

23 تغريدة • 15-06-2021 01:57:27 UTC • [اقرأها في تويتر](#)

[rattibha.com](#)

بالأمس انتهيت من دورة:

Logo Design: From Concept to Presentation

تصميم الشعار: من الفكرة او المفهوم الى التقديم والعرض.

على منصة Domestika, ولأن أفضل الطرق لتثبيت المعلومة هو تعليمها لغيرك, لذا سأشارككم بعض الفوائد من الدورة والله ينفع بها.

DesMeet@  باقة مع التحية



يظن البعض ان المصمم مهمته تحريك بعض الأمور في الصفحة لجعلها تبدو أفضل, ولكن الحقيقة أن المصمم يحتاج أن يكون جيد في التالي:

- في الرسم, استخدام الكمبيوتر, جلب افكار جديدة, العلاقات مع العملاء, ادارة مشروعه, حل المشاكل, القراءة والكتابة, الخطوط الطباعية, الاختلاف, الذوق الجيد ..

.

للتعار ثلاثة معايير لابد أن يلبوها:

1- Appropriate:

اي مناسب في المفهوم والمعنى والشكل. لاحظ قلت مناسب وليس معبر لأنه من الممكن الشعار ان لا يقول الكثير عن البنفس. بل بالعكس كلما قلت الدلالات والمعاني والشرح كلما كان الشعار افضل.

.



طيب وش يعني مناسب؟ مناسب هو شيء بالإحساس, اذا كان الشعار رياضي فيكون Bold وحركي, اذا كان الشعار في الموضة فيكون انيق, يكون رمز يمثل الجهة بحق.

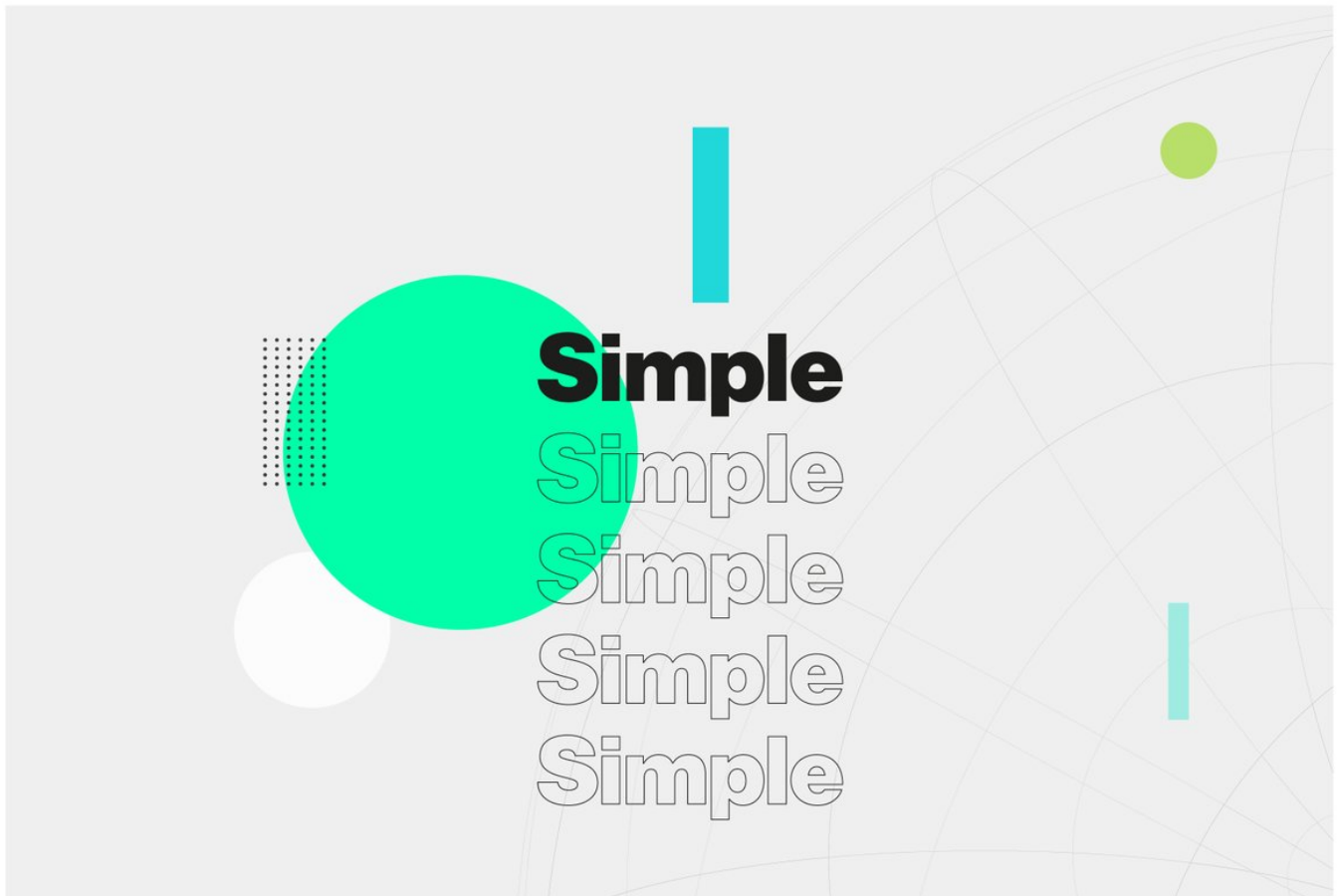
Distinctive and memorable-2

يكون غير اعتيادي بشكل كافٍ ليبقى في العقول, عندما تشاهده مرة أو مرتين, تستطيع ان تصفه لشخص ما او ترسمه على قطعة ورق. هذا اختبار جيد للمعيار الثاني. عندما نقول مميز فيعني بأنه لا يكون شامل, انه عكس العادي. انه شيء لم يسبق ان رأينا مثله مسبقاً.

.



اي غير معقد في تفاصيله وتكوينه. لا يحتوي على زوائد إضافية غير ضرورية. ليس به أي تزيين او Decoration, ليس رسمه. ببساطة هو علامة بسيطة. هو شكل أساسي.



Bonus Tip: نصيحة إضافية

اجل شعارك مميز بعلاقة مميزة بين أشكال معينة وخط أنيق, مربع بين مجموعة دوائر, تفاحة أبل ليست تفاحة عادية بل مقضومة من الجانب, مزج بين لونين معينين. المهم أضف لمسة تميز بها الشعار.



bonus TIP

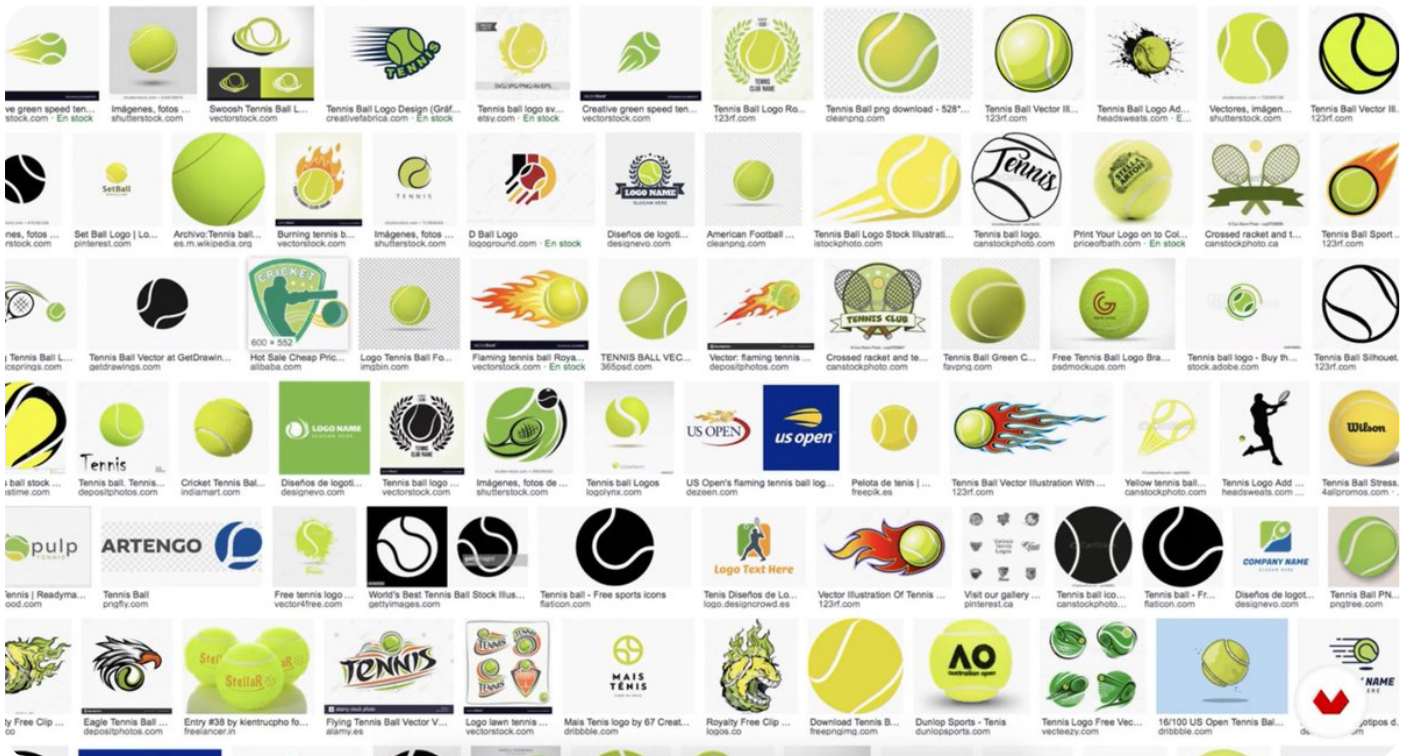
bonus TIP

bonus TIP

bonus TIP

تذكر دوماً أن الشعار ليست من مهامه أن يمثل أو يروج
للمنتج، أو للشركة. الترويج له فريق خاص به. أما الشعار
فهو مثل علم الدولة الذي يشير للدولة بألوان أو تفاصيل
صغيرة فقط.

عندما صممنا شعار بطولة أمريكا المفتوحة للتنس كان
لزماً علينا أن نستخدم كرة التنس لأن الثلاث بطولات
الأخرى الكبرى للتنس تستخدم شيء في اللعبة. ولكن
التحدي انه عندما تبحث عن شكل كرة سلة ومن خلفه
مثل اللهب او الحركة تجد مئات الأشكال. التحدي أن
تصمم شيء لم يسبق أن صممه أحد.





Logotype vs. Symbol

متى تصمم شعار نصي، او شعار رمز أو ايقونة:
الافتراضي لدينا هو تصميم Logotype "شعار نصي" الا اذا
استدعت الحاجة لوجود "Symbol" رمز أو ايقونة للشعار.

حالة أخرى إذا كان اسم الجهة طويل مثل "ناشيونال
جيوغرافيك" فربما وجود رمز هنا مهم ويسهل استخدامه
في عدة منصات.

.

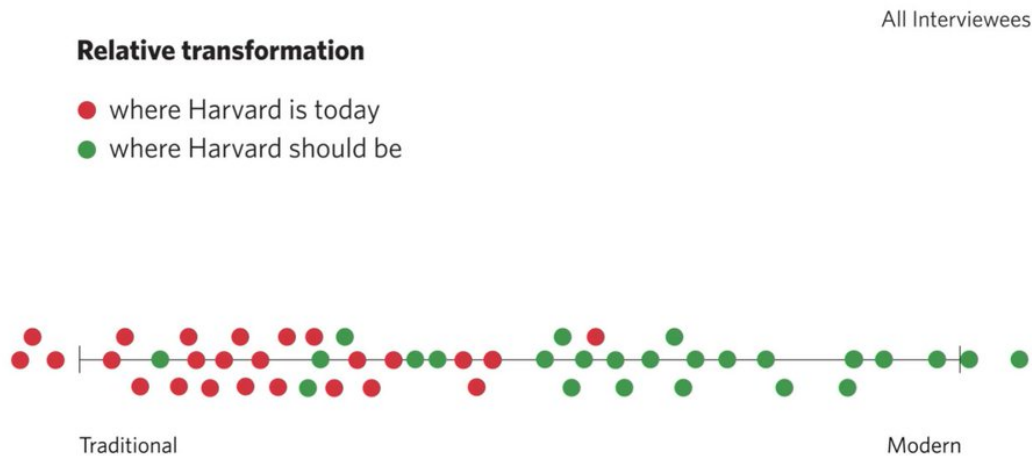


- القاعدة في تصميم الشعارات, اذا كان عندي أسئلة كثيرة وانا ملخبط في فهم الشعار فهناك مشكلة في الشعار.

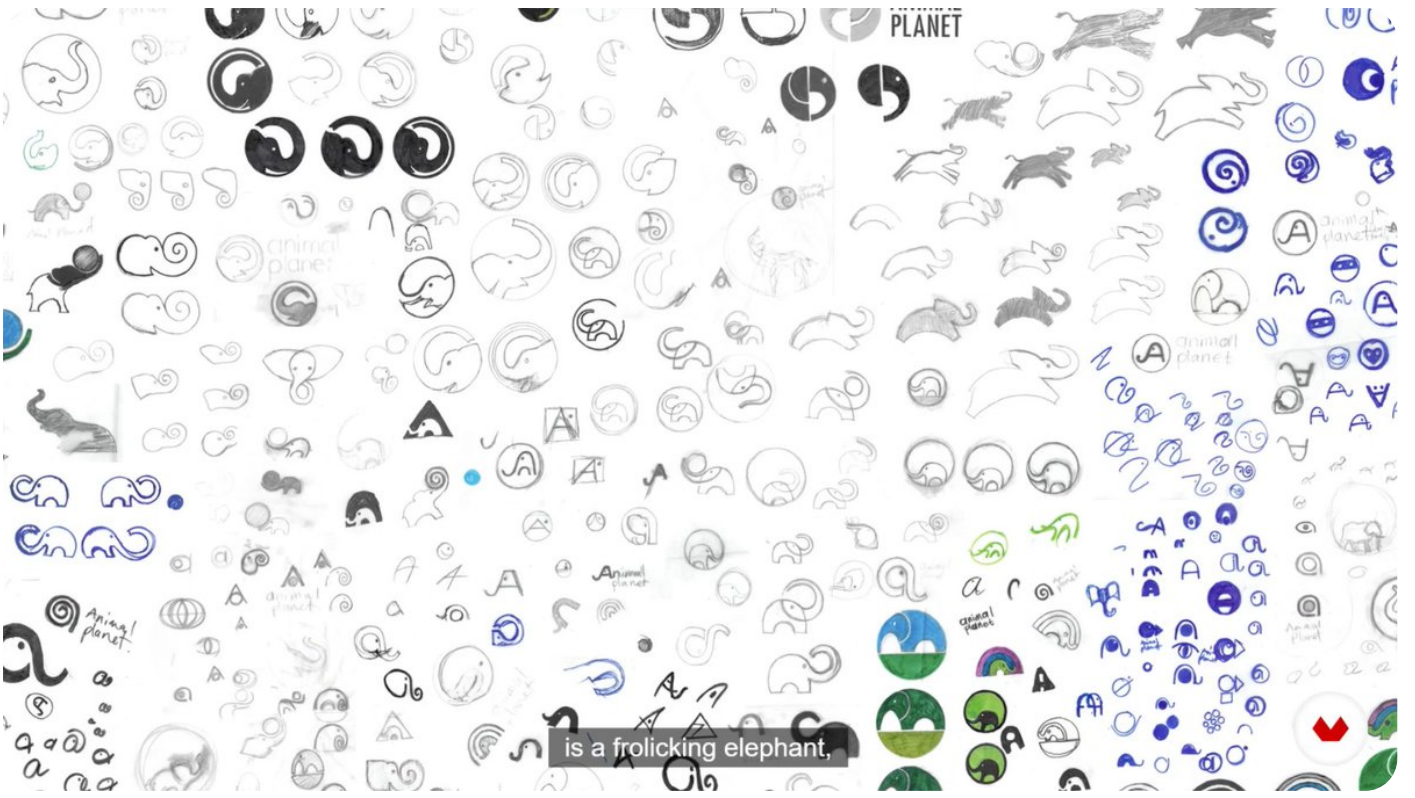
- اذا كان عميلك لديه شعار يحبه جداً وصعب عليه التغيير من الأفضل انك تعرض عليه خيارات تتدرج في البعد عن الشعار الأصلي, عشان تشوف قد ايش هو مرتاح مع الابتعاد عن الشعار القديم.

.

أحد الطرق التي استخدمناها مع المسؤولين في مشروع دار نشر جامعة هارفارد هو اننا كنا نريد معرفة ما يعتقده المسؤولين هناك عن شعارهم الحالي، وإلى أي مدى يريدون تطوير وتحديث شعارهم. النقطة الحمراء تمثل الشعار الحالي. النقطة الخضراء إلى أي مدى تريد أن يكون الشعار حديث وعصري.



في مشروع قناة Animal Plants أعدنا الشعار عشرات المرات كل مرة نقلل من الأشكال، التفاصيل، الزوايا، أو عشان يفهمها المصممين نقلل من الـ Anchor Points إذا كنا نتحدث عن الشعار من ناحية فيكتور.



أهم ميزتين يجب أن يحتويها شعارك:

Functionality + Artistic Value

الفعالية, يعني تستطيع الجهة استخدامه في أي مكان وفي أي مساحة وبأي لون.

والقيمة الجمالية وهذا تعتمد على لمستك انت كمصمم.

.

في شعار دار نشر جامعة هارفارد, اخترنا ان تكون الكلمة التي تعبر عن الشعار هي كلمة Harvard لأن القيمة كاملة تأتي منها ومن سمعتها.

واخترنا ايضاً أن يكون النص حرف كبير أول والبقية صغيرة لأننا وجدنا أن حرف ال d يعطي إغلاق جميل للكلمة في نهايتها مكوناً تناسق مع حرف ال H في البداية.

.



ملاحظة هامة, عندما تطبق الشعار على صور "موك اب" فطبقه على تفاصيل سيستخدمها العميل بالفعل. فمثلاً اذا كان العميل لديه مكتبة فطبقه على لوحة خارجية, بزنس كارد, لو كان لديه متجر الكتروني طبق الشعار على واجهة متجر, المهم دع العميل يرى كيف سيظهر شعارهم بالفعل طبقاً لاحتياجه.

فائدة أخرى لك كمصمم عندما تقدم الشعار للعميل, وهي أنها فرصة لك بأن ترى أنت كمصمم كيف سيظهر التصميم بالفعل على مختلف الأسطح والمساحات والألوان, لأننا لازلنا في مرحلة العرض وبإمكاننا تلافي أي خطأ في هذه المرحلة.

دائماً عند تقديمنا لمشاريع للعملاء, نحاول ضبط توقعاتهم لأنهم يأتون وفي بالهم انهم سيرون شيء يذهلهم وخيارات لذلك أحاول أن تكون هذه العبارة كتحذير لهم ان الشعار ليس تفضيلات شخصية وحب من أول نظرة بل شيء يعمل بفاعلية وبه لمسة جمالية ايضاً, ولكن أولاً ان يكون فعال.

.

A good trademark is not about what one likes or dislikes; it's about what works.

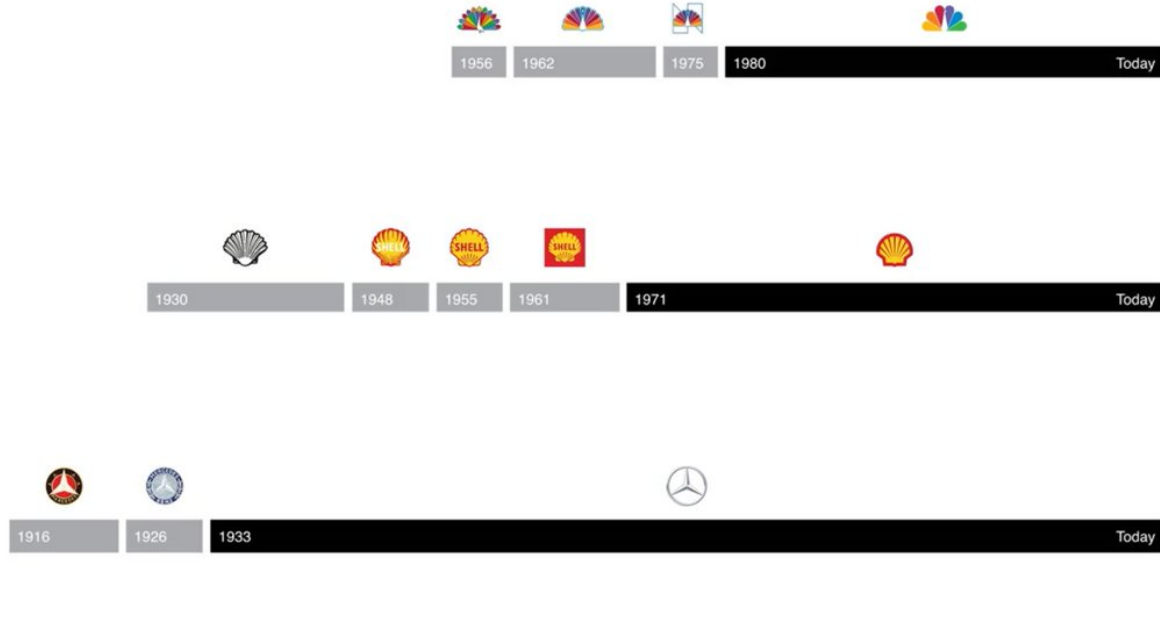
لا بأس عندما تقدم الشعار للعميل, أن تذكر له ماهي المشاكل التي كانوا يعانون منها بالفعل في الماضي, ولا تذكرها على سبيل السرد. بل أرهم ذلك, مثلما فعلنا مع دار نشر هارفارد حيث عرضنا لهم هذه الصورة التي توضح فوضى في استخدام الشعار القديم بخطوط وأشكال مختلفة كل مرة.

.



لاحظت من خلال بحث في عدة شعارات, أن الشركة اذا وصلت لشعار كأنه رمز أو ايقونة فإن هذا الشعار يطول استخدامه لسنين طويلة, وان حصل تحديث عليه يكون بسيط جداً لماذا؟ لأن الشعار فعال ويعمل بنجاح وقد بنى الشعار Equity "مستوى تأثير ومعرفة" لدى الناس.

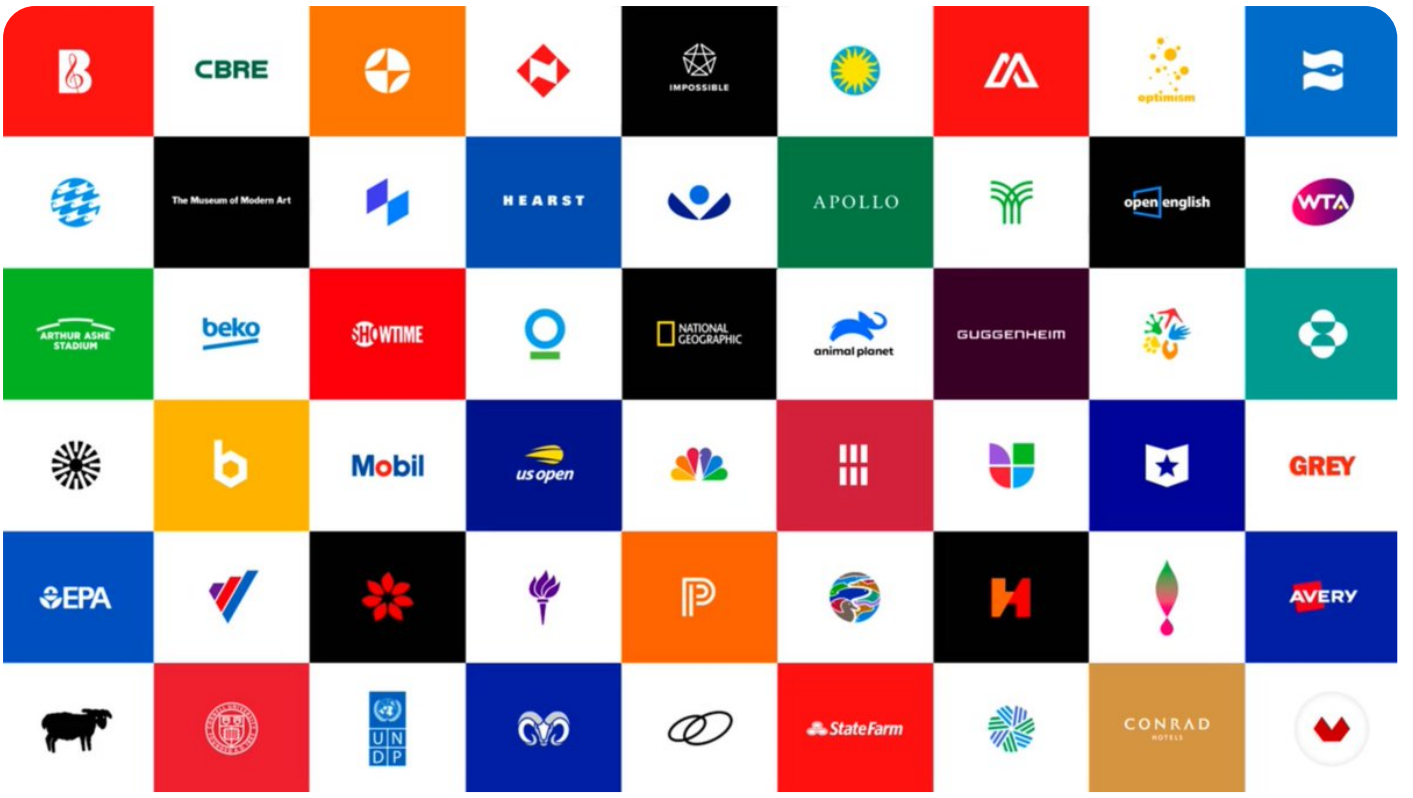
.



انتهى بحمد الله, مازكرت سابقاً كانت لمحات وبعض
التفاصيل التي وجدتها مفيدة من الدورة, لمن أراد رابط
الدورة "بالإنجليزي"
(الرابط ترويجي):

.

[https://www.domestika.org/en/courses/1049-
logo-design-from-concept-to-presentation?
utm_medium=affiliates&utm_source=ramibox2_ecfcb3](https://www.domestika.org/en/courses/1049-logo-design-from-concept-to-presentation?utm_medium=affiliates&utm_source=ramibox2_ecfcb3)



ملاحظة أخيرة أحببت ذكرها في الأخير, وهي أننا في تصميم الشعارات نسعى للتقليل reduction , لأن الشعار اليوم يستخدم على شاشات صغيرة ومساحات مطبوعة صغيرة كثرة التفاصيل داخل الشعار تقلل من حظوظ تذكر الناس لشعارك لأنه لن يكون واضح لهم. ولنا في أكبر البراندات في العالم خير مثال.

2. The core of a brand



بالتوفيق لكم



تم انشاء هذه الصفحات عن طريق خدمة رتبها

إن محتويات هذه الصفحات، بما في ذلك جميع الصور والفيديوهات والمرفقات والوصلات الخارجية المنقولة معها (يشار إليها مجتمعة باسم "هذا المنشور")، تم انشاؤها بناء على طلب مستخدم/مستخدمين من موقع تويتر. حساب رتبها يقدم خدمة آلية، من غير تدخل بشري، لنسخ محتويات التغريدات من موقع تويتر ونشرها بأسلوب مقالي وتكوين صفحات PDF قابلة للنشر والطباعة، عند طلب المستخدم/المستخدمين. ويرجى ملاحظة أن الآراء وجميع المحتويات الواردة في هذا المنشور هي آراء الكاتب ولا تمثل بالضرورة آراء موقع رتبها. موقع رتبها، لا يتحمل أي مسؤولية عن أي ضرر أو مخالفات لأي قانون ناتجة عن محتويات هذا المنشور.