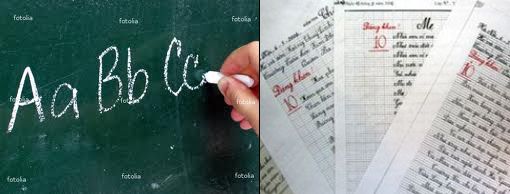
Vai trò của Typography trong thiết kế quảng cáo.



**“Typography là loại hình nghệ thuật ứng dụng luôn đi kèm với thông tin tồn tại hiện diện xung quanh nơi chúng ta sống, làm việc, vui chơi giải trí… được bắt đầu tại ngôi trường đầu tiên của mỗi người và tiếp tục hiện hữu ở bất cứ đâu trên trái đất này có sự hiện diện của chữ viết”.**

Loại hình *Typography* rất quen thuộc vì nó là kỷ niệm của những ai cắp sách đến trường với sự nắn nót tập viết những chữ cái đầu tiên A, B, C và tập diễn tả những cảm xúc yêu thương đầu đời với các từ như: ÔNG BÀ, BA MẸ, CÔ GIÁO, QUÊ HƯƠNG, ĐẤT NƯỚC… *Typography* luôn hiện diện trong hầu hết thông tin mà chúng ta tiếp nhận hàng ngày, tuy nhiên, có thể nói chúng ta hiểu rất mơ hồ hay hầu như không biết gì về những góc độ ứng dụng thật sự hữu ích của loại hình nghệ thuật này; ngoài hiểu biết rõ ràng nhất và cũng là xưa cũ nhất là cách viết chữ trên trang giấy trắng với bút mực hay hiện đại hơn là viết chữ thông qua các thiết bị máy móc trợ giúp, mà phổ biến nhất là qua máy vi tính.

|  |
| --- |
| http://www.polygon.vn/VN/Admin/Media/Picture/Article/ThuVien/NghienCuu/Vaitrocuatyporaphy/typo4.jpg |

Bài viết này sẽ đi khái quát riêng vào thế giới *typography* và ứng dụng của nó trong lĩnh vực thiết kế đồ họa. Trước tiên bạn hãy dừng lại vài giây để quan sát và suy nghĩ về những gì bạn đã nhìn thấy, tiếp cận, sử dụng hay những thông tin được tiếp nhận trong một ngày bình thường cho nhu cầu cuộc sống như: ăn uống, trang phục, mỹ phẩm, các sản phẩm điện tử, phương tiện di chuyển và các thông tin cộng đồng về văn hóa, giáo dục, giải trí vui chơi; các lĩnh vực về kinh doanh, thương mại, việc làm… Chúng ta luôn tiếp cận những nhu cầu này trước tiên là qua mắt nhìn và lựa chọn chúng qua thông tin mà mắt nhận được trên các phương tiện truyền đạt thông tin của xã hội; qua đó chúng ta biết được các thông tin cần thiết như: nơi chốn, vùng, miền, đất nước, con người, sản phẩm, dịch vụ… mà chúng ta có nhu cầu về thông tin hay cung ứng… Đến đây tự mỗi người đã có thể hiểu rõ ràng hơn *typography* là thế nào? Có thể nói *typography* là một cách thức chúng ta tiếp cận thu thập thông tin cộng đồng cần thiết, qua đó có các mối quan hệ giao tế cộng đồng (như các thông tin về giáo dục, y tế sức khỏe, công việc, nhà ở, an ninh, môi trường…), hay các sản phẩm dịch vụ đã gián tiếp thông qua *typography* để tiếp cận chúng ta (báo chí, thương mại, tiếp thị, sản phẩm, dịch vụ…)   
  
Ngày nay *Typography* đã gần như đi sâu vào mọi góc độ của xã hội và song hành vào cuộc sống của mỗi cá nhân (tên các sản phẩm vật dụng mà chúng ta biết đến hay đã có sử dụng), đi vào tất cả các lĩnh vực, các loại hình thông tin như: thông tin đại chúng, pháp lý, website,… Đặc biệt, *typography* có vị trí, vai trò rất quan trọng trong lĩnh vực thiết kế ứng dụng: báo, tạp chí, thiết kế quảng cáo, giao tế cộng đồng…   
Về cơ bản *Typography* là loại hình thiết kế lấy các chữ cái làm đối tượng khai thác, chữ không đơn thuần là công cụ truyền đạt thông tin mà còn mang tính tư duy biểu cảm qua ngôn từ, bài viết theo chủ đích của tác giả. Khi chúng ta bắt đầu học viết chữ trên tập vở, đó là cách trình bày chữ trên dòng kẻ và lề được qui ước trước của trang giấy, đó chính là nền tảng đầu tiên mà chúng ta có được về *Typography*, nhưng với cách thức trình bày như này chỉ đơn thuần là sự rập khuôn cho tất cả mọi người khi viết chữ.   
  
Nghệ thuật *Typography* có những qui luật riêng và sự biến tấu mà khi nắm bắt và vận dụng được nó chúng ta sẽ tạo ra những tác phẩm không chỉ là thông tin mà còn biểu cảm dẫn dắt người xem vào thế giới khác của sự cảm nhận tinh tế, vì bản thân *typogaphy* là sự hàm chứa hình tượng mà nó đại diện qua ký hiệu chữ viết, ví dụ từ trái cam, con bướm, dòng sông, mặt trăng… làm chúng ta liên tưởng đến hình ảnh sự vật được nói đến nhiều hơn hình dáng ký tự mà ta đang thấy trước mắt và ở các từ ngữ phức tạp đôi khi tạo nên sự thú vị, đa dạng về hình tượng tùy theo cảm nhận, trình độ của người đọc. Ví dụ, từ “Tình yêu” có người nghĩ đến màu hồng, hình trái tim, hoa hồng, có người nghĩ đến đôi chim hay căn nhà ấm áp, hạnh phúc; hay từ “Mùa xuân”, từ “Phong cách”… cũng cho nhiều cảm nhận khác nhau… Chính sự truyền tải hình tượng này đã đưa *typography* đến góc độ mạnh nhất trong nhận thức của người đọc tạo nên tính ứng dụng hợp lý và hiệu quả trong truyền tải thông tin. Đó là lý do tại sao chúng ta thích thú hay đam mê khi đọc một quyển truyện, một tạp chí nào đó và hứng khởi khi ngân nga hát theo một ca từ của bài hát đang phát trên tivi,  hay cách chúng ta trầm trồ cảm nhận nét đẹp logo, nhãn hàng của một thương hiệu nổi tiềng nào đó và đó cũng chính là cách các thương hiệu đi vào chúng ta qua *typography*.   
  
Cách thức thể hiện một tác phẩm *typography* vô cùng phong phú, đa dạng bao gồm việc sử dụng các kiểu chữ khác nhau, các cỡ chữ to nhỏ kết hợp, sự sắp xếp vị trí, màu sắc, độ tương phản của các chữ cái cùng sự kết hợp những mảng hình ảnh… *Typography* không còn là phương thức truyền tải thông tin cơ bản nữa mà mang một hình thức biểu hiện mới, là sự sáng tạo cái đẹp bằng các con chữ. Bạn hãy quan sát *typography* trong các thương hiệu, sản phẩm quanh ta như Cocacola, Pepsi, Lavie, IBM, Sony, Debon, Vinamilk, Trung nguyên…Và mỗi người sẽ có thêm một trải nghiệm mới, khác lạ trong nhận thức về tầm quan trọng, tính ứng dụng hoàn hảo của *typography* trong lĩnh vực thiết kế quảng cáo như một vòng tròn nhỏ không thể méo mó hay đứt đoạn được mà bắt buộc phải liên tục và hoàn hảo.

Trần Thanh Hùng