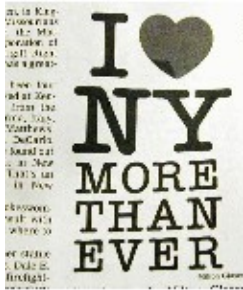


# LỊCH SỬ THIẾT KẾ CỦA CÁC LOGO – PHẦN 9 – I

## I Love NY - Milton Glaser



Sinh ngày 26/6/1929 ở New York. Giai đoạn 1955-1974: biên tập viên và đồng giám đốc mỹ thuật của tạp chí “Push Pin Graphic” (cùng với Reynold Ruffins và Seymour Chwast). Trong suốt những năm 1960, Glaser đã sáng tạo ra những hình tượng bằng các hình mảng bẹt được tạo hình bởi các đường contour mỏng vẽ bằng mực đen với màu sắc bổ sung là những loại phim màu dán dính. Phong cách vẽ tối thiểu của ông cộng hưởng với thể loại nghệ thuật biểu tượng của các cuốn truyện tranh hay sự sôi động của nghệ thuật Pop Art đương đại thời bấy giờ. Cách tiếp cận của ông đối với ký hiệu và biểu tượng đã được công chúng biết đến trong tờ poster triển lãm năm 1968: “One Print One Painting”. Năm 1974: ông là nhà sáng lập và là tổng giám đốc của Milton Glaser Inc., New York. Tác phẩm được thể hiện tại studio này chứa đựng một loạt các qui luật thiết kế. Ông đã tái thiết kế rất nhiều tạp chí như “Paris Match”, “L'Express” và “Esquire”. Nhiều kiệt tác trong số những tác phẩm của ông đã trở nên nổi tiếng khắp thế giới như poster Bob Dylan dành cho CBS Records (năm 1966) hay logo “I Love New York” là thiết kế logo dành cho Bộ tài chính của tiểu bang New York (năm 1973).



International Business Machines (1924)



1956



1972

## Logo IBM

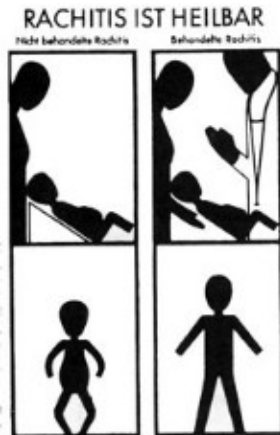
Nhãn hiệu của Paul Rand dành cho công ty International Business Machines (1956) được phát triển từ một kiểu chữ không được sử dụng nhiều lắm đó là font City Medium, logo do George Tromp thiết kế năm 1930. Đây là một kiểu chữ slab serif có cấu trúc hình học được thiết kế dọc theo những đường kẻ đồng dạng tựa như các phong cách sans serif mang tính hình học. Được tái thiết kế trong logo doanh nghiệp của IBM – một hình ảnh mẫu tự mạnh mẽ và độc đáo nổi bật lên – với kiểu chữ slab serifs và những khoảng âm chữ vuông vức trong ký tự B đem lại sự nhất quán và độc đáo. Trong những năm 1970, Rand cập nhật logo này bằng cách kẻ sọc nó để thống nhất 3 hình thức và gọi lên những đường quét mảnh trên các thiết bị video đầu cuối. Eliot Fette Noyes, giám đốc tư vấn thiết kế của IBM trong suốt giai đoạn cuối những năm 1950 có viết rằng chương trình thiết kế của IBM đã tìm cách “bộc lộ bản chất cực kỳ cao cấp và bất kịp thời đại của những sản phẩm do hãng này sản xuất. Ở điểm này không phải chúng ta đang tìm kiếm một chủ đề chung chung nào đó mà đang tìm kiếm một phẩm chất kiên định trong thiết kế là cái trong thực tế mà nói sẽ trở thành một thể loại chủ đề nào đó, nhưng phải là một chủ đề rất linh hoạt”



## International Paper Company

Thiết kế logo của công ty sản xuất giấy Lester Beall International Paper Company, năm 1960. Những chữ cái đầu tiên, cái cây, và một mũi tên hướng lên gắn kết trong một nhãn hiệu mà sự đơn giản cơ bản của nó – một tam giác đồng dạng nằm trong một vòng tròn – đảm bảo cho một sự hòa hợp đến vô hạn. Bàn về logo của mình với tư cách là một trong những hãng sản xuất giấy lớn nhất trên thế giới, Beall đã viết “Nhiệm vụ của chúng tôi là đem lại sự quản trị với một nhãn hiệu mạnh mẽ có thể sẵn sàng được chấp nhận bởi vô số các ứng dụng. Dấu hiệu này được phân hạng từ ứng dụng chủ yếu của nó trên các lớp vỏ cây cho đến sự rắc rối của nó

trong những mẫu hoa văn lặp lại, các thiết kế carton, nhãn mác, xe tải. Bổ sung thêm cho sức mạnh công năng của nó, nhãn hiệu mới là một sức mạnh đầy uy lực trong việc kích lệ và tích hợp tín hiệu nhận dạng của các bộ phận và tín hiệu nhận dạng chung của doanh nghiệp với những hiệu ứng tâm lý trên các mối quan hệ của con người”. Thiết kế logo của International Paper Company đã gây ra tranh cãi trong cộng đồng design khi nó lần đầu xuất hiện trước công chúng: Ký tự I và P bị làm cho biến dạng đi để tạo nên biểu tượng một cái cây và thế là những người chỉ trích đã đặt câu hỏi liệu các hình chữ này có cần thiết phải bị biến đổi đến mức cực đoan như thế hay không. Khả năng đứng vững liên tục của nhãn hiệu này từ khi nó bắt đầu đã chỉ rõ ra rằng những người chỉ trích Beall đã thận trọng thái quá.



## Isotype Movement (The)

Trào lưu quan trọng hướng tới việc phát triển một “ngôn ngữ toàn cầu phi ngôn từ” bắt đầu được khởi xướng trong những năm 1920, trào lưu này tiếp tục trong những năm 1940 và vẫn còn có những ảnh hưởng quan trọng cho đến tận ngày hôm nay. Ý tưởng Isotype (đồ hình dạng vẽ) bao gồm cả việc sử dụng những chữ tượng hình cơ bản để chuyển tải thông tin. Người khởi sự cho nỗ lực này là nhà xã hội học của thành Viên (Áo) Otto Neurath. Khi còn là một đứa trẻ, Neurath lấy làm lạ về việc những ý tưởng và thông tin thực có thể được chuyển tải bởi phương tiện thị giác. Neurath cảm thấy rằng những thay đổi về xã hội và kinh tế sau Thế chiến thứ I đã đòi hỏi thông tin phải thật rõ ràng để giúp cho công chúng hiểu về những vấn đề xã hội hệ trọng liên quan đến nhà ở, y tế và kinh tế. Một hệ thống các chữ tượng hình cơ bản tượng trưng cho các dữ liệu phức tạp, đặc biệt những dữ liệu thống kê, đã được phát triển. Thoạt đầu, những chữ tượng hình này được vẽ riêng lẻ hoặc cắt từ báo ra. Sau khi họa sĩ khắc gỗ Gerd Arntz tham gia nhóm này năm 1928, ông đã thiết kế hầu hết các chữ tượng hình nói trên.

*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.*