

الباب الثانى

التصميم ومصممو الجرافيك



طبيعة عمل مصمم الجرافيك

قد يبهرك المسمى الوظيفي لشخص ما عندما تتحدث معه ويخبرك أنه مصمم جرافيك ثم تجد في نهاية الحديث أنه يصمم الكروت الشخصية فقط.

بداية يجب أن تعرف أن مصمم الجرافيك وظيفة كبيرة وشاملة للعديد من الوظائف المتداخلة سنذكر أغلبها:

- مصمم وثائق الدعاية وتشمل الإعلانات الداخلية وتصميمات الكتب والكتيبات الصغيرة والمجلات والجرائد والبوسترات وأغلفة المنتجات وأغلفة أشرطة الفيديو والكاسيت والأسطوانات وقوائم الأسعار وقوائم المنتجات والكتالوجات وشعارات الشركات ... الخ.

- مصمم الإعلانات الخارجية وتشمل لوحات للمحلات والأسواق والعيادات والشركات ... الخ كذلك إعلانات المنتجات والخدمات الخارجية وإعلانات الطرق.

- مصمم واجهات المواقع وتشمل كل ما يتعلق بتصميمات واجهات المواقع فقط بدون تعليمات برمجية مصمم الإعلانات التلفزيونية وتشمل التصميمات الثابتة والمتحركة التي تجدها على أغلب محطات التلفزيون وتجد أيضاً مقدمة وخاتمة البرامج وكذلك بعض الكليات ... الخ.

-مصمم رسوم متحركة ثنائية الأبعاد ومن أمثلتها توم وجيري والكابتن ماجد.

-مصمم ستوديوهات وتشمل تصوير الأشخاص والعرائس وتعديل الصور وإخراجها بشكل جميل وإضافة المكياج وتحسين الصور .

-مصمم ثلاثي الأبعاد للتصميمات الثابتة وتشمل كل التصميمات ثلاثية الأبعاد الثابتة وتجد أغلبها في شركات المعمار والمقاولات والهندسة.

-مصمم ثلاثي الأبعاد تصميمات متحركة وهي أقوى أنواع التصميم وأصعبها ومن أمثلتها أفلام الكرتون ثلاثية الأبعاد مثل المسلسل اليمني المشهور حضرمتون وكذلك نيمو ... الخ.

-وتعتبر الأفلام ثلاثية الأبعاد من أقوى وأنجح الأفلام على مستوى العالم ولاقت رواجاً شديداً

تصميم الجرافيك أو فن الاتصالات البصرية وهو نهج إبداعي يقوم به مصمم أو مجموعة من المصممين بناء على طلب العميل أو الزبون ويتعاون على تنفيذ معطياته المادية مجموعة من المنتجين(عمال طباعة، مبرمجين، مخرجين، الخ) من أجل إيصال رسالة معينة أو مجموعة رسائل للجمهور المستهدف يشير مصطلح تصميم الجرافيك إلى عدد من التخصصات الفنية والمهنية التي تركز على الاتصالات

المرئية وطرق عرضها وتستخدم أساليب متنوعة لإنشاء والجمع بين الرموز والصور أو الكلمات لخلق تمثيل مرئي للأفكار والرسائل وقد يستخدم مصمم الجرافيك تقنيات مثل فن الخط، الفنون البصرية، تنسيق الصفحات للوصول إلى النتيجة النهائية هذا وغالبا ما يشير تصميم الجرافيك إلى كل من العملية التي من خلالها يتم إنشاء التواصل وكذلك المنتجات .

ومن مستخدمى فن تصميمات الجرافيك نجد كل من المجلات، والإعلانات ومنتجات التعبئة والتغليف فعلى سبيل المثال، قد تشمل مجموعة المنتجات شعار أو عمل فني آخر، ونص منظم وبعض عناصر التصميم الصرفة مثل الأشكال والألوان التي من شأنها صياغة المنتج في قالب واحد ويعتبر التكوين واحد من أهم سمات تصميم الجرافيك خاصة عند استخدام المواد سابقة التحضير أو العناصر المتنوعة.

تعريف تصميم الجرافيك

يقوم تصميم الجرافيك على تطبيق مجموعة من المبادئ والاشتغال على مجموعة من العناصر لخلق عمل فني تواصلي مرئي يركز إلى الصورة الثابتة ويتخذ شكلاً مطبوعاً أو معروضاً على سطح ثنائي الأبعاد فما هي أفضل خمس برامج تصميم جرافيك ننصحك باستخدامها في مشروعك المقبل؟.

Photoshop CS6

البرنامج الأول في تحرير وتعديل الصور الفوتوغرافية، حيث يوفر البرنامج جميع الأدوات والخيارات التي قد يحتاجها الشخص لإكمال الرؤية للصورة أو التصميم حيث يحتوي على المواصفات العالية التالية:

- 1- سرعة أعلى .
- 2- أدوات جديدة للتحرير.
- 3- وضع حفظ الخلفية حيث يمكنك تحرير العديد من الصور في وقت واحد والحصول على أقصى استفادة من عملك.
- 4- توفر أدوات جديدة لقص الصور حيث تغيير درجة الشفافية وقواعد التعديل الثلاثية القدرة على التعامل مع لون البشرة ومجموعة الألوان وإجراء التعديلات باستخدام المنحنيات وتشبع اللون .
- 5- مجال واسع لقدرات تصحيح الزاوية والتي تستخدم في هوليوود للحصول على دقة الألوان.

Illustrator

البرنامج الأقوى في مجموعة أدوبي في الرسومات والتصميمات عالية الدقة بدون البكسل حيث يعتبر البرنامج أحد البرامج المهمة والقوية التي يستخدمها العديد من المصممين المحترفين والهواة في شتى أنحاء العالم للرسم وتصميم الشعارات بالإضافة أيضاً إلى رسم الشخصيات

الكرتونية كما يستخدم في تصميم المواقع الإلكترونية أو التصميم الفنية حيث يحتوي على المواصفات العالية التالية

- 1- روعة التصميم.
- 2- سهولة الاستخدام.
- 3- انسيابي جداً.
- 4- يمكن الاستفادة من التصميم المنتجة من خلاله بصورة مطلقة ولا تتأثر الرسوم الناتجة منه بأي شكل يسيء إلى جمالها من تكبير أو إضافات أخرى.
- 5- حجم الملفات الناتجة منه صغيرة جداً بعكس برنامج الـ

. Photoshop

الطباعة تحب التعامل به لأن ماكينات الطباعة تتوافق معه بشكل كبير جداً بعكس برنامج الفوتوشوب.

يستطيع المصمم التحكم في حجم عمله في برنامج الإستريتر بشكل مريح جداً دون التأثير على جودة العمل.

برنامج Maya

وقد عرف تطبيق مايا الأقوى عندما يتعلق الأمر الرسوم المتحركة، مع مكتبة ضخمة من أدوات الرسوم المتحركة وقد تم استخدامه في صنع الفيلم الشهير هاري بوتر وتشمل بعض البنود الرئيسية :

- قدرات المحاكاة.
- بيفروست وهي منصة مؤثرات قوية للتحكم بالسوائل.
- إضافة أوراق الشجر التي تضيف النباتات إلى المشهد أو الشعر للشخصيات كما في أفلام بيكسار الشهيرة.
- القدرات العالية لمحاكاة الأجسام الحركية.

ds Max3

لما يقارب عقدين من الزمان كان برنامج الثري دي ماكس في طليعة البرامج ثلاثية الأبعاد حيث يقوم بتصميم الرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد ونماذج الألعاب والصور والشخصيات.

- يستخدم برنامج الماكس لتصميم نماذج ثلاثية الأبعاد وتحريكها وتصديرها النهائي.
- استخدم برنامج Ds Max3 في صنع فيلم بيكسار أفاتار الرائج حالياً والذي صمم بما يتجاوز 26 مليون دولار.

- يتضمن الإصدار الجديد من البرنامج 2016 كائنات هندسية جديدة ومعدلات في خصائص البرنامج والوصول إلى المكتبات OpenSubdiv حيث السرعة والجودة الأعلى.

Apple Final Cut Pro

مع ظهور وشهرة اليوتيوب والفيديوهات ذات الجودة العالية التي تتصدر جاء برنامج تحرير الفيديو فاينل كت برو لتحرير الفيديو الذي لديه واجهة ودية صديقة للمستخدمين حيث الأداء الأسرع من معظم البرامج الأخرى.

- يمكن للمستخدم وضع علامة على مقاطع الفيديو والعمل على عدة مشاريع مرة واحدة مع خاصية (المكتبة) المتواجدة فيه، وإذا كنت من محبي الطبيعة فباستخدام Final Cut Pro وK4 حيث يمنح المشاهدين تجربة تشبه الحياة.

العناصر

يتكون كل تصميم فني جرافيكي من مجموعة من العناصر، وتكوين التصميم غالباً لا يخرج عنها، وكل عنصر له وظائف وتأثيرات في نفس المشاهد، وعناصر تصميم الجرافيك والأشكال والألوان والخامات والفراغات والنصوص.

ويستطيع غير المتخصصين التمييز بين التصميم الجيد والتصميم الرديء، بسبب وقع التصميم وتأثيره في نفس المشاهد، فالتصميم السليم هو الذي يراعي الأسس والمبادئ في تكوين وتوزيع عناصره، ومن ثم يقدم التصميم رسالة إعلامية ويحقق الهدف المرجو منه.

ويعتقد الكثيرون من هواة التصميم والمبتدئين في هذا المجال أن مجرد تعلم أدوات برنامج مثل الفوتوشوب أو اليستريتور أو غيره من برامج التصميم، يجعلهم مصممين جيدين، وهذا تصور خاطئ، فلا يشترط للمصمم تعلم برنامج محدد للتصميم، وليس كل محترف لأدوات وأوامر الفوتوشوب يطلق عليه مصمم، فالفارق كبير بين من يمتلك أدوات وأوامر برامج على الكمبيوتر، وبين من يمتلك أسس ومبادئ وقواعد ومهارات التصميم، ونتناول العناصر المكونة للتصميم.

عناصر تصميم الجرافيك

التصميم الجرافيكي مثل كل تصميم يتكون من مجموعة من العناصر، وهي تقريباً نفس العناصر الفنية في أغلب أنواع التصميمات، كتصميم الديكور وتصميم الأزياء، وتعددت تصنيفات المتخصصين في سرد عناصر التصميم ومسمياتها لكنها في النهاية لا تخرج عن العناصر التالية.

أولاً: الخطوط:

الخط هو العنصر الأساسي المكون لأي تصميم ، فهو يحدد الأشكال ويجزئ المساحات ويقسم الفراغات، والخطوط قد تكون مستقيمة أو منحنية أو منكسرة أو حرة وعشوائية، وقد تكون مصمتة أو منقطة أو متقطعة وللخطوط دلالات وإيحاءات، مثل:

- الخطوط المائلة قد تعطي إحساساً بعدم التوازن.
- الخطوط المنحنية توحى بالحركة والانسيابية والوداعة والرشاقة والليونة.
- التشكيل الحلزوني قد يوحي بالضييق أحياناً وقد يوحي بالفرج أيضاً.
- الخطوط الشعاعية تعطي إحساساً بالانطلاق، والخطوط الشعاعية المنكسرة تعطي إحساساً بالصدمة أو تشقق السطح.
- الخطوط السميكة تجذب الانتباه عن الخطوط الرفيعة، لكن استخدامها المفرط قد يسبب إزعاجاً.

وللخطوط وظائف واستخدامات مثل:

- الخطوط الإرشادية التي تنظم العناصر والمعلومات وتضبط مساحات التوازن.

- الخطوط التوضيحية التي تميز النصوص، وتربط بين المعلومات.
- خطوط التنسيق التي تستخدم لتقسيم لوحة التصميم والفصل بين الكتل.
- الخطوط الحركية والتي تستخدم للتعبير عن حركة أو سلوك.
- الخطوط التجريدية والتي تستخدم لتبسيط الرسوم والأشكال والظلال.

ثانياً: الأشكال والصور:

الأشكال هي الرسوم التي لها مساحة مغلقة داخل التصميم ناتجة عن اتصال الخطوط، كالمربع والمستطيل والدائرة والمثلث والنجمة، وقد تكون الأشكال ثلاثية الأبعاد كالهرم والمكعب والاسطوانة، وقد تكون عشوائية وغير منتظمة، والأشكال يمكن استخدامها في التصميم لإبراز الأشياء، أو تنسيقها.

والصور هي الملتقطة بواسطة الكاميرا، سواء الكاميرا الفوتوغرافية محترفة أو بأجهزة الموبايل وغيرها من الأجهزة الرقمية، والصورة تستخدم في بعض التصميمات ولها تأثير بارز في لفت الانتباه، وقد شاع استخدام الصور داخل التصميمات مع انتشار وسائل التصوير الرقمية وتوفر ملايين الصور المجانية عبر الانترنت.

استخدامات الاشكال:

- تساعد في تكوين أشكال جمالية في هيكل التصميم.
- تستخدم لتشكيل كتل داخل التصميم تحدد أطراف الصور والنصوص.
- تستخدم في إبراز المعلومات كتحديد العناوين ورسم إطار حول الصور والنصوص.
- الأشكال الرسومية التعبيرية هي لغة تواصل وتساهم في توصيل رسالة التصميم.

ثالثاً: الألوان وقيم الإضاءة:

الألوان تعطي تأثيرات جمالية وتنسيقية، وتستخدم في إبراز العناصر المهمة، وفي توجيه عين المشاهد، ولها مدلولات نفسية على الوجدان والنفس، وأثبتت دراسات أن العين حين ترصد لوناً ما تبعث برسالة إلى الدماغ فيفرز هرمونات تؤثر على الحالة المزاجية وعلى العاطفة والسلوك حسب صبغة ودرجة اللون.

والألوان الأساسية هي الأحمر، والأصفر، والأزرق، والألوان الثانوية هي البرتقالي، والبنفسجي، والأخضر، ويخضع التلوين الصحيح للعلاقة بين هذه الألوان، ويستعان في عملية اختيار الألوان بعجلة الألوان

واختيار نظام التلوين المناسب حسب عدد الألوان المطلوبة للتصميم، وللألوان دلالات نفسية وعاطفية:

ألوان دافئة: تعطي الإحساس بالدفء والود، وهي مشتقة من ألوان النار، وهي الأحمر والأصفر والبرتقالي ودرجاتها.

ألوان باردة: تعطي الإحساس بالهدوء، وهي مشتقة من ألوان البحار والسماء والأشجار، وهي الأزرق والأخضر والبنفسج ودرجاتها.

ألوان محايدة: وهي الأسود والأبيض والرمادي، وهي تستخدم لعمل توازن بين الألوان الدافئة والباردة، كما تتميز بإمكانية استخدامها مع أي لون دون قيود.

وللألوان قيم وهي الإضاءة التي تتحكم في مستوى سطوع وكثافة اللون، فزيادة الضوء يفتح اللون وتقليل الضوء يعمق اللون، ومستويات الإضاءة تبدأ من اللون الأبيض مروراً بدرجات الرمادي وانتهاءً باللون الأسود، واختلاف قيم اللون يساهم في تنسيق الصورة ويخلق عمقاً من خلال تدرج قيم اللون الواحد.

رابعاً: الخامات:

الخامات أو الأنسجة تعطي ملمساً خاصاً للسطوح، من النعومة أو الخشونة أو اللمعان أو الكثافة، وأشيع استخدامها كبديل عن الخلفيات ذات الألوان المصمتة، ولها أشكال متعددة كخامات الرسوم الزخرفية، وأشكال الورق، والحبيبات، والألياف، والزجاج، والمعادن، والبلاستيك، وغيرها.

والنمط هو بمثابة وحدة زخرفية أو غير زخرفية، يتم تكرارها بطريقة هندسية منتظمة أو بطريقة عشوائية.

استخدامات الخامات:

- تضيي طابعاً ولمساً خاصاً للتصميم خاصة في المساحات الفارغة.
- تخلق شعوراً بالعمق والبعد الثالث D3 كخامات الجدران والنقش.
- تعطي تأثيرات جمالية للكتل والنصوص وتميزها على الألوان المصمتة.

خامساً: المساحة والفراغ:

والمقصود هنا المساحة السلبية أو الفارغة المحيطة بكتل التصميم الجرافيكي ، ولا يشترط أن يكون الفراغ باللون الأبيض، فقد يكون بنفس لون الفراغ الموجود بالتصميم، وقد يكون خاماً.

فوائد الفراغات:

- الفائدة الرئيسية هي راحة العين وسهولة المتابعة، ومن ثم تترك وقعاً مريحاً في نفس المشاهد.
- تساهم الفراغات حول الكتل في إبراز مكونات الكتل وجذب الانتباه لها.
- تعطي انطباعاً احترافياً للتصميم على عكس التصميم المزدحم قليل الفراغات الذي يترك انطباعاً مربكاً ومشتتاً.
- تساهم الفراغات في تنسيق التصميم والتمييز بين فقرات النصوص.
- يمكن خلق أشكال إبداعية من المساحة السلبية، وهو أسلوب احترافي يستخدمه بعض المصممين.

سادساً: النصوص:

يساهم النص في فهم رسالة التصميم ، ويوضح هدفه، والنص عنصر سهل في التصميم لكن من المهم اختيار النص البسيط المعبر والواضح، ووضع النص في المكان الملائم في التصميم.

الآفاق الوظيفية لتخصص الجرافيك

لا يوجد في عصرنا الحالي من لا يعرف ماهو الجرافيك وماهي الفرص الوظيفية الرائعة جداً التي يحظى بها المبدعون في هذا المجال الواسع ،

الذي يتنامي بسرعة هائلة فى سوق الوظائف ، ويُعتبر من أكثر المهن طلباً من قبل الهيئات والمؤسسات بكافة توجهاتها وتخصصاتها.

مصمم الجرافيك يستخدم برامجاً بعينها للتصميم مثل الفوتوشوب وغيرها للتحكم فى الصور ، الخطوط ، الألوان ، الأشكال ، النصوص ، تصميم المواقع وغير ذلك بهدف توصيل الرسالة أو المعنى الذى يقصده إلى الجمهور.

هذه التصميمات تشمل الإعلانات لغرض الطباعة، البوسترات، أشكال المنتجات، تصميمات المجلات والصحف والكتب وغيرها لذلك ، يُعتبر مصمم الجرافيك عنصراً شديداً الأهمية فى مجال الدعاية وفي نفس الوقت فنان مُبدع يهوى الابتكار والإبداع .

وكما ذكرنا ، السوق الوظيفي المفتوح أمام هذا التخصص لا يُمكن حصره أبداً ، باعتبار أن عالم الجرافيك أصبح مُقترناً بصناعات ضخمة كالدعاية والأعلان والانتاج التلفزيوني وتحرير الفيديو وتصميم المواقع وغيرها إلا أننا يمكننا أن نستعرض أهم هذه الوظائف ، أو قل : الأكثر شيوعاً.

يستخدم المصمم الصور والألوان وكل ماله علاقة بعمل الشعارات واللافتات والرسومات والرموز، من خلال برامج التصميم مثل

الفوتوشوب، الفلاش، وIllustrator ولكن هذه المهنة تحديداً تستلزم وجود الإبداع فى المصمم ، إلى جانب الخبرات المهنية والأكاديمية التى تحول إبداعه إلى رسالة واضحة المعنى من خلال تصميماته .

مصمم القوالب: وظيفة تركز على إختيار أوضاع تركز الصور وألوانها وخطوطها.

مصمم الفلاش :

مصممين الفلاش يكونون ذوى خبرة فى إستخدام برنامج الفلاش وهو برنامج لعمل تصميمات لمواقع الإنترنت، ذو تقنيات عالية فى إستخدام المؤثرات البصرية، وبدونه لكان الإنترنت كئيباً للغاية

مصمم الفوتوشوب:

هو مصمم لديه قدرة عالية على إستخدام برنامج الفوتوشوب، لتحسين الصورة وتعديلها والحصول على أفضل مظهر لها يساعد على توصيل رسالة المصمم.

هذه الوظائف وغيرها تتوزع على كل المؤسسات التى تخطر ببالك ، بدءاً من المحل التجاري الصغير الذى يرغب فى عمل بوستر تسويقي له إنتهاءً بالمؤسسة الكبرى العالمية التى تركز على طرح خطتها

التسويقية لموقعها على الانترنت الذي صممه ووضع شعاره ووضع
قالبه وعدّل الصور فيه مصممو الجرافيك .

بإختصار :تصميم الجرافيك اليوم هو الوظيفة الأكثر شيوعاً بين الشباب
المُتخصّص والغير مُتخصّص لأنها ببساطة مُتعة وإبداع وفن ، قبل أن
تكون وظيفة مُربحة !

أسس ومبادئ تصميم الجرافيك هي التي تميز بين المصمم وغير
المصمم، فاستيعاب أساسيات ومبادئ التصميم علمياً وعملياً، هو البداية
الصحيحة لكل مبتدئ في مجال التصميم، بعد معرفة عناصر التصميم.

وكثير من هذه المبادئ هي تقديرية تخضع لشعور وإحساس المصمم،
وينمو هذا التقدير بالممارسة المستمرة، وبالتأمل العميق في تصميمات
المحترفين، وهذه الأسس هي نتاج خبرات تراكمية تطورت مع مرور
الوقت وكنا قد تناولنا عناصر التصميم الجرافيكي وماهية تكوين التصميم
ووظائف كل عنصر، وهى بداية هامة قبل الشروع في تناول الأسس
والمبادئ الخاصة بالتصميم الفني.

مبادئ التصميم الجرافيكي

أولا الوحدة والتقارب:

والمقصود بالوحدة هي وحدة العناصر المكونة للتصميم ، أي وجود علاقة تربط بين هذه العناصر، والعلاقة قد تكون شكلية بتوحيد نمط رسم الأشكال مثل نمط الأشكال الهندسية أو نمط الخطوط المنحنية أو نمط زخرفي، وقد تكون العلاقة لونية، بتوحيد نظام التلوين المستخدم، وتشمل الوحدة أيضاً وحدة الفكرة، أي طرح موضوع أو فكرة واحدة دون تشتيت، أو وحدة الموضوع، وكذلك وحدة الأسلوب كاختيار أسلوب التصميم المسطح أو التصميم ثنائي الأبعاد أو التصميم ثلاثي الأبعاد.

أما التقارب، فالمقصود به وضع الكتل المتشابهة تحت تصنيف واحد أو جمعها في مساحة واحدة بشكل متقارب أو متلاصق، فتظهر وكأنها كتلة واحدة، مما يسهل على المشاهد فهم العمل الفني ككل بنظرة سريعة.

ثانياً التوازن:

لغويًا هو التساوي في الثقل، وفي مجال التصميم الجرافيكي هو الاحساس بالاستقرار والتوازن، أي تعادل العناصر المتقابلة في التصميم، وتوازن الكتل يولد الشعور بالراحة، والتوازن 3 أنواع:

توازن محوري: أي على جانبي محور ارتكاز رأسي، وقد يكون التوازن متماثل وفيه تتطابق الأشكال والكتل والخطوط على جانبي اللوحة تماثلاً

كليا، وقد يكون التوازن غير متماثل وفيه لا تتطابق الأشكال فقد تختلف في اللون أو الشكل أو الملمس أو غير ذلك.

توازن اشعاعي: أي الدوران حول نقطة أو كتلة ارتكاز.

توازن وهمي: لا يعتمد على محور أو نقطة ارتكاز ظاهرة، وإنما يعتمد على الإحساس بالتوازن، وهو يعطي حرية أكبر للمصمم، لكن تقدير هذا التوازن ليس سهلاً، فقد يعتمد على عوامل مركبة من تقدير ثقل الألوان ونسبة الفراغ المناسبة حول الأشكال، ومدى قرب أو بعد الكتل عن محور الارتكاز الوهمي، وعوامل أخرى متعددة.

ويستطيع المصمم تحقيق التوازن بتكرار الأشكال وتغيير الأحجام وتوزيع الكتل قريباً وبعداً عن محور الارتكاز، وتنسيب الفراغات.

معايير لحساب التوازن:

الحجم: الكتل الكبيرة لها وزن بصري أعلى من الكتل الصغيرة.

اللون: درجة التشبع اللوني الأعلى أثقل بصرياً من اللون قليل التشبع، واللون الغامق أثقل بصرياً من الفاتح، وتقدير الثقل اللوني يعتمد على إحساس المصمم.

الموضع: فالكتلة البعيدة عن محور الارتكاز أثقل بصرياً من الكتلة القريبة.

التعقيد: فالكتلة ذات الشكل المعقد أثقل بصرياً من الكتلة المنتظمة.

ثالثاً: الحركة والإيقاع:

المقصود بالحركة شعور المشاهد بوجود حركة داخل التصميم الجرافيكي، وهو إحساس ناتج عن توزيع العناصر بطريقة توحى بالحركة، وتتحكم في طريقة حركة العين المتتابعة داخل التصميم، وللحركات اتجاهات وأشكال، وقد تكون سريعة أو بطيئة، ووجود حركة في التصميم يضيف عليه الحيوية.

ومن أمثلة الحركة: تكرار شكل بأوضاع مختلفة للإيحاء بالحركة، واستخدام صور معبرة عن الحركة كتطير أطراف الملابس أو الشعر للتعبير عن وجود رياح، واستخدام الأسهم والخطوط الموجهة لحركة العين، وكذلك استخدام الألوان بطريقة تحدد بداية اتجاه حركة العين ثم الانتقال مع حركة اللون وانسيابه داخل التصميم.

أما الإيقاع فهو مصطلح موسيقي، يعبر عن معزوفة أو نغمة متكررة، وفي التصميم يعبر عن حركة لها وقع خاص يضيف الجاذبية على

التصميم ويبعد عنه الملل، ويتحقق الإيقاع من خلال التكرار أو التنوع أو التدرج.

أمثلة للإيقاع:

تكرار كتلة مع تغيير اللون، وهو إيقاع رتيب.

تكرار كتلة مع تغيير اللون والحجم والشكل، وهو إيقاع غير رتيب.

تكرار كتلة بشكل متناقص، وهو إيقاع متناقص.

تكرار كتلة بشكل متزايد، وهو إيقاع متزايد.

تصميم حركة انسيابية مثل تدفق المياه، وهو إيقاع سلس.

رابعاً: التباين

المقصود بالتباين هو درجة التضاد بين العناصر المتقاربة والمتلاصقة داخل التصميم الجرافيكي ، والغرض من التباين هو إظهار وتمييز عناصر التصميم عن بعضها، وكلما زاد التباين زاد الوضوح، ويتم التباين بتغيير اللون أو الحجم أو الخط أو التباعد، وغير ذلك، فوجود لونين متضادين يوضح الشكل أو النص، وجود أحجام صغيرة وأحجام كبيرة يوضح الفرق بين الشكليين.

خامساً: السيادة أو التركيز:

التركيز أو السيادة هو إبراز جزء معين من التصميم، بغرض لفت الانتباه وتوجيه العين إليه، بحيث يستحوذ هذا الجزء على اهتمام المشاهد، ويوجه تركيزه عليه، ويمكن تحقيق هذا التركيز بطرق عديدة.

أمثلة لتحقيق التركيز والسيادة:

- رسم خطوط توجيهية تشير لمركز السيادة.
- تمييز مركز السيادة بالألوان أو إضاءة مختلفة.
- إبراز الجزء المراد التركيز عليه وجعل موضعه في المقدمة.
- توجيه البصر، مثل جماعة يتجه بصرها نحو الهدف.
- عزل الشكل بعيداً عن الزحام أو أقرانه المتعددة.
- عمل إطار حول الجزء المهم.

أيضاً يمكن تحقيق التركيز بتمييز الحجم أو الموضع أو تغيير نوع الخط في حالة النصوص.

سادساً: التنسيق والمحاذاة:

التنسيق يعني توزيع العناصر بشكل مرتب وليس بطريقة عشوائية داخل مساحة التصميم الجرافيكي ، وترتيب العناصر يتحقق اعتماداً على

المحاذاة، إما من حواف الأشكال أو من خطوط مركزها، والمحاذاة قد تكون مستقيمة أو منحنية أو معتمدة على مخطط ما.

وينبغي للتصميم الجيد أن يراعي التناسب الصحيح بين الكتل والفراغات، وكلما زاد حجم الكتل احتجنا لفراغ أكبر، والتناسب يشمل الأحجام والمساحات والصور والنصوص والألوان، فمثلاً يراعى التناسب بين حجم العنوان وحجم المتن، والتناسب بين درجات الألوان.

فنيات جذب المشاهدين للتصميم:

في عالم الدعاية والإعلان أصبح هناك الكثير من التقنيات والفنيات التي تزيد من تأثير الإعلان على الناس، وبالتالي تحقيق الهدف المرجو من تصميم وطباعة هذه الإعلانات التجارية، ومن بعض التقنيات المهمة والتي تدرس في علم الإعلان الحديث مايلي:

(1) التأكد من وجود عنصر كبير داکن في الإعلان:

من الممكن أن يكون عنوان رئيسي كبير وغامق ، صورة، أو شكل توضيحي، على سبيل المثال إذا فتحت الصحيفة ستلاحظ أن عينك ستقع أولاً على الإعلان الذي يحتوي على أكبر مساحة داكنة فيه، بغض النظر عن كبر حجم الإعلان، فإعلان صغير ينطبق عليه هذا الشرط قد يلتفت النظر أكثر من الإعلان الكبير الذي لا يحتوي على هذا الشرط.

(2) التأكد من أن العنوان الرئيسي كبير وغامق ويحتوي على رسالة ملفتة:

حيث أن العنوان الكبير العريض والمكتوب بخط غامق يجبر عين المشاهد على الانتباه له، وبالإضافة إلى قوة العبارة المستعملة في العنوان فإن القاريء سيتوقف فعلاً لمتابعة قراءة المقال أو الإعلان.

(3) استخدام نسق طباعي بسيط ومحاولة تجنب الفوضى في ترتيب العناصر:

إن صورة كبيرة واحدة في الإعلان هي أفضل من عدة صور صغيرة، والطريقة المثلى للفت الانتباه هي مساعدة القاريء على التدرج من أعلى الصفحة إلى أسفلها بكل راحة وبدون تشويش، وهكذا يتحقق هدف الإعلان؛ وهو أن يكون مقروءاً بشكل كامل وواضح، فكثرة العناصر الموجودة في الإعلان قد تشوش العين، وبالتالي فإن رد الفعل النفسي لدى المشاهد هو أنه لا يريد إكمال القراءة.

(4) الرسالة الموجودة في الإعلان أهم من تلك الصور والأشكال الكثيرة: حيث أن استعمال الصور والعناصر الكثيرة قد يشتت انتباه المشاهد إلى الرسالة التي يريد الإعلان إيصالها للناس، إذن الصور والأشكال ليس بالضرورة أن تكون طاغية على الكلام.

(5) التأكد من عدم كتابة العبارات والجمل على الصور:

فذلك يجعل قراءة الكلمات أصعب، وبالتالي فإن قارئ الصحيفة سيقرب الصفحة وستخسر العنصر الأهم في الإعلان وهو لفت الانتباه وإقامة علاقة مودة بين القارئ والإعلان للوهلة الأولى التي يسقط عليها نظر القارئ؛ إذن يجب على المصمم مراعاة كتابة الجمل والعبارات الإعلانية في الأماكن التي لا تحتوي على صور مثل أن يكتب بجانب الصورة أو فوقها.

(6) محاولة إثبات فكرة الإعلان:

بعض الإعلانات التجارية تطلب من الناس شراء سلعة معينة لأنها تتميز بمواصفات ممتازة، ولكن إذا لم يحاول المصمم إيجاد طريقة ما لإثبات نظريته فإن الناس لن يقتنعوا بهذا الإعلان، وبالتالي لن يفكروا بشراء هذه السلعة، لذا فإنه من الأفضل الاستفادة من التواصل البصري بين الإعلان والناس عن طريق عمل مقارنة في الأشكال بين هذه السلعة وسلعة أخرى، أو باستخدام عبارات مثل: (التجربة أكبر برهان)، وتذكر أن معظم العبارات التي يعتقد الكثير بأنها تدعم الإعلان مثل (الجودة، القيمة، النتيجة) هي بلا فائدة إذا لم يصاحب الإعلان دليل على صحة ذلك الكلام.

(7) الانتقال إلى النقطة الرئيسية:

حيث أن المشاهد أو القاريء سيسأل نفسه: ما هو الشيء المفيد لي في ذلك الإعلان؟، والمصمم يجب مراعاة هذا التساؤل، وبناءً عليه، يحاول المصمم سلفاً الإجابة على هذا التساؤل عن طريق الانتقال إلى فكرة الإعلان الرئيسية مباشرة، ومن ثم يستطيع المصمم التدرج بالتفاصيل الأخرى هناك قانون في علم الدعاية والإعلان يقول بأن تستعمل المسدس الكبير أولاً.

(8) استعمال لغة بسيطة مفهومة لدى الجميع:

الإعلانات التي تستعمل العبارات القوية وخصوصاً الإعلانات في اللغة العربية التي تستعمل العربية الفصحى هي إعلانات لا تصل إلى مستوى فهم جميع فئات المجتمع على اللغة أن تكون بسيطة، وقريبة من قلوب الناس كأن تستخدم مثلاً اللغة العامية، فهي مفهومة لدى الكل ولن يحتاج البعض إلى قاموس لتفسير معانيها.

(9) أخبر الناس بما قد يخسروه إذا لم يفعلوا ما في الإعلان:

تذكر هذا المبدأ: الخوف من الخسارة لدى الناس هو أكبر من رغبتهم بالكسب ويعني هذا أن المصمم إذا استعمل ذلك الأسلوب فإن إعلانه قد ينجح بشكل كبير لأن هذه طبيعة النفس البشرية؛ تخاف من الخسارة

أكثر بكثير من الربح، لذا فإنك عندما تخبر الناس بأنهم سيضيعون على أنفسهم الكثير من المتعة إذا لم يذهبوا لحضور مسرحية معينة، أو أن تخبر الناس أنهم سيخسرون الكثير من الأمور الجيدة مثل: انخفاض الضرائب، خدمة مابعد البيع، الكفالة المجانية... إذا لم يقوموا بشراء سلعة معينة، وإليك هذا المثال: باستمرارك في حفظ نقودك في حسابات التوفير التي تعطي فائدة مقدارها 3% فإنك بذلك تخسر 25 دولار كل يوم لا تدع الفرصة تفوتك، ألم تخسر بما فيه الكفاية؟ اليوم، حول حسابك إلى حسابنا الجديد الذي يعطيك فائدة مقدارها 6% وأعط عائلتك الأمان المضمون الذي يستحقونه، إلا إذا كنت تريد خسارة 25 دولار غداً وبعد غد.

(10) لا تكثر من الكلمات غير الضرورية:

اختبر الكلمات التي أوردتها في الإعلان، اسأل نفسك: هل كل هذه الكلمات ضرورية؟ هل تساعد الزبون على التفاعل الفوري معها؟ إن الكلمات الكثيرة عادةً ما تجعل من فهم الإعلان من الأمور الصعبة، لذا إن ظهر الإعلان بصورة أوضح مما عليه في حالة الإكثار من استخدام الكلمات فإنه من الواجب إزالة هذه الكلمات، واعتماد أن تكون الكلمات الباقية في الإعلان سهلة ومفهومة.

(11) أخبر المشاهد بما عليه فعله:

من الغريب أن كثيراً من الإعلانات لا تحتوي على تعليمات معينة بمثابة طلب من الزبون لفعل شيء معين، إنهم يتوقعون أن يعرف الزبون ما عليه فعله من تلقاء نفسه.

من الأمور الجيدة في عالم الإعلان أن تكون إرشادية، كأن تطلب من الزبون المحتمل أن يتصل برقم معين للاستفسار، أو لطلب نسخة من النشرة الإعلانية المفصلة الخاصة بمنتج معين أو بكيفية الالتحاق بدورة تعليمية.

إذا أردت أن يتجاوب الزبون مع الإعلان أخبره بما يجب عليه فعله بدلاً من تركه يحزر.

(12) التركيز على مفهوم الاتصال في أي وقت: معظم الناس يخلطون أحياناً من الاتصال برقم وارد في إعلان ما، أو أنهم يكرهون دفع قيمة المكالمات، وبذلك من المحتمل أن تخسر شركة معينة الكثير من زبائنها، ولهذا يجب على المصمم أن يهتم بتوضيح أن جميع المتصلين مرحب بمكالماتهم وذلك ممكن عن طريق إدراج عبارات مثل: اتصل في أي وقت، أو اتصل على الرقم المجاني.

(13) وضوح رقم الهاتف وكتابته بخط واضح ومميز:

هذا العنصر من أهم العناصر التي تجعل الزبون يتجاوب مع الإعلان،
مثلاً عند الإعلان عن طلب موظفين فإنه من المهم أن تجعل إيجاد رقم
الهاتف سهلاً بالنسبة للقاريء، وواضحاً بدرجة كافية.

