

SỬ DỤNG NGHỆ THUẬT ĐỒ HỌA CHỮ TRONG THIẾT KẾ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU

TRẦN THỊ LIỄU

Email: lieutt@vwa.edu.vn
Học viện Phụ nữ Việt Nam

USE GRAPHIC ART ONLY IN BRAND IDENTITY DESIGN

TÓM TẮT



ABSTRACT

Nghệ thuật đồ họa chữ có tầm quan trọng đặc biệt trong các lĩnh vực liên quan đến thị giác như hội họa, nhiếp ảnh, kiến trúc, mỹ thuật ứng dụng. Hầu như tất cả các sản phẩm thiết kế đều có sự tham gia của chữ. Chữ giúp truyền tải thông điệp trên các sản phẩm tới khách hàng một cách rõ ràng nhất. Bài viết dưới đây sẽ hệ thống về các vấn đề cơ bản của nghệ thuật chữ như khái niệm, tầm quan trọng và mục đích sử dụng chữ, các cách phân loại chữ cơ bản. Đồng thời, nghiên cứu cũng cho thấy vai trò, giá trị của nghệ thuật đồ họa chữ trong nhận diện thương hiệu nói riêng và trong thiết kế đồ họa nói chung và một số cách sử dụng chữ như thế nào vừa sáng tạo đạt hiệu quả vừa mang tính thẩm mỹ về mặt thị giác tốt hơn.

Từ khóa: Nghệ thuật đồ họa chữ, thiết kế nhận diện thương hiệu, thiết kế đồ họa

Typographic art plays a significant role in visual fields such as painting, photography, architecture, and applied arts. Almost all design products involve text. Text helps convey the message on products to customers most clearly. The following article will systematize the basics of typography such as the concept, importance and purpose of using letters, basic word classifications. At the same time, the research also shows the role and value of word graphics art in brand identity in particular and in graphic design in general, and how to use text creatively and effectively both aesthetically pleasing and visually better.

Keywords: Graphic art, brand identity design, graphic design

Mở đầu

Trong nghệ thuật thị giác nếu hình ảnh và màu sắc nhận diện theo cái nhìn đầu tiên thì chữ buộc người xem phải đọc có chủ đích. Sử dụng chữ để truyền tải thông điệp đóng vai trò vô cùng quan trọng, chữ có thể tạo nên hiệu ứng thị giác thu hút người xem. Trong bối cảnh công nghệ diễn ra với tốc độ nhanh chóng như hiện nay, việc nhận diện thương hiệu cho một cá nhân/tổ chức để quảng bá hình ảnh của bản thân hay doanh nghiệp tới khách hàng, mục đích giúp khách hàng nhận biết và phân biệt thương hiệu này với thương hiệu khác; Nó mang đến cho khách hàng những giá trị cảm nhận về dịch vụ mang thương hiệu đó. Yếu tố chữ trong thiết kế nhận diện thương hiệu là thành tố nghệ thuật vừa thể hiện tính thẩm mỹ, vừa giúp truyền tải được thông điệp nhanh và ấn tượng nhất, bởi mỗi kiểu chữ hoặc phong chữ sẽ mang những cá tính khác nhau. Thiết kế và sáng tạo chữ phù hợp với hoàn cảnh, tinh thần giá trị cốt lõi của thương hiệu và tạo ấn tượng đúng với khách hàng sẽ giúp hệ thống nhận diện thương hiệu trở nên đặc biệt.

1. Khái niệm về chữ, nghệ thuật đồ họa chữ và thiết kế nhận diện thương hiệu

Về khái niệm chữ theo RIO Creative (2017) “Chữ là một sự chuyển thể sống động của ngôn từ, mở ra câu chuyện đằng sau mà ngôn từ muốn diễn tả, tính cách mà nó muốn thể hiện. Bạn cứ nghĩ rằng mình không hề để ý đến nó, nhưng thực tế nó vẫn tác động một cách vô thức đến bộ não”. Nghệ thuật đồ họa chữ tiếng anh là typography là nghệ thuật và kỹ thuật sắp xếp, bố cục chữ trong thiết kế để làm cho chữ trở nên dễ đọc, đẹp hơn, hấp dẫn hơn, tạo sự thu hút thị giác và truyền tải nhiều thông điệp, cảm xúc hơn tới người xem.

Với nghệ thuật đồ họa chữ chỉ cần thay đổi kiểu chữ, màu sắc, độ đậm, vị trí của chữ, khoảng cách dòng là đã tạo nên điểm nhấn cho từ ngữ, giúp nâng cao sức cuốn hút thị giác cho thông điệp. Không những thế với nội dung thông điệp đó nó là công cụ truyền thông hiệu quả về nhận diện thương hiệu cho các doanh nghiệp, giúp thúc đẩy thương mại kinh doanh,

mua bán hàng hóa, tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp. Không phải vô cớ con người thiết kế ra hàng ngàn kiểu chữ khác nhau. Tương tự như việc các họa sĩ vẽ ra các bức họa, để lấp đầy những chỗ trống trong khoảng không gian tĩnh lặng thì con người tạo ra các kiểu chữ cũng là để đưa ra tuyên bố cá nhân về thế giới họ đang sống, thể hiện tư duy sáng tạo, hay đơn giản chỉ nhằm đáp ứng một thiết kế hay một nhu cầu minh họa cụ thể hoặc tạo nên một hình ảnh sống động đặc trưng cho nhận diện của một công ty nào đó.

Về khái niệm nhận diện thương hiệu. Theo RIO Creative (2017) “Hệ thống nhận diện thương hiệu bao gồm tổng hợp các yếu tố nhìn thấy và cảm thấy được xây dựng nhằm chuẩn hóa, đồng nhất, hệ thống hình ảnh thương hiệu bao gồm thiết kế màu sắc, bố cục, phong chữ, họa tiết... Giúp người tiêu dùng có thể nhận ra và phân biệt thương hiệu này với thương hiệu khác”. Trong hệ thống nhận diện thương hiệu ngoài logo còn rất nhiều sản phẩm khác như bộ văn phòng, bộ truyền thông, bộ quà tặng. Nó là tất cả những gì có thể nhìn thấy được về một thương hiệu một cách có hệ thống và cần xuất hiện đồng bộ, khác biệt trong hoạt động quảng bá thương hiệu. Bất kỳ doanh nghiệp nào ở Việt Nam hay trên thế giới đều có mục đích là tăng thị phần, tăng lợi nhuận và phát triển bền vững. Điều này chỉ được thực hiện khi họ chiến thắng trong cuộc chiến tranh nhằm giành con tim và khối óc của khách hàng trên con đường phát triển và xây dựng thương hiệu. Để có được điều đó tất cả những ngôn ngữ đồ họa của thương hiệu đặc biệt là nghệ thuật chữ khi sử dụng cần được thể hiện rõ ràng và ấn tượng để truyền tải thông tin mạch lạc và cuốn hút. Khi đó khách hàng sẽ rất khó quên, đây chính là vấn đề cốt lõi dẫn đến sự thành công của công tác xây dựng thương hiệu.

2. Tầm quan trọng và mục đích sử dụng nghệ thuật chữ trong thiết kế nhận diện thương hiệu

Với nghệ thuật đồ họa chữ, việc hiểu được tính cách cũng như cá tính, đặc điểm của phong chữ đó là yếu tố quan trọng trong quyết định sử dụng chữ đó. Sự xuất hiện của các phong chữ trong từng lĩnh vực là khác nhau. Các nhà thiết kế cần xem xét rằng chúng có tạo được mối liên kết với thông điệp của sản phẩm hoặc thương hiệu hay không, có thể hiện được tinh thần thương hiệu hay không. Có rất nhiều thương hiệu nổi tiếng đã thành công trong quảng bá các sản phẩm của họ. Ví dụ như ta thường thấy với các sản phẩm thương hiệu về bất động sản là những phong chữ không chân, dày dặn. Các sản phẩm truyền thông về nữ giới lại là những phong chữ mảnh mai, mềm mại và chân nhọn lên ngôi. Những phong chữ viết tay thường được sử dụng trong các sản phẩm liên quan đến mỹ phẩm, thời trang, nghệ thuật. Mọi mục đích sử dụng đều có lý do. Nếu lựa chọn phong chữ không đồng nhất và nhất quán với sản phẩm, ngành hàng sẽ

gây ảnh hưởng xấu đến việc truyền thông và thể hiện tinh thần của thương hiệu.

Trong thương hiệu, nghệ thuật chữ thể hiện tầm quan trọng trong xây dựng cá tính và thông điệp cho logo, giúp nhận diện, nhắc nhở về thương hiệu và truyền tải thông tin trong các phần tiêu đề, hay những khẩu hiệu, biểu ngữ hoặc những nội dung trong một sản phẩm nào đó. Logo là hình ảnh biểu trưng là gương mặt đại diện cho một tổ chức/ doanh nghiệp trong mọi hoạt động quảng bá truyền thông và giao lưu với đối tác. Việc sử dụng chữ trong thiết kế logo là một ý tưởng đặc biệt và độc đáo giúp làm nổi bật được tính cách, linh hồn của thương hiệu. Những logo sử dụng yếu tố nghệ thuật chữ làm chính (typography logo) khiến cho biểu tượng trở nên sống động và có hồn hơn. Việc cách điệu con chữ nhằm giúp ngôn ngữ có tính cách, cá tính và tiếng nói riêng. Vì vậy biểu trưng đó sẽ có sức mạnh dẫn đến nhận diện và ghi nhớ hơn đối với người xem.

Mục đích sử dụng nghệ thuật chữ trong nhận diện thương hiệu nhằm truyền tải thông điệp, tiếp đến nhằm thỏa mãn thị giác của người xem, nếu chữ được tạo hình, biến đổi, sắp đặt hài hòa về tỉ lệ, kích thước cũng như màu sắc và nội dung cuốn hút sẽ gây sự chú ý của khách hàng tiềm năng, tạo ra sự khác biệt đối với thương hiệu khác, giúp cho doanh nghiệp ngày càng phát triển lớn mạnh. Bên cạnh đó sự sáng tạo, độc đáo và ấn tượng phải được đề cao trong quá trình thiết kế nhưng việc dễ đọc và dễ hiểu vẫn được ưu tiên. Sử dụng chữ đúng có sức ảnh hưởng to lớn về giá trị cũng như là những thông điệp chủ đích tới đối tượng khán giả mục tiêu.

3. Phân loại cơ bản các loại chữ trong nhận diện thương hiệu

Với các kiểu chữ riêng biệt như vậy nên chúng được chia thành 4 loại cơ bản. Mỗi loại thể hiện các tính chất khác nhau. Mỗi thương hiệu cũng có sự lựa chọn riêng về phong chữ cho doanh nghiệp của mình.

Chữ chót nét (Serif): Là những kiểu chữ có thêm một nét nhỏ và gắn vào đầu mút của phần đầu hay phần cuối trong nét chính của một chữ. Nét cắt này gọi là chót nét. Những kiểu chữ này truyền tải cảm giác trang nghiêm, cổ kính và mang phong cách kín đáo. Chúng sở hữu một diện mạo toát lên vẻ thận trọng, nên đó là sự lựa chọn an toàn nhất. Bản thân phong chữ chót nét được chia thành hai loại: Phong chữ có chân nhọn và phong chữ có chân vuông. Phong chữ có chân nhọn mang cảm giác về sự tinh tế, trang trọng thì ngược lại phong chữ có chân vuông lại tạo cảm giác về sự chững chạc, già dặn, chắc chắn và bền vững. Chữ có chân thể hiện rất tốt trên các nội dung in ấn, chính bởi vậy thường được các thương hiệu về thời trang tạp chí lựa chọn.

ARTS

Chữ không chót nét (San serif): Nghĩa là “không có chân” hay còn gọi là “không chót nét”. Hình dạng của chúng mang lại vẻ hiện đại, đơn giản và rõ ràng. Chữ không chân mang tới sự phân biệt giữa các chữ cái rõ ràng, điều mà chữ có chân không thể hiện được, đặc biệt ở các kích cỡ văn bản. Chính nhờ vậy mà các thương hiệu về công nghệ thường lựa chọn kiểu chữ này để miêu tả tính hiện đại của mình.

Chữ viết tay (Script): Mang lại cảm giác tự nhiên của nét viết tay. Kiểu chữ này mang tới cho người xem cảm nhận về sự thân thiện, hoài cổ. Nó truyền đạt cảm xúc và tình cảm tới người xem. Chính vì vậy nó thường được các thương hiệu mang tính chất thủ công, sự tỉ mỉ lựa chọn. Tạo hình của chữ viết tay khá phức tạp với nhiều đường nét cách điệu được kéo dài, chữ thường được dùng cho những điểm nhấn trong biểu tượng hoặc với những tiêu đề và khẩu hiệu ít ký tự cần nổi bật.

Chữ trang trí (Decorative) thường rất khó đọc do vậy chúng ra đời với mục đích gây sự chú ý. Vì vậy chúng thường được lựa chọn để thiết kế logo. Chúng khá kỳ quặc và phức tạp nên thường thích hợp để dùng cho một số lượng hạn chế các chủ đề khác nhau. Nếu sử dụng sai sẽ phá hỏng thiết kế, nếu sử dụng tốt sẽ thiết lập phong cách riêng cho thiết kế đầy cá tính. Có rất nhiều thương hiệu sử dụng chữ trang trí cho logo nhận diện như Coca-Cola, Walt Disney là một trong số đó.

Ngoài các loại chữ cơ bản được các doanh nghiệp và thương hiệu lựa chọn thì nghệ thuật chữ còn được sử dụng trong tiêu đề khẩu hiệu được nhấn mạnh tương phản rõ ràng giúp nội dung được truyền tải dễ dàng hơn. Chính vì thế chữ trong tiêu đề không nhất thiết cùng một kiểu chữ với logo. Tuy nhiên đối với một số thương hiệu vẫn có thể sử dụng chữ biểu trưng của logo cho chữ tiêu đề và khẩu hiệu miễn là nó đảm bảo được sự dễ đọc, thống nhất đồng bộ và không xung đột, tranh chấp với nhau.

Chữ sử dụng trong nội dung đảm bảo đơn giản và rõ ràng vì nội dung chủ yếu là các đoạn văn bản. Tuy nhiên để đảm bảo được tính đồng bộ, hầu hết các thương hiệu thường sử dụng cùng một kiểu chữ cho cả tiêu đề, khẩu hiệu và nội dung. Nhưng lúc sử dụng thì chữ nội dung được quy định sử dụng phong chữ thường còn chữ tiêu đề và khẩu hiệu sẽ được sử dụng với phong viết hoa và bôi đậm để đảm bảo tính nhấn mạnh trong cách sử dụng. Mỗi phong chữ sẽ có một cá tính riêng và tạo ra một cảm xúc khác biệt đối với người nhìn nó. Cá tính của chúng chính là lý do để sự tồn tại của các kiểu chữ ngày càng nhiều hơn và không hề mất đi. Với mỗi kiểu chữ được các nhà thiết kế đồ họa biến hóa thay đổi thành nghệ thuật chữ vô cùng tinh tế, đa dạng việc sử dụng chữ trong nhận

diện cũng phản ánh đúng định vị của thương hiệu.

4. Vai trò của nghệ thuật chữ trong xây dựng và phát triển nhận diện thương hiệu

Nghệ thuật đồ họa chữ đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển nhận diện thương hiệu. Khi chữ được dùng và sử dụng như một tác phẩm nghệ thuật, biến tấu qua những phong chữ, nét chữ, cụm chữ, nó trở lên vô cùng giá trị, bộ nhận diện từ đó cũng được nâng tầm về chất lượng cũng như bản sắc doanh nghiệp của một chủ thể kinh doanh. Ngoài truyền tải thông tin thì chữ được coi là một phần của hệ thống nhận diện. Chữ đặc biệt và ấn tượng sẽ giúp xây dựng và phát triển thương hiệu. Giúp thương hiệu được nhiều người biết đến.

Tuy nhiên hiện nay chữ sử dụng trong các hệ thống nhận diện thương hiệu chưa được tối ưu hóa. Sự phát triển ồ ạt của nhiều phong chữ ra đời nên có một số các nhà thiết kế đã tạo nên sự hỗn loạn trong cách sử dụng. Một số bộ nhận diện được sử dụng rất nhiều phong chữ khác nhau, thay vì hạn chế ở mức tối thiểu. Việc thiếu kiến thức trong cách dùng chữ cùng cấp độ khó đọc, không có tương phản, không đúng mục đích, không đúng tính chất cũng như loại chữ, hoặc dùng quá nhiều chữ trên một thiết kế khiến việc đọc trở nên nặng nề dẫn tới việc truyền đạt thông điệp cho người xem bị hạn chế.

Để khắc phục tình trạng này người thiết kế phải hiểu về chữ và cách sử dụng nghệ thuật chữ trong nhận diện thương hiệu cho đúng chuẩn mực. Bên cạnh đó việc lựa chọn phong và tìm nguồn phong thích hợp để sử dụng cũng đem lại giá trị cao trong quá trình thực hiện nhận diện. Nhận diện thương hiệu tốt phải truyền tải được văn hóa, giá trị cốt lõi của doanh nghiệp. Tính hấp dẫn, tính ấn tượng, sự nổi bật và hoàn chỉnh thể hiện qua việc sử dụng chữ là rất quan trọng. Chính vì vậy những thông điệp đi kèm vừa thể hiện được ý nghĩa và ý đồ sáng tạo của nhà thiết kế.

Kết luận

Có thể nhận thức rõ vai trò, mục đích sử dụng cũng như các thể loại chữ phù hợp với từng ngành hàng khác song một điều quan trọng là nghệ thuật đồ họa chữ đóng một vai trò lớn trong hệ thống nhận diện thương hiệu của các doanh nghiệp, chúng đồng hành, phát triển qua thời gian, lịch sử cũng như thành công của doanh nghiệp đó. Với những xu hướng thiết kế mới, cũng như việc kết hợp chữ độc đáo và sáng tạo trong mỗi sản phẩm từ bộ văn phòng, bộ truyền thông hay bộ quà tặng trong bộ nhận diện sẽ tạo nên một bức tranh tổng thể đầy sống động, thú vị đậm chất nghệ thuật.

Tuy nhiên việc sử dụng nghệ thuật chữ trong nhận diện sao cho mới lạ và ngày càng khác biệt, không bị

ARTS

đi theo lối mòn cũ đó lại là những thách thức đặt ra đối với các nhà thiết kế trẻ hiện nay. Việc cập nhật những phong chữ mới, thậm chí tự thiết kế sáng tác ra những bộ phong chữ lạ mắt, phù hợp với tiêu chí của khách hàng là điều nên làm để bắt kịp với xu hướng phát triển của thế giới. Để làm được điều đó cần có sự học hỏi và không ngừng trau dồi kiến thức của các nhà thiết kế đồ họa, để các sản phẩm ngày càng tinh tế đáp ứng được thị trường nhưng vẫn mang giá trị thẩm mỹ và nghệ thuật cao.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trường đại học FPT. (2015), *Khám phá Typography*, Nxb Bách Khoa Hà Nội
2. Nguyễn Đức Anh & Nguyễn Thị Phương Thảo. (2016), *Nghệ thuật chữ trong quảng cáo*, Nxb Thế giới, Hà Nội
3. Lý Nhật Bình. (2023), *Nghệ thuật chữ trong quảng cáo tại Thành phố Hồ Chí Minh từ năm 2000 đến nay*, *Tạp chí văn hóa nghệ thuật*, 539, (tr 96-100)
4. Lê Minh Tâm. (2012), *Nghệ thuật chữ - sức mạnh của từng chữ viết*, Nxb Thời đại, Hà Nội.
5. Rio Creative. (2017), *Xấu thế nào đẹp ra sao*, Nxb Lao Động, Hà Nội
6. Rio Creative. (2017), *Nhận diện thương hiệu, những điểm chạm thị giác*, Nxb Lao Động, Hà Nội.