

مفهوم پنهان در لوگوهای معروف دنیا

لوگوها معرف یک شرکت، محصول، سایت، وبلاگ و... می باشند. لوگوی برندهای بزرگ و معروف در دنیا هر کدام معنا و مفهوم خاصی دارند که شاید تا به حال نمیدانستید.

به گزارش خبرنگاران زندگی و سرگرمی گزارش خبر، همه شرکت ها برای معرفی محصولات خود به بازار و فروش بهتر از یک برند یا نشان تجاری استفاده می کنند. برند یا نشان تجاری می تواند یک نام، نماد یا طرح باشد. شرکت ها برای حک کردن نام برند خود در ذهن مخاطب از لوگو استفاده می کنند تا زمانی که مخاطب لوگو را مشاهده نمود، در ذهن او نام و محصولات آن برند تداعی گردد.

ممکن است در نگاه اول لوگوی برندهای مختلف برایتان نامفهوم باشد، در پشت لوگوی برندهای بزرگ مفهوم و نکاتی عمیق نهفته است و شرکت ها وقت و سرمایه زیادی برای طراحی برند انجام می دهند. در ادامه این بخش با رازهایی که پشت لوگو یا همان نشان های تجاری شرکت های بزرگ نهفته است، آشنا خواهید شد.

Fanta، فانتا

مک کیت سرپرست بخش کوکاکولا در آلمان در جنگ جهانی دوم تصمیم گرفت که یک محصول جدید بسازد. نام این نوشیدنی جدید با همکاری کیت و کارمندان انتخاب شد زیرا از آنها خواسته بود که فانتزی های خود را در ذهن مرور کنند. در نهایت به همان کلمه فانتزی رسیدند که در زبان آلمانی به معنای فانتا است.

LEGO، لگو

این برند نام یک کمپانی اسباب بازی است که از عبارت دانمارکی به نام leg godt آمده است و به این معنای "خوب بازی کن" است.

Levi's، لیوایز

هدف بعضی از کمپانی ها این است که پتانسیل های خود را به مشتریان نشان دهند و از محصولات خود استفاده کنند تا زندگی مشتریان را به زندگی بهتر تبدیل کنند. این برند هم به دنبال خلاقیت های پنهان می گردد و سعی دارد که پوشیدن شلوار جین را در بین مردم رایج کند.

eBay، ای بی

سازنده این برند اولین بار که وب سایت خودش را ایجاد کرد، همزمان هم در یک کمپانی دیگر مشغول به کار بود. او توانست وب سایت خود را به EchoBay.com نامگذاری کند و در نهایت نام آن را به eBay.com خلاصه کند.

BMW، بی ام و

رنگ های این لوگو از پرچم باواریان آورده شده است که آبی و سفید می باشد. این لوگو همچنین از لوگوی موتور گرفته شده است و بسیار به یکدیگر شبیه هستند.

Audi، آئودی

در نگاه اول این برند بسیار ساده و واضح به نظر می رسد اما این گونه نیست. هر دایره موجود در آن، سمبل یکی از چهار کمپانی در سال ۱۹۳۲ است. یعنی کمپانی های Audi، DKW، Horch، Wanderer و Audi.

Hyundai، هیوندای

این برند مربوط به برند یک کمپانی خودرو است که در تصویر آن دو نفر در حال دست دادن به یکدیگر هستند. این لوگو شبیه به اولین حرف اسم ماست. همچنین سمبل ۲ انسان می باشد. یعنی کمپانی و مشتری که با یکدیگر همکاری می کنند.

Samsung، سامسونگ

سام در زبان کره ای به معنای ۳ است و سونگ به معنای ستاره است. بنابراین سامسونگ به معنای سه ستاره می باشد، عدد سه مخفف سه ویژگی عالی، قدرتمند و بزرگ است.

LG، ال جی

ال جی یک برند جهانی است و اکثر افراد دنیا آن را می شناسند. این حروف که در ساخت این برند استفاده شده است، شبیه به صورت انسان می باشد. L شبیه به بینی و G شبیه به قسمت های دیگر صورت است، آدمی تک چشم و خندان که شعار معروف زندگی خوب است را دارد.

Google، گوگل

می توان گفت که معروف ترین برند جهان برند گوگل است. لوگوی گوگل مفهومی است که با قوانین بازی نمی کند و می داند که چگونه برای شما سرگرمی ایجاد کند. فونت خاص و عجیب غریبی برای این سمبل استفاده نشده است و آن ها پیام خود را با استفاده از رنگ های مختلف در لوگو بیان می کنند.

Gillette، ژیلت

ژیلت یک کمپانی تیغ است که این تیغ تیز خودش به یک لوگو تبدیل شده است. حروف G و i در کنار یکدیگر تصویری شبیه به یک نوع برش ایجاد می کنند که همان تصویر مربوط به تراشیدن موها است.

Adidas، آدیداس

آدیداس یک برند مشهور ورزشی است که مربوط به کمپانی کفش است. خطوط روی آن، همیشه بخشی از این لوگو محسوب می شود و این خطوط شبیه به یک کوه هستند. این کوه نشان دهنده چالش ها و موانع پیش رو بر سر راه قهرمانان می باشد که با آن روبرو می شوند و می توانند به آن ها غلبه کنند.

Amazon، آمازون

همه چیز از مفهوم اول تا آخر با A تا Z آمده است که در واقع همان "الف" تا "ی" خودمان در زبان فارسی است که با یک خط بهم وصل می شوند و نشان میدهد به قول معروف از سیر تا پیاز هر آنچه بخواهید در آن خواهید یافت.

این لوگو از اوایل سال ۲۰۰۴ در آمریکا ساخته شد که شکل کلی آن شبیه به لبخند یک صورت است و همین، یک مفهوم مثبت را در افراد ایجاد می کند اما بیشتر از اینکه حس خوب را در ما بسازد، پیام هایی را هم می رساند و نشان دهنده این است که می توانید در این سایت هر چیزی پیدا کنید.

Domino' pizza، پیتزا دومینو

همه لوگوی پیتزا دومینو را می شناسند که بر اساس بازی دومینو طراحی شده است. تام موناگان، مؤسس برند پیتزا دومینو که بزرگ شده یتیم خانه بود، در سال ۱۹۶۰ یک مغازه پیتزافروشی کوچک با نام Dominick's در میشیگان راه اندازی کرد و به لطف همین پیتزا فروشی کوچک پله های ترقی را طی نمود.

او پنج سال پس از راه اندازی این فروشگاه توانست دو مغازه پیتزا فروشی دیگر را نیز در مکان های مختلف خریداری کند. در آن زمان موناگان سه فروشگاه پیتزافروشی داشت که دوتای آن ها به یکدیگر نزدیک بودند. وجود سه حفره یا نقطه در وسط این برند نشان دهنده رستوران های پیتزا دومینو است که اول دو مورد از این رستوران ها و بعد یکی از آن ها تاسیس شد.

در طی ۵ دهه گذشته لوگوی برند پیتزا دومینو دستخوش تغییرات زیادی شده اما سه نقطه ای که در این لوگو از ابتدا وجود داشت هرگز تغییر نکرده است.

IBM، ای بی ام

این برند به معنای مساوات و عدالت برای همه است که سه حرف را برای معرفی خودش انتخاب کرده است. دلیل وجود خطوط افقی در بین حروف نشان دهنده محدودیت های بزرگ بر سر راه این است که پیام راز آلودی را القا می کند.

Apple، اپل

لوگوی اپل واقعاً یک سیب را نمایش می دهد و یعنی شکل برند با نام آن کاملاً همخوانی دارد. این سیب نماد همان سیبی است که باعث کشف نیروی جاذبه توسط نیوتن شد. در واقع این سیب نماد اتفاقات بسیار بزرگی در جهان است که با گاز زدن آن، وارد شدن به کشفیات مهم را نشان می دهد.

طراح اصل لوگوی اپل درمورد داستان طراحی این برند اینگونه گفت که: یک روز سیدی بزرگ سیب خریدم و همه را توی یک کاسه ریختم و جلوی خودم گذاشتم. چندین روز تنها در حال بررسی این میوه از زوایای مختلف بودم تا اینکه یک روز از سر خستگی، یکی را گاز زدم و آن را به شکل نیم خورده در گوشه ای گذاشتم و همین سیب گاز زده مرا به اصل ماجرا رساند.

در واقع گاز من نمادی از همان ریزه های اطلاعات بود؛ به این دلیل که تلفظ فعل گاز در زبان انگلیسی درست همانند «Byte» تلفظ می شود. ضمناً اگر سیب گاز زده نمی شد، فرقی با گیلان نداشت و شاید کسی متوجه سیب بودن آن به عنوان یک لوگو نمیشد.

McDonald's، مک دونالد

این لوگو حرف m را با رنگ طلایی در وسط خود دارد که نماینده کلمه مک دونالد است. قوس طلایی رنگ در حرف m نشان دهنده زنجیره های رستورانی می باشد که یکی پس از دیگری در سطح شهرها و کشورهای مختلف وجود دارد.

Mitsubishi، میتسوبیشی

لوگوی این برند سه الماس قرمز رنگ می باشد. این لوگو مربوط به سال ۱۸۷۰ در ژاپن است که مربوط به خانواده ایساواکی بوده که به شکل امروزی در آمده است. میتس به معنای "سه" و بیشی به معنای "اب یا شکل الماس" است.

Nike، نایکی

داستان ساخت این لوگو مربوط به طراحانی است که ذهن بسیار خلاق داشته اند. آنها این لوگو را برای کمپانی نایکی به قیمت ۳۵ دلار طراحی کردند. شاید این لوگو از نظر شما ساده باشد اما به مرور زمان به یکی از بهترین ها و خاص ترین ها تبدیل شد.

در واقع این لوگو با سادگی بسیار زیادی که دارد، می تواند معنای مختلفی را بیان کند و به اندازه کافی قوی هست تا بتوان آن را با آدیداس مقایسه کرد. بر اساس گفته های طراح این لوگو علامت چک مارک در لوگوی نایکی حکایت از سرعت صوت دارد تا چالاکی و سرعت ورزشکاران را در ذهن تداعی کند.

لوگوی نایکی که در سال ۱۹۷۱ طراحی شد تا سال ۱۹۹۵ دست نخورده باقی ماند و در این سال شاهد طراحی جدیدی از این لوگو بودیم که به نسخه اصلی خود پایبند بود.

Pepsi، پیپسی

این لوگو شکل جهانی لبخند را به دیگران عرضه می کند و در سال ۱۹۴۰ در طول جنگ جهانی دوم ساخته شد و دارای رنگ قرمز، سفید و آبی است که حمایت از دیگر کشورهای خارجی را نشان می دهد. به این منظور که این لوگو در کل جهان شناخته شده خواهد بود و به کل انسان های دنیا لبخند می زند.

Pinterest، پینترست

این لوگو، داخل خود حرف pin را دارد که به معنای سنجاق کردن می باشد. سنجاق کردن یکی از ویژگی های اصلی پینترست است و بعد از آن کلمه انگلیسی interest به معنای علاقه، قرار داده شده است. به این معنا که همه می توانند هر عکس مورد علاقه را در این سایت سنجاق و پیدا کنند.

Formula ۱، فرمول وان

با نگاه کردن با دقت به فضای خالی میان حرف "F" و خطوط قرمز عدد ۱ را مشاهده می کنید. خطوط قرمز آرم نمادی از سرعت ماشین های فرمول ۱ را به صورت گرافیکی نشان می دهند.

طراحان لوگوی فرمول یک قصد داشتند به نحوی، پارامتر سرعت را هم در لوگوی خود دخیل کنند به همین دلیل استفاده از خطوط قرمز کوتاه و بلند که حرکت به سوی جلو را در ذهن بیننده تداعی میکرد را در لوگوی خود دخیل کردند.

Mercedes-Benz، مرسدس بنز

لوگوی مرسدس بنز که امروزه شاهد آن هستیم اصلاً قرار نبود به یک نشان تجاری تبدیل شود و در واقع برگرفته از ستاره ای بود که گوتلیب دایملر، یکی از صنعت گران بزرگ آلمان روی نامه هایی که برای همسرش می فرستاد، حک می کرد.

پسران دایملر برای نشان تجاری خودروهایی با برند DMG از ستاره ای سه پر استفاده کردند. در سال ۱۹۲۶ با ادغام شدن بنز و DMG از ستاره سه پر در لوگوی این خودروهای لوکس و اشرافی استفاده شد. لوگوی مرسدس بنز از آن زمان تاکنون دستخوش هیچ تغییری نشده است.

Versace، ورساچه

لوگوی نام تجاری ورساچه تصویر یکی از مهم ترین اسطوره های یونان باستان (مدوسا) است. مدوسا بانویی بسیار زیبارو و جذاب بود که بعد از تنبیه خدایان شکل و شمابلی بسیار زشت پیدا کرد و به جای تارهای مو روی سرش، چند مار خطرناک بیرون آمد.

خیره شدن در چشمان نافذ مدوسا عاقبتی به غیر از سنگ شدن برای کسی که این کار را کرده بود به دنبال نداشت. جانی ورساچه مؤسس برند ورساچه به دلیل علاقمندی به اسطوره های باشکوه یونان برای لوگوی این برند از تصویر مدوسا قبل از تنبیه خدایان که ظاهری زیبا و بانفوذ دارد، استفاده نمود.

PIXAR، پیکسار

پیکسار سابقه بسیار درخشانی در ساخت کارتون هایی با گرافیک کامپیوتری دارد. پیکسار با ساخت کارتون معروف داستان اسباب بازی به شهرت جهانی رسید و قبل از آن در سطح جهانی کسی پیکسار را نمی شناخت. تا قبل از کارتون داستان اسباب بازی لوگوی پیکسار یک لامپ بود که روی حرف A بالا و پایین می پرید تا اینکه حرف A خالی می شد.

در سال ۱۹۸۶، پیکسار انیمیشن کوتاهی درباره داستان طراحی لوگوی برند پیکسار ساخت که نامزد جایزه فیلم کوتاه در مراسم اسکار شد. در این فیلم دو دقیقه ای چراغ مطالعه ای که از مدل واقعی یک چراغ مطالعه ساخت نروژ الهام گرفته شده بود، دائم با توپی که سوراخ نمی شد، بازی می کرد.

از آنجایی که این چراغ مطالعه باعث معروف شدن این شرکت کوچک شده بود، پیکسار تصمیم گرفت تا چراغ مطالعه را به صورت نمادین و به یادگار به لوگوی خود اضافه کند. جالب است بدانید استیو جابز پیکسار را از جورج لوکاس خریداری کرد و نام تجاری پیکسار را برای این شرکت موفق انتخاب نمود.

Toyota، تویوتا

لوگوی برند تویوتا قلبی است که سمبل های پنهانی در آن قرار گرفته است. هنگامی که به این لوگو نگاه می کنید؛ حرف T را می بینید که مربوط به حرف اول تویوتا است که نام یک کمپانی خودروسازی بسیار بزرگ می باشد. این لوگو همچنین شما را یاد فضاوردی هم می اندازد که قصد دارد با انجام این کار قدرت بالای خودروهای تویوتا را معرفی کند و به رخ بکشد.

Tesla، تسلا

با شنیدن نام تسلا، همه ما حدس می زنیم که نام این برند برگرفته از نام فیزیکدان معروف، نیکلا تسلا است، بنابراین بسیاری حرف T در وسط لوگوی تسلا را به حرف اول نام فامیلی نیکلا تسلا نسبت می دهند اما ایلان ماسک درباره لوگوی برند تسلا می گوید که حرف T در لوگوی تسلا هیچ ربطی به نام نیکلا تسلا ندارد و حرف T درواقع صنعت خودروسازی فعلی و خودروهای الکتریک را در لوگوی تسلا از هم جدا کرده است.

Coca-Cola، کوکا کولا

پرچم دانمارک را در لوگوی معروف کوکا کولا، در فضای بین حرف "O" و "L" می توان مشاهده نمود اما این تشابه کاملاً اتفاقی بوده است. این شرکت در کشورهای اسکاندیناوی برای تبلیغ محصولش هرگز از این موضوع استفاده نکرد.

Walt Disney، والت دیزنی

این لوگو، یک برند فانتزی را به شما معرفی می کند و فضایی که برای طراحی لوگو انتخاب شده است، هم یک فضای رویایی و فانتزی می باشد. این لوگو توسط یک خانم در کمپانی طراحی شد که البته کارهای هنری دیگری هم برای زیباسازی آن انجام گرفت.

قلعه ای که داخل لوگو می بینید، نشان دهنده قلعه سیندرلا است که همه فیلم های دیزنی را یادآوری می کند و هم نشان دهنده همان جایی است که سیندرلا در آن به شهرت رسید.