

راهنمای طراحی آیکون

هرآنچه لازم است پیش از شروع طراحی آیکون بدانید!

ترجمه و ارائه با ❤️ و ☕ توسط UiPin برای طراحان ;

فهرست مطالب :

تاریخچه طراحی آیکون و هدف آن

آیکون‌ها چه هستند؟

تاریخچه طراحی آیکون

چرا آیکون‌ها اهمیت دارند؟

اطلاعات اولیه درباره طراحی آیکون

انواع آیکون

استایل‌های آیکون

اندازه و تناسب آیکون

کاربرد استفاده از گریدبندی (شبکه شطرنجی)

وحدت و انسجام آیکون‌ها

تمام چیزهایی که نیاز دارید تا اولین مجموعه آیکون‌های خود را طراحی کنید

چطور تم (theme) مناسبی انتخاب کنید؟

چه آیکونی را باید برای طراحی انتخاب کنیم؟

چطور بهترین مفهوم یا استعاره یک آیکون (Metaphor) را پیدا کنیم؟

اهمیت طراحی اولیه (sketching)

چطور بفهمیم از چه استایلی استفاده کنیم؟

اندازه ایده‌آل گریدبندی (شبکه شطرنجی)

از چه نرم افزاری استفاده کنیم؟

چطور به ساده ترین فرم ممکن برسیم؟

بهترین تراز بندی (align) برای همه عناصر موجود در مجموعه آیکون

انتخاب بهترین رنگ و تکنیک های انتخاب رنگ

آخرین بررسی برای نهایی کردن مجموعه آیکون هایمان

جمع بندی

شما هم شاید می‌خواهید اولین مجموعه آیکون هایتان را طراحی کنید، اما نمی‌دانید از کجا شروع کنید؟

شاید قصد دارید از فروش آیکون‌هایتان کسب درآمد کنید؟ شاید هم برنامه دارید تا یک متخصص طراحی آیکون شوید و آیکون‌های اختصاصی خودتان را طراحی کنید! پاسخ شما هرچه باشد، تا زمانی که اصول ابتدایی را ندارید، امکان ندارد بتوانید هدف‌تان را محقق کنید.

در این مسیر پر پیچ و خم برای این که به شما کمکی کرده باشم، من این راهنمای طراحی آیکون را ساختم تا به هر سوالی که در این مسیر به آن برمی‌خورید، جواب بدهم.



این کتاب راهنما به سه بخش تقسیم شده و هرکدام از آن ها به موضوع مهمی اختصاص دارد که اگر آن را ندانید، نمی‌توانید طراحی را آغاز کنید.

۱. تاریخچه طراحی آیکون و هدف آن

۲. اطلاعات اولیه درباره طراحی آیکون

۳. تمام چیزهایی که نیاز دارید تا اولین مجموعه آیکون‌های خود را طراحی کنید.

هدف من این است که بلافاصله بعد از اتمام خواندن این کتاب، صرف‌نظر از این که چه قدر مهارت دارید یا با چه ابزاری کار می‌کنید، بتوانید اولین مجموعه آیکون حرفه ای خود را طراحی کنید.

توجه کنید که این کتابچه، یک راهنمای گام به گام استفاده از نرم افزار ادوبی ایلاستریتور (Adobe illustrator) یا اسکچ (sketch) نیست. این کتاب راهنمایی است برای هرکسی که با هر ابزاری قصد طراحی آیکون را دارد. ایده این کتاب این است که پیش از آنکه در دنیای طراحی آیکون شیرجه بزنید، با مهارت‌ها و اطلاعات ضروری آشنا شوید تا در این راه تک و تنها نمانید.

پس از همین حالا شروع کنید!!

تاریخچه طراحی آیکون و هدف از آن

قبل از هر چیز، باید بدانید آیکون‌ها دقیقا چه چیزهایی هستند و آیکون‌گرافی - Iconography (شمایل نگاری) چیست و از کجا می‌آید؟ در ادامه با تاریخچه کوتاهی از طراحی آیکون آشنا خواهید شد و درباره اهمیت آن در جهان مدرن امروز و حتی اهمیت بیشتر آن در آینده خواهید خواند.

۱-۱: آیکون‌ها چه هستند؟

اگر نگاهی به معنای واژه «آیکون» در فرهنگ لغت بیندازیم، به دنیایی از معنا برمی‌خوریم. از «بازنمایی برخی از شخصیت‌های مقدس» گرفته تا «یک شخص ایده‌آل (آیکونیک)» و یا «یک نماد کامپیوتری که معمولا برای نمایش یک دستور استفاده می‌شود».

اما اگر از من بپرسید، به نظرم دقیق‌ترین معنا و ساده‌ترین مفهوم برای درک کلمه «آیکون» این است که بگوییم: آیکون، نشانه یا نمایشی است که بر یک شی با هرآنچه آن را یادآوری یا قیاس می‌کند، دلالت دارد.

این کلمه از واژه لاتین 'eik·n' به معنای شبیه و تصویر گرفته‌شده که زمان پیدایش آن به سال ۱۵۶۵ میلادی برمی‌گردد.

این کلمه از واژه لاتین 'eik·n' به معنای شبیه و تصویر گرفته‌شده که زمان پیدایش آن به سال ۱۵۶۵ میلادی برمی‌گردد. آیکون‌ها عمومی‌ترین و قابل‌فهم‌ترین زبان در جهان هستند. زبانی که هر فردی، صرف‌نظر از ملیت، نژاد، سن یا جنسیت می‌تواند آن را درک کند. شگفت‌انگیز است که یک آیکون لب‌خند، چه میزان اطلاعات را می‌تواند در خود جا بدهد! و در یک لحظه آن را منتقل کند. پس می‌توان گفت، آیکون‌ها قدرت اعجاب‌انگیزی دارند! انسانها از ابتدای خلقت، از نمادها (آیکون‌ها) استفاده می‌کردند تا منظور خود را بیان کنند و با دیگران ارتباط برقرار کنند. نقاشی روی غارها یا هیریگلیف‌های مصری (hieroglyphs) چیزی جز آیکون‌ها نیستند. این موضوع بسیار جالب است که، برخی از این نقاشی‌ها را حتی امروز هم می‌توانیم به راحتی درک کنیم.



آیکون‌ها همان نقاشی دیواری‌های عصر جدید هستند.

توییت کنید

۱-۲: تاریخچه طراحی آیکون

با این تفاسیر، همانطور که قبلا هم اشاره کردم، می‌توانیم سرآغاز پیدایش آیکون‌ها را در زمان پیش از تاریخ دنبال کنیم. اما من می‌خواهم روی آیکون‌های حال‌حاضر تمرکز کنم. بیاید نگاهی به تاریخچه طراحی آیکون و آنچه که از زمان تولد GUI (رابط کاربری گرافیکی) بر آن تأثیر گذاشته است، ببندازیم.

در ابتدا، می‌خواستیم در این فصل (که فصلی طولانی بود) تمام تاریخچه طراحی آیکون را پوشش دهیم اما در حین تحقیقاتم به وبسایتی بر خوردم که تاریخچه طراحی آیکون را بهتر از من معرفی کرده است. پس اجازه دهید شما را به گذشته برگردانم تا ببینید در طی زمان نماد و نشانه‌ها چطور تغییر کرده‌اند.

بنابراین اجازه دهید از شما دعوت کنم که به گذشته برگردید تا ببینید آیکون‌ها چگونه تغییر کرده‌اند.

تاریخچه آیکن



۱-۳: چرا آیکون‌ها اهمیت دارند؟

هرچه جهان شلوغ و پیچیده تر شد، آیکون‌ها به بخش اساسی‌تری از زندگی ما تبدیل شدند، آن‌ها به ما کمک می‌کنند تا جهت‌گیری کنیم، سریع‌تر تصمیم بگیریم و آنچه را در جستجوی آن هستیم پیدا کنیم.

بیایید نگاهی دقیق‌تر به این موضوع داشته باشیم که چرا امروزه طراحی آیکون‌ها بسیار مهم شده‌اند و این مسئله چه تاثیری بر آینده خواهد داشت؟

آیکون‌ها کل جهان را متحد می‌کنند. مهم نیست به چه زبانی صحبت می‌کنید. زبان بصری آیکون‌ها، بلندتر از هر زبانی صحبت می‌کند.

آیکون‌ها در همه جا ضروری هستند، برای مثال وقتی در حال حرکت در یک هواپیما هستید، یا وقتی در یک مرکز خرید شلوغ، دنبال سرویس بهداشتی می‌گردید یا حتی ساده‌تر، وقتی در یک نرم افزار، سعی دارید تا یک عملکرد مشخص را انجام دهید . . .

آیکون ها همچنین اطلاعات را به سرعت منتقل می کنند.

حالا چرا همه این ها مهم هستند؟ زیرا به طور متوسط میزان تمرکز و توجه ما به اندازه یک ماهی گلی است! درست شنیدید. این جمله را من نمی گویم. بر اساس مطالعاتی که توسط مرکز ملی اطلاعات بیوتکنولوژی انجام شده، میانگین مدت زمان توجه هر انسان از ۱۲ ثانیه در سال ۲۰۰۰ به ۸ ثانیه در سال ۲۰۱۳ کاهش یافته است. که این میانگین حتی یک ثانیه از ماهی گلی هم کمتر است! میتوانید تصور کنید که ماهی گلی یک ثانیه بیشتر از آدم های امروزی توجه و تمرکز دارد؟ حتما فکر می کنید اینطور نیست. من هم همین فکر را می کردم، اما حقیقتی است که نمیتوان انکارش کرد!

در این دنیای پرهیاهو که روزانه درگیر اطلاعات بی ارزش بسیاری هستید، آیکون ها می توانند یک ناجی باشند! شما فقط به یک نگاه سریع به یک آیکون نیاز دارید تا پیام پیچیده ی آن را دریافت کنید. به این ترتیب می توانید از ۷ ثانیه باقی مانده برای بررسی اطلاعاتی که واقعا نیاز دارید استفاده کنید.

اگر نیاز به پیدا کردن اپلیکیشن مناسب داشته باشید، یا در جستجوی یک ویژگی خاص در صفحه محصولی هستید و یا در یک شهر به دنبال مترو می گردید، آیکون ها در زمان شما صرفه جویی زیادی می کنند و همه چیز را سرعت می بخشند .

و این مساله در آینده حتی از این هم مهم تر خواهد بود، چرا که زندگی شلوغ تر و پر صدا تر می شود.

اطلاعات اولیه

درباره طراحی آیکون

اگر دانش فنی لازم را بدست نیاورید، از جایی که ایستاده اید، حتی یک قدم هم پیشروی نخواهید کرد. پس در این فصل به تمامی اطلاعات فنی که پیش از ساخت آیکون هایتان نیاز دارید، می‌پردازیم.

آشنایی با دسته‌بندی آیکون‌ها، استایل‌های مختلف، تفاوت در اندازه، فایده استفاده از گریدبندی (شبکه شطرنجی) و انسجام در طراحی یک مجموعه آیکون.

۲-۱: انواع آیکون

پیکتوگرام (Pictograms)

محبوب ترین دسته آیکون‌ها پیکتوگرام است. پیکتوگرام، نمادی است که معنی را از طریق شباهت یا ارجاع به یک شیء فیزیکی منتقل می‌کند. مثلاً، پیکتوگرام هواپیما به معنای فرودگاه است.

ایدئوگرام‌ها (Ideograms)

این دسته آیکون‌ها کمی پیچیده‌تر هستند، ایدئوگرام‌ها به جای نشان دادن یک شیء، تمام ایده را تصویرسازی می‌کنند. اصولاً ایدئوگرام‌ها بر پایه یک شکل اصلی ساخته می‌شوند و درک و فهم آن‌ها نیازمند یادگیری است. مثلاً یک دایره که داخلش یک نوار مورب قرار گرفته به معنی «نه، ممنوع،...» است. مثال دیگر علامت به‌اضافه (+)، منها (-) یا مساوی (=) است.

نکته:

برای این که انتقال پیام به صورت صحیح و سریع اتفاق بیفتد، عموماً از پیکتوگرام و ایدئوگرام به طور همزمان و همراه هم استفاده می‌شود. مثلاً پیکتوگرام سند (document) به همراه ایدئوگرام به اضافه (+) به معنی «افزودن یک سند جدید» به کار برده می‌شود.

۲-۲: استایل‌های آیکون

آیکون‌ها می‌توانند به دسته‌بندی‌های مختلفی تقسیم شوند، برای نمونه یکی از پرکاربردترین تقسیم‌ها این چنین است: آیکون‌های توخالی و آیکون‌های توپر.

Filled Icons



در قدم بعدی به آیکون‌های توپر می‌رسیم. آن‌ها همان آیکون‌های توخالی هستند که ترکیب رنگ‌های ساده به آن‌ها اضافه شده است. این استایل جدید است اما این روزها مدام محبوب‌تر می‌شود.

Outline Icons



محبوب‌ترین دسته آیکون‌ها پیکتوگرام است. پیکتوگرام، نمادی است که معنی را از طریق شباهت یا ارجاع به یک شیء فیزیکی منتقل می‌کند. مثلاً، پیکتوگرام هواپیما به معنای فرودگاه است.

Flat Icons



فلت آیکون ها: همانند آیکون های توپر (filled icons) این دسته از آیکون ها هم از خانواده آیکون های توخالی (outline icons) هستند.

Glyph Icons



گلیف آیکون ها: دسته ای هستند که بسیار معمولی و پرکاربرد هستند. آن ها به سادگی و با یک رنگ پر شده اند.

Skeumorphic Icons



اسکو مورفیسم ها: دسته ای هستند که تمرکزشان طراحی آنالوگ به شکلی نزدیک به شکل حقیقی شیء است.

Hand- Drawn Icons



آیکون های دستی: همانطور که حتما حدس زدید این آیکون ها تقلیدی از طراحی با دست است.

این نماد اسکیمورفیک بسیار جذاب توسط [مایکل فلاووپ](#) از [applicationpixels.com](#) طراحی شده



من را در پینترست دنبال کنید تا تمام این سبک ها و تفاوت های بین آنها را ببینید. من جالب ترین، بهترین آیکون های رایگان و مقدار زیادی منابع الهام بخش را به اشتراک می گذارم!

آیکون ها را کشف کنید!

۲-۳: اندازه و تناسب آیکون

یکی از اصلی‌ترین قوائدی که در طراحی مجموعه آیکون باید رعایت شود این است که تمامی آیکون‌های شما باید در یک فریم مربعی مشابه (آرت برد - artboard) جا بگیرد. این که در دنیای واقعی آیتم‌هایی که قصد طراحی‌شان را دارید چه قدر تفاوت اندازه دارند مهم نیست، مثل یک گیره کاغذ و یک دوربین عکاسی. مهم نیست در ابعاد حقیقی چه قدر تفاوت سایز دارند، در آیکون طراحی شده باید هر دو در یک فریم مربعی، به نحوی قرار بگیرند که انگار هر دو هم‌اندازه هستند.

اگرچه این به این معنی نیست که هر آیکون باید به چهار گوشه آرت-برد بچسبد، بعضی از آیکون‌ها برای حفظ تناسبات مجموعه آیکون می‌توانند کمی کوچکتر باشند. که در این باره در ادامه صحبت خواهیم کرد.

پس سایز آیکون باید چقدر باشد؟

بستگی دارد سایز متناسب با پروژه شما چه قدر باشد. اگر برای ios یا android طراحی می‌کنید باید قبل از انتخاب اندازه‌تان راهنمای آن را چک کنید.

اگر برای وب طراحی می‌کنید یا حتی این طراحی یک تمرین برای خودتان است، می‌توانید از یکی از سایزهای پیش‌فرض استفاده کنید.

۱۶x۱۶, ۲۴x۲۴, ۳۲x۳۲, ۴۸x۴۸, ۶۴x۶۴, ۹۶x۹۶, ۱۲۸x۱۲۸,

۲۵۶x۲۵۶, ۵۱۲x۵۱۲

نکته: اگر در ابتدای راه طراحی آیکون هستید، پیشنهاد می‌کنم از سایزهای خیلی کوچک دوری کنید، چرا که کار با آن‌ها به مراتب سخت‌تر است. حدوداً ۶۴ تا ۹۶ پیکسل ابعاد مناسبی هستند.



همیشه آیکون های خود را به همان اندازه ای که قرار است
از آنها استفاده شود بسازید.

توییت کنید

۴-۲: کاربرد استفاده از گریدبندی (شبکه شطرنجی)

در اغلب مجموعه آیکون‌های پیشرفته از گریدبندی استفاده شده است. احتمالا تابحال گریدبندی IOS یا Material design را دیده اید.

با این وجود از نظر من به گریدبندی بیش از حد توجه شده است. بله واقعا چنین نظری دارم. با این وجود باور دارم گاهی یک گریدبندی مناسب یکی از ارکان اصلی یک مجموعه آیکون خارق العاده است.

من طراحان زیادی را می‌بینم که در تلاش برای شروع اولین کارشان پشت مرحله گریدبندی گیر می‌کنند.

بیخیال! بگذارید رازی به شما بگویم :

برای طراحی اولین آیکون‌تان به گریدبندی احتیاجی ندارید!

توییت کنید

این تمرین خیلی خوبی است، اما قبل از گریدبندی برای آیکون‌هایتان، باید هزاران آیکون طراحی کرده باشید تا بدانید حین گریدبندی چه فاکتور هایی را لحاظ کنید.

پس گریدبندی در طراحی آیکون به چه معناست؟

به طور کلی گریدبندی اولیه برای این است که راهنمایی برای صفحه آرت برد طراحی تان باشد. اما همه ی هدف از گریدبندی فقط راهنمایی برای آرت-برد نیست!

گریدبندی را به عنوان مجموعه ای از قوانین ساخته شده، برای حفظ ثبات و تناسبات در سراسر مجموعه آیکون ها در نظر بگیرید.

گریدبندی یک ساختار مناسب برای آیکون های شماست، تا آیکون هایتان در آن قرار بگیرند. گریدبندی به طراحی شما نظم می بخشد.

چه زمانی از گریدبندی استفاده کنیم؟

قبلا گفتم که فکر می‌کنم به گریدبندی در طراحی آیکون بیش از حد توجه شده است. اما مواقعی هم وجود دارد که گریدبندی از ارکان اصلی طراحی آیکون است.

اول از همه، به گمان من زمانی از گریدبندی در آیکون ها استفاده کنید که تعداد آیکون‌هایتان بیش از ۵۰ تا باشد. هرچه تعداد آیکون‌ها بیشتر باشد، لازم است بیشتر به این اصول و قوائد بچسبید تا مجموعه منسجمی داشته باشید.

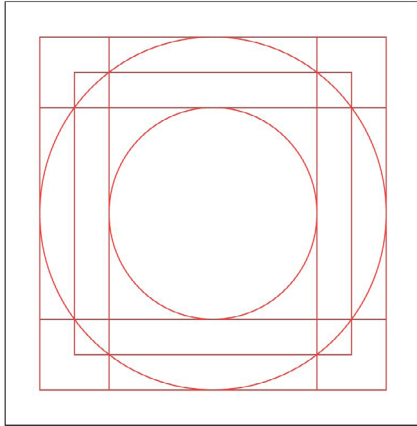
زمانی که یک مجموعه آیکون با تعداد خیلی زیاد طراحی می‌کنید باید به گریدبندی، فواصل، ترازبندی و سایر قوانین توجه بیشتری کنید. اگر از من بپرسید، این از جمله زمان‌هایی است که گریدبندی واقعا مهم و رعایت کردنش رکن موفقیت شماست.

سناریو دیگری که در آن گریدبندی اهمیت پیدا میکند، زمانی است که شما برای پلتفرمی طراحی می‌کنید که از قبل وجود دارد و در آن برای آیکون ها از گریدبندی استفاده شده است. مثلا اگر آیکون هایی برای IOS یا android طراحی می‌کنید، بهتر است از گریدبندی متناسب با آن‌ها استفاده کنید.

این ضمانتی است برای آنکه آیکون ها منسجم بمانند و با بقیه پلتفرم سازگاری داشته باشند.

گريدها زمانی مفيد خواهند بود که بدانيد در آينده طراح ديگری قرار است روی مجموعه آيکون کار کند. مثلاً زمانی که شما آيکون های کلی (general) یک مجموعه را طراحی می‌کنید و در آينده قرار است آيکون های اختصاصی برای موارد خاصی شوند.

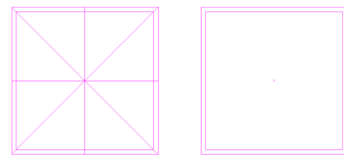
به طور کلی گريدبندی مانند وضع کردن قوانینی است که با پیروی از آن ها مجموعه آيکونی منسجم خواهید داشت. به طوری که طراحان ديگر از همان ابتدا می دانند که باید از چه عناصری در چه سايیزي استفاده کنند و آن ها را چگونه در آرت_برد قرار دهند.



چگونه از گریدبندی استفاده کنیم؟

چه اتفاقی خواهد افتاد اگر شما از گریدبندی استفاده کنید و آن گریدبندی با آیکون‌ها هماهنگ نباشد؟ کل گریدبندی بی‌معنای می‌شود، پیام به درستی منتقل نمی‌شود و یا ساده تر بگوییم : همه چیز بد به نظر میرسد؟! همیشه می‌گوییم «یک مجموعه آیکون بی‌نظیر حتما گریدبندی دارد اما یک مجموعه آیکون افتضاح حتما مثل چسب به گریدبندی چسبیده است». هیچوقت معنا و مفهوم آیکون‌تان را فدای وفاداری به گرید نکنید! گریدبندی تنها کمک میکند تا مجموعه آیکون های شما منسجم تر باشد و البته این بدان معنا نیست که استفاده از گریدبندی برای هر آیکون مشخصی کاملا متناسب باشد!

همانطور که پیشتر میلیون‌ها بار گفتم، گریدبندی آن‌قدرها که می‌گویند مهم نیست! من شخصا اغلب از گریدبندی‌ای استفاده می‌کنم که تا سرحد ممکن ساده باشد.



ایده پشت این گرید این است که شما آیکون‌تان را درون مربع داخلی جا می‌دهید. و فقط در صورتی از مربع بزرگتر استفاده می‌کنید که لازم باشد مقیاس آیکون‌تان را بزرگ‌تر کنید.

برای مثال: میدانید که یک مربع همیشه بزرگتر از یک دایره هم‌سایز خودش به نظر می‌رسد. پس من همیشه دایره‌ها را با مربع بیرونی مقیاس می‌کنم. تا هر دو هم‌اندازه به نظر برسند.

آیکون‌هایتان را روی گریدهای از پیش ساخته شده طراحی کنید!

حالا پیشنهاد می‌کنم که بروید و برای تمرین چند آیکون بر روی گریدهایی از پیش ساخته‌شده طراحی کنید. چند گریdbندی برایتان جمع‌آوری کردم که در ادامه می‌بینید.

می‌توانید آن‌ها را دانلود کنید و ببینید چطور از گریdbندی استفاده می‌شود. در آغاز استفاده از گریdbندی، حتما فشار و محدودیت های اضافی را در فرآیند طراحی آیکون‌تان وارد می‌کند، اما به تسلط بر مهارت شما کمک می‌کند.

• گریd بندی Material GOOGLE

• دو گریd بندی ساده که قبلا درباره آن ها گفته ام

• یک گریd بندی کمی پیشرفته تر

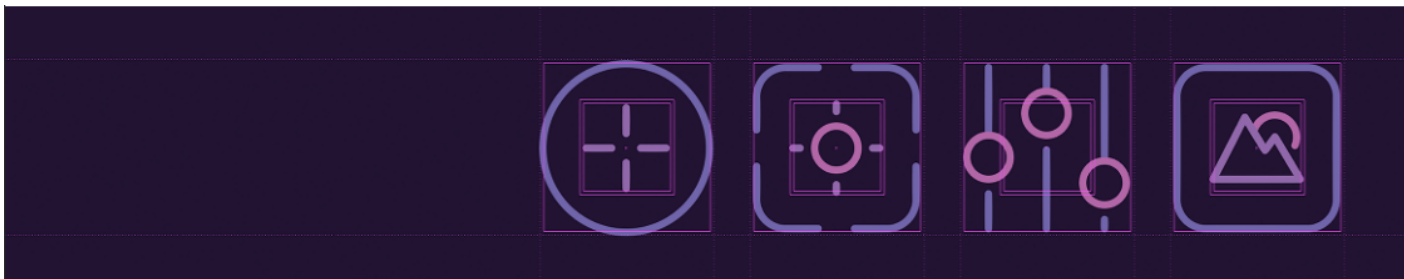
دانلودگریdbندی

نکته: همه گریdbندی ها برای ایلوستریتور (Adobe Illustrator) طراحی شده اند.

نکته ۲: حتما قبل از استفاده تنظیمات خود را تصحیح کنید تا گریدها را ببینید. دستورالعمل:

View > Guides > Show Guides

۵-۲: آیکون‌های منسجم



طراحی یک آیکون زیبا کار سختی نیست. حتی طراحی چندتا آیکون زیبا هم سادست. چیزی که طراح را از پا در می‌آورد، طراحی چند آیکون است که باهم هماهنگ باشند!

توییت کنید

۱ به یک استایل بچسبید

منظورم واضح است، مگر نه؟ اگر میخواهید مجموعه آیکون متناسب و زیبایی داشته باشید، تکلیفتان را با استایلتان مشخص کنید و تا تصمیم نگیرید، شروع به طراحی آیکون نکنید. همانطور که در صفحات قبل با چند استایل آشنا شدید، چندین و چند استایل برای طراحی آیکون ها وجود دارد.

به محض آنکه تصمیمتان را برای استایل آیکون هایتان گرفتید، برای طراحی یک به یک آیکون ها به آن وفادار بمانید. وجود حتی یک آیکون با استایلی متفاوت، شاید در مجموعه آیکون شما به چشم بیاید و جلوه‌گری کند، اما در حقیقت کل مجموعه را نابود می‌کند.

مجموعه آیکون‌های خود را منسجم کنید چون کار به

نفع شماست

توییت کنید

تکمیل به مجموعه آیکون هماهنگ یک جهنم حقیقی است! در حقیقت یکی از بزرگترین چالش‌های طراحان آیکون در سراسر جهان «منسجم» طراحی کردن به مجموعه آیکون است. ولی من اینجا هستم که به شما همین موضوع را آموزش دهم، که چطور از پس این چالش بزرگ بربیایید. چرا آیکون‌ها باید منسجم باشند؟ طراحی آیکون چیزی فراتر از «طراحی نمادهایی که معرف شیئی در دنیای واقعی باشند» است. این کار خلق زبان مشترکی در جهانی است که هر کلمه یک دنیا معنی دارد! اما این مسئله تا زمانی که آیکون ها با هم به خوبی چفت نشده باشند، محقق نمی‌شود. حقیقت این است که شما از آیکون‌ها استفاده می‌کنید تا درجهان دیجیتالی، درست مثل دنیای حقیقی، ارتباط برقرار کنید. ترکیب چند استایل مختلف از آیکون‌ها در یک مجموعه، مانند این است که در یک عبارت از کلمات چندین زبان مختلف استفاده کنید. ممکن است آن قدر خوش شانس باشید که مخاطبانتان متوجه منظورتان بشوند و در نتیجه هرگز شما را جدی نخواهند گرفت.

۲ سبک شناسی آیکون تان را حفظ کنید

این موضوع با این که تنها به یک استایل وفادار بمانید فرق دارد. هر استایلی شخصیت خاص خودش را دارد. برای مثال شما می‌توانید هزاران آیکون توخالی (outline) متفاوت داشته باشید. اما انتخاب سبک شناسی هم به اندازه انتخاب استایل مهم است!

بگذارید ملموس تر صحبت کنیم. مثلاً میخواهید آیکون‌های پر از جزئیات داشته باشید یا مینیمال‌گرایی را ترجیح می‌دهید؟ می‌خواهید خطوط باریک داشته باشید یا کلفت؟ شاید حتی بخواهید از خطوط با وزن‌های مختلف استفاده کنید! آیکون‌ها نرم و گرد باشند یا شارپ و تیز؟ گرد باشند یا خپل؟

نکته: سعی کنید بدانید که هر المان را به چه دلیلی انتخاب می‌کنید. به همه آیکون‌هایتان در آینده فکر کنید و سپس یک سبک را انتخاب کنید، شما بعدها می‌توانید آیکون‌هایی با استایل‌های مختلف را طراحی کنید، اما حالا به استایل و سبک‌شناسی‌تان بچسبید.

۳ ابعاد مهم هستند!

اندازه هر آیکون در مجموعه را یکسان نگه دارید. نه تنها در یک آرت‌برد مربعی، بلکه از نگاه چشم انسان هم باید هم‌اندازه به نظر برسند. (به نکاتی که در بخش ۲/۴/۳ گفته شد دقت کنید)

نکته: راه ساده برای این که بدانید آیکون‌ها مثل هم به نظر می‌رسند این است که آن‌ها را روی کاغذ چاپ کنید، روی همان کاغذ مشکل بزرگی و کوچکی را حل کنید و سپس در ایلوستریتور پیاده‌سازی کنید.

۴ از گرید استفاده کنید

اما در استفاده از آن اغراق نکنید. اگر دیدید وقتی از گرید تبعیت کنید، یک آیکون به مشکل می‌خورد، بیخیال گرید در آن یکی شوید.

یادتان باشد:

«یک مجموعه آیکون بی‌نظیر حتماً گریدبندی دارد اما یک مجموعه آیکون اقتضاح حتماً مثل چسب به گرید بندی چسبیده است»

توییت کنید

۵ در سراسر یک مجموعه آیکون، از عناصر یکسان

استفاده کنید

بسیار ساده است: اگر از یک دایره ۱۶ پیکسلی در یک آیکون استفاده کردید و به دایره مشابهی برای آیکون دیگر نیاز داشتید، فقط آن را کپی کنید. شکی نیست که داشتن آیکون های یکسان در سراسر مجموعه باعث می شود که طراحی شما منسجم تر به نظر برسد، و کپی کردن عناصر از آیکون های دیگر باعث صرفه جویی در وقت شما می شود! در این مورد به من اعتماد کنید.

۶ از پالت رنگی یکسان استفاده کنید

نیازی به گفتن نیست (اما به هر حال من این نکته را یادآوری میکنم) که ترکیب رنگ آیکون ها باید در تمام آیکون های مجموعه حفظ شود. رنگ ها را انتخاب کنید، آن ها را به آیکون ها اضافه کنید و سعی کنید فقط از همان رنگ ها استفاده کنید. البته گاهی اوقات باید استثنا قائل شوید

و رنگ های بیشتری اضافه کنید، شاید از اینکه واقعا برای رنگ آمیزی کل مجموعه به چند رنگ نیاز دارید، شگفت زده بشوید!

و هرگز فراموش نکنید که قابلیت تشخیص آیکون ها نسبت به انسجام در طراحی اولویت دارد! وضوح و قابل تشخیص بودن آیکون چیزی است که یک آیکون را برجسته می کند. هرگز شفافیت را به نفع انسجام کنار نگذارید!

در درجه اول، یک آیکون باید پیام صحیحی را ارائه دهد و تنها در این صورت آیکون خوبی به نظر می رسد.

توییت کنید

تمام چیزهایی که نیاز دارید تا اولین مجموعه آیکون‌های خود را طراحی کنید.

در این کتابچه قصد دارم همه چیز را پوشش دهم. از انتخاب تم رنگی مناسب برای آیکون‌هایتان تا زمانی که طراحی اولین مجموعه آیکون‌تان را تمام می‌کنید.

عنوان فصل گویاست اما بگذارید تکرار کنیم که در این فصل «انتخاب بهترین ایده‌های برای طراحی آیکون، پیدا کردن استعاره(متافور) های مناسب، تصمیم‌گیری در مورد سبک مورد استفاده، طراحی، انتخاب گریدبندی مناسب، کشف ساده‌ترین شکل آیکون، انتخاب رنگ‌ها و بسیاری موارد دیگر» را باهم یاد خواهیم گرفت.



۱-۳: چطور تم (theme) مناسبی انتخاب کنید؟

اگر این پروژه یکی از نخستین طراحی های شماست و برای خودتان طراحی می‌کنید، انجامش دهید و از کارتان لذت ببرید. اما اگر برای دوستتان، برند شخصی‌تان، برای فروش یا از همه بدتر برای یک مشتری طراحی می‌کنید، چنین کاری نکنید. پیروی از یک استایل مشخص، رسیدن به ضرب العجل ها و یا فکر به فروش طرحتان، محدودیت‌های بیشتری به کار و فرآیند طراحی شما اضافه می‌کند. زمانی که وارد حوزه طراحی آیکون شدید، به سرعت متوجه می‌شوید که همه چیز بسته به محدودیت های کار و فرایند طراحی است اما در ابتدا هرچه می‌توانید از آن ها دوری کنید تا جلوی شمارا در کاوش و کشف زیبایی‌های طراحی آیکون نگیرند.

نخستین مجموعه آیکون شما باید منعکس کننده چیزی باشد که نسبت به آن احساساتی دارید. از طرف دیگر، چطور می‌خواهید از پروسه خلق آن لذت ببرید؟ موضوعات کلیشه ای مثل «وسایل خانه» را فراموش کنید (مگر این که احساساتی به این موضوعات دارید) خلاق باشید و دنبال چیزی بروید که برایتان در دنیای حقیقی لذت بخش باشد. اسکیت سواری دوست دارید یا نقاشی ضربان قلبتان را بالا می‌برد؟ مطالعه؟ دوچرخه سواری؟ آواز خواندن؟ در شغل طراحی آیکون، انتخاب موضوعی که شما را هیجان زده می کند اولین قدم به سوی موفقیت است. اول، از خلق آن لذت خواهید برد. دوم، با کمبود ایده مواجه نخواهید شد.

۲-۳: چه آیکونی را باید برای طراحی انتخاب کنیم؟

وقتی مجموعه آیکونی طراحی می‌کنید که درباره یکی از موضوعاتی است که درباره آن احساساتی دارید، کار راحتی خواهد بود که بفهمید چه چیزی به خوبی احساسات شما را نشان می‌دهد. به سادگی بنشینید و کاغذ و قلمی دست بگیرید و هرچه به ذهنتان می‌رسد (وقتی به موضوع فکر میکنید) را یادداشت کنید. زیاد از حد فکر نکنید. تنها هرچه به ذهنتان می‌رسد یادداشت کنید. در این مرحله هدف این است که هرچه قدر ایده آیکون که لازم دارید دریافت کنید. (پس خودتان را محدود نکنید) وقتی به جایی رسیدید که دیگر هیچ ایده تازه ای نداشتید زمان گوگل کردن موضوع رسیده است. با یکی از کلمات کلیدی خودتان، در بخش تصاویر گوگل جستجوی ی کنید. من تضمین میکنم که با این جستجو به نتایجی می‌رسید که قبلا هرگز به ذهنتان نرسیده بود. علاوه بر آن همیشه می‌توانید برای ایده های بیشتر به مارکت آیکون های معروف سربریزید، مثلا: Iconfinder و CreativeMarket و NounProject. حتی اگر

همین حالا بینش کافی نسبت به آنچه قرار است طراحی کنید، دارید، پیشنهاد من این است که همچنان کمی با موضوع بازی کنید. دفعه بعدی که با دوستانتان وقت می‌گذرانید موضوع یکی از مجموعه آیکون‌هایتان را مطرح کنید و باهم همفکری کنید. هر کلمه ای که آنها بگویند می‌تواند ایده‌ای برای طراحی شما باشد. از این که ذهن انسان چه قدر پیش خواهد رفت و به کجا خواهد رسید، شگفت‌زده می‌شوید. وقتی همه شروع به فریاد زدن ایده‌هایشان می‌کنند و حرف یکدیگر را قطع می‌کنند، بازی جالبی را تجربه خواهید کرد. بزرگترین نکته این است که شما ایده‌های زیادی را برای مجموعه آیکون‌تان، که هنوز فکری درباره آن نکرده‌اید، دریافت خواهید کرد. حواستان باشد که فقط آن ها را زیر هم ننویسید، بلکه یکی دو ثانیه وقت بگذارید و اولین چیزی که برای هرکلمه به ذهنتان می‌رسد یادداشت کنید. قول می‌دهم که مفاهیم شگفت انگیزی از این بازی دریافت خواهید کرد!

۳-۳: چطور بهترین مفهوم یا استعاره یک آیکن (Metaphor) را پیدا کنیم؟

حالا به اینجای کار رسیدید:

می‌دانید می‌خواهید چه کاری انجام دهید، اما در میان پیدا کردن یک ایمان گم می‌شوید. بله، بعضی وقت‌ها یافتن یک نماد کار سختی است. یک ذره‌بین ساده می‌تواند معانی متعددی بدهد: جستجو، پیدا کردن، مکان‌یابی، کشف، بزرگنمایی، بررسی، مشاهده و غیره. در صورت ایجاد پیکتوگرام‌های ساده‌ای که خودشان بتوانند معرف خود باشند، با این مشکل مواجه نخواهید شد.

فکر کنید مثلا شما در حال ساخت آیکونی از موشک هستید، تا مثلا یک موشک را نشان دهد. اما همین آیکون می‌تواند نماد چیز دیگری هم باشد. مثلا «راه اندازی»

آیکون‌ها می‌توانند اسم، فعل یا حتی صفت باشند. درحالی که طراحی یک اسم، در اغلب مواقع کاری نسبتا ساده است، طراحی فعل یا صفت گاهی بسیار پیچیده می‌شود.

مثلا زمان‌هایی که برای فکر کردن درباره استعاره‌ای که می‌خواهید با آن به درستی پیامتان را انتقال دهید، به مشکل برمی‌خورید.

یک بار دیگر پیشنهاد می‌کنم در چنین زمانی گوگل کنید. با جستجو در گوگل به تصاویر مرتبطی برمی‌خورید که باعث الهام گرفتن می‌شوند. حتی خوب است چک کنید تا ببینید همین حالا آیکونی با همان معنی که شما دنبال آن هستید وجود دارد یا خیر.

گوگل کنید یا سایت‌هایی مثل Iconfinder و NounProject را بررسی کنید تا آیکون‌های مشابه را پیدا کنید. اگر واقعا گیر کرده اید، Thesaurus را برای پیدا کردن کلمات مترادف جستجو کنید. حالا با این کلمات جدید را از نو جستجو کنید.

۳-۴: اهمیت طراحی اولیه (sketching)

بگذارید بی پرده بگویم، اسکیچ زدن یکی از حیاتی‌ترین بخش‌های طراحی آیکون است.

اگر ایده‌هایی دارید، وقت آن رسیده است آیکون‌هایی را انتخاب کنید که به بهترین وجه با مجموعه شما مطابقت دارند و شروع به کار روی آنها کنید. یادتان باشد: مستقیماً سراغ نرم افزار نروید! کاغذ و قلم بهترین دوستان شما هستند! برای هر آیکون حداقل چند طرح اولیه بزنید. بیش از حد مکث و فکر نکنید. هرچه به ذهنتان می‌رسد، سریع بکشید. در این مرحله آنچه می‌خواهید، پیدا کردن طرحی است که بهترین نماینده از شیء شما در یک آیکون کوچک باشد.

من فکر می‌کنم طراحی دستی (اسکیچ زدن) را حتی بیشتر از زمانی که آیکونم را در نرم افزار طراحی نهایی می‌کنم (وکتور می‌زنم) دوست دارم. البته همیشه چنین نظری نداشته‌ام. مردم تمایل دارند که چیزهایی که نمی‌دانند یا به آن‌ها عادت ندارند را دوست نداشته باشند.

زمانی که شما تازه شروع به طراحی اسکیچ می‌کنید، ممکن است با این کار زیادی راحت نباشید، اما قول می‌دهم، یک بار که تجربه‌اش کنید، عاشقش می‌شوید. به من اعتماد کنید. همین که مزایای اسکیچ زدن را ببینید، به بخش جداناپذیری از فرآیند طراحی‌تان بدل می‌شود. می‌دانید که همیشه شروع سخت‌ترین بخش ماجراست، مگر نه؟

اسکیچ زدن بهترین ایده را نمایان می‌کند!

اگر با اولین ایده‌تان به سراغ ایلوستریتور بروید، ریسک بزرگی کرده‌اید و ممکن است خودتان را در این طرح اول گیر انداخته باشید. همیشه اولین ایده، بهترین ایده نیست. برای آیکون‌تان بارش فکری کنید، این معمولاً راه جالبی برای یافتن ایده‌های جدید است. جستجو و تلاش برای یافتن بهترین نسخه از آیکون‌های متفاوت، در پایان بهترین نتیجه را می‌سازند.

دفترچه اسکچ (sketchbook) شما، بهترین منبع الهام شماست!

قانون شماره ۱: همیشه دفترچه‌تان را همراه خود داشته باشید. شما هرگز نمی‌دانید الهام‌های جدید چه زمانی به سراغتان خواهند آمد. بعد از یک مدت دفترچه شما بزرگترین منبع الهامتان خواهد شد.

مرور گاه‌به‌گاه صفحات دفترچه، برایتان مرور خاطراتی از پروژه‌هایی که روی آن‌ها کارکردید خواهد بود. حتی می‌فهمید در گذشته چه اشتباهاتی داشتید و به راه‌حل‌هایی می‌رسید تا آیکون‌های بهتری طراحی کنید.

به علاوه سند خوبی است که نشان دهد کجا بودید و به کجا رسیدید تا برایتان انگیزه‌بخش باشد. پس دفترچه شما بهترین منبع برای انگیزه و الهام گرفتن شماست.

اسکچ زدن باعث صرفه جویی در زمان می‌شود!

این که فکر کنید اسکچ زدن زمان صرف‌شده برای کارتان را دو برابر می‌کند خطای رایجی است، اما باور کنید که اینطور

نیست. همین حالا به تمام زمان‌هایی که برای طراحی و طراحی مجدد در ایلوستریتور صرف کردید فکر کنید. این همه زمان صرف نمی‌شد اگر اول اسکچ می‌زدید! به علاوه در همین زمان می‌توانستید اسکچ‌های متفاوتی را امتحان کنید. پس اگر مستقیماً سراغ ایلوستریتور می‌روید، باید بگوییم که زمان صرف‌شده‌تان را دو برابر می‌کنید!

اسکچ زدن برای همه است

صادقانه بگوییم، برای اسکچ زدن، نیازی نیست طراح و نقاش خوبی باشید. بسیاری از شما را می‌شناسم که مدام بهانه می‌آورید که طراحیتان خوب نیست، سورپرایز! طراحی من هم خوب نیست! برای این که یک طرح ساده را اسکچ بزنید نیازی به دست‌هایی قوی و هنرمند ندارید. اسکچ زدن یعنی یافتن بهترین ایده، نه پیاده‌سازی بهترین طراحی. هرچند اگر شروع به اسکچ زدن کنید و این کار را ادامه دهید؛ در طراحی کردن هم بهتر خواهید شد. قانون ساده ایست، هرچه بیشتر اسکچ بزنید، در آن بهتر می‌شوید!

آرام باشید، بنشینید و ریلکس کنید، موسیقی مورد علاقه تان را پخش کنید، دفترچه اسکچ تان را بیاورید و شروع به طراحی کنید. نیازی نیست در استودیو یا اداره باشید. در کافی‌شاپ مورد علاقه تان یا حتی زیر یک درخت، بنشینید، اسکچ بزنید و از کار خود لذت ببرید.

فرایند اسکچ زدن من

فرایند اسکچ زدن من به دو بخش تقسیم می‌شود. بخش اول بیشتر بارش فکری است. همه ایده‌ها و لیست آیکون‌هایی را که جمع‌آوری کرده‌ام را (بخش ۲: چه آیکونی طراحی کنید) می‌آورم و سعی می‌کنم ساده و سریع اسکچ بزنم. نکته مهم این است که موقعیت‌های متفاوت را برای یک آیکون امتحان می‌کنم تا بهترین را انتخاب کنم. من معمولاً این کار را در دفترچه‌ام انجام می‌دهم اما شما می‌توانید آن را روی یک کاغذ معمولی‌ای حتی دستمال سفره تان انجام دهید! در مرحله دوم بعد از انتخاب بهترین اسکچ، به سراغ اسکچی با جزئیات بیشتر می‌روم. برای این کار از [دفترچه](#)

[نقطه ای و شطرنجی](#) شده استفاده می‌کنم. گرید بندی در اینجا مهم است چرا که به شما اجازه می‌دهد در یک کادر مربعی، نسبت عناصر مختلف طراحی کنید و ببینید چطور در بنظر می‌رسند. من معمولاً از دفتر شطرنجی نقطه‌ای استفاده می‌کنم تا (مثل دفترهای شطرنجی معمولی) خطوط دفتر شطرنجی تمرکز را به هم نریزد. اول مربعی بسیار کم‌رنگ می‌کشم. آن‌قدر کم‌رنگ که به سختی قابل دیدن باشد اما محدوده من را نشان دهد. بعد طرحی که در مرحله قبل انتخاب کردم را در آن می‌کشم و مطابق با محدوده طرح آن را اصلاح می‌کنم. در این مرحله از اشکال ساده برای طراحی آیکونم استفاده می‌کنم. این ساده‌ترین راه برای پیدا کردن بهترین ساختار است، چون باعث می‌شود سریع طراحی و اصلاح کنید. در بخش هشتم از همین فصل (چطور به ساده‌ترین فرم ممکن برسید؟) بیشتر درباره شیوه طراحی آیکون خواهید خواند. پس اتمام اسکچ، معمولاً از آن عکس می‌گیرم یا اسکن می‌کنم تا به عنوان رفرنس در طراحی با نرم افزار و حین وکتور کردن، از آن استفاده کنم.

۳-۶: چطور بفهمیم از چه استایلی استفاده کنیم؟

معمولا بهترین راه این است که استایل مجموعه آیکون‌تان را مطابق با لوگو تایپ یا سایر موارد موجود در برندبوک طراحی کنید. معمولا درباره برندی که طراحی لوگوی آن را انجام می‌دهم تحقیق می‌کنم و تلاش می‌کنم عناصری پیدا کنم که بتوانند به بهترین شکل نشان‌گر آن باشند. باید توجه خاصی به شکل‌ها، رنگ‌ها و تایپوگرافی‌ها و سایر عناصرشان داشته باشید. مثل این که این برند چه لحنی دارد؟ جدی و رسمی است یا رنگارنگ و هیجان‌انگیز؟ لوگوشان گرد و نرم است یا تیز؟

همه این موارد تعیین می‌کند که باید چه استایلی انتخاب کنید و البته محدودیت‌های زیادی هم اضافه خواهد کرد. اگر برای موضوعی که آن را دوست دارید، آیکون طراحی کنید (همانطور که در ابتدای این کتابچه برای تازه‌کارها گفتم)، شما هیچ کدام از این محدودیت‌ها را نخواهید داشت. استایلی را انتخاب کنید که بیشتر از همه می‌پسندید.

اگر بر روی آیکون موضوعاتی که دوست دارید و با استایلی که خودتان دوست دارید کار کنید، انگیزه بیشتری برای ادامه دادن خواهید داشت. اگر هنوز استایل منتخبی ندارید، توصیه می‌کنم از استایل توخالی (outline) استفاده کنید. تجربه به من ثابت کرده این دسته آیکون‌ها ساده‌ترین آیکون‌ها برای طراحی هستند. پس پیشنهاد می‌کنم تازه کارها از این دسته آیکون‌ها شروع کنند. به علاوه در صورت نیاز این دسته آیکون به سادگی تبدیل به استایل گلیف (glyphs) می‌شوند. درحالی که در بقیه سبک‌ها این‌طور نیست. بگذریم. من مقاله ای دارم که اگر دوست داشته باشید بیشتر درباره طراحی توخالی (outline) بدانید راهنمای شما خواهد بود:

بهترین راه طراحی آیکون‌های توخالی (outline)

دانلود گریدبندی

۳-۶: اندازه ایده‌آل گریدبندی (شبکه شطرنجی)

نکته: به یاد داشته باشید که برای طراحی آیکون‌های توخالی (outline) نیازمند گریدبندی بزرگتری از طراحی آیکون‌های استایل گلیفz (glyphs) هستید. چون در ابعاد کوچک آیکون‌های توخالی میتوانند فشرده و شلخته به نظر برسند.

ابعاد و اندازه‌ی گریدبندی کاملاً بستگی به این دارد که این آیکون‌ها برای کجا استفاده خواهند شد و چه میزان جزئیات دارند. نمیتوانید آیکون پر از جزئیاتی را روی یک گرید کوچک ترسیم کنید و همانطور که قبلتر اشاره کردم، همیشه باید آیکون‌تان را در ابعادی طراحی کنید که در آینده قرار است استفاده شوند.

معمولاً زمانی‌که برای تفریح و سرگرمی خودم آیکون طراحی میکنم از ابعاد ۹۶*۹۶ px استفاده میکنم. اما به خاطر داشته باشید که آیکون‌های من پر از جزئیات هستند. اگر قصد دارید آیکون‌های ساده‌تری طراحی کنید ابعاد ۳۲px یا ۴۸px میتواند ابعاد مناسبی برایتان باشد. اگر تازه طراحی آیکون را شروع کرده‌اید توصیه میکنم از ابعاد کوچکتر از ۳۲px استفاده نکنید، چونکه هرچه ابعاد کوچکتر باشد، انتقال پیام در طراحی سخت‌تر خواهد بود.

۷-۳: از چه نرم افزاری استفاده کنیم؟

فتوشاپ، ایلاستریاتور، اسکچ؟ کدام را انتخاب می‌کنید؟ کدام یک برای طراحی آیکون بهتر است؟ حقیقت این است که چندان فرقی نمی‌کند. مهم این است که خود شما با کدام راحت باشید و بتوانید بهتر، سریع‌تر و کارآمدتر از آن استفاده کنید.

انتخاب شخصی من Adobe Illustrator است و اغلب طراحان آیکون هم از آن استفاده می‌کنند. چون ابزار بسیار قدرتمندی برای طراحی آیکون است. در ایلوستریاتور می‌توانید در فضای بُرداری کار کنید و در صفحه کامپیوتر پیش نمایش آن را ببینید. همچنین می‌تواند به شیوه پیکسلی هم از آن پیش‌نمایش بگیرید. ایلوستریاتور، ویژگی آرت‌برد (Art Board) را دارد که به شما امکان می‌دهد در یک فایل چندین آیکون را طراحی کنید و سپس از همگی خروجی بگیرید. اما اگر به ایلوستریاتور تسلط ندارید، نمی‌توانید برای شروع سراغ

آن بروید. درست است؟ نگذارید این موضوع شما را متوقف کند. می‌توانید از فوتوشاپ (Adobe Photoshop) یا اسکچ (sketch) استفاده کنید. به هیچ برنامه‌ای تسلط ندارید؟ اشکالی ندارد. دفترچه‌تان را بردارید. مدادتان را تیز کنید و اولین مجموعه آیکون‌تان را روی کاغذ طراحی کنید! می‌توانید از همین طریق تجربه بسیاری به دست آورید. باور کنید افرادی را دیده‌ام که برای طراحی آیکون از google sliders استفاده می‌کنند. اگر بخواهید کاری را انجام دهید، راهش را پیدا می‌کنید!

۸-۳: چطور به ساده ترین فرم ممکن برسیم؟

چندی پیش یکی از افسانه‌های محلی را شنیدم که می‌گفت: روزی ارنست همیگوی ده دلار شرط بست که می‌تواند شعری ۶ کلمه‌ای بگوید که مردم را به گریه بیندازد. همیگوی چنین نوشت: «برای فروش: کفش کودک، هرگز پوشیده نشده است.» گفتن ندارد که او شرط‌بندی را برد. فردریک براون در سال ۱۹۴۸ نوشت: «آخرین مرد جهان، به تنهایی در اتاق نشسته بود، ناگهان صدای در زدن آمد.» به این ژانر داستانی فلش فیکشن (Flash Fiction) می‌گویند. این که چطور حجم زیادی از معنا را می‌توان در تنها چند کلمه منتقل کرد مرا عمیقاً متاثر می‌کند. این که کل داستان با تمام فراز و فرودهایش در یکی دو جمله بگنجد نفس را در سینه حبس می‌کند. در این ژانر هر چیزی جز اصل مطلب حذف می‌شود. اینجا هیچ جایی برای گزافه‌گویی وجود ندارد. و این دقیقاً شبیه به طراحی آیکون است. پیکتوگرام‌های کوچکی که پیام بسیاری را منتقل می‌کنند.

این یکی از مهم ترین تفاوت های تصویر سازی و طراحی آیکون است. ایلوستریشن‌ها مثل یک شعر ۵۰۰ کلمه ای هستند در حالی که آیکون‌ها، فلش فیکشن های ۶ کلمه ای هستند. برآنچه مهم است تاکید می‌کنند و هر اضافاتی را که تاثیری در انتقال پیام ندارد حذف می‌کنند. کار سختی است، نه؟ بعضی آیکون‌ها باید فوق‌العاده ساده به نظر برسند اما ساده به معنی آسان بودن طراحی آن نیست. پس چطور بفهمید در یک آیکون چه میزان جزئیات بیفزایید؟



کمال در طراحی، زمانی اتفاق نمی‌افتد که دیگر نتوانیم چیزی را
به طرح بیفزاییم. بلکه زمانی حاصل می‌شود که دیگر نتوانیم
چیزی را از طرح حذف کنیم.

توییت کنید

هرچه قدر آیکون کوچک‌تر باشد، به جزئیات کمتری نیاز خواهد داشت. آیکون‌هایی که گرید آن‌ها ۶۴px یا کوچکتر از آن است باید به شکل قابل توجهی جزئیات کمتری در مقایسه با آیکون‌های بزرگتر داشته باشند.

حواستان باشد از طرف دیگر بوم نیفتید و درکم کردن جزئیات زیاده روی نکنید!

یک نمونه مناسب از طراحی آیکون مینیمال استاندارد و اصولی Google material design است. هرآیکون تا رسیدن به فرم مینیمال خود کاهش جزئیات داشته تا تنها اصل و اساس باقی بماند. طراحی نهایی خوانایی و وضوح خود را حتی در کوچکترین ابعاد حفظ می‌کند. نکته کلیدی یافتن مرز بین «طراحی آیکونی ساده اما شیک و واضح» و «نابودی کامل طرح با حذف بیش از حد نکات مهم» است.

همیشه باید بدانید آیکون شما برای چه محتوایی مورد استفاده قرار می‌گیرد، اگر همه چیز را از آیکون‌تان حذف کنید، خشک و کسل‌کننده می‌شود.

به یاد داشته باشید، آیکون‌ها باید به نوعی چشم‌گیر باشند و به گونه ای جذاب به نظر بیایند.

اگر یک آیکون پر جزئیات داستان را بهتر از ورژن ساده‌ترش (بدون فدا کردن قابلیت تشخیص درابعاد کوچکتر) منتقل می‌کند، پس از اضافه کردن جزئیات به آن نترسید.

اگر طراحی جزئیات کوچک به وضوح آیکون ضرری وارد نمی‌کنند یا برعکس آن را جذاب تر می‌کنند، پس تعلل نکنید!

از اشکال ساده استفاده کنید

آیکون‌های پیچیده می‌توانند با اشکال ساده ساخته شوند. تنها باید به آن‌ها از زاویه دیگری بنگرید. آنچه باید به آن توجه کنید بلوک‌های سازنده‌ی هر آیکون است.

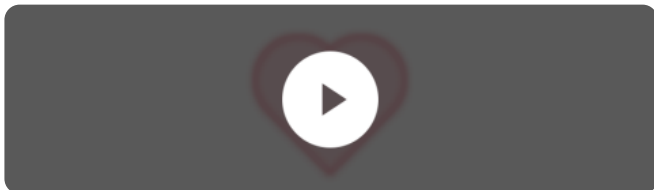
آیکون‌ها بازسازی تصاویر نیستند، آن‌ها پیام خاصی را با خود حمل می‌کنند. کار شما انتقال این پیام است و باید کاری کنید که معنای آن روشن و واضح باشد. نمیتوانید یک عکس را کوچک کنید و آن را آیکون بنامید. همانطور که آیکون‌ها با یک پیکتوگرام یک پیام پیچیده را منتقل می‌کنند، باید عاری از گرافه پردازی باشند. این دلیلی است که باید از اشکال ساده استفاده کرد تا اجازه ندهید بیش از آنچه باید پیچیده به نظر برسند. به عنوان یک طراح آیکون تازه‌کار، گاهی ممکن است در تبدیل یک تصویر پیچیده به یک پیکتوگرام ساده گیر کنید، در این هنگام از اشکال ساده استفاده کنید. حالا چگونه می‌توانید بفهمید کدام بخش می‌تواند تبدیل به شکلی ساده شود؟ تنها با تمرین کردن! قبل از هر چیز، روی عناصر اصلی تمرکز کنید. برجسته کردن

عناصر کلیدی در طراحی‌تان ضروری است. به یاد داشته باشید کمتر، به معنی بیشتر است! (less is more) آیکون‌ها هیچ وقت نباید بیش از حد دیزاین شده باشند. باید تا جایی که می‌شود ساده باشند تا پیام را به درستی منتقل کنند. اگر چیزی وجود دارد که می‌توانید با حذف آن آیکون را ساده تر کنید اما همچنان پیام اصلی به درستی حفظ شود و زیبا به نظر برسد، پس حذفش کنید! نکته دیگری که به شما کمک می‌کند، اسکچ زدن است. دفترتان را باز کنید و با اشکال ساده اسکچ بزنید. فرایند کارتان سریع تر می‌شود، می‌توانید به سرعت تغییر دهید و فهم فرایند طراحی را با اشکال ساده، آسان تر کنید. به جای خط‌خطی کردن با دست، از اشکال هندسی استفاده کنید. ببینید چگونه با هم تعامل برقرار می‌کنند و چه قدر می‌توانند بر شناسایی آیکون بیفزایند؟ پس هر بار که آیکون تازه‌ای طراحی می‌کنید، تصور کنید اگر فقط از اشکال ساده هندسی استفاده کنید، آیکون‌ها چگونه به نظر می‌رسند؟ این کار را تمرین کنید. آثار دیگران را بررسی کنید، تا درک کنید چگونه این کار را به درستی انجام دهید.

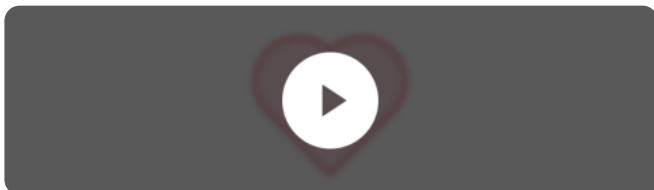
مثال ها

به این انیمیشن های بینظیری که [Kairevii ius Paulius](#) طراحی کرده، نگاه کنید. این ها یکی از بهترین نمونه های طراحی آیکون با اشکال هندسی هستند. خودم شخصا از ارائه بی نظیری که برای آیکون هایش استفاده است، متحیر شدم.

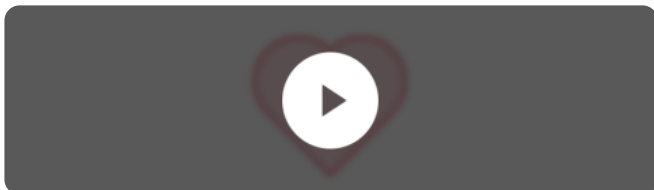
انیمیشن ها کوتاه و ساده هستند و از نگاه کردن به هریک میتوانید نکته تازه ای بیاموزید. راستش را بخواهید با دیدنشان فهمیدم در تمام عمرم چشم ها را اشتباه طراحی می کردم! و این به سادگی در هم آمیختن دو دایره در یکدیگر است. این انیمیشن های کوچک نشان میدهد که چطور می توانید تنها با استفاده از اشکال هندسی غوغا کنید. پیشنهادم به شما این است که بروید و آثار [او](#) را بررسی کنید، او یکی از بهترین طراحان برند است و دیدن آثارش نکات زیادی به شما خواهد آموخت.



فیلم ساخت آیکون قلب



فیلم ساخت آیکون سنجاق



فیلم ساخت آیکون چشم

جمع بندی

برای خلاصه کردن سریع همه چیز، ساده تر کردن آیکون تا رسیدن به عناصر اصلی، کاری ضروری است. اما گاهی این کار تنها آیکون را بی مصرف و بی دلیل پیچیده می کند. همیشه به یاد داشته باشید که شما روی آیکونی کار می کنید که هدف خاصی را دنبال می کند، هر آیکونی متفاوت است و به دلیل متفاوتی استفاده می شود، برای هر مجموعه آیکون باید جهت گیری صحیحی داشته باشید. کار خود را کم اهمیت در نظر نگیرید، سادگی مد جدیدی است. آیکون ها باید پیام را به شفافیت و وضوح منتقل کنند، پس چشمتان را از مراحل طراحی بر ندارید.

کار دیگری که همین حالا می توانید انجام دهید تا مهارت شما در طراحی آیکون را افزایش دهد خواندن این مقاله است که توسط Scott Lewis نوشته است. در این مقاله به اهمیت اشکال هندسی هم اشاره شده است.



[بیشتر بخوانید](#)

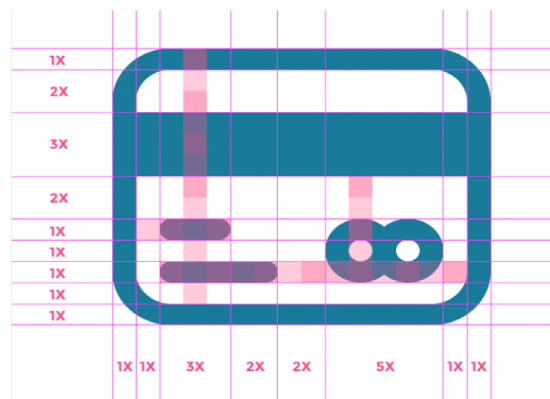
۳-۹: بهترین تراز بندی (align) برای همه عناصر موجود در مجموعه آیکون

یکی از چیزهایی که آیکون های عالی را از ضعیف جدا می کند تراز بندی و رعایت فواصل بین عناصر است. رعایت این دو نکته آیکون شما را به سطح بالاتری می برد. من درباره گرید بندی های فانتزی صحبت نمی کنم. این کار به راحتی نگه داشتن فاصله یکسان در اطراف هر شکل، در تمام آیکون های یک مجموعه است. قبلا مفصل به این اشاره کردم که باید از عناصر یکسان در مجموعه استفاده کنید تا پیوند بین آیکون ها حفظ شود. اما حفظ تراز و فاصله هم به همین میزان مهم است و به این دلیل که:

- پیوستگی مجموعه را حفظ می کند
- آیکون های شما حرفه ای تر به نظر می رسند
- تعادل آیکون ها را از لحاظ بصری نگه می دارد تا جذاب تر به نظر برسند

وقتی از از سیستم فاصله گذاری که ساخته اید استفاده میکنید ارتباط بصری بین عناصر مرتبط ایجاد می کنید. این کار کمک میکند تا عناصر اصلی را از عناصر ثانویه جدا نگه دارید.

بیابید به این آیکون کارت بانکی نگاه کنیم:



این آیکون روی گریدبندی ۶۴ px ایجاد شده است. من از استروک ۴px برای وزن آن استفاده کرده‌ام. تصمیم گرفتم که این براساس اندازه ی کوچکترین شیئی باشد که در آیکون استفاده کرده‌ام. (کوچکترین سایز ۱px است)

اگر ممکن است در صورت امکان، همیشه سعی کنید اندازه اشیا را طوری انتخاب کنید که براساس کوچکترین واحد اندازه گیری که برای فاصله گذاری در آیکون استفاده کردید، باشد. مثلا خط مغناطیسی آیکون من سه برابر اندازه

کوچکترین ضریب من (۱px) است. (همانطور که در کنار تصویر می‌بینید) در حالی که لوگوی Mastercard و زیر آن ۵ برابر بزرگتر از ۱px است.

زمانی که روی اولین آیکون خود کار می‌کنید، راهنمای بقیه آیکون‌ها را آماده کنید، مثلا در مورد شکاف‌های ۴px داخلی و فواصل ۸ px خارجی تصمیم‌گیری کنید. محض احتیاط: این‌ها استانداردهایی نیستند که جایی نوشته شده باشند، بلکه تصمیم و انتخاب به خودتان بستگی دارد. اما لازم است این‌ها را در ذهن داشته باشید.

پس راهنمای ما برای ادامه مجموعه این‌چنین است:

فواصل بین اشیا:

• (۱ تا ۴ پیکسل)

• (۲ تا ۸ پیکسل)

ابعاد عناصر:

• (۱ تا ۴ پیکسل)

• (۳ تا ۱۲ پیکسل)

• (۵ تا ۲۰ پیکسل)

نکته: اغلب اوقات، در اولین طراحی های مجموعه آیکون، نمی‌توانیم مجموعه‌مان را دقیقاً مطابق با راهنمایی که تدوین می‌کنیم، بسازیم. شما می‌توانید چندین ایده خام را در حین اسکچ زدن در ذهنتان داشته باشید. اما احتمالاً در نهایت دقیق نخواهند بود. معمولاً بعد از طراحی سومین آیکون یا شاید چند تا آیکون بیشتر، باید شروع به اصلاح فواصل کنید. گاهی اوقات پس از این که کل مجموعه را طراحی می‌کنم فواصل را اصلاح می‌کنم.

این احتمال وجود دارد که مجبور به استفاده از موارد مختلفی باشید. پس مطمئن باشید که به اندازه کوچک‌ترین مقدار توجه می‌کنید. چیز دیگری که باید به خاطر بسپارید این است که نباید از فواصل متعدد و متفاوت استفاده کنید. در اغلب موارد بین ۲ تا ۳ سایز متفاوت کافی است. بیش از حد تنوع ندهید. این کار سیستم اندازه‌گذاری را نابود می‌کند و به سادگی یک هرج و مرج خلق می‌کند. مثل همیشه یادتان باشد، شفافیت را فدای متناسب بودن آیکون‌تان با قوانین بقیه مجموعه نکنید. اگر مهم‌ترین جنبه طراحی آیکون (که یعنی به آسانی قابل تشخیص بودن) را از دست بدهیم، همه قوانین که درباره آن صحبت کردیم بی معنی خواهد بود!

۱۰-۳: انتخاب بهترین رنگ و تکنیک های انتخاب رنگ

از محتوا باخبر باشید

در نهایت همه چیز به این بستگی دارد که آیکون‌هایتان قرار است کجا استفاده شوند. دو نکته اصلی وجود دارد که باید قبل از طراحی به آن‌ها توجه کنیم :

• قرار است از آیکون‌ها در کجا استفاده شوند؟

• مخاطب هدف چه کسی است؟

نحوه کار به این صورت است :

فرض کنید یک مجموعه آیکون برای یک سایت دوچرخه سواری کوهستانی طراحی می‌کنید. اگر تازه‌کارانی که به اشتباه وارد سایت می‌شوند را نادیده بگیریم، بقیه مخاطبان این وبسایت دوچرخه سواران خواهند بود. گویا گنجینه‌ای از تصاویر دوچرخ سواری کوهستانی است، به تعدادی از آن‌ها نگاهی بیندازید تا به طور واضح پالت رنگی خاصی را ببینید. از این پالت رنگی برای مجموعه آیکون‌هایتان استفاده کنید.

رنگ‌ها بسیار قدرتمند هستند، می‌توانند در یک چشم به هم زدن یک آیکون را بسازند یا آن را از بین ببرند. به همین دلیل است که انتخاب رنگ صحیح برای آیکون‌هایتان بسیار مهم است.

با استفاده از پالت های مناسب، می‌توانید پیام را در سطح ناخودآگاه انتقال دهید. مانند هر چیزی در طراحی آیکون انتخاب پالت رنگی مناسب هم رازهای مخصوص خودش را دارد و حالا وقت آن است که تعدادی از این رازها را برایتان بازگو کنم.

پالت رنگی درستی را انتخاب کنید

مطابق با استایلِ آیکون‌هایتان، می‌توانید تصمیم بگیرید از رنگ‌های مونوکروم (monochromatic) استفاده کنید یا از سایه‌هایی از یک رنگ استفاده کنید، یا حتی از پالت رنگی با رنگ‌های متفاوت (ولی متناسب) استفاده کنید (از این شیوه معمولاً در آیکون‌های فلت استفاده می‌شود).

همه‌هنگ کردن یک پالت رنگی که جالب به نظر برسد عموماً کار سختی است. با این وجود، نصیحت من به شما این است که متناسب با کل مجموعه از ۲ تا ۵ رنگ استفاده کنید. اگر در میانه پیدا کردن پالت رنگی متناسب گیر کردید، وب سایت [Colourlovers](#) و [Adobe Color](#) را برای گرفتن الهامات جدید بررسی کنید. از این که از پالت رنگی‌هایی با رنگ‌های متفاوت استفاده کنید نترسید. رنگ‌ها را متعادل کنید و در مجموعه‌تان از آن‌ها استفاده کنید.

معانی رنگ‌ها را یاد بگیرید

دانستن حتی اطلاعات ساده و ابتدایی درباره تئوری رنگ‌ها، می‌تواند تفاوت بزرگی در طراحی آیکون‌های شما ایجاد کند. زمانی که قرار است معانی متعددی را در یک آیکون کوچک جا دهید، هر جزئیات کوچکی مهم است. از قدرت رنگ‌ها استفاده کنید تا پیامتان را تقویت کنید. می‌تونید به راحتی میلیون‌ها مقاله درباره تئوری رنگ‌ها در اینترنت پیدا کنید!

برای کسانی که تنبلی می‌کنند، خیلی کوتاه و فشرده از این تئوری می‌گوییم:

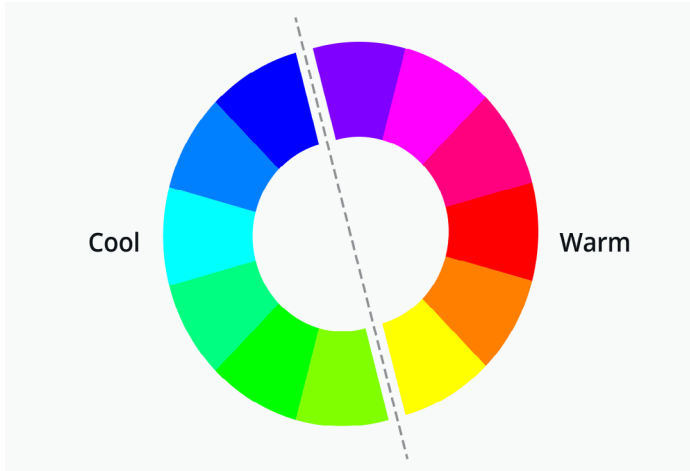
آبی رنگی آرام است. بر امنیت، کمالگرایی و صداقت دلالت دارد.

سبز رنگ طبیعت است. عموماً با تناژی از قهوه‌ای ترکیب می‌شود تا معنای زمین را القا کند. همچنین طراوت، موفقیت و حتی پول را تلاقی می‌کند.

زرد درباره احساسات خوب است. رنگ خوش‌بینی و آفتاب است.

قرمز بر نیازهای فیزیکی ما دلالت دارد. به حس ترس، احساسات، عشق و حتی نفرت دلالت دارد. هرگز قدرت رنگ‌ها را دست کم نگیرید.

رنگ‌هایی که درست انتخاب شده باشند، مجموعه آیکون شما را منسجم‌تر و شیک‌تر جلوه می‌دهند. همچنین پیامتان را بهتر ارائه می‌دهند. پس عاقلانه انتخاب کنید و بدانید «چرا» یک رنگ را به سایر رنگ‌ها ترجیح می‌دهید. این کار سطح طراحی شما را بالا خواهد برد.





اگر به فرایند انتخاب رنگ من در طراحی آیکون علاقه‌مندید می‌توانید مطالب
بیشتری را در مقاله زیر بخوانید:

راه‌حلی آسان برای انتخاب رنگ آیکون‌ها

[بیشتر بخوانید](#)

۱۱-۳: خاص باشید

چه اهمیتی دارد که سبک خاص و قابل تشخیص خودتان را داشته باشید؟ چطور سبکتان را کشف کنید؟ و این کار چه مزیتی برایتان دارد؟

قبل از هر چیز باید به خاطر داشته باشید که طراحی آیکون به شکل کلی نمی‌تواند خاص باشد. (چون باید یک مفهوم را برای همه مخاطبان قابل درک کند) این به آن معنا نیست که نمی‌توانید استایل خاص خود را داشته باشید، بلکه شما می‌توانید یک آیکون را به میلیون‌ها استایل متفاوت باز طراحی کنید تا طرحی را پیدا کنید که به بهترین شکل با مجموعه شما هماهنگ باشد. اما استعاره اصلی آیکون نباید تغییری کند. برعکس طراحی لوگو که باید هوشمندانه، چشم‌گیر و جالب باشد.

در طراحی آیکون، چیزی که مهم است این است که باید در یک چشم به هم زدن قابل تشخیص باشد و این در صورتی ممکن است که از متافورهای که شناخته شده اند و در طی زمان امتحانشان را پس داده‌اند استفاده کنیم.

بنابراین از استفاده از «ذره بین» برای نشان دادن «جستجو»، فقط به این دلیل که منحصر به فرد نیست، نترسید.

مهم‌ترین هدف شما به عنوان یک دیزاینر این نیست که خاص باشید، بلکه این است که مشکلات را حل کنید.

توییت کنید

اگر طوری مدیریت کنید که بتوانید مشکلات را به وسیله خلق یک چیز خاص حل کنید، پس درود بر شما! این چیزی است که جهان را پیش می‌برد، اما مطمئناً کار ساده‌ای نیست. بیشتر مردم بیش از حد به درباره یافتن سبک خاص خودشان نگران هستند.

این نگرانی را تا آنجا ادامه می‌دهند که دیگر هیچ چیز طراحی نمی‌کنند چون گمان می‌کنند به اندازه کافی خاص نیست! آن‌ها به افرادی نگاه می‌کنند که قبلاً این کار را کرده‌اند و سبک خاص خودشان را توسعه داده‌اند. پس می‌خواهند از همان ابتدا سبک خاص خودشان را هم داشته باشند! اما معمولاً آنچه در نظر نمی‌گیرند آن است که آن‌هایی که اکنون سبک خاص خودشان را دارند، معمولاً در زمینه طراحی خودشان هزاران ساعت زمان صرف کرده‌اند تا نهایتاً به استادی رسیده‌اند و سبک خاص شان را پدید آورده‌اند. می‌توانید اکانت دربیبل هر طراح خوبی که کارهایش را تحسین می‌کنید نگاه کنید و آن را تا رسیدن به اولین نمونه کارهایش ادامه دهید تا متوجه شوید آن‌ها هم بامهارت و سبک خاص خودشان متولد نشده‌اند.

حقیقت این است که رسیدن به طراحی آیکون با سبک خاص نتیجه سخت کارکردن است. نمی‌توانید به راحتی آن را به دست بیاورید، نباید نگرانش باشید و نباید بگذارید جلوی کار کردن شمارا بگیرد. در نهایت این که سبک خاص

خودتان را داشته باشید قابل تحسین است. من شخصا ترجیح می‌دهم متخصص یک امر باشم تا این که به هر موضوعی نوک زده باشم. داشتن سبک خاص چیزی است که مشتریان بسیاری برایتان خواهد آورد. به بهترین تتوآرتیست‌ها فکر کنید، آنها معمولاً متخصص یک سبک هستند و افرادی که تتویی در آن سبک می‌خواهند مستقیماً به سراغ آن‌ها می‌روند. همین قوانین مشتری، درباره طراحان آیکون هم صادق است. معمولاً کارگردانان هنری در یک استودیوی بزرگ، پروژه‌ای می‌گیرند که نیازمند طراحی آیکون در سبک خاصی است. سپس در اینترنت به دنبال طراحانی می‌گردند که آیکون‌هایی با آن استایل را بهتر از بقیه طراحی می‌کنند و اگر پرتفولیو شما پر از طرح‌هایی عالی با این استایل باشند، شکی نیست که شما را انتخاب خواهند کرد.

علاوه بر این، با داشتن یک سبک منحصر به فرد و قابل تشخیص، افرادی که سبک کاری شما را دوست دارند شما را دنبال می‌کنند و نهایتاً یک گروه از هواداران پرشور خواهید داشت.

چطور سبک خاص خودتان را پیدا کنید؟

اگر از من بپرسید، بهترین راه برای کشف استایل شخصی خودتان این است که هر روز تمرین کنید، بدون این که به رسیدن به این هدف فکر کنید یا مدام به فکر تمایز خودتان از سایر طراحان باشید. مجموعه ای از استایل های مختلف، گریدبندی های مختلف، پالت های رنگی، استروک های مختلف، و... کار دیگران را تقلید کنید و سعی کنید چیز کوچکی را در آن تغییر دهید. از این که تجربه کنید و شکست بخورید نترسید. می دانم گوشتان از این حرف پر است اما واقعا از اشتباه کردن درس می گیرید. اگر یک استایل تازه را امتحان کردید و چیزی که می خواستید اتفاق نیفتاد، دلسرد نشوید. مطمئنم می توانید چیز خوبی در آن پیدا کنید و در پروژه بعدیتان از آن استفاده کنید. حداقل این است که یاد می گیرید در آینده چه کارهایی را انجام ندهید.

حتی بهترین ذهن ها هم گاهی خطا میکنند. اما همانطور که توماس ادیسون گفته است:

«هرگز متاسف نیستم، تنها ۱۰/۰۰۰ مسیر کشف کردم که به جواب نمی رسد»

توییت کنید

پس فکر کردن درباره شیوه های طراحی که هیچ وقت امتحان نمی کنید را متوقف کنید. به جای آن، هرچقدر که می توانید، روی طراحی آیکون تمرکز کنید. خواهید دید که چطور آرام آرام حتی بدون این که خودتان بفهمید سطح کارتان پیشرفت می کند.

۱۲-۳: آخرین بررسی برای نهایی کردن مجموعه آیکون هایمان

حالا که طراحی تمام مجموعه آیکون شما به اتمام رسیده، وقت آن است که اصلاحات نهایی را، روی آیکون‌ها انجام دهید.

این یکی از مهم ترین بخش های طراحی است. چرا که تا وقتی تمام آیکون‌ها را طراحی نکرده باشید، به آن نمی‌رسید. برای این که مطمئن شوید همه چیز منسجم و مرتب است، به استایل و اندازه ها توجه کنید. اطمینان حاصل کنید که تک تک آیکون‌ها زیبا و مناسب هستند. این کارها زمان زیادی از شما میگیرند اما هرگز انجام دادنشان را فدای زمان نکنید. این که تنها با نگاه کردن به اسکرین، همه ایرادات کوچک و چیزهای قابل اصلاح را ببینید، کار سختی است.

حتما تا الان متوجه شدید که من علاقه دارم همه آیکون‌ها را روی برگه پرینت کنم. به عبارتی این راحت‌ترین راهی است که بتوانید متوجه تمام تناقضات، تفاوت اندازه بصری و چیزهایی که قابل بهبود هستند، بشوید. مدادتان را بردارید، سراغ آیکون ها بروید و هر اشکالی را یادداشت کنید. من گاهی حتی روی کاغذها اسکچ می‌زنم. بعد از اتمام این کار، سراغ کامپیوتر بروید و هر آنچه متوجه شدید را اصلاح کنید.

بعد دوباره همه آیکون هارا پرینت کنید و یک به یک آن هارا بررسی کنید و این کار را آن قدر ادامه دهید تا دیگر هیچ مشکلی به چشمتان نیاید.

مراقب باشید!

اجازه ندهید کمالگرایی منفی مانع تمام کردن اولین مجموعه آیکون‌تان شود. کمال‌گرایی دشمن یادگیری سریع و رشد است. منظورم را اشتباه متوجه نشوید، گاهی لازم است کمالگرا باشید. اما در ابتدای راه که تازه حرفه‌تان را شروع کرده اید، کمال‌گرایی سرعت شما را کم میکند. چون تلاش میکنید چیزی را بارها و بارها اصلاح کنید بدون این که دانشی از این که «چطور این کار را انجام دهید» داشته باشید. یک طراحی انجام شده بهتر از یک طراحی تمام عیار در حد ایده است! به جای این کار میتوانید ۱۰ مجموعه آیکون متفاوت طراحی کنید. در نهایت با دانشی که فرامی‌گیرید و بازخوردی که پس از انتشار بابت آن‌ها می‌گیرید، می‌توانید همه آن‌ها را بهبود ببخشید.

کاری که انجام شده، بهتر از کار ایده‌آلی ست که فقط در ذهن شماست!



همیشه ممکن است ورژنی بهتر از ورژن فعلی شما
وجود داشته باشد. پس کمال‌گرایی را رها کن رئیس!

توییت کنید

پایان بندی

ممنون که این راهنما را تا انتها مطالعه کردید. در ابتدا فکر می‌کردم تنها قرار است چند صفحه برایتان بنویسم. حالا می‌بینم که یک کتابچه ۵۰ صفحه‌ای درباره طراحی آیکون نوشته‌ام! امیدوارم این کتابچه به شما کمک کند نخستین طراحی آیکون‌تان را انجام دهید. مهارت‌هایتان را ارتقا دهید یا حتی چشمانتان را به دنیای خارق‌العاده طراحی آیکون باز کنید. برای آماده‌سازی این کتابچه تلاش بسیاری کردم؛ تا منبعی باشد برای هرکسی که در تلاش برای یادگیری طراحی آیکون است. بسیار مشتاقم تا بدانم شما درباره این کتاب چه فکر می‌کنید؟ برایتان موثر بوده؟ کدام فصل را بیشتر دوست داشتید؟ چه چیزی می‌توانست در این راهنما باشد اما نبود؟ چطور می‌توانم آن را بهبود ببخشم؟

لطفاً به من ایمیل بزنید و نظراتتان را با من به اشتراک بگذارید.

با من در تماس باشید

اگر فکر می‌کنید این کتابچه برای دیگران هم مفید است،
لطفا آن را به اشتراک بگذارید

دانلود کتاب « راهنمای طراحی آیکون» از Uipin رو به شما پیشنهاد می‌کنم.
هرآنچه لازم است پیش از شروع طراحی آیکون بدانید!

این کتاب را به اشتراک بگذارید

معرفی نویسنده



من جاستاس (جاستین) هستم، عاشق آیکونها بزرگ و بنیانگذار [Icon Utopia](#). یک جوان ۲۵ ساله که در کشوری کوچک اما لعنتی و زیبا به نام لیتوانی زندگی می‌کند. تا به حال در مورد آن شنیده اید؟ اگر قبلاً به لیتوانی سفر نکرده اید، پس حتماً پیشنهاد میکنم از کشور من بازدید کنید! طبق نظرسنجی وب سایت www.lonelyplanet.com (و لیتوانیایی ها) این کشور، دومین و بهترین مکان برای سفر در سال ۲۰۱۵ بوده است.

جدا از خلق آیکونها، از دوچرخه سواری لذت می‌برم و اخیراً اشتیاق خودم را به کوهنوردی کشف کرده‌ام. من آدم خیلی شلوغی هستم، زیرا همیشه ایده های زیادی در سر دارم، اما متأسفانه زمان کمی برای تبدیل آنها به واقعیت وجود دارد. (منظورم این است که آیا می‌توانیم چند ساعت دیگر به روز اضافه کنیم، لطفاً؟) همانطور که قبلاً حدس زده‌اید، من به طراحی آیکونها علاقه زیادی دارم. در چند سال گذشته، من هر آنچه را که می‌توانستم در مورد طراحی آیکون یاد گرفتم، و اکنون احساس می‌کنم که نوبت من است که دانشم را به اشتراک بگذارم.

هدف من این است که با نشان دادن بهترین شیوه ها و تکنیک ها در این زمینه، به طراحان بیاموزم که چگونه درآمد ثابتی داشته باشند و به عنوان یک طراح آیکون برای خود شغلی ایجاد کنند. در صورت تمایل می‌توانید من را در هر یک از شبکه های اجتماعی زیر دنبال کنید. من اطلاعات مفیدی در مورد طراحی آیکون در همه شبکه های اجتماعی ام به اشتراک می‌گذارم.



معرفی تیم ترجمه



فاطمه فرشیدفر

مترجم

فاطمه فرشیدفر، پروداکت دیزاینر است، به ریسرچ و مطالعه در حوزه تجربه و رفتار کاربر علاقه منداست و هر فرصتی رو برای این کار را غنیمت می شمرد. سعی میکند یاد بگیرد و یاد بدهد؛ البته خودش را جستجوگر معرفی می کند.



سمانه سلطانی

صفحه آرایی

طراح UI/UX در شرکت تاو سیستم، ۲ سال است که تجربه کار در این حوزه دارد با رویکرد طراحی محصولات دیجیتال با ایجاد تجربه کاربری عالی به همراه رفع نیازهای کاربران به این عرصه وارد شده است.



سامان وحدت

ویراستار

سامان بیش از ۸ سال است که در زمینه طراحی محصول فعالیت دارد. تمرکز او بر روی ایجاد رابطهای کاربری، کاربر محور است که باعث افزایش و جذب، کاربران و کاهش میزان شکست محصولات دیجیتالی برای کسب و کارها و استارت آپها می شود. سامان همچنین موسس وب سایت های www.uxbook.org و www.uipin.org می باشد.



در UIPin جمعی از طراحان رابط کاربری گرد هم آمده اند تا محصولات دیجیتال را طبق اطلاعات منابع معتبر، از نظر رابط کاربری مورد بررسی قرار دهند؛ و نتایج بدست آمده را با دیگر طراحان و علاقه مندان به اشتراک بگذارند. امید است که با اشتراک گذاری تجربیات و نظرات یکدیگر، طراحان بتوانند محصولاتی با رابط کاربری مناسب تر و کاربردی تر برای مخاطبان بازار هدف خود طراحی کنند. ماموریت وب سایت UIPin، بررسی الگوهای رابط کاربری (User Interface Patterns) استفاده شده در وب سایت یا اپلیکیشن های ایرانی است؛ تا با الهام گرفتن از آن ها به طراحان رابط کاربری کمک کند.



جامعه طراحان تجربه کاربری UXBook، در سال ۱۳۹۵ با همکاری جمعی از طراحان تجربه کاربری فعال و پژوهشگر به هدف ارائه کتاب ها فارسی در زمینه یادگیری علم تجربه کاربری توسط سامان وحدت تاسیس شد و تا به امروز به لطف و همراهی جمعی با کیفیت از طراحان، کارنامه خوبی بدست آورده است :

[انتشار ۱۰ کتاب آموزش طراحی تجربه کاربری به صورت E-Book](#)

[ترجمه و انتشار بیش از ۱۰۰ مقاله آموزشی از توسط طراحان فعال تیم uxbook](#)

چاپ و انتشار کتاب «طراحی تجربه کاربری برای مبتدیان»

برگزاری دو کارگاه آموزش طراحی تجربه کاربری (تهران)

برگزاری بیش از ۱۵۰ دوره خصوصی آموزشی به روش منتورشیپ.

UXBook جامعه طراحان تجربه کاربری با هدف رشد و شکوفایی جمعی است و این فرصت برای هر فرد که عضو تیم ما شده وجود دارد تا تجربیات خود را از طریق وب سایت UXBook منتشر کند. حضور تک تک شما برای ما دلگرم کننده و ارزشمند خواهد بود. مشتاقانه منتظر حضور پرشور و خلاق شما هستیم!