

# GIÁ TRỊ NGHỆ THUẬT THIẾT KẾ LOGO CỦA PAUL RAND QUA MỘT SỐ TÁC PHẨM TIÊU BIỂU

I VƯƠNG ĐÌNH THẮNG THÁI

Email: vuongthai2305@gmail.com

K10C – Thiết kế đồ họa, Trường ĐHSP NGHỆ THUẬT TW

## THE ARTISTIC VALUE OF PAUL RAND'S LOGO DESIGN THROUGH SOME TYPICAL WORKS

### TÓM TẮT



Logo là sự kết hợp từ các yếu tố hình ảnh, màu sắc, từ ngữ để làm nên biểu tượng riêng biệt cho một cá nhân hoặc tổ chức. Một trong những nhà thiết kế nổi tiếng lừng danh trong lĩnh vực thiết kế Logo là Paul Rand. Ông đã tự mình tìm tòi và phát triển thế giới quan của mình trong thiết kế đồ họa nói chung, thiết kế logo nói riêng. Cách nhìn của ông trong thời đại của mình được coi là phá cách, không hợp thời nhưng lại vô cùng thu hút sự chú ý của khách hàng. Ngoài ra, các thiết kế của ông, đặc biệt là logo đã được các công ty lớn, mang tính quốc tế tin dùng cho đến tận bây giờ. Bài viết này sẽ đi sâu phân tích, tìm hiểu về giá trị nghệ thuật của một số logo nổi tiếng được thiết kế bởi Paul Rand.

**Từ khóa:** Logo, Paul Rand, Thiết kế, Đồ họa

### ABSTRACT

A logo is a combination of image elements, colors and words to make a distinct symbol for an individual or organization. One of the famous designers in the field of Logo design is Paul Rand. He had done researches and developed his own worldview in graphic design in general, logo design in particular. His perspective at his time was considered unconventional, unfashionable yet extremely attractive to customers. In addition, his designs, especially logos, have been trusted by large, international companies until now. This article will go into depth analysis and study about the artistic value of some famous logos designed by Paul Rand.

**Keywords:** Logo, Paul Rand, Design, Graphic

Logo là một yếu tố đồ họa (ký hiệu, chữ biểu thị, biểu tượng, hình tượng...) kết hợp với cách thức thể hiện nó tạo thành một nhãn hiệu hay thương hiệu, hình ảnh đại diện cho một công ty hay các tổ chức phi thương mại, hình ảnh biểu thị một sự kiện, một cuộc thi, một phong trào hay một cá nhân nào đó. Trước khi có sự xuất hiện của định nghĩa rõ ràng về “logo” con người cũng đã sử dụng các biểu trưng, hay dấu hiệu, chữ kí, biểu tượng hàng trăm hàng ngàn năm. Hầu hết các thiết kế biểu tượng được lưu lại trong lịch sử đều thể hiện mục đích giao tiếp, thông tin, truyền thông.

Nguồn gốc ban đầu cho danh tiếng của Paul Rand chính là công việc thiết kế sách báo, đây là nền tảng giúp ông tiếp nhận các trường phái nghệ thuật đã giúp ông trở thành một nhà thiết kế đồ họa vĩ đại. Tuy nhiên, khi nói đến Paul Rand thì người ta sẽ nghĩ ngay đến các logo của ông. Những thiết kế đơn giản mà lại khiến các chủ doanh nghiệp không phải suy nghĩ khi đổ vào đó một số tiền lớn (logo NeXT: 100.000\$, logo Enron: 33.000\$), vì họ nhận thức được nếu như thương hiệu của họ được một nhà thiết

kế tài ba như Paul Rand đứng ra thiết kế thì không chỉ bộ mặt của doanh nghiệp được thay mới mà chính doanh nghiệp đó còn được hưởng lợi từ sự nổi tiếng của Paul Rand.

Paul Rand là một nhà thiết kế đồ họa tiên phong trong việc thiết kế logo mang tính biểu tượng cho các công ty lớn, bao gồm IBM, ABC, Morningstar, Inc., Next Computer, Yale University và Enron... Thiết kế của ông thường mang tính hiện đại vì cách sử dụng typography (chữ), mỗi thiết kế logo của ông đều như minh chứng về sự khác biệt thực sự giữa chủ nghĩa hiện đại và thiết kế truyền thống nằm trong cách một sản phẩm bằng typography được đặt trên một tờ giấy. Cùng với thiết kế logo và trong các mẫu quảng cáo, thiết kế bia sách, Paul Rand kết hợp hình dạng, màu sắc và đồ vật và kiểu chữ tối giản. Ông thường chia thiết kế thành hai thành phần: một phần lớn gây chú ý ngay lập tức và một phần nhỏ hơn cần chú ý kỹ hơn. Sản phẩm của ông tối giản hơn và bắt mắt hơn bình thường. Paul Rand vận dụng ý tưởng và trí thông minh để thiết kế, nhưng ông luôn nhớ kết nối và giao



## ARTS

### Logo IBM

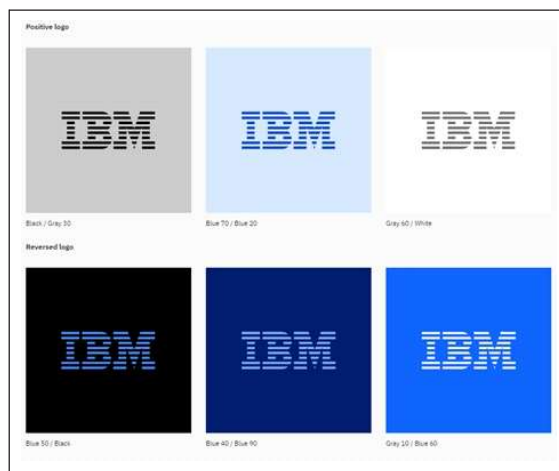
Có thể nói, IBM là một doanh nghiệp thống trị nền công nghiệp tin học thế giới vào cuối thế kỷ XX của thế giới. International Business Machines (IBM) là một trong những thương hiệu nổi tiếng về sản xuất máy tính trên thế giới và logo của IBM cũng vậy. Được biết đến với thiết kế lõi cuốn và đơn giản, logo IBM thể hiện hoàn hảo các tiêu chuẩn về chất lượng và thương hiệu của công ty. “Thiết kế tốt chính là kinh doanh tốt” (CEO Thomas J. Watson tuyên bố) là câu thần chú của công ty và đánh dấu sự phát triển mang tính bước ngoặt về thiết kế trong hoạt động của công ty. Logo IBM hiện tại vẫn giữ được những nét thiết kế ban đầu trong suốt lịch sử lâu dài của nó. Thiết kế thể hiện sự độc đáo, tự tin và vượt trội của công ty kinh doanh máy tính. Logo đã hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ quảng bá cho doanh nghiệp của công ty trong thị trường công nghệ thông tin trên toàn thế giới.

Logo của IBM không có quá nhiều thay đổi trong suốt 96 năm công ty tồn tại. Nghĩ về IBM, người ta thường nghĩ đến hình ảnh logo chữ in to cùng các vạch ngang nhưng ít ai biết rằng thiết kế ban đầu của Paul Rand chỉ đơn giản là 3 mẫu tự in to. Vào năm 1956, Paul Rand đã thiết kế logo IBM dưới sự kết hợp của mắt người và hình ảnh của con ong. Một thập niên sau, năm 1972, Paul Rand mới thêm những đường ngang nhằm tạo ấn tượng về tốc độ theo ý tưởng “speed and dynamism” (“tốc độ và sự năng động”). Và đúng như thế, IBM khi ấy là hãng máy tính duy nhất trên thế giới có những chương trình máy tính chạy với tốc độ cực nhanh – niềm kiêu hãnh của IBM.

Rất nhiều các chuyên gia nghiên cứu về thiết kế chỉ ra rằng, logo của IBM đã mở ra một giai đoạn chuyên minh trong lịch sử của logo. Logo IBM có thông điệp ẩn trong màu xanh đại diện công ty. Các dòng trắng đi qua tượng trưng cho “tốc độ và sự năng động”. Paul Rand hiểu rằng một dấu ấn riêng biệt là điều cần thiết cho sự thành công của công ty. “Trong thế giới cạnh tranh của các sản phẩm tương tự nhau, một logo công ty đặc biệt chính là phương tiện chính để phân biệt một sản phẩm này với một sản phẩm khác, Paul Rand đã viết trong phần giới thiệu hướng dẫn sử dụng logo của IBM. Được tạo ra bởi Paul Rand, thiết kế cơ bản của logo IBM vẫn không thay đổi kể từ năm 1972. Việc sử dụng nhất quán, dễ nhìn của nó cũng cổ thương hiệu IBM, làm cho nó trở nên đáng nhớ hơn và xác thực những điều mà nó được áp dụng. Nó là một thành phần thiết yếu của giao diện IBM - được sử dụng để ủy quyền và tạo niềm tin ở bất cứ nơi nào nó xuất hiện. Paul Rand đã can thiệp thiết kế lại logo rất tinh tế. Để cải thiện mức độ dễ đọc của nhãn hiệu, ông đã thay thế phông chữ Beton bằng một kiểu chữ tương tự nhưng trông mạnh mẽ hơn có tên là City.

Paul Rand cũng thay đổi hình dạng của các mẫu chữ, ông kéo dài các chân chữ và xếp chồng các ô vuông lên chữ cái “B”. Logo có những đường kẻ ngang chạy qua chữ cái. Những gạch ngang đó tưởng chừng như vô nghĩa nhưng lại có dụng ý vô cùng lớn. Những dấu “Bằng” (=) tương thích với thông điệp là “Bình đẳng”. Và đặc biệt thuật ngữ “BIG BLUE” trong logo IBM đề cập đến kích thước của công ty thị phần, trong đó, màu “BLUE” là màu chính thức của IBM thể hiện rõ nét trong các bản thiết kế.

Khi Paul Rand đưa ra dương bản và âm bản của logo, ông chú ý thiết kế các sọc đen dày hơn các sọc trắng. Biểu trưng đã được điều chỉnh để hoạt động tốt trên nền tối. Trong trường hợp này, các sọc trắng mỏng hơn các sọc đen để điều chỉnh sự khác biệt về quang học, nhưng giống như phiên bản dương bản, các sọc này sẽ có trọng lượng tương tự nhau. Ngoài sự khác biệt về độ dày thanh giữa các phiên bản thuận và nghịch, đã có những điều chỉnh đối với các điểm trong hình dạng bộ đệm. Mặt dương bản là sắc nét và ngược lại càng cùn hơn. Sự khác biệt tinh tế giữa cả hai đảm bảo tính toàn vẹn quang học trên nền sáng hoặc tối. Các màu cốt lõi của IBM, bao gồm các họ xanh lam và xám, được sử dụng khi áp dụng màu đặc biệt cho logo 8 thanh. Dưới đây là một vài ví dụ về cách kết hợp màu sắc có thể sử dụng màu cốt lõi và biểu trưng 8 thanh dương bản (positive) và âm bản (reserved) của IBM.



Hình: Quy tắc sử dụng màu trong logo IBM  
Nguồn: <https://www.ibm.com/design/language/ibm-logos/8-bar>

Được Paul Rand thiết kế lần đầu vào năm 1956 và sửa đổi vào năm 1972. Đến ngày nay logo 8 dòng kẻ ngang vẫn được sử dụng như một biểu tượng mang tính thời đại. Được nhắc đến trong phần “Seeing stripes” (“nhìn thấy sọc”) ở trên, logo IBM là một ví dụ không thể tuyệt vời hơn cho cách mà Paul Rand xử lý sọc trong các thiết kế của mình: Các sọc của logo IBM chủ yếu đóng vai trò là một thiết bị thu hút sự

## ARTS

chú ý. Chúng đưa vị trí thông thường ra khỏi lĩnh vực bình thường. Chúng thật đáng nhớ. Các đường sọc này gợi liên tưởng đến hiệu quả và tốc độ. Hàng loạt biểu trưng sọc gắn đây trên thị trường chứng minh tính hiệu quả của nó. Đôi khi, các sọc chồng lên nhau trên một cụm chữ cái có xu hướng gắn kết chúng lại với nhau. Điều này đặc biệt hữu ích cho các nhóm phức tạp chẳng hạn như một chữ cái IBM, trong đó mỗi ký tự ngày càng rộng ra, do đó tạo ra một chuỗi mở ra hơi khó chịu. Logo IBM chính là minh chứng rõ nét nhất cho tầm nhìn vượt thời đại của Paul Rand khi mà nó vẫn được sử dụng cho đến tận ngày nay. Xử lý các sọc ngang để đi đến một kết quả đơn giản mà hiệu quả, đưa tầm nhìn nghệ thuật vào trong thiết kế để nâng tầm sản phẩm của mình; đó chính là cách mà Paul Rand tạo ra logo IBM.

### Logo ABC

Paul Rand đã thiết kế lại biểu trưng, ra mắt trên truyền hình vào ngày 19 tháng 10 năm 1962. Thiết kế của Paul Rand, một vòng tròn màu đen với các chữ cái thường màu trắng, vẫn giữ lại dấu chữ của biểu trưng Circle A, nhưng với kiểu chữ sans serif. Mặc dù đã có những bản cập nhật cho logo trong những năm tiếp theo, nhưng sự đơn giản và táo bạo của nó vẫn đúng với thiết kế ban đầu, đứng trước thử thách của thời gian. Nó đã được thay đổi một chút vào giữa những năm 60 khi chương trình truyền hình màu được giới thiệu. Sự đơn giản của logo giúp dễ dàng thiết kế lại và nhân bản hơn, điều này mang lại lợi ích cho ABC. Một phiên bản màu của logo này cũng được phát triển vào khoảng năm 1963, và được làm hoạt hình như một đoạn giới thiệu ngắn 10 giây sẽ được trình chiếu trước một số ít các chương trình mạng được phát sóng bằng màu sắc. Chữ "a" được hiển thị bằng màu đỏ, chữ "b" màu xanh lam và chữ "c" màu xanh lục, với cùng một vòng tròn màu đen. Một biến thể của biểu trưng màu này, với các chữ cái màu trên một vòng tròn màu trắng, cũng thường được sử dụng trong suốt những năm 1960. Logo ban đầu của Paul Rand đã được sửa đổi một chút vào năm 1988. Phiên bản thiết kế này có lẽ nhằm làm cho biểu trưng rõ ràng hơn ở kích thước nhỏ hơn (bằng chứng là các nét mỏng hơn trên các chữ cái và nét chữ tăng dần trên chữ "b"), nhưng đã cũng thường được sử dụng ở những cái lớn hơn. Một số chi nhánh của ABC, cùng với kênh truyền hình cáp ABC Family tiếp tục sử dụng thiết kế năm 1962 trong logo của họ. Logo này vẫn được sử dụng trên khối ABC Kids trên ABC cho đến khi nó được thay thế bằng chương trình truyền hình Litton's Weekend Adventure (Cuộc phiêu lưu cuối tuần của Litton). Logo ABC (1962) cho thấy một quảng cáo và truyền thông rõ ràng và gắn kết. Coi ABC là một công ty phát thanh truyền hình, một logo đơn giản thể hiện các giá trị của công ty là cách hoàn hảo để giới thiệu một công ty và cung cấp một thông điệp rõ ràng và nhất quán

cho khán giả. Logo này đã được điều chỉnh cẩn thận cho phù hợp với ABC và mang tính đại diện mạnh mẽ cho công ty đến mức nó vẫn được sử dụng cho đến ngày nay.



Hình: Logo ABC qua các giai đoạn  
Nguồn: <https://1000logos.net/abc-logo/>

Mặc dù các logo của ông có thể được diễn giải là đơn giản, Paul Rand đã nhanh chóng chỉ ra trong cuốn Paul Rand - A designer's art rằng: Các ý tưởng không cần thiết phải là bí truyền, nguyên gốc hoặc thú vị. Nhân hiệu American Broadcasting Company (Công ty Truyền thanh Hoa Kỳ) của ông, được tạo tác vào năm 1962, đã cô đọng lý tưởng về chủ nghĩa tối giản đó trong khi chứng minh quan điểm của Paul Rand về một logo không thể tồn tại trừ khi nó được thiết kế với sự đơn giản và kiềm chế tối đa. Quan điểm đó được nhắc đến trong cuốn sách này: “Nhu cầu về tính đơn giản thể hiện trong hình ảnh mờ của nhân hiệu ABC. Hình ảnh có thể bị mất nét bao xa? Một nhân hiệu bị vô số lần sử dụng, lạm dụng, biến thể, nhằm mục đích cạnh tranh hoặc vì lý do thể hiện bản thân, sẽ không thể tồn tại trừ khi nó được thiết kế hết sức đơn giản và lưu ý rằng hiếm khi là nhân hiệu được ưa chuộng với nhiều hơn một cái nhìn. Sự đơn giản không chỉ bao hàm một lý tưởng thẩm mỹ mà còn là một ý tưởng có ý nghĩa, về nội dung của hình thức, có thể dễ dàng nhớ lại.” [3, tr.34]. Logo ABC chính là một ví dụ điển hình trong phong cách đơn giản hóa của Paul Rand được nhắc tới trong các cuốn sách của ông.

Paul Rand luôn luôn ký tên trong mỗi sản phẩm để tự quảng bá bản thân, dù mọi người đều biết đó là các sản phẩm của ông mà không cần chữ ký. Việc ký tên thời ấy phổ biến ở châu Âu, nhưng lại rất hiếm ở Mỹ, khi các nhà thiết kế đều phụ thuộc vào danh tính của công ty. Vào cuối những năm 1940, Paul Rand là một cái tên nổi tiếng đến mức yêu cầu Weintraub trả góp

## ARTS

đôi lương cho nửa thời gian làm việc bình thường. Ngoài tầm ảnh hưởng đến giới thiết kế thương mại, tầm nhìn trong thiết kế của ông là vượt ngoài thế giới quan của thời đại đó. Các logo của ông đến nay vẫn được sử dụng hoặc nếu như người ta có đổi mới nó thì cũng dựa trên thiết kế của ông (khi UPS tiến hành tạo một phiên bản cập nhật đã gây tranh cãi với thiết kế cổ điển của Paul Rand). Trong các cuốn sách của mình, các logo của Paul Rand chính là những ví dụ điển hình cho cách mà ông xử lý những yếu tố đồ họa: sọc của IBM, bố cục của Next, chữ trong logo ABC,... Chính sự cầu kỳ, phức tạp mà đơn giản trong tư duy thiết kế của ông đã khiến cho Steve Job phải nhận định ông là một nhà thiết kế vĩ đại nhất thế giới. Qua việc nghiên cứu và học tập những quy chuẩn thiết kế và giá trị nghệ thuật mà những tác phẩm thiết kế như Paul Rand, những nhà thiết kế trẻ ở Việt Nam có cơ hội tiếp cận với những tư duy nghệ thuật kinh điển của thế giới.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

### Tài liệu tiếng Anh

1. **Ann Rand, Paul Rand (2006)**, *Sparkle and Spin: A Book About Words*, **Chronicle Book**
2. **Paul Rand, Steven Heller (2016)**, *Paul Rand: A Designer's Art (Paul Rand: Nghệ thuật của một nhà thiết kế)*, **Princeton architectural Press New York**
3. **Paul Rand, Michael Bierut (2014)**, *Thoughts on Design*, **Chronicle Books**
4. **Paul Rand (2014)**, **TM: The Untold Stories Behind 29 Classic Logos**, **Laurence King Publishing.**
5. **Paul Rand (2017)**, *Design, Form, and Chaos*, **Yale University Press**

### \* Tài liệu Internet

6. <https://www.logodesignlove.com/all-about-paul-rand>
7. <https://tafenoort.files.wordpress.com/>
8. <https://www.logaster.com/>
9. <https://www.ibm.com/design/>
10. <https://1000logos.net/>