

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة صالح بونيدر

-قسنطينة3-

قسم الفنون البصرية و فنون العرض



كلية الفنون و الثقافة

توظيف فن التغليف في الترويج للتراث الثقافي

-تغليف علب الحلويات المحلية القسنطينية بالزخرفة

النباتية انموذجا-

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر اكاديمي في شعبة الفنون البصرية

تخصص:فن الاشهار

اشراف الأستاذ:

محمد عميرش

من اعداد الطالبتين:

-عبد العزيز آية

-عبادة منار

أعضاء لجنة المناقشة:

أ . محمد بلعربي رئيسا

أ . محمد عميرش مشرفا و مقررا

أ . زبيدة بوعواص عضوا ممتحنا

السنة الجامعية:2022/2021



الفصل الأول: الجانب النظري

28	تمهيد.....
29	1- ماهية التغليف.....
29	1-1 تطور التغليف.....
30	2-1 أهمية التغليف.....
31	3-1 مستويات التغليف.....
32	4-1 الخامات المستعملة في التغليف.....
35	5-1 العمليات المكونة للتغليف.....
38	6-1 العوامل التي يجب مراعاتها عند تصميم التغليف.....
41	2- التراث الثقافي.....
41	1-2 أهمية التراث الثقافي.....
42	2-2 خصائص التراث الثقافي.....
42	3-2 أنواع التراث الثقافي.....
44	4-2 حماية التراث الثقافي.....
46	3- فن الزخرفة.....
46	1-3 نبذة تاريخية عن الزخرفة.....
46	2-3 القيم الجمالية والفنية للزخرفة النباتية.....
47	3-3 التميز النوعي للعناصر النباتية.....
53	4-3 العناصر البنائية للتصميم الزخرفي النباتي.....
57	5-3 الأسس التصميمية للتصميم الزخرفي النباتي.....
61	6-3 أساليب تصميم الزخارف النباتية.....
66	4- الترويج.....
66	1-4 أهمية الترويج.....
66	2-4 أهداف الترويج.....



67	3-4 إستراتيجيات الترويج
68	4-4 المزيج الترويجي
69	5-4 الترويج الالكتروني
71	خلاصة

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي

73	تمهيد
74	1-فكرة المشروع
74	2-تحليل النماذج المختارة
79	3-مراحل تصميم المشروع الفني
79	1-3 تصميم شعار للمؤسسة
79	2-3 تنفيذ الشعار
87	3-3 مراحل تصميم غلاف التعليب للمشروع
92	4-عرض المشروع الفني في شكله النهائي
94	1-4 بطاقة تقنية حول غلاف العلب الأولى
95	2-4 بطاقة تقنية لغلاف العلب الثانية
95	5-الأساليب الترويجية للمشروع
96	1-5 ترويج المشروع الفني في مواقع التواصل الاجتماعي
98	2-5 تصميم code QR خاص بصفحة الفايبيوك
99	3-5 تصميم بطاقة زيارة خاصة بالمؤسسة
101	6-عرض نتائج المشروع الفني
101	1-6 في ضوء الدراسات السابقة
101	2-6 في ضوء الفرضيات
102	3-6 في ضوء المقاربات النظرية
104	خلاصة



105.....	خاتمة
106.....	قائمة المصادر والمراجع
144.....	الملاحق



الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
33	مستويات التغليف	01



الصفحة	عنوان الصور	الرقم
48	زخارف نباتية زهرية	01
48	زهرة اللوتس	02
49	زهرة النرجس	03
49	زهرة التوليب او اللالة	04
50	زهرة الرمان	05
50	زهرة القرنفل	06
54	تأثيرات زخرفية للنقطة	07
56	رقعة شطرنج	08
56	مثال للقيمة الضوئية	09
58	مثال للتوازن	10
58	مثال للتوازن	11
59	مثال للتماثل	12
59	مثال للتماثل	13
59	مثال للتشعب	14
60	مثال للتكرارات	15
62	التقسيم الثنائي حول محور واحد	16
62	التقسيم الرباعي حول محورين متقاطعين	17
63	التقسيم الشعاعي حول عدة محاور	18
63	التقسيم الشبكي على شكل رقعة شطرنج	19
64	انشاء لنوع زخرفي واحد	20
64	انشاء لنوعين زخرفيين	21
75	نموذج لعلبة لتقديم الشكولاتة والتمور	22
76	العناصر المكونة لغلاف العلبة	23
77	لوحة الألوان المكونة للعلبة	24
78	نموذج مختار من علب تغليف الحلوى	25
78	لوحة الألوان المكونة للعلبة	26
79	رسم تخطيطي لشكل العلبة	27
80	المراحل الأولية لتصميم الشعار	28
81	مراحل تنفيذ الشعار ببرامج الأنفوغرافي	29
82	الشعار في وضعيته الأساسية	30
83	الشعار على مختلف الخلفيات شائعة الاستخدام	31



84	الشعار على مختلف الخلفيات شائعة الاستخدام	32
85	لوحة الألوان الأساسية للشعار	33
86	نماذج تطبيقية لكيفية استخدام الهوية البصرية	34
87	رسم أولي لشكل العلبه	35
87	رسم أولي لشكل العلبه	36
88	رسم أولي لشكل العلبه	37
88	رسم أولي لشكل العلبه	38
89	رسم أولي لشكل العلبه	39
89	زخرفة أولية لغللاف العلبه	40
90	مرحلة إنجاز العمل ببرامج الأنفوغرافيا	41
90	مرحلة إنجاز العمل ببرامج الأنفوغرافيا	42
91	مرحلة إنجاز العمل ببرامج الأنفوغرافيا	43
91	مرحلة إنجاز العمل ببرامج الأنفوغرافيا	44
92	الرسوم الزخرفية المشكله لغللاف العلبه	45
93	عرض غلاف العلبه في شكله النهائي	46
94	عرض غلاف العلبه في شكله النهائي	47
96	أحد أساليب الترويج للمشروع عن طريق شحن السلعة وتوصيلها	48
97	الترويج للمشروع عن طريق الفايسبوك	49
98	رمز الاستجابة السريعه الخاص بالمشروع	50
99	تصميم بطاقة زيارة خاصة بالمشروع	51
99	لوحة الألوان الأساسية للشعار	52
100	الهوية البصرية لبطاقة الزيارة الخاصة بالمشروع	53



الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
29	المراحل التاريخية لتطور عملية التغليف	01
75	بطاقة تقنية حول المنتج	02
75	تحليل نماذج مختارة من علب التغليف	03
77	بطاقة تقنية حول المنتج	04
78	تحليل نموذج من علبه تغليف الحلويات	05
85	بطاقة تقنية حول الشعار	06
87	جدول توضيحي يمثل فكرة التصميم والمراحل الأولية لإنجازه	07
88	جدول توضيحي يمثل فكرة التصميم والمراحل الأولية لإنجازه	08
95	بطاقة تقنية لغلاف العلبه	09
95	بطاقة تقنية لغلاف العلبه	10
99	بطاقة تقنية خاصة ببطاقة الزيارة	11



الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
115	صور من ورشة الصناعات النحاسية أثناء المقابلة	01
116	زخرفة أولية لشكل غلاف العلبة	02
117	زخرفة أولية لشكل غلاف العلبة	03
118	صورة نهائية للغلاف	04



ملخص:

تهدف هذه الدراسة للترويج لتراث جماليات الزخرفة النباتية بواسطة فن التغليف الذي يسمح بالتأثير على المتلقي من خلال تحقيقه للعملية التواصلية معه من خلال جذب انتباهه وتعريفه بالمنتج والرسالة التي يريد ايصالها له معتمدة في ذلك على المنهج الوصفي التحليلي في تحليل النماذج الفنية، ومنهج الممارسة المهنية في تجسيد المشروع الفني، حيث استخدمنا مجموعة من الأدوات لتحقيق هذا الهدف كالمقابلة، الملاحظة وبرامج التصميم الغرافيكي، كما اعتمدنا على العينة القصدية في اختيار النماذج الفنية، وقد توصلت دراستنا الى أن التغليف يعد جد فعال لإحياء التراث الثقافي واستعادة قيمته الجمالية.

الكلمات المفتاحية:

تغليف، تراث ثقافي، زخرفة نباتية، ترويج

Summary:

This study aims to promote the heritage of the aesthetics of plant decoration through the art of packaging that allows to influence the recipient by achieving the communicative process with him by attracting his attention and introducing him to the product and the message he wants to deliver to him, based on the descriptive analytical approach in analyzing artistic models, and the professional practice approach in embodying The artistic project, where we used a set of tools to achieve this goal such as interview, observation and graphic design programs, and we also relied on the intentional sample in choosing artistic models, and our study concluded that packaging is very effective for reviving cultural heritage and restoring its aesthetic value.

Keywords:

Packaging, Cultural heritage, Floral decoration, diffusion

Résumé :

Cette étude vise à valoriser le patrimoine de l'esthétique de la décoration végétale à travers l'art du packaging qui permet d'influencer



Le destinataire en réalisant le processus communicatif avec lui en attirant son attention et en lui faisant découvrir le produit et le message qu'il veut lui délivrer , basée sur l'approche analytique descriptive dans l'analyse des modèles artistiques, et l'approche de la pratique professionnelle dans l'incarnation du projet artistique, où nous avons utilisé un ensemble d'outils pour atteindre cet objectif tels que des programmes d'entretien, d'observation et de conception graphique, et nous nous sommes également appuyés sur le échantillon intentionnel dans le choix des modèles artistiques, et notre étude a conclu que l'emballage est très efficace pour faire revivre le patrimoine culturel et restaurer sa valeur esthétique.

Mots-clés :

Emballage, Héritage culturel, Décoration florale, diffusion



مقدمة

لقد عرف التغليف منذ العصور الحجرية وكان ولازال جزءا لا يتجزأ من حياتنا اليومية فهو في كل ما نأكله ونستخدمه يوميا، بل وتطور وأصبح وسيلة اتصال بين المنتج والمستهلك وأيضا وسيلة فعالة لنشر ثقافة أو الترويج لفكرة ما، فقد أصبح أداة مدروسة للتأثير على سلوكيات البشر وإقناعهم بما نريد من سلع أو منتجات، لذا نجد العالم يتنافس في تسارع لابتكار تصميمات مبتكرة ومميزة، حيث تخصص الدول المتقدمة قيما مالية معتبرة لتمويله، نظرا لأنه قد أصبح يعتبر الحل الأمثل للترويج السريع المضمون لنفسها كمؤسسة ولمنتجاتها المختلفة، فهو وسيلة فعالة لا تحتاج إلى أشخاص يشرحون طبيعة المنتج ومضمون رسالته، فقد أصبح التغليف لا يقتصر على شرح المنتج وبياناته فقط بل أصبح وسيلة للترويج لأفكار جديدة وثقافات مختلفة، والبعض يستخدمه للترويج لتراثهم الثقافي بهدف ترسيخه في ذاكرة المجتمعات والحفاظ عليه. حيث أن تراث الشعوب المادي واللامادي هو من أهم المواضيع التي يجب الالتفات إليها ودراستها وتوظيف أشياء ضمن اهتمامات الشعوب واستعمالاتهم اليومية مثل التغليف بهدف إعادتها لساحة اهتمامات الناس حاليا، لما له من دور في الحفاظ على هويتها والإبقاء على المعايير القيمية لها، ويكون ذلك حسب نوع هذا التراث وخصائصه فمثلا تراث الزخرفة النباتية هو تراث لامادي يحتاج دراسة لدلالاته ومعانيه وغيرها مما يسهل فهم الطريقة الأصح لوصول هذا الفن للمتلقي بشكل يرسخه في الذاكرة.

هذا ما تدور حوله هذه الدراسة المبنية على الممارسة الفنية، حيث نقترح الاعتماد على التغليف من أجل الترويج للتراث الثقافي وهنا نحاول توظيف فن التغليف للترويج لجماليات الزخرفة النباتية من خلال الأفراح القسنطينية كنموذج يتماشى مع طبيعة مجتمعنا.

1-الدراسات السابقة:

○ دراسة ضياء الدين علاء أحمد عبود (2016)، "جماليات الزخرفة النباتية المنفذة على التحف المعدنية في متحف العتبة الحسينية المقدسة". تهدف هذه الدراسة الى الكشف عن جماليات الزخرفة النباتية المنفذة على التحف المعدنية في متحف العتبة الحسينية المقدسة، حيث اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي الذي يهتم بوصف عينات مختلفة من التحف المعدنية الموجودة في متحف العتبة الحسينية المقدسة وتحليلها ومناقشتها من خلال اظهار جمالياتها.

من أهم نتائج هذا البحث أن الفنان اهتم بأنظمة التكرار في انتاج مشاهد التكوينية من خلال اعتماد وحدات زخرفية متكاملة ومتداخلة تمنح المشاهد العام ايقاعا حركيا لا متناهيا في الامتداد في فضاءات العمل الفني، كما توصل الى أن تعاليم الإسلام أسهمت في استعانة الفنان المسلم بمفردات الطبيعة المجردة لإنجاز أشكال ذات طابع رفيع يتميز بالتنوع في الزخرفة باتجاه التجديد في العمارة والفنون

كانت هذه الدراسة مفيدة لنا من ناحية المعلومات الموجودة عن الزخرفة النباتية والناحية التحليلية للعينات الزخرفية الموجودة على المعادن

○ دراسة تهاني ناصر العجايي ووجدان محمد الفليح (2019)، "إحياء التراث باستخدام وحدات زخرفية مستوحاة من زخارف السدو التقليدية والخط الكوفي في تصميم الأزياء". تهدف هذه الدراسة الى التعريف بالتراث الثقافي وإبراز قيمه من خلال استيحائه من مفرداته الزخرفية ودمجها مع الخط العربي لإحياء التراث بأسلوب معاصر، وتكوين وحدات تصميمية زخرفية مستوحاة من زخارف السدو والخط العربي، وتوظيفها في تصاميم الأزياء المعاصرة، حيث اعتمد على المنهج الوصفي التطبيقي في وصف التصاميم الزخرفية المستوحاة من زخارف السدو والخط العربي

من أهم نتائج التي توصل إليها البحث أن دمج زخارف السدو والخط العربي يساعد في إحياء التراث الثقافي بصورة معاصرة وبالتالي في تعزيز الهوية الوطنية كانت هذه الدراسة مفيدة لنا من ناحية التعريف بالتراث الثقافي وإبراز قسمه ومحاولة إحيائه

○ دراسة (2004) "L'impact du packaging sur la décision d'achat"

MEDELICI RAZIA

تهدف هذه الدراسة الى دراسة تأثير التغليف على القرار الشرائي للمستهلك من أهم نتائج هذه الدراسة أن التغليف هو وسيلة التواصل الأولى بين المنتج والمستهلك لأنه يوفر المعلومات والصور التي تخص المنتج من جودة وتميز عن باقي المنتجات، كما توصلت الى أن المستهلك الواعي يبحث دائما عن المنتجات



الأكثر جودة لذا فالغلاف يعمل على إيصال هذه الرسالة للمستهلك من خلال لفت انتباهه ومن ثم توجيهه من خلال المعلومات الموجودة على الغلاف لقد أفادتنا هذه الدراسة من ناحية كيفية التأثير على المستهلك من خلال جذبته الى المنتج المروج الا أن هذه الدراسة تسعى للتأثير على المستهلك من أجل اقتناء المنتج فقط على عكس دراستنا التي تسعى للتأثير على المستهلك بتعريفه بتراثه وإحيائه وإبراز قيمه.

2-تحديد المفاهيم:

1التغليف:

لغة: "غلف (مادة غ ل ف)

1-غلف (الرجل الشيء) يغلفه غلفا، غطاه وغطاه

2-غلف الرجل الشيء: جعله في غلاف".1

اصطلاحا: هو كل ما يرتبط بالمنتج بداية من عملية التصميم وصولا لإنتاج الغلاف، ويتكون من غلاف خارجي جذاب والذي يحتوي على رسوم وألوان وكما يتم تصنيع الغلاف من أنواع²مختلفة من المواد سواء ورق مقوى أو بلاستيك وغيرها من المواد التي تحفظ المنتج الى حين بيعه.³ انطلاقا مما سبق يمكننا تعريف التغليف اجرائيا انه العملية التي تحمي المنتج من العوامل الخارجية التي قد تتسبب في اتلافه بحيث يجب أن يكون التغليف مثيرا للنظر وذلك لأنه يساهم في الترويج للمنتج.

2التراث الثقافي:

"تعرفه منظمة اليونسكو كما يلي: التراث الثقافي هو ميراث المقتنيات /الممتلكات/المادية وغير المادية التي تخص مجموعة أو مجتمع ما، والتي ظلت باقية حتى الوقت الحاضر ووهبت للأجيال المقبلة".⁴ انطلاقا مما سبق يمكننا تعريف التراث الثقافي اجرائيا انه ثروة ثقافية مادية وغير مادية، بحيث تمثل هذه الثروة الهوية الاجتماعية والثقافية لمجتمع معين والذي يعتز بها نظرا لأنها تميزه عن المجتمعات الأخرى.

¹نور الدين عصام، (1971)، "معجم نور الدين الوسيط"، لبنان، دار الكتب العلمية، دط، ص884

³دبروميدياز، (تاريخ تصفح الموقع:2ماي2022)، "التغليف الإبداعي لتغليف المنتجات بطريقة مميزة وجذابة"، متاح على رابط URL التالي:

<https://promediaz.com>

⁴دلبيو فضيل، (2020)، "قنوات نشر التراث الثقافي في عصر تكنولوجيا الاتصال الجديدة"، مجلة جماليات، ع1، الجزائر، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة صالح بوينيدر قسنطينة3، ص257، متاح على رابط URL التالي:

<https://drive.google.com/file/d/1iikZ6BEciBeGvtKnVprUzjm6HJvIUQsB/view?usp=drivesdk>



هو عنصر أساسي من عناصر المزيج التسويقي، حيث أنه يتأثر بالقرارات الأخرى لعناصر هذا المزيج لأن هذه القرارات يمكن أن تكون من العوامل المساعدة على قبول المنتج أو الخدمة في السوق وترويجها، مثلما قد تكون عائقا أمام عملية الترويج.

فالترويج هو النشاط التسويقي الذي يمد المستهلك الأخير بالمعلومات الشاملة حول المنتج المروج وهو الذي يستطيع خلق ولاء المستهلك نحو المؤسسة.¹

4/ الزخرفة النباتية:

لغة: "زخرف (الرسام اللوحة): يزخرفها زخرفة: زينها وحسنها

الزخرفة: مصدر زخرف: التجميل والتحسين²

اصطلاحا: لقد وردت عدة تعاريف للزخرفة النباتية ومن أهم هذه التعاريف ما يلي:

"هي تكوينات يمكن تشكيلها من خلال عناصر الطبيعة النباتية المجردة كالأغصان والأوراق وعناقيد العنب وأوراق النباتات والشجيرات المتعددة

لغة مجردة تعبر عن المشاعر وتعطي الفرح والسرور

ونعرفها بأنها تجريد أغصان وأوراق الأشجار ليُعمل منها المتعلم زخارف نباتية

تكوينات فنية مترابطة تشكل في حركة غصن نباتي أو غصنين أو أكثر مع تحويراتها الملحقة بها بأسلوب تجريدي وتتحكم في انتشارها المتجانس الى مبدأ التقابل والتكرار والتناظر والحركة الحلزونية³ مما سبق نستطيع تعريفها اجرائيا أنها عبارة عن زخارف مكونة من رسومات تعتمد على عناصر نباتية مستلهمة من الطبيعة أي أنها فن تزيين يعتمد على تكوينات نباتية.

5/ التصميم الزخرفي:

"هي الأعمال الفنية ذات البعدين أو قد توحى بالبعد الثالث والتي تتميز بطابع زخرفي وأسلوب يرتبط بعلاقة وثيقة بوسائل التنفيذ(الخامات)والحيز(المكان) وموضوع التعبير. وقد يشغل التصميم الزخرفي جزءا من السطح الذي سينفذ عليه، أو مساحة السطح كله، لذا يجب على الفنان المصمم أن يكيف أشكاله وتراكيبه الزخرفية وفقا لما تتطلبه القيم الفنية التي يصبو الى تحقيقها على ذلك السطح، وذلك حتى يتلاءم العمل الفني الزخرفي وطبيعة الحيز الذي يشغله، سواء كان خارجيا أو داخليا بحيث تصبح أجزاؤه كلها وظيفية في هذا الحيز"⁴

1-النسور إباد، فايت عادل، (2018)، "مبادئ التسويق الحديث"، الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع، ص344

2-نور الدين عصام، مرجع سبق ذكره، ص686

3-الدليمي عطية، (2016)، "الخط العربي والزخرفة الإسلامية(تاريخه-ادواته-مدارسه-تطبيقاته)"، الأردن، دار الرضوان للنشر والتوزيع، ص195

4-شبيشتر عيد المحسن، دياب احمد، (2008)، "فن التصميم الزخرفي"، ط2، ص15، متاح على رابط URL التالي:

<https://drive.google.com/file/d/1imMv2K-HsnkHzhZrB2inYwJl2NidH5b6/view?usp=drivesdk>

أي أنه فن ترتيب العناصر المكونة للتصميم بحيث يكون هذا التصميم وظيفيا وجماليا من خلال استخدام المصمم لعناصر وأسس الزخرفة والتصميم من أجل إيصال فكرة أو تحقيق هدف محدد من قبل المصمم.

3-الإشكالية

على ضوء ما سبق ذكره، يتضح أن السؤال الجوهرى الذي ستحاول هذه الدراسة الإجابة عنه هو كالتالى:

- السؤال الرئيسى:
- كيف يمكن توظيف الزخرفة النباتية في تغليف المنتجات المحلية من أجل الترويج للتراث الثقافى؟
- الأسئلة الفرعية:
- ما هو التغليف؟
- ما هي الوحدات الزخرفية المناسبة لتصميم غلاف علبة حلويات قسنطينية؟
- ما هي مراحل التصميم المتبعة لتصميم علبة حلوى؟

4-مبررات اختيار موضوع الدراسة

هناك عدة مبررات دفعتنا لاختيار موضوع البحث وتتمثل فيما يلى:

- المبررات الموضوعية:
- الموضوع علاقة بالفنون وهو تخصصنا الجامعي
- لقد اجتاحت الثقافة الغربية أفراننا وكل حياتنا وذلك أدى الى طمس الهوية الثقافية الجزائرية
- عدم وجود دراسات أكاديمية حول توظيف الزخرفة في التغليف
- نقص الدراسات الأكاديمية في فن تغليف المنتجات المحلية
- المبررات الذاتية:
- الرغبة في حماية التراث الثقافى
- الرغبة في دراسة الزخرفة
- الرغبة في ادراج المشروع الفنى كعلامة تجارية واعتماده كمشروع ومصدر ربح فى حياتنا بعد التخرج

5-أهمية موضوع الدراسة

تكمن أهمية موضوع دراستنا فى:

- مساهمة الفن فى تنمية المشاريع



- الكشف عن النواحي الإبداعية في التصميم بالزخرفة النباتية
- دور التراث الثقافي في تحقيق التنمية المستدامة في العديد من القطاعات
- الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية في ظل انتشار الثقافة الغربية
- المزج بين الفن التشكيلي والتصميم الجرافيكي

6-أهداف موضوع الدراسة

- ترويج نوع من أنواع الزخارف (الزخرفة النباتية) عن طريق التصميم
- إبراز مراحل انجاز مشروع وتصميمه
- اعتماد تصميم وتغليف علب الحلوى كمشروع فني

7-صياغة فرضيات موضوع الدراسة

تعرف الفرضية على أنها عبارة عن إجابة مبدئية توضع بغية اختبار صحتها، حيث يقوم الباحث بتبنيها مؤقتا لتفسير بعض الحقائق:

- الفرضية الرئيسية:
 - يمكن الترويج للتراث الثقافي القسنطيني من خلال تغليف علب الحلوى بالزخرفة النباتية
 - الفرضيات الفرعية:
 - يمكن استعمال التصميم الزخرفي في تغليف المنتجات المحلية
- المؤشرات:
- مبادئ الرسم والتصميم
 - برامج الأنفوغرافيا
 - الطباعة

-تعد الزخرفة النباتية هي الأنسب لتصميم غلاف علب الحلوى القسنطينية

المؤشرات:

-تعد الزخرفة النباتية من أكثر الأنواع استعمالا في الصناعات النحاسية القسنطينية

-يساعد توظيف الزخرفة في إحياء التراث وإعطاء جمالية للعبة

-استخدام اللونين الفضي والذهبي يعكس جمالية غلاف اللعبة ويعطي معاني ذات صلة بالهدف الرئيسي للتصميم

المؤشرات:

-اللونين الفضي والذهبي هما اللونين المستخدمين في الصناعات النحاسية



-الحفاظ على اللمسة الجمالية والتراث الثقافي

8-المقاربات النظرية للدراسة

8-1 نظرية التلقي في الفن:

نشأت هذه الأخيرة منذ الستينات (1967) بألمانيا، حيث تنسب إلى جامعة كونستانس ومن أشهر ممثليها "هانس روبرت يوس" و"فولغانغ إيزر"¹.

حيث تنص هذه النظرية على أن المتلقي يشارك الفنان في عملية الاستمتاع الجمالي بالعمل الفني، كما اعتبرت أن المتلقي هو جوهر العمل الفني فالمكون الرئيسي للفنون هو المشاركة النشطة والفعالة للمتلقي²

سنحاول توظيف هذه النظرية في مشروعنا الفني من خلال الترويج للتراث عن طريق ابراز جماليات الزخرفة النباتية.

8-2 النظرية الجشطالتيّة:

هي نظرية قام بوضعها مجموعة من علماء النفس الألمان في 1890، حيث تهدف إلى تفسير كيفية إدراك العقل للمؤثرات المختلفة من حوله حيث سنتحدث عن الجانب البصري من المؤثرات والذي له علاقة بالتصميم. وتعتمد هذه النظرية في هذا الجانب على ستة مبادئ وهي:

-التشابه: من أشهر تطبيقات هذا المبدأ هي توحيد الأشكال أو الألوان وهذا ما يجعل المتلقي يدرك أن لهذه العناصر المتشابهة دورا أو تأثيرا متشابها في التصميم

-الاستمرارية: يعني هذا المبدأ أن العين تتعامل مع العناصر الموزعة على مسار واحد أي أنها مترابطة فيما بينها على خلاف العناصر الموزعة عشوائيا

-القرب: في هذا المبدأ يفترض العقل البشري وجود علاقة بين العناصر المتقاربة حتى وإن اختلفت في اللون والشكل

-الشكل والخلفية: يدور هذا المبدأ حول طريقة العقل في فرز الأشكال على هيئة طبقات، حيث يحدد الأشكال التي تكون في المقدمة (أو في الأعلى) والأشكال التي تكون في الخلفية (أو في الأسفل) حيث يعتمد العقل في هذه العملية على مقدار التباين بين الأشكال، فكلما زاد التباين زادت إمكانية التفرقة بينهما

¹-الباحثون العراقيون،(تاريخ تصفح الموقع 1جوان2022)،"نظرية التلقي أبرز تيارات ما بعد الحداثة"، متاح على رابط URL التالي:

[https://www.iraqi-res.com/?p=9738#:~:text="](https://www.iraqi-res.com/?p=9738#:~:text=)

²-المنظومة، (تاريخ تصفح الموقع 1جوان2022)،"الأسس المفاهيمية لفنون المشاركة في ضوء نظرية التلقي"، متاح على رابط URL التالي:

<https://search.mandumah.com/Record/1001148>



-التناظر والنظام: يعني هذا المبدأ أن العقل يبحث عن التوازن والنظام عند النظر إلى الأشكال المختلفة، حيث أنه كلما كانت الأشكال منظمة تسهل مهمة العقل في إيجاد التوازن وإدراك طبيعة الأشكال والعلاقة فيما بينها ويتضح ذلك في الأشكال المتناظرة مثلاً -الإغلاق: يفسر هذا المبدأ قدرة العقل على إكمال النقص في الأشكال من حوله.

سنحاول توظيف مبادئ هذه النظرية في تصميم مشروعنا الفني من خلال إبراز هذه المبادئ للترويج لجماليات الزخرفة النباتية وإحياء هذا التراث الفني.

9-1 منهجية الدراسة والأدوات المستخدمة

للمنهجية دور كبير في البحث العلمي لذلك يجب على كل الباحثين أن يختاروا منهجية بحثهم بحرص شديد، حيث أن المنهجية هي عبارة عن مجموعة الخطوات التي يعتمد عليها الباحث و التي تساعده على توجيه بحثه بدقة، حيث تبدأ من ملاحظة الظاهرة مرورا بتحديد مشكلة الدراسة، الفرضيات.... وصولاً إلى النتائج التي سيتوصل إليها الباحث بعد القيام بهذه المراحل.

9-1 منهج الدراسة:

المنهج "هو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، ما من أجل الكشف عن الحقيقة، حين نكون بها جاهلين، أو من أجل البرهنة عليها للأخرين، حين نكون بها عارفين"¹.

للإجابة على الإشكالية المطروحة واختبار صحة الفرضيات الموضوعية يجب استخدام مناهج مختلفة حسب طبيعة الموضوع، وبما أن دراستنا في مجال الفنون، فقد اعتمدنا على **منهج الممارسة المهنية** الذي يستمد خطواته من مراحل العمل الفني، حيث أن هذه الخطوات تختلف من باحث لآخر على حسب طبيعة العمل الفني، وقد قمنا باستخدامه في إنتاج العمل الفني الخاص بنا في بحثنا العلمي

كما اعتمدنا على منهج ثاني وهو **المنهج الوصفي التحليلي** الذي يهتم بدراسة الظواهر والمشكلات من خلال الوصف التحليل بطريقة علمية من خلال البحث عن الحقائق والمعلومات المتعلقة بموضوع البحث، ومن ثم الوصول إلى تفسيرات منطقية تمنح الباحث القدرة على وضع أطر محددة للمشكلة، حيث قمنا باستخدامه في جمع المعلومات والوثائق الضرورية المتعلقة بموضوع بحثنا، ومن ثم استخدمناه في وصف وتحليل عينتين من علب الحلوى (عينة محلية وعينة أجنبية) كما قمنا بتوظيفه في عملية تجسيد مشروعنا الفني

9-2 الأدوات المستخدمة:

¹بدوي عبد الرحمان، (1988)، "مناهج البحث العلمي"، الكويت، وكالة المطبوعات، ط3، ص5، متاح على رابط URL التالي :

<https://drive.google.com/file/d/1jMkzoKFOuPsCV-diDzg6HGEM3mMHapJ6/view?usp=drivesdk>

يحتاج كل بحث علمي الى أدوات يستعين بها للوصول الى نتائج دقيقة، حيث يتم اختيار الأدوات على حسب طبيعة موضوع الدراسة، وبما أن موضوع بحثنا في مجال الفنون فسنحتاج الى مجموعة من الأدوات، والأدوات المستخدمة في دراستنا هي:

1-2-9 الملاحظة المباشرة:

استعملنا الملاحظة المباشرة لأنها تخدم موضوع دراستنا وتتلاءم مع طبيعته، ونعني بها الانتباه الى الظاهرة عن طريق الحواس للحصول على البيانات من السجلات والتقارير دون متابعة الظاهرة من قبل الباحث.

قمنا بتوظيف الملاحظة المباشرة في دراستنا من أجل وصف وتحليل العينات المختارة في دراستنا مستخلصين في ذلك نقاط القوة والضعف لكل عينة للاستفادة منها في تنفيذ مشروعنا الفني.

2-2-9-2 المقابلة:

قمنا بمقابلة منظمة (مقننة) مع الحرفي والفنان "فريوخ جمال" صاحب ورشة "الصناعات النحاسية" وسط مدينة قسنطينة "باردو"، يوم الأحد 12 جوان 2022، من أجل التعرف عن قرب على هذه الحرفة التراثية التي يوظف فيها الزخرفة النباتية والتي تتعلق بموضوع دراستنا والاستفادة من خبرته في صناعتها وبيعها منذ أكثر من 20 سنة. (الملحق 01)

3-2-9-3 برامج التصميم الجرافيكي:

• برنامج أدوبي إليسترييتور:

هو برنامج تحرير رسومات موجهة مقدم من شركة أدوبي الشهيرة يستخدم لتصميم الشعارات والمخططات والرسوم التوضيحية وغيرها من التصميم والأعمال الفنية التي تتطلب الدقة البالغة.¹

• برنامج أدوبي فوتوشوب:

هو معالج صور ومحرر رسومات نقطية طورته ونشرته شركة أدوبي لنظامي التشغيل ويندوز وماكنتوش. يمكن أن يعمل الفوتوشوب على تحرير وإنشاء صور نقطية في طبقات متعددة ويدعم الأقنعة وتركيب الفا (وهو تقنية تستخدم ضمن الطبقات اللونية لأغراض التحديد الدقيق) والعديد من نماذج الألوان بما في ذلك النموذج اللوني RGB و CMY و LAB وغيرها من النماذج والمساحات اللونية المختلفة.²

¹-أراجيك، (تاريخ تصفح الموقع:1جوان2022)، "برنامج أدوبي إليسترييتور"، متاح على رابط URL التالي:

<https://www.arageek.com1>

²-أكاديمية حسوب، (تاريخ تصفح الموقع:1جوان2022)، "مقدمة الى برنامج أدوبي فوتوشوب"، متاح على رابط URL التالي:

<https://academy.hsoub.com/design/graphic/photoshop>



10-مجالات موضوع الدراسة

1-10 المجال المكاني:

شملت دراستنا الزخرفة النباتية في مدينة قسنطينة (مدينة الجسور المعلقة)

2-10 المجال الزماني:

تم تقسيمه الى مراحل موضحة كالآتي:

- من 01 مارس الى 15 أفريل: مرحلة ضبط العنوان الرئيسي والعنوان الفرعي للدراسة
- من 15 أفريل الى 15 ماي: إتمام جمع المراجع + إنجاز الجانب المنهجي والجانب النظري للدراسة
- من 15 ماي الى 14 جوان: مرحلة إنجاز الجانب التطبيقي للدراسة وضبط التفاصيل المتبقية للبحث

3-10 المجال البشري:

يشمل كل من تقابلنا معهم من أساتذة مختصين في مجال الفنون والتصميم والمنهجية، إضافة الى الجمهور المستهدف لهو المجتمع الجزائري.

11-عينة موضوع الدراسة

تعتبر عينة البحث مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث، أي أنها ذلك الجزء من المجتمع التي يكون اختيارها وفق قواعد علمية بحيث يجب أن تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا¹ نظرا لسعة مجتمع الدراسة، ولكثرة الأعمال الفنية المنتجة ضمن حدود بحثنا الحالي واستحالة تغطية جميع الأعمال الفنية الموجودة، قد اخترنا **العينة القصدية** والتي يقوم فيها الباحث باختيار عناصر محددة من مجتمع الدراسة على أساس حر، ووفقا لاعتبارات موضوعية يضعها وفقا لأهداف الدراسة بحيث يستثني كل العناصر التي لا تتوفر فيها تلك الاعتبارات الموضوعية.

يتمثل اعتمادنا على العينة القصدية في اختيارنا لغلاف علبتين مختلفتين ومن بلدين مختلفين وقد وضعنا في هذا الصدد اعتبارات موضوعية وهي:

-مراعاة الإمكانيات المادية والزمنية للباحث

-تتلاءم هذه العينة مع طبيعة تخصصنا وعامل الابداع فيه، نظرا لأنها هي الأقل صرامة.

¹در، محمد، (2017)، "أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي"، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، ع9، الجزائر، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، ص 313، متاح على رابط URL التالي:

https://drive.google.com/file/d/1k5SXFOJpl4B_Nvw21b4mklTam8YgOkTv/view?usp=drivesdk



12- هيكلية الدراسة

لقد بدأت دراستنا بمقدمة عامة حول موضوع الدراسة، والتي كانت تحتوي على الدراسات السابقة، تحديد المفاهيم، الإشكالية، مبررات اختيار الموضوع، الأهمية والأهداف، فرضيات الدراسة، المقاربات النظرية، المنهج والأدوات المستخدمة في الدراسة، مجالات وعينات الدراسة وفي الأخير هيكلية الدراسة.

لقد قسمنا موضوع الدراسة الى فصلين، أولاً الفصل النظري و الذي تطرقنا فيه الى تطور التغليف وأهميته ومستوياته والخامات والعمليات المكونة له إضافة الى العوامل التي يجب مراعاتها عند تصميمه، ثم تطرقنا الى التراث الثقافي من أهمية و خصائص و أنواع وصولاً الى حمايته، بعدها تحدثنا عن فن الزخرفة حيث تضمن هذا الأخير نبذة تاريخية، القيم الجمالية و الفنية للزخرفة النباتية، التميز النوعي للعنصر النباتي والعناصر و الأسس البنائية للتصميم الزخرفي النباتي إضافة الى أساليب تصميم هذه الزخارف النباتية، وفي الأخير تطرقنا الى الترويج، أهميته، أهدافه، إستراتيجياته، المزيج الترويجي إضافة الى الترويج الإلكتروني.

أما الفصل الثاني فقد كان لإنجاز مشروعنا الفني المتعلق بموضوع الدراسة، حيث شرحنا فيه فكرة الموضوع، ثم أخذنا نماذج وقمنا بتحليلها، بعد ذلك تأتي مراحل تصميم المشروع الفني التي قمنا فيها بتصميم شعار المؤسسة، ثم تنفيذه، ثم مراحل تصميم غلاف التغليف للمشروع، بعدها انتقلنا إلى عرض المشروع الفني في شكله النهائي حيث قمنا بإنجاز بطاقة تقنية لغاف العلب الأولى والثانية، كما تناولنا الأساليب الترويجية للمشروع من مواقع التواصل الاجتماعي وتصميم code QR ثم تصميم بطاقة زيارة خاصة بالمؤسسة.

ختمنا دراستنا بخاتمة تناولنا فيها النتائج المستخلصة من الدراسة، ثم تطرقنا فيها إلى الصعوبات التي واجهتنا في انجاز دراستنا.

الفصل الاول

الجانب النظري من موضوع الدراسة



تمهيد:

من خلال هذا الفصل سنحاول عرض اهم العناصر النظرية التي ستساعدنا على انجاز الجزء التطبيقي حول بحثنا الذي يدور حول الترويج للتراث الثقافي عن طريق الزخرفة النباتية التي تتنوع تكويناتها، حيث تناولنا في بداية الفصل التغليف الذي يعتبر الوسيلة التي سنستعملها في الترويج نظرا لاستخدامه في جميع المجالات كوسيلة حماية وترويج في نفس الوقت.

في هذا الفصل يوجد مزيج بين التراث وجماليات الزخرفة النباتية وتكويناتها وصولا الى الحديث عن الترويج الذي يعتبر الوسيلة الأساسية لإحياء تراثنا بالإضافة الى الوسيلة الثانية وهي فن التغليف.



1- ماهية التغليف

1-1 تطور التغليف:

لقد كان التغليف موجودا منذ القدم، فقد عرفه الإنسان في شكله البسيط مستخدما في ذلك وسائل بسيطة، حيث استخدم أوراق الأشجار وجلود الحيوانات ثم السلال. وفي كل مرة تتغير أساليبه في التغليف على حسب البيئة والتطور الحاصل في تلك الفترات وكان لاكتشاف النار واستخدامها في طهي الطين وتشكيل أواني فخارية وقع على تغليف المواد، فقد كانت هذه الأخيرة (الأواني الفخارية) المصدر الأول لحماية وتغليف المواد الغذائية نتيجة التطور الذي حصل في مجال الزراعة، كما عرف أيضا نوع آخر من التغليف في سنة 1500 ق.م وهذا في جنوب إيطاليا، فمع تزايد التبادل التجاري بين سكان البحر الأبيض المتوسط استعملت الجرار لنقل النبيذ وزيت الزيتون كما اكتشفوا الزجاج والرصاص فكانوا يحفظون فيها الدهون والعطور، أما ظهور أشكال التغليف الحديث فكان في بريطانيا، حيث كانوا يبيعون الأدوية في قارورات زجاجية، بعد ذلك ظهرت طريقة عصرية لتغليف المواد الغذائية، حيث استطاع "نيكولا ابير" في 1809 صنع غلاف من الحديد المطلي بالقصدير محكم الاقفال. أما فيما يخص تطور تغليف المواد السائلة فيعود إلى الفرنسيين الذين قاموا بتعبئة الحليب في علب من الكرتون ثم في علب من ألياف البوليثلين والألمنيوم.¹

ويمثل الجدول التالي المراحل التاريخية لتطور عملية التغليف:

الجدول 01: المراحل التاريخية لتطور عملية التغليف

السنة	التطورات
1801	اكتشف "نيكولا ابير" طريقة لحفظ المواد الغذائية داخل اوعية من الزجاج
1810	تطبيق الطريقة المبتكرة من طرف "نيكولا ابير" على علب من الحديد الأبيض
1858	قام الأمريكي "ماسون" بإنشاء غطاء لولبي معدني
1871	اخترع "جوناس" الورق المقوى المموج القابل للطي
1883	قام "ستيلوال" بتسويق اول أكياس ورقية
1885	اخترع "باينتر" اول غطاء زجاجة يمكن التخلص منه
1934	قام الأمريكي "كان كومباني" بتسويق اول علب للمشروبات الروحية أصل الجعة
1951	ظهور الغلاف رباعي الابعاد المصنوع من البلاستيك

¹-Uvroy Jean-Jacques, Sanchez-Poussineau Sophie , (2012), "**Packaging toutes les étapes du concept au consommateur**", groupe Eyrolles ,2éme édition, p4-5 ,adresse URL : https://drive.google.com/file/d/1f5Atsw_ZWtiOQmcyZvEzOrLOtcHtaQwk/view?usp=drivesdk



1965	تطوير الحديد المطلي بالكروم في اليابان
1969	بعد "لوسبور" في 1960، العلامة "فيتال" تسوق أولى قنيناتها الدائرية الكبيرة المصنوعة من PVC
1976	PEPSI تباع أولى قنيناتها من البوليثيلين
2000	DOY PACK يقوم بطرح البلاستيك المقوى لتغليف المنتجات
الى 2015	ظهور مواد بلاستيكية بيولوجية ومواد مركبة ومتعددة الطبقات

المصدر: من كتاب packaging toutes les étapes du concept au consommateur
Jean-Jacques Uvroy للكاتب

2-1 أهمية التغليف:

- الحفاظ على المنتج و حمايته من الكسر خلال النقل والتخزين.
- يعتبر وسيلة اتصال بين المنظمة والمستهلكين من خلال تعريفه للمنظمة والتعليمات التي وضعها بخصوص استخدام المنتج.
- أداة للتشهير والتسويق.¹
- تكمن أهمية التغليف في احتواء المنتج حفاظا عليه من أي تلوث، وذلك للسماح بنقله، توزيعه، تخزينه، عرضه، استخدامه والتخلص منه في النهاية، ومع ذلك فمن النادر العثور على كل هذه الأدوار في عبوة واحدة، ومن هنا تأتي الحاجة إلى مجموعة من المواد التي تشكل نظام تغليف يتكيف تماما مع المنتج، لذلك فهو نظام من الأشكال المترابطة التي تتطلب نهجا عالميا من أجل إنشاء نظام فعال.
- تتزايد المنافسات في السوق بتزايد المنتجات الجديدة بوتيرة متسارعة ، ما جعل التغليف هو الوسيلة الأكثر إستراتيجية في تحقيق الاتصال بين المنظمة والمستهلك.²
- يساعد الغلاف على سهولة التعرف على المنتج من خلال المعلومات الموجودة على الغلاف من مكونات المنتج ووزنه وحجمه وطريقة استخدامه ...
- تسهيل حمل ونقل السلعة
- تقليل الأضرار التي قد تصيب المنتج خلال تداوله في المخازن أو المتاجر

¹ -عبدالله التوم، إبراهيم النور، (2013)، "اثر التعبئة و التغليف على تسويق المنتجات الغذائية المصنعة بولاية الخرطوم السودان"، *مجلة العلوم الزراعية العراقية*، ع01، قسم الاقتصاد والإرشاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة الزعيم الأزهرى، ص502، متاح على رابط URL:

https://drive.google.com/file/d/1f65CQPyoAt-hDfclqE9Ad4sP_atoD0Ly/view?usp=drivesdk

² -CTAC, (site consulté le :15 avril2022°), "Guide de l'emballage alimentaire", adresse URL :

https://drive.google.com/file/d/1f1tu_SOpj7NNjBtOe5xFIGgicwm1Yk3/view?usp=drivesdk



- جذب انتباه المستهلكين وتحفيزهم على الشراء من خلال المنظر المريح للغلاف وألوانه المناسبة التي تعطي شعورا بالمستوى الراقى للمنتج
- حماية البيئة من خلال صنع غلاف صديق للبيئة خال من المواد المضرة بها
- كلما كان الغلاف مبتكر يعود بالنفع و الفائدة على المستهلك والمنظمة.¹

3-1 مستويات التغليف

1-3-1 الغلاف الاولي

هو الأكثر أهمية للمنتج لأنه على اتصال مباشر به و يعتبر حاجز الحماية الرئيسي له² ويسمى التعبئة، وهو الذي يحوي المنتج ويرافقه طول فترة استهلاكه، حيث أن اتصاله المباشر بالمنتج يؤثر على إدراك السلعة عند الاستخدام وذلك عن طريق سهولة الاستهلاك كالمشروبات الغازية، والمعلبات.... الخ³. أي انه على علاقة مباشرة مع السلعة أو المنتج وهذا ما يجعله أكثر أهمية.

2-3-1 الغلاف الثانوي أو غلاف التجميع:

هو الغلاف الذي يحمي الغلاف الأولي، ويهدف إلى حماية السلعة والترويج لها في نفس الوقت، حيث أنه يلعب دورا مهما في جذب الانتباه والتحفيز على الاقتناء. يتم الاستغناء عن هذا الغلاف بمجرد بداية استهلاك السلعة ومثال ذلك: الغلاف البلاستيكي الذي يضم 6 قارورات من المشروبات الغازية "كوكاكولا".⁴ أي أنه غلاف يحمي مجموعة صغيرة من المنتجات بالإضافة الى دوره الترويجي من خلال جذب انتباه المستهلك.

3-3-1 الغلاف الثالثي أو غلاف الشحن:

يكون هذا الغلاف أكثر أهمية للموزعين فهو يحمي عدد كبير من المنتجات التي توضع فيه حيث أنه يستعمل عند نقل عدد معين من هذه المنتجات من المصنع إلى المخازن أو نقاط البيع، وما يجدر بنا قوله أن هذا المستوى من التغليف وظيفته الحماية وتسهيل النقل أكثر من التسويق إذ أنه يهتم الموزعين أكثر من المستهلكين الذين قد لا يرونه أصلا.⁵

4-3-1 غلاف النقل:

¹- عزام أحمد واخرون، (2016)، "مبادئ التسويق الحديث"، الأردن، دار المسيرة، ط7، ص212.

² -Debeaufort Frédéric, Galic Kata,(2022), "Matériaux et procédés d'emballage pour les industrie alimentaires, cosmétiques et pharmaceutiques", France,ISTE Editions,p5

³ -مولود حواس، (2011)، "التحديات البيئية للتغليف وسبل معالجتها"، مجمع مدخلات الملتنقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 22-23 نوفمبر، ص678، متاح على رابط URL التالي <https://manifest.univ-ouargla.dz>

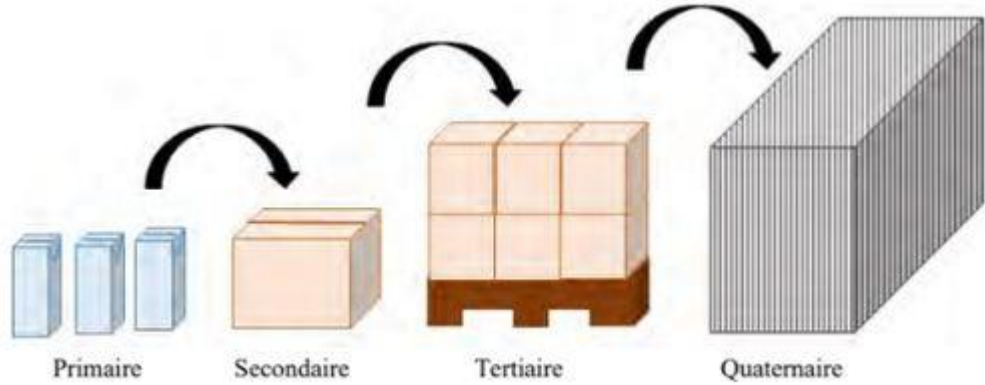
⁴ -المكان نفسه.

⁵ -المكان نفسه.



وهو غلاف يسهل نقل العبوات ذات غلاف الشحن ويكون هذا الغلاف عموماً عبارة عن حاوية معدنية كبيرة تمكن من حمل العديد من المنصات عند النقل بالسفن أو بالقطار، إذا لزم الأمر حيث تتوفر في هذه الحاوية الشروط اللازمة للحفاظ على سلامة المنتج، حيث أنها مهمة بشكل خاص للأغذية والخضروات واللحوم والأطعمة المجمدة.¹

الشكل 01: مستويات التغليف



المصدر: من كتاب *matériaux et procédé d'emballage pour les industries alimentaires* للكاتب 'Frédéric Debeaufort'

4-1 الخامات المستعملة في التغليف

1-4-1 الورق:

ويشمل 3 قطاعات رئيسية: ورق التغليف، كرتون مسطح، وكرتون مموج، كل من هذه القطاعات يشمل عالماً متنوعاً من خلال صفات كل منهم واستخداماته.² لقد توجهت الطلبات نحو التغليف بالورق والكرتون وذلك بسبب المخاطر البيئية التي قد يسببها البلاستيك.³ حيث يمثل الورق بمختلف أنواعه نسبة كبيرة من مواد التغليف، كما يختلف الورق حسب استعماله وسمكه.

¹ -debeaufort Frédéric, Galic Kata, ibid, p6

² -QACQE, (p.d), "L'emballage, facteur de qualité", cour à l'échelle emballage, p3. Adresse URL : https://drive.google.com/file/d/1iepM4RfZZYF9qOQ5lcTEqjR_x1Neu26/view?usp=drivesdk

³ -Cherif, (2016), "packaging, l'inévitable défis de l'IAA", *magazine Agroligne*, N°101, paris, parution commission paritaire, p6, adresse URL : https://drive.google.com/file/d/1f5Atsw_ZWtiOQmcyZvEzOrLOtcHtaQwk/view?usp=drivesdk



يعتبر التغليف الورقي حاليا أكبر القطاعات حجما حيث أنه بقي محافظا على نفس معدلاته خلال العشرية الماضية دون زيادة ملحوظة.¹ وذلك لأنه أقل ضررا على البيئة، بالإضافة الى الكثير من مميزاته التي تجعله من أكثر الخامات استعمالا والتي سنذكرها فيما بعد.

● **المميزات:**

- متعدد الوظائف
- غير مكلف
- سهل الاستخدام
- قابل لإعادة التدوير

● **السلبات:**

- قليل المقاومة².

1-4-2 الزجاج:

الزجاج مادة قابلة لإعادة التدوير إلى أجل غير مسمى وبنسبة 100%، حيث أن كمية الطاقة الموفرة بفضل إعادة تدويره 25%.³

● **المميزات:**

- الزجاج غير منفذ للغازات والسوائل
- الزجاج مادة صحية وسهلة الغسل والتعقيم
- ضمان المحافظة على المنتج وجودته
- الزجاج الملون يوفر الحماية من الأشعة فوق البنفسجية
- الزجاج شفاف، مما يسمح بعرض السلعة الموجودة داخله بنجاح
- الزجاج مادة خاملة كيميائيا، مما يمكنه من مقاومة الضغوطات الداخلية، أي يمكن تخزين أي منتج به (شامبانيا...)
- الزجاج اقتصادي، يمكن أن يخزن كميات كبيرة فيه

● **السلبات:**

- ثقل وزنه

¹ - عبد الله التوم، إبراهيم النور، مرجع سبق ذكره، ص 502

² -MEDELSI razia, (2004), "L'impact du packaging sur la décision d'achat", mémoire de magister, faculté des sciences Economique et de gestion, université ABOU BAKER BEL KAID, adresse URL :

<https://drive.google.com/file/d/1fC14FVdBoCJfzIPwwE3l316cSeb9l0wK/view?usp=drivesdk>

³ -Hoàng Luang, (2008), "packaging-vecteur de communication au niveau de l'entreprise", cour à l'échelle Marketing, p 4, adresse URL : https://drive.google.com/file/d/1fGyE7wel_e4-4e1pipRlqR46zXhuA2qS/view?usp=drivesdk



قابلية سريعة للكسر والتلف.¹

1-4-3 البلاستيك:

يعد البلاستيك من أهم خامات التغليف وذلك لمميزاته الكثيرة مقارنة مع سلبياته، فالأسواق تتعامل مع عشرة آلاف نوع من المواد البلاستيكية بنوعيتها الحرارية والصلدة، حيث تمثل هذه الأنواع ما يزيد عن المائة نوع من اللدائن ويعود السبب إلى الخصائص الجيدة لللدائن من سهولة تشكيله وتصميمه وقلة استهلاكه للطاقة أثناء تصنيعه، كما تتأثر خواص اللدائن بشدة بالتقنية المستخدمة في إنتاجها. ومن العوامل التي يجب مراعاتها في اختيار اللدائن هي:

-تكلفة البلاستيك وتكلفة تصنيعه

-مدى توفر اللدائن وقوتها وخواصها كالمقاومة الحرارية، قابليتها للثقل الحراري ومقاومتها الكيماوية وشفافيتها
-أن تعتمد هياكل المواصفات والرقابة المختصة
-قابليتها للطباعة.²

● المميزات:

- سهولة الفتح
- خفة وزنها وسهولة نقلها
- مرونة كبيرة من حيث الحجم والشكل
- شفاف ما يسهل رؤية المنتج داخله
- مقاوم التآكل ومتين أي له قدرة على التحمل
- إمكانية إعادة تدويره 100%
- متعدد الاستعمالات
- أقل تكلفة

● السلبيات:

- مادة غير قابلة للتجديد
- ارتفاع أسعار النفط يجعل البلاستيك أكثر تكلفة
- زمن تحلله طويل جدا (100 الى 400 سنة) أو يمكن القول أنه غير قابل للتحلل.³

¹-Farida Benmeziane, (p,d), "Emballage", p2, adresse URL: <https://drive.google.com/file/d/1fKgdTVAjV5497-YtI-nVFuJVjhwWqD0e/view?usp=drivesdk>

²-عبد الله التوم، إبراهيم النور، مرجع سبق ذكره، ص503

³-Zins beauchesne et associés ,(consulté le 10avril2022),"Emballage alimentaire :enjeux et opportunités",adresse URL : https://drive.google.com/file/d/1f_vmG8Z_sXy5AHopZqB8pg1oM7jymI7/view?usp=drivesdk



4-4-1 المعادن

يشهد التغليف بالألمنيوم تطورا سريعا وملحوظا، إلا أن الشرائح الحديدية المقصدرة وبعض تركيباتها بدأت بغزو الأسواق، حيث يتوقع أن تشهد الأغلفة المعدنية سهولة الفتح نموا كبيرا في الإنتاج والاستعمال مستقبلا، ولكن ستكون محدودة النمو، ويتوقع أن رقائق المعادن ستحل محل الاغلفة المتعددة الطبقات من الألمنيوم.¹ وذلك من أجل الاثار البيئية التي ستخلفها هذه المادة.

• المميزات:

- سهولة تشكيلها وتصنيعها
- قابلية إعادة تصنيعها مع إنتاجها بمعدلات هائلة
- ملائمة لتعبئة السوائل والغازات والمواد الصلبة
- عدم قابليتها لتسريب الغازات وبخار الماء والضوء مما يجعلها تمنع أي تأثيرات سلبية على المادة المعبأة.

• السلبيات:

- قابلية تعرضها للتآكل
- ارتفاع تكاليف تصنيعها
- صعوبة الفتح والغلق.²

5-1 العمليات المكونة للتغليف

1-5-1 الغلاف le pack :

كلمة مختصرة ويقصد به تعبئة وتوضيب المنتج، و يسمح لنا بتوفير شروط الحفظ و التخزين، حيث ندقق أحيانا في التمييز بين الغلاف الأحادي monopack و يعني أن المنتج معد بوحدة واحدة، و غلاف ثنائي bipack للإشارة إلى وجود وحدتين أو tripack لثلاث وحدات، وأخيرا الغلاف المتعدد multipack إذا كان الغلاف يشمل وحدات عديدة.³

¹-عبد الله التوم، إبراهيم النور، مرجع سبق ذكره، ص503
²-المكان نفسه

³- Hoàng Luang. Ibid, p3



الغلاف هو عبارة عن حاوية للمنتج ووسيلة عرض له في نفس الوقت، حيث يساهم في نقل المنتج من المنتج إلى المستهلك أو المستخدم.¹

1-5-2 التصميم

لا يعطي التصميم شكلا للمنتج فقط، بل يشمل عملية التصنيع الخاصة به وجودة غلافه ومكان بيعه. التصميم قبل كل شيء عملية تسمح للشركة بسؤال نفسها في كل منعطف حول قدرتها على الابتكار، لتلبية الاحتياجات الجديدة، وسعيها للمضي قدما نحو الجودة حيث تتمثل مهمة المصمم في إدخال بعد إبداعي ومبتكر في تطوير تصاميمه المختلفة.²

هو مجموعة من التقنيات التي تسمح للمستهلك بالتعرف على المنتج والمنظمة وتمييزها عن المنظمات المنافسة، وهو يهتم بالخصائص المرئية للمنتج كالشكل والحجم واللون.³ أي أنه يساهم بشكل كبير في الجانب الترويجي نظرا لأنه يهتم بالأسس الجمالية للغلاف ويسعى لاستقطاب المستهلكين وذلك لأن التصميم يساهم في جعل الغلاف متميزا عن غيره من أغلفة المنتجات الأخرى.

1-2-5-1 ابعاد التصميم:

أ-حجم الغلاف:

للتمكن من الوصول إلى الحجم المناسب يجب الأخذ بعين الاعتبار عدة أشياء منها:

- مكان استخدام السلعة

-كمية السلعة التي ستستعمل

-كمية السلعة المباعة

-طبيعة السلعة

ب- شكل الغلاف:

ينبغي مراعاة شكل الغلاف الخارجي حيث أنه يجب أن يكون جميلا وجذابا يجذب النظر، فالغلاف من عناصر تمييز السلعة عن غيرها، لذا فيفضل أن يكون

¹-Fache pierre,Berkmans laurence, " le secteur de l'emballage ,l'avenir est dans l'innovation", p8,adresse URL : <https://drive.google.com/file/d/1frc8eva0s1jPm75RRNVOzbNil0JynIVR/view?usp=drivesdk>

²- MEDELSI razia, ibid

³-طلوش فارس، (2009-2008)، "اثر الاعتبارات البيئية على سياسة التغليف"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، متاح على رابط URL التالي:

<https://drive.google.com/file/d/1fz20sHm9Nep0lhKBbAkiB2FURGvIUyop/view?usp=drivesdk>



فريدا ومميزا عن باقي المنتجات المنافسة.¹ فهو أيضا يساهم بشكل كبير في الترويج نظرا لأنه يجب أن يكون مثيرا للانتباه

ج- الأشكال والرسوم والألوان:

للأشكال والرسوم والألوان أهمية كبيرة في إنجاح تصميم الغلاف

-إثارة وجذب الانتباه

-تحفيز للشراء

-حماية للسلعة

كما أنها قادرة على إعطاء فكرة واضحة على جودة السلعة، كما أنها توحى بمعاني مختلفة ودلالات لا يمكن تجاهلها.²

د- غطاء الغلاف:

في كل تغليف يجب توفر تغطية خاصة بالغلاف حيث أنه يجب توفر شروط في هذا الغلاف:

-سهولة الفتح والغلق

-صعوبة الفتح بالنسبة للأطفال وذلك في المنتجات الخطيرة³

1-3-5-3 التبيين:

من مكونات الغلاف ويقصد به البيانات التي يتم الإفصاح عنها حول المنتج من حيث الوزن وتاريخ الصلاحية وطريقة الاستعمال ومحتويات المنتج والرسومات...

يشمل التبيين كل ما يكتب ويرسم من رسومات توضيحية لما يتعلق بالمنتج ومكونات ومصدر الصنع إضافة إلى النصائح وطرق الاحتفاظ بالسلعة وكذا معلومات حول المنظمة لتسهيل الاتصال وللتبيين طريقتين:

-البيانات الوصفية: وهي بيانات مكتوبة أو عبارة عن صور توضح اسم المنتج

ومحتواه وكذا الاستعمالات والنصائح

-البيانات المعمارية: بيانات مكتوبة في شكل أرقام أو صفات محددة كدرجات

الجودة مثلا.⁴

أي أن التبيين هو كل ما يتعلق بالمنتج أو هو المعلومات الكاملة عن المنتج والتي توجه للمستهلكين.

1-المكان نفسه

2-المرجع نفسه، ص 32

3-المرجع نفسه، ص 37

4-بن نافلة قدور، زناتي نبيلة، (2017)، "دور الغلاف والتبيين في الترويج للمنتجات وحماية المستهلك من وجهة نظر المستهلك"، مجلة الريادة لاقتصاديات الاعمال، ع 4، الجزائر، جامعة حسبية بن بوعلوي، ص12، متاح على رابط URL التالي:

<https://drive.google.com/file/d/1fzpkPsdQVB8v6ps0dYFEVpVD3CpggIpg/view?usp=drivesdk>



1-3-5-1 مكونات التبيين:

- اسم المنظمة
- معلومات حول تركيبة المنتج
- نصائح حول طريقة الاستعمال وطريقة الحفظ وغيرها
- الأعمدة المشفرة المكونة من 12 رقم حيث أن كل جزء منها له جانب رمزي يعرفه إلى المستهلك والأطراف الأخرى.¹

1-3-5-2 أهداف التبيين:

- حماية المستهلك صحيا
- حمايته من الغش
- حمايته من الأخطار الناتجة عن استعمال السلعة
- مساعدته على استعمال السلعة وصيانتها
- مساعدته على الاستفادة من السلعة إلى أقصى درجة
- مساعدته على الاختيار السليم للسلعة التي يحتاج إليها

1-3-5-3 فوائد التبيين:

- تسهيل عملية البيع من خلال إقناع المستهلكين بالشراء نظرا للبيانات المكتوبة من خصائص ومحتويات...
- تثقيف المستهلك من خلال تمييزه للمنتج الذي يريده مقارنة مع المنتجات الأخرى
- تقليل المردودات والشكاوي نظرا لقراءة المستهلك لبيانات المنتج
- الحفاظ على مستوى التغذية الصحية للمستهلكين وحمايتهم من الأمراض من خلال البيانات المكتوبة حول القيمة الغذائية للمنتج.²

1-6 العوامل التي يجب مراعاتها عند تصميم التغليف

هناك مجموعة من الأشياء التي يجب مراعاتها عند تصميم الغلاف

وهي:

- دراسة العلاقة بين القدرة الشرائية للمستهلك وتكلفة غلاف المنتج

¹-المكان نفسه

²-طلوش فارس، مرجع سبق ذكره، ص 38



- تحديد العلاقة بين حجم العبوة ومقتضيات الاستهلاك وفقا للعادات الشرائية للمستهلكين، وذلك بتحديد ما يجنيه المستهلك وقدرته على شراء عبوة كبيرة أو صغيرة



- تميز الغلاف بجعله في شكل فريد من نوعه ومختلف عن باقي المنتجات الموجودة في السوق
- أن يستطيع الغلاف جذب المستهلكين وتشجيعهم على تجربة المنتج من خلال ما يحدثه في نفس المستهلكين من إحياءات ورموز
- اختلاف شكل الغلاف وفقا لنوع المستهلك، فالمنتجات الموجهة للنساء ليست كالمنتجات الموجهة للرجال فالنساء مثلا تحب الألوان الناعمة والمظهر الجذاب والأنيق
- ارتباط الغلاف بالمنتج من خلال الربط بين ألوان الغلاف وطبيعة السلعة وكذا كيفية الاستخدام وغيرها...
- الاخذ بعين الاعتبار حماية البيئة ونظافتها
- التجديد في التغليف وفقا للتطور الحاصل في العالم
- وفقا لما سبق يتبين أن تصميم الغلاف تتدخل فيه عوامل متصلة بالإنتاج والتكاليف والتسويق والتمويل والتصميم وغيرها من الأمور المترابطة، لذلك يجب أن يكون هناك تكامل دائم بينهم.¹

¹-حواس مولود، (دس)، "الدور الترويجي للغلاف وأثره على قرار شراء المستهلك النهائي"، ع 14، ص25-26، متاح على رابط URL التالي:
<https://drive.google.com/file/d/1g1LdRAWcGY5AGU4QLSGPgOuZXTMPmMt-/view?usp=drivesdk>



2- التراث الثقافي

1-2 أهمية التراث الثقافي

تكمن أهمية التراث الثقافي في الأهداف التي يمكن أن يمثلها هذا التراث وتتلخص في النقاط التالية:

-الانسان بطبيعته مكون من مادة وروح حيث نرى مثاله الحي في الطفل الصغير الذي يحتاج إلى الحليب الذي يمثل المادة وفي نفس الوقت هذا الحليب من أمه التي يستطيع تمييزها عن كل الناس فما إن تضمه الى صدرها يسكت عن البكاء وهذا يمثل الجانب الروحي والنفسي ويستمر احتياج هذين العنصرين في حياة الانسان إلى حين شيخوخته حتى تكون حياته طبيعية ومتزنة، وينطبق هذا الشيء على الشعوب والأفراد الذين هم بحاجة إلى الموازنة بين الجانبين الروحي و المادي إذ أنه هناك اتفاق بين مختلف الثقافات في العالم أن المجتمع المدني يعتمد على جانبين أيضا فهناك الجانب المادي والاقتصادي من جهة وهناك الجانب الروحي و الثقافي من جهة وبالنسبة إليهم الحفاظ على التراث الثقافي والروحي بمثابة الحفاظ على الجانب الروحي عندهم، و بما أن التراث يحتوي على جانبين الملموس المادي وغير الملموس، فإن هذين العنصرين يكونان عصب الحضارة ، فالحفاظ عليهما يعني الحفاظ على الأشياء التي نستطيع من خلالها قياس مستوى الحضارة لتلك الشعوب والمجتمعات.¹

-تكمن أهمية التراث كونه حضور واستمرار أي أنه حلقة وصل بين الماضي والحاضر وما إلى بعد ذلك،² أي أن التراث يمكننا من إسقاط الماضي على الواقع المعاش

-هو السجل الذي يحوي الماضي الذي يساعدنا في فهم حاضرنا وربطه بالمستقبل، فهو عبارة عن مستودع نستمد منه منطلقاتنا الروحية والحضارية التي تحفزنا للإبداع في حاضرنا ومستقبلنا، كما يمكننا من تعميق رؤيتنا للواقع -والأهم من ذلك أنه يمكن الشعوب والمجتمعات من المحافظة على الأصالة بالرغم من التغيرات التي تحصل مع مرور الزمن من خلال نقل كل ما هو جميل من العادات والأخلاق من جيل إلى جيل.³

¹-عليان جمال، (2005)، "الحفاظ على التراث الثقافي نحو مدرسة العربية للحفاظ على التراث الثقافي وإدارته"، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، د.ط، ص72، متاح على رابط URL التالي:

<https://drive.google.com/file/d/1g1LdRAWcGY5AGU4QLSGPgOuXZTMPmMt-/view?usp=drivesdk>

²-برشيد عبد الكريم، (1990)، "المسرح الاحتفالي"، ليبيا، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع، ص 145، متاح على رابط URL التالي:

<https://drive.google.com/file/d/1g6GYD9zeV6UjKqZpnP0toeDL5fEddXS4/view?usp=drivesdk>

³-بن شلوية ايمان، (2015-2016)، "توظيف التراث في مسرحية بابا مرزوق ليحيى موسى"، مذكرة لنيل شهادة ماستر في اللغة والادب العربي، قسم اللغة والادب العربي، كلية الآداب واللغات، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، متاح على رابط URL التالي:

<https://drive.google.com/file/d/1gHM2qFHZIVoQ7-OQnZpkmmR7QLI3YZk/view?usp=drivesdk>



إذن فالتراث يمكننا من الاحتفاظ بكل ما له علاقة بماضينا العريق والجميل من خلال نقله لعاداتنا وقيمنا التي نسعى للحفاظ عليها مع مرور الزمن.

2-2 خصائص التراث الثقافي

كل شيء في الحياة له خصائص ومميزات تستثنيه عن غيره من الأشياء، كذلك التراث الثقافي له خصائص مميزة له ومنها:

- لا يمكن تقييم التراث على أنه سلعة ثقافية فقط أو على أنه مميز فقط، بل يستمد قوته عن طريق جذوره المتأصلة في المجتمعات المحلية، حيث يعتمد على نقل معارف الافراد من عادات وتقاليد ومهارات إلى بقية أفراد المجتمع أو مجتمعات أخرى مع مرور الزمن.

- التراث الثقافي قائم على المجتمعات المحلية، فلا يمكن لأحد سواهم أخذ القرار فيما إذا كان هذا الأمر يمثل تراثهم أو لا، إذن فهو قائم على اعترافهم بتراثهم المتأصل عبر الأجيال.¹

- يتميز التراث الثقافي بأنه يحتوي على جميع المراحل التاريخية التي مرت بها الحضارات الانسانية

- لا ينسب التراث إلى فرد معين أو مؤلف ما أي أن قاعدته أن كل شيء له مؤلف لا يمكن أن يدخل ضمن التراث أي أنه يمتاز بمجهولية المؤلف وبالرغم من ذلك فهو محفوظ في ذاكرة الأفراد والمجتمعات

- ينتقل التراث عبر الأجيال عن طريق الرواية والحفظ حيث أنه مع مرور الزمن يتلاءم مع متغيرات الحياة دون تغيير أصوله، ومنه نجد أن الرواية والحفظ من أبرز مميزات التراث فلولاها لما وصل الينا تراثنا وبالرغم من الاختلافات التي قد تحصل في الرواية إلا أن الفكرة تبقى نفسها.

- يعبر التراث عن وجدان الأمة فهو يحوي أفراحها وأحزانها، فهو المرآة العاكسة لتصورات الشعوب ومشاعرهم وأفكارهم.²

3-2 أنواع التراث الثقافي

تتمثل أنواع التراث الثقافي في التراث المادي والتراث اللامادي حيث أن كل منهما يتفرع عدة تفرعات أخرى:

¹-دريس باخويا، (2016)، "الحماية القانونية للتراث الثقافي الجزائري"، مجلة العلوم القانونية والسياسية، ع2، الجزائر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أدرار، ص97، متاح على رابط URL التالي:

<https://drive.google.com/file/d/1gK0BISt41jSoOMvpcbJmSnwMPLxmXuhc/view?usp=drivesdk>

²-بن شلوية ايمان، مرجع سبق ذكره، ص 12,13,14



2-3-1 التراث الثقافي اللامادي:

هو مجموع التعبيرات الثقافية الأصيلة الغير ملموسة لمختلف تشكيلات التراث الإنساني،¹ أي أنه يشمل مجموع الممارسات والتصورات والمهارات والمعارف الغير مادية²، و يعتبر ايضا التطور الذهني التاريخي والاجتماعي للأفراد والمجتمعات وذلك لكونه المعبر عن أصالتها وتميزها عن باقي المجتمعات، فعلاقته جلية بالحقوق، هذا ما دفع المنظمات الدولية إلى التعريف به والحفاظ عليه وصونه بكافة الأشكال من خلال صياغة اتفاقية صون التراث الثقافي الغير مادي سنة 2003 في منظمة اليونسكو حيث أنها عرفته وحددت ملامحه مستندة إلى فهم فلسفي متكامل لجوانب التراث الثقافي الغير مادي³ وتتمثل تقسيماته في:

أ- تراث فكري:

يرتبط بالإنتاج الفكري والأدبي الذي قدمه السابقون من علماء وكتاب ومفكرين ومسؤولين سياسيين كانوا شهودا على عصورهم ومبدعين خلال تلك العصور⁴ أي أنه مجموع الممارسات الأدبية والفكرية المختلفة التي جسدها بعض الأفراد سابقا والتي تعتبر شاهدا على ذلك التطور الفكري الذي عرفوه.

ب- تراث اجتماعي:

قوامه تلك القواعد والسلوكيات والعادات المجتمعية والتقاليد...⁵ وتقسم إلى:

- التقاليد الشفهية وفنون التعبير الشفهي:
وترتبط بما أنتجته الذاكرة الجماعية للأفراد حين عبروا عن أفراحهم وأحزانهم في أشكال مروية كقصص البطولة، كالأمثال والحكايات وأغاني الأطفال... هذه الأشكال استعملها أجدادنا لنقل القيم الثقافية والاجتماعية إلينا وإلى أحفادنا، لذلك فهي قد أدت دورا مهما جدا في الحفاظ على الموروث الثقافي وتناقله من جيل إلى جيل.
- الممارسات الاجتماعية والطقوس والاحتفالات:
ترتبط هذه الأشياء بالحياة اليومية للأفراد، حيث أنها تتصل اتصالا وثيقا بتصوراتهم للعالم وفهمهم لتاريخهم، كما أنها أنشطة اعتيادية ذات صلة بواقعهم

1- علي مرسي أحمد، (2013)، 'صون التراث الثقافي غير المادي (أرشيف الحياة والمأثورات الشعبية -مصر- نموذجاً)'، مصر، المجلس الأعلى للثقافة، ص 12، متاح على رابط URL التالي:

<https://drive.google.com/file/d/1gf2Bq71t0hEcQB0GzlnSDqVya7IxxwodQ/view?usp=drivesdk>

2- هنشيري إيمان، (2017)، 'الموروث الثقافي الجزائري الواقع والافاق'، مجلة حوليات التراث، ع17، الجزائر، جامعة مستغانم، ص 112، متاح على رابط URL التالي:

<https://drive.google.com/file/d/1ggDy6C8hDxUA535vYvHys3NVz9Y9viWg/view?usp=drivesdk>

3- معلا طلال، (2017)، 'التراث الثقافي غير المادي تراث الشعوب الحي'، مجلة سلسلة أوراق دمشق، ع4، سوريا، مركز دمشق للأبحاث والدراسات، ص 2، متاح على رابط URL التالي:

<https://drive.google.com/file/d/1ggDy6C8hDxUA535vYvHys3NVz9Y9viWg/view?usp=drivesdk>

4- خواني خالد، بن خيرة أحمد، (2021)، 'دور الموروث الثقافي في ترسيخ البناء الاجتماعي وتوظيف النظرية البنائية الاجتماعية التربوية'، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، ع4، الجزائر، جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي، ص 286، متاح على رابط URL التالي:

https://drive.google.com/file/d/1guwy9vAMaYZ3jvfGt1o_muvTpiySER9d/view?usp=drivesdk

5- المكان نفسه



يمارسونها بطريقة عفوية غير مبررة وهذا هو الأمر الذي جعلها تكتسب قيمة كونها تمثل هوية الجماعة.

- المعارف ولممارسات المتعلقة بالطبيعة والكون (المعتقدات): هي كل ما يؤمن به الأفراد فيما يتعلق بالعالم الخارجي، حيث أنها تتميز بالبحث عن تصورات الناس عن الظواهر الطبيعية النفسية، فضلا عن أنها تعمل على إشباع رغبات الأفراد مما جعلها ذات أثر فعال في تكوين عقلية الأفراد والجماعة وضمن استمرارها من جيل إلى جيل¹.

2-3-2 التراث الثقافي المادي:

هو كل ما ينتجه الإنسان في حياته العامة من أشياء ملموسة، وكذلك هو كل ما يحصل عليه الإنسان باستخدام فنه.

ويقصد بالتراث الثقافي المادي تلك المهارات والتقنيات المتوارثة عبر الأجيال كبناء البيوت وصناعة الملابس والفلاحة وصيد الأسماك وغيرها.... ويمكن تقسيم التراث المادي إلى قسمين:

أ- التراث الثقافي المادي الثابت (غير المنقول):

ويشمل المواقع الأثرية، البنايات العسكرية، البنايات المدنية، المنشآت الدينية والمقدسة، وبعض المجموعات التاريخية والتقليدية² أي أنها تشمل أيضا كل ما يرتبط بحادثة مهمة أو شخص مهم أو بطقوس دينية معينة.

ب- التراث المادي المنقول:

ويتمثل في الممتلكات المنقولة كالتحف الفنية والمنحوتات والمخطوطات والأرشيف والرسوم والصور³ أيضا المنتوجات الحرفية التي توقف إنتاجها بالطرق التقليدية⁴ أي أنها جميع الشواهد المميزة للتراث والتي تعكس هوية الأفراد والمجتمعات المحلية.

2-4 حماية التراث الثقافي

توجد دالتان متكاملتان لحماية التراث الثقافي الأولى، تتمثل في الحفاظ على المواقع الأثرية والتاريخية والإبقاء عليها كشواهد للتراث الأصيل، أما بالنسبة إلى الثانية، فتتمثل إحياء هذا التراث باعتباره الخلفية التاريخية لتكويننا الحضاري ويكون ذلك عن طريق الكشف عنه والتعريف به وإعادة توظيفه توظيفا نافعا ان امكن ذلك،⁵ وباعتبار التراث الثقافي معيارا مميزا لكل حضارة عن غيرها، وجبت حمايته من كل خطر أو تهديد، إذ ينبغي اتخاذ إجراءات علمية للوصول إلى أفضل الطرق للتخفيف من هذه المخاطر التي

¹-هنشيري إيمان، مرجع سبق ذكره، ص116

²-المرجع نفسه، ص 111

³-المرجع نفسه، ص 112

⁴ عبد الله يوسف، (د.س)، "الحفاظ على الموروث الثقافي والحضاري وسبل تنميته"، اليمن، جامعة صنعاء، ص3، متاح على رابط URL التالي:

<https://drive.google.com/file/d/1h35oLdn7MMAQ0Jz1YoQpRR46fYvdKR7/view?usp=drivesdk>

⁵-دريس باخويا، مرجع سبق ذكره، ص 98



يتعرض لها مثل أن توضع أنظمة إنذار للحريق، أو تفادي الكوارث بأنواعها عن طريق استعمال تقنيات عصرية في البناء ورفع مستوى الأمن أيضاً¹ وفي صدد هذا الحديث عن الحماية، يستوجب التعرض للسياسات والتشريعات التي ينبغي أن تضطلع بها الأجهزة المختصة في مجال التراث والنهوض به وإحيائه.²

ومن أهم هذه التشريعات نذكر اتفاقية 1954: لحماية الممتلكات الثقافية وذلك لاعتراض الأطراف المتعاقدة أن تلك الممتلكات قد منيت بأضرار جسيمة ولاعتقادها أن تلك الأضرار كانت تمس التراث الثقافي الذي تملكه الإنسانية جمعاء، ولاعتبارها أن المحافظة على التراث فائدة عظيمة لجميع شعوب العالم، فقد اتفقت على اتخاذ التدابير اللازمة سواء كانت وطنية أم دولية، حيث ناشدت إلى انشاء سجل خاص تحت رعاية منظمة "اليونسكو" لتسجيل الآثار الخاصة بها وحمايتها من أي ضرر.³ لكن هذه الاتفاقية لازالت لا تشمل كل الدول وبالتالي بدأ العمل على وضع هذه التشريعات الوطنية لكن للأسف حتى يومنا هذا لا يوجد قانون متكامل في الدول العربية بشأن حماية الممتلكات الثقافية.⁴

¹-لويز خوسيه واخرون، (2016)، "دليل إدارة المخاطر للتراث الثقافي"، ماري عوض (ترجمة)، كندا، إكروم، المعهد الكندي لحفظ التراث، ص15، متاح على رابط URL التالي:

<https://drive.google.com/file/d/1hB6HVsn2lYTCi9CDWU0xuT4iOtPfmCeM/view?usp=drivesdk>

²-دريس باخويا، مرجع سبق ذكره، ص 98

³-ويكيبيديا، (تاريخ تصفح الموقع: 27 افريل 2022)، "اتفاقية لاهي لحماية الملكية الثقافية في حالة النزاع المسلح"، متاح على رابط

URL التالي: <https://ar.m.wikipedia.org>

⁴-عصن زينب، (2009-2010)، "الدول العربية تحتاج لتشريعات وطنية تحمي تراثها"، مجلة الإنساني، ع47، مصر، اللجنة الدولية للصليب الأحمر، شتاء، ص 16، متاح على رابط URL التالي:

<https://drive.google.com/file/d/1hEkd8HuRkaPekht9cFitzwTvYmcPkVav/view?usp=drivesdk>



3- فن الزخرفة

3-1 نبذة تاريخية عن الزخرفة

منذ أن خلق الله تعالى الإنسان على وجه الأرض، كان الفن مرافقا له في حياته للانطلاق نحو المجهول والبحث فيه، ذلك وأنه منذ عصور ما قبل التاريخ مارس الإنسان معظم أنواع الفنون من رسم ونحت وزخرفة،¹ حيث أنه استخدم الزخرفة منذ أن كان يعيش في الكهوف، فهي من الفنون التي لازمت الإنسان منذ أقدم العصور، حيث أنه استمد أدواته من الطبيعة المحيطة به من أدوات نباتية وحيوانية كرووس الطيور وبعض الحيوانات، كما أنه رسم وزخرف كل ما شاهده في الطبيعة من حيوانات ونباتات وأشجار، أي أنه استوحى عناصره الأولى مما يجول حوله فكان بذلك مقلدا ثم مطورا مع مرور الزمن إلى أن أصبح مبدعا.²

مما لا شك فيه أن الإنسان مع مرور الزمن بدأ يميل إلى التحضر والاستقرار مما جعله يطور من مستوى حياته وكلمة مر الزمن ظهرت أشياء جديدة ومواد جديدة تزيد من رفاهيته في المعيشة، فقد ازدهرت فنون عمارة المدن والقصور والنحت بمختلف أنواعه، وبظهور الإسلام، ظهر طراز من الفنون تمثل في بدء الإسلام بالعمارة حيث كان أول الآثار لتلك العمارة بيت الرسول محمد صلى الله عليه وسلم وبعض المساجد البسيطة، حيث كان اهتمام المسلمين منصبا نحو أماكن العبادة، لكونها تجمع المسلمين لعبادة الله تعالى ولتنشر الديانة الإسلامية في نفس الوقت مما سبق نلاحظ أنه في أوائل ظهور الإسلام كانت الفنون محصورة في بناء المساجد ذات الطابع البسيط وعكست لنا المعيشة والجهاد في سبيل الله، وبعد أن ارتكزت دعائم الدين الإسلامي بدأ الاهتمام بتزيين الجدران وزخرفتها، ما يظهر على جدران (قبة الصخرة) في القدس، حيث جاء الاهتمام بهذا المكان كونه يحيي ذكرى الرسول محمد صلى الله عليه وسلم، حيث تميز هذا البناء بتنوع الأشكال والرسوم النباتية، وذلك من أجل جذب المسلمين وغير المسلمين وبذلك نقول أن غرض هذه الفسيفساء الأول هو ديني وجمالي.

لقد أكد الفنان المسلم أهمية الأشكال النباتية من الناحية الجمالية والفكرية وتوافق هذه الأشكال مع الدين الحنيف، وسنرى فيما بعد أهمية هذه الأشكال وأبعادها الجمالية ووحداتها ومفرداتها....³

3-2 القيم الجمالية والفنية للزخرفة النباتية

1- الدرايسية محمد، (2019)، "الرسم الحر والزخرفة والخطوط"، الأردن، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ص 157
2- علوان أنوار، غولي عباس، (2015)، "الأنظمة التصميمية لزخارف المساجد الإسلامية"، الأردن، دار الرضوان للنشر والتوزيع، ص 88
3- لطف صفا، (2016)، "مفهوم الحركة والزمن في التصميم الزخرفي الإسلامي لقصر الحمراء"، مجلة مركز بايل للدراسات الإنسانية، ع 3، العراق، جامعة بابل، ص 39-40، متاح على رابط URL التالي:

<https://drive.google.com/file/d/1hB6HVsn2IYTCi9CDWU0xuT4iOtPfmCeM/view?usp=drivesdk>



- التوافق والانسجام
- التشعب والتعاقق والتلاقي بين العناصر النباتية
- التنوع في مساحة المفردات الزخرفية النباتية
- الحركة المستمرة والدائمة المتنوعة
- الانتظام بين العناصر النباتية
- العلاقات التكاملية المتبادلة بين عناصر التكوينات الزخرفية¹
- الاشكال المتناظرة والعناصر المتقابلة والتشكيلات المتداخلة والمتشابكة
- تكرار العناصر الزخرفية بطريقة لا تملها العين وبأسلوب لا يقلل من قيمة العمل الفني²

3-3 التميز النوعي للعناصر النباتية

1-3-3 العناصر الزهرية:

تتمثل في الاشكال المحورة المأخوذة من الأزهار الطبيعية وتتكون من الأزهار البسيطة، الاوراق المركبة والمضاعفة³

ا- الأزهار البسيطة:

وهي وحدات خالية من التعقيدات مستمدة من الطبيعة حيث استعملها الفنانون في إشغالها للفضاء وتوزيعها بشكل منطقي

ب- الأزهار المركبة:

هي وحدات قريبة نوعا ما إلى الأزهار البسيطة، ولكن مطورة بإضافة بعض الأوراق جاعلة شكل الزهرة عبارة عن قلب محاط بعدد من الأوراق التي قد تكون مفصصة أو مسننة الحواف أو قد لا تكون لا مفصصة ولا مسننة

ج- الأزهار المضاعفة:

¹-سعد محمد هند، (د.س)، "النظم الهندسية والايقاعية لظاهرة التوالد والنمو للتوريق في الزخارف الإسلامية والإفادة منها في تدريس اللوحة الزخرفية في التربية الفنية"، *مجلة العمارة والفنون*، ع 2، مصر، جامعة المنيا، ص 9، متاح على رابط URL التالي:
<https://drive.google.com/file/d/1hSgvR3HKIRo5eJc7baNMLITy1b3-92A/view?usp=drivesdk>

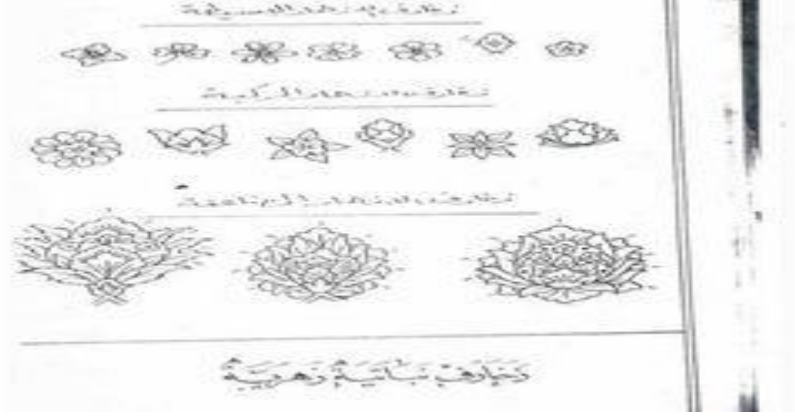
²-الحسيني قاسم، (2016)، "المنظومة الزخرفية في الفنون الإسلامية (دراسة في مفهوم الصيرورة)"، الأردن، دار الرضوان للنشر والتوزيع، ص98

³-طه ولاء خضير، (د.س)، "البنية التصميمية للزخارف النباتية في مزار الامام قاسم"، *مجلة مركز دراسات الكوفة*، د.ع، العراق، جامعة كوفة، ص 5، متاح على رابط URL التالي:
<https://drive.google.com/file/d/1haEgkzRNJ0BSSmdAk5mNCYTXs2VwvQOV/view?usp=drivesdk>



اكتسب هذا النوع طابعا تحويريا متقدما بحيث أصبحت كل زهرة بمثابة بنية زخرفية غنية بالتفاصيل والمفردات وتعتبر هذه الأزهار أقصى ما وصل إليه التحوير والتطوير للزهور والورود الزخرفية¹

الصورة 01: زخارف نباتية زهرية



المصدر: مجلة مركز دراسات كوفة

• زهرة اللوتس

من أهم الوحدات المشهورة في فن الزخرفة المصرية القديمة، حيث عم استعمالها في آثار المصريين وكادت أن تصبح رمزا يدل عليهم، كما انتشرت في الأقطار المجاورة لمصر في العهد القديم، حيث كان هذا الأثر تابعا لها على الدوام لما عرف عنها في مصر²

الصورة 02: زهرة اللوتس



المصدر: صورة من موقع Pinterest

• الفاونيا

(عود الصليب) تتميز باختلاف ألوانها كالأحمر والوردي ورائحتها القوية، وهي زهرة من الأزهار الصينية يعرفها البستانيون باسم عود الصليب، حيث دخلت هذه الزهرة إلى الزخارف النباتية الإيرانية منذ العصر الإيلخاني ولكنها كانت

¹-المرجع نفسه، ص 7

²-موسى سلامة، (2012)، "مصر أصل الحضارة"، مصر، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، د. ط، ص 74، متاح على رابط URL التالي:
https://drive.google.com/file/d/1hj8zSs63alwOET5ngMnxmjiOBpQD_icML/view?usp=drivesdk



قليلة الاستخدام، ظهرت أيضا في الزخارف النباتية في العصر التيموري، لكن انتشرت في العصر الصفوي.¹

الصورة 03:زهرة النرجس



المصدر:صورة من موقع Pinterest

• زهرة النرجس

من الزهور المميزة للتصميمات الزخرفية حيث كان لها أهمية كبيرة في العصر العباسي، فتظهر متفردة مع غيرها من العناصر النباتية في العديد من التصميمات الزخرفية، كما يوجد بعض النماذج لهذا النمط في العصر التيموري وحتى بداية العصر الصفوي.²

الصورة 04: زهرة التوليب أو اللالة



المصدر: صورة من موقع Pinterest

• زهرة اللالة

لقد حظي هذا النوع من الزهور بمكانة كبيرة في العصر العثماني فسميت بعدة أسماء أخرى ومنها شقائق النعمان والتوليب، حيث كان لهذه الزهرة مكانة عقائدية في حياة الأتراك وانتشرت زراعة هذه الزهرة عند العثمانيين سواء الطبقة العامة أو السلاطين أو في أوساط الشعب، وقد زاد الاهتمام بهذه الزهرة في عصر السلطان أحمد الثالث حيث أن عصر سلطنة هذا السلطان عرف بعصر اللالة فقد شجع الناس على زراعتها والاهتمام بها كما ملأ حدائقه بها وشجع على استنباط أنواع جديدة منها بمختلف ألوانها: الأحمر والأصفر والزهري وهذا ما دل على المكانة السامية

¹مريم غماز، (2019-2018)، "الزخارف النباتية الإسلامية وأثرها في التصميم المعاصرة"، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الفنون التشكيلية، قسم الفنون، كلية الآداب واللغات، جامعة أبي بكر بالقايد، متاح على رابط URL التالي:

<https://drive.google.com/file/d/1hoH0jFBCmXLnS5a-cG8udM2GRtEXSdz/view?usp=drivesdk>

²-المرجع نفسه، ص 32



لهذه الزهرة عند الأتراك، وقد اتخذت الصوفية هذه الزهرة رمزا للحب الصوفي وكان لها تقدير عظيم في شعائرهم.¹

• زهرة الرمان

الصورة 05: زهرة الرمان



استخدمت من طرف الفنانين المسلمين غالبا مع الفروع النباتية و أحيانا يقومون بإحاطتها بأوراق رمحية وأحيانا في تشابك مع فروع أخرى تخرج منها أزهار القرنفل أو اللالة، حيث نجح الفنانون المسلمون بتجسيد هذه الزهرة بطريقة أقرب للواقع عن طريق رسمه لنبات الرمان بجميع أشكاله وأنواعه وألوانه، ومن المعروف عن هذا النبات أن إيران موطنه الأصلي، حيث أنه عبارة عن فاكهة خريفية ذات أزهار بيضاء وحمراء ويوجد أيضا نوع آخر منه يزرع أشجارا للزينة نظرا لجمال أزهاره الحمراء المتعددة البتلات.²

المصدر: صورة من موقع Pinterest

• زهرة القرنفل

زهرة هندية الأصل، حيث أنها لم تكن معروفة في العصور الأولى للإسلام حتى عهد الازدهار الفني والمعماري، وشاعت بشكل واسع في العصر العثماني حيث جسدت في العديد من العناصر المعمارية العثمانية وذلك خلال العصور الإسلامية المتأخرة، وقد وجدت بعض أنواع هذه الأزهار العطرية في إيران، حيث توجد العديد من الأشكال منها البسيطة والمزدوجة بلونها الذي يبهر الأعين، قليلا ما توجد هذه الزهرة في التصميمات الزخرفية وكانت تنفذ في بعض الأحيان منفردة، كما يوجد بعض الأزهار الزخرفية الأخرى التي تتخلل بعض التصميمات الزخرفية.³

الصورة 06: زهرة القرنفل



المصدر: صورة من موقع Pinterest

¹-حسن علي، محمد أسماء، (د.س)، "رؤية معاصرة لاستخدام زخرفة زهرة اللالة بأسلوب الكروشيه الفيلية"، مجلة الاتحاد العام للأثريين العرب، 18ع، مصر، كلية التربية النوعية، جامعة أسيوط، ص 148، متاح على رابط URL التالي:

https://drive.google.com/file/d/1hvkap_2zUSckMqVEPnETdpwrq0iK4fNy/view?usp=drivesdk

²-مريم غماز، مرجع سبق ذكره، ص 33

³-المكان نفسه



2-3-3 الأوراق

وهي من أساسيات الزخرفة النباتية التي تظهر من الأغصان أو من الأزهار نفسها، حيث أنها من أكثر العناصر النباتية استخداماً في الفن الإسلامي، فقد رسمت بأسلوب واقعي وأحياناً بأسلوب محور، كما تنوعت واختلقت أشكالها وألوانها، قوامها تحويرات للأوراق الطبيعية، فقد أبدع الفنان في تصميم الأوراق النباتية عن طريق الابتكارات أو عن طريق الحشو الداخلي فيها وإظهار حواف مركبة أو مسننة ويكون تركيبها إما على غصن أو عنصر كأسى وبعض الأحيان يضاف إليها وريقات بشكل بسيط، أو يقوم المصمم بإلحاق الأوراق، أزهار بسيطة مع وريقات مفردة.¹

• أوراق العنب

انتشر استخدامه في الزخارف المسيحية، حيث أنه أكثر العناصر الزخرفية شيوعاً في العصر المسيحي في سوريا ومصر، ثم انتقل إلى الفن الإسلامي، فوجد على واجهة المشتى في الأشرطة العلوية والسفلية من الواجهة وأيضاً في إشغال المساحات المثلثة

• ورقة الأكانتاس أو شوكة اليهود

استخدم هذا النبات في العديد من الأغراض وهو من أبرز الزخارف النحتية التي استخدمت عبر العصور، وتطور شكلها، والغرض من استخدامها من عصر لآخر، انحصرت زخارفه النحتية في زخارف هندسية وحيوانية أسطورية إلى جانب المواضيع الاجتماعية التي مثلت الحياة اليومية وحروب الملوك في العمارة الإغريقية وخاصة الأعمدة، وقد شاع استخدامه حتى أصبح طرازاً مستقلاً بذاته في أعمدة العمارة، حيث أنه كان من أهم العناصر النحتية الزخرفية في الفن الإغريقي.²

3-3-3 الاغصان

تعتبر الأغصان مكملات الزهور، حيث تتجسد بشكل خطوط مصمتة لونية وفق مسارات حلزونية مع تفرعاتها الملحقة بها فضلاً عن مسارات متموجة وتفرعاتها المتمثلة بخط متموج يلتف بانتظام.³

• القلب الزخرفي

¹ - طه ولاء خضير، مرجع سبق ذكره، ص 7

² - مريم غماز، مرجع سبق ذكره، ص 34

³ - طه ولاء خضير، مرجع سبق ذكره، ص 6



وهو مكان انطلاق الأغصان وتفرعاتها، حيث تنتوزع في الفضاء المراد تصميمه بشكل يعطي تنوعاً مظهرياً يساعد العين على التنقل بشكل سريع في العمل الفني فيكون متوسط الفضاء ويعطيه مركز السيادة في التصميم، إذ يكون بمثابة البؤرة التي تتدفق منها العناصر الزخرفية وقد يلحق به مجموعة من الوحدات الزخرفية قد تكون صغيرة أو تتصل به مكونة لشكله وقد يكون هنالك تقارب أو تباين للوحدات من حيث اللون أو استخدام المفردات المختلفة لكنها بالنتيجة تعطيه طابعاً جمالياً¹.

3-3-4 البراعم والأشواك والعقد الرابطة

وهي عبارة عن مفردات كأسية صغيرة الحجم، تملأ الفضاءات الحاصلة في التفاف الأغصان القائمة من ربط هذه المفردات فيما بينها وإشغال أكبر حيز ممكن مع وجوب التوزيع المتساوي لهذه المفردات المتخللة ضمن الغصن والعمل الزخرفي ككل، وتقسّم وفق أشكال متنوعة منها دائرية ومنها حلزونية ومنها برعم بثلاث فصوص وما يشترك بطرف دائري وطرف مدبب ضمن الغصن الواحد، ومنها ما يتخذ أشكالاً زخرفية كأسية كنظيراتها في الكؤوس الأساسية، حيث يتم توزيعها ضمن الحدود المسموحة في الفضاء على حسب الفضاء المتاح لكل وحدة زخرفية، أما البراعم والأشواك فهي عبارة عن نتوءات تظهر في الأغصان وتكون مستديرة أو بيضوية أو مدببة أو مدمجة بالغصن أو بارزة عنه، تضيف هذه النتوءات طابعاً جمالياً للتصميم الزخرفي².

• العقد الرابطة

وهي نقط مركزية لالتقاء الأغصان مع بعضها البعض وانبثاقها، في التصميم الزخرفي مثلاً يستطيع المزهرف القيام بوضع عقدتين رابطتين على محور التناظر بحسب اختياراته ثم يصار إلى انبثاق الأغصان من أحدهما لتلتقي عند الأخرى والعكس أي أنها قد تلتقي بغصنين بحركة دائرية أو حلزونية وقد يوجد في التصميم الزخرفي عقدتين أو ثلاث أو أربع وذلك حسب حركة الأغصان³.

• الهياكل الرابطة

من أكثر الوحدات الزخرفية تعقيداً فهي ذات انتشار وحركة غصنية متنوعة كما أنها مرنة ومطاوعة في تحريك الغصن الأمر الذي جعلها قابلة لإنشاء وحدات زخرفية لا حصر لها، تستعمل في تزيين أرضيات العناصر الزخرفية ذات المساحات الواسعة، أي أن وظيفتها ملء المساحات المتاحة في التصميم الزخرفي، وتعد ذات إشغال متشعب ومكثف قابل للتناظر والتقابل والتداخل والاشتراك مع أنواع أخرى من الزخارف النباتية⁴.

1- المرجع نفسه، ص 8

2- مريم غماز، مرجع سبق ذكره، ص 35

3- الموسوي شوقي، (2016)، "جماليات الزخرفة النباتية المنفذة على التحف المعدنية في متحف العتبة الحسينية المقدسة"، مجلة نابو للدراسات والأبحاث، ع 13، العراق، كلية الفنون الجميلة، جامعة بابل، ص 139، متاح على رابط URL التالي:

<https://drive.google.com/file/d/1i2BquyxULTxAgjF19IcNAdp-BaQLRjGT/view?usp=drivesdk>

4- مريم غماز، مرجع سبق ذكره، ص 36

3-3-5 الزخارف النباتية الكأسية:

هي زخارف نباتية قوامها الأغصان الحلزونية والأوراق و المفردات ذات الطابع الكأسي وكذلك هي زخارف نباتية قوامها الأغصان المتفرعة ذات الاستدارات الحلزونية التي تلحق بيها أوراق كأسية متنوعة فضلا عن المفردات والعناصر ذات الطابع الكأسي الملحقة بالأغصان، وهي أسلوب متطور ومبتكر من الأزهار الطبيعية ومكون من وحدات متداخلة ومتشابكة حيث أبدع الفنان في تكوينها و يتخذ تكوينها الزخرفي من تحوير كأس الزهرة الواقعي هنالك كأس الزهرة البسيط وهو عنصر زخرفي محور تام النمو بهيئة كاملة ثلاثية الفصوص، أو مقسومة ثنائية وهو على هياكل متباينة الحشو الداخلي.¹

• الأوراق الكأسية

تمثل فلكة واحدة من عنصر كأس الزهرة، تتموقع في الأغصان بشكل يظهر أنها تتخلل حركته أو مدمجة معه، وقد تكون وسط الغصن أو في نهاية مساره.

_ الكؤوس ذات أزهار كاملة: تقسم إلى قسمين ثلاثية الفلق وثنائية الفلق حيث ينتج عن هذين القسمين خمسة مجموعات ثانوية وهي قاع مزدوج، قاع مستقيم، قاع مغلق، قاع مجوف، قاع أحادي.

_ كؤوس أزهار مقسومة: وتقسّم أيضا إلى قسمين ثلاثية الفلق وثنائية الفلق حيث ينتج عن هذين القسمين ثلاث مجموعات ثانوية وهي قاع مستقيم، قاع مجوف، قاع أحادي

3-3-6 الأشجار

• شجرة السرو

ظهرت هذه الشجرة لأول مرة في العصر العباسي، وزخرف بها على العديد من العمائر الإسلامية، حيث أنها من أبرز وأهم الوحدات الزخرفية الجديدة. اختار الفنان المسلم هذه الشجرة النباتية لما تمتاز به من رشاقة وشموخ وارتفاع وبهجة وتطلع للسماء، بالإضافة إلى جمال ترتيب أوراقها الخضراء بشكل يجذب الانتباه، كما أنها انتشرت في جميع البلاد العربية الإسلامية مما جعل الفنان يقلد ويستوحي جمالها وشكلها.

وقد حظيت هذه الشجرة منذ أقدم العصور باهتمام الفرس كانت مقدسة لدى الزرادشتيين، إضافة إلى أنها رمز للرشاقة والجمال عند شباب الفرس، واخضرار أوراقها الدائم جعلها رمزا للخلود.²

3-4 العناصر البنائية للتصميم الزخرفي النباتي

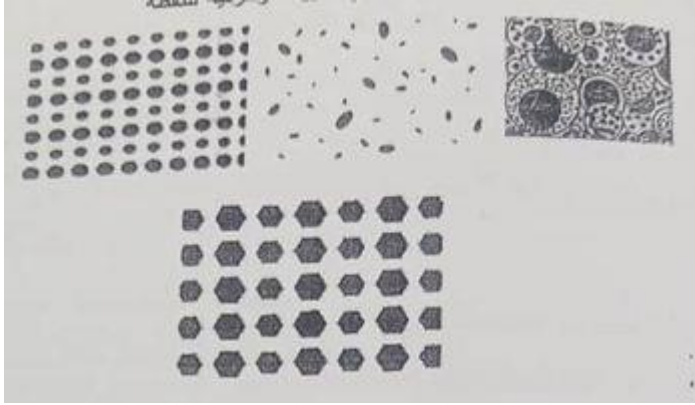
¹-طه ولاء خضير، مرجع سبق ذكره، ص 5

²-مريم غماز، مرجع سبق ذكره، ص 38



3-4-1 النقطة

تعد النقطة من عناصر الزخرفة الأساسية وهي البداية لأي نشاط أو نهايته وهي أبسط العناصر التشكيلية لعمل تكوين زخرفي وهي في حد ذاتها تحتوي على قوى كامنة من التمدد والتقلص. تستخدم النقطة كأساس للعمل الزخرفي في زخرفة السطوح والشرائط والمنسوجات ويكون حجمها مناسباً للسطح الذي يراد تنفيذ العمل الفني الزخرفي عليه.¹
الصورة 07: تأثيرات زخرفية للنقطة



المصدر: من كتاب الرسم الحر و الزخرفة و الخطوط للكاتب محمد عبد الله الدرايسية

3-4-2 الخط

ينشأ الخط من حركة النقطة أو تراص النقاط مع بعضها البعض بمعنى آخر أن عنصر الخط في الزخارف النباتية يولد نتيجة فعل الحركة -حركة النقطة- على سطح ما ويتغير بدلالاته من شكل لآخر فالخط الشاقولي مثلاً نجده مرتبطاً بالسماء وهو الخط المعبر عن الجمال والقوة والحياة الخالدة بينما نجد أن الخط المنحني هو خط القبة في المسجد مثلاً فهو مرتبط بالأرض والجسد والروح، لذا يتضح أن للخط أهمية بالغة في تحقيق منظومة تكوينية زخرفية تستند إلى مستويات الإدراك العالي لدى الفنان الذي ينشد تحقيق الإحساس بالاستقرار والثبات والسكون ليقود المتأمل للتكوينات الزخرفية الموجودة داخل المساحة.²

3-4-3 الشكل

الأشكال بشكل عام تكون أكثر تعقيداً من الخطوط حيث أنها من أكثر العناصر التشكيلية إمتاعاً وأهمية، حيث أنها تحدد قدرة الفنان المزخرف على التحكم في هذه

¹-الجبوري ستار، (2019)، "الزخارف النباتية في عمارة القصر العباسي في بغداد"، مجلة جامعة النجاح للأبحاث، ع 9، الأردن، جامعة الشرق الأوسط، ص 1517، متاح على رابط URL التالي: [https://drive.google.com/file/d/1i4bYDIPHOop9UX9jhwV_5k0sD2tx-](https://drive.google.com/file/d/1i4bYDIPHOop9UX9jhwV_5k0sD2tx-Lit/view?usp=drivesdk)

²-الحسيني قاسم، مرجع سبق ذكره، ص 113



الأشكال وجذب المشاهد حيث أن قدرة الفنان على ابتكار أشكال جديدة واستخدامها وترتيبها بالشكل المطلوب تجعلنا نقول أن هذا الفنان قد وصل إلى حد الاحتراف.¹

3-4-4 اللون

هو صفة طبيعية للأشياء ويستخدم في الزخرفة النباتية خاصة لعدة أشياء منها: استعماله لذاتيته كلون، أي كقيمة جمالية أو استعماله رمزياً، ويستعمل أيضاً لإبراز الشكل وحجمه في العمل الفني الزخرفي، فضلاً عن الألوان الموجودة في الطبيعة فإن لكل خامة لون طبيعياً من الممكن استخدامه جمالياً، فهي مصدر الإبداع الذي استلهم منه الكثير من الفنانين أفكارهم.²

وللألوان دلالات كثيرة منها النفسية والاجتماعية فاللون الأزرق مثلاً يرمز للإخلاص والأمل والسعادة والأحمر للضياء والنور والنشاط والأبيض للنقاء والفضي للهدوء وغيرها.... فالألوان تمثل أحد العناصر الأساسية التي تكسب العمل الفني الزخرفي قيمة فنية وجمالية كبيرة.³

3-4-5 الملمس

يرتبط هذا العنصر بحاسة اللمس، حيث أنه يدل على الخصائص السطحية للعمل الفني الزخرفي ويستعمل للتمييز بين أجزاء التكوين لإعطاء كل جزء طبيعته فالخشونة مثلاً للسطح الخشن والنعومة للسطح الناعم، فالتنوع في الملامس في العمل الفني يعطي حيوية وحركة وبيعه عن الملل، فتنوع الخامات في الزخرفة يكسب التكوين الزخرفي بعداً جمالياً ظاهرياً للمتلقى ويعطي إحساساً مادياً حقيقياً لهذه الخامات.⁴

3-4-6 القيمة الضوئية

يرتبط هذا العنصر ارتباطاً وثيقاً باللون، حيث أنه يتم السيطرة على هذه القيم الضوئية المضيئة والمعتمة من خلال عدة طرق مثل بناء العمل على أنه شكل مضيء على أرضية معتمة أو العكس، أو تقسيم العمل الفني إلى مساحات متساوية بين المعتم والمضيء.

1-الدراسية محمد، مرجع سبق ذكره، ص 53

2-الحسيني قاسم، مرجع سبق ذكره، ص 116

3-هيبية اسلام، عبد الخالق مصطفى، (2015)، "زخارف حشوات العصر المملوكي فنياً وجمالياً كمصدر لاثرء اللوحة الزخرفية لدى طلاب التربية الفنية"، *المجلة العلمية لكلية التربية النوعية*، ع 4، مصر، جامعة المنوفية، ص 258، متاح على رابط URL التالي:

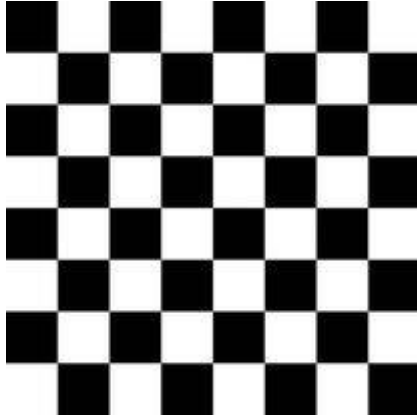
https://drive.google.com/file/d/1i4bYDIPHOop9UX9jhwV_5k0sD2tx-Lit/view?usp=drivesdk

4-الحسيني قاسم، مرجع سبق ذكره، ص 118



وقد تحقق هذه القيم الضوئية توازن في العمل الفني وذلك من خلال العلاقة بين الفاتح والقاتم وربما الأسود والأبيض وتعد رقعة الشطرنج خير مثال على هذا الاتزان، ولهذا العنصر دلالات ومعاني مختلفة من شأنها أن تثري العمل الفني ومن أهمها: دلالات البعد الفراغي لإثارة الإحساس بالتجسيم، وإعطاء البعد الثالث إضافة إلى المعاني الفلسفية مثل الليل والنهار والصراع بين الخير والشر وغيرها...¹

الصورة 08: رقعة شطرنج



المصدر: صورة من موقع Pinterest

الصورة 09: مثال للقيمة الضوئية



المصدر: من كتاب الرسم الحر و الزخرفة و الخطوط للكاتب محمد عبد الله الدرايسية

3-4-7 الاتجاه

هو الخاصية التي توحى بالحركة نحو جهة معينة من جهات العمل الفني الزخرفي، حيث أنها من أقوى مثيرات الانتباه نظرا لقدراتها التعبيرية الخاصة، فهي تحقق توجيه عين المتلقي للتحرك داخل العمل الفني وفق مسالك بصرية تدفع العين للتحرك خلالها، حيث تخضع هذه العملية لقرارات المخرّف، إذ أنه يحقق بما يعطي قيمة جمالية ووظيفية للتصميم الزخرفي، فضلا عن أن هذا العنصر يحقق نقطة السيادة في التصميم لشكل معين أو عنصر معين وبذلك فهو يساهم في إبراز الفكرة وبنائها، ويحقق هذا العنصر صفات الحركة حيث أنه يمكن الإحساس به من

¹ - الدرايسية محمد، مرجع سبق ذكره، ص 67,68,70



خلال طبيعة العناصر البنائية التي توهم بالتحرك نحو اتجاه معين فهو لا يقتصر فقط على الخطوط والأشكال، بل يتعدى ذلك إلى العناصر البنائية الأخرى كاللون والملمس والقيمة الضوئية والحجم، فقد تنشأ الحركة بشكل خاص نحو اتجاه معين بفعل إحساس تولده حركة عنصر واحد فقط، كما قد ينشأ بفعل إحساس تولده حركة جميع العناصر البنائية مع بعضها البعض.

توجد ثلاثة أنواع من الاتجاهات في العملية التصميمية وهي: الافقي، العمودي والمائل، حيث أن لكل اتجاه منها تأثيرها الخاص، فالمستوية توحى بالاستقرار مثلا والعمودية تتميز بالقوة والثبات أما المائلة فدائما ما توحى بالحركة¹

3-4-8 الحجم

يكون هذا العنصر موجودا في كل عمل فني فهو يمكن المشاهد من إدراك أبعاده وسمكه نظرا لأنه يتميز بالنسبية وفقا لكبره أو صغره داخل العمل الفني، فعند مقارنة الأشياء بأحجامنا تبدو تلك الاحجام كبيرة أو صغيرة قياسا بأحجامنا، أما بالنسبة للعمل التصميمي فيتم مقارنة الأحجام على حسب الحيز الذي تشغله في الفضاء التصميمي.

تؤثر حجوم العناصر تأثيرا ملحوظا في المتلقي فهي تولد انطباعات متفاوتة، فالحجم الذي يشغل أكبر حيز في العمل التصميمي يولد احساسا أقوى بالحركة بالمقارنة مع الحجم الأصغر، هذا التفاوت في الحجم يؤدي إلى التفاوت على مستوى بصر المتلقي فبعضها ستبدو أقرب إلى بصر المتلقي وهي التي تقع أسفل العمل التصميمي، وبعضها ستبدو أصغر حجما وهي التي تحتل المواقع العليا للعمل الفني، من هنا نجد أن الحجم يكون على صلة بطبيعة الإشغال الحيزي للبناء، وبالتالي تناسق الكتل البنائية لإعطاء صورة منتظمة لبنية التكوين.²

3-5-3 الأسس التصميمية للتصميم الزخرفي النباتي

3-5-1 التوازن

وهو من العناصر الأساسية التي يجب أن تتوفر في كل تكوين فني سليم، والتوازن يعبر عن العمل الفني المتكامل وذلك عن طريق حسن توزيع العناصر والوحدات والألوان، وجعل علاقتها ببعضها متناسقة وكذا تناسقها مع الفراغات المحيطة بها، وهناك الكثير من الامثلة في التوازن في الطبيعة، فالأشجار والصاباح والأزهار تتكون أشكالها من كتل ذات سطوح ودرجات لونية في علاقات متوازنة ببعضها وبخلفياتها، ويستخدم التوازن في الزخرفة النباتية بشكل يشمل جميع السطوح من إطارات و سطوح ممتدة،³ فهو يراعي الحصول على أفضل توزيع

¹-علوان انوار، غولي عباس القره، مرجع سبق ذكره، ص 53,54

²-المرجع نفسه، ص 50,51

³-سمراد طارق، (د.س)، "الرسم و الزخرفة والنحت على الزجاج"، لبنان، دار الراتب الجامعية، د.ط، ص 56



للعناصر والوحدات والألوان،¹ ويقسم التوازن إلى أربعة أنواع: التوازن المتماثل، التوازن غير المتماثل، التوازن الشعاعي، التوازن الوهمي²
 _التوازن المتماثل: وهو التوازن الناتج عن تماثل الأشكال التي تتواجد في طرفي التصميم
 _التوازن غير المتماثل: يظهر التوازن هنا دون وجود تطابق كامل بين جانبي التصميم
 _التوازن الشعاعي: وينتج عن توزيع عناصر التصميم الزخرفي حول محور أو مركز ما في العمل الفني وغالبا ما تكون في وسط التصميم
 _التوازن الوهمي: وهو شعور ينتج في نفس الإنسان يوحي بالتوازن، وهذا النوع يتطلب خبرة كبيرة في التحكم في العمل الفني³

الصورة 11: مثال للتوازن



المصدر: صورة من كتاب الرسم و الزخرفة
 على الزجاج للكاتب طارق مراد

الصورة 10: مثال للتوازن



المصدر: صورة من كتاب الرسم و الزخرفة
 على الزجاج للكاتب طارق مراد

3-5-2 التماثل

يعتبر هذا العنصر من أهم القواعد التي تقوم عليها بعض التكوينات الزخرفية التي ينطبق نصفها الأول على النصف الآخر تمام الانطباق، وهو نوعان:
 ا- تماثل نصفي: ويشمل هذا النوع التكوينات التي يكمل نصفها الأول نصفها الآخر في اتجاه متقابل.
 ب- تماثل كلي: وفيه يكتمل التكوين من عنصرين يتشابهان تماما في اتجاه متقابل أو متعاكس.
 يستخدم التماثل في زخرفة السطوح الممتدة والأواني⁴

1-مقداي سناء، (2012)، "الرسم الحر والزخرفة"، دار البركة للنشر والتوزيع، د.ط، ص 81

2-علوان أنوار، غولي عباس القرة، مرجع سبق ذكره، ص 61

3-الدرابسية محمد، مرجع سبق ذكره، ص 77,78

4-مراد طارق، مرجع سبق ذكره، ص 58



الصورة 13: مثال للتماثل



المصدر: صورة من كتاب الرسم و الزخرفة
على الزجاج للكاتب طارق مراد

الصورة 12: مثال للتماثل



المصدر: صورة من كتاب الرسم و الزخرفة
على الزجاج للكاتب طارق مراد

3-5-3 التشعب

تتضمن الزخرفة النباتية التشعب الذي اتخذ أساسا في نمو مفارقها وهو
نوعان:

- _ التشعب من نقطة : تنبثق خطوط الوحدة أو الشكل من نقطة إلى الخارج كمروحة
- _ التشعب من خط : وفيه تتفرع الأشكال والوحدات من الخطوط المستقيمة والمنحنية من جانب واحد أو من الجانبين ويمثله في الطبيعة نمو أوراق النبات من فروعها ونمو الفروع من السيقان والجذوع.

ويستعمل التشعب في زخرفة مختلف السطوح وزخرفة الأواني¹ الصورة 14: مثال للتشعب



المصدر: صورة من كتاب الرسم و الزخرفة
على الزجاج للكاتب طارق مراد

3-5-4 التكرار

¹-طالو محي الدين، (د.س)، "المشهور في فنون الزخرفة عبر العصور"، د.ط، ص17، متاح على رابط URL التالي:

<https://drive.google.com/file/d/1iOC5aB6AwoxNGOmankKkOUrAqEVhCoJ9/view?usp=drivesdk>



تجمع أساليب التكرار بين العديد من النظم الزخرفية في التكوينات التي تضم أكثر من وحدتين أو تزيد عن مجموعتين من الوحدات، شريطة أن تتشابه بشكل تام، وتتمثل في الظواهر الطبيعية عند تجمع ما يزيد عن عنصرين منها كالزهور المنثورة في أحواضها وتجمع سنابل القمح وعيدان الذرة بحقولها، وقد تنوعت وتعددت أنواع وأوضاع التكرار على حسب التشكيلات التي تأخذها تكويناتها في تجاورها وتعاقبها، ومن أكثر الأساليب شيوعاً:

- _ التكرار العادي: في هذا النوع تكون وحدات الزخرفة متجاورة وفي وضع ثابت واحد متواتر، سواء كان في أسطح منحنية أو مستقيمة أو ممتدة كالألواح
- _ التكرار المتعاكس: تتجاور عناصر الزخرفة في أوضاع مغايرة قد تكون إلى أسفل أو أعلى وإلى اليمين والشمال في تقابل أو تضاد للأسطح الممتدة
- _ التكرار المتبادل: أي اشتراك وحدتين زخرفيتين أو أكثر تختلف مصادرها أو تتفاوت مساحاتها أو تتباين ألوانها في تجاور وتعاقب إحداها تلو الأخرى. ويعتبر التبادل نظاماً مشتركاً في أوضاع التكرارات الممتدة والدائرية.
- _ التكرار المتوالد: ويتمثل في التشكيلات الزخرفية التي تتكون بالتكرار المنتظم لوحدة واحدة، حيث ينشأ عن تعاقبها فراغ يمثل نفس شكل العنصر المستخدم في التكرار، يستخدم التوالد في شرفات المساجد والأواني المكورة والأسطوانية¹

الصورة 15: مثال للتكرارات



المصدر: صورة من كتاب الرسم و الزخرفة على الزجاج للكاتب طارق مراد

3-5-5 التناسب

ليس للتناسب قاعدة يستند إليها في الزخرفة النباتية فهذا العنصر يعود إلى الذوق الفني للمزخرف ودقة ملاحظته وقوه التمييز لديه، فبذلك يحقق التناسب الذي هو من أهم قواعد الجمال²

3-5-6 الوحدة

¹-مراد طارق، مرجع سبق ذكره، ص 64

²-مقدادي سناء، مرجع سبق ذكره، ص 82



الوحدة من أهم العناصر في التصميم الزخرفي النباتي، فهي تسهم في إنجاح العمل الفني من الناحية الجمالية. وتتحقق الوحدة عند نجاح المزخرف في تحقيق عنصرين أساسيين: الأول علاقة أجزاء التصميم الزخرفي ببعضها البعض، والثاني علاقة كل جزء منها بالكل فالارتباك والتشتت مضاد للوحدة.¹

3-5-7 التشابك

يظهر هذا النوع في الزخارف النباتية العربية ويكون مشكلا من وحدات نباتية مزهرة ومتداخلة، وينقسم التوريق النباتي إلى:
_ أن يكون على شكل التفاف أو على شكل حلزوني بسيط يضم أوراق وأزهار متتابعة على ساق ملتو وملتف.
_ أن يكون على شكل التفاف ساقين من النبات بشكل متعاكس تتخللهما الأوراق والأزهار²

يعني الجمع بين طرفين متناقضين، أي الانتقال السريع من حالة ما إلى عكسها فالطبيعة مثلا تجمع بين الشيء وعكسه، حيث أننا لا يمكن أن ندرك أحدهما ما لم نعرف نقيضه، والتباين من الوسائل المهمة في الأعمال الفنية وذلك لأنه عنصر يجذب الانتباه، ويحقق التنوع ويمنح الحياة للتصميم الزخرفي. يتحقق التباين بعدة طرق منها: التباين في الخط، الشكل، اللون، الملمس، الاتجاه والقيم الضوئية، حيث يتحقق من علاقات التضاد في هذه العناصر البنائية كالنعومة والخشونة، النور والظلام..... إذ يسعى الفنان إلى ابتكار حالة خاصة تثير حالة من الجذب البصري للمتلقي³

3-6 أساليب تصميم الزخارف النباتية

تستند عملية التصميم الزخرفي إلى عدد من المراحل التي يكمل أحدها الآخر وتتمثل هذه المراحل في:

أولاً: نظم التقسيم المساحي

تتمثل هذه المرحلة في بناء التصميم الزخرفي النباتي، وتتم من خلال التقسيم المساحي بخطوط هندسية وفق نظام معين حيث يتم التحكم بها على حسب المساحة والتصميم المراد تطبيقه، وسميت بالتقسيم المساحي لأنها عبارة عن مساحات مقسمة تكتمل بالوحدات الزخرفية التي يتم إنشاؤها عليها، وتعد هذه المرحلة أول عمل للمزخرف بعد التعرف على عناصر الزخرفة النباتية فهذه المرحلة هي القاعدة التي

¹-شاهين سهيلة، (د.س)، "القيم الجمالية للزخرفة الإسلامية بالمسجد الأقصى كمدخل لاستحداث تصاميم زخرفية معاصرة"، مجلة العمارة والفنون، ع 1، جامعة القدس المفتوحة، ص 13، متاح على رابط URL التالي:

https://drive.google.com/file/d/1ijgA4BDqNxr7cyT_wv5gkgJ0KkzvlqTe/view?usp=drivesdk

²-مقدادي سناء، مرجع سبق ذكره، ص 82

³-علوان أنوار، غولي عباس القره، مرجع سبق ذكره، ص 63

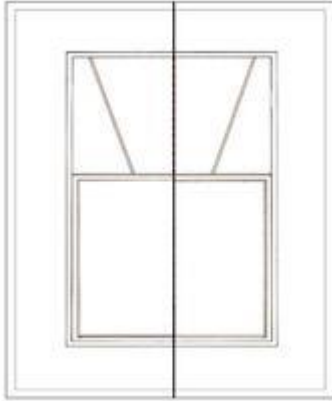


يبنى عليها التصميم، إذ أنه بهذه المرحلة يستطيع المزخرف تنظيم تصميمه شكلياً، إذ يحقق هذا التنظيم بناء وتكامل التصميم¹ أي أنه ينظم العمل مبدئياً ولهذا التقسيم عدة طرق مختلفة

_ التقسيم الثنائي حول محور واحد :

في هذه الطريقة تقسم المساحة إلى قسمين متماثلين حول محور واحد وتكون بشكل عمودي أو أفقي

الصورة 16: التقسيم الثنائي حول محور واحد

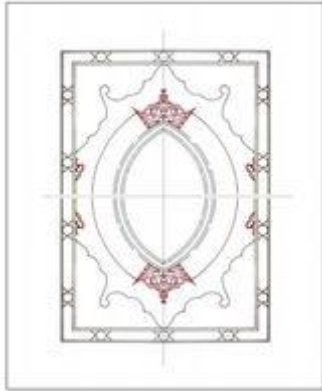


المصدر: الصورة من مذكرة ماجستير للطالب مصطفى

_ التقسيم الرباعي حول محورين متقاطعين:

تقسم المساحة إلى أربعة ارباع متماثلة ومتساوية بمحاور عمودية وأفقية من المركز الهندسي أو بشكل خطوط مائلة متقاطعة من الزوايا الأربع.

الصورة 17: التقسيم الرباعي حول محورين متقاطعين



المصدر: الصورة من مذكرة ماجستير للطالب مصطفى

_ التقسيم الشعاعي حول عدة محاور:

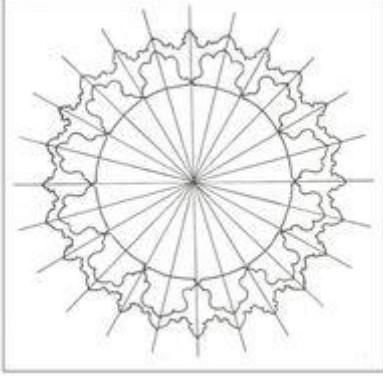
¹-صاحب مصطفى، (2020)، "الإخراج الفني في زخارف فاطمة أوزجاي"، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في الفنون، قسم الخط والزخرفة، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، متاح على رابط URL التالي:

<https://drive.google.com/file/d/1iOC5aB6AwoxNGOmankKkOUrAqEVhCoJ9/view?usp=drivesdk>



تقسم المساحة إلى أجزاء عديدة وذلك بدمج المحاور المتقاطعة العمودية والافقية والمائلة ومن الأربع زوايا، يستعمل هذا التقسيم في المساحات الدائرية والمربعة

الصورة 18: التقسيم الشعاعي حول عدة محاور



المصدر: الصورة من مذكرة ماجيستير للطالب مصطفى

التقسيم الشبكي على شكل رقعة شطرنج:

يتم تقسيم المساحة بواسطة مجموعة من الخطوط العمودية والافقية بحيث تكون متقاطعة وبشكل يشبه الشبكة، لذا فالمزخرف يقوم بتشكيل تصميم أساسي لمربع واحد ثم يقوم بتكراره على باقي المربعات إلى حين اكتمال التصميم.

الصورة 19: التقسيم الشبكي على شكل رقعة شطرنج



المصدر: الصورة من مذكرة ماجيستير للطالب مصطفى

ثانياً: أساليب الانشاء والتكوين :

تتمثل هذه المرحلة في تنظيم العناصر البنائية للزخرفة النباتية والمفردات داخل المساحات التي قام المزخرف بتقسيمها لتشكل بذلك الشكل العام للتصميم بعد ربطها مع بعضها البعض وتختلف أساليب الانشاء حسب نوع الزخارف النباتية الموظفة في التصميم¹

¹-المرجع نفسه، ص 20,21,22



_ أسلوب انشاء لنوع زخرفي واحد:

في هذا الأسلوب يتم إشغال الفضاء المتاح بنوع زخرفي نباتي واحد أي أنه يمكن أن يكون كأسّي أو زهري، في ضوء التقسيم المساحي الذي قام به المزخرف تتفرع الأغصان في مسارات متعددة ومتقاطعة حيث تتخلل حركتها الوحدات الزخرفية الكأسية أو الزهرية.

الصورة 20: انشاء لنوع زخرفي



المصدر: الصورة من مذكرة ماجستير للطالب مصطفى

_ أسلوب إنشاء لنوعين زخرفيين :

يعتمد في هذا الأسلوب إشغال الفضاء المتاح بنوعين زخرفيين (كأسّي وزهري)، حيث أن هذا الأخير قد ينطوي على التشابك الكثيف في مسارات حركة كل من المفردات الكأسية والزهرية التي تتعدد مفرداتها الزخرفية، فيحاول المزخرف المحافظة على خصوصية كل نوع منها.¹

الصورة 21: انشاء لنوعين زخرفيين



المصدر: الصورة من مذكرة ماجستير للطالب مصطفى

¹ -حسن فرات، كاظم مني (2017)، "السمات الفنية للزخارف النباتية على السجاد في متحف العتبة العباسية"، مجلة كلية التربية الأساسية، 99ع، بغداد، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، ص308، متاح على رابط URL التالي:

<https://drive.google.com/file/d/1iOcgIh6KvXBGYP45q3-JYIOJ7bjF1MAH/view?usp=drivesdk>



يتم توظيف الزخارف النباتية المعتمدة في هذين الأسلوبين وفق الخيارات التالية:

_ أسلوب الإنشاء الحر:

في هذا الأسلوب لا يتم الاعتماد على مبدأ التناظر والتكرار في توظيف الزخارف النباتية حيث أنه يتطلب جهداً تصميمياً أكثر منه في مبدأ التناظر إلا أن هذا يميزه عن التناظر بأنه يبتعد عن الملل والتماثلية التناظرية.

_ أسلوب الإنشاء المتناظر (التكراري):

هنا يقوم المزخرف بالتقسيم المساحي إلى قسمين أو أكثر فيزخرف الوحدة الأساسية التكرارية في أحد الأقسام ثم يقوم بتكرارها في باقي الأقسام للوصول إلى التصميم النهائي، ويعتمد في هذا الإنشاء على أسلوبين من التكرار:

التكرار المتعكس: ويقوم المزخرف بإنشاء خط تناظر وهمي التكرار الدوراني: ينطلق الإنشاء في هذا الأسلوب من نقطة تتوسط الأرضية المزخرفة، تشابه حركته الدورانية الحرف S اللاتيني¹.

ثالثاً: المعالجات اللونية :

بعد أن يأخذ التصميم الزخرفي شكله النهائي من خطوط وأشكال ومفردات تبدأ مرحلة المعالجات اللونية لكل الوحدات الزخرفية التي تجعلها تبرز صفاتها المظهرية فهذه المرحلة تعتبر بمنزلة الحياة للتصميم الزخرفي، حيث أنه على أساسها يمكن قياس نجاح التصميم من عدمه ذلك لأنها تسهم في بنائه وتكامله لما تنتجه من علاقات جمالية له.

حرص الفنانون على اختيار الألوان المناسبة في تصاميمهم الزخرفية فالشكل لا يمكن أن يوجد يغير اللون، فحتى الشكل الأسود الذي نجده على خلفية بيضاء يعتمد على التضاد بين الأبيض والأسود في وجوده، فلا يمكن تشكيل الأشكال بدون ألوان لأنه لا يمكن رؤية الشكل بدون لون².

¹-غسان مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص 24,25,26

²-المرجع نفسه، ص 26



4- الترويج

4-1 أهمية الترويج

- تصوير أنماط حياتية معاصرة تستهوي المستهلك الذي يسعى إلى التطور الاجتماعي وذلك من خلال المحاكاة والتقليد
- خلق الرغبة لدى المستهلك والتأثير على سلوكه الشرائي من خلال تذكيره برغباته وحاجاته الاستهلاكية
- التحكم في زيادة المبيعات من خلال إبراز مزايا المنتج المختلفة عن غيرها من السلع المنافسة¹
- زيادة مستوى الوعي لدى الأفراد من خلال تعريفهم بمعلومات السلعة.
- تحقيق الاتصال بين البائع والمستهلك بالرغم من بعد المسافة بينهما²
- تحقيق الاستعمال الصائب للمنتجات وهذا ما يقلل من نسبة إهدارها الناتج عن سوء الاستعمال³
- تعدد البائعين، أي أنه كلما زاد عدد البائعين لنفس المنتج زادت المنافسة بينهم وبالتالي ضرورة القيام بعملية الإقناع⁴

4-2 اهداف الترويج

- توسيع نطاق استهلاك السلع والمنتجات من خلال ترغيب المستهلك وإقناعه بقرار الشراء⁵.
- تنوع الوسائط بين المنتج والمستهلك وزيادة عددها والذي يؤدي إلى زيادة الحاجة للقيام بالترويج
- خلق جو من الألفة ومعرفة بالمنتج واسمه مما يؤدي إلى تعميق درجة إخلاص المستهلك تجاه المنتج وبالتالي منع التحول إلى المنتجات المنافسة
- نقل المستهلك من حالة عدم الإعجاب إلى الإعجاب بالمنتج من خلال ربط المنتج بمرمز معين أو أشياء جذابة تجعله يجذب نحوه
- خلق التفضيل لدى المستهلك من خلال تمييز المنتج أو السلعة عن غيرها من السلع المنافسة في السوق، حيث أنها تكون أكثر جاذبية عن غيرها من البدائل⁶.
- مقاومة الجهود الترويجية للمنافسين من أجل الاستمرار في السوق

1-الشريف إبراهيم، (2006)، "مبادئ التسويق والترويج"، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ص153

2- العبدلي سمير، (2011)، "وسائل الترويج التجاري"، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ص19,20

3-العبادي هاشم، جلاب احسان، (2010)، "التسويق وفق منظور فلسفي ومعرفي معاصر"، الأردن، الوراق للنشر والتوزيع، ص 472

4-بن عروس جمال واخرون، (2018)، "مبادئ التسويق الأساسي"، الأردن، دار الرابية للنشر والتوزيع، ص 134

5-الحاج طارق واخرون، (2014)، "التسويق من المنتج الى المستهلك"، الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط2، ص 159

6-عزام زكريا واخرون، (2016)، "مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق"، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط7، ص352



- تغيير الأنماط السلوكية للمستهلكين نحو السلعة أو المنتجات إلى آراء سلوكية إيجابية
- تدعيم الآراء الإيجابية للمستهلكين بهدف دفعهم لإعادة الشراء باستمرار.¹
- تحقيق أرباح مادية فائضة وبازدياد متواصل
- تحقيق تطلعات المستهلكين في عيش حياة كريمة أي اعتقادهم بأنهم يشترون هذه التطلعات عند اقتناء السلعة²

3-4 استراتيجيات الترويج

بعد تحديد المؤسسة المنتجة لمضمون الرسالة التي ستوجهها للمستهلكين يأتي دور تحديد إستراتيجية الترويج التي ستعتمد عليها لإيصال هذه الرسالة. وفي هذا الجانب توجد إستراتيجيتين:

1-3-4 استراتيجية الدفع:

تعتمد هذه الإستراتيجية على توجيه الجهود الترويجية للمؤسسة نحو العاملين في المنافذ التوزيعية كالوكلاء وتجار الجملة بالتعامل في مجموعة السلع التي ينتجها باستخدام البيع الشخصي، بالتأثير عليهم وذلك بهدف إقناعهم بالحصول على كميات معينة من السلعة وبنفس الطريقة يقوم تجار الجملة بالتأثير على تجار التجزئة لاقتناء هذه السلع وهم بدورهم (تجار التجزئة) يقومون بالتأثير على المستهلك وإقناعه بالشراء، ويستخدم المنتج وسائل كثيرة لإقناع الموزعين الذين بدورهم يستخدمون بعضاً منها لإقناع تجار التجزئة والمستهلكين.³ وقد سميت بإستراتيجية الدفع لأن الرسالة الترويجية تدفع من قبل أعضاء المؤسسة المنتجة نحو الطرف الذي يليها بدون تجاوز و ذلك للوصول إلى المستهلك.⁴

2-3-4 استراتيجية الجذب:

في ظل هذه الإستراتيجية يحاول المنتج التأثير المباشر على المستهلك النهائي دون أن يمر بالموزعين (تجار الجملة والتجزئة) حيث أنه يخلق الطلب في الأسواق و يحاول استمالة المستهلك للشراء وذلك بتوجيه النشاط الترويجي مباشرة للمستهلك النهائي عن طريق الإعلان على أوسع نطاق وتنشيط المبيعات وبذلك فإن المستهلك في ظل هذه الإستراتيجية يحتاج إلى تجار التجزئة للحصول على السلعة وبالتالي فإن الترويج للمستهلك النهائي مباشرة تجذب أو تسحب السلعة خلال القناة الترويجية.⁵

1-المرجع نفسه، ص 353

2-الزعيبي علي، الحبوني ادريس، (2015)، "إدارة الترويج والإعلان التجاري"، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ص 122,123

3-المرجع نفسه، ص 137

4-العبادي هاشم، جلاب احسان، مرجع سبق ذكره، ص 474

5-الزعيبي علي، الحبوني ادريس، مرجع سبق ذكره، ص 136



4-4 المزيج الترويجي

وهو عبارة عن مكونات تتفاعل وتتكامل مع بعضها البعض لتحقيق الأهداف الترويجية للمؤسسة.

1-4-4 الإعلان

الإعلان هو وسيلة لنقل الأفكار والمعلومات إلى الناس من أجل إقناعهم أو تعزيز آرائهم أو تغييرها حول شيء ما¹، أي أنه وسيلة بيع غير شخصية تحت المستهلك النهائي على اقتناء السلعة المعلن عنها من قبل المؤسسة، ويمكن القول أيضا أنه مجموعة من الأنشطة المختلفة التي تؤدي إلى إذاعة ونشر الرسائل الترويجية المرئية أو المسموعة للجمهور بغرض دفعهم وإقناعهم بشراء سلع أو خدمات.

2-4-4 البيع الشخصي:

هو أحد وسائل الترويج وهو عبارة عن عملية اتصال شخصي بالعملاء أو المستهلكين المرتقبين بهدف إقناعهم بشراء السلع أو المنتجات². أي أنها طريقة لإخبار وإقناع العملاء بالاقتناء من خلال الاتصال الشخصي في عملية تبادلية بين البائع والمستهلك وتحدد على أساس ثلاثة أهداف:

_ البحث عن العملاء

_ إقناع العملاء بالاقتناء

_ أن يكون العميل راضيا عن العملية الشرائية³.

3-4-4 الدعاية

هي وسيلة مجانية غير شخصية قد تكون رسمية أو غير رسمية لتقديم الخدمات والسلع أو المنتجات للجمهور بواسطة جهة معلومة، من أجل إقناعهم باقتناء هذه السلع أو الخدمات⁴، أي أنها المعلومات التي تقوم المؤسسة المنتجة بنشرها قصد كسب ثقة الجمهور بمنتجاتها أو خدماتها أو أفكارها وقد تنشرها أيضا الهيئات الرسمية وغير الرسمية⁵.

4-4-4 العلاقات العامة

هي الاتصالات التي تؤسسها المؤسسة مع العديد من الأطراف والمنظمات محاولة توحيد علاقاتها معهم وبنائها والتي من خلالها تتوثق علاقة المؤسسة بالمجتمع، ويمكن أن تكون علاقات رسمية أو غير رسمية⁶، أو هي نشاط أو اتحاد

1-عزام زكريا واخرون، مرجع سبق ذكره، ص 301

2-بن عروس جمال واخرون، مرجع سبق ذكره، ص 136

3-ال عيسى محمد، (2017)، "العمليات الاعلانية بين الإدارة والتخطيط"، الجزائر، الناشر الفا للوثائق، ص 67

4-الزعيبي علي، الحبوني ادريس، مرجع سبق ذكره، ص 141

5-ال عيسى محمد، مرجع سبق ذكره، ص 67

6-العبادي هاشم، جلاب احسان، مرجع سبق ذكره، ص 482



بين المؤسسة المنتجة والجمهور كالعلاء أو المساهمين لبناء وتدعيم علاقات سلمية لتستطيع المؤسسة تكيف سياستها حسب الظروف المحيطة بها وشرحها للجمهور.¹

4-4-5 تنشيط المبيعات

هو عملية تنسيق بين الإعلان والبيع الشخصي بطريقة فعالة أو اقناعية عن طريق عروض خاصة كالهدايا وغيرها من الإغراءات وهو جزء من النشاط البيعي²، أي أنه عملية إغرائية تهدف إلى جذب المستهلك عن طريق تقديم عروض مجانية لاستمالاته للشراء مقابل الحصول على تلك الهدايا او العروض المجانية.

4-4-5 الترويج الإلكتروني

لقد أصبح الترويج الإلكتروني من ضروريات الحياة في مجتمعنا فالعديد من المستخدمين، بل أعداد هائلة من المستخدمين في جميع أنحاء العالم يتصلون يوميا بالانترنت وهذا ما خلق فرصة ترويجية يمكن استغلالها وتحويلها إلى أسواق مفتوحة لجميع أنواع الجماهير لتسويق الخدمات المختلفة، فالترويج الإلكتروني هو عبارة عن تسويق المنتجات والخدمات والأفكار عبر شبكة الانترنت والقيام بالبيع والشراء عن طريقها، فقد سهلت هذه الأخيرة (الانترنت) إمكانية الحصول على الخدمات والمعلومات من أي فرد أو مؤسسة بسبب انتشارها القوي، كما أن تكاليف الترويج الإلكتروني منخفضة مقارنة بتكاليف الترويج العادي إضافة إلى أن الترويج الإلكتروني يتيح الفرصة أمام الجميع للتسويق لمنتجاتهم أو خدماتهم دون التمييز بين الشركات الكبيرة والشركات الصغيرة والفرد العادي.³

يمكن تصنيف الترويج الإلكتروني إلى ثلاثة أنواع رئيسية:

الترويج الخارجي: وهو الذي يرتبط بوظائف الترويج التقليدية كتصميم وتنفيذ المزيج التسويقي.

الترويج الداخلي: وهو الذي يرتبط بالعاملين داخل المؤسسة، حيث أنه ينبغي على المؤسسة اتباع سياسات فعالة لتدريب العاملين من أجل الاتصال الجيد بالعلاء، ودعم هؤلاء العاملين لتحقيق روح الفريق لإرضاء العلاء وإشباع حاجاتهم ورغباتهم، حيث أن كل فرد في المؤسسة موجه لخدمة العلاء

الترويج التفاعلي: هذا النوع مرتبط بجودة التفاعل بين البائع والمشتري بشكل أساسي ومكثف.

ومفهوم الترويج الإلكتروني لا يختلف عن المفاهيم الأخرى للترويج إلا في وسيلة الاتصال بالعلاء فهو يعتمد على الانترنت كوسيلة أسرع وأقل تكلفة، حيث تحقق الانترنت 3

¹-ال عيسى محمد، مرجع سبق ذكره، ص 67

²-المرجع نفسه، ص 68

³-الربيعاوي سعدون، عباس حسين، (2014)، "التسويق مدخل معاصر"، الأردن، دار غيداء للنشر، ص 455-465



وظائف أساسية للترويج: الاتصال، جمع المعلومات، التسويق فهي بذلك سهلت عملية الترويج بالنسبة للمؤسسة وتقديم الخدمات بالنسبة للعملاء والاتصال بالنسبة لكليهما¹.

وفي الأخير يمكن القول أن الترويج الإلكتروني هو ترويج عادي مختلف التطبيق على أرض الواقع إذ أن الترويج الإلكتروني يطبق باستخدام التكنولوجيا الحديثة (مواقع التواصل الاجتماعي: فايسبوك، أنستقرام، بريد الكتروني...) وجميع المواقع المستخدمة يوميا من قبل الجمهور في جميع أنحاء العالم.

¹-الزعيبي علي، (2015)، "إدارة التسويق الحديث"، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ص 468-469



خلاصة:

من خلال دراستنا النظرية، توصلنا الى عدة استنتاجات تساعدنا في تجسيد وإتمام الجزء التطبيقي، كان أهمها أن التغليف مجال واسع جدا للإبداع غير المحدود فيه، وأن له أهمية ترويجية كبيرة فهو من أكثر القوى فاعلية في عملية تقديم المنتج والحث على الشراء، فقد اصبح التغليف يمثل أحد الركائز الهامة في الترويج للمنتجات وجزءا أساسيا في بنية المنتج والجانب الأساسي المرافق لتطور العملية الترويجية، فيمكننا من إحياء أي موضوع نريده بجذب الجمهور وبذلك يسهل علينا الحفاظ على التراث الثقافي من خلال الترويج له وترسيخه في الازهان.

التراث الثقافي هو شخصية المجتمعات ووجودها التاريخي ماضيا وحاضرا ومستقبلا فهو جزء كبير من المعرفة التي جمعها الانسان عبر الزمن و لؤلؤة كل أمة فبفضله ارتقت المجتمعات في شتى المجالات الإبداعية، ومن أهم أنواع التراث الثقافي الفني للحضارة الإسلامية "فن الزخرفة" وخاصة "الزخرفة النباتية" التي تعتبر تراثا ثقافيا قيما يعكس هوية الشعوب، فقد خرجت من كونها وسيلة لتزيين المساجد والقصور الى المنازل والأفراح وفي الشوارع وغيرها... وهذا ما جعلها تستحق المزيد من الاهتمام لما تحتويه من إبداع فني هي وأي تراث ثقافي يمثل هوية الشعوب ويحكي تاريخها، حيث يعتبر الترويج لهذا الفن صعبا نوعا في ظل التطورات الحاصلة في العالم ككل وتغير متطلبات الحياة.

الفصل الثاني

الجانب التطبيقي من موضوع الدراسة



تمهيد

يعد التغليف والتعليب من الأساسيات للحفاظ على المنتج كما أن الجانب الجمالي فيه أصبح جزءاً أو عنصر أساسي يتضمنه ولأن هدفنا هو إحياء تراث ثقافي وإحياء الوحدات الزخرفية النباتية (التوريق) تناولنا في هذا الفصل الذي خصصناه لوضع تصور تطبيقي لمشروعنا الفني المتعلق بتصميم أغلفة علب حلوى للأفراح بزخرفة التوريق وليكون مشروعنا مشروع ناجح وبعد انجاز الجانب النظري والاطلاع على التجارب السابقة كان لا بد من مجموع تصاميم يدوية، غرافيكية، الكترونية للوصول إلى الهدف المطلوب والمراد تحقيقه.



1- فكرة المشروع

كل مشروع خطوته فكرة تتولد نتيجة استلهام مما هو حولنا سواء كانت من طبيعة أو من صنع الإنسان، ولأننا متواجدون في مدينة الجسور المعلقة قسنطينة، ولأن ثقافتها عريقة مازلنا نشاهدها في بعض شوارعها القديمة وعلى رأسها " باردو " المعروفة بالصناعات النحاسية على رأسهم " الصينية " للتقديم، جاءتنا فكرة إحياء الوحدات الزخرفية المنقوشة وإحياء عادة التقديم في الصينيات في الافراح والمناسبات.

كما معروف في الافراح القسنطينية عرض الصينية النحاسية باللونين الفضي أو الذهبي ويتوسطها مجموع حلويات تقليدية مثل " البقلاوة، طمينة اللوز، مقروط، غريبة"

عكس ما نراه الان نتيجة اجتياح الحضارات الغربية لأفراحنا فقد أصبح التقديم إما عن طريق علب حلوى أو في الطاومات مباشرة، ومن هنا استخلصنا فكرتنا نواكب العصرنة من خلال التقديم في العلب والتذكير بعاداتنا التقليدية التي تمثل هويتنا الثقافية وعليه التصميم يكون كالآتي:

- تصميم علب على شكل ثماني
- تصميم الجزء السفلي للعبة على شكل صينية تقديم للحفاظ والتذكير بموروثنا وفي نفس الوقت مواكبة كل ما هو جديد في السوق
- توظيف اللونين الفضي والذهبي للحفاظ على اصالة الصناعات النحاسية المستلهم منها فكرتنا
- طرح الفكرة وعرضها كمشروع فني قابل أن يصبح علامة تجارية

2-تحليل النماذج المختارة

قبل التطرق الى تصميم غلاف اللعبة حلويات تقليدية سنتطرق أولا الى تحليل بعض النماذج من علب الحلويات التقليدية طرحت في السوق للتعرف على أنواع العلب الحلويات التي ستكون منافسة لنا والتعرف على اهم العناصر التي يتم اختيارها

- تحليل النموذج الاول

- بطاقة تقنية حول النموذج الاول

قبل البدء بتحليل المثال المقارب لابد من عرض معلومات حوله وهي كالتالي:

جدول رقم 02: بطاقة تقنية حول المنتج



مكان البلد المنشأ	الصين "نينغبو"
شكل المنتج	مربع
التاريخ	2019_07_04

المصدر: اعداد الطالبتين بالاعتماد على مجموعة من المراجع

صورة رقم 22: نموذج من علبة تقديم الشكولاتة والتمور



المصدر: صورة من موقع MS Wooden box

الجدول رقم 03: تحليل نماذج مختارة من علب التغليف

نوع العلبه	علبة تقديم التمر والشكولاتة في رمضان (صناعة يدوية)
الخامة	خشب نوع الخشب (MDF)
القياسات	(cm 8 × 25 × 25)
الهيكل التصميمي لغلاف العلبه	الغلاف هو عبارة عن نقوش على الخشب في غطاء العلبه، حيث استخدم فيه الخط العربي الأصيل عبارة " رمضان كريم" على

<p>شكل هلال رمضان بالإضافة الى استخدامه زخرفة بسيطة لخلق الحركة وإعطاء تناغم للغلاف وذلك بالاعتماد على التكرار والتباين للعنصر الزخرفي النباتي الوحيد "أوراق الأشجار» الذي اعطى شكل جمالي مميز وبسيط لغلاف العلبه</p>	
<p>صورة رقم 23: العناصر المكونة لغلاف العلبه</p>  <p>المصدر: صورة مأخوذة من العلبه السابقه</p>	<p>الوحدة الوحدات المشكلة لغلاف العلبه</p>
<p>الخط العربي: تتميز الخطوط او الكتابات العربية بالاتصال الذي أعطاها ميزة اكتساب اشكال هندسية مختلفة مثل الشكل الموضح على غلاف العلبه انا وهو الكتابة على شكل هلال رمضان حيث تحقق ذلك من خلال خصائص الخط العربي وهي المد والاستدارة والتشابك، التداخل والتركيب " فالخطوط العربية من أرقى وأجمل الخطوط وأعظمها فهو فن ديني مقدس "1 وهذا ما ربطه المنتج حيث ربطوا المنتج بشهر رمضان الكريم</p> <p>الزخرفة: في تصميم غلاف العلبه استخدم المصمم الزخرفة النباتية التي اخذت شكل هندسي عند تصميمها لتعطي شكل جمالي مميز فالزخرفة تعطي طابع إسلامي مميز، كما ان الزخرفة النباتية ترمز للطبيعة والجمال فلا يوجد جمال اغنى من جمال الطبيعة</p>	<p>الدلالات الرمزية المشكلة لغلاف العلبه</p>

¹- جمعة سمر، حسن رشا (2016)، " القيم الجمالية للكتابات والخطوط العربية والاستفادة منها في تصميم زجاج العمارة الداخلية"، مجلة العمارة والفنون، ع4، مصر، جامعة حلوان، ص 9،8

<p>صورة رقم 24: لوحة الألوان المكونة للعبة</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 10px;"> <div style="width: 30px; height: 30px; background-color: #111242; margin-right: 10px;"></div> <div> <p>#111242 أزرق</p> </div> </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 30px; height: 30px; background-color: #FFFFFF; border: 1px solid black; margin-right: 10px;"></div> <div> <p>#FFFFFF أبيض</p> </div> </div> </div> <p>المصدر: صورة من اعداد الطالبتين باستخدام برنامج photoshop cc</p>	<p>الألوان</p>
<p>اللونين الأبيض والأزرق دلالة روحية للحضارة العربية الإسلامية، فالأزرق هو الاطمئنان والهدوء والسكينة والأبيض هو النقاء والصفاء وباجتماع اللونين يظهر الإحساس بالحركة وإحياء المساحة وذلك من خلال تباين اللونين الفاتح والغامق الذي عمل على خلق توازن بين الألوان في غلاف اللعبة</p> <p>" فالأزرق الغامق عادة ما يشير الى الإنجاز والعزيمة " 1</p>	<p>الدلالات الرمزية للألوان</p>

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مجموعة من المصادر

- تحليل النموذج الثاني
- بطاقة تقنية حول النموذج

جدول رقم 04: بطاقة تقنية حول المنتج

فرنسا	البلد
مربع	شكل اللعبة
Cash shopping 04 90 10 19 95	اسم المؤسسة ومعلومات الاتصال

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مجموعة من المصادر

¹ -بيرين فيبر، (2017)، "الألوان والاستجابات البشرية"، مختار صافية(ترجمة)، المملكة المتحدة، مؤسسة هنداوي، ص156




صورة رقم 25: نموذج مختار من علب تغليف الحلوى

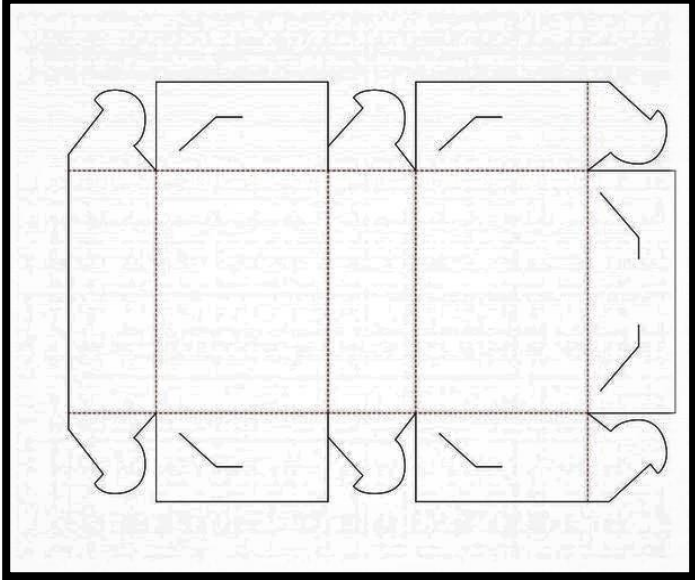


المصدر: الموقع الالكتروني Cash shopping

جدول رقم 05: تحليل نموذج من علبه التغليف الحلويات

نوع العلبه	علبه تقديم حلويات فرنسيه (pâtisseries)
الخامه	ورق كونسون غذائي
القياسات	cm (8 × 22× 22)
الألوان	صورة رقم 26: لوحه الألوان المكونه للعبه  المصدر: صورة من اعداد الطالبين باستخدام برنامج photoshop cc



<p>اللون البنّي: هو اللون الأكثر شيوعا في تغليف الكرتون ، " والبنّي هو لون مادي يرتبط بالأمان و التحفظ و في اغلب الأحيان هو اللون الأقل تفضيلا بين الألوان و قد يعتبر هذا إشارة جيدة على الاستقلالية وعلى الرغبة في التفرد "1</p>	<p>الدلالة الرمزية للون</p>
<p>صورة رقم 27: رسم تخطيطي لشكل اللعبة</p>  <p>المصدر: صورة من اعداد الطالبتين بواسطة برنامج illustrator</p>	<p>الرسم التخطيطي للعبة</p>

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مجموعة من المصادر

3-مراحل تصميم المشروع الفني:

3-1 تصميم شعار للمؤسسة:

- **فكرة الشعار:** ولان موضوعنا متعلق بالزخرفة النباتية، وكما نعلم هي مجموع وحدات نباتية من أزهار وأوراق، براعم بالإضافة الى ان حدود دراستنا المكانية تتوقف في مدينة قسنطينة، ومنه فأن فكرة الشعار جاءت استلهام من وحدات زخرفية.
- **الاسم التجاري:** اخترنا اسم للمشروع مستلهم من زهرة النارج أو زهرة الأورنج والتي يتم تقطيرها للحصول على ماء زهر المستخدم في صناعة الحلويات القسنطينية بالإضافة الى كونه وحدة من وحدات الزخرفة النباتية.

3-2 تنفيذ الشعار

- مرحلة التخطيط الاولي

1-نفس المرجع السابق، ص 157



صورة رقم 28: مراحل الأولية لتصميم الشعار

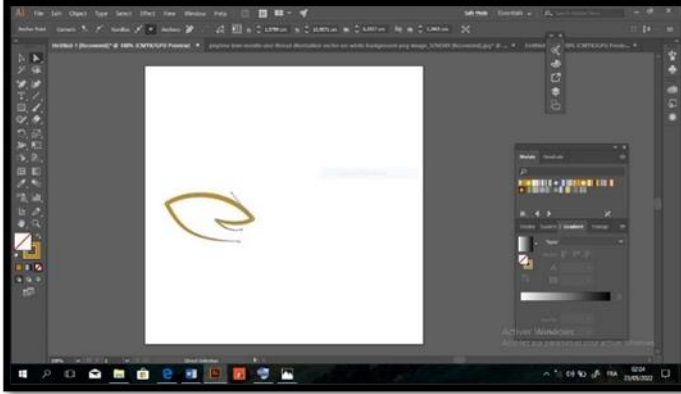


المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على الرسم

- مرحلة التنفيذ ببرامج الانفوغرافيا



صورة رقم 29: مراحل تنفيذ الشعار ببرامج الانفوغرافي



المصدر: لقطة شاشة مأخوذة من حاسوب الطالبتين أثناء انجاز العمل



- الشعار بشكله النهائي

صورة رقم 30: الشعار في وضعيته الاساسيتين (طولي و عرضي)



المصدر : عمل منجز من طرف الطالبتين ببرنامج Illustrator



صورة رقم 31: الشعار على مختلف الخلفيات شائعة الاستخدام



المصدر : عمل منجز من طرف الطالبتين ببرنامج Illustrator



صورة رقم 32: الشعار على مختلف الخلفيات شائعة الاستخدام



المصدر : عمل منجز من طرف الطالبتين ببرنامج Illustrator



- بطاقة تقنية حول تصميم الشعار

جدول رقم 06: بطاقة تقنية حول الشعار

اللغة المستخدمة	فرنسية
نوع الخط المستخدم	Eras demi ITC Myriad pro STV font
حجم الخط المستخدم	90 pt 34 pt
اللون المستخدم	Gold radial
لوحة الألوان الأساسية والقيم اللونية	صورة رقم 33: لوحة الألوان الأساسية للشعار  المصدر : عمل منجز من طرف الطالبتين ببرنامج Illustrator

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مجموع من المصادر والبرامج

- تطبيقات الهوية البصرية: تعد تطبيقات الهوية البصرية شيء أساسي في الترويج للمنتج او الشعار حيث كلما كانت تطبيقات الهوية كثيرة كلما ترسخت في عقل المستهدف أكثر. وعليه قدمنا مجموعة من تطبيقات الهوية البصرية للشعار



- تطبيقات عرض الشعار

صورة رقم 34: نماذج تطبيقية لكيفية استخدام الهوية البصرية





3-3 مراحل تصميم غلاف التعليب للمشروع

- مرحلة الرسومات السريعة للعبة 1

الجدول رقم 07: جدول توضيحي يمثل فكرة التصميم والمراحل الأولية لإنجازه


الوحدة	المخطط	فكرة التصميم
الجزء العلوي للعبة - الغطاء -	صورة رقم 35: رسم اولي لشكل اللعبة 	جاءت فكرة التصميم على شكل ثماني الاضلاع وبزخرفة نباتية مع توظيف اللونين الفضي والذهبي وذلك للاقتراب من إيصال صورة ذهنية للصينية النحاسية المستلهم الفكرة منها
	المصدر: عمل منجز من طرفا لطالبتين بواسطة مبادئ الرسم	
الجزء السفلي للعبة	صورة رقم 36: رسم اولي لشكل اللعبة 	يكون الشكل بنفس شكل الغطاء لكن جوهر الفكرة هنا في تصميم الجزء السفلي على شكل صينية لتحمل الحلويات التقليدية وبهذه الفكرة نكون واكبنا تطور والتقديم في العلب بالإضافة الى احياء التراث والزخرفة والتذكير بتقاليدنا
	المصدر: عمل منجز من طرفا لطالبتين بواسطة مبادئ الرسم	

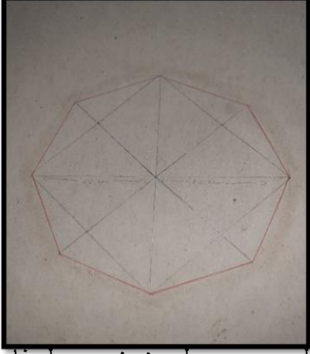
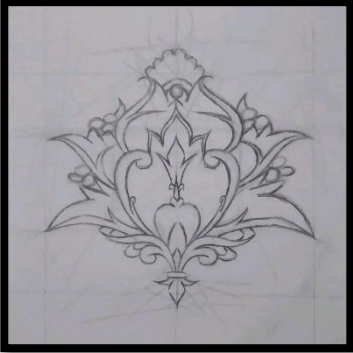
<p>هي اهم عنصر في الموضوع وجاءت الفكرة لإحيائها من خلال استخدام مبادئ الرسم والوحدات الزخرفية النباتية والتكرار للوصول الى الزخرفة المنقوشة في الصناعات النحاسية</p>	<p>صورة رقم 37: رسم اولي لشكل العلبة</p>  <p>المصدر: عمل منجز من طرفا لطلابيتين بواسطة مبادئ الرسم</p>	<p>الزخرفة</p>
--	---	----------------

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مبادئ الرسم ومجموع أفكار

- مرحلة الرسومات السريعة للعلبة 2

الجدول رقم 08: جدول توضيحي يمثل فكرة التصميم والمراحل الأولية لإنجازه

فكرة التصميم	المخطط	الوحدة
<p>جاءت فكرة التصميم على شكل ثماني الاضلاع وبزخرفة نباتية مع توظيف اللونين الفضي والذهبي وذلك للاقتراب من إيصال</p>	<p>صورة رقم 38: رسم اولي لشكل العلبة</p> 	<p>الجزء العلوي للعلبة - الغطاء -</p>

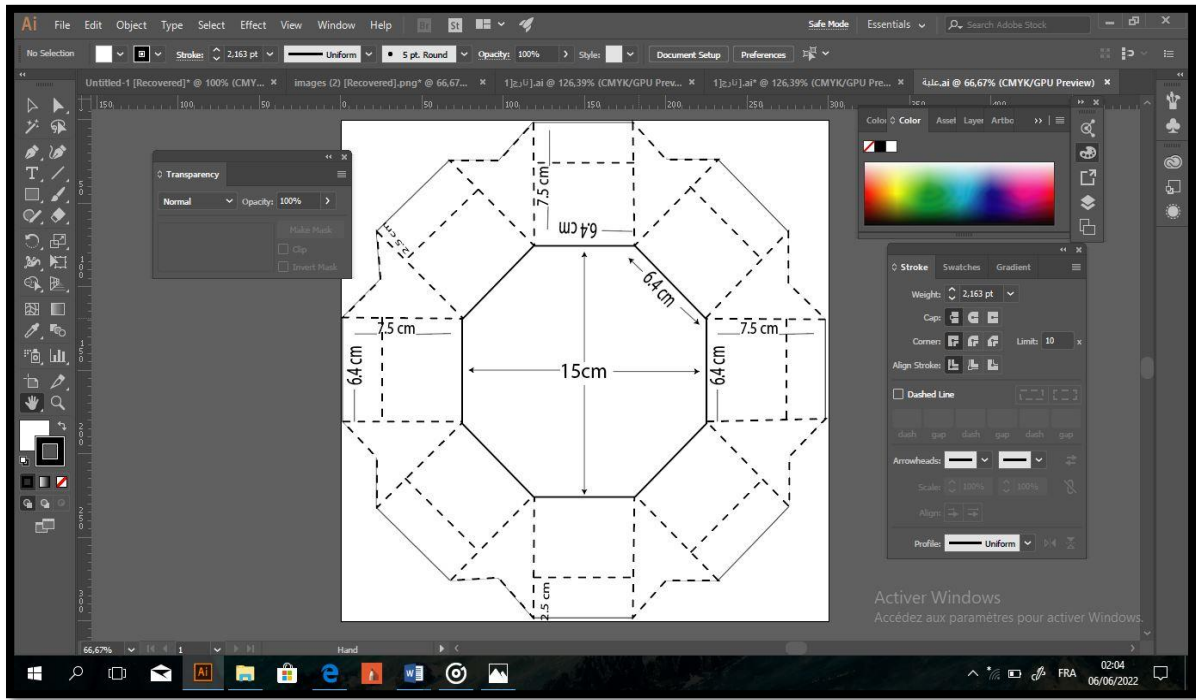
<p>صورة ذهنية للصينية النحاسية المستلهم الفكرة منها</p>	<p>المصدر: عمل منجز من طرفا لطالبتين بواسطة مبادئ الرسم</p>	
<p>بكون الشكل بنفس شكل الغطاء لكن جوهر الفكرة هنا في تصميم الجزء السفلي على شكل صينية لتحمل الحلويات التقليدية وبهذه الفكرة نكون واكبنا تطور والتقديم في العلب بالإضافة الى احياء التراث والزخرفة والتذكير بتقاليدنا</p>	<p>صورة رقم 39 : رسم اولي لشكل العلبة</p>  <p>المصدر: عمل منجز من طرفا لطالبتين بواسطة مبادئ الرسم</p>	<p>الجزء السفلي للعلبة</p>
<p>هي اهم عنصر في الموضوع وجاءت الفكرة لإحيائها من خلال استخدام مبادئ الرسم والوحدات الزخرفية النباتية والتكرار للوصول الى الزخرفة المنقوشة في الصناعات النحاسية</p>	<p>صورة رقم 40: زخرفة أولية لشكل غلاف العلبة</p>  <p>المصدر: عمل منجز من طرفا لطالبتين بواسطة مبادئ الرسم</p>	<p>الزخرفة</p>

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مبادئ الرسم ومجموع أفكار

- مرحلة استخدام برامج الإنفوغرافيا لغلاف العلبة الأولى:

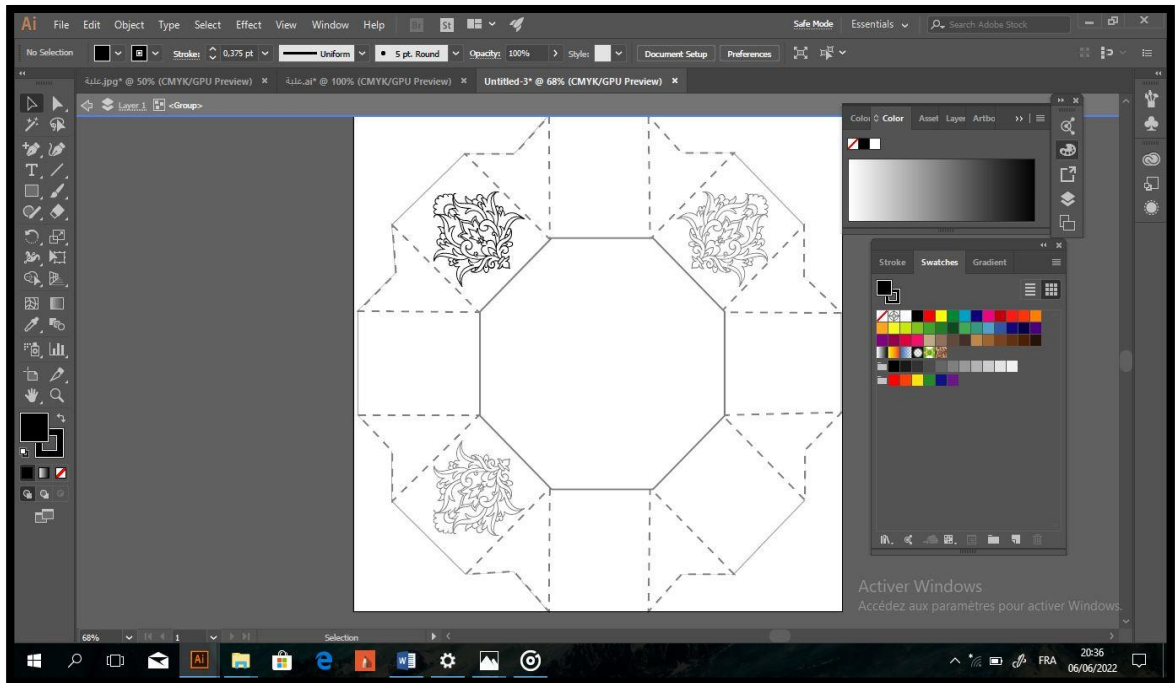


صورة رقم 41: مرحلة انجاز العمل ببرامج الانفوغرافيا



المصدر: لقطة شاشة مأخوذة من حاسوب الطالبين أثناء انجاز العمل

صورة رقم 42: مرحلة انجاز العمل ببرامج الانفوغرافيا

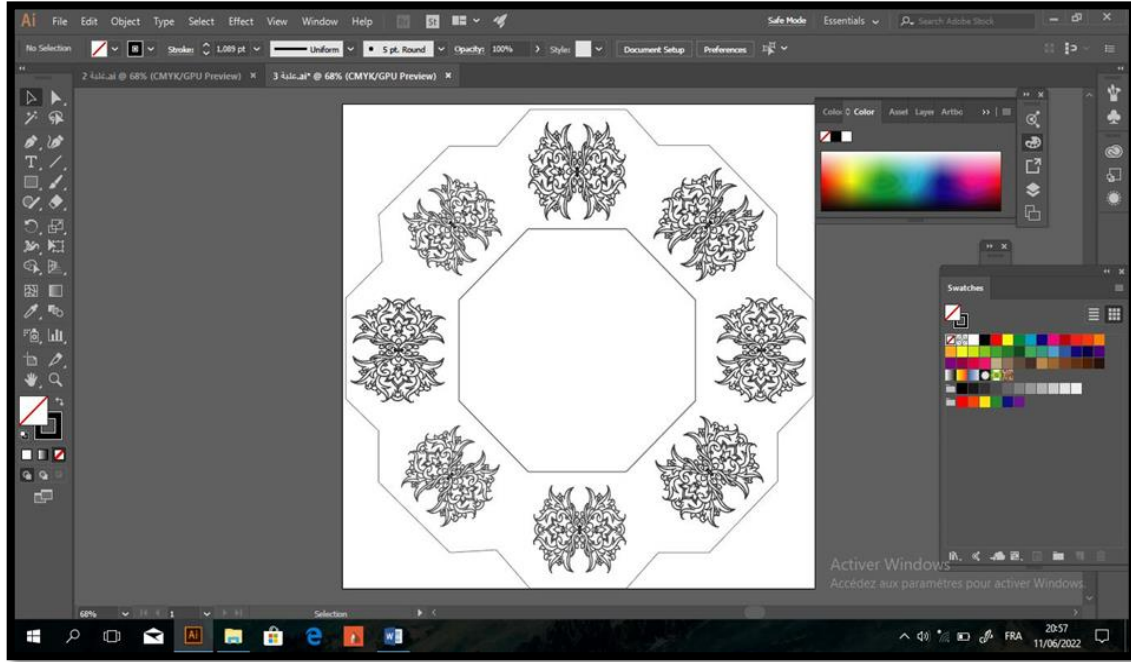


المصدر: لقطة شاشة مأخوذة من حاسوب الطالبين أثناء انجاز العمل



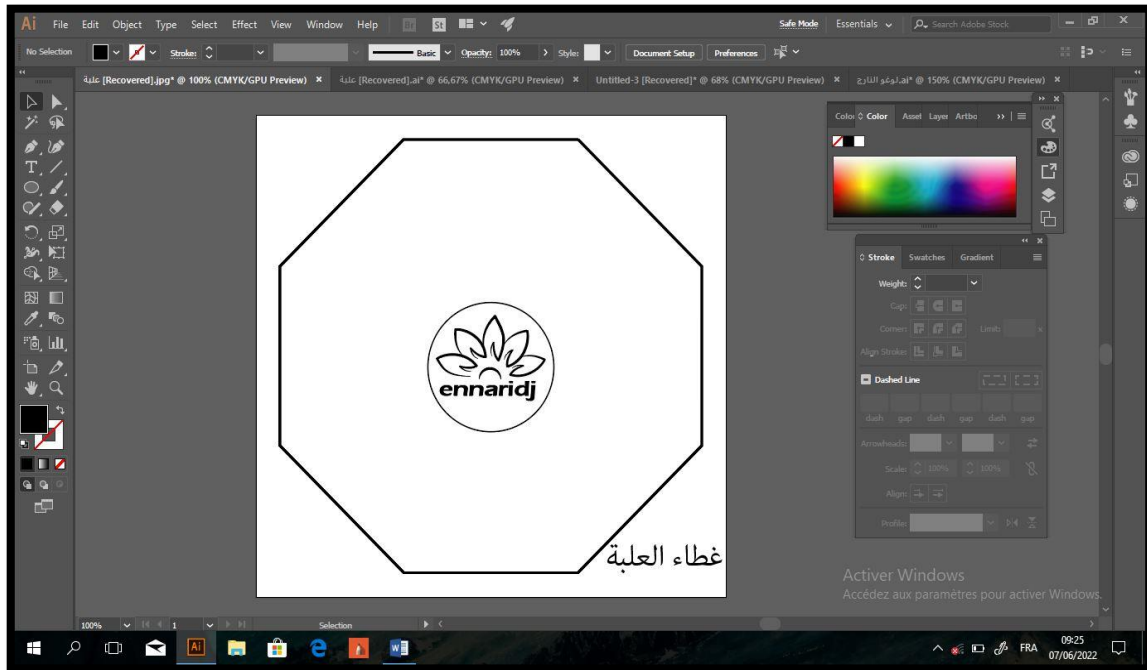
- مرحلة استخدام برامج الانفوغرافيا لغلاف اللعبة الثانية:

صورة رقم 43: مرحلة انجاز العمل ببرامج الانفوغرافيا



المصدر: لقطة شاشة مأخوذة من حاسوب الطالبتين أثناء انجاز العمل

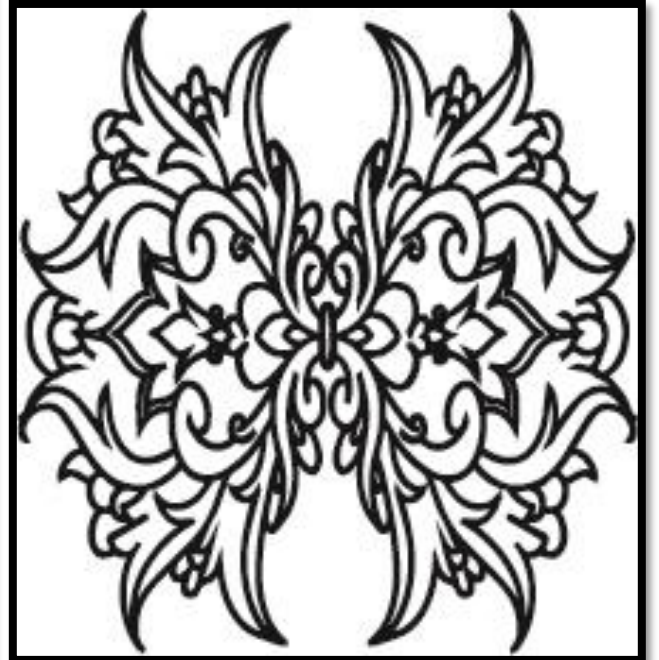
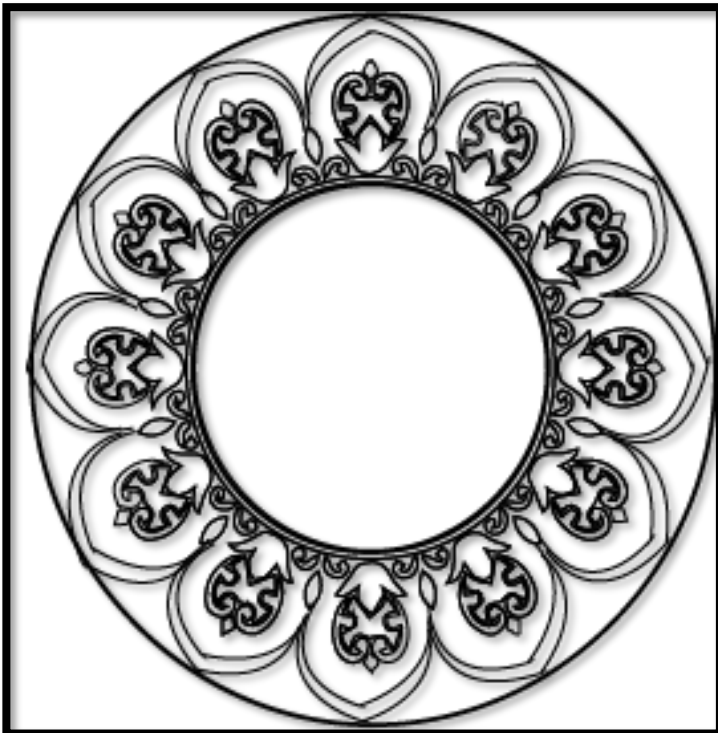
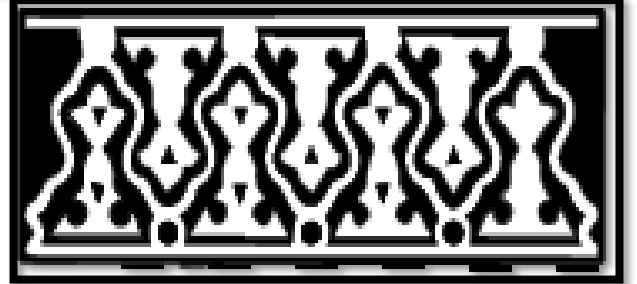
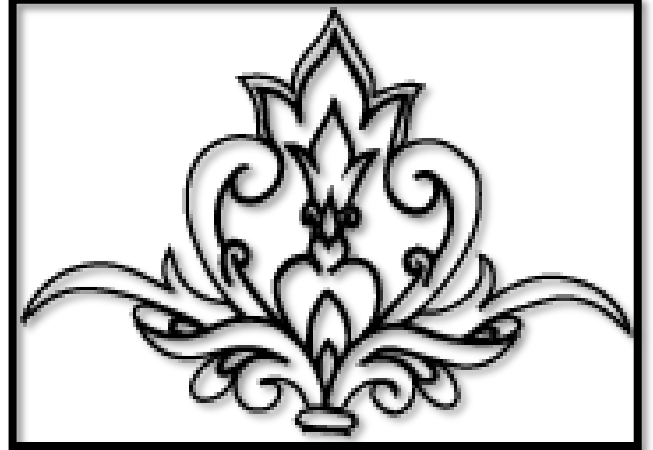
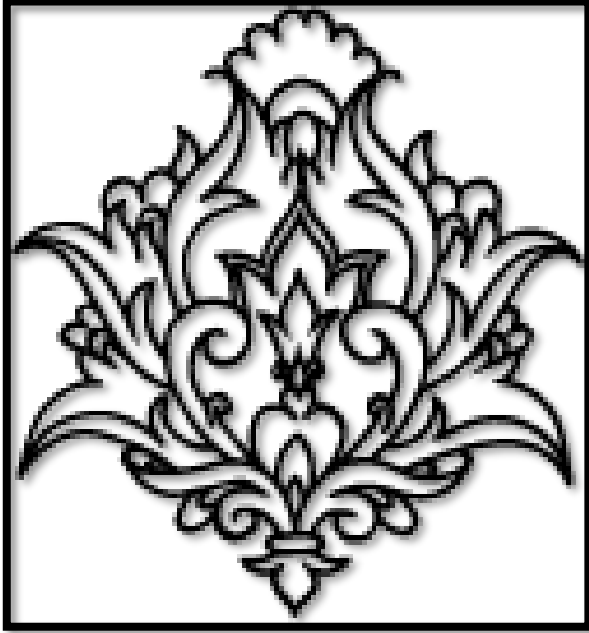
صورة رقم 44: مرحلة انجاز العمل ببرامج الانفوغرافيا



المصدر: لقطة شاشة مأخوذة من حاسوب الطالبتين أثناء انجاز العمل

- الوحدات الزخرفية المشكلة

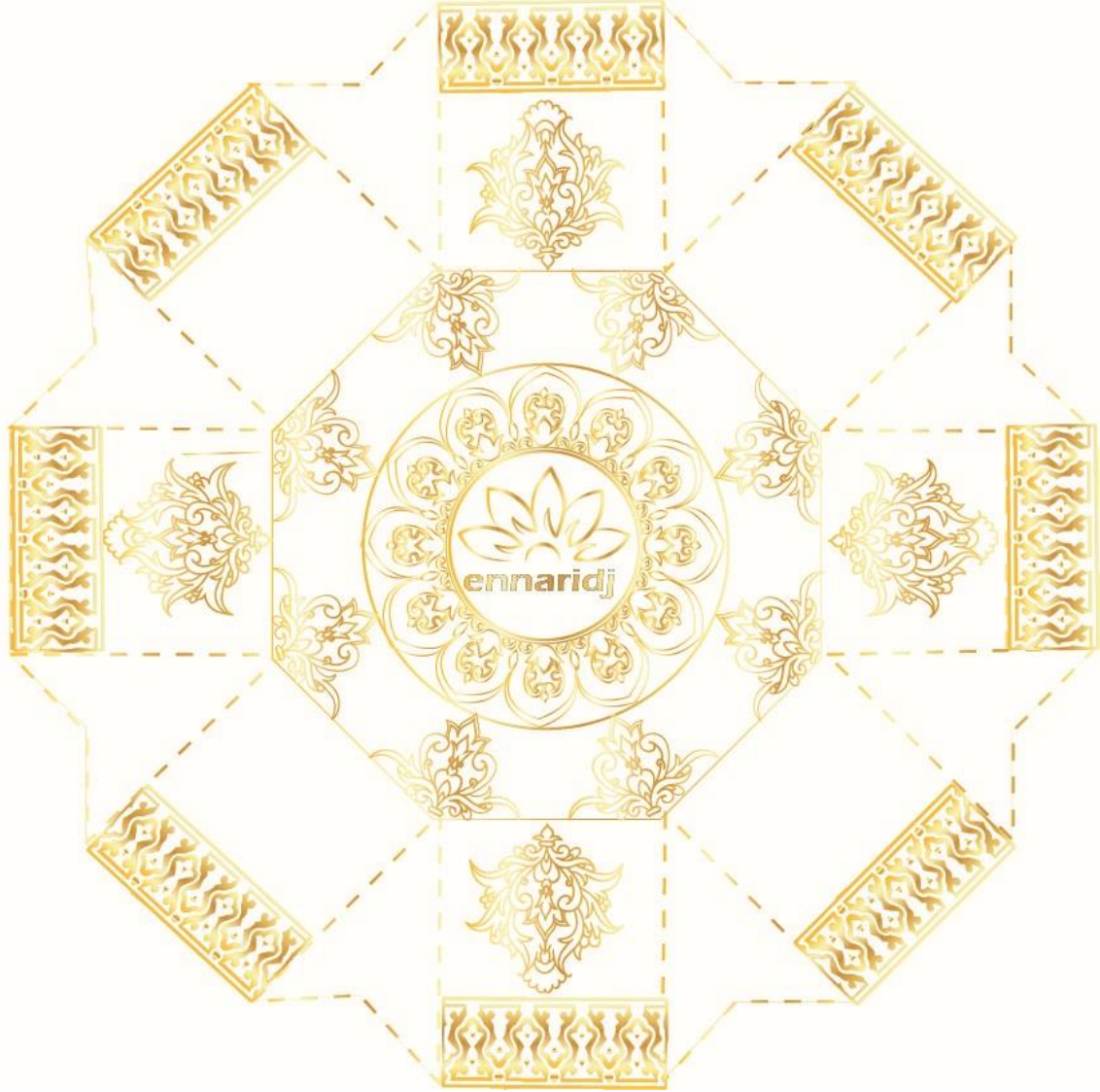
صورة رقم 45: الرسوم الزخرفية المشكلة لأغلفة العلب



المصدر: عمل فني منجز من طرف الطالبتين بواسطة التصميم الزخرفي وبرنامج illustrator

4- عرض المشروع الفني في شكله النهائي

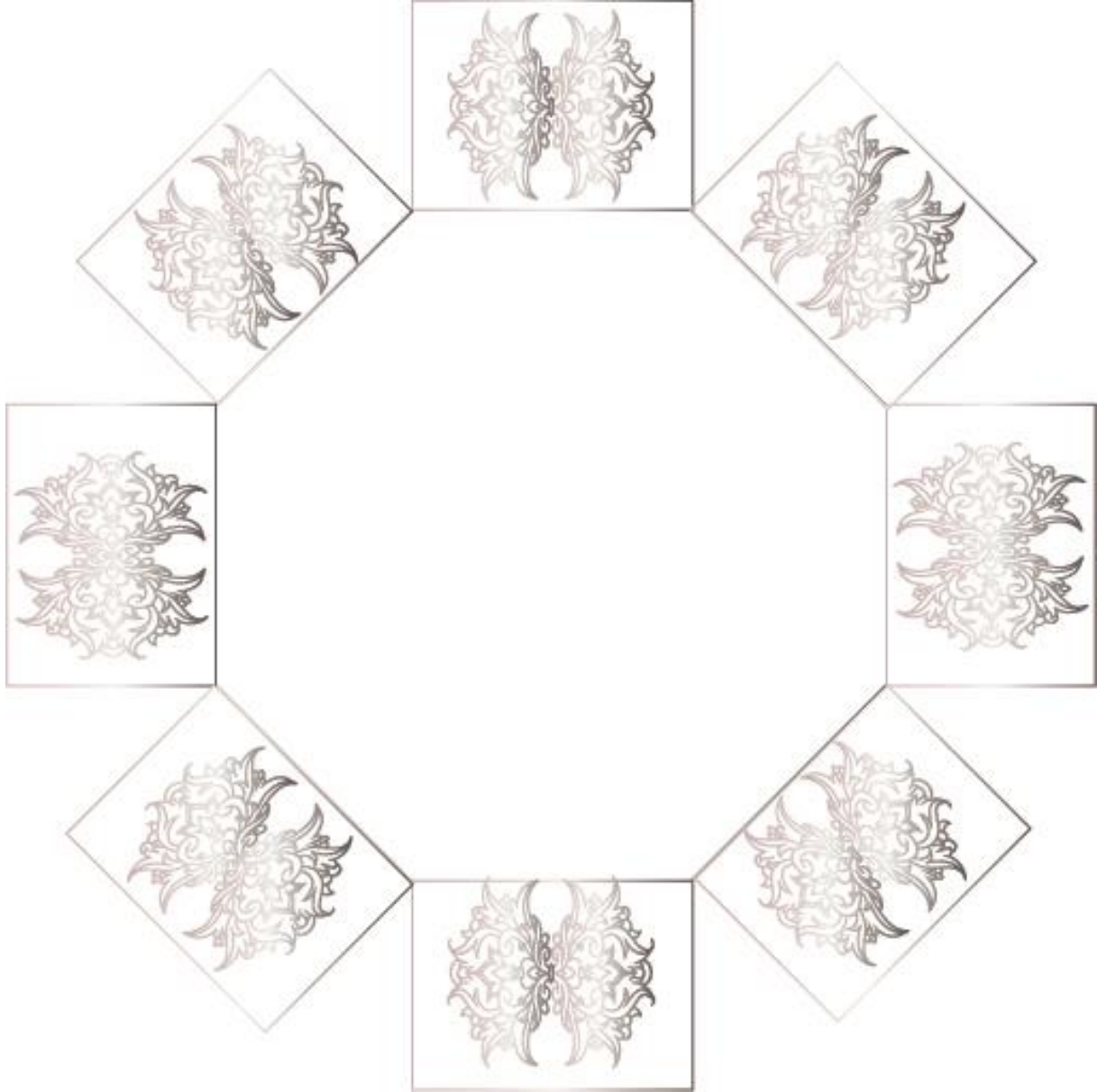
صورة رقم 46: عرض غلاف العلبة في شكله النهائي



المصدر: صورة ملتقطة بهاتف الطالبين لعرض الغلاف شكله النهائي

(غلاف العلبة الواقعي يعرض يوم المناقشة)

صورة رقم 47: عرض غلاف العلبة في شكله النهائي



المصدر: صورة ملتقطة بهاتف الطالبتين لعرض الغلاف يكله النهائي

(غلاف العلبة الواقعي يعرض يوم المناقشة)

1-4 بطاقة تقنية حول غلاف العلبة الأولى:

جدول رقم 09: يمثل بطاقة تقنية لغلاف العلبة



نوع العبة	عبدة حلويات قسنطينية
القياسات	cm (7.5 × 15 × 15)
الخامة	PAPIER GRIS BLANC PAPIER OTAUCOLAN
الألوان	ابيض + ذهبي + فضي
اسم المؤسسة	ennaridj

المصدر: من اعداد الطالبتين

2-4 بطاقة تقنية لغلاف العبة الثانية:

جدول رقم 10: يمثل بطاقة تقنية لغلاف العبة

نوع العبة	عبدة حلويات قسنطينية
القياسات	cm (7.5 × 15 × 15)
الخامة	MDF
الألوان	ذهبي + فضي
اسم المؤسسة	ennaridj

المصدر: من اعداد الطالبتين

5- الأساليب الترويجية للمشروع:

بالنسبة الى مرحلة تسويق عملنا الفني اعتمدنا اختيار خطة ترويجية بسيطة تهدف الى التعريف بمؤسستنا، وذلك بالتعامل مع تجار بيع تجهيزات العروس وتجار بيع المواد



الغذائية لصنع الحلوى والكعك حيث يكون عقد بالبيع بالجملة لمنتجنا الفني والشحن والتوصيل المجاني الى كل متجر.

صورة رقم 48: أحد أساليب الترويج للمشروع عن طريق شحن السلعة وتوصيلها



المصدر: صورة من اعداد الطالبتين باستخدام برنامج photoshop cc

1-5 ترويج المشروع الفني في مواقع التواصل الاجتماعي:



صورة رقم 49: أساليب الترويج للمشروع عن طريق الفيسبوك



المصدر: لقطة شاشة لصفحة الفيسبوك الخاصة بالمشروع مأخوذة من طرف الطالبتين



2-5 تصميم code QR خاص بصفحة الفيسبوك:



"في السنوات الأخيرة اعتمدت العديد من المؤسسات استخدام الرموز الشريطية ثنائية الأبعاد والمعروفة أيضا باسم رموز QR رمز الاستجابة السريعة، مثل عناوين URL التي يمكن قراءتها بواسطة الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية الرقمية والأجهزة الإلكترونية الأخرى وتتمثل فائدتها الرئيسية في ان مستخدمي الهواتف الذكية يتم اعفاؤهم من مهمة شاقة المتمثلة في الكتابة والبحث للوصول الى المعلومات، وقد انتشر استخدام رموز سريعة الاستجابة في بيئة التسويق والإعلان للمتاجر والمحلات التجارية " ¹.

¹-أراجيك، (تاريخ تصفح الموقع: 04 جوان 2022)، "كل ما تريد معرفته عن رمز الاستجابة السريعة QR"، متاح على رابط URL التالي: <https://www.arageek.com/tech>



3-5 تصميم بطاقة زيارة خاصة بالمؤسسة :carte visite


صورة رقم 51: تصميم بطاقة زيارة خاصة بالمشروع في إطار الترويج



المصدر: عمل منجز من طرف الطالبتين ببرنامج illustrator

- بطاقة تقنية خاصة بالبطاقة:

الجدول رقم 11: بطاقة تقنية خاصة ببطاقة الزيارة

بطاقة زيارة	نوع البطاقة
<p>صورة رقم 52: لوحة الألوان الأساسية للشعار</p>  <p>المصدر: عمل منجز من طرف الطالبتين ببرنامج Illustrator</p>	الألوان
	الخامة المستخدمة في الطباعة
Adobe illustrator cc 2017	البرنامج المستخدم



cm 85 × 55	القياسات
Minion pro	نوع الخط

المصدر: من اعداد الطالبتين

الهوية البصرية الخاصة بالبطاقة

صورة رقم 53: الهوية البصرية لبطاقة الزيارة الخاصة بالمشروع



المصدر: صورة من اعداد الطالبتين باستخدام برنامج photoshop cc

6- عرض نتائج المشروع الفني:

ليكون هناك تكامل وتطابق بين كل من الجانب التطبيقي والجانب النظري للدراسة وجب عرض نتائج المشروع الفني في ضوء الدراسات السابقة، و الفرضيات و كذلك المقاربات النظرية و سناقش ذلك فيما يلي:

1-6 في ضوء الدراسات السابقة:

ان الدراسات التي وظفناها في دراستنا التي جاءت بعنوان " توظيف فن التغليف في الترويج للتراث الثقافي وذلك عبر تصميم علب حلوى قسنطينية بالزخرفة النباتية هي عبارة عن دراسات مشابهة فقط لموضوعنا في احد المتغيرات، حيث كل الدراسات لم تنطرق الى توظيف فن التغليف للترويج للتراث الثقافي باستخدام الزخرفة النباتية كما ركزنا عليه نحن في دراستنا، وهذا ما جعل استفادتنا في الجانب التطبيقي تنحصر في توظيف بعض الجوانب في الجانب النظري من البحث الخاص بنا، وعليه فإن نتائج الجانب التطبيقي من الدراسة الخاصة بمشروعنا مختلفة تماما عن نتائج كل من دراسة " جماليات الزخرفة النباتية المنفذة على التحف المعدنية في متحف العتبة الحسينية المقدسة لضياء الدين احمد عبود " و دراسة " تهاني ناصر و وجدان محمد - احياء تراث باستخدام وحدات زخرفية مستوحات من زخارف السدو التقليدية و الخط الكوفي في تصميم الأزياء " و دراسة " MEDELICI RAZIA – L'IMPACT DU PACKAGING SUR LA DÉCISION D'ACHAT " وعليه يمكننا القول ان نتائج دراستنا في الجانب التطبيقي هي من بين الدراسات الأولى من نوعها في مجال تخصصنا فن الاشهار، وتبقى حسب حدود اطلاعنا.

2-6 في ضوء الفرضيات

- الفرضية الرئيسية: يمكن الترويج للتراث الثقافي القسنطيني من خلال تغليف علب حلوى بالزخرفة النباتية
- تبين لنا من خلال دراستنا اثبات صحة هذه الفرضية، حيث قمنا بنقل الزخرفة النباتية الى تغليف علب الحلوى القسنطينية المصممة من طرفنا، إذ ان التصاميم الزخرفية المنجزة على الاغلفة تعكس التراث اللامادي الجزائري والقسنطيني خاصة، كما ان توظيفنا للونين الفضي والذهبي يعطي صورة ذهنية اقرب لتذكر احد ثقافتنا و تراثنا الأصيل
- فرضية الأولى: "يمكن استعمال التصميم الزخرفي في تغليف المنتجات المحلية "
- من خلال تجسيد مشروعنا الفني، اثبتت صحة هذه الفرضية وذلك من خلال استخدام وتوظيف التصميم بالزخرفة وترتيب عناصر المكونة للتصميم

بحيث يكون هذا التصميم وظيفيا وجماليا من خلال استخدامنا لعناصر واسس الزخرفة والتصميم من اجل إيصال فكرة وتحقيق هدف محدد من قبل المصمم وهذا ما تجسد في مشروعنا الفني وعليه فإن الفرضية تحققت

- **الفرضية الثانية:** " تعد الزخرفة النباتية الأنسب لتصميم غلاف علب الحلوى القسنطينية "

من خلال اجراء المقابلة مع أصحاب الصناعات النحاسية جاءت اهم نتائجها ان الزخرفة النباتية هي الأكثر استخداما في النقش على النحاس وهي تمثل الهوية الإسلامية، وحسب الدراسة النظرية فإن الزخرفة النباتية هي تراث لا مادي يمثل الهوية و الثقافة الجزائرية و قسنطينية خاصة كونها ولاية لازالت محافظة على حرفت الصناعات النحاسية، إن انجاز الجانب التطبيقي لأغلفة علب الحلويات القسنطينية اعطى روح جديدة للزخرفة وأحيائها، وعليه فإن الفرضية تحققت.

- **الفرضية الثالثة:** استخدام اللونين الفضي والذهبي يعكس جمالية غلاف العلبه ويعطي معاني ذات صلة بالهدف الرئيسي للتصميم

من خلال دراستنا، أثبتنا ان هذه الفرضية صحيحة من خلال انجاز المشروع او اغلفة العلب باللونين حيث اعطوا جانب جمالي للغلاف كما اثبتت هذه الفرضية كون اللونين الفضي والذهبي هوما اللونين الأساسيين في الصناعات النحاسية وتوظيفهما أقرب لإيصال فكرة مشروعنا وهدفنا الرئيسي منه.

3-6 عرض النتائج في ضوء المقاربات النظرية:

سنحاول فيما يلي إبراز وظيفة المقاربات النظرية التي وظفناها في دراستنا من خلال مناقشة مبادئها في ضوء عناصر المشروع الفني المنجز (تصميم اغلفة علب حلويات قسنطينية)

- عرض النتائج في ضوء العمل الفني الأول والثاني:

من خلال تصميم الغلاف الأول والثاني تحققت كل من نظرية التلقي في الفن ونظرية الجشطالتيه، وهو ما يبرز صلاحية هذين النظريتين ميدانيا عندما يتعلق الامر بتصميم اغلفة علب حلويات قسنطينية الموجه للمجتمع المحلي حيث:

- حيث يشترك وينفاعل المتلقي مع اغلفة العلب على انه عمل فني يذكره بتراثه الثقافي وبانتمائه الإسلامي حين يلاحظ الزخرفة على الاغلفة، كما انه يشارك في عملية التلقي من خلال تقديمه مختلف الحلويات التقليدية في العلب لإبراز عاداته وثقافته وتراثه والتمتع بجماليتها.



- تظهر النظرية الجشطالتية في تصميم الاغلفة وظفنا جل المبادئ الستة التي تعتمد عليها ، حيث وظفنا التشابه في تكرار الوحدات الزخرفية أو توظيف تشابه الاشكال على اغلفة العلب ، الاستمرارية وظفت في ترتيب الاشكال او الزخرفة على مسار واحد متتابع و أن الاشكال الزخرفية مرتبطة فيما بينها، كما وظفنا الشكل والخلفية وذلك من خلال توظيف الاشكال الزخرفية بشكل متباين فيلاحظ المتلقي الاشكال التي في المقدمة والتي في الأسفل باستخدام عقله، التناظر والنظام ويلاحظ المتلقي ذلك من خلال ادراكه الاشكال المنتظمة الموظفة وهي الدائرة حيث يلاحظ و يدرك الاشكال الموضحة في الغلاف وفي الأخير وظفنا الاغلاق في تصميم الاشكال مرتبطة ببعضها البعض.



خلاصة

كان الهدف من انجاز هذا الفصل هو انجاز أعمال فنية متمثلة في تصميم أغلفة حلويات قسنطينية بالزخرفة النباتية التي تهدف الى الترويج للتراث الثقافي، فعليه جمعنا تغليف علب الحلويات في الافراح الذي ظهر مؤخرا والزخرفة النباتية على الصينيات النحاسية التي هي تراث قديم وثقافة خاصة بنا.

وهذا يعكس ما يتطلبه الترويج للتراث الثقافي من جهد كبير ومواكبة ما هو موجود حاليا في الأسواق، وهذا ما جعلنا نقوم بدراسة حول ونسلط الضوء على كل من التراث والتغليف اللذين لم يأخذا حقهما في البحوث العلمية رغم اهميتهما الكبيرة في كل من التسويق والترويج للتراث الثقافي.



خلاصة

كان الهدف من انجاز هذا الفصل هو انجاز أعمال فنية متمثلة في تصميم أغلفة حلويات قسنطينية بالزخرفة النباتية التي تهدف الى الترويج للتراث الثقافي، فعليه جمعنا تغليف علب الحلويات في الافراح الذي ظهر مؤخرا والزخرفة النباتية على الصينيات النحاسية التي هي تراث قديم وثقافة خاصة بنا.

وهذا يعكس ما يتطلبه الترويج للتراث الثقافي من جهد كبير ومواكبة ما هو موجود حاليا في الأسواق، وهذا ما جعلنا نقوم بدراسة حول ونسلط الضوء على كل من التراث والتغليف اللذين لم يأخذا حقهما في البحوث العلمية رغم اهميتهما الكبيرة في كل من التسويق والترويج للتراث الثقافي.