LAYOUT & GRID HANDBOOK • FOR DESIGNERS

دليل المصمم للتخطيط والشبكات

من صفحة فاضية لتصميم مترتب بيتقري لوحده



WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

رتّب قبل ما تزوّق

بوستات • مطبوعات • مواقع • تطبيقات

WRITTEN & DESIGNED BY
MOHAMMED BAHAA

مقدمة

قبل ما نبدأ

ليه كتيّب كامل عن التخطيط؟

ممكن تختار أحلى لون وأشيك خط، وبرضه التصميم يطلع "مش مريح" ومش عارف ليه. السبب في الغالب مش في اللون ولا الخط؛ السبب في **الترتيب**: العناصر حاطّة نفسها فين، والمسافات بينها قد إيه، والعين بتبدأ منين وبتخلص فين.

الكتيّب ده هو التالت في السلسلة بعد الألوان والخطوط، وهو اللي بيجمعهم. هنتكلم عن الشبكات (Grids) والهرمية والفراغ والمسافات، وإزاي تطبّقهم على بوست وكتالوج وموقع وتطبيق.



عمود واحد • عمودين • تلات أعمدة • شبكة موديولار

إزاي تقرا الكتيّب

- كل فصل: فكرة ← رسم توضيحي للشبكة ← مثال ← نصيحة عملية.
- الفصول 1–7 بتفهّمك المبادئ. الفصول 8–13 للتطبيق على كل وسيط. 14–16 لكسر القواعد والأخطاء والأدوات. 17–19 للحالات والتمارين والمراجعة.
- المربعات الملوّنة الشفافة في الرسومات هي **الأعمدة**، والخط المتقطّع الوردي هو **الهامش**.
- البراندات في الأمثلة هي نفس براندات كتيّب الألوان (مدار، سُفرة، سِكّة، سَنَد، طين)، وكلها وهمية.

القاعدة الذهبية

كل عنصر في التصميم لازم يكون **محاذي لحاجة**. لو عنصر "سايب" من غير ما يكون لاصق في خط أو عمود أو عنصر تاني، العين هتحس بيه حتى لو صاحبه مش واخد باله.

LOGOS • BRAND IDENTITY • LAYOUT

WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

فهرس

المحتويات

تسعتاشر فصل من الصفحة الفاضية للتسليم

01	ليه التصميم بيبان مترتب؟	← 4
02	تشريح الشبكة	← 5
03	أنواع الشبكات	← 6
04	الهرمية البصرية	← 8
05	الفراغ الأبيض	← 10
06	نظام المسافات	← 11
07	العين بتجمّع إزاي (الجشطالت)	← 12
08	المحاذاة والاتجاه والتصميم الثنائي	← 13
09	السوشيال ميديا	← 14
10	المطبوعات	← 16
11	المواقع والتطبيقات	← 17
12	العروض التقديمية	← 19
13	الصور جوه التخطيط	← 20
14	كسر الشبكة بوعي	← 21
15	أخطاء بتتكرر	← 22
16	أدوات	← 23
17	خمس حالات تطبيقية	← 24
18	تمارين المصمم	← 29
19	Layout Checklist	← 30

LOGOS • BRAND IDENTITY • LAYOUT

WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل الأول

ليه التصميم بيبان مترتب؟

نفس العناصر، ترتيبين، إحساسين

الناس مش بتقول "الشبكة مظبوطة"، بيقولوا "التصميم مريح" أو "شيك" أو "محترف". ورا الإحساس ده دايمًا حاجات بسيطة: عناصر على نفس الخط، مسافات متكررة، وحاجة واحدة واضحة إنها الأهم.



✗ كل عنصر في حتة



✓ نفس العناصر على شبكة

التلات حاجات اللي بتعمل الفرق

المحاذاة

العناصر بتشارك خطوط وهمية: حافة يمين واحدة، بداية واحدة، نهاية واحدة.

التكرار

نفس المسافة بين نفس النوع من العناصر في كل مكان. العين بتحب النمط.

التباين

عنصر واحد بس هو الأكبر والأوضح. لو كله مهم، يبقى مفيش حاجة مهمة.

مثال من الشغل

مصمم عمل منيو لكافيه بخطوط وألوان ممتازة، بس كل قسم بمسافة مختلفة والأسعار مش على خط واحد. العميل قال "حاسه زحمة". من غير ما يغيّر ولا لون ولا خط، حط كل حاجة على شبكة عمودين ووحّد المسافات، والمنيو بقى "شيك".

خلاصة الفصل

الترتيب بييجي قبل التزويق. لو التصميم مش مريح، ابدأ بالمحاذاة والمسافات قبل ما تغيّر لون أو خط.

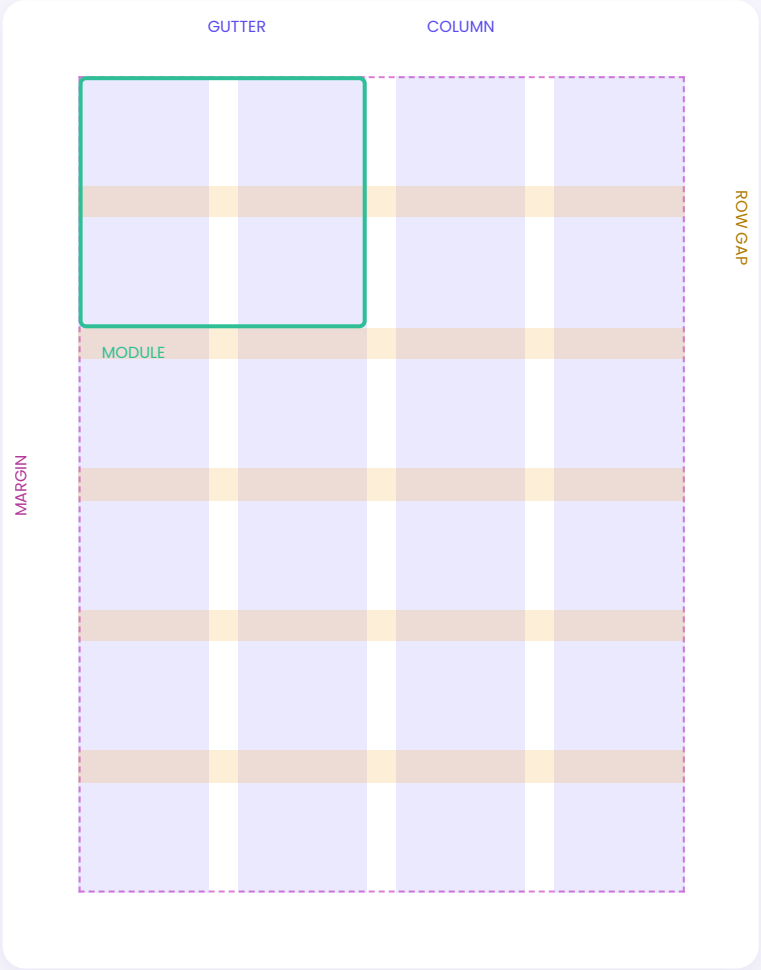
LOGOS • BRAND IDENTITY • LAYOUT
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل التاني

تشريح الشبكة

الكلمات اللي هتسمعها في أي ملف تصميم

الجزء	يعني إيه
الهامش	المسافة بين حافة الصفحة والمحتوى. بيحمي التصميم وبيدّيه نفَس.
العمود	الشريحة الطولية اللي بتقعد فيها العناصر.
الفاصل	المسافة بين عمودين. ثابت في كل الشبكة.
الصف	تقسيم أفقي اختياري لضبط الارتفاعات.
الموديول	خانة من تقاطع عمود وصف؛ تقدر تجمع كذا خانة.
خط السطر	شبكة أفقية صغيرة بيقعد عليها النص في المطبوعات.



الأرقام اللي بتحدد الشبكة

أي شبكة بتتوصف بتلات أرقام: **عدد الأعمدة**، و**عرض الفاصل**، و**الهامش**. مثلًا: "12 عمود، فاصل 24، هامش 80" لموقع، أو "4 أعمدة، فاصل 16، هامش 16" لموبايل. لو كتبت التلات أرقام دول في ملف التسليم، أي حد يقدر يكمّل شغلك.

نصيحة

اختار عدد أعمدة بيقبل القسمة: 12 بتتقسم على 2 و3 و4 و6، عشان كده هي الأشهر. 6 و4 كويسين للموبايل والمطبوعات الصغيرة.

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

الفصل التالت

أنواع الشبكات

كل نوع ليه شغلانة



الشبكة البسيطة (عمود واحد)

مساحة نص واحدة جوه هوامش. أبسط حاجة، ومناسبة لما المحتوى نص طويل متصل.

مكانها: الكتب، المقالات، العقود، صفحات القراءة.



الشبكة العمودية

المحتوى متقسّم على أعمدة. بتدّي مرونة: عنصر ممكن ياخد عمود أو اتنين أو كله.

مكانها: المجلات، الجرايد، المواقع، الكتالوجات.



الشبكة الموديولار

أعمدة وصفوف مع بعض، فتعمل خانات. ممتازة لما عندك عناصر كتير متشابهة.

مكانها: المتاجر، المعارض، الداشبورد، البوستات الجماعية.



الشبكة الهرمية

مش أعمدة متساوية؛ مناطق مقاسها حسب أهمية المحتوى.

مكانها: صفحات الهبوط، البوسترات، الصفحة الرئيسية لتطبيق.

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

شبكة خط السطر (Baseline)

خطوط أفقية صغيرة متساوية بيقعد عليها كل النص، فالسطور في عمودين جنب بعض بتبقى على نفس الارتفاع.

مكانها: الكتب والمجلات والتقارير الطويلة.

أختار أنهي واحدة؟

عندك...	استخدم
نص طويل بس	عمود واحد بهوامش مريحة
نص وصور بتختلف أحجامها	عمودية (6 أو 12 عمود)
منتجات أو كروت كتير متشابهة	موديولار
رسالة واحدة قوية وصورة كبيرة	هرمية
مطبوعة بأعمدة نص جنب بعض	عمودية + خط سطر

مثال

متجر أونلاين بيبيع شنط حاول يعرض المنتجات بشبكة هرمية "عشان تبقى مختلفة". كل منتج بقى بمقاس، والعميل ماقدرش يقارن. لما رجعوا لشبكة موديولار بخانات متساوية، المقارنة بقت أسهل وزمن التصفح طوّل. الشبكة المختلفة كانت مكانها البانر بس، مش قايمة المنتجات.

قاعدة

الشبكة بتتختار حسب **المحتوى**، مش حسب الذوق. اسأل: عندي إيه، وبكام نوع، وإيه الأهم؟

LOGOS • BRAND IDENTITY • LAYOUT

WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل الرابع

الهرمية البصرية

إنت اللي بتقرر العين تبدأ منين

الهرمية هي ترتيب العناصر حسب أهميتها، بحيث القارئ يعرف من غير ما يفكر: إيه أول حاجة، وإيه بعدها، وإيه التفاصيل. لو مفيش هرمية، القارئ هيقرا كل حاجة بنفس السرعة... أو هيمشي.

ورشة تصميم الهويات
السبت 15 نوفمبر
من 6 لـ 9 مساءً
المقاعد محدودة
سجّل من اللينك في البايو
السعر 500 جنيه

✗ كل السطور بنفس الأهمية

ورشة عملي • المقاعد محدودة

ورشة تصميم الهويات

السبت 15 نوفمبر • 6–9 مساءً

EGP 500 سجّل دلوقتي

✓ عنوان، تفاصيل، فعل

أدوات الهرمية

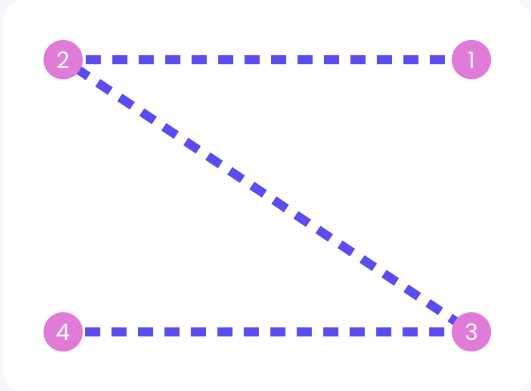
الأداة	إزاي بتستخدمها
الحجم	أوضح أداة. العنوان أكبر من النص بـ 1.5–3 مرات.
الوزن	نفس الحجم بوزن أتقل بيقول "أنا مهم".
اللون والتباين	العنصر الأغمق أو الأصرخ بيتشاف الأول.
المكان	فوق ويمين (في العربي) بيتشاف قبل تحت وشمال.
الفراغ	عنصر حواليه مساحة فاضية بيبان أهم.
التجميع	العناصر اللي جنب بعض بتتقري كمجموعة واحدة.

اختبار التغميض

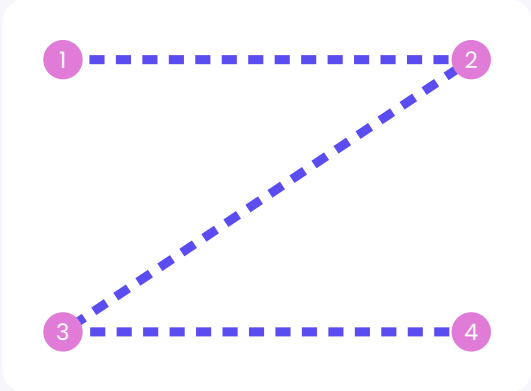
غمّض عينك نص تغميضة وبص على التصميم. اللي لسه شايفه هو اللي العين هتمسكه الأول. لو كذا حاجة باينين بنفس القوة، الهرمية محتاجة شغل.

العين بتمشي إزاي؟

في الصفحات اللي فيها محتوى قليل (إعلان، بوست، صفحة هبوط)، العين غالبًا بتمشي على شكل حرف Z. في العربي الحرف ده بيتعكس: بتبدأ من **فوق يمين**، تروح شمال، تنزل بالوراب، وتخلص **تحت شمال**. عشان كده الشعار غالبًا فوق يمين، والزرار تحت شمال.



مسار العين في التصميم العربي



مسار العين في التصميم اللاتيني

في الصفحات الطويلة اللي فيها نص كتير، العين بتعمل شكل قريب من حرف F (معكوس في العربي): تقرا أول سطرين كويس، وبعدين تنزل على بدايات السطور بس. يعني: **أهم كلمة لازم تكون في أول السطر.**

ترتيب الأولويات في 3 مستويات

1
الرئيسي
حاجة واحدة بس: العنوان أو الصورة. هي اللي بتوقّف القارئ.

2
الداعم
التفاصيل اللي بتقنعه: وصف، مميزات، تاريخ.

3
الفعل والتفاصيل
زرار، رابط، سعر، شروط. واضحة بس مش بتنافس الرئيسي.

مثال

إعلان عقاري كان الشعار فيه أكبر من صورة الشقة ومن السعر. الناس عدّوه. لما الصورة بقت هي الرئيسي، والسعر والمساحة داعم، والشعار صغير فوق، التفاعل اتضاعف. الشعار مهم للبراند، بس مش هو اللي بيبيع الشقة.

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

الفصل الخامس

الفراغ الأبيض

المساحة الفاضية مش ضايعة، دي شغالة

الفراغ الأبيض (White Space) هو أي مساحة مفيهاش عناصر، مش لازم تكون بيضا. هو اللي بيفصل الأفكار عن بعض، وبيوجّه العين، وبيدّي إحساس بالفخامة أو الهدوء.



فراغ قليل: طاقة، عروض، كمية



فراغ كتير: هدوء، فخامة، تركيز

نوعين من الفراغ

الفراغ الصغير (Micro)

بين السطور، وبين الحروف، وجوه الأزرار، وبين الأيقونة والكلمة. هو اللي بيخلّي القراءة مريحة.

الفراغ الكبير (Macro)

الهوامش، والمسافة بين الأقسام، والمساحة حوالين العنوان الرئيسي. هو اللي بيدّي التصميم "نفَس".

الفراغ والسعر

لاحظ الإعلانات حواليك: الهايبر ماركت مليان عناصر وأرقام، ومحل المجوهرات صورة واحدة وفراغ كبير. ده مش صدفة؛ الفراغ بيتقري كرفاهية لأنك "قادر تسيب مساحة فاضية". عشان كده كمية الفراغ لازم تمشي مع مستوى البراند.

العميل اللي بيقول "املا الفاضي ده"

اشرحله إن الفراغ هو اللي مخلّي العنوان يتشاف. ولو أصرّ، قدّمله نسختين جنب بعض (بفراغ ومن غير)، وخلّي العين هي اللي تحكم. غالبًا هيختار بنفسه.

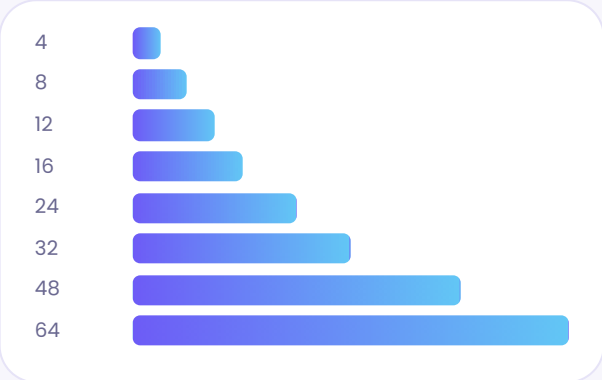
الفصل السادس

نظام المسافات

بدل ما كل مسافة تبقى رقم عشوائي

أغلب التصميمات اللي "مش مريحة" فيها مسافات زي 13 و17 و22 من غير سبب. الحل إنك تختار **سلّم مسافات** ثابت، وكل مسافة في التصميم تبقى واحدة منه. الأشهر هو نظام الـ 8 (8pt Grid): كل المسافات مضاعفات 4 أو 8.





قاعدة القُرب

المسافة **جوه** المجموعة لازم تكون أصغر من المسافة **بين** المجموعات. العنوان أقرب لفقرته من الفقرة اللي قبله. الصورة أقرب لتعليقها من العنصر اللي بعدها. لو المسافات متساوية، العين مش هتعرف مين تبع مين.

المسافة	تستخدمها في
4–8	بين الأيقونة والكلمة، وجوه العناصر الصغيرة.
12–16	بين العنوان ونصه، وجوه الكروت.
24–32	بين العناصر المختلفة جوه القسم.
48–64+	بين الأقسام الكبيرة.

نصيحة

في Figma اعمل المسافات دي كـ Variables، واستخدم Auto Layout عشان المسافة تتحط مرة وتتكرر لوحدها.

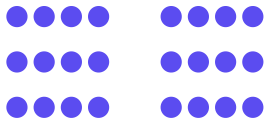
LOGOS • BRAND IDENTITY • LAYOUT
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل السابع

العين بتجمّع إزاي؟

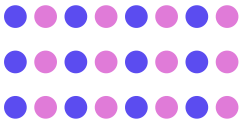
مبادئ الجشطالت بالمصري

مخ الإنسان بيحاول يلاقي مجموعات وأشكال في أي حاجة بيشوفها. لو فهمت إزاي بيجمّع، تقدر تخلّيه يشوف التنظيم اللي أنت عايزه من غير ما ترسم خطوط وصناديق في كل حتة.



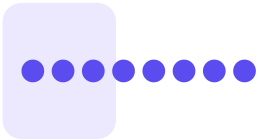
القُرب

اللي جنب بعض بيتقري مجموعة. المسافة لوحدها قسمت النقط لاتنين.



التشابه

نفس اللون أو الشكل = نفس النوع، حتى لو متلخبطين.



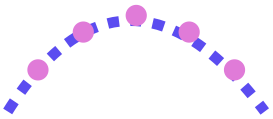
المنطقة المشتركة

خلفية أو كارت بيجمع اللي جوّاه، حتى لو المسافات متساوية.



الإغلاق

العين بتكمّل الشكل الناقص. ده سر شعارات كتير.



الاستمرار

العين بتمشي على الخط أو المنحنى، وبتربط اللي عليه.



المحاذاة

العناصر اللي ليها نفس الحافة بتبان مترابطة ومقصودة.

في الشغل اليومي

- قايمة إعدادات طويلة؟ قسّمها مجموعات بـ **القُرب** بدل خطوط فاصلة.
- كل الأزرار اللي بتعمل نفس الفعل ليها نفس الشكل (**التشابه**)، وزرار الحذف مختلف.
- كارت المنتج (**المنطقة المشتركة**) بيقول إن الصورة والسعر والزرار حاجة واحدة.
- كاروسيل بعنصر بيكمّل من صورة للتانية بيستخدم **الاستمرار** عشان يشدّك تقلّب.

الفصل التامن

المحاذاة والاتجاه

التصميم العربي، والتصميم اللي فيه لغتين

أنواع المحاذاة

المحاذاة	إمتى
يمين (للعربي)	الافتراضي لأي نص عربي: فقرات، قوايم، واجهات.
وسط	عناوين قصيرة، دعوات، أغلفة، بوستات فيها جملة واحدة.
ضبط من الجهتين	كتب ومجلات بنص طويل، بشرط البرنامج يدعم التوزيع العربي.
شمال (للاتيني)	النصوص الإنجليزية، حتى لو جوه تصميم عربي.

التصميم من اليمين مش مجرد نص

لما التصميم عربي، مش النص بس اللي بيتقلب. أيقونة "رجوع" بتبص لليمين، وشريط التقدّم بيتملي من اليمين، والقوايم الجانبية بتبقى يمين، والكاروسيل بيتقلّب من اليمين للشمال. اللي **مش** بيتقلب: الأرقام، والساعة، وأيقونات زي التشغيل، والشعارات.

التصميم الثنائي (عربي + إنجليزي)

محمد بهاء
مصمم جرافيك

الرياض • المملكة العربية السعودية

ARABIC SIDE · RIGHT ALIGNED

Mohammed Bahaa
Graphic Designer

Riyadh • Saudi Arabia

LATIN SIDE · LEFT ALIGNED · MIRRORED

- **المرايا:** كل لغة على جهتها الطبيعية، والتصميم كله بيتعكس بين النسختين.
- **جنب بعض:** في نفس الصفحة، العربي يمين والإنجليزي شمال، ومحور واضح في النص.
- **فوق بعض:** العربي الأول (لو الجمهور عربي) والإنجليزي تحته بحجم أصغر شوية.
- **متوازنين:** الخط العربي غالبًا محتاج حجم أكبر شوية عشان يبان بنفس قوة الإنجليزي.

المحاذاة البصرية

أحيانًا العناصر تكون محاذية بالقياس بس تبان مش محاذية (زي الحروف المدوّرة أو علامة التنصيص). صدّق عينك وزقّ العنصر نص ملّي لحد ما يبان مستقيم.

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

الفصل التاسع

السوشيال ميديا

المقاسات والمناطق الآمنة والكاروسيل

المقاسات الأساسية لإنستجرام

مربع	طولي (الأنسب للفيد)	معاينة البروفايل	ستوري وريلز
1:1 · 1080 × 1080	4:5 · 1080 × 1350	3:4 · 1080 × 1440	9:16 · 1080 × 1920

المناطق الوردي = مناطق ممكن تتقص أو يغطيها اسم الحساب والأزرار؛ متحطش فيها عنوان أو زرار أو وش

لما إنستجرام غيّر معاينة البروفايل لشكل طولي 3:4، البوستات بقت بتتقص من فوق وتحت في الشبكة. الحل الأأمن: صمّم على 1080×1440 أو خلّي العناصر المهمة بعيد عن أول وآخر 10% من الارتفاع. وفي الستوري: سيب تقريبًا 150 بكسل فوق و250 تحت.

المقاسات بتتغير

المنصات بتغيّر مقاساتها كل فترة. قبل أي حملة كبيرة، راجع المقاسات الحالية من مصدر محدّث.

شبكة جوه البوست

حتى البوست الواحد محتاج شبكة. على 1080 بكسل، هامش 80–100 من كل جهة وشبكة 6 أعمدة بتكفي لأغلب الشغل، وبتخلّي كل بوستات الحساب شبه بعض.

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

الكاروسيل: تصميم واحد مقسوم على شرايح



عنصر بيعدّي بين الشرايح بيشجّع على التقليب (الاستمرار)

- **الشريحة الأولى** هي الغلاف: عنوان واضح بيوعد بحاجة، وصورة أو شكل بيشدّ.
- **نفس الشبكة** في كل الشرايح: الرقم في نفس المكان، والعنوان في نفس المكان.
- **عنصر عابر** بين شريحتين بيقول للعين "فيه باقي".
- **الشريحة الأخيرة** للفعل: احفظ، شارك، تابع، اطلب.
- **اتجاه التقليب:** في العربي التسلسل بيبدأ من اليمين، بس التطبيق نفسه بيقلّب من الشمال لليمين، فخلّي القصة مفهومة في أي اتجاه.

الشبكة على مستوى الحساب

الناس بتشوف بروفايلك كشبكة صور جنب بعض. لو كل بوست بستايل مختلف، البروفايل هيبان فوضى. ثبّت حاجتين على الأقل: مكان العنوان، ونسبة اللون (مثلًا بوست غامق كل تلاتة)، وخلّي القوالب جاهزة.

تمرين سريع

افتح آخر 9 بوستات في حسابك وصوّرهم سكرين شوت. حط عليهم شبكة. العناوين في نفس المكان؟ الهوامش زي بعض؟ لو لأ، ابدأ من هنا.

LOGOS • BRAND IDENTITY • LAYOUT

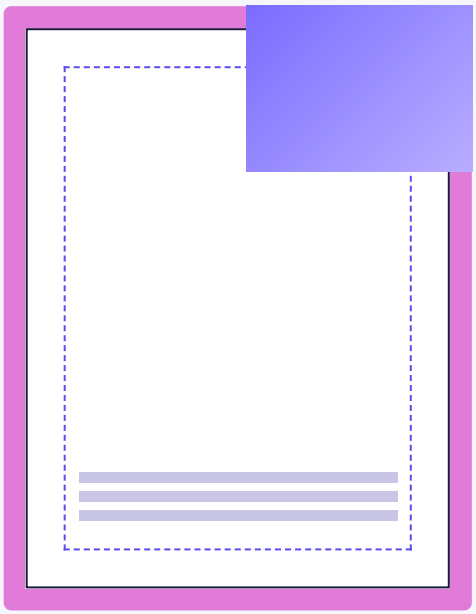
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل العاشر

المطبوعات

الهوامش والنزف والطيّ

التلات خطوط اللي لازم تعرفها



الخط	يعني إيه
النزف (Bleed)	3 ملي زيادة برة حجم القطع (الوردي). أي صورة أو لون لاصق في الحافة لازم يكمّل فيه، عشان لو القص زاح ميطلعش خط أبيض.
خط القطع (Trim)	الحجم النهائي للورقة بعد القص (الخط الأسود).
المنطقة الآمنة (Safe)	جوه الخط المتقطّع. أي نص أو شعار لازم يفضل جواها، 3–5 ملي على الأقل من القطع.

مقاسات وهوامش شائعة

المطبوعة	المقاس	هامش مقترح
كارت شخصي	85×55 / 90×50 mm	4–5 ملي
فلاير A5	148×210 mm	8–10 ملي
بروشور أو كتيّب A4	210×297 mm	12–20 ملي، وأكبر من جهة التدبيس
منيو مطعم	حسب التصميم	فراغ كبير؛ الإضاءة غالبًا ضعيفة

الطيّ

في البروشور اللي بيتطوي 3 طيّات، اللوحة اللي بتدخل جوه بتبقى أصغر بـ 2–3 ملي من التانيين عشان الورق يقفل مظبوط. ومتحطش نص أو وش على خط الطيّ. اطبع نسخة على ورق عادي واطويها بإيدك قبل ما تسلّم.

مثال

كتالوج مطبوع فيه صورة لاصقة في حافة الصفحة من غير نزف. القص زاح ملّي واحد، فظهر خط أبيض رفيع في نص الكتالوجات. الحل كان بسيط ومجاني: 3 ملي نزف في الملف من الأول.

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

الفصل الحادي عشر

المواقع والتطبيقات

شبكة بتتمدد وتنكمش مع الشاشة

الفرق الكبير بين المطبوعات والشاشات إن الشاشة مقاسها مش ثابت. عشان كده الشبكة الرقمية بتتغيّر عند نقاط معينة (Breakpoints): أعمدة أقل وهوامش أصغر كل ما الشاشة تصغر.



موبايل
4 col · 16 margin

تابلت
8 col · 24 margin

ديسكتوب
12 col · 80+ margin

الشاشة	الأعمدة	الهامش	الفاصل
موبايل	4	16–20	16
تابلت	8	24–32	16–24
ديسكتوب	12	64–120	24–32

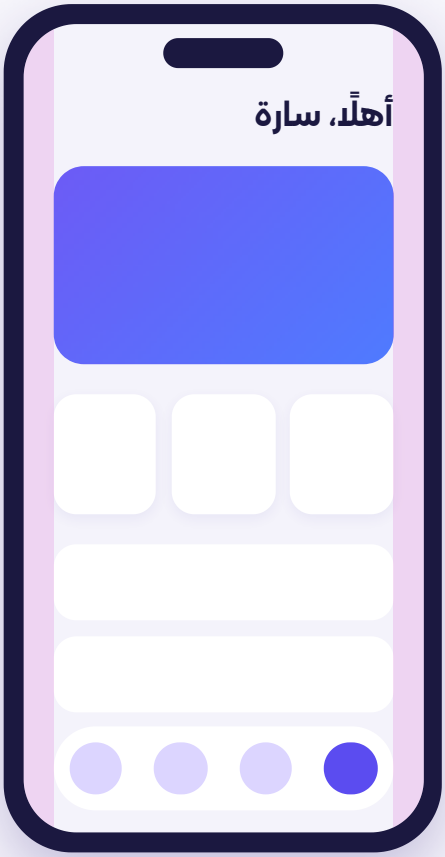
الأرقام دي نقطة بداية شائعة مش قانون. المهم إن الشبكة **ثابتة جوه كل مقاس**، وإن المحتوى بيترص من جديد بشكل منطقي، مش بيتصغّر وبس.

الحاوية (Container)

في الشاشات العريضة جدًا، متخليش النص يمتد على العرض كله. حط حد أقصى لعرض المحتوى (مثلًا 1200–1280 بكسل) واتوسّط، عشان السطور متطولش لدرجة إنها تتعب العين.

LOGOS • BRAND IDENTITY • LAYOUT

WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA



قواعد التطبيقات

- **هامش جانبي ثابت** (16 أو 20) في كل الشاشات؛ الوردي في الرسمة.
- **أهداف اللمس** مايقلّش ارتفاعها وعرضها عن 44–48 بكسل، حتى لو الأيقونة نفسها أصغر.
- **منطقة الإبهام:** الأزرار المهمة تحت، لأن فوق الشاشة صعب يتوصل له بإيد واحدة.
- **شريط التنقل** تحت بـ 3–5 عناصر بس.
- **المسافات** من سلّم المسافات (الفصل 06)، مفيش أرقام عشوائية.

الأقسام في صفحة الهبوط

القسم	وظيفته في التخطيط
الهيرو (أول شاشة)	وعد واضح + صورة + زرار. أكبر مساحة وأقل كلام.
إثبات	شعارات عملاء أو أرقام. شريط هادي ميزاحمش الهيرو.
المميزات	شبكة 3 أو 4 كروت متساوية.
التفاصيل	تبادل صورة ونص (يمين/شمال) عشان الإيقاع.
الفعل الأخير	تكرار الزرار مع فراغ كبير حواليه.

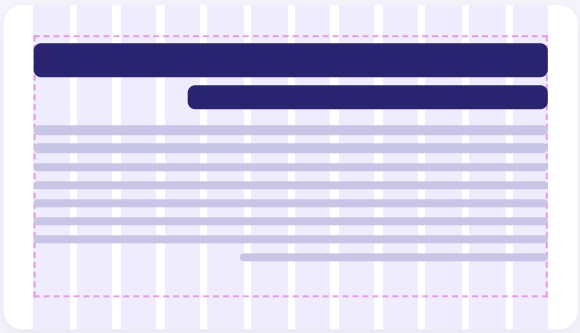
LOGOS • BRAND IDENTITY • LAYOUT
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل الثاني عشر

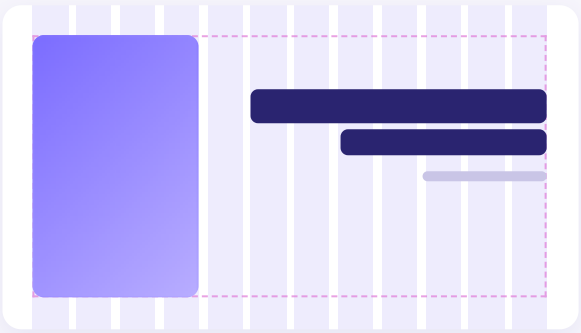
العروض التقديمية

شريحة واحدة، فكرة واحدة

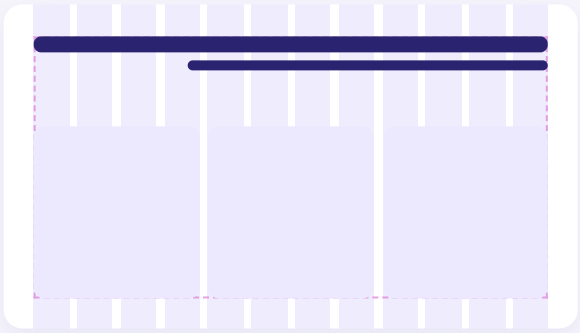
العرض التقديمي بيتشاف من بعيد وفي وقت قصير، والمتكلّم بيتكلم في نفس الوقت. عشان كده التخطيط هنا أبسط وأجرأ: كلام أقل، عناصر أكبر، ومكان ثابت لكل حاجة.



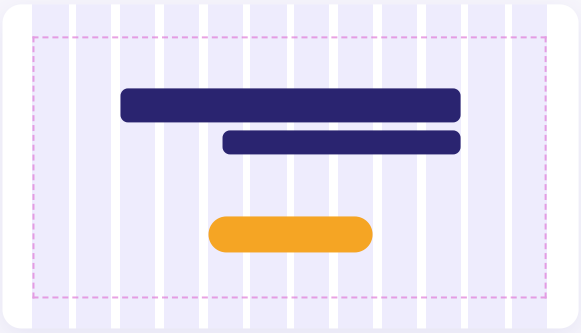
✗ عنوان وفقرة طويلة



✓ فكرة واحدة + صورة



✓ تلات نقط = تلات كروت



✓ شريحة رقم كبير أو جملة

قواعد سريعة

- **شبكة 12 عمود** على 16:9 بتكفي لأي تخطيط شرايح.
- **مكان ثابت للعنوان** في كل الشرايح، عشان الجمهور ميدوّرش.
- **هامش واسع** (5–8% من العرض)، لأن بعض الشاشات والبروجكتورات بتقص الأطراف.
- **نص أقل من 30 كلمة** في الشريحة؛ الباقي يتقال مش يتكتب.
- **قالب بأنواع شرايح محددة**: غلاف، فاصل، نص وصورة، رقم كبير، مقارنة، خاتمة.

> **قاعدة**
>
> لو الشريحة محتاجة الجمهور يقرا وهو بيسمعك، يبقى فيها كلام كتير. قسّمها.

الفصل التالت عشر

الصور جوه التخطيط

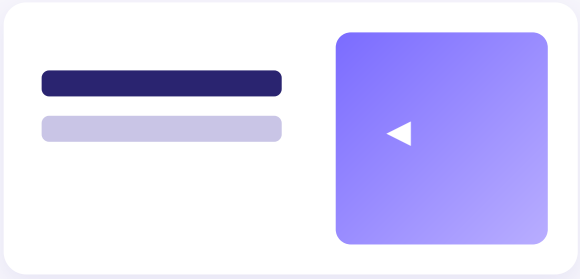
الصورة مش حشو؛ الصورة عنصر في الشبكة

قاعدة الأتلات

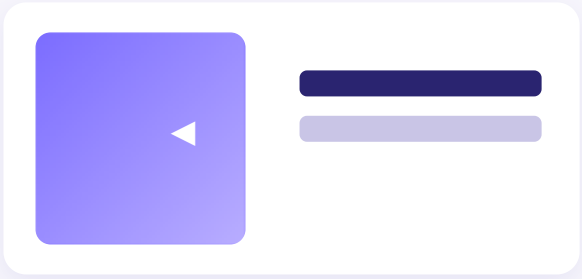


قسّم الصورة 3×3. لو حطيت العنصر المهم على تقاطع من الأربعة، الصورة بتبان أكتر حيوية من لو في النص بالظبط. والجزء الفاضي من الصورة بيبقى مكان طبيعي للعنوان.

اتجاه النظرة



✓ الشخص بيبص ناحية النص



✗ الشخص بيبص برة الصفحة

العين بتمشي في اتجاه نظرة الشخص اللي في الصورة، أو اتجاه حركة العربية، أو اتجاه السهم. خلّي الاتجاه ده رايح ناحية العنوان أو الزرار، مش برة الصفحة. وفي العربي، ده غالبًا معناه إن الصورة يمين وبتبص لشمال على النص، أو العكس حسب التخطيط.

أشكال الصور في الشبكة

- **ممتدة للحافة (Full-bleed):** بتدّي إحساس كبير وغامر؛ مناسبة للأغلفة والهيرو.
- **جوه الأعمدة:** بتاخد عدد أعمدة محدد؛ مناسبة للمقالات والكتالوجات.
- **شبكة صور:** كل الصور بنفس النسبة (1:1 أو 4:5) عشان التكرار يبان مقصود.
- **متقصوصة على شكل:** دايرة أو شكل من الهوية؛ استخدمها بثبات، مش مرة دايرة ومرة نجمة.

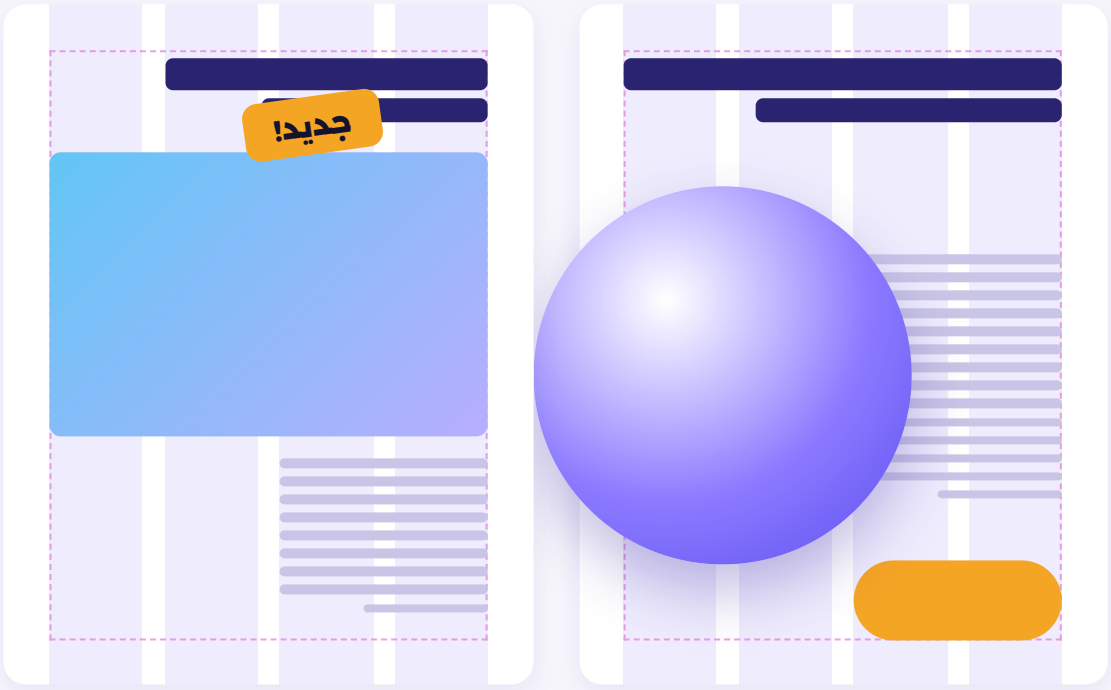
> **انتبه**
>
> النص فوق الصورة لازم يقعد على منطقة هادية، أو تحت طبقة غامقة شفافة. صورة زحمة + نص = محدش هيقرا.

الفصل الرابع عشر

كسر الشبكة بوعي

لازم تعرف القاعدة الأول قبل ما تكسرها

أشهر التصميمات الجريئة شكلها "كاسر للقواعد"، بس لو حطيت عليها شبكة هتلاقي أغلب العناصر ماشية عليها، وعنصر أو اتنين بس هما اللي خارجين. الخروج ده هو اللي بيعمل المفاجأة، ومش هيبقى مفاجأة لو كل حاجة خارجة.



كل حاجة على الشبكة... ما عدا عنصر واحد

طرق الكسر المقبولة

- **عنصر بيخرج برة الهامش** (صورة منتج أو شكل) لحد حافة الصفحة.
- **تداخل**: عنوان بيعدّي فوق جزء من الصورة.
- **دوران خفيف** لعنصر واحد زي ستيكر أو ختم.
- **مقياس مبالغ فيه**: رقم أو حرف ضخم جدًا مقصوص من الحافة.

القاعدة

اكسر الشبكة بعنصر واحد، لسبب واحد، في مكان واحد. والباقي كله يفضل مترتب عشان الكسر يبان مقصود.

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

الفصل الخامس عشر

أخطاء بتتكرر

راجع عليها قبل التسليم

الغلطة	ليه مشكلة	الحل
✗ **من غير شبكة خالص**	كل عنصر في حتة، والتصميم بيبان هاوي.	ابدأ أي ملف بشبكة قبل أول عنصر.
✗ **هوامش ضيقة**	التصميم بيبان مخنوق، والطباعة بتقص.	هامش واسع ومنطقة آمنة.
✗ **مسافات عشوائية**	مفيش إيقاع، ومش واضح مين تبع مين.	سلّم مسافات ثابت (4/8).
✗ **مسافات متساوية في كل حتة**	المجموعات مش واضحة.	المسافة جوه المجموعة أصغر من بينها.
✗ **كله مهم**	العين مش عارفة تبدأ منين.	عنصر رئيسي واحد.
✗ **نص طويل على عرض كامل**	سطور طويلة بتتعب.	قصّر عرض عمود النص.
✗ **عناصر قريبة أوي من الحافة**	بتتقص أو بتبان مزنوقة.	احترم المنطقة الآمنة.
✗ **تصميم عربي بأيقونات لاتيني**	الأسهم والتسلسل بالمقلوب.	اعكس الاتجاهات بوعي.
✗ **كل بوست بتخطيط مختلف**	البروفايل بيبان فوضى.	قوالب بشبكة ثابتة.
✗ **كسر الشبكة في كل حتة**	مفيش حاجة بتبان مقصودة.	كسر واحد لسبب واحد.

قصة قصيرة

مصممة عملت تقرير سنوي لشركة في 40 صفحة، كل صفحة بتخطيط "مبدع" مختلف. العميل تاه، ومحدش عرف يلاقي الأرقام. أعادت التقرير على شبكة 6 أعمدة بـ 4 أنواع صفحات بس (غلاف قسم، نص، أرقام، صور)، والتقرير بقى أسهل في القراءة وأسرع في التنفيذ كمان.

LOGOS • BRAND IDENTITY • LAYOUT

WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل السادس عشر

أدوات

فين تعمل الشبكة في كل برنامج

البرنامج	فين	نصيحة
Figma	Layout Grid على أي فريم، وAuto Layout للمسافات.	اعمل الشبكة كـ Style واستخدمها في كل الفريمات.
Adobe InDesign	Margins and Columns من أول ملف، وBaseline Grid من الإعدادات.	استخدم Parent Pages عشان الشبكة تتكرر في كل الصفحات.
Illustrator	Guides وSplit into Grid لتقسيم مستطيل لأعمدة.	مفيد للبوسترات والكروت والشعارات.
Photoshop	New Guide Layout لعمل أعمدة وصفوف وهوامش.	للبوستات اللي معتمدة على الصور.
Canva	إظهار المساطر والهوامش ومنطقة النزف.	مفيد لما تسلّم قوالب لفريق مش مصمم.

طريقة شغل مقترحة

1. حدد الوسيط والمقاس (بوست؟ A4؟ موبايل؟).
2. حط الهامش والمنطقة الآمنة والنزف لو مطبوع.
3. اختار نوع الشبكة وعدد الأعمدة حسب المحتوى.
4. حط العنصر الرئيسي الأول، وبعدين الداعم، وبعدين التفاصيل.
5. طبّق سلّم المسافات وراجع قاعدة القُرب.
6. اختبار التغميض، واختبار الحجم الحقيقي (اطبع أو افتح على الموبايل).
7. اكتب أرقام الشبكة والمسافات في ملف التسليم.

> **تنبيه**
> أسماء الأوامر والقوائم بتتغير مع التحديثات. اعتبرها دليل للفكرة وارجع لمساعدة البرنامج نفسه.

LOGOS • BRAND IDENTITY • LAYOUT

WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل السابع عشر

Case 01 – مدار: الشاشة الرئيسية للمحفظة

شبكة موبايل بتريّح القلقان

Brief	الشاشة الرئيسية لتطبيق محفظة: الرصيد، الإجراءات السريعة، آخر العمليات.
المطلوب	المستخدم يفهم رصيده ويعمل تحويل في أقل من 3 ثواني.
الشبكة	4 أعمدة، هامش 20، فاصل 8، وسلّم مسافات 4/8.



المستوى	المسافة
هامش جانبي	20
بين الكروت	8
بين الأقسام	24
ارتفاع الزرار	52

قرارات التخطيط

الرصيد هو الرئيسي: كارت كبير بعرض الشبكة كلها فوق. الإجراءات السريعة تلات كروت متساوية (موديولار). العمليات قايمة بمسافات صغيرة بينها لأنها مجموعة واحدة. زرار "تحويل" الأساسي تحت في منطقة الإبهام.

ليه كده؟

اللي بيفتح تطبيق فلوس عايز يطمّن الأول، وبعدين يتصرف. الترتيب ماشي بنفس التسلسل: رقم واضح فوق، وفعل سهل تحت.

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

الفصل السابع عشر

Case 02 – سُفرة: منيو مطبوع

القراءة في ضوء خافت وبسرعة

Brief	منيو A5 للتوصيل والطاولات، فيه أقسام وأسعار.
المطلوب	العميل يلاقي الطبق والسعر بسرعة، والمنيو يبان بيتي ومرتب.
الشبكة	عمود واحد، هامش 7 ملي، مسافة ثابتة بين الأطباق، ومسافة أكبر بين الأقسام.



العنصر	القرار
المقاس	A5
الهامش	7 ملي + 3 نزف
الأعمدة	عمود واحد للأطباق
الأسعار	على حافة واحدة

قرارات التخطيط

كل الأسعار على خط واحد في الشمال، عشان العين تنزل عليها مرة واحدة. اسم القسم أقرب لأطباقه من القسم اللي قبله (القُرب). مفيش صور جوه المنيو عشان المساحة تفضل للقراءة، والشعار لوحده فوق في النص.

ليه كده؟

اللي ماسك منيو عايز يقارن الأسعار ويختار بسرعة. شبكة بسيطة وأسعار على حافة واحدة بتختصر الوقت ده، والفراغ بيخلّي المنيو يبان "بيتي ونضيف" مش "أكل سريع".

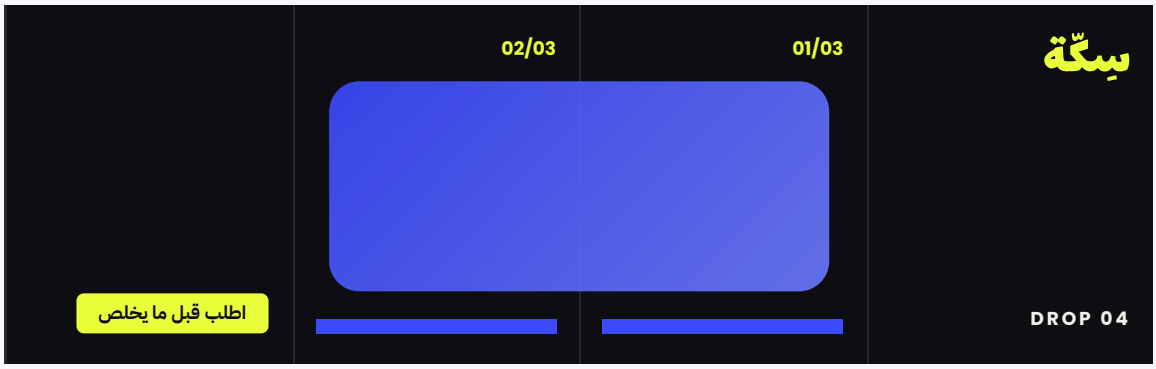
LOGOS • BRAND IDENTITY • LAYOUT
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل السابع عشر

Case 03 – سِكّة: كاروسيل إطلاق

إيقاع ثابت مع كسر واحد

Brief	كاروسيل 4 شرايح لإطلاق مجموعة جديدة على إنستجرام.
المطلوب	الناس تقلّب لآخر شريحة وتضغط على اللينك.
الشبكة	1350×1080 لكل شريحة، 6 أعمدة، هامش 80، ورقم الشريحة في نفس المكان دايمًا.



القطعة الزرقا بتعدّي بين الشرايح وتشدّ للتقليب

قرارات التخطيط

الغلاف فيه الاسم بس والرقم. الشرايح الوسطانية نفس الشبكة بالظبط: الرقم فوق يمين، والتفاصيل تحت. العنصر الأزرق (صورة المنتج) بيعدّي بين شريحتين، وده الكسر الوحيد. الشريحة الأخيرة فيها زرار بلون الحمضي.

ليه كده؟

الثبات بيخلّي القارئ يفهم القواعد من أول شريحة، فبيقلّب بسرعة. والكسر الواحد (المنتج العابر) هو المفاجأة اللي بتوقّفه، ولو كل شريحة فيها كسر، مكانش حد هيلاحظه.

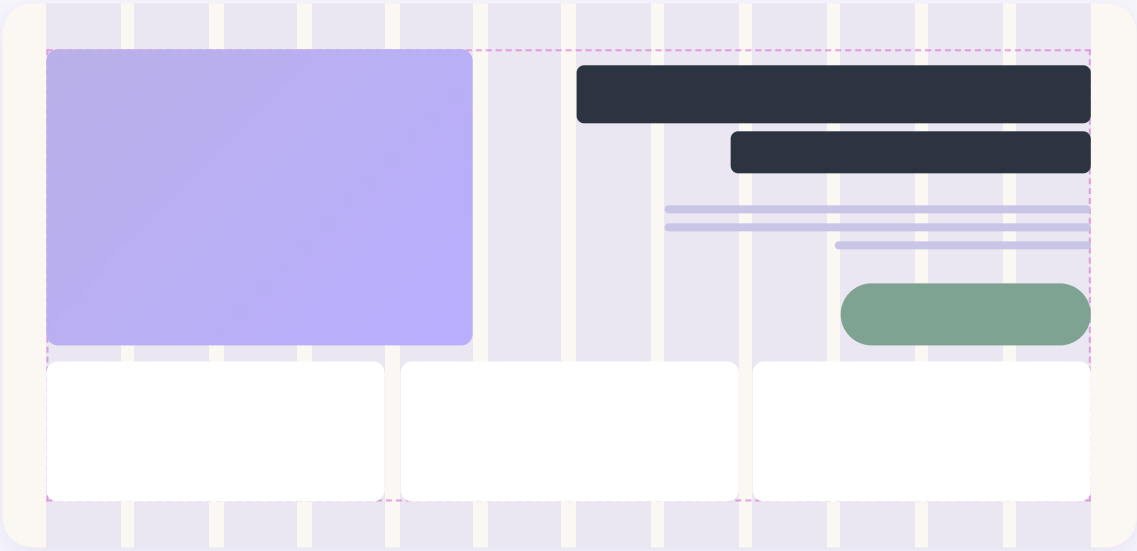
LOGOS • BRAND IDENTITY • LAYOUT
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل السابع عشر

Case 04 – سَنَد: صفحة هبوط

فراغ كبير عشان القلق يقل

Brief	صفحة هبوط لمنصة جلسات دعم نفسي أونلاين.
المطلوب	الزائر المتردد يحس بالأمان ويحجز أول جلسة.
الشبكة	12 عمود، حاوية 1200، هامش 80، ومسافات أقسام كبيرة (+96).



قرارات التخطيط

الهيرو فيه جملة واحدة بس على 6 أعمدة، وصورة ناعمة على 5 أعمدة، وزرار واحد. تحتها تلات كروت متساوية بتشرح الخطوات. مفيش نوافذ منبثقة ولا عدّادات ولا ألوان صارخة. الفراغ بين الأقسام أكبر من المعتاد.

ليه كده؟

الزائر هنا متوتر. التخطيط الزحمة بيزوّد التوتر، والفراغ الكبير بيقول "خد وقتك". عدد قليل من العناصر الكبيرة الواضحة أحسن من كتير صغيرين بيتنافسوا على الانتباه.

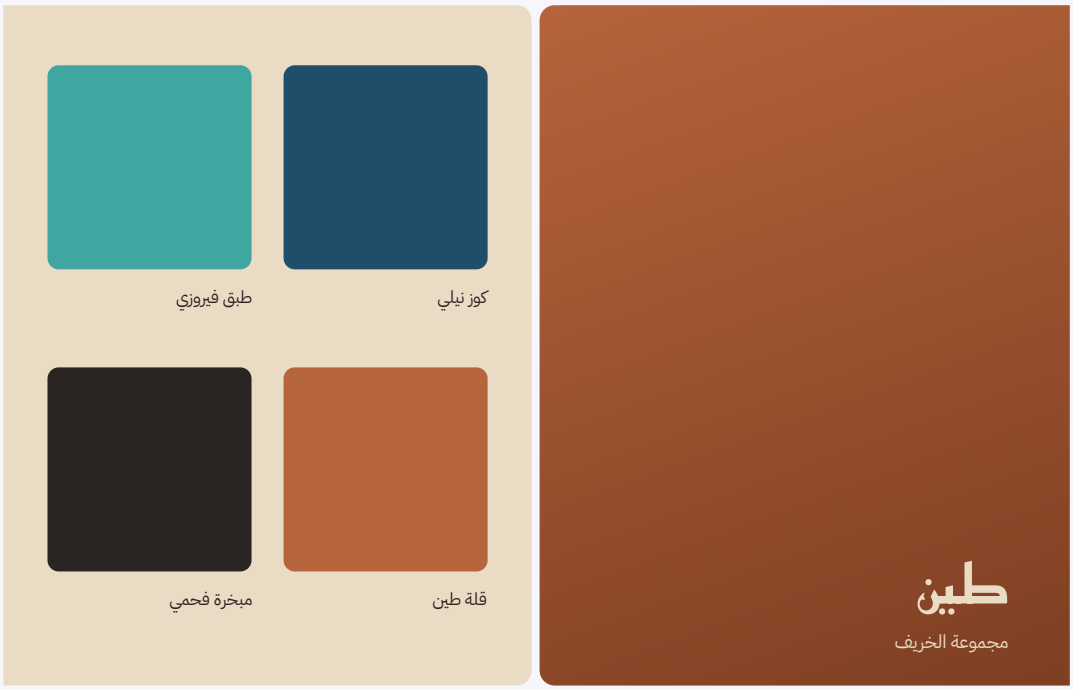
LOGOS • BRAND IDENTITY • LAYOUT
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل السابع عشر

Case 05 – طين: كتالوج منتجات

الصورة الكبيرة تحكي، والشبكة تبيع

Brief	كتالوج مطبوع وPDF للمعارض والمحلات.
المطلوب	يبان فني وحِرفي، ويخلّي المقارنة بين المنتجات سهلة.
الشبكة	صفحتين متقابلتين: يمين صورة ممتدة للحافة، وشمال شبكة موديولار 2×2 بنزف 3 ملي.



قرارات التخطيط

كل فرد (صفحتين) فيه صورة جو كبيرة ممتدة للحافة على اليمين، وقصادها شبكة منتجات متساوية بأسمائها تحتها. كل صور المنتجات نفس النسبة والخلفية والإضاءة. الشعار صغير وثابت في نفس المكان كل مرة.

ليه كده؟

الصورة الكبيرة بتبيع الإحساس (حِرفة، أرض، تاريخ)، والشبكة الموديولار بتبيع المنتج (قارن واختار). التقسيم ده بيخلّي الكتالوج فني ومفيد في نفس الوقت.

الفصل التامن عشر

تمارين المصمم

اتعلّم بإنك ترتّب وتشرح

في كل تمرين: ارسم الشبكة الأول، وبعدين حط العناصر، واكتب 3 سطور بتشرح قرارات الترتيب.

تمرين 1: إعادة ترتيب بوست

هات أي بوست إعلاني زحمة من السوشيال. أعد تصميمه بنفس الكلام والصور على شبكة 6 أعمدة بـ 3 مستويات هرمية بس.

تمرين 2: كارت شخصي ثنائي اللغة

وش عربي ووش إنجليزي، بنفس الشبكة متعكسة. احترم النزف والمنطقة الآمنة، واطبعه على ورق عادي وقصّه بإيدك.

تمرين 3: شاشة تطبيق

صمّم شاشة رئيسية لتطبيق حجز ملاعب على شبكة 4 أعمدة وسلّم مسافات 8. كل الأزرار ارتفاعها 48 على الأقل.

تمرين 4: كاروسيل تعليمي

5 شرايح عن أي معلومة تصميم. شبكة ثابتة، رقم الشريحة في نفس المكان، وعنصر واحد بيعدّي بين شريحتين.

تمرين 5: صفحة مجلة

مقال 400 كلمة بصورتين على صفحة A4 بشبكة 3 أعمدة وشبكة خط سطر. السطور في الأعمدة لازم تكون على نفس الارتفاع.

نصيحة للتمرين 1

قبل ما تفتح البرنامج، اكتب العناصر في ورقة ورتّبها 1 و2 و3 حسب الأهمية. لو لقيت أكتر من عنصر واحد في رقم 1، دي أول حاجة لازم تتحل، مش الشبكة.

LOGOS • BRAND IDENTITY • LAYOUT

WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل التاسع عشر

Layout Checklist

اطبعها وخليها جنبك

- [ ] فيه شبكة واضحة (أعمدة، فاصل، هامش) قبل أول عنصر؟
- [ ] كل عنصر محاذي لحاجة؟
- [ ] فيه عنصر رئيسي واحد بس؟
- [ ] 3 مستويات هرمية واضحة في اختبار التغميض؟
- [ ] كل المسافات من سلّم ثابت؟
- [ ] المسافة جوه المجموعات أصغر من بينها؟
- [ ] الفراغ مناسب لمستوى البراند؟
- [ ] الاتجاه العربي متطبّق على الأيقونات والتسلسل؟
- [ ] في المطبوع: نزف 3 ملي ومنطقة آمنة؟
- [ ] في السوشيال: العناصر المهمة برة مناطق القص؟
- [ ] في الشاشات: أهداف اللمس 44–48 على الأقل؟
- [ ] لو فيه كسر للشبكة، هو واحد ومقصود؟

ارجع لفين؟

مشكلتك	الفصل
التصميم مش مريح ومش عارف ليه	01 و06
مش عارف أختار شبكة	03
العين مش عارفة تبدأ منين	04
التصميم زحمة	05
العربي والإنجليزي مش راكبين	08
البوست اتقص في البروفايل	09
الطباعة طلعت بخط أبيض على الحافة	10

قبل ما تسلّم

اكتب في ملف الهوية: الشبكة لكل وسيط (أعمدة/فاصل/هامش)، سلّم المسافات، القوالب الأساسية، وأمثلة صح وغلط. كده أي حد في الفريق يقدر يكمّل على نفس النظام.

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

الفراغ مش فاضي.
الفراغ قرار.

رتّب بسبب، اختبر بعينك،
ودافع عن قرارك بحجة.



كتابة وتصميم

MOHAMMED BAHAA

مصمم جرافيك وهويات بصرية

@bahaa.adesigner ↗ اضغط وتابعني على إنستجرام

mohammedbahaa2@gmail.com ↗ اضغط وابعتلي إيميل



LOGOS • BRAND IDENTITY • LAYOUT

WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA