

LỊCH SỬ THIẾT KẾ CỦA CÁC LOGO – PHẦN 1 – A



Adi Dassler



1972



1996

Thiết kế logo & Tín hiệu nhận dạng của Adidas

Adidas – cái tên nổi tiếng đại diện cho sự cạnh tranh trong tất cả các lĩnh vực của thể thao trên toàn thế giới. Adidas được thành lập bởi Adolf (Adi) Dassler, là người khởi nghiệp đóng giày vào những năm 1920 với sự giúp đỡ của anh trai là Rudolf Dassler người mà sau này thành lập hãng giày đối thủ PUMA AG. Mục tiêu lúc đó của Adi Dassler là nhằm cung cấp cho mỗi vận động viên thể thao những thiết bị tốt nhất có thể. Vì mục tiêu này mà ông đã tuân thủ *3 nguyên tắc*: thiết kế chiếc giày tốt nhất đáp ứng cho những đòi hỏi của thể thao, bảo vệ vận động viên khỏi bị chấn thương, và khiến cho sản phẩm trở nên bền chắc. Ngày nay, Phạm vi sản phẩm mang thương hiệu Adidas mở rộng từ giày thi đấu, trang phục và các phụ kiện cho bóng rổ, bóng đá, thể hình và rèn luyện thân thể cho đến thể thao mạo hiểm, vượt địa hình và golf. Các thiết kế logo cho trang phục và giày của hãng mô tả một cách rất đặc trưng *3 sọc song song* với nhau, và mô típ này đã được hợp nhất vào logo chính thức hiện nay của Adidas. Trong nhiều năm liền biểu tượng duy nhất gắn liền với Adidas là thiết kế logo hình 3 lá. *3 chiếc lá* này tượng trưng cho tinh thần Olympic, được nổi kết tới 3 cuộc thi tranh cúp lục địa cũng như di sản và lịch sử của thương hiệu này. “Cây ba lá” đã được chấp nhận là thiết kế logo của tập đoàn vào năm 1972. Năm 1996 người ta quyết định là tín hiệu nhận dạng “Cây ba lá” sẽ chỉ được dùng cho những sản phẩm có tính di sản. Những ví dụ về các sản phẩm sử dụng thiết kế logo “Cây ba lá” gồm có Stan Smith, Rod Laver, A-15 Warm-Up và Classic T-Shirt. Tháng 1 năm 1996 nhãn hiệu 3-sọc đã trở thành logo toàn cầu của tập đoàn Adidas. Logo này tượng trưng cho sự thể hiện và tương lai của tín hiệu nhận dạng thương hiệu Adidas. Nó đã trở nên đồng nghĩa với Adidas và sự cống hiến của hãng trong việc làm ra những sản phẩm phục vụ thể thao có chất lượng cao nhằm giúp cho các vận động viên thi đấu tốt hơn.



Thiết kế logo của Adobe



Ngày nay chữ A trừu tượng hình tam giác của Adobe được biết đến rộng rãi khắp nơi. Tháng 12 năm 1982, Adobe Systems được tạo dựng bởi Chuck Geschke và John Warnock là những người đang cố gắng khởi đầu gây dựng một công ty. Hai người đàn ông trạc tuổi 40 rất tự tin với ngôn ngữ phần mềm mà họ phát triển và những ứng dụng sẵn có của nó. Ngôn ngữ lập trình này được người ta biết đến với cái tên là PostScript và được mô tả đặc tính với nhiều cách tân. Giao tiếp giữa máy in và máy PC đã không còn cần đến mớ hỗn độn các giao thức ứng dụng đặc thù và các drivers nữa mà chỉ cần duy nhất 1 ngôn ngữ phần mềm. Ngôn ngữ này cũng có thể mô tả đối tượng đồ họa lẫn văn bản trên cùng một trang. Nhà thiết kế đồ họa Marva Warnock đã thiết kế tín hiệu nhận dạng đầu tiên của công ty. Logo nguyên thủy của hãng này cũng cho thấy một cái nhìn sơ bộ về dáng vẻ của logo trong tương lai. Logo chữ A cách điệu theo kiểu mới cho ta một ví dụ về cách thức một công ty phát triển và tôn trọng lịch sử đồ họa của riêng mình như thế nào.



1908



1908



2000

Thiết kế logo AEG

AEG – Khi Peter Behrens (1868-1940) trở thành Giám đốc nghệ thuật của doanh nghiệp vào năm 1907, nó đã báo hiệu một buổi bình minh cho các thiết bị sản phẩm và một ngày mới trong lĩnh vực quảng cáo và marketing. Chỉ trong một khoảng thời gian cực ngắn, Behrens bắt đầu phát biểu một cách có hệ thống và bổ sung một diện mạo mới theo chuẩn mực mới trong việc gây dựng thương hiệu là thứ gắn liền với các sản phẩm của hãng. Nó xuyên suốt các loại phương tiện truyền thông bao gồm các tờ tiêu đề, bao bì sản phẩm, poster và các folder. Xa hơn nữa trong công việc của mình, Behrens cũng đã trình bày một phong cách dành cho toàn bộ cơ sở hạ tầng và tài sản công ty, bao gồm nhưng không giới hạn các phương tiện sản xuất và chế biến sản phẩm, các phòng trưng bày bán hàng, nơi ăn chốn ở cho công nhân và còn được tiếp tục bằng sự tận tụy của ông đối với việc gây dựng thương hiệu. Điều này được thể hiện xuyên suốt trong các catalogue và các danh sách đơn giá của sản phẩm trong số nhiều thứ khác nữa. Trong suốt thời gian làm thuê cho AEG cho đến tận năm 1914, Behrens đã trở thành một thủ lĩnh trong lĩnh vực làm thương hiệu và marketing cho những món hàng tiêu dùng công nghiệp, những thứ dành cho thị trường số đông không giống với bất cứ cái nào đã từng có từ trước tới giờ. Chỉ tính về mặt số lượng những sản phẩm mới và cách tân thôi đã khiến nó trở nên tiết kiệm tối đa biết bao cho người có thu nhập trung bình để có thể mua hàng và cho công ty để có thể sản xuất với một cái giá thật kinh tế và hoàn toàn có thể trang trải được. Cùng với sự không ngừng thay đổi bản chất của lĩnh vực kinh doanh, hình thức thể hiện lục giác ban đầu của thiết kế logo cũng chỉ là nhất thời và hình thức này chỉ kéo dài đến năm 1908.



Tín hiệu nhận dạng thương hiệu của tập đoàn Alfa Romeo

Logo này là thương hiệu chính thức của Anonima Lombarda Fabbrica Automobili, nó được thiết kế để trực tiếp thể hiện gia huy của giòng họ Visconti, một trong những giòng họ có ảnh hưởng và đáng kính nhất ở ngoại vi thành phố Milan.



1890



1923

Logo của Allianz

Đây là logo của công ty bảo hiểm lớn nhất Âu châu, Alliance 0, là công ty tham gia hoạt động kinh doanh từ năm 1890. Công ty này sử dụng logo của mình giống như một huy hiệu. Năm 1923 logo này được phát triển sang một hình thức thể hiện có tính đồ họa hơn và sau đó nó được thiết kế sâu hơn thành 3 đoạn thẳng đơn giản cũng là để thể hiện những chú chim đại bàng.



1977



1999



American Broadcasting Company

Tên thương mại tái thiết kể năm 1965 của Paul Rand dành cho thương hiệu của Đài phát thanh Hoa Kỳ đã tiết giảm thông tin đến mức tinh túy đơn giản của mình trong khi vẫn đạt tới được 1 hình ảnh độc đáo và đáng nhớ. Di sản kế tục của trường phái Bauhaus và mẫu tự alphabet của Herbert Bayer tạo thành tên thương mại này, trong từng hình thức ký tự đã được tiết giảm đến hình dạng cơ bản nhất của nó.

Logo mới của Animal Planet



Kênh truyền hình Animal Planet gần đây đã sửa lại logo của mình với mục đích làm cho nó đồng bộ với những chương trình mới của họ, những chương trình giờ đây chuyên tải những chủ đề hoang dã. Kênh truyền hình thuộc sở hữu của Discovery đã quyết định loại bỏ trái địa cầu và chú voi, thay thế chúng bằng “sự bạo gan thú tính” của một tín hiệu nhận dạng mới. Logo mới này ra mắt vào ngày 3/2/2008 trong suốt chương trình rất phổ biến “Puppy Bowl”. Thiết kế mới “trông có vẻ rừng rú” này sử dụng 3 sắc độ xanh lá để tạo ra tên gọi của kênh bằng những kích thước font chữ khác nhau. Một tagline mới - “Same planet, different world”/tạm dịch: “Hành tinh vẫn vậy, thế giới khác” - đã được gắn thêm vào để phản ánh những thay đổi. Ý định thay đổi đáng vẻ bên ngoài này là nhằm hấp dẫn nhiều hơn đối tượng khán thính giả trưởng thành bằng những show TV nhấn mạnh bản chất hoang dã của thú vật một chủ đề hòa hợp với định hướng làm phim động vật của kênh này. Mạng lưới truyền hình này cũng đã đề cập tới việc thể hiện những con vật đang liếc trộm từ các ký tự nhưng điều này vẫn chưa được cụ thể hóa. Nhiều thành viên của cộng đồng thiết kế logo tỏ ra rất thất vọng và tin tưởng rằng thiết kế mới này là một ý định tốt nhưng được thực hiện sai. Tín hiệu nhận dạng mới này được phát triển bởi chuyên gia màn ảnh của London là Dunning Eley Jones cùng với các công ty khác trụ sở đóng ở Anh quốc – Lipsync, Duke và Milton Mordue. Nhiệm vụ của nhà tư vấn là tạo ra một dáng vẻ bên ngoài biểu lộ những giá trị của mạng lưới truyền hình: vui chơi, mang tính bán năng, giàu cảm xúc, bao vây người xem và đầy chất giải trí. Tác giả DEJ cũng được biết đến nhờ vào việc đã tạo ra tín hiệu nhận dạng cho kênh truyền hình mới Military Channel dành cho quân đội.

Logo của tập đoàn Apollinaris



Một năm sau ngày nước được tìm thấy bên dưới một trong số những cánh đồng nho ở làng Neuenahr Ahrweiler vùng Ahrtal (nước Đức) vào năm 1852, và một suối nước khoáng được phát hiện, công ty bắt đầu xúc tiến khuyến mãi và bán loại nước này dưới nhãn hiệu mang tên đức Giám mục người Ý Apollinaris (của vùng Raveanna ở Italia). Khi doanh nghiệp này mở thêm một phân nhánh ở Anh quốc hồi năm 1892, những hoạt động của doanh nghiệp khi ấy bắt đầu vận hành với sự chú trọng chủ yếu đến Anh quốc và vì lẽ đó Anh quốc chính là nơi người ta phát triển logo mới. Logo này thể hiện danh tiếng của công ty và sự thừa nhận của công chúng đối với sự xuất sắc cùng chất lượng sản phẩm của hãng và trong một vài ý nghĩa nào đó nó đóng vai trò như một dấu niêm phong chất lượng.



1976 - First Logo



1976 - Second Logo



1976 - Second Logo

Thiết kế logo của hãng Apple

Dựa vào tên công ty của hãng, họ đã chọn một quả táo như là hình thức chính của thương hiệu. Thoạt đầu, logo của hãng này miêu tả một hình dáng quả táo nhỏ chằm trệ dưới một tán cây cùng hàng chữ Apple Computer Co đặt trong khung viền của bức tranh. Đó chính là quả táo đã được sử dụng liên tục. Thiết kế logo đầu tiên này được cho là hơi bị rối rắm quá và khó thấy, vì vậy Regis McKenna đã cạm cũi làm việc với logo này vài năm sau đó và thêm vào một “vết cắn” để biểu tượng hóa ý tưởng sự cám dỗ của khách hàng và thị trường nói chung. Tiếp đó, phiên bản đơn sắc của logo được thay thế bằng logo sắc cầu vồng như là một sự tham chiếu đến câu chuyện trong Kinh thánh về Adam và Eva mà theo đó trái táo tượng trưng cho loại quả sinh ra từ Cây Tri Thức. Nó gợi lên trong tâm trí chúng ta rằng con người ta cần phải đeo đuổi những mơ ước của mình. Trong khi điều này thoạt đầu không phải là một mục tiêu có chủ đích, nó đã khuyến khích doanh nghiệp và khách hàng chiếu cố đến thương hiệu Apple ngay từ lần đầu và đã thực sự thành công trong việc phát sinh lợi nhuận tăng cao cho hãng.



Thiết kế logo hãng xe Audi

Người ta tin rằng việc sử dụng logo 4 vòng tròn giống với việc làm phát sinh trở lại thời kỳ hoàng kim của Clause Detlof thuộc giòng họ Oertzen (**Claus-Detlof von Oertzen**) là người đã mô tả ý tưởng này như là một điều gì đó liên quan đến đỉnh Olympia và thể vận hội Olympic là những khái niệm kết nối tới sự tề tựu của nhiều nhóm hợp lại với nhau. Điều này trùng hợp với sự tụ họp 4 công ty của Audi – AUDI, DKW, Horch và Wanderer

Người dịch: **Phạm Xuân Bách**

Dịch từ bản tiếng Anh trong mục *LOGO DESIGN HISTORY* đăng trên tạp chí điện tử của LogoOrange Design Group.