدية لتجنب ظهور التكرار في المطبوعات وقد بلغت عينة البحث (6) اي بنسبة (50 %) من مجتمع البحث .
اداة البحث : اعتمدت الباحثة على مجموعة محاور من الاطار النظري تمثلت بالاتي :

- 1- الفكرة التصميمية وطريقة تقديمها
- 2- العناصر التيبوغرافية و موافقتها للفكرة التصميمية .
- 3- شكل الغلاف من حيث التصميم (البساطة والتعقيد)
- 4- المطبوع وملاءمته لشكل الغلاف ووظيفته .
- 5- الاخراج النهائي للمطبوع .

العناصر التيبوغرافية في مطبوعات اغلفة ادوية الاعشاب العراقية م. بان صباح صبري

تحليل النماذج :

النموذج (1) غلاف علبة اعشاب الكوثر لمنتج عسل النحل الطبيعي



- 1- الفكرة التصميمية وطريقة تقديمها : الفكرة التصميمية تعبر عن منتج عشبي مستمد من البيئة المحلية , تتمثل بنحل العسل الطبيعي وفكرة تقديمها تتسم بالوضوحية .
 - 2- العناصر التيبوغرافية وموافقها للفكرة التصميمية : استخدم المصمم النصوص والرسوم والتخطيطات بدل استخدام صورة تعبر عن المنتج , وقد وفق المصمم في استخدامها لتحقيق الفكرة التصميمية . الا انه كان الاجدر استخدام الصورة الحقيقية لتحقيق المصادقية في الترويج للمنتج كون الغلاف موجهها لكافة شرائح المجتمع لاسيما الفئة البسيطة كذلك المعلومات المتوزعة على الارضية الخضراء بشكل نصوص يفضل ان تكون باتجاه عنوان المنتج الرئيسي وليس بشكل جانبي مقلوب .
 - 3- شكل الغلاف من حيث التصميم (البساطة والتعقيد) : اعتمد المصمم استخدام شكل خلية النحل في تصميم مطبوع غلاف المنتج وقد اتسم بنوع من التعقيد , الا ان استخدام الارضية البيضاء خفف من تراحم النصوص
 - 4- المطبوع وملاءمته لشكل الغلاف ووظيفته : المطبوع الذي يظهر المنتج متلائما نوعا ما مع شكل الغلاف اما من حيث وظيفته فانه لا يتحقق في الغلاف الثاني الذي يضم النصوص الكتابية
 - 5- الاخراج النهائي للمطبوع : ان الاخراج النهائي للتصميم يتسم بالبساطة والتعقيد الجزئي الا ان الناتج النهائي ناجح من حيث اخراجه النهائي وجودة طباعته وتوازن مكوناته .
- #### النموذج (2) غلاف علبة اعشاب العماد لمنتج كبسولات تعمل على الترشيح



- 1- الفكرة التصميمية وطريقة تقديمها : الفكرة التصميمية تعبر عن منتج اعشاب مستمد من البيئة المحلية , تتمثل بمنتج الرشاقة وفكرة تقديمها غير واضحة .
- 2- العناصر التيبوغرافية وموافقها للفكرة التصميمية : استخدم المصمم النصوص بشكل واسع , كما استخدم الرسوم المتمثلة بشكل الاعشاب وبكثافة , كما استخدم الشكل الرسومي المتمثل بالكبسولة , وكان بإمكان المصمم ايضا استخدام صورة حقيقة للاعشاب المستخدمة او احدها لتحقيق الموثوقية

العناصر التيبوغرافية في مطبوعات اغلفة ادوية الاعشاب العراقية م. بان صباح صبري

- في الترويج للمنتج , وقد اخفق المصمم في استخدام العناصر التيبوغرافية لتحقيق الفكرة التصميمية بكثرة للتعبير عن المنتج لاسيما وان الغلاف موجه لكافة شرائح المجتمع كما ان كثافة النصوص الكتابية وتباين حجومها كان غير مدروس .
- 3- شكل الغلاف من حيث التصميم (البساطة والتعقيد) : اعتمد المصمم استخدام الكثافة في العناصر وكثرة التنوع في تصميم مطبوع غلاف المنتج مما اظهر تشابكا في الشكل العام مع تعددية القيم اللونية للنصوص مما اظهر ارباكا في التصميم .
- 4- المطبوع وملاءمته لشكل الغلاف ووظيفته : المطبوع الذي يظهر المنتج غير متلائم مع شكل الغلاف فالاجدر بالمصمم ان يراعي وظيفة المنتج مع الشكل (الرشاقة) بان يجعله بسيطا وواضحا , وهذا غير متحقق .
- 5- الاخراج النهائي للمطبوع : ان الاخراج النهائي للتصميم يتسم بالكثافة نتيجة تشابك العناصر الرسومية وكثافة النصوص الكتابية , والناتج النهائي غير ناجح من حيث اخراجه النهائي رغم جودة طباعته .

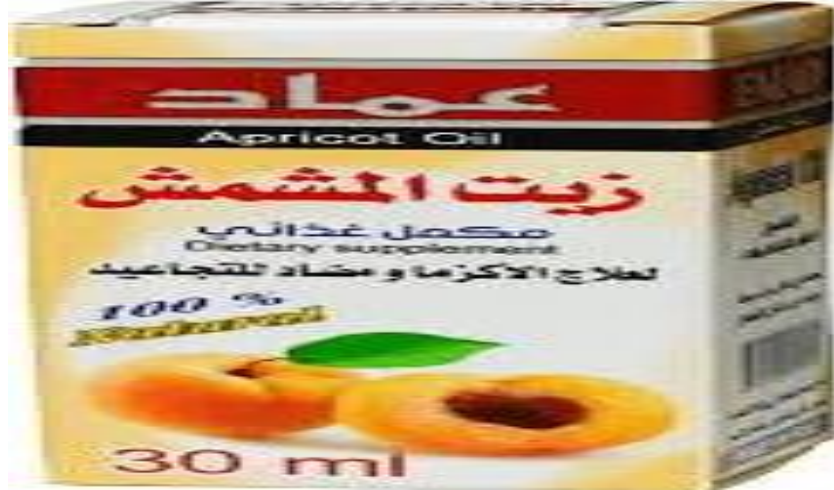
النموذج (3) غلاف علبة اعشاب العماد لمنتج مغذ ومقو للشعر



- 1- الفكرة التصميمية وطريقة تقديمها : الفكرة التصميمية تعبر عن منتج اعشاب الصبار مستمد من البيئة المحلية , تتمثل بمنتج مغذ ومقو للشعر وفكرة تقديمها تتسم بالوضوحية .
- 2- العناصر التيبوغرافية وموافقتها للفكرة التصميمية : استخدم المصمم النصوص بشكل متوازن مع الرسوم والصور للاعشاب وفق تشكيل بسيط , وهنا وفق المصمم باستخدام صورة حقيقة للاعشاب المستخدمة لتحقيق الموثوقية في الترويج للمنتج , وقد اخفق المصمم في استخدام العناصر التيبوغرافية في النصوص بحجم متنوع مابين الكبير والصغير وبتنوع لوني لتحقيق الفكرة التصميمية , فالاجدر بالمصمم ان يتدرج في حجوم النصوص الكتابية ويدرس تباين حجومها بشكل اكثر .
- 3- شكل الغلاف من حيث التصميم (البساطة) : اعتمد المصمم استخدام الكثافة في العناصر وكثرة التنوع في تصميم مطبوع غلاف المنتج الا انه ظل بسيطا لسعة الفضاء في الشكل العام رغم تنوع القيم اللونية للنصوص والصور المعبرة عن المنتج , الا انه رغم ذلك فالتصميم متوازن .
- 4- المطبوع وملاءمته لشكل الغلاف ووظيفته : المطبوع الذي يظهر المنتج غير متلائم مع شكل الغلاف فالاجدر بالمصمم ان يراعي وظيفة المنتج مع الشكل (الرشاقة) بان يجعله بسيطا وواضحا , وهذا غير متحقق .
- 5- الاخراج النهائي للمطبوع : ان الاخراج النهائي للتصميم يتسم بالكثافة نتيجة تشابك العناصر الرسومية وكثافة النصوص الكتابية , والناتج النهائي غير ناجح من حيث اخراجه النهائي رغم جودة طباعته .

العناصر التيبوغرافية في مطبوعات اغلفة ادوية الاعشاب العراقية م. بان صباح صبري

النموذج (4) غلاف علبة اعشاب



- 1- الفكرة التصميمية وطريقة تقديمها : تعبر الفكرة التصميمية عن منتج عشبي مستمد من البيئة المحلية وهو زيت المشمش وفكرة تقديمه تتسم بالوضوحية .
- 2- العناصر التيبوغرافية وموافقتها للفكرة التصميمية : استخدم المصمم النصوص بحجم متنوع مابين الكبيرة والصغيرة كذلك نوع الخطوط تغير من نص الى آخر , كما استخدم الصور التي تعبر عن المنتج وقد وفق في ايصال ذلك الى المستهلك لوضوحيتها , الا ان الغلاف كان بسيطاً جداً من حيث الشكل العام كذلك المعلومات المتوزعة في فضاء التصميم بدت غير مترابطة مع الشكل العام .
- 3- شكل الغلاف من حيث التصميم (البساطة والتعقيد) : اعتمد المصمم استخدام اشكال مباشرة تعبر عن المنتج وببساطة الا ان العشوائية هي الغالبة على الكل العام
- 4- المطبوع وملاءمته لشكل الغلاف ووظيفته : المطبوع الذي يظهر المنتج متلائماً نوعاً من حيث الصورة والعنوان الرئيسي , الا ان طريقة التوزيع وتنوع حجوم النصوص اظهر ارباكاً يشتت الرؤية حول المعلومات التي تفيد المستهلك حول المنتج .
- 5- الاخراج النهائي للمطبوع : ان الاخراج النهائي للتصميم يتسم بالبساطة وعدم التنظيم ورغم جودة طباعته الا انه يفتقر الى التوازن .

العناصر التيبوغرافية في مطبوعات اغلفة ادوية الاعشاب العراقية م. بان صباح صبري

النموذج (5) غلاف علبة اعشاب العشاب لمنتج فاتح للشهية ومسمن



- 1- الفكرة التصميمية وطريقة تقديمها : الفكرة التصميمية تمثل منتجا عشبيا مستمدا من البيئة المحلية وهو اعشاب فاتحة للشهية وفكرة تقديمها غير واضحة .
- 2- العناصر التيبوغرافية وموافقتها للفكرة التصميمية : استخدم المصمم النصوص بحجوم والوان متنوعة وكذلك نوع الخطوط تغيير من نص الى آخر مما اظهر كثافة مشتته للنظر , كما استخدم الصور التي من المفروض ان تعبر عن المنتج الا انه لم يوفق في اصال ذلك الى المستهلك لعدم وضوحيتها , فالغلاف بسيط جدا من حيث الشكل العام كذلك المعلومات المتوزعة في فضاء التصميم بدت غير مترابطة مع بعضها .
- 3- شكل الغلاف من حيث التصميم (البساطة والتعقيد) : ان عدم مراعاة النسب فيما بين العناصر التيبوغرافية اظهر العشوائية في التصميم , فرغم اعتماد المصمم استخدام اشكال مباشرة تعبر عن المنتج وببساطة الا ان شكل الغلاف غير ناجح من حيث التصميم .
- 4- المطبوع وملاءمته لشكل الغلاف ووظيفته : المطبوع الذي يظهر المنتج غير متلائم من حيث الصورة والعنوان الرئيسي والثانوي والشروحات الكثيرة نتيجة طريقة التوزيع التي اظهرت ارباكا شنت الرؤية لان الغالب هو النصوص وليس صورة جذابة المنتج تجعل المستهلك يقبل عليه.
- 5- الاخراج النهائي للمطبوع : اتسم الاخراج النهائي للتصميم بالعشوائية وعدم التنظيم وعلى الرغم من جودة طباعته الا انه يفتقر الى التوازن .

العناصر التيبوغرافية في مطبوعات اغلفة ادوية الاعشاب العراقية م. بان صباح صبري

النموذج (6) غلاف علبة اعشاب البيلسان لمنتج الحبة السوداء



- 1- الفكرة التصميمية وطريقة تقديمها : ان الفكرة التصميمية تعبر عن منتج عشبي مستمد من البيئة المحلية وهو الحبة السوداء (حبة البركة) وفكرة تقديمها غير واضحة .
- 2- العناصر التيبوغرافية وموافقتها للفكرة التصميمية : عمد المصمم الى استخدام النصوص بحجوم وانواع والوان متنوعة مما احدث تشتتاً للنظر , كما استخدم الصور غير الواضحة عن المنتج , وعليه فهو لم يوفق في ايصال فكرة المنتج الى المستهلك لعدم ترابط العناصر التيبوغرافية المتوزعة على المطبوع في العلبة مع بعضها .
- 3- شكل الغلاف من حيث التصميم (البساطة والتعقيد) : ان عدم مراعاة النسب بالنسبة للعناصر النصية وعدم ترابطها مع بقية العناصر اظهر تشتتاً في اجزاء التصميم الخاصة بها , فرغم اعتماد المصمم استخدام اشكال مباشرة تعبر عن المنتج ورغم بساطتها الا ان شكل الغلاف يحتاج الى اهتمام اكبر من حيث توزيع النصوص لاسيما في الجزء الاعلى منه
- 4- المطبوع وملاءمته لشكل الغلاف ووظيفته : المطبوع الذي يظهر المنتج غير متلائم من حيث الصورة والنصوص نتيجة طريقة التوزيع التي اظهرت ضعفاً في توزيع وترتيب النصوص كذلك الصورة بدت غير جذابة بحيث تجعل المستهلك ينفر منها.
- 5- الاخراج النهائي للمطبوع : اتسم الاخراج النهائي للتصميم بالضعف في جزئه الاعلى وعلى الرغم من جودة طباعته الا انه لا يحقق غرضه من حيث عرضه للمنتج .

نتائج البحث :

- 1- ظهر ان اغلب تصاميم الاغلفة من حيث الفكرة التصميمية تعبر عن منتج عشبي مستمد من البيئة المحلية , الا ان فكرة تقديمها غير واضحة .
- 2- تبين ان المصمم عندما عمد الى استخدام النصوص بحجوم وانواع والوان متنوعة احدث تشتتاً للنظر كذلك استخدم الصور غير الواضحة عن المنتج جعله لم يوفق في ايصال فكرة المنتج الى المستهلك لعدم ترابط العناصر التيبوغرافية المتوزعة على المطبوع مع بعضها
- 3- ظهر ان البساطة في تصميم شكل الغلاف لم تحقق هدفها من تصميمه حيث ان عدم مراعاة النسب بين العناصر النصية ادى الى عدم ترابطها لاسيما في الجزء الذي يتعلق بالنصوص .
- 4- تبين عدم ملاءمة المطبوع لشكل الغلاف ووظيفته من حيث الصورة والنصوص في اغلب المنتجات نتيجة طريقة التوزيع غير الجذابة التي تجعل المستهلك ينفر المنتج .

العناصر التيبوغرافية في مطبوعات اغلفة ادوية الاعشاب العراقية م. بان صباح صبري

5- اتسم الاخراج النهائي للتصميم بالضعف خاصة في الجزء الذي يتعلق بالنصوص تارة او بالصور تارة اخرى على الرغم من جودة طباعته .

التوصيات : توصي الباحثة بالاتي

- 1- الاهتمام بدراسة العناصر التيبوغرافية وطرق توزيعها في التصميم .
- 2- استخدام عنصري البساطة في المطبوعات التي تروج لمنتج يتعلق بالصحة لايصال الرسالة بوضوحية ومقروئية .
- 3- دراسة اللون وما له من تاثير على المستهلك نحو الاقبال على المنتج
- 4- الاهتمام بتقنية الاخراج النهائي للمنتج من حيث الطباعة وشكل الغلاف النهائي .

المقترحات :

- 1- اجراء حول استخدام اللون في مطبوعات الاعشاب .
- 2- دراسة مقارنة ما بين المطبوعات العربية والاجنبية حول المنتجات العشبية وسبل تطويرها .

المصادر العربية :

1. احمد علي الشعراوي وسامر نسيب سيف الدين : التصميم الكرافيكي , وزارة التعليم العالي , الجامعة الافتراضية السورية .
2. إبراهيم أنيس - عبد الحليم منتصر - عطية الصوالحي - محمد خلف الله أحمد : المعجم الوسيط , مجمع اللغة العربية , الادارة العامة للمعجمات و احياء التراث , جمهورية مصر العربية , ط4 , مكتبة الشروق الدولية , 2004 .
3. بطرس البستاني : قاموس محيط المحيط , قاموس مطول للغة العربية , مكتبة لبنان , ساحة رياض الصلح , مطابع تيبو - برس , طبعة جديدة , بيروت , 1987
4. حسين شفيق : اخراج الجريدة , دار فكر وفن للطباعة , 2008 .
5. زكريا فكري , الإخراج الصحفي , القاهرة , دار المعرفة الجامعية , د ط , 2006 .
6. صالح اشرف محمود , اخراج الصحف بدولة الامارات العربية المتحدة , حمادة الجريسي للطباعة والكمبيوتر والتصوير , القاهرة .
7. العسكر , فهد بن عبد العزيز بدر : الاخراج الصحفي - أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة , ط1 , الرياض , مكتبة العبيكان . 1998 .
8. فداء حسين أبو دبسة , خلود بدر غيث , تكنولوجيا الطباعة والإخراج الصحفي ان , دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع , ط 1 , 2010 . م .
9. قدورة بن نافلة و نبيلة دحمان زناتي : دور الغلاف في الترويج للمنتجات وحماية المستهلك من وجهة نظر المستهلك , بحث منشور , مجلة الريادة لاقتصاديات الاعمال - مج 3 , العدد 4 , الجزائر , 2017 .
10. محمد بسام ملمص : حول الاخراج الفني لصحافة الاطفال , دار الشؤون الثقافية , بغداد , 1984
11. محمد محلا : التحرير والاخراج الصحفي , القاهرة , دار المصرية اللبنانية , ط1 , 2003 .
12. مفتاح محمد اجعية : توظيف العناصر التيبوغرافية يف عرض املمضمون السياسي , بحث مجلة كلية الفنون والعالم - العدد الاول - نوفمبر 2015 .

العناصر التيبوغرافية في مطبوعات اغلفة ادوية الاعشاب العراقية
م. بان صباح صبري

المصادر الاجنبية :

13. David Dabner and others . (2014) Graphic Design School, Published simultaneously , Canada .
14. David Brier . (2017) BRAND INTERVENTION 33 Steps to Transform the Brand You Have into the Brand You Need .
15. Lourel saville and others. (2011) 365 Habits of Successful Graphic Designers_ Insider Secrets from Top Designers on Working Smart and Staying Creative , First published in the United States of America , Printed in Singapore
16. Maggie Macnab . (2012) Design by Nature , Printed and bound in the United States of America .
17. Oxford wordpwer Dictionary . (1997) sally wehmeier , Oxford university pass ,printed in great Britain .
18. Robin Landa . (2011) Graphic Design Solutions, Printed in the United States of America .
19. Scott W. Santoro . (2014) GUIDE TO GRAPHIC DESIGN , Copyright © by Pearson Education .
20. Steven Heller and Gail Anderson . (2016)The graphic design , Printed in China .
21. Timothy Samara . (2012) Drawing for Graphic Design , First published in the United States of America .

***Typographical elements in the publications of the covers of Iraqi
herbal medicines***

M . Ban Sabah Sabri

bansabahart@gmail.com

College of Applied Arts - Department of Advertising Technologies
07702939035

Abstract:

The research includes three chapters: The first chapter deals with the research problem, which is summarized in the following question: What are the typographical elements in the publications of the covers of Iraqi herbal medicines?

The importance and objective of the research, which is to identify the typographical elements in the publications of herbal medicine covers, as well as the limits of the research. The second chapter deals with the theoretical framework that deals with three topics: (Typographical elements), (Publications design) and (Designing herbal medicine covers), and the third chapter deals with the research method, which is descriptive and analytical. The research community consisted of 12 samples and the research sample amounted to 6 samples and the research tool, which are several axes adopted from the theoretical framework, then analysis and results, the most important

1- It appeared that the simplicity in the design of the cover form did not achieve its goal of its design, as the non-observance of the proportions between the textual elements led to their lack of coherence, especially in the part related to the texts.

2- The final output of the design was weak, especially in the part that relates to texts sometimes or pictures at other times, despite the quality of its printing. Then recommendations and suggestions