

تفسیر آرم شرکت‌های خودروساز

شاید از همان زمانی که انسان‌ها برای برقراری ارتباط به حک تصاویر بر روی سنگ‌ها و دیواره غارها روی آوردند و برای معرفی هر جسمی نمادی در نظر گرفتند، نخستین جرقه‌های نمادسازی نیز زده شده و بر این اساس بود که هر جسمی و یا هر موجودی بر روی کره زمین برای خود نمادی تصویری و گفتاری یافت، اما این شروع ارتباط زمینه‌های بعدی را برای ایجاد نمادهای تجاری که شاید آن هنگام کسی به آن فکر نمی‌کرد فراهم آورد و اکنون نمادها بیش از برقراری ارتباط فرهنگی و انسانی برای برقراری ارتباط تجاری مورد استفاده قرار می‌گیرند و نمادهای امروز از وقایع و سرگذشت‌هایی حکایت دارد که بیش از این بر ارتباطات تجاری حاکم بوده است.

نماد شرکت‌های خودروسازی نیز زبان و تاریخچه خاص خود را دارد و این شرکت‌ها در مقاطع مختلف از عملکردشان برای تولید خودروهایشان نمادهایی را طراحی کرده و مورد استفاده قرار می‌دادند. در بیشتر مواقع آرم‌های طراحی شده یک نشان و یک نماد از کشور سازنده است که خودروسازان آن را به عنوان لوگو برای خود انتخاب می‌کنند.

در برخی موارد نیز لوگوی خودروسازها به صورت اتفاقی طراحی شده و مورد استفاده شرکت‌های خودروساز قرار گرفته است.

این در حالی است که طی سال‌های اخیر برندهایی چون سیتروئن و لگنس نشانه‌هایی از طراحی حرفه‌ای در دنیای لوگو برندها به منصف ظهور رسانده‌اند.

این دو شرکت اولین شرکت‌هایی بودند که از طراحی حرفه‌ای برای لوگوی شرکت‌های خود استفاده کردند و تعاریفی خاص را برای آن در نظر گرفتند.

در برخی موارد نیز دیدگاه‌های مرتبط با اهمیت لوگو منجر به خلق نمونه‌ای کامل از خودرو بر مبنای لوگوی آن شرکت سازنده می‌شود.

دو دهه ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ میلادی را می‌توان سال‌های اوج طراحی نمادهای گرافیکی برای شرکت‌های خودروساز دانست.

خودروسازها در این دو دهه برای مدل‌های تازه خود نمادهایی جدید تعریف می‌کردند و رقابتی جدی در این زمینه میان خودروسازها درگرفته بود؛ طی این دو دهه برخی شرکت‌های خودروساز نیز نشان‌های قدیمی خود را تغییر و لوگوهای جدید را جایگزین لوگوهای قدیمی کردند.

سایر کمپانی‌ها نیز هر یک به فراخور سابقه و وضعیتي که در طول تاریخ صنعت داشته‌اند آرم و یا نشانه‌ای را طراحی می‌کردند.

اگرچه برندهای خودرو در زمره مشهورترین و پرقدرت‌ترین برندها بر روی کره خاکی هستند؛ اما به ندرت کسی منشاء نشان‌هایی که برای این برندها برگزیده شده است را می‌داند؛ طی این گزارش سعی ما بر آن است که مفاهیم برندهای خودروساز بزرگ جهان و چگونگی طراحی آن را توضیح دهیم.

چگونگی تشکیل اولین لوگو در ایران

ایران خودرو
اولین نشانه‌ای که در صنعت خودروسازی ایران مطرح شد آرم حك شده بر روی پیکان بود. تصویری از يك ارابه باستانی و شمایل‌ی از يك اسب در حال حرکت که این آرم تا زمان توقف تولید پیکان همراه این خودرو بود. پس از توقف تولید پیکان و آغاز تولید خودروی سمند مسوولان ایران‌خودرو طراحی آرم جدیدی برای سمند را در معرض فراخوان عمومی گذاشتند و در نهایت طرح استاد مرتضی ممیز که يك کله اسبی زیبا بود، به عنوان زیباترین و بهترین اثر برای قرار گرفتن بر بدنه خودروی سمند برگزیده شد. طرحی که با نام خودرو کاملاً همخوانی داشت.



سایپا
پیدا کردن نشان جدید برای سایپا نیز به سال‌های دهه ۶۰ بازمی‌گردد در آن روزها که محصولات این خودروساز هنوز به تنوع امروزی دست نیافته بود یکی از طراحان برجسته ایران با نام ابراهیم حقیقی آرم سایپا را طراحی کرد. این آرم به‌زعم طراحش، صفاتی چون بالندگی و توسعه را القا می‌کند که تبدیل به یکی از آشناترین نشانه‌های صنعتی ایران شده است. طراحی لوگو برای خودروسازان بزرگ جهان



جاگوار
در میان خودروهای انگلیسی جاگوار لوگوی برجسته‌ای دارد. آنچه از نام این خودرو بر می‌آید جاگوار نام يك پلنگ درنده است که به دنبال شکار می‌گردد.



شورولت
نشان شورولت که شبیه علامت جمع است به یکی از سفرهای ویلیام دورانت موسس این شرکت به پاریس بازمی‌گردد.
دورانت در این سفر مجذوب طرح یکی از کاغذهای دیواری می‌شود و چند سال بعد در سال ۱۹۱۳ وی مبنای طراحی لوگوی برخی از خودروهای تولیدی خود که نامشان را از لوئیس شورولت راننده مسابقات سرعت به عاریت گرفته بود قرار داد.



سیتروئن
علامت رو به بالای سیتروئن این تصور را در بیننده به وجود می‌آورد که آرم سیتروئن به معنای حرکت رو به بالا و نزدیک شدن به مهندسی پیشرفته است؛ اما چنین نیست. آندره سیتروئن کار در صنعت موتور را با تولید چرخ دنده آغاز کرد و علامت نظامی دوتایی در واقع سمبل دنده‌های چرخ دنده است.



سیتزا
لوگوی سیتزا به طور آشکار گویای ملیت ایتالیایی کارخانه است. این لوگو طراحی از یک سر گرگ به نشانه افسانه پتبر است. استفاده از رنگ زرد نیز به خاطر نماد شهر مودنا در ایتالیا بوده است.



بي.ام.و نشان شرکت خودروسازي
بي.ام.و از زماني که این شرکت به توليد موتور هواپيما روي آورد برگزيده شد. آرم بي.ام.و يك
ملخ خوش فرم و در حال چرخش هواپيما است و رنگ آبي آن يادآور آسمان است.



آنودي
چهار حلقه آنودي برخلاف برخي شايعات هيچ ارتباطي به حلقه‌هاي المپيك ندارد، بلکه نمادي
از ادغام چهار شرکت خودروسازي آلمان در سال ۱۹۳۲ است. این چهار شرکت که د.کا.و،
وندرو، هورث و آنودي را در بر مي‌گرفتند؛ به دليل شرايط نامناسب بازار ناچار به ادغام در
يکديگر شدند. بعد از جنگ این اتحاديه نام خود را از زبان لاتين که در انگليسي به معنای
مي‌شنوم است و از اسم موسس خود آگوسته آنودي گرفته شده حفظ کرد و تنها حلقه‌هاي
نشان آن باقي ماند.



فولکس واگن
شرکت فولکس واگن در سال‌هاي منتهي به جنگ دوم جهاني توسط فرانس ريمپيسه
تاسيس شد.
لوگوي اصلي که ريمپيسه در رقابتي درون سازماني طراحي کرد و به خاطر خلاقيت در نظر
گرفته شده در آن ۵۰ مارک برنده شده بود، به عنوان لوگوي این شرکت انتخاب شد.
لوگوي شرکت فولکس واگن در ابتدا با چرخ دنده‌اي که نشان رسمي جبهه کارگري آلمان بود
احاطه شده بود اما پس از جنگ دوم جهاني این دنده از لوگو حذف شد.



فراري
آرم فراري در واقع اسب بلند شده بر روي دو پا است که نشان خلبان آس ايتاليائي در جنگ اول جهاني است (ACE) در بين خلبانان به کسي اطلاق مي‌شود که حداقل ۵ فرود از هواپيماهاي دشمن را سرنگون کرده باشد)، فرانسيسکو باراگيتي از خلبانان آس ايتاليا بود، که والدينش شرکت فراري را ترغيب کردند تا نشان پسرشان را روي خودروهاي مسابقه‌اي خود قرار دهد.



مرسدس بنز
ستاره سه پر مرسدس بنز نشان از تسلط آن بر زمين، دريا و آسمان است.
سه شاخه مرسدس فاقد حلقه دور آن بود، اما پس از ادغام مرسدس و بنز در دهه ۲۰ ميلادي حلقه گلي به دور اين نشان اضافه شد.



پورشه
آرم پورشه نشان محلي شهر اشتوتگارت است. در اين نشان اسب علامت مزرعه اشتاب و شاخه و خطوط مشكي و سرخ نيز بخشي از نشان سلطنتي پادشاهي ووتمبرگ است.



آلفارومئو
آرم شرکت آلفارومئو نیز مانند پورشه نشان محلي است. علائم اين شرکت نشان رسمي شهر ميلان و مربوط به جنگهاي صليبي مي باشد که در آن انساني در حال خورده شدن است.



فورد
آرم بيضي و ساده شرکت فورد در سال ۱۹۰۳ توسط هارولدويلز که شغل اصلي آن چاپ کارت

ویزیت بود طراحی شد و در سال ۱۹۲۷ زمینه اولیه نشان شرکت به رنگ آبی تغییر کرد.



فیات
در دهه ۸۰ شرکت فیات نشان ابتدای خود را به نفع حروف کلمه فیات که به طور نامنظم کنار هم قرار گرفته بودند را کنار گذاشت و آرم جدید فیات توسط طراح ارشد این شرکت طراحی شد. مایومایول، طراح ارشد شرکت فیات نشان جدید فیات را به صورت اتفاقی به هنگام آزمودن یکی از مدل‌های این شرکت طراحی کرد. وی به هنگام تست خودرو از برابر یکی از تابلوهای نئون تبلیغاتی فیات عبور کرد و نور این نئون که در پی زمینه سیاهی آسمان معوج به نظر می‌رسد؛ توجه وی را جلب کرد و به این طریق نشان چندساله فیات توسط وی طراحی شد.



مازاراتی
نشان مازاراتی نیز مانند آلفارومئو و پورشه سمبل یک شهر است. مازاراتی سمبل شهر بولینا است و این خودرو برای اولین بار در آن شهر تولید شد؛ و به همین منظور نشان این شهر برای این شرکت خودروسازی طراحی شد.



مزدا
نشان مزدا توسط ری‌یوشی‌مارا که یک شرکت مشهور در زمینه تصویرسازی است تکامل یافته حرف «V» در نظر گرفته شد. این نشان نمایانگر بال‌های باز شده می‌باشد که در فرهنگ ژاپن به معنای ابتکار، درک هدف و لطافت است.



mazda

میتسویچی
آرم میتسویچی برگرفته از سه قطعه الماس لوزی شکل است که در یک نقطه تلاقی پیدا کرده‌اند. میتسویچی با این آرم می‌خواهد به مشتریان بفهماند که خودروی زیر دستشان مثل یک الماس با ارزش است.



رو وروورها گروهی راهزن دریایی یا سرگردان در دریاها بودند. چیزی شبیه وایکینگ‌ها و از همین رو کشتی وایکینگ‌ها همیشه و به اشکال گوناگون در نشان رور وجود داشته است.



اشکودا نشان اشکودا شبیه یک بوقلمون در حال پرواز است. حال آنکه بوقلمون‌ها پرواز نمی‌کنند، اما این نشان در واقع یک پیکان بالدار است که مفهوم کلی سرعت را به مخاطب القا می‌کند.



سوبارو سوبارو اولین کارخانه ژاپنی تولیدکننده خودرو است. این نشان اشاره به گروهی شش‌تایی ستارگان خوشه پروین در صورت فلکی است که در زبان ژاپنی به نام موتسورا بوشی نیز خوانده

می شود.



تویوتا
نشان کنونی تویوتا شبیه یک گاوچران با یک کلاه بزرگ است. در واقع سه بیضی درون یکدیگر است که نشان‌دهنده قلب مشتری، قلب تولید و قلب پیشرفت فنی در حال گسترش و فرصت‌های بیکران است که دور دویبیضی دیگر قرار گرفته است.

البته این نیز گفته می شود که این نشان مربوط به زمینه قبلی فعالیت کارخانه، یعنی نساجی بوده است که یادآور دوک و نخ است.



ولوو
ولوو در زبان لاتین به معنای «من می‌گردم» است و دایره پیکان‌دار نشان قراردادی فولاد است. دایره و پیکان همچنین یادآور سپر و نیزه مریخ است که سمبل شیمیایی برای آهن نیز می‌باشد.

