VẬN DỤNG TRONG DẠY HỌC THIẾT KẾ LOGO NGÀNH THIẾT KẾ ĐỒ HOẠ

Lưu Thị Hiền
Trường Đại học Đại Nam
Email: hienluu3979@gmail.com

/Ngày nhận bài: **07/03/2025** /Ngày nhận bài sửa sau phản biện: **15/03/2025** /Ngày chấp nhận đăng: **10/04/2025**

TÓM TẮT

Vận dụng yếu tố hình thể của chữ La tinh trong quá trình giảng dạy thiết kế logo ngành thiết kế đồ hoạ giữ vai trò then chốt trong việc giúp sinh viên làm chủ nghệ thuật sắp chữ (typography) và áp dụng một cách hiệu quả trong thiết kế. Trong giảng dạy, việc chọn lựa font chữ phù hợp được xem là yếu tố quyết định, có thể mang lại thành công cho thiết kế logo hoặc làm suy yếu thông điệp của nó nếu không được cân nhắc kỹ lưỡng. Hiểu rõ bản chất và ngôn ngữ biểu đạt qua chữ La tinh, việc phân tích các yếu tố tư duy sáng tạo và phương pháp thiết kế, giúp hình thành nhận thức căn bản trong việc sáng tạo logo. Qua đó, ứng dụng chữ La tinh không chỉ phản ánh xu hướng hội nhập mà còn phù hợp với triết lý đào tạo trong kỷ nguyên kỹ thuật số.

Từ khóa: *Chữ La tinh, dạy học thiết kế, vận dụng yếu tố tạo hình trong logo*

APPLYING LATIN LETTERFORM ELEMENTS IN TEACHING LOGO DESIGN FOR GRAPHIC DESIGN STUDENTS

ABSTRACT

The application of Latin letterform elements in the teaching of logo design for graphic design students plays a crucial role in helping students master the art of typography and apply it effectively in design. In teaching, the selection of appropriate typefaces is considered a decisive factor - it can lead to a successful logo design or undermine its message if not carefully considered. Understanding the essence and expressive language of Latin letters, analyzing creative thinking elements and designing methodologies help to establish a fundamental awareness for logo creation. Therefore, the application of Latin typography not only reflects a trend of global integration but also aligns with the educational philosophy in the digital era.

Keywords: *Latin script, design education, application of letterform elements in logos*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Chữ La tinh giữ vai trò quan trọng trong thiết kế đồ hoạ, chữ hay kiểu chữ không chỉ là phương tiện truyền tải thông tin mà còn là nghệ thuật tạo hình, góp phần xác định phong cách, cá tính và giá trị của một sản phẩm thiết kế. Thông điệp trong thiết kế đồ hoạ rõ ràng, cách trình bày chữ có ảnh hưởng lớn đến việc tiếp nhận thông tin của người xem. Màu sắc của chữ phối hợp hài hòa giữa kích thước, khoảng cách, đảm bảo tính dễ đọc, giúp nhấn mạnh các điểm quan trọng trong nội dung. Typography (kiểu chữ) không chỉ đơn thuần là chữ viết mà còn là nghệ thuật kể chuyện. Cách chọn phông chữ, kết hợp màu sắc và bố cục có thể gợi ra cảm xúc - từ sự năng động, trẻ trung đến sự trang trọng, cổ điển - từ đó tạo nên mối liên kết cảm xúc mạnh mẽ giữa sản phẩm thiết kế và khán giả.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Bài viết sử dụng các thao tác khảo sát đối với giảng viên và sinh viên, kết hợp phân tích kết quả bài học thực tế của sinh viên để bổ sung những thông tin thực tiễn cho vấn đề nghiên cứu chữ La tinh trong chương trình đào tạo ngành thiết kế đồ họa. Phân tích chữ La tinh trong thiết kế logo bao gồm việc khảo sát cấu trúc cơ bản của dạng chữ, phân loại theo nhóm phông, đánh giá độ tương phản và hướng nét, bố cục, cũng như kiểm nghiệm tính ứng dụng qua thử nghiệm ở nhiều kích thước, nền và các dạng chữ khác nhau.

Bên cạnh đó, bài viết cũng vận dụng những nội dung nghiên cứu vào một số bài dạy thực nghiệm cho sinh viên để kiểm chứng tính khả thi của đề tài về chữ La tinh, có hai dạng chính: có chân và không chân trong thiết kế. Xây dựng hệ thống và các bước thực hiện trong quá trình sáng tạo dạng chữ trong logo.

3. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

3.1. Chữ La tinh trong dạy học thiết kế logo ngành thiết kế đồ hoạ

3.1.1. Đặc điểm tạo hình chữ cái La tinh trong thiết kế logo

Đặc điểm tạo hình chữ La tinh trong thiết kế logo bao

gồm các yếu tố cơ bản của dạng chữ như thân chữ (stem), thanh ngang (crossbar), thanh vát (arm), chân chữ (leg), đuôi (tail), và đường cong (arc). Tỷ lệ giữa chiều cao (x-height) và chiều cao trên đường cơ sở (cap height) cùng độ tương phản nét dày-mảnh (stress) quyết định khả năng nhận diện và tính thẩm mỹ của logo. Việc chọn kiểu có chân hay không chân, cũng như biến tấu hình dạng thẳng, cong, chéo tạo nên ngôn ngữ thị giác riêng, hỗ trợ truyền tải thông điệp và xây dựng bản sắc thương hiệu.

Các ký tự La tinh được chia thành ba nhóm hình thể nét thẳng, nét cong và nét chéo làm nền tảng cho sự sáng tạo đa dạng trong logo. Tỷ lệ giữa chiều cao và chiều cao trên đường cơ sở cùng độ tương phản nét dày nét mảnh sẽ định hình tính cân đối và khả năng nhận diện ở nhiều kích thước khác nhau. Việc lựa chọn giữa kiểu có chân mang phong cách truyền thống và không chân mang phong cách hiện phù hợp, giúp tối ưu hóa độ rõ nét trong cân bằng thị giác cho logo. Cuối cùng, cân nhắc không gian âm-dương và các nhóm cấu trúc trong dạng chữ góp phần tạo nên bố cục hài hòa, nâng cao tính thẩm mỹ và sức mạnh truyền tải thông điệp của logo.

Trong quá trình sáng tạo logo, yếu tố đường nét của chữ giữ vai trò then chốt vì logo không chỉ là biểu tượng ẩn dụ mà còn là tín hiệu thị giác được xây dựng từ các kí hiệu và hình ảnh. Do đó, khi thiết kế cần phải nghiên cứu và phân tích tỉ mỉ vai trò của đường nét, của chữ trong bố cục để tạo ra một logo ấn tượng. Theo tác giả Laura Ries có viết "Nhận dạng thương hiệu của bạn phải rõ ràng và có một kiểu chữ hoặc phông chữ thích hợp để truyền đạt tính chất thương hiệu của bạn. Dù cho bạn chọn cái gì, hãy chọn chữ có chân, không chân hoặc kiểu chữ Gothic, ghi nhớ rằng sức mạnh thương hiệu của bạn nằm ở tên gọi và ý tưởng nó bao hàm trong tâm trí khách hàng của bạn" [15, tr.8].

Hình 1: Các thành phần của chữ La tinh

3.1.2. Đường nét chữ cái La tinh trong thiết kế logo

Đường nét chữ La tinh trong thiết kế logo gồm thân chữ, thanh ngang, thanh vát, chân chữ, chữ có chân và đường cong hay điểm hội tụ (apex), mỗi thành phần đều ảnh hưởng trực tiếp đến nhận diện và thẩm mỹ tổng thể. Thân chữ tạo khung xương ký tự, thanh ngang ổn định hình khối, trong khi thanh vát và chân chữ hướng dẫn thị giác, tạo nên chuyển động cho thiết kế. Chữ có chân có những nét nhỏ nối ở điểm đầu hoặc cuối hỗ trợ nhịp đọc, mang lại cảm giác cổ điển, còn đường cong mang đến sự mềm mại, dễ tiếp cận, trong khi đỉnh nhọn như chữ A quyết định độ nhọn hoặc tròn của đỉnh ký tự. Sự cân bằng và tương phản giữa các nét chính và phụ giúp logo giữ được tính dễ đọc ở mọi kích thước và tăng cường khả năng nhận diện thương hiệu.

Trong thực tế, không phải thương hiệu nào cũng chỉ dùng một chữ cái để thiết kế logo. Có thể là một tập hợp từ hai hoặc ba, bốn con chữ được viết tắt ví dụ như Lucky Goldstar, có nghĩa là ngôi sao vàng may mắn của một tập đoàn đa quốc gia Hàn Quốc. Năm 1995, tập đoàn đã rút gọn tên thành LG. Tuy nhiên ít có logo làm nhiều con chữ viết tắt bởi khi đó tính giản lược và cô đọng không cao.

Kiểu chữ Dynamic (Variable fonts, chữ biến đổi): ưu điểm linh hoạt điều chỉnh trọng lượng, độ nghiêng, khoảng cách giữa các ký tự ngay trong một tệp duy nhất, giúp tối ưu hiệu suất tải trang và tạo khả năng đáp ứng cho thiết kế trên đa nền tảng. Kiểu chữ Handwriting (Script/Hand-drawn, chữ viết tay): ưu điểm mang lại cảm giác thân thiện, cá nhân và giàu tính biểu cảm, phù hợp với các thương hiệu thủ công, sáng tạo hoặc mang đậm dấu ấn con người. Nhược điểm, khả năng đọc kém khi phải hiển thị ở kích thước nhỏ, dễ gây mỏi mắt và thiếu tính chuyên nghiệp nếu sử dụng không đúng ngữ cảnh.

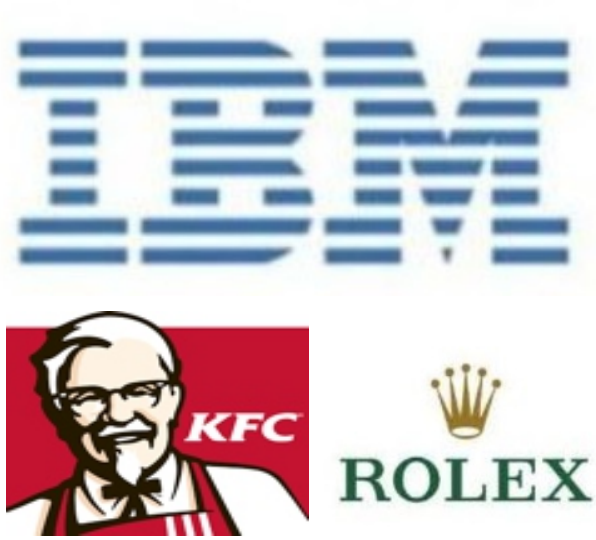
3.1.3. Một số loại mẫu chữ cơ bản

Chữ Baton thuộc nhóm grotesque không chân, mang phong cách vừa hiện đại vừa hoài cổ, ít có độ tương phản bởi các nét đồng đều trong kiểu chữ. Tỷ lệ và cấu trúc chữ Baton có chiều cao nhỏ cùng chiều cao đỉnh trên, tạo cảm giác thanh mảnh và năng động. Nét và viền ngoài có độ tương phản giữa thấp, với nét chính thẳng gọn và đường cong mềm mại, mang lại sự nhất quán khi sử dụng ở kích thước lớn hay nhỏ. Chữ Baton được sử dụng rộng rãi trong thiết kế tạp chí, báo chí, thương hiệu, logo trong ngành thời trang, công nghệ nhờ tính nhận diện cao và khả năng đọc tốt.

Chữ Roman hôm nay được phát triển từ phông chữ La Mã dựa trên phong cách chữ Roma cổ đại. Ra đời từ các mẫu khắc chữ La Mã cổ điển. Chữ La Mã, còn gọi là bảng chữ cái La tinh, là tập hợp ký tự cơ bản

gồm các chữ cái viết hoa và viết thường, được các vương quốc La Mã xây dựng và phát triển, trở thành nền tảng cho hầu hết các ngôn ngữ hiện đại. Sự giống nhau giữa hai loại thể hiện qua việc chia sẻ cùng cấu trúc dạng chữ cơ bản như thân chữ, thanh ngang và chữ có chân. Tuy nhiên, chữ Roman trong thiết kế hiện nay còn gắn liền với các yếu tố kỹ thuật như tương phản nét thanh, nét đậm, khoảng cách các chữ và khoảng cách các từ, vốn không có trong các bản khắc chữ La Mã gốc chỉ mang tính khắc họa. Chữ Roman thường hỗ trợ đầy đủ các định dạng phông chữ như chữ có chân, không chân và chân vuông với nhiều biến thể trong phông loại mở (OpenType) và phông chữ biến đổi (Variable Font), trong khi chữ La Mã cổ chỉ bao gồm các nét cơ bản không có chân hay các kỹ thuật số hóa. Do đó, chữ Roman vừa kế thừa tính hình tượng và lịch sử của chữ La Mã, vừa bổ sung các quy ước thiết kế hiện đại để tối ưu hóa khả năng đọc và ứng dụng đa nền tảng.

Kiểu chữ có chân: mang tính truyền thống, kiểu chữ thiết kế mô phỏng lại văn bản thời trung cổ. Nét chữ có chân, ở điểm đầu và điểm kết thúc có những đường nhỏ gắn liền thể hiện tính rõ ràng, dễ đọc mang đến vẻ đẹp thanh mảnh, trang trọng. Kiểu chữ có chân được phân chia thành ba dạng chính: chân nhọn, chân vuông và chân bo tròn. Chân nhọn thường có góc sắc, tạo cảm giác cứng cáp và cổ điển, thích hợp cho bảng hiệu và tiêu đề nổi bật. Chân vuông nổi bật với nét chân dày, góc vuông vức, mang lại sự mạnh mẽ và chắc chắn, thường dùng trong thiết kế biểu ngữ và in ấn cần độ bề thế cao. Chân bo tròn làm mềm các góc chữ, đem đến cảm giác nhẹ nhàng và dễ tiếp cận, phù hợp với các thiết kế mang tính trải nghiệm người dùng. Độ tương phản giữa nét thanh và nét đậm thay đổi từ thấp ở các phông chữ loại cũ (font Old-style) đến cao ở các phông Didone, góp phần xác định phong cách và khả năng nhận diện kiểu chữ có chân.



Hình 2: Thương hiệu thành công sử dụng chữ La tinh có chân

Kiểu chữ không chân: Chữ có chân xuất hiện từ thời La Mã cổ đại, khi các ký tự khắc trên bia đá được gia cố bằng những gờ nhỏ ở đầu nét vừa để bền vững vừa dễ đọc và tiếp tục được hoàn thiện vào thời kỳ Phục hưng với các họ chữ như Garamond (ra đời khoảng năm 1549). Chữ không chân ra đời muộn hơn, với mẫu "Caslon Egyptian" của William Caslon IV xuất bản năm 1816, là chữ không chân La tinh in hoa đầu tiên. Tuy nhiên, nó chỉ thực sự được chấp nhận rộng rãi vào đầu những năm 1830 qua các kiểu kì lạ "Grotesque" của Vincent Figgins và Thorowgood, đánh dấu sự chuyển mình của thiết kế chữ sang phong cách hiện đại, tối giản được sử dụng rộng rãi trong các ấn phẩm như báo, tạp chí và sách.

3.2. Vận dụng yếu tố tạo hình chữ La tinh trong dạy học thiết kế logo

3.2.1. Hình thành ý tưởng và các bước sáng tạo logo bằng chữ La tinh

Quá trình hình thành ý tưởng sáng tạo logo bằng chữ La tinh bắt đầu từ việc phân tích bản sắc thương hiệu và giá trị cốt lõi để chọn lựa ký tự, kiểu chữ và phong cách phù hợp với thông điệp cần truyền tải, có tính liên tưởng cao. Tiếp theo, nhà thiết kế phác thảo nhiều biến thể dạng chữ, tận dụng khả năng cách điệu, ghép nối các nét chữ, điều chỉnh tỷ lệ cùng không gian âm - dương để tìm ra cấu trúc logo ấn tượng nhất.

Áp dụng quy tắc cơ bản về cấu trúc dạng chữ, thân chữ, thanh ngang, đỉnh… để đảm bảo các biến thể mới không phá vỡ tính cân đối của ký tự. Kiểu chữ phù hợp quyết định nội dung chữ xuất hiện cùng logo, từ tên thương hiệu đến các từ khóa đặc trưng, tập trung thông điệp ngay từ giai đoạn hình thành ý tưởng ban đầu. Dựa trên phác thảo áp dụng quy luật Gestalt, làm sáng tỏ cách các thành phần thiết kế từ hệ thống lưới, logo đến các phần tử thông tin khác được sắp xếp một cách hài hòa và hiệu quả. Các quy tắc như sự gần nhau, sự tương đồng, liên tục và khép kín giúp tạo ra một tổng thể thị giác nhất quán trong thiết kế. Tỉ lệ, khoảng cách và cách điệu chữ nhằm hình thành các phương án sơ bộ, sau đó được chuyển số hóa trong phần mềm thiết kế mang tính tối giản, tính dễ đọc, dễ nhớ cho một nhận diện thương hiệu mới.

Hình 3: Các bước lên ý tưởng sáng tạo thiết kế logo bằng chữ La tinh

Thông thường thiết kế hay sử dụng nhất đó là tìm những thông tin như doanh nghiệp đó kinh doanh về lĩnh vực nào, mục tiêu đưa ra là gì, đối tượng hướng

đến, văn hóa hay đặc điểm được doanh nghiệp chú trọng nhất ví dụ: Logo của Amazon không chỉ là một biểu tượng đơn thuần là chữ đọc mà còn là một phần không thể thiếu trong việc xây dựng thương hiệu. Thiết kế của logo bao gồm chữ cái "A" được in đậm, kèm theo một mũi tên cong màu cam kéo dài từ chữ "A" đến chữ "Z", tạo thành một nụ cười đầy thân thiện. Mũi tên này không chỉ tượng trưng cho sự kết nối giữa các sản phẩm mà Amazon cung cấp, còn là biểu tượng cho sự phát triển không ngừng và mục tiêu mở rộng của công ty. Những ý nghĩa ẩn dụ có hiệu quả về mặt ngôn ngữ làm cho ai cũng có thể thấy được giá trị của việc thể hiện ý nghĩa ẩn dụ trong ngôn ngữ hình ảnh của thiết kế logo. Theo tác giả Keller có viết "Vai trò cơ bản của thương hiệu đối với các tổ chức là mục đích nhận dạng sản phẩm của họ. Đầu tư vào thương hiệu có thể liên kết một sản phẩm với sự liên kết và ý nghĩa độc đáo sẽ mang lại lòng trung thành cao của khách hàng." [16, tr.9]

3.2.2. Phương pháp tạo hình và tạo hiệu ứng cho chữ

Phương pháp tạo hình chữ La tinh thành hình khối đồ họa có tính thẩm mỹ và nhận diện cao trong thiết kế, gồm các phương pháp: Phương pháp phác thảo tay, bắt đầu bằng việc vẽ nhanh trên giấy, thử nghiệm tỷ lệ, nét đậm nét thanh, cách điệu và dáng tổng thể của chữ, thiết kế linh hoạt khám phá các ý tưởng trước khi chuyển sang số hóa. Phương pháp hình học, sử dụng các hình cơ bản (hình tròn, vuông, tam giác) và phép biến đổi hình học để xác định khung xương cho bề mặt chữ đảm bảo tỷ lệ chính xác, tính cân đối và nhịp điệu đều đặn. Phương pháp lưới, chữ được thiết kế trên hệ lưới chuẩn để duy trì sự tương xứng giữa các ký tự, các thông số chiều cao và rộng hỗ trợ việc tạo khoảng cách được đồng nhất. Phương pháp viết tay bằng bút nhọn hoặc bút dẹt, khai thác đường nét uyển chuyển và độ tương phản nét đậm nét thanh thường dùng cho các logo mang phong cách thủ công, mang tính nghệ thuật. Phương pháp mô-đun, chia ký tự thành các đơn vị lặp lại, từ đó kết hợp, biến tấu để tạo họa tiết hoặc khối chữ độc đáo, tạo tính nhất quán và khả năng mở rộng cho hệ thống nhận diện. Phương pháp phối cảnh tạo chiều sâu và hiệu ứng không gian ba chiều, phù hợp với logo đòi hỏi cảm giác chuyển động hoặc phóng to thu nhỏ. Phương pháp vector hóa và tinh chỉnh số, chuyển các phác thảo tay hoặc hình học vào phần mềm đồ họa để gia công chính xác các đường cong, chéo phức tạp. Phương pháp tương phản âm - dương, khai thác khoảng không gian âm và dương để tạo hình chìm nổi, đôi khi là không gian ẩn trong chữ.

Phương pháp cách điệu chữ nhằm tạo ra hiệu ứng đặc biệt để phục vụ cho những ý tưởng đặc biệt của nội dung cần chuyển tải, cách điệu chữ cũng là một thủ thuật được sử dụng một cách có hiệu quả và ấn tượng nhưng vẫn phải giữ cấu trúc cơ bản. Tuy nhiên để làm được điều này, đòi hỏi phải có một số kỹ năng vi tính đồ họa và óc sáng tạo tinh tế.

Tạo không gian đa chiều kỹ thuật này là tạo hiệu ứng cho chữ nổi lên khỏi nền và cho người xem cảm nhận được chiều, hướng không gian của chữ. Hầu hết logo ngày nay có xu hướng thiết kế ở dạng hình thể đơn giản bởi tính đến sự hạn chế của điều kiện sử dụng. Logo thường được sử dụng ở một diện tích nhỏ bé trên danh thiếp, phong bì, giấy tờ hành chính và các sản phẩm hàng hóa… bề mặt của chất liệu dùng để in logo cũng rất đa dạng, có thể phẳng nhưng cũng có khi là lồi lõm, thô nhám. Những điều kiện ấy không cho phép logo có hình thể phức tạp.

Hình 4: Thương hiệu thành công sử dụng hiệu ứng cho chữ

3.3. Ứng dụng sáng tạo chữ La tinh trong bài dạy học thiết kế logo

Thiết kế logo là một phần rất quan trọng trong chương trình học tập và nghiên cứu của sinh viên thiết kế đồ hoạ, đặc biệt khi dùng chữ la tinh làm yếu tố chính của logo. Tuy chỉ ở một số bài tập nhưng trang bị cho sinh viên những cơ hội tiếp cận với nghề nghiệp. Sinh viên được cung cấp một kiến thức sâu rộng về vai trò của nhà thiết kế. Không chỉ dừng lại ở việc vẽ trên máy trong một không gian nghệ thuật phẳng hai chiều, thông qua các phần mềm đồ họa ứng dụng như CorelDraw, Illustrator... thiết kế logo trên thiết bị truyền thông đa phương tiện cho phép sinh viên sáng tạo trên thế giới ba chiều bằng việc tạo ra những giao diện, hợp nhất những khả năng lập trình để tạo ra những tác phẩm nghệ thuật có giá trị. Tiếp cận những bài học chuyên sâu, sinh viên ngành thiết kế đồ hoạ sau khi tốt nghiệp có thể đảm nhận các công việc như trình bày bản in, thiết kế quảng cáo, in ấn, bao bì sản phẩm, nhận diện thương hiệu, thiết kế báo chí…

Ứng dụng đều liên quan ngắn liền với sáng tạo chữ mới, logo, măng séc báo, cụm chữ trên pano áp phích, poster thương mại, bìa sách,… Học thiết kế sẽ giúp sinh viên vận dụng khả năng sáng tạo và ý tưởng đột phá để biến giấc mơ thành hiện thực, có nhiều cơ hội tiếp cận những kiến thức mới và thử sức mình ở các cuộc thi trong nhà trường cũng như ngoài xã hội.

3.3.1. Bố cục chữ La tinh trong thiết kế logo

Thiết kế logo thường dùng những bố cục quy về hình lớn tổng quan đơn giản: hình vuông, hình tam giác, hình tròn, hình chữ nhật, hình thang là những hình chính căn bản giúp thương hiệu vững chãi, bình ổn. Đại diện cho sự trường tồn của thương hiệu, tuy nhiên giữa các tín hiệu thị giác trên một mặt phẳng

quan hệ giữa hình và nền rất quan trọng, luôn tồn tại và đòi hỏi một quan hệ về khoảng cách, tức một quan hệ không gian, quan hệ hình, nền kết hợp chặt chẽ cho một bố cục. Dùng chữ cái La tinh tránh tình trạng lẫn lộn hình và nền khiến người xem không thể phân biệt phần dương của hình (chữ) và phần âm của nền cũng tức là làm cho người xem khó theo dõi về hình của logo. Thiết kế phải có chủ định trong việc giải quyết quan hệ âm - dương tránh tình trạng thiết kế phần dương là chính nhưng người xem chỉ đọc được phần âm hoặc ngược lại. Đôi khi thiết kế có thể chủ động lợi dụng quan hệ giữa hình và nền để thu được một "hiệu quả kép". Người xem vừa tiếp thu được phần dương lại vừa nhận biết được phần âm như hai thành phần cốt yếu của bố cục. Dưới đây là Logo Vtech cho 1 hãng điện tử (giả định), được thực hiện và áp dụng các phương pháp thiết kế kết hợp chữ La tinh. Sử dụng bố cục vuông, chữ phía trên ở giữa được cách điệu làm biểu tượng, tạo ra hình tượng có ý nghĩa ngắn liền với thông điệp thương hiệu.

Hình 5: Vận dụng và sáng tạo bố cục trong dạy học thiết kế logo

3.3.2. Màu sắc chữ La tinh trong thiết kế logo

Màu sắc vốn có sự thu hút thị giác mạnh mẽ, có tính tượng trưng cao và tính cảm xúc phong phú. Màu "chuẩn mực" là khái niệm tương đối trong các biến thiên của sắc độ, nói một cách chính xác màu logo của một hãng phải được tiêu chuẩn bằng thông số phần trăm của các sắc tố. Sắc tố màu đó như một mặc định với tri giác và tạo hiệu ứng tâm lí với công chúng, truyền đạt đến công chúng triết lý kinh doanh, đặc tính về kỹ thuật và sản phẩm của hãng.

Thiết kế màu sắc cần căn cứ vào nhu cầu, chiến lược kinh doanh của đối tượng, tạo ra sự khác biệt giữa hãng này với hãng khác. Màu cần tinh chọn, dễ nhớ mang lại hiệu quả thị giác mạnh. Màu chuẩn mực nói chung chỉ nên dùng từ một đến ba màu, song đôi khi cũng có thể phối hợp nhiều màu.

Hình 7: Vận dụng và sáng tạo sử dụng màu sắc hiệu ứng cho chữ

Nguyên tắc cốt lõi của việc thiết kế logo là sự tối giản. Yêu cầu của logo là sự tinh lọc tối đa cùng các yếu tố tạo hình chỉ để lại những hình tượng đặc trưng tinh túy nhất gây ấn tượng mạnh mẽ cho người xem.

3.3.3. Bài giảng dạy sáng tác cấu trúc logo bằng một hoặc nhiều chữ cái La tinh

Trong giảng dạy sáng tác cấu trúc logo bằng một hoặc nhiều chữ cái La tinh thường bắt đầu với việc phân tích bản sắc thương hiệu và giới thiệu những thành phần cơ bản của dạng chữ như thân chữ, đường cong, dạng chữ và tỉ lệ của các dạng chữ, dựa trên các thành phần trong chữ có sự phù hợp với thông điệp hướng tới. Tiếp theo, sinh viên được hướng dẫn phác thảo các biến một chữ cái thành nhiều phiên bản khác nhau, các dạng thể hiện của logo như mảng, nét kết hợp, chữ cách điệu… logo ghép nối nhiều chữ cái, tận dụng kỹ thuật tạo liên kết hình khối độc đáo, minh hoạ rõ ràng.

Cấu trúc bằng một chữ cái để sáng tạo logo chỉ ra các thành phần được sắp xếp trong logo, nói cách khác, dùng một chữ cái La tinh để tìm bố cục xảy ra theo các nguyên lý thẩm mỹ như là sự cân xứng, tỷ lệ, tính đồng nhất, cân bằng, và nhịp điệu. Thiết kế có thể chọn để bố cục logo trừu tượng phẳng hoặc có thể tạo nên không gian 3 chiều. Bố cục xác định cách thiết kế muốn người xem "nhìn" logo như thế nào?. Đôi lúc bố cục nhấn mạnh những yếu tố quan trọng bằng cách đặt chữ cái lên trước và chính giữa hoặc lên một tỷ lệ lớn hơn.

Trong trường hợp ngữ nghĩa của tên hãng hoặc tên sản phẩm cho phép, có thể sử dụng một chữ cái đầu tiên hoặc chữ cái đầu của cụm chữ đại diện cho toàn bộ các chữ. Ví dụ: S và N chữ cái đầu câu thay cụm từ tiếng Anh "new star".

Một chữ cái thay thế cho một cụm chữ, dạng thiết kế biểu trưng này mang tính tinh khiết, tính ký hiệu cao, đòi hỏi chữ cái phải mang tính khái quát nổi trội, phân biệt rõ ràng với các chữ cùng loại. Nếu không được như vậy logo sẽ chỉ là một chữ tầm thường, không có sức hấp dẫn của riêng mình trong sáng tạo và nhận diện thương hiệu.

Hình 7: Vận dụng và sáng tạo các phương pháp thiết kế 1 và 2 chữ cái la tinh trong logo

KẾT LUẬN

Nghệ thuật sắp xếp chữ La tinh trong thiết kế logo cùng tài liệu giảng dạy của người nghiên cứu là một trong nhiều nội dung căn bản của ngành thiết kế đồ họa nhằm đổi mới, hoàn thiện cách tiếp cận cho sinh viên tự nghiên cứu trong quá trình học tập và sáng tác. Nội dung nghiên cứu đáp ứng được yêu cầu về tính ứng dụng của đề tài, phù hợp với chương trình tới cả hai đối tượng sử dụng là người dạy và người học. Việc vận dụng yếu tố tạo hình của chữ La tinh trong dạy học thiết kế logo đã trở thành nhân tố then chốt để sinh viên hiểu và ứng dụng nghệ thuật sắp chữ trong việc tạo dựng cấu trúc và biểu tượng độc đáo cho logo trong bối cảnh số hóa hiện nay. Nghệ thuật sắp xếp chữ thiết kế và sáng tạo hình dáng chữ viết - không chỉ truyền tải thông tin mà còn định hình tính thẩm mỹ và bản sắc thương hiệu. Quá trình học tập thiết kế đồ hoạ không chỉ trang bị cho sinh viên kiến thức chuyên sâu về ngôn ngữ hình ảnh mà còn thúc đẩy tư duy sáng tạo, khả năng giải quyết vấn đề và ứng dụng thực tiễn, góp phần hình thành đội ngũ thiết kế chuyên nghiệp, đáp ứng yêu cầu cạnh tranh trong kỷ nguyên số.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Nguyễn Tuấn Anh. (2003). *Đồ họa ứng dụng,* **Nxb Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh.**

Gia Bảo (2011). *Thiết kế tạo hình.* **Nxb Mỹ thuật, Hà Nội.**

Nguyễn Viết Châu. (1970). *Chữ nét trơn,* **Nxb Mỹ thuật - Âm nhạc.**

Nguyễn Viết Châu. (1974). *Chữ có nét chân,* **Nxb Văn hóa Hà Nội.**

Nguyễn Hữu Dụ. (2011). *Giáo trình nghệ thuật tạo hình,* **Trường đại học Vinh.**

Minh Hoàng, Châu Ngọc. (2006). *Đồ họa máy tính,* **Nxb Ngọc Trâm, Hà Nội.**

Hội đồng Quốc gia chỉ đạo Từ điển Bách khoa Việt Nam. (1995). *Từ điển Bách khoa Việt Nam,* **Trung tâm biên soạn Từ điển Bách khoa Việt Nam.**

Huỳnh Văn Mười - Uyên Huy. (2009). *Màu sắc và phương pháp sử dụng,* **Nxb Lao động - Xã hội.**

Huỳnh Văn Mười - Uyên Huy. (2018). *Nghệ thuật thị giác những vấn đề cơ bản,* **Nxb Mỹ thuật.**

Phan Trọng Ngọ. (2005). *Dạy học và phương pháp dạy học trong nhà trường,* **Nxb Đại học Sư phạm.**

Hoàng Phê. (2018). *Từ điển Tiếng Việt - Viện Ngôn ngữ học,* **Nxb Hồng Đức.**

Nguyễn Quân. (2004). *Ngôn ngữ của hình và màu sắc,* **Nxb Văn hóa thông tin, Hà Nội.**

Bùi Quang Tiến. (2008). *Tín hiệu hình ảnh trong lĩnh vực thiết kế chữ - Mỹ thuật Thời nay,* **Nxb Mỹ thuật TP. HCM.**

Merriam-Webster. (1898). *Merriam-Webster's Collegiate Dictionary,* **Nxb Merriam-Webster, Inc.**

Al Ries, Laura Ries. (2013). *22 quy luật bất biến trong xây dựng thương hiệu,* **Nxb Lao động xã hội.**

Kevin Lane Keller. (1998). *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity,* **Nxb Prentice Hall.**

GIÁO DỤC VĂN HÓA PHÁP LUẬT CHO SINH VIÊN CÁC TRƯỜNG NGHỆ THUẬT

Nguyễn Thị Thanh Thủy
Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương
Email: thuynnpl@gmail.com

/Ngày nhận bài: **11/03/2025** /Ngày nhận bài sửa sau phản biện: **19/03/2025** /Ngày chấp nhận đăng: **10/04/2025**

TÓM TẮT

Giáo dục văn hóa pháp luật đóng vai trò thiết yếu trong việc hình thành nhân cách, định hướng hành vi và ý thức tuân thủ pháp luật cho sinh viên các trường nghệ thuật. Với sinh viên nghệ thuật - những người gắn liền với hoạt động sáng tạo, việc nâng cao nhận thức pháp luật càng cần thiết để bảo đảm sự phát triển hài hòa giữa tự do sáng tạo và khuôn khổ pháp lý. Bài viết phân tích thực trạng văn hóa pháp luật trong sinh viên nghệ thuật hiện nay, cho thấy còn nhiều bất cập trong nhận thức và hành vi pháp lý, xuất phát từ việc giáo dục pháp luật còn hình thức, thiếu gắn kết với đặc thù nghệ thuật. Từ đó, tác giả đề xuất một số giải pháp như đổi mới phương pháp giáo dục pháp luật; đẩy mạnh vai trò tự học, tự rèn luyện của sinh viên. Bên cạnh đó, cần đầu tư nâng cao chất lượng đội ngũ giảng dạy, hiện đại hóa cơ sở vật chất, xây dựng môi trường hỗ trợ để sinh viên hình thành thói quen và động cơ tích cực trong việc tuân thủ pháp luật. Việc giáo dục văn hóa pháp luật cho sinh viên nghệ thuật không chỉ nhằm nâng cao tri thức pháp lý mà còn góp phần đào tạo thế hệ nghệ sĩ vừa tài năng vừa chuẩn mực, đáp ứng yêu cầu xây dựng xã hội văn minh, hiện đại.

Từ khóa: *Giáo dục pháp luật, sinh viên, trường nghệ thuật, văn hóa pháp luật,*

EDUCATING STUDENTS OF ART SCHOOLS ON LEGAL CULTURE

ABSTRACT

Legal culture education plays a vital role in shaping personality, guiding behavior, and fostering law-abiding awareness among students of art schools. For art students-those closely connected to creative activities-strengthening legal awareness is essential to ensure a balanced development between artistic freedom and legal boundaries. This paper analyzes the current state of legal awareness among art students, and highlights persisting shortcomings in both understanding and behavior. These issues largely stem from formalistic, fragmented legal education that lacks integration with the specificities of artistic fields. Based on these findings, the author proposes several solutions: innovating teaching methods towards practical, profession-oriented approaches; promoting extracurricular activities related to legal education; fostering a disciplined and civilized learning environment; and encouraging students' self-study and self-discipline. Moreover, enhancing the quality of teaching staff, modernizing facilities, and building a supportive environment are crucial for developing students' positive habits and legal consciousness. Educating legal culture among art students aims not only to improve their legal knowledge but also to cultivate a new generation of artists who are both talented and ethical, meeting the demands of a modern, civilized society. This is an urgent task that requires close coordination among schools, families, and the students themselves in the current era of deep international integration.

Keywords: *Legal education, students, art school, legal culture*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Văn hóa pháp luật là một bộ phận trọng yếu của đời sống tinh thần xã hội. Đời sống tinh thần của con người phát triển đa dạng, phong phú chính là nhờ sự kết hợp hài hòa và ngày càng hoàn thiện các giá trị chân - thiện - mỹ. Giáo dục văn hóa pháp luật là quá trình trang bị kiến thức, kỹ năng và ý thức pháp lý, giúp cá nhân tuân thủ quy định luật pháp và ứng xử có trách nhiệm đối với xã hội. Đối với sinh viên nghệ thuật, việc hiểu biết pháp luật và biến nó thành ý thức, thành văn hóa trong hành động không chỉ là nhu cầu mà còn là yêu cầu tất yếu để hoạt động sáng tạo một cách chuyên nghiệp và bền vững. Vì vậy, giáo dục văn hóa pháp luật cho sinh viên nghệ thuật là một nhiệm vụ quan trọng, góp phần xây dựng môi trường học tập và sáng tạo lành mạnh, chuyên nghiệp.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Bài viết áp dụng phương pháp khảo sát, điền dã để nghiên cứu thực trạng văn hóa pháp luật trong sinh viên. Bên cạnh đó tác giả còn xử lý thông tin, phân tích, tổng hợp, đánh giá các tài liệu để đưa ra các