

التصميم الجرافيكي للإعلام

د. جورج لطيف سيدهم

DGM 125

Lecture 8



- أنواع الشعارات Logos Types
- أساسيات التصميم



Lecture 8

أنواع الشعارات Logos Types وأسس التصميم



أنواع الشعارات Logo Types



Abstract mark



Mascot logo



Combination mark



Emblem logo



Lettermark



Pictorial mark



Wordmark

أنواع الشعارات





شعارات LetterMark أو شعارات الحروف عبارة عن شعارات تتكون من أحرف، وعادة ما تكون الأحرف الأولى من اسم العلامة التجارية. - MBC

CNN - HP - HSBC - CIB

مع تذكر كلمتين أو ثلاث كلمات ، تحول كل منهم لاستخدام الأحرف الأولى من اسمه لأغراض تحديد العلامة التجارية. لذلك من المنطقي تماماً بالنسبة لهم استخدام monograms - تسمى أحياناً شعارات الأحرف - لتمثيل مؤسساتهم.

Letter Mark



الشعار الحرفي هو شعار يعتمد على فن الكتابة والخطوط Typography.
الشعار الحرفي يتميز بأنه سهل وبسيط.

يعد الخط الذي تختاره (أو تنشئه) مهماً جداً للتأكد من أن شعارك ليس فقط على المظهر مع ما تفعله شركتك ، ولكن أيضاً مقروءاً عند الطباعة على بطاقات العمل. أيضاً ، إذا لم تكن نشاطاً تجارياً مؤسساً بالفعل، فقد ترغب في إضافة اسم نشاطك التجاري الكامل أسفل الشعار حتى يتمكن الأشخاص من البدء في التعرف على هويتك على الفور.



Letter Mark



على غرار الشعارات الحرفية، فإن العلامة النصية أو الشعار عبارة عن شعار يعتمد على الخطوط ويركز على اسم الشركة وحده. فكر في Visa و Coca-Cola تعمل شعارات Wordmark جيداً عندما يكون للشركة اسم موجز ومميز. يعد شعار Google مثلاً رائعاً على ذلك. الاسم نفسه جذاب ولا يُنسى، لذلك عند دمجها مع typography، يساعد الشعار في إنشاء تمييز قوي للعلامة التجارية.

Google

VISA



Word Mark



أيضاً، كما هو الحال مع الشعار الحرفي، ستكون الكتابة الفنية Typography قراراً مهماً. نظراً لأن التركيز سينصب على اسمك، فسترغب في اختيار خط - أو إنشاء خط - يجسد جوهر ما يفعله نشاطك التجاري. على سبيل المثال، تميل ملصقات الأزياء إلى استخدام خطوط نظيفة وأنيقة ذات جودة عالية، بينما تلتزم الوكالات القانونية أو الحكومية دائماً تقريباً بالنص التقليدي "الأثقل" الذي يشعر بالأمان.

Google

VISA



Word Mark



ضع في اعتبارك شعار الحروف Letter Mark إذا كان عملك له اسم طويل. سيساعد تكثيف اسم النشاط التجاري بالأحرف الأولى على تبسيط تصميمك وبالمثل، سيكون لدى العملاء وقت أسهل في تذكر نشاطك التجاري وشعارك.

تعتبر شعار الكلمة Work Mark قراراً جيداً إذا كنت تمتلك نشاطاً تجارياً جديداً وتحتاج إلى نشر اسمك، فقط تأكد من أن هذا الاسم قصير بما يكفي للاستفادة من التصميم. أي شيء طويل جداً يمكن أن يبدو مشوشاً جداً.



متى استخدم
Word Mark
أو
Letter Mark



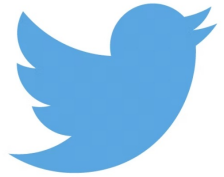
يُعد Word Mark فكرة جيدة إذا كان لديك اسم تجاري مميز سيبقى في أذهان العملاء. إن وجود اسمك بخط رائع ومصمم سيجعل علامتك التجارية أكثر ثباتًا. من السهل تكرار كل من Letter Mark و Word Mark عبر المواد التسويقية والعلامات التجارية، مما يجعلها خيارات قابلة للتكيف بدرجة عالية لأعمال تجارية جديدة ومتطورة. تذكر أنك سترغب في أن تكون دقيقًا عند إنشاء Letter Mark أو Word Mark. من المحتمل ألا يكون اسم نشاطك التجاري في الخط وحده مميزًا بما يكفي لالتقاط الفروق الدقيقة في علامتك التجارية. لذا تأكد من تعيين محترف يراقب التفاصيل.



متى استخدم
Word Mark
أو
Letter Mark



Pictorial Mark (تسمى أحياناً علامة العلامة التجارية أو رمز الشعار) هي رمز أو شعار يعتمد على الرسوم. ربما تكون الصورة التي تتبادر إلى الذهن عندما تفكر في "الشعار": شعار Apple الشهير ، وطائر ، وTarget Bullseye وTwitter كل شعار من شعارات هذه الشركات يمثل رمزاً كبيراً ، وقد تم تأسيس كل علامة تجارية على هذا النحو، بحيث يمكن التعرف على العلامة وحدها على الفور. العلامة التجارية الحقيقية ليست سوى صورة. لهذا السبب ، يمكن أن يكون نوع شعار صعب بالنسبة للشركات الجديدة ، أو تلك التي ليس لديها تمييز قوي للعلامة التجارية ، لاستخدامها.



Pictorial Mark



إن أهم شيء يجب مراعاته عند اتخاذ قرار باستخدام علامة تصويرية هو اختيار الصورة. هذا شيء سوف يستمر في وجود شركتك بالكامل. تحتاج إلى التفكير في الآثار الأوسع للصورة التي تختارها: هل تريد اللعب باسمك (مثلما يفعل John Deere بشعار الغزلان)؟ أم أنك تتطلع إلى خلق معنى أعمق (فكر كيف يخبرنا Snapchat ghost بما يفعله المنتج)؟ أو هل تريد استحضار عاطفة (كما تفعل مؤسسة World Wildlife مع صورتها المنمقة لباندا - وهي من الأنواع الرائعة والمهددة بالانقراض)؟



Pictorial Mark

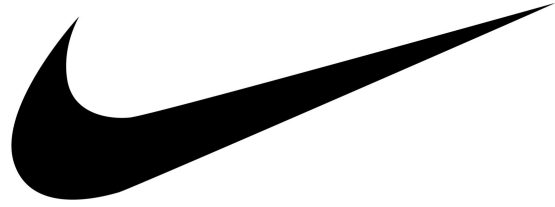


Abstract Mark هي نوع معين من الشعار المصور. بدلاً من أن تكون صورة يمكن التعرف عليها - مثل تفاحة أو طائر - إنها شكل هندسي مجرد يمثل نشاطك التجاري. تتضمن بعض الأمثلة الشهيرة شعار BP starburst-y ودائرة Pepsi المقسمة وزهرة Adidas الشريطية. مثل جميع رموز الشعار، تعمل العلامات المجردة بشكل جيد حقاً لأنها تختصر علامتك التجارية في صورة واحدة. ومع ذلك ، بدلاً من أن تكون مقيداً بصورة لشيء يمكن التعرف عليه ، تسمح لك الشعارات المجردة بإنشاء شيء فريد حقاً لتمثيل علامتك التجارية.



Abstract Mark

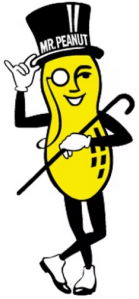




تكمّن فائدة العلامة المجردة في قدرتك
على نقل ما تفعله شركتك بشكل رمزي ،
دون الاعتماد على الآثار الثقافية لصورة
معينة. من خلال اللون والشكل ، يمكنك
أن تنسب المعنى وتنمي العاطفة حول
علامتك التجارية. (على سبيل المثال ،
فكر في كيفية تضمين Nike swoosh
للحركة والحرية).

Abstract Mark



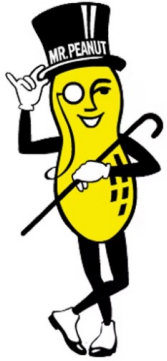


شعارات التميمة هي شعارات تتضمن طابعاً مصوراً. غالباً ما يكون شعار التميمة ملوناً وأحياناً كاريكاتورياً وممتعاً دائماً ، فهو طريقة رائعة لإنشاء المتحدث باسم علامتك التجارية الخاصة جداً - أي شخصية المتحدث.

التميمة هي ببساطة شخصية مصورة تمثل شركتك. فكر فيهم كسفير لعملك. تشمل التميمة الشهيرة رجل Kool-Aid و KFC's Colonel و Planter's Mr. Peanut.

Mascot Logo





تعد التميمة رائعة للشركات التي ترغب
في خلق جو صحي من خلال جذب
العائلات والأطفال. فكر في كل تلك
التعويذات في الأحداث الرياضية
والديناميكية الرائعة التي تخلقها من
خلال المشاركة مع الجمهور!

Mascot Logo



- يمكن أن تكون العلامة التصويرية وحدها خادعة. إنها فعالة إذا كان لديك بالفعل علامة تجارية راسخة ولكن هذه ليست قاعدة صارمة. يمكنك استخدام العلامات التجارية لصالحك لنقل ما يفعله عملك بيانياً إذا كان اسمك طويلاً جداً ، ويمكن أيضاً استخدامها بشكل فعال لنقل فكرة أو عاطفة مرغوبة.
- تعمل العلامات التصويرية والتجريدية أيضاً بشكل جيد جداً في التجارة العالمية إذا كان اسم النشاط التجاري ، على سبيل المثال ، لا يصلح للترجمة بشكل جيد.
- ومع ذلك ، قد لا تكون العلامة التصويرية هي أفضل فكرة إذا كنت تتوقع تغييرات في نموذج عملك في المستقبل. يمكنك البدء في بيع البيتزا واستخدام البيتزا في شعارك ولكن ماذا يحدث عندما تبدأ في بيع السندويشات أو البرغر أو حتى المنتجات؟

متى استخدم
Pictorial Mark
أو
Abstract Mark



- تسمح لك العلامات المجردة بإنشاء صورة فريدة تماماً لعملك ، ولكن من الأفضل تركها لمحترفي التصميم الذين يفهمون كيف يتحد اللون والشكل والبنية لخلق المعنى.
- فكر في إنشاء تعويذة إذا كنت تحاول جذب الأطفال الصغار أو العائلات. تتمثل إحدى الفوائد الكبيرة للتميمة في قدرتها على تشجيع تفاعل العملاء ، لذا فهي أداة رائعة للتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى أحداث التسويق الواقعية. أعني ، من لا يريد التقاط صورة ذاتية مع Pillsbury Doughboy؟
- تذكر أن التيممة هي جزء واحد فقط من شعار وعلامة تجارية ناجحة ، وقد لا تتمكن من استخدامها في جميع المواد التسويقية الخاصة بك. على سبيل المثال ، قد لا تتم طباعة الرسم التوضيحي التفصيلي جيداً على بطاقة العمل. لذا ضع بعض الاعتبار في النوع التالي من تصميم الشعار أدناه ، علامة المجموعة.

متى استخدم
Mascot logo
أو
Abstract logo





العلامة المركبة عبارة عن شعار يتكون من علامة نصية أو علامة حرف وعلامة تصويرية أو علامة مجردة أو تعويذة. يمكن وضع الصورة والنص جنباً إلى جنب ، أو تكديسهما فوق بعضهما البعض ، أو دمجهما معاً لإنشاء صورة. تتضمن بعض شعارات العلامات المركبة المعروفة دوريتوس وبرغر كينج.

**The combination
mark
(logo system)**

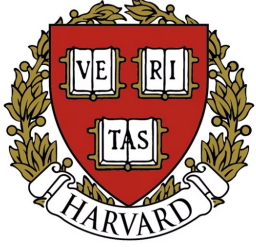




نظراً لأن الاسم مرتبط بالصورة، فإن العلامة المركبة تعد خياراً متعدد الاستخدامات، حيث يعمل كل من النص والأيقونة أو التميمة معاً لتعزيز علامتك التجارية. باستخدام علامة المجموع، سيبدأ الأشخاص أيضاً في ربط اسمك بعلامتك المصورة أو تعويذتك على الفور! في المستقبل، قد تتمكن من الاعتماد حصرياً على رمز الشعار، وليس عليك دائماً تضمين اسمك. أيضاً، نظراً لأن الجمع بين الرمز والنص يخلق صورة مميزة معاً، فإن هذا النوع من الشعار يكون عادةً أسهل في وضع العلامات التجارية من العلامة المصورة وحدها.

**The combination
mark
(logo system)**





يتكون الشعار الأيقوني من خط داخل رمز أو رمز ؛ فكر في الشارات والأختام والعرف. تميل هذه الشعارات إلى أن يكون لها مظهر تقليدي عنها يمكن أن يكون لها تأثير مذهل ، وبالتالي فهي غالبًا الخيار المفضل للعديد من المدارس أو المنظمات أو الوكالات الحكومية. صناعة السيارات مغرمة جدًا بشعارات الشعارات. على الرغم من أن لديهم أسلوبًا كلاسيكيًا ، فقد قامت بعض الشركات بتحديث مظهر الشعار التقليدي بشكل فعال مع تصميمات الشعار المناسبة للقرن الحادي والعشرين (فكر في شعار حورية البحر الأيقوني لستاربكس أو شعار Harley-Davidson الشهير).

The Emblem





ولكن بسبب ميلهم نحو التفاصيل الأعلى، وحقيقة أن الاسم والرمز متشابكان بشكل صارم ، يمكن أن يكونا أقل تنوعاً من أنواع الشعارات المذكورة أعلاه. لن يكون من السهل تكرار تصميم الشعار المعقد عبر جميع العلامات التجارية. بالنسبة لبطاقات العمل، قد يقلص الشعار المشغول بشكل صغير جداً قبل أن يصبح من الصعب جداً قراءته. أيضاً، إذا كنت تخطط لتطريز هذا النوع من الشعار على القبعات أو القمصان، فسيتعين عليك حقاً إنشاء تصميم بسيط وإلا فلن يكون ممكناً. لذا، كقاعدة عامة، حافظ على تصميمك غير معقد، وستترك مظهراً قوياً وجريئاً سيجعلك تبدو كمحترف ماهر.

The Emblem



- يعد الشعار الأيقوني خياراً رائعاً لأي عمل تجاري تقريباً. إنه متعدد الاستخدامات ، وعادة ما يكون فريداً للغاية ، وهو الخيار الأكثر شيوعاً للشعار بين الشركات البارزة.
- قد يفضل الكثير من الوكالات العامة والمدارس المظهر التقليدي للشعار ، ولكن يمكن أيضاً أن يخدم أي شركة خاصة صاعدة بشكل جيد، لا سيما تلك التي تعمل في صناعة الأغذية والمشروبات: فكر في ملصقات البيرة وأكواب القهوة (ستاربكس!). لكن تذكر أن تلعبها بأمان عندما يتعلق الأمر بالتفاصيل. ما زلت تريد تصميمًا ستتمكن من طباعته بدقة عبر جميع موادك التسويقية.

متى استخدم
Combination
أو
Emblem logo



أساسيات التصميم



تمثل أسس التصميم الهدف الجمالى الذى يحاول المصمم تحقيقه ،
ليعكس الغرض الجمالى والوظيفى من العمل المصمم ، ولابد من
مراعاتها بالصورة التي توصل الرسالة الفكرية أو الجمالية التي يؤديها
العمل الفني المصمم .

وهذه الأسس هى :

التوازن - التباين - الوحدة - الإيقاع - التناسب - السيادة -
المحاذاة

أساسيات التصميم



التوازن Balance

عندما يقوم المصمم بأي ترتيب لعناصره يجب أن ينقل للمشاهد الإحساس بالاستقرار والاتزان من خلال توازن الأشياء و العناصر والألوان والقيم .

فالأتزان أو التوازن هو أحد الخصائص الأساسية التي تلعب دورا هاما في تقييم العمل الفني المصمم وتحقيق نوعا من القبول النفسى عند رؤيته، فهو الاحساس المعادل كخط رأسى على الخط الأفقي ، كما أنه إحساس بوجود الإنسان فى وضع معتدل قائم رأسيا ومتوازن على أرضية أفقية .

إن مفهوم الاتزان ليس فقط موازنة جسم أو شكل فى فراغ إنما موازنة جميع الأجزاء والعناصر فى مساحة التشكيل المصمم ، وعلى ذلك هناك ثلاثة أنواع من التوازن :

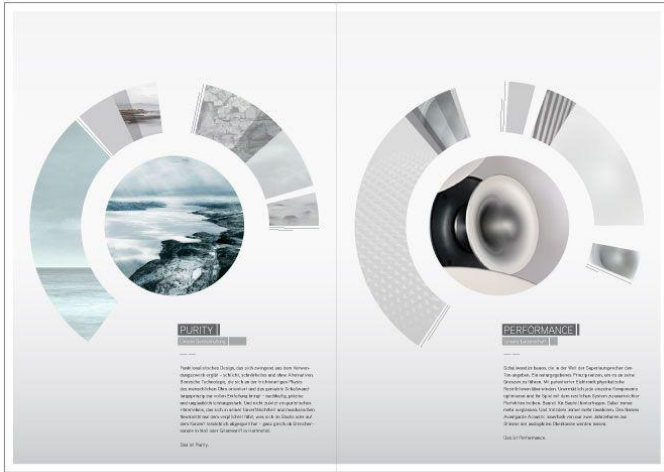
- التوازن المحورى
- التوازن الإشعاعي
- التوازن الوهمي

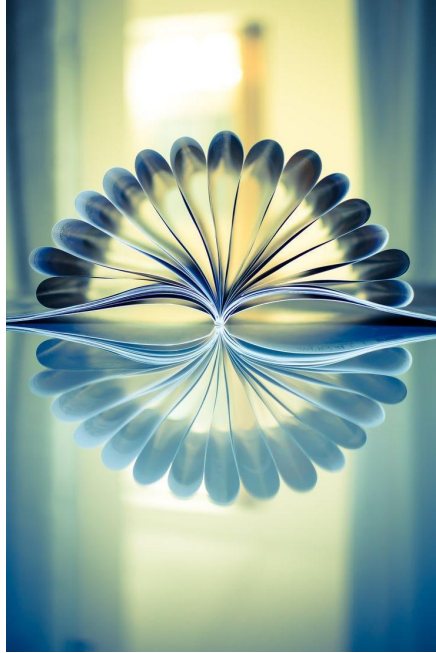
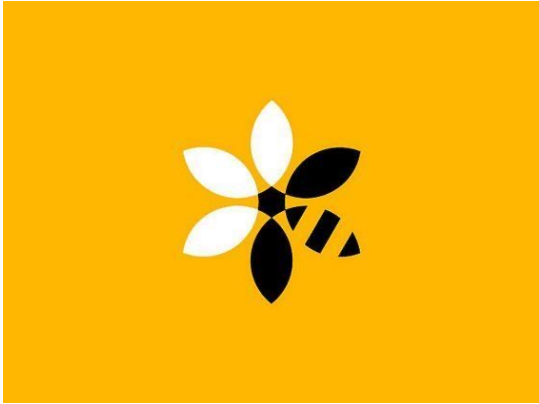


التوازن المحوري:

يحدث التوازن في هذا النوع عن طريق محور مركزي واضح قد يكون أفقيا أو رأسيا أو كلاهما معا حيث تتواجد قوى متماثلة في كل جانب من جانبي الصورة ، وهو بذلك يحقق نوعا من التماثل أو ما يسمى symmetrical balance وهذا يعد من أبسط أنواع الاتزان تحقيقا في العمل الفني.

أساسيات التصميم





radial balance: التوازن الإشعاعى
يحدث التوازن بالدوران حول نقطة
مركزية يكون الشكل الذى يخضع فى
تنظيمه لهذه المركزية ذو حركة
دائرية .

أساسيات التصميم





التوازن الوهمي:

يحدث التوازن عن طريق التحكم فى مجمل الجاذبيات البصرية عن طريق الإحساس بتعادل قوى الجذب والتنافر فى العمل الفنى بصورة غير منتظمة وهو مختلف عن الاتزان المحوري والاتزان الإشعاعي من ناحيتين :

الأولى: عدم الوجود الفعلى للمحاور او المركز البؤري بل يؤكد التناسب بين جميع عناصر التكوين .

الثانية: أنه يعنى تضاد العناصر التي تختلف أكثر مما تتناظر ، فيمكننا أن نعادل مساحة حمراء صغيرة ذات إشعاعية بصرية لونية مؤثرة بأخرى كبيرة زرقاء فى مكان آخر من التصميم .

أساسيات التصميم



التوازن من الخصائص الأساسية التي تلعب دورا هاما فى جماليات التكوين أو التصميم حيث يحقق الإحساس بالراحة النفسية حيث النظر إليه ، ويسعى المصمم نحو تحقيق الاتزان فى تنظيم عناصر عمله الفني ليس لأنه أسس فنية فحسب ، ولكن لأنه من أسس الحياة .

ينبغى على المصمم أن ينقل للمشاهد الإحساس بالاستقرار والتوازن فى عمله الفني المصمم فنحن لا نشعر كثيرا بالراحة عندما ينعدم التوازن فى تنظيم أو ترتيب الأشياء من حولنا، فالمشاهد دائما يبحث عن نوع العلاقة المتزنة التى تعطيه الوحدة الجمالية للأشياء .

أساسيات التصميم



2.التباين Contrast

التباين من المبادئ المهمة جدا ولا غنى عنها فى العمل الفنى المصمم ، والتباين يعنى الاختلاف فى عناصر التصميم أو خاصية من خواص كل عنصر بطريقة تجعل التصميم لافتا للنظر .

ونلاحظ التباين بشدة فى الطبيعة فنجد فى اختلاف ألوان الثمار عن اشجارها.



Esquire I Am Sam

(Who the Hell Are You?)

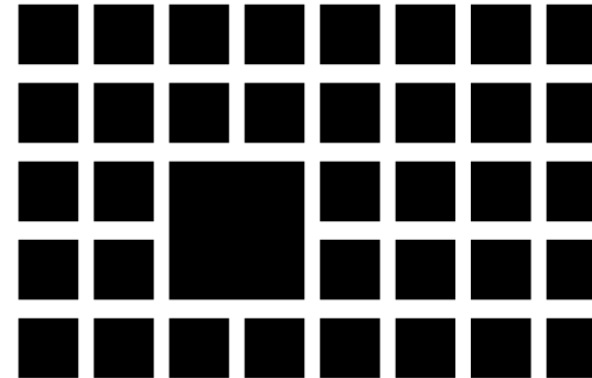
He's been anointed the next great actor by Titanic director James Cameron. Now all Sam Worthington has to do is play nice and live up to the hype.

By Nam Le
Photographs by Perou



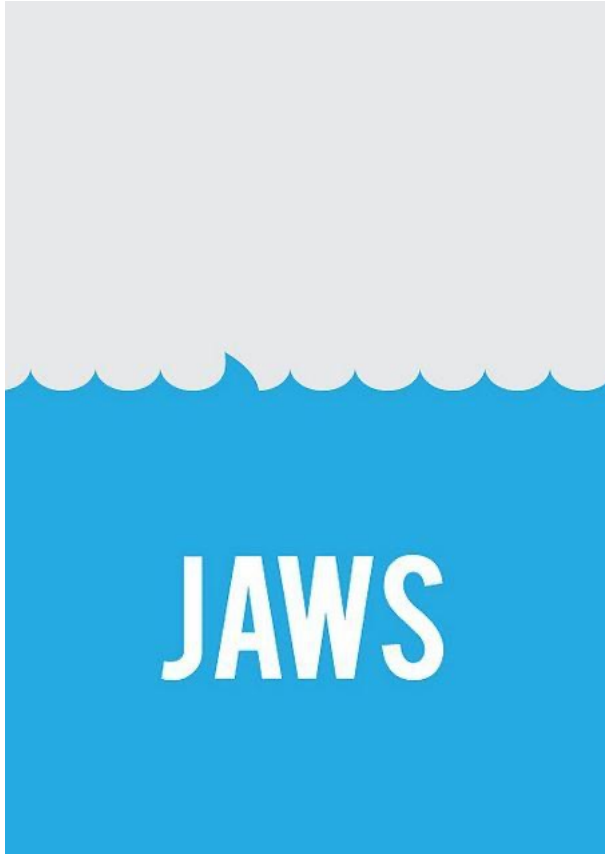
أنواع التباين:

تباين من خلال الحجم



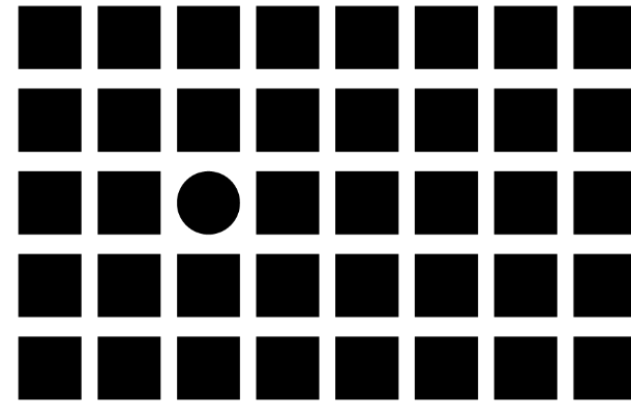
أساسيات التصميم





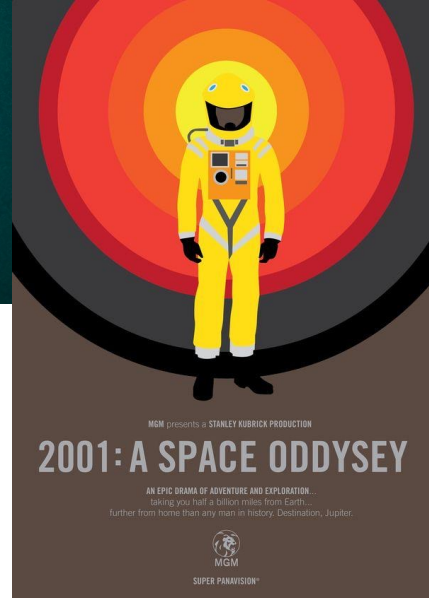
أنواع التباين:

تباين من تغيير الشكل



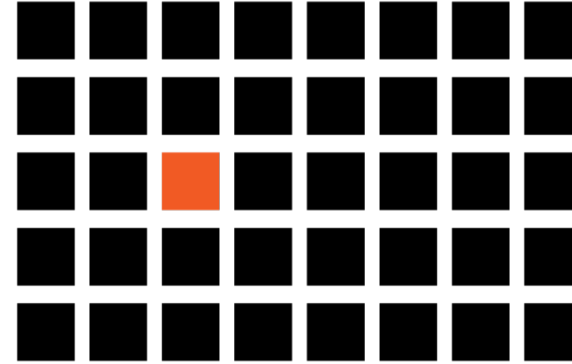
أساسيات التصميم





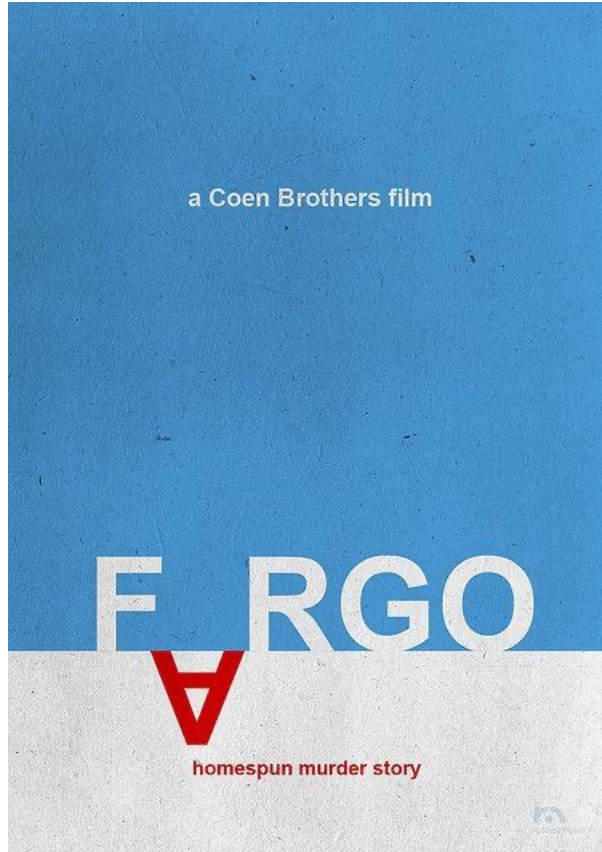
أنواع التباين:

تباين من خلال اللون



أساسيات التصميم





أنواع التباين:

تباين من خلال الاتجاه



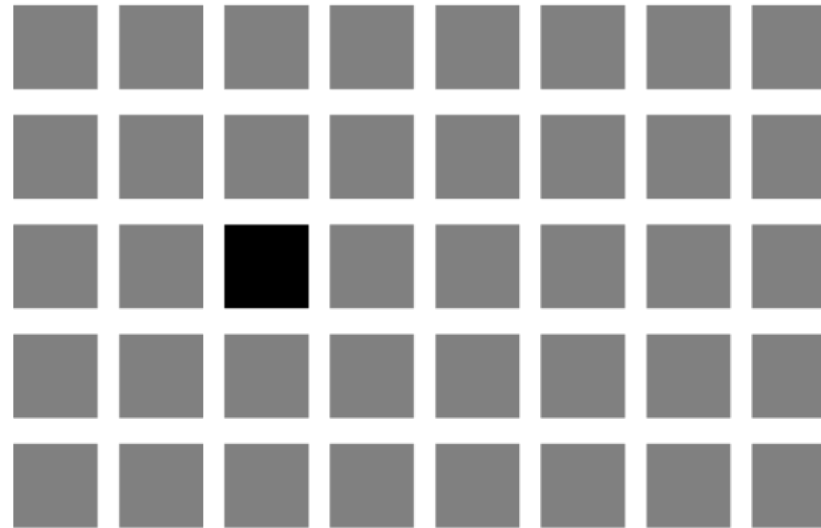
أساسيات التصميم





أنواع التباين:

تباين من خلال تغيير الشفافية
وتركيز العناصر



أساسيات التصميم





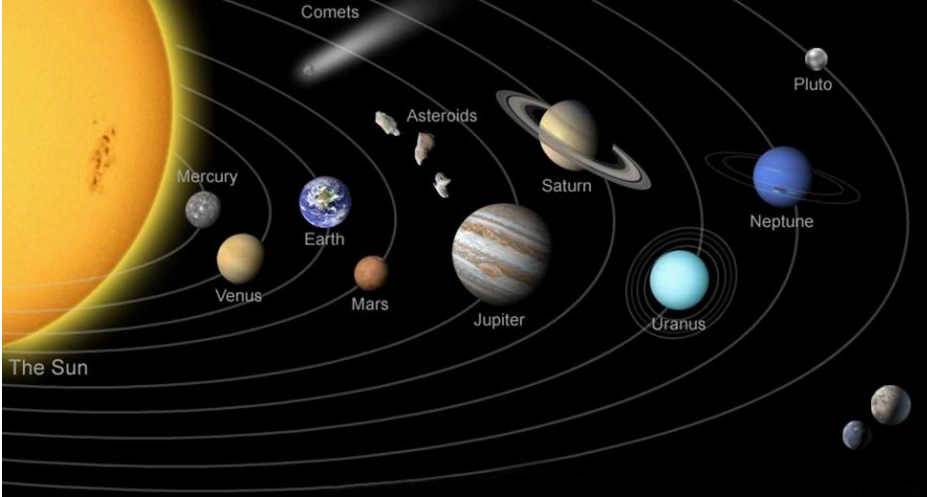
3. الوحدة Unity

الوحدة من المتطلبات الرئيسية لأي عمل فني مصمم، بل وتعتبر من أهم المبادئ لإنجاحه من الناحية الجمالية ، ويعني مبدأ الوحدة في العمل الفني المصمم أن ترتبط أجزائه فيما بينها لتكون جميعها وحدة واحدة فمهما بلغت دقة الأجزاء في حد ذاتها فإن العمل الفني لا يكتسب قيمته الجمالية بغير الوحدة التي تربط بين أجزائه بعضها ببعض الآخر ربطا عضويا وتجعله متماسكا.

أساسيات التصميم



وقد توصل إلى مبدأ الوحدة في تصميم الأعمال الفنية من خلال التأمل وإدراك الطبيعة والحياة فعلى سبيل المثال المجموعة الشمسية هي نظام له كليته ووحدته واتساقه ، فهي ليست مجرد مجموعة من الكواكب متراصة بجوار بعضها البعض ، بل مجموعة اتخذت لنفسها محورا واحدا يجمعها وهي تدور حول الشمس بنظام خاص ، فارتبطت علاقاتها ودورانها في الفراغ بفعل الجاذبية ، وكذلك دوران الأرض حول نفسها مما يجعل حركة النهار والليل دائمين.



أساسيات التصميم



4. الإيقاع Rhythm

إن مفهوم الإيقاع يعني فى جوهره حالة من حالات التغير، ويعتبر الإيقاع مجال لتحقيق الحركة، والإيقاع بصورة المتعددة مصطلح يعنى تردد الحركة بصورة منتظمة تجمع بين الوحدة والتغير، فالحياة والكون بكل مظاهرها يخضعان لعاملين رئيسيين هما الحركة والتغير اللذين يمثلان السمة الأساسية التي تحكم انتظام العلاقات والاشكال فى الطبيعة او الاعمال الفنية. فالإيقاع هو قانون الحياة الذي ينظم حركتها واستمراريتها، فهو القانون الذي يجمع بين السكون والحركة والتغير والثبات . وعندما يحاول الفنان المصمم تحقيق الإيقاع، فإنه يضيف الحيوية والتنوع وجماليات النسبة القائمة على التوازن داخل نظام التصميم .



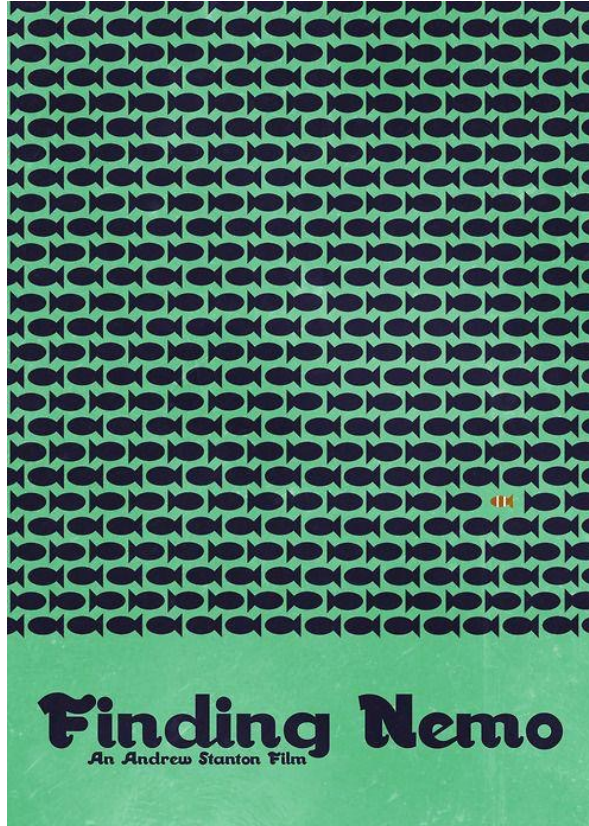
أساسيات التصميم



أساسيات التصميم

فالإيقاع هو تنظيم الفواصل الموجودة بين وحدات العمل الفني ، وقد تكون هذه الفواصل بين النقط والخطوط والمساحات او الاشكال او الالوان او بترتيب درجاتها أو تنظيم اتجاهات عناصر العمل الفني (وهذا مفيد ايضا فى المجالات القائمة على الحركة مثل الموشن جرافيك).





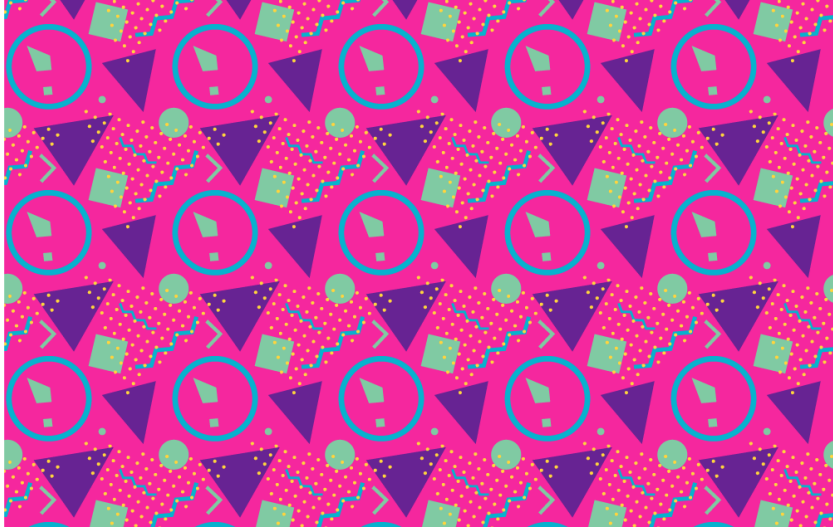
أنواع الإيقاع:

الإيقاع الرتيب:

وهو الذي تتشابه فيه كل الوحدات والمسافات تشابها تاما من جميع النواحي، وتكرر فيه الوحدات التي يتشكل فيها الإيقاع بشكل منتظم دون أى اختلاف.

أساسيات التصميم





أنواع الإيقاع:

الإيقاع غير الرتيب:

تتشابه فيه جميع المسافات التي بينهما ولكن تختلف الوحدات عن المسافات شكلا او حجما أو لونا أي تنكسر حدة الرتابة في التنظيم مما يحقق إيقاعا غير رتيب.

أساسيات التصميم



أنواع الإيقاع:

الإيقاع المتناقص والمتزايد:



تتناقص فيه المساحات تدريجيا مع ثبات المسافات بينها أو تتناقص المسافات تدريجيا مع ثبات مساحة الوحدات أو تتناقص مساحة الوحدات والمسافات معا تناقضا تدريجيا بينما يحدث العكس فى الإيقاع المتزايد ، ويتوقف ذلك على الجانب الذي ننظر منه إلى الوحدات و نظم تكرارها.

أساسيات التصميم

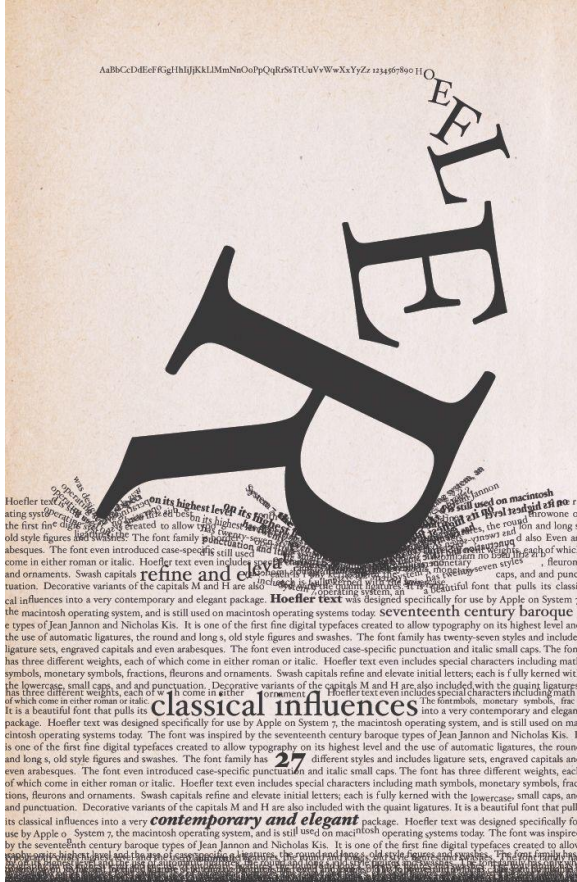


أنواع الإيقاع:

الإيقاع الحر:

تختلف فيه شكل الوحدات عن بعضها اختلافا تاما ، كما تختلف المسافات عن بعضها اختلافا تاما أيضا وفيه يخضع الفنان المصمم فى ترتيب مفرداته وعناصره وصياغتها لنظم خاصة تقوم عليها نسق التكرار التى يتوقف على ثبات الوحدة او المسافة او كليهما معا ، ويكون للفنان المصمم الحرية الكاملة فى تناول مفرداته المتكررة دون قوالب تنظيمية معينة.

أساسيات التصميم



أنواع الإيقاع:

وهناك بعض القيم الفرعية التي تبرز الإيقاع بمثابة التنظيمات والصور التي تحقق عنصرى الإيقاع المتصلان دائماً وهما الامتداد والزمان.

وهذه القيم الفرعية هى:
• الإيقاع من خلال التكرار

• الإيقاع من خلال التدرج

• الإيقاع من خلال التنوع

• الإيقاع من خلال الاستمرار

أساسيات التصميم



الخاتمة:

خلال هذه المحاضرة تعرفنا على الأنواع المختلفة للشعارات وأهمية استخدام كل نوع عن الآخر ودوره في ارتباط العميل بالشركة أو المنتج، كما تعرفنا على بعض الأسس التصميمية الهامة جداً من أجل عمل تصميم متكامل جيد بصرياً من خلال بعض المفاهيم الأساسية في التصميم.





Thank You