

11 XU HƯỚNG THIẾT KẾ LOGO TRONG NĂM 2007

2007

Logo Design Trends

Mọi người chúng ta ai cũng muốn mình theo kịp xu hướng thời thượng. Chẳng ai muốn thiết kế không theo một xu hướng nào cả, tuy nhiên những xu hướng lại nảy sinh từ thực tế.

Chúng ta hãy thử lướt qua 11 xu hướng thiết kế logo dưới đây mà chúng tôi cho rằng sẽ ấn định cách nhìn của năm 2007.



1. Các hộp lời thoại (Talk Boxes)

Đây chính là sự bùng phát của xu hướng cuối năm ngoái, dù thực ra những hộp thoại này đã xuất hiện đầu đó vài năm trở lại đây.

Chúng ta không biết rõ lắm ai đang nói, nhưng bất kể là ai, bong bóng lời thoại của họ cứ nở ra tứ tung. Loại logo này biểu tượng cho thông tin, không đến từ phía công ty thì cũng là thông tin giữa các khách hàng của công ty. Chẳng hạn như **LifeLogger** sử dụng một bong bóng lời thoại với một nụ cười trong đó để minh họa người sử dụng dịch vụ của công ty đã liên lạc với bạn bè của mình trong trạng thái ra sao. Họ tiếp tục sử dụng những bong bóng lời thoại dưới dạng 3D để tạo các avatars cho khách hàng của mình, như đã được phác họa ở phía bên phải. Bằng cách này, ý tưởng về sự liên lạc thông tin thay thế cho chính bản thân người sử dụng, cho thấy tầm quan trọng của sự liên lạc.

2. Những đám mây (Clouds)

Mỗi người trong chúng ta ai cũng có lần hồi tưởng về khoảnh khắc ta ngả lưng trên thảm cỏ, lặng ngắm những đám mây thơ thần trên bầu trời, một chút mộng mơ giữa ban ngày hoặc giả tìm thấy hình ảnh nào đó do những đám mây tạo ra. Những đám mây là loại logo rất có thể mạnh, chúng gợi lên hình tượng của những giấc mơ, óc sáng tạo, tính khôi hài. Đôi khi những đám mây khiến ta liên hệ đến những bong bóng tư duy viên dẫn những cảm giác của trạng thái mộng mơ. Những đám mây có thể là một bong bóng 3D hay được thể hiện trên một nền phẳng. Nhiều logo thuộc thể loại mây này tượng trưng cho những ý tưởng mới mẻ, do vậy chúng có hình thức là bong bóng tư duy. Nhiều "đám mây" đến từ các doanh nghiệp mới mẻ trên Internet, hiển nhiên là vùng đất của những kẻ mộng mơ. Một vài logo trong số chúng còn bao gồm cả hình tượng mặt trời gợi cảm giác của một buổi bình minh.





3. Hình phản chiếu (Reflections)

Này gương, gương kia ngự ở trên tường, hãy cho ta biết năm nay hot nhất là xu hướng logo nào đây ? Rất có thể đó là xu hướng hình phản chiếu. Với gã khổng lồ Apple dẫn đầu trong các sản phẩm phục vụ giới thiết kế, để được trông giống các thiết kế giao diện đồ họa của họ đồng nghĩa với việc phải đặt mọi thứ lên một cái bàn sáng choang, tất cả những kẻ khác tất nhiên sẽ đua theo. Được vài tay thiết kế phong cho tước hiệu "hiệp sĩ bóng đổ mới", hình phản chiếu đang trở nên thịnh hành đặc biệt là trên website. Hình phản chiếu có thể được làm cho đối xứng lệch như trong logo của **blinklist**, chỉ rõ vị trí của một nguồn sáng nào đó mà người xem không nhìn thấy được nhưng rất có hiệu quả trong sáng tạo thậm chí hiệu quả hơn cả ý nghĩa của toàn bộ không gian xung quanh mà logo là một phần trong đó.



4. Hình chữ nhật (Rectangle)

Trong một thế giới đồ họa nơi mà bạn có thể làm hầu như là mọi thứ, một vài công ty lại quyết định duy trì sự đơn giản với những hình chữ nhật được tô màu. Logo của họ, trong sự tương phản với màu trắng, nổi bật ra từ background. Những hộp được tô bóng trong quá khứ từng là dấu hiệu nhận dạng của những thiết kế nghiệp dư, thế nhưng những logo hiệu quả thuộc thế hệ mới ngày nay lại chứng tỏ rằng một thiết kế tốt thì sẽ luôn hợp xu hướng thời thượng. Với sự phổ biến rộng rãi của các góc bo tròn, những logo này lại nổi tiếng (ôi trời ơi!) với những cạnh sắc bén và những góc gập mạnh mẽ. Trong một vài trường hợp, ví dụ như trường hợp logo của **blurb**, hình chữ nhật có thể đại diện cho một hình ảnh. **blurb** đã sử dụng sắc xanh dương đăng sau tên doanh nghiệp để tượng trưng cho một quyển sách bởi vì họ hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh xuất bản sách.



5. Các nút phồng 3D (3D Puffies)

Với các logo phồng lên như thế này, bạn không biết nên click lên chúng hay bật nảy trên chúng thì mới thích hợp. Ngày nay ngành công nghiệp đồ họa đã vượt qua mọi vấn đề kỹ thuật sản xuất liên quan đến các dải tô chuyển sắc, các designers dường như có vẻ hứng thú với các thiết kế đồ họa nổi hơn là những hình vẽ phẳng thuở trước. Thậm chí các icons trên desktop ngày nay dường như mang một dáng vẻ tạo cảm giác tròn tròn như thể bạn có thể làm cho chúng nổ độp một cái bằng một thao tác double-click hơi quá tay. Một thế giới 2 chiều trên mảnh đất Internet và những hình ảnh 3 chiều nói trên đã thực sự khiến các trang web và đám logo nhảy xổ ra khỏi màn hình đến nỗi bạn có cảm giác mình có thể rà tay khắp màn hình máy tính và cảm nhận được những ụ khối nổi lên và cả những đường cong của chúng nữa.

6. Những chiếc bánh hot dogs (Hot dogs)

Những tiếng Tic Tac màu nho nhỏ xinh xinh bung ra khắp nơi trong thế giới thiết kế. Cũng giống như nhiều biểu trưng trừu tượng, những chiếc bánh hot dogs có thể được sử dụng với nhiều ý nghĩa khác nhau. Đôi khi chúng là dấu hiệu ám chỉ chuyển động của âm thanh, chẳng hạn như trong logo của **Snap**. Những nét thẳng này-gợi cho chúng ta nhớ về những nét vẽ nguệch ngoạc của trẻ em khi vẽ những nhân vật hoạt hình-có thể ám chỉ một ý tưởng, một xúc cảm hay một ý nghĩa thông thường nào đó. Nhưng dù chúng được sử dụng như thế nào trong thiết kế thì chúng vẫn là một biểu trưng đầy sức mạnh của cảm xúc lạc quan, vui vẻ.

7. Chùm tia lan truyền (Transmission beam)

Với TV vệ tinh, rồi radio và mọi thứ wireless trong kỷ nguyên mới này, những chùm tia lan truyền là phương cách nhanh nhất để chứng tỏ rằng chúng đang bắt kịp bước tiến của công nghệ. Nhiều công ty sử dụng xu hướng logo loại này đang hoạt động trong lĩnh vực thông tin internet. Một phần trong số những công ty này đang hoạt động trên internet, thu thập thông tin của người sử dụng (hay khách hàng) và chia sẻ thông tin này với toàn thế giới. Chùm tia lan truyền, bắt đầu bằng một chấm đơn (đại diện cho người sử dụng), chứng tỏ rằng các ý tưởng của họ đang được truyền bá đi khắp nơi. Đây thực sự là một biểu trưng hoàn hảo cho các công ty xuất bản và các blog sites.



8. Người (People)

Anh chàng bé nhỏ của AOL có một vài bạn đồng hành, với những người khác kết bạn còn là để nhắm đến cả logo của họ nữa. Đối với những công ty mà công việc chính của họ là mang mọi người đến với nhau, những con người nhỏ bé vô giới tính này được thể hiện theo từng cặp hay từng nhóm. Chúng đưa ra một chỉ báo thị giác về sự xích lại gần nhau. Những công ty khác chỉ trình làng một trong số những biểu tượng này, thường là dưới dạng một avatar cho khách hàng của họ. Bất kỳ ai đang tìm kiếm những người khác có thể chắc chắn rằng họ sẽ tìm được bạn của mình khi nhìn thấy một logo tương ứng với một người bạn.

9. Sự trong suốt (Transparency)

Sự trong suốt vẫn rất hot. Một lần nữa nhiều người có thể sẽ phải há hốc miệng vì kinh ngạc bởi cách sử dụng màu tô bóng cho logo, thế nhưng phiên bản cập nhật này không giống như những chiếc hộp được tô bóng đã từng gây đại dịch cho thiết kế nói chung. Những logo loại này khiến ta liên tưởng hình ảnh của sự hòa trộn vào nhau. Một vài logo (giống như 2 bong bóng lan tỏa làm nổi bật ra 2 con người nhỏ bé như trong logo của **Blue Dot**) có thể tượng trưng cho truyền thông thông tin, hay đại khái là sự giao thoa và hòa trộn các ý tưởng. Những logo khác là một biểu đồ Venn, cho thấy phạm vi thích hợp của công ty, chẳng hạn như Zopa.

10. Nét viền (Outlines)

(Tôi cho rằng đây là một cách khác để bổ sung về tinh tế và hiệu ứng 3D cho một logo)

Nhiều người đang nhận ra rằng không gì có thể nâng một logo lên tầm cao mới bằng một nét viền được thiết kế chuyên nghiệp. Những nét bao quanh này hay những bóng tô có thể chạy quanh chữ một cách đơn giản hoặc có vẻ như gói gọn chữ trong một bong bóng, như chúng ta thấy trong trường hợp logo của **gpoks.com**. Những nét viền này có thể bao trọn toàn bộ chữ và khiến chúng dường như đã biến thành một thể thống nhất vậy.

Thiết kế đẹp! những hiệu ứng này bổ sung nét tinh tế và một hình thức 3 chiều cho các logo.

interview

<caltjisma>



11. Dấu câu (Punctuation)

Từ những khuôn mặt tươi cười cho đến những hình vẽ minh họa phức tạp, mỗi ngày dấu câu đã đạt đến một đời sống mới trong thế giới kí tự đầy tính kỹ thuật của internet. Trong khi một vài dấu câu đã từng được sử dụng để biểu thị thay cho những từ chửi tục thì ngày nay chúng được sử dụng rộng rãi trong thế giới on-line của những người trẻ tuổi, trong những đoạn instant messaging, trong email và trong các cuộc teen-speak phiếm của tuổi teen. Ngày nay, những biểu tượng này đã vượt ra khỏi lãnh thổ của các đoạn instant messaging để xông thẳng vào các bảng billboards mới nhất với toàn bộ những ý nghĩa của chúng còn đọng lại trong trí tưởng tượng của khách hàng.

Người dịch: **Phạm Xuân Bách**

Dịch từ bản tiếng Anh bài viết "11 trends that will define logo design in 2007"-Đăng trên tạp chí điện tử của LogoOrange Design Group-7/2007.