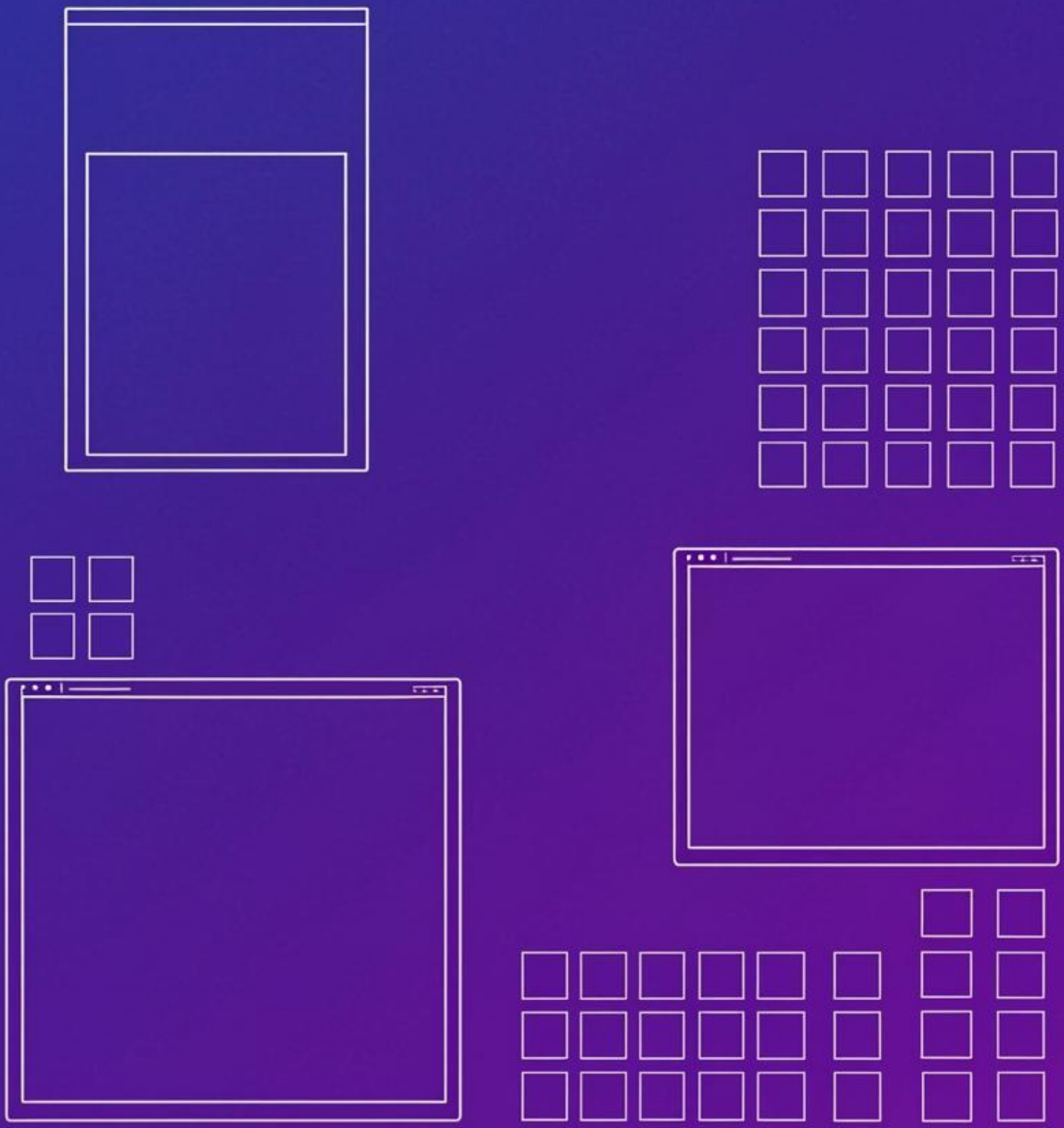
UI UX GUIDE



جدول المحتويات

1. مبادئ التصميم البصري .....

2. نظرية الألوان والتخطيط .....

3. تصميم تجربة المستخدم .....

4. تعلم فيجما خطوة بخطوة .....

5. اختبار وتحسين التصميم .....

الفصل 1

مبادئ التصميم البصري

التصميم البصري هو فن وعلم تنظيم العناصر المرئية بطريقة تجذب الانتباه وتوصل الرسالة بوضوح وتخلق تجربة ممتعة للمستخدم. مبادئ التصميم البصري هي القواعد الأساسية التي يرتكز عليها كل تصميم ناجح، سواء كان تصميم موقع ويب أو تطبيق هاتف أو مطبوعة تسويقية. فهم هذه المبادئ وتطبيقها بإتقان يميز المصمم المحترف عن الهواة ويجعل التصميم مريحا بصريا ومفهوما وفعالا في تحقيق أهدافه.

التسلسل الهرمي البصري أو Visual Hierarchy هو المبدأ الذي يحدد ترتيب أهمية العناصر في التصميم من خلال الحجم واللون والتباين والموضع. يجب أن يرى المستخدم أولا أهم عنصر في الصفحة ثم ينتقل بشكل طبيعي للعناصر الأقل أهمية. يمكن تحقيق التسلسل الهرمي من خلال جعل العناوين الرئيسية أكبر حجما وأكثر وضوحا من النصوص الفرعية، واستخدام الألوان لتمييز العناصر المهمة، وتوفير مسافات أكبر حول العناصر الهامة لجذب الانتباه إليها. التسلسل الهرمي السيئ يربك المستخدم ولا يرشده إلى ما يجب أن يفعله بعد ذلك.

التباين أو Contrast هو الفرق بين العناصر في التصميم ويستخدم لإبراز العناصر المهمة وجعل التصميم مميزا وجذابا. يمكن تحقيق التباين من خلال اختلاف الأحجام والألوان والأشكال والخطوط والمسافات. التباين القوي يسهل التمييز بين العناصر وقراءة النصوص وتمييز الأزرار القابلة للنقر. من أمثلة التباين الفعال وضع نص أبيض على خلفية داكنة، أو جعل زر الإجراء الرئيسي بلون مختلف تماما عن باقي العناصر. يجب أن يكون التباين واضحا دون إرباك التصميم أو إرهاق العين.

التوازن أو Balance هو توزيع العناصر في التصميم بطريقة تعطي إحساسا بالاستقرار والانسجام. التوازن المتماثل يتمثل في وضع عناصر متساوية في الوزن البصري على جانبي محور مركزي، مما يعطي إحساسا بالرسمية والاستقرار. التوازن غير المتماثل يستخدم عناصر مختلفة في الوزن البصري لكنها متوازنة بصريا مما يعطي إحساسا بالديناميكية والحركة. التوازن الشعاعي يتمحور حول نقطة مركزية. اختيار نوع التوازن يعتمد على شخصية العلامة التجارية ونوع المحتوى والشعور المطلوب إيصاله.

المحاذاة أو Alignment هي ترتيب العناصر على خطوط غير مرئية تربط بينها وتخلق إحساسا بالترتيب والتنظيم. المحاذاة الجيدة تجعل التصميم يبدو احترافيا ومريحا للعين، بينما سوء المحاذاة يخلق إحساسا بالفوضى والإهمال. يجب اختيار نوع محاذاة واضح والتزم به في جميع أنحاء التصميم. المحاذاة إلى اليسار هي الأكثر طبيعية للغات التي تقرأ من اليسار إلى اليمين. في التصميمات العربية يجب مراعاة اتجاه القراءة من اليمين إلى اليسار وتعديل المحاذاة وفقا لذلك.

التكرار أو Repetition هو استخدام العناصر نفسها أو المتشابهة في جميع أنحاء التصميم لخلق إحساس بالوحدة والاتساق. يشمل ذلك تكرار الألوان والخطوط والأشكال والأنماط والعناصر الزخرفية. التكرار يساعد المستخدم على فهم أن الصفحات أو الشاشات تنتمي لنفس التطبيق أو الموقع، ويسهل التنقل واستخدام الواجهة. نظام التصميم أو Design System هو تمثيل متقدم لمبدأ التكرار حيث يتم تعريف جميع العناصر المرئية والقواعد مرة واحدة ثم استخدامها بشكل متسق في جميع أنحاء المنتج.

المسافات البيضاء أو White Space هي المساحات الفارغة بين العناصر في التصميم وهي ليست مساحات مهدرة بل هي عنصر تصميمي أساسي. المسافات البيضاء تسهل قراءة المحتوى وتمييز الأقسام المختلفة وخلق إحساس بالأناقة والرقي. التصميم المزدحم بالعناصر يربك المستخدم ويصعب عليه التركيز على ما هو مهم. يجب أن تكون المسافات البيضاء متناسقة ومنطقية، مع مسافات أكبر لفصل الأقسام الرئيسية ومسافات أصغر بين العناصر المرتبطة. إتقان استخدام المسافات البيضاء من علامات التصميم الاحترافي.

الفصل 2

نظرية الألوان والتخطيط

نظرية الألوان هي مجموعة من القواعد والإرشادات التي تساعد في اختيار واستخدام الألوان بطريقة فعالة ومتناسقة. الألوان تؤثر بشكل عميق على المشاعر والسلوكيات والإدراك البشري، مما يجعل فهمها ضرورة لكل مصمم. يمكن تمثيل الألوان بعدة أنظمة، أهمها نظام الذي يصنف الألوان حسب الصبغة HSV للألوان الطباعية، ونظام CMYK للألوان الضوئية المستخدم في الشاشات، ونظام RGB والتشبع والإضاءة.

عجلة الألوان هي أداة أساسية لفهم العلاقات بين الألوان. تتكون من 12 لونا أساسيا: ثلاثة ألوان أولية وهي الأحمر والأزرق والأصفر، وثلاثة ألوان ثانوية ناتجة عن خلط الأولية وهي البرتقالي والأخضر والبنفسجي، وستة ألوان ثالثية ناتجة عن خلط الأولية بالثانوية. الألوان المتقابلة أو Complementary هي التي تقع مقابل بعضها على العجلة مثل الأحمر والأخضر، وتخلق تباينا قويا. الألوان المتجاورة أو Analogous هي التي تقع بجوار بعضها وتخلق تناغما هادئا. الألوان الثلاثية أو Triadic هي ثلاثة ألوان متساوية المسافات وتعطي توازنا حيويا.

سيكولوجية الألوان تدرس تأثير الألوان على الحالة النفسية والسلوك البشري. اللون الأحمر يوحي بالحماوة والشغف والإلحاح ويستخدم كثيرا في علامات التسويق. الأزرق يوحي بالثقة والاحترافية والهدوء وهو الأكثر استخداما في عالم الأعمال. الأخضر يرتبط بالطبيعة والنمو والصحة ويستخدم في المنتجات البيئية والصحية. الأصفر يوحي بالتفاؤل والطاقة والسعادة. البنفسجي يرتبط بالفخامة والإبداع. الأسود يعطي إحساسا بالأناقة والرسمية. اختيار الألوان يجب أن يراعي سيكولوجيتها وتأثيرها على الجمهور المستهدف.

الخطوط أو Typography هي عنصر تصميمي بالغ الأهمية يؤثر بشكل كبير على قراءة المحتوى والشعور العام بالتصميم. تصنف الخطوط إلى عدة أنواع رئيسية: الخطوط ذات الحواف أو Serif التي لها زوائد في أطراف الحروف مثل Times New Roman وتعطي إحساسا تقليديا ورسميا. الخطوط بدون حواف أو Sans Serif مثل Arial و Helvetica تتميز بالبساطة والوضوح وتناسب الشاشات الرقمية. خطوط العرض أو Display تستخدم للعناوين الكبيرة وتتميز بالشخصية القوية. خطوط الكتابة اليدوية تضيف لمسة إنسانية ودافئة.

اختيار الخطوط يجب أن يراعي سهولة القراءة والتوافق مع شخصية العلامة التجارية. القاعدة العامة تنص على استخدام ما لا يزيد عن خطين أو ثلاثة في التصميم الواحد. يجب اختيار خط للعناوين يتميز بالشخصية القوية وخط للنصوص الأساسية يركز على سهولة القراءة. حجم الخط يجب أن يكون مناسبا للأجهزة المختلفة، حيث يحتاج النص على الهاتف المحمول إلى حجم أكبر من النص على شاشة سطح المكتب. المسافة بين الأسطر أو Line Height تؤثر بشكل كبير على سهولة القراءة، حيث القاعدة العامة هي 1.5 إلى 1.8 من حجم الخط.

أنظمة الشبكات أو Grid Systems هي أدوات تصميمية تقسم المساحة المتاحة إلى أعمدة وصفوف منتظمة تسهل ترتيب العناصر بشكل متناسق ومتوازن. الشبكة ذات 12 عمودا هي الأكثر شيوعا في تصميم الويب لأنها قابلة للقسمة على 2 و3 و4 و6 مما يوفر مرونة عالية في التخطيط. الهوامش الداخلية أو Padding والمسافات الخارجية أو Margin يجب أن تكون متناسقة ومبنية على وحدة قياس أساسية متسقة. نظام النسب الذهبية أو نظام 8 نقاط من الأنظمة الشائعة التي توفر تناسقا بصريا في جميع أنحاء التصميم.

في التصميم العربي يجب مراعاة خصوصيات اللغة العربية في اختيار الخطوط والتخطيط. الخط العربي له جماليات وتعقيدات خاصة تتطلب عناية فائقة في التصميم. يجب اختيار خطوط عربية واضحة ومريحة للقراءة وتتوافق مع الخطوط اللاتينية إذا كان التصميم ثنائي اللغة. اتجاه النص من اليمين إلى اليسار يجب أن يكون متسقا في جميع عناصر الواجهة بما في ذلك القوائم والأزرار والأيقونات. التعامل مع الأرقام والرموز التي تبقى من اليسار إلى اليمين يتطلب اهتماما خاصا لضمان عدم حدوث تشوهات في النصوص المختلطة.

الفصل 3

تصميم تجربة المستخدم

تصميم تجربة المستخدم أو UX Design هو عملية تصميم منتجات توفر تجربة استخدام ممتعة وفعالة وسهلة تلبي احتياجات المستخدم وتحقق أهداف العمل. يركز تصميم UX على فهم المستخدم أولا ثم تصميم المنتج حول احتياجاته وسلوكياته. تشمل عملية تصميم UX البحث والتحليل والتصميم والاختبار والتكرار. المنتجات التي تقدم تجربة مستخدم ممتازة تحظى برضا أعلى وولاء أكبر ومعدلات تحويل أفضل.

بحث المستخدم أو User Research هو الخطوة الأولى والأهم في عملية تصميم UX. يهدف إلى فهم احتياجات وسلوكيات وتحديات ودوافع المستخدمين المستهدفين. يمكن إجراء البحث بطرق نوعية مثل المقابلات الفردية والملاحظة المباشرة واختبار الاستخدام، أو بطرق كمية مثل الاستبيانات وتحليل البيانات الإحصائية. يجب أن يشمل البحث شرائح مختلفة من المستخدمين للحصول على صورة شاملة. نتائج البحث تشكل الأساس الذي تبنى عليه جميع القرارات التصميمية.

شخصيات المستخدم أو User Personas هي تمثيلات خيالية مبنية على بيانات حقيقية من بحث المستخدم. تمثل كل شخصية نموذجا لشريحة من المستخدمين وتتضمن معلومات ديموغرافية واهتمامات وأهداف و frustration. عادة يتم إنشاء 3 إلى 5 شخصيات رئيسية ويراعى تصميم المنتج ليلبي احتياجاتها. خريطة رحلة المستخدم أو User Journey Map تصور الخطوات التي يمر بها المستخدم للتفاعل مع المنتج من الوعي وحتى الاستخدام المتكرر. تحدد هذه الخريطة نقاط الألم ومواقع الفرص لتحسين التجربة.

هندسة المعلومات أو Information Architecture هي فن تنظيم وترتيب المعلومات في المنتج بطريقة يسهل على المستخدم فهمها والتنقل فيها. تشمل بنية الموقع أو Sitemap التي تحدد التسلسل الهرمي للصفحات، وتصنيف المحتوى وتسميته. التنقل أو Task يجب أن يكون بديهيا ومتسقا بحيث يعرف المستخدم دائما أين هو وكيف يصل إلى ما يريد. قائمة المهام أو Navigation تحدد المهام الرئيسية التي يريد المستخدم إنجازها ويصمم التصميم لتسهيل إنجازها بأقل جهد ممكن Analysis.

التصميم التفاعلي أو Interaction Design يركز على تصميم الطريقة التي يتفاعل بها المستخدم مع المنتج. يشمل تصميم الأزرار والنماذج والقوائم والرسوم المتحركة والتغذية الراجعة. يجب أن يكون التفاعل طبيعيا وبديهيا ومتسقا في جميع أنحاء المنتج. مبدأ التصميم للأقل جهد أو Principle of Least Effort ينص على أن المستخدم سيختار دائما المسار الأسهل لإنجاز مهمته. قاعدة هيك أو Hick's Law تنص على أن وقت اتخاذ القرار يزداد مع زيادة عدد الخيارات لذا يجب تبسيط الخيارات.

النماذج الأولية أو Wireframes و Prototypes هي تمثيلات مرئية للتصميم تتراوح من مخططات بسيطة بالخطوط إلى تصاميم تفاعلية قريبة من المنتج النهائي. النماذج الأولية السلكية أو Wireframes تركز على التخطيط والمحتوى والوظائف دون إضافة ألوان أو تفاصيل بصرية. النماذج التفاعلية أو Prototypes تحاكي سلوك المنتج وتسمح باختبار التفاعل مع المستخدم. إنشاء النماذج الأولية مبكرا في عملية التصميم يوفر الوقت والجهد ويسمح باكتشاف المشاكل قبل بدء التطوير.

اختبار قابلية الاستخدام أو Usability Testing هو عملية تقييم المنتج بمشاركة مستخدمين حقيقيين لاكتشاف المشاكل وتحسين التصميم. يمكن إجراء الاختبار في أي مرحلة من مراحل التصميم، حتى مع النماذج الأولية البسيطة. يطلب من المشاركين إنجاز مهام محددة بينما يتم ملاحظة سلوكهم وتسجيل تعليقاتهم. الاختبارات المعتدلة يوجد بها ميسر يوجه المشارك ويطرح أسئلة، بينما الاختبارات غير المعتدلة يترك المشارك حرا في التنقل. نتائج اختبارات قابلية الاستخدام تقدم رؤى قيمة لا يمكن الحصول عليها بأي طريقة أخرى.

الفصل 4

تعلم فيجما خطوة بخطوة

فيجما أو Figma هي أداة تصميم واجهات المستخدم الأكثر شعبية في العالم حاليا. تعمل في المتصفح مباشرة مما يعني عدم الحاجة لتحميلها أو تحديثها، وتدعم التعاون الحيقي بين عدة مصممين في نفس الوقت. تتميز فيجما بكونها مجانية للاستخدام الشخصي، وقوية بما يكفي للمشاريع الاحترافية الكبيرة. توفر فيجما كل ما يحتاجه المصمم من أدوات للتصميم والنماذج الأولية والتعاون والمكونات والمكتبات.

الواجهة الأساسية لفيجما تتكون من عدة مناطق رئيسية. الشريط العلوي يحتوي على القوائم والأدوات الأساسية. الشريط الأيسر يحتوي على طبقات الصفحة والمكتبات والموارد. منطقة العمل أو Canvas في المنتصف حيث يتم التصميم. الشريط الأيمن يحتوي على خصائص العنصر المحدد مثل الأبعاد والألوان والخطوط. شريط الأدوات على اليسار يحتوي على أدوات التحديد والإطارات والنصوص والأشكال والخطوط والتعليقات. التعود على هذه الواجهة قد يستغرق بعض الوقت لكنها تصبح بديهية مع الممارسة.

أداة الإطارات أو Frames هي الأساس في تصميم واجهات المستخدم في فيجما. يمكن إنشاء إطارات بأحجام محددة مسبقا لشاشات مختلفة مثل هواتف iPhone وأجهزة iPad وحواسيب Mac. كل تصميم يبدأ بإطار يحدد منطقة العمل ويحاكي حجم الشاشة المستهدفة. يمكن إنشاء إطارات متعددة في نفس الملف لتمثيل شاشات مختلفة من التطبيق. فيجما توفر أيضا قوالب أو Templates جاهزة يمكن البدء بها وتعديلها حسب الحاجة.

المكونات أو Components هي عناصر تصميمية قابلة لإعادة الاستخدام مثل الأزرار وبطاقات المحتوى وأشرطة التنقل. عند تعديل المكون الرئيسي يتم تحديث جميع النسخ المشتقة منه تلقائيا. هذا يوفر الكثير من الوقت ويضمن الاتساق في جميع أنحاء التصميم. المكونات المتغيرة أو Variants تسمح بإنشاء نسخ مختلفة من نفس المكون مثل زر في حالات عادية ومعلقة وضاغطة بألوان وأحجام مختلفة. المكونات يمكن أن تحتوي على مكونات أخرى مكونة أنظمة تصميمية معقدة.

التخطيط التلقائي أو Auto Layout هي ميزة قوية في فيجما تسهل إنشاء تخطيطات مرنة ومتجاوبة. تعمل بشكل مشابه لـ Flexbox في CSS حيث يمكن ترتيب العناصر أفقيا أو عموديا وتحديد المسافات بينها واتجاه المحاذاة. عند تغيير حجم المحتوى تتكيف المسافات والأحجام تلقائيا مما يجعل التصميم أكثر مرونة وأسهل في التعديل. Auto Layout يعد من أهم الميزات التي يجب على كل مصمم إتقانها لأنه يقلل وقت التصميم بشكل كبير.

الأنماط أو Styles هي قوالب لأنماط مرئية يمكن تطبيقها على أي عنصر. أنماط الألوان تحفظ الألوان المستخدمة في المشروع وتضمن استخدامها بشكل متسق. أنماط النصوص تحفظ إعدادات الخطوط والأحجام وتسهل تطبيقها. أنماط التأثيرات تحفظ ظلال الإسقاط والتعتيم والأوضاع المختلفة. عند تعديل نمط يتم تحديث جميع العناصر التي تستخدمه تلقائيا. إنشاء أنماط من البداية وتسميتها بشكل واضح يسهل إدارة التصميم وخصوصا في المشاريع الكبيرة والفرق المتعددة.

النماذج الأولية أو Prototyping في فيجما تسمح بربط الشاشات وإنشاء تدفقات تفاعلية تحاكي سلوك التطبيق الحقيقي. يمكن إضافة انتقالات بين الشاشات مثل التلاشي والانزلاق والانتقال الفوري مع التحكم في مدة الانتقال وتأثير التباطؤ. النماذج التفاعلية يمكن مشاركتها مع الفريق وأصحاب المصلحة للحصول على ملاحظات قبل بدء التطوير. أداة FigJam هي نسخة مبسطة من فيجما مصممة للعصف الذهني ورسم المخططات والتعاون الجماعي السريع. تعلم فيجما يتطلب الممارسة المستمرة وبناء مشاريع حقيقية لتطوير المهارات.

الفصل 5

اختبار وتحسين التصميم

اختبار التصميم وتحسينه بشكل مستمر هو ما يميز التصميم الاحترافي عن التصميم العادي. التصميم الجيد ليس نتاج إلهام لحظي بل هو نتاج عملية بحثية وتكرارية تقوم على البيانات الحقيقية وملاحظات المستخدمين. حتى أكثر المصممين خبرة لا يمكنهم التنبؤ بكل كيف سيتفاعل المستخدمون مع التصميم، لذا فإن الاختبار يعد خطوة لا غنى عنها في كل مشروع تصميم.

اختبار A/B أو Split Testing هو تقنية قوية لمقارنة نسختين مختلفتين من عنصر تصميمي لمعرفة أيهما يحقق أداء أفضل. يمكن اختبار عناوين مختلفة أو ألوان أزرار أو تخطيطات صفحات أو نصوص دعوة للإجراء. يجب اختبار عنصر واحد في كل مرة لضمان القدرة على تحديد سبب الفرق في النتائج. يجب أن يكون حجم العينة كافيا للحصول على نتائج إحصائية ذات دلالة. الأدوات مثل Google Optimize و Optimizely تسهل إجراء اختبارات A/B وتخالف التوقعات، وهذا بالضبط قيمة الاختبار. النتائج قد تكون مفاجئة أحيانا على المواقع الحقيقية.

خرائط الحرارة أو Heatmaps توفر رؤية بصرية لسلوك المستخدمين على الموقع أو التطبيق. خرائط النقر تظهر المناطق التي ينقر عليها المستخدمون بكثافة، مما قد يكشف عن عناصر يعتقد المستخدمون أنها قابلة للنقر لكنها ليست كذلك. خرائط التمرير أو Scroll Maps تظهر إلى أي مدى يصل المستخدمون في الصفحة وأين يتوقفون عن التمرير. خرائط الحركة أو Move Maps تظهر مسار حركة الماوس على الصفحة. أدوات مثل Hotjar و Crazy Egg توفر هذه الخرائط بمقابل ميسور وتساعد في اكتشاف فرص التحسين.

تحليل سجلات التسجيل أو Session Recordings يتيح مشاهدة تسجيلات لجلسات المستخدمين الحقيقيين على الموقع. هذا يوفر فهما عميقا لكيفية تفاعل المستخدمين فعليا مع التصميم، بما في ذلك التردد والارتباك والمسارات غير المتوقعة. يمكن ملاحظة كيف يملأ المستخدمون النماذج وأين يواجهون صعوبات وكيف يتصفحون الصفحات. تحليل هذه التسجيلات يكشف عن مشاكل قد لا تظهر في الاختبارات المخبرية حيث يكون المستخدم واعيا بأنه يراقب. يجب أن يكون التحليل منتظما وتوثيق النتائج ومشاركتها مع الفريق.

التقييم الخبير أو Expert Review هو طريقة سريعة وفعالة لتقييم التصميم بمشاركة متخصصين في مجال UX. يعتمد على خبرة المقيم في تحديد مشاكل قابلية الاستخدام بناء على المبادئ والمعايير المعترف بها مثل مبادئ نيلسن لقابلية الاستخدام العشرة. يمكن لمقيم واحد أو أكثر مراجعة التصميم وتقديم ملاحظات مفصلة حول المشاكل المحتملة واقتراحات التحسين. التقييم الخبير أسرع وأقل تكلفة من اختبار المستخدم لكنه لا يغني عنه تماما لأن الخبراء قد يختلفون عن المستخدمين الفعليين في تصوراتهم وتوقعاتهم.

التصميم التكراري أو Iterative Design هو نهج يقوم على تحسين التصميم بشكل تدريجي من خلال دورات متكررة من التصميم والاختبار والتحليل. كل دورة تنتج تعلمات تدمج في الدورة التالية حتى الوصول إلى مستوى مرضي من الجودة. هذا النهج يقلل من مخاطر الفشل لأن المشاكل تكتشف مبكرا وقبل استثمار الكثير من الموارد. عملية التصميم التكراري تتضمن تصميم نسخة أولية واختبارها مع المستخدمين وتحليل النتائج وتعديل التصميم بناء على التعلمات ثم تكرار العملية.

مقاييس تجربة المستخدم أو UX Metrics توفر بيانات كمية لتقييم جودة التصميم ومراقبة تحسنه بمرور الوقت. من أهم المقاييس مهمة نجاح المستخدم أو Task Success Rate التي تقيس نسبة المستخدمين الذين تمكنوا من إنجاز مهام محددة بنجاح. معدل الأخطاء يقيس عدد الأخطاء التي يرتكبها المستخدمون أثناء التنقل. الوقت على المهمة يقيس المدة اللازمة لإنجاز مهمة معينة. مؤشر صافي نقاط المروج أو NPS يقيس مدى رضا المستخدمين وولائهم. نظام تقييم قابلية الاستخدام أو SUS يوفر درجة رقمية شاملة لقابلية الاستخدام. مراقبة هذه المقاييس بانتظام يضمن تحسين مستمر لتجربة المستخدم.