

গ্রাফিক ডিজাইনের প্রায়োগিক ক্ষেত্র প্রসঙ্গ লোগো ডিজাইন ও ব্র্যান্ড আইডেনটিটি

রেজা আসাদ আল হুদা অনুপম*

সারসংক্ষেপ : বর্তমান বিশ্বে সামাজিক, অর্থনৈতিক, সাংস্কৃতিক, রাজনৈতিক, ব্যবহারিক সবকিছুর মধ্যেই গ্রাফিক ডিজাইনের বিচরণ অনস্বীকার্য। প্রচার এবং প্রসারের বা কোনো সেবা কিংবা পরিষেবার শিল্পসম্মত উপস্থাপনার জন্য গ্রাফিক ডিজাইনের ভূমিকা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। কেননা, মানুষের মৌলিক চাহিদা পূরণের জন্য প্রতিদিনের বস্তুগত উপাদান ও সেবার যেসব উৎস রয়েছে, তা গ্রাফিক ডিজাইনের সুনির্দিষ্ট প্রক্রিয়ার মধ্য দিয়েই দৃশ্যগতভাবে দর্শকের কাছে উপস্থাপিত হয়। বলা যায়, মানুষের প্রাত্যহিক জীবনযাত্রার সর্বক্ষেত্রেই খুব সাবলীলভাবে মিশে আছে গ্রাফিক ডিজাইনের নানা অনুষঙ্গ। এর মধ্যে 'লোগো ডিজাইন' এবং 'ব্র্যান্ড আইডেনটিটি' আধুনিক গ্রাফিক ডিজাইনে বহুমাত্রিক চর্চার অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ দুটি মাধ্যম। এ কারণে পরিচিতিমূলক ভিজুয়াল/প্রতীক ও ইমেজ কমিউনিকেশনের উদাহরণ হিসেবে এই দুটি বিষয়কে বর্তমান আলোচনার মূল বিষয়বস্তু হিসেবে নির্বাচন করা হয়েছে। এক্ষেত্রে সংশ্লিষ্ট বিভিন্ন চিত্রের মাধ্যমে নির্বাচিত বিষয়কে পর্যালোচনা করা হয়েছে।

ভূমিকা

সাংস্কৃতিক ও সামাজিক গোষ্ঠী, ব্যবসা-বাণিজ্য এবং বিজ্ঞানের মতো গ্রাফিক ডিজাইনেরও শব্দ ও ভাষা রয়েছে। সেই ভাষাটি বুঝতে ও গ্রহণ করতে ডিজাইনের নির্দিষ্ট সঠিক পদ্ধতি ব্যবহার করা প্রয়োজন। ডিজাইন সাধারণত কিছু আকার আকৃতিকে পরিকল্পনা অনুযায়ী সঠিক বা নির্ভুলভাবে মিলিয়ে সাজানো, যা একটি

*সহযোগী অধ্যাপক, গ্রাফিক ডিজাইন বিভাগ, ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়।

শিল্প। শিল্পের প্রভাব ছাড়া বর্তমান সময়ে জীবনযাপন করা সম্ভব নয়। প্রতিনিয়ত বিভিন্ন মাধ্যমে শিল্প আমাদের জীবনকে সমৃদ্ধ করে। শিল্পের মূল উদ্দেশ্য নান্দনিক উপস্থাপনা হলেও এর সৃজনশীল ব্যবহারিক দিকটিও গুরুত্বপূর্ণ। দৈনন্দিন ব্যক্তিগত ও কর্মজীবনে গ্রাফিক ডিজাইনের ব্যাপকতা অনেক বেশি। বর্তমান বিশ্বের সামাজিক, অর্থনৈতিক, সাংস্কৃতিক, রাজনৈতিক, ব্যবহারিক সবকিছুর মধ্যেই গ্রাফিক ডিজাইনের বিচরণ অনস্বীকার্য। আমরা যা কিছু করি না কেন তার একটা নান্দনিক উপস্থাপনার অবশ্যই প্রয়োজন। প্রচার এবং প্রসারের বা কোনো সেবা কিংবা পরিষেবার শিল্পসম্মত উপস্থাপনার জন্য গ্রাফিক ডিজাইনের ভূমিকা গুরুত্বপূর্ণ।

বস্ত্রসামগ্রীর উপরিতলে বা সারফেইসে হাতে বা সরাসরি আঁকা বিভিন্ন প্রাকৃতিক, জ্যামিতিক ও বিমূর্ত আকার আকৃতি দিয়ে সাজানো হচ্ছে নকশা বা ডিজাইন। সেই ডিজাইনকে প্রসেস, টেকনিক, টেকনোলজির মধ্য দিয়ে সম্পন্ন ও সম্পূর্ণ করার শিল্প প্রক্রিয়া হলো গ্রাফিক ডিজাইন।

প্রাগৈতিহাসিক কাল থেকে মানুষের প্রাত্যহিক জীবনধারায় ব্যবহারিক ডিজাইন কার্যকর উপাদান হিসেবে চলমান রয়েছে; যার নির্দিষ্ট কোনো নাম ছিল না। মানুষের মৌলিক চাহিদা পূরণের জন্য প্রতিদিনের বস্তুগত উপাদান ও সেবার একটি উৎস রয়েছে, যা উপাদক, বাজারজাতকারী, সরবরাহকারী বা সেবাদানকারীরূপে বিভিন্ন নামে পরিচিত হয়। গ্রাফিক ডিজাইনের সুনির্দিষ্ট প্রক্রিয়ার মধ্য দিয়ে দৃশ্যগতভাবে এই পরিচিতি দর্শকের কাছে উপস্থাপিত হয়। যেমন-বিভিন্ন চিহ্ন, প্রতীক, স্টাইল ইত্যাদির মাধ্যমে তৈরি প্রতিনিধিত্বশীল একটি প্রতীক দর্শকের চেতনায় সংশ্লিষ্ট প্রতিষ্ঠান বা পণ্যকে পরিচিত করে তোলে। আবার সেই প্রতিষ্ঠানের পণ্য বা সেবার মানকে সুপরিচিত প্রতীকচিহ্নের মাধ্যমে প্রতিষ্ঠানটি গ্রাহকের মনে নিজস্ব একটি ভাবমূর্তি প্রতিষ্ঠা করে।

মানুষের দৈনন্দিন জীবনের সর্বক্ষেত্রেই গ্রাফিক ডিজাইনের উপস্থিতি রয়েছে এবং খুব সাবলীলভাবে মিশে আছে প্রাত্যহিক জীবনযাত্রার সাথে। গ্রাফিক ডিজাইনের প্রায়োগিক ক্ষেত্র বলে শেষ করার মতো নয় কিন্তু তবুও কিছু নির্দিষ্ট ক্ষেত্রে তুলে ধরা যায় যেখানে গ্রাফিক ডিজাইনের ছাপ অতি স্পষ্ট। যেমন-লোগো ও ব্র্যান্ডিং।

আধুনিক গ্রাফিক ডিজাইনে বহুমাত্রিক চর্চার অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ দুটি মাধ্যম ‘লোগো ডিজাইন’ এবং ‘ব্র্যান্ড আইডেনটিটি’। এ কারণে পরিচিতিমূলক ভিজুয়াল/প্রতীক ও ইমেজ কমিউনিকেশনের উদাহরণ হিসেবে এই দুটি বিষয়কে বর্তমান আলোচনার মূল বিষয়বস্তু নির্বাচন করা হয়েছে।

গবেষণার উদ্দেশ্য

- ক) ডিজাইন ও গ্রাফিক ডিজাইন সম্পর্কে ধারণা লাভ।
- খ) দৈনন্দিন জীবনযাত্রার সর্বক্ষেত্রেই সাবলীলভাবে মিশে আছে গ্রাফিক ডিজাইন, সে-সম্পর্কে অবগত হওয়া।
- গ) ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের পরিচিতিমূলক চিহ্ন ও তার ইমেজ গঠনের ধাপগুলোর বিষয়ে ধারণা তুলে ধরা।
- ঘ) কোনো প্রতিষ্ঠান, পণ্য, সেবা বা পরিষেবা সম্পর্কে নিজস্ব পরিচিতিমূলক ভাবমূর্তি কীভাবে প্রকাশিত হয় সে বিষয়ে অবগত হওয়া।

গবেষণা পদ্ধতি

আলোচ্য গবেষণা প্রবন্ধটি তৈরির জন্য মূলত প্রাসঙ্গিক বিষয়ের পুস্তক ও গবেষণাকর্ম পর্যালোচনা করা হয়েছে। এ লক্ষ্যে বাংলাদেশ ও অন্যান্য দেশ থেকে প্রকাশিত সংশ্লিষ্ট পুস্তক ও গবেষণাকর্ম এবং দেশ-বিদেশের বিভিন্ন প্রতিষ্ঠানের (প্রবন্ধে সংপৃক্ত) ওয়েবসাইটের তথ্য বিশ্লেষণ করা হয়েছে। পাশাপাশি সংশ্লিষ্ট বিষয়ে একাধিক ব্যক্তির সাক্ষাৎকার নেয়া হয়েছে।

মূল আলোচনার পূর্বে ডিজাইন এবং গ্রাফিক ডিজাইন নিয়ে প্রাসঙ্গিক আলোচনা করা প্রয়োজন।

ডিজাইন (Design)

ঐতিহাসিক তথ্যমতে যে মানুষেরা গুহাগায়ে শিকারের ছবি আঁকেছে, সেই মানুষই দৈনন্দিন জীবনে ব্যবহৃত জিনিসপত্র নকশা করে অলংকৃত করেছে। আধুনিক যুগে প্রযুক্তিগত উন্নয়নের কারণে একদিকে যেমন-সমাজে ডিজাইনারদের প্রযুক্তি নির্ভর প্রয়োগগত বিস্তার ঘটে, অন্যদিকে তেমনি বিভিন্ন ক্ষেত্রে নানা ধরনের দক্ষ কুশলী ডিজাইনারের চাহিদা দেখা দেয়। ফলে যে ডিজাইনের ধারণা কার্শিল্লের মাধ্যমে বংশপরম্পরায় কিছু কারিগরের মধ্যেই ছিল সীমাবদ্ধ, আর্থসামাজিক কারণে সে রীতির পরিবর্তন ঘটে। ক্রমশ ডিজাইনের ধারণা, কাজের পরিধি, দায়িত্ব এবং সামাজিক ভূমিকা—এই সবকিছুর ব্যাপারে নতুন করে চিন্তা-চেতনার উন্মেষ ঘটে। ডিজাইন প্রসঙ্গে লন্ডনভিত্তিক গ্লোবাল অর্গানাইজেশন International Council of Design তাদের ওয়েব সাইটে উল্লেখ করে :

Design is a discipline of study and practice focused on the interaction between a person—a ‘user’—and the man-made environment, taking into account aesthetic, functional, contextual, cultural and societal considerations. As a formalised discipline, design is a modern construct. (www.theicod.org, 2023)

মানুষের সামাজিক পরিবেশের চারপাশে যা আছে তা একে অপরের সাথে একটি পরিকল্পিত নির্মাণের মাধ্যমে যোগাযোগ ও আন্তঃসম্পর্ক স্থাপন করে। যেমন-পোশাক, ব্যবহৃত বস্ত্রসামগ্রী, ডিভাইস, ইন্টারফেইস, চেয়ার-টেবিল, পরিবহন, শহর, ঘরবাড়ি সবই পরিকল্পিত নকশা দ্বারা নির্মিত।

শিল্পবিষয়ক বিভিন্ন গ্রন্থের প্রণেতা শিল্পী অধ্যাপক ড. আব্দুস সাত্তার তাঁর প্রণীত শিল্পের উপকরণ ও ব্যবহার পদ্ধতি বইয়ে উল্লেখ করেন :

“ব্যবহারিক জীবনে তো বটেই, এমনকি শিল্পকলার বিশাল জগতে ডিজাইনের গুরুত্ব অপরিসীম। ডিজাইন কী? সঙ্গত কারণেই এ প্রশ্নটি জাগা স্বাভাবিক। এর উত্তরে সংক্ষেপে বলা যায় ডিজাইন হচ্ছে যাবতীয় শিল্পের ভাষা। ভাষা

ছাড়া যেমন-মনের ভাব প্রকাশ করা যায় না, ডিজাইন ছাড়াও তেমনি শিল্প হয় না। ক্ষুদ্র ক্ষুদ্র শব্দের (words) নিজস্ব অর্থ থাকলেও বাক্য গঠন ছাড়া যেমন-ব্যাপক অর্থ প্রকাশে অক্ষম, তেমনি ডিজাইন ছাড়া ডিজাইনের বিভিন্ন প্রতীক, বা উপকরণও অসম্পূর্ণ। সুতরাং এই অসম্পূর্ণতাকে পূর্ণতা দান করাই হচ্ছে ডিজাইনের উদ্দেশ্য।” (আব্দুস সাত্তার, ১৯৮৯ : ১০১)

ভারতের পশ্চিমবঙ্গের শিল্পী ও শিল্পবিষয়ক লেখক নির্মাল্য নাগ কর্তৃক রচিত শিল্পচেতনা বইয়ের তথ্যমতে—

....প্রাচীন যুগ থেকেই শিল্পীরা প্রতিদিনের জীবনের যা কিছু ব্যবহৃত বস্তু তাকে নান্দনিক দিক থেকে সুন্দর ও আকর্ষণীয় করে তোলার জন্য বিভিন্ন ধরনের নকশা অঙ্কন ও তার প্রয়োগ করতো। সমাজ ও সভ্যতার অগ্রগতির ফলে প্রেক্ষাপট বদলে যাওয়ায় ডিজাইন শব্দটির অর্থ ও তার কাজের এলাকা বহুলাংশে পালটে যায় ও প্রায়োগিক ক্ষেত্রও বিস্তৃত হয়। আধুনিক যুগে ডিজাইন বলতে সামগ্রিক পরিকল্পনা বোঝানো হয়ে থাকে। এটি একটি সচেতন ও সুপরিকল্পিত ক্রিয়া, যা সু-নির্দিষ্ট একটি লক্ষ্য-উদ্দেশ্য সামনে রেখে করা হয়ে থাকে। ডিজাইন শুধু পরিকল্পনাই করে না, সেই পরিকল্পনাকে বাস্তবে রূপায়ণের যাবতীয় সমস্যা যেমন-সময়, পরিশ্রম, অভিজ্ঞতা, উপকরণ ও মূল্য নির্ধারণ সবকিছু সম্পর্কে পূর্ণাঙ্গ ধারণা দেয়। এজন্য ডিজাইনকে আনুষ্ঠানিক সৃষ্টিশীল কর্মতৎপরতা বলা হয়। (নির্মাল্য নাগ, ১৯৯২ : ১৯৫)

গ্রাফিক ডিজাইন

উদ্ভাবন ও পরিবর্তনের চেতনা থেকে বিংশ শতাব্দীর প্রথম দশকে আধুনিক গ্রাফিক ডিজাইনের সৃষ্টি। Graphic design in the modern sense was born in the early decades of this century, out of the spirit of innovation and change (Liz Maquiston & Barry kits, Graphic Design Source Book, 1987 : Page 12)। প্রচার এবং প্রসারের জন্য কোনো কিছুর শিল্পসম্মত উপস্থাপনার জন্য যে বিষয়টির সবচেয়ে বেশি প্রয়োজন তা হলো গ্রাফিক ডিজাইন। ইংরেজি Graphic শব্দটির আভিধানিক অর্থ—চিত্র, প্রতিচিত্র, অক্ষর চিত্রণ, নকশা ইত্যাদি। আর Graphically অর্থে—লেখার বা নকশার দ্বারা সুস্পষ্টভাবে জীবন্তরূপে চিত্রময় করে

তোলা (English-Bangla Dictionary, Bangla Academy)। এ বিষয়ে ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ের গ্রাফিক ডিজাইন বিভাগের সহযোগী অধ্যাপক মাকসুদুর রহমান বলেন :

গ্রাফিক ডিজাইন নকশা, প্রতীক ও উপস্থাপনা সংশ্লিষ্ট সুপ্রাচীন নন্দনশিল্পের আধুনিক পরিভাষা। এ পরিভাষার আওতাভুক্ত হয়েছে টেলিভিশন থেকে পত্রপত্রিকা, গ্রন্থাদি ও যাবতীয় প্রকাশনা প্রভৃতি শিল্প মাধ্যম। জনগণের সঙ্গে যোগাযোগ প্রতিষ্ঠার প্রয়োজনে রাষ্ট্র, আন্তর্জাতিক সংগঠন, শিক্ষা প্রতিষ্ঠান, সাহায্য সংস্থা প্রভৃতি প্রতিষ্ঠানের তথ্য-নির্দেশনা, প্রচার প্রকাশনা প্রভৃতি কাজে গ্রাফিক ডিজাইনের ব্যবহার ব্যাপক। বর্তমান সময়ে গ্রাফিক ডিজাইনকে বলা হয় Visual Communication বা দৃষ্টিনির্ভর ভাষায় যোগাযোগ সৃষ্টির নন্দনশিল্প। (মাকসুদুর রহমান, ২০১৪, বাংলাপিডিয়া অনলাইন ভার্সন)

গ্রাফিক ডিজাইন কী এবং কেন এ সম্পর্কে কানাডিয়ান মাল্টিডিসিপ্লিনারি আর্টিস্ট ও ডিজিটাল আর্ট ডিরেক্টর Mila Jones Cann বলেন :

Graphic design is the creation of visual compositions to solve problems and communicate ideas through typography, imagery, color and form. There's no one way to do that, and that's why there are several types of graphic design, each with their own area of specialization. (Mila Jones Cann, 2022, 99designs.com)

গ্রাফিক ডিজাইন টেক্সট ও ইমেজ-এর সমন্বয়ে একটি দৃশ্যগত তথ্যবহুল নকশার উপস্থাপন। হরফ ও নকশার উপাদানসমূহ ব্যবহার করে নির্দিষ্ট বিষয়ের দৃশ্যগত চিত্রকল্প প্রস্তুত করা। অর্থাৎ নিজের উদ্দেশ্য ঠিক রেখে মনোরম একটি নকশার বিন্যাস সৃষ্টি করা, যা দর্শকের দৃষ্টি আকর্ষণ করে। মূলত দৃশ্যগত যোগাযোগ ব্যবস্থা, যা দৃষ্টিনির্ভর যে কোনো যোগাযোগ স্থাপনের ক্ষেত্রে শৈল্পিক পরিকল্পনার মাধ্যমে পরিচালিত হয়। আরও সহজভাবে বললে, কোনো কিছু তথ্যসহ অবগত করার উদ্দেশ্যে শিল্প ও প্রক্রিয়ার মাধ্যম ব্যবহার করে যে দৃশ্যগত যোগাযোগ সৃষ্টি করা হয় তাকে গ্রাফিক ডিজাইন বলে।

গ্রাফিক ডিজাইনের কাজে আকার, ইমেজ, স্পেস, লিপি, টাইপোগ্রাফি এবং রঙের সমন্বয় ঘটিয়ে, আবার কখনো আলাদা আলাদাভাবে সেসব উপাদান ব্যবহার করে নির্দিষ্ট বার্তা আদানপ্রদান করা হয়। মূল বিষয়টি হলো একটি নির্দিষ্ট ধারণা স্থাপন এবং সেই অনুসারে উপাদান নির্বাচন ও পরিকল্পনা উপস্থাপন। নির্দিষ্ট ধারণা স্থাপনের ক্ষেত্রে এই বিষয়টি নির্ধারণ করা আবশ্যিক যে, মূলত কার জন্য ও কাদের সাথে যোগাযোগ স্থাপনের জন্য পরিকল্পনাটি করা হচ্ছে। ডিজাইন বা পরিকল্পনা তৈরির ক্ষেত্রে দর্শকের প্রয়োজন অনুযায়ী ইমেজ ব্যবহার করা হয়ে থাকে এবং ইমেজের সাথে সামঞ্জস্য রেখে টাইপোগ্রাফির প্রয়োগ করা হয়। কোনো কোনো ক্ষেত্রে শুধু রঙের সাথে টাইপোগ্রাফির ব্যবহার করা হয়ে থাকে।

গ্রাফিক ডিজাইন একটি সৃষ্টিশীল প্রক্রিয়া, যা শিল্প ও প্রযুক্তিকে মিলিত করে ভাব, চিন্তা ও ধারণা অন্যকে প্রদান করে। ডিজাইনার কোনো বার্তা (Message) নানারকম যোগাযোগের Tools ব্যবহার করে সুসৃজলভাবে এক স্থান থেকে অন্য স্থানে পৌঁছে দেয় কার্যকর দৃষ্টিনির্ভর আদানপ্রদানের মাধ্যমে বিশেষ গ্রাহক ও দর্শকের কাছে। গ্রাফিক ডিজাইনের প্রধান Tools ছবি (Image) এবং অক্ষর বা হরফ লিপি শিল্প (Typography)।

ইমেজভিত্তিক ডিজাইন (Image-Based Design) : ডিজাইনার কোনো ইমেজ বা চিত্রকল্প অথবা প্রতিচ্ছবির সমৃদ্ধি বা শ্রীবৃদ্ধি করে তার চিন্তা বা ধারণা ক্লায়েন্টের চাওয়া অনুযায়ী তুলে ধরে। ডিজাইনের ক্ষেত্রে নির্দিষ্ট গ্রাহকের নিকট তথ্য প্রদানের জন্য ইমেজ একটি বলিষ্ঠ উপাদান। শুধু তথ্য পৌঁছে দেয় না, মেজাজ এবং আবেগ, অনুভূতিও পৌঁছে দেয়। একটি ইমেজ মানুষের মনকে সহজে নাড়া দেয়, মানুষ তার প্রতিক্রিয়া দেখায়। এই ইমেজ হতে পারে কোনো আলোকচিত্র, পেইন্টিং অথবা চিত্রময় উপস্থাপন। ইমেজসংবলিত ডিজাইনে একটি ছবি বা চিত্রকল্প হাজার কথামালার (লিখিত তথ্যের) চেয়েও মূল্যবান।

অক্ষরভিত্তিক ডিজাইন (Type-Based Design) : এক্ষেত্রেও একই বিষয় প্রযোজ্য। কপিরাইটার একটি শব্দ বা বাক্য ভিন্নতরভাবে প্রস্তুত করে দেয়। ডিজাইনার সেই বার্তা প্রেরণের জন্য এই শব্দ বা বাক্যের ওপর নির্ভর করে। এখানে ডিজাইনার গুরুত্বপূর্ণ ও অর্থপূর্ণ শব্দ বা বাক্যের অক্ষর বিন্যাসের মাধ্যমে অথবা হাতে

লিখে বা অক্ষরের বিভিন্ন আকার আকৃতি তৈরি করে ডিজাইন প্রস্তুত করেন, যা পোস্টারে, মোড়কের গায়ে, পণ্যের গুণাগুণ বা স্লোগানে, বিজ্ঞাপন, নাটক ও সিনেমার টাইটলে, বিভিন্ন সাইনবোর্ড এবং লোগো ডিজাইনে প্রয়োগ হয়ে থাকে। বিশেষভাবে অক্ষরভিত্তিক ডিজাইনের প্রয়োগ দেখা যায় বইয়ের প্রচ্ছদে, যা লেখক বা প্রকাশকের চাহিদা অনুযায়ী নকশা প্রস্তুত করে তৈরি করা হয়ে থাকে। আবার বিভিন্ন সংস্থার আউটডোর ও ইনডোর পোস্টারের মূল তথ্য বা স্লোগান এবং অন্যান্য তথ্য-উপাত্ত দিয়েও ডিজাইন সম্পন্ন করা হয়ে থাকে।

আলোচ্য প্রবন্ধটির মূল বিষয় যেহেতু গ্রাফিক ডিজাইনের প্রায়োগিক ক্ষেত্র, সুতরাং সেই পরিপ্রেক্ষিতে এ বিষয়ে সামগ্রিকতার সংক্ষিপ্ত আলোকপাত করা হলো।

প্রায়োগিক ক্ষেত্র

মৌখিক যোগাযোগের পর যে কোনো দৃশ্যগত বা চাক্ষুষ যোগাযোগ ব্যবস্থা গ্রাফিক ডিজাইনের অন্তর্ভুক্ত, যা আমাদের প্রতিদিনের জীবনের একটি অংশ। মনে করি, কোনো সেবামূলক প্রতিষ্ঠান কিংবা একটি কোম্পানি তার পরিষেবা অথবা পণ্য প্রচার বা বিক্রয় করতে চাচ্ছে, অথবা কোনো বার্তা প্রদান করতে চাচ্ছে, তাহলে সেই বিষয়কে একটি নিয়মের মধ্যে সুন্দর ও সুশৃঙ্খলভাবে প্রদর্শন করে থাকে উক্ত কোম্পানি। কীভাবে এটি করে থাকে? নিশ্চয় তাঁদের নির্দিষ্ট গ্রাহকদেরকে একজন একজন করে বলে না। সেই প্রতিষ্ঠান তাঁদের নির্দিষ্ট গ্রাহকের জন্য কোনো দৃষ্টিনির্ভর মাধ্যম ব্যবহার করে থাকে, যেমন-পোস্টার ডিজাইন, হরফ তৈরি, লোগো ডিজাইন, পত্রিকার বিজ্ঞাপন বা ব্রোসিওর-এর কভার; এমনকি কম্পিউটারে প্রিন্টও নিতে পারে। এক্ষেত্রে তারা দৃশ্যগত যোগাযোগের সমস্ত উপাদান ব্যবহার করতে পারবে, যদি উক্ত প্রতিষ্ঠান গ্রাফিক ডিজাইনের ওপর নির্ভর করে। কারণ এর নান্দনিক দিকটি যেমন-গুরুত্বপূর্ণ তেমনি তার প্রয়োজনীয়তার দিকটিও সমগুরুত্বপূর্ণ।

মানুষের দৈনন্দিন জীবনের সাথে গ্রাফিক ডিজাইনের ভূমিকা ওতপ্রোতভাবে জড়িত, যা প্রতিদিনের জীবনযাত্রায় জোরালোরূপে অবস্থান করছে। ঘুম থেকে উঠে সকালের খবরের কাগজে [দৈনিক খবরের কাগজ বা সাপ্তাহিক ম্যাগাজিনের মাস্ট হেড (পত্রিকার নাম), পত্রিকার কলাম সাজানো, ছবি ব্যবহার এবং বিভিন্ন

প্রতিষ্ঠানের নানা নকশার বিজ্ঞাপন]; সারাদিন বিভিন্ন কাজ বিনিময়ের মধ্যে; পছন্দের বইয়ের প্রচ্ছদে, গল্প ও কবিতার ইলাস্ট্রেশনে; পণ্য বিপণনের বিজ্ঞাপনে; সেবা বা জনসচেতনতামূলক প্রচারে (পোস্টার, বিজ্ঞাপন, লিফলেট, ম্যাগাজিন ইত্যাদি) এবং সর্বোপরি সর্বাধিক নিত্য ব্যবহার্য সামগ্রীতে গ্রাফিক ডিজাইন বিচরণ করে। সাধারণত কোনো প্রতিষ্ঠান বা কোম্পানির পরিচয় (লোগো ও ব্র্যান্ডিং) বহন করে গ্রাফিক ডিজাইন। যেমন-তাদের web sites, প্রকাশনা (ব্রিশিওর, লিফলেট, পোস্টার, বিজ্ঞাপন) এবং কোনো পণ্যের মোড়ক নকশা ইত্যাদি। যেমন-একটি পণ্যের প্যাকেটে লোগোর সাথে পণ্যের গুণাগুণ-এর Text, নকশা, Art work (ফটোগ্রাফ, ডিজাইন, ইমেজ, ইলাস্ট্রেশন) রং ও নকশার উপাদানসমূহ ব্যবহার করে গ্রাফিক ডিজাইনের মাধ্যমে সঠিক বিষয়কে উপস্থাপন করা হয়।

আমাদের দেশে তথা বিশ্বের বিভিন্ন দেশের মেগা সিটি থেকে শুরু করে মফস্বল শহর ও গ্রামে সব শ্রেণির মানুষের কাছে টেলিভিশন তথ্য ও বিনোদনের একটি তাৎক্ষণিক জনপ্রিয় মাধ্যম। সারা বিশ্বের বিভিন্ন টেলিভিশন চ্যানেলে প্রতিদিন সংবাদ, নাটক, বিনোদনমূলক অনুষ্ঠান প্রচার করে থাকে। টেলিভিশনের লোগো থেকে শুরু করে মোশন গ্রাফিক্স এবং বিভিন্ন অনুষ্ঠানের সেট ডিজাইন, টাইটেল অ্যানিমেশন, গ্রাফিক্স কার্ড, খবরের বিভিন্ন গ্রাফিক্স, যেমন-ইনফরমেশন কার্ড, ছবি, ম্যাপ, ব্যবসা, খেলা, দেশ ও আন্তর্জাতিক সংবাদ সমূহের গ্রাফিক্স, সবকিছু গ্রাফিক ডিজাইনের অন্তর্ভুক্ত। টিভিতে যে বিজ্ঞাপন প্রচারিত হয় সেখানেও থাকে গ্রাফিক ডিজাইন। যেমন-একটি বিজ্ঞাপনের সেট কেমন হবে, তার ব্যাকগ্রাউন্ডের রং বা ডিজাইন কী হবে ইত্যাদি।

গ্রাফিক ডিজাইন ক্লায়েন্ট ও ডিজাইনারের মিলিতভাবে কাজ করার ক্ষেত্র প্রস্তুত করে। এটি একটি চলমান সমস্যা সম্পাদনের প্রক্রিয়া। যেখানে ডিজাইনের সমস্ত শৃঙ্খলা বজায় রেখে সমস্যা সম্পাদনের কাজ করা হয়। বলা যায়-গ্রাফিক ডিজাইন তথ্য ও নকশার আন্তঃসংযোগের মাধ্যম হিসাবে দৃষ্টিগ্রাহ্য অনুভূতিসম্পন্ন জ্ঞান, দক্ষতা এবং প্রযুক্তি।

একটি প্রতিষ্ঠান বা কোম্পানির সেবা বা পণ্য এবং উপাদানসমূহের পরিচয় তুলে ধরে লোগো, রং, লেটার প্যাড, বিজনেস কার্ড, মোড়ক নকশা, প্রচার এবং লেখার

মাধ্যমে। সেই সঙ্গে নির্দিষ্ট করে কোম্পানির ব্র্যান্ডিং (Branding)। পাশাপাশি কর্পোরেট আইডেনটিটি (Corporate Identity)-র জন্য ব্র্যান্ডিং ব্যবসায়িক নামের ক্ষেত্রে অধিকতর দৃঢ় সম্পর্কযুক্ত পরিচিতিমূলক চিহ্ন। কর্পোরেট আইডেনটিটি পারে উক্ত কোম্পানির বৈশিষ্ট্য এবং মনোভাব তুলে ধরতে এবং সামাজিক পরিষেবা গড়ে তুলতে। সেক্ষেত্রে সর্বপ্রথম প্রয়োজন উক্ত প্রতিষ্ঠানের জন্য তার বৈশিষ্ট্য অনুযায়ী একটি মানানসই লোগো, তারপর ব্র্যান্ডিং।

গ্রাফিক ডিজাইনের প্রায়োগিক ক্ষেত্রে উল্লিখিত দুটি অনুষ্ণ ‘লোগো’ এবং ‘ব্র্যান্ডিং’ কীভাবে প্রভাব বিস্তার করে তা নিম্নে আলোচনা করা হলো-

লোগো ডিজাইন (Logo Design)

‘লোগো’ একটি Graphical element, যা গ্রাফিক ডিজাইনে গুরুত্বপূর্ণ এবং অধিকতর কার্যকরী একটি উপাদান। ইংরেজি ‘Logo’ শব্দটি এসেছে গ্রিক ‘Logos’ শব্দ থেকে। এর অর্থ-শব্দ, কারণ বা পরিকল্পনা (<https://www.britannica.com/topic/logos>, ২৯শে সেপ্টেম্বর ২০২২)। Logo : A design or symbol used by a company to advertise it’s products (Cambridge Advanced Learner’s Dictionary, Fourth Edition, 2021)। লোগো বোঝাতে প্রতীক, নিদর্শন, চিহ্ন, সংকেত এই সকল শব্দকে বোঝায়। লোগো কোনো ব্যক্তি, সংস্থা বা প্রতিষ্ঠান ও শিক্ষালয় এবং পণ্যসামগ্রীর ভাব, আদল, প্রতিচ্ছায়া রূপায়িত করে। অর্থাৎ, লোগো একটি প্রতিষ্ঠানের প্রতীকায়ন নকশা। প্রতীকের সাহায্যে ভাবের রূপায়ণ, যা ব্যবহার হয় সাধারণত উক্ত প্রতিষ্ঠানের Letterhead, বিজ্ঞাপনে, সাইনবোর্ডে এবং যাবতীয় দলিল ও কাগজপত্রাদিতে; যেন সহজেই প্রতিষ্ঠানটি শনাক্ত করা যায়। যদি পণ্য উৎপাদনকারী কোনো প্রতিষ্ঠান হয়, তাহলে তাদের পণ্যের প্যাকেজিং ও পণ্যের লেবেলে সেই প্রতিষ্ঠানের লোগো ব্যবহৃত হয়, যা ব্র্যান্ডের দৃশ্যগত পরিচয়ের একটি অংশ। এ সম্পর্কে বাজার ও ব্যবস্যা সংক্রান্ত অনলাইন সাইট MBN-এর তথ্যমতে-A logo is a drawing or image that a company, organization, group, or person uses to mark their identity, i.e., who they are. Companies may use them on their letterheads, adverts, and the

products they sell (<https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/logo-definition/>) ।

স্কুলপড়ুয়া ছোট ছোট ছেলেমেয়ে তাদের বন্ধু বা ভাইবোনদের সাথে বই, খাতা, পেন্সিল, ইরেজার, স্কেল, জ্যামিতি বক্স ইত্যাদি বদলে যাওয়ার আশঙ্কা থেকে নিজ নিজ জিনিসপত্রগুলোতে কোনো না কোনো চিহ্ন দিয়ে রাখে। কখনো কখনো নিজের নাম লিখে রাখতে দেখা যায়। আবার দেখা যায়, গ্রামবাংলার কৃষক ও গৃহস্থরা তাদের গৃহপালিত পশু যেন হারিয়ে না যায় বা অন্য কারো পশুর সাথে পরিবর্তিত না হয়ে যায়, সেজন্য পশুগুলোর গায়ে বিভিন্ন সিল (Seal) অর্থাৎ ছাপ মেরে রাখে। এই চিহ্ন বা মার্ক (Mark), সিল (Seal) তাদের নিজস্ব প্রতীক। এর সবই কিন্তু অন্য সবার মধ্য থেকে নিজেকে বা নিজের বস্তুটিকে আলাদা করে রাখার জন্য, যেন অন্য কেউ দেখলে বুঝতে পারে এই জিনিসটি কার। এই চিহ্নগুলোকে প্রাতিষ্ঠানিক ভাষায় লোগো (Logo) বলা হয়ে থাকে। বিশ্ববিখ্যাত Apple ব্র্যান্ডের লোগো ডিজাইনার Harold Abelson-এর মত-Logo is the name for a philosophy of programing languages that aid in its realization (https://el.media.mit.edu/logo-foundation/what_is_logo/index.html)

লোগো একটি প্রতীক বা নিদর্শন, একটি গ্রাফিক চিহ্ন, যা একটি প্রতিষ্ঠান, একটি পণ্য, বা কোনো সরকারি ও ব্যক্তিগত সত্তাকে চিহ্নিত করে। কোনো প্রতিষ্ঠান বা কোম্পানির নাম বা লক্ষ্য সুস্পষ্টভাবে হরফ বা নকশার দ্বারা স্বতন্ত্র প্রতীকরূপে প্রতিনিধিত্ব করে। একটি ছোট প্রতীকের অনেক দায়িত্ব। প্রাথমিকভাবে একটি লোগো কোনো প্রতিষ্ঠান, ব্যক্তি, পণ্য বা সেবার প্রতীক। এটি হরফ এবং কোনো চিহ্নের ডিজাইন ও ইমেজ কিংবা উভয় মাধ্যমের সমন্বয়ে তৈরি, যা গ্রাহকের পছন্দের সেবা বা পণ্য কিংবা ব্র্যান্ড শনাক্ত করতে সহায়তা করে। একটি নান্দনিক লোগো সেই সংস্থা বা প্রতিষ্ঠানের ভিত্তিস্বরূপ। কারণ সুন্দর উপযুক্ত একটি লোগো গ্রাহককে বুঝতে সহায়তা করে উক্ত প্রতিষ্ঠানটির বৈশিষ্ট্য, কাজ, ধরন এবং গুরুত্ব।

নেদারল্যান্ড থেকে ২০১২ সালে প্রকাশিত Science Direct জার্নালের ৫১তম ভলিউমে George Adir, Victor Adirb, Nicoleta Elisabeta Pascu লেখকত্রয়ী তাদের আর্টিকেল Logo design and the corporate identityতে উল্লেখ করেন :

First of all we have to see what a logo is. It is a symbol, a graphic and visual sign which plays an important role into the communication structure of a company. A logo is a clear graphic element which make possible to distinct between companies. A logo is a signature of a company, may be like a new conception, a certain life style etc. It is about a bridge between the public and the company. It conveys details in a very concentrate graphic representation. It is a possible sign to compare similar items. That is why to create a logo is not a happening, is a consequence of very specified analyses, concerning geometric shapes, colours, various signs and symbols, all into an harmonious mixture which is driven “to catch” and to be part of people’s mind. (George, Victor, Nicoleta, 2012, 650)।

এখন অনেক জনপ্রিয় ও সফল কোম্পানি বলে থাকে—“simpler is better”। অর্থাৎ সরলতায় উত্তম অথবা সাদামাটা অধিকতর ভালো। বিশেষত আজ যখন মানুষের জীবনযাত্রা অনেক বেশি দ্রুত ব্যস্ততম, তখন অনেক কম সময়ের মধ্যে কীভাবে গ্রাহকের মনে রেখাপাত করা যায় প্রতিষ্ঠানগুলো সেদিকে লক্ষ রাখে। তাই এক্ষেত্রে ডিজাইনারকে লোগো ডিজাইন করার সময় সতর্ক থাকতে হয় তা যেন সহজেই মানুষের মনে গেঁথে যায়।

সুন্দর হরফ, সুন্দর ডিজাইন শৈলী তৈরির মাধ্যমে সৃষ্টি হতে পারে একটি নান্দনিক সুন্দর লোগো। যেমন-বিমান বাংলাদেশ এয়ারলাইন্স, আড়ং, ব্রাক, প্রথম আলো, Coca-Cola, NIKE ইত্যাদি চমৎকার লোগোসমূহ নিজ প্রতিষ্ঠানকে পরিচিত করে তুলেছে অতি সুচারুভাবে।



চিত্র ১ : বিমান বাংলাদেশ এয়ারলাইনস-এর লোগো
(সূত্র : www.biman-airlines.com)



চিত্র ২ : বাংলাদেশের একটি হস্ত ও কারুশিল্প ব্যবসায়
প্রতিষ্ঠান 'আড়ং'-এর লোগো
(সূত্র : www.aarong.com)



চিত্র ৩ : আন্তর্জাতিক দাতব্য সংস্থা
ব্রাকের লোগো (সূত্র : www.brac.net)



চিত্র ৪ : বাংলাদেশের জনপ্রিয় দৈনিক খবরের কাগজ
প্রথম আলো'র মাস্টহেড লোগো
(সূত্র : www.prothomalo.com)



চিত্র ৫ : বিশ্বব্যাপী জনপ্রিয় কোমল পানীয় কোকা-
কোলা'র লোগো (সূত্র : coca-cola.com)



চিত্র ৬ : বিশ্বব্যাপী খেলাধুলার সামগ্রী প্রস্তুতকারী প্রতিষ্ঠান
নাইকি'র লোগো (সূত্র : www.nike.com)

শুধু Typeface-এর মাধ্যমে প্রতিষ্ঠানের ইমেজ পূর্ণাঙ্গভাবে উপস্থাপিত না হলে এর সঙ্গে প্রতিষ্ঠানের সংশ্লিষ্ট কোনো বিষয় বা ভাবের সংক্ষিপ্ত প্রতীক বা চিহ্ন যুক্ত করে লোগো ডিজাইনে পরিপূর্ণতা আনা যায়। কিংবা Type-এর গঠন ভেঙে সংশ্লিষ্ট বিষয়ের আদলে একটি Form তৈরি করে লোগো ডিজাইন করা যায়। আবার কোম্পানির নামের শব্দগুলোর প্রথম অক্ষরটি নিয়েও লোগো ডিজাইন করা হয়। অনেক সময় Typeface-এর মাধ্যমে কোম্পানির নাম যুক্ত না করে সম্পূর্ণ ভিন্ন কোনো চিহ্ন (Mark) বা প্রতীক (Symbol) ব্যবহার করেও প্রতিষ্ঠানের ইমেজ প্রতিফলিত করা সম্ভব। অন্যদিকে Type-এর রূপের কিছুটা পরিবর্তন করে (কিংবা না করেও) একটা নতুন চেহারা দেয়া যায়, যা কিছুদিন ব্যবহৃত হওয়ার ফলে নিজেই সংশ্লিষ্ট প্রতিষ্ঠানের ইমেজকে প্রকাশ করে। এমনকি এর কোনো অংশ বাদ

দিলেও ইমেজটুকু ঠিকই থেকে যায়। যেমন-ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ের ‘আলোক শিখা’, বাটা সু কোম্পানির ‘B’, Benson & Hedges-এর ‘&’ এবং ফেসবুক সোশ্যাল মিডিয়ার ‘f’ ইত্যাদি।



চিত্র ৭ : ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয় মনোগ্রাম ও তার আলোকশিখা
(সূত্র : গ্রাফিক ডিজাইন বিভাগ, ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়)



চিত্র ৮ : বাটা সু কোম্পানির লোগো এবং Bata 'র প্রথম অক্ষর B
(সূত্র : <https://www.batabd.com>)



চিত্র ৯ : Facebook-এর লোগো ও তার বহুল পরিচিত প্রথম অক্ষর ছোট হাতের f
(সূত্র : www.google.com)



চিত্র ১০ : Benson & Hedges -এর ব্র্যান্ড লোগো ও '&' (সূত্র : www.batbangladesh.com)

লোগোর ভিজুয়াল ভাষা সাধারণত কোনো সংস্কৃতি বা দেশে সীমাবদ্ধ নয়। এটি একটি বৈশ্বিক ভাষার ভিজুয়াল রূপ। তাই একটি প্রতিষ্ঠানের লোগো ও ব্র্যান্ড আইডেনটিটি বিশ্বসমাজের গণমানুষের উদ্দেশ্যে প্রণীত হয়। বিভিন্ন প্রতিষ্ঠান, ব্যক্তি, সেবা, পণ্য, ব্র্যান্ড-এর বিভিন্ন ডিজাইনের স্ব-স্ব বৈশিষ্ট্যের লোগো হয়ে থাকে। কোনোটি শুধু একটি শব্দের, কোনোটি এক বা একাধিক অক্ষর দিয়ে তৈরি। কোনো লোগোতে শুধু কোনো চিহ্ন বা প্রতীক থাকে, আবার কোনোটিতে চিহ্ন ও লেখা দুটোই থাকে। এসব নানা ধরনের লোগোকে কয়েকটি ভাগে ভাগ করা যেতে পারে, যেমন-

মনোগ্রাম (Monogram) বা লেটারমার্ক (Lettermark) লোগো, ওয়ার্ডমার্ক (Wordmark) লোগো, সচিত্র চিহ্ন (Pictorialmark) বা প্রতীকী (Symbolic) লোগো, বিমূর্ত বা ভাবগত/ভাবমূলক (Abstract) লোগো, মাস্কট (Mascot)

লোগো, সমন্বিত (Combination) লোগো, এবং প্রতীক (The Emblem) ইত্যাদি ।
(সূত্র : 99designs.com, ১৫ই ফেব্রুয়ারি ২০২২)

মনোগ্রাম (Monogram)/লেটারমার্ক (Lettermark) লোগো

Mono শব্দের অর্থ ‘এক’ এবং Gramme অর্থ ‘মানযুক্ত লিপি’ । অর্থাৎ Monogram-এর আভিধানিক অর্থ-একক মানযুক্ত লিপি । এর প্রয়োগগত অর্থে এভাবে বলা যায়-দুই বা ততোধিক বর্ণ (বিশেষত নামের আদ্যক্ষর) জড়িয়ে তৈরি করা নকশা (যা রুমাল, নোটের কাগজ ইত্যাদিতে ব্যবহৃত হয়) (সূত্র : Bangla Academy English-Bangla Dictionary) এবং যে নকশায় কয়েকটি জড়ানো অক্ষর (বিশেষত : কোনো লোকের নামের আদ্যক্ষরসমূহ) খোদাই করা থাকে; a set of letters. (সূত্র : Oxford Advanced Learner’s Dictionary, English to Bengali and English) । নাম থেকেই বোঝা যায় এই শ্রেণির লোগোগুলোর বৈশিষ্ট্য কেমন । মনোগ্রাম বা লেটারমার্ক লোগো সাধারণত অক্ষর নিয়ে গঠিত । এটি লিপি নিদর্শন প্রতীক । কোনো প্রতিষ্ঠানের দীর্ঘ নামের আদ্যক্ষর ব্য্র্যন্ড । পূর্ণ নাম না দিয়ে দুই বা তিন অক্ষরে একটি সংক্ষিপ্ত আকারে হরফের নান্দনিক উপস্থাপন করা । যেমন-‘বাংলাদেশ বিশ্ববিদ্যালয় মঞ্জুরী কমিশন’ UGC (University Grants Commission of Bangladesh), ‘বাংলাদেশ পর্যটন করপোরেশন’ BPC (Bangladesh Parjatan Corporation), BEXIMCO (Bangladesh Export Import Company Limited), ETV ‘একুশে টেলিভিশন’ (Ekushey Television), NASA (National Aeronautics and Space Administration) এবং IBM (International Business Machines Corporation) ইত্যাদি ।



চিত্র ১১ : বাংলাদেশ বিশ্ববিদ্যালয়
মঞ্জুরী কমিশন-এর লোগো
(সূত্র : www.google.com) ।



চিত্র ১২ : বাংলাদেশ পর্যটন
করপোরেশন-এর লোগো
(সূত্র : www.google.com)



চিত্র ১৩ : বাংলাদেশের প্রথম সারির
ব্যবসায়ী গ্রুপ বাংলাদেশ এক্সপোর্ট
ইমপোর্ট কোম্পানি লিমিটেড-এর লোগো
(সূত্র : www.beximco.com)



চিত্র ১৪ : বাংলাদেশের প্রথম
বেসরকারি টেলিস্ট্রিয়ারাল
টেলিভিশন চ্যানেল একুশে
টেলিভিশন-এর লোগো
(সূত্র : www.ekushy-tv.com)



চিত্র ১৫ : যুক্তরাষ্ট্রের মহাকাশ
গবেষণা কেন্দ্র National
Aeronautics and Space
Administration-এর লোগো
(সূত্র : www.google.com)



চিত্র ১৬ : যুক্তরাষ্ট্রের মহাকাশ
গবেষণা কেন্দ্র International
Business Machines
Corporation-এর লোগো
(সূত্র : www.ibm.com/us-en)

একটি লেটারমার্ক লোগো হলো অক্ষরভিত্তিক লোগো, যা একটি প্রতিষ্ঠানের একাধিক শব্দের নামের আদ্যক্ষর নিয়ে গঠিত হয়। এক ধরনের সরল আবহ তৈরি করাই এর মূল উদ্দেশ্য। কারণ দীর্ঘ নাম মনে রাখার থেকে ছোট একটি শব্দ তার সৃজনশীল ডিজাইনের উপস্থাপনের মাধ্যমে মানুষের মনে সহজেই সরলতার সাথে গেঁথে থাকে।

ওয়ার্ডমার্ক (Wordmark) লোগো

ওয়ার্ডমার্ক লোগো সাধারণত লেটারমার্ক লোগোর মতো। এটি একটি হরফভিত্তিক (Font-Based) লোগো। এই ধরনের লোগো ডিজাইনে প্রতিষ্ঠান বা পণ্যের নাম এক শব্দের হয়ে থাকে এবং সম্পূর্ণ নামটিই লোগো হিসেবে ব্যবহৃত হয়। যেমন- খুব জনপ্রিয় সার্চ (Search) ইঞ্জিন 'Google'-এর লোগো। এছাড়া দুটি জনপ্রিয় প্রোডাক্ট লোগোর নাম উল্লেখ করা যায়, যথা-'কোকা-কোলা', যা একটি শব্দকে চিহ্ন বা প্রতীক হিসেবে উপস্থাপন করে এবং জার্মান মাল্টিন্যাশনাল কোম্পানি Beiersdorf AG-এর কেতাদুরস্ত স্কিন এবং বডি কেয়ার বিভিন্ন ধরনের পণ্যের লোগো 'NIVEA'।



চিত্র ১৭ : সারা বিশ্বব্যাপী জনপ্রিয়
সার্চ ইঞ্জিন Google-এর লোগো
(সূত্র : www.google.com)



চিত্র ১৮ : কোমল পানীয়
কোকা-কোলা'র লোগো
(সূত্র : coca-cola.com)



চিত্র ১৯ : স্কিন এবং বডি কেয়ার
বিভিন্ন ধরনের পণ্যের লোগো
'NIVEA'
(সূত্র : [https://www.nivea.com](http://www.nivea.com))

এই শৈলীর লোগোতে কোনো আদ্যক্ষর আলাদাভাবে ফোকাস হয় না, কিন্তু পুরো নামটিই একটি ব্র্যান্ডকে প্রতিনিধিত্ব করে। প্রতিষ্ঠান বা পণ্যের নামটি যদি আকর্ষণীয় ও এক শব্দের হয়, তাহলে ওয়ার্ডমার্ক লোগো ডিজাইনের ক্ষেত্রে এবং ব্র্যান্ড হিসেবে খুব ভালো কাজ করে। আকর্ষণীয় নাম, সৃজনশীল লিখনশৈলী এবং রঙের মিলিত নকশায় অনন্য একটি লোগো তৈরি হয়। এই ধরনের লোগো ব্যবহারকারী স্থানীয় ও আন্তর্জাতিক কয়েকটি কোম্পানির নাম উল্লেখ করা যায়, যারা কি না তাদের প্রতিষ্ঠানের পুরো নাম লোগো হিসেবে ব্যবহার করেছে, যেমন- বাংলাদেশের প্রাচীনতম এবং বৃহত্তম জাতীয় সাবান, প্রসাধন সামগ্রী প্রস্তুতকারক ও বিপণনকারী প্রতিষ্ঠান কোহিনূর কেমিক্যাল কোম্পানি (বাংলাদেশ) লিমিটেড-এর প্রোডাক্ট ‘তিব্বত’-এর লোগো (সূত্র : www.kohinoor-bd.com/), বুটিক শপ ‘দেশাল’, Facebook, FedEx, VISA, Nescafe, SONY, Canon, Lux ইত্যাদি।



চিত্র ২০ : ৬০, ৭০ ও ৮০'র দশকের জনপ্রিয় প্রসাধনী সামগ্রী তিব্বত-এর লোগো (সূত্র : <https://sharebiz.net>)



চিত্র ২১ : বাংলাদেশের আর্ট এন্ড ফ্যাশন প্রতিষ্ঠান দেশাল-এর লোগো (সূত্র : <https://deshal.net>)



চিত্র ২২ : বিশ্বব্যাপী জনপ্রিয় সামাজিক যোগাযোগ ব্যবস্থার ওয়েবসাইট facebook-এর লোগো (সূত্র : www.google.com)



চিত্র ২৩ : আমেরিকান বহুজাতিক সরবরাহ পরিষেবা সংস্থা FedEx Corporation-এর লোগো (সূত্র : www.fedex.com/en-us/home.html)



চিত্র ২৪ : আমেরিকান বহুজাতিক আর্থিক সেবা প্রদানকারী প্রতিষ্ঠান Visa Inc.-এর লোগো। এর প্রদত্ত সেবাগুলোর মধ্যে অন্যতম ভিসা ব্র্যান্ডের ডেবিট ও ক্রেডিট কার্ড (সূত্র : www.google.com)



চিত্র ২৫ : বহুজাতিক প্রতিষ্ঠান Nestle-এর কফি ব্র্যান্ড Nescafe'র লোগো (সূত্র : <https://www.nescafe.com>)

SONY

Canon

LUX

চিত্র ২৬ : জাপানি ইলেক্ট্রনিক্স সামগ্রী নির্মাতা প্রতিষ্ঠান SONY-এর লোগো
(সূত্র : <https://www.sony.net/>)

চিত্র ২৭ : জাপানি বহুজাতিক প্রতিষ্ঠান Canon-এর লোগো। এই প্রতিষ্ঠানটি চিত্রধারণ ও অপটিক্যাল বিভিন্ন পণ্য উৎপাদন ও বিপণনের জন্য বিশ্বজুড়ে পরিচিত। ক্যামেরা ছাড়াও এই কোম্পানি ফটোকপিয়ার, প্রিন্টার ও মেডিকেল প্রযুক্তি যন্ত্র উৎপাদন করে থাকে।

(সূত্র : <https://global.canon/en/>)

চিত্র ২৮ : ভোগ্যপণ্য উৎপাদনকারী বহুজাতিক কোম্পানি ইউনিলিভার-এর প্রসাধনী সামগ্রী LUX-এর লোগো
(সূত্র : www.unilever.com/our-company)

সচিত্র চিহ্ন (Pictorial Mark) বা প্রতীকী (Symbolic) লোগো

এই প্রকারের লোগো সম্বন্ধে আলোচনার পূর্বে ইংরেজি শব্দ Pictorial-এর সাথে সম্পর্কযুক্ত শব্দ সম্পর্কে অবহিত থাকা প্রয়োজন।

ইংরেজি Pictogram শব্দের অর্থ-চিত্রলিপি (ইংলিশ-বাংলা অভিধান, বাংলা একাডেমি, ২০২০)। Pictography অর্থ চিত্র দ্বারা লিখন পদ্ধতি (Oxford) এবং Pictorial-এর আভিধানিক অর্থ; চিত্রে বিধৃত বা প্রকাশিত ও চিত্র সম্বন্ধীয় ইংলিশ-বাংলা অভিধান, বাংলা একাডেমি, ২০২০)।

সচিত্র চিহ্ন বা প্রতীকী লোগো বলতে চোখের সামনে যা ভেসে ওঠে, তা আসলে বিভিন্ন ধরনের Pictograph। এই পিক্টোরিয়াল বা সিম্বলিক লোগো একটি ব্র্যান্ড মার্ক, যা আইকন (Icon) হিসেবেও পরিচিত। ইংরেজি Icon শব্দের অর্থ খোদাই করা প্রতিমা (ইংলিশ-বাংলা অভিধান, বাংলা একাডেমি, ২০২০)। অন্যদিকে Symbolic শব্দের অর্থ প্রতীকী (ইংলিশ-বাংলা অভিধান, বাংলা একাডেমি, ২০২০), যা Symbol (বাংলায় প্রতীক, লক্ষণ, চিহ্ন, সংকেত ইত্যাদি নানা অর্থে ব্যবহৃত হয়)-এর গুণবাচক (adjective) শব্দ। যাই হোক, উল্লিখিত ধারার লোগো ডিজাইনে সিম্বলিক আইকন (Symbolic Icon) ব্যবহার করা হয়। এক্ষেত্রে একটি প্রতীকী চিহ্ন নকশা করা হয়, যার একটি সুনির্দিষ্ট অর্থ থাকে এবং অবশ্যই সেটি যে প্রতিষ্ঠানের লোগো তার বৈশিষ্ট্য বা যে বার্তা প্রদান করা হচ্ছে তার সাথে

সম্পর্কিত। এই পিক্টোরিয়াল বা সিম্বলিক লোগো এতটা জোরালো প্রতীক যে কোনো নাম বা তথ্য ছাড়াও চিহ্নটি তাৎক্ষণিকভাবে শনাক্ত করা যায়। এটি একটি স্বতন্ত্র প্রতীকী চিত্র। পিক্টোরিয়াল মার্ক (Pictorial Mark) লোগোর সবচেয়ে বড় উদাহরণ পৃথিবীখ্যাত Apple কোম্পানির লোগো; জনপ্রিয় সোশ্যাল সাইট ‘টুইটার’ (Twitter)-এর বার্তা বাহক ছোট্ট নীল পাখি। বিশ্বব্যাপী খেলাধুলার সামগ্রী প্রস্তুতকারী প্রতিষ্ঠান ‘নাইকি’ (Nike) বর্তমানে তাদের লোগো থেকে ‘Nike’ শব্দটি বাদ দিয়ে শুধু লেখার নিচের টিক চিহ্ন ব্যবহার করে তাদের সব ধরনের পণ্যসামগ্রী বাজারজাত করছে। বিশ্বব্যাপী গাড়ি প্রস্তুতকারী জাপানের প্রতিষ্ঠান Toyota Motor Corporation-এর লোগো। এসব লোগো পিক্টোরিয়াল মার্ক বা সিম্বলিক লোগোর একটি গুরুত্বপূর্ণ উদাহরণ। এছাড়া রাজশাহী বিশ্ববিদ্যালয়ের লোগোটি সৃজনশীল নান্দনিক একটি প্রতীকী চিহ্ন, যার ডিজাইনে বইয়ের পিক্টোগ্রাফের মাঝে সূর্যের প্রতীকের পিক্টোগ্রাফ রয়েছে এবং বাংলাদেশ দুগ্ধ উৎপাদনকারী সমবায় ইউনিয়ন লিমিটেডের লোগো ‘মিল্কভিটা’, যেখানে একটি গাভীর ফর্ম দিয়ে লোগো ডিজাইন করা হয়েছে।



চিত্র ২৯ : Apple Inc.-এর লোগো
(সূত্র : <https://www.apple.com>)



চিত্র ৩০ : সোশ্যাল সাইট Twitter-
এর লোগো
(সূত্র : www.google.com)



চিত্র ৩১ : খেলাধুলার সামগ্রী
প্রস্তুতকারী প্রতিষ্ঠান NIKE.-এর
টিক চিহ্ন
(সূত্র : <https://www.nike.com>)



চিত্র ৩২ : গাড়ি নির্মাণকারী বহুজাতিক
জাপানি প্রতিষ্ঠান Toyota Motor
Corporation-এর লোগো
(সূত্র : www.google.com)



চিত্র ৩৩ : রাজশাহী বিশ্ববিদ্যালয়ের
লোগো
(সূত্র : <http://www.ru.ac.bd>)



চিত্র ৩৪ : বাংলাদেশ দুগ্ধ
উৎপাদনকারী সমবায় ইউনিয়ন
লিমিটেড-এর লোগো
(সূত্র : www.google.com)

এছাড়া অনেক ধরনের প্রয়োজনীয় Pictography Sign, Indexical Symbol Ges Singal দেখা যায়, যা অধিক গুরুত্বপূর্ণ এবং জনসচেতনতামূলক। যেমন-প্রসাধনী কক্ষের দরজায় নারী ও পুরুষের চিহ্ন, স্কুল, হাসপাতাল, ধূমপানমুক্ত এলাকা, বাস স্টপ, ট্রাফিক সিগনাল (রাস্তা পারাপার, হর্ন বাজানো নিষেধ, থামুন, ইউটার্ন নিষেধ) ইত্যাদি।



চিত্র ৩৫ : কয়েকটি জনসচেতনতামূলক Pictography Sign (সূত্র : www.google.com)

বিমূর্ত বা ভাবগত/ভাবমূলক (Abstract) লোগো

প্রথাগত লোগোর মতোই বিমূর্ত লোগো একটি ব্র্যান্ডের প্রতিনিধিত্ব করার জন্য ব্যবহৃত চিহ্ন। এই লোগো ডিজাইন মূলত জ্যামিতিক ও প্রাকৃতিক বিভিন্ন আকার আকৃতি ও স্বাধীন ফর্মে করা হয়ে থাকে। এর রূপ, নকশা বা গঠন অনন্য। কারণ স্পষ্টভাবে প্রতিষ্ঠানের বৈশিষ্ট্যের বর্ণনা না থাকলেও, নির্দিষ্ট ধারণাগত বক্তব্য উপস্থাপনের মাধ্যমে প্রতিষ্ঠানের বাস্তবিক বৈশিষ্ট্যকে প্রদর্শন করে ফর্ম ও রঙের সাহায্যে। যেমন-পেপসি'র নীল ও লাল রঙের গোল বিভক্ত বৃত্ত, অলিম্পিক রিং, অ্যাডিডাস (adidas)-এর আনুভূমিক ডোরা রেখার ফুল এবং অটোমোবাইল কোম্পানি মিৎসুবিসি মোটরস্ (Mitsubishi Motors)'র লোগো।



চিত্র ৩৬ : কোমল পানীয় pepsi-এর লোগো
(সূত্র : <https://www.pepsi.com>)



চিত্র ৩৭ : আন্তর্জাতিক ক্রীড়া প্রতিযোগিতা অলিম্পিক গেমস-এর লোগো
(সূত্র : www.google.com)



চিত্র ৩৮ : খেলাধুলার সামগ্রী প্রস্তুতকারী জার্মান প্রতিষ্ঠান adidas-এর লোগো
(সূত্র : www.google.com)



চিত্র ৩৯ : অটোমোবাইল কোম্পানি Mitsubishi Motors-এর লোগো
(সূত্র : <https://www.mitsubishi-motors.com/en/index.html>)

মাস্কট (Mascot) লোগো

মাস্কট লোগো হলো এমন ধরনের লোগো, যেখানে বিভিন্ন ক্যারেক্টার (Character) ব্যবহার করা হয়। মাস্কট লোগোর ডিজাইনে ব্যবহৃত চরিত্রটি সাধারণত খুবই আকর্ষণীয় হয়ে থাকে। এই লোগোর প্রধান ফোকাস-চরিত্রটিকে ফুটিয়ে তোলা। সাধারণত চরিত্রগুলো দেখা যায় রঙিন, কার্টুনিশ এবং সর্বদা মজাদাররূপে যা একটি ব্র্যান্ডের মুখপাত্র হিসেবে কাজ করে। অনেকটা যেন কোম্পানির দূত হয়ে, বিশেষ করে যা শিশুদের মনে বেশ আবেদন তৈরি করে (আলোচনা : শাওন, ৩রা অক্টোবর ২০২২, দুপুর ১:৩০ মিনিট)। এ ধরনের লোগোর মধ্যে KFC, Pringles এবং শিশুদের উপযোগী অনুষ্ঠান প্রচার করা বাংলাদেশের টেলিভিশন চ্যানেল ‘দুরন্ত’ (যেখানে বাংলাদেশের জাতীয় পশু রয়েল বেঙ্গল টাইগার শাবককে উপস্থাপন করা হয়েছে) উল্লেখযোগ্য।



চিত্র ৪০ : আন্তর্জাতিক ফুড চেইন রেস্টুরা KFC (Kentucky Fried Chicken)-এর লোগো (সূত্র : www.google.com)



চিত্র ৪১ : পটেটো চিপস Pringles-এর লোগো (সূত্র : <https://www.pringles.com/us/home.html>)



চিত্র ৪২ : শিশুতোষ টেলিভিশন চ্যানেল দুরন্ত-এর লোগো (সূত্র : www.google.com)

সমন্বিত (Combination) লোগো

সমন্বিত লোগো হলো লেখা ও চিহ্নের সমন্বয়ে তৈরি লোগো ডিজাইন। এটি কোনো প্রতিষ্ঠান বা পণ্যের নামসহ একটি প্রতীক। যে প্রতীক অবশ্যই উক্ত প্রতিষ্ঠানের কাজ, সেবা এবং পণ্যের ধরনকে প্রতিনিধিত্ব করে। এই ধরনের লোগো একটি সম্মিলিত শব্দচিহ্ন বা লেটারমার্ক এবং একটি সচিত্র চিহ্ন বা মাস্কট কিংবা বিমূর্ত চিহ্ন নিয়ে গঠিত হয়। এক্ষেত্রে কখনো প্রতীক (Sign, Mark, Symbol)

ও নাম (Typography) পাশাপাশি থাকে, কখনো ওপর-নিচে হয়ে থাকে। আবার কোনোটাতে প্রতিষ্ঠানের সম্পূর্ণ নামের সাথে কয়েকটি চিহ্ন যুক্ত দেখা যায়। কোনো কোনো লোগোর ক্ষেত্রে দেখা যায় নির্দিষ্ট ফর্মের বা আকার (Shape)-এর ভিতরে প্রতিষ্ঠান বা পণ্যের নাম। আবার অনেকক্ষেত্রে পণ্যের ব্র্যান্ড নামের সাথে প্রতিষ্ঠানের নামটিও যুক্ত থাকতে দেখা যায়।

amazon

চিত্র ৪৩ : Amazon.com-এর লোগো
(সূত্র : www.amazon.com)

সাধারণত এই ধারার লোগোতে একটি প্রতীকের সাথে একটি নাম (Text) থাকে। এই শৈলীর খুব অর্থপূর্ণ লোগো ডিজাইন হলো amazon.com। Amazon বিশ্বব্যাপী অনলাইনভিত্তিক একটি বাণিজ্য কোম্পানি। এটিকে খুচরা বিক্রেতাও বলা যেতে পারে, যেখানে সব ধরনের পণ্যসামগ্রী পাওয়া যায়। এর লোগোতে এই বিষয়টাকে খুব সচেতনভাবে ফুটিয়ে তুলেছে, amazon-এর 'a' এবং 'z' অক্ষরকে একটি বাঁকানো তীর চিহ্ন দিয়ে সংযুক্তকরণের মাধ্যমে; যা এ টু জেড (অর্থাৎ, সমস্তকিছু) কথাটিকে উপস্থাপন করছে (সূত্র : <https://blog.logomyway.com/history-amazon-logo-design/>)। কম্বিনেশন লোগো'র কয়েকটি উদাহরণ প্রদান করা হলো—



চিত্র ৪৪ : বাংলাদেশ জাতীয় তথ্য
বাতায়ন 'বাংলাদেশ বেতার'-এর
লোগো।
(সূত্র : www.betar.gov.bd)



চিত্র ৪৫ : রাষ্ট্রীয় গণমাধ্যম
বাংলাদেশ টেলিভিশন (বিটিভি)-
এর লোগো
(সূত্র : www.btv.gov.bd)



চিত্র ৪৬ : বাংলাদেশের বেসরকারি
টেলিভিশন চ্যানেল
'Channel 9'-এর লোগো
(সূত্র : www.channelninebd.tv)



চিত্র ৪৭ : আন্তর্জাতিক ভোগ্যপণ্য
উৎপাদন ও বিপণনকারী ব্রিটিশ
কোম্পানি Unilever-এর লোগো
(সূত্র : [www.unilever.com/
our-company](http://www.unilever.com/our-company))



চিত্র ৪৮ : বিশ্বব্যাপী পরিচিত
আমেরিকান পোশাক কোম্পানি
Levi Strauss & Co.-এর ডেনিম
জিন্সের ব্র্যান্ড Levi's-এর লোগো
(সূত্র : [www.levi.com/US/
en_US](http://www.levi.com/US/en_US))



চিত্র ৪৯ : Unilever-এর
একটি পণ্য। Personal care
সামগ্রীসমূহের ব্র্যান্ড উডাব-এর
লোগো (সূত্র : [www.dove.com/
bd/home.html](http://www.dove.com/bd/home.html))

এমব্লেম (The Emblem)

Emblem-এর আভিধানিক অর্থ প্রতীক (English-Bangla Dictionary, বাংলা একাডেমি)। এমব্লেম (Emblem) বলতে সাধারণত জাতীয় প্রতীককে বোঝায়, যা অনেকটা ঐতিহ্যবাহী নকশায় ব্যাজ (Badges), সীল (Seal) ও ক্রেস্ট বা শিল্ড (Crest or Shield)-এর মতো হয়ে থাকে। রাষ্ট্রীয় ও আন্তর্জাতিক এবং সরকারি বিভিন্ন সংস্থার প্রতীককে এমব্লেম লোগো বলা হয়ে থাকে (সূত্র : <https://www.merriam-webster.com/dictionary/emblem> & <https://99designs.com/blog/tips/types-of-logos>)।



চিত্র ৫০ : বাংলাদেশ-এর
জাতীয় প্রতীক
(সূত্র : www.google.com)



চিত্র ৫১ : গণপ্রজাতন্ত্রী
বাংলাদেশ সরকার-এর প্রতীক
(সূত্র : www.google.com)



চিত্র ৫২ : ভারত-এর
জাতীয় প্রতীক (সূত্র :
www.google.com)



চিত্র ৫৩ : পাকিস্তান-এর
জাতীয় প্রতীক (সূত্র :
www.google.com)



চিত্র ৫৪ : ইউনাইটেড কিংডম
(UK)-এর প্রতীক
(সূত্র : www.google.com)



চিত্র ৫৫ : ইউনাইটেড স্টেট অব
আমেরিকা (USA)'র প্রতীক
(সূত্র : www.google.com)



চিত্র ৫৬ : জাতিসংঘ'র প্রতীক
(সূত্র : www.google.com)

অতএব বলা যেতে পারে যে-লোগো এমন একটি Brand, যা সব সময় মানুষের সাথে যোগাযোগ রাখে। কোনো কিছু Brand নির্মাণের ক্ষেত্রে দুটি কৌশলগত কার্যক্রম অত্যাবশ্যিক। এক্ষেত্রে প্রথমত, সৃজনশীল ডিজাইনের উপাদান প্রায় সব সময় গুরুত্বপূর্ণ এবং দ্বিতীয়ত, ডিজাইনের প্রয়োগ এমন হতে হবে যেন Branding-এর বৈশিষ্ট্যবলীর সঙ্গে সামঞ্জস্যপূর্ণ হয়।

২০১৫ সালের ২৪শে সেপ্টেম্বর আমেরিকার নিউ ইয়র্কে Brand New Conference-এ আমেরিকান গ্রাফিক ডিজাইনার Paula Scher (CNN, Citibank, windows 8-এর লোগো ডিজাইনার) বলেন :

The logo is an entry point and at the core, should communicate some kind of message about your business. Even if it's something as simple as the company name (a wordmark). If it's some fancy text stating the company name accompanied by some kind of unique icon/image, that's great too! Storybooks come with all kinds of different covers, and a logo is no different. (সূত্র : <https://vimeo.com/140774260>)।

অনলাইন ডিজাইন সাইট 4C Design Works-এর তথ্যমতে—“একটি লোগো কোনো একটি প্রতিষ্ঠানের সামগ্রিক ব্র্যান্ড আইডেন্টিটির অংশ। এটি ব্র্যান্ডিং-এর এন্ট্রি পয়েন্ট। সাধারণত সামগ্রিক কার্যপরিধির প্রথম ধাপ তার লোগো, যার

নকশা ও রং মানুষকে সেই প্রতিষ্ঠানের সাথে প্রথমেই সংযুক্ত করে থাকে।” (সূত্র : <https://4cdesignworks.com/logo-design>)

একটি সুন্দর দুর্দান্ত লোগো একটি কোম্পানি সম্পর্কে মানুষকে বার্তা দেয়। অর্থাৎ, মানুষের নজরকে আকর্ষণ করে থাকে। সম্ভাব্য গ্রাহককে ব্যবসা, পণ্য, পরিষেবার সাথে একীভূত করতে পারে সুন্দর একটি লোগো। এর মাধ্যমে পরিকল্পিত একটি সফল ব্র্যান্ডিং পরিচালিত হয়। প্রসঙ্গত উল্লেখ যে, বর্তমান আলোচনার দ্বিতীয় একটি প্রসঙ্গ ব্র্যান্ডিং, যার ডিজাইন কৌশল গ্রাফিক ডিজাইনের প্রায়োগিক ক্ষেত্রে ব্যাপক প্রভাব বিস্তার করে। নিম্নে এ বিষয়ে বিস্তারিত আলোচনা করা হলো।

ব্র্যান্ড আইডেনটিটি (Brand Identity)

Brand identity এক ধরনের স্বতন্ত্র পরিচয় ও বৈশিষ্ট্য তুলে ধরার প্রক্রিয়া, যার মূল উদ্দেশ্য একটি প্রতিষ্ঠান, তার পণ্য, সেবা বা পরিষেবা সৃজনশীল ডিজাইন দ্বারা যোগাযোগের মাধ্যমে উৎসাহিত করা।

কোনো একটি কোম্পানি, প্রতিষ্ঠান বা সংস্থার জন্য তার নিজস্ব “BRAND” সূচনা করতে হলে তাদের এক ধরনের ভাবমূর্তি বা image দাঁড় করাতে হয় এবং তা দৃশ্যমান প্রচারণার মাধ্যমে প্রবর্তিত করতে হয়। Branding-এর লক্ষ্য ও উদ্দেশ্য হলো-কোনো একটি প্রতিষ্ঠানকে অনন্য এবং পরিচয়যোগ্য করে তোলা এবং সেটি একটি কাঙ্ক্ষিত পরিকল্পনার মাধ্যমে সম্পন্ন করা, যার ফলে সময়ের সাথে সাথে নির্দিষ্ট প্রতিষ্ঠানটি কোনো চিহ্ন বা আকৃতি ও রং দ্বারা শনাক্তযোগ্য একটি পরিবারে রূপ নেয়।

আমেরিকান লেখক ও ব্যবসা বিশ্লেষক Evan Tarver-এর ব্র্যান্ড আইডেনটিটি সম্পর্কে একটি প্রবন্ধ প্রকাশিত হয় ২০২২ সালের ১১ই এপ্রিল নিউ ইয়র্ক ভিত্তিক ওয়েবসাইট Investopediaতে। সেখানে তিনি উল্লেখ করেন :

Brand identity is the visible elements of a brand, such as color, design, and logo, that identify and distinguish the brand in consumers' minds. Brand identity is distinct from brand image.

The former corresponds to the intent behind the branding and the way a company does the following-all to cultivate a certain image in consumers' minds:

- Chooses its name, Designs its logo
- Uses colors, shapes, and other visual elements in its products and promotions
- Crafts the language in its advertisements
- Trains employees to interact with customers
- Brand image is the actual result of these efforts successful or unsuccessful. (www.investopedia.com/terms/b/brand-identity.asp)

কার্যকরী একটি Branding অনন্যরূপ প্রতিশ্রুতি দ্বারা অনুরূপ অনেক পণ্যদ্রব্য থেকে নিজের পণ্য বা কোম্পানির সবদিক বিবেচনা সাপেক্ষে উন্নীত করে নিজস্ব পণ্য এবং সেবা বেছে নিতে আবেগপূর্ণ অনুরণন সৃষ্টি করে ভোক্তা সাধারণের হৃদয় ও মন জয় করে। আমেরিকান ব্র্যান্ড কনসালটেন্ট ও লেখক Alina Wheeler তাঁর 'Designing Brand Identity' বইয়ে ব্র্যান্ড ও ব্র্যান্ড আইডেন্টিটি সম্পর্কে উল্লেখ করেন :

As competition creates infinite choices, companies look for ways to connect emotionally with customers, become irreplaceable, and create lifelong relationships. A strong brand stands out in a densely crowded marketplace. People fall in love with brands, trust them, and believe in their superiority. How a brand is perceived affects its success, regardless of whether it's a start-up, a nonprofit, or a product.

Brand identity is tangible and appeals to the senses. You can see it, touch it, hold it, hear it, watch it move. Brand identity fuels recognition, amplifies differentiation, and makes big ideas and meaning accessible. Brand identity takes disparate elements and unifies them into whole systems. (Alina Wheeler, Designing Brand Identity, 2009 : 2, 4)

‘প্রচারেই প্রসার’-বহুল প্রচারিত এবং পুরোনো একটি কথা। আর এই প্রচারই একটা প্রতিষ্ঠানের পরিচিতি তৈরি করে, দাঁড় করায় নিজস্ব ব্র্যান্ড। গ্রাফিক ডিজাইনের প্রয়োগের দরফন এই কাজটি সুষ্ঠু ও সুশৃঙ্খল ভাবে সম্পন্ন করা যায়। কোনো প্রতিষ্ঠান ও তার গ্রাহক বা সেবাগ্রহীতার মধ্যে সম্পর্ক স্থাপনে ব্র্যান্ড আইডেন্টিটি বা পণ্য, সেবা ও পরিষেবার পরিচয় তুলে ধরতে গ্রাফিক ডিজাইনের প্রায়োগিক ভূমিকা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ।

ডিজাইন এবং ব্র্যান্ডিং (Design & Branding) কোম্পানিগুলো তাদের টার্গেট (Target) ক্রেতাদেরকে সিদ্ধান্ত গ্রহণের প্রক্রিয়া ঠিক করতে সফল মার্কেটিং প্রচেষ্টার উপর নির্ভর করে। যেহেতু মানুষ সব সময় দৃশ্যগত কোনো বিষয়বস্তু দেখে আকর্ষিত হয়, সেজন্য গ্রাফিক ডিজাইনের সমস্ত উপাদান ও প্রায়োগিক নীতির উপর নির্ভর করে দৃশ্যমান পরিচিতির পরিকল্পনা করা হয়। Brand identity সৃষ্টি করতে একজন গ্রাফিক ডিজাইনারের সম্পূর্ণভাবে প্রতিষ্ঠানটির লক্ষ্য ও উদ্দেশ্য অনুধাবন করা প্রয়োজন। এক্ষেত্রে উপযুক্ত ও যথাযথ অনুষণ এবং গ্রাফিক ডিজাইনের উপাদান ব্যবহার করে ডিজাইনের পরিকল্পনা ও সম্পাদনা করতে হয় এবং লক্ষ রাখতে হয় যেন তা উক্ত কোম্পানি বা তার পণ্য ও সেবা’র প্রতিনিধিত্ব করতে পারে।

কাজের প্রকার (Type of Work)

গ্রাফিক ডিজাইনের বিভিন্ন প্রকার প্রায়োগ দেখা যায় ব্র্যান্ড আইডেন্টিটিতে। কোনো একটি প্রতিষ্ঠানের লোগো (Logo) ডিজাইন থেকে শুরু করে তার পণ্য (Product), মোড়ক (Packaging) নকশা, বিজ্ঞাপন (Advertising) ডিজাইন, বিজনেস কার্ড

(Business Card), লেটারহেড প্যাড (Letterhead), খাম, নিজস্ব টাইপফেস (Typeface) তৈরি, ব্রোশিওর, বিল বোর্ড, পোস্টকার্ড, ফ্লাইয়ার ডিজাইন এবং কোম্পানির ওয়েবসাইট, ই-মার্কেটিং টেম্পলেট, সোশ্যাল মিডিয়ার জন্য বিজ্ঞাপন, ব্যানার, গ্রাফিক্স আইকন ইত্যাদি বিষয়ে নিজস্ব চিহ্ন, রং, টাইপফেস ডিজাইনের মাধ্যমে প্রকাশিত করে নিজেদের পরিচয় তুলে ধরে। এ সম্পর্কে Back Benchers অ্যাড এজেন্সির এক্সিকিউটিভ আর্ট ডিরেক্টর মোঃ আমজাদ হোসেন বলেন : “ব্র্যান্ড আইডেন্টিটি হলো একটি ব্র্যান্ডের উপাদান, যেমন-রং, ডিজাইন এবং লোগো, যা ভোক্তাদের মনে ব্র্যান্ডটিকে চিহ্নিত করে এবং আলাদা করে। ডিজাইনের মাধ্যমে একটা একটা প্রতিষ্ঠান বা পণ্যের ইমেজ সৃষ্টি করে এবং ভোক্তাদের মনে একটি নির্দিষ্ট চিত্র গড়ে তোলে।” (সাক্ষাৎকার : ১৩ই সেপ্টেম্বর ২০২২, বিকেল ৫:৩৫ মিনিট)।



চিত্র ৫৭ : বাংলাদেশের হস্ত ও কারুশিল্প ব্যবসায় প্রতিষ্ঠান 'আড়ং'-এর পণ্য ব্র্যান্ডিং ও বিজ্ঞাপন নকশা
(সূত্র : www.aarong.com/my-aarong-rewards)



চিত্র ৫৮ : Apple Inc.-এর ব্র্যান্ডিং
(সূত্র : <https://thesocialgrabber.com/brand-identity-and-elements-of-apple>)



চিত্র ৫৮ : Apple Inc.-এর ব্র্যান্ডিং
(সূত্র : <https://thesocialgrabber.com/brand-identity-and-elements-of-apple>)



চিত্র ৫৮ : Apple Inc.-এর ব্র্যান্ডিং
(সূত্র : <https://thesocialgrabber.com/brand-identity-and-elements-of-apple>)



চিত্র ৫৮ : Apple Inc.-এর ব্র্যান্ডিং
(সূত্র : <https://thesocialgrabber.com/brand-identity-and-elements-of-apple>)

আজকাল অনেক প্রতিষ্ঠানকে নিজ নিজ অফিসে ব্যবহৃত সামগ্রীতে তাদের লোগো, চিহ্ন ও টাইপফেস এবং রং ব্যবহার করে নান্দনিক নকশার মাধ্যমে নিজস্ব ব্র্যান্ডিং-এর একটা আবহ তৈরি করতে দেখা যায়। যেমন-অফিস ইন্টেরিয়র থেকে শুরু করে পেপার ওয়েট, কলম, নোট বুক, চায়ের কাপ, ইত্যাদি। তাছাড়া অতিথিদের জন্য কোম্পানির পক্ষ থেকে উপহার হিসেবে যেসব সামগ্রী দেয়া হয় সেসবেরও নিজস্ব ব্র্যান্ডিং পরিচয় প্রকাশ পায়। যেমন-কফি মগ, টি-শার্ট, ক্যালেন্ডার, ডায়ারি, নোট বুক, কলম ইত্যাদি।

উপসংহার

আলোচিত গ্রাফিক ডিজাইনের দুটি অনুষঙ্গ ‘লোগো’ এবং ‘ব্র্যান্ডিং’ বর্তমানে পূর্ণাঙ্গরূপে প্রতিষ্ঠিত, যা বিভিন্ন কর্মকাণ্ডের সঙ্গে এমনভাবে মিশে রয়েছে, যেখানে একটি অপরটির পরিপূরক। কারণ একদিকে ‘লোগো’র রয়েছে স্বতন্ত্র এক পরিচিতি, অন্যদিকে লোগো নির্দিষ্ট কোনো প্রতিষ্ঠানের ব্র্যান্ড পরিচয়ের ভিত্তিস্বরূপ, যা বিভিন্ন প্রতিযোগিতামূলক কার্যকলাপ থেকে নিজস্ব বিষয়বস্তুকে পৃথক করে দর্শকের কাছে আনুগত্য প্রকাশ করে। এই দুটির মাধ্যমে মানুষ তার প্রয়োজনীয় তথ্য হৃদয়ঙ্গম করতে পারে। বলা যায়-যেহেতু ‘লোগো’ এবং ‘ব্র্যান্ডিং’ আধুনিক জীবনের ব্যবহারিক ও ব্যক্তিগত নানা শাখায় মিশে আছে ভিন্ন ভিন্ন অনন্য এক মাত্রায়। সুতরাং বাংলাদেশের প্রেক্ষাপটে গ্রাফিক ডিজাইনের এই মাধ্যমের চিহ্নিত ভাষা উন্নত করা অত্যন্ত প্রয়োজন; যার মাধ্যমে বাংলাদেশের গ্রাফিক ডিজাইনের ক্ষেত্র হবে আরও নান্দনিক ও শৈল্পিক, সমাদৃত হবে আরও স্বচ্ছন্দ ও সাবলীলভাবে।

তথ্যসূত্র

আব্দুস সাত্তার (১৯৮৯)। শিল্পের উপকরণ ও ব্যবহার পদ্ধতি। রওশন আরা বেগম। ঢাকা।

নির্মাল্য নাগ (১৯৯২)। শিল্পচেতনা। দীপায়ন, কোলকাতা, ভারত।

মাকসুদুর রহমান (২০১৪)। বাংলাপিডিয়া। এশিয়াটিক সোসাইটি অব বাংলাদেশ।

Alina Wheeler (2009). Designing Brand Identity. Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey Published simultaneously in Canada.

English-Bangla Dictionary (2012), Bangla Academy.

Kevin Budelmann, Yang Kim & Curt Wozniak (2010). Brand Identity Essentials. Published Rockport Publishers, China.

Liz Maquiston & Barry kitts (1987). Graphic Design Source Book. Published by Chartwell Books Inc. USA.

Steven Heller (2014) Design Genius. published by Bloomsbury Publishing, London, United Kingdom.

Terence Dalley (ed) (1980). The Complete Guide to Illustration and Design techniques and materials: Published by Chartwell Books Inc. USA.

<https://www.pratiborton.com>

<https://99designs.com/blog/tips/types-of-logos/>

<https://www.designhill.com/design-blog/stuck-with-logo-design-crucial-tips-to-overcome-creative-block>

<https://topdesignfirms.com/logo-design/blog/abstract-logo>

logos-world.net

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/emblem>

<https://vimeo.com/140774260>

<https://4cdesignworks.com/>

<https://blog.logomyway.com/history-amazon-logo-design>

<https://www.aarong.com/my-aarong-rewards>

<https://www.freepik.com/vectors/brand-identity-mockup>

<https://99designs.com/blog/tips/types-of-graphic-design/>