مجلة البحث في التربية وعلم النفس
كلية التربية – جامعة المنيا
كلية مُعتمدة من الهيئة القومية لضمان جودة التعليم

دور عناصر التصميم الجرافيكي في تصميم الملصق الفني

The Role of Graphic Design Elements in Poster Design

د. موفق علي عبد المجيد
استاذ مساعد بقسم التربية الفنية

د. عبدالمحسن ابراهيم الصايغ
استاذ مشارك بقسم التربية الفنية

كلية التربية الأساسية
الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب
دولة الكويت

DOI: 10.21608/mathj.2020.81177

مجلة البحث في التربية وعلم النفس

المجلد الخامس والثلاثون / العدد الأول يناير ٢٠٢٠

ISSN Print: (2090-0090)

ISSN Online: (2682-4469)

مجلة البحث في التربية وعلم النفس
كلية التربية – جامعة المنيا
كلية مُعتمدة من الهيئة القومية لضمان جودة التعليم

دور عناصر التصميم الجرافيكي في تصميم الملصق الفني

The Role of Graphic Design Elements in Poster Design

د. موفق علي عبد المجيد
استاذ مساعد بقسم التربية الفنية

د. عبدالمحسن ابراهيم الصايغ
استاذ مشارك بقسم التربية الفنية

كلية التربية الأساسية
الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب
دولة الكويت
ma.abdulmajid@paaet.edu.kw

ملخص البحث

الملصق الفني هو أحد الوسائل التي يتم بواسطتها نقل الرسالة الاعلانية من المصمم الى المتلقي بحيث يكون للفكرة معنى واضح ومفهوم. يقوم هذا البحث بالتعرض الى أسس وعناصر التصميم الجرافيكي وتوظيفها من قبل المصمم ليخرج بنسيج واحد يحقق الوحدة بين الشكل والمضمون للوصول الى المغزى الأساسي من الفكرة الإعلانية بطريقة مبتكرة. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي للحصول على استنتاجات تساعد على تقديم توصيات ومقترحات مناسبة لترقية وتطوير أداء المصمم في عملية تصميم الملصق الفني.

Abstract

The technical advertising poster is one of the means by which an advertisement message is conveyed from the designer to the recipient so that the idea has a clear and understandable meaning. This research exposes the foundations and elements of graphic design and their use by the designer to come up with a single fabric that achieves the unity between form and content to reach the basic significance of the advertising idea in an innovative way. The researcher used the descriptive analytical method to obtain conclusions that help to provide appropriate recommendations and proposals to upgrade and develop the performance of the designer in the process of designing the technical poster.

مقدمة البحث

الملصق الفني هو أحد الوسائل التي يتم بواسطتها التواصل مع الجمهور، اذ يتم نقل الرسالة الاعلانية التي يريد المصمم تسليط الضوء عليها. فالملصق الفني ليس مجرد لوحة جمالية وانما هو هدف محدد يؤديه ويخاطب مجموعة غير متجانسة من المتلقين. وهذا الهدف يعد الفيصل لتقويم العملية التصميمية برمتها وعلى هذا فإن الفكرة بوصفها جوهرا مهما ومرتكزا أساسيا في العملية التصميمية فأنها تسير الى جانب وظيفة التصميم ليصب الاثنان في الهدف النهائي وهو تحقيق الاتصال. لذلك تقع على المصمم المسؤولية الكبرى في إيجاد فكرة لها القدرة على تحقيق ترابط الشكل مع المضمون وتحويل التنظيمات الشكلية للعناصر الجرافيكية الى كتل نابضة بالمضمون. أي ان بناء الفكرة يقوم على أساس جمع المعلومات الخاصة بمضمون الملصق من اجل تحقيق الوظيفة الأساس الا وهي فهم الرسالة من قبل المتلقي من النظرة الأولى. لذلك فان قراءة المضمون من قبل المصمم هي الأساس لوضع الأفكار التي تخدم الوظيفة الإعلانية مسخرا لها كل وسائل جذب الانتباه وإثارة الاهتمام لتحصيل التأثير في المتلقي أي يتداخل هنا الجانب الجمالي من خلال استخدام كل الإمكانيات لإظهار الفكرة مؤدية للغرض الوظيفي والجمالي في آن واحد لإكمال عملية الاتصال بشكل صحيح.

مشكلة البحث

الملصق الفني هو أحد الوسائل التي يتم بواسطتها التواصل مع الجمهور، اذ يتم نقل افكار يحاول المصمم تسليط الضوء عليها لأهميتها الداعية لتنفيذ وتصميم الملصق بوصفه وسيلة لتحقيق غايته، فالملصق ليس

مجرد لوحة جمالية وانما هو هدف محدد يؤديه ويخاطب مجموعة غير متجانسة من المتلقين. وبهذا يمكن أن تتحدد مشكلة البحث في التساؤل التالي:

- ما هو دور عناصر التصميم في بنائية وابراز مضمون الملصق الفني؟.
- الى أي مدى تساهم الثقافة والمعرفة البصرية في تصميم الملصق الفني؟.

أهمية البحث

- تصميم ملصق فني واضح وبسيط وابتكار رسالة إعلانية بالاعتماد على اللغة البصرية.
- رسم صورة بلاغية بصرية للمنتج وزيادة جذب انتباه الملتقي للرسالة الاعلانية.
- استعمال اللغة البصرية كمصدر للأفكار الاعلانية ووسيلة للإقناع.

اهداف البحث

يهدف البحث الى ما يلي :

- دراسة اهمية الاعتماد على عناصر التصميم لتحقيق القيم الفنية لجذب انتباه المتلقي.
- التعرف على علاقة الشكل بالمضمون في الملصق الفني.
- استخدام العناصر التيبوغرافية كمصدر للأفكار الاعلانية ووسيلة للإقناع.

فروض البحث

قد تساهم البلاغة البصرية والمعرفة البصرية في تصميم الملصق الفني الإعلاني على جذب انتباه المتلقي وإظهار مميزات المنتج.

منهج البحث

يتناول البحث الحالي المنهج الوصفي في (يصف تأثير اللغة البصرية على تصميم الملصق) والمنهج التحليلي (يحلل بلاغية الصور البصرية في تصميم الملصق). وضمت عينة البحث عدة تصاميم تم اختيارها بطريقة عشوائية تتعلق بملصق العلاني الفني.

تحديد المصطلحات

الملصق: وهو وسيلة اتصالية بصرية يتم عبرها نقل الأفكار والمعلومات بين المرسل والمتلقي وصمم ليفهم من نظرة سريعة ويجمع مؤثرات بصرية مباشرة بوساطة وسائل اتصال مختصرة يتم بمقتضاها جذب انتباه المتلقي واثارة اهتمامه.

الشكل: هو تناغم معين وعلاقة تناسبية للأجزاء مع الكل وكل جزء مع الآخر.

المضمون: هو المحصلة الكلية للعناصر والعمليات التي تكون أسس الأشياء وتحدد وجود اشكالها وتطورها وتتابعها.

الإطار النظري

التصميم الجرافيكي او الطباعي:

التصميم هو إقامة علاقة تنظيمية بصرية لمجموعة أشياء وعناصر للحصول على أثر واحد، بمعنى أنه إعادة ترتيب الأشياء بصورة جميلة ومفيدة، ونجد أن تصميم المطبوعات ومن ضمنها الملصق الفني يعتمد على الأسس التصميمية التي لابد من توافرها لإضفاء لغة المعنى الدلالي للمطبوع، وبشكله الصحيح الجاذب الناتج من تآلف المثيرات البصرية محققا الجذب والانتباه وتحفيز الرغبة في الاقتناء واقتناص المعلومة ودديمومة التواصل والغور في الموضوعات المنشورة على سطح الملصق واستمرارية الرغبة والتشويق وهذا هو الهدف الأساسي من توظيف تلك المثيرات البصرية وفق أساليب تصميمية وتنظيمات معتمدة المنهج العلمي في توزيعها ضمن الفضاء المخصص لها. نجد أن التصميم الجيد هو أي عمل فني له شكل وله مضمون، ويقصد بالشكل الهيكل العام الذي يقوم عليه بناء العمل الفني، أما المضمون فهو المعنى الذي يحمله هذا الشكل في طياته وينقله الى المتلقي. ولا يمكن فصل الشكل عن المضمون، فالمضمون يدرك من خلال الشكل والشكل يكتسب معنى لما يحتويه من مضمون لذلك فإن الشكل والمضمون كلاهما يتمم الآخر ويدركان كأنهما شيء واحد لا انفصال بينهما وبهذا يتحقق الإدراك في العمل الفني. هذا وقد قسمت هذه الاعتبارات إلى مجموعتين؛ عناصر التصميم ومبادئ التصميم. عناصر التصميم هي اللبنات أو الوحدات الأساسية في بناء البصريات وكل البصريات تتكون من واحد أو أكثر من هده العناصر، بينما تعتبر مبادئ التصميم هي الإرشادات التي ينبغي اخذها في الاعتبار عند استخدام العناصر ومكوناتها في تصميم البصريات ضمن رسالة موجهة.

مبادئ التصميم:

التصميم يحاكي الرؤية Vision أو بتعبير آخر "الإبصار"، فالمصمم يعي تماماً أن الفكرة التي يريد إيصالها للناس عن طريق تصميم معين يجب أن يراها الناس، إذن فالتصميم يتعامل مع العين مباشرة، ومن ثم يتكون الإحساس بجماليات الأشكال الموجودة داخل التصميم لدى المشاهد. وللتصميم أهمية كبيرة في حياة الناس لما له من دور هام في توفير احتياجات المجتمع من منتجات فنيه من شأنها أن تخاطب ذوق كل أفراد المجتمع ومستهلكيه حسب اختلاف أعمارهم ومستواهم الاجتماعي والثقافي، ويهدف التصميم بالدرجة الأولى إلى تحقيق الرفاهية والناحية الجمالية. ببساطة التصميم يعني منهج التعبير عن أفكار معينة باستخدام الوسائل البصرية، فهذه العملية أشبه بترجمة الأحاسيس الداخلية لدى الشخص عن طريق استعمال الأشكال المجردة المستوحاة من الطبيعة ضمن علاقات معينة مثل البساطة، الوضوح، التوازن، التوافق، التنظيم، التشديد والوحدة الموضوعية.

البساطة Simplicity

الهدف النهائي لأي تصميم هو تكوين انطباع، على أمل أن يكون هذا الانطباع دائم، إذا نجح التصميم في تحقيق هذا الهدف، فسوف يحقق هدفه في ارسال او ايصال رسالة معينة. وأول مبدأ في التصميم هو البساطة وهي النظام الذي يقوم على اساس التقليل في استخدام العناصر في اي تصميم وتكرارها.

الوضوح Clarity

المبدأ الثاني في التصميم هو الوضوح، وهو سمة للبصريات التي تضمن وصول المعنى إلى المتلقي المستهدف، فالمعلومات المتضمنة في الصورة لابد وأن تكون داخل خبرات المشاهد السابقة بحيث يكون قادرا على استدعائها مرة أخرى.

التوازن Balance

وهو مبدأ يهتم بوضع أجزاء أو مكونات الصورة في ترتيب فني مرغوب فيه، وإذا انتبهنا إلى اتزان صورة فان كل عنصر له وزن يتناسب مع حجمه، أو لونه، أو شكله، والصورة المتزنة هي التي يكون فيها المجموع

الكلي للعناصر الموجودة في أحد جوانب الصورة مكافئا لمجموع العناصر الموجودة في الجانب الآخر. وهو تساوي كمية الأحجام والأشكال في قسمي الصفحة التصميم، والتي يفصلها خط وهمي عامودي أو أفقي. وكما هو معروف فإن عدم التوازن في أي شيء يولد الشعور بعدم الراحة. والتوازن في أي تصميم نوعان رئيسان هما: التوازن المتماثل، وهو تماثل الأشكال والكتل والخطوط في قسمي التصميم تماثلاً كلياً اما التوازن غير المتماثل وهو تناسب وتساوي حجم الأشكال والكتل والخطوط في قسمي التصميم بغض النظر عن وجود التماثل أم عدمه.

التوافق Harmony

وهو مبدأ ينص على ان كل أجزاء الصورة يجب أن ترتبط ببعضها البعض، وتكمل بعضها البعض، وهذا يتضمن كل أساليب الرسم، والألوان المستخدمة، والبنية او النسيج، بالإضافة الى أحجام هذه العناصر.

الإيقاع Rhythm

وهذا العنصر مشترك بين الفنون المرئية والمسموعة، فالحركة تولد الشعور بالإيقاع، مثل سماع نغمات الموسيقى التي تولد هذا الشعور. والإيقاع أحد الأسس الهامة التي تعتمد على التكرار في عملية التصميم المرئي، فتكرار العناصر المتماثلة أو على الأقل المتشابهة في تصميم معين يبعد التصميم عن الملل ويوحي بالإيقاع كما في الموسيقى.

التشابه والتباين Contrast & Similarity

يعد التخطيط لتصميم متناسق ومتشابه جانبا مهما في عمل المصمم وذلك لجعل نقطة الارتكاز مرئية بوضوح، فالكثير من التشابه يعتبر ممل ولكن بدون تشابه فلن تكون هناك عناصر مهمة، وصورة بدون تباين تعتبر غير فعالة لذلك فالحل هو إيجاد التوازن بين التشابه والتباين.

التنظيم Organization

وهو يشير إلى ترتيب ووضع العناصر المكونة للصورة، وهو يعني ضرورة وجود مسار واضح للعين يجب أن تتبعه، ويتم هذا عن طريق ترتيب العناصر من الاعم الى الاخص ومن اليسار لليمين او العكس حسب

اللغة، ومن الاعلى الى الاسفل، عن طريق ترقيم هذه العناصر أو باستخدام تلميحات بصرية أخرى مثل الخطوط أو الاسهم لربط هذه العناصر في التسلسل المطلوب.

التسلسل الهرمي Hierarchy

يحتوي التصميم الجيد على عناصر تقود القارئ لكل عنصر حسب أهميته. يجب التعبير عن الكتابة والصور بدءاً من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية.

التشابه والتباين Contrast & Similarity

يعد التخطيط لتصميم متناسق ومتشابه جانبًا مهمًا في عمل المصمم وذلك لجعل نقطة الارتكاز مرئية بوضوح، فالكثير من التشابه يعتبر ممل ولكن بدون تشابه فلن تكون هناك عناصر مهمة، وصورة بدون تباين تعتبر غير فعالة لذلك فالحل هو إيجاد التوازن بين التشابه والتباين.

حجم / نسبة Scale/Proportion

باستخدام الحجم النسبي للعناصر ضد بعضها البعض يمكن جذب الانتباه إلى نقطة محورية. فعندما يتم تصميم العناصر، يتم استخدام مقياس لإظهارها.

النمط Pattern

عندما تتكرر الزخرفة مراراً وتكراراً على السطح، ينتج عنه نمط. كثيرا ما تستخدم الأنماط في تصميم الأزياء أو تصميم المنسوجات، حيث تتكرر الزخارف لإنشاء أنماط زخرفية على النسيج أو غيرها من مواد النسيج. كما تستخدم الأنماط في التصميم المعماري، حيث العناصر الهيكلية الزخرفية مثل النوافذ أو الأعمدة أو المشابك والتي أدرجت في تصميم المباني.

التركيز Emphasis

وهذا المبدأ يبدو استثناء لمبدأ التوافق، والهدف من التركيز هو جعل أحد عناصر الصورة تبدو متميز عن بقيتها، ويجب أن يكون هذا العنصر هو أهم جزء من الصورة، بل ويعتبر هو بؤرة الصورة، كما أن بقية العناصر في الصورة موجودة لكي تخدم هدف التركيز والتأكيد على هذا العنصر، وهذا يقود المشاهد خلال

الصورة ويؤدى به إلى تحديد الجزء الذى ينبغي أن يلفت الانتباه، وهذا المبدأ يمكن تحقيقه بعدة طرق منها الحجم، اللون، التباين، النسيج، الحشو، النمط، الفراغ، أو من خلال التلميحات البصرية. يتم إنشاء الهيمنة من خلال تباين الحجم أو الموضع أو اللون أو النمط أو الشكل. يجب أن تهيمن نقطة الاتصال على التصميم بمقياس وتباين دون التضحية بوحدة الكل.

البيئة المماثلة Similar Environment

هناك عدة طرق لتطوير تصميم في بيئة مماثلة:

- بناء تصميم داخلي منظم فريد من نوعه.
- معالجة أشكال الصور والنص لربطها معا.
- التعبير عن الاستمرارية من صفحة إلى أخرى في تصميم المنشورات.
- يشمل العناصر المراد مشاهدتها من رؤوس headers وسمات themes وحدود borders ومسافات spaces
- تطوير دليل نمطي style والتمسك به.

الوحدة Unity

وهو المبدأ الذي يتعلق بوضع عناصر الصورة أو مكوناتها بحيث تبدو للمشاهد كما لو كانت وحدة واحدة أو كم متكامل، ويمكن تحقيق هذا عن طريق استخدام أي من عناصر التصميم، فعلى سبيل المثال فإن وضع المكونات بحيث تكون متلامسة أو متداخلة مع بعضها البعض يجعلها متحدة كما يمكن إحداث هذه الوحدة عن طريق خلفية مشتركة أو نسيج موحد فيما بينها. وتوحي الوحدة بالتوافق الموجود بين عناصر التصميم وإلى أن هناك علاقة مدروسة بين العناصر وليست علاقة محض الصدفة. والوحدة عبارة عن تصور موجود ومحدد المعالم تشارك فيه جميع العناصر الاخرى، ومن أقوى حالات الوحدة في التصميم هو التكرار أي تكرار الأشكال بطريقة معينة. العلاقات التي توجد بين العناصر متنوعة ومختلفة (علاقات شكلية أو خطية أو لونية)، وإذا توافرت الوحدة في العمل الفني أتيح للناظر أن يرى العمل الفني ككل من

الوهلة الأولى، ثم يتدرج نحو رؤية الأجزاء. إن تحقيق الوحدة البصرية هو الهدف الرئيسي للتصميم الجرافيكي. ويعتبر التصميم ناجحا إذا اتفقت جميع العناصر معا. ولا يعتبر أي جزء بمفرده أكثر أهمية من التصميم بأكمله. فيجب إقامة توازن جيد بين الوحدة والتنوع لتفادي أي تصميم فوضوي أو مقفر.

الإطار التحليلي

اعتمد الباحث في تحليل عينة البحث على الإطار النظري وما تمخض عنه من مؤشرات، وشملت عينة البحث (٨) نماذج من الملصقات الاعلانية العالمية اختارها الباحث عشوائيا من شبكة الاتصالات الدولية (الانترنت) والتي تضمنت عناصر التصميم الجرافيكي التالية :

النقطة : Point

العنصر الاول في التصميم البصري هو النقطة وهي عباره عن موضع ولذلك فليس لها طول ولا عرض، والنقطة عادة ما تمثل بنقطه صغيرة Dot أو دائرة. والنقطة هي في الأساس بداية "شيء" من "لا شيء"، تجبر العقل على التفكير في موقف وإعطاء شيئًا لبناء الخيال عليه. كما يمكن ربط بعض النقاط المجردة في مجموعة بأشكال مألوفة (شكل ١).

الخط : Line

العنصر التالي في التصميم هو الخط، وهو مجموعه من النقاط التي تتقارب مع بعضها إلى الحد الذي تختفي فيه المسافات بينها فتشكل كيانا جديدا. وعنصر الخط تحدده نقطة Point تتحرك في الفضاء. إن كل شيء في الطبيعة أصلاً هو خط، ويمكن تعريف الخط ايضا على أنه شكل ضيق جداً، وللخط وظائف عديدة منها الحس بالحركة داخل الفراغ أو حوله وذلك لما للخط من مقدرة على جعل العين تتابع حركته أينما اتجه. وللخطوط تعبيرات معينة فالخطوط المستقيمة الناعمة تعبر عن الهدوء والاستقرار، أما الخطوط المتقاطعة والمتعارضة والمتعاكسة في اتجاهاتها تعبر عن الحركة والحيوية والتفاعل. هناك أنواع متعددة من الخطوط منها الخط المستقيم، الخط المتعرج، الخط المتقطع...الخ، وهناك تصنيف آخر لأنواع الخطوط منها الخطوط الحقيقية وهي المرسومة بشكل واضح وحاد، وهناك الخطوط الوهمية

المتكونة نتيجة التقاء شكلين في التصميم (شكل ٢).

الشكل: Shape

وهو عبارة عن خط مكتمل ومغلق، والأشكال عديدة منها المنتظمة (الهندسية) كالدائرة والمربع والمثلث، ومنها غير المنتظم وهي كثيرة في الطبيعة، ويمكن تكوين شكل معين عن طريق تلوين مساحة من الفراغ داخل التصميم. والخط الذي يستمر حتى يقابل نقطه بدايته مرة أخرى يكون شكلا مغلقا، أو يرى على أنه شكلا مغلقا، وتتكون الأشكال من أثنين أو أكثر من الخطوط، او خط واحد يغير من اتجاهه مرتين على الأقل. اما الشكل الذي يحتوي خطوطا إضافية أو أشكال أخرى لتمثيل البعد الثالث، أو العمق، ويسمى تكوينا. والتصميم ثنائي الابعاد يهتم بإشراك الأشكال ذات البعدين مع الجهد الواعي اليقظ لتنظيم مختلف العناصر داخل المساحة مراعيا الانسجام المرئي لإخراج عمل هادف مبتكر، وبشكل عام فإن معظم برامج التصميم قادرة على إنتاج الأشكال ذات البعدين. اما التصميم ثلاثي الابعاد فهو يختلف عن التصميم ذو البعدين في تجسيمه للأشكال حيث سهولة الرؤية والإحساس بالخامة، لما له من قدره تساعد على رؤيته بأكثر من زاوية، ومن مختلف الجهات، ولهذا فهو اقل تعقيد من التصميم ذو البعدين الذي يشاهد على المساحة دون حيز فراغي. والمصمم ثلاثي الأبعاد قادر على تكوين رؤية ذهنية للشكل ككل من جميع الجهات، والاتجاهات تكون في ذهنه وكأنها في يديه، ويجب ألا يحصر تصوره في زاوية واحده أو اثنين، ولكنه يجب أن يعمل من خلال اللعب بالعمق والفراغ (شكل ٣).

الفراغ: Space

وهو العمق في التصميم عن طريق الإيحاء بوجود بعد ثالث وهمي يبتدعه المصمم. والفراغ هو جزء من البصريات غير مملوء بأي من العناصر الأخرى، وهو في حد ذاته يعتبر عنصرا محددا بواسطة المكونات الأخرى للبصريات، وهو في حد ذاته ليس له معنى، ولكن يمكن تعريفه بأنه إيجابي او سلبي، والفراغ الإيجابي هو مساحة داخل الشكل أو التكوين محدد بخطوطه الخارجية، وهو يوجد بداخل الشيء أما الفراغ السلبي فهو المساحة الموجودة الخطوط للأشياء، والمثال الأكثر شيوعا للفراغ السلبي هو خلفية الرسوم (شكل ٤).

الملمس: Texture

هو العنصر الذي يمتاز بأننا نحس به بحاستين هما: اللمس والبصر، وتكمن أهمية هذا العنصر في استخدامه للتمييز بين أجزاء التصميم لإعطاء كل شيء طبيعته الخاصة فالخشونة للسطح الخشن والنعومة للسطح الناعم، كما أن تنوع الملامس بين أجزاء التصميم يعمل على إعطاء التصميم حيوية أكثر ويبعده عن الإحساس بالملل. والملمس هي الطريقة التي يحس بها المشاهد إذا لمس هذا الشيء وحس به، وهو العنصر الذي يجعل الشيء ناعما أو خشنا، صلب أو لين، ثقيل أو خفيف، حاد أو مستوي (شكل ٥).

الضوء: Light

وهي درجة الإضاءة أو درجة القيمة الضوئية، فالمنطقة المضيئة في التصميم عادة ما تكون أكثر قيمة من المنطقة المعتمة، هذا في الإعلانات الملونة، أما الإعلانات التي تستخدم الأبيض والأسود فقط فإن الأبيض يشكل أعلى قيمة، وكلما اقتربنا من الأسود نكون قد تدرجنا نحو القيمة الأقل قيمة ضوئيا. والجدير بالذكر أنه يجب مراعاة الظل والضوء Shadow and Light **فالمعروف أن المنطقة المتعرضة للضوء يكون جانبها الآخر في الظل. ويمكن تعريف الضوء بأنه المساحات الأكثر بريقا أو لمعانا، ويتم تمثيله بدرجه السطوع الصادرة من الشمس أو أي مصدر صناعي آخر داخل البصريات (شكل ٦).**

اللون: Color

اللون هو نتيجة للضوء الذي ينعكس من كائن إلى أعيننا، وهناك نوعين رئيسين من الألوان: الألوان الباردة Cold Colors **وهي الأزرق ومشتقاته، والأخضر يعتبر من الألوان الباردة، وهناك الألوان الساخنة** Hot Colors **وهي الأحمر ومشتقاته والأصفر ومشتقاته. الألوان الرئيسية ثلاثة هي: الأحمر، الأصفر، الأزرق. ومن درجاتها أو مزج لونين مع بعض تنتج الألوان الأخرى والتي تسمى (ألوان ثانوية). اللون الأبيض يسمى (أشعة) وليس (لون)، واللون الأسود يتكون نتيجة مزج جميع الألوان مع بعضها البعض، وقد يتساءل البعض عن الألوان الرمادية، إنها مزيج من اللون الأسود بدرجات (كثافات) معينة والأبيض. وللألوان مدلولات حسية كثيرة تثير في نفس المشاهد أحاسيس معينة. ويتركب اللون من ثلاثة**

أجزاء هي: التمايز Hue؛ القيمة الضوئية Value؛ التشبع Saturation؛ والتمايز هو طول موجي معين تميزه العين البشرية كلون مثل الأحمر؛ الأزرق؛ الأخضر؛ الأصفر؛ أما القيمة الضوئية فهي كثافه اللون سواء كان خفيفا أو داكنا (أو درجه سطوع اللون)؛ والقيمة العالية تعنى الاقتراب من الأبيض؛ مثل الأصفر؛ أما القيمة المنخفضة تعنى الاقتراب من الأسود مثل الأزرق الداكن؛ أما التشبع فهو درجه نقاء اللون؛ فكلما زاد اختلاط اللون مع غيره من الألوان كلما قل تشبعه؛ والألوان عالية التشبع تبدو لامعه ومميزة؛ بينما تبدو الألوان منخفضه التشبع غير ذلك (شكل ٧).

الحركة: Motion

الحركة هي المسار الذي تتخذه عين المشاهد خلال التصميم، غالبا إلى نقطة الإرتكاز، ويمكن توجيه هذه الحركة على طول حواف الخطوط والشكل واللون داخل التصميم. ولا يخلو أي تصميم من الحركة، وهي في العادة تكون ضمنية (أي لا يكون التصميم متحركاً) وهي أن يلجأ المصمم إلى تكرار نفس الموضوع المتحرك بأوضاع متغيرة للإشارة على أنه يتحرك، وأهمية الحركة هنا أن العالم من حولنا يتحرك، حتى أثناء النوم يتقلب الإنسان وتتغير أوضاعه، إذن لا أحد يمكن أن يثبت للحظة بدون حراك. والحركة تعرف بأنها تغيرات ملحوظة أو ضمنية في موضع الشيء الموجود في الغرض البصري (شكل ٨).

الاستنتاجات

في ضوء ما أسفرت عنه نتائج البحث الحالي، توصل الباحث الى الاستنتاجات الآتية:

- تأكيد العلاقة المترابطة بين الشكل والمضمون من خلال التصاميم التي تم تناولها والاطلاع عليها وأن عملية الفهم لمضمون الملصق يتم تحقيقه عبر العناصر الجرافيكية التي تعمل على تبريز المضمون بشكل أكثر وضوحا.
- ان الاستعمالات الشكلية اتصفت بصفات منها ما جاء معبراً عن دلالة رمزية ومنها ما جاء معبراً عن قيم شكلية ذات ابعاد وظيفية حيث كان للتصاميم التي تناولتها الدراسة ابعاد قصدية يبغى من ورائها تحقيق اقصى قدر من الاتصال.

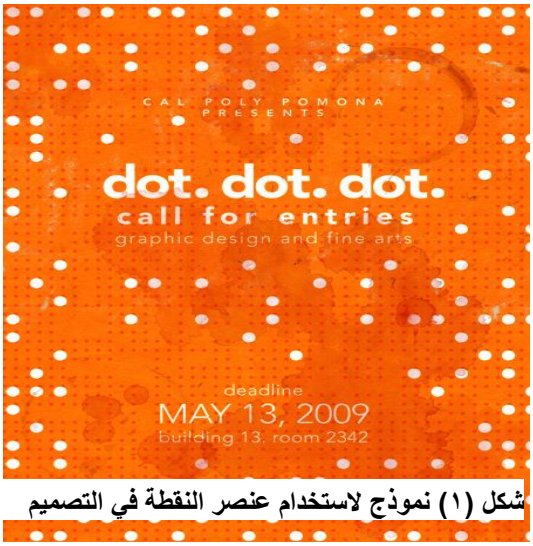
- المباشرة في طرح الفكرة عبر اختيار تصاميم ذات معنى وتوظيفها لمضمون فني تم اختياره من أجل توصيل الرسالة الفنية دونما معوقات لغوية أو بصرية.
- استخدام التبسيط في البنية التصميمية وايضاح الفكرة أنما جاء ليعبر عن صيغة تسهم في تسهيل تأويل المضمون للمتلقي دون تعقيد او تكليف.

التوصيات

من خلال ما أظهرته نتائج الدراسة يوصي الباحث بما يلي:

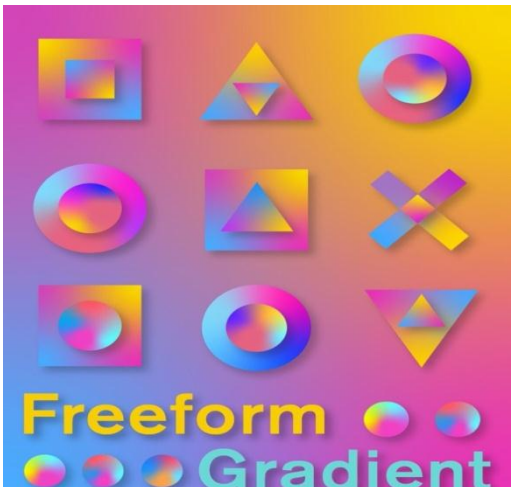
- تأكيد الاستفادة من البلاغة والمعرفة البصرية (عناصر واسس التصميم) كمصدر لتحقيق القيم الجمالية والتعبيرية.
- الابتعاد عن استخدام التصميم العشوائي دون فهم للمعاني الكامنة في عناصر واسس التصميم.
- إجراء مزيد من الدراسات بهذا الخصوص والعمل على ايجاد فروع معرفية أخرى وأدوات قياس مغايرة لما استخدمته هذه الدراسة.

نماذج من استخدام عناصر التصميم الجرافيكي في تصميم الملصق



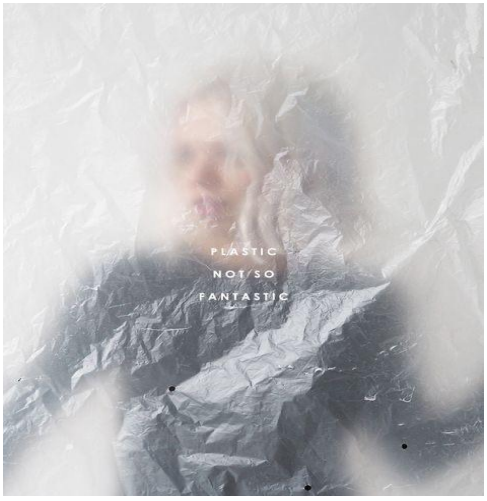
شكل (١) نموذج لاستخدام عنصر النقطة في التصميم

شكل (٢) نموذج لاستخدام عنصر الخط في التصميم

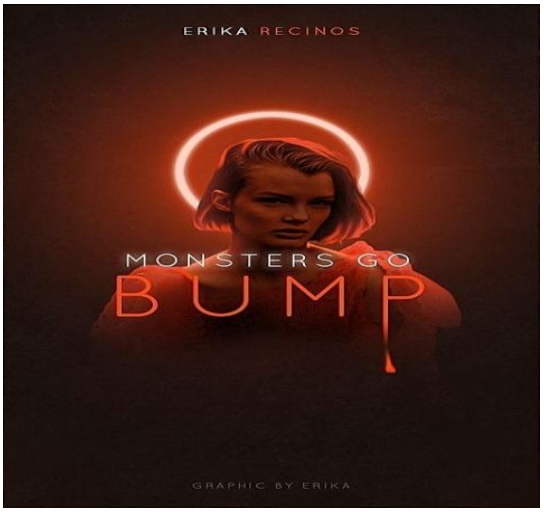


شكل (٣) نموذج لاستخدام عنصر الشكل في التصميم

شكل (٤) نموذج لاستخدام عنصر الفراغ في التصميم



شكل (٥) نموذج لاستخدام عنصر الملمس في التصميم



شكل (٦) نموذج لاستخدام عنصر االضوء في التصميم

شكل (٧) نموذج لاستخدام عنصر االلون في التصميم

شكل (٨) نموذج لاستخدام عنصر الحركة في التصميم

المراجع

Alina Wheeler (2017), Designing Brand Identity. New York: Wiley Publishing.
Andrian Shaughnessy (2010), How to be a Graphic designer Without Losing Your Soul. Laurence King publishing.
Andy Cooke (2018), Graphic Design: The definitive guide to how design studios think and work. Prestel Publishing.

Austin Kleon (2014), Show Your work. New York: Workman Publishing Company.

David Airey (2012), Work for Money, Design for Love. New Riders.
Michael Bierut (2015), How to… A monograph, manual and manifesto by one of the world's leading graphic designers. Harper Design.

Michel Johnson (2016), Branding in Five and a Half Steps. London: Thames and Hudson.

Paul rand (2016), A Designer's Art. Princeton Architectural Press.

Robert Bringhurst (2013), The Elements of Typographic Style. New York: Hartley & Marks.

Sarah Hyndman (2016), Why Fonts Matter. New York: Vergin Books.
Simon Garfield (2011), Just my Type. London: Profile Books.