

کاربرد نقوش تصویری ایرانی - اسلامی در طراحی و هویت بخشی بسته بندی صنایع غذایی صادراتی ایران (چای، پسته، زعفران)

گلناز همام^۱

تاریخ دریافت مقاله: آذرماه ۱۳۹۷

تاریخ پذیرش مقاله: فروردین ماه ۱۳۹۸

چکیده

بسته بندی یکی از عناصر هویت بخش است و معرف فرهنگ و ملیت می باشد. این پژوهش با هدف مطالعه و شناخت عناصر بصری طراحی گرافیک و نقش مایه های اصیل ایرانی و اسلامی، با روش توصیفی تحلیلی انجام شده است. جمع آوری اطلاعات، به شیوه کتابخانه ای است و با هدف بالا بردن سطح کیفی طراحی بسته بندی محصولات ایرانی و صادراتی از جمله چای، پسته و زعفران می باشد که با به کارگیری سنت های تصویری بومی فراهم می شود. نتایج نشان می دهند که در طراحی گرافیک بسته بندی های صنایع غذایی ایران، کمبود به کارگیری عناصر تصویری ایرانی و اسلامی به چشم می خورد، در حالی که با وجود این عناصر، می توان سطح کیفی و اصالت طرح بسته بندی کشور را ارتقا داد. آموزه های سبک جدید در صنعت طراحی حرفه ای بسته بندی، با استفاده از چوب، شیشه و مقوا برای حفظ محیط زیست و بازیافت بهتر و تلفیق آن با حفظ سنت های ایرانی میسر می گردد. ویژگی های بصری در نوع به کارگیری نوشتار، نقوش، رنگ، طبیعت گرایی و اندیشه های ایرانی - اسلامی در ساختار اصلی بسته بندی مشخص است. همچنین کاربرد حروف فارسی، با خط اصیل نستعلیق در کنار حروف زبان دیگر (به صورت دو زبانه) در اصالت بخشی هویت بسته بندی های صادراتی ایران، نقش بسزایی را ایفا می کند. این طرح ها با تأثیر از ترکیب بندی و تنوع رنگی دوره های اصیل هنری نگارگری ایران با وجود رنگ طلایی و با تأثیر از سنت های معماری، مقرنس کاری، طاق های مساجد، همچنین کاروان سراها و فضای مقارن و مستحکم ایرانی و اسلامی می باشند. در این مقاله عناصر شاخص در طراحی بسته بندی ایرانی - اسلامی، و نیز کاربرد گرافیکی عناصر هویت بخش به بسته بندی ایرانی مورد بررسی قرار گرفته است و نوع چیدمان و قرارگیری محصول، با تأثیر از هندسه ایرانی - اسلامی در جعبه و کارتن، به ساختار طراحی ارگونومیک محصولات اصیل ایرانی یاری می رساند.

واژه های کلیدی

نقوش و عناصر بصری ایرانی و اسلامی، طراحی تیغ و گرافیک، بسته بندی صادراتی

۱- دانشجوی دکتری فلسفه هنر دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران

شمال

(× نویسنده مسئول: golnaz_homam@yahoo.com)

از آنجایی که برای ارتباط با خریداران محصول، نیاز به جلب نظر هست، بسته‌بندی یک محصول بار سنگینی را به دوش می‌کشد. از بسته‌بندی به عنوان فروشنده خاموش و لباس کالا یاد می‌شود. هر بسته‌بندی دارای پیامی خاص است و این انتقال مفاهیم و پیام باید هویت‌سازی شود. خریداران باید به یک شناخت از طرح بسته‌بندی برسند. لوگو، شعار تبلیغاتی، تصویر، عکس محصول و از همه مهم‌تر علائمی که بر کیفیت محصول تأکید می‌کند بسیار مورد نیاز است که مرتبط با محصول و در میان کالاهای مصرفی، صنعتی قرار گیرد.

علائمی چون نشان استاندارد، مدت زمان در محصولات غذایی، بهداشتی و غیره بسیار حایز اهمیت است، اما به طور کلی در مورد هویت‌سازی و نقش فرهنگ اصیل ایرانی و اسلامی در کالاهای صادراتی نیاز به شناخت و بررسی نقوش و عناصر، رنگ، فرم، ترکیب‌بندی، تصویرسازی، چیدمان و کاربرد نقش‌مایه‌های ایرانی است که می‌تواند در معرفی فرهنگ و هنر ایرانی و اسلامی تأثیرگذار باشد. به گونه‌ای که بسته‌بندی‌های صادراتی ایران از نوع طراحی بسته‌بندی و به کارگیری نقوشی غیر از لوگو و ... نیز شناسانده شوند. کاربرد خط نستعلیق در کنار خطوط زبان دیگر و سایر عناصر بصری کمک شایان توجهی به فرهنگ‌سازی بسته‌بندی می‌نماید. همچنین در میان نقوش نگارگری ایران، نقش ابر، نقوش هندسی، گیاهی و حیوانی به چشم می‌خورد. در طراحی بسته‌بندی محصولات چای و زعفران - به خصوص که محصولات، صادراتی نیز می‌باشند - رنگ طلایی می‌تواند استفاده شود. این رنگ در دوره‌های مختلف هنری ایرانی که پیشینه استفاده از آن به دوران ساسانی و نقاشی‌های مانویان باز می‌گردد، استفاده می‌شده و در دوره‌های بعدی، نگارگری ایران نیز نمود یافته است. کاربرد اشکال هندسی چند ضلعی نیز می‌تواند در ساخت فرم بسته‌بندی تأثیرگذار باشد.

این اصطلاح بر ویژگی‌های مبتنی بر دین اسلام دلالت دارد، ولی لزوماً معرفت تمامی پدیده‌های هنری مسلمانان نیست. هنر اسلامی، در این معنا، محصول تمدنی است که طی چندین قرن در قلمرو وسیع اسلام - از هند تا اسپانیا - شکوفا بود و سنت‌های پایداری نیز به بار آورد. هنر اسلامی دارای ماهیت دینی و معنوی است که نه فقط در بارزترین مظهر آن، یعنی معماری مساجد، بلکه همچنین در عرصه‌های خوشنویسی، هنر تزیینی و هنر تصویری نمایان شده است. با این حال، هنر اسلامی بیش از آنکه حاوی صور و موضوعات مذهبی باشد، تبلور روح ایمان توحیدی مسلمانان در قالبی انتزاعی است. مسلمانان الگوهای اساسی هنرشان را در هر دوره و با هر وسیله هنری ممکن برای مقاصد دنیوی نیز به کار گرفته‌اند [۱].

همچنین کاربرد نقوش و طرح‌های به‌کار گرفته در هنر اسلامی، اعم از نقوش به‌کار گرفته شده در مساجد، هنرهای تزیینی و ... در هویت‌سازی بسته‌بندی نقش بسزایی خواهد داشت.

۳- عنصر خط و خوشنویسی در هنرهای اسلامی

خوشنویسی والاترین هنر اسلامی به شمار می‌آید، زیرا وسیله‌ای برای تجسم کلام وحی است و به هنرهای دیگر، صورت و معنای زیبا می‌بخشد. نقوش اسلیمی یا هندسی حتی بیش از خط زیبا برای آرایش سطوح اشیای مختلف - از سفالینه‌ها و ظروف فلزی گرفته تا دیوارهای مساجد بزرگ - کاربرد داشته‌اند [۱].

در اوایل سده هفدهم/ یازدهم، میرعماد خط نستعلیق را به اوج استحکام و زیبایی رسانید. ارزش زیبایی شناختی خوشنویسی اسلامی، بیش از هر چیز، در قابلیت تنظیم و ترکیب ابعاد حروف است. تار و پود عمودی و افقی حروف، به خودی خود، توازن قطعه خط را تأمین می‌کند،



شکل ۱- کتاب آرایه شاهنامه فردوسی

الف) ویژگی بینشی: نگارگر ایرانی یا خود صوفی و عارف بود و یا زمینه فکری‌اش، از طریق الفت با شعر و ادب فارسی، به حکمت کهن ایرانی و عرفان اسلامی پیوسته بود. نگارگر ایرانی هرگز در پی بازنمایی طبیعت نبود، بلکه می‌کوشید اصل و جوهر صور طبیعی و طرح متجلی در باطن خویش را به تصویر درآورد. کوه، درخت، آدم و پرند او نیز بیشتر صور نوعی (آرکتیپ)^۱ هستند تا شکل‌های تقلید شده از طبیعت.

در طراحی بسته‌بندی‌های ایرانی اسلامی می‌توان با رجوع به نگاره‌های ایرانی و اسلامی دوره‌های مختلف هنری با تأکید بر فرم‌ها، نقوش، رنگ‌ها تأثیری شگرف در ارائه طرح‌های نوین داشت. چرا که هنر نگارگری دوره‌های شکوهمندی را به خصوص پس از اسلام طی کرده است که حاصل آن نگاره‌هایی است که توسط هنرمندانی شاخص دوره خود ارائه شده است. بنابراین تأثیر از نگاره‌های ایرانی اسلامی نقش به‌سزایی در نشان دادن فرهنگ ایرانی اسلامی خواهد داشت. به طور نقوش هندسی، معماری، گل و بته، کوه‌ها و ابرها در بسته‌بندی چای، پسته و زعفران که تولید آن‌ها وابسته به عنصر زمین و طبیعت است می‌تواند دید ناتورالیستی^۲ که در نگارگری ایران رواج داشته را گسترش دهد.

ولی مهم‌تر آنکه، تأکیدهای عمودی و افقی را می‌توان جابه‌جا کرد، بدون آنکه تعادل، قاعده، و انسجام درونی قطعه خط از میان برود. در شیوه‌های مختلف، نظام تناسب بر اساس «نقطه» بنا شده، که در واقع همان پهنای نوک قلم نئی است که خوشنویس به‌کار می‌برد [۱].

عنصر خط نشان‌دهنده هویت و فرهنگ یک قوم تاریخی می‌باشد، چنانکه این عنصر تصویری، بار معنایی به همراه دارد که می‌توان با تکیه بر آن در طراحی بسته‌بندی‌ها بخصوص در بخش صادرات ردپایی از فرهنگ دیرینه را ارائه و ترویج داد. همچنین می‌توان با رجوع به خطوط اصیل ایرانی، همچون نستعلیق که خوانش آن نیز راحت‌تر و زیبایی آن نیز منحصر به فرد است، دست به حفظ ساختار بصری بسته‌بندی ایرانی زد و به طراحی نوین با استفاده از ساختارهای فرهنگی خاص منطقه‌ای دست یافت.

۴- نگارگری ایرانی

چنین به نظر می‌رسد که تحولات هنر تصویری در ایران - به رغم گسست‌های تاریخی، نفوذ فرهنگ‌های بیگانه و آمیختگی سنت‌های غیرمتجانس - از پیوستگی و تداوم نسبی برخوردار بوده‌اند. البته این خط کم و بیش پیوسته را بیشتر در استمرار روح فرهنگی و جوهر زیبایی‌شناسی می‌توان دید تا در همانندی‌هایی که ممکن است از لحاظ سبک و اسلوب در آثار مربوط به ادوار مختلف وجود داشته باشد. هنر نقاشی از زمان اشکانیان در ایران رواج داشته است و سده نخست میلادی را می‌توان آغاز این دوره دانست [۱].

نگارگری ایرانی، تفاوتی اساسی و ذاتی با نقاشی طبیعت‌گرایانه اروپایی داشت، و نیز در اصول فلسفی و معیارها و قواعد زیبایی‌شناختی با هنر تصویری خاور دور و هند متفاوت بود (شکل ۱).

1- Archetype
2- Naturalisme

همیشه وفادار به عالم برون نیستند. در سنت های تصویری ایران، نگارگر ایرانی، همچون رنگ شناسی توانا، از امکانات تزئینی و بیانی رنگ به بهترین نحو بهره می گیرد. در رنگ بندی او هیچ رنگی، به سبب کمیت و کیفیت اش، جلوه رنگ دیگر را زایل نمی کند [۳].

نگارگر ایرانی، غالباً طلایی، نقره ای، لاجوردی، رنگ های شکسته و نیز خاکستری های فام دار را در سطح های وسیع و رنگ های پرمایه و درخشان در سطح های کوچک و نقش های ریز به کار می برد، ولی علاوه بر انتخاب و جاگذاری رنگ های هماهنگ، به عامل ریتم نیز در رنگ بندی خود اهمیتی اساسی می دهد. ریتم رنگ ها بر ریتم خطوط و نقوش اثر می گذارد و آن را تعدیل یا تقویت می کند. بدین سان، قطعات رنگ های سرد و گرم، خالص و شکسته، تیره و روشن در شبکه موزون خطی به هم بافته می شوند و در کل چون منظومه ای زیبا و شادانگیز جلوه می نماید [۱ و ۸].

در مکتب شیراز، از اوایل سده هشتم، کارگاه ها تحت حمایت ایران فعالیت وسیعی را در مصورسازی متون ادبی و خصوصاً شاهنامه آغاز کردند. در واقع، اینجویان به منظور مقابله با ایلخانان و تحکیم موقعیت خویش سیاست تجلیل از تاریخ گذشته ایران را در پیش گرفته بودند. در نتیجه، چینی مآبی رایج در تبریز، کمترین تأثیر را در نقاشی شیراز گذاشت. به کارگیری رنگ های آبی، طلایی، نارنجی و سیاه در نقاشی این دوره رایج بوده است، در واقع، هدف نگارگر شیراز دستیابی به یک زبان بصری ناب برای القای مفاهیم متن بود [۴].

به کارگیری رنگ طلایی علاوه بر پیشینه تاریخی استفاده از آن در دوره های مختلف شکوهمند هنری ایران، تأثیر به سزایی در جلب توجه مخاطب و فروش دارد. بنا براین تلفیق این رنگ با سایر رنگ های مرتبط

(ب) ویژگی مضمونی: نگارگری ایرانی با ادبیات فارسی پیوند تنگاتنگی داشت. داستان هایی که او به تصویر می کشید، ریشه در اساطیر تاریخ کهن داشتند. اشخاص از خصلت های ناب بشری برخوردار بودند، و رویدادها در دنیای خیال و افسانه رخ می نمودند. در واقع، آرمان معنوی در تصویر نگارگر ایرانی، به زبان خط و رنگ بیان می شد و فقط به جوهر و عصاره مضمونی داستان می پرداخت. اصل مهم در نظام زیبایی شناختی نگارگری ایرانی، اصل ارتباط درونی تصویر و متن است و خط عامل اساسی این پیوند به شمار می آید. خط، نوشته ها را شکل می دهد، شکل ها را می سازد و سطح های رنگی را از یکدیگر جدا می کند. بنابراین، مجموعه نوشته و تصویر چون شبکه ای موزون و منسجم از خط ها به نظر می آید [۱].

در طراحی بسته بندی اصیل ایرانی و اسلامی می توان با بهره گیری از نظام ساختاری حاکم در نگارگری ایران که پیوند متن با تصویر در ارتباط مستقیم بوده است را حفظ کرد، به کارگیری به طور مثال خط نستعلیق در کنار خطوط لاتین در طراحی بسته بندی صادراتی در گسترش فرهنگ اصیل ایرانی اسلامی بسیار حایز اهمیت است.

(ج) رنگ: رنگ دارای توانمندی، قدرت نفوذ و بیانی خاص است و می توان به وسیله آن با مردم ارتباط برقرار کرد و نظر آن ها را جلب و پیامی را به آن ها منتقل نمود. رنگ یک بسته بندی تأثیر ژرف و ماندگاری دارد [۲]. بارزترین نمادها از جنبه تأثیرگذاری بر روان انسان، رنگ می باشد. رنگ ها در ارتباط با طبیعت، فرهنگ، باورهای دینی و تجربه های زندگی، هر یک معنایی ویژه به خود اختصاص می دهند. این ادراک رنگ در میان ملل و اقوام گاه متفاوت و گاه مشابه است، اما به هر حال، تابع موقعیت های زمانی، مکانی و جغرافیایی می باشند و یا از فرهنگ، دین و آیین مردم نشأت می گیرند. از سوی دیگر، مفاهیمی که زمانی توسط افرادی برای رنگ ها برگزیده شده، در همان دوره معتبر است. بدین ترتیب، رنگ ها روایتی از عالم عرش اند و جهانی فراتر بوده و

می‌تواند ریتم حاکم در بسته‌بندی را به هارمونی و تعادل بصری بیشتری برساند.

۵- اشکال و معانی آن‌ها در هندسه اسلامی^۱*

هنرمند مسلمان برای ابراز عشق به آفریدگار، همواره خود را در طرح‌ها، الگوها و رنگ‌هایی که مظهر خلقت بوده‌اند، مستغرق نموده و سعی نموده مفاهیم پنهان در این پدیده‌ها را در آثار خود جلوه‌گر سازد، اما به گفته نادر اردلان(نه از طریق هنری طبیعت‌گرا که از روی طبیعت‌گرفته‌برداری می‌کند بلکه به مدد هنری نمادین که از نحوه تجلی طبیعت تقلید می‌کند و سطوح را همان گونه اصیل می‌گرداند که آفرینش به خاک اصالت می‌بخشد)[۵].

او با حذف نموده‌ها و ظواهر سطحی و عرضی به کشف مفهوم و ساختار یک اثر می‌پردازد. هنرمند مسلمان همواره در تلاش بوده تا با تجربیدی‌ترین فرم‌ها، مفاهیمی را که در ماورای آفریده‌های خداست، بیان کند. او از دایره و مربع که ساده‌ترین و افقی‌ترین اشکال هستند به عنوان ابزاری برای خلق نمادهایی از دو عالم هستی و مجموعاً کل آن استفاده کرده است.

اکثر نقش‌های اسلامی اعم از اسلیمی و معرق تا بی‌نهایت قابل تکثیر است و طراح برای آن‌ها حد و کادر تعیین نمی‌کند. نقش‌های اسلامی، ساختار هندسی با قابلیت تکثیر زیاد دارند. در این نقوش هندسه منعکس‌کننده ساختار است و از ایده‌های نمادین و نمایه‌ای استفاده شده است. از این طریق، مخاطب تفسیر و تأویل آزاد می‌نماید و از نقش به ساختار آن می‌رسد. در هنر اسلامی نیز با اصول ثابت، انواع نقش‌ها شکل می‌گیرند، بنابراین یکسانی نه در محصول نهایی بلکه در اصول است.

نقوش هندسی در طراحی بسته‌بندی اسلامی بسیار زیبا و منحصر به فرد با حفظ ارزش‌های بصری و معنایی دوره

اسلامی تجلی می‌کند، چنانکه محصولات اصیل ایرانی با استفاده از نقوشی اصیل اسلامی نمایان می‌گردند.

در علم کیمیا، نقطه، نماد یک (خالق) خط نماد دو (عقل الهی) مثلث نماد سه (نفس) و مربع نماد چهار و نیز طبایع چهارگانه، جهات چهارگانه، چهار باد، چهار ربع عالم، چهار فصل، چهار دروازه (دو دروازه اعتدال شب و روز و دو دروازه انقلاب تابستانی و زمستانی) و نیز مکعب در همین نگاره کیهان شناختی، نماد جسم، جهات شش‌گانه (بالا، پائین، عقب، جلو، راست و چپ) و نیز شش قوه حرکت است، بنابراین در کیهان‌شناسی اسلامی، مربع و مکعب، نماد کامل ماده و تجسم‌اند و به یک عبارت «مثلث، مربع و دایره اشکال صرف نیستند بلکه ذاتاً واقعیتی را دربردارند که درک آن از راه تأویل، آدمی را به عالم مثال و سرانجام به حقیقت رهنمون می‌شود» [۵].

همچنین این دو ویژگی ذاتی مکعب و مربع (یعنی ایستایی و ثبات) آن‌ها را مناسب‌ترین صورت برای برپایی بناهایی قرار می‌دهد که مقرر است نماد ثبات باشند. مربع در حد چهار، یا مکعب در حد شش، ایستاترین و بی‌جنبش‌ترین شکل‌ها و نماینده متجسم‌ترین و ثابت‌ترین جنبه خلقت است. مکعب، از این روی رمز یا نمادی به شمار می‌رود که در مقام تفصیل به زمین و در مقام اجمال به آدمی اشارت دارد. اگر مربع نماد و معرفت زمین، ماده، تجسم و حدود است، دایره نماد آسمان، بی‌کرانگی، کمال و تمامیت است.

نمادپردازی در هنر اسلامی و به‌کارگیری مکعب، استوانه و دیگر احجام در بسته‌بندی ایرانی حائز اهمیت است، محصول برای ارائه خود نیاز به فرمی دارد تا در ارتباط مستقیم معنایی با کل آن قرار گیرد و دارای انسجام بصری گردد.

۵-۱- فرم

تنوع معانی فرم در شاخه‌های گوناگون هنر نمود می‌یابند، معنی منتخب فرم عبارتست از (آنچه مستقیماً به

^۱ بلخاری قهی، ح، «جایگاه کیهان‌شناختی دایره و مربع در معماری مقدس اسلامی»، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۴، ص ۵-۱۴، ۱۳۸۴.

حواس درآید) و متضاد (محتوا) است. به عبارت دیگر، (صورت ظاهر چیزها) و یا آنچه بیرون از ذهن انسان وجود دارد و قابل مشاهده است [۶].

تعریفی که از دیدگاه هنرهای تجسمی برای (فرم) ارائه شده و در ارتباط با طراحی صنعتی کاربرد دارد، عبارتست از: فرم با ترکیب همه عناصر بصری به وجود می آید، عناصر بصری (شکل، اندازه، رنگ و بافت) با مرئی شدن عناصر ذهنی (نقطه، خط، سطح و حجم) به وجود می آیند. فرم، موضوع اصلی زبان بصری است، شکلی است که با اندازه، رنگ و بافت مشخص و دارای نظم مشخصی در شکل گیری و ساخت می باشد که به آن ساختار گفته می شود. بررسی ساختار فرم شامل بررسی عناصر ارتباطی: جهت، موقعیت، فضا و جاذبه می باشد [۷].

در طراحی بسته بندی فرم بسیار اهمیت دارد به خصوص در زمینه دورریز کاغذ در چاپ افست و نحوه قرارگیری بسته بندی ها، چینش آن ها در کارتن ها و انبارهای کارخانجات و در آخر در جلب توجه مشتریان و مخاطب در عرصه خرید محصول. بنابراین می بینیم که نحوه انتخاب فرم و طراحی تیغ، کاربرد ماتریال هایی که قابلیت اجرایی دقیق داشته باشند. به طور مثال زمانی که از فرم مثلث استفاده می کنیم بسیار مهم است که این مثلث متساوی الاضلاع باشد تا در چینش در قفسه ها درست قرار گیرد و جاگیر نباشد.

۶- نتیجه گیری

تفاوت های بسیاری در طراحی بسته بندی های صادراتی وجود دارد، همانقدر که باید در برابر تغییرات جوی محکم و با دوام طراحی شوند، در طراحی شکل ظاهری آن ها باید اصولی رعایت شود. کاربرد نقوش اسلیمی و برگرفته از سنت های تصویری و نگارگری ایران می تواند نقش مؤثری بر هویت سازی بسته بندی ها داشته باشد. ویژگی های بصری از قبیل: ساختار نوع نوشتار، نقوش، رنگ، اندیشه های ایرانی و اسلامی در ساختار اصلی بسته بندی صادراتی تأثیرگذار است. همچنین کاربرد خط اصیل نستعلیق در کنار کاربرد حروف زبان دیگر و به صورت دو زبانه در اصالت بخشی

هویت بسته بندی های صادراتی ایران، نقش بسزایی را ایفا می کند. ساختار کلی بسته بندی و مواردی چون چینش در کارتن و انبار بسیار حائز اهمیت است و باید قبل از طراحی کلی و قالب اصلی آن به این مهم توجه کرد.

فضای کلی طرح ها از تنوع رنگی دوره های اصیل هنری نگارگری ایران مانند: به کارگیری رنگ طلایی و حتی گاه با تأثیر از سنت های به کار گرفته در معماری، فضای متقارن و مستحکم ایرانی و اسلامی می باشند. کاربرد تمامی موارد مرتبط با نقوش و تأثیر از هندسه اسلامی می تواند، تأثیر شگرفی در فرهنگ سازی بسته بندی های صادراتی ارائه نماید، لذا پیشنهادات خود را در نحوه به کارگیری نقوش در طراحی بسته بندی ارائه می نمایم.

۷- پیشنهاد طرح بسته بندی صادراتی

۷-۱- کاربرد نقش مایه های ایرانی در بسته بندی صادراتی ایران (ارائه پیشنهاد طراحی شده در تصاویر ۲ الی ۹)

کاربرد ابر، که در دوره های مختلف نگارگری ایرانی بسیار مورد استفاده قرار گرفته است، در بسته بندی چای و پسته رؤیت می شود که نقشی اصیل و گویا در ارتباط با طراحی گرافیک دو محصول می باشد. همچنین در بسته بندی چای، تداعی گر آرامش و آسمان صاف می باشد. معنای لغوی واژه اوج^۱ اصیل و خالص می باشد که به اصالت محصولات ایرانی کمک می کند. در ترکیب بندی آثار سعی شده است که از فضا سازی استفاده شود که آرامش را بیشتر القا کند.

در بسته بندی چای با تأثیر از باغ های چای ایرانی از رنگ سبز و سفید استفاده شده است. رنگ طلایی در دوره های مختلف نگارگری ایران - که پیشینه استفاده از آن به دوران ساسانی و نقاشی های مانویان باز می گردد -

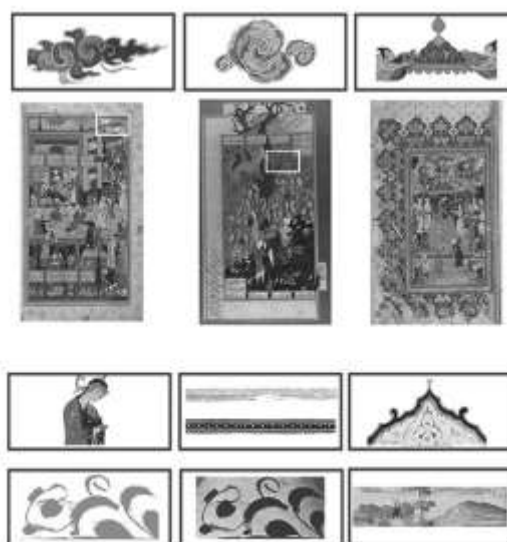
1- Avije

استفاده می‌شده است. کاربرد رنگ طلایی در بسته‌بندی‌های صادراتی جهت جلوه بیشتر بر روی بسته‌بندی‌های چای که از جنس چوب تیره می‌باشند علاوه بر معنای نمادین‌شان، با تأثیر بر بالا رفتن فروش، بسیار مناسب است.

فرم تصویرسازی محصولات که با تأثیر از آن در هر سه محصول اصیل ایرانی (چای: کاربرد نقش خلاصه شده برگ چای، پسته: کاربرد نقش تصویری پسته، زعفران: نقش خلاصه شده گل زعفران) نقش چاپی ابر در بسته‌بندی‌های چای و پسته و همچنین کاربرد طراحی طبیعت‌گرایانه در بالای کادر بسته‌بندی زعفران استفاده شده است (شکل ۲).



شکل ۳- طرح پیشنهادی ۱ - بسته‌بندی چای کیسه‌ای صادراتی



شکل ۲- به کارگیری نقوش کتاب‌آرایی شاهنامه فردوسی و جداسازی آن‌ها



شکل ۴- طرح پیشنهادی ۲ - بسته‌بندی چای کیسه‌ای صادراتی

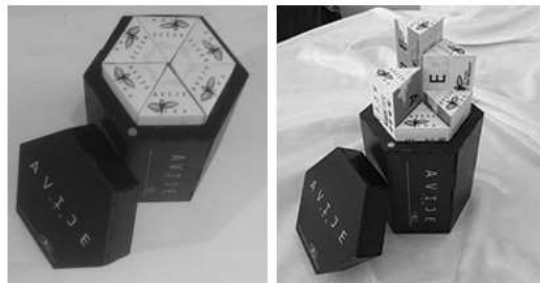
۲-۲- تأثیر از هندسه اسلامی در طراحی تیغ بسته‌بندی صادراتی ایرانی

۲-۲-۱- در طرح بسته‌بندی با فرم مثلث چای کیسه‌ای فرمی است که هر یک از شش عدد آن‌ها به تنهایی حاوی ۲۵ عدد چای تی بگ^۱ می‌باشد و در مجموع با قرارگیری در شش ضلعی چوبی کلیتی واحد را دربر دارد، در مجموع

1- T- Bag

۲-۲-۷- در طرح بسته بندی با فرم شش ضلعی چای کیسه ای

این فرم با تأثیر از هندسه اسلامی و از لحاظ چیدمان بسته بندی ها بسیار کاربردی با جاذبه بصری بالایی می باشد (شکل ۵).



شکل ۵- طرح پیشنهادی ۳- بسته بندی چای

کیسه ای (صادراتی)، شش عدد جعبه کاغذی درون جعبه چوبی شش ضلعی

۳-۲-۷- در طرح بسته بندی با فرم مربع

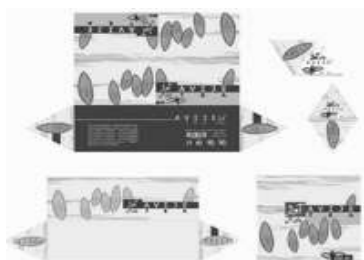
در بسته بندی پسته به شکل مکعب مستطیل ظاهر گشته است. از نظر چیدمان بسیار مناسب و با طرح بسته بندی مقوایی دو تکه در دورتا دور پلکسی بی رنگ برای نمایش بهتر محصول (پسته) و جلوگیری از نفوذ رطوبت استفاده شده است (شکل ۶ و ۷).

۴-۲-۷- در طرح بسته بندی با فرم دایره

در بسته بندی زعفران و چای از فرم دایره استفاده شده است. فرم دایره برای بسته بندی خاص چای با طراحی برجسب ساده تأثیر از فرهنگ مدرن را نیز دارد (شکل ۹).

۳-۷- بسته بندی پسته صادراتی

۱-۳-۷- فرم مربع



شکل ۶- طرح پیشنهادی ۴- گسترده و بسته بندی جعبه کاغذی مثلثی، لیبیل و لیبیل چای کیسه ای



شکل ۷- طرح پیشنهادی ۵- گسترده جعبه کاغذی مثلثی سستی و بسته بندی چای کیسه ای مثلثی شکل سستی (صادراتی)

از نظر چیدمان بسیار مناسب و با طرح بسته‌بندی دو تگه مقوایی برای نمایش بهتر محصول (پسته) استفاده شده است. در مورد به‌کارگیری رنگ سعی شده است که از شاخص‌های رنگ‌های خود محصول استفاده شود (شکل ۸).

۷-۴-۲- فرم دایره

در طراحی برجسب بسته‌بندی زعفران سعی شده است در به‌کارگیری رنگ و نقوش تصویری (قسمتی از نگارگری مکتب شیراز) و طرح تصویرسازی شده زعفران متناسب با موضوع دقت شود (شکل ۹).

۷-۴-۳- طراحی بسته‌بندی زعفران

۷-۴-۱- فرم مربع

در بسته‌بندی زعفران نیز مورد استفاده قرار گرفت که به مادیت و زمینی بودن محصول زعفران اشاره دارد.



شکل ۸- طرح پیشنهادی ۶-گسترده، طرح بسته‌بندی پسته صادراتی



شکل ۹- طرح پیشنهادی ۷- لیبیل بسته‌بندی زعفران صادراتی

۸- منابع

۱. پاکباز، ر. (۱۳۸۳)، «دایره‌المعارف هنر»، چاپ چهارم، تهران، فرهنگ معاصر، ص. ۷۲۵، ۲۰۸، ۵۷۵، ۵۹۹، ۶۰۰.
۲. کرمانی‌نژاد، ف. (۱۳۸۵)، «نگاهی به طراحی بسته‌بندی»، انتشارات کارین، ص ۱۰۷.
۳. مونس‌سرخه، م. طالب پور، ف. گودرزی، م. (۱۳۸۹)، «نوع لباس و نمادهای رنگ در عرفان اسلامی»، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۴۴، ص ۵-۱۴.
۴. پاکباز، ر. (۱۳۷۹)، «نقاشی ایران»، تهران، ۶۸-۶۹.
۵. اردلان، ن و بختیار، ل/ شاهرخ، ح. (۱۳۸۰)، «حس وحدت (سنت عرفانی در معماری ایرانی)»، تهران، نشر خاک، ص. ۳۵، ۴۵، ۲۷.
۶. تاتاریکیه ویچ، و/ ترجمه کیوان دوستخواه، (۱۳۸۱)، «فرم در تاریخ زیبایی‌شناسی»، نشریه هنر، شماره ۵۲، ص. ۴۶-۶۱، ۱۳۸۱.
۷. ونگ، و/ بیدار بخت، آ. لواسانی، ن. (۱۳۸۰)، «اصول فرم و طرح»، تهران، نشر نی، ص. ۴۴.
۸. بلخاری قهی، ح. (۱۳۸۴)، «جایگاه کیهان‌شناختی دایره و مربع در معماری مقدس اسلامی»، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۴، ص ۵-۱۴.

آدرس نویسنده

تهران- میدان صنعت- خیابان هرمزان- پیروزان
جنوبی - نیش کوچه پنجم - ساختمان اسراء -
طبقه اول