

## فصل چهارم

### بسته بندی

## مقدمه

ما در زندگی روزمره خود، از خریدهای معمول روزانه گرفته تا تهیه‌ی اجناس لوکس، با انواع بسته‌هایی مواجه هستیم که علاوه بر زیبا ساختن محیط زندگی، در نگرشی کلان، نقش مؤثری در اقتصاد و گردش مالی جامعه ایفا می‌نمایند. باید گفت امروزه کالا یا فراورده‌ای در بازار فروش موفقیت بیشتری خواهد داشت که از ویژگی‌ها و امتیازات برجسته‌ای برخوردار باشد تا بتواند در سریع‌ترین زمان ممکن به فروش رسیده و معرف کیفیت برتر باشد. بسته‌بندی خوب و مناسب یکی از این ویژگی‌هاست.

در موارد متعددی به دلیل استفاده از بسته‌بندی با ویژگی‌های مناسب، کالاهایی که عرضه می‌شوند سریعاً به فروش رسیده و خط تولید را رونق می‌بخشند. برخی از عواملی که در این موفقیت سهم می‌باشند عبارتند از: نیاز مصرف‌کننده به طور عام، کیفیت محصول، نام و اعتبار محصول، قدمت تولید و بیشگام بودن، قیمت تمام شده‌ی محصول و بالاخره آنچه در این جا مورد نظر ماست، یعنی بسته‌بندی ثابت و عالی.

با آگاهی از موارد فوق کارگاه بسته‌بندی را آغاز می‌نماییم. برای شروع این فصل هنرآموزان محترم می‌توانند برای جلسه‌ی اول، سؤالات صفحه‌ی بعد را تکثیر کرده و در اختیار هنرجویان قرار دهند تا آن‌ها هر پاسخی را که در ذهن دارند بنویسند. سعی شده است سؤالات واضح، ساده و روشن و در رابطه با شناخت و درک بصری هنرجویان از صنعت بسته‌بندی باشد تا آنان را به پاسخگویی ترغیب نماید هنرآموزان می‌توانند به همراه این سؤالات، تصاویری از چند نمونه بسته‌بندی با اشکال متنوع، و نیز طرح گسترده‌ی یک نمونه جعبه را همراه خود به کلاس درس بیاورند و در پایان جلسه‌ی بررسی و پاسخ به سؤالات، به عنوان شاهد تصویری از آن‌ها استفاده نمایند. (از تصاویر این کتاب نیز می‌توانید استفاده کنید) مثلاً گسترده‌ی یک جعبه‌ی دستمال کاغذی یا بسته‌ی یک چای یا ... سپس از هنرجویان بخواهید تا با حوصله و دقت به سؤالات پاسخ گویند. بدیهی است اگر سؤالات بیشتری در همین زمینه به ذهن‌تان می‌رسد به برگه‌ی سؤالات اضافه نمایید تا مبحث درسی کارگاه بسته‌بندی با فعالیت و دقت بیشتر هنرجویان آغاز گردد.<sup>۲</sup>

---

۱- در بعضی از بسته‌های مصرفی، قدمت و پشتوانه‌ی طولانی مصرف آن توجه مشتریان را به خود جلب کرده و در این گونه موارد تغییرات در فرم و طراحی، رنگ بسته و حتی نوشتار و لوگو یا نام محصول باید با دقت و وسواس خاص و به تدریج صورت گیرد تا در فروش محصول موردنظر خللی پیش نیاید.

۲- پیشنهاد می‌شود هنرآموزان محترم تعداد سؤالات و یا تمرینات را براساس شرایط کلی هنرجویان به تشخیص خود تنظیم نموده و هرگونه تغییری را در تقدّم و تأخّر تمرینات لازم می‌دانند در برنامه‌ریزی درسی خود لحاظ نمایند.

- ۱- چه تعریفی از بسته‌بندی دارید؟
- ۲- چرا بهتر است کالا درون بسته به بازار عرضه شود؟
- ۳- اولین بسته‌بندی‌ها برای چه کالاهایی بوده است؟ و با چه هدفی؟
- ۴- چه نوع موادی در بسته بندی کالاها به کار می‌رود؟ ارتباط آن با محتوای بسته چیست؟
- ۵- بسته‌بندی‌های متنوع و گوناگونی را که می‌شناسید نام ببرید و آن‌ها را از نظر شکل با یکدیگر مقایسه کنید.
- ۶- طرح‌های گسترده‌ی جعبه‌ها و لیبل‌ها (برچسب‌ها) چه تفاوتی با شکل اصلی آن‌ها دارند؟ اهمیت و ویژگی آن‌ها چیست؟
- ۷- جذابیت بسته‌بندی یک کالا با میزان فروش آن چه رابطه‌ای دارد و آیا از این نظر در مورد کالاهای مختلف تفاوتی وجود دارد؟ توضیح دهید.
- ۸- چه موقع یک محصول در کنار فرآورده‌های مشابه خود از اهمیت و جذابیت بیشتری برخوردار می‌گردد؟
- ۹- طراحی، رنگ، فرم، لوگو، نوشتار، اندازه‌ی حروف و انواع چاپ روی بسته‌بندی چه تأثیری بر فروش کالاها دارد؟
- ۱۰- می‌دانیم در طراحی بسته‌بندی، باید سلیقه و روحیات و ویژگی‌های اقشار مختلف مخاطبان را در نظر گرفت (مثلاً کودکان، بانوان، مصرف‌کننده‌ی عام و ...) با ذکر چند مثال توضیح دهید که چگونه می‌توان به این هدف رسید؟
- ۱۱- چه ارتباطی بین طراحی یک بسته و اقلیم و فرهنگ مصرف‌کننده وجود دارد؟
- ۱۲- رابطه‌ی میان بسته‌بندی محصولات و محیط زیست و طبیعت چگونه است؟ به نظر شما برای جلوگیری از آلودگی محیط زیست چه نوع موادی و از چه جنسی در بسته‌بندی استفاده شود بهتر است؟
- ۱۳- «کیف» یا «ساک خرید» چیست؟
- ۱۴- چه رابطه‌ای بین تبلیغات و بسته‌بندی و «ساک‌های خرید» وجود دارد؟

همان‌طور که قبلاً اشاره شد چنانچه سؤالات دیگری در امتداد همین سؤالات دارید که می‌تواند شما را در پیشبرد تدریس یاری نماید به سؤالات فوق اضافه و به هنجاریان ارایه نمایید، سپس از آنان بخواهید در ضمن پاسخ دادن به سؤال‌ها در کیف یا مدادرنگی یا گواش، برچسب گواش یا آبرنگ، کاغذ بسته‌بندی در محیط کلاس خود به دقت نگاه کنند تعدادی اشیاء بسته‌بندی شده و یا هر چیزی را که به نظرشان با موضوع بسته‌بندی ارتباط است نام ببرند، برای مثال، جعبه‌ی دستمال کاغذی، جعبه‌ی مدادرنگی یا گواش، برچسب گواش یا آبرنگ، کاغذ بسته‌بندی

شکلات یا بیسکویت یا کیک و مانند این‌ها. به کمک هنرجویان نمونه‌های موجود در کلاس و نمونه‌هایی را که خود به همراه آورده‌اید روی میز گذاشته و از آن‌ها در پاسخ دادن به سؤالات و توضیحات استفاده کنید. از هنرجویان بخواهید هنگامی که شما به تدریج به سؤالات پاسخ می‌دهید، به برگه‌های پاسخنامه‌های خود توجه کرده و اگر پاسخی را اشتباه یا ناقص نوشته‌اند تکمیل نموده و پاسخ‌های صحیح را بنویسند.

## دانش افزایی

توضیحات زیر در پاسخ به سؤالات ۱ تا ۵ ارایه می‌گردد:

«بسته‌بندی» یا (packaging) عبارت است از: «پوششی از انواع جنس‌های مختلف و مواد گوناگون که کالا یا فرآورده‌ای را در برمی‌گیرد و جهت حفظ، نگهداری، بهداشت و معرفی آن به کار می‌رود و به صورت‌های: جعبه، بسته، قوطی و برجسب<sup>۱</sup> از موادی چون انواع مقوا، کاغذ، پلاستیک، فلز، شیشه، چوب و... وجود دارد.»

امروزه بسته‌بندی‌های متنوع در اشکال و فرم‌های گوناگون محیط زندگی ما را فرا گرفته‌اند و به طوری که می‌توان گفت تقریباً هیچ کالایی بدون قرار گرفتن در نوعی پوشش یا بسته‌بندی، در فروشگاه‌ها و یا مراکز خرید، به خریداران عرضه نمی‌شود.

پدیده‌ای به نام «بسته‌بندی» از حدود دو قرن پیش، به خاطر پاسخ به نیازهای جامعه‌ی پس از انقلاب صنعتی به وجود آمد. البته بسته‌بندی قبل از آن نیز برای حفاظت از کالاها وجود داشت

اما این نیاز با توجه به رشد جمعیت فزونی یافت و با ایده‌ی نگهداری و ذخیره‌ی مواد غذایی قابل مصرف در زمان طولانی‌تر شکل گرفت علاوه بر این که پیشرفت صنعت و تکنولوژی سبب به وجود آمدن انواع متنوعی از بسته‌بندی‌ها و به دنبال آن کاربرد گرافیک در بسته‌بندی گشت. اصولاً هدف از بسته‌بندی کالاها و محصولات تولیدی حفظ و نگهداری کالا و نیز تبلیغ آن از طریق ایجاد جذابیت بصری برای جلب مشتری است. به طور کلی اهداف بسته‌بندی عبارتند از:

۱- حفاظت از کالا، نگهداری و بهداشت آن، حمل و نقل راحت‌تر و انبارداری مناسب،

۲- ایجاد زیبایی و جذابیت بصری در کالا (به صورت تصویر و نوشتار) به منظور جلب بیشتر مشتری.

ضمناً بسته‌بندی باید به گونه‌ای باشد که بتوان در مورد فرآورده‌ی درون آن توضیحات و اطلاعات مفید داد؛ حتی بتوان محتوای بسته را به راحتی از داخل آن خارج نمود و در صورت امکان پوشش بسته را به مصارف دیگر رسانید و یا از بین برد. همان‌طور که گفتیم بسته‌هایی که زیبایی بصری چشمگیری داشته باشند، باعث جلب مشتری شده انگیزه‌ی خرید را در او ایجاد می‌کنند، البته کیفیت محصول نیز ادامه‌ی روند خرید را تضمین می‌کند.

در بسیاری از کشورهای صنعتی طراحان گرافیک با طراحان صنعتی در این زمینه همکاری مشترک دارند که این همکاری منجر به طراحی قالب مناسب، طرح و رنگ زیبا و در نهایت موفقیت «بسته‌بندی» می‌گردد.

این مدل‌ها نمایانگر چگونگی طراحی یک حجم و بسته از بسته‌بندی نهایی می‌باشند.<sup>۱</sup> مراحل اتوهای اولیه، قالب‌گیری و ساخت مدل حجمی تا طراحی



طراحی و ساخت حجم بسته



طراحی و رنگ آمیزی



طرح نهایی



شکل ۱-۴

۱- تصاویر از کتاب‌های

1- "TRADE SECRETS of GREAT DESIGN PACKAGING" - 1999

2- LES Packaging Du MoNDE "NOAH" - 1992



شکل ۲-۴ - تصاویر شکل‌گیری حجم یک بسته و اتوهای اولیه تا شکل‌گیری نهایی با طراحی لوگو تاپ و برجسب

در این جا درباره‌ی هریک از اهداف بسته‌بندی و ویژگی‌های آن به اختصار توضیح می‌دهیم ولی توجه هنرآموزان محترم را به این نکته جلب می‌نماییم که منظور از واحد کار عملی کارگاه بسته‌بندی هدف دوم یعنی «کیفیت بصری و جذابیت بسته‌بندی» است.

بسته‌بندی (جعبه‌ها، قوطی‌ها، بطری‌ها، پوشش‌های پلاستیکی و ...)  
ج - تناسب محتوای کالا و حجم بسته‌بندی (اینکه چه ماده‌ای در چه نوعی از فرم بسته‌بندی قرار بگیرد مثلاً مایعات درون بطری و یا جامدات درون جعبه یا پاکت و ...)  
د - قابلیت نگهداری انبوه و سهولت در جابه‌جایی و حمل و نقل  
ه - ایجاد هماهنگی در موارد فوق

هدف اول بسته‌بندی یعنی حفاظت، نگهداری، بهداشت، حمل و نقل و مجموعه‌ی فرآیند مرتبط با آن معمولاً در حوزه‌ی فعالیت طراحان صنعتی بوده و با عوامل متعددی مرتبط است که جهت آشنایی به ذکر برخی از آن‌ها می‌پردازیم:  
الف - مراحل تولید بسته‌بندی (از شکل‌گیری قالب بسته، طراحی حجم و فرم بسته تا آرایه‌ی آن به بازار فروش)  
ب - ویژگی‌های کالا، از جمله کاربرد آن و ارتباط آن با شکل

### تمرین

در پایان جلسه‌ی اول از هنرجویان بخواهید به جمع‌آوری نمونه‌های متنوعی از بسته‌هایی را که هر روزه می‌بینند و یا با آن‌ها در ارتباط هستند جمع‌آوری کنند: بسته‌های انواع خوراکی، برچسب مواد غذایی و بهداشتی و آرایشی، جعبه‌ها، قوطی‌ها، بطری‌ها و ... هر هنرجو حداقل ۵ مورد را برای جلسه‌ی دوم همراه خود به کلاس بیاورد.

در جلسه‌ی دوم از هنرجویان بخواهید نمونه‌های جمع‌آوری شده‌ی خود را بر روی میزهای خود قرار دهند و هر هنرجو در مورد نمونه‌های خود به‌طور مختصر توضیح دهد؛ مثلاً بگوید، نام کالا یا محصول چیست؟ نوع بسته‌بندی آن چگونه است؟ (جعبه، برچسب...) از کدام بسته به دلیل طراحی و رنگ آمیزی جذاب آن بیشتر خوشش آمده و آن را انتخاب کرده است؟ کدام یک از نمونه‌های جمع‌آوری شده‌ی او به دلیل استفاده‌ی مکرر در زندگی روزمره انتخاب شده است؟ آیا بسته‌بندی مورد نظرش را از نظر فرم و طرح و نوع رنگ آمیزی آن می‌پسندد؟ و ...

در طی تبادل نظر و بحث و گفت‌وگو بین هنرآموزان و هنرجویان، در واقع بخش‌هایی از مباحث تئوری و نظری کارگاه بسته‌بندی خود به‌خود شکل می‌گیرد و دانش اولیه‌ی هنرجویان و دید بصری آنان تقویت گشته سبب می‌گردد تا هنرجویان از این پس به بسته‌بندی اشیاء پیرامون خود، از بسته‌ی یک شکلات گرفته تا برچسب یک قوطی کنسرو و یا جعبه‌ی مدادرنگی و ... با دقت و کنجکاوی بیشتری بنگرند و این توجه، آنان را به دنیای بسته‌بندی علاقه‌مندتر می‌سازد.

اکنون هنرآموزان می‌توانند برخی از طرح‌های موفق بسته‌بندی را از میان بسته‌های آورده شده به کلاس، جدا کرده و آن‌ها را از نظر فرم و شکل، رنگ، طراحی، جای نوشتار و ... ارزیابی نموده در کلاس به امتیازات یک بسته‌بندی موفق اشاره نمایند.

این روش جهت دادن اطلاعاتی مفید قبل از شروع کار عملی پیشنهاد می‌گردد و ضمن آن که سبب ارتقاء دانش بصری هنرجویان می‌شود کلاس درس را از حالت تئوری و خسته‌کننده دور نگه می‌دارد.

قبل از پرداختن به اهمیت و ضرورت شناخت و تجربه کردن «طرح گسترده‌ی» جعبه یا برچسب بهتر است اطلاعات زیر به هنرجویان داده شود تا اولاً آن‌ها از حجم و فرم بسته آگاهی یابند و سپس به طرح گسترده‌ی جعبه و برچسب بپردازند. در واقع توضیحات زیر پاسخ سوالات ۴ و ۵ است.

## دانش افزایی

برخی از مواد با مصالح مورد نیاز در بسته‌بندی کالاها و ارتباط این مواد با محتوای بسته عبارت است از:

- انواع کاغذ و مقوا
  - پلاستیک و انواع آن (سلوفان، طلق، نایلون و...)
  - شیشه (به صورت بطری‌های متنوع)؛
  - فلز (قوطی‌ها با ابعاد و حجم‌های متنوع)؛
  - پارچه‌ها و سایر منسوجات.
- همچنین برخی از انواع بسته‌ها را، از نظر شکل و فرم، می‌توان به صورت زیر نام برد.

الف - جعبه‌ها با تنوع فراوان از نظر ابعاد





شکل ۳-۴



بسته بندی جعبه‌ی آب میوه



جعبه‌ها



جعبه‌ی دستمال کاغذی



جعبه‌ی کفش



جعبه‌ی کفش



شکل ۴-۵- بسته‌بندی جعبه‌های دارو

ب- قوطی‌ها در انواع فلزی و پلاستیکی؛ و شیشه‌ها و بطری‌ها



شکل ۸-۴- برچسب بطری‌ها



شکل ۶-۴- قوطی‌های فلزی



شکل ۷-۴- برچسب شیشه‌ها



شکل ۹-۴- قوطی‌های پلاستیکی





شکل ۱۱-۴- لیبل یا برجسب بر روی قوطی



شکل ۱۰-۴- قوطی فلزی با طرح بسته‌بندی برای آب میوه



شکل ۱۲-۴- برجسب دور شیشه

### ج - برجسب یا لیبل<sup>۱</sup>

برجسب یا لیبل پوشش یا نواری است از جنس کاغذ، پلاستیک، مقوا و ... که به‌دور بسته، همچنین به‌دور قوطی، شیشه یا بطری می‌چسبد. بر روی برجسب مشخصات محصول، مانند نام آن محصول، طرح و تصویر، آرم یا نشانه‌ی محصول و اطلاعات دیگری از قبیل نوع مواد تشکیل‌دهنده، محل و زمان ساخت، تاریخ مصرف، نحوه‌ی مصرف، قیمت، نشانی کارخانه‌ی تولیدی، پروانه‌ی ساخت و ... درج می‌شود. امروزه در بسیاری از موارد برجسب‌ها به‌صورت چاپ دور شیشه یا بطری متداول شده است.

مانند شکل‌های ۱۳-۴ تا ۱۵-۴.



شکل ۱۳-۴- برچسب چاپ شده روی فلز



شکل ۱۵-۴- برچسب چاپ شده روی پلاستیک



شکل ۱۴-۴- برچسب چاپ شده روی فلز

## د- تگ<sup>۱</sup> یا اتیکت

تگ یا اتیکت به برگه‌های کوچکی از انواع جنس‌های کاغذی یا پلاستیکی گفته می‌شود که در اندازه‌های گوناگون به محصول یا کالا الصاق می‌گردد و بیشتر در مورد منسوجات،

پوشاک، لوازم خانگی و در برخی موارد نیز مواد غذایی و بهداشتی به کار می‌رود. اتیکت حاوی اطلاعاتی از قبیل نام محصول، قیمت، کُد تولید و یا اطلاعاتی در زمینه‌ی معرفی خدمات محصول است.



شکل ۱۶-۴- تگ یا اتیکت



شکل ۱۷-۴- تگ یا اتیکت

## هـ- لفافه‌ها از انواع جنس‌های گوناگون

لفافه‌ها عبارتند از پوشش‌هایی از انواع جنس‌های پلاستیکی که فراورده را دربرمی‌گیرند و به دلیل نوع کاربرد آن‌ها در بسته‌بندی مواد غذایی از تنوع و فراوانی خاصی برخوردارند. بر روی لفافه معمولاً طرح، نوشته و یا تصاویری چاپ می‌شود. از

ویژگی‌های مهم لفافه‌ها حمل و نقل راحت‌تر، حجم کمتر (نسبت به جعبه‌ها و قوطی‌ها و شیشه‌ها) و نیز سهولت در بسته‌بندی انبوه می‌باشد. لفافه‌ها دارای جلوه‌های بصری متنوعی از نظر فرم و رنگ بوده و پیشرفت ماشین‌آلات بسته‌بندی و چاپ‌های متنوع نیز کاربرد آن‌ها را امروزه رایج‌تر نموده است.



شکل ۱۸-۴- انواع لفافه‌ها



لفافه‌ها از انواع جنس‌های متفاوت



شکل ۱۹-۴



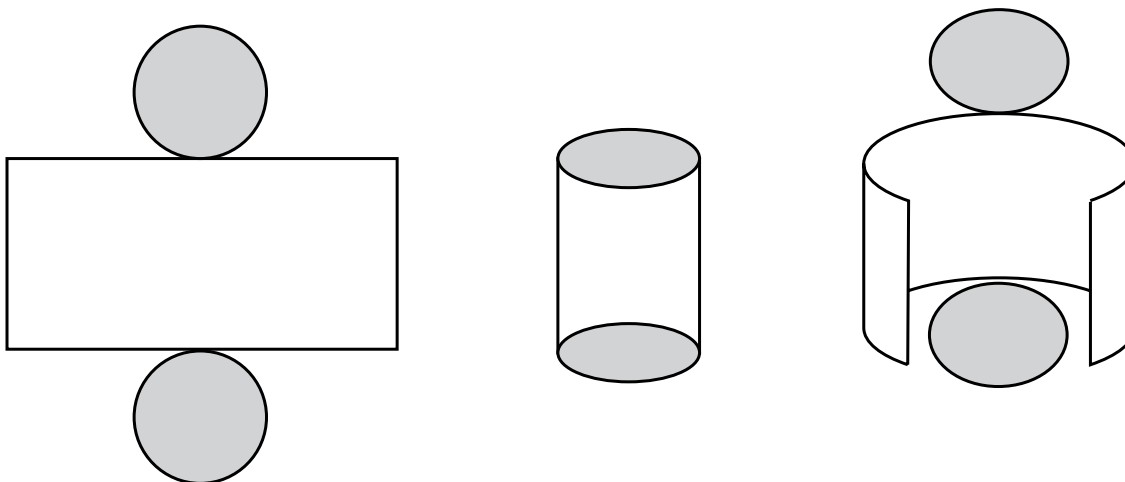
شکل ۲۰-۴

برنج، گندم، ذرت و ... نیز نوعی بسته‌بندی است که دربرخی موارد علاوه بر نوشته طرح و تصویر نیز بر روی آن‌ها چاپ می‌شود.

و— چاپ روی منسوجات و بافته‌های مختلف با الیاف طبیعی یا مصنوعی، از جمله کیسه‌ها و گونی‌های مواد غذایی مانند

## تمرین

از هنرجویان بخواهید با تقلید از روی حجم‌ها و قوطی‌های مختلفی که جمع‌آوری کرده‌اند، با مقوای کلاسه و یا مقوای معمولی، حداقل ۲ حجم مکعب و یک حجم استوانه‌ای بسازند. شما می‌توانید از روی نمونه‌های زیر آن‌ها را راهنمایی نمایید.



شکل ۲۱-۴- گسترده و مراحل ساخت یک حجم استوانه‌ای با استفاده از مقوا

این کار تجربه و قدرت درک هنرجویان را در شناخت حجم‌ها و تناسب آن‌ها با یکدیگر افزایش می‌دهد و احساس بصری و تجسمی بهتری در آنان ایجاد می‌نماید.

به بیان دیگر: «لمس کردن یک کالا و درک بصری حجم بسته، خود بخشی از لذت بسته‌بندی است. به طوری که نور و برق یک بسته‌ی زیبا جذب‌تان می‌کند و شخصیت سه‌بعدی بسته و ارتباط تک‌به‌تک آن‌ها در دستان ما قرار می‌گیرد و همان کیفیت بسته‌بندی می‌باشد و باعث واکنش ما می‌گردد و همگی در شناخت بصری ما از «بسته‌بندی» مؤثر می‌باشند.»<sup>۱</sup>

۱- بخشی از کتاب بسته‌بندی (packaging) - Rockport - staffcliff -

پس از اجرای تمرین ساخت مدل‌هایی ساده از احجام (مکعب و استوانه)، می‌توان هنرجویان را ترغیب کرد تا محل طراحی روی بسته را مشخص نمایند و به نوعی با طرح گسترده‌ی جعبه یا لیبل آشنا شوند.

## تمرین

از هنرجویان بخواهید بسته‌هایی را که به صورت جعبه می‌باشند برداشته و با دقت و حوصله آن‌ها را از محل چسب و تاباز کنند و بر روی یک کاغذ یا مقوا بچسبانند. بدین ترتیب آن‌ها طرح گسترده‌ی بسته را در پیش رو دارند. اکنون می‌توانید کار شناخت طرح گسترده‌ی بسته‌ها را با این سوالات آغاز کنید:

- نام این چیزی که بر روی مقوا چسبانید چیست؟

- این کار چه ضرورتی دارد؟

- چرا وقتی جعبه یا برچسبی از محل چسب آن باز می‌شود وضعیت بصری آن به لحاظ محل طرح و نوشتار

تغییر می‌کند؟

- ضرورت این تمرین برای شروع کار عملی چیست؟

به هنرجویان فرصت دهید تا پاسخ‌های خود را به صورت شفاهی بیان کنند. سپس شما می‌توانید نکاتی را درباره‌ی اهمیت شناخت و تجربه کردن طرح گسترده برای آنان توضیح دهید. بدین ترتیب توضیحات مربوط به سؤال ۶ به شرح زیر می‌باشد:

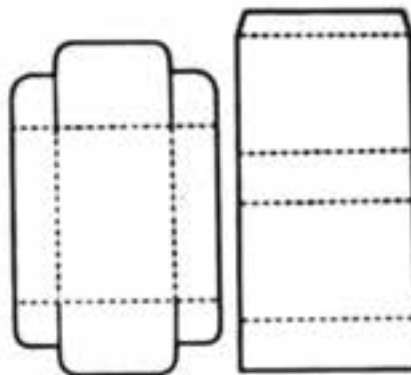
در واقع قبل از آن که جعبه‌ای شکل بگیرد و یا برچسبی بر روی بطری و یا دور قوطی یا شیشه و یا هر محصول دیگری چسبانده شود لازم است که طراح طرح گسترده و اندازه‌ی دقیق آن را بداند تا بتواند جای طرح و تصویر اصلی و محل قرار گرفتن «عنوان یا نام» کالا و نیز محل مناسب قرار گرفتن اطلاعات تکمیلی یک جعبه یا برچسب را به خوبی تعیین نماید و به ترکیب بندی مناسبی دست یابد. طراحان بسته بندی باید با توجه به دانش بصری و آموخته‌ها و تجربیات هنری خود؛ بتوانند به یک ترکیب بندی موفق دست یابند و بی‌گمان در این کار نیاز به شناخت اطلاعات ضروری در مورد هنرهای تجسمی، طراحی، صفحه‌آرایی، طراحی حروف و ... و نیز

تجربه‌ی کافی دارند. ضرورت این امر به این دلیل است که طراح باید بداند هنگامی که «طرح گسترده‌ی» یک برچسب به دور یک بطری یا شیشه چسبانده می‌شود چه تغییراتی از نظر بصری و فرم و ترکیب‌بندی در آن اتفاق می‌افتد؟ همچنین هنگامی که جعبه‌ای تاخورده و بسته می‌شود جای تصاویر و نوشتار و نام محصول دچار خدشه و نقص نگردد. این شناخت به او کمک می‌کند تا در اندازه‌های دقیق سطح کار موردنظر خود، محل قرار گرفتن عناصر بصری و نوشتاری و محل اتصال، چسب، تا، برش، حاشیه‌ی اطمینان و لبه‌ی چسب و ... دقیق بوده و بخشی از حروف یا عنوان کالا یا تصاویر، هنگام چسبانده شدن دو لبه‌ی یک برچسب و یا هنگام برش لبه‌های یک جعبه از بین نرود.

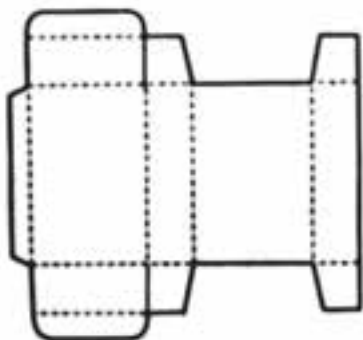
نمونه‌های داده شده در صفحه‌ی بعد را تکثیر کنید و در اختیار هنرجویان بگذارید تا شناخت بصری مناسبی از طرح گسترده‌ی جعبه‌ها و لیبل و برچسب‌ها به دست آورند. سپس از هرکدام بخواهید به عنوان تمرین کلاسی، با استفاده از کاغذ پوستی یا کالک و به کمک میزنور، دو یا سه نمونه طرح گسترده را با دقت و حوصله بر روی کاغذ A۴ الگوبرداری نموده و خیلی ساده، به صورت اتود، محل قرار گرفتن عنوان یا طرح و تصاویر یک لیبل یا جعبه را بر روی الگوی گسترده‌ی خود به صورت شماتیک مشخص نماید. سپس با تانمودن و برش زدن یک جعبه بسازد و یا برچسب خود را بر روی حجم استوانه‌ای بچسباند. این کار شناخت او را در یافتن محل‌های مناسب طراحی بسته تقویت می‌نماید.



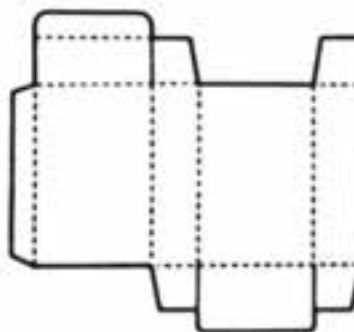
جلد (روکش)



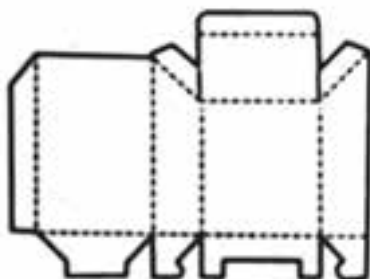
روکش و سینی شکل



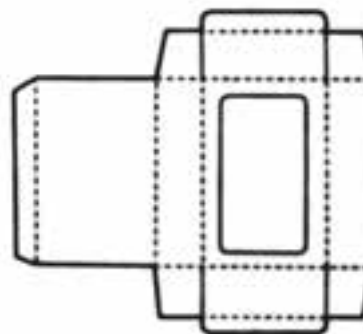
لبه‌ی صاف



لبه‌ی برگردان

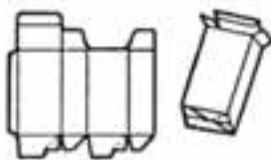


سطح فوقانی چند تکه

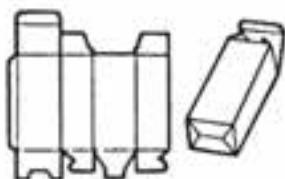


جعبه‌ی دریچه‌دار

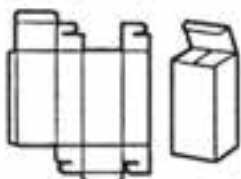
شکل ۲۲ - ۱۴



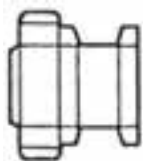
جعبه‌ی لبه‌دار در بالا و کف چسب خورده



جعبه‌ی لبه‌دار با قفل ۱-۲-۳ یا (snap lock)

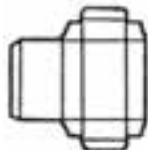


جعبه‌ی لبه‌دار با قفل (artabtr)

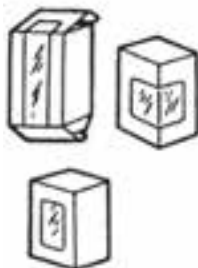


جعبه یا لبه‌ی صاف (۱)

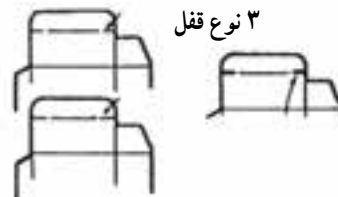
طرح دیگر (۲)



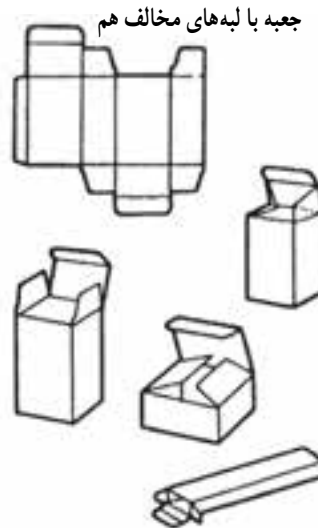
انواع جعبه‌ی لبه‌دار با پنجره



جهت رگه کردن

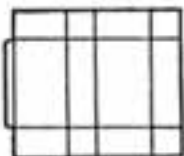


۳ نوع قفل



جعبه با لبه‌های مخالف هم

جعبه با کف چسبانده شده

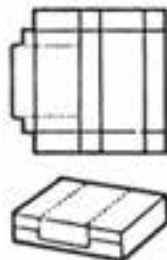


در با قابلیت باز و بسته شدن

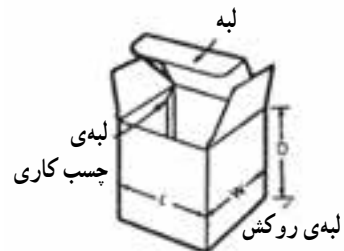


دهانه‌ی ریختن

گونه‌های قرینه



کف چسبانده شده با قابلیت باز شدن

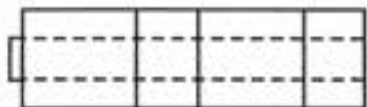


لبه

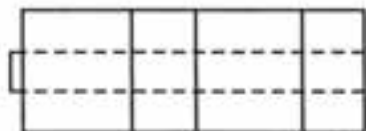
لبه‌ی چسب کاری

لبه‌ی روکش

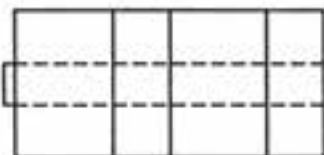
جعبه‌های تاشو که کف و درب آن‌ها را لبه‌ی دیواره‌ها تشکیل می‌دهند  
 شکل گسترده



جعبه‌های تاشو با لبه‌های خارجی که کف و درب را تشکیل داده و بعد از تاشدن، لبه‌ها مجاور یکدیگر قرار می‌گیرند.



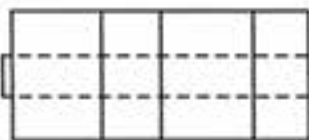
جعبه‌های تاشو با لبه‌های خارجی که کف و درب را تشکیل داده و بعد از تاشدن، لبه‌ها کمی روی هم قرار می‌گیرند.



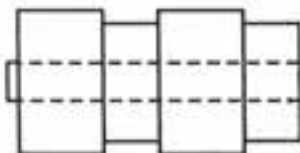
جعبه‌های تاشو با لبه‌های خارجی. کف و درب این لبه‌ها کاملاً یکدیگر را می‌پوشانند.



جعبه‌های تاشو با لبه‌های خارجی، که کف و درب بعد از تاشدن لبه‌های خارجی و داخلی مجاور یکدیگر قرار می‌گیرند.



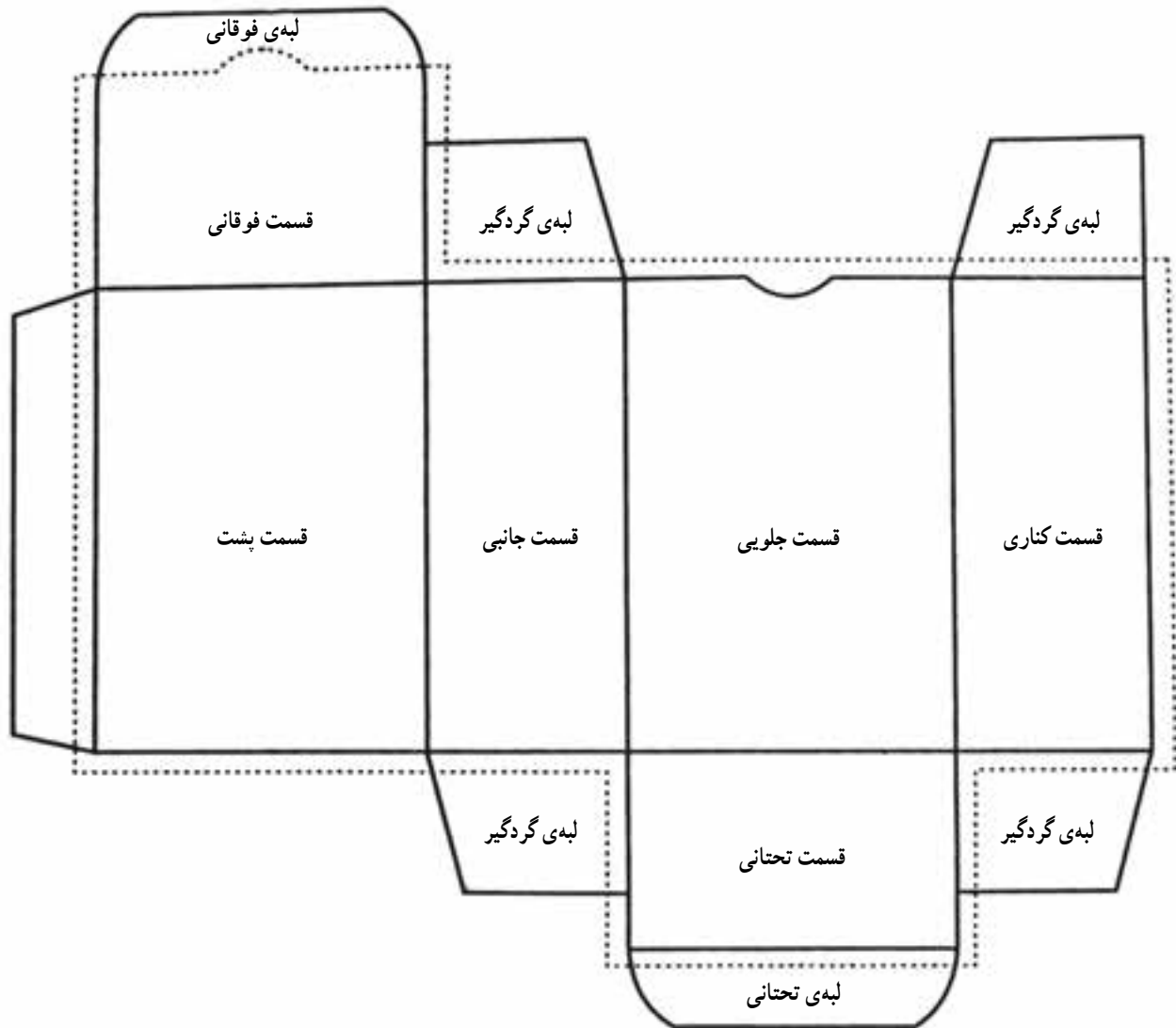
جعبه‌های تاشو با لبه‌های خارجی که کمی روی هم و لبه‌های داخلی مجاور یکدیگر قرار می‌گیرند.



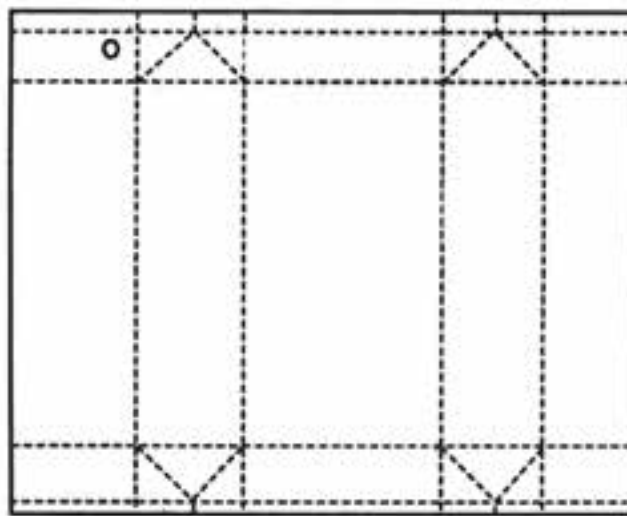
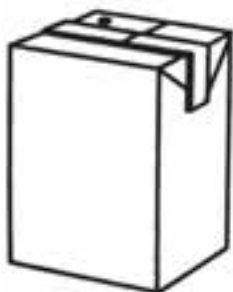
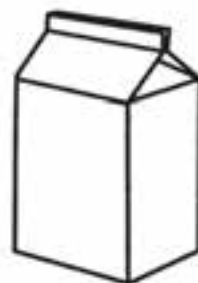
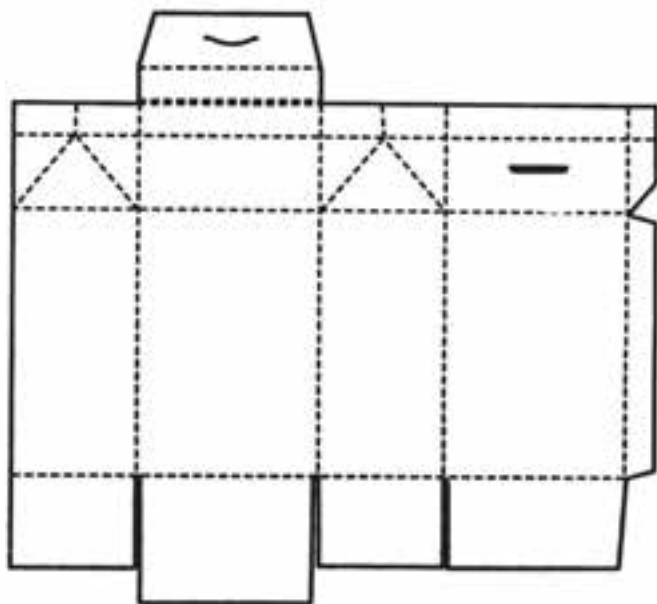
جعبه‌های تاشو با لبه‌های داخلی مماس بر یکدیگر و لبه‌های خارجی که کاملاً روی یکدیگر قرار می‌گیرند.



– گسترده‌ی تاشو، خط چین‌ها نمایشگر حد چاپ است.







ساختار جعبه‌ی شیر و آب میوه

قرینه معکوس



طرح گسترده جعبه‌ی جاروبرقی و پنکه daewoo – مزگان اصلانی – شرکت هایر رانجو