

القيم الجمالية التراثية في تصميم عبوات حلوى الكز بمدينة أصفهان Aesthetic Heritage Values in Gaz Sweets Packaging Design in Isfahan City

أ.م.د. زياد عودة ربح - تصميم أزياء - كلية الفنون الجميلة/ جامعة بابل -

fine.ziad.odah@uobabylon.edu.iq

Assistant Professor Dr. ZiadOdahRebh – Fashion Design –

College of Fine Arts / University of Babylon

الباحث: ايمان حاتمي غريبوند - جامعة سمية الوطنية للمهارات، نجف آباد -

أصفهان ايران_ iman.h3000gmail.com

Researcher: ImanHatamiGharibond – Somayeh National

University of Skills, Najafabad, Isfahan, Iran

أ.د. خضير عباس دلي - الخط و الزخرفة العربية - كلية الفنون الجميلة / جامعة بابل

fine.khudair.abbas@uobabylon.edu.iq-

Prof. Dr. Khudair Abbas Dali – Arabic Calligraphy and

Ornamentation – College of Fine Arts, University of Babylon

ملخص البحث:

يهدف هذا البحث إلى الكشف عن القيم الجمالية والمقومات التراثية الكامنة في تصميم عبوات حلوى "الكز" (Gaz) المنتجة في مدينة أصفهان، وتحليل كيفية توظيف المصمم المعاصر لمفردات "المدرسة الأصفهانية" (Safavid School) في بناء الهوية البصرية لهذا المنتج الثقافي. اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، حيث قام الباحثون باختيار عينة قصدية مكونة من (5) نماذج متنوعة لعبوات الكز (معدنية،

وكرتونية) تمثل اتجاهات تصميمية مختلفة. وقد تم تحليل هذه العينات وفق استمارة تحليل محتوى شملت الجوانب البنوية، والجرافيكية، والجمالية.

توصل البحث إلى مجموعة من النتائج، أبرزها: هيمنة العناصر المعمارية الصفوية (مثل ساحة نقش جهان) والمنمنمات التاريخية على واجهات العبوات كوسيلة لتوثيق الهوية المكانية، والاعتماد الكلي على خط "النستعليق" كعنصر نصي ثابت يعكس الأصالة. كما أظهرت النتائج توظيفاً مكثفاً للونين "الذهبي والأزرق الفيروزي" وتقنيات الطباعة الحديثة (البصم الحراري والبروز) لمحاكاة ملمس الحرف اليدوية التقليدية (كالخاتم والمينا) لرفع القيمة المدركة للمنتج. وخلص البحث إلى أن عبوة الكز تتجاوز وظيفتها التجارية لتصبح وسيطاً ثقافياً وثيقة بصرية تروج للتراث الفني لمدينة أصفهان محلياً وعالمياً.

الكلمات المفتاحية: القيم الجمالية، التراث الأصفهاني، تصميم العبوات، حلوى الكز، المدرسة الصفوية.

Abstract:

This research aims to explore the aesthetic values and heritage elements embedded in the packaging design of "Gaz" sweets produced in Isfahan. It analyzes how contemporary designers utilize the visual vocabulary of the "Isfahan School" (Safavid era) to construct the visual identity of this cultural product. The research adopts the Descriptive Analytical Method, examining a purposive sample of (5) diverse packaging models (metal and cardboard) representing various design trends. These

samples were analyzed using a content analysis form covering structural, graphical, and aesthetic aspects.

The research reached several findings, most notably: the dominance of Safavid architectural elements (such as Naqsh-e Jahan Square) and historical miniatures on packaging interfaces as a means of documenting spatial identity, and the total reliance on "Nasta'liq" script as a consistent textual element reflecting authenticity. The results also revealed extensive use of "Gold and Turquoise Blue" colors and modern printing techniques (Hot Stamping and Embossing) to simulate the texture of traditional crafts (such as Khatam and Mina) to enhance the perceived value of the product. The research concludes that Gaz packaging transcends its commercial function to become a cultural medium and a visual document promoting Isfahan's artistic heritage both locally and globally.

Keywords: Aesthetic Values, Isfahan Heritage, Packaging Design, Gaz Sweets, Safavid School.

مشكلة البحث (Problem Statement)

تتمتع مدينة أصفهان بكونها مركزاً تاريخياً وإبداعياً، حيث يزخر محيطها البصري بموروث فني معماري غني ومتنوع يشمل الزخارف الهندسية والنباتية، وفنون المنمنمات، والخط الفارسي. وتعد حلوى "الكز" (Gaz) منتجاً ثقافياً واقتصادياً يمثل هويتها بامتياز، ما يجعل عبواتها تتجاوز وظيفتها الأساسية للحماية لتصبح سفيراً

بصرياً يحمل رسائل المدينة الحضارية. تكمن المشكلة تحديداً في أن استحضار هذا التراث الضخم واختزاله على مساحة صغيرة ومحدودة هي "غلاف العبوة" يواجه تحديات فنية ومنهجية؛ إذ قد يؤدي الاستخدام العشوائي للتراث إلى تشويه هويته أو اختزال قيمته الجمالية والرمزية في مجرد زينة سطحية. ومن هنا، تبرز الحاجة إلى تفكيك وتحليل المقومات الجمالية التراثية المستمدة من المدرسة الأصفهانية، وذلك لتقييم كيفية توظيف المصمم المعاصر لهذه القيم في تحقيق المواءمة البصرية والوظيفية بين أصالة المنتج ومتطلبات التسويق الحديث، والكشف عن الأبعاد الرمزية والدلالية التي تضفيها على المنتج.

السؤال البحث: ما هي القيم الجمالية التراثية الكامنة في تصميم عبوات حلوى الكز

(من السما) المنتجة في مدينة أصفهان؟

ويتفرع منه أسئلة فرعية:

1. ما هي العناصر التراثية (زخرفية، خطية، تصويرية) الأكثر توظيفاً في هذه

العبوات؟

2. كيف تتحقق المواءمة بين الأصالة التراثية والوظيفة التسويقية المعاصرة في

تلك التصاميم؟

3. ما هي الدلالات الرمزية للألوان والتشكيلات المستخدمة في هذه العبوات؟

أهمية البحث (Significance of the Study)

أ- نظرياً: إثراء المكتبة العربية بدراسة تتناول الفنون الإسلامية الفارسية (المدرسة

الأصفهانية) وتطبيقاتها في الجرافيك المعاصر.

ب- عملياً: استخلاص مؤشرات جمالية يمكن أن تقيد المصممين في كيفية توظيف التراث المحلي في تصميم التغليف (Packaging Design) دون الوقوع في التكرار أو التشويه.

أهداف البحث (Objectives)

1. الكشف عن المرجعيات التراثية (معمارية، فنون الكتاب، سجاد) التي يستلهم منها مصمم العبوة الأصفهاني.
2. تحليل العلاقات التكوينية (اللون، الكتلة، الفراغ) في تصميم العبوات وفق المنهج الوصفي التحليلي.
3. تحديد القيم الجمالية (مثل: التناظر، الإيقاع، الفخامة) التي تعكسها هذه العبوات.

حدود البحث (Delimitations)

- أ- الحدود الموضوعية: دراسة التصاميم الجرافيكية والهيكالية لعبوات "الكز".
- ب- الحدود المكانية: العبوات المنتجة والمصممة في مدينة أصفهان / إيران.
- ج- الحدود الزمانية: (مثلاً: العبوات المنتجة في الفترة من 2023 إلى 2025) أو العبوات المتوفرة حالياً في السوق.

تحديد مصطلحات:

القيم الجمالية (Aesthetic Values)

لغة: مفردتها "قيمة"، وتأتي من "قوم السلعة" أي قدرها، والقيمة هي القدر والمنزلة. أما "الجمال" في اللغة فهو نقيض القبح، ويعني الحسن والبهاء في الخلق والخلق (ابن منظر، 1994، 640).

اصطلاحاً: هي المعايير والمقاييس التي يصدر من خلالها الإنسان أحكاماً على الأشياء بالقبول أو الرفض، بناءً على ما تثيره في النفس من مشاعر الإعجاب واللذة. وفي الفن، هي الخصائص التي تجعل العمل الفني متسقاً ومؤثراً مثل التناسب، والوحدة، والإيقاع (مطر، 2013، 25)، (لالاند، 2001، 380) **إجرائياً:** يقصد بها في هذا البحث: مجموعة الخصائص البصرية والفنية (كالانسجام اللوني، التوازن في توزيع الكتل، دقة الزخرفة، وانسيابية الخط) التي تظهر على أسطح عبوات حلوى الكز، والتي تعكس ذائقة المدرسة الأصفهانية وتثير استجابة حسية لدى المتلقي.

التراث (Heritage)

لغة: من الجذر "ورث"، والإرث والتراث هو ما يخلفه الرجل لورثته، والتاء في "تراث" مبدلة من الواو (الفراهيدي، 2003، 215).

اصطلاحاً: هو النتاج الثقافي والحضاري (المادي والمعنوي) الذي تتوارثه الأجيال عن السلف، ويشمل الفنون، والعلوم، والعمارة، والعادات، والتقاليد، ويمثل الهوية المميزة لأمة ما (الجادري، 2014، 18).

إجرائياً: هو المخزون البصري الفني لمدينة أصفهان (تحديداً في الحقبة الصفوية وما بعدها)، والمتمثل في الزخارف النباتية (الإسليميوالختائي)، والمنمنمات، والخطوط الفارسية، والعمارة التقليدية، والموظفة في تصميم العبوات قيد الدراسة.

تصميم العبوات / التغليف (Packaging Design)

لغة: التصميم من "صمّم" أي عزم على الشيء، ويعني التخطيط. والعبوة من "عبأ" الشيء أي هيأه وجمعه في وعاء (الوسيط، 2004، 521).

اصطلاحاً: هو العلم والفن والتقنية المختصة باحتواء وحماية المنتجات لغرض النقل، والتخزين، والبيع، والاستخدام. وهو أيضاً وسيلة اتصالية تسويقية تهدف إلى جذب المستهلك والتعريف بالمنتج من خلال الشكل واللون والبيانات (طه، 2016، 45).

إجرائياً: هو الهيئة الكلية (الشكل، الخامة، الرسوم، الألوان، الخطوط) للأغلفة والصناديق (المعدنية، الكرتونية، الخشبية) المستخدمة لحفظ وتسويق حلوى الكز في مدينة أصفهان.

الكز (Gaz) (من السما)

لغة: كلمة فارسية (كز)، ويوردها "دهخدا" في موسوعته اللغوية بمعنيين؛ الأول هو اسم لشجرة "الطرفاء" (Tamarisk) أو "الأثل" التي تنبت في المناطق الصحراوية بإيران. والثاني هو مادة "المن" (Manna) أو "الكز أنجيبين" (Gaz-Angubin) وهي العصارة السكرية التي تفرزها حشرة تعيش على أغصان هذه الشجرة (دهخدا، 1998، 18054).

اصطلاحاً: هو أشهر أنواع الحلوى التقليدية الإيرانية التي تختص مدينة أصفهان بصناعتها وتصديرها منذ العصر الصفوي. وهي نوع من "النوقا" البيضاء المتماسكة والمرنة، تُصنع تقليدياً بخلط عصارة "الكز أنجيبين" مع بياض البيض، السكر، ماء الورد، ونسبة عالية من الفستق الحلبي أو اللوز، وتقطع بأشكال دائرية أو مربعة (لقم) (معين، 2005، 3210).

إجرائياً: هو المنتج الغذائي التراثي ذو اللون الأبيض والمحمش بالمكسرات، الذي تنتجه المصانع والمعامل في مدينة أصفهان، والذي يُعد المحتوى الأساسي للعبوات محل الدراسة والتحليل، حيث يُستدل على جودته ونكهته من خلال التصميم الخارجي للغلاف.

ثالثاً: الدراسات السابقة (Literature Review) اقتصر البحث على عرض الدراسات الأقرب لموضوع البحث، والتي تناولت العلاقة بين التصميم والهوية الثقافية، وهما:

1. دراسة (Zadeh, 2017&Rahmani) بعنوان: "التحليل السيميائي للعناصر البصرية في تغليف الحرف اليدوية الإيرانية". (*Semiotic Analysis of Visual Elements in Iranian Handicrafts Packaging*)

- هدف الدراسة: سعت الدراسة لتحليل الدلالات الرمزية (الصور، الخطوط، الألوان) المستخدمة في علب الهدايا الإيرانية، للكشف عن كيفية بناء الهوية البصرية للمنتج المحلي.
- المنهجية: اعتمدت الدراسة المنهج السيميائي (العلاماتية) لتحليل عينة من العبوات الموجهة للتصدير.
- أهم النتائج: توصلت الدراسة إلى أن خط "النستعليق" هو العنصر الأقوى والأكثر ثباتاً في تحديد الهوية الإيرانية للمنتج، وأن تغييب العناصر التراثية التقليدية يفقد المنتج قيمته التنافسية في السوق العالمي لصالح المنتجات التجارية.
- وجه الاستفادة: تفيد هذه الدراسة البحث الحالي في تحديد "المفردات البصرية" الإيرانية الأصيلة التي يجب رصدها في عبوات الكز (كالخط والزخرفة).

2. دراسة (عبد العزيز وعبادة، 2022) بعنوان: "توظيف فن التغليف في الترويج للتراث الثقافي". (جامعة قسنطينة 3، كلية الفنون والثقافة).

- هدف الدراسة: هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على دور التصميم الجرافيكي للعبوات كأداة استراتيجية للترويج للموروث الثقافي اللامادي، وكيف يمكن

للغلاف أن يتحول من وسيلة حفظ إلى "سفير صامت" ينقل ثقافة البلد للمستهلك.

- **المنهجية:** اعتمدت المنهج الوصفي التحليلي على نماذج من عبوات المنتجات التقليدية.
- **أهم النتائج:** أثبتت الدراسة أن التغليف له تأثير مباشر على قرار الشراء لدى السائح الباحث عن الأصالة، وأن هناك حاجة ماسة لإعادة تصميم المنتجات التراثية بأسلوب يدمج بين الحداثة والرموز التاريخية.
- **وجه الاستفادة:** تدعم هذه الدراسة الإطار النظري للبحث الحالي فيما يخص "الوظيفة الترويجية والسياحية" للعبوة، وتؤكد حداثة المشكلة البحثية وأهميتها.

التعقيب على الدراسات السابقة من خلال استعراض الدراستين السابقتين، يتضح موقع البحث الحالي وتميزه كالاتي:

1. **أوجه الاتفاق:** يتفق البحث الحالي مع الدراستين في التأكيد على أن "التغليف" هو وسيط ثقافي وليس مجرد وعاء، وفي اعتماد "المنهج التحليلي" لرصد العناصر البصرية.
2. **أوجه الاختلاف (الفجوة البحثية):** ركزت دراسة (Rahmani) على "الحرف اليدوية" بشكل عام، وركزت دراسة (عبد العزيز) على "التراث" بمفهومه الواسع. أما البحث الحالي فينفرد بالتخصص الدقيق في "عبوات حلوى الكز" بمدينة أصفهان، متناولاً كيفية المواءمة بين "الموروث الصفوي" (منمنمات وعمارة) وبين "تقنيات الطباعة الحديثة" لمنتج غذائي فاخر، وهو ما لم تتناوله الدراسات السابقة بشكل مباشر.

الاطار النظري:

المبحث الأول: المرجعيات الفنية لتراث مدينة أصفهان

يُشكل التراث الفني لمدينة أصفهان، وتحديدًا نتاجات العصر الصفوي (1501-1736م)، المنهل الأساسي والمرجع البصرية الأولى التي يستقي منها مصممو الجرافيك والمنتجات في إيران اليوم مفرداتهم البصرية. وقد استطاعت هذه الحاضرة أن تؤسس نمطاً فنياً فريداً يُعرف في تاريخ الفن بـ "المدرسة الأصفهانية"؛ تلك المدرسة التي أوجدت لغة بصرية متفردة جمعت في نسق متكامل بين رصانة العمارة، وشاعرية فنون الكتاب والتصوير، وانسيابية الخط، ودقة الحرف اليدوية، لتشكل هوية بصرية راسخة تُعرف عالمياً. وتأسيساً على ذلك، يمكن تصنيف هذه المرجعيات التي تظهر آثارها على تصميم العبوات إلى العناصر التالية:

أولاً: المرجعية التصويرية (مدرسة أصفهان في المنمنمات)

تميزت المدرسة الأصفهانية في التصوير، التي ازدهرت في القرن السابع عشر على يد الفنان "رضا عباسي"، بانعطافة فنية هامة ابتعدت عن تكديس العناصر المعهود في مدرسة "تبريز". اعتمدت هذه المدرسة على إبراز "الشخصية المفردة" (Single Figure)؛ (عكاشة، 1990 ، 412) حيث يظهر الشخص (أمراء، عشاق، شعراء) في حالات استرخاء وتأمل، مع تقليل الاهتمام بالخلفيات المعقدة لصالح التركيز على انسيابية الخط الخارجي وحيوية الحركة (ياكباز، 2000 ، 145). يعد هذا الأسلوب هو المصدر المباشر للرسوم التي نراها اليوم على عبوات "الكز"، حيث يتم استعارة مشاهد المجالس والحدائق لتعكس رفاهية المنتج.

ثانياً: المرجعية الزخرفية (الإسليميوالختائي)

تعتمد الزخرفة الأصفهانية على ثنائية متناغمة تكسو أغلب الأسطح الفنية (سجاد، أغلفة كتب، علب معدنية)، وهما:

1. الإسلامي (Arabesque): وهي تجريدات نباتية ذات سيقان حلزونية متصلة تعبر عن اللانهائية، وتتميز في أصفهان بالدقة والرشاقة (بوب، 2000، 168).

2. الختائي (Khatai): وهو نمط زخرفي فارسي يتكون من أزهار وبراعم وأوراق ملتفة بأسلوب حلزوني، وغالباً ما يُستخدم كأرضية أو إطار للعناصر الرئيسية (حصوري، 1385 هـ.ش، 58).

هذه الزخارف غالباً ما تُنفذ باستخدام "الأزرق الفيروزي" و"اللازوردي" و"الذهبي"، وهي الألوان التي تميز هوية أصفهان البصرية المستمدة من بلاط مسجد الشاه (مسجد الإمام).

ثالثاً: المرجعية الخطية (النستعليق)

تُعرف أصفهان بأنها حاضنة خط النستعليق (Nasta'liq)، الذي بلغ ذروته على يد الخطاط "مير عماد الحسنی". يتميز هذا الخط بانسيابيته الشديدة التي تحاكي انحناءات الطبيعة وأجساد الطيور، وخلوه من الزوايا الحادة الموجودة في الخط الكوفي (زين الدين، 1968، 380). في تصميم العبوات التراثية، يُستخدم النستعليق حصراً لكتابة اسم المنتج والشعر الفارسي المرفق، ليعطي دلالة فورية على "الأصالة" و"العذوبة" (فضائلي، 1984، 602).

المرجعية الحرفية (فن الخاتم والمينا)

لا تكتفي التصاميم الأصفهانية باستلهاج الرسوم والخطوط فحسب، بل تعتمد إلى "المحاكاة البصرية" (Visual Simulation) للخامات والملمس الخاص بأشهر الحرف اليدوية التي تعرف بها أصفهان عالمياً، وهما:

1. فن الخاتم كاري (Khatam-kari):

وهو فن تطعيم الخشب الفسيفسائي الدقيق، حيث تُغطى الأسطح بمضلعات هندسية (مثلثات ونجوم) مصنوعة من العاج، والخشب الملون، والنحاس (لإعطاء البريق الذهبي) (زكي، 1989، 245).

في تصميم عبوات "الكز"، يتم توظيف "نسيج الخاتم" (Khatam Texture) كخلفية مطبوعة على الورق المقوى أو المعدن، ليوحي للمستهلك بأن العبوة صندوق خشبي ثمين، مما يرفع من القيمة المدركة للمنتج (Perceived Value) ويربطه بالفخامة التقليدية (ياوري، 1384 هـ.ش، 112).

2. فن المينا كاري (Mina-kari):

هو فن الطلاء بالمينا (الزجاج المصهور) على المعادن، وغالباً النحاس. السمة الأبرز لهذا الفن في أصفهان هي سيطرة "اللون الأزرق السماوي واللازوردي" (علام، 2000، 310) مع زخارف نباتية دقيقة (إسليمي وختائي).

تُصمم العديد من عبوات الكز المعدنية (Tins) لتكون نسخة طبق الأصل من أواني "المينا"، فتظهر وكأنها قطعة فنية مشغولة يدوياً، مما يعزز هوية "تذكار من أصفهان" (Souvenir) (وولف، 1372 هـ.ش، 298).

المبحث الثاني: أسس تصميم العبوات ذات الطابع التراثي

لم يعد تصميم التغليف (Packaging Design) في العصر الحديث مقتصرًا على الوظيفة التقليدية المتمثلة في حفظ المنتج ونقله فحسب، بل ارتقى ليصبح أداة اتصالية استراتيجية ووسيطاً ثقافياً يربط بين المنتج والمستهلك. وعند التعامل مع منتجات ذات عمق تاريخي مثل "حلول الكز" الأصفهانية، يخضع التصميم لأسس ومعايير دقيقة تهدف إلى الموازنة بين "المعاصرة" في الأداء و"الأصالة" في المظهر، ويمكن تفصيل هذه الأسس في المحاور التالية:

أولاً: الوظيفة الاتصالية والجمالية (العبوة كبائع صامت)

يُطلق على العبوة في أدبيات التصميم والتسويق مصطلح "البائع الصامت" (Silent Salesman)؛ فهي التي تتولى مهمة التعريف بالمنتج وإقناع المستهلك بشرائه في غياب البائع البشري، خاصة في الأسواق المزدهمة بالبضائع. وفي سياق المنتجات التراثية، تتحقق هذه الوظيفة من خلال آليتين رئيسيتين:

1. الجذب البصري (Visual Attraction):

حيث يعتمد المصمم على "قوة الإبهار" لجذب عين السائح أو المشتري وسط الرفوف. ويتم ذلك عبر استخدام الألوان ذات الدلالات الملكية (كالذهبي والأزرق الفيروزي) والزخارف المعقدة التي تميز الهوية البصرية لمدينة أصفهان، مما يخلق تبايناً لونياً يجذب الانتباه فوراً (Klimchuk, 2013.32).

2. الإيحاء بالجودة والقيمة (Perceived Value):

يلعب التصميم التراثي دوراً نفسياً هاماً؛ فاستخدام الزخارف الرصينة والخطوط الكلاسيكية يرسل رسالة ضمنية للمستهلك بأن هذا المنتج "عريق"، "أصلي"، و"فاخر". وبذلك تتحول القيمة الجمالية للغلاف إلى قيمة اقتصادية تبرر السعر المرتفع للمنتج مقارنة بالحلويات التجارية العادية (طه، 2016، 65).

ثانياً: تعزيز الهوية الثقافية (العبوة كوثيقة بصرية)

عندما يرتبط المنتج بمدينة عريقة كأصفهان، يتجاوز التصميم البعد التجاري ليصبح عملية "توثيق بصري" للهوية المكانية. فالمصمم هنا لا يزخرف فراغاً، بل يسرد قصة حضارة، وتبرز هذه الأهمية من خلال النقاط التالية:

1. السيميائية والدلالة المكانية (Geographical Indication):

تتحول العناصر البصرية على العبوة إلى "علامات" دالة؛ فصورة "ساحة نقش جهان" أو "جسر الثلاثة وثلاثين" ليست مجرد ديكور، بل هي ختم جودة يؤكد للمشتري أن هذا المنتج قادم من منشئه الأصلي، مما يعزز الثقة في العلامة التجارية (الجاري، 2014، 88).

2. العبوة كمنتج تذكاري (Souvenir Object):

غالباً ما يتم شراء "الكز" كهدية أو تذكاري سياحي، وليس للاستهلاك الفوري فقط. لذا، يراعي المصمم أن تكون العبوة (وخاصة المعدنية والخشبية) صالحة للاستخدام الدائم والحفظ حتى بعد نفاذ الحلوى، مما يفرض استخدام خامات متينة وتصاميم فنية تجعل من العبوة "تحفة" تستحق الاقتناء والعرض في المنازل (Ambrose, 2011.112).

ثالثاً: المعالجات التقنية والطباعية (محاكاة التراث تكنولوجياً)

لتحقيق القيم الجمالية التراثية على خامات معاصرة كالورق المقوى والمعادن، لا يكتفي المصممون بنقل الصور والزخارف بشكل مسطح، بل يعمدون إلى توظيف تقنيات الطباعة الحديثة (Print Finishes) لمحاكاة ملمس وحرفية الفنون اليدوية القديمة. ويمكن تحديد أبرز هذه التقنيات المستخدمة في إخراج عبوات الكز فيما يلي:

1. البصم الحراري (Hot Stamping): وهي تقنية تعتمد على استخدام رقائق معدنية (فويل) مضغوطة بالحرارة، وتستخدم لمحاكاة "التذهيب" الموجود في المخطوطات والزخارف الصفوية، مما يضيف طابعاً من الفخامة والبريق الذي لا توفره الطباعة الحبرية العادية.

2. البروز والغائر (Debossing&Embossing): تستخدم هذه التقنية لإحداث تأثير ثلاثي الأبعاد ملموس على سطح العبوة. ويتم توظيفها بكفاءة لمحاكاة ملمس الحفر الدقيق على الخشب (فن الخاتم) أو النقش على الأواني المعدنية (فن

المينا)، ليشعر المستهلك بالزخرفة عن طريق اللمس، مما يعزز التجربة الحسية (الخفاجي، 2018، 145).

3. الورنيش الموضعي (Spot UV): يتم استخدامه لتسليط الضوء واللمعان على عناصر محددة، مثل "اسم العلامة التجارية" بخط النستعليق، أو تفاصيل دقيقة في المنمنمات، وجعلها تبرز فوق خلفية مطفية (Matte)، مما يخلق تبايناً ومحاورة بصرية تجذب النظر (Yam, 2009, 582).

الفصل الثالث: إجراءات البحث

يتضمن هذا الفصل عرضاً للمنهجية المتبعة في الدراسة، وتحديداً لمجتمع البحث وعينته، ووصفاً لأداة البحث المستخدمة في جمع المعلومات وتحليلها، وصولاً إلى كيفية استخلاص النتائج، وذلك وفق الخطوات التالية:

أولاً: منهج البحث (Research Methodology)

اعتماداً على طبيعة المشكلة البحثية والأهداف المرجوة، اعتمد البحث "المنهج الوصفي التحليلي" (Descriptive Analytical Method).

أ- الوصف: لرصد السمات البصرية (ألوان، خطوط، خامات) الموجودة على عبوات الكز.

ب- التحليل: لتفكيك العلاقات بين هذه العناصر ومرجعياتها التراثية (المدرسة الأصفهانية)، واستنباط القيم الجمالية الكامنة فيها.

ثانياً: مجتمع البحث (Research Community)

يتمثل مجتمع البحث في جميع تصميمات عبوات حلوى "الكز" (المعدنية، الورقية) المنتجة في مدينة أصفهان، والمتوفرة في الأسواق والمتاجر الإلكترونية للعلامات التجارية المعروفة، ضمن الفترة الزمنية المحددة للبحث (2020-2025).

ثالثاً: عينة البحث (Research Sample)

- نظراً لكثرة التصميمات وتنوعها، قام الباحثون باختيار "عينة قصدية" (Purposive Sample) مكونة من (5 نماذج) من العبوات. مبررات اختيار العينة:
1. أن تكون من إنتاج مصانع مدينة أصفهان حصراً.
 2. تنوع الخامات (نموذج معدني، نموذج خشبي، نموذج كرتوني).
 3. احتواء التصميم على عناصر تراثية واضحة (زخارف، منمنمات، خط نستعليق) لخدمة أهداف البحث.
 4. تنوع العلامات التجارية (مثل: كز كرمانی، كز مظفري، كز أنتك.. إلخ) لضمان الشمولية.

رابعاً: أداة البحث (Research Tool) انظر ملحق رقم (1)

لتحقيق أهداف البحث، قام الباحثون ببناء "استمارة تحليل محتوى" (Content Analysis Form)، كأداة رئيسية لجمع البيانات وتفريغها. وقد تم بناء الاستمارة بالاعتماد على المؤشرات التي استخلصت من الإطار النظري (المبحث الأول والثاني). تتكون الاستمارة من المحاور التالية:

1. البيانات العامة: (اسم المنتج، نمط التصميم، الشكل والخامة، الملمس، الابعاد، سنة الانتاج).
2. العناصر البصرية: (نوع الزخرفة، نمط الخط، الصور والرسوم).
3. العلاقات التشكيلية: (التوازن، السيادة، الانسجام اللوني).
4. القيم الجمالية والدلالية: (الأصالة، الفخامة، الهوية المكانية).

خامساً: صدق الأداة (Validity of the Tool)

للتحقق من صلاحية الاستمارة للتحليل، تم عرضها بصورتها الأولية على مجموعة من الخبراء والمحكمين في مجال التصميم الجرافيكي والفنون الإسلامية. وبناءً على ملاحظاتهم، تم إجراء التعديلات اللازمة (إضافة/حذف فقرات) لتخرج الاستمارة بصيغتها النهائية الصالحة للتطبيق.

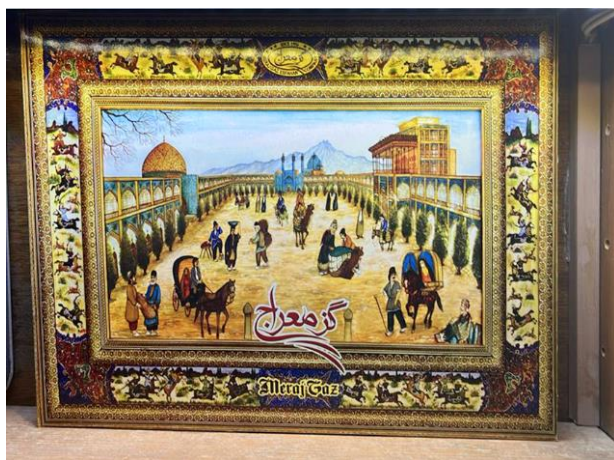
لجنة الخبراء:

- أ.د. عادل سعدي ، خط وزخرفة - جامعة بابل - كلية الفنون الجميلة
- أ.د. ساهرة عبد الواحد - تصميم طباعي - جامعة بابل - كلية الفنون الجميلة
- أ. وسام جاسم - خط وزخرفة عربية - جامعة بابل - كلية الفنون الجميلة

الفصل الرابع: تحليل عينات البحث

فيما يلي تحليل تفصيلي للعينات المختارة (عددها 5 نماذج) وفقاً للمنهج الوصفي التحليلي:

أنموذج رقم (1): كز معراج (MerajGaz)



نمط التصميم: التوثيق المعماري الكلاسيكي (Realism).

المحور الأول: البنية الهيكلية

- الشكل والخامة: عبوة معدنية (Tin Box) مستطيلة الشكل بوضع أفقي. استخدام المعدن يعزز فكرة "الاستدامة" لتبقى العبوة صالحة للاستخدام بعد نفاذ المنتج.
- الملمس: أملس مع بروز خفيف في الحواف يحاكي إطارات اللوحات الفنية.
- الأبعاد: 22 × 14 × 7 سم
- سنة الانتاج: 2025م

المحور الثاني: العناصر الجمالية والتراثية

- التصوير: تحتل الواجهة لوحة بانورامية واقعية لـ "ساحة نقش جهان" التاريخية، يظهر فيها مسجد الإمام وقصر عالي قابو. تم رسم الشخصيات بملابس صفوية قديمة لتعزيز البعد التاريخي.
- الزخرفة: الإطار الخارجي يحتوي على منمنمات دقيقة تصور رياضة "الصولجان" ومشاهد صيد، وهي أنشطة كانت تمارس في هذه الساحة قديماً.
- اللون: سيطرة الألوان الترابية والذهبية في الإطار، مع الأزرق الفيروزي في قبة المسجد والسماء.

المحور الثالث: القيم الجمالية والدلالية

- التكوين: تكوين مركزي (Central Composition) يجذب العين لعمق الساحة.
- الدلالة: العبوة هنا تلعب دور "البطاقة البريدية" أو الوثيقة التاريخية، حيث تربط جودة المنتج بعراقة المدينة وأصلها.

انموذج رقم (2): كز نيكو منش (NikooManesh)



نمط التصميم: السرد التاريخي والتوثيق الاجتماعي (Historical Narrative).

المحور الأول: البنية الهيكلية

- الشكل والخامة: علبة كرتونية فاخرة (Hard Box) مستطيلة، مع استخدام تقنيات طباعة (Metalized) لإعطاء تأثيرات معدنية.
- الملمس: استخدام "البصم الحراري" الذهبي في الأشرطة العلوية والسفلية لمحاكاة ملمس الزخرفة البارزة.
- الأبعاد: 10 × 16 × 26 سم
- سنة الانتاج: 2024 م

المحور الثاني: العناصر الجمالية والتراثية

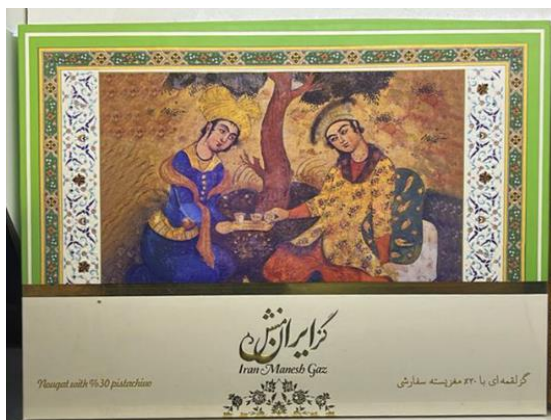
- التصوير: مشهد مكتظ بالشخوص يحاكي جداريات "قصر جهل ستون"، يصور مجلساً سلطانياً أو وليمة ملكية تضم أمراء، وعازفين، وخدم، بأزياء وعمائم صفوية مميزة.
- الزخرفة: توظيف إفريز زخرفي هندسي مذهب في الأعلى والأسفل لتأطير المشهد.

- اللون: هيمنة الألوان الحارة (الأحمر القاني، البني، الذهبي) التي تعبر عن الدفء والحيوية.

المحور الثالث: القيم الجمالية والدلالية

- التكوين: تكوين أفقي مزدحم (Crowded)، يعكس الثراء البصري.
- الدلالة: يرمز مشهد الوليمة والموسيقى إلى "كرم الضيافة" و"الاحتفال"، مما يربط المنتج ذهنياً بمناسبات الفرح وتقديم الهدايا الفاخرة.

انموذج رقم (3): كز إيران منش (Iran Manesh)



نمط التصميم: الرومانسية الشاعرية (Poetic Romanticism).

المحور الأول: البنية الهيكلية

- الشكل والخامة: علبة كرتونية (Paperboard) بقطعتين (قاعدة وغطاء)، ذات ملمس ورقي مصقول (Matte).
- التنظيم: تقسيم الواجهة إلى كتلتين: علوية للعمل الفني، وسفلية بيضاء للنص والهوية.

المحور الثاني: العناصر الجمالية والتراثية

- التصوير: استلهم فن المنمنمات بأسلوب شاعري، يصور شخصيتين في جلسة أنس تحت شجرة (رمز الطبيعة)، مع التركيز على حركة "تقديم الكأس".
- التايبوغرافيا: كتابة اسم العلامة بخط "نستعليق" أسود انسيابي في المساحة البيضاء، مما يمنحه وضوحاً تاماً.
- اللون: استخدام إطار عريض باللون "الأخضر الفستقي"، وهو لون وظيفي يشير لمكونات الحلوى، مع خلفية بيضاء نقية في الأسفل.
- الأبعاد: 24 × 18 × 10 سم
- سنة الانتاج: 2023م

المحور الثالث: القيم الجمالية والدلالية

- التكوين: توازن مستقر بين الصورة والنص، يفصل بينهما خط ذهبي رفيع.
- الدلالة: يعبر التصميم عن الهدوء والرقي، ويربط المذاق بالمشاعر الإنسانية واللحظات الشاعرية، مع مراعاة الوضوح التجاري (Legibility).

انموذج رقم (4): كز كرمانى (KermaniGaz)



نمط التصميم: الدراما اللونية والفاخرة (Dramatic Luxury).

المحور الأول: البنية الهيكلية

- الشكل والفاخرة: علبة كرتونية مغلقة بطبقة لامعة (Glossy Overlap) لزيادة انعكاس الضوء.
- الملمس: سطح ناعم جداً مع تذهيب كثيف بتقنية البصم الحراري (Hot Stamping).

المحور الثاني: العناصر الجمالية والتراثية

- التصوير: رسم لواجهة معمارية (قصر) باللون الذهبي الخالص، مع وضع صورة شخصية للمؤسس في الأعلى كنوع من التوثيق للعلامة التجارية.
- الخلفية: خلفية زرقاء داكنة (Night Blue) تتناثر فيها نقاط ذهبية تشبه النجوم أو الألعاب النارية.
- اللون: ثنائية (الأزرق والذهبي) الصريحة، وهما اللونان الأكثر ارتباطاً بالهوية الملكية والدينية لأصفهان.
- الأبعاد: 28 × 16 × 7 سم
- سنة الانتاج: 2025م

المحور الثالث: القيم الجمالية والدلالية

- التكوين: تكوين متماثل (Symmetrical) يعطي إحساساً بالهيبة والاستقرار.
- الدلالة: يوحي التصميم بأن المنتج "ليلي" و"فاخر"، ويقدم كهدية ثمينة في المناسبات الخاصة، حيث يلعب الذهب دوراً في رفع القيمة المادية المدركة للمنتج.

انموذج رقم (5): كز بارتيكان (PartikanGaz)



نمط التصميم: التجريد الزخرفي والاختزال الحدائ (Modern Minimalism).

المحور الأول: البنية الهيكلية

- الشكل والخامة: علبة كرتونية حديثة بلمس مطفي (Matte)، تعتمد على البساطة في القص والتركيب.
- الفراغ: اعتماد مساحات فراغ واسعة (Negative Space) لراحة العين.
- الابعاد: $7 \times 15 \times 25$ سم
- سنة الانتاج: 2024م

المحور الثاني: العناصر الجمالية والتراثية

- الزخرفة: الاستغناء التام عن الصور التشخيصية، والاكتفاء بشريط علوي يحتوي على زخارف "بُته جُقه" (Paisley) الفارسية بأسلوب يحاكي النسيج.
- التايبوغرافيا: تصميم اسم "پارتیکان" كشعار جرافيكى (Logotype) بأسلوب هندسي حديث، مبتعداً عن الخطوط التقليدية.
- اللون: المزج بين الأبيض (النقاء/الحدائة) والأزرق اللازوردي (التراث)، مما يخلق تضاداً مريحاً وجذاباً.

المحور الثالث: القيم الجمالية والدلالية

- **التكوين:** توازن يعتمد على "الثقل العلوي"، حيث الزخرفة في الأعلى والمعلومات في الأسفل.
- **الدلالة:** يمثل هذا النموذج "مستقبل التصميم التراثي"، حيث يخاطب الأجيال الجديدة والأسواق العالمية بلغة بصرية عالمية تختزل الهوية في رموز زخرفية ولا تغرق في التفاصيل التاريخية.

الفصل الرابع: النتائج، المناقشة، والتوصيات

يتناول هذا الفصل عرضاً للنتائج التي تم التوصل إليها من خلال تحليل عينات عبوات "الكز" الأصفهاني، ومناقشتها في ضوء الإطار النظري، وصولاً إلى صياغة الاستنتاجات والتوصيات التي تحقق أهداف البحث.

أولاً: عرض النتائج (Results)

من خلال عملية التحليل الوصفي للنماذج الخمسة المختارة، أسفر البحث عن النتائج التالية:

1. هيمنة المرجعية المعمارية: أظهرت النتائج أن العمارة الصفوية (وتحديداً ساحة نقش جهان، وقصر عالي قابو) هي العنصر البصري الأكثر تكراراً واستخداماً لتوثيق هوية المنتج، كما ظهر بوضوح في العينة (1) و(4). يعتمد المصممون على هذه المعالم كـ "بصمة مكانية" تؤكد أن المنتج أصلي ومنشأه أصفهان.
2. تنوع أساليب استدعاء "المدرسة الأصفهانية": تراوحت أساليب توظيف المنمنمات بين ثلاثة مستويات:

- أ- النقل الحرفي التاريخي: كما في العينة (2) (نيكو منش) التي نقلت مشهد "المجلس السلطاني" بكامل تفاصيله المزدحمة لتعزيز قيمة "الضيافة".
- ب- الاقتباس الرومانسي: كما في العينة (3) (إيران منش) التي ركزت على مشهد ثنائي تحت الشجرة لإضفاء طابع شاعري.
- ج- التجريد الزخرفي: كما في العينة (5) (بارتيكان) التي استغنت عن التشخيص واكتفت بالموتيفات الزخرفية (البُته جُقه).

3. الدلالة اللونية للذهب والأزرق:

سجلت العينات حضوراً طاعياً للونين "الذهبي" و "الأزرق الفيروزي/اللازوردي"، حيث ارتبط الذهب دائماً بمفهوم "الفخامة والجودة" (كما في العينة 4)، بينما ارتبط الأزرق بالهوية الدينية والمعمارية للمدينة.

4. التايوغرافيا (خط النس تعليق): أثبت التحليل أن خط "النس تعليق" هو القاسم المشترك في جميع العينات لكتابة اسم المنتج باللغة الفارسية. لم يخرج أي مصمم عن هذا الخط (سواء بالشكل التقليدي أو الحديث)، مما يؤكد أن النس تعليق هو "الهوية النصية" التي لا يمكن فصلها عن حلوى الكز.

5. المحاكاة التقنية للحرف اليدوية: لجأت معظم التصميمات إلى تقنيات طباعية مثل (البصم الحراري/التذهيب) و (البروز/Embossing) لمحاكاة ملمس الحرف التقليدية (الخاتم، والمينا)، بهدف تحويل العبوة الكرتونية أو المعدنية إلى "تحفة" ملموسة، كما ظهر جلياً في الأطر الذهبية للعينة (2).

ثانياً: مناقشة النتائج (Discussion)

في ضوء النتائج السابقة، يمكن تفسير توجهات التصميم كالتالي:

- أ- جدلية الأصالة والمعاصرة: أثبت البحث أن التراث الأصفهاني ليس قالباً جامداً؛ فالمصممون نجحوا في تطويعه ليتناسب مع ذائقة المستهلك الحديث. فبينما تخاطب العينات الكلاسيكية (1 و2) السائح الباحث عن التاريخ، جاءت العينة (5) لتخاطب الجيل الجديد أو الأسواق الخارجية التي تفضل البساطة (Minimalism)، وهذا يؤكد مرونة المفردات الفنية الصفوية وقابليتها للتجريد.
- ب- العبوة كوثيقة ثقافية: يتجاوز تصميم عبوات الكز الوظيفة التجارية ليصبح "وسيطاً ثقافياً". فعندما يشتري السائح العبوة، هو في الحقيقة يفتي "قطعة من أصفهان". هذا يفسر الإصرار على استخدام الصور المعقدة والطباعة الفاخرة؛ فالهدف هو إطالة عمر العبوة (Reusability) لتبقى كعلبة مجوهرات أو تذكار، مما يضمن استمرار الدعاية للمنتج والمدينة لفترة طويلة.
- ج- التكامل بين المذاق والبصر: هناك ربط سيميائي (دلالي) مقصود بين "حلاوة الطعم" و"جمال الصورة". مشاهد الحدائق، والولائم، والمجالس الطربية المستخدمة على الأغلفة ليست عشوائية، بل هي "معادلات بصرية" لمكونات الحلوى (المن والسلوى، الفستق، ماء الورد) التي ترتبط بالرفاهية والسعادة.

ثالثاً: الاستنتاجات (Conclusions)

1. تُعد القيم الجمالية في عبوات الكز جزءاً لا يتجزأ من استراتيجية التسويق، حيث يعتمد تقييم المستهلك لجودة المنتج بنسبة كبيرة على فخامة الغلاف ومدى ارتباطه بالتراث.
2. يمثل "النمط المختزل" (الذي ظهر في عينة بارتيكان) توجهاً مستقبلياً واعداً لتصميم العبوات الإيرانية، حيث يحقق المعادلة الصعبة بين "الهوية المحلية" و"الذائقة العالمية".

3. يُعد خط نستعليق "علامة تجارية ثقافية" (Cultural Brand) تتجاوز كونه مجرد وسيلة للكتابة، ليصبح رمزاً بصرياً يضمن أصالة المنتج الإيراني.

رابعاً: التوصيات (Recommendations)

بناءً على نتائج البحث، يوصي الباحثون بما يلي:

1. للمصممين:

- أ- ضرورة التوجه نحو "الاقتباس الواعي" وليس "النقل الحرفي" للتراث. يُنصح باستلهام "روح" المدرسة الأصفهانية (الألوان، التراكيب، الفراغ) ودمجها في تصاميم عصرية، بدلاً من مجرد لصق اللوحات القديمة كما هي.
- ب- الاهتمام أكثر بدمج الخط اللاتيني بأسلوب فني يتناغم مع الخط الفارسي، لخدمة أغراض التصدير للأسواق العالمية.

2. للمنتجين وأصحاب المصانع:

الاستثمار في جودة الخامات (لمس الورق، تقنيات الطباعة البارزة)؛ لأن التجربة اللمسية (Tactile Experience) تعزز الشعور بالفخامة وتبرر السعر المرتفع.

3. للباحثين مستقبلاً:

إجراء دراسات مقارنة بين تصميم عبوات "الكز" في أصفهان وعبوات "المن والسلوى" في العراق، لرصد أوجه التشابه والاختلاف في توظيف الموروث المشترك.

المراجع:

أولاً: المصادر العربية والمترجمة

1. ابن منظور، جمال الدين. (د.ت). *لسان العرب* (مجلد 11). بيروت: دار

صادر.

2. بوب، آرثر أبهام. (2000). *روائع الفن الفارسي*. (ترجمة: د. عيسى سلمان). بغداد: وزارة الثقافة والإعلام.
3. بهنسي، عفيف. (1997). *الفن الإسلامي*. دمشق: دار طلاس للدراسات والترجمة والنشر.
4. الجادري، عدنان. (2014). *الفن والتراث: جدلية الأصالة والمعاصرة*. عمان: دار دجلة.
5. حصوري، علي. (1385 هـ.ش / 2006م). *مباني طراحي سنتي در إيران (أسس التصميم التقليدي في إيران)*. طهران: نشر ششمه.
6. الخفاجي، إبراهيم. (2018). *تقنيات الطباعة والتصميم الجرافيكي*. بغداد: دار الذاكرة.
7. دريابندري، نجف. (2012). *كتاب مستطاب آشيبي (الكتاب الرائع في الطبخ)*. طهران: نشر كارنامه.
8. دهخدا، علي أكبر. (1998). *لغت نامه دهخدا (موسوعة دهخدا اللغوية)*. (المجلد 11، مادة "گز"). طهران: مؤسسة لغت نامه دهخدا - جامعة طهران.
9. زكي، محمد حسن. (1989). *الفنون الإيرانية في العصر الإسلامي*. القاهرة: مكتبة النهضة المصرية.
10. زين الدين، ناجي. (1968). *مصور الخط العربي*. بغداد: مكتبة النهضة.
11. طه، رانية علي. (2016). *تكنولوجيا التغليف والطباعة*. القاهرة: دار الفكر العربي.
12. عبد العزيز، ... وعبادة، ... (2022). *توظيف فن التغليف في الترويج للتراث الثقافي*. جامعة قسنطينة 3، كلية الفنون والثقافة.

13. العبيدي، انتصار. (2010). *الجماليات البصرية في الفنون الإسلامية*. عمان: دار الفكر.
14. عكاشة، ثروت. (1990). *فنون الشرق الأوسط في العصور الإسلامية*. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
15. علام، نعمة إسماعيل. (2000). *فنون الشرق الأقصى والأدنى*. القاهرة: دار المعارف.
16. الفراهيدي، الخليل بن أحمد. (2003). *كتاب العين*. بيروت: دار الكتب العلمية.
17. فضائي، حبيب الله. (1362 هـ.ش / 1984م). *أطلس خط (أطلس الخطوط)*. أصفهان: انتشارات انجمن خوشنویسان ایران.
18. كونل، أرنيست. (1966). *الفن الإسلامي*. (ترجمة: أحمد موسى). بيروت: دار صادر.
19. لالاند، أندريه. (2001). *موسوعة لالاند الفلسفية*. (ترجمة: خليل أحمد خليل). بيروت: منشورات عويدات.
20. مطر، أميرة حلمي. (2013). *مدخل إلى علم الجمال وفلسفة الفن*. القاهرة: دار التنوير.
21. المعجم الوسيط. (2004). *مجمع اللغة العربية*. القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.
22. معين، محمد. (2005). *فرهنگ فارسي معين (قاموس معين الفارسي)*. (المجلد 3). طهران: انتشارات أمير كبير.

23. وولف، هانز إي. (1372 ه.ش / 1993م). صنایع دستی کهن ایران (الحرف اليدوية القديمة في إيران). (ترجمة: سيروس إبراهيم زاده). طهران: انتشارات آموزش انقلاب إسلامي.
24. ياورى، حسين. (1384 ه.ش / 2005م). شناخت صنایع دستی ایران (التعرف على الحرف اليدوية الإيرانية). طهران: انتشارات مهکامه.

ثانياً: المصادر الأجنبية (Foreign References)

25. **Ambrose, G& ,.Harris, P** .(2011) .*Packaging the Brand* .AVA Publishing.
26. **Blair, S. S& ,.Bloom, J. M** .(1995) .*The Art and Architecture of Islam 1250-1800* .Yale University Press.
27. **Canby, S. R** .(2009) .*Shah 'Abbas: The Remaking of Iran* .British Museum Press.
28. **Encyclopædia Iranica** " .(2000) .Gaz". Vol. X, Fasc. 3.
29. **Klimchuk, M. R& ,.Krasovec, S. A** .(2013) . *Packaging Design: Successful Product Branding From Concept to Shelf* .John Wiley&Sons.
30. K. L Yam, . (2009). The Wiley Encyclopedia of Packaging Technology. (3rd ed.). John Wiley & Sons, p. 582

ملحق (1): استمارة تحليل عينات عبوات الكز الأصفهاني

البيانات العامة للعينة:

- رقم العينة:
- اسم العلامة التجارية:
- نوع العبوة (الخامة الأساسية):
- سنة الانتاج:
- ابعاد العبوة:

المحور الأول: البنية الهيكلية للعبوة (Structure&Form)

م	عصر التحليل	تفاصيل الوصف والتحليل
1	الشكل الهندسي	(مربع، مستطيل أفقي/عمودي، دائري، أخرى...)
2	الخامات المستخدمة	(ورق مقوى مطفي/لامع، معدن، خشب، بلاستيك شفاف...)
3	أسلوب الفتح والهيكل	(غطاء منفصل، غطاء متصل، وجود نافذة شفافة للرؤية...)

المحور الثاني: العناصر الجمالية والتراثية (Graphic Elements)

م	عصر التحليل	تفاصيل الوصف والتحليل
1	العناصر التصويرية (Illustrations)	(هل يوجد مباني معمارية؟ شخوص؟ مجالس وولائم؟ مناظر طبيعية؟ وما هي مرجعيتها التاريخية؟)
2	العناصر الزخرفية	(إسليمي، ختائي، بُته جُقه، زخارف هندسية، إطارات

	(وتذهيب...)	(Motifs)	
3	(نوع الخط المستخدم لاسم المنتج: نستعليق، ثلث، خط حر، كوفي؟ وهل يوجد خط لاتيني؟)	التايوغرافيا والخطوط	
4	(الألوان السائدة/المهيمنة: ذهبي، أزرق فيروزي، ألوان حارة، خلفية سوداء/بيضاء...)	المجموعة اللونية (Color Palette)	

المحور الثالث: العلاقات التشكيلية والقيم الدلالية (Values&Composition)

م	عناصر التحليل	تفاصيل الوصف والتحليل
1	نظام التكوين والتوازن	(تكوين متماثل، غير متماثل، تكوين مركزي، أين تقع السيادة أو مركز الجذب البصري؟)
2	المعالجات التقنية (طباعياً)	(هل يوجد بصم حراري/تذهيب؟ بروز غائر أو نافر لمحاكاة الملمس؟ ورنيش موضعي؟)
3	الدلالة الرمزية للمشهد	(إلام ترمز العناصر؟ مثلاً: كرم الضيافة، الأصالة، الفخامة الملكية، الشاعرية؟)
4	القيم الجمالية المحققة	(كيف تخدم هذه العبوة الهوية البصرية لمدينة أصفهان؟ وما هي الرسالة التسويقية؟)