COLOR HANDBOOK • FOR DESIGNERS

دليل المصمم لاختيار الألوان

من أول لون لحد باليت جاهزة للتسليم



WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

اختار اللون بعقلك، مش بمزاجك

الشعارات • الهويات البصرية • الواجهات • الطباعة

WRITTEN & DESIGNED BY
MOHAMMED BAHAA

مقدمة

قبل ما نبدأ

ليه كتيّب كامل عن الألوان؟

لو سألت عشر مصممين اختاروا لون الهوية الأخيرة ليه، أغلبهم هيقولك: **"حسّيته مناسب"**. الإحساس مهم، بس هو مش حجة. العميل محتاج يسمع سبب، والفريق محتاج نظام يمشي عليه، والمطبعة محتاجة أرقام. الكتيّب ده معمول عشان ينقلك من "حسّيته" لـ "اخترته عشان...".

هنمشي مع بعض من أول ما تفهم اللون نفسه، لحد ما تسلّم باليت كاملة فيها أدوار وأرقام واختبارات، وتقدر تدافع عن كل لون فيها في جملتين.

حبر	بنفسجي	أزرق	سماوي	كهرماني	وردي
#2A2470	#5B4CF0	#4F7BFF	#62C7F5	#F5A524	#E07BD8

إزاي تقرا الكتيّب

- كل فصل فيه: فكرة ← مثال ← باليت أو نموذج قدامك ← تمرين صغير.
- الفصول 1–4 بتفهّمك اللون. الفصول 5–9 هي طريقة التفكير. الفصول 10–14 للتنفيذ على الشاشة والورق. 15–16 للأخطاء والأدوات. 17–19 للتطبيق والمراجعة.
- أكواد HEX اللي في الكتيّب حقيقية ومحسوبة، ونسب التباين اتحسبت فعلًا بمعادلة WCAG، مش متقدّرة بالعين.
- البراندات اللي في الأمثلة (مدار، سُفرة، سِكّة، سَنَد، طين) وهمية للتدريب بس.

القاعدة الذهبية

كل لون في الباليت لازم يكون ليه **دور** و**سبب**. لو لون مالوش دور، شيله. ولو مالوش سبب، راجعه.

عن البراندات العالمية

لما نذكر براند معروف، بنذكره عشان نفهم الفكرة اللي اشتغلت، مش عشان تقلّده. والأكواد الرسمية لأي براند بترجع لدليل هويته هو.

فهرس

المحتويات

تسعتاشر فصل من أول لون لحد التسليم

01	اللون بيتكلم قبل التصميم	← 4
02	لغة اللون: الصبغة والتشبّع والإضاءة	← 5
03	معاني الألوان	← 7
04	الدرجة بتغيّر المعنى	← 9
05	من البريف للون	← 10
06	بناء الباليت: الأدوار والنسب	← 11
07	الهارموني: ألوان بتتفاهم مع بعض	← 13
08	المنافسين وخريطة الألوان	← 15
09	الثقافة والسوق العربي	← 16
10	اللون في الشعار	← 17
11	اللون في الواجهات الرقمية	← 18
12	التباين وعمى الألوان	← 20
13	من الشاشة للمطبعة	← 22
14	التدرجات والزجاج	← 23
15	أخطاء بتتكرر	← 24
16	أدوات بتوفّر وقتك	← 25
17	خمس حالات تطبيقية	← 26
18	تمارين المصمم	← 31
19	Color Checklist	← 32

LOGOS • BRAND IDENTITY • COLOR

WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل الأول

اللون بيتكلم قبل التصميم

ليه اختيار اللون قرار بيزنس قبل ما يكون قرار ذوق

أول حاجة العين بتمسكها

وأنت ماشي في سوبر ماركت، عينك بتلقط لون العبوة قبل ما تقرا اسمها. وأنت بتقلّب في الموبايل، لون البوست بيوقّف صباعك قبل الصورة. اللون هو أسرع إشارة بيبعتها البراند، وعشان كده هو أول مكان يا إما بيكسب فيه انتباهك يا إما بيضيّعه.

نفس الشكل، تلات رسايل

عرض

أحمر

استعجل، الحق، تخفيضات

عرض

كحلي

رسمي، موثوق، مدروس

عرض

وردي فاتح

ناعم، هادي، هدية

لون حلو ولا لون صح؟

اللون الحلو

بيعجبك أنت، أو شفته ترند على بينترست. ممكن ينجح، بس بالصدفة، ومش هتعرف تدافع عنه لما العميل يقول "مش حاسه".

اللون الصح

طالع من شخصية البراند والجمهور والمنافسين ومكان الاستخدام. ممكن مايكونش لونك المفضل خالص، وده طبيعي جدًا.

مثال من السوق

محل حلويات شرقية جديد اختار أسود ودهبي "عشان يبان فخم". الناس افتكرته غالي ومحدش دخل. لما غيّر للون كريمي دافي مع أحمر رماني، بقى "حلويات زمان بس نضيفة"، والزحمة رجعت. اللون ماغيّرش الطعم، غيّر التوقّع.

اللون أصل بيكبر مع الوقت

لما براند يفضل ماسك لون واحد سنين، اللون بيبقى ملكه في دماغ الناس. أزرق Tiffany بقى علامة لوحده، وكتير من الناس بيعرفوا براند الاتصالات بتاعهم من اللون قبل الشعار. ده معناه إن الثبات على اللون أهم من إن اللون يكون "مبهر".

خلاصة الفصل

افهم البراند الأول، وبعدين اختار اللون. اللون نتيجة، مش بداية.

LOGOS • BRAND IDENTITY • COLOR
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل الثاني

لغة اللون

الصبغة والتشبّع والإضاءة: تلات أزرار بتتحكم في أي لون

أي لون في الدنيا تقدر توصفه بتلات أرقام. لو فهمتهم، هتعرف تعدّل أي لون بدقة بدل ما تفضل تجرّب لحد ما يزبط. الطريقة دي اسمها HSL (وقريبة منها HSB في فوتوشوب وإليستريتور).

الصبغة (Hue)

هي "اسم" اللون: أحمر، أصفر، أزرق... بتتقاس بزاوية من 0 لـ 360 على العجلة.



0° 90° 180° 270° 360°

التشبّع (Saturation)

قد إيه اللون صافي. تشبّع عالي = لون صريح وصاخب. تشبّع واطي = لون رمادي وهادي.

تشبّع 90%	تشبّع 70%	تشبّع 50%	تشبّع 30%	تشبّع 10%
#5925F4	#643CDD	#7053C6	#7B6AAF	#878198

الإضاءة (Lightness)

قد إيه اللون فاتح أو غامق. ده أهم رقم في الوضوح والتباين، زي ما هنشوف في الفصل 12.

إضاءة 88%	إضاءة 72%	إضاءة 56%	إضاءة 40%	إضاءة 24%
#D4C8F9	#9B7EF1	#6235E9	#3D14B8	#250C6E

إمتى المعلومة دي تنقذك؟

العميل قال: "اللون ده صارخ شوية". متغيّرش الصبغة؛ نزّل التشبّع 15–20%. قال: "عايزه أتقل"؟ نزّل الإضاءة. قال: "عايزه أدفى"؟ لف الصبغة شوية ناحية الأحمر والأصفر.

LOGOS • BRAND IDENTITY • COLOR
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

دافي ولا بارد؟

الألوان الدافية
أحمر، برتقالي، أصفر. بتقرّب، بتفتح النفس، وبتدّي طاقة وحركة. مكانها الأكل والعروض والحاجات الحماسية.

الألوان الباردة
أزرق، أخضر، بنفسجي. بتبعّد وبتهدّي، وبتدّي ثقة ونظام. مكانها التقنية والصحة والمؤسسات.

وفيه حاجة مهمة: أي لون ممكن يبقى دافي أو بارد حسب ميله. أحمر مايل للبرتقالي دافي، وأحمر مايل للبنفسجي أبرد. الرمادي كمان ممكن يبقى دافي (مايل للبيج) أو بارد (مايل للأزرق).

عيلة كاملة من لون واحد

لما يبقى عندك لون أساسي، تقدر تطلّع منه عيلة كاملة من غير ما تخرج برة الهوية: **تِنت** (اللون + أبيض) أفتح، **شيد** (اللون + أسود) أغمق، و**تون** (اللون + رمادي) أهدى.

تِنت فاتح جدًا	تِنت	الأساسي	شيد	شيد غامق	تون
#D4D0FB	#9389F5	#5B4CF0	#1C0EA5	#0E0755	#7570A9
خلفيات	حدود وأيقونات	أزرار وشعار	عناوين	نصوص	عناصر ثانوية

أنظمة الألوان في سطر

النظام	بيستخدم في	ملاحظة سريعة
RGB	الشاشات	ضوء؛ أوسع مدى ألوان.
HEX	الويب والتطبيقات	نفس RGB مكتوب بستة رموز.
CMYK	الطباعة العادية	حبر؛ الألوان الفاقعة بتهدى فيه.
Pantone	ألوان الهوية الحساسة	حبر جاهز بدرجة ثابتة؛ أدق وأغلى.

تمرين صغير
خد اللون الأساسي لأي براند بتحبه، وطلّع منه 5 درجات بالإضاءة بس. هتلاحظ إنك عملت نظام كامل من غير ما تضيف ولا لون جديد.

LOGOS • BRAND IDENTITY • COLOR
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل الثالث

معاني الألوان

انطباعات شائعة، مش قوانين

قبل ما تقرا: المعاني دي **ميول عامة** اتكوّنت من الاستخدام والتكرار، مش حقائق علمية. استخدمها كبداية تفكير، وخلّي الجمهور والسياق يقولوا الكلمة الأخيرة.

الأزرق
#2457D6

بيوحي بـ: ثقة، هدوء، احتراف، تقنية
مكانه: بنوك، تأمين، تقنية، صحة
ابعد عنه لو: البراند أكل أو عايز يبان دافي وشعبي
أمثلة: LinkedIn، Visa، IBM

الأحمر
E0312F#

بيوحي بـ: طاقة، استعجال، شهية، جرأة
مكانه: أكل، عروض، رياضة، ترفيه
ابعد عنه لو: المجال طبي أو محتاج هدوء وطمأنينة
أمثلة: Vodafone، LEGO، Nintendo

الأخضر
#1E9B5C

بيوحي بـ: طبيعة، صحة، نمو، أمان مالي
مكانه: عضوي، صيدليات، استدامة، بنوك
ابعد عنه لو: البراند فاخر تقليدي أو تقني جدًا
أمثلة: WhatsApp، Careem، Starbucks

الأصفر
F5B70A#

بيوحي بـ: تفاؤل، انتباه، بهجة، سرعة
مكانه: أطفال، أكل سريع، خدمات، تحذيرات
ابعد عنه لو: هتكتب عليه نص أبيض (مش هيتقري)
أمثلة: Snapchat، DHL، National Geographic

البرتقالي
F26B1D#

بيوحي بـ: حماس، ودّ، شباب، عملية
مكانه: توصيل، اتصالات، خدمات شبابية
ابعد عنه لو: المجال محتاج رسمية عالية أو فخامة
أمثلة: Talabat، Fanta، Nickelodeon

البنفسجي
#6D3FD9

بيوحي بـ: خيال، إبداع، ذكاء، تميّز
مكانه: تقنية حديثة، تعليم، جمال، إبداع
ابعد عنه لو: الجمهور محافظ جدًا أو المجال رسمي
أمثلة: Twitch، Cadbury، Yahoo

الوردي
#E85D9E

بيوحي بـ: نعومة، مرح، رعاية، جرأة (لو فاقع)
مكانه: جمال، حلويات، هدايا، موضة
ابعد عنه لو: الجمهور محتاج يحس بجدية مؤسسية
أمثلة: T-Mobile، Barbie، Lyft

البني
#7A4E2D

بيوحي بـ: دفا، أصالة، حرفة، أرض
مكانه: قهوة، شوكولاتة، خشب، يدوي
ابعد عنه لو: البراند تقني ومستقبلي
أمثلة: UPS، Hershey's، M&M's

الأسود
#111116

بيوحي بـ: فخامة، قوة، حسم، أناقة
مكانه: موضة، عطور، تقنية راقية، رياضة
ابعد عنه لو: البراند للأطفال أو محتاج دفا وقرب
أمثلة: Chanel، Nike، Zara

الأبيض والرمادي
#E9E8EF

بيوحي بـ: نضافة، بساطة، حياد، مساحة
مكانه: طب، تقنية، فخامة هادية
ابعد عنه لو: استخدمته لوحده من غير لون شخصية
أمثلة: Apple بتعتمد على الأبيض والرمادي في أغلب تواصلها

تنبيه مهم

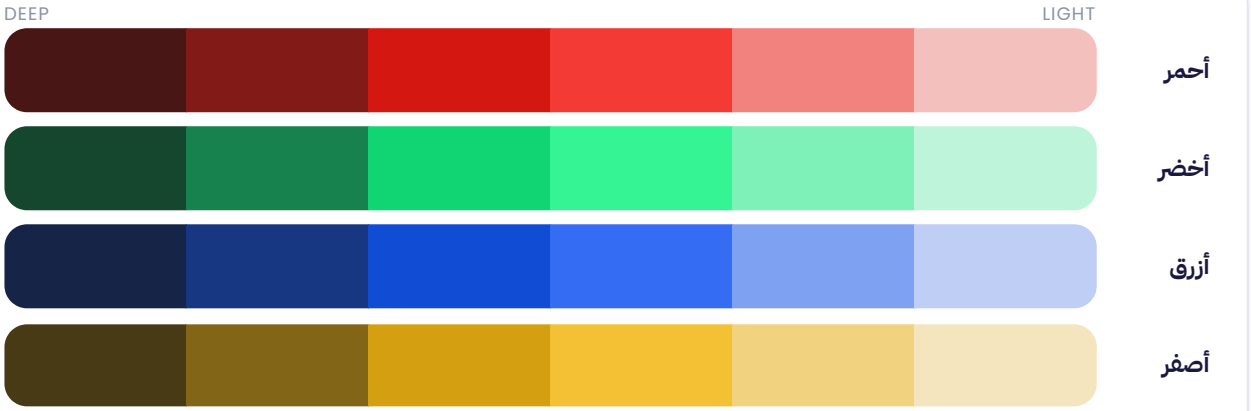
متقولش للعميل "الأزرق يعني ثقة" كأنها حقيقة. الأدق: "الأزرق **غالبًا** بيرتبط بالثقة عند جمهور كبير، وده هيساعدنا لأن...". الجملة التانية هي اللي فيها شغلك.

الفصل الرابع

الدرجة بتغيّر المعنى

نفس اللون، شخصيات مختلفة

كلمة "أخضر" لوحدها مش قرار. الأخضر الزيتي غير الأخضر النيون غير الأخضر النعناعي. **الدرجة** هي اللي بتحدد المعنى بجد، مش اسم اللون.



اللون	غامق	صريح	فاتح
أحمر	عنابي: فخامة، نبيذ، كلاسيك	طاقة، عروض، أكل	وردي محمّر: نعومة، هدايا
أخضر	زيتي وزمردي: ثروة، رسمية	طازة، رياضة، تقنية	نعناعي: هدوء، صحة، نضافة
أزرق	كحلي: سلطة، قانون، بنوك	تقنية، رقمي، حيوية	سماوي: خفة، أطفال، صيف
أصفر	خردلي: خبرة، تراث، دفا	انتباه، بهجة، سرعة	زبدي: لطف، بيت، راحة

مثال: أزرق واحد وتلات براندات

مكتب محاماة اختار كحلي غامق جدًا فبان "تقيل ومحترم". تطبيق تحويل فلوس اختار أزرق كهربائي فبان "سريع وحديث". ومصيف على الساحل اختار سماوي فاتح فبان "هوا وبحر". التلاتة أزرق، والانطباع مختلف تمامًا.

قاعدة سريعة

التشبّع العالي = صوت عالي. الإضاءة الواطية = تقل وجدية. الإضاءة العالية مع تشبّع واطي = نعومة وهدوء.

الفصل الخامس

من البريف للون

الأسئلة اللي لازم تتجاوب قبل ما تفتح أي أداة

سبع أسئلة قبل أول لون

السؤال	بيأثر على إيه
البراند ده لو كان شخص، يبقى عامل إزاي؟ (3 صفات)	الاتجاه العام: دافي/بارد، صاخب/هادي.
مين بالظبط الجمهور؟	العمر والثقافة والقدرة الشرائية.
المجال متعوّد على ألوان إيه؟	هنمشي مع التوقع ولا نكسره بوعي؟
المنافسين لابسين إيه؟	المساحة الفاضية اللي ممكن نملكها.
البراند في أنهي مستوى سعري؟	اقتصادي: وضوح وطاقة. فاخر: هدوء ومساحة.
اللون هيعيش فين؟	شاشة، لافتة، عبوة، تطريز، دهان محل.
إيه أول إحساس عايزينه؟	الجملة اللي هتدافع بيها عن الاختيار.

3 Words → Color Direction → Palette → Roles → Tests

مثال: كشري "أبو زيد" (براند وهمي)

الصفات: شعبي، سريع، نضيف. **الجمهور:** شباب وموظفين، أكل يومي بسعر معقول. **المنافسين:** أحمر وأصفر في كل حتة. **الاتجاه:** دافي وشهي، بس بلون يميّزه عن بحر الأحمر، ومعاه أبيض كتير يقول "نضافة".

برتقاني صلصة	أخضر كزبرة	أصفر عدس	كريمي	بني محمّر
#E8652B	#2F6B3A	#FFC23D	#FFF8EE	#2B1A12
أساسي	مساند	إبراز	خلفية	نص

لاحظ

اللون ماتختارش عشان "حلو". البرتقاني اتختار عشان دافي وشهي ومختلف عن الأحمر المزدحم، والأخضر عشان بيقول "طازة" ومن مكونات الأكل نفسه. كل لون ليه جملة.

LOGOS • BRAND IDENTITY • COLOR
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل السادس

بناء الباليت

كل لون ليه وظيفة، وكل وظيفة ليها نسبة

الأدوار الخمسة

الدور	وظيفته	نصيحة
Primary	اللون اللي الناس بتفتكر بيه البراند.	واحد بس. ده توقيعك.
Secondary	بيساند الأساسي ويدّي تنوّع.	يكون قريب منه أو مكمّل ليه.
Accent	للأزرار والعروض واللي لازم يتشاف.	قليل جدًا، عشان يفضل ملفت.
Neutrals	خلفيات ونصوص وحدود.	أغلب مساحة التصميم من نصيبها.
Semantic	نجاح، تحذير، خطأ، معلومة.	مش من الهوية، بس لازم يتماشوا معاها.

قاعدة 60 / 30 / 10



مش لازم تمسك مسطرة، بس الفكرة: لون مسيطر، لون داعم، ولون صغير بيشد العين. لو الـ Accent غطّى نص التصميم، مبقاش Accent.



LOGOS • BRAND IDENTITY • COLOR
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

السلّم اللوني: من لون لنظام

في الشغل الرقمي، اللون الواحد مش كفاية. محتاج **سلّم** من 10 درجات (50 لحد 900) عشان الخلفيات والحدود والأزرار والحالات المختلفة (hover، pressed، disabled). الأرقام دي بقت لغة مشتركة بين المصمم والمبرمج.

PRIMARY · VIOLET

50	100	200	300	400	500	600	700	800	900
#EEEDFD	#D4D0FB	#A9A1F7	#7569F2	#4231ED	#2513D8	#1E10B2	#180C8D	#120967	#0C0646

NEUTRAL · COOL GRAY

50	100	200	300	400	500	600	700	800	900
#F3F4F7	#E0E5EB	#C2CAD6	#9DABBE	#788BA5	#5E718D	#4E5E74	#3D4A5C	#2D3643	#1F252E

ACCENT · AMBER

50	100	200	300	400	500	600	700	800	900
#FDF7ED	#FCECCF	#FAD89E	#F7C164	#F4AA2A	#DF910C	#B8780A	#915F08	#6B4606	#492F04

الألوان الوظيفية

نجاح	تحذير	خطأ	معلومة
#1E9B5C	#E0A100	#D93B3B	#2F7BEB

دي مش ألوان الهوية، بس المستخدم متعوّد عليها. اختار درجاتها بحيث تمشي مع الباليت (نفس التشبّع تقريبًا)، ومتستخدمش لون الخطأ كلون أساسي للبراند.

نصيحة تسليم

سمّي الألوان بأدوارها مش بأشكالها: primary-500 وsurface وtext-muted بدل "البنفسجي الحلو". كده لو غيّرت اللون بعدين، الاسم يفضل صح.

الفصل السابع

الهارموني

طرق مجرّبة عشان الألوان تتفاهم مع بعض

الهارموني هو اختيار ألوان على أساس **مكانها على العجلة**. كل الأمثلة تحت طالعة من نفس اللون الأساسي (صبغة 255°)، عشان تشوف الفرق بين الطرق بوضوح.

أحادي (Monochromatic)



لون واحد بدرجات. آمن وأنيق، بس محتاج تباين في الإضاءة عشان مايبقاش باهت.

متجاور (Analogous)



ألوان جيران على العجلة. ناعم ومريح، مناسب للطبيعي والهادي.

متقابل (Complementary)



أعلى تباين. خلي واحد أساسي والتاني إبراز بنسبة صغيرة.

متقابل مقسوم (Split)



تباين قوي بس أهدى من المتقابل. بداية آمنة للمبتدئين.

ثلاثي (Triadic)



تلات ألوان متباعدة بالتساوي. مرح ومتنوع، بس لازم واحد يسيطر.

رباعي (Tetradic)



غني جدًا. مفيد لهوية بأقسام كتير، بس محتاج نظام صارم.

نفس الفكرة، باليتات جاهزة للتجربة

براند عناية بالبشرة · ANALOGOUS

وردي بودرة #F6C9D4	وردي ورد #E89BB0	موف #C77D9B	أبيض دافي #FFF6F2	بني نبيتي #4A2A3A

تطبيق رياضي · COMPLEMENTARY

أزرق #1238C9	كحلي #0B1E66	برتقالي #FF8A1F	ثلجي #EEF2FF	ليلي #0A0F24

منصة تعليم أطفال · TRIADIC

بنفسجي #7B5CF6	أخضر #20B486	برتقالي #FF9F45	كريمي #FFFBF2	حبر #1E1B3A

استوديو معماري · NEUTRAL

فحمي #1C1C1E	رمادي دافي #5E5B57	حجري #BDB5A9	جبسي #EDE8E1	طوب #B4532A

تختار إيه؟

مش متأكد؟ ابدأ **أحادي + لون إبراز واحد**. عايز طاقة؟ **متقابل مقسوم**. البراند فخم وهادي؟ **محايدة** ولمسة لون واحدة. البراند للأطفال؟ **ثلاثي** بس بلون مسيطر.

WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل الثامن

المنافسين وخريطة الألوان

إزاي تلاقي لون محدش ماسكه

الشعار بتاعك عمره ما هيتشاف لوحده. هيتشاف جنب المنافسين في متجر التطبيقات، وعلى الرف، وفي نتايج البحث. لو كلهم نفس اللون، هتختفي وسطهم مهما كان شعارك حلو.

الخطوات

1. اجمع 8–12 منافس، محليين وعالميين.
2. سجّل اللون الأساسي لكل واحد (بالـ HEX لو تقدر).
3. حطهم على عجلة الألوان حسب الصبغة.
4. شوف فين الزحمة وفين الفراغ.
5. اختار من الفراغ اللي **بيناسب الشخصية**، مش أي فراغ.



مثال: تطبيقات توصيل أكل في مدينة افتراضية

ستة من سبعة منافسين بين الأحمر والأصفر. الأخضر فيه واحد بس. منطقة الأزرق والبنفسجي فاضية تمامًا.

القرار: لبراند توصيل عايز يبان "منظم وفي معاده"، بنفسجي مزرق مع إبراز برتقاني صغير (عشان الشهية) هيبقى مختلف ومقنع في نفس الوقت.

تحذير

الفراغ مش دايمًا فرصة. ممكن يكون فاضي لأنه مش مناسب للمجال أصلًا. قبل ما تقفز عليه، اسأل: اللون ده بيقول الشخصية اللي عايزينها؟

LOGOS • BRAND IDENTITY • COLOR
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل التاسع

الثقافة والسوق العربي

نفس اللون، قراءات مختلفة

اللون بيتقري من خلال الثقافة والعمر والمكان. اللي يبان فخم في بلد ممكن يبان حزين في بلد تاني، واللي يبان شبابي لجمهور ممكن يبان رخيص لجمهور تاني.

العامل	بيغيّر إيه	مثال
الثقافة	الرموز الدينية والوطنية والاجتماعية.	الأبيض: فرح في ثقافات، وحداد في ثقافات تانية.
العمر	التشبّع والتباين المطلوب.	الأطفال: ألوان صريحة. الكبار: تباين واضح ودرجات مريحة.
المستوى السعري	كمية اللون والمساحة.	فاخر: لون قليل وفراغ كتير. اقتصادي: لون كتير ووضوح.
المجال	التوقعات الجاهزة.	أحمر في مطعم = شهية. أحمر في مستشفى = طوارئ.
المكان	الضوء والمواد.	لون على لافتة في شمس قوية غير نفس اللون جوه مول.

ملاحظات على السوق العربي

- **الأخضر** محبوب وليه ارتباطات دينية ووطنية في بلاد كتير، وبيظهر كتير في البنوك والجهات الحكومية.
- **الدهبي مع الأسود أو الكحلي** غالبًا بيتقري فخامة، بس اتستهلك جدًا في العقارات والعطور.
- **ألوان الأعلام:** اجتماع الأحمر والأبيض والأسود والأخضر ممكن يتقري رسالة وطنية أو سياسية؛ استخدمه بوعي لو مش ده المقصود.
- **الشمس والحرارة:** في الخليج ومصر، الألوان الفاقعة على اللافتات بتبهت بسرعة، والألوان الغامقة جدًا على العبوات بتسخن وتبان تقيلة في الصيف.
- **رمضان والأعياد** ليهم ألوان متوقعة (دهبي، بنفسجي، فيروزي). الحملة الموسمية ممكن تستخدمها، بس الهوية الأساسية متتغيّرش.

مثال

براند عصاير طبيعية استخدم أخضر وأبيض بارد "عشان يبان صحي"، فالناس افتكرته مكمل غذائي أو منتج طبي. لما ضاف برتقاني مانجا وأصفر ليمون مع الأخضر، بقى "عصير طازة". الصحة اتقالت بالأخضر، والطعم اتقال بالفواكه.

الحل العملي

قبل ما تعتمد الباليت، وريها لـ 5 أشخاص من الجمهور الحقيقي واسألهم سؤال واحد: "المنتج ده بيبيع إيه؟". لو الإجابات بعيدة، اللون بيقول حاجة غير اللي أنت عايزها.

LOGOS • BRAND IDENTITY • COLOR
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

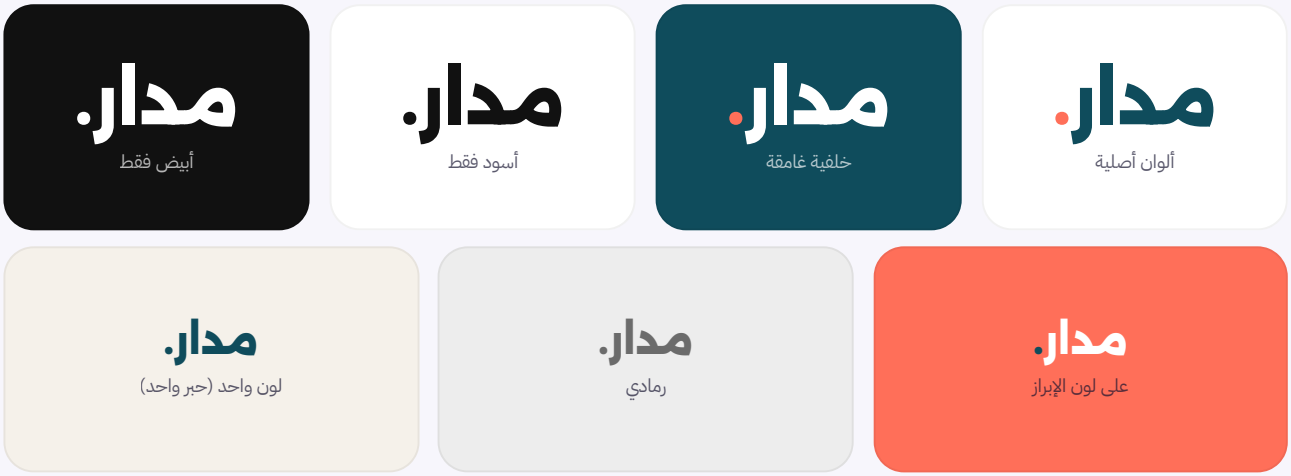
الفصل العاشر

اللون في الشعار

الشعار الكويس بيشتغل من غير لون الأول

القاعدة الأولى

لو الشعار محتاج اللون عشان يتفهم، يبقى فيه مشكلة في الشكل. اختبره بالأبيض والأسود الأول، وبعدين لوّنه. اللون المفروض **يزوّد** الشعار، مش **يشيله**.



أسئلة الاختبار

- [ ] بيشتغل أبيض على أسود وأسود على أبيض من غير ما يفقد شخصيته؟
- [ ] ينفع يتطبع بحبر واحد (Spot Color) على أكياس وأختام؟
- [ ] لو اتطرّز، عدد ألوان الخيط معقول؟
- [ ] على صورة زحمة، لسه واضح؟
- [ ] كأيقونة 32 بكسل، الألوان مش بتعجن في بعض؟

مثال

شعار بتدرّج من الأزرق للوردي كان شكله تحفة على إنستجرام. أول ما اتطبع على كوباية بلون واحد، الجزء الفاتح من التدرّج اختفى والشعار بقى نصّين. الحل كان نسخة لون واحد مدروسة من الأول، مش إصلاح بعد الطباعة.

قاعدة عملية

لون لاتنين في الشعار الأساسي كفاية. باقي ألوان الهوية مكانها التطبيقات، مش الشعار.

الفصل الحادي عشر

اللون في الواجهات الرقمية

من باليت حلوة لنظام شغّال في تطبيق

في الواجهات، اللون مش بس هوية؛ اللون **بيشرح**. بيقول للمستخدم فين يضغط، إيه اللي اتعمل، وإيه اللي غلط. عشان كده الباليت الرقمية محتاجة طبقات زيادة.

الطبقة	أمثلة	ملاحظة
ألوان الهوية	الأساسي، المساند، الإبراز	تظهر في الأزرار الرئيسية واللحظات المهمة.
الأسطح (Surfaces)	الخلفية، الكروت، القوايم	درجات محايدة متقاربة تعمل عمق.
النصوص	أساسي، ثانوي، معطّل	3 مستويات كفاية.
الحالات	نجاح، تحذير، خطأ، معلومة	لازم تتفهم من غير اللون كمان (أيقونة أو كلمة).
التفاعل	ضغط، تحديد، تركيز	درجات من نفس اللون الأساسي (من السلّم).

LIGHT MODE

الرصيد

8,420 EGP

آخر تحديث من دقيقتين

تحويل طلب فلوس

تم التحويل فشلت العملية عرض جديد

DARK MODE

الرصيد

8,420 EGP

آخر تحديث من دقيقتين

تحويل طلب فلوس

تم التحويل فشلت العملية عرض جديد

الوضع الداكن مش مجرد قلب الألوان

- **متستخدمش أسود صافي** كخلفية؛ رمادي غامق مايل للون الهوية بيريّح العين أكتر ويخلّي الظلال تبان.
- **خفّف التشبّع**: الألوان الفاقعة على خلفية غامقة بتزغلل. خد درجة أفتح وأهدى من السلّم.
- **العمق بالإضاءة**: في الوضع الداكن، الكارت الأقرب ليك يبقى أفتح من الخلفية، مش أغمق.
- **النص مش أبيض صافي**: أبيض مكسور بشوية لون بيقلل الإجهاد في القراءة الطويلة.

إزاي تسلّم الألوان للمبرمج

```
--color-primary-500: #5B4CF0;
--color-primary-600: #2412D8; /* hover */
--color-surface: #FFFFFF;
--color-text: #1B1840;
--color-text-muted: #6A6890;
--color-danger: #D93B3B;
```

الأسماء دي (Design Tokens) بتخلّي التصميم والكود يتكلموا نفس اللغة. لو غيّرت لون، بيتغيّر في كل حتة مرة واحدة.

> **نصيحة**
>
> اعمل الألوان في Figma كـ Variables بوضعين (فاتح وداكن)، وجرّب الشاشة الواحدة بالوضعين قبل ما تقول خلصت.

LOGOS • BRAND IDENTITY • COLOR

WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل الثاني عشر

التباين وعمى الألوان

أرقام بدل "أنا شايفه واضح"

يعني إيه تباين؟

التباين هو الفرق في الإضاءة بين لون النص ولون الخلفية، وبيتقاس كنسبة من 1:1 (مفيش فرق) لـ 21:1 (أسود على أبيض). معايير WCAG بتقول:

الاستخدام	أقل نسبة
نص عادي (مستوى AA)	4.5:1
نص كبير أو عريض	3:1
أيقونات وحدود الأزرار	3:1
مستوى مريح جدًا (AAA)	7:1

نسب محسوبة فعلًا من ألوان الكتيّب

العينة	الزوج	النسبة	النتيجة
نص تجريبي	أبيض على البنفسجي الأساسي	5.62:1	ناجح AA
نص تجريبي	حبر على الكهرماني	8.90:1	ممتاز AAA
نص تجريبي	أبيض على الكهرماني	2.04:1	مبيتقريش
نص تجريبي	أبيض على الوردي	2.63:1	مبيتقريش
نص تجريبي	رمادي ثانوي على أبيض	5.26:1	ناجح AA
نص تجريبي	رمادي فاتح على أبيض	1.97:1	مبيتقريش
نص تجريبي	أبيض مكسور على ليلي	15.38:1	ممتاز AAA

لاحظ الكهرماني والوردي

الأبيض على الأصفر أو الوردي الفاتح شكله لطيف بس مبيتقريش. الحل مش إنك تغيّر لون البراند؛ الحل إن النص اللي عليه يبقى غامق. عشان كده براندات كتير بتحط أسود على أصفر.

عمى الألوان: اللي أنت شايفه مش اللي كله شايفه

نسبة ملحوظة من الناس، أغلبهم رجالة (تقريبًا راجل من كل 12)، عندهم صعوبة في التفرقة بين بعض الألوان، خصوصًا الأحمر والأخضر. ده محاكاة تقريبية لنفس الألوان:



SIMULATION · VIÉNOT 1999 APPROXIMATION

لاحظ إن الأحمر والأخضر بيقربوا جدًا من بعض. لو التطبيق بيقول "نجح" بالأخضر و"فشل" بالأحمر بس، فيه ناس مش هتفرّق.

القواعد

- **متعتمدش على اللون لوحده:** ضيف أيقونة (✓ ✗) أو كلمة أو شكل.
- **الإضاءة قبل الصبغة:** لونين مختلفين في الصبغة بس بنفس الإضاءة بيبانوا شبه بعض جدًا لناس كتير؛ فرّق بينهم في الإضاءة.
- **الرسوم البيانية:** استخدم ألوان متباعدة في الإضاءة، وحط أسماء على الخطوط بدل ما تعتمد على المفتاح بس.
- **النص فوق الصور:** طبقة غامقة شفافة تحت النص أو مساحة هادية في الصورة.
- **اختبر:** أغلب برامج التصميم والمتصفحات فيها وضع محاكاة لعمى الألوان؛ استخدمه قبل التسليم.

قاعدة

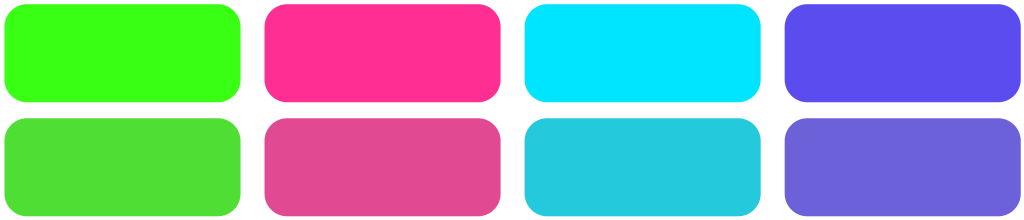
لو اضطريت تختار بين الجمال والوضوح، اختار الوضوح، وبعدين رجّع الجمال بتعديل الدرجات.

الفصل الثالث عشر

من الشاشة للمطبعة

ليه اللون بيطلع "باهت" في الطباعة، وإزاي تتجنب المفاجأة

الشاشة بتطلّع ضوء، والورق بيعكس ضوء. عشان كده الشاشة تقدر تعرض ألوان أفتح وأصرخ من أي حبر. الألوان النيون والأزرق الكهربائي والبنفسجي الفاقع هم أول ناس بيتظلموا في الطباعة.



ILLUSTRATIVE ONLY · ACTUAL RESULT DEPENDS ON PRINTER, INK AND PAPER

قبل ما تسلّم للمطبعة

- **حوّل لـ CMYK بدري** وشوف النتيجة بنفسك، متسيبهاش للمطبعة.
- **اسأل عن الورق:** المصقول (Coated) بيدّي ألوان أقوى، وغير المصقول (Uncoated) بيدّي ألوان أهدى وأغمق.
- **اطلب بروفة (Proof)** قبل الكمية الكبيرة. البروفة أرخص من إعادة طبع ألف علبة.
- **النص الأسود الصغير** اطبعه بحبر أسود بس (K 100)، مش أسود مركّب من أربع ألوان.
- **متحكمش من شاشة واحدة**، ولا من الموبايل خالص. الشاشات مش معايرة زي بعض.

إمتى Pantone ؟

لما اللون **هو** الهوية: شعار بلون واحد على تغليف، أو براند هيتطبع عند أكتر من مطبعة ومحتاج يطلع نفس اللون في كل مرة. Pantone أغلى، بس أثبت. لو الميزانية محدودة، CMYK مع اختبار كويس بيكفي في أغلب الشغل.

انتبه للتحويلات

تحويل أي لون بين RGB وCMYK وPantone تقريبي دايمًا. اكتب في دليل الهوية القيم التلاتة اللي اعتمدتها بعد التجربة، مش اللي البرنامج طلّعها أوتوماتيك.

الفصل الرابع عشر

التدرجات والزجاج

إزاي تعمل تدرّج نضيف وإحساس زجاجي من غير ما تبوّظ الوضوح

ليه بعض التدرّجات بتطلع "معجنة"؟

لما تعمل تدرّج بين لونين متقابلين (أزرق وأصفر مثلًا) بالطريقة العادية، النص بيعدّي على رمادي باهت. ده لأن البرنامج بيخلط القيم بطريقة حسابية مش بطريقة عين الإنسان.

تدرّج مباشر: نص رمادي باهت ✗



تدرّج بمساحة ألوان إدراكية (OKLCH) ✓



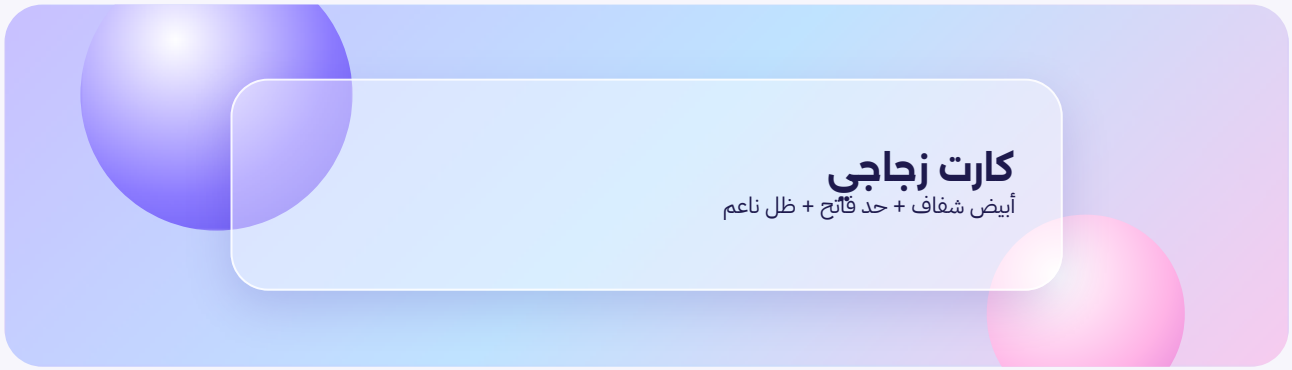
أو ضيف لون في النص يعدّي بيه ✓



قواعد التدرّج الحلو

- اختار ألوان **جيران أو قريبين** على العجلة؛ كل ما بعدوا، النص هيبوّظ.
- لو لازم متقابلين، **ضيف لون وسيط** (زي الوردي بين الأزرق والأصفر).
- **متكتبش نص صغير** فوق تدرّج فيه فاتح وغامق؛ جزء منه هيختفي.
- **اعمل نسخة لون واحد** من أي عنصر متدرّج عشان الطباعة والتطريز.

الإحساس الزجاجي (Glassmorphism)



الزجاج بيعتمد على **خلفية ملوّنة غنية** وفوقها سطح أبيض شفاف بحد فاتح وظل ناعم. خلي بالك: النص فوق الزجاج لازم يكون غامق ومقروء، واختبر تباينه على أفتح وأغمق نقطة في الخلفية.

LOGOS • BRAND IDENTITY • COLOR
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل الخامس عشر

أخطاء بتتكرر

راجع عليها قبل ما تسلّم أي هوية

الغلطة	ليه مشكلة	الحل
✗ **اللون اتختار عشان "حلو"**	مش هتعرف تدافع عنه.	اكتب جملة سبب لكل لون.
✗ **ألوان كتير**	فوضى، وطباعة وتطريز أغلى.	1–2 في الشعار، و5–7 في الهوية كلها.
✗ **نسخ ألوان المنافس**	العميل مش هيفرّق بينكم.	اعمل خريطة المنافسين (الفصل 08).
✗ **ماشي ورا الترند**	الهوية هتبان قديمة بعد سنتين.	الترند يبقى في الحملات، مش في الأساسي.
✗ **مفيش ألوان محايدة**	التصميم كله صراخ.	خصص 60% تقريبًا للمحايد.
✗ **ماختبرتش التباين**	ناس مش هتقدر تقرا.	احسب النسبة لكل زوج نص وخلفية.
✗ **الاعتماد على اللون لوحده**	المصابين بعمى الألوان هيتلخبطوا.	أيقونة أو كلمة مع اللون.
✗ **ماختبرتش الطباعة**	اللون بيتغيّر وقت التنفيذ.	بروفة مطبوعة بدري.
✗ **درجات عشوائية من نفس اللون**	الهوية بتتفكك.	سلّم لوني بأرقام (50–900).
✗ **تدرّج في الشعار من غير بديل**	بيبوظ في الطباعة بلون واحد.	نسخة لون واحد معتمدة.

قصة قصيرة

مصمم سلّم هوية لكافيه فيها 9 ألوان "عشان يبقى فيه اختيارات". بعد شهر، كل بوست على السوشيال كان بلون مختلف، والمنيو بلون، والأكواب بلون. الناس مابقتش تعرف البراند. الحل كان تقليل الباليت لأربع ألوان بأدوار واضحة، وملف قوالب جاهزة للفريق.

الفصل السادس عشر

أدوات بتوفّر وقتك

الأداة مش هتختار مكانك، بس هتسرّعك

الأداة	استخدمها في	نصيحة
Adobe Color	تجربة الهارموني على العجلة، واستخراج ألوان من صورة.	جرّب كذا قاعدة على نفس اللون الأساسي.
Coolors	توليد باليتات بسرعة.	اقفل لونك الأساسي وخليه يولّد الباقي.
Realtime Colors	تشوف الباليت على شكل موقع حقيقي.	أسرع طريقة تعرف الباليت شغّالة ولا لأ.
WebAIM Contrast Checker	قياس نسبة التباين.	اختبر كل زوج نص وخلفية.
Figma	الألوان كـ Variables بوضعين فاتح وداكن.	سمّي بالأدوار مش بالأشكال.
Illustrator	تحويل الشعار لـ CMYK/Pantone، وتجربة Recolor Artwork.	استخدم Global Swatches عشان تغيّر بضغطة.
Photoshop	أخذ عينات من صور، ومعاينة الطباعة.	Proof Colors بيوريك تقريب لشكل الطباعة.
دليل Pantone الورقي	اختيار لون طباعة حساس.	الدليل المطبوع أصدق من الشاشة.

طريقة شغل مقترحة

1. اكتب 3 صفات للبراند وجملة الإحساس الأول.
2. اعمل خريطة المنافسين.
3. اختار اتجاه (دافي/بارد، صاخب/هادي) وبعدين اللون الأساسي.
4. ابني الهارموني والأدوار، وطلّع السلّم اللوني.
5. اختبر: تباين، عمى ألوان، أبيض وأسود، طباعة، وضع داكن.
6. سلّم بأسماء أدوار وقيم HEX/RGB/CMYK/Pantone.

تنبيه

الأدوات بتتغيّر وبتتحدّث. اعتبر الأسماء دليل للفكرة، وارجع للأداة نفسها تشوف إمكانياتها الحالية.

LOGOS • BRAND IDENTITY • COLOR

WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل السابع عشر

Case 01 – مدار: محفظة إلكترونية

تقنية مالية بلون مختلف عن البنوك

Brief	محفظة لتحويل الفلوس ودفع الفواتير، للشباب وأصحاب الشغل الحر.
الجمهور	20–38 سنة، بيستخدموا الموبايل في كل حاجة، قلقانين من الأمان.
المنافسين	بنوك بالأزرق والأخضر الرسمي، ومحافظ بالأحمر والبنفسجي.
Personality	آمن، سريع، بسيط، قريب.
Direction	تيل غامق بيقول ثقة من غير ما يبان بنك، مع مرجاني دافي بيقول سرعة وقرب.

الباليت النهائية

تيل حبر	سماوي	مرجاني	رملي	ليلي
#0F4C5C	#8FD3E8	#FF6F59	#F5F1EA	#10222B
أساسي	مساند	إبراز	خلفية	نص

مدار.

ابعت فلوسك لأي حد، في ثانية.

تحويل إلى أحمد

EGP 1,250

تأكيد

التطبيق

زرار التأكيد مرجاني بنص غامق (التباين 6.0:1)، مش أبيض. رسايل النجاح أخضر مع ✓، والخطأ أحمر مع ✗. الوضع الداكن بخلفية تيل غامق جدًا بدل الأسود.

ليه القرار ده؟

التيل منطقة فاضية بين أزرق البنوك وأحمر المحافظ: فيه ثقة الأزرق وهدوء الأخضر. والمرجاني بيدّي حركة وحرارة إنسانية، فالبراند يبان آمن من غير ما يبان بارد.

الفصل السابع عشر

Case 02 – سُفرة: أكل بيتي

ألوان المطبخ المصري بدل الأحمر المزدحم

Brief	مطبخ أونلاين بيعمل أكل بيتي مصري وبيوصّله للبيوت والمكاتب.
الجمهور	عيلات وموظفين 25–50 سنة، عايزين أكل زي أكل البيت.
المنافسين	مطاعم بالأحمر والأصفر الصارخ، وبعضها أسود وفضي "مودرن".
Personality	دافي، بيتي، أصيل، نضيف.
Direction	ألوان من المطبخ نفسه: طوب الفرن، كمّون، ملوخية، وعيش بلدي.

الباليت النهائية

طوبي	كمّوني	ملوخية	عيش	بن
#C2502E	#E3A32B	#5E6B3A	#FFF4E2	#3A2318
أساسي	مساند	إبراز	خلفية	نص

سُفرة

ملوخية بالأرانب — 185 ج

محشي مشكّل — 140 ج

أكل بيتي النهارده

التطبيق

العلب كرتون طبيعي بطباعة طوبي بلون واحد. المنيو على خلفية كريمي والأسعار بالطوبي. الأخضر الزيتي للحاجات الجديدة واليومية بس، عشان يفضل ليه معنى.

ليه القرار ده؟

الأحمر الصريح بيقول "أكل سريع"، لكن الطوبي بيقول "فرن بيت". ألوان المكونات خلّت البراند يبان طالع من المطبخ، مش من شركة دعاية.

الفصل السابع عشر

Case 03 – سِكّة: ملابس شبابية

لون واحد عالي الصوت بدل قوس قزح

Brief	براند ستريت وير بإصدارات محدودة.
الجمهور	16–28 سنة، تيك توك وإنستجرام، بيحبوا الحاجة اللي محدش لابسها.
المنافسين	أسود وأبيض بس، أو ألوان كتير من غير شخصية.
Personality	جريء، متمرد، محدود، سريع.
Direction	أسود قاعدة، وأزرق كهربائي ولون أصفر حمضي كتوقيع.

الباليت النهائية

أسود	أزرق كهربا	حمضي	أوف وايت	فحمي
#0D0D12	#3D4BFF	#E9FF3B	#F1F0EC	#26262E
أساسي	مساند	توقيع	محايد	محايد



التطبيق

الأصفر الحمضي في التفاصيل الصغيرة بس: التيكيت، الشريط، الستيكر. الأزرق للإصدارات الخاصة. على الأسود، الحمضي تباينه 17.4:1، يعني بيصرخ بوضوح.

ليه القرار ده؟

لما اللون هو التوقيع، لازم يكون نادر. الحمضي بنسبة 10% بيبقى علامة، لكن لو غطّى كل حاجة بيبقى إزعاج.

الفصل السابع عشر

Case 04 – سَنَد: جلسات دعم نفسي أونلاين

الهدوء أهم من لفت الانتباه

Brief	منصة لحجز جلسات مع أخصائيين نفسيين أونلاين.
الجمهور	22–45 سنة، مترددين يطلبوا مساعدة، محتاجين أمان وخصوصية.
المنافسين	أزرق طبي بارد، أو ألوان مبهجة زيادة عن اللزوم.
Personality	هادي، دافي، آمن، محترم.
Direction	ألوان ناعمة قليلة التشبّع: مريمية ولافندر، مع نص غامق مريح.

الباليت النهائية

مريمية	لافندر	خوخي	أبيض دافي	أردوازي
#7FA392	#B9B0E8	#F6B394	#FBF8F3	#2B3440
أساسي	مساند	إبراز	خلفية	نص

إزيك النهارده؟

خد دقيقة تتنفّس فيها، وبعدين نكمّل.

احجز جلسة

التطبيق

مفيش أحمر في أي مكان، حتى رسايل الخطأ برتقاني هادي مع شرح. الأزرار مريمية بنص غامق، والخلفيات أبيض دافي بدل الأبيض الصافي اللي بيبان مستشفى.

ليه القرار ده؟

الناس جاية وهي متوترة. الألوان قليلة التشبّع بتقلل التوتر، والمريمية بتقول "نمو وراحة" من غير برودة الأزرق الطبي.

الفصل السابع عشر

Case 05 – طين: فخار يدوي

ألوان الأرض والنيل والفيانس

Brief	ورشة فخار وأواني يدوية بتبيع أونلاين وفي معارض.
الجمهور	25–55 سنة، بيحبوا الحاجات المصنوعة بالإيد والهدايا المختلفة.
المنافسين	براندات ديكور بالأبيض والرمادي الإسكندنافي، أو بالبني بس.
Personality	أصيل، دافي، حِرفي، مصري.
Direction	طين محروق كأساسي، وأزرق النيل وفيروزي الفيانس كإبراز من التاريخ المصري.

الباليت النهائية

طين محروق	أزرق نيلي	فيروزي	رملي	فحمي
#B5643C	#1F4E6B	#3FA7A0	#EADBC4	#2A2522
أساسي	مساند	إبراز	خلفية	نص



طين

فخار مصري معمول بالإيد

التطبيق

التغليف ورق كرافت مطبوع بالطين بلون واحد، والفيروزي للختم وعلامة الإصدار بس. صور المنتجات على خلفية رملية بإضاءة دافية.

ليه القرار ده؟

الأزرق والفيروزي مش مجرد ألوان حلوة، دول ألوان الفيانس المصري القديم. كده الباليت بتحكي قصة البراند: طين من الأرض، ولون من التاريخ.

LOGOS • BRAND IDENTITY • COLOR
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل الثامن عشر

تمارين المصمم

اتعلّم بإنك تقرر وتشرح

حل كل تمرين بالكتابة: الباليت + الأدوار + 3 سطور "ليه". وبعدين قارن بالحالات التطبيقية.

تمرين 1: محل عصير فريش

منافسيك كلهم أخضر وبرتقالي. اعمل باليت 5 ألوان تبان طازة ومختلفة، واكتب سبب كل لون.

تمرين 2: تطبيق مذاكرة لطلاب الثانوية

محتاج تركيز من غير ملل. اعمل باليت بوضعين (فاتح وداكن)، واحسب تباين النص الأساسي في الاتنين.

تمرين 3: باليت من صورة

صوّر حاجة من شارعك (عربية فول، باب قديم، سوق). طلّع 5 ألوان، حدد أدوارها، وعدّل تشبّعها لحد ما تبقى جاهزة لهوية.

تمرين 4: صلّح البوست

بوست فيه 7 ألوان ونص أبيض على أصفر. حوّله لـ 60/30/10 بتلات ألوان بس، وكل نسب التباين فوق 4.5:1.

تمرين 5: خريطة المنافسين

اختار مجال (صيدليات، جيم، كافيهات) وحط 8 منافسين على عجلة الألوان. حدد الفراغ واقترح اتجاه.

مثال إجابة التمرين 1



أساسي: أحمر بطيخي (طازة ومختلف عن الأخضر). **مساند:** برتقالي مانجا. **إبراز:** أصفر موز فاتح. **خلفية:** كريمي. **نص:** بني نبيتي. **ليه:** المنافسين ماسكين "الصحة" بالأخضر، فإحنا مسكنا "الطعم" بألوان الفواكه نفسها.

LOGOS • BRAND IDENTITY • COLOR

WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل التاسع عشر

Color Checklist

اطبعها وخليها جنبك قبل أي تسليم

- [ ] كل لون في الباليت ليه دور وجملة سبب؟
- [ ] الباليت بتعبّر عن الصفات التلاتة للبراند؟
- [ ] مناسبة للجمهور وثقافته وعمره؟
- [ ] مختلفة عن المنافسين بشكل مقصود؟
- [ ] الشعار شغّال أبيض وأسود وبلون واحد؟
- [ ] فيه سلّم درجات للأساسي والمحايد؟
- [ ] كل أزواج النص والخلفية فوق 4.5:1 ؟
- [ ] المعلومات المهمة مش معتمدة على اللون لوحده؟
- [ ] جرّبت الوضع الداكن؟
- [ ] طلبت بروفة مطبوعة؟
- [ ] كاتب HEX / RGB / CMYK / Pantone لكل لون أساسي؟
- [ ] هتفضل مناسبة بعد خمس سنين، مش موضة السنة دي بس؟

ارجع لفين؟

مشكلتك	الفصل
مش عارف أبدأ منين	05 (من البريف للون)
عندي ألوان ومش عارف أرتّبها	06 (الأدوار والنسب)
الألوان مش لايقة على بعض	07 (الهارموني)
شبه المنافسين	08 (خريطة الألوان)
النص مش واضح	12 (التباين)
الطباعة طلعت مختلفة	13 (من الشاشة للمطبعة)

قبل ما تسلّم

دليل الألوان في الـ Guidelines لازم يكون فيه: اسم كل لون ودوره، قيمه بكل الأنظمة، نسب الاستخدام، السلّم اللوني، الأزواج المسموحة للنص والخلفية، وأمثلة صح وغلط. كده الهوية تعيش من بعدك.

اللون مش زينة.
اللون قرار.

اختار بسبب، اختبر بالأرقام،

ودافع عن قرارك بحجة.

حبر	بنفسجي	أزرق	لافندر	كهرماني	وردي
#1E1A4D	#5B4CF0	#4F7BFF	#DCD5FF	#FFC56B	#E07BD8



كتابة وتصميم

MOHAMMED BAHAA

مصمم جرافيك وهويات بصرية

@bahaa.adesigner اضغط وتابعني على إنستجرام ↗

mohammedbahaa2@gmail.com اضغط وابعتلي إيميل ↗