

# انواع لوگو

معرفی انواع لوگوها در طراحی گرافیک و مشخصه اصلی هر یک از انواع لوگو





در مبحث طراحی لوگو ، مدل‌های گوناگونی وجود دارد که هر یک از انواع طراحی لوگو دارای تکنیک‌ها و عناصر منحصر به فردی می‌باشد که طراحان گرافیک موفق باید به این نکات توجه ویژه ای داشته باشند. در این مطلب قصد داریم ابتدا با هر یک از انواع لوگو ؛ لوگو نوشتاری یا لوگو تایپ ، مونوگرام ، لوگو انتزاعی ، لوگو مسکات ، امبلم و لوگوهای ترکیبی آشنا شویم و سپس ویژگی‌ها و شناسه‌های اصلی برای هر یک را بیان کنیم.

## لوگو

لوگو که با نام‌های دیگری همچون آیکون ، نماد یا سمبل هم شناخته می‌شود ، مشخصه اصلی هر برند و هویت بصری کسب‌وکار هست. در حقیقت لوگو بیان‌کننده موضوع کسب‌وکار می‌باشد که بیننده باید در ابتدا و با یک نگاه به موضوع کسب‌وکار پی ببرد و مفهوم موردنظر باید از لوگو دریافت شود. همین‌طور لوگو در آینده‌ی هر شرکت ، ارگان یا کسب‌وکاری نیز برای آغاز بندسازی ، کمک قابل توجهی می‌کند زیرا وقتی به دنبال معروف کردن یک کسب‌وکار و نام آن شرکت و برند هستیم ، در کنار نام شرکت یا کسب‌وکار ، لوگوی آن نیز باید تصویر قابل ملموسی داشته باشد و به راحتی در ذهن بیننده به خاطر سپرده شود. همه افراد لوگو شرکت سایپا ، ایران خودرو ، اپل ، ال جی ، لوگو بانک‌ها و ... را می‌شناسیم و این امر بر اهمیت برند سازی از طریق لوگو یا نماد خوب ، تأکید دارد.

مورد دیگری که باید در طراحی لوگو در نظر داشته باشیم این است که لوگو را باید با دید بین‌المللی طراحی کنیم به طوری که لوگو باید برای هر فردی ، با هر ملیت و زبانی قابل درک باشد. همه لوگوی شرکت اپل ، مایکروسافت و ال جی را می‌شناسند و فرقی هم ندارد با چه زبان و با چه ملیتی باشند ، البته این بستگی به نوع کسب‌وکار شما هم دارد ، لازمه برخی از کسب‌وکارها بین‌المللی هست و در برخی نیاز به چنین کاری نیست زیرا به این نکته باید در ابتدا و آغاز طراحی لوگویتان در نظر



بگیرید زیرا تغییر لوگو و تغییر دادن چندین باره شکل ظاهری لوگو ، موردعلاقه کاربران نمی باشد پس بهتر است با یک لوگو خودتان را در ذهن و قلب مخاطبانتان حفظ کنید.

## لوگو نوشتاری یا لوگوتایپ

لوگو نوشتاری یا لوگوتایپ **Logotype** ، عموماً این نوع لوگو با نام برند ، سازمان ، ارگان یا کسب و کار طراحی و سفارش سازی می شود. این نوع لوگوها دارای تصویر ، آیکون یا نماد تصویری خاصی نمی باشند و فقط از حروف و کلمات تشکیل می شوند اما چینش و نحوه قرارگیری و نوع فونت هایی که برای طراحی لوگوتایپ استفاده می شود ، باحالت عادی متفاوت است. چینش کلمات و تک تک حروف آن باید به صورت خلاقانه ای در کنار یکدیگر قرار بگیرند و نباید حس تکراری بودن نوشته را به بیننده بدهد. میزان و نوع تغییرات هم بستگی موضوع سازمان و برند نیز دارد برای مثال نحوه چینش و استفاده از سبک های فانتزی ، افکت ها و جلوه هایی که برای یک لوگوی سازمانی رسمی طراحی می شود با یک کسب و کار دیگر متفاوت است.

لوگو تایپ معمولاً شامل یک کلمه می باشد ولی نمونه هایی هم هستند که تعداد بیشتری دارد اما در حالت کلی تعدادی بیشتر از سه کلمه نباید باشد. در مواردی که تعداد کلمات بالا باشد و قصد طراحی لوگو به سبک لوگو نوشتاری را داشته باشید ، باید از کلمات و حروف اختصاری لغات ، استفاده کنید. نحوه چینش کلمات هم باید به شکلی باشد که از لحاظ خوانایی ، قابل تشخیص باشد و سایز و رنگ مناسبی هم داشته باشد. نمونه هایی از لوگوتایپ هایی که می توانیم به آن اشاره کنیم ، لوگوی فیس بوک ، لوگوی ناسا ، لوگو کوکاکولا ، لوگو زمزم و ... می باشد.



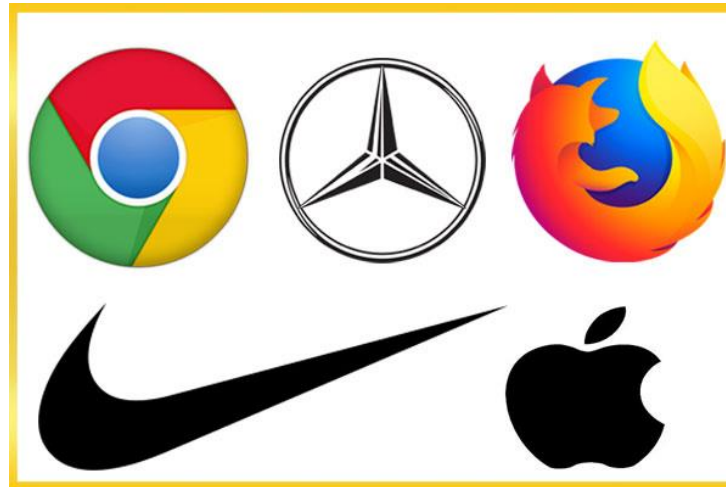
## مونوگرام

مونوگرام به لوگوهایی گفته می‌شود که محوریت اصلی آن بر اساس حرف می‌باشد و با یک یا حداکثر دو حرف مشخص و طراحی می‌شود که اکثراً هم از حرف اول برند یا نام شرکت استفاده می‌شود. در این مونوگرام یا نام دیگر آن لترمارک هم گفته می‌شود، برخلاف لوگوتایپ، می‌تواند شامل یک شکل shape باشد. چینش حروف در این نوع لوگو بسیار اهمیت دارد. لترمارک یا مونوگرام را در طراحی‌هایی که نام برند یا سازمان کسب‌وکار، نامی طولانی باشد از این تکنیک طراحی لوگو استفاده می‌شود. نمونه‌هایی که می‌توان از این نوع طراحی لوگو مثال زد، لوگوی شرکت HP، لوگوی وردپرس، لوگو ال‌جی و ... می‌توان اشاره کرد.



## لوگو تصویری یا پیکتوگرام

یکی از محبوب‌ترین و پرتعدادترین تکنیک‌ها برای طراحی لوگو، لوگو تصویری یا پیکتوگرام است. عنصر اصلی و سازنده این نوع لوگوها، تصاویر، نمادها و اشکال می‌باشد. درصد استفاده از این نوع لوگوها در بین لوگوهای شرکت‌ها و سازمان‌های معروف، بیشتر می‌باشد و در بیشتر موضوعات کسب‌وکار هم رایج و قابل‌استفاده است. پیکتوگرام‌های باید مفهوم و موضوع سازمان و کسب‌وکار را فقط با اشکال و تصویر بیان کنند و در این نمونه، از کلمات و حروف استفاده نمی‌شود. یکی از ویژگی‌های تکنیکی این نوع لوگو، استفاده از گونه‌های رنگی کمی می‌باشد و حداکثر از دو یا سه رنگ در طراحی‌ها استفاده می‌شود. لوگوهای تصویری به شکلی طراحی می‌شوند که امکان استفاده از آن با چندین رنگ مختلف نیز برای صاحب شرکت یا سازمان باشد. استفاده از طیف‌های رنگی زیاد باعث سردرگمی بیننده‌ها می‌شود و از جلوه لوگو می‌کاهد. نمونه و مثال‌هایی که از این سبک داریم؛ لوگوی شرکت اپل، لوگو نایک، لوگو مرسدس بنز، لوگو مرورگرهای گوگل کروم و موزیلا فایرفاکس می‌توان نام برد.



## لوگو مسکات

مسکات نمونه‌ای دیگر از انواع لوگو می‌باشد که به موارد استفاده آن نیز به نسبت کمتر از سایر لوگوها می‌باشد. مسکات یا کاراکترهای گرافیکی را می‌توان به‌عنوان لوگو یا نشان مورد استفاده قرار داد که نمونه‌هایی از این کاراکترهای گرافیکی را می‌توان در انواع مسابقات ورزشی و جشنواره‌ها دید. برای مثال نماد بازی‌های جام جهانی، نماد جشنواره‌های معروف دنیا، لوگو تیم‌های ورزشی و لوگو چیتوز. مسکات یا طراحی کاراکتر گرافیکی بحث پیچیده و جداگانه‌ای دارد و موارد استفاده زیادی نیز دارد اما استفاده از مسکات به‌عنوان لوگو یا نماد کمتر دیده شده است. کاراکترهای گرافیکی که به‌عنوان لوگو طراحی می‌شوند، از شخصیت‌های خیالی و شخصیت‌های انسانی یا حیوانی می‌باشد. اهمیت و ویژگی که می‌توان در مورد لوگوهای مسکات به آن اشاره کرد، تحت تأثیر قرار دادن بیننده است و به دلیل حالت کارتونی یا تصویرسازی شده‌ای که دارد، به راحتی در ذهن و حافظه بیننده باقی می‌ماند.



## لوگو ترکیبی

از دیگر انواع لوگو که کاربرد فراوانی هم دارد لوگو ترکیبی می‌باشد که از ترکیبی از سبک‌های بالا استفاده می‌شود. در حال حاضر یکی از ترکیب‌هایی که بسیار دیده می‌شود طراحی لوگو با ترکیبی از لوگوتایپ و لوگو تصویری می‌باشد. به همین دلیل برخی بر این عقیده‌اند که فقط ترکیب این دو تکنیک ، لوگو ترکیبی ایجاد می‌شود ولی این اشتباه است ؛ بلکه ترکیب مسکات ، مونوگرام ، لوگوتایپ و پیکتوگرام می‌تواند لوگو ترکیبی ایجاد کند. اهمیت استفاده از رنگ‌ها ، و نحوه چینش حروف در این نوع ، بسیار اهمیت دارد و باید به‌گونه‌ای باشد که تصویر و یا نوشته در نگاه بیننده جذاب به نظر برسد. نمونه‌هایی که لوگو ترکیبی می‌توان به آن اشاره کرد ؛ لوگو آدیداس ، لوگو پوما ، لوگو فانتا ، شبکه جام جم و ... می‌باشد.



دسته‌بندی دیگری که برای لوگوها استفاده شده است سبک امبلم Embelm می‌باشد که جزو لوگوهای ترکیبی می‌توان از این مدل نام برد و ترکیبی از سبک مسکات با سبک‌های لوگوتایپ یا مونوگرام می‌باشد که خیلی در عصر حاضر کاربرد ندارد و خیلی کم استفاده می‌شود اما گزینه مناسبی برای برندهایی که قدمت بالایی دارند مناسب می‌باشد.

در این با انواع لوگو و مشخصات اصلی هر لوگو آشنا شدید ، این مقاله چه برای افرادی که قصد سفارش لوگو را دارند مناسب است ، تا اگر ایده یا نظری برای لوگو در نظر دارند ، یک نظر تکنیکی و دقیق باشد و همچنین طراحان گرافیک و طراحان لوگو که باید حتماً با انواع لوگو آشنا باشند و بتوانند برای هر یک از کسب‌وکارها ، سازمان ، مشاغل و برند موردنظر بهترین گزینه را انتخاب کنند و المان‌های آن را به‌درستی استفاده کنند.