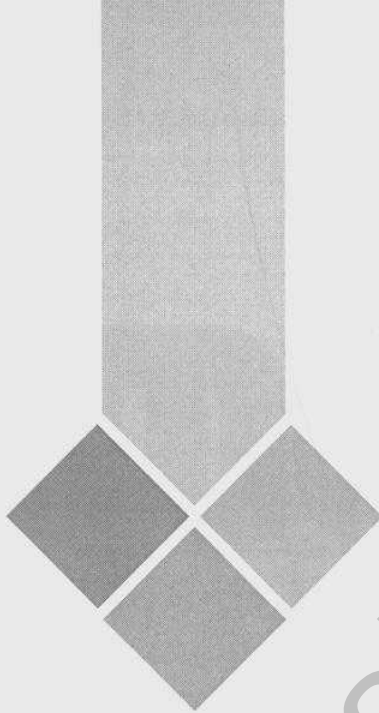


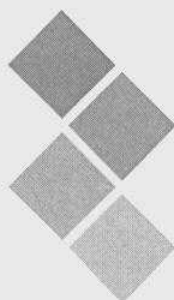


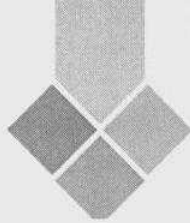
لوگو در ورزش

دکتر سارا کشک
(دانشیار دانشگاه علامه طباطبائی)

دکتر حمید قاسمی
(دانشیار دانشگاه پیام نور)

باقر چهاردولی
(کارشناس ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه علامه طباطبائی)





سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

سرشناسه	: کشکر، سار، ۱۳۴۵ -
عنوان و نام پدیدآور	: لوگو در ورزش/ مولفان سارا کشکر، حمید قاسمی، باقر چهاردولی.
مشخصات نشر	: تهران: اندیشه آرا، ۱۳۹۶.
مشخصات فیزیکی	: ۱۵۶ص: مصور (بخشی رنگی)، جدول.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۹۷۵۲۴-۱-۶
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: Logo in Sports :
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۱۵۶.
موضوع	: آگوها-- ایران
موضوع	: Logos (Symbols)-- Iran
موضوع	: بـ سگاه ورزشی -- ایران
موضوع	: Athletic clubs -- Iran
موضوع	: نشانه نگار
موضوع	: ography :
شناسه افزوده	: چهاردولی، باقر، ۱۳۴۷
شناسه افزوده	: قاسمی، حمید، ۱۳۵۰
شناسه افزوده	: Ghasemi, Hamid :
رده بندی کنگره	: NC۲۰۰۲/۹ک۵ ۱۳۹۶
رده بندی دیویی	: ۷۴۱/۶۰۹۵۵ :
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۸۲۳۸۸۱ :

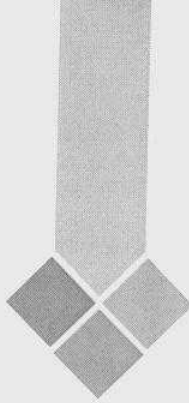
اندیشه آرا

اندیشه، فاز ۱، نیش خیابان شهد غربی، مجتمع
تجاری و اداری رضا، طبقه دوم جنوبی، واحد ۲۲
۰۲۱-۶۵۵۰۲۸۸۱ ۰۲۱-۶۵۵۱۱۴۳۳

کتاب لوگو در ورزش

تالیف: دکتر سارا کشکر، دکتر حمید قاسمی، باقر چهاردولی
صفحه آرایی و طراحی جلد: سید علی قاسمی
چاپ اول: ۱۳۹۶
شمارگان: ۱۰۰ نسخه
قیمت: ۱۸۰۰۰ تومان

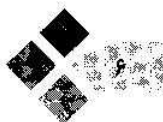




فهرست مطالب

۸	پیشگفتار
۱۱	فصل اول: نشانه و انواع آن
۱۲	مقدمه
۱۲	۱-۱ نشانه
۱۵	۱-۱-۱ منابع الهام طراحان گرافیک در طراحی نشانه‌ها
۱۵	۱-۱-۲ طبقه‌بندی نشانه
۱۶	۱-۲-۱-۱ نشانه‌های تصویری
۱۷	۱-۲-۱-۲ نشانه‌های نوشتاری
۱۸	۱-۳-۱-۱ انواع نشانه‌ها
۱۸	۱-۳-۱-۲ انواع نشانه‌های تصویری
۲۴	۱-۳-۱-۳ انواع نشانه‌های نوشتاری
۲۸	۲-۱ برند
۲۸	۳-۱ لوگو
۲۹	۱-۳-۱ سناریو
۲۹	۲-۳-۱ لغت‌نامه بصری
۳۰	۴-۱ تفاوت لوگو و برند
۳۱	۵-۱ آرم
۳۲	۶-۱ نکاتی در طراحی نشانه‌ها
۳۳	۱-۶-۱ طراحی نشانه برای کسب و کار شما
۳۴	۲-۶-۱ خصوصیات نشانه‌های تجاری
۳۴	۷-۱ لوگو به منزله یک رسانه
۳۶	۸-۱ نماد شناسی
۳۷	۱-۸-۱ دایره یا بیضی
۳۸	۲-۸-۱ مربع یا چهارضلعی‌ها
۳۹	۳-۸-۱ مثلث
۴۰	۴-۸-۱ خطوط عمودی، افقی، دندانه‌دار و منحنی

۴۰	۵-۸-۱. نسبت‌های طلایی
۴۳	۹-۱. اشتباهات در طراحی لوگو
۴۵	۱۰-۱. نرم افزارهای طراحی لوگو
۴۶	۱۱-۱. لوگوهای امروزی
۴۸	۱۲-۱. رنگ‌ها در طراحی لوگو
۴۹	۱-۱۲-۱. قرمز
۴۹	۲-۱۲-۱. نارنجی
۵۰	۳-۱۲-۱. زرد
۵۱	۴-۱۲-۱. سبز
۵۱	۵-۱۲-۱. آبی
۵۱	۶-۱۲-۱. بنفش
۵۲	۷-۱۲-۱. سفید
۵۲	۸-۱۲-۱. سیاه
۵۳	۱۳-۱. نمونه ای از مراکز طراحی لوگو ورزشی
۵۷	فصل دوم: لوگوی فدراسیون های ورزشی
۵۸	مقدمه
۵۸	۱-۲. توضیحاتی در خصوص لوگوی فدراسیون های ورزشی ایران
۵۹	۲-۲. فدراسیون آماتوری ورزش کارگری
۶۰	۳-۲. فدراسیون اسکواش
۶۱	۴-۲. فدراسیون اسکی
۶۲	۵-۲. فدراسیون اسکیت
۶۳	۶-۲. فدراسیون انجمن‌های ورزشی
۶۴	۷-۲. فدراسیون بدمینتون
۶۵	۸-۲. فدراسیون بدنسازی و پرورش اندام
۶۵	۹-۲. فدراسیون بسکتبال
۶۶	۱۰-۲. فدراسیون بوکس
۶۷	۱۱-۲. فدراسیون بولینگ و بلیارد
۶۸	۱۲-۲. فدراسیون پزشکی ورزشی
۶۹	۱۳-۲. فدراسیون پهلوانی و زورخانه ای
۷۰	۱۴-۲. فدراسیون تکواندو
۷۱	۱۵-۲. فدراسیون تنیس
۷۲	۱۶-۲. فدراسیون تنیس روی میز
۷۳	۱۷-۲. فدراسیون تیراندازی



۷۳	۱۸-۲. فدراسیون تیراندازی با کمان
۷۴	۱۹-۲. فدراسیون جانبازان و معلولین
۷۵	۲۰-۲. فدراسیون جودو و کوراش
۷۶	۲۱-۲. فدراسیون دوچرخه سواری
۷۶	۲۲-۲. فدراسیون دوومیدانی
۷۷	۲۳-۲. فدراسیون زمیناستیک
۷۸	۲۴-۲. فدراسیون سوارکاری
۷۹	۲۵-۲. فدراسیون شطرنج
۸۰	۲۶-۲. فدراسیون شمشیربازی
۸۱	۲۷-۲. فدراسیون شمشیر و واترپلو
۸۱	۲۸-۲. فدراسیون تیر
۸۲	۲۹-۲. فدراسیون قایق‌رانی و کایاک روی آب
۸۳	۳۰-۲. فدراسیون کاراته
۸۴	۳۱-۲. فدراسیون کبکدی
۸۵	۳۲-۲. فدراسیون کشتی
۸۶	۳۳-۲. فدراسیون کونگ فو
۸۷	۳۴-۲. فدراسیون کوهنوردی و صعودهای ورزشی
۸۸	۳۵-۲. فدراسیون گلف
۸۹	۳۶-۲. فدراسیون ملی ورزش‌های دانشگاهی
۹۰	۳۷-۲. فدراسیون موتورسواری و اتومبیلرانی
۹۱	۳۸-۲. فدراسیون ورزش‌های نابینایان و کم بینایان
۹۲	۳۹-۲. فدراسیون نجات غریق و غواصی
۹۳	۴۰-۲. فدراسیون والیبال
۹۳	۴۱-۲. فدراسیون ورزش بیماران خاص و پیوند اعضا
۹۴	۴۲-۲. فدراسیون ورزش دانش آموزی
۹۵	۴۳-۲. فدراسیون ورزش‌های رزمی
۹۶	۴۴-۲. فدراسیون ورزش سه گانه
۹۷	۴۵-۲. فدراسیون ورزش‌های روستایی و عشایری
۹۸	۴۶-۲. فدراسیون ورزش‌های ناشنوایان جمهوری اسلامی ایران
۹۹	۴۷-۲. فدراسیون ورزش‌های همگانی جمهوری اسلامی ایران
۱۰۱	۱-۴۷-۲. آکادمی ورزش‌های همگانی
۱۰۲	۲-۴۷-۲. لوگوی انجمن‌های فدراسیون ورزش‌های همگانی
۱۱۴	۴۸-۲. فدراسیون وزنه برداری
۱۱۵	۴۹-۲. فدراسیون ووشو

۱۱۶	۵۰-۲. فدراسیون هاکی
۱۱۷	۵۱-۲. فدراسیون هندبال
۱۱۸	۵۲-۲. فدراسیون جهانی ورزش های زورخانه ای و کشتی پهلوانی
۱۱۹	فصل سوم: لوگوی سایر سازمان های ورزشی
۱۲۰	مقدمه
۱۲۰	۱-۳. اداره کل تربیت بدنی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
۱۲۱	۲-۳. پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی
۱۲۱	۳-۳. انجمن علمی مدیریت ورزشی ایران
۱۲۲	۴-۳. انجمن علمی تربیت بدنی و علوم ورزشی ایران
۱۲۳	۵-۳. انواع لوگوی سازه های ورزشی
۱۲۴	۶-۳. سازمان های تربیدی ورزشی
۱۲۵	۷-۳. باشگاه های ورزشی
۱۲۸	۸-۳. سازمان لیگ فوتبال ایران
۱۲۹	۹-۳. مسابقات والیبال تیم ملی ایران آسیا ۲۰۱۵
۱۳۱	۱۰-۳. لوگوی برخی از رویدادهای ملی ورزشی
۱۳۲	۱۱-۳. لوگوی برخی از رویدادهای بین المللی ورزش به میزبانی ایران
۱۳۳	فصل چهارم: لوگوی رسانه ها و برنامه های ورزشی
۱۳۴	مقدمه
۱۳۴	۱-۴. شبکه ورزش سیما
۱۳۶	۲-۴. رادیو ورزش
۱۳۷	۳-۴. برنامه نود
۱۳۷	۴-۴. برنامه ورزش و مردم
۱۳۸	۵-۴. برنامه کاوش در ورزش
۱۳۹	۶-۴. سایت پردیس مجازی ورزش ایران
۱۴۰	۷-۴. سایت ورزش سه
۱۴۰	۸-۴. انتشارات علم و حرکت
۱۴۲	۹-۴. انتشارات آوای ظهور
۱۴۳	۱۰-۴. انتشارات بامداد کتاب
۱۴۴	۱۱-۴. انتشارات ورزش (نشر ورزش)
۱۴۵	۱۲-۴. انتشارات اندیشه آرا
۱۴۶	۱۳-۴. لوگوی برخی از دیگر ناشرین ورزشی
۱۴۷	پیوست
۱۵۶	منابع



پیشگفتار

نشانه‌ها عناصر مهمی در ارتباطات انسانی هستند. آن‌ها رسانه‌ای برای انتقال پیامند و به همین دلیل از اهمیت بسیاری برخوردارند. نشانه‌ها به شکل‌های مختلفی در زندگی انسان‌ها حضور دارند. برخی برخوردار از ماهیت طبیعی و برخی ساخته دست انسان هستند. برای نمونه صاعقه نشانه‌ای برای بارش باران و دود نشانه وجود آتش و لبخند روی لب مادر نشانه محبت هستند و همه آن‌ها از نشانه‌های طبیعی در زندگی انسانند. اما دانش راهنمایی و رانندگی، علائم داوری در مسابقات ورزشی و امثال آن که هر یک گاهی برای رفتار خاص افرادند، نشانه‌هایی قراردادی و ساخته انسانند.

نشانه‌ها چه طبیعی و چه مصنوعی حاوی پیامی هستند و با انتقال این پیام به انسان‌ها موجب برنامه ریزی رفتار خاصی در آن‌ها می‌شوند. بنابراین تشخیص درست نشانه‌ها امری بسیار مهم است؛ زیرا بدون تشخیص مناسب، ادراک پیام آن نشانه با اختلال همراه خواهد بود. این امر نیز به نفع خود موجب برداشت اشتباه از پیام و در نتیجه رفتار نادرست فرد می‌شود.

لوگو یکی از نشانه‌های ساخته دست انسان‌هاست که برای نمایش سریع و کم هزینه پیام مربوط به محصول، سازمان و یا حرکات اجتماعی و سیاسی کاربرد دارد. در طراحی لوگوها باید به میزان انتقال پیام درست به مخاطبانی که لوگوی مورد نظر را می‌بینند، توجه نمود و برای این منظور لازم است تا به عناصر بصری و محتوایی لوگوها دقت کرد.

امروزه بسیاری از سازمان‌های ورزشی در سطح جهان برای برقراری ارتباط سریع و آسان با افراد جامعه از لوگو استفاده می‌کنند. لوگو ابزار ارزشمندی در نمایش برند سازمان است؛ به همین دلیل برای طراحی آن وقت، دقت و گاهی هزینه و انرژی قابل ملاحظه‌ای صرف می‌شود. صرف هزینه برای لوگو کار ارزشمندی است و لوگوی خوب، با مخاطب ارتباط برقرار می‌کند و در ذهن او می‌ماند.

علی‌رغم اهمیتی که لوگو در انتقال پیام هویت و معرفی برند سازمان به

جامعه بر عهده دارد، اما به نظر می‌رسد در ایران مدیران ارشد سازمان‌های ورزشی اهمیت کافی برای لوگوی سازمان خود قائل نیستند و این امر را می‌توان در طراحی ضعیف بسیاری از لوگوهای سازمان‌های ورزشی و نحوه استفاده از آن در مواقع لزوم مشاهده کرد.

تألیف این کتاب از سال ۱۳۹۴ و با بررسی و مروری بر رفتار مدیران سازمان‌های ورزشی از بعد توجه و استفاده مؤثر از لوگوی سازمان ورزشی خود آغاز شد. بر این اساس پژوهشی اجرا شد و در آن از مدیران سازمان‌های ورزشی خواسته شد تا در مورد لوگوی سازمان، طراح آن و سایر اطلاعات مربوطه توضیحاتی ارائه دهند. از مهم‌ترین نتایج تحقیق این بود که:

۱. بسیاری از مدیران سازمان‌های ورزشی از هویت طراح و تاریخ طراحی لوگوی سازمان خود اطلاع دقیقی ندارند.
۲. بسیاری از مدیران سازمان‌های ورزشی از پیام لوگوی سازمان خود، اطلاع دقیقی ندارند.
۳. برخی از مدیران سازمان‌های ورزشی در طراحی لوگو از متخصصان حرفه‌ای استفاده نکرده‌اند.
۴. بسیاری از لوگوها از نظر تصویر، شباهت زیادی با لوگوی سایر سازمان‌های مشابه دارد.
۵. برخی لوگوها به شکلی طراحی شده‌اند که مناسبتی با سازمان مربوطه ندارند.
۶. در طراحی بسیاری از لوگوها از المان‌های تصویبی نامناسب برای انتقال پیام مؤثر به مخاطبان استفاده شده است.
۷. بسیاری از مدیران سازمان‌های ورزشی از لوگوی سازمان خود بهره برداری مناسبی نمی‌کنند. برای نمونه می‌توان به کاربردهایی که لوگو می‌تواند در همایش‌ها، جلسات، سفر تیم‌های ورزشی، تولید پوشاک مناسب ورزشی مختص سازمان، پوسترها، اطلاعیه‌ها، تبلیغات و حتی سربرگ سازمان داشته باشد، اشاره کرد.
۸. نسخه با کیفیت تصویر لوگوی بسیاری از سازمان‌های ورزشی نه تنها

بر روی سایت سازمان مربوطه قابل دستیابی نیست، بلکه به ندرت می توان لوگوی برخی از سازمان های ورزشی را در محیط مجازی به دست آورد.

۹. بر روی سایت قریب به اتفاق سازمان های ورزشی هیچ توضیحی در مورد مفهوم لوگوی سازمان وجود ندارد. همچنین در مورد تاریخچه و نیز معرفی سازمان نیز در مورد بسیاری از سازمان های ورزشی، توضیحی بر روی پورتال سازمان درج نشده است و همین موضوع شناخت سازمان را برای مخاطبان با مشکل همراه می سازد.

بنابراین کتاب حاضر با این هدف به رشته تحریر درآمد که نخست اطلاعاتی در مورد ویژگی های نشانه و اهمیت آن به خوانندگان کتاب ارائه کند و این امر در فصل اول کتاب با عنوان نشانه و انواع آن آمده است. دوم مدیران سازمان هایی که لوگوی آن ها در این کتاب معرفی شده است، با مطالعه محتوای این کتاب، در جهت بهبود طراحی و نیز بهره برداری از لوگوی سازمان خود برآیند. در فصل دوم کتاب به بررسی لوگوی فدراسیون های ورزشی پرداخته شده است. فصل سوم مربوط به لوگوی سایر سازمان های ورزشی است و نهایتاً فصل چهارم به بررسی لوگوی رسانه های جمعی و برنامه های ورزشی پرداخته است.

این کتاب که حاصل تلاش اعضای هسته پژوهشی مدیریت ورزشی در عصر ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی است، به عنوان منبعی اطلاعات تکمیلی در حوزه مدیریت سازمان های ورزشی برای مطالعه دانشجویان تالیف علمی و علوم ورزشی، اساتید و محققان و مدیران و علاقمندان حوزه ورزش کشور توصیه می شود.

از آنجا که امکان تغییر در لوگوی برخی از سازمان های ورزشی کشور همواره وجود دارد، لذا مؤلفین کتاب از خوانندگان دعوت می کنند هرگونه تغییر در لوگوی سازمان های ورزشی را به اطلاع نویسندگان این کتاب به آدرس:

سارا کشکر sarakeshkar@gmail.com

و حمید قاسمی ghasemione@yahoo.com برسانند.