

LỊCH SỬ THIẾT KẾ CỦA CÁC LOGO – PHẦN 4 – D



Thiết kế logo Danone

Vào những năm đầu thập niên 90, BSN Gervais Danone đã đặt lại tên cho công ty này của Pháp là Danone và thay đổi logo của nó để phản ánh những kế hoạch mở rộng toàn cầu của công ty. Bản thân logo này được đặt ngay trung tâm xoay quanh là nền tảng lịch sử vững chắc của địa danh “Danone” và những giá trị trung tâm của công ty bao gồm sự thuần khiết và tính tự nhiên. Logo mô tả ở chính giữa trung tâm một cậu bé nhỏ tuổi đang ngược nhìn một ngôi sao trên bầu trời. Hình tượng trẻ trung này thực ra là sự thể hiện hình ảnh Daniel, con trai của Isaac Carasso người đã sáng lập ra Tập đoàn Danone.



1949



1974



1976



2005

Thiết kế logo của DC Comics

DC Comics là một bộ phận của Warner Brothers Entertainment và một cuốn truyện tranh của Mỹ. Theo những thiết kế ban đầu thì “DC” là chữ viết tắt cho một tựa đề sách của công ty là Detective Comics và sau đó trở thành tên gọi chính thức của hãng. Logo DC đầu tiên được giới thiệu lần đầu năm 1940. Logo nhỏ nhắn này được đọc đơn giản là “A DC Publication”. Tháng 11/1941 các tựa đề DC trình làng một phiên bản mới, nó chính là logo DC đầu tiên có nền màu trắng. Cho đến tháng 11/1949, logo hình tròn được cập nhật để bao gồm luôn cả tên gọi chính thức của công ty – National Comics Publications. DC Comics đã quyết định từ bỏ biểu trưng hình tròn vào tháng 10/1970 thay vào đó là ký tự “DC” đơn giản trong một hình chữ nhật với ngôi sao của cuốn sách hay tên gọi của tựa đề sách. Những thiết kế ban đầu của “DC” xuất hiện trong một hình thức kiểu chữ dạng khối là dạng thức được duy trì xuyên suốt các phiên bản logo sau đó. Mặc dù vậy, vào năm 2005 nhà xuất bản của các tác phẩm như: Batman, Superman và Wonder Woman đã quyết định thay thế logo xưa cũ, đẹp, có 4 dấu chấm hình sao đã từng xuất hiện trên các trang bìa của DC Comics từ giữa những năm 70. Logo mới – những ký tự “DC” đặt trên một vòng giống như Thổ tinh dưới dạng một hình diễn họa đa chiều, với một ngôi sao đơn độc – tồn tại lâu đời, một biểu tượng do Milton Glaser thiết kế. Một chuyển biến được cho là “phần vì nâng thể diện, phần là do chiến lược marketing”. Cuốn truyện tranh đầu tiên sử dụng biểu tượng mới này xuất hiện trong các hiệu sách vào ngày 25/5/2005.



Logo của Dove

Một trong những thương hiệu chăm sóc da được chấp nhận và sử dụng nhiều nhất trên thế giới, thoạt đầu Unilever phát triển các sản phẩm của mình để trợ giúp cho quân nhân trong những năm 1950. Vào thời bấy giờ Hải quân cần có xà bông và các loại bột giặt khác để giúp cho việc tẩy sạch nước biển và cát là những thứ thường làm cứng và khô da của quân nhân. Khi xà bông trở nên thông dụng hơn, năm 1957 công ty này đã quyết định biến nó thành một sản phẩm thương mại có sẵn trên thị trường và bắt đầu bán nó dưới thương hiệu là Dove. Dove được sử dụng để tượng trưng cho một chú bồ câu hay bồ câu hòa bình trong danh dự và ký ức về mục đích nguyên thủy lúc ban đầu của sản phẩm mà vì nó sản phẩm đã ra đời.



Logo của Dr. Oetker

Hãng dược này đã là niềm mơ ước của dược sĩ trẻ, Tiến sĩ August Oetker vào hồi năm 1891, ông đã làm việc suốt đêm trong thời gian dài để tìm ra những phương thuốc cho mọi người hòng chữa trị nhiều chứng bệnh khác nhau. Nhờ vào những nghiên cứu không ngừng nghỉ và tận tụy của mình, ông đã khám phá ra bằng cách nào mà bột nướng tăng tốc quá trình nướng hay nấu bánh mỳ và các loại thức ăn ngon miệng khác. Bằng cách bỏ một lượng nhỏ vào một cái túi, ông đã nhận ra rằng mình có thể sử dụng bột nướng bánh để tăng tốc quá trình nướng và bằng cách thí nghiệm liên tục ông đã gạt hái hết thành công này đến thành công khác. Cái đầu được mô tả trong logo này được sử dụng để nhấn mạnh cách diễn đạt tiếp thị mà ban đầu được sử dụng trong hoạt động tiếp thị khách hàng khuyến khích họ sử dụng bột nướng của hãng: “cái đầu sáng suốt là cái đầu quyết định sử dụng bột nướng của Dr.Oetker.” Hình bóng nhân vật đỏ-trắng là sự miêu tả con gái của một nhà họa sĩ làm thương mại và vẫn được giữ lại trên bao bì sản phẩm của hãng cho đến tận ngày nay. Logo này là hình ảnh tượng trưng của chất lượng cao là thứ mà ta tìm thấy trong sản phẩm bột nướng của hãng từ những ngày đầu nó mới xuất hiện những năm xa xôi trở về trước.

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*.