

إجابات أسئلة الوحدة

السؤال الأول:

التعريفات:

الخط: سلسلة من النقاط المتلاصقة التي تسير باتجاه معين، وهو يعد أقدم وسائل التعبير التي عرفها الإنسان وأسهلها، وأحد عناصر العمل الفني وأكثرها أهمية؛ إذ إنه يقوم على تقسيم المساحات، وتحديد الأشكال، وتكوين الفراغات، وله بعد واحد فقط هو الطول.

الشعار: رمز مرئي وهوية مميزة، وهو يحوي العديد من العناصر الشكلية والخطية واللونية، ويستخدم بوصفه علامة تجارية لسلعة محددة، أو رمزًا لمجموعة من الناس ضمن إطار معين، مثل: الشركة التجارية، والنادي الرياضي، وغير ذلك.

الخطوط الإشعاعية: خطوط مستقيمة تنتج من التحرك من نقطة واحدة أو عدة نقاط، وفي اتجاهات متعددة، وتحدث في عين المشاهد إحساسًا بالإثارة، والصدمة، والانطلاق، والمشاكسة، والعنف، والانفجار، والعمق.

الخطوط الحلزونية: خطوط تتشكل من نقطة تتحرك بصورة دائرية نحو الداخل أو الخارج، بشكل أفقي ومحوري، ونراها في القواقع البحرية، والنباتات المتسلقة، وبصمات الأصابع، وتوحي بالحركة والعمق، والسرعة، والضيق عند رسمها من الخارج إلى الداخل، وبالفرج والانتساع عند رسمها من الداخل إلى الخارج.

السؤال الثاني:

بماذا توحي الخطوط:

- **الخطوط العمودية:** خطوط توحي للمشاهد الإحساس بالارتفاع، والسمو، والعظمة، والشموخ، والثقة، والوقار، والصلابة، والقوة.
- **الخطوط المائلة:** خطوط توحي للمشاهد الإحساس بالحركة، والسقوط، والانحدار نحو الأسفل، أو الصعود والارتفاع نحو الأعلى.
- **الخطوط الحلزونية:** خطوط توحي للمشاهد الإحساس بالحركة والعمق، والسرعة، والضيق عند رسمها من الخارج إلى الداخل، وبالفرج والانتساع عند رسمها من الداخل إلى الخارج.

السؤال الثالث:

خصائص الشعار الجيد:

- **بساطة التصميم:** أن يتكون من عناصر محددة، واضحة التكوين، سهلة الفهم.
- **مميز التكوين:** أن يكون أصيلاً، وفريداً، ودالاً على إبداع وتميز، وذا عناصر حديثة التكوين.
- **متنوع الاستخدامات:** أن تسمح خصائصه التكوينية باستخدامه بحجوم وقياسات متنوعة على مواد مختلفة.
- **استمرارية التأثير:** أن يبقى حضوره قوياً عدة سنين، وقابلاً للتطوير والتحديث المستمر.
- **ملاءمة التصميم:** أن تناسب مكوناته الوظيفة التي يمثلها، والفئة العمرية المستهدفة، وأن تلائم ألوانه أذواقهم، وتجذبهم إلى السلعة التي يقدمها.

السؤال الرابع:

خطوات تصميم الشعار:

1. جمع المعلومات: يتمثل ذلك في أخذ المواصفات المطلوبة من مالك الشعار، وطبيعة الوظيفة والخدمة التي يقدمها المنتج، وما يرغب من أشكال وألوان وحجوم واستخدامات.
2. البحث والدراسة: يتمثل ذلك في دراسة النواحي النفسية والاجتماعية والاقتصادية للمنتج، وتأثير عناصر التصميم وتألفها مع بعضها بعضاً، وماهية الألوان والحجوم التي تناسبه.
3. وضع الأفكار والتصورات: يبدأ المصمم وضع أفكاره في رسوم سريعة (سكتشات)، ضمن محاولات عديدة، يصل منها إلى تصور جيد للشعار، ويختار بعد ذلك ألوانه وقياساته.
4. التصميم والتطبيق: يختار المصمم الطريقة المناسبة للتنفيذ، إما باستخدام برامج حاسوبية متعددة، وإما باستخدام الطريقة اليدوية، ثم يبدأ تطبيق أفكاره ورسومه، حتى يصل إلى قبول تام في التصميم المطلوب.

السؤال الخامس:

كيف يؤثر الشعار في المُشاهد:

يؤثر الشعار الجيد في وضوح الفكرة التي يحملها عند المشاهد، وتحقيق أهداف مالك الشعار من تسويق السلعة ونشرها في وسائل الإعلان، وتوليد الفضول لدى المشاهد، والرغبة في امتلاك السلعة التي يمثلها.