

التضاد اللوني في الأغلفة المطبوعة لمنتجات شركة بغداد للمشروبات الغازية ⁺

CONTRAST COLOR IN THE PRINTED VOLUMES OF THE COMPANY'S BAGHDAD SOFT DRINKS

إسماعيل إبراهيم العبيدي **

نادية خليل إسماعيل *

المستخلص :

أستهدف البحث الإجابة عن السؤال الآتي :-

((هل تعكس أغلفة منتجات شركة بغداد للمشروبات الغازية من خلال التضاد اللوني لأغلفتها الطابع العراقي المحلي ، وهويته وخصوصيته)) ، ولغرض تحقيق هدف البحث أتبع المنهج الوصفي التحليلي في تحليل تصاميم الأغلفة المختارة (الببسي كولا ، والسفن آب ، والميرندا) في ضوء استمارة تحليل صممت لهذا الغرض ، وكانت من أهم النتائج التي تم التوصل إليها :-

١. يوضح التضاد اللوني عن معنى عام ، ولم يفصح عن معنى خاص .

٢. لم يعكس التضاد اللوني في الأغلفة موضوع البحث الطابع العراقي وتنوعه وأهم ما أمكن استنتاجه:-

أ- أن التصاميم المذكورة جاءت غريبة عن واقعنا وارثنا الحضاري لكونها امتياز لشركة غربية بقصد ترويج منتجاتها.

ب- عدم فسح المجال للمصمم العراقي المبدع لوضع تصاميم أصيلة تمثل عراقيتنا ، وهذا يعني إقصاء وتهميش لطاقت المصمم العراقي .

Abstract:

The research aims at answering the Following question;

"Do the labels of the Products of Baghdad Pepsi Compang reflect turogh Labels Colors Contrast the Iraqi Local Properties and it Identity .To achieve this goal ,the research conduct the prescriptive analysis approach to analyse the Chosen Labels design (pepsi, seven up,merinda)and through the use of analyse Form made up for this purpose "

The most Importan results are:

- The colors contrast Show general meaning not the personal one .
- The colors contrast doesn't reflect the Subject of the research ,The Iraqi Proprieties and its varieties .

What can we conclude :

1. The mentioned designs are away From our country's reality and our heritage .Because they are Licensed From the Foreign companies and propagate their products.
- 2-Prevent the Innovator Iraqi designers to use his designs that represent our country and that means eliminate and put aside the activities and power of the Iraqi designers.

⁺ تاريخ استلام البحث ٢٠١٠/٨/٢ ، تاريخ قبول النشر ٢٠١١/٥/٣٠ .

^{*} مدرس مساعد/ كلية الفنون التطبيقية

^{**} استاذ مساعد/ كلية الفنون التطبيقية

المقدمة:

التضاد احد المبادئ التي بموجبها تتضم عناصر التصميم أو التكوين من (خط وشكل وقيمة وملمس ولون) و يشكل كل من التنوع والتضاد مفهومين مترادفين ، لهما دورهما في تحقيق الوحدة الجمالية في التكوين الفني أو التصميم ، الذي يتطلب وجود التنوع الذي يضيف قدرا من التشويق وإثارة الاهتمام . والتنوع أمر مضاد للتمائل، ويعتبر التضاد في حد ذاته تنوعا ، أي أن التضاد يخلق حتما التنوع في الشكل.

في ضوء هذه المترادفات تـبلورت **مشكلة البحث والحاجة إليه بـ** "التضاد اللوني في الأغلفة المطبوعة لمنتجات شركة بغداد للمشروبات الغازية"، حيث ان هذه المعطيات فيما يتصل بالتضاد جاءت ضمن تكوينات غريبة عن واقعنا وعاداتنا وتقاليدنا الأمر الذي أثار من خلاله عدد من التساؤلات تتصل بمقاصد المصمم الفنان ومدى صلتها بالتعبير الذي يرتبط بمستوى الفهم والإدراك من قبل المتلقي وهل ان كل تصميم يصلح لكل مكان وزمان . ونظرا لسعة الموضوع اختيرت أغلفة منتجات شركة بغداد للمشروبات الغازية لدراسة التضاد اللوني في تصاميمها ، ومدى صلتها بالواقع العراقي والمحلي وهويته وخصوصيته . وتجلت أهمية البحث في:-

١ - بيان دور التضاد اللوني في أغلفة المنتجات المختارة.

٢- يكتسب البحث أهمية خاصته ، إذ يعد نقدا مقارنا لأغلفة المنتجات موضوع البحث ومدى أصالتها.

واستهدف البحث الإجابة عن السؤال الآتي:-

"هل تعكس أغلفة منتجات شركة بغداد للمشروبات الغازية من خلال التضاد اللوني لأغلفتها الطابع العراقي المحلي وهويته وخصوصيته".

المبحث الأول:

لغرض تحقيق هدف البحث تم الاحتكام إلى المحاور النظرية:-

أولاً:- مفهوم التضاد في التصميم :-

[1 :هو تضاد الأشكال أو خليط من أشكال متعاكسة أو مثبتة معاكسة. [contrast]التضاد أو التباين الاختلاف أمر طبيعي في الأشياء، وأن التضاد (أو التعارض) الناتج منه يعطينا معنى .فالتباين بين الأمواج الطويلة أو القصيرة التي تصدم الأذن والعين يخلق الصوت واللون . وشعور الأصابع بالملابس ألناعمة والخشنة وبالحرارة والبرودة دليل على نبض الحياة . والتعارض أساس حركة الوجود يظـهر بوضوح في جميع الأعمال الفنية والتصميمية التي تمثل حياة الإنسان أن التعارض مهم كأهمية الوحدة في التصميم ، فالاختلاف يجلب الاهتمام والإثارة ويبث الحيوية و النشاط في التصميم . أن التكوين التصميمي بدون التعارض يصبح رتيبا و تافها . وأن وجود قدر من الاختلاف في أي تصميم هو أمر مـحتم وطبيعي . ويعني مقدار الاختلاف المطلوب في أي التصميم على طبيعة المصمم وحساسيته ، فبعض المصممين يحبذون ويميلون إلى التعارض الخفيف وآخرون يحبذون تعارض القوي[٢] .ومن أمثلة التضاد بنوعية:-

- التضاد في الخط.
- التضاد في الاتجاه.
- التضاد في الخط والاتجاه.

- التضاد في الشكل والمسطح.
- التضاد في الملمس والسطح.
- التضاد في اللون والشكل.
- التضاد في الشكل وقيمة النصوص والمسطح.
- التضاد في المسطح وقيمة النصوص.
- التضاد في اللون والمسطح والشكل وقيمة اللون. [١]

أن الاهتمام والإثارة الناتجين من التضاد يزدادان عند ما يكون التباين بين العناصر بمقادير مختلفة وكبيره. فمثلا عند استعمال الألوان الثلاثة الأصفر والأحمر والأزرق ، فإن الفاصلة بين الأحمر والأصفر في قرص التدرج تساوي الفاصلة بين الأصفر والأخضر، لذا يفضل استعمال الأحمر والأصفر المخضر والأخضر حيث تكون الفاصلة بين الأحمر والأصفر المخضر اكبر من الفاصلة بين الأصفر المخضر والأخضر وهكذا فإن استعمال الأسود والرمادي الوسط والأبيض يكون بفواصل متساوية وان التباين يكون اكبر عند استخدام الأسود والأبيض والرمادي الذي هو أعمق من الرمادي المتوسط والرمادي الخفيف وهكذا. [٣]

ونجد أن جمالية التصميم ترتبط بالقيم اللونية المتضادة ونوع الخامة المستخدمة والتي غالبا ما تتعدد ألوانها إلى جانب الجانب المهاري للمصمم والتقنية المستخدمة ،حيث أن (أسلوب التصميم بألوان وقيم تختلف ، [كما أنها قد تضيف علاقة جمالية خاصة بين 4 [باستخدام الألوان الزيتية أو المائية مثال) الأسس المستخدمة والعناصر من ناحية جذب الانتباه وإثارة اهتمام المتلقي للون معين سواء كان بالتضاد أو الشكل أو وضوحه معززا للتضاد اللوني .

مفهوم التضاد اللوني :

التضاد اللوني: هو تلك الظاهرة التي تزيد من اختلاف الألوان عن بعضها عند تجاورها . فعندما يتجاور لوانان مختلفان ، يكون التضاد هو الزيادة في درجة الاختلاف بينهما ، أي أن اللون الفاتح يبدو أفتح مما هو عليه فعلا ، وأن اللون الغامق يظهر أعمق مما هو ، ذلك ان الضوء هو نقيض الظل والأبيض هو نقيض الأسود .هذا هو التضاد في درجة اللون .كذلك التضاد في أصل اللون يظهر بين الألوان المختلفة أذا ما تجاورت ، فيحدث تغيرا في مظهرها البصري بدون تغيير تركيبها المادي بالمزج .هذا التغيير في المظهر سببه تكوين الهالات الشفافة المكملة التي تحدث داخل العين . [٣] ، [٥] .

والتضاد أيضا "اختلاف الشيء عن سائر الأشياء المحيطة به فهو يشد الأنظار إليه دون سواء ويكون جاذبا" للانتباه واستخدام التضاد في الإشكال التصميمية هو لإحداث درجة معينة من التوازن الذي يساعد على جذب الانتباه ، [٦].

والمصمم الناجع هو الذي يوظف هذه العوامل بما يرتبط والفكرة الأساس للتصميم وإخراج الناتج التصميمي للمنتج بما يحقق جذب انتباه المتلقي وإثارة اهتمامه وبالتالي تحقيق التواصل معه.

ثانيا- تضاد الألوان المتكاملة في (دائرة الألوان):-

وهي الألوان المتقابلة والمتضادة أي المتعاكسة على دائرة الألوان ، وكل لون من الألوان الثنائية المركبة يشكل لونا مكملًا للون الأساسي الثالث الذي لم يدخل في تركيبه وعلى النحو الآتي :

- الأخضر مكمل للأحمر
- البنفسجي مكمل للأصفر
- البرتقالي مكمل للأزرق [٧]

أن كل لون من الألوان الأساسية لا يمثل فقط المسطح من الورقة الذي وضعت عليه المادة الملونة ، ولكنه يمثل أيضاً اللون المكمل له والذي يحيط به، والعين تتخذ هذا الأجراء وتعادل الألوان القوية بألوان مكملة للتقليل من شدتها ، وهذه الحالة المحيطة للون ، هي نفس ما تحس به العين بعد التحديق قليلاً في اللون الداخلي في ضوء ساطع ، ومن هذا المبدأ يعرف كثير من المصممين أن تصاميمهم الملونة نراها في اللحظات الأولى ونحس ألوانها الزاهية ، فإذا واصلنا تحديق النظر إليها تبدأ الألوان تخبوا ، لأن العين تحاول معادلتها والإقلال من شدتها [1].

ولابد لنا أن نذكر إن من أهم الاكتشافات التي أبهجت المصممين والفنانين الانطباعيين (في النصف الثاني من القرن التاسع عشر في فرنسا) أستخدم الألوان المتكاملة في صورة ظلال بجوار الألوان الأساسية الثلاثة (الأصفر، الأحمر، الأزرق) هذا المبدأ أكتشفه علم الفيزياء وعلم الكيمياء ، وهو أن كل لون يميل لأن يصبغ مساحة المحيطة به باللون المتمم أو المكمل له ، وهكذا فأن وردة حمراء يصبغ ظلها بالأخضر الذي تختلف نسبته باختلاف قيمة اللون الآخر . فاستخدم الانطباعيون اللون البنفسجي ظلاً للون الأصفر ، واللون الأزرق ظلاً للون البرتقالي، واللون الأحمر ظلاً للون الأخضر، واستعمل هذه الألوان متجاوزة في التصاميم يزيدونها رونقاً ونضارة .

ثالثاً - مبادئ وقواعد التضاد في اللون :

يبدو المسطح الفاتح اكبر من المسطح القاتم بنفس حجمه (Two dimension - المسطح) (وقياسه) : يظهر اللون أفتح فوق سطح غامق - منه لو وضع على سطح فاتح. value - القيمة (- أصل اللون (Hue) : تظهر الألوان الرمادية بدرجة تميل إلى ألون المكمل للسطح الخلفي لها.

- كنه اللون (Hue) : الألوان المتشابهة النوع (Similar Hue) تظهر فوق سطح لون آخر وكأنها تميل إلى اللون المكمل لهذا السطح الخلفي.

- درجة التشبع (chrome) : القيمة المتباينة العالية تقلل من درجة تشبع اللون الغامق لذلك اللون يظهر أقل تشبعاً على الأبيض منه على الأسود - والعكس صحيح [1].

وتعتبر القيم الضوئية من العناصر المرئية ذات الجذب والتأثير العالي وذلك لتمييزها ولتباين القوي والعمل على موازنة هذه القوى بطريقة معينة تحقق جمالية للعمل التصميمي فالاستخدام الأمثل للمناطق المضئية والمعتمة وإيجاد مناطق تتدرج فيها القيم اللونية يعتبر من الأمور التي تثير المتلقي وتجذب انتباهه.

والقيمة اللونية خاصة لها صلة باللون ، وهي كمية الضوء التي يمكن لأي سطح أن يعكسه وينسب إلى درجات الفاتح والقاتم [٨]. ويمكن توظيف القيمة اللونية في التصميم لتحقيق [٩]:

- ١- جذب انتباه المتلقي من خلال التباين العالي .
- ٢- تحقيق الإبراز والسيادة لعنصر معين وتوجيه البصر نحوه .
- ٣- تحقيق التوازن بالقيمة الضوئية من خلال توزيع العناصر الفاتحة والغامقة .
- ٤- تساعد القيمة الضوئية على تحقيق الإحساس بالعمق الفضائي.

وبذلك لايمكن الاستغناء عن القيم اللونية وتدرجاتها لأنها تمنح الشكل توصيفات مهمة تسهم في منح العمل التصميمي الحركة والحيوية وجذب الانتباه له ، وان استخدام القيم اللونية في العمل التصميمي يعطي وحدات تصميمية ذات فاعلية

وجذب ، تأسيساً" لذلك فانه يتوجب على المصمم أن يكون دقيقاً" التحكم في القيمة الضوئية من حيث تنظيمها وتوجيهها وموازنتها لإحداث تنظيم جمالي معبر يحقق أعلى درجات الجذب والتأثير في المتلقي.

وتعد القيم اللونية وتقنيات إظهارها والمتمثلة بالتضاد اللوني الأثر المهم في جذب الانتباه والتأكيد والتتابع البصري من خلال تميزه للشكل ،فالتباين العالي (التضاد) هو الذي يبرز تفاوتاً في القيم اللونية التي تعزز القرب أو البعد وأظهارات العمق الفضائي وتأثيرات الامتداد الفضائي من حيث (توظيفه في التصميم لأجل أظهار منبه بصري لشد الانتباه نحو جزء من التصميم ، والذي يضيف سمات التغير بالحركة واللون الواحد)

[١٠].

تنظيم الألوان في التصميم :

التصميم الجيد احتياجاته اللونية الخاصة التي لا ترتبط بالألوان الواقعية التي نعرفها عن موضوع أو عناصره أو التي قد تتصل به ، فنحن نعرف أن ورق الشجر أخضر وأن السماء زرقاء ، وأن ملابس الرجال لها ألوان معينة ، ولكن بعض المصممين يتقيدون أحياناً في اختيار ألوانهم بالألوان الواقعية التي يملئها الموضوع مما يؤدي إلى فشل التصميم ، بينما يكون المصمم الممتاز وهو الفنان الأصل حراً كل الحرية في اختيار ألوانه ، لا لأنها مفروضة عليه من الموضوع ومن الواقع بل لأنه في حاجة إليها، ولأنها تتفق مع ميوله وإحساساته ، وقد يؤدي ذلك أحياناً بالمصمم إلى تعديل موضوع التصميم حتى تتناسب الألوان المبتكرة مع حاجات التصميم. وهذا لا يعني أن الألوان الواقعية ألتي نراها في الطبيعة والتي تعود الناس ربطها بموضوع ما ، مثل اللون الأخضر للنباتات يجب أن لا تكون أساساً لما يختار المصمم المرفه الأحاسيس إن يجد استعمال الألوان الواقعية ما يثير خياله ولكنه مع ذلك قد يستعمل هذه الألوان بشكل يختلف في مصدرها الواقعي كل الاختلاف عن موضوع الفكرة التصميمية الذي تستعمل فيه. [١١]. ويجري تنظيم الألوان في تصميم جيد لتأمين ما يأتي:-

- ١ - أن يكون التنظيم مقترحاً يجذب الاهتمام ، وهذا موضوع شخصي ومتعلق بالفنان ولا يمكن الإجماع على اعتبار لون ما منفرداً و يجذب الانتباه .
 - ٢ - أن يكون ملائماً للغرض ، ويمكن التأكد من ذلك عن طريق التأثير الناتج منه ، فإذا كان الموضوع متعلقاً بملصق أو إعلان أو غلاف منتج ، يفضل عملياً استعمال ألوان متكاملة أي متضادة بقوة وشدة قوية وبيان رئيسي للقيمة الضوئية . أما إذا كان التصميم متعلقاً بتلوين غرفة نوم بنت شابة مثلاً فأن استخدام بيان القيمة الضوئية الثانوي العالي الرقيق وألوان فاتحة بشدة ضعيفة أو متوسطة يكون أكثر ملائمة .
 - ٣ - أن يجذب الاهتمام ويكون ذلك عن طريق تباين اللون والقيمة الضوئية وتباين الشدة وتباين الفواصل بين الألوان . أن اللون النقي يلفت النظر أكثر من اللون القاتم وشدة الإضاءة تسترعي الانتباه أكثر من خنقها.
 - ٤ - أن يؤدي إلى الوحدة عن طريق الهيمنة كهيمنة الشكل أو هيمنة اللون عن طرق المساحة وهيمنة الفاصلة
- [٣].

٥ - التوافق بين الألوان والبيئة . فالبيئة ومكوناتها التشكيلات متميزة وبهيات ملونة ، وإذا ما تبدلت هيئتها أو تغيرت ألوانها أو كلاهما أكرها الناس أو رغبوا عنها أو نفروا منها ، ولقد تدخل الإنسان في تشكيلات البيئة بالإضافة أو الحذف أو بالاثنتين معاً مكيفاً نفسه مع بيئة أو مكيفها له أو الاثنتين معاً إلى أجاد التوازن بينه وبين بيئته أو مفقده وهو بسعيه إلى التكامل البيئي في الشكل واللون لتحقيق الانسجام والتباين موفق على حد الاتزان .

أما حين يجتمع إلى التناظر في الأشكال والنشاز في الألوان فهو شاذ عن الجادة وبعيد عن الصواب ، ولا يأتي إلا بمجموعة من المتوافقات وبالإحساس المباشر بتأثير الانتظام والاتزان والتوافق بين الكتل والمساحات وألوانها وأشكالها ونسبها والإضاءة إلى غير ذلك من المؤثرات العديدة . [١١] .

٦- ويمكن إحداث تفاوت في القيم اللونية بين الأشكال فتبدو الأشكال القريبة أكثر وضوحا وتكون وإنها أكثر تشبعا عن تلك البعيدة التي غالبا ما تميل إلى الألوان الحيادية التي تتلاشى كلما ابتعدت الأشكال [١٢] .
كالمعمق الفضائي المتحقق من خلال الإيهام فالبعد والقرب يتضح من خلال اللون وتدرجانه وتعدد الملابس من الخشن إلى الناعم وما تمثله التقنية التي يستخدمها المصمم فالصورة ذات الألوان الحارة تظهر أقرب إلى من الصورة الشبكية مثلاً .

المؤشرات التي أسفر عنها الإطار النظري :

بناءً على ما تقدم يمكن القول أن المحاور النظرية تشكل الأرضية التي يستند إليها في دراسة مشكلة البحث ، وعوناً في تذليل الصعوبات التي تعترض سبيل البحث . هذا وقد أمكن استخلاص جملة مؤشرات مقارنه يستعان بها في الإجابة عن هدف البحث . ويكن أجمال هذه المؤشرات في النقاط الآتية :

- ١- التضاد اللوني يفصح عن معنى .
- ٢ - التضاد اللوني يجلب الاهتمام والإثارة .
- ٣- يبيث التضاد النشاط والحيوية في التصميم .
- ٤ - التضاد نوعين (التضاد الخفيف ،التضاد الشديد).
- ٥- لكل نوع من التضاد أمثلة متعددة منها (التضاد في اللون والشكل ،التضاد في اللون والمسطح والشكل وقيمة اللون)
- ٦- التضاد اللوني يتجلى في درجة اللون ،أصل اللون ،تضاد الألوان المتكاملة ،تضاد الألوان الحيادية (الأبيض والأسود والرمادي) .
- ٧- تناسب اللون مع التصميم .
- ٨- تنظم الألوان في التصميم الجيد لتحقيق الحيوية والنشاط جذب الانتباه .
- ٩- أن يكون اللون ملائماً للغرض ، إذ يفضل عملياً استعمال ألوان متكاملة متضادة بقوة وشدة مع أظهار رئيس للقيمة الضوئية .
- ١٠- أن يؤدي التصميم إلى الوحدة عن طريق الهيمنة ، كهيمنة الشكل أو هيمنة اللون عن طريق المساحة وهيمنة القيمة .

١١- التوافق بين الألوان والبيئة وتكييفها للتصميم .

١٢- إن جمالية التصميم ترتبط بالقيم اللونية المتضادة ونوع الخامة المستخدمة فضلاً إلى الجانب المهاري للتصميم والتقنية وأسلوبه الإخراجي وما يضيفه من علاقات هدفها جذب الانتباه ووضوحه معززاً بالتضاد اللوني . فبعض هذه المؤثرات تعتمد كأسس تحليلية ومرشدة عن طريق التضاد اللوني في الكشف عن طريق تحليل أغلفة منتجات شركة بغداد للمشروبات الغازية عن ما يتوفر فيها من طابع عراقي محلي وهويته وخصوصيته لغرض تحقيق هدف البحث .

المبحث الثاني: منهجية وأجرآت البحث

منهجية البحث:

اعتمدت الباحثان المنهج الوصفي التحليلي والذي يعد منهجاً علمياً مهماً، فهو يشخص الظاهرة المبحوثة تشخيصاً علمياً، بتحليل المعلومات ولدقته ولأنتساع مضمونه ولموائمته موضوع الدراسة الحالية بغية تحقيق نتائج تعزز أهداف البحث.

مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث الحالي على تصاميم الأغلفة المطبوعة على الورق للعبوات اللدائنية (البلاستيكية)، والمطبوعة على العبوات المعدنية مباشرة، لمنتجات شركة بغداد للمشروبات الغازية والبالغ عددها (٦) ستة تصاميم، موزعة على مجموعتين وفق الجدول الآتي:

المجموعة الأولى (١)			المجموعة الثانية (٢)		
تصاميم الأغلفة الورقية المطبوعة المصققة على العبوات البلاستيكية			تصاميم الأغلفة المطبوعة على العبوات المعدنية مباشرة		
Pepsi	بيبيسي	7.up	سفن آب	Miranda orange	ميرندا برتقال
المجموع			٣	المجموع	
المجموع الكلي			٦		

عينة البحث :-

- تم اختيار المجموعة (١) لتصاميم الأغلفة الورقية المطبوعة والمصققة على العبوات البلاستيكية، والبالغ عددها (٣) ثلاث تصاميم عينة البحث، في ضوء المبررات الآتية :
- سهولة انتزاعها من العلب البلاستيكية مقارنة بنفس التصاميم الموجودة على العلب المعدنية .
 - كبر حجمها ووضوحها .
 - سهولة تصويرها وإظهار وجهي التصميم باللغة العربية والانكليزية بالاستساح أو التصوير الملون .
- ويمثل حجم العينة المختارة البالغ عددها (٣) ثلاث تصاميم ورقية مطبوعة نسبة ٥٠٪ من مجتمع البحث البالغ عدده (٦) ستة تصاميم .

المبحث الثاني:-

وصف وتحليل تصاميم الأغلفة المختارة .

أ - وصف النماذج :

-الغلاف (١) بببسي * PEPSI :

يتألف التصميم من الكرة الأرضية مكررة كبيترا الحجم ،باللون الأبيض ، مظللان بخطوط مادية فاتحة ، ومحددتان خطوط زرقاء متوسطة الدرجة مشعة ، مع فاصلين الأرضية الزرقاء الغامقة الغامق المحيط بهما فبدت العبارتين مجسمتين وشديدتا مع الفضاء الأزرق. اشتملت الكرتان على ثلاث مساحات لونية ، الأحمر في الأعلى. بينهما مساحة مقوسة من اللون الأبيض ، جاءت متماسة ومتضادة بشدة معها ومع المساحة الزرقاء أسفلها . ربما قصد. المصمم بهذه المساحات الحمراء والبيضاء والزرقاء المتضادة على ما في الأرض من أجناس وحركة وغيرها . مع انعكاسات على يمين ويسار المساحتين الحمراء والزرقاء منحت الكرتان تجسيميا واضحا محسوساً. الكرتان عائمتان غامق ذو خطوط منتشرة متوسطة و فاتحة بهذه الحركة في الخطوط ما في الفضاء من حركة وتشظية واسعة منتشرة) وسط فضاء باتجاهات مختلفة بمعالجة تصميمية محورة ومختزلة ومعبرة .

- الغلاف (٢) سڤن أب ** :-

يستند التصميم جزأيه إلى عناصر كتابية باللغتين العربية والانكليزية مع الرقم (٧) كعنصر مشترك باعتباره رقم عربي الأصل والتصميم. ويلاحظ سيطرة هذه العناصر باللون الأبيض بلون المتضاد مع الأرضية الخضراء الغامقة ، وتجسيمها وتظليلها باللون الأخضر المتدرج من الوسط نحو الجوانب الأفقية والعمودية ومحددة بالأسود ، مع خطوط رمادية فاتحة محددة ومزينة بالأبيض وتتوسط التصميم جزأيه دائرة حمراء لشدة الانتباه إلى العبارتين ذات اللون الأبيض فضلا عن أن هذه الدائرة حددت بالأسود مع انعكاس بالأبيض بقصد تجسيمها ككرة . وبتضاد التصميم بقسميه المؤلف من العناصر الكتابية البيضاء التي تتوسطها الكرة الحمراء الرابطة بينهما مع أرضية خضراء متدرجة من الأخضر المتوسطة الدرجة في الأعلى إلى الأخضر الغامق في الأسفل ، عولجت هذه العناصر باتجاه قطري من الجانب العلوي الأيمن نحو الجانب الأسفل الأيسر وبتقنية

الترج في الحجم ، منحتها هاتان المعالجة والتقنية المشاهد شعورا بالحركة السريعة بفعل الحركة الخطية المنحنية السريعة والمتدرجة الموازية لها خلفها ، بلون أخضر فاتح وغامق وأبيض دود ، مع انتشار قطرات الندى أسفل وأعلى التكوين تعبيراً عن البرودة الانتعاش وبقصد الإثارة للمنتوج.

* إنتاج شركة بغداد للمشروبات الغازية (مساهمة مختلطة) ، بغداد ، العراق ، بترخيص من بببسيكو أنك.

** إنتاج شركة بغداد لمشروبات الغازية (مساهمة مختلطة) ، بغداد ، العراق ، بامتياز من سڤن أب العالمية.

- الغلاف (٣) ميرندا برتقال - Miranda (Orange) :-



فكرة التصميم بجزأيه العربي والإنكليزي يقومان على علاقة التضاد اللوني الشديدين اللون الأخضر للعناصر الكتابية والأبيض المحدد لها والبرتقالي المتضاد معها. فكلتا ميرندا بالعربية والإنكليزية نفذتا باللون الأخضر المحدد بالأبيض، وبصورة مائلة من الجانب العلوي الأيمن نحو الجانب الأسفل الأيسر، باتجاه قطري برتقاليين كبيرتين شكلتا أرضية العناصر الكتابية، نفذتا بتقنية التقيط المتدرج من وسط البرتقالة الأبيض إلى جوانبها وبكثافة يغطي نصفها الأيسر الموازي للعناصر الكتابية، مما منحها تجسماً ملحوظاً مع الإحساس البصري القوي بملمس قشرة كل برتقالة اللتان احتوت كل منهما على ورقتين خضراوين غامقين بلمسات متوسطة الدرجة، توسطتا الفراغ المحاذي للكتابة من الجهة العليا لكل نص وأيسر منتصف كل برتقالة. مع ملاحظة انتشار الأشعة الصفراء خارج محيط كل برتقالة والمحددة بأبيض متلاشي مع جزيئات الأشعة الصفراء المنتشرة إلى الخارج ذات الخطوط الشعاعية المتعددة الاتجاهات

وخارج محيط البرتقاليتين. ويرتبط التصميم في جزأيه بتضاد واضح مع مستطيل أخضر غامق وسط مساحة التصميم، تضاد هو الآخر مع الأرضية البرتقالية. ووازن المصمم كلا التكوينين بنصف برتقالة مجسمة وبواقعية ملفتة للنظر احتلت الجزء الأسفل الأيمن للبرتقالة الكبيرة وللعنوان معا، وشكله محوراً متقاطعاً لمحور البرتقالة الموازي لمحور الكتابة (لعبارة ميرندا بالعربية والإنكليزية). وشغل الجانب الأيمن من التصميم تعريفاً بالمنتوج مخترقاً المساحة الخضراء.

ب- تحليل النماذج :-

لغرض تحليل تصاميم أغلفة منتجات شركة بغداد للمشروبات الغازية عقب وصفها، تم تصميم استمارة تحليل ** في ضوء بعض المؤثرات التي أسفرت عنها المحاور النظرية في المبحث الأول، فضلاً عن معطيات هدف البحث، والتي يمكن أن تعتمد كأسس تحليلية مرشدة لبيان مدى توافرها في تصاميم الأغلفة عينة البحث. هذه الأسس كونت (٧) فقرات رئيسة تفرعت ثلاث فقرات منها إلى (٧) فقرات ليصبح المجموع (١١) فقرة كالاتي:

١- الفقرات المستمدة من المؤشرات التي أسفرت عنها المحاور النظرية :-

أ- يفصح التضاد اللوني عن معنى (عام، خاص)

ب- التضاد اللوني يجلب الانتباه والإثارة .

ج- يبيث التضاد اللوني الحيوية والنشاط في التصميم .

د- نوعية التضاد اللوني (خفيف، شديد).

و من أمثلة التضاد اللوني (تضاد في اللون والشكل، تضاد في اللون والمسطح، تضاد في الشكل وقيمة اللون)

* إنتاج شركة بغداد للمشروبات الغازية (مساهمة مختلطة)، بغداد، العراق، بترخيص من بيبسيكو أنك.

** تم أعداد استمارة لهذا الغرض. أنظر الملحق ص ١٤.

2 - الفقرات المستمدة من هدف البحث :-

ر- هل يعكس التضاد اللوني طابع عراقي عام .

ز- هل يعكس التضاد اللوني هوية وخصوصية عراقية محلية .

نظمت هذه الفقرات في استمارة ، سميت " استمارة تحليل تصاميم أغلفة المشروبات الغازية لشركة بغداد ،وبيان دور التضاد اللوني فيها " وتم بموجبها تحليل نماذج البحث الثلاثة :

PEPSI - الغلاف (١) بيبسي -

UPV. - الغلاف (٢) سقن أب -

Miranda Orange - الغلاف (٣) ميرندا برتقال

وفيما يأتي نتائج تحليل تصميم كل غلاف وفق الفقرات ،في ضوء ما مؤثر إزاء كل فقرة (العلامة √ والتي تعني توافرت الفقرة في التصميم، وعلامة × والتي تعني عدم تتوافر الفقرة في التصميم) وعلى النحو المبين في استمارة تحليل.

المبحث الرابع :-

نتائج التضاد اللوني في نماذج الأغلفة موضوع البحث :-

في ضوء وصف النماذج وتحليل في المبحث الثاني ، وفق استمارة تحليل تصاميم أغلفة المشروبات الغازية لشركة بغداد ، وبيان دور التضاد اللوني فيها ،تم التوصل إلى عدد من النتائج أجابت عن هدف البحث الذي نص عليه السؤال الآتي : "هل تعكس أغلفة منتجات شركة بغداد للمشروبات الغازية من خلال التضاد اللوني لأغلفتها ؛ الطابع العراقي المحلي ، وهويته وخصوصيته ؟" هذه النتائج تعرض على الوجه الآتي :-

١ - يفصح التضاد اللوني في الغلاف (١) بيبسي ، عن معنى عام معبراً عنه بالكرة الأرضية تعبيراً عن سكان العالم ، ولا يفصح التضاد اللوني فيه عن معنى خاص .

٢- ولا يعكس التضاد اللوني في الغلاف (٢) سقن أب ؛ عن أي معنى عام أو خاص .

٣- ويعلن التضاد اللوني في الغلاف (٣) ميرندا برتقال ؛ عن معنى عام عبر عنه رمزيا باللون البرتقالي رمزا لفاكهة البرتقال وعصيرها وانتشارها في العالم،فضلاً عن رسم البرتقالة كاملة ومقطوعة إلى النصف بواقعية مؤثرة وبتقنية الرسم للتصميم والطباعة ، أما اللون الأخضر الغامق المتضاد مع اللون البرتقالي والألوان الأخرى فرمز بها إلى شجرة البرتقال بأوراقها الخضراء النضرة الوارفة الظلال .ولايفصح التضاد اللوني في هذا النموذج عن معنى خاص .

٤- شكل التضاد اللوني في النماذج (١،٢،٣) عنصراً لجلب الانتباه والإثارة في التضاد الأحمر المشع مع الأبيض في الأنموذجين (١،٢) ، وذلك لكونه أطول الألوان موجه لذا يبدو هنا أقربها وأكثر تأثيراً على المشاهد ،كذلك لحال مع البرتقال المشع المتضاد مع اللونين الأخضر والأبيض وسعة مساحته وهو في كامل تشبعه الذي شكل عنصر جذب الانتباه والإثارة لاسيما وأنه يبدو على بعده الحقيقي بصرياً أكثر من اللون الأخضر الذي يعد من الألوان التي تبدو بعيدة عن بعدها الحقيقي .

٥- يبيث التضاد اللوني الحيوية والنشاط في نماذج تصاميم الأغلفة من خلال ظاهرة الألوان القريبة ؛فضلاً عن المنظور اللوني والحركة والاتجاه في الأشكال ونوع المعالجة

٦- أستخدم التضاد اللوني في نماذج تصميم البحث بنوعيه البسيط والشديد بنجاح،مثل الأبيض والرمادي الفاتح في الأغلفة (١،٢) والأصفر والبرتقالي والأبيض في النموذج (٣) كأمثلة على التضاد الخفيف والأحمر والأبيض والأزرق في النموذج (١) و الأبيض والأحمر والأخضر بالنموذج (٢) والبرتقالي والأخضر والأبيض في النموذج (٣) كأمثلة على التضاد الشديد .

- ٧ - احتوت أغلفة ألتنصاميم موضوع البحث على ثلاث أنواع من التضاد اللوني؛ تضاد في اللون والشكل ، تضاد في اللون والمسطح ، تضاد في الشكل وقيمة اللون .
- ٨- في ضوء ما تقدم لم تعكس أغلفة منتجات شركة بغداد للمشروبات الغازية من خلال التضاد اللوني لأغلفتها طابع العراقي المحلي ، وهويته وخصوصيته .وبهذا أجاب البحث عن هدفه من خلال هذه النتائج التي توصل إليها.

الاستنتاجات:

- ومن أهم ما أمكن استنتاجه في ضوء نتائج البحث :-
- ١- يمكن للتضاد اللوني الإفصاح عن معنى عام عبر الرمزية المتمثلة بالشكل أو اللون .
 - ٢- يشكل التضاد اللوني عنصراً لجذب الانتباه وإثارة الاهتمام كاللون الأحمر المشع الذي يظهر أكثر تأثيراً على المتلقي .
 - ٣- يبيث التضاد اللوني الحيوية والنشاط في تصاميم الأغلفة من خلال ظاهرة الألوان القريبة، المنظور اللوني ، الحركة والاتجاه في الإشكال ونوع المعالجة .
 - ٤- استخدام التضاد اللوني بنوعية البسيط والشديد بنجاح في تصاميم الأغلفة موضوع البحث .
 - ٥- برز استخدام ثلاثة أنواع من التضاد اللوني : تضاد في اللون والشكل ،تضاد في اللون والمسطح تضاد في الشكل وقيمة اللون.
 - ٦- أن التصاميم المذكورة كانت غريبة عن واقعنا وإرثنا الحضاري ،لكونها امتياز لشركات غربية بقصد ترويج منتجاتها .
 - ٧- عدم فسح المجال للمصمم العراقي المبدع لوضع تصاميم أصلية تمثل عراقيتنا ،وهذا معنى إقصاء وتهميش لطاقت المصمم العراقي .

التوصيات :-

- في ضوء النتائج التي توصل إليها البحث توصي ما يلي :-
- ١- إيلاء أهمية بالغة للتضاد اللوني لكونه يعبر عن معنى عام يمكن إن يعبر عنه رمزياً .
 - ٢- استخدام التضاد اللوني لجذب الانتباه وإثارة الاهتمام واستغلال ما يضيفه على الأشكال من حيوية ونشاط ووضوح وأبعاد غير أبعادها الحقيقية .
 - ٣- استخدام الأنواع الثلاثة من التضاد اللوني في اللون والشكل وفي اللون والمسطح وفي الشكل وقيمة اللون لما لها تأثيرات اثبت فاعليتها
 - ٤- ضرورة إضفاء الخصوصية والهوية العراقية لأغلفة منتجات شركة بغداد للمشروبات الغازية من خلال التضاد اللوني باعتبارها منتجات عراقية .

المقترحات :-

- وفي ضوء ما تقدم نقترح إجراء البحوث التالية :-
- ١- دراسة مقارنة لفاعلية العلاقات اللونية والبصرية للشكل بين الملصق المطبوع وأغلفة العطور .
 - ٢- دراسة الأنظمة اللونية المتحققة في تصاميم الإعلانات الضوئية المطبوعة .

المصادر :

١. أبو جد ، حسن عزت "الظواهر البصرية والتصميم الداخلي" بيروت ؛جامعة بيروت العربية ، طبع دار الأحد البحري ، ١٩٧١ .
٢. أمهز ،محمود "الفن التشكيلي المعاصر التصوير" ١٨٧٠ - ١٩٧٠ ،بيروت- لبنان ؛ دار المثلث للتصميم والطباعة والنشر ، ١٩٨١ .
٣. حسن ،حسن الششتاوي وزميله الأسس التشكيلية للتصميم في البعدين وثلاثة الأبعاد للسطوح والأجسام " الرياض -المملكة العربية السعودية ؛جامعة الملك سعود، عمادة شؤون الجامعات ،مطابع جامعة الملك سعود ١٤١٨ هـ - ١٩٨٨ م .
٤. حسين ،سمير محمد ،" مدخل الإعلان"،عالم الكتب ، القاهرة ، ١٩٧٣ .
٥. حمودة ،بجى "نظرية اللون" بيروت - لبنان ؛ دار المعارف ، ١٩٧٩ .
٦. حبيب ،عمار عبد الحمرة "البيئة النظامية والوظيفية في الرسم المعاصر" ، أطروحة دكتوراه، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، ٢٠٠٠ م .
٧. شعابث ، عادل عبد المنعم ،" جماليات التباين ودورها في إظهار الإيهام الحركي في الملصق المعاصر ، رسالة ماجستير ،كلية التربية الفنية ، جامعة بابل ، ٢٠٠٤ .
٨. شيرزاد ،شيرين أحسان ،"مبادئ في الفن والعمارة" ، بغداد ؛ مكتبة النهضة العربية ، طبع دار العربية ، ١٩٨٥
٩. عبد الحلیم ،فتح الباب وزميله ،"التصميم في الفن التشكيلي" ، ط٢ ، دولة البحرين ، وزارة التربية والتعليم ، القاهرة ؛ الناشر عالم الكتب ، ٣٨ عبد الخالق ثروت ، ١٩٨٥ .
١٠. عبد الرضا بهية ،" بناء قواعد لدلالات المضمون في التكوينات الخطية" ،أطروحة دكتوراه ،كلية الفنون الجميلة ،جامعة بغداد ، ١٩٩٧ .
١١. فوري ، ليونيللو ،"كيف تفهم التصوير من جيو توري رشا جال" ترجمة-حمد عزت مصطفى ،ألقاهرة ، دار الكتاب العربي للطباعة والنشر ،دت .
١٢. الكبيسي ، إبراهيم سبتي ،" الفكرة التصميمية للمنجز الطباعي" ، أطروحة دكتوراه ، كلية الفنون الجميلة ،جامعة بغداد ، ٢٠٠١ .

استمارة تحليل عينة البحث الموسوم (التفصيل اللوني في الأغطية المطبوعة لمنتجات شركة بغداد للمشروبات الغازية *

هل يمكن التفصيل اللوني هوية وخصوصية عراقية محلية	هل يمكن التفصيل اللوني طابع عراقي عام	التفصيل في				نوعية التفصيل اللوني		بيد التفصيل اللوني الحيوية والنشاط في التصميم	التفصيل اللوني بجلب الآثار والانتباه	يفصح التفصيل عن معنى		رقم النموذج وعلامة
		الشكل والقوية	اللون والمسطح	اللون والشكل	اللون والشكل	شديد	خفيف			خاص	عام	
X	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	X	✓	1- ببسي Pepsi
X	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	X	X	2. سفلن 7up
X	X	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	X	✓	3. ميرنده برنكل Miranda Orange

ملاحظة: العلامة ✓ والتي تعني توافر الفقرة في التصميم، وعلامة X والتي تعني عدم توافر الفقرة في التصميم (