

## LỊCH SỬ THIẾT KẾ CỦA CÁC LOGO – PHẦN 13 – M



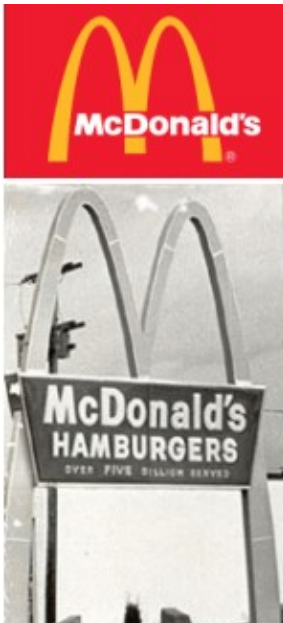
### Mae B

Logo này được sáng tác vào năm 2003 cho chuỗi cửa hàng sex shop mang tên Beate Uhse – Mae B. . Cũng giống với chuỗi cửa hàng này logo miêu tả biểu tượng Âm Dương, vật tượng trưng cho sự mềm mại và dịu dàng của nữ giới cùng sự cứng rắn và bền bỉ của nam giới. Bởi vì chúng được hòa quyện với nhau bằng những màu mạnh mẽ, logo này đáp ứng cho việc minh họa 2 giới tính đến với nhau trong thể thống nhất và đam mê mãnh liệt.



### Maserati

Logo này lần đầu được sử dụng ở Bologna là vào năm 1914 và được sáng tác bởi Societa Anonima Officine Alfieri Maserati, một bộ phận chủ chốt của tổ chức Fiat. Hình thức thể hiện của logo này chính là hình ảnh của một đóa hoa hồng, được trồng ở quê nhà của gia đình sáng lập viên – gia đình nhà Maserati.



### McDonald's

McDonald's là chuỗi nhà hàng fast-food lớn nhất và nổi tiếng nhất trên thế giới. Với hơn 23.000 nhà hàng ở trên 100 quốc gia, tiềm năng thị trường của họ quả là khổng lồ. Những nhịp vòm vàng uốn cong của chữ “M” trong logo của McDonald's là một trong những thiết kế logo mạnh nhất và được biết đến nhiều nhất hiện nay. Sự giản dị của chữ M này và những màu đỏ, vàng truyền thống được dùng cho logo này đã trở thành một trong những nét đặc sắc kinh doanh nổi tiếng nhất trên thế giới. Thông thường thì từ McDonald's đứng cạnh chữ “M” hoặc người ta chỉ sử dụng một mình chữ “M”. Logo Mái Vòm Vàng được Jim Schindler sáng tác vào năm 1962 trông giống những dấu hiệu mới mẽ hình mái vòm bên cạnh những nhà hàng của thương hiệu này. Ông đã ghép 2 mái vòm vàng vào với nhau thành chữ “M” nổi tiếng mà ta thấy khắp nơi trên thế giới . Logo này không chỉ là 1 chữ M trong từ McDonald's. Trước hết họ gọi nó là Những Mái Vòm Vàng là để lồng vào đó ý tưởng: việc bạn sở hữu 1 nhà hàng nhượng quyền (franchise) của McDonald's cũng giống như bạn sở hữu 1 mỏ vàng vậy. Thứ đến, những mái vòm tượng trưng cho một nơi chốn ẩn náu, giải thoát. Sự che chở của “những mái vòm” chính là nơi để bạn “xả hơi”.

Cùng với logo của Coca-Cola và Nike, logo của nhà hàng MacDonal'd's ngày càng được biết đến khắp nơi như là một biểu tượng của chủ nghĩa tư bản hay toàn cầu hóa bởi vì chúng là những tập đoàn Hoa Kỳ

nổi tiếng nhất hoạt động toàn cầu với một qui mô lớn.



## Meissen

Đức vua của Ba Lan giao phó cho quan ngự y và cũng là nhà kim thuật (chế tạo vàng) Johann Friedrich Boettger sáng tạo và cất giữ một bí mật về quá trình chế tác đồ sứ hòng tránh được việc phải mua đồ sứ Trung Quốc với giá quá đắt đồng thời ông cho ộp vàng trắng lên loại sứ của mình. Ông tiếp tục công việc này cùng với nhà vật lý học và toán học Ehrenfried Walter von Tschirnhaus. Ba năm sau, họ thành lập xưởng đồ sứ Meissen. Cùng với sự kiện này là năm 1722 viên quản đốc sản xuất Johann Melchior đã đề nghị sử dụng “thanh gươm bắt chéo” như là dấu hiệu đặc trưng cho loại sứ của họ và cũng là logo thương hiệu nhờ đó nhà vua có thể nhận biết món đồ sứ nào là hàng thật.



## Mercedes Benz

Logo này sử dụng biểu tượng của những đỉnh nhọn hướng ra ngoài theo 3 hướng khác nhau, nó được dùng để thể hiện cho ý tưởng của Gottfried Daimler, là những phương hướng sản xuất phương tiện vận chuyển hoạt động thật hiệu quả: trên không, dưới nước và trên đất liền. Màu bạc là màu rất tiêu biểu cho thương hiệu Mercedes Benz và quay ngược trở lại quá khứ tham dự giải Grand Prix từ rất sớm của hãng này, là chiếc xe đã chạy ở Nuerburgring vào năm 1934. Khi một trong những chiếc xe của hãng vượt quá trọng tải mà cuộc đua cho phép trong vòng đua kiểm tra trước giải, các nhân viên của hãng đã thức trắng đêm mài bay nước sơn của xe do vậy chiếc xe trở về trạng thái màu bạc ban sơ của nó. Ngày hôm sau khi chiếc xe chạy vòng quanh đường đua, nó sáng lóa một ánh bạc đẹp tuyệt và được mệnh danh là “mũi tên bạc”.



## Michelin

Công ty này, một trong những công ty chuyên chế tạo vỏ xe ô tô lừng danh của thế giới, lần đầu tiên được thành lập vào năm 1832 do Nicolas Edouard Daubree và người anh em họ của ông khởi xướng. Ban đầu công ty chế tạo 2 loại thiết bị nông nghiệp, khởi đầu là vào năm 1840, nhưng rồi sau đó như là hệ quả của sự sáng tạo ra cao su vớnh cứu của Charles Goodyear vào năm 1839, công ty này bắt đầu chuyển sang sản xuất hàng loạt những sản phẩm khác bao gồm đai truyền động, nút bịt, băng truyền. Khi hai sáng lập viên qua đời, hai anh em Andre và Edouard Michelin tiếp quản công ty và đổi tên nó thành “Michelin” vào năm 1889. Vào năm 1891 họ mở rộng hoạt động bao gồm luôn cả bánh xe đạp bơm hơi và vào năm 1895 khai trương lĩnh vực mới bằng việc giới thiệu những chiếc bánh cao su bơm hơi dành cho xe ô tô. Ý tưởng người đàn ông lốp là một cảm hứng của Edouard khi ông thấy một đống vỏ xe xếp chồng lên nhau có hình thù trông giống một con người. Cùng với những thay đổi trong ngành công nghiệp xe hơi là lĩnh vực mà vỏ xe được thay đổi và tiến hóa theo thời gian, kích thước vỏ xe cũng thay đổi đa dạng và người đàn ông lốp xe cũng thay đổi theo. Lúc ban đầu người đàn ông này bao gồm 11 yếu tố nhưng bây giờ anh ta chỉ gồm 4 yếu tố mà thôi và được sử dụng rộng rãi trên các poster, clip quảng cáo trên TV và biển hiệu.



## Microsoft

Được thành lập vào năm 1975, Microsoft Inc. được biết tới trên khắp thế giới bởi sự phát minh và cung cấp những sản phẩm như Office, Xbox, Windows ... Logo của hãng này được thiết kế để tượng trưng cho những đeo đuổi của công ty trong lĩnh vực công nghệ cao cấp. Logo của Microsoft là một ví dụ cơ bản cho xu hướng “phong cách gấp gờ sự đơn giản”. Logo này bày tỏ một cách thật hoàn hảo nhiệm vụ của công ty trong việc đưa ra những sản phẩm chất lượng cao đến với khách hàng của mình với một font chữ đơn giản và câu slogan đầy sức thuyết phục. Cả logo Microsoft lẫn bản thân công ty đã trở nên đồng nghĩa với những ý tưởng phát minh và những công nghệ computer tân tiến nhất. Phiên bản thứ 2 của logo Microsoft được đặt một chữ O kỳ lạ lên trên biểu tượng. Logo phiên bản chính thức hiện nay của Microsoft do Scott Baker sáng tác và được chấp nhận từ năm 1987 đến nay. Logo này được thiết kế bằng font Helvectica nghiêng, logo mới có một dấu slash (/) ở giữa chữ O và S cùng với câu slogan "Where do you want to go today?" - tạm dịch "Hôm nay bạn muốn tới đâu vậy?". Logo của Microsoft như phiên bản năm 2006 đã thay đổi dòng tagline phía bên dưới tên chính của tập đoàn thành "Your potential. Our passion" - tạm dịch "Tiềm năng của bạn. Niềm đam mê của chúng tôi". Bất chấp những biến đổi chủ yếu đầy tính chỉ trích, logo của Microsoft đã chịu đựng qua nhiều thập kỷ, thông điệp chủ đạo của hãng vẫn được duy trì rộng khắp mà chẳng hề bị suy chuyển chút nào.

## Minol



Logo đầu tiên mà bạn thấy được phát triển trong những năm 1950. Tuy nhiên nó không thành công cho lắm bởi vì những người chủ của doanh nghiệp này nhận ra rằng họ đang cạnh tranh với một sự bùng phát các logo màu vàng và đỏ ở những trạm xăng dầu hiện có trên cả nước. Chính bởi thế họ đã quyết định thay đổi logo của mình sao đó để nó nổi bật hơn trong hàng đồng các logo theo phong cách chuẩn mực. Logo đầu tiên được sử dụng vào năm 1989, được phát triển bởi nhà thiết kế Hartmut C Andresen. Trong thiết kế mới này ông đã sử dụng một chữ M để tượng trưng cho mặt trời xoay trong một mạch tương tự như logo mang phong cách truyện tranh thường được sử dụng trong kỷ nguyên của các siêu anh hùng kiểu như Superman và Batman. Sự phối hợp của màu magenta và tím violet đã được áp dụng cho logo này bởi vì chúng cho ta cảm giác về sức mạnh và sự tin tưởng (tương tự như vậy màu tím purple được nhà thờ công giáo sử dụng để tượng trưng cho sức mạnh và đức tin). Logo mới này đã rất thành công và đảo ngược tình thế, tăng doanh số lên hơn 30% cùng với lãi gộp là 3.5 tỉ DM. Vào năm 1997 và năm 1998 công ty bị sáp nhập và logo của hãng này biến mất trên thế giới.



## Mitsubishi

Logo dành cho nhà sản xuất ô tô Nhật Bản thành công khắp thế giới này được xây dựng từ 3 cánh nhọn tượng trưng cho trách nhiệm/sự tin tưởng, tính trung thực/tính liêm chính/đạo đức và sự giao tiếp/sự cởi mở. Logo này dựa trên sự hợp nhất của những triều đại 2 năm tuổi của Nhật Bản là người những người từng sử dụng một phù hiệu với những hoa văn hình 3 viên kim cương tương tự như thế này. Ngoài ra cái tên Mitsubishi dịch ra cũng là “three Rhomden” và cùng với sự liên tưởng của nó tới những vương triều nó có nghĩa là “3 viên kim cương”.



## Mobil Oil

Một trong những chương trình thiết kế tín hiệu nhận dạng cho công ty có ảnh hưởng mạnh mẽ nhất của Chermayeff & Geismar là dành cho Mobil Oil, một tập đoàn đa quốc gia hoạt động ở hơn 100 nước trên thế giới. Nhãn hiệu, được thể hiện bằng một font chữ sans serif dạng hình học cơ bản, là tốt cùng của sự đơn giản. Từ “Mobil” được thể hiện bằng 5 nét dọc, góc nhọn của chữ “M” và 2 vòng tròn. Tên thương hiệu trở thành nhãn hiệu, với chữ “O” tròn vo, màu đỏ tách biệt từ này với những từ khác nếu xét về mặt trình bày thị giác. Sự nhấn mạnh lên vòng tròn này được dự kiến như một chủ đề (theme) thị giác xuyên suốt bộ CIP của hãng và trong thiết kế của tất cả các trạm xăng dầu của Mobil.



## MontBlanc

Công ty này, thuộc quyền sở hữu của 3 doanh nhân Claus Johannes Voss, Christian Lausen và William Dziambor, vào năm 1910 đã sáng tạo tên thương hiệu lấy cảm hứng từ ngọn núi “Montblanc” ở Pháp, đây là ngọn núi lớn nhất Châu Âu. Sau đó họ triển khai một logo vào năm 1913 và sử dụng một thiết kế nhỏ nhỏ dựa trên vòng tròn để diễn tả đỉnh núi phủ đầy tuyết của ngọn núi này và chất lượng tuyệt hảo của những cây viết máy mà họ sản xuất.



## MTV

Xuất hiện vào ngày 1 tháng 8 năm 1981, MTV là một mạng truyền hình cáp của Mỹ được thành lập bởi Warner AmEx và có trụ sở đặt tại thành phố New York. Ngày nay, MTV phát sóng nhiều chương trình văn hóa thanh niên, văn hóa pop và những show truyền hình thực tế nhắm vào đối tượng thanh thiếu niên. Biểu trưng nguyên thủy của MTV xét trên khía cạnh thị giác giống như một bức ảnh Polaroid được chụp một cách vụng về diễn tả một bàn tay đang nắm một trái cà chua chín là thứ đồ vật được xem như một nốt nhạc. Tuy nhiên, logo này chẳng bao giờ được xuất đầu lộ diện trước công chúng. Tạo ra một kênh, một mạng lưới truyền hình hay tín hiệu nhận dạng doanh nghiệp là một công việc vừa tàn nhẫn vừa mơ hồ. MTV đã đưa ra một ví dụ hoàn hảo về một trò chơi marketing hoàn mỹ đạt được bằng cách phá bung mọi luật lệ. Tháng 5 năm 1980, Fred Seibert thuê Frank Olinsky một người bạn lâu năm của mình cùng với toàn bộ ê kíp làm việc của anh ta ở công ty Manhattan Design. Nhiệm vụ của họ là cung cấp tín hiệu nhận dạng thị giác cho kênh truyền hình cáp cơ bản pop và rock đã được lên kế hoạch của Warner.

Sau khi quyết định rằng thiết kế Polaroid do Manhattan Design gửi tới được hợp nhất với cụm từ "The Music Channel" hoàn toàn là một thảm họa, ê kíp thiết kế bắt đầu loay hoay chỉ với những ký tự MTV mà thôi và họ đã tạo ra thiết kế đầy tính cách tân và linh hoạt tồn tại cho tới tận ngày hôm nay. Ký tự "M" được tạo dựng từ những chấm điểm polka, những sọc gỗ, gạch đỏ, những sọc trên thân ngựa vằn và thậm chí sắc màu vàng đen của 1 chiếc taxi Checker Cab. Olinsky đã để chữ "M" mở ngõ cho sự thay đổi mà vẫn không biến đổi bản thân tín hiệu nhận dạng này. Âm nhạc luôn thay đổi và ê kíp của Manhattan Design đã tạo tác một logo được làm ra để thay đổi.

*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.*