

**TRUNG TÂM THÔNG TIN TRIỂN LÃM TP.HỒ CHÍ MINH
LỚP TẬP HUẤN CÔNG TÁC TUYÊN TRUYỀN CỔ ĐỘNG**

ĐỀ CƯƠNG TẬP HUẤN

**Nâng cao chất lượng công tác tuyên truyền cổ động
trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh năm 2016**

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 15 tháng 09 năm 2016

Mục lục

	trang
1. Banner (Băng rôn, Bảng tin, Bảng chữ)	2
1.1. Nguyên lý cơ bản trình bày chữ	3
1.2. Quy tắc thiết kế chữ	7
1.3. Nghệ thuật sắp chữ	15
2. Poster (Affiche, Panel, Billboard)	23
2.1. Thành phần tạo nên poster	23
2.2. Thiết kế chữ trên nền hình ảnh	28
2.3. Phương pháp sáng tác poster	38
3. Trang trí Hội trường, phòng triển lãm	39
3.1. Backdrop hội nghị	39
3.2. Backdrop sự kiện	39
3.3. Không gian trưng bày triển lãm	44
Thảo luận:	45
- Hiệu quả tuyên truyền cổ động nơi công cộng và kiến nghị giải pháp.	
- Thực trạng mỹ quan quảng cáo tại thành phố Hồ Chí Minh hiện nay.	

BCV: Họa sĩ. Siu Quý (Nguyễn Văn Quý)
ĐT: 0908.118099 , email: siuquy@gmail.com
CQ: Hội Mỹ thuật thành phố Hồ Chí Minh

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 15 tháng 09 năm 2016

ĐỀ CƯƠNG TẬP HUẤN

**Nâng cao chất lượng công tác tuyên truyền cổ động
trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh - năm 2016**

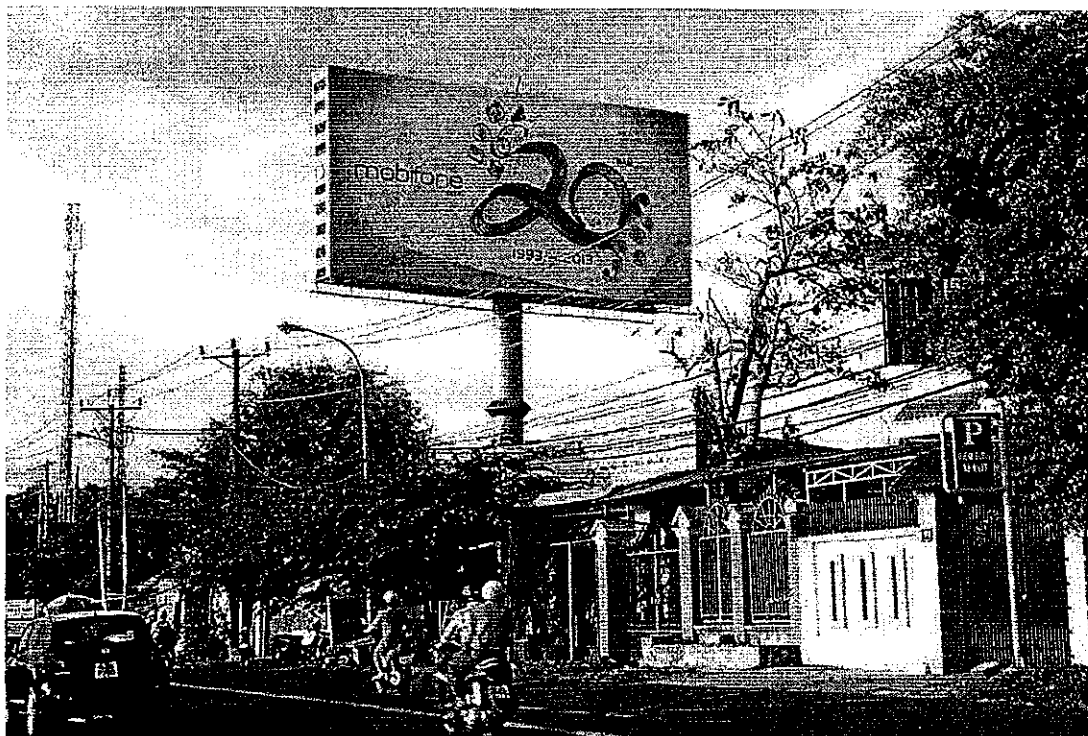
1. Banner (Bảng rôn, Bảng tin, Bảng chữ)

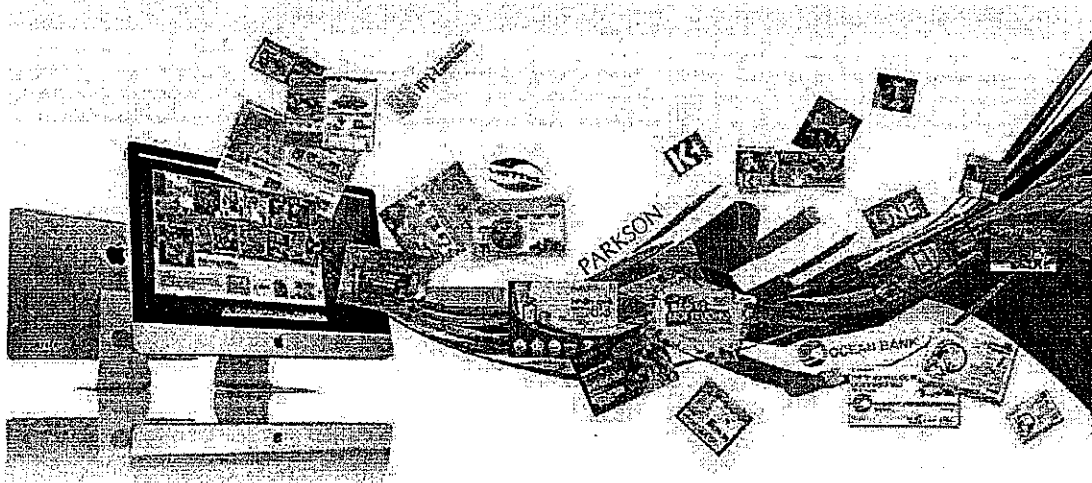
Banner là gì ? Theo từ điển Anh-Việt, Banner có nghĩa là: biểu ngữ, ngọn cờ, khẩu hiệu chính trị.

Tuy nhiên, trong lĩnh vực truyền thông: banner có nghĩa là tấm bảng quảng cáo thương hiệu, sản phẩm, dịch vụ nào đó nhằm thu hút sự chú ý của mọi người.

Có hai dạng banner: banner đường phố và banner online

+ **Banner đường phố:** Là những khung hình có kích thước to, màu sắc hình ảnh bắt mắt thu hút, được làm nhằm truyền tải một thông điệp, ý nghĩa nào đó. Banner đường phố thường được đặt ở những cung đường rộng lớn (có khoảng nhìn) thu hút sự chú ý của người đi đường (các giao lộ, trục đường cao tốc,...)





+ **Banner online:** Cũng được xem những tấm biển quảng cáo, nhưng thay vì đặt trên đường, nó được đặt trên những website có lượt truy cập lớn như: dantri.com.vn; vnexpress.net; 24h;... Những khung hình này có kích thước tùy theo giao diện, có thể là hình ảnh, chữ, biểu trưng, video hay hình động, mục đích cũng là truyền tải một thông điệp, ý nghĩa, sản phẩm của doanh nghiệp tới mọi người, hình thức này được áp dụng rộng rãi và đem lại hiệu quả cao.

Theo thống kê của trang báo 24h, cứ mỗi một giờ trang chủ trang này nhận được 100.000 lượt người vào xem trang, vậy chỉ cần trong 20 người có một người nhìn thấy quảng cáo của bạn (con số này phụ thuộc vào chất lượng, độ hấp dẫn, thu hút của banner của bạn) thì sau 1h bạn sẽ nhận được 5.000 lượt xem cho tấm banner.

1.1. Nguyên lý cơ bản trình bày chữ

1.1.1. Một số kiểu chữ chính:

+ Kiểu chữ cổ đại

Loại chữ này có các nét đều nhau. (Kiểu chữ Baton)

A B H O X

+ Kiểu chữ Ai - cập

Chữ có nét thanh, nét đậm nhưng giữa các nét thanh và nét đậm không có sự khác biệt lớn. Chữ có chân vuông.

B C D G H

+ Kiểu chữ La - mã

Chữ có nét thanh, nét đậm nhưng nét thanh rất mảnh, chữ có chân.
(Kiểu chữ Roman)

TẬP HUẤN

+ Kiểu chữ châu Âu

Chữ có nét đều, mảnh, thanh

ITALIA

+ Kiểu chữ I-ta-lic

Danh từ này chỉ chung cho tất cả các kiểu chữ viết nghiêng

ITALIC

Các kiểu chữ đó được coi là kiểu chữ gốc, các kiểu chữ sáng tác ra đều dựa trên các kiểu chữ gốc này. Chúng ta tập trung vào hai kiểu chữ: Cổ đại (Baton) và La Mã (Roman). Trên cơ sở nắm vững hai kiểu chữ này có thể vận dụng để phát triển các kiểu chữ khác.

**ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ**

Mẫu chữ gốc - Kiểu chữ La-mã (Roman)

**ABCDEFGHI
JKLMNOPQR
STUVWXY**

Mẫu chữ gốc - kiểu chữ Cổ đại (Baton)

1.2. Bảng rôn, Bảng tin, Bảng chữ

Bảng rôn, Bảng tin, Bảng chữ là một dạng của baner chủ yếu dùng chữ làm đối tượng chính. Ở một số loại hình trang trí như trình bày ấn phẩm văn hoá (báo chí, bìa sách...) trình bày ấn phẩm quảng cáo thương mại (các nhãn hàng hoá) phục vụ thông tin tuyên truyền (biểu ngữ, khẩu hiệu, tranh cổ động, pa-nô, áp-phích...) thì chữ được xem như một yếu tố trang trí chính không thể thiếu được.

Trong cơ quan, trường học, dùng chữ để trình bày văn bản, sách vở, sổ lưu niệm, trình bày các biểu bảng, khẩu hiệu... dùng chữ để trang trí văn phòng, lớp học, phòng truyền thống. Khi trình bày chữ, có thể sử dụng tất cả các kiểu chữ, kể cả các kiểu chữ gốc và kiểu chữ sáng tác, nhằm tạo nên một không gian thị giác sống động, hấp dẫn, hợp lý.

Trình bày một dòng chữ, mảng chữ, trang sách, khẩu hiệu, bảng nội quy, là cả một nghệ thuật: nghệ thuật truyền thông trong lãnh vực văn hóa đọc.

Xét về góc độ hiệu quả truyền thông và thẩm mỹ thị giác, trong lãnh vực thiết kế đồ họa hai chiều, hay còn gọi là thiết kế trên mặt phẳng (Two Dimensional Design) thì việc sắp xếp, bố trí, lắp ghép, trình bày làm đẹp cho bản thân một con chữ, một từ ngữ, một câu, một dòng, một mảng chữ một cách có hệ thống, thông thoáng, dễ đọc.

Trong một mảng chữ có khi có hai, ba đoạn hoặc nhiều hơn. Nội dung chia thành các cụm chữ, có chấm phẩy, ngắt câu, xuống dòng theo sự

chủ định, hợp với ngữ nghĩa. Giữa mỗi đoạn cũng có khoảng cách tạo thành cụm chữ có ý nghĩa rõ ràng và liên kết ngữ nghĩa với nhau.

Các yêu cầu cơ bản khi trình bày một mảng chữ:

Như đã nói ở trên, trình bày một dòng chữ chỉ cần xem xét, sử lý các yếu tố trên cùng một dòng chữ, có không gian của một dòng. Trình bày mảng chữ thì phải đặt các yêu cầu cần thiết như sau:

- Chọn kiểu chữ có phong cách, cấu trúc hợp với nội dung, tinh thần của mảng chữ.

Lưu ý: Không được dùng quá nhiều kiểu chữ cho một mảng chữ. Không được dùng nhiều màu cho một mảng chữ.

- Thiết kế nền thật đơn giản theo quan điểm: nền không được lấn át phần chữ được trình bày ở trên (họa tiết, màu sắc của nền phản tôn mảng chữ).

- Xác định tổng diện tích nền, tổng diện tích của mảng chữ tương quan tỷ lệ diện tích nền cho cân đối (không lỏng lẻo, không chật chội).

- Bố cục mảng chữ theo hệ thống dàn trang nào: áp trái (Left), áp phải (Right), hoặc bố trí mảng theo dạng đăng đối có trục (Center).

- Tạo sự thông thoáng giữa mỗi dòng và mỗi cụm chữ.

- Ngắt dòng, ngắt cụm, mảng chữ hợp với tinh thần và ngữ nghĩa.

Ví dụ:

**KHÔNG CÓ GÌ
QUÝ HƠN ĐỘC LẬP TỰ DO**

Không nên

**KHÔNG CÓ GÌ QUÝ
HƠN ĐỘC LẬP TỰ DO**

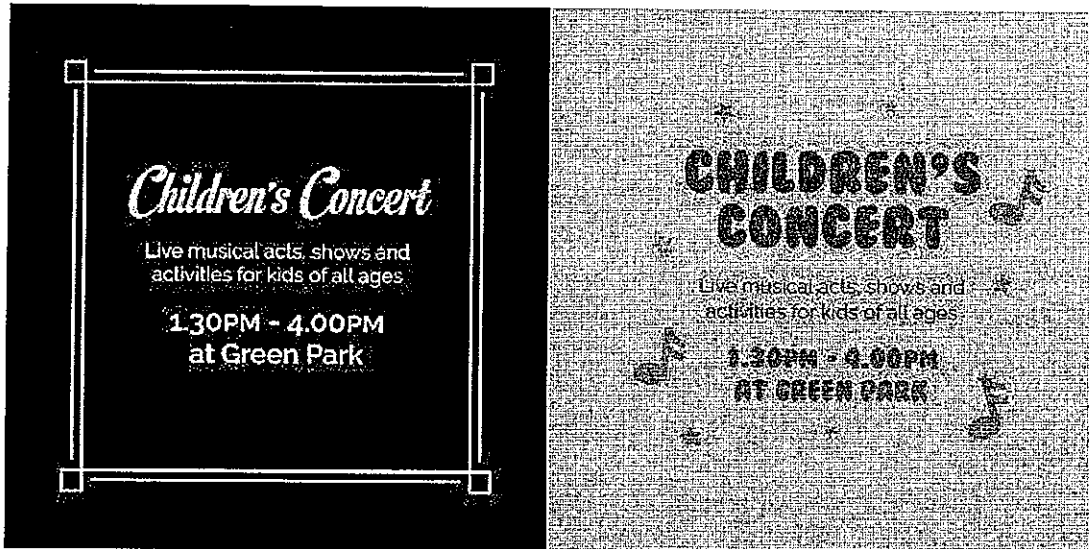
Nên

**KHÔNG CÓ GÌ QUÝ HƠN
ĐỘC LẬP TỰ DO**

KHÔNG CÓ GÌ QUÝ HƠN ĐỘC LẬP TỰ DO

1.2. Quy tắc thiết kế chữ

1.2.1. Thiết kế phải phù hợp với đối tượng hướng đến



“Chúng ta đang thiết kế dành cho ai?” Hãy soạn một bản yêu cầu tóm tắt những thứ cần làm, chủ đề, nội dung muốn thể hiện.

Với ví dụ ở trên, cùng một nội dung, nếu nhìn lướt qua, bạn có thể dễ dàng thấy thiết kế bên trái nhìn chuyên nghiệp hơn, sang trọng hơn. Nhưng nếu bạn để ý kỹ, đây là một thiết kế dành cho buổi hòa nhạc của trẻ em, đối tượng hướng đến đang là trẻ em và cha mẹ của chúng, thì những yếu tố trắng đen ở hình trái sẽ không phù hợp, không bắt mắt, không gây nhiều sự chú ý và tiếp thu bằng thiết kế bên phải.

Hãy nhớ rằng, thiết kế của bạn dù tốt đến đâu, mà không phù hợp đối tượng hướng đến cũng sẽ làm giảm tính tương tác, không được truyền thông tốt nhất đến người dùng.

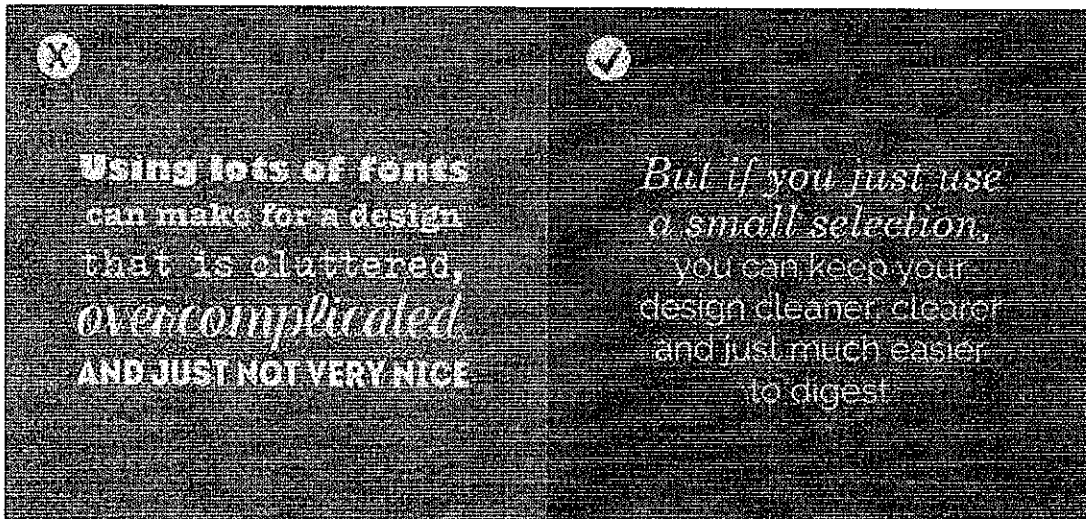
1.2.2. Sử dụng màu sắc phù hợp



Mỗi màu sắc đều có một ý nghĩa và cảm xúc riêng, khi thiết kế bất cứ cái gì, tùy vào nội dung mình muốn truyền đạt mà lựa chọn màu sắc cho phù hợp. Ví dụ nhưng thiết kế mang tính dịu dàng, nữ tính thường được sử dụng màu hồng hoặc màu nhẹ nhàng. Màu cam cho ta cảm giác kích thích muốn ăn nên thường được dùng trong những thiết kế về ẩm thực, nhà hàng hay fastfood. Ngược lại, màu xanh dương nghịch với màu cam nên ý nghĩa của nó cũng ngược lại, nếu bạn dùng màu xanh dương cho những thiết kế nhà hàng thì sẽ mang hiệu quả ngược lại, gây cho người xem cảm giác chán ăn, trông món ăn không hấp dẫn, và thiết kế của bạn sẽ thất bại.

Do đó, hãy tìm hiểu về ý nghĩa của từng màu sắc trước khi sử dụng, để đem lại hiệu quả cao nhất cho thiết kế, truyền đạt đúng mục đích nội dung của sản phẩm.

1.2.3. Sử dụng font chữ phù hợp



Song song với việc sử dụng đúng màu sắc ở trên, mỗi font chữ cũng sẽ có những ý nghĩa riêng của nó, tùy vào thiết kế mà lựa chọn font chữ cho phù hợp.

Các bảng chữ, phần chữ nội dung chính không sử dụng font chữ in hoa, có vẻ quá nghiêm trọng, rất khó đọc (chỉ dành cho một tile đề lớn). Nội dung ít chữ, nên dùng chữ có normal có chân (chữ roman). Nếu phần nội dung chữ nhiều, nên dùng chữ normal không chân (chữ baton)

5 ĐIỀU BÁC HỒ DẠY	5 ĐIỀU BÁC HỒ DẠY
① YÊU TỎ QUỐC, YÊU ĐỒNG BÀO	① Yêu Tỏ quốc, yêu đồng bào
② HỌC TẬP TỐT, LAO ĐỘNG TỐT	② Học tập tốt, lao động tốt
③ ĐOÀN KẾT TỐT, KỶ LUẬT TỐT	③ Đoàn kết tốt, kỷ luật tốt
④ GIỮ GÌN VỆ SINH THẬT TỐT	④ Giữ gìn vệ sinh thật tốt
⑤ KHIÊM TỐN, THẬT THÀ, DỨNG CẢM	⑤ Khiêm tốn, thật thà, dũng cảm

Tham khảo cách sử dụng font chữ:

+ Thiết kế mang tính cổ điển, truyền thống

Với trường hợp này, mọi yếu tố liên quan đến văn bản chỉ sử dụng chừng mực, không nên sử dụng nhiều font, cái thì to quá, cái thì nhỏ quá, sự chênh lệch giữa các yếu tố vừa đủ.

+ Thiết kế mang tính đặc biệt, đồ họa

Font chữ trong trường hợp này được xác định bởi sự tác động lẫn nhau giữa đen và trắng. Nên sử dụng đa dạng về độ nặng nhẹ. Độ nặng nhẹ được xác định bởi độ dày của nét chữ, do đó ta nên kết hợp font chữ cực nặng – cực nhẹ, hay cực mỏng – cực đậm, tạo sự chênh lệch rõ ràng.

+ Thiết kế mang tính lãng mạn, hoài cổ

Với những thiết kế như thế này, sử dụng mọi thứ một cách chừng mực. Nên chú ý sử dụng các font chữ nghiêng và font chữ viết tay.

Mỗi sản phẩm đều có những cấp độ khác nhau, sang trọng, cao cấp hay bình dân, giản dị. Tùy theo cấp độ của sản phẩm mà các bạn chọn font viết tay nào, chứ không phải cứ thấy nó là font viết tay thì chọn. Font viết tay cũng có rất nhiều dạng, viết nắn nót, viết hoa mỹ, viết láu, viết đại khái, v.v... Các bạn phải linh động lựa chọn cho phù hợp với cấp độ sản phẩm của mình.

+ Thiết kế mang tính ngây thơ, ngộ nghĩnh

Đây là trường hợp thiết kế những sản phẩm dành cho trẻ con. Do đó, bạn phải chọn những font chữ thật dễ đọc.

Cỡ chữ trong trường hợp này là yếu tố quan trọng nhất, bạn nên sử dụng những font chữ có nét chữ lớn, to, tròn. To tròn ở đây không có nghĩa là bạn tăng size của nó lên cho to, mà bản thân font chữ đó được thiết kế khác biệt hơn những chữ khác. Ngoài ra, bạn cũng có thể dùng những font chữ đơn giản, tạo hình ngộ nghĩnh.

+ Thiết kế mang tính kỹ thuật cao

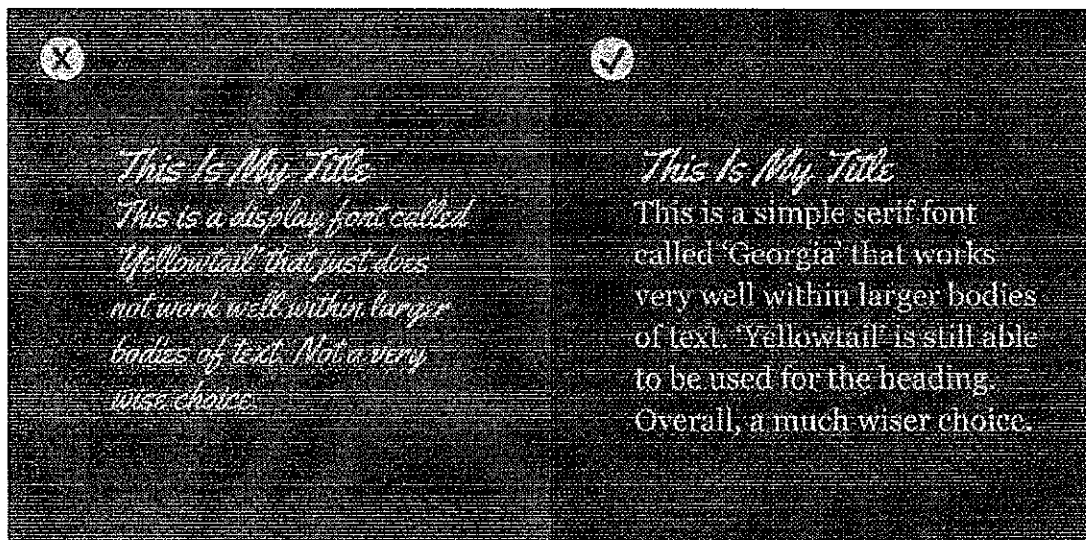
Trường hợp này hay dùng chữ không chân. Yếu tố quan trọng cần đạt được là phải sạch và thoáng. Nhấn mạnh bằng độ nặng nhẹ của chữ. Hay dùng chữ sáng trên nền tối, và layout thường là không gian mở, nhằm tạo cảm giác hiện đại.

+ Thiết kế mang tính thiên nhiên, mộc mạc

Trường hợp này sử dụng font chữ chân phương, nhưng nhấn mạnh khoảng cách dòng, khoảng cách đoạn, khoảng cách giữa các ký tự.

Tuy nhiên, để chọn được một font chữ thích hợp cho một chủ đề, còn nhờ vào tài năng cá tính, kinh nghiệm của người thiết kế.

1.2.4. Không sử dụng font chữ quá đặc biệt cho phần nội dung chính (Body text)



Body text là phần nội dung chính thường chứa một khối lượng chữ rất lớn để truyền đạt nội dung. Chúng ta phải luôn luôn đảm bảo body text trong tình trạng dễ đọc nhất, hãy sử dụng những font chữ có chân (serif) hoặc chữ không chân (sans serif) thông thường để mang lại tính dễ đọc. Tránh sử dụng những font chữ viết tay hay những font quá đặc biệt (chữ viết tay, chữ thư pháp), sẽ gây cảm giác khó đọc.

Những font viết tay hay font đặc biệt chỉ nên được sử dụng với mục đích trang trí và dùng trong những title, headline ngắn, ít chữ dùng để nhấn mạnh hoặc trang trí thêm về tính thẩm mỹ của thiết kế.

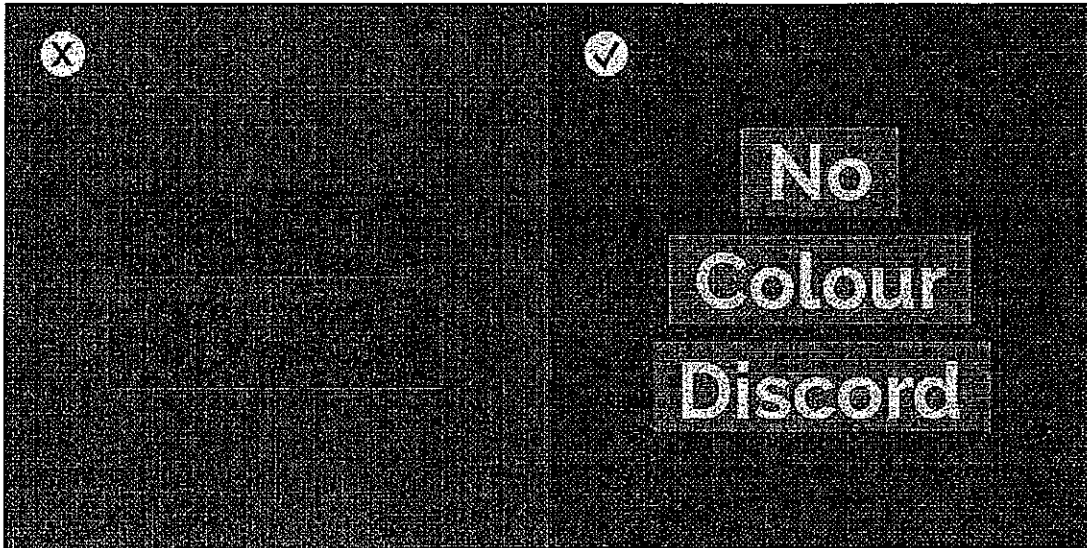
1.2.5. Hạn chế co giãn chữ



Mỗi font chữ đều được thiết kế bằng một sự tính toán rất tỉ mỉ, kỹ lưỡng cho từng nét, từng khoảng cách, kích thước. Do đó, bạn không

thể co giãn chữ bằng bất cứ hình thức nào để phá đi những gì vốn có của nó. Khi điều này xảy ra, không những thiết kế của bạn bị mất đi tính thẩm mỹ, mà còn gây cảm giác rất khó đọc.

1.2.6. Tránh phối màu không đồng điệu



Bên cạnh việc lựa chọn đúng màu sắc mà mình đã nói ở trên, chúng ta còn cần phải lựa chọn màu phối hợp với nó sao cho hài hòa, dễ đọc. Cùng nhìn hai ví dụ bên trên, hình bên trái sử dụng màu sắc của chữ và nền với độ tương phản quá cao, làm cho mắt của ta như có một sự đấu tranh, không biết nên tập trung vào nền hay vào chữ, không nổi bật được chữ. Trường hợp bên phải thì dịu hơn, màu sắc giữa chữ và nền đủ tương phản để không bị chọi nhau, dễ nhìn, dễ đọc và tinh tế hơn.

1.2.7. Đừng nghĩ những khoảng trắng là khoảng trống



Trong thiết kế dàn trang rất hay xảy ra trường hợp sự thiết kế của mình trống trải nhìn sẽ bị đơn điệu, nên rất hay cố gắng hiển thị nhiều

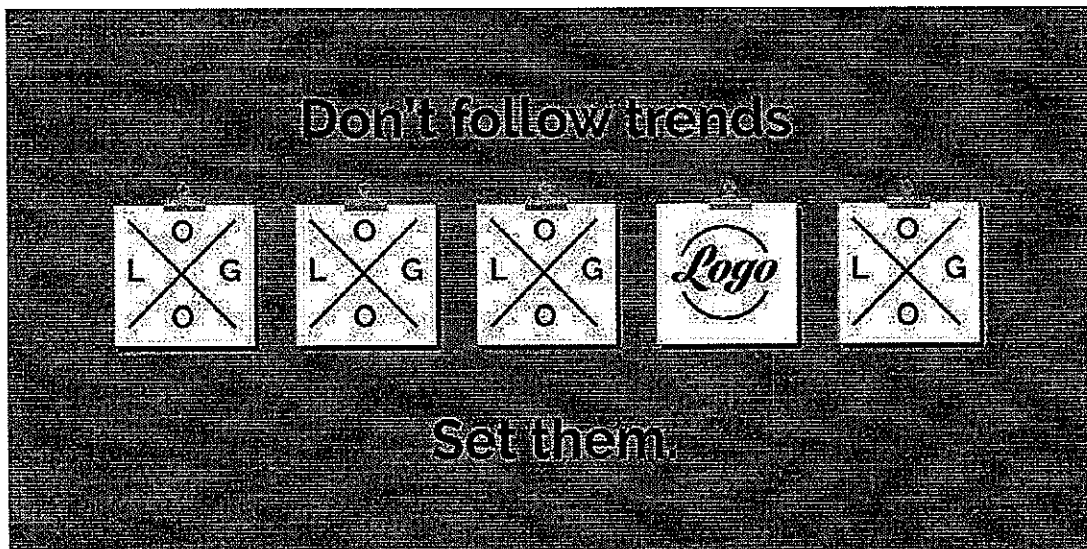
yếu tố hơn, nhiều nội dung hơn để lấp khoảng trống. Với hai thiết kế quảng cáo tai nghe ở trên, là một điển hình.

Với thiết kế bên trái, có quá nhiều chữ, màu sắc, hình ảnh được sắp xếp trên mảng chữ khiến chúng ta không tập trung vào nội dung chính, trình bày bị rối, nội dung lặp lại. Còn thiết kế bên phải, mới nhìn vào chúng ta sẽ dễ dàng nhận ra sản phẩm đang muốn quảng cáo là tai nghe, thiết kế có nhiều khoảng trống để thở, hiển thị thông tin vừa đủ.

Khoảng trắng chủ động (Active White Space) là không gian cố tình bỏ trống của một bố cục để thể hiện một ý đồ nào đó của thiết kế, nhấn mạnh làm nổi bật một yếu tố hay nội dung nào đó của thiết kế, hoặc đơn giản là khoảng nghỉ mắt của người đọc, từ đó dẫn người đọc liên kết đến một yếu tố, nội dung khác của thiết kế.

Do đó, hãy cố gắng bỏ các yếu tố ra khỏi thiết kế cho đến khi chỉ giữ lại những thứ không thể bỏ, đừng bao giờ cố nhét thêm yếu tố vào, lấp đi những khoảng trống quý báu.

1.2.8. Tạo xu hướng riêng

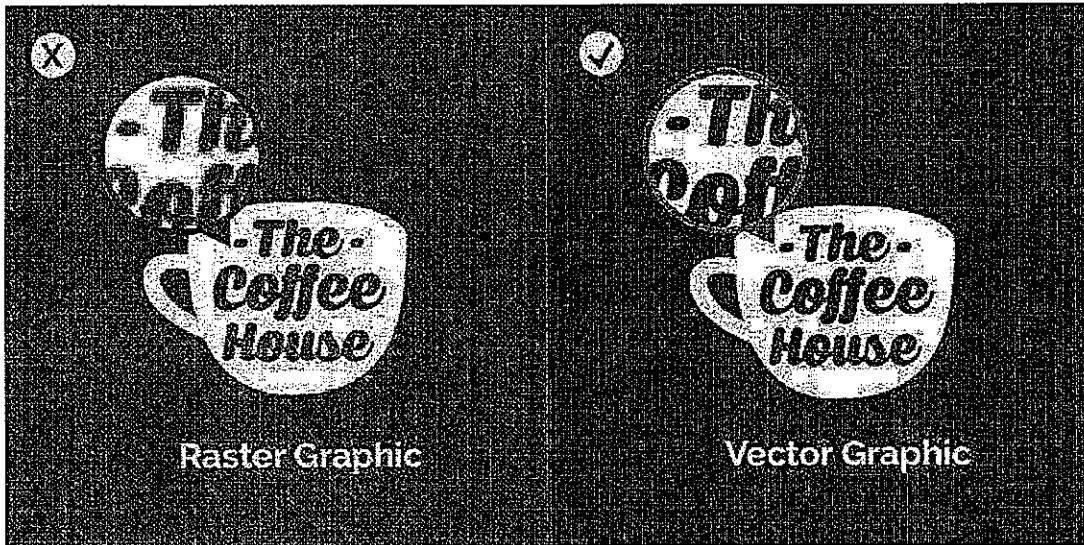


Xu hướng thiết kế cũng giống như xu hướng thời trang, chúng mau nổi, mau chìm. Khi xu hướng đã đi qua thì tất cả những gì bạn làm trước đó đều coi như không còn hợp thời nữa, nhưng nếu bạn không theo xu hướng thì bị cho là không bắt kịp thời đại. Bạn sẽ làm gì trong trường hợp này?

Khi có một xu hướng nào mới nổi lên, bạn khoan hãy đi theo nó, hãy tìm hiểu thật kỹ, tại sao nó lại là xu hướng, nó có những điểm mạnh và điểm yếu gì. Từ đó, vẫn áp dụng theo xu hướng nhưng hãy làm theo cách của bạn, làm ra một cái gì đó cho riêng mình. Đừng bắt chước làm theo cho kịp xu thế nhưng không hiểu gì về nó.

Đừng đánh mất cái riêng của mình để chạy theo phong trào, hãy làm nó theo cách của riêng bạn.

1.2.9. Sử dụng đúng chức năng công cụ



Hiện tại có rất nhiều thiết kế chữ với phần mềm Adobe Photoshop, khi in ấn phần chữ bị bể nét.

Adobe Photoshop chỉ là một phần mềm giúp ta chỉnh sửa và làm việc với ảnh Bitmap, nghĩa là những ảnh được tạo bằng nhiều điểm ảnh hay còn gọi pixel.

(Ảnh **Bitmap**: gọi theo từ kỹ thuật là ảnh màn hình hóa (Raster Image) dùng lưới các điểm ảnh, tức pixel, để biểu thị hình ảnh. Mỗi pixel (điểm ảnh) được gán một vị trí và gán giá trị màu cụ thể.)

Ảnh Bitmap



Ảnh Vector



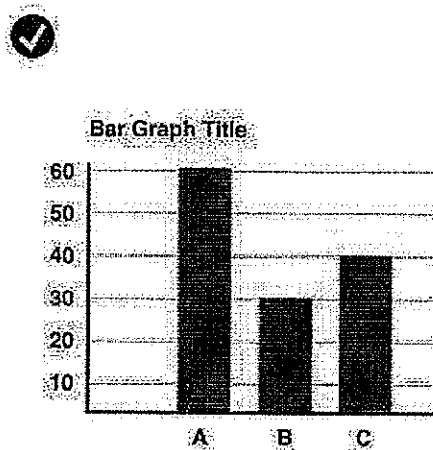
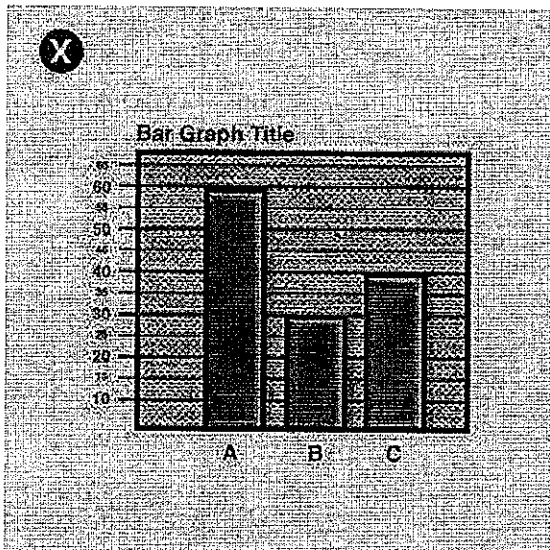
(Ảnh **Vector**: được tạo bởi các đoạn thẳng và đường cong được định nghĩa bằng các đối tượng toán học gọi là Vector. Hình Vector mô tả hình ảnh dựa trên các thuộc tính hình học của hình ảnh đó. Chỉnh ảnh Vector là chỉnh thuộc tính của đối tượng đó)

Nếu bạn vẽ logo hay làm những cái phục vụ cho in ấn, sử dụng Adobe Illustrator sẽ chuyên sâu về những đối tượng vector hơn là Photoshop.

Ngoài ra, nếu dàn trang tạp chí hay sách báo, chúng ta vẫn có thể làm được với Illustrator, nhưng vẫn không tiện bằng Adobe Indesign.

Mỗi công cụ đều cung cấp cho ta một số thứ tốt nhất để phục vụ cho công việc. Hãy tìm hiểu kỹ từng công cụ trước khi sử dụng, chọn lựa đúng công cụ mang lại hỗ trợ tốt nhất.

1.2.10. Không dùng quá nhiều hiệu ứng



Thời của Word Art đã qua đi, và bây giờ hầu như không ai sử dụng những hiệu ứng nhiều như stroke, bevels & emboss, drop shadow, rainbow gradient, v.v... Chúng vẫn được sử dụng nhưng với điều kiện phải thật nhỏ, thật mảnh và thật tinh tế.

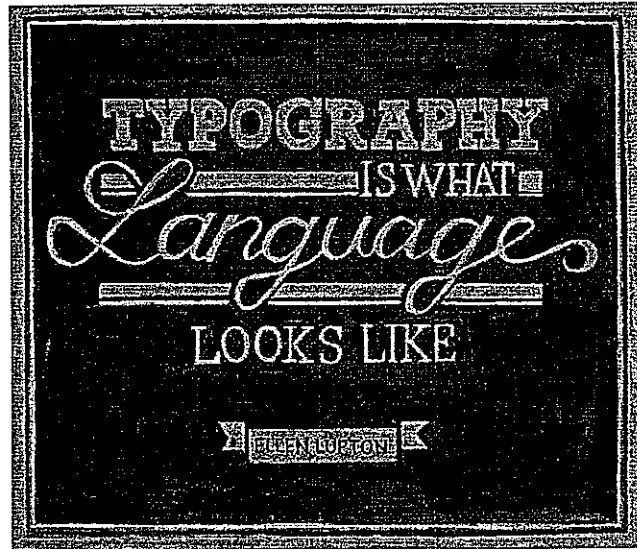
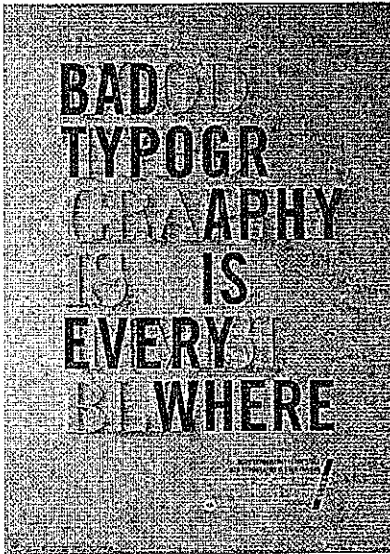
Khi một thiết kế sử dụng quá nhiều hiệu ứng, gây cho các yếu tố trở nên rất nặng mắt, rối mắt, không tập trung được vào vấn đề cần truyền đạt. Hãy loại bỏ hết các hiệu ứng không cần thiết ra khỏi thiết kế, giữ cho thiết kế thoáng, sạch, gọn gàng nhất.



1.3. Nghệ thuật sắp chữ

Nghệ thuật thiết kế chữ (Typography) là bộ phận trọng tâm của thiết kế. *Typography sử dụng trong poster là cội nguồn của chủ đề tổng thể*, kết hợp với bố cục, nhịp điệu, màu sắc để tạo thành một thiết kế hoàn chỉnh. Nó là một phương cách chủ yếu để truyền đạt thông tin đến mọi người trong xã hội. Hãy hình dung một *website*, một tạp chí hay ngay cả trên truyền hình sẽ như thế nào nếu không có chữ. Typography là thứ mang đến sự cuốn hút và tạo những ấn tượng sâu sắc cho người xem.

(*Typography: là nghệ thuật và kỹ thuật của việc sắp xếp chữ trong in ấn*)



1.3.1. Cân chỉnh khoảng cách giữa các ký tự (kerning)

Cân chỉnh khoảng cách giữa các ký tự: $a = 2b$; $c = 3b$

TẠP HUẤN TỰ VẤN

TẠP HUẤN TỰ VẤN

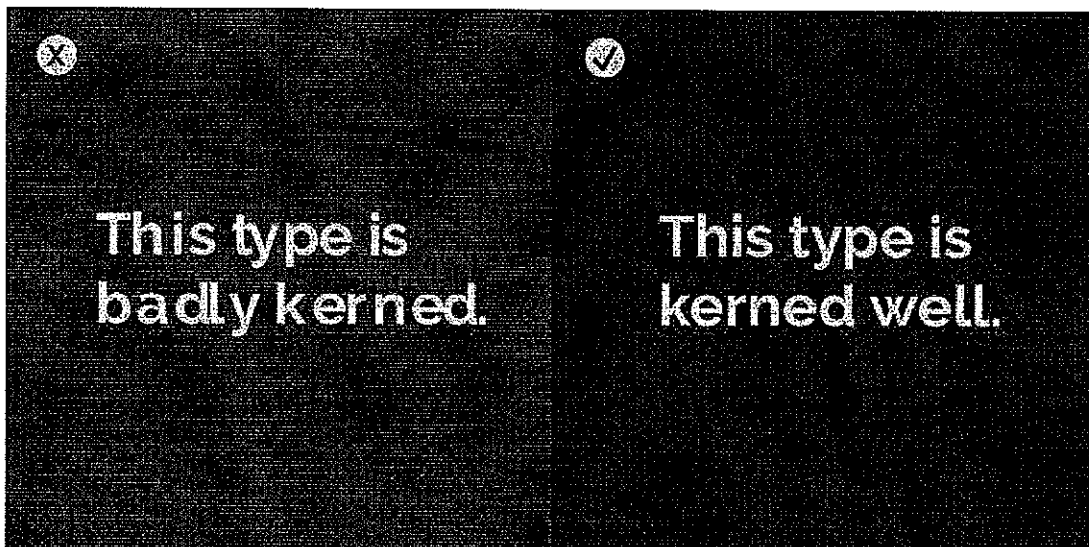
TẠP HUẤN TỰ VẤN

Trust Wonder Vendor

Not kerned

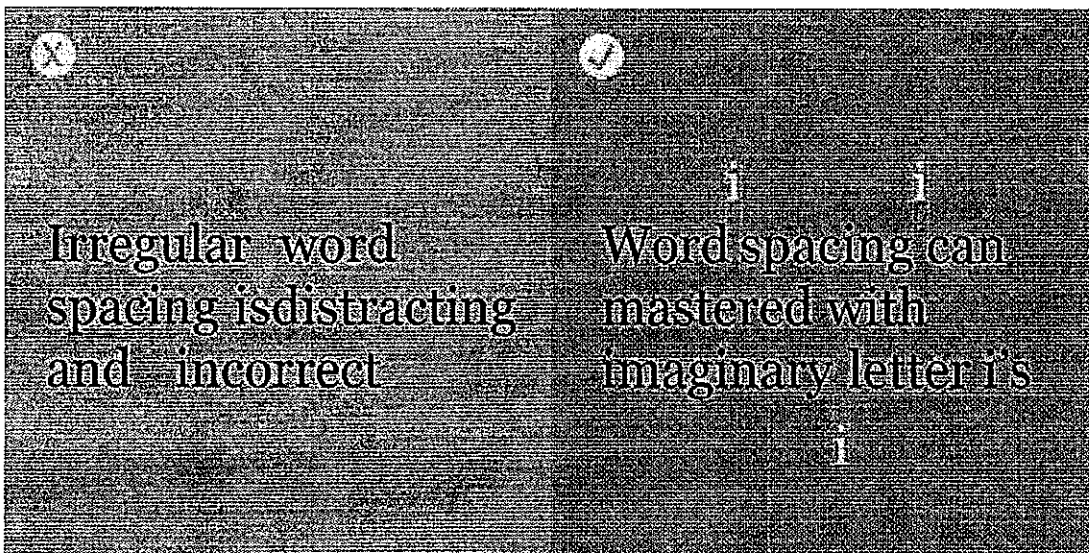
Trust Wonder Vendor

Kerned



Kerning là việc cân chỉnh khoảng cách giữa các ký tự. Nghe qua thì thấy cực kỳ đơn giản, nhưng nếu bạn làm tốt việc này, bạn sẽ thấy được sự khác biệt rõ rệt trong thiết kế của mình. Mục đích của việc kerning này là giúp cho các ký tự được sắp xếp một cách trực quan, gọn gàng, dễ đọc.

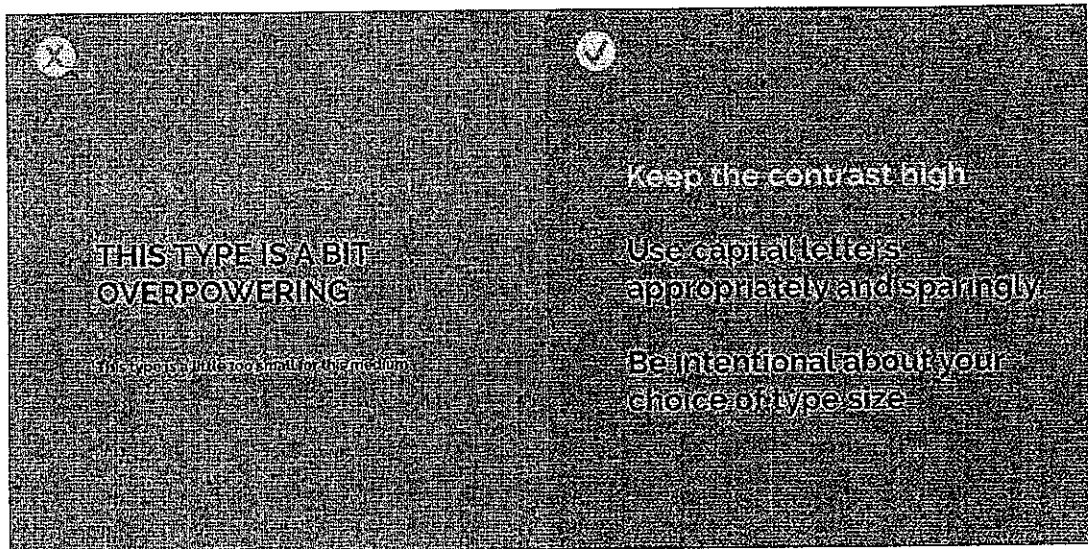
1.3.2. Cân chỉnh khoảng cách giữa các chữ (Tracking)



Bên cạnh việc giữ khoảng cách giữa các ký tự đều nhau, thì chúng ta cũng cần giữ khoảng cách giữa các chữ phù hợp, tránh trường hợp khoảng cách quá rộng hoặc quá hẹp, gây nhiều lỗi hổng trong văn bản.

Quy tắc thông thường để giải quyết trường hợp này là: tưởng tượng có một ký tự "i" nằm giữa các từ, khoảng cách giữa các từ sẽ bằng độ rộng ký tự i đó. Tất cả những sự cân chỉnh này các bạn đều có thể tự làm bằng tay. Tuy nhiên, tùy từng trường hợp và tùy vào font chữ để cân chỉnh sao cho phù hợp.

1.3.3. Giữ cho thiết kế luôn dễ đọc

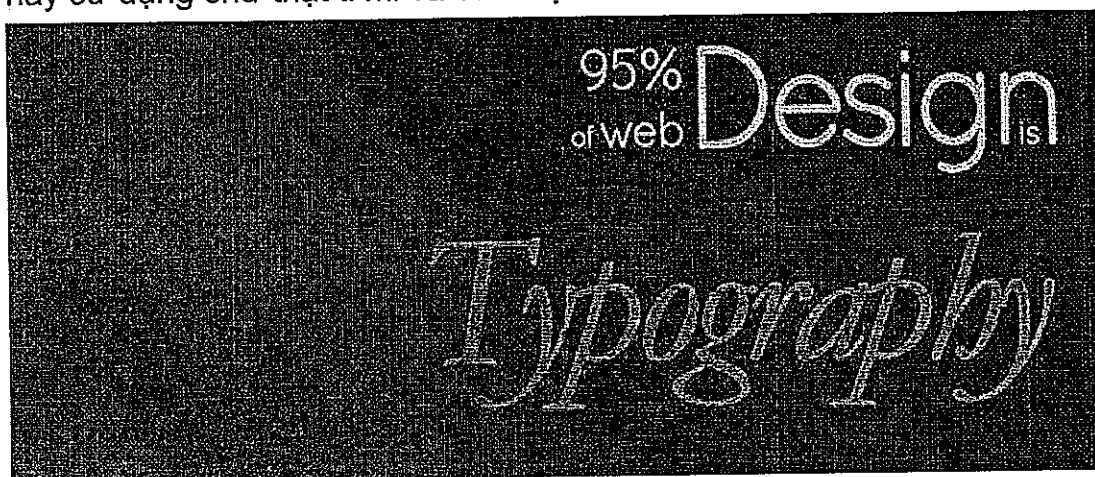


Mục đích chính của việc thiết kế là truyền tải thông điệp đến người xem, do đó khả năng đọc là quan trọng nhất. Cho dù bạn có làm gì, vấn đề ưu tiên hàng đầu là làm sao giữ thiết kế của mình luôn ở trạng thái dễ đọc nhất.

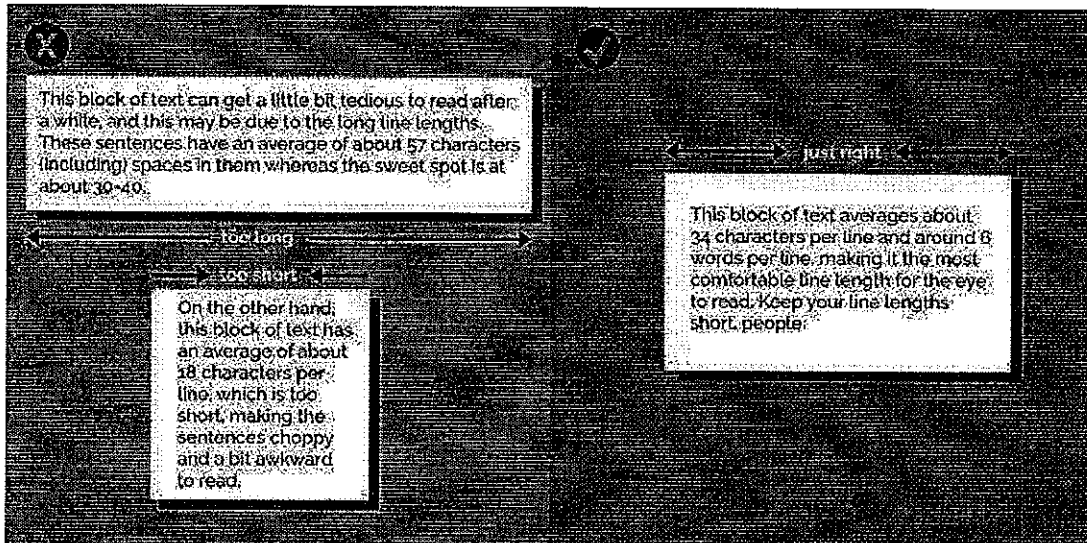
Một ví dụ phổ biến và dễ hiểu nhất là độ tương phản giữa chữ và nền. Nếu màu chữ gần giống với màu nền, nó trông bị hòa lẫn và rất khó đọc. Do đó, luôn phải giữ độ tương phản giữa chữ và nền đủ cao để có thể phân biệt rõ ràng từng câu, từng chữ để ngăn chặn vấn đề này.

Trình bày bảng tin, bảng chữ, trang báo: sử dụng quá nhiều chữ in hoa, tất cả các ký tự đều cao ngang bằng nhau, không có sự lên xuống, cao thấp, rất khó để bạn phân biệt các ký tự, rất khó khăn cho việc đọc.

Điều cần chú ý ở đây là : Một sai lầm khác nữa là kích thước của chữ, nếu chữ quá nhỏ cũng gây khó khăn cho việc đọc. Nếu bạn nhìn nó có vẻ thẩm mỹ tốt, chưa chắc nó đã mang lại hiệu quả giao tiếp tốt. Do đó, hãy sử dụng chữ thật tỉ mỉ và cẩn thận.



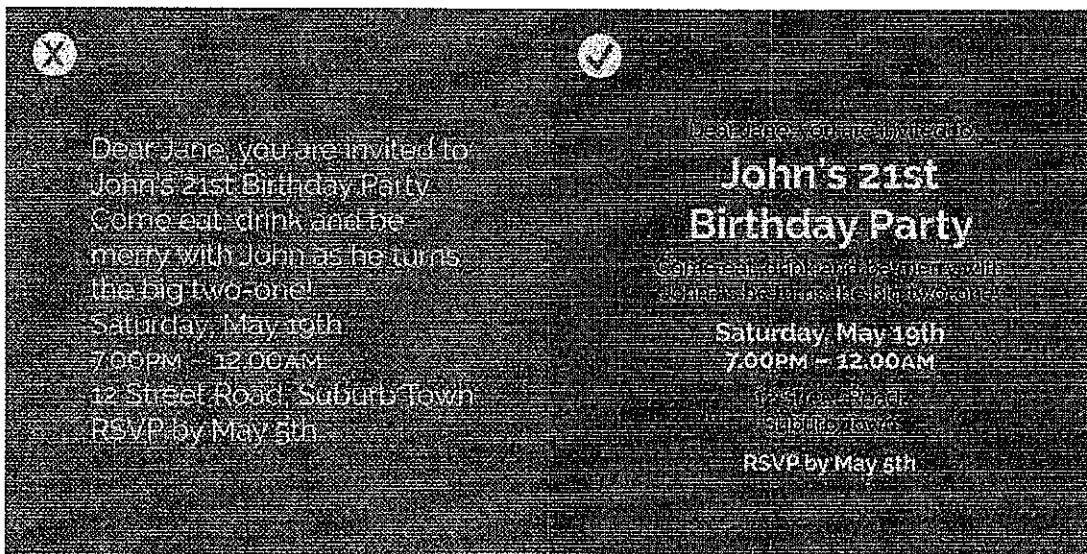
1.3.4. Độ dài của một dòng chữ phải vừa đủ



Nếu hàng quá dài, mắt của bạn phải điều tiết từ trái qua phải nhiều, và khi xuống hàng thì sẽ dễ bị trường hợp mà mỗi lần bạn đọc xuống hàng thì lại bị mất dấu, không biết mình đang đọc tới hàng nào. Đó có thể là lỗi về độ dài của một hàng chưa phù hợp. Còn nếu hàng quá ngắn, mắt điều tiết xuống hàng nhiều, sẽ khiến cho nội dung bạn đang đọc bị ngắt quãng, không liền mạch.

Do đó, độ dài tối thiểu của một dòng phải có trung bình khoảng 6 từ, tương đương khoảng 30 – 40 ký tự (kể cả khoảng trắng). Điều này sẽ giúp cho mắt điều tiết dễ dàng và nội dung cũng liền mạch hơn.

1.3.5. Phân cấp nội dung rõ ràng

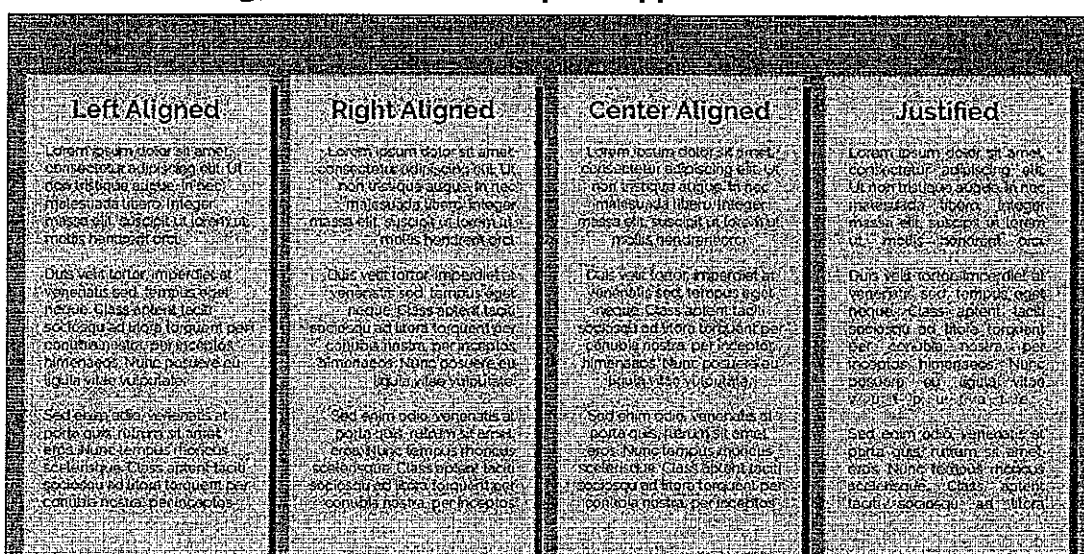


Trong lĩnh vực thiết kế chữ, nếu phân cấp nội dung rõ ràng, sẽ dễ dàng truyền đạt thông tin cần thiết đến cho người đọc, và cũng nhấn

mạnh được những nội dung nào là quan trọng. Sự phân cấp có thể được sử dụng bởi những font chữ, màu sắc hoặc kích thước.

Chúng ta cùng so sánh ví dụ trong hình, có một đoạn nội dung thư mời, với thiết kế bên trái, tất cả đều sử dụng chung một kiểu chữ, kích thước, màu sắc và độ nặng của chữ, bạn sẽ rất khó để tiếp thu đâu là nội dung chính, những vấn đề quan trọng cần chú ý hoặc cần nhớ là gì. Còn với ví dụ bên phải, cách sử dụng kích thước, màu sắc, độ nặng của chữ, giúp ta dễ dàng tiếp thu được nội dung chính của thư mời là gì, ngày và giờ diễn ra sự kiện. Thiết kế này mang tính thị giác cao hơn nên mắt và não của bạn dễ dàng tiếp thu và ghi nhớ nhanh hơn.

1.3.6. So hàng, canh lề văn bản phù hợp



Hầu như đa số mọi người ai cũng đã từng sử dụng những kiểu canh lề, so hàng từ Word để định dạng văn bản. Trong thiết kế cũng vậy, có bốn loại canh lề chính : lề trái, lề phải, canh giữa, và canh đều hai bên.

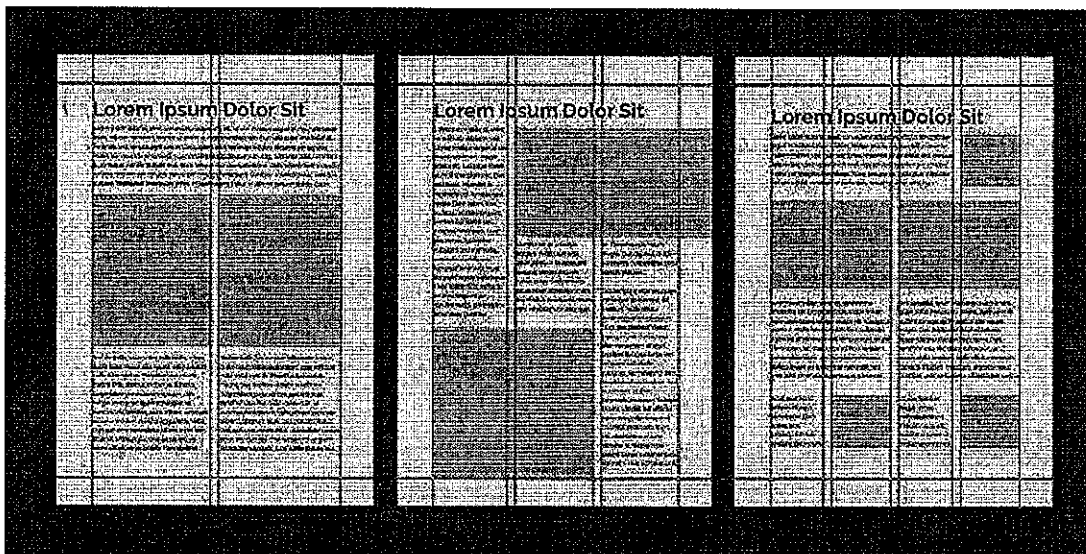
Canh lề trái là loại phổ biến, thông dụng nhất. Do mắt khi đọc điều tiết từ trái sang phải, nên khi chúng ta canh văn bản theo lề trái, mặc định thị giác chúng ta sẽ được giao tiếp với một thứ ngay ngắn, gọn gàng, dễ đọc. Chỉ canh thẳng lề trái mà thả lỏng lề phải, điều này giúp văn bản của chúng ta trông tự nhiên, thoải mái, dễ dàng tiếp thu được nội dung cần truyền tải.

Canh lề phải thường được sử dụng với mục đích trang trí trong những thiết kế về thương hiệu, hoặc chỉ sử dụng với một đoạn văn bản ngắn. Chúng ta không được khuyến khích sử dụng canh lề phải cho một khối văn bản lớn, vì khi lề trái không ngay hàng thẳng lối, rất khó định vị cho mắt đọc một cách chính xác mỗi khi xuống hàng, mắt sẽ khó nhận diện hàng mới khiến chúng ta dễ đọc lộn dòng.

Canh giữa cũng rất hay thường được sử dụng trong thiết kế poster, thiệp mời, nhận diện thương hiệu, v.v... vì nó mang lại sự cân bằng, mang tính thẩm mỹ rất cao. Tuy nhiên, nhưng cũng không nên sử dụng canh giữa cho một khối văn bản quá lớn, vì nó rất khó để tìm một hàng mới mỗi khi chúng ta xuống hàng.

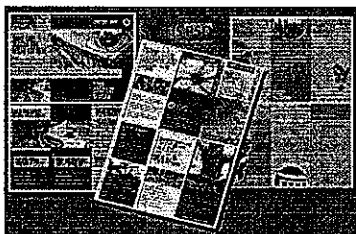
Canh đều thì văn bản sẽ được thẳng thớm cả lề trái lẫn lề phải, giúp cho văn bản trở nên gọn gàng hơn. Điều này đúng trong trường hợp khối lượng văn bản nhiều chữ, như trong truyện chữ, tiểu thuyết, văn học, v.v... Còn nếu trường hợp khối lượng văn bản không đủ lớn, bạn sẽ dễ gặp phải trường hợp giống ví dụ bên trên, nghĩa là chữ được canh đều cả hai lề, tự động dòng chữ sẽ tăng khoảng cách giữa các từ lên, dễ gây cho chúng ta tình trạng khoảng cách từ không đều, gây nhiều lỗi hỏng trong thiết kế.

1.3.7. Nên sử dụng hệ thống lưới

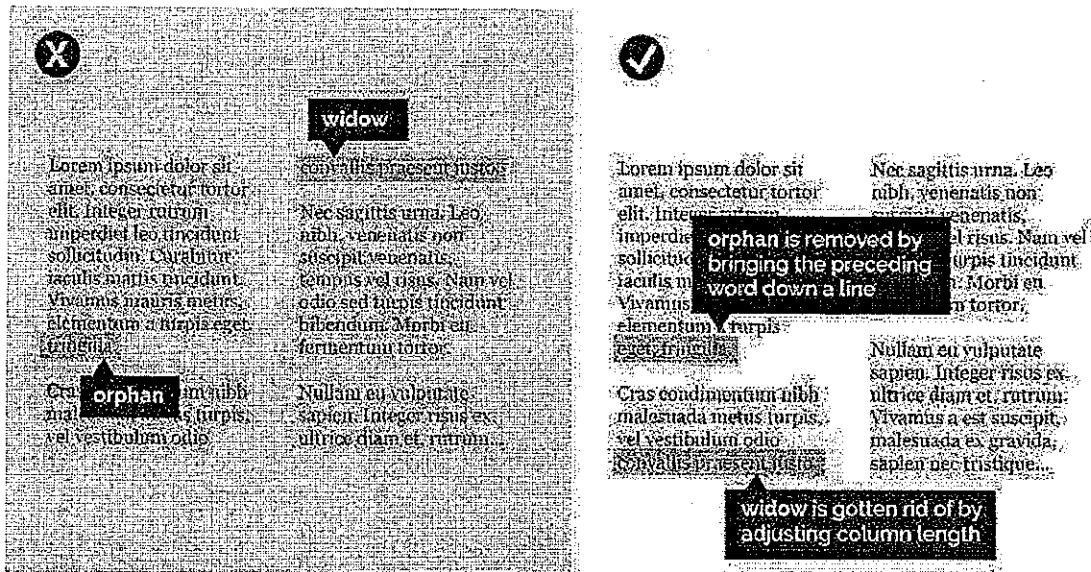


Hệ thống lưới rất quan trọng và là một bước cơ bản không thể thiếu cho bất kỳ một thiết kế nào. Khi sử dụng hệ thống lưới, mọi thứ trong thiết kế sẽ được trình bày, sắp xếp gọn gàng, ngăn nắp và rõ ràng. Nó còn giúp cho các yếu tố thiết kế được liên kết chặt chẽ với nhau, tạo nên một layout hoàn hảo.

(Layout: bản mẫu in, bản thiết kế, nghệ thuật dàn trang, tổ chức văn bản và đồ họa trên một trang.)



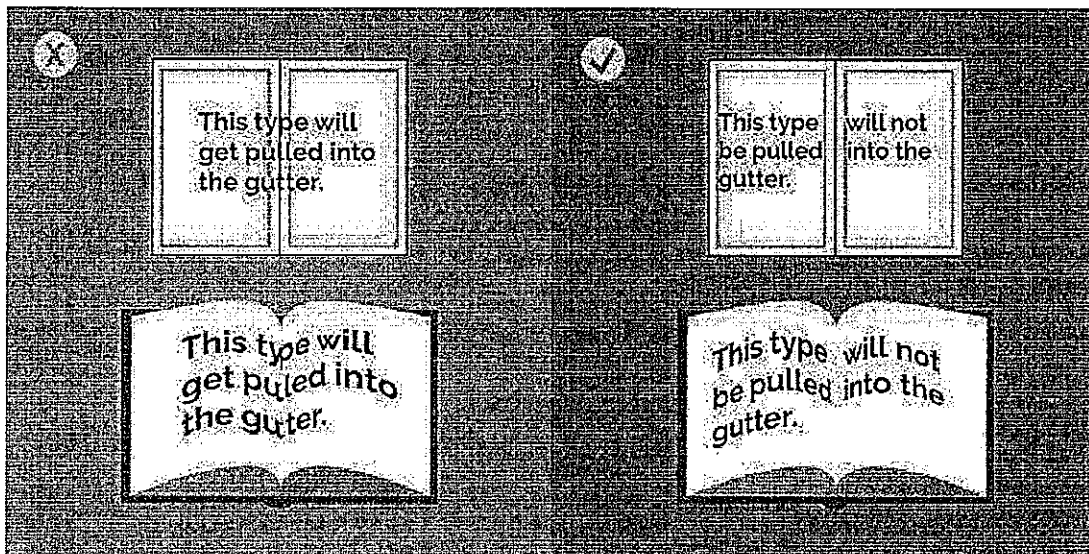
1.3.8. Tránh “Mồ côi” và “Goá phụ”



“Mồ côi” là trường hợp chỉ có một chữ nằm lẻ loi trong một hàng.

“Goá phụ” là trường hợp hàng cuối cùng của đoạn văn bản đó bị rút sang một cột khác hoặc một trang khác. Những lỗi này rất hay thường xuyên gặp phải. Khi gặp những trường hợp này, nó phá vỡ đi sự liên tục của bài viết và gây mất tập trung với người đọc. Cách để khắc phục những lỗi này là bạn hãy sử dụng kỹ thuật cân chỉnh khoảng cách ký tự, tăng hoặc giảm khoảng cách giữa các từ, hoặc cân chỉnh độ rộng của khung văn bản, tăng hoặc giảm khoảng cách giữa hai dòng, v.v... để giúp tránh những lỗi không đáng có này.

1.3.9. Kiểm tra giới hạn các yếu tố



Trước khi bắt đầu thiết kế một cái gì, bạn phải tìm hiểu xem mục đích sử dụng thiết kế của mình như thế nào. Nghĩa là bạn phải biết họ dùng

thiết kế đó trên tạp chí, trên web, in sách, hay tờ rơi, poster, billboard ngoài trời, v.v... Khi biết mục đích sử dụng như vậy, bạn sẽ xác định được điều kiện cần và đủ cho một thiết kế.

Ví dụ, nếu bạn dàn trang sách, bạn không chừa khoảng cách cho phần gáy, khi ra thành phẩm, có thể những nội dung nằm trong phần gáy sẽ bị che hoặc bị cắt mất, gây khó đọc và thất thoát nội dung. Nếu bạn xác định dàn trang để in sách, hãy nghĩ tới những khoảng cách an toàn của lề và gáy, để đảm bảo thành phẩm làm ra không lỗi.

Một ví dụ khác, nếu bạn thiết kế cho một sản phẩm web, font chữ của nội dung chỉ cần trong khoảng 14px là có thể đọc được dễ dàng, vì khoảng cách của mắt tới màn hình dễ tiếp thu chữ với font, size như vậy. Còn nếu bạn thiết kế để hiển thị trên TV, khoảng cách từ mắt đến màn hình xa hơn, nên cần phải sử dụng size chữ lớn hơn.

1.3.10. Những quy tắc về ngữ pháp

Nộp thuế là quyền lợi và nghĩa vụ của mỗi công dân.

Nộp thuế là quyền lợi và nghĩa vụ của mỗi công dân.

Nộp thuế là quyền lợi & nghĩa vụ của mỗi công dân.

Nộp thuế là quyền lợi và nghĩa vụ của mỗi công dân.



Some Basic Grammar Rules

Using ampersands within body copy is incorrect & should be avoided.

The same goes for double spaces used after punctuation. Got it?



Some Basic Grammar Rules

Using the word 'and' is a correct and easy substitute for an ampersand.

Furthermore, one space after punctuation is more than enough. Got it?

Khi làm việc với khối lượng chữ lớn, đôi khi bạn hay bỏ qua những quy tắc về ngữ pháp. Điều này có thể gây cho văn bản của ta bị rời rạc, mất đi tính liên tục, và có thể mất luôn tính thẩm mỹ.

Hồi còn đi học, làm bài ngữ văn, lúc nào cô giáo cũng yêu cầu phải chia nhỏ ra nhiều đoạn văn để bài viết không bị dày đặc quá, phải dùng

khoảng cách hoặc thụt đầu dòng ở đầu mỗi đoạn để phân cách đoạn. Có một số trường hợp, chữ khi xuống hàng phải đầy đủ nguyên một từ, không được để cắt ký tự ra, gây mất tính liên tục của chữ và sai ngữ pháp. Một trường hợp khác nữa là trong một đoạn văn chỉ được sử dụng chữ, không được dùng số hay các ký tự đặc biệt (Khi nào dùng dấu &, khi nào dùng chữ "và"). Dấu chấm câu phải nằm sát vào ký tự cuối cùng của câu, phía sau dấu chấm là một khoảng cách, rồi mới tới từ của câu tiếp theo, và ký tự đầu tiên kể dấu chấm phải được viết hoa.

Lưu ý: Bạn hãy nhớ kiểm tra thật kỹ mọi thứ, kiểm tra nhiều lần (tốt nhất nhờ người khác kiểm tra ngữ pháp) trước khi in ấn hoặc xuất bản.

2. Poster (Affiche, Panel, Billboard)

Poster (tiếng Anh) = Affiche (tiếng Pháp): Áp phích, thông báo, cáo thị, quảng cáo, **bích chương** (bích chương là một ấn phẩm kích thước lớn có tính cách vừa thông tin, vừa nghệ thuật, được thiết kế qua các thủ pháp tạo hình mang tính thẩm mỹ cao nhằm mục đích truyền đạt đến người xem bằng thị giác thông tin chính về một sản phẩm, một sự kiện hay một vấn đề. Đề tài bích chương có thể là quảng cáo, thông báo, tuyên truyền hay cổ động.)

Panel, Panneau: Panô; bảng, panen, tường, tấm bảng

Billboard: bảng dán thông cáo, bảng dán yết thị, quảng cáo ngoài trời

- **Poster nghệ thuật:** giới thiệu, tuyên truyền các sự kiện văn hoá nghệ thuật, phim, ảnh, kịch, múa, mỹ thuật, thể thao...
- **Poster chính trị, xã hội:** tuyên truyền các sự kiện liên quan đến chính trị, y tế, hoạt động xã hội...
- **Poster thương mại:** quảng cáo sản phẩm, quảng bá thương hiệu...

2.1. Thành phần tạo nên poster

2.1.1. Các dạng bố cục

+ **Cân bằng (balance):** Một trong số các nguyên tắc cần có nhất, quan trọng nhất là Nguyên tắc Cân bằng. Bất kỳ một thiết kế đồ họa, hay một tác phẩm nghệ thuật đều phải thực hiện tốt yếu tố cân bằng.

Đối với hình ảnh tạo ra trên một bề mặt bằng phẳng như một thiết kế hay một bức tranh sơn dầu cùng một nguyên tắc cân bằng được áp dụng. Tuy nhiên, thay vì có thể chất cân bằng thực tế, các nghệ sĩ cần phải tạo ra một ảo giác về sự cân bằng, được gọi là cân bằng thị giác.

Trong cân bằng thị giác, mỗi khu vực của bức tranh cho thấy một trọng lượng hình ảnh nhất định, một mức độ nhất định nhẹ hoặc nặng. Ví dụ, màu sắc ánh sáng xuất hiện nhẹ hơn trọng lượng hơn so với màu

tối. Màu rực rỡ ảnh hưởng thị giác nặng hơn màu sắc trung tính trong cùng khu vực.

Màu sắc ấm như màu vàng có xu hướng mở rộng diện tích về kích thước, trong khi màu lạnh như màu xanh có xu hướng giữ diện tích. Và trong suốt ảnh hưởng thị giác ít nặng hơn các khu vực mờ đục.

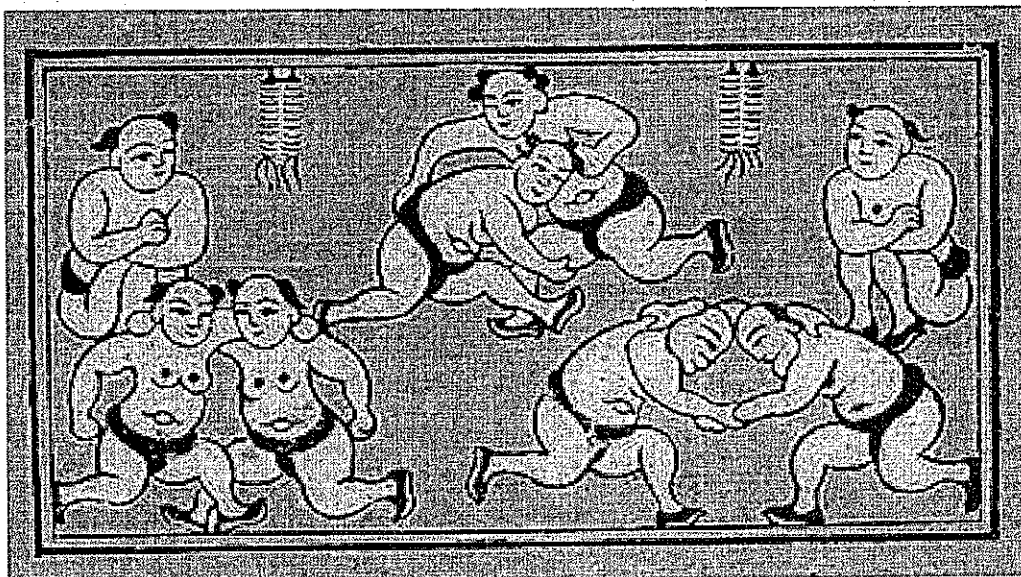
Trong nguyên tắc cân bằng có hai dạng: Cân bằng đối xứng và Cân bằng bất đối xứng.

- Cân bằng đối xứng:



Đây là dạng cân bằng phổ biến trong tự nhiên. Chia ra bởi một trục giữa và không có sự khác biệt trong hai bên.

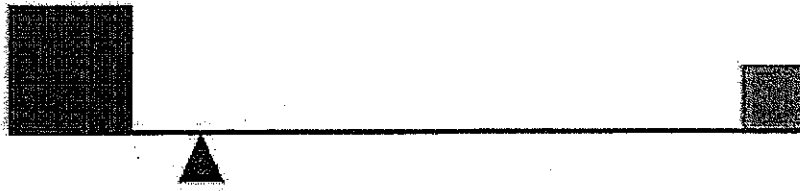
Bức “Đấu vật”, tranh Đông Hồ (Việt Nam) là một ví dụ về yếu tố bố cục cân bằng đối xứng trong nghệ thuật:



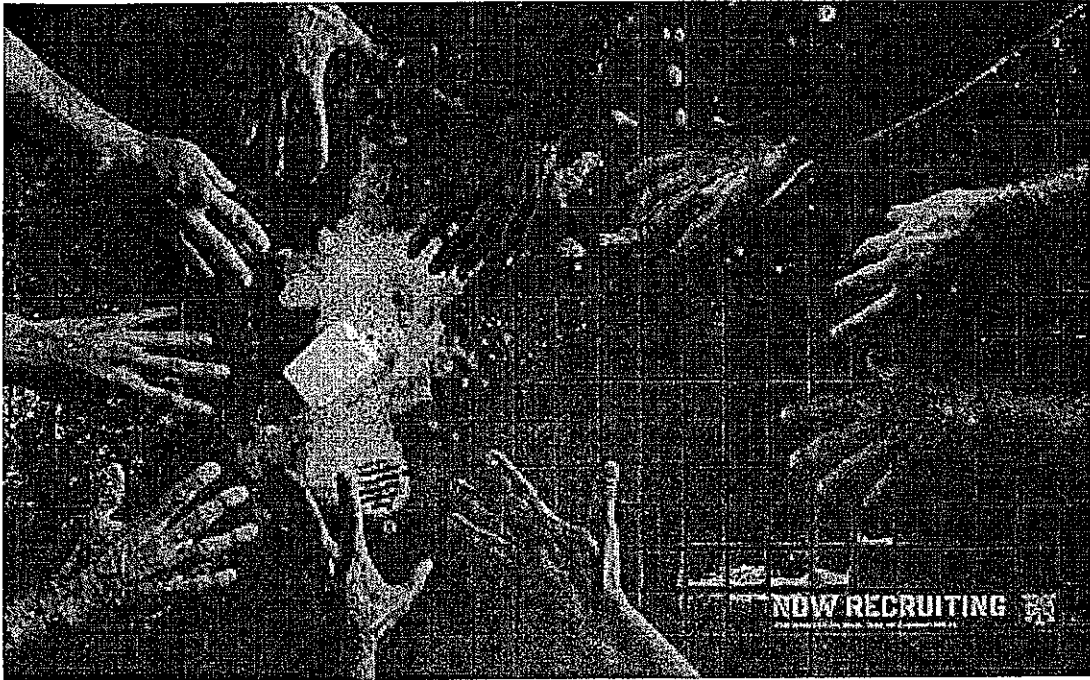
- Cân bằng bất đối xứng

Cân bằng bất đối xứng được sử dụng hầu hết trong các thiết kế và các tác phẩm nghệ thuật.

Bất đối xứng cân bằng là khi cả hai bên trục trung tâm là không giống nhau, nhưng vẫn xuất hiện để lại cùng trọng lượng thị giác. Nó là một sự “cảm thấy” cân bằng hoặc cân bằng giữa các bộ phận của một thành phần hơn là thực tế. Nếu các nghệ sĩ có thể cảm nhận, đánh giá và ước tính các yếu tố khác nhau và trọng lượng thị giác, điều này sẽ cho phép tạo sự cân bằng tổng thể.



Chúng ta có thể sử dụng các yếu tố, màu sắc, kích thước, hình dáng, không gian, số lượng, sắc độ để tạo nên Cân bằng bất đối xứng.

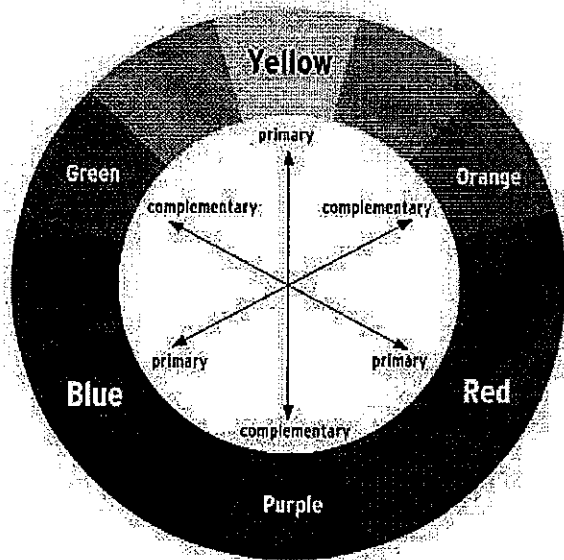


+ **Tương phản (Contrast):** Sau nguyên tắc Cân bằng thì nguyên tắc Tương phản cũng là một nguyên tắc quan trọng cho thiết kế.

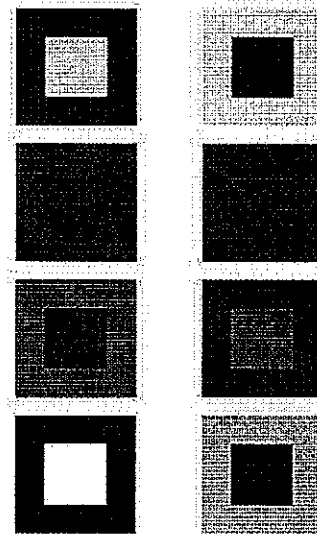
Tương phản trong nghệ thuật và thiết kế xảy ra khi hai yếu tố liên quan là khác nhau. Quá nhiều điểm giống nhau của các thành phần trong thiết kế sẽ trở thành đơn điệu. Nói cách khác việc sử dụng tương phản quá ít có thể gây ra một thiết kế nhạt nhẽo và nhàm chán. Mặt khác quá nhiều tương phản có thể là khó hiểu.

Tương phản xảy ra khi bạn sử dụng cùng lúc: Màu sắc (Nóng – Lạnh); Đường nét (Thẳng – cong, ngang- đứng, v.v.); Hình khối (Đặc – rỗng, Lớn – nhỏ); Hình dạng (Vuông – Tròn); Chất liệu (Mịn – thô ráp); Nhịp điệu (Nhanh – Chậm); Không gian (rộng – hẹp); Đồng nhất – Khác biệt; Chuyển hướng, v.v.

Để có sự tương phản màu sắc bạn cần hiểu vòng tròn màu. Trong vòng thuần sắc, hai màu nằm đối diện nhau tạo nên tương phản mạnh nhất. (*cần nguyên cứu thêm về hoà sắc*)



Vòng tròn màu sắc

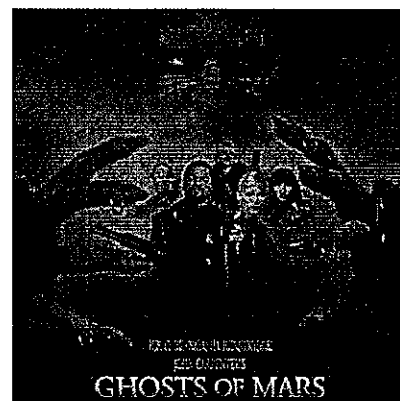
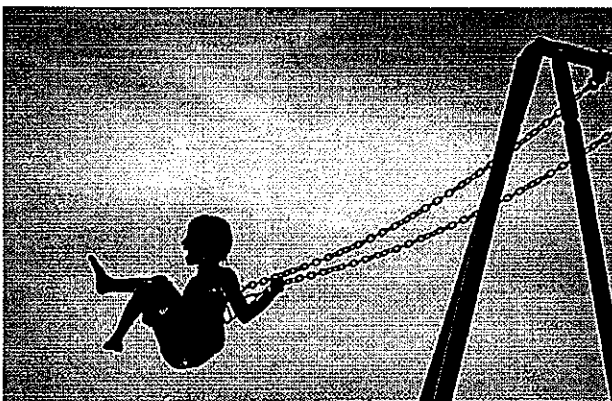


Màu tương phản



Tương phản về hình khối – người thiếu nữ và bóng của người này.

Tương phản về chất liệu được sử dụng khá phổ biến trong nhiếp ảnh

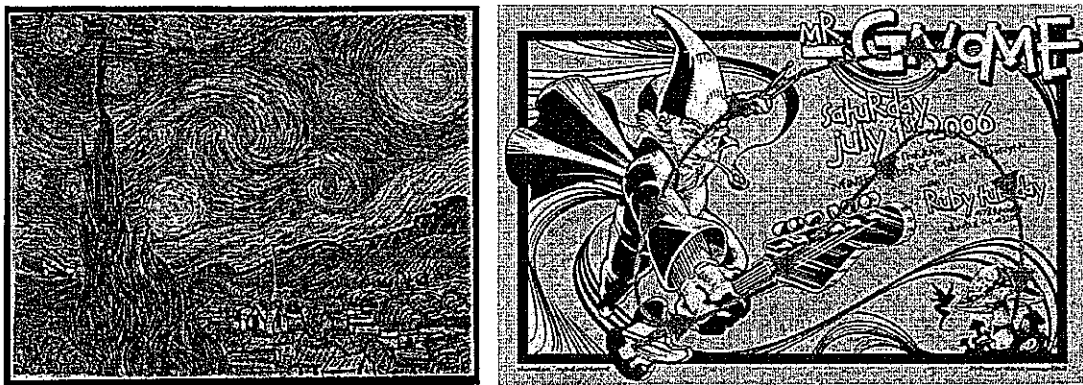


Tương phản về sắc độ và đường nét (cột chống và sợi xích)

+ **Chuyển động** (Movement): là con đường đôi mắt của chúng ta theo khi chúng ta nhìn vào một tác phẩm nghệ thuật. Nguyên lý chuyển động là tạo ra sự thống nhất trong các tác phẩm nghệ thuật khi dùng mắt để

theo dõi. Nó có thể đạt được bằng cách sử dụng sự sắp xếp, quan hệ nhịp điệu với nhau, liên kết các thành phần khác nhau của một tác phẩm.

Vincent van Gogh là một trong những họa sĩ bậc thầy về sử dụng nét bút tạo sự chuyển động trong các tác phẩm. Sắp xếp các yếu tố có chủ ý nhằm tạo sự liên lạc, chuyển động gắn kết trong một tác phẩm.



+ **Nhấn mạnh (Emphasis)**: là sự nhấn mạnh của một khu vực cụ thể tập trung hơn là trình bày một mê cung của các chi tiết quan trọng tương đương. Nhấn mạnh là một nguyên tắc không thể thiếu của mỗi thiết kế.

Một cách để đạt được nhấn mạnh là tạo ra một tâm điểm, một khu vực trung tâm mà mắt có xu hướng tập trung vào đó. Nó là trọng tâm của sự chú ý của thị giác.

Cách thứ hai để tạo ra sự nhấn mạnh là bằng cách tương phản yếu tố chính với các vật khác, hoặc nhấn mạnh có thể được tạo ra bởi một thay đổi đột ngột về hướng, kích thước, hình dạng, kết cấu, giai điệu, màu sắc hoặc đường nét.

“Thiếu nữ bên hoa huệ” của họa sĩ Tô Ngọc Vân. Trong tác phẩm này xuất hiện chuyển động từ tay thiếu nữ, tới bông hoa, gương mặt, bờ vai, rồi lại chạy tới tay, tạo thành một vòng khép kín. Khiến gương mặt ghé vào bông hoa thành trung tâm nổi bật của tác phẩm.



+ **Đồng nhất (Unity):** nguyên tắc phổ biến trong thiết kế hiện đại. Nguyên tắc này đề nghị người thiết kế sử dụng những yếu tố, đối tượng, màu sắc giống nhau xuyên suốt trong các tác phẩm. Nguyên lý tăng cường mối quan hệ giữa các yếu tố thiết kế và liên quan đến các chủ đề chính được thể hiện trong tác phẩm.

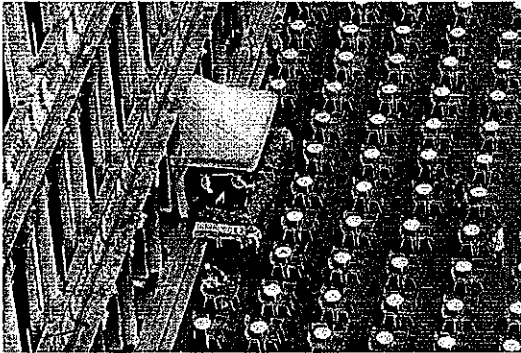
Đồng nhất là mối liên kết giữa các yếu tố khác nhau trong nghệ thuật và thiết kế. Đồng nhất cung cấp cho các yếu tố xuất hiện một cảm giác chúng thuộc về nhau.

Một số cách để tạo sự đồng nhất cho tác phẩm của bạn là: Làm chúng giống nhau. Tạo sự liên tục. Sắp xếp có liên kết và Đặt gần nhau.

+ **Nhịp điệu (Rhythm):** Nhịp điệu xuất hiện rất phổ biến trong đời sống chúng ta. Bạn có thể gặp nó trong những bài hát, những hàng gạch, những hoa văn lặp đi lặp lại, những hàng cây bên đường, những dãy nhà bạn đi qua v.v.

Nhịp điệu chính là sự nhắc lại (đều, nhanh- chậm, dày đặc – thưa thớt) một cách có chủ đích các hình dạng, hình khối, màu sắc.

Sử dụng Nhịp Điệu tốt giúp bạn truyền tải cảm xúc của mỗi thiết kế, mỗi tác phẩm.



+ **Tỷ lệ (Proportion):** Tỷ lệ trong nghệ thuật là mối quan hệ hài hòa, so sánh giữa hai hay nhiều yếu tố trong một thành phần liên quan đến kích thước, màu sắc, số lượng, sắp xếp, sắc độ...Mối quan hệ này được cho là hài hòa khi một tỉ lệ mong muốn tồn tại giữa các yếu tố.

Dùng Tỷ lệ tốt là cách sử dụng các yếu tố, các nguyên tắc nghệ thuật một cách phù hợp để tạo sự Cân Bằng. (*Tỉ lệ vàng*) Trong nghệ thuật, tỷ lệ nằm trong mắt các họa sĩ, có một cảm quan nghệ thuật nhạy bén để nhận ra các tỉ lệ thích hợp về bố cục, màu sắc, hình khối, không gian, động tĩnh... để sử dụng phù hợp.

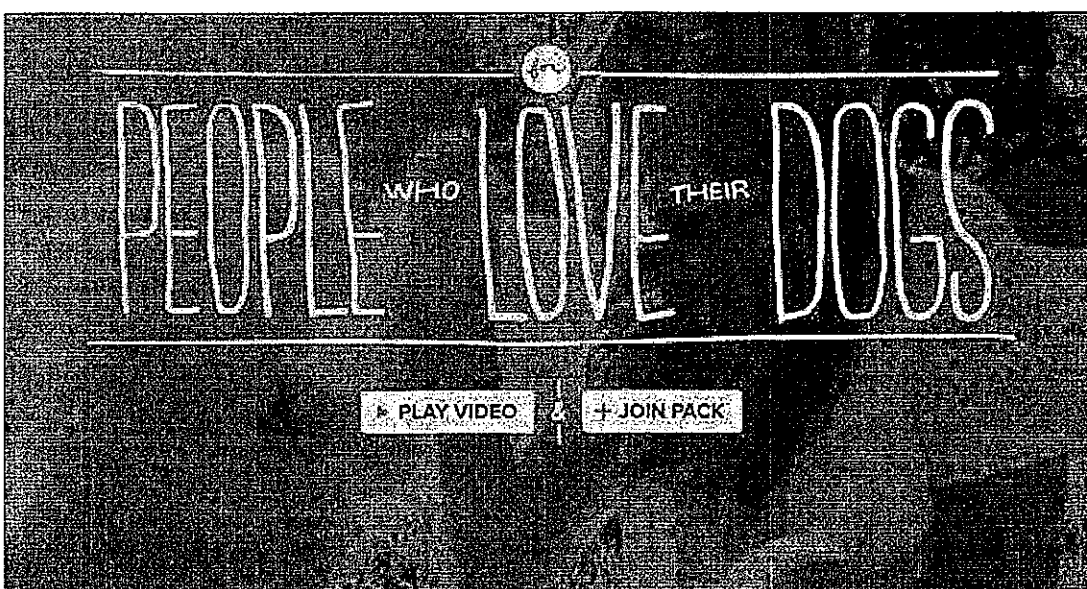
+ **Đơn giản (Simplicity):** Loại bỏ bỏ các yếu tố quan trọng không, chi tiết không thực sự đóng góp vào bản chất của các thành phần tổng thể nhằm nhấn mạnh những gì là quan trọng nhất

2.2. Thiết kế chữ trên nền hình ảnh

Một trong những kỹ thuật tốt nhất để hoàn thiện tác phẩm thiết kế (design) của bạn là thiết kế chữ trên bất kỳ một hình ảnh nào, nó cũng là một trong những vấn đề có thể làm giảm bớt đi sự thành công của tác phẩm nếu bạn không biết cách sử dụng một cách khéo léo.

Bạn phải có một hình ảnh phù hợp, một con mắt nghệ thuật về các kiểu chữ, và bạn phải xác định rõ mục đích bạn muốn đạt được cho việc thiết kế này là gì, sau đó mới bắt tay vào thực hiện việc thiết kế. Sau đây là 10 thủ thuật dành cho bạn, hy vọng nó hữu ích và mang lại cho bạn những thiết kế đẹp mắt.

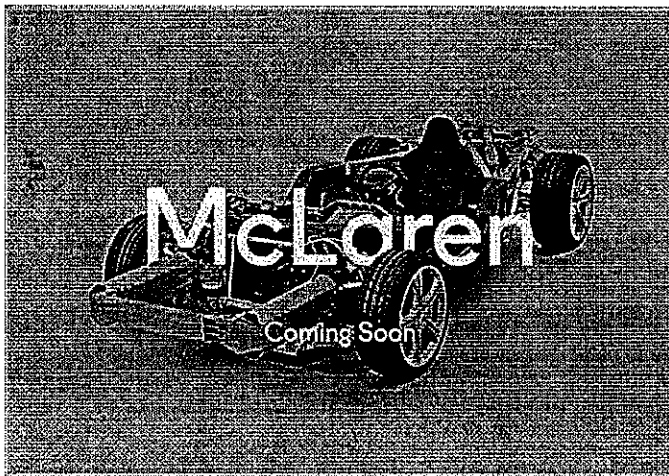
2.2.1. Tạo độ tương phản



Chữ bắt buộc phải đáp ứng điều kiện quan trọng nhất là dễ dàng cho việc đọc, điều này góp phần không nhỏ trong sự thành công của thiết kế. Bạn hãy chắc chắn rằng màu chữ đủ tương phản để có thể dễ dàng đọc trên bất kỳ một hình ảnh nào. Nếu sử dụng hình ảnh tối, lựa chọn tốt nhất là chữ màu trắng hoặc những màu tươi sáng. Ngược lại, nếu có một hình ảnh sáng, hãy sử dụng những màu chữ tối để tạo sự tương phản rõ ràng giữa các yếu tố.

Ngoài ra, sự tương phản không chỉ dừng lại ở việc màu sắc của chữ và hình ảnh, nó còn thể hiện ở kích thước, kiểu chữ, v.v... Ví dụ trong hình minh họa ở trên, ta có thể dễ dàng thấy được, hình ảnh đầu tiên có sự tương phản giữa các chữ, chữ in hoa – chữ thường, chữ có chân – chữ không chân. Còn trong hình ảnh thứ hai, ta nhận thấy hình nền (background) là một hình rất lớn và đậm, ngược lại họ sử dụng chữ rất mỏng và cao. Những điều đó tạo nên sự tương phản trên tổng thể thiết kế và đóng vai trò rất quan trọng trong tác phẩm.

2.2.2. Đặt chữ như một phần của hình



Đôi khi những nội dung chữ ta có thể biến hóa nó thành một phần của hình ảnh mà ta đang sử dụng. Điều này có thể rất khó thực hiện, hoặc cũng chỉ giới hạn trong một số trường hợp đặc biệt, nhưng nó sẽ mang đến hiệu quả rất cao. Bạn có thể sẽ chỉ cần một hình ảnh và chữ đơn giản rồi lồng ghép nó lại, hoặc một bức ảnh chụp có sẵn chữ ở trong đó.

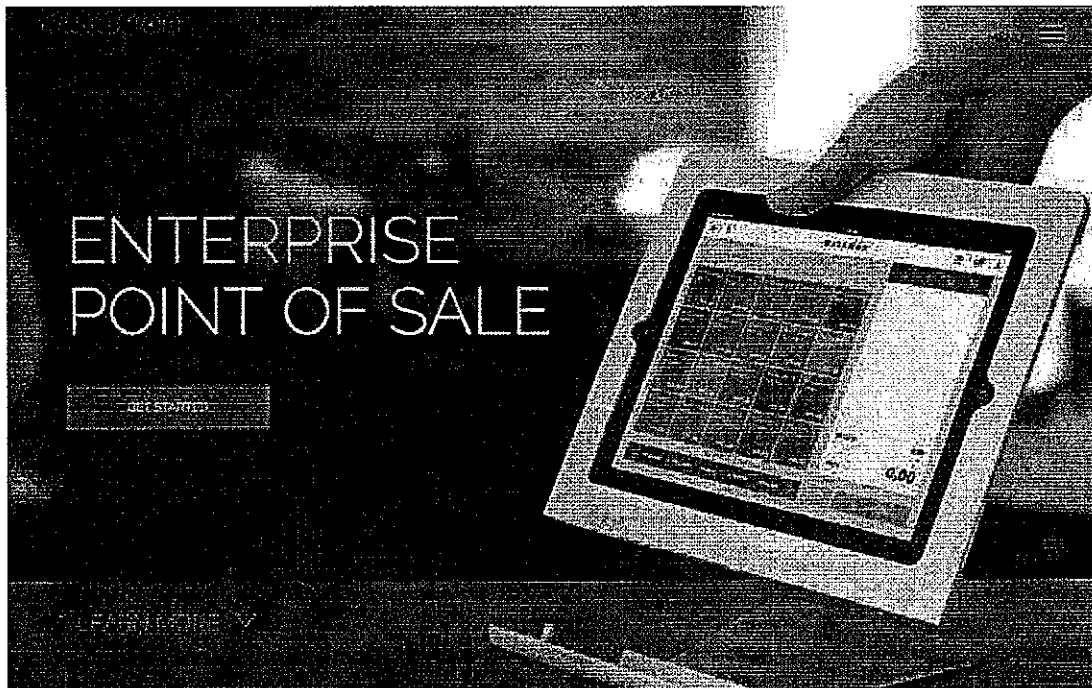
2.2.3. Theo hướng đọc của mắt



Làm việc với hướng đọc của mắt trong một hình ảnh có thể nói là một bước rất quan trọng để tạo nên tương tác giữa hình ảnh và chữ. Điều bạn cần là đặt văn bản vào một vị trí hợp lý, không đè lên hay che khuất phần quan trọng của bức ảnh như là hành động chính trong bức ảnh hoặc bộ mặt của sản phẩm mà bạn muốn trưng bày.

2.2.4. Làm nhòe hình ảnh

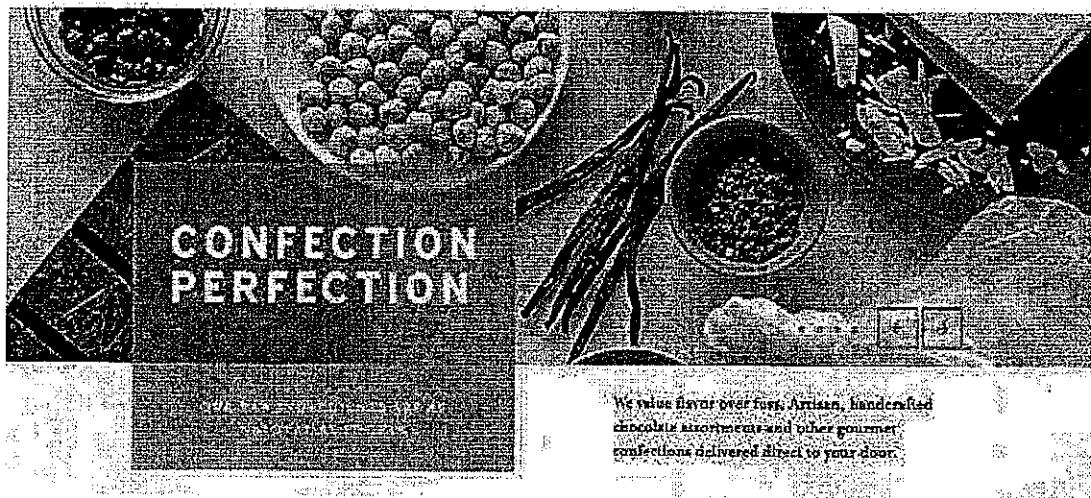




Một cách đơn giản nhất bạn có thể làm khi kết hợp chữ với hình đó là làm nhòe (blur) một phần của hình ảnh. Làm nhòe một phần của hình ảnh background có thể làm cho chữ của bạn nổi bật hơn, hoặc như trong trường hợp thiết kế Wallmob ở trên, phần background mờ đã làm nổi bật rất rõ hình ảnh sản phẩm cũng như nội dung chữ, giúp cho chúng ta dễ bị thu hút vào những điều mà họ muốn truyền đạt.

2.2.5. Đặt chữ trong một nền mờ

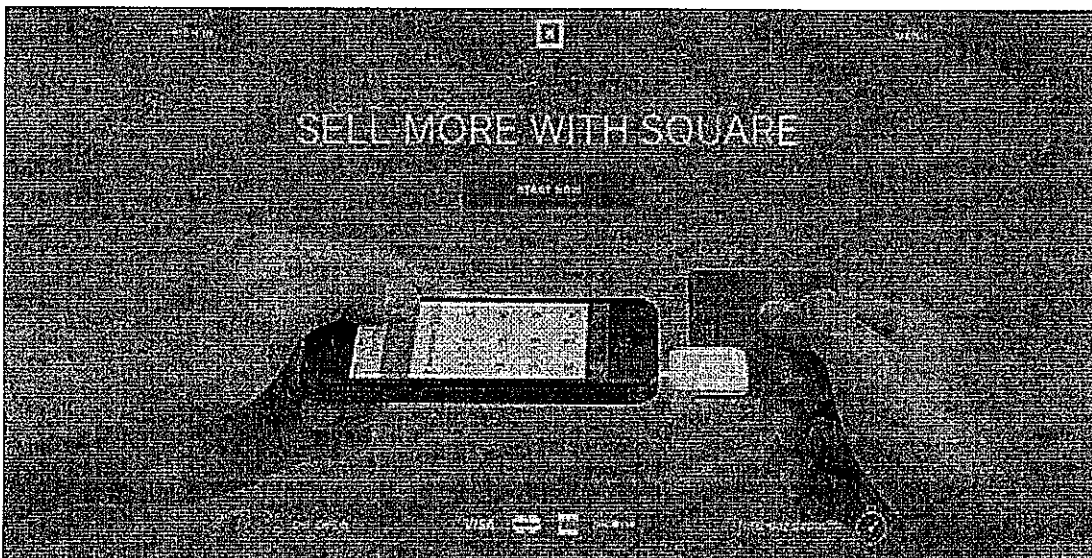


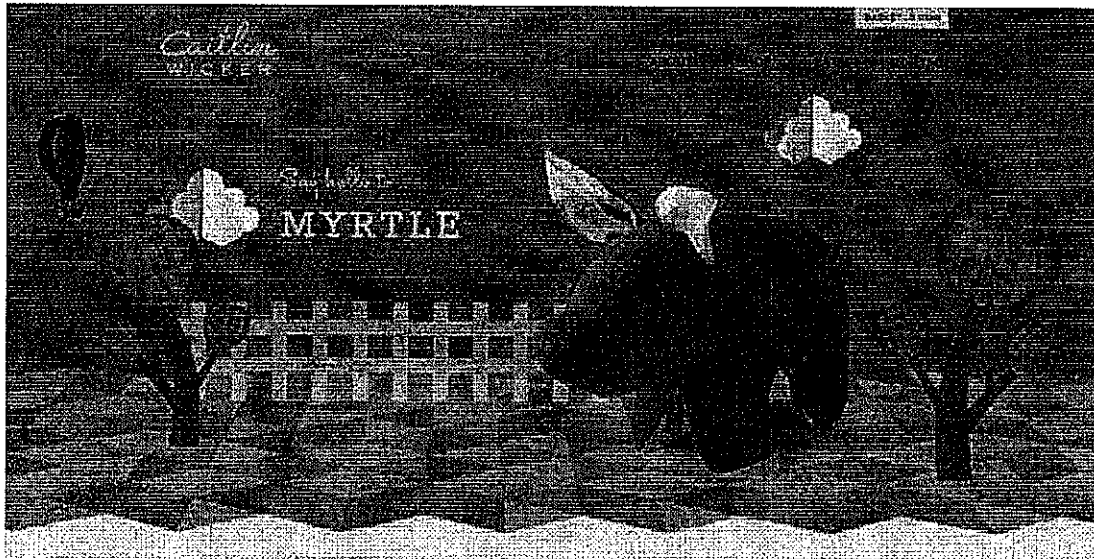


Khi phải làm việc với những hình ảnh quá sặc sỡ hay hình ảnh quá nhiều sự tương phản, giải pháp tốt nhất cho trường hợp này là chúng ta nên đặt chữ vào một khung hiển thị.

Chúng ta có thể chọn một hình thức (shape) bất kỳ, hình vuông, hình tròn, hình chữ nhật, v.v... Tiếp theo là chọn màu sắc cho shape đó đủ để có thể hiển thị rõ chữ bên trên, giúp chúng ta đọc chữ một cách dễ dàng. Ngoài ra, cũng đừng quên giảm độ trong suốt (opacity) để phần hình nền (background) đó không che khuất đi một phần hình ảnh bên dưới, nên chọn mức độ vừa phải đủ để đọc chữ và nhìn được cả hình ảnh background bên dưới.

2.2.6. Đặt chữ trong hình nền (Background)



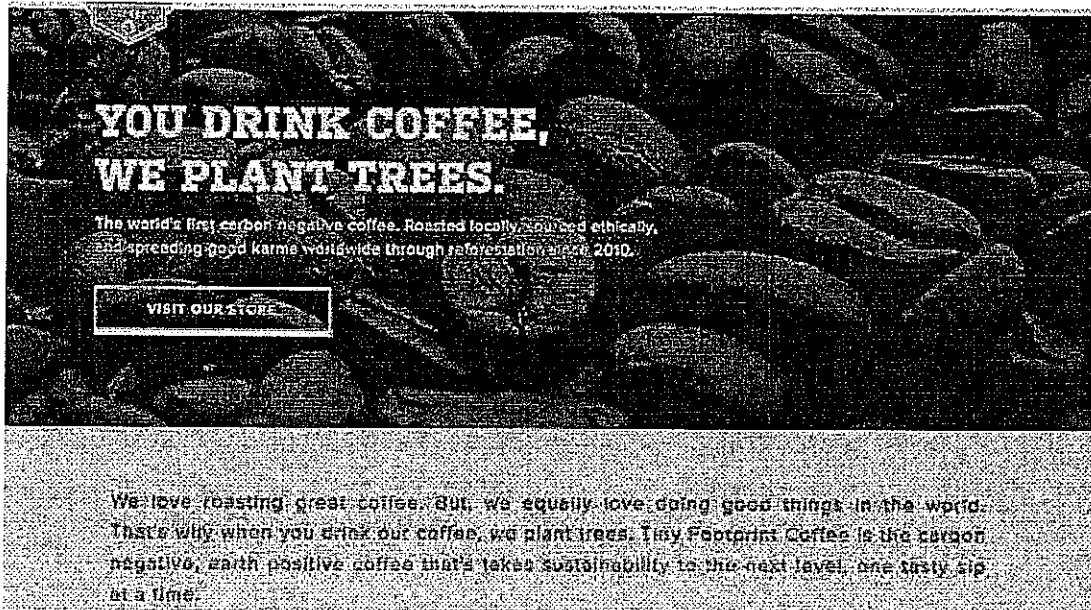


Một trong những thủ thuật tốt nhất là đưa văn bản vào trong một phần của hình ảnh, chứ không phải đặt lên trên bức hình. Thông thường những hình ảnh gốc, background đơn giản thì dễ dàng cho việc đặt chữ hơn, những hình ảnh đó thường được sử dụng bởi một màu, do đó ta dễ dàng tìm ra được vị trí thích hợp để đặt chữ sao cho dễ nhìn thấy và dễ đọc.

Kết quả cuối cùng là một vị trí trông tự nhiên mà không đòi hỏi phải can thiệp quá nhiều vào chỉnh sửa hình ảnh. Chúng ta cũng có thể kết hợp vài hiệu ứng nhẹ nhàng, giúp cho tác phẩm có chiều sâu hơn.

2.2.7. Sử dụng chữ kích thước lớn

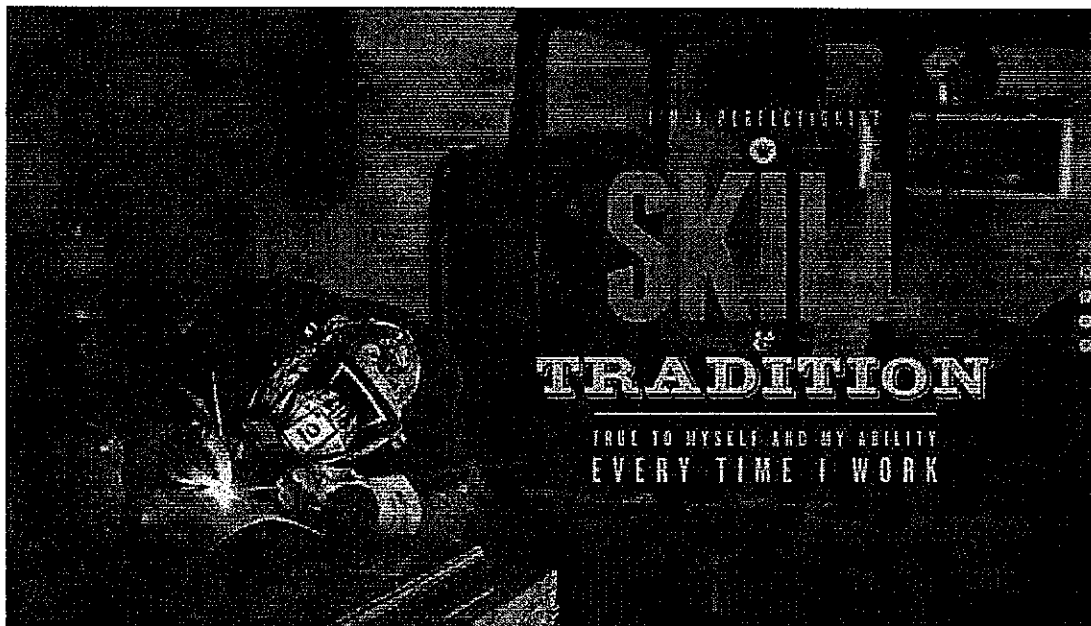




Khi bạn không chắc chắn những gì phải làm, hãy chọn giải pháp sử dụng kích thước lớn. Điều này có thể áp dụng được cho cả hình ảnh. Các yếu tố được sử dụng với kích thước lớn sẽ gây chú ý với người dùng, ví dụ như những tác phẩm ở trên, họ đều sử dụng cả hình ảnh và chữ lớn, giúp tạo nên sự tương phản rất rõ, và nó hầu như có thể được sử dụng cho tất cả các loại hình ảnh.

2.2.8. Màu sắc





Thêm một chút màu sắc cũng có thể tạo thêm chút thú vị cho hình ảnh. Như 2 trang web ở trên có các cách sử dụng khác nhau : một sử dụng màu sắc tương phản có thể không nhìn thấy một vài từ, nhưng giúp làm nổi bật một vài từ họ cho là quan trọng cần nhất mạnh, còn tác phẩm kia sử dụng một tông màu có thể làm nổi bật hình ảnh và chữ. Cả 2 đều cho kết quả tốt như nhau.

2.2.9. Sử dụng một lớp màu





Một hiệu ứng đang ngày càng phổ biến là sử dụng thêm một lớp màu che phủ lên hình ảnh gốc để làm nổi bật phần văn bản. Điều này sẽ rất khó khăn để thực hiện nhưng cũng mang lại cho ta hiệu quả tuyệt vời.

Điều quan trọng nhất là lựa chọn màu sắc phù hợp. Sự cân bằng ở đây là màu sắc đó được sử dụng là một lớp trong suốt đủ để nhìn thấy hình ảnh bên dưới, và cũng đủ tương phản để dễ dàng đọc chữ bên trên. Bạn có thể phải thử nghiệm với thật nhiều màu sắc và hình ảnh trước khi sử dụng thủ thuật này. Theo mình nghĩ, bạn có thể bắt đầu với một màu chủ đạo trong tác phẩm hay sản phẩm của bạn.

2.2.10. Làm thật đơn giản 10





Lời khuyên tốt nhất ở đây là bạn hãy làm thiết kế của bạn càng đơn giản càng tốt, nó được áp dụng bao gồm cho cả hình ảnh và chữ. Khi bạn muốn mọi người nhìn thấy cả hình ảnh và chữ, đôi khi làm nhiều hiệu ứng quá sẽ cho ra kết quả ngược lại.

Khi làm việc với hình ảnh, sử dụng một kiểu chữ đơn giản, và một hình ảnh đơn giản, sẽ cho ra kết quả tốt nhất. Hãy nhớ giữ cho các phần quan trọng nhất của hình ảnh được hiển thị một cách rõ ràng nhất, sau đó đặt chữ vào một vị trí không làm ảnh hưởng đến hình ảnh và cũng tạo cảm giác dễ dàng cho người đọc có thể hiểu nội dung câu chữ nhanh nhất.

2.3. Phương pháp sáng tác poster

Poster là sự kết hợp các thành phần:

- Kích thước: đa dạng, phù hợp với chủ đề.
- Ý tưởng: đòi hỏi người thiết kế phải thể hiện được tư duy, ý tưởng sáng tạo của mình thông qua các thủ pháp thể hiện. Ý tưởng phải thật hay, mới lạ, thu hút và có sự khác biệt thì nội dung thiết kế mới tạo được sự chú ý và ghi nhớ lâu.
- Bố cục: đơn giản, mang tính khái quát cao
- Màu sắc: phải có tông màu chủ đạo, sử dụng màu sắc tương phản, hợp lý, ý chính mới được nổi bật.
- Ngôn ngữ: gọn gàng, dễ đọc, dễ hiểu, tạo sự tư duy, sự liên tưởng của người xem nắm được thông tin nhanh và chính xác nhất.

- Hình ảnh: phải đẹp, độc đáo, hiệu quả, truyền đạt được thông tin, phù hợp với chủ đề. Hình ảnh là một loại ngôn ngữ, là hồn của poster, hình ảnh có thể làm cho người xem thấy được lợi ích của sản phẩm, thể hiện ý tưởng của nhà thiết kế.

3. Trang trí Hội trường, phòng triển lãm

3.1. Backdrop hội nghị

3.2. Backdrop sự kiện

Backdrop: cơ sở, nền tảng, tấm màn vẽ căng sau sân khấu (từ điển Anh-Việt). Tiếng Việt gọi là: phông sân khấu

Trong tổ chức sự kiện, backdrop là một trong những hạng mục không thể thiếu. Bởi vì đây chính là phông nền của chương trình, backdrop chính là bộ mặt để thể hiện tất cả những điều này.

Các loại backdrop thông dụng được sử dụng trong tổ chức sự kiện:

+ Backdrop in trên hiflex

Thông thường chúng ta biết đến backdrop sử dụng trong các sự kiện là bạt hiflex, căng trên khung sắt. Đây là loại backdrop đơn giản nhất và chi phí cũng rẻ nhất. Chỉ việc thiết kế và in ra, sau đó bắn vít vào khung sắt và căng lên, dựng ở phía trên sân khấu. Backdrop này hình thức đẹp hay xấu chủ yếu dựa vào thiết kế của đơn vị tổ chức. In trên hiflex cũng có 2 hình thức in thuận và in ngược trên mặt bạt.

- Ưu điểm: dễ thi công, nhanh chóng, rẻ tiền
- Nhược điểm: vật liệu phổ thông, dễ bị rách khi đặt ngoài trời.



Backdrop bằng hiflex thông dụng nhất

+ Backdrop in trên PP

Backdrop in trên loại vật liệu này thì đẹp hơn về mặt hình thức vì chất liệu PP khá mịn và đẹp. Tương tự như in trên hiflex, chỉ cần xuất file thiết kế, đơn vị thi công sẽ in và dựng trên khung sắt. Backdrop dạng này ít được sử dụng hơn vì chi phí khá cao, hiệu quả về hình ảnh cũng không khác biệt nhiều so với hiflex nếu nhìn từ xa.

- Ưu điểm: hình ảnh in trên PP đẹp, mịn và backdrop bền hơn, khó bị rách (với PP dày)

- Nhược điểm: đắt gấp 3 lần so với backdrop hiflex thông thường.

+ Backdrop bằng màn hình LED

Sử dụng backdrop này giúp cho người tổ chức và lên nội dung cho chương trình thỏa sức sáng tạo. Màn hình LED có thể thay đổi hình ảnh theo ý muốn, thường sử dụng trong các sự kiện biểu diễn hoặc có yếu tố sáng tạo. Trong các event thông thường, màn hình LED không được lựa chọn vì giá cao và khó bảo quản.

- Ưu điểm: hiệu ứng đẹp, độc đáo nếu biết cách thiết kế chương trình

- Nhược điểm: chi phí cao, khó bảo quản

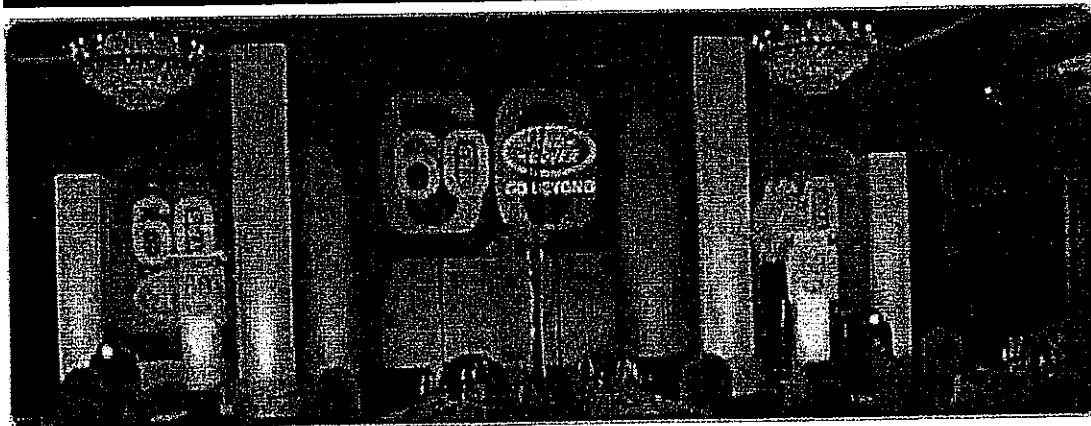
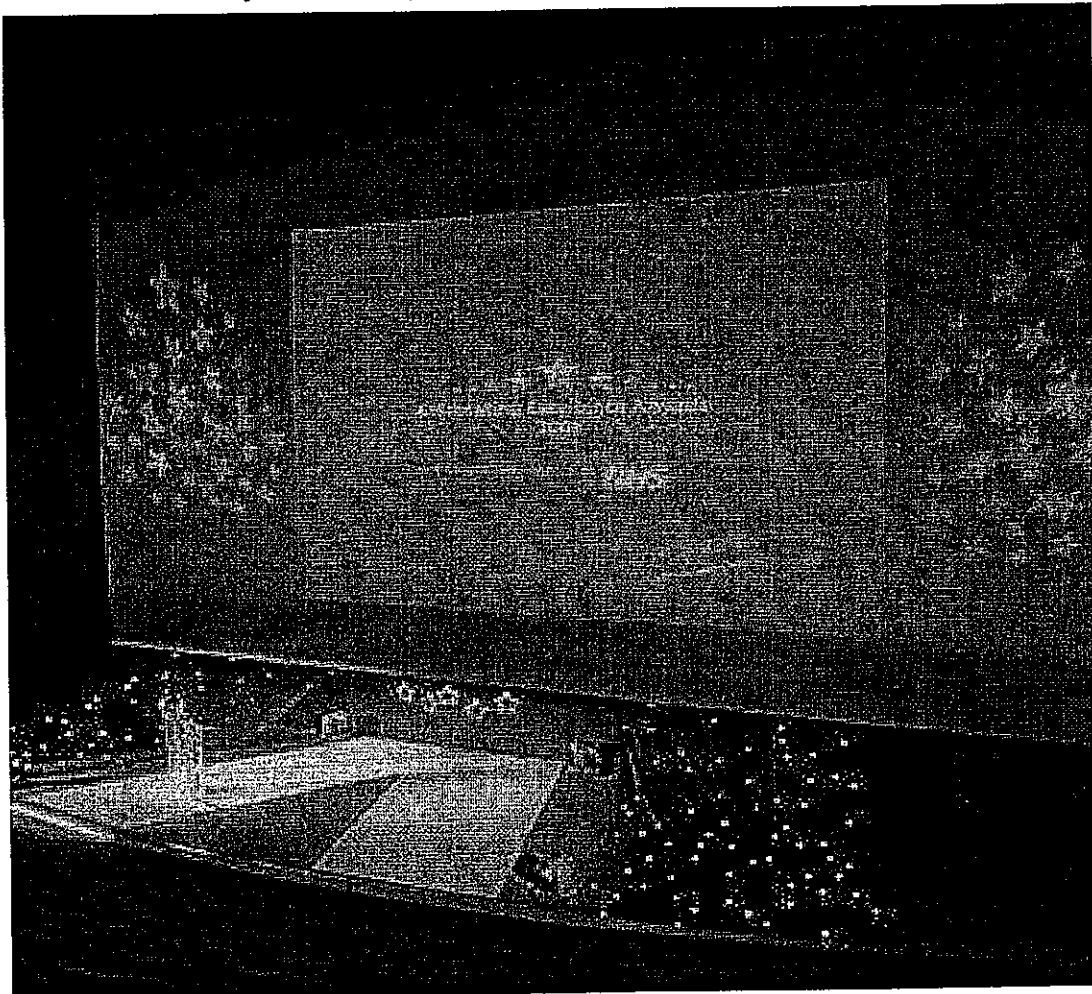


Màn hình LED dùng làm backdrop

+ Backdrop là màn chiếu

Backdrop bằng màn chiếu được sử dụng trong các sự kiện cần chiếu các đoạn phim trong chương trình. Sử dụng backdrop này cần máy chiếu công suất lớn và màn chiếu rộng.

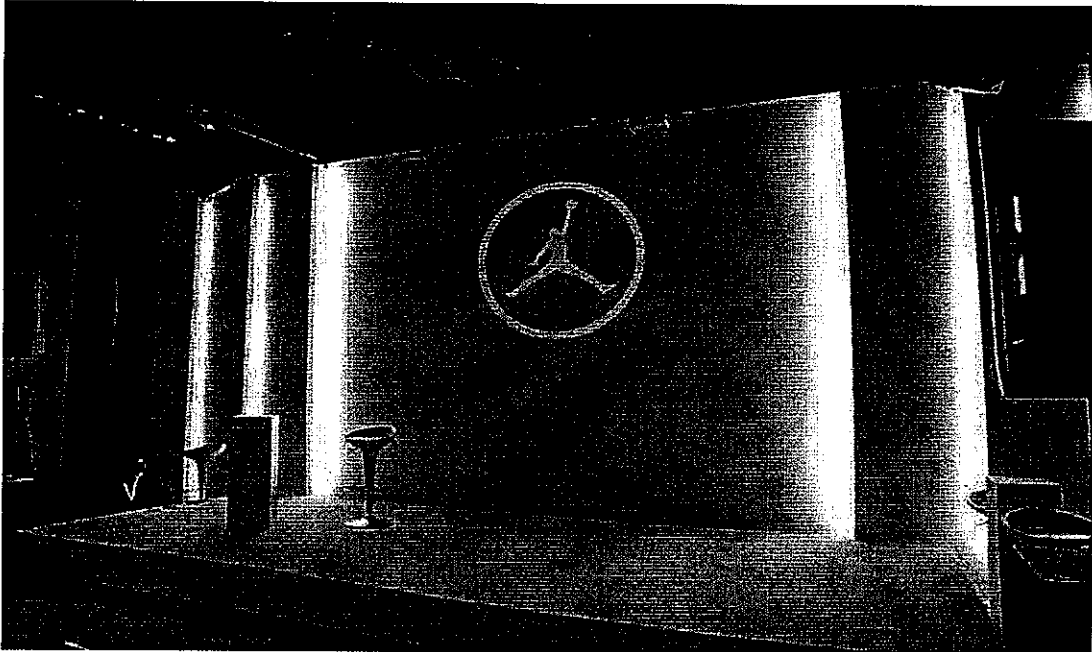
- Ưu điểm: mới lạ, thu hút, dễ chuyển đổi nội dung chương trình.
- Nhược điểm: khó tìm kiếm đơn vị đáp ứng được yêu cầu về màn chiếu lớn và máy chiếu độ phân giải cao và đẹp.



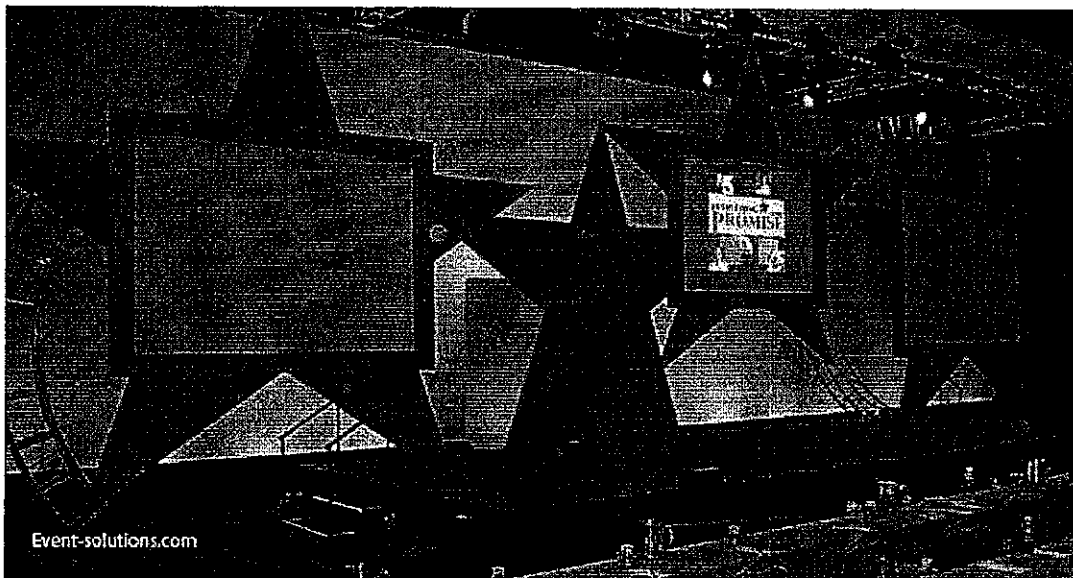
+ Backdrop chất liệu mica, kim loại

Backdrop chất liệu mica cũng không quá đắt tiền, nhưng khó khăn trong việc thi công và bảo quản, vận chuyển. Bên cạnh đó, với chất liệu này, bạn cần có những thiết kế đơn giản và ấn tượng kết hợp cùng đèn led để làm nổi bật vì mica không cho phép bạn in lên như hiflex hay PP, nên những điều muốn thể hiện trong chương trình bạn cần phải gửi đến khách mời qua cách khác nếu muốn có một backdrop đơn giản và ấn tượng.

- Ưu điểm: đẹp, ấn tượng, chi phí không cao
- Nhược điểm: khó bảo quản, vận chuyển, khó thiết kế.



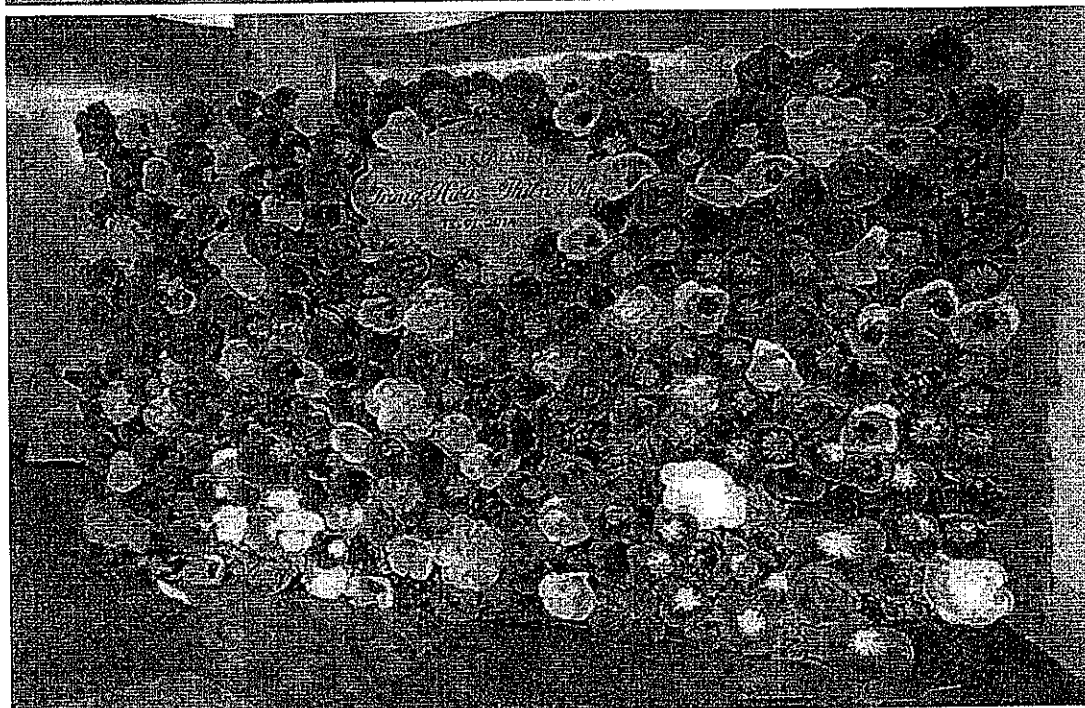
Backdrop chất liệu mica, kim loại đơn giản và ấn tượng



+ Backdrop bằng vải, giấy hoặc các vật liệu khác

Các loại backdrop kiểu này thường rất rẻ tiền nhưng đem lại sự mới mẻ, độc đáo về mặt hình ảnh cho sự kiện. Tuy nhiên, để sử dụng được các loại vật liệu này, cần phải có sự kết hợp khéo léo và sự phù hợp trong không gian sự kiện. Backdrop từ các vật liệu này phù hợp với các sự kiện nghệ thuật và mang tính thẩm mỹ cao.

- Ưu điểm: rẻ tiền, dễ thực hiện, dễ vận chuyển bảo quản
- Nhược điểm: đòi hỏi tính sáng tạo và khéo léo để kết hợp



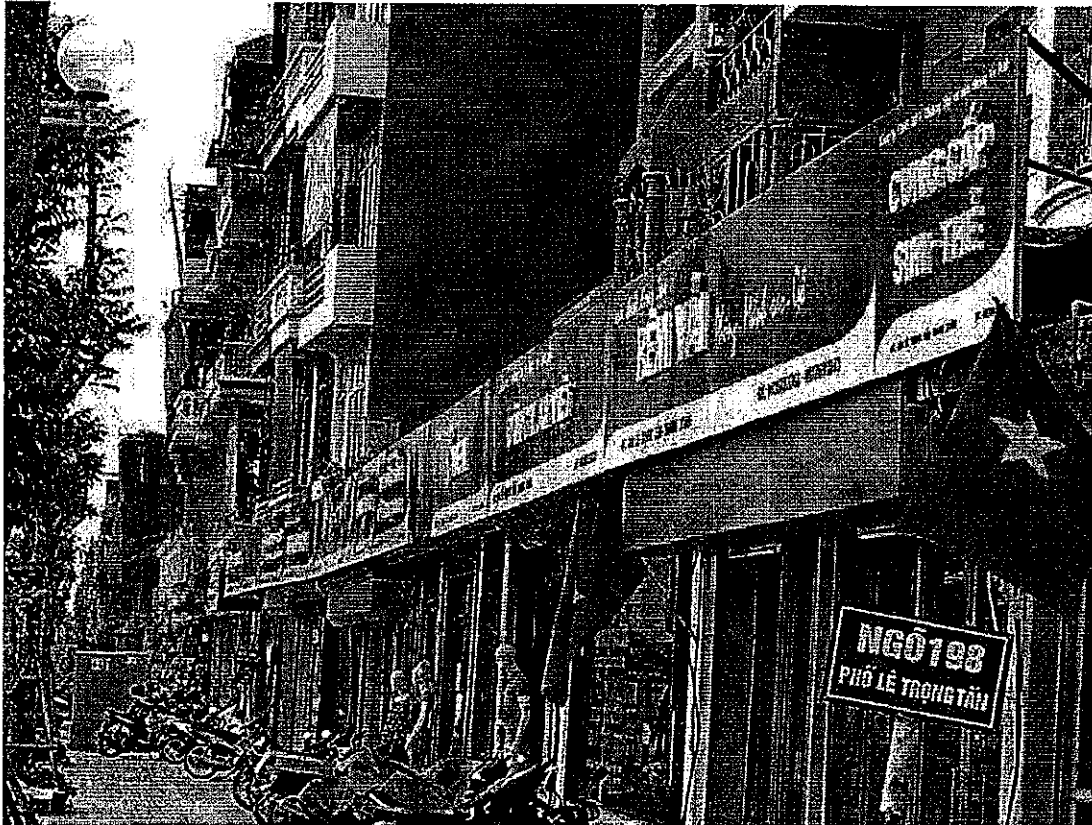
Hiện nay, trên thị trường có nhiều chất liệu mới, vật liệu xây dựng đa dạng, kết hợp công nghệ, người thiết kế có nhiều phương án sáng tạo.

3.3. Không gian trưng bày triển lãm

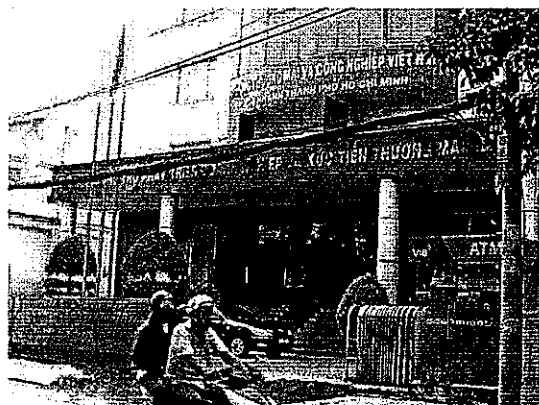
(Phần 3: Anh chị xem các slide hình ảnh minh họa, đánh giá, thảo luận)

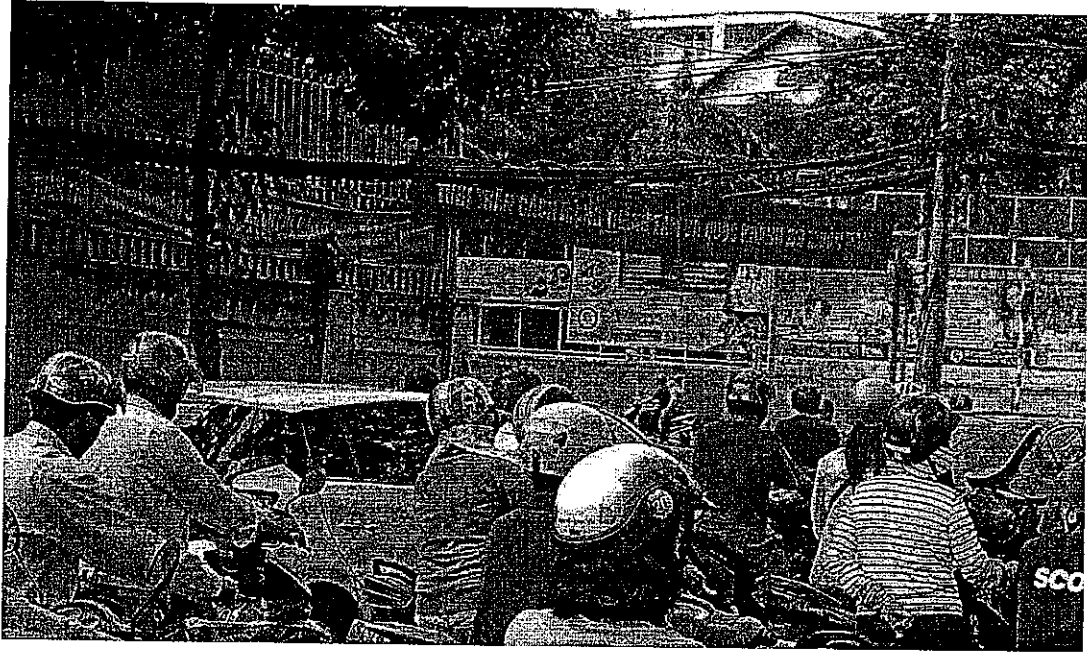
Tại sao biển hiệu kiểu mẫu ở Hà Nội chỉ màu đỏ và xanh?

08:02 AM - 13/05/2016 Thanh Niên



Một loạt các cửa hàng trên phố Lê Trọng Tấn (Q.Thanh Xuân, Hà Nội) đồng loạt có áo mới, biển mới. Các biển đều có mảng màu chính là xanh nước biển hoặc đỏ. Sắc độ xanh, đỏ này không có sự khác biệt. Các cửa hàng này có mặt hàng kinh doanh khá đa dạng, từ ăn uống đến may mặc, tín dụng, hàng không... từ bún đậu đến phở, thời trang trong nước đến nước ngoài...





Ảnh tác giả chụp ngày 28/08/2016, tại đường Võ Thị Sáu, Q.3, TP.HCM

Thảo luận:

- Hiệu quả tuyên truyền cổ động nơi công cộng và kiến nghị giải pháp.
- Thực trạng mỹ quan quảng cáo tại thành phố Hồ Chí Minh hiện nay.