

LỊCH SỬ THIẾT KẾ CỦA CÁC LOGO – PHẦN 2 – B



Thiết kế logo Bacardi

Vào năm 1862 nhà buôn rượu người Cuba là ông Facundo Bacardi, người gốc Tây Ban Nha, tập được một xưởng rượu ở Santiago de Cuba. Cơ ngơi này đã sử dụng phương pháp do Bacardi phát triển trong việc tinh lọc đường và nấu chảy thành một loại rượu rum nhẹ màu trắng. Bởi vì lúc đó có rất nhiều dơi sinh sống dưới nóc mái của nhà máy rượu, thế là người ta quyết định rằng sẽ thật thích hợp khi thể hiện hình ảnh những chú dơi trên nhãn hiệu của các sản phẩm rượu trắng Bacardi Rum của nhà máy. Thiết tưởng cũng nên lưu ý một điều là ở Cuba những chú dơi ăn chuyên trái cây là hình ảnh tượng trưng cho vận may.



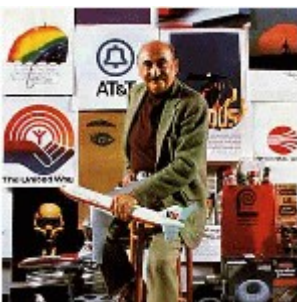
Thiết kế logo Barenmarke

Năm 1892 ở thành phố Berne, Thụy Sĩ, công ty Alpursa được thành lập, với mục đích chế biến và bán loại sữa Bernese Alps. Năm 1931 công ty đổi tên thành Allgaeuer Alpine Milk. Giờ đây, trên khắp thế giới, nhãn hiệu “Barenmarke” được sử dụng để tiếp thị loại sữa đặc được chế xuất lần đầu tiên vào năm 1912. Tên gọi này được duy trì như thế cho tới tận gần đây khi nó được đổi thành Nestlé, và ngày nay công ty chuyên làm ra các loại sản phẩm sữa đặc này đã sử dụng một phù hiệu đại diện cho nguồn cảm hứng của mình như thể nó được tạo ra bởi Berne, thành phố khai sáng ra nó, trong đó hình ảnh chú gấu như là con vật biểu trưng cho phù hiệu này.



Logo của BASF

BASF luôn quảng bá hình ảnh của chính mình như một “Công ty Hóa Chất”. Trong logo này hãng sử dụng hai biểu tượng hình vuông nghịch đảo được thiết kế để tượng trưng một chìa khóa và một ổ khóa qua đó muốn nói với khách hàng rằng BASF sẽ cùng làm việc để giải quyết những vướng mắc của họ (giống như mối quan hệ giữa chìa khóa và ổ khóa vậy-ND).



Các thiết kế logo của Bass, Saul (1920-1996)

Công dân New York chính hiệu này được đào tạo và làm việc ở thành phố quê nhà cho đến năm 1950 thì ông chuyển đến sinh sống ở California. Hai năm sau, ông mở studio của riêng mình và chủ yếu tập trung vào lĩnh vực phim quảng cáo, làm các đoạn trailers, thiết kế poster và logo. Ông đã làm mới cho tựa đề phim và coi đó là một hình thức nghệ thuật (Người đàn ông

với cánh tay vàng, Kề tâm thần, Sự chóng mặt, Mũi Khiếp Đám). Cách sử dụng hình dạng và sự cân bằng bất đối xứng của Paul Rand trong suốt những năm 1940 chính là nguồn cảm hứng quan trọng cho Bass. Nhưng trong lúc Rand sắp đặt một cách cân trọng những bố cục sử dụng tương phản hình, màu và bề mặt chất liệu, Bass lại thường hay tiết giảm thiết kế đồ họa xuống mức một hình ảnh chủ đạo đơn độc, thông thường được đặt ngay chính giữa không gian thiết kế. Khả năng làm chủ tuyệt đối hình cơ bản của ông đã được ứng dụng vào những vấn đề liên quan đến tín hiệu nhận dạng doanh nghiệp chẳng hạn như hãng của ông – Saul Bass & Associates, sau đó được đổi tên thành Saul Bass/Herb Yeager & Associates – chuyên tạo ra các nhãn hiệu có tính tượng trưng và thường bị nhái lại một cách rộng rãi. Bass tin tưởng rằng một nhãn hiệu cần phải được mọi người hiểu nó một cách dễ dàng và nó lại phải sở hữu những yếu tố ẩn dụ và tính đa nghĩa là những thứ sẽ thu hút người xem hết lần này đến lần khác. Nhiều thiết kế logo của Bass đã trở thành những biểu tượng văn hóa quan trọng. Tác phẩm doanh nghiệp của ông bao gồm thiết kế của những logo gặt hái thành công khá cao như: United Airlines, AT&T, Minolta, Bell Telephone System, Quaker, United Way and Warner Communications.



Logo của Batman

Batman là hình ảnh tượng trưng cho một trong những anh hùng huyền thoại vĩ đại nhất của thế kỷ 20. Nó được khởi đầu sau sự thành công của Superman là nhân vật mà Bob Kane và đối tác của ông Bill Finger quyết định tạo ra một vị anh hùng mà mục đích của anh là loại trừ thế giới của tội lỗi xấu xa ngay trong lòng nước Mỹ đô hội, đồi bại, đen tối. Logo của Batman cũng đề cập đến điều đó với tư cách là biểu trưng của Batman, một cách tượng trưng nó gom góp tất cả những đặc tính nền tảng lại với nhau là những thứ khiến cho Batman nổi bật. Phiên bản nguyên thủy của logo là một chú dơi màu đen trên nền màu xám của bộ đồ dơi. Nhiều biến tấu của thiết kế này đã được sử dụng kể từ lần ra mắt đầu tiên của nhân vật này cho đến tận 25 năm sau đó. Vào năm 1964, Detective Comics #327 giới thiệu Bat-logo như sau: một hình elip màu vàng ở phía sau huy hiệu, tất cả đặt trên nền màu xám của bộ đồ dơi sau khi Julius Schwartz quyết định rằng biểu tượng với hình oval màu vàng sẽ khiến Batman trông có vẻ đương đại hơn. Bất chấp những bản tái thiết kế theo định kỳ, phiên bản này vẫn duy trì hình thức thể hiện được biết đến nhiều nhất của Batman qua mọi thời đại. Lý do sử dụng biểu trưng màu vàng là do chính người anh hùng này trong tập phim Dark Knight Returns – tạm dịch: Hiệp sĩ bóng tối tái xuất của Frank Miller. Batman tuyên bố rằng anh muốn có một dấu hiệu màu vàng bởi vì nó sẽ là một mục tiêu ngon lành cho kẻ thù và rằng phần đó của bộ đồ anh mặc có khả năng chống đạn. Vào cuối những năm 1990, bộ đồ của Batman trở nên tối hơn và hình elip màu vàng một lần nữa lại biến mất. Mặc dù sêri phim hoạt hình Batman Beyond thể hiện một chú dơi màu đỏ trên nền một bộ đồ màu đen, những bộ phim hoạt hình, phim truyện, video games và truyện tranh Batman ngày nay đều đã dẹp bỏ hình elip màu vàng và giúp nhân vật trở lại với nguồn gốc bóng tối của anh ta.

Thiết kế logo tập đoàn truyền thông BBC



BBC có thể lần theo dấu vết về với nguồn gốc của mình từ năm 1936 khi nó trở thành đài phát thanh đầu tiên trên thế giới sở hữu một kênh truyền hình độ phân giải cao. Nỗ lực đầu tiên nhằm vào việc xây dựng thương hiệu thích hợp được lùi lại cho tới những năm 1950 khi công ty này bắt đầu sử dụng những tín hiệu nhận dạng để phân biệt mỗi kênh khác nhau của họ. Đó chính là Abram Games – rất nổi tiếng vì đã thiết kế logo cho Lễ hội Anh quốc (The Festival of Britain) – là người đã tạo ra tín hiệu nhận dạng đầu tiên của BBC, còn được biết đến với tên gọi Những cánh dơi (Bat's Wings). Mô hình này bị thay thế bằng các ký tự BBC tv trong những chiếc hộp được đặt trong một vòng tròn. Cuối năm 1963 biểu trưng nổi tiếng của BBC ra đời, trái địa cầu. Một năm sau đó, BBC tung ra kênh thứ hai của mình. BBC2 là kênh truyền hình đầu tiên của Liên hiệp vương quốc Anh phát hình ảnh màu. Sự kiện này diễn ra đồng thời với sự giới thiệu với công chúng tín hiệu nhận dạng “quả cầu gương” của hãng. Đài truyền hình xúc tiến quảng bá việc sử dụng màu của đài bằng cách bao gồm luôn cả sự tham chiếu của công chúng đến tín hiệu nhận dạng của đài. Điều này rõ ràng là họ đã dùng việc thể hiện tính năng như một lời nhắc nhở khán thính giả của đài nên sắm một bộ TV màu. Cho đến những năm 1980, kênh này tiếp nhận ký tự sọc theo trường phái vị lai và những chiếc đồng hồ của BBC One đã biến thành những thực thể kỹ thuật số. Năm 1985 “Computer Originated World” - tạm dịch: “Thế giới được khởi tạo bằng computer” hay 'COW' mới toanh được giới thiệu với công chúng và thế là quả địa cầu biến thành vật ảo. Mọi việc cứ như thế cho đến một năm sau đó khi BBC2 có tín hiệu nhận dạng mới, được thiết kế bởi Thiết kế trưởng của BBC, Alan Jeapes. Năm 1988 một logo mới do Michael Peters thiết kế bắt đầu được sử dụng trên những sản phẩm của BBC như: ly giấy, băng video, sách và đồ dùng văn phòng. Những năm 90 đem lại một cách tiếp cận mới cho tín hiệu nhận dạng mang tính thị giác của BBC khi mà công ty thiết kế của Martin Lambie – Nairn khởi đầu một loạt những tín hiệu nhận dạng thành công khá cao bao gồm những chữ số thật to “1” và “2” cho 2 kênh của BBC. Sáu năm sau, Lambie-Nairn cũng xử trí logo của tập đoàn BBC để khiến nó trông có vẻ hiện đại hơn. Sự thay đổi này đã bị Gerald Kaufman, chủ tịch Hội đồng tuyển chọn di sản quốc gia, phản đối; ông nói rằng đã có thể có một cách khác hữu dụng hơn là việc tiêu phí tiền bạc của những người trả tiền giấy phép sử dụng logo BBC. Lần tái ra mắt gần đây nhất của trọn gói bộ thị giác dành cho kênh truyền hình này là vào năm 2007 với hàng loạt tín hiệu nhận dạng với tiêu đề là “Window on the World” - tạm dịch “Cửa sổ trên thế giới”.



Beall, Lester nhà thiết kế logo Trào lưu Hiện đại

Lester Beall đã góp sức phát động Trào lưu hiện đại trong ngành thiết kế của Hoa Kỳ, suốt giai đoạn cuối những năm 1920 và đầu những năm 1930. Trong suốt hai thập kỷ hành nghề vừa qua của ông, Beall đã sáng tạo những hệ thống tín hiệu nhận dạng có tính tiên phong cho nhiều tập đoàn bao gồm Martin Marietta, Connecticut General Life Insurance và International Paper Company. Những sổ tay hướng dẫn của Beall đặc biệt kê toa những điều được phép làm và những lạm dụng cấm kỵ đối với nhãn hiệu. Nếu một viên quản lý cây xanh ở một thị trấn nhỏ thuê một thợ vẽ biển hiệu sơn lại một thiết kế logo trên một tấm biển nào đó chẳng hạn, cuốn cẩm nang thiết kế của doanh nghiệp sẽ chỉ rõ các tỉ lệ và sự sắp đặt chính xác cần tuân thủ.



Tín hiệu nhận dạng của Beck

Công ty này giờ đây đã trở thành công ty Brewing (InterBev), lúc đầu được sở hữu bởi Heinrich Beck hồi năm 1873. Bản thân logo này miêu tả một chiếc chìa khóa, mang tên của người nắm giữ trong tay mình loại bia được hoan nghênh khắp thành phố Bremen.

Mặc dù có một giai thoại tiêu lâm của dân chúng cho rằng thiết kế logo này được diễn giải như sau: “Hamburg là cánh cổng hướng ra thế giới – nhưng chỉ Bremen mới có chìa khóa để mở cánh cổng đó”



Thiết kế logo công ty BMW

Logo được BMW sử dụng tượng trưng cho và xuất phát từ các bộ phận cấu thành loại động cơ của xứ Bavaria (CHLB Đức) là thứ lần đầu tiên tạo nên cơ cấu của công ty vào năm 1917. Đó cũng là màu cờ sắc áo của xứ Bavaria: đen, trắng, xanh. Vòng tròn màu đen và các vòng bao bọc phía bên trong và bên ngoài được sử dụng để tượng trưng cho công ty tiền nhiệm “Bayerische Flugzeug – Werke (BFW)”. BMW là thành quả của doanh nghiệp này. Trong lúc nhiều người cho rằng hình cánh quạt thực ra được thiết kế để tượng trưng cho cánh quạt quay được triển khai vào năm 1929, mà trong thực tế sự giải thích này chỉ được xúc tiến cho những mục đích marketing và chẳng có cơ sở gì cả. Những sự lặp lại gần đây hơn của logo BMW đề cập 1 chút về chiếc cánh quạt và nhiều hơn về bản thân chiếc xe trong một môi trường mở, như đã được Giám đốc Quan hệ Công chúng và Quảng cáo của hãng Wilhelm Farrenkopf liệt kê những nét chính trong tạp chí công việc của BMW vào năm 1942, trong đó ông nói về chiếc đĩa sáng bóng, hình dáng của những động cơ, 2 đường phân giới bằng bạc và những tia sáng xanh đại diện cho bầu trời.



Thiết kế logo Bosch

Logo của công ty này được thiết kế năm 1918 bởi Giám đốc kỹ thuật của công ty lúc đó là Robert Bosch. Nó được thiết kế để mô tả một chiếc chìa khóa khởi động từ tính.





Thiết kế logo Bugatti

Sinh ra ở Milan, Ettore Bugatti làm việc cho nhiều công ty khác nhau như Mathis và Deutz trước khi ông quyết định mở công ty xe hơi của riêng mình ở Strasbourg (Pháp). Nhìn lại lịch sử của thương hiệu BugattiEB™, những chiếc xe đầu tiên được gọi là EBtypes. EB One Bugatti là loại Type 30 được chế tạo với 8 xy-lanh. Đó là vào năm 1922. Hai năm sau, loại Type 35 ra đời và được phát triển thành 2 version: 35A và 35B. Những model thể thao ra đời tiếp sau đó (Type 40 với 4 xy-lanh và Type 45 với 8 xy-lanh), và cả loại Royales nữa. Những chiếc Bugatti được mô tả nhiều nhất với tư cách là loại xe hàng độc và tốc độ rất nhanh, thế nhưng thương hiệu Bugatti rơi vào hiểm họa khi Thế chiến thứ 2 bùng nổ. Con trai của Ettore, Jean, cũng qua đời, chắt chò thêm những rắc rối về tài chính của cả gia đình. Hãng hoàn thành chiếc xe cuối cùng của mình vào những năm 1950 trước khi Volkswagen Group mua lại hãng và biến công ty này thành nhà sản xuất các bộ phận máy bay. Cha của Ettore Bugatti là một họa sĩ và nhà thiết kế trang sức do vậy khuynh hướng nghệ thuật này được phản ánh trong cách chế tạo xe hơi và logo doanh nghiệp của họ.



Những lỗc máy được cho là “scraped” (hand-scraped: roa bằng tay) vì thế không cần đến các vòng đệm; những cuộn dây an toàn trông giống những hoa văn đăng ten. Điều này có lẽ là sự lý giải cho những dấu chấm trong logo của Bugatti. Hay phải chăng Bugatti cha đã coi những chiếc xe của con trai mình như những tác phẩm trang sức đẹp đẽ? Những chấm nhỏ bao quanh tên Bugatti tương phản hoàn toàn với những ký tự màu trắng với 2 màu nền mạnh mẽ: đen và đỏ. Thực ra thì công ty Bugatti có nói rằng sự kết hợp giữa sự trang nhã và kỹ thuật đã được phản ánh trong khung oval được chấm bằng 60 viên ngọc trai nhỏ và những chữ cách điệu tên viết tắt của Ettore Bugatti. Những chiếc xe hơi của Bugatti đã giành chiến thắng trong các đường đua trên khắp thế giới. Một model, Type 35, có hơn 2000 lần thắng cuộc. Những chiếc Bugatti thu hút sự chú ý của công chúng trong 5 năm liên tiếp (1925 – 1930) trong giải đua Targa Florio (được tổ chức ở vùng núi tiếp giáp thủ phủ Palermo của đảo Sicily – Italia). Nhưng chiến thắng vinh quang nhất là ở cuộc đua Le Mans nơi tay đua Jean-Pierre Wimille và Pierre Veyron khéo léo giành chiến thắng trong điều kiện ít thuận lợi. Toàn bộ các thương hiệu Bugatti đã được hợp nhất thành EB Bugatti 16.4 Veyron Pur Sang được giới thiệu vào năm 2005 nơi mà thân làm bằng sợi carbon của xe và hợp kim nhôm trở nên nổi tiếng khắp nơi. Thế nhưng thiết kế logo của tập đoàn này được cho là đã chuyển tải thông điệp rằng Bugatti vượt qua cả máy móc và công nghệ, nó nói về tinh thần tiên phong trong ngành ô-tô với tài hùng biện cao.



Logo tập đoàn Burger King

Công ty Burger King được thành lập bởi David Edgerton và James McLamore là những người đã khai trương cửa hàng đầu tiên của mình với tên gọi là Insta Burger King vào ngày 4/12/1954 tại thành phố Miami, tiểu bang Florida, Hoa Kỳ. Trong suốt năm 1989, nó đã được tái lập thương hiệu thành Burger King và được biết đến khắp nơi trên thế giới. Logo nguyên thủy của Burger King cũng tham khảo thương hiệu “Bun Halves” - tạm dịch: “Những nửa bánh có nhân” được thành lập năm 1969 và tồn tại mãi đến những năm đầu thập niên 90. Đó là một logo đơn giản có tên “Burger King” tạo bởi những ký tự màu đỏ được kẹp ở giữa 2 nửa bánh có nhân. Năm 1994, Burger King hiện đại hóa logo đầu tiên của mình bằng cách sử dụng một font chữ mềm mại hơn với những rìa cạnh bo tròn. Cho tới năm 1999, một lần nữa công ty lại update logo này, một phiên bản theo phong cách của logo “những nửa bánh có nhân”. Logo mới mô tả vòng xoáy xanh dương đem lại cho logo Burger King một diện mạo tròn tròn khiến cho logo này trông có vẻ đương đại hơn

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.