

اثراء الهوية المصرية الفرعونية فى تصميم عبوات التغليف الدعائى
(بالتطبيق على المتجر السياحى بالمتحف المصرى الكبير)

"Enriching the Pharaonic Egyptian identity in the design of promotional packaging
(applied to the tourist store in the Grand Egyptian Museum)"

م.د. سوزان محمد فرحات حسن

مدرس بقسم الطباعة والنشر والتغليف - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان- مصر

Lect. Suzan Mohamed Farahat Hassan

Faculty of applied arts-Printing, publishing, and packaging department

-Helwan University-Egypt

suzanfarahat2030.SW@gmail.com

المخلص

يعتبر تصميم التغليف من الركائز الاساسية الذى يعبر عن الهوية البصرية للعلامات التجارية المقدمة للمنتجات أو الخدمات للعميل ويجب أن تحقق عبوات التغليف النقاط الاساسية لجذب العميل وهو المظهر الجمالى وتحقيق عنصرى الحماية وتقديم المعلومات اللازمة عن المنتج المعروف وقد يعتقد البعض أن التغليف ينحصر دوره فقط فى حفظ المنتج حتى تسليمه للعميل النهائى دائما على العكس تماما فإن التغليف يلعب دورا جوهريا فى الارتباط العاطفى بين العلامة التجارية والعميل على المدى البعيد مما يحقق دعايا مباشرة للعلامة التجارية عن طريق توصية العميل الحالى ولجذب عملاء محتملين لنفس العلامة التجارية ، ومثلما ذكرنا من قبل أن تصميم التغليف يجب أن يعبر عن الهوية البصرية للعلامة التجارية فنحن هنا نناقش مدى الاستفادة من هذا العنصر الدعائى طويل الأمد فى امكانية استغلاله لاثراء الهوية المصرية فى الدول المختلفة عن طريق استغلال الاماكن السياحية الموجودة داخل مصر والتي تقدم خدمات ومنتجات تباع للاجانب من مختلف دول العالم وأن يتم استغلال تصميم عبوات التغليف الدعائى فى المتاجر السياحية بما يلائم الهوية المصرية على اختلاف ثقافاتىها فرعونية – اسلامية .. غيرها ، وأن كان البحث يتناول فقط الهوية المصرية القديمة لما تمتلك مصر من حضارة أكثر من ٧٠٠٠ عام تستحق أن نبحر فى طياتها للخروج بعناصر وتكوينات رمزية تعبر عن الهوية المصرية ولكن بأسلوب يلائم روح العصر الحالى . وقد اتبعت الباحثه المنهج التاريخى فى استعراض أهم العناصر التاريخية فى الحضارة المصرية القديمة مع اتباع المنهج الوصفى التحليلى لتحليل تلك العناصر والخروج بتكوينات زخرفية بجانب استخدام المنهج التجريبي فى تطبيق بعض النماذج لعبوات التغليف الدعائى المختلفة بما يحقق الجوانب الوظيفية والجمالية والدعائية للتغليف.

الكلمات المفتاحية:

الطراز الفرعونى – الهوية البصرية – تصميم التغليف – عبوات التغليف – الرمزية فى الفن المصرى القديم

Abstract

Packaging design is crucial in expressing the visual identity of brands and attracting customers through aesthetic appearance, protection, and product information. It also plays a vital role in creating an emotional connection between the brand and the customer, resulting in long-term advertising benefits. The packaging design for tourist shops in Egypt, offering products and

services to foreigners, should reflect the country's different cultural identities, including Pharaonic and Islamic. A focus on the ancient Egyptian identity can yield symbolic elements and formations that express the country's identity, but adapted to the current era. The researcher employed a historical approach to identify the essential elements of ancient Egyptian civilization, using descriptive and analytical methods to analyze and create decorative formations. The experimental method was also used to apply various advertising packaging models that achieved functional, aesthetic, and advertising aspects of packaging. By utilizing the tourist destinations inside Egypt, the packaging design could enrich the Egyptian identity in other countries, attracting potential customers and promoting the brand through current customer recommendations. In conclusion, packaging design plays a significant role in the marketing strategy of any brand, and utilizing cultural elements could enhance the brand's identity and attract customers.

Keywords

Pharaonic style - visual identity - packaging design - packaging containers – symbolism in ancient Egyptian art

المقدمة

يعتبر تصميم التغليف من الركائز الأساسية الذي يعبر عن الهوية البصرية للعلامات التجارية المقدمة للمنتجات أو الخدمات للعميل ويجب أن تحقق عبوات التغليف النقاط الأساسية لجذب العميل وهو المظهر الجمالي وتحقيق عنصرى الحماية وتقديم المعلومات اللازمة عن المنتج المعروف وقد يعتقد البعض أن التغليف ينحصر دوره فقط في حفظ المنتج حتى تسليمه للعميل النهائي دائما على العكس تماما فإن التغليف يلعب دورا جوهريا في الارتباط العاطفى بين العلامة التجارية والعميل على المدى البعيد مما يحقق دعايا مباشرة للعلامة التجارية عن طريق توصية العميل الحالى ولجذب عملاء محتملين لنفس العلامة التجارية ، ومثلما ذكرنا من قبل أن تصميم التغليف يجب أن يعبر عن الهوية البصرية للعلامة التجارية فنحن هنا نناقش مدى الاستفادة من هذا العنصر الدعائى طويل الأمد فى امكانية استغلاله لاثراء الهوية المصرية فى الدول المختلفة عن طريق استغلال الاماكن السياحية الموجودة داخل مصر والتي تقدم خدمات ومنتجات تباع للاجانب من مختلف دول العالم وأن يتم استغلال تصميم عبوات التغليف الدعائى فى المتاجر السياحية بما يلائم الهوية المصرية على اختلاف ثقافتها فرعونية – اسلامية .. غيرها ، وأن كان البحث يتناول فقط الهوية المصرية القديمة لما تمتلك مصر من حضارة أكثر من ٧٠٠٠ عام تستحق أن نبحر فى طياتها للخروج بعناصر وتكوينات رمزية تعبر عن الهوية المصرية ولكن بأسلوب يلائم روح العصر الحالى .

مشكلة البحث

غياب تحقيق الجانب الترويجى للحضارة المصرية القديمة واستغلال ذلك فى اظهار الجانب الجمالى لعبوات التغليف الدعائى مثل : العبوات الكرتونية والأكياس البلاستيكية .. وغيرها من عبوات التغليف للمقتنيات الأثرية داخل المتاجر السياحية

اهمية البحث

الاستفادة من القيم التشكيلية ومعايير التصميم المستوحاه من الأشكال الرمزية لأثرء الاتجاه التعبير الرمزي فى تصميم التغليف الدعائى

هدف البحث

1. تأصيل الهوية المصرية فى تصميم التغليف الدعائى
2. الاستفادة من الاشكال الرمزية فى الفن المصرى القديم لاستخلاص اتجاه تصميمى متطور فى تصميم التغليف الدعائى

فروض البحث

يفترض البحث أن :

استخدام الاشكال الرمزية فى الفن المصرى القديم يزيد من اثراء الهوية المصرية فى تصميم التغليف الدعائى

منهج البحث

يتبع هذا البحث المنهج التاريخى الوصفى التحليلي والتجريبي .

الاطار النظرى

أولاً: مفهوم الرمز فى الفن المصرى القديم :

أحد أهم ما يميز الديانة المصرية القديمة اعتمادها وبشكل أساسي في صياغة تعاليم الدين وفلسفته في رمزية مسيطرة على جميع أحوال الديانة المصرية القديمة , فالمتبع للحضارة المصرية القديمة يدرك تماما أن الديانة المصرية ما كانت إلا مجموعة من الرموز الموضوعية في نسق مترابط يقدم شرحا عميقا لفلسفة الدين عند المصري القديم، وتعد التمايم عالم من مصغرات الرموز الدينية والمعبودات، وتعد من أهم نماذج الفنون الصغرى لدورها الكبير فى الحضارة الفرعونية والديانة المصرية القديمة حيث تُظهر العديد من مظاهر طبيعة الأفكار فى الديانة الفرعونية وبعض الأفكار عن عادات المجتمع وتقاليده وميول أفرادهم وطبائعهم، ولقد شكّلت الرمزية ركنا أساسيا من أركان تطور الفكر التصميمى واعتبارها وسيلة تعبيرية تحمل جملة من الرموز والمصطلحات متعددة المعاني، فالرمزية نمط يُعبّر عنه من خلال معاني مكانية , زمانية , وفيزيائية أو مادية ويعتمد على الإدراك ومشاركة أغلب الحواس، فالتشكيل الرمزي يستطيع الجمع بين الحس والفهم وبين المعرفة والإبداع وبين الذات والهدف ، والرمزية تعنى تجاوز الغرض الوظيفي إلى أغراض تعبيرية وبلاغية تصل لما هو خلف الطبيعة.

ثانياً: العلاقة العضوية بين المضامين العقائدية والصياغات التصميمية للرموز الفرعونية

إن اكتشاف المضمون العقائدى فى الفن المصرى القديم لا يتم عن طريق فحص ذلك الشكل المادى كالرمز ومدلوله، وإنما يمكن إدراك واكتشاف مضمونه بالجوء إلى وسائل تحليلية لا تعتمد على الحواس فقط لأن الفنان المصرى القديم كان يميل

إلى الصياغات التصميمية للرموز ليحل بمفهوم الإحالة المدركات والأشكال والمضامين إلى رموز شكلية، وبهذه العملية يمنحها أهمية ويحملها مضموناً يعبر عن عقيدته وطبيعته وحياته وبيئته ، فقد أقام الفنان في الحضارة المصرية القديمة حواراً دائماً قائماً على الملاحظة والتأمل لمتغيرات الطبيعة ومكوناتها الكونية ، ومن بين استلهامات هذا الحوار مع الطبيعة ابتكاره للرموز كأحد الأشكال الرئيسية للتعبير عما يجول في خاطره وخياله ، ولديه قناعة بها في الدلالة عما يريد أن تعبر عنه من معتقد ديني وازى لهذا الرمز. ولذلك سجل الفنان المصري القديم أفكاره ومعتقداته في مجموعة من الرموز كوسيلة من وسائل الإتصال وطريقة من طرق التعبير عن ذاته وعلاقته واحتكاكه بكل ما يحيط به في الطبيعة ، ومن الدوافع التي جعلت الإنسان قادر على أن يواجه الحقيقة مباشرة قدرته على تصميم صياغات ترميزية للحقائق المادية من خلال رمز يدل على الوضع القائم مثل ترميزه للحياه والأرض والسماء والروح ، وبذلك أصبحت الرموز تشكل الوظيفة الأساسية للوعي الإنساني في الحضارة المصرية القديمة ، وقد استخدم الفنان المصري القديم الرمز للتعبير عن أفكاره ومعتقداته والظواهر المرئية استخداماً متنوعاً تميز بالأصالة والتفرد نتيجة الأسلوب الخاص في صياغة تلك الأشكال والرموز التي أبدع المصري القديم في صياغتها والاعتماد

عليها بشكل واضح في شتى مناحى حياته ومجالاتها سواء كانت اجتماعية، أو دينية، أو ثقافية أو ترفيهية، إن الصياغات التصميمية للرموز تعكس مدى تطور الوعي الإنساني وفكرته عن الكون والحياة والعالم الآخر ، فكل رمز له دور ومضمون عقائدي في المكان الذي يشغله. والفنان في الحضارة المصرية القديمة استطاع تنظيم كم لا نهائي من الصياغات التصميمية من خلال اكتشاف مكونات الطبيعة وخصائصها ، فقد شكل الرمز لديه بقوته الغامضة تجسيدا لقوة الكون. وهو رد فعل وانعكاس للمضامين الأيديولوجية المطروحة في الحضارة المصرية القديمة وانبتق عن مجموع حواراتها الفكرية والبصرية والتقنية وجعلها متفردة عن باقي الحضارات الأخرى.

ثالثاً: الرموز الفرعونية ودلالاتها في حياة المصري القديم

تعددت الرموز الفرعونية في حياة المصري القديم واختلفت دلالاتها حسب موضعها، فالفن المصري القديم غنى بالرموز المرتبطة بالملوك ومعتقداتهم الدينية ، ومن خلال تعلم قراءة هذه الرموز يمكن للمصمم فهم هذا الفن واستيعاب مفرداته بطريقة أفضل ، ويبين الجدول رقم (□) التالي يعرض نماذج من أشهر الرموز التي انتشرت في الحضارة المصرية القديمة ودلالاتها .

الرمز	الدلالة والمعنى
	العصا المعقوفة والسوط رمزان عرف بهما أوزوريس، وكان عندما يحملهما أي فرعون يعتبر راعياً للشعب يقود قطيعه بالعصا المعقوفة ويحميهم بالسوط
	الكوبرا المصرية ترمز إلى النفوذ والسيادة والحكمة وأضيفت إلى التاج الموحد لمصر بجانب رمز الالهة "نخبت" حامية وراعية مصر العليا ، والكوبرا المصرية كانت رمز للإلهة "وادجيت" الإلهة حامية مصر السفلى
	تعتبر زهرة اللوتس من أهم الرموز المصرية القديمة بل وأشهرها على الإطلاق، ودلت النقوش والرسومات الفرعونية على المعابد المصرية القديمة على إعجاب قدماء المصريين بهذه الزهرة التي تبدو في الأعمال إما مفتوحة أو مغلقة، كما أظهرت تلك الرسومات ملوك مصر الفرعنة العظماء وهم يسكنون باللوتس بأيديهم تقديراً منهم لتلك الزهرة الرائعة. وتمثل اللوتس عند المصريين القدماء نهر النيل، وتحاكيه في شكله، فأوراقها هي الجيرات المتفرعة من النيل وساقها مجراه، والزهرة هي دلتا النيل، كما مثلت رافداً للإبداع الفني والمعماري فالكثير من تيجان أعمدة المعابد المصرية القديمة تتخذ شكل أزهار اللوتس، وترمز اللوتس إلى الطهارة والنقاء
	رمز قرص الشمس الممجنح Winged Solar Disk يمثل الألوهية والقوة الالهة الممجنحة: في بعض الأحيان تصور الإلهة "مات" كإلهة ممجنحة مع أجنحة منفصلة تعلق على ذراعها دليل على القدرة
	يعتبر (الجعران) خنفساء الجعل المقدس (من أقوى التماثيل والرموز الفرعونية إذ كان الفرعنة يعتقدون أن تلك الحشرة تجدد نفسها بنفسها، شابه المصري القديم الذي كان يعبد إله الشمس "رع" بين تلك الخنفساء ذات الكرة (كرة الروث)، تكورها وتجربها خلفها ، وتختفي بها في الرمال ثم تظهر وكأنها خلق جديد باختفاء الشمس أثناء الليل وظهورها من جديد في الصباح . فكان المصري القديم يمثل رع في النهار بقرص الشمس ، ويمثله في شكل الجعران في الليل
	عين حورس(سابقاً عين رع (بالمصرية القديمة) "أوجات") Udjat : بالإنجليزية وهي رمز وشعار مصري قديم ذي خصائص مميمة، يستخدم للحماية من الحسد ومن الأرواح الشريرة ومن المرض وهي في شكل قلادة يتزين بها الشخص، وتعبّر عن القوة الملكية المستمدة من الآلهة حورس أو رع
	أمون هو إله الشمس ، وهو الوجه الخفي لرع ، واسم أمون يعني الباطن أو الخفي وكان أمون هو الإله الأوحيد وكل الآلهة الأخرى صورة منه وانعكاس له، وبعد اندماجه وتوحده مع رع، ظهر في صورة الإله أمون رع ، فأصبح ظاهراً وخفياً في آن واحد، ظاهراً في صورة رع الذي يتجلى على عبادته في هيئة الشمس، وخفياً وغامضاً ومنفصلاً عن العالم بصفته أمون، وقرص الشمس يرمز إلى المعبود رع وعندما وصلت عبادة أمون إلى أوجهه انتشر تقديس الشمس وأطلقوا عليها آتون، اله التوحيد ويتمثل آتون في شكل قرص الشمس بأشعتها التي تنتهي بأيادي بشرية تمسك بمفتاح الحياة.

جدول (□) يوضح أشهر الرموز الفرعونية ودلالاتها

رابعاً: التغليف : تعريفه ووظائفه وأنواعه

٤-١- هناك العديد من التعريفات الخاصة بالتغليف نذكر منها:-

1. هو عملية أساسية لحماية المنتجات الغرض منها هي الحفاظ عليها بحالة جيدة وذلك من أول مراحل الإنتاج ومروراً بعمليات النقل والتخزين والتوزيع والتداول حتى تسليمه إلى المستهلك النهائي وذلك بتكلفة مناسبة".
2. هو فن وعلم وتكنولوجيا عمليات تجهيز السلع لحملها وتخزينها وتوصيلها إلى يد المستهلك بأمان.

وتكمن وظيفة التغليف فى النقاط التالية

1. الحماية الفيزيائية

حفظ الاطعمة المغلفة ينبغى أن تتوافر الحماية من العوامل التالية : الصدمات الاهتزاز –اختلاف درجات الحرارة..ألخ

2. الحماية من العوامل الخارجية "خصائص الحجز " مثل:

حجز دخول الاكسجين ،بخار الماء ،الأتربة ..ألخ. وعادة يتطلب اكساب العبوة خصائص معينة كامتصاص الاكسجين للمساعدة فى اطالة فترة الصلاحية للعرض، وبعضها يكون لها خصائص التحكم فى درجة الحرارة المحيطة بالعبوة للحفاظ على درجة الحرارة الداخلية للعبوة . والحفاظ بشكل عام على المحتوى نظيفاً ، وطازجاً وأمناً طوال فترة عرضه فى المتجر، وهذا يعتبر الوظيفة الاساسية للعبوة الاولية.

3. الحماية من حدوث تكتل لمكونات المحتوى

بعض المنتجات يحدث لها أن تتجمع مع بعضها البعض داخل العبوة على شكل تكتلات ، أو مجموعات صغيرة مع بعضها فى المنتجات ذات الشكل المسحوقى أو البودرى.

4. تقديم معلومات عن المنتج

عبوات التغليف والملصقات يكون مكتوب عليها كيفية استخدام المنتج وكيفية نقله ومدى امكانية اعادة تدويره ويعتبر وسيلة تسويقية فى حد ذاتها للمنتج، وتوجد أيضاً بعض المعلومات تفرضها الجهات المسؤولة على الشركات المنتجة.

5. التسويق

تعتبر عبوات وملصقات التغليف وسيلة ترويجية للعملاء ولتشجيعهم على شراء المنتج لذلك تعتبر عملية تصميم التغليف عامل هام واساسى منذ العقود الماضية .كما يعتبر الاتصال فى عملية التسويق والتصميم الجرافيكى لعبوة التغليف من اهم العوامل الجوهرية لنجاح بيع المنتجات.

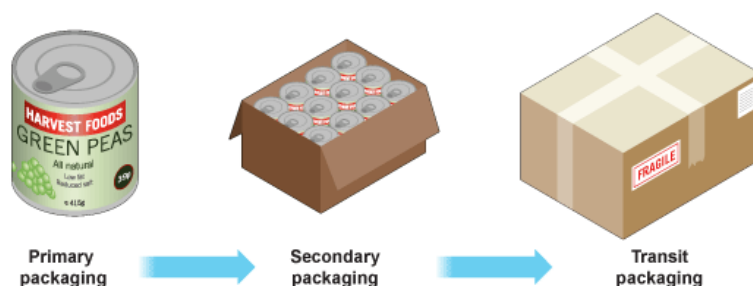
6. الملائمة convenience

يجب أن يلائم التغليف خصائص المناولة والتخزين والتشغيل وعمليات البيع وطريقة الفتح واعادة الغلق والاستخدام واعادة الاستخدام مرة أخرى إن امكن ذلك.

٢-٤ - تتعدد أنواع عبوات التغليف فى مجال التغليف

١-٢-٤ : تعريف العبوة "Define the package"

العبوة هى عبارة عن طبقة من خامة واحدة أو متعددة الطبقات لبعض المنتجات لاجل تحقيق وظائف التغليف ، و بالتالى فى بعض الأحيان تكون تكلفة العبوة أعلى من المنتج نفسه، وعادة ما يتم التخلص من العبوة بعد استخدامها كما هو موضح بالشكل (□)



شكل (□) تصنيف لانواع العبوات المتعددة في مجال التغليف

<http://www.deufol.com/en/glossary/primary-packaging.html>

1. العبوة الاساسية "الأولية" primary packaging

هذا المصطلح يطلق على طبقة التغليف الملامسة مباشرة للمنتج بمعنى آخر أول خامة تغليف بداخلها المنتج . وليست بالضرورة أن تكون طبقة واحدة، فقد تكون أكثر من طبقة لتحسين خواص الحجز لحماية المنتج والحماية من أى ملوثات خارجية، أو تفاعلات بيولوجية بين الخامة وبين المنتج ويجب أن نأخذ في الاعتبار أن من وظائف العبوة الاساسية تحقيق خصائص المناولة ، والعرض مع الحفاظ على المنتج أثناء تعامل العملاء معها، ومن اشكال العبوة الاساسية شرائط الاقراص-الخامات القابلة للانكماش والكرتون المطوى.

2. العبوة الثانوية secondary packaging

هى عبارة عن المستوى الثانى من التغليف و هى تستخدم لاحتواء عدة منتجات قد سبق تغليفها بخامة اخرى ويكون الهدف هى تجميعهم معاً ووظيفة العبوة الثانوية تتلخص فى التالى:

- تستخدم كعبوة عرض ويساعد ذلك فى نجاح العملية التسويقية للمنتج.
- دعم خصائص النقل والتخزين بشكل أفضل عن طريق تجميع عدة منتجات فى عبوة واحدة مما يسهل المناولة بشكل أفضل.

والخامات التى تدخل فى تصنيع العبوة الثانوية هى الكرتون المطوى وصناديق الكرتون المضلع وقد يكون كرتون مضلع مع افلام بلاستيكية قابلة للانكماش كما هو موضح بالصورة رقم (□)



صورة (١) العبوة الثانوية كعبوة عرض للعبوات الاساسية

<http://www.ivcie.com>

٣- عبوة الشحن ship packaging

هذا النوع من التغليف يسهل من عملية المناولة والشحن لعدد كبير من العبوات وذلك بهدف حمايتها من أى تلف ، أو كسر ميكانيكى فى حالة عدم التناول الصحيح للعبوات كما هو موضح بالصورة بالرقم (٢).



صورة (٢) مقطع تفصيلى لعبوة الشحن وبداخلها العبوات الثانوية

<http://www.euromonitor.com/packaged-food>

يعتبر التغليف الدعائى مزيج من فئة التغليف الاساسى لأنه يكون العبوة الأولى التى تحوى المنتج وإن كان بعض المنتجات مثل : الاكواب والاطباق والهدايا المنقوشة بالزخارف الفرعونية تندرج تحت المنتجات القابلة للكسر فيتم تغليفها بأفلام بلاستيكية و فقاعات هوائية لتحقيق الحماية المثلى مع العبوات الكرتونية أو الاكياس البلاستيكية

الجزء العملى

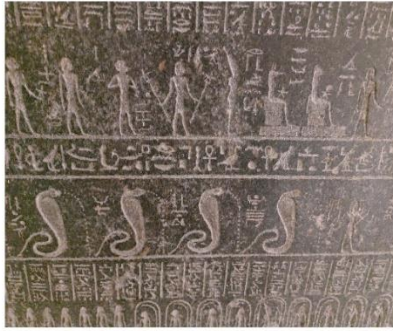
من خلال تصوير بعض الاغلفة والعبوات الموجودة داخل المتاجر السياحية وجد أنها تحقق بعض الشروط الوظيفية لعبوات التغليف من الحماية للمنتج اثناء النقل الى جانب وجود بيانات خاصة بالمتحف المصرى وطرق التواصل المختلفة ولكن تفتقر الى ابراز الجانب الترويجى للمنتجات الفرعونية كما هو موضح بالصورة رقم (٢)



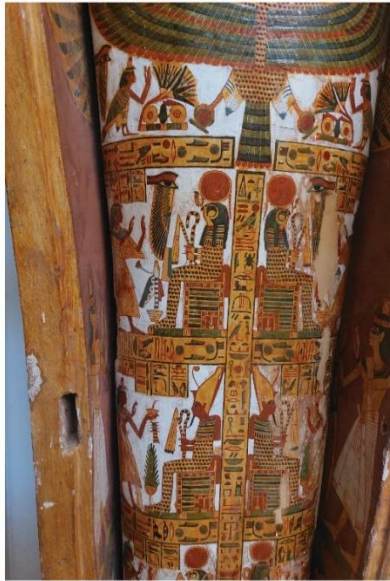
صورة(٣) لبعض نماذج العبوات المستخدمة فى تغليف للمقتنيات الاثرية بالمتحف المصرى القديم.

أولا : النماذج المرسومة والمستوحاه من الرموز والتكوينات من التراث المصري القديم
من خلال الدراسة النظرية السابقة تم استخراج بعض التكوينات الرمزية بالاعتماد على صور مأخوذة من التماثيل والاثار الموجودة داخل المتحف المصري الكبير باستخدام كاميرا Samsung A52 وتم تصميم التكوينات الموجودة بالشكل رقم (٢، ٣، ٤) للتكوينات المستوحاه من التراث المصري القديم .

الأصل



النموذج المرسوم

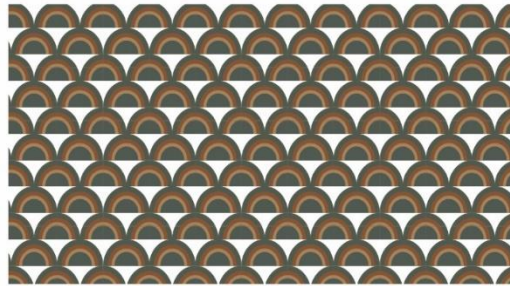
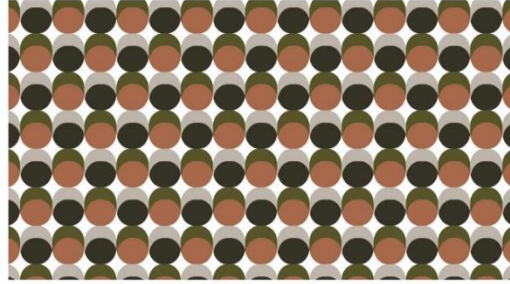
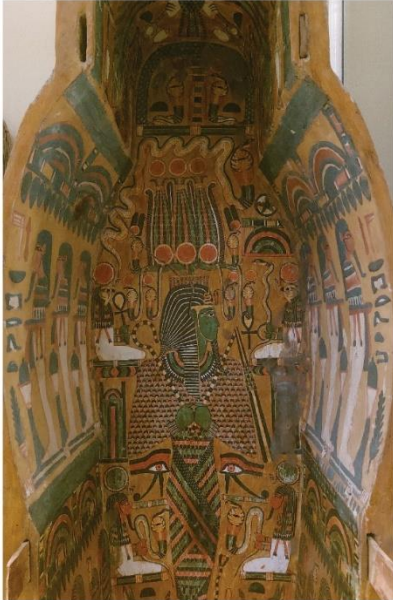


شكل (٢) لبعض العناصر المرسومة المجموعة (١) والمستوحاه من المشاهد الفرعونية لآحد مقتنيات المتحف المصري الكبير

الأصل

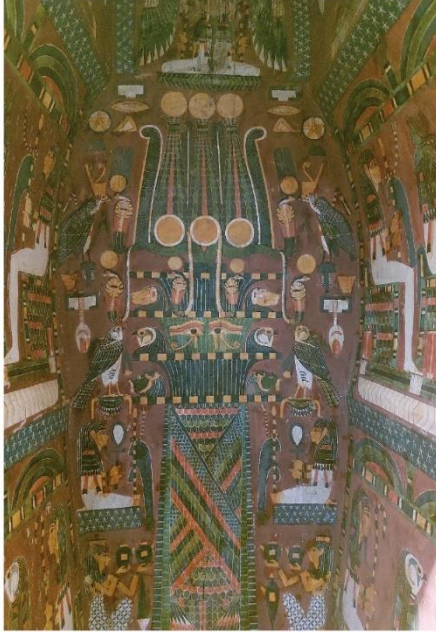


النموذج المرسوم



شكل (٣) لبعض العناصر المرسومة المجموعة (٢) والمستوحاه من المشاهد الفرعونية لأحد مقتنيات المتحف المصري الكبير

الأصل



النموذج المرسوم



شكل (٤) لبعض العناصر المرسومة المجموعة (٣) والمستوحاه من المشاهد الفرعونية لأحد مقتنيات المتحف المصري الكبير

ثانياً: النماذج التطبيقية لعبوات التغليف المقترحة للاستخدام في المتاجر السياحية

كما ذكرنا من قبل انه تم استلهام بعض العناصر الرمزية من الحضارة الفرعونية لاستغلالها في تصميم عبوات تغليف دعائي وقد تم تنفيذ ذلك بالاعتماد على اتجاه التبسيط وهو اتجاه تصميمي يعتمد في الاساس على اتجاه الرمزية وفي نفس الوقت اتجاه حديث معاصر بهدف توصيل العناصر الجمالية بما لا يخل من الرسالة والهدف الذي ينشئ من أجله وقد تم اضافة كلمة "Kemet" في اشارة الى الاسم الاكثر شيوعاً وتعبيراً عن مركز وعاصمة مصر الفرعونية القديمة وذلك مع الحفاظ على العناصر الوظيفية التي يجب توافرها من خصائص الحماية للمنتج الداخلي مع اضافة ارقام للتواصل وعناوين البريد الالكتروني بالاضافة الى وجود شفرات سريعة القراءة من نوعية variable Qr code ليتم اطلاق السائح بكل جديد على المنتجات والعروض الموجودة على الصفحة الرئيسية بالمتحف المصري الكبير على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك كما هو موضح في الامثلة التالية :



صورة(٤) بعض النماذج المبتكرة من عبوات التغليف الدعائي وتحتوي على شفرات سريعة القراءة Qr code

وكما هو موضح بالصورة رقم (٤) عند استخدام احدى تطبيقات الموبايل لقراءة الشفرات سريعة الاجابة Qr code reader وقراءة الشفرة المطبوعة على العبوات الجديدة سيتم اطلاق السائح بكل جديد يخص المتحف المصري الكبير من اخبار جديدة على صفحة الفيس بوك .

وقد استعانت الباحثة بعدة برامج متخصصة في انتاج العديد من الافكار التي سيتم عرضها في الصفحات التالية بالاعتماد على العناصر المستخرجة من الصور الموجودة داخل المتحف المصري الكبير للوصول الى امثلة عملية واقرب من عبوات التغليف الدعائي المتاحة داخل المتجر السياحي بالمتحف وتصلح للاماكن الاثرية المصرية والبرامج المستخدمه كالتالي :

برنامج ادوبي فوتوشوب ٢٠٢٠ adobe photoshop

لمعالجة الصور التي تم تصويرها لاطهار افضل التفاصيل تمهيدا لرسمها

برنامج ادوبي اليستريتور ٢٠٢٠ adobe illustrator

المستخدم في انتاج جميع الافكار والتكوينات الموجودة على العبوات التغليف الدعائي

برنامج ادوبي ديمشن ٢٠٢٠ Adobe Dimension

المستخدم في انتاج النماذج ثلاثية الابعاد لعبوات التغليف الدعائي من حقائب واغلفة للكتب واكواب للمشروبات وغيرها من عبوات التغليف ..الخ

بالنسبة الى الخامات المقترحة لتنفيذ تلك التكوينات التصميمية فان الباحثه توصى باستخدام خامات صديقة للبيئة مثل الكرافت – الكرتون

المضلع لانها اكثر الخامات يمكن اعادة تدويرها ويسهل عليها تطبيق التكوينات التصميمية المقترحة التي سيتم تناولها فى الصفحات التاليه الى جانب الى ان التكلفة الاقتصادية لتلك الخامات المطلوبة اقرب من العبوات المستخدمة بالفعل داخل المتجر السياحى بالمتحف المصرى .

النموذج الاول

قد تم استخدام مجموعة الدرجات اللونية تناسب الحقبة الفرعونية الى جانب ان التكوين الموجود على التغليف الدعائى جميعها قد تم رسمها خصيصا لتلك المنتجات وتحتوى على معالجات جرافيكية للاعمدة الفرعونية ويعلوها تاج من زهرة اللوتس وعين حورس الى جانب مجموعة من التكررات الهندسية المتنوعه فى الالوان مابين البرتقالى والكحلى والزيتى بالاضافة الى وجود كلمة Kemet فى اشارة الى احدى اسماء مصر القديمة كما موضح بالشكل رقم (٥):



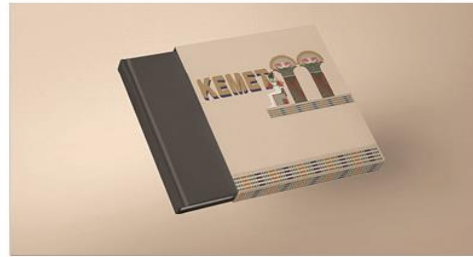
الاكواب للمشروبات ومشمولاتها



حقائب للهدايا والتذكارات



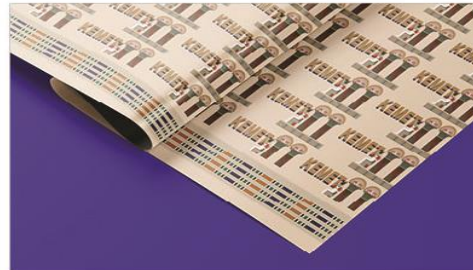
صناديق للمنتجات القابلة للكسر



اغلفة خاصة بحفظ الكتب والمراجع



افلام بلاستيكية للف المنتجات القابلة للكسر وغيرها من المنتجات خفيفة الوزن



شكل (٥) يوضح التكوين الاول لمنتجات التغليف الدعائى

النموذج الثاني

قد تم استخدام مجموعة الدرجات اللونية تناسب الحقبة الفرعونية الى جانب ان التكوين الموجود على التغليف الدعائي جميعها قد تم رسمها خصيصا لتلك المنتجات وتحتوى على معالجات جرافيكية التى تتألف من العنصر الرئيسى وهو الجعران المجنح بالاضافة الى تكرارات من الوحدة الدائرية على حدود المنتج واستخدام درجات اللون الاحمر والكحلى لى يتكامل المشهد من حيث العناصر والالوان المستخدمة ، كما موضح بالشكل رقم (٦):



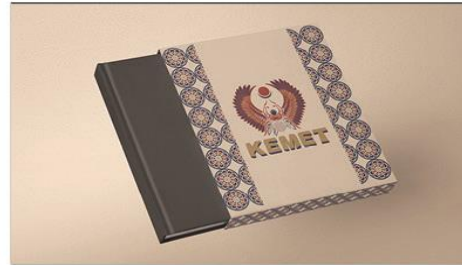
الأكواب للمشروبات ومشمطاتها



حقائب للهدايا والتذكارات



صناديق للمنتجات القابلة للكسر



اغلفة خاصة بحفظ الكتب والمراجع



افلام بلاستيكية للف المنتجات القابلة للكسر وغيرها من المنتجات خفيفة الوزن

شكل (٦) يوضح التكوين الثانى لمنتجات التغليف الدعائى

النموذج الثالث

قد تم استخدام مجموعة الدرجات اللونية تناسب الحقبة الفرعونية الى جانب ان التكوين الموجود على التغليف الدعائى جميعها قد تم رسمها خصيصا لتلك المنتجات وتحتوى على معالجات جرافيكية التى تتألف من العنصر الرئيسى وهو الجعران المجنح بلونى الكحلى والاحمر بالاضافة الى تكرارات من عنصر ثعبان الكوبرا فى الخلفية بنفس مجموعة الالوان

المستخدمة للعنصر الرئيسي مع وجود كلمة Kemet باللون البنّي والكحلي لكي يتكامل المشهد من حيث العناصر والالوان المستخدمة كما موضح بالشكل رقم (٧):



الأكواب للمشروبات ومشتملاتها



حقائب للهدايا والتذكارات



صناديق للمنتجات القابلة للكسر



اغلفة خاصة بحفظ الكتب والمراجع



أفلام بلاستيكية للف المنتجات القابلة للكسر وغيرها من المنتجات خفيفة الوزن

شكل (٧) يوضح التكوين الثالث لمنتجات التغليف الدعائي

النموذج الرابع

قد تم استخدام مجموعة الدرجات اللونية تناسب الحقبة الفرعونية الى جانب ان التكوين الموجود على التغليف الدعائي جميعها قد تم رسمها خصيصا لتلك المنتجات وتحتوى على معالجات جرافيكية للاعمدة الفرعونية والتي تتألف من العنصر الرئيسي وهو الجعران الممنج بالوان الاحمر والبنّي والزيتي بالاضافة الى تكرارات من الدوائر المتراكبة من اللونين البنّي والزيتي في الخلفية بانفس مجموعة الالوان المستخدمة للعنصر الرئيسي الى جانب مجموعة من التكرارات الهندسية المتنوعه

فى الالوان مابين البرتقالى والكحلى والزيتى بالاضافة الى وجود كلمة Kemet فى اشارة الى احدى اسماء مصر القديمة .
كما موضح بالشكل رقم (٨)



الاكواب للمشروبات ومشمولاتها



حقائب للهدايا والتذكارات



صناديق للمنتجات القابلة للكسر



اغلفة خاصة بحفظ الكتب والمراجع



افلام بلاستيكية للف المنتجات القابلة للكسر وغيرها من المنتجات خفيفة الوزن

شكل (٨) يوضح التكوين الرابع لمنتجات التغليف الدعانى

النموذج الخامس

قد تم استخدام مجموعة الدرجات اللونية تناسب الحقبة الفرعونية الى جانب ان التكوين الموجود على التغليف الدعائي جميعها قد تم رسمها خصيصا لتلك المنتجات وتحتوى على معالجات جرافيكية التى تتألف من العنصر الرئيسى وهو الكوبرا الممنح باللونين البرتقالى والكلبى بالاضافة الى تكرارات من الدوائر المترابطة من اللونين البنى والزيتى فى الخلفية بانفس مجموعة الالوان المستخدمة للعنصر الرئيسى مع وجود كلمة Kemet باللونى البرتقالى والبنى لكى يتكامل المشهد من حيث العناصر والالوان المستخدمة كما موضح بالشكل رقم (٩):



الاكواب للمشروبات ومشمطلاتها



حقائب للهدايا والتذكارات



صناديق للمنتجات القابلة للكسر



اغلفة خاصة بحفظ الكتب والمراجع



افلام بلاستيكية للف المنتجات القابلة للكسر وغيرها من المنتجات خفيفة الوزن



شكل (٩) يوضح التكوين الخامس لمنتجات التغليف الدعائي

النتائج Results

- تناول التراث المصرى القديم بمنظور حديث فى تصميم التغليف الدعائى بما يتوافق بين الجانب الوظيفى وفى نفس الوقت يساهم فى تأصيل الهوية المصرية.
- الاستفادة من الصياغات التصميمية للرموز فى الحضارة المصرية القديمة فى تصميمات جديدة تعيد احياء التراث المصرى القديم وتخلق اسلوب معاصر يتواءم مع تحديات العصر.
- استخدام الاشكال الرمزية للحضارة المصرية القديمة فى صياغات معاصرة رمزية جديدة بدلالات مختلفة بحيث تكون ذات بعد اعمق واكثر تعبيراً عن الهوية المصرية .
- استلهم اتجاه تصميمى معاصر من الحقبة الفرعونية القديمة هو دليل على ثراء التاريخ المصرى بمختلف اتجاهاته

التوصيات Recommendations

- القيام بمزيد من الدراسات تتعلق بكيفية الاستفادة من التراث الفرعونى القديم لتحقيق الهوية الثقافية فى مجال تصميم التغليف الدعائى على مختلف مستوياته .
- مقاومة التبعية الفكرية والاستفادة من الحلول العملية فى تصميم التغليف الدعائى وتطويره ليكون رسالة تتحدث جلياً لكل زوار العالم ووسيلة دعائية مستمرة لكل دول العالم
- ضرورة الاهتمام بدراسة الفن المصرى القديم واستلهم منه اتجاهات تصميمية معاصرة تلائم اتجاهات الفنون التطبيقية .
- استخدام خامات يسهل اعادة تدويرها مثل : خامة الكرافت والكرتون المضلع فى تنفيذ التصميمات المقترحة .

المراجع References

الرسائل العلمية :

1. tamir ealaa eabd almajid(2008) ,aluzam altiknulujiat almutatawirat almurinat limanzumat altaeyibat w altaghlif li'iintaj aleubuaat alghidhayiyat albilastikiat almuranati, risalat dukurat , ghayr manshurat , kuliyat alfunun altatbiqiat , safhat 13 .
2. mahmud faruq mahmud 'amin alfiqaa (2005)- <<dirasat muqaranat linuzum alshafarat almutanawieat faa majal altibaeat waltaghlif wamakaniat tatwiriha >>- risalat majistir-qism altibaeat walnashr waltaghlif - kuliyat alfunun altatbiqiati.

الكتب العربية

3. saeid harbaa , alasalib waliatijahat faa alfani almusraa alqadim -alhayyat almisriat aleamat lilkitab - 2014 muharam kamal ,tarikh alfani almusraa alqadim -dar alhilal bimisr - 1937

الروابط الالكترونية

4. <https://marcopolis.net/tourism-sector-in-egypt-promoting-cultural-tourism-in-egypt.htm>,
access date: 16/7/2022

5. <https://nielseniq.com/global/en/insights/report/2023/the-3-key-roles-of-impactful-package-design-elements/>, access date: 16/7/2022
6. <https://smallbusiness.chron.com/packaging-affect-consumers-70612.html> , access date: 5/4/2022
7. <https://www.arka.com/blogs/news/effects-packaging-consumers-buying-decisions> , access date: 13/1/2022
8. <https://www.semanticscholar.org/paper/Impact-of-the-Product-Packaging-on-the-Consumer-Amin-Imran/1a7c9cdc2812fa6f6b86b2be94f83d4db110ca7> , access date: 13/2/2022
9. <https://www.pkbranding.com/blog/6-essential-elements-of-effective-packaging-design> , access date: 6/3/2022
10. <https://www.meeyers.com/meeyers-blog/how-does-packaging-affect-consumer-behavior> , access date: 3/8/2022
11. <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Effect-of-Sustainable-Packaging-Aesthetic-on-A-Kapse-Mahajan/79f60eb90f52445d80a611529e0afc0e55ebe24d> , access date: 20/3/2023
12. <https://99designs.com/blog/tips/ultimate-guide-to-product-packaging-design>, access date: 22/4/2022
13. <https://www.ptpackaging.com/blog/how-packaging-affects-consumer-behavior> , access date: 16/9/2022
14. <https://www.qualtrics.com/experience-management/product/product-packaging-design> , access date: 13/7/2022
15. www.semanticscholar.org/paper/Economic-Assessment-of-the-Impact-of-Packaging-on-Hamdar-Khalil/b3008ae8d89c40181eb37a7698e27b3195b7f254 , access date: 23/12/2022
16. <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Effect-of-Sustainable-Packaging-Aesthetic-on-A-Kapse-Mahajan/79f60eb90f52445d80a611529e0afc0e55ebe24d> , access date: ٢٥/٢/٢٠٢٢
17. <https://www.semanticscholar.org/paper/Impact-of-Snack-Food-Packaging-Design-on-Consumer-Wang-Gani/6e62207653c249795f61692e44b486d36a2463ff> , access date: ٢١/٣/٢٠٢٢
18. <https://www.semanticscholar.org/paper/INFLUENCE-OF-PRODUCT-PACKAGING-ON-CONSUMER-PURCHASE-Farooq-Sub/51fe6f1320b113b7535924502d8c7b7767c106c4> , access date: 23/4/2022
19. <https://www.semanticscholar.org/paper/Economic-Assessment-of-the-Impact-of-Packaging-on-Hamdar-Khalil/b3008ae8d89c40181eb37a7698e27b3195> , access date: 11/5/2022
20. <https://www.usaid.gov/egypt/tourism> , access date: 2/3/2023