

الإشهار

المجال : فن التصميم
المستوى : 03 متوسط

المادة : تربية فنية تشكيلية
الوحدة : 02 الإشهار

عناصر البحث

- الأهداف التعليمية المقترحة
- تقديم العرض
- مفهوم التعليب (التغليف ، التعبئة)
- لمحة تاريخية
- وظائف التعليب
- العلاقة بين الإشهار والتعليب
- تقنيات التعليب في ميدان الإشهار والترويج
- الرموز القانونية
- التعليب والمحيط
- نماذج لتصاميم بعض العلب
- مذكرة حصة تعليمية

الأهداف التعليمية المقترحة :

- يصمم علبة لمنتوج استهلاكي (علبة حليب) بتطبيق أسس التعليب وفق قواعد المنظور والخط العربي واللاتيني .
- يصمم علبة لمنتوج استهلاكي (علبة ياورت) بتطبيق أسس التعليب وفق قواعد المنظور والخط العربي واللاتيني .
- يصمم غلاف (قرص مضغوط) بتطبيق أسس التعليب وفق قواعد المنظور والخط العربي واللاتيني

تقديم العرض :

يعتبر الإشهار في عصرنا هذا مسألة حيوية وضرورية لكل من يريد تنمية أعماله والإكثار من عملائه وبالتالي مضاعفة أرباحه، وهو واحد من أهم العوامل

المتعلقة بالعمل ، فلا يكاد يكون هناك نشاط خاص أو تجارة تجزئة تستطيع الاستمرار في العمل ما لم يكن لها إشهار وترويج . والشركات التي لاتشهر نشاطها قد تتعرض لابتلاع الشركات التي عرفت وأدركت قيمة وأهمية الإشهار بالترويج لمبيعاتها وأرباحها بشكل منظم . وكما نعلم فإن الإشهار هو وسيلة جماهيرية لتوصيل المعلومات بغرض إقناع المشتريين بالسلعة المعلن عنها قصد مضاعفة الأرباح المحققة . وكما نعلم فإن للإشهار والترويج أوجه متعددة من بينها تقنيات التغليف والتغليف التي تعتبر وسيلة ضرورية وملحة في الترويج للمنتوج ومنافسة المنتوجات المشابهة إضافة إلى التأثير على المستهلك . وللإشارة فقد كان التجار في القديم يبيعون السلع الاستهلاكية دون أي تغليف، في أكياس أو ملفوفة في الورق ولم يكن الزبون يدرك قيمة المنتوج إلا من فرق السعر، وهذا التطور نتج عنه عهد جديد في تاريخ الإشهار أساسه تقنيات التغليف **Packaging** ولا يخفى على أحد ما للتغليف من أهمية في أيامنا هذه .

مفهوم التغليف (التغليف) : **Emballage**

من الناحية الفنية

التغليف تقنية من تقنيات فن التصميم تركز على البصمة الجمالية في مجال فن الإشهار قصد تحريك البعد السيكلوجي للمستهلك لإغرائه والتأثير عليه نفسيا بتجنيد قواه المتمثلة في أحاسيسه اللاشعورية والسيطرة عليها من اجل دفعه إلى استهلاك المنتوج المستهدف . ويتم ذلك بتوظيف جملة من العناصر التشكيلية كالخطوط والمساحات والألوان المتباينة التي أساسها التضاد الآني وفن الخط بأنواعه عربي أو لاتيني .

من الناحية الوظيفية

التغليف هو إنتاج فني أساسه مجموعة التقنيات والمواد المستعملة في حفظ وحماية (صيانة) المنتوجات أثناء توزيعها ، تخزينها ، نقلها و تفرغها بغية التعريف بها وتوضيح طرق استعمالها وتأکید ترويجها وبيعها. ويتطلب التغليف من الناحية الإعلامية إشارات واضحة سواء كانت خطية أو لونية تسمح للمستهلك بالتعرف على محتواه ، إضافة إلى معلومات دقيقة ضرورية للمستهلك حتى يطمئن للمنتوج الذي هو بصدد التعرف عليه أو استهلاكه تتمثل في طريقة الاستعمال ، تاريخ الإنتاج ، تاريخ النفاذ..... الخ .

لمحة تاريخية

كان الإنسان دوما يحفظ المواد الغذائية في الأوعية الجلدية وفي الأوراق وفي بعض الأواني الخشبية ثم انتقل إلى حفظها في بعض أنواع القماش وفي السلال والقفف وفي الأواني الفخارية . ومنذ 1500 سنة ق.م أصبح يحفظها في الأواني الزجاجية .

أول مادة مغلفة تحمل علامة (ماركة) ظهرت بانكلترا سنة 1746 م حيث باع الدكتور Robert James مسحوقا مضادا للحمى في علبه . وبعد سنوات عديدة بدأ Yardley في لندن في بيع عطره الشهير (eau de lavande) في قارورات زجاجية .

بعد ذلك ظهرت أول واحدة من الصناعات الناجحة في العالم لصاحبها A. F. Pears الذي انشأ أول شركة للصابون المغلف .

بداية التعليب والتغليف الحديث مرتبطة بطرق حفظ المواد ، ففي 1795م عرض نابليون بونابرت Napoléon Bonaparte مكافأة لكل من يبتكر طريقة جديدة لحفظ المواد وهكذا استطاع الحلواني Nicolas Appert من وضع طريقة غلق محكمة للقارورات الزجاجية عن طريق التسخين par chauffage en vase clos وبعد مدة استعمل علب من الصفائح des boîtes en fer-blanc

أما في انكلترا فقد صنع السيدان John Hall et Bryan Donkin محتويات من صفائح الحديد المغطس في القصدير بغية الحماية من الصدأ بعد التلحيم من أجل تصميم علب من الصفائح ، هذه العلب استعملت من طرف الجيش البريطاني أثناء الحرب . وهي ثقيلة جدا (لفتحها يتطلب مطرقة ومنقاش) . في القرن الأخير بدأت العملية في التخفيف حيث ظهرت العلب خفيفة الوزن وظهرت معها المفاتيح المختلفة متبوعة بما يسمى :

l'anneau EASY'O (Easy Opening, « ouverture facile ») وبعدها ظهرت الفواصل الزائدة لفتح عبوات المشروبات والمصبرات المختلفة بسهولة

وقد عرف التعليب تطورا اكبر بعد ظهور (le Tétra Brik) نوع من مواد التغليف الحديثة سنة 1968م لأول مرة بملبنة سويسرية حيث تتم تعبئة الحليب في وعاء كارتوني يتألف من عدة صفائح من مادة البوليثيلان polyéthylène وصفيحة من الالومنيوم مترابطة بطريقة محكمة للحصول على تعليب رباعي السطوح tétraédrique وبعد ذلك تطورت هذه التقيية الحديثة واحتلت مكانة عالمية مرموقة بسبب سهولة استعمالها في التخزين stockage

وظائف التعليب

- التعليب في وقتنا الحاضر مصمم كعنصر لتوزيع المنتجات وترويجها في نفس الوقت
- التعليب يتناسب مع نوع المادة المخزنة (المحتواة) . **مثل :**
- الحليب :** أكياس بلاستيكية لينة ومقاومة وتحمي المحتوى من التعفن والروائح
- العطور :** قارورات زجاجية مغلفة بأغلفة سميكة من علب الكارتون
- المصبرات :** (السردين ، المواد الغذائية ... الخ) في أوعية معدنية وزجاجية لكي تحفظ المنتج من التلف وتضمن مدة صلاحية أطول . وهناك أغلفة متنوعة كالأغلفة البلاستيكية الشفافة (العجائن) لكي تحفظها من الرطوبة وتمكن المستهلك من رؤيتها

قبل شرائها ، الأغلفة الورقية المعالجة الخفيفة الموجهة لتعليب وتغليف المواد الاستهلاكية خفيفة الاستعمال (الشيكولاطة) والتي تكون مدة صلاحيتها قصيرة المدى الأجهزة الالكترونية والكهرمنزلية معلبة بطريقة تضمن سلامة المنتج أثناء الاصطدام **contre les chocs - الكرتون، البلاستيك ، البوليستيران ... du carton, des plastiques, du polystyrène** - وظيفة التعليب الرئيسية هي حماية المنتج (المادة المحتواة) وحفظه لمدة أطول

- يتضمن التعليب معلومات وإرشادات موجهة للمستهلك حول المحتوى وطريقة الاستعمال ومدة الصلاحية الخ .
- تعليب المواد موجه إلى عامة الناس ومصمم بطريقة سهلة للفتح .
- نقل الحيوانات الحية كالكتاكيت (صغار الدجاج) يتطلب تعبئة تضمن مرور الهواء بسهولة ومساحات كافية للحركة .

العلاقة بين الإشهار والتعليب

منذ نهاية القرن الـ 19م ظهر الإشهار في عدة قطاعات حيث اهتمام صناع المواد الصيدلانية وبعض المنتجات الصناعية الأخرى بإعطاء صبغة خاصة وميزة تخص كل منتج ، مثل : نوعية التعليب ، لونه ، شكله ، شعار المؤسسة ، عبارات اشهارية متنوعة وخاصة .
بتوفر هذه الشروط يتأكد ما للتعليب والتعليب من أهمية في إعطاء قيمة خاصة للمنتج .

تقنيات التعليب في ميدان الإشهار والترويج

يعتمد التعليب على تقنيات أساسها مواد مختلفة كالورق ، الكرتون ، البلاستيك ، القماش ، الألومنيوم ، الزجاج ، الحطب الخ .
تختلف تقنيات التعليب باختلاف مظهر و شكل التصميم حسب المنتج المستهدف ، فمنها :
- التعليب الذي يعتمد على **أسس التصميم الفني** كالعلب بمختلف أنواعها وأحجامها ، الصناديق ، القارورات ، الأنابيب
- التعليب الذي يعتمد على **التغليف** كالأظرف بأنواعها ، الأكياس ، البطاقات

أنواع الإغلاق

Les couvercles , les bouchons , les anneaux et autres languettes d'arrachage . Les étiquettes , les films thermo rétractables et l'emballage lui-même sont utilisés afin de donner les informations nécessaires sur le contenu et son utilisation .



الشفرة الخيطية CODES BARRES

بار كود او الشفرة الخيطية وهي شفرة تقرأ بواسطة الآلات تعرض معلومات على شكل خطوط متوازية ذات عرض ومسافات مختلفة بينهم على سطح.

الكود بار هو عبارته عن سلسله من الأعمده السوداء و البيضاء . أن قارئ الباركود يقوم باصدار شعاع ضوئي وكما نعلم فإن الأعمده السوداء سوف تمتص الضوء و الأعمده البيضاء سوف تعكسه فيعمل كاشف الضوء الموجود في القارئ بتحليل الأشعه المنعكسه و من خلالها يقوم بفك ترميز الكود . كل رقم يمكن ترميزه بسلسله من الأصفار و الواحدات حيث نعبر عن الصفر بعمود أبيض و عن الواحد بعمود أسود . ان الثلاثة أرقام الأولى من الباركود تعبر عن البلد المصدر مثلا جميع المنتجات السوريه تبدأ بالرقم 621 وهكذا .

إنها رموز التعريف بكل منتج أو صناعة نفسها وتتضمن أيضا مخابر التحاليل الطبية من أجل التعرف على المصدر .

أثناء التوزيعات الكبيرة فإن الرمز القانوني الراج هو EAN 13 فهو يتكون من 12 حرفا + مفتاح البلد + صانع المنتج + مفتاح المراقبة . فإذا كان الأمر يتعلق بوحدهات رياضية ، فإن الرمز القانوني المستعمل قد يكون DUN 14 بالإضافة إلى التوضيحات الموجودة في الرمز EAN 13

التعليب (التغليف) والمحيط

إن كثرة الاستهلاك في العالم المعاصر نجم عنه تراكم النفايات التي ألحقت الضرر البالغ بالبيئة والتشويه بالمحيط مما دفع بالكثير من الدول إلى التفكير في إيجاد آليات فعالة للتخلص منها نهائيا في بعض الأحيان أو استرجاعها لإعادة استعمالها مرة أخرى فظهر توجه نحو استعمال المواد التي من شأنها عدم المساس بصحة الإنسان والحيوان والنبات وذلك بتوظيف مواد تعليب وتغليف تتماشى والمقاييس الصحية قابلة للتحلل أو الاسترجاع .

بعد ظهور متاجر التموين الكبيرة **supermarchés** تطور التغليف والتعليب لكي يسهل على المستهلك خدمة نفسه بنفسه، فبعد الاستهلاك ترمى العبء والأغلفة بما تحمله من الأوساخ وفضلات الأطعمة ، ففي الدول الغربية تمثل هذه المرميات من

4 إلى 5 بالمائة من مجموع النفايات والتخلص من هذه النفايات يطرح مشكلة بالنسبة للبيئة والمحيط .

الاتحاد الاوروبي وضع قوانين للتقليل من الظاهرة وشجع على إعادة تجديد ومعالجة المواد المرمية ، فالمعلبات المستعملة كالقارورات ، الورق ، العلب المعدنية والكارتونية والبلاستيكية تجمع ويتم غسلها وإعادة استعمالها حسب طبيعة كل مادة . والبعض الآخر يحرق ويستعمل في الردم ونوع آخر يستعمل كأسمدة في الفلاحة . هذه الإرادة في الحفاظ على البيئة والمحيط أدت إلى التوجه إلى محاولة تصنيع تعليب أكثر خفة ووزنا بالحفاظ على جميع الخصوصيات فأدت إلى ظهور نوع جديد يتمثل في أغلفة متينة لسوائل الغسيل وجدران رفيعة ومتينة **à parois minces** للقارورات البلاستيكية وعلب المصبرات **boîtes de conserve** جد خفيفة وجدران القارورات الزجاجية جد رقيقة **plus fin**

بعض مواصفات المواد الموجهة للتعليب والتعبئة

ما هو نوع المواد التي نستعملها لتعبئة المشروبات ؟

المشروبات ربما يشترط أن تكون في القارورات الزجاجية والبلاستيكية ، أو في علب من الالومنيوم أو من الحديد الأبيض (**fer recouvert d'étain**) أو من القرميد (الأجر) .

ما هي المواصفات والخصائص التي تجعلنا نختار بين هذه المادة أو تلك لتعبئة هذا المشروب أو ذاك ؟

1- القارورات الزجاجية : **bouteilles en verre**

أ - ايجابيات الزجاج :

- الزجاج شفاف ، الشيء الذي يجعلنا نشاهد محتوى القارورة بسهولة .
- أشكال القارورات يمكن أن تكون جد مختلفة بسبب سهولة وليونة مادة الزجاج وهي ساخنة مما يمكن من الإبداع والتنوع في تصميمها وصناعتها .
- الزجاج لا يتفاعل مع المشروبات الكحولية
- الزجاج لا يصدأ أبداً وغير نافذ للسوائل مما يساعد على تخزينه في الخارج
- الزجاج يمكن إعادة تجديده وتأهيله **recyclable** بلا نهاية و بدون فقدان نوعيته ، ولكن إعادة تصنيعه **son coût de recyclage** يمكن أن يرتفع حوالي 50 سنتيم للكيلوغرام الواحد .

ب - سلبيات الزجاج :

- تقيل ، فقارورة زجاجية أثقل حوالي 10 مرات من قارورة بلاستيكية ، ولهذا فنقله وتفريغه يكون أكثر صعوبة .
- سريع الانكسار .

- القارورة الزجاجية بطيئة التبريد في الثلاجة لان الزجاج عازل للحرارة **isolant thermique**

2- القارورات البلاستيكية : **bouteilles en plastique**

أ - إيجابيات البلاستيك :

- خفيف وهش (سهل التكسير) ، نقله وتفريغه يكون أسهل .
- يمكن أن يكون شفافا أو غير شفاف .
- يمكن إعطاء أي شكل من أشكال التصميم للقارورة البلاستيكية كما نشاء .
- **Il ne réagit pas avec les boissons acides** -
- ثمنه مرتفع قليلا .

ب - سلبيات البلاستيك :

- لا تتم معالجته وإعادة تأهيله و تجديده إلا قليلا بسبب ارتفاع تكلفته ، حوالي **(environ 3 F pour une bouteille)**
- حرقة يبعث غازات سامة .

- القارورة البلاستيكية بطيئة التبريد لان البلاستيك عازل للحرارة **isolant thermique**

3- علب الالومنيوم والقصدير

Les boîtes en aluminium ou en fer blanc

أ - الإيجابيات :

- العلب خفيفة الوزن لان سمكها ضعيف ، حوالي 0.1 مم .
- لا تنكسر بسهولة تامة .
- العلب ممغنطة فهي إذن سهلة المعالجة بواسطة قطعة مغناطيسية .
- يمكن معالجتها وتجديدها بسهولة **recyclables**
- القارورات سريعة التبريد لان المعادن نواقل جيدة للحرارة .

ب - سلبيات المعادن :

- الحديد والالومنيوم يتفاعلان مع المشروبات الكحولية و لتجنب هذا التفاعل تغطي العلب من الداخل بطبقة من الطلاء البراق **verniss** .
- المعادن تتفاعل أيضا بتعرضها للهواء ، ولهذا تظلى العلب المعدنية من الخارج بطبقة من الدهن (**peinture**) لحمايتها
- مذاق العناصر يمكن أن يتغير ، وفي هذه الحالة فالسبب قد يعود إلى عيوب في طبقات الطلاء الواقية (الموضوعه خصيصا لحماية المحتوى) .
- ثمن العلب المعدنية غالي الثمن نسبيا .