



أساسيات تصميم الرسوميات

محمد زاهر شلار

أكاديمية
سبوب

أساسيات تصميم الرسوميات

تعرف على المفاهيم الأساسية لمجال تصميم الرسوميات (الجرافيك)

تأليف

محمد زاهر شلار

تحرير وإشراف

جميل بيلوني

جميع الحقوق محفوظة © 2021 أكاديمية حسوب

النسخة الأولى v1.0

هذا العمل مرخص بموجب رخصة المشاع الإبداعي: نسب المُصنّف - غير تجاري - الترخيص

بالمثل 4.0 دولي



عن الناشر

أنتج هذا الكتاب برعاية شركة حسوب وأكاديمية حسوب.



تهدف أكاديمية حسوب إلى توفير دروس وكتب عالية الجودة في مختلف المجالات وتقدم دورات شاملة لتعلم البرمجة بأحدث تقنياتها معتمدةً على التطبيق العملي الذي يؤهل الطالب لدخول سوق العمل بشقة.



حسوب مجموعة تقنية في مهمة لتطوير العالم العربي. تبني حسوب منتجات ترتكز على تحسين مستقبل العمل، والتعليم، والتواصل. تدير حسوب أكبر منصتي عمل حر في العالم العربي، مستقل وخمسات ويعمل في فيها فريق شاب وشغوف من مختلف الدول العربية.

جدول المحتويات

| | |
|----|--|
| 11 | تقديم |
| 13 | 1. مقدمة إلى تصميم الرسوميات (التصميم الجرافيكي) |
| 13 | 1.1 ما هو تصميم الرسوميات (التصميم الجرافيكي)؟ |
| 15 | 1.2 ماذا يفعل مصمم الرسوميات |
| 16 | 1.3 تاريخ تصميم الرسوميات |
| 17 | 1.4 تصميم الرسوميات في العصر الحاضر وأهميته |
| 18 | 1.5 مجالات العمل لتصميم الرسوميات ومتخصصاته |
| 21 | 1.6 عناصر ومبادئ تصميم الرسوميات |
| 21 | 1.7 أدوات تصميم الرسوميات لغير المصممين |
| 22 | 1.8 أدوات تصميم الرسوميات للمصممين |
| 25 | 1.9 ماهي شروط تصميم الرسوميات الجيد؟ |
| 26 | 1.10 ما الذي أحتاجه لأكون مصمم رسوميات؟ |
| 29 | 1.11 خاتمة |
| 30 | 2. عناصر تصميم الرسوميات |
| 30 | 2.1 النقطة |
| 32 | 2.2 الخط |
| 36 | 2.3 الشكل |
| 37 | 2.4 الملمس (الخامة) |
| 38 | 2.5 النمط |
| 39 | 2.6 القيمة |
| 40 | 2.7 الحجم |
| 41 | 2.8 العمق |

| | |
|-----------|---|
| 42 | 2.9 المنظور |
| 43 | 2.10 المساحة (الفراغ) المسافة والإطار |
| 46 | 2.11 النصوص والخطوط |
| 48 | 2.12 الصور والرسوميات |
| 49 | 2.13 خاتمة |
| 50 | 3. مبادئ تصميم الرسوميات |
| 50 | 3.1 مبادئ تصميم الرسوميات الرئيسية |
| 64 | 3.2 خاتمة |
| 65 | 4. الألوان في تصميم الرسوميات ونظرية الألوان |
| 65 | 4.1 ما هو اللون؟ |
| 66 | 4.2 أهمية اللون |
| 67 | 4.3 المصطلحات المحددة لسمات الألوان |
| 70 | 4.4 معاني الألوان واستخداماتها في التصميم (نظرية الألوان) |
| 76 | 4.5 الدائرة اللونية (عجلة الألوان) |
| 78 | 4.6 القواعد الرقمية لتمثيل الألوان (النماذج اللونية) |
| 80 | 4.7 مخططات ولوحات الألوان |
| 85 | 4.8 تجربة عملية لاختيار ألوان التصميم |
| 88 | 4.9 خاتمة |
| 89 | 5. برامج تصميم الرسوميات |
| 89 | 5.1 أدوبي فوتوشوب |
| 90 | 5.2 أدوبي إيلستریتور |
| 91 | 5.3 أدوبي إن دیزاین |
| 92 | 5.4 کورل درو |
| 93 | 5.5 سکتش |

| | | |
|------------|----------|--|
| 94 | 5.6 | GIMP جمب |
| 95 | 5.7 | Affinity Designer |
| 96 | 5.8 | Gravit Designer جرافيت ديزاينر |
| 97 | 5.9 | Canva كانفا |
| 98 | 5.10 | Inkscape إنكسكيب |
| 98 | 5.11 | Krita كريتا |
| 99 | 5.12 | Pixlr بكسيلر |
| 100 | 5.13 | Autodesk 3DS Max ثري دي ماكس |
| 101 | 5.14 | Blender بلندر |
| 102 | 5.15 | Adobe After Effects أدوبى أفتر إفكتس |
| 103 | 5.16 | خاتمة |
| 104 | 6 | 6. مقدمة إلى برنامج أدوبى فوتوشوب Adobe Photoshop |
| 104 | 6.1 | ما هو أدوبى فوتوشوب؟ |
| 105 | 6.2 | بدء العمل على البرنامج وفتح مستند جديد |
| 109 | 6.3 | واجهة البرنامج |
| 124 | 6.4 | خاتمة |
| 125 | 7 | 7. مقدمة إلى برنامج أدوبى إلستریتور Adobe Illustrator |
| 125 | 7.1 | ما هو أدوبى إلستریتور؟ |
| 127 | 7.2 | بدء العمل على البرنامج وفتح مستند جديد |
| 129 | 7.3 | واجهة البرنامج |
| 140 | 7.4 | لوحات الإلستریتور |
| 142 | 7.5 | شريط المعلومات السفلي |
| 142 | 7.6 | خاتمة |
| 143 | 8 | 8. مساحات وقياسات العمل التصميمي |

| | |
|------------|---|
| 144 | 8.1 أنواع ووحدات القياس |
| 147 | 8.2 ضبط قياسات التصميم والدقة |
| 149 | 8.3 قياسات التصاميم |
| 150 | 8.4 النسب القياسية (4:3 - 9:16) ونحوها |
| 153 | 8.5 خاتمة |
| 154 | 9. النص وأسلوب الطباعة في تصميم الرسوميات (Typography) |
| 154 | 9.1 ما هو عنصر النص أو أسلوب الطباعة (التيبيوغرافي)؟ |
| 155 | 9.2 المبادئ الأساسية لفن تصميم النصوص |
| 156 | 9.3 أنواع الخطوط |
| 166 | 9.4 قواعد تصميم النص |
| 172 | 9.5 خاتمة |
| 173 | 10. قواعد التعامل مع الصور والرسوميات |
| 173 | 10.1 قواعد استخدام الصور |
| 181 | 10.2 مصادر الصور والرسوميات |
| 184 | 10.3 خاتمة |
| 185 | 11. قواعد تصميم الأيقونات والشعارات |
| 185 | 11.1 قواعد تصميم الأيقونات |
| 191 | 11.2 الأيقونات والشعارات |
| 192 | 11.3 قواعد تصميم الشعار |
| 199 | 11.4 خاتمة |
| 200 | 12. قواعد تصميم المطبوعات والإعلانات |
| 201 | 12.1 قواعد تصميم المطبوعات غير الإعلانية |
| 208 | 12.2 الإعلان |
| 209 | 12.3 قواعد تصميم المطبوعات الإعلانية |

| | |
|------------|--|
| 212 | 12.4 قواعد تصميم الإعلانات للشاشات |
| 215 | 12.5 خاتمة |
| 216 | 13. قواعد تصميم الواجهات |
| 216 | 13.1 كيف يعمل مصمم الواجهات؟ |
| 218 | 13.2 قواعد تصميم الواجهات |
| 225 | 13.3 أدوات تصميم الواجهات |
| 229 | 13.4 خاتمة |
| 230 | 14. قواعد تصميم الرسوم البيانية (الإنفوجرافيك) |
| 230 | 14.1 أهم القواعد والمبادئ |
| 240 | 14.2 أشهر الأدوات والتطبيقات لتصميم الرسومات البيانية |
| 243 | 14.3 خاتمة |
| 244 | 15. قواعد تصميم الهوية البصرية |
| 245 | 15.1 ما هي عناصر الهوية البصرية الرئيسية؟ |
| 246 | 15.2 كيف تبدأ التخطيط لبناء الهوية البصرية؟ |
| 247 | 15.3 تصميم عناصر الهوية البصرية |
| 252 | 15.4 التكامل في تطبيق عناصر الهوية البصرية على مواد العلامة التجارية |
| 252 | 15.5 خاتمة |
| 253 | 16. دليل المسار المهني لمصمم الرسوميات (التصميم الجرافيكي) |
| 254 | 16.1 أنواع سوق العمل |
| 256 | 16.2 ما الذي تحتاج إليه لتكون مستعدًا للخوض في سوق العمل |
| 257 | 16.3 أنواع العملاء وكيفية التعامل معهم |
| 262 | 16.4 خطوات التصميم |
| 267 | 16.5 عقود وأسعار تصميم الرسوميات |
| 273 | 16.6 نصائح عامة لتطوير مسارك المهني في تصميم الرسوميات |

| | | |
|------------|------------|---|
| 276 | 16.7 | اصنع هويتك التجارية بنفسك |
| 276 | 16.8 | خاتمة |
| 277 | 17. | موقع العمل الحر والعمل عن بعد لتصميم الرسوميات |
| 278 | 17.1 | حساب حساب الموحد |
| 285 | 17.2 | منصة خمسات |
| 289 | 17.3 | منصة مستقل |
| 296 | 17.4 | منصة بعيد |
| 301 | 17.5 | خاتمة |

تقديم

التصميم هو مهنة العصر الحالية، هذا العصر الذي يولي أهمية كبيرةً منقطعة النظير للعامل البصري، فيدخل مجال التصميم في كل مناحي حياتنا اليومية فكل شيء تراه حولك بدءاً من صور أغلفة المنتجات وحتى الإعلانات والملصقات والشعارات وأغلفة الكتب وكل شيء تقريباً قد مُرّ على يدي مصمم وعولج داخل أحد تطبيقات الرسم والتصميم كبيّز يزداد فيه الطلب على المصممين يوماً بعد يوم.

ولدت فكرة تأليف الكتاب بعد إجراء بحث عن كتب تشرح مجال التصميم شرحاً وافياً بسيطاً بناءً على طلب صديق يريد دخول المجال فلم أجد مراجع كثيرة حديثة تشرح المجال شرحاً بسيطاً للوافدين الجدد عليه، لذا قررت بعدها العمل على توفير مرجع عربي يأخذ بيد الداخل الجديد على مجال التصميم لتعليمهم أساسيات المجال فبدأت التواصل مع المصممين حتى توصلت إلى أحدهم -المصمم عمر المساري- ووضعنا معاً فهرس هذا الكتاب وكان ذلك منذ عامين ولكن لم يكتب النجاح سوى لأول فصلين منه ثم توقفنا آنذاك فترةً لنكمل العمل بعدها مع المصمم محمد زاهر شلار بداية العام الحالي على الفهرس من جديد لنخرج بهذا الكتاب.

تمثلت رؤيتنا للكتاب في جعله المرجع الأول للمصمم العربي ولمن يريد تعلم مجال التصميم الجرافيكى وذلك بتغطيته لكل ما يحتاج إليه المتعلم في بداية رحلته في هذا المجال وليتضمن العناصر الأساسية في هذا التخصص سواء كان ذلك في الأساسيات أو البرامج والتطبيقات أو أفكار التصميمات.

يهدف الكتاب لإخراج أفراد متمكنين من أساسيات مجال التصميم الجرافيكى ولديهم المعلومات والخبرة الأساسية الالزمة لدخول سوق العمل وتحقيق دخل مادي عبر سوق الإنترنت الكبير وذلك من خلال تنفيذ أعمال التصميم الجرافيكى عبر منصات العمل الحر العربية مثل مستقل وخمسات.

يتكون الكتاب من خمسة أقسام رئيسية:

- الأساسيات والمبادئ
- البرامج والتطبيقات
- مجالات التصميم الجرافيكي قواعد التصميم
- المسار المهني والتطوير الذاتي
- دخول سوق العمل

هذه النقاط الخمس نعدها شاملة لما يحتاج إليه المصمم الجديد ليكون قادرًا على إنتاج تصميم وبيعه في السوق، وذلك بتعليمه الأساسيات وكيفية تطبيقها وإنزالها في مجالات التصميم بأنواعها، ثم شرح مختلف برامج وتطبيقات التصميم والتي تمكنه من إنتاج التصميم الذي يريده، ثم إرشاده لمتطلبات سوق العمل حتى يعلم أن هناك فرقًا بين التصميم الشخصي والتصميم للعملاء، وبما يتضمن ذلك من تهيئة المصمم بما يحتاج إليه ليكون مستعدًا لدخول سوق العمل وتلبية متطلبات العملاء المختلفة وكيفية التعامل معها أفضل تعامل، ليأتي بعد ذلك دور التطوير الذاتي للمصمم بحثه على تصفح نماذج من أعمال عالمية وتجارب مصممين ناجحين ومشاريع تصميم من مصممين آخرين وذلك حتى يطلع المصمم على مسار العمل اطلاقًا عائداً سواء في منطقته المحلية أو المنطقة العالمية ليطلع على كل جديد في هذا المجال.

يستهدف الكتاب جمهور المصممين المبتدئين أو من يريدون دخول هذا المجال، وعليه فإن الكتاب ليس موجهاً للمصممين المتقدمين أو المحترفين فهو لاء في الغالب يتعلمون مباشرة من مصادر متقدمة سواء عربية أو أجنبية ولكن قد يكون لدى البعض منهم نقص في معرفة أساسيات التصميم الفنية والأكاديمية، لذا يمكنهم آنذاك الرجوع إلى فصول بعينها من هذا الكتاب أي أنّ فصول هذا الكتاب قد تفيid حتى من كان متقدماً في مجال التصميم التطبيقي ولكن دون أساس أكاديمي سليم.

نرجو الله أن تكون قد وفقنا في هذا العمل وأن يكون إضافةً للمكتبة العربية وعوناً وهادئاً للداخلين الجدد على مجال التصميم لينطلقوا في هذه المهنة عسى أن نسهم عبره في بناء مصممين عرب أكفاء والله ولي التوفيق.

جميل بيلوني

05/08/2021

1. مقدمة إلى تصميم الرسوميات

(التصميم الجرافيكي)

ستتحدث في هذا الكتاب عن تصميم الرسوميات (التصميم الجرافيكي) من زوايا جديدة تناول من خلالها تسلیط الضوء على جوانب تصميم الرسوميات الأكاديمية والتطبيقية والتي من خلالها يمكن للمصمم تطوير معرفته ومهاراته التصميمية والاستعداد لسوق العمل.

لن نسعى في هذا الكتاب للغوص كثيراً في النظريات أو المفاهيم المجردة، وكذلك لن نتوسع في الدروس التطبيقية واستخدام الأدوات والبرامج، بل ستكون مزيجاً من الجانبين بما يساعد المصمم المبتدئ على تعلم ما يجب تعلمه ومن ثم إرشاده وفتح المجال له للتوجه والتعلم الذاتي من مصادر خارجية.

1.1 ما هو تصميم الرسوميات (التصميم الجرافيكي)؟

إن تصميم الرسوميات أو ما يعرف أيضاً بـ(التصميم الجرافيكي) تعاريف عده ومصطلحات رمزية كثيرة، فيطلق عليه أحياناً فن الاتصال البصري، فماذا يعني تصميم الرسوميات؟ وما الذي يخطر ببالك عندما تسمع هذه العبارة؟ قد يخطر ببالك لوحة فنية، ملصق إعلاني لفيلم جديد، غلاف كتاب، صورة مميزة لمنتج ما على الفيس بوك، ملابس الصور والتصاميم على إنستغرام، عبوات وعلب المنتجات المختلفة على رفوف المتاجر، شعار شركة عالمية، كل ذلك وغيرها الكثير. لكن هذه ليست تعريفاً أو وصفاً لتصميم الرسوميات بل هي نتائج لهذا العمل، وإذا خطر ببالك الفوتوشوب أو الإليستريتور أو غيرهما من البرامج والتطبيقات فهي أيضاً ليست تعريفاً أو توضيحاً له بل هي أدوات ووسائل لتنفيذ التصاميم.

بعض القواميس على الإنترنت تعزف تصميم الرسوميات بأنه فن أو مهارة الجمع بين النص والصور في الإعلانات أو المجلات أو الكتب، هذا التعريف صحيح جزئياً ولكنه ليس دقيقاً أو شاملًا. فتصميم الرسوميات مهارة وعلم قائم بحد ذاته ويتجاوز كونه طريقة جمع النص والصور بكثير.



صور لتصميم مجلات - الصورة من موقع [Foter.com](#)

يركز تصميم الرسوميات على توصيل رسالة أو فكرة ما بصرياً. إذ لكل مشروع ي العمل عليه المصمم رسالة فريدة ويوجد هدف لتلك الرسالة. قد تكون الرسالة هي تقديم المعلومات، أو إيصال فكرة، أو بيع منتج أو حتى تحفيز محادثة هادفة. وبأبسط مثال على نتائج أعمال التصميم، تصميم الشعارات، فإن جزيئاً أن تغلق عينيك وذكرت لك مثلاً كلمة آيفون فسيخطر ببالك على الفور تفاحة رمادية مأكولة من الجانب، وإن ذكرت كلمة أمازون فسيخطر ببالك ذلك السهم المبتسم، حتى وإن كان نجاح هذه الشركات بسبب جودة المنتج والخدمة المقدمة، فإن للتصميم دور أساسي في نجاح الشركة ونقل أعمالها لمستوى آخر بحيث تصبح محفورة في أذهان الجمهور عبر شعارتها المميزة.

كما يمكنك معرفة ذلك من الملصقات الإعلانية للأفلام على سبيل المثال أيضاً، إذ يستطيع ملصق ما أن يدفعك للتوق بشدة لمشاهدة الفيلم، بينما قد يشعرك ملصق آخر بأن الفيلم غير مثير للاهتمام، وقد يدفعك لعدم مشاهدة الفيلم، على الرغم من أنه قد يكون أفضل وأعلى جودة من الأول.



شعار شركة آبل - الصورة بواسطة Trac Vu من موقع [Unsplash](#)

لذلك يمكننا تعريف تصميم الرسوميات (التصميم الجرافيكي) على أنه فن استخدام اللون والشكل والتخطيط والطباعة وعناصر أخرى لإنشاء رسالة والترويج لها. وهو يجمع بين مبادئ الاتصال العلمي البصري وعلم الجمال للوصول إلى نتيجة تتردد صداها لدى الجمهور وتحفز على العمل والعاطفة.

1.2 ماذا يفعل مصمم الرسوميات

يأخذ مصمم الرسوميات مفاهيم كتابية مجردة أو أشياء شفهية، أي غير ملموسة ويهوّلها إلى شكل مرئي باستخدام الرموز والصور والألوان والأشكال والقوام والطباعة. وهو يرتب تلك المواد في مساحة معينة، وهي مساحة مشروع العمل والتي تتغير حسب نوع المشروع. كما يعمل المصمم على تنسيق الطباعة مثل تخطيط مجلة أو ملصق أو تنسيق التصميم للشاشات مثل نافذة متصفح أو تطبيق هاتف ذكي.

وبعد حصول المصمم على الأفكار الأساسية للمشروع يبدأ بالعمل على دراسة التصور العام للمشروع واختيار الألوان المناسبة والعناصر الأفضل بغية إنشاء تصميم واضح ومفهوم للعملاء وللجمهور على حد سواء، تصل من خلاله فكرة التصميم إليهم بسلامة ووضوح، كما يجب أن يراعي المصمم المفاهيم الثقافية للجمهور المستهدف ويبحث في كافة الخيارات الممكنة، وقد يضطر أحياناً إلى تقديم أكثر من نموذج للعميل ليختار العميل ما يجده مناسباً أكثر ويلبي تطلعاته وتوجهاته سواءً أكان فرداً أو شركة.



أساس التصميم - الصورة بواسطة Karol D من موقع Pexels

1.3 تاريخ تصميم الرسوميات

يعود تاريخ تصميم الرسوميات إلى العصور الحجرية، ويمكننا عدًّا لوحات الكهوف تصاميم رسومية، إذ أنها تتطابق مع تعريف هذا الفن، وتهدف تلك الرسومات إلى إيصال فكرة أو شرح حادثة أو قضية. وهي تعتبر أول وسيلة للتواصل البصري في التاريخ، وقد نجحت في إنجاز مهمتها بالفعل ولا تزال إلى يومنا هذا تعمل على ذلك، إلا أن أهم عائق واجهه أولئك الناس في ذلك العصر هو عدم إمكانية نقل هذه الرسومات إلى مكان آخر لنشرها، ولم يتم حل هذه المشكلة حتى أوائل القرن الثاني الميلادي عندما تم اختراع الورق وأصبح المصممون يستخدمونه مع أدوات جديدة لإنشاء التصاميم من الفرش والأقلام والألوان أيضًا، وتمكنوا من نقل تصاميمهم ونشرها إلى أماكن أخرى.

وكانت بدايات تطور التصميم عبر اختراع الخطوط المختلفة لاستخدامها في التصاميم الإعلانية أو حتى في الوسائل المطبوعة، وكان من أبرز رواد هذا العصر ويليام أديسون دوجينز الذي صمم محارف خطوط منذ عشرينات القرن الماضي، ولا تزال تستخدم بكثافة إلى يومنا هذا، ولعل من أشهر ما أنتج Caravan Metro، Falcon و Electra، Caledonia، Eldorado. ثم اخترع دوغلاس إنجلينايت الفأرة للحاسوب، وقد مهد اختراع جهاز التوجيه الدقيق لما يمكن أن يكون أعظم ابتكار في أدوات التصميم لهذا الجيل. لتبرز

بعدها أجهزة الحاسوب ومعها ظهرت برامج التصميم المتطورة أمثال الفوتوشوب والإليستريتور وسواها، ولنتمكن مصممو هذا العصر من تقديم تصاميم عصرية مذهلة متطرفة.



المحارات - الصورة بواسطة [Lucio Alfonsi](#) من موقع [Pixabay](#)

1.4 تصميم الرسوميات في العصر الحاضر وأهميته

في العصر الحالي تطور تصميم الرسوميات كثيراً وتجاوز مرحلة الصور الرمزية التقليدية المرسومة يدوياً في العقود الماضية، وبات بإمكان أي شخص أن يستخدم الحاسوب وأحد تطبيقات التصميم للعمل على تصاميم مميزة. وقد استثمرت الشركات في كل أنحاء العالم في تصميم الرسوميات، حيث يسعى الجميع لتحقيق الانتشار الأوسع عبر الإنترنت والوسائل المرئية الأخرى للظهور أمام العملاء بطريقة لا تنسى، والتفاعل معهم مباشرة عبر علامتهم التجارية المصممة بطريقة مميزة ومدروسة.

كما غزا التسويق الإلكتروني كافة مناحي الحياة، ما جعل تصميم الرسوميات أكثر أهمية وتأثيراً، وبات لعلم النفس وسلوك الجمهور دور هام في عملية التصميم، وينظر العديد من خبراء العلامات التجارية إلى أمور خاصة مثل سيكولوجية اللون وتأثيرات الخطوط والأشكال للتأكد من أنها تنقل الشخصية المناسبة لكل عميل. ولم يعد المصممون يتتجرون صوياً لمنصة واحدة فقط، بل يجب أن تعمل الشعارات وعناصر الهوية المرئية

بشكل جيد على التطبيقات والأجهزة المحمولة والشاشات الأكبر أيضًا، وهذا يعني ظهور تخصصات جديدة مثل التصميم " سريع الاستجابة" أو "التصميم المتجاوب" في عالم التصميم.



التصميم المتجاوب - الصورة من موقع [Foter.com](#)

وبذلك تغير دور مصمم الرسوميات، من مقاول لمرة واحدة إلى جزء أساسي من أي فريق عمل. تعتمد العلامات التجارية اليوم على مصمميها، ليس فقط لإنشاء الشعارات وتصاميم منشورات وسائل التواصل الاجتماعي، بل لتأسيس وجود لهم في عالم الإنترنت وبناء الاعتراف بعلامتهم التجارية. ولم يعد تصميم الرسوميات يتعلق بالعمل الفني فقط، بل يتعلق بعملية إنشاء اتصال حقيقى بين العملاء والشركات باستخدام الكلمات والنغمات والصور والتصميم والتكنولوجيا.

تبغ أهمية تصميم الرسوميات اليوم من خلال جعل العلامة التجارية تبدو جذابة، ومفهومة، وترسخ في الأذهان. وسوف يستمر تغيير وتطور تصميم الرسوميات، على الرغم من أنه من المستحيل التنبؤ بكل التغيرات التي ستحدها السنوات القادمة، إذ يجب وضع التطور التكنولوجي والتقني في الحسبان إضافة إلى تطور الأسواق والأساليب التسويقية.

1.5 مجالات العمل لتصميم الرسوميات وتخصصاته

إن الحياة المهنية في تصميم الرسوميات مثيرة وتجمع بين الفن والتكنولوجيا والاتصالات. هناك حاجة إلى هؤلاء المهنيين في العديد من المشاريع وفي مجموعة متنوعة من المجالات، بما في ذلك التسويق والإعلان والنشر والاتصالات الرقمية.

ينشئ مصممو الرسوميات تصاميم وخطوطات لمجموعة متنوعة من المنتجات، بما في ذلك شعارات الشركات والموقع الإلكتروني والملابس والكتب والألعاب وأدلة استخدام المنتجات وغيرها. يجب أن يمتلك هؤلاء المحترفون معرفة قوية بنظرية الألوان وتحرير الصور وأنواع الخطوط والعديد من المبادئ الفنية الأخرى لتحديد أقوى جاذبية للسوق المستهدف للعلامة التجارية.

ويستخدمون مجموعة متنوعة من برامج التصميم المتخصصة لرسم تصميمات جديدة مبتكرة تجذب الجمهور المستهدف. ومن أهم هذه المجالات والتخصصات:

- **تعديل الصور** حيث توكل للمصمم مهمة ضبط وتصحيح الألوان ودمج الصور وغير ذلك للوصول إلى النتيجة النهائية، كما أن له دوراً مهماً في تعديل وتجهيز صور المنتجات لتقديمها للسوق.
- **مصمم ويب** وهو الذي يعمل على إنشاء صفحات فردية وتصميم خطوطات هذه الصفحات وتطوير رسومات الموقع إضافة إلى تصميم قوائم التنقل والقوائم المنسدلة وهيكل الموقع.
- **مدير فني** وهو مسؤول عن توجيه رؤية فريق التصميم ككل والإشراف على جميع أعمال التصميم. وتتضمن هذه الوظيفة مهارات الإدارة والقيادة وقدرات إدارة الوقت والميزانية غالباً بالإضافة إلى الرؤية الإبداعية.
- **مصمم واجهة المستخدم (UI)** هو المسؤول عن تصميم واجهات تطبيقات جذابة ومحفزة بصرياً، ونموذج التصميم المناسب مع الغرض من التطبيق، والمناسب مع شخصية التطبيق. وعليه التأكد من أن كل العناصر متراقبة، وجميلة وتؤدي الغرض الذي صممت لأجله.
- **مصمم تجربة المستخدم (UX)** وهو من يحدد هيكلية الواجهة ووظائفها، وكيف يتم ترتيبها ومدى ترابط كل جزء بالآخر، باختصار هو يصمم كيفية عمل الواجهة، والتأكد من أن الواجهة تعمل بشكل سلس وسهل، بحيث يحرص على توفير تجربة مميزة وسهلة ومرحة للمستخدم.
- **مصمم النشر** وهو الذي يعمل على تطوير التخطيط والمظهر المرئي والرسومات لمجموعة من المنشورات المطبوعة.
- **مصمم إعلانات** وهو الذي يستخدم تصميم الرسوميات والتصوير الفوتوغرافي لإنشاء مواد تسويقية جذابة بصرياً للعلامات التجارية وللعلماء وللأحداث والمناسبات المختلفة.



مجالات العمل - الصورة بواسطة [Caio](#) من موقع [Pexels](#)

- **مصمم وسائل متعددة (ملتيميديا)** وهو الذي ينشئ صوراً ومقاطع فيديو ورسومات متحركة باستخدام برامج الرسوم المتحركة ثنائية وثلاثية الأبعاد. ويمكن لمصممي الوسائل المتعددة العمل في مجموعة متنوعة من المجالات بما في ذلك الإنتاج التلفزيوني أو السينمائي وتصميم الواقع وتطوير ألعاب الفيديو.
- **مصمم التغليف والعبوات** والذي يعمل على تصميم العلبة والعبوة والملصق للمنتجات.
- **مصمم الشعارات** وهو الذي يصمم الشعارات والرموز والأيقونات بطريقة جذابة بصرياً لتمثيل شركة أو منتج أو علامة تجارية أو خدمة.
- **مصمم الأزياء والملابس** وهو الذي ينشئ صوراً ومخططات للملابس. ويتطور فهـماً قويـاً لعلامـة العلامـة التجـارـية ويـضـمن أن رسـومـاته مـتمـاسـكة وجـذـابـة بصـرـياً لـذـكـرـ الجـمـهـورـ.
- **فنان تخطيط** وهو الذي يصفـم هيـكل وتـخطـيط الصـور والنـص بـتنـسيـق مـمـتع لـلوـسـائـط المـطبـوعـة. يمكن أن يـشـمل ذـلـك عـمـل المـجـلاـت والـكتـيـبـات والـنـشـرات والـكـتـب والـمـلـصـقـاتـ.

- مصمم الهوية البصرية للعلامة التجارية وهو الذي يصمم جميع العناصر الأساسية لتصاميم العلامة التجارية، مثل الشعار والألوان والخطوط وغيرها، والتي ستتوارد على مختلف مواد الشركة مثل بطاقات العمل، والقرطاسية، والمنشورات الإعلانية، والعروض الترويجية، وما إلى ذلك. وهناك العديد من التخصصات الأخرى والتي تجعل عالم التصميم واسعاً وشاملاً لمختلف مناحي الحياة.

1.6 عناصر ومبادئ تصميم الرسوميات

عناصر التصميم هي الوحدات الأساسية للتصميم المرئي والمكونات التي ينشأ من خلالها جميع التصميمات، فإذا ما فرضنا أننا نريد بناء خزانة ملابس، ستكون عناصر التصميم هي المواد الخام، مثل الخشب والمسامير، حيث سيؤثر طريقة استخدام هذه المواد على المظهر العام والوظيفة. إن معرفة الفرض من المنتج والأسلوب المقصود يساعد المهندس المختص على اتخاذ قرارات صحيحة بشأن المواد، فيما يشكل توازن أبواب الخزانة وتناظر أطراها ومحاذاة أبوابها مثلاً، مبادئ التصميم بحيث سيظهر من خلالها خبرة وإتقان المصمم وتبرز من خلالها النمط المتبعة في التصميم بطريقة تميز المنتج النهائي بصفات معينة.

كان هذا مثالاً توضيحيًا من خلال خزانة ملابس، بحيث تكون عناصر التصميم من عناصر أولية وأخرى مركبة، والتي تحوي بدورها النقاط والخطوط والأشكال والأحجام والعمق والمنظور والمساحات والمسافات والإطار والتوصوص والخطوط والصور وغيرها. بينما تضم مبادئ التصميم كلاً من التكرارية والتباين والإيقاع والتوازن والبساطة والوظيفية والتقارب والهرمية والنسبة والمحاذاة والتكوين والتركيز والحركة والوحدة.

وباستخدام العناصر بطريقة صحيحة مع مراعاة المبادئ السليمة للتصميم ستحصل على تصميم نهائياً راقٍ ومميز وخالٍ من العيوب والثغرات. ليس من الضروري أن يحوي التصميم جميع العناصر أو أن يراعي جميع المبادئ، فكل تصميم عناصره ومبادئه الخاصة، ولكن معرفة جميع العناصر والمبادئ أمر ضروري لكل مصمم رسوميات.

1.7 أدوات تصميم الرسوميات لغير المصممين

هناك العديد من التطبيقات عبر الويب أو الأجهزة المحمولة التي تساعد على إنشاء تصاميم مختلفة بدون الحاجة لمعرفة ببرامج التصميم الاحترافية، وهي عبارة عن تطبيقات وأدوات تحتوي في مجلتها قوالب جاهزة لأنواع مختلفة من التصاميم، يستطيع أي شخص أن يقوم بتعديلها فقط لتتناسب مع احتياجاته قدر الإمكان. قد تساعد هذه التطبيقات الأشخاص من غير المصممين على إنجاز مستوىً معين من التصاميم، ولكن مقدار التعديلات للتصميم الجاهز محدود ولا يستطيع العميل العادي إجراء تغييرات جذرية على التصميم، كما

لا يستطيع إنجاز تصميم احترافي مخصص، حيث تعتمد هذه التطبيقات على البساطة والسهولة في التصميم بحيث لا تتوفر فيها أدوات احترافية يمكن من خلالها إنشاء تصاميم مخصصة أكثر بحسب رغبة العميل.

لكرها جيدة جدًا للتصاميم الجامدة والبسيطة، والتي قد تكون ذات فعالية جيدة، كتصاميم منشورات وسائل التواصل الاجتماعي أو أغلفة قنوات اليوتيوب أو حتى بعض التصاميم الطباعية البسيطة كالملصقات والمطويات وبطاقات المعايدة وبطاقات الأعمال.



القوالب الجاهزة من موقع [Canva](#)

بعض هذه التطبيقات مجاني بالكامل وبعضها الآخر يقدم أدوات وقوالب بسيطة مجانية، بينما يجب عليك الدفع مقابل أدوات وقوالب أكثر احترافية، وهناك بعض التطبيقات غير المجانية.

ولعل من أهم وأشهر هذه التطبيقات [Canva](#) و [Piktochart](#) و [Stencil](#) و [Crello](#) و [Snappa](#) و [BeFunky](#). أو يمكن تعديل الصور باستخدام تطبيق ويب شبيه بالفوتوشوب ولكنه أبسط وأسهل هو تطبيق [PIXLR](#). أو يمكن استخدام تطبيق الويب [Vectr](#) كبديل بسيط للإليستريتور بغية إنشاء تصاميم رسوميات شعاعية.

1.8 أدوات تصميم الرسوميات للمصممين

يحتاج المصمم لأدوات من نوعين لكي تساعده على تحقيق نتائج أفضل، النوع الأول يتمثل في العقاد المستخدم للتصميم، والثاني يتمثل في التطبيقات وبرامج التصميم المختلفة.

1.8.1 العقاد

من المهم أن نعلم بأن أشهر وأعظم المصممين في العالم يستخدمون القلم والكتارا في تحطيط النماذج الأولية للأفكار التصميمية التي يجب العمل عليها، وبعد الكثير من الخربة والتعديل تتبلور فكرة التصميم الأفضل أمامهم لينقلوا تلك الفكرة إلى الحاسوب لاحقًا و يتابعوا العمل عليها. ومع ذلك إن لم يكن لديك رغبة في استخدام القلم والكتارا فلا داعي للاحباط، فهناك العديد من المصممين الرائعين الذين يعملون مباشرة

على البرامج التصميمية بدون اللجوء للقلم والكزاسة، وعليه فإن أول أداة للتصميم هي الحاسوب نفسه، ولن ينفع أي حاسوب للتصميم عليه ببساطة، فكلما كان المعالج أسرع ومن جيل أحدث، كان الأداء العام للحاسوب أثناء التصميم أفضل، كما يستلزم توافر ذاكرة عشوائية كبيرة إضافة إلى سعة كبيرة لقرص التخزين، وتعتبر أقراص التخزين من نوع SSD أفضل وأسرع من نوع HDD.

كما سنحتاج إلى لوحة مفاتيح وفأرة مميزة بحيث تتوافر في الأسواق فأرة بدقة حركة تصل إلى 2400dpi أو حتى أكثر مما يساعد على تحريك المؤشر أثناء التصميم بدقة أعلى وثبات أكبر.

ويجب اختيار طاولة حاسوب خاصة وكرسي مريح، حيث سيضطر المصمم للجلوس ساعات طويلة يومياً، ما قد يؤثر على صحته وبالتالي يخفف من إنتاجيته. ويجب اختيار شاشة كبيرة قدر الإمكان لكي تظهر جميع عناصر وأدوات التصميم بوضوح أكبر وتوفير الراحة للعين أثناء النظر المستمر للشاشة.



جهاز Wacom اللوحي للرسم - الصورة بواسطة Steve Buijsinne من موقع Pixabay

ولعل من أكثر الأدوات احترافية للتصميم هو لوح الرسم، وهو عبارة عن لوح يشبه الأجهزة اللوحية المحمولة، ويتوفر منه نوعان أحدهما بشاشة قابلة للمس مثل الأجهزة اللوحية العادي ولكن بدقة وحساسية أكبر بكثير، ونوع آخر لا يحتوي على شاشة وإنما فقط لوح بلاستيكي وقلم. ويستخدم في الرسم اليدوي

الأساسي إضافة إلى رسم المخططات للتصميم، ورسم الشخصيات وغيرها، ومن أشهر العلامات التجارية لهذه الأجهزة هي Wacom.

1.8.2 البرامج والتطبيقات

هناك العديد من البرامج الشهيرة المستخدمة في التصميم ومن أشهرها برنامج أدوبي فوتوشوب Photoshop المتخصص في معالجة الصور وتحريرها، ولكنه برنامج غير مجاني. وقد وفر مجتمع البرامج مفتوحة المصدر بديلاً جيداً ومجانياً وهو برنامج جمب GIMP الذي يؤدي نفس الوظائف. وعلى الرغم من أن الفوتوشوب يبقى أقوى برنامج من نوعه على الإطلاق إلا أن برنامج جمب قدم إمكانات رائعة وضخمة ترقى لمستوى الاحترافية ويمكن الاستعانة به لمختلف عمليات معالجة وتحرير الصور.

ولإنشاء الرسوميات الشعاعية Vector فإن برنامج أدوبي إيلستريتور Adobe Illustrator هو الأفضل بلا منازع، لكن برنامج إنكسكيب Inkscape المجاني غير نظرة مجتمع التصميم تماماً، إذ قدم مستوى يفوق التوقعات ويرتقي لاحترافية بقوة.

وتتميز الرسومات الشعاعية Vector عن الرسومات النقطية Raster التي يعمل عليها الفوتوشوب أساساً أنها لا تتأثر أو تتشوه في حال تغيير الحجم سواء للتكتير أو التصغير، إذ تحافظ على دقتها العالية بثبات، ولهذا تستخدم في تصميم الشعارات والأيقونات وما يشبهها من تصاميم التي تحتاج لمجموعات متنوعة من الأحجام لنفس التصميم.

ويتخصص برنامج أدوبي إن ديزاين Adobe InDesign في تصاميم النشر مثل تصميم الكتب والمجلات وأغلفة الكتب ومختلف التصاميم الطباعية، إضافة إلى الكتب الإلكترونية والكتيبات والكتالوجات.

وللتصميم ثلاثي الأبعاد برامج كثيرة وشهيرة منها برنامج Cinema Maya وبرنامج 3D Studio MAX وبرنامج Blender 4D وغيرها الكثير، إلا أن أسعارها تفوق الخيال، ويتعذر على الفرد اقتناء أحدها، ولكن برنامج بلندر Blender حل هذه المشكلة لكونه مجاني وقوي ويفي بالغرض تماماً، وقد تطور مؤخراً لدرجة أن شركات إنتاج سينمائي كبرى بدأت بتصميم أفلام الرسومات ثلاثية الأبعاد باستخدامه بصورة أساسية.

وبتز مؤخراً تصميم الرسوميات البيانية المتحركة أو ما يعرف بالموشن جرافيك Motion Graphic والتي يشيع استخدامها لشرح خدمة أو تقديم منتج أو طرح قضية وحتى كمقدمة لفيديوهات قنوات يوتيوب، وأقوى برنامج لتصميم ذلك النوع من التصاميم هو أدوبي أفتر إفكتس Adobe After Effects ولا يقتصر عمله على هذا المجال إذ يمكن من خلاله تحرير الفيديو أيضاً.



برامج التصميم - الصورة بواسطة [Tranmautritam](#) من موقع [Pexels](#)

وهناك برامج أخرى بحسب الاختصاصات المتنوعة مثل برامج خاصة بتحرير الفيديو وبرامج أخرى للتصميم الإنشائي وتصاميم الديكور وبرامج لإنشاء وتحرير الرسومات الكرتونية ثنائية الأبعاد وبرامج تصميم واجهات المستخدم وغيرها.

1.9 ماهي شروط تصميم الرسوميات الجيد؟

أصبحت مهنة تصميم الرسوميات مهنة قائمة بحد ذاتها ولها تخصصات وجامعات وأكاديميات، وباتت مطلوبة بكثرة من قبل المؤسسات والشركات، كما أن لها نسبة كبيرة في وظائف العمل الحر حول العالم. وللتمكن من الارتقاء بمهنتك هذه، يجب عليك مراعاة عدة أمور، منها أن تكون ملّفًا بأحدث التقنيات المستخدمة في التصميم ومتابعًا لآخر البرمجيات والعتاد المتعلق بهذا المجال، فالإصدارات الحديثة من إنكسكيف وجمب تقدم مزايا وأدوات متقدمة وإضافية لا تتوافر في الإصدارات القديمة منها.

يجب أن تكون مظلّفًا دائمًا على اتجاهات السوق لتتمكن من مواكبة اتجاهات التصميم في كل حقبة زمنية، من الجيد التفكير خارج الصندوق أحياناً وتقديم أفكار جديدة وجريئة خارج الإطار العام، لكن معظم العملاء يفضلون الاتجاهات المضمونة بغية تحقيق الهدف من التصميم. من أهم العناصر التي تشكل الفارق بين

التصميم الجيد وسواء عنصر الخط، إذ يتوجب عليك مراعاة مسألة عائلات الخطوط وتناسقها، وفهم طبيعة التصميم لاختيار الخط المناسب وحجمه وخصائصه.

يجب عليك الإلمام بسيكولوجية الألوان وفهم معانيها وتأثيرها لتتمكن من توظيفها بطريقة صحيحة في التصميم بحسب اتجاه وهدف التصميم. كما يجب اتباع كافة قواعد التصميم الأساسية واستخدام العناصر بالطريقة الأمثل مع مراعاة مبادئ التصميم المعروفة، فالتصميم الجيد يراعي كافة النواحي ويولد أثراً بالغاً في الجمهور المستهدف ويرسخ في ذهانهم من خلال إيصال الرسالة وتحقيق الهدف المنشود من التصميم.

1.10 ما الذي أحتاجه لأكون مصمم رسوميات؟

لن تحتاج بالضرورة إلى أن تمتلك موهبة في الرسم أو التخطيط للعمل في التصميم، حيث أن العديد من المصممين لا يملكون هذه الموهبة إلا أنهم أبدعوا باستخدام برامج التصميم وحققوا نتائج باهرة، وإن توافرت هذه الموهبة فذلك سيكون أفضل ويدفعك خطوات للأمام متقدماً على الآخرين، ويجب أن تمتلك حسناً فنياً، كما يجب أن تتقبل النقد لأنه من غير الممكن أن يكون جميع عملائك متقبلين لتوجهاتك التصميمية ورؤيتك الفنية، فقد يرفض عميل واحد تصاميمك ليعجب بها عميل آخر ويدفع لك بسخاء مقابلها، يحصل هذا كثيراً مع جميع المصممين باستمرار، فلا تدعه يصيبك بالإحباط.

حيث لا يجب أن يؤثر انتقاد العملاء لأعمالك وتصاميمك سلباً على أدائك ونفسيةك لأن ذلك سينعكس سلباً على تصميماتك، بل يجب أن يكون هذا النقد دافعاً لك لتحسين أكثر وتباحث في أسباب رفض ذلك العميل لتصميمك وتطور قدرتك على التواصل ودراسة وفهم أفكار العملاء كافة. ويجب أن تكون قادرًا على إيجاد حلول للمشاكل التي تبرز أمامك، إضافة إلى مهارات التواصل المطلوبة لتتمكن من التواصل مع أعضاء فريقك أو مع العاملين مباشرة.

في الدول غير العربية سيكون حصولك على شهادة أكاديمية أحد أهم المؤهلات المطلوبة للحصول على الوظيفة، إضافة إلى معرض أعمالك الذي يبرز مهاراتك ومقدراتك، ولكنها ليست شرطاً أساسياً في العالم العربي، إلا أن معرض الأعمال مهم للغاية لإقناع الآخرين بتوظيفك.

فعندما تقدم لمشروع ما على موقع مستقل مثلاً فإن معرض أعمالك هو أكثر ما يدفع أصحاب المشاريع للتعامل معك، لذلك يجب الاعتناء بمعرض الأعمال وإنشاء التصاميم في كل وقت حتى أوقات الفراغ لصدق مهاراتك، وإثراء معرض أعمالك أكثر.



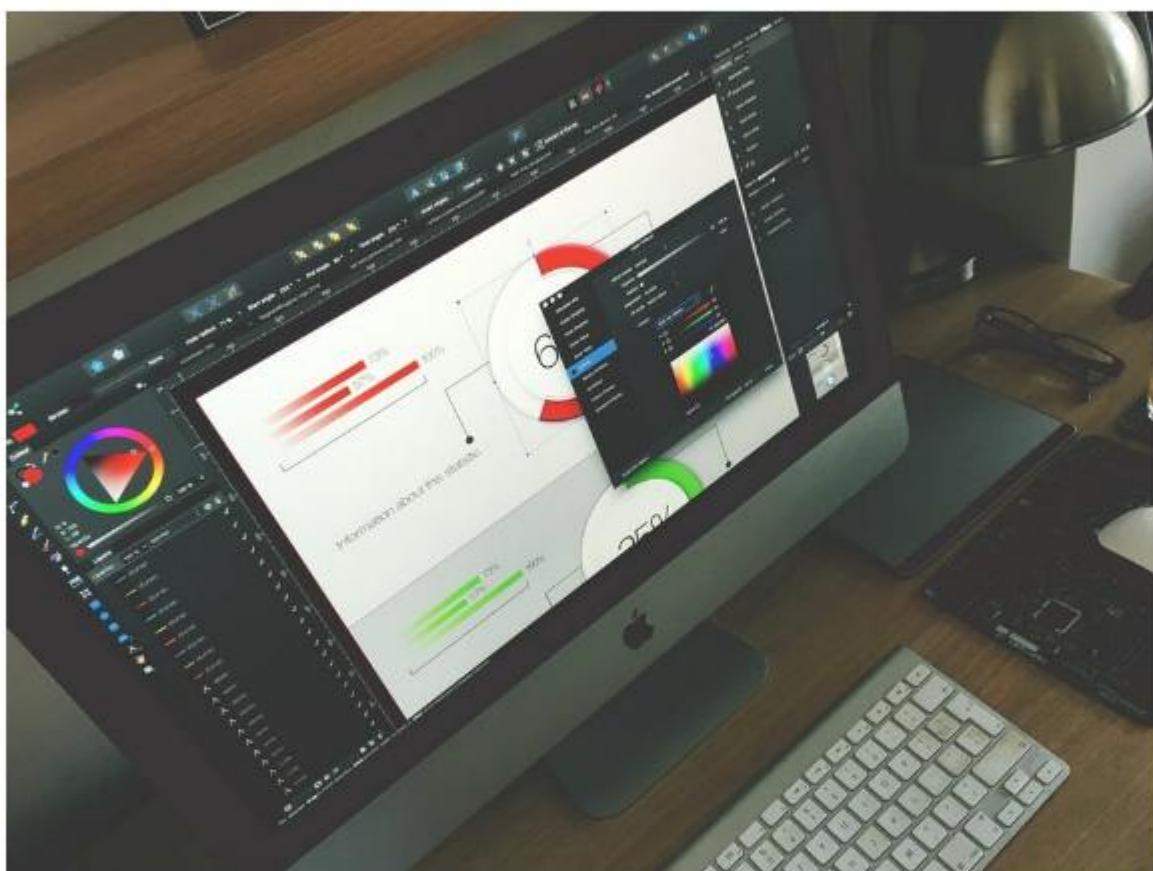
مصمم رسوميات - الصورة بواسطة [Anthony Shkraba](#) من موقع [Pexels](#)

ويمكنك اتباع خطوات عملية لتبدأ مسيرتك في عالم تصميم الرسوميات بنجاح:

1. ابحث عن مصدر للمعلومات التدريبية الخاصة بتصميم الرسوميات ويفضل أن تكون دراسة أكاديمية لفهم كافة نواحي التصميم وليس فقط معرفة استخدام برامج التصميم، لأن ذلك ليس كافياً ولن يوصلك للاحترافية بسهولة، فإن استطعت إيجاد جامعة أو أكاديمية تدرس فيها فذلك أفضل، إذ ستتعلم أساسيات ومهارات التصميم بطريقة صحيحة، وستحصل على شهادة أكاديمية تساعدك على شق طريقك في عالم أعمال تصميم الرسوميات بسهولة لاحقاً.
2. في حال عدم إيجاد مصدر أكاديمي للدراسة فسوف تبدأ بالبحث عن مصادر بديلة على الإنترت أو في المكتبات لدراسة وفهم التصميم، وهذا الكتاب هو أفضل دليل يمكنك البدء به لفهم أساسيات ومبادئ تصميم الرسوميات، كما يتوفّر في أكاديمية حسوب وموقع عربية أخرى دروس ومقالات عديدة تغطي هذا المجال.
3. درّب نفسك ذاتياً على استخدام أدوات وبرامج التصميم المختلفة، ويمكنك متابعة الدروس والمقالات وكذلك شروحات الفيديو لتتّعلم استخدام هذه الأدوات وإنجاز التصاميم.
4. بعد أن تبدأ في التعلم وتتمكن من استخدام برامج التصميم مع فهم كامل لقواعد وأساسيات التصميم، ابدأ بالعمل على معرض أعمالك، وليكن متّوغاً ومتضمناً لتصاميم مختلفة واحرص على جعل

تصاميمك احترافية ولافتة للنظر وكلما كان معرض أعمالك أكبر و تصاميمك احترافية، زادت فرص نجاحك كمصمم رسوميات. يمكنك أن تجمع معرض أعمالك على موقع متخصص مثل Behance أو Adobe أو يمكنك الاستعانة بصفحة معرض أعمالك على موقع العمل الحر كموقع مستقل .

.5. تعلم كيفية إدارة الوقت، فيبعد أن تصبح مصمماً قد تضطر للعمل على أكثر من مشروع في نفس الوقت، وحتى لا تفشل في تنفيذ كافة المشاريع، ادرس مشاريعك بدقة وارسم مخططًا زمنيًّا للعمل عليها بغية الحفاظ على الإنتاجية العالية.



تصميم الرسوميات - الصورة من موقع PxHere

.6. من المهم جداً أن تتعلم اللغة الإنجليزية ولو بدرجة متوسطة على الأقل حتى تتمكن من استخدام برامج التصميم المختلفة، لأن أغلبها لا تتضمن واجهات باللغة العربية وخصوصاً البرامج الاحترافية الأهم مثل الفوتوشوب والإيلستريتور وغيرها. مع أن البعض وفر ملفات تعريب واجهات تلك البرامج إلا أن ذلك التعريب ناقص ولا يشمل كافة الأدوات والقوائم، وكذلك جميع الدروس والدورات التعليمية لهذه البرامج تتضمن الواجهات الإنجليزية حتى وإن كانت الدروس باللغة العربية وهذا سيسبب إرباكاً في تعلمك و عملك على هذه البرامج.

1.11 خاتمة

تصميم الرسوميات أو التصميم الجرافيكي مهنة مميزة وممتعة، وكأي مهنة أخرى فيها صعوبات ومشاكل، وللوصول إلى الاحترافية فيها يجب فهم كافة قواعدها وأساسياتها، ومتابعة كل جديد فيها باستمرار، لا يمكن لمصمم ما أن يدعى أنه احترف التصميم بصورة تامة ولم يعد بحاجة لتعلم المزيد، حتى أكبر وأشهر المصممين يستمرون بالتعلم والتجريب ومتابعة آخر التطورات في عالم التصميم للبقاء مستمرة في عملهم وثبتت موثوقيتهم على الدوام. في الفصل التالي سنبدأ بالحديث عن عناصر التصميم ومن ثم مبادئ التصميم، لذلك استعد للبدء بتعلم وفهم أساسيات تصميم الرسوميات بالطريقة الصحيحة وليس عبر تعلم برامج التصميم عبر التطبيق العملي المباشر دون وعي وفهم لمبادئ وأساسيات التصميم بحد ذاته.

2. عناصر تصميم الرسوميات

عناصر التصميم هي الوحدات الأساسية للتصميم والمكونات الرئيسية التي يتم من خلالها إنشاء جميع التصاميم. فالتصميم الجميل والمبهر ليس ناتجاً عن فكرة ما أو خيال خصب لأحدهم، بل هو نتيجة العمل على عناصر التصميم وإيلانها اهتماماً كبيراً من حيث التوظيف لإنشاء تمثيل مرجي لتلك الفكرة أو لذلك الخيال. وحتى لو نظرت لتصميم ما في الشارع أو عبر الإنترنت وقلت في نفسك باستطاعتي إنجاز تصميم مشابه، ثم جلست خلف شاشة الحاسوب وفتحت برمج التصميم للعمل على إنشاء التصميم، فإنك ستجد أن محاولاتك لن ترقى للمستوى الاحترافي الذي ظهر به لتصميم الذي شاهدته، والسبب أن المصمم المحترف وظف عناصر التصميم الأساسية جيداً لإخراج نتيجة مذهلة.

إذا عناصر التصميم هي ببساطة مكونات الفن الراقي، ومع توظيفها والاهتمام بها جيداً ستكون قد قطعت شوطاً كبيراً في طريقك نحو الاحتراف. ولكل عنصر من عناصر التصميم مجموعة من الصفات والخصائص الخاصة به، والتي قد تكون جيدة ولصالحك في اتجاهك التصميمي أو عكس رغبتك وضد إرادتك، وذلك بحسب التوجّه والفكرة العامة التي تعمل عليها. ويمكن استخدام بعض هذه العناصر أو جميعها لتحقيق المطلوب وإنتاج تصميم مميز.

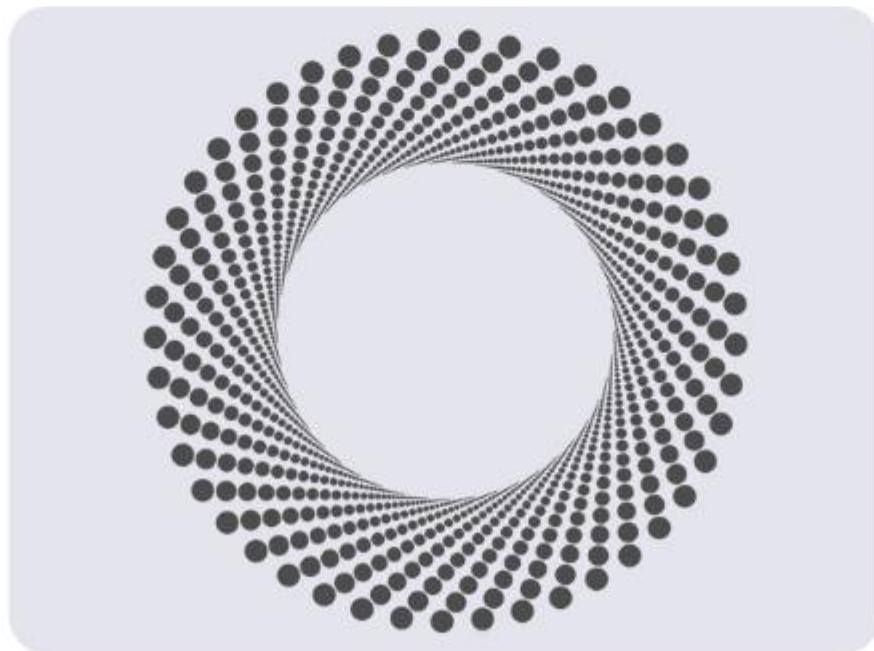
2.1 النقطة

النقطة هي أول وأبسط عنصر من عناصر التصميم كلها، وهي الأساس للتركيز على الأشياء المرئية. تتواجد النقاط في الفراغ أو في أي مساحة وتتوفر مركزاً مرجعياً بالنسبة للأشكال الأخرى، وللمساحة المحيطة بها. وفي حين أننا غالباً ما نفكّر في النقاط على أنها دائيرية بطبيعتها، إلا أنها ليست كذلك.



ثلاث نقاط في الفراغ

فهي ببساطة ليس لها أبعاد، وهي موجودة في كل شيء حولنا، وخصوصاً في التصاميم، فعندما نريد البدء برسم أي شكل فإننا نبدأ بنقطة ثم نتابع الرسم للحصول على الشكل، كما يمكن تعريف الأشكال على أنها عدّة نقاط مجتمعة مع بعضها لتكوين الشكل.



النقط في التصميم

وبهأنا على أن النقاط تجبرنا على تركيز اهتمامنا عليها، يمكنك أن تنظر إلى مساحة بيضاء فيها نقطتان بينهما مسافة معينة، سيخيل عقلك خطًا مرسومًا بين هاتين النقطتين، لتبدأ بعدها بالتفكير في طول الخط الوهبي واتجاهه والهدف منه، مع أنه لا يوجد خط في الواقع. وأيضاً لو رأيت في مساحة بيضاء ثلات نقاط غير متراصفة على خط وهما واحد فإن عقلك سيصل بين النقاط الثلاث ويتخيل شكل المثلث الناتج عن الوصل بين هذه النقاط وتبدأ بالتفكير في شكل هذا المثلث وحجمه وباقى خصائصه.

نلاحظ من هنا أن النقطة أساسية لتركيز الاهتمام عليها ومنها يبدأ التصميم ككل. وتسمى عملية توصيل الدماغ للأجزاء بنظرية الجشطالت (*Gestalt psychology*)، وهي شكل من أشكال علم النفس الذي يهتم بالعمليات الإدراكية ذات الترتيب الأعلى بالنسبة للسلوكية. ترتبط جوانب نظرية الجشطالت التي تهم المصممين بالإدراك البصري، وخصوصاً بالعلاقة بين الأجزاء والتجربة البصرية بأكملها.

2.2 الخط

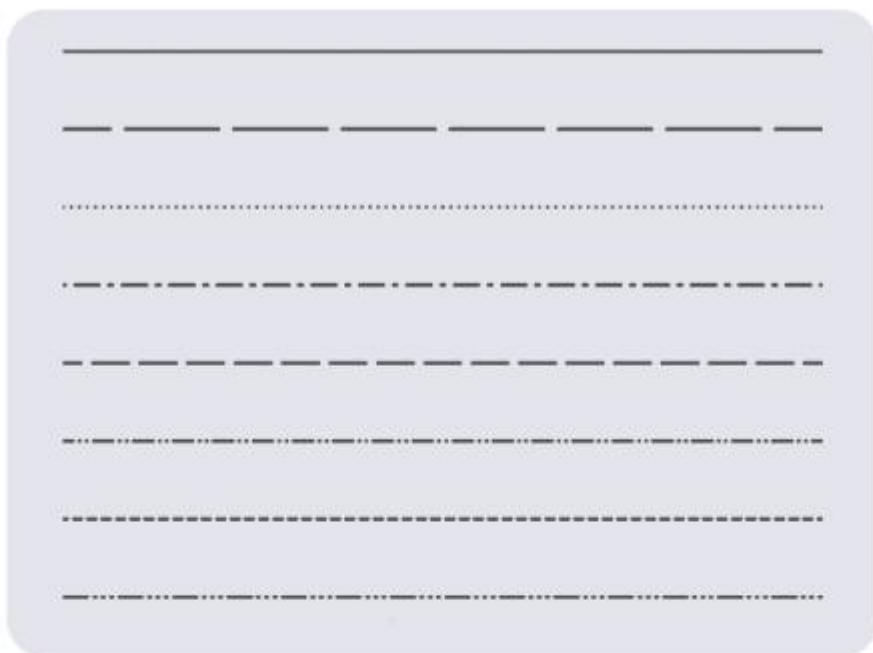
يعرف الخط بأنه نقطتان متصلتان في الفراغ، وفي أحياناً أخرى يُعرف بأنه سلسلة من النقاط المت嫁ورة. كلا التعريفين صحيح، يمكن أن تحمل الخطوط العديد من السمات، منها التخانة، والنعومة، والاتجاه، والتقطّع والتواصل وغيرها.

وبيّنا تركّز النقاط حول الموضع، فإن الخطوط تركّز حول الحركة والاتجاه. يتجه الخط إلى مكان ما، وتتحرك عينك على طوله بحثاً عن إحدى نقطتي النهاية أو كليهما. هذه الحركة والاتجاه يجعل الخطوط ديناميكية بطبيعتها، فالخط يوجهك نحو النقاط في الفراغ أو بعيداً عنها. يمكن أن ينقل اتجاه الخط وزنه وشخصيته حالات مختلفة من المشاعر ويمكن أن يشير ردود أفعال مختلفة.

ويمكنك ملاحظة وجود الخطوط في جميع الصور والتصاميم، فهي صور الطبيعة ستري خط الأفق في مناظر السماء والبحار، وخطوط الأشجار العمودية، والخطوط القطرية المائلة للطرق والمترجة لأنها، وتشد هذه الخطوط انتباه المشاهد لمنطقة معينة ضمن التصميم ويركّز عليها.

وكما أن للألوان تأثيرها على الجمهور المشاهد لها فإن للخطوط أيضاً تأثيرها هي الأخرى، فالخطوط الأفقيّة تبعث على الراحة والهدوء والثبات والاستقرار، والخطوط العمودية أو الشاقوليّة تبعث الإحساس بالقوة والصلابة والنمو، وتبعث الخطوط المائلة شعوراً بالثرثرة والتتوّر وتزداد شدتها بحسب شدة ميلان الخط واتجاهه، وتتير الخطوط المنحنية الواسعة الإحساس بالهدوء، وذلك على عكس الخطوط ذات الزوايا الحادة التي تعطي الإحساس بالقوة، وتعد الدائرة سلسلة من المنحنيات المتصلة وتنفتح الإحساس باللانهائيّة، وتمنح الخطوط المنحنية أيضاً الإحساس بالرقّة والسماعة والاسترخاء عندما تزيد درجة انحنائها. ويمكن استخدام

الخطوط للتأكيد على عنصر ما، وتحديد معلومات معينة في تركيبة مزدحمة بالعناصر، وجذب العين إلى منطقة معينة، ويمكن تشكيلها في أشكال أو إطارات حول الأشكال أيضاً.



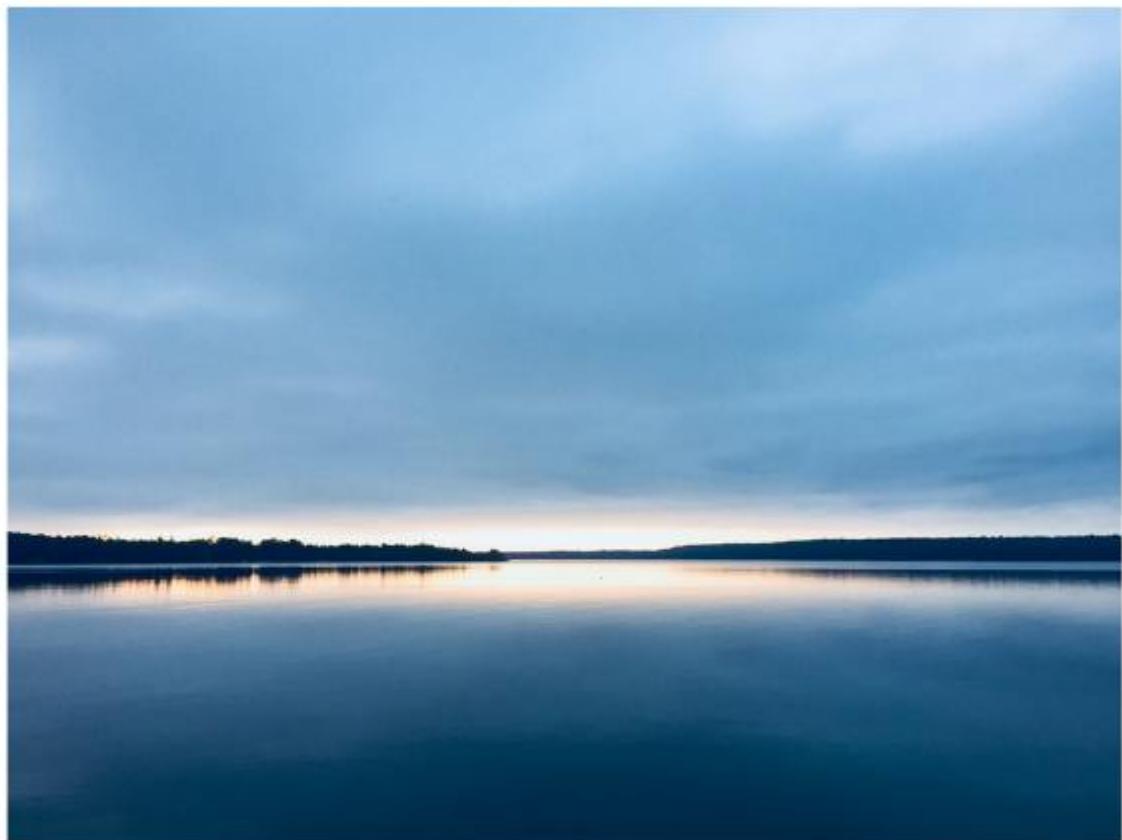
أنواع الخطوط

What is Financial Wellness?

It starts with knowing where you stand.

When we talk about financial wellness, we're talking about trading debt and worry for security and financial well-being. It's about knowing where you stand and having a plan to get where you're going. Less about skipping lattes, more about taking small steps that keep you moving in the right direction. Our lives include celebrations and bills to pay. We want to help you do both.

استُخدمت الخطوط الأفقية والعمودية في هذا الموقع لفصل أجزاءه وتوضيحها بأناقة وبساطة - الصورة لموقع [KeyBank](#)



خط الأفق الطولي يبعث على الراحة والهدوء - الصورة بواسطة [Emma Harper](#) من موقع [Unsplash](#)



خطوط الأشجار العمودية تبعث على الشعور بالقوة والصلابة والنمو - الصورة من موقع [Pixabay](#)



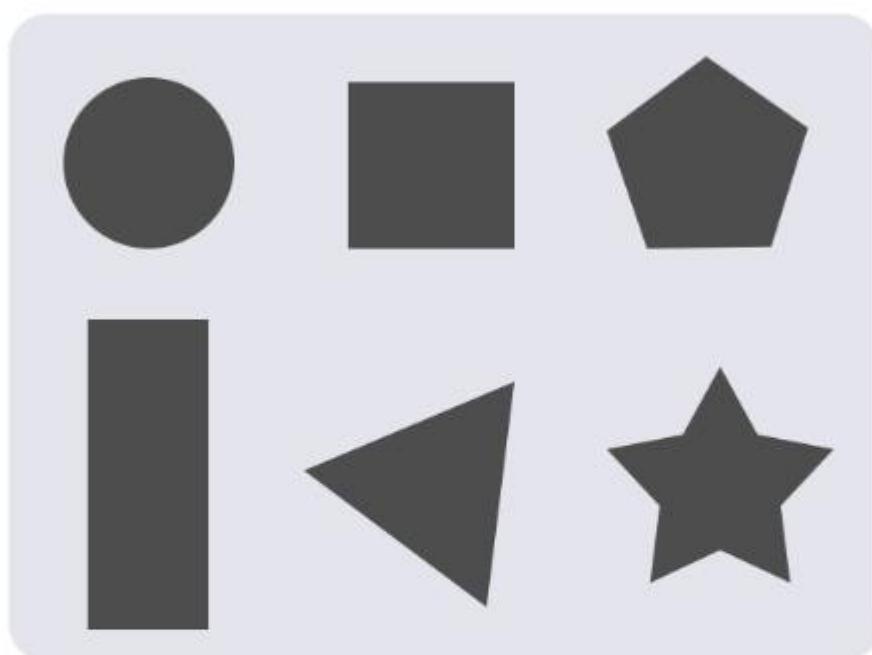
تثير الخطوط المنحنية الواسعة للنهر والطريق الإحساس بالهدوء - الصورة بواسطة Pok Rie من موقع Pexels



خطوط الجبال ذات الإنحناءات الحادة تمنح الشعور بالحدة والقوة - الصورة بواسطة Stephan Seeber من موقع Pexels

2.3 الشكل

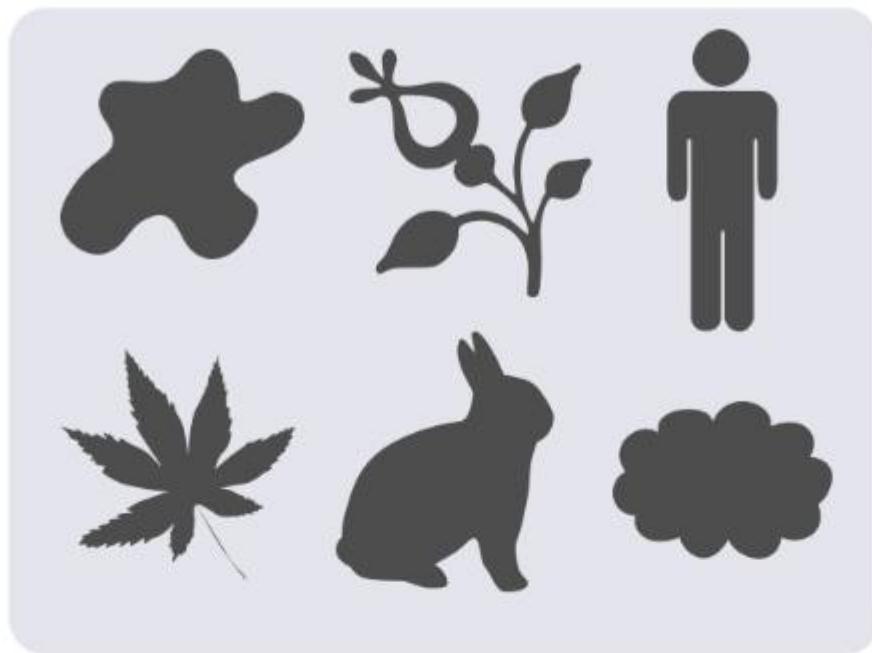
الشكل هو مساحة معينة محدودة بخطوط الحدود للشكل، أو يمكن تعريفه بأنه عبارة عن مساحة تتمايز وتتبادر عن محياطها باللون أو بالملمس. وللأشكال نوعان: أشكال هندسية وأخرى عضوية، وتمثل الأشكال الهندسية بالأشكال الأساسية والتي يتم تحديدها بنسب مثالية ومنتظمة كالمرربع والمستطيل والدائرة والنجمة والمعين والمثلث وأمثالها، فيما تمثل الأشكال العضوية بقية الأشكال غير الهندسية والتي لها حواف أقل وضوحاً ونسبة حدة غير منتظمة كالأوراق والجبال والأشخاص وأمثالها.



الأشكال الهندسية

وكما أن للألوان والخطوط تأثيراً على المشاهد فإن للأشكال تأثيرها أيضاً حيث أن دراسة أجرتها مجلة أبحاث المستهلك والعلامات التجارية لشركة سجيل وجيل أكدت أن الأشكال ذات الحواف الدائرية والمنحنية والأشكال العضوية ترتبط بالنعومة، والعطف، والعناية، والمرح والود، فيما ترتبط الأشكال الهندسية ذات الحواف القاسية بالصلابة، والفتانة، والقوة، والتعاون، والاحترام والذكاء.

ويتوجب على المصمم أن يوظف الأشكال في سبيل تحقيق الهدف من التصميم مع توزيعها ضمن المساحات المختلفة بغرض تحقيق التوازن (وهو أحد مبادئ التصميم)، كما يجب عليه أن يوظف الألوان ضمن تلك الأشكال بما يتناسب مع طبيعة التصميم. وستتحدث عن مسألة تأثير الألوان في فصل لاحق، ويمكن للمصمم أن يدمج الأشكال مع بعضها أو مع الخطوط إن وجدت لزيادة الجمالية والوضوح بغية تحقيق الهدف المتمثل بوصول الفكرة والرسالة بأفضل وجه.



الأشكال العضوية

2.4 الملمس (الخامة)

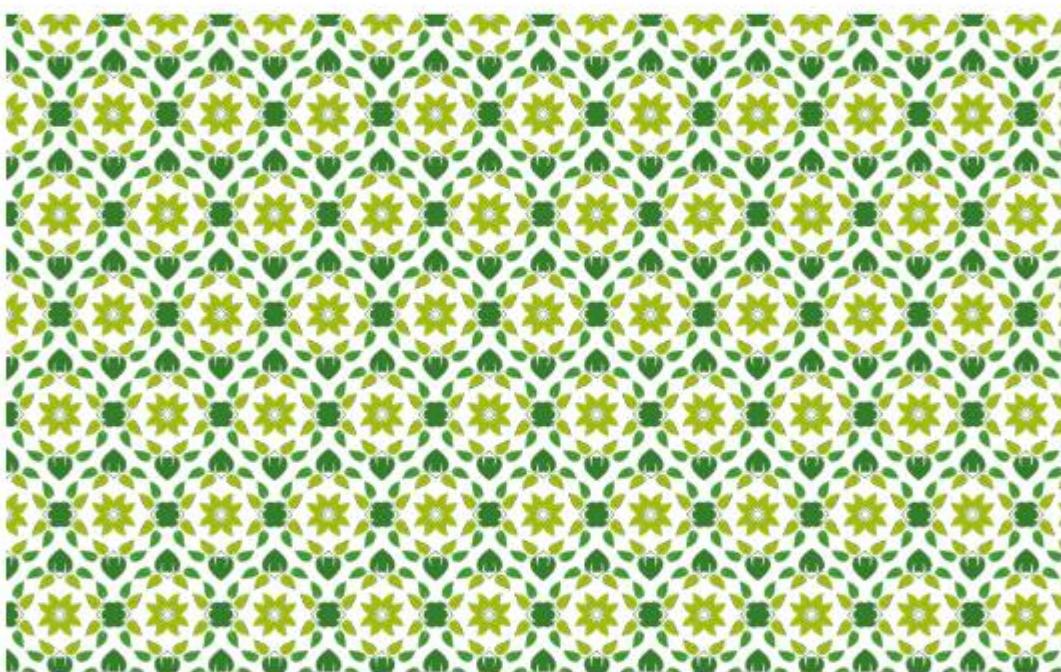
الملمس Texture ويسمى أيضاً الخامة وأحياناً أخرى يطلق عليه مصطلح النسيج، وهو صورة أو رسم لمادة معينة أو نسيج يطبق على سطح شكل ما أو على خلفية التصميم بدل اللون الجامد، ويعتمد تطبيق هذا الملمس شعوراً وهمياً بملمس المادة. وللملمس ميزتان: أولهما ميزة الملمس المرئي مثل مشاهدتك للحاء شجرة أو للعشب أو لقطعة مسطحة فولاذية، والميزة الثانية هو ميزة الملمس الحسي وهو الشعور الوهمي لملمس المادة كنوعيتها وخشونتها.

ملمس الخشب - صورة ملمس الخشب من موقع [PxHere](#)

بالنسبة لكثير من المصممين فإن الملمس هو عنصر تصميم ممتع ومبدع في نفس الوقت، حيث يضفي مزيداً من الواقعية إلى التصميم. كما يستخدم لإبراز منطقة معينة من التصميم وإضفاء مزيد من الأهمية عليها. ويساعد استخدامها في التصميم على منح شعور ثلاثي الأبعاد للسطحات والأشكال ثنائية الأبعاد.

2.5 النمط

الأنماط هي عملية تكرار لعنصر أو أكثر من عناصر التصميم بحيث ترتب بطريقة تكرارية منشقة مع بعضها البعض، حيث أن النمط السلس هو الذي يت חד فيه كل عنصر داخل التصميم (بغض النظر عن عدد مرات تكراره) لتشكيل وحدة كاملة. هذا النوع من الأنماط شائع جداً في الخلفيات على صفحات الويب والتطبيقات، كما أنها تحظى بشعبية كبيرة في تصميم السجاد وورق الجدران والأقمشة.

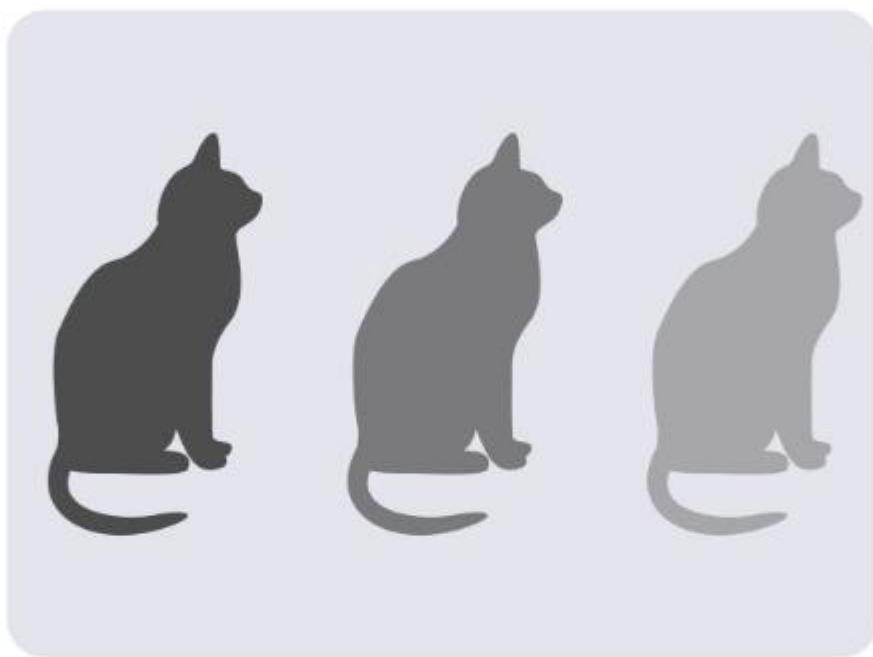


نمط أوراق منقوش - الصورة بواسطة [Gordon Johnson](#) من موقع [Pixabay](#)

عندما تفكّر في استخدام الأنماط في تصميم الويب أو في التطبيقات، فإنك ستتربّع في التفكير في مدى تعقيد النمط. على الرغم من أنه قد يبدو فكرة جيدة أن تقوم بتكرار صورة واحدة كخلفية، إلا أن ذلك قد يجعل قراءة نصوص مضائق فوق النمط أكثر صعوبة. ويمكن أن يؤدي استخدام هذه الأنماط إلى تحسين تجربة المستخدم، فضلاً عن تصميم المنتج النهائي ومظهره، ولكن يجب استخدامها بحكمة لتجنب التصميم المعقد أو التصميم غير الجذاب.

2.6 القيمة

القيمة Value هي كيف تبدو المنطقة الفاتحة أو المظلمة في التصميم ومدى التدرج اللوني بينهما. حيث تصف القيمة نطاق الإضاءة والظلام لللون، فهي كل ما يمتد مما هو أحلق من السواد إلى ما هو أنصع من البياض. وعند استخدامه بطريقة صحيحة فإنه يبرز كلاً من العمق والتباين والتركيز في التصميم. هذا المفهوم مهم للمصممين ليس فقط في اختيار اللون البسيط ولكن أيضًا لأن القيمة تحديد الأشكال وتخلق الأوهام المكانية. كصورة القطط التالية، حيث تبدو القطة إلى اليمين أفتح لوًناً من سواها ما يمنح الشعور بأن هذه القطة إما شقراء اللون أو أنها خلف كتلة ضبابية أو أنها أكثر بعدًا عنا من القطة إلى اليسار.

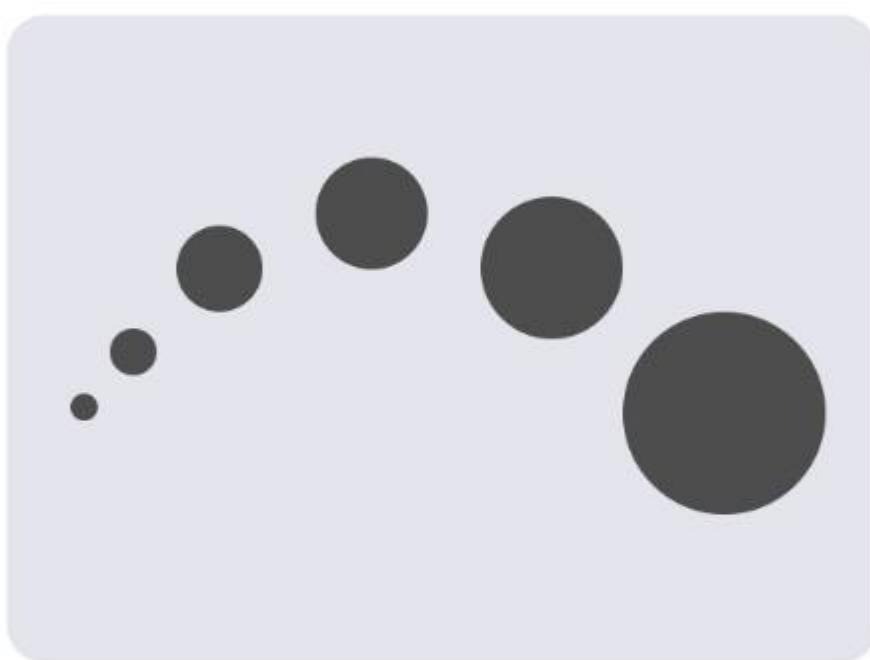


القيمة في التصميم

سيقربك فهم الألوان من المثالية والاحترافية في التصميم، لكن معرفة كيفية عمل القيمة سيأخذك إلى أبعد من ذلك. تقدم التصميمات الفاتحة والأقل قيمة تأثيراً وشعوراً مختلفاً عن التصميمات الداكنة وتحتاج إلى عين خبيرة لملحوظة الاختلافات وتحديد الأفضل بينها. فإذا تعلمت استخدام القيمة بالطريقة الصحيحة، عندها ستضيف عمقاً وتبايناً وتركيزًا هائلاً لتصميمك. تلعب معرفة القيمة دوراً كبيراً عندما تريد التعبير عن وهم الحركة أو إحضار عنصر إلى التركيز البؤري الحاد للتصميم بينما يتلاشى عنصر آخر في الخلفية.

2.7 الحجم

يشير الحجم إلى المقياس النسبي لعنصر التصميم بالموازنة مع عنصر آخر، فلا يوجد مقياس لشيء واحد حتى نعمل على موازنته مع شيء آخر. يمكن أن يؤثر الحجم على المعنى والنبرة والتكوين الكامل للتصميم، فالحجم مسؤول عن إنشاء تسلسل هرمي مرئي بين عناصر التصميم بحيث توجه المشاهدين إلى العناصر التي يجب أن ينظروا إليها، وترتيب النظر إليها، وإلى العنصر الأهم الذي يجب التركيز عليه. تذكر أن تفكر في السبب الذي يدفعك للتلاعيب بالأحجام، لماذا تجعل هذا العنصر أكبر من الآخر؟ لماذا يظهر هذا الكائن في المقدمة وذلك الكائن في الخلفية؟ يجب أن تربط الإجابة دائمًا بالرسالة العامة لتصميمك.



حتى النصوص تتأثر أهميتها بالحجم، فالعناوين الرئيسية هي الأكبر حجمًا تليها العناوين الثانوية وهكذا، وهذا يدل على توجيه اهتمام المشاهد إلى أهمية النص كونه عنوانًا بمستوى معين عن نصوص متن الفقرات. وكلما زاد حجم عنصر ما موازنة بالعناصر المحيطة به في التصميم ازدادت أهميته وازداد التركيز عليه أكثر، إلا أن هذه القاعدة ليست صحيحة على الدوام فيمكن إبراز العنصر الأصغر حجمًا للتركيز عليه من خلال تطبيق مبدأ التباين عليه وستتعزف على مبادئ التصميم في الفصل التالي.

كما يمكن استخدام الأحجام لمنح الشعور بمدى قرب وبعد العناصر ظاهريًا بالنسبة للمشاهد. ويستخدم هذا العنصر أيضًا لتوجيه انتباه المشاهد بصورة تدريجية إلى فكرة معينة عبر ترتيب أحجام العناصر تباعًا. كل ذلك يجعل الحجم أحد أهم العناصر في تصميم الرسوميات.



الحجم في التصميم - ويز فـيـها الحـيـوـان بالـحـجـم الصـغـير ليـحـصـل عـلـى النـسـبة الأـعـلـى مـن التـرـكـيز يـهـدـف الدـلـلـة عـلـى الـبـرـنـامـج التـالـي وـمـحـتـواـهـ الصـورـة لـقـنـاتـة Juan Bautista Fittipaldi National Geographic Channel تحت تـرـخيـص

CC BY-ND 3.0 المشاع

2.8 العمق

يؤدي إنشاء العمق في تصميم الرسوميات إلى شعور المشاهد بوجود عالم كامل على الشاشة أو في الصفحة، بحيث يمنح العمق إحساساً بأن التصميم يستمر في التقدم، ويمتد إلى اللانهاية والذي يمنح التصميم مزيداً من الواقعية، وهو أيضاً أكثر إثارة من الناحية المرئية. ويُعرَّف إدراك العمق بأنه القدرة البصرية على إدراك العالم من خلال ثلاثة أبعاد وهي الارتفاع والطول والعمق، والذي يمثل الاتجاه من الشاشة أو الصفحة إلى ما وراءها بخط وهمي ومتعمداً مع البعدين الآخرين. فالعمق إذاً هو القدرة على منح هذا الإحساس بالبعد والمسافة داخل التصميم.

ويرتبط هذا العنصر أساساً بعنصري الحجم والقيمة، إذ أن مسألة التلاعـب بأـحـجـامـ العـناـصـر تـمـنـحـ الشـعـور بمدى قرب العناصر أو بعدها وهو ما يمنح الإحساس بالعمق، كما يمكن استخدام تداخل العناصر مع بعضها، مع مراعاة التلاعـب بـمـسـطـوىـ الشـفـافـيـةـ من خـلـالـ طـبـقـاتـ مـتـفـاوـتـةـ لإـنـشـاءـ الإـحـسـاسـ بـالـعـمـقـ أيـضاـ. ومن الممكن إضافة العمق إلى التصميم باستخدام عناصر الملمس (الخامة) والظلـالـ. لذلك يعد عـنـصـرـ العـمـقـ مـثـلاـ رـائـعاـ عـلـىـ تـكـاملـ اـسـتـخـادـ العـناـصـرـ مـعـ بـعـضـهـاـ الـبـعـضـ.

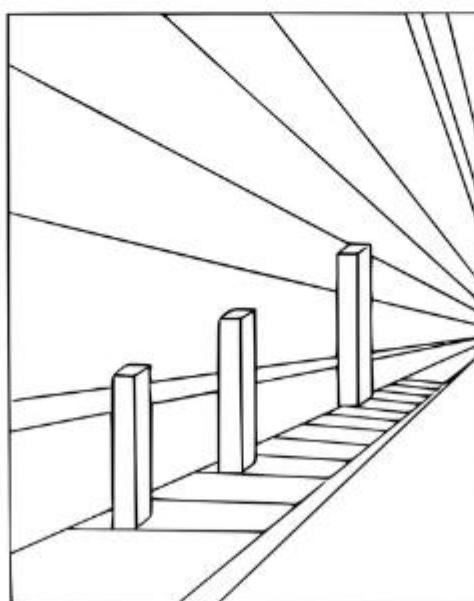


رسم شعاعي بسيط يستخدم عنصري الحجم والقيمة لإضفاء الشعور بالعمق والذي يولّد الشعور بأن التصميم يستمر عميقاً

نحو الداخل - الصورة بواسطة [OpenClipart-Vectors](#) من موقع [Pixabay](#)

2.9 المنظور

يُعرف المنظور بأنه أسلوب تصوير الأحجام والعلاقات المكانية في تصميم ثنائي الأبعاد بغية إضافة البعد الثالث إليها وتحويلها إلى ثلاثة أبعاد. ويرتبط هذا العنصر ارتباطاً وثيقاً بعنصري الحجم والعمق، لأن التصميم الذي يحوي منظوراً معيناً يضم بالضرورة عناصر بأحجام متدرجة وإظهار العمق ضمن التصميم. ويعتبر المنظور هو الأداة التي نستخدمها للإشارة إلى العمق.



رسم تخطيطي يوضح المنظور - الصورة بواسطة [Clker-Free-Vector-Images](#) من موقع [Pixabay](#)

وحتى إن كان المنظور مرتبطاً بالحجم والعمق، فإنه يضيف إلى هذين العنصرين مسألة زاوية الرؤية أيضاً. فلا يكفي التلاعب بالأحجام واستنتاج العمق لتكوين منظور مشهد ما، إذ يجب على المصمم أن يكون أكثر دقة في التلاعب بالأحجام والعمق من مختلف الزوايا لمنح المشهد زاوية رؤية معينة تختلف من تصميم لآخر. وهذا ما يضفي مزيداً من الاحترافية والروعة لأي تصميم، وينقله لمستوى جديد من تقنيات التصميم.

2.10 المساحة (الفراغ) المسافة والإطار

تعد المساحة جزءاً مهماً من أي تصميم رسومي جيد، وهي المنطقة المحيطة بالعناصر في التصميم، والتي تُستخدم لفصل المعلومات أو تجميعها باستخدام مسافات مدروسة. يجب أن تتعلم كيفية استخدام هذه المساحة وتلك المسافات بطريقة فعالة لتحديد الأهمية وتوجيه العين إلى المكان الذي تريده. في فن التصميم، يُطلق على المساحة البيضاء اسم المساحة السلبية، والتي تُستخدم لربط أو فصل أو تعظيم العلاقة بين العناصر المكونة للتصميم. ويمكن أيضاً استخدام المساحة بفاعلية لإعطاء وهم العمق أو الأبعاد المتعددة للمشاهد ضمن التصميم نفسه.

أهمية المساحة البيضاء

يعد استخدام المساحات البيضاء عنصراً أساسياً في التصميم يمكن أن يوفر العديد من الفوائد، عند إنشاء علامة تجارية ما، يمكن للمساحة البيضاء أن تخلق شعوراً بالتطور والأناقة. المساحة البيضاء تبعث على الانسجام والراحة، وتحسن قابلية القراءة، وتنشئ التوازن وهي السبب الرئيسي لإبراز العناصر الرئيسية على الصفحة. وهي ببساطة بمثابة عنصر مراقبة الجودة للتصميم، وبالتالي فهي تعتمد على رسالتك ومن هو جمهورك المستهدف، فإذا كان متtarget منخفض القيمة عملياً، عندما ستحتاج إلى مساحة بيضاء أقل، وعلى العكس فإضافة المزيد من المساحة البيضاء يعطي المنتج مظهراً ذا قيمة وجودة عالية.

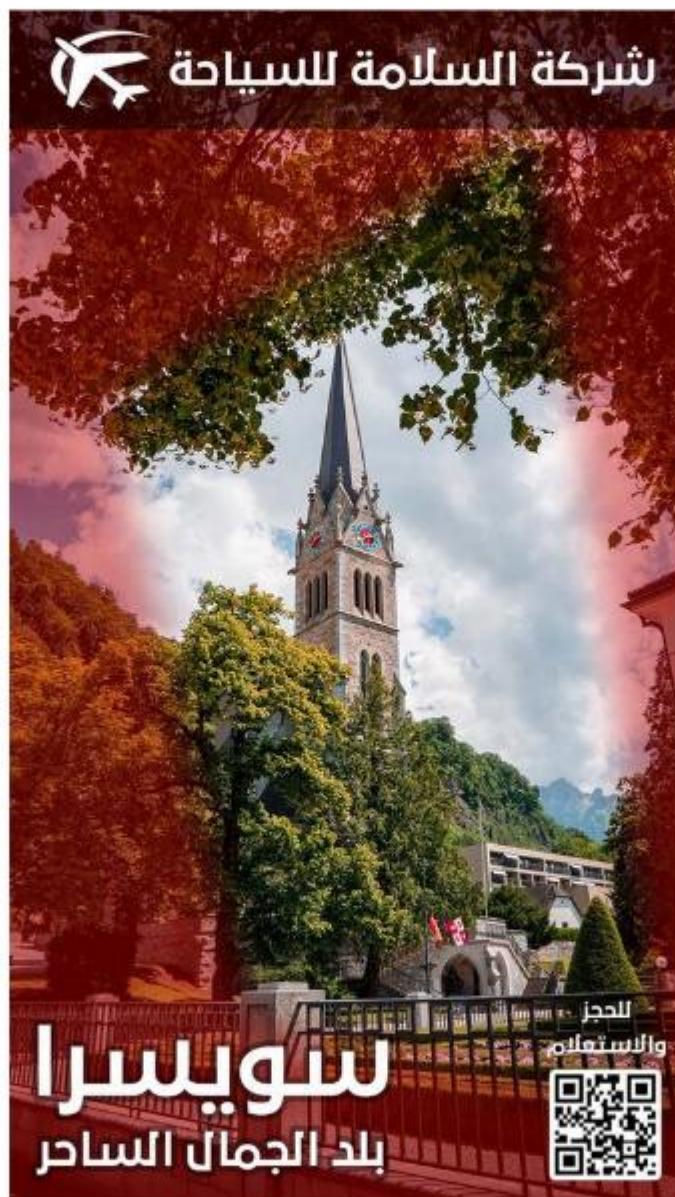
- من كتاب Must Read Design tips from Designers to Designers



تصميم تجريدي بسيط يوضح استغلال المساحات العامة في التصميم وخصوصاً المحيطة بالكائن في الوسط - تصميم

CC BY-NC-ND 3.0 تحت ترخيص المشاع Warsheh Posters بواسطة

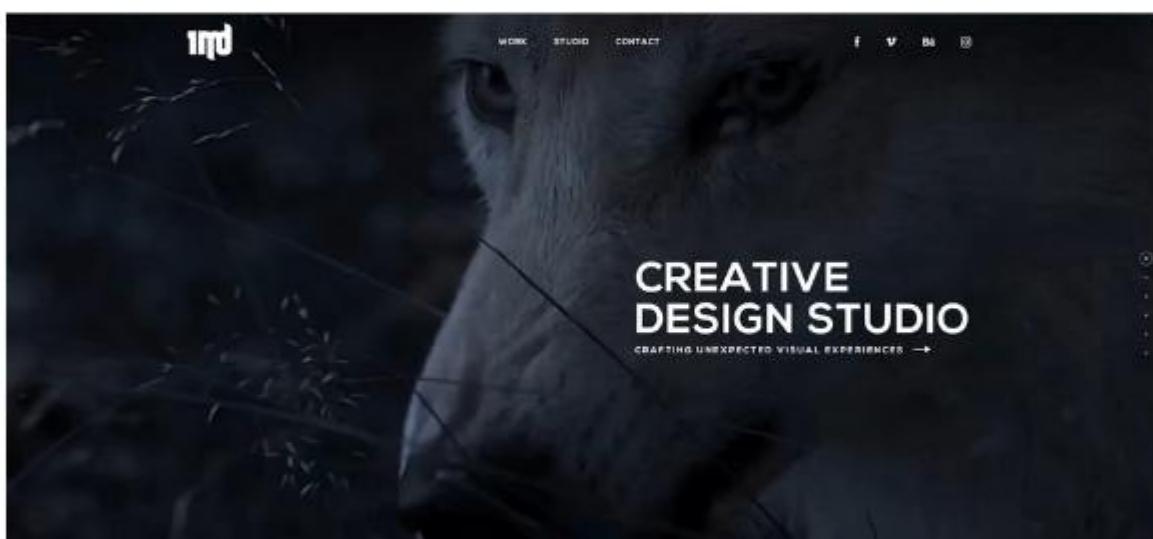
وعلى عكس عناصر التصميم الأخرى التي يمكن استخدامها في أجزاء مختلفة من التصميم، توجد مساحة في كل جزء من تصميمك. ومع ذلك، هناك طرق يمكنك من خلالها استخدام المساحة ومعالجتها لإنتاج تأثيرات بصرية مختلفة قادرة على تعزيز ما تحاول نقله في عملك. وإطار التصميم هو المساحة المحيطة بالمكونات ذات الأهمية في التصميم، بغض النظر إن كان ذلك الإطار مجرد مساحة بيضاء أو ملونة أو حتى أجزاء معينة من الصورة غير مهمة. ومثلاً على ذلك نجد في الصورة التالية مجموعة من الأشجار تحيط بمبني في المنتصف لتكون عندها مساحة تلك الأشجار إطاراً لذلك التصميم ولتلك الصورة.



صورة تصميم باستخدام عنصر الإطار عبر الاستعانة بالإطار الطبيعي للصورة المتمثل بالأشجار - الصورة بواسطة [Niklas](#) من موقع [Unsplash](#) [Tinner](#)

2.11 النصوص والخطوط

ويطلق عليها اسم فن أسلوب الطباعة أو مصطلح **التبيوجرافيا** (Typography)، وهي فن ترتيب الحروف والنصوص بطريقة تجعل النسخة مقروءة وواضحة وجذابة بصرياً للقارئ، ويتضمن العمل على هذا العنصر أسلوب الخط ومظهره وهيكله، والذي يهدف إلى إثارة مشاعر معينة ونقل رسائل محددة. فأسلوب الطباعة هي ما يجعل النص ينبع بالحياة، وهذا العنصر مستخدم في كل مكان، إنه موجود في الكتب، وعلى الواقع الإلكتروني، وحتى في الحياة اليومية في لافتات الشوارع، والملصقات التحذيرية، وعبوات المنتجات. وهذه مجموعة من الواقع على الإنترنت التي أتيحت توظيف أسلوب الطباعة (التبيوجرافيا) بفاعلية مما أتاح لها إيصال الرسالة المطلوبة.



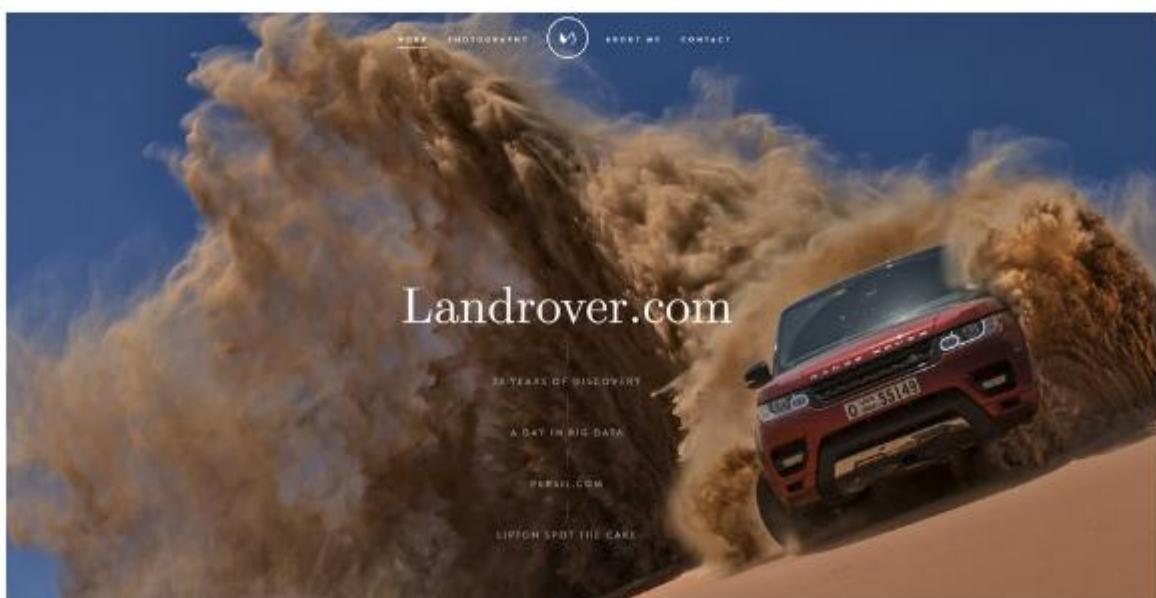
الإبداع - أسلوب الطباعة في موقع 1MD | Creative Studio



الغموض - أسلوب الطباعة في موقع Tomas Bata University in Zlín



التنوع في التصميم - أسلوب الطباعة في موقع [Chris Wilhite Design](#)



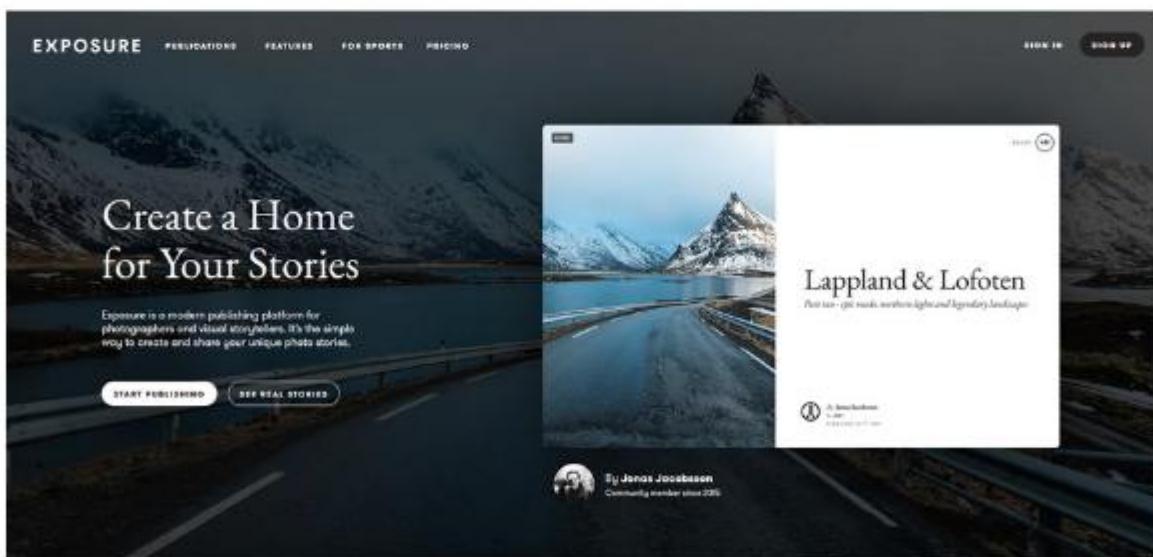
الإثارة والتشويق - أسلوب الطباعة في موقع [Vito Salvatore - Interactive Art Director](#)



التاريخ والحضارة - أسلوب الطباعة في موقع [The Next Rembrandt](#)

يعد فن أسلوب الطباعة أكثر من مجرد اختيار خطوط جميلة وتنسيقها، فهو عنصر حيوي في تصميم واجهة المستخدم. والاستخدام الجيد لهذا العنصر سيتطلب تسلسلاً هرمياً مرئياً قوياً، ويتوفر توافر رسمياً لموقع الويب، ويضبط الأسلوب العام للتصميم. يجب أن يعمل هذا العنصر على توجيه الجمهور، ويحسن قابلية القراءة وإمكانية الوصول، ويضمن تجربة مستخدمة ممتازة.

2.12 الصور والرسوميات



توظيف الصور في تصميم الواقع - الصورة من موقع [Exposure](#)

الصور هي أدوات اتصال فعالة للغاية، سواء كانت لأشياء حقيقة أو أشخاص أو أماكن، أو أكثر تجريدية. فالصور تمتلك قوة تواصلية أكبر من العناصر الأخرى، فهناك قاعدة معروفة بين المصممين تقول بأن "الصورة

"تساوي ألف كلمة". تساعد الصور في إنشاء اتصال مع النص ويمكن أن توضح المعلومات المقدمة في التصميم عن طريق إضافة المعاني وربطها ببعضها. ومع ذلك، فإن الصورة وحدها لا تكفي لتكون ذات مغزى، ويتغير معناها اعتماداً على الطريقة التي تُستخدم بها. وفي الاستخدام الصحيح، يمكن حتى للصورة المجردة مثل دائرة صفراء في الجزء العلوي من صورة ما أن تبرز في ذهن المشاهد كشمس.



توظيف الرسوميات في تصميم الواقع - الصورة لموقع **Skupos**

والرسومات عبارة عن صور ورسوم مدمجة مع بعضها لإبراز مفهوم معين أو رسالة ما. وقد تكون ثنائية أو ثلاثية الأبعاد، إلا أنها عادة ما تكون بسيطة إلى أقصى درجة بغية وصف الموضوع المطروح، ونرى ذلك في الرموز والعلامات التجارية.

2.13 خاتمة

هذه هي أهم العناصر الأساسية لتصميم الرسوميات والتي يتتألف منها كل تصميم، يجب فهمها واستخدامها بطريقة سليمة لإنتاج تصاميم احترافية توصل الرسالة وتحقيق الهدف من التصميم بأفضل أسلوب ممكن، وستتطرق في الفصل التالي إلى مبادئ تصميم الرسوميات وهي التي ستساعدك على نقل تصاميمك إلى مستوى آخر متتفوق ومتميّز، حيث يجب تطبيق هذه المبادئ على عناصر التصميم التي تعرّفنا عليها في هذا الفصل.

3. مبادئ تصميم الرسوميات

من الصعب إحصاء عدد مبادئ تصميم الرسوميات (التصميم الجرافيك)، حيث يرى بعض المصممين أنها خمسة وأخرون يصرّحون بأن العدد أكثر من ذلك، وقد تصنّف بعض المبادئ على أنها من عناصر التصميم الرئيسية من قبل آخرين، كالمساحة مثلاً، حيث يصنفها البعض من ضمن المبادئ وأخرون يصنفونها من ضمن العناصر. سنتطرق إلى المبادئ الأساسية التي لم يختلف عليها أحد في عالم تصميم الرسوميات، والتي يجب على جميع المصممين المبتدئين والمحترفين استخدامها وتوظيفها في جميع التصاميم.

وهنالك مبادئ ونظريات أخرى في عالم تصميم الرسوميات، كنظرية الألوان والجشطالت (Gestalt) (psychology) والأثلاث وغيرها، والتي سنتطرق إليها لاحقاً في هذا الكتاب. وسنشرح تاليًا هذه المبادئ مع توضيح الطريقة الصحيحة لتطبيقها بالرسوم التوضيحية مع إدراج بعض الأمثلة الحية على تطبيقها.

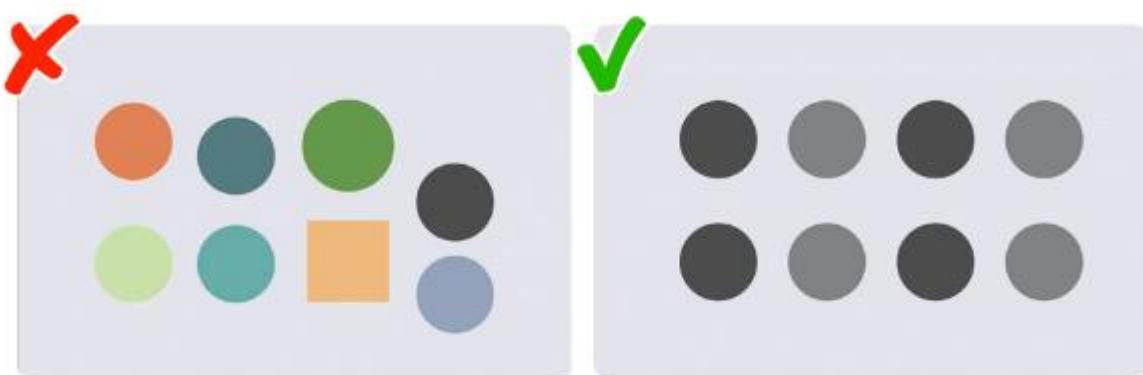
3.1 مبادئ تصميم الرسوميات الرئيسية

يجب اعتماد هذه المبادئ دوماً وعدم تجاهلها في التصميم، لأنها تشكّل الفارق الحقيقي بين التصاميم الاحترافية وغير الاحترافية، كما أنها تزيد من قدرة التصميم على التأثير بالجمهور وتحقيق الهدف وإيصال الرسالة، ولكن ليس من الضروري تطبيق جميع هذه المبادئ، بل يطبق المصمم ما يحتاجه التصميم فقط.

3.1.1 التكرارية Repetition

يُستخدم هذا المبدأ لتعزيز فكرة ما ضمن التصميم، كما يُستخدم لتوحيد التصميم ككل حتى وإن احتوى مزيجاً متنوعاً من العناصر. فالتكرار يربط العناصر الفردية معاً ضمن التصميم الواحد، ويفتح شعوراً

بالاستمرارية والتنظيم. ويُستخدم التكرار أيضًا في تنظيم الوثائق والمقالات والكتب، فهذا الكتاب على سبيل المثال يتبع مبدأ التكرار من خلال تكرار ذات التنسيق للعناوين والفقرات النصية والصور في كل الصفحات والوصول. وهذا ما يربط جميع الأجزاء في هذا الكتاب بعضها البعض، وتشعر من خلال قراءتك له بالتنظيم والاستمرارية والترابط.



لاحظ في هذا الرسم التوضيحي على اليمين كيفية تطبيق التكرار النقطي الذي يجعل التصميم جذابًا على عكس التصميم الأيسر الذي تجاهل تطبيق هذا المبدأ



النصوص والفقرات في صفحة هذه المجلة تتبع النسق والنطاق ذاته في تطبيق واضح لمبدأ التكرارية - تصميم Red Fleece © Stephanie Toole 2013 CC BY-NC-ND 3.0 للمصممة بترخيص المشاع

كما يمكن إجراء التكرار باستخدام أساليب مختلفة كتنسيق النصوص والألوان والخطوط والأشكال وعناصر أخرى مختلفة. ويُستخدم هذا المبدأ في جميع العلامات التجارية، حيث نلاحظ توحيد النمط التصميمي لجميع عبوات المنتجات لعلامة تجارية ما، فيوضع الشعار في نفس الموضع على العلبة مهما اختلف حجم ونوع المنتج، كما يُستخدم نفس نوعية الخط ونسبة حجمه لباقي التصميم، ونفس نموذج الألوان لجميع هذه المنتجات، وهذا يعتبر تكراراً، وهو ما يمنح ترابط هذه المنتجات جماعتها مع العلامة التجارية المالكة لها، كما يرسخ هذه العلامة التجارية في عقول العملاء و يجعلهم يشعرون بارتياح أكبر للتعامل والتفاعل معها.

3.1.2 التباين Contrast

عند الحديث عن التباين، يفكر الكثير من الناس في تباين الألوان فقط، ولكن يمكنك تطبيق التباين بطرق مختلفة باستخدام اللون والحجم والأشكال والطباعة، فالتبابين هو الاختلاف في الخصائص المرئية الذي يجعل كائناً واحداً مميّزاً عن الكائنات الأخرى. وهذا يعني وجود عنصرين أو أكثر متعاكسيين في الخصائص، مثل الداكن والفاتح، التخيين والنحيف، الكبير والصغير، وغيرها من التباينات. ويُستخدم هذا المبدأ لتوجيه انتباه المشاهد إلى العناصر الأساسية للتصميم، كما يُستخدم للحفاظ على التمييز بين العناصر المتشابهة في التصميم، وبالتالي تعزيز الوضوح العام والتركيز ضمن التصميم.



التبابين في التصميم الأيمن جيد وعنصر النص يبدو واضحاً على عكس التصميم الأيسر

يُستخدم التباين أيضاً في التصاميم لمنح الأشكال أو الكائنات وزناً مرئياً أفضل وموازنة التصميم بالكامل، كما يُستخدم أيضاً لتنظيم جميع العناصر الرسمية الموجودة في التصميم في نفس الوقت الذي يمكنك فيه استخدام تباين الطباعة لتنظيم النص وتعزيز أهم أجزائه. ينشأ التباين عندما يكون عنصران متناقضان تماماً. على سبيل المثال، يمكن رؤية التباين في التصميم عند الموافقة على الشروط والأحكام لأحد الواقع عبر الإنترنت، حيث يكون خيار "أوافق" بلون داكن، بينما يكون خيار "لا أتفق" بلون أفتح ويبدو أنه يتلاشى. كما في الصورة التالية.



لاحظ التباين البارز على زر (أوافق) بغاية جذب الانتباه إليه عكس زر (لا أافق)

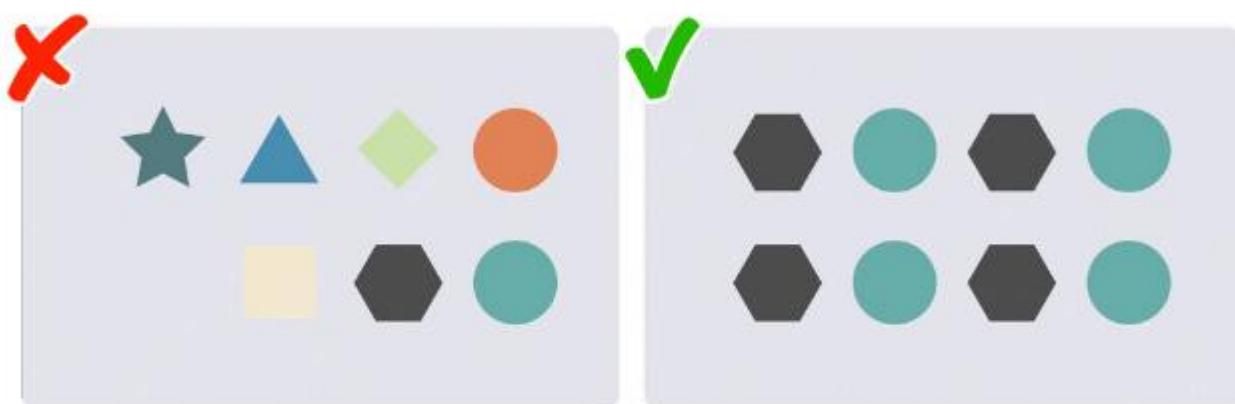


تباعي الألوان الكلاسيكي في تصميم هذا الكتيب جعله مثيراً للاهتمام وباعثًا على التركيز والرغبة في المشاهدة

التصميم NRV Booklet Design بترخيص المشاع CC BY-NC-ND 3.0 للمصمم Shwin

3.1.3 Rhythm الإيقاع

من السهل فهم مبدأ الإيقاع باستخدام الموسيقى كمثال، فعندما تستخدم عناصر متكررة في التصميم، ينتج عن ذلك مسافات بين هذه العناصر، وهذا ما ينتج عنه إيقاع مرئي كما يحدث في التراكيب الموسيقية تماماً، حيث يمكن للمسافات بين العناصر المكررة أن تسبب إحساساً بالإيقاع، على غرار الطريقة التي تتسبب بها المسافة بين النغمات في تكوين إيقاع موسيقي. وهناك خمسة أنواع أساسية من الإيقاع البصري يمكن للمصممين إنشاؤها، وهي إيقاع عشوائي ومنتظم ومتناوب ومتدقق وتدريجي.



الإيقاعات العشوائية هي الإيقاعات التي ليس لها نمط يمكن تمييزه، والإيقاعات المنتظمة تتبع نفس التباعد بين العناصر دون تغيير، وتتبع الإيقاعات المتناوبة نمطاً محدداً يتكرر بالتناوب مع وجود تباين بين العناصر مثل النمط 1-2-3-2-1-3-2، وتتبع الإيقاعات المتدققة المنتجعات على غرار طريقة تمويج الكتابان الرملية أو تدفق الأمواج، وأخيراً تتغير الإيقاعات التدريجية مع استمرارها، مع إضافة كل تغيير إلى التكرارات السابقة بزيادة أو النقصان أو التكبير أو التصغير أو التغيير اللوني وغير ذلك.



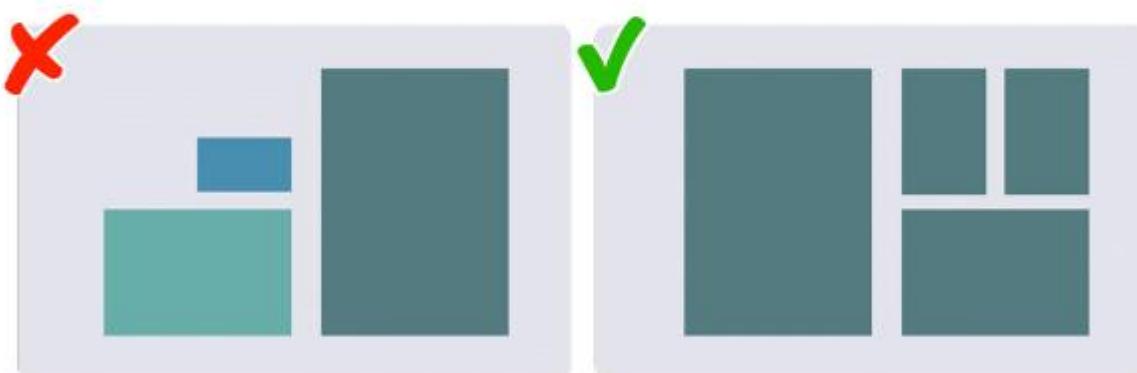
مثال قوي عن الإيقاع العشوائي المتبع في تصميم الصفحة الرئيسية لموقع [The Art Center](#)

3.1.4 Balance التوازن

يعطي التوازن التصميم شكله وثباته، ولكن هذا لا يعني أن العناصر يجب أن تكون بنفس الحجم أو اللون، أو أن كل شيء يجب أن يكون متماثلاً. بل يتعلق الأمر بمساعدة عين المشاهد في التنقل عبر المحتوى بطريقة مريحة ولا تشعره بالغرابة بسبب اختلال توازن التصميم. فكل عنصر من عناصر التصميم مثل النصوص والألوان والصور والأشكال والأنماط وما إلى ذلك يحمل وزناً بصرياً. **الوزن البصري** هو المساحة البصرية التي يشغلها العنصر، وكمية الانتباه التي يأخذها من المشاهد.

هناك عناصر ثقيلة وجذب العين، وأخرى أخف ولا تلفت الانتباه، ويجب أن تبتكر طريقة لتوزيع هذه العناصر على الصفحة لمنح الإحساس بالتوازن. يوجد نوعان أساسيان من التوازن: متماثل وغير متماثل.

يتشكل التوازن المتماثل من التصميم على طول محور عمودي أو محور أفقي، حيث يُقسم وزن العناصر بالتساوي إلى جنبي التصميم، فتتشابه العناصر في طرفي التصميم. ويستخدم التوازن غير المتماثل عناصر مختلفة من حيث الشكل والحجم واللون بين طرفي التصميم، مما يجعل توفير التوازن في هذه الحالة صعباً ويطلب رؤية المصمم الخاصة وإدراكه لتحقيق التوازن.



عناصر التصميم الأيمن متوازنة على جنبي التصميم على عكس التصميم الأيسر حيث أن العناصر في النص الأيمن منه أثقل بصرياً من الأيسر

3.1.5 Simplicity البساطة

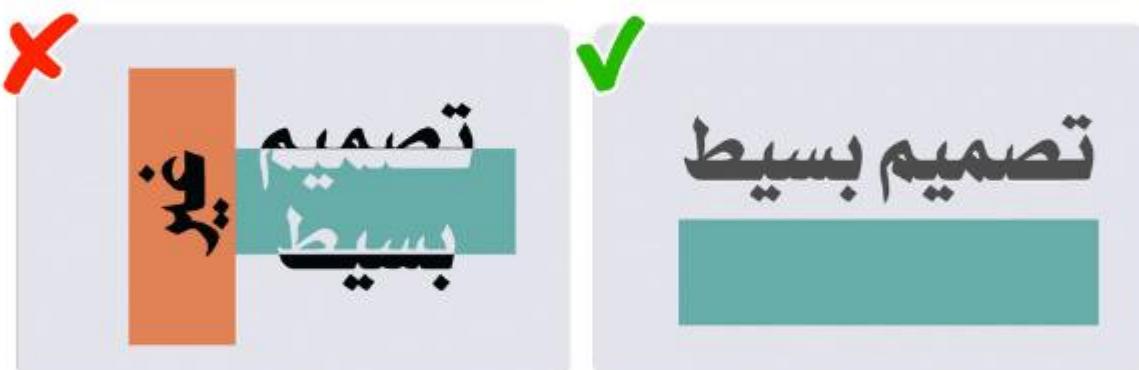
البساطة تعني تخفيف كم ونوع العناصر والمكونات في التصميم، ولا يعني بالضرورة أن يكون التصميم مفغطى بمساحات بيضاء، فالتصميم البسيط يجبر كل من يشاهده على القول إنه بسيط ولكن جميل. قد يظن بعض المصممين من المبتدئين أن التصميم البسيط لن يكون مثيراً للاهتمام ولن يشد أعين المشاهدين إليه، إلا أن التصميم الجيد وخصوصاً إن كان بسيطاً، سيترك أثراً كبيراً في نفوس المشاهدين له. ويعمل التصميم البسيط على إيصال الرسالة بطريقة سريعة ومفهومة وبسيطة للجمهور على عكس التصميم المعقدة.

نستطيع تطبيق البساطة في التصميم عبر تجنب الكم الهائل من العناصر المرئية، ويجب أن نحاول الحصول على فكرة واحدة قوية بدلاً من دمج الكثير من المكونات للوصول إلى النتيجة ذاتها. ولذلك فإن تطبيق البساطة على أي تصميم يحتاج لخبرة ووعي كبيرين، فلا يستطيع أي مصمم أن يحقق الهدف من التصميم البسيط وأن يمنح الشعور بالرفاهية والأناقة. أحد أبرز الأمثلة على قوة التصاميم البسيطة هو شركة آبل، حيث اتخذ الرئيس التنفيذي للشركة ستيف جوبز من البساطة عنواناً لتصاميم الشركة.

"البساطة يمكن أن تكون أصعب من التعقيد، عليك أن تعمل بجد لتنمية تفكيرك لجعله بسيطاً، لكن الأمر

يستحق ذلك في النهاية لأنه بمجرد وصولك إلى ذلك المستوى، يمكنك تحريك الجبال"

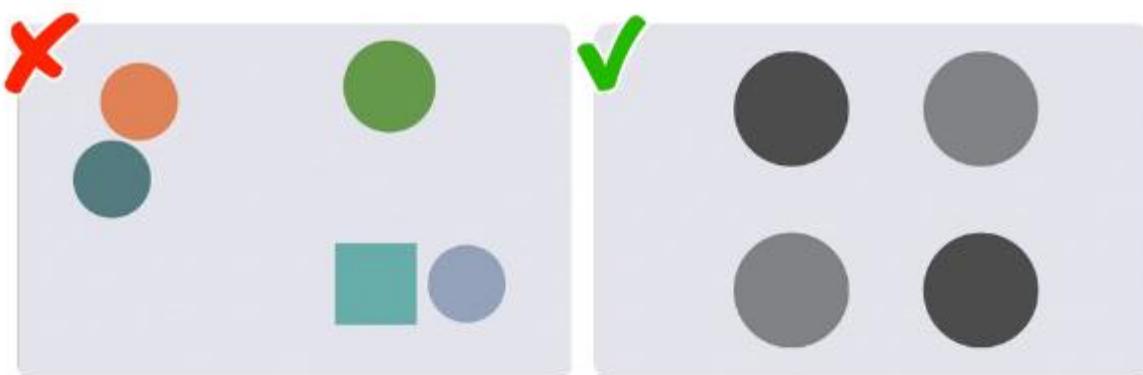
هذه عبارة قوية جداً بشأن البساطة ولكنها نتائجها العملية يعلمها جميع علماء الشركة، فإن طرحت السؤال التالي على أي شخص يمتلك أحد أجهزة الشركة كالأيفون وغيره، ما الذي يعجبك فيه؟ سيكون الجواب عفويًا، "إنه بسيط"، مع أنه لن يستطيع أن يشرح لك لماذا هو بسيط، إلا أن هذا دليل على قوة وأناقة التصميم البسيط لأحد أكثر الأجهزة قوة وتعقيدًا.



التصميم الأيمن بسيط ومريح للنظر على عكس التصميم الأيسر حيث اعتمد التعقيد ما سبب عدم الارتياح لمشاهدته

3.1.6 Proximity التقارب

لا يعني التقارب أن نجمع العناصر أو المكونات معاً لتحقيق التقارب، فالتقارب عملياً هو إنشاء علاقة بين العناصر من خلال سمات معينة كاللون والنوع والحجم وحتى الخط. ويساعد على تشكيل الاتصال البصري بين تلك العناصر كما يمكن أن يتحقق ذلك بتقريب المسافة بين تلك العناصر أو بإنشاء عنصر جديد يصل بين العناصر البعيدة، ويحافظ على وحدة التصميم وعلى استمراريته وانسيابيته، ويساعد على توجيه تركيز المشاهد إلى نقطة معينة، إضافة لوظيفته المهمة في تنظيم عناصر التصميم.



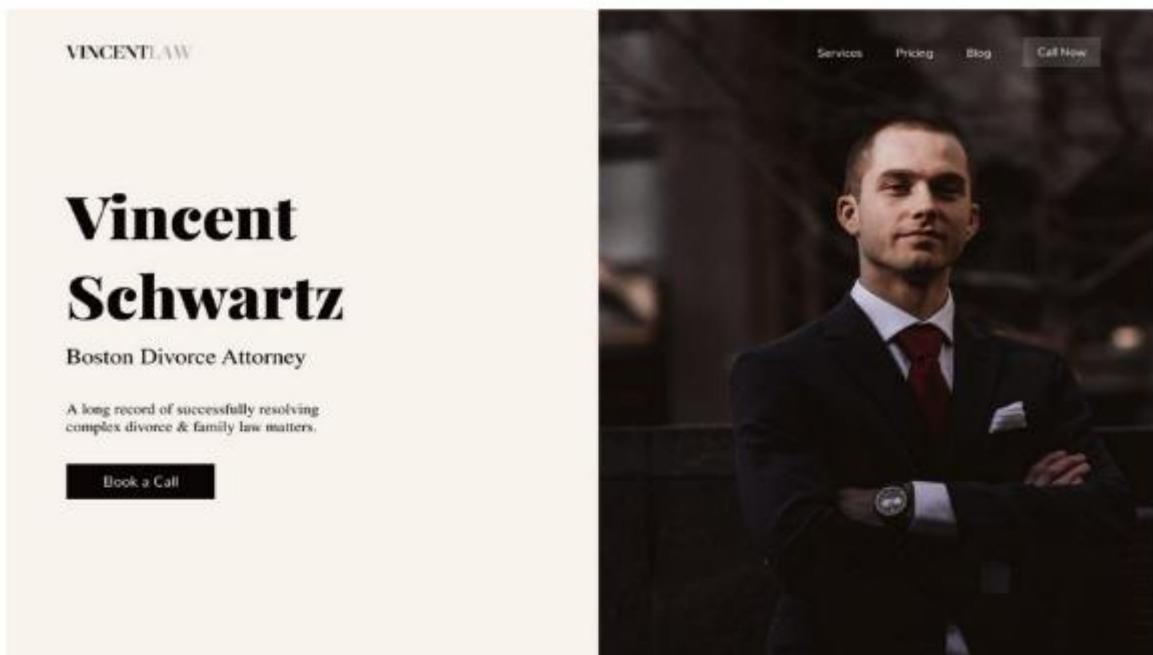
العناصر متقاربة ومنتظمة في التصميم الأيمن على عكس التصميم الأيسر الذي تباعدت فيه العناصر عن بعضها ما يؤثر سلباً على جودة التصميم

3.1.7 الهرمية Hierarchy

الهرمية مبدأ مهم من مبادئ تصميم الرسوميات والتي تعتمد على إنشاء تسلسل تناظري أو تصاعدي للعناصر من حيث الأهمية، بحيث يكون العنصر الأهم أولاً فالذي يليه، وفي بعض الحالات يكون العنصر الأهم هو آخر العناصر وذلك عبر ترتيبها من الأقل أهمية إلى الأكثر أهمية. ونحدد مستوى هذه الأهمية من خلال زيادة الوزن البصري للعنصر وذلك عبر زيادة الحجم للعناصر والنصوص، أو من خلال زيادة ثقل سمات النصوص فحسب، أي الخط التخين يليه الخط الرفيع. ما يساعد على شد انتباه المشاهد إلى العنصر الأكثر أهمية ويوجه نظره إليه مباشرة، ومن ثم يتتابع النظر تسلسلاً إلى العنصر الأقل أهمية فالذي يليه. وبهذا يوجّه المشاهد نظره باتجاه محدد ويساعد على تنظيم المحتوى بطريقة آنيقة ومدرّوسة.



لاحظ تطبيق هذا المبدأ بصورة صحيحة في التصميم الأيمن بحيث أن العنوان الرئيسي هو الأكبر حجماً لأنه العنصر الأهم على عكس التصميم الأيسر.



يظهر مبدأ الهرمية في عناصر النصوص ضمن تصميم صفحة الهبوط - التصميم Landing pages للمصمم Saurabh Sharma بترخيص المشاع CC BY-NC-ND 3.0

Fluidity 3.1.8 الانسيابية

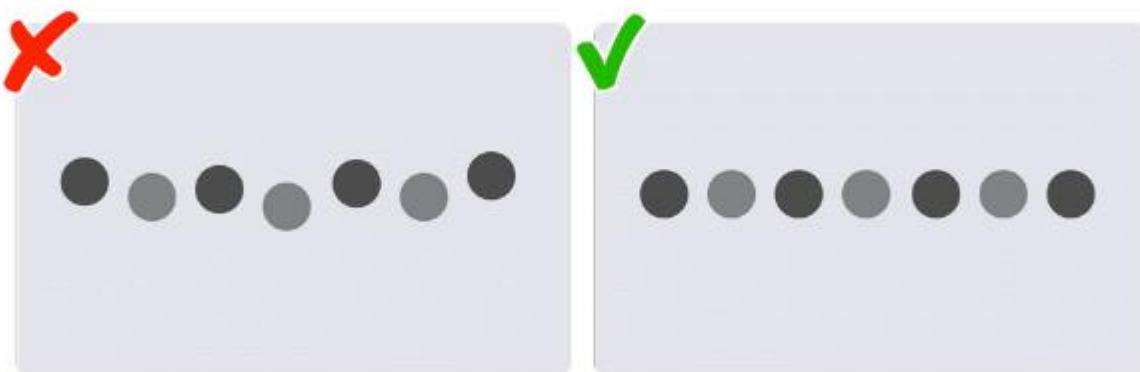
الانسيابية في التصميم تشبه الهرمية من حيث المبدأ، ففي الهرمية تترتب العناصر من حيث الأهمية، فنبدأ بالعناصر الأهم وصولاً إلى الأقل أهمية. أما في الانسيابية، فلا يتوقف تسلسل العناصر بهذه الطريقة بل تستمرة من العنصر الأقل أهمية إلى الأكثر أهمية ثم تتتابع العناصر تدرجها ولكن هذه المرة إلى الأقل أهمية أيضاً، أو العكس من الأكثر أهمية إلى الأقل ثم إلى الأكثر أهمية مجدداً. ويُعرف هذا المبدأ بالتدفق أيضاً، والفرض منه توجيه عين المشاهد باتجاه محدد بحسب اتجاه التدفق أو اتجاه انسياب تسلسل العناصر بحسب الأهمية.



لاحظ كيفية تدفق العناصر بانسيابية في التصميم الأيمن من الأصغر والفاتح في الأعلى إلى الداكن والأكبر في الوسط ثم إلى الأصغر والفاتح في الأسفل، عكس التصميم الأيسر الذي يشعرك بالفوضى وعدم الراحة للمشاهدة.

3.1.9 المحاذاة Alignment

وهو توزيع وترتيب العناصر على محور واحد وهمي، ما يصنع اتصالاً مرجياً بين العناصر المختلفة. ويساعد تطبيق هذا المبدأ على تنظيم مظهر التصميم وإزالة التشوهات التصميمية المزعجة للنظر. ويمكن محاذاة العناصر بشكل أفقي أو عمودي أو حتى مائل، كما تنقسم المحاذة على المحاور بحسب الاتجاهات مثل المحاذة الأفقية العلوية أو الوسطى أو السفلية، وكذلك المحاذة العمودية اليمنى أو الوسطى أو اليسرى وهكذا. ويمكن تصنيف المحاذة على أنها امتداد لمبدأ التقارب، إذ يتبعان المفهوم ذاته تقريباً.



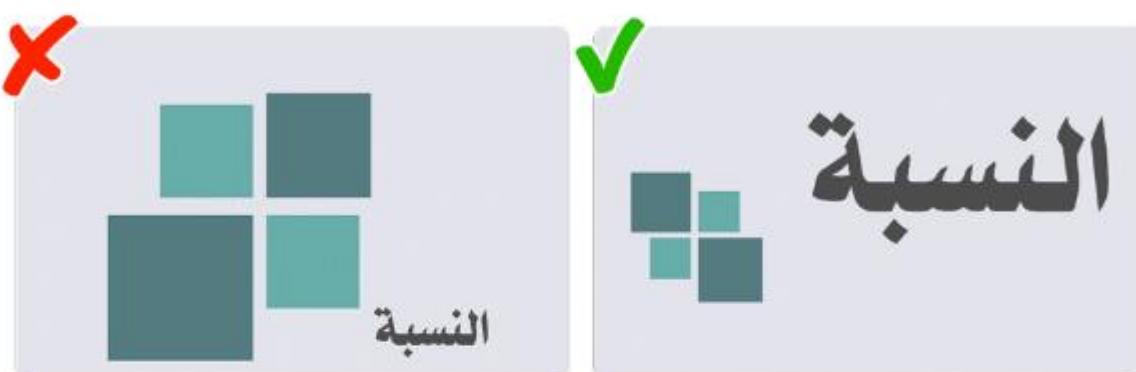
جميع العناصر في التصميم الأيمن بمحاذاة بعضها وهذا يدل على التنظيم عكس العناصر في التصميم الأيسر

لاحظ المحاذنة التامة لكافة عناصر تضم هذه الصفحة من نصوص وصور احدى المجالات، ما منحها أناقة وذوقاً وجاذبية

Copyright © Fahd Tohry | VERLAG | Magazine Template CC BY-NC-ND 3.0 للمصمم Fahd Tohry بترخيص المشاع

3.1.10 Proportion النسبة

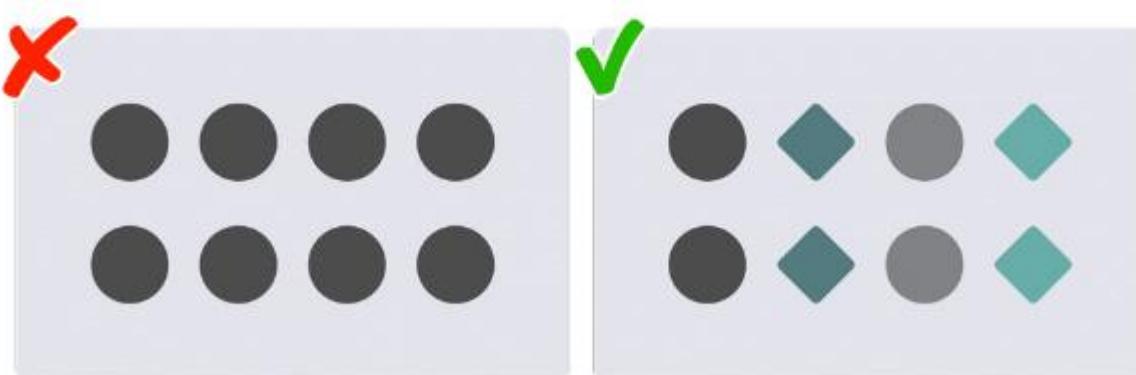
النسبة هي الحجم المرئي والوزن البصري للعناصر في التصميم وكيفية ارتباطها بعضها البعض، تعد النسبة من أسهل مبادئ التصميم لفهم، فهي مقدار حجم العناصر بالنسبة لبعضها البعض. وبالتالي توجه عيون المشاهد إلى ما هو مهم في التصميم، فعادة ما تكون العناصر الأكبر هي الأكثر أهمية، وبمجرد إتقان المحاذنة والتوازن والتباين، يجب أن تظهر النسبة بصورة طبيعية.



لاحظ الوزن البصري التفيلي للنص والذي يشير إلى أهميته بالنسبة للعناصر الأخرى

3.1.11 Variety التنوع

يستخدم مبدأ التنوع في التصميم لتحفيز اهتمام المشاهد بصرياً للتصميم، ويمكن إنشاؤه بعناصر مختلفة مثل اللون والنص والصور والأشكال وغيرها الكثير. وتجنب استخدام التنوع إنشاء تصميم رتيب وفقدان اهتمام المشاهد. فمن المهم عند استخدام مبدأ التنوع مراعاة عدم المبالغة فيه لأن ذلك سيتسبب في إثقال وزن التصميم العام وإحداث الفوضى وبالتالي خسارة الهدف من تطبيق هذا المبدأ.



مع تطبيق مبادئ المحاذنة والإيقاع والتوازن والتكرارية، فإن التنوع في التصميم الأيمن زاد من جمالية التصميم وأبعد الملل منه كما هو الحال في التصميم الأيسر

3.1.12 التركيز Emphasis

يهدف مبدأ التركيز إلى التأكيد على أهمية العناصر في التصميم، وإلى الترتيب الذي يجب أن يكون عليه، وبناءً عليه فإن أهم المعلومات التي تحتاج إلى إظهارها في التصميم يجب أن تكون بارزة ويجب التركيز عليها. وتكون العناصر المهمة بارزة بتكبير حجمها ووضعها في موقع بارز مثل منتصف التصميم أو بالقرب منه، واستخدام نظرية الألوان لاختيار اللون الأكثر جرأة ولفتاً للانتباه وتوظيف مبدأ التباين إن احتاج الأمر لتكون بارزة أكثر. على سبيل المثال في تصميم ملصق فيلم ما، فإن أول ما يجب أن يُرى هو عنوان الفيلم، ثم يمكن أن يكون اسم المخرج وبعد ذلك أسماء الممثلين والممثلات.



تعقد المصمم في لوحة الإعلانات أن يضع صورة البرجر في حجم أكبر من باقي العناصر وفي موضع مميز وبلون خلفية مميزة بغية التركيز على هذا العنصر ما يجعل المشاهد ينظر إلى هذه الصورة أولاً ويفهم المقصود من التصميم وتصل الرسالة

صورة التصميم [Burger Billboard](#) للمصمم [arch shimul](#) المشاع CC BY-NC-ND 3.0



عنصر النص الأكبر أهمية في التصميم يجب أن يكون بارزاً من خلال زيادة وزنه البصري عبر اللون الداكن والحجم الأكبر والموضع البارز كما في التصميم الأيمن.

3.1.13 الحركة Movement

يشير مبدأ الحركة إلى كيفية تفاعل العين البشرية مع التصميم، وتوجيهها باتجاه العناصر الأكثر أهمية مما يليها. لذلك يجب أن يكون العنصر الأكثر أهمية في التصميم هو أول ما يراه المشاهد، وبعد ذلك تحتاج إلى توجيه المشاهد إلى العنصر التالي الأقل أهمية، فالذي يليه وهكذا. على سبيل المثال في ملصق إعلاني لمحاضرة ما، يجب أن يكون عنوان المحاضرة هو أول ما يشاهده الجمهور ثم مكان المحاضرة ثم وقت بدء المحاضرة، وعليه يجب أن يمنح العنوان الوزن الأثقل لكونه العنصر الأهم ومن ثم المكان ثم الزمان.

CLIENTS PORTFOLIO ABOUT CONTACT

FOOD STYLING FOR PHOTOGRAPHY



01

New Work



02

[View Gallery](#)



03

Editorial



04

Sweet



05

Savory

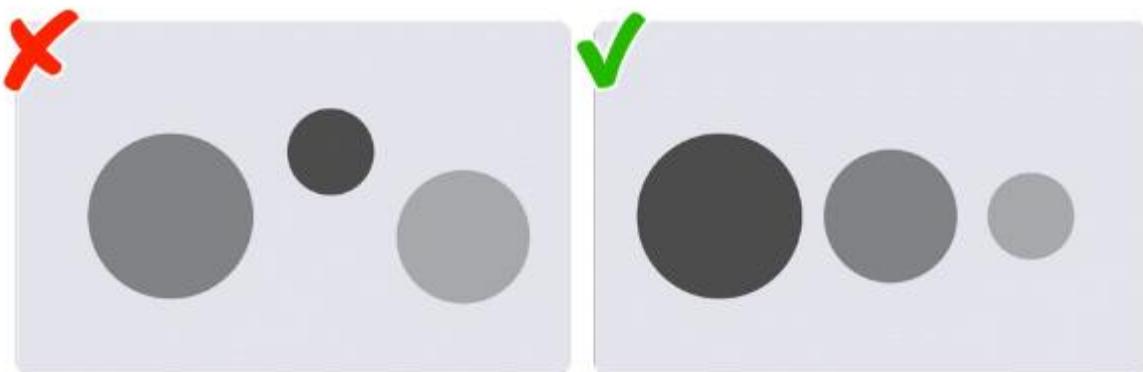


06

For Fun

تساعد الأرقام المتسلسلة والمائلة على توجيه نظر المشاهد باتجاه ترتيب العدد بذلك يتحقق مبدأ الحركة

الصورة لموقع [AbbyStolfo](#)

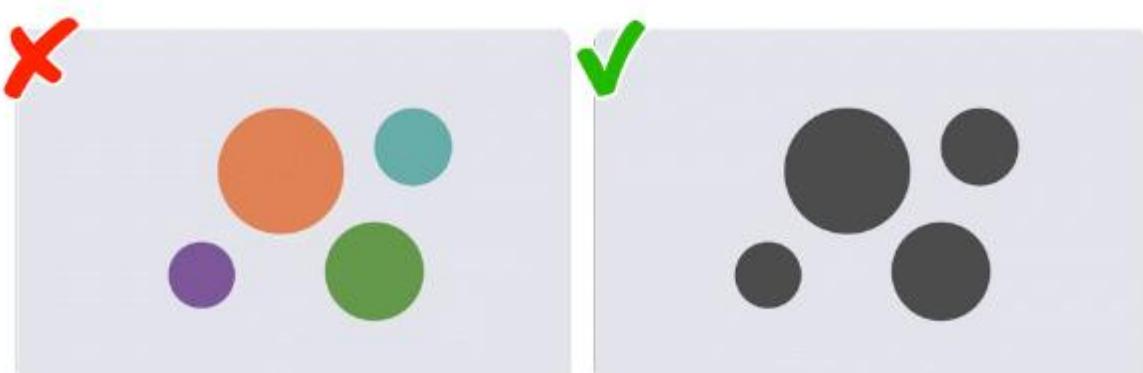


تنافع عين المشاهد للتصميم الأيمن عبر الحركة الداكنة الكبيرة باتجاه الصغيرة الفاتحة بطريقة متخلطة ومرحة،
عكس حركة عين المشاهد للتصميم الأيسر

Unity 3.1.14 الوحدة

يشير مبدأ الوحدة إلى مدى جودة عمل جميع عناصر التصميم معًا، حيث يجب أن تتلاع姆 عناصر التصميم معًا وتشعر وكأنها تنتهي لبعضها البعض. ويجب تطبيق جميع مبادئ التصميم الأخرى معًا لمحاولة إنشاء تصميم موحد. فمبدأ الوحدة ينظم ويربط العناصر ببعضها. ولتحقيق الوحدة في التصميم فإنه يجب تطبيق مبادئ البساطة والتقارب والتكرارية. وقد يبالغ بعض المصممين في سعيهم لتحقيق الوحدة في التصميم بحيث يصممون تراكيب موحدة ومتابهة ضمن التصميم لدرجة أنها تبدو مملة، لذلك يجب أن يتم تطبيق مبدأ التنوع هنا ولكن بحذر ودون مبالغة أيضًا.

غالبًا ما تستخدم الشركات الألوان لتوحيد كل عنصر من عناصر تصاميمها، سواء كان ذلك للشعار أو لموقع الويب أو حتى في المتجر. وهناك أمثلة كثيرة على ذلك، فالمطاعم مثل ماكدونالدز وشركات الشحن مثل DHL وغيرها، تستخدم لونًا محددًا لشعارها وموقعها الإلكتروني ولباس موظفيها وديكور أماكن عملها ولصاقات سياراتها، ما يحقق الوحدة للعلامة التجارية والهوية البصرية للشركة بأكملها.



وحدة التصميم الأيمن زادت من جودة وجمالية التصميم بحيث انتهت جميع العناصر لبعضها على عكس التصميم الأيسر



مثال على الوحدة في التصميم للعلامة التجارية لشركة الشحن العالمية DHL من موقع أخبارية

3.2 خاتمة

لاحظنا مما سبق كيفية التأثير وترك الانطباع الجيد عند تطبيق هذه المبادئ في التصميم، والفرق بين المصممين المحترفين وبين المبتدئين هو تطبيق المحترفين لهذه المبادئ بدقة وحرص، ما يجعل التصاميم أكثر احترافية وأناقة وجماًلاً. بمجرد النظر إلى تصميم رديء لمصمم مبتدأ ستلاحظ على الفور غياب هذه المبادئ عن تصميمه ولو أنه أعاد التصميم ذاته مع تطبيق هذه المبادئ فسيتحول التصميم الرديء إلى تصميم احترافي وجميل. ومع ذلك ليس من الضروري تطبيق جميع هذه المبادئ دفعة واحدة على تصميم واحد، إنما نطبق المبادئ التي يحتاجها التصميم لارتقاء بمستواه، وقد لا تحتاج في بعض التصاميم سوى إلى تطبيق مبدأ واحد فقط، الأمر كله يتعلق بالتصميم. سنتحدث في الفصل التالي عن أشهر وأقوى نظرية في عالم تصميم الرسوميات وهي نظرية الألوان.

4. الألوان في تصميم الرسوميات

ونظرية الألوان

اللون هو أحد أهم عناصر التصميم، فهو موجود في جميع التصاميم بما فيها التصاميم بالأبيض والأسود لأنها تحوي بذلك لونين هما اللون الأبيض واللون الأسود. إذا لا يوجد تصميم بدون ألوان حتى وإن كانت بلون واحد. فاللون أساس أي تصميم، لهذا يجب الاهتمام بهذا العنصر وفهم كل ما يتعلق به ليكون أحد أهم أسباب نجاح أي تصميم.

4.1 ما هو اللون؟

نحن ندرك اللون عبر انعكاس الضوء على الأشياء الملونة إلى داخل أعيننا ل تقوم مستقبلات الضوء داخل أعيننا بإرسال إشارات عصبية إلى الدماغ فندرك اللون الذي نشاهده. إذا اللون هو الإدراك الذي يوفر بعدها مهفاً في الاتصال المرئي مع ما حولنا. وبعد تأثير اللون أكبر من باقي العناصر وخاصة التأثير المزاجي على المشاهد، ويشكل العنصر الأهم من عناصر الهوية البصرية لأي علامة تجارية. وقد أسس العديد من العلماء نظريات عدة لللون كما درسوا فلسفته وكتبوا عن ذلك العديد من الكتب والمقالات.

الأشكال والألوان وترتيبها هي العناصر الأساسية للتصميم، ومن بين هذه العناصر، يمكن القول إن اللون هو أقوى سلاح في ترسانة المصمم.

.Understanding color – An introduction for designers من كتاب Linda Holtzschue



4.2 أهمية اللون

تبعد أهمية اللون من كونه العنصر الأهم والأكثر تأثيراً في التصميم، وعلى الرغم من أن اللون يتغير مشاعر متباينة ومختلفة من شخص لآخر بحسب مزاجه وثقافته، إلا أن الاستخدام الصحيح والمدروس لللون في التصميم يساعد على ترسیخ العلامة التجارية للشركات ويزيد الموثوقية والانتشار الواسع للمنتجات.

على سبيل المثال لو أنه دخلت متجرًا استهلاكياً ضخماً ومشيت في ممر المشروبات الغازية باحثًا عن عبوة لمشروبات غازية من كوكاكولا، فإنك لن تبحث في ملايين العبوات على الرفوف عن أسماء المشروبات أو شعاراتها، بل تبحث بالتأكيد عن العبوات الحمراء بدرجة لونها المميز، وعندما تلمحها من بعيد فإنك تتجه بسرعة نحوها ثم تحملها لتأكد من اسم وشعار المشروب بعد أن أدركت أنه اللون المطلوب. إذاً أصبح اللون الأحمر عندما نبحث عن مشروبات غازية يدل على علامة كوكاكولا تحديداً، وهذا هو تأثير اللون على المستهلكين ومقدراته على الانتشار بالسوق، والأمثلة على ذلك كثيرة.

ومن هنا نستنتج أهمية اللون في التصميم وتأثيره على العملاء، إذ لدى اللون القدرة والقدرة لضمان نجاح أو فشل أعمال الشركات في التأثير على العملاء، فكما أن له دوراً في نجاح علامة تجارية ما، فإن استخدام الخاطئ وغير المدروس سيكون له أثر سلبي ويسبب الفشل.

لنفترض أنه طلب منك كمصمم أن تصمم الهوية البصرية لعلامة تجارية تعنى بإنتاج ألعاب الأطفال بحيث سيكون السوق الرئيسية المستهدفة في الهند، فإذا اعتمدت اللون البني لتصميمك فسيكون الفشل الذريع

مصير تلك الشركة، لأن اللون البنبي في الهند يشير إلى الحداد والموت والحزن، وهذا لا ينطبق مع منتجات ألعاب الأطفال التي تدعو للفرح والسعادة، فإذا ما وضع منتجات هذه الشركة على رفوف المتاجر هناك بجانب المنتجات المنافسة الأخرى التي تزيينت بالألوان الزاهية فلن يشتري أحد هذه المنتجات بسبب فشل في اختيار الألوان الصحيحة.

على المصممين جميئاً فهم ماهية اللون ونظرياته ودراسة تأثيراته على المجتمعات المستهدفة من خلال فهم ثقافاتهم وطبيعة الرسالة والهدف من التصميم.



الصورة بواسطة [Tom Radetzki](#) من موقع [Unsplash](#)

4.3 المصطلحات المحددة لسمات الألوان

عندما تسير في سوق الألبسة سيلفت انتباهاك الألوان المختلفة للألبسة، فهذا أزرق فاتح وذاك أخضر داكن ولكن الذي بجانبه داكن أكثر قليلاً وهناك ما هو أفتح درجة لونية منه. هناك العديد من الدرجات للألوان، ولاستخراج تلك الدرجات المختلفة من كل لون، هناك علامات ومصطلحات رئيسية محددة للحصول على

Tone الألوان المختلفة من الألوان، وهي الصبغة Hue والسطوع Shade والتظليل Tint والدرجة اللونية Value. والتشبع Chroma والصفاء Saturation.

من خلال الدراسات والأبحاث المتعلقة باللون، ظهرت مصطلحات خاصة تتطبق على مجالات مختلفة في تطبيقات اللون. المصطلحات الثلاثة الأكثر شيوعاً المرتبطة باللون هي الصبغة Hue والقيمة Value والصفاء Chroma، وتسمى أيضاً تنسيقات اللون أو مكوناته. Principles of Colour Technology من كتاب Billmeyer & Saltzman -

4.3.1 الصبغة Hue

أي نموذج من نماذج الألوان يتضمن ألواناً رئيسية نقية تستخرج منها باقي الألوان بكافة درجاتها عبر تنسيقات معينة، فعلى سبيل المثال يتتألف نموذج اللون RGB من ثلاثة ألوان رئيسية هي الأحمر والأخضر والأزرق، وتخالف هذه الألوان الرئيسية كما يختلف عددها من نموذج اللون الآخر، وتخالف نتائج دمج هذه الألوان بحسب النظام المتبعة. وهذه الألوان مستويات للألوان الأساسية والثانوية. ومن المهم أن نعلم بأن الصبغة Hue لا تحوي اللوين الأبيض والأسود.

ويعرف اللون النقى بأنه اللون الذي لا يحوي أي درجة من اللون الأسود أو الأبيض، أي لا يحوي أي درجة من الدرجات الداكنة أو الساطعة.



4.3.2 السطوع Tint

يعزف السطوع Tint بأنه درجة اللون النقى من الصبغة Hue مضائفاً إليه مقدار معين من اللون الأبيض، وهو ما يجعل درجات ذلك اللون فاتحة وساطعة. يعمل السطوع على تفتيح اللون، لكنها لا تجعله أكثر إشراقاً، حتى وإن بدا أكثر إشراقاً إلا أنه ليس كذلك، فهو في الواقع نفس اللون ولكنه باهت أكثر. ولا يحتوي السطوع على اللون الرمادي ولا الأسود.



4.3.3 Shade التظليل

وهو عكس السطوع بحيث أنه درجة اللون النقي من الصبغة Hue مضافاً إليه مقدار معين من اللون الأسود، وهو لا يحتوي على أي من اللونين الأبيض أو الرمادي.

فالتشليل يجعل اللون داكناً أكثر، ويمكن استخدامه ببساطة في تصميم منظر طبيعي على العناصر التي لا تصلها أشعة الشمس، أي على العناصر المظللة.



التظليل Shade هو الصبغة + الأسود

4.3.4 Tone الدرجة اللونية

تعرف الدرجة اللونية Tone على أنها درجة اللون النقي من الصبغة Hue مضافاً إليه مقدار معين من اللون الرمادي فقط، وعملية دمج الألوان باللون الرمادي سيقلل من حدة اللون.



الدرجة اللونية Tone هي الصبغة + الرمادي

4.3.5 Value القيمة

وهي مقدار الفرق بين السطوع Tint والتظليل Shade للون.



Value القيمة

4.3.6 Chroma Saturation والصفاء

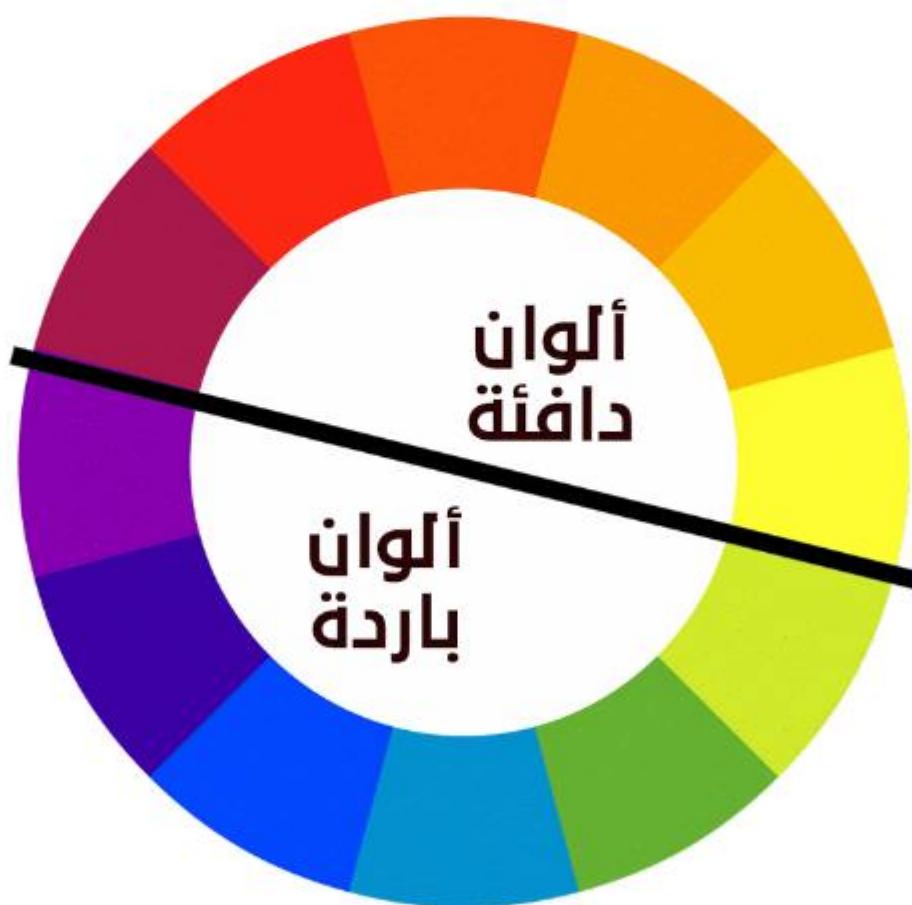
المصطلحان متقاريان جداً من حيث المعنى وأحياناً يستخدمان للغرض نفسه، ويمثلان مدى نقاه وصفاء اللون، فكلما كان اللون باهتاً أو يشوبه اختلاط مع اللون الأبيض أو الأسود أو الرمادي كان أقل تشبعاً وصفاء، وكلما قل اختلاطه بهذه الألوان المحايدة كان أكثر تشبعاً وصفاء.



Chroma Saturation والصفاء

4.4 معاني الألوان واستخداماتها في التصميم (نظرية الألوان)

اللون هو أداة حيوية يمكنها التأثير على الحالة المزاجية للمشاهدين. ومن المهم أن نتذكر أن الطريقة التي يدرك بها اللون تعتمد أيضاً على الثقافة التي نشأ فيها المشاهد وهي أيضاً مرتبطة ارتباطاً مباشراً بتجربته وفضولاته ونشسته. ونظراً لأن كل شخص يرى اللون بطريقة مختلفة، فإن هذا يعني عدم وجود لوحدة ألوان مثالية. فما يثير رد فعل ما في شخص قد يتغير رد فعل مختلف تماماً في شخص آخر، والاختلافات الثقافية تعني أن لوئاً ما يدعو للسعادة والتفاؤل في بلد ما، يمكن أن يكون محبطاً في بلد آخر، فإذا كنت ترغب في إنشاء تصميم فعال للغاية، فأنت تريد أن تفهم معاني الألوان وكيف تنقل رسالتك إلى الجمهور المستهدف. وهناك ثلاثة أنواع للألوان وهي الألوان الدافئة والباردة والمحايدة.



4.4.1 الألوان الدافئة

وهي ألوان الأحمر والبرتقالي والأصفر بدرجاتها المختلفة. على العموم، هذه الألوان حيوية ونشطة، مع دلالات إيجابية نسبياً.

ا. الأحمر

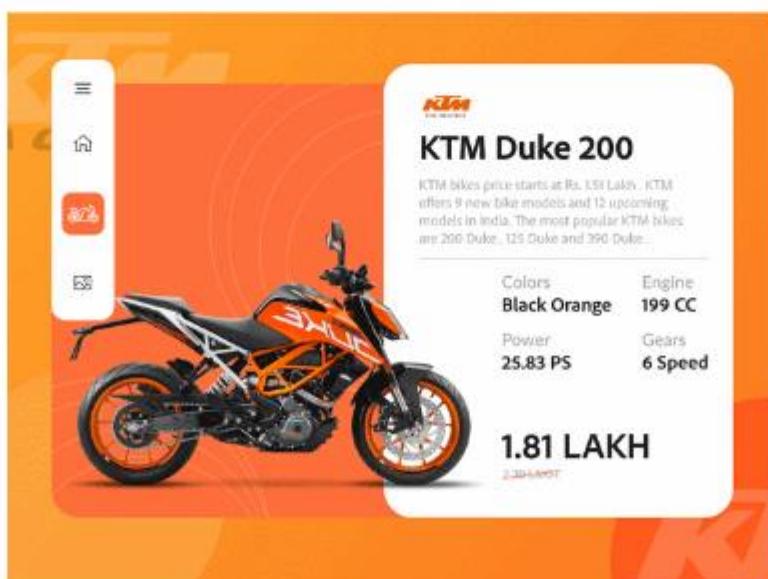
الأحمر لون النار، ويرتبط بالعاطفة والحب والشهوة. يمكن أن يرتبط أيضًا بالتحذيرات والخطر، أو حتى بالغضب. يمكن أن يكون للأحمر تأثير صحي على الناس أيضًا حيث يسبب لهم التوتر الذي قد يرفع معدل التنفس وضربات القلب لمن يعانون مشاكل صحية من هذا النوع.



تصميم CC BY-NC-ND 3.0 DMTR STFNSHN للمصمم Nissan GT-R - Landing page Concept بترخيص المشاع

ب. البرتقالي

لون البرتقالي، وهو حيوي وإيجابي، كما يمكن أن يؤدي ارتباطه بأوراق الخريف والتحولات الموسمية إلى دفع الناس يفكرون في التغيير عندما يرونه. يرتبط البرتقالي أيضًا بالتحذيرات، إلا أنها أقل قوة من الأحمر.



تصميم CC BY-NC-ND 3.0 Goprototz Design للمصمم KTM duke 200 specification page بترخيص المشاع

ج. الأصفر

لون الشمس وهو لون السعادة ويرتبط ارتباطاًوثيقاً بأشعة الشمس والأمل. يمكن أيضاً ربطه بالحذر والجبن، لكنه يبقى من أكثر الألوان إثارةً ولفظاً للانتباه.



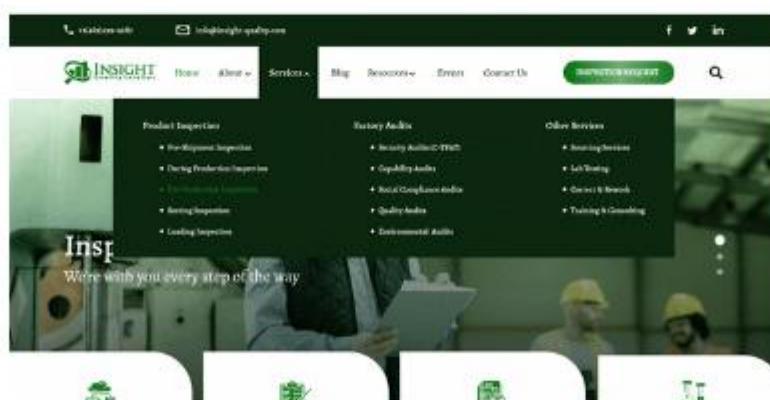
تصميم [Geo Protocol - Visual Identity and Web Design](#) للمصممين [Julia](#) و [LEAGUE | Design Agency](#)
CC BY-NC-ND 3.0 بترخيص المشاع [Zamiatina](#) و [Ieksandr Gusakov](#)

4.4.2 الألوان الباردة

هي ألوان الأخضر والأزرق والأرجواني بدرجاتها المختلفة. عموماً، هي أكثر تحفظاً واسترخاء واحترافية وهدوءاً من الألوان الدافئة.

أ. الأخضر

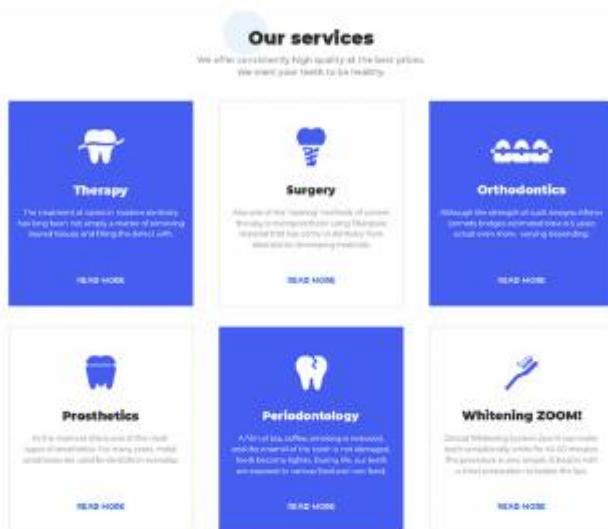
لون النبات والحياة ويعني النمو والانسجام والطبيعة ويرتبط بالثراء والمال والاستقرار.



تصميم [redesign website](#) للمصممة [Amani Abu Zanouna](#) بترخيص المشاع CC BY-NC-ND 3.0

ب. الأزرق

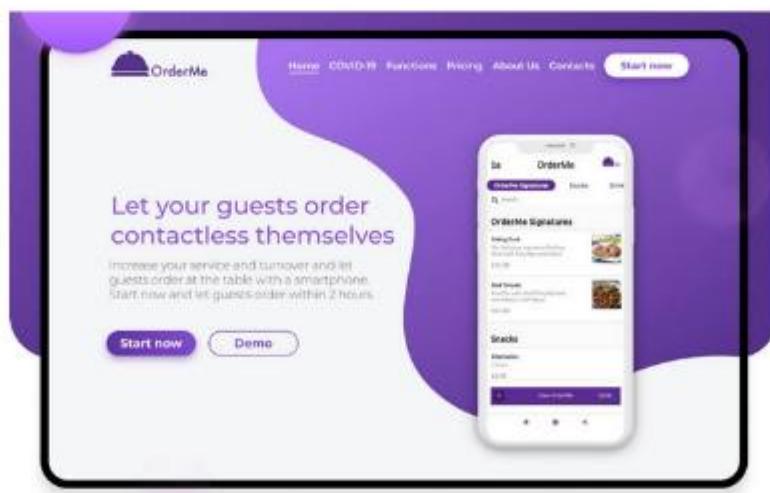
لون البحر والسماء، ويدل على الثقة والاستقرار، وهو مهدئ ويمثل أيضًا الصدق والولاء. كما أنه ينطوي على الثقة والمهنية والسلام وحتى الروحانية.



تصميم CC BY-NC-ND 3.0 للمصممة [lizaveta Yaryhina](#) بترخيص المشاع [ProDent](#)

ج. الأرجواني

لون أزهار اللافندر، وهو لون يدل على الإبداع، الخيال، الرقي، الرومانسية، ولطالما ارتبط بالفخامة والملكيّة، ولكنه يرتبط أيضًا بالغموض والسحر. الأرجواني الفاتح، مثل اللافندر، أكثر رومانسية ويرتبط بالربيع.



تصميم CC BY-NC-ND 3.0 للمصمم [Stas Ilin](#) بترخيص المشاع [OrderMe](#)

4.4.3 الألوان المحايدة

الألوان المحايدة مهمة جدًا لتصميم الرسوم لأنها تعمل غالباً كخلفية، ومن المتوقع أن تنتج التأثيرات الصحيحة بالتنسيق مع ألوان مميزة أكثر إشراقًا. ومع ذلك، يمكن أن تحمل معانيها الخاصة ورسائلها المعقدة.

ا. الأبيض

لون النقاء، ولون الحليب، ولون الغيوم ويدل على النظافة، والليونة، والتطور، والأناقة، والألوهية، وحفلات الزفاف، والملوك والإيجابية بصورة عامة. في بعض الثقافات ترتبط مع الموت والمأساة. فالأبيض والأسود يمكن أن يكون لها معانٍ مختلفة جدًا بحسب ثقافة البلد.



CC BY-NC-ND 3.0 Bilawal Shah بترخيص المشاع للمصممة Glanz Project تصميم

ب. الأسود

لون الظلام والليل والفحش، وهو لون أنيق ورacy، ولكن يمكن أيضًا أن يكون حزيناً وممثلاً للموت والحداد. ويستخدم للتعبير عن إحساس حاد أو غامض أو أنيق. الأسود هو أيضاً اللون الافتراضي للطباعة.



CC BY-NC-ND 3.0 Denitsa Damyanova بترخيص المشاع للمصممة My personal web تصميم

ج. الرمادي

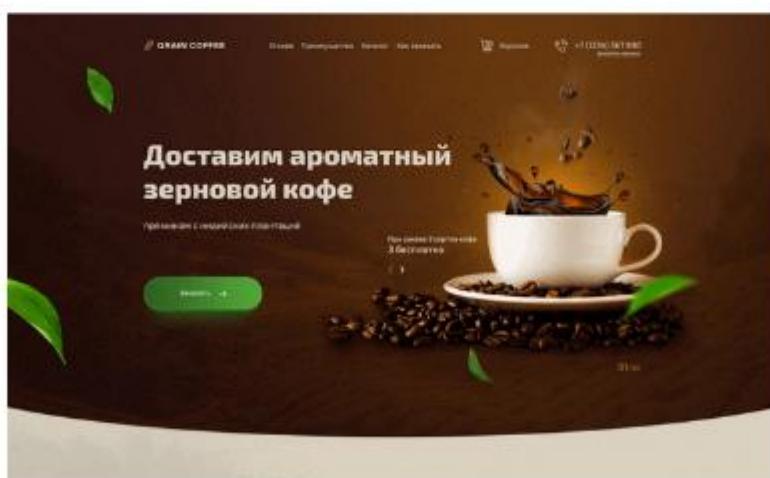
يمكن عد اللون الرمادي معقداً وقوياً، ولكن يمكن أيضاً أن يظهر على أنه ممل إذا استخدم بطريقة خاطئة. هو أحد أكثر الألوان المحايدة مرونة، حيث يمكن رؤيته على أنه دافئ أو بارد، تقليدي أو حديث. ويرتبط أيضاً بمشاعر المهنية، والرسمية، والمتطرفة، والكآبة، والممل والمزاجية.



تصميم [Skymob - Logo & Website](#) للمصممة [Detlef Aioanei](#) بترخيص المشاع [CC BY-NC-ND 3.0](#)

د. البني والبيج

لون الخشب والشوكولا، فالبني صلب ويمكن الاعتماد عليه، ويمكن أن يرتبط بالطبيعة اعتماداً على السياق الذي يستخدم فيه. بينما يمكن أن يكون البيج دافئاً أو بارداً حسب الألوان المستخدمة حوله. إنه محافظ عموماً ويكتسب دفع اللون البني أو برودة اللون الأبيض. يأخذ معنى الألوان من حوله ويتلاشى في الخلفية.



تصميم [Coffee Trading Landing Page](#) للمصممة [Tatiana Dudik](#) بترخيص المشاع [CC BY-NC-ND 3.0](#)

4.4.4 الاختلافات الثقافية

أحد المجالات التي يحتاج فيها المصممون إلى توخي الحذر خصوصاً في عملهم هو النظر في الاختلافات الثقافية بالنسبة لمعاني الألوان. على سبيل المثال، في معظم الثقافات الغربية يرتبط اللون الأبيض بالبراءة ويرتبط اللون الأسود بالموت والحداد. لكن في ثقافات أخرى، وخاصة الصين واليابان وكوريا، ودول آسيوية أخرى، يرتبط اللون الأبيض بالموت والحداد، وحتى الحظ السيئ. لذلك تختلف التأثيرات النفسية لللون على سلوك الإنسان باختلاف الثقافة.

من المهم التفكير في المكان الذي يأتي منه الجمهور المستهدف، فإذا كان غالبية المستخدمين لموقع معين قادمين من الهند على سبيل المثال، فسيكون استخدام اللون الأسود فكرة سيئة. ولكن إذا كانوا قد أتوا من البلاد العربية، فإن اللون الأخضر مرتبط بالحظ والثروة والخصوصية، والتي قد تكون بالضبط نوع الرسالة المطلوب إيصالها إلى ذلك الجمهور.

يمكنك النظر لهذا التصميم من [موقع جامعة ناني يانغ التكنولوجية](#) في سنغافورة حيث يظهر لك اختلاف تأثير الألوان بحسب المناطق حول العالم. (التصميم في الصفحة التالية).

4.5 الدائرة اللونية (عجلة الألوان)

تحضمن هذه الدائرة اللونية قياسيّاً الألوان الرئيسية الثلاث والألوان الثانوية والثالثية. وقد نشأت جميع الشروحات والتصاميم بناءً على هذه الألوان تحديداً، وهي الألوان الأساسية في دراسات نظرية الألوان. وقد صمم إسحاق نيوتن أول رسم تخطيطي دائري للألوان في عام 1666.



تأثير الألوان بحسب الثقافات

| | | | | | | | |
|------|------|---------|------|------|------|-----|---------|
| أسود | أحمر | أرجوانى | أزرق | أخضر | لصفر | بني | برتقالي |
|------|------|---------|------|------|------|-----|---------|



ثقافة الغرب

| | | | | | | | |
|--|--|---|--|---|--|--|---|
|  حصاد |  عملی |  سعادة |  حظ |  اكتاب |  ملكة |  حب |  تحذيف |
| الذهب | الراحة | مرح | غيره | ثقة | روحانية | خطر | موت |
| اليسر | استقرار | حدر | جنس | هدوء | نرونة | إثارة | حداد |



ثقافة الشرق الأقصى

| | | | | | | | |
|---|---|--|---|---|--|--|---|
|  سعادة |  الأرض |  الرجلة |  خصوبة |  أنوثة |  ثروة |  ازدهار |  الصحة |
| روحانية | الكبح | المقدس | أهل | الصحة | امتياز | ثروة حية | ازدهار |
| التكيف | حداد | ملكية | حياة | الاسترخاء | روحانيات | حيوية | استقرار |



ثقافة الهند

The image shows a horizontal row of eight circular icons, each containing a different Arabic character (م, ح, ط, أ, ر, ج, ش, س) and a corresponding word or concept below it. The icons are arranged from left to right: م (Heart), ح (Skull), ط (Eye), أ (Pencil), ر (Bone), ج (Water drop), ش (Hand), and س (Speaker). Below each icon, there is a small explanatory text in Arabic.

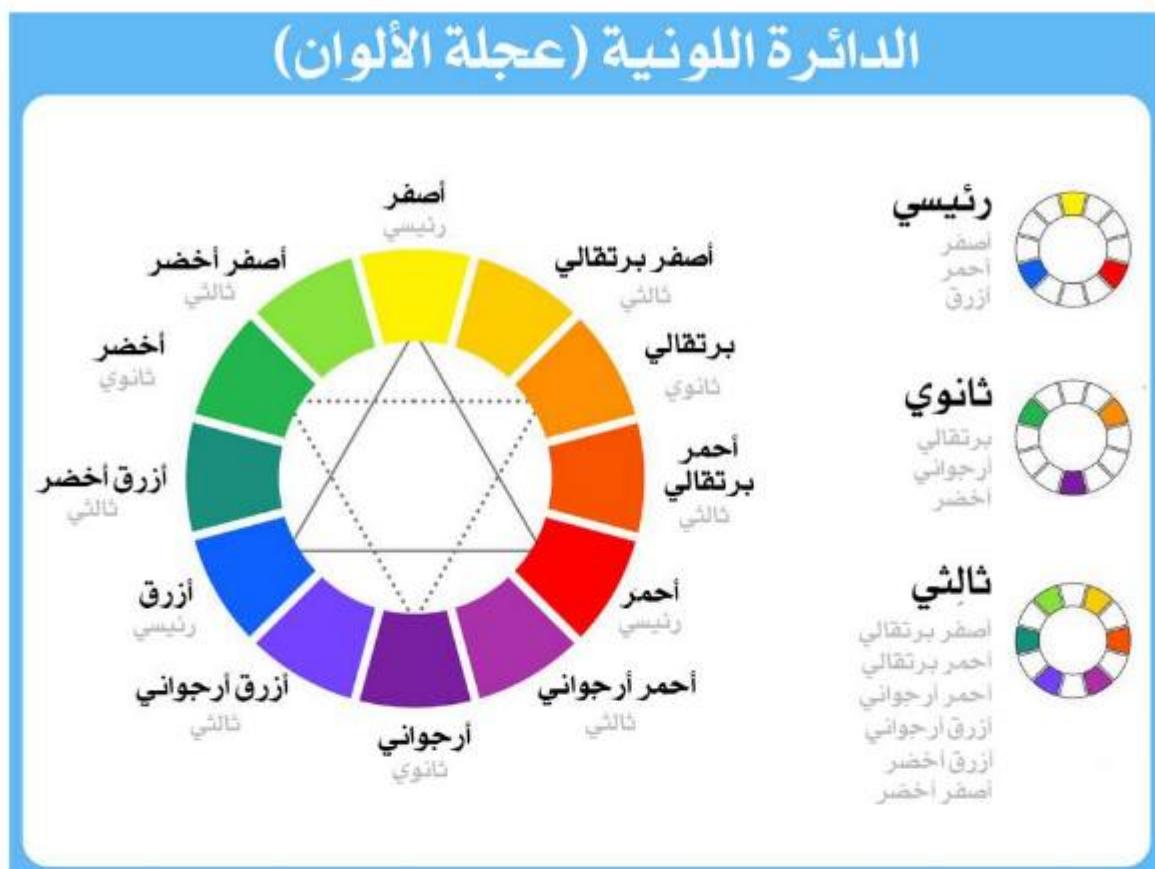
| Icon | Character | Meaning |
|------------|-----------|---------|
| Heart | م | محب |
| Skull | ح | حناد |
| Eye | ط | متقدس |
| Pencil | أ | البيشير |
| Bone | ر | أمل |
| Water drop | ج | حربة |
| Hand | ش | الراحة |
| Speaker | س | نيل |



ثقافة الشرق الأوسط

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------------------|---|-----------------------------------|---|--------------------------------|---|------------------------------|---|----------------------------------|---|---------------------------------|---|----------------------------|---|----------------------------|
|  | حداد خسارة |  | النجاجم الأرض الراحة |  | سعادة ازدهار حداد |  | قوّة خصوصية أمل |  | حداد السماء روحانية |  | ثروة الفضيلة ملكية |  | خطار حذر الضر |  | غموض حداد بعث |
|---|----------------------|---|-----------------------------------|---|--------------------------------|---|------------------------------|---|----------------------------------|---|---------------------------------|---|----------------------------|---|----------------------------|

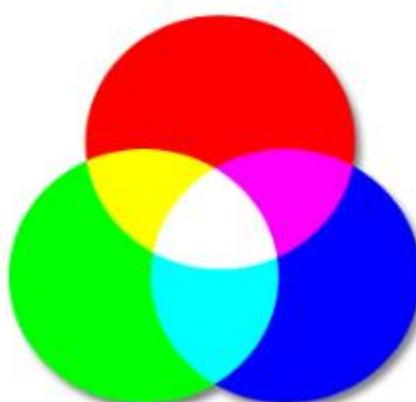
الرسم البياني يوضح رؤية القائمين على الدراسة، وقد تختلف دراسات أخرى معها حول تأثيرات الألوان تبعاً للثقافة. الألوان الرئيسية هي الأحمر والأصفر والأزرق، في نظرية الألوان التقليدية فإن الألوان الرئيسية هي الألوان الصبغية الثلاثة التي لا يمكن مزجها أو تشكيلها بأي مزيج من الألوان الأخرى. جميع الألوان الأخرى مشتقة من هذه الألوان الثلاثة. والألوان الثانوية هي الأخضر والبرتقالي والأرجواني والتي تتشكل عن طريق خلط الألوان الرئيسية. والألوان الثالثية هي أصفر برتقالي، أحمر برتقالي، أحمر بنفسجي، أزرق بنفسجي، أزرق أخضر، أصفر أخضر وتتشكل عن طريق خلط لون رئيسي مع ثانوي. هذا هو السبب في أن التدرج اللوني هو اسم مكون من كلمتين، مثل الأزرق الأخضر والأحمر البنفسجي والأصفر البرتقالي.



4.6 القواعد الرقمية لتمثيل الألوان (النماذج اللونية)

الغرض من هذه القواعد هو تسهيل تحديد الألوان بطريقة قياسية ومقبولة. وتسمى هذه القواعد بنماذج الألوان، ويمكن تصوير نموذج الألوان كمحاطط متعدد الأبعاد بالنسبة لطيف الألوان. تحتوي معظم نماذج الألوان الحديثة على ثلاثة قنوات لونية مثل RGB، وبالتالي يمكن تصويرها على أنها أشكال ثلاثية الأبعاد، في حين أن النماذج الأخرى لها أبعاد أكثر مثل CMYK. فيما يلي، سنلقي نظرة على نماذج الألوان RGB و HSV و CMYK و LAB، وهي جميعها سائدة في أدوات التصميم الرقمي والطباعي ولغات البرمجة الحالية.

RGB 4.6.1



نموذج الألوان **RGB** (الأحمر Red والأخضر Green والأزرق Blu) هو الأكثر شهرة والأكثر استخداماً كل يوم. يحدد مساحة اللون من حيث ثلاثة مكونات وهي الأحمر والأخضر والأزرق وجميعها تتراوح قيمتها من 0-255. ويستخدم هذا النموذج في عمل تصاميم الخاصة بالشاشات مثل تصاميم الويب وتطبيقات الهواتف المحمولة وتطبيقات سطح المكتب.

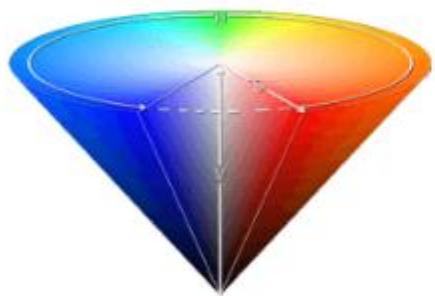
نموذج ألوان RGB هو نموذج مضاد، أي أنه ينشأ من خلال دمج قيم الألوان الأحمر والأخضر والأزرق (المعروف باسم الألوان الرئيسية الثلاثة) لإعادة إنتاج الألوان الأخرى.

على سبيل المثال، يمكن تمثيل اللون "الأحمر" بالقيم التالية: [R = 255, G = 0, B = 0]، واللون "البنفسجي" بالقيم التالية: [R = 238, G = 130, B = 238]

HSB 4.6.2

يحدد نموذج الألوان HSB بالسمات التالية (الصبغة Hue، التشبع Saturation، السطوع Brightness).

الصبغة: نوع اللون (مثل الأحمر أو الأزرق أو الأصفر). وتتراوح قيمته بين 0 إلى 360 درجة في الغالبية العظمى من التطبيقات.



الصورة من [Wikia](#)

التشبع: شدة اللون. وتتراوح قيمته من 0% إلى 100% (0 يعني عدم وجود لون و 100 يعني لون كثيف مشبع). وتسمى أحياً "الصفاء" كما ذكرنا سابقاً.

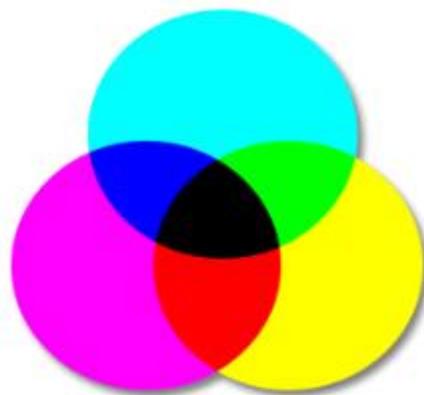
السطوع (أو القيمة): سطوع اللون. وتتراوح قيمته من 0% إلى 100% (0 دائماً أسود اعتماداً على التشبع وقد يكون 100 أبيض أو لون مشبع أكثر أو أقل).

ويعرف نموذج HSB أيضاً باسم نموذج HSV (الصبغة والتشبع والقيمة). أنشئ نموذج HSV في عام 1978 بواسطة Alvy Ray Smith.

CMYK 4.6.3

النموذج اللوني CMYK، المعروف أيضاً باسم CMJN، يرمز إلى: أزرق سماوي Cyan، أرجواني Magenta، أصفر Yellow وأسود black. وتتراوح قيم جميعها من 0% إلى 100% في معظم التطبيقات. إنه نموذج ألوان يستخدم في الطباعة الملونة. ويعمل CMYK على خداع بصري يعتمد على امتصاص الضوء. المبدأ هو مزج ثلاثة ألوان واحد للسماوي والآخر للأرجواني والآخر للأصفر والتي ستعيد إنتاج الألوان الأخرى.

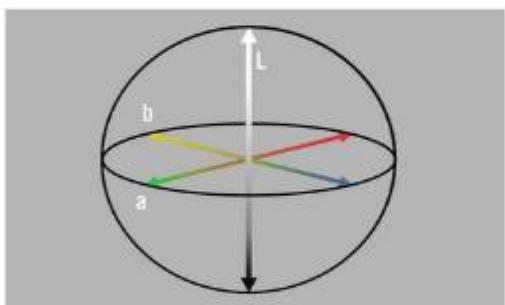
مثل نموذج ألوان RGB، يعد CMYK مزيجاً من الألوان الأساسية (السماوي والأرجواني والأصفر والأسود). ويعاني CMYK من نقص في ظلال الألوان التي تسبب ثغرات في طيف ألوان هذا النموذج. لهذا السبب غالباً ما توجد اختلافات عندما يحول شخص ما الألوان بين CMYK إلى RGB.



ويُستخدم هذا النموذج تحديداً في الأغراض الطباعية، ولهذا نحتاج للون الأسود، حيث يطبع النص عادةً باللون الأسود ويتضمن تفاصيل دقيقة، فإن لم يكن لدينا عبوة حبر سوداء في الطابعة فإن الطابعة سوف تطبع الألوان الثلاثة الأخرى فوق بعضها البعض لتمتزج وتنتج اللون الأسود، وعند الطباعة بالألوان الثلاثة فوق بعضها فإن ذلك سيتطلب محاذاة دقيقة للغاية لكل صورة أو نص يستخدم اللون الأسود. كما أن مزج الأصباغ السماوي والأرجواني والأصفر لا ينتج لوناً أسوأ نقياً.

ويمكن أن يؤدي خلط الأبحار السائلة للألوان الثلاثة معاً لجعل الورق موضع اللون الأسود رطباً، وهي مشكلة في الطباعة عالية السرعة حيث يجب أن يجف الورق بسرعة كبيرة لتجنب ظهور علامة على الورقة التالية. حتى أن الورق ذو الجودة الريدينة مثل ورق الصحف قد يتمزق إذا أصبح رطباً جداً. كما أن استخدام كمية واحدة من الحبر الأسود بدلاً من ثلاثة وحدات من أحبار الألوان الأخرى لتكوين اللون الأسود يوفر كثيراً في التكاليف فغالباً ما تكون عبوة الحبر الأسود أرخص من الملونة.

LAB 4.6.4



نموذج الألوان **LAB** والذي يعمل بمبدأ مختلف عن باقي النماذج لأنه يحدد الألوان بناءً على محاور، لذلك يعد نموذج **LAB** اللوني أكثر دقة في تحديد الألوان من بقية النماذج اللونية، يستخدم ثلاثة قيم وهي (L و A و B) لتحديد الألوان. تحدد مساحات ألوان RGB و CMYK ولوًناً عن طريق إخبار

النظام بكل لون مطلوب. يعمل النموذج LAB بطريقة أشبه بالعين البشرية، حيث يحدد لوناً باستخدام نظام ثلاثي المحاور. المحور **A** (الأخضر إلى الأحمر) والمحور **B** (الأزرق إلى الأصفر) ومحور الإضاءة **L**. وهذا يعني أنه من الأسهل الحصول على نفس اللون تماماً عبر وسائل مختلفة، ولذلك يستخدم أساساً في صناعة البلاستيك والسيارات والمنسوجات.

4.7 مخططات ولوحات الألوان

بعد أن تعرفنا على كل شيء يتعلق بالألوان وعلاقتها بتصميم الرسوميات، يجب أن نعلم كيفية استخدام الألوان في التصميم بالطريقة الصحيحة والاحترافية. يعد مخطط الألوان هو الأسلوب الذي ينشأ من خلاله

لوحات الألوان، وأما لوحات الألوان فهي مجموعة محددة من الألوان تعد بمثابة هوية التصميم اللونية بحيث تستمد ألوان التصميم من هذه اللوحة، فيكون التصميم من حيث الألوان متناسقاً ومتجانساً. ويعتمد مخطط الألوان على أنظمة خاصة تحدد علاقة الألوان ضمن لوحة الألوان ببعضها، فإذا صفت واجهتي ويب واعتمدت في الأولى على لوحة ألوان أنشأتها بنفسك وبدون الاعتماد على أحد مخططات الألوان، والثانية اعتمدت فيها على لوحة ألوان أنشأتها بناءً على أحد مخططات الألوان، فإن الواجهة الثانية ستكون بكل تأكيد أكثر تناسقاً.

4.7.1 مخططات الألوان



المخطط أحادي اللون Monochromatic color scheme: يستخدم درجات مختلفة من السطوع Tint والظلال Shade لنفس الصبغة اللونية Hue. وهو ما سيصبح التصميم أو الواجهة بتدرجات لون واحد.



مخطط الألوان المتماثل Analogous color scheme: يستخدم الألوان الموجودة بجانب بعضها على عجلة الألوان. ينتج عن ذلك تصميم متجانس بعيد كل البعد عن التباين.



مخطط الألوان التكميلي Complementary color scheme: يستخدم الألوان المقابلة على طرفي عجلة الألوان. وهو المخطط الخاص بتصاميم تعتمد على التباين. وتتوارد الألوان الدافئة والباردة معاً في التصميم ذاته.



مخطط الألوان التكميلية المنقسمة Split Complementary color scheme: يستخدم لوناً من جهة في عجلة الألوان ومن الجهة المقابلة تماماً لوني منقسمين بفارق بسيط بينهما. ويعد اللون الأول مهيمناً واللونين الآخرين ثانويين ومكملين.



مخطط الألوان الثلاثي التكميلي (Triad)

يستخدم ثلاثة ألوان متباعدة بالتساوي على عجلة الألوان.



مخطط ألوان تتراديك (Tetradic)

(التكميلى المزدوج): يستخدم مجموعتين متقابلتين من الألوان التكميلية.

4.7.2 لوحات الألوان

بعد اختيار أحد المخططات السابقة وأخذ نظرية الألوان في الحسبان والتنبه إلى معانيها ودراسة التصميم من حيث المتطلبات والهدف ودراسة الجمهور المستهدف، يجب عليك إنشاء لوحة الألوان المناسبة للتصميم، أو ابحث في موقع الإنترت المختص بلوحات الألوان، بعضها يساعدك على إنشاء لوحة ألوانك الخاصة وبعضها يحتوي على الآلاف من لوحات الألوان المعدة مسبقاً لاختيار منها، وبعضها يحوي لوحات ألوان شهيرة ذات أسماء ورموز معرفة يمكنك الاعتماد عليها واستخدامها، إليك أهم هذه المواقع.

[Colorlisa](#)

| Color Name | Hex Code |
|--|---|
| SPAR BY PER ARNOLDI | #C8363B, #3426A8, #F3647D, #E6DCDD |
| BICYCLE RIDER BY THE LOIRE BY MILTON AVERY | #F9A86A, #8B5733, #C9A87A, #6A4D4D, #332222 |

موقع يتضمن مجموعة من لوحات الألوان الشهيرة مع ذكر أسمائها وأسماء مؤلفيها.

بـ. Color Hunt .

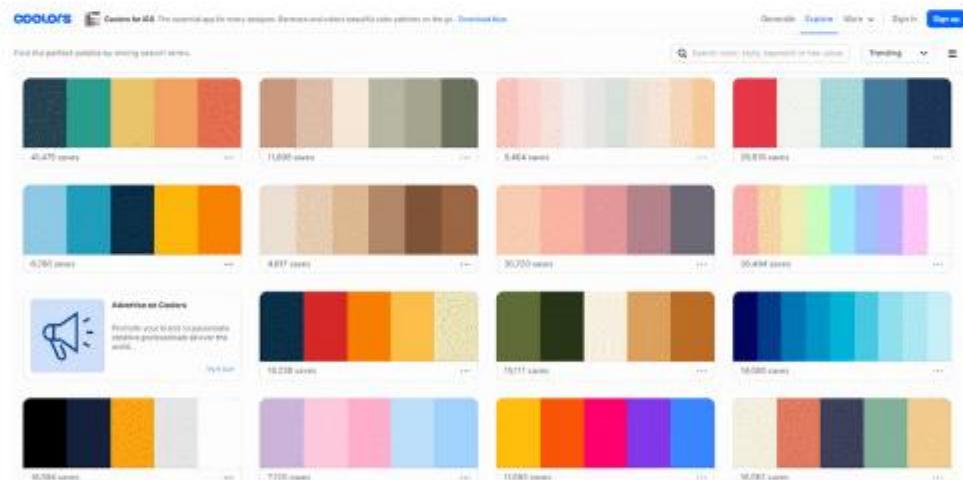
يضم مجموعة ضخمة من لوحات الألوان الجاهزة وفيه خاصية البحث، فإذا بحثت عن Winter أي الشتاء فإنه يقدم لك لوحات ألوان تتعلق بالشتاء.

ـ ٥. Canva - Color Palettes .

وهي أداة مساعدة من موقع كانفا Canva التصميمي بغية إيجاد لوحة الألوان الأنسب لتصميمك.

Paletton

تطبيق ويب متميز لاختيار لوحة الألوان.

Coolors

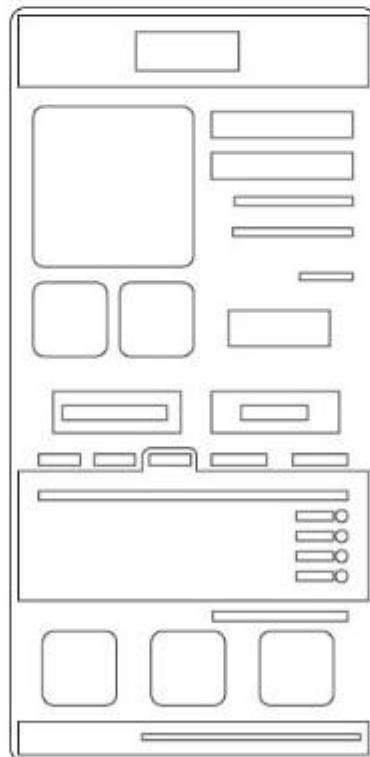
من أشهر المواقع المتخصصة في لوحات الألوان ويضم خاصية البحث والقوائم الأكثر رواجاً والأحدث.

Adobe Color .g

أقوى أداة لإنشاء لوحات الألوان اعتماداً على أحد المخططات الأساسية بشكل واضح وبما يُسر.

4.8 تجربة عملية لاختيار ألوان التصميم

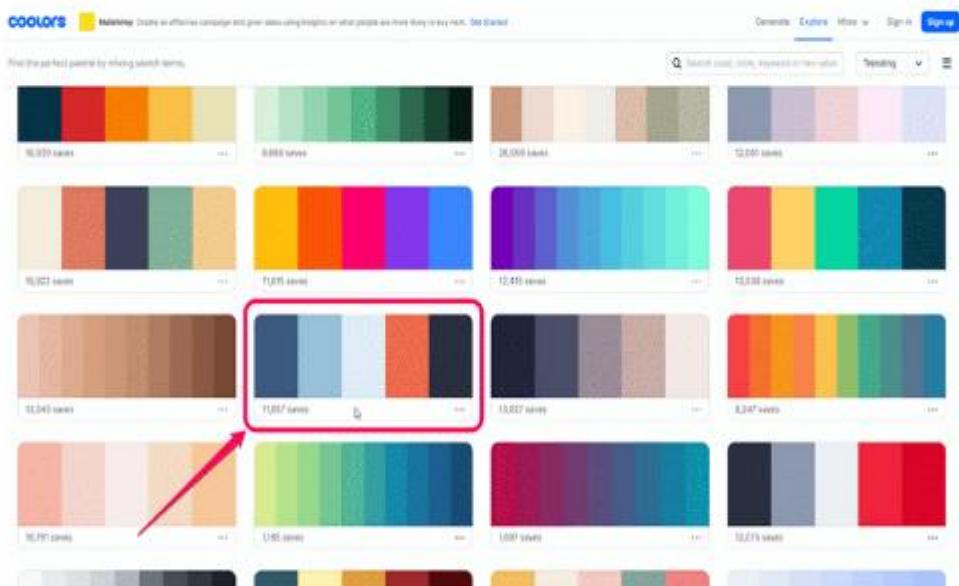
سنعمل الآن على تجربة عملية لاختيار الألوان لتصميم واجهة المستخدم لتطبيق هاتف محمول مخصص للتسوق عبر الإنترنت. نبدأ أولاً برسم التخطيط المبدئي (الشبكي) لشكل الواجهة كما في الشكل التالي:



ثم نضيف الشعار والعناصر النصية التجريبية للتطبيق.



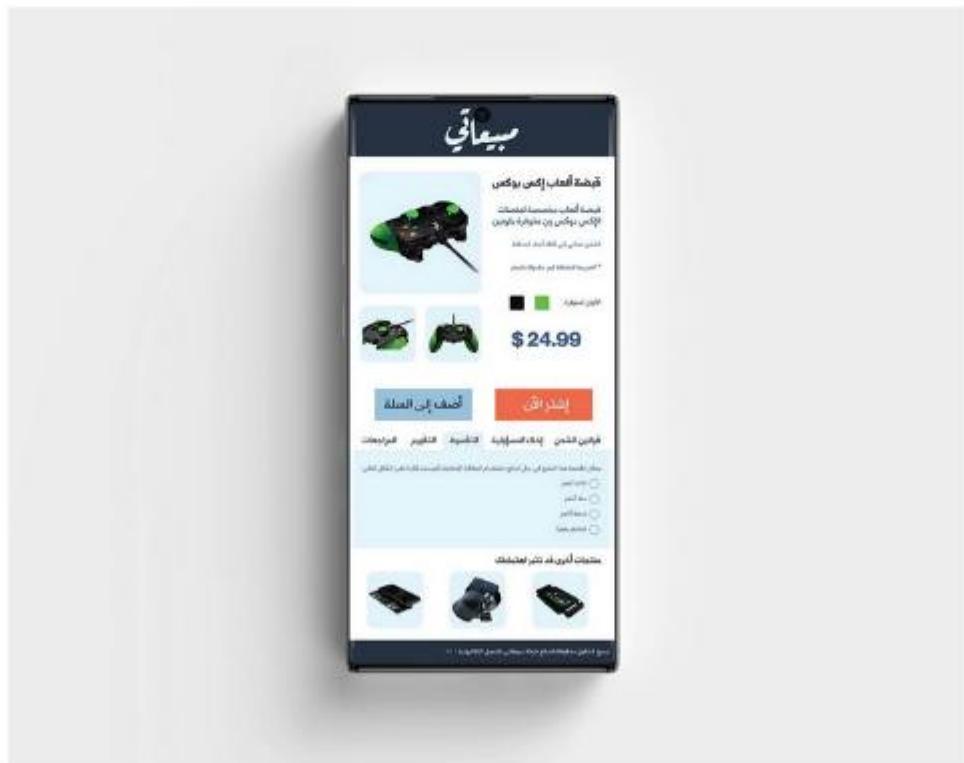
ثم نذهب إلى موقع [Coolors](#) لنبحث عن لوحة الألوان المناسبة.



اختارت هذه اللوحة مع الأخذ بالحسبان أن التطبيق موجه لمنطقة العربية، لذلك درست نظرية التأثير النفسي للألوان على جمهور هذه المنطقة ووجدت اللون الأزرق وتدرجاته تشير إلى ألوان السماء والبحار وهي ألوان مريحة وتبعد الإحساس على الثقة والراحة للشراء، وتعتقد وجود اللون الأحمر الفاتح لاستخدامه في زر الشراء حتى أحقق التباين ويكون زر الشراء عنصراً بارزاً ويجذب الانتباه والاهتمام لناحية تنفيذ عملية الشراء وهو الهدف من تصميم هذه الواجهة. واستخدمت لوحة الألوان هذه كما يلي:



وبهذا نكون قد استخدمنا ما تعلمناه في هذا الفصل عن الألوان في تصميمها هذا. يعمل المصممون المحترفون على اختيار الألوان من خلال خبرتهم بعيداً عن موقع لوحات الألوان حيث يتمكنون من تحديد النموذج اللوني الصحيح لاختيار لوحة الألوان الصحيحة للتصميم بدون العودة لهذه المرة من واقع خبرتهم.



المصدر المجاني لصور المنتجات

4.9 خاتمة

لماذا يجب أن تهتم بنظرية الألوان؟ ببساطة بسبب العلامات التجارية والتسويق والمبيعات. باستخدام هذه المعرفة الأساسية حول الألوان وأنظمة الألوان، أنت على استعداد لاتخاذ قرارات فعالة بشأن العلامة التجارية، مثل اللون الذي يجب أن يكون عليه الشعار، أو المشاعر التي تشيرها الألوان لدى المستهلكين، وعلم النفس وراء اختيارات الألوان على موقع الويب. ستساعدك معرفة نظرية الألوان في التسويق وفي فهم أفضل لأسلوب المنافسة في السوق، كما ستساعدك على جعل العلامة التجارية لعملائك مميزة وجذابة وتجنبك استخدام الألوان الرديئة التي ستؤدي إلى مبيعات سيئة.

5. برامج تصميم الرسوميات

يعتمد تصميم الرسوميات في عصرنا الحالي على البرامج والتطبيقات عبر أجهزة الكمبيوتر والأجهزة المحمولة المختلفة، وتتنوع هذه التطبيقات من حيث الاختصاصات، فهناك برامج مخصصة لتصميم الرسومات الشعاعية Vector، وأخرى خاصة بتحرير وتعديل ومعالجة الصور والرسومات النقطية Raster، وأخرى مخصصة للتصميم ثلاثي الأبعاد 3D، ويوجد أيضًا برامج خاصة بإنشاء الرسومات البيانية المتحركة (الموشن جرافيك) وتعديل الفيديو وغيرها.

كانت جميع البرامج سابقاً غير مجانية وتبعاً ضمن الأقراص المضغوطة بمبالغ ضخمة تصل للمئات وحتى الآلاف من الدولارات. لاحقاً بدأت البرمجيات مفتوحة المصدر بالظهور، وبدأنا بالعمل على برامج تصميم مجانية، والكثير منها وصل لمرحلة متقدمة من التطوير بحيث أصبح يضاهي البرامج التقليدية القوية. سنسرد تاليًا أهم برامج التصميم من مختلف الاختصاصات، ويوجد العشرات من البرامج الأخرى التي لم نذكرها لأننا تعمدنا ذكر الأهم والأشهر بين هذه البرامج فقط.

5.1 أدوبى فوتوشوب Adobe Photoshop

التصنيف: تحرير ومعالجة الصور والرسم الفني.

يمكن القول أنه البرنامج الأكثر شيوعاً لتصميم الرسوم وتعديل ومعالجة الصور، ويستخدمه ملايين الفنانين حول العالم. سواء كنت تبحث عن إنشاء لافتات أو ملصقات أو موقع ويب أو شعارات أو أي شيء مشابه فهذا البرنامج يستطيع إنشاء معظم أنواع التصميمات، على الرغم من أن أدوات إنشاء وتحرير الرسومات

الشعاعية مختصرة وليس لها مثيل في البرامج المخصصة لذلك إلا أنها تفي بالغرض في معظم الأحيان. ويحتوي على أدوات لكل مستوى من التعديلات الصغيرة إلى التصميمات المتطورة.



هو متخصص بصورة رئيسية بتحرير الصور وإجراء التعديلات عليها. لا يمكن لأي شخص في العالم أن يعتبر نفسه مصمم رسوميات إن لم يكن على دراية بهذا البرنامج. وإلى جانب تحرير الصور يمكنك إنشاء عمل فني طبيعي كالرسم بالفرشاة مع استخدام أدوات الرسم اللوحي كجهاز Wacom، كما يمكنك تحديد حجم العمل وعزل العناصر من الخلفيات وإنشاء فرش مخصصة، ومؤخراً أضيف إليه أيضاً أدوات العمل على الرسومات ثلاثية الأبعاد.

السمات العامة: غير مجاني ويحتاج إلى اشتراك شهري، يمكن تنزيله من [الموقع الرسمي](#)، ويعمل على أنظمة ويندوز وماك، ويتوفر منه نسخة مختصرة للأجهزة المحمولة بظامي [أندرويد](#) و[iOS](#).

5.2 أدوبى إيلستريتور Adobe Illustrator

التصنيف: رسومات شعاعية Vector

هو برنامج تصميم يتمحور حول تصميم الرسومات الشعاعية Vector. يمكنك إنشاء أعمال فنية، وأيقونات، وملصقات، وبطاقات الأعمال واللوحات الإعلانية المصممة من أجل الهواتف المحمولة إلى الشاشات كبيرة الحجم، ويعد أداة تصميم رسومية مثالية للأعمال الفنية التوضيحية وتحطيمات الصفحات وشعارات الشركات ونماذج مواقع الويب وأي شيء آخر تقريرياً وفقاً للمتطلبات.

من مميزاته إمكانية الاستفادة من ميزة السحب والإفلات لتحرير لوحة الأدوات في أي مكان على الشاشة. كما تتيح ميزة التحرير داخل لوحة الرسم المتعدد تحرير لوحة فنية متعددة في وقت واحد لمساعدة

المصممين على العمل بكفاءة أكبر. واجهة المستخدم سهلة الوصول وقابلة للتخصيص، يوفر ميزات عرض مخصصة وموفقة لمساحة لمساعدتك على العمل على أي جهاز، وينشئ ملفات رسومات بأحجام صغيرة نسبياً بحيث يمكن للمصممين مشاركتها بسهولة من خلال إرفاقها بالبريد الإلكتروني. ويفتحك إمكانية الوصول إلى أكثر من 90 مليون من الصور والرسومات والقوالب ومقاطع الفيديو من Adobe Stock، وتستطيع استخدام ميزة تكامل خطوط Adobe لتحديد آلاف الخطوط واختيار الخط المناسب للمشروع.



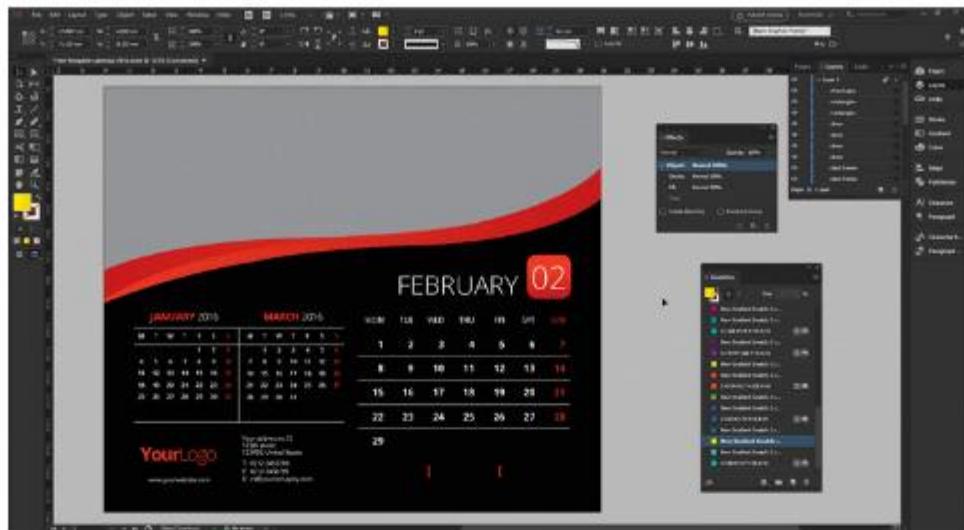
السمات العامة: غير مجاني ويحتاج إلى اشتراك شهري، يمكن تحميله من [الموقع الرسمي](#)، ويعمل على أنظمة ويندوز وماك، ويتوفر منه نسخة مختصرة للأجهزة المحمولة العاملة بنظامي [أندرويد](#) و[iOS](#).

5.3 أدوبى إن ديزاين Adobe InDesign

التصنيف: تصاميم طباعية ونشر.

يستخدم في تصميم المطبوعات بأنواعها حيث يمكنك تصميم المجلات والملصقات الإعلانية والكتب وملفات PDF التفاعلية والكتيبات وما إلى ذلك. ضمن البرنامج ميزة "ضبط التخطيط" التي تعمل على تمكين المصمم من تغيير نص النموذج، ويتم تعديل التصميم تلقائياً، وهو أمر رائع للرسوم البيانية. تضمن تقنية Sensei المدعومة بالذكاء الاصطناعي من Adobe تغيير حجم الصور وترتيبها تلقائياً. يسمح للمستخدمين بإضافة علامات إلى الفهارس، والكلمات الرئيسية، وإطارات النصوص، والحواشي السفلية، وجدول المحتويات، والتعليقات التوضيحية مع الارتباطات التشعبية. وبذلك يعد هذا البرنامج أفضل برنامج نشر مكتبي.

السمات العامة: غير مجاني ويحتاج إلى اشتراك شهري، يمكن تحميله من [الموقع الرسمي](#)، وي العمل على أنظمة ويندوز وماك.



كورل درو 5.4 CorelDraw Graphics Suite 5.4

التصنيف: رسومات شعاعية Vector

برنامج مخصص لإنشاء وتحرير الرسومات الشعاعية Vector بطريقة احترافية. يحتوي أدوات تصميم قوية لمساعدتك على العمل بشكل أسرع وأكثر ذكاءً، كما يحتوي العديد من خيارات التخصيص، سواء كنت تعمل على الشعارات أو تصميم مواقع الويب أو مشاريع الطباعة. ويحتوي على أدوات Photo-Paint لتحرير الصور وCorel Font Manager لإدارة الخطوط. يحتوي البرنامج على أدوات رسم ويب وإعدادات مسبقة لتطوير محتوى ويب إبداعي، يمكنك النشر مباشرةً من خلاله في موقع Wordpress. لديه توافقية ملفات ساحقة حيث يدعم البرنامج أكثر من 100 تنسيق ملف.



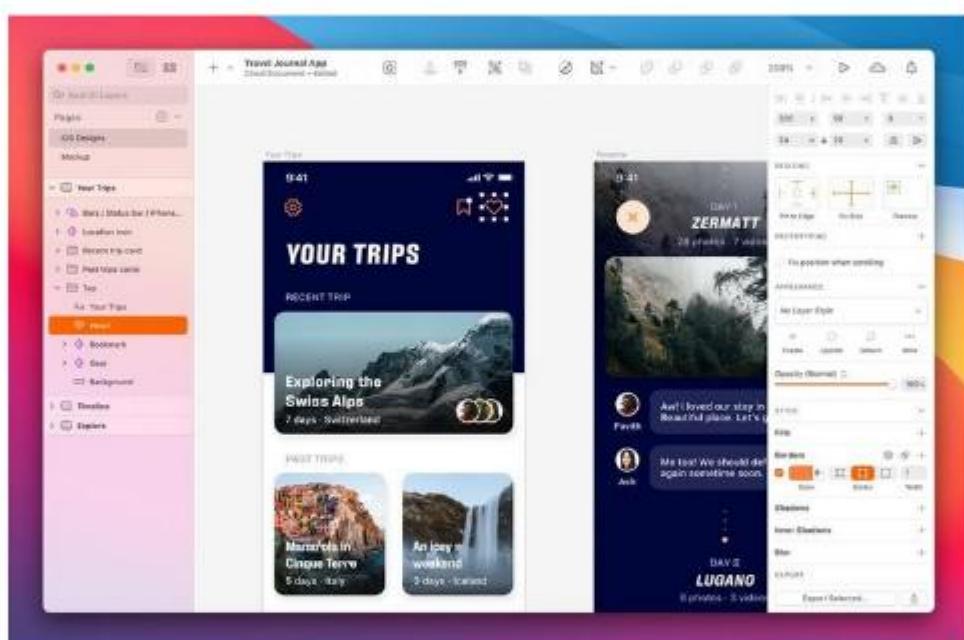
الصورة من موقع Corel

لديه مكتبة رقمية على الإنترنت والتي من خلالها يمكن للمستخدمين المسجلين الوصول إلى آلاف الصور عالية الدقة كما يوفر أكثر من 2000 قالب، و 1000 خط، وأكثر من 500 إطار تفاعلي، وأكثر من 600 تدرج لوني، ورسومات شعاعية، ورسومات نقطية وغيرها. يمكنه أيضًا فتح 35 نوعًا من الملفات، بما في ذلك EPS و SVG و PowerPoint و PDF و AutoCAD و HTML و FreeHand.

السمات العامة: غير مجاني ويحتاج إلى اشتراك شهري، يمكن تحميله من [الموقع الرسمي](#)، وي العمل على أنظمة ويندوز وماك.

Sketch 5.5

التصنيف: رسومات شعاعية Vector



الصورة من مدونة Sketch

برنامج تصميم رسومي يعمل على نظام ماك فقط ويركز على التصميم الرقمي. ويعتمد التصميم فيه على رسومات شعاعية Vector وتحتاج هذه التصميمات الرقمية لإنشاء موقع الويب والتطبيقات والواجهات. على عكس الفوتوشوب لم يصمم سكتش لتحرير الصور أو أعمال الطباعة. ولكنه الأنسب لتصميم التطبيقات والويب والواجهات وإنشاء نماذج أولية تفاعلية لأغراض تصميم واجهة المستخدم UI وتجربة الاستخدام UX. يمكنك إنشاء نموذج أولي من خلال التعاون مع مصممين آخرين على النظام الأساسي نفسه.

يحتوي البرنامج على ميزة تخطيط ذكية يتم فيها تغيير حجم المكون تلقائياً بناءً على المحتوى. هناك المئات من المكونات الإضافية في البرنامج والتي ستحتاج لك تحرير الرسومات الشعاعية وأعمال التصميم الأخرى بدقة وصولاً إلى البكسل.

يوفر مكتبة من قوالب اللوحات الفنية لأجهزة iOS وتخطيطات تصميم الويب سريعة الاستجابة، يحتاج المصممون فقط إلى تحديد لوحة الرسم والجهاز، ويمكن للمصممين العثور بسهولة على مكونات إضافية مخصصة لمهام محددة من خلال دعم المجتمع القوي حيث يتيح سهولة المشاركة والتعاون من خلال السحابة. يمكن للمصممين مشاركة الواجهة بالكامل في السحابة من خلال عملية مشاركة ملفات بسيطة، يمكن للمستخدمين تصدر أي طبقة أو مجموعة كملف PNG، ويحفظ تلقائياً جميع التغييرات في التصميم خطوة بخطوة لتجنب أي فقدان للتصميم.

السمات العامة: غير مجاني ويمكن شراؤه مرة واحدة للاستخدام الفردي أو باشتراك سنوي للفرق، يمكن تحميله من [الموقع الرسمي](#)، وي العمل على أنظمة ماك فقط.

GIMP 5.6

التصنيف: تحرير ومعالجة الصور والرسم الفني.



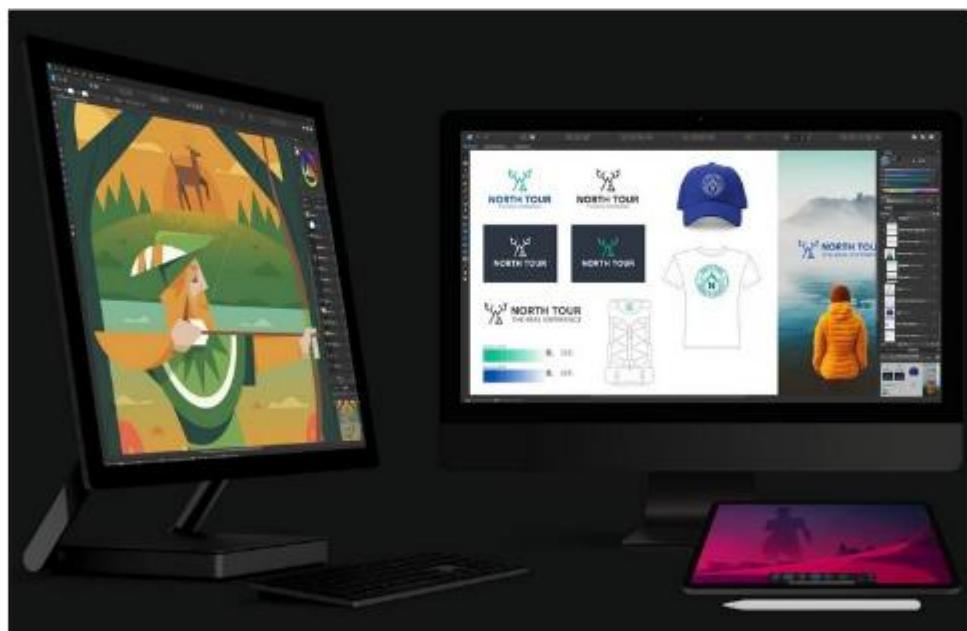
الصورة من [GNU General Public License](#) بترخيص [Wikimedia](#)

برنامج تصميم رسومي مجاني يعمل على العديد من الأنظمة مثل ويندوز ولينكس وماك. هناك العديد من المكونات الإضافية من جهات خارجية التي يمكن استخدامها فيه لتحسين إنتاجيتك وإنشاء تصميمات أفضل. يمكن أيضًا استخدامه لتنقية الصور حيث يمكنك إنشاء تركيبات إبداعية. يمكن أيضًا تصميم مكونات الواجهة والنماذج بالأحجام الطبيعية، جنبًا إلى جنب مع تصميمات الطباعة مثل الرموز والشعارات. ويعد من أقوى البديل المجانية لبرنامج الفوتوشوب.

السمات العامة: مجاني، يمكن تحميله من [الموقع الرسمي](#)، وي العمل على ويندوز ولينكس وماك.

Affinity Designer 5.7

التصنيف: التركيز على الرسومات الشعاعية Vector مع إمكانية العمل على الرسومات النقطية. يعد بديلاً أرخص لبرنامج الإلستريتور، وهو مناسب لشخص في المرحلة الأولى من حياته المهنية في التصميم. يعمل البرنامج بسلامة، مما يمكن أن يحسن سير عملك و يجعلك تعبّر عن إبداعك بحرية أكبر. يمكنك تحريك وتغيير عملك الفني بمعدل 60 إطاراً في الثانية ومن ثم رؤية التدرجات والتأثيرات والتعديلات تتغير مباشرة مع التحويلات وتحريرات المنهجي. يتيح لك العمل على مساحات العمل للرسومات الشعاعية والنقطية، ويمكنك التبديل بينها بسهولة.



الصورة من موقع [Affinity Designer](#)

يمكن أن يعمل هذا البرنامج على أي جهاز، ويمكنك إنشاء لوحات فنية غير محدودة بداخله. يوفر تطبيقًا لتصميم الرسومات لجهاز iPad بنفس الميزات المتوفرة في إصدارات سطح المكتب. توفر عناصر تحكم

متقدمة في اللون حيث يمكنك العمل في مساحات ألوان RGB أو LAB تصل إلى 32 بت لكل قناة، يمكنك العثور على مجموعة واسعة من أدوات في البرنامج والتي يمكن استخدامها لتحقيق مستوى عالي من الدقة والإنتاجية. الشبكات والأدلة قابلة للتخصيص بالكامل، حيث يمكنك تغيير التباعد والأقسام الفرعية والزوايا وما إلى ذلك. ميزة أخرى قوية لهذا البرنامج وهي أنك تحصل على دقة النقطة العائمة من خلال تكبير عملك الفني، حتى بأكثر من مليون نسبة مئوية.

السمات العامة: غير مجاني، يمكن تحميله من [الموقع الرسمي](#)، وي العمل على ويندوز وماك و iPad.

5.8 جرافيت ديزاينر Gravit Designer

التصنيف: رسومات شعاعية Vector



الصورة من موقع [Gravit Designer](#)

هذا برنامج مجاني آخر لتصميم الرسومات الشعاعية Vector. في هذا البرنامج يمكنك إنشاء الشعارات وتحرير الصور وإنشاء الرسوم المتحركة والرسوم التوضيحية. كما أنه مناسب لجميع أنواع وظائف التصميم من تصميمات الشاشة والتطبيقات والأيقونات إلى العروض التقديمية والرسوم المتحركة. لا يحتوي Gravit على نسخة غير متصلة بالإنترنت في الخطة المجانية.

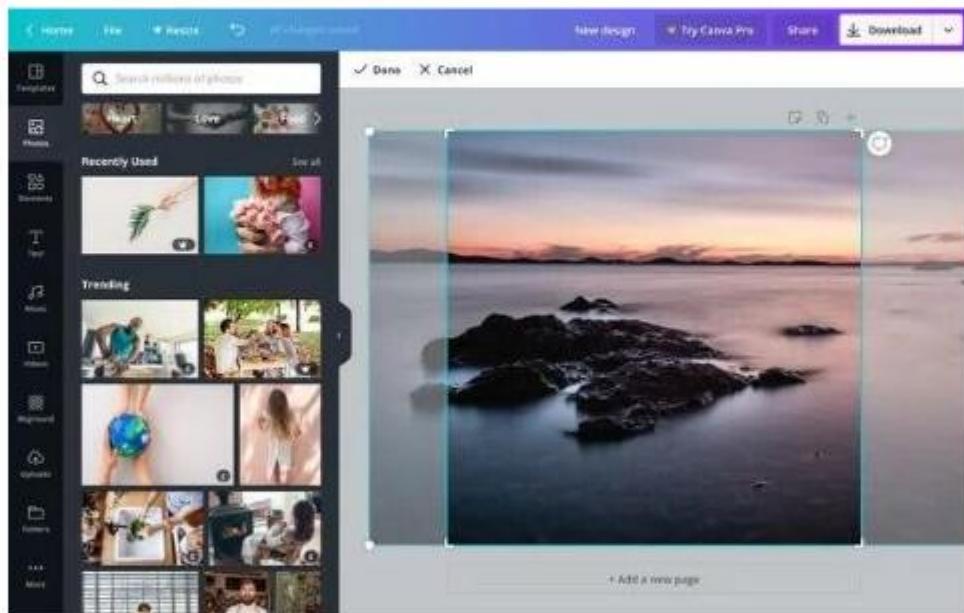
البرنامج قابل للتخصيص بالكامل وفقاً لاحتياجات المستخدم. الإصدار الاحترافي من Gravit ليس مجانياً ولديه ميزات أكثر تقدماً مثل خيارات التصدير المتقدمة، والإصدار غير المتصل بالإنترنت، والمزيد من مساحة الألوان، وما إلى ذلك. يمكنك التصدير بتنسيق PDF أو SVG أو صورة نقطية، ويمكنك الوصول إلى خدمة Gravit Cloud التي تمكّنك من الوصول إلى عملك أينما كنت.

السمات العامة: مجاني مع توفر نسخة احترافية مدفوعة بمميزات إضافية، يمكن تحميله من [الموقع الرسمي](#)، وي العمل على أنظمة ويندوز ولينكس وماك و OS Chrome.

Canva 5.9

التصنيف: تصاميم بقوالب جاهزة وعروض تقديمية.

إذا لم تكن لديك خبرة سابقة في التصميم وكانت تبحث عن شيء سهل للغاية، فإن Canva يناسبك تماماً. حيث يتيح لك هذا التطبيق المجاني عبر الإنترنت إنشاء تصميمات بسهولة وبسرعة. هناك الكثير من القوالب والصور والخطوط، والعديد منها مجاني للاستخدام. يعمل Canva على مفهوم السحب والإفلات، حيث تحتاج فقط إلى تحديد العناصر وسحبها إلى منطقة عملك وتخصيصها.



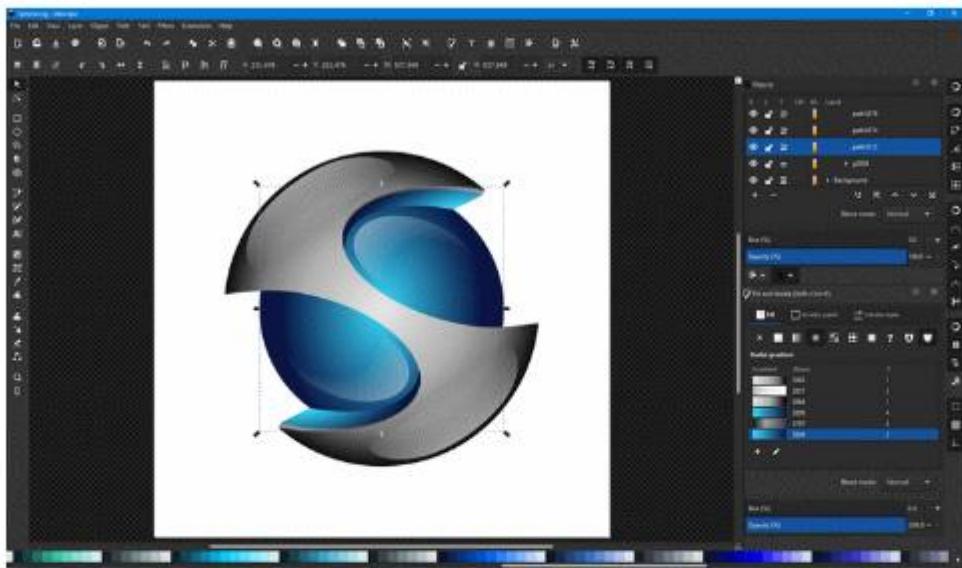
الصورة من موقع [Canva](#)

لا يوفر لك هذا البرنامج ميزات متقدمة مثل Photoshop. ومع ذلك، فإنه يلبي احتياجات التصميم للمبتدئين الذين لا يرغبون في الدخول في عملية التعلم وشراء البرنامج المتميزة. يتوفر Canva كتطبيق تصميم رسومي يمكن استخدامه في أجهزة Apple و Android. الميزات الأساسية في Canva مجانية ومع ذلك، يجب عليك الدفع إذا كنت ترغب في استخدام المزيد من الميزات فيه.

السمات العامة: تطبيق ويب مجاني يعمل من خلال المتصفح، يمكن العمل عليه مباشرة من [الموقع الرسمي](#)، ويتوفر منه تطبيقات لأنظمة الأندرويد و iOS.

5.10 إنسكيب Inkscape

التصنيف: رسومات شعاعية Vector.



الصورة من موقع CC BY-SA 3.0 بترخيص المشاع Inkscape

يعد من أقوى البديل المجانية لبرنامج الإليستريتور، وقد استخدم من قبل أشهر المصممين وقدموا تصاميم رائعة باستخدامه. يتميز بأداة نصية قوية ما يجعله جيداً لتصميم طباعية مثل المنشورات المختلفة، إضافة إلى أداة تدرجات لونية مفضلة لإنتاج تدرجات شديدة التعقيد. يتطور باستمرار بحيث تضاف له مزايا جديدة وتحسينات على الأدوات الموجودة ما يجعله يتقدم بسرعة لمنافسة أقوى برامج التصميم المشابهة.

السمات العامة: مجاني، يمكن تحميله من الموقع الرسمي، وي العمل على ويندوز ولينكس وماك.

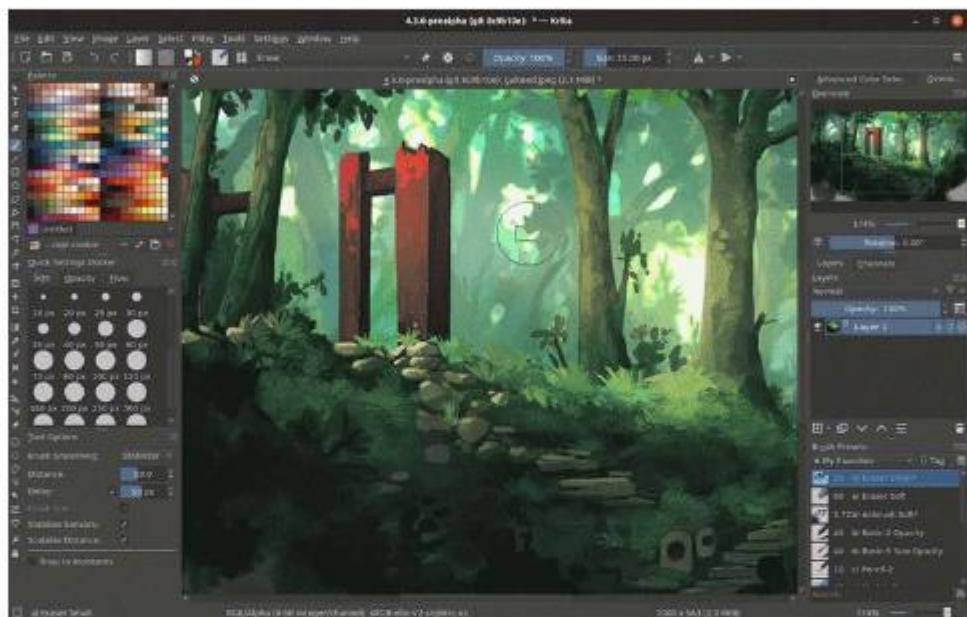
5.11 كريتا Krita

التصنيف: رسم إبداعي ورسومات نقطية.

هو برنامج رسم بجودة احترافية أنشئ بواسطة فريق من الفنانين بهدف وضع أدوات إبداعية من الدرجة الأولى في متناول الجميع. يمكنك استخدام كريتا لأي نوع من الرسم والتوضيح، ولكنه رائع ومميز للرسوم الهزلية والمانجا. توجد قوالب لوحات ومرشحات الألوان النصفية وأدوات المنظور بالإضافة إلى الفرش والتدرجات والأقلام المعتادة. كل فرشاة قابلة للتخصيص تماماً، ويمكنك حفظ فرشك المخصصة لاستخدامها مرة أخرى لاحقاً. سيؤدي النقر بزر الماوس الأيمن في أي مكان على لوح الرسم في كريتا إلى إظهار عجلة

تحديد تتيح لك اختيار أداة جديدة وتحديد لون في ثوانٍ فقط وهو نظام أسهل بكثير من البحث في القوائم والإعدادات للمتعددة لتحديد الأدوات والألوان.

أنتج كريتا من قبل فنانين من أجل الفنانين، ويظهر ذلك جلياً في عشرات اللمسات الصغيرة المدروسة التي تجعل من السهل إنشاء لوحات فنية رائعة. هناك أدوات رسم يدوية لإنشاء خطوط مستقيمة ونقاط تلاشي وأشكال ناعمة. يمكنك أيضاً الحصول على الطبقات والأقنعة وأدوات التحويل المختلفة ودعم HDR ووظائف التحديد المتقدمة. إنه برنامج رسم قوي بشكل لا يصدق، ويمكنك تزيله واستخدامه مجاناً.



الصورة من موقع [Krita](#)

السمات العامة: مجاني، يمكن تحميله من [الموقع الرسمي](#)، وي العمل على ويندوز ولينكس وماك.

5.12 بڪسل Pixlr

التصنيف: تحرير الصور والرسم الفني.

هو تطبيق ويب يعمل كمحرر صور سهل الاستخدام، بالإضافة إلى توفر تطبيقات لأنظمة iOS و Android، فهو متوفّر كتطبيق قائم على المتصفح أيضًا، مع ثلاثة إصدارات مختلفة للاختيار من بينها.

إذا كنت تريدين أداة تحرير صور سريعة وسهلة، فإن Pixlr X هي الأداة المناسبة، إنه مصمم لتقديم تعديلات بنقرة واحدة وتأثيرات فنية لتعزيز بصري فوري. ويمثل Pixlr E مجموعة من أدوات التحرير الأكثر تفصيلاً بأسلوب Photoshop. وإذا كان كل ما تريده هو إزالة الخلفية من صورة ما، فتطبيقات Pixlr BG هو أداة تعمل

بالذكاء الاصطناعي وستعمل على ذلك تلقائياً في ثوانٍ فقط. ومع أنها تطبيقات مجانية إلا أنه يتوفّر أدوات ومزايا إضافية للنسخة المدفوعة منها.



الصورة من موقع [Pixlr](#)

السمات العامة: تطبيق ويب مجاني ي العمل من خلال المتصفح، يمكن العمل عليه مباشرة من [الموقع الرسمي](#)، ويتوفر منه تطبيقات لأنظمة [الأندرويد](#) و[iOS](#).

5.13 Autodesk 3DS Max

التصنيف: تصميم ثلاثي الأبعاد.



الصورة من موقع [Autodesk](#)

يعد هذا البرنامج شائعاً جداً بين المصممين العاملين على التصاميم ثلاثية الأبعاد، حيث يُستخدم لإنتاج الرسوم المتحركة ورسومات الألعاب. تشمل الميزات القياسية الهياكل العظمية والحركة العكسية، ومحاكاة القماش، والتحكم في الشخصية للحركة على قدمين.

يدعم إنشاء المضلع التقليدي وNURBS وكذلك تصحيح الأسطح. ويمكن إخراج التصاميم باستخدام مجموعة واسعة جداً من أنظمة التصوير (رندر)، بما في ذلك مينتال راي وRenderman التي أنشئت بواسطة Pixar الشركة الأشهر في العالم في إنتاج أفلام الرسومات ثلاثية الأبعاد.

السمات العامة: غير مجاني، يمكن تحميله من [الموقع الرسمي](#)، وي العمل على نظام ويندوز فقط.

Blender 5.14 بلندر 5.14

التصنيف: تصميم ثلاثي الأبعاد.



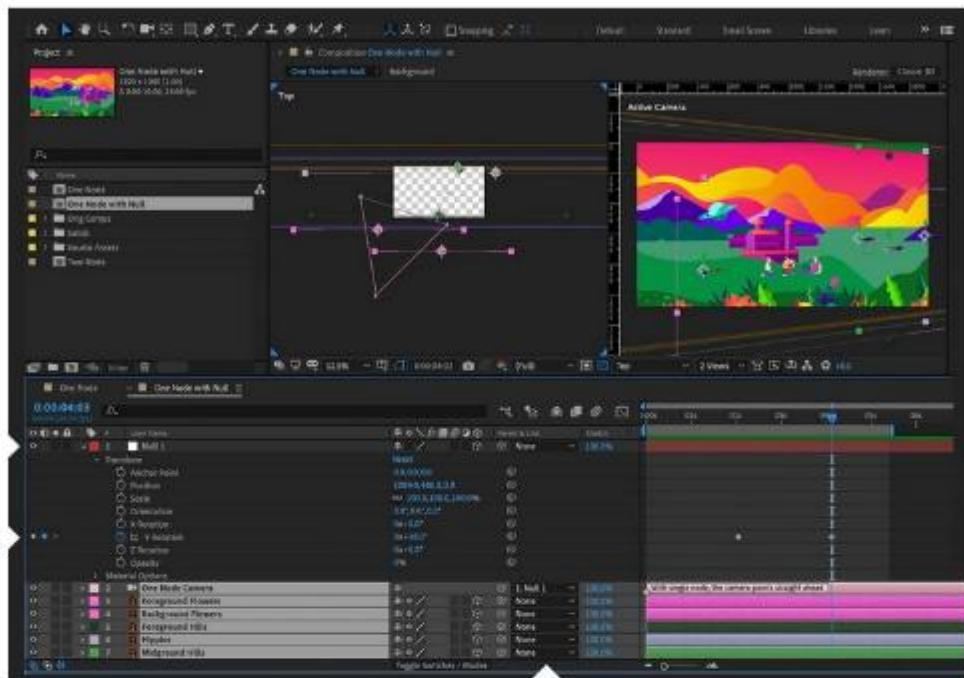
الصورة من موقع [Blender](#)

برنامج مجاني ممتاز وقوى للنمذجة ثلاثية الأبعاد، ويستخدم أيضاً لإنشاء رسومات متحركة ثنائية الأبعاد. كان يستخدمه الهواة في السابق في إنشاء معارك فضائية متحركة أو أفلام روبوت عملاقة، لكنه تطور الآن لدرجة أن العديد من الشركات التجارية تستخدمه لإنشاء عناصر مؤثرة للأفلام ذات الميزانية الكبيرة. ونظرًا لأن شيفرات هذا البرنامج مفتوحة المصدر، فقد نشأ مجتمع كبير من المطوريين الذين وسعوا الوظائف فيه لمنافسة بعض الحلول الأكثر تكلفة.

السمات العامة: مجاني، يمكن تحميل الإصدار الأخير منه عبر [الموقع الرسمي](#)، وي العمل على أنظمة ويندوز ولينكس وماك.

5.15 أدوبى أفتر إفكتس Adobe After Effects

التصنيف: تحرير فيديو وتصميم رسومات بيانية متحركة (موشن جرافيك).



الصورة من موقع [Adobe](#)

يعد أفضل وأقوى برنامج إنشاء تصاميم للرسومات البيانية المتحركة (موشن جرافيك) كما أنه محرر فيديو ممتاز. يعتمد برنامج الرسوم المتحركة هذا على الطبقات والشرايح ويعمل كمزيج من محرر الفيديو ومحرر الصور مثل الفوتوشوب. يعمل بصورة جيدة مع أنظمة التحرير الأخرى مثل Avid Media Composer 3Ds Max و Final Cut Pro X. كما أنه يتكامل بمرنة مع التطبيقات ثلاثية الأبعاد مثل Cinema 4D و Maya 4D. وهو مميز في إنتاج تأثيرات بصرية نوعية وإنشاء وإدارة أعمال الرسوم المتحركة وإنشاء تأثيرات للرسوم المتحركة ثنائية الأبعاد والتخطيط والتركيب وتتبع الحركات وحذف الكائنات وتأثيرات النماذج والجسيمات وإنشاء قوالب وإجراء تصحيح الألوان وتحريرها.

ويعد محرر فيديو أدوبى الأساسى المستخدم في تحريك ودمج الرسومات المتحركة بعد تطوير القصص المصورة والعناصر في الفوتوشوب والإليستريتور. عند الانتهاء من تحريك مشروع After Effects، يمكنك تصدير الفيديو النهائي إلى برنامج لتحرير الفيديو.

السمات العامة: غير مجاني ويحتاج إلى اشتراك شهري، يمكن تحميله من [الموقع الرسمي](#)، ويعمل على

أنظمة ويندوز وماك.

5.16 خاتمة

هناك العشرات من برامج التصميم وبمختلف الاختصاصات ولا يمكننا حصرها جميعها والتحدث عنها، إلا أننا تحدثنا عن أهم هذه البرامج والأكثر شيوعاً. ويجب علينا كمصممين أن نتعلم المهارات الأساسية للبرامج الأشهر والأهم في عالم التصميم، ولذلك سنتحدث في الفصول التالية عن أهم برنامجين للتصميم وهما برنامجي أدوبى فوتوشوب وإيلستريتور.

6. مقدمة إلى برنامج أدوبى فوتوشوب

Adobe Photoshop

يوجد العديد من برامج تحرير ومعالجة الصور، بعضها ممتاز وغير مجاني أمثال كورل درو Corel Draw وباينت شوب برو Paint Shop Pro وأفينيتي Photo ودكسو فوتولاب DxO Photolab وغيرها، والبعض الآخر جيد ومجانى أمثال جمب GIMP ودارك تيبل DarkTable وبكسيل Pixlr وغيرها. لكن جميع هذه البرمجيات غير مؤهلة لتكون بدلاً كاملاً لبرنامج أدوبى فوتوشوب الذي شق طريقه بقوة ليصبح الأسطورة في عالم برمجيات معالجة الصور في العالم، وأصبح يعرف اسمه الكبير والصغير.

6.1 ما هو أدوبى فوتوشوب؟

هو معالج صور ومحرر رسوميات نقطية (Raster) طورته ونشرته شركة أدوبى Adobe لنظامي التشغيل ويندوز وماك. أنشأه وطوره الشقيقان توماس وجون نول عام 1988. يمكن أن يعمل الفوتوشوب على تحرير وإنشاء صور نقطية في طبقات متعددة ويدعم الأقنعة وتركيب ألفا (وهو تقنية تستخدم ضمن الطبقات اللونية لأغراض التحديد الدقيق) والعديد من نماذج الألوان بما في ذلك النموذج اللوني RGB و CMYK و LAB وغيرها من النماذج والمساحات اللونية المختلفة.

يستخدم تنسيقات ملفات PSD و PSB لدعم ميزات تعديلاته بحيث يحفظ هذان التنسيقان كافة تفاصيل العمل من الطبقات والتأثيرات والمرشحات للصورة. لديه أدوات وإمكانات محدودة لتحرير النصوص والرسوميات الشعاعية إضافة إلى الرسومات ثلاثية الأبعاد والفيديو. يمكن توسيع ميزاته وأدواته عن طريق المكونات والمرشحات الإضافية، وهي برامج تم تطويرها وتوزيعها بشكل مستقل عن الفوتوشوب والتي تعمل بداخله وتقدم ميزات جديدة أو محسنة.



مجموعة تطبيقات السحابة الذكية Creative Cloud من أدوي

وفي عام 2013 أصدرت شركة أدوي سحابتها الابداعية **Creative Cloud** حيث تضمنت جميع برامجها للاشتراك الشهري والسنوي إفرادياً أو ضمن حزم وباقات مع ربطها بأدوات مجانية ضمن الباقات مثل مخزن الصور والرسوميات وسحابة تخزين بالإضافة إلى منح الوصول إلى تحديثات البرامج باستمرار مجاناً، وبرنامج الفوتوشوب أحد أهم البرامج ضمن هذه السحابة وهو أحد أكثر البرامج تنزيلاً ضمن هذه المجموعة.

6.2 بدء العمل على البرنامج وفتح مستند جديد

حرصنا في الفصول السابقة على شرح المفاهيم النظرية من العناصر والمبادئ والنظريات، والآن سنشرح واجهة البرنامج لتمكن من تطبيق تلك المفاهيم عليه ولتكن لديك فكرة كافية عن إمكانات البرنامج وفهم أدواته وقوائمه ولوحاته عمله بأسلوب مميز ومختلف عن تلك الشروحات الموجودة في الويب.

يمكنك الحصول على قرص مدمج يتضمن هذا البرنامج لتنسيقه على حاسوبك أو تنزيله من [الموقع الرسمي](#) وسيعمل البرنامج لفترة تجريبية ثم سيكون عليك دفع قيمة الاشتراك الشهري حتى تتمكن من الاستمرار باستخدامه.

6.2.1 استخدام البرنامج بالواجهة الإنجليزية

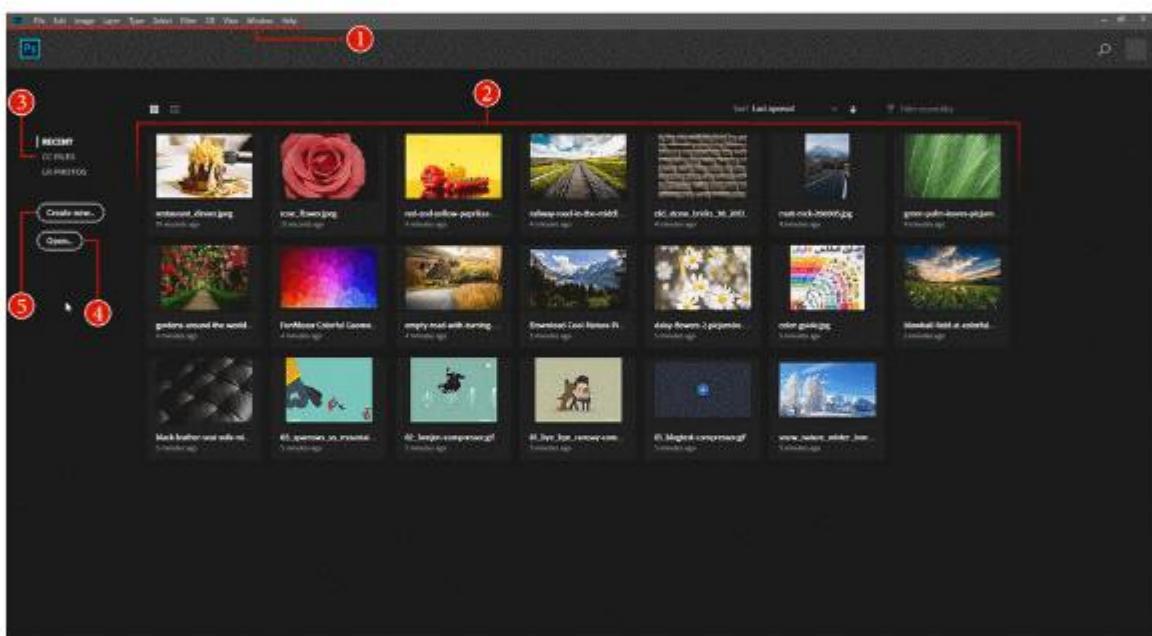
لماذا علينا العمل على برنامج الفوتوشوب بالواجهة الأصلية الإنجليزية؟ هناك عدة أسباب تدفعنا للعمل باستخدام الواجهة الإنجليزية تحديداً ومنها:

1. لا توفر شركة أدوي واجهة باللغة العربية لبرامجها.

2. هناك اجتهد من قبل البعض للتعریب هذه الواجهات إلا أن عملية التعریب ناقصة ولا تشمل كافة الأدوات والقوائم وغيرها.

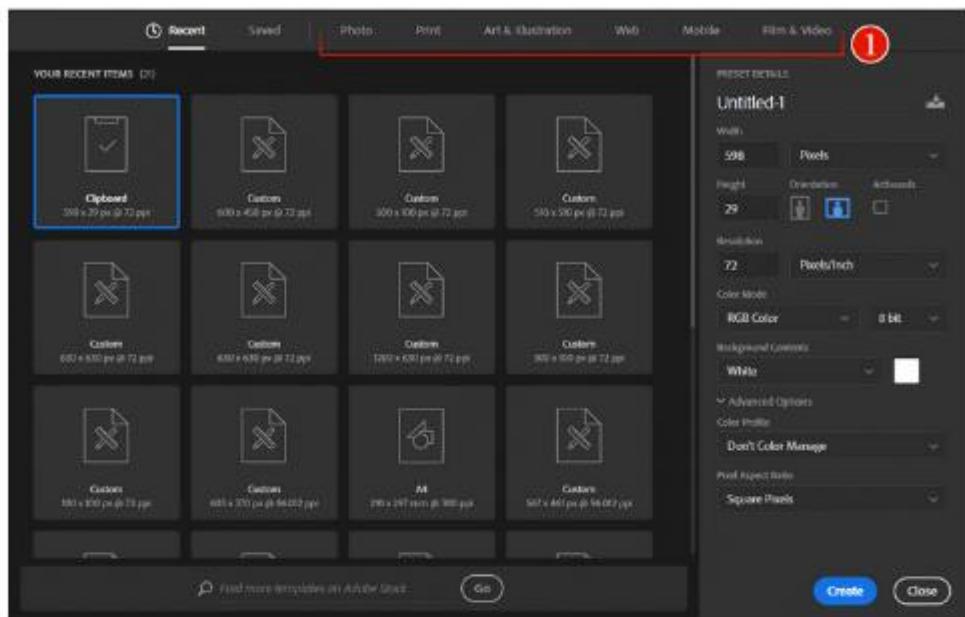
3. جميع الدروس والشروحات عبر الإنترنوت أو الكتب أو الفيديوهات مبنية على الواجهة الإنجليزية.

كل هذا سيسبب إرباكاً في حال استخدامنا الواجهة العربية ويقلل من الإنتاجية والسرعة في التطور والتعلم. لذلك سنتعلم ونستخدم البرنامج بالواجهة الإنجليزية مع العلم أنه يجب علينا الحصول على نسخة الشرق الأوسط بالواجهة الإنجليزية التي تدعم اللغة العربية من خيارات وخصائص تحرير النصوص، أو يمكن تحميل نسخة شمال أفريقيا الفرنسية التي تدعم اللغة العربية بالواجهة الفرنسية لمن يرغب في ذلك، إلا أنها سنشرح البرنامج فقط بالواجهة الإنجليزية.



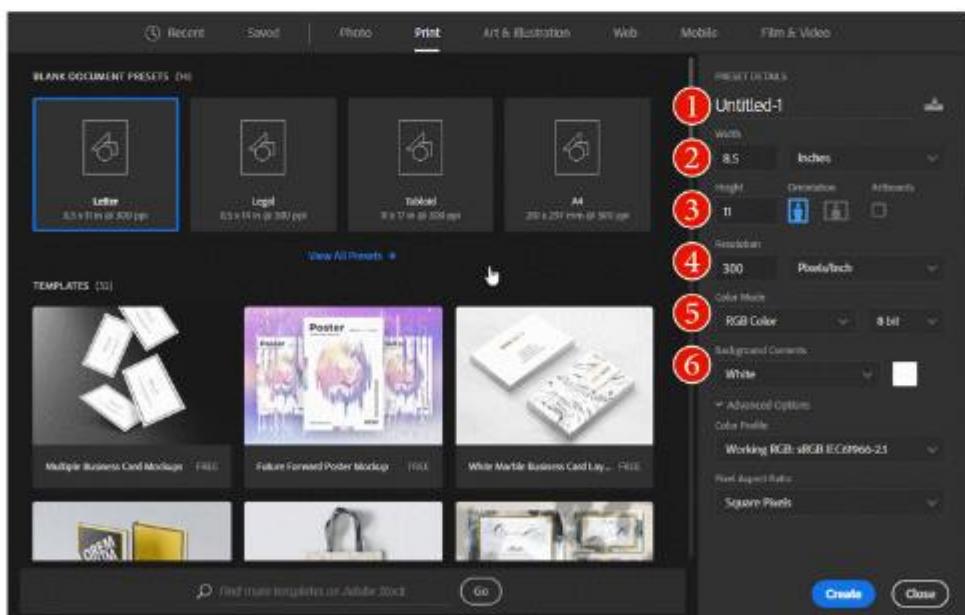
الشكل التوضيحي 1

في كل مرة تبدأ فيها بتشغيل البرنامج تظهر لك شاشة بدء العمل (الشكل التوضيحي 1) والتي تتضمن شريط القوائم الغلوبي (1) وصور مصغرة عن آخر الملفات التي عملت عليها (2). إذا أردت مشاهدة ملفاتك على حسابك ضمن السحابة الإبداعية Creative Cloud والتي يرمز لها اصطلاحاً CC فعليك اختيار أي ملفات السحابة الإبداعية (3)، ولفتح أي ملف قديم انقر عليه فقط، وفي حال أردت فتح ملف غير موجود ضمن قائمة هذه النافذة انقر على فتح Open لابحث عنه (4)، ولفتح مستند جديد انقر على Create New أنشئ مستندًا جديداً (5).



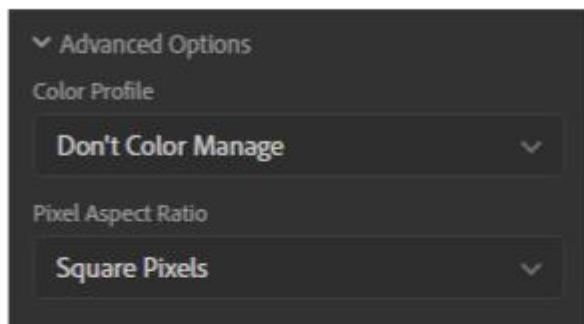
الشكل التوضيحي 2

انقر على فتح مستند جديد، ستظهر النافذة الخاصة بإنشاء مستند جديد كما في (الشكل التوضيحي 2). يوفر البرنامج قوالب لمساحات عمل جاهزة للاستخدام من ضمن الخيارات الغلوية (1) مثل أن نختار أحد مقاسات الصور الفوتوغرافية القياسية أو أحد مقاسات التصاميم الطابعية المختلفة أو تصاميم الويب أو الهاتف المحمول أو الفيديو وغيرها.



الشكل التوضيحي 3

عند النقر على أي من هذه الخيارات ستظهر لنا المقاسات القياسية وأيضاً قوالب جاهزة للعمل عليها (الشكل التوضيحي 3).



الشكل التوضيحي 4

ويتضمن الجانب الأيمن من النافذة لوحة خيارات يدوية لتحديد مواصفات المشروع الذي سنعمل عليه (الشكل التوضيحي 4)، ويتضمن اسم مجموعة الإعدادات المعدة مسبقاً حيث يمكنك تسميتها لتعود إليها لاحقاً (1)، ثم خيار تحديد عرض المشروع **Width** ووحدة القياس المعتمدة مثل المتر ومشتقاتها والبوصة والبكسل والنقطة (2)، ومن ثم خيار تحديد الارتفاع **Height** بنفس وحدة القياس المختارة سابقاً إضافة إلى خيار تحديد اتجاه العمل **Orientation** بحيث يكون عمودياً أو أفقياً عرضياً، وهناك خيار **Artboards** في حال تضمن المشروع أكثر من لوحة رسم واحدة (3).

ثم نختار مستوى دقة التفاصيل في المشروع أو الصورة ووحدة قياس هذه الدقة (4)، وهنا يجب أن نعلم الهدف من التصميم، فإذا كنا نستهدف التصاميم الطابعية والصور فإن دقة 300 بكسل في البوصة هو الخيار المثالي لهذا التصميم، وإن كنا نستهدف العمل على تصاميم تعرض على شاشات الحواسيب أو الهواتف المحمولة، فإن دقة 72 بكسل في البوصة هو الخيار الصحيح لهذه التصاميم.

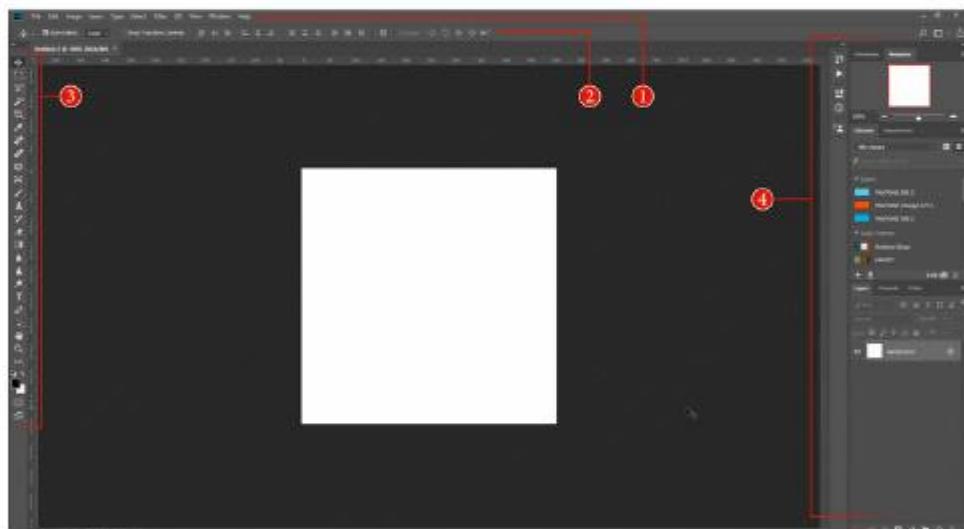
ثم يأتي على خيار نموذج الألوان المستخدم (5)، ويتضمن مجموعة من نماذج الألوان التي تتغير بحسب نوعية التصميم الذي اخترته في الأعلى (الشكل التوضيحي 3)، إذا اخترت سابقاً خيار الصور **Photo** أو بقية الخيارات باستثناء خياري الويب **Web** أو الهاتف المحمول **Mobile** فإن القائمة ستتضمن كلاً من نماذج الألوان التالية (**RGB, CMYK, LAB, Bitmap, Grayscale**)، بينما في حال اختيارك لتصاميم الويب **Web** أو الهاتف المحمول **Mobile** فلن تجد في القائمة سوى نموذج **RGB** فقط لأن التصميم للويب وللهواتف المحمول لن يتطلب سوى هذا النموذج اللوني، وقد سبق وشرحنا جميع هذه النماذج اللونية في فصل الألوان في تصميم الرسوميات ونظرية الألوان باستثناء **Bitmap**، وهو نموذج لوني يتضمن لونين فقط وهما الأبيض والأسود، وهو نموذج لوني يتضمن تدرجات الرمادي بدون باقي الألوان.

ثم نجد خيار عرض الحزمة اللونية 8bit أو 16bit أو 32bit وبطبيعة الحال نادرًا ما نستعمل 16 و32بت، حيث سنتستخدم في جميع تصاميمنا 8 بت والسبب أن استخدام 16 أو 32 بت يعتمد على نوعية التصميم الذي تعمل عليه وحاجته لألوان أكثر، أو إذا كنت تعمل على صور تعتمد على موارد أكثر من حيث الألوان، ولكن استخدام هذين النمطين سلبيات، حيث لن تعمل العديد من المرشحات عند استخدامهما، كما أن استخدامهما يستنزف موارد الكمبيوتر أكثر بكثير، ما سيؤدي إلى التباطؤ في أداء الكمبيوتر أثناء العمل، بكل الأحوال لن تلاحظ أنت أو العميل أي فرق يذكر بين التصاميم المنشأة على حزمة 8 بت أو غيرها.

وأخيرًا سيكون علينا اختيار لون خلفية التصميم (6)، فإما أن يكون أبيض أو أسود أو باللون الخلفي المحدد للتصميم أو شفافًا (وهذا ضروري لملفات PNG وGIF) أو بلون مخصص تختاره أنت.

يوجد خيارات إضافية Advanced Options تظهر بالنقر عليها وتتضمن الخيار الأول Color Profile ويمكن من خلاله تحديد ملف تعريف اللون المستند من مجموعة واسعة من الخيارات، والخيار الثاني هو ومن خلاله نحدد نسبة العرض إلى الارتفاع لبكسل واحد في إطار Pixel Aspect Ratio.

6.3 واجهة البرنامج



الشكل التوضيحي 5

تتضمن واجهة البرنامج شريط القوائم في الأعلى (1) وتحته شريط خيارات الأدوات (2) وتتغير محتويات هذا الشريط تبعًا للأداة التي نستخدمها، وشريط الأدوات على الجهة اليسرى (3) ولوحات العمل على الجهة اليمنى (4). وبالإمكان تحريك شريط الأدوات ولوحات ووضعها في أي مكان على الشاشة. وتتضمن قوائم الفوتوشوب العديد من المهام والأدوات والخيارات، سنشرح أهمها بدون إجراء تطبيقات عملية عليها قدر الإمكان.

6.3.1 شريط القوائم



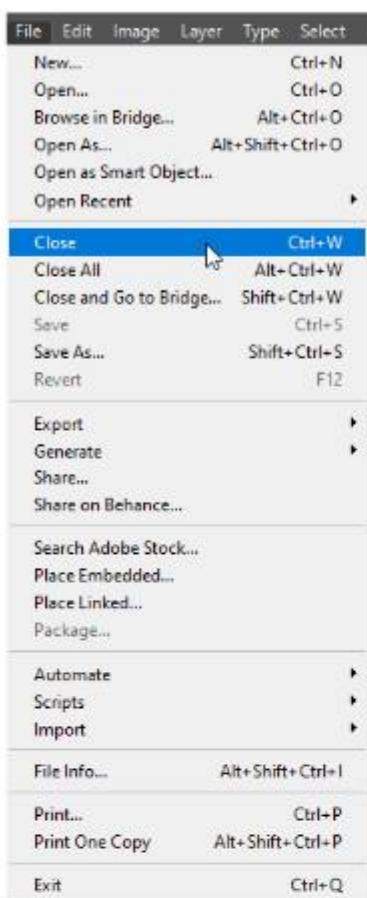
ويتضمن بدأً من شعار البرنامج وعند النقر عليه ستنبثق قائمة تتضمن خيارات نافذة البرنامج من تصغير وتكبير واستعادة وتحريك وإغلاق. كما يتضمن القوائم التالية:

- قائمة الملف **File** والتي تحوي كل ما له علاقة بفتح الملفات وإغلاقها وحفظها وخيارات الاستيراد والتصدير والخصائص والطباعة وغيرها.
- قائمة التعديل **Edit** وتحوي خيارات النسخ والقص واللصق وأدوات التعديل المختلفة.
- قائمة الصورة **Image** تحوي خيارات حجم الصور ومقاس العمل وأنظمة الألوان وخصائص أخرى.
- قائمة الكتابة **Type** وتتضمن خيارات تحرير النصوص.
- قائمة التحديد **Select** وتحوي خيارات التحديد وخصائصه وتعديلاته.
- قائمة المرشحات **Filter** والتي تتضمن جميع المرشحات الأساسية الموجودة في البرنامج وأيضاً المرشحات التي يمكن إضافتها يدوياً لاحقاً.
- قائمة التصميم ثلاثي الأبعاد **3D** وهي أحدث إضافة إلى قوائم البرنامج وتتضمن خيارات التصميم ثلاثي الأبعاد.
- قائمة التوافق **Window** وتحوي خيارات نوافذ ملفات الصور ضمن البرنامج إضافة إلى جميع اللوحات المتاحة.
- قائمة المساعدة **Help** والتي تحوي ملف المساعدة والدروس ومعلومات حول البرنامج وغير ذلك.

تتضمن خيارات القوائم اختصارات لتنفيذ بعض المهام مثل Ctrl+N المقابل لأمر New وهو لفتح مستند جديد.

سنشرح تالياً أغلب محتويات قوائم **File** و**Edit** والصورة **Image** حتى نأخذ فكرة واضحة عن ماهية محتويات القوائم عموماً في الفوتوشوب.

١. قائمة الملف File



ونجد فيها التالي:

- **New** جديد: يُنشئ هذا الأمر مستندًا جديدًا حيث تظهر النافذة كما في (الشكل التوضيحي 3).
- **فتح Open**: يقوم هذا الأمر بفتح ملف أو صورة موجودة سابقًا من خلال تحديد موقعه على إحدى وسائل التخزين المستخدمة.
- **تصفح في بريديج Browse in Bridge**: بريديج هو برنامج مصاحب لفوتوشوب وبقية منتجات السحابة الإبداعية من أدوي، ويطلق عليه أيضًا مدير الوسائل، ويفتح هذا البرنامج طرفة قوية للعثور على مجموعة الصور المتزايدة باستمرار وإدارتها وتنظيمها، إضافة لملفات برامج الفوتوشوب والإليستريتور وإن ديزاين وغيرها من تطبيقات السحابة الذكية ذات العلاقة به.



صورة برنامج بريديج من [مدونة أدوي](#)

- **فتح AS Open AS**: ويفيد هذا الأمر في فتح ملفات الصور التي حفظت بتنسيق غير صحيح عن طريق الخطأ، مثل أن تفتح ملف بتنسيق GIF كان قد حفظ عن طريق الخطأ بتنسيق JPEG، مما يفقده مزايا وخصائص ملفات GIF وبذلك يفتح بالتنسيق الصحيح وإصلاح الخطأ بحفظه مجددًا.

- **افتح ك كائن ذكي** ويفيد هذا الأمر بفتح الملفات ككائنات ذكية، ولكن ما هو الكائن الذكي؟

الكائنات الذكية

هي طبقات تحتوي على بيانات من صور نقطية أو شعاعية، مثل ملفات الفوتوشوب أو الإلستريتور. تحتفظ الكائنات الذكية بمحتوى مصدر الصورة بكل خصائصها الأصلية، مما يتيح لك إجراء تحرير لها بدون التسبب بالتلف للطبقة. يتم تحديث محتويات الكائن الذكي عندما يتغير ملف الصورة المصدر الخاص به. ويمكن تحرير هذا المصدر من خلال النقر المزدوج على الصورة المصغرة لطبقة الكائن الذكي ضمن لوحة الطبقات، فيفتح الملف المصدر ضمن البرنامج المخصص لذلك سواء أكان الفوتوشوب أو الإلستريتور أو أي برنامج آخر مخصص لمعالجة الملف المصدر.

- **افتح الملفات الأخيرة**: ويفيد في فتح آخر الملفات المفتوحة سابقاً باستخدام البرنامج دون الحاجة للبحث عنها عبر المتصفح.

أغلق: ويفيد في إغلاق الملف الذي نعمل عليه.

أغلق الجميع: ويفيد في إغلاق جميع الملفات المفتوحة.

- **أغلق واذهب إلى بريدج**: ويفيد في إغلاق الملف المفتوح والذهاب إلى برنامج أدوي بريدج لتصفح الوسائل.

احفظ: ويفيد في حفظ الملف الذي نعمل عليه.

- **احفظ ك**: ويفيد في حفظ الملف بتنسيق مختلف عن تنسيقه الحالي مثل أن نحفظ ملف PSD كملف PNG.

- **أرجع**: ويفيد في إعادة الملف المفتوح إلى شكله الأساسي عند فتحه قبل إجراء كافة التعديلات الجديدة عليه شريطة ألا تكون قد حفظنا تلك التعديلات.

- **تصدير**: ويفيد في تصدير الملف إلى تنسيقات معينة بخيارات إضافية، أو تصدير الطبقات إلى ملفات مختلفة، أو تصدير خاص لصفحات الويب بخيارات خاصة، وخيارات تصدير أخرى.

- **ولد**: وله فائدة عظيمة في تصميم واجهات المستخدم سواء للويب أو للهاتف المحمول، حيث يكفي أن تعمل على تسمية الطبقات مع وضع تنسيقات الملفات في التسمية ذاتها مثل أن تسمى طبقة الشعار مثلاً Logo.png بدلًا من تسميتها Logo فقط، وسيعمل البرنامج آلئاً في حال تفعيل

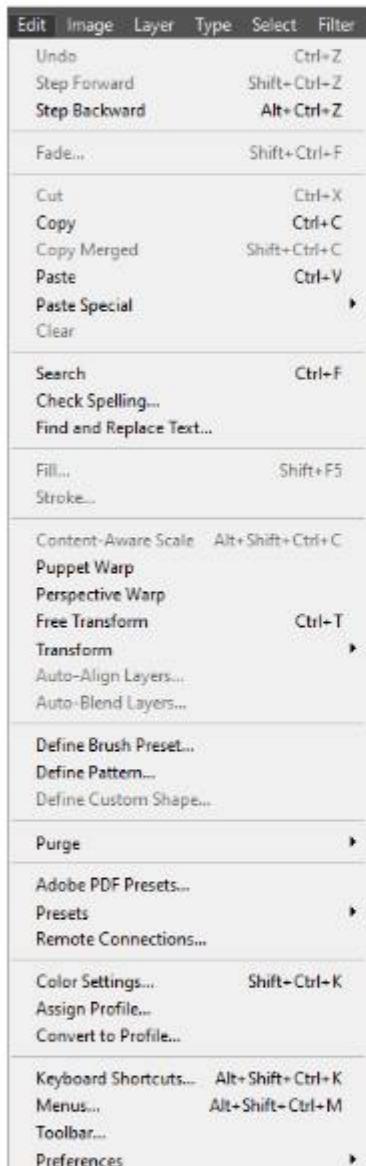
الخيار Generate Image Assets على إنشاء مجلد جديد ضمن موقع ملف التصميم، ويحفظ بداخله ملف صورة Logo.png، وسيفعل الأمر ذاته مع بقية الطبقات بمجرد تسميتها مع ذكر التنسيق، وفي حال وجود مجموعة طبقات ضمن لوحة الطبقات فإن البرنامج سيحفظها بمجلد جديد ضمن المجلد الذي أنشأه سابقاً باسم المجموعة ويدخله الطبقات على شكل ملفات، وهكذا.

- **Share**: ويفيد في مشاركة الملف باستخدام أحد التطبيقات المثبتة على الحاسوب أو باستخدام البلوتوث أو الواي فاي أو أي طريقة متوفرة.
- **Share on Behance**: يشارك الملف على منصة بيهانس Behance وهي المنصة الأشهر في الويب لمشاركة التصاميم والصور وإنشاء معارض الأعمال للمصممين.
- **Search Adobe Stock**: ابحث في مخزن أدوي: ينقلك هذا الأمر إلى مخزن أدوي للبحث عن الصور أو الرسومات هناك.
- **Place Embedded**: ضع بشكل متضمن: وفيه يتم إدخال ملف صورة أو رسم إلى تصميمك بطبقة منفردة ككائن ذكي ويسبب زيادة في حجم الملف بمقدار المضاف، ويمكن نقله إلى أي حاسوب آخر بدون مشاكل، ولا يتأثر الملف المضاف بأية تعديلات تجري على ملف المصدر الأساسي.
- **Place Linked**: ضع بشكل مرتبط: وهو مماثل للأمر السابق من حيث إضافة ملف ككائن ذكي إلا أنه لا يتسبب في زيادة حجم التصميم ولن يظهر ضمه عند نقله إلى حاسوب آخر ما لم يتم إعادة ربطه بالملف المصدر مجدداً، وتطبق أية تعديلات تجري على الملف المصدر مباشرة على هذا الكائن.
- **Package**: تحرّزم: ويفيد في حالة وجود طبقات مرتبطة بملفات خارجية بحيث يضع الملف الحالي ضمن مجلد يتضمن أيضاً مجلداً آخر يحوي جميع الملفات المصدرية للطبقات المرتبطة ضمن التصميم لسهولة نقله وفتحه على أي حاسوب آخر دون ضياع للارتباطات.
- **Automate**: أتمتة: وتتضمن قائمة فرعية تحوي أدوات تنفذ عمليات معقدة آلياً.
- **Scripts**: سكريبت: وتتضمن كافة الإضافات التي كُتبت لأداء مهام محددة مع أدواتها.
- **Import**: استيراد: وتتضمن الاستيراد من الماسح الضوئي أو استيراد إطارات فيديو إلى طبقات الفوتوشوب وغيرها.
- **File Info**: معلومات الملف: وتتضمن كافة البيانات والمعلومات عن الملف أو الصورة المفتوحة.
- **Print**: اطبع: وتفيد في طباعة الصورة أو الرسم مع خيارات تتعلق بالطابعة.

Print One Copy اطبع نسخة واحدة: وتفيد بطباعة نسخة واحدة من التصميم أو الصورة بسرعة دون إعدادات مخصصة.

Exit خروج: وتفيد في إغلاق برنامج الفوتوشوب.

بـ. قائمة التعديل Edit



ونجد فيها التالي:

Undo تراجع: للتراجع عن آخر عمليةنفذتها.

Step Forward خطوة للأمام: إعادة تنفيذ العمليات التي

تراجع عنها خطوة خطوة.

Step Backward خطوة للخلف: للتراجع عن العمليات المنفذة

خطوة خطوة.

Fade تلاشي: ويؤدي وظيفة زيادة الشفافية على آخر عملية تم

تنفيذها لرؤية الفارق بين ما قبل وما بعد تنفيذ العملية.

Cut, Copy, Paste ...الخ: في هذا الجزء من القائمة نجد

خيارات القص والنسخ واللصق وما يتعلق بها.

Search بحث: وتتضمن خيارات البحث عن كلمة في أي مكان

اسم ملف أو قائمة أو أمر أو لوحة أو ضمن مخزن أدوي أو
الدروس.

Check Spelling: ويفيد في التدقيق الإملائي للنصوص ضمن

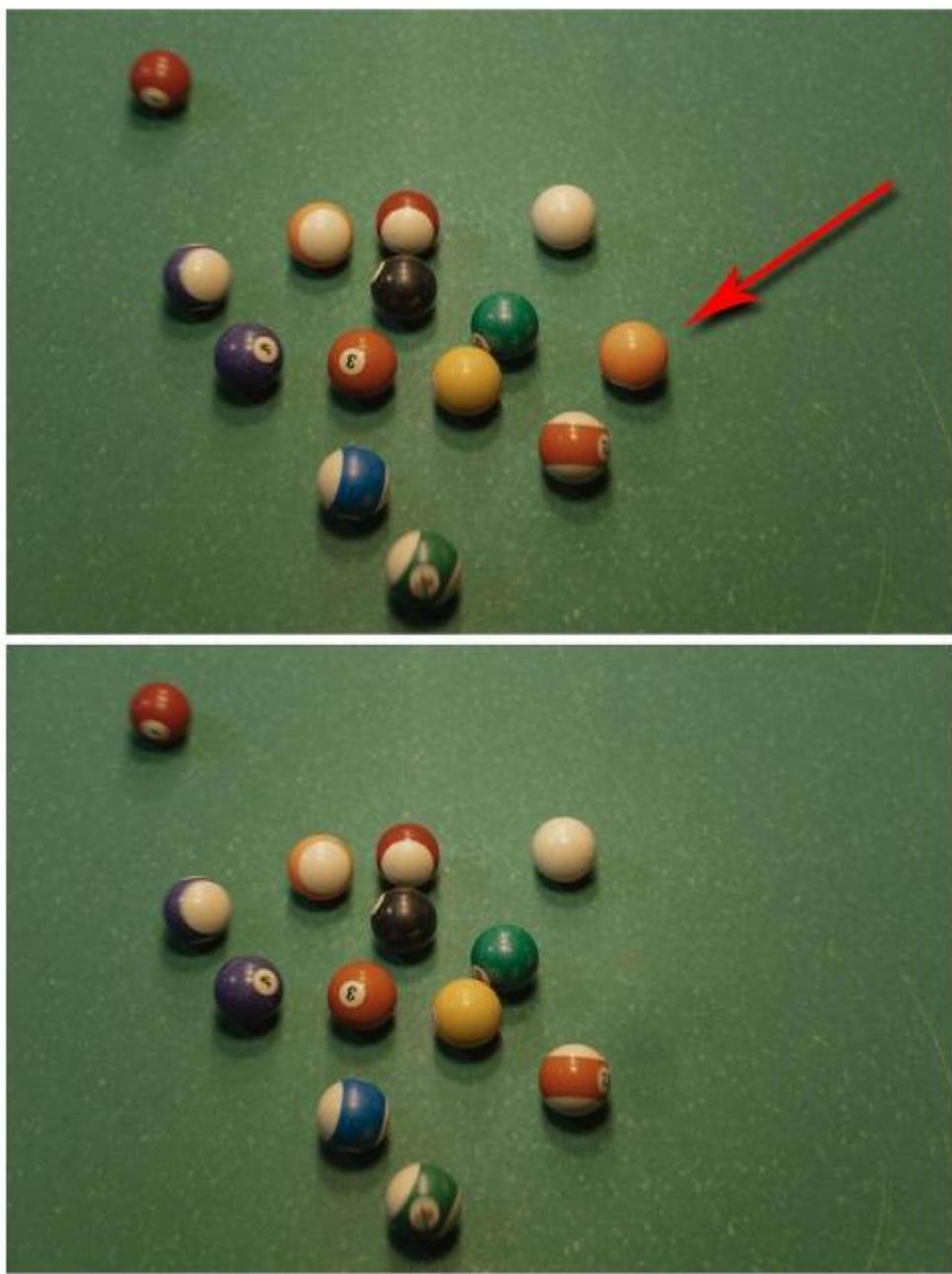
التصميم شريطة وجود طبقات نصوص.

Find and Replace Text: وتفيد في إيجاد واستبدال

النصوص أيضاً.

Fill أملأ: وهي أداة مفيدة للغاية بحيث تمأ جزءاً محدداً ضمن التصميم آلياً بهدف مسح عنصر أو
كائن محدد، على سبيل المثال في الصورة التالية نجد مجموعة من الكرات، وبتحديد أحدها بإحدى

أدوات التحديد ثم تنفيذ الأمر **Fill** عليها، ثُمًا المساحة المحددة آليًا من نفس نمط المحيط بالتحديد، لـ**لتحذف الكرة كما في الصورة التالية.**



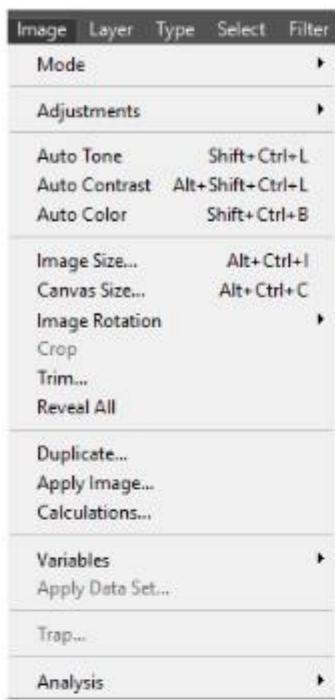
لاحظ عملية إزالة الكرة الموجودة في الصورة الأساسية في الأعلى باستخدام الأمر **Fill**

الصورة بواسطة [Pexels Tima Miroshnichenko](#) من موقع

- **الحدود:** ويفيد في إنشاء حدود (إطار) للمنطقة المحددة بإحدى أدوات التحديد.

بقية الأوامر والخيارات ضمن القائمة تفيد في تحويل التحديد أو الصورة بالكامل **Transform** وتعديل إعدادات الفرش **Brush** والأنماط **Pattern** وخيارات الألوان والمحاذاة والإعدادات العامة للبرنامج.

ج. قائمة الصورة Image



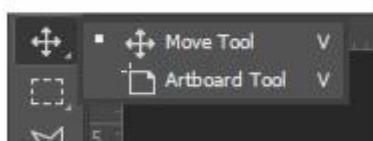
ونجد فيها التالي:

- **النموذج اللوني Mode:** ويتضمن جميع النماذج اللونية التي يوفرها الفوتوشوب لتحويل الصور أو التصميم إلى نموذج لوني مختلف كتحويل صورة معده للشاشة من نموذج RGB إلى صورة معده للطباعة بنموذج CMYK أو غير ذلك.
- **تعديلات Adjustments:** وتتضمن التعديلات الخاصة على الصور مثل تحويل الصورة إلى نظام اللوينين الأبيض والأسود أو إلى نظام تدرجات الرمادي أو تعديل الصبغات اللونية للصورة أو مستويات الإضاءة أو الظل أو عكس الألوان وغيرها من التعديلات.
- **Auto Tone:** ويفيد في ضبط الدرجة اللونية للصورة آلياً.
- **Auto Contrast:** ويفيد في ضبط تباين الصورة آلياً.
- **Auto Color:** ويفيد في ضبط ألوان الصورة آلياً، حيث أنه يعمل بنفس طريقة Auto Tone من Auto Color حيث تعزيز التباين في قنوات الأحمر والأخضر والأزرق بصورة مستقلة، ولكنه يحاول أيضاً تصحيح أي لون غير مرغوب فيه من خلال تحديد الدرجات اللونية النصفية.
- **حجم الصورة Image Size:** ويفيد بتعديل حجم الصورة ودقتها.
- **حجم لوحة التصميم Canvas Size:** ويفيد بتعديل حجم لوحة العمل دون المساس بحجم الصورة.
- **تدوير الصورة Image Rotation:** ويفيد في تدوير الصورة.
- **Crop:** اقتاصص: بعد تحديد جزء من العمل نستخدم هذا الأمر لقص الصورة إلى حجم التحديد تماماً.
- **Trim:** تقليم: ويفيد في حال وجود مساحات شفافة أو بيضاء أو بلون محدد حول عناصر التصميم، حيث يصغر حجم التصميم حتى تلامس أطراف العناصر حدود التصميم، ويزيل تلك المساحات بناء على إعدادات مخصصة.
- **كشف الكل Reveal All:** ويفيد في حال وجود أجزاء من العناصر ضمن الطبقات خارج مجال مساحة العمل، حيث يكبر حجم مساحة العمل لإظهار جميع هذه العناصر.

- **Duplicate ضاعف:** ويفيد في مضاعفة الملف المفتوح وفتح نسخة جديدة منه.
- **Apply Image تطبيق الصورة:** وهو أمر خاص بتطبيق شريحة أو طبقة لونية أو أمور أخرى على صورة أو شريحة أخرى بغية الحصول على تأثيرات معينة.
- **Calculations الحسابات:** يتيح لك أمر الحسابات دمج قناتين فرديتين من صورة واحدة أو أكثر وتطبيق النتائج على صورة جديدة أو على قناة جديدة أو تحديد في الصورة النشطة. لا يمكنك تطبيق أمر الحسابات على القنوات المركبة.

6.3.2 شريط الأدوات

يمكن تخصيص وتغيير محتويات هذا الشريط من الأدوات. وتتضمن الأيقونة الواحدة من هذا الشريط أكثر من أداة أو أكثر من نموذج للأداة، ويمكن إظهارها بالنقر المطول المستمر على الأيقونة.



- **أداة التحرير Move Tool:** وتستخدم لتحرير عنصر أو طبقة أو تحديد أو صورة بالكامل.

- **أداة لوحة الرسم Artboard Tool:** يمكن من خلاله إنشاء لوحة رسم أو أكثر ضمن الملف.



- **أدوات التحديد Select:** وتتضمن هذه الأيقونة أدوات التحديد المستطيلة ويمكن رسمها كمربع أيضاً، وأداة التحديد البيضوية ويمكن رسمها كدائرة أيضاً، وأداة التحديد بخط أفقي أو بخط عمودي.



- **أداة التحديد السريع Quick Selection Tool:** والتي تحدد المنطقة ذات الدرجات اللونية المتقاربة.

- **أداة عصا التحديد السحرية Magic Wand Tool:** والتي تحدد كامل المنطقة المتقاربة من حيث الدرجة اللونية في مكان النقر بالمؤشر.

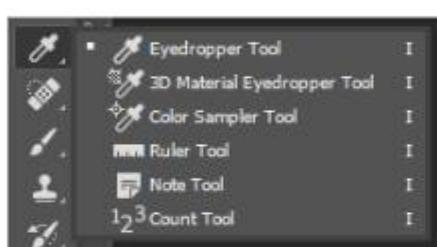


أداة Crop Tool • تقص الصورة بحسب التحديد المستخدم بهذه الأداة.

أداة Perspective Crop Tool • وتنقص الصورة من خلال تحديد منظور معين.

أداة Slice Tool • تنشئ الشرائح والتي تفید في تصامیم الویب.

أداة تحديد الشرائح Slice Select Tool • والتي تحدد الشرائح.



أداة القطارة Eyedropper Tool • والتي تنسخ اللون.

وتحتاج كلون أمامي ليُستخدم مباشرة، وتتفعل هذه الأداة آلياً عند تحديد خيار تغيير اللون للعناصر مثل الأشكال والنصوص حيث تنسخ اللون الجديد إلى العنصر المفعلن.

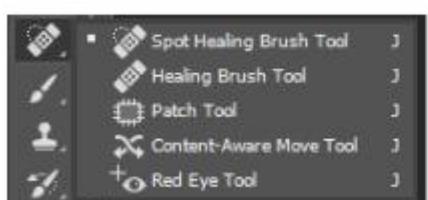
أداة قطارة المادة 3D Material Eyedropper Tool • في التصميم ثلاثي الأبعاد هي الخامة أو اللون أو النسيج أو الملمس المطبق على العنصر) في التصميم ثلاثي الأبعاد.

أداة تحديد الأمثلة اللونية Color Sampler Tool • والتي تحدد أمثلة عن اللون على التصميم وتحفظ قيمها ضمن لوحة المعلومات .info.

أداة المسطرة Ruler Tool • وتسخدم لقياس طول وإحداثيات معينة باستخدامها.

أداة الملاحظات Note Tool • وتسخدم لإضافة ملاحظات ضمن التصميم.

أداة التعداد Count Tool • وتسخدم لإضافة إشارات مرقمة مرجعية ضمن التصميم.



Spot Healing Brush Tool • وتزيل هذه الأداة جميع العيوب والكائنات.

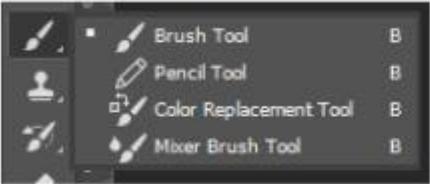
Healing Brush Tool • ترسم على عينة أو نقش لإصلاح العيوب في الصورة.

Patch Tool • تصحيح العيوب في منطقة محددة في صورة باستخدام النقش.

• **Content-Aware Move Tool**: تتيح لك هذه الأداة اختيار عنصر لنقله من صورة إلى أخرى،

ووضعه بسلامة بحيث يبدو أنه ينتمي بطريقة طبيعية.

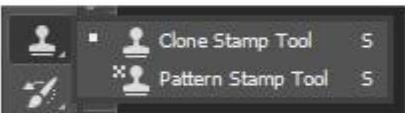
• **Red Eye Tool**: تزيل الانعكاس الأحمر الناتج عن وعيض ضوء الكاميرا.

 • **أداة الفرشاة Brush Tool**: وتطلبي باستخدام ضربات الفرشاة، ويستخدم مصطلح (الضربات) أسوة بالفنانين الذين يستخدمون فرشاة حقيقية للرسم.

• **أداة قلم الرصاص Pencil Tool**: تنشئ ضربات رسم حادة الحواف.

• **أداة استبدال اللون Color Replacement Tool**: تستبدل لوئاً محدداً بلون جديد.

• **أداة الفرشاة المختلطة Mixer Brush Tool**: تحاكي تقنيات الرسم الحقيقية مثل مزج ألوان قماش الرسم وتنوع درجة بلل الطلاء.

 • **أداة ختم الاستنساخ Clone Stamp Tool**: تنسخ نموذجاً من صورة إلى موقع آخر.

• **أداة ختم الأنماط Pattern Stamp Tool**: تنسخ جزءاً من صورة وترسمه كنقط.

 • **أداة فرشاة التاريخ History Brush Tool**: وترسم نسخة من حالة أو لقطة محددة سابقة إلى إطار الصورة الحالية.

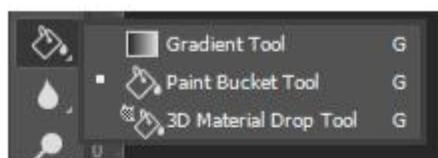
• **أداة فرشاة فن تاريخي Art History Brush Tool**: وهي أداة تنشئ ضربات فرشاة نمطية تحاكي أنماط رسم مختلفة باستخدام الحالة أو اللقطة المحددة حيث تبدو المنطقة الجديدة كما لو أنها رسمت باستخدام الفرشاة.

 • **أداة المسح Eraser Tool**: تمسح وحدات البكسل و تستعيد أجزاءً من الصورة إلى حالتها المحفوظة سابقاً.

• **أداة مسح الخلفية Background Eraser Tool**: تمسح مناطق للوصول إلى الشفافية من خلال سحب المؤشر.

أداة المسح السحرية Magic Eraser Tool •

الشفافية بنقرة واحدة.



أداة التدرج اللوني Gradient Tool •

ضمن أساليب معينة كالخطية والدائيرية وغيرها، والتي تحدد من شريط خيارات هذه الأداة.

أداة سطل الدهان Paint Bucket Tool •

أداة إسقاط المادة ثلاثية الأبعاد 3D Material Drop Tool •
الضغط على مفتاح Alt على مادة لتحميلها، ثم انقر في أي مكان لإسقاطها في جزء آخر من النموذج أو شبكة ثلاثة الأبعاد أخرى أو طبقة ثلاثة الأبعاد أخرى.



أداة التمويه Blur Tool •

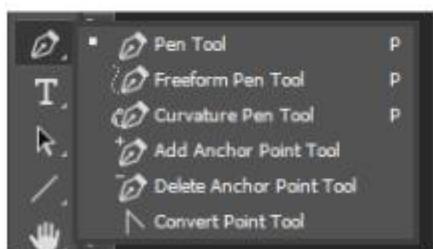
أداة الحذة Sharpen Tool •
في الصورة.

أداة الطمس Smudge Tool •

أداة دودج Dodge Tool •
فاتحة (ساطعة) أكثر.

أداة الحرق Burn Tool •

أداة الإسفنج Sponge Tool •



وتتضمن هذه القائمة جميع أدوات القلم Pen التي ترسم

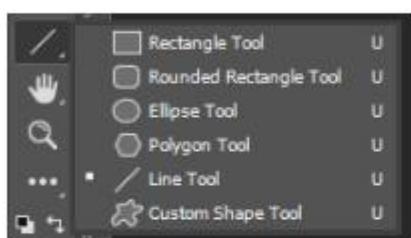
مسارات ورسومات شعاعية.



- وتتضمن هذه القائمة جميع أدوات النص والكتابة بخيارات الكتابة الأفقية والعمودية والكتابة عبر التحديد أفقياً وعمودياً أيضاً.



- وتتضمن هذه القائمة أدوات تحديد المسارات.



- وتتضمن هذه القائمة جميع أدوات رسم الأشكال المختلفة.



- وتتضمن هذه القائمة أدوات تحرير الصورة وتدويرها لمشاهدتها من مختلف النواحي دون أي تأثير أو لمس لعناصرها فعلياً.



- أداة المكابر: لتكبير مشهد الصورة دون تكبير حجمها فعلياً.

- أيقونة تعديل شريط الأدوات: حيث يمكن تخصيص هذا الشريط عبر تبديل أماكن الأيقونات وإضافة أو إزالة الأدوات منه.



- وهنا يتحدد اللونان الأمامي والخلفي ويمكن التبديل بينهما من خلال السهمين الصغيرين المتعامدين في الأعلى.

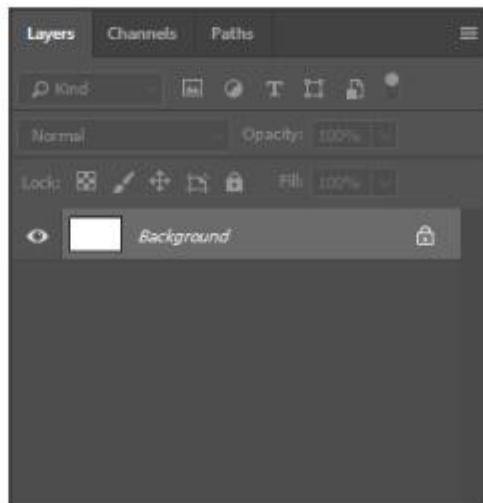
- وضعية القناع السريع: وتحتاج لإجراء تحديد دقيق.

- تغيير نمط عرض الواجهة: في الخيار الأول الواجهة كما هي الآن، وفي الخيار الثاني وضعية ملء الشاشة مع وجود الأدوات واللوحات، وفي الوضعية الثالثة ملء الشاشة بدون أية أدوات أو لوحات.

6.3.3 لوحة الفوتوشوب

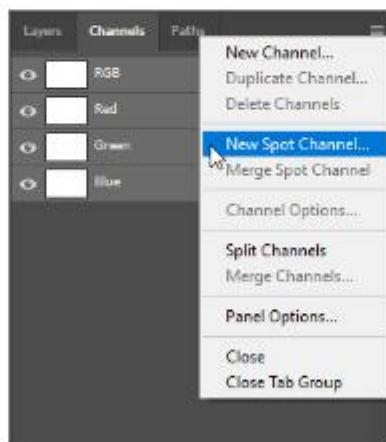
يوجد العديد من اللوحات التي تظهر يمين واجهة البرنامج، ويمكن إظهار أي منها أو إخفاؤه من قائمة Window، ومن المستحيل عرض جميع اللوحات لأنها ستغطي كامل مساحة الشاشة لكنترتها. قد تتوارد أكثر

من لوحة في صف واحد ونافذة واحدة، ونختار التي نريد بالنقر على عنوانها في الأعلى مثل (الشكل التوضيحي 6) حيث تتضمن نافذة اللوحات هذه ثلاثة لوحات وهي لوحات الطبقات Layers والقنوات Channels والمسارات Paths.



الشكل التوضيحي 6

ولكل لوحة قائمة خاصة بها تختلف عن بقية اللوحات بحسب اختصاص وعمل هذه اللوحة ولكنها تتشابه جميعها في كون الخيار الأخير في هذه القائمة هو خيار إغلاق اللوحة.



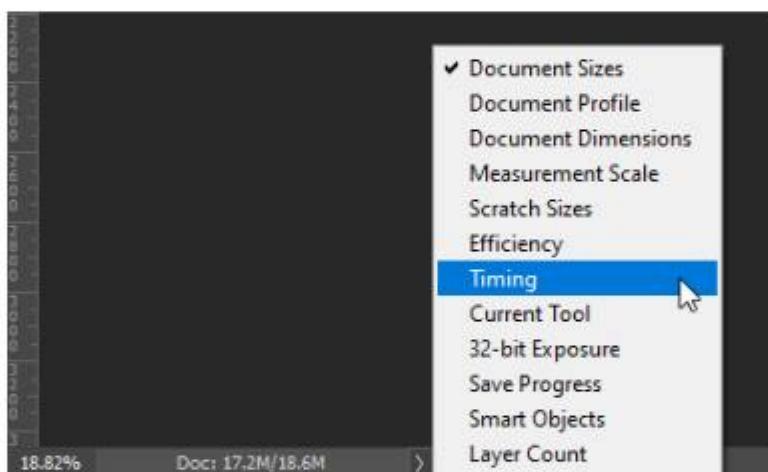
ولعل من أكثر اللوحات استخداماً وشيوعاً هي لوحة الطبقات Layers والتي تحوي كل ما يتعلق بالطبقات ومعالجتها وتحريرها، ولوحة القنوات Channels والتي تتضمن كل ما يتعلق بالقنوات اللونية، ولوحة تحرير النصوص والفقرات Character، ولوحة الألوان Color لاختيار اللون الأمامي والخلفي، ولوحة التعديلات Adjustments والتي تتضمن كافة التعديلات التي يمكن إضافتها كطبقات، ولوحة التاريخ History التي يمكن من خلالها التراجع عن العديد من العمليات الأخيرة المنفذة.

6.3.4 شريط المعلومات السفلي

وأخيرًا يوجد أسفل واجهة البرنامج شريط المعلومات الذي يتضمن ابتداءً من اليسار مستوى تكبير منظور العمل ويمكن بالنقر عليه تعديل هذا الحجم. كما يتضمن حجم ملف العمل على اليمين وبالنقر المطول عليه تظهر بيانات الملف الأساسية مثل عرض وارتفاع الصورة ودقة التفاصيل وعدد القنوات اللونية.



وعبر النقر على السهم الصغير يمين شريط المعلومات الصغير يمكن أن نختار عرض معلومات أخرى بدل حجم ملف العمل مثل نموذج الألوان الملف وأبعاد التصميم والأداة المستخدمة وعدد الطبقات وغيرها من المعلومات المختلفة التي قد يحتاجها المصمم.



6.4 خاتمة

كان هذا شرحاً لواجهة برنامج الفوتوشوب وما تتضمنه من أهم القوائم واللوحات وكافة الأدوات. ومع فهمنا المسبق لأساسيات تصميم الرسوميات من خلال الفصول السابقة التي تحدثنا فيها عن مبادئ وعناصر التصميم، كما شرحنا مفضلاً أهم هذه العناصر والنظريات المتعلقة بها مثل الألوان والنصوص وأسلوب الطباعة وغيرها، وبعد فهم واجهة برنامج الفوتوشوب يمكنك الانتقال إلى دروس عملية حول كيفية استخدام البرنامج لمعالجة الصور وإنشاء تصاميم مختلفة دون قلق أو تردد وبثقة كبيرة متسلحاً بمعرفتك الأساسية التي ستتضمن لك تفوقاً على منافسيك، بحيث تستطيع إنشاء تصاميم مع تطبيق كافة المفاهيم التي تعلمتها في هذا الكتاب وبذلك تتجنب الوقوع في أخطاء المبتدئين والهواة وتتجاوز هؤلاء بمراحل.

7. مقدمة إلى برنامج أدوبى إيلستريتور

Adobe Illustrator

على عكس برنامج أدوبى فوتوشوب فإن برنامج أدوبى إيلستريتور ليس مخصصاً لمعالجة الصور والرسومات النقطية Raster، بل هو أشهر وأقوى برنامج لتصميم ورسم ومعالجة الرسومات الشعاعية Vector. وعلى الرغم من توفر برامج منافسة له مثل برنامج كورل درو Corel Draw وتتوفر برامج جيدة ومجانية مثل إنكسكيب Inkscape، إلا أنه ما يزال يتربع على قمة البرمجيات المتخصصة في الرسومات الشعاعية، وهو الأكثر انتشاراً وشعبية، ويتميز بتشابه واجهاته مع واجهات الفوتوشوب الشائع وبسهولة استخدامه بالموازنة مع بقية البرامج.

7.1 ما هو أدوبى إيلستريتور؟

هو برنامج تصميم ورسم احترافي يعتمد على تصميم الرسومات الشعاعية Vector ومعالجتها، طورته شركة أدوبى عام 1987 ليعمل آنذاك فقط على نظام ماك العامل على حواسيب أبل، ثم طرأت أدوبى الإصدار الثاني عام 1989 ليعمل على نظام ويندوز ويتيح لك الإيلستريتور إنتاج تصاميم الشعارات والأيقونات والرموز والخطوط والمطبوعات الإعلانية وملفات PDF وبطاقات الأعمال وغيرها من التصاميم.

تميز الرسومات الشعاعية عن النقطية الخاصة بالفوتوشوب بأنها لا تتأثر أثناء تكبيرها أو تصغيرها ولا تتضليل أو تتشوه أو تختلف بعكس الرسومات النقطية، وهذا ما يجعلها الأفضل لتصميم الشعارات والهويات البصرية وكافة التصاميم الطباعية الإعلانية. تنسيق الملف الأصلي لملفات الإيلستريتور هو AI، ويمكنه أيضاً حفظ الملفات بتنسيق SVG وEPS ويمكنه تصدر الرسومات والتصاميم إلى PDF وJPEG وتنسيقات رسومات أخرى.

نصيحة

عند بدء استخدامك له، ابدأ بالخريطة وتجربة الأدوات وبخاصة أدوات الرسم، حتى تألف العمل عليه وتعتاد أدواته وواجهاته، وبعدها تعمق قليلاً في استخدام النصوص وبعض التصاميم الأساسية المعتمدة على الأشكال الرئيسية، وحاول في هذه المرحلة أن تكون رسوماتك بالأبيض والأسود فقط لتمكن من التركيز على الرسم والتشكيل، ثم عليك بيده تعلم استخدام أداة القلم والتي تعد أهم وأقوى أداة في تصميم الرسومات الشعاعية، ويجب أن تتمرن على استخدام الفأرة في رسم الخطوط والمنحنيات جيداً، وأخيراً يمكنك البدء في استخدام الألوان واستكشاف أدوات جديدة وتحسين مهاراتك.



مجموعة تطبيقات السحابة الذكية Creative Cloud من أدوبى

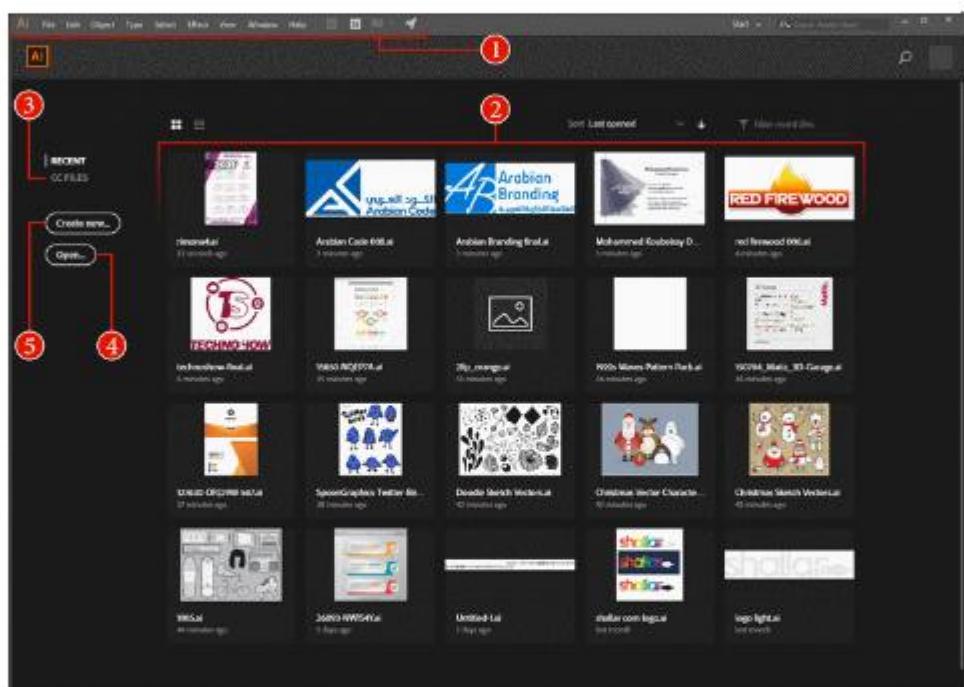
وأسوة ببرنامج الفوتوشوب فقد أدرج الإلستريتور ضمن مجموعة تطبيقات السحابة الإبداعية **Creative Cloud**، الأمر الذي سهل تخزين البيانات والملفات ضمن مكتبات السحابة ومشاركتها مع بقية البرمجيات والاستفادة من مزايا أخرى مثل حرية الوصول إلى مخزن الصور والرسوميات المختلفة والتي تعد بعشرات الآلاف والاستفادة من التحديثات المستمرة.

ستطرّق في هذا الفصل إلى شرح واجهات البرنامج وأهم الأدوات والقوائم واللوحات، لتتمكن لدينا فكرة عن ماهية البرنامج وكيفية بدء العمل عليه. يمكنك الحصول على قرص مدمج يتضمن هذا البرنامج لتنبيته على حاسوبك أو تحميله من [الموقع الرسمي](#) وسيعمل البرنامج لفترة تجريبية ثم سيكون عليك دفع قيمة الاشتراك الشهري حتى تتمكن من الاستمرار باستخدامه.

يجب علينا الحصول على نسخة الشرق الأوسط بالواجهة الإنجليزية التي تدعم اللغة العربية من خيارات وخصائص تحرير النصوص، أو يمكن تحميل نسخة شمال أفريقيا الفرنسية بالواجهة الفرنسية التي تدعم اللغة العربية لمن يرغب في ذلك، إلا أنها مشرحة البرنامج بالواجهة الإنجليزية فقط.

7.2 بدء العمل على البرنامج وفتح مستند جديد

في كل مرة تبدأ فيها بتشغيل البرنامج ستظهر لك شاشة بدء العمل (الشكل التوضيحي 1) تماماً كما في برنامج الفوتوشوب، والتي تتضمن شريط القوائم العلوي (1) وصور مصغرة عن آخر الملفات التي عملت عليها (2). إذا أردت مشاهدة ملفاتك على حسابك ضمن السحابة الإبداعية Creative Cloud والتي يرمز لها اصطلاحاً CC Files أي ملفات السحابة الإبداعية (3)، ولفتح أي ملف قديم انقر عليه فقط، وفي حال أردت فتح ملف غير موجود ضمن قائمة هذه الواجهة انقر على Open فتح (4) لتبحث عنه، ولفتح مستند جديد انقر على Create New أنشئ مستندًّا جديداً (5).

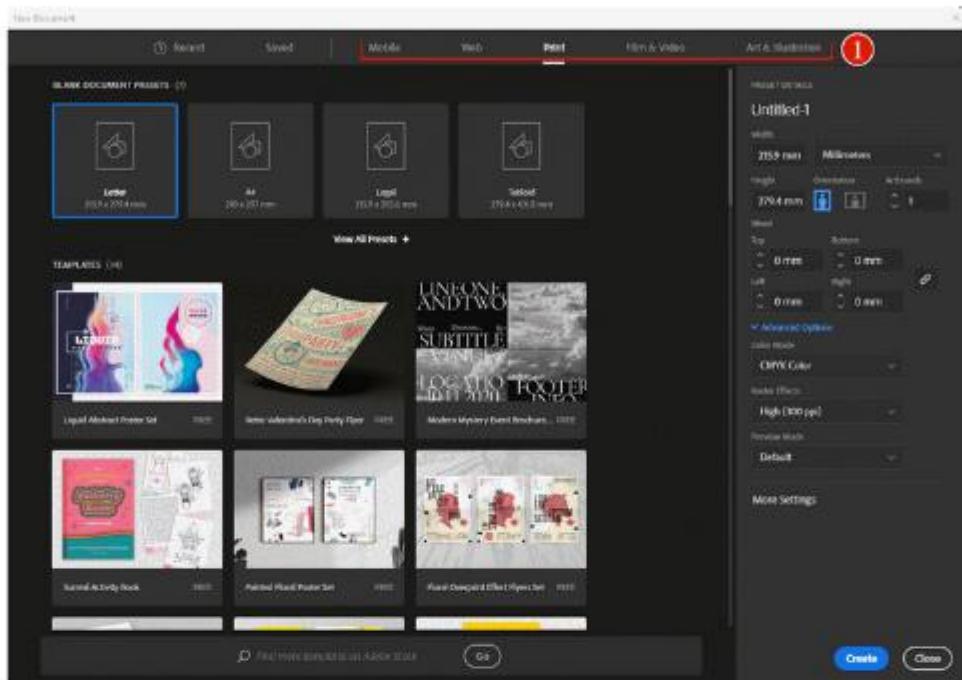


الشكل التوضيحي 1

وستعلم عن خيارات فتح مستند جديد انقر على فتح مستند جديد، ستظهر النافذة الخاصة بإنشاء مستند جديد كما في (الشكل التوضيحي 2). يوفر البرنامج قوالب مساحات عمل جاهزة للاستخدام من ضمن الخيارات العلوية (1) مثل أن تختار أحد مقاسات التصاميم الطابعية المختلفة أو تصاميم الويب أو الهاتف المحمول أو الفيديو وغيرها.

ويتضمن الجانب الأيمن من النافذة لوحة خيارات يدوية لتحديد مواصفات المشروع الذي سنعمل عليه (الشكل التوضيحي 3)، ويتضمن اسم مجموعة الإعدادات المعدة مسبقاً حيث يمكنك تسميتها لعودتها لاحقاً (1)، ثم خيار تحديد عرض المشروع Width ووحدة القياس المعتمدة مثل المتر ومشتقاتها والبوصة (الإنش) والبكسل والنقطة (2)، ثم خيار تحديد الارتفاع Height بنفس وحدة القياس المختارة سابقاً إضافة

إلى خيار تحديد اتجاه العمل Orientation بحيث يكون عمودياً أو أفقياً عرضياً، وهناك خيار لتحديد عدد لوحات العمل Artboards ضمن التصميم الواحد (3).



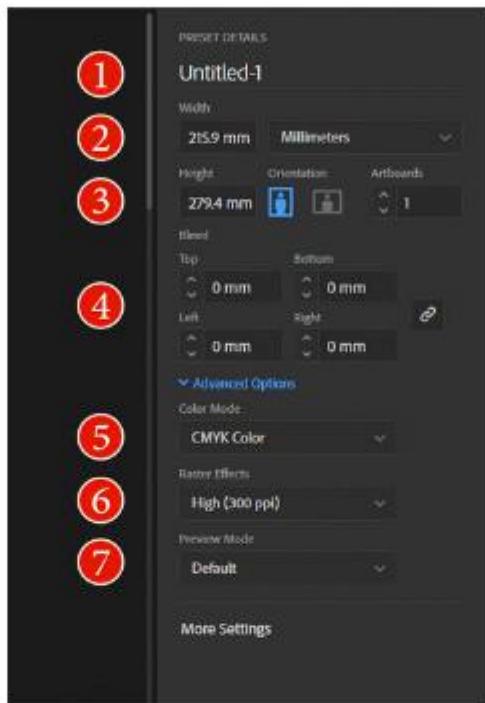
الشكل التوضيحي 2

ثم علينا تحديد مقدار هوامش النزيف (4)، وهي هوامش ستظهر خارج إطار الحدود الأصلية للوح الرسم، أي أنها المقدار الذي يقع خارج إطار لوح الرسم من التصميم والتي نستخدمها لتجنب أية حدود أو مساحات بيضاء قد تظهر على حواف العمل المطبوع بسبب خطأ في ميلان زاوية سير الورق أثناء الطباعة أو بسبب خطأ في قص حواف العمل المطبوع.

قد يحصل هامش خطأ بسيط أثناء قطع التصميم بعد الطباعة فتظهر حواف بيضاء غير مرغوبة لذلك يجب قطع أجزاء إضافية من الحواف لإزالة هذه المساحات البيضاء، وبالتالي قد يتسبب ذلك بفقدان عناصر مهمة في التصميم بسبب عمليات القطع الإضافية، ولهذا السبب يجب أن نصمم خارج حدود التصميم الأساسي لغاية حدود هوامش النزيف وبذلك نتجنب ظهور مثل تلك المساحات والحواف البيضاء. تعد هوامش النزيف بمثابة هوامش أمان لضمان عدم حدوث أية أخطاء أثناء الطباعة.



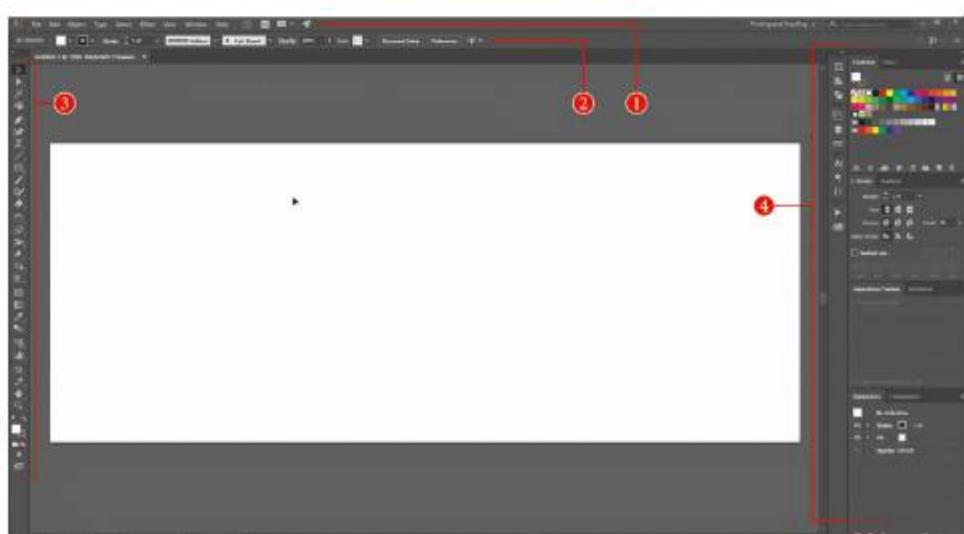
ويوجد خيارات إضافية تظهر بالنقر عليها تتضمن خيارات النماذج اللونية (5) والتي يمكننا اختيار نموذج RGB أو CMYK فقط والأول كما نعلم خاص للتصميم للشاشات والثاني للمطبوعات. وهناك خيارات الدقة للتصاميم النقطية (6) وتتضمن خيارات منخفضة، متوسطة وعالية، وخيارات طرق عرض التصميم (7).



الشكل التوضيحي 3

يوجد خيارات إضافية More Settings والتي تتضمن ذات الخيارات السابقة في الشكل التوضيحي السابق مع خيارات أكثر لجهة طريقة عرض ألواح الرسم ومسافة التباعد بينها.

7.3 واجهة البرنامج

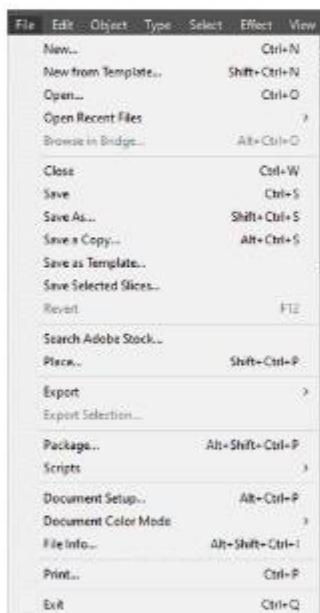


تتضمن واجهة البرنامج شريط القوائم في الأعلى (1) وتحته شريط خيارات الأدوات (2) وتتغير محتويات هذا الشريط تبعاً للأداة التي نستخدمها، ثم شريط الأدوات على الجهة اليسرى (3) ولوحات العمل على الجهة اليمنى (4). وبالإمكان سحب وتحريك شريط الأدوات ولوحات وضعها في أي مكان على الشاشة. وتتضمن قوائم الإلستريتور العديد من المهام والأدوات والخيارات، سنشرح أهمها بدون الحاجة لتنفيذ تطبيقات عملية.

7.3.1 شريط القوائم

ويتضمن بدأياً شعار البرنامج والذي يحوي عند النقر عليه خيارات نافذة البرنامج من تصغير وكبير واستعادة وتحريك وإغلاق. كما يتضمن قوائم سنشرّحها تالياً:

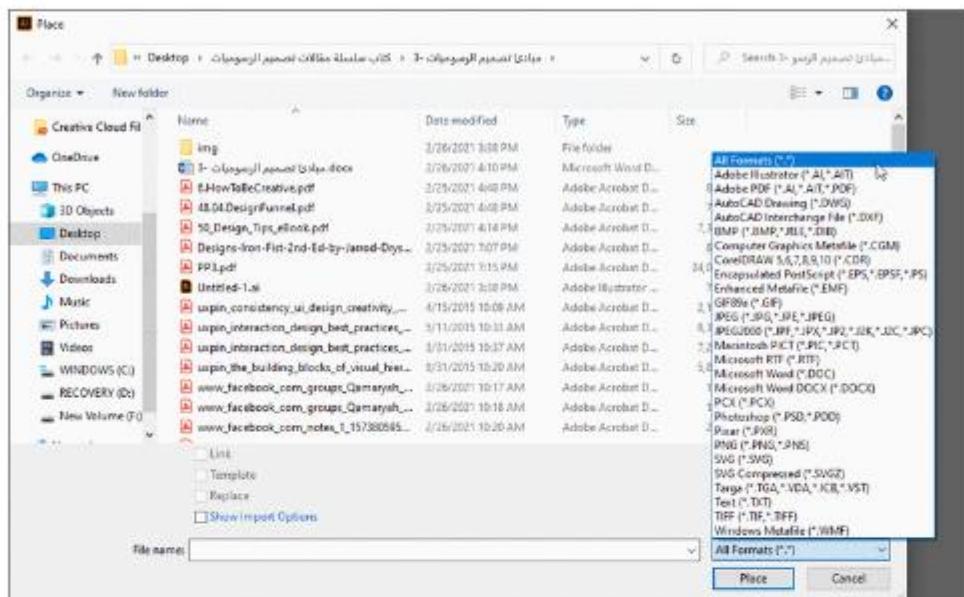
١. قائمة الملف File



وتتضمن هذه القائمة خيارات إنشاء مستند جديد من خلال New أو إنشاء مستند جديد من أحد القوالب الجاهزة من خلال الأمر New from Template، وخيارات فتح ملفات من خلال Open Recent Files و Open، التي تضم قائمة بأخر الملفات المفتوحة في البرنامج، إضافة إلى خيار التصفح في بريدج Browse in Bridge وهو برنامج مصاحب للإلستريتور وبقية منتجات السحابة الإبداعية من أدوبى، يطلق عليه أيضاً مدير الوسائط، ويمنح هذا البرنامج طرقة قوية للعثور على مجموعة الصور المتزايدة باستمرار وإدارتها وتنظيمها، إضافة لملفات برمج الفوتوشوب والإلستريتور وإن ديزاين وغيرها.

وتحوي القائمة أيضاً خيارات الإغلاق Close لـإغلاق المستند وخيارات الحفظ المختلفة Save و Save As لـحفظ الملف وحفظه باسم وتنسيق مختلف، وختار Save a Copy الذي يحفظ نسخة مطابقة من الملف بالاسم والتنسيق مع إضافة كلمة (Copy) إلى اسم الملف، وحفظ كفالت Save as Template وختار حفظ الشرائح المحددة Save Selected Slices وختار Revert الذي يفيد في إعادة الملف المفتوح إلى شكله الأساسي عند فتحه قبل تنفيذ كافة التعديلات الجديدة عليه شريطة ألا تكون قد حفظنا تلك التعديلات.

وهناك خيار البحث في مخزن أدوبى عن الرسومات والتصاميم والصور Search in Adobe Stock، و الخيار Place لإدراج ملفات صور ورسومات ومحططات إلى داخل التصميم وهو يعادل الأمر Import في برنامج الفوتوشوب والبرامج الأخرى المشابهة، ويدعم هذا الخيار عشرات التنسيقات.



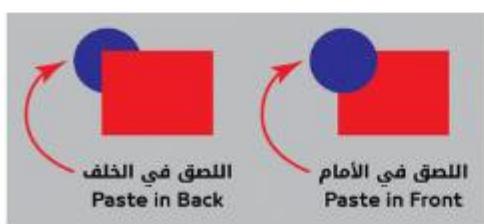
لاحظ عشرات تنسيقات الملفات التي يدعم الإلستريتور إدراجه ضمن العمل

الخيار Export لتنسيقات مختلفة ويتضمن خيارات تصدير الملف للشاشات أو للويب ويليه خيار تصدير التحديد فقط Export Selection بدون تصدير كامل مساحة العمل.

بقية القائمة تتضمن أوامر التحرير للتصميم مع الملفات المرتبطة به Package إضافة إلى خيارات السكريبت Scripts وإعدادات المستند Document Setup والمعلومات الكاملة حوله File Info وتغيير نموذج ألوان المستند Document Color Mode وأخيراً أمر الخروج من البرنامج Exit.

بـ. قائمة التعديل Edit

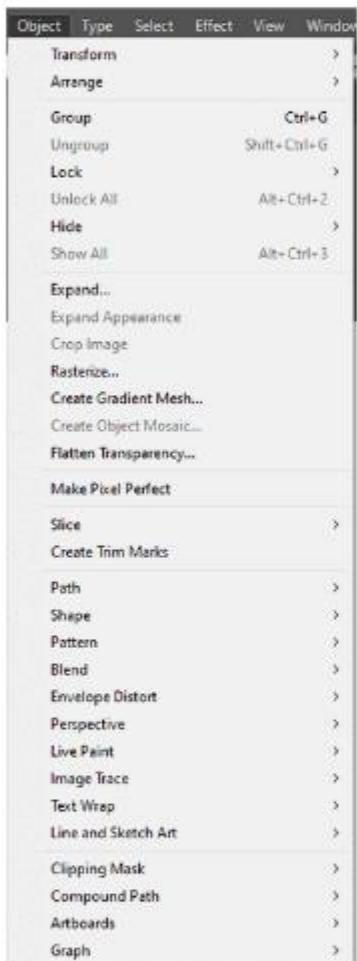
وتتضمن هذه القائمة خيارات التراجع والعودة عن تنفيذ العمليات الأخيرة المطبقة Undo وRedo، إضافة



إلى خيارات القص والنسخ واللصق، وتتضمن أيضاً خيارات لصق مميزة ومفيدة وهي خيارات اللصق في الأمام Paste in Front واللصق في الخلف Paste in Back والتي تفيد في لصق العنصر الموجود في الحافظة أمام بقية العناصر أو خلفها، وكذلك خيار اللصق في جميع لوحت الرسم الموجودة في التصميم Paste in All Artboards.

كما تتضمن القائمة أيضًا أدوات النص من البحث والاستبدال والتدقيق الإملائي وتعديل القاموس. وتتضمن قائمة تعديل الألوان Colors الفرعية مجموعة من أدوات تعديل الألوان والمزج والاستبدال وغيرها. وتتضمن بقية القائمة أدوات متقدمة في تعديل الإعدادات الأساسية المختلفة للبرنامج كالألوان والشفافية والطباعة و اختصارات لوحة المفاتيح وغيرها.

ج. قائمة الكائن Object

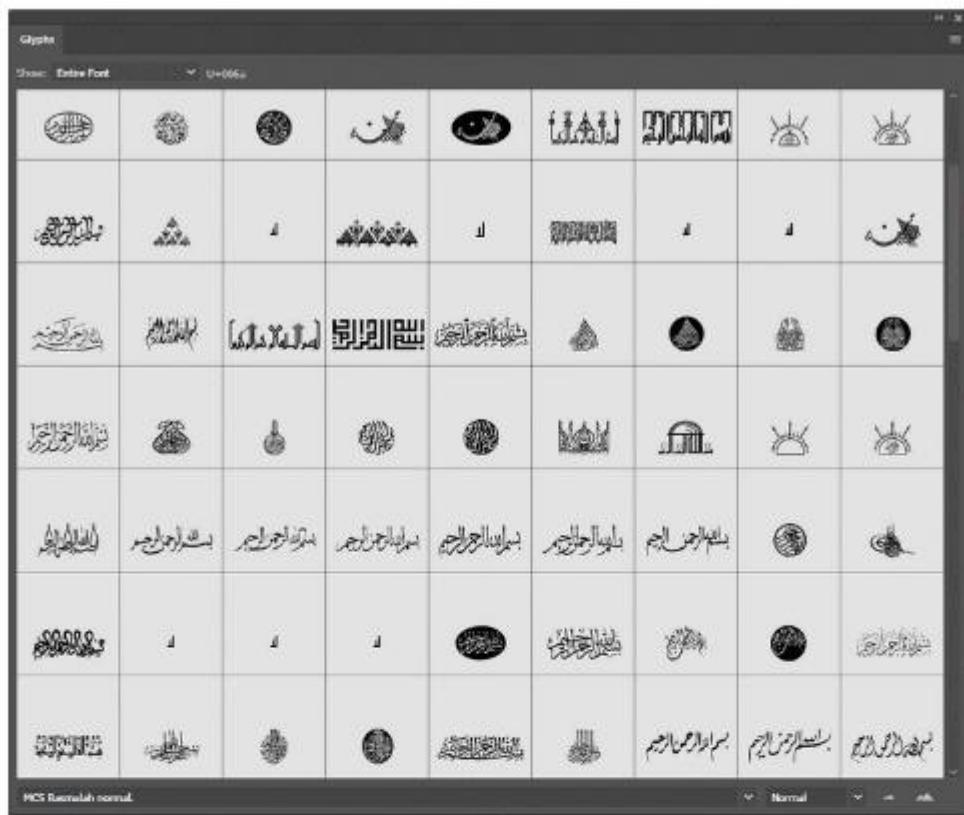


وتعتبر قائمة مهمة لما تحويه من أدوات وأوامر كثيرة جدًا لعمليات إجرائية متنوعة على التصميم، لا يمكننا شرحها جميعها هنا، لكننا سنتحدث عن أكثرها استعمالاً. ونببدأ من التحويل Transform والتي تتضمن قائمة فرعية تحوي أوامر التحجيم والتدوير والتحريك والانعكاس وغيرها. تمنحك قائمة الترتيب Arrange القدرة على ترتيب العناصر المحددة فوق أو تحت بقية العناصر.

يجمع الأمر Group مجموعة من العناصر المحددة في مجموعة واحدة ويلغى الأمر Ungroup عملية التجميع السابقة، فيما يوقف الأمر Lock العنصر بحيث لا نستطيع تحديده أو إجراء أي تعديل عليه ويلغى الأمر Unlock All القفل لجميع العناصر المفولة. ويعمل الأمر Hide على إخفاء عناصر أو طبقات معينة فيما يظهر الأمر Show All كل ما هو مخفي. وتتضمن بقية أوامر القائمة عمليات وإجراءات كثيرة جدًا ومفيدة في إنشاء تصاميم مميزة تحتاج لصفحات كثيرة لشرحها جميعها، يمكنك مراجعة دروس أكاديمية حسوب لفهم آلية عملها.

د. قائمة النصوص Type

وتتضمن جميع أدوات وخيارات تحرير ومعالجة النصوص والمحارف والخطوط والرموز، ومنها Add Fonts from Typekit وهيمجموعات خطوط من أدوي متوفرة ضمن السحابة الإبداعية لأدوبي، وختار Glyphs الذي يوفر الرموز والحراف ضمن باقات الخطوط ذات الأشكال والرموز مثل خط البسمة في الشكل التوضيحي التالي:



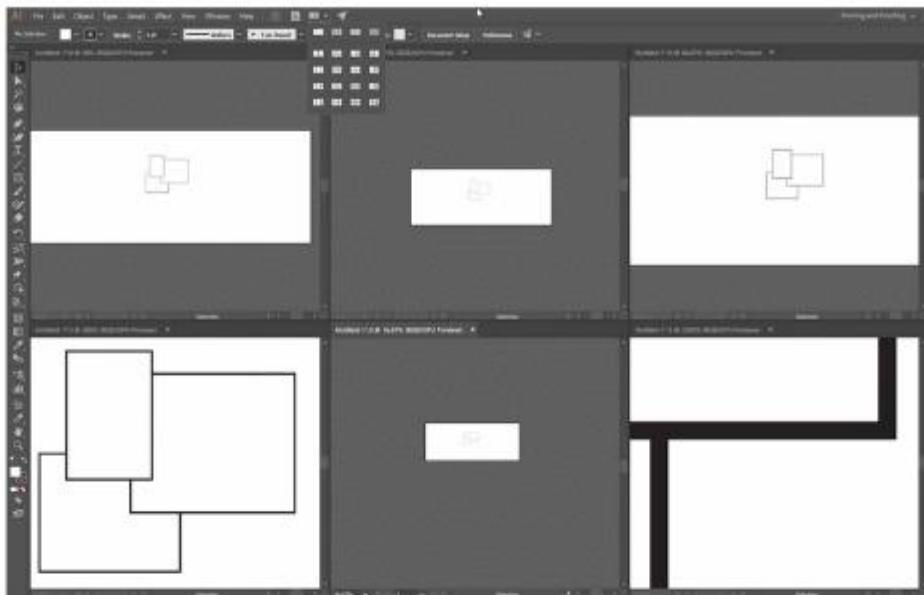
هـ. بقية القوائم



وتتضمن قائمة التحديد Select جميع أدوات وخيارات التحديد بينما تتضمن قائمة التأثيرات Effect مرشحات من نوعين الأول هو مرشحات الإلستريتور الرئيسية والآخر هو مرشحات الفتوشوب.

تتضمن قائمة العرض View خيارات متعددة للعرض من تكبير وتصغير وإظهار وإخفاء الحواف وأدوات الأدلة المختلفة والشبكة وغيرها. وتتضمن قائمة Window عمليات ترتيب النوافذ المفتوحة ضمن البرنامج إضافة إلى فتح وإغلاق جميع لوحتات العمل والأدوات ضمن البرنامج وعددها كبير.

ويوجد خيار خاص في شريط القوائم يختص بتعديل ترتيب النوافذ المفتوحة في البرنامج بطرق منظمة ومعنوية مسبقاً كما في الشكل التوضيحي التالي:



7.3.2 شريط الأدوات

ويمكن سحبه ووضعه في أي مكان من واجهة البرنامج وتتضمن الأيقونة الواحدة من هذا الشريط أكثر من أداة أو أكثر من نموذج للأداة، ويمكن إظهار هذه النماذج والأدوات الإضافية بالقرص المطول المستمر على الأيقونة.



- أداة التحديد:** هي رمز السهم الأسود الذي نستخدمه طوال الوقت. إنه يعمل كمؤشر نموذجي، مما يتيح لنا تحديد الكائنات والنصوص والنقر فوقها وسحبها، تكبيرها، تصفيرها وتدويرها.



- أداة Direct Selection Tool:** تتيح لنا تحديد وتحرير نقاط ربط المباشر معينة للأشكال أو الخطوط الشعاعية بطريقة إفرادية، بينما تحدد أداة التحديد العادي الشكل بالكامل، تتيح لك أداة التحديد المباشر تعديل زاوية أو جانب أو نقطة أو منحنى في كل مرة. ويمكن من خلالها تحديد مجموعة من نقاط الربط ومعالجتها.

- أداة تحديد المجموعة:** تحدد كائن معين بسهولة داخل مجموعة لنقله أو تحريره أو تغيير حجمه بشكل فردي.





- أداة العصا السحرية Magic Wand Tool** •
الدرجة اللونية من مكان التحديد، سيكون هذا مفيّداً إذا احتجت في أي وقت إلى ضبط اللون نفسه على العديد من الأشكال المختلفة.

- **Lasso Tool** •
مجموعة من نقاط الربط الفردية لتحديد المبادر ولكنها تستطيع رسم تحديد حول

- **أداة Pen Tool** هي أهم أداة في عالم تصميم الرسومات الشعاعية حيث نستطيع بواسطتها أن نرسم خطوطاً وأشكالاً شعاعيةً مختلفة عبر تعين نقاط الربط للرسم الشعاعي من خلال رسم خطوط مستقيمة أو منحنية، ويمكن التحكم بمدى انحناء الخطوط عبر

مقابض خاصة تظهر للنقطة، تتطلب هذه الأداة تدريئاً كبيراً لإتقان الرسم بها ولكن بمجرد اتقانها فإنك ستفتح أمامك المجال الواسع لرسم تصاميم فريدة ومذهلة.

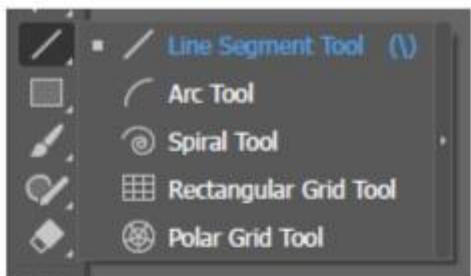
- تتضمن بقية الأدوات ضمن قائمة هذه الأداة إضافة وإزالة نقاط الربط للشكل الشعاعي، فيما تضيف الأداة الأخيرة في القائمة مقابض ل نقاط الربط أو تزيلها.



- أداة الانحناء Curvature Tool** •
للشكل حواف منحنية في الغالب، من الصعب أن تتحكم بشكل مثالي في المنحنيات باستخدام هذه الأداة موازنة بأداة القلم، ولكن منحنيات هذه الأداة هي أيضاً مستديرة بشكل مثالي أكثر من المنحنيات التي قد تنشئها باستخدام أداة القلم.



- أداة الكتابة أو أداة النص**: تحتوي قائمة **Type Tool** •
هذه الأداة على أدوات مختلفة لكتابة النص من اليمن لليسار وبالعكس وضمن مساحة الأشكال أو الكتابة على مسار معين أو الكتابة العمودية، تتيح الأداة الأخيرة في القائمة **TOUCH TYPE TOOL** تحديد الأحرف فردياً وتحريكها أو تكبيرها أو تصغيرها أو تدويرها مع المحافظة على خصائص النص لها.

**أداة Line Segment Tool**

فردية منفصلة أي أنها ترسم خطًا واحدًا في كل مرة.

أداة Arch Tool

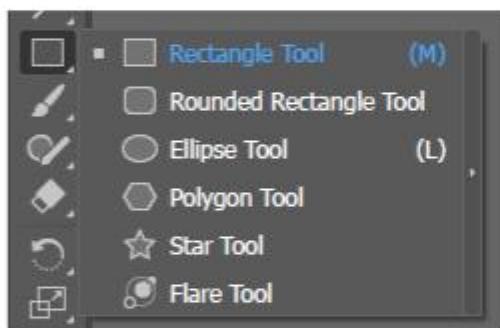
منحنية منفصلة بشكل فردي في كل مرة.

أداة اللولبية Spiral Tool**أداة الشبكة المستطيلة Rectangular Grid Tool**

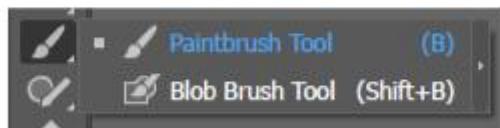
جداول أو أي شيء آخر يحتاج إلى شبكة بها صفوف وأعمدة. بمجرد تحديد الأداة انقر مرة واحدة على لوح الرسم، وستظهر لك نافذة تسمح لك بتحديد حجم وكمية الصفوف والأعمدة التي تريدها.

أداة الشبكة القطبية Polar Grid Tool

أنها هدف دائري الشكل، مع خطوط متعمدة تلتقي في المنتصف.

**أداة رسم المستطيلات Rectangle Tool**

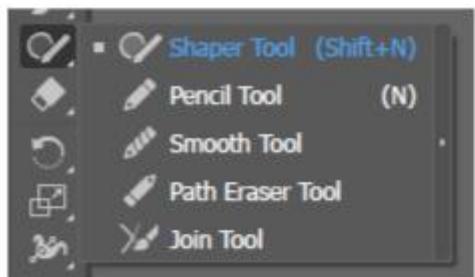
الأداة مستطيلات ومربعات على حد سواء، إن أردت رسم مربع مثالي ما عليك سوى الاستمرار بالضغط على مفتاح Shift أثناء السحب باستخدام هذه الأداة وستحصل على مربع مثالي.

أداة فرشاة الطلاء Paintbrush Tool**أداة فرشاة الطلاء Paint Brush Tool**

لرسم ضربات فرشاة طلاء عادية بحيث ستكون في النهاية شكلًا شعاعيًا يمكنك تعديله بأداة التحديد المباشر.

Blob Brush Tool

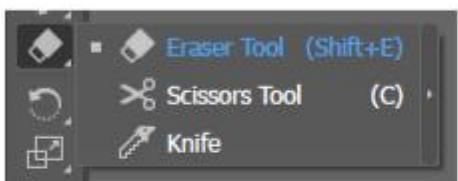
الفرشاة الشعاعي فتكون نقاط ربطه على طول الخط، وبقى الشكل الظاهر عبارة عن حدود خارجية للخط، بينما بواسطة هذه الأداة فإن كامل مساحة ضربة الفرشاة ستتصبح شكلًا شعاعيًا.

**أداة Shaper Tool**

يدوياً، ولكن بعد ذلك ستعذل تلقائياً وتشكل أقرب شكل نظامي صحيح للشكل الذي رسمته. إذا استخدمت هذه الأداة لرسم مستطيل سيء يدوياً، في اللحظة التي تحرر فيها إصبعك من الفارة، سينشأ تلقائياً مستطيل سليم التكوين بزوايا قائمة.

أداة القلم الرصاص Pencil Tool

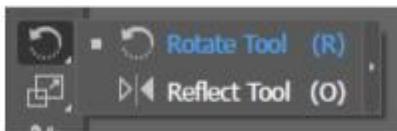
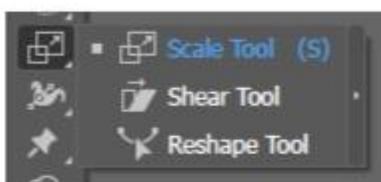
استخدام الفارة أو جهاز Wacom مع القلم الخاص به.

أداة التنعيم Smooth Tool**أداة مسح المسار Path Eraser Tool****أداة الوصل Join Tool****أداة الممحاة Eraser Tool**

والمسارات.

أداة المقص Scissors Tool

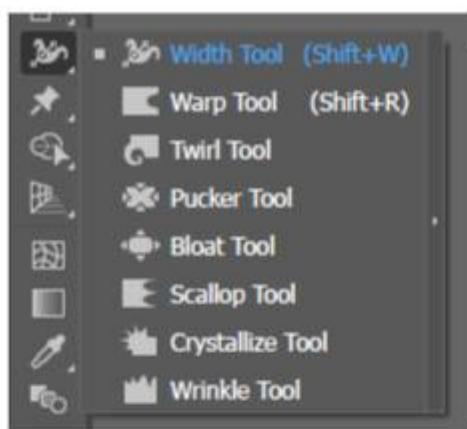
أداة السكين Knife Tool: تشبه أداة المقص إلا أنها لا تقض بخط مستقيم فقط كما الأداة السابقة بل يمكن القص بأي طريقة.

**أداة التدوين Rotate Tool****أداة الانعكاس Reflect Tool****أداة التحجيم Scale Tool****Shear Tool**

حدد نقطة المحور ثم انقر باستخدام الأداة على أحد أطراف الكائن واستمر بالسحب بشكل عشوائي لتشاهد التشوه الحاصل في الكائن.

أداة إعادة التشكيل Reshape Tool

نفس الاتجاه.



• **أداة العرض Width Tool**: تعمل على الخطوط فقط بحيث تزيد أو تنقص من حجم حدود الخط.

◦ بقية الأدوات ضمن قائمة هذه الأداة تعمل على إنشاء

تأثيرات مختلفة على الكائنات مثل **Aداة Warp Tool**

التي تسبب الالتواء للكائن وأداة **Twirl Tool** التي

تساهم في تشكيل دوامة لوبية ضمن الكائن، وكذلك بقية

الأدوات تعمل على تأثيرات وتشوهات أخرى مختلفة على

الكائنات والعناصر.



• **Puppet Warp Tool**: تعمل على إنشاء نقاط مرجعية

ضمن الكائن مع تكوينه ككائن شبكي وتحويل وتغيير الشكل

العام للكائن عبر معالجة تلك النقطة، ويمكن إنشاء أكثر من نقطة للكائن الواحد لمعالجتها.

◦ **Free Transform Tool**: تتيح هذه الأداة تعديل حجم الكائن بطرق مختلفة.



• **أداة بناء الشكل Shape Builder Tool**: تدمج

مجموعة من الأشكال في شكل واحد.

◦ أدوات تعبئة الأشكال أو القطعات باللون أو النمط

مع خيارات تحديد وتعديل مختلفة.



• **أداة شبكة المنظور Perspective Grid Tool**:

تساعد عند تصميم رسومات ذات منظور معين

بحيث تبدو وكأنها ثلاثية الأبعاد، والأداة التالية

لتحرير شبكة المنظور.

• **أداة الشبكة Mesh Tool**: تعد هذه الأداة متقدمة للغاية حيث تتيح لك تحديد نقاط معينة

داخل قسم معين من الشكل بالإضافة لون آخر. سينشئ اللونان تدرجًا لونيًا بينهما، يعمل كسطوع

وتظليل وتطور طبيعي للألوان. بهذه هي الطريقة يصنع المصممون المتقدمون للغاية رسومات رقمية

واقعية مذهلة.

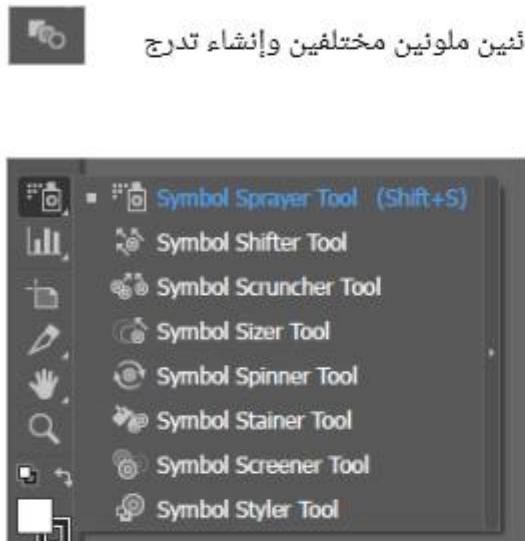
• **أداة التدرج اللوني Gradient Tool**: تستخدم لتحرير اتجاه وزاوية التدرجات اللونية للكائنات الملونة بدرجات لونية.



• **أداة القطارة Eyedropper Tool**: تتيح لك اختيار لون

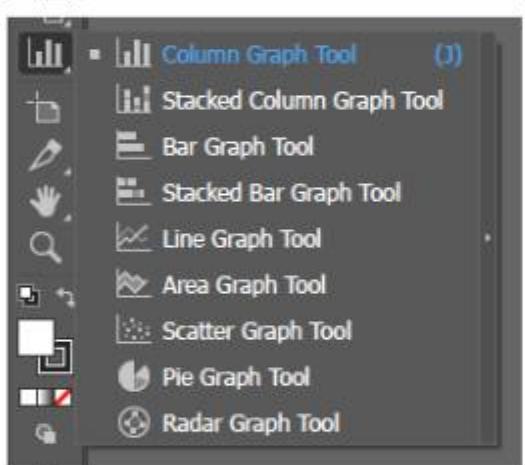
لاستخدامه من أحد الكائنات أو الخطوط أو الصور.

◦ **أداة القياس Measure Tool**: تتيح لك قياس المسافة بين نقطتين.



• تضم قائمة الأدوات هذه جميع أدوات الرموز المختلفة

من إدراجها وتحويلها وتشويهها وغير ذلك.



• تضم قائمة الأدوات هذه جميع أدوات إنشاء وتحرير

الرسومات البيانية بكل أشكالها وأنواعها.



• أدوات إنشاء وتحديد الشرائح Slice المفيدة في تصميم

واجهات الويب.

◦ **أداة اليد Hand Tool**: تسمح لك بتحريك مشهد العمل لتصفحه فقط.

◦ **Print Tiling Tool**: تعمل على المساعدة لطباعة المستند كبير الحجم على عدة أوراق صغيرة

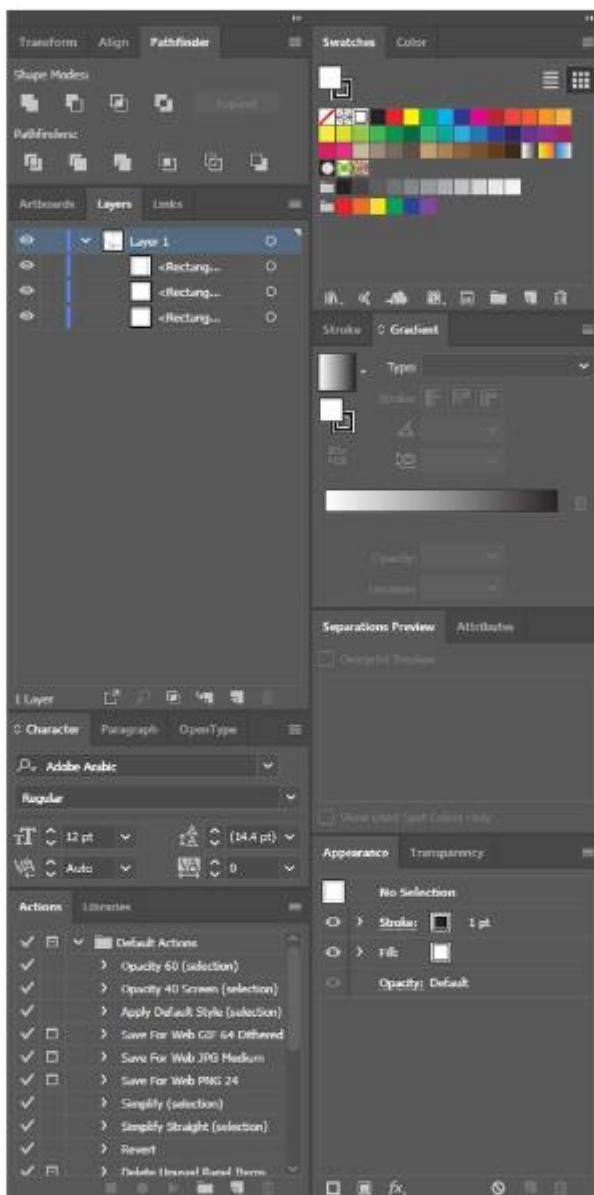
متجانبة للحصول على التصميم الكامل.



• أداة التكبير: تكبر منظور التصميم أو تصغره حسب الرغبة.

• خيارات تحديد لون الكائن ولون حدود الكائن والتبديل بينهما مع إمكانية إضافة التدرج اللوني.

7.4 لوحات الإلستريتور



الشكل التوضيحي 4

يوجد العديد من اللوحات التي تظهر يمين واجهة البرنامج ويمكن إظهار أي منها أو إخفاؤه من قائمة Window ومن المستحيل عرض جميع اللوحات لأنها ستغطي كامل مساحة الشاشة لكثرتها. قد تتوارد أكثر من لوحة في صفح واحد ونافذة واحدة ونختار التي نريد بالنقر على عنوانها في الأعلى. مثل (الشكل التوضيحي 4) حيث تتضمن نافذة اللوحات العديد من اللوحات المجمعة في نافذة لوحة واحدة.

ولكل لوحة قائمة خاصة بها تختلف عن قوائم بقية اللوحات بحيث تتضمن أدوات متقدمة ضمن مجال اختصاص كل لوحة.



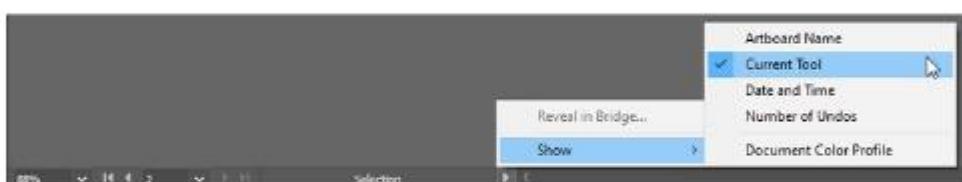
بالإمكان إحصاء نحو أربعين لوحة موجودة في الإلستريتور ونذكر بعضها:

- لوحة **Pathfinder**: تحوي أدوات معالجة الكائنات المتقطعة كالدمج والتفريج وغيرها.
- لوحة **Stroke**: تتضمن إعدادات الحدود كاملة لتطبيقها على حدود أو حواف الكائنات.
- لوحة **Gradient**: تتضمن إعدادات التدرجات اللونية.
- لوحة **Appearance**: تتضمن التأثيرات المطبقة على الكائن من لون وتدرجات وحدود ومرشحات.

- لوحة **Character**: تتضمن إعدادات تحرير النصوص.
- لوحة **Paragraph**: تتضمن إعدادات الفقرات النصية.
- لوحة **Layers**: لوحة الطبقات وكل ما يتعلق بها بحيث تتضمن كل طبقة جميع الكائناتداخلها.
- لوحة **Artboard**: تتضمن ألواح الرسم وخصائصها.
- لوحة **Align**: لترتيب الكائنات فوق أو تحت بعضها.

7.5 شريط المعلومات السفلي

وأخيرًا يوجد أسفل واجهة البرنامج شريط المعلومات الذي يتضمن ابتداءً من اليسار حجم مشاهدة العمل ويمكن بالنقر عليه تعديل هذا الحجم، كما يتضمن تحديد لوح الرسم الفعال وأيضاً خيارات أخرى لعرض معلومات كالاداة المستخدمة أو التاريخ والوقت أو نموذج الألوان المستخدم وغيرها من المعلومات.



7.6 خاتمة

كان هذا شرحاً لواجهة برنامج الإلستريتور وما تتضمنه من قوائم وأدوات ولوحات مع شرح أهم القوائم وكافة الأدوات وأخذ فكرة عامة عن اللوحات الأكثر شيوعاً. برنامج أدوي إلستريتور سهل وواجهاته سهلة الاستخدام ولكن استخدام الأدوات والعمل عليه يتطلب تمرينات مستمرة ومتتابعة دائمة لدروس التصميم التي تعلم كيفية استخدامه لإنشاء تصاميم رائعة وخصوصاً تلك الدروس التي توجه لاستغلال إمكاناته الكبيرة وأدواته وأوامره بهدف تسهيل عملية التصميم وإنشاء تصاميم مذهلة توصلك لمستوى الاحترافية.

8. مساحات وقياسات العمل

التصميمي

إن أول ما نحدده عند إنشاء أي تصميم هو قياس مساحة التصميم ونموذج الألوان المستخدم والهوا من وغيرها، وقد لاحظنا في الفصول السابقة كيف أن برامج التصميم مثل الفوتوشوب والإيلستريتور تطلب تحديد مساحة التصميم قبل فتح مستند جديد للعمل عليه. تحديد المساحة مهم جدًا لفهم دقة العمل والهدف من العمل، فتصميم بطاقة أعمال لشركة ما يختلف عن تصميم ملصق إعلاني حيث أن الأول بحجم أصغر من راحة اليد والآخر بحجم ورقة كبيرة كاملة، وهذا يعني أن التفاصيل والعناصر في بطاقة الأعمال ستكون أقل عدًّا وأصغر حجمًا على عكس الملصق الإعلاني.

من المهم أن نفهم أن تصاميمنا على الحاسوب ستكون بوحدات قياس مختلفة عن وحدات القياس على أرض الواقع، إلا أن برامج التصميم تحدد النسبة بين الوحدات وهو ما يعرف بالدقة أو دقة التفاصيل، والتي نحددها أيضًا عند فتح مستند تصميم جديد على أحد برامج التصميم مثل النسبة (بكسل / بوصة) وهي تعني عدد وحدات البكسل في البوصة الواحدة، وتزداد الدقة بازدياد قيمة هذه النسبة وتزداد معها المساحة التخزينية لملف التصميم كما يزداد معها استهلاك موارد الحاسوب أو أي جهاز نستخدمه للتصميم.

هذه الصورة على سبيل المثال صفتت بنوعين من الدقة، الأولى كانت بدقة 300 بكسل / البوصة والثانية بدقة 72 بكسل / البوصة لهذا بلغت المساحة التخزينية للأولى 1.85 ميجا بايت مقابل 285 كيلو بايت للثانية.



تلاحظ هنا الفرق بين الصورتين من حيث الجمالية ونعومة الحواف ودقة التفاصيل، فتظهر الصورة إلى اليسار وكأنها هاربة من حاسوب قديم من جيل حواسيب الثمانينات

8.1 أنواع ووحدات القياس

درستنا جميعنا وحدات الأطوال المترية في المدارس الإبتدائية، ويعتمد المصممون على هذه الوحدات اعتماداً أساسياً لتصميم المطبوعات المختلفة، كما تستخدم من قبل مهندسي البناء والعمارة والديكور وكذلك مصممي النماذج ثلاثية الأبعاد لإنتاج نماذجهم وتصاميمهم بواسطة الطابعات ثلاثية الأبعاد. هناك وحدات تستخدم في القياس الواقعي الحقيقي مثل المتر وهناك وحدات تستخدم لقياس الرسومات والدقة ضمن الشاشات فقط مثل البكسل، لذلك فإن فهم هذه الوحدات ضروري للحصول على نتائج دقيقة وتجنب الأخطاء.

8.1.1 المتر m

النظام المترى: وتعد وحدة المتر m الوحدة الرئيسية لهذا النظام ومن مضاعفاته الكيلومتر km وتعادل 1000 متر، ونحن لا نستخدم الكيلومتر في التصميم لأنه لا يوجد أي آلة يمكنها طباعة ورقة أو لوحة قماشية بهذا الحجم، لذلك فإن اعتمادنا سيكون على عوامل أو قواسم المتر وهي السنتيمتر cm ويعادل المتر الواحد 100 سنتيمتر، والمليمتر ويعادل المتر واحد 1000 ميليمتر.

8.1.2 البوصة (الإنش) in

نظام القياس بالبوصة أو الإننش وهو نظام قياس أطوال إنجليزي ما يزال معتمداً في الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا، وهو أحد **وحدات القياس الإمبراطورية** والتي تضم إلى جانبها وحدات القدم والميل وغيرها، وتعادل البوصة الواحدة 2.54 سنتيمتراً أي 25.4 ميليمتراً.

Point 8.1.3 النقطة

هي وحدة قياس حجم أشكال الحروف وتباعد الأسطر وهي وحدة صغيرة جدًا حيث أن البوصة الواحدة تعادل 72 نقطة.

Pica 8.1.4 البيكا



هي وحدة قياس مطبوعية تم تطويرها في عام 1785، تتألف البيكا من 12 نقطة Point، وتعد البيكا Pica وحدة قياس رئيسية للطباعة اليوم، لكن العديد من المصممين ما زالوا يفضلون استخدام الوحدات المنتشرة على نطاق واسع مثل البوصات والمليمترات. وتستخدم في التصميم لقياس جوانب تخطيط الصفحة وعرض النص والمسافات وما إلى ذلك.

عادةً ما تمثل البيكا بالنقاط على هذا النحو كمثال: 1p2، أي 1 بيكا و2 نقطة وهو يعني وحدة قياس بيكا واحدة مضاعفة إليها نقطتان. وبالتالي تساوي في هذه الحالة 14 نقطة، كيف ذلك؟ دعني أشرحها أكثر.

بما أن البيكا تعادل 12 نقطة فإن 1p2 يعني $1 \text{ بيكا} + 2 \text{ نقطة}$ وباستبدال البيكا بـ 12 نقطة يصبح القياس هو $12 \text{ نقطة} + 2 \text{ نقطة}$ والمحصلة هي 14 نقطة، وهذه أمثلة أخرى لفهم المعادلة:

- 0p5 بيكا تعادل 5 نقطة
- 1p6 بيكا تعادل 18 نقطة
- 2p0 بيكا تعادل 24 نقطة
- 3p3 بيكا تعادل 39 نقطة

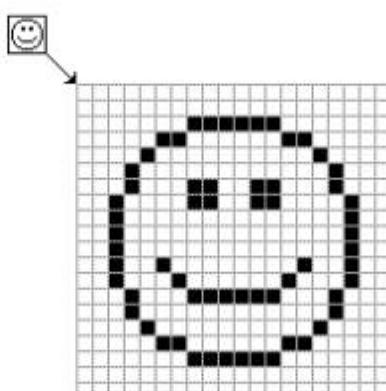
وفيما يلي جدول يبين لك وحدات القياس المختلفة ومعادلتها مع بقية الوحدات.

| وحدات القياس المستخدمة في تصميم الرسوميات | | وحدة القياس | |
|---|------|---------------|------------|
| ما يعادلها | | Unit | Equivalent |
| 100 سنتيمتر | 1 m | 100 cm | 1 متر |
| 1000 ميليمتر | 1 m | 1000 mm | 1 متر |
| 39.37إنش | 1 m | 30.37 in | 1 متر |
| 2.54 سنتيمتر | 1 in | 2.54 cm | 1 إنش |
| 25.4 ميليمتر | 1 in | 25.4 mm | 1 إنش |
| 72 نقطة | 1 in | 1 Point | 1 إنش |
| 6 بيكا | 1 in | 6 Pica | 1 إنش |
| 2.3622 سنتيمتر | 1 cm | 2.3622 Pica | 1 سنتيمتر |
| 28.3465 نقطة | 1 cm | 28.3465 Point | 1 سنتيمتر |

جدول يتضمن وحدات القياس المختلفة والمعادلة بينها

Pixel 8.1.5 البكسل

هي وحدة التصميم القياسية والتي تستخدم للتصميم من أجل العرض على الشاشات فقط مثل تصاميم الويب، أي أنها تُستخدم لتصاميم الرسومات والصور النقطية، ووحدة البكسل مكونة من مربع بطول وعرض حجمه بيكسل واحد، وهي لا تستخدم للقياس على الورق لأن وحدات القياس على الورق تختلف عن الشاشات كما تعتمد وحدة القياس هذه على ارتباطها بالنسبة لوحدات القياس الأخرى مثل البوصة والستيometer.



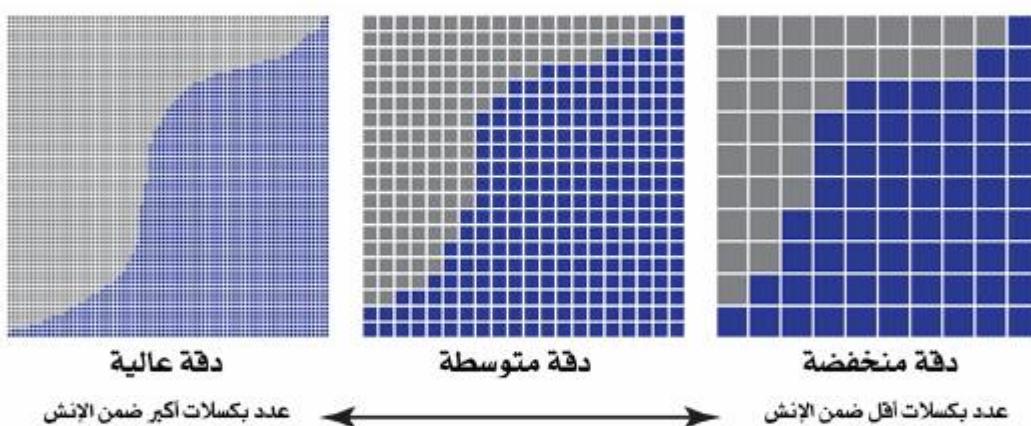
مثال على صورة نقطية بحجم 16×16 بكسل حيث تظهر وحدة البكسل الواحدة في التكبير

8.2 ضبط قياسات التصميم والدقة

تحتختلف قياسات التصميم بحسب الغرض من التصميم، في حال كان التصميم من أجل الويب وهو ما يعرض على الشاشات، يجب عندها وضع القياس المناسب لحجم شاشة الهاتف، وإن كان التصميم من أجل قائمة الأطعمة لأحد المطاعم فسيكون علينا استخدام وحدات القياس المناسبة مع حجم المساحة المطلوبة للتصميم. أهم ما في تحديد قياس التصميم هو تحديد دقة التفاصيل للتصميم ولهذه الدقة أنواع منها:

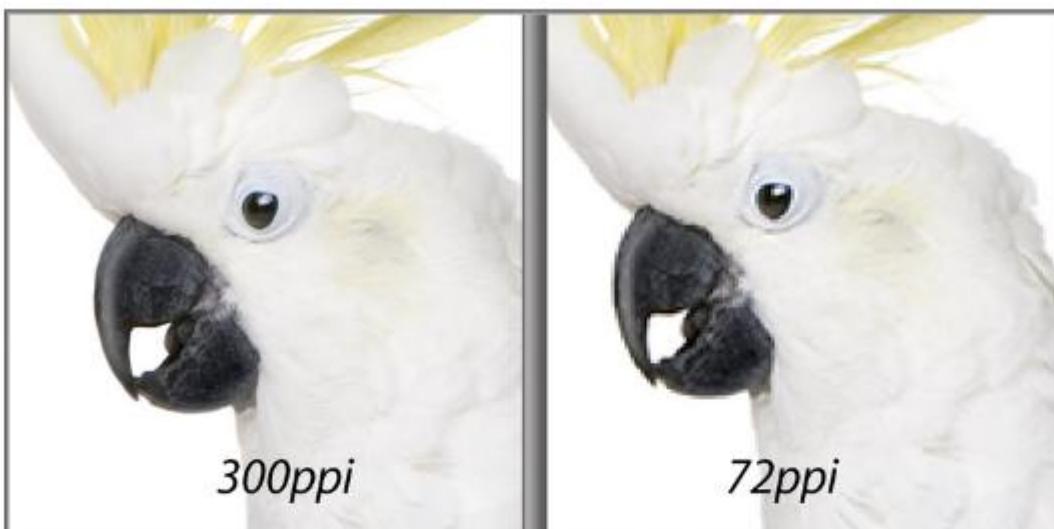
ppi 8.2.1

يعتمد هذا النوع على نسبة البكسل إلى وحدات القياس الأخرى كالبوصة ويرمز لها ppi أي Pixel per Inch بكسل في البوصة، وهي الأكثر استخداماً ولكن قد تستعمل بكسل مقابل السنتيمتر في حالات أخرى. تستخدم عادة دقة 72ppi للتصاميم العاملة على الشاشات مثل تصاميم الويب ودقة 300ppi للتصاميم الطابعية، فما الفرق بين دقة 72 المنخفضة ودقة 300 العالية في التصميم؟

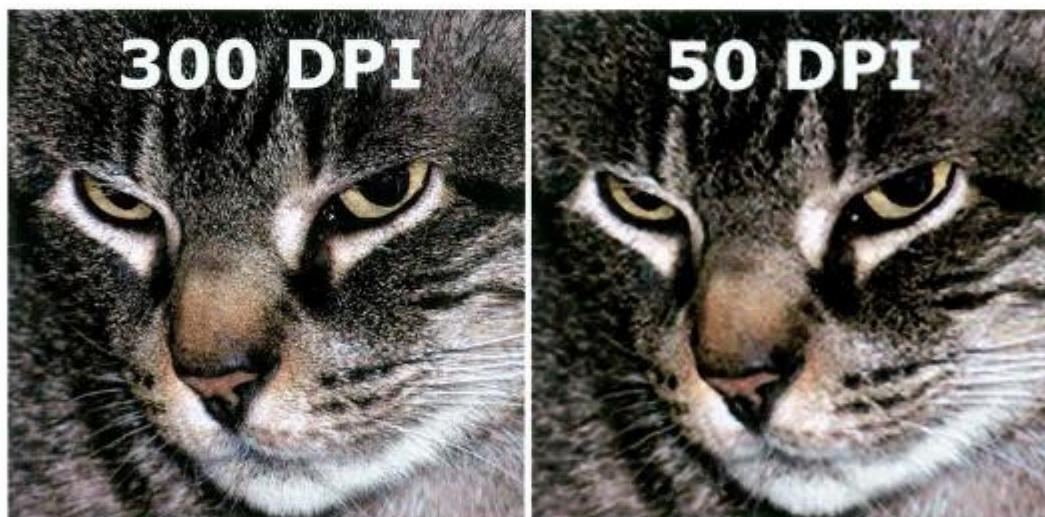


يظهر هنا الفرق في عدد البكسل ضمن البوصة وهو الفرق بين الدقة العالية والمنخفضة

وفي الصورة التالية مثال واضح على الفرق بين القياسيين في صورة واحدة. حيث أن التصميم على اليمين بدقة 72 فقط بينما التصميم على اليسار بدقة 300 وهو يعني وجود 72 بكسل ضمن البوصة الواحدة أي عدد 72 مربع بكسل صغير ضمن مسافة بوصلة واحدة، والدقة العالية تعني توفر 300 بكسل ضمن البوصة الواحدة. من الصعب إظهار هذا الفرق إلا إن صفت الصورتين بحجم متطابق ضمن وحدة القياس البوصلة أو السنتيمتر نفسه مع الاختلاف في عدد البكسلات ضمن كل منها، ومن ثم نعمل على تكبير الصورتين لاكتشاف الفارق، لذلك لن تظاهر هذه الفروقات بسهولة عادة على الشاشات وسيشعر المراقب بأن الدقة هي ذاتها لكلا الصورتين طالما لم نكبر مشهد العرض.

**dpi 8.2.2**

هذا النوع من الدقة يستخدم لقياس دقة الطابعة للطبعات بأنواعها وتعني مقدار النقاط ضمن البوصة الواحدة Dot per Inch وكلما كانت الدقة أكبر وأعلى حصلنا على صور أو رسومات مطبوعة أفضل وكلما كانت أقل ظهرت التشوّهات في الطابعة وتفاصيل أقل. وتحتّل القيمة العظمى لهذه الدقة من طابعة لأخرى، وهو ما يؤثّر على سعر الطابعة بحيث يرتفع سعرها كلما كانت دقة طباعتها أعلى.

**المصدر**

وعادة تعمل أغلب الطابعات الليزرية على الطابعة بدقة 600dpi، بينما تبلغ دقة أجهزة فصل الألوان 1200 أو أعلى في الطابعات الاحترافية والمراكم الطابعية، وتعتمد الطابعات نفاثة الحبر على نفث رشّات صغيرة جدًا من الحبر على شكل رذاذ، أي أنها ليست نقاطاً حقيقية، لذلك لن تتجاوز دقة طباعتها 300dpi إلى 720dpi في أفضل الأحوال.

8.3 قياسات التصاميم

تحتفل القياسات للتصميم من حيث حجم مساحة العمل والدقة المستخدمة بحسب الهدف من التصميم، وكل نوع من التصاميم قياسات معروفة ومتبعة عند المصممين ستعزف على أشهرها.

8.3.1 قياسات المطبوعات

يتضمن الجدول التالي أكثر المطبوعات شيوعاً والتي تصمم لمختلف الأغراض التجارية والإعلانية:

| قياسات مختلف المطبوعات التجارية والإعلانية | | |  أكاديمية حسوب |
|--|------------------|---------------|---|
| القياس بالبكسل | القياس بالستيمتر | القياس بالإنش | التصميم |
| 3300 × 5100 | 279 × 432 | 17 × 11 | اللصقات (Poster) |
| 2400 × 7200 | 203 × 610 | 24 × 18 | |
| 7200 × 10800 | 610 × 914 | 36 × 24 | |
| 1050 × 600 | 89 × 51 | 2 × 3.5 | بطاقة الأعمال (Business Cards) |
| 1275 × 1650 | 108 × 89 | 5.5 × 4.25 | النشرات الإعلانية (Flyer) |
| 1650 × 2550 | 140 × 216 | 8.5 × 5.5 | |
| 2550 × 3300 | 216 × 279 | 11 × 8.5 | |
| 2550 × 3300 | 216 × 279 | 11 × 8.5 | الكتيبات (Brochures) |
| 2550 × 4200 | 216 × 356 | 14 × 8.5 | |
| 3300 × 5100 | 279 × 432 | 17 × 11 | |
| 384 × 576 | 101.6 × 152.4 | 6 × 4 | الدعوات (Invitations) |
| 480 × 672 | 127 × 177.8 | 7 × 5 | |

8.3.2 قياسات الشاشات

يتضمن الجدول التالي أهم القياسات المستخدمة لشاشات الحواسيب والهواتف المحمولة والأجهزة اللوحية وشاشات التلفاز

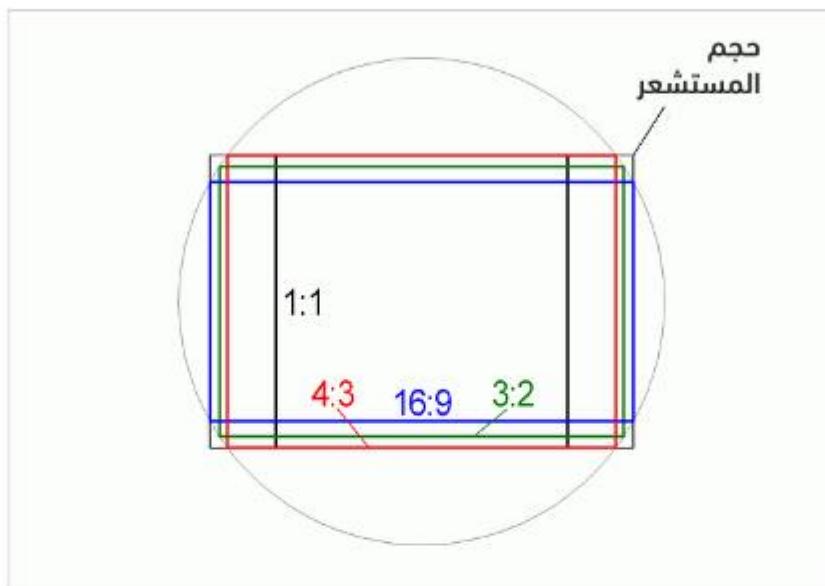
| وحدة القياس هي البكسل px | | قياسات التصميم لاختلاف الشاشات | | Akademy |
|--------------------------------|--|--|--|---|
| iPhone | | Android | | الأجهزة اللوحية العاملة بنظام أندرويد |
| iPhone 11 Pro Max | | Nexus 6P | | Nexus 9 |
| iPhone 11 Pro | | Nexus 5X | | Nexus 7 (2013) |
| iPhone 11 | | Google Pixel 4 XL | | Samsung Galaxy Tab 10 |
| iPhone XR | | Google Pixel 4 | | Pixel C |
| iPhone XS | | Google Pixel 3a XL | | Chromebook Pixel |
| iPhone XS Max | | Google Pixel 3a | | |
| iPhone X | | Google Pixel 3 XL | | |
| iPhone 8 Plus | | Google Pixel 3 | | |
| iPhone 8 | | Google Pixel 2 XL | | |
| iPhone 7 Plus | | Google Pixel XL | | |
| iPhone 7 | | Google Pixel | | |
| iPhone 6 Plus/6S Plus | | Samsung Galaxy S10+ | | |
| iPhone 6/6S | | Samsung Galaxy S10 | | |
| iPhone 5 | | Samsung Galaxy Note 10+ | | |
| iPad | | الاجهزه اللوحية العاملة بنظام اندرويد | | القياسات الشهير لشاشات الحواسيب المستخدمة |
| iPad Pro | | Nexus 9 | | 1920x1080 |
| iPad Third & Fourth Generation | | Nexus 7 (2013) | | 1366x768 |
| iPad Air 1 & 2 | | Samsung Galaxy Tab 10 | | 1536x864 |
| iPad Mini 2 & 3 | | Pixel C | | 1280x720 |
| iPad Mini | | Chromebook Pixel | | 1600x900 |
| | | | | 1280x1024 |
| | | | | 1024x768 |
| أجهزة شركة آبل اللوحية | | قياسات المعمدة لشاشة | | |
| iPad Pro | | 480p | | 720x480 |
| iPad Third & Fourth Generation | | 720p | | 1280x720 |
| iPad Air 1 & 2 | | 1080p | | 1920x1080 |
| iPad Mini 2 & 3 | | 4k | | 3840x2160 |
| iPad Mini | | 8k | | 7680x4320 |
| | | Standard | | |
| | | HD | | |
| | | Full HD | | |
| | | Ultra HD | | |
| | | 8K HD | | |
| | | مثل، اليوتيوب و غيرها | | |

8.4 النسب القياسية (4:3 - 16:9 - 4:6) ونحوها

تصف نسبة العرض إلى الارتفاع (النسبة القياسية) بالنسبة إلى أي صورة العلاقة التناسبية بين عرض الصورة وارتفاعها. يمكنك العثور على النسب القياسية التي يشيع استخدامها في التصوير الفوتوغرافي والأفلام في العديد من الأدوات من حولك مثل شاشة التلفاز أو الحاسوب أو الهاتف المحمول.

8.4.1 ما سبب أهمية النسبة القياسية؟

من أهم الأسباب هو تصميم صورة صحيحة لا تتشوه بتغيير أحد أبعادها أو قص أجزاء منها عند استخدامها، فإذا قمت بتصميم صورة لشاشة تلفاز حديثة عريضة ثم اكتشفت أن الصورة ستعرض على شاشة تلفاز قديمة غير عريضة فإن الصورة ستظهر إما مضغوطة عرضياً أو مقطوعة من الجانبين.



الفروقات بين النسب المختلفة - الصورة بواسطة [WikimediaImages](#) من موقع [Pixabay](#)

ستعرض تاليًا أمثلة عن صور مختلفة بالنسبة القياسية الأشهر.

1:1 النسبة 8.4.2

وهي تعني أن الإطار الخارجي للصورة أو التصميم مربع الشكل، وهذه النسبة تستخدم كثيراً في الصور الرمزية التعريفية على فيس بوك وتويتر وإنستجرام وغيرها.



صورة الملف التعريفي لفيسبوك مربعة الشكل بنسبة قياسية 1:1

8.4.3 النسبة 3:4

وستخدم في معظم كاميرات التصوير الفوتوغرافي التقليدية وال حالية كما أنها المقياس الأساسي لمعظم أجهزة التلفاز قبل ظهور الشاشة المسطحة ذات النسب المختلفة.



مشهد من فيلم بياض الثلوج والأقزام السبعة معروض بنسبة 3:4

8.4.4 النسبة 9:16

تستخدم هذه النسبة في شريحة واسعة من الهواتف المحمولة وفي غالبية شاشات التلفاز الحديثة المسطحة من نوع LED و LCD و OLED وغيرها.



مشهد من فيلم The searchers بنسبة 16:9

8.4.5 النسبة 2.35:1

وتستخدم بصورة رئيسية في صالات السينما حيث تصور الأفلام الحديثة وفقاً لهذه النسبة والتي تعرض إطاراً عريضاً لمشاهد الفيلم لمشاهدة تفاصيل أكثر.



صورة من فيلم ضمن لعبة 3 Fallout بنسبة 2.35:1

8.5 خاتمة

من المهم معرفة القياسات والنسب القياسية وتوخي الحذر أثناء تحديد الدقة قبل البدء بالعمل على أي مشروع تصميمي مهما كان نوعه. هذه المعلومات ليس مجرد ثقافة عامة يطلع عليها المصمم، بل هي معلومات أساسية ينبغي على المصمم معرفتها حتى لا يقع في حيرة أو في ارتباك عند التحضير للعمل على مشروع تصميم ما، فبمجرد أن يطلب منه العميل أن يصمم منشواً إعلانياً، يحضر المصمم مستند المشروع معد بناءً على معلوماته المسبقه عن قياسات المنشورات الإعلانية ودقة التصميم المطلوبة ونموذج الألوان الصحيح، ثم يبدأ التصميم بكل ثقة دون ارتباك حول صحة ودقة تفاصيل الإعدادات لبدء المشروع.

٩. النص وأسلوب الطباعة في تصميم الرسوميات (Typography)

إن مصمم الرسوميات فنان مبدع، يحول أفكاره وأفكار عمالئه إلى تحفة فنية تهدف إلى إيصال الفكرة الرئيسية إلى الجمهور بأسلوب فني وطريقة سلسة ليتردد صداها بين الناس. ويستثمر المصمم الألوان والخطوط وجميع العناصر الرسمية في سبيل ولادة تحفته الفنية وبلورتها. وبعد عنصر النص واحداً من أهم العناصر الرسمية وأكثرها تأثيراً، وهو فن جميل مميز يخلد الأفكار في عقول الناس أكثر من أي عنصر آخر لذلك يجب فهم ومعرفة القواعد الأساسية لهذا العنصر لتحقيق الاستفادة القصوى من قوته وتأثيره.

٩.١ ما هو عنصر النص أو أسلوب الطباعة (التيبيوغرافي)؟

التيبيوغرافي (Typography) هو فن حقيقي يتضمن ترتيب الكلمات والحوروف بطرق وأساليب معينة بغية إحداث التأثير وإيصال الرسالة للناس. ويضيف المصمم النص إلى أي تصميم عند الحاجة لإضافة محتوى خاص مع المحافظة على جمالية وأسلوب التصميم العام، وبعد هذا العنصر تحدى العنصر الحجم في إنشاء وتصميم أي علامة تجارية، لأنه يمثل الهوية الأبرز للعلامة التجارية والتي ستساهم في نجاحها واستمراريتها ورسوخها في أذهان الناس.

كما يعد العنصر الأهم في تصميم صفحات الويب والكتيبات والمنشورات الإعلانية، حيث يساهم الاستخدام الصحيح والمميز لهذا العنصر في تحقيق نقلة نوعية للعلامة التجارية وتمكين تأثيرها على الجمهور، بينما على الجانب الآخر سيسبب الاستخدام الخاطئ والتصميم السيء إلى نفور الجمهور منها وعدم قبوله لأفكارها ورسائلها.

9.2 المبادئ الأساسية لفن تصميم النصوص

كما لتصميم الرسوميات مبادئ أساسية يجب مراعاتها واستخدامها استخداماً صحيحاً لتحقيق الفائدة الأكبر من التصميم وإيصال الرسالة للجمهور، فإن فن تصميم النصوص له مبادئ يجب الانتباه لها ومراعاتها واستخدامها لتحقيق الاستفادة القصوى من تأثير النص والمحتوى على المشاهدين، ويشارك فن النصوص عدة مبادئ مع تصميم الرسوميات.

1. **المحارف والخطوط Typeface and Fonts:** يجب الانتباه جيداً عند انتقاء نوعية الخط المستخدم بحيث يجب أن تكون مميزة للعلامة التجارية أو للهدف من التصميم، ويجب أن نستخدم عائلة الخط ذاتها في التصاميم المتعددة للهدف ذاته مثل تصميم الهوية البصرية لعلامة تجارية وتصميم المنشورات الترويجية على موقع التواصل الاجتماعي، مع مراعاة وزن الخط وتأثيره النفسي على القارئ حيث يختلف تأثير الخط الثمين عن سواه على سبيل المثال، ويمكن استخدام خطوط من عائلات خطية مختلفة شريطة التوافق فيما بينها. وللعلم فقط فالحرف هو نوعية الخط فقط مثل Arial و الخط هو تفصيل نوعية الخط مثل Arial Bold 12point
2. **انسيابية السطور Leading:** وهي المسافة بين السطور بحيث يجب أن تكون موحدة وغالباً ما تكون بارتفاع أعلى من ارتفاع خط النص نفسه.
3. **التابع Letter Spacing:** وهي المسافة الموجودة بين الكلمات في النصوص العربية وبين الحروف ذاتها في النصوص اللاتينية.
4. **طول سطر النص Line length:** وهو الطول المستخدم لكل سطر في النص، فلا يجب أن يكون ممتدًا من بين حافتي التصميم ولا أن يكون من النص عموداً نحيفاً.
5. **الهرمية Hierarchical:** وهو نفس المبدأ الخاص بالتصميم ولكنه يتعلق هنا بالنص فقط، حيث يجب ترتيب النصوص بحسب الأهمية فيكون النص الأهم هو الأثقل من ناحية الوزن البصري مثل أن يكون أكبر حجماً وأبرز لوًنا وأثخن وغير ذلك، ثم النص الذي يليه من حيث الأهمية يجب أن يكون أخف من ناحية الوزن البصري، ثم الذي يليه وهكذا.
6. **اللون Color:** يساعد على زيادة بروز النص وتأثيره مع الانتباه لقواعد الألوان وتطبيق أسسه الصحيحة على النص.

7. **المحاذاة Alignment:** هو التأثير الأبرز في تحسين جماليات تصميم النصوص ويجب تطبيق المحذاة على محور معين ضمن التصميم بطريقة مدرستة.

8. **التبابن Contrast:** لا يتعلّق الأمر هنا بتباين ألوان النص مع محيطه أو مع بقية النصوص فقط، بل ويتعلّق بتباين الأحجام والمسافات والموقع أيضًا.

9.3 أنواع الخطوط

يوجد العديد من أنواع الخطوط المستخدمة في كتابة المحتوى وتصميم الرسوميات، وتتميز الحضارات المختلفة بفنون الكتابة اليدوية بحيث تباهى بخطوطها الأصلية المخطوطة يدوياً وتعتبرها فنًا أصيلاً يمثل ثقافة وماضي ومستقبل تلك الحضارة. إلا أنه فن يحتاج موهبة وتدريباً وعملاً دؤوباً حتى يصل الدارس فيه إلى مستوى الخطاط المتمكن، ويعود الخط العربي من أبرز فنون الكتابة اليدوية في التاريخ، حيث تزيّنت به الخطوط والتصاميم المعمارية المختلفة، وإضافته إلى التصاميم الرسمية العربية يضيف جمالاً وطابقاً خاصاً لأي تصميم وخصوصاً في الشعارات والمنشورات الإعلانية.

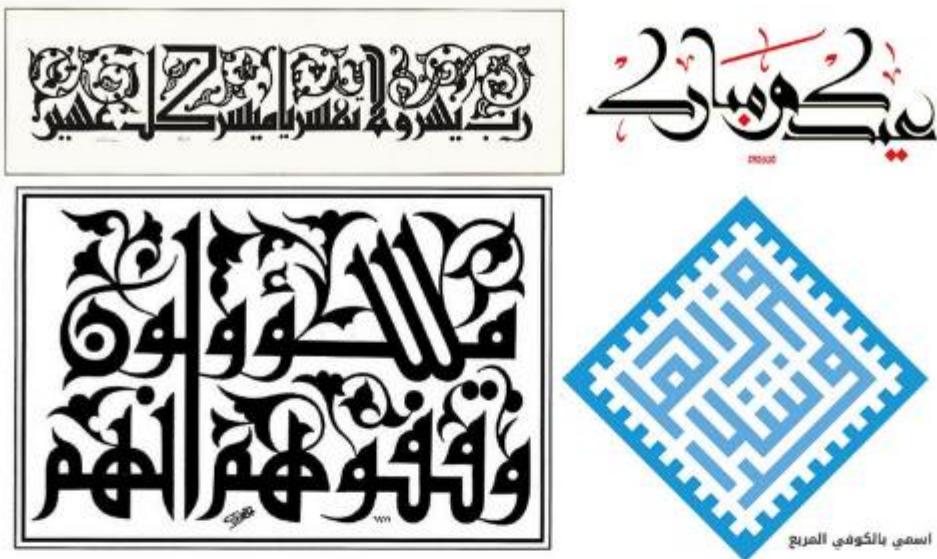
لكن فن الخط العربي اليدوي موهبة لا يتمتع بها الكثيرون، لذلك سنعتمد أكثر على الخطوط المصممة الجاهزة التي نستخدمها في الكتابة ضمن أجهزة الحاسوب وهي ما يطلق عليه مصطلح (الخطوط المحوسبة Computerized fonts)، ويوجد من هذه الخطوط أنواع وتخالف باختلاف اللغة المستخدمة أيضاً.

9.3.1 الخطوط العربية

تتألف الخطوط العربية من أنواع أساسية تتفرع عنها بقية الخطوط المعروفة وهي كثيرة ومن أهمها الكوفي، الثلث، النسخ، الفارسي، الديواني، الرقة، المغربي والحر وغيرها الكثير، وستعزز تاليًا على أهمها.

أ. الخط الكوفي

من أقدم الخطوط في بلاد العرب، ويمثل مظهراً من مظاهر جمال الفنون العربية، وقد تسبق الكتاب في تطويره والتفنن في زخرفة حروفه، وله عشرات الأنواع المتفرعة عنه بما قد يتجاوز الخمسين نوعاً، من بينها البسيط، الفاطمي، الإيراني، المؤزر، المزخرف، المعماري والكوفي المربع. هذه صور تمثل بعضًا من أنواع هذا الخط.



اسمي بالковي المربع

وهنا بعض الخطوط الحاسوبية المشتقة من الخط الكوفي.

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

More Kufi Arabic

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

More Kufi Arabic

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

More Kufi Arabic

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

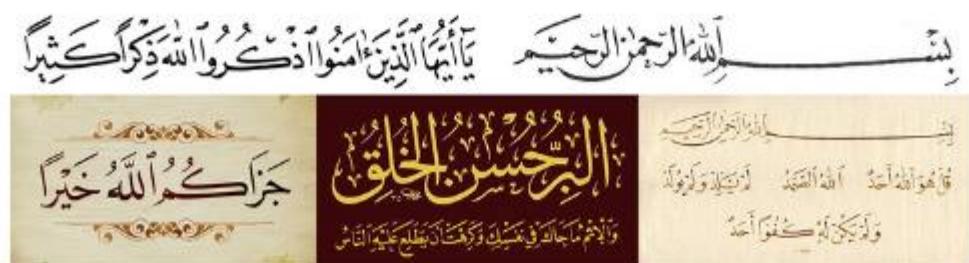
More Kufi Arabic

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

More Kufi Arabic

ب. خط النسخ

استخدم في كتابة المصحف الشريف بعد الخط الكوفي، ويتميز عن خط الثلث بأنه أكثر قاعدة وأقل صعوبة، فحروفه أصغر وأبسط في طريقة الكتابة، وهو أوضح في القراءة والكتابة. يعد الأكثر استخداماً حالياً في عالمنا المعاصر، بعد أن كتبت به المصاحف، كما اعتمده دور النشر في كتابة نصوص الكتب والمخطوطات والمطبوعات، والصحف والمجلات، والكتابة الرقمية عبر برامج الحاسوب وصفحات الإنترنت.



وهذه بعض الخطوط الحاسوبية المشتقة من خط النسخ.

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

Droid Arabic Naskh

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

Naskh Naskh

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

Naskh Naskh Arabic

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

Thick Naskh 2

ج. خط الثلث

خط الثلث هو أصل الخطوط العربية وأجملها وأصعبها، استخدم في تزيين الجواجم والمحاريب والقباب وبدایات المصاھف، كما استخدم في عناوین الكتب، وأسماء الصحف والمجلات.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



وهذه بعض الخطوط الحاسوبية المشتقة من خط الثلث.

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

Thuluth

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

DecoType Thuluth

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

AF_Thuluth

د. الخط الديواني

يتميز باستداره حروفه وبمرونة التقاء الحروف وتلاصقها، فهو خط لين مطواع، وسهل الاستخدام. طور الأثراك هذا الخط في عهد السلطان محمد الفاتح ووضع قواعده بعد فتح القدسية ببعض سنوات.



وهذه بعض الخطوط الحاسوبية المشتقة من الخط الديواني.

أ النوع الخطوط المصمم الرسميات العربي - Boarder Letter

أ النوع الخطوط المصمم الرسميات العربي - Al_Diwani

أ النوع الخطوط المصمم الرسميات العربي - PI_Divany

أ النوع الخطوط المصمم الرسميات العربي - MCS_Divany15_Uncial

ه. الخط الفارسي

غُرف هذا الخط عند العرب بالخط الفارسي نسبةً للفرس وعرف عند الأثراك بخط التعليق وهو الخط الرئيسي في الهند وإيران وباكستان وأفغانستان. ويتميز بخطوطه غير المستقيمة فكل الحروف بها انحناءات.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِلْعَالَمِينَ



وهذا خط حاسوبي مشتق من الخط الفارسي.

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

Farsi Simple Bold

و. خط الرقعة

يعد من أبسط الخطوط وأقلها تقسيماً فلما يوجد به الكثير من التحسينات الشكلية والتزيين، ولا الكثير من الميلان والتدوير، وهو من أحدث أنواع الخطوط العربية، ابتكره العثمانيون، ويتميز بالاستقامة والبساطة وسهولة الكتابة والقراءة والبعد عن التعقيد، وحروف هذا الخط قصيرة، وتستهلك مساحة صغيرة موازنة بأنواع الخطوط الأخرى. ونتيجة لهذه السمات فهو خط عملي واضح في كتابة اللافتات والدعایة والإعلان واستعماله الناشرون في كتابة عناوين الكتب والصحف والمجلات.

وَمَا أُوْتِيْتُم مِّنْ عِلْمٍ إِلَّا فَلَيْلًا
رَاهِمٌ مَادِرٌ فِي رَاهِمٍ

لِيْسَ الْجَابُّ بِعُقُصِّيْ عَنَّاَتِ لِيْ أَمْلًا

إِنَّ السَّمَاءَ تُرْجَحُ حِينَ تُحِبَّنِيْ

أبرئام

وهذه بعض الخطوط الحاسوبية المشتقة من خط الرقعة.

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

Arif Faysal

THAWRAT AL-BURQAA

ج. الخط الحر

هو خط حديث لا يخضع لقواعد محددة، وإنما يخضع لذوق ورؤيه كل خطاط أو مصمم، وقد قام بعض الخطاطين العرب بوضع قواعد للخط الحر، فيما تحفظ آخرون على هذه القواعد باعتبار الخط حرًا ولا يخضع لقواعد، يلجأ العديد من مصممي الإعلانات لاستخدام الخط الحر في تصميم شعارات الشركات لما له من جمالية ومرنة في تشكيل الشعار وتطويع حروفه لتشكيل لوحة فنية معبرة عن مضمون الشعار.



وهذه بعض الخطوط الحاسوبية المشتقة من الخط الحر.

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

AbduLogo

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

Al-Mujahid Free

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

FI_free

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

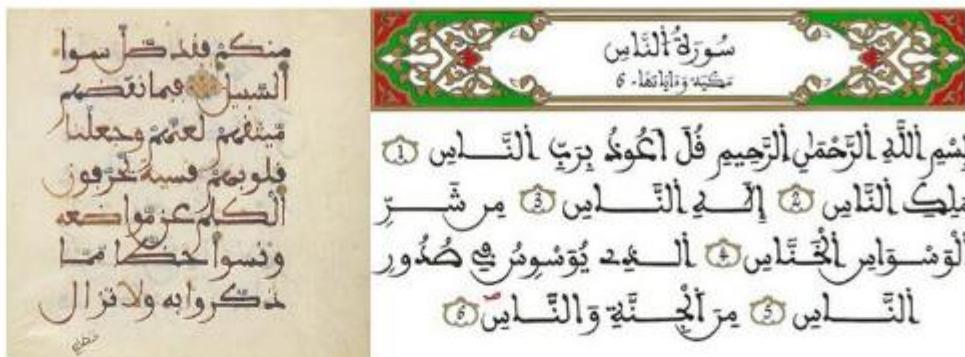
Fouzary

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

ARABMEDIA.TREE

ج. الخط المغربي

انتشر الخط المغربي في شمالي أفريقيا، وله عدة أنواع وهي الكوفي المغربي، الثلث المغربي، المبسوط، المجوهر والمسند.



وهذه بعض الخطوط الحاسوبية المشتقة من الخط المغربي.

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

أنواع الخطوط لمصمم الرسوميات العربي

9.3.2 الخطوط اللاتينية

وهي الخطوط المستخدمة في اللغات الغربية مثل الإنجليزية والفرنسية وغيرها، وهذه الخطوط أنواع أساسية يطلق عليها اسم عائلات الخطوط ويُشتق منها العديد من الخطوط، ومن أهم هذه الخطوط **Serif** و **Sans Serif** و **Decorative Script** و **Slab Serif**.

Serif .I

تعد خطوط **Serif** تقليدية وسهلة القراءة للغاية، لذا فهي عادةً أفضل نوع من الخطوط لاستخدامها للعناوين والتصاميم الكبيرة، وهي شائعة لتصميم شعارات العلامات التجارية، إلا أن ذلك لا ينطبق دائمًا على شاشات الهاتف المحمول.

وكلمة **Serif** تعني تلك الأجزاء النافرة من الحروف بينما **Sans Serif** تعني عدم وجود تلك الأجزاء. استخدم هذا النوع من الخطوط بما في ذلك جميع الخطوط التابعة لعائلته في العناوين وفي شعارات علامات

تجارية شهيرة مثل هاربرز بازار Harper's Bazaar ومجلة إيللي Elle Magazine وجيورجيو أرماني Giorgio Armani .Didot Garamond, Baskerville خطوط Serif خاططة لعائلة



وهذه بعض من خطوط .Serif

Lumos TYPES OF FONTS FOR THE ARAB GRAPHIC DESIGNER

Berkshire Swash

Types of fonts for the Arab graphic designer

Barbara

TYPES OF FONTS FOR THE ARAB GRAPHIC DESIGNER

IM FELL French Canon

Types of fonts for the Arab graphic designer

Noto Serif

Types of fonts for the Arab graphic designer

Noto Serif JP

Types of fonts for the Arab graphic designer

بـ. Sans Serif

تزايـد شعـبية هـذـهـ الخطـوطـ بـصـورـةـ كـبـيرـةـ فـيـ السـنـوـاتـ الـأـخـيرـةـ،ـ وـتـمـيـزـ بـالـشـخـصـيـةـ الرـئـيـسـيـةـ دونـ أيـ حدـودـ نـهـائـيـةـ زـخـرـفـيـةـ.ـ يـنـظـرـ إـلـىـ هـذـهـ الأـنـوـاعـ مـنـ الخطـوطـ عـلـىـ أـنـهـاـ مـنـ أـكـبـرـ خـيـارـاتـ الخطـوطـ وـضـوـحـاـ وـبـسـاطـةـ وـحدـاثـةـ،ـ وـتـعـدـ أـفـضـلـ خطـ يـمـكـنـ اـسـتـخـادـاهـ لـقـرـاءـةـ النـصـ عـلـىـ الشـاشـاتـ.ـ يـسـهـلـ عـلـىـ الـأـجـهـزةـ عـرـضـ خـطـوطـهـاـ الـواـضـحةـ وـالـحـادـةـ،ـ وـتـظـهـرـ بـوـضـوـحـ عـلـىـ الشـاشـةـ الـبـيـضـاءـ السـاطـعـةـ.ـ وـقـدـ اـسـتـخـدـمـتـ هـذـهـ العـائلـةـ مـنـ الخطـوطـ مـجمـوعـةـ مـنـ الـعـلـامـاتـ التـجـارـيـةـ الشـهـيرـةـ أـمـثـالـ تـارـجـتـ Targetـ وـبـانـاسـونـيـكـ Pan~sonicـ وـجيـبـ Je~p~ وـتـويـوتـاـ Toyotaـ،ـ كـمـ بـذـلتـ جـوـجـلـ Googleـ شـعـارـهـاـ مـنـ خـطـ Serifـ إـلـىـ خـطـ Sans~erifـ عـامـ 2015ـ.ـ مـنـ أـهـلـ خـطـوطـ هـذـهـ العـائلـةـ GT~Americ~ Futura~ Graphik~ Circular~



وهذه بعض من خطوط .Sans Serif

Open Sans

Types of fonts for the Arab graphic designer

Roboto

Types of fonts for the Arab graphic designer

TeX Gyre Advenir

Types of fonts for the Arab graphic designer

Raleway

Types of fonts for the Arab graphic designer

Montserrat

Types of fonts for the Arab graphic designer

Noto Sans

Types of fonts for the Arab graphic designer

٥. Slab Serif

وهي فرع من عائلة خطوط Serif الشاملة التي تحدثنا عنها سابقاً، إلا أنها مربعة ومتكللة بشكل أكبر من خطوط Serif التقليدية، كما أنها أثخن وأكثر حداة وتعد خياراً جيداً للعلامات التجارية التي تتميز بالجرأة والDRAMATIC، ومن هذه العلامات التجارية هوندا Honda، سوني Sony وفولفو Volvo. ومن أشهر الخطوط التي تنتمي لهذه العائلة Bodoni Egyptian و Shift و Adelle و Sentinel.



بعض من خطوط Slab Serif

Kelly Slab

Types of fonts for the Arab graphic designer

Joselin Slab

Types of fonts for the Arab graphic designer

Arbutus Slab

Types of fonts for the Arab graphic designer

Zilla Slab

Types of fonts for the Arab graphic designer

Antic Slab

Types of fonts for the Arab graphic designer

Port Ligat Slab

Types of fonts for the Arab graphic designer

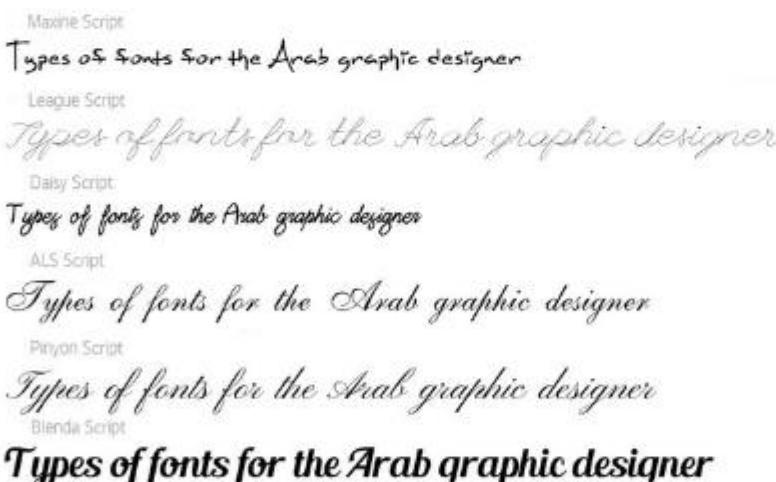
د. Script

هو خط يتميز بالرسمية والشكليات ويحاكي الكتابة بخط اليد إلى حد ما. ويتوفر منه خطوط ذات ميزات متنوعة من الخيالي والمتطور إلى العصري والمريح. يعد من أقل الخطوط استخداماً في التصميم كونه لا يناسب النصوص الطويلة، لكنه جيد إلى حد ما في العناوين والشعارات.

ومن أشهر العلامات التي تستخدم هذه النوعية من الخطوط إنستغرام Instagram، بي إنترست Pinterest، كوكاكولا Coca-Cola وCadillac. ومن أشهر الخطوط التي تنتمي لهذه العائلة Billenia و French Script، و Milles، و Southern Aire.



.Script وهذه بعض من خطوط

**د. Decorative**

وتعني الخطوط الزخرفية، وهي مميزة في التصميم الزخرفية والفنية أكثر مما تستخدم في النصوص والعناوين، وتستخدم في الشعارات والمنشورات الإعلانية كنوع من التزيين، وغالباً ما تكون من أكبر عناصر التصميم لإبراز زخارفها. لها نمطان متشاران وهما النمط القديم التاريخي والحديث المستقبلي. ومن أشهر

الشعارات التي استخدمت هذه الخطوط تويز آر أس Toys R Us، ليجو Lego وفانتا Fanta. ومن أشهر خطوط هذه العائلة Helios وThe Roseberry وMotters وXaviera.



.Decorative بعض من خطوط

Cinzel TYPES OF FONTS FOR THE ARAB GRAPHIC DESIGNER

Underground NF

TYPES OF FONTS FOR THE ARAB GRAPHIC DESIGNER

Lucien Schoenschrift CAT

Types of fonts for the Arab graphic designer

Rothschild Decorative

Types of fonts for the Arab graphic designer

Pentagon

TYPES OF FONTS FOR THE ARAB GRAPHIC DESIGNER

Vlad Type II

Types of fonts for the Arab graphic designer

9.4 قواعد تصميم النص

وتتضمن التطبيق العملي لمبادئ تصميم النص مع الإشارة إلى أهم ما يجب اتباعه في عملية التصميم.

9.4.1 Kerning التقريب

ويقصد بهذا المصطلح ضبط المسافة بين الحروف، قد يبدو لك أن هذا الأمر مستبعد للنصوص العربية ومتشر في النصوص اللاتينية، هذا صحيح نسبياً، ولكن أحياناً قد يضيق المصمم إطارات غير ضرورية على النص ظناً منه أنه يملأ مساحة التصميم بطريقة جميلة إلا أنه فعلياً يدمر التصميم، فكلمة (دليل) المكتوبة بهذه الطريقة أجمل بكثير من الطريقة التالية (د ل ي ل ل) وخصوصاً ضمن التصاميم الفنية، كما أن بعض المصممين لا ينتبهون لتفاصيل دقيقة وهم في عجلة من أمرهم مثل مسألة المسافة الفاصلة بين الحروف والتي يمكن ضبطها من أدوات النصوص في برامج التصميم المختلفة، وهذه أمثلة عن ما نتحدث عنه.



انعدام التقنيين عبر زيادة التباعد في الحروف يؤدي إلى صورة توضح النص بدون ومع تقنيين - الصورة من [مدونة خطوط أدوبى](#) تصميم سيء

وطبعاً تبقى مسألة مراعاة التقنيين في النصوص العربية نادرة الحدوث إذا ما وازناه بالنصوص اللاتينية، حيث تستخدم الحروف المنفصلة في الكتابة وهو ما يسبب مشاكل كثيرة في ضبط التقنيين، فيجب مراعاة المسافة بين الحروف بدقة وتوازن. خبراء التصميم يصرّون أنه لا يجب أن نعتمد على التقنيين الآلي لبرامج التصميم المختلفة وأنه يجب علينا تقنيين النصوص بأنفسنا وخصوصاً لنصوص العناوين والنصوص كبيرة الحجم، لأن مشاكل التقنيين تبرز واضحة بها أكثر من النصوص صغيرة الحجم. يمكنك أن تدرّب نفسك على التقنيين الصحيح من خلال موقع [KERNTYPE](#) والذي يمنح درجات تقديرية لقاء صحة عملية التقنيين.

9.4.2 التواصل بين الخطوط Font Communication

إن أسوأ ما يفعله المصمم لاختيار الخطوط المناسبة للتصميم هو البحث العشوائي أو استعراض كافة الخطوط في مكتبة الخطوط المتوفرة على حاسوبه، لأن ذلك سيُعثر أفكاره ويشتت تركيزه على الاختيار الصحيح للخطوط خصوصاً إن كان يعمل على تصميم يتضمن أكثر من نص منفصل وعليه اختيار نوعية خط لكل نص على حدة.

في هذه الحالة يجب التركيز على أن تكون الخطوط من نمط متماثل، مثل أن تكون من نفس عائلة الخطوط كالخطوط المغربية أو الكوفية، أو أن تكون من نفس أسلوب الخط كخطوط قديمة تاريخية أو خطوط عصرية، وهو ما يحقق التواصل بين الخطوط ويبيقي التصميم متناسقاً ومتجانساً. في الصورتين التاليتين مثالين عن الاختيار السيء والاختيار الصحيح لنمط الخطوط.



الخطوط هنا ملائمة للمحتوى ومتنااسبة مع بعضها بالنسبة لكلا العنوانين



لاحظ الخط المستخدم في العنوان غير ملائم لمعنى النص وغير متناسق مع الخط المستخدم في العنوان الثاني

9.4.3 تطبيق المحاذاة Alignment

المحاذاة من المبادئ المهمة في تصميم الرسوميات وفي قواعد استخدام النص وأسلوب الطباعة في التصميم. تطبيقه بطريقة صحيحة ينتج جمالية ومثالية في التصميم، وعدم تطبيقه يؤدي إلى تصميم غير مريح. يجب تطبيق المحاذاة على محور محدد من قبل المصمم مهما كان اتجاه هذا المحور أو زاوية ميلانه. في المثالين التاليين تظهر لنا أهمية تطبيق المحاذاة على النصوص في التصميم.



في مثل هذا اليوم من عام 1867 ولد الكاتب والشاعر اليوناني الأصل والروماني المولد أفسطين من أب وأم يونانيين، كانا قد هاجرا إلى رومانيا بسبب انتشار الفقر والجريمة آنذاك في اليونان. وبعد وفاتها في عصره في مجال الشعر اليوناني الحديث.

وفي مثل هذا اليوم قتل نحو خمسين شخصاً في حادث تحطم طائرة لشركة الخطوط الجوية والتي فقدت في مكان مجهول في المحيط الهندي إلى الشرق من الهند وإلا القرب من إندونيسيا دون معرفة الأسباب التي أدت إلى سقوط الطائرة.

راجع آخر الأخبار على موقعنا باستمرار من خلال الرابط.



في مثل هذا اليوم من عام 1867 ولد الكاتب والشاعر اليوناني الأصل والروماني المولد أفسطين من أب وأم يونانيين، كانوا قد هاجرا إلى رومانيا بسبب انتشار الفقر والجريمة آنذاك في اليونان. وبعد وفاتها في عصره في مجال الشعر اليوناني الحديث.

وفي مثل هذا اليوم قُتل نحو خمسين شخصاً في حادث تحطم طائرة لشركة الخطوط الجوية والتي فقدت في مكان مجهول في المحيط الهندي إلى الشرق من الهند وإلا القرب من إندونيسيا دون معرفة الأسباب التي أدت إلى سقوط الطائرة.

راجع آخر الأخبار على موقعنا باستمرار من خلال الرابط.

عدم تطبيق المحاذاة أساءت للتصميم ككل وأصبح غير مريح
للنظر

تطبيق المحاذاة بطريقة صحيحة منح تصميم النص أناقة وجمالية وراحة للنظر

9.4.4 تطبيق مبدأ الهرمية Hierarchy



سبق وأن تحدثنا عن هذا المبدأ مراتًّا وهو الذي يؤدي إلى توجيه المشاهد ضمن مساحة التصميم من الأهم إلى الأقل أهمية، ولعل أكثر ما ينطبق عليه هذا المبدأ هو عنصر النص، حيث يجب أن يكون العنوان الرئيسي هو الأكثر بروزًا وظهوًراً وجذبًا للانتباه لأنه الأهم بين باقي النصوص، ثم تطالى بقية النصوص في الحجم والموضع من حيث الأهمية.

9.4.5 أهمية الحجم Size

من العوامل المهمة لنجاح تصميم ما لغرض ترويجي وإعلاني جذب انتباه المشاهد على الفور، ففي أفضل الأحوال لديك ثانية أو ثانيةين لجذب انتباه شخص ما في عالم الطباعة، إذا فاتتك هذه الفرصة، فقد فقدت عميلك المحتمل. في المثال التالي صفت إعلاناً ترويجياً بنمطين، الأول في الأعلى بدون مراعاة مسألة الحجم، حيث كان النص بالكامل بنفس الحجم، ولمعرفة مضمون رسالة التصميم يجب عليك قراءة كامل المحتوى، فلو كان المحتوى أطول فإن هناك احتمالاً كبيراً أن يصاب العميل بالملل ويغادر دون المتابعة وبذلك لن تصله الرسالة. ركزت في التصميم الثاني في الأسفل على زيادة حجم النص الأهم وهو (الربح) والذي يجذب اهتمام المشاهد على الفور ويفهم الرسالة بدون قراءة كامل المحتوى، إلا أن جذب الاهتمام هذا، سيجبر المشاهد على قراءة كامل المحتوى رغبة منه في معرفة التفاصيل وعندها تصله الرسالة كاملة.



لاحظ المثال في الأعلى غير مثير للاهتمام بينما في المثال الثاني في الأسفل الأمر مختلف مع أن المحتوى متطابق تماماً

9.4.6 التركيز في الفقرات النصية Emphasis

عندما تصمم موقعاً على الويب أو نشرة إعلانية تتضمن نصوصاً طويلاً أو فقرات نصية كبيرة نسبياً، يجب أن تتجنب حالة الملل التي قد يشعر بها القارئ نتيجة طول الفقرة ومن ثم حالة هروب القارئ بسبب الملل وعدم إكماله القراءة وبالتالي عدم وصول الرسالة كاملة وصحيحة إليه. لذلك يجب إحداث بعض التعزيزات على النص من خلال التركيز على النقاط المهمة ضمن النص، ويمكن إحداث ذلك عبر زيادة وزن الخط (ثخين) أو إمالته أو حتى تغيير لونه، وبذلك تحقق التركيز وجذب الاهتمام ونبعد الملل عن القارئ. في المثال التالي استخدمت النص ذاته مرتين، في الأولى لم أطبق التركيز ضمن النص، بينما استخدمت التركيز في الثانية والذي يبدو أكثر إثارة للاهتمام، ويشد القارئ إلى متابعة قراءته عكس الأولى.

مشروع الإمارات لاستكشاف المريخ واختصاراً يُعرف المشروع باسم مسبار الأمل أو مهمة مسبار الأمل هي مهمة لاستكشاف الفضاء، انطلقت في 20 يوليو 2020 إلى المريخ. بُني المسبار في مركز محمد بن راشد للفضاء، وشارك فيه تطويره جامعة كولورادو بولدر، وجامعة ولاية أريزونا وجامعة كاليفورنيا بيركلي. الغرض من المسبار هو دراسة دورات الطقس اليومية والموسمية، وأحداث الطقس في الجو المنخفض مثل العواصف الترابية، وكيفية تغير الطقس في مناطق المريخ المختلفة. وسيستخدم المسبار لمحاولة الإجابة عن الأسئلة العلمية حول سبب فقدان الغلاف الجوي للمريخ الهيدروجين والأكسجين في الفضاء والسبب وراء التغيرات المناخية الشديدة في المريخ. من المتوقع وصول المسبار إلى مداره حول المريخ في فبراير 2021 ويترافق ذلك مع احتفالات الإمارات باليوم الوطني لها لمرور 50 عاماً على إعلان اتحاد الإمارات.

مشروع الإمارات لاستكشاف المريخ واختصاراً يُعرف المشروع باسم مسبار الأمل أو مهمة مسبار الأمل هي مهمة لاستكشاف الفضاء، انطلقت في 20 يوليو 2020 إلى المريخ. بُني المسبار في مركز محمد بن راشد للفضاء، وشارك فيه تطويره جامعة كولورادو بولدر، وجامعة ولاية أريزونا وجامعة كاليفورنيا بيركلي. الغرض من المسبار هو دراسة دورات الطقس اليومية والموسمية، وأحداث الطقس في الجو المنخفض مثل العواصف الترابية، وكيفية تغير الطقس في مناطق المريخ المختلفة. وسيستخدم المسبار لمحاولة الإجابة عن الأسئلة العلمية حول سبب فقدان الغلاف الجوي للمريخ الهيدروجين والأكسجين في الفضاء والسبب وراء التغيرات المناخية الشديدة في المريخ. من المتوقع وصول المسبار إلى مداره حول المريخ في فبراير 2021 ويترافق ذلك مع احتفالات الإمارات باليوم الوطني لها لمرور 50 عاماً على إعلان اتحاد الإمارات.

لاحظ أن النص العلوي ممل وغير مثير للاهتمام بعكس السفلي - النص مقتبس من [ويكيبيديا](#)

9.4.7 تجنب المسافات الزائدة Distances

قد يلجأ بعض المصممين أثناء كتابة نص فقرة إعلانية أو منشور إعلاني إلى فكرة توسيع المسافات بين الكلمات لهلء مساحة التصميم، خصوصاً إذا كان النص قليلاً ولا يكفي لهلء مساحة التصميم. يعد هذا الأمر خطأ كبيراً، إياك وال الوقوع فيه، إذ ينم ذلك عن قلة معرفة وخبرة في التصميم و يجعل المنشور أو الإعلان رديء المنظر. إن كان لديك نقص في المحتوى وتوجد مساحة فارغة ضمن التصميم فاستغل تلك المساحة بخلفية ملونة أو صورة أو عنصر رسومي، فذلك أفضل ويساعد المشاهد للنص بالراحة أكثر.

مشروع الإمارات لاستكشاف المريخ واحتصاراً يُعرف المشروع باسم مسبار الأمل أو مهمة مسبار الأمل هي مهمة لاستكشاف الفضاء، انطلقت في 20 يوليو 2020 إلى المريخ. يُـيـ المسـبـارـ فيـ مـركـزـ مـحمدـ بنـ رـاشـدـ لـلـفـضـاءـ، وـشارـكـ فـيـ تـطـوـيرـهـ جـامـعـةـ كـولـوـرـادـوـ بـولـدرـ، وـجـامـعـةـ ولـاـيـةـ أـرـيزـونـاـ وـجـامـعـةـ كـالـيفـورـنـياـ بـيرـكـليـ. الغـرضـ مـنـ المسـبـارـ هوـ درـاسـةـ دـورـاتـ الطـقـسـ الـبـوـيـةـ وـالـمـوـسـمـيـةـ، وـأـحـدـاثـ الطـقـسـ فيـ الجوـ الـمـنـخـفـضـ مـثـلـ العـوـاصـفـ التـرـابـيـةـ، وـكـيـفـيـةـ تـغـيـرـ الطـقـسـ فـيـ مـنـاطـقـ الـمـرـيـخـ الـمـخـلـفـةـ. وـسـيـسـتـخـدـمـ المسـبـارـ لـمـحاـواـلةـ إـجـاهـةـ عـنـ الـأـسـلـةـ الـعـلـمـيـةـ حـولـ سـبـبـ فـقـدانـ الـفـلـافـ. الجـويـ للـمـرـيـخـ الـهـيـدـرـوجـينـ وـالـأـكـسـيـنـ فـيـ الـفـضـاءـ وـسـبـبـ وـرـاءـ الـتـغـيـرـاتـ الـمـاـنـاخـيـةـ الشـدـيـدةـ فـيـ الـمـرـيـخـ. مـنـ الـمـتـوـعـ وـصـولـ المسـبـارـ إـلـىـ مـدارـهـ حـولـ الـمـرـيـخـ فـيـ فـيـبرـاـيـرـ 2021ـ وـيـتـزـانـ ذـلـكـ مـعـ اـخـتـالـاتـ الـإـمـارـاتـ بـيـوـبـلـاهـ الـذـهـبـيـ لـمـرـورـ 50ـ عـاـمـاـ عـلـىـ إـلـانـ اـتحـادـ الـإـمـارـاتـ.

مشروع الإمارات لاستكشاف المريخ واحتصاراً يُـعـرـفـ المسـبـارـ باـسـمـ مـسـبـارـ الـأـمـلـ أوـ مـهمـةـ مـسـبـارـ الـأـمـلـ هيـ مـهمـةـ لـاستـكـشـافـ الـفـضـاءـ، انـطلـقـتـ فـيـ 20ـ يـولـيوـ 2020ـ إـلـىـ الـمـرـيـخـ. يـُـيـ المسـبـارـ فـيـ مـركـزـ مـحمدـ بنـ رـاشـدـ لـلـفـضـاءـ، وـشارـكـ فـيـ تـطـوـيرـهـ جـامـعـةـ كـولـوـرـادـوـ بـولـدرـ، وـجـامـعـةـ ولـاـيـةـ أـرـيزـونـاـ وـجـامـعـةـ كـالـيفـورـنـياـ بـيرـكـليـ. الغـرضـ مـنـ المسـبـارـ هوـ درـاسـةـ دـورـاتـ الطـقـسـ الـبـوـيـةـ وـالـمـوـسـمـيـةـ، وـأـحـدـاثـ الطـقـسـ فـيـ الجوـ الـمـنـخـفـضـ مـثـلـ العـوـاصـفـ التـرـابـيـةـ، وـكـيـفـيـةـ تـغـيـرـ الطـقـسـ فـيـ مـنـاطـقـ الـمـرـيـخـ الـمـخـلـفـةـ. وـسـيـسـتـخـدـمـ المسـبـارـ لـمـحاـواـلةـ إـجـاهـةـ عـنـ الـأـسـلـةـ الـعـلـمـيـةـ حـولـ سـبـبـ فـقـدانـ الـفـلـافـ. الجـويـ للـمـرـيـخـ الـهـيـدـرـوجـينـ وـالـأـكـسـيـنـ فـيـ الـفـضـاءـ وـسـبـبـ وـرـاءـ الـتـغـيـرـاتـ الـمـاـنـاخـيـةـ الشـدـيـدةـ فـيـ الـمـرـيـخـ. مـنـ الـمـتـوـعـ وـصـولـ المسـبـارـ إـلـىـ مـدارـهـ حـولـ الـمـرـيـخـ فـيـ فـيـبرـاـيـرـ 2021ـ وـيـتـزـانـ ذـلـكـ مـعـ اـخـتـالـاتـ الـإـمـارـاتـ بـيـوـبـلـاهـ الـذـهـبـيـ لـمـرـورـ 50ـ عـاـمـاـ عـلـىـ إـلـانـ اـتحـادـ الـإـمـارـاتـ.

لاحظ النص العلوي غير مريح للنظر والقراءة معًا ويشعرك بالفراغة - النص مقتبس من [ويكيبيديا](#)

9.4.8 تجنب الأرامل النصية والأيتام النصية

هـذـاـ المصـطـلـحـانـ مـسـتـخـدـمـانـ بـكـثـرـةـ فـيـ الـأـوـسـاطـ الـغـرـبـيـةـ وـتـحـديـداـ بـيـنـ الـمـصـمـمـيـنـ وـكـثـابـ الـمـحتـوىـ. ماـ الـمـقصـودـ بـيـهـذـيـنـ الـمـصـطـلـحـيـنـ؟ عـنـدـمـاـ تـكـتـبـ فـقـرـةـ مـاـ فـيـ الـتـصـمـيمـ ثـمـ تـنـتـهـيـ الـمـسـاحـةـ الـمـحـدـدـةـ طـوـلـيـاـ لـكـتـابـةـ الـفـقـرـةـ مـثـلـ مـرـيـخـ نـصـيـ أوـ مـاـ شـاـبـهـ وـتـضـطـرـ لـمـتـابـعـةـ بـالـكـتـابـةـ عـبـرـ الـاـنـتـقـالـ لـعـمـودـ نـصـيـ أوـ مـرـبـعـ نـصـيـ جـدـيدـ، وـيـكـوـنـ هـنـاكـ سـطـرـ وـاحـدـ فـقـطـ فـيـ الـمـسـاحـةـ الـنـصـيـةـ الـجـدـيـدـةـ، فـهـذـهـ تـسـمـيـ بـالـأـرـاملـ الـنـصـيـةـ.



لاحظ الأيتام النصية (1) في الصفحة اليسرى والأرامل النصية في اليمنى (2) وهو ما يجب تجنبه

وعندما تكون هذه الفقرة الزائدة مجرد كلمة أو كلمتان، فهذه تسمى بالأيتام النصية. وتجنب هذه الحالتين بسيط، إما عبر التلاعب بالنص نفسه أو بالمسافة النصية كزيادة العرض قليلاً أو زيادة الطول إن أمكن، أو التلاعب بحجم النص بمقدار قليل، إلى أن تختفي هذه الظاهرة وتحل المشكلة.

9.4.9 تجنب الأخطاء الإملائية واللغوية

أهم ما يجب أن ننتبه له نحن عشر المصممين في التصميم ذات المحتوى الكثيف نسبياً أو حتى إن كان سطراً واحداً، هو الانتباه إلى الأخطاء الإملائية واللغوية، لأن ذلك قد ينسف تصميمك كله في حال الوقوع في خطأ من هذا النوع وخصوصاً في اللغة العربية. لذلك يجب أن نهتم بثقافتنا اللغوية وأن نتابع دوينا كل المعلومات المتعلقة باللغة العربية وقواعدها مثل أنواع الجمل والأزمنة والهمزات والجمع والتثنية وقواعد التشكيل المختلفة وغيرها.



لاحظ الفرق الشاسع بين الإعلانين من حيث التدقيق اللغوي، أنت بالتأكيد لن تتقبل الإعلان الأول بسلامة

9.5 خاتمة

لاحظنا كيف أن النص وأسلوب الطباعة له تأثير هائل على جودة التصميم وإيصال الرسالة بأفضل طريقة ممكنة إلى الجمهور، ولكن حتى نتمكن من استخدام عنصر النص وأسلوب الطباعة بالطريقة الأمثل لتحقيق الهدف علينا مراعاة مبادئ وقواعد استخدامها، وتجنب المحاذير والأخطاء التي قد تؤدي إلى عكس النتيجة المرجوة من الإعلان. مع ذلك فإن مراعاة القواعد وتطبيق المبادئ وتجنب الأخطاء ليس صعباً ومن اليسير القيام بذلك بمجرد التركيز قليلاً على هذه القواعد والمبادئ.

10. قواعد التعامل مع الصور والرسوميات

تصبح التصاميم حيوية ومفعمه بالحياة والحركة عند إضافة الصور والرسوميات إليها. فالصورة لها تأثير فعال إن استخدمت في موضعها الصحيح ضمن التصميم أو المحتوى، وكما يقال دوّماً في أوساط المصممين "الصورة بـألف كلمة"، حيث يمكن للصورة أن تساعد الجمهور على فهم الرسالة المطلوب إيصالها من خلال التصميم بسرعة أكبر من الكلمات، ولكن عند استخدامها يجب مراعاة مبادئ التصميم المتعلقة بها مثل التباهي والمحاذاة وغيرها. ولتحقيق أقصى استفادة منها في التصميم يجب اتباع قواعد معينة، كما يجب علينا أن نختار مصادر هذه الصور بعناية، إذ يوجد مصادر مجانية وأخرى ليست كذلك. لنتعرّف بداية على القواعد الواجب اتباعها عند استخدام هذه العناصر.

10.1 قواعد استخدام الصور

هي تعليمات وتلميحات تفيد في بناء تصميم ذو جودة عالية ويحقق تجربة مستخدم ممتازة وقد تبنّاها المصممون وشركات التصميم بناءً على الخبرة والمعرفة والتجربة، ويختلف موضع استخدام هذه القواعد باختلاف نوعية التصميم والهدف منه ومكان استخدامه، فقد تصلح بعض القواعد لاستخدامها على تصاميم منشورات الواقع التواصل الاجتماعي أكثر من موضع آخر.

10.1.1 التحضير

العديد من الصور جيدة ويمكنك استخدامها مباشرة ولكن ليس دائمًا هي كذلك، فهناك الكثير من الصور تحتاج إلى معالجة كتعديل الألوان والتباين والمستويات، وقد تحتاج أحيانًا إلى جزء من الصورة فقط وليس

لكامل تلك الصورة لذا سنعمد إلى قطع الأجزاء المطلوبة. كل هذا يتطلب منا العمل على معالجة الصورة قبيل استخدامها في التصميم وذلك عبر أحد برامج معالجة الصور مثل أدوبى فوتوشوب أو جمب أو عبر تطبيقات الويب مثل بكسيل.



هذه الصورة من موقع [piqsels](#) وهي مجانية ولكنها بحجم كبير جدًا 3989x5983px لذلك لا يمكننا استخدامها بحجمها الحالي للتصميم.

كيف تجتاز مقابلة التوظيف بنجاح

بجدية!

هل تعتقد أنك مناسب لهذه الوظيفة

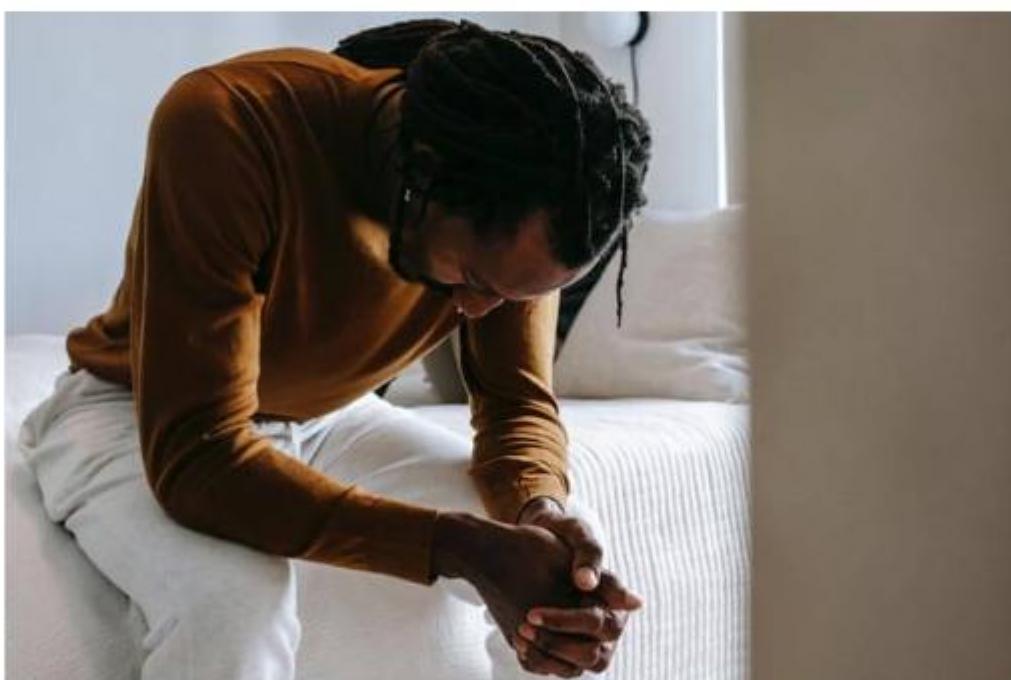
موقع ريادة الأعمال العربية

صُفرت الصورة وعولجت ألوانها لتتناسب مع غرض التصميم

10.1.2 الاقتران

لكل صورة معنى ودلالة، ولكن هل جربت وضع صورتين بجانب بعضهما مثلاً؟ إن اخترت صورتين بطريقة صحيحة ستحصل على معنى مختلف للصورة الأولى. إذاً يمكننا استخدام الاقتران للحصول على معنى جديد من خلال وضع صورتين متجاورتين بحيث نضيف المزيد من المعاني وتفيض في سرد قصة أو رواية بسيطة من خلال الصور فقط دون الحاجة للكلامات.

في الصورة التالية نجد رجلاً يشعر بالضيق، ولكن إن وضعنا بجوارها صورة أخرى مناسبة فسوف نحصل على معنى أكثر تفصيلاً وتتحدد الصورة الجديدة - المجموعة من كلا الصورتين - قصة كاملة بدلاً من الكلمات.



هذه الصورة الأولى للرجل الذي يشعر بالضيق - الصورة بوساطة [Alex Green](#) من موقع [Pexels](#)



لاحظ كيف ظهر المعنى بصورة مختلفة نوعاً ما حيث يظهر على الرجل الشعور بخيبة الأمل بسبب تأخر الوقت

10.1.3 التعليق

يستخدم هذا الأسلوب على الأغلب في منشورات موقع التواصل الاجتماعي وفي المدونات، حيث يوضع تعليق معين على الصورة نفسها بغرض شرح الصورة أو إيصال رسالة معينة من خلالها، لأن الصورة التي تتضمن تعليقاً سترسخ في الأذهان أكثر من مجرد تعليق مكتوب بدون صورة.

في المثال التالي ستتجدد تعليقاً عاديًّا مكتوبًا في صفحة أو منشور أو تدوينة وهي حكمة من أقوال المدير التنفيذي السابق أبل ستيف جوبز.

التفكير التقدي هو تحليل معتقد للمشكلة، أو الفحصية؛ يهدف حلها، أو التأذن فرار بمحوها، حيث يحلل رائد الأعمال، ويتعزز الطبقات من المشكلة التي تواجه نشاطه، للعمور على أصحابها، ويرتكز على قلب المشكلة، وينتقل منظفياً، وبعقل منفتح لاقتراحات حلها؛ فالتفكير التقدي ليس مهماً لتطوير الأفكار الريادية وحسب، بل هو من المهارات المطلوبة في التعليم، والتوظيف

القططت رائدة الأعمال ربيكا كانثار عن جامعة هارفارد سنة 2015، لتوثيق شركتها التقنية القاشية Imbellus، والتي تهدف إلى استبدال سيناريوهات تفاعلية تختبر مهارات التفكير التقدي بالاختبارات القوول الجامعي الموحدة، مثل الـ SAT، فالكثير من تلك الاختبارات قد يحتوي على أسلحة متعددة الاختبارات، تتطلب الإجابة عليها معرفة مباشرة بالسؤال، أو المشكلة الرياضية؛ لذا، تسعى كانتار إلى إنشاء اختبارات مهتمة أكثر بالمقدرة التحليلية، والتفكير الذي يفيد في عملية حل المشاكل، وتقول Imbellus إن هدفها كيف يفك الناس، وليس فقط ماذا يعرفون، وتستخدم المنصة المحاكاة لنطقيهم مستخدميها

لا تتعثر في النهايات التي تنتج من طريقة تفكير الناس، تجاهك
من أقوال ستيف جوبز

ويمكنك التتحقق من المثال التالي الذي وضعنا فيه صورة ستيف جوبز كتعليق بداخل الصورة وهذا جعل المحتوى والمتمثل بالمقدولة هنا أكثر إثارة للاهتمام وراسخة أكثر في الذهن من الطريقة الأولى التي لم نستخدم فيها الصورة.



10.1.4 مراعاة لوحدة الألوان والهوية البصرية

عندما ت العمل على استيراد رسومات شعاعية أو أيقونات جاهزة من موقع ما، فإن هذه الرسومات قد تختلف ألوانها عن النمط العام المتبعة في تصميمك كما في حالة تصميم الواجهات، لذلك يجب العمل على هذه الرسومات عبر تغيير ألوانها لتناسب مع النمط العام المتبوع في التصميم باستخدام لوحة الألوان الخاصة بالتصميم والتي قد تتواجد تلقائياً في كتيب إرشادات الهوية البصرية للعلامة التجارية في حال توافر هذا الكتيب، أو قد يضطر المصمم إلى استخدام رؤيته الفنية لتعديل الألوان لتناسب مع نمط ألوان التصميم.

في حال حصول المصمم على الرسومات أو الأيقونات بصيغة المصدر المفتوح فإن تعديلها سيكون سهلاً عبر استخدام البرنامج المناسب بحسب صيغة الملف، وإلا فسيكون على المصمم العمل عبر برنامج الفوتوشوب بصورة رئيسية لتعديل الملفات للرسومات والأيقونات غير المصدرية وغير القابلة لتعديل ببرنامج تصميم الرسومات الشعاعية، وهنا سيستخدم مهاراته في تعديل الصور والرسومات عبر الفوتوشوب للحصول على الرسومات بالألوان المطلوبة.

وأيضاً يجب مراعاة نوعية تصاميم الهوية البصرية أو النمط العام للتصميم عند اختيار هذه الرسومات والأيقونات، من حيث وزن خطوط الرسومات ووحدة انتظامها. وذلك لتطبيق مبادئ الوحدة والتكرارية في تصميم الرسوميات.

وكمثال على ذلك، إذا أردنا إدخال رسوميات كأيقونات ضمن هذا الموقع الذي صممناه كتجربة.



وأحضرنا مجموعة أيقونات جاهزة كما في الشكل التالي:



مجموعة الأيقونات الرسمية من موقع [Freepik](#)

ثم أدخلنا الأيقونات المطلوبة ضمن الموقع دون تعديل ستبدو كما يلي:

الاعلانات المفروضة
المقدمة الابدية | إعلانات قصيرة | إعلانات ملوك الكلمات المفتاحية | العمل بنا

نحن نقدم لك
اعلانات مميزة!

تحقيق الهدف والربح زيادة في نسب المتابعة موشن جرافيك مميز

نعمل له أهدافه من خلال معلن إعلانية مبروكة
نعمل له تحسين المحتوى الإلكتروني على كافة وسائل التواصل الاجتماعي
فرستك في زرقة دريملاك و

خطة للمعرفة / خطة الدفع / المطبع

هذه النص هو مثال لنص يمكن أن يستبدل في نفس المساحة، لقد تم توليد هذا النص من مولد النص العربي، حيث يمكنك أن تولد مثل هذا النص لو العددين من النصوص الأخرى إضافة إلى زيادة عدد الحروف التي يولدتها التطبيق، إذا كنت تحتاج إلى عدد أكبر من الفقرات، يرجح لك مولد النص العربي زيادة عدد الفقرات كما تريد، النص ان يبدأ مقسماً ولا يحوي أخطاء لغوية، مولد النص العربي مفيد بلسمي المواقع على وجه الخصوص، حيث يحتاج المستخدم في كثير من الأحيان أن يطلع على صورة حقيقة لتصميم الموقع، ومن هنا وجوب على المصمم أن يضع نصوصاً مؤقتة على التصميم ليظهر للمشيل الشكل كاملاًدور مولد النص العربي أن يوفر على المصمم عناء البحث عن نص يدلل لا علاقة له بال موضوع الذي يتحدث عنه التصميم فيظهر بشكل لا يلين، هذا النص يمكن أن يتم زكيه على أي تصميم دون مشكلة لأن يبدو وكأنه نص منسوج، غير منظم، غير منسق، أو حتى غير مفهوم، لذا مازال نصاً يديلاً ويفيدنا

نلاحظ أن ألوان الأيقونات لا تتناسب مع نمط ألوان الموقع لذلك سنعمل على تعديل ألوان الموقع كما يلي:

تحقّق له أهدافه من خلال حفّات إعلانية مميزة
نعمل على تطبيق المعايير العالمية على كافة وسائل التواصل الاجتماعي
لمربيك في زراعة برمجياتك و

غرضة لـ المعايدة / غرفة انتقام / المطبع

تحقيق الهدف والربح

زيادة في نسبة المتابعة

موشن جرافيك مميز

هذا النص هو مثال للنص يمكن أن يستبدل في نفس المساحة، لقد تم توليد هذه النص من مولد النص العربي، حيث يمكنك أن تولد مثل هذا النص أو العديد من النصوص الأخرى إضافة إلى زيادة عدد الحروف التي يولدتها التطبيق، إذا كنت تحتاج إلى عدد أكبر من الفقرات، يرجى استخدام خدماتنا لإنشاء محتوى مصمم باللغة العربية، مولد النص العربي مفيد لمصممي المواقع على وجه الخصوص، حيث يحتاج العميل إلى تغيير النص العربي إلى الأنجليزية أو العكس، النص لن يغير مقاييسها ولا يعيق أخطاء لغوية، مولد النص العربي يتيح للمعملي التحكم الكامل في مولد النص العربي أن يوفر على المصمم عبء البحث عن نص يديل لا علاقة له بالمشروع الذي يتدهور منه المصمم في ظهره بشكل لا يليق، وهذا النص يمكن أن يتم تركيبه على أي تصميم دون مشكلة لأن النص يدخل وكانه نص منسوج في منظم، غير منسق، أو حتى غير مفهوم، لأنه ملال نصاً بدألاً ومؤذناً

أصبحت رسومات الأيقونات متناسقة مع نمط ألوان الموقع وحققنا مبدئ الوحدة والتكرارية في التصميم.

10.1.5 التركيز على الجمهور

اختيار الصور التي تستخدمنها في تصاميمك مسألة تتعلق بنوع الجمهور المستهدف، حيث يجب التفكير في نوعية الجمهور المستهدف وموضع استخدام التصميم سواء أكان مطبوعاً أو للشاشات، ونوعية المواقع التي سيعرض عليها التصميم مثل المدونات أو مواقع التواصل الاجتماعي أو غير ذلك.



ويجب التأكد من أن الصورة المستخدمة ذات صلة بالتصميم وتثير المشاعر الصحيحة. ففي صورة المثال السابق استخدمت طائر البوomer تصميم حملة إعلانية تدعو للاستثمار، ولكن استخدام رسم البوomer هنا خاطئ

بسبب وجود فهم شائع يربط طائر البوم بالتشاؤم ويعد ظهوره فألاً سيئاً، لذلك لن تنجح الحملة الإعلانية في جذب شريحة من المستثمرين، لأن من يؤمن بالتشاؤم من طائر البوم لن يستجيب للإعلان.

10.1.6 مراعاة التصميم المتجاوب

أصبحت هذه المسألة ملحّة، فعند عرض صورة أو رسم معين على شاشة الكمبيوتر أو التلفاز فإنك لن تعاني من أية صعوبات تذكر في حال عرضت كامل الصورة، بينما ستكون الصورة صغيرة الحجم والتفاصيل غير واضحة في حال عرضها على شاشات الهواتف المحمولة، الأمر الذي يضيّع الهدف من استخدام الصورة، لذلك يجب استخدام صورة يمكنك أن تقصّها ضمن إطار محددة مع إمكانية تكبيرها قليلاً حتى تكون جيدة للرؤية في الشاشات الصغيرة. كما يجب مراعاة استخدام الصورة ذاتها أحياناً في منشورات وسائل التواصل الاجتماعي أو في غلاف هذه المواقع وحتى في صور الملفات التعريفية، لهذا يجب الانتباه إلى هذه المسائل قبل اعتماد الصورة في التصميم.



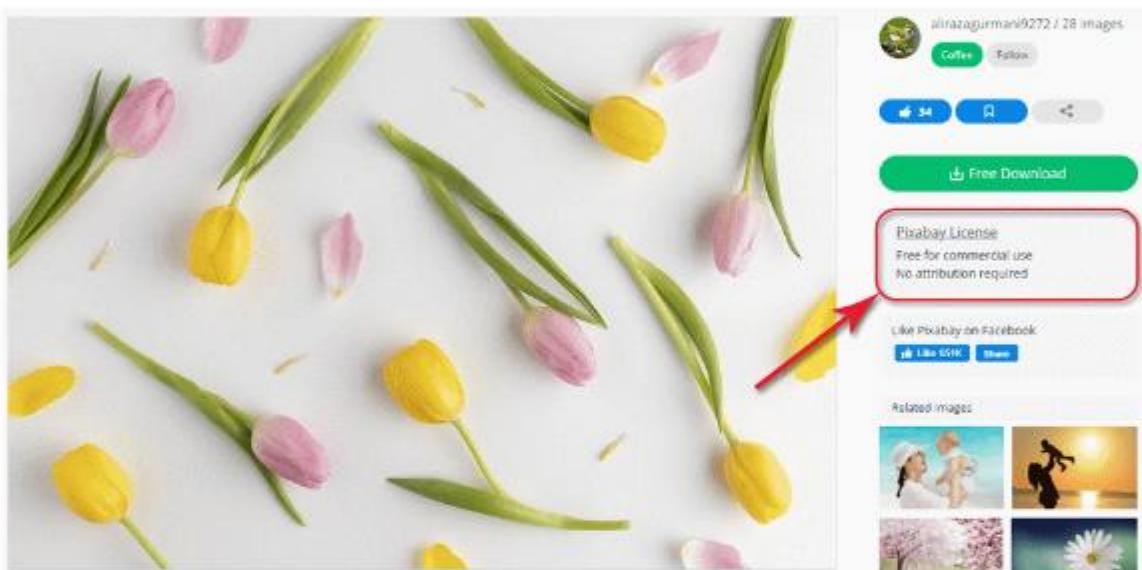
الصورة بواسطة Italo Melo من موقع Pexels

10.1.7 التأكد من حقوق الملكية

يجب التتحقق دوّناً من حقوق الملكية لأي صورة نريد باستخدامها، فمع أنه يوجد العشرات من مخازن الصور المجانية على الإنترنت إلا أنها لا تفي بالغرض في بعض الأحيان حيث تكون الصورة المطلوبة نادرة أو بكميات محدودة أو غير متوفرة حتى، فلو جربت البحث عن صور رسومات الكهوف على سبيل المثال فإنك ستجد عدداً قليلاً محدوداً من هذه الصور بالمجان وهي ليست منوعة ولا بالجودة المطلوبة، بينما يمكنك أن تجد العشرات وربما المئات منها في مخازن الصور غير المجانية بدقة وجودة عاليتين. لكن تبقى مخازن الصور المجانية جيدة كفاية لمعظم التصاميم ونادراً ما ستحتاج لصور غير مجانية.

ومن السهل معرفة حقوق ملكية الصورة من المخازن المستخدمة ولكن من الصعب معرفتها من موقع الويب الأخرى كالموقع الإخبارية أو المدونات أو الموسوعات أو حتى من محركات البحث، وفي معظم الحالات تكون الصورة محفوظة الحقوق لتلك المواقع، والحل الوحيد لاستخدامها هو أخذ إذن من مالكها ضمن شروطه هو، فقد يطلب الإشارة إلى موقعه أو إلى اسمه أو قد يطلب قيمة مالية معينة لقاء تلك الصورة.

وفي حال استخدمت صوراً محمية بدون الحصول على الترخيص أو التصريح الذي يسمح لك باستخدامها فإن ذلك سيتسبب في مشكلة كبيرة لعملائك الذين صفت لهم علامتهم البصرية حيث أن علامتهم التجارية لن تتصدر محركات البحث وقد لا ت تعرض أبداً، بل وقد يحذف المحتوى الخاص بهم بسبب حقوق ملكية الصور المستخدمة في تصميم علامتهم التجارية.



الصورة مجانية حتى الاستخدام التجاري ولا يتربّأ أية التزامات على استخدامها - الصورة من واجهة موقع [Pixabay](#)

10.2 مصادر الصور والرسوميات

هناك الآلاف من المصادر المتنوعة للصور والرسوميات عبر الإنترنت، البعض منها ذات حقوق ملكية وتحتاج لشراء ترخيص من الموقع لاستخدام الصور، والبعض الآخر ذو تراخيص مجانية بشروط معينة، ويوجد مواقع تمنحك صوراً مجانية بالكامل دون شروط. لنستعرض أهم هذه المواقع.

10.2.1 مصادر الصور والرسوميات ذات حقوق ملكية

سنستعرض هنا أهم المواقع التي تقدم صوراً ورسوميات ذات حقوق ملكية ولنتمكن من استخدام صورها ورسومياتها فعليك شراء الترخيص لذلك، ولكن حتى الترخيص له أنواع، فهناك تراخيص تسمح لك باستخدام الصور شخصياً ولا تسمح لك بالاستخدام التجاري وأخرى تسمح لك باستخدامه في موضع واحد أو أكثر

وهناك تراخيص تسمح لشخص واحد أو عدة أشخاص باستخدام الصورة. يوجد تراخيص بأنواع كثيرة تحدد كيفية استخدام الصورة أو الرسوميات بطريقة محددة وكل ترخيص منها سعره الخاص.

- .1 **Shutterstock**: يحتوي على صور فوتوغرافية ورسوميات نقطية وشعاعية.
- .2 **Adobe Stock**: يحوي صور وفيديوهات ورسوميات صوتيات ونماذج ثلاثية الأبعاد.
- .3 **Getty Images**: يحوي صور فوتوغرافية وفيديوهات فقط.
- .4 **DepositPhotos**: يحوي صور وفيديوهات ورسومات شعاعية ورسوميات فنية.
- .5 **Creative Market**: ويحوي كل شيء تقريباً من الصور والخلفيات والخامات والمملمس والرسوميات الشعاعية والفنية والأطماط والأيقونات والشعارات والقوالب لكل أنواع التصميمات والنماذج ثلاثية الأبعاد والخطوط وغيرها.
- .6 **StockUnlimited**: يضم الصور الفوتوغرافية والرسوميات الشعاعية والأيقونات.
- .7 **istockphoto**: يحوي صور فوتوغرافية ورسوميات شعاعية وفنية وفيديوهات.
- .8 **fotolia**: يحوي صور فوتوغرافية ورسوميات شعاعية وفنية وفيديوهات أيضاً.
- .9 **iclipart**: يحوي قصاصات فنية (клиوب آرت) وصورة وفيديوهات ورسوميات شعاعية وفنية ورسومات متحركة وغيرها.
- .10 **Bigstock**: يحوي صور وفيديوهات فقط.
- .11 **dreamstime**: يحوي صور وفيديوهات عالية الدقة.
- .12 **123rf**: يحوي صور وفيديوهات ورسوميات شعاعية وصوتيات.

10.2.2 مصادر الصور والرسوميات المجانية

هناك عدة أنواع للصور والرسوميات المجانية، حيث يوجد مصادر تسمح باستخدام الصور والرسوميات بترخيص المشاع الإبداعي Creative Commons وله أنواع منها المجاني بالكامل أو ما يطلق عليه النطاق العام Public domain ويعرف أيضاً بالترخيص CC0. ويمكنك الاطلاع على جميع التراخيص وسماتها الخاصة من خلال [ويكيبيديا](#) أو من خلال [موقعهم الرسمي](#). يجب فهم تراخيص الصور والإيفاء بالتزاماتنا تجاهها. وفيما يلي رسم توضيحي يبين أنواع تراخيص المشاع الإبداعي وسمات كل منها.

| أنواع تراخيص المشاع الإبداعي Creative Commons | | | | | | | |
|---|-----------------|-------------------|-------------------|--------------|-------------------|----------------|---------------------------------------|
| النشر بنفس الرخصة | التعديل واقتراض | الاستخدام التجاري | الاستخدام لمصادره | النسخ - انشر | الحقوق الإنجليزية | الحقوق العربية | نوع الترخيص |
| ✗ | ✓ | ✓ | ✗ | ✓ | | | نطاق عام |
| ✗ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | | النسبة |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | | النسبة - الترخيص بالمثل |
| ✗ | ✓ | ✗ | ✓ | ✓ | | | النسبة - غير التجاري |
| ✗ | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ | | | النسبة - بدون تعديل |
| ✓ | ✓ | ✗ | ✓ | ✓ | | | النسبة - غير التجاري - الترخيص بالمثل |
| ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✓ | | | النسبة - غير التجاري - بدون تعديل |

وإليك أهم مصادر الصور المجانية بمختلف التراخيص:

- .1. [Fleepik](#): يتضمن مجموعة كبيرة من الصور ولكنه مختص أكثر بالرسوميات الشعاعية والفنية النقطية، وهو من أشهر المصادر التي يعتمد عليها المصممون. ومع أن غالبية محتوياته مجانية للتحميل إلا أن ذلك بشرط إسنادها إلى الموقع.
- .2. [Unsplash](#): يحوي صوراً مذهلة من المصورين المحترفين والمبتدئين.
- .3. [Pixabay](#): أكبر مجموعة من الصور والرسوميات الشعاعية والفنية المجانية عبر الإنترنت.
- .4. [Ryan McGuire](#): مجموعة من الصور للمصور الموهوب ومصمم الرسوميات [Gratisography](#).
- .5. [Pexels](#): صور مجانية ضمن النطاق العام من جميع أنحاء العالم.
- .6. [Pikwizard](#): مصدر ممتاز إذا كنت بحاجة إلى صور ذات مظهر طبيعي للأشخاص.
- .7. [Negative Space](#): موقع صور مجانية من المصورين الصاعدين.
- .8. [StockSnap.io](#): يضيف الموقع مئات الصور يومياً وتتصدر جميع الصور ضمن ترخيص النطاق العام للمشاع الإبداعي CC0.
- .9. [Burst](#): هو مصدر من شوبيفي [Shopify](#) يوفر صوراً مجانية لصالح رجال الأعمال. بعض الصور مرخصة بموجب الترخيص Creative Commons CC0 بينما تدرج الأخرى تحت رخصة الصورة الخاصة بشوبيفي.
- .10. [Reshot](#): هي مكتبة ضخمة من الصور المجانية المنتقة بعناية والتي لن تجدها في أي مكان آخر.

- .11 [unDraw](#): أنشأت كاترينا ليمبيتسوني مكتبة من الرسوم البيانية المذهلة والقابلة للتخصيص والمرخصة من معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا، إنها مجانية وليس هناك حاجة للإسناد أيضًا.
- .12 [flaticon](#): يضم أكثر من 4 ملايين أيقونة على شكل رسوميات شعاعية ونقطية.
- .13 [Vector4Free](#): تضاف كل يوم الرسوميات الشعاعية المجانية بواسطة فنانين من جميع أنحاء العالم وتتراوح من الرسوم الكرتونية الهزلية إلى الرموز والرسوم البيانية الخاصة بالأعمال والتكنولوجيا. ترخيصهم يفرض الإسناد إليهم.
- .14 [Vecteezy](#): يحتوي Vecteezy على أكثر من 100000 من الرسوميات الشعاعية المجانية، ويذيع أنه أكبر مجتمع للرسوميات الشعاعية في العالم، بعض رسوماته مجانية بشرط الإسناد إليهم.
- .15 [Free Vector](#): يحوي مجتمعات من الشعارات والرسوميات الشعاعية والأيقونات والفنانات لتسهيل البحث. هناك أكثر من 16000 صورة متوفرة، بعض رسوماته مجانية بشرط الإسناد إليهم.

10.3 خاتمة

بعد معرفتنا بقواعد استخدام الصور والرسومات في التصاميم، وأهم مصادرها والفرق بينها، أصبح بإمكاننا الآن البدء في تحضير وتجهيز الصور لاستخدامها في تصاميمنا دونما قلق وبثقة كبيرة، حيث يمكننا التعبير عن محتوى التصميم بسهولة، وإيصال الرسالة بطريقة سلسة وواضحة وسريعة.

11. قواعد تصميم الأيقونات

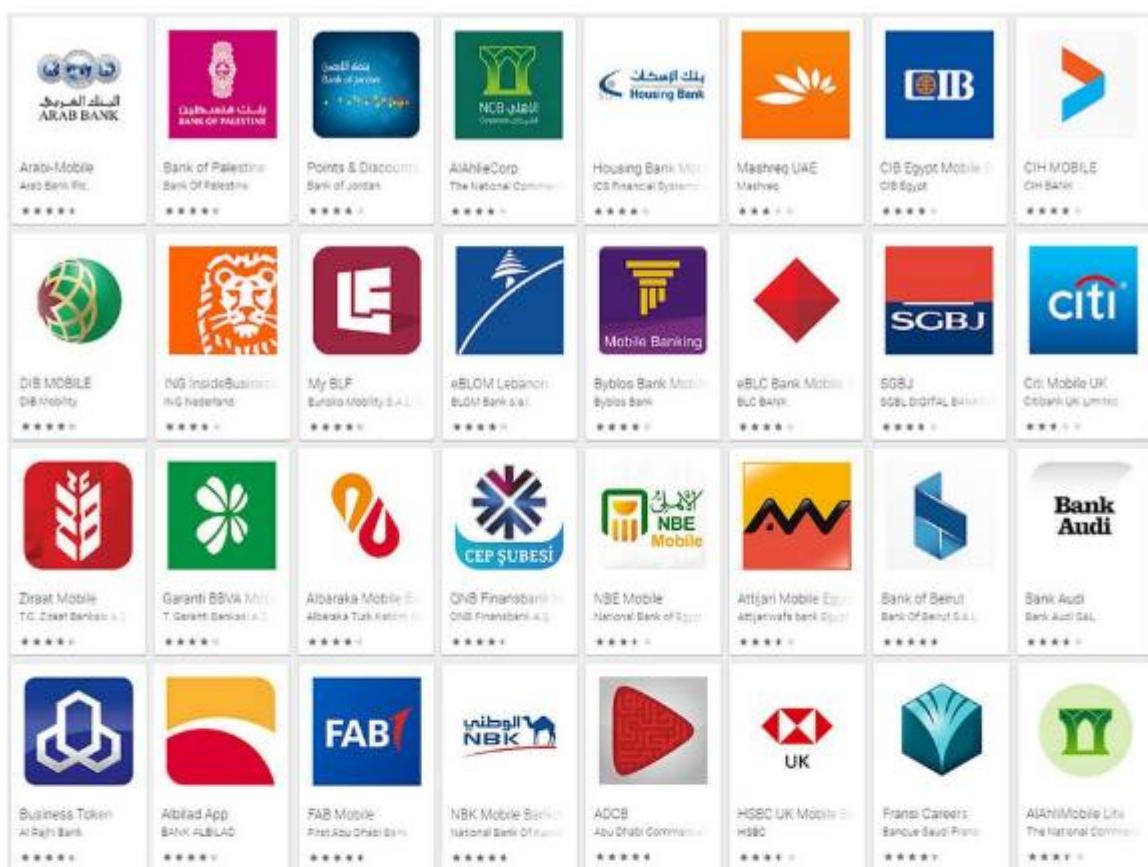
والشعارات

بعد أن تعزفنا على ماهية التصميم وعناصره ومبادئه، وألقينا نظرة على برامجه وتطبيقاته الأكثر شهرة، يمكننا البدء بالعمل على تصاميم مختلفة بناءً على تعلمياتنا في الفصول السابقة في هذا الكتاب، ويبقى لدينا فقط أن نعلم ما هي القواعد الأهم والمتبعة في التصميم وذلك تبعاً للمشروع الذي سنعمل عليه، دون أن ننسى استخدام العناصر بالطريقة الأمثل والالتزام بالمبادئ وإتقان استخدام برامج التصميم.

ويتضمن هذا الفصل أهم القواعد الواجب اتباعها لتصميم كل من الأيقونات (الرموز) والشعارات نظراً للتشابه الكبير من حيث المبدأ في قواعد تصميم هذين العنصرين، وسنبدأ أولاً بتعلم قواعد تصميم الأيقونات.

11.1 قواعد تصميم الأيقونات

الأيقونات هي الرموز المستخدمة للدلالة على أمر ما، حيث تستخدم الأيقونات كرموز للبرمجيات في أجهزة الحاسوب وأيضاً للتطبيقات في الهاتف المحمولة، وكذلك في تصميم المطبوعات الإعلانية المختلفة فتلك الرموز المميزة لتطبيقات الهاتف المحمول ليست شعارات بل أيقونات، ولكن من الممكن أن يستخدم الشعار كأيقونة للتطبيق مثل أن نستخدم شعار أحد البنوك كأيقونة لتطبيق ذلك البنك على الهاتف المحمولة.



كما نستخدم الأيقونات المصممة داخل صفحات الويب للدلالة على الخدمات أو الفئات أو الميزات أو أي شيء آخر، ومتىًّا على تلك النوعية من الأيقونات، نلاحظ تلك الأيقونات المستخدمة للدلالة على فئات الدروس والمقالات في أكاديمية حسوب.



يمكن تصميم الأيقونات بخطوط وأشكال سوداء أو بلون واحد أو بطريقة التصاميم المسطحة Flat Design (وهي تصاميم ثنائية الأبعاد تتميز بالبساطة وبدون عناصر معقدة كالظل والظل والقوام والتدرجات اللونية وغيرها) أو حيوية بدرجات لونية أو حتى ثلاثة الأبعاد. وتعد أيقونات التطبيقات من أبرز وأهم أنواع

الأيقونات حيث أن الأيقونة المميزة ستجذب اهتمام الناس وتدفعهم لتحميل التطبيق وتجربته، قد يكون هناك تطبيق جيد للغاية وأداؤه ممتاز ولكن أيقونته سيئة وغير مثيرة للاهتمام، بينما تطبيق آخر يؤدي نفس الغرض ولكنه سيء وأداؤه تشويه الأخطاء والمشاكل التقنية، إلا أن أيقونته مذهلة ومثيرة للاهتمام، بالتأكيد سيعتمد تحميل التطبيق السيء ذو الأيقونة الجيدة أكثر من الآخر إلى أن تطفى التقييمات السلبية على جمالية أيقونة التطبيق السيء، لكن ذلك سيسفر عن وقتاً طويلاً كما أن العديد من الناس قد لا ينتبهون للتقييم بل ينظرون للأيقونة فحسب. فما هي أهم قواعد تصميم الأيقونات؟

11.1.1 تحديد الهدف

يجب أن نحدد الهدف من الأيقونة التي سنصممها، إن أيقونات التطبيقات عادة ما تكون زاهية الألوان ومفعمة بالحيوية وقد تكون ثلاثة الأبعاد أيضاً، بينما أيقونات موقع الإنترنت عادة ما تكون مسطحة وبسيطة، إذ تستخدم للدلالة على أمور معينة فحسب. ومن هذا المنطلق يجب أن نفهم الهدف من الأيقونة ومكان استخدامها لتمكن من تحديد الطريقة التي سنصمم بها الأيقونة.

11.1.2 قابلية تبديل الحجم



قد تستخدم الأيقونة في أكثر من موقع تماماً مثل الشعارات، لذا يجب أن تكون إما قابلة للتكيير والتصغير ولذلك يجب أن نصممها بالرسومات الشعاعية Vector وليس النقطية حتى لا تتأثر وتتشوه بعد تغيير حجمها، أو قد نضطر إلى تصميم حزمة كاملة من الأيقونات لجميع القياسات، حيث أن بعض التصاميم قد تحمل تفاصيل أكثر من اللازم وعند تصغير حجمها فإن هذه الأيقونات لن تكون واضحة أو مفهومة، فهناك أيقونات ستظهر في قوائم صغيرة الحجم أو في رموز الواقع الإلكتروني، لذلك سيعين علينا أن نصمم أيقونات لمختلف القياسات بحيث نراعي وضوح فكرة الأيقونة مهما صغر حجمها. لاحظ في الصورة التوضيحية السابقة كيف أن الأيقونات الأصغر حجماً هي ليست مثل الأيقونات الكبيرة، بل هي تصميم جديد مشابه ولكنه واضح ضمن الحجم الصغير.

11.1.3 اتباع الهوية البصرية

عندما نصمم أيقونات لعلامة تجارية أو أي مؤسسة لديها هوية بصرية معدة مسبقاً، فيجب أن نت héjeg نهج الهوية البصرية في التصميم من حيث الأسلوب والألوان والخطوط وغيرها، فمن غير المنطقي أن تكون الأيقونة مختلفة كلّياً عن باقي عناصر الهوية البصرية.

لذلك عندما يطلب منك تصميم أيقونة لمؤسسة تمتلك هوية بصرية، عليك اتباع نهج تلك الهوية، واطلب منهم كتيب إرشادات الهوية البصرية، وإن لم يكن لديهم كتيب فاطلب منهم تزويدك بنسخة عن عناصر الهوية البصرية لتلقي نظرة فاحصة عليها وتتبع نهجها.

The screenshot shows the official Toyota website. At the top, there's a navigation bar with the Toyota logo, language selection (English), and links for 'Select Vehicle', 'Shopping Tools', 'Find a Dealer', 'Build & Price', and 'Local Specials'. Below the navigation is a large red banner with the text 'READY SET GO!' and 'Offers end March 31'. Underneath the banner, there's a section for the '2021 CAMRY' with the heading 'MEET YOUR CAMRY MATCH'. It includes a small image of a red Camry and some descriptive text: 'With the driver in mind, the 2021 Camry comes in a wide range of models, so there's one that will match your drive.' Below this are two buttons: 'VIEW OFFERS' and 'EXPLORE'. To the right of the text is a large image of a red Toyota Camry. At the bottom of the page, there are four icons with labels: 'BUILD & PRICE' (gear icon), 'SEARCH INVENTORY' (car icon), 'KELLEY BLUE BOOK TRADE-IN VALUE' (book icon), and 'FIND A DEALER' (map pin icon).

لاحظ الأيقونات أسفل صفة الويب الخاصة بشركة تويوتا للسيارات تتبع نهج الهوية البصرية للشركة

11.1.4 البساطة والوضوح

هذا الأمر ينطبق على الأيقونات والشعارات معاً، فالهدف من الأيقونة هو التعريف والدلالة إلى شيء ما مثل تطبيق أو خدمة أو فئة أو غير ذلك، لذلك يجب أن تكون الأيقونة بسيطة وواضحة لتكون مفهومة، ويجب أن تكفي النظرة الأولى إليها لفهم ما ترمز إليه.

في المثال التالي لأحد الواقع اشتخدمت أيقونات دلالية إلى ميزات معينة متوفرة في خدماتهم، ولكنك ستلاحظ بسهولة أن الأيقونات غير مفهومة، بل وتسبب الارياك عند مشاهدتها ولو اعتمد أصحاب الموقعي على النصوص فحسب لكان ذلك أفضل.



بينما تبدو الأيقونات في المثال التالي واضحة وتدل بوضوح على معنى الميزة المشار إليها.



11.1.5 اتباع الإرشادات

في بعض المواقع كتطبيقات سطح المكتب أو تطبيقات الهاتف المحمولة أو غيرها، يكون هناك إرشادات معينة لتصميم الأيقونات بحيث يجب اتباعها للحصول على أفضل النتائج وللتتوافق والتناسق مع موضع استخدام الأيقونة، لذلك يجب دائمًا البحث عن آية إرشادات متوفرة قبل البدء بالتصميم، وعلى سبيل المثال يجب اتباع الإرشادات عند تصميم أيقونات [تطبيقات الأندرويد](#) وكذلك أيقونات [تطبيقات أنظمة iOS](#).

11.1.6 تناسق الوزن البصري

في معظم الأحيان نصمم مجموعة من الأيقونات وليس أيقونة واحدة، تستخدم في موقع الويب أو تطبيقات الهاتف المحمول أو في قوائم البرامج وغيرها، ولذلك يجب أن تكون جميع الأيقونات بوزن بصري واحد تقريباً، وذلك فيما يتعلق بالخطوط والألوان والحجم، والأهم أن يكون وزنها البصري متناسقاً مع التصميم العام للهوية البصرية وواجهة الموقع وواجهة الاستخدام للتطبيق وغيرها.



لاحظ أن هذه الأيقونات متطابقة في الدلالة والمعاني ولكنها تختلف من ناحية التصميم والوزن البصري

11.1.7 نوعية ملفات الأيقونات

توجد عدة أنواع لملفات الأيقونات ولعل أشهرها هي GIF وSVG وPNG وICO. وتعتبر GIF أقدم تنسيق استخدم لتصميم الأيقونات في الماضي كما يستخدم تنسيق ICO لملفات أيقونات برامج أنظمة الويندوز وأستخدم GIF نظراً لصغر حجمه وإمكانية إدراج الشفافية فيه عكس JPG و BMP الشائعة في ذلك الوقت، إلا أن من سلبياتها عدم إمكانية استخدام حزمة ألوان واسعة حيث تعتمد نظاماً مؤلفاً من 256 لوناً فقط.

ومع مرور الوقت تطورت الأدوات والتطبيقات وأصبح بالإمكان استخدام تنسيق PNG لصناعة الأيقونات والذي يتميز بمجال طيف واسع من الألوان بالإضافة إلى إمكانية تضمين الشفافية فيه، ولكن PNG هو تنسيق للرسومات النقطية وعند محاولة تكبير التصميم من أجل بعض الواجهات والتطبيقات فسوف تظهر التشوهات والعيوب ضمن هذه التصاميم.

لذلك بدأ المصممون يعتمدون أكثر على SVG الذي يعتمد الرسومات الشعاعية والتي لا تتأثر بـ تغيير الحجم وتحافظ على دقة التصميم إضافة إلى استخدامه طيفاً واسعاً من الألوان وتضمين الشفافية فيه، والأكثر من ذلك أن ملفاته تتميز بصغر حجمها وهو الأصغر بين بقية التنسيقات، ما جعله الخيار الأمثل لتصميم الأيقونات حالياً.

وعلى الرغم من إمكانية استخدام هذه الملفات مباشرة في بعض التصاميم إلا أن العديد من التطبيقات والواجهات لا تزال لا تدعم هذه النوعية من الملفات، لذلك يجب تحويله إلى تنسيقات أخرى مثل PNG، وبناء عليه يجب أن نحدد المقاييس المطلوب بحسب التصميم الذي نعمل عليه. فالخيار الأفضل هو تصميم الأيقونة بتتنسيق SVG ومن ثم تصدير جميع المقاييس والتنسيقات التي تحتاجها بتنسيقات يمكن استخدامها مثل JPEG أو PNG.

11.2 الأيقونات والشعارات

مثل أي نوع من أنواع التصاميم فإن تصميم الأيقونات جزء من فن تصميم الرسوميات (التصميم الجرافيكي) ولهذا يجب استخدام العناصر وتطبيق المبادئ الخاصة بتصميم الرسوميات لإنجاز تصاميم احترافية خالية من الأخطاء ومثيرة للاهتمام. ويتشابه تصميم الشعارات من حيث المبدأ مع تصميم الأيقونات حيث أن كليهما يجب أن يحدد الهدف والغرض من هذا العنصر (الأيقونة أو الشعار) والجمهور المستهدف.



ويجب أن يصمم بأحجام مختلفة بحسب موضع الاستخدام ويجب أن يكون متناسقاً ومتكاملاً مع بقية عناصر الهوية البصرية، ويجب أن يصمم الشعار كأول عنصر من عناصر الهوية البصرية ومن ثم يتم استخراج لوحات الألوان وباقى عناصر الهوية البصرية بناءً على نموذج الشعار، كما أن تنسيق ملفات تصميم الشعار عادة ما تكون أيضاً SVG أو PNG بحسب موقع استخدامه.

الشعارات ليست أيقونات، ولكن يمكن أن تشق الأيقونات من الشعارات تماماً مثل أيقونات تطبيقات الهاتف المحمول. ليس بالضرورة أن يكون الشعار بسيطاً يعكس الأيقونة، إلا أن البساطة في التصميم يجعل الشعار أكثر أناقة واحترافية، وأسهل لفهم والملاحظة، حيث أن الغالبية العظمى من العلامات التجارية العالمية الشهيرة اتجهت في السنوات الماضية إلى تعديل شعاراتها لجعلها أكثر بساطة وأناقة يعكس شعاراتها القديمة، وفي الصورة التوضيحية السابقة بعض الأمثلة على ذلك، حيث تعرض الشعار القديم وأخر شعار مستخدم الآن بغض النظر عن مراحل التطور التي مر بها الشعار.

11.3 قواعد تصميم الشعار

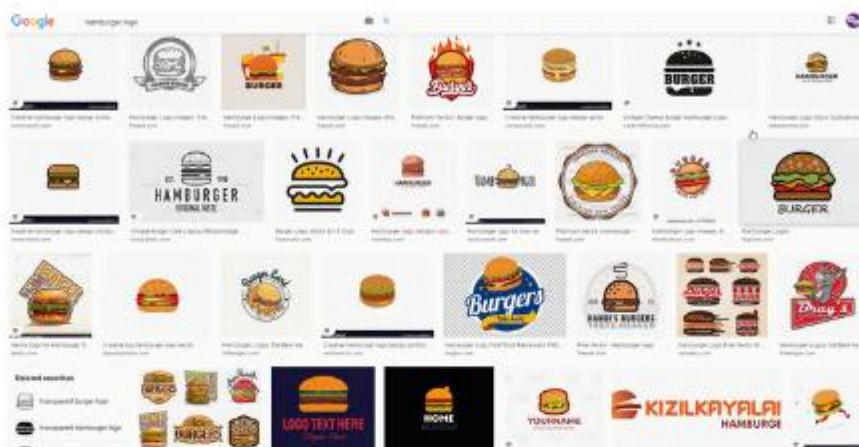
ما هو الشعار؟ هو واجهة أي علامة تجارية وهو الانطباع الأول الذي يتكون لدى الجمهور بمجرد رؤيته، لذا فإن تصميمه مهم للغاية. وبما أن تصميم الشعارات والأيقونات تعتمد قواعد ومبادئ مشتركة، إذ يجب تحديد الهدف والغرض من الشعار كما يجب مراعاة قابلية التكبير والتصغر بحسب موضع الاستخدام ويفضل الالتزام بمبدأ البساطة والوضوح في تصميمه لضمان وصول فكرته ورسالته للجمهور.

وعلى عكس الأيقونات فإن الشعار هو العنصر الأول في تصميم الهوية البصرية، وتتبع الهوية البصرية تصميم الشعار في تحديد شكل وأسلوب التصميم العام، كما يفضل استخدام تنسيق SVG لملفات الشعارات مع تصديرها إلى PNG بالمقاس المناسب عند الحاجة.

11.3.1 تجنب التقليد

من الطبيعي أن تتشابه الأيقونات التي تصممها مع أيقونات كثيرة متوفرة على الإنترنت نظراً لأن مواضعها مكررة أساساً، ولكن من غير المقبول تكرار أو تقليد الشعارات الأخرى. فلو طلب منك مثلاً أن تصمم شعاراً لمطعم برج، فإن أول ما سيخطر ببالك تصميم شكل قطعة البرجر، وبعد بحث بسيط على الإنترنت ستكتشف وجود العشرات وربما المئات من الشعارات التي تشبه تصميمك وربما يكون بعضها شبه مطابق له أيضاً، الأمر الذي سيجعل العميل يعتقد أنك نسخت الشعار من مكان آخر وقدنته له ولم تبذل أي مجهد في تصميمه.

حصل ذلك مع العديد من المصممين في بدايات مسيرتهم المهنية في تصميم الرسوميات، لذلك يعتمد أولئك المصممون طريقة جديدة في التحضير للتصميم قبيل البدء فعلياً، وهو البحث عن تصاميم متعلقة بالمشروع الذي يعملون عليه، ثم يحاولون تجنبها جمیعاً ويسعون إلى إيجاد فكرة جديدة تجعل تصاميمهم مميزة ولا شبيه لها، وهو ما سيقدمه العميل بدوره شعراً مذهلاً يميزه عنه منافسيه.



أكتب في بحث الصور على جوجل (شعار برج) وستحصل على العديد من شعارات البرجن، لذا حاول تجنب إنشاء تصميم مطابق أو مشابه لأي منها، ولتكن تصميماً فريداً من نوعه.

11.3.2 ابدأ برسم المخطط يدوياً

حتى وإن لم يكن لديك موهبة في الرسم اليدوي باستخدام القلم والورقة، إلا أن الرسم باستخدام الورقة وقلم الرصاص له تأثير السحر على تدفق الأفكار وتعديلها بطريقة فورية.



الصورة بوساطة Freepik من موقع rawpixel.com

جميع الشعارات العظيمة بدأت بخريطة بسيطة على الورق، ثم أصبحت نموذجاً أولياً يتطور كل لحظة إلى أن يصبح فكرة مميزة ثم تُنقل هذه الفكرة إلى الحاسوب عبر رسم الخطوط الأساسية لها على برنامج التصميم ومن ثم تطويرها برسم الأشكال الأساسية ثم تتدفق الألوان على التصميم لمنحه الحيوية والهوية الخاصة به، وهكذا إلى أن تصبح الفكرة شعاراً حقيقياً مميزاً.

11.3.3 الأبيض والأسود

يجب علينا كمصممين أن نضع في الحسبان مسألة التصميم بالأبيض والأسود، في بعض الحالات قد يكون الشعار بطبيعة الحال بالأبيض والأسود وبالتالي لا حاجة للقلق بشأن ذلك، ولكن في معظم الأحيان يكون الشعار ملوّناً، ومع ذلك تضطر الشركات وخصوصاً التجارية منها إلى استخدام نسخة بالأبيض والأسود من الشعار لأجل المطبوعات والتعليق والتغليف والتقطير والنقوش وغيرها، لهذا يجب أن يكون الشعار واضحاً ومفهوماً بالأبيض والأسود كما هو كذلك بالألوان في تلك الحالة. إن نظرت إلى النمط الأبيض والأسود لبعض الشعارات فإنك لن تعرف الشعار بسهولة من النظرة الأولى وأحياناً قد لا تعرفه أبداً بدون الألوان، ولعل السبب في أن معظم الشعارات في المثال الذي حضرته لك لا تحتاج إلى الشعار الأبيض والأسود بطبيعة الحال، ولكنني أردت توضيح الفكرة.

في الشكل التوضيحي التالي ستشاهد شعارات بالأبيض والأسود ومن ثم ستشاهد الشعارات الملونة الأصلية في الشكل الذي يليه، لاحظ كيف من الصعب التعرّف على الشعار من النظرة الأولى في الشكل الأول.



لاحظ صعوبة تحديد هوية هذه الشعارات.



لاحظ كيف يمكن التعرّف على الشعارات بسهولة من خلال الألوان وهي شعارات Target, Microsoft, Flickr, PayPal, Tommy Hilfiger، وMasterCard.

11.3.4 الألوان

بعد دراستنا وتعزفنا على الألوان ونماذجها ونظريتها ومخططاتها، فإن أكثر وأول عنصر تصميمي يطبق عليه نظرية الألوان وكل ما يتعلق به هو الشعار، يجب التركيز على تأثير الألوان على الجمهور المستهدف، ويجب أن يكون تأثيرها إيجابياً، وفي حال استخدام أكثر من لون فيجب تطبيق قواعد المخططات اللونية لتوفير التوازن اللوني للشعار ولا يكون نشازاً أو غير مريح للنظر، كما نستطيع استخراج لوحة الألوان للهوية البصرية للعلامة التجارية من تصميم الشعار، وقد يحضر المصمم لوحة الألوان مسبقاً بناءً على نهج سابق متبع من قبل العلامة التجارية أو معطيات أخرى.

أحياناً قد يكون لاسم العلامة التجارية دلالة أو تعبير يدل على الألوان التي يجب أن تتواجد في الشعار، وذلك يجعله منطقياً ومتناقضاً مع الاسم وراسخاً أكثر في الأذهان.



شعار متصفح الإنترنت فاير فوكس (الثعلب الناري) بدرجات لون النار

11.3.5 مراعاة نماذج الألوان

من المهم أن تعلم إذا ما كان الشعار سيستخدم للشاشات فقط أم للطباعة فقط أم لكلاهما، حيث يجب أن تصمم الشعار بنموذج ألوان RGB الخاص بالشاشات وبنموذج ألوان CMYK في حالة الطباعة، وفي هذه الحالة ستلاحظ تغييراً على الألوان بين الشعارات وهذا طبيعي نظراً لاختلاف نظام مزج الألوان بين النموذجين.

في المثال التالي قسمت شعار إنستجرام إلى نصفين بشكل قطري (مائل) وطبقت على كل شطر نموذجاً لونياً مختلفاً، الاختلاف بسيط للغاية ولكنك ستلاحظه إن دققت النظر.



11.3.6 الشعارات النصية

عند استخدام النص في الشعار عبر بضعة حروف أو حتى حرف واحد، فمن المهم أن تكون تلك الخطوط مميزة، وقد تضطر أحياناً إلى تحريفها للحصول على تصميم شعار نصي مميز بشكل مختلف عن النص العادي. حيث يلجأ المصممون في بعض الأحيان إلى الخطاطين لتصميم النص أو الحروف بخطوط عربية استثنائية إلا إن امتلك المصمم القدرة على التصميم بالخط العربي مثل شعار قناة الجزيرة الإخبارية. وأحياناً أخرى قد يضطر المصمم إلى تصميم خط كامل فريد من نوعه لكتابة الشعار به مثل شعار قناة العربية الإخبارية. ولكن في أغلب الأحيان يتخذ المصمم من أحد الخطوط المتوفرة على الحاسوب أساساً للتصميم ويحرزه قليلاً للوصول إلى شعار فريد ومميز.



شعار قناة العربية

شعار قناة الجزيرة



تففيف
Dr. Tawfiq Al-rabi
د. توفيق الرابي



Designed by:
Abdulrhman
Mamdooh

مجموعة من الشعارات التصوية العربية مصممة من قبل عبد الرحمن ممدوح على موقع [Behance](#)



مجموعة من الشعارات التصوية العربية لمختلف المصممين العرب



مجموعة من أشهر الشعارات النصية العالمية

11.3.7 تنظيم عملية التصميم

إذا ما نظمت عملية التصميم من البداية إلى النهاية فإنك ستتوفر على نفسك وعلى عميلك الكثير من الوقت في محاولة معرفة ما الذي يجب أن تفعله تاليًا، ببساطة ارسم مخططاً للخطوات الواجب اتباعها وطبقه بحذافيره وستكون على ما يرام. ول يكن مخطط سير عملك كالتالي:

- تلقي الطلب من العميل.
- فهم كافة جوانب الشعار المطلوب تصميمه ابتداءً بالهدف ودراسة الجمهور المستهدف والمجموعة المستهدفة والألوان المطلوبة وهوية العميل البصرية والخطوط وغير ذلك. ليس من الضروري أن تتوافر كل هذه المعلومات من قبل العميل ولكن حاول الحصول على أكبر قدر منها لتختصر الكثير من الوقت في تعديلات كثيرة لا داعي لها عبر فهم رؤية العميل وتعلقاته.
- البحث عن كل ما يتعلق بالشعار من أفكار وأمثلة وشعارات مشابهة.
- اجلس مع نفسك وفكّر في كيفية تصميم الشعار وفي كيفية تجنب تصميم شعار مشابه لما هو موجود مسبقاً، تسمى هذه المرحلة بالعصف الذهني.
- أمسك بالورقة والقلم وابداً برسم النماذج الأولية وطورها على الورقة إلى أن تصل لفكرة مبهرة.
- انقل فكرتك من الورقة إلى برنامج التصميم على الحاسوب واحرص على رسم الشعار بالرسومات الشعاعية Vector لسهولة تعديليها والتلاعب بحجمها.
- أرسل تصميمك إلى العميل.

- أجر جميع التعديلات المطلوبة التي سيقترحها العميل.

- أنه التصميم وسلمه للعميل.

بهذه الطريقة يمكنك أن تصمم شعاراً دون إرباك أو قلق على ما يجب أن تفعله تالياً.

11.4 خاتمة

يعد تصميم الشعار المجال الأكثر انتشاراً في عالم تصميم الرسوميات حيث تجدآلافاً من الخدمات المتمثلة بتصميم الشعارات في مختلف **موقع العمل الحر**، حيث يحتاج الجميع إلى شعار مثل شعار قناة يوتيوب، أو صفحة فيس بوك، أو حساب توينتر، أو موقع إنترنت، أو تطبيق هاتف محمول، أو متجر، أو مصنع، أو شركة، أو منظمة أو أي شيء تقريراً، لذلك يجب تطوير المهارات واكتساب الخبرة الازمة لتصميم الشعارات فهي أكثر ما يملأ مخزونك من التصاميم لوضعها في معرض أعمالك.

لا يختلف تصميم الأيقونة كثيراً عن تصميم الشعار إلا أن الاستخدامات تختلف، ويظل الشعار هو الأساس في تصميم الرسوميات حيث تبعه تصاميم بقية العناصر وهذا ما سنكشفه في فصل قواعد تصميم الهوية البصرية.

12. قواعد تصميم المطبوعات

والإعلانات

تعد المطبوعات المختلفة والإعلانات من أكثر العناصر طلباً في عالم التصميم، حيث يحتاج الناس والشركات إلى المطبوعات المختلفة وخصوصاً الإعلانية منها، كما تطورت أعمال التسويق والإعلانات على الشاشات تطويراً ملحوظاً في السنوات الأخيرة وبات من الإجراءات الضرورية لضمان انتشار أي منتج أو خدمة أو علامة تجارية. وبما أن تصميم المطبوعات والإعلانات يشتركان في العديد من النقاط وتحديداً في تصميم الإعلانات المطبوعة فسوف نتحدث في هذا الفصل عن قواعد تصميم كل من المطبوعات والإعلانات بما في ذلك الإعلانات المطبوعة.



قائمة مطعم وجبات سريعة من ضمن أنواع تصاميم المطبوعات غير الإعلانية

الصورة من تصميم سعد عبدالفتاح من موقع [Behance](#)

12.1 قواعد تصميم المطبوعات غير الإعلانية

وتتضمن هذه المطبوعات الكتب، والكتيبات الإرشادية، وقوائم الطعام للمطاعم، والبطاقات التعرifية، وبطاقات الأعمال، والقمصان، والملابس، واللوحات الفنية الرقمية وهي اللوحات التي يرسمها الفنانون أو المصممون باستخدام برامج التصميم دون الاستعانة بالطرق التقليدية من أواح الرسم والفرش وغيرها وطبع على وسائل مختلفة لتعلق في المنازل أو الصالات، وعلى سبيل المثال اللوحات المعدنية من **Displate** ووسائل أخرى متعددة. لا تعد الطباعة ثلاثية الأبعاد جزءاً من هذه اللائحة لأن أساسها ومبادئها وعناصرها مختلفة عن بقية أنواع الطباعة العاديّة. ولتصميم هذه المطبوعات قواعد مهمة نذكر منها:

12.1.1 استخدام برنامج التصميم المناسب

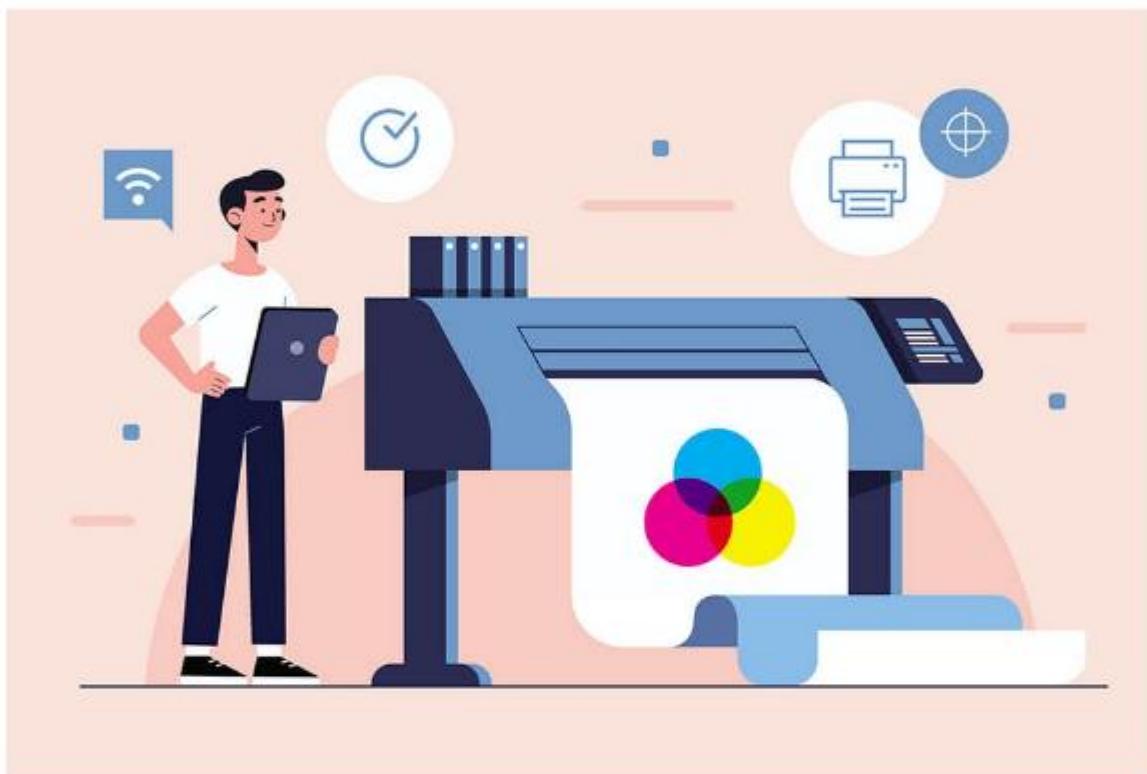
مع أن برنامجي الفتوشوب والإيلستريتور يستطيعان تصميم صفحات للكتب والكتيبات ولكن وظائفهما في هذا السياق محدودة جداً، حتى وإن استخدمت عدة أواح رسم Artboard بحيث يكون كل لوحة رسم بمثابة صفحة واحدة إلا أن مزايا وخصائص تحرير النصوص محدودة ولا تقدم كامل المزايا التحريرية المطلوبة لتصميم كتب أو كتيبات كاملة، لهذا من الأفضل استخدام برنامج يختص بهذه النوعية من التصميمات مثل برنامج أدوبى إن ديزاين Adobe InDesign الذي يوفر أدوات تحرير نصية عالية المستوى إضافة إلى خيارات تحرير الجداول والفقرات، وكذلك تحرير الصور وإنشاء الرسومات المختلفة، ويُعد أفضل وأقوى بكثير من برامج التحرير المكتبية التقليدية مثل مايكروسوفت وورد أو ليبروفيس رايتر وأمثالهما.

كما يوفر هذا البرنامج إعدادات معدة مسبقاً للتحضير للطباعة مثل نماذج الألوان المخصصة وإعدادات الهوامش العاديّة وهوامش النزيف (التسبييل) وهي الهوامش التي توضع خارج حدود لوحة العمل بهدف تببيه المصمم لمد تصميمه في جميع الاتجاهات نحوها لتجنب طباعة حواف بيضاء تظهر أثناء قص الورق بسبب خطأ في زاوية الطباعة أو في عملية القص، إضافة إلى توفيره لوحات لتحرير وإعداد نماذج وقوالب الصفحات وتخصيص صفحات للغلاف الأمامي والخلفي مع ترقيم الصفحات وتطبيق قوالب جاهزة أو مصممة على كامل ملف الكتاب أو الكتيب.

يمكن استخدام إن ديزاين أيضاً لتصميم بطاقات الأعمال وبقية أنواع التصاميم الطباعية الأخرى ولكن برنامجي **الفتوشوب والإيلستريتور** يستطيعان أداء هذه المهمة بكفاءة وجودة عاليتين. ويبقى أن ننوه للبرامج الأخرى غير برامج شركة أدوبى التي تستخدم لإنتاج هذه النوعيات من المطبوعات وعلى رأسها برنامج **كورل درو وإنكسكيب وجمب** وغيرها، إضافة إلى البرنامج البديل مفتوح المصدر لبرنامج إن ديزاين وهو برنامج **سكريبوس Scribus** الذي يطور باستمرار تلبية تطلعات المصممين في برنامج مجاني ومفتوح المصدر.

12.1.2 تحديد نموذج الألوان

يوجد عدة نماذج لونية يمكن استخدامها للطباعة ولكن أكثرها اعتماداً هو نموذج CMYK الذي يعتمد على أساس أربعة ألوان تمزج معاً لاستخراج اللون المطلوب. ويجب تحديد هذا النموذج اللوني من إعدادات برنامج التصميم قبل البدء بالتصميم. وهناك نماذج أخرى مثل نموذج LAB الذي يعد أكثر دقة من ناحية تحديد الألوان وهو مفید لتحديد الألوان عند الطباعة على وسائل عددة مختلفة حيث يحافظ على ثبات القيمة اللونية التي يعتمد عليها المصمم.



الصورة من تصميم pikisuperstar من موقع [Freepik](#)

وعند إنشاء تصاميم معدة للطباعة على القمصان أو الألبسة أو على لوحات فنية أو ملصقات مثل تلك المستخدمة على السيارات وغيرها، فمن الأفضل التصميم باستخدام نموذج لون LAB أو استخراج اللون من كثيارات نظم مضاهاة الألوان من [بانتون](#) لتسليمها للمركز المختص بالطباعة على الأقمشة وذلك للحصول على اللون المطلوب بدقة كما اخترته أنت، إذ تختلف درجات الألوان بين الشاشات على الحواسيب وكذلك على الهواتف المحمولة وغيرها بسبب الاختلاف في المعايرة والضبط لكل شاشة على حدة، وهو ما يجعل درجات الألوان التي تطبع في الواقع مختلفة عما هي ظاهرة عليه من خلال الشاشات أثناء التصميم.

12.1.3 تصميم المحتوى

هناك محتوى من نصوص وصور ورسومات في جميع المطبوعات تمثل محتويات الكتب والكتيبات وحتى بطاقات الأعمال وقوائم الطعام وغيرها. في حالة المحتوى الكثيف مثل الكتب والمجلات والجرائد وكتيبات الارشادات وغيرها، من الأفضل تحضير المحتوى بعد تدقيقه وتصحيحه وتجهيزه على برامج تحرير النص مثل المفكرة أو الوورد أو رايت أو حتى جوجل دوكس، ومن ثم ندخله فقرة تلو الأخرى للتحقق من وضعية المحتوى وتناسبه مع التصميم وال قالب وتعديل ما يجب تعديله منه.

وفي حالة المحتوى الخفيف مثل قوائم الطعام وبطاقات الأعمال فمن الأفضل العمل على التصميم العام بوجود المحتوى مباشرة ضمن التصميم حتى نتاج تصميمًا متكاملاً من حيث تنسيق المحتوى ضمن الشكل العام للمادة المطبوعة.



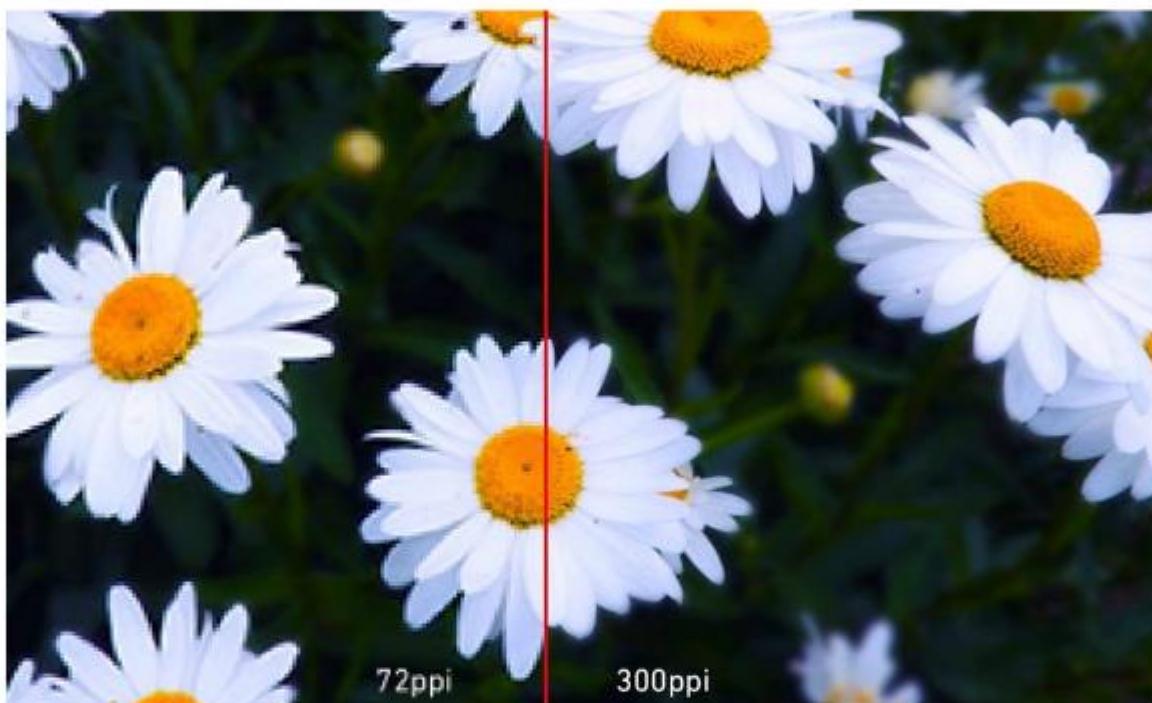
الصورة إلى اليمين تمثل المحتوى الخفيف لتصميم قائمة مطعم المصمم Rose Graphic على موقع Behance، والصورة إلى اليسار تمثل المحتوى الكثيف لتصميم جريدة للمصممة أثير الشمرى على موقع Behance.

12.1.4 تحديد قياسات التصميم

يجب التتحقق من القياسات التي سنستخدمها في تصاميمنا، فحتى بطاقات الأعمال تتتوفر بعدها مقاسات، لذلك يجب التتحقق من القياس الصحيح بالتنسيق مع مركز الطباعة المعتمد، إضافة إلى التدقيق في الهوامش العادية وهوامش النزيف Bleed، فالهوامش العادية هي التي تتوارد داخل إطار حدود التصميم العام ويكون الهدف منها حماية المحتوى من القص أثناء قطع المنتج في المركز الطبيعي، بينما تكون هوامش النزيف خارج إطار حدود التصميم العام ويكون الهدف منها تجنب وجود مساحات أو حدود بيضاء غير مطبوعة على أطراف التصميم العام بعد قصه في المركز الطبيعي، لذلك يجب أن تتمتد العناصر والخلفية خارج حدود إطار التصميم حتى حدود هوامش النزيف.

12.1.5 تحديد الدقة

إن أهم ما يجب تحديده عند التصميم للطباعة هو الدقة، حيث أن دقة التصاميم المخصصة للطباعة هي 300ppi وليس 72ppi كما هو الحال بالنسبة للتصاميم المخصصة للعرض على الشاشات. وتعتمد التفاصيل الظاهرة في التصميم المخصص للطباعة على دقة التصميم (ppi بيكلس في البوصة) ودقة الطابعة (نقطة في البوصة) حيث أن دقة أغلب طابعات الليزرية 600dpi، بينما تبلغ دقة أجهزة فصل الألوان 1200dpi أو أعلى في الطابعات الاحترافية والمراكم الطابعية. تعتمد الطابعات نفاثة الحبر على نفث رشات صغيرة جدًا من الحبر على شكل رذاذ أي أنها ليست نقاطاً حقيقية، فلا تتجاوز دقة طباعتها 300dpi إلى 720dpi.



ولذلك فإننا دائمًا نلجأ لتحديد دقة 300ppi للتصاميم الطابعية وهي القيمة القياسية لهذا النوع من التصاميم، بينما تُعد دقة 72ppi هي القيمة القياسية للتصاميم المعروضة على الشاشات مثل مواقع الويب وتطبيقات الهاتف المحمول وتطبيقات الألعاب وتصاميم الإعلانات عبر الويب بما فيها تصاميم مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها.

أ. ماذا يحدث إن عَدَّلنا الدقة من 300 إلى 72 وبالعكس؟

هناك طريقتان لتعديل الدقة وهما إعادة التحجم Resample وإعادة التشكيل Resize. الفرق بينهما أنه في عملية إعادة التحجم فإننا نعدل الحجم بالنسبة لمقاسات الطباعة بينما نحافظ على مقاسات الحجم بالبكسل أي بالنسبة لحجم العرض على الشاشة، بينما على العكس في عملية إعادة التشكيل حيث يتغير حجم العرض على الشاشة مع التبات في حجم الطباعة.

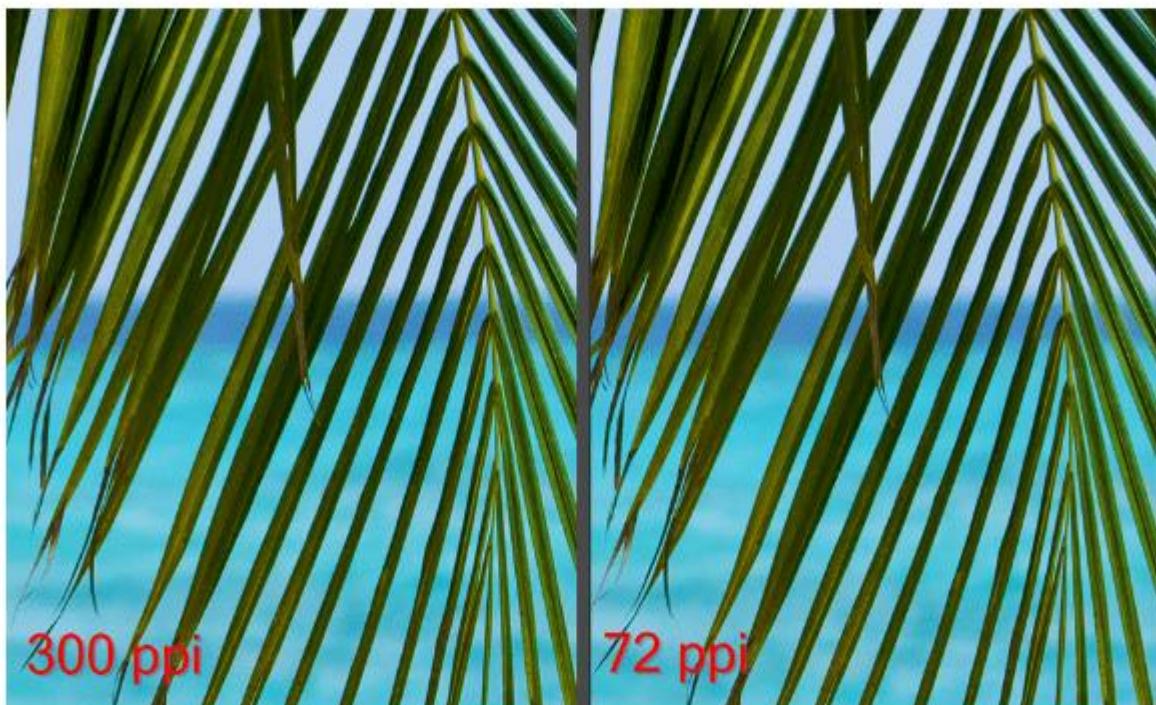
فعلى سبيل المثال، إذا أردنا تعديل صورة الشاطئ ذات الدقة 300ppi إلى الدقة 72ppi فإن حجمها على الشاشة سيبقى ذاته 3276×5298 بكسل بينما يتضاعف حجم الطباعة من 27×44 سنتيمترًا تقريبًا إلى 186×115 سنتيمترًا.



الصورة مجانية من موقع [Freestock](#)

إذا نستنتج أن عملية إعادة التحريم بتقليل الدقة يتتج عنها زيادة حجم الطباعة مع ثبات حجم العرض على الشاشة، ولكن كما قلنا قبل قليل فهي تتسبب بتقليل الدقة أي أن حجم الطباعة المكبر هذا سيطير بدقة منخفضة فعلياً وبذلك ستكون الجودة ضعيفة وفيها تشوهات طباعية.

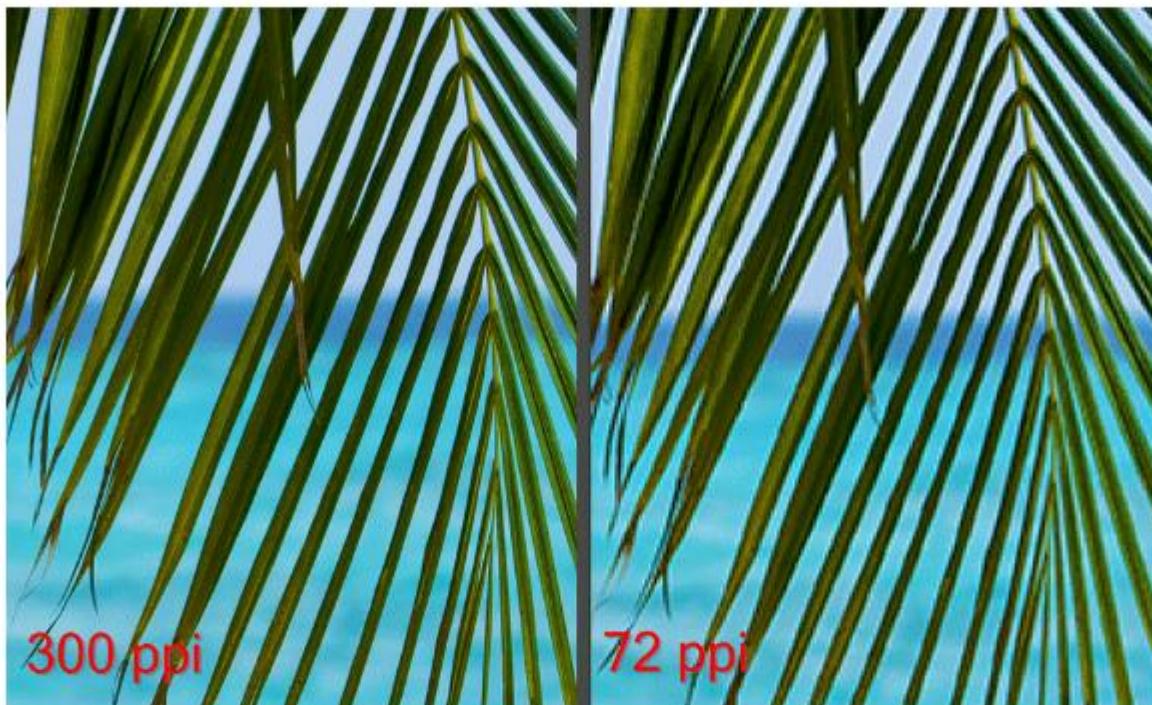
وعلى العكس تماماً، إذا زدنا الدقة بعملية إعادة التحريم فإن حجم الطباعة سيتضاعف مع ثبات حجم العرض على الشاشة، وعلى الرغم من أن الدقة في الطباعة أصبحت أعلى وبالتالي الجودة أفضل ولكن الحجم سيكون صغيراً، أي أن الصورة ذات المقاسات الطبيعية 115×186 سنتيمترًا ستتحول إلى 27×44 سنتيمترًا، مع ملاحظة أن حجم المساحة التخزينية سيبيغي على حاله 8.6 ميجا بايت.



لاحظ أن جودة العرض على الشاشة لم يتغير بينما مستلاحظ الفرق بحجم الطباعة

أما في عملية إعادة التشكيل فإن الصورة سيعاد تشكيلها وهذا يعني تغييرًا في حجم العرض على الشاشة مع الثبات في حجم الطباعة، فلو أردنا تقليل دقة طباعة ذات الصورة للشاطئ من الدقة 300 إلى 72ppi بعملية إعادة التشكيل فإن حجم الصورة سيقل من 5298×3276 بكسل إلى 1272×786 بكسل مع المحافظة على حجم الطباعة ثابتاً بقيمة 44×27 سنتيمترًا، وهذا يجعل حجم عرض الصورة على الشاشة أصغر، أما بالنسبة للطباعة فإن حجم مقاسات الطباعة لن تتغير ولكن الدقة ستكون أقل وبالتالي الجودة والتفاصيل ستكون أقل أيضاً.

بالمقابل فإن حجم المساحة التخزينية سيقل من 8.6 ميجابايت إلى 850 كيلوبايت، ولهذا يفضل إنشاء التصاميم المخصصة للعرض على الشاشة بدقة 72ppi وذلك لصغر حجمها في المساحة التخزينية مما يساعد على سرعة عرضها واستخدامها بينما نستخدم 300ppi للتصاميم الطباعية للحصول على جودة طباعة عالية.



لاحظ الفرق الواضح من حيث الجودة بالنسبة للعرض على الشاشة وعلى الرغم من أن حجم الطباعة ذاته إلا أن الجودة ستكون منخفضة أيضًا

نصيحة

يفضل استخدام الدقة 300ppi لتصميم الكتب الإلكترونية سواء بصيغة PDF أو غيرها لأن هذه الكتب قد تستخدم للطباعة وليس فقط للعرض على الشاشة وذلك للحصول على أعلى جودة أثناء الطباعة.

12.1.6 الشفافية

من المهم التتحقق من شفافية الأجزاء الشفافة فعليًا في التصميم ومن درجة شفافيتها، لأن طباعة خلفيات أو أجزاء من التصميم بلون ما ظنًا منه أنه شفاف سيخلق مشاكل كثيرة في الطباعة وكذلك مع العملاء. لذلك يجب أن تكون الطبقة السفلية في طبقات التصميم والتي تمثل طبقة الخلفية هي الطبقة الشفافة، ويجب الحذر من تطبيق أية إجراءات تصميمية أو مرشحات قد تسبب تخفيف مستوى الشفافية أو حتى قد تلغيها، كما يجب التتحقق من تصدير التصميم بتنسيق يضمن صيانة الشفافية في الطباعة مثل تنسيق PNG أو SVG أو PSD و AI و EPS و CDR وغيرها.



لاحظ أن القميص الأيمن يظهر فيه انعدام الشفافية في التصميم

12.1.7 الطباعة على القمصان والملابس

هناك نوعان من هذه التصاميم وهي تصاميم مخصصة للشركات والمؤسسات مثل تصميم اللباس الموحد للشركة، حيث يكون على المصمم تحديد مكان وضع الشعار والنص الرئيسي إن وجد مع معرفة ألوان اللباس، وفي هذه الحالة ستطيع الشركة المختصة بإنتاج هذه الملابس الشعار والمحتوى فقط لأن ألوان اللباس سيكون من خلال الألوان الطبيعية للفوائض المستخدم.

والنوع الثاني هو تصاميم فردية تعرض على مواقع مختصة ببيع الملابس التي تحوي تصاميم لمصممين فرديين، حيث تباع كل قطعة على حدة بناء على رغبة المشترين، ويحصل المصمم لقاء كل قطعة تباع في متجر الموقع على نسبته من الأرباح، وقد يسمح له الموقع بافتتاح صفحة متجره الخاص لعرض تصاميمه على الألبسة، ومن أشهر هذه المواقع [BONFIRE](#) و [Printify](#) و [Printful](#) و [Teespring](#) و [Design By Humans](#) وغيرها الكثير.

12.2 الإعلان

هو أحد أهم ركائز وجود مهنة تصميم الرسوميات، حيث تتجه الغالبية العظمى من أعمال التصميم نحو التصاميم الإعلانية المختلفة، كما توظف كبريات الشركات في العالم المصممين على الدوام لتنفيذ التصاميم

الإعلانية أكثر من باقي أعمال التصميم مثل موقع الويب أو غيرها. لذلك يجب على كل مصمم أن يعي تماماً أهم القواعد الأساسية في فن تصميم الإعلانات.

"50% من الشركات تدعي أن التصميم يلعب دوراً كبيراً في كيفية تحقيق النجاح. الشركات التي تركز فقط على الاستراتيجيات التي تعتمد على البيانات دون النظر في كيفية تأثير التصميم على انطباعات المستهلكين تخاطر بإبعاد الناس".

- ستيف جوستافسون، المدير الإبداعي التنفيذي في Adobe.

12.3 قواعد تصميم المطبوعات الإعلانية

وتتضمن هذه المطبوعات كلاً من الملصقات، اللافتات، المطويات، اللوحات الإعلانية العمودية (ستاندات)، القرطاسية، الطباعة على السيارات، كتيبات العروض، ملصقات المنتجات، أغلفة المنتجات، صناديق المنتجات الكرتونية وغيرها. ولتصميم هذه المطبوعات قواعد مهمة نذكر منها:

12.3.1 الالتزام بنهج الهوية البصرية

عند تصميم أي عمل بغية الإعلان عن منتج أو خدمة أو عرض أو حدث يتعلق بالعلامة التجارية التي ترغب في الإعلان، فمن الأفضل المحافظة على اتساق الهوية البصرية للعلامة التجارية حتى تعرف الناس بوضوح على أصل الإعلان والمعلن، فمن غير المنطقي مثلاً أن تطرح كوكاكولا أو DHL إعلاناً باللون الأزرق أو أن تطرح فيس بوك إعلاناً باللون الأحمر.

وفي حال توافر كتيب إرشادات الهوية البصرية للعلامة التجارية فمن المفترض أن يتواجد فيه معلومات مفصلة عن قواعد استخدام العناصر المختلفة للهوية البصرية ضمن تصاميم الإعلانات المختلفة مثل الألوان والشعار والخطوط والترتيب والمحاذاة وغيرها.

12.3.2 مطابقة الألوان

يجب التدقيق على طباعة اللون الذي اختبرته في التصميم من خلال تحديد قيمته في نموذج الألوان LAB أو من خلال مضاهاته بإحدى كتيبات بانتون للألوان، الأمر يتعلق بالتنسيق والاتفاق بينك وبين المركز الطباعي الذي سيتولى مهمة طباعة تصاميمك.

وقد ذكرنا في فصل الألوان في تصميم الرسوميات ونظرية اللون، أن ما يميز نموذج LAB اللوني أنه يعمل مثل العين البشرية عبر تحديد اللون من خلال ثلاثة محاور تمثل في المحور A (الأخضر إلى الأحمر) والمحور

B (الأزرق إلى الأصفر) ومحور الإضاءة L. وعبر تقديم التصميم بتنسيق نموذج الألوان LAB إلى المركز الطباعي فإنك ستحصل على أقرب الألوان الممكنة إلى ما اعتمدته في تصميمك.



لوحات ألوان من أحد كتيبات بانتون

12.3.3 مبدأ التركيز

التركيز هو مبدأ من **مبادئ تصميم الرسوميات** أساساً وهو مهم جداً في تصميم المطبوعات الإعلانية بحيث يجب أن يكون العنصر الأهم أو النص الأهم هو أثقل العناصر من حيث الوزن البصري مثل أن يكون أكبر وأثخن ومميز بلون متباين مع باقي الألوان، وفي موضع مميز ضمن مساحة التصميم مثل المنتصف أو الجزء العلوي من التصميم.

12.3.4 تأثير الأشكال والألوان

إن للأشكال تأثيراً على مزاجية الجمهور المستهدف، إلا أن للألوان التأثير الأكبر عليه (راجع فصل **عناصر تصميم الرسوميات**)، ومن خلال نظرية الألوان يجب أن يدرس المصمم الجمهور المستهدف ويعلم احتياجاته ومن ثم يختار الألوان المناسبة لتحفيز الجمهور على التفاعل مع الإعلان.

تحتفل الحالة المزاجية وطريقة تفاعل الجمهور مع كل لون من منطقة أخرى، فاللون الذي يعد جيداً ويُشعر الجمهور بالراحة والرغبة للتفاعل مع الإعلان في منطقة ما، قد يولد شعوراً بالتشاؤم والخوف والقلق لجمهور آخر في منطقة أخرى.

12.3.5 النص هو المفتاح

في المواد الإعلانية قد يمنح اللون تأثيراً ما وقد تؤثر نوعية الأشكال المستخدمة على نفسية الجمهور المحتمل، ولكن المحتوى من النص الإعلاني هو المفتاح الأبرز لنجاح الإعلان فيجب أن تختار النص الإعلاني بعناية وبعد دراسة وفهم ووعي، وبعد الحصول على المحتوى سواء أكنت أنت من كتبه أم أن العميل قدمه لك، يجب أن ترتكز على تصميم هذا المحتوى بطريقة مميزة تجبر الجمهور على التفاعل معه وتقنعهم بتجربة فكرة الإعلان وبذلك تصل الرسالة، وهنا يجب أن نراعي تطبيق مبادئ التركيز والمحاذاة والهرمية وكل المبادئ والقواعد الواجب تطبيقها على النصوص كما ذكرنا ذلك في فصل **قواعد النص وأسلوب الطباعة في تصميم الرسوميات** وبذلك تتحقق المعادلة "الإعلان الجيد يحقق التفاعل الإيجابي".

من الأفضل أن يكون النص مختصراً خفيفاً دالاً على الهدف بوضوح وسلامة، إذ إن خير الكلام ما قل ودل، وفي حال تصميم الإعلانات الطرقية أو اللافتات فإن المشاة والسائلين سيلتفتون إلى الإعلان لشوانٍ معدودة، يجب أن تكون هذه الشوانى كافية لقراءة المحتوى وفهم الرسالة من الإعلان، ويجب التركيز على النص الأهم الذي يجذب الانتباه ويشد الناس إلى فكرة الإعلان، ثم يمكنك إدراج مزيد من المعلومات مثل رقم الهاتف أو البريد والموقع الإلكتروني أو العنوان البريدي، ولكن اجعلها أصغر حجماً وفي زاوية أقل أهمية، لأن المشاهد إن أعجبه النص التسويقي الرئيسي وتفاعل مع الإعلان فإنه سيبحث بالتأكيد عن تلك التفاصيل للتواصل والتفاعل، كما يجب تجنب ازدحام العناصر في التصميم حتى لا يسبب تشوه التصميم ويضيع التركيز على عناصره الأكثر فاعلية.

12.3.6 أحكي قصة الإعلان

يمكن أن تستفيد من أسلوب الإعلان القصصي على وسائل التواصل الاجتماعي بحيث تنشر إعلانات متتابعة ومتواصلة ومتكلمة مع بعضها لإيصال الرسالة بطريقة تحفيزية وتشويقية، ويمكن اتخاذ هذا الأسلوب على الفيس بوك وبعض الوسائل الأخرى. أو يمكن أن تصمم لوحات إعلانات طرقية على الطرق السريعة الطويلة بحيث توضع التصاميم بالترتيب على طول الطريق لتحكي القصة الإعلانية وتجعل السائرين متحمسين للوصول إلى اللوحة الإعلانية التالية لمتابعة القصة الإعلانية وبالتالي التفاعل معها.

12.3.7 القرطاوية

تتميز تصاميم القرطاوية بتنوعها من حيث نوعية الأداة وخصوصية الألوان والأحجام، في حالة الرزنامة أو التقويم يمكن استغلالها إعلانياً بحيث تكون المapos؛يات الإعلانية خلفيات للتصميم أو صور رئيسية تتضمن المنتجات والخدمات ومعلومات التواصل إضافة إلى شعار الجهة المعلن.

وعادة ما تكون تصاميم أكواب القهوة أو المشروبات بلون وحيد يتضمن شعار المعلن أو اسمه، وكذلك توضع ذات التصاميم على الأقلام والمغلفات وبقى أدوات القرطاسية المكتبية، ويوضع عادة شعار واسم الشركة مع معلومات التواصل الرئيسية في رأس الصفحات الفارغة المخصصة لطباعة تقارير الشركة وقد توضع معلومات التواصل في ذيل الصفحة.

وتبقى مسألة طباعة صناديق المنتجات الكرتونية متعلقة بكمية الألوان المستخدمة في التصميم سواء كانت لوًناً واحداً أم لوًنين أم متعددة الألوان، وكيفية نشر التصميم على جهة واحدة من الصندوق أم على الجوانب فقط أم على كافة جهاته، كل هذا يتعلق بالاتفاق مع المركز الطباعي ودراسة تكاليف عمليات الطباعة وخصوصاً أن عملية طباعة هذه الصناديق ستكون لآلاف الصناديق لصالح الشركة أو المؤسسة.

12.4 قواعد تصميم الإعلانات للشاشات

يتافق تصميم الإعلانات للشاشات مع تصميم المطبوعات الإعلانية من حيث الالتزام بنهج الهوية البصرية للعلامة التجارية وتطبيق مبدأ التركيز ومراعاة تأثير الأشكال والألوان، إلا أن لها قواعد إضافية لا تتطابق بالضرورة على المطبوعات الإعلانية وهي أزرار الدعوة إلى الإجراء (Call To Action CTA) اختصاراً إلى الأزرار التي يؤدي النقر عليها إلى فتح صفحة خاصة، أو إلى شراء الخدمة أو المنتج، أو أي اتخاذ إجراء نريده من قارئ الإعلان أو الشخص المستهدف)، كما تتضمن عناصر الرسوم المتحركة والفيديو، إضافة إلى أحجام مساحات إعلانية محددة يجب أن يلتزم بها المصمم.

12.4.1 قياسات المساحات الإعلانية

يجب الحرص على تحديد القياسات الصحيحة لكل مساحة إعلانية ستنشر فيها الإعلانات، وعادة ما يقدم مزود الخدمة الإعلانية هذه القياسات جاهزة للاستخدام مثل جوجل، استخدم ألوان العميل أو العلامة التجارية وكذلك خطوطه وأسلوب ونمط نصوصه مع الخروج بأفكار إبداعية خلاقة.

وتختلف أحجام المساحات الإعلانية المخصصة من موقع لأخر ومن واجهة عرض لأخرى ويجب أن نعلم أحجام أهم هذه المساحات الإعلانية على أهم المنصات الإعلانية ووسائل التواصل الاجتماعي.

تقديم جوجل أحجام إعلانات متنوعة من إعلانات نصف الصفحة إلى الشريط الإعلاني القياسي إلى لافتات الجوال الكبيرة، وأهم أحجام الإعلانات على جوجل وأكثرها استخداماً هي:



12.4.2 دعوة إلى الإجراء

وهو العنصر الأهم بين عناصر الإعلان حيث يجب أن يكون هذا العنصر واضحًا ومقنعاً، في حالة التصميم للشاشات يمكن جعل هذه الدعوة مثل زر ينفذ الإجراء، بمجرد الضغط عليه يؤدي إلى نقلك إلى موقع معين أو متجر أو متجر، بينما تكمن الدعوة إلى الإجراء في الإعلانات المطبوعة على شكل دعوة صريحة لتنفيذ إجراء معين مثل الدعوة إلى زيارة مكان ما كمتجر أو معرض أو الدعوة إلى شراء منتج ما أو الدعوة إلى اتخاذ عمل ما مثل عدم رمي الأوساخ أو عدم قطع الأزهار أو الأشجار أو غير ذلك.



صورة الخلفية والشعار والزر من موقع [Freepik](#)

ويحث زر الدعوة إلى الإجراء الناس على النقر عليه وإجراء العملية المطلوبة مثل الشراء أو الاشتراك أو أي كان، فقد وجدت إحدى الشركات أن تحسين إعلاناتها من خلال الاهتمام بزر الدعوة إلى الإجراء أدى إلى زيادة هائلة بنسبة 245% في العملاء المحتملين.

12.4.3 استخدم الصور عالية الدقة

استخدم الصور عالية الدقة في مكانها الصحيح لتحقيق أكبر قدر من التفاعل مع الجمهور، ولكن إياك أن تدعها تطفى على الإعلان وعلى المحتوى النصي، الأمر الذي سيتسبب في خلق التفاعل وإثارة الاهتمام مع الصورة فحسب، فتضيع فكرة وهدف الإعلان ورسالته. يمكن استخدام صور مجانية أو غير مجانية من مخازن الصور المعروفة على الإنترنت وقد تحدثنا عنها بالتفصيل في فصل [قواعد استخدام الصور والرسومات في تصميم الرسوميات](#)، أو يمكنك أن تعمل مع مصور فوتوغرافي ليلتقط الصورة أو صور المنتجات. المهم هو ألا تكون الصور ذات جودة رديئة أو دقة منخفضة.

12.4.4 البساطة

يجب أن تكون فكرة الإعلان بسيطة ويجب تجنب تزاحم العناصر ويجب مراعاة التوزيع وتحديد الحجم للعناصر بحيث يوجه الجمهور إلى فهم فكرة الإعلان وإنقاضه بالتفاعل معها بأبسط الطرق. العديد من الإعلانات تكون ضمن مساحة إعلانية صغيرة الحجم بحيث تتسع بصعوبة لزر الدعوة إلى الإجراء ونص الإعلان وصورة في الخلفية، لذلك يجب أن تكون هذه العناصر أكثر من مقنعة للنقر على زر الدعوة إلى الإجراء.

12.4.5 تكوين الإعلان غير المطبوع

لكل إعلان رسومي أربعة عناصر رئيسية:

- .1 الشعار أو اسم الجهة المعلن.
- .2 موضوع الإعلان.
- .3 صورة أو عنصر رسومي للخدمة أو المنتج.
- .4 زر الدعوة إلى الإجراء.

وعلى الرغم من أهمية تحديد جهة الإعلان عبر وضع شعار أو اسم صاحب الإعلان إلا أن موضوع الإعلان أهم بكثير، لأنه يمثل محتوى الإعلان الرئيسي أساساً لذلك يجب أن يبرز أكثر، ولا يجب أن تطفى الصورة أو الرسم البياني على موضوع الإعلان ومن الأفضل أن تكون في الخلفية، والأهم هو زر الدعوة إلى الإعلان لأنه

الهدف الحقيقي من الإعلان حيث تحاول جعل الناس ينقرن على هذا الزر، لذلك يجب أن يكون هذا العنصر أكثر العناصر تميّزاً وأثقلهم وزناً بصرياً. يمكن وضع الشعار على الهاامش بالقرب من أحد أطراف الإعلان.

12.5 خاتمة

تتنوع أساليب التصميم الطبعية والمواد المستخدمة في الطباعة عليها تنوعاً كبيراً، وتتجدد وتطور باستمرار، لهذا يجب المتابعة المستمرة لأخبار تصميم الإعلانات، كما يجب أن تتابع آخر أخبار تصميم الإعلانات ضمن مجموعة من أهم الصحف والمجلات والقنوات التلفزيونية والموقع العالمية، إذ تغير قياسات مساحات الإعلان على فيس بوك وغيرها من وسائل التواصل الاجتماعي باستمرار كل عام تقريباً، كما تضاف إليها ميزات أخرى تفاعلية كالفيديوهات والرسوم البيانية المتحركة والعروض التقديمية التفاعلية وغيرها.

13. قواعد تصميم الواجهات

ما المقصود بالواجهات؟ واجهة المستخدم هي ما نراه ونتفاعل معه على شاشات الحواسيب والأجهزة المحمولة، مثل موقع الإنترنت وتطبيقات الهاتف المحمول وتطبيقات الويب. لذلك فإن الشخص الذي يختار مواقع العناصر على الشاشة وتحطيط مختلف الصفحات والشاشات ومن يخطط أنماط ألوانها ورسوماتها، هو مصمم الواجهات، ويرتبط عمله مباشرة مع مطور الويب والتطبيقات كما يرتبط من جهة أخرى مع مصمم تجربة المستخدم.

13.1 كيف يعمل مصمم الواجهات؟

من الصعب جدًا على مصمم الرسوميات العمل على تصميم الواجهات منفردًا، لأن عمله مرتبط كليًا بالتنسيق مع مطور التطبيقات والويب، لذلك فإن الغالبية العظمى من مصممي الواجهات يعملون في فرق تضم مصمم رسوميات ومطور تطبيقات ومدير فريق الذي يجب أن يكون لديه إلمام بالتصميم والتطوير مُعًا، وقد يتضمن الفريق أفرادًا أكثر إن لزم الأمر مثل كاتب المحتوى ومصمم تجربة المستخدم وغيرها.

13.1.1 مراحل تصميم الواجهة

يمر مشروع تصميم الواجهة بعدة مراحل وهي:

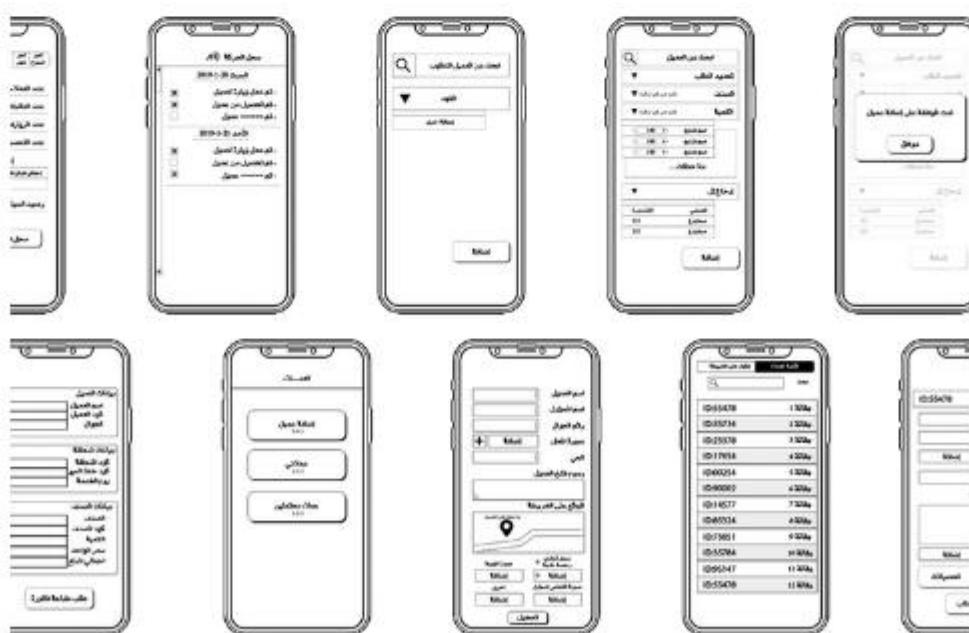
- يتلقى المدير طلباً لتنفيذ مشروع واجهة تطبيق أو ويب ويحصل على كافة المعلومات والمعلومات الازمة لبدء المشروع.

- يجتمع المدير بأعضاء الفريق ويطلعهم على المعطيات التي بين يديه ثم يوزع المهام على المصمم والمطور وعادة ما يبدأ المصمم العمل.

- يعمل المصمم على إنشاء رسومات نماذج أولية باستخدام القلم والورقة إلى أن يصل إلى نماذج مرضية لرؤيته الخاصة بالمشروع.



- ينقل المصمم هذه النماذج من الأوراق إلى الحاسوب ليرسم هذه النماذج بطريقة احترافية ومنسقة بأسلوب الإطار الشبكي **Wireframe** ثم يسلم هذه النماذج إلى المدير.



إن كان فريق العمل يعمل معاً في نفس المكتب فإنه يسلم هذه المخططات مباشرة، أو عن طريق إرسالها بالبريد الإلكتروني، أما إن كان الفريق يعمل عن بعد فإنه سيلجأ للعمل على أحد أدوات وتطبيقات سطح المكتب أو تطبيقات الويب المخصصة لعمل الفرق في هذا المجال، كمنصة أنا أو تريللو أو سلاك أو غيرها، حيث يتشارك الجميع الأفكار والتصاميم والنماذج ويعملون عليها ويبحثون بأمرها، سنذكر بعضًا من هذه الأدوات والتطبيقات لاحقًا.

- يتبادل المدير والمصمم الآراء والأفكار وتنفيذ التعديلات ثم يرسل المدير النماذج إلى العميل ليبدى رأيه فيها ويطلب تعديلاته.
- يبدأ المصمم العمل على استخدام العناصر الرسمية والصور والألوان لإنشاء تصاميم رسومية أولية ثم يشاركها مع المدير الذي يرسلها بدوره إلى العميل لإبداء الرأي وطلب التعديلات.
- يعمل المصمم على التعديلات المطلوبة ويسلم التصاميم النهائية للمدير الذي يسلّمها بدوره للمطور ليعمل على تطوير التطبيق أو الموقع ومن ثم يسلم المشروع إلى العميل.

13.2 قواعد تصميم الواجهات

لتصميم واجهات جيدة ومتّميزة واحترافية تحتاج إلى اتباع قواعد معينة تضمن تألق وتميز التصميم كما تضمن سهولة استخدامه وقبوله من قبل المستخدمين.

13.2.1 التنساق

يجب استخدام نفس أنماط التصميم ونفس تسلسل الإجراءات للحالات المتماثلة، يتضمن ذلك الاستخدام الصحيح للألوان والطباعة والمصطلحات في الشاشات والأوامر والقوائم الفورية خلال رحلة المستخدم، حيث تسمح الواجهة المتّسقة للمستخدمين بإكمال مهامهم وأهدافهم بسهولة أكبر.

يجب أن يكون المستخدم مرتاحاً في استخدامه للواجهة ولا يشعر بالارتباك، فلا يجب مثلاً وضع زر القائمة المنسدلة أسفل الواجهة بينما اعتاد المستخدمون على وجودها أعلى الواجهة، وكذلك لا يجب أن يوضع زر شراء المنتج أعلى صفحة المنتج وفوق صورته والمعلومات حوله بينما اعتاد المستخدمون وجود هذا الزر أسفل هذه الواجهة، وهذا.



كما يفضل على الدوام استخدام الأشكال المألوفة والأزرار المألوفة أكثر من الأشكال الجديدة التي قد تشعر المستخدمين بالغرابة وتجعلهم يفكرون مرتين قبل استخدام العنصر أو النقر على الزر، فهذا التردد ليس جيداً بمقاييس تجربة المستخدم والتصميم السليم والصحيح لواجهة المستخدم.

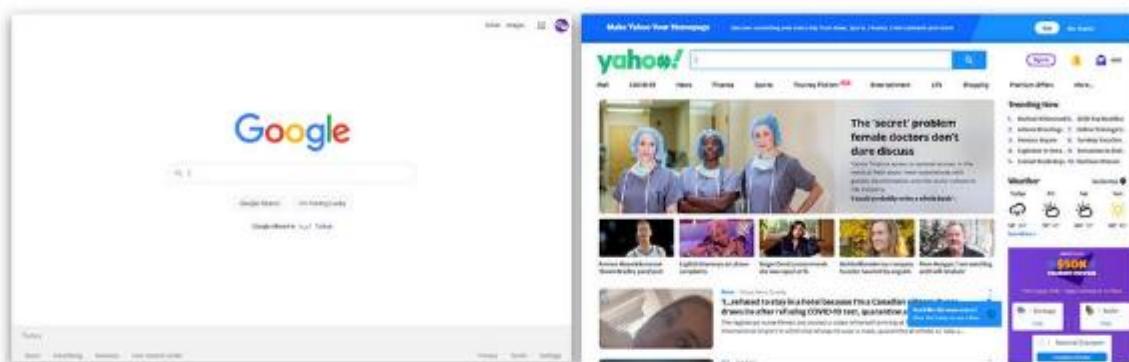


13.2.2 البساطة

في جميع القواعد الخاصة بتصميم أي شيء تجد مبدأ البساطة دائمًا، لأن التصميم البسيط مر里ج أكثر للنظر ويساعد على إيصال الرسالة بسلامة ووضوح وسهولة دون عناء وهو الهدف من التصميم، فلا أحد يحب الواجهات المزدحمة وغير المنتظمة التي تسبب الإرباك عند محاولة التعامل معها لعدم وضوح الرسالة المفروض إيصالها أو الهدف من التطبيق أو الموقع.

إضافة المزيد من العناصر المختلفة في التصميم سيقلل التركيز على العناصر المهمة والتي يجب أن يركّز عليها المصمم. لذلك يجب التخفيف من ازدحام العناصر وتأمين تصميم بسيط يتضمن أهم العناصر فقط والابتعاد عن العناصر الأقل أهمية والتي يمكن إظهارها والتركيز عليها في واجهات أخرى يمكن التنقل إليها من الواجهة الرئيسية.

مثال: أهم ما يركز عليه موقعه ياهو وجوجل هو محرك البحث وعملية البحث، وبفضل التصميم البسيط والمختصر لجوجل فإن التركيز منصب على وظيفة محرك البحث فحسب، بينما يسبب ازدحام العناصر المختلفة في واجهة ياهو تشتيت الانتباه عن العنصر الرئيسي الأهم وهو خانة البحث.



التصميم البسيط السهل

التصميم المعقد المفرط

13.2.3 تناسق الخطوط

من المهم التمييز بين أنواع الخطوط الواجب استخدامها عند تصميم واجهات المستخدم، حيث أن هناك خطوطاً يمكن عرضها بوضوح ضمن واجهات الويب لسطح المكتب ولكنها صعبة القراءة وقليلة الوضوح عند استخدامها في الأحجام الصغيرة ضمن الشاشات الصغيرة للأجهزة المحمولة. لذلك يجب الانتباه واستخدام خطوط تخinea نسبياً في الواجهات المصممة للشاشات الكبيرة والخطوط النحيفة نسبياً عند التصميم للشاشات الصغيرة. من أهم القواعد المتبعة في هذا السياق تجنب استخدام أكثر من نوعين من الخطوط ضمن أي واجهة لضمان تناسق وأناقة التصميم.

استخدام خطين متناسقين

استخدام عدد كبير من الخطوط

13.2.4 مراعاة التصميم المتجاوب

تساعد بعض برامج تصميم الواجهات على إنشاء تصاميم متجاوبة تتمتع بقابلية تغيير حجم العناصر والأجزاء الأساسية بحسب حجم الشاشة المعروض عليها التصميم، مثل حجم الشعار والقوائم والفقرات النصية وغيرها، بينما لا تتمتع برامج أخرى بهذه الميزة مثل برنامج الفوتوشوب والإليستريتور، لذلك يجب أن يخصص المصمم إما عناصر بأحجام متوسطة تراعي كافة الأحجام المحتملة أو يجب عليه أن ينشئ عدة نسخ من العناصر بأحجام مختلفة لاستخدامها المطمور في برمجة الواجهة حتى تكون متجاوبة وقابلة للتكتير أو التصغير بحسب حجم شاشة العرض.

13.2.5 التباين

كثيراً ما نرى واجهات الواقع أو التطبيقات لا تراعي مبدأ التباين على الإطلاق بحيث تكون الألوان بين العناصر المختلفة ولا سيما بين العناصر والخطوط ذات تباين متدني، فيكون من الصعب تمييز العناصر أو قراءة النصوص، وعلى العكس أيضاً أحياناً يكون التباين مبالغ فيه، مما يجعل النظر ومتابعة العناصر أو القراءة مزعجة للنظر، لذلك يجب أن يكون التباين متواصلاً ومدروساً حتى يحقق تجربة مستخدم مريحة وجيدة.



أحد أبرز أساليب تطبيق مبدأ التباين هو تصميم واجهة بلون واحد مع التدرجات القريبة وبالأخص اللون الرمادي وتدرجاته، ومع استخدام لون حيوي مميز للعنصر أو العناصر الأهم لتأمين بروزها مع تحقيق جمالية وأناقة في التصميم.



13.2.6 الهوية

هو من المبادئ المهمة في التصميم عامه وكذلك تصميم الواجهات خاصة، نستطيع من خلاله توجيه عين المستخدم واهتمامه بطريقة تدريجية في الاتجاه الذي نريد، ويكون تطبيق هذا المبدأ عبر تعزيز خصائص مميزة إضافية تبرز العنصر الأهم في الواجهة مع تخفيف نسبة التعزيز للعنصر التالي في الأهمية وهكذا، وبذلك يعلم تماماً المستخدم كيفية التوجه ضمن الواجهة.

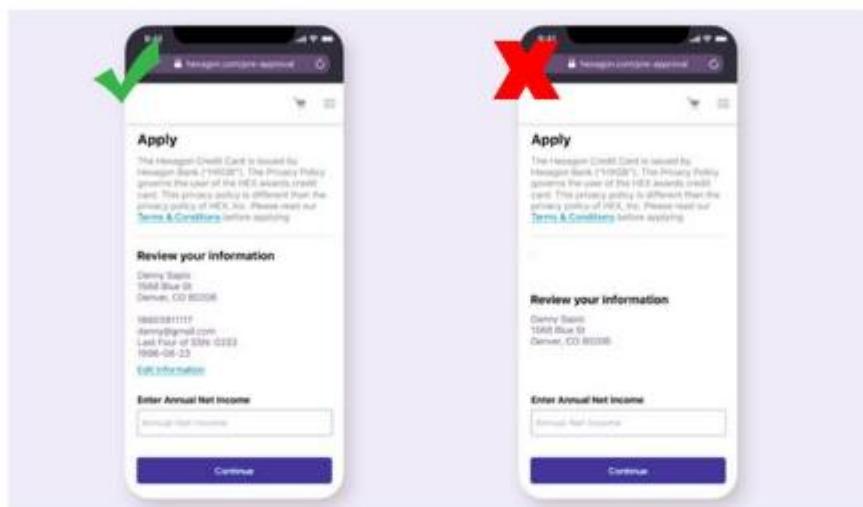
13.2.7 المحاذاة



يجب تطبيق هذا المبدأ على جميع محاور وأطراف التصميم، وعلى عكس تصاميم أخرى حيث يطبق هذا المبدأ على محور واحد ويكون ذلك كافياً، إلا أن ذلك غير كافٍ في تصميم الواجهات نظراً لأن هذه الواجهات عادة ما تكون مكتظة بالعناصر بالموازنة مع تصاميم فنية أخرى، ما يستوجب تطبيق المحاذاة على مختلف المحاور والأطراف ليكون المنظر العام للتصميم متوازناً ومتناقضاً.

13.2.8 التقارب

وهو أحد مبادئ التصميم العامة، حيث أن تطبيقه يحسن تجربة المستخدم لأن تنافر العناصر ضمن الواجهة وتبعدها يؤدي لتجربة مزعجة للمستخدمين وغير فعالة لذلك يجب تنظيم العناصر بقرب بعضها ويتسلسل مرتب حتى تؤمن تجربة سلسة ومريةحة للمستخدمين.



13.2.9 الوضوح

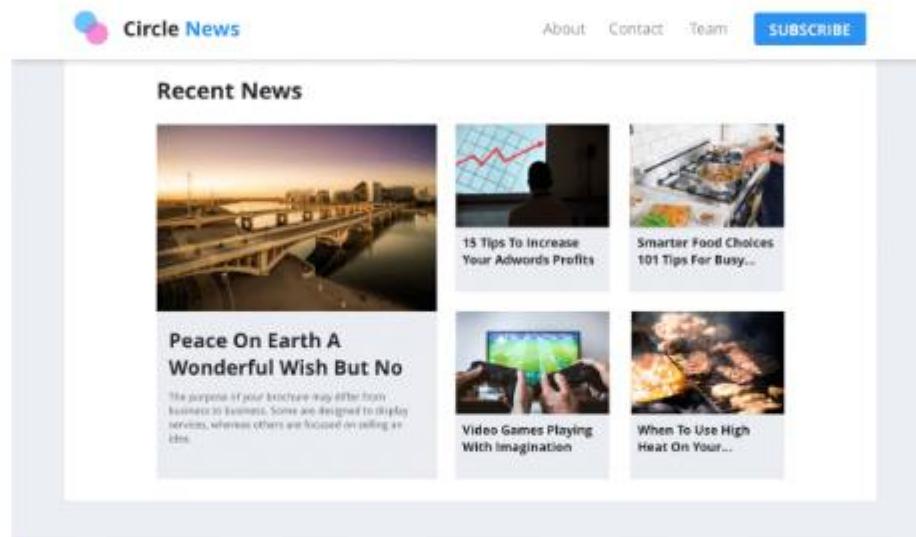
ويقصد هنا تأمين الوضوح في الخيارات والقرارات والمتطلبات التي يجب أن ينفذها المستخدم، فعلى سبيل المثال عندما تتوارد في صفحة التسجيل حقول إدخال عدة ويطلب كل حقل نوعية إدخال مختلفة، يجب أن يكون واضحًا ومفهومًا للمستخدم ما يجب عليه إدخاله ضمن هذه الحقول وما هي الأخطاء التي ارتكبها أثناء عملية الإدخال حتى يتداركها ويصححها بطريقة سلسة ومفهومة وواضحة.

Sign In

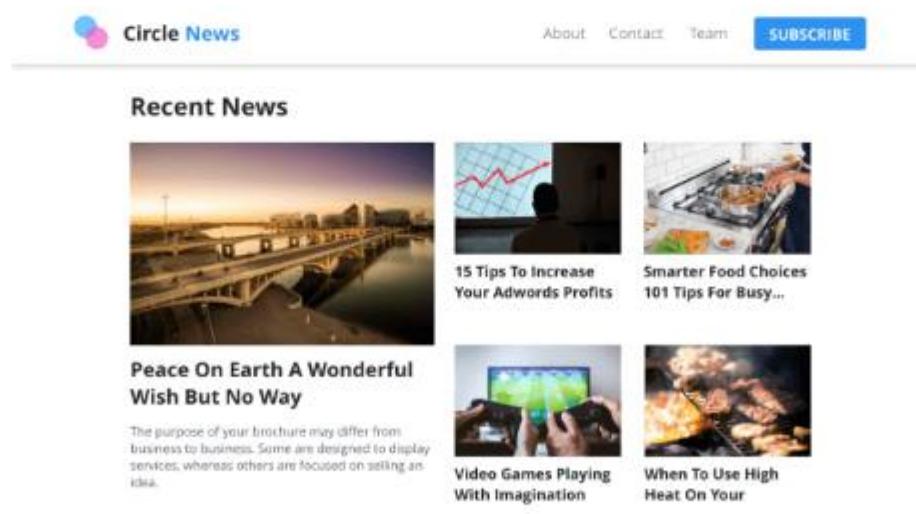
الصورة بواسطة Antonin Kus من موقع [dribbble](#)

13.2.10 المساحة البيضاء

حافظ على المساحات البيضاء قدر الإمكان وأكثر منها دون تردد، لأنها أثبتت فعاليتها في اجتذاب المستخدمين فهي تسبب الشعور بالراحة والرقي والأناقة وبها تتحقق مبادئ التناسق والبساطة بسهولة، لذلك تجنب استخدام المربعات والمستطيلات والخطوط التي تفصل بين العناصر قدر الإمكان واسمح للمساحات البيضاء بالسيطرة على مساحة التصميم العامة.



VS



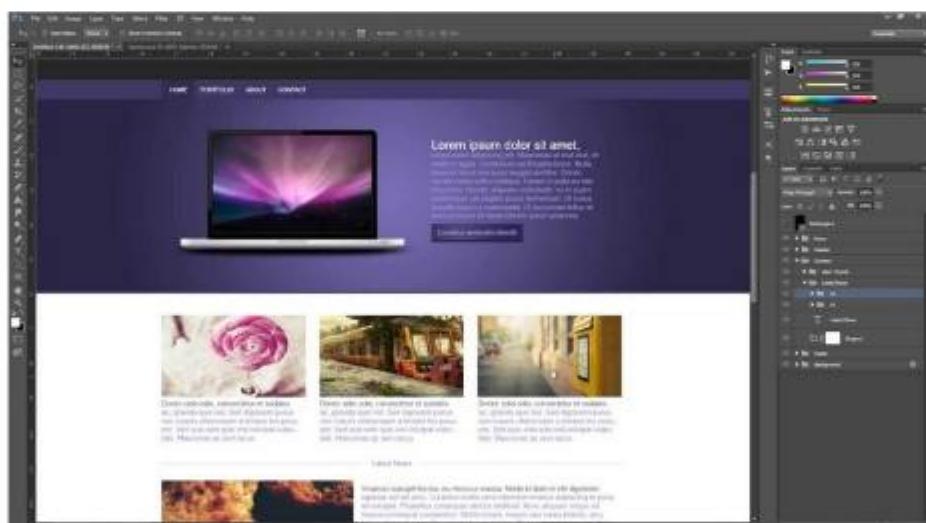
مصدر الصورة

13.3 أدوات تصميم الواجهات

تقديم بعض هذه الأدوات والبرامج إمكانات متكاملة في تصميم الواجهات وبعضها يسمح بمشاركة مبادرة مع باقي أعضاء الفريق لمناقشتها وتحديثها مباشرة، بينما البعض الآخر تقليدي للغاية حيث يجب أن تصمم الواجهات يدوياً من البداية ومن ثم إرسال النماذج إلى باقي أعضاء الفريق، وفي أحيان كثيرة يحتاج المصمم إلى استخدام أكثر من برنامج وتطبيق ومنصة لإتمام المهمة على أكمل وجه.

13.3.1 أدوبى فوتوشوب

أشهر برنامج للتصميم ومعالجة الصور وأكثرها شيوعاً، يمكن استخدامه لتصميم واجهات مواقع الويب أو حتى التطبيقات حيث يحتوي على أدوات الشرائح الخاصة بتقسيم وقطع التصميم إلى شرائح بحسب العناصر المرسومة، ومن ثم تصدر هذه الشرائح إلى ملفات صور مستقلة لكل عنصر بتنسيق PNG لضمان خاصية الشفافية في حال تواجدها ضمن الشريحة المصدرة، ليتمكن المطور من استخدام هذه العناصر معاً وتركيبها لإنشاء الواجهة أو التطبيق. ويمكن استخدامه لمعالجة الصور المستخدمة في التصميم أو لإنشاء عناصر أخرى كالأزرار أو الخلفيات أو أشكال القوائم وغيرها.



13.3.2 أدوبى إيلستريتور

بسبب تخصصه في إنشاء الرسومات الشعاعية، فإنه البرنامج الأقوى والأنسب لإنشاء عناصر مميزة شعاعية متباينة التصميم لكل أجزاء وأنواع التصاميم مثل القوائم والأزرار والنماذج والرسوميات والأيقونات، كما يمكن استخدامه لإنشاء تصاميم النماذج الأولية للمشاريع بتقنية الإطار الشبكي (Wireframe)، حيث تساعد أدواته القوية على إنشاء هذه التصاميم بسهولة وسرعة.



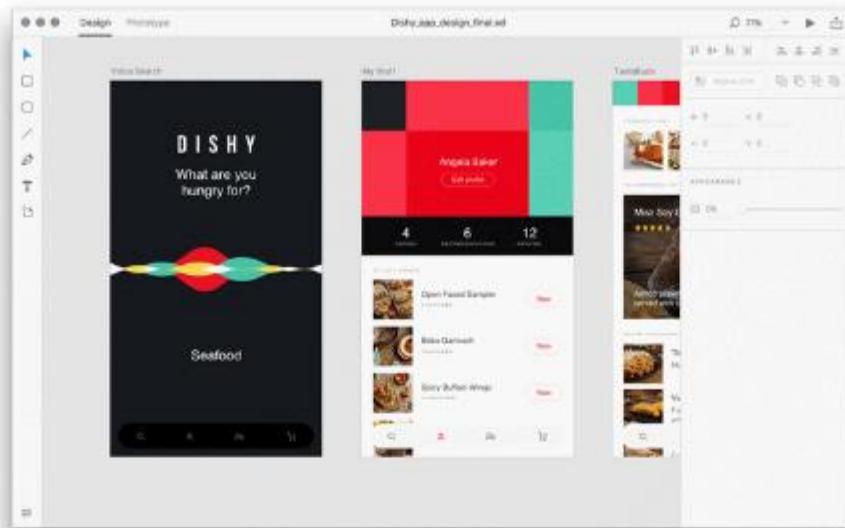
Sketch 13.3.3

سكتش برنامج مميز ومتخصص في إنشاء وتصميم الواجهات عالية الدقة بكل أنواعها ويعد من أقوى البرامج في هذا المجال، حيث يتضمن قوالب جاهزة للمساعدة في إنشاء هذه التصاميم، كما يتضمن إعدادات مخصصة جاهزة بحسب قياسات مختلف الأجهزة لتصميم التطبيقات والوايب. لعل أبرز عيوبه هو أنه برنامج مخصص للعمل على نظام واحد فقط وهو ماك العامل على حواسيب آبل بينما لا تتوفر منه نسخ تعمل على ويندوز أو لينكس.

Adobe XD 13.3.4

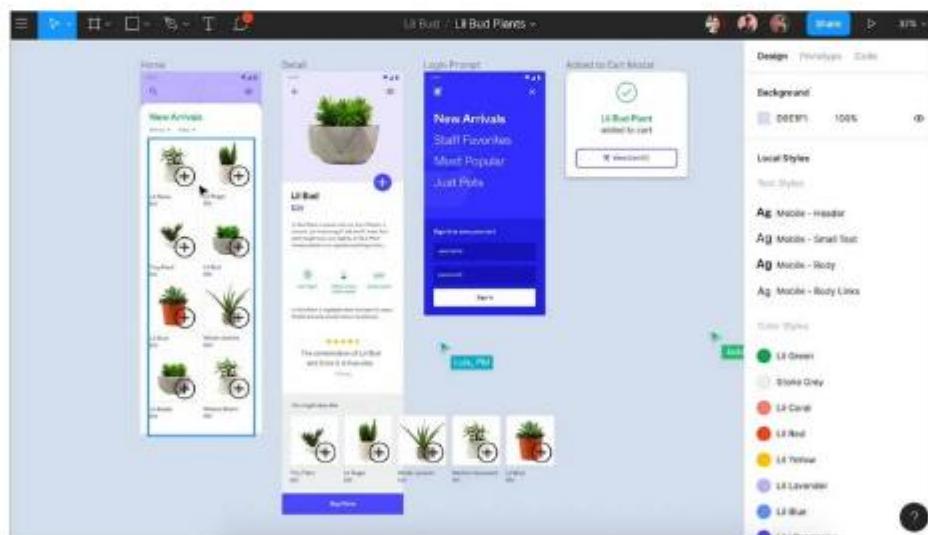


يوفر **أدوبي إكس دي** أفضل بيئة للمشاريع الرقمية ضمن مجموعة Adobe Creative Cloud لأدوات تصميم الواجهات. لا تشبه واجهة هذا البرنامج واجهات بقية برامج أدوبي مثل الفوتوشوب والإيلستريتور وغيرها، إلا أنك ستعتاد العمل عليه بسرعة لسهولة استخدامه ووفرة أدواته الخاصة بهذا النوع من التصاميم.



Figma 13.3.5

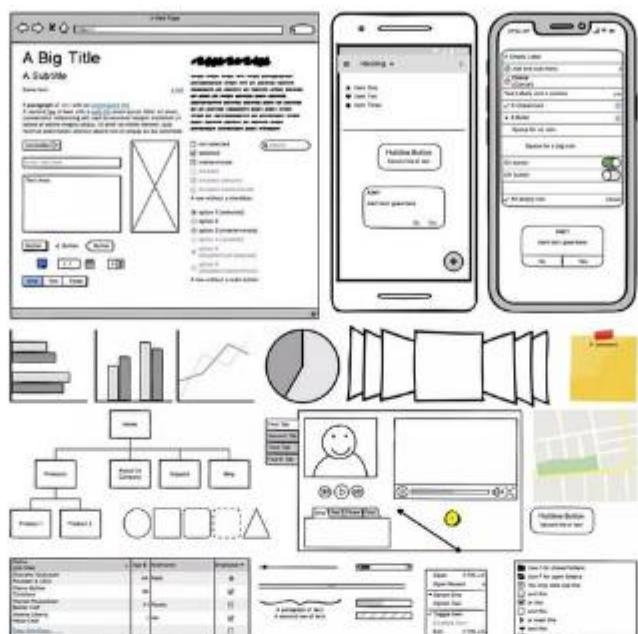
تمكّنك **فيجا** من إنشاء الواجهات وتصميمها بسرعة، حيث تفخر بكونها أداة تصميم تعاونية حيث يمكن لعدة مستخدمين العمل في وقت واحد على المشروع نفسه وهذا فعال للغاية عندما يكون لديك العديد من أصحاب العلاقة في المشروع ذاته يشاركون في تشكيل النتيجة مثل المصممين والمطوروين والمديرين، ولذلك هي أداة مثالية للعمل على مشروع واحد بالاشتراك مع مصمم ومطور وكاتب محتوى في نفس الوقت.



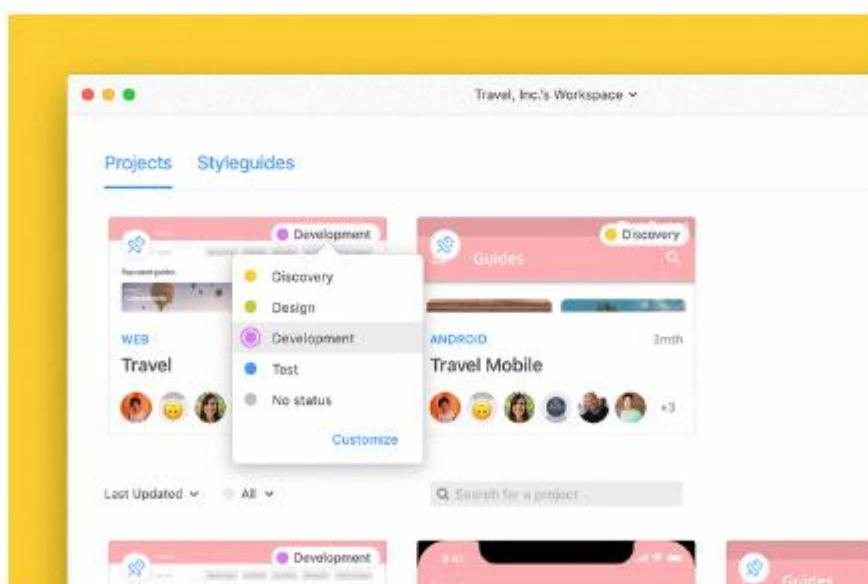
Balsamiq 13.3.6

بالساميق أداة مميزة وقوية لإنشاء نماذج الإطار الشبكي (Wireframe) حيث يمكنك تطوير البنية والتخطيطات لمشاريعك بسهولة، وتعمل عناصر السحب والإفلات على تسهيل الاستخدام ويمكنك ربط الأزرار

صفحات أخرى لتشكيل الارتباطات بين صفحات التطبيق أو الموقع. هذا يعني أنه يمكنك البدء بسرعة في تخطيط واجهاتك ومن ثم مشاركتها مع فريقك أو عملائك.



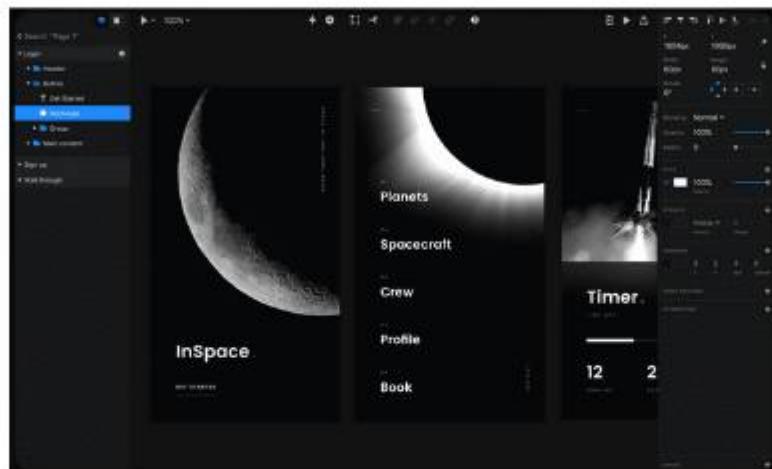
Zeplin 13.3.7



مع أن [زيبيل](#) أداة جيدة لإنتاج النماذج الأولية، إلا أنه يناسب إلى حد كبير مرحلة ما بعد التصميم وما قبل التطوير جنباً إلى جنب مع النماذج الأولية. يمكنك تسليم التصميم والنماذج الأولية للمطوريين والتأكد من تنفيذ أفكارك بطريقة جيدة. وتستطيع مشاركة ملفات سكش Sketch وفوتوشوب Photoshop وملفات XD وفيجا Figma إلى زيبيل لاستحداث بيئة للمطوريين والمصممين للعمل على المشروع معاً ومن ثم تسليمه دون الحاجة إلى إنشاء الإرشادات واستعمال وسائل التواصل المختلفة.

InVision 13.3.8

إن **فيجين** هو أداة تساعد في إنشاء واجهات تفاعلية جميلة مع مجموعة كبيرة من الميزات حيث يمكنك إنشاء حركات وانتقالات مخصصة من عدد من الإيماءات والتفاعلات. وبفضل هذه الأداة يمكنك التوقف عن التفكير في إنشاء العديد من النماذج لأجهزة متعددة لأنه يمكن تحقيق التصميم سريع الاستجابة داخل لوحة رسم واحد ضمن هذه المنصة.

**13.4 خاتمة**

على الرغم من أنه يجب عليك دائمًا اتخاذ قرارات قائمة على رؤيتك وخبرتك وذوقك الفني، إلا أن اتباع مجموعة من القواعد والإرشادات سيوجهك في الاتجاه الصحيح ويسهل لك بالكثير من مشاكل استخدام الرئيسية في وقت مبكر من عملية التصميم.

تنطبق هذه القواعد على معظم واجهات المستخدم، كما تكفي مجموعة الأدوات التي ذكرناها لإنشاء تصاميم متكاملة على الرغم من وجود المزيد من التطبيقات والأدوات خارج هذه القائمة إلا أن ما ذكرناه في هذا الفصل أكثر من كافٍ. والأهم هو التعاون بين أعضاء الفريق واتباع خطوات العمل لإنجاز عملية التصميم وتسلیم المشروع إلى العميل.

14. قواعد تصميم الرسوم البيانية

(الإنفوجرافيك)

على مدى السنوات القليلة الماضية، أصبحت الرسوم البيانية شائعة بشكل متزايد لأسباب كثيرة منها سهولة مشاركتها وقدرتها على إيصال المعلومة والرسالة بسهولة ووضوح، حيث تختصر الكثير من الجمل والشروحات ببعض الكلمات ورسومات جميلة أخاذة. عزف موقع القاموس الإنجليزي **Infographic** على أنه عرض تقديمي مرئي للمعلومات في شكل مخطط أو رسم بياني أو صورة أخرى مصحوبة بحد أدنى من النصوص، تهدف إلى تقديم نظرة عامة سهلة الفهم، وغالباً ما تكون لموضوع معقد، ويمكن تعريفها أيضاً على أنها طريقة لتبسيط مشكلة التواصل النصي واللفظي عبر استخدام أسلوب التصميم الرسومي.

14.1 أهم القواعد والمبادئ

نظرًا لأن المزيد من العلامات التجارية وفرق التسويق التابعة لهم تعامل على إنشاء ومشاركة رسوم بيانية عالية الجودة عبر الإنترنت، فإن مجرد وصف بعض الحقائق ملخصاً وتسميتها مخطط معلومات أو رسوم بيانية، لا يكفي لتعدي نفسك مصمم رسوم بيانية، بل يجب إتقان هذا الفن عبر اتباع قواعد وتطبيق مبادئ معينة لتبرز بين الكم الهائل من المنافسين، ويجب أن تكون رسوماتك البيانية غنية بالمعلومات المفيدة ومصممة بطريقة جميلة. لذلك إليك أهم القواعد والمبادئ الواجب اتباعها للحصول على رسومات بيانية متفوقة.

14.1.1 البساطة

دائماً ما يتكرر هذا المبدأ في جميع أنواع اختصاصات تصميم الرسوميات وهو أساساً من أهم المبادئ العامة لتصميم الرسوميات، يمكنك تطبيق هذا المبدأ عبر اختصار النصوص إلى كلمات أو عبارات قصيرة

وسهلة الفهم، ويجب أن تكون الألوان المستخدمة في التصميم متناسقة لجذب انتباه المشاهدين. محاولة إظهار الكثير من التفاصيل في الرسوم البيانية تجعل الناس يشعرون بالملل والتعب من قراءتها.



رسم بياني يوضح مجموعة نصائح للتسويق بالمحتوى بطريقة بسيطة وسلسة مقتبس من [مقال قائمة لأهم مصطلحات التسويق بالمحتوى](#)

14.1.2 العنوان أول

الرسومات البيانية تحتاج دائمًا إلى عنوان في بداية ورأس كل تصميم، على عكس الكثير من اختصارات التصميم الأخرى التي قد لا تحتاج لعناوين، لذلك أفضل وسيلة لإقناع المشاهد بمتابعة مشاهدة الرسم البياني هو العنوان المقنع والجذاب، حيث يمكن للعنوان المدروس أن يثير اهتمام المشاهد ويدفعه لمتابعة تصفح باقي أجزاء التصميم، وقد يؤدي العنوان المعلم الذي لا يثير الاهتمام إلى دفع المشاهد إلى العزوف عن متابعة تصفح الرسم البياني.



14.1.3 المحاذة

هو من العناصر المؤثرة في هذا النوع من التصميم، ويسهل المنظر العام للتصميم الأناقة والجمالية، وفي حال عدم الالتزام به سيبدو التصميم فوضويًا وغير احترافي. أفضل طريقة لتطبيق هذا المبدأ في التصميم هو تفعيل أداة عرض الشبكة Grid في برنامج التصميم المستخدم ومن ثم تفعيل خاصية المطابقة إلى الشبكة Snap to Grid وبذلك تتحقق المحاذة بسهولة ويسر دون بذل أي مجهود في محاولة تطبيقها.



البروتوكولات الصحية الخاصة بموسم

رمضان 1441هـ

ضوابط عامة لمقدمي الخدمة:

نقرأ للتغيرات التي أحدثها انتشار جائحة فيروس كورونا المستجد والمتغير، تفرض فوبياً في جميع أنحاء العالم، وكذا من التصنيف للبلاد، تقدم لكم سلسلة من الإجراءات الاحترازية والوقائية التي تتعلق ببيان براسن الحج هذا العام والتي قد يكون لها تأثير كبير على حركة الحج القادمة في الخارج، لسوف يتأثر عدد الحجاج داخل المملكة سنة لغزو الحدود المفروضة بداخلها، وذلك عن منطقة مسؤولية المملكة تجاه الصحة العامة للعالم ومحاذياً على سلامة الجميع.



1 <

يمكن الدخول للمشاعر المقدسة (من، مزدلفة، عرفات) بدون تصريح بدءاً من تاريخ 20/11/1441هـ حتى نهاية اليوم الثاني عشرة من ذي الحجه لعام 1441هـ

2 <

عمل نقطه فحص عند جميع المداخل (مدخل السكن، نقاط التجمع للإصابات، الحجر الصحي وغيرها) تتضمن قياس درجة الحرارة بجهاز معتمد من الهيئة العامة لل الغذاء والدواء والسؤال عن الأعراض التالية الحمى، الكحة، ضيق التنفس، المخاط، فقدان مفاصيل الحاسبي المدقوق والشم، سيلان الأنف لجميع الحجاج

3 <

يسمح للحالات المشتبه بإصابتها وبعد تقييمها من قبل طبيب باكفال الحج بحيث يتم الحاقهم بالمجموعة الخاصة بالحالات المشتبه كما يخصص عماره منفصلة أو دور سكني على الأقل ووافلة وجدول لمسار رحلة حج مناسب لوضعهم

6 <

يجب تنظيم التظاهر الحجاج عند نقاط التجمع تسليم الاعتناء واستلامها والمطاعم بوضع علامات أو ملصقات فنية على الأرض تضمن مسافة مترونصف بين الأفراد

5 <

يجب إزالة الأوساخ بالماء والصابون قبل كل عملية تعقيم والتقطير يتم إتاحة الإرشادات الواردة في الدليل العملي للتقطير والتطهير الخاص بالمستشفيات العامة لكافحة فيروس كوفيد-19 والصادرة عن المعهد الوطني للوقاية من الأمراض ومكافحتها

4 <

عد تعيين أي شخص من القائمين على مسار الحج لديه أعراض مشتبهه للإنقاذه (سخونة، سعال، سيلان الأنف، احتقان المخاط، أو فقدان مفاصيل الحاسبي الشم والذوق) من العزل حتى زوال الأعراض والحصول على قرار التعافي حسب تقرير الطبيب المعالج

9 <

يجب وجود سلال مجهولات ونقابات و أن تكون من النوع الذي يعطل دون الحاجة للمسن ويجب التخلص من النقابات بشكل مستمر

8 <

يسمح بصلة الجماعة مع التقليد على ارتداء الكمامه الفمائية خلال حالة الجماعة وإلغاء مسافة بين المصلين والرجوع للبروتوكولات الخاصة بالمساجد

7 <

الحرص على تطهير دورات المياه والحمامات بشكل دوري مجدهل وبعد مواعيد الوضوء للصلوة وبمطهرات معندهة

تحذير السلطات السعودية في اتخاذ سلسلة من القرارات للحفاظ على صحة المعتزرين وقادسي الحرمين الشريفين بتعليق تمثرة زيارة المسجد النبوي التزيف، إلى جانب تقييم المصليين في المسجد الحرام إلى الحد الأدنى، تماشياً مع الإجراءات المتخذة للحفاظ على سلامة المصليين

رسم بياني يوضح بروتوكولات الحج من تصميم سلمي الغمرا

14.1.4 التباين

استخدم التباين دوّماً في تصاميمك وخصوصاً التباين في الألوان ولعل مخطط الألوان التكميلي قد يقدم تبايناً مميّزاً وبارزاً للعناصر (راجع فصل **اللون في تصميم الرسوميات ونظرية اللون** لفهم مخطط الألوان التكميلي). ولكن اللون ليس الطريقة الوحيدة لتطبيق التباين في التصميم، إذ يمكن استخدام أحجام النصوص لتطبيق ذلك، فعادةً ما يكون العنوان هو أكبر نص في الرسم البياني، متبوعاً بالعنوان الفرعي ثم الفقرات. يجب أن يكون العنوان دائعاً الأكبر حجماً حتى يعرف المشاهد موضوع الرسم البياني مباشرة بمجرد النظر إليه.



استخدم المصمم تباين ألوان جميل ومريح مع تباين واضح للخطوط في تصميم أنيق من موقع **الخليج أونلاين**

14.1.5 التوازن

تطبيق التوازن في تصميم الرسومات البيانية يريح العينين لأن جميع العناصر ومواضعها تناسب بسلامة معاً، كما يحافظ التوازن على التكوين العام للتصميم خصوصاً في الرسومات البيانية الطويلة. وهناك نوعين من التوازن، توازن متماثل وتوازن غير متماثل. التوازن المتماثل هو عندما يكون لكل جانب من جوانب التصميم وزن بصري متساوٍ، هذا التصميم فعال في الرسومات البيانية المتعلقة بالموازنة بين أمرين أو أكثر. التوازن غير المتماثل طبيعي أكثر وأقل تجانساً من التوازن المتماثل، إذ ينشئ علاقة أكثر تعقيداً بين العناصر ويجعل الرسم البياني أكثر ديناميكية لأن أسلوب التركيب لا يتكرر بشكل مفرط وممل.



لاحظ التوازن المتماثل بين طرفي التصميم في الرسم البياني الذي يشرح **الهلع** للمصمم محمد السعدي

14.1.6 الهرمية

يساعد تطبيق هذا المبدأ على توجيه سير المخطط البياني وتدفقه، حيث يعمل هذا المبدأ على تنظيم العناصر حسب الأهمية، وبهذا النمط يقع عنوان الرسم البياني دائمًا في الجزء العلوي من التصميم حتى يسهل رؤيته وقراءته وفهمه من النظرة الأولى، ثم تتبعه عناوين فرعية وفقرات وأيقونات ورسومات أخف من ناحية الوزن البصري بالتسلسل بحسب الأهمية.

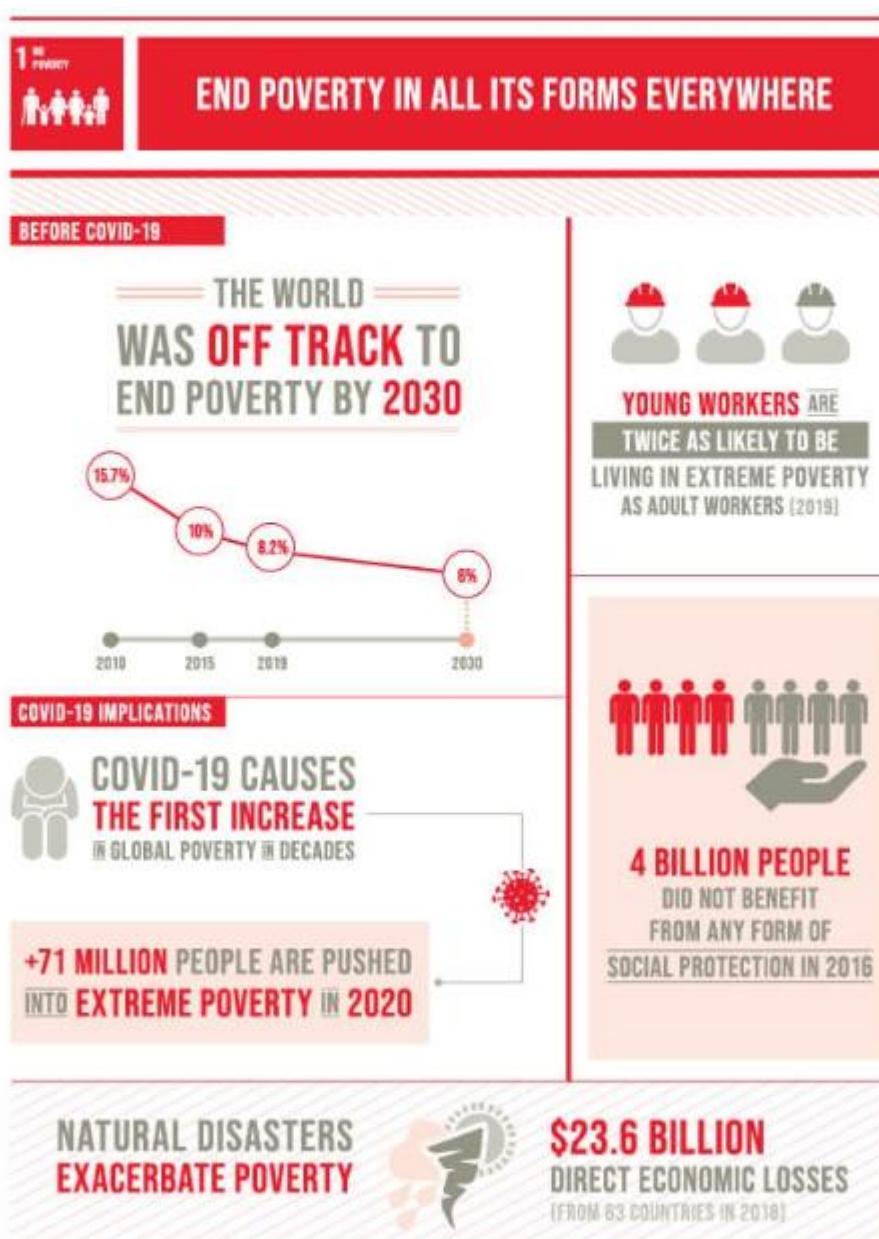


المصدر: صحفة قال | تصميم: ButainaAlodah | <https://www.maaal.com/archives/20200508143123/>

يظهر تطبيق مبدأ الهرمية بوضوح في تصميم رسم بياني يوضح رحلة الموظف الجديد للمصممة بـ تهيئة العودة

14.1.7 التناغم اللوني

تتميز تصاميم الرسومات البيانية بتناغم ألوانها دائئراً لذلك يجب على المصمم العمل على اختيار مخطط الألوان الجيد للتصميم مع مراعاة التأثيرات اللونية وعلاقتها بمحتوى ومعاني التصميم، ثم عليه أن ينشأ لوحة الألوان الخاصة بالرسم البياني والتقييد بها للحصول على تناغم لوني مذهل ومتوازن.



الرسم البياني يطبق التناغم اللوني الأحادي من موقع الأمم المتحدة

14.1.8 مطابقة الخطوط

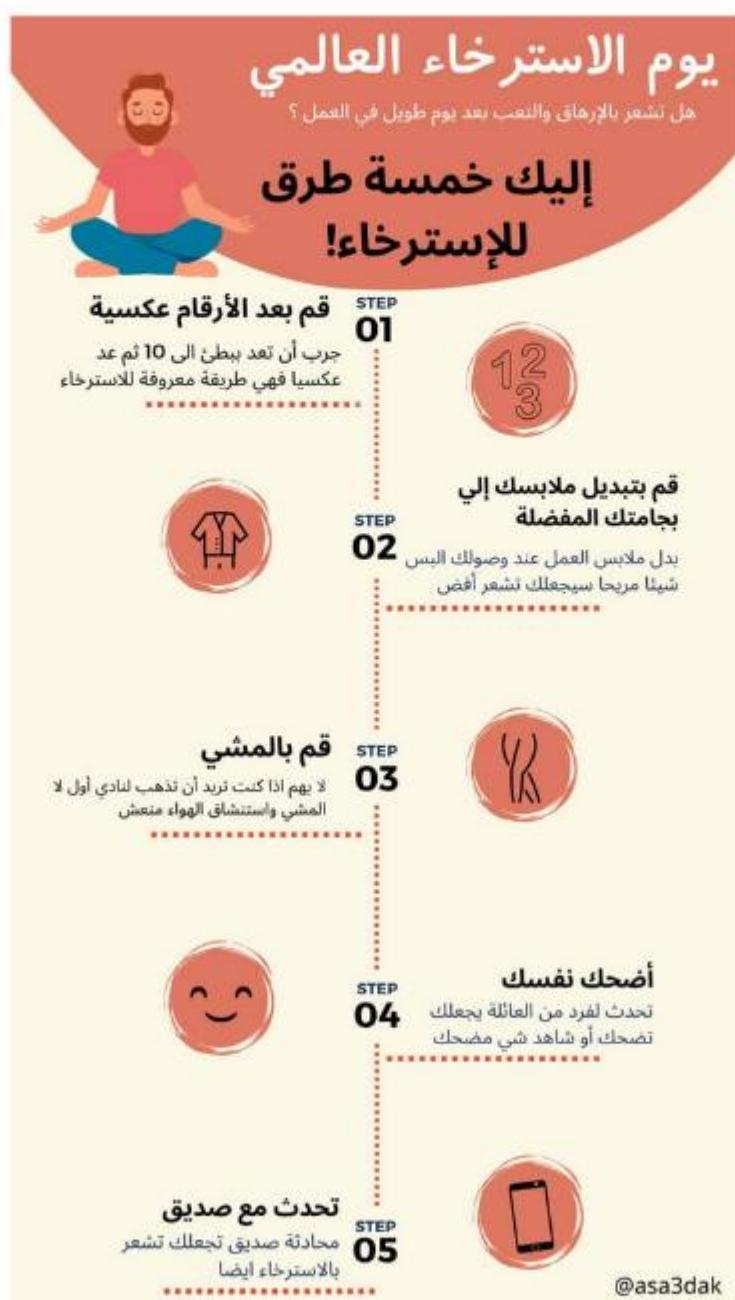
من المعروف في قواعد التصميم الالتزام بعدم استخدام أكثر من ثلاثة خطوط مختلفة في أي تصميم. يميل المصممون المبتدئون إلى الإفراط في استخدام الخطوط، بسبب وجود الكثير من الخطوط للاختيار من بينها ويريدون دائمًا البحث عن شيء جديد ومثير للاهتمام. ولكننا بحاجة إلى التأكد من إقرانه بشيء مألوف وقابل للتطبيق، وعادةً ما يكون هناك خط مهيمن وخط مساعد.



استخدم في هذا الرسم البياني نوعان متناغمان من الخطوط من موقع [الأناضول](#)

14.1.9 الوحدة

تطبيق الوحدة البصرية للتصميم يحتاج إلى تناغم وتجانس كافة العناصر معاً، إذ يجب تلوين كافة عناصر التصميم باستخدام لوحة ألوان واحدة لتحقيق التناغم اللوني، ويجب أن تكون الأحجام متناسبة عبر تطبيق الهرمية من جهة والتوازن من جهة أخرى، ويجب أن تكون الأيقونات بذات الحجم وكذلك خطوط نصوص الفقرات والعنوانين الفرعية، من الأفضل أن تكون العنوانين الفرعية بنفس نوعية الخط وحجمه ولونه وكذلك الأمر بالنسبة لباقي العناصر.



يوضح هذا الرسم البياني كيفية تطبيق الوحدة على جميع عناصر التصميم - تصميم نصائح للاسترخاء للمصمم وتر التصميم

14.2 أشهر الأدوات والتطبيقات لتصميم الرسومات البيانية

هناك تطبيقات ويب وسطح مكتب تحتوي العديد من القوالب الجاهزة للتعديل والمعالجة لإنشاء رسومات بيانية جميلة، وقد تحوي أيضًا على عناصر رسومية وخطوط جاهزة لاختيار من بينها وتضيفه إلى التصميم. وهناك برامج تصميم عالية المستوى لا توفر كل هذه المزايا إلا أنها تستطيع إنشاء أي تصميم لرسم بياني مهما كان، ويعود الأمر كليًا إلى مهارات المصمم في استخدام هذه البرامج والتي لا غنى عنها لأي مصمم رسوميات.

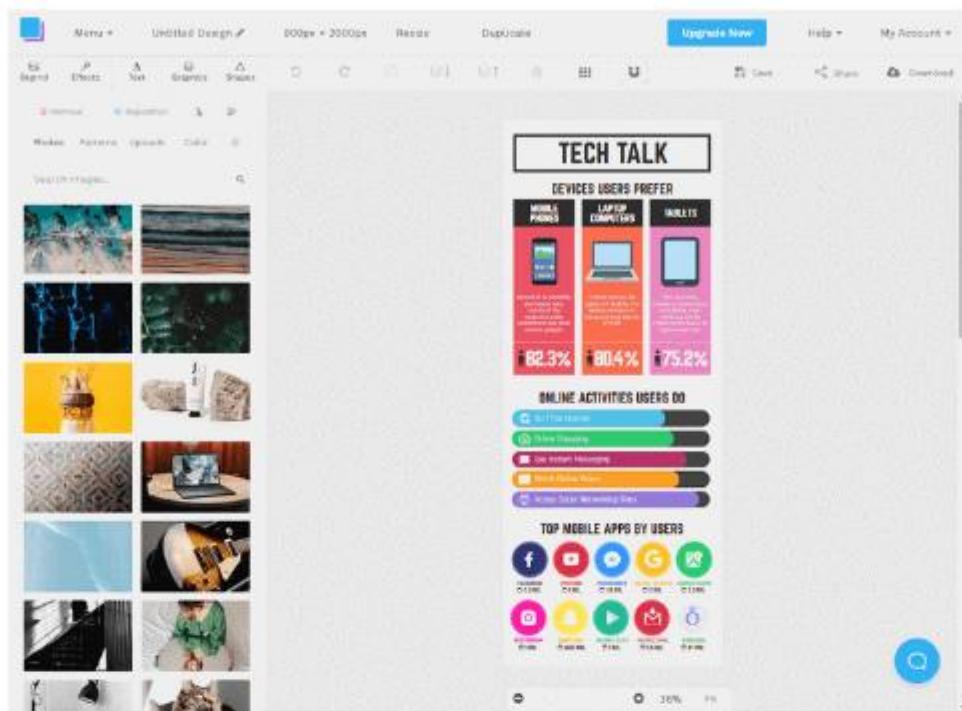
14.2.1 برامج التصميم الاحترافية

برامج التصميم الاحترافية مثل الفوتوشوب والإيلستريتور وكورل درو وإنكسكيب وغيرها، حيث أن إمكانات هذه البرامج غير محدودة، يمكنك تطبيق كل المبادئ والقواعد بطريقتك، ويمكنك اختيار الألوان التي تريده، لا قوالب أو عناصر جاهزة تربطك بنمط محدد في التصميم، بل على العكس فأنت تتمتع بمطلق الحرية في ابتكار قوالبك وعناصرك الخاصة، حتى وإن عني ذلك بذل جهد مضاعف ومزيدًا من الوقت إلا أن النتائج ستكون مميزة وخاصة وتحمل بصمتك بكل تأكيد. يستطيع الفوتوشوب وجمب وأمثالهما تصميم رسومات بيانية طبعًا، ولكن الرسومات الشعاعية أفضل بكثير لهذه المهمة، لذلك يعد الإيلستريتور وإنكسكيب وكورل درو وأمثالها أفضل التطبيقات التي تستخدم لإنشاء رسومات بيانية مميزة ومبتكرة.

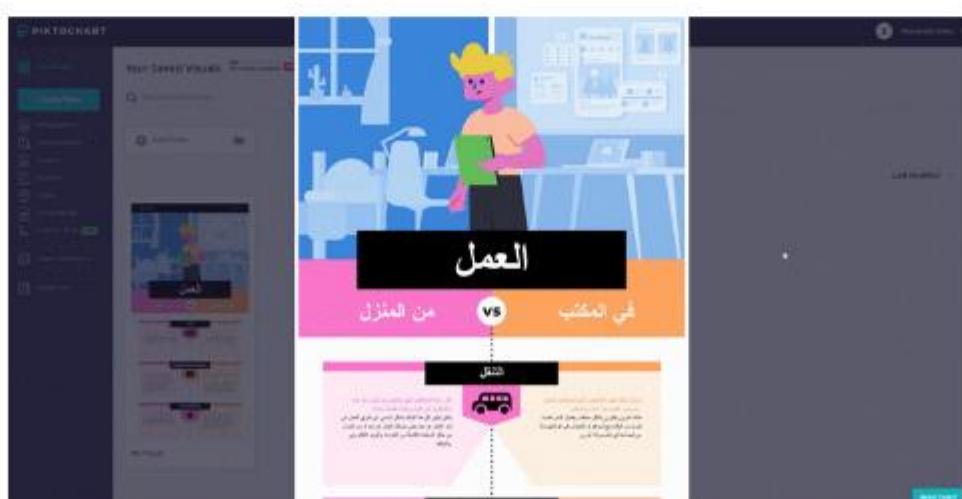
Adobe Spark 14.2.2



وفرت أدوبى كعادتها حلولاً لتصميم الرسومات البيانية عبر تطبيق الويب والهاتف المحمول وهو تطبيق أدوبى سبارك **Adobe Spark**، ويتضمن التطبيق قوالب عديدة لتصميم قصص ومنشورات ثابتة ومتحركة لمختلف وسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك لموقع الإنترنت والتطبيقات. يحوي العديد من العناصر والأدوات إضافة إلى القوالب القابلة للتعديل.

Snappa 14.2.3

ستتمكنك أداة الرسوميات **Snappa** من عمل رسوم بيانية جذابة حقاً تجذب انتباه الجمهور، فقد حصلت على معدلات مرتفعة في المراجعات والتقييمات. إنها سهلة الاستخدام للغاية مع وفرة من القوالب المعدة مسبقاً ومكتبة مليئة بملفين الصور عالية الدقة. تتيح خاصية إزالة خلفيات الصور بنقرة واحدة، ولديها مجموعة من تأثيرات النص والرسومات لاستخدامها، ويمكنك حتى المشاركة على وسائل التواصل الاجتماعي مباشرةً من التطبيق.

Piktochart 14.2.4

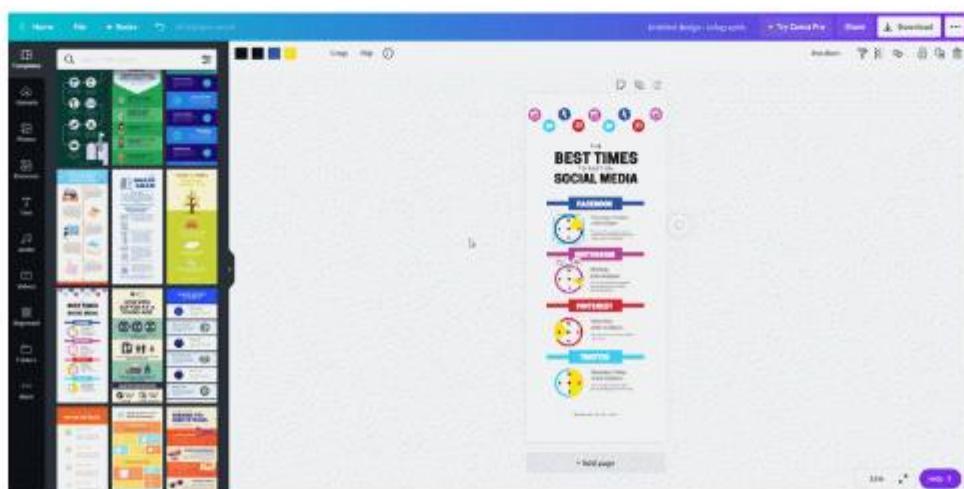
يعد تطبيق **Piktochart** بسيطًا وسهلاً أكثر من سواه من التطبيقات لتصميم الرسوم البيانية، حيث يحتوي على قوالب سهلة التخصيص، بمجرد إضافة بياناتك ستتمكن من تعديل التخطيط ونظام الألوان وغيرها من العناصر بسهولة.

Visme 14.2.5



يملك **Visme** إمكانات إنشاء عروض تقديمية جيدة، ولكنه موجه بشكل خاص نحو إنشاء رسوم بيانية جذابة، ويشتمل على أكثر من 100 خط وملفين الصور المجانية وألاف الرموز عالية الجودة، وهناك خيارات لتضمين الفيديو والصوت (بما في ذلك القدرة على تسجيل تعليق صوتي مباشرة في المحرر، وهو أمر مفيد)، كما يمكنك أيضًا تحريك المحتوى لتوضيح الأمور. من أهم ما يميز هذه الأداة عن غيرها هو أنها تسمح للمستخدمين بإعداد رسم بياني في بعض دقائق، وذلك بفضل مكتبة عناصر يمكن سحبها وإسقاطها بسهولة في مكانها. كما يتاح أيضًا إنشاء رسوم بيانية تفاعلية ومتحركة.

Canva 14.2.6



يعد **Canva** من التطبيقات الشهيرة والقوية للتصميم للمصممين ولغير المصممين بنفس الوقت، فهو سهل ومناسب ويحوي العديد من الأدوات والقوالب الجاهزة لإنشاء أي تصميم، كما يوفر للمستخدمين مكتبة واسعة من الصور والأيقونات والخطوط والميزات للاختيار من بينها، ويضم المئات من قوالب الرسوم البيانية والعناصر والخطوط، لذلك هو من أميز التطبيقات التي يمكن استخدامها لإنشاء الرسوم البيانية.

14.3 خاتمة

الرسوم البيانية شعبية للغاية والجميع يحب مشاهدتها، إنها تنقل المعلومة الثقيلة الكثيفة بأسلوب بسيط خفيف وسهل، وأصبحت الشركات الكبرى والصحف والمجلات تستخدمها لنقل المعلومات والأفكار والرسائل بصورة لطيفة ومحببة إلى جمهورها، فقد أصبح لهذا الاختصاص من تصميم الرسوميات مجال واسع وطلب كبير في الأسواق، وهذه فرصة جيدة لك لاستغلالها وتنمي مهاراتك وتغري خبرتك من خلال إنشاء تصاميم جميلة تتماشى مع المبادئ ومطابقة للقواعد للوصول إلى الاحترافية في هذا العمل.

15. قواعد تصميم الهوية البصرية

الهوية البصرية هي جميع الصور والمعلومات الرسومية التي تعبر عن هوية العلامة التجارية وتميزها عن غيرها. بمعنى آخر، تصف كل شيء يمكن للعملاء رؤيته فعليًا ، من الشعار إلى التصميم الداخلي للمتجر إلى أغلفة المنتجات وغيرها، وكل شيء تصفه يدل على هوية تلك العلامة.

ستعرف على الفور أين توجد عبوات كوكاكولا في قسم المشروبات في أي متجر بمجرد رؤيتك للون الأحمر فيه، وفي متجر الهواتف المحمولة ستتعزز على أجهزة الآيفون بمجرد رؤيتك لشكل التفاحة، وهذا.



تصميم هوية بصرية بعنوان Ville Oké تحت ترخيص المشاع CC BY-ND 3.0 للمصمم Plantamed Visual Identity

في النهاية، هوية العلامة التجارية هي وسيلة للتواصل مع العالم، وتمييز العلامة عن منافسيها، وإنتاج تجربة مميزة تشجع الناس على التفاعل معها.

15.1 ما هي عناصر الهوية البصرية الرئيسية؟

صحيح أن الشعار والألوان من عناصر الهوية البصرية ولكنها لا يمثلان وحدهما الهوية البصرية كلها، فعند العمل على تصميم الهوية البصرية عليك أن تخطط لإنشاء تصاميم متكاملة ومتناقة لمختلف المواد بدءاً من موقع الويب وصولاً إلى التغليف. ولا يجب الخلط بين عناصر الهوية البصرية ومواد العلامة التجارية المطلوب إنشاء تصاميم لها والتي تختلف من حيث التعدد والنطاق من علامة تجارية لأخرى، وتشمل العناصر الأساسية للهوية البصرية ما يلي:

- الشعار
- الألوان
- النصوص وأسلوب الطباعة
- دليل استخدام الهوية البصرية
- الأيقونات
- الرسوم البيانية والرسوم التوضيحية (إنفوجرافيك)
- أسلوب الصورة أو التصوير

ومع ذلك، لا يكفي أن نصف هذه العناصر لتكون الهوية البصرية ذات فاعلية، بل يجب الحرص على أن تكون عناصر الهوية متميزة عن بقية المنافسين وتجذب انتباه الناس، ويجب أن ترسخ في الأذهان بسهولة، فشركة أبل على سبيل المثال لم تكتب اسمها على منتجاتها ومع ذلك فهي راسخة في أذهان الناس ويعلم الجميع منتجاتها وأي شيء يتعلق بعلامتها التجارية بمجرد رؤية أي إعلان أو صورة لها. ويجب أن تكون الهوية البصرية مرنّة وقابلة للتطوير حيث يجب أن تنمو وتتطور مع العلامة التجارية نفسها، ويجب أن تكون متماسكة ومتناقة ومتكلمة بحيث تكفل عناصر الهوية ببعضها بعضًا.

15.2 كيف تبدأ التخطيط لبناء الهوية البصرية؟

قبل البدء بتصميم عنصر الهوية البصرية يجب أن تكون لدى الشركة أو العميل أو العلامة التجارية هوية تجارية حقيقة ل تستطيع البناء على أساسها عناصر الهوية البصرية. وتتضمن الهوية التجارية كلاً من:

- الغرض من العلامة التجارية
- الرؤية
- المهمة
- الرسالة
- الأهداف
- القيم

من خلال هذه المعطيات يمكنك فهم طبيعة العلامة التجارية وتوجهاتها، وبذلك تُصمم الهوية البصرية بما يتناسب معها، وفي حال كنت ستبني هوية بصرية لعلامة تجارية ليست حديثة النشأة وإنما لهذه العلامة التجارية هوية بصرية سابقة وهي تسعي لتطويرها، فيجب أن تأخذ هويتها البصرية القديمة في الحسبان، وتطور هذه الهوية البصرية. من المهم المحافظة على تراث وأساس العلامة التجارية، إذ أن الغالبية العظمى من العلامات التجارية الكبرى في العالم طوّرت هويتها البصرية بناء على النسخة القديمة ولكن برؤية جديدة وأساليب تصميمية مبتكرة تتماشي مع التطور في الأساليب التسويقية ومزاجية الناس.

على سبيل المثال عمدت شركة آبل إلى تطبيق البساطة في تصاميم هويتها البصرية حيث تجد الأسلوب البسيط في تصميم الشعار والمنتجات وحتى أنظمة التشغيل وكذلك عبوات وعلب المنتجات وحتى موقعها الإلكتروني ومختلف برامجها وتطبيقاتها، ما يدل بوضوح على تطبيق عناصر هويتها البصرية على كافة منتجاتها وحتى إعلاناتها وهو ما يحقق التكامل والوحدة والذي ساهم بدوره في إيصال شعار الشركة وهو البساطة في الاستخدام والعمل وكل ذلك عبر تصميم هويتها البصرية.

وليس بالضرورة أن تسعي لتصميم هوية بصرية بحيث تجبر الجمهور المستهدف على تقبيل ما تقدمه هذه العلامة التجارية بل على العكس تماماً، يجب الأخذ بالحسبان احتياجات ومتطلبات الجمهور المستهدف وما يتوقعه من هذه العلامة التجارية وبذلك يتحقق التقارب والتجاذب الحقيقي بين الطرفين وتحقيق الأهداف وتصل الرسائل.



15.3 تصميم عناصر الهوية البصرية

بعد الحصول على كافة المعلومات التي تحدثنا عنها سابقاً وكتابة رؤوس أقلام الأفكار لصورة وشكل الهوية البصرية والتفكير ملياً في الطريقة الأفضل للتوجه في التصميم، سنبدأ بالعمل على تصميم عناصر الهوية البصرية واحداً تلو الآخر، ودائماً ما يكون الشعار هو أول هذه العناصر.

15.3.1 الشعار

هو أول هذه العناصر لأنه يمثل شكل وهوية العلامة التجارية وأكثر ما يراه ويتفاعل معه الجمهور، ولتصميم الشعار قواعد ناظمة تساعد على إنتاج شعار متماسك ومتوازن تبدأ من رسم المخطوطات والنماذج الأولية باستخدام القلم والورقة، ثم يتم نقل الأفكار المرسومة إلى برامج التصميم على الحاسوب عبر استخدام الرسومات الشعاعية Vector ابتداءً من رسم النقاط والخطوط الرئيسية، ومن ثم تطوير الأشكال الأساسية للشعار، وأخيراً تلوين الشعار بالألوان المناسبة لطبيعة الهوية البصرية للعلامة التجارية، ويجب أن

يكون واضحًا وبسيطًا ومتميّزًا. للمزيد حول قواعد تصميم الشعارات يمكنك متابعة فصل [قواعد تصميم الشعارات والأيقونات](#) ضمن فصول هذا الكتاب.

15.3.2 الألوان

بمجرد الانتهاء من تصميم شعار ممتاز يلبي احتياجات العلامة التجارية وجمهورها، يمكنك استكشاف لوحة الألوان الخاصة بالهوية البصرية، ويعد اللون أحد أهم ما يميز العلامة التجارية عن منافسيها كما أنه ما يثير المشاعر لدى الجمهور المستهدف ويفؤدي إلى ترسيخ العلامة التجارية في الأذهان.



تصميم هوية بصرية بعنوان [DBIZ Design Studio - Identidade Visual](#) للمصمم [Facilita](#) تحت ترخيص المشاع CC

BY-ND 3.0

تتميز لوحة الألوان الجيدة بأنها منتظمة ومتناسبة وتتبع مخططات الألوان القياسية وتتوفر للمصممين خيارات كافية ليكونوا مبدعين ولكن ليس كافيًا للتغلب عليها وتجاوزها، وهذا يشمل اللون الرئيسي ولونان أساسيان مساعدان للون الرئيسي وكثير إضافي يمكن إضافة من ثلاثة إلى خمسة ألوان تكميلية وذلك لمنح المصممين مساحة من الحرية في الإبداع والابتكار ضمن هذه الشريحة من الألوان. كما يجب تحديد لوحة ألوان لمودج ألوان RGB إذا استخدم التصميم للشاشات ولوحة ألوان لمودج ألوان CMYK في حالة التصميم للطباعة، ولمزيد من التفاصيل حول الألوان ونظرية الألوان وكل ما يتعلق بها يمكنك قراءة [فصل الألوان](#) ضمن فصول هذا الكتاب الخاص [بأساسيات تصميم الرسوميات](#).

15.3.3 النصوص

يجب أن يساهم كل عنصر من عناصر الهوية البصرية في تكوين شخصية العلامة التجارية وأن تتكامل مع بعضها. وهذا بالتأكيد ينطبق بشدة على عنصر النص وأسلوب الطباعة والذي يجب أن تستوحى من الشعار الذي صممته مسبقاً. يجب اختيار مجموعتان أو ثلاث مجموعات من الخطوط على الأكثر للهوية البصرية لاستخدام في العناصر الأخرى، بحيث تحدد مجموعات الخطوط التي ستستخدم للعناوين وأخرى لفقرات ويجب تحديد المجموعات المستخدمة في التصميم الإعلانية والكتيبات وكذلك المستخدمة في المنشورات الإعلانية لوسائل التواصل الاجتماعي. يمكنك متابعة المزيد حول النصوص وأسلوب الطباعة من خلال فصل النص وأسلوب الطباعة في تصميم الرسوميات.

15.3.4 أسلوب التصوير

عادة ما يهمل المصممون عنصر التصوير وذلك لأنهم في الغالب يبحثون عن الطريقة الأسهل في توفير هذا العنصر وهو من خلال موقع تخزين الصور في الإنترنت سواء كانت مجانية أم لا. بينما تهتم كبريات العلامات التجارية في العالم بهذا العنصر وتوظف لأجله المصورين والمختصين لالتقاط الصور الخاصة بها والتي ستميزها بالتأكيد عن سواها حول العالم، وإذا كانت العلامة التجارية تقدم منتجات واقعية غير رقمية فيجب عندها توفير المصورين الذين سيصوّرون المنتجات بطريقة احترافية لاستخدام من قبل المصممين في تصميم منشورات إعلانية ومطبوعات وصفحات الويب التي ستسوق هذه المنتجات بأفضل طريقة.

لذلك يعد عنصر أسلوب الصورة أو التصوير مهماً لإبراز هوية خاصة بصور العلامة التجارية تميزها عن سواها، فعندما تعبّر الصور تماماً عن العلامة التجارية وما تمثله هذه العلامة التجارية، فإنها تتمتع بالقدرة على إثارة المشاعر أكثر من أي عنصر تصميم آخر، وسيساعد نمط الصور المحدد والمتسق والفردي للعلامة التجارية في إنشاء انطباعات وعلاقات تدوم لصالح هذه العلامة التجارية.



فعلى سبيل المثال تسعى شركة مرسيدس بنز للسيارات لرسم انطباع يتضمن الأناقة والفاخامة على منتجاتها حتى وإن أنتجت سيارات قوية، بينما تسعى علامة دودج التجارية للسيارات إلى خلق انطباع يوحي بالقوة والجدارة أكثر من الأناقة والفاخامة حتى وإن أنتجت سيارات فاخرة، وهذا ما يظهر جلياً من خلال أسلوب التصوير المتبعة من قبل كلا العلامتين التجاريتين.

وبالتأكيد تبرز بقية عناصر الهوية البصرية لكلا العلامتين التجاريتين من خلال الشعار والخطوط والألوان ومواضع النصوص وزونها البصري بحيث حفظ التكامل بين جميع عناصر الهوية البصرية ضمن هذين التصميمين. للمزيد حول هذا العنصر يمكنك قراءة فصل [قواعد التعامل مع الصور والرسوميات](#).

15.3.5 الأيقونات

الأيقونات هي التي تستخدم في موقع الويب وتطبيقات الهاتف المحمول وحتى في المنشورات والمطبوعات الإعلانية، حيث تستخدم للدلالة على الخدمات المقدمة أو على فئات المنتجات أو الخدمات أو للمزايا المتوفرة في العلامة التجارية، ويجب أن تتبع هذه الأيقونات نظم الألوان المستخدمة في الهوية البصرية، ويمكن أن تشتبك من الشعار نفسه، ولتصميم الأيقونات [قواعد تصميم الشعارات والأيقونات](#). المزيد حول قواعد تصميمها يمكنك قراءة فصل [قواعد تصميم الشعارات والأيقونات](#).



عملت شركة DHL العالمية للشحن إلى تصميم هوية بصرية فريدة طبقت عناصرها على كافة المواد المستخدمة في تنفيذ خدماتها كالشعار وألوان السيارة واللباس الموحد لموظفي الشركة.

15.3.6 كتيب إرشادات الهوية البصرية

يجب أن يثبّع تصميم كل عنصر نهج أسلوب تصميم الهوية البصرية ككل، ولكن لتطبيق ذلك بطريقة صحيحة واحترافية دون أخطاء يجب إنتاج كتيب إرشادات الهوية البصرية، حيث يتضمن شروطات تفصيلية دقيقة لكيفية استخدام عناصر الهوية البصرية وكيفية تطبيق الأسلوب التصميمي للهوية البصرية على أية مواد مستخدمة من قبل العلامة التجارية، وبذلك تحافظ العلامة التجارية على نمط موحد لكافة موادها ومنتجاتها وإعلاناتها وهو ما تفعله العلامات التجارية الكبرى حول العالم.



تصميم كتيب إرشادات الهوية البصرية [Isabela Gondim Manual identidade Visual](#) للمصمم تحت ترخيص المشاع CC BY-ND 3.0

تأكد من تضمين إرشادات واضحة وسهلة المتابعة لكل عنصر من الهوية البصرية للعلامة التجارية، بما في ذلك الأمثلة وحالات الاستخدام، مع الإشارة إلى أكبر قدر من المعلومات حسب الحاجة لمساعدة المصممين على تطبيق الهوية البصرية للعلامة التجارية بنجاح. على سبيل المثال يجب توضيح متى نستخدم الشعار وحده وأين ومتى نستخدمه مع نص اسم العلامة التجارية، وأيضاً متى نستخدم هذا التنسيق بوضع النص يمين الشعار ومتى نستخدمه بتنسيق وضع النص يسار الشعار وأسفل وأعلى الشعار وغير ذلك من التعليمات.

15.4 التكامل في تطبيق عناصر الهوية البصرية على مواد العلامة

التجارية

تحتفل مواد العلامة التجارية المستخدمة من شركة لأخرى، فبعض الشركات تعمل على تطبيق عناصر الهوية البصرية على مواد مختلفة مثل أدوات القرطاسية والمواد المكتبية كالمغلفات وترويسة الأوراق الرسمية والتصاميم على سيارات الشركة واللباس الموحد لموظفي الشركة، إضافة إلى موقع الويب وتطبيقات الهاتف المحمول والرسومات البيانية التوضيحية (إنفوجرافيك) وحتى تصاميم وإعلانات موقع التواصل الاجتماعي ومقدمة فيديوهات الشركة، وكذلك العلب الكرتونية والعبوات التي تتضمن منتجات الشركة وغيرها الكثير من المواد.

فمن المهم جدًا تطبيق عناصر الهوية البصرية من الألوان والخطوط والأشكال وغيرها على جميع المواد المستخدمة من قبل العلامة التجارية لتحقيق التكامل فيما بينها ولتعزيز وترسيخ هذه العلامة التجارية في أذهان الناس، ما يسهم في انتشار هذه العلامة التجارية ونجاحها.

15.5 خاتمة

تصميم الهوية البصرية يعني تصميم الخطوط العريضة الأساسية التي ستستخدم لتصميم مختلف المواد التي ستظهر للعلن أمام الجمهور مما يبرز هذه العلامة التجارية ويميزها عن منافسيها ويرسخ ظهورها وظهور منتجاتها في أذهان الناس والذي يساعد بدوره على تحقيق الانتشار والتسويق. ويعد كل ذلك من أهم متطلبات هذا العصر لتحقيق النجاح للعلامات التجارية.

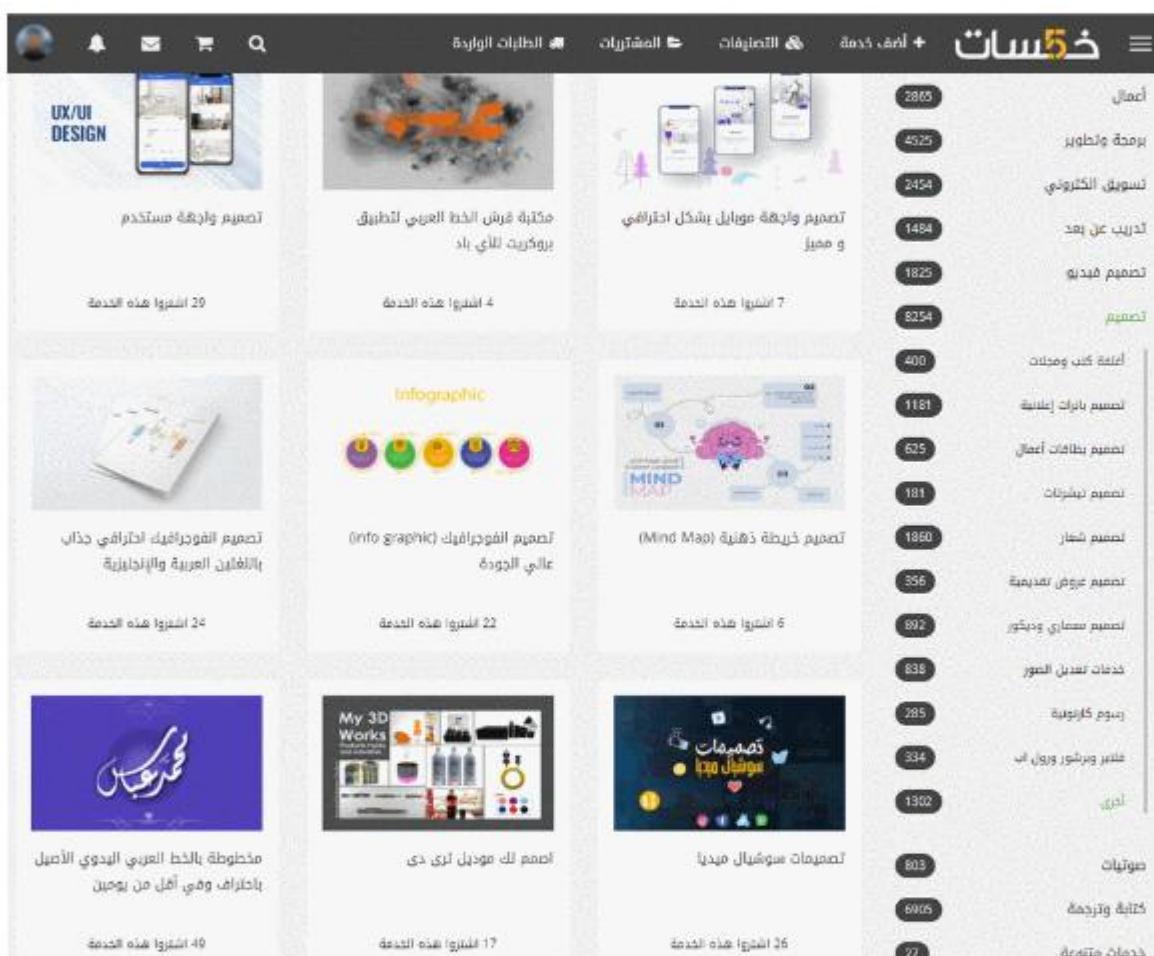
16. دليل المسار المهني لمصمم الرسوميات (التصميم الجرافيكي)

بدأنا هذا الكتاب من خلال شرح أساسيات وقواعد ومبادئ وعناصر تصميم الرسوميات، وتعزّفنا بتفصيل أكبر على أهم العناصر مثل الألوان والنصوص والصور والرسومات، ثم تعرّفنا على أهم البرامج التصميمية وشرحنا واجهات عمل برنامجي أدوبى فوتوشوب وإليستريتور، ثم تعرّفنا على مساحات وقياسات الأعمال التصميمية وبعدها تعرّفنا على القواعد العامة لتصميم أشهر وأهم الاختصاصات في مهنة تصميم الرسوميات. من المفترض بعد ذلك أنك بدأت بمراجعة دروس عملية وتطبيقية لتصميم باستخدام مختلف البرامج لتنمية مهاراتك واكتساب الخبرات الازمة لتصبح مصمم رسوميات محترف. في هذه المرحلة أصبح بإمكانك اقتحام سوق العمل في مجال تصميم الرسوميات وبعد البحث عن وظائف ومشاريع للعمل عليها.

مهنة تصميم الرسوميات لها اختصاصات عديدة ومجالات واسعة للعمل، فهي مثل مهنة الطب، حيث يدرس الطبيب نحو أربع إلى خمس سنوات الطب العام ومن ثم يختص بدراسة تخصص معين من الطب لسنة أو ستة مثل اختصاص طب العيون. الأمر مشابه في تصميم الرسوميات، إذ يجب أن تعمل على فهم ودراسة أساسيات التصميم عامة، ويجب أن تتقن العمل على عدة برامج لتصميم وأن تتقن تصميم أنواع مختلفة من التصاميم، قبل أن تحترف وتختص بنوع معين من التصاميم. مصمم واجهة المستخدم على سبيل المثال متتمكن من التصميم العام، ويستطيع تصميم الشعارات والأيقونات والمطبوعات والإعلانات وغير ذلك، إلا أنه تخصص في مجال تصميم واجهات المستخدم واقتصر اسمه بهذا المجال تحديداً، وأصبح يطلق عليه اسم مصمم واجهات مستخدم. وكذلك هناك مصمم هويات بصرية، مصمم مطبوعات إعلانية، مصمم إعلانات وتسويق ووسائل التواصل الاجتماعي، مصمم إنشائي ثلاثي أبعاد، مصمم رسومات بيانية ثابتة ومتحركة وغير ذلك من الاختصاصات التي يتطلبتها سوق العمل والتي تحتاجها الشركات والأفراد.

16.1 أنواع سوق العمل

تنوع أسواق العمل في مجالات التصميم، حيث يبدأ كل مصمم مبتدأ بالعمل الحر المستقل عبر مواقع العمل الحر المختلفة مثل مستقل وخمسات وأمثالها، فيبدأ بطرح خدماته المتنوعة على خمسات، مثل خدمة تصميم الشعارات وخدمة تصميم المطبوعات وخدمة تصميم المنشورات الإعلانية على موقع التواصل الاجتماعي وبطاقات الأعمال وغيرها. يمكنك الاطلاع على صفحة خدمات التصميم في [خمسات](#) للتعرف على ما يقدمه المصممون من خدمات هناك.



ويإمكانك تقديم عروضك على مشاريع التصميم المختلفة على موقع [مستقل](#) حيث يطرح أصحاب المشاريع مشاريعهم وطلباتهم في مجال التصميم ويقدم المصممون بعروضهم لإقناع أصحاب المشاريع باختيارهم لتنفيذ المشروع. أهم ما يساعدك على الفوز بتنفيذ مشروع تصميمي هو الاعتناء بمعرض أعمالك على الموقع، إذ يوفر لك الموقع صفحة خاصة لعرض بها أعمالك، لذلك يجب عليك تنفيذ تصاميم متنوعة باحترافية وأناقة مستفيضاً مما تعلمته من فصول هذا الكتاب، حيث يقرأ أصحاب المشاريع عرضك ثم

يشاهدون معرض أعمالك فإن لم يعجبهم ما رأوه فلن يكون لديك فرصة. يمكنك الاطلاع على صفحة مشاريع التصميم في الموقع لتحصل على فكرة عامة عن كيفية العمل في هذا المجال ضمن هذا الموقع.

هناك مواقع أخرى عربية وأجنبية تتشابه مع فكرة خمسات ومستقل من حيث المبدأ إما بعرض خدماتك أو التقدم بعرضك على المشاريع. وبعد أن تمر فترة زمنية معينة ويصبح لديك خبرة في التصميم بسبب تنفيذك للعديد من المشاريع التصميمية وتقديم العديد من الخدمات أيضًا، يمكنك أن تنتقل للخطوة التالية بثقة أكبر. وهي التخصص، حيث أن أعمالك الحرة السابقة كانت في مجال التصميم العام، والآن ابدأ مع استمرارك بالعمل الحر في التدريب ودراسة اختصاص معين في التصميم، ورکز على بناء معرض أعمالك الذي يبرز مهاراتك في هذا الاختصاص، ثم ابدأ بالتقدم إلى وظائف في شركات أو فرق عمل تصميمية عبر مواقع التوظيف أو شركات التوظيف، وأحد هذه الموقع موقع **بعيد** الذي تطرح فيه الشركات والمؤسسات طلبات توظيف لمختلف الاختصاصات ومن أهمها الاختصاصات التصميمية، يمكنك التقدم للحصول على وظيفة مصمم من خلال هذا الموقع، وعندها ستعمل بدوام محدد وراتب مجاني يتتناسب مع مهاراتك وقدراتك، ومن ثم تبدأ بالعمل على تطوير مكانتك الوظيفية تدريجيًا لترتقي بمنصبك ودخلك. وهذه صورة من صفحة وظائف التصميم في موقع **بعيد**.



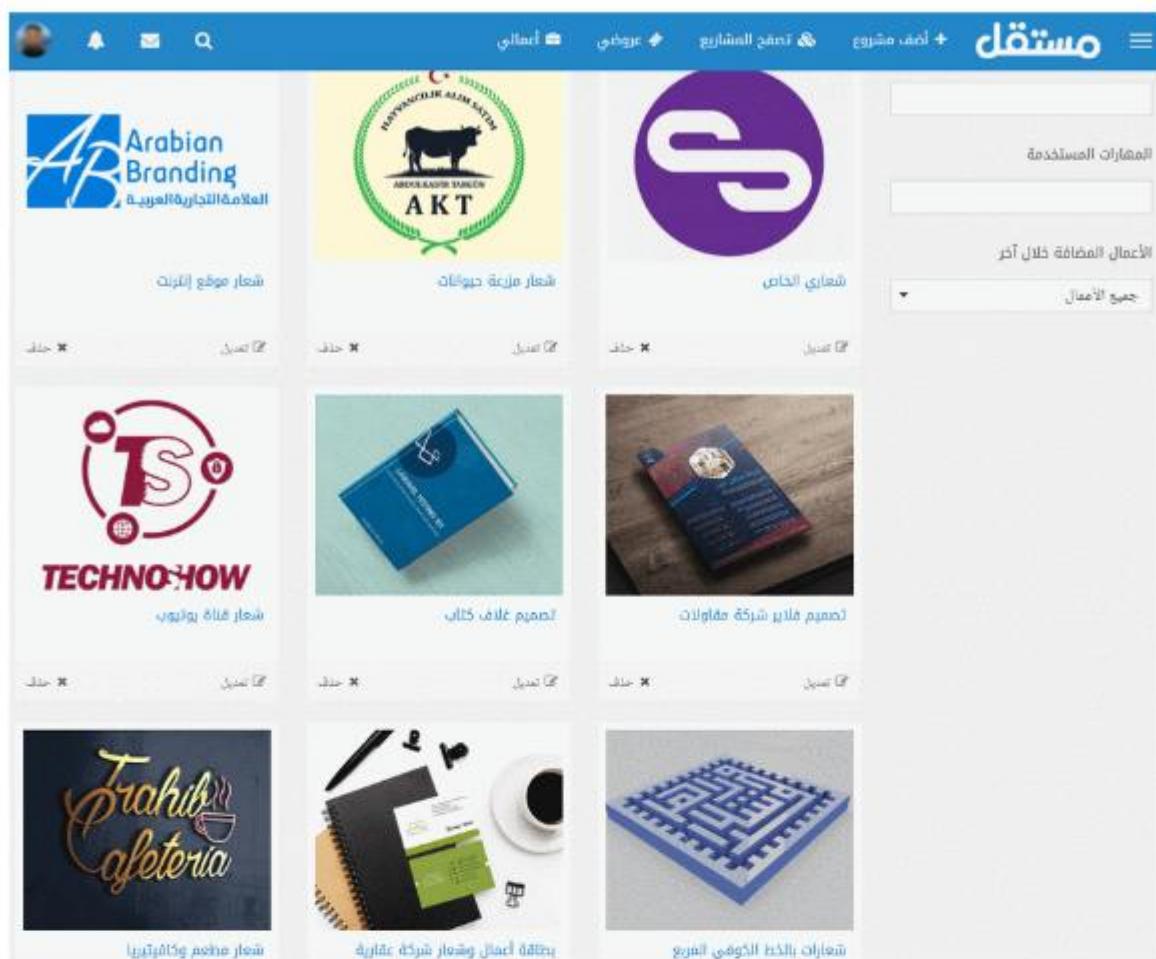
16.2 ما الذي تحتاج إليه لتكون مستعداً للخوض في سوق العمل

لا يمكن للمهندس أن يصبح مهندساً ويقدم للعمل بين ليلة وضحاها، وكذلك أي مهنة أخرى. للتقدم في مهنة تصميم الرسوميات تحتاج إلى بداية صحيحة مثل أية مهنة أخرى، تبدأ من الدراسة طبعاً. تقدم الكثير من الأكاديميات والجامعات الغربية دراسة متكاملة تمتد من ستين فائضاً. ومع قلة توفر التعليم الأكاديمي لهذه المهنة باللغة العربية، فإن هذا الكتاب يعد مرجعاً جيداً لفهم أساسيات التصميم، وإن العمل بنصائحه وتنفيذ قواعده، والالتزام بمبادئه يساعد كثيراً على تخطي مراحل عديدة في مشوار حياتك المهنية.

اقرأ كافية فصول هذا الكتاب وتقييد بتنفيذ القواعد مع الالتزام بالمبادئ ومن ثم تدرب بجهد عبر التطبيق العملي وتعلم كيفية استخدام برامج التصميم، ومن الأفضل أن تشمل تدريباتك التدرب على رسم المخططات المبدئية باستخدام القلم الرصاص والورق، فذلك يساعد بشدة على تصفية الذهن وتجميع الأفكار وهو من الأساليب الرئيسية للابتكار والإبداع.

والأهم هو التدريب المستمر على التطبيق العملي للتصميم عبر إنجاز التصاميم المختلفة باستخدام برامج التصميم المختلفة، وفي بعض الحالات تشرط الشركات التي تريد توظيف مصممين، إلقاء المصمم ببرامج محددة لتقبل بتوظيفه، ومن أشهر البرامج التي يجب على المصمم إتقانها الفوتوشوب والإيلستريتور وكورل درو وأدوبي أفتر إفكت.

والخطوة الأخيرة المهمة لتتمكن من الخوض في سوق العمل بقوة هي بناء معرض أعمال قوي وكثيف ومتنوع ومميز، معرض الأعمال هذا سيتمكنك من خوض غمار أي تحدي للحصول على مشروع أو وظيفة بثقة أكبر، ببساطة تخبر صاحب المشروع أو الوظيفة أن يطلع على معرض أعمالك، وإن كان بالمستوى المطلوب فإن احتمالات قبول عرضك ستكون مرتفعة للغاية.



16.3 أنواع العملاء وكيفية التعامل معهم

كأي مهنة أخرى فإنك ستتعامل مع العملاء طوال الوقت، والعملاء هم بشر طبعاً وللبشر طباع مختلفة، ويجب عليك التعامل مع جميع الأنواع حيث لا يمكنك أن تختار عملائك على هوامش أو ما ترضيه نفسك، هناك عملاء هادئون يجعلونك تشعر بالسعادة في العمل لأجلهم وتتمنى أن يكون جميع العملاء من هذه النوعية، ولكن هناك عملاء آخرون تشعر وكأنهم يعيشون على كوكب آخر من حيث الأفكار والرؤى وأحياناً تشعر بأنهم من القراءة الأشرار الذين يتعاملون معك بسوء وغيرهم الكثير، لذلك دعونا نتعرف على أهم أنواع العملاء وكيفية التعامل معهم:

16.3.1 العميل الهدئ الراضي

هذه النوعية من العملاء تجعلك تشعر بالسعادة لأنك تمارس هذا العمل، وهم يسمحون لك باستخدام إبداعك كما يحلو لك ويستمعون لنصائحك المهنية وهم منفتحون على إجراء أية تعديلات أو حتى لتغيير أفكارهم الشخصية. هذه النوعية من العملاء يجب عليك أن تهتم بهم وتراعي اهتماماتهم لكسب ولائهم

وليعودوا للعمل معك مجدداً، كما يجب أن تقدم لهم حسومات خاصة بهم، ببساطة كما أنهم يعاملونك بطريقة جيدة فيجب عليك أن تفعل بالمثل.

16.3.2 العميل الهدائى المراقب

هذه النوعية من العملاء هادئة عادة ولكنها تحب أن تراقب كل خطوة تقوم بها وأن تبقى على اطلاع مستمر، تشعر بأنهم يتمنون لو أن بإمكانهم التصميم بأنفسهم ليحصلوا على ما يريدون ولكنهم لا يملكون المهارات والأدوات لفعل ذلك. يجب أن تتحلى بالصبر معهم وأن تنفذ طلفهم المستمر بإجراء الاجتماعات المتكررة ومناقشة كل مرحلة من مراحل التصميم، ومن الأفضل أن تسبقهم بطلب الاجتماعات والأخذ برأيهم في كل مرحلة، ويجب أن تطمئنهم باستمرار بأنهم سيحصلون على نتيجة احترافية ومتقدمة، يجب أن تكسب ثقتهم وتساعدهم على الاسترخاء والاطمئنان تجاهك.

16.3.3 العميل المتطلب

هؤلاء يحتاجون إلى الحصول على عينات باستمرار من أعمالك والأهم أنهم يريدون عينة تطابق العمل الذي يريدونه منك، والمشكلة أنهم يجهلون الوقت الذي يتطلبه تصميم عينة فيعتقدون أنك ستحصل على عينة بضغطة زر أو ما شابه، لا يريدون مشاهدة معرض أعمالك فهم غير مهتمين بما أنتجه سابقاً بل هم مهتمون بما ستتجزءه خصيصاً لأجلهم، وفوق ذلك هم لن يدفعوا لك لقاء تصميم العينة، فإن لم تعجبهم سيفادرون ببساطة.

عليك أن تشرح لهم أن معرض أعمالك يتضمن فكرة كافية ووافية عن مهاراتك وإمكانياتك، ويمكن أن يستعينوا بما هو معروض ضمن هذا المعرض كعينات، أما إن كانوا يريدون نموذجاً أولياً لعملهم الخاص بالذات، فعليك أن تشرح لهم بأن ما يطلبونه ليس عينة وإنما مسودة عمل أو نموذج أولي وهو عمل يجب عليهم الدفع مقابلة لأنه يستهلك منك مجهوداً كبيراً ووقتاً، ومن الأفضل في هذه الحالة أن تتفاهم معهم مسبقاً حول جدول زمني للعمل يتضمن مراحل التصميم ومراحل الدفع المتزامنة معها، وعمليات التعديل وعددتها قبل أو بعد تسليم العمل، فإذا ما وصلت لمرحلة المسودة أو النموذج الأولي وشعرت بأنهم يطلبون أمراً آخر أو شيئاً خارجـاً عن قدراتك أو اختصاصك فيمكنك أن توصي بصديق لك يمتلك الاختصاص المناسب لهم ولكن يجب عليهم أن يدفعوا لقاء ما وصلت إليه من عمل.

لذلك يعد استخدام منصات العمل الحر مثل مستقل وخمسات أكثر أمّا وضمانة لحقوقك حيث يعمل فريق الدعم الفني في هذه المنصات على حل أي نزاع وإعطاء كل ذي حق حقه، وتتضمن هذه المنصات تحديد

الجدول الزمني للعمل والقيمة الفعلية إضافة إلى إمكانية طرح مبالغ إضافية لقاء الأعمال الإضافية أو لقاء إنجاز العمل بسرعة أكبر، وهذا ما يسمى بالتطويرات في منصة خمسات أو تعديل العرض في منصة مستقل.

16.3.4 الجاهل بالأسعار

يختلف المقابل المادي الذي يتلقاه كل مصمم عن الآخر فلا يوجد سعر موحد باستثناء موقع العمل الحر التي تعتمد تقديم الخدمات بأسعار واضحة ومحددة مثل **خمسات** لذلك فإن هؤلاء العملاء يتوقعون عادة أسعاراً مختلفة عما يطلبه المصمم وطبقاً عادة ما تكون أقل بكثير، وفي بعض الأحيان قد يطلب المصمم ما 15 دولاراً لقاء تصميم شعار متخصص وحصري بينما يتوقع العميل أن يدفع 5 دولارات فقط، هذه النوعية من العملاء يجب أن تكون واضحاً وصريحاً معهم منذ البداية، بمعنى أن لا تبدأ أي عمل إلا بعد أن تتفاهم معهم على الأسعار فإن لم يعجبهم السعر فيإمكانهم البحث عن مصمم آخر إلا إن أردت منهم تخفيضاً خاصاً بهم.

16.3.5 العميل اللئازي

دائماً ما نصادف هذه النوعية من العملاء، إنهم يتصدرون المصممين الجدد أو الذين يعملون في موقع تضمن لهم أجراً زهيداً بطبيعة الحال، لذلك يحاولون الحصول على خدمات إضافية مقابل مبلغ زهيد، في محاولة منهم لاستغلال هذا المصمم المبتدئ. حصل ذلك معي مرات عديدة وخصوصاً في منصة خمسات حيث يرسل لي عميل رسالة إلى صفحة خدمتي لتصميم الشعارات مقابل خمسة دولارات، ويطلب مني تصميم الشعار وبطاقة أعمال وأيقونة وغلاف صفحة الفيس بوك، كل هذا مقابل خمسة دولارات فقط، ويحاول أن يشعرك بأنه يقدم لك معرفة لأنه سيتعامل معك وقد يبتزك من خلال وعد بأعمال قادمة أو النصح بك لأصدقائه أو كتابة تقييم مميز عن خدماتك. لا تتعامل مع هذه النوعية حتى وإن كنت بحاجة إلى العمل والمال لأنه غالباً لن ينصح أحداً بك ولن يكتب ذلك التقييم المميز ولن يتعامل معك مجدداً. بكل أسف ستضيع وقتك وموهبتك بدون مقابل منطقي.

16.3.6 العميل المتشكي

هو عميل يسعى جاهداً للتشكيك بقدراتك وإمكانياتك بهدف الحصول على خدمات أكثر وبمستوى أعلى لقاء أجور زهيدة أكثر، حيث سيدعى بأن أسعارك مشبوهة وغير واقعية ثم سيستفسر عن خلفيتك العلمية وسيسأل أسئلة عديدة حول عملية التصميم للتشكيك بها. في بعض الأحيان قد يكون هذا العميل محققاً في حرصه على أمواله وأنه يضعها في المكان المناسب وبالقيمة الصحيحة، وفي بعض الأحيان يكون مجرد عميل يريد أن يتذاكى ويحصل على عرض خاص فقط. في هذه الحالة يجب أن تكون مستعداً لشرح كل شيء للعميل وأن تكون أجبتك مقنعة على الدوام، لا تتردد في تقديم أية ضمانات ومعلومات تفيد في طفأته، ثم

ابدأ بطرح أسئلتك أنت عليه لتعلم إن كانت لديه تجربة سلبية مع مصمم قبلك، أو إن كان هناك شيء في عملك لا يعجبه، أو أنه اعتاد دفع مبلغ أقل لمثل هذا العمل في مكان آخر، وغيرها من الأسئلة التي تجعلك تبدو متعاطفًا معه وتقربك منه لحل مشكلة الشك لديه.

16.3.7 العميل الذي لا يعلم ماذا يريد

مز على الكثير من هؤلاء حيث ستكون أنت المصمم العاشر الذي مروا عليه ولم يتفقوا معه، هذا العميل لا يدرى ما هو بحاجة إليه بالتحديد ولذلك يعجز المصممون عن منحه ما يريد، دعه يشرح لك تجربته المريرة مع من سبقك من مصممين ثم أمره بوابل من أسئلتك واستفساراتك، حاول أن تعلم كل ما يتخيله عن العمل الذي يريد وحاول أن تحصل على أمثلة من الواقع تشبه ما يتبادر إلى ذهنه، ثم ابدأ بالعمل خطوة بخطوة من خلال نماذج أولية بسيطة وشاركه بها وأجر التعديلات المناسبة إلى أن تصل معه إلى ما يريد، ولربما من خلال بحثك معه عما يريد قد تكتشف ما يحتاجه فعلاً وتذلل إلى نوعية المصممين الذين يجب أن يتعامل معهم لأنهم اتجه نحو الاختصاص الخاطئ من التصميم.

16.3.8 العميل الذي يعلم تماماً ما يريد

هذا النوع من العملاء يعلم تماماً ماذا يريد وغالباً ما راس هذا الأمر مرات عديدة من قبل، حيث تعامل مع مصممين كثري وتعلم كيف تسير الأمور وحتى أنه قد يملك كل الأدوات التي تحتاجها، مثل كتيب إرشادات الهوية البصرية والشعار ولوحة الألوان وتصاميم مشابهة لما يحتاجه ومعلومات كافية لتصميم ببساطة وسهولة، كل ما يحتاجه منك هو أن تفهم ما يريد هو، لذلك قدم له تقارير متسلسلة تشرح فيها بإيجاز فهمه لما يحتاج إليه وتقريراً مختصراً لما أجزته من أعمال وقائمة بالأعمال التي تنووي تنفيذها، لتجعله يشعر بالاسترخاء والراحة للتعامل معك.

16.3.9 العميل المختفى

يحصل ذلك على الدوام حيث تبدأ بالعمل وتقدم له نماذج أولية ثم تصل إلى مراحل متطرفة من التصميم وربما التصميم الهائي ثم يختفي ببساطة ولا يمكنك التواصل معه بأية طريقة، تستشعر بالخداع وبأنه حصل على ما أراده منك ثم لاذ بالفرار، لا تجعل ذلك يشعرك باليأس والاحباط، حدث هذا مع أغلب المصممين وخصوصاً في بدايات مسيرتهم المهنية، هناك حلول كثيرة يمكنك العمل عليها مثل العمل ضمن منصات تضمن لك حقوقك مثل **مستقل وخمسات** حيث يدفع العميل مقدماً ولا يمكنه التراجع وسحب أمواله، أو إن لم تكن تستخدم هذه الواقع فعليك أن لا تقدم للعميل خلال مراحل التصميم المختلفة أية ملفات مصدرية أصلية ولا أية تصاميم بدقة عالية بل مجرد نماذج مصغررة ويمكنك استخدام العلامات المائية أيضاً، أو يمكنك توقيع عقد

عمل للتصميم يضمن لك حقوقك بحيث يكون موثقاً من قبل جهة حكومية ضامنة تمنع سرقة مجهودك، افعل كل ما يلزم لضمان حقوقك ومنع استغلالك من قبل العميل. ويمكنك طبعاً اللجوء إلى منصات العمل الحر المختلفة لضمان حقوقك وحقوق العميل حتى وإن تطلب ذلك دفع العمولة لتلك المنصات.

16.3.10 العميل ذو سقف التوقعات العالي

هذا النوع من العملاء يتوقعون بجهل أنك تستطيع صنع المعجزات، لأن يتوقعوا أن بإمكانك تغيير نمط ألوان تصميم كامل ببضعة زر أو أن تحول تصميم واجهة ويب سطح مكتب إلى واجهة هاتف محمول ببضعة زر واحدة، هذه النوعية من العملاء يجب أن تصر لهم وأن تحاول شرح تفاصيل عملية التصميم أو التعديل أو التغيير لهم حتى يفهموا كيف تسير الأمور، ومن الأفضل عند تقديمهم أي طلب أن تشرح لهم الوقت الذي يستغرقه وحتى الدفعات الإضافية التي عليهم دفعها إن كان ذلك ضمن العقد المتفق عليه من قبلكم، وفي بعض الحالات يمكن أن تشارك العميل رؤية شاشتك لبعض دقائق عبر Zoom أو Skype أو أي برنامج آخر حتى يرى بنفسه العمل الشاق الذي يترتب عليه إجراء ذلك التعديل أو التصميم ويكتفى عن مضايقتك، سيغضبون باستمرار ظناً منهم بأنك لا تعمل بالسرعة المطلوبة أو أنك لا تأخذهم مشروعهم على محمل الجد.

16.3.11 العميل المهم جداً

هو نوع من العملاء يشعر بأنه مهم للغاية ومميز، ويُشعرك بأنه قد منحك فرصة عظيمة لأن تعمل لصالحه، يخبرك بطريقة أو بأخرى بأنك لست الخيار الوحيد لديه لكنه اختارك لأنك جيد وملتزم بالمواعيد وتقدم تصاميم ذات جودة عالية، وأنه لا يملك الكثير من الوقت لذلك يجب أن تنفذ له تصميمه بسرعة وجودة، يُشعرك هذا النوع بأنك يجب أن ترك كل أعمالك الأخرى وعملاءك الآخرين وأن تعمل له فقط، وإنما ستفقد الوظيفة وستفقد عملياً مهفاً للغاية، ببساطة عامله على أنه مهم وأنك خصصت له كل وقتك وأنك تهتم بكل جزئية من تصميماته.

16.3.12 العميل المستعجل

هو عميل يرسل لك رسالة يقول فيها: "أريدك أن تصمم لي شعاراً وأريده الليلة لو سمحت وسأدفع لك فوراً". هذا عميل غير منطقي، أي شعار أو تصميم سيتم تنفيذه في وقت قصير، لن يكون بجودة عالية وستضحي كمصمم براحةك وستعمل لوقت متأخر وسترهق نفسك بدون فائدة، فلا الشعار سيكون بالمستوى المطلوب ولن يعجب العميل الشعار أصلاً، وستشوه سمعتك وقد يقييك تقييئاً سلبياً بسبب ذلك، ما ينسف عشرات التقييمات الإيجابية التي تعبت شهوراً لتحصيلها. حاول أن تقنعه بمنحك المزيد من الوقت مع وعد بحصوله على تصميم متميز وخاص وبجودة عالية، وإنما يمكنك أن تفكك بجدية في رفض طلبه.

أنا شخصياً أفضل الجودة على السرعة، على سبيل المثال في موقع 99designs الشهير للمصممين المحترفين يتراوح مدة تصميم شعار واحد من أسبوع إلى شهر مقابل عشرات أو حتى مئات الدولارات أحياً لقاء التصميم، بينما يتخيل العميل العربي بأنه يحصل على شعار خلال ساعة واحدة مقابل 5 دولارات فقط.

16.3.13 العميل المتردد

هو عميل يصعب التعامل معه، ببساطة بعد أن تقدم له نموذجاً متقدماً من التصميم يجibك بجملة قريبة من هذه: "نعم عمل جيد، لكن أعتقد أنه يمكن أن يكون أفضل، لا أدري، ما رأيك أنت؟" هذه تعابير كثيرة حول مشروعك بالتأكيد، وسيصعب عليك التعامل معها جميعها، غالباً ما يلجأ هؤلاء إلى أطراف أخرى يستشرونها بشأن تصميمك فيقول أحدهم له نعم إنه جيد ويقول الآخر له يمكن أن يكون أفضل وأخر يجيبه لا أدري قد لا يكون جيداً. هو عميل لا يستطيع تحديد مشاعره تجاه التصميم ويتأثر بأراء الآخرين، فيبدو كأنك تتعامل مع مجموعة من العملاء المتتنوعين في الآراء دفعة واحدة. الأفضل في هذه الحالة أن تقوده بنفسك ولا تسمح للآخرين بالتأثير عليه، اطرح عليه رأيك المهني وأقنعه بجودة التصميم وبادره بالتفكير حول مزايا التصميم، لتغلق الأبواب أمام الآراء الأخرى ويستمع لك وحدك.

16.4 خطوات التصميم

يعلم المصمم بإحدى طريقتين، إما كعامل حرأي مستقل، وإما كموظفي في شركة أو ضمن فريق. قد يتقدم عميل لطلب خدمته أو قد يتقدم هو بعرض لتنفيذ مشروع لعميل أو قد يحصل فريق العمل أو الشركة على مهمة أو وظيفة لتصميم مشروع ما، في كل الحالات يجب أن يمر بمراحل معينة ليبدأ بها عملية التصميم وينجزها بنجاح وسنذكرها من البداية وحتى النهاية.

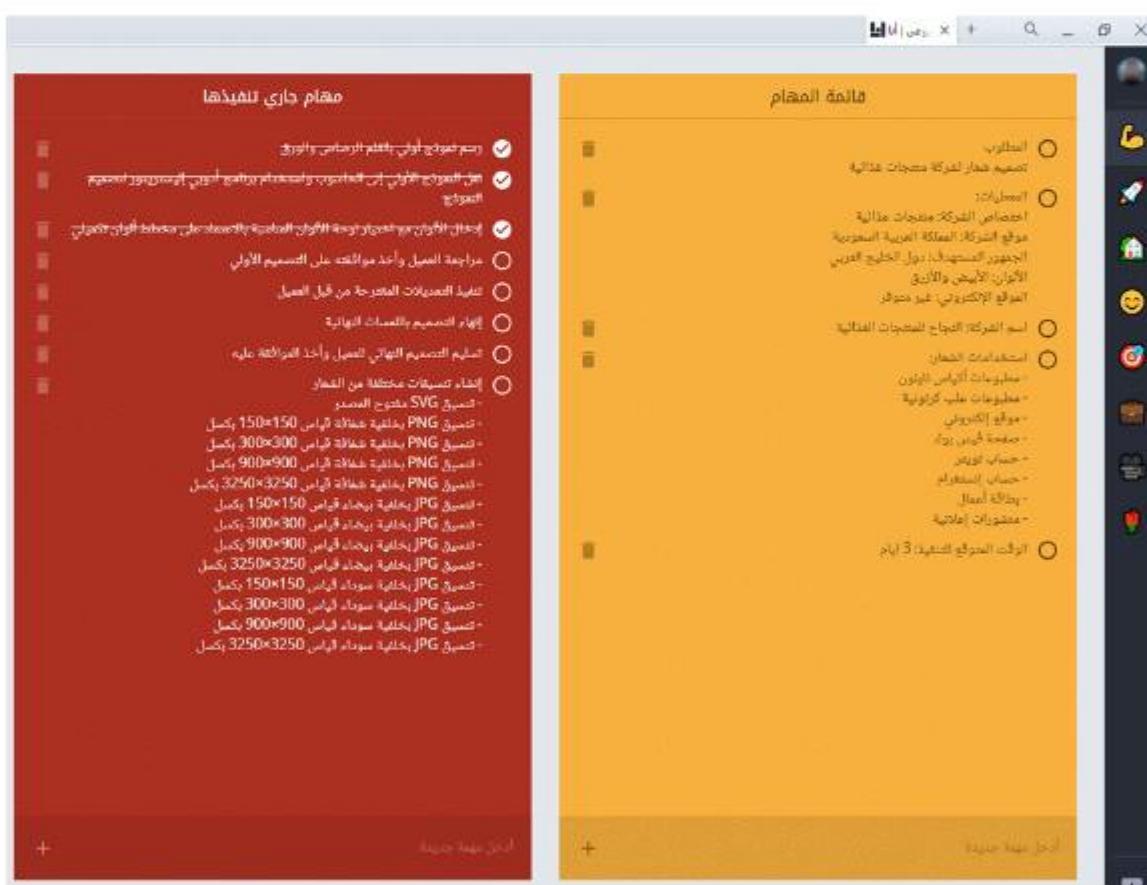
16.4.1 جمع البيانات والمعلومات

يبدا المصمم منذ البداية بفهم متطلبات المشروع من العميل مباشرة أو من مدير الفريق، ما هو المشروع المطلوب؟ قد يكون تصميم شعار أو أيقونة أو هوية بصرية أو واجهة مستخدم أو ملصق إعلاني أو أي نوع آخر، ومن هنا يبدأ بتحضير مسودة المعلومات الأولية ويمكنه الاستعانة بالورقة والقلم أو عبر أحد التطبيقات المساعدة مثل تطبيقات جدولة المهام أو منصة [أنا](#) المجانية التي يمكنك أن تستفيد منها في تحديد كل خطوة من خطوات التصميم. يجب معرفة نوع التصميم والهدف منه ونوعية التصميم وكذلك اسم الجهة صاحبة المشروع وموقعها الإلكتروني وكافة المعلومات المتعلقة بها وبصلب المشروع، والألوان المعتمدة أو يمكن أن

يترك العميل مسألة الألوان لذوق المصمم، وفي حال كان التصميم لشعار فيجب معرفة رغبة العميل في أن يكون هذا الشعار نصياً فقط أم رسومياً أم كلاهما، وكل المعلومات والبيانات التي يستطيع المصمم الحصول عليها من العميل أو مدير الفريق.

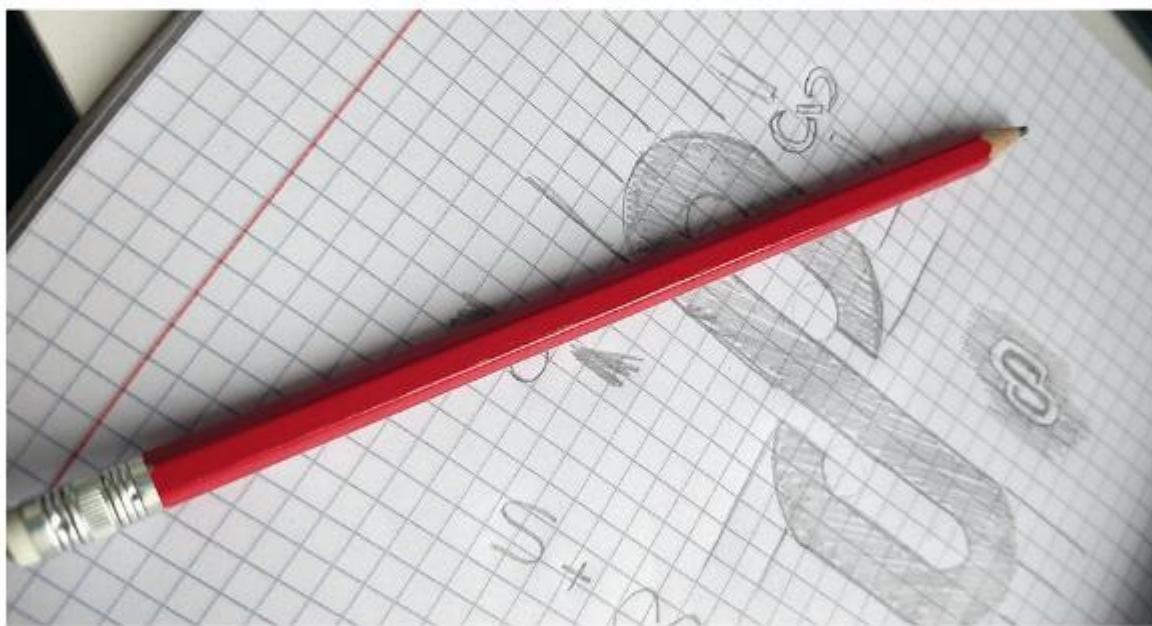
16.4.2 التخطيط

هنا يجب على المصمم أن يكمل لوحة تخطيط العملية التصميمية على أحد برامج جدولة المهام أو عبر منصة **أنا** حتى يستطيع أن يحدد جدولأً زمنياً يلتزم به لإنتهاء المشروع، وب مجرد الانتهاء من تحديد الخطوات والمهام وتحديد المهل الزمنية، من الأفضل أن يضع العميل أو المدير بصورة المهل الزمنية حتى يتتجنب الاستفسارات المتكررة والإلحاح المزعج حول المرحلة التي وصل إليها من العملية التصميمية، ويجب أن يحدد لوحة المعطيات الأولية والمعلومات والبيانات الأساسية، يخطط لخطوات التنفيذ، ويجب عليه الالتزام قدر المستطاع بهذه الخطوات وبالمهل الزمنية التي حددتها لنفسه.



16.4.3 العصف الذهني وبلورة الأفكار

تعد هذه أهم مراحل التصميم، هنا يبدأ الإبداع والإلهام بالظهور لدى المصمم، يبدأ بالتفكير في طريقة تصميم المشروع والاتجاه الذي سيسلكه، والأشكال التي سيسخدمها، والألوان التي سيدمجها. يبدأ برسم مخططات ونماذج أولية باستخدام القلم الرصاص والورق، وطبعاً يستخدم القلم الرصاص لسهولة مسح الأجزاء غير المرغوبة من المخطط حتى لا يتضطر لإعادة رسمه كاملاً في حال أراد التراجع عن بعض الخطوط والأشكال التي رسمها على ورقة جديدة، بكل تأكيد سيستهلك العديد من الأوراق إلى أن يصل إلى نماذج مرضية بالنسبة له. قد يحتاج في بعض الأحيان إلى أفكار مشابهة حتى يستلهم منها مثل البحث عبر الإنترنت عن تصاميم مشابهة للمشروع الذي بين يديه، ثم يستلهم فكرة من هنا ولوئاً من هناك وطريقة تصميم من مكان آخر وأثناء بحثه وإطلاعه يبدأ بتكوين فكرة عما يريد تنفيذها بشرط ألا يكون مشابهاً أو مطابقاً لأعمال تصميمية أخرى اطلع عليها عبر عملية البحث.

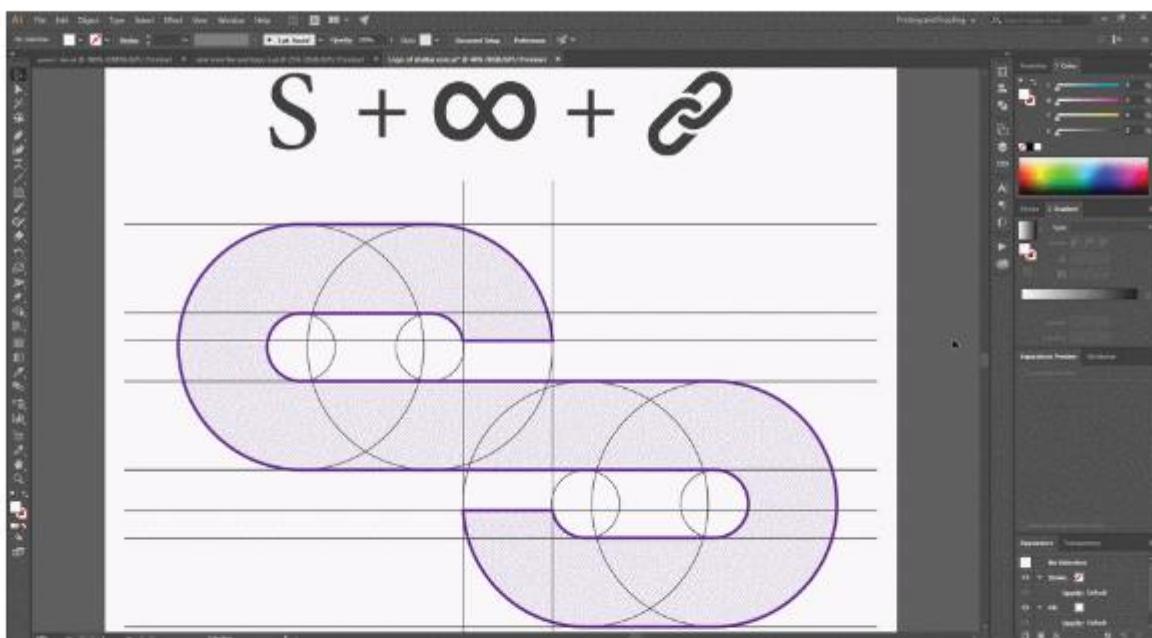


تصميم مبدئي باستخدام الورقة والقلم

16.4.4 التصميم الأولي

في هذه المرحلة يبدأ بنقل النموذج الأولي الذي توصل إليه من الورقة إلى برامج التصميم، حيث يبدأ باستخدام الخطوط والأشكال أو الحروف والأرقام، أيًّا كانت العناصر التي سيسخدمها، المهم أن ينقل النموذج إلى تصميم أولي قد يكونبداية بدون ألوان، ولكن يفضل أن يكون بالألوان لأن معظم العملاء لن يفهموا بأن هذا نموذج أولي وأنه سيختلف ويصبح أفضل بعد التلوين، بل سيرون أنه جامد وغير مريح وقد يرفضون التصميم برمته في هذه الحالة، وغالباً سيغيرون رأيهم إن شاهدوا هذا النموذج بالألوان، فمعظم هؤلاء العملاء

لا يتمتعون بخيال خصب وعادة ما يكونون ضيقين الأفق، فلا يستطيعون تصور المرحلة التالية ويضعون العرائيل في هذه المرحلة بسبب عدم توافر الألوان فقط.



التصميم السابق ذاته بعد أن نقل إلى برنامج التصميم

قد يضطر المصمم في بعض الحالات إلى إنشاء أكثر من تصميم ونموذج أولي بحيث تكون مختلفة عن بعضها لتقديمها إلى العميل حتى يختار بنفسه الأنسب منها ويتابع المصمم العمل على ما وقع عليه اختيار العميل، وبذلك يتتجاوز احتمالية إعادة التصميم.

16.4.5 العرض والنقاش الأولي

يبدأ المصمم في هذه المرحلة في عرض نماذج وتصاميم أولية على العميل أو على مدير الفريق الذي سيعرضها بدوره على العميل أيضًا، وسيبدأ العميل بفرض رأيه بهذه التصاميم، فإذاً أن تعجبه ويتبع المصمم العمل عليها أو أن يطلب تعديلات معينة في التصميم أو الألوان، وقد لا يعجبه التصميم بالكامل ما سيجر المصمم على العودة إلى البداية، ولكن في هذه الحالة يجب أن يجلس المصمم مع العميل في اجتماع مطول ليفهم بالضبط رؤية العميل للتصميم وأفكاره التي يتبنّاها والتي لم تنطبق على تصاميم المصمم، ويمكن حتى أن يطرح أفكارًا معينة أو أمثلة من الواقع حول كيفية شكل التصميم الذي يرغب به حتى يتتجنب المصمم العودة لتكرار الحلقة ويبداً بالعمل على أساس رؤية العميل الصادقة.



الصورة بواسطة [Scott Graham](#) من موقع [Unsplash](#)

16.4.6 التعديلات واللمسات الأخيرة

هنا ينفذ المصمم جميع التعديلات المطلوبة من قبل العميل أو المدير، ويراجع هؤلاء بالتعديلات الجديدة وينفذ أي تعديلات إضافية مطلوبة إلى أن يصل لمرحلة الرضا التام وعدم وجود أية ملاحظات أو تعديلات جديدة. وقد يجري المصمم لمسات نهائية على التصميم مثل قص الأطراف الزائدة هنا وهناك وإزالة بعض العناصر غير المرئية ولكنها موجودة لأنها قد تكون إما شفافة أو بلون الخلفية، وحتى إزالة الخلفية من بعض أنواع من التصاميم، حتى يصبح العمل نظيفاً ومتكاملاً وجاهزاً للتسليم.

16.4.7 التسليم

هنا يجب على المصمم تسليم العمل، ويختلف تسليم العمل من نوع تصميم لآخر، وأيضاً بحسب ما هو متفق عليه مع العميل أو المدير. على سبيل المثال في حالة تصميم الشعار، قد يطلب العميل فقط الملف المصدري بصيغة SVG مثلاً ليتمكن هو من طباعته أو إدراجه في موقعه الإلكتروني، وقد يطلب أكثر من ذلك مثل ملفات الشعار بتنسيقات SVG وAI وPNG وGIF وJPG وقد يطلبه بعدة أحجام لتتناسب مع متطلباته من الطباعة وموقع الإنترن트 ووسائل التواصل الاجتماعي، وقد يطلبه بمنهاج متنوعة مثل التصميم أحادي اللون (مونوكروم) وبتصميم لونين فقط الأبيض والأسود، وقد يطلب تصاميم مختلفة من الشعار نفسه تتعلق

بالتصميم المتجاوب بحيث تظهر التفاصيل المهمة في الأحجام الصغيرة نسبياً من الشعار وهكذا. كل هذا كان في مثال الشعار فحسب، وستنطبق كل هذه الاحتمالات على أنواع التصميم الأخرى مثل الهوية البصرية والواجهة والإعلانات وتصاميم وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها من التصاميم.

16.4.8 المتابعة والتطوير

يجب على المصمم الاحتفاظ بكافة المسودات والنماذج والتصاميم الأولية والنهائية لأي عمل ينفذه وأرشفتها في مساحة تخزينية مخصصة حتى وإن كانت سحابية، حتى يتمكن من تلبية طلبات العميل اللاحقة، فقد يطلب العميل إضافات على التصميم أو تعديلات لاحقة. فعلى سبيل المثال قد يعمل المصمم على شعار لقناة يوتيوب للمعلومات العامة لأحد العملاء، ثم تتطور أعماله ويصبح بحاجة إلى شعارات مشتقة من الشعار الأول لقنوات يوتيوب أخرى باختصاصات أخرى، أو قد يطلب عميل ما أن تصمم له هوية بصرية أو واجهة مستخدم بناءً على تصاميم سابقة قدمتها له.

لذلك يجب على المصمم الاحتفاظ بنسخة أرشيفية عن كل الملفات لكل مشروع نفذه حتى يتمكن من تقديم التعديلات وأعمال جديدة مطورة بناء على الأعمال القديمة.

16.5 عقود وأسعار تصميم الرسوميات

لا توجد صيغة معينة لتسعير الأعمال التصميمية، فهي أعمال لا تعتمد على حسابات التكلفة والموازنة وأجور العاملين أو المصاريف المختلفة، لا يوجد أي شيء من هذا في تصميم الرسوميات، الأمر يعتمد على معايير مختلفة.

16.5.1 أسعار موقع العمل الحر

على المصمم أن يبدأ مسيرته المهنية في موقع العمل الحر ذات الكثافة الكبيرة بالعملاء والطلبات مثل منصة **خمسات**، وذلك لكسب الزخم للانطلاق في عالم التصميم، سيبدأ بالعمل على تصاميم مختلفة مقابل مبالغ زهيدة تبدأ من 5 دولارات عبر تصميم شعار هنا وملصق هناك، وبعد مدة من الزمن وعدد جيد من الخدمات الناجحة، سيبدأ بإضافة تطويرات على خدماته تتضمن زيادة في الأسعار، فتصل أسعار خدماته لعشرين الدولارات، وهذه بداية ممتازة وانطلاقه جيدة لأي مصمم رسوميات مبتدئ.

وبعد أن يكتسب الخبرة الازمة في التصميم والتي تؤهله لحمل لقب مصمم محترف أو نصف محترف، ينتقل إلى منصات تتضمن عوائد مادية أكبر مثل منصة **مستقل**، والتي تتضمن مشاريع تبدأ من 25 دولاراً وقد تصل إلى المئات أو حتى الآلاف في المشاريع المتقدمة، وقد يبدأ بالعمل ضمن فرق مع مصممين آخرين على

مشروع واحد ضخم، ما يكسبه المزيد من الخبرة ويزيد من العوائد المالية طبعاً، وفي هذه الحالة حتى شعار بسيط سيتقاضى مقابلة 25 دولاراً على الأقل وهذا لكونه مصمم محترف.

يمكنك في بعض الواقع الأخرى تحديد قيمة معينة لقاء ساعات العمل، بحيث تخصص مثلاً 10 دولارات للساعة الواحدة، وتقدر أنت والعميل عدد الساعات التي سيطلبها تنفيذ المشروع، وكلما تقدمت أكثر في العمل واكتسبت المزيد من المهارة وأصبحت تصميماتك متميزة ومثيرة لعجب كل العمالء، يمكنك أن ترتفع من سعر ساعاتك للعمل، وقد تصل تسعيرة الساعة لديك إلى 100 دولار.

16.5.2 التسعير خارج موقع العمل الحر

كل ما سبق لا يأس به كبداية في المسيرة المهنية لأي مصمم، ولكن لا يمكن أن يستمر المصمم بالعيش بهذه الطريقة، فهو سيقضي ساعات طوال أمام الحاسوب، يبدع ويتجدد تصاميم مختلفة مقابل بضعة دولارات أو عشرات الدولارات على أكبر تقدير، وقد لا يحصل على مقابل مادي يتراوح بين الألف دولار شهرياً مقابل أكثر من 100 إلى 150 ساعة عمل، هذه الطريقة من العمل تدعو إلى الإحباط والتعب والارهاق، حيث يحتاج المصمم إلى وقت فراغ ليتمكن من تصفية ذهنه حتى يستطيع متابعة الإبداع والابتكار، كما يحتاج إلى وقت خاص ليتصفح آخر المعلومات والتقنيات المستخدمة في التصميم ليستمر في تطوير ذاته ولا يتوقف عند حد معين.

الحل الأنسب هو أن يبدأ في البحث عن طرق أخرى للعمل بعدما أصبح خبيراً واكتسب زخماً في العمل، يمكنه إنشاء موقعه الخاص ووضع معرض أعماله فيه إضافة إلى ربطه بوسائل الدفع المختلفة لتلقي طلبات التصميم عليه ويعمل على تسويق هذا الموقع، ويمكنه إنشاء معرض أعمال مميز على موقع شهير تضم أهم الأعمال الفنية التصميمية مثل موقع [بيهانس](#) حيث قد يتلقى عروضاً من عمالء محتملين لتنفيذ مشاريع مشابهة للأعمال المعروضة.

في هذه الحالة لم يعد المصمم ملزماً بقيمة محددة لقاء المشروع أو لقاء ساعة العمل، بل يستطيع التفاوض مع العميل حول القيمة المقدرة للمشروع والوقت المتوقع لتنفيذه، وفي بعض الحالات وبعض الدول من الأفضل أن يضع عقداً بينه وبين العميل يوقع عليه الطرفان ويلتزمان به لضمان حقوقهما، على سبيل المثال صمم أحد المصممين هوية بصرية لأحد العمالء على أحد مواقع العمل الحر مقابل 250 دولاراً، واستغرق في تصميمها كاملة مع التعديلات والمسات النهائية ثلاثة أيام، وعندما انتقل للعمل لحسابه الشخصي تلقى طلباً من عميل آخر لتصميم هوية بصرية أيضاً، وعلى الرغم من أنه استغرق نفس المدة وصمم هوية بصرية ذات الجودة إلا أنه تلقى ألف دولار لقاء هذا العمل، أي أربعة أضعاف القيمة لقاء نفس المجهود.

ونفس المدة الزمنية، من هنا يبدأ المصمم بتلقي مبالغ مجزية شهرياً ويعمل لمدة أقل وبذلك يحصل على مزيد من الوقت للراحة ولنفسه والأهم لتطوير ذاته.

16.5.3 الوظائف الثابتة

تحتفل العملية بالكامل هنا، ففي هذه الحالة يصبح المصمم موظفاً ضمن شركة أو فريق عمل لأداء مهام وظيفية تتعلق بالتصميم، وهو يحصل في هذه الحالة على راتب ثابت لقاء هذا العمل، وتختلف أجور الموظفين من المصممين من شركة لأخرى ومن دولة لأخرى وبحسب العملة أيضاً. كما تختلف الأجور مقابل المنصب الذي يعمل به المصمم فقد يبدأ كمصمم بسيط لنوع محدد من التصاميم مثل تصاميم إعلانية، ويحصل على راتب بسيط ثم يرتقي شيئاً فشيئاً في السلم الوظيفي إلى أن يصبح مديرًا فنياً، ويكون مسؤولاً عن الرؤية الفنية لكامل فريق التصميم، ويوكلا المهام للمصممين في فريقه ويتابع أعمالهم، عندها سيكون راتبه الشهري مرتفعاً. كما يختلف معدل الدخل الشهري بحسب الاختصاصات التصميمية حيث يتلقى مصمم الأزياء عادة مبالغ أعلى شهرياً بالمقارنة مع مصمم الشعارات فقط مثلاً.

16.5.4 عقود العمل لمشاريع التصميم

يمكن لأي مصمم في معظم دول العالم أن ينشأ عقد عمل تصميم ما بينه وبين العميل لتحديد المسؤوليات لكل طرف وتحديد القيمة المادية للمشروع والمدة الزمنية وباقى الأمور القانونية المترتبة على مخالفة شروط العقد، ويجب المصادقة على العقد من قبل كلا الطرفين ويفضل مصادقته من الدوائر الحكومية ذات الصلة لضمان تنفيذ بنوده وتنفيذ الإجراءات الجزائية المترتبة على مخالفة أي بند فيه.

يمكن إنشاء عقد وتقديمه للعميل ليوافق عليه أو قد يعترض على بعض بنوده ويطلب تعديلاها، المهم أن يوقع الطرفان على العقد المناسب لكليهما لضمان الحقوق والالتزام بالعمل. وفيما يلي نموذج عن عقد يمكن لأي مصمم اعتماده في تعاملاته مع العملاء.

اتفاقية التصميم الجرافيكي

تم إبرام اتفاقية تصميم الرسوميات (التصميم الجرافيك) في _____ / _____ / _____
بين (العميل) _____ وعنوان _____ و(المصمم) _____ وعنوان _____

١. وصف المضمون:

يرغب العميل في تعين مصمم لتقديم خدمات التصميم الجرافيكى. المستندات المحددة المطلوبة والمطلبات والتفاصيل المطلوبة في تلك المستندات حسب طلب العميل هي كما يلى ("المخرجات"):

٢. الجدول الزمني:

تفق الطرفان على العدول الزمني التالي:

التصميم الأولي:

موافقة / تعليق العميل:

تصميم نهائی:

٢. موافقة العمل والمرجعات:

يجب على العميل الموافقة على جميع المواد قبل الانتهاء من المشروع. يحق للعميل طلب عدد _____ من التقييمات.
أي مراجعات تتجاوز العدد _____ يتم تحميلها بمعدل _____ دولارًا أمريكيًا للتتعديل الواحد.

٤. الدفتر

يُوافق الطرفان على شروط الدفع التالية:

٥. السرية:

أثناء سريان هذه الاتفاقية، قد يكون من الضروري للعميل مشاركة معلومات الملكية، بما في ذلك الأسرار التجارية، والمعرفة الصناعية، وغيرها من المعلومات السرية إلى المصمم لكي يكمل المصمم خدمات التصميم الجرافيكي والتسليمات في شكلها النهائي. لن يشارك المصمم أياً من معلومات الملكية هذه في أي وقت. ولن يستخدم المصمم أيضاً أياً من معلومات الملكية هذه لمصلحة الشخصية في أي وقت. يظل هذا القسم ساري المفعول والتأثير حتى بعد إنتهاء الاتفاقية بإنهاها الطبيعي أو الإنهاء المبكر من قبل أي من الطرفين.

٦. الإنتهاء:

تنتهي هذه الاتفاقية تلقائياً عند قبول العميل للتسليمات. بخلاف ذلك ، يجوز إنهاء هذه الاتفاقية في أي وقت من قبل أي من الطرفين بناءً على إشعار كتابي للطرف الآخر. سيكون العميل مسؤولاً عن جميع التكاليف والنفقات المتکبدة قبل تاريخ الإنتهاء.

عند الإنتهاء، يجب على المصمم إعادة جميع محتوى العميل والمواد وجميع نسخ التسليمات إلى العميل في أقرب وقت ممكن، وبحيث لا تتجاوز مدة ثلاثة (٣٠) يوماً من تاريخ الإنتهاء.

٧. حقوق الملكية:

يستمر العميل في امتلاك أي وجميع معلومات الملكية التي يشاركها مع المصمم خلال مدة هذه الاتفاقية لأغراض الاتفاقية. لا يمتلك المصمم أي حقوق في هذه المعلومات الخاصة ولا يجوز له استخدامها إلا لإكمال خدمات تصميم الجرافيك. عند الانتهاء من الاتفاقية، سيمتلك العميل التسليمات النهائية للتصميم الجرافيكي.

بينما يقوم المصمم بتخصيص تسليمات التصميم الجرافيكي للعميل وفقاً لمواصفات العميل، يدرك العميل أن تصميمات الجرافيك يمكن أن يكون لها هيكل وأساس مشترك. يستمر المصمم في امتلاك أي وجميع تصميمات القوالب التي قد تكون قد أنشأها قبل هذه الاتفاقية. سيمتلك المصمم أيضاً أي تصميمات للقوالب قد يقوم بإنشائها كنتيجة لهذه الاتفاقية.

٨. الإقرارات والضمانات:

المصمم: يقر المصمم ويضمن أن للعميل الحق في الدخول في هذه الاتفاقية وتنفيذها. يقر المصمم ويضمن أيضاً أن للعميل الحق في استخدام وتوزيع التصميمات التي تم إنشاؤها للعميل وأن هذه التصميمات ليست مملوكة لأي شخص آخر على حد علم المصمم. في حالة عدم امتلاك المصمم لهذه الحقوق، فسوف يقوم المصمم بسداد أي أضرار مرتبطة قد يتعرض لها العميل أو سيتحمل المسؤلية حتى لا يتعرض العميل لأي أضرار.

العميل: يقر العميل ويضمن أن للمصمم الحق في استخدام أي معلومات ملكية، بما في ذلك، على سبيل المثال لا الحصر، الأسرار التجارية والعلامات التجارية والشعارات وحقوق التأليف والنشر والصور والبيانات والأرقام والمحفوظ وما شابه ذلك الذي قد يوفره إلى المصمم ليتم تضمينه في هذا العمل. في حالة عدم امتلاك العميل لهذه الحقوق، سيقوم العميل بسداد أي أضرار مرتبطة قد يتعرض لها المصمم أو سيتحمل المسؤلية حتى لا يتعرض المصمم لأية أضرار.

٩. إخلاء المسؤولية عن الضمانات:

يجب على المصمم إكمال خدمات التصميم الجرافيكي لأغراض العميل وبمواصفات العميل. لا يتعهد المصمم أو يضمن أن هذه المنجزات ستتشتت أو أرباح إضافية أو مبيعات أو تحقق الاعتراف بالعلامة التجارية أو ما شابه ذلك. لا يتحمل المصمم أي مسؤولية تجاه العميل إذا كانت العناصر القابلة للتنفيذ لا تؤدي إلى النتيجة (النتائج) المرغوبة للعميل.

١٠. تحديد المسؤولية:

تحت أي ظرف من الظروف، لن يكون أي طرف مسؤولاً تجاه الطرف الآخر أو أي طرف ثالث عن أي أضرار ناتجة عن أي جزء من هذه الاتفاقية مثل، على سبيل المثال لا الحصر، خسارة الإيرادات أو الفشل المتوقع في الربح أو خسارة التأخير أو التوصيل.

١١. قابلية الفصل:

في حالة اعتبار أي حكم من أحكام هذه الاتفاقية غير صالح أو غير قابل للتنفيذ، كلياً أو جزئياً، يجب فصل هذا الجزء عن بقية الاتفاقية ويجب أن تظل جميع الأحكام الأخرى سارية المفعول وسارية المفعول تعني أنها صالحة وقابلة للتنفيذ.

١٢. الرسوم القانونية:

في حالة حدوث نزاع أدى إلى اتخاذ إجراء قانوني، يحق للطرف الناجح الحصول على أتعابه القانونية، بما في ذلك، على سبيل المثال لا الحصر، أتعاب المحاماة.

١٣. اتفاقية قانونية وملزمة:

هذه الاتفاقية قانونية وملزمة بين الطرفين كما هو مذكور أعلاه. قد يتم الدخول في هذه الاتفاقية وهي قانونية وملزمة في جميع دول العالم. يقر كل طرف بأن لديه سلطة إبرام هذه الاتفاقية.

١٤. القانون الحاكم والاختصاص القضائي:

يتفق الطرفان على أن هذه الاتفاقية يجب أن تحكمها الدولة و / أو الدولة التي يمارس فيها الطرفان الأعمال التجارية. في حالة قيام الطرفين بأعمال تجارية في دول و / أو دول مختلفة ، تخضع هذه الاتفاقية لقانون _____.

١٥. الاتفاقية الكاملة:

يقر الطرفان ويوافقان على أن هذه الاتفاقية تمثل الاتفاقية الكاملة بين الطرفين. في حالة رغبة الأطراف في تغيير أو إضافة أو تعديل أي شروط بأي طريقة أخرى، يجب عليهم القيام بذلك كتابةً ليتم التوقيع عليها من قبل الطرفين.

يوافق الطرفان على الشروط والأحكام الموضحة أعلاه كما يتضح من توقيعاتهم على النحو التالي:

"المصمم"

الاسم الثلاثي: _____
التوقيع: _____
التاريخ: _____

"العميل"

الاسم الثلاثي: _____
التوقيع: _____
التاريخ: _____

يمكن للمصمم أن يكتب العقد الذي يناسبه، حيث ستختلف العقود تبعًا لاختلاف المشروع التصميمي وتبعًا للعميل. هناك الكثير من نماذج العقود عبر الإنترنت يمكنك الاطلاع عليها و اختيار الأنساب منها بحسب طبيعة العمل. ولكن لا أنصح المصممين بالاتجاه نحو توقيع عقد مع الأفراد وإنما مع الشركات الكبيرة التي ستلتزم بالعقد أكثر من الأفراد، وذلك لتجنب حالات الاحتيال، إذ أن معظم الدول العربية لا تتضمن قوانين ناظمة لمثل هذه العقود وقد لا يعترف القانون بها على عكس الدول الأجنبية، ومن الأفضل تحديد تقديم دفعات متزامنة مع تنفيذ العقد بحيث تتوقف عن العمل لحظة توقف الطرف الآخر عن الدفع لضمان حقوقك أيضًا.

بينما تجدر الإشارة إلى أن نص المشاريع في منصة مستقل أو المنصات المشابهة تعد عقود عمل معترف بها من قبل المنصة وقسم الدعم الفني فيها والذين سيعملون على إحقاق الحق في حال المنازعات بناء على هذا العقد المتمثل بصفحة مناقشة المشروع أو الخدمة.

16.6 نصائح عامة لتطوير مسارك المهني في تصميم الرسوميات

بعد أن أكملنا رحلتنا مع كتاب أساسيات تصميم الرسوميات، وتعلمنا قواعدها ومبادئها وبرامجهما وعنصرها، وكيفية ممارسة هذه المهنة والبدء بمشوار المسيرة المهنية عبر مختلف الاختصاصات والمنصات، يجب علينا ألا نتوقف عند مستوى معين في مسيرتنا المهنية، بل يجب أن نطور من مهاراتنا التصميمية لاستمر في التقدم والتطور. هناك بعض الإجراءات والنصائح التي يمكن للمصمم اتباعها لتطوير ذاته في تصميم الرسوميات والتقدم أكثر في مسيرته المهنية.

16.6.1 إتقان مهارات جديدة

إن صناعة تصميم الرسوميات سريعة التطور، دائمًا ما يظهر أسلوب تصميم جديد وبرنامج تصميم جديد وأختصاص تصميم جديد وهكذا، لذلك من المهم البقاء على اطلاع بأخر التطورات للتأكد من أن لديك المهارات التي يبحث عنها أصحاب العمل حالياً.

يجب استثمار بعض الوقت لتوسيع قائمة مهارات التصميم لديك، يتضمن ذلك تطوير كل من المهارات الصعبة (مثل معرفة كيفية استخدام أحد البرامج) وكذلك المهارات الشخصية (مثل إدارة الوقت وإدارة العلاقات مع العملاء).

على سبيل المثال حاول أن تمتلك جهاز رسم لوحي مثل أجهزة Wacom أو الأجهزة المماثلة، وعند إتقان استخدامها يمكنك أن تضيفها إلى ملفك الشخصي كمصمم على بعيد أو سواه بحيث تبرزها كمهارة استثنائية لا يملكها الكثير من المصممين مما يمنحك مصداقية أكبر لدى أرباب العمل.

16.6.2 تطوير القدرة على إدارة الوقت

يعتبر هذا الأمر ضرورة ملحة للمصممين حتى لا يضيع منهم الوقت ويفقدوا التركيز ويفشلوا في تسليم التصاميم والأعمال ضمن المهل الزمنية المحددة، فعندما تكون قادرًا على إكمال مشاريعك بسرعة أكبر من المعتاد وتنفيذ أكثر من مشروع في آن معاً فإن هذا يعزز من فرصك في الحصول على المزيد من الأعمال لصالح المزيد من العملاء وبالتالي زيادة الدخل العام ما يمنحك القدرة على تطوير العتاد الذي تستخدмаه في التصميم والذي سيؤدي بدوره إلى تطوير مهاراتك التصميمية أكثر وبذلك تتطور مسيرتك المهنية أكثر بالمقابل.

16.6.3 كتابة مقالات وتدوينات

حاول أن تجد بعض أوقات الفراغ لكتابية مقالات في موقعك أو بعض الموقع الشهير للكتابة والتدوينات كما في بعض المدونات المختصة حول الأساليب التصميمية الحديثة وطرق تصميم بعض اللوحات والأعمال وشروحات بعض وظائف بعض برامج وأدوات التصميم، هذا يعزز من ثقافتك وينهي مقدرتك ويزيد من جمهورك وبالتالي من فرص وصول المزيد من العملاء المهتمين إليك، فالمصممون المحترفون المشهورون حصلوا على معظم شهرتهم من المقالات التي كتبوها والتي استغلوها لاحقًا للتعریف بهم وبأعمالهم ومهاراتهم.

16.6.4 استمرارية التدريب

مهما بلغت من مراتب المعرفة والخبرة في التصميم فلا بد أن هناك الكثير مما ينقصك، لذلك لا مشكلة في تعلم المزيد بين الحين والآخر عبر اتباع دورات مختصة وإن كانت لمستويات متقدمة في أساليب أو برامج التصميم، أو حتى يمكنك الالتحاق بجامعة ما وإن كانت بلغة غير العربية بغية زيادة المعلومات الأكademie في علوم التصميم والحصول على شهادة جامعية ترفع من موثociتك لدى الشركات حول العالم وتحنك وظائف في التصميم بسهولة وبمرتبات مرتفعة بناء على درجة شهادتك الجامعية.

استمر في تقوية مهاراتك في استخدام البرامج الأساسية مثل الفوتوشوب والإيليستريتور وجمب وإنكسكيب وغيرها من البرامج لأنك مهما أتقنت استخدامها فإنه لا زلت تجهل بعض أدواتها ومرشحاتها ومميزاتها. وأضف إلى قائمة مهاراتك تعلم برامج جديدة مثل الكورل درو المطلوب بقوة وخاصة للتصاميم الطباعية والإعلانية لما له مميزات قوية في الربط مع العتاد الخاص بالمنتجات الإعلانية. طور مهاراتك في استخدام إن ديزاين أو سكريبيوس لتصميم الكتب المطبوعة والإلكترونية وخصوصاً لجهة تصميم المستندات التفاعلية عبر الإنترنت.

16.6.5 تقوية المهارات في التواصل واللغة

التواصل مهم جدًا في عمل المصمم فإن كان يعمل ضمن فريق فمن المهم أن يمتلك مهارة التواصل مع باقي أعضاء الفريق بغية تحقيق أكبر قدر من الانسجام وبالتالي زيادة الإنتاجية العامة للفريق، وفي حال التواصل مع العملاء فإن مهارة التواصل معهم تعد أحد أهم أساسيات النجاح في العمل الحر في مجال التصميم، بحيث تتجنب سوء الفهم والاختلاف في وجهات النظر، وتنجح بناءً على تعاملك الرائع معهم.

كما يجب إتقان اللغة الإنجليزية بصورة أساسية نظرًا لأن الغالبية العظمى من برامج التصميم تعمل بهذه اللغة إضافة إلى أن أهم الواقع المختص بالأعمال التصميمية الرسمية تنشر المقالات حول هذا المجال باللغة الإنجليزية، لذلك لابد من تقوية مهارات استخدام هذه اللغة عبر التطوير الذاتي أو عبر الدورات الخاصة بالتقوية في هذه اللغة.

16.6.6 اكتشاف اختصاصات جديدة في تصميم الرسوميات

من المهم أن تحاول التعزف على الاختصاصات الأخرى المتنوعة في تصميم الرسوميات وألا تتوقف عند اختصاص معين لأنك قد تجد أن لديك إمكانات ومهارات أفضل في اختصاص جديد وبالتالي تنجح في تطوير ذاتك في ذلك الاتجاه، أو تستطيع زيادة القاعدة المعرفية لديك وتزيد من تعداد الاختصاصات والمهارات والقدرة على تبنيها في ملفك الشخصي كمصمم، مما يزيد فرصك في الحصول على مشاريع أكثر ووظائف أكثر وبمعدلات تسير أعلى.

16.6.7 البحث عن الإلهام في أعمال المصممين المحترفين

مهنة التصميم مهنة جميلة وفريدة، لأنك ستشاهد باستمرار أعمالاً ستردها من روتها ومن التقنية والأسلوب المستخدم في تنفيذها، مشاهدة الأعمال الجديدة والمتميزة لأشهر المصممين وكذلك لمجموعات متنوعة من المصممين المحترفين على أشهر مواقع عرض التصاميم الفنية في العالم، ستساعدك بالتأكيد على تنمية فكرك وعقلك، وتساعدك أيضًا على اكتساب الإلهام لأفكارك الخاصة وتصاميمك، لتستمر في الإبداع والابتكار والتجدد، ولا تتوقف عن ردم معين من الأساليب التصميمية التي تشعر عملاً بك بالملل من أسلوبك، وسيدفعهم للبحث عن التجديد والتغيير لإيجاد أفكار جديدة لتصاميم عصرية ومميزة. أشهر هذه الواقع [Behance](#) و [Dribbble](#) و [DeviantArt](#).

16.6.8 تحديث معرض الأعمال باستمار

إن تحديث معرض الأعمال هو أسرع طريقة للانتقال بمهنتك للمستوى التالي، لأن العمالء سيحكمون عليك غالباً عبر معرض أعمالك، فقد أظهرت الدراسات أن 71% على الأقل من أصحاب العمل يرون أن جودة معرض الأعمال تؤثر على قرارهم بشأن توظيف أو التعامل مع المصمم. لذلك اهتم بمعرض أعمالك باستمرار وأضف المزيد من الأعمال العصرية والأساليب الجديدة ولا تبقى معرض أعمالك يضم أعمالاً من نمط واحد وأسلوب محدد فقط بل اعتمد التنوع والحداثة باستمرار. يمكنك الاعتماد على صفحة معرض أعمالك في مستقل حتى ملفك الشخصي في بعيد أو نماذج أعمالك من خدماتك في خمسات، أو يمكنك العمل على تأسيس موقعك الشخصي الذي سيتضمن بشكل رئيسي معرض أعمالك الخاص.

16.7 اصنع هويتك التجارية بنفسك

كمصمم محترف، فأنت بحاجة إلى هوية تجارية وبصرية تميزك عن باقي المصممين، وتساعدك على تسويق نفسك وتسيير خدماتك التصميمية، لذلك يجب أن تعمل على إنشاء موقعك الشخصي المهني الذي يتضمن معرض أعمالك ونماذج من أعمالك التينفذتها، ومقالات ودورات وشروحات حول التصميم وأساليبه وبرامجه وتطبيقاته المختلفة، إضافة إلى ذكر مجموعة من أشهر وأهم العمالء الذين عملت لصالحهم، مع إبراز مستوى مهاراتك في استخدام البرامج التصميمية.

كل هذا يبدأ من تصميمك لشعارك الخاص الذي سيكون علامتك المائية على نماذج تصاميمك، ويكون الشعار الذي تزين به موقعك. يمكنك أيضاً تصميم وطباعة بطاقات أعمالك الخاصة وملصقاتك أيضاً، ولا تنس تسويق خدماتك في موقع التواصل الاجتماعي باستخدام تصاميم تبرز مهاراتك وقدراتك مع ربطها إلى موقع خدماتك. وقد يكون من الأفضل استخدام أساليب التسويق المدفوعة لضمان الوصول إلى أكبر شريحة من العمالء المحتملين والمهتمين الذين سيصبحون عمالءك لاحقاً، لتزيد من قاعدتك الجماهيرية وبالتالي تزداد أعمالك ويرتفع مستوى دخلك أيضاً.

16.8 خاتمة

ذكرنا في هذا الفصل أهم النقاط المتعلقة بعمل المصمم ومسيرته المهنية من البداية إلى الاحتراف، ويمكن لأي مصمم أن يختار الطريق المناسب له ويمكن أن يتجاوز المراحل بسرعة أكبر من غيره بحسب قدراته على إقناع العمالء بالتعامل معه عبر موقع العمل الحر كبداية، ليتمكن من اكتساب الزخم والثقة والمهارة والخبرة، ليتقدم للخطوة التالية ويبدا العمل لحسابه أو ضمن شركة أو فريق عمل، ويحصل على مداخل أعلى وأفضل.

17. مواقع العمل الحر والعمل عن بعد

لتصميم الرسوميات

منصات العمل الحر عبر الإنترنت كثيرة جدًا ومتنوعة، بعضها موجود كمنصة متكاملة على الإنترنت والبعض الآخر موجود كتطبيق على الهواتف المحمولة ومنها من يمتلك كلا التطبيقيين. لهذه المنصات مزايا عديدة من أهمها أنها توفر للمستقل (العامل الحر) فرصة لعرض خدماته وممارسة نشاطاته مقابل عوائد مادية مع ضمان حقوقه كاملة من قبل المنصة، وبالتالي مع ذلك تقدم هذه المنصات فرصة للشركات المتوسطة والصغيرة وكذلك للأفراد العاديين للحصول على خدمات متنوعة من قبل مستقلين وبمقابل مادي زهيد بالموازنة مع مؤسسات التصميم الاحترافية التي تقدم نفس الخدمات.

يعمل المصممون على تقديم خدماتهم وعرضهم للعمل على مشاريع التصميم المختلفة لقاء مبلغ مالي يضمن حصولهم عليه سياسات المنصة التي تفرض على صاحب المشروع أو طالب الخدمة أن يدفع المال مسبقاً لاحتفظ به المنصة حتى فترة من الزمن بعد تسليم العمل لحل أية مشاكل أو منازعات قد تطرأ بين الطرفين وإعطاء كل ذي حق حقه.

ويجب التمييز بين العمل الحر والعمل عن بعد، مع أن كلاهما يتمحوران حول الصفة ذاتها، بحيث يعمل هذا العامل من منزله أو أي مكان وفق فترات عمل مريحة، ولكن العامل الحر يعمل لنفسه فقط وليس لصالح أي شركة أو مؤسسة ويتقاضى أتعابه لقاء كمية الأعمال التي ينفذها ولقاء ما يتافق عليه مع العملاء، بينما العامل عن بعد يعمل لصالح شركة أو مؤسسة عن بعد، بحيث يعمل من منزله أو أي مكان يريده، وضمن فترات عمل مرنة بحسب الاتفاق مع الشركة، ويتقاضى راتباً ثابتاً من قبل الشركة، ويلتزم بتعليمات النظام الداخلي للشركة

بالكامل. لهذا يجب علينا التمييز بينهما، وخصوصاً أننا سنتحدث في هذا الفصل عن منصات العمل الأشهر على الويب العربي، وهما منصات خمسات ومستقل للعمل الحر، ومنصة بعيد للعمل عن بعد.

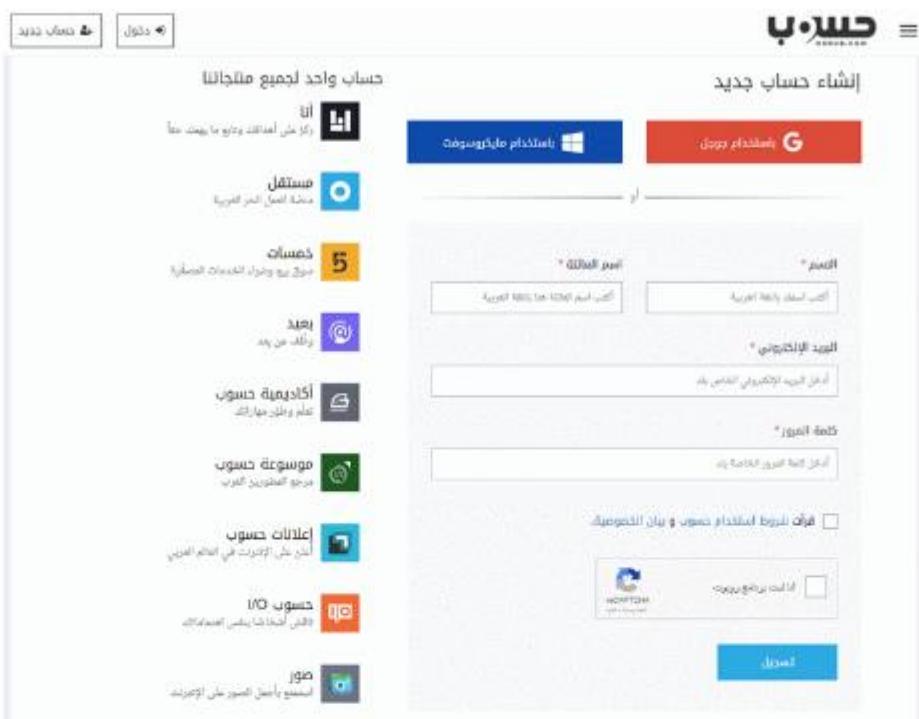
17.1 حساب حسوب الموحد

جميع هذه المنصات تتبع لشركة حسوب، التي أثبتت على تطوير الويب العربي وخلق الفرص للشباب العربي للعمل والاستثمار والتوظيف من خلال منصات عربية تفنيهم عن المنصات الأجنبية، مراعية بذلك المبادئ والقيم التي تتميز بها الشعوب العربية. وقد وفرت حسوب حساباً موحداً لكافة منصاتها وذلك لتسهيل استخدام هذه المنصات والتنقل بينها دون الحاجة للتسجيل لكل منصة في كل مرة، لذلك يكفي إنشاء حساب واحد في موقع حساب حسوب الموحد لاستخدام كافة المنصات. يمكننا تسجيل حساب جديد من أي منصة من منصات حسوب عبر خيار حساب جديد أعلى يسار الصفحة، أو استخدام خيار دخول في حال امتلاكتنا المسبق لحساب ضمن منصات حسوب.

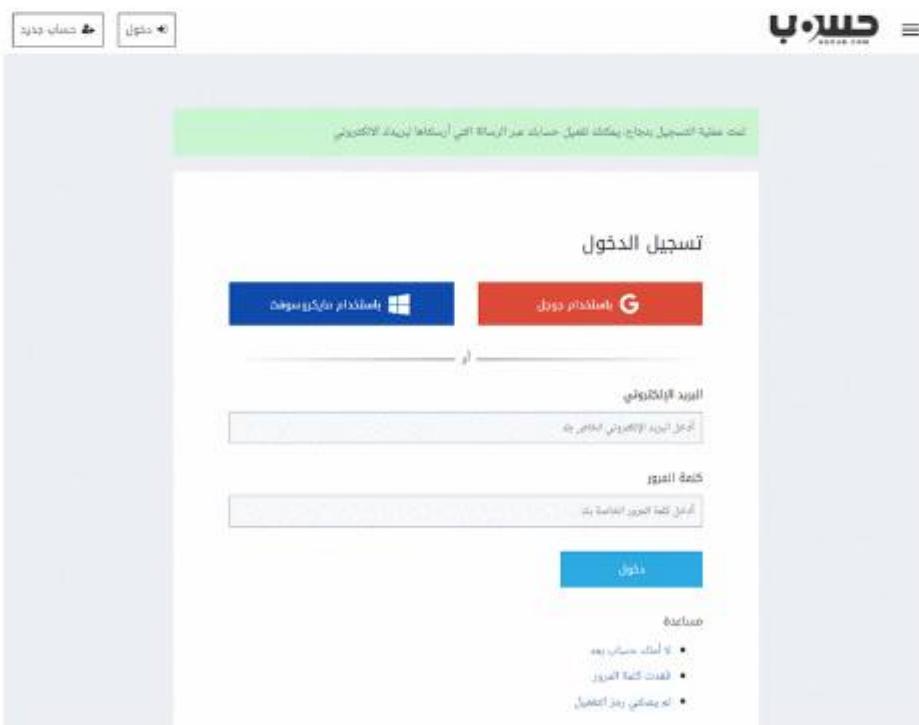
انقر من أي منصة من منصات حسوب على خيار حساب جديد أعلى يسار الصفحة، دعونا نبدأ من منصة [خمسات](#) لنعمل على تسجيل جديد حساب عبرها.

The screenshot shows the 5miles (خمسات) website homepage. At the top, there is a navigation bar with links for 'حساب جديد' (New Account), 'دخول' (Log In), and 'التصنيفات' (Categories). The main heading reads 'أكبر سوق عربي لبيع وشراء الخدمات المصغرة' (The largest Arabic platform for buying and selling small services). Below this, a sub-headline says 'أنجز أعمالك بسهولة وأمان بأسعار تبدأ من \$5 فقط' (Complete your work easily and safely at prices starting from \$5). A green button labeled 'ابدا الان' (Start now) is visible. The page features a decorative background with a potted plant and a smiling sun. A section titled 'كلية الخدمات الإبداعية والاحترافية لتطوير وتنمية أعمالك' (A college of creative and professional services for developing and growing your business) is shown, along with four service categories: 'تدريب عن بعد' (Online training), 'تسويق الكتروني' (Electronic marketing), 'برمجة وتطوير' (Programming and development), and 'أعمال' (Business). There are also two smaller, partially visible images at the bottom.

ستنتقل تلقائياً إلى صفحة الحساب الموحد لحاسوب، يمكنك استخدام أحد حساباتك على جوجل أو مايكروسوفت لتسجيل حساب جديد، أو أدخل بياناتك في الخانات الفارغة ومن ثم انقر على زر تسجيل.



ستظهر لك صفحة تشير بنجاح عملية التسجيل، ولتفعيل حسابك الجديد هذا، عليك أن تفتح بريدك الإلكتروني وأن تفغل الحساب من خلال الرسالة التي ستصلك من حاسوب لأجل ذلك.



بمجرد النقر على زر التفعيل المرسل برسالة إلى بريدك الإلكتروني ستفتح لك صفحة جديدة تطلب منك إدخال اسم المستخدم بالأحرف الإنجليزية لاستخدامه ضمن تعاملاتك في المنصة.



الصفحة الأخيرة ستظهر لك في كل منصة من منصات حسوب عند الدخول إليها لأول مرة حيث يطلب منك إدخال اسم المستخدم بالأحرف الإنجليزية والأرقام فقط.

ويجب العودة إلى حسابك على حسوب الموحد لتعديله وإضافة صورتك ومعلوماتك الشخصية إضافة إلى توثيق هويتك لتمكن من استخدام كافة منصات حسوب ونشر خدماتك وتقديم عروضك وكسب أرباحك بطريقة قانونية دون مشاكل أو مساعلات. انقر على صورة ملفك الشخصي أعلى يسار الصفحة واختر تعديل الحساب من القائمة المنسدلة.



في صفحة حسابك على حسوب الموحد أدخل بياناتك الصحيحة مع إدراج صورتك وتأكيد هاتفك المحمول ثم احفظ هذه التعديلات.

الملفوظات الشخصية

الاسم * محمد

النوعة * العربية

الدولة * إندونيسيا

تاريخ المولود * ٢٠١٣

الجنس * اختر الجنس من المثلثة

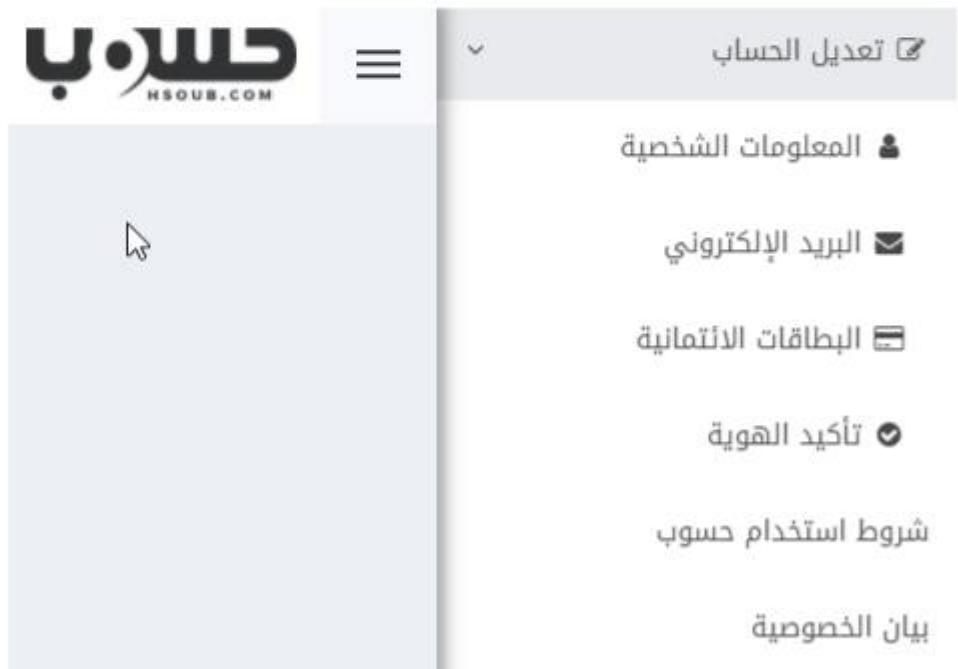
رقم الجوال * +971

أتم يوم الاربعاء

تقوير كلية العزوز

حفظ التغييرات

ولتأكيد هويتك انقر على أيقونة القائمة أعلى يمين الصفحة ثم اختر خيار تأكيد الهوية.



تظهر لك صفة تأكيد الهوية كما في الشكل التالي. انقر على زر تأكيد الهوية لتبدأ عملية التأكيد.



املأ البيانات بدقة كما هو مذكور في البطاقة الشخصية أو جواز السفر.

تأكيد الهوية

يرجى إكمال النموذج بالمعلومات الموجودة في هويتك الشخصية أو جواز السفر.

الاسم *

الأسم

أكتب اسمك ولقبك بالإنجليزية

أكتب اسمك ولقبك بالإنجليزية

الاسم (بالأحرف الإنجليزية) *

الاسم (بالأحرف الإنجليزية)

أكتب اسمك ولقبك هنا باللغة الإنجليزية

أكتب اسمك ولقبك هنا باللغة الإنجليزية

النaming *

تاريخ الميلاد *

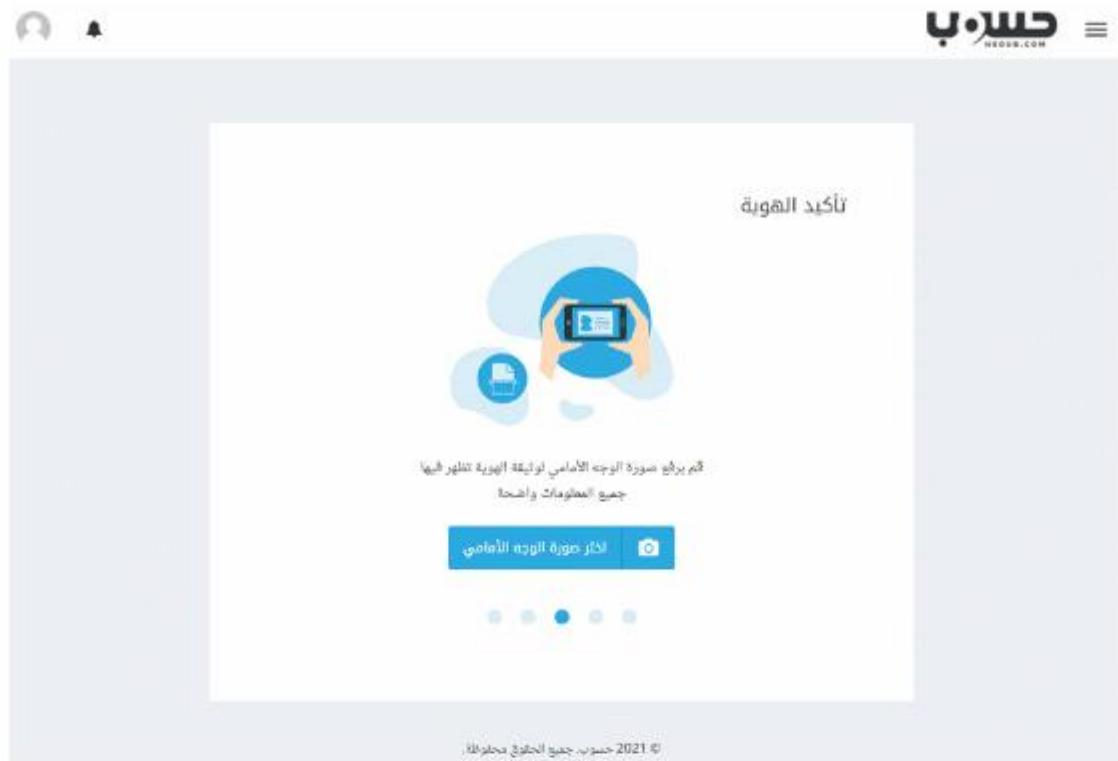
الدولة *

الإمارات

أدخل صورة بطاقة هويتك

© 2021 حسوب. جميع الحقوق محفوظة.

الآن عليك إدراج الصورة الأمامية من الوثيقة الهوية، يمكنك إدراج صورة الوجه الأمامي باستخدام الماسح الضوئي أو باستخدام كاميرا الكمبيوتر مباشرة.



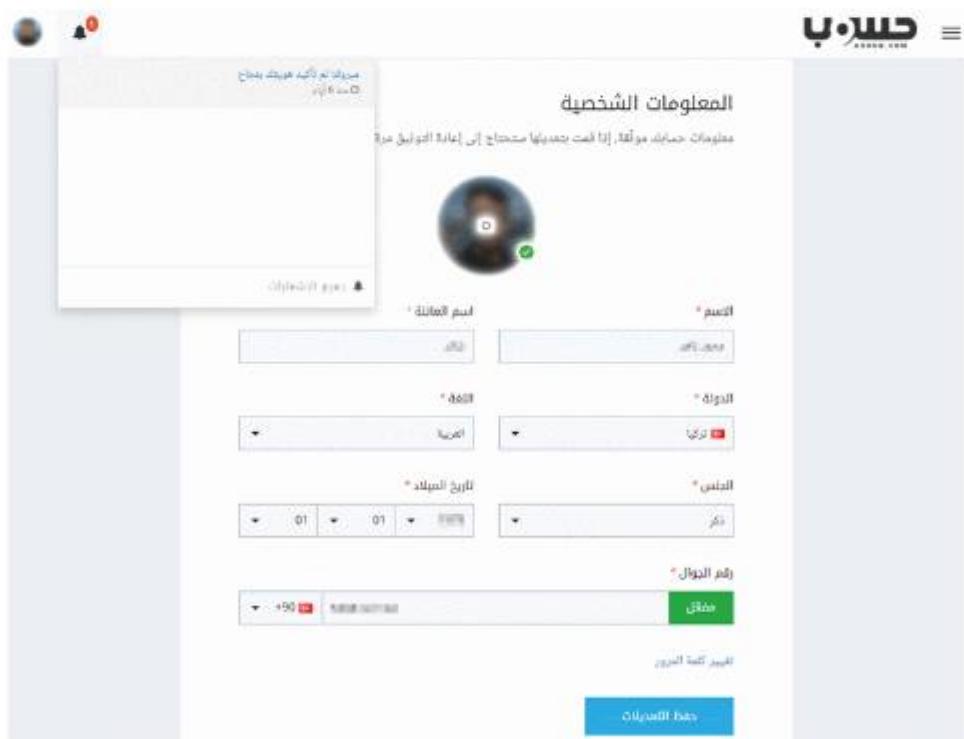
كرر العملية بالنسبة للوجه الخلفي للوثيقة.



الآن عليك أن ترفع صورتك وأنت ممسك بالوثيقة بيدك بحيث يظهر ملامحك وملامح الوثيقة بصورة واضحة، أو يمكنك التقاط صورة مباشرة لك في هذه الوضعية باستخدام كاميرا الحاسوب.



بعد الانتهاء من رفع الصور انقر على زر إرسال طلب تأكيد الهوية ليتم إرسال هذه البيانات ومراجعتها من قبل فريق حسوب خلال مدة قصيرة ومن ثم يتم تأكيد هويتك وتظهر إشارة الموافقة الخضراء بجانب صورتك في كل منصات حسوب، الأمر الذي يمنحك الموثوقية من قبل العمالء ما يشجعهم على التعامل معك.



والآن سنبدأ بالتعرف على منصات العمل الحر والبداية ستكون مع منصة خمسات.

17.2 منصة خمسات

منصة **خمسات** هي أشهر وأقوى منصة عمل حر للخدمات المصغرة في الويب العربي، وهي منصة متكاملة يكمن دورها في إدارة وتنظيم وتنسيق عمليات الشراء والبيع بين مقدمي الخدمات وطالبيها بشكل كامل، بما يضمن حقوق الطرفين. وهي إحدى منصات شركة **حسوب** التي تهدف لمساعدة الشباب العربي على تحقيق دخل من خلال مهاراتهم واهتماماتهم، وأيضاً مساعدة أصحاب العمل في إيجاد خدمات مفيدة بأسعار مناسبة.

تجد في المنصة خدمات متنوعة مثل خدمات تصميم الرسوميات وبرمجة الواقع وتطبيقات الهواتف المحمولة وكتابة المحتوى والترجمة والتسويق والاستشارات والتدريب عن بعد وخدمات المونتاج والصوتيات. بعد التسجيل في حساب حسوب الموحد يمكنك تسجيل الدخول إلى هذه المنصة مباشرة، وقد يطلب منك اختيار اسم مستخدم في الدخول الأول إلى المنصة فقط.

17.2.1 إضافة خدمة

الآن أصبح لديك حساب على خمسات وأصبح بإمكانك البدء بالعمل على إضافة الخدمات لكسب الأرباح. انقر على خيار **+ أضف خدمة** الموجود في الشريط العلوي للموقع لإضافة خدمة تصميم جديدة.

The screenshot shows the 5sat website interface. At the top, there's a navigation bar with icons for notifications, messages, shopping cart, search, and account. The main header reads "خمسات" (5sat). Below the header, a banner says "كافحة الخدمات الإبداعية والاحترافية لتطوير وتنمية أعمالك" (Countermeasures for creative services to develop and promote your business). It features eight service categories with images: "تدريب عن بعد" (remote training), "تسويق الكتروني" (electronic marketing), "برمجة وتطوير" (programming and development), "أعمال" (business), "كتابة وترجمة" (writing and translation), "صوتيات" (audio), "تصميم" (design), and "تصميم فيديو" (video design). A green button labeled "عرض جميع" (View all) is visible. In the bottom right corner, there's a section titled "خدمات أعمال" (Business services) with three examples: "الشارة على متجر الكتروني كافحة على منصة Shopify دروبشيبنج" (Shopify dropshipping), "اسم مدخلات الميكانيك والصراف AutoCAD الصدفي وإمداد الماء" (AutoCAD piping and water supply), and "صياغة العقد التنظيمي وعقد التدرج الوظيفي والصالحات الإدارية" (Administrative authority and employment contract drafting).

عنوان الخدمة يقع ضمن خانة ماذا ستفعل مقابل \$5؟، أدخل العنوان ثم اختر تصنيف التصميم ومن ثم اختر التصنيف الفرعي لأحد أنواع التصاميم المتعلقة بالخدمة التي تبني تقديمها، بعدها اكتب وصفاً مميراً للخدمة تشرح فيها الأمور المميزة في تصاميمك وحاول أن تقدم عرضاً يتميز عن باقي الخدمات الأخرى المشابهة لتجذب العميل.

The screenshot shows the 5Sats website interface for creating a new service. At the top, there are navigation icons for user profile, notifications, messages, cart, and search. The main header reads "خدمات 5Sats". Below the header, there are tabs for "المشتريات", "الطلبات الواردة", "المشتريات", "الطلبات الواردة", "أضف خدمة", and "أضف خدمة". A green button labeled "لصالح المطور خدماتك" is visible.

أضف خدمة جديدة

هذا ستفعل مقابل \$5 دولار:

أدخل عروضاً واضحاً يحدد الخدمة التي ت يريد أن تقدمها واتبع رموزها أو خدمات مثل "تصغير", "إثبات براءة", "القدرة محدودة", إلخ.

التصنيف:

اختر التصنيف الفرعي

اختر التصنيف

وصف الخدمة:

أدخل وصف الخدمة بدقة يتضمن جميع المعلومات والشروط. يمكّن إدخال أي معلومات اتصال أخرى.

معرض الخدمة:

أضف صورة أو فيديو

القياس: (800x470) ي Kelvin . الحجم الالقصى: 5MB . العدد المسموح: 10 ملفات

اختر فيديو أو صورة مصممة بشكل جيد ستظهر خدمتك بشكل احترافي ولزيادة من مبيعاتك.

كلمات مفتاحية:

مثال: تطوير مواقع, موبيلايس, تصميم

555 المسموح:

نعم و لا

هذه رسالة تسلية منا لنرى إذا كان المستخدم قادر على إدخال الرسالة في مجال آخر واستلام الخدمة في المدة المحددة.

تعليمات للمشتري:

معلومات التي تحتاجها من العميل لتنفيذ الخدمة. تلخيص هذه المعلومات بعد شراء الخدمة قابل.

لقد تفهمت هذه رسالة *

أضف الخدمة

الآن اختر مجموعة من الصور التي تبرز مهاراتك في تنفيذ الخدمة مثل مجموعة من التصاميم المبنية من قبلك بأسلوب هذه الخدمة، ومن الأفضل أن تكون التصاميم المعروضة هنا من أفضل ما صنعت يوماً. يجب أن يتجاوز عددها العشرة ويجب أن تكون ضمن نطاق السمات المذكورة من حيث القياس والحجم. الكلمات المفتاحية هي الكلمات التي تدل على خدمتك والتي تساعد رفع مرتبة خدمتك في محرك البحث، ثم حدد مدة التسليم بالأيام وأخيراً اكتب المعلومات التي تحتاجها من المشتري مثل الألوان والحجم والهدف من التصميم وكل ما يمكن أن تحتاج إليه من معلومات أساسية لتبدأ التصميم.

هذه الخدمة ستكون حصرًا بخمسة دولارات وستحصل أنت كمصمم على أربعة دولارات وتحصل منصة خدمات على عمولتها المتمثلة بدولار واحد، ولكن إن أردت أن تحصل على مبالغ إضافية من هذه الخدمة فيمكنك أن تضيف تطويراً لهذه الخدمة يتضمن الميزات الإضافية التي ستقدمها كخدمة لهذه الخدمة مع تحديد المدة الزمنية الإضافية التي ستحتاج إليها لتنفيذ هذه الأعمال الإضافية وقيمة ما ستقدمه من أعمال إضافية وهنا لن تكون مرتبطة بقيمة الدولارات الخمسة بل يمكنك أن تضع أرقاماً من مضاعفات العدد 5 وصولاً إلى مئة دولار، ويمكنك أن تضيف تطويرات أخرى للخدمة ذاتها أيضاً.



17.2.2 نصائح لتحقيق النجاح ضمن منصة خمسات

تذكر بأنك لست الوحيد الذي يعرض خدماته ضمن المنصة، فأنت واحد من الآلاف الذين يقدمون مختلف الخدمات، وحتى على مستوى خدمة محددة مثل خدمة تصميم الشعارات فستجد الآلاف من هذه الخدمة بالذات وكذلك غيرها الكثير، ومع ذلك لا تشعر بالإحباط واليأس إن مر وقت دون أن يصلك طلب لخدمتك،

فالامر يحتاج للصبر أولاً للتخطيط ثانياً، يظن البعض بأن المشترين يبحثون عفن قدم الخدمة عشرات وربما مئات المزارات بتقييم جيد ليطلبوا منه الخدمة وبذلك تندم فرص المصممين الجدد في المنصة وهذا خطأ.

عند البحث عن خدمة معينة فإن المنصة تعرض النتائج بطريقة عشوائية في كل مرة لتوحيد الفرص أمام جميع البائعين، ولهذا فإن الشيء الوحيد الذي سيدفع المشترين لطلب خدماتك هو اسم مميز لخدمتك والأهم معرض نماذج الخدمة، هذا المعرض في الحقيقة ليس معرض نماذج للخدمة التي تقدمها فحسب، بل يعد بمثابة معرض أعمال مصغر يدل على مهاراتك وإمكانياتك، بمجرد أن تقع عين المشتري على النماذج الرائعة لخدمتك وعلى العنوان الجذاب سينتقل دون تردد نحو فتح صفحة الخدمة ليقرأ تفاصيل الخدمة والتي ستكون السبب الأخير والنهائي الذي سيدفع المشتري لطلب الخدمة منك.

لذلك لا تضع مجرد عنوان عادي مثل "تصميم شعار مقابل 5 دولارات فقط" فالجميع يقدمون هذه الخدمة ولكن ضع عنواناً مميزاً أكثر يشد الانتباه مثل "تصميم شعار احترافي مميز جذاب مفتوح المصدر وبعدة تنسيقات مقابل 5 دولار فقط"، عندما يبحث العميل عن خدمة تصميم شعار ويجد هذين العنوانين فلن ينظر للخدمة بالعنوان الأول طالما أن العنوان الثاني موجود أمامه في الصفحة، لأنه سيشعر أن الخدمة الثانية ستقدم له شعاراً مميضاً وأفضل من الخدمة الأولى. والأمر الأهم هو معرض نماذج الخدمة وهو سيقنع العميل بالدخول لصفحة خدمتك بغية طلبها لاحقاً.



حاول أن تضع في معرض النماذج أفضل ما نفذته يوماً من تصاميم، والأفضل في بعض أنواع التصاميم أن تلجم لزيادة جمالية التصميم من خلال استخدام النماذج المحاكية (MockUp) حيث تبرز به جمالية تصاميمك أكثر، فشكل الشعار التالي ضمن النموذج المحاكى مثلاً مقنع أكثر بكثير من عرضه بدون نموذج محاكى. حيث تعرض الصورة في الأعلى نماذج تظهر فيها الشعار بطريقة اعتيادية في اليمين وبطريقة العرض عبر النموذج المحاكى إلى اليسار، الفرق واضح والشعار في اليسار أكثر إثارة للاهتمام ويكتسب المزيد من الجمالية والحياة بالموازنة مع الشعار الجامد في اليمين حتى وإن كان الشعار جميلاً.

وأخيراً اكتب شرحاً مميزاً للخدمة ولتكن عباراتك جذابة وحاول أن تشعر المشترين بأنك محترف وتعلم تماماً ما يحتاجون إليه لأنك متخصص وقدر على تنفيذ التصاميم بحرفية عالية فلا تكتب مثلاً شرحاً للخدمة بطريقة عادية مثل غيرك، مثال:

"أسأصم لك شعراً احترافياً مميزاً بخمسة دولارات فقط ، وسيكون احترافياً وفي يوم واحد.... الخ"

بل اشرح واستفسر بطريقة المتخصصين المحترفين فعلاً مثل:

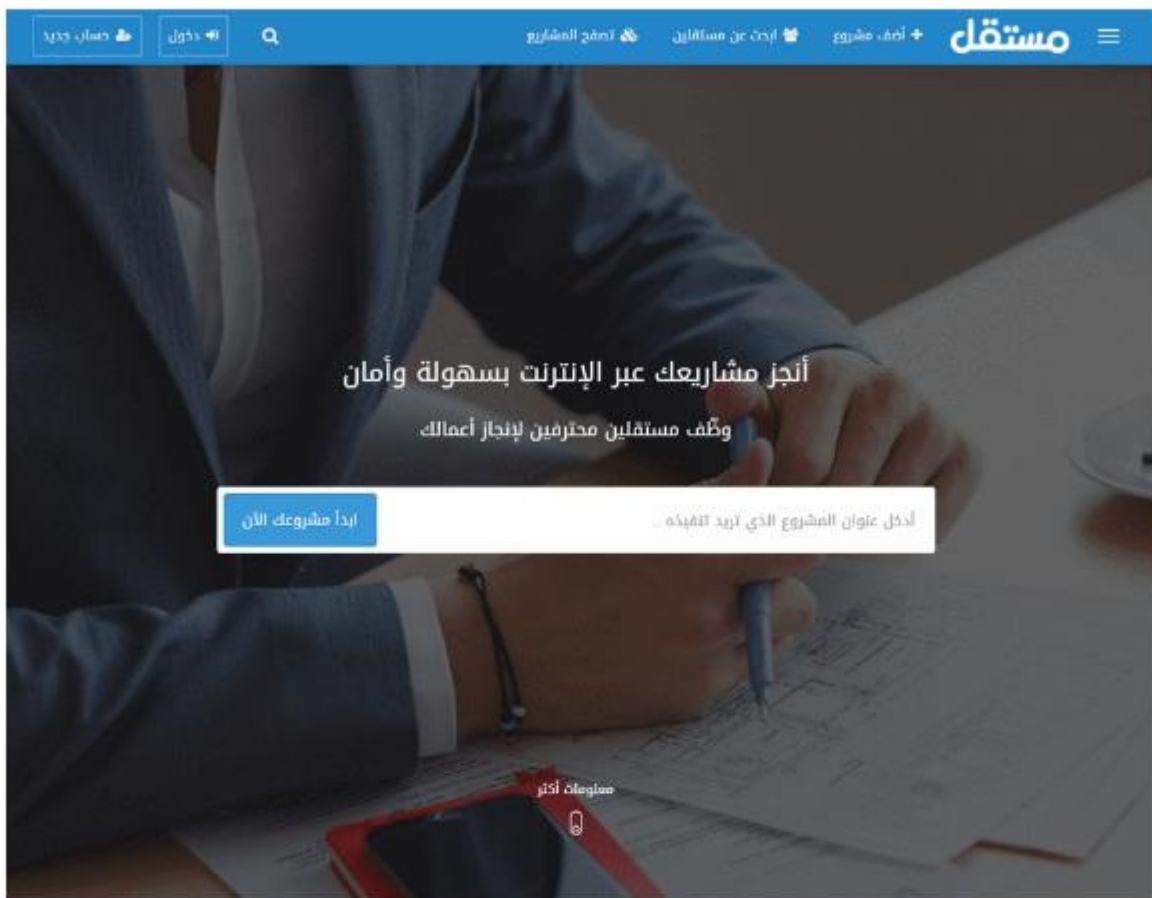
"أرجوا أن تمنحي شرحاً بسيطاً عن الهدف من تصميم الشعار والألوان التي ترغب بها، أو يمكنني أن اختار الألوان المناسبة لطبيعة الهدف من الشعار من خلال خبرتي في هذا المجال ويمكنك أن تحكم بنفسك على جودة الشعار"

الاختلاف واضح من حيث الثقة بالنفس والطلب التفصيلي عن المعلومات المطلوبة للتصميم ومن ثم إثبات القدرة على التنفيذ مع التحكم الكامل بخيارات العملية التصميمية. وأخيراً عليك التسويق لخدماتك من خلال مشاركة روابطها على موقع التواصل الاجتماعي وموقعك الشخصي أو برسائل البريد الإلكتروني وغير ذلك من وسائل التسويق المتوفرة، ومع تنفيذك للأساليب التي تحدثنا عنها سابقاً فإن احتمالية اختيارك من قبل المشترين ستكون مرتفعة للغاية.

17.3 منصة مستقل

منصة **مستقل** هي إحدى منصات شركة **حسوب** أيضاً، وتحتختلف هذه المنصة من حيث طريقة العمل عن منصة خمسات، فهنا لا يعرض المصممون خدماتهم بل يعرض المشترون مشاريعهم التصميمية ليتقدم المصممون بعروضهم لتنفيذ هذه المشاريع، وتحتختلف القيمة بدورها أيضاً حيث أن المشروع يبدأ من 25 دولاراً فأكثر، وقد تصل قيمته للآلاف، ومن الممكن أن يعمل أكثر من مصمم على المشروع الواحد بحسب رغبة

العميل. بعد التسجيل في حساب حسوب الموحد يمكنك تسجيل الدخول إلى هذه المنصة مباشرة، وقد يطلب منك اختيار اسم مستخدم في الدخول الأول إلى المنصة فقط.



17.3.1 لوحة التحكم في مستقل

تحتفل شاشة العمل في مستقل عن خمسات حيث تعرض خمسات لك أهم الخدمات والفنانات الخدمية على شاشتها الرئيسية بينما تعرض لك مستقل لوحة التحكم الخاصة بك ويظهر فيها من أعلى يمين الصفحة صورتك الشخصية والتي ستمهر بالعلامة الخضراء بعد توثيق هويتك في حساب ما يمنحك الموثوقية من قبل العملاء المحتملين، وفي نفس السطرين يظهر الرصيد الكلي والرصيد القابل للسحب، حيث أن مستقل تحتفظ بأرباحك عن المشروع الذي سلمته للعميل بعد الانتهاء منه بنجاح لمدة 14 يوماً لضمان حقوق كافة الأطراف في حال وجود أي اعترافات أو مشاكل تظهر لاحقاً، وهذا لا يحتسب من الرصيد القابل للسحب ولكنه ضمن الرصيد الكلي.

أصل هذا السطر ستكون خانة الرسائل الخاصة بمشاريع مستقل مع العملاء ويجانبها تفاصيل المشاريع التي نفذتها والتي تقدمت بعرض إلية وغيرها. في السطر التالي تظهر خانة أعمالك، وهي أهم ما يجب عليك تحسينه والمعما عليه لتضمن حصولك على المشروع بنسبة عالية.

معرض الأعمال 17.3.2

يعد المفتاح الحقيقي للحصول على مشاريع ضمن مستقل، وهو ميزة وخدمة مقدمة من مستقل المصممين حيث يمكنك اعتماد معرض أعمالك هنا رسميًا لعرضه على جميع عملائك في أي مكان، كما يمكنك التسويق لنفسك كمصمم من خلال تسويق معرض أعمالك في مستقل في كل مكان من موقع التواصل الاجتماعي ومواقع الإنترنت الأخرى وحتى عبر إضافة رابط له في بطاقة الأعمال.

يجب أن تعمل على تنفيذ تصاميم عالية الجودة ومتقدمة مع أسلوب عرض مميز لها مثل النماذج المحاكية (MockUp) لزيادة جاذبية ورونق التصميم، فإن عرضك لتصميم غلاف كتاب سيظهر أجمل إنْعِرض على غلاف كتاب حقيقي.



لا تعرض أعمالاً منخفضة الجودة، بفرض زيادة عدد أعمالك فالعملاء لا يهتمون إن كان لديك 100 عمل في معرض أعمالك، لأنهم غالباً لن يشاهدوها جميعها، فليكن عدد الأعمال وسطياً بين 25 إلى 50 عملاً، ورَكِّز على وضع أفضل أعمالك ضمن الأعمال العشرة الأوائل التي ستظهر في المعرض، ويمكنك تحقيق ذلك عبر إضافة أفضل أعمالك العشرة كآخر أعمالك في معرض الأعمال.

وإضافة عمل في المعرض انقر على **+ أضف عمل جديد** من لوحة التحكم أو انتقل إلى صفحة معرض أعمالك وانقر على الزر ذاته هناك. ستظهر لك صفحة إدخال عمل جديد، أضف العنوان المناسب والمميز للتصميم ثم أضف شرحاً لهذا التصميم والغرض منه وميزاته، وفي حال كان التصميم فيديو أو موقع انترنت قمت بتصميم واجهته أو تطبيق هاتف محمول فيمكنك وضع رابط للعمل من الخانة التالية، حدد تاريخ انجازك للعمل وأخيراً حدد المهارات المستخدمة في تنفيذ العمل، هناك مهارات محددة مسبقاً يمكنك أن تختار من بينها أو أن تضيف مهارة خاصة بنفسك.

| | |
|--|--|
| أضافة عمل جديد | |
| <p>صورة مقدمة</p> <p>اسحب الملفات الى هنا أو انقر للإنتهاز بدويا</p> <p>Drag & drop files here or click to drag & drop</p> <p>اسحب الملفات الى هنا أو انقر للإنتهاز بدويا</p> | <p>لطف عنوان مناسب *</p> <p>لطف وصفها دقيقاً وعذقاً للعمل *</p> <p>رابط العمل التي تم تنفيذه (مثال: رابط موقع، متجر على Behance، فيديو من Vimeo أو YouTube)</p> <p>تاريخ الاجمار</p> <p>مدد المهارات التي استخدمنها في هذا العمل</p> |
| <input type="button" value="نشر الآن"/> | |

والاهم هنا وضع الصورة المصغرة لهذا العمل بحيث يظهر العمل بأحلى حلة مثل استخدام التموزج المحاكي، وفي حال وجود أكثر من صورة للعمل يمكنك إضافة جميع الصور المتعلقة أيضاً.

17.3.3 تصفح مشاريع التصميم

بعد أن تكمل ملفك الشخصي في حساب وتوثق هويتك، ومن ثم تنجز معرض أعمال مميز، يمكنك الانطلاق إلى البحث عن المشاريع التصميمية لتقديم عروضك، انقر على تصفح المشاريع من الشريط العلوي للموقع، ستظهر لك صفحة المشاريع المفتوحة وهي تشمل كافة الاختصاصات، حدد خيار تصميم وأعمال فنية وإبداعية من الشريط الجانبي الأيمن لتظهر لك مشاريع التصميم فقط.

The screenshot shows the Mostaqel website's search interface for design projects. At the top, there is a search bar and a button labeled "أضف عرضك الآن" (Add your offer). The main search area has fields for "نطاق المعرض" (Offer Scope), "مدّة التسلیم" (Delivery Period), "قيمة المعرض" (Offer Value), and "العنوان" (Address). Below these fields, there is a large search button labeled "أضف عرضك" (Add your offer). To the right of the search area, there is a sidebar titled "المشاريع المقفلة" (Locked Projects) which lists several projects with their titles and descriptions. At the bottom of the page, there is a section titled "المقاولة المصممة" (Designed Work) featuring a few sample designs.

حدد المشاريع التي قد تناسب خبراتك ثم ادخل عليها وتصفحها بدقة مع إيلاء كل تفصيل فيها حقه. صفحة المشروع تتضمن إلى اليسار صورة واسم صاحب المشروع (العميل)، إضافة إلى الميزانية التي رصدها العميل لهذا المشروع والمدة الزمنية التي يريد أن ينفذ المشروع خلالها. وعلى اليمين شرح للمشروع من خلال خانة تفاصيل المشروع والتي يشرح بها العميل ما يحتاجه من المصمم بالتحديد لي فعله. وتحتها يضع العميل المهارات التي يتوقع توفرها لدى المصمم ليتمكن من وجهة نظره من تنفيذ المشروع بطريقة صحيحة، وبعدها تظهر خانة التقدم إلى المشروع، حيث يمكنك التقدم بعرضك على هذا المشروع وبعدها تظهر العروض المقدمة من قبل بقية المصممين.

17.3.4 كيف تحصل على نسب قبول عالية لمشروعك

من المهم أن تضيف مهاراتك مثل تصميم الشعارات أو الفوتوشوب أو سواها من ملفك الشخصي ضمن مستقل، ولا تنس معرض الأعمال المميز الذي سيقنع أي عميل بالتعامل معك فوراً بمجرد رؤية مهاراتك وإبداعاتك، وبداية القبول تكون عند عرضك المكتوب للمشروع.

تجنب تكرار ما يفعله معظم المستقلين من كتابة عبارات مثل "أستطيع تنفيذ المشروع بمهارة" أو "قرأت وفهمت المشروع وأنا جاهز للتنفيذ" وغيرها من العبارات التي ستجعلك مجرد نسخة عن بقية المستقلين غير المبدعين، والأفضل أن تحدث العميل عن مشروعه نفسه لأن تستفسر عن بعض الأمور التكتيكية التي تساعد على فهم وتنفيذ المشروع أفضل، واشرح له مهاراتك في تنفيذ مثل هذه المشاريع واعرض عليه خبرتك في هذا المجال، واطلب منه بشقة مطلقة أن يزور معرض أعمالك ليطلع على أعمال مشابهة مميزة قد نفذتها سابقاً حتى يعلم بأنك متخصص ومحترف في تنفيذ مشاريع مثل مشروعه، فيضعف في قائمة خياراته، وغالباً ما يبدأ بإرسال رسالة إليك مرتبطة بالمشروع، يستفسر فيها عنك وعن مهاراتك ومقدرتك على التنفيذ وقد يطلب نماذج أكثر من مشاريع مشابهة قمت بتنفيذها، ليختارك بعدها لتنفيذ المشروع.

لا تضع سعراً أقل من كل الأسعار الأخرى ظناً منك أن تشجع العميل على اختيارك فقد فعل العشرات ذلك قبلك على ذات المشروع وهو لا يدل على المهنية والاحترافية، ولا تضع سعراً عالياً جداً لأن العميل يبحث عن المصمم الجيد بالسعر الجيد في النهاية. كن منطقياً بتسعيرك للمشروع، ففي بعض الأحيان قد لا يحتاج المشروع فعلياً لأكثر من 25 دولاراً للتنفيذ وهي القيمة الأقل في المنصة.

17.3.5 نصائح أثناء تنفيذ المشاريع

التزم بالمدة الزمنية المتفق عليها ولا تتجاوزها، لذلك عليك تحديد المدة التي تستطيع الالتزام بها أساساً في عرضك، وضع العميل في الصورة كاملة في كل مرحلة من مراحل التنفيذ عبر الاستمرار بمراسلته في

صفحة نقاش المشروع، وتجنب التواصل معه خارج المنصة حتى وإن طلب منك ذلك لأن هذا سيحول دون قدرة المنصة على حمايتك وضمان حقوقك وقد يتسبب بإيقاف حسابك في المنصة.

حاول أن تكون متفهماً دائمًا لطلبات العميل وتعديلاته، وإن لم يعجبه النموذج الذي قدمته له فلا تفرز بل اعمل على نموذج مغاير بعد أن تستفسر منه عن رؤيته لشكل العمل وعن أعمال مشابهة في أرض الواقع ينظر إليها العميل كمثال عما يحتاجه لتتمكن من تنفيذ نموذج أقرب إلى تطلعات العميل والاستمرار بالعمل.

لا تتجادل مع العميل في حال نشوب خلاف في الآراء بينكما واتجه دومًا لمراكز المساعدة في حساب عبر فتح تذكرة ليعلم المختصون هناك على حل الخلاف بينكما ومساعدتكما على متابعة المشروع وإعطاء كل ذي حق حقه من خلال خبرتهم الطويلة في هذا المجال.

17.4 منصة بعيد

على عكس منصات العمل الحر خمسات ومستقل، فإن منصة **بعيد** مختصة بالعمل عن بعد، حيث تطرح الشركات والمؤسسات الوظائف الشاغرة لديها ضمن مجال العمل عن بعد في المنصة ليتقدم الراغبون في الحصول على الوظيفة بطلباتهم.

The screenshot shows the Beed (بعيد) website interface. At the top, there's a purple header bar with navigation links like 'حسابي' (Account), 'ذوقي' (Taste), 'رسالة' (Message), 'أضف وظيفة' (Add Job), and the Beed logo. Below the header is a large image of a smiling man wearing glasses and a blue shirt, holding a white phone to his ear. Overlaid on the image is the text 'وظيف أفضل الخبرات من أي مكان' (Work from anywhere) and 'أعلن عن وظائف الشاغرة ووظيف أفضل الكفاءات والمهارات التي تحتاجها للعمر عن بعد دون التفاصيل المطلقة جغرافية محددة' (Announce job openings and find the best skills and talents needed for remote work without specific geographical details). A purple button at the bottom of the image says 'أضف وظيفة مقابل \$49'. Below the image, a question 'هل تبحث عن فرصة للعمل عن بعد؟' (Are you looking for a remote work opportunity?) is followed by four input fields: 'اشترك' (Subscribe), 'you@example.com', 'لينك إرسالها أسلوبعا إلى' (Link sent to), 'ادخل التصنيفات' (Enter categories), and 'احصل على، حدد الوظائف في' (Get, filter by). At the bottom, there are two sections: one for 'وظائف برمجة وتطوير عن بعد' (Remote programming and development jobs) featuring a React Native Developer position, and another for 'متخصصون برمجيات' (Software specialists) featuring a Java developer position.

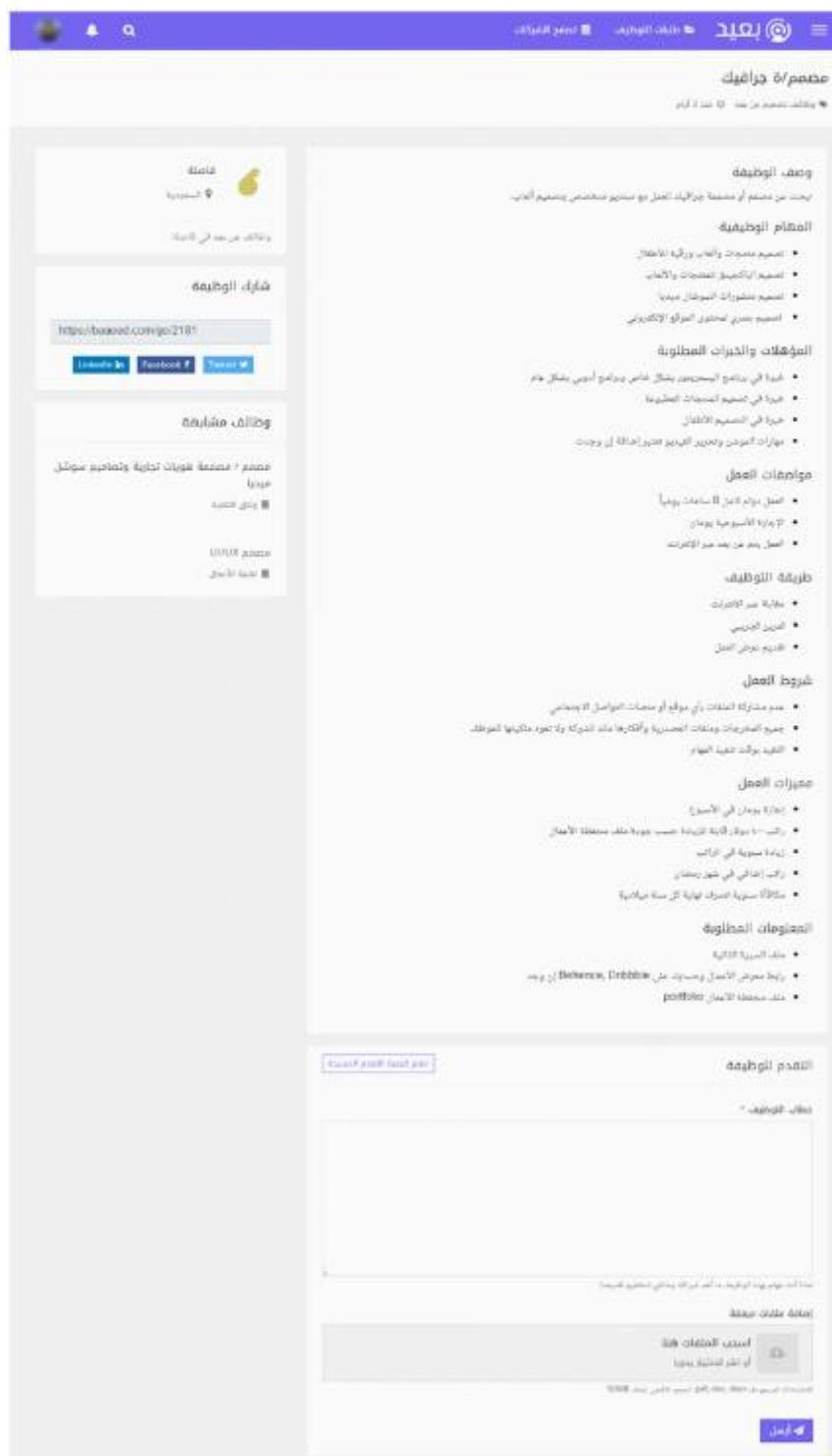
العمل عن بعد يعني أن تعمل ضمن شركة أو مؤسسة عن بعد من منزلك أو أي مكان ضمن أوقات زمنية مرنة بالاتفاق مع الشركة وبراتب ثابت مع كافة المزايا المقدمة من الشركة لموظفيها من إجازات ومكافآت وخلاف ذلك، يتبعن على العامل عن بعد الالتزام بقوانين الشركة التي توفرها ضمن دليل العاملين أو ضمن النظام الداخلي للشركة، حيث سيتعرض للعقوبات الإدارية في حال ارتكابه للمخالفات، كما ستتضمن الدليل نظام المكافآت والحوافز والعقوبات والإجازات والزيادات الدورية على الراتب وكل ما يتعلق بأمور العمل التنظيمية. بعد التسجيل في حساب حسوب الموحد يمكنك تسجيل الدخول إلى هذه المنصة مباشرة، وقد يطلب منك اختيار اسم مستخدم في الدخول الأول إلى المنصة فقط.

المنصة عمل الله 17.4.1

طرح الشركات والمؤسسات الإعلانات عن الوظائف الشاغرة لديها بحسب الاختصاصات وهي البرمجة والتطوير والتسويق والكتابة والترجمة وإدارة الأعمال والدعم الفني والتصميم. ويمكنك التوجه مباشرة إلى قسم التصميم لمشاهدة عروض الوظائف المطروحة ضمن هذا الاختصاص، وستجد طلبات توظيف لاختصاصات متنوعة في مجال تصميم الرسوميات مثل مصمم رسوميات الألعاب ومصمم واجهة وتجربة المستخدم ومصمم هويات بصرية وتصاميم وسائل التواصل الاجتماعي، كما في الصورة التالية.

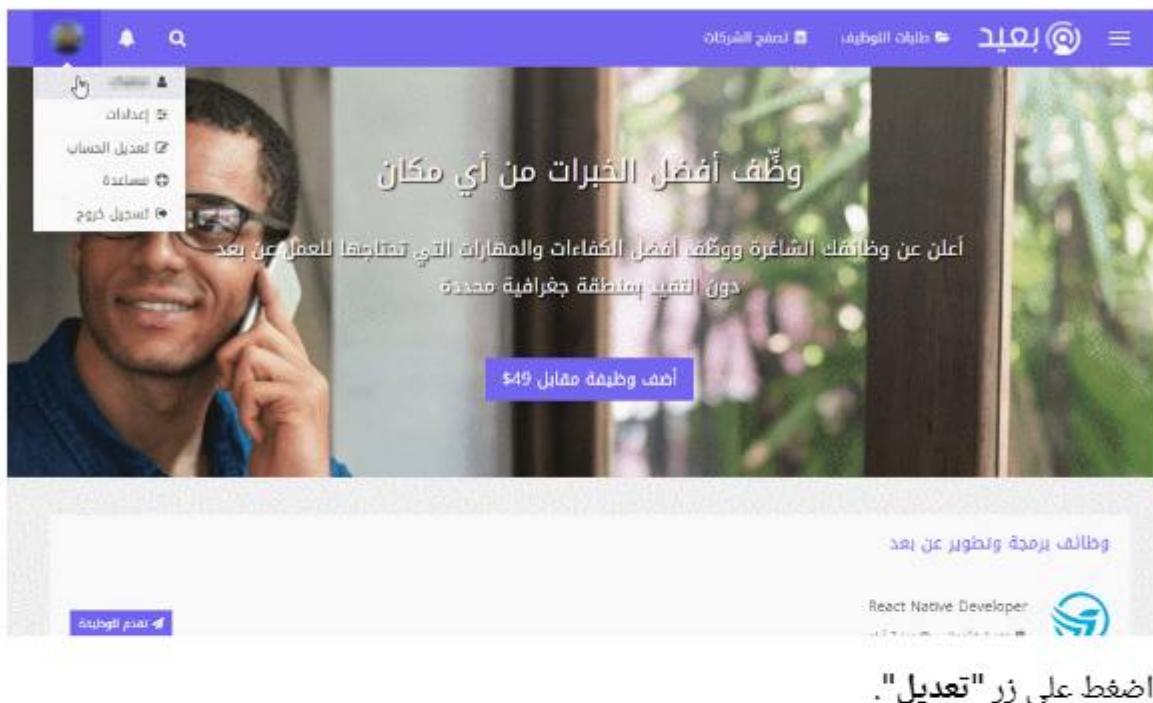
و عند النقر على أحد هذه الطلبات ستظهر لك صفحة الطلب بعنوان الطلب في الأعلى ثم يليها وصف الوظيفة المطلوبة ثم المهام الوظيفية التي يجب على العامل عن بعد تنفيذها والعمل بها، ثم تعرض الشركة

المؤهلات الواجب توفرها في المصمم وعادة لا يطلب شهادات جامعية في عالمنا العربي بل الخبرات في التعامل مع برامج التصميم المختلفة، ثم تذكر الشركة مواصفات العمل مثل ساعات العمل والإجازات وطبيعة العمل، ثم طريقة التوظيف التي توضح الشركة فيها مراحل التوظيف التي يجب أن يمر بها العامل ليتمكن من الحصول على الوظيفة، ثم تظهر مميزات العمل وهي المزايا التي يحصل عليها العامل من خلال العمل في الشركة، وأخيراً المعلومات المطلوبة من العامل للتقدم إلى الوظيفة.



17.4.2 كيفية التقدم الصحيحة للحصول على وظيفة

لإثارة اهتمام الشركات والمؤسسات تجاهك وزيادة نسبة قبول طلبات التوظيف بالنسبة لك، يجب أن تبني ملفاً شخصياً قوياً، فهو أساس النجاح في الحصول على وظيفة ضمن إحدى الشركات عبر منصة بعيد. لبناء هذا الملف الشخصي انقر على صورتك أعلى يسار الموقع ثم انقر على اسمك.



اضغط على زر "تعديل".



الآن ابدأ ببناء ملفك الشخصي والذي يتضمن نبذة تعرفيّة عنك، اكتب فيها مسيرتك المهنيّة ومعلومات عامة عنك، يمكنك إضافة عناصر جديدة أو تعديل العناصر السابقة وإزالتها من خلال أزرار العناصر المختلفة

أسفل لوحة الملف الشخصي. أضف الخبرات التي تمتلكها ويمكنك إضافة عنصر قائمة جديدة من الأسفل بعنوان مهاراتك لتضع فيها المهارات التصميمية التي تمتلكها أو أن تضيف قائمة تتضمن برامج التصميم التي تتحترف العمل عليها.



ثم أضف الشهادات العلمية التي حصلت عليها سواءً أكانت من جهات تعليمية حكومية أو خاصة أو حتى الدورات التدريبية التي تلقيتها، والأهم أضف أفضل أعمالك وأميّزها، ثم أضف روابط لمعرض أعمالك في مستقل وحساب خدماتك في خمسات وموقعك الشخصي وأي روابط ذات صلة بأعمالك مثل بيهانس وأدوبى ودريل وغيرها.

حاول أن يجعل ملفك الشخصي مكتظاً بالمعلومات عنك وعن أعمالك ومهاراتك وإمكانياتك لإثارة اهتمام وإعجاب مسؤولي الموارد البشرية في الشركات التي تبحث عن مصممين للعمل عن بعد من خلال منصة بعيد. وعند التقديم بعرض للحصول على وظيفة يجب أن تشرح للمسؤول عن التوظيف في الشركة مهاراتك وخبراتك السابقة في العمل ضمن المجال الذي يحتاجونه تحديداً وأرفق معه سيرتك الذاتية، ويجب أن يكون لديك سيرة ذاتية مصممة بعناية فأنت في النهاية مصمم رسوميات ولن ينفع أن تكون سيرتك الذاتية بسيطة، بل يجب أن تعبر سيرتك الذاتية من خلال تصميمها إضافة إلى المعلومات المتوفرة فيها عن مهاراتك التصميمية، وأرفق ملفات لأعمال سابقة لك تتعلق بمحال الاختصاص الذي تحتاجه تلك الشركة، وأوضح لهم أنك اجتماعي ومتعاون وتحب العمل ضمن الفريق.

17.5 خاتمة

يوجد العديد من مواقع العمل الحر العربية والأجنبية عبر الإنترنت إلا أن منصات العمل الحر والعمل عن بعد الخاصة بشركة حسوب هي الأكثر تميزاً ونشاطاً، وفرص حصولك على عمل وتنفيذك لمشاريع وتقديمك لخدمات أكبر من خلال هذه المنصات، ولكن تذكر أنك لست الوحيدة وأنه يوجد الآلاف غيرك يجاهدون الحصول على فرصة للعمل، لذلك اتبع النصائح الواردة في هذا الفصل لتحسين فرصك بالحصول على عمل واكتساب أرباحك بسرعة أكبر من سواك.

أحدث إصدارات أكاديمية حسوب

