

العنوان:	الوظيفة الاتصالية للبيكتوجرام ودوره في التصميم الجرافيكي للعبوات الدوائية
المصدر:	مجلة علوم وفنون - دراسات وبحوث
الناشر:	جامعة حلوان
المؤلف الرئيسي:	حسن، إيناس محمود محمد
المجلد/العدد:	مج 21, ع 3
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2009
الشهر:	يوليو
الصفحات:	173 - 157
رقم MD:	70590
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
قواعد المعلومات:	HumanIndex
مواضيع:	البيكتوجرام، الفنون التطبيقية، الإعلان، تصميم الإعلانات، العبوات الدوائية، تصميم العبوات الدوائية، الدراسات الإنسانية، التفاعل الاجتماعي، اتجاهات المستهلك، التسويق، علم النفس الاجتماعي
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/70590

الوظيفة الاتصالية للبيكتوجرام ودوره في التصميم الجرافيكي للعبوات الدوائية

م.د. إيناس محمود محمد حسن

مدرس دكتور بقسم الإعلان

كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلوان

مقدمة:

بدأ الاتصال كصورة من صور النشاط الإنساني بين التجمعات البدائية لتطوير الأهداف والحاجات، التي لا يليها سوى الاتصال بين الجماعات وبعضها، مثل التبادلات والمقايضة، وتنظيم الأمن وتجنب الحروب. ومع هذا النشاط الإنساني، تبلورت منظومات متكاملة للاتصال. تقوم على الإشارات والرموز ذات المعاني والدلالات المشتركة، التي تيسر فهم وإدراك أهداف الاتصال وأبعاده في هذه التجمعات البدائية.

ومع تطور المجتمعات، وتطور الأهداف والحاجات، تطور النشاط الاتصالي وأساليبه، ليتفق مع البناء الحضاري والثقافي الذي يميز كل مرحلة عن الأخرى. ولم يصبح الاتصال بعد ذلك مجرد نشاط إنساني، ولكنه تحول ليصبح عملية اجتماعية تتسم بالتدفق والاستمرار. وتضم أنساقاً متعددة من العمليات السلوكية والنفسية، ترتبط في جوانب كثيرة منها بتقنيات العصر ومخترعاته. (٤م، ص ١٧)

ويعرف الاتصال بأنه العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والآراء والأفكار في رموز دالة، بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع، وبين الثقافات المختلفة، لتحقيق أهداف معينة. (٢م، ص ٢٥).

وتظهر الوظيفة الاتصالية للفرد في العديد من المجالات منها تلبية حاجتها إلى المعلومات والمعارف الخاصة بالقضايا والموضوعات اليومية، التي تفيد في اتخاذ قراراته اليومية. وبالإضافة إلى ذلك تظهر الحاجة إلى الارتقاء بمستوى المعارف والمهارات. التي تنعكس على الأداء والإنجاز اليومي. وكذلك المعارف الثقافية التي تفيد في الخروج بأحكام صائبة في الموضوعات التي يتعرض لها الفرد في حياته اليومية. (٤م، ص ٢١)

ويعد التغليف من أحد الوسائل الإعلانية البصرية المستخدمة في الاتصال الجماهيري، فغلاف العبوة ينقل المعاني والمعلومات عن طريق التصميم الجرافيكي. ويتضمن التصميم الجرافيكي عنصر الشكل، حيث يعتبر عنصر مرئي هام في الفنون الجرافيكية، فالشكل سهل الرؤية، كما يخرج كجزء هام من عملية تصميم غلاف العبوة. (٥م، ص ٢)

والبيكتوجرام يعد أحد العناصر الشكلية المكونة للتصميم الجرافيكي للعبوة، وهو يعتبر أحد الرموز الجرافيكية التصويرية ذات الوظيفة الاتصالية على غلاف العبوات المختلفة. فله دوره الفعال في تعريف المستهلك بتعليمات وإرشادات الاستخدام الآمن للمنتج. وعندما يكون المنتج ذو طبيعة خاصة مثل المنتج الدوائي، فنلاحظ الأهمية والحاجة القصوى للتصميمات الجيدة للبيكتوجرامات التي توضح للمستهلك الأثر الطبي للدواء على صحته، وكيفية استخدام العبوة بصورة آمنة، وكذا كيفية تداول الدواء بأشكاله المختلفة سواء كان أقراصاً أم شراباً أم قطرة للعين أو الإذن مثلاً.

مشكلة البحث:

بالنظر إلى العيوب الدوائية لشركات الدواء المصرية نلاحظ القصور في الغالبية العظمى منها للاستخدام الفعال للبيكتوجرام كأحد عناصر التصميم الجرافيكي لعبواتها. كما نلاحظ أنه على ندره استخدام البيكتوجرام فإن بعض الشركات تستخدمه في تصميماتها ولكن بمستوى في ضعيف ينأى عن اتباع الأسس التصميمية، أو القيم الجمالية، إضافة إلى البعد الاتصالي والدلالي. ويمكن تحديد مشكلة البحث في التساؤلين الآتيين:

- إلى أي مدى يساهم استخدام البيكتوجرام في إثراء الجانب الاتصالي والمعرفي للمستهلك عن طبيعة الدواء والاستخدام الآمن له؟.
- كيف يساهم اتباع الأسس التصميمية، ومراعاة القيم الجمالية للبيكتوجرام في تحقيق قوة الجذب والانتباه، وبالتالي نجاح الوظيفة الاتصالية له؟.

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في الدور الاتصالي والجمالي الفعال الذي يقوم به البيكتوجرام في التصميم الجرافيكي للعبوة الدوائية والذي يؤكد عنصر الألفة بين المستهلك والمنتج الدوائي بدلا من إحساس الخوف والنفور الذي ينتابه عند تناوله.

أهداف البحث: يهدف البحث إلى:

- إلقاء الضوء على الدور الاتصالي الفعال الذي يقوم به البيكتوجرام في التصميم الجرافيكي للعبوة الدوائية.
- التأكيد على اختيار المصمم للرموز المناسبة للتعبير عن أفكاره تعبيرا صحيحاً ودقيقاً وواضحاً، بعيداً عن الغموض، وفي إطار الخبرة المشتركة بينه وبين المتلقي.

فروض البحث:

يفترض البحث أن استخدام البيكتوجرام في التصميم الجرافيكي للعبوة الدوائية يضيف للوظيفة الاتصالية والمعرفية للمنتج عن المنتج الدوائي، وبالتالي يؤكد الاستخدام الآمن له.

حدود البحث:

تتمثل حدود البحث في دراسة الوظيفة الاتصالية للبيكتوجرام في التصميم الجرافيكي للعبوات لشركات الدواء المصري.

منهج البحث:

يتبع البحث المنهج الوصفي التحليل في دراسة النقاط النظرية للبحث، وإجراء دراسة تحليلية على بعض النماذج البحثية.

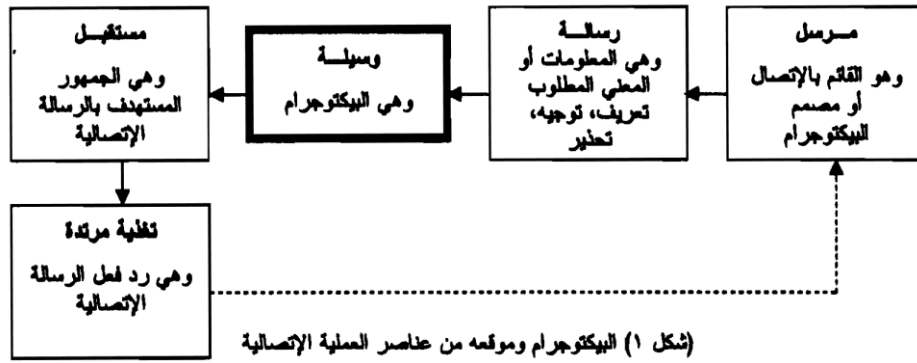
البيكتوجرام كوسيلة اتصال رمزية:

منذ القدم كانت الرموز التصويرية هي الخطوة الأولى في تطور الكتابة، نظراً للحاجة إلى وسائل لتسجيل حدود الأرض والملكية وعمليات البيع والشراء. وكانت الكتابة التصويرية - وتعد البدايات الأولى للبيكتوجرام - تستخدم بشكل رئيسي في تزيين المقابر والمعابد والآثار، وبعد زيادة انتشارها وزيادة تبسيطها خرج من باطنها أسلوب الكتابة الهيروغليفية، والذي يعد وسيلة الاتصال والفهم الرئيسية بين الناس في هذه الفترة.

ومنذ نحو ستة آلاف عام، بدأت تظهر النقوش المعبرة عن المعاني، وكانت عبارة عن صور بدائية مرسومة أو محفورة على الجدران والأسطح، وتم وضع هذه الرموز في صيغ اصطلاحية متفق عليها، فالرسم البسيط لشروق الشمس يعني "اليوم" ورسم القوس والسهم يعني "الصيد"، ورسم الإنسان يعني "الرجل"، والخط المتعرج يعني "بحيرة أو نهر"، وقد سمحت هذه المعاني بتخزين المعلومات وأصبح انتقال الأفكار ممكناً بهذه الطريقة من شخص لآخر. (٢م، ص ٩٤، ٩٥ بتصرف)

وكلمة "اتصال" تستخدم لتشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز. ومفهوم الاتصال يشير إلى العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين. (٢٣، ص ٢٤)

وذلك المفهوم ينطبق تماما على "البيكتوجرام" كوسيلة اتصال رمزية، فهو يعد نوعا من الرموز التصويرية، ويرمز بصورة خاصة إلى شكل ما يعنيه بصورة مباشرة وعلى ذلك فهو يعتبر أكثر الرموز التصويرية فاعلية. (١٠٣، ص ٢٤ بتصرف) وهو يعد عملا فنيا يتسم بالسمة الاتصالية كباقي مجالات الإبداع الفني الأخرى، فهو ليس مجرد خلق لصور أو إبداع لأشكال، وإنما هو أيضا نشاط تتولد عنه منتجات تصلح لأن تكون بمثابة منبهات أو مثيرات، تثير لدى الغير بعض الاستجابات المرضية. (٤٣، ص ٦١ بتصرف) ومن منا لا تواجهه صورة أو أخرى من صور البيكتوجرام في كل مظاهر الحياة اليومية من مستشفيات أو محلات تجارية أو حتى على ما يشتره من منتجات حيث يعتبر البيكتوجرام في هذه الحالة وسيلة الاتصال التي يقدم بها المرسل رسالته في التعريف والتوجيه والتحذير وغيرها إلى جمهور المتلقين.



الوظيفة الاتصالية للبيكتوجرام ودوره في إثراء الإطار المعرفي للمتلقي:

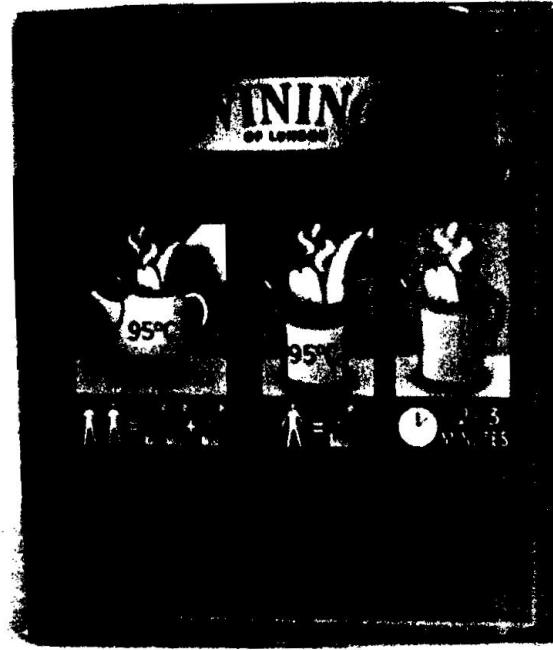
إن الفنان المبدع في تناوله للعمل الفني الجماهيري يحاول جاهدا التوفيق بين المتطلبات الإبداعية والأهداف الجمالية من جانب والإطار المعرفي للفكرة من جانب آخر. ويعني الفنان أن العمل الفني الجماهيري يعد للعرض على عدد كبير من الجمهور المتباين في خصائصه وسماته العامة والاجتماعية والثقافية التي تؤثر في استقباله للعمل وتفسيره له. بالإضافة إلى أن الاتصال لا يمكن النظر إليه بمعزل عن القوى المتعددة التي تؤثر في السلوك الإنساني بصفة عامة. والتي تتفاعل مع بعضها في إطار متكامل لاستكمال العملية الاتصالية، مثل الإدراك، والتعلم، والدوافع والاتجاهات، والقيم الاجتماعية، والمعتقدات والتقاليد التي تشكل إطار المعاني والدلالات. (٤٣، ص ٩٣، ١٠٦).

وتصميم البيكتوجرام يعد عملاً فنياً جماهيرياً يقدم لعدد كبير من الجماهير، ويهدف الفنان المصمم فيه أن يشارك في جانبه في تحقيق عدد من الوظائف المرتبطة بتطوير المعرفة وأهدافها لدى الفرد والمجتمع. وتتلخص تلك الوظائف في النقاط الآتية:

١- الوظيفة الإخبارية:

يستخدم البيكتوجرام باعتباره أحد الرموز التصويرية كشفرة لتقديم مفاهيم مختلفة ومتنوعة، ويساعد في إنجاز وقت القراءة والفهم والتعرف والإدراك، ومن ثم فهو يشكل حلقة اتصال بين الإنسان والمنتجات، ويحقق الاستخدام الأمثل لها. (٦٣، ص ١٣١، ١٣٢)

هذا ويساهم استخدام البيكتوجرام باعتباره وسيلة من وسائل الاتصال الإعلاني في جعل المستهلك على علم ومعرفة بالسلع والخدمات المختلفة. فهو يدل المستهلك على المكونات الخاصة بالسلعة واستخداماتها المختلفة. (٣٣، ص ٢٥) بالإضافة إلى الدور الذي يقوم به البيكتوجرام في توضيح وترتيب وتتابع خصائص عملية التشغيل والتي تجعل أداء الإنسان يحقق نتائج أكثر إيجابية في تعامله مع بعض السلع والمنتجات. (٦٣، ص ١٣٢)



(شكل ٢) استخدام البيكتوجرام على عبوات السلع الاستهلاكية

ويعد البيكتوجرام أداة فعالة تُخدم الإنسان أثناء حركته في منشآت المجتمع ومؤسساته المختلفة وذلك في التعرف على موقع مقصود بعينه. فقد يحدد بيكتوجراما موضوع على مكان معين داخل مركزا تجارياً أو متحفاً على سبيل المثال هوية ذلك المكان لمستهدفيه والباحثين عنه. (م، ١٠، ص ٩٠ بتصرف).



مطعم

محل لبيع الهدايا

قاعة انتظار

استعلامات

بلياردو

مكتب بريد

ماء شرب

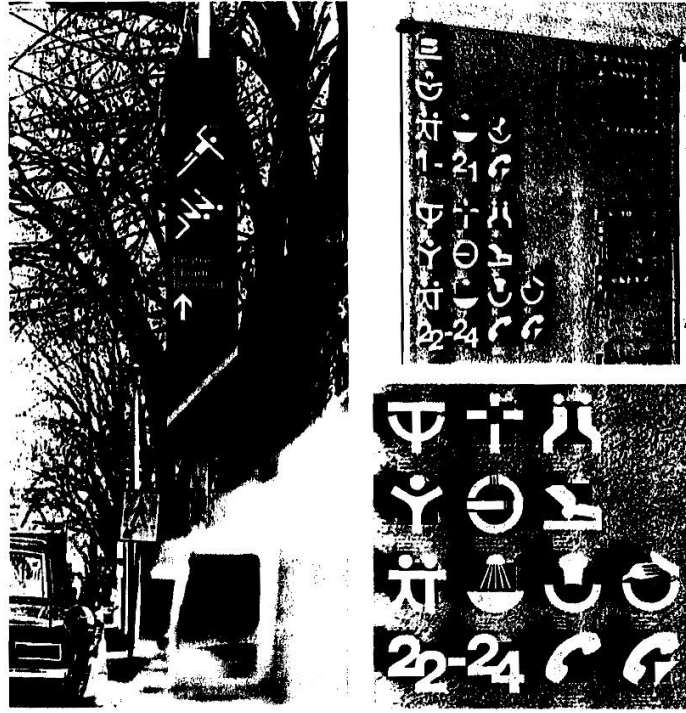
سلم

(شكل ٣) استخدام البيكتوجرام في التعرف على أماكن الأنشطة والخدمات. (م، ١٢، ص ٣٣، ٣٢)

٢- الوظيفة التوجيهية:

ويستخدم بكيفية تخدم حركة الإنسان في البيئة، مثل وضع البيكتوجرامات على الخرائط، والرسوم التوضيحية، والخطط الموضوعية في مداخل المؤسسات والأماكن الخدمية. وهي تحدد موضع الإنسان في البيئة وخاصة البيئات المعقدة وشديدة الإتساع.

كما تتضح الوظيفية التوجيهية للبيكتوجرام بصورة جلية عند استخدامه في اللافتات التي تبين الاتجاه الذي يجب على الإنسان أن يسلكه إلى أعلى أم أسفل يمينا أو يسارا. ويستخدم معه في هذه الحالة الأسهم والأشكال المشيرة. وتكون وظيفة البيكتوجرام بهذه الكيفية كأداة ملاحية لحركة الطريق خاصة في البيئات شديدة الازدحام مثل المطارات والمستشفيات. وبذلك يفعل استخدام البيكتوجرام مع السهم الاستخدام الآمن لهذه البيئات. (م، ١٠، ص١٦، ١٨، ٧٥، ٧٦).



(شكل ٥) استخدام البيكتوجرام مع السهم لتوضيح الاتجاه. (١٢٥، ص٧١)

(شكل ٤) وضع البيكتوجرام على موالف الأنشطة والخدمات بالخرائط الخاصة بالمباني. (١٢٥، ص٨١، ٨٨)

٣- الوظيفة التنظيمية والتحذيرية:

حيث تقوم البيكتوجرامات بوظيفتها الاتصالية في توضيح القوانين والقواعد الواجب اتباعها، أو منع وتحريم نشاط ما آخر تقضي به القوانين الشائعة. فتتضمن الرسالة الاتصالية للبيكتوجرامات الجوانب القانونية، ولوائح الامان، ومن أمثلتها البيكتوجرامات المستخدمة في لافتات المرور ولافتات المخارج.

ووظيفة البيكتوجرامات التنظيمية والتحذيرية حماية ووقاية الناس من الخطر، ومن أمثلتها أيضا: البيكتوجرامات الموضوعية على المواد الكيميائية الخطيرة، والمكينات، وغيرها. (م، ١٠، ص١٩)

ويعرف التحذير من الخطر على أنه اتصال المقصود منه الإقلال من المخاطر بالحث على السلوك المناسب والبعد عن السلوك الغير مناسب. ويمكن تقسيم الرسالة التحذيرية إلى رسائل للمتحدثات الخطرة، ورسائل للمواد الخطرة، ورسائل للظروف الخطرة. (م، ٩، ص٦٥).

ومن الأمثلة الشائعة عن البيكتوجرامات التحذيرية ذلك الذي يحمل رسم الجمجمة والعظمتين المتقاطعتين والتي كان أول استخدامها هم قرصنة البحار حين رسموها باللون الأبيض على الإعلام السوداء التي رفعوها على سفنهم. وقصدوا بتلك العلامة أن

تكون إشارة تحذر السفن التي تعترضها سفينة القراصنة بأن خطر الموت يهدد البحارة والركاب والسفينة "الضحية"، إذا لم يستسلموا للقراصنة المهاجمين بدون مقاومة. وذاع هذا الرمز، وعرفه الناس كشعار تحذير من خطر الموت.

وفي الحياة المدنية الحالية، أصبح ذلك البيكتوجرام ذو معنى واضح ومفهوم لكل من يراه وهو "إحذر خطر الموت الذي يتهددك" وغالباً ما نرى مثل هذا البيكتوجرام في الاماكن والحالات التي يحتمل أن يتعرض فيها الإنسان إلى خطر الصعق بالكهرباء، أو التسمم، أو الاختناق على عبوات المواد الكيماوية الضارة، وغير ذلك من حالات الخطر. (٧م، ص ٢٦).

ويمكن تصنيف البيكتوجرام التنظيمي تبعاً للرسالة الاتصالية إلى: (٩م، ص ١٢٥)

- بيكتوجرام للخطر Danger: وتتركز الرسالة الاتصالية في إظهار الخطر الفوري والجسيم، وهو خطر قادر على إحداث تلف غير ممكن إصلاحه أو إصابة خطيرة.
- بيكتوجرام للتحذير Caution: ويستخدم لجذب الانتباه لخطر محتمل، أو مصدر خطر، أو خطر ينتج عنه إصابة شديدة، أو تلف ولكن يمكن علاجه.
- بيكتوجرام للسلامة العامة General Safety: ويشمل ملاحظات عن الممارسة العامة والقواعد المتصلة بالصحة والإسعافات الأولية، والمعدات الطبية، والصحة العامة.
- بيكتوجرام للحريق والطوارئ Fire & Emergency: وهذا النوع يستخدم فقط ليمثل أو يحدد الطريق إلى معدات إطفاء الحرائق، وأماكن الهروب من الحرائق والمخارج وصمامات إغلاق الغاز، ومصارف الرشاشات، وإجراءات الطوارئ.
- بيكتوجرام الإشعاع Radiation: ويستخدم فقط للتحذير من الوجود الفعلي أو احتمال وجود نشاط إشعاعي مؤذي، كما تعرف الأشياء والأدوات والمواد المشعة.

اعتبارات تحقيق الكفاءة الاتصالية للبيكتوجرام:

- ولتحقيق الكفاءة وضمان نجاح العملية الاتصالية للبيكتوجرام لا بد من مراعاة عدة اعتبارات نوجزها في النقاط التالية:
- ١- الترميز: حيث أن تأثير الاتصال لا يتحقق إلا عندما يفهم المتلقي الرسالة تماما بنفس المعنى الذي يستهدفه المرسل (م٣، ص٢١)، فإذا نجح المرسل "مصمم البيكتوجرام" في اختيار الرموز المناسبة للتعبير عن فكره تعبيراً صحيحاً ودقيقاً وواضحاً، يكون بذلك قد وضع قدمه على الطريق الصحيح. أما إذا عجز عن صياغة أفكاره في رموز واضحة تعبر عما يقصده، إختارت عملية الاتصال.



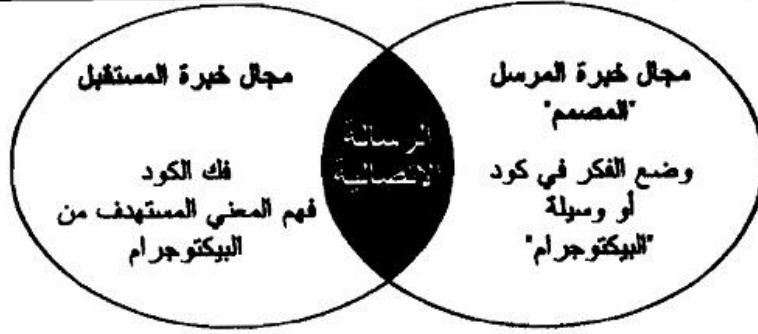
(ب)



(ا)

(شكل ٦) اختيار الرموز المناسبة في المجموعة (ا) يؤدي إلى نجاح عملية الإتصال (م١١، ص٣٦)

- ٢- اتجاهات المرسل: إذا لم يؤمن المصمم بصدق ما يقوله ويقتنع به، يصبح من الصعب عليه أن يقنع الآخرين بموضوع الموضوع.
- ٣- مستوى معرفة المرسل: إن قدر المعرفة التي لدى المصمم عن الموضوع يؤثر في رسالته فنحن لا نستطيع أن نقول ما لا نعرفه، ولا نستطيع أن نقل بفاعلية مضموننا لا نفهمه. وإذا كان المصمم متخصصاً أكثر من اللازم فقد لا ينجح في نقل المعاني المطلوبة لعدم قدرته على التبسيط.
- ٤- طبيعة المتلقي: يجب أن يضع المصمم في اعتباره طبيعة المتلقي ويفهمها حتى يضمن تحقيق الهدف من الرسالة. فالمتلقي لا يستقبل الرسالة ويتأثر بها مباشرة، وإنما يقوم بعمليات تنقيح وتنقية حسب سماته النفسية الاجتماعية ومستوى تعليمه واتجاهاته.
- ٥- الخبرة المشتركة: فحين يكون الأفراد الذين نتصل بهم لديهم خبرة حياتية مشابهة لنا، فإن فرص التفاهم وتحقيق نجاح الاتصال يكون متاحاً بطريقة فعالة. وعلى النقيض كلما تباعدت الخبرة الحياتية بين المرسل "المصمم والمتلقي كلما صعب التفاعل والتفاهم بينهما، وكلما وجدا صعوبات في المشاركة في فهم المعاني (م٢، ص٤٤ : ٤٨).



(شكل ٧) دور الخبرة المشتركة بين المرسل والمستقبل
في نجاح عملية الإتصال

- ٦- تكرار التعرض للرسالة: يؤدي إلى زيادة الموافقة على ما يطرحه المرسل من أفكار. (٢م، ص٥٨).
- ٧- جاذبية الوسيلة: ترى الباحثة أن جاذبية وجماليات التصميم للوسيلة الاتصالية والمقصود بها جودة تصميم البيكوجرام يعد من الاعتبارات الفعالة لتحقيق كفاءة العملية الاتصالية.
- فلكي تصل الأفكار وتؤدي دورها كرسالة موجهة إلى الناس، يجب أن يراعي في صياغتها أن تكون قادرة على جذب اهتمام المشاهدين واستمالتهم إلى تذوق مضمون ما يحمله العمل من قيم. (١م، ص٣١).

الدور الاتصالي للبيكوجرام على العبوة الدوائية:

مع بداية النصف الثاني من هذا القرن ظهرت أهمية الاستعانة بالرموز التصويرية "البيكوجرام" كلغة دولية ذات مفردات تصويرية متعارف عليها بين كافة شعوب الكرة الأرضية خاصة بعد تطور حركة النقل والمواصلات بين كافة دول وقارات العالم وأصبحت المنتجات من كل بلد تغزو كافة أسواق العالم. (٦م، ص١٣١) ويمكن ملاحظة الدور الاتصالي الذي يقوم به البيكوجرام نظراً لأن الكثير من المستهلكين لا يتعرفون على الأخطار في المنتجات التي يستعملونها ما لم يكن لديهم خبرة مسبقة بالمنتج، وعلاوة على هذا فإن تعقيد المنتج قد يساعد على تعظيم المخاطر التي قد يتعرض لها المستعمل ويزيد من تعقيد هذه المشكلة أن الكثير من المستهلكين يستخدمون المنتج لأول مرة بدون قراءة الإرشادات التحذيرية للاستخدام الآمن، فحذاء الدور الفعال للبيكوجرام في التعريف بالمنتجات والتعرف على الاستخدام الآمن لها، فكان بمثابة اللغة التي تربط بين الإنسان والمنتج. (٩م، ص٦٥).

وترى الباحثة أن المنتج الدوائي يعد سلعة استراتيجية هامة وحيوية، لا غنى لكل فرد عن التعامل معها كما أن لها طبيعتها الخاصة، ويتعامل معها المستهلك في ظروف غاية في الخصوصية، بل كل الفئات المجتمعية على الإطلاق، من حيث العمر، والمستوى المادي ودرجة التعليم أو الجهل. فالمستهلك عند تعامله مع المنتج الدوائي يكون على درجة كبيرة من الترقب والحذر وأحياناً الخوف الشديد لانه يحس أن ذلك المنتج دون باقي المنتجات له تأثير مباشر على صحته، ويعلم أنه إذا حدث نسبة خطأ ولو ضئيلة عند تناوله قد يؤدي ذلك إلى بعض المضاعفات الصحية، حتى وإن قلت يكون لها تأثير نفسي سيء عليه.

من هنا يأتي الدور الاتصالي والنفسي للتصميم الجرافيكي للعبوة الدوائية، وعلى الأخص "البيكوجرام" حيث يمكن اعتباره أحد أهم عناصر التصميم الجرافيكي الشكلية والتي تدعم اللغة المكتوبة، بالإضافة إلى دوره النفسي في تأكيد الألفة بين المستهلك والمنتج الدوائي، كما يلطف من حدة الخوف الذي ينتاب المستهلك عند تناوله الدواء عن طريق نقل تعليمات تناوله الدواء بدقة ووضوح لا يقبل الشك، ولا يحتمل الخطأ، فالصورة أكثر فاعلية في نقل المعلومة بسرعة ويسر خاصة لمن لا يعرف القراءة والكتابة، وذلك إذا كان لدى المصمم القدرة التصميمية والإبداعية في نقل الأفكار وترجمتها بصرياً في رموز تصويرية تشكل هيئة البيكوجرام.



(شكل ٨) الدور الإتصالي للبيكتوجرام
على العبوات الدوائية (١٣م، ص ٢١)

اعتبارات تصميم البيكتوجرام على العبوة الدوائية:

عند الاتصال بين شخص وسلعة، فإن سلوك هذا الشخص لا يتأثر فقط بالحاجات العقلانية التي أخذها في اعتباره، بل يتصرف قبل كل شيء طبقاً لحاسة الذوق لديه ورغبته وأحاسيسه ومزاجه، وتداخل هذه العوامل كلها في لحظة واحدة يعني أن حدوث الفكرة لدى الشخص يتضمن كافة الحالات الشعورية التي يمر بها. والتأثيرات الحسية في المرء يمكن أن تنشأ مستقلة عن وعيه، وهذه التأثيرات يمكن أن تكون موجبة، وذلك إذا انتعش انتباهه تجاه السلعة، ويمكن أن تكون سالبة إذا انحرف به التأثير عن انتباهه لها. (٨م، ص ٨٨).

وترى الباحثة أن المنتج الدوائي ذو طبيعة مختلفة فنجد أن اختيارات المرء للمنتج مقيدة، فليس أمامه الفرصة للمفاضلة بين المنتج وغيره كما في السلع والمنتجات الأخرى، فهو ملتزم بشراء منتج معين حسب تعليمات الطبيب. وهذا يجعل المسؤولية مضاعفة على المصمم الجرافيكي للعبوة الدوائية في تعريف المستهلك بطبيعة المنتج الدوائي، إلى جانب زيادة القبول النفسي لتناوله من خلال تأكيد القيم الجمالية في التصميم الجرافيكي للعبوة.

ويتألف التصميم الجرافيكي للعبوة الدوائي من عدة عناصر يمكن إجمالها في النقاط الآتية:

- الصور الفوتوغرافية والرسوم: كأحد العناصر الشكلية المكونة للتصميم.
- الرموز التصويرية "البيكتوجرام": وترى الباحثة أن استخدام البيكتوجرام يزيد من كفاءة التصميم الجرافيكي لما له من قدرة على ترجمة المعلومات والإرشادات وكيفية الاستخدام بصورة مبسطة وسهلة ناتجة عن ارتباط المعنى بالشكل المستخدم في التصميم بصورة صريحة ومباشرة.
- العلامة التجارية للشركة المنتجة للدواء.
- الكتابات: وتمثل عنصر المعلومات والإرشادات على العبوة، وتمثل في اسم المنتج الدوائي، ونوعيته، وتأثيره الطبي، وتركيبه.

ويجب مراعاة اعتبارين هامين عند التصميم الجرافيكي للعبوة الدوائية:

- ١- إرضاء الجانب العقلاني "المعري": ويتمثل في إيصال المعلومات والمعاني المرغوبة على العبوة، مثل كيفية استعمال الدواء وأثره الطي على الصحة.
 - ٢- تحقيق قوة الجذب والانتباه: عن طريق جودة التصميم ومراعاة القيم الجمالية.
- وعند تصميم البيكتوجرام كأحد العناصر الشكلية للتصميم الجرافيكي للعبوة الدوائية تكون الجاذبية هي أول مراحل الإحساس بالشحنة الناشئة من رؤية الشكل في المجال المرئي. اما قيمة الانتباه فهي أكثر من ذلك لأنها تتضمن معنى. وهي تنبه لاستجابة أكثر تعقيداً، لأن العقل بمجرد الإحساس بالشحنة يبدأ في الاهتمام ثم يبدأ في ربط الشحنة بخبرته الماضية. (م، ص ٣) وهناك عدة اعتبارات يجب على المصمم أخذها في الاعتبار عند البدء في تصميم البيكتوجرام، والتي باتباعها تتحقق قوة الجذب للانتباه المتلقي للعبوة وبالتالي الفاعلية في توصيل الرسالة الاتصالية المستهدفة وتتمثل في النقاط التالية:

١- الوضوح:

إن وضوح البيكتوجرام على العبوة الدوائية يسهل على الأفراد إدراكه بصرياً وتفسيره، خاصة لأشخاص ذوي قدرات جسدية محدودة مثل الضعف في حدة الإبصار خاصة عند كبار السن (م، ص ٨١).

ومن الأساليب التصميمية الفعالة لتحقيق عنصر الوضوح للبيكتوجرام هو العزل البصري له عن الخلفية ذات التفاصيل باستخدام إطار هندسي حول مما يجعل وجوده مستقلاً وواضحاً، وربما يكون من الفاعلية في هذه الحالة استخدام معالجة تصميمية معكوسة Negative لضمان مزيداً من الوضوح. بينما إذا كانت خلفية التصميم بسيطة فمن الأفضل استخدام معالجة تصميمية positive، كما يمكن الاستغناء عن الإطار. (م، ص ١٥٤ بتصرف)

٢- بساطة التكوين:

وبساطة التكوين تساعد على تركيز المعنى المرغوب وتكثيفه في هيئة الشكل. فإذا زادت التفاصيل الغير ضرورية في تصميم البيكتوجرام يؤدي ذلك إلى تشتت الانتباه، وبالتالي صعوبة التعرف على المعنى ووصول الرسالة الاتصالية.

وعندما يكون التبسيط في مستوى متقدم، فإنه بالإضافة لأن المعنى يصبح أكثر تركيزاً، يتضح أيضاً عنصراً هاماً آخر وهو القيمة الجمالية التي تضاف إلى هيئة الشكل. ويجب على المصمم ذو الخبرة والوعي إدراك أن تبسيط الشكل يمر بمراحل متعاقبة ومتسلسلة من "الشكل الواقعي إلى المجرد"، وأن تحقيق درجة معينة من الواقعية يحقق سهولة الفهم.

٣- المعالجة الجرافيكية:

أ- المعالجة الخطية: من الأفضل عدم اللجوء إلى استخدام الخطوط كثيراً على قدر الإمكان، وإذا تم استخدامها فيجب عدم استخدام الخطوط الدقيقة في السمك، واستخدام الخطوط السميكة التي تؤكد في ذات الوقت كل من قوة المعنى وقابلية الفهم والإدراك. ومن الأفضل وضع سمك محدد الشكل بأكمله دون اللجوء إلى تنوع أو تنعيم الخط.

ب- المعالجة باستخدام السطح: من المفضل استخدام معالجة الأسطح Solid عند تصميم البيكتوجرام عن المعالجة الخطية لما تولده من قوة جاذبة للشكل نتيجة التناقض بينه وبين الخلفية. فيظل التصميم بهذه الكيفية واضحاً عند تصغيره. (م، ص ١١٣، ١٥٦، ١٠٤)



النماذج التحليلية:

قامت الباحثة بتحليل ونقد نماذج من العبوات الدوائية للشركات المصرية بهدف رصد الوظيفة الاتصالية للبيكتوجرام ودوره في التصميم الجرافيكي لتلك العبوات وفيما يلي استعراض لتلك النماذج :

النموذج الأول:

الوظيفة الاتصالية والاعتبارات التصميمية للبيكتوجرام	التصميم الجرافيكي للعبوة الدوائية
 <p>الوظيفة الاتصالية: البيكتوجرام المستخدم يعبر عن فكرة أن الدواء يعالج العين، ولكن لا يعبر عن شكل الدواء أو طريقة استخدامه، وكان من الممكن للمصمم دمج رمزاً جرافيكياً يعبر عن القطرة مع شكل العين، وليس العين بمفردها.</p> <p>الاعتبارات التصميمية: استخدم المصمم بعض التفاصيل الغير ضرورية والتي تشتت الانتباه مثل شكل "الحاجب" مما أفقد البيكتوجرام عنصر البساطة. بالإضافة إلى أن الخلفية المستخدمة في البيكتوجرام أفقدته عنصر الوضوح أيضاً.</p>	 <p>توصيف العبوة:</p> <p>المنتج الدوائي: "قطرة للعين".</p> <p>الشركة المنتجة: مينا فارم مصر.</p> <p>العبوة: كارتونية ذات هيئة بنائية على شكل متوازي مستطيلات عرضي، ويمثل وجهي العبوة مستطيل بقياسات ٩ سم × ٦.٥ سم ، وسماك ٢.٨ سم.</p>

النموذج الثاني:

الوظيفة الاتصالية والاعتبارات للتصميم للبيكتوجرام	التصميم الجرافيكي للعبوة الدوائية
 <p>الوظيفة الاتصالية: الرمز المستخدم في البيكتوجرام يعبر عن فكرة</p>	

<p>وطبيعة الدواء تعبيرا جيدا</p> <p>الاعتبارات التصميمية: نلاحظ المبالغة في تفاصيل البيكتوجرام، بالإضافة إلى القصور في اتباع المعايير والأسس الفنية والجمالية والناتج عن وضع نوع المنتج والعلامة التجارية على البيكتوجرام.</p>	<p>توصيف العبوة:</p> <p>المنتج الدوائي: "ملح فوار"</p> <p>الشركة المنتجة: النيل للأدوية والصناعات الكيماوية.</p> <p>العبوة: كرتونية، ذات هيئة بنائية على شكل متوازي مستطيلات بقياسات ٨ سم × ٦.٥ سم لوجهي العبوة وسمك ٦ سم.</p>
--	--

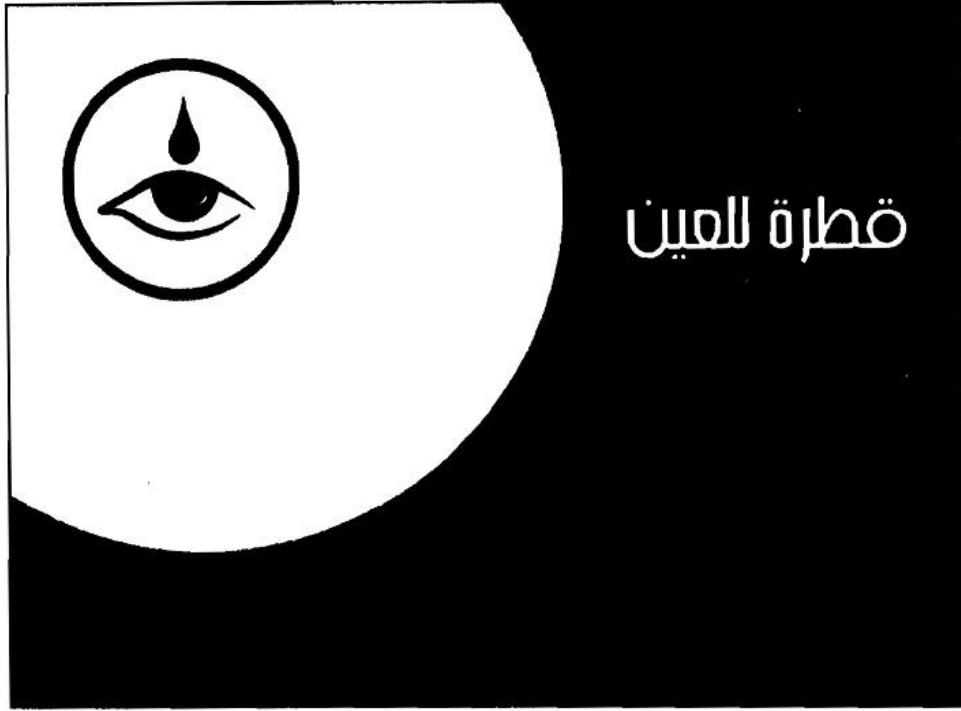
النموذج الثالث:

<p>الوظيفة الاتصالية والاعتبارات التصميمية للبيكتوجرام</p>	<p>التصميم الجرافيكي للعبوة الدوائية</p>
 <p>الوظيفة الاتصالية: الرمز المستخدم جاء على درجة كبيرة من التجريدية والغموض، مما يصعب فهمه وإدراك معناه، بالإضافة إلى أنه لم يعبر عن طبيعة الدواء هل هو شراب، أم كبسولات، أم غيرها.</p> <p>الاعتبارات التصميمية: البساطة في المعالجة الجرافيكية للرمز تسهل للعين رؤيته.</p>	 <p>توصيف العبوة:</p> <p>المنتج الدوائي: "شراب مضاد للحساسية والالتهابات".</p> <p>الشركة المنتجة: إيفا فارما للأدوية والمستلزمات الطبية.</p> <p>العبوة: كرتونية ذات هيئة بنائية على شكل متوازي مستطيلات طولي بقياسات ١١.٥ سم × ٥.٥ سم لوجهي العبوة وسمك ٥.٥ سم.</p>

الوظيفة الاتصالية والاعتبارات التصميمية للبيكتوجرام	التصميم الجرافيكي للعبوة الدوائية
 <p>الوظيفة الاتصالية: الرمز المستخدم في البيكتوجرام يعبر عن الأثر الطبي للدواء تعبيراً جيداً، ولأن العبوة الدوائية زجاجية فمن الممكن إدراك طبيعة الدواء "شراب" دون استخدام عناصر تدل على ذلك في البيكتوجرام، ومن الممكن وضع ما يعبر عن ذلك على العبوة الكارتونية التي سوف توضع فيها الزجاجات الدوائية.</p> <p>الاعتبارات التصميمية: من الممكن الاختصار في تفاصيل البيكتوجرام ليبدو أكثر بساطة مما هو عليه وبالتالي يكون أسهل في الرؤية وأكثر في قيمته الجمالية وبنائه التصميمي.</p>	 <p>توصيف العبوة:</p> <p>المنتج الدوائي: "شراب مسكن للسعال"</p> <p>الشركة المنتجة: إيفا فارما للأدوية والمستلزمات الطبية.</p> <p>العبوة: زجاجية، ذات هيئة بنائية اسطوانية، ويشغل التصميم الجرافيكي مستطيل بقياسات ٩.٥ سم × ٥ سم تم لصقه على العبوة الزجاجية.</p>

نموذجي تطبيقي:

قامت الباحثة بعمل تصميم جرافيكي مقترح لعبوة دوائية لمنتج "أرتيلاك" - قطرة للعين، بهدف تفعيل الوظيفة الاتصالية وتأكيد الاعتبارات التصميمية للبيكتوجرام وفيما يلي عرض لتصميم ذلك النموذج ونقد وتحليل له:



الوظيفة الاتصالية: تم استخدام مفردات بصرية في تصميم البيكتوجرام ساعدت على توضيح الفكرة والمعنى الاتصالي، فاستخدام شكل العين مع القطرة يؤكد على معنى أن الدواء هو "قطرة للعين".

الاعتبارات التصميمية: نلاحظ وضوح البيكتوجرام على العبوة، وجاء استخدام الإطار ليركز الرؤية والجذب لعين المشاهد إليه والذي جاء متناغماً مع الدائرة البيضاء أسفلها مما أسهم بشكل كبير في تأكيد وضوحه. كما نلاحظ أن بساطة التكوين والعلاقة التصميمية بين القطرة والعين أسهم في تأكيد القيمة الجمالية للتصميم. وتم تكرار البيكتوجرام في خلفية العبوة لربط البيكتوجرام الأساسي بباقي عناصر التصميم الجرافيكي بما يحقق الوحدة.

النتائج:

- البيكتوجرام من وسائل الاتصال الرمزية الفعالة في نقل المعلومات والأفكار وإدراكها بصرياً بسهولة ويسر عن طريق لغة الصورة خاصة لمن يجهلون القراءة والكتابة وكبار السن.
- يعد البيكتوجرام أكثر الرموز التصويرية فاعلية نظراً للارتباط المباشر بين المعنى المرغوب والرمز التصويري المستخدم.
- تتمثل الوظائف الاتصالية للبيكتوجرام والمرتبطة بتطوير المعرفة في الوظائف التالية:
 - الوظيفة الإخبارية: في التعرف على الأنشطة والخدمات داخل المنشآت الخدمية.
 - الوظيفة التوجيهية: وتخدم اتجاه حركة الإنسان في البيئات الخدمية خاصة شديدة الازدحام.
 - الوظيفة التنظيمية والتحذيرية: حيث القوانين والقواعد التي تحافظ على السلامة العامة للأفراد.
- تتمثل الوظيفة الاتصالية للبيكتوجرام كأحد عناصر التصميم الجرافيكي للعبوة الدوائية في نقل تعليمات تناول الدواء وخصائصه بدقة ووضوح وسهولة.
- ضعف المستوى الفني والتصميمي للبيكتوجرام المستخدم في التصميم الجرافيكي للكثير من العبوات الدوائية للشركات المصرية مما يقلل من قيم الجذب والانتباه له، ويترتب على ذلك إعاقة وصول الرسالة الاتصالية.
- مراعاة الاعتبارات التصميمية والجمالية عند تصميم البيكتوجرام دور نفسي مؤثر في تحقيق الألفة بين المستهلك والمنتج الدوائي، مما يحفز للقبول النفسي للدواء.

التوصيات:

- التأكيد على أهمية الجودة في اختيار المصمم لرموز البيكوجرام البعيدة عن الغموض، ومن مجال الخبرة المشتركة بينه وبين المتلقي لضمان وصول الرسالة الاتصالية.
- دراسة المصمم لطبيعة المتلقي من الاعتبارات الهامة لتحقيق الكفاءة للعملية الاتصالية.
- ارضاء الجانب المعرفي لدى المتلقي إلى جانب تحقيق قيمة الجذب والانتباه عن طريق جودة التصميم ومراعاة القيم الجمالية.
- مراعاة الأسس الفنية لتصميم البيكوجرام وخاصة عنصري البساطة والوضوح.
- محاولة تعميم تطبيقات البيكوجرام في مجالات تصميم الإعلان المختلفة نظراً لمرونته وسهولة فهمه.

المراجع العربية:

- ١- إسماعيل شوقي (د) "التصميم عناصره وأسسها في الفن التشكيلي" - كلية التربية الفنية - جامعة حلوان الطبعة الثالثة - القاهرة - ٢٠٠٥ م.
- ٢- حسن عماد مكاوي (د)، ليلى حسن السيد (د) "الاتصال ونظرياته المعاصرة" - الدار المصرية اللبنانية - الطبعة الثانية - ٢٠٠١ م.
- ٣- صفوت العالم (د) "عملية الاتصال الإعلاني" - مكتبة النهضة المصرية - الطبعة الثالثة - ١٩٩٨ م.
- ٤- محمد عبد الحميد (د) "الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري" - عالم الكتب - ١٩٩٣ م.
- ٥- محمد مختار متولي ساطور "استراتيجية تشكيلية جديدة لتوظيف الأشكال الجرافيكية في مجال التغليف" - دكتوراه كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان - ١٩٩٩ م.
- ٦- محمد يسري عبد الغني الشامي (د) وآخرون "دور العوامل الأرجونوميكية والبيئية في ابتكار وتصميم الرموز والعلامات المرئية للمنتجات الهندسية" - المؤتمر العلمي الثامن لكلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان - نوفمبر ٢٠٠٢ م.
- ٧- محيي الدين اللباد "لغة بدون كلمات" - دار الشروق - الطبعة الأولى - ١٩٩٤ م.
- ٨- نجوى يحيى العدوي "عوامل تحقيق الطابع المميز لتغليف الصادرات المصرية إلى السوق الأوروبية المشتركة" - دكتوراه كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان - ١٩٩١ م.

المراجع الأجنبية:

- 9- Joseph P. Ryan, P.E. "Design of Warning Labels and Instructions" Van Nostrand Reinhold - New York.
- 10- Mitizi Sims "Sign Design: Graphics-Material-Techniques" - Thames and Hudson Ltd., - First Printing London -1991
- 11- The American Institute of Graphic Arts "Symbol Signs" - New York -1993
- 12- Walter Herdeg "Pictogram Graphics" - Graphis Press Corp., Second Printing- Switzerland -1981
- 13- Yukio Ota "Pictogfstbi Design" - Shuichi Watanabe and Shigeru Endo Kashiwa Bijutsu Shuppan Publishing Co., Ltd Japan -1993.