





وزارت معارف و اوقاف و صنایع مستظرفه  
جمهوری اسلامی ایران

عنوان درس : تکنولوژی کارگاه گرافیک ۱

مقطع : کاردانی گرافیک

مدرس : ندا مهرانا

نیمسال ۹۸-۹۹

# تکنولوژی کارگاه گرافیک یک ۱



باسلام

دانشجویان گرامی ،طبق دستور دانشگاه مبتنی برآموزش مجازی دروس تئوری و عملی برای درس  
تکنولوژی کارگاه ۱ گزیده از توضیحاتی خدمت شما ارائه می گردد و توضیحات جامع تر و نمونه

کارهای بیشتر در گروه تشکیل شده ارسال خواهد شد

لطفا اتوهای عملی خودرا درواتسآپ به شماره ۰۹۱۸۳۵۰۹۱۷۸ ارسال بفرمایید

## مقدمه :

مقدمه : در طول تاریخ از آرم، به عنوان ابزاری برای ایجاد ارتباط استفاده شده است و تصور بر این بوده که انسان پیش از تاریخ با خراش دادن و ایجاد نقش بر دیوار غار های آلتامیرا در اسپانیا و لاسکو در فرانسه تلاش داشته تا از این طریق به دیگران اعلان خطر یا آگهی دهد و یا پیام های دیگران را منتقل کند در جوامع قرون وسطایی بازرگانان و صنعتگران برای مشخص کردن کالا ها و محصولاتشان از علائم و نماد های خاص استفاده می کردند. چاپگران اواخر سده 19 میلادی بر روی تمامی چاپ نقش های خود نماد هایی را به صورت حرف نشانه یا امضا چاپ می کردند که معرف حرفه آنان بود. این نماد بصری اطلاعات را به صورت تصویری و بدون استفاده از کلام ارائه می دهد. امروزه این نوع نماد را می توان در همه جا دید. روی بسته بندی ها، قوطی ها، جعبه ها، روی وسایل نقلیه، روی کاغذ، در تابلوهای مربوط به از علائم راهنمایی رانندگی گرفته تا علائم نشانه های فرودگاه، مترو، راه آهن، ساختمان های عمومی و ... در مجموع هر جا که ضروریست اطلاعاتی را سریع و صریح به اطلاع عموم مردم برسانند. مانند پیکتوگرامها این نماد ها ما را به سمت تلفن عمومی، ایستگاه راه آهن، اطلاعات فرودگاه و رستوران راهنمایی می کنند. این نماد ها بدون استفاده

از کلمات و جملات، اطلاعات مورد نیازمان را در اختیارمان می گذارند. مثلاً اگر به یک کشور خارجی سفر کنیم که با زبان آن آشنایی نداریم، به آسانی می توانیم از علائم جاده ای هشدار دهنده، همچنین از دیگر علائم و نشانه ها مسیر خود را برای مکان مورد نظر بیابیم. چراکه این علائم خود یک زبان بین المللی، بصری و بدون کلام است .

### تاریخچه پیدایش آرم و ویژگی های آن :

لوگو یا آرم نمادی است برای بیان کردن یک جمله یا القا نمودن یک مفهوم. لوگو یا آرم معرف و شناسه هر برند است، بنابراین شکل ظاهری آن اهمیت زیادی دارد. **طراحی آرم** یکی از مهم ترین شاخه های رشته گرافیک محسوب می گردد و معرف هویت و شخصیت یک مجموعه، شخص، شغل و یا هرگونه فعالیت می باشد. دسته ای از کارت های ویزیت که در آن ها **آرم** حرف اول را می زند یعنی به نوعی تاکید بر روی عناصر است. **آرم** باید در مکانی قرار گیرد که ترکیب کل کار را بهم نزند و در کنار نوشتار فضایی مناسب و ترکیب بندی چشم نواز داشته باشد. در کنار **آرم** همواره نام

اصلی موسسه محصول یا موضوع درج می گردد.. مجموع عناصر طراحی شده در کنار نوشته یک نوشته را کامل می سازند. یک آرم خوب و متعادل آدمی است که علاوه بر جنبه های زیبایی شناختی و رساندن مفهوم و موضوع ... در هنگام کوچک شدن و قرار گرفتن در کارت ویزیت از زیبایی و گویایی آن کاسته شود آرم باید طرح قابل درکی مخاطبان خود باشد. به علاوه ویژگی های سازمان و یا شرکت را شرح می دهد

گاهی اوقات طراحی آرم شرکت ها، بسیار پیچیده و مبهم است و در عوض مواردی وجود دارند که آرم آنها بسیار ساده و درعین فاقد جذابیت است.



برای ساختن لوگو از حروف یا قلمها در سبک های خاص استفاده می کنند که این حروف یا قلمها به شکلی خاص اما خوانا چیده شده اند. شکل، رنگ، سبک حروف و مواردی از این قبیل باید حتماً

متفاوت از سایر علائم مشابه باشد. لوگو (آرم) یکی از تخصص‌های رایج و خیلی خاص در حوزه طراحی گرافیکی بوده و تاریخچه طراحی آن به زمان‌های خیلی قدیمی بازمی‌گردد، به دورانی که اجداد اولیه ما انسان‌ها برای انتقال مفاهیمی مانند اطلاعات مربوط به شکار در یک مکان، علامت‌هایی را روی دیوار غارها یا سنگ‌ها رسم می‌کردند و هر جا که آن علامت به چشم می‌خورد، مفهوم واحد و یکسانی را به مخاطب انتقال می‌داد.

به واسطه همین تحولات مربوط به ترسیم علائم و شکل‌ها بر روی سنگ‌ها و غارها بود که حروف و به دنبال آن خط ابداع شد. در دنیای امروز ما لوگوها نقش تعیین‌کننده‌ای در زمینه هویت بخشی به یک شرکت بر عهده دارند .

این لوگوی شرکت است که آن را به سایرین معرفی می‌کند. استفاده از یک لوگوی حرفه‌ای برای شرکتی که در زمینه تجارت فعالیت دارد یا محصولی را عرضه می‌کند، نیاز ضروری است، به خصوص اگر بخواهید از اینترنت برای گسترش کسب‌وکار استفاده کنید.

هر سازمان یا شرکتی و... در زمان تأسیس در صدد برمیآید که برای سازمان آرم طراحی کند تا بتواند به این وسیله هویت و شخصیت اجتماعی خود را به دیگران معرفی نماید.



اصولا آرم (لوگو)، مشخصه اصلی هر سازمانیه است و حکم امضا و مهر،ان شرکت را دارد به همین دلیل است که یک آرم، یک فرم و یا یک تصویر گذرا نیست بلکه ممکن است. سالیان زیادی در خدمت یک سازمان و یا شرکت و.....مورد استفاده قرار بگیرد. بنابراین در زمان طراحی یک آرم ، باید تمام جنبه های کار بررسی گردد..

## اصول طراحی آرم ها

در طراحی آرم ها باید ابتدا اطلاعات کافی و وافی در مورد جا و مکانی که قرار است برای آن طراحی آرم را انجام دهید بدست بیاورید. همیشه برای شرکت ها یا موسسات یا افراد نیست که سفارش طراحی آرم داده می شود. گاهی برای یک رویداد نیز آرم ها و نشانه هایی طراحی می شود. مثلا گاهی برای برگزاری یک همایش و..طراحی آرم و حتی سربرگ و اوراق دیگر انجام می گردد . برای طراحی آرم یک موضوع، باید ابتدا آن موضوع را به خوبی درک کرده باشید و اطلاعات کافی از سفارش دهنده آن دریافت نموده باشید.

1- قبل از شروع کار برای طراحی بهتر است آرم های مختلفی که با همان موضوع شما ، قبلا طراحی شده است ببینید و با اصول درست، به تفسیر علت طراحی آن ها بپردازید. اینگونه ایده های بسیاری از طرح موضوع مشابه دیگر خواهید گرفت. 2- قلم و کاغذ خود را آماده کنید. طرح اولیه ای که به ذهن شما می آید ، بهتر است ابتدا روی کاغذ سفید ترسیم شود بهتر است مدادی که استفاده می کنید سیاه باشد و اگر قرار است جایی از آرم پر یا تو خالی باشد با مداد سیاه به خوبی مشخص کنید. الزامی به وجود خط کش کنار دستتان نیست، زیرا قرار است تنها طرح ابتدایی و شمای کلی آن روی کاغذ ترسیم شود و شکل گرید بندی شده و منظم و قرینه سازیهای آن، توسط نرم افزارهای مخصوص همین کار ، طراحی گردد.

قرینه سازی آرم :

در صورت امکان، طراحی آرم را برروی صفحه شطرنجی (چه در مانیتور، چه برروی کاغذ) انجام دهید تا قرینه سازی در آن رعایت شود و امکان پیاده سازی برروی صفحات پیکسلی ، وجود داشته باشد.

طراحی سیاه و سفید آرم :

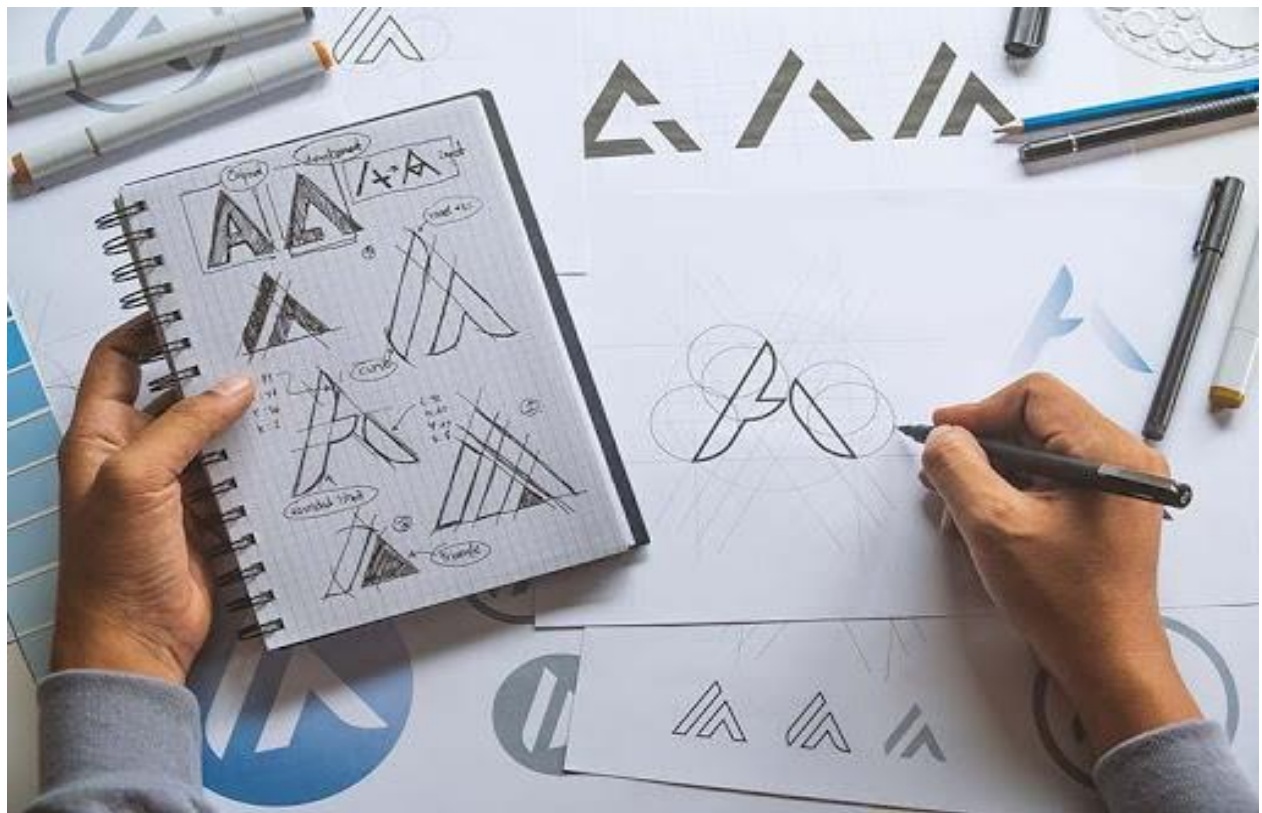
لوگو همواره سیاه و سفید طراحی می شود. لوگوهایی که در همان مرحله اول رنگی یا گرادینت طراحی می شوند، از حرفه ای بودن آن کاسته شده است. باید در نظر داشته باشید آرم طراحی شده معلوم نیست در کجاها درآینده قرار است استفاده گردد. ممکن است مجبور به استفاده بدون رنگ یا سیاه و سفید از آن باشیم. ممکن است مجبور باشیم آن را در ابعاد بسیار کوچک استفاده کنیم. طراحی لوگوی شما باید به نحوی باشد که به هیچ وجه از زیبایی و انتقال صریح مفهومی آن در سایزهای مختلف یا در رنگ های مختلف ، کاسته نگردد.

بعد از طراحی طرح اولیه آرم طرح را روی نرم افزار پیاده سازی و وکتور که متداول ترین نرم افزار برای این طراحی کورل و ایلوستریتور است، پیاده نمایید.

بهتر است چندین طرح (حداقل دو طرح مختلف) طراحی کنید تا انتخاب طرح برای شما آسانتر شود.

## اهمیت انتخاب قالب و نوع آن در طراحی آرم:

برای طراحی آرم شرکت یا موسسه مورد نظرتان باید توجه به این مسئله مهم داشته باشید که از چه نوع قالبی استفاده می کنید. چرا که قالبی که استفاده می کنید خود باید نوعی باز تاب دهنده تصویر قوی باشد.. اگر قالبی را که برای آرم خود انتخاب کرده ایم قالب مناسبی نباشد ، طرح نا موفق خواهد شد. و پیام مورد نظر شما به مخاطب القا نمی شود. بهتر این است که برای آرمهای خود از قالبهای هندسی استفاده کنیم پیش از طراحی هر کار ابتدا کارهای زیادی ببینید تا ایده های فراوانی را جمع کرده باشید. به علاوه این امکان برایتان پیش می آید که از تجارب دیگران استفاده کرده و سعی در طراحی طرح بهتری نمایید.



## طراحی آرام با استفاده از اشکال هندسی:

به طور کلی اشکال هندسی که به سه شکل اصلی تقسیم می شوند

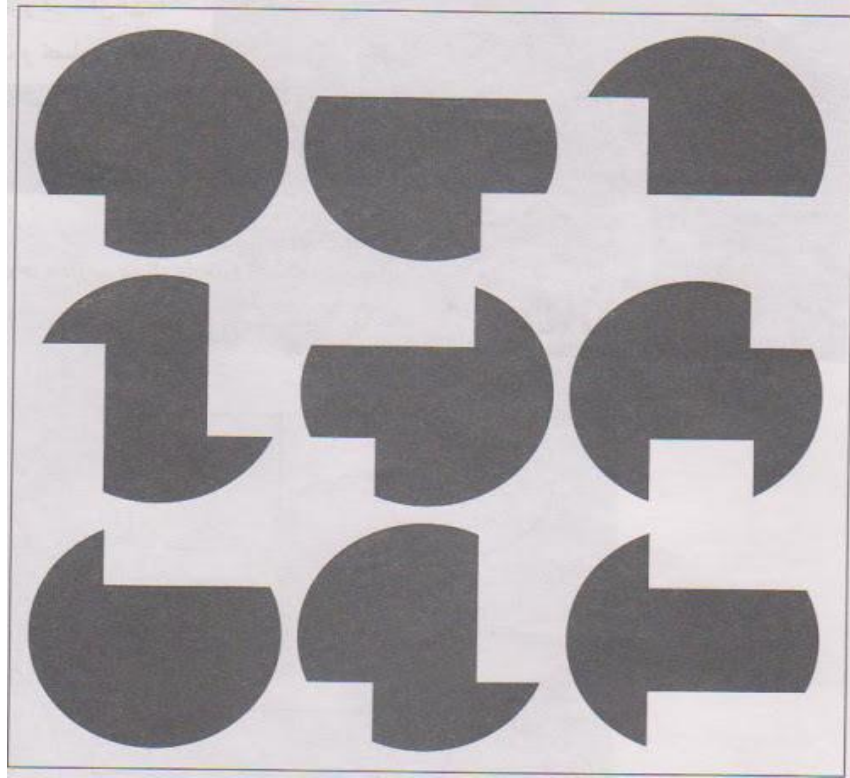
مربع : مربع بر خلاف دایره نماد صلابت، استحکام و سکون است.

مثلث، : شکلی است، دارای استحکام و شکلی پایدار است. مثلثی که قاعده اش پایین باشد، و

برعکس، هرگاه بر یکی از راس خود بایستد، حالت ناپایدار و تزلزل به خود می گیرد نسبت

دایره : نمادی از آرامش و تداوم و شکل کاملی است که حرکت جاودانه و مداومی را نشان می دهد؛ زیرا کلیه نقاط پیرامون دایره از یک ارزش برخوردارند و این امر، تعالی بین نیروی درونی و فضای بیرونی دایره ایجاد میکند و باعث حرکت چرخشی و دورانی دایره می شود و مفهوم بی پایانی را القا می کند، به خاطر شکل دورانی اش، نوعی تحرک را القا می کند. همچنین دایره نماد نرمی، لطافت، تکرار است.

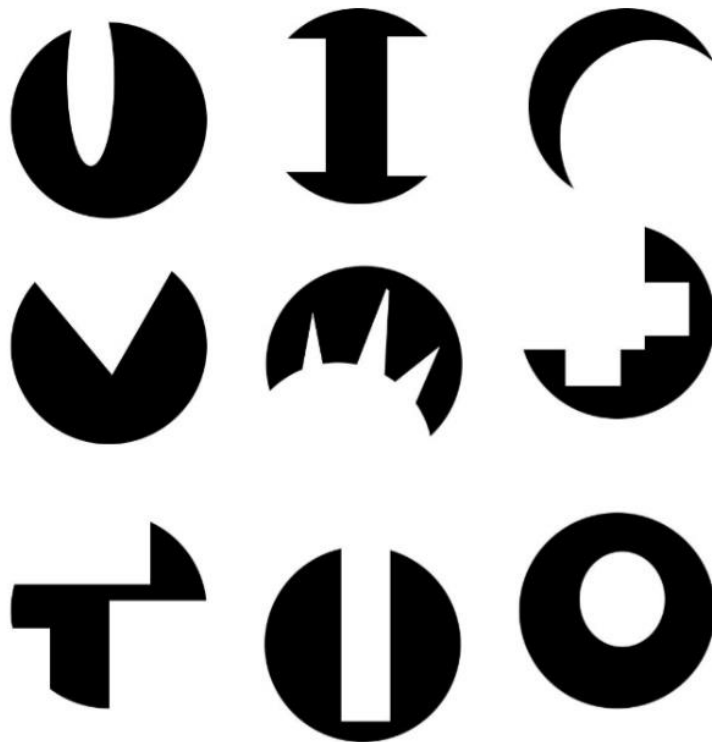
همانطور که می دانید یکی از اشکال یا قالب هندسی در طراحی آرم مربع ها هستند ، شما به عنوان یک طراح گرافیک می توانید با حذف بخش هایی از مربع فرم جدیدی را حاصل نمایید ، که هر قسمت آن یک قابلیت بصری ویژه ای دارند . این تجربه باعث می شود تا طراح گرافیکست بتواند که از یک فرم کاملاً ساده به کمک حذف کردن به یک فرم پیچیده تر د یکی دیگر از فرم های هندسی دایره است ، شما می توانید با حذف بخش و یا بخش هایی از شکل دایره ، شکل دست یابد و قابلیت های بصری آن را کشف کند ، به تصویر پایین صفحه دقت کنید. این فرم و جدید با برش دایره ایجاد شده است.



حذف بخشهای از شکل هندسی دایره

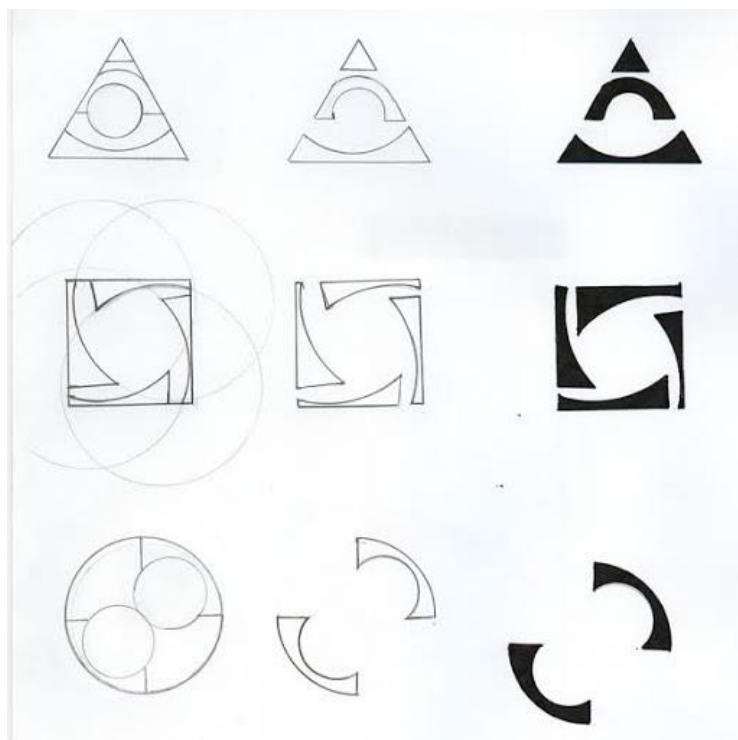
## ترکیب ، تکرار ، تلفیق ، حذف

با استفاده از ترکیب ، تکرار ، تلفیق و حذف می توان اشکال ساده را به اشکال ثانویه تبدیل کرد و با استفاده از تنوع موجود در این ترکیبات تجربه های بصری جالبی به دست آورد . ترکیبات حاصله ، قابلیت های تصویری قدرتمندی را در خود نهفته دارند که در پاره ای موارد با اندک خلاقیت طراح گرافیکست و با حذف و یا اضافه کردن عناصری تصویری ساده یک نشانه و یک آرم





## ترکیب ، تکرار ، تلفیق ، حذف اشکال هندسی



در تصویر بالا نمونه از آرم های انتزاعی که از طریق جابجایی اشکال هندسی ساخته شده است آورده

شده است. و در تصویر پایین صفحه نمونه از یک آرم هندسی با استفاده از شکل دایره است .



## انواع آرم و دسته بندی آن



انواع آرم و دسته بندی آن : بطور کلی می توان آرم ها را به سه دسته تقسیم کرد :

آرم نوشتاری **logo type**: این دسته از آرم ها فقط با استفاده از نوشتار و نشانه های زبانی طراحی

می شوند

آرم (تصویری) **ico type**: این نوع آرم ، تصویری است که می تواند نمادی تجریدی، تصویر یک

شی، یک نقش و غیره باشد.

آرم تلفیقی (ترکیب) **logo mixte** این دسته از آرم ها، ترکیب و تلفیقی است از هر دو آرم .

آرم نوشتاری: **logo type** این دسته از آرم ها همان طور که از نام آن هم مشخص است فقط با

استفاده از نشانه های زبانی و نوشتار طراحی می شوند در واقع این لوگوهای نوشتاری به این گونه

است که نام یک برند یا محصول و.. را به صورت سفارشی طراحی می شود . منظور از سفارشی این

است که از فونت های آماده استفاده نمی شود و تک تک حروف آن به شکلی منحصر به فرد طراحی

می شود. و یا با تغییر یک یا چند حروف بصورت خلاقانه مفهومی را می رساند. به عنوان مثال طراحی

نوشتاری برای یک فست فود باید از فونتهای فانتزی استفاده شود زیرا بسیار تاثیر گذارتر هستند اما

برای یک بانک یا موسسه این نوع طراحی اصلا مناسب نیست و بی اثر خواهد بود. آرم های نوشتاری

دارای چهار مرحله اجرایی هستند.

۱- گاه با نام اختصاری یک موسسه یا سازمان

۲- گاهی با بزرگنمایی حرف اول نام موسسه

۳- گاهی با ترکیب بندی حروف و ارقام



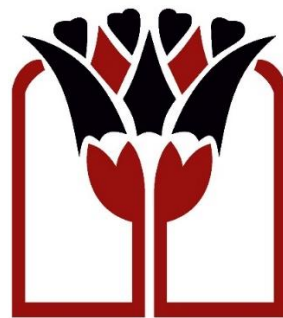
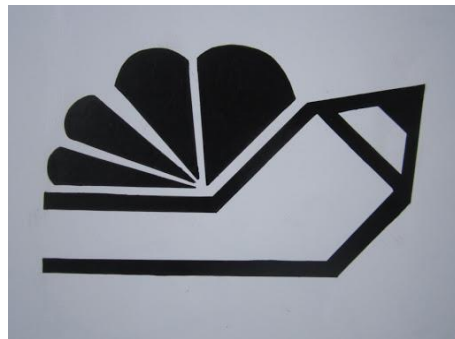
4- برخی اوقات نیز نام کامل موسسه را بازنمایی می کنند ، بنابر این "آرمهای نوشتاری" به دو گونه اند: یا نام موسسه را نمایش می دهند و یا از حروف و ارقام استفاده می کنند. استفاده از حروف، قابل انعطاف تر است. ولی از طرفی تأثیر گذاری آن به عنوان یک علامت خاص، بستگی به قابلیت به یاد سپردن آن دارد. در طراحی آرم های نوشتاری مانند آرم های تصویری (شمایلی) ممکن است از عناصر تجسمی، مانند بافت و رنگ نیز استفاده کنند کاربرد این عناصر در نوشتار و تکرار در

استفاده یکنواخت از آن ها، به مرور تاثیر گذاری آرم نوشتاری را به مرور تاثیر گذاری آرم نوشتاری را مانند آرم شمایی خواهد کرد.

**آرم (تصویری) ico type** : این نوع آرم ها ، همانطور که از نام آن مشخص است. لوگوها بصورت تصویر یا نماد طراحی می شوند ومخاطب که می تواند تصویری را از آن کسب و کار یا موسسه مشاهده کند. و معمولا این لوگوها تصویربه سه صورت هستند .۱- تصویر یک شی، یک نقش و غیره است. ۲-دسته ای از این آرم ها فیگوراتیو هستند مانند : تصویریک سنجاب یا اسب. ودسته ای دیگر تصاویر غیر فیگوراتیو هستند مربع، دایره و غیره آرم های تصویری که توسط اشکال و فرم و خط بدون نوشتار ، طراحی می گردند. اینگونه از آرمها تصویری معمولا برای شرکت ها پر طرفدارتر از دو آرم نوشتاری و تلفیقی هستند. مزیت این لوگوها ی تصویری این است که به راحتی با مخاطب ارتباط برقرار می سازد.لوگوهای تصویری معمولا برای شرکتها ، سازمانها، و موسسه ها طراحی و استفاده می شود. اگر اینگونه از لوگوها اصولی وحرفه ای طراحی شده باشد به راحتی در ذهن بیننده بخاطر سپرده می شود .و نیازی به خوانده شدن ندارند و تصویری هستند.

آرم یک کافی شاپ می تواند یک فنجان قهوه باشد که خود مستقیماً بیانگر نوع فعالیت صاحب آرم

است. یا آرم یک شرکت تولید توپ های ورزشی می تواند مثلاً یک توپ ورزشی باشد





آرم تلفیقی **logo mixte** این دسته از آرم ها، همانطور که از نام آنها پیداست آرمهای هستند

که ترکیب تصویر و نوشتار را به همراه دارند و آرمهای تلفیقی یا همان ترکیبی نامیده می شوند.در

این گونه آرمها تصویر به عنوان نماد برند و نوشتار منحصر به فرد و اختصاصی برای نام برند طراحی

می شود . ترکیب تصویر و نوشتار پیام زبانی و تصویری راحت تر به مخاطب می رسانند.و در

کنارهم یکدیگر را تقویت می کنند. در طراحی این لوگوها باید سعی شود طراحی به گونه باشد

که هارمونی نوشتار و تصویر بایکدیگر هماهنگ باشد. به عنوان مثال تصویری که در قالب دایره با

خطوط منحنی طراحی شده است اگر لبه های حروف نوشتاری آن هم گرد و منحنی باشد.

لوگو زیبا تر جلو خواهد کرد.این نکته حائز اهمیت است که این نوع آرم ها هم از المانهای تصویری

و هم از نوشتار در قسمتی از طرح بهره جسته است. معمولا شکل زیبایی دارند. اما بهتر است آرم

تصویری ابتدا بدون نوشتار رسم شود، و این ترسیم به گونه ای باشد که نوشته ی دلخواه بعدا به آن اضافه شود،



. اگر به لوگوی مهram که در صفحه قرار داده شده است نگاه کنید متوجه میشود که این لوگو از ترکیب یک فونت همان نوشته مهram و سه برگ سبز طراحی شده است و این برگهای گویایی مفهوم تازگی و طراوت محصولات این برند میباشدند. انتخاب رنگهای متناسب با این لوگو زیبای چشمگیری به آن بخشیده است.





استفاده از رنگها در طراحی ارم ها و لوگو



نقش رنگها در جذابیت یک آرم : . برای هر طراح لوگو و آرم لازم است که با رنگ های اصلی نحوه ترکیب آن ها ، رنگ های فرعی و خصوصیات ذاتی آن ها آشنا باشد تا بتواند به هنگام طراحی مناسب ترین گزینه را برای قدرتمند تر کردن معنای لوگو ی تصویری به کاربرد

به صورت خلاصه در طراحی لوگو و یا طراحی آرم رنگ های اصلی عبارتند از : سه رنگ قرمز ، سبز و آبی . که از ترکیب مناسب این سه خاکستری رنگی بدست می آید. خوب است بدانید که در طراحی گرافیکی و یا طراحی آرم سازمان ها سفید خالص ، خاکستری و سیاه فاقد خاصیت رنگی بوده و رنگ های خنثی نامیده می شوند

رنگ ها می تواند به عنوان یک ابزار ارتباط بصری مهم بر مخاطبان خود تاثیر بگذارند. رنگ می تواند در تعیین ارتباط مصرف کننده با محصول کمک بسیاری کرده و همچنین در به خاطر ماندن یک برند در ذهن بیننده نقش مهمی داشته باشد. رنگ ها نقش مهمی را در جذابیت یک لوگو(آرم) ایفا می کنند به یاد داشته باشید در انتخاب رنگها به سن، جنسیت و شاخص های فرهنگی مصرف کنندگان توجه کنید. از این رو این توضیح نمی تواند به اندازه کافی در استفاده صحیح از رنگ موثر باشد، شما باید به طور کامل درک دقیقی از هدف افراد مورد نظرتان داشته باشید با آگاهی کامل از

ویژگی های محصول و مشتریان بازار از رنگ های مناسب در طراحی آرم استفاده کنید. بررسی ها نشان داده است بیشتر صنایع با یک رنگ غالب در نزد مشتریان معرفی شده اند. اگر دقت کرده باشید رنگ لوگوی یا آرم بیشتر شرکت های بیمه ای، آرایشی-بهداشتی، خطوط هواپیمایی، بانک ها و موسسات مالی اعتباری آبی است چراکه آبی القا کننده آرامش و امنیت قدرتموفقیته، اعتماد؛ در حال حاضر یکی از پرطرفدارترین رنگ ها محسوب می شود و علاقمندان بیشماری دارد غیر از مواردی که برای رنگ آبی ذکر شد همچنین. در نزد مشتریان است. پس لازم است بعد از طراحی عنوان محصول در مورد رنگ و همخوانی آن با محصول بیندیشیم همچنین در نظر گرفتن مشتریان آن. زیرا یک آرم یا لوگو یا طراحی نشان بدون در نظر گرفتن رنگ مناسب با هماهنگی و همخوانی آن زیبا جلوه نخواهد کرد.

رستوران های زنجیره ای، صنایع غذایی، پوشاک و لوازم خانگی از رنگ قرمز و نارنجی در لوگوی خود استفاده می کنند چرا که قرمز رنگ هیجان، عمل و اقدام، و غذا؛ این رنگ یکی از غلیظ ترین الوان موجود بوده که اغلب به منظور تأکید نیز به کار می رود و در طراحی و دکوراسیون های متنوع نقش پر اهمیتی را بر عهده دارد. و همچنین نارنجی که رنگی است: مقرون به صرفه بودن، سرگرم کننده، جوان و پرنرژی، خلاقیت، جشن؛ برای این رنگ معانی و مفاهیم دیگری هم در نظر گرفته

شده است از جمله رنگ ورزش و فعالیت، کشاورزی، هم گفته شده است. و از این طریق سعی در جلب توجه اولیه مشتریان خود دارند.

### تیرگی و روشنی یا تونالیته رنگی در طراحی آرم و لوگو:

تونالیته رنگی در طراحی آرم ها نشان دهنده میزان تیرگی و روشنی یک فام رنگی است ، مانند آبی روشن و آبی تیره

در رنگدانه ها ، تونالیته رنگی در ترکیب با رنگ های خنثی ( سفید ، خاکستری ، سیاه ) یا رنگ های مکمل تغییر می کند که ارزش های رنگی را بوجود می آورد . در بین رنگ های جدول رنگ ، رنگ زرد بیشترین نور را باز می تاباند و دارای بالاترین ارزش طبیعی رنگی است به همین نسبت رنگ بنفش دارای کمترین ارزش طبیعی رنگی است

رنگهای گرم و سرد :

در رنگدانه ها ، آبی و همه ترکیبات آن جزو رنگ های سرد محسوب می شوند ، زرد و قرمز و ترکیباتشان رنگ های گرم را تشکیل می دهند . ترکیب های ثانویه بین رنگ های سبز و بنفش ، بستگی به میزان نزدیکی به رنگ های گرم یا سرد ، جزو آن دسته قرار می گیرند.

- جالب است بدانید رنگ غالب لوگوی و یا آرم های اتومبیل سازان در سرتاسر جهان رنگ طوسی است رنگ طوسی از ترکیب سیاه و سفید ساخته شده است نقره ای، طوسی، خاکستری روشن و تیره، دودی، سربی و سربی تیره طیف های مختلف رنگ خاکستری محسوب می شوند رنگ طوسی نماد آرامش و صرفه جویی است.

. و مفهوم استحکام و قدرت را همچون رنگ فلز تداعی می کند. شرکت های معتبر در این خصوص به اهمیت رنگ بندی پی برده اند چرا که غیر از رنگ محصولاتشان به خصوص در لوگوی و نشان و ارمها و برندها و مواد غذایی به نحو بسیار مؤثر و مطلوبی از آن بهره برده اند و این رنگ ها هستند که به تأثرات مشتریان در خصوص آن برند دامن می زنند.و آنها را ترغیب به خرید محصولاتشان می کنند. البته این مبحث رنگ ها در فرهنگ ها و سنن مختلف نیز متفاوت بوده است

در باب اهمیت رنگ ها مباحث بسیاری مطرح گردیده است که از حوصله بحث ما خارج بوده و بسیار گسترده و متنوع می باشد ولی به طور کلی اگر بخواهیم نقش رنگ ها در لوگو یا آرم را بررسی کنیم باید اذعان کنیم که همچنان که برند آینه تمام قد فعالیت های یک شرکت است لوگویی که به

عنوان معرف برندگان در بازار رقابت حضور دارد. در مقام شناسه تجاری شما باید از شاخص های برگزیده و برتری نسبت به رقبا برخوردار باشد تا بتواند دوام بیاورد و ماندگاری داشته باشد و این امر ممکن نیست جز به کمک لوگوی تأثیرگذار و موفق در این عرصه که یقیناً برای این کار باید طرح و رنگ در هم هماهنگ شوند تا با استفاده از این اجزاء متحد موفقیت های بزرگی را رقم زد.

در طراحی یک آرم باید موارد زیر رعایت گردد. :

آرم باید با مفهوم و خصوصیات آن محصول همخوانی داشته باشد به شکلی که مخاطب با دیدن آن به سرعت با خصوصیت و ویژگی آن آشنا شود.

۲- آرم باید در نهایت زیبایی ساده باشد. طراحی پیچیده و شلوغ باعث سردرگمی مخاطب می شود .

۳- استفاده صحیح از رنگها با توجه به نوع محصول و سفارش آن

۴- رعایت تناسب و اصول طراحی

۵- ثبات فرم و شکل در کوچک و بزرگ شدن آرم

## ۶-خلاقیت در اجرا

و همچنین رعایت سادگی، زیبایی، انسجام، وحدت شکل وعدم تشابه با علائم دیگه، بسادگی در  
خاطره سپرده شدن گویا بودن دارای اجرای دقیق و صحیح قابلیت کارآیی در اشکال مختلف(امکان  
اجرا به شیوه های مختلف را داشتن مثلا بصورت حجمی، روی سردر، بصورت رومیزی و...) از  
نکات حائز اهمیت است. رعایت اصول گفته شده در ایجاد ارتباط مخاطب و انتقال مفاهیم نقش  
بسیار پر اهمیت را دارد.