

دليل استخدام الشعار

1. الفكرة الأساسية والفلسفة للشعار

الشعار يجسد رؤية قوية للمرأة كرمز للعدالة والسعي نحو الحقوق. الفكرة المحورية هي أن المرأة هي من تدافع عن حقوقها، وهي تحمل رموز العدالة - السيف والميزان - في سعيها لتحقيق المساواة، الدرع يرمز إلى حمايتها لنفسها وحقوقها. يعكس التصميم التزام اللجنة بتمكين المرأة وضمان حقوقها، مع التركيز على القوة والحماية والعدالة.

يرتكز لباس الشخصية في الشعار على الطراز الروماني، والذي **لباس الشخصية في الشعار** يرمز إلى عصر التنوير والتطور. هذا الاختيار يعكس فكرة أن اللجنة تسعى لإحداث تغيير وتطور في مجال حقوق المرأة والمساواة بين الجنسين، مستلهمة من الفترات التاريخية التي شهدت ازدهارًا فكريًا وحضاريًا.

2. الشعار الرئيسي (Primary Logo)

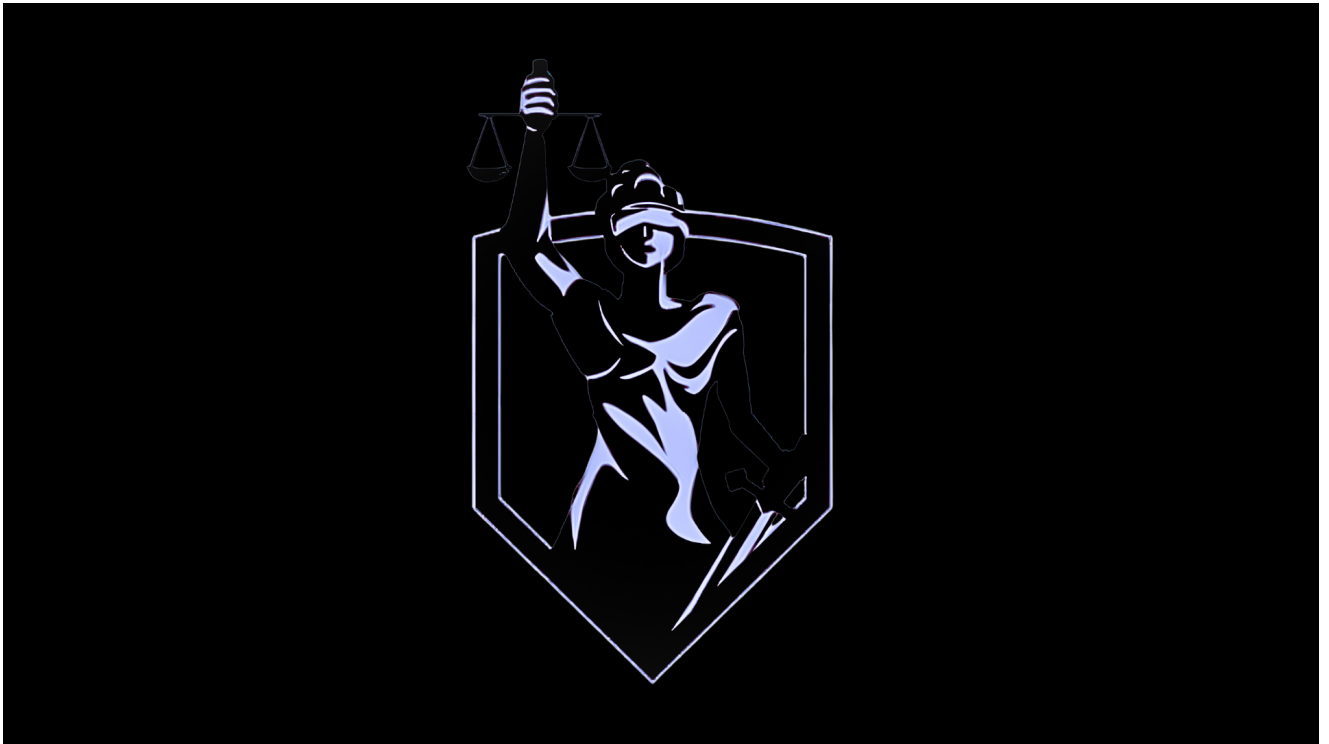
الشعار الرئيسي هو النسخة المعتمدة من الشعار والمستخدم في معظم المواد الرسمية والتطبيقات الأساسية. يجسد الشعار امرأة تحمل رموز العدالة (الميزان والسيف) وتحتمي بالدرع، مما يعكس رسالة القوة والعدالة وحماية الحقوق.



3. نسخ الشعار (Logo Variations)

النسخة أحادية اللون (Monochrome)

تُستخدم هذه النسخة بلون واحد (أسود أو أبيض) لضمان وضوح الشعار في التطبيقات التي تتطلب بساطة الألوان أو في الطباعة أحادية اللون.



النسخة السالبة (Negative Version)

تُستخدم هذه النسخة على الخلفيات الداكنة لضمان وضوح الشعار وتجانسه مع التصميم العام.



(Icon / Symbol Only) النسخة الرمزية أو المختصرة

في حال وجود عنصر بصري داخل الشعار يمكن استخدامه بشكل منفصل، يتم توفير هذه النسخة للاستخدام في المساحات الصغيرة أو كرمز مميز.



النسخة الأفقية والرأسية

تتوفر تنسيقات مختلفة للشعار (أفقية ورأسية) لتناسب مع المساحات المتاحة في مختلف التطبيقات والمواد التصميمية.



EQUALITY

INTERNATIONAL CO.



EQUALITY

4. (Clear Space) المساحة الآمنة

لضمان وضوح الشعار البصري وعدم تداخله مع عناصر تصميمية أخرى، يجب تحديد حد أدنى من المساحة الفارغة حول الشعار. هذه المساحة تساوي على الأقل نصف ارتفاع الدرع المحيط بالشعار من جميع الجوانب.



5. الحد الأدنى للحجم (Minimum Size)

يجب الحفاظ على جودة الشعار وتفاصيله عند استخدامه بأحجام صغيرة. لذلك، يُحدد أصغر حجم يُسمح بعرض الشعار فيه دون أن يفقد وضوحه أو جودته البصرية. يجب التأكد من أن جميع عناصر الشعار تبقى مقروءة ومميزة حتى في أصغر الأحجام.



6. الألوان الرسمية (Color Palette)

تُعد الألوان جزءًا أساسيًا من الهوية البصرية للشعار، ويجب الالتزام بالأكواد المحددة لضمان التناسق البصري عبر جميع التطبيقات.

اللون الذهبي

- **HEX:** #d9a21f
- **RGB:** (217, 162, 31)
- **CMYK:** (0, 25, 86, 15)
- **Pantone:** 7409 C

اللون الأسود

- **HEX:** #000000
- **RGB:** (0, 0, 0)
- **CMYK:** (0, 0, 0, 100)
- **Pantone:** Process Black C

اللون الأبيض

- **HEX:** #FFFFFF
- **RGB:** (255, 255, 255)
- **CMYK:** (0, 0, 0, 0)
- **Pantone:** White

استخدام الشعار على خلفيات متنوعة 7.

لضمان أقصى قدر من الوضوح والتأثير البصري، يجب استخدام النسخة المناسبة من الشعار على الخلفيات المختلفة:

- تُستخدم النسخة الأصلية من الشعار (الذهبي والأسود على خلفية: **على الخلفيات الفاتحة** (بيضاء).



- تُستخدم النسخة السالبة من الشعار (الأبيض والذهبي على خلفية: **على الخلفيات الداكنة** (داكنة).



- يجب اختيار النسخة التي توفر أفضل تباين ووضوح مع الصورة: **على الصور الفوتوغرافية** ، مع تفضيل النسخة السالبة على الصور الداكنة والنسخة الأصلية على الصور الفاتحة.



- يجب التأكد من أن لون الخلفية لا يتعارض مع ألوان الشعار ويقلل: **على الخلفيات الملونة** من وضوحه. يفضل استخدام النسخة أحادية اللون (الأسود أو الأبيض) إذا كانت الخلفية الملونة قوية جدًا.



8. الخطوط المعتمدة (Typography)

لا يعتمد الشعار على خطوط محددة ضمن تصميمه الأساسي. ومع ذلك، عند استخدام نصوص مرافقة للشعار في المواد التسويقية أو المطبوعات، يُفضل استخدام خطوط بسيطة وواضحة تتماشى مع الطابع الرسمي والجدية التي يمثلها الشعار، مع الحفاظ على سهولة القراءة.

9. الاستخدام التعاوني (Co-branding / Lockups)

في حالات التعاون أو الشراكة مع جهات أخرى، يجب تنسيق الشعار بجانب شعارات الشركاء بطريقة تحافظ على وضوح كل شعار واستقلاليته البصرية. يُفضل وضع الشعارات على نفس الخط الأساسي مع مسافة آمنة كافية بينها، والتأكد من أن حجم كل شعار متناسب مع الآخر لتجنب هيمنة أحدهما على الآخر. يجب تجنب دمج الشعارات أو تغيير ألوانها لتناسب مع شعار الشريك، بل يجب أن يحتفظ كل شعار بهويته الأصلية.

10. تطبيق الشعار في المواد المطبوعة والرقمية

يجب أن يتم تطبيق الشعار بانتظام ووضوح في جميع المواد المطبوعة والرقمية لضمان بناء هوية بصرية قوية ومتناسكة. يشمل ذلك:

- مثل الكتيبات، اللافتات، بطاقات العمل، المراسلات الرسمية، والملصقات: **المواد المطبوعة**. يجب التأكد من استخدام نسخ الشعار عالية الجودة والألوان الصحيحة لضمان دقة الطباعة.
- مثل المواقع الإلكترونية، وسائل التواصل الاجتماعي، العروض التقديمية: **المواد الرقمية**. بخلفية PNG وتوقعات البريد الإلكتروني. يجب استخدام نسخ الشعار المناسبة للويب (مثل شفافة) لضمان أفضل عرض على الشاشات المختلفة.

لمزيد من الأمثلة على تطبيق الشعار، يمكنك زيارة https://www.pacdora.com/share?filter_url=psm4ac0jic

11. التحليل الهندسي للشعار (Logo Construction Grid)

يُظهر التحليل الهندسي للشعار الشبكة الأساسية التي بُني عليها التصميم، مما يضمن الدقة والتناسق في إعادة إنتاج الشعار. تُستخدم هذه الشبكة لتوضيح النسب والأبعاد الدقيقة لكل عنصر من عناصر الشعار، مما يضمن الحفاظ على سلامة التصميم البصري في جميع التطبيقات.

