

Nembo ni alama yenye mchoro, vielelezo na maandishi kwa kawaida hutumika kuwakilisha chombo cha biashara, kampuni ya biashara, shirika au asasi, au kikundi au hata mtu binafsi kwa ajili ya **mradi fulani** au ukuzaji wa haraka ambao unahitaji utambuliwaji wa umma. Nembo inaweza kuwa mchoro kamili wa taswira au kifupi tu cha kampuni au bidhaa au mchanganyiko wa vipengele vyote hivyo. Nembo bila maandishi ya alfabeti iliyo na alama za mchoro/vielezo rahisi yenye rangi chache inaweza kuwa yenye matokeo bora kuliko aina ya nembo zenye maandishi, kwa kuwa alama ni lugha ya ulimwengu daima ni rahisi kukumbuka na kutafsiri. Alama hutumiwa mara nyingi kwenye sheria za barabarani na ishara za usalama bila maandishi kwasababu hiyohiyo ya usomaji na utambuzi Ulimwenguni kote.

Nembo iliyo na nguvu ya ushawishi mara moja huonyesha uimara wa kampuni na inaunganisha matawi yake yote ya kampuni inazohusika nazo kwa alama moja. Taswira inayolengwa ya nembo inakusudiwa kuwafikia watumiaji waliolengwa wa bidhaa wa bidhaa na huduma zake ,kwahiyo kadri nembo inavyozidi kuwa rahisi ndivyo inavyokuwa rahisi zaidi kwa mtumiaji wa bidhaa kuikumbuka, Matokeo ya kisaikolojia ya kutengeneza nembo yenye jina babukubwa na maarufu yana nguvu kubwa ambayo watumiaji wa bidhaa husalimu amri katika kuliadini jina la bidhaa,na nembo **huchangia** kwa kiasi kikubwa katika mahusiano haya.kwa mfano ,muonekano wa nembo ya McDonald 'Big M' unaweza kumfanya mtoto kusikia njaa. Kwahiyo umuhimu wa nembo nzuri huzidi aina zote za kuwaza **matangazo**, hupita hata jengo la shirika na idadi ya mali zake na muundo wote wa kampuni kwa jumla. Hii ni kwasababu muundo na uwekezaji zitakuwa mahali pamoja na ni vigumu kutambulika,lakini nembo yake itafika mbali na kote kwa watumiaji bidhaa na wasambazaji watatambulika kwa nembo, na siyo kwa jengo au vitu vilivyomo ndani.



Kwahiyo kazi ya kubuni nembo lazima ifanywe na wataalamu waliobobea na siyo na watu wasio na ujuzi wa kutosha ambao hawajapata mafunzo yoyote katika mambo ya jinsi ya kutambulisha na kutangaza bidhaa kwa wateja,dhana, shabaha,mkazo na athari za rangi, umbo na alama kwa saikolojia ya mtumiaji wa bidhaa na hisia,mwitikio na tabia za manunuzi. Kutokuwepo kwa ujuzi huo mdogo unaweza kuleta madhara. Sina ubaya wowote na wasio na ujuzi ,wengi wenye ujuzi nao pia walikuwa hawana ujuzi kwenye miaka yao ya mwanzo, na wasio na utaalamu nao pia wanaweza kuibuka na kitu kama mwendoko wa nembo ya NIKE Swoosh ulibuniwa na mwanafunzi wa chuo kikuu cha Carolyn Davidson mwaka 1971 wakati mwingine ubunifu wa wataalamu wabobezi hauwi maarufu.



Ubunifu wa nembo unaweza kuwa wenye kufurahisha na wenye changamoto nyingi. Nembo inatakiwa iwe ni ya aina yake na ya kipekee, ionekane ya kitaalamu na iwe ya kudumu kuepuka kuitengeneza tena baada ya muda si mrefu kutokana na kwamba nembo nyingi hubadilika kutokana na wakati. Wabunifu wengi katika Tanzania huingia kwenye tasnia ya ubunifu na Sanaa ya kuchanganya maandishi na picha wanapokuwa na umri mdogo kama vile wachoraji na huchukulia kama kitu cha kujifurahisha tu au kama kitu cha maslahi binafsi ambapo baadaye polepole hugeuka na kuwa taaluma. Hata hivyo wabunifu wengi wa hivyo hawajahudhuria mafunzo yoyote ya taaluma maalumu kwa eneo la kubuni nembo na hudhania kwamba uwezo wa wa kutumia baadhi ya programu za kompyuta za Sanaa ya kuchanganya maandishi na mchoro inatosha. Kwa mtazamo wangu wengi wa wabunifu wetu wa nembo hapa kwetu hupatwa na msisimko mkubwa wakiwa wanabuni na wanajikuta wamepitiliza na wengi wao wana mapungufu ya kawaida na mazoea mabaya wanapotengeneza nembo na matokeo yake ya mwishoni huwa mabaya na baada ya muda huwa hovyoy zaidi.nimeainisha baadhi ya mazoea mabaya na dhana potofu

Mara tu mbunifu anapoikabidhi kazi ya ubunifu wa nembo kwa mteja, itakuwa haipo tena mikononi mwake lakini kitu ambacho mbunifu anapaswa ajue kwamba kazi yake hiyo baadaye **itapitia kwenye mikono mingi** na itaendelea kutengenezwa kwa njia na michakato tofauti kwa miaka mingi inayokuja. Kwahiyo ni muhimu sana kwa wabunifu kuwa na uelewa wa taratibu za utengenezwaji wa baadaye na kutafakari mambo yote kama vile uendelezaji wa utolewaji huo huo kwa njia nyingi tofauti ,utumiwaji,gharama zitakazojitokeza,athari,muda wa kudumu, mambo yanayochangia kubadilisha ukubwa ,urahisishaji na uonekanaji mzuri wa picha kama imepunguzwa au imekuzwa. Kanuni ya mwongozo wa jumla ni kwamba jinsi inavyokuwa rahisi (kuwa na vitu vichache) ndivyo inavyokuwa bora. Tumia rangi chache na vipengele vichache. Pia hakikisha nembo inatengenezwa kwa mpangilio wa vekta (vector format) na kwa rangi moja kisha rangi iweke kama inavyohitajika.

Kwanini nembo zingine hazina ubora na haziwakilishi vizuri

Moja ya sababu kubwa iliyo nyuma ya pazia inayosababisha hali hii ni kwamba baadhi ya wamiliki wa biashara wana kompyuta zenye programu chache za Sanaa

ya ubunifu wa vielelezo, maandishi na picha katika matangazo na hata pia programu za kuchakata maneno wanazozitumia kutengenezea nembo siyo nzuri na wanafanya wao wenyewe ili waokoa pesa au huwapa kazi ndugu au wadogo zao wale ambao wanaonekana wajanja, wana akili na wana vipaji vya Sanaa ambao wanaifanya kazi kama upendeleo au kazi inatolewa kwa watu wasio na ujuzi wowote au hata kwenye printa za kwenye steshenari zao kubunia nembo. Vijana chipukizi wanaweza kuunda nembo maridadi Sana lakini haimaanishi kwamba nembo hiyo inaweza kufanya kazi ya kukuza bidhaa zake. utatanishi ni kwamba watu wengi wenye kompyuta mpakato ambao wanaishi kama wabunifu wa kujitegemea wa Sanaa ya ubunifu wa vielelezo, maandishi na picha katika matangazo wanadai wana ujuzi wa kutengeneza nembo zenye ubora wa hali ya juu. Bei zao wazina panga kutokana na aina ya mteja na siyo kutokana aina ya kazi, muda na uzito wa kazi na vile vile kutokana na wingi wa wabunifu wa nembo, unatathmini vipi uwezo wako wa kubuni kama wewe mwenyewe hujui kitu chochote kuhusiana na Sanaa ya ubunifu wa vielelezo, maandishi na picha katika matangazo na muonekano wa vielelezo vya bidhaa kama rangi, nembo, ubunifu au jina?

Miongozo na vidokezo hapo chini vitakuongoza kutambua maeneo yaliyo dhaifu katika ubunifu na ya mbunifu wako na kuchukua hatua sahihi kurekebisha na kuboresha taswira ya mwisho.

Tatizo la kwanza

Tatizo la kwanza linaweza kuwa ni mteja mwenyewe na wala siyo mbunifu.

1) Mwoga kulalamika: mteja anaridhika na anaogopa kulalamika na kile kinachowasilishwa kwake na mbunifu wake. mteja anapaswa kuwa mwenye msimamo kwenye fikra zake, mshinikizaji na mlalamishi mpaka pale anakapokuwa ameridhika kabisa.

2) Kuwa na hamu kubwa/tamaa: tatizo lingine ambalo lipo upande wa mteja ni matakwa yao na kupendelea kuweka vitu vingi na kuonyesha bidhaa nyingi kwenye nembo, kudhani ya kwamba itakuwa na matokeo bora kwa kuwa inaelezea vizuri bidhaa na huduma zinazotolewa na kupuuza maoni ya kitaalamu ya mbunifu.

3) Operesheni ya kikosi cha zimamoto: hii ni hali ya kawaida ambapo mbunifu hapewi muda wa kutosha kupata kitu cha kipekee na aina yake na taswira maridadi ambapo mara nyingi muda unaohitajika kubuni kitu kikali cha aina yake unapuuzwa sana. kwahiyo Mbunifu hulazimika kufanya kazi kama mzima moto anayeitikia mwito wa dharura na kwahiyo kazi ulipuliwa haraka kwa ubunifu usio bora uliopambwa na vipichapicha na alama za kwenye kompyuta.

Tatizo la pili

1) Dhana potofu

Kutumia bidhaa kutokana na nembo

Bidhaa, jina la kampuni, huduma au kifupi cha neno na mara nyingine alama ya mstari inaweza kutumika kama nembo, lakini Imani ya kwamba kutumia bidhaa au jina lililoandika kwa maandishi ni lazima na nembo haitakuwa imekamilika bila bidhaa hizo siyo sahihi. Kinyume chake nembo bila ya bidhaa huwa na tabia ya kupata matokeo bora Vielelezo visivyohusiana vinaweza kutumika pia kama nembo au sehemu ya nembo

Mfano:



2) Kudumu milele

Kwa ujumla watu wengi wanaamini kwamba mara tu nembo ikishasajiliwa haiwezi kubadilishwa. Hii siyo kweli. Makampuni mengi ya kimataifa wamebadilisha nembo zao kutokana na muda, ukuaji wa biashara na mapokeo ya soko. Mara nyingine ni muhimu kurekebisha au kubadilisha nembo kutokana na mabadiliko katika mfumo wa utawala au kuungana na shirika lingine au mabadiliko makubwa. inapaswa izingatiwe akilini kwamba tangu nembo imekuwa sokoni na imeshatambuliwa na walaji wa bidhaa, itakuwa na madhara kubadilisha mara kwa mara. Kujenga jina tena kutahitaji uwekezaji mpya na bajeti mpya

Mfano: kampuni ya Pepsicola (imebadilisha nembo yake mara 11 mpaka sasa)



Mfano:

Microsoft & Google wote wamebadilisha nembo



3) Rangi za upinde wa mvua

Ni Imani potofu kwamba rangi zaidi zitaongeza uhai kwenye nembo.

Aina hizi za nembo zinaweza kuonekana zimejaa rangi nyingi na zinafaa kwa matumizi machache tu. Lakini utengenezwaji wake huko mbeleni utakuwa mgumu na wenye gharama. Zaidi ya hayo haziwezi kurekebisha kwa taswira ya shirika isipokuwa nadra sana



Kampuni nyingi ambazo nembo zake mwanzoni zilishehena rangi baadaye waliamua kupunguza rangi. Kwa mfano-APPLE Computers



4) Vikwazo

Nembo zilizonakishiwa na herufi zenye urembo zinaweza kuonekana zimekosa ustadi na zinaweza kuchukiza machoni ambapo nembo haionekani umbali mrefu. Kinyume chake haya mazoea yaepukwe.

5) Kujaza vitu vingi

kuambatanisha jina la kampuni, alama, bidhaa na kauli mbiu katika nembo moja.

Kama majina yote na kifupisho hutumika, yanaenea na kuzidi kwenye nembo na bidhaa kwa hiyo yaepukwe au yapunguzwe au upatanisho utafutwe. Usiongeze vielelezo vya majina kwa nembo moja. Nembo inapaswa kuwa rahisi tu kuifanya kampuni yako ikumbukwe,

usijaribu kuweka kila kipengele cha biashara katika nembo moja ndogo. Mara nyingine jina la kampuni katika herufi za kawaida pekee zinaweza kutumika kama nembo.



6) Ubao wa hadithi

Mbunifu au mteja anataka kuonyesha mlolongo wa bidhaa au huduma zote zinajazwa kwenye nembo moja ndogo. Ni kama vile mti wa familia kuanzia mababu mpaka wajukuu na vitukuu kwenye kijipicha kidogo. Hii inatokea pale hisia zinazidi taalumu na kujisahau kuonyesha vitu vingi zaidi kwenye sehemu ndogo matokeo yake kupoteza mwelekeo kwenye taswira ya mwisho.

7) Njia ya mkato

tabia zilizozoeleka kwa baadhi ya wabunifu ambao wamechoshwa na hawana mawazo ya kipekee ya kubuni na mawazo halisi hukimbilia mchezo salama na hushikilia mtindo uliozoeleka wa kurusha 'ubunifu wa mistari ya rangirangi' au kukata pembe au kukata kusiko nyuzi 90,mbaya Zaidi umulikaji mwanga. ubunifu wa mistari ya rangirangi' unazidi kuwa kitu cha kawaida mno, kwahiy kuwa tofauti na wengine na mbunifu siyo kuchukua mabaki ya wabunifu wengine,puu-za mitindo iliyozoeleka na kuwa mtu unayetoa vitu vyako, ni sera nzuri.



8) Kushinikiza na kulazimisha

a) Aina ya herufi (fonti) – wabunifu wengine wana kiburi cha kujisikia kwa kuweka vionjo vyao dhidi ya matakwa ya mteja. Usiwe na mwasho wa kutumia herufi (fonti) mpya nzuri ambazo umezipata hivi karibuni bila ya kufikiria kama ni sahihi kwenye taswira ya mteja na mlolongo wa bidhaa zake na huduma zake. Herufi zenye madoido zinatumiwa kwa klabu na wateja wa aina hiyo,haziwezi kutumiwa na benki ambapo kwa kawaida hawapendi mabadiliko. Jaribu kuepuka mihemko kwenye kutoa huduma za kitaaluma.

b) Rangi – itakuwa makosa makubwa kuchagua rangi inayokupendeza wewe au kwa kuwa kishirikiana ni rangi yako ya bahati,daima angalia matakwa ya mteja.kama mbunifu Chipukizi au umebobea ,ni lazima uweke moyo wako kwenye kazi na usipendeleo kuingiza mawazo na hisia zako binafsi, uwe unalenga kufikiria kumkuza mteja , na kwa vionjo vya binafsi vya mbunifu visiingizwe kwenye matakwa ya kitaaluma.

c) Alama kubwa –epuka kabisa kubuni nembo zenye mguso tofauti na wa kipekee kwa nia ya kutambulika kama kazi yako kwa kumwonekano tu. Tabia hii hatimaye itaifanya nembo zako kuwa za kukinaisha na ule uchangamfu na msisimko utakuwa haupo.

9) Kauli mbiu na maneno yanayofanana nayo

kuunganisha kauli mbiu kama sehemu ya nembo.

Kauli mbiu lazima ijitegemee na isiambatanishwe kama sehemu ya nembo shughuli hii iepukwe mpaka iwe lazima kabisa au kujenga jina la bidhaa kumefanywa kwa upana wake wa kiwango cha kimataifa. Kauli mbiu lazima isiache vipengele wala isiwe imepitwa na wakati baada ya muda.

Mfano: Benki ya CRDB inatumia kauli mbiu , “ **Benki inayosikiliza**”,
Na inaishia hapo, lakini nini baada ya kusikiliza ? **je, huduma inatoa?**



AVIS kampuni inayokodisha magari inatumia msemu, “**tunajaribu kujitahidi Zaidi**”
Kwa miaka 30 iliyopita nimeona kauli hiyohiyo “**tunajaribu kujitahidi Zaidi**”
Bado wanajaribu? Lini watatimiza?



Ushirikiano

Na pia kuna misemo ambayo inanifanya kujisikia kuumwa kama wanaposema ‘wao ni wadau wetu’ kama vile duka la dawa au hospitali iseme ‘mdau wako katika afya njema au kampuni ya simu iseme ‘**mdau wako katika mambo ya mawasiliano**, kuanzia sasa benki kusema ‘**mdau wetu katika fedha na kadhalika**
Je, watandelea kugawana faida na sisi? Je hata wanatujua ? misemo hii inaniudhi.

10) Rangi ya gizagiza na inayoffia

Kutumia rangi inayoffia kwenye nembo

Hii inaweza kuonekana iko vizuri kwenye kioo cha kompyuta lakini itafifia kwenye hatua utengenezaji

Utolewaji wa nembo aina hiyo kwa ajili ya nje inaweza kufanyika tu kwa kuprintiwa kijitali ambazo zina ukomo wa kudumu nje wakati huo kuprinti kwa kutumia skrini kunaweza kudumu muda mrefu lakini ni gharama kutengeneza moja au chache.

Epuka kutumia rangi zilizo hafifu na taswira isiyo na rangi kamili

28) Alama ya maji na taswira zinazozuka kuambatanishwa kwenye nembo mazoea haya yaepukwe kabisa. Hakuna namna ambavyo upatano utaendelezwa kwa utengenezwaji wa hiyo nembo kwa siku zijazo

Mfano: Nembo ya TCRA



11) Ukingo usionyooka kwenye Deckle

epuka kingo zisizonyooka kuigiza matokeo kama ya kuchanwa kwa mkono. Tengeneza nembo yako kwa ncha ya mstari ulionyooka au kwa upinde nusu kipenyo laini na mistari misafi yenye mtiririko isiyojikunja. Taswira yoyote yenye kingo isiyonyooka itakuwa vigumu na ghali kuitengeneza katika mfumo wa 3D inakapohitajika baadaye kwa njia nyingine hasa kama itakuwa kwa ndani inatoa mwanga na ina taswira ya mkato mdogo



Mikunjo
Mikato
Isiyonyooka

12) Mpasuko

nembo zenye athari za alama za matundu au sehemu iliyotobolewa itakuwa na tatizo katika utengenezaji kwa njia nyingine baadaye. Epuka mazoea haya

13) Mbonyeo

Epuka Mabadiliko yanayotokana na mbonyeo au alama ya ngumi katika sehemu moja ya kipengele. Haya mabadiliko itakuwa vigumu kutengeneza kwa ubora uleule kama ilivyokuwa mwanzo

14) Aina za herufu(Fonti)

Utengenezaji wowote wa taswira ya mchoro uliobuniwa na aina za herufi zisizo za kawaida au kwa aina ya herufi za naksi inaweza kuwa jinamizi kwa mchakato mwingine wa utengenezwaji siku zijazo kwa kuwa aina ya herufi zitakuwa hazijulikani na kampuni ya matangazo au kwenye printa na aina za herufi zitabadilishwa kwa mpangilio wake wa mwanzo kutokana na makosa yatakayotokea hapo au itabidi ichorwe tena ambapo itapoteza ukingo mkali au mpindo kwahiyu aina ya herufi iliyochorwa kamwe haitakuwa kama ile ya mwanzo.

Tumia aina za herufi zinazopatikana kirahisi na weka faili tofauti la aina gani ya herufi na folda tofauti pale unapoituma kwenye kampuni ya uchapishaji. Kama aina ya herufi zilizozeleka zinatumiwa, zinarekebisha au kubuniwa, lazima zibadilishwe na mpindo au mistari ya mipaka ya kukatia. Kama heshima ya ziada ambatanisha jina la aina ya herufi (Fonti) sehemu Fulani kwa urahisi wa watumiaji wa siku zijazo. Kadri inavyowezekana, tumia seti ya herufi ya San Serif na siyo herufi za Serif family kama kona ya ncha ndogo inakuwa vigumu kuitengeneza tena kwa njia zingine.



15) Matumizi kupita kiasi

Matumizi ya mabaya na yaliyopita kiasi ya kuchanganya rangi au matumizi ya rangi ya kipekee na rangi adimu. Wabunifu wawe wanatambua kwamba nembo itaendelea kutengenezwa mara nyingi siku zijazo kwa njia tofauti nyingine na rangi hiyo inaweza kukosekana kwa namna yoyote bila kuingia gharama kubwa.

16) Kuingiza 3D

Wabunifu wenye kuzuzuka na uwezo wao wenyewe katika michoro bila kukoma hujaribu kuondoa taswira ili kutengeneza 3D na athari ya kutia nakshi pale pasipostahili Epuka kuwazia 3D mpaka pale inapotakiwa haswa.

17) Uwiano

uwiano usio sahihi unatumika kati ya taswira kuu na vipengele vingine kwa kuwa uwiano upo sawia kati ya taswira au alama na jina, kipengele kimoja kinaweza kuonekana kina udogo usiofaa kulinganisha na vingine. Hii hali itaonekana wazi pale nembo itakapokuzwa au itakapopunguzwa kwa njia tofauti mfano: TPA



18) Herufi ndefu zinazochomoza kwenda juu na herufi ndefu zinazochomoza kushuka chini

Herufi ndefu zisizo za kawaida ndefu zinazochomoza kwenda juu na herufi ndefu zisizo za kawaida zinazochomoza kushuka chini kwa mfululizo zitaleta usumbufu kama nembo zitatengenezwa kama mkato au katika mfumo wa 3D zitainuliwa juu kama alama juu ya paa au bango la matangazo kwa kuwa lithitaji nguzo au kitu cha kulishikilia ambacho kitaonekana wazi na kuchukiza machoni Mfano: Vodacom ya zamani



19) Kuonekana

Vielelezo vyote kama taswira, alama na hasa maandishi yanapaswa yawe katika usomekaji na muonekano mzuri na pia mchongoko mzuri na kuendelea kuwepo hata kama ikipunguzwa ukubwa. Nembo inaweza kuhitajika kupunguzwa kuwa ndogo sana kutosha kifungo, kalamu au kishiko cha ufunguo, kama bidhaa nyingine hutolewa bure ili kukuza biashara, nembo yapaswa kubaki imechongoka na kusomeka vizuri. Kwahiyo herufi za maandishi zitatengeneza tatizo mpaka yawe kwa kifupi au yawe ni kwa alama tu Epuka nembo ya maandishi yenye majina marefu na kurembaremba kwingi kama utepe uliojikunja na athari za mistari mraba

20) Uwiano wa kimahesabu

Jiometri isiy sahihi ikitumika kwenye uwiano wa nembo itavuruga mvuto na utaweka kikomo cha utengenezaji wa ukubwa uliozeleka, mara nyingi hailingani na taswira ya uwiano na kioo

21) Matumizi ya mtandao/intaneti

- a) Uzingatiaji uwepo kwenye ukubwa wa mwisho wa faili la nembo kwenye matumizi ya intaneti wakati wa upakiaji na upakuaji
 - b) Uzingatiaji uwepo kwenye ubora kama nembo itapunguzwa, urekebisha wa taswira kwa kupunguza au kuongeza idadi ya pikseli au itavimba.
 - c) Uzingatiaji uwepo kwenye kukuza rangi mojawoja ya taswira kama nembo itakuzwa
- suluhisho :** daima tengeneza nembo katika mfumo wa vekta (vector) ili kuepuka tatizo la aina hiyo.

22) Programu za kompyuta

Corel Draw na Adobe Illustrator ni programu vector zilizozeleka sana. Adobe Photoshop na Corel Photopaint ni programu za raster siyo sahihi kuzitumia kutengeneza nembo, Microsoft Word, Pagemaker na programu nyingine za kuchakata maneno lazima ziepukwe kabisa wakati wa kutengeneza taswira ya mwanzo kama nembo

23) Kubadilisha programu

Kwa Programu za mtandaoni ,geuza nembo kuwa PNG na siyo JPG kwasababu JPG haitakuwa na muonekano mzuri kwa nyuma

24) Waigaji

Tabia mbaya ya baadhi ya wabunifu kunakili na kurekebisha nembo za wabunifu wengine au kampuni au kuzipakua kutoka kwenye intaneti na kisha kupata sifa kama kazi zao.

Hii siyo tu kinyume cha maadili lakini pia ni haramu. Muda si mrefu hiki kitendo kitajulikana matokeo yake ni kupata aibu isiyofaa na kushtakiwa kisheria.

23) Utoaji matumizi

Aina mbalimbali za njia za utoaji lazima zizingatiwe wakati wa kubuni nembo.










Iwekwe akilini kwamba nembo hiyo itaendelea kutengenezwa na wengi katika njia na namna nyingi tofauti tofauti ikiwemo kukatwa,herufi za 3D,kukatwa kwa kutumia mwanga,uwekaji wa urembo kwenye sehemu ngumu,ukataji kwa kutumia msukumo wa maji, kusafisha kwa kutumia mchanga pamoja na msukumo wa hewa na kuandika kwenye kioo,kuyeyushwa kwa plastiki,iliyofinyangwa kwa kukandamizwa,kutiwa nakshi,kuchapwa kwa njia mbalimbali kama vile njia ya wino na kutengeneza sahani(offset) kidigitali,kuchapa kwa njia ya skrini,kuhamisha taswira kwenda kwenye vitu tofauti,matangazo ya kwenye televisheni,mihuri au hata kushonea mapambo na nakshi kwenye nguo,matumizi yatolewe kwa ajili mchakato wa utengenezaji baadaye katika hatua za mwanzo. Mbunifu mzuri atazingatia hayo yote na nembo nzuri ni ile ambayo inaweza kumudu kwenye aina zote za michakato ya utengenezaji bila ya kushuka kiwango au ugumu sana.

Mfano: Mitsubishi. Chase. TATA. SONY. NIKE

Utoaji wa matumizi ufanywe kama nembo itachapwa sehemu ya nyuma isiyona tofauti na ya giza au kwenye rangi nyeusi na nyeupe, rangi moja au ya kijivujivu kama inavyofanywa kwenye magazeti. Hitaji hili haliepukiki kwahiyo ni muhimu lisisitiziwe sana

26) Kutojua na kupuuza

Wabunifu wengi wasio na ujuzi hawajui maneno ya kazi na wanadhani taswira zote za biashara za mashirika ni nembo,hawajui kabisa tofauti kati ya alama ,nembo,kielelezo cha bahati,chapa ya herufi pamoja,ishara ya kitu,ishara ya kinasaba,nembo ya taifa,alama ya mchoro inayowakilisha wazo,ishara,sanamu/picha takatifu,picha inayowakilisha maneno,alama ya biashara na mambo mengine ya kukuza bidhaa au kampuni na masoko. Wabunifu lazima wajue maana zake na matumizi yake sahihi. Mifano michache imeonyeshwa hapa.

MARK	LOGO	SYMBOL	MASCOT	CREST	TRADE MARK [®]	COAT OF ARMS
 TOYOTA	 TOYOTA	 SWASTIKA	 AUTOZONE	 MANCHESTER UNITED	 NBL	 TANZANIA GOVERNMENT
EMBLEM		ICON		MONOGRAM		PICTOGRAMS
		 TWITTER		 NBS NBS NBS		

Kutokujua tofauti kati ya mfumo wa kulinganisha rangi, rangi za madoamadoa, CMYK, RGB, RAL na tabia zingine za kutia rangi. Wabunifu wetu wa hapa na wateja hawajui kitu Zaidi ya mfumo wa kulinganisha rangi na wanalazimisha rangi zote zilingane na mfumo wa kulinganisha rangi pasipo kuzingatia matumizi, utaratibu na rangi ya mwanzo ya taswira kuchapwa. Jedwali hapo chini linaweza kutumika kama mwongozo wa haraka kwa matumizi ya rangi.

Namna ya utengenezaji

Kuchapa kwa mashine ya wino

Kidigitali/kwa kompyuta

sinema, monita, TV & video
na simu za mkononi

kupaka poda na rangi

Aina ya rangi

Mfumo wa kulinganisha rangi (PMS), & zingine

CMYK

RGB

RAL

Rangi ya madoa inaweza pia kutumika kwenye uchapaji kwa mashine ya kutumia wino au kidigitali kwa kuchapa modeli zilizo bora

kivuli cha rangi lazima kitakuwa tofauti kitakapochapwa kwenye sehemu tofauti ya kuchapia kwa kutumia njia tofauti au kwa kubadilisha wino wa kuchapia. Matokeo hayohayo hayawezi kupatikana kwenye wino wa maji, paka pigmenti, viyeyuko, viyeyuko vya eco na wino wa latex. kwahiyo kuwa tayari kuona utofauti wa rangi katika nembo yako ambayo itakuwa rahisi kupokea wino au malighafi inayotumiwa kuchapia. Wepesi wa kukubaliana itatatua tatizo la huzuni ya kushindwa.

Kwa kawaida jedwali la mfumo wa kulinganisha rangi lina kiambishi tamati C au U kuonyesha athari za akiba ya karatasi iliyofunikwa na isiyofunikwa. Katika printa ya kidigitali, mara tu rangi ya mwisho itakapothibitishwa kwenye sehemu ya kuchapia, vigezo vya kuchapa na rangi vihifadhiwe kama faili kwa ajili ya utengenezaji wa siku zijazo ili kupata kivuli kilekile kila mara uchapishaji unapofanyika katika sehemu ile ile ya kuchapia na vielelezo hivyo hivyo kwenye taswira.

Kutokujua tofauti kati ya taswira za miale ya mwanga ya pikseli (raster) na taswira za miale ya mwanga ya paths (vector) na kukosa ujuzi wa kubadilisha michoro ya raster kuwa michoro ya vector (vectorizing), kubadilisha picha na sauti kuwa kwenye mfumo wa kikompyuta, kuibadilisha faili la taswira ya bitmap (jpg, png, bmp) kuwa vector (Angalia kipengele cha programu ya kompyuta kwa maelezo Zaidi)

Tabia mbaya ya kuinyoosha taswira inainyima nguvu ya kutengenezwa baadaye kwa kuzipata tabaka zake kwa kipimo chochote au marekebisho yanahitajiwa. Lakini kama nembo itatumwa na mteja kama kithibithisho au kama mpangilio wa picha kabla ya risiti ya malipo, itatakiwa ipunguze tabaka ili kulinda maslahi ya mbunifu na kulinda mali ya kitaaluma Utambulisho wa mbunifu kama taswira ya ndani inaweza kuwekwa kama alama isiyoonekana vizuri

27) Kuchanganya

Kuchanganya kampuni, kuwaza vitu visivyowezezana, na herufi zisizo alfabeti au namba, kuviweka kwenye nembo moja Wasanii chipukizi ambao huwa na hamu na kazi mno kwahiyo wana mazoea ya kuchanganya hivyo vitu na hii itabidi iepukwe. Tengeneza nembo kutokana na maelezo mafupi ya kampuni ya mteja na siyo inavyokupendeza wewe.

Wako mtiifu

Mahboob Esmail
CEO - Sign Industries Ltd

Maoni tuma
ceo@signindustries.co.tz