



تحلیل بصری آرم باشگاه های لیگ برتر فوتبال ایران

دکتر محمد پور کیانی^۱، دکتر سید عماد حسینی^۲، علی افروزه^۳

چکیده

مقدمه: امروزه می‌توان ادعا کرد که تأثیر شگرف لوگو بر روند یک نام تجاری با هیچ چیز دیگری قابل مقایسه نیست. اهمیت لوگو در هیچ دوره‌ای به اندازه امروز نبوده است. لوگو را می‌توان یک میانبر در نظر گرفت، وسیله‌ای برای به یاد سپاری فوری و بی‌واسطه، چیزی که سازمان و یا یک باشگاه ورزشی به وسیله آن اعلام موجودیت کند. هرچه سازمان در طراحی لوگوی خود از تعابیر روشنی برای ارتباط با مشتری و ثبت نام تجاری خود در ذهن او استفاده کند، شانس بیشتری برای توفیق در بازارهای رقابتی امروز خواهد داشت. نام تجاری و لوگو باعث ایجاد هویت سازمانی برای سازمان شده و بر فعالیت‌های اقتصادی آن اثر می‌گذارد. تراشوارتز در تحقیق خود واکنش ۱۵۲ نفر نسبت به تصویر یک پیراهن ورزشی یکسان با آرم‌های مختلف روی آن را بررسی کرد. او نشان داد آرم به تنهایی باعث می‌شود که افراد برداشت‌های متفاوتی داشته باشند. امروزه اهمیت آرم و لوگو بر پشبرد اهداف سازمان‌ها به خوبی محرز شده است. بنابراین محققان بر آن شدند تا تحلیلی بر وضعیت ویژگی‌های آرم‌های باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران انجام دهند.

روش شناسی: تحقیق حاضر از نوع توصیفی تحلیلی است. جامعه آماری این پژوهش ۱۶ تیم لیگ برتر فوتبال ایران بود که با توجه به تعداد محدود جامعه، حجم نمونه و جامعه برابر در نظر گرفته شد. ابزار پژوهش شامل چک لیست محقق ساخته‌ای بود که روایی صوری آن توسط ده تن از اساتید مدیریت ورزشی و هنرهای تجسمی تایید شد. برای تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و همچنین نمودارهای گرافیکی استفاده شد.

یافته ها: یافته‌ها نشان داد ۶۲٫۵ درصد آرم باشگاه‌ها به دایره نزدیک است، همچنین ۸۷٫۵ درصد آرم‌ها دارای تقارن نسبی و یا کامل هستند. بیشترین نقش مایه به کار رفته در آرم باشگاه‌ها، ورزشی و پس از آن نقش مایه صنعتی بود. همچنین ۵۰ درصد از باشگاه‌ها تنها از یک رنگ در آرم خود استفاده کرده‌اند که البته ارتباط منطقی با باشگاه و هواداران داشت. از لحاظ نوع فونت نیز تنها ۴ باشگاه از نوع فونت فیگوراتیو استفاده کرده‌اند و باقی باشگاه‌ها تنها از فونت‌های رایج موجود در رایانه استفاده کردند.

بحث و نتیجه گیری: بیشتر آرم‌های باشگاه‌های فوتبال ایران در محدوده دایره و یا محدوده مثلثی شکل که شباهتی به سپر دارد، قابل مشاهده است. انتخاب دایره برای آرم باشگاه‌های فوتبال از آن نظر که دایره نماد آسمانی و جهانی بودن است بسیار مناسب است. همچنین دایره ارتباط نرم و صمیمی را با هواداران ایجاد می‌کند. همچنین آرم‌هایی که در محدوده سپر قرار دارند الهام گرفته از آرم باشگاه‌های اروپایی مانند منچستر یونایتد و لیورپول هستند. با توجه به آرم‌ها، نقش مایه صنعتی در آن‌ها به خوبی مشخص است، دلیل را می‌توان در دولتی بودن باشگاه‌های فوتبال ایران دانست، چرا که باشگاه‌ها سعی می‌کنند آرم باشگاه را همانند آرم سازمان با تغییری جزئی و افزودن عناصری مانند توپ یا سپر طراحی کنند. با توجه به سابقه فرهنگی و اسلامی کشور ایران پیشنهاد می‌شود برای تهیه آرم‌ها از نمادهایی مختص هر منطقه جغرافیایی و اسطوره‌هایی که هویت ملی را در سطح بین‌المللی نشان دهد استفاده نمایند. به طور کلی بایستی یادآور شد ویژگی یک آرم خوب صلابت، سادگی، خلاقیت، متمایز بودن، همسو بودن با اهداف، زیبایی، قابلیت تغییر اندازه، عمر طولانی و قدرت ماندگاری در ذهن است.

^۱استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه شهید بهشتی، مدیر کل تربیت بدنی وزارت علوم تحقیقات و فن آوری

^۲استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه شهید بهشتی

^۳دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی در ورزش، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه شهید بهشتی