

NÂNG TẦM BIỂU TƯỢNG: GIẢI PHÁP ĐỘT PHÁ CHO THIẾT KẾ LOGO THƯƠNG HIỆU CỦA SINH VIÊN NGÀNH THIẾT KẾ ĐỒ HỌA

Nguyễn Thanh Huyền
Giảng viên TKĐH, Cao đẳng FPT Polytechnic

Tóm tắt: Bài viết này tập trung vào việc phân tích thực trạng thiết kế logo của sinh viên ngành thiết kế đồ họa chỉ ra những thách thức và khó khăn mà sinh viên gặp phải trong việc áp dụng tính biểu tượng hóa. Từ đó, bài viết đề xuất các giải pháp cụ thể, thiết thực nhằm nâng cao năng lực thiết kế logo của sinh viên, bao gồm các giải pháp về đào tạo, phương pháp giảng dạy, công cụ hỗ trợ và môi trường sáng tạo. Mục tiêu của bài viết là cung cấp một cái nhìn toàn diện về vấn đề này, đồng thời đưa ra những khuyến nghị hữu ích cho sinh viên, giảng viên và bộ môn, góp phần nâng cao chất lượng đào tạo ngành thiết kế đồ họa.

Từ khóa: biểu tượng, sinh viên, ngành thiết kế đồ họa

ELEVATING SYMBOLS: A BREAKTHROUGH SOLUTION FOR BRAND LOGO DESIGN BY GRAPHIC DESIGN STUDENTS

Nguyễn Thanh Huyền
Lecturer in Graphic Design, FPT Polytechnic College

Abstract: This paper analyzes the current state of logo design among graphic design students, highlighting the challenges and difficulties they face in applying symbolism effectively. Based on these findings, the study proposes specific and practical solutions to enhance students' logo design capabilities. These solutions include improvements in training, teaching methodologies, supportive tools, and creative environments. The objective of this paper is to provide a comprehensive perspective on this issue while offering valuable recommendations for students, lecturers, and academic departments, ultimately contributing to the improvement of graphic design education quality.

Keywords: Symbolism, students, graphic design.

Nhận bài: 19/01/2025

Phản biện: 26/02/2025

Duyệt đăng: 28/2/2025

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Hiện nay, sinh viên ngành thiết kế đồ họa được đào tạo bài bản về các nguyên lý thiết kế, kỹ năng sử dụng phần mềm và tư duy sáng tạo. Tuy nhiên, thực tế cho thấy, việc áp dụng tính biểu tượng hóa vào thiết kế logo của sinh viên vẫn còn nhiều hạn chế. Nhiều logo do sinh viên thiết kế chưa thực sự truyền tải được thông điệp của thương hiệu, thiếu tính độc đáo và chưa tạo được ấn tượng mạnh mẽ với người xem. Điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết về việc nâng cao tính biểu tượng hóa trong thiết kế logo của sinh viên ngành Thiết kế Đồ họa, nhằm giúp các em tạo ra những sản phẩm chất lượng, đáp ứng được yêu cầu của thị trường lao động.

Bài viết này tập trung vào việc phân tích thực trạng thiết kế logo của sinh viên ngành thiết kế đồ họa chỉ ra những thách thức và khó khăn mà sinh viên gặp phải trong việc áp dụng tính biểu tượng hóa. Từ đó, bài viết đề xuất các giải pháp cụ thể, thiết thực nhằm nâng cao năng lực thiết kế logo của sinh viên, bao gồm các giải pháp về đào tạo, phương pháp giảng dạy, công cụ hỗ trợ và môi trường sáng tạo. Mục tiêu của bài viết là cung cấp một cái nhìn toàn diện về vấn đề này, đồng thời đưa ra những khuyến nghị hữu ích cho sinh viên, giảng viên và bộ môn, góp phần nâng cao chất

lượng đào tạo ngành thiết kế đồ họa.

II. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết về tính biểu tượng hóa trong thiết kế logo

2.1.1. Khái niệm và vai trò của tính biểu tượng hóa trong thiết kế logo.

Tính biểu tượng hóa trong thiết kế logo là quá trình sử dụng các biểu tượng, liên tưởng và ẩn dụ để truyền tải thông điệp của thương hiệu một cách ngắn gọn, súc tích và đầy ý nghĩa. Biểu tượng là một hình ảnh, dấu hiệu hoặc ký hiệu đại diện cho một ý tưởng, khái niệm hoặc giá trị nào đó. Liên tưởng là khả năng gợi nhớ, liên hệ giữa các hình ảnh, ý tưởng hoặc trải nghiệm. Ẩn dụ là cách thức sử dụng một hình ảnh hoặc khái niệm để đại diện cho một hình ảnh hoặc khái niệm khác có mối quan hệ tương đồng.

Trong thiết kế logo, tính biểu tượng hóa đóng vai trò vô cùng quan trọng. Một logo có tính biểu tượng hóa cao sẽ giúp thương hiệu nổi bật, dễ nhận diện và ghi dấu trong tâm trí khách hàng. Biểu tượng giúp truyền tải thông điệp của thương hiệu một cách trực quan, sinh động và dễ hiểu. Thay vì sử dụng hình ảnh cụ thể chi tiết, biểu tượng có thể truyền tải thông điệp chỉ trong một hình ảnh duy

nhất và đơn giản.

2.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến tính biểu tượng hóa.

Tính biểu tượng hóa trong thiết kế logo chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố khác nhau, bao gồm văn hóa, lịch sử, xã hội, ngôn ngữ hình ảnh, màu sắc, hình khối, đối tượng mục tiêu và thông điệp thương hiệu. Văn hóa, lịch sử và xã hội là những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến cách chúng ta hiểu và giải thích các biểu tượng. Mỗi nền văn hóa, lịch sử và xã hội có những biểu tượng và ý nghĩa riêng. Ví dụ, màu đỏ trong văn hóa phương Tây thường tượng trưng cho sự may mắn, thịnh vượng, trong khi ở một số nền văn hóa phương Đông, nó có thể tượng trưng cho sự nguy hiểm, cảnh báo. Do đó, khi thiết kế logo, cần chú ý đến yếu tố văn hóa, lịch sử và xã hội để đảm bảo biểu tượng được hiểu đúng và phù hợp với đối tượng mục tiêu.

Ngôn ngữ hình ảnh, màu sắc và hình khối là những yếu tố cơ bản trong thiết kế logo. Mỗi yếu tố này đều có khả năng truyền tải thông điệp và tạo ra cảm xúc riêng. Ví dụ, màu xanh dương thường tượng trưng cho sự tin cậy, chuyên nghiệp và bình yên, trong khi màu vàng thường tượng trưng cho sự vui tươi, năng động và sáng tạo. Hình khối tròn thường tượng trưng cho sự hoàn thiện, thống nhất và thân thiện, trong khi hình khối vuông thường tượng trưng cho sự mạnh mẽ, ổn định và tin cậy. Đối tượng mục tiêu và thông điệp thương hiệu là những yếu tố quan trọng quyết định đến việc lựa chọn biểu tượng. Logo cần phù hợp với đối tượng mục tiêu và truyền tải được thông điệp của thương hiệu. Ví dụ, logo của một thương hiệu dành cho trẻ em sẽ sử dụng những biểu tượng vui tươi, ngộ nghĩnh và màu sắc tươi sáng, trong khi logo của một thương hiệu dành cho doanh nhân sẽ sử dụng những biểu tượng đơn giản, chuyên nghiệp và màu sắc trung tính.

2.3. Phân tích các ví dụ về logo có tính biểu tượng hóa cao.

Có rất nhiều logo nổi tiếng trên thế giới và Việt Nam có tính biểu tượng hóa cao. Ví dụ, Logo của McDonald's với hai vòm vàng (Golden Arches) tạo thành chữ "M" đơn giản nhưng vô cùng hiệu quả, ngay lập tức gợi nhớ đến tên thương hiệu. Màu vàng tươi sáng được lựa chọn khéo léo, không chỉ mang đến cảm giác lạc quan, vui vẻ và năng lượng mà còn kích thích vị giác, tạo sự thèm ăn. Bài học rút ra từ logo này là sự tối giản trong thiết kế, hình ảnh dễ hiểu, dễ nhớ và tính

ứng dụng cao trên nhiều nền tảng.

Trái ngược với sự đơn giản của McDonald's, logo của Mercedes-Benz lại thể hiện sự sang trọng và đẳng cấp. Ngôi sao ba cánh tượng trưng cho sự thống trị trên đất liền, trên biển và trên không, thể hiện tham vọng và vị thế của thương hiệu. Màu bạc sang trọng cùng hình ảnh mạnh mẽ tạo nên một biểu tượng quyền lực và uy tín. Logo này cho thấy tầm quan trọng của việc sử dụng biểu tượng có ý nghĩa sâu sắc, thể hiện giá trị cốt lõi của thương hiệu và lựa chọn màu sắc phù hợp với phân khúc khách hàng mục tiêu.

Logo của Vietnam Airlines là một ví dụ điển hình về việc sử dụng biểu tượng hiệu quả để truyền tải thông điệp của thương hiệu. Logo tập trung vào tính biểu tượng sâu sắc, lấy hình ảnh bông sen vàng cách điệu làm trung tâm. Bông sen, tượng trưng cho sự thanh cao, thuần khiết và vẻ đẹp tinh tế, đồng thời thể hiện bản sắc văn hóa đặc trưng của dân tộc. Màu vàng của bông sen tượng trưng cho sự thịnh vượng, thành công và chất lượng dịch vụ cao cấp của hãng hàng không quốc gia. Sự kết hợp giữa màu vàng và xanh dương trong logo mang đến cảm giác về sự thịnh vượng, an toàn và tin cậy, những giá trị cốt lõi mà Vietnam Airlines muốn gửi gắm đến khách hàng.

Từ những ví dụ trên, chúng ta có thể rút ra những bài học sau về cách sử dụng biểu tượng hiệu quả: Lựa chọn biểu tượng đơn giản, dễ hiểu và dễ nhớ; Biểu tượng cần phù hợp với đối tượng mục tiêu và truyền tải được thông điệp của thương hiệu; Sử dụng màu sắc, hình khối và ngôn ngữ hình ảnh một cách hài hòa và hiệu quả; Tạo ra sự liên tưởng, ẩn dụ để tăng tính biểu tượng hóa cho logo; Kiểm tra và đánh giá hiệu quả của logo trên nhiều phương diện khác nhau.

2.4. Thực trạng và thách thức trong thiết kế logo của sinh viên

2.4.1. Phân tích các logo do sinh viên ngành thiết kế đồ họa.

Qua quá trình quan sát và đánh giá, có thể nhận thấy rằng mức độ biểu tượng hóa trong các logo chưa tối ưu về mặt biểu tượng. Một số logo chỉ đơn thuần sử dụng các hình ảnh minh họa hoặc kiểu chữ đơn điệu, thiếu sự sáng tạo và tính độc đáo. Khả năng truyền tải thông điệp của thương hiệu qua các biểu tượng cũng chưa thực sự hiệu quả. Nhiều logo chưa thể hiện được giá trị cốt lõi, tầm nhìn và sứ mệnh của thương hiệu, dẫn đến việc khó tạo được ấn tượng mạnh mẽ với người xem. Tuy nhiên, cũng có những logo thể hiện

được sự sáng tạo và nỗ lực của sinh viên. Một số logo sử dụng các biểu tượng độc đáo, mang tính ẩn dụ cao, thể hiện được sự am hiểu về nguyên lý thiết kế và khả năng tư duy sáng tạo. Những logo này có khả năng truyền tải thông điệp một cách hiệu quả, tạo được sự liên tưởng và gợi cảm xúc cho người xem.

Điểm mạnh trong thiết kế logo của sinh viên là sự nhiệt huyết, tinh thần học hỏi và khả năng sử dụng các phần mềm thiết kế chuyên nghiệp. Sinh viên thường cập nhật những xu hướng thiết kế mới, thử nghiệm nhiều phong cách khác nhau và không ngại thử sức với những ý tưởng táo bạo. Tuy nhiên, điểm hạn chế là sự thiếu hụt kiến thức và kỹ năng về biểu tượng hóa, khả năng tư duy liên tưởng và kinh nghiệm thực tế trong việc thiết kế logo cho các dự án thực tế.

2.4.2. Một số thách thức và khó khăn mà sinh viên gặp phải.

Một trong những thách thức lớn nhất mà sinh viên gặp phải là sự thiếu hụt kiến thức và kỹ năng về biểu tượng hóa. Nhiều sinh viên chưa hiểu rõ về khái niệm biểu tượng, liên tưởng và ẩn dụ trong thiết kế logo. Họ chưa biết cách lựa chọn và sử dụng các biểu tượng một cách hiệu quả để truyền tải thông điệp của thương hiệu. Điều này dẫn đến việc các logo do sinh viên thiết kế thường thiếu tính biểu tượng hóa, không tạo được ấn tượng mạnh mẽ và khó ghi nhớ.

Khả năng tư duy sáng tạo và liên tưởng của sinh viên cũng còn nhiều hạn chế. Nhiều sinh viên gặp khó khăn trong việc tìm kiếm ý tưởng độc đáo, tạo ra những biểu tượng mới lạ và khác biệt. Họ thường bị ảnh hưởng bởi các mẫu logo có sẵn trên internet, dẫn đến việc sao chép hoặc bắt chước ý tưởng của người khác. Điều này làm giảm tính sáng tạo và độc đáo của logo.

Áp lực về thời gian và yêu cầu đề tài cũng là một thách thức lớn đối với sinh viên. Trong quá trình học tập, sinh viên thường phải hoàn thành nhiều dự án trong thời gian ngắn. Bên cạnh đó, việc nghiên cứu và phân tích đề tài cần nhiều thời gian và trải nghiệm. Điều này không phải là điều dễ dàng đối với sinh viên, đặc biệt là những người chưa có nhiều kinh nghiệm thực tế. Ngoài ra, sinh viên cũng gặp khó khăn trong việc đánh giá và lựa chọn các biểu tượng phù hợp với thương hiệu. Các em chưa biết cách phân tích đối tượng mục tiêu, nghiên cứu thị trường và đánh giá hiệu quả của logo trên nhiều phương diện khác nhau. Điều này dẫn đến việc các logo

do sinh viên thiết kế thường không phù hợp với đối tượng mục tiêu và không đạt được hiệu quả truyền thông mong muốn.

2.5. Giải pháp nâng cao tính biểu tượng hóa trong thiết kế logo

2.5.1. Giải pháp về đào tạo và phương pháp giảng dạy.

Tăng cường các bài tập thực hành về biểu tượng hóa. Sinh viên cần được thực hành thiết kế logo với các chủ đề và yêu cầu khác nhau. Các bài tập này cần chú trọng đến việc tìm kiếm và sử dụng các biểu tượng, liên tưởng và ẩn dụ để truyền tải thông điệp của thương hiệu.

Bên cạnh đó, cần tổ chức các buổi workshop, seminar về thiết kế logo cũng rất quan trọng. Thông qua đó giúp sinh viên cập nhật kiến thức mới nhất về thiết kế logo, học hỏi kinh nghiệm từ các chuyên gia và trao đổi ý tưởng với nhau. Nội dung của các buổi workshop, seminar cần tập trung vào các chủ đề như: nguyên lý thiết kế logo, quy trình sáng tạo logo, cách sử dụng biểu tượng hiệu quả, cách phân tích đối tượng mục tiêu và thị trường, v.v.

Mời các chuyên gia thiết kế logo đến chia sẻ kinh nghiệm cũng là một giải pháp hiệu quả. Các chuyên gia sẽ chia sẻ những kiến thức, kỹ năng và kinh nghiệm thực tế của họ, giúp sinh viên có cái nhìn sâu sắc hơn về ngành nghề và học hỏi được những bài học quý giá. Các buổi chia sẻ này có thể được tổ chức dưới dạng các buổi nói chuyện, buổi hướng dẫn thực hành hoặc buổi đánh giá đồ án.

2.5.2. Giải pháp về công cụ và tài liệu hỗ trợ.

Để hỗ trợ sinh viên trong quá trình thiết kế logo, việc xây dựng thư viện hình ảnh và biểu tượng tham khảo cũng rất quan trọng. Thư viện này sẽ cung cấp cho sinh viên một nguồn tài liệu phong phú để tham khảo và tìm kiếm ý tưởng. Các hình ảnh và biểu tượng trong thư viện cần được phân loại theo chủ đề, phong cách và ý nghĩa, giúp sinh viên dễ dàng tìm kiếm và sử dụng.

Giới thiệu các tài liệu, sách báo về thiết kế logo cũng là một giải pháp hữu ích. Các tài liệu này sẽ giúp sinh viên nâng cao kiến thức về lý thuyết thiết kế logo, quy trình sáng tạo logo, cách sử dụng biểu tượng hiệu quả, v.v. Sinh viên cũng cần được khuyến khích đọc các tạp chí chuyên ngành về thiết kế để cập nhật những xu hướng mới nhất.

2.5.3. Giải pháp về môi trường sáng tạo.

Môi trường sáng tạo có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy tư duy sáng tạo của sinh viên. Cần

tạo ra một không gian làm việc mở, khuyến khích sự trao đổi và hợp tác giữa sinh viên. Không gian này cần được trang bị đầy đủ các thiết bị và tài liệu cần thiết, tạo điều kiện cho sinh viên làm việc nhóm, trao đổi ý tưởng và phản biện lẫn nhau.

Tổ chức các cuộc thi thiết kế logo cũng là một giải pháp hiệu quả. Các cuộc thi này sẽ tạo ra một sân chơi bổ ích cho sinh viên thể hiện tài năng, thử sức với những ý tưởng mới và học hỏi kinh nghiệm từ nhau. Các cuộc thi cần được tổ chức thường xuyên, với các chủ đề và yêu cầu khác nhau, để sinh viên có cơ hội rèn luyện và phát triển kỹ năng.

Xây dựng cộng đồng thiết kế logo cũng rất quan trọng. Cộng đồng này sẽ tạo ra một môi trường giao lưu và học hỏi cho sinh viên, giảng viên và các chuyên gia trong ngành. Sinh viên có thể chia sẻ kinh nghiệm, kiến thức và ý tưởng với nhau, nhận được sự góp ý và đánh giá từ những người có kinh nghiệm, và tìm kiếm cơ hội hợp tác trong các dự án. Cộng đồng có thể được xây dựng dưới dạng các nhóm trực tuyến, diễn đàn, câu lạc bộ, v.v.

III. KẾT LUẬN

Bài viết đã phân tích thực trạng thiết kế logo của sinh viên ngành TKĐH, chỉ ra những thách thức và khó khăn mà sinh viên gặp phải trong việc áp dụng tính biểu tượng hóa. Đồng thời, tác giả cũng đề xuất các giải pháp đồng bộ và hiệu quả để nâng cao năng lực thiết kế logo của sinh viên, bao gồm các giải pháp về đào tạo và phương pháp giảng dạy, công cụ và tài liệu hỗ trợ, môi trường sáng tạo.

Để đạt được mục tiêu này, cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa sinh viên, giảng viên và nhà trường. Đối với sinh viên, cần không ngừng học hỏi, rèn luyện kỹ năng và tư duy sáng tạo, tích cực tham gia các hoạt động thực hành và các cuộc thi thiết kế. Đối với giảng viên, cần đổi mới phương pháp giảng dạy, tăng cường các bài tập thực hành về biểu tượng hóa, tổ chức các buổi workshop, seminar và mời các chuyên gia đến chia sẻ kinh nghiệm. Đối với nhà trường, cần đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị, xây dựng thư viện hình ảnh và biểu tượng tham khảo, tạo ra một môi trường sáng tạo và khuyến khích sự trao đổi, hợp tác giữa sinh viên.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Sách: How to design a logo SendPoints SP (Author), Tharpa Publications.
RIO BOOK NO.2 Nhận diện thương hiệu - Những điểm chạm thị giác - NXB Lao động
Nhập môn tư duy thiết kế - Lisa Graham -NXB Đại học Bách Khoa