

*Khám phá*

# TYPOGRAPHY

Exploring Typography



NHÀ XUẤT BẢN BÁCH KHOA HÀ NỘI

DESIGN  
EXPLORATION  
SERIES



### Tác giả: Tova Rabinowitz

**Tova Rabinowitz** nhận bằng Cử nhân Mỹ thuật của Đại học bang Michigan và bằng Thạc sỹ Giáo dục của Đại học bang Illinois. Bà từng làm việc tại Đại học Công nghệ Westwood trên cương vị là Giám đốc Chương trình Thiết kế Đồ họa, tại đây bà đã sâu vào việc phát triển chương trình đào tạo truyền thống và trực tuyến trên quy mô toàn quốc.

Không chỉ yêu thích công việc giảng dạy và sáng tạo, Tova Rabinowitz còn dành thời gian cho việc nghiên cứu các học thuyết và ứng dụng đã có trong lịch sử lần đương đại về môn Typography.

| *Khám phá* |

# TYPOGRAPHY

**Exploring Typography**

Tova Rabinowitz

Nhóm dịch  
*Trường Đại học FPT*



NHÀ XUẤT BẢN BÁCH KHOA HÀ NỘI

 FPT University  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC FPT**

Tên sách: Khám phá Typography

Tác giả: Tova Rabinowitz

Bản quyền bản dịch © 2015 thuộc về Cengage Learning Asia và Đại học FPT. Bản quyền đã được đăng ký bảo hộ. Không phần nào trong xuất bản phẩm này được phép sao chép hay phát hành dưới bất kỳ hình thức nào hoặc bất kỳ phương tiện nào, hay được lưu giữ trong cơ sở dữ liệu hoặc hệ thống truy cập, mà không có sự cho phép trước bằng văn bản của Nhà xuất bản Cengage Learning và Đại học FPT.

Đại học FPT là đối tác độc quyền dịch và phân phối tại Việt Nam.

ISBN: 978-604-938-599-5 (Bản dịch tiếng Việt)

---

**Title: Exploring Typography**

**Author: Tova Rabinowitz**

ISBN – 13: 978-1-4018-1505-9 (Original edition)

Original edition published by Wadsworth, Cengage Learning

Copyright © 2006 Wadsworth, Cengage Learning. All Rights Reserved. No part of this publication may be reproduced or distributed in any form or by any means, or stored in a data base or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

The copyrights for the Vietnamese edition are jointly held by Cengage Learning Asia Pte Ltd. and FPT University.

The Vietnamese edition is exclusively translated and distributed by FPT University in Viet Nam.

---

**Đội ngũ sản xuất bản dịch - Trường Đại học FPT**

Dịch giả: Lê Hoàng Giang, Đoàn Khuênh Duy, Đỗ Quang Điện

Cố vấn chuyên môn: Hà Dũng Hiệp

Biên tập: Lê Thị Ngọc

Trinh bày: Đoàn Văn Long

Thiết kế bìa: Cengage, Nguyễn Thế Hoàng

Điều phối sản xuất sản phẩm: Lê Thị Ngọc

Sửa bản in và Giám sát sản xuất cấp cao: Chu Đình Phú

Quản lý sản xuất sản phẩm: Nguyễn Thị Thu Hiền

---

**Liên hệ hợp tác về nội dung bản dịch tiếng Việt và phân phối tại Việt Nam:**

Phòng Bản quyền và Xuất bản, Trường Đại học FPT

Tòa nhà FPT Polytechnic, Đường Hảm Nghi, KĐT Mỹ Đình I, Từ Liêm, Hà Nội

Điện thoại: (04) 7 305 1398

Email: publishing@fpt.edu.vn

Website: fptbooks.vn

# Mục lục

# 1

Lời tựa

vi

# 2

Chương 1: Lịch sử của chữ

0

Chương trình bày tổng quan về lịch sử của chữ, đồng thời để cập đến quá trình phát triển và cách sử dụng chữ từ buổi bình minh của thời tiền sử cho tới hiện tại.

48

# 3

Chương 2: Các thuộc tính tạo hình của chữ

70

Chương bàn luận về những đặc tính tạo hình khiến cho mỗi typeface trở nên độc nhất vô nhị, đề cập tới các thành phần cấu trúc được dùng để tạo letterform và kích thước chữ, đồng thời giới thiệu nhiều thuật ngữ liên quan tới typography.

# MỤC LỤC

# Mục lục

# 4

## Chương 4: Tính rõ ràng và tính dễ đọc

172

Chương bàn luận về những yếu tố có thể gây ảnh hưởng đến tính rõ ràng và tính dễ đọc của một thiết kế, tập trung nhấn mạnh cách thức giúp nhà thiết kế nâng cao hiệu quả truyền thông nhờ vận dụng các yếu tố có khả năng kiểm soát được, phục vụ trải nghiệm cũng như chức năng sinh lý học của người dùng.

# 5

## Chương 5: Các khía cạnh thiết kế layout

198

Chương bàn luận về mối quan hệ giữa hình thức với nội dung và vai trò của từng khía cạnh trong layout của thiết kế, đồng thời giới thiệu các Luật Gestalt cùng các khái niệm về biểu đồ thị giác/trật tự thị giác/trật tự nhìn/thứ tự nhìn (sau đây gọi là biểu đồ thị giác), sự nhấn mạnh, sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc cũng như những công cụ giúp tạo ra layout hiệu quả.

# 6

## Chương 6: Sử dụng ô lưới

232

Chương bàn luận về ứng dụng của ô lưới và việc dùng ô lưới như một công cụ giúp mang lại sự thống nhất cho các tài liệu cũng như layout nhiều trang, trợ giúp cho quy trình thiết kế.

# MỤC LỤC

7  
8  
9

## Chương 7: Chữ trong môi trường kỹ thuật số

252

Chương tìm hiểu những vấn đề cụ thể về chữ trong môi trường kỹ thuật số, bao gồm các định dạng font, độ phân giải hiển thị và những vấn đề thường gặp với tính rõ ràng, tính dễ đọc gắn liền với chữ trình chiếu.

## Chương 8: Thiết kế chữ

284

Chương dẫn độc giả đi qua quy trình thiết kế một font nguyên bản, đồng thời cung cấp những lời khuyên có thể giúp độc giả đảm nhận thử thách của công việc thiết kế chữ theo hướng có tổ chức.

## Chương 9: Cách sử dụng chữ sáng tạo

338

Chương bày một bản khảo sát và phân tích về các thiết kế gần đây, cho thấy việc sử dụng chữ độc đáo, thành công ra sao, trong đó tập trung vào cách các chuẩn typography mà những chương trước đặt ra, được tuân thủ cũng như bị phá vỡ, nhằm tạo nên các thiết kế vừa sáng tạo, vừa hiệu quả.

Thuật ngữ

386

Thư mục chọn lọc

394

Danh sách cộng sự

406

Chỉ mục

412



Thiết kế giấy bọc tự quảng cáo – tác phẩm do  
Greg Lumarche của SPONE sáng tạo năm 2003.

# LỜI TỰA

# Lời tựa

## ĐỐI TƯỢNG ĐỌC GIẢ

Cuốn "Khám phá Typography" (tựa gốc: "Exploring Typography") cung cấp một nghiên cứu toàn diện về việc sử dụng và thiết kế chữ (type) trong lĩnh vực Thiết kế Đồ họa (Graphic Design). Sách phục vụ nhu cầu của những sinh viên đại học và chuyên gia đang tìm kiếm một phương thức nhập môn thực tiễn, dễ tiếp cận về chủ đề typography (môn chữ ứng dụng học) phức tạp, dưới một định dạng giàu hình ảnh.

## CÁC XU HƯỚNG MỚI NỔI

Sự phát triển của công nghệ máy tính gần đây đã đem đến những cơ hội mới cho các nhà thiết kế để thách thức ranh giới giữa định nghĩa và cách thức sử dụng font. Song song với việc mở ra các khả năng phát triển thủ vị trong lĩnh vực thiết kế typography, những tiến bộ này cũng đặt ra nhiều thử thách mới cho những ai muốn thành thạo việc sử dụng chữ như một công cụ truyền thông. Một khi công nghệ cải tiến có thể nâng cao khả năng tiếp cận của việc thiết kế và sử dụng chữ, nhu cầu về các phương pháp luận rõ ràng kèm theo chiến lược tập trung hướng dẫn tạo và sử dụng chữ cũng ngày một tăng.

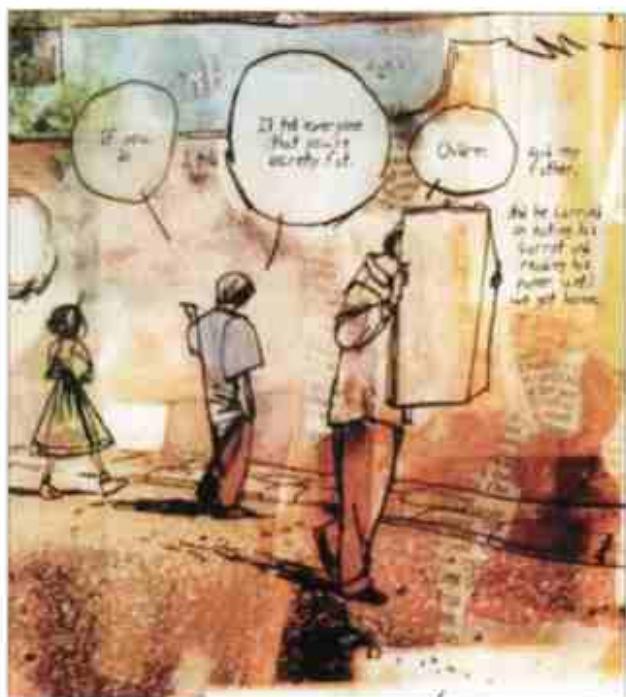
## GIỚI THIỆU CHUNG VỀ SÁCH

Là giảng viên đại học, tôi nhận thấy một điều rằng sinh viên thường cảm thấy môn học thủ vị này khô khan và khó hiểu. Dường như rất ít giáo trình hiện tại có thể đưa ra được một cấu trúc chính xác, mạch lạc, giúp người đọc dễ dàng tiếp thu kiến thức cũng như khuyến khích việc thực hành trình bày một case study hấp dẫn về tầm quan trọng của chủ đề này đối với các nhà thiết kế. Mục tiêu của tôi khi viết cuốn sách này là trình bày về typography theo cách thức dễ tiếp cận, trong đó nhấn mạnh các ứng dụng thực tế và hệ thống có tổ chức. Nghiên cứu của tôi bao gồm rất nhiều bài đọc về đề tài typography, những quan sát về vô số hình ảnh typography, cũng như các khảo sát chi tiết về vô số loại typeface khác nhau. Cách tiếp cận của tôi là nghiên cứu các học thuyết và ứng dụng đã có trong lịch sử lắn lungan đại, từ đó đưa ra những khái niệm nổi bật nhất, cần thiết nhất; sau đó, tôi tìm kiếm cách giải thích hợp lý nhất cho chủ đề phức tạp này theo lối dễ hiểu và hợp lôgic, chủ yếu dựa vào các phương tiện trợ giúp trực quan (visual aid). Cuốn sách này không yêu cầu người đọc phải am tường về typography và thiết kế. Tuy nhiên, mọi hiểu biết cũng như trải nghiệm liên quan đến thiết kế mà người đọc từng có sẽ giúp họ hiểu sâu hơn, phong phú hơn về những khái niệm được trình bày trong sách.

Lời Tựa

## MÔ TẢ CẤU TRÚC SÁCH

**Chương 1: Lịch sử của chữ** trình bày tổng quan về lịch sử của chữ thông qua cấu trúc trình tự thời gian, giúp người đọc hiểu rõ tiến trình phát triển của thiết kế gắn liền với hoàn cảnh lịch sử và tiến bộ kỹ thuật. Chương này cũng đề cập đến quá trình phát triển và cách sử dụng chữ từ buổi bình minh của thời tiền sử cho tới hiện tại.



Ảnh minh họa do studio Hourglass của Dave McKean vẽ, trích từ cuốn *The Day I Swapped My Dad for Two Goldfish* (tạm dịch: Ngày tôi đổi cha mình lấy hai con cá vàng) của Neil Gaiman, Nhà xuất bản HarperCollins ấn hành năm 1997.

**Chương 2: Các thuộc tính tạo hình của chữ** giúp người đọc hiểu rõ về chữ dưới góc độ chuyên môn, cung cấp vốn từ để bàn luận về những đặc tính tạo hình khiến mỗi typeface trở nên độc nhất vô nhị. Bên cạnh việc đề cập tới các thành phần cấu trúc được dùng để tạo letterform (mặt chữ) cũng như kích thước chữ, chương còn giới thiệu nhiều thuật ngữ liên quan tới typography.

**Chương 3: Phân loại họ chữ** bao luận về chiến lược và phương pháp phân loại chữ vào các họ chữ (type family), cung cấp một bộ sưu tập phong phú những mẫu chữ (type specimen) quan trọng trên phương diện lịch sử để đọc giả nghiên cứu và áp dụng. Với hệ thống cấu trúc lôgic dựa trên cả yếu tố lịch sử lẫn mức độ phổ dụng, nội dung chương cũng cố gắng loại bỏ sự khó hiểu mà rất nhiều người đọc bày tỏ rằng họ từng gặp phải khi tiếp cận với chủ đề trên.

**Chương 4: Tính rõ ràng và tính dễ đọc** trình bày nghiên cứu về các yếu tố có thể gây ảnh hưởng đến tính rõ ràng (legibility) và tính dễ đọc (readability) của một thiết kế. Nội dung chương cũng bàn về cách điều khiển các yếu tố có thể kiểm soát được, phục vụ trải nghiệm và chức năng sinh lý học của người dùng, nâng cao hiệu quả truyền thông.

**Chương 5: Các khía cạnh thiết kế layout** yêu cầu đọc giả xem xét mối quan hệ giữa hình thức với nội dung và vai trò của từng khía cạnh trong layout (bố cục dàn trang) của thiết kế. Chương này đề cập tới các Luật Gestalt cùng loạt khái niệm về biểu đồ thị giác (visual hierarchy), sự nhấn mạnh (emphasis), sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc (reading gravity), cùng với đó là những công cụ giúp tạo ra layout kết hợp chữ và hình ảnh hiệu quả.

**Chương 6: Sử dụng ô lưới** bao luận về ứng dụng của ô lưới (grid) và việc dùng ô lưới như một công cụ giúp mang lại sự thống nhất cho các tài liệu cũng như layout nhiều trang. Nội dung chương cũng giải thích ô lưới là gì, đồng thời đi sâu tìm hiểu các cách sử dụng khác nhau của ô lưới, nhằm trợ giúp và chỉ dẫn cho quy trình thiết kế.

**Chương 7:** Chữ trong môi trường kỹ thuật số tìm hiểu các vấn đề cụ thể về chữ trong môi trường kỹ thuật số (digital environment). Chương cũng đề cập tới các định dạng font (font format), độ phân giải hiển thị (display resolution) và những vấn đề thường gặp về tính rõ ràng, tính dễ đọc gắn liền với chữ trình chiếu (screen typography).

**Chương 8:** Thiết kế chữ dẫn độc giả đi qua quy trình thiết kế một font nguyên bản (original font). Chương cũng cung cấp hướng dẫn tỉ mỉ cho các nhà thiết kế chữ mới vào nghề, trong đó bao gồm những lời khuyên có thể giúp độc giả đảm nhận thử thách của công việc thiết kế chữ theo hướng có tổ chức.

**Chương 9:** Cách sử dụng chữ sáng tạo trình bày một khảo sát về các thiết kế gần đây, cho thấy việc sử dụng chữ độc đáo và thành công ra sao. Nội dung chương đi sâu phân tích về loạt tác phẩm nổi bật, trong đó tập trung vào cách thức các chuẩn typography (typography standard) mà các chương trước đặt ra được tuân thủ cũng như bị phá vỡ, nhằm tạo nên những thiết kế vừa sáng tạo, vừa hiệu quả.

#### Thuật ngữ

Thư mục chọn lọc, bao gồm các địa chỉ Website.

#### Danh sách cộng sự

#### Chỉ mục

## ĐẶC TRUNG CỦA SÁCH

Dưới đây là danh sách một số đặc điểm tiêu biểu của cuốn sách này:

- Định dạng giàu hình ảnh, gồm phần giới thiệu về lịch sử của chữ theo trình tự thời gian, nêu rõ mối liên hệ giữa sự phát triển của thiết kế và những cải tiến kỹ thuật trong suốt tiến trình lịch sử.
- Nhìn nhận bao quát về những lựa chọn có thể ảnh hưởng tới khả năng "tiếp nhận" thông tin của độc giả.
- Những ví dụ, hình ảnh và biểu đồ minh họa hỗ trợ từng ý tưởng, giúp làm rõ các khái niệm về typography.
- Phản giải thích đơn giản, súc tích dựa trên mối quan tâm thực tiễn của các nhà thiết kế đang hành nghề, giúp độc giả tổ chức thông tin và tạo ra những mối liên kết quan trọng.
- Phản chỉ dẫn chi tiết dẫn độc giả đi qua từng bước trong quy trình thiết kế typeface của riêng họ.
- Các câu hỏi, bài tập cùng bài tập nghiên cứu chỉ định cho phép độc giả nâng cao kỹ năng và áp dụng những nguyên lý căn bản vào công việc khi thiết kế các dự án thiết kế thi giác của mình.
- Phòng vấn các nhà thiết kế nổi tiếng đang làm việc; mời họ chia sẻ kinh nghiệm và quan điểm của bản thân về lĩnh vực thiết kế.



Poster của Lễ hội nghệ thuật tiểu bang Pennsylvania: Ngày thiếu nhi, được Lamme Sommese của Công ty Thiết kế Sommese sáng tạo cho Ban quản lý Lễ hội nghệ thuật tiểu bang Pennsylvania năm 1997.

# ĐIỂM ĐẶC BIỆT CỦA SÁCH

## Mục tiêu bài học

Tóm tắt nội dung bài học: Mục tiêu bài học là để làm rõ khái niệm về font và cách phân loại font. Học sinh sẽ nắm bắt được các đặc điểm của font và cách áp dụng font vào thiết kế.

## Giới thiệu

Font là một công cụ hữu ích trong việc thiết kế. Trong bài học này, chúng ta sẽ tìm hiểu về font, cách phân loại font và cách áp dụng font vào thiết kế.

## PHÂN LOẠI HÓA CHÓ

## ► Mục tiêu bài học

Mở đầu mỗi chương là các mục tiêu bài học. Phần này mô tả những năng lực mà độc giả cần thu được sau khi tìm hiểu nội dung chương.

## ► Thuật ngữ

Các thuật ngữ quan trọng của từng chương được định nghĩa trong những box riêng biệt và xuất hiện xuyên suốt cuốn sách.

## ► Công việc của nhà thiết kế

Các hồ sơ nghề nghiệp này được trình bày xuyên suốt cuốn sách. Mỗi hồ sơ giới thiệu về một nhà thiết kế thành công, đã đóng góp nhiều tác phẩm typography năng động và sáng tạo cho lĩnh vực thiết kế.

## CÁC THÀNH PHẦM TỪ LITTERIM

### Đóng gói

Các thành phần đóng gói bao gồm:

- Font**: Các font được sử dụng trong thiết kế.
- Color palette**: Các tông màu được sử dụng.
- Layout**: Các yếu tố bố cục và cách sắp xếp.
- Typography**: Các kỹ thuật typography như font, size, weight, color, etc.
- Design process**: Quá trình thiết kế và cách tiếp cận.
- Final product**: Kết quả cuối cùng của thiết kế.

The left page features a portrait of a man with glasses and the text "Hồ sơ thiết kế". It includes a bio, a list of awards, and a portfolio of his work. The right page shows a colorful graphic design with the word "arc" and a small inset image.

## ► Ghi chú

Mục này cung cấp các gợi ý đặc biệt, lời khuyên thực tế và thông tin cho độc giả.



## ► Sidebar

Các sidebar (khối nội dung cơ bản bên cạnh trang) xuất hiện xuyên suốt cuốn sách, cung cấp thêm thông tin giá trị về những chủ đề cụ thể.



## ► Câu hỏi ôn tập và bài tập

Các câu hỏi ôn tập và bài tập cuối mỗi chương cho phép độc giả đánh giá hiểu biết của mình về nội dung trong chương. Các bài tập được biên soạn nhằm mục đích củng cố tài liệu trình bày trong chương thông qua những ứng dụng thực tiễn.

**Câu hỏi**

1. ...
2. ...
3. ...
4. ...
5. ...
6. ...

**Bài tập**

1. ...
2. ...
3. ...
4. ...

**Câu hỏi**

1. ...
2. ...
3. ...
4. ...
5. ...
6. ...

**Bài tập**

1. ...
2. ...
3. ...
4. ...
5. ...
6. ...

## GIỚI THIỆU TÁC GIẢ



**Tova Rabinowitz** là một nhà sư phạm đồng thời là một họa sĩ. Được mọi người xung quanh nhận xét là đặc biệt sáng tạo và có nhiều phát kiến, Tova Rabinowitz từng làm việc trong nhiều môi trường mỹ thuật khác nhau, từ bút chì, sơn dầu/màu dầu cho tới pixel (điểm ảnh); bà cũng thích dùng lớp giảng dạy cho học sinh từ độ tuổi mầm non tới sinh viên đại học. Tova Rabinowitz từng có ba năm làm việc tại Đại học Công nghệ Westwood, ban đầu là giảng viên Thiết kế Đồ họa, sau đó là Giám đốc Chương trình Thiết kế Đồ họa, tại đây bà đã sâu vào việc phát triển chương trình và giáo trình đào tạo. Tova Rabinowitz còn làm các công việc như thiết kế đồ dùng ẩm thực, họa sỹ trưng bày, đồng thời sở hữu và điều hành một công ty nhỏ chuyên thiết kế các tác phẩm nghệ thuật trên vải sợi theo ý khách hàng. Tova Rabinowitz sở hữu nhiều học vị/bằng cấp trong cả lĩnh vực nghệ thuật lẫn giáo dục.

## TÀI NGUYÊN ĐIỆN TỬ

Cuốn sách này có phần tài nguyên điện tử đi kèm, được biên soạn để hỗ trợ giảng viên lên kế hoạch và triển khai các chương trình giảng dạy. CD này bao gồm đề cương mẫu (syllabus) giúp sử dụng cuốn sách cho một học kỳ kéo dài từ 11 đến 15 tuần. Đĩa cũng bao gồm các câu hỏi ôn tập kèm theo đáp án, bài tập, bản trình chiếu (slide) PowerPoint nổi bật những chủ đề nội dung chính được trình bày trong sách và các tài nguyên hỗ trợ giảng dạy khác. Bạn đọc hoặc các trường học quan tâm có thể liên hệ Đại học FPT hoặc Nhà xuất bản Cengage để có thêm thông tin chi tiết.

ISBN: 1-4018-1506-5



Mộc thư (block book), *Apocalypsis Sancti Iohannis* (tạm dịch: Khải huyền về Thánh Gioan), Đức, năm 1470 sau Công nguyên.  
© Bộ sưu tập của Lessing J. Rosenwald, Thư viện Quốc hội Mỹ, Washington, D.C. Ánh  
được sử dụng với sự cho phép của cơ quan  
näm giữ bản quyền.

## LỜI CẢM ƠN

Cảm ơn các bạn đã chia sẻ tình bạn nồng nhiệt, thời gian, lòng kiên nhẫn, chuyên môn, hiểu biết, tài nguyên và sự trợ giúp trong suốt quá trình hoàn thiện cuốn sách này:

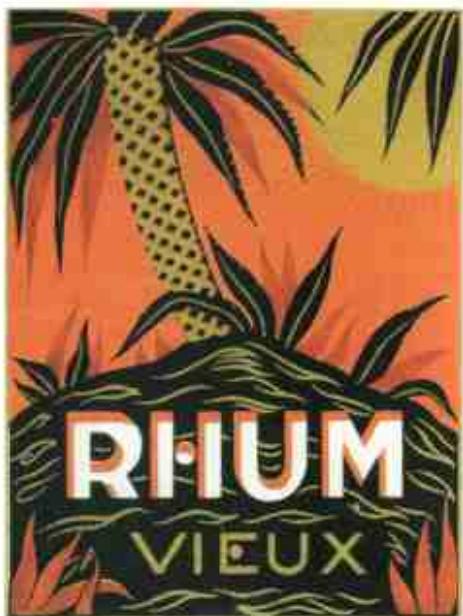
Heather và Bobby Rabinowitz, Heidi Estrin, Dru và Al Simon, Tim Jonas, Aaron Hawkins, Elizabeth Nevin (Nhà xuất bản Briar), David Jury, Brad Knapp, Paul Ruffino, Clifford Deer, Tamar Cordover, Jill Cordover, Malcolm Lubliner và Monica Maass, Ethan Dyer, Rachel Charson, Angie Reichert-Hester và Tom Hester, Fred Klein, Kanako Takeda, Carol Meegan, Kathy Moran, Melissa Unzicker, Peter Schoewe, David Peters, Leslie Cabarga, Art Chantry (Công ty thiết kế Art Chantry), Nick Curtis (Công ty thiết kế Nick's Fonts), Ryan Pescatore Frisk và Catelijne van Middelkoop (Công ty Strange Attractors), Joyce Gorrell (Công ty Core11), April Greiman (Công ty Made in Space), Eduardo Recife (Công ty Misprinted Type), Joe Freedman (Công ty Sarabande), Dave Parmley (Công ty 13thFloor), Jan Maarten de Booij (Công ty Koninklijke Bibliotheek), Jovaney Hollingsworth (Công ty CSA Images), Linda McCurdy (Thư viện Sách hiếm, Bản thảo và Bộ sưu tập đặc biệt, Đại học Duke), Fabrice Ruth Dissieux (Công ty Linotype Library GmbH), Bob Alonso (Công ty BA Graphics), Melissa M. Hunt (Công ty Berthold Types Limited), Veronika Elsner (Công ty Elsner-Flake GbR), Simon Daniels (Tập đoàn Microsoft), Richard Kegler (Công ty P22 Type Foundry), Sergey Kochin (Công ty TNHH ParaType), Kurt Koepfle (Công ty Thiết kế Pentagram), Thierry Puytouloux (Công ty Presence Typo) và Peter Rosenfeld (Công ty URW++ Design & Development GmbH).

Tôi cũng xin gửi lời cảm ơn đặc biệt tới nhóm Delmar, những người đã hướng dẫn tôi vượt qua một quá trình dài với khối lượng công việc khổng lồ bằng lòng kiên nhẫn lớn lao, khả năng linh động cùng sự thông thái tuyệt vời; chính quá trình lao động bền bỉ, tận tâm hỗ trợ của họ đã biến cuốn sách này trở thành hiện thực: Jamie Weiss (Giám đốc phụ trách sản phẩm), James Gish (Biên tập phụ trách tìm kiếm bản thảo cấp cao), Francis Hogan (Điều phối viên mảng hội họa và thiết kế) và Tom Stover (Biên tập phụ trách sản xuất cấp cao).

Đồng thời, tôi vô cùng cảm ơn các nhân viên Delmar, chính tài năng và sự lưu tâm đến từng chi tiết của họ đã góp một phần quan trọng vào chất lượng mà tác phẩm này đạt được: Anne Majusiak, Mardelle Kunz và Liz Kingslien.



Các ảnh chụp màn hình từ trang Web chứa artwork và ảnh chụp của ca sĩ kiêm nhạc sĩ đa màu Erykah Badu, [erykah-badu.com](http://erykah-badu.com), do Dan Petrucci và Afra Amir Sanjari sản xuất, Kristen O'Loughlin và Chris Bo của trang Okayplayer.com thiết kế. Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Hàng thu âm Motown Records, một chi nhánh của Công ty UMG Recordings, 2004.



Thiết kế bao bì trang trí nghệ thuật:  
Rhum Rhum, 1928. Anh do Công ty  
TNHH Remy Cointreau cung cấp.

Delmar Cengage Learning và tác giả xin chân thành cảm ơn các nhà phê bình dưới đây vì những đề xuất và ý kiến đóng góp chuyên môn quý báu:

**Scott Carnz**

Trợ lý khoa về các vấn đề học thuật  
Học viện Nghệ thuật Thành phố Seattle  
Seattle, Washington

**Cece Cutsforth**

Khoa Nghệ thuật Thị giác và Biểu diễn (Visual & Performing Arts)  
Cao đẳng Cộng đồng Portland  
Portland, Oregon

**Rebecca Gallagher**

Trường khoa Truyền thông Đa phương tiện (Digital Media Communications)  
Trường Katharine Gibbs  
New York, New York

**Kathrena Halsinger**

Khoa Nghệ thuật  
Đại học Clark  
Vancouver, Washington

**Lindsey Rush Heuwetter**

Khoa Thiết kế Đồ họa  
Đại học Công nghệ Westwood  
Atlanta, Georgia

**Therese LeMelle**

Khoa Truyền thông Thị giác (Visual Communications)  
Trường Katharine Gibbs  
New York, New York

**Janine Wong**

Đại học Massachusetts - Dartmouth  
Khoa Thiết kế Đồ họa  
Đại học Nghệ thuật Hình ảnh và Biểu diễn  
Dartmouth, Massachusetts

**Tova Rabinowitz**

2006

## CÂU HỎI VÀ GÓP Ý

Delmar Cengage Learning và tác giả luôn hoan nghênh mọi câu hỏi và ý kiến đóng góp của quý độc giả. Nếu có bất cứ đề xuất nào mà bạn nghĩ sẽ giúp ích cho người khác, hãy cho chúng tôi biết, chúng tôi sẽ cố gắng đưa những ý kiến đó vào phiên bản sau của sách.

Để gửi câu hỏi và/hoặc ý kiến đóng góp, mời các bạn liên hệ với nhà xuất bản ấn phẩm gốc qua địa chỉ:

**Bộ phận Xuất bản - Trường Đại học FPT**

Tòa nhà FPT Polytechnic, Đường Hầm Nghi, KĐT Mỹ Đình I,  
Từ Liêm, Hà Nội

Điện thoại: (04) 7 305 1398

Email: publishing@pt.edu.vn

Website: fptbooks.vn

**Delmar Cengage Learning**

Executive Woods

5 Maxwell Drive

Clifton Park, NY 12065

Người nhận: Nhóm Thiết kế và Nghệ thuật Truyền thông (Media Arts  
and Design Team)

800-998-7498

Hoặc liên hệ với tác giả qua địa chỉ e-mail:

tovayeah@yahoo.com

## *Lời để tặng*

Ma, Dad, Heidi, Dru, Al, Tim và Aaron thân mến, các bạn đã biến cuốn sách này thành hiện thực bằng sự hào phóng, lòng tốt bụng, kiên nhẫn và trợ giúp chân thành. Và đặc biệt là bạn, Ma. Sự chăm chỉ của bạn đã giúp mọi thứ trở nên khác biệt. Thật vinh dự và thú vị khi được làm việc với bạn.



Mộc thư (block book), Apocalypses Sancti Johannis (tạm dịch: Khải huyền về Thành Gióam), Đức, năm 1470 sau Công nguyên (SCN). ©Bộ sưu tập của Lessing J. Rosenwald, Thư viện Quốc hội Mỹ, Washington, D.C. Ảnh được sử dụng với sự cho phép của cơ quan nắm giữ bản quyền.

# CHƯƠNG 1

## Mục tiêu bài học

- Nhận thức rõ mối quan hệ phụ thuộc lẫn nhau giữa thiết kế, công nghệ và các lực lượng xã hội.
- Hiểu rõ sức ảnh hưởng mạnh mẽ của chữ đối với văn hóa nhân loại.
- Dõi theo sự phát triển của typography (môn chữ ứng dụng học) và các phương pháp in ấn xuyên suốt chiều dài lịch sử.
- Tìm hiểu ý nghĩa lịch sử của các phong cách thiết kế chữ (type design style) khác nhau.
- Suy ngẫm về các hệ tư tưởng nghệ thuật (artistic ideology) khác nhau và hàm ý typography của chúng.
- Tổng hợp các thiết kế sáng tạo lấy cảm hứng từ những ý tưởng và hình ảnh của các thời kỳ trước đó.

## Giới thiệu

Ngôn ngữ viết (written language) là tác nhân khiến các nền văn hóa của văn minh nhân loại phải trải qua nhiều cuộc biến chuyển mạnh mẽ trong suốt hàng nghìn năm qua. Các lực lượng chính trị, xã hội, học thuật, nghệ thuật, âm nhạc, khoa học, tôn giáo và kỹ thuật đều bị dấn dặt và trải qua quá trình chuyển đổi nhờ ngôn ngữ viết, ngay khi ngôn ngữ này phát triển vượt ra khỏi phạm vi những kinh nghiệm và thể chế nói trên của loài người.

Xuyên suốt quá trình lịch sử, sự phát triển của các tiến bộ công nghệ trở thành động cơ thúc đẩy sự phát triển của typography dưới vai trò là một công cụ và một hình thức thiết kế (design form). Công nghệ mới luôn truyền cảm hứng cho các nhà thiết kế khám phá ra nhiều khả năng mới, thách thức ranh giới của cấu trúc ngôn ngữ thi giác hiện tại, nhằm thể hiện những kinh nghiệm đặc biệt mà họ tích lũy được và để tạo dấu ấn riêng của bản thân so với các bậc tiền nhân.

Theo truyền thống, **typography (môn chữ ứng dụng học)** được định nghĩa là lĩnh vực nghiên cứu, sử dụng và thiết kế các bộ letterform (mặt chữ) giống hệt nhau lập đi lập lại. Mặc dù typography phát triển từ các chữ viết tay (handwritten script) độc nhất vô nhị, song sự phát triển của các công nghệ in ấn đã làm thay đổi mạnh mẽ bản chất của truyền thông dạng viết tay mức độ typography được đưa ra để mô tả sự thay đổi đó. Bất kể trông đúng thể thức hay không đúng thể thức, ở dạng hình học hay hữu cơ, lộn xộn hay sáng rõ, đặc trưng typography của các typeface luôn dựa trên khả năng tái tạo của chúng. Tuy nhiên, ngay cả định nghĩa này cũng đang bị thách thức, bởi sự đổi mới của typography kỹ thuật số gần đây đã thúc đẩy ranh giới về sử dụng và thiết kế chữ lên một tầm mức mới.

## Lịch sử của typography

# CÁC MỐC LỊCH SỬ



10.000 TCN - 400 SCN

## SỰ KHỞI ĐẦU CỦA NGÔN NGỮ VIỆT

Năm 3000 TCN: Các hệ thống chữ viết sơ khai

**C**húng ta sẽ bắt đầu tìm hiểu lịch sử của chữ bằng việc khảo sát các vết tích truyền tin còn sót lại của nhân loại thuở sơ khai - nghệ thuật hang động (cave art). Các **petroglyph** (tranh khắc đá) - hay còn gọi là **tác phẩm chạm khắc lên đá** (rock engraving) và **pictograph** (chữ vẽ hình) - hay còn gọi là **chữ vẽ trên đá** (cave painting) đã được người tiền sử để lại trong các hang động từ cách đây hơn 10.000 năm. Vào thời đó, người tiền sử đã dùng bút cùi thử gi có thể lướm được để ghi lại kinh nghiệm của mình. Họ trộn những loại màu (pigment) có sẵn trong tự nhiên với mồ hôi động vật để tạo thành sơn, hoặc khắc các hình ảnh lên đá. Những dấu hiệu mà người tiền sử tạo ra khá đa dạng, từ hình ảnh tượng trưng cho tới ký hiệu trừu tượng (Hình 1-1). Các dấu hiệu này đổi khác ở dạng **pictogram** (chữ tượng hình) - hình ảnh được giản thể minh họa cho từ cụ thể, lúc lại ở dạng **ideogram** (chữ tượng ý) - hình ảnh tượng trưng cho khái niệm hoặc ý tưởng. Các phương thức truyền thông thị giác (visual communication) thời tiền sử này được sử dụng như thế nào và mức độ phổ biến ra sao hiện vẫn còn là một ẩn số, bởi tất cả những gì còn sót lại cho tới nay chỉ là một vài mẫu vật bén nhất và ở những nơi xa xôi nhất.



Hình 1-1

Bức vẽ hang động thời kỳ đồ đá (paleolithic cave painting) được tìm thấy ở Lascaux. © Bettmann/CORBIS.

Năm 3000 TCN: Chữ viết sơ khai của người Sumer

Vào thời kỳ nào đó chưa định rõ trước năm 3000 TCN, người Sumer sinh sống tại vùng Lưỡng Hà (Mesopotamia) đã biết dùng những chiếc bút tròn có đầu nhọn (pointed stylus) để vẽ pictogram (chữ tượng hình) lên các tấm đất sét nung, nhằm tạo ra những bản ghi chép lâu dài về các giao dịch buôn bán. Một số tấm đất sét nung này hiện vẫn còn được lưu lại, cung cấp cái nhìn rõ về bản chất của quá trình truyền thông thị giác ở những người tạo ra chúng. Khoảng năm 2500 TCN, người Sumer đã áp dụng những cải tiến công nghệ cũng như khái niệm giúp việc viết chữ trở nên nhanh chóng và đơn giản hơn. Họ đã xây dựng được một hệ thống chữ viết hình nêm (cuneiform), sử dụng một chiếc bút tròn hình nêm ấn lên đất sét bằng các nét (stroke) nhỏ (Hình 1-2); những dấu hiệu này trở thành ideogram thay vì pictogram như trước. Điều này giúp giảm bớt số lượng ký hiệu cần ghi nhớ và áp dụng khi viết. Từ việc nghiên cứu ngôn ngữ viết của người Sumer, các nhà khảo cổ học có thể phân họa sự phát triển từ pictogram sang ideogram và cuối cùng là phonogram (chữ tượng thanh) - những ký hiệu tượng trưng cho âm thanh.

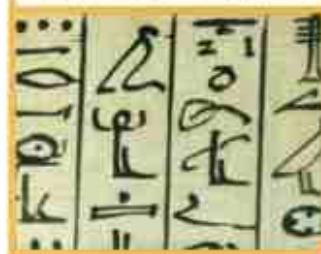


Hình 1-2

Một tấm đất sét nung của người Sumer với các ký tự hình nêm ghi chép số lượng cừu và dê, được tìm thấy ở Tello thuộc phía nam vùng Lưỡng Hà cổ. © Gamma Dagli/COBIS.

Năm 3000 TCN: Chữ hieroglyphics của người Ai Cập

Cùng thời điểm người Sumer phát triển hệ thống chữ viết của mình, người Ai Cập cũng làm được điều tương tự. Khoảng năm 3000 TCN trở về trước, chữ hieroglyphics (chữ viết tượng hình) của người Ai Cập (Hình 1-3) ban đầu cũng chỉ là các pictogram, trải qua hơn 3.000 năm tiếp theo đã dần phát triển thành một tổ hợp phức tạp gồm pictogram, ideogram và phonogram.



Hình 1-3

Chữ hieroglyphics của người Ai Cập, chi tiết cắt từ cuốn "Book of Dead" (tạm dịch: "Sách của Người chết"). © Sandra Vanini/CORBIS.

Năm 1800 TCN

Năm 1500 TCN

Năm 1000 TCN

### Năm 1800 TCN: Nghệ thuật calligraphy của người Trung Hoa

Vào thời cổ đại, người Trung Hoa cũng đã phát triển được ngôn ngữ viết và các công nghệ hỗ trợ sử dụng ngôn ngữ viết. Truyền thuyết Trung Hoa kể rằng: Khoảng năm 1800 TCN, một người dân Ông tên là Thương Hiệt (Tsang Chieh) đã phát triển các ký hiệu chữ viết của mình, lấy cảm hứng từ dấu chân và vết móng của các loài động vật, chim muông. Kết quả là, nghệ thuật calligraphy (có thể hiểu ngắn gọn là thuật viết chữ) Trung Hoa ra đời. Các ký hiệu của Thương Hiệt là những pictograph (chữ vẽ hình) và logogram (dấu tốc ký) - ký hiệu tượng trưng cho toàn bộ một từ, ví dụ như ☽, ☿ hoặc ☻ đã được trứu tượng hóa. Loại mẫu vật lâu đời nhất về nghệ thuật calligraphy Trung Hoa hiện còn lưu lại là những lòi "sấm ngữ" (tiền tri) được khắc trên xương và mai rùa để nói chuyện với các bắc tổ tiên, cầu xin sự may mắn. Ngoài ra, còn có nhiều bằng chứng cho thấy người Trung Hoa cổ đại đã viết lên các đồ vật bằng đồng như tiền xu, đồ chứa và vũ khí. Họ cũng đã dùng bút tre để viết lên vải tơ lụa, len và thanh tre.



Hình | 1-5|

Tấm hía bằng vàng khắc các ký tự Phoenicia, thế kỷ 6 TCN. © Archivo Iconografico, S.A./CORBIS.



Hình | 1-4|

Mảnh xương khắc lòi sấm ngữ từ đời nhà Thương (Shang Dynasty). © Bảo tàng Hoàng Gia bang Ostium/CORBIS.

### Năm 2000 TCN: Giấy cói

Người Ai Cập cổ đại viết chữ hieroglyphics bằng cách sử dụng đục khắc lên đá, song họ cũng đã biết dùng bút lông làm từ rễ cây để tô màu cho các ký tự tượng hình trên những chất liệu linh động hơn. Người Ai Cập đã sử dụng cây cói giấy (Cyperus Papyrus) để tạo ra giấy - chất liệu này được gọi là giấy cói (papyrus), như minh họa ở Hình 1-7. Mặc dù người ta vẫn chưa xác định rõ thời điểm sớm nhất giấy cói được sử dụng, song các tài liệu giấy cói lâu đời nhất còn lại cho đến nay được tạo ra vào khoảng năm 2000 TCN.



Hình | 1-7|

Mảnh giấy cói của Apollomos, một vị quan cai quản vùng Apollonopolites Heptakomios, khoảng năm 120 TCN. Anh do Thư viện Sachsenhausen, Berlin thuộc và Bộ sưu tập đặc biệt của Đại học Duke cung cấp.

Năm 2000 TCN

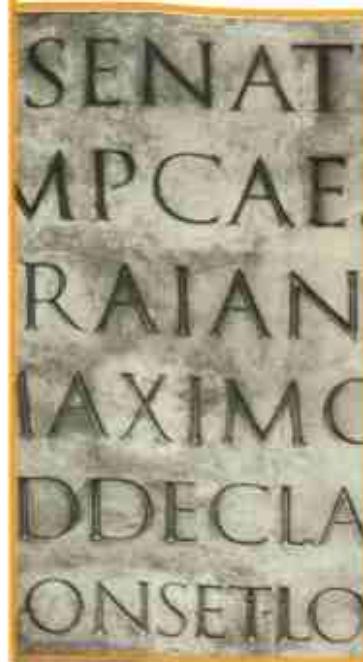
Các tiến bộ công nghệ thời kỳ đầu



## 10.000 TCN - 400 SCN: SỰ KHỞI ĐẦU CỦA NGÔN NGỮ VIỆT

Năm 100 TCN: Các hệ thống chữ viết sơ khai

Năm 100 SCN



Hình 1-8

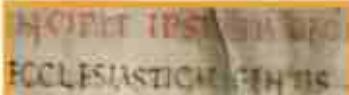
Các chữ hoa vuông từ một tấm bia trên Cột Khują hoàn (Trajan Column) ở Roma, năm 114 SCN.

## Năm 100 TCN: Letterform của người La Mã phát triển

Khoảng năm 100 TCN, người La Mã xâm chiếm Hy Lạp. Một trong những báu vật mà người La Mã chiếm được là toàn bộ các thư viện của Hy Lạp. Ảnh hưởng của Hy Lạp lên văn hóa La Mã là rất lớn, bởi các đồ tạo tác (artifact) thuộc nền văn hóa Hy Lạp bị người La Mã lấy đi đã được nghiên cứu, tôn sùng, chuyển thể và truyền bá khắp Đế chế La Mã (Roman Empire). Bằng chữ cái Latinh chúng ta dùng hiện nay từng được người La Mã sử dụng, song người ta tin rằng nó được phát triển từ những ảnh hưởng kết hợp của các ngôn ngữ Hy Lạp, Semit và Nam Italia (tức Etrusca - một nền văn minh cổ từng tồn tại ở khu vực mà ngày nay tương ứng với vùng Toscana của Italia). Thế kỷ đầu tiên sau Công nguyên tồn tại hai hệ thống chữ viết La Mã phổ biến: Chữ hoa vuông (square capital) (Hình 1-8) và chữ hoa thô sơ (rustic capital) (Hình 1-9). Chữ hoa vuông chỉ chứa những letterform hoa ngay hàng thẳng lõi, trong khi chữ hoa thô sơ trông ít kiêu cách hơn. Do đặc tính tròn hơn và hẹp hơn về bề ngang, nên các chữ hoa thô sơ dễ viết hơn. Cả chữ hoa vuông lẫn thô sơ đều có serif (chốt nét) - tức phần mở rộng được thêm vào các điểm cuối của nét chữ, giúp mang lại vẻ vững chắc và mạnh mẽ cho các letterform. Thông thường, các từ không được phân tách bằng khoảng cách, dù đôi khi chúng được phân tách bởi một dấu chấm đặt ở giữa.

## Năm 190 TCN: Phát minh ra giấy làm từ da dê

Truyền thuyết kể rằng: Khoảng năm 190 TCN, lệnh cấm vận lưu hành giấy côi đã thôi thúc những người chăn cừu sinh sống tại vùng mà ngày nay là Thổ Nhĩ Kỳ phát triển một loại bê mặt dùng để viết tương tự như giấy được làm từ da, có tên gọi là giấy da dê (parchment). Để làm giấy da dê, da động vật được mang đi rửa sạch, kéo giãn, cao sạch lông, làm trắng bằng đá vôi, sau đó được đánh bóng bê mặt. Do đặc tính mềm dẻo, tiện lợi và dễ mang theo, nên giấy da dê nhanh chóng trở nên phổ biến.



Hình 1-9

Các chữ hoa thô sơ, chi tiết từ bản thảo của Bede, thế kỷ 8. © David Reed/CORBIS.

## Năm 100 SCN: Chữ hoa uncial

Đến năm 100 SCN, người Hy Lạp đã phát triển các letterform tròn, có tên gọi là uncial (Hình 1-10). Chữ uncial đòi hỏi ít nét hơn, cho phép viết nhanh hơn và đơn giản hơn so với các chữ Hy Lạp vuông.



Hình 1-10

Các chữ uncial của người Hy Lạp, Codex Sinaiticus Petropolitanus, năm 350 SCN, sử dụng với sứ cho phép của Thư viện Vương quốc Anh (1701.d.1).

Năm 200 SCN

Năm 300 SCN

non est quidem  
noquicendum est ut  
camus non solum ead  
quaenamcum siue  
quaerad huic omni po  
uitemus huius aucte  
quod proprieato auro  
perfice nemore didi  
qui cum quele geru

**Năm 200 SCN: Chữ phỏng uncial**

Chữ phỏng uncial (half-uncial) với phần ascender (nét xô trên dòng) và descender (nét xô dưới dòng) ngắn hơn được sử dụng lần đầu tiên ở Hy Lạp trong suốt thế kỷ 3, nhưng không đạt tới mức độ phổ biến cho tới tận cuối thế kỷ 6 (Hình 1-11). Ascender và descender là các phần mở rộng lên phía trên hoặc xuống bên dưới các đường gióng (guideline) truyền thống. Chữ phỏng uncial là tiền thân của chữ thường (lowercase letter).

Hình 1-11

Chữ phỏng uncial, Ms. Patr. 87, fol. 79v. Hieronymus und Gennadios: De Viris Illustribus. Augustinus: De Haeresibus. De Cura Pro Mortuis Gerendaen Chiridion. De Fide. Spe et Caritate. Staatsbibliothek, Bamberg.

**Năm 300 SCN: Tầng lớp trí thức và các thư viện**

Đến năm 300 SCN, Roma hình thành một tầng lớp trí thức (literate class) bao gồm các thương gia, học giả, thầy tu và quan chức chính quyền, cùng với đó là 30 thư viện công hỗ trợ nhu cầu đọc và tham chiếu của tầng lớp này. Tỷ lệ người biết đọc và viết ngày càng tăng.

**Năm 200 SCN: Bút cõi ngòi**

Đến thế kỷ 3 SCN, người Hy Lạp đã viết trên giấy cõi, da dê, kim loại, da thuộc, gỗ và các tấm bia bằng sáp hoặc đất sét, sử dụng bút làm từ cây lau sậy cõi ngòi bằng kim loại gắn ở một đầu để dễ dàng điều chỉnh lưu lượng mực hơn. Khoảng thế kỷ 7, con người bắt đầu sử dụng lông ngỗng làm bút, với mặt đầu rõ ràng được tách và tạo hình để làm ngòi bút, nhằm đạt được độ chính xác cao hơn. Vào thế kỷ 12, con người bắt đầu cắt những chiếc bút lông ngỗng với góc vát lớn hơn. Sau đó, người ta chế ra ngòi bút rời với độ rộng và hình dạng khác nhau để gắn vào bút lông ngỗng. Mỗi đổi mới về công nghệ làm bút đã biến đổi mạnh mẽ hình dáng nét bút, từ đó tác động đến sự phát triển của chữ viết tay.

**Thuật ngữ**

**ideogram (chữ tượng ý):** hình ảnh tượng trưng cho một khái niệm hoặc ý tưởng.

**pictogram (chữ tượng hình):** hình ảnh được giản thể minh họa cho một từ cụ thể.

**logogram (dấu tốc ký):** một ký hiệu đại diện cho toàn bộ một từ, ví dụ như ©, \$ hoặc #.

**petroglyph (tranh khắc đá):** một tác phẩm chạm khắc lên đá (rock engraving).

**phonogram (chữ tượng thanh):** những ký hiệu tượng trưng cho âm thanh được nói ra.

**pictograph (chữ vẽ hình):** các chữ vẽ trên đá (rock painting) thời tiền sử; còn gọi là pictogram.

**typography (môn chữ ứng dụng học):** lĩnh vực nghiên cứu, sử dụng và thiết kế chữ.

Năm 200 SCN

400 - 1450 SCN

## THỜI KỲ TRUNG CỔ

Năm 400 SCN: Sự phát triển của chữ viết thời kỳ Trung cổ

**G**iải đoạn đầu của thời kỳ Trung cổ (Medieval) bị kìm hãm bởi chế độ Phong kiến (Feudalism) - cấu trúc chính trị mà tại đó, tầng lớp quý tộc giàu có sở hữu ruộng đất thực hiện chính sách cai trị chuyên chế đối với quần chúng nghèo khổ sinh sống trên vùng đất của họ, những người này bị bắt phải làm việc, đóng thuế và bị bóc lột sức lao động. Hầu hết dân thường ở châu Âu đều có rất ít quyền tự chủ và tài nguyên. Nghệ thuật Cơ đốc giáo (Christian art) ở giải đoạn đầu của thời kỳ Trung cổ là những tác phẩm đậm tính tôn giáo dành riêng cho tầng lớp giàu có hoặc giới tầng lú. Giải đoạn sau của thời kỳ Trung cổ chứng kiến sự ổn định về chính trị, thịnh vượng về kinh tế và tăng trưởng về dân số ở châu Âu. Vẫn để cập tới những chủ đề hoa mỹ và tôn giáo, song các hình thức nghệ thuật lúc này đã mở rộng ra tầng lớp dân thường dưới hình thức truyền bá và tuyên truyền. Nghệ thuật Byzantine và nghệ thuật Gothic từ thế kỷ 5 cho tới thế kỷ 16 ở châu Âu đều mang tính chất trang trí cao, dựa trên các chủ đề của đạo Cơ đốc. Các thành phần kiến trúc đồ sộ, những bức bích họa treo tường, các sản phẩm dệt may phong phú và sách viết về nghi thức tế lễ đã được tạo ra để đáp ứng nhu cầu cúng tế cũng như lễ bái của giới tu sĩ và nhu cầu thờ phung trong cộng đồng.

## Năm 400 SCN: Bản thảo thuyết giảng ở châu Âu

Vào khoảng thế kỷ 5, con người bắt đầu tạo ra sách minh họa (illustrated book) và sách thuyết giảng (illuminated book). Khoảng năm 600 SCN, lời phát biểu của Giáo hoàng Gregory rằng "với hình ảnh, những người không biết chữ cũng có thể đọc được" đã khiến việc giảng sách trở nên phổ biến trong nghệ thuật Cơ đốc giáo như một phương pháp giảng dạy cho người mù chữ. Hình thuyết giảng là những hình minh họa và nét hoa văn trang trí cho các trang văn bản viết tay, nhằm minh họa hoặc giải thích ý nghĩa của những trang này. Các bản thảo thuyết giảng thường được trang trí bằng vàng lá, có màu sắc sặc sỡ, nhằm mang lại vẻ uy nghiêm và sự hiện diện của thần thánh trong từng trang sách. Tiếp tục tạo các bản thảo thuyết giảng rất phổ biến ở châu Âu cho tới thế kỷ 15 SCN, khi chữ thảo lấp/char có thể dịch chuyển (movable type) lần đầu tiên được sử dụng tại châu lục này (Hình 1-12).



Hình |1-12|

Bản thảo thuyết giảng, *The Book of Hours* (tạm dịch: Sách nhút túng), Valencia, năm 1460, bộ sưu tập của Koninklijke Bibliotheek.

## Năm 550 SCN: Chữ phỏng uncial của người Celts và word spacing

Cuối thế kỷ 8 SCN, chữ phỏng uncial bắt đầu phổ biến, đặc biệt là ở Ireland, nơi sinh sống của người Celts. Chữ phỏng uncial của người Celts (còn gọi là chữ phỏng uncial của người ở đảo) rất kinh tế do chiếm ít không gian hơn so với chữ uncial; ngoài ra, do hình dạng của các chữ cái có sự tăng về độ khác biệt nên chữ phỏng uncial cũng dễ đọc hơn (Hình 1-13). Khi tốc ký, người Celts cũng đã khởi xướng cách làm khác để tăng tính rõ ràng (legibility) cho chữ. Họ bắt đầu thêm khoảng cách vào giữa các từ (word spacing), nhằm giúp người đọc dễ dàng nhận biết vị trí bắt đầu và kết thúc của từ hơn.

leui  
onelchm  
ma-ni-ic  
Ioseph  
macchaa hic

Hình |1-13|

Chữ phỏng uncial của người ở đảo trong cuốn *The Book of Kells* (tạm dịch: Sách của Kells), © Bộ sưu tập của Stapleton/CORBIS.

Năm 789 SCN

*apunuli in medio ujum: Et i  
nos p.xpm. Sed cum culpa  
s inuenit: ilico magis prut  
mo multis. inuspa ueniam a  
ne negitup. cumiq qui ppe eft*

Hình [1-14]

Chữ thường Carolingian, trang số 5 MS 28 (trang mặt sau). Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Chủ tịch và Ủy viên trưởng Cao đẳng Saint John Baptist trực thuộc trường Đại học Oxford.

### Năm 789: Chữ thường Carolingian

Năm 789 SCN, Charlemagne - Hoàng đế đầu tiên của đế chế La Mã Thần thánh (Holy Roman Empire) đã cho tập hợp những người làm nghề tóc kỵ để chép lại các cuốn sách tôn giáo quan trọng, nhằm truyền bá tư tưởng trên khắp châu Âu. Dưới sự chỉ đạo của Charlemagne, lực lượng tóc kỵ này đã thiết lập các tiêu chuẩn đảm bảo chất lượng cho những cuốn sách mà họ tạo ra. Quy trình này bao gồm việc phát minh ra một bảng chữ cái chuẩn hóa bằng cách kết hợp các đặc điểm chữ phông uncial của người Celt với chữ hoa Latinh truyền thống, hoặc chữ hoa. Kết quả là, chữ thường (minuscule) Carolingian được tạo ra - đây chính là khởi nguồn trực tiếp của các chữ thường rất phổ biến mà chúng ta sử dụng ngày nay (Hình 1-14).

### Năm 700: In khắc gỗ ở Trung Quốc

Đến thế kỷ 8 SCN, người Trung Hoa đã phát triển thành công phương pháp **in khắc trên gỗ** (*woodblock printing*), hay *xylography* (thuật khắc gỗ) mà ngày nay vẫn được sử dụng. Các hình ảnh chạm nổi và chữ calligraphy được khắc lên những phiến gỗ, sau đó được tó mục. Người thợ in truyền mục vào giấy bằng cách đặt một mẩu giấy lên bề mặt chạm nổi được đổ mục, sau đó cọ xát mặt sau của tờ giấy. Một thợ in lành nghề có thể khắc được 200 vết của một thiết kế trong một giờ. Thuật khắc gỗ là một ví dụ về kỹ thuật **in nổi** (*relief printing*) - tức bắt cú quy trình in ấn nào có mức nằm trên bề mặt chạm nổi. Những ứng dụng đầu tiên của công nghệ in này bao gồm tiền giấy và quản bài, do vậy mà công chúng nhanh chóng được tiếp xúc với các vật liệu in như tiền tệ. Dần dần, tất cả các cuốn sách đều được tạo ra theo cách này, cuốn đầu tiên có dạng cuộn. Cuốn đầu tiên được in khắc gỗ là sách Phật giáo có tên *Diamond Sutra* (tức Kinh Kim Cang, còn gọi là Kinh Kim Cương) (Hình 1-15) do Vương Kiết (Wang Jie) của Trung Quốc xuất bản năm 868 SCN.



Hình [1-15]

Cuốn sách in đầu tiên, *Diamond Sutra* (Kinh Kim Cang). Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Thư viện Anh [fp Or.8210p2].

## 400 - 1450 SCN: THỜI KỲ TRUNG CỔ

Năm 1200 SCN: Sự phát triển của chữ viết thời kỳ Trung cổ

### Năm 1200 SCN: Chữ Script loại blackletter

Theo thời gian, sự đắt đỏ của giấy da đã khiến người làm nghề tóc kỹ phải tiết kiệm bằng cách sử dụng các kiểu ché tạc chữ (lettering) ngày càng hẹp hơn. Vào thế kỷ 13, các thiết kế Gothic châu Âu mang dáng vẻ nặng nề, cứng chắc, cao và hẹp ngang như đang vươn tới Thiên đường. Những chữ Textura (thuộc typeface Script) đều dài, hẹp ngang, góc cạnh và cứng chắc của thời kỳ Gothic thường được gọi là blackletter vì chúng đem lại cảm giác nặng nề cho mắt (Hình 1-16).

Hình | 1-16]

Chữ Script loại blackletter Textura.  
© Khu lưu trữ ảnh lịch sử (Historical Picture Archive)/CORBIS.



### Năm 1040 SCN: Chữ tháo lắp được sử dụng ở Trung Quốc

Khoảng năm 1040 SCN, một người đàn ông Trung Quốc tên là Tất Thành (Pi Sheng) trở nên nổi tiếng vì làm chủ kỹ thuật chữ tháo lắp ya có thể chỉnh ông đã phát minh ra kỹ thuật này. Tất Thành đóng tuấn tự từng con dấu bằng đất sét để chạm nổi một ký tự Trung Quốc lên một tấm sắt được bồi sáp, sau đó sử dụng tấm sắt này như một bản khắc gỗ (woodblock) để in cả trang một lần duy nhất. Sau đó, các con dấu này có thể được gỡ ra và tái sử dụng cho những thiết kế tiếp theo. Công nghệ này đã không được phổ biến ở Trung Quốc, do số lượng ký tự Trung Quốc quá nhiều khiến việc sắp xếp các con dấu để tái sử dụng trở nên thiếu thực tiễn.



Hình | 1-17]

Watermark (dấu nổi),  
1484, Hà Lan, bộ sưu  
tập của Koninklijke  
Bibliotheek.

### Năm 1276 SCN: Watermark là dấu xuất hiện

Năm 1276 SCN, nhà máy chế tạo giấy đầu tiên của châu Âu được thành lập ở Fabriano, Italia. Các binh sĩ Ả Rập ở Samarkand đã học được cách làm giấy từ những tù binh người Trung Quốc vào năm 751 SCN, sau đó kiến thức về quy trình làm giấy thủ công lan truyền từ Samarkand tới Italia vào thế kỷ 12. Nhà máy giấy Fabriano sử dụng máy móc chạy bằng sức nước để nghiên vải sợi thành bột tạo ra giấy, do đó giúp giá thành sản xuất giấy rẻ hơn rất nhiều. Cũng vào năm 1276, nhà máy giấy Fabriano trở thành nơi đầu tiên sử dụng watermark để phân biệt sản phẩm giấy mà họ tạo ra với giấy của những đối thủ khác mặc dù sau đó, các nhà máy giấy khác đã hành chung học được ý tưởng này và tự chế tạo watermark riêng (Hình 1-17). Watermark (dấu nổi) là một kiểu trademark (nhãn hiệu thương mại) được lồng vào trong giấy viết loại tốt bằng cách đặt một thiết kế nổi vào trong khuôn giấy. Các thiết kế nổi này tạo ra những vùng có mật độ khác nhau trên giấy mà mắt thường có thể nhìn thấy khi đưa ra ngoài ánh sáng. Watermark, cùng với các dấu hiệu của thợ kim hoàn, là hai trong số những trademark đầu tiên được dùng để quảng bá nhận diện thương hiệu (brand recognition) thương mại. Ngày nay, nhiều nhà máy giấy vẫn sử dụng watermark trong các sản phẩm giấy viết của họ, dù chất lượng giấy đã tốt hơn.

Năm 1300 SCN

n. sed orationi et operi distribuc.  
Quod manifeste docuit usq; mag-  
lius angelus. Probat quidem  
et studium et caritatem in deu-  
probat orationis intentissime qu-  
it gradus x viii. Incipit De c

### Năm 1300 SCN: Chữ Script loại whiteletter

Vào thế kỷ 14, ở Italia và Nam Âu xuất hiện một phong cách chữ Script mới tên là whiteletter (Hình 1-18). Các chữ Script này phát triển từ chữ thường Carolingian, có nét mảnh hơn đáng kể, tròn hơn và it hoa mỹ hơn so với chữ Script loại blackletter cùng thời.

Hình 1-18

Chữ Script loại whiteletter trong cuốn *Epistola ad Acacium* của Cyril of Alexandria, 1488 SCN. Ảnh do Thư viện Pierpont Morgan, New York cung cấp [MS M 496, f.168V].

### Năm 1300 SCN: Công nghiệp in khuôn phát triển nở rộ

Đến năm 1300 SCN, công nghệ in khắc gỗ đã được các du khách, chủ yếu là thương gia hoặc binh sỹ lan truyền từ Trung Quốc sang châu Âu. Trong vòng 100 năm, các trò cờ bạc và du lịch là hai yếu tố thúc đẩy sự lan truyền rộng rãi của phương pháp in khắc gỗ trên khắp châu Âu. Các thợ in nhìn thấy lợi nhuận khi sản xuất tranh mờ đạo lưu niệm dành cho khách du lịch đến thăm quan đền thờ và danh báii phục vụ nhu cầu của dân chúng, do đó ngành công nghiệp in khuôn đã phát triển nở rộ.



### Năm 1440 SCN: Những cuốn sách in đầu tiên ở châu Âu

Giữa thập niên 1440, các thợ in ở châu Âu bắt đầu sử dụng quy trình in khắc gỗ để in toàn bộ những cuốn sách dày từ 30 đến 50 trang (Hình 1-19). Văn bản và hình ảnh thường được cắt thành khối gỗ giống nhau phục vụ cho việc in, thường ở định dạng giống như các cuốn truyện tranh ngày nay. Các cuốn sách thường mang chủ đề tôn giáo, nhằm mục đích giáo huấn đạo lý và xoa mù chữ, song đã nhanh chóng trở thành công cụ giúp giao thông lương người biết đọc biết viết.

### Thuật ngữ

**in nổi (relief printing):** bất cứ quy trình in ấn nào có mục nằm trên bề mặt chạm nổi.

**thuật khắc gỗ (xylography):** quy trình in nổi có các hình ảnh chạm nổi và chữ calligraphy được khắc lên những phiến gỗ, sau đó được tô mực.

**watermark (dấu nổi):** một kiểu trademark được lồng vào trong giấy viết loại tốt bằng cách đặt một thiết kế nổi vào trong khuôn giấy; những ký hiệu này có thể nhìn thấy được khi đưa giấy ra ngoài ánh sáng.

Hình 1-19

Một thu (block book), *Apocalypsis Sancti Johannis* (tạm dịch: Khải huyền về Thánh Gioan), Đức, năm 1470 SCN. © Bộ sưu tập của Lessing J. Rosenwald, Thư viện Quốc hội Mỹ, Washington, D.C. Anh được sử dụng với sự cho phép của cơ quan nắm giữ bản quyền.

1450 - 1650 SCN

## THỜI KỲ PHỤC HƯNG

Sự phát triển của typeface thời kỳ Phục hưng

1470 SCN

**T**hời kỳ Phục hưng (Renaissance) kéo dài từ thế kỷ 14 đến thế kỷ 15 là quãng thời gian phát triển hưng thịnh về nghệ thuật và khoa học ở châu Âu. Sự phát triển này một phần được kích thích bởi việc phát minh ra những công nghệ in ấn giúp mở mang hiểu biết về văn học và văn hóa. Phục hưng có nghĩa đen là "tái sinh" ("rebirth"), và đây thực sự là quãng thời gian hồi sinh lại lần nữa của người châu Âu - từ thế giới quan chủ yếu dựa vào mê tín dị đoan sang một thế giới quan mới dựa trên lý luận khoa học. Thời kỳ Phục hưng cũng là quãng thời gian tái sinh của nghệ thuật, của việc nghiên cứu tư tưởng cổ điển ở người Hy Lạp, người La Mã và của niềm đam mê học hỏi. Sự quan tâm trở lại của công chúng đối với nghệ thuật và thiết kế Hy Lạp cũng như La Mã cổ đã thúc đẩy nhu cầu sử dụng chữ Script loại whiteletter ngày càng tăng trên khắp châu Âu.



Hình |1-21|

Cuốn Kinh Thánh 42 dòng của Gutenberg. Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Thư viện Anh [C.9.d.3].

## Năm 1470 SCN: Chữ Humanist

Năm 1470, Nicolas Jenson đã tạo ra một typeface có độ rõ ràng rất cao dựa trên chữ Script loại whiteletter mà những người làm nghề tóc kỹ tại Italia đang sử dụng (Hình 1-20). Typeface của Jenson và những typeface tương tự khác được gọi là typeface Humanist, vì chúng dựa trên chữ viết tay của những người làm nghề tóc kỹ ở Italia. Bản khởi phục ô định dạng kỹ thuật số của các typeface Humanist được trình bày từ trang 83 đến 90 trong Chương 3.

luximus. Quo quidem in h  
ultiplicem doctrinā illius  
psū facta iuentaq; fuerunt  
nulto certius atque distinc  
percepisse mihi uidetur. Ita

Hình |1-20|

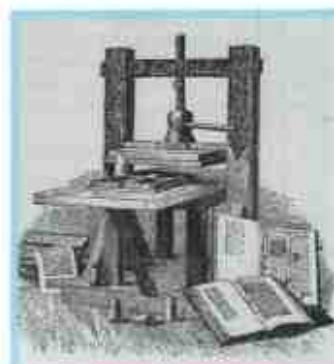
Chữ Humanist được in bởi Nicolas Jenson, năm 1470 SCN, *Fusebius Pamphili, De evangelica praeparatione*, Venice. Ảnh do Thư viện Quốc hội Washington, D.C. cung cấp.

## Năm 1455 SCN: Chữ thảo lấp được sử dụng ở châu Âu

Cuốn Kinh Thánh (Bible) 42 dòng của Johannes Gutenberg trở thành cuốn sách đầu tiên ở châu Âu được in bằng công nghệ chữ thảo lấp vào năm 1455 (Hình 1-21). Gutenberg, người từng sinh sống ở Mainz (Đức), đã làm việc cẩn mẫn suốt hai thập niên để phát minh ra một chiếc máy in chức năng hữu dụng với những chữ cái tài sử dụng có khả năng thay thế và các loại mực phù hợp cho quy trình in. Máy in của Gutenberg dựa trên công nghệ ép rượu thời bấy giờ (Hình 1-22). Công nghệ in của Gutenberg được sử dụng trong suốt 400 năm tiếp theo, chỉ với một chút sửa đổi và cải tiến nhỏ.

Hình |1-22|

Máy in của Gutenberg.



Năm 1455 SCN

Các tiên bộ công nghệ thời kỳ Phục hưng

## Năm 1500 SCN



Hình 1-23

Tác phẩm Champs Fleury của Geoffroy năm 1529. © Bản quyền năm 2004 thuộc về Bảo tàng Quốc gia Berlin (Bundesarchiv). Thư viện Quốc hội Mỹ. Ánh do Octavio (www.octavo.com) chụp và được sử dụng với sự cho phép.

## Năm 1500 SCN: Các typeface Old Style và xuồng đúc độc lập đầu tiên

Suốt thế kỷ 16, các typeface mới thanh thoát, rõ ràng hơn dựa trên typeface Humanist được thiết kế và sử dụng rộng rãi ở Pháp. Dần dần, những typeface này, được gọi là typeface Old Style, trở thành tiêu chuẩn ở châu Âu và châu Mỹ (Tân thế giới). Hai nhà thiết kế đã có công phát triển và phổ biến các typeface này là Geoffroy Tory và Claude Garamond. Tory là nhà thiết kế, nhà sáng tác, nhà điêu khắc đồng thời là một thợ in khuôn nổi - một con người đa tài, một "người Phục hưng" đúng nghĩa. Ông đã thiết kế và giúp phổ biến các typeface Old Style bằng cách sử dụng rộng rãi những typeface này trong xuồng in riêng của mình. Champs Fleury (tạm dịch: Cảnh đồng hoa), cuốn sách rất phổ biến của Tory ra đời năm 1529 khẳng định rằng, các chữ hoa-La Mã được dựa trên tỷ lệ lý tưởng hóa của cơ thể con người (Hình 1-23). Năm 1530, Claude Garamond thành lập xuồng đúc chữ độc lập đầu tiên không liên kết với bất cứ xuồng in nào khác. Ông đã phổ biến các typeface Old Style thông qua việc bán các typeface của mình cho những xuồng in khác trên khắp châu Âu. Tham khảo từ trang 93 đến 101 của Chương 3 để quan sát bối cảnh phục vụ định dạng kỹ thuật số của các typeface Old Style.

## Năm 1455 SCN: ấn phẩm khổ rộng

Một trong những ứng dụng sớm nhất của chữ thảo lấp là in các ấn phẩm báo chí khổ rộng (broadside) đơn trang được đăng tải, hoặc phân phát dưới dạng tờ rơi và ấn phẩm khổ rộng (broadsheet) chứa các mục tin tức trên cả hai mặt, thậm chí có thể được gấp lại. Tuy không được in đều đặn, song các ấn phẩm khổ rộng chính là tiền thân của báo chí, poster (áp phích), tờ rơi quảng cáo (flyer) và brochure (sách nhỏ quảng cáo).

## Năm 1461 SCN: Sự phát triển của ngành công nghiệp in ấn ở châu Âu

Thời kỳ giữa năm 1455 và 1500 đánh dấu sự chuyển dịch từ bản thảo viết tay (manuscript) sang sách in trên toàn châu Âu. Sách được tạo ra trong thời kỳ này được gọi là **Incunabula** (những cuốn sách in đầu tiên) - trong tiếng Latinh có nghĩa là "cái nôi" ("cradle") hay "thướt sờ khai" ("swaddling cloth"), bởi chúng được tạo ra trong giai đoạn "trùng nước" của ngành công nghiệp in ấn. Cho tới năm 1461, châu Âu có rất ít xuồng in ngoài xuồng in ở Mainz (Đức). Tuy nhiên, cùng năm đó, xuồng in ở Mainz đã bị các binh lính cướp phá và thiêu rụi trong một cuộc giao tranh giữa hai Tổng Giám mục, và rất nhiều người dân Mainz, trong đó có cả các thợ in đã rời bỏ quê hương tới những vùng đất khác ở châu Âu. Sự kiện này đã thúc đẩy sự lan truyền của công nghệ in chữ thảo lấp trên khắp châu Âu. Năm 1470, cả châu Âu mới có 14 xuồng in; song chỉ 30 năm sau, hơn 200 thành phố của châu Âu đã có xuồng in và ngày càng có nhiều xuồng in được lập ra trên toàn thế giới.

## Năm 1465: Phương pháp in chìm phát triển

Khoảng năm 1465 SCN, người Pháp bắt đầu áp dụng quy trình in chìm. **In chìm (intaglio)** là quy trình in ấn có mục nằm bên dưới bề mặt bản khắc (plate). Ban đầu, người ta tạo các vết khắc ngói khô (drypoint engraving) - nghĩa là họ sẽ khắc hình ảnh lên một tấm đồng, xoa mực vào những rãnh này, sau đó ấn giấy lên tấm đồng để truyền mực. Việc khắc thành các rãnh trên bề mặt tấm kim loại rất khó khăn, do đó người ta nhanh chóng phát triển những phương pháp khắc đơn giản hơn. Ví dụ, quy trình khắc axit (etching) bao gồm phủ một lớp sáp bảo vệ lên tấm kim loại, sau đó khắc thiết kế lên lớp sáp rồi đặt tấm kim loại vào bồn axit. Axit sẽ ăn mòn và tạo thành các rãnh ở những vị trí không có lớp sáp bảo vệ. Khắc axit và các phương pháp khắc khác đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển của thiết kế chữ, bởi chúng cho phép tạo ra những nét mịn hơn so với quy trình in nổi.

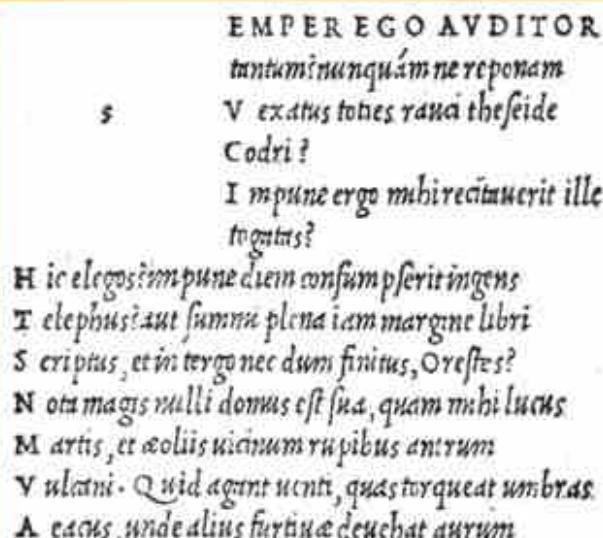
## Năm 1455 SCN

## 1450 - 1650 SCN: THỜI KỲ PHỤC HƯNG

Năm 1500 SCN: Sự phát triển của typeface thời kỳ Phục hưng

### Năm 1500 SCN: Typeface kiểu italic đầu tiên

Khoảng năm 1500 SCN, typeface kiểu italic (nghiêng) đầu tiên đã được Francesco Griffo tạo ra theo đặt hàng của Aldus Manutius (Hình 1-24). Mục đích của typeface kiểu italic này là để mô phỏng chữ viết tay của người Italia và tối ưu không gian trên trang để nhà xuất bản có thể bìa cuốn sách mới với kích thước bìa được vào túi. Kiểu dáng của typeface kiểu italic này không giống với bất kỳ typeface nào khác hiện có, nó là một typeface riêng biệt và độc lập.



Hình |1-24|

Typeface kiểu italic đầu tiên, trang cắt từ cuốn *Juvenal and Persius* (tạm dịch: *Juvenal và Persius*), do Aldus Manutius đặt hàng, khắc bởi Francesco Griffo, năm 1501 SCN, Staathliche Museen. *Anh do Bildarchiv Preussischer Kulturbesitz/Art Resource, New York cung cấp.*

### Thuật ngữ

**in chìm (intaglio):** bất cứ quy trình in ấn nào có mực nằm bên dưới bề mặt của bản khắc.

**incunabula (những cuốn sách in đầu tiên):** thuật ngữ chỉ các cuốn sách được tạo ra trong thời kỳ chuyển đổi từ bìa thảo viết tay sang sách in; tiếng Latinh có nghĩa là “cái nôi” (“cradle”) hay “thuở sơ khai” (“swaddling cloth”).

### Năm 1557 SCN: Typeface Script

Năm 1557, typeface Script đầu tiên dựa trên kiểu chữ thảo (cursive handwriting) đã được Robert Granjon ở Pháp tạo ra, ông gọi đó là typeface nghệ thuật chữ thủ công francoise (*lettre francoise d'art de main*). Tuy nhiên, kiểu chữ duyên dáng này được biết đến với tên gọi *Civilité* (lẽ nghị) vì nó được ứng dụng lần đầu trong cuốn sách thiếu nhi *La Civilité puerile* (tạm dịch: *Dạy trẻ học lẽ nghị*). Mục đích của Granjon là muốn typeface này trở thành một phiên bản Pháp của kiểu chữ italic Italia đang phổ biến ở châu Âu lúc bấy giờ. Tuy nhiên, về sau chữ *Civilité* không được sử dụng nữa do không thể sánh được với tính rõ ràng ở mức cao của các chữ kiểu italic.

1650 - 1765 SCN

## THỜI KỲ KHAI SÁNG

Sự phát triển của typeface thời kỳ Khai sáng

Năm 1692 SCN

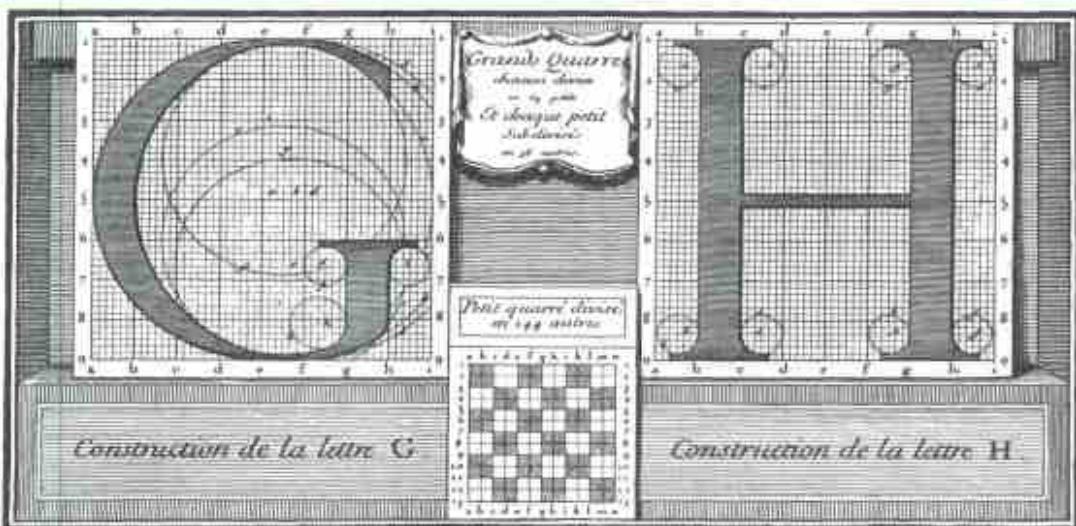
**T**hế kỷ 18 được gọi là "Thời kỳ Khai sáng" ("Age of Enlightenment") vì con người thời bấy giờ đã theo những lý luận tiên bộ, logic và khoa học. Họ cũng đặt nghi vấn về tinh trung thực của thể chế, truyền thống và chính quyền hiện thời. Sự xuất hiện của những quan niệm và triết lý mới liên quan tới khai niệm về bản chất con người và xã hội đã mở đường cho quá trình dân chủ hóa, quốc tế hóa diễn ra sau đó. Về nghệ thuật và thiết kế thời kỳ này, chúng ta thấy sự chuyển dịch từ các tác phẩm mang chủ đề tôn giáo sang chủ đề về bản chất con người, phong cách lối sống cũng như kinh nghiệm văn hóa.

## Năm 1692 SCN: Sự bắt đầu của typeface Transitional

Năm 1692, Vua Louis XIV đã đặt hàng một typeface mới với ý định sử dụng riêng cho Tòa án Hoàng gia. Kết quả là, chữ Roman du Roi do Philippe Grandjean cắt ra đời và được sử dụng lần đầu năm 1700 trong các *tấm huy chương in hình Vua Louis XIV*. Typeface này được thiết kế thông qua các công cụ soạn thảo và hệ thống ô lưới (grid) toán học (Hình 1-25). Sự xuất hiện của typeface Roman du Roi đánh dấu sự bắt đầu sử dụng các typeface Transitional với tính chính xác gia tăng, mức tương phản cao hơn giữa phần dày với phần mảnh của các ký tự, cùng với đó là một hướng nhấn nét (angle of stress) đối xứng và thẳng đứng, phản ánh những cải tiến cũng như thay đổi về công nghệ. Thuật chạm khắc (engraving), vốn đã trở thành một phương tiện phổ biến để tạo ra các tài liệu như ấn phẩm khổ rộng và poster, đã khởi đầu một xu hướng nhắm tới sự tinh tế hơn của các nét hairline (nét phu). Sự phát triển của kỹ thuật đúc chữ (type-casting) cho phép in ra những mẫu nổi đẹp hơn mà không bị vỡ, trong khi những thay đổi về tạo hình ngòi bút giúp cho các hướng nhấn nét trong các letterform viết tay trở nên thẳng hơn. (Các nét và hướng nhấn nét sẽ được đề cập chi tiết hơn ở Chương 2).

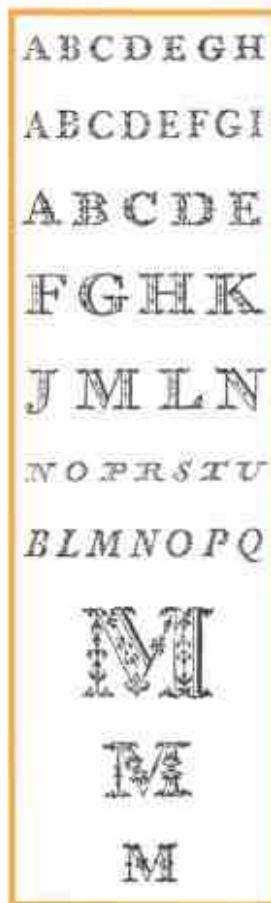
Hình 1-25 |

Typeface Roman du Roi do Philippe Grandjean tạo ra năm 1700 SCN, trích từ cuốn *Printing Types* (tạm dịch: *Chữ trang in ấn*) của Alexander Lawson. © Bản quyền năm 1971 của Alexander Lawson. In lại dưới sự cho phép của Nhà xuất bản Beacon, Boston.



## 1650 - 1765 SCN: THỜI KỲ KHAI SÁNG

Năm 1720 SCN: Sự phát triển của typeface thời kỳ Khai sáng



Hình |1-26|

Các typeface Rococo do Fournier le Jeune tạo ra.  
*Manuel Typographique* (tạm dịch: Sách về kỹ thuật in mực), 1764.

## A S P E C I M E N

By W. CASLON, Letter-Founder, in Ironmonger-Row, Old-Street, LONDON.

**A B C D E F G H**  
**A B C D E F G I**  
**A B C D E**  
**F G H K**  
**J M L N**  
**N O P R S T U**  
**B L M N O P Q**

**M**  
Quousque tandem abutere, Catilina, pati-  
*Quousque tandem*

## Năm 1720 SCN: Phong cách Rococo

Phong cách Rococo rất phổ biến ở Pháp khoảng từ năm 1720 đến 1770. Đó là một phong cách đậm tính hoa mỹ, chứa rất nhiều nét và họa tiết trang trí phản ánh triều đại của tầng lớp quyền lực về một lối sống sang trọng, tiện nghi, vô lo vô nghĩ. Có thể thấy rõ tác động của phong cách Rococo đối với chữ và ngành in trong các layout cũng như typeface trang trí của Pierre Simon Fournier le Jeune (Hình 1-26).

## Năm 1720 SCN: William Caslon thành lập xưởng đúc chữ tại Anh

Năm 1720, trùng với thời điểm các typeface Transitional đang phổ biến ở châu Âu, William Caslon đã thành lập một xưởng đúc chữ tại Anh. Mặc dù thời bấy giờ, các thiết kế chữ mang phong cách Old Style của Caslon không quá mới mẻ hay thời thượng song vẫn được sử dụng rộng rãi ở Anh, do giới hạn của luật kiểm duyệt khắt khe thập niên 1600 khiêm số lượng thư cát khuôn chữ rất ít. Chế độ thực dân Anh đã giúp truyền bá việc sử dụng các typeface của Caslon sang những quốc gia khác trên thế giới, điều này đã đưa chúng trở thành một tiêu chuẩn toàn cầu. Bảng mẫu typeface đầu tiên do Caslon tạo ra năm 1734 được minh họa ở Hình 1-27.



Hình |1-27|

Bảng mẫu typeface đầu tiên của Caslon, năm 1734, do Thư viện Anh cấp phép (C.180 ff.4(2)).

## Năm 1737 SCN: Hệ thống đo lường kích cỡ chữ

Khi các thợ in ngày càng chuộng việc mua font từ những xưởng đúc chữ thay vì tự mình chế tạo, nhu cầu về một kiểu tiêu chuẩn hóa kích thước chữ trở nên cấp thiết. Năm 1737, Pierre Simon Fournier le Jeune lần đầu đưa ra một hệ thống đo lường kích cỡ chữ được chuẩn hóa gọi là Hệ thống đo lường kích cỡ chữ Fournier (Fournier Type Measurement System). Sau đó, Fournier đã áp dụng phương pháp này bằng việc xây dựng họ chữ (type family) đầu tiên - tập các ký tự của một typeface riêng được cắt với nhiều kích cỡ khác nhau. Những kích thước khác nhau của cùng một typeface có thể được kết hợp với nhau nhằm tạo ra các layout đơn giản và đồng nhất. Điều này giúp hệ thống đo lường của mình được chấp nhận. Fournier đã dựa trên các kích thước chữ thông dụng thời bấy giờ thay vì dựa vào bất cứ tỷ lệ đo lường nào có sẵn. Khi đơn vị foot của người Pháp chiếm ưu thế, sự thiếu tương thích này của hệ thống đo lường do Fournier đưa ra đã khiến các thợ in cảm thấy thất vọng.

Năm 1757 SCN

## Năm 1757 SCN: John Baskerville phát triển các typeface Transitional

Nói đến sự phát triển của các typeface Transitional trong giai đoạn từ 1757 tới 1775, chúng ta không thể không nhắc đến John Baskerville của nước Anh. Baskerville yêu thích và tham gia vào tất cả các khía cạnh của việc làm sách; ông thiết kế và cắt chữ, in sách, cải tiến quy trình in ấn và làm giấy. Các thiết kế typeface của Baskerville phát huy xu hướng nâng cao sự tinh tế và co giãn hóa của những typeface đã được thiết lập bởi typeface Transitional Roman du Roi, đồng thời tăng cường sự tương phản giữa các phần mảnh với phần dày của chữ (Hình 1-28). Tham khảo từ trang 106 đến 107 của Chương 3 để tìm hiểu thêm về các kiểu chữ trong những typeface do Baskerville sáng tạo được phục hồi dưới dạng kỹ thuật số.

Hình 1-28

Latin Virgil (tạm dịch: Khoi nguyên của chữ Latinh), do John Baskerville in năm 1757 SCN, trích từ cuốn *Printing Types* (tạm dịch: *Giữ trong in ấn*) của Alexander Lawson. © Bản quyền năm 1971 của Alexander Lawson. In lại với sự cho phép của Nhà xuất bản Beauxin, Boston.

# P. VIRGILII MARONIS GEORGICON. LIBER PRIMUS.

## Ad C. CILNIUM MAECENATEM.

**Q**uo faciat letas feges, quo fidere terram  
Verice, Mecenat, ulmisque adjungere vites  
Convenit: quae cura boum, qui cultus habendo  
Si pecori, atque apibus quanta experientia parci,  
5 Hinc canere incipiam. Vox, o clarissima mundi  
Lumina, labentem celo quae ducitis annum,  
Libet, et alma Ceres; vellro si munere tellus  
Chioniam pingui glandem mutavit arilla,  
Poculaque inventis Acheloa miscuit uvis:  
10 Et vos ageribus prælenia numina Fauni,  
Ferie simul Faunique pedem, Dryadesque pueris  
Monera vellra cano. Tuge o, cui prima frenementum  
Fudit enim magno tellus percussa tridenti.

Một vấn đề khác là quy ước đặt tên mà Fournier đã dùng để xác định kích thước chữ thường được đặt theo tên tác phẩm mà tại đó, chúng xuất hiện lần đầu; tên của các kích thước chữ có vẻ tùy tiện, khó hiểu, không chỉ rõ được mối liên hệ giữa những kích thước chữ này với nhau. Năm 1785, Francoise Ambroise Didot đã cải tiến Hệ thống đo lường chữ của Fournier bằng cách sửa đổi kích thước point (diểm) tiêu chuẩn cho phù hợp với kích thước inch của Hoàng gia Pháp (kích thước inch này lớn hơn kích thước inch của Anh một chút; trong đó, 1 inch Anh = 2,54 cm). Điều này giúp các thợ in dễ dàng dung hòa giữa kích thước tiêu chuẩn của chữ với kích thước tiêu chuẩn của giấy hơn, do hai thông số này đều được đo bằng kích thước foot và inch của Pháp. Hệ thống đo lường của Didot cũng dễ sử dụng hơn hệ thống của Fournier, do quy ước đặt tên kích thước chữ theo ý chủ quan của Fournier được thay thế bằng các con số cho biết kích thước point thực sự. Hệ thống kích thước point của Didot (Didot Point System) nhanh chóng trở nên phổ biến và hiện vẫn được sử dụng hầu như khắp châu Âu.

Các nước nói tiếng Anh như Anh quốc và Mỹ sử dụng kích thước foot Anh làm đơn vị đo lường tiêu chuẩn, đơn vị này nhỏ hơn một chút so với đơn vị foot của Pháp (1 foot Anh = 30,48 cm). Thang đo kích thước point của Mỹ (America Point Scale) do Hiệp hội Xuồng dù chữ Mỹ (U.S Type Founders Association) thông qua năm 1886 dựa trên đơn vị foot Anh thay vì đơn vị foot của Pháp và cũng tương quan với hệ mét (metric system). Thang đo kích thước point của Mỹ đã định nghĩa lại 1 point bằng 1/72.27 của 1 inch Anh.

Một sự phát triển gần đây về hệ thống đo kích thước chữ là việc sửa đổi Thang đo kích thước point của Mỹ thành Thang đo kích thước point PostScript (PostScript Point Scale). Hầu hết chương trình máy tính đều sử dụng Thang đo kích thước point PostScript, trong đó, kích thước của 1 point được làm tròn chính xác bằng 1/72 của 1 inch, nhằm giúp đơn giản hóa việc chuyển đổi giữa đơn vị point và inch. Do được sử dụng trong các chương trình máy tính trên điện tử toàn cầu, nên Thang đo kích thước point PostScript đã trở nên phổ biến khắp thế giới.

## Năm 1750 SCN: Quy trình ép nóng phủ lên bề mặt giấy

Khoảng giữa thập niên 1750, John Baskerville đã phát triển thành công quy trình ép nóng (hot press) phủ lên bề mặt giấy để gia tăng độ phẳng. Baskerville muốn các ấn bản của mình trông trang nhã và sang trọng, nên đã phát triển một quy trình bì mặt có thể làm nhẵn bề mặt của giấy, có lẽ bằng cách ép giấy giữa hai tấm đồng được đánh bóng rồi tăng nhiệt, hoặc giữa các con lăn bằng đồng. Baskerville cũng phát triển một loại mực in mới sẫm và bóng hơn bằng cách thêm muối dê vào hỗn hợp dầu hắc lanh với nhựa thông.

1765 SCN - 1900 SCN

## THỜI KỲ CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP

Năm 1784 SCN

Năm 1765, sự phát minh ra động cơ hơi nước đầu tiên của James Watt đến từ Scotland đã đánh dấu bước khởi đầu của cuộc Cách mạng Công nghiệp (Industrial Revolution), thời kỳ mà sự cơ giới hóa và công nghiệp hóa diễn ra rất nhanh chóng ở châu Âu và Mỹ. Các công nghệ mới như động cơ hơi nước, bóng đèn điện, điện thoại và máy dệt đã tạo ra sự biến động lớn ở nhiều quốc gia. Việc sản xuất hàng hóa nhanh chóng được cơ giới hóa, thế giới chứng kiến sự dịch chuyển lớn từ nền kinh tế nông nghiệp sang nền kinh tế công nghiệp. Mọi người di chuyển từ nông thôn ra thành phố tìm việc làm trong các xưởng sản xuất hàng loạt, việc phân chia lao động theo dây chuyền giúp giảm giá thành và làm cho sản phẩm được phổ biến rộng rãi. Nền kinh tế đã chuyển quyền lực từ chế độ quân chủ và sở hữu đất đai sang chế độ tư bản và công ty; kết quả là, rất nhiều quốc gia trải qua giai đoạn dân chủ hóa ngày càng tăng. Người dân thường bỗng nhiên được quyền mua sắm và có nhiều sản phẩm để lựa chọn. Con người được trao quyền linh động và chi tiêu, họ nổi dậy chống lại sự đầu cơ của cài, tài nguyên cũng như quyền lực được cố vữ bởi các phong cách thẩm mỹ xa hoa như Rococo, Gothic và Baroque. Bên cạnh đó, những khai quật khảo cổ trong và xung quanh Roma suốt thập niên 1790 đã làm sống dậy thị hiếu nơi công chúng về sự trang nhã cổ điển của người La Mã và Hy Lạp cổ đại. Vòng quanh thế giới, con người đã thiết lập tầm nhìn mới về tương lai và một thẩm mỹ typography cơ giới hóa mới để thể hiện tầm nhìn đó. Mặc dù ban đầu, cuộc Cách mạng Công nghiệp làm giảm tỷ lệ biết chữ, do nhu cầu lao động trẻ em trong các nhà máy tăng cao đồng nghĩa với việc có rất ít trẻ em đến trường, song việc ban hành các điều luật lao động trẻ em và điều luật bắt buộc phải đi học đã giúp tỷ lệ biết đọc biết viết tăng trở lại.

Những tiến bộ công nghệ từ cuộc Cách mạng Công nghiệp đã đem lại một thời kỳ mới hiện đại, tràn đầy tiến bộ và cách tân. Trong lĩnh vực nghệ thuật thị giác, những phương pháp sản xuất và vật liệu mới đã tác động đến hình thức, số lượng cũng như chất lượng của các sản phẩm thương mại ngày càng được sản xuất hàng loạt nhiều hơn. Tuy nhiên, con người thời kỳ đó phai thích nghi với những thay đổi về kinh tế, xã hội, môi trường và thẩm mỹ trong thời gian khá ngắn. Một số người đơn nhận và hưởng ứng các thay đổi này, trong khi một số khác lại tiếc nuối trước sự mất mát của những phẩm chất và cá tính đã phải hy sinh để đánh đổi lấy thứ gọi là sự phát triển. Các phong cách thiết kế xuất hiện vào đầu thời kỳ này cho thấy con người đang cố gắng ứng phó và làm cho đời sống công nghiệp hóa với cuộc sống của họ trở nên hài hòa.

## Năm 1784 SCN: Các typeface Modern, Firmin Didot và Giambattista Bodoni

Năm 1784, Firmin Didot ở Pháp đã tạo ra typeface hiện đại đầu tiên - một font ấn tượng với các serif mảnh, có độ tương phản cao và một hướng nhấn nét thẳng đứng. Ngay sau đó, ở Italia, một nhân vật theo thuyết cầu toàn đầy tài năng tên là Giambattista Bodoni đã bắt đầu tạo ra các typefaces thể hiện sự ngưỡng vọng của mình với tác phẩm của Didot. Các typeface cơ giới hóa đơn giản mà Bodoni tạo ra được làm từ những phần có thể thay thế lẫn nhau, phản ánh hơi hướng thời đại có khi lúc bấy giờ. Các typeface của Bodoni có hướng nhấn nét thẳng đứng mạnh mẽ, cùng với đó là độ tương phản cao giữa phần mảnh với phần dày cũng như phần ngắn và dài của chữ, do vậy để lại tỷ lệ khoảng hở lớn. Bodoni cũng thiết lập các khoảng lề (margin) rộng và khoảng cách phong phú (ample) cho văn bản của ông, nhằm tạo cảm giác thoáng đãng, hiện đại.

Cả Bodoni lẫn Didot đều có mối liên hệ với tòa án nước mình và thành danh trong cuộc đời của họ. Các typeface của Bodoni và Didot đều được công nhận, mở phòng rộng rãi. Những typeface tương tự typeface của Bodoni và Didot với vẻ ngoài mạnh mẽ, độ tương phản cao giữa các phần mảnh với phần dày, phần ngắn với phần dài, được gọi là typeface Modern. Tên gọi này có thể gây khó hiểu cho sinh viên, do từ "hiện đại" thường được dùng để chỉ phong trào Nghệ thuật hiện đại (Modern Art movement) của thế kỷ 20. Tuy nhiên, khi nói đến typeface Modern, chúng ta đang đề cập đến các typeface La Mã thưa thoát, gây ấn tượng mạnh, giống như typeface của Bodoni và Didot, những typeface mở đầu thời kỳ Hiện đại (Modern age) đầu thế kỷ 19. Sau khi Bodoni qua đời vào năm 1813, vợ ông đã xuất bản cuốn *Manuale Tipografico* (tạm dịch: Sổ tay Typography) của ông vào năm 1818 (Hình 1-29). Cuốn sách này bao gồm 300 typeface do Bodoni thiết kế. Bạn có thể tham khảo các typeface Modern được phục hồi dưới định dạng kỹ thuật số từ trang 115 đến 122 ở Chương 3.

## Sự phát triển của chữ và thiết kế thời kỳ Cách mạng Công nghiệp



Hình | 1-29|

Cuốn *Manuale Tipografico* do Giambattista Bodoni viết, xuất bản năm 1818.



Hình | 1-30|

Phiên bản in thạch bản chứa hình ảnh do Michael Twyman cung cấp. *Early Lithographed Books* (tạm dịch: Những cuốn sách được in thạch bản thời kỳ đầu), 1990.

Hình | 1-31|

Bộ sưu tập hộp thiếc quảng cáo thương hiệu được in thạch bản ở thế kỷ 19 và 20. Bộ sưu tập cá nhân, Thư viện Nghệ thuật Bridgeman.



### Năm 1796 SCN: Phát minh ra phương pháp in thạch bản

Năm 1796, Alois Senefelder thuộc xứ Bavaria đã phát triển một phương pháp in hoàn toàn mới gọi là **in thạch bản** (lithography) dựa trên việc xử lý đá vôi để hút mực vào một số vị trí, sau đó đẩy mực lên các chất liệu khác (Hình 1-30). In thạch bản là quy trình **in phẳng** (planographic printing), nghĩa là mực nằm trên một bề mặt phẳng trơn nhẵn thay vì trên bề mặt nổi như trong phương pháp in nổi (relief printing) hay trên các rãnh chìm ở kỹ thuật in chìm (intaglio). Quy trình in thạch bản đem đến cho nhà thiết kế sự tự do mới bởi giờ đây, họ có thể dễ dàng tái tạo các hình ảnh và letterform được vẽ với đầy đủ sắc thái màu mà không cần quan tâm tới cấu trúc của khuôn chữ, chỉ phi hay sự bất tiện của công việc chạm khắc. Dần dần, sự phát triển liên tục của quy trình in thạch bản đã cho phép tạo ra các tờ in thạch bản màu, thậm chí là các tờ in thạch bản ảnh chụp. Quy trình in thạch bản offset do Robert Barclay và John Doyle Fry của Anh phát minh năm 1875 được sử dụng lần đầu là in trên thiếc để sản xuất hộp bao bì (Hình 1-31). Đầu thập niên 1900, máy in offset dùng cho giấy đã được phát triển, có thể in những hình ảnh đầy đủ sắc màu, sử dụng các màu chồng (process color) với tốc độ cao và giá thành rẻ. Máy in offset đã trở thành tiêu chuẩn trong ngành in ấn thương mại và hiện vẫn được sử dụng rộng rãi.

## 1765 SCN - 1900 SCN: THỜI KỲ CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP

Năm 1810 SCN: Sự phát triển của chữ và thiết kế thời kỳ Cách mạng Công nghiệp



## Năm 1810 SCN: Các typeface Display

Do quá trình công nghiệp hóa tăng cao vào cuối thế kỷ 18 đầu thế kỷ 19, nên số lượng sản phẩm để trao đổi mua bán rất phong phú, đa dạng. Bên cạnh đó, phương pháp làm giấy tự động đã khiến giấy trở thành một mặt hàng bình dân phổ biến, dẫn đến sự bùng nổ chưa từng có của ngành quảng cáo. Để làm cho các mẫu quảng cáo của mình nổi bật hơn so với đối thủ, nhà quảng cáo muốn dùng những typeface đậm, lớn, mang phong cách trang trí cho phần tiêu đề/dấu để khổ lớn (typeface Display). Trong số đó, có thể kể đến những typeface mới lạ như typeface Fat đầu tiên, typeface nổi khói (three-dimensional) đầu tiên, typeface Egyptian đầu tiên và typeface Sans-serif đầu tiên. Các nhà in có xu hướng sử dụng những typeface tiền phong mới lạ này trong các tác phẩm điện tử cần giữa lỗn xộn (Hình 1-32).

## Hình |1-32|

Tấm poster của rạp Victoria năm 1842 minh họa chữ khổ lớn (dùng cho tiêu đề/dấu để).

## Năm 1810 SCN: Các typeface Fat đầu tiên

Năm 1810, Bower, Bacon ở Sheffield đã phát hành một cuốn sách mẫu chữ chứa các typeface Fat đầu tiên, sau đó những typeface này nhanh chóng được các xưởng đúc khắc sao chép. Typeface Fat có mức độ weight (độ đậm) rất lớn, nhằm mục đích trình bày; song một số typeface Fat lại không đủ rõ ràng ngay cả với mục đích này. Typeface kỹ thuật số Bodoni No2 EF Ultra (xem trang 116, Chương 3) có nguồn gốc gần với thiết kế typeface Fat thời kỳ đầu.

## Năm 1814 SCN: Phát minh ra máy in động cơ hơi nước đầu tiên

Friedrich König đã cơ giới hóa ngành công nghiệp in ấn với việc phát minh ra máy in động cơ hơi nước thương mại đầu tiên cho tạp chí *The Times* (tạm dịch: Thời đại) ở London. Tạp chí *The Times* được tự động hóa vào ngày 29 tháng 11 năm 1814. Tại thời điểm đó, công nghệ in mới vốn dùng để in báo này cũng trở thành chủ đề câu chuyện trên trang bìa (Hình 1-33). Các hãng báo khác nhanh chóng làm theo *The Times*. Quá trình cơ giới hóa ngành công nghiệp in ấn đã giúp giảm đáng kể giá thành sách báo, tăng số lượng độc giả.

## Hình |1-33|

Tạp chí *The Times* ở London, ngày 29 tháng 11 năm 1814.



Năm 1815 SCN

### Năm 1815 SCN: Các typeface nổi khôi đầu tiên

Năm 1815, typeface với phong cách thiết kế nổi khôi lần đầu tiên được giới thiệu như một typeface mới lạ. Các nhà quảng cáo nhanh chóng nắm bắt ý tưởng này, ngay sau đó có rất nhiều typeface nổi khôi được sử dụng trong các mục quảng cáo (Hình 1-34). Trên trang 157 ở Chương 3, bạn có thể tìm thấy một font kỹ thuật số (digital font) tên là Vineta, gợi nhớ về các typeface nổi khôi nửa đầu thế kỷ 19.



Hình |1-34|

Các typeface nổi khôi và typeface Egyptian, do Vincent Figgins in năm 1815. *Ảnh chụp di sản font do chuyên gia tạo font Đức ngữ Berthold Wolpe để lại*

### Năm 1816 SCN: Các typeface Sans-serif đầu tiên

Năm 1816, William Caslon giới thiệu typeface Sans-serif (typeface không serif) đầu tiên, đây là một biến thể của typeface Display (typeface khổ lớn, dùng cho tiêu đề/dấu đê) mang phong cách Egyptian vốn đã phổ biến (Hình 1-35). Đầu ban đầu, các typeface Sans-serif không được sử dụng rộng rãi, song một số xuồng đúc đã nắm bắt ý tưởng này và cung cấp một số typeface Sans-serif. Một xuồng đúc thiết kế và đặt tên khác nhau cho những typeface Sans-serif này, ban đầu họ gọi chúng bằng những cái tên như Doric, Grotesque, Gothic, Sans-surrupy và Sans-serif. Mãi đến thế kỷ 20, typeface Sans-serif mới được sử dụng rộng rãi cho những mục đích khác ngoài tiêu đề/dấu đê khổ lớn.

### W CASLON JUNR LETTERFOUNDER

Hình |1-35|

Typeface Sans-serif đầu tiên, do William Caslon in năm 1816. *Ảnh chụp di sản font do chuyên gia tạo font Đức ngữ Berthold Wolpe để lại*

### Năm 1822 SCN: Sự phát triển của nhiếp ảnh thời kỳ đầu

Hình ảnh nhiếp ảnh (photography) đầu tiên được Joseph Nièpce của Pháp tao ra năm 1822 đã đơn đường cho phương pháp in thạch bản và sắp chữ hình ảnh (phototypesetting) ra đời. Theo thời gian, sự phát triển của nhiếp ảnh đã để lại ảnh hưởng sâu sắc lên không chỉ định nghĩa và vai trò của hình minh họa trong thiết kế, mà còn tác động đến phương pháp sắp xếp bố cục cho chữ và hình ảnh mà các nhà thiết kế có thể áp dụng.

### Năm 1827 SCN: Dùng gỗ để làm chữ

Các nhà quảng cáo muốn typeface Display ngày càng to hơn, song chữ kim loại không thể đáp ứng được điều này do chi phí đắt và sức nặng khiến việc thao tác và vận chuyển gặp khó khăn. Năm 1827, một người Mỹ tên là Darius Wells phát minh ra chiếc máy có thể sản xuất hàng loạt chữ lớn với trọng lượng nhẹ từ gỗ (Hình 1-36). Năm 1934, William Leavenworth phát minh ra chiếc lưỡi cắt chữ (lateral router) làm việc được với cỗ máy của Wells để tạo ra các thiết kế typeface có tính trang trí cao. Những typeface mới là thậm chí còn trở nên kỳ quặc và phong phú hơn, khiến cho các thiết kế thêm hồn đón, khó hiểu. Từ trang 158 đến 159 ở Chương 3, bạn có thể tham khảo một số typeface kỹ thuật số thời nay chủ yếu dựa vào các thiết kế trang trí thời kỳ đầu, ví dụ như Victorian, Bearded Lady, Kismet và Playbill.

Năm 1822 SCN

Năm 1827 SCN

### Năm 1816 SCN: Các typeface Egyptian đầu tiên

Ban đầu, các typeface Egyptian nổi lên như những typeface mới lạ dùng để trình bày tiêu đề/dấu đê vào đầu thế kỷ 19 (Hình 1-34 và Hình 1-37). Typeface Egyptian rất dễ nhận biết nhờ vào phần serif đặc biệt, vuông vắn giống như bệ đỡ (slab-like), với độ tương phản thấp giữa phần chữ dày và mỏng. Tên gọi "Egyptian" ("Ai Cập") có lẽ được lựa chọn để nói về dáng vẻ nằm ngang, có hình khôi của chữ hieroglyphics Ai Cập ra mắt công chúng vào thời điểm đó, sau khi đạo quân của Napoleon khai quật được phiến đá Rosetta. Một typeface Egyptian rất phổ biến, vẫn được sử dụng rộng rãi ngày nay là Clarendon, do Robert Besley thiết kế năm 1845. Bạn có thể xem bản khôi phục dưới định dạng kỹ thuật số của typeface Clarendon trên các trang từ 124 đến 125 ở Chương 3.

Hình |1-36|

Chữ bằng gỗ tại Bảo tàng Chữ và Ấn phẩm in bằng gỗ Hamilton. *Ảnh chụp của Brad Knapp thuộc Tập đoàn Karma*.



## 1765 SCN - 1900 SCN: THỜI KỲ CACH MANG CÔNG NGHIỆP

Năm 1830 SCN: Sự phát triển của chủ và thiết kế thời kỳ Cách mạng Công nghiệp

## Năm 1830 SCN: Phong cách thiết kế Victoria

Từ thập niên 1830 đến giai đoạn chuyển giao sang thế kỷ 20 là thời kỳ phổ biến của phong cách Victoria. Được đặt theo tên của Nữ hoàng Victoria, hình thức trang trí xa hoa của phong cách này phản ánh niềm tin lạc quan rằng cái Đẹp luôn tồn tại ở bất cứ đâu. Hầu như mọi thứ đều được tô điểm bằng các hình ảnh trang trí cầu kỳ về những vườn nho đầy họa, những con người hạnh phúc đang tận hưởng sự sung túc, những phong cảnh cổ điển được lý tưởng hóa. Các vật liệu in, từ thực đơn, thẻ bài kinh doanh (trade card) chuyên nghiệp đến mẫu hóa đơn bình thường, đều được tô điểm bằng những đường viền hoa và chữ ấn tượng. Đối với phong cách Victoria, những hình ảnh trang trí phong phú này tượng trưng cho sự sung túc của giới trung lưu đang phát triển. Do không được đào tạo về nghệ thuật và thiết kế, các nhà sản xuất theo phong cách Victoria áp dụng những phong cách hoa mỹ trong quá khứ bao gồm Gothic, Baroque cũng như Rococo thông qua sự kết hợp lộn xộn giữa hình ảnh và chữ mà không quan tâm đến mối quan hệ giữa hình thức với nội dung. Chủ nghĩa tiêu dùng ngày càng tăng cao, nhờ quá trình công nghiệp hóa, các sản phẩm được sản xuất và bán ra ngày càng đa dạng, người tiêu dùng bình thường được quyền tự do mua sắm. Một ngành công nghiệp hoàn toàn mới về sản xuất đồ chơi và sách in màu cho trẻ em bắt đầu hình thành, dựa trên quan niệm hiện đại rằng tuổi thơ là quãng thời gian nuôi dưỡng tình cảm, thể chất cũng như khiếu hài hước (đối lập với quan niệm được công nhận trước đây rằng trẻ em là "những người trưởng thành bé nhỏ"). Những tiến bộ công nghệ trong kỹ thuật sản xuất giấy in thạch bản và chữ in gỗ cho phép các nhà sản xuất cũng như nhà quảng cáo làm tràn ngập thị trường bằng những thông báo, quảng cáo, tranh minh họa cùng tài liệu đậm nét, hoa mỹ (Hình 1-37).



Hình 1-37

Thẻ bài kinh doanh đậm phong cách Victoria do John McGalley thiết kế. Ánh da Michael Twyman cung cấp.

## Năm 1833 SCN: Báo giá rẻ và sự lên ngôi của quảng cáo

Ban đầu, hầu hết các tờ báo ở Mỹ đều do các đảng phái chính trị hoặc nhóm lợi ích thương mại (commercial interest) điều hành, được bán dưới hình thức đặt mua với mức phí khoảng 6 cent trên một số phát hành và chỉ dành cho tầng lớp khán giả cao cấp vốn là những doanh nhân giàu có. Ben Day đến từ Manhattan đã thay đổi mọi thứ khi thành lập hãng báo "penny press" ("báo giá rẻ") lần đầu tiên năm 1833. Tờ báo độc lập này được bày bán trên đường phố dành cho đại đa số công chúng với giá chỉ một xu (penny) trên một số phát hành. Với những phương pháp sản xuất mới ít tốn kém và doanh thu đến từ các nhà quảng cáo, tờ báo "penny press" đã dần chủ hóa bản chất của việc đưa tin. Lúc này, người có khả năng đọc tin tức ngày càng tăng và nội dung bấy giờ hướng tới việc mở rộng đối tượng độc giả. Sự chuyển dịch này đã sinh ra một quy tắc đạo đức nghề báo mới: Tin tức cần khách quan chứ không dựa trên định kiến của chủ sở hữu bài viết. Dĩ nhiên, các tờ báo phải chịu những áp lực mới trong việc đấu tranh với các nhà quảng cáo của mình - những người với tư cách chủ bút, đôi khi thể hiện định kiến và lợi ích của họ một cách thái quá. Bất luận như vậy, sự phát triển của ngành báo đã giúp nâng cao mức bằng dân trí, thúc đẩy hơn nữa sự phát triển của các công nghệ in ấn, qua đó tác động tích cực tới các hàng báo và nhà xuất bản tạp chí tư nhân. Bằng cách này, những tiến bộ trong lĩnh vực đưa tin đã góp phần thúc đẩy sự phổ biến của các tạp chí và tiểu thuyết đăng nhiều kỳ trong suốt thập niên 1800.

Năm 1867 SCN

### Năm 1867 SCN: Phong cách thiết kế Ukiyo-e

Năm 1867, sự thay đổi chính trị ở Nhật Bản đã dẫn đến việc dỡ bỏ chính sách bế quan tỏa cảng ngặt nghèo, liên lạc giữa người Nhật Bản với phần còn lại của thế giới được nới lỏng. Chính sách bế quan tỏa cảng tại Nhật Bản được Tướng quân (Shogun) của nước này ban bố năm 1635, là phản ứng trước mối lo ngại về sự mở rộng của thực dân. Các hoạt động giao thương, di chuyển và du lịch quốc tế đều bị giới hạn nghiêm ngặt. Phong cách nghệ thuật phát triển trong giai đoạn cô lập này được gọi là Ukiyo-e, nghĩa là “những bức tranh của thế giới trôi lờ lung”. Đó là những hình ảnh với các nét hội họa và vùng màu, vùng hoa tiết bằng phẳng minh họa các chủ đề tình dục, sân khấu nhả hát và phong cảnh thiên nhiên. Vận bản cũng thường được lồng vào hình ảnh bằng cách đóng dấu, in khuôn gỗ (block-print) hoặc viết trực tiếp vào khung chứa ảnh theo lối thư pháp bằng tay (Hình 1-38). Sau khi chính sách bế quan tỏa cảng ở Nhật Bản được dỡ bỏ, các đặc điểm thi giác và chủ đề của phong cách Ukiyo-e cùng với sự năng động trong việc tích hợp chủ đề hình ảnh của phong cách này đã được giới nghệ sĩ phương Tây nghiên cứu rồi mô phỏng lại vào cuối thế kỷ 19, đầu thế kỷ 20.

Hình |1-38|

Tranh Ukiyo-e, trích từ tác phẩm *The Modern Seven Komachi* (tạm dịch: Bảy truyện thuyết hiện đại về nàng Komachi) của Kikugawa Eizan, xuất bản trước năm 1867, Ánh do Thư viện Quốc hội, Washington, D.C. Phòng Tranh và Ánh Chụp [J.C.USZC4-8486] cung cấp.



Hình |1-39|

Máy sáp chữ Linotype Model 26, Thư viện Linotype, GmbH, Bad Homburg, Đức ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)).

### Năm 1838 SCN: Các công nghệ sáp chữ

Năm 1838, David Bruce ở New York đã phát minh ra máy sáp chữ (type-casting machine) hoàn chỉnh, có thể sáp chữ nhanh gấp mươi lần so với làm thủ công. Tuy nhiên, máy của Bruce chỉ có thể xếp các loại chữ riêng lẻ, sau đó phải sáp đặt lại những chữ này. Các nhà sáng chế khác cũng thử nghiệm nhiều cách để giúp việc sáp chữ hiệu quả hơn. Tuy nhiên, mãi cho tới thập niên 1950, chỉ có hai chiếc máy sáp chữ chính được phát minh vào các năm 1886 và 1894 là có khả năng chiếm lĩnh cũng như chi phối thị trường. Chiếc đầu tiên là máy sáp chữ Linotype (Hình 1-39), do một thợ cơ khí người Đức tên là Ottmar Mergenthaler phát minh ra. Máy Linotype của Ottmar có thể ghép và giãn các dòng ma trận chữ, sau đó xếp chúng thành những dòng hoàn chỉnh được giãn cách. Các ma trận chữ ban đầu có thể được tái sử dụng. Chiếc chiếm ưu thế thứ hai là máy Monotype do Tolbert Lanston đến từ Washington phát minh. Chiếc máy này sáp xếp từng chữ theo thứ tự được đột dập lên một dài bằng đục lỗ, sử dụng một bàn phím.

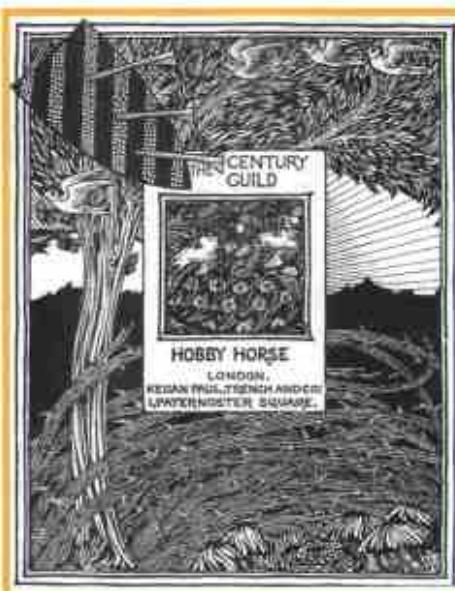
## 1765 SCN - 1900 SCN: THỜI KỲ CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP

Năm 1875 SCN: Sự phát triển của chữ và thiết kế thời kỳ Cách mạng Công nghiệp

Năm 1882 SCN

## Năm 1875 SCN: Trào lưu nghệ thuật thủ công

Vào khoảng năm 1875, William Morris (người Anh) cảm thấy thất vọng về các sản phẩm của quá trình cơ giới hóa trong cuộc Cách mạng Công nghiệp mà ông xem là những thiết kế vô hồn và sản phẩm kém chất lượng. Morris mong muốn các thiết kế đạt được sự toàn vẹn mà các nghệ nhân đã thâm nhuần vào trong tay nghề khéo léo. Với nỗ lực cải cách xã hội về tiêu chuẩn đánh giá chất lượng sản phẩm, Morris đã sáng lập ra trào lưu Nghệ thuật Thủ công (Arts & Crafts movement), trong đó đề cao tay nghề cá nhân và tinh thần thủ công, chất lượng cao cho tất cả các ngành nghề thủ công, bao gồm cả typography. Morris đã được ghi danh vì có công "tái sinh" typography dưới dạng một loại hình nghệ thuật và đưa nghệ thủ công lên một vị thế mới ngang tầm nghệ thuật.



Hình 1-40

Ảnh bìa của Hobby Horse, tạp chí mỹ thuật thi giác đầu tiên trên thế giới.

## Năm 1882 SCN: Nghiệp hội Thế kỷ

Năm 1882, các nghệ sĩ chịu ảnh hưởng bởi William Morris đã thành lập Nghiệp hội Thế kỷ (Century Guild), một nhóm gồm các nghệ nhân, nhà thơ và nhà thiết kế có chung mục đích là nâng cao vị thế của nghệ thuật trang trí lên tầm "mỹ thuật" ("fine art"). Năm 1884, Nghiệp hội Thế kỷ xuất bản tạp chí mỹ thuật thi giác Hobby Horse (tạm dịch: Ngựa gỗ), được in trên giấy thủ công, sử dụng các hình minh họa mộc bằn tinh xảo (Hình 1-40). Việc xuất bản tạp chí Hobby Horse đã giúp truyền bá tư tưởng của trào lưu Nghệ thuật Thủ công trên khắp châu Âu và nước Mỹ.



Hình 1-41

Chữ thường (bên trên) so với chữ monospace (bên dưới).

## Năm 1873 SCN: Phát minh ra máy đánh chữ

Máy đánh chữ (typewriter) do Christophe Latham Sholes và Carlos Glidden phát minh, với cách sắp xếp bàn phím phổ biến mà chúng ta sử dụng ngày nay, đã giúp các cá nhân và doanh nghiệp nhỏ có thể tạo ra các tài liệu in. Do máy đánh chữ có khoảng cách giữa tất cả các chữ bằng nhau, nên những typeface monospace (typeface có tất cả các chữ cái có chiều ngang bằng nhau, bao gồm cả dấu, ký hiệu và biểu tượng) với ký tự / và / rộng hơn, trong khi ký tự w và m hẹp hơn đã được phát triển để giữ được sự cân bằng của tài liệu được đánh máy (Hình 1-41). Máy đánh chữ Sholes và Glidden đã thay đổi cách điều hành kinh doanh của các văn phòng trên toàn thế giới, đồng thời mở rộng lựa chọn nghề nghiệp cho phụ nữ, vốn là những người trước đó không được chào đón trong môi trường văn phòng.

Năm 1873 SCN

Các tiên bộ công nghệ thời kỳ Cách mạng Công nghiệp

Năm 1883 SCN

Năm 1890 SCN

**Năm 1883 SCN: Trào lưu Nghệ thuật Mới**

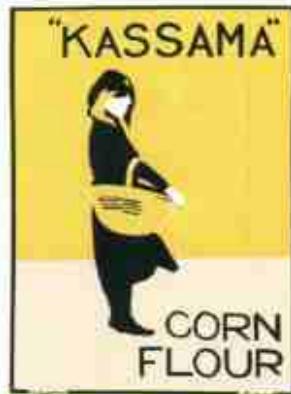
Trào lưu Nghệ thuật Mới (Art Nouveau movement) ban đầu phát triển từ trào lưu Nghệ thuật Thủ công vào khoảng năm 1883, khi Arthur Mackmurdo ở Anh xuất bản cuốn *Wren's City Churches* (tạm dịch: Nhà thờ thành phố của Wren) (Hình 1-42). Giống như trào lưu Nghệ thuật Thủ công, các nghệ sĩ và nhà thiết kế của trào lưu Nghệ thuật Mới cũng phản đối công nghiệp hóa bằng cách việc tìm kiếm cá tính trước xu thế sản xuất hàng loạt, đồng thời hưởng ứng các chủ đề thiên nhiên theo phong cách trang trí. Tuy nhiên, các thiết kế của họ cũng chịu ảnh hưởng nhiều từ thẩm mỹ Ukiyo-e của Nhật Bản mới ra mắt phương Tây khi chính sách bế quan tỏa cảng kết thúc vào năm 1867. Các nghệ sĩ theo trào lưu Nghệ thuật Mới đã vay mượn các bố cục bất đối xứng (asymmetrical composition), nét hội họa, hình dạng đường cong hữu cơ (dựa trên cơ thể sống) từ phong cách Ukiyo-e, còn chủ đề thiên nhiên và siêu nhiên thường bao gồm hình ảnh về những nhân vật phụ nữ gợi cảm. Được giải phóng khỏi các cấu trúc của in khuôn nỗi nhớ những công nghệ in thạch bản mới, các nhà thiết kế có được sự tự do mới trong việc tích hợp chữ với hình ảnh hữu cơ. Chủ trong trào lưu Nghệ thuật Mới được thiết kế rất sống động, với những ký tự được mô phỏng theo các dây leo gần quốc và xương sống thẳng đứng, khiến các chữ trông như có thể "bò đi" được nếu có cơ hội (Hình 1-43). Phiên bản khôi phục dưới định dạng kỹ thuật số của các typeface thuộc trào lưu Nghệ thuật Mới như Arnold Boecklin, Eckmann và Mucha được trình bày từ trang 160 đến 161 ở Chương 3.

**Hình 1-42**

Trang tiêu đề của cuốn *Wren's City Churches* do Arthur Heygate Mackmurdo thiết kế năm 1883. Ảnh do Thư viện V&A / IMAGES / Bảo tàng Victoria & Albert [ICT57843] cung cấp.

**Hình 1-43**

Một tấm poster thuộc trào lưu Nghệ thuật Mới quảng cáo cho "Triển lãm nghệ thuật Salon des Cent" của họa sĩ Mucha, 1897 (in thạch bản màu), do Alphonse Marie Mucha (1860-1939) thiết kế. Mucha Trust, Thư viện Nghệ thuật Bridgeman © Bản quyền năm 2005 thuộc về ARS (Artists Rights Society - Tổ chức Quyền của Nghệ sĩ), New York/ADAGP, Paris.

**Hình 1-44**

Poster quảng cáo *Kassamä* do Brothers Beggarstaff thiết kế năm 1900.

**Năm 1890 SCN: Poster theo trào lưu Nghệ thuật Hiện đại đầu tiên**

Năm 1890, những tấm poster đầu tiên bắt đầu xuất hiện với các thành phần được tối giản để chỉ chứa những gì quan trọng, nhằm tạo ra ấn tượng đặc trưng. Hình 1-44 minh họa một tấm poster do James Pryde và William Nicholson của Anh thiết kế, họ tự gọi mình là "Brothers Beggarstaff" (tạm dịch: "Những người anh em Beggarstaff"). Tuy nhiên, các nhà quảng cáo cho rằng những hình ảnh tinh đơn điệu của James và William không đạt được mức tiêu thụ thuyết phục, do đó họ đã không nhận được nhiều sự ghi nhận cũng như tiền hoa hồng. Trên trênlà phong cách đồ họa trực tiếp, rõ ràng của Brothers Beggarstaff lại là tiền đề cho phong cách poster quảng cáo cực kỳ phổ biến ở Đức có tên Plakatstil, điều này đã chứng minh tính trực tiếp của các tấm poster này có sức tiêu thụ rất lớn.

## 1765 SCN - 1900 SCN: THỜI KỲ CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP

Năm 1890 SCN: Sự phát triển của chữ và thiết kế thời kỳ Cách mạng Công nghiệp

**Năm 1890 SCN: Các biến thể vùng miền của trào lưu Nghệ thuật Mới**

Khoảng năm 1890, các biến thể vùng miền của trào lưu Nghệ thuật Mới đã phát triển trên khắp châu Âu. Ở Đức, các nhà thiết kế theo trào lưu Jugendstil, hay "Young Style" ("Phong cách Trẻ") đã kết hợp các đường gân guốc của trào lưu Nghệ thuật Mới với sự chính xác của người Đức để tạo ra những kiểu chữ và layout khác biệt (Hình 1-45). Ở Scotland, các nhà thiết kế theo phong cách Glasgow sử dụng các hình dạng tuyến tính cùng sự cân bằng đối xứng (symmetrical balance) kết hợp với những hình dạng hữu cơ cong nhẹ nhàng và chủ đề thực vật (Hình 1-46). Ở Áo, các nhà thiết kế theo trào lưu Ly khai thành Vienna (Vienna Secession) đã sử dụng những hình dạng hữu cơ phẳng và khuôn mẫu để tạo ra các layout hữu cơ nhất mực sự cân bằng hài hòa (Hình 1-47). Các typeface kỹ thuật số Arts & Crafts và Mojo trên trang 161 và 162 ở Chương 3 dựa trên những typeface theo phong cách Glasgow, trào lưu Ly khai thành Vienna và trào lưu Nghệ thuật Mới.



Hình |1-45

Quảng cáo cho tạp chí *Jugend* do Josef Rudolf Wittek thiết kế năm 1896. Ảnh do Von Zetschwitz - Nhà đấu giá Thiết kế và Tác phẩm Nghệ thuật ở Munich cung cấp.



Hình |1-46|

Poster mang phong cách Glasgow (bên trái), *The Scottish Musical Review* (tạm dịch: Tạp chí Âm nhạc Scotland) do Charles Rennie Mackintosh thiết kế năm 1896. Ảnh do (Đầu tang) Hội đồng Thành phố Glasgow (PR. 1977.13.1r) cung cấp

Hình |1-47|

Poster mang phong cách Ly khai thành Vienna (bên phải) do Alfred Roller thiết kế năm 1902.

### Thuật ngữ

**in phẳng (planography):** bất cứ quy trình in ấn nào có mực nằm trên một bề mặt phẳng nhẵn.

**in thạch bản (lithography):** quy trình in phẳng dựa trên việc xử lý đá vôi để hút mực vào một số vị trí, sau đó đẩy mực lên các chất liệu khác.

## Năm 1891 SCN

**Năm 1891 SCN: Các xưởng in tư nhân Kelmscott, Ashendene và Doves**

Năm 1891, William Morris thành lập Kelmscott Press, một xưởng in tư nhân nhỏ theo đuổi nghệ làm sách thủ công truyền thống và không chấp nhận sự đơn điệu cũng như chất lượng thấp từ quy trình sản xuất hàng loạt. Xưởng in Kelmscott Press đề cao chất lượng ở mọi khía cạnh của từng cuốn sách. Morris sử dụng giấy làm bảng phương pháp thủ công và các typeface nguyên bản, in sách theo cách thủ công bằng quy trình in chữ nổi (letterpress). Mỗi thành phần trong các cuốn sách của Morris - gồm giấy, mực và gáy sách (binding) - đều được chăm chút tỉ mỉ. Morris đã thiết kế các typeface riêng cho sách của mình; typeface Chaucer và Troy dựa trên các chữ *Script* loại blackletter, còn typeface Golden dựa trên những typeface whiteletter đầu tiên do Jenson chạm khắc lần đầu vào thập niên 1470. Morris đã tham khảo mỹ học (aesthetic) thời Trung cổ của các thợ thủ công giỏi, đồng thời trang trí sách của ông theo truyền thống thời Trung cổ (Hình 1-48). Các nhà thiết kế và xưởng in tư nhân khác nhanh chóng học theo hình mẫu của Morris. Xưởng in Ashendene Press thành lập năm 1894 và Doves Press thành lập năm 1900 là các ví dụ tiêu biểu. Cả hai xưởng in này đều coi trọng thiết kế và sản phẩm thủ công chất lượng cao, tỉ mỉ. Kelmscott, Ashendene và Doves là những xưởng in dẫn đầu phong trào này sinh các xưởng in tư nhân loại nhỏ, đề cao chất lượng của tác phẩm in ấn. Bạn có thể tham khảo phiên bản khởi phục của hai loại typeface Kelmscott và True Golden do Morris thiết kế dưới định dạng kỹ thuật số ở trang 80 và 90 của Chương 3.



Hình 1-48

Trang sách do William Morris của Geoffrey Chaucer thiết kế, trích từ cuốn *Works* (tạm dịch: *Tác phẩm sáng tạo*), Hammersmith, 1896 SCN. Ảnh do Thư viện Pierpont Morgan, New York [PML 23121] cung cấp.

## Năm 1900 SCN

**Năm 1900 SCN: Các typeface Sans-serif được dùng làm văn bản nội dung**

Đầu năm 1900, Peter Behrens (Đức) chủ trương sử dụng các typeface Sans-serif để thể hiện kinh nghiệm hiện đại. Trong năm này, Behrens cũng xuất bản cuốn sách có tên *Feste des Lebens und der Kunst* (tạm dịch: Lễ hội Cuộc sống và Nghệ thuật) (Hình 1-49). Có lẽ đây là cuốn sách đầu tiên sử dụng một typeface Sans-serif làm văn bản nội dung chạy liên tục (running text) trong ấn phẩm. Trước đó hai năm, xưởng đúc chữ Berthold đã đưa ra họ typeface Sans-serif đầu tiên bao gồm một loạt kiểu chữ gọi là Akzidenz-Grotesk (Chuẩn tại Mỹ). Ngoài Akzidenz-Grotesk, các nhà thiết kế đầu tiên hướng ứng chữ Sans-serif có rất ít typeface để lựa chọn cho tới cuối thập niên 1920, khi typeface Futura của Paul Renner và typeface Gill Sans của Eric Gill trở nên phổ biến.



Hình 1-49

Cuốn sách đầu tiên sử dụng typeface Sans-serif làm văn bản nội dung, *Feste des Lebens und der Kunst* của Peter Behrens, Đức, năm 1900.

1900 - 1925

THỜI KỲ HIỆN ĐẠI

## Năm 1905: Các phong trào Nghệ thuật Hiện đại

Nửa đầu của thế kỷ 20 đã sản sinh ra một số phong trào nghệ thuật và thiết kế, tất cả đều được coi là thành viên của trào lưu Nghệ thuật Hiện đại (Modern Art movement). Mặc dù mỗi phong trào có phong cách thi giác kèm theo động cơ chính trị riêng, song tất cả đều tham gia vào công cuộc làm mới nghệ thuật và thiết kế, hướng tới phục vụ đại chúng, thay vì chỉ phục vụ tầng lớp giàu có, quyền lực. Để tạo ra mỹ học dành cho tầng lớp lao động gồm cả nam giới lẫn nữ giới, mỗi phong trào đều loại bỏ những trang trí cầu kỳ tượng trưng cho thế giới cũ và thay vào đó là một ngôn ngữ thi giác đơn giản hơn, dễ hiểu hơn, lấy cảm hứng từ kinh nghiệm hiện đại. Các phong trào Nghệ thuật Hiện đại này đã cùng nhau đại diện cho hàng loạt phản ứng đối với thế giới công nghiệp hóa mới.

## Năm 1905: Chủ nghĩa Biểu hiện

Từ năm 1905 đến năm 1923, các nghệ sĩ theo Chủ nghĩa Biểu hiện (Expressionist) ở Đức đã tạo ra các tác phẩm và thiết kế thể hiện lối kêu gọi đầy xúc cảm và nhu cầu phải thể hiện được cá tính trước sự đơn điệu, vô hồn đang ngày càng tăng, sau đó là thể hiện phản ứng giận dữ và đau xót của con người trong Thế chiến I. Ban đầu, các nghệ sĩ theo Chủ nghĩa Biểu hiện bác bỏ vẻ đẹp truyền thống, thay vào đó họ hướng ứng mỹ học nguyên thủy của các hình ảnh cũng như văn bản thô sơ, được bôp mèo và chạm trổ trên gỗ (Hình 1-50). Về sau, các nghệ sĩ theo Chủ nghĩa Biểu hiện đề cao những bố cục phi vật thể (nonobjective composition) truyền tải cảm xúc và thông điệp thông qua màu sắc, hình dạng, tỷ lệ và biểu tượng (symbol). Giới thương mại không thấy hứng thú với Chủ nghĩa Biểu hiện, song mỹ học thô sơ, táo bạo, nhiều xúc cảm của chữ và hình ảnh tự xuất bản theo Chủ nghĩa Biểu hiện đã đặt nền móng cho những phong trào thiết kế sau này thách thức các quy ước typography một cách rõ chủ đích. Hai nghệ sĩ theo Chủ nghĩa Biểu hiện phi vật thể như Paul Klee và Wassily Kandinsky sau này đã trở thành những nhân vật có ảnh hưởng rất lớn trong giới thiết kế, trên cương vị giảng viên của trường Bauhaus. Font kỹ thuật số Neuland trên trang 165 của Chương 3 là bản khởi phục từ typeface trình bày theo Chủ nghĩa Biểu hiện do Rudolph Koch thiết kế năm 1923. Typeface này trông như được chạm gỗ với độ đậm lớn.

## Hình 1-50

Trang tiêu đề theo Chủ nghĩa Biểu hiện cho cuốn *Der Kampf mit dem Engel* (tạm dịch: Cuộc tranh đấu với Thiên thần) do Conrad Felixmüller thiết kế năm 1917. © Bản quyền năm 2005 thuộc về ARS, New York/VG Bild-Kunst, Bonn.

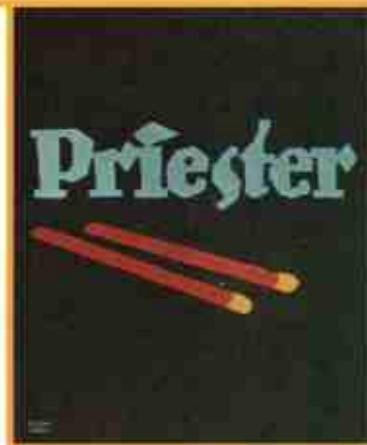


## Năm 1905: Phong cách Plakatstil: Các poster hiện đại thời kỳ đầu

Với thành tựu phát minh ra máy in offset thạch bản, các nhà tư bản công nghiệp đã có khả năng chi trả cho việc tạo ra những tấm poster quảng cáo, nhằm quảng bá cho sản phẩm của họ. Trước đó, poster chủ yếu được dùng để quảng cáo cho các hoạt động xoay quanh sự kiện và tác phẩm văn học. Các sản phẩm bẩn lề thông dụng thường không được coi là chủ đề của quảng cáo poster. Tuy nhiên, sự xuất hiện và phát triển của phong cách poster Plakatstil ở Đức đã thay đổi điều này. Con người tìm kiếm một thứ ngôn ngữ thi giác mới, phản ánh trải nghiệm hiện đại của họ với vai trò là những công dân của một xã hội công nghiệp hóa. Các phong cách trang trí hoa mỹ tượng trưng cho lối sống thong dong, nhàn hạ của giới nhà giàu bị loại bỏ.

### Năm 1905: Các poster nghệ thuật dùng để quảng cáo

Năm 1905, Lucian Bernhard (Đức) tham gia cuộc thi thiết kế poster quảng cáo cho hãng diêm Priester (Hình 1-51). Tác phẩm dự thi của Lucian đã giành chiến thắng và khởi đầu làn sóng poster quảng cáo hoàn toàn mới, phản ánh một phong cách thiết kế hiện đại tên là Plakatstil. Dựa vào năng lực quảng cáo thành công do poster đầu tiên của Bernhard mang lại, nhiều nhà quảng cáo đã áp dụng công thức đồ họa tối giản, đưa hình minh họa về dạng đơn giản nhất, rồi đặt hình minh họa này lên một nền (background) phẳng, sau đó thêm văn bản rất ngắn vào bố cục tác phẩm. Các thông điệp ngắn gọn, súc tích được truyền tải thông qua những hình ảnh đơn giản, trực tiếp kết hợp với các typeface Serif và Sans-serif ở mức rõ ràng cao.



Hình 1-51

Poster quảng cáo cho công ty diêm Priester do Lucian Bernhard thiết kế năm 1905. © Bản quyền năm 2005 thuộc về ARS, New York/VG Bild-Kunst, Bonn.

### Năm 1906: Quy trình in "nửa tông" được thương mại hóa

Năm 1885, Frederick Ives đến từ Philadelphia đã cải tiến quy trình in khắc ảnh "nửa tông" (halftone photogravure process) bằng cách dùng các bộ lọc (filter) để tạo ra những bản kẽm "nửa tông" với màu tách biệt bao gồm đỏ, vàng và xanh lam; những bản kẽm này có thể tạo ra các bản in dù màu khi được in chồng lên nhau. Tuy nhiên, mãi đến năm 1906, khi các tấm kẽm và bộ lọc trở nên phổ biến hơn, phương pháp in của Ives mới bắt đầu thu được lợi ích thương mại. Việc bổ sung màu đen vào phương pháp in ba màu của Ives đã dẫn đến quy trình in bốn màu được sử dụng rộng rãi ngày nay, cho phép in ra các bức ảnh chụp màu chi tiết ở vô số tạp chí, báo và sách với giá thành rẻ.

### Năm 1906: Các poster nghệ thuật tuyên truyền

Một nghệ sĩ sáng tác poster có tầm ảnh hưởng lớn là Ludwig Hohlwein của Đức. Các đê tài trực tiếp, cách điệu của Hohlwein với văn bản đậm, súc tích "nắn" lên nền phẳng đã rất thành công, giúp biến đổi poster thành vật được sưu tầm và trưng bày với mục đích mỹ thuật. Tuy nhiên, Hohlwein lại làm việc nhiều năm cho đảng phái chính trị của Đức quốc xã (Nazi), giúp họ khuếch trương sức mạnh thông qua nhiều thiết kế poster tuyên truyền gợi khát vọng liên tưởng mạnh mẽ (Hình 1-52). Phương thức quảng cáo trực tiếp này rất thuyết phục; nhiều nghệ sĩ trên khắp thế giới đã áp dụng nó để thúc đẩy các thông điệp quảng cáo, xã hội và chính trị của họ.



Hình 1-52

Poster tuyên truyền (propaganda) hiện đại thời kỳ đầu. LUFTSCHUTZ! (tạm dịch: Phòng không) do Ludwig Hohlwein thiết kế năm 1917. Ảnh do Miscellaneous Man: Rare original Poster and vintage Graphics, [www.miscreman.com](http://www.miscreman.com) cung cấp. © Bản quyền năm 2005 thuộc về ARS, New York/VG Bild-Kunst, Bonn.

## 1900 - 1925: THỜI KỲ HIỆN ĐẠI

Năm 1909: Các phong trào Nghệ thuật Hiện đại



Hình |1-53|

Bìa sách mang phong cách Vị lai của cuốn *Les Mots en Liberté Futuristes* (tạm dịch: *Sự tự do của từ ngữ trong tư tưởng Vị lai*) do Filippo Tommaso Marinetti viết năm 1919. © Bản quyền năm 2005 thuộc về ARS, New York / SIAE, Rome.

## Năm 1909: Trường phái Vị lai

Năm 1909, một tờ báo lớn ở Paris đã xuất bản tác phẩm *Manifesto of Futurism* (tạm dịch: *Bản tuyên ngôn Chủ nghĩa Vị lai*) của nhà thơ Italia Filippo Marinetti, trong đó kêu gọi những nỗ lực tái tạo thơ ca và nghệ thuật dựa trên âm hưởng, mùi vị cũng như vật liệu của thời đại mây mờ. Marinetti khuyến khích hủy bỏ những thứ mà ông coi là đã lỗi thời và phá hủy các tổ chức văn hóa xã hội tư sản như bảo tàng, thư viện. Bên cạnh đó, ông cũng khẳng định rằng chỉ có những tác phẩm nghệ thuật thơ ca mới là và hoàn toàn độc đáo mới chính đáng, tất cả các công trình nghệ thuật của quá khứ đều không còn phù hợp và cần bị vứt bỏ. Marinetti cũng các môn đồ của ông ca tụng sự thịnh vượng, huyền náo, bạo lực, lòng quâ cảm và cổ vũ chiến tranh, đồng thời miệt thị sự ẩn晦, đạo lý, nữ quyền và sự bất động bằng lòng nhiệt thành có tính chất tôn giáo: Thiết kế của các nghệ sĩ thuộc trường phái Vị lai (Futurist) rất linh động thông qua những hình dạng và con chữ sắc nét, ngữ ý nói về sự chuyển động, huyền náo mạnh mẽ (Hình 1-53). Các thiết kế Vị lai sử dụng chữ theo nhiều cách thức thử vị, đam đến cho thế giới một viễn cảnh khác về nền công nghiệp hóa. Tuy nhiên, do ủng hộ phong trào chính trị Phát xít của Mussolini, nên đóng góp của những nghệ sĩ thuộc trường phái Vị lai không được một số nhà sử học coi trọng. Từ năm 1910 đến năm 1919, các nghệ sĩ thuộc trường phái Vị lai đã xuất bản một loạt bản tuyên ngôn để ra những triết lý cung nhắc về mọi thứ, từ hội họa, thơ ca cho tới dục vọng và chiến tranh. Bản tuyên ngôn của Marinetti về typography tên là *Destruction of Syntax - Imagination without Strings - Words-in-Freedom* (tạm dịch: *Sự hủy diệt của ngữ pháp - Trí tưởng tượng không cần chuỗi ký tự - Sự tự do của từ ngữ*) khẳng định rằng: Chữ và hình ảnh nên được dùng để diễn tả thơ ca và cảm xúc một cách trực quan mà không cần phải ràng buộc với ngữ pháp, chính tả hay dấu câu.

## Năm 1917

### Năm 1917: Trường phái Dada

Dada (Dadaism) - với "Dada" nghĩa là "không là gì cả" - là một phong trào "phản nghệ thuật" ("anti-art") khởi đầu ở Thụy Sỹ vào khoảng năm 1917, do một nhóm nghệ sĩ và nhà văn nước ngoài bị vô minh phát động, họ cảm thấy chán ghét bản chất đạo đức giả của các xã hội "văn minh". Vì đã cho phép những hành động tàn bạo trong Thế chiến I diễn ra. Các nghệ sĩ Dada thể hiện sự tức giận của mình thông qua nhiều tác phẩm hội họa, điêu khắc, thơ văn, kịch và thiết kế với nội dung chế giễu, thách thức nghệ thuật truyền thống; mục tiêu của họ là tạo ra những thứ không có mục đích, nhằm phản đối sự tăm thương của chiến tranh. Tuy chỉ kéo dài đến năm 1922, nhưng phong trào "phản nghệ thuật" này lại gây ảnh hưởng mạnh mẽ lên giới thiết kế. Các nghệ sĩ Dada đem tới sự tự do chưa từng có trong cách sử dụng typography và bố cục trang, thúc đẩy những nhà thiết kế về sau sử dụng chữ theo các cách thức phi truyền thống. Các thiết kế Dada phô rõ nhiều quy tắc cũng như khả năng của typography mà không quan tâm tới tính rõ ràng (Hình 1-54). Chữ được sử dụng trong các bố cục thể hiện sự tức giận, với các chữ nhiều kích cỡ và typeface được đặt chồng lên nhau (overlap), cắt ghép (collage), bóp méo (distort) và xoay (orient) theo mọi hướng, nhằm khơi dậy cảm xúc hơn là truyền tải nội dung.

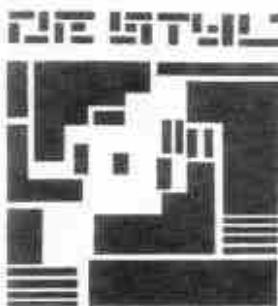
### Năm 1917: Phong trào De Stijl

Năm 1917, Theo van Doesburg (Hà Lan) đã lãnh đạo Piet Mondrian cùng một nhóm nghệ sĩ khác sáng tạo ra nghệ thuật hình học trừu tượng thuần khiết (purely abstract geometric art), bao gồm các mặt phẳng có màu cơ sở, đen và trắng, bằng phẳng, được bố trí ngang dọc. De Stijl nghĩa là "phong cách", là một nghiên cứu để đạt tới sự hài hòa về kết cấu thông qua sự cân bằng bất đối xứng của các thành phần không đều nhau, sự loại trừ yếu tố trình bày, cảm xúc và giá trị chủ quan. Từ năm 1917 đến 1931, Van Doesburg đã xuất bản tạp chí nghệ thuật có tên là *de Stijl*, tại đây ông đưa ra luận điểm rằng: Nghiên cứu về sự hài hòa cấu trúc trong nghệ thuật có thể giúp đạt tới sự hài hòa cấu trúc trong xã hội. Chữ De Stijl được thiết lập với những cấu trúc ngang dọc vững chắc, chủ yếu sử dụng các typeface Sans-serif vuông vắn (Hình 1-55). Font kỹ thuật số DeStijl trên trang 165 ở Chương 3 là phiên bản khôi phục của các chữ được sử dụng trong phong trào De Stijl.



Hình | 1-54

Poster phong cách Dada, *Kleine Dada-Szene*, do Theo van Doesburg và Kurt Schwitters thiết kế năm 1923. © Bản quyền năm 2005 thuộc về ARS, New York/Bekendrecht, Amsterdam/VG BildKunst, Bonn.



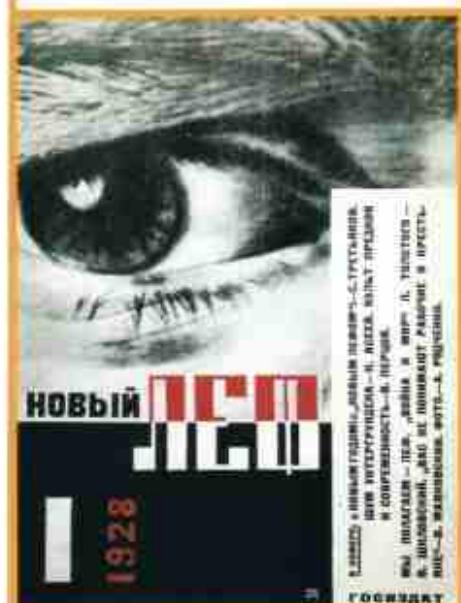
Hình | 1-55

MAANDBLAD VOOR DE MODERNE BEELDENDE VAKKEN  
REDACTIE THEO VAN DOESBURG MET MEDEWERKING VAN VOORNAME BINNEN- EN BUITENLANDSCHE KUNSTENAARS. UITGAVE X. HARM'S TIJPEN TE DELFT IN 1917.

Bản tạp chí *de Stijl* mang phong cách Dada, *Kleine Dada-Szene*, do Theo van Doesburg và Kurt Schwitters thiết kế năm 1923. © Bản quyền năm 2005 thuộc về ARS, New York/Bekendrecht, Amsterdam/VG BildKunst, Bonn.

## 1900 - 1925: THỜI KỲ HIỆN ĐẠI

Năm 1918: Các phong trào Nghệ thuật Hiện đại



Hình | 1-56

Bìa tạp chí *Novy Iskusstv* theo Chủ nghĩa Kiến tạo, do Alexander Rodchenko thiết kế năm 1920. Ảnh được cung cấp từ Bộ sưu tập của David King, London.

## Năm 1918: Chủ nghĩa Kiến tạo

Khi Nga hoàng (Czar) bị lật đổ vào năm 1918, Liên bang Xô Viết (Soviet Union) đang trong giai đoạn hình thành, một phong trào nghệ thuật và thiết kế mang hơi hướng chính trị bắt đầu xuất hiện dựa trên việc sử dụng các dạng hình học, đường gạch đậm và văn bản được đặt theo các góc vuông. Phong cách mỹ thuật đơn giản này là sự chuyển biến lớn so với thị hiếu sang trọng, lộng lẫy của Hoàng gia Nga, đồng thời thể hiện tầm nhìn về trật tự xã hội mới. Người tiên phong trong phong trào này là Kasimir Malevich, ông gọi đó là trường phái Siêu việt/Tối thượng (Suprematism). Do tài nguyên và nguồn cung trong thời kỳ kinh tế hậu chiến rất hạn chế, nên các nguyên vật liệu trở nên khan hiếm, màu sắc được sử dụng rất tiết kiệm. Khi Liên bang Xô Viết bắt đầu khôi phục sau Thế chiến I, với cảm hứng từ Chủ nghĩa Ai quốc (Patriotism), các nghệ sĩ quyết định phải đem những kỹ năng nghệ thuật của mình để phục vụ công cuộc kiến tạo một trật tự xã hội lành mạnh cho đất nước bằng việc sáng lập ra nghệ thuật Xô Viết đích thực. Phong cách mà họ tạo ra được gọi là Chủ nghĩa Kiến tạo (Constructivism). Hình thành từ mỹ Siêu việt/Tối thượng, Chủ nghĩa Kiến tạo dựa trên việc sử dụng các dạng hình học, typeface Sans-serif, nguyên lý của sự cân bằng đối称 (Hình 1-56), phương pháp ghép ảnh (photomontage) và một bảng màu cơ sở (primary color palette). Sử dụng ngôn ngữ nghệ thuật này, các nghệ sĩ đã thiết kế nên những tuyên bố thị giác đậm nét, nhằm khơi gợi cảm xúc và cõi vũ trụ mọi người tham gia vào các hoạt động yêu nước, xây dựng cộng đồng.

Năm 1919

## Năm 1919: El Lizzitsky truyền bá Chủ nghĩa Kiến tạo

Năm 1919, El Lizzitsky (Lazar Markovich) gặp Kasimir Malevich và bị ảnh hưởng bởi tư tưởng của Malevich. Lizzitsky có công lớn trong sự phát triển và truyền bá Chủ nghĩa Kiến tạo, thử nghiệm qua nhiều phương tiện khác nhau như ghép ảnh (photomontage) và đồ họa in ấn (printmaking), đồng thời mở rộng sự tiếp xúc của Chủ nghĩa Kiến tạo trên bình diện quốc tế thông qua việc liên kết với những nghệ sĩ lãnh đạo các phong trào nghệ thuật đương đại khác và thiết kế layout mang phong cách Kiến tạo cho nhiều ấn phẩm ở châu Âu. Lizzitsky đã thiết kế và đóng biên tập cuốn *The Isms of Art: 1914-1924* (tạm dịch: Các học thuyết nghệ thuật giai đoạn 1914-1924). Có thể nói, cách sử dụng sáng tạo, tân tiến các cấu trúc ô lưới, layout bất đối xứng, chữ Sans-serif và đường gạch đậm trong cuốn sách này đã để lại sức ảnh hưởng rất lớn vào thời bấy giờ (Hình 1-57).



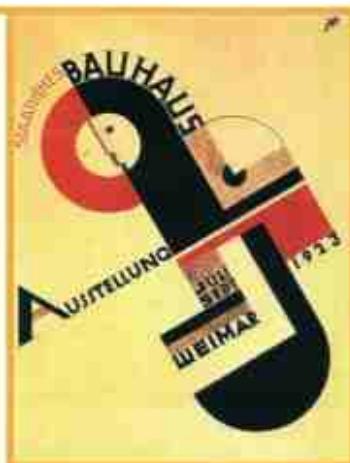
Hình | 1-57

Cuốn sách *Isms of Art: 1914-1924* do Hans (Jean) Arp và El Lizzitsky 编著. © Bản quyền năm 2005 thuộc về ARS, New York/VG Bild-Kunst, Bonn.

Năm 1925

### Năm 1919: Phòng trào Thiết kế Bauhaus

Năm 1919, Walter Gropius (Đức) trở thành hiệu trưởng một trường học mới nhận trợ cấp của bang Weimar, được thành lập trên cơ sở sáp nhập Viện Hàn lâm Nghệ thuật Weimar (Weimar Art Academy) và trường Nghệ thuật Thủ công Weimar (Weimar Arts & Crafts School). Gropius đã đổi lại tên trường thành "Das Staatliche Bauhaus", nghĩa là "Ngôi nhà của các công trình", đồng thời xuất bản tuyên ngôn của trường Bauhaus, kêu gọi thành lập một hiệp hội nghệ thuật và công nghệ. Gropius đã mô hình hóa phương pháp sản phẩm của mình dựa trên các phân xưởng Nghệ thuật thủ công của William Morris, tại đây mối quan hệ giữa giảng viên/học viên gần giống như mối quan hệ giữa thợ cát/hợp tác viên, học viên được làm việc trong các phân xưởng thay vì studio, tinh thần mỹ và tinh ứng dụng được đặt lên ngang hàng. Gropius đã thành lập Khoa Thiết kế Nghệ thuật và thuê những nghệ sĩ tiên phong trong các trào lưu nghệ thuật đương đại như Chủ nghĩa Biểu hiện, Chủ nghĩa Kiến tạo và De Stijl về làm giảng viên. Những giảng viên này đã giúp tạo dựng tiếng nói chung cho phong cách của các tác phẩm xuất phát từ trường Bauhaus. Dưới sự dẫn dắt của các nghệ sĩ tiên phong, học viên của trường Bauhaus đã tạo ra những tác phẩm bất đối xứng, hình học bao gồm các typeface Sans-serif, nhiếp ảnh và ghép ảnh truyền tải những thông điệp rõ ràng, trực tiếp (Hình 1-58).



Hình 1-58

Poster về triển lãm Bauhaus, Bauhaus do Joost Schmidt thiết kế năm 1923.  
© Bản quyền năm 2005 thuộc về ARS, New York/VG Bild-Kunst, Bonn.

### Năm 1925: Trường Bauhaus chuyển về Dessau

Năm 1925, do những căng thẳng chính trị với chính quyền Weimar, trường Bauhaus đã chuyển từ Weimar về Dessau - một thành phố nhỏ của nước Đức. Tuy nhiên, căng thẳng chính trị ngày càng trở nên tồi tệ; đến năm 1931, đảng Đức Quốc xã có thể lực chính trị rất lớn ở Dessau. Cuối cùng, các hành động đàn áp và quấy rối của Đức Quốc xã đã khiến Hội đồng giảng viên của trường Bauhaus phải giải thể vào năm 1923. Nhiều giảng viên, trong đó có Walter Gropius, Herbert Bayer, Laszlo Moholy-Nagy đã chạy trốn khỏi Đức Quốc xã để tới Mỹ và tại đây, họ tiếp tục trở thành những nhân vật có tầm ảnh hưởng lớn trong giới thiết kế cũng như đào tạo thiết kế. Năm 1937, Moholy-Nagy thành lập trường Bauhaus mới ở Chicago và từ đó, trường được đổi tên thành Học viện Công nghệ Illinois (Illinois Institute of Technology).

### Năm 1925: Chủ Universal của Herbert Bayer

Năm 1925, Herbert Bayer - một thành viên thuộc Hội đồng giảng viên của trường Bauhaus đã tạo ra typeface có tên là Universal trên cơ sở rút ngắn bằng chữ cái xuống thành một tập hợp chữ thường có dạng hình học và không có serif (Hình 1-59). Ông cũng thử nghiệm kiểu căn gióng văn bản căn đều bên trái (flush left), nhấp nhô bên phải (ragged right) và sử dụng các yếu tố thi giác/thành phần trực quan (visual element) như thanh ngang (bar), đường gạch (rule), kích thước chữ và các biểu tượng đánh dấu đầu dòng (bullet) để thể hiện biểu đồ thi giác (thứ tự quan trọng của thành phần). Mặc dù typeface Universal chưa bao giờ được sử dụng rộng rãi, song những đóng góp khác của Bayer lại ảnh hưởng sâu sắc tới phương pháp luận thông thường về layout trang. Sách được in theo kiểu căn đều bên trái, nhấp nhô bên phải hiện đang rất phổ biến.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
JKLMNOPQR  
STUVWXYZ

Hình 1-59

Chữ Universal do Herbert Bayer thiết kế năm 1925. © Bản quyền năm 2005 thuộc về ARS, New York/VG Bild-Kunst, Bonn.

1925 - 1970

## THỜI KỲ CÁCH MẠNG THÔNG TIN

Năm 1925: Thiết kế cuối thời kỳ Hiện đại

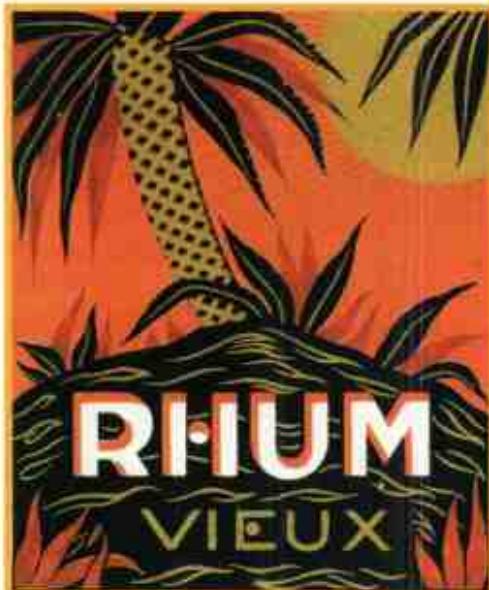
Khi công nghệ phát triển, thế giới dường như ngày càng trở nên nhỏ bé. Những tiến bộ công nghệ trong lĩnh vực vận tải, truyền thông đã tạo ra nền kinh tế toàn cầu hóa với đặc điểm là sự gia tăng của các thông điệp quảng cáo, chính trị - xã hội được truyền tải qua sóng phát thanh, sóng radio, đường điện thoại, sau này là mạng máy tính và vệ tinh địa tĩnh. Rào cản thông tin mà chúng ta biết đến ngày nay bắt đầu từ sau Thế chiến I và chỉ thực sự được xóa bỏ sau Thế chiến II khi nhiều tiến bộ công nghệ sáng tạo cho quân đội được áp dụng vào mục đích dân sự. Ảnh hưởng từ sự phát triển lớn mạnh của thời kỳ hậu chiến (post-war) tới thiết kế là nỗ lực chung trong việc điều chỉnh thế giới bận rộn, hỗn độn và đa dạng hơn thông qua một ngôn ngữ thị giác nhấn mạnh cấu trúc, tinh khái quan, sự rõ ràng, sự đơn giản cũng như Chủ nghĩa Quốc tế (Internationalism).

## Năm 1925: Phong trào Art Deco

Năm 1925, phong cách Art Deco (Trang trí Nghệ thuật) được giới thiệu tại Triển lãm quốc tế về nghệ thuật trang trí và công nghiệp hiện đại ở Paris. Tương tự các phong trào Nghệ thuật Hiện đại khác, phong trào Art Deco dựa trên các hình dạng hình học được đơn giản hóa. Tuy nhiên, khác với các phong trào Nghệ thuật Hiện đại khác, mục đích của phong trào Art Deco là sự tối thiểu một cách trang nhã cho các sản phẩm thương mại, đối lập với biểu hiện của bất cứ hệ tư tưởng xã hội hoặc chính trị nào. Phong cách Art Deco rất phổ biến, có lẽ nhờ khả năng dễ dàng tiếp cận với đại chúng hơn so với một số phong trào Nghệ thuật Hiện đại trừu tượng và ý thức hệ khác. Các thiết kế Art Deco truyền tải một hình ảnh say đắm, sung túc, tỏ điểm cho thế giới tiêu dùng bằng những họa tiết và hoa văn hình học đẹp la kỳ mang phong cách Ai Cập, Aztec. Những typeface và layout cuốn hút, ấn tượng được tạo ra bằng cách sử dụng sự tương phản mạnh mẽ giữa các hình dạng dày và mảnh, sáng và tối, thẳng và cong (Hình 1-60). Sự phổ biến của phong cách Art Deco được duy trì cho tới khoảng năm 1940, khi sự thiếu thốn và nghèo khổ mà Thế chiến II gây ra khiến sức tiêu thụ giảm mạnh. Rất nhiều font Display trang nhã và sang trọng mang phong cách Art Deco thiết kế trong giai đoạn này được khôi phục dưới dạng kỹ thuật số. Ba trong số các font này - gồm Parisian, Broadway và Day Tripper NF - được minh họa ở hai trang 162 và 163 của Chương 3.

## Hình |1-60|

Thiết kế bao bì Rượu Rhum theo phong cách Art Deco năm 1928. Ảnh do Công ty TNHH Rikuya thu cung cấp.



Năm 1928

Năm 1932



Hình 1-61

Biểu đồ ISOTYPE, *The Great War of 1914-18* (tạm dịch: Cuộc chiến tranh vĩ đại 1914-1918), 1933. Anh được lấy từ Bộ sưu tập Otto & Marie Neurath Isotype, Khoa Typography & Truyền thông Đô thị, © Bản quyền thuộc Đại học Reading.

### Năm 1928: Phong trào ISOTYPE

Năm 1928, Otto Neurath (Áo) lãnh đạo một nhóm nhà thiết kế xây dựng nên ISOTYPE (International System of Typographic Picture Education - Hệ thống Đào tạo Hình ảnh Typography Quốc tế). Các pictograph (chữ vẽ hình) hữu dụng và dễ hiểu này được thiết kế để dùng trên biển báo, đồ thị và biểu đồ, nhằm mô tả dữ liệu thống kê (Hình 1-61).

### Năm 1928: Phong cách Typography mới

Năm 1923, sau lần tham dự triển lãm của trường Bauhaus tại Weimar, Jan Tschichold (Đức) bị ấn tượng mạnh đến nỗi hai năm sau đó, ông đã xuất bản một bài viết có tên là "Elementaire typographie" (tạm dịch: "Typography cơ bản"), mô tả phong cách typography mới mà ông nhận thấy đang phát triển. Tschichold khẳng định rằng: Rất cần có một "phong cách typography mới" cho kỷ nguyên mới của nền công nghiệp khiến người ta có ít thời gian để đọc hơn, trong khi các tư liệu đọc họ quan tâm lại có tính cạnh tranh cao hơn bao giờ hết. Tschichold cho rằng, tiêu chuẩn thiết kế chữ của kỷ nguyên hiện đại cần rõ ràng chữ không cần đẹp, nên kiểu trang trí không phù hợp cho mục đích này. Năm 1928, ông xuất bản cuốn sách *The New Typography* (tạm dịch: Phong cách Typography mới), tác phẩm giống như một cuốn sổ tay trình bày về các quy tắc sử dụng chữ và bố cục trang. Sau này, khi chín chắn hơn, Tschichold đã phải thừa nhận các giá trị của typography truyền thống, đồng thời thể hiện sự hồi tiếc vì đã cố gắng hệ thống hóa sự sáng tạo. Tuy nhiên, tầm ảnh hưởng sâu rộng từ các ấn phẩm đọc của Tschichold đã thúc đẩy sự lan truyền của phương pháp thiết kế thực dụng trên khắp châu Âu và Mỹ, ở đó chức năng và tính rõ ràng được đặt lên hàng đầu.

### Năm 1932: Cao điểm của Chính quyền Xô Viết

Ban đầu, chính quyền Xô Viết rất hoan nghênh những đóng góp của Chủ nghĩa Kiến tạo đối với sự nghiệp cách mạng, song tướng Stalin không hoan nghênh chiều hướng quốc tế mà phong trào này đề xướng. Năm 1932, Stalin tuyên bố phong cách nghệ thuật duy nhất được chấp nhận là Chủ nghĩa Xã hội (Social Realism), để cao hình ảnh thực tế miêu tả cuộc sống Xô Viết và giá trị của người Cộng sản. Stalin quyết định Chủ nghĩa Xã hội sẽ tốt hơn cho việc tuyên truyền, nên đã cáo buộc các nghệ sĩ theo Chủ nghĩa Kiến tạo là "chủ nghĩa thế giới tư bản phản quốc" (nghĩa là toàn cầu hóa tư bản chủ nghĩa) và rút lại sự ủng hộ đối với phong trào Kiến tạo. Không nhận được sự ủng hộ của chính quyền Xô Viết, phong trào Kiến tạo dần tan rã trong Liên bang Xô Viết. Tuy nhiên, vào thời điểm đó, những tác động của phong trào này đã ảnh hưởng tới thế giới, và truyền thống của nó vẫn được tiếp diễn trong suốt thập niên 1930.

## 1925 - 1970: THỜI KỲ CÁCH MẠNG TRÔNG TIN

Năm 1933: Thiết kế cuối thời kỳ Hiện đại

Năm 1945



Hình | 1-62|

Cuốn sách mang phong cách Art Deco Streamline, *Color Beauties of a Century of Progress* (tạm dịch: Về đẹp màu sắc của một thế kỷ phát triển), Chicago, 1933. Ảnh do Trung tâm Nghiên cứu các bộ sưu tập đặc biệt, Thư viện Đại học Chicago, <http://centuryofprogress.uchicago.edu> cung cấp.

## Năm 1945: Phong cách Typography Quốc tế

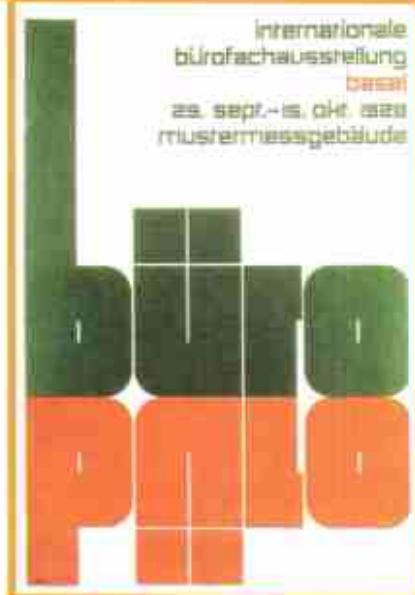
Khoảng năm 1945, hai cựu sinh viên người Thụy Sỹ của trường Bauhaus là Theo Ballmer và Max Bill nhận thấy rằng, toàn cầu hóa giá tăng đang tạo ra nhu cầu về một ngôn ngữ thi giác phù hợp, dùng cho truyền thông quốc tế. Phong cách mà họ phát triển được gọi là Typography Quốc tế (International Typographic Style), hay còn gọi là Phong cách Quốc tế của Thụy Sỹ (Swiss International Style), dựa trên sự sắp xếp rõ ràng các thành phần, nghệ thuật nhiếp ảnh, các thiết kế trừu tượng và typeface Sans-serif, như minh họa ở Hình 1-63. Tất cả các thành phần nào có thể khiến khán giả quốc tế khó hiểu đều bị loại bỏ. Những layout không có cảm xúc được sáng tạo chủ yếu dựa trên các tổ hợp lùi toàn học và một phương pháp tổ chức thông tin phân cấp. Tất cả các thành phần đều được lựa chọn và định rõ, nhằm tạo ra layout cung cấp thông tin trực tiếp. Tính khách quan điểm tinh của phong cách Typography Quốc tế rất được yêu thích, đặc biệt là trong các nhóm doanh nghiệp. Đặc điểm này cũng thống trị nước Mỹ và châu Âu suốt thập niên 1950. Typeface mang phong cách Typography Quốc tế là typeface Sans-serif, dựa trên các dạng hình học. Typeface Helvetica trên trang 137 (Chương 3) do Max Miedinger thiết kế năm 1952 là một trong những typeface được sử dụng rộng rãi nhất trong lịch sử. Typeface Univers ở trang 134 (Chương 3) do Adrian Frutiger thiết kế năm 1957 cũng rất phổ biến, do typeface này có rất nhiều kiểu chữ khác nhau. Thay vì đặt tên cho từng kiểu chữ Univers, Frutiger phát minh ra một hệ thống đánh số sáng tạo thể hiện được mức độ weight (độ đậm) và độ rộng của chữ. Ông đã sử dụng biểu đồ được minh họa trên trang 133 (Chương 3) để tổ chức và biểu thị họ chữ Univers.

## Năm 1933: Phong cách Streamline

Năm 1933, phong cách Art Deco có tên là Streamline đã được giới thiệu tại Hội chợ Thế giới ở Chicago. Các thiết kế và font theo phong cách Streamline có rất ít họa tiết trang trí song vẫn đạt được sự trang nhã không thua kém những thiết kế Art Deco khác. Thiết kế Streamline dựa trên ngôn ngữ khí động học (aerodynamic vocabulary) của các đường chuyển động và tốc độ (Hình 1-62). Các font kỹ thuật số Streamline, Red Star Line NF và Ambient trên trang 150 và 164 của Chương 3 được dựa trên những typeface Art Deco Streamline đơn giản nhưng tinh tế của thập niên 1930.

Hình | 1-63|

Poster Biển mang phong cách Typography Quốc tế, do Theo Ballmer (Thụy Sỹ) thiết kế năm 1928.





### Năm 1945: Phong cách American Corporate

Trong suốt thập niên 1950 đến thập niên 1960, một phong cách dân trang và sử dụng chữ rõ ràng xuất hiện tại Mỹ. Các tập đoàn thịnh vượng của Mỹ rất chuộng layout đơn giản, uyển chuyển cùng với văn bản truyền tải thông điệp trực tiếp của phong cách Typography Quốc tế. Họ thuê các nhà thiết kế như Paul Rand, Saul Bass và Otto Storch quảng cáo cho sản phẩm và diện mạo của công ty mình. Các nhà thiết kế này đã bổ sung "hương vị Mỹ" cho thể thức của phong cách Typography Quốc tế bằng việc tạo ra những thiết kế ý niệm dí dỏm để bày bán sản phẩm của doanh nghiệp và cá nhân. Sử dụng các gợi ý thi giác nhằm khuyễn khích óc hài hước và khả năng tiếp nhận của khán giả, họ đã giải quyết nhanh gọn các vấn đề mà không phải hy sinh việc thể hiện cá tính trong quá trình thiết kế. Họ đã tạo ra những layout trực tiếp, gần gũi bằng cách kết hợp văn bản và hình ảnh với các kỹ thuật như cắt dán, chơi chữ (wordplay), bóp méo, minh họa và nhiếp ảnh (Hình 1-64).

### Hình | 1-64|

Bảng quảng cáo ngoài trời (advertising billboard), *Looking Ahead - Paint with Parco* (tạm dịch: Nhìn về phía trước - Vẽ với Parco) do Saul Bass thiết kế. Anh đó Saul Bass cũng cấp.

### Năm 1949: Máy sáp chữ trên phim kỹ thuật số

Máy sáp chữ trên phim (photocompositor) đầu tiên sử dụng công nghệ kỹ thuật số có tên là PhotonLumitype, được Rene Higonnet và Louis Moyroud (Pháp) ra mắt năm 1949. PhotonLumitype có một chiếc máy tính nhỏ nối bàn phím với bộ phận chụp ảnh. Chiếc máy này có thể tạo tối 28.000 ký tự trong một giờ. Một cuốn sách xuất bản năm 1964 được coi là cột mốc trong lĩnh vực sáp chữ hình ảnh giống như cuốn Kinh Thánh 42 dòng của Gutenberg đã làm thay đổi ngành in ấn. Đó là cuốn *Index Medicus* dài trên 600 trang, được sáp chữ hình ảnh trong khoảng 12 giờ đồng hồ; với tài liệu như vậy, nếu sản xuất trên máy sáp chữ (type-casting machine) có thể mất tối một năm để hoàn tất! Phát minh ra máy sáp chữ trên phim PhotonLumitype đã thiết lập một lối sáp chữ mới theo hướng tạo ảnh kỹ thuật số; tuy nhiên, phải hàng thập kỷ sau đó, sự liên hóa này mới thực sự diễn ra.

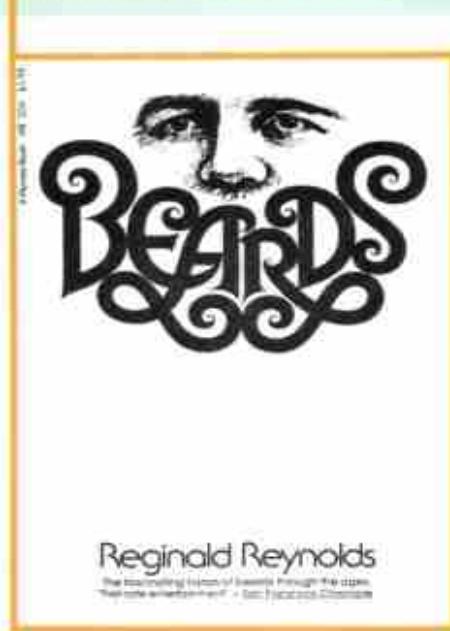
### Năm 1946: Sáp chữ hình ảnh và sáp chữ trên phim

Năm 1946, máy sáp chữ Intertype Fotosetter được lắp đặt cho Nhà in Chính phủ ở Washington và chỉ trong vài năm đã được phổ biến rộng rãi. Mặc dù được phát triển từ năm 1925, song do bị gián đoạn bởi Thế chiến I và Thế chiến II nên Fotosetter trở thành chiếc máy sáp chữ hình ảnh (phototypesetting) đầu tiên được sử dụng trên diện rộng. Fotosetter hoạt động bằng cách đặt các ký tự trên một ma trận tuần hoàn theo thứ tự, sau đó ghi lại lên một băng tu sóng qua bàn phím. Hệ thống này hoạt động tương tự chiếc Monotype, chỉ khác là bánh xe được thay thế bằng bộ phận chụp hình. Lợi ích chính của máy sáp chữ hình ảnh nằm ở chỗ: Chỉ với một ma trận chữ âm bản, nhà thiết kế có thể tạo ra một dãy gồm đủ các kích thước chữ khác nhau, các ký tự có thể dễ dàng được chồng lên nhau, từ đó đem đến cho các nhà thiết kế sự tự do mới khi sáp chữ. Sáp chữ trên phim, hay xếp chữ bằng in chụp (photocomposition) giúp việc kết hợp từ ngữ và tranh ảnh cho quy trình in thạch bản trở nên dễ dàng hơn. Ban đầu, máy sáp chữ hình ảnh chủ yếu được sử dụng cho layout trình bày và layout sách trẻ em, song các nhà sáng chế liên tục thử nghiệm nhiều máy móc và phương pháp nhiếp ảnh mới để sáp chữ, đồng thời tạo ra các layout hiệu quả với giá thành rẻ.

## 1925 - 1970: THỜI KỲ CÁCH MẠNG THÔNG TIN

Năm 1950: Thiết kế cuối thời kỳ Hiện đại

Năm 1954



## Năm 1950: Typography tượng trưng (figurative typography)

Trong suốt thập niên 1950, 1960 và 1970, Gene Federico, Herb Lubalin cùng nhiều nhà thiết kế khác đã phát triển phương pháp sử dụng chữ khôi hài của phong cách America Corporate bằng việc thử nghiệm nhiều cách tích hợp chữ và hình ảnh mới, giúp phá vỡ thêm các ranh giới truyền thống đã chia rẽ họ. Hình ảnh trở thành lối nói và ngược lại. Chữ hình người (anthropomorphic type) tác động qua lại về mặt vật lý với hình ảnh và chữ khác (Hình 1-65). Tiến bộ về công nghệ sắp chữ hình ảnh đã biến những khả năng sáng tạo mới trong việc xếp chồng và định cỡ mẫu chữ trở nên khả thi. Các tùy chọn mới này đã được khám phá để tạo ra những thiết kế vừa truyền tải nội dung, vừa thể hiện được ý nghĩa, cảm xúc cũng như cá tính.

## Hình | 1-65

Thiết kế bìa sách *Beards* (tạm dịch: Bộ râu) mang tính tượng trưng của Herb Lubalin năm 1975. Ảnh do Trung tâm Nghiên cứu Herb Lubalin và Đề tài Thiết kế và Typography thuộc Trường Nghệ thuật Cooper Union cung cấp.

## Năm 1954: Phong cách Phục hưng và Chiết trung

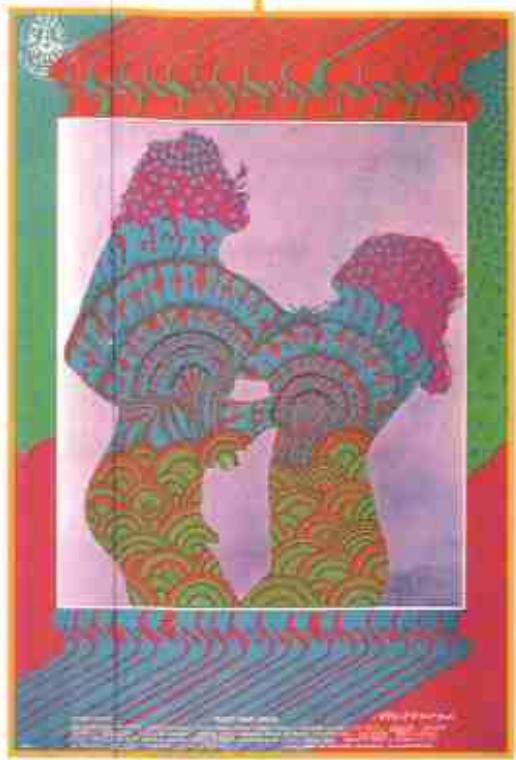
Cả phong cách Phục hưng (Revivalism) lẫn Chiết trung (Eclecticism) đều được các nhà thiết kế Milton Glazer, Seymour Chwast và Edward Sorel của studio Push Pin và tạp chí *Push Pin Graphics* (tạm dịch: Tác phẩm Đồ họa của Push Pin) truyền bá rộng rãi, bắt đầu vào thập niên 1950. Phong cách Phục hưng đề cập đến việc áp dụng lại các typeface lỗi thời, còn phong cách Chiết trung đề cập tới một phương pháp kết hợp những typeface tổ hợp (combining typeface) trong thiết kế. Glazer và Chwast bắt đầu khôi phục các typeface trang trí trong quá khứ không còn được ưa chuộng ở nửa đầu thế kỷ 19, sau đó kết hợp chúng với những typeface và hình vẽ mới hơn trong một tác phẩm pha trộn cả thiết kế lẫn minh họa. Các phong cách cũ được những thợ in thiếu kinh nghiệm của thập niên 1800 kết hợp lộn xộn được tái kết hợp một cách khéo léo, đồng thời bổ sung thêm những typeface mới hơn, sự hiểu biết tinh tế hơn về thiết kế (Hình 1-66). Đến thập niên 1960, rất dễ để bắt gặp các thiết kế chứa nhiều loại typeface khác nhau. Năm 1974, Mike Salisbury đến từ California đã áp dụng các ý tưởng thiết kế tương tự khi tái tạo định dạng của tạp chí *Rolling Stone* (tạm dịch: Đá lăn). Salisbury đã thay đổi mạnh mẽ cách sử dụng chữ từ bài viết này sang bài kế tiếp, đem đến vẻ ngẫu hứng tự nhiên đa dạng và năng động mà khán giả rock'n'roll của tạp chí *Rolling Stone* có thể cảm nhận rất rõ.



## Hình | 1-66

Poster phong cách Phục hưng/Chiết trung. Ảnh do Seymour Chwast của studio Push Pin cung cấp.

Năm 1966:



Hình | 1-67|

Poster Psychedelic (Ảo giác) do Victor Moscoso thiết kế năm 1967. © Bản quyền thuộc về Chester Helms, DFA Family Dog Production.

### Năm 1966: Nghệ thuật Ảo giác

Thay vì phá vỡ các “quy tắc” typography, trào lưu Nghệ thuật Ảo giác (Psychedelic Art movement) của thập niên 1960 được lập ra để đi ngược lại những quy tắc đó. Các poster ảo giác quảng cáo cho những diệu múa văn hóa và buổi biểu diễn nhạc rock'n'roll không đưa ra những thông điệp rõ ràng; thay vì vậy, khán giả phải tự mình giải mã ý nghĩa của chúng. Mục tiêu của các nhà thiết kế này không phải là truyền tải thông điệp một cách súc tích, hiệu quả mà nhằm thu hút người xem càng lâu càng tốt - kích thích trí giác của họ bằng cách khơi gợi niềm hưng thú từ tác phẩm không dễ gì hiểu được. Những sự kết hợp màu sắc rực rỡ giống như ảo giác, các chữ Victorian tự nhiên và ký tự viết tay uốn lượn, cuốn xoay mạnh mẽ thường được sử dụng kết hợp với những hình vẽ phức tạp, ảnh chụp thử thách thị giác và biểu tượng họa Đông Á (East Indian iconography) (Hình 1-67). Trào lưu Nghệ thuật Ảo giác tập trung ở San Francisco, nơi Milton Glazer, Seymour Chwast, Lee Conklin, Rick Griffin, Alton Kelley, Bonnie Maclean, Victor Moscoso, Stanley Mouse, David Singer, Wes Wilson cùng các nhà thiết kế khác đã tạo ra nhiều poster, tờ rơi và tờ báo chủ yếu dành cho khách hàng thuộc ngành công nghiệp âm nhạc. Chữ ảo giác rất được đón nhận, song vì tính rõ ràng không cao nên chúng được biết đến rất ít tại nước Mỹ cho đến năm 1969, khi các font “chữ ảo giác” cho máy sáp chữ hình ảnh xuất hiện. Sau đó, những người khởi xướng phong trào này dần mất đi sự hưng thịnh. Ví dụ về font kỹ thuật số dựa trên các typeface thử thách thị giác của trào lưu Nghệ thuật Ảo giác bao gồm: Hendrix, Elephant Bells và Macrame Super Triline. Bạn có thể tham khảo những font này trên trang 166 của Chương 3.

### Năm 1955: Chữ chuyển động

Chữ chuyển động (kinetic type) được Saul Bass khởi xướng vào thập niên 1950 thông qua chuỗi tiêu đề sáng tạo cho bộ phim *The Man with the Golden Arm* (tạm dịch: Người đàn ông có bàn tay vàng). Trước đó, các tiêu đề phim và danh sách ê-kip thực hiện đều tên các diễn viên, đạo diễn, người quay phim,... phản ứng dựa trên mô hình sâu khấu - tĩnh (static) hoặc cuộn (scrolling). Suốt thập niên 1960, các nhà thiết kế sử dụng những kỹ thuật vô cùng sáng tạo như hoạt hình line art (vẽ nét đơn), hoạt hình đất sét (claymation) và nhiếp ảnh để tạo ra các tác phẩm chữ chuyển động táo bạo, vui nhộn, ý nghĩa cho hàng trăm tiêu đề phim. Tuy nhiên, sự sụp đổ của thị trường chứng khoán và cuộc khủng hoảng bão hòa năm 1974 khiến các nhà làm phim buộc phải loại bỏ các chuỗi tiêu đề được thiết kế đặc biệt ra khỏi ngân sách của họ, từ đó linh vực chữ chuyển động đi vào định trệ.

Năm 1955

Các tiên bộ công nghệ thời kỳ Cách mạng Thông tin

## 1970 - NGÀY NAY

## THỜI KỲ CÁCH MẠNG KỸ THUẬT SỐ

Năm 1970: Thiết kế thời kỳ Cách mạng Kỹ thuật số và Hậu hiện đại

**C**hiếc máy tính thương mại đầu tiên được giới thiệu vào năm 1951 và các công nghệ máy tính được kết hợp với sáp chữ trên phim kẽ từ thập niên 1960; tuy nhiên, cuộc Cách mạng Kỹ thuật số (Digital Revolution) chỉ thực sự bắt đầu vào năm 1977, với sự ra đời của chiếc máy tính cá nhân đầu tiên trên thế giới. Ngay khi các công nghệ máy tính trở thành một thị trường bình dân, mức phổ biến của chúng bắt đầu tăng vọt. Thông tin từ Cục Điều tra Dân số Mỹ (U.S Census Bureau) cho biết: Từ năm 1984 đến năm 2000, số hộ gia đình sở hữu máy tính cá nhân tăng từ 8,2% lên 51%. Sự tiến bộ của các công nghệ máy tính đã giúp chất lượng độ phân giải cũng như tính dễ dàng của việc sử dụng chữ ngày càng tăng. Các phần mềm đồ họa cho phép nhà thiết kế và những người đam mê lĩnh vực này có thể thiết kế cũng như tạo ra các loại font, tài liệu in ấn và giao diện màn hình với chất lượng chuyên nghiệp. Các vai trò tách biệt theo truyền thống bao gồm: Thợ sáp chữ (compositor), biên tập viên (editor), thợ đúc chữ (type founder), nhà thiết kế (designer), thợ in (printer) và độc giả (reader) được hợp nhất và dán xen lấn nhau. Chính điều này đã tạo ra một sự bùng nổ cách mạng về sản phẩm sáng tạo, bao gồm sự đột phá trong việc sử dụng thiết kế chữ và font, kèm theo đó là tình trạng dư thừa tài liệu và font được thiết kế với chất lượng kém. Sự phong phú của các thiết kế font mới xuất hiện trong những năm gần đây chính là du âm từ năng suất thiết kế của cuộc Cách mạng Công nghiệp.

## Năm 1970: Công ty Typeface Quốc tế

Năm 1970, một công ty với sứ mệnh bảo vệ nhà thiết kế khỏi các hành vi đạo ý tưởng (plagiarism) đã được thành lập. Những người sáng lập ra công ty này - Herb Lubalin, Edward Rondthaler và Aaron Burns - gọi đây là Công ty Typeface Quốc tế (International Typeface Corporation - ITC). Do sự phát triển của các công nghệ sáp chữ hình ảnh mới, việc sản xuất chữ trở nên ít tốn kém hơn rất nhiều và cũng dễ dàng đánh giá hơn nhiều. Nhà thiết kế gặp khó khăn với việc bảo vệ các thiết kế được cấp bản quyền của mình cũng như việc thu tiền từ những hoạt động sử dụng thành quả typography mà họ phải bỏ sức lao động ra mới có được. Bằng việc cộng tác với nhiều nhà thiết kế để thương mại hóa và cấp giấy phép cho các font của họ, ITC có thể khuyến khích sự đổi mới trong lĩnh vực thiết kế chữ nhờ tạo dựng một thị trường cho các loại font, trong khi đó vẫn bảo vệ được lợi ích hợp pháp của những nhà thiết kế này. Suốt thập kỷ 1970, những font mà ITC giới thiệu thường có phần x-height (chiều cao cơ sở) lớn, set width (độ rộng đồng bộ tỷ lệ rộng trên chiều cao) được thiết lập ở kích thước lớn, phần ascender cũng như phần descender ngắn (Hình 1-68). Chương 2 sẽ đề cập chi tiết về những thành phần này. Các font ITC được sử dụng rộng rãi, giúp tạo nên vẻ khác biệt gắn liền với thời đại đó. Font ITC Souvenir do Edward Benguiat thiết kế năm 1972 là một trong những typeface phổ biến nhất suốt thập niên 1970 (xem trang 89 ở Chương 3).

Hình | 1-68

Bìa cuốn sách *U'sle* do Herb Lubalin thiết kế năm 1974. Ánh do Trung tâm Nghiên cứu Lubalin về Thiết kế và Typography thuộc Trường Nghệ thuật Cooper Union cung cấp.



Các tiến bộ công nghệ thời kỳ Cách mạng Kỹ thuật số

**Chicago**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

**Monaco**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

**Geneva**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
uvwxyzabcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

**New York**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
uvwxyzabcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

**Năm 1970: Phát minh ra máy in ma trận điểm**

Năm 1970, Centronics giới thiệu chiếc máy in ma trận điểm (dot-matrix printer) đầu tiên: đây là máy in đầu tản được sử dụng với máy tính. Máy in ma trận điểm tạo ra chữ bằng cách sử dụng một chuỗi điểm in (printed dot). Những chữ chấm chấm này thường rất khó đọc, do cấu trúc bề mặt/hoa tiết (texture) của chúng không đồng đều. Năm 1983, Susan Kare đã thiết kế những hệ font đầu tiên đạt được tính rõ ràng cao khi hiển thị

**Hình 1-69**

Các font màn hình của Susan Kare.

trên màn hình và khi được in với độ phân giải thấp của một chiếc máy in ma trận điểm (Hình 1-69), bao gồm: Chicago, Geneva, Monaco và New York. Loại font này đã thiết lập một hướng đi cho các nhà thiết kế - những người đang gặp khó khăn với việc thiết kế font cho các phương tiện mới là giao diện màn hình máy tính và in ấn vi tính.

**Năm 1984: Các định dạng font**

Định dạng font PostScript được Adobe ban hành lần đầu năm 1984. Với khả năng mở rộng và phổ biến, ngôn ngữ in ấn này chứng tỏ tính cách mạng ở chỗ độc lập với thiết bị, nghĩa là có thể được sử dụng tương thích trên nhiều thiết bị do các nhà sản xuất khác nhau tạo ra. Trước khi PostScript ra đời, các font được phát triển riêng cho các máy tính thương hiệu và chỉ có thể làm việc với phần cứng xác định. Các font PostScript (Type 1) được giới thiệu cùng với Aldus Pagemaker - chương trình chế bản điện tử đầu tiên trên thế giới. Pagemaker sử dụng định dạng PostScript để xuất chữ ra máy in laser và in với chất lượng chuyên nghiệp. Năm 1991, hãng Máy tính Apple đã phát hành một định dạng font mới tên là TrueType, có khả năng mở rộng và tương thích trên cả nền tảng Macintosh lẫn Windows. Microsoft đã cấp phép, sửa đổi lại cho phù hợp và thông qua phần mềm này. Một sự bùng nổ về phát triển font đã diễn ra sau đó, nền tảng Windows ngày càng được sử dụng nhiều hơn trong lĩnh vực chế bản điện tử. Khoảng năm 1996, Adobe và Microsoft đã công tác cùng nhau, với nỗ lực đưa ra một định dạng font mới tên là OpenType, kết hợp các đặc điểm tốt nhất của hai định dạng PostScript và TrueType.

**Phong cách thiết kế thời kỳ Hậu hiện đại**

Các phong cách thiết kế thời kỳ Hậu hiện đại (Postmodern) là sự kế thừa đầy biểu cảm, tràn đầy năng lượng từ sự rõ ràng diêm tĩnh và tính hình học của trào lưu Nghệ thuật Hiện đại. Sự chuyển dịch từ giá trị cộng đồng sang chủ nghĩa cá nhân đã diễn ra trong các xã hội công nghiệp hóa với nhịp độ nhanh hơn bao giờ hết. Sự ra đời của truyền hình cáp, các trò chơi video và máy tính đã tạo ra một thế hệ nhà thiết kế có trải nghiệm về đời sống tập thể không thể biểu lộ được thông qua thuyết chức năng khách quan (objective functionalism) diêm tĩnh thuộc trào lưu Nghệ thuật Hiện đại. Mỗi phong trào thiết kế xuất hiện vào giai đoạn này đều tràn đầy năng lượng, táo bạo và đậm chất cá tính. Vào khoảng thập niên 1990, những quan điểm xã hội tiến bộ hướng ứng sự đa dạng đã trở thành chất xúc tác khiến các phong trào thiết kế phải đặt ra những câu hỏi về tính chính thống của các cấu trúc thi giác và những giá trị chiêm ưu thế đã được thừa nhận. Do xu hướng phổ biến của các chương trình truyền hình, trò chơi video và lướt Web, khán giả bị "tấn công" bởi ngày càng nhiều thông điệp cùng lúc chuyển đến; họ cũng dần quen với tốc độ mới và sự đa chiều của thông tin dâng vào. Các nhà thiết kế bắt đầu tạo cho khán giả những khoảng chú ý ngắn và khả năng đa nhiệm được xây dựng tốt. Ngoài ra, các khả năng tương tác và đồ họa chuyển động kỹ thuật số đem lại một khung cảnh đa chiều mới, kéo vai trò của nhà thiết kế và người xem lại gần nhau hơn, đồng thời đưa ra một lĩnh vực thiết kế hoàn toàn mới cho mọi người thỏa sức khám phá. Người ta bắt đầu đặt câu hỏi về đối tượng thi giác (precept) mà các lý thuyết thiết kế thịnh hành lấy làm cơ sở, bao gồm sự sáng sủa (clarity), tính rõ ràng, tính khách quan (objectivity) và giá thuyết rằng các biểu tượng đó có những ý nghĩa nhất định. Nội dung đối thoại này vẫn còn tiếp diễn cho đến nay.

## 1970 - NGÀY NAY: THỜI KỲ CÁCH MẠNG KỸ THUẬT SỐ

Năm 1976: Thiết kế thời kỳ Hậu Hiện đại



Hình | 1-70 |

Poster mang phong cách Punk, *The Humans* (tạm dịch: Con người), © Bản quyền năm 1980 của Sir Stuttie, NekoStudios.com.

### Năm 1976: Trào lưu New Wave

Wolfgang Weingart là một trong những nhà thiết kế Thụy Sỹ có tầm ảnh hưởng đầu tiên biến sự chuyển hướng (departure) thành phong cách thiết kế New Wave (Làn sóng mới). Vào khoảng thập niên 1970, Weingart đã bao bù sụt giảm xác cản đối, các góc vuông và tinh rõ ràng ở mức cao của phong cách Typography Quốc tế, đồng thời bắt đầu tạo ra nhiều tác phẩm đậm tính trực giác hơn, vui nhộn hơn. Ông đã thách thức các hệ thống layout truyền thống hiện có bằng việc thay đổi stroke weight (độ đậm của nét) cho từ ở giữa (mid-word), kéo dài và loại bỏ khoảng lùi đầu dòng của các đoạn văn cũng như thử nghiệm những phương án letterspacing (khoảng cách chữ) khác nhau. Weingart cũng bắt đầu một xu hướng sử dụng hình dạng của các đoạn văn để tạo ra thành phần cấu trúc hình học (Hình 1-71). Một người Mỹ tên là April Greiman đã theo học Weingart ở châu Âu và góp công lớn trong việc đưa phong cách thiết kế New Wave ban đầu tới San Francisco. Greiman đã mở rộng vốn từ cơ bản của New Wave, sử dụng các kỹ thuật ghép ảnh (photomontage), kỹ thuật số, chồng lấn (overlapping), màu sắc tươi sáng, hình dạng phân tầng (stepped shape) và trang trí đậm nét. Năm 1980, một hành động phản kháng dữ dội của trào lưu New Wave chống lại các thiết kế thực dụng của Chủ nghĩa Hiện đại đã nổ ra ở San Francisco và Milan. Tác nhân chính của hành động này là những nhà thiết kế chịu ảnh hưởng bởi các tác phẩm sinh động của Weingart và Greiman, cùng với đó là thẩm mỹ học hỗn độn của những người lập dị thuộc trào lưu Punk và những cá nhân được truyền cảm hứng từ các tinh năng mới mẻ của đồ họa máy tính. Thay vì loại bỏ phong cách hình học của trào lưu Nghệ thuật Hiện đại, các nhà thiết kế New Wave đã tạo ra sự chuyển hướng bằng việc gỡ bỏ các dạng hình học ra khỏi ô lưới, sau đó tích hợp chúng vào những layout sinh động, năng động biểu thị sự vui nhộn, ký quái và cá tính. Văn bản và layout thường được tiếp thêm năng lượng bằng cách tạo ra sự căng thẳng thị giác nhờ vào độ tương phản của các mẫu họa tiết lặp lại (pattern), hoa văn sắc sảo, hình dạng hữu cơ và hình học chống chéo, kết hợp với văn bản chéo được giãn cách bất thường.

### Năm 1976: Trào lưu Punk

Khoảng năm 1976 nổi lên một trào lưu hướng đến giới trẻ (youth-oriented movement) trong lĩnh vực nghệ thuật, âm nhạc và thời trang, khởi phát từ London với tên gọi Punk. Punk là sự biểu hiện của triết lý ca ngợi sự trẻ trung, cá tính, thuyết hư vô (nihilism), sự gây hấn, thể hiện bản thân một cách tự do và sự nỗi loạn chống lại tầng lớp lãnh đạo. Những thanh niên thất vọng cảm thấy thế hệ trước thật đạo đức giả khi bán hết lý tưởng tự do cho lợi ích của các công ty bảo thủ, họ thể hiện thái độ khinh miệt của mình thông qua âm nhạc chói tai, phong cách thời trang gây sốc cùng các thiết kế tự chế thể hiện sự bất kính và nỗi loạn. Thiết kế Punk thường được nhìn thấy ở tờ rơi quảng cáo chương trình âm nhạc, bìa đĩa album và tạp chí thời trang. Do phong trào này đề cao quyền tự chủ, nên người ta tránh sử dụng các dụng cụ sản xuất để tạo ra tác phẩm. Thay vào đó, họ sử dụng bất cứ công cụ nào sẵn có lại rẻ tiền như máy đánh chữ, máy photocopy, giấy nến, chữ và hình ảnh dán, thậm chí là chữ viết tay của chính mình. Sự cắt ghép của chữ và hình ảnh dán với chữ và hình ảnh vẽ tạo nên những bố cục lộn xộn (Hình 1-70). Việc loại bỏ các quy tắc typography hiện hành nhằm ủng hộ sự thể hiện tự tưởng tự do của trào lưu Punk đã mở đường cho nhiều trào lưu thiết kế chính thống sau này, đó là những trào lưu phản ứng chống lại tính cứng nhắc của các xu hướng hiện đại đang rất thịnh hành.

Hình | 1-71 |

Poster theo phong trào New Wave, IR: Didacta Eurodidac do Wolfgang Weingart thiết kế năm 1981.



Năm 1981

Năm 1984

**Năm 1981: MTV (Music Television)**

Năm 1981, một mạng lưới cáp chuyên truyền tải các video ca nhạc phục vụ 24 giờ tên là MTV (Music Television) bắt đầu lên sóng. Logo của mạng MTV đã cách mạng hóa linh vực nhận diện doanh nghiệp (corporate identity) và đồ họa chuyển động (motion graphic) bởi hình dạng vừa bằng phẳng, vừa nổi khối của chữ *M* lớn không có phần serif kết hợp với chữ *TV* nguệch ngoạc là thứ bất biến duy nhất trong hình ảnh thương hiệu. Một chuỗi clip hoạt hình nhận diện kênh được phát sóng hàng giờ chứa đến hàng trăm biến thể logo. MTV khác nhau bằng cách kết hợp các kỹ thuật minh họa, nhiếp ảnh, thao tác video và hoạt hình với nhiều màu sắc, hoa văn, thuyết minh theo khung hình hay những thành phần trang trí khác nhau.

**Năm 1984: Tạp chí *Emigré***

Năm 1984, tạp chí *Emigré* (tạm dịch: Vô tri) ra đời, khởi đầu là một tờ báo văn hóa nghệ thuật nhưng về sau lại phát triển thành nơi trưng bày và xưởng thiết kế dành cho các thiết kế font kỹ thuật số sáng tạo, mang tính thử nghiệm cùng với những layout giàu sức biểu cảm (Hình 1-72). Hai nhà sáng lập tạp chí *Emigré* - Rudy VanderLans và Zuzana Licko (đến từ San Francisco) - thuộc danh sách những nhà thiết kế đầu tiên khám phá công nghệ máy tính dưới góc độ là một công cụ thiết kế chữ và dân trang tạp chí, xưởng thiết kế của họ - *Emigré Inc.* - là một trong những xưởng thiết kế chữ kỹ thuật số độc lập đầu tiên được thành lập. Mặc dù ban đầu, *Emigré* bị chỉ trích mạnh mẽ vì đi ngược lại thông lệ, song tạp chí này đã nhanh chóng trở thành một hình mẫu về sự đổi mới typography trong ngành công nghiệp thiết kế.

**Hình 1-72**

Trang mục lục của tạp chí *Emigré* do Rudy VanderLans thiết kế năm 1986.

**Năm 1985: Soạn thảo kỹ thuật số**

Giữa thập niên 1980, ngày càng có nhiều người bắt đầu hiểu và biết cách sử dụng font theo cách mà chỉ những xưởng đúc, nhà in và thư sáp chữ vào thời trước có thể làm được. Hàng Apple sử dụng giao diện thân thiện WYSIWIG ("What-you-see-is-what-you-get", nghĩa là "Những gì bạn thấy là những gì bạn nhận được") trên máy Macintosh của Susan Kare, giao diện người dùng đồ họa (graphic user interface - GUI) giúp việc soạn thảo kỹ thuật số (digital composition) trở nên khả thi đối với người dùng trình độ trung bình. Bên cạnh đó, các phần mềm đồ họa cũng được thương mại hóa, cho phép con người thao tác, thậm chí là sáng tác typeface theo phương thức kỹ thuật số với tốc độ tuyệt vời so với việc đúc chữ truyền thống! Năm 1985, Altsys phát hành một chương trình phần mềm thiết kế font tên là Fontographer; cùng thời điểm Aldus phát hành Pagemaker - chương trình chế bản điện tử thân thiện đầu tiên. Các gói phần mềm này đã dẫn đến sự phát triển của vô số chương trình đồ họa dễ sử dụng, với tính năng và khả năng ngày càng mở rộng đến từ các công ty: Aldus Corporation, Adobe System Incorporated, Corel Corporation và nhiều hãng khác. Đầu thập niên 1990, soạn thảo văn bản kỹ thuật số gần như đã thay thế hoàn toàn phương pháp chế bản trên phím trong lĩnh vực in ấn thương mại và các xưởng thiết kế chữ kỹ thuật số đã trở thành chuẩn.

## 1970 - NGÀY NAY: THỜI KỲ CÁCH MẠNG KỸ THUẬT SỐ

Năm 1985 - 1986: Thiết kế thời kỳ Hậu hiện đại



Bìa sách do Charles Anderson thiết kế năm 1984. Cuốn sách bao gồm hình ảnh minh họa có sẵn iclip art của Anderson là một tờ điện trực quan hoài niệm về thập niên 1930.

### Năm 1985: Phong cách bẩn địa

Khoảng năm 1985, phong cách thiết kế bẩn địa (vernacular) xuất hiện ở Mỹ, sử dụng những dấu hiệu cùng biểu tượng thị giác quen thuộc từ lịch sử và văn hóa đại chúng, nhằm thu hút khán giả thông qua một tinh thần trải nghiệm và hòa nhập chung. Từ các yếu tố quảng cáo với những sáo ngũ (cliché), thiết kế bao bì hào nhoáng và tham chiêu hiển nhiên cho tới các phong cách hiện đại đã lỗi thời của thời kỳ đầu đều được tái sử dụng, nhằm tạo ra một ngôn ngữ thị giác hài hước mới, tôn vinh nghệ thuật dân gian ở tầm mức tri thức thấp bằng cách khơi gợi một cách hài hước những ký ức triu mến về quãng thời gian đơn sơ mông lung qua giọng điệu khôi hài. Phong trào này bắt đầu phát triển mạnh vào thập niên 1990 và trong thiên niên kỷ mới, khi các nhà thiết kế tiếp tục khám phá các chủ đề cùng nguồn gốc bẩn địa trong nghệ thuật "tầm mức cao" và nghệ thuật "tầm mức thấp", từ những hiện vật và hiện tượng văn hóa lác lếu (Hình 1-73).

### Hình | 1-73|

Bìa sách *Old Advertising Cuts A-Z* (tạm dịch: Các chiêu thức cũt giàm quảng cáo từ A đến Z) mang phong cách bẩn địa do Charles Anderson của Công ty Thiết kế Charles S. Anderson sáng tạo cho Công ty AIGA/Colorado (tự quảng cáo).

### Hình | 1-74|

Tờ rơi quảng cáo buổi hòa nhạc mang phong cách Rave, do Trevor Jackson của Công ty Bite It! thiết kế cho Stereo MC's.



### Năm 1986: Phong cách thiết kế Rave

Phong cách thiết kế Rave xuất hiện vào khoảng năm 1986 dưới dạng nghệ thuật tờ rơi quảng bá quảng cáo cho các sự kiện khêu vũ lớn diễn ra thâu đêm gọi là Rave (Hình 1-74). Đến năm 1989, phong cách công nghệ siêu thực và tràn đầy năng lượng này đã được khai thác để phục vụ các lợi ích thương mại, với vai trò là công cụ quảng cáo sản phẩm đến những thị trường dành cho giới trẻ. Phong cách này tán dương hoạt động được tổ chức hợp lý và sự chính xác của máy tính. Các thiết kế Rave kết hợp font không gian, font outline (phác nét) và font bitmap ví dụ vào những khung cảnh huyền ảo, siêu thực dựa trên ngôn ngữ thị giác trung tâm của các video game, truyện tranh và hiện thực ảo. New Nerd Shadowed và Automatic AOE trên trang 167 của Chương 3 là ví dụ về font kỹ thuật số dựa trên thẩm mỹ học Rave.

Năm 1990

### Năm 1990: Trào lưu Giải cấu trúc

Khoảng năm 1990, một trào lưu tên là Giải cấu trúc (Deconstruction), hay Hậu cấu trúc luận (Post-structuralism) đã xuất hiện trong giới học học thuật và trở thành chính thống trong giới thiết kế. Giải cấu trúc là một quá trình tương tác đòi hỏi cả nhà thiết kế lẫn khán giả phải cùng thảo luận thông điệp, nhằm nhận ra đối tượng tri giác, đồng sau thông điệp và làm rõ lực lượng xã hội giữ chúng lại với nhau. Theo cách này, các thể chế xã hội, cơ cấu quyền lực và khái niệm thực hành đã tạo lập nên "sự thật" đều có thể bị đánh giá lại một cách cẩn thận. Ban đầu, triết lý Giải cấu trúc được Jacques Derrida đưa ra dưới dạng lý thuyết văn học trong năm 1967. Tuy nhiên, sau đó triết lý này được chuyển thành lý thuyết thiết kế vào năm 1978 khi Katherine McCoy - đồng Chủ tịch tại Viện Hỗn Lãm Nghệ thuật Cranbrook (Cranbrook Academy of Art) đưa phương pháp luận này vào phương pháp học tập của khoa Thiết kế Đồ họa. Năm 1990, Giải cấu trúc trở thành một phần của ngôn ngữ tri giác chính thống. Vai trò của nhà thiết kế và người xem được định nghĩa lại, do những người làm trong ngành công nghiệp thiết kế bắt đầu quan tâm tới vai trò chủ động của khán giả trong việc lựa chọn và giải mã thông điệp dựa trên hệ tư tưởng của riêng họ. Nhận thức sâu sắc về sự đa dạng của các quan điểm, những nhà thiết kế như David Carson và Neville Brody đã tạo ra các thiết kế nỗ lực thể hiện tính phức tạp của các vấn đề, đồng thời diễn đạt cùng lúc nhiều ý kiến bằng cách phân lớp và phân mảnh thông tin. Thay vì phát đi một thông điệp rõ ràng có thể đọc ra một câu trả lời cụ thể, người xem được mời giải mã, tìm hiểu cũng như đánh giá phê bình thông điệp dựa trên phạm vi hiểu biết và kinh nghiệm của riêng họ. Các tạp chí của David Carson, *RayGun* và *Beach Culture*, đã giúp phổ biến cách tiếp cận quan này (Hình 1-75).



Hình | 1-75

Trang mục lục của tạp chí *Beach Culture* do David Carson - Giám đốc/Nhà thiết kế Nghệ thuật thiết kế năm 1989.



### Năm 1990: Phong cách Grunge

Phong cách thiết kế Grunge phát triển từ thẩm mỹ học luộm thuộm (disheveled aesthetic) của bối cảnh âm nhạc tại thành phố Seattle vào khoảng năm 1990. Các thiết kế Grunge mở rộng kiểu trang trí của phong cách Giải cấu trúc bằng cách sử dụng chữ và hình ảnh phai nhòa, tan rã, lộn xộn trong các layout hỗn loạn, da tăng xù cát (Hình 1-76). Nhà thiết kế theo phong cách Grunge đặt câu hỏi liên quan đến tính xác thực của các già đình chung về tính rõ ràng, thông qua việc thiết kế ra những typeface nham nhở, bụi bặm, phóng khoáng và sử dụng chung trong các layout biểu cảm được nhà thiết kế cố tình làm cho trôi nổi "cẩu bẩn", hỗn độn. Carlos Segura và Jim Marcus là hai trong số những nhà thiết kế Grunge tiên phong. Bạn có thể xem các font phong cách Grunge như Viscosity, Bokonon và Zapped trên trang 168-169 của Chương 3.

Hình | 1-76

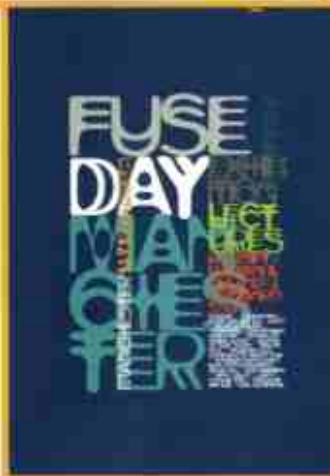
Tâm hồn thiếp Glue (tạm dịch: Keo dán) mang phong cách Grunge do Carlos Segura của Công ty Segura, Inc./T-26 thiết kế.

## 1970 - NGAY NAY: THỜI KỲ CÁCH MẠNG KỸ THUẬT SỐ

Năm 1991: Thiết kế thời kỳ Hậu hiện đại và tiên vào Thiên niên kỷ mới

### Năm 1991: Tạp chí Fuse và typography thử nghiệm

Những khả năng của phương tiện kỹ thuật số đã truyền cảm hứng cho một số nhà thiết kế khám phá và định nghĩa lại ranh giới về chữ. Tinh rõ ràng hiếm khi là mối quan tâm đối với những nhà thiết kế và nghệ sỹ này; thay vào đó, họ ưu tiên phát triển các font sử dụng phương tiện kỹ thuật số một cách truyền cảm và nhận xét về môi trường kinh tế xã hội mới theo những cách chưa từng được thử nghiệm. Từ năm 1991 đến năm 2001, tạp chí *Fuse* (tạm dịch: Hợp nhất) của Neville Brody đã quảng bá những thử nghiệm typography sáng tạo bằng cách mời các nhà thiết kế diễn thuyết về những vấn đề xã hội một cách nghệ thuật thông qua việc tạo và ứng dụng typeface thử nghiệm. Tạp chí này đã khuyến khích cũng như truyền cảm hứng cho các nhà thiết kế thúc đẩy giới hạn định nghĩa và vai trò của typography (Hình 1-77).



Hình 1-77

Font thử nghiệm *Ritual* trên tạp chí *Fuse* do Neville Brody của studio Research thiết kế năm 1993.

### Năm 1991: Chữ chuyển động

Các thiết kế dùng chữ chuyển động ngày nay tách ra từ gốc rễ là những phong trào theo Chủ nghĩa Vị lai và điện ảnh, đã trải qua thời kỳ non trẻ khi chỉ dựa vào các dấu hiệu thị giác hai chiều để biểu thị tốc độ cũng như chuyển động (ví dụ chồng lấn, làm mờ, tạo tia và đường rung lắc). Giờ đây, chữ chuyển động đang bước vào giai đoạn nở rộ đầy sức sống, ngày càng mở rộng của kỹ thuật số dành cho tương tác và chuyển động thông qua chiều thứ tư (thời gian). Nhiều năm qua, đồ họa chuyển động đã trở thành một phần của ngành công nghiệp làm phim và truyền hình, cho tới gần đây, một nhóm ưu tú gồm các nhà thiết kế được đào tạo với sự tài trợ của các lợi ích thương mại chính thống đã phát triển vốn từ của chữ chuyển động. Tuy nhiên, tương tự typography tĩnh (motionless typography), sự xuất hiện của các công nghệ máy tính tiên tiến cho phép nhiều nhà thiết kế, cả người được đào tạo lẫn không được đào tạo, thỏa sức thử nghiệm với chữ chuyển động. Đặc biệt, sự ra đời của tổ chức World Wide Web năm 1991 đã tạo ra hướng phát triển mới của việc khám phá typography cho chuyển động và tương tác, khi rất nhiều cá nhân mở rộng chữ chuyển động theo lối thể hiện những trải nghiệm đương đại của riêng họ với tư cách là thành viên của một cộng đồng toàn cầu có nhịp độ rất nhanh như hiện nay (Hình 1-79).

### Bước vào Thiên niên kỷ mới

Những giá trị nổi bật của nước Mỹ trong Thiên niên kỷ mới (New Millennium) bao gồm tinh thần tự hào về sự đa dạng của dân tộc ngày càng tăng và Chủ nghĩa Cá nhân (Individualism) tiếp tục được tôn trọng hơn so với Chủ nghĩa Cộng sản (Communalism). Những giá trị này được phản ánh thông qua Chủ nghĩa Cá nhân đa dạng và đặc trưng biểu cảm của thiết kế hiện thời. Bên cạnh đó, sự sáp nhập vai trò của nhà thiết kế, xưởng thiết kế chữ, nhà in và khách hàng đồng nghĩa với việc các nhà thiết kế có thể tự kiểm soát nhiều hơn, tạo ra nhiều thiết kế lập dị mang tính cá nhân hơn (Hình 1-78). Tất nhiên, giữa các thiết kế hỗn độn và bận rộn rất phổ biến hiện nay, bất cứ ai cũng có thể tìm thấy những thiết kế thị giác đơn giản, đem lại một điểm nghỉ ngơi yên tĩnh cho mắt dừng lại. Tuy nhiên, ngay cả những thiết kế đơn giản được tạo ra ngày nay cũng có xu hướng thể hiện sự cá tính, tính cá thể và các chủ đề phức tạp. Một vài trong số những thiết kế này mang bản chất Tân cổ điển (neo-classical), nhấn mạnh sự cân bằng đối xứng và tham chiếu trực quan tới lịch sử. Một số khác là các thiết kế tối giản (minimalist), tại đó nhà thiết kế cố gắng truyền thông hiệu quả bằng cách sử dụng các thành phần và biểu tượng ở mức tối thiểu, bởi họ tin rằng người xem sẽ chủ động khóa lắp những mảnh ghép còn thiếu. Các thiết kế khác động chạm đến chủ đề bản địa và cổ điển (retro) bằng cách giới thiệu lại thẩm mỹ học đơn giản gợi nhớ về quá khứ. Ngoài ra vẫn còn những thiết kế khác mang hình thức của các biểu tượng hay hình tượng kỹ thuật số - đó là các hình ảnh mang tính biểu tượng được đơn giản hóa do máy tính tạo ra, nhằm thể hiện ý nghĩa cá nhân bằng cách sáng tạo ra một vốn từ ngữ trực quan mới (Hình 1-79).

## TABLE OF CONTENTS

Director's Statement	6
Academic Programs	10
Academic Research	13
History and Influence	17
<b>Departments</b>	
Architectural	21
Design	24
Design 2D	36
Design 3D	52
Fiber	59
Crossroads Discipline	66
Communication	132
Design	138
Photography	144
Print Media	146
Sculpture	156
Academic Life	237
Academic Requirements	240
Financial Information	241
Financial Aid	245
Admissions	248
Awards and Scholarships	250

Hình 1-78

Trang mục lục trích từ cuốn *Crantirolok Academy of Art catalog* (tạm dịch: *Danh mục của Học viện Nghệ thuật Crantirolok*, do Cateline Van Middelkoop và Dylan Nelson viết năm 2002).



Hình 1-79

Thiết kế bìa catalog của Karanya Akasrikosae và Panya Chittaratieri thiết kế năm 2003.

## TỔNG KẾT CHƯƠNG

Theo cùng một cách nào đó, lịch sử của chữ viết đã đi trọn một vòng hoàn chỉnh và hiện nay, chúng ta đang chia sẻ kinh nghiệm mà người tiền sử để lại - những người này đã chủ đích tạo ra các ký hiệu cá thể hóa, cũng chính họ đã phát minh ra những hệ thống ngôn ngữ viết dựa trên hình ảnh liên quan và có ý nghĩa đối với cuộc sống riêng của họ. Chúng ta đang tiếp tục định nghĩa và định nghĩa lại các hệ thống thi giác của ngôn ngữ viết. Từ việc tạo ra các bức vẽ hang động cho tới sự tổng hợp của nhiều pictograph kỹ thuật số, chúng ta không ngừng cố gắng để sáng tạo ra những biểu tượng cá thể hóa mới, nhằm thể hiện trải nghiệm riêng của bản thân cũng các phương thức truyền thông thi giác mới để chia sẻ suy nghĩ, cảm xúc và tư tưởng của mình với người khác. Sự tham gia sâu rộng vào quá trình phát triển gần đây của typography và tinh chất diu động cũng như thử nghiệm cho thấy một viễn cảnh lạc quan về vai trò vẫn đang tiếp diễn của chữ - đó là một phương tiện biểu hiện và là một sức mạnh văn hóa dẫn chủ hướng tới sự công bằng xã hội.



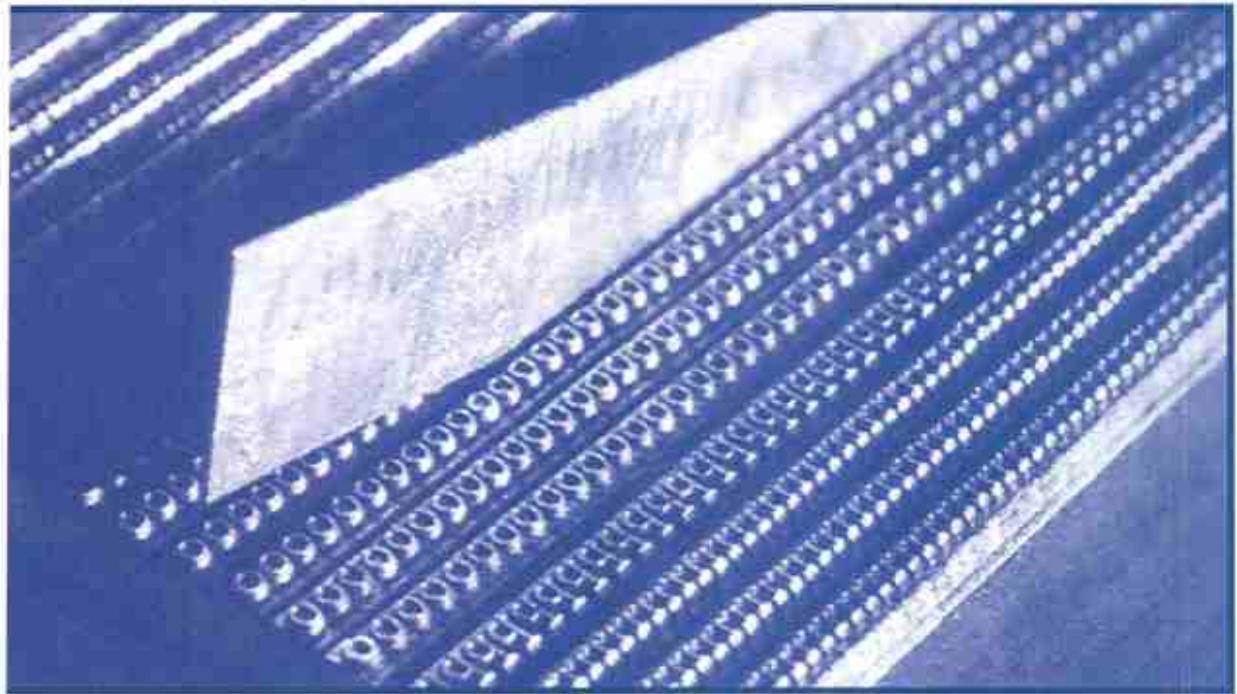
## Ôn tập

- Pictogram là gì? Ideogram là gì? Phonogram là gì?
- Nguồn gốc của các chữ hoa và chữ thường mà chúng ta sử dụng ngày nay là gì?
- Giấy viết được phát minh ra ở đâu và vào thời điểm nào? Ba loại bìa mực mà con người đã sử dụng để viết lên trước khi có giấy là gì?
- Giải thích sự khác nhau giữa in khắc gỗ và in sử dụng chữ tháo lắp.
- (Tài) phát minh ra chữ tháo lắp của Gutenberg để lại những ảnh hưởng gì?
- Giải thích sự khác nhau giữa in nổi, in chìm và in phẳng. Mỗi phương pháp in ấn này ảnh hưởng như thế nào tới hình thức của chữ được in ra?
- Typeface Transitional trông khác Typeface Humanist và Old Style như thế nào? Các Typeface Morden khác các Typeface Transitional ra sao?
- Số sánh và đối chiếu cách mà cuộc Cách mạng Công nghiệp và Cách mạng Kỹ thuật số đã tác động tới typography.
- Linh vực quảng cáo đóng vai trò gì trong lịch sử phát triển của chữ?
- Các nhà in tư nhân như Kelmscott, Ashendene và Doves đã đem lại sức sống mới cho typography như thế nào?
- Mô tả ngắn gọn cách sử dụng chữ của nhà thiết kế trong các phong trào Nghệ thuật Hiện đại (Vi lai, Đa đa, De Stijl và Kiến tạo).
- Về mặt đồ họa, "phong cách Typography mới" ("New Typography") tượng trưng cho tiếng nói của thế hệ nó như thế nào? Việc sử dụng "phong cách Typography mới" ám chỉ những ý nghĩa xã hội gì?
- Phong cách Typography Quốc tế là gì? Các phong trào Hậu hiện đại chống lại phong cách Typography Quốc tế như thế nào?
- Trào lưu Giải cấu trúc là gì? Quan điểm của những nhà thiết kế theo trào lưu Giải cấu trúc về vai trò của khán giả?



## Bài tập

1. Tạo một tác phẩm typography cho bìa một cuốn sách nấu ăn bằng cách sử dụng các con dấu chữ (kiểu chữ) in nổi tự chế. Để tạo ra các con dấu chữ, hãy khắc letterform ngược nổi lên trên ít nhất 5 vật thể có ở nhà bạn (ví dụ như củ khoai tây, cây nến, hộp carton, một mẩu gỗ và một quả bóng tennis cũ,... - hãy thật sáng tạo!). Tô mực cho những con dấu này, sử dụng một miếng lót con dấu được tô mực hay sơn dầu, hoặc thử nghiệm với các loại màu khác nhau. Hãy xem việc lựa chọn chất liệu của bạn ảnh hưởng như thế nào tới đặc điểm của các dấu hiệu.
2. Tạo một tác phẩm collage (cắt ghép) chỉ sử dụng những chữ thể hiện quan niệm của bạn về cảm giác quá tải và cô độc trong thời đại "Thông tin".
3. Tạo một layout typography thuần túy cho một bài thơ thiếu nhi mà bạn yêu thích, lưu ý thể hiện nội dung thông qua hình thức bằng cách sử dụng - hoặc lạm dụng - một cách sáng tạo việc lựa chọn (selection), bóp méo (distortion), lấy tỷ lệ (scaling), xử lý (treatment) và sắp xếp (arrangement) các ký tự.
4. Tạo một poster nghệ thuật theo phong cách Plakatstil, quảng cáo cho một loại kẹo mà bạn yêu thích.
5. Tạo một thiết kế lịch (bạn tự lựa chọn tháng), sử dụng typography tượng trưng để thêm nội dung mang tính hài hước, cá tính, tưởng thuật, và/hoặc khái niệm vào layout.
6. Chọn một trong số những trào lưu nghệ thuật ở chương này và tạo một thiết kế quảng cáo trên tạp chí một trang, sử dụng các đặc trưng phong cách của trào lưu đó cho các đối tượng khách hàng sau: Công ty vệ sinh chân không Suck-It-Up, Hàng du lịch Around the World hoặc Công ty Juicy Burgers Frozen Entrees. Hãy đọc các quảng cáo, bao bì và tài liệu quảng bá từ "những đối thủ cạnh tranh" với khách hàng của bạn để xác định nội dung phù hợp mà bạn sẽ đưa vào mẫu quảng cáo của mình.



Ảnh chụp do tác giả David Jury cung cấp, trích từ cuốn sách *About Face: Reviving the Rules of Typography* (tạm dịch: Dồi nét về typeface và sự khôi phục các quy tắc Typography).

# CHƯƠNG 2

## Mục tiêu bài học

- Nắm vững thuật ngữ về typography.
- Hiểu rõ các loại đường giồng (guideline) typography khác nhau và mục đích của những đường này.
- Nhận diện và kể tên các kiểu nét (stroke), giao nét (junction) cũng như không gian âm (negative space) khác nhau dùng để tạo ra letterform (mặt chữ).
- Xác định các khía cạnh cấu trúc của chữ.
- Xác định các loại hình khác nhau của nét cuối và serif.
- Tìm hiểu cách đo lường kích thước chữ, sử dụng đơn vị point và pica.

## Giới thiệu

Letterform (mặt chữ) được xây dựng từ sự kết hợp của các nét thẳng (straight stroke) và nét cong (curved stroke). Nghe có vẻ đơn giản, đúng không nhỉ? Song không hẳn vậy! Như bạn có thể thấy từ rất nhiều typeface sẵn có, cách các nét được render (kết xuất) có thể có hình thức rất đa dạng; hình thức và quan hệ của những nét này với một nét khác đem đến bản sắc riêng cho từng typeface. Việc nhận diện những khác biệt tinh tế về hình dạng giữa các phần của ký tự có thể giúp bạn phân biệt typeface này với typeface khác. Nghiên cứu thuật ngữ typography và hệ thống đo lường kích thước chữ sẽ giúp bạn nắm rõ những khác biệt này, đồng thời cho phép bạn truyền thông hiệu quả về chữ với các nhà in, nhà sản xuất, nhà thiết kế khác, cũng như với khách hàng. Nhận biết về khía cạnh cấu trúc của chữ còn có thể cung cấp kiến thức hữu ích, giúp bạn đưa ra các quyết định thiết kế hợp lý, tường tận.

## CÁC THÀNH PHẦN CỦA LETTERFORM

Rất nhiều thuật ngữ mô tả các thành phần của ký tự được dựa trên giải phẫu cơ thể con người; do vậy, không khó để hiểu và nhớ thuật ngữ typography, nhưng số lượng thuật ngữ lại rất nhiều, gây khó cho việc ghi nhớ. Vấn đề quan trọng là trước tiên, bạn phải hiểu cách sử dụng các đường giống gần với letterform (mặt chữ); tiếp đến, hãy tìm hiểu về tất cả các phần tạo nên letterform.

### Dường giống

Khi viết trên một cuốn sổ kẻ ngang, có lẽ bạn sẽ viết các từ sao cho chúng nằm dọc theo những dòng kẻ (line) giãn cách đều nhau được in trên trang giấy của cuốn sổ. Nếu viết như vậy có nghĩa là bạn đang sử dụng các dòng kẻ làm đường baseline (dường cơ sở). Ngay cả khi cuốn sổ không có dòng kẻ, có lẽ các ký tự vẫn khá thẳng hàng, nằm dọc theo một đường baseline tương tự. **Dường baseline (baseline)** là đường có thật hoặc tưởng tượng có các chữ cái của một từ nằm trên đó, sao cho các ký tự xuất hiện thẳng hàng.

Bạn còn nhớ lần đầu tiên học viết các ký tự của bảng chữ cái không? Hẳn là thấy (cô) giáo đã đưa cho bạn một tờ giấy đặc biệt với các đường giống phụ in trên đó, nhằm giúp bạn nắm được chiều cao của chữ cái hoa và chữ cái thường. Bạn có thể nhìn thấy một tập hợp các đường giống typography quen thuộc ở Hình 2-1. Đường thẳng có các chữ cái nằm trên đó được gọi là đường baseline. Đường thẳng thể hiện chiều cao của các chữ cái hoa được gọi là **cap height (chiều cao định)**. Đường thẳng cho thấy chiều cao của các chữ cái thường được gọi là **x-height (chiều cao cơ sở)**. Với những chữ cái thường, dâng cao như b, d, f, h, k và l, x-height đánh dấu **dường waistline (waistline)** - tức phần thân ký tự thay vì chiều cao đầy đủ của ký tự đó.



#### Thuật ngữ

**cap height (chiều cao định):** đường ngang có thật hoặc tưởng tượng biểu thị chiều cao của các chữ cái hoa trong một typeface.

**đường ascender/đường trên cùng (ascender line):** đường có thật hoặc tưởng tượng biểu thị chiều cao chính xác của các chữ cái thường và cao trong một typeface như b, d, f, h, k, l; đối với một số typeface, đường này giống như đường baseline.

**đường baseline (baseline):** đường ngang có thật hoặc tưởng tượng mà những chữ cái tạo nên một từ nằm trên đó sao cho các ký tự xuất hiện thẳng hàng.

**đường descender/đường dưới cùng (descender line):** đường ngang có thật hoặc tưởng tượng biểu thị độ dài chính xác của các chữ cái thường như g, j, p, q và y trong một typeface.

**đường waistline (waistline):** đường ngang có thật hoặc tưởng tượng biểu thị chiều cao phần thân của các chữ cái thường, dâng cao (thường giống đường baseline).

**x-height (chiều cao cơ sở):** đường ngang có thật hoặc tưởng tượng cho thấy chiều cao của các chữ cái thường trong một typeface.

Lý do "x-height" được đặt tên như vậy là vì kích thước này đánh dấu chiều cao chính xác nhìn bằng mắt thường của ký tự x thường. Kích thước hay hình dạng cảm quan của một ký tự (kích thước hoặc hình dạng mà chúng ta cảm nhận) không phải lúc nào cũng giống với kích thước hay hình dạng thực sự của ký tự đó. Do các ký tự có hình dạng khác nhau, nên đôi khi có thể xảy ra ảo giác/ảo ảnh thị giác (optical illusion) khiến những ký tự được định rõ và giãn cách đều nhau lại trông như không đều nhau. Nhà thiết kế cần bằng các hiện tượng ảo giác này bằng cách thực hiện một số điều chỉnh nhỏ. Ví dụ, trong một số typeface, bạn thấy các chữ cái tròn như c và e cao hơn một chút so với x-height. Chúng được thiết kế như vậy để trông như có chiều cao bằng các chữ cái khác, do hình dạng tròn của những chữ cái này tạo ra ảo giác là chúng trông nhỏ hơn kích thước thực sự của mình.

Đường chấm chấm (dotted line) ở Hình 2-1 cho biết độ dài của các chữ cái thường g, j, p, q và y (trong hình là chữ p), được gọi là **đường descender/đường dưới cùng (descender line)**. Đôi khi, những chữ cái thường như b, d, f, h, k và l có cùng chiều cao với các chữ cái hoa, nhưng nếu những chữ cái này có chiều cao khác, **đường ascender/đường trên cùng (ascender line)** có thể giúp đánh dấu chính xác chiều cao của chúng, như trường hợp chữ d ở Hình 2-1.



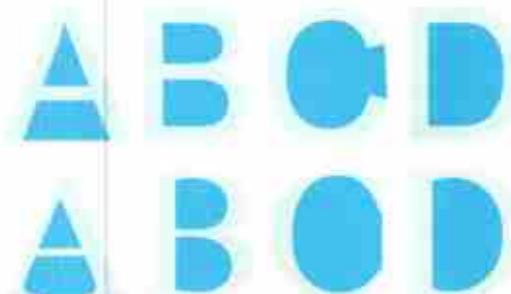
Hình [2-1]

Các đường gióng typography được dùng để căn gióng chữ.

## Counter và counterform

Từ "counter" ("lòng trong") có nghĩa đen là "opposite" ("đối lập"), do đó khoảng trắng (white space) - hay không gian âm (negative space) bên trong và xung quanh letterform (mặt chữ) được gọi là **counterform** (vùng nén của ký tự). Phần counterform của letterform quan trọng không kém bản thân hình dạng chữ trong việc nhận diện chữ cái. Không gian dương (positive space) (letterform) và không gian âm (counterform) tồn tại trong mối quan hệ lẫn nhau, tạo nên các ký tự đặc trưng như bạn có thể thấy ở Hình 2-2.

Dùi khi, các ký tự chứa hoặc thậm chí kèm theo những khoảng trắng; những vùng này, giống như các vùng trong Hình 2-3, được gọi là **counter** (lòng trong). Counter có thể hở hoặc kín. Như bạn thấy ở Hình 2-4, counter hở (open counter) là phần không gian được chứa, nhưng không bị đóng kín bởi một ký tự. Ví dụ, **crotch** (dáy chữ), không gian nhọn vốn là điểm giao nhau giữa hai phần của ký tự, là một counter mở. Counter kín (closed counter) là không gian được bao bọc bởi một ký tự. Ví dụ, **eye** (mắt chữ), không gian nhỏ bên trên trong chữ cái e thường là một counter kín.



Hình [2-3]

Counter (màu xanh lam).

## Thuật ngữ

**counter** (lòng trong): vùng không gian được chứa hoặc đóng kín bởi một letterform.

**counterform** (vùng nén của ký tự): các không gian âm bên trong và xung quanh letterform.

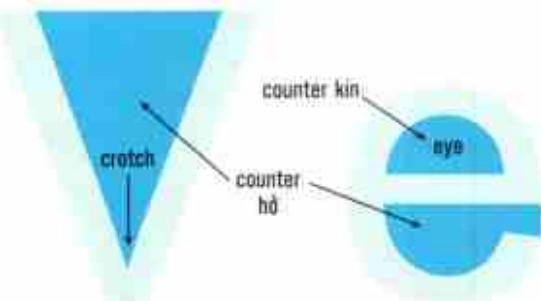
**crotch** (dáy chữ): vùng counter nhọn vốn là điểm giao nhau giữa hai nét của một ký tự.

**eye** (mắt chữ): counter nhỏ của ký tự e thường.



Hình [2-2]

Letterform và counterform (màu xanh lam).



Hình [2-4]

Counter hở và counter kín (màu xanh lam).



## Thuật ngữ

**ascender (nét xô trên dòng):** phần kéo dài lên phía trên x-height của một ký tự thường.

**descender (nét xô dưới dòng):** phần kéo dài xuống bên dưới đường baseline của một ký tự thường.

## Ascender và descender

Như trong Hình 2-5, phần kéo dài lên phía trên x-height của một ký tự thường, dáng cao được gọi là **ascender (nét xô trên dòng)**. Hầu hết các phần ascender đều cao bằng đường ascender, đường này thay đổi tùy theo loại typeface, song cũng có một số ngoại lệ. Ví dụ, phần chữ hướng lên trên x-height của chữ t thường (không hoa) thường thấp hơn so với đường ascender.

Một số chữ cái như g, j, p, q, y và Q có các phần nằm bên dưới đường baseline (Hình 2-5). Phần ký tự hướng xuống bên dưới đường baseline được gọi là **descender (nét xô dưới dòng)**. Tương tự phần ascender, phần descender có thể dài hoặc ngắn tùy vào thiết kế typeface cụ thể.

Hình [2-5]

Phần ascender và phần descender.



## Nét

Mỗi đường dùng để tạo ra một ký tự được gọi là một **nét (stroke)**. Từ "nét" gợi nhớ về nguồn gốc calligraphy của chữ cái. Nét có thể thẳng hoặc cong, đậm hoặc mảnh. Nét thẳng chính của một ký tự được gọi là **nét stem (stem stroke)**; các nét này có thể nằm thẳng đứng (vertical) hoặc nằm斜 (diagonal) và thường đậm hơn những nét khác của chữ. Các nét phụ mỏng hơn của một ký tự được gọi là **nét hairline (hairline stroke)**. Bạn có thể xem ví dụ về nét stem và nét hairline ở Hình 2-6.

Hình [2-6]

Nét stem và nét hairline  
(màu xanh lam).



nét stem

nét hairline

Nét hairline giao cắt với nét stem của một letterform như các chữ cái T, t, X và x được gọi là **nét cross (cross stroke)**. Nét hairline nằm ngang nối hai nét chính như trong các chữ cái A, e và H được gọi là **thanh crossbar (crossbar)**, như minh họa ở Hình 2-7.

Hình [2-7]

Nét cross và thanh crossbar  
(màu xanh lam).



nét cross

thanh crossbar

Khi đề cập tới nét stem và nét hairline, chúng ta đang nói đến việc nét đó là chính hay phụ, đậm hay mảnh. Các tên gọi khác của nét mô tả hình dạng và hướng của chúng. Ví dụ, nét chính của chữ cái S có hình dạng cong kềp rất đặc biệt gọi là **nét spine (spine)**, như minh họa ở Hình 2-8.

Hình [2-8]

Nét spine (tổng chữ)  
(màu xanh lam).



Nét phụ được kéo dài từ nét stem và kết thúc tự do được gọi là **nét arm (arm)**. Bạn có thể thấy trong Hình 2-9, các nét arm ( Tay) kéo dài theo chiều ngang như trong chữ cái E, hoặc chúng có thể xiên lên phía trên như trong chữ cái K. Các chữ cái E, F, K, k, L, V, v, W, w, Y, y, Z và z đều có nét arm.

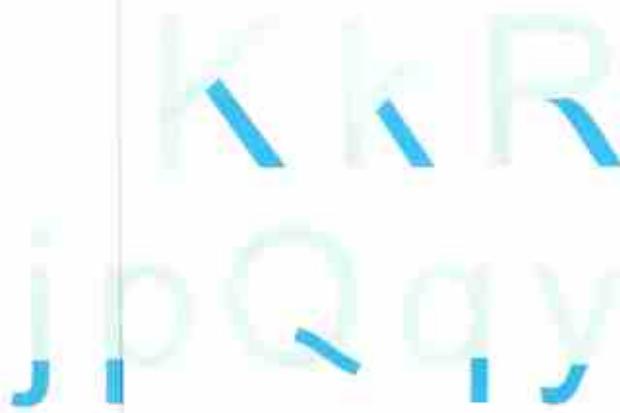
Hình [2-9]

Nét arm (màu xanh lam).



Nét phụ kéo dài từ nét stem và hướng xuống dưới cho tới đường baseline rồi kết thúc tự do được gọi là **nét leg (leg)**. Trong Hình 2-10, bạn có thể thấy các chữ cái K, k và R đều có nét leg (chân).

Nét xiên hoặc nét cong nằm ngang tại phần đáy của chữ Q hoa phân biệt chữ này với chữ O hoa được gọi là **nét tail (tail)**. Phần descender trong các chữ cái j, p, q và y thường dài khi cũng được gọi là nét tail (đuôi). Hình 2-11 minh họa một số ví dụ về nét tail.



## Thuật ngữ

**nét (stroke):** đường riêng rẽ có thể thẳng hoặc cong dùng để tạo nên một ký tự.

**nét arm (arm):** nét phụ kéo dài theo phương ngang hoặc hướng lên trên từ nét stem và kết thúc tự do.

**nét bowl (bowl):** nét cong khép kín một counter.

**nét cross (cross stroke):** nét phụ giao cắt với nét stem.

**nét hairline (hairline stroke):** nét phụ của một ký tự, thường mảnh hơn nét stem.

**nét leg (leg):** nét phụ kéo dài xuống phía dưới từ nét stem cho tới đường baseline và kết thúc tự do.

**nét spine (spine):** nét cong chính của chữ S.

**nét stem (stem stroke):** nét thẳng, xiên hoặc cong chính của một ký tự, thường dày hơn các nét khác của ký tự.

**nét tail (tail):** nét nhỏ ở đáy chữ Q hoa, phân biệt chữ này với chữ O hoa; đôi khi, phần descender của các ký tự j, p, q và y thường cũng được gọi là nét tail.

**thanh crossbar (crossbar):** nét phụ nằm ngang nối giữa hai nét chính.

Hình [2-10]

Nét leg (màu xanh lam).

Hình [2-11]

Nét tail (màu xanh lam).



Hình [2-12]

Nét bowl (màu xanh lam).

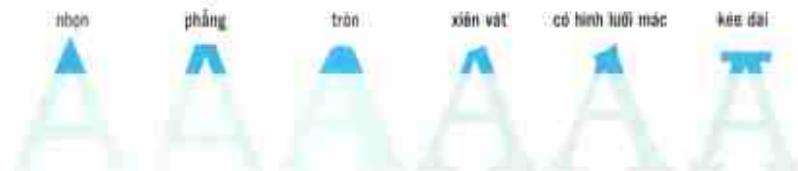
Nét cong khép kín phần counter được gọi là **nét bowl (bowl)**. Các chữ cái A, B, b, D, d, g, G, o, O, p, P, Q, q và R đều có nét bowl (cung tròn). Bạn có thể quan sát một số ví dụ về nét bowl trong Hình 2-12.

### Giao của các nét

Khi hai nét xiên lén trên hướng về phía nhau, ví dụ như trong chữ A, điểm ngoài cùng nơi giao nhau của hai nét này được gọi là **apex (đỉnh trên)**. Khi hai nét xiên xuống dưới hướng về phía nhau, ví dụ như trong chữ V, điểm ngoài cùng nơi giao nhau của hai nét này được gọi là **vertex (đỉnh dưới)**. Do đó, chữ cái W có hai apex và một vertex. Apex và vertex có thể nhọn (pointed), phẳng (flat), tròn (rounded), xiên vát (oblique), có hình lưỡi mác (hallowed) hoặc kéo dài (extended), như minh họa ở Hình 1-13 và Hình 2-14.

Hình [2-13]

Apex (màu xanh lam).



Hình [2-14]

Vertex (màu xanh lam).



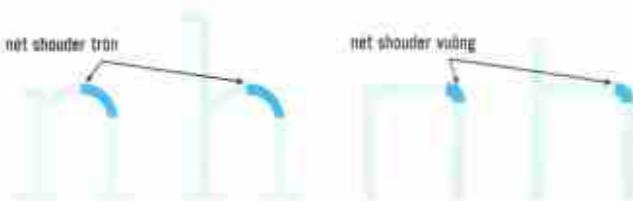
### Thuật ngữ

**apex (đỉnh trên):** điểm mà tại đó, hai nét xiên hướng lén trên của một letterform giao nhau.

**nét shoulder (shoulder):** vùng chuyển tiếp của một nét từ cong sang thẳng.

**vertex (đỉnh dưới):** điểm mà tại đó, hai nét xiên hướng xuống dưới của một letterform giao nhau.

Một số chữ cái có nét cong chuyển đổi thành nét thẳng, như minh họa ở Hình 2-15; phần chuyển đổi này được gọi là **nét shoulder (shoulder)**. Sự chuyển đổi đột ngột tạo ra letterform trông vuông vắn, trong khi sự chuyển đổi dài hơn đem lại vẻ tròn trịa cho letterform.



Hình [2-15]

Nét shoulder ( vai ) (màu xanh lam).

## Các nét đặc biệt của chữ G

Các nét spur, loop, link và ear là những phần đặc biệt của riêng chữ cái G. **Nét spur (spur)** là nét nhỏ dôi khi được thấy ở phía bên phải phần dày của chữ G hoa. **Nét loop (loop)** là phần cong bên dưới của chữ g thường. **Nét link (link)** là nét nối nhỏ gần phần trên và phần dưới của chữ g thường lại với nhau. **Nét ear (ear)** là nét nhỏ dôi khi kéo ra từ phần trên của chữ g thường. Ví dụ về các nét spur (cựa), loop (móc), link (nối) và ear (tai) với những hình dạng và kích thước khác nhau được minh họa từ Hình 2-16 đến Hình 2-19.



Hình |2-16|

Nét spur (màu xanh lam).



## Thuật ngữ

**nét ear (ear):** một nét nhỏ dôi khi kéo dài từ phần trên của chữ g thường.

**nét link (link):** một nét nối nhỏ giữa phần loop và bowl trên của chữ g thường.

**nét loop (loop):** một nét cong nhỏ hoặc nét bowl của chữ g thường.

**nét spur (spur):** một nét nhỏ dôi khi thấy ở phía bên phải phần dày của chữ G hoa.



Hình |2-17|

Nét link (màu xanh lam).



Hình |2-18|

Nét link (màu xanh lam).



Hình |2-19|

Nét ear (màu xanh lam).

## HÌNH DẠNG CỦA CHỮ

Sự thống nhất về hình dạng của nét chữ là yếu tố khiến cho các ký tự của một typeface trông gắn kết và "hòa hợp với nhau". Xuyên suốt tiến trình lịch sử, các khía cạnh này được biểu diễn theo rất nhiều cách khác nhau, phụ thuộc vào những tiến bộ công nghệ, biến chuyển chính trị - xã hội và ảnh hưởng của thị hiếu công chúng. Một số khía cạnh của chữ giúp xác định sự tương đồng giữa các typeface, bao gồm: Nét cuối và phần serif của các nét, sự tương phản giữa nét dày với nét mảnh, hướng nhấn nét, tỷ lệ x-height và set width (độ rộng đồng bộ/tỷ lệ rộng trên chiều cao).

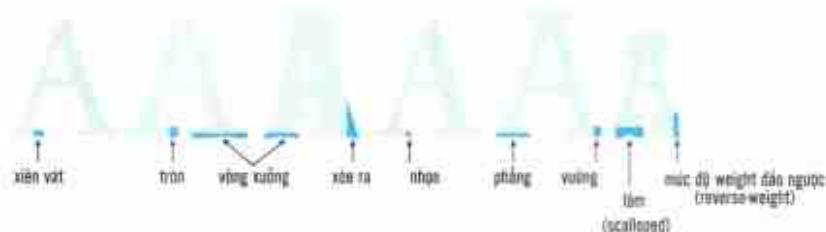
**Hình |2-20|**

Các kiểu nét cuối (màu xanh lam):

**Nét cuối và phần serif**

**Nét cuối (terminal)** là điểm cuối của một nét. Nét có thể kết thúc dưới nhiều hình dạng rất khác biệt, như minh họa ở Hình 2-20. Khi chữ cái có phần mở rộng tại nét cuối, chúng ta gọi các phần mở rộng này là **serif (chốt nét)**. Một typeface có phần serif được gọi là **typeface Serif** và typeface không có phần serif được gọi là **typeface Sans-serif** (Sans là từ tiếng Pháp, nghĩa là "không có", nên Sans-serif nghĩa là "không có serif" hay "không chốt nét"). Đại đa số đều cho rằng phần serif ở nét cuối của chữ cái được sử dụng lần đầu trong các văn bản của người La Mã cổ đại. Việc sử dụng những chiếc đục để khắc các letterform lên tảng và phiến đá đã để lại những phần mở rộng như vậy ở cuối các letterform, như minh họa ở Hình 1-8. Vì lý do này, các chữ cái thẳng đứng (không italic) có phần serif thường được gọi là **chữ roman (roman)**.

Hình dạng phần serif của chữ rất đa dạng, như minh họa ở Hình 2-21. Chúng có thể vòng xuồng (capped) ( cong như hình bàn chân) hoặc phẳng, tròn, thẳng, vuông, xiên vát, xòe ra (splayed) (mở rộng dần dần giống như một ống của chiếc quần loe) hoặc nhọn. Chúng có thể dày hoặc mảnh.

**Hình |2-21|**

Các kiểu serif (màu xanh lam).

Thường thì serif hay có phần đỡ (bracket). **Serif có phần đỡ (bracketed serif)** có một giao nét cong hình nêm gắn phần serif của chữ với nét stem, nhằm tạo ra chuyển tiếp mềm mại giữa các phần này. Như minh họa ở Hình 2-22, phần serif của chữ có thể có phần đỡ dày (heavy bracketing), phần đỡ mỏng (light bracketing), hoặc không có phần đỡ.

**Hình |2-22|**

Phân đỡ (màu xanh lam).

Đôi khi, các nét nằm ngang có thể kết thúc tại điểm half-serif, những phần này được gọi là **nét beak (beak)**. Bạn có thể quan sát ví dụ về các nét beak (mỏ) ở Hình 2-23.



Hình |2-23|

Nét beak (mẫu xanh lam).

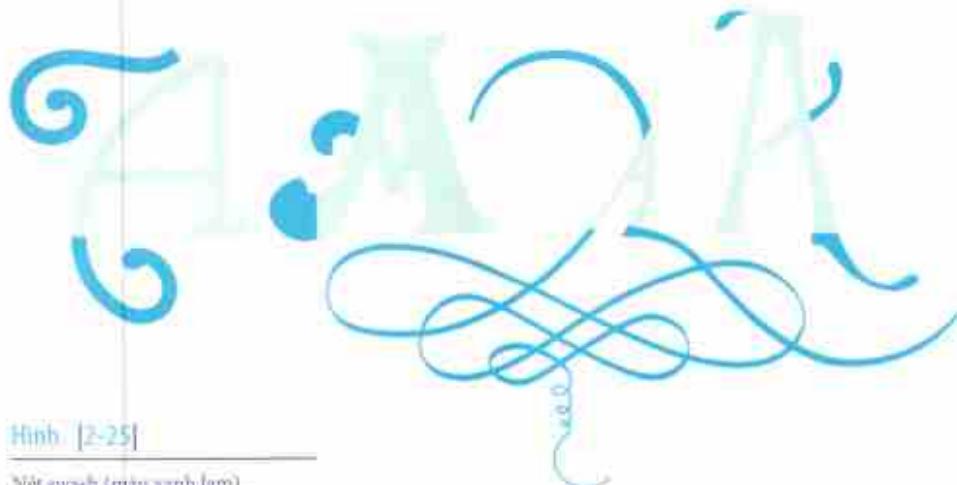
Các nét cong đôi khi có serif ở một nét cuối ngắn hơn so với tại nét cuối còn lại được gọi là **nét barb (barb)**. Hình 2-24 minh họa một số ví dụ về nét barb (ngạnh).



Hình |2-24|

Nét barb (mẫu xanh lam).

Đôi khi, nét cuối có thể có một nét trang trí mở rộng được gọi là **nét swash (swash)**, như minh họa ở Hình 2-25. Hầu hết nét swash (uốn lượn) thường (chữ không phải luôn) được tìm thấy ở các typeface Script.



Hình |2-25|

Nét swash (mẫu xanh lam).

## Thuật ngữ

**chữ roman (roman):** typeface vuông vắn, không italic và có serif.

**nét barb (barb):** phần serif ngắn hơn ở một đầu, thường thấy ở nét cuối của một nét cong.

**nét beak (beak):** phần half-serif tại nét cuối của một nét thẳng.

**nét cuối (terminal):** điểm cuối của một nét, có thể có serif hoặc không có serif.

**nét swash (swash):** một nét mở rộng có tính trang trí đôi khi nhô ra khỏi điểm kết thúc, thường thấy ở các letterform dạng Script.

**sans serif:** typeface không có phần serif (thường được dùng ở dạng tinh tú: sans-serif).

**serif:** phần mở rộng tại nét cuối của một letterform; còn được gọi là typeface có phần serif (chốt nét).

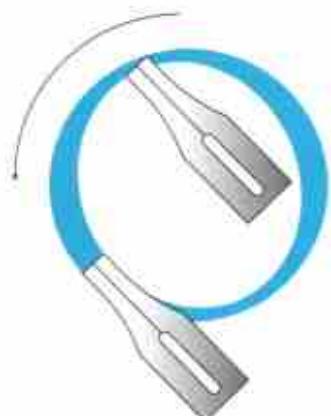
**serif có phần đỡ (bracketed serif):** dạng serif có giao nét hình nêm gắn phần này với nét stem, tạo sự chuyển tiếp mượt mà giữa các nét này.

## Độ tương phản giữa nét dày và nét mảnh

Một khía cạnh quan trọng khác của chữ là **độ tương phản (contrast)** - tức sự khác nhau về độ đậm giữa stroke weight dày nhất và mảnh nhất của một ký tự. **Stroke weight (độ đậm của nét)** là độ dày của các nét trong một ký tự. Nếu nét stem dày hơn nhiều so với các nét hairline của một ký tự, chúng ta nói rằng typeface này có độ tương phản cao; nếu độ dày của các nét khác nhau không nhiều, chúng ta nói typeface đó có độ tương phản thấp. Một typeface không có sự khác biệt về mức độ weight quang học của các nét được gọi là không có sự tương phản. Hình 2-16 minh họa ví dụ về các chữ cái có độ tương phản cao, tương phản thấp và không tương phản.

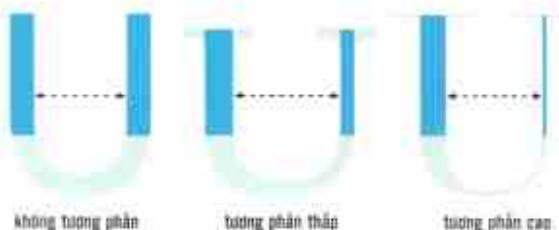
Hình [2-26]

Độ tương phản (màu xanh lam).



Hình [2-27]

Chiếc bút ngòi rộng vẽ ra những stroke weight khác nhau khi được cầm theo các góc khác nhau so với giấy (màu xanh lam).

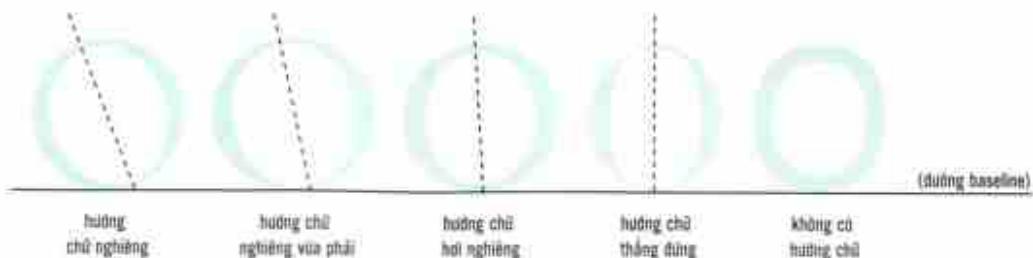


## Hướng nhấn nét

Khai niệm về hướng nhấn nét dựa trên nguồn gốc calligraphy của chữ in - một chiếc bút ngòi rộng tạo ra một vết thay đổi tùy vào góc giữ bút. Như bạn có thể thấy ở Hình 2-27, các nét chạy theo cùng hướng có stroke weight rất nhất quán. **Hướng nhấn nét (angle of stress)** mô tả góc mà các nét chính của một typeface hướng theo so với đường baseline của chúng. Bạn có thể xác định hướng nhấn nét cho mọi loại font bằng cách vẽ một đường tưởng tượng đi qua các viền mỏng nhất của một letterform cong. Hãy quan sát Hình 2-28 để thấy ví dụ về chữ O.

Hình [2-28]

Hướng nhấn nét,



## Tỷ lệ x-height và set-width

Tỷ lệ của một typeface chữ yếu được xác định bằng tỷ lệ x-height và set-width. Tỷ lệ x-height (**x-height ratio**) của một typeface mô tả chiều cao của các chữ cái thường (không có ascender) so với phần cap-height của typeface đó. Thuật ngữ “x-height” (“chiều cao cơ sở”) được đặt tên như vậy là vì chữ X thường có thể cung cấp một tiêu chuẩn đáng tin cậy để thực hiện phép đo này. Như bạn có thể thấy trong Hình 2-29, tỷ lệ x-height có thể thay đổi từ typeface này sang typeface khác. Một số typeface có x-height dài, trong khi một số khác lại có x-height ngắn.

**Set width (độ rộng đồng bộ/tỷ lệ rộng trên chiều cao)** của một chữ cái mô tả độ rộng của ký tự đó so với cap height của nó. Nếu một chữ cái trông ngắn và mập, chúng ta nói chữ đó có set width rộng. Nếu chữ cái trông mảnh và cao, chúng ta nói rằng chữ có set width hẹp. Hình 2-30 minh họa các chữ cái với set width khác nhau.

## Thuật ngữ

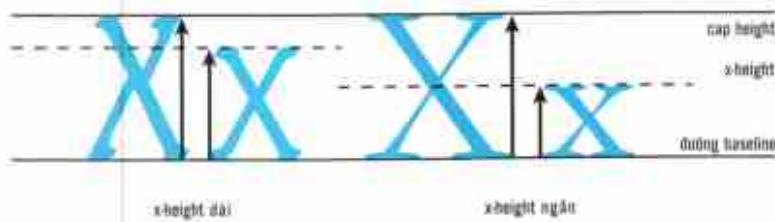
**độ tương phản (contrast):** 1. sự khác nhau giữa các thành phần được so sánh; 2. thể hiện những phẩm chất không tương đồng khi đối sánh; 3. dễ so sánh sự khác nhau; 4. đối với chữ, đó là khác nhau về stroke weight dày nhất với mảnh nhất của ký tự.

**hướng nhấn nét (angle of stress):** góc mà các nét chính của một typeface hướng theo so với đường baseline.

**set width (độ rộng đồng bộ/tỷ lệ rộng trên chiều cao):** độ rộng của một ký tự so với cap height của ký tự đó.

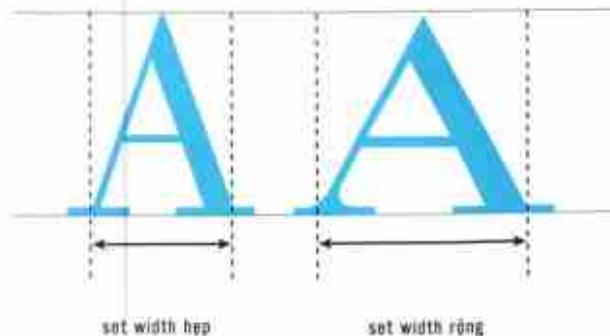
**stroke weight (độ đậm của nét):** độ dày của các nét riêng lẻ trong một ký tự.

**tỷ lệ x-height (x-height ratio):** chiều cao của các ký tự thường trong một typeface (không có ascender) so với phần cap height của typeface đó, thường được đo bằng cách lấy ký tự x thường làm chuẩn.



Hình |2-29|

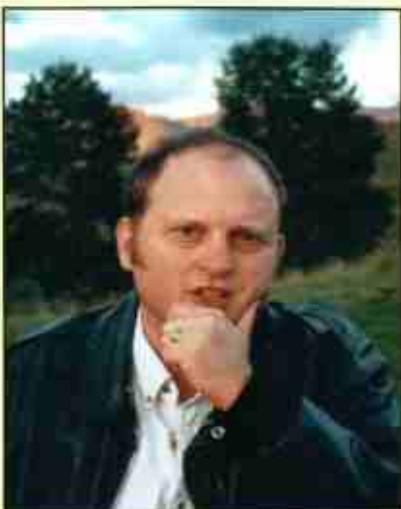
x-height dài và x-height ngắn.



Hình |2-30|

Set width hẹp và set width rộng.

## Công việc của NHÀ THIẾT KẾ



*Art Chantry*

Ông đã bắt đầu sự nghiệp trở thành nhà thiết kế như thế nào? Hãy kể chúng tôi nghe về công việc đầu tiên ông làm trong lĩnh vực thiết kế và quá trình phát triển sự nghiệp của ông.

Tôi bắt đầu công việc thiết kế đồ họa sau khi nhìn thấy bản chụp của tạp chí *Graphis* ở một thư viện vào năm 1972. Trước đó, tôi thường sưu tầm các poster ảo giác, truyện tranh và đĩa thu âm (để lấy bìa của chúng) rồi thủ nhẫn bản chung. Song chỉ tôi khi nhìn thấy tờ tạp chí *Graphis*, tôi mới biết rằng mình đã tìm ra mục tiêu sự nghiệp thực thụ của bản thân.

Sau thời điểm đó, tôi bắt đầu đọc mọi thứ có thể về chủ đề thiết kế đồ họa và tìm các trường học có chương trình đào tạo về thiết kế. Khi có được công việc thiết kế đồ họa đầu tiên, tôi đang theo học một trường cao đẳng cộng đồng. Trước đó, một vài người bạn thuê tôi thiết kế logo và những thứ linh tinh khi còn học phổ thông.

Tôi chọn những thứ mình đã làm rồi tập hợp lại với nhau thành một dạng hồ sơ năng lực. Đó là một bộ sưu tập các bức vẽ nguệch ngoạc và những tác phẩm chép tách chữ "diện khùng" mà giờ nhớ lại, tôi vẫn còn thấy xấu hổ. Tôi tới Khoa Thiết kế In-house, chuyên đào tạo về thiết kế tại văn phòng, không ra công trường hoặc nơi thi công (In-house Design Department) của trường Cao đẳng Cộng đồng để bàn chuyện với người phụ nữ

tên là Rebecca Nolte và nghĩ cô ấy cảm thấy ái ngại cho tôi. Dù sao thì cô ấy cũng đã thuê tôi tham gia vào một chương trình tại chức. Tôi làm công việc chép tách chữ Photostat, Leroy và những việc lặt vặt khác. Vì biết tôi yêu thích các tấm poster nên Rebecca đã để tôi thiết kế một số poster cho Khoa Sân khấu (Theater Department) cùng trường. Đó là nơi tôi đã tạo ra những tác phẩm poster in lụa đầu tiên vào năm 1974 và 1975.

Sau đó, tôi chuyển sang chương trình nghệ thuật đồ họa tại một trường học địa phương mới thành lập được 4 năm. Hóa ra đó lại là một chương trình kỹ thuật, và tại đây tôi đã tìm hiểu về cách vận hành máy in. Cuối cùng, tôi tham gia nhiều lớp học thuộc Khoa Mỹ thuật (Fine Art Department) và nhận thấy rằng các khoa "đang chiến tranh" với nhau. Kết quả là, tôi phải che giấu công việc của mình ở mỗi khoa để tạo ra chương trình thiết kế đồ họa của riêng mình.

Cuối cùng, Khoa Thiết kế In-house của trường đó đã thuê tôi tham gia một chương trình tại chức khác làm về chép tách chữ (lettering) Leroy,... Tôi cũng quay lại làm tự do - chủ yếu là thiết kế poster cho các sự kiện trong trường. Làm như vậy, tôi có thể hỗ trợ bản thân trong công việc thiết kế đồ họa và lấy được bằng đại học. Do mâu thuẫn giữa các khoa, nên tôi không thể khai báo chuyên môn chính của mình cho tới tận học kỳ cuối; tôi đã lấy được bằng nghệ thuật theo đúng mục tiêu, bất chấp các giảng viên đã làm mọi thứ để loại tôi ra khỏi những chương trình mà tôi theo học. Đó chính là quá trình đào tạo của tôi.



Poster Bucket Bar do Art Chantry thiết kế cho BigDumbRock. Ảnh do Công ty Thiết kế Art Chantry cung cấp, [www.artchantry.com](http://www.artchantry.com).



Poster CrockShock! do Art Chantry thiết kế cho quán cà phê Crocodile. Ảnh do Công ty Thiết kế Art Chantry cung cấp. [www.artchantry.com](http://www.artchantry.com).

Khi bước vào thế giới "thực" và cố gắng theo đuổi ngành thiết kế đồ họa, do không thể tìm được việc làm để nuôi sống bản thân, nên tôi đã phải rất nỗ lực với những công việc tự do mà mình kiếm được. Hơn 30 năm sau đó, tôi đã gầy dựng được một sự nghiệp từ công việc tự do. Cho đến hôm nay, tôi chưa bao giờ được đề nghị một vị trí trả lương đúng nghĩa trong lĩnh vực thiết kế đồ họa.

Ông thường làm gì để lấy cảm hứng trước khi bắt đầu một dự án mới? Ông có thể chia sẻ với chúng tôi về quá trình thiết kế của mình không? Và công nghệ đóng vai trò như nào trong quá trình đó?

Tôi xem như quá trình sáng tạo diễn ra trong một phần của bộ não và đó không phải là phần có ý thức. Tôi cách khác, quá trình sáng tạo giống như việc lái xe: Khi lái, bạn không suy nghĩ một cách có ý thức về việc lái chiếc xe đó trong lúc lái. Thực tế, bạn đang nghe radio,

nghĩ về bữa tối, hoặc nghĩ đến những lời bạn vừa nói với ông chủ của mình hay bất cứ điều gì khác.

Quá trình sáng tạo cũng tương tự như vậy. Chúng ta nghĩ về các giải pháp, sau đó thể hiện những ý tưởng đầy đủ và hoàn thiện trên giấy một cách thận kỹ. Thủ thuật ở đây là bạn phải học cách để phân não bộ và thức gửi thông tin mà bạn đang phát triển dù xa rời phân ý thức của não bộ, từ đó chuyển thành thao tác tay của bạn. Tôi có một số kỹ thuật tự phát triển qua nhiều năm mà bản thân nhận thấy khá hiệu quả, song chung quy lại đều là sự phân tán tư tưởng. Tôi cần một thứ gì đó bao quanh mình, giúp tôi không bị chi phối bởi phân ý thức của não bộ, như vậy phân sáng tạo vô thức của tôi có thể tự do vận động mà không bị ảnh hưởng. Để làm được điều đó (những ngày này), tôi chỉ làm một việc đơn giản là "nhồi nhét" vào đầu thật nhiều thông tin về vấn đề đang phải đối mặt, sau đó đợi một tuần và để tâm trí tự lo phần việc của nó. Tôi hiếm khi suy nghĩ về nó. Sau đó, tôi bật radio và bắt đầu nghe trong khi làm việc. Những ý tưởng cứ thế tuôn ra khi tôi làm việc và bị phân tán bởi chiếc radio.

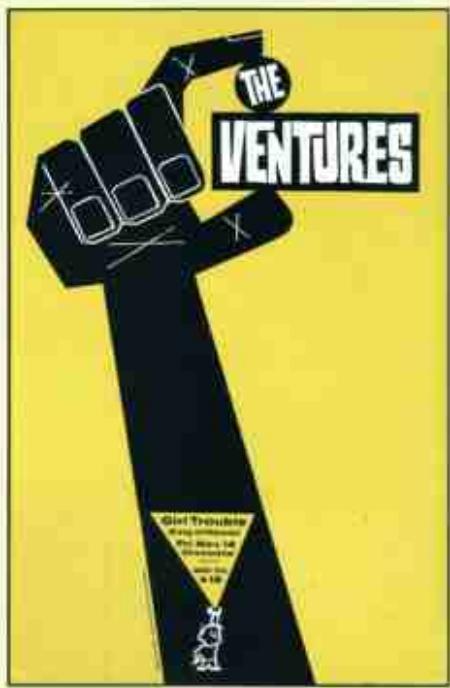
Tôi biết điều này nghe có vẻ kỳ lạ, song tôi đã đọc nhiều bài viết cho thấy nhiều nhà thiết kế và nghệ sĩ khác cũng làm điều tương tự theo một số cách khác nhau. Andy Warhol sử dụng rất nhiều thứ phân tán tư tưởng để làm việc. Những người khác ngủ một giấc ngắn và tận dụng trạng thái mơ hồ trước khi tinh táo (quãng thời gian kỳ lạ khi bạn không thấy buồn ngủ nhưng cũng chưa tỉnh hẳn). Dường như đối với họ, quãng thời gian này là lúc tâm trí có được sự thoải mái và không bị chi phối bởi phân ý thức của não bộ để cho phép các ý tưởng này sinh.

Trong bất cứ trường hợp nào, tôi chưa bao giờ ép mình đưa ra các ý tưởng. Tôi có thể có được chúng một cách dễ dàng.

Vai trò của typography trong thiết kế đã thay đổi như thế nào trong thập kỷ vừa qua? Ông dự đoán trong tương lai, typography sẽ phát triển ra sao?

Sự phát triển của typography dưới hình thức nghệ thuật thủ công trong thế kỷ 19 và đầu thế kỷ 20 đã khởi nguồn cho sự ra đời của lĩnh vực thiết kế đồ họa mà chúng ta biết đến ngày nay. Nếu nghiên cứu về những quy tắc cơ bản của giai đoạn thiết kế hiện đại, bạn sẽ nhanh chóng nhận ra rằng trong giai đoạn này, chúng ta đang dựa vào các quy tắc typography.

## Công việc của NHÀ THIẾT KẾ



Poster Ventures (tạm dịch: Mao hiên) do Art Chantry thiết kế cho Crocodile Cafe. Anh được sử dụng với sự cho phép của Công ty Thiết kế Art Chantry, [www.artchantry.com](http://www.artchantry.com).

Bất kể dưới hình thức nào, nghệ thuật thương mại (commercial art) đều đã xuất hiện từ thời đại của những bức vẽ hang động. Thiết kế đồ họa thực sự là một phát minh hiện đại dựa trên một tập hợp gồm nhiều quy tắc. Những quy tắc đó xuất phát từ nghệ thuật typography.

Từ khi máy tính ra đời, typography không còn là lĩnh vực dành riêng cho thợ thủ công và họa sĩ, nó đã được chuyển đến tay những người bình thường. Bất cứ ai cũng có thể mua được một chiếc máy tính và gán như ngay lập tức trở thành một nhà thiết kế/typographer hạng C trở nên. Qua thời gian, bất cứ ai cũng có thể thành thạo các quy tắc cơ bản, cần thiết và tạo ra được những thiết kế đồ họa chất lượng. Do đó, nghệ thuật thiết kế đồ họa sinh ra từ đâu? Trong một tình thế khó xử, đó là ở máy tính.

Phản ứng của tôi trước sự công kích dữ dội của các nhà thiết kế DIY (Do it yourself - Tự mình làm lấy), tạo ra bởi binh minh của việc dễ dàng tiếp cận các chương

trình thiết kế máy tính trong suốt kỷ nguyên này, là lùi bước. Tôi buộc phải dựa vào những kỹ năng mình sở hữu - là thứ mà tôi có thể bán - nhưng một chiếc máy tính lại KHÔNG có. Vì vậy, càng lúc tôi càng thấy mình trở nên thô lỗ, cục cằn và phong cách hơn. Hiện tại, tôi giống như một nghệ sĩ chứ không phải một nhà thiết kế đồ họa. Mọi người nói rằng tôi không còn làm typography như nó vốn được định nghĩa nữa. Bây giờ, tôi làm công việc chế tác chữ (lettering) - một kỹ năng được định hình hoàn toàn bởi bàn tay của tác giả. Do đó, tôi không còn là một typographer nữa. Và có lẽ, tôi cũng không còn là một nhà thiết kế đồ họa. Các thuật ngữ này đã trở nên vô cùng mập mờ và quâ mờ hổ, đến nỗi không còn áp dụng được cho những gì tôi đang làm.

**Trách nhiệm xã hội đóng vai trò gì trong thiết kế?  
Các nhà thiết kế có thể đóng góp gì cho cộng đồng?**

Chúng ta là những tuyên truyền viên cho văn hóa tiếp thị công nghệ. Hoạt động cơ bản trong xã hội của chúng ta là bán hàng. Những nhà thiết kế như chúng ta tạo ra các mục tin để thúc đẩy bán hàng và thường làm điều này mà không quan tâm tới việc chúng ta đang giúp đỡ ai hoặc cái gì. Nếu quả thực chúng ta đang sống trong một ngành công nghiệp phục vụ, thì câu hỏi cần đặt ra là: Chúng ta đang phục vụ ai?

Qua thời gian, tôi đã trở nên rất nhạy cảm với những người được tôi giúp bán hàng. Tôi sử dụng nhiều kỹ năng để thay đổi cách mọi người suy nghĩ về thứ gì đó - mua sản phẩm này, tới sự kiện nọ, bình chọn cho ứng viên kia - và tôi làm điều đó vì tiền. Vậy, có phải tôi là người sẵn sàng giúp đỡ để đi lừa gạt mọi người không? Trong mọi dự án tôi nhận làm, có những câu hỏi tôi luôn tự đặt ra cho bản thân. Đôi khi, đáp án cho các câu hỏi này lại mâu thuẫn với cách tôi cảm nhận và suy ngẫm về vị trí của mình trong xã hội. Kết quả là, thi thoảng tôi cảm thấy cũng phải biết từ chối công việc. Nhiều năm qua, tôi đã tự thỏa hiệp với bản thân rằng sẽ không giúp những kẻ xuẩn ngốc chỉ vì tiền. Tiền chỉ kéo dài trong chốc lát rồi biến mất. Thế nhưng, sự nghiệp mà bạn cho đi sự giúp đỡ sẽ luôn còn đó. Khi được đề nghị làm việc gì, tôi phải hỏi bản thân xem mình có thực sự muốn giúp đỡ sự nghiệp/sản phẩm/khách hàng đó hay không.



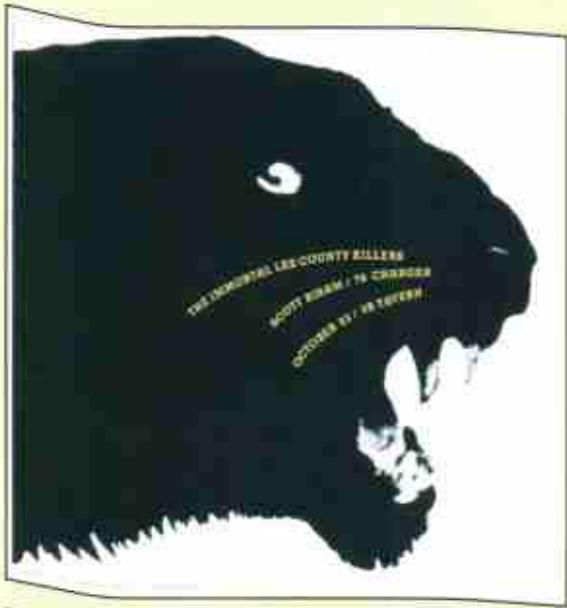
Poster Kustom Kulture do Art Chantry thiết kế cho Trung tâm Nghệ thuật đương đại (Contemporary Art). Ảnh do Công ty Thiết kế Art Chantry cung cấp, [www.artchantry.com](http://www.artchantry.com).

Vậy, ông có lời khuyên gì dành cho các sinh viên và nhà thiết kế mới bước chân vào lĩnh vực này ngày nay?

Hy vọng nó sẽ khô nhoc. Thiết kế đồ họa luôn rất khó khăn và chắc chắn là một con đường đầy chông gai. Lý do thực sự đằng sau công việc thiết kế đồ họa để kiếm sống là vì bạn yêu thích lĩnh vực này. Nếu không đam mê, đó sẽ là một lựa chọn sự nghiệp tồi tệ và khó khăn. Do đó, nếu có ý định theo đuổi thiết kế đồ họa vì tiền, quyền lực, danh tiếng hay vì chạy theo một thời thượng, bạn nên suy nghĩ lại về mục tiêu của mình.

Art Chantry, Công ty Thiết kế Art Chantry, đường St. Louis, Missouri

[www.artchantry.com](http://www.artchantry.com)



Poster Concert (bên trên) do Art Chantry thiết kế cho JB Tavern. Poster Mondo Bizarre Anniversary (bên dưới) do Art Chantry thiết kế cho tạp chí Mondo Bizarre. Cả hai hình ảnh đều do Công ty Thiết kế Art Chantry cung cấp, [www.artchantry.com](http://www.artchantry.com).

## ĐO LƯỜNG KÍCH THƯỚC CHỮ

Vì chúng ta thường sử dụng chữ ở tỷ lệ nhỏ, nên các đơn vị đo lường rất nhỏ sẽ rất cần thiết cho việc thiết kế và sắp đặt chữ. Ở thời điểm hiện tại, hệ thống đo lường kích thước chữ được sử dụng phổ biến nhất là Thang đo kích thước point PostScript (PostScript Point Scale) được sửa đổi từ Thang đo kích thước point của Mỹ, bao gồm các đơn vị đo: Inch, pica và point. Dĩ nhiên, inch là đơn vị đo tiêu chuẩn ở Mỹ. Pica thường được dùng để đo kích thước các dòng chữ, có giá trị chính xác bằng  $1/6$  của 1 inch, như minh họa ở Hình 2-31; 1 pica có thể được chia nhỏ hơn thành 12 point, đây là đơn vị được sử dụng thường xuyên nhất để đo kích thước và khoảng cách ký tự.

Hình |2-31|

Inch, pica và point.

$1 \text{ inch} = 6 \text{ pica} = 72 \text{ point}$



$1 \text{ pica}$   
= 12 point  
=  $1/6$  inch

$1 \text{ point} = 1/12 \text{ pica} = 1/72 \text{ inch}$

Các typeface dùng trong in khuôn nổi được sắp lên trên một **bộ chữ (sort)** bằng chì có dạng hình chữ nhật, như minh họa ở Hình 2-32. Khi để cập đến kích thước point của một typeface, thường thì chúng ta đang nói đến **body size (kích thước thân)** của chữ. Body size phải bao gồm đủ không gian để chứa đầy đủ mọi chữ cái hoa và chữ cái thường, cộng thêm phần không gian mở rộng để ngăn không cho các ký tự liền kề chạm nhau. Mặc dù hiện nay, các máy in khuôn nổi hiếm khi được sử dụng, song khái niệm về body size của chữ đã được chuyển sang môi trường giả lập (virtual environment), như minh họa ở Hình 2-32.

Hình |2-32|

Typeface bằng chì cùng với phiên bản kỹ thuật số tương ứng. Ảnh chụp do Elizabeth Nevin của Nhà xuất bản Briar cung cấp.

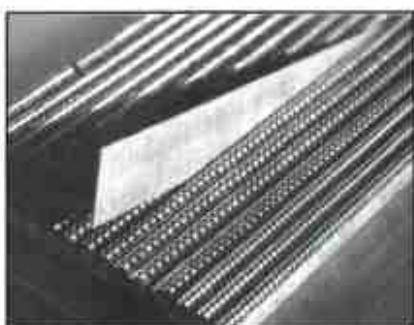


Bạn có thể xác định kích thước point của một typeface bằng cách sử dụng một chiếc thước kẻ như trong Hình 2-33 để đo khoảng cách từ đường baseline của một dòng văn bản tới đường baseline của dòng tiếp theo. Ví dụ, ở Hình 2-33, các đường baseline của văn bản tương ứng với thang 12 point trên thước do.

Đôi khi, những khoảng trống phụ được thêm vào giữa các dòng chữ. Trong quy trình in khuôn nỗi, điều này được thực hiện bằng cách đặt các dài chì mỏng vào giữa các dòng chữ, như minh họa ở Hình 2-34. Những dài chì này được gọi là **leading** (phát âm là led-ing). Một lần nữa, khái niệm về leading cũng đã được chuyển sang môi trường giả lập. Dù không còn sử dụng chì để phân tách các dòng văn bản nữa, song chúng ta vẫn gọi line spacing (khoảng cách dòng) là leading.

Hình |2-34|

Leading được chèn vào giữa các dòng chữ kim loại. Ảnh chụp từ cuốn sách *About Face, Reviving the Rules of Typography (tạm dịch: Đổi mới về các typeface: Sứ khởi phục các quy tắc Typographic)* do David Harry cung cấp.



Khi leading được thêm vào kích thước body size của một typeface, cả hai kích thước này được cộng với nhau để xác định kích thước point của chữ, như minh họa ở Hình 2-35. Ví dụ, một chữ có kích thước 35 point với khoảng cách leading bằng 13 point sẽ được biểu diễn là 48 point, hoặc 35/48.

Hình |2-33|

Thang đo kích thước picas.

	TYPE GAUGE POINT SIZES			
	11	12	13	15
book	-3n - 1	1 - 2 - 1		
boards	2 - 1g - 2	2 - 1g - 2		
strips	-1g - 3	3 - 4 - 2		
or leaf	4 - b - 4	4 - b - 3		
nipper	5 - ml - 5	3 - 4 - 4		
the iro	6 - ml - 6	5 - 5 - 5		
waterp	7 - d - 7	8 - d - 6		
sheets	8 - d - 8	7 - 4d - 6		
photog	10 - - 9	8 - - 7		
Wh	11 - 10	9 - 1v - 8		
cover	12 - xl - 11	10 - 1d - 9		
it has	13 - - 12	11 - 1 - 1		
of past	14 - cl - 13	12 - 1t - 10		
be leari	15 - tl - 14	13 - tl - 11		
will ta	16 - h - 15	14 - h - 12		
provid	17 - r - 16	15 - r - 13		
point,	18 - te - 17	16 - te - 14		
there	19 - h - 18	20 - h - 17		
make	20 - nt - 19	17 - cs - 15		
leather	21 - th - 20	18 - 10 - 16		
cover	22 - s - 21	19 - - 17		
Tak	23 - l - 22	20 - - 19		
which	24 - er - 23	21 - - 18		
Lay th	25 - th - 24	22 - 10 - 19		
exactly	26 - l - 25	23 - 1f - 20		
beginni	27 - l - 26	24 - l - 21		
the leat	28 - cl - 27	25 - cl - 22		
other	29 - g - 28	26 - 1f - 23		
draggin	30 - xl - 29	27 - ht - 23		
	31 - - -	28 - - -		
	32 - - -	29 - - -		
	33 - - -	30 - - -		
	34 - - -	31 - - -		
	35 - - -	32 - - -		



Hình |2-35|

Kích thước point.



Hình |2-36|

Kích thước point tương đối.

Do chữ có thể được render ở nhiều kích thước point khác nhau, nên việc sử dụng các đơn vị đo tương đối để đo kích thước chữ sẽ rất hiệu quả. Các đơn vị tương đối giúp chúng ta bàn luận về kích thước của letterform này so với letterform khác trong một typeface cụ thể có kích thước point xác định. Ví dụ, chiều cao và độ rộng chính xác của chữ cái A hoa và chữ cái a thường sẽ thay đổi phụ thuộc vào kích thước point của chúng, song mối tương quan về kích thước giữa hai ký tự này là không đổi, bất kể chúng được in ở kích thước 48 point hay 72 point.... Đó là vì nếu chữ a thường có chiều cao bằng  $\frac{2}{3}$  chiều cao của chữ A hoa tại kích thước 1 point thì ở bất cứ kích thước point nào khác, tỷ lệ này vẫn luôn là  $\frac{2}{3}$ , như minh họa ở Hình 2-36.

Các đơn vị đo tương đối mà chúng ta dùng để so sánh kích thước chữ ở một kích thước point được gọi là **em (em vuông)** và **en (en vuông)**, như minh họa ở Hình 2-37. Trong đó, 1 em (hoặc em vuông) là đơn vị đo tương đối dùng để so sánh kích thước của các ký tự với khoảng cách trong một typeface ở một kích thước point cụ thể. Ngoài ra, 1 em luôn là 1 đơn vị vuông có chiều dài và chiều rộng bằng với kích thước point của một typeface. Thông thường, 1 em vuông thường tương tự với độ rộng ngang (advance width) của chữ cái M hoa. Trong khi đó, 1 en luôn bằng  $\frac{1}{2}$  độ rộng của 1 em vuông và thường có cùng độ rộng với độ rộng ngang của chữ cái n thường. Ví dụ, 1 em vuông của một typeface kích thước 12 point sẽ có độ rộng là 12 point và chiều cao là 12 point; 1 en vuông của cùng typeface đó sẽ có độ rộng là 6 point, nhưng chiều cao vẫn là 12 point.

Khi thiết lập đơn vị em và en cho một typeface, bạn cần tính đến độ rộng của các ký tự, khoảng lùi đầu dòng (indentation) cũng như khoảng cách giữa các từ dưới dạng phân số hoặc đơn vị của em và en.



Hình |2-37|

Em vuông và en vuông.

en vuông =  $\frac{1}{2}$  em vuông



## Thuật ngữ

**body size (kích thước thân):** chiều cao mặt của một loại chữ hoặc phiên bản ký thuật số tương ứng.

**bộ chữ (sort):** một mảnh chữ kim loại hình chữ nhật được sử dụng trong quy trình in khuôn nổi; **em hoặc em vuông:** đơn vị đo tương đối dùng để so sánh kích thước của các ký tự với khoảng cách trong một typeface ở một kích thước point cụ thể; 1 em luôn là một đơn vị vuông có chiều dài bằng chiều rộng và bằng kích thước point của một typeface cụ thể.

**en hoặc en vuông:** đơn vị đo tương đối dùng để so sánh kích thước của các ký tự với khoảng cách trong một typeface ở một kích thước point cụ thể; 1 en luôn bằng  $\frac{1}{2}$  kích thước của 1 em.

**leading (phát âm là led-ing):** Là một dải chỉ mỏng được đặt vào giữa các dòng chữ trong quy trình in khuôn nổi; khoảng cách giữa hai dòng chữ liên tiếp trên một trang giấy hoặc layout (line spacing).

**pica:** đơn vị đo kích thước chữ có giá trị bằng  $\frac{1}{6}$  của 1 inch.

**point:** đơn vị đo kích thước chữ có giá trị bằng  $\frac{1}{72}$  của 1 inch.

## TỔNG KẾT CHƯƠNG

Những nét thẳng và nét cong của các ký tự có thể được render cũng như kết hợp theo nhiều cách khác nhau về mặt tạo hình, nhằm gợi lên một loạt ý nghĩa và mối liên hệ, độc lập với nội dung của chữ. Thuộc tính tạo hình của những nét này tạo nên bản sắc riêng trong một typeface, giúp cho các ký tự trông có vẻ "hòa hợp với nhau". Các thuộc tính này được xác định bởi các nét, giao nét và counterform. Nét cuối và phần serif, độ tương phản giữa nét mảnh với nét dày, hướng nhấn nét, tỷ lệ x-height và set width giúp xác định sự tương đồng trong các typeface. Sự biến đổi của những hình dạng chữ này được đo bằng một thang đo typography đặc biệt tạo thành từ các đơn vị pica và point. Ngoài ra, các đơn vị tương đối dựa trên em vuông cũng được dùng để đo kích thước chữ bên trong một kích thước point của một typeface cụ thể. Nhờ đó, mối tương quan về kích thước có thể mở rộng các kết luận thu được nhờ việc quan sát, ước lượng từ kích thước point này sang kích thước point khác, ngoại phạm vi đã được xem xét.

Học cách nhận diện và so sánh tính phức tạp cùng sắc thái của các letterform là bước quan trọng trong việc học cách xác định, lựa chọn cũng như sử dụng chữ hiệu quả. Kiến thức này còn rất cần thiết đối với mọi nhà thiết kế có ý định tạo ra một typeface mới. Việc nghiên cứu thuật ngữ typography liên quan tới giải phẫu và cấu trúc chữ không chỉ giúp tăng cường hiểu biết về những sự khác biệt tinh tế xét trên khía cạnh tạo hình, mà còn tạo điều kiện truyền thông hiệu quả cho chữ, hỗ trợ cho việc đưa ra các quyết định thiết kế chuyên môn.



## Ôn tập

1. Kể tên 5 kiểu đường giống typography gắn với các letterform.
2. Phần ascender là gì? Phần descender là gì?
3. Sự khác nhau giữa nét stem và nét hairline?
4. Counter là gì?
5. Serif là gì?
6. Sans serif nghĩa là gì?
7. Các nét đặc biệt của riêng chữ G hoa và chữ g thường là gì?
8. Các thành phần cấu trúc của letterform là gì? Kể tên từng thành phần cấu trúc này và giải thích đó là gì?
9. Kích thước point của một typeface được đo như thế nào?
10. Có bao nhiêu point trên 1 inch? Có bao nhiêu pica trên 1 inch? Có bao nhiêu point trên 1 pica?



## Bài tập

1. Hãy truy cập một trang Web về font miễn phí trên Internet. (Bạn có thể dễ dàng tìm một trang Web như vậy bằng cách nhập truy vấn (query) "free fonts" vào bộ máy tìm kiếm của trình duyệt). Tìm rồi in những ví dụ khác nhau về nét cuối và phần serif của chữ được thảo luận trong chương. (Bạn có thể thực hiện điều này bằng cách tải font về và cài đặt lên máy tính, hoặc sử dụng tính năng "type test-drive" ("chạy-thử-chữ") của Website rồi sao chép/dán vào một tài liệu Word). Gán nhãn cho từng kiểu nét cuối mà bạn tìm thấy.
2. Xem một tạp chí để tìm ví dụ minh họa cho các thuật ngữ mới được trình bày trong chương. Gán nhãn cho từng ví dụ.
3. Tìm một typeface có hướng nhấn nét thẳng đứng và độ tương phản cao, một typeface với hướng nhấn nét nghiêng và độ tương phản thấp. Sử dụng các ví dụ về hai kiểu typeface này để tạo ra một tác phẩm linh động, nhấn mạnh sự khác nhau về mặt hình thức giữa hai thiết kế typeface đó.
4. Chọn một chữ trong bảng chữ cái. Sau đó, bạn tạo một tác phẩm cắt ghép chữ cái đó từ ít nhất 5 kiểu typeface khác nhau. Gán nhãn cho các phần của chữ cái trong văn bản nhỏ hơn như một thành phần của thiết kế. Các thành phần trong thiết kế này có thể chồng lên nhau, nếu bạn muốn.



Ảnh do Elizabeth Nevin của Nhà xuất bản Briar cung cấp.

# CHƯƠNG

# 3

## Mục tiêu bài học

- Tìm hiểu các thuật ngữ chuyên môn về chữ.
- Nắm rõ sự phát triển của các hệ chữ (type family category) theo tiến trình lịch sử.
- Nhận biết được sự khác nhau về thành phần cấu trúc của các letterform (mặt chữ) trong từng hệ chữ.
- Tìm hiểu cách phân loại chữ.
- Đưa ra những quyết định am tường khi lựa chọn typeface (kiểu chữ) cho thiết kế.

## Giới thiệu

Có thể bạn từng nhận thấy rằng có rất nhiều loại font sẵn dùng để bạn lựa chọn trong quá trình thiết kế - nhiều đến mức choàng ngợp và khiến bạn đôi khi cảm thấy khó lựa chọn. Một mặt, sự dư thừa các kiểu font có sẵn có thể giúp bạn tạo ra những thiết kế biểu cảm và đặc biệt. Mặt khác, khi có quá nhiều lựa chọn, ta dễ rơi vào cái bẫy của việc sử dụng font không phù hợp - tức là, chọn theo niềm hứng thú và sự yêu thích dành cho chính font đó, thay vì chọn theo các đặc tính phù hợp với thông điệp của thiết kế. Cách thức một typeface thể hiện ra có thể gợi đến một khoảng thời gian hoặc một hiện tượng văn hóa nhất định đối với người xem. Typeface cũng có thể tạo ra một tâm trạng, hoặc gợi đến mối liên hệ với một trải nghiệm nào đó trong trí nhớ. Để thấu hiểu được ngữ ý của những thiết kế typeface khác nhau, bạn cần nắm rõ cách thức phân loại các typeface và thuật ngữ chuyên môn liên quan.

	!	"	#	\$	%	&	'	(
)	*	+	,	-	.	/	0	1
2	3	4	5	6	7	8	9	:
;	<	=	>	?	@	A	B	C
D	E	F	G	H	I	J	K	L
M	N	O	P	Q	R	S	T	U
V	W	X	Y	Z	[	\	]	^
_	a	b	c	d	e	f	g	
h	i	j	k	l	m	n	o	p
q	r	s	t	u	v	w	x	y
z	{	}		~		€	,	f
..	...	†	‡	‐	%	‰	Š	Œ
Ž	‘	’	“	”	•	—	—	—
TM	š	›	œ	ž	Ÿ		í	é
£	€	¥	§	‐	©	ª	«	»
¬	-	®	-	°	±	z	ʒ	‐
μ	¶	·	,	l	º	»	¼	¾
¾	½	À	Á	Â	Ã	Ä	Å	Æ
Ç	È	É	Ê	Ë	Ì	Í	Ï	Ï
Đ	Ñ	Ò	Ó	Ô	Õ	Ö	×	Ø
Ù	Ú	Û	Ü	Ý	Þ	ß	à	á
â	ã	ä	å	æ	ç	è	é	ê
ë	í	í	í	í	ð	ñ	ò	ó
ô	õ	ö	÷	ø	ü	ü	ü	ü
ÿ	þ	ÿ						

## THUẬT NGỮ VỀ CHỮ

Là một nhà thiết kế đồ họa, bạn sẽ dùng đến nhiều thuật ngữ mới dành riêng cho chữ. Bạn cần kết hợp chính xác những thuật ngữ này vào vốn từ vựng của mình để có thể thảo luận về thiết kế của bạn với các nhà thiết kế khác, cũng như trình bày về những thiết kế đó với khách hàng. Thuật ngữ **chữ** (type) chỉ chữ được sắp (typeset text), hoặc bất cứ ký tự nào có thể được thiết kế lại với hình dạng cụ thể (và thậm chí cả những bộ chữ kim loại dùng để in các letterform, như đã đề cập ở Chương 2), nhưng có thể bạn còn nghe nói đến các thuật ngữ như "typeface", "font", "type style" và "type family"). Do những thuật ngữ này có thể gây nhầm lẫn, nên điều quan trọng là bạn phải phân biệt được chúng.

### Typeface

Giả dụ bạn được ông Smith thuê thiết kế một logo cho doanh nghiệp Country Cookin' Cottage của ông này. Ông Smith muốn logo bao gồm cả letterform mới lần nguyên bản mà bạn thiết kế chỉ dành riêng cho logo của ông ta. Trong trường hợp đó, bạn thậm chí không thể thiết kế tất cả các chữ trong bảng chữ cái cho vị khách hàng này được - mà chỉ thiết kế những chữ cái cần thiết có trong tên doanh nghiệp của ông Smith mà thôi. Khi thiết kế các letterform gốc cho logo của ông Smith, bạn đang tạo ra một *typeface* mới. Thuật ngữ **typeface** (kiểu chữ) chỉ một tập hợp các letterform được thiết kế đặc biệt để hòa hợp với nhau. Đây là một thuật ngữ mang nghĩa rộng, có thể chỉ đề cập đến vài chữ cái trong một logo hoặc đề cập đến cả một font.

### Font

Giả dụ ông Smith thích typeface bạn thiết kế cho logo của ông ấy. Giờ ông Smith lại muốn bạn thiết kế tất cả các ký tự còn lại mà ông ấy cần để sử dụng typeface bạn đã thiết kế vào việc tạo ra toàn bộ các sản phẩm như brochure (sách nhỏ quảng cáo), thực đơn, văn phòng phẩm và báo cáo thường niên. Ông chủ doanh nghiệp này sẽ cần đến cả khuôn chữ hoa lẵng chữ thường cho mỗi chữ trong bảng chữ cái, cũng như các con số, ký hiệu và dấu câu. Ông ấy cũng có thể cần đến các phần số, ligature (chữ ghép), dấu (accent) và những ký tự đặc biệt khác, chẳng hạn như <sup>TM</sup>.

### Hình [2-1]

Một bảng ký tự của font Times New Roman hoàn chỉnh. *Ảnh do Công ty thiết kế chữ Bitstream ([www.bitstream.com](http://www.bitstream.com), [www.myfonts.com](http://www.myfonts.com)) cung cấp.*

Việc bạn đang làm cho ông Smith là phát triển typeface của mình thành một font. Có thể bạn đã quen thuộc với các loại font. Khi sử dụng một chương trình soạn thảo văn bản trên máy tính, có thể bạn thường chọn loại font mình muốn thể hiện trong văn bản của bạn. Thuật ngữ **font** (**phông chữ**) chỉ một tập hợp bao gồm tất cả các ký tự của một typeface cụ thể, cần thiết cho việc sắp chữ (type setting). Những ký tự của một font đặc thù thường có chung các đặc tính cụ thể, khiến chúng dường như thuộc về nhau. Hình 3-1 minh họa bảng ký tự (character map) của một bộ font Times New Roman hoàn chỉnh.

## Kiểu chữ

Ông Smith thích loại font bạn thiết kế cho ông ấy. Giờ vì khách này quyết định rằng ông ấy cần bạn chỉnh lại font đó để tạo ra những phiên bản chữ italic (nghiêng), bold (đậm), light (mảnh), expanded (giãn) và condensed (co); ông Smith đang yêu cầu bạn phát triển nhiều *kiểu chữ* khác nhau của font đó. Một *kiểu chữ* (type style) chỉ một phiên bản được chỉnh sửa của một typeface. Khi bạn dùng chương trình soạn thảo văn bản trên máy tính và tạo kiểu văn bản thành bold hoặc italic, có nghĩa là bạn đang áp dụng một kiểu chữ cho văn bản đó.

Khi mua các bộ font, bạn thường thấy các kiểu chữ được đóng gói thành những file font tách biệt nhau và được bán riêng. Các kiểu chữ này luôn có chất lượng cao hơn những kiểu chữ mà phần mềm soạn thảo văn bản của bạn có thể tạo ra. Đó là do máy tính của bạn tạo ra các kiểu chữ bằng cách áp dụng một công thức toán học cố định cho từng letterform, trong khi nhà thiết kế xem xét độ cân bằng thị giác, còn gọi là cân giác (optical balance) ở những vị trí nên bổ sung, loại trừ hoặc điều chỉnh trọng lượng thị giác/dộ đậm (visual weight) khi thiết kế một kiểu chữ. Hình 3-2 minh họa sự khác biệt giữa kiểu chữ bold và italic do thiết kế và do máy tính tạo ra của font Times New Roman.

AaBbCc

Times New Roman kiểu regular (thường)

AaBbCc

AaBbCc

Kiểu chữ do thiết kế tạo ra

AaBbCc

AaBbCc

Kiểu chữ do máy tính tạo ra

Hình |3-2|

Các kiểu chữ do thiết kế và do máy tính tạo ra của font Times New Roman

**Hình [3-3]**

Mẫu chữ của họ chữ Century. Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Công ty thiết kế chữ Mỹ (American Type Founders).

**Họ chữ**

Nếu bạn nhóm toàn bộ các kiểu chữ của font mà bạn phát triển cho ông Smith lại với nhau, bao gồm cả font gốc chưa chỉnh sửa, tập hợp này được gọi là **họ chữ** (type family). Thuật ngữ **họ chữ** có thể đề cập đến một tập hợp chữ bao gồm một typeface cụ thể, riêng biệt và toàn bộ những kiểu chữ của typeface đó. Ở Hình 3-3, bạn có thể thấy biểu đồ mẫu của họ chữ Century.

Thật không may khi thuật ngữ **họ chữ** có thể gây nhầm lẫn, bởi từ này có thể được dùng chính xác để mô tả *hai khái niệm khác nhau*; họ chữ cũng có thể đề cập đến các loại mà ta chia xếp chữ vào đó, dựa trên nguồn gốc lịch sử và những đặc điểm tạo hình của letterform. Để sáng tỏ, chúng ta sẽ gọi dạng họ chữ này là **hệ chữ** (type family category).

Có nhiều họ chữ mà nhà thiết kế cần nắm được, bởi chúng là những chuẩn mực đã đứng vững trước thử thách của thời gian. Những họ chữ kinh điển này nổi bật về mặt thiết kế và tính tiện lợi, dùng các mục đích liên quan đến trình bày, hiển thị chữ khổ lớn dùng cho tiêu đề/dâu để và cho cả những văn bản dài. Một số ví dụ đáng chú ý bao gồm:

- Baskerville.
- Bodoni.
- Caslon.
- Futura.
- Helvetica.
- Optima.
- Times New Roman.
- Univers.

**font (phông chữ):** tập hợp bao gồm tất cả các ký tự của một typeface cụ thể, rất cần thiết cho việc sắp chữ.

**họ chữ (type family):** 1. tập hợp chữ bao gồm một typeface cụ thể và tất cả các kiểu chữ của typeface đó; 2. một hệ mà chữ được phân vào, dựa trên nguồn gốc lịch sử và đặc điểm tạo hình của các letterform.

**kiểu chữ (type style):** phiên bản chỉnh sửa của một typeface.

**type (chữ):** 1. bộ chữ kim loại dùng để in các letterform; 2. văn bản được xếp chữ; 3. các ký tự được in.

**typeface (kiểu chữ):** tập hợp các letterform được thiết kế đặc biệt để hòa hợp với nhau.

## HỆ CHỮ

Các typeface được phân vào các hệ chữ (type family category) phản ánh nguồn gốc lịch sử và đặc trưng về phong cách của chúng. Hiểu rõ cách phân loại các typeface sẽ giúp bạn đưa ra quyết định tốt hơn về thời điểm và cách sử dụng chúng, từ đó có thể dẫn lối cho quyết định của bạn khi tạo ra những thiết kế typeface mới. Nhà thiết kế nào đưa ra được lựa chọn am tường về cách sử dụng font có thể tạo ra những thiết kế gây ấn tượng mạnh mẽ hơn, thành công hơn.

Không may là, không có hệ thống được công nhận nào dành cho việc phân loại chữ; nhiều cuốn sách bàn về typography mô tả nhiều cách tiếp cận khác nhau đối với việc phân loại. Tuy vậy, điểm chung mà bạn thấy được ở những cuốn sách này là: Việc phân loại các typeface rất hữu ích và cần thiết, giúp bạn hiểu cũng như áp dụng chữ hiệu quả. Ở mỗi hệ thống phân loại, các typeface được phân loại dựa trên sự kết hợp giữa quá trình phát triển về mặt lịch sử của chữ và đặc trưng về phong cách của các letterform.

Điều may mắn là sự khác biệt giữa những hệ thống này chỉ là chuyện bé nỗi. Chúng thực sự chỉ khác nhau ở tên gọi được dùng cho từng hệ chữ và mức độ bao quát mà các hệ đó được chia nhỏ ra.

Nhằm phục vụ mục đích của cuốn sách này, chúng tôi sẽ dùng những cách phân loại được công nhận nhiều nhất và khám phá một số cách phân chia theo quy ước. Những tên gọi thường thấy (và tên gọi khác) cho các hệ chữ này là:

- Blackletter.
- Humanist (còn gọi là Venetian).
- Old Style (còn gọi là Old Face, Garalde).
- Transitional (còn gọi là Réales).
- Modern (còn gọi là Didone).
- Egyptian (còn gọi là Slab Serif, Square Serif, Mécanes, Antiques).
- Sans Serif:
  - Grotesque sans serif.
  - Geometric sans serif.
  - Humanist sans serif.
- Script.
- Display.



Hình |3-4|

Hình ảnh về các bộ chữ nổi bằng chì (lead letterpress sort). Ảnh do Elizabeth Neve của Nhà xuất bản Briar cung cấp.

Khi thiết kế một letterform mới, nhà thiết kế cần ra quyết định về các thành phần cấu trúc cụ thể của chữ cái, bao gồm x-height (chiều cao cơ sở), độ tương phản (contrast), hướng nhấn nét (angle of stress) và nét cuối (terminal). Nhìn chung, những quyết định liên quan đến các thành phần trên sẽ được lặp lại ở hầu hết hoặc tất cả các ký tự, khi typeface đó được phát triển thành một font. Tính tương đồng này của các thành phần cấu trúc là yếu tố khiến cho những ký tự khác nhau của một font dường như rất hòa hợp.

Khi bàn luận về từng hệ chữ có liên quan đến lịch sử dưới đây, bạn cần lưu ý những thành phần cấu trúc này có xu

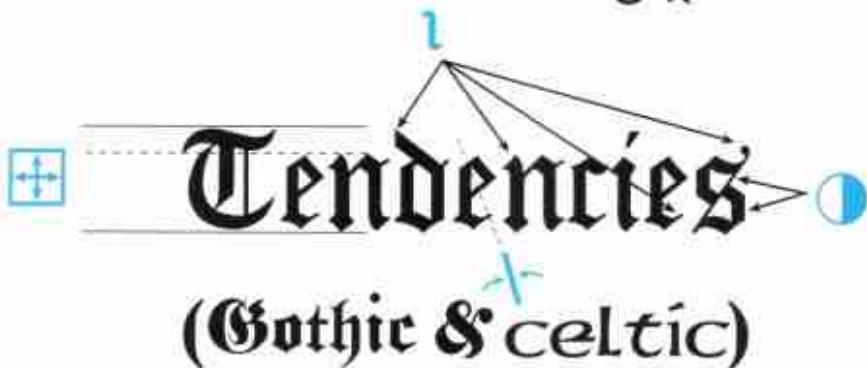
hướng thay đổi từ thành phần này sang thành phần khác như thế nào trong các khoảng thời gian khác nhau. Việc nhận ra sự biến đổi đó ở những thành phần này chính là chìa khóa giúp bạn phân biệt các hệ chữ.

## Hệ chữ Blackletter

Khi Johannes Gutenberg phát minh ra chữ thảo lắp/chữ có thể dịch chuyển (movable type) vào năm 1455 ở Mainz, Đức, ông đã tạo dáng cho con chữ của mình theo kiểu viết tay phổ biến của những người làm nghề tóc kỹ địa phương thời đó. Những người làm nghề tóc kỹ ở Đức dùng những cây bút ngồi rộng để viết ra các chữ cái với vẻ góc cạnh, sắc nét. Để đỡ tổn giấy da, họ vẽ những chữ cái rất hẹp với phần counter (lòng trong) hẹp. Việc thiếu không gian âm (negative space) khiến trang giấy toát lên vẻ ngoài tối tăm, do đó kiểu chế tác chữ này bắt đầu được biết đến với tên gọi blackletter (đôi khi còn được gọi là Old English).

Gutenberg đã các letterform này vào những dây chữ bằng chì được gọi là các bộ chữ (sort), như minh họa ở Hình 3-4. Những bộ font đầu tiên được sử dụng ở châu Âu được thiết kế mỏ phồng theo lối calligraphy kiểu blackletter của những người làm nghề tóc kỹ. Hệ chữ Blackletter bao gồm tất cả các font được thiết kế để mỏ phồng theo chữ Script kiểu Gothic thời Trung cổ. Hệ chữ này còn bao gồm tất cả những font phục dựng vốn được thiết kế để trông giống các font blackletter thời kỳ đầu. Những font tròn trịa hơn dựa trên kiểu chế tác chữ uncial của dân Ireland thời Trung cổ, vốn cùng thời với kiểu blackletter của Gothic, cũng thuộc hệ chữ này.

# Blackletter Typeface



	<b>Nét cuối (terminal)</b> Nét cuối: Phần kết thúc của các nét chữ thường sắc nhọn và có thể bao gồm những nét hoa văn (flourish). <b>Serif:</b> Các nét cuối có thể có hoặc không có phần serif.
	<b>Hướng chữ (angle of stress)</b> Thường theo hướng chéch/xiên (nhô lên từ đường baseline, hướng mạnh về phía bên trái).
	<b>Độ tương phản (contrast)</b> Thường có độ tương phản cao giữa nét dày và nét mỏng.
	<b>x-height:</b> Thường khá cao so với cap height. <b>Set width:</b> Kiểu Gothic thường có bế ngoài hẹp, kiểu Celtic thường có bế ngoài rộng. <b>Không gian dương/âm (positive/negative space):</b> Các chữ cái có không gian khép kín với những counterform toát lên về ngoài tối tăm.
<b>Đặc điểm khác (additional feature)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dựa trên kiểu chữ viết tay của những người làm nghề tóc kỹ Gothic (người Đức) và Celtic (người Ireland) thời Trung cổ.</li> <li>Có nhiều nét hoa văn.</li> <li>Các nét stem to đậm thẳng đứng tạo nên vóc dáng mạnh mẽ theo chiều dọc.</li> </ul>

Hình 3-5

Các xu hướng (tendency) của typeface Blackletter.

## HỆ CHỮ BLACKLETTER VÀ VÍ DỤ

Đây là thiết kế của Johannes G, một loại font phục dụng kiểu blackletter (minh họa bên dưới) ở định dạng kỹ thuật số, dựa trên các letterform do Gutenberg tạo ra dành cho cuốn Kinh Thánh 42 dòng (42-line Bible, tức mỗi trang có 42 dòng). Bạn có thể đổi chiều typeface định dạng kỹ thuật số với typeface gốc, như mô tả ở Hình 3-6; các bản phục dụng kiểu blackletter khác cũng được minh họa. Khi đổi chiều, bạn cần nhớ rằng các bản phục dụng thường không phải là bản sao chính xác của những font tồn tại trước đó - các nhà thiết kế mới thường thêm lý giải của riêng họ vào những typeface phục dụng này, với hy vọng cải thiện được chúng theo cách nào đó.



Hình 3-6

Cản cảnh đoạn văn bản từ cuốn Kinh Thánh 42 dòng của Gutenberg năm 1455. Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Thư viện Anh (British Library) [C.9.d.3].

**fff Johannes G**

26 pt

FF Johannes G được Manfred Klein thiết kế năm 1991, dựa trên các thiết kế gốc do Johannes Gutenberg tạo ra năm 1455. Họ chữ này do Công ty thiết kế chữ FSI FontShop International ([www.fontshop.com](http://www.fontshop.com), [www.fontfont.com](http://www.fontfont.com)) cung cấp.

FF Johannes G – 28 pt

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
À Æ Ð Ë Í Ò Ú Û Ñ ß Ù Æ Ð Ò Ë Í Ú Ñ ß Ù  
ß Ù Æ Ð Ë Í Ò Ú Û Ñ ß Ù Æ Ð Ò Ë Í Ú Ñ ß Ù  
ß Ù Æ Ð Ë Í Ò Ú Û Ñ ß Ù Æ Ð Ò Ë Í Ú Ñ ß Ù

**american  
uncial**

24 pt

American Uncial được Victor Hammer thiết kế năm 1953, dựa trên chữ Script và typeface Celtic từ thế kỷ 14 đến thế kỷ 16. Họ chữ này do Công ty thiết kế chữ URW++ ([www.kurwpp.de/english/home.htm](http://www.kurwpp.de/english/home.htm)) cung cấp.

American Uncial – 24 pt

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u  
v w x y z (1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 \$ % € \* @ ! ? ; " " )

# Cloister Black

32 pt

Cloister Black là dạng phục dựng của các thiết kế gốc do Morris Fuller Benton và Joseph W. Phinney thiết kế năm 1904. Cloister Black do Công ty thiết kế chữ Bitstream ([www.myfonts.com](http://www.myfonts.com)) cung cấp.

Duc de Berry – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
!@#\$%^&\*();:,?"

# Duc de Berry

32 pt

Duc de Berry được Gottfried Pott thiết kế năm 1990, dựa trên các chữ Script và typeface Gothic từ thế kỷ 13 đến thế kỷ 16. Đây là một phần trong các chuỗi "Chữ trước thời Gutenberg" ("Type before Gutenberg") của Công ty Linotype. Họ chữ này do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Duc de Berry – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
!@#\$%^&\*();:,?"

# Fette Fraktur

28 pt

Fette Fraktur là dạng phục dựng của chữ Script và typeface Gothic từ thế kỷ 13 đến thế kỷ 16. Họ chữ này do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Fette Fraktur – 26 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
!@#\$%^&\*();:,?"

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ BLACKLETTER

# Goudy Text

30 pt

Họ chữ Goudy Text được Frederic Goudy thiết kế năm 1928, dựa trên typeface Gothic và Celtic từ thế kỷ 13 đến thế kỷ 16. Goudy Text MT và Goudy Text MT Lombardic Capitals (hoa) do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Goudy Text – 28 pt

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U

v w x y z (1234567890\$%&\*@'!?:;”“”“”“”)

# Kelmscott

32 pt

Kelmscott được David Nalle thiết kế năm 1993, dựa trên các thiết kế gốc do William Morris tạo ra năm 1892. Họ chữ này do Công ty thiết kế chữ Scriptorium ([www.fortycraft.com](http://www.fortycraft.com)) cung cấp.

Kelmscott – 28 pt

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P

Q U R S T V W X Y Z

(1234567890\$%&\*@'!?:;”“”“”“”)

## Hệ chữ Humanist (hoặc Venetian)

Năm 1461, thành phố Mainz bị quân lính phá hủy và thiêu rụi. Tình trạng trên buộc nhiều người, trong đó có các nhà in, phải rời khỏi nước Đức. Sự kiện này đã thúc đẩy kỹ thuật in chữ tháo lắp/chữ có thể dịch chuyển (movable type) lan rộng ra khắp châu Âu. Trong một thập niên bạo loạn, Venice ở Italia đã trở thành trung tâm quan trọng của ngành công nghiệp in ấn.

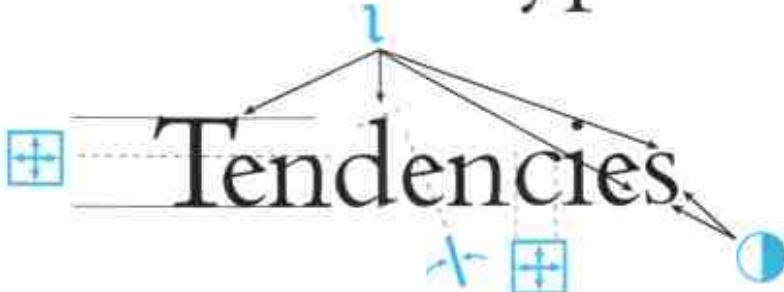
Những người làm nghề tóc kỹ ở Italia không dùng kiểu chữ viết tay loại blackletter. Họ viết bằng kiểu chữ khoáng đạt hơn, dựa trên kiểu chế tác chữ của người La Mã cổ đại, những người được dân chúng Italia tôn kính. Chữ viết tay của những người làm nghề tóc kỹ Italia được gọi là whiteletter, do không gian âm được thêm vào đã tạo nên nét thẩm mỹ chung thanh thoát hơn. Ánh hưởng của La Mã cổ đại cũng dẫn tới việc phải bổ sung một đặc điểm mới và quan trọng cho chữ: Đầu chính là serif. Chữ Script loại whiteletter trông rất giống các chữ được sử dụng phổ biến nhất hiện nay.

Năm 1470, chữ tháo lắp dựa trên kiểu chữ viết tay loại whiteletter của những người làm nghề tóc kỹ ở Italia bắt đầu xuất hiện. Ban đầu, người Italia cố gắng sao chép gần giống với kiểu chữ viết tay của người làm nghề tóc kỹ ở nước họ, tương tự như cách người Đức từng làm trước đó, nên các font whiteletter được sản xuất thời kỳ đầu trông rất giống chữ viết theo lối calligraphy. Những chữ whiteletter ban đầu này được gọi là Humanist, vì trông chúng như được viết ra bằng tay người.

Nhiều người thấy typeface whiteletter dễ đọc hơn kiểu chữ blackletter đậm với các nét trang trí hoa mỹ, nên typeface La Mã nhanh chóng được phổ biến khắp châu Âu. Ngày nay, chúng ta vẫn tiếp tục dùng thuật ngữ "roman" để mô tả những typeface thẳng đứng, không italic và có serif.

Hệ chữ Humanist bao gồm cả các typeface La Mã thời kỳ đầu này lẫn typeface mới hơn vốn có chung thành phần cấu trúc. Thuật ngữ Humanist bắt nguồn từ những phẩm tính giống con người của các chữ cái, vốn có xu hướng đem lại cảm giác mềm mại, như được viết bằng tay và rất sống động. Các letterform này sở hữu vẻ ngoài đậm nét, bo tròn và có độ tương phản thấp. Chúng thường có hướng nhấn nét rất xiên và nghiêng. Các serif cũng theo hướng xiên và thường có dáng khum (cong lại như một bàn chân). Trong các typeface Humanist, thanh crossbar của chữ e thường luôn có hướng nghiêng, như minh họa ở Hình 3-7. Hệ chữ Humanist đôi khi còn được gọi là hệ chữ Venetian (thuộc Venice), bởi những typeface Humanist đầu tiên đều xuất hiện từ thành phố Venice xinh đẹp của Italia.

# Humanist Typeface



	<b>Nét cuối</b> : Phân kết thúc của các nét chữ có thể hơi nhọn, bo tròn, góc cạnh, hoặc kết thúc ở dạng giọt nước mắt hay trái bóng; các nét cuối ở phần ascender của ký tự in thường hay có dạng góc cạnh. <b>Serif</b> : Thường có phân đimbus, có thể không đều và/hoặc hơi cong vào (khum lại) và bo tròn.
	<b>Hướng nhấp nét</b> : Thường có hướng nghiêng (nhô lên từ đường baseline, hướng mạnh lên phía bên trái).
	<b>Độ tương phản</b> : Thường có độ tương phản thấp giữa nét dày và nét mỏng.
	<b>x-height</b> : Nhìn chung là từ trung bình đến cao so với cap height. <b>Set width</b> : Các ký tự thường có độ rộng từ vừa phải cho đến rất rộng. <b>Không gian dương/âm</b> : Khoảng không gian và phần counter được tăng thêm, mang lại vẻ ngoài tổng thể thanh thoát hơn so với các typeface blackletter.
<b>Đặc điểm khác</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dựa trên kiểu chữ viết tay của những người làm nghề tốc ký ở Italia thời Trung cổ.</li> <li>Các ký tự thường có hình dạng sống động, bo tròn và có những nét theo kiểu calligraphy từ vừa phải đến đậm.</li> <li>Chữ e thường có thanh crossbar nghiêng xuống.</li> </ul>

Hình [3-7]

Các xu hướng của typeface Humanist.

## HỆ CHỮ HUMANIST VÀ VÍ DỤ

Một trong những typeface Humanist sớm nhất được Nicolas Jenson khắc năm 1470, như minh họa ở Hình 3-8. Các typeface do Jenson khắc đóng vai trò trọng yếu trong việc thiết lập hướng đi mà phải mất nhiều thế kỷ, lĩnh vực thiết kế chữ mới bước tới được. Những thiết kế của Jenson, vốn dựa trên tỷ lệ của các letterform La Mã cổ đại, trở thành chất xúc tác cho sự chuyển đổi từ typeface blackletter sang whiteletter như một tiêu chuẩn ở châu Âu. Jenson đã để lại những ảnh hưởng trực tiếp và sâu rộng lên lĩnh vực thiết kế chữ. Các thiết kế chữ Humanist đã được phục dụng vào thế kỷ 19 và 20, ngày nay vẫn tiếp tục có nhiều bản phục dụng mới dưới định dạng kỹ thuật số. Một bản phục dụng kỹ thuật số của chữ Humanist vốn sao chép lại tác phẩm của Jenson, được gọi là Jenson Classico, cùng với một số kiểu chữ liên quan đến nó, đều được trình bày ở đây. Bản phục dụng kỹ thuật số của những font Humanist khác được minh họa ở các trang tiếp theo.

od hic libe  
nionū:qua  
ne legentil

Hình 3-8

Cản cảnh chữ của Jenson từ cuốn *Institutiones Oratoriae* (tạm dịch: *Thuật hùng biện*) do Marcus Fabius Quintilianus viết (ấn bản năm 1471).

## Jenson Classico

36 pt

Họ chữ Jenson Classico do Franko Luin thiết kế, dựa trên các thiết kế gốc do Nicolas Jenson tạo ra năm 1470. Jenson Classico, Jenson Classico Bold (đậm), Jenson Classico Italic (in nghiêng), Jenson Classico Bold Italic (đậm và nghiêng) và Jenson Classico Small Caps (chữ hoa nhỏ) do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Jenson Classico – 46 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%&  
\*(@'!?:;'"")

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ HUMANIST

Jenson Classico Italic – 28 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;"")

Jenson Classico Bold – 28 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;"")

Jenson Classico Bold Italic – 28 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;"")

Jenson Classico Small Caps – 28 pt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;"")

# Centaur

32 pt

Họ chữ Centaur là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Bruce Rogers tạo ra năm 1914. Centaur MT, Centaur MT Italic và Centaur MT Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Centaur MT – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ (1234567890\$%&\*(@'!?:;“”))

Centaur MT Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
VWXYZ (1234567890\$%&\*(@'!?:;“”))

Centaur MT Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
VWXYZ (1234567890\$%&\*(@'!?:;“”))

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ HUMANIST

# Cloister

32 pt

Họ chữ Cloister được Phil Martin thiết kế, dựa trên các thiết kế gốc do Morris Fuller Benton tạo ra năm 1913, Cloister URW T Regular (thường), Cloister URW T Regular Italic (thường và nghiêng) và Cloister URW T Bold do Công ty thiết kế chữ URW++ ([www.urwpp.de/english/home.htm](http://www.urwpp.de/english/home.htm)) cung cấp.

Cloister URW T Regular – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Cloister URW T Regular Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Cloister URW T Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

# Deepdene

30 pt

Họ chữ Deepdene là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Frederic Goudy tạo ra năm 1927. Deepdene URW T Roman, Deepdene URW T Roman Italic và Deepdene URW T Bold do Công ty thiết kế chữ URW++ ([www.urwpp.de/english/home.htm](http://www.urwpp.de/english/home.htm)) cung cấp.

Deepdene URW T Roman – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Deepdene URW T Roman Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Deepdene URW T Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOP

QRSTUVWXYZ

(1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ HUMANIST

## Stratford

30 pt.

Họ chữ Stratford được Adrian Williams và Freda Sack thiết kế năm 1979. Stratford T Roman, Stratford T Italic và Stratford T Bold do Công ty thiết kế chữ URW++ ([www.urwpp.de/english/home.htm](http://www.urwpp.de/english/home.htm)) cung cấp.

Stratford T Roman – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Stratford T Italic – 28 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)*

Stratford T Bold – 28 pt

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOP  
 QRSTUVWXYZ  
 (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)**

# Souvenir

32 pt

Họ chữ ITC Souvenir được Ed Benguiat thiết kế năm 1971, dựa trên các thiết kế gốc do Morris Fuller Benton tạo ra năm 1914. ITC Souvenir Medium (vừa phải), ITC Souvenir Medium Italic (nghiêng vừa) và ITC Souvenir Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

ITC Souvenir – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

ITC Souvenir Medium Italic – 28 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**VWXYZ (1234567890**

**\$%& \*@'!?:;“”)**

ITC Souvenir Bold – 28 pt

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**VWXYZ (1234567890**

**\$%& \*@'!?:;“”)**

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ HUMANIST

## True Golden

36 pt

Họ chữ True Golden là bản phục dựng của các thiết kế gốc do William Morris thiết kế năm 1891. True Golden, True Golden Italic và True Golden Bold do Công ty thiết kế chữ Scriptorium ([www.fontcraft.com](http://www.fontcraft.com)) cung cấp.

True Golden – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;")

True Golden Italic – 28 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU*

*VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;")*

True Golden Bold – 28 pt

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU**

**VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;")**

## Hệ chữ Old Style (hoặc Old Face, Garalde)

Ban đầu, nhiều người đánh giá thấp sách in, cho rằng loại sách này ở cấp thấp hơn sách được viết bằng tay. Ngành công nghiệp in ấn cũng vấp phải sự kháng cự từ những người làm nghề tay nghề kĩ, bởi họ lo sợ cho công việc của mình và không thể nhanh chóng chấp nhận sự thay đổi. Tuy nhiên, quan điểm công chúng đã thay đổi khi các nhà xuất bản bắt đầu nhận ra sách in có thể đem lại lợi nhuận như thế nào, cũng như khi người tiêu dùng thấy được rằng sách càng lúc càng dễ mua và dễ kiếm hơn. Khi nhận thấy sách và tài liệu in có thể giúp truyền bá rộng khắp đạo Cơ đốc đến quần chúng ở châu Âu. Nhà thờ Công giáo đã tân thành sách in. Chẳng mấy chốc, việc sưu tầm sách in được chấp nhận về mặt văn hóa và việc sở hữu một thư viện cá nhân trở thành một điều mang lại thanh thế cho người ta.

Tới năm 1500, các font Old Style kiểu mới bắt đầu xuất hiện, trông ít giống kiểu viết calligraphy hơn chút. Mặc dù vẫn giữ được thần thái sống động của typeface Humanist, nhưng các letterform Old Style có nét tinh tế và chính xác hơn, trông thanh thoát hơn, độ tương phản cũng cao hơn. Các serif cũng thanh thoát hơn, thường sắc nét và thẳng hơn. Một điểm mới khác là phần ascender của các chữ cái thường như **b**, **d**, **f** và **l** được kéo dài cao hơn phần cap height. Ngoài ra, nếu như chữ **e** thường thuộc typeface Humanist có thanh crossbar theo chiều nghiêng thì chữ **e** thường thuộc typeface Old Style lại có thanh crossbar hướng theo chiều dọc, như minh họa ở Hình 3-9.

Nguyên nhân dẫn tới sự biến đổi về phong cách nghệ thuật này một phần là do những người tạo khuôn chữ (punchcutter) đã cải thiện được tính chuẩn xác và kỹ năng của mình khi tạo ra các letterform trong những khuôn kim loại dùng cho in ấn. Cả sự biến đổi này một phần là do sách in được chấp thuận về mặt văn hóa - các nhà xuất bản không còn cảm thấy họ phải làm cho sách của mình có vẻ giống như dạng viết tay nữa. Việc du nhập các font Old Style đánh dấu một sự biến đổi tinh tế nhưng quan trọng của chữ, thoát khỏi nguồn gốc chữ viết calligraphy trước đây.

### GHI CHÚ

Trong một số hệ thống phân loại, bạn sẽ thấy typeface Humanist xuất hiện như một nhóm con của hệ chữ Old Style. Đó là do hai loại này có mối liên hệ kháng khít nhau về mặt phong cách và vì vào thời ấy, typeface Humanist mới chỉ phổ biến được vài thập kỷ.

# Old Style Typeface



<b>Nét cuối</b>	<b>Nét cuối:</b> Phần kết thúc của các nét chữ có thể hơi nhọn, bơ tròn, góc cạnh, hoặc có thể kết thúc ở dạng giọt nước mắt hoặc trái bóng; song nhìn chung là thanh thoát hơn, sắc nét hơn và thẳng hơn so với đầu mút của typeface Humanist; nét cuối của phần ascender thường có góc cạnh. <b>Serif:</b> Thường có phần đỡ mông và thẳng hơn một chút so với phần serif của chữ Humanist.
<b>Hướng nhấn nét</b>	Thường có hướng nghiêng vừa phải (nhô lên từ đường baseline, hướng về bên trái ở mức vừa phải).
<b>Độ tương phản</b>	Thường có độ tương phản từ thấp đến trung bình giữa nét dày và nét mỏng.
<b>Tỷ lệ</b>	<b>x-height:</b> Nhìn chung là cao so với cap-height. <b>Set width:</b> Các ký tự thường có độ rộng vừa phải cho đến rất rộng. <b>Không gian dương/âm:</b> Khoảng không gian và phần counter được tăng thêm, mang lại vẻ ngoài tổng thể thanh thoát hơn một chút so với các typeface Humanist.
<b>Đặc điểm khác</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vẫn giữ lại phần nào đó nét sống động, nhưng tinh tế hơn so với chữ Humanist.</li> <li>Phần ascender của các chữ cái thường cao hơn so với cap height.</li> <li>Chữ e thường có thanh crossbar không nghiêng (hướng theo chiều ngang).</li> </ul>

Hình |3-9|

Các xu hướng của typeface Old Style.

## HỆ CHỮ OLD STYLE VÀ VÍ DỤ

Một trong những typeface Old Style được sử dụng rộng rãi nhất do William Caslon thiết kế. Caslon bắt đầu mở một xưởng thiết kế chữ ở Anh năm 1720, vào lúc luật kiểm duyệt nghiêm ngặt vốn trước đây ngăn cấm việc in ấn và tạo khuôn chữ ở địa phương, bị bãi bỏ. Các font của Caslon rất phổ biến tại Anh, phản ánh vị thiêng tinh cạnh tranh; xưởng của Caslon là một trong rất ít xưởng thiết kế chữ được thành lập tại Anh quốc, do đó font của ông luôn có sẵn với mức giá rất dễ chịu tại nước này. Các typeface của Caslon được xuất khẩu từ Anh sang nhiều nước trên thế giới, theo con đường thực dân Anh (British colonialism) và được dùng trong những tài liệu quan trọng có tính toàn cầu, bao gồm cả Tuyên ngôn Độc lập của nước Mỹ. Quan sát Hình 3-10, bạn sẽ thấy ví dụ về một mẫu typeface gốc của William Caslon.

Các typeface Old Style vẫn còn phổ biến suốt thế kỷ 16, 17 và đầu thế kỷ 18; trong suốt thế kỷ 20, nhiều thiết kế typeface Old Style đã được phục dựng. Cho đến nay, nhiều bản phục dựng này đã được khôi phục lại dưới định dạng kỹ thuật số và hiện vẫn giữ được mức độ phổ biến như cũ. Một bản phục dựng dưới dạng kỹ thuật số của Old Style sao chép lại tác phẩm của Caslon, gọi là Caslon Classico, kèm theo một số kiểu chữ liên quan, cũng được trình bày ở đây. Bản phục dựng kỹ thuật số của những font Old Style khác được minh họa ở các trang tiếp theo.

French Cannon.

**A B C D**  
**A B C D E**  
**A B C D E F G**  
**A B C D E F G H I**  
**A B C D E F G H I J K**  
**A B C D E F G H I J K L**  
**A B C D E F G H I K L M N**

**Quousque tandem abutere,  
 Catilina, pati-**

**DOUBLE PICA ROMAN.**  
*Quousque tandem abutere, Catilina, patientia nostra? quamdiu nos etiam furor iste tuus eludet? quem ad finem se se effrenata jačabit audacia? nihilne te nocturnum praesidium palati, nihil urbis vigilie, nihil timor populi, nihil con-*  
**A B C D E F G H I J K L M N O P**

**GREAT PRIMER ROMAN.**  
*Quousque tandem abutere, Catilina, patientia nostra? quamdiu nos etiam furor iste tuus eludet? quem ad finem se se effrenata jačabit audacia? nihilne te nocturnum praesidium palati, nihil urbis vigilie, nihil timor populi, nihil con-*  
**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S**

**ENGLISH ROMAN.**  
*Quousque tandem abutere, Catilina, patientia nostra? quamdiu nos etiam furor iste tuus eludet? quem ad finem se se effrenata jačabit audacia? nihilne te nocturnum praesidium palati, nihil urbis vigilie, nihil timor populi, nihil con-*  
**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T V U W**

**PICA ROMAN.**  
*Melius, novis rebus fluidenter, mama sua oscaida. Fuis, fuit ita quosdam in hac repub. virtus, ut viri fortis aceribus suppliciis civium perniciosum, quam acerbissimum hostium coirerent. Habeamus enim &*

Hình |3-10|

Còn cảnh các chữ từ tờ nấu font đầu tiên của William Caslon, năm 1734 SCN. Anh được sử dụng với sự cho phép của Thư viện Anh (British Library) (C.180 ff.4(2)).

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ OLD STYLE

## Caslon Classico

30 pt.

Họ chữ Caslon Classico được Franko Luin thiết kế năm 1993, dựa trên các thiết kế gốc do William Caslon tạo ra năm 1725. Caslon Classico, Caslon Classico Italic, Caslon Classico Bold, Caslon Classico Bold Italic và Caslon Classico Small Caps (chữ hoa nhỏ) do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Caslon Classico – 46 pt

a b c d e f g h i j k l m n o p

q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N

O P Q R S U V W X Y Z

( 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 \$

%, &, \* @ ' ! ? : ; “ ” )

Caslon Classico Italic – 28 pt

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U

V W X Y Z ( 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 \$ % & \* @ ' ! ? : ; “ ” )

Caslon Classico Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Caslon Classico Bold Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Caslon Classico Small Caps – 28 pt

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ  
VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ OLD STYLE

## Bembo

32 pt

Họ chữ Bembo được Stanley Morison thiết kế năm 1929, dựa trên các thiết kế gốc do Francesco Goffo tạo ra năm 1496. Bembo, Bembo Italic và Bembo Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Bembo – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ (1234567890\$%&★@'!?:;“”)

Bembo Italic – 28 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*VWXYZ (1234567890\$%&★@'!?:;“”)*

Bembo Bold – 28 pt

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**ABCDEFGHIJKLMNOP**

**QRSTUVWXYZ**

**(1234567890\$%&★@'!?:;“”)**

# Caxton

32 pt

Họ chữ Caxton được Leslie Usherwood thiết kế năm 1981, Caxton Book, Caxton Book Italic, Caxton Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Caxton Book – 26 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Caxton Book Italic – 26 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

*ABCDEFGHIJKLMNOP*

*QRSTUVWXYZ*

*(1234567890\$%&\*@'!?:;“”)*

Caxton Bold – 26 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

**ABCDEFGHIJKLMNOP**

**QRSTUVWXYZ**

**(1234567890\$%&\*@'!?:;“”)**

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ OLD STYLE

## Goudy Old Style

22 pt

Họ chữ Goudy Old Style là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Frederic Goudy tạo ra năm 1915. Goudy Old Style, Goudy Old Style Italic và Goudy Old Style Bold do Công ty thiết kế chữ Bitstream ([www.myfonts.com](http://www.myfonts.com)) cung cấp.

Goudy Old Style – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Goudy Old Style Italic – 28 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)*

Goudy Old Style Bold – 28 pt

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOP  
 QRSTUVWXYZ  
 (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)**

# Original Garamond

24 pt.

Họ chữ PT Original Garamond được Gayaneh Bagdasaryan thiết kế năm 2002, dựa trên các thiết kế do Công ty thiết kế chữ Stempel sản xuất năm 1925, vốn dựa trên những thiết kế gốc do Claude Garamond tạo ra năm 1592. PT Original Garamond, PT Original Garamond Italic và PT Original Garamond Bold do Công ty thiết kế chữ Paratype ([www.paratype.com](http://www.paratype.com)) cung cấp.

PT Original Garamond – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

PT Original Garamond Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

PT Original Garamond Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ OLD STYLE

# Palatino

32 pt

Họ chữ Palatino được Hermann Zapf thiết kế năm 1950. (Ngay nay đã có một phiên bản phục dựng có tên gọi là Palatino Nova). Palatino Roman, Palatino Italic và Palatino Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Palatino Roman – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;")

Palatino Italic – 28 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;")*

Palatino Bold – 28 pt

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOP  
 QRSTUVWXYZ  
 (1234567890\$%&\*@'!?:;")**

## Times New Roman

28 pt

Họ chữ Times New Roman được Stanley Morison thiết kế năm 1931, cho tờ *The Times* (tạm dịch: *Thời đại*) của London. Times New Roman, Times New Roman Italic và Times New Roman Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Times New Roman · 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Times New Roman Italic · 28 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)*

Times New Roman Bold · 28 pt

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**ABCDEFGHIJKLMNOP**

**QRSTUVWXYZ**

**(1234567890\$%&\*@'!?:;“”)**

## Công việc của NHÀ THIẾT KẾ



*April Greiman*

Bà đã bắt đầu sự nghiệp trở thành nhà thiết kế như thế nào? Hãy kể chúng tôi nghe về công việc đầu tiên bà làm trong lĩnh vực thiết kế và quá trình phát triển sự nghiệp của bà.

Tôi nghĩ mình đã bị sa thải khỏi việc làm đầu tiên trong lĩnh vực thiết kế. Khi đó, tôi làm việc cho GAF, với nhiệm vụ tạo ra một thiết kế bao bì cho hồn hợp bê tông; việc đó quá tuyệt! Tôi cũng thiết kế giao diện đồ họa cho một máy ghi hình và một máy chiếu. Không may là, tôi bị cáo buộc về tội tìm đến các giải pháp quá bất thường. Chúng được sản xuất ra, nhưng sau đó tôi bị mắng vì không bao giờ diễn vào máy tờ chấm công. Nói thẳng ra là, tôi quá tư giãn, bởi tôi làm việc hơn 10 tiếng mỗi ngày mà họ chỉ cho phép chúng tôi làm việc từ 9 đến 5 giờ!

Do đó, thay vì rời vào tình trạng rắc rối do đưa vào quá nhiều giờ như vậy, tôi cứ né tránh mấy tờ chấm công đi. Sếp tôi cũng chẳng dễ dãi gì với việc thảo luận mấy thứ này, tôi buộc lòng phải nói như vậy!

**Bà thường làm gì để lấy cảm hứng trước khi bắt đầu một dự án mới?**

Tôi muốn tâm minh tĩnh lặng - đi ra ngoài tham nhập vào tự nhiên. Sa mạc luôn kích thích sự sáng tạo và tư duy của tôi.

**Bà có thể chia sẻ với chúng tôi về quy trình thiết kế của mình không? Công nghệ đóng vai trò gì trong quy trình đó?**

Công nghệ có mặt khắp nơi trong lĩnh vực của chúng tôi. Đừng quên rằng, ngay cả cây bút chì cũng là công nghệ!

**Vai trò của typography trong thiết kế đã thay đổi như thế nào trong suốt thập niên qua?**

Chữ là hình ảnh. Đây là chuyển biến quan trọng từ thời tôi làm typography, thường là bằng kim loại.

**Trách nhiệm xã hội nên đóng vai trò gì trong thiết kế?**

**Các nhà thiết kế có thể đóng góp gì cho cộng đồng?**

Nhà thiết kế không nên chỉ trông cậy vào việc tìm đến những giải pháp dễ chịu cho các vấn đề; họ phải xem xét câu hỏi rằng thiết kế của họ tác động đến văn hóa ra sao. Câu hỏi này đang dần trở nên gay go hơn, trong bối cảnh nền văn hóa toàn cầu càng lúc càng phức tạp hơn. Khi



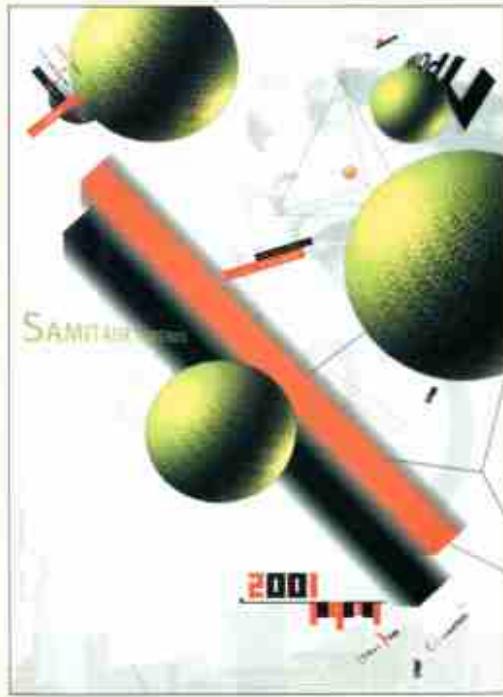
"Does it Make Sense?" (tạm dịch: "Nó có ý nghĩa không?"), Design Quarterly #133, tác phẩm do April Greiman thiết kế cho Trung tâm Nghệ thuật Walker (Walker Art Center); Mildred Friedman là nhà giám tuyển. Ảnh do Made in Space ([www.madeinspace.com](http://www.madeinspace.com)) cung cấp.

làm việc, nhà thiết kế phải ý thức rõ mọi hành động của họ cũng như sản phẩm mà họ giúp quảng bá sẽ để lại những ảnh hưởng gì. Không may là tại Mỹ, lĩnh vực thiết kế dường như càng lúc càng bị thị trường lèo lái.

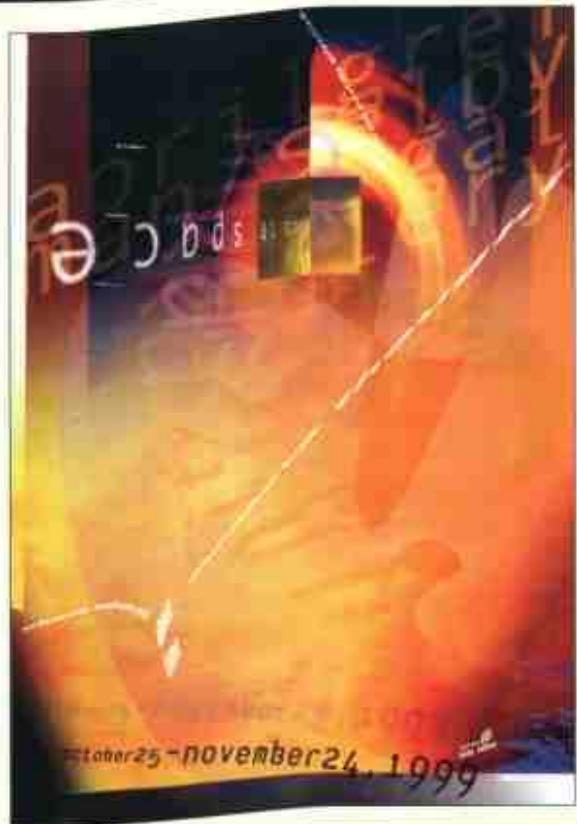
**Bà có lời khuyên gì dành cho các sinh viên và nhà thiết kế mới bước chân vào lĩnh vực này ngày nay?**

Hãy đảm bảo rằng bạn hoàn toàn yêu thích những việc mình làm. Nếu không, hãy tìm đến việc gì đó khác. Đây là một miếng bánh khô nhai trong một lĩnh vực, mặc dù nó đáng làm, bổ ích, vui và đậm tính giáo dục.

April Greiman, Made in Space, Los Angeles, California, [www.madeinspace.la](http://www.madeinspace.la).



Poster của Công ty Samitaur Constructs, do April Greiman thiết kế cho triển lãm Venice Biennale. Ảnh do Made in Space ([www.madeinspace.la](http://www.madeinspace.la)) cung cấp.



(Bên trên) Poster do April Greiman thiết kế cho Phòng triển lãm Selby (Selby Gallery) của Trường Nghệ thuật Ringling (Ringling School of Art). Ảnh do Made in Space ([www.madeinspace.la](http://www.madeinspace.la)) cung cấp.

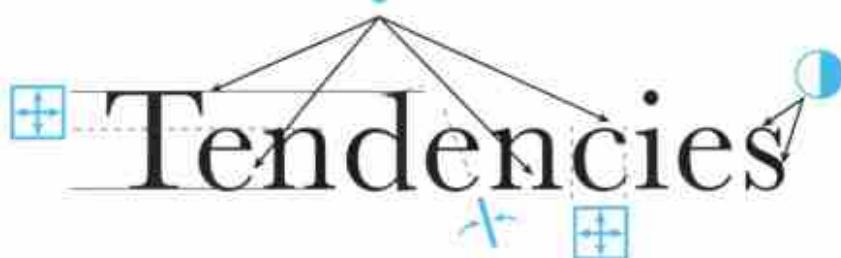
(Bên dưới) Thiết kế nhận diện do April Greiman thực hiện dành cho Học viện Kiến trúc Nam California (Southern California Institute of Architecture), 2004. Ảnh do Made in Space ([www.madeinspace.la](http://www.madeinspace.la)) cung cấp.

## Hệ chữ Transitional (hoặc Réales)

Các typeface Old Style đã thống trị ngành công nghiệp in ấn quốc tế suốt một thời gian dài, khoảng 200 năm. Khi đó, vào thế kỷ 18, những kiểu chữ phổ biến bắt đầu thay đổi lần nữa, nhằm đáp ứng các tiến bộ công nghệ trong lĩnh vực in ấn. Những thiết kế chữ ở giai đoạn này đã khởi đầu một quá trình chuyển tiếp về phong cách từ typeface Old Style của thế kỷ 16 và 17 sang typeface Modern của thế kỷ 19 - do đó, hệ chữ này có tên là Transitional.

Typeface Transitional đầu tiên được gọi là *Roman du Roi*, nghĩa là “typeface của Nhà vua”. Typeface này được Philippe Grandjean thiết kế năm 1693, theo sự ủy nhiệm của Vua Louis XIV (Bạn có thể xem một ví dụ về typeface Roman du Roi của Grandjean ở Hình 1-25, Chương 1). Đáp lại những lời phàn nàn về tình trạng suy giảm chất lượng sản xuất ở các mặt hàng thương mại, Nhà vua đã lập một ủy ban để thiết lập những tiêu chuẩn quốc gia mới cho nhiều ngành thủ công, trong đó có typography. Là một phần trong nỗ lực trên, một thiết kế typeface mới được ủy nhiệm để chỉ dùng riêng cho tòa án. Typeface mới này dựa trên các nguyên lý kỹ thuật, khoa học và toán học, thay vì dựa trên lối viết calligraphy của người làm nghề tóc kỵ. Hướng nhãm nét nhãm theo chiều dọc nhiều hơn và độ tương phản cao hơn phản ánh thực tế rằng: Các font Transitional đã tách rời khỏi nguồn gốc calligraphy của chúng. Người ta có thể tạo ra những hình dạng thanh mảnh hơn, tỉ mỉ và chính xác hơn, với độ tương phản cao hơn nhờ các công nghệ mới nổi như khắc chạm (engraving) và những cải tiến trong lĩnh vực đúc chữ (type casting). Mặc dù việc sử dụng typeface Roman du Roi bên ngoài tòa án của Vua Louis XIV bị xem là phạm pháp, nhưng dù sao thì các nhà thiết kế đương thời cũng đã sao chép lại hướng nhãm nét nhãm theo chiều dọc nhiều hơn, set width của chữ thì hẹp hơn và độ tương phản cao hơn.

# Transitional Typeface



## Nét cuối

**Đầu mút:** Phần kết thúc của các nét chữ có thể nhọn, bo tròn, góc cạnh, hoặc có thể kết thúc ở dạng giọt nước mắt hay trái bóng; song nhìn chung thanh thoát hơn, sắc nét hơn và thẳng hơn so với các đầu mứt của typeface Old Style; nét cuối ở phần ascender của chữ thường theo phương ngang và khá góc cạnh.

**Serif:** Thường có phần đú mòng và thẳng hơn một chút so với phần serif của chữ Old Style.



## Hướng nhấn nét

Thường theo chiều dọc (vuông góc với đường baseline) hoặc hơi xiên (hướng một chút về phía bên trái).



## Độ tương phản

Thường có độ tương phản trung bình giữa nét dày và nét mỏng, nhìn chung là có độ tương phản cao hơn so với các typeface Old Style.



## Tỷ lệ

**x-height:** Nhìn chung là có chiều cao trung bình so với cap height.

**Set width:** Các ký tự có xu hướng hẹp hơn so với typeface Old Style.

**Không gian dương/âm:** Khoảng không gian và phần counter được tăng thêm, mang lại vẻ ngoài tổng thể thanh thoát hơn một chút so với các typeface Old Style.

## Đặc điểm khác

- Tí mỉ hơn so với chữ Old Style.
- Phần ascender của các chữ cái thường (không viết hoá) sẽ cao hơn một chút so với cap height.

## HỆ CHỮ TRANSITIONAL VÀ VÍ DỤ

Một người đã có nhiều đóng góp quan trọng cho sự phát triển của các thiết kế typeface Transitional là John Baskerville. Ông không chỉ tạo nên những typeface mở rộng xu hướng đến thẩm mỹ mang tính kỹ thuật hơn, mà còn sáng chế ra các loại giấy mịn hơn, cải tiến mực cũng như những công cụ có thể giúp sản xuất ra các letterform mềm mại và tinh tế hơn. Hình 3-12 minh họa một ví dụ về tác phẩm của Baskerville. Hiện vẫn còn nhiều bản phục dựng dạng kỹ thuật số của typeface Transitional, bao gồm một số bản phục dựng dựa trên tác phẩm này của John Baskerville. Một font như vậy, được gọi là John Baskerville, kèm theo một số kiểu chữ liên quan, được trình bày ở đây. Bản phục dựng kỹ thuật số của những font Transitional khác được minh họa ở các trang tiếp theo.

Quid faciat læta  
Vertere, Mæce  
Conveniat: quæ cui  
Sit pecori, atque api  
5 Hinc canere incipian

Hình 3-12

Còn cảnh các chữ từ cuốn Latin Virgil (tạm dịch: *Khởi nguyên của chữ Latinh*), được John Baskerville in năm 1757 SCN, trích từ cuốn *Printing Types* (tạm dịch: *Chữ trong in ấn*) của Alexander Lawson, @ *Bản quyền năm 1971 thuộc về Alexander Lawson, in lại với sự cho phép của Nhà xuất bản Beacon, Boston.*

## John Baskerville

24 pt

Họ chữ John Baskerville được Frantisek Storm thiết kế, dựa trên các thiết kế gốc do John Baskerville tạo ra năm 1757. John Baskerville, John Baskerville Italic, John Baskerville Bold và John Baskerville Bold Italic do Công ty thiết kế chữ Storm ([www.stormtype.com](http://www.stormtype.com)) cung cấp.

John Baskerville – 38 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%&\*@'!?:;"")

John Baskerville Italic – 28 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;")*

John Baskerville Bold – 28 pt

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%&\*@'!?:;")**

John Baskerville Bold Italic – 28 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;")*

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ TRANSITIONAL

**Cheltenham**

22 pt

Họ chữ Cheltenham được Morris Fuller Benton, Hannibal Ingalls Kimball và Bertram Grosvenor Goodhue thiết kế năm 1904. Cheltenham, Cheltenham Italic và Cheltenham Bold do Công ty thiết kế chữ Bitstream ([www.myfonts.com](http://www.myfonts.com)) cung cấp.

Cheltenham – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Cheltenham Italic – 28 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Cheltenham Bold – 28 pt

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**ABCDEFGHIJKLMNOP**

**QRSTUVWXYZ**

**(1234567890\$%&\*@'!?:;“”)**

# Cochin

32 pt.

Họ chữ Cochin được Matthew Carter mở rộng năm 1975, dựa trên các thiết kế gốc do Georges Peignot tạo ra năm 1914. Cochin, Cochin Italic và Cochin Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Cochin – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;")

Cochin Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;")

Cochin Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;")

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ TRANSITIONAL

**Corona**

32 pt

Họ chữ Corona là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Chauncey H. Griffith tạo ra năm 1941. Corona, Corona Italic và Corona Bold Face No. 2 do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Corona – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
**ABCDEFGHIJKLMNOP**  
**QRSTUVWXYZ**  
**(1234567890\$%&\*@'!?:;“”)**

Corona Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
**ABCDEFGHIJKLMNOP**  
**QRSTUVWXYZ**  
**(1234567890\$%&\*@'!?:;“”)**

Corona Bold Face No. 2 – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
**ABCDEFGHIJKLMNOP**  
**QRSTUVWXYZ**  
**(1234567890\$%&\*@'!?:;“”)**

# Electra

32 pt

Họ chữ Electra được W. A. Dwiggins tạo ra năm 1935. Năm 1988, Linotype mở rộng họ chữ này với bốn mức độ weight khác nhau, kiểu true italic (nghiêng) khác nhau và phiên bản chữ Display dành cho tiêu đề/dấu để khổ lớn khác nhau. Electra LH Regular, Electra LH Cursive (chữ thảo) và Electra LH Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Electra LH Regular – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Electra LH Cursive – 28 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)*

Electra LH Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ TRANSITIONAL

**Mrs. Eaves**

32 pt

Họ chữ Mrs. Eaves được Zuzana Licko thiết kế năm 1996, dựa trên các thiết kế gốc do John Baskerville tạo ra năm 1757. Mrs. Eaves Roman, Mrs. Eaves Italic và Mrs. Eaves Bold do Công ty thiết kế chữ Emigre ([www.emigre.com](http://www.emigre.com)) cung cấp.

Mrs. Eaves Roman – 30 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Mrs. Eaves Italic – 30 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU*

*VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)*

Mrs. Eaves Bold – 30 pt

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU**

**VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)**

# Versailles

30 pt

Họ chữ Versailles được Adrian Frutiger thiết kế năm 1984. Versailles Roman, Versailles Italic và Versailles Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Versailles Roman – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%&\*’!?:;””)

Versailles Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%&\*’!?:;””)

Versailles Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%&\*’!?:;””)

## Hệ chữ Modern (hoặc Didone)

Từ "modern" ("hiện đại") có thể gây nhầm lẫn, do có nhiều cách sử dụng phổ biến. Tất nhiên, từ này có thể chỉ cái gì đó đương đại hoặc mới. Thì thoảng, khi nói tới từ "hiện đại", chúng ta dễ cập đến trào lưu Nghệ thuật Hiện đại (Modern Art movement) đầu thế kỷ 20, mặc dù nghệ thuật từ thời điểm đó hiện không còn mới (hiện đại) nữa. Trở về sau, các typeface vốn được xếp vào hệ chữ Modern lại KHÔNG PHẢI là loại mà ta liên hệ với trào lưu Nghệ thuật Hiện đại của thế kỷ 20. Đây là một sự khác biệt quan trọng.

Khi phân loại chữ, thuật ngữ "hiện đại" dễ cập đến các typeface La Mã được phát triển vào cuối thế kỷ 18 và thế kỷ 19, vốn là giai đoạn mở ra "thời kỳ Hiện đại" ("Modern age"). Xu hướng của những typeface này là có set width hẹp, độ tương phản cao, serif có phần đỡ mỏng hoặc serif không có phần đỡ, tỷ lệ x-height thấp và hướng nhấn nét theo chiều dọc. Các typeface Modern trông rất tinh tế và mang tính cơ giới, phản ánh năng lực kỹ thuật đang tiến bộ của xã hội đang trải qua quá trình công nghiệp hóa, do đó gần như tách ly hoàn toàn với nguồn gốc calligraphy của chúng.

Hình 13-13

Các xu hướng của typeface Modern.

Modern Typeface	
	<b>Nét cuối</b>
	<b>Serif</b> : Thường có phần đỡ rất mỏng hoặc không có phần đỡ, thẳng hơn và sắc nét hơn so với phần serif của chữ Transitional.
	<b>Hướng nhấn nét</b> : Thường theo chiều dọc (hướng góc với đường baseline).
	<b>Độ tương phản</b> : Thường có độ tương phản cao giữa nét dày và nét mỏng.
	<b>x-height</b> : Nhìn chung là có chiều cao từ thấp đến trung bình so với cap height. <b>Set width</b> : Các ký tự có xu hướng hẹp hơn so với typeface Transitional. <b>Không gian dương/âm</b> : Khoảng không gian và phần counter rộng rãi, mang lại vẻ ngoài tổng thể thanh thoát hơn một chút so với typeface Transitional.
	<b>Đặc điểm khác</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Các ký tự có vẻ ngoài tinh tế và mang tính cơ giới.</li> <li>Các ký tự có thể được tạo dựng từ những phần có thể hoán đổi cho nhau.</li> </ul>

## HỆ CHỮ MODERN VÀ VÍ DỤ

Hai trong số những nhà thiết kế typeface Modern đáng chú ý nhất là Firmin Didot của Pháp và Giambattista Bodoni của Italia. Cả hai đều dùng sự đối nghịch giữa các yếu tố thị giác/thành phần trực quan (visual element), như dày với mỏng và thấp với cao, nhằm tạo ra nhiều kịch tính cho những typeface của họ. Các font do Didot và Bodoni dùc khuôn đều có thẩm mỹ mang tính cơ giới - rất tinh tế và có hướng nhấn nét theo phương thẳng đứng, ngoài ra còn có những phần có thể hoán chuyển cho nhau, như bạn có thể thấy ở ví dụ về tác phẩm của Bodoni được minh họa ở Hình 3-14. Các typeface do Bodoni và Didot thiết kế được sao chép rộng rãi suốt thời kỳ họ sống, cho đến nay đã có nhiều bản phục dựng. Ví dụ về một bản phục dựng định dạng kỹ thuật số dựa trên các thiết kế của Bodoni có tên Bodoni EF kèm theo một số kiểu chữ liên quan được trình bày ở đây. Bản phục dựng kỹ thuật số của những font Modern khác được minh họa ở các trang tiếp theo.

Eccovi i saggi  
fatiche mie di  
con veramente  
un'arte, che è

Hình [3-14]

Cản cảnh đoạn văn từ cuốn *Manuale Tipografico* (tạm dịch: *Sổ tay Typography*) của Giambattista Bodoni, năm 1818.

# Bodoni EF

32 pt

Họ chữ Bodoni EF và họ chữ Bodoni No.2 là các bản phục dựng của những thiết kế gốc do Giambattista Bodoni tạo ra năm 1798. Bodoni EF Regular, Bodoni EF Regular Italic (thường và nghiêng), Bodoni EF Bold, Bodoni EF Bold Italic và Bodoni No.2 EF Ultra (trát đậm) do Công ty thiết kế chữ Elsner + Flake ([www.elsner-flake.com](http://www.elsner-flake.com)) cung cấp.

Bodoni EF Regular – 46 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%  
&\*>?!?;“”)

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ MODERN

Bodoni EF Regular Italic – 24 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU****VWXYZ (1234567890\$%&\*!?:;“”)**

Bodoni EF Bold – 24 pt

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz****ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU****VWXYZ (1234567890\$%&\*!?:;“”)**

Bodoni EF Bold Italic – 24 pt

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*****ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU****VWXYZ (1234567890\$%&\*!?:;“”)**

Bodoni No 2 EF Ultra – 24 pt

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz****ABCDEFGHIJKLMNOP****QRSTUVWXYZ****(1234567890\$%&\*!?:;“”)**

## Bernhard Modern

Họ chữ Bernhard Modern là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Lucian Bernhard tạo ra năm 1937. Bernhard Modern, Bernhard Modern Italic và Bernhard Modern Bold do Công ty thiết kế chữ Bitstream ([www.myfonts.com](http://www.myfonts.com)) cung cấp.

Bernhard Modern – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Bernhard Modern Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Bernhard Modern Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOP  
 QRSTUVWXYZ  
 (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ MODERN

## Craw Modern

22 pt

Họ chữ Craw Modern là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Freeman Craw tạo ra năm 1964, Craw Modern URW T Regular, Craw Modern URWT Regular Italic (thường và nghiêng) và Craw Modern URWT Bold do Công ty thiết kế chữ URW++ ([www.urwpp.de/english/home.htm](http://www.urwpp.de/english/home.htm)) cung cấp.

Craw Modern URW T Regular – 20 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Craw Modern URW T Regular Italic – 20 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)*

Craw Modern URW T Bold – 20 pt

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)**

# De Vinne

36 pt

Họ chữ De Vinne là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Gustav F. Schroeder tạo ra năm 1890. De Vinne Roman, De Vinne Italic và De Vinne Text do Công ty thiết kế chữ Bitstream ([www.myfonts.com](http://www.myfonts.com)) cung cấp.

De Vinne Roman – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

De Vinne Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

De Vinne Text – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOP

QRSTUVWXYZ

(1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ MODERN

## Linotype Didot

24 pt

Họ chữ Linotype Didot được Adrian Frutiger và studio Linotype tạo ra dựa trên các thiết kế gốc của Firmin Didot năm 1784. Linotype Didot Roman, Linotype Didot Italic và Linotype Didot Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Linotype Didot Roman – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Linotype Didot Italic – 28 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)*

Linotype Didot Bold – 28 pt

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOP  
 QRSTUVWXYZ  
 (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)**

## Modern No 216

20 pt

Họ chữ ITC Modern No 216 được Edward Benguiat thiết kế năm 1982. Modern No 216 Medium, Modern No 216 Medium Italic (nghiêng vừa) và Modern No 216 Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linatype.com](http://www.linatype.com)) cung cấp.

Modern No 216 Medium – 24 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Modern No 216 Medium italic – 24 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Modern No 216 Bold – 24 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOP

QRSTUVWXYZ

(1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ MODERN

# Walbaum

30 pt

Họ chữ Walbaum là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Justus Erich Walbaum tạo ra năm 1919. Walbaum Roman, Walbaum Italic và Walbaum Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Walbaum Roman – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOP  
 QRSTUVWXYZ  
 (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Walbaum Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Walbaum Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOP  
 QRSTUVWXYZ  
 (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

## Hệ chữ Egyptian (hoặc Slab Serif, Square Serif, Mecanes, Antiques)

Các typeface Egyptian xuất hiện dưới dạng chữ Display (chữ dùng cho tiêu đề/dấu để khổ lớn) ở những mẫu quảng cáo thời Nữ hoàng Victoria vào thế kỷ 19. Công nghệ in thạch bản offset (offset lithography technology) mới đã giúp việc in poster quảng cáo trở nên dễ dàng, tốn ít chi phí hơn bao giờ hết, nên các nhà thiết kế nhanh chóng phát triển những typeface kiểu bold (dặm), có tinh trang trí, nhằm thu hút sự chú ý của người xem. Typeface Egyptian rất dễ nhận diện nhờ phần serif vuông vức, chắc nịch và vẻ ngoài chắc dặm của chúng. Cái tên Egyptian để cập đến nét thẩm mỹ chắc chắn, hướng theo phương ngang của nghệ thuật, kiến trúc và chữ hieroglyphics thời Ai Cập cổ đại; typeface này được nhiều người sử dụng vào thời điểm Napoleon xâm chiếm Ai Cập. Hệ chữ Egyptian còn được gọi là Slab Serif hoặc Square Serif, do có các serif đặc trưng với vẻ chắc nịch và không có phần đỡ. Typeface Egyptian nhìn chung là chắc nịch, có độ tương phản thấp và thường có hướng nhấn nét thẳng đứng, như minh họa ở Hình 3-15.

Hình [3-15]

Các xu hướng của typeface Egyptian.

Egyptian Typeface	
	<b>Nét cuối:</b> Phần kết thúc của các nét chữ có thể được bo tròn hoặc vuông; các nét cuối ở phần ascender của chữ thường không hoai hay được đặt theo phương ngang.
	<b>Serif:</b> Thường có phần đỡ rất mỏng hoặc không có phần đỡ, nhìn chung là dày như các nét stem; phần serif thường trông giống những phiến đá dày.
	<b>Hướng nhấn nét:</b> Nếu có một hướng nhấn nét nào, thì đó thường là hướng theo phương dọc (vuông góc với đường baseline).
	<b>Độ tương phản:</b> Thường có độ tương phản cao giữa nét dày và nét mỏng.
	<b>x-height:</b> Nhìn chung là từ trung bình đến cao so với cap height. <b>Set width:</b> Các ký tự thường rộng. <b>Không gian dương/âm:</b> Khoảng không gian và phần counter vừa phải với các letterform chắc nịch đem lại vẻ ngoài tổng thể tối hơn.
	<b>Đặc điểm khác:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Các ký tự có vẻ ngoài tì mì và mang tính cơ giới, có thể được tạo dựng từ những phần có thể hoán chuyển nhau.</li> </ul>

## HỆ CHỮ EGYPTIAN VÀ VÍ DỤ

Năm 1845, Robert Besley thiết kế typeface Clarendon đầu tiên - một typeface Egyptian kiểu bold, rất rõ nét, với các slab serif có phần đỡ và độ tương phản thấp, như minh họa ở Hình 3-16. Vì nhiều font bắt chước theo thiết kế của Besley, nên cái tên Clarendon đôi khi được dùng để mô tả mọi typeface Egyptian có phần đỡ và độ tương phản thấp. Các typeface Egyptian, bao gồm Clarendon, vẫn còn phổ biến cho đến thập niên 1920, sau đó được phục dụng vào thập niên 1950. Một font kỹ thuật số dựa trên chữ Clarendon của Besley, gọi là Clarendon, được trình bày ở đây, cùng với vài kiểu chữ liên quan. Các bản phục dụng kỹ thuật số của những typeface Egyptian khác được minh họa ở các trang tiếp theo.

utique tandem abutere Catilina, patientia nostra  
namdu nos etiam furor iste tuus eludet? quem  
nam sese effrenata jactabit audacia? nihilne te no-  
strum praesidium palatii, nihilne urbis vigilie, ni-  
luer populi, nihil consensus bonorum omnium, ni-  
lum munitissimas habendi senatus locus, nihil horum  
£1234567890

SALES BY PUBLIC AUCTION.

Hình [3-16]

Mẫu chữ Clarendon ban đầu của Robert Besley.

## Clarendon

28 pt

Họ chữ Clarendon là bản phục dựng từ các thiết kế gốc của Robert Besley đến từ Công ty thiết kế chữ Fann Street năm 1845. URW Clarendon T Regular, URW Clarendon T Regular Oblique (thường và斜体), URW Clarendon T Extra Bold, URW Clarendon T Extra Bold Oblique (rất đậm và斜体) và URW Clarendon T Light (mảnh) do Công ty thiết kế chữ URW++ ([www.urwpp.de/english/home.htm](http://www.urwpp.de/english/home.htm)) cung cấp.

URW Clarendon T Regular – 42 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%  
&\*#@'!?:;“”)

URW Clarendon T Regular Oblique – 24 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRST**

**VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;")**

URW Clarendon T Extra Bold – 24 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRST**

**VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;")**

URW Clarendon T Extra Bold Oblique – 24 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRST**

**VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;")**

URW Clarendon T Light – 24 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU**

**VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;")**

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ EGYPTIAN

# American Typewriter

24 pt

Họ chữ ITC American Typewriter được Joel Kaden và Tony Stan thiết kế năm 1974. ITC American Typewriter Light, ITC American Typewriter Medium và ITC American Typewriter Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOP  
 PQRSTUVWXYZ  
 (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

ITC American Typewriter Medium – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOP  
 PQRSTUVWXYZ  
 (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

ITC American Typewriter Bold – 28 pt

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNO**  
**PQRSTUVWXYZ**  
**(1234567890\$%&\*@'!?:;“”)**

## PT Courier

28 pt

Họ chữ PT Courier được Tagir Safayev và Alexander Tarbeev thiết kế năm 1990, dựa trên typeface Courier gốc của máy đánh chữ do International Business Machines sản xuất và Howard Kettler thiết kế năm 1956. PT Courier, PT Courier Oblique và PT Courier Bold do Công ty thiết kế chữ ParaType ([www.paratype.com](http://www.paratype.com)) cung cấp.

PT Courier – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%&\*@'!?:;""")

PT Courier Oblique – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%&\*@'!?:;""")

PT Courier Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%&\*@'!?:;""")

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ EGYPTIAN

## Egyptienne F

24 pt

Họ chữ Egyptienne F là thiết kế typeface dùng cho văn bản được Adrian Frutiger tạo ra năm 1956. Egyptienne F 55 Roman, Egyptienne F 56 Italic (inгиéng) và Egyptienne F 65 Bold (dặm) do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Egyptienne F 55 Roman – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;""")

Egyptienne F 56 Italic – 28 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU*

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;""")

Egyptienne F 65 Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOP

QRSTUVWXYZ

(1234567890\$%&\*@'!?:;""")

# Memphis

28 pt

Họ chữ Memphis được Emil Rudolf Wolf thiết kế năm 1929. Memphis Medium, Memphis Medium Italic (nghiêng vữa) và Memphis Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Memphis Medium – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;'''')

Memphis Medium Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;'''')

Memphis Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;'''')

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ EGYPTIAN

# Stymie

32 pt

Họ chữ Stymie là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Morris Fuller Benton, Sol Hess và Gerry Powell tạo ra năm 1931. Stymie Medium, Stymie Medium Italic (nghiêng vú) và Stymie Bold do Công ty thiết kế chữ Bitstream ([www.myfonts.com](http://www.myfonts.com)) cung cấp.

Stymie Medium – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;'''')

Stymie Medium Italic – 28 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;'''')*

Stymie Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;'''')

# Volta

32 pt

Họ chữ Volta là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Konrad F. Bauer và Walter Baum tạo ra năm 1955. Volta T Medium, Volta T Medium Italic và Volta T Bold do Công ty thiết kế chữ URW++ ([www.urwpp.de/english/home.htm](http://www.urwpp.de/english/home.htm)) cung cấp.

Volta T Medium – 24 pt

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
QRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%&\*@'!?:;“”)**

Volta T Medium Italic – 24 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
QRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%&\*@'!?:;“”)*

Volta T Bold – 24 pt

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
QRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%&\*@'!?:;“”)**

## Hệ chữ Sans Serif

Đến nay, toàn bộ các hệ chữ chúng ta bàn tới chỉ là những typeface La Mã hoặc có serif. Tới tận thế kỷ 20, typeface Sans-serif vẫn không mấy phổ biến. Mặc dù có một số typeface Sans-serif được thiết kế vào thế kỷ 19, song hầu hết đều được dùng như chữ Display và bị xem là xấu - hay dị thường (grotesque) - theo tiêu chuẩn kiểu dáng thời đó. Các chữ Sans-serif vốn được thiết kế trước thế kỷ 20, chẳng hạn như Akzidenz-Grotesk, do vậy được đê cập với tên gọi Grotesque sans-serif.

Đầu thế kỷ 20, typeface Sans-serif được nhiều người sử dụng. Các nhà thiết kế thời ấy đang tìm kiếm những typeface thể hiện được trải nghiệm của họ dưới vai trò là hành viên trong xã hội được công nghiệp hóa quá nhanh, đặc biệt hơn bắt cứ nền văn minh nhân loại nào trước đó. Quá trình công nghiệp hóa đã thay đổi triệt để thế giới này, chỉ trong một khoảng thời gian ngắn. Công nghệ mới đã thay đổi bản chất của tất cả các ngành công nghiệp, dẫn đến sự biến đổi trên diện rộng từ những ngành kinh tế dựa vào nông nghiệp cho đến các ngành kinh tế dựa vào công nghiệp. Điều này tạo nên sự biến đổi to lớn về sự thịnh vượng và quyền lực, khi nhiều người dồn xô về thành phố, vốn là nơi cung cấp nhiều việc làm tại các nhà máy. Văn

**GHI CHÚ**

"Sans" là từ tiếng Pháp, nghĩa là "không có"; do đó, nếu dịch theo nghĩa đen thì "sans-serif" sẽ mang nghĩa là "không có serif", hay "không chốt nét" (thường được sử dụng ở dạng tinh tú là "sans-serif").

hoa loài người lúc đó đang trải qua những nỗi khổ nhọc, khổ đau dù dời ngày một gia tăng, khi người ta phải cố gắng thích nghi với thế giới mới vốn được tự động hóa và có nhịp sống nhanh. Những tiến bộ trong công nghệ vận tải và truyền thông đã khởi sự cho tiến trình toàn cầu hóa; các tiến bộ về công nghệ chiến tranh đã khiến Thế chiến I trở nên tàn khốc hơn bao giờ hết, xét trên cả quy mô lẫn phạm vi so với trước đó.

Những sự kiện phổ biến khắp thế giới thời bấy giờ là các phong trào chính trị Dân chủ (Democratic) và Cộng sản (Communist) vốn khước từ cơ cấu quyền lực truyền thống của hoàng tộc và sự giàu có, thịnh vượng. Các nhà thiết kế mong muốn tạo ra thẩm mỹ khước từ quan niệm giai cấp và thay vào đó là phản ánh những giá trị bình quyền (egalitarian value) mới nổi. Họ tìm kiếm một tiếng nói mới trong typography và nghệ thuật, để có thể phân biệt tác phẩm của mình với tác phẩm của các thế hệ trước.

Trào lưu Nghệ thuật Hiện đại trỗi lên khi giới nghệ sĩ và thiết kế bắt đầu tước bỏ những nét trang trí thừa thãi vốn rất phổ biến đối với các tầng lớp giàu có, quyền lực. Giờ đây, ngay càng có thêm nhiều người tiếp cận được các tài liệu sách vở và quảng cáo vốn đang xuất hiện nhiều hơn bao giờ hết; nhưng trái lại là người ta lại có ít thời gian để đọc sách hơn trước. Những typeface Sans-serif vốn được thiết kế cùng lúc với trào lưu Nghệ thuật Hiện đại đã biểu trưng cho tiếng nói của một thế hệ mới đang sống trong một thế giới công nghiệp hóa.

Một số font Sans-serif vốn được thiết kế vào thế kỷ 20, chẳng hạn như Gill Sans, dựa trên tỷ lệ của những font Humanist kiểu La Mã đầu tiên, cho nên được nói đến như các chữ Sans-serif thuộc hệ Humanist. Những font Sans-serif khác của thế kỷ 20 được dựa trên các tỷ lệ hình học (geometric proportion), để bày tỏ hàm ơn đối với sự cơ giới hóa của cuộc sống hiện đại đã xuất hiện trước đó cùng với cuộc Cách mạng Công nghiệp và "thời đại máy móc" ("machine age"). Các font này, chẳng hạn như Futura, được đê cập với tên gọi là Geometric sans serif.

Do đó, typeface Sans-serif được chia thành ba loại: Grotesque, Geometric và Humanist. Để phân biệt giữa ba loại font Sans-serif này, một mẹo nhanh là xem xét chữ **A** và **G** hoa cũng như chữ **a** và **g** thường ở mỗi typeface. Hình thức của các chữ cái này có thể cung cấp cho bạn thông tin về cách phân loại typeface Sans-serif.

## HỆ CHỮ GROTESQUE SANS SERIF VÀ VÍ DỤ

Chữ Grotesque bao gồm tất cả các typeface Sans-serif được thiết kế trước thế kỷ 20 và toàn bộ những bản phục dựng dựa theo chúng. Các typeface này thường có đặc điểm như: x-height lớn, set width từ hẹp đến vừa phải và về ngoài hơi vuông. Chữ G hoa của Grotesque thường có một nét spur (cựa), như minh họa ở Hình 3-20 và chữ g thường hay có nét tail (đuôi) mở ra. Chữ A hoa thường có dạng vuông bẻ ra ở apex (dỉnh trên), trong khi chữ a thường hay có dạng hai tầng (double storey). Helvetica, Akzidenz-Grotesk và Univers là những typeface Grotesque sans serif nguyên mẫu, sẽ được trình bày ở bên dưới. Bạn có thể đối chiếu phiên bản định dạng kỹ thuật số của Univers với biểu đồ họ chữ gốc (original type family chart) được Adrian Frutiger phát triển năm 1957, như minh họa ở Hình 3-17.

45	46	47	48	49
univers	univers	univers	univers	univers
50	51	52	53	54
univers	univers	univers	univers	univers
55	56	57	58	59
univers	univers	univers	univers	univers
60	61	62	63	64
univers	univers	univers	univers	univers
70	71	72		
univers	univers	univers		
80				
univers				

Hình 3-17

Biểu đồ của họ chữ Univers do Adrian Frutiger phát triển năm 1957.

Univers™ là một thương hiệu của Heidelberg Druckmaschinen AG, có thể được đăng ký theo quyền tài sản nhất định, được cấp phép độc quyền thông qua Linotype Library GmbH, một chi nhánh hoàn toàn thuộc quyền sở hữu của Heidelberg Druckmaschinen AG.

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ GROTESQUE SANS SERIF

# Univers

32 pt

Họ chữ Univers được Adrian Frutiger thiết kế năm 1957. Một phiên bản được phục vụ với 63 mức độ weight khác nhau và các letterform được cải tiến cùng có sẵn với tên gọi Linotype Univers. Univers 55 Roman (thẳng), Univers 55 Oblique (xiên), Univers 65 Bold, Univers 65 Bold Oblique (đậm và xiên) và Univers 45 Light do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Univers 55 Roman – 44 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOP  
 NOPQRSTUVWXYZ  
 (1234567890\$%  
 &\*@'!?:;'''')

Univers 55 Oblique – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOP  
 QRSTUVWXYZ  
 (1234567890\$%&\*@'!?:;'''')

Univers 65 Bold – 28 pt

**abcdefghijklmnpqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNP  
QRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%&\*@'!?:;'''')**

Univers 65 Bold Oblique – 28 pt

*abcdefghijklmnpqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNP  
QRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%&\*@'!?:;'''')*

Univers 45 Light – 28 pt

abcdefghijklmnpqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNP  
QRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%&\*@'!?:;'''')

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ GROTESQUE SANS SERIF

# Akzidenz-Grotesk

24 pt

Họ chữ Akzidenz-Grotesk được Công ty thiết kế chữ Berthold tạo ra năm 1896. Akzidenz-Grotesk Regular, Akzidenz-Grotesk Italic và Akzidenz-Grotesk Bold do Công ty TNHH thiết kế chữ Berthold ([www.bertholdtypes.com](http://www.bertholdtypes.com)) cung cấp.

Akzidenz-Grotesk Regular – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Akzidenz-Grotesk Italic – 28 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)*

Akzidenz-Grotesk Bold – 28 pt

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**ABCDEFGHIJKLMNOP**

**QRSTUVWXYZ**

**(1234567890\$%&\*@'!?:;“”)**

# Helvetica

32 pt

Họ chữ Helvetica được Max Miedinger tạo ra năm 1957. Năm 1983, Helvetica được Linotype phục dựng và mở rộng với tên gọi Neue Helvetica. Helvetica, Helvetica Oblique và Helvetica Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://linotype.com)) cung cấp.

Helvetica – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

Helvetica Oblique – 28 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)*

Helvetica Bold – 28 pt

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**ABCDEFGHIJKLMNOP**

**QRSTUWXYZ**

**(1234567890\$%&\*@'!?:;“”)**

### HỆ CHỮ GEOMETRIC SANS SERIF VÀ VÍ DỤ

Chữ Geometric bao gồm các typeface Sans-serif với những letterform dựa trên các dạng hình học như hình tròn, chữ nhật, tam giác, và tất cả các bản phục vụ đều được dựa theo chúng. Chữ Geometric sans-serif có set width khá rộng, vì thường hay dùng đến các dạng hình học như hình tròn và hình vuông. Do những typeface này được thiết kế nhằm phản ánh quá trình cơ giới hóa ngày càng tăng của xã hội, nên các letterform của chúng trông rất tinh tế và có tính cơ giới hóa cao. Mặc dù cách nhận diện chữ Geometric sans-serif dễ nhất là căn cứ vào diện mạo hình học rõ ràng của chúng, song cũng có những dấu mối khác để bạn tìm kiếm. Chữ A hoa thuộc hệ Geometric thường có apex nhọn, chữ a thường chỉ có một tầng (single storey), còn chữ g thường hay có nét tail mở ra, như minh họa ở Hình 3-20. Futura, Kabel và Eurostile đều là những typeface Geometric sans-serif nguyên mẫu, được trình bày ở bên dưới. Bạn có thể đổi chiều phiên bản định dạng kỹ thuật số của Futura với mẫu chữ ban đầu do Paul Renner thiết kế vào năm 1930, như minh họa ở Hình 3-18.



Hình 3-18

Phiên bản ban đầu của Futura do Paul Renner thiết kế năm 1930, mẫu chữ có tên gọi là Europe, từ Công ty thiết kế chữ Deberny & Peignot. Ảnh do V&A Images/Bảo tàng Victoria & Albert cung cấp.

# Futura

32 pt

Họ chữ Futura được Paul Renner thiết kế năm 1928. Futura Light, Futura Light Oblique, Futura Book, Futura Book Oblique và Futura Extra Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Futura Light – 36 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%&\*!?:;")

Futura Light Oblique – 26 pt

abcdefghijklmnoprstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;""")

Futura Book – 26 pt

abcdefghijklmnoprstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%&\*@'!?:;""")

Futura Book Oblique – 26 pt

abcdefghijklmnoprstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;""")

Futura Extra Bold – 26 pt

**abcdefghijklmnoprstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNOP**  
**QRSTUVWXYZ**  
**(1234567890\$%&\*@'!?:;""")**

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ GEOMETRIC SANS SERIF

Kabel

32 pt

Họ chữ Kabel được Rudolf Koch thiết kế năm 1928. Kabel Light, Kabel Book và Kabel Heavy (chắc, đậm) do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Kabel Light – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;'''')

Kabel Book – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU-

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;'''')

Kabel Heavy – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOP

QRSTUVWXYZ

(1234567890\$%&\*@'!?:;'''')

# Eurostile

32 pt

Họ chữ Eurostile được Aldo Novarese thiết kế năm 1962. Eurostile, Eurostile Oblique và Eurostile Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Eurostile – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOP

QRSTUWVXYZ

(1234567890\$%& \* @'!?:;“”)

Eurostile Oblique – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOP

QRSTUWVXYZ

(1234567890\$%& \* @'!?:;“”)

Eurostile Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

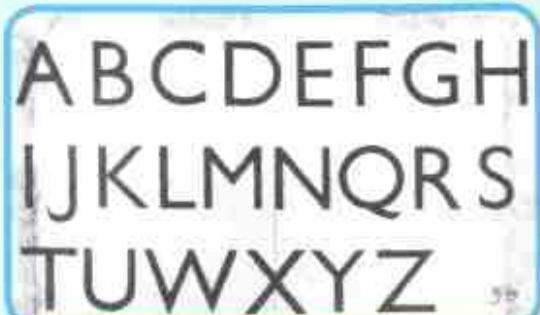
ABCDEFGHIJKLMNOP

QRSTUWVXYZ

(1234567890\$%& \* @'!?:;“”)

## HỆ CHỮ HUMANIST SANS SERIF VÀ VÍ DỤ

Typeface Humanist Sans-serif được thiết kế dựa trên các tỷ lệ của typeface Humanist Sans-serif gốc do Jenson và các nhà thiết kế đương thời tạo ra. Typeface Humanist Sans-serif mang lại cảm giác hữu cơ hơn so với Grotesque và Geometric. Trong typeface Humanist Sans-serif, chữ a thường và g thường hay có hai tầng, như minh họa ở Hình 3-20 (giống chữ a và g hai tầng của bất cứ chữ Humanist kiểu La Mã nào). Nhìn chung, chữ A hoa có phần apex vuông và chữ G hoa không có nét spur. Gill Sans, Frutiger và Optima đều là những typeface Humanist Sans-serif nguyên mẫu. Bạn có thể đối chiếu phiên bản định dạng kỹ thuật số của Gill Sans với các nét vẽ gốc của Eric Gill năm 1929, như minh họa ở Hình 3-19.



Hình | 3-19|

Các nét vẽ gốc của chữ Gill Sans, được Eric Gill thiết kế cho Công ty Monotype vào năm 1929. Ảnh do Công ty TNHH Monotype Imaging (Vương quốc Anh) cung cấp.

## Gill Sans

32 pt

Hệ chữ Gill Sans được Eric Gill thiết kế năm 1927. Gill Sans, Gill Sans Italic, Gill Sans Bold, Gill Sans Bold Italic và Gill Sans Ultra-Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Gill Sans – 38 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%  
&\*@'!?:;“”)

Gill Sans Italic – 26 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;'"")*

Gill Sans Bold – 26 pt

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;'"")**

Gill Sans Bold Italic – 26 pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;'"")*

Gill Sans Ultra-Bold – 24 pt

**abcdefghijklmnop  
qrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOP  
QRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%&\*@'!?:;'"")**

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ HUMANIST SANS SERIF

# Frutiger

32 pt

Họ chữ Frutiger được Adrian Frutiger tạo ra năm 1976. Năm 1999, Adrian Frutiger đã phục dựng lại họ chữ này và đặt tên là Frutiger Next. Frutiger 55 Roman, Frutiger 56 Italic và Frutiger 65 Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Frutiger 55 Roman – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOP  
 QRSTUVWXYZ  
 (1234567890\$%&\*@'!?:;")

Frutiger 56 Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOP  
 QRSTUVWXYZ  
 (1234567890\$%&\*@'!?:;")

Frutiger 65 Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOP  
 QRSTUVWXYZ  
 (1234567890\$%&\*@'!?:;")

# Optima

32 pt

Chữ Optima được Hermann Zapf thiết kế năm 1958. Ngày nay, một phiên bản phục dựng với tên gọi Optima Nova đã xuất hiện. Optima, Optima Italic và Optima Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Optima – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;")

Optima Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;")

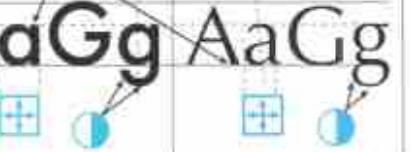
Optima Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;")

Hình [3-20]

Các xu hướng của  
typeface Sans-serif.

## Sans-serif Typeface Tendencies

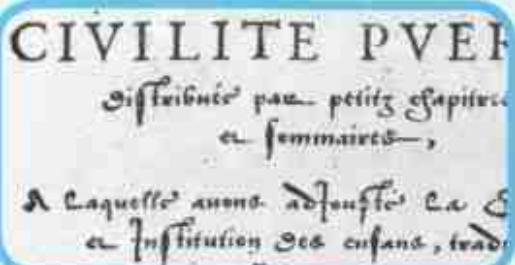
	Grotesque sans-serif	Geometric sans-serif	Humanist sans-serif	
				
	(Helvetica)	(Futura)	(Optima)	
	Nét cuối: Phần kết thúc của các nét chữ có thể có được bo tròn, vuông hoặc có góc cạnh. Serif: Không có phần serif.	Nếu có một hướng chữ nào, thì đó thường là hướng chữ theo phương dọc (vuông góc với đường baseline).	Nếu có một hướng chữ nào, thì đó thường là hướng chéo hoặc vuông góc với đường baseline.	
	Hướng chữ	Nếu có một hướng chữ nào, thì đó thường là hướng chữ theo phương dọc (vuông góc với đường baseline).	Nếu có một hướng chữ nào, thì đó thường là hướng chéo hoặc vuông góc với đường baseline.	
	Độ tương phản	Thường có độ tương phản thấp; hoặc không có độ tương phản giữa nét dày và nét mỏng.	Có thể có độ tương phản từ thấp đến trung bình giữa nét dày và nét mỏng, mặc dù thường không có độ tương phản.	
	Tỷ lệ	<b>x-height:</b> Nhìn chung là cao so với cap height. <b>Set width:</b> Các ký tự thường tự hép cho đến vừa phải.	<b>x-height:</b> Nhìn chung là trung bình so với cap height. <b>Set width:</b> Các ký tự thường rộng. Tỷ lệ của ký tự dựa trên các dạng hình học.	<b>x-height:</b> Nhìn chung là cao so với cap height. <b>Set width:</b> Các ký tự thường tự vừa phải cho đến rộng. Các tỷ lệ dựa trên tỷ lệ của typeface Humanist kiểu La Mã.
	Đặc điểm khác	<ul style="list-style-type: none"> <li>Phần apex của chữ A hoa thường vuông.</li> <li>Chữ a thường hay có hai tầng.</li> <li>Chữ G hoa thường có một nét spur.</li> <li>Chữ g thường hay có nét tail mở ra.</li> <li>Thường có vẻ ngoài hơi vuông.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Phần apex của chữ A hoa thường nhọn.</li> <li>Chữ a thường hay có một tầng (single story).</li> <li>Chữ G hoa thường không có nét spur.</li> <li>Chữ g thường hay có nét tail mở ra.</li> <li>Rất si mê và mang tính cá nhân.</li> <li>Có thể được tạo dung từ những phần có thể hoàn chuyển cho nhau.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Phần apex của chữ A hoa thường vuông.</li> <li>Chữ a thường hay có hai tầng.</li> <li>Chữ G hoa thường không có nét spur.</li> <li>Chữ g thường hay có nét tail mở ra.</li> <li>Đôi khi trông sinh động hơn hoặc có kiểu giống chữ calligraphy hơn Grotesque và Geometric.</li> </ul>

## Hệ chữ Script

Typeface Script là những typeface được thiết kế để trông giống như được render theo lối thủ công, mặc dù không phải vậy. Chữ Script có thể trông giống chữ in hoặc chữ thảo; loại chữ này cũng có thể mang vẻ ngoài như được bàn tay viết ra, vẽ ra hoặc có nét viết theo nghệ thuật calligraphy. Chữ Script bao gồm những typeface với các chữ cái nối két lân nhau và một số thi không nối két. Do font blackletter dựa trên chữ Script của những người làm nghề tóc ký, nên một số người xem chúng là thành viên của hệ chữ này. Tuy nhiên, nhiều người đồng ý rằng typeface Script thực sự và đầu tiên được Robert Granjon đúc khuôn năm 1557 tại Pháp. Granjon gọi typeface Script của mình là *lettre françoise d'art de main* (nghệ thuật viết chữ bằng tay của Pháp), nhưng nó bắt đầu nổi tiếng với cái tên Civilité (Lễ nghi), do loại chữ này được dùng để in một cuốn sách nổi tiếng về nghi thức xã giao dành cho trẻ em có nhan đề *La Civilité puerile* (tạm dịch: *Đạo trẻ học lễ nghi*).

### CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ SCRIPT

Năm 1928, Hermann Zapf phục dựng chữ Civilité của Robert Granjon khi ông thiết kế một typeface cũng có tên gọi là Civilité. Đến nay, loại chữ này đã được phục dựng dưới định dạng kỹ thuật số với tên gọi St. Augustin Civilité, được trình bày bên dưới. Bạn có thể đối chiếu phiên bản kỹ thuật số của Civilité với cân cảnh trang tiêu đề cuốn sách *La Civilité puerile* của Granjon, như minh họa ở Hình 3-21. Các font và bản phục dựng kỹ thuật số của những typeface Script phổ biến khác được minh họa ở các trang tiếp theo.



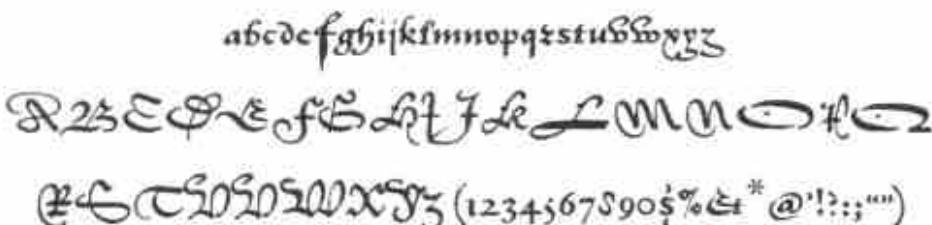
Hình 3-21

Typeface Civilité trong cuốn *La Civilité puerile* của Granjon năm 1558. Ảnh do Thư viện Trung tâm Zürich (Zentralbibliothek Zürich) cung cấp.



Typeface St. Augustine Civilité lịch sử được Jonathan Hoefler thiết kế, dựa trên các thiết kế gốc do Robert Granjon tạo ra năm 1557.  
© Bản quyền năm 1994 thuộc về Công ty thiết kế chữ Hoefler ([www.typography.com](http://www.typography.com)).

St. Augustin Civilité – 24 pt



## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ SCRIPT

# Tekton

36 pt

Tekton được David Siegel và Jim Wasco thiết kế năm 1989. Tekton do Tập đoàn Adobe ([www.adobe.com/type](http://www.adobe.com/type)) và Tập đoàn Microsoft ([www.microsoft.com](http://www.microsoft.com)) cung cấp.

Tekton – 30 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOP  
 QRSTUVWXYZ  
 (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

# Brush Script

32 pt

Brush Script là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Robert E. Smith tạo ra năm 1942. Brush Script do Công ty thiết kế chữ Bitstream ([www.myfonts.com](http://www.myfonts.com)) cung cấp.

Brush Script – 30 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOP  
 QRSTUVWXYZ  
 (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

# Dom Casual

32 pt

Dom Casual là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Peter Dombrevian tạo ra năm 1952. Dom Casual do Công ty thiết kế chữ Bitstream ([www.myfonts.com](http://www.myfonts.com)) cung cấp.

Dom Casual – 30 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
**ABCDEFGHIJKLMNP**  
**QRSTUVWXYZ**

(1234567890\$%&\*@'!?:;'''')

# Shelley Script

32 pt

Shelley Script được Matthew Carter thiết kế năm 1972, dựa trên chữ viết tay của George Shelley, bậc thầy viết chữ nước Anh đầu thế kỷ 18. Shelley Allegro Script do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Shelley Script – 30 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
*A B C D F G H I J K L M N O P*  
*Q R S T U V W X Y Z*  
 (1234567890\$%&\*@'!?:;'''')

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ SCRIPT

*Streamline*

24 pt

Streamline được Leslie Cabarga thiết kế năm 1995, dựa trên các chữ Script đang typography của thập niên 1940. Streamline Light do Công ty thiết kế chữ Font Bureau ([www.fontbureau.com](http://www.fontbureau.com)) cung cấp.

Streamline – 26 pt

*a b c d e f g h i j k l m n o p  
q r s t u v w x y z*

*A B C D E F G H I J K L  
M N O P Q R S T V W X*

*Y Z (1234567890\$%&\*@'!?:;"")*

*Type Upright*

32 pt

Type Upright là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Morris Fuller Benton tạo ra năm 1915. Type Upright do Công ty thiết kế chữ Bitstream ([www.myfonts.com](http://www.myfonts.com)) cung cấp.

Type Upright – 36 pt

*a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
A B C D E F G H I J K L M N O P  
Q R S T U V W X Y Z*

*(1234567890\$%&\*@'!?:;"")*

Zapfino  
32 pt

Họ chữ Zapfino được Hermann Zapf thiết kế năm 1998. Một phiên bản cải tiến tên là Zapfino Extra cho phép sử dụng những đặc điểm có trong định dạng OpenType. Zapfino One do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Zapfino – 30 pt

*a b c d e f g h i j k l m n o p ß r  
s t u v w x y z*

*A B C D E F G H I J*

*K L M N O P*

*Q R S T U V W X Y Z*

*(1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 \$ % © \* )*

*@ ! ? : ; " " )*

## FONT PIXEL

Font pixel (pixel font) là một hệ chữ mới phát triển, nhằm đáp ứng nhu cầu của các công nghệ mới. Font pixel là những font được thiết kế riêng biệt để tối ưu hóa tính rõ ràng (legibility) trên màn hình máy tính độ phân giải thấp (low-resolution computer screen). Nhiều font pixel được thiết kế đặc biệt để có thể xem ở kích cỡ nhỏ, do việc đọc chữ nhỏ trên màn hình máy tính thực sự là một thách thức đối với đa số người đọc. Về mặt phong cách, loại chữ này có thể thuộc nhiều hệ chữ khác nhau.

# Chicago

32 pt

Chicago được Susan Kare thiết kế năm 1983 như một font bitmap (phông chữ chấm vuông); sau đó được Charles Bigelow và Kris Holmes chuyển đổi thành font TrueType có thể cài đặt được vào năm 1990. Chicago do Công ty thiết kế chữ Apple (<http://fonts.apple.com>) và Tập đoàn Microsoft ([www.microsoft.com](http://www.microsoft.com)) cung cấp.

Chicago – 28 pt

a b c d e f g h i j k l m n o p  
 q r s t u u w x y z  
 A B C D E F G H I J K L M N O P  
 Q R S T U U W X Y Z  
 ( 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 \$ %  
 & \* @ ' ! ? : ; " " )

# Phiêu lưu TRONG THẾ GIỚI THIẾT KẾ

Các tỷ lệ của font pixel dựa trên ô lưới (grid) gồm nhiều ô vuông lì ti, hay còn gọi là pixel, vốn tạo nên màn hình. Vì pixel có dạng hình vuông, nên các khối hợp nhất dùng để tạo ra các font pixel cũng ở dạng vuông và thường đem đến cho những typeface này diện mạo dạng khối, có răng cưa. Tuy nhiên, đó là nơi kết thúc của những điểm tương đồng. Font pixel có thể có serif hoặc không có serif và bao gồm những typeface có thể tham chiếu chéo ở tất cả các phân loại họ chữ khác. Trong số những font pixel đầu tiên, có thể kể đến Chicago, New York, Geneva, Lucida, Monaco và Charcoal.

# Geneva

32 pt

Geneva được Susan Kare thiết kế năm 1983 như một font bitmap, sau đó được Charles Bigelow và Kris Holmes chuyển đổi thành font TrueType có thể cài đặt được vào năm 1990. Geneva do Công ty thiết kế chữ Apple (<http://fonts.apple.com>) và Tập đoàn Microsoft ([www.microsoft.com](http://www.microsoft.com)) cung cấp.

Geneva – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

# Lucida Sans

32 pt

Họ chữ Lucida Sans được Charles Bigelow và Kris Holmes thiết kế năm 1985. Lucida Sans EF Roman do Công ty thiết kế chữ Elsner + Flake ([www.elsner-flake.com](http://www.elsner-flake.com)) cung cấp.

Lucida Sans – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ PIXEL

**Monaco**

32 pt

Monaco được Susan Kare thiết kế năm 1983 như một font bitmap, sau đó được Charles Bigelow và Kris Holmes chuyển đổi thành font TrueType có thể cỡ giãn được vào năm 1990. Monaco do Công ty thiết kế chữ Apple (<http://fonts.apple.com>) và Tập đoàn Microsoft ([www.microsoft.com](http://www.microsoft.com)) cung cấp.

Monaco – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOP  
 QRSTUVWXYZ  
 (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

**New York**

32 pt

New York được Susan Kare thiết kế năm 1983 như một font bitmap, sau đó được Charles Bigelow và Kris Holmes chuyển đổi thành font TrueType có thể cỡ giãn được vào năm 1990. New York do Công ty thiết kế chữ Apple (<http://fonts.apple.com>) và Tập đoàn Microsoft ([www.microsoft.com](http://www.microsoft.com)) cung cấp.

New York – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOP  
 QRSTUVWXYZ  
 (1234567890\$%&\*@'!?:;“”)

# Charcoal

30 pt

Charcoal được David Berlow thiết kế năm 1995. Charcoal do Công ty thiết kế chữ Apple (<http://fonts.apple.com>) và Tập đoàn Microsoft ([www.microsoft.com](http://www.microsoft.com)) cung cấp.

Charcoal – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%&\*@'!?:;'"")

# FixSys

36 pt

FixSys được Alexander Tarbeev thiết kế năm 1995. FixSys do Công ty thiết kế chữ Paratype ([www.paratype.com](http://www.paratype.com)) cung cấp.

FixSys – 36 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
(1234567890\$%&\*@'!?:;'"")

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ PIXEL

## Lo Res

32 pt

Họ chữ Lo Res được Zuzana Licko thiết kế năm 2001. Lo Res 12 Regular do Công ty thiết kế chữ Emigre ([www.emigre.com](http://www.emigre.com)) cung cấp.

Lo Res – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
QRSTU VWXYZ  
(1234567890፣ঠোৱাৰ্ট@’! ?; ;””)

## Hệ chữ Display

Typeface Display đầu tiên được thiết kế vào đầu thế kỷ 19, dùng trong các poster quảng cáo. Những biến đổi xã hội, tiến bộ công nghệ và quy trình sản xuất hàng loạt của cuộc Cách mạng Công nghiệp trước đó đã dẫn tới kết quả có rất nhiều sản phẩm cạnh tranh được mua bán, đồng thời xuất hiện một tầng lớp lao động lớn hơn phải chi tiêu nhiều hơn. Việc phát minh ra kỹ thuật lâm giấy (papermaking) tự động đã giúp cho việc quảng cáo sản phẩm mới đến người tiêu dùng mới có chi phí vừa phải. Việc phát minh ra chữ gỗ (wooden type) thậm chí còn khiến các typeface mới lạ có chi phí sản xuất rẻ hơn - và ở những kích cỡ lớn hơn cũng vậy. Những typeface mập, đậm, nổi khối (three-dimensional), không serif và mang tính trang trí nhanh chóng được sản xuất với tốc độ nhanh chưa từng có, nhằm đáp ứng nhu cầu của các nhà quảng cáo.

Lịch sử tự lập lại chính nó khi “cuộc cách mạng số” (“digital revolution”) của thập niên 1990 đã tạo ra một loạt typeface mới và lạ giống như vậy. Để phân loại, cả typeface cũ và mới không phù hợp với mọi hệ chữ khác sẽ được nhóm vào hệ chữ Display. Thường thì những typeface trong hệ chữ này có thể được phân loại chéo vào bất cứ hệ chữ nào khác, do các thành viên của họ chữ này không nhất thiết phải có chung một giá trị thẩm mỹ.

Tuy nhiên, điểm chung của các typeface này là có tính rõ ràng thấp khi đặt trong văn bản nội dung (body text). Thì thoảng, chúng có những nét uốn lượn hoa mỹ và hình dạng khác thường gây khó đọc; đòi hỏi, tỷ lệ của các typeface này vượt quá hạn mức bình thường, gây khó cho việc đọc. Thường thì một font được xếp vào hệ chữ Display bởi vì ngoài tách biệt khá xa với những gì người đọc đã quen thuộc, tính rõ ràng bị suy giảm và khiến font này chỉ phù hợp với mục đích trình bày chữ tiêu đề/dấu để khổ lớn.

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ DISPLAY

Các typeface được đưa ra bên dưới bao gồm những thiết kế và bản phục dựng định dạng kỹ thuật số dựa trên rất nhiều typeface có ý nghĩa lịch sử quan trọng.

# Vineta

24 pt

Vineta được Ernst Volker thiết kế năm 1973, dựa trên các letterform Display cuối thế kỷ 19. Vineta do Công ty thiết kế chữ Bitstream ([www.myfonts.com](http://www.myfonts.com)) cung cấp.

Vineta – 36 pt

a b c d e  
f g h i j k l m n o p  
q r s t u v w x y z  
A B C D E  
F G H I J K L M N  
O P Q R S T U  
V W X Y Z  
( 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
\$ % & \* @ ' ! ? : ; " " )

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ DISPLAY

**Victorian LT**

32 pt

Victorian LT được Freda Sack thiết kế năm 1980, dựa trên các letterform Display cuối thế kỷ 19. Victorian LT do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Victorian LT – 32 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;")

**BEARDED LADY BB**

32 pt

Bearded Lady BB được Nate Piekos thiết kế năm 2004, dựa trên các letterform Display cuối thế kỷ 19. Bearded Lady BB do Công ty thiết kế chữ Blambot ([www.blambot.com](http://www.blambot.com)) cung cấp.

Bearded Lady BB – 36 pt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ (1234567890\$%&\*@'!?:;")

# Kismet

32 pt

Kismet là bản phục dựng của các thiết kế gốc do John F. Cumming tạo ra năm 1879. Kismet do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Kismet – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

vwxyz (1234567890\$%&\*!?:;"")

# Playbill

32 pt

Playbill được Robert Harling thiết kế năm 1938, dựa trên các letterform Display cuối thế kỷ 19 của miền Tây nước Mỹ. Playbill do Công ty thiết kế chữ Bitstream ([www.myfonts.com](http://www.myfonts.com)) cung cấp.

Playbill – 36 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

vwxyz (1234567890\$%&\*!?:;"")

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ DISPLAY

**Arnold Boecklin**

38 pt

Arnold Boecklin là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Otto Weisert thiết kế năm 1904. Arnold Boecklin do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Arnold Boecklin – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ (1234567890\$%&\*!?:;“”)

**Eckmann**

32 pt

Eckmann được Otto Eckmann thiết kế năm 1900. Eckmann do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Eckmann – 30 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ (1234567890\$%&\*!?:;“”)

# P22 Mucha

28 pt

P22 Mucha được Christina Torre thiết kế năm 2001, dựa trên các thiết kế gốc do Alphonse Mucha tạo ra năm 1900. P22 Mucha do Công ty thiết kế chữ P22 ([www.p22.com](http://www.p22.com)) cung cấp.

Arts and Craft GS – 28 pt

A B C D E F G H I J K L M N O P  
Q R S T U V W X Y Z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U

V W X Y Z (1234567890\$%¤\*®!?:;“”“”)

# ARTS AND CRAFTS GS

24 pt

Arts and Crafts GS được Todd Hallock thiết kế, dựa trên các thiết kế gốc do Charles Rennie Mackintosh và những thành viên khác của trường Nghệ thuật Glassgow tạo ra vào khoảng năm 1900. Arts and Crafts GS do Công ty thiết kế chữ Bannigan Artworks ([www.celticartworks.com](http://www.celticartworks.com)) cung cấp.

Arts and Craft GS – 28 pt

A B C D E F G H I J K L M N O P  
Q R S T U V W X Y Z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U

V W X Y Z (1234567890\$%¤\*®!?:;“”“”)

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ DISPLAY

**MOJO**

46 pt

Mojo được Jim Parkinson thiết kế, dựa trên các thiết kế gốc do Alfred Roller tạo ra năm 1902. Mojo do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Mojo – 60 pt

A B C D E F G H I J K L M N O P

Q R S T U V W X Y Z

(1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 \$ % & \* @ ' ! ? : ; " " )

**Parisian**

40 pt

Parisian là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Morris Fuller Benton tạo ra năm 1928. Parisian do Công ty thiết kế chữ Bitstream ([www.myfonts.com](http://www.myfonts.com)) cung cấp.

Parisian – 28 pt

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U

V W X Y Z (1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 \$ % & \* @ ' ! ? : ; " " )

**Broadway**

24 pt

Broadway là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Morris Fuller Benton tạo ra năm 1929. Broadway do Công ty thiết kế chữ Bitstream ([www.myfonts.com](http://www.myfonts.com)) cung cấp.

Broadway—28 pt

**a b c d e f g h i j k l m n o p  
q r s t u v w x y z**

**A B C D E F G H I J K L M N O P  
Q R S T U V W X Y Z**

**(1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 \$ % & \* @ ' ! ? : ; " " )**

**Day Tripper NF**

26 pt

Day Tripper NF được Nick Curtis thiết kế, dựa trên các thiết kế gốc do Alphonso E. Tripp tạo ra vào thập niên 1930. Day Tripper NF do Công ty thiết kế chữ Nick's Fonts ([www.nicksfonts.com](http://www.nicksfonts.com)) cung cấp.

Day Tripper NF—28 pt

**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
A B C D E F G H I J K L M N O P  
Q R S T U V W X Y Z  
(1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 \$ % & \* @ ' ! ? : ; " )**

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ DISPLAY

**RED STAR LINE NF**

32 pt

Red Star Line NF được Nick Curtis thiết kế năm 2003, dựa trên kiểu chữ từ một cuốn brochure lữ hành năm 1926 quảng cáo cho tuyến tàu chay bằng hơi nước. Red Star Line NF do Công ty thiết kế chữ Nick's Fonts ([www.nicksfonts.com](http://www.nicksfonts.com)) cung cấp.

Red Star Line NF – 24 pt

A B C D E F G H I J K L M N O P  
 Q R S T V W X Y Z  
 (1234567890\$%&\*@'!?:;")

**AMBIENT**

32 pt

Ambient được Gabór Kóthay thiết kế năm 2002. Ambient do Công ty thiết kế chữ P22 ([www.p22.com](http://www.p22.com)) cung cấp.

Ambient – 30 pt

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
 A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U  
 V W X Y Z (1234567890\$%&\*@'!?:;")

**NEULAND**

26 pt

Neuland được Rudolf Koch thiết kế năm 1923 cho Công ty thiết kế chữ Klingspor. Neuland do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Neuland – 28 pt

**A B C D E F G H I J K L M N O P  
Q R S T U V W X Y Z  
(1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 \$ % & \* @ ' ; : ; " " )**

**P22 DESTIJL**

24 pt

Họ chữ P22 DeStijl được Richard Kegler và Michael Want thiết kế năm 1995, dựa trên các thiết kế gốc do Theo van Doesburg tạo ra năm 1919. P22 DeStijl Regular do Công ty thiết kế chữ P22 ([www.p22.com](http://www.p22.com)) cung cấp.

P22 DeStijl – 40 pt

**A B C D E F G H I J K L M N O P  
Q R S T U U Ш X Y Z  
(1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 \$ . , : ; " " )**

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ DISPLAY

**HENDRIX**

32 pt

Hendrix được David Nalle thiết kế năm 1993, dựa theo kiểu chế tác chữ từ các poster quảng cáo nhạc rock của thập niên 1960. Hendrix do Công ty thiết kế chữ Scriptorium ([www.fontcraft.com](http://www.fontcraft.com)) cung cấp.

Hendrix – 28 pt

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
(! ? , : ; )

**macrame**  
**super triline**

24 pt

Macrame Super Triline được Jess Latham tạo ra năm 2002, dựa trên các thiết kế từ thập niên 1960 tới 1970. Macrame Super Triline do Công ty thiết kế chữ Blue Vinyl Fonts ([www.bvfants.com](http://www.bvfants.com)) cung cấp.

Macrame Super Triline – 28 pt

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
! ? , : ; )

**Elephant Bells Heavy**

21 pt

Elephant Bells Heavy là thiết kế của Bob Alonso. Elephant Bells Heavy do Công ty thiết kế chữ BA Graphics ([www.myfonts.com](http://www.myfonts.com)) cung cấp.

Elephant Bells Heavy – 28 pt

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
(1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 \$ % & \* @ ! ? : ; " )

## New Nerd Shadowed

22 pt

Họ chữ New Nerdish được Robert Schenk thiết kế năm 1994. New Nerd Shadowed (đồ bông) do Công ty thiết kế chữ Ingrimayne (<http://ingrimayne.saintjoe.edu/fonts/>) cung cấp.

New Nerd Shadowed – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
vwxyz (1234567890\$%&\*#@!?:;")

## AUTOMATIC AOE

28 pt

Automatic AOE được Brian J. Bonislawsky thiết kế năm 2000. Automatic AOE do Học viện Typography Astigmatic One Eye ([www.astigmatic.com](http://www.astigmatic.com)) cung cấp.

Automatic AOE – 36 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
vwxyz (1234567890\$%&\*#@!?:;")

## CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ DISPLAY

**Viscosity**

32 pt

Viscosity được Bob Aufuldish và Kathy Warinner thiết kế năm 1996. Viscosity do Công ty thiết kế chữ FontBoy ([www.fontboy.com](http://www.fontboy.com)) cung cấp.

Viscosity – 28 pt

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U

v W X Y Z (1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 \$ % & \* @ ' ! ? : ; " " )

**Bokonon**

32 pt

Bokonon được Todd Dever thiết kế năm 1997. Bokonon do Công ty thiết kế chữ Cool Fonts ([www.cool-fonts.com](http://www.cool-fonts.com)) cung cấp.

Bokonon – 28 pt

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U

v W X Y Z (1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 \$ % & \* @ ' ! ? : ; " " )

ZAPPED

40 pt

Zapped là thiết kế của Todd Dever. Zapped do Công ty thiết kế chữ Cool Fonts ([www.cool-fonts.com](http://www.cool-fonts.com)) cung cấp.

Zapped – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
!@#\$%^&\*()\_+=-;:,./?`~`

## TỔNG KẾT CHƯƠNG

Qua thời gian, các letterform được in ấn đã trải qua những thay đổi về mặt tạo hình, phản ánh các cải tiến về khả năng công nghệ, những biến chuyển chính trị-xã hội và sự thay đổi sở thích của công chúng. Chúng tôi phân loại các typeface vào họ chữ thích hợp, căn cứ theo đặc tính tạo hình và ý nghĩa lịch sử của chúng, nhằm giúp bạn nhận diện và sử dụng những typeface này thật xác đáng. Chín hệ chữ mà các font thường được phân loại nhiều nhất là Blackletter, Humanist, Old Style, Transitional, Modern, Egyptian, Sans-serif, Script và Display. Những biến đổi cấu trúc của các thành phần - bao gồm nét cuối, hướng nhẵn nét, stroke weight, set width và x-height - đã giúp phân biệt từng hệ chữ với nhau.

Nhà thiết kế cần đưa ra quyết định am tường khi lựa chọn typeface cho thiết kế của mình, bởi hình thức của một typeface có thể góp phần diễn tả một tâm trạng, khơi gợi một kỷ ức, hoặc nhắc người xem hồi nhớ lại một thời kỳ lịch sử nào đó. Khi đã nắm rõ cách phân loại chữ, nhà thiết kế có thể sáng tạo nên những thiết kế hiệu quả hơn. Hiểu rõ các thuật ngữ chuyên môn được dùng để mô tả chữ cũng là yếu tố quan trọng giúp nhà thiết kế truyền thông hiệu quả về thiết kế của mình, bất kể khi họ truyền thông sản phẩm của mình với các nhà thiết kế khác hay với đối tượng khách hàng mục tiêu.



## Ôn tập

1. Typeface là gì? Font là gì? Kiểu chữ là gì?
2. Họ chữ có thể hàm chứa hai ý nghĩa nào?
3. Kể tên 9 hệ chữ.
4. Mô tả hình thức của nét cuối, hướng nhấn nét, độ tương phản, stroke weight, set width và x-height của từng hệ chữ.
5. Tại sao Gutenberg dùng typeface Blackletter để in cuốn Kinh Thánh 42 dòng của mình?
6. Các typeface Humanist có nguồn gốc từ đâu và tại sao các nhà in lại bắt đầu sử dụng chúng?
7. Khác biệt giữa typeface Humanist và Old Style là gì?
8. Những thành phần nào đã bị thay đổi từ typeface Old Style sang Transitional? Từ Transitional sang Modern?
9. Tại sao typeface Display trở nên phổ biến vào thế kỷ 19?
10. Tại sao typeface Sans Serif trở nên phổ biến vào thế kỷ 20?



## Bài tập

1. Xem kỹ một số tạp chí để tìm ba ví dụ về typeface thuộc mỗi hệ chữ. Hãy suy ngẫm về lý do tại sao bạn phân loại từng typeface vào hệ chữ mình chọn.
2. Tìm một trang Web cho phép tải font miễn phí. Xem xét kỹ các lựa chọn font miễn phí, đồng thời xác định ba font khó phân loại do có những đặc điểm của nhiều hơn một hệ chữ. Lập danh sách các thành phần cấu trúc dẫn tới thực tế bạn phải phân loại chúng theo những cách khác nhau.
3. Chọn một typeface từ mỗi hệ chữ. Sử dụng máy photocopy, phóng lớn một letterform duy nhất của từng typeface lên đến kích thước bằng một trang giấy. Hãy đối chiếu các thành phần cấu trúc của mỗi loại, bao gồm các nét cuối và phần serif, hướng nhấn nét, độ tương phản, stroke weight, set width và x-height. Gắn nhãn ghi chú cho những quan sát của bạn. Đồng thời, hãy xem xét các thành phần cấu trúc đó khác nhau như thế nào ở typeface này so với typeface kia.
4. Sử dụng các chữ cái trong từ chỉ tên gọi của bạn để thiết kế một typeface mới sẽ được phân vào hệ chữ Modern.
5. Sử dụng các chữ cái trong từ chỉ họ của bạn để thiết kế một typeface mới sẽ được phân vào hệ chữ Sans-serif. Hãy quyết định đầu là lý do khiến typeface của bạn sẽ được mô tả tốt nhất cho typeface Grotesque, Geometric hoặc Humanist Sans-serif.
6. Bạn nhạc mà bạn yêu mến thuê bạn thiết kế ảnh bìa để tái phát hành đĩa CD ưa thích. Chỉ sử dụng các typeface được đưa ra làm mẫu ở chương này, hãy thiết kế mặt trước, mặt sau của bìa đĩa và một sticker (nhãn dán) cho đĩa CD. Thiết kế của bạn có thể gồm nhiều letterform tùy ý. Bạn có thể tạo ra những letterform ở kích cỡ lớn hoặc nhỏ, với bất cứ màu gì và có thể xếp chồng chúng lên nhau.

| Tình rõ ràng và tình dễ đọc |



Ảnh do Jeff Lourenco của Công ty Lourenco + Vanessa cung cấp.

# CHƯƠNG 4

## Mục tiêu bài học

- Hiểu được sự khác nhau giữa tính rõ ràng (legibility) và tính dễ đọc (readability).
- Đánh giá được tầm quan trọng của tính rõ ràng và tính dễ đọc đối với truyền thông thị giác (visual communication).
- Đánh giá được sự ảnh hưởng của nhiều yếu tố - từ kiểu chữ (style), màu sắc (color), kích thước (size), hình dạng (shape) và nền (background) - đến tính dễ đọc của thiết kế.
- Nắm rõ ảnh hưởng của cách thức sắp xếp các letterform (mặt chữ) và không gian âm (negative space) lên tính dễ đọc của thiết kế.
- Suy ngẫm về cách nhà thiết kế có thể cải thiện tính dễ đọc nhờ chú trọng tới đặc tính sinh lý học và trải nghiệm của người xem.

## Giới thiệu

Tạo nên một thiết kế dễ đọc là yếu tố then chốt thu hút độc giả; tạo ra từ ngữ rõ ràng cho bản thiết kế là điều thiết yếu để truyền tải hiệu quả thông điệp mà nhà thiết kế muốn gửi gắm. **Tính rõ ràng (legibility)** đề cập đến mức độ dễ dàng mà nhờ đó, độc giả có thể nhận biết và phân biệt được các letterform với nhau. Ví dụ, nếu gặp khó khăn khi đọc bản ghi chú viết tay của người bạn nào đó, bạn có thể nói rằng đó là bản viết tay không rõ ràng. Khi hình dạng của các ký tự in thay đổi quá nhiều so với dạng đơn giản nhất của chúng, người đọc có thể rơi vào trạng thái nhầm lẫn, bức tức và khó hiểu.

**Tính dễ đọc (readability)** đề cập đến mức độ dễ dàng của việc đọc và điều hướng một trang văn bản. Điều hiển nhiên là tính rõ ràng của văn bản trên trang gây ảnh hưởng đến tính dễ đọc, nhưng nhiều yếu tố khác cũng vậy. Dù văn bản rõ ràng đến mấy, độc giả vẫn có thể không đọc ra được một layout (bố cục dàn trang) nếu layout này quá rối mắt, chật chội hay khó định hướng. Mặt khác, nếu layout trông lôi cuốn về mặt thị giác, các thành phần được bố trí thích hợp, độc giả sẽ thấy layout dễ đọc, nên nhiều khả năng là họ sẽ đọc và nắm bắt được toàn bộ thông điệp.

Trong thời đại hiện nay, ngày càng có nhiều thông điệp truyền thông cạnh tranh nhau tiếp cận chúng ta tối tấp và tranh giành sự chú ý của chúng ta. Do vậy, tạo ra một thiết kế vừa rõ ràng vừa dễ đọc có thể làm nên sự khác biệt lớn về khả năng tiếp cận khán giả mục tiêu của thông điệp!



## Thuật ngữ

**tinh dễ đọc (readability):** mức độ dễ dàng của việc đọc và điều hướng một trang văn bản.

**tinh rõ ràng (legibility):** mức độ dễ dàng mà nhờ đó, độc giả có thể nhận biết và phân biệt được các letterform với nhau.

# CÁC YÊU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI TINH RỎ RÀNG

Bạn muốn văn bản của mình rõ ràng, vậy đâu là lựa chọn có thể giúp bạn cải thiện tinh rõ ràng cho thiết kế đó? Có rất nhiều yếu tố ảnh hưởng tới tinh rõ ràng của tác phẩm trên giấy in hay trên màn hình vi tính; hiểu biết về những yếu tố này sẽ giúp bạn đưa ra lựa chọn thích đáng để tạo nên một thiết kế hiệu quả và thành công. Cần nhắc những vấn đề này khi thiết kế layout sẽ giúp bạn cân bằng mối quan tâm về tinh rõ ràng với các yêu cầu về phong cách, để từ đó góp phần tạo nên tinh dễ đọc cho thiết kế của bạn.

## Dạng typeface

Hơn bao giờ hết, hiện có rất nhiều typeface cho bạn lựa chọn trong quá trình thiết kế. Typeface bạn chọn sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới tinh rõ ràng của thiết kế. Tuy nhiên, một số loại typeface có thể rõ ràng ở dạng **chữ Display (Display type)** - các chữ khổ lớn và/hoặc mang tính trang trí dùng để thu hút sự chú ý; thường được dùng cho dòng tiêu đề (title), phụ đề (heading) hoặc để mục (headline) - thì lại thiếu rõ ràng khi sử dụng làm **văn bản nội dung (body type, hay còn gọi là text type, body text)**, tức các đoạn văn bản dài hơn một vài từ).

## Tinh quen thuộc

Tinh quen thuộc (familiarity) đóng một vai trò lớn, bất kể độc giả có đọc được văn bản của bạn hay không. Các typeface phổ biến và quen thuộc hơn có thể dễ đọc hơn, mất ít thời gian đọc hơn so với những typeface ít quen thuộc. Câu văn ở Hình 4-1 minh họa cho ý kiến chủ đạo này. Typeface blackletter (Johannes G) được đánh giá cao về tinh rõ ràng trong thời kỳ Gutenberg, nhưng đối với khán giả đương đại lại khác. Không nên sử dụng typeface mới, không rõ ràng và không phổ biến cho văn bản nội dung, mặc dù chúng có thể được dùng làm chữ Display để tăng tính hấp dẫn và bổ sung phong cách cho thiết kế.

*Typefaces that are more familiar can be read more quickly and easily than unfamiliar ones.*

## Typeface Serif và Sans-serif

Nghiên cứu đã chỉ ra rằng đối với văn bản nội dung, typeface Serif (Chốt nét) dễ đọc hơn so với typeface Sans-serif (Không chốt nét). Những người tham gia vào nghiên cứu cho thấy thực tế rằng: Khi đọc các đoạn văn bản nội dung với typeface Serif, mức độ linh hoạt cao gấp năm lần so với khi đọc văn bản sử dụng typeface Sans-serif. (Không có sự khác biệt trong việc linh hoạt văn bản sử dụng typeface Display).

Hình 4-1

Không văn bản sử dụng typeface không phổ biến, F.F. Johannes G, do Manfred Klein thiết kế năm 1991, dựa trên thiết kế gốc năm 1455 của Johannes Gutenberg.  
Ảnh do Công ty Thiết kế Quốc tế FontShop FSI ([www.fontshop.com](http://www.fontshop.com))  
cung cấp.

Có hai lý do giải thích tại sao typeface Serif lại dễ đọc hơn. Trước tiên là vì kiểu Serif giúp người đọc phân biệt rõ chữ cái này so với chữ cái khác. Ví dụ ở Hình 4-2 cho thấy, cùng một chữ *Illinois* nhưng dùng typeface Serif (Times New Roman) sẽ dễ đọc hơn so với typeface Sans-serif (Arial). Đó là do kiểu Serif thực sự thay đổi hình dạng của các chữ cái, cung cấp những dấu hiệu đậm tinh trực quan hơn, từ đó hỗ trợ cho việc nhận diện ký tự. Nếu chưa từng nghe đến bang Illinois, có thể bạn sẽ không chắc chắn về cách đọc các ký tự của từ này với kiểu Sans-serif.

**The second reason serifs increase legibility of body type is that the horizontal orientation of the serifs help the reader's eyes to flow smoothly along the horizontal lines of text. Most sans-serif**

Lý do thứ hai giải thích vì sao typeface Serif giúp tăng tính rõ ràng cho văn bản nội dung là tinh định hướng theo chiều ngang của typeface Serif giúp mắt người đọc dễ dàng theo dõi khi đọc các dòng của văn bản theo chiều ngang. Hầu hết typeface Sans-serif đều có diện mạo thẳng đứng, những nét stem thẳng đứng của các letterform trong bảng chữ cái của chúng ta chiếm ưu thế hơn hẳn, điều này có thể xung đột với sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc, làm mắt phải theo dõi chậm lại một chút.

Optima, a sans-serif font designed with splayed terminals, is more legible than most sans-serif fonts because the splayed

Optima, một font Sans-serif được thiết kế với nét cuối của chữ xòe ra (mở rộng), dễ đọc hơn so với hầu hết font Sans-serif khác. Lý do là vì nét cuối của chữ xòe ra khiến diện mạo chữ hướng theo phương ngang nhiều hơn, từ đó giúp mắt dễ dàng theo dõi giống như đối với kiểu Serif.

## Kiểu chữ

Kiểu chữ (type style) là phiên bản đã được điều chỉnh của một typeface. Ví dụ, văn bản có thể đặt ở kiểu *italic* (nghiêng), **bold** (đậm), **ALL CAPS** (IN HOA TẤT CẢ CÁC KÝ TỰ), hay **underline** (gạch chân). Hầu hết những kiểu chữ này đều giúp ích cho việc nhấn mạnh (emphasis) và hợp với chữ Display; tuy nhiên, các đoạn văn bản nội dung dài hiếm khi sử dụng một trong những kiểu chữ trên.

Ví dụ, một đoạn văn bản dài với những letterform kiểu bold sẽ khó đọc hơn so với kiểu regular (thường), do độ dày của các chữ cái làm giảm kích thước phần counter. Khái niệm này cũng đúng với bất cứ typeface nét đậm nào. Nên nhớ rằng, không gian âm bên trong letterform cũng đóng vai trò quan trọng đối với nhận biết của người đọc giống như các nét của ký tự vậy.

Trong quá trình chuyển ngữ, chúng tôi nhận thấy rõ tầm quan trọng của các đoạn nội dung được trình bày một cách có chủ đích bằng các font, kiểu chữ đang này, dù là bổ sung trực tiếp tinh trực quan vào văn bản của sách, giúp đọc giả tiện theo dõi, dễ sánh, nên đã chú ý giữ lại một phần trong đoạn nội dung sử dụng font tiếng Anh và bổ sung một đoạn chủ thích tiếng Việt ngay bên dưới. Mất khác, điều đáng tiếc là rất nhiều font quốc tế được tác giả để cập trong cuốn sách này vẫn chưa được Việt hóa, nên

# Illinois

# Illinois

Hình [4-2]

Từ "Illinois" dùng font Serif (bên trên) và Sans-serif (bên dưới).

Hình [4-3]

Khối văn bản dùng typeface Sans-serif Helvetica, do Max Miedinger thiết kế năm 1957. Ảnh do Xưởng đúc chữ Linotype, Thư viện Linotype GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Hình [4-4]

Khối văn bản được thiết lập với typeface Sans-serif Optima có nét cuối của chữ cái xòe ra, do Hermann Zapf thiết kế năm 1958. Ảnh do Xưởng đúc chữ Linotype, Thư viện Linotype GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.

Hình [4-5]

Khối văn bản được thiết lập với kiểu chữ bold.

**Hình |4-6|**

Khối văn bản được thiết lập với kiểu chữ All caps.

VĂN BẢN NỘI DUNG DÀI DÙNG KIỂU ALL CAPS CŨNG GÂY KHÓ ĐỌC. TRONG TRƯỜNG HỢP NÀY, TÍNH RỎ RÄNG GIẢM DO GIỮA CÁC KÝ TỰ IN HOA (TẤT CẢ ĐỀU CHUNG CHIỀU CAO) CÓ IT SỰ KHÁC NHAU HƠN SO VỚI CHỮ THƯỜNG (ĐÔI KHI, CHỮ THƯỜNG CÒN CÓ PHẦN ASCENDER VÀ PHẦN DESCENDER).

Người đọc có thể quen với hình dạng của tổng thể các từ và điều này giúp tăng tốc độ đọc; tuy nhiên, những từ được in theo kiểu All caps đều có hình dạng khá giống nhau: Hình chữ nhật. Dễ đọc nhất là sự kết hợp chuẩn cá chữ hoa và chữ thường có thể tìm thấy ở đa số tài liệu in ấn, một phần do sự khác biệt giữa các hình dạng ký tự và một phần bởi thói quen của người đọc với kiểu trình bày này.

**Hình |4-7|**

Khối văn bản được thiết lập với kiểu chữ underline.

**Đối với các tài liệu in ấn, nên hạn chế sử dụng kiểu underline.** Đoạn văn bản dài dùng chữ kiểu underline dễ gây khó khăn cho việc đọc. Mặc dù kiểu underline giúp tăng đồng chảy văn bản theo phương ngang, song cũng “canh tranh” về mặt thị giác với các letterform.

Trong môi trường kỹ thuật số, kiểu underline là đặc trưng của siêu liên kết (hypelink). Tuy nhiên, các phương pháp thay thế việc biểu thị liên kết (link), như làm nổi bật (highlight) hoặc sử dụng màu sắc khác, có thể đem lại hiệu quả tương tự và ít phá vỡ tính trực quan hơn. Trên màn hình, kiểu underline bên dưới từ không bao giờ được sử dụng nếu không nhằm mục đích biểu thị siêu liên kết, vì có thể gây nhầm lẫn và khiến người xem thất vọng.

**Hình |4-8|**

Khối văn bản được thiết lập với kiểu chữ italic.

Những nghiên cứu cố gắng gán dây đưa ra các thông tin trái ngược về tính rõ ràng của văn bản nội dung dùng typeface kiểu italic. Một vài kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng chữ kiểu italic khó đọc hơn, trong khi một số nghiên cứu khác cho thấy không có sự khác biệt về tính rõ ràng giữa chữ kiểu italic và chữ kiểu regular. Vậy, đâu mới là sự thật của vấn đề này? Sự thật là, không ai chính xác tuyệt đối. Tuy nhiên, tri thức từ các nghiên cứu cho thấy kiểu italic làm giảm tính rõ ràng, do đó bạn nên cẩn trọng khi sử dụng kiểu chữ này cho đoạn văn bản nội dung dài.

## Màu sắc và quang độ/độ đậm nhạt

Màu sắc (color) và quang độ/độ đậm nhạt (value) là công cụ thể hiện phong cách rất hiệu quả, giúp biểu lộ tâm trạng, khơi gợi sự liên tưởng cũng như thu hút sự chú ý của khán giả. Dưới cương vị là một nhà thiết kế, bạn sẽ phải đưa ra các quyết định về màu sắc của văn bản và màu nền bao quanh văn bản.

Nghiên cứu các vấn đề về tính rõ ràng liên quan đến màu sắc đã đưa đến một số kết quả rất dễ nhận thấy. Chữ đen trên nền trắng là sự kết hợp đạt tính rõ ràng cao nhất. Theo một nghiên cứu, thậm chí sự khác biệt nhỏ giữa văn bản nội dung màu tối trên nền trắng cũng làm giảm đáng kể tỷ lệ linh hội giữa những người tham gia nghiên cứu.

Tuy nhiên, chữ đen trên nền sáng nhẹ được chứng minh là đạt mức độ rõ ràng cao, đồng thời nâng cao tinh thần đọc; nhiều nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, hầu hết mọi người đều cảm thấy hấp dẫn với màu nền nhẹ. Màu nền nhẹ thường không nên vượt quá 10% độ xám (grayscale value); bởi khi vượt quá độ đậm nhất này, tinh thần đọc bắt đầu giảm xuống rất nhanh.

#### Hình 4-9

Khối văn bản được thiết lập tương phản với nền màu sáng nhẹ.

Nghiên cứu tương tự còn cho thấy, văn bản nội dung màu trắng trên nền đen cũng chứng tỏ sự kết hợp thiếu rõ ràng ở mức cao. Trong một thử nghiệm về sự kết hợp trên, sự linh hội của người đọc đạt mức thấp nhất với chữ trắng trên nền đen. Đó là do văn bản màu trắng trên nền đen tạo ra hiệu ứng lóa mắt, khiến việc đọc trở nên khó khăn và gây mệt mỏi cho mắt đọc giả.

Một vấn đề khác xảy ra với văn bản màu trắng trên nền đen là mắt chúng ta có khuynh hướng nhận thức màu đen “tràn vào” khu vực màu trắng. Đôi khi, mực đen tràn ra theo nghĩa đen, hay còn gọi là nhòe mực, vào vùng màu trắng - đặc biệt là với những loại giấy có độ thẩm hút cao.

Như vậy có nghĩa rằng bạn đừng bao giờ sử dụng chữ trắng trên nền đen? Không. Là một nhà thiết kế, bạn phải dàn xếp sự cân bằng hợp lý giữa tính rõ ràng và phong cách của mỗi thiết kế. Đôi khi, bạn có một chút thỏa hiệp đối với một trong hai yếu tố trên. Tuy nhiên, hãy luôn ý thức về sự thỏa hiệp của bạn, nhằm đưa ra được lựa chọn cho thấy bạn là người có hiểu biết. Ví dụ, khi sử dụng chữ trắng trên nền đen, bạn có thể giảm bớt hiệu ứng lóa mắt bằng cách sử dụng font ít tương phản hơn. Bạn cũng có thể giảm hiệu ứng nhòe chữ (bleeding) nhờ tăng độ dày các nét của ký tự màu trắng. Thực hiện theo những bước này giúp giảm sự căng thẳng của mắt và cải thiện tính rõ ràng cho người đọc dễ dàng. Hình 4-10 minh họa hai ví dụ sử dụng văn bản trắng trên nền đen; hãy lưu ý tác động của việc lựa chọn typeface đối với tính rõ ràng.

**Hình |4-10|**

(Bên trái): Khối văn bản màu trắng được thiết lập với độ tương phản cao trên nền đen, sử dụng typeface Linotype Didot Roman, do Adrian Frutiger và studio Linotype tạo ra dựa trên thiết kế gốc của Firmin Didot năm 1784. *Ảnh do Công ty Thiết kế chữ Linotype, Thư viện Linotype GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.*

(Bên phải): Khối văn bản màu trắng được thiết lập với độ tương phản thấp trên nền đen, sử dụng typeface Chester URW T Bold, do Phil Martin tạo ra, dựa trên thiết kế gốc của Morris Fuller Benton năm 1913. *Ảnh do Công ty Thiết kế chữ URW++ ([www.urwpp.de/english/home.htm](http://www.urwpp.de/english/home.htm)) cung cấp.*

White text on a black background can produce an optical **dazzle effect**, making

*Chữ trắng trên nền đen gây ra hiệu ứng lóa mắt, khiến việc đọc trở nên khó khăn và làm người đọc mệt mỏi.*

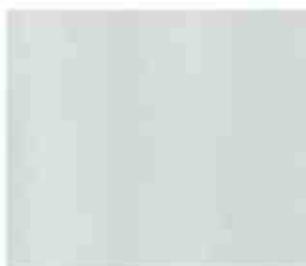
The **dazzle effect** can be somewhat reduced by choosing fonts with lower contrast, and the ef-

*Có thể giảm bớt hiệu ứng lóa mắt bằng cách sử dụng font ít tương phản hơn, đồng thời giảm hiệu ứng nhòe chữ nhờ tăng độ dày các nét của ký tự màu trắng.*

**Hình |4-11|**

Khối văn bản nét thanh với khoảng cách rất hẹp sử dụng typeface nhỏ (trái) có thể dùng chung kiểu hòa sắc chữ với khối văn bản có khoảng cách rộng dùng typeface đậm và lớn (phải).

Khối văn bản nét thanh khoảng cách rất hẹp này được cảm nhận có chung kiểu hòa sắc chữ với câu tiếp theo. Khối văn bản nét thanh khoảng cách rất hẹp này được cảm nhận có chung lối hòa sắc chữ với câu tiếp theo. Khối văn bản nét thanh khoảng cách rất hẹp này được cảm nhận có chung kiểu hòa sắc chữ với câu tiếp theo.

**Hòa sắc chữ**

Chúng ta vừa nói đến màu sắc (color) theo các thuật ngữ về sắc (hue) của văn bản và nền. Nay giờ, chúng ta thảo luận về **hòa sắc chữ (typography color)**, để cập đến tổng thể độ đậm nhạt về hòa sắc của khối văn bản trên một trang giấy, được linh hồn khi mắt kết hợp các hình âm (negative shape) và hình dương (positive shape) trong layout. Ví dụ, khi mắt bạn quan sát sự kết hợp các chữ cái màu đen với không gian âm màu trắng, não bạn sẽ phối kết chúng lại để bạn nhận ra tình trạng hòa sắc chữ của khối văn bản có độ đậm nhạt khác biệt so với độ đậm nhạt của màu xám. Kích thước và độ rộng của ký tự ảnh hưởng đến hòa sắc chữ, khác với kích thước của không gian âm - tức khoảng cách. Cho nên, chữ nét đậm với khoảng cách rộng đem lại cảm giác hòa sắc chữ tương tự như chữ nét thanh với khoảng cách rất hẹp, như minh họa ở Hình 4-11 bên dưới.

**Khối văn bản  
nét đậm, khoảng  
cách chữ rộng,  
được cảm nhận  
có độ đậm nhạt  
về hòa sắc chữ  
tương tự**

**Thuật ngữ**

**chữ Display (display text):** các chữ lớn và/hoặc mang tính trang trí dùng để thu hút sự chú ý; thường được sử dụng cho dòng tiêu đề, phụ đề hoặc đề mục.

**hòa sắc chữ (typography color):** tổng thể độ đậm nhạt về hòa sắc của khối văn bản trên một trang giấy, được linh hồn khi mắt kết hợp các hình âm và hình dương trong layout.

**văn bản nội dung (body type, hay còn gọi là text type, body text):** chữ được sử dụng cho các đoạn văn dài hoặc phần chính của một văn bản.

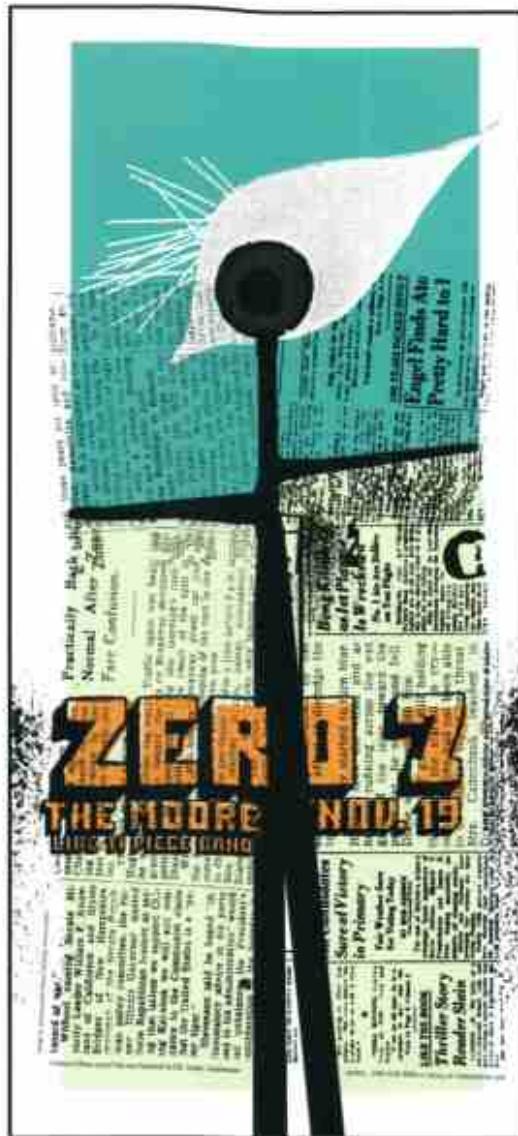
## Cấu trúc bê mặt của chữ

Nói tới cấu trúc bê mặt (texture) tức là chúng ta đang bàn đến bê mặt mà mình cảm nhận được là trơn nhẵn hay ghồ ghề, mềm mại hay nhọn sắc. Chúng ta có thể cảm nhận cấu trúc bê mặt bằng cách sử dụng xúc giác, như khi chúng ta cầm nắm một hòn đá trơn nhẵn hay mảnh giấy nhám xù xì. Chúng ta có thể cảm nhận bằng vị giác, như khi chúng ta ăn món bơ đậu phộng ngọt hay béo. Chúng ta nghe tới cấu trúc bê mặt như là nhịp điệu, tiết tấu trong âm nhạc và tiếng động. Chúng ta cũng có thể dùng thị giác để cảm nhận cấu trúc bê mặt như khi đưa mắt quan sát một mẫu nền màn hình với các họa tiết lặp lại, một bản nhạc - hoặc bức ảnh vẽ hòn đá trơn nhẵn, mảnh giấy nhám xù xì hoặc một viên bơ đậu phộng ngọt hay béo.

Giống như một bản nhạc hay mẫu nền màn hình với các họa tiết lặp lại, vẫn bản trên một trang giấy hay màn hình cũng có cấu trúc bê mặt. Nếu cấu trúc bê mặt của hòa sắc chữ rất nhịp nhàng - là kết quả của sự phối hợp nhất quán giữa cỡ chữ, mức độ weight, hình dạng, kiểu chữ và khoảng cách của letterform - đoạn văn sẽ dễ đọc hơn so với một cấu trúc bê mặt thô nhám hoặc hay thay đổi với những thành phần thiếu đồng nhất. Tuy nhiên, có những lúc bạn sẽ gặp một thiết kế có cấu trúc bê mặt thô nhám đáng giá. Ví dụ, trong Hình 4-12, nhà thiết kế thêm cảm giác huyền náo vào layout bằng cách sử dụng nhiều khối văn bản có cấu trúc bê mặt ở những vùng không cần đến tính rõ ràng.

## Kích thước và hình dạng của chữ

Một vài thành phần đóng góp vào kích thước và hình dạng của chữ, bao gồm stroke weight (độ đậm nét chữ), mức độ tương phản, set width (độ rộng đồng bộ/tỷ lệ rộng trên chiều cao) và kích thước point. Kích thước và hình dạng của các letterform gây ảnh hưởng lớn đến tính rõ ràng, do đó bạn cần cân nhắc kỹ lưỡng từng yếu tố trên. Như đã bàn luận về các kiểu typeface ở trên, văn bản với kích thước chữ và hình dạng không bình thường tỏ ra có hiệu quả khi dùng chữ Display, song sẽ trở nên khó đọc nếu dùng làm chữ ở phần văn bản nội dung.



Hình 4-12

Tấm poster quảng cáo Zero 7 do Jeff Kleinsmith thuộc Cơ quan Cấp bằng Sáng chế cho Nhà Xanh (Patent Pending Industries for House of Blues) thiết kế, bao gồm các vùng văn bản với cấu trúc bê mặt thô nhám.

## Stroke weight

Stroke weight (độ đậm nét chữ) của ký tự trong một typeface cũng ảnh hưởng tới tính rõ ràng. Như bạn có thể đoán khi quan sát Hình 4-13, nét chữ có stroke weight ở mức trung bình thường đem lại tính rõ ràng cao nhất.

### Hình 4-13

(Bên trái) Khối văn bản được thiết lập với typeface Futura Extra Bold có stroke weight ở mức cao, do Paul Renner thiết kế năm 1928. *Ảnh do Công ty Thiết kế chữ Linotype, Thư viện Linotype GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.*

(Bên phải) Khối văn bản được thiết lập với typeface Premier Lightline LET có stroke weight ở mức thấp, do Colin Brignall thiết kế năm 1970. *Ảnh do Công ty Thiết kế chữ Linotype, Thư viện Linotype GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.*

**The same phenomenon we saw with bolded typefaces is true for any typeface with a heavy stroke**

Hiện tượng tương tự khi chúng ta nhìn vào typeface đậm cũng đúng với bất cứ typeface nào có stroke weight ở mức cao. Các nét dày chèn vào phần counter của ký tự, khiến việc nhận diện chữ trở nên khó khăn hơn.

On the other hand, when a typeface has a very thin stroke weight, the strokes can become difficult for a reader's eyes to see at all, compromising legibility in long passages of text.

Mặt khác, nếu typeface có stroke weight ở mức rất nhỏ thì nét chữ cũng trở nên khó đọc, ảnh hưởng đến tính rõ ràng của đoạn văn bản dài.

## Độ tương phản

Đôi khi, các nét của một letterform sẽ có độ dày khác nhau. Ví dụ, nét stem của ký tự thường dày hơn nét hairline. Mức độ tương phản (contrast) giữa nét dày nhất và nét mảnh nhất của một ký tự đều có thể gây ảnh hưởng tới tính rõ ràng.

### Hình 4-14

(Bên trên) Khối văn bản được thiết lập với typeface Bodoni No. 1 EF Ultra có độ tương phản cao, được Giambattista Bodoni phục dựng từ thiết kế gốc năm 1798. *Ảnh do Công ty Thiết kế chữ Elsner + Flake ([www.elsner-flake.com](http://www.elsner-flake.com)) cung cấp.*

(Bên dưới) Khối văn bản được thiết lập với typeface Futura hậu thư không có độ tương phản, do Paul Renner thiết kế năm 1928. *Ảnh do Công ty Thiết kế chữ Linotype, Thư viện Linotype GmbH ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)) cung cấp.*

**Body type, set in a typeface with very high contrast, has a dazzle effect that tires the eyes, much like we**

Văn bản nội dung, được thiết lập với typeface có độ tương phản rất cao, sẽ tạo ra hiệu ứng lóa mắt gây mỏi mắt cho thị giác người đọc. Mức độ lóa này cũng nhiều như khi chúng ta quan sát văn bản màu đen trên nền trắng ở bên trên.

On the other hand, typefaces with very low contrast can be difficult to read in long passages because there is less variation to help readers recognize one letterform from another.

Mặt khác, typeface với độ tương phản rất thấp có thể gây khó khăn cho việc đọc những đoạn văn bản dài, do có ít sự khác biệt giúp người đọc nhận diện letterform này với letterform khác.

## Set width

Một cột đặc biệt hép đòi hỏi một typeface có set width (độ rộng đồng bộ/tỷ lệ rộng trên chiều cao) nhỏ. Tuy nhiên, bạn cần nhận thức được rằng typeface với các chữ cái rộng hay hẹp bất thường có thể gây khó khăn cho việc đọc các đoạn văn bản dài.

In the case of narrow (or condensed) letterforms, the relationship between the strokes and the counters is modified in a way that makes the letters more difficult to recognize. In addition, the narrow set width gives the typeface a vertical appearance that contrasts with our horizontal reading flow.

Trong trường hợp của những letterform hẹp, hay letterform kiểu condensed (co), mối liên hệ giữa các nét chữ và phần counter bị thay đổi theo hướng khiến cho việc nhận diện chữ cái trở nên khó khăn hơn. Ngoài ra, set width hẹp làm cho hình thức của typeface dạng thẳng đứng tương phản với hướng đọc chữ theo phương ngang.

WIDE (OR EXPANDED) TYPEFACES MAY BE USEFUL WHEN LINE LENGTH MUST BE PARTICULARLY LONG. HOWEVER, KEEP IN MIND THAT WIDE TYPEFACES CAN REDUCE LEGIBILITY.

Typeface rộng, hay typeface kiểu expanded (giãn) có thể hữu dụng khi độ dài của dòng không quá lớn. Tuy nhiên, hãy nhớ rằng typeface rộng làm giảm tính rõ ràng; letterform có độ rộng quá cao sẽ khiến mắt đọc già không thể theo dõi được các từ nếu chỉ nhìn lượt qua theo cách thông thường. trải nghiệm đọc mang tính vật lý sẽ bị ngắt quãng và chậm lại.

### Hình 4-15

(Bên trên) Khối văn bản được thiết lập với typeface *Reforma Grotesk Light* có set width hẹp, do Albert Kapitonov thiết kế năm 1999. Ảnh do Công ty Thiết kế chia *Paratype* ([www.paratype.com](http://www.paratype.com)) cung cấp.

(Bên dưới) Khối văn bản được thiết lập với typeface *Cavalem AOE* có set width lớn, do Brian J. Bonislawsky thiết kế năm 1999. Ảnh do Học viện *Typography One Eye Astigmatic* ([www.astigmatic.com](http://www.astigmatic.com)) cung cấp.

## Kích thước point

Nếu đã từng viết một báo cáo sử dụng chương trình soạn thảo văn bản, bạn sẽ nhận thấy rằng mình có thể điều chỉnh độ dài của trang báo cáo một cách đơn giản nhờ lựa chọn các typeface khác nhau. Nếu không thay đổi kích thước point (point size), đoạn văn tương tự sẽ chiếm nhiều hay ít chỗ trống hơn phụ thuộc vào typeface bạn áp dụng cho nó. Đó là do những typeface với cùng một kích thước point có thể khác nhau ở set width, cap height và tỷ lệ x-height. Vì kích thước point của một typeface dựa trên việc đo lường kích thước từ đường baseline này tới đường baseline khác (như đã đề cập ở Chương 2), nên kích thước thực sự của cap height và x-height có thể không giống nhau đối với những typeface khác nhau có chung kích thước point.

Hãy thử bài thực hành ngắn sau: Soạn một tài liệu mới từ chương trình soạn thảo văn bản. Tăng độ rộng của lề (margin) và gõ chữ **A** dù số lần để thực hiện vài lần việc điền số đo 4 inch. Bây giờ, chọn từng chữ **A** một, thay đổi font sao cho không có hai chữ **A** nào dùng chung một typeface. Tiếp đến, chọn tất cả các chữ và gán giá trị cho kích thước font là 36 point.

Hãy xem xét kỹ kết quả trên. Lưu ý, mặc dù các chữ cái ở mỗi lần đo đều có chung đường baseline, nhiều chữ có thể khác nhau về chiều cao và set width - song tất cả các chữ này đều có kích thước 36 point, tinh từ đường baseline này tới đường baseline khác.

Kích thước point của ký tự tác động đến tính rõ ràng. Với văn bản dùng chữ Display, hầu hết typeface đều đạt mức tối ưu từ cỡ 14 point trở lên; tuy nhiên, do tính chất đa dạng của typeface, bạn phải điều chỉnh cho phù hợp nhất với mình. Với văn bản nội dung, kích thước point tối ưu nằm trong khoảng từ 8 đến 12 point (ngoài ra, có dài kích thước này là do sự khác nhau giữa set width, cap height, x-height giữa các typeface có chung kích thước point). Đoạn văn bản dài được thiết lập với typeface có cap height và/hoặc x-height lớn có thể dễ đọc hơn so với khi sử dụng cap height và/hoặc x-height nhỏ ở cùng một kích thước point.

**However, if the x-height of a typeface is extremely tall, the letterforms may become difficult to distinguish also, because the variation between letters with and without ascenders (like a and d) can be diminished.**

Tuy nhiên, nếu x-height của typeface quá lớn, letterform có thể trở nên khó phân biệt, do sự khác nhau giữa các chữ cái có và không có phần ascender (như chữ a và d) có thể giảm đi.

An extremely short x-height tends to make a typeface appear to be small for its point size, which can diminish legibility because readers may have difficulty knowing an and reading very small letters. Even if readers are able to recognize letterforms at a small point size, they may likely to become tired quickly.

X-height quá nhỏ có xu hướng khiến typeface trông có vẻ nhỏ so với kích thước point của nó, đồng thời làm giảm tính rõ ràng do người đọc khó tập trung và khó đọc các chữ rất nhỏ. Dù người đọc có thể nhận biết letterform ở kích thước point nhỏ, nhưng họ sẽ rất nhanh bị mệt mỏi.

Khi bạn phải sử dụng kích thước point rất nhỏ cho văn bản nội dung, hãy cố tăng giá trị leading (khoảng cách dòng) để tối ưu trải nghiệm của người đọc. Các khôi văn bản trong Hình 4-17 được đặt ở kích thước 6 point minh họa cho quan điểm này.

### Hình 4-17

Khôi văn bản được thiết lập ở kích thước point nhỏ (6 point), với khoảng leading rất lớn (bên trái) và không có leading (bên phải).

(Trang bên) Khôi văn bản được thiết lập ở kích thước point rất lớn.

It was Uncle Henry made Dorothy laugh, and saved her from growing so gray in her other surroundings. Tom was not gray; he was a little black dog, with long silvery hair and small black ears that twinkled merrily on either side of his扁鼻. See now, Tom played all day long, and Dorothy played with him, and loved him dearly. Today, however, they were not playing. Uncle Henry sat upon the doorstep and looked seriously at the sky, which was greyish though usual. Dorothy stood at the door with Tom in her arms, and looked at the sky too. Aunt Em was washing the dishes.

Văn bản nội dung thiết lập ở kích thước point rất lớn cũng có thể gây khó hiểu cho người đọc. Nếu kích thước các ký tự quá lớn, người đọc không thể đọc văn bản theo cách lướt mắt thông thường được, chức năng sinh lý học được huy động vào việc đọc sẽ bị ngắt quãng và chậm lại, điều này cũng đúng với những typeface có set width quá lớn.

Nếu kích thước các ký tự quá lớn, chúng ta sẽ không thể đọc văn bản theo cách lướt mắt thông thường, chức năng sinh lý học được huy động vào việc đọc sẽ bị ngắt quãng và chậm lại.

Bạn phải xem xét đối tượng khán giả mục tiêu khi lựa chọn kích thước point cho văn bản nội dung. Độ già lớn tuổi nói chung có thể bị suy giảm thị lực, đồng thời cảm thấy kích thước point nhỏ khiến họ khó đọc nổi các chữ. Tương tự, độ già nhỏ tuổi mới bắt đầu tập đọc cũng gặp khó khăn khi phân biệt các letterform quá bé với nhau.

## Nền

Không gian âm của letterform cũng đóng vai trò quan trọng giống như hình dạng của nét chữ đối với tinh rõ ràng vậy, nên không có gì ngạc nhiên nếu nền (background) của văn bản cũng tác động đến tinh rõ ràng. Bất kể văn bản của bạn xuất hiện ở dạng in hay trên màn hình vi tính, hãy ghi nhớ một số yếu tố quan trọng dưới đây về nền.

### Độ tương phản giữa văn bản và nền

Chúng ta đã thảo luận về một thuật ngữ typography là độ tương phản (contrast), trong đó để cập đến sự khác biệt giữa các phần dày nhất và phần mỏng nhất của một letterform. Tuy nhiên, có thể bạn cũng từng thấy thuật ngữ độ tương phản được sử dụng như một thuật ngữ có ý nghĩa rộng hơn - đó là sự khác biệt (difference). Để tăng tinh rõ ràng, bạn phải luôn đảm bảo tạo ra đủ độ tương phản (hay khác biệt) giữa văn bản và nền.

#### Hình [4-17]

*Khi độ tương phản giữa văn bản và nền quá thấp, người đọc sẽ gặp khó khăn với việc phân biệt các letterform từ nền.*

*Khi độ tương phản giữa văn bản và nền quá thấp, người đọc sẽ gặp khó khăn với việc phân biệt các letterform từ nền.*

Với những thiết kế được sáng tác bằng máy vi tính, điều này có thêm chút thử thách đặc biệt. Những màu bạn thấy trên màn hình của bạn có thể khác so với trên các màn hình khác, và cũng có thể khác so với khi in ra. Do đó, bạn cần hết sức cẩn trọng khi lựa chọn nền có độ đậm nhạt của màu gần giống với chữ. Nếu thiết kế của bạn xuất hiện dưới dạng bản in, bạn cũng cần in thử để kiểm tra lại bản in trông sẽ ra sao, và nếu cần thì nên chuyển màu RGB<sup>2</sup> của màn hình sang màu CMYK<sup>3</sup> tương đương dùng cho in ấn.

<sup>2</sup> RGB và CMYK: Xem trang 260 (Chương 7) để hiểu rõ hơn về hệ màu công cơ bản RGB và hệ màu trừ cơ bản CMYK (đôi khi là YMCK).

## Cấu trúc bê mặt của nền

Cấu trúc bê mặt của nền bao quanh các ký tự trông rối mắt hoặc bập bênh như trong Hình 4-19a sẽ khiến mắt người đọc bị phản tác động và giảm tính rõ ràng. Ví dụ, có thể bạn đã nhận thấy một thực tế rằng: Nếu sử dụng một mẫu nền dày đặc các chi tiết trên màn hình nền máy tính của bạn thì sẽ rất khó để nhận ra các biểu tượng trên màn hình nền đó.

Giấy dẽ nhìn và nền kỹ thuật số có thể khá thú vị, nhưng bạn hãy luôn đưa ra quyết định cho thiết kế của mình dựa vào việc kết hợp cẩn thận các phong cách cũng như mối quan tâm đến tính dễ đọc. Khi cần sử dụng nền có nhiều chi tiết, hãy cung cấp nền trơn phẳng hơn cho khói văn bản của bạn, như minh họa ở Hình 4-19b.



Hình |4-19a|

Khối văn bản được thiết lập tương phản với một nền được tạo cấu trúc bê mặt.

*From the far north they heard a low wail of the wind, and Uncle Henry and Dorothy could see where the long grass bowed in waves before the coming storm. There now came a sharp whistling in the air from the south, and as they turned their eyes that way they saw ripples in the grass coming from that direction also.*

Hình |4-19b|

Khối văn bản được thiết lập tương phản với một nền có cấu trúc bê mặt được giảm độ tươi/rực (desaturated).

## Bê mặt

Bê mặt của phương tiện mà người đọc đang quan sát cũng tác động đến tính rõ ràng. Khi thiết kế của bạn được quan sát trên màn hình máy tính, độ chói của màn hình có thể làm người đọc rất nhanh mỏi mắt, nên bạn cần giữ văn bản thật ngắn gọn với thật nhiều không gian âm. Nếu thiết kế của bạn là bản in trên chất liệu giấy bóng, hiệu ứng cũng tương tự như trên.

Độ thấm hút của giấy dùng để in thiết kế cũng ảnh hưởng đến tính rõ ràng. Bạn đã bao giờ dùng bút màu tô chính xác vào một hình dạng hay bức tranh minh họa chưa? Có lẽ bạn từng làm như vậy khi còn là một đứa trẻ cố gắng tập tô với một cuốn sách màu.

Nếu bạn có cây bút màu hay bút chì trên tay, hãy thử bài tập đơn giản sau: Vẽ một hình nhỏ trên mảnh giấy bằng bút chì, sau đó tô hình bằng bút màu của bạn. Lưu ý, nếu bạn đặt cây bút màu vào các cạnh của hình, mực sẽ chảy tràn ra và đè lên đường chì ngay. Hãy thử trên một mảnh giấy lấy từ cuốn sổ tay và tờ báo. Giấy càng thấm hút tốt, mực càng chảy nhòe. Nếu thiết kế sắp tới của bạn được in trên loại giấy thấm hút tốt này, bạn phải tính đến vấn đề trên, vì mực nhòe sẽ thu hẹp phần counter của các letterform, khiến chúng mất đi tính rõ ràng.

## CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI TÍNH DỄ ĐỌC

Chúng ta vừa xác thực rằng chữ cái càng dễ nhận biết thì càng rõ ràng, và tinh rõ ràng đóng vai trò rất quan trọng đối với truyền thông thị giác. Tuy nhiên, nếu chỉ muốn đảm bảo văn bản của bạn trông rõ ràng thì không chắc chắn được rằng thông điệp mà bạn gửi gắm sẽ được truyền tải thành công tới khán giả. Tinh rõ ràng chỉ mô tả mức độ dễ dàng mà người đọc có thể nhận biết các ký tự hay từ cụ thể, chứ không đề cập đến những yếu tố bổ sung khác ảnh hưởng đến cách người đọc tìm thấy và tiếp nhận ý nghĩa từ các trang văn bản.

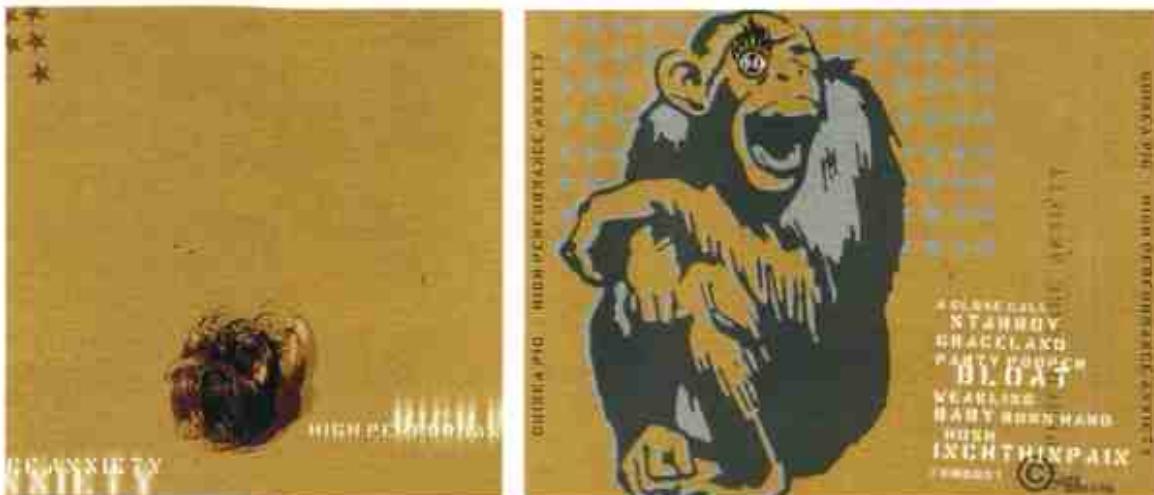
Thiết kế tốt giúp người đọc hiểu cách thức tổ chức, định hướng, truyền đạt ý nghĩa từ những thông tin được trình bày. Nhà thiết kế có thể làm điều này bằng cách vận dụng sự sắp xếp giữa không gian âm và không gian dương (positive space) bên trong tác phẩm của họ. Cách nhà thiết kế đặt các letterform trong mối tương quan với nhau có thể góp phần tăng hoặc giảm tính dễ đọc của thiết kế. Xem xét tác động từ những lựa chọn của bạn đối với trải nghiệm đọc của khán giả có thể giúp bạn đưa ra các quyết định thiết kế thông minh. Xét cho cùng, tinh dễ đọc của một thiết kế rất quan trọng, bởi độc giả dương như sẽ quay lưng nếu thiết kế không dễ đọc, bất kể nó có rõ ràng đi nữa.

### Lựa chọn typeface

Hình |4-20|

Bìa CD là hình chủ khi trong tác phẩm *Guinea Pig: High Performance* (tạm dịch: Chuột lông: Nổi lo àu töö) do Jeff Louviere của hãng Louviere + Vanessa thiết kế, sử dụng nhiều kiểu chữ khác nhau của một typeface, nhằm tạo sự đa dạng và thú vị, trong khi vẫn giữ được tính thống nhất.

Sử dụng quá nhiều typeface trong một thiết kế có thể gây ra sự hỗn loạn, làm giảm tính dễ đọc. Hãy thử một trò đánh cược an toàn: Chọn hai typeface dù khác nhau để người đọc có thể phân biệt được chúng ngay từ cái nhìn đầu tiên. Giải pháp tốt nhất là chọn một typeface Sans-serif và một typeface Serif, sau đó bạn hãy tự giới hạn mình chỉ được sử dụng hai typeface này. Tuy nhiên, nếu áp dụng chiến lược này, bạn có thể dùng tất cả các kiểu chữ, cỡ chữ và màu sắc sẵn có. Hãy xem nhà thiết kế đã làm thế nào để tạo ra bìa đĩa CD ấn tượng ở Hình 4-20. Jeff Louviere chỉ sử dụng một typeface duy nhất nhưng theo nhiều cách khác nhau, do đó đã tạo nên sự đa dạng và thù vị cho thiết kế, trong khi vẫn giữ được tính thống nhất và mối liên kết chặt chẽ.



## Sắp xếp letterform

Với mọi thiết kế sử dụng chữ, nhà thiết kế đều phải đưa ra một số quyết định về cách sắp xếp văn bản trên trang. Các lựa chọn bạn phải đưa ra liên quan đến việc *cân giống (alignment)*, *phạm vi dòng (measure)*, *dòng lê kết (widow)* hay *dòng lê đầu (orphan)* sẽ ảnh hưởng tới tính dễ đọc của thiết kế.

### Cân giống

**Cân giống (alignment)** đề cập đến mối quan hệ giữa văn bản và lề. Nếu từng gõ một văn bản sử dụng trình soạn thảo, hẳn bạn đã quen với các kiểu cân giống văn bản phổ biến nhất. Cách văn bản được cân giống trên một trang có ảnh hưởng rất lớn tới tính dễ đọc của thiết kế. Dưới đây là những cách cân giống được sử dụng thường xuyên nhất.

**Văn bản căn trái (left-aligned text)**, còn gọi là **căn thẳng trái/nhập nhô bên phải (flush left/ragged right)**, căn đều lề trái nhưng không căn đều lề phải, như trong đoạn văn này. Đây được xem là kiểu cân giống dễ đọc nhất, do cạnh phải không đều ở mức vừa phải giúp người đọc có điểm tham chiếu để tìm dòng tiếp theo. Vì vậy, đây chính là kiểu cân giống phổ biến nhất hiện nay, vừa quen thuộc với người đọc vừa có khoảng cách nhất quán giữa các từ, tạo ra một hiệu ứng hòa sắc chữ êm dịu.

**Văn bản căn hai lề đều thẳng (justified text)** căn đều hai lề trái và phải. Kiểu cân giống văn bản này rất dễ đọc và được sử dụng phổ biến. Các lề với cạnh thẳng thể hiện vẻ ngoài sáng sủa, gọn gàng. Tuy nhiên, để tạo ra kiểu lề này, cần chèn thêm nhiều khoảng trắng vào giữa các từ hay chữ. Điều này có thể tạo nên cấu trúc bề mặt bất ổn với những **dòng chảy khoảng trắng (white river)**

của không gian âm lớn, như trong đoạn văn này. Các dòng chảy khoảng trắng này có thể làm người đọc sao nhãng khi hướng mắt họ dời theo phương thẳng đứng, tách biệt với hướng đọc văn bản theo chiều ngang như dự tính ban đầu. Bạn có thể thấy dòng chảy khoảng trắng trong đoạn văn này bằng cách nghiêng người, hoặc quan sát Hình 4-21 với dòng chảy khoảng trắng đã được thể hiện rất rõ.

### Mẹo cân giống

Khi bạn sử dụng kiểu căn trái/nhập nhô bên phải, hãy để ý xem lề phải “nhập nhô” ra sao. Tình trạng “nhập nhô” quá lớn sẽ làm giảm tính dễ đọc, song bạn có thể dễ dàng tránh được điều này bằng cách chèn thủ công các điểm ngắt dòng để độ dài của dòng nhất quán hơn.

**Justified text** aligns to the margins on the left and on the right. This sort of text alignment is also highly readable and is very commonly used. The straight edged margins present a very tidy, clean appearance. However, in order to create those edges, extra spaces must be inserted between words or letters. This can make for a choppy texture with “white rivers” of negative space flowing through it, as in this paragraph. These white rivers can be distracting, because they draw the reader’s eyes in a vertical direction, away from the intended horizontal path of the text. You can look for the white rivers in this paragraph by squinting, or look at Figure 4-6 to see the white rivers indicated on a full page of justified text.

Hình 4-21

Một ví dụ về cách cân giống văn bản hai lề đều thẳng, với các dòng chảy khoảng trắng đã được thể hiện rất rõ.

Văn bản căn phải (right-aligned text), còn gọi là căn thẳng phải/nhập nhô bên trái (flush right/ragged left), căn đều lề phải nhưng không căn đều lề trái, như trong đoạn văn này. Đây không phải là kiểu căn giống dễ đọc, vì độc giả phải tìm từng dòng mới trong đoạn văn. Tuy nhiên, kiểu căn giống này có thể tạo phong cách cho các đoạn văn ngắn hay khổ thơ.

**Văn bản căn giữa (centered text)** được căn giống ở trung tâm, nên lề trái và lề phải đối xứng nhau,

như trong đoạn văn này. Kiểu căn giống này không đạt được tinh tế đọc cao khi áp dụng cho văn bản dài với cung ly do gày khó đọc như khi căn phải - việc tìm dòng tiếp theo của văn bản cũng không dễ. Tuy vậy, với đoạn văn ngắn hay khổ thơ, kiểu căn giống này lại tỏ ra hữu dụng và tạo được giọng điệu cổ điển, trang trọng.

Các kiểu căn giống văn bản khác như *chạy vòng quanh* (runaround), *bất đối xứng* (asymmetrical), *theo khuôn hình* (shaped), *theo đường nét* (contoured) và *hình dạng cụ thể* (concrete) ít được sử dụng hơn, nhưng có thể trở thành giải pháp giá trị cho nhiều vấn đề thiết kế.

**Căn giống văn bản chạy vòng quanh đối tượng** (runaround text alignment) bao quanh hình vẽ đồ họa (graphic) hay các thành phần văn bản trong layout, như minh họa ở Hình 4-22. Kiểu căn giống này có thể dễ đọc và tương tác tốt giữa hình ảnh với nội dung.

**Căn giống văn bản bất đối xứng** (asymmetrical text alignment) không xét đến lề trái hay lề phải, như minh họa ở Hình 4-23. Kiểu căn giống này có thể được áp dụng rất khéo léo, dù tính dễ đọc không cao. Căn giống bất đối xứng thích hợp nhất cho đoạn văn ngắn hoặc khổ thơ.

**Căn giống văn bản theo khuôn hình** (shaped text alignment) "chạy" theo đường cong hoặc theo dòng hay hình dạng không có quy tắc, như minh họa ở Hình 4-24. Văn bản dễ đọc ra sao phụ thuộc vào hình dạng đường dịch chuyển của văn bản và số lượng từ trong văn bản. Thường thì chỉ một lượng nhỏ văn bản chạy theo khuôn hình là dễ đọc. Tuy nhiên, nếu sử dụng thích hợp, kiểu căn giống này lại góp phần tạo nên phong cách và giúp độc giả định hướng thông qua layout.

**Căn giống văn bản theo đường nét** (contoured text alignment) lắp kín một hình. Một hay nhiều từ có thể bị bóp méo (distort) để tạo nên một hình dạng, hoặc cả đoạn văn bản có thể lắp kín một hình dạng bằng cách căn giống phạm vi dòng chữ so với các cạnh. **Căn giống văn bản hình dạng cụ thể** (concrete text alignment) là một kiểu đặc biệt của căn giống văn bản theo đường nét, trong đó hình dạng của văn bản mô phỏng nội dung, như minh họa ở Hình 4-25.

Hình 4-22

Quảng cáo *How to Hold a Saw When Removing a Limb* (tạm dịch: Cách cầm cưa khi mất tay cầm), do Michael Ashley thuộc công ty Artika thiết kế cho công ty phân phối Harper, sử dụng kiểu căn giống văn bản chạy vòng quanh.



The water  
is a  
dead end.

REVIEW BY MICHAEL BECKETT  
THE DRYOGRAPHY™ SYSTEM  
DESIGNER OF THE FUTURE

DESIGNER OF THE FUTURE  
DESIGNER OF THE FUTURE  
DESIGNER OF THE FUTURE



Dryography<sup>TM</sup> offers Beckett  
a path to higher volume  
paper purchases.  
Over 1000 clients have  
switched to Dryography<sup>TM</sup>  
and have seen significant  
cost savings and increased  
productivity.

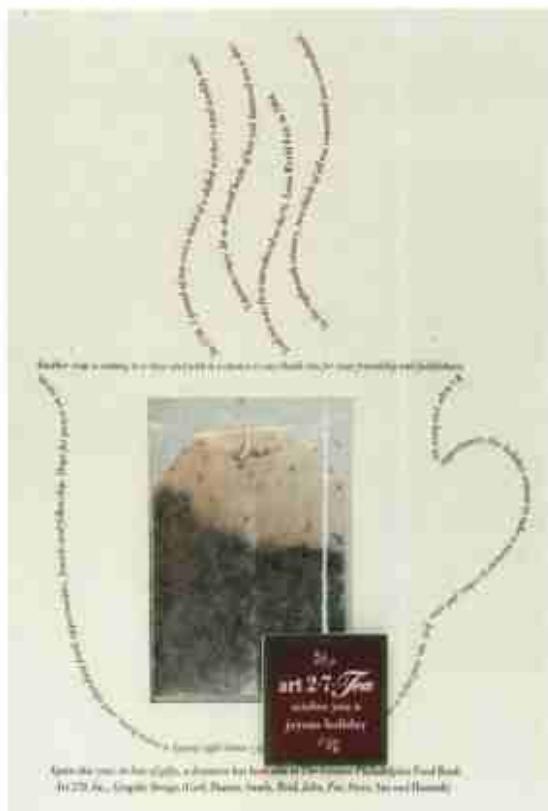


DIAMONDS  
ARE FOREVER

© 1990 American Airlines, Inc. All rights reserved.  
American Airlines and the American Airlines logo are registered trademarks of American Airlines, Inc.

#### Hình 4-23

Tấm poster quảng cáo *Dryography™* do Mike Campbell của Hãng thiết kế Campbell Fisher sáng tạo cho Beckett, sử dụng kiểu cẩn giống văn bản bút đối xứng.



#### Hình 4-24

Thiệp mừng do Carl Mill của Công ty Art 270 thiết kế, sử dụng kiểu cẩn giống theo khuôn hình.

#### Hình 4-25

Trang báo *Diamonds are Forever* (tạm dịch: Kim cương là mãi) do J. R. Arehalo, Jr. của Nhà xuất bản Hàng hàng không Mỹ (American Airlines Publishing) thiết kế cho Hàng hàng không Tây Nam (Southwest Airlines), sử dụng kiểu cẩn giống văn bản theo hình dạng cụ thể.

**Hình |4-26a|**

Khi văn bản có phạm vi dòng dài.

Văn bản có phạm vi dòng quá dài (như minh họa ở đoạn này) sẽ làm giảm tính dễ đọc. Đó là vì khi đọc xong một dòng, độc giả sẽ khó tìm dòng tiếp theo. Nếu bạn đặt mình vào tình huống phải sử dụng phạm vi dòng rất dài, hãy dùng typeface với set width lớn để cải thiện tính dễ đọc cho đoạn văn.

Khi văn bản có phạm vi dòng cực ngắn, như trong cột hẹp như thế này, tính dễ đọc sẽ giảm, do độc giả phải thường xuyên dừng lại để xác định vị trí dòng tiếp theo. Điều này không chỉ làm chậm quá trình đọc mà còn làm mờ mắt độc giả. Sử dụng typeface với set width nhỏ có thể giúp cải thiện phần nào tính dễ đọc cho văn bản rất hẹp này.

Khi một cột văn bản hẹp được căn đều, có thể phát sinh dòng chảy khoảng trắng rất xấu trên văn bản. Điều này không chỉ làm kết cấu trở nên bất thường, mà còn ép từ vào không gian có độ rộng rất thiếu hợp lý.

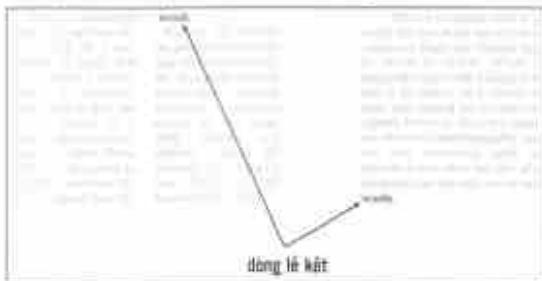
**Phạm vi dòng**

**Phạm vi dòng (measure)**, hay cự ly dòng (line length), là độ dài của một dòng văn bản. Phạm vi dòng lý tưởng cho bản in của văn bản nội dung thường là từ 60 đến 70 ký tự một dòng, hay từ 18 đến 24 pica. Trong môi trường kỹ thuật số, phạm vi dòng lý tưởng cho văn bản nội dung ở mức thấp hơn - khoảng 40 ký tự mỗi dòng.

**Dòng lẻ két và dòng lẻ đầu**

Khi đoạn văn kết thúc với dòng đơn cuối cùng ở trên cùng của một cột hoặc trang mới, dòng có lập đó được gọi là **dòng lẻ két (widow)**. Tuy nhiên, thuật ngữ này cũng thường được dùng để miêu tả những dòng cuối cùng rất ngắn của một đoạn văn và chỉ bao gồm từ một đến hai chữ, như minh họa ở Hình 4-27a. Khi đoạn văn bắt đầu với dòng đơn đầu tiên ở dưới cùng của một cột hoặc trang như trên Hình 4-27b, dòng có lập này được gọi là **dòng lẻ đầu (orphan)**.

Dòng lẻ két và dòng lẻ đầu đều là những lỗi khó giải quyết, bởi chúng làm giảm tính dễ đọc bằng cách ngắt quãng nhịp độ đọc và tạo ra những khoảng không gian âm gây khó chịu trên trang. Bạn có thể tránh cả lỗi dòng lẻ két lẫn dòng lẻ đầu bằng cách thay đổi line length (độ dài của dòng chữ), hoặc tách thủ công các dòng dài hơn khác để phân bố lại văn bản.

**Hình |4-27a|**

Dòng lẻ két.

**Hình |4-27b|**

Dòng lẻ đầu.



## Thuật ngữ

**căn gióng (alignment):** cho thấy mối tương quan giữa văn bản trên trang với lề trang.

**căn gióng văn bản bất đối xứng (asymmetrical text alignment):** căn gióng văn bản không xét đến lề trái hay lề phải.

**căn gióng văn bản chạy vòng quanh đối tượng (runaround text alignment):** văn bản bao xung quanh các hình vẽ đồ họa hoặc các thành phần văn bản trong một layout.

**căn gióng văn bản theo đường nét (contoured text alignment):** văn bản được sắp đặt để tạo ra hoặc lấp đầy một hình dạng cụ thể.

**căn gióng văn bản theo hình dạng cụ thể (concrete text alignment):** văn bản được tạo thành hình dạng minh họa cho ý tưởng hoặc từ mà văn bản mô tả.

**căn gióng văn bản theo khuôn hình (shaped text alignment):** văn bản chạy dọc theo một đường cong hoặc một dòng hay hình dạng không theo quy tắc.

**dòng chảy khoảng trắng (white river):** không gian âm màu trắng bên trong một khối văn bản trông như đang "chảy" xuống trang, thường xuất hiện do word spacing (khoảng cách từ) không thống nhất.

**dòng lẻ đầu (orphan):** dòng đầu tiên của đoạn văn, bị cô lập tại vị trí dưới cùng của một cột hoặc trang.

**dòng lẻ kết (widow):** một hoặc hai từ của một đoạn văn, bị cô lập tại vị trí dưới cùng của trang hoặc vị trí trên cùng của một cột hoặc trang mới.

**phạm vi dòng (measure):** độ dài của một dòng văn bản, còn được gọi là cự ly dòng (line length).

**văn bản căn giữa (centered text):** căn đều giữa lề trái và lề phải của khối văn bản.

**văn bản căn hai lề đều thẳng (justified text):** căn đều hai lề trái và phải của khối văn bản.

**văn bản căn phải (right-aligned text), còn gọi là căn thẳng phải/nhập nhô bên trái (flush right/ragged left):** căn đều lề phải của khối văn bản, nhưng không đều ở lề trái.

**văn bản căn trái (left-aligned text), còn gọi là căn thẳng trái/nhập nhô bên phải (flush left/ragged right):** căn đều lề trái của khối văn bản, nhưng không đều ở lề phải.

## Sử dụng không gian âm trong layout

Khi sắp xếp các thành phần trong một layout, nhà thiết kế không chỉ cần cân nhắc những đối tượng được sắp xếp mà còn phải xét tới cả không gian âm (negative space) bao quanh các đối tượng đó. Tạo ra không gian âm cuốn hút có thể đem lại cảm giác nhẹ nhàng và tăng sức hấp dẫn cho bản thiết kế.

Mặt khác, một thiết kế với không gian âm vụng về sẽ truyền tải cảm giác không hài hòa và làm giảm tính dễ đọc. Điều này không có nghĩa rằng không gian âm phải luôn thu hút. Thị thoảng, nhà thiết kế chủ ý sử dụng không gian âm vụng về, nhằm tạo cảm giác không thoải mái cho người xem. Tuy nhiên, một nhiệm vụ mà nhà thiết kế luôn phải thực hiện là dàn xếp sự cân bằng thích hợp giữa tính dễ đọc và phong cách, dựa trên mục đích cũng như đối tượng khán giả mục tiêu của từng thiết kế cụ thể.

Khi nhà thiết kế sắp xếp letterform, hình dạng và kích thước của không gian âm trở nên đặc biệt quan trọng đối với cả tính dễ đọc lẫn tính rõ ràng. Quyết định liên quan đến letterspacing hay tracking (điều chỉnh khoảng cách giữa các ký tự trong một chuỗi hoặc đoạn văn bản), kerning (điều chỉnh khoảng cách giữa hai ký tự liền kề), word spacing (khoảng cách từ) và leading (khoảng cách dòng) thường để lại tác động mạnh mẽ lên tính dễ đọc của bất cứ thiết kế nào có chứa văn bản.

## Latterspacing, tracking và kerning

**Latterspace** là khoảng cách giữa hai chữ cái trong một từ. Thuật ngữ tracking và kerning mô tả các cách cụ thể dùng để điều chỉnh letterspace. Thuật ngữ **latterspacing** thường được dùng để mô tả tập hợp letterspace giữa các chữ trong một chuỗi (string) hoặc khối (block) văn bản, nhưng cũng có thể được dùng để thay thế cho thuật ngữ tracking.

**Tracking** xảy ra khi letterspace tăng hoặc giảm không đối称 trong mỗi chuỗi văn bản. Typeface có thể được áp dụng tracking để có letterspacing rộng hoặc letterspacing hẹp. Một rộng hoặc thu hẹp letterspacing ở mức vừa phải có thể hữu ích đối với việc làm cho typeface trở nên thích ứng với phạm vi dòng của văn bản rất ngắn hoặc rất dài. Tuy nhiên, cả hai đều gây khó đọc trong các đoạn văn dài.

Hình [4-28a]

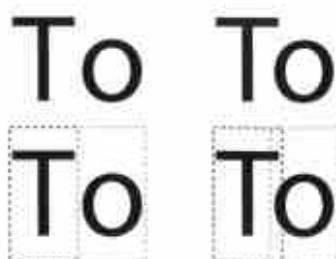
Khối văn bản có letterspacing quá rộng.

Latterspacing rộng như thế này có thể gây khó đọc, do các chữ cái cách nhau quá xa khiến việc nhận diện từ trở thành một thách thức.

Hình [4-28b]

Khối văn bản có letterspacing ép chặt.

Latterspacing hẹp cũng gây khó đọc, do không gian紧凑 bị thu窄 giữa các chữ cái có thể gây mờ mịt và khiến việc nhận diện từ trở nên khó khăn.



Hình [4-29]

Chữ không có tracking (bên trái) và chữ có tracking (bên phải).

Thông thường, mức letterspacing trung bình sẽ dễ đọc và rõ ràng nhất, nhưng điều quan trọng nhất là letterspacing phải luôn nhất quán. Letterspacing không nhất quán có thể khiến người đọc nhầm lẫn về các chữ cái trong một từ, đồng thời tạo ra một tạo hình bề mặt (visual texture) thiếu đồng nhất. Tuy nhiên, thi thoảng cũng cần áp dụng tracking hoặc kerning cho các ký tự liên kết để letterspacing trông đều nhau hơn.

**Kerning** xảy ra khi letterspace giữa hai ký tự riêng biệt bị thay đổi. Kerning cần thiết khi các letterform liên kết bị sắp xếp cạnh nhau không hợp lý, tạo ra một letterspace lớn hoặc nhỏ bất thường. Ví dụ, các ô vẽ bằng nét đứt và chấm chấm ở Hình 4-29 cho thấy các chữ cái ở hình bên phải đã được di chuyển lại gần nhau hơn như thế nào và lấn vào không gian thật sự của nhau ra sao. Hãy để ý chữ **To** ở bên trái trông vụng về hơn khi chưa được áp dụng kerning cho hai chữ **T** và **o**. Có điều này là do hình dạng của những chữ cái đặc biệt này đã để lại một khoảng không gian âm lớn giữa chúng. Kỹ thuật kerning khiến các ký tự lấn vào không gian của nhau, đồng thời giúp việc đọc các ký tự khi ghép thành một từ hoàn chỉnh trở nên dễ dàng hơn.

## Word spacing

Có lẽ bạn sẽ không ngạc nhiên khi biết rằng thuật ngữ **word spacing** để cập đến khoảng cách giữa các từ liên kế trong một chuỗi hoặc khối văn bản. Word spacing có thể rộng hoặc hẹp. Thị thoảng, nhà thiết kế không sử dụng word spacing, nhưng điều này thường gây khó khăn cho việc đọc, như minh họa ở Hình 4-30.

Cũng như với letterspacing, word spacing nhất quán với độ rộng bằng chữ I thường nhìn chung sẽ dễ đọc nhất đối với hầu hết các font, mặc dù một số chữ Sans-serif sử dụng độ rộng khoảng cách mặc định lớn hơn một chút, gần bằng chữ r thường. Khi word spacing quá rộng, đọc giả phải tìm từ tiếp theo trong câu. Khi word spacing quá hẹp, đọc giả sẽ khó nhận biết từ đó bắt đầu và kết thúc ở đâu, làm giảm tốc độ đọc và khả năng linh hoạt.

## Leading

Một **leading** (khoảng cách giữa các dòng chữ liên tiếp) thích hợp đóng vai trò rất quan trọng đối với tính dễ đọc. Khi các dòng cách xa nhau, người đọc có thể gặp khó khăn trong việc tìm dòng tiếp theo, đồng thời tốc độ đọc bị chậm lại.

Khi các dòng quá gần nhau, dòng kế tiếp sẽ cản trở và khiến đọc giả bị phân tán khỏi những từ mà họ đang cố gắng đọc.

Nếu không có khoảng line spacing đặc biệt nào được thêm vào giữa các dòng của một bản văn, chúng ta gọi đây là **solid leading**.

Tuy nhiên, hầu hết các chương trình xuất bản trên máy tính đều tự động thêm vào khoảng leading có giá trị mặc định là 20% kích thước point của typeface, có thể được nhà thiết kế điều chỉnh bằng tay.

word spacing có thể rộng

word spacing có thể hẹp

có thể không sử dụng word spacing

### Hình |4-30|

Phạm vi dòng văn bản với word spacing rộng, hẹp và không sử dụng word spacing.

### Hình |4-31a|

Khối văn bản với khoảng leading quá rộng.

### Hình |4-31b|

Khối văn bản với khoảng leading được rút ngắn.

### Hình |4-31c|

Khối văn bản với solid leading.

Sự tác động lẫn nhau giữa leading, word spacing và letterspacing rất quan trọng. Khi một yếu tố bị điều chỉnh, hai yếu tố còn lại sẽ bị thay đổi theo bởi chúng có liên quan đến nhau. Hãy cẩn trọng với các đoạn văn dài để đảm bảo word spacing của bạn không bao giờ lớn hơn leading, nếu mục đích bạn nhắm tới là tinh dẽ đọc. Quan sát Hình 4-32 để thấy rõ một tỷ lệ thiếu hợp lý trong vụng về, khó coi như thế nào.

### Hình [4-32]

Khối văn bản với tỷ lệ leading, word spacing và letterspacing không hợp lý.

Đoạn văn này cho thấy tỷ lệ thiếu hợp lý giữa leading, word spacing và letterspacing. Đoạn văn này cho thấy tỷ lệ thiếu hợp lý giữa leading, word spacing và letterspacing. Đoạn văn này cho thấy tỷ lệ thiếu hợp lý giữa leading, word spacing và letterspacing.

### Độc giả của bạn

Nếu muốn thiết kế của bạn thực sự dễ đọc, hãy đặt mình vào vị trí của độc giả. Bất cứ thiết kế nào làm mệt mỏi cũng như gây khó chịu cho độc giả đều có thể làm giảm khả năng linh hoi của độc giả và chắc chắn sẽ cản trở thông điệp mà bạn muốn truyền tải đến họ.

### Khai canh sinh lý học của việc đọc: Độ tập trung của mắt và sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc

Hiểu được vấn đề sinh lý học trong cách chúng ta đọc có thể giúp các nhà thiết kế tạo ra những thiết kế phục vụ trải nghiệm công thái học của độc giả. Mắt của chúng ta khi đọc văn bản là một chuỗi trạng thái lướt mắt và tạm dừng. Khi đọc qua các dòng của một văn bản, chúng ta nhận diện được những từ và letterform có hình dạng quen thuộc. Sau đó, mắt chúng ta sẽ nghỉ để tập trung, trong khi não sẽ đồng hóa và biên dịch thông tin mới. Mắt người thường có thể lướt nhanh qua đoạn văn bản dài 4 inch trước khi phải tập trung trở lại.

Ngoài ra, những người sử dụng ngôn ngữ chính là một ngôn ngữ phương Tây, như tiếng Anh chẳng hạn, đã học được cách đọc các dòng văn bản đi từ trái sang phải và từ trên xuống dưới. Họ đã hình thành thói quen đọc chủ yếu như vậy, nên bắt cứ hướng đọc hay layout nào di ngược với lộ trình trên đều sẽ làm suy giảm tinh dẽ đọc. Thói quen tự nhiên này của cơ thể con người đóng vai trò rất quan trọng đối với việc độc giả có đọc và linh hoi được một thiết kế hay không; chúng ta gọi khái niệm này là **sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc** (reading gravity).

## Chính tả

Please check your spelling. Readers' would take you seriously if you misspell words in your designs (đây là dòng tác giả cố tình viết sai chính tả, có thể tạm hiểu là "Hãy kiểm tra lại lỗi chính tả. Đặc biệt sẽ chỉ trích bạn kịch liệt nếu bạn đánh vần sai các từ trong thiết kế của mình") - và đừng tin rằng các chương trình kiểm tra chính tả (spellchecker) của chương trình soạn thảo văn bản sẽ sửa lỗi giúp bạn. Their our mini words in there in goulash long which that have multi pal spell links (đây cũng là dòng tác giả cố tình viết sai chính tả). **Chương trình kiểm tra chính tả sẽ không phát hiện được đâu!**

Bên cạnh việc làm giảm độ đáng tin cậy đối với độc giả, các từ viết sai chính tả trong một bản thiết kế có thể gây nhầm lẫn cho họ, hoặc thậm chí cung cấp những thông tin sai lệch. Mỗi từ viết sai gần như khiến độc giả phải tạm dừng lại để giải mã ý nghĩa của từ chính xác mà nhà thiết kế muốn đề cập, làm chậm quá trình đọc và gây ức chế cho họ.

### Thuật ngữ

**kerning:** điều chỉnh letterspace giữa hai ký tự liền kề của chữ.

**leading/line spacing:** khoảng cách giữa hai phạm vi dòng chữ liên tiếp trên một trang hoặc layout.

**letterspace:** khoảng cách giữa hai chữ cái trong một từ.

**letterspacing (tracking):** 1. tập hợp letterspace bên trong một chuỗi hoặc khối văn bản; 2. điều chỉnh khoảng cách giữa các ký tự trong một chuỗi hoặc khối văn bản.

**solid leading:** các phạm vi dòng liền tiếp của chữ khi chưa thêm leading vào giữa chúng.

**sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc (reading gravity):** hiện tượng mô tả thói quen đọc về mặt vật lý của độc giả tác động ra sao đến xu thế định hướng của họ khi gặp một trang hoặc layout.

**tracking (letterspacing):** điều chỉnh khoảng cách giữa các ký tự trong một chuỗi hoặc khối văn bản.

**word spacing:** khoảng cách giữa các từ liền kề trong một chuỗi hoặc khối văn bản.

## TỔNG KẾT CHƯƠNG

Tinh rõ ràng và tính dễ đọc đóng vai trò rất quan trọng trong việc truyền tải thông điệp mà bạn muốn nhắn gửi tới đối tượng khán giả mục tiêu. Các chữ cái không rõ ràng có thể gây khó khăn cho độc giả trong việc nhận diện chúng, điều này làm chậm quá trình đọc và gây ức chế cho họ. Nếu một thiết kế không dễ đọc, người xem sẽ khó bén phát hiện và linh hồn thông tin mà họ tìm kiếm. Cả tinh rõ ràng lẫn tính dễ đọc đều có thể chịu ảnh hưởng rất lớn từ những lựa chọn của nhà thiết kế, liên quan đến khía cạnh tạo hình cũng như tinh lẩn canh của chữ, từ và các dòng văn bản. Nên và không gian âm giữa các văn bản cũng như bên trong văn bản cũng đóng vai trò rất quan trọng đối với tinh rõ ràng và tính dễ đọc. Thiết kế phải thân thiện với người dùng để có thể đọc được; nghĩa là, chúng phải dễ định hướng và có xét đến trải nghiệm, thói quen đọc cũng như văn để sinh lý học của độc giả.

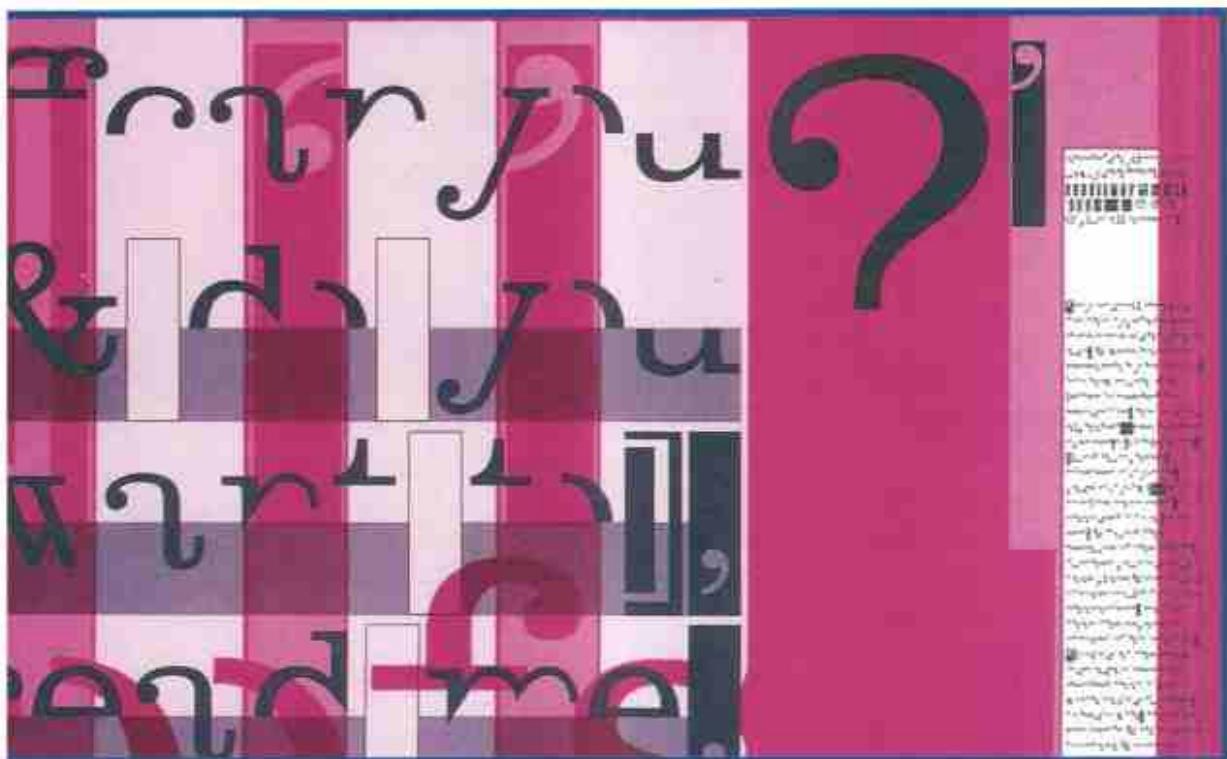


## Ôn tập

1. Giải thích sự khác nhau giữa tinh rõ ràng và tinh dễ đọc.
2. Nêu tên ba yếu tố ảnh hưởng đến tinh rõ ràng và giải thích cách thức ảnh hưởng của những yếu tố này.
3. Nêu tên ba yếu tố ảnh hưởng đến tinh dễ đọc và giải thích cách thức ảnh hưởng của những yếu tố này.
4. Sự khác nhau giữa tracking và kerning?
5. Màu sắc và quang độ/dộ đậm nhạt ảnh hưởng đến tinh dễ đọc ra sao? Hòa sắc chữ ảnh hưởng đến tinh dễ đọc như thế nào? Kể tên một sự kết hợp, pha trộn có tinh dễ đọc cao và một sự kết hợp, pha trộn với tinh dễ đọc thấp.

## Bài tập

- Khám phá một hoặc nhiều khu mua sắm với một chiếc máy ảnh, hãy chụp những bức ảnh thể hiện tính dễ đọc thấp. Cân nhắc xem bạn có thể làm gì để cải thiện mỗi bức ảnh này.
- Tìm ba ví dụ về thiết kế cho mỗi kiểu căn giống thảo luận ở chương này. Cân nhắc xem mỗi lựa chọn căn giống ảnh hưởng như thế nào đến tính rõ ràng và/hoặc tính dễ đọc của từng layout.
- Tìm một mẫu quảng cáo có tính dễ đọc thấp. Tạo danh sách những thay đổi có thể thực hiện để cải thiện tính dễ đọc của thiết kế này. Sau đó, tạo lại mẫu quảng cáo, thực hiện từng thay đổi mà bạn vừa liệt kê.
- Chọn một trang từ một tạp chí bao gồm những phần có chứa văn bản với kích thước/kiểu font đa dạng. Chọn một trang chỉ có văn bản mà không có hình ảnh. Xác định kiểu hòa sắc chữ phù hợp với từng khối văn bản. Sử dụng thuốc màu hoặc bút chì màu, thiết kế lại layout bằng cách trình bày các phần chứa văn bản với những vùng màu xám, mô phỏng chính xác kiểu hòa sắc chữ với mỗi khối văn bản tương ứng. *Mẹo: Đứng sau trang giấy và nghiêng người sẽ giúp bạn xác định một độ đậm nhạt phù hợp tương ứng với kiểu hòa sắc chữ được thể hiện ở thiết kế gốc.*
- Chọn một bức ảnh chân dung của bạn thân, hoặc một ai đó bạn biết, hay một ai đó nổi tiếng. Tăng kích thước của bức ảnh (nếu cần) để kích thước chiều rộng của mặt ảnh đạt tối thiểu 6 inch. Lần theo bức ảnh, chia ảnh thành các phần dựa trên hòa sắc chữ, sau đó cắt những phần chứa văn bản từ các tạp chí để mô phỏng mức độ biến đổi màu xám trong bức ảnh của bạn. Dán những phần này lên giấy Bristol để tạo ra một bức chân dung mới.



Tác phẩm được Phil Baines thiết kế cho tờ Pulse, số phát hành đầu tiên, Vương quốc Anh, 1991.

# CHƯƠNG 5

## Mục tiêu bài học

- Hiểu được tầm quan trọng và mục đích của layout (bố cục dàn trang).
- Xem xét mối quan hệ giữa hình thức (form) với nội dung (content).
- Tìm hiểu và học cách áp dụng các Luật Gestalt.
- Nắm rõ biểu đồ thị giác (visual hierarchy) của các thành phần thiết kế (design element).
- Tìm hiểu cách sử dụng nguyên lý của sự nhấn mạnh (emphasis) để dẫn dắt khán giả thông qua layout.
- Tìm hiểu cách tạo ra những thiết kế tuân theo sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc (reading gravity).
- Làm quen với các mục chữ (typographical device) được sử dụng trong layout.

## Giới thiệu

Khi đưa ra quyết định về vị trí đặt văn bản và các đối tượng lên trên một trang, có nghĩa là bạn đang tạo một layout (**bố cục dàn trang**). Làm sao để layout do bạn thiết kế có thể gây ảnh hưởng mạnh mẽ, bắt kể bạn có truyền đạt được thông điệp của mình tới khán giả hay không?

Layout hiệu quả giúp khán giả của bạn:

- Chú ý và quyết định khám phá thiết kế của bạn.
- Có được những thông tin mà họ đang tìm kiếm.
- Thấu hiểu được thông tin bạn thể hiện.
- Nán lại dù lâu để tiếp nhận toàn bộ những mẩu tin mà bạn muốn truyền đạt.

Tạo ra một layout dễ hiểu, nắm bắt và thu hút được sự chú ý của khán giả, định hướng họ thông qua thiết kế một cách hiệu quả là điều thiết yếu giúp nhà thiết kế tiến tới mục tiêu cuối cùng trong truyền thông thị giác (visual communication).

## HÌNH THỨC VÀ NỘI DUNG

Mỗi layout có hai thành phần cạnh tranh nhau, yêu cầu bạn phải bố trí để tạo nên một thiết kế phù hợp, hiệu quả nhất: Đó là hình thức (form) và nội dung (content).

Hình thức của layout để cập đến diện mạo bên ngoài của layout. Sự cân bằng (balance), tinh thống nhất (unity), sự tương phản (contrast), màu sắc (color), độ đậm nhạt (value), cấu trúc bề mặt (texture) - tất cả đều mô tả những đặc điểm khác nhau về hình thức của một thiết kế.

Nội dung của layout để cập đến thông điệp hay thông tin bao hàm trong layout và được truyền tải bằng thiết kế. Nội dung của một layout có thể dùng để giảng dạy, khuyên nhủ, buôn bán, thuyết phục, cung cấp thông tin hay biểu thị tâm trạng. Có thể biểu diễn nội dung dưới dạng văn bản (text), biểu tượng (symbol) hay hình ảnh (image).

Cả hình thức lẫn nội dung đều truyền tải ý nghĩa, như minh họa ở Hình 5-1. Ngay cả khi không thể đọc được các chữ trong văn bản này, bạn vẫn có thể cảm nhận được sự thư thái, tươi vui và tâm trạng thâng thầm chứa trong thông điệp.

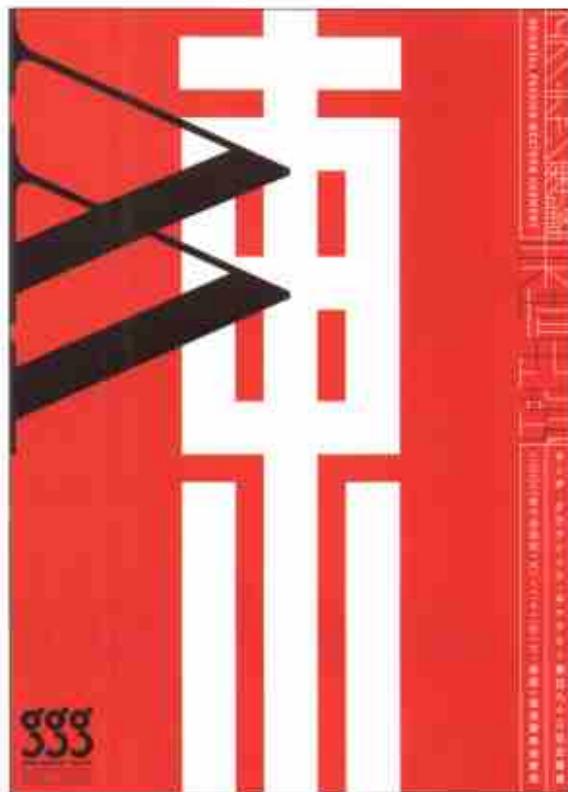
Hình | 5-1

Poster quảng cáo cho Triển lãm Nghệ thuật Đô họa chữ Quốc tế (TDC<sup>1</sup>) ở Tokyo năm 1997.  
Đồ họa: Fumiaki Tachihara,  
Thiết kế: Katsuomi Aoki.



<sup>1</sup> TDC: Viết tắt của Type Directors Club, là tổ chức quốc tế hàng đầu hỗ trợ các lĩnh vực từ đồ họa chữ, in ấn đến hiển thị màn ảnh.

Và giờ, hãy quan sát thiết kế được minh họa ở Hình 5-2. Có thể bạn không đọc được các ký tự trên đó, nhưng cấu trúc nghiêm túc của thiết kế truyền tải tới bạn một thông điệp diễm tĩnh và thận trọng.



Hình | 5-2|

Poster của Alan Chan. *Ảnh do Alan Chan cung cấp*.



Hình | 5-3|

Poster của Koichi Sato thuộc studio Thiết kế Koichi Sato, 1998.

Cuối cùng, hãy quan sát thiết kế được minh họa ở Hình 5-3. Trong ví dụ này, thiết kế biểu thị sự giận dữ, vẻ hung tợn, mặc dù người đọc có thể không hiểu nội dung của văn bản trên đó. Đây là kết quả thu được từ việc nhà thiết kế truyền tải ý nghĩa bằng cả hình thức lẫn nội dung.

Hãy quan sát các mẫu logo ở Hình 5-4. Trong mỗi ví dụ này, nhà thiết kế tạo ra sự tương phản giữa hình thức và nội dung, nhằm khơi gợi sự tương tác từ khán giả. Liệu cách làm này có phát huy tác dụng?

Hình |5-4|

Logo với các thiết kế typeface tương phản với nội dung. Font được sử dụng: Down Under Heavy, do Công ty BA Graphics cung cấp; Reforma Grotesk Light, do Công ty Thiết kế chữ Paratype ([www.paratype.com](http://www.paratype.com)) cung cấp; Ransahoff CT, do Công ty Thiết kế chữ CastleType ([www.castletype.com](http://www.castletype.com)) cung cấp; Bokonon, do Công ty Thiết kế chữ Cool Fonts ([www.cool-fonts.com](http://www.cool-fonts.com)) cung cấp; Viscosity, do Công ty Thiết kế chữ Fontboy ([www.fontboy.com](http://www.fontboy.com)) cung cấp; và Prick, do Công ty Thiết kế chữ Burghal ([www.burghal.com](http://www.burghal.com)) cung cấp.



### GHI CHÚ

Khi khách hàng hỏi về lý do đưa ra một lựa chọn đặc trưng cho thành phần nào đó trong layout của bạn, bạn luôn muốn được chuẩn bị trước những câu trả lời thấu đáo. Nếu xem xét cẩn thận mỗi quyết định về hình ảnh do mình tạo ra, điều bạn cần làm là chuẩn bị cho các câu trả lời như trên.

## Clean and Tidy Maid Service

Nhà thiết kế là người quyết định mối quan hệ giữa hình thức và nội dung của từng thành phần trong layout. Họ phải đưa ra quyết định tinh tế và khôn ngoan về mỗi khía cạnh của layout. Đôi khi, nhà thiết kế sử dụng sự thống nhất (Hình 5-5a) và thi thoảng, họ lại áp dụng sự tương phản (Hình 5-5-b), tùy thuộc vào phản ứng mà họ đang cố gắng có được từ độc giả.

SMALL

Hình |5-5a|

Ý nghĩa của từ SMALL (NHỎ) phù hợp với tính chất vật lý nhỏ bé của từ này.

# SMALL

Hình |5-5b|

Ý nghĩa của từ SMALL (NHỎ) tương phản với tính chất vật lý to lớn của từ này.

## Mức độ quan tâm của độc giả

Khi mức độ quan tâm của độc giả đối với nội dung layout tăng lên thì yêu cầu về tính hiệu quả của hình thức giảm đi, và ngược lại.

Ví dụ, nếu Joe - một người bạn của bạn bị thất nghiệp, Joe có thể đọc các mẫu tin quảng cáo rao vặt tìm việc trên báo, bắt kể cậu ấy nhận thấy layout trông rất chân hay lôi cuốn. Joe có động lực đọc layout trên bởi vì cậu cần một công việc.

Nhà thiết kế sắp xếp bố cục cho các mẫu quảng cáo rao vặt này nhận thức được điều đó, nên họ có thể tạo ra những layout lưu trữ được không gian và tiết kiệm tiền cho tờ báo mà vẫn biết chắc rằng kiểu gì độc giả cũng sẽ đọc nó. Mặt khác, nhà thiết kế phải xem xét cẩn thận hình thức của layout khi thiết kế quảng cáo cho một sản phẩm hay dịch vụ trong cùng tờ báo, bởi người đọc gần như sẽ bỏ qua nếu nó không tạo được sức hấp dẫn về mặt thị giác.

Hãy xem xét một ví dụ nữa về chính bạn. Cố lê bạn là người quan tâm đến bộ môn typography, nếu không bạn đã không đọc cuốn sách này. Mặt khác, có thể bạn còn nhiều mối quan tâm và trách nhiệm khác. Nhà thiết kế tạo layout cho cuốn sách này đã đưa ra những quyết định như thế nào về mối liên hệ giữa hình thức và nội dung để giữ được sự quan tâm của bạn, đồng thời giúp bạn định hướng thông qua cuốn sách?

## HỆ TÂM LÝ GESTALT VÀ CÁC THÀNH PHẦN LAYOUT

Vào thập niên 1920 của thế kỷ 19, nhà tâm lý học người Đức tên là Max Wertheimer đã phát triển một tập hợp lý thuyết về cách thức chúng ta tổ chức và tạo ra ý nghĩa cho các nhân tố kích thích thị giác (visual stimulus). Ông gọi tập hợp lý thuyết này là hệ tâm lý Gestalt, hay còn gọi là tâm lý học Gestalt (Gestalt psychology); trong tiếng Đức, "gestalt" có nghĩa là "hình" ("form") hoặc "dạng" ("shape"). Wertheimer nhận ra rằng, mắt chúng ta thu nhận sóng ánh sáng phản xạ để tạo thành hình dạng, cấu trúc bề mặt, màu sắc, độ đậm nhạt - và đến lượt não chúng ta phiên dịch những phần này của ánh sáng thành đối tượng (object), biểu tượng (symbol) mà chúng ta có thể hiểu được.

Hiểu được hệ tâm lý Gestalt sẽ rất hữu dụng cho nhà thiết kế, vì hệ này cung cấp cái nhìn sâu sắc về cách người xem nhận thức được những layout mà họ nhìn thấy. Các Luật Gestalt là những lý thuyết do Wertheimer đề xuất, diễn giải quá trình não bộ của chúng ta xử lý đầu vào trực quan (visual input) bằng cách nhóm các đối tượng lại theo cách có thể tạo ra ý nghĩa. Những luật này phát triển ý tưởng của Wertheimer, cho rằng các nhóm đối tượng do bộ não tập hợp sẽ hình thành một ý nghĩa mới sâu sắc hơn, hay như Wertheimer khẳng định: "Cái toàn thể lớn hơn tổng các thành phần" ("The whole is greater than the sum of its parts").

## GHI CHÚ

Tất nhiên, mỗi quan tâm hàng đầu đối với nhà thiết kế luôn là vấn đề truyền thông. Chỉ làm hài lòng về mặt thị giác không thôi chưa đủ; thiết kế chỉ thực sự thành công khi truyền tải hữu hiệu thông điệp mà bạn định gửi tới khán giả.

## Cái toàn thể lớn hơn tổng các thành phần

Giả sử bạn có vài quả trứng, đường, bột và bơ - bạn có một nhóm các thành phần, nhưng khi bạn trộn lẫn những thành phần này với nhau, chúng có thể biến thành một chiếc bánh sinh nhật. Ý nghĩa của chiếc bánh sinh nhật đối với người nhận lớn hơn nhiều so với tập hợp các thành phần ngẫu nhiên; chiếc bánh chứa đựng ý nghĩa xã hội, tình cảm cũng như biểu tượng - và cũng rất ngon nữa!

Đây chính là điều Wertheimer nhắc tới khi ông nói rằng cái toàn thể tốt hơn tổng các thành phần. Đây là ý kiến trọng yếu của tâm lý học Gestalt.

Bây giờ, hãy xem xét một ví dụ trực quan. Ở Hình 5-6a, bạn thấy có sáu hình tam giác, chúng dường như không chứa đựng nhiều ý nghĩa đối với bạn, ngoài những liên tưởng toán học trông rất hợp lý.

Hình [5-6a]

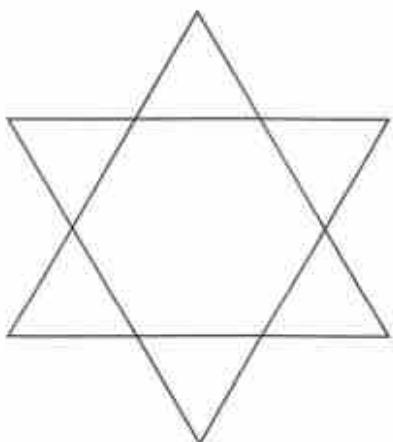
Sáu hình tam giác  
trên một hàng.



Tuy nhiên, khi các hình tam giác được nhóm lại như trong Hình 5-6b, chúng ta có thể nhận diện nhóm dưới hình ảnh của một ngôi sao, hoặc một ngôi sao David (ngôi sao sáu cánh của người Do Thái có hai tam giác lồng vào nhau), hoặc một biểu tượng nhóm đương thời, tùy vào lĩnh vực mà chúng ta trải nghiệm. Cũng với sáu hình tam giác này, nếu được nhóm theo một cách đặc trưng nào đó, sẽ hàm chứa rất nhiều ý nghĩa xã hội và lịch sử.

Hình [5-6b]

Sáu hình tam giác  
được sắp xếp lại  
thành hình một ngôi  
saô David.



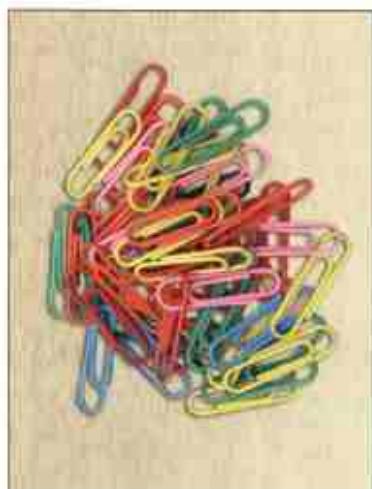
## Hình và nền

Wertheimer cũng hiểu rằng, não bộ chúng ta có xu hướng chia các đối tượng nhận thức được thành hai loại chính: Hình (figure) và nền (ground). Hình để cập đến đối tượng chúng ta đang nhìn; nền nói đến hậu cảnh (background) ở đằng sau đối tượng.

Chúng ta thường quan tâm đến hình. Nếu tôi yêu cầu bạn vẽ một chiếc kẹp giấy, có lẽ bạn chỉ vẽ kẹp giấy mà không vẽ nền minh minh thấy phía sau chiếc kẹp. Tuy nhiên, nhà thiết kế phải quan tâm đồng đều tới cả hình lẫn nền của mỗi layout, bởi hình và nền khớp nhau như trò chơi xếp hình (puzzle) - một cái chỉ tồn tại được khi có liên hệ với cái còn lại - và cả hai đều ảnh hưởng tới cách khán giả linh hoạt bàn thiết kế.

Nhà thiết kế cũng như các nghệ sĩ thường nói về hình và nền theo thuật ngữ của không gian âm và không gian dương - trong đó, không gian dương là hình, còn không gian âm là nền.

Hình 5-7a minh họa bức tranh những chiếc kẹp giấy đặt trên mặt bàn. Kẹp giấy ở Hình 5-7b là không gian dương, hay hình. Chiếc bàn ở Hình 5-7c là không gian âm, hay nền. Mỗi đối tượng cùng tồn tại trong mối quan hệ với đối tượng còn lại. Chúng ta có thể thích những chiếc kẹp giấy hơn nhưng nếu không có cái bàn, những chiếc kẹp giấy dương như đang trôi nổi trong hư vô (xem hình ảnh minh họa ở Hình 5-7b).



### Thuật ngữ

**layout:** sự sắp đặt văn bản và các đối tượng lên trên một trang.

Hình 5-7

Bên trái (a): Kẹp giấy trên mặt bàn.  
Ở giữa (b): Không gian dương, hay hình.  
Bên phải (c): Không gian âm, hay nền.

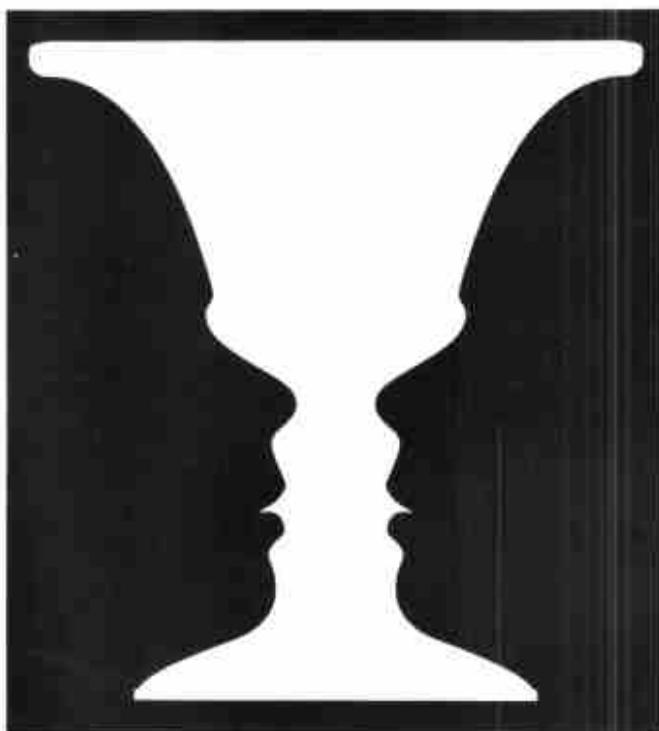
**TEXT**

**TEXT**

**TEXT**

Bây giờ, hãy xem xét Hình 5-8a. Với trường hợp này, văn bản là không gian dương, hay hình, như trên Hình 5-8b; trong khi đó, hậu cảnh là không gian âm, hay nền, như minh họa ở Hình 5-8c. Lưu ý, nếu luân phiên tập trung vào hình và nền, chúng ta có thể đánh giá riêng từng đối tượng và đưa ra những thay đổi hợp lý.

Đến đây, mời bạn quan sát Hình 5-9. Đầu tiên, hãy tập trung vào bình hoa màu trắng, coi đó như là hình và coi vùng màu đen phía sau bình hoa là nền. Sau đó, hãy tập trung vào hai khuôn mặt màu đen đang hôn nhau được vận dụng kỹ thuật cắt lọc đối tượng (silhouette), xem như đó là các hình và coi vùng màu trắng phía sau chúng là nền. Khi bộ não của bạn chuyển đổi nhận thức về bức ảnh này, lưu ý rằng rất khó để đồng thời coi cả bình hoa lẫn hai khuôn mặt là hình, hoặc cũng không dễ để đồng thời coi cả vùng màu trắng lẫn vùng màu đen là nền. Bộ não của bạn muốn định rõ hình ra khỏi nền, nhằm đơn giản hóa và dễ tạo ý nghĩa hơn cho đối tượng bạn đang quan sát.



Hình [5-8]

Bên trên (a): Văn bản trên nền có màu nhẹ.  
Ở giữa (b): Không gian dương, hay hình.  
Bên dưới (c): Không gian âm, hay nền.

Hình [5-9]

Ảo giác/ảo ảnh thị giác (optical illusion) của khuôn mặt hay bình hoa.

## Các Luật Gestalt

Các Luật Gestalt (Gestalt Law) - những lý thuyết do Max Wertheimer đề xuất - lý giải nhiều cách thức khác nhau mà bộ não dùng để nhóm các hình dạng, màu sắc, cấu trúc bề mặt được mắt chúng ta nhìn thấy lại, nhằm hình thành ý nghĩa cho những nhân tố kích thích thị giác.

### Luật Cân bằng

Một lý thuyết tương tự như lý thuyết của Wertheimer, Luật Cân bằng (Law of Equilibrium), nói rằng bộ não của chúng ta ưu thích sự đơn giản (simplicity), ổn định (stability) và liên kết (cohesion). Điều này có nghĩa là, chúng ta thích tìm hiểu những thứ mình nhìn thấy. Khi bộ não không thể tạo ra ý nghĩa cho nhân tố kích thích mới, chúng ta có thể cảm thấy mơ hồ, lo lắng và rơi vào trạng thái căng thẳng. Vì từ "equilibrium" có nghĩa là "nghỉ ngơi" ("at rest") hoặc "cân bằng" ("balanced"), nên Luật Cân bằng nói rằng chúng ta cảm thấy cân bằng và thỏa mãn hơn khi hiểu rõ những thứ mà bản thân cảm nhận được. Do đó, bộ não chúng ta cố gắng biến thế giới của chúng ta trở nên đơn giản và dễ nhận biết hơn, bằng cách nhóm các đối tượng thành những tập hợp thông tin quen thuộc, có thể nhận diện được.

Vậy, bộ não nhóm các thông tin thị giác mà nó nhận được từ mắt của chúng ta bằng cách nào? Tâm lý học Gestalt cho rằng, bộ não làm được như vậy theo năm Luật Gestalt cơ bản:

- Luật Tương đồng (Law of Similarity).
- Luật Lân cận (Law of Proximity).
- Luật Số mệnh chung (Law of Common Fate).
- Luật Đóng kín (Law of Closure).
- Luật Liên tục (Law of Continuation).

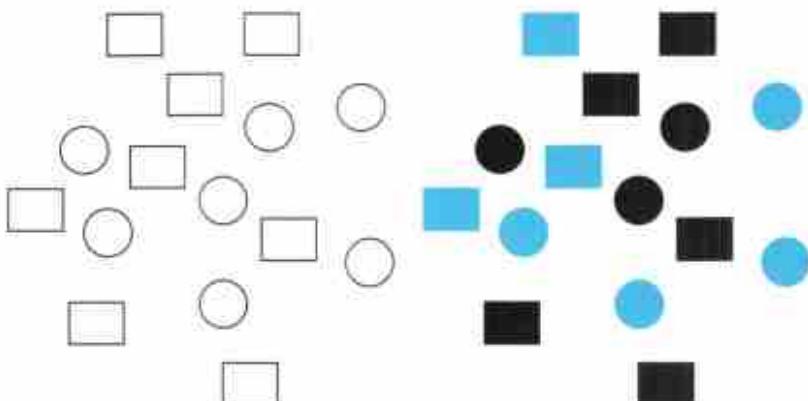
Trong những trang tiếp theo, chúng ta sẽ tìm hiểu từng Luật Gestalt nêu trên và học cách áp dụng các luật này để làm việc với chữ.

### Luật Tương đồng

Luật Tương đồng (Law of Similarity) khẳng định rằng, não chúng ta nhóm và liên kết các đối tượng trông giống nhau lại. Ví dụ, bạn có thể chỉ tập trung vào các hình tròn, hoặc chỉ tập trung vào những hình vuông ở bên trái Hình 5-10 không? Hãy thử nhé!

Hình 5-10

Luật Tương đồng khiến chúng ta nhóm và liên kết các đối tượng lại với nhau, dựa theo những đặc tính tạo hình chung

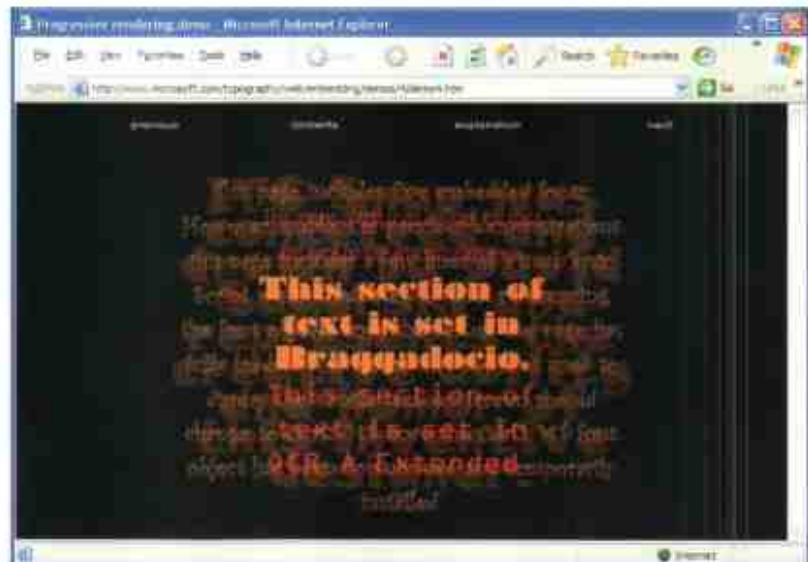


Bây giờ, hãy thử chỉ tập trung sự chú ý của bạn vào các đối tượng màu đen, sau đó là những hình màu xanh lam ở bên phải Hình 5-10b.

Trong Hình 5-11, bạn có thể thấy những đặc tính thị giác giống nhau thúc đẩy bạn nhóm các ký tự hoặc từ nhất định lại với nhau. Mặc dù những chữ cái này được xếp lớp và lonen xộn, song các ký tự có hình dáng hay kích cỡ tương tự nhau giúp bạn tổ chức thông tin trình bày trong layout này, do đó vẫn có thể đọc được những văn bản khác nhau.

Hình 5-11

Các dòng chông chéo và lõn xộn vẫn rõ ràng và dễ đọc như Luật Tương đồng



Các ký tự tương đồng về mặt tạo hình cũng có thể cung cấp cho chúng ta thông tin về giọng điệu (voice). Hãy để ý cách các kiểu chữ tương tự nhau ở Hình 5-12 cho thấy giọng điệu lặp lại của từng người nói.



Hình 5-12

Kiểu chữ tương tự nhau cho biết người nào đang nói, dựa vào Luật Tương đồng. Tác phẩm *Die Kuhle Sangerin* (tạm dịch: Nữ ca sĩ đầu bò) năm 1964 của Aox Ionesco. Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Massin.

Luật Tương đồng cho chúng ta biết các đối tượng có thể giống nhau theo bất cứ cách thức tạo hình nào, để náo bộ có thể nhóm chúng lại. Ví dụ, chúng ta có thể nhóm các đối tượng lại với nhau tùy theo kích thước, màu sắc, độ đậm nhạt, cấu trúc bề mặt hoặc hình dạng.

### Luật Lân cận

Luật Lân cận (Law of Proximity) rất giống với Luật Tương đồng.

Vì từ "lân cận" ("proximity") có nghĩa là "gần" ("nearness"), nên Luật Lân cận khẳng định rằng bộ não chúng ta nhóm và liên kết các đối tượng có vị trí gần nhau lại.

Khi quan sát Hình 5-13, bộ não của bạn có thể nhóm năm ngôi sao ở bên trái lại với nhau, cũng như nhóm sáu ngôi sao ở bên phải lại gần nhau.



Hình 5-13

Luật Lân cận khiến chúng ta nhóm và liên kết các đối tượng có chung vị trí hoặc ở gần nhau lại.

Luật Lân cận rất quan trọng đối với typography, vì khoảng cách gần nhau của từng chữ cái với những chữ cái khác quyết định ý nghĩa mà chúng ta gán cho văn bản, như minh họa ở Hình 5-14.

Hình |5-14|

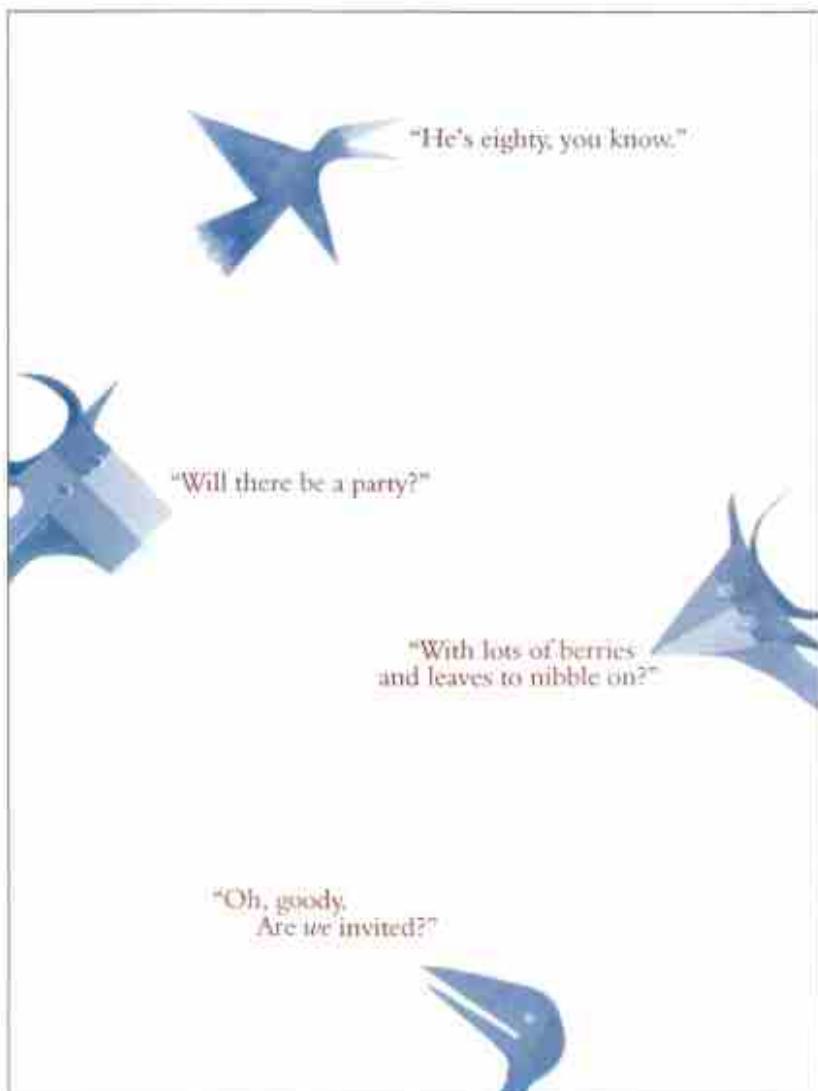
Gãch các chữ cái được nhóm lại với nhau ảnh hưởng đến cách chúng ta hiểu ý nghĩa của chúng.

## THEY'VE GONE TO GET HER. THEY'VE GONE TOGETHER.

Ở Hình 5-15, văn bản được gộp lại theo tính lân cận của nó, hay theo đối tượng mà nó nằm ngay cạnh. Trong trường hợp này, mỗi lời giới thiệu của văn bản được giả định là do con vật nhỏ gần đó nói ra.

Hình |5-15|

Thiệp mời dự tiệc sinh nhật do Terri Wolfe của Hàng thiết kế Wolfe sáng tạo, minh họa cho Luật Lân cận.



## Letterform ghép (juxtaposing letterform)

Từ "juxtaposition" ("phép ghép") đề cập đến việc sắp xếp các đối tượng trong mối tương quan với nhau. Ví dụ, khi ghép hai chữ in với nhau, bạn đặt chúng gần nhau và điều này tạo ra mối quan hệ cố hữu giữa chúng. Nếu người xem cảm nhận hai chữ này như là một nhóm, họ sẽ kết hợp hoặc đổi chiều ý nghĩa của các thành phần; tuy nhiên, với cả hai cách, họ đều có thể hiểu được ý nghĩa của từng từ trong mối liên hệ với từ còn lại. Đó là lý do tại sao chúng ta chỉ cần 26 chữ cái trong bảng chữ cái để truyền tải tổng thể nhiều ý nghĩa - bởi chúng ta kết hợp các chữ cái theo nhiều cách không giống nhau để tạo ra những ý nghĩa khác nhau.

Hiểu rõ Luật Lân cận có thể giúp nhà thiết kế tránh được sự kết hợp ngoài ý muốn, từ đó truyền thông hiệu quả hơn. Hãy nhớ rằng, nếu một đối tượng nằm gần một đối tượng khác, người xem có thể kết hợp hai đối tượng này lại với nhau, mặc dù đó không phải là ý định của nhà thiết kế. Hình 5-16 là ví dụ hay về một cách thức khác, tại đó thông tin không liên quan với nhau có thể được kết hợp thông qua phép ghép. Nếu những chiếc que gỗ kia không được đặt giữa bức tượng bán thân và đôi chân, có thể bạn sẽ không bao giờ xem chúng như là bộ phận trên một cơ thể.

Hình |5-16|

Tấm poster này mô tả ảnh hưởng của phép ghép đối với người xem, bằng cách tạo ra một mối liên hệ giữa các đối tượng không liên quan tới nhau. Đây là tác phẩm quảng cáo cho Hội thảo Nghệ thuật Cuối tuần của Trường Tyler, do Keli Cavanaugh và Steven DeCusatis thuộc Trường Nghệ thuật Thiết kế Tyler, Đại học Temple sáng tạo.

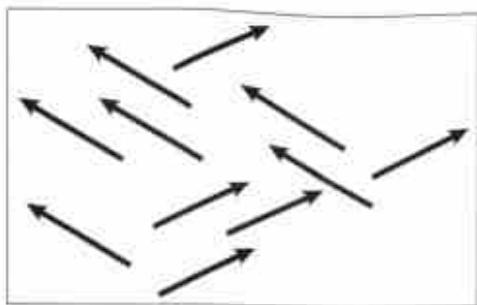


## Luật Số mệnh chung

Nếu bạn có chung phẩm chất với ai khác, có thể nói rằng giữa hai bạn tồn tại điểm chung nào đó. Số phận của bạn đề cập đến việc bạn sẽ đi đến đâu trong tương lai. Do đó, Luật Số mệnh chung (Law of Common Fate) cho biết nào của chúng ta sẽ nhóm và liên kết các đối tượng có chung định hướng hoặc phương hướng lại với nhau.

Bạn có thể thấy Luật Số mệnh chung liên hệ chặt chẽ với Luật Tương đồng như thế nào - đây chính là thời điểm chúng ta đang nói đến sự tương tự của phương hướng hoặc định hướng.

Hãy để ý bộ não của bạn nhóm các đối tượng nhầm đến một hướng chung ra sao, như minh họa ở Hình 5-17.



Hình |5-17|

Luật Số mệnh chung khiến chúng ta nhóm và kết hợp các đối tượng lại với nhau theo phương hướng hoặc định hướng chung.

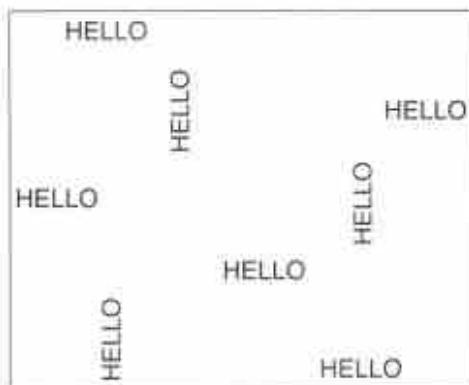


Hình 5-18

Bức ảnh mưa sao băng mô tả Luật Số mệnh chung. © Bản quyền thuộc về ALI JAREKJI/Reuters/Corbis.

Trong bức ảnh mưa sao băng ở Hình 5-18, các vệt sáng rơi xuống phía bên trái nổi bật hơn so với phía bên phải. Đó là do não chúng ta nhầm những vệt sáng này theo hướng chúng dường như dịch chuyển.

Hiện tương tự cũng ứng với văn bản như trên Hình 5-19.



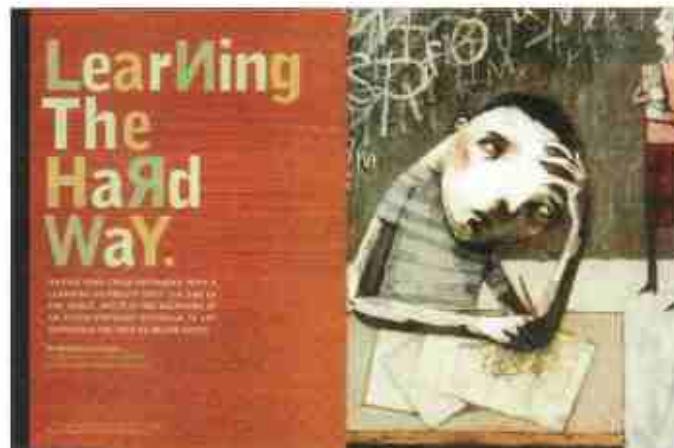
Hình 5-19

Luật Số mệnh chung khiến chúng ta nhầm và liên kết các đối tượng theo một phương hướng hoặc định hướng chung.

Trong Hình 5-20, các chữ cái đọc từ phải qua trái đứng ra chống lại những chữ đọc từ trái sang phải. Do các chữ **T**, **H**, **W** và **Y** đều có sự đối xứng và có thể đọc được theo hai hướng, nên kích thước cũng như màu sắc của những chữ hoa này thúc đẩy chúng ta nhầm chúng với chữ **N** và **R** ngược, làm tăng thêm sự mơ hồ, rối rắm. Như bạn thấy, thiết kế này sử dụng kiến thức của cả Luật Số mệnh chung lẫn Luật Tương đồng, nhằm truyền tải nội bài định và thất vọng mà những học sinh cảm thấy bất lực với việc học thường xuyên phải chịu đựng.

Hình 5-20

Hai trang tạp chí minh họa hai Luật Số mệnh chung và Luật Tương đồng. Tác phẩm *Learning the Hard Way* (tạm dịch: *Học tập cùi chỏ*) được thiết kế cho tạp chí Baltimore. Giám đốc nghệ thuật: Amanda White-Iseli. Minh họa: Isabelle Arsenault.



## Luật Đóng kín

Nếu bạn có cảm nhận về sự kết thúc khi làm xong dự án của mình, đó là do bạn vừa hoàn thành dự án đó. Từ **sự đóng kín (closure)** có nghĩa là sự hoàn thành (completion), nên Luật Đóng kín (Law of Closure) cho chúng ta biết các hình dạng quen thuộc đã được hoàn thiện sẽ dễ dàng nhận biết hơn so với khi chưa hoàn thiện. Do các đối tượng hoàn thiện dễ hiểu hơn, nên nào chúng ta nhóm các phần của đối tượng chưa hoàn chỉnh thành đối tượng hoàn thiện có thể nhận biết được. Điều này giải thích rõ lý do tại sao bạn vẫn nhận ra đối tượng trên Hình 5-21 là chữ **B**, và tại sao bạn vẫn đọc được văn bản ở Hình 5-22. Nào bộ của bạn điển kin những phần còn thiếu để nhận thức các hình dạng mà bạn có thể nhận diện và hiểu được.



Hình |5-21|

Luật Đóng kín khiến chúng ta nhóm các phần của đối tượng chưa hoàn thiện lại với nhau để nhận thức một đối tượng tổng thể, có thể nhận diện được.



Hình |5-22|

Poster dẫn chứng cho Luật Đóng kín. Tác phẩm *Can You (Read Me?)* (tạm dịch: *Bạn đọc được tôi chứ?*), do Phil Baines thiết kế cho tờ *Reuse*, số phát hành đầu tiên, Vương quốc Anh, 1991.

## Luật Liên tục

Luật Liên tục (Law of Continuation) cho biết não của chúng ta sẽ nhóm các thành phần dường như thuộc về một hàng liên tiếp lại với nhau. Ví dụ, trong Hình 5-23, não chúng ta nhóm một số ngôi sao lại với nhau, để chúng ta nhận thức chúng như là một hàng.

Hình |5-23|

Luật Liên tục khiến chúng ta nhóm các đối tượng lại với nhau để có thể được đọc như một hàng liên tiếp.



Bạn đã từng quan sát những ngôi sao vào buổi tối và cố gắng nhận biết các chòm sao chưa? Khi nhóm các ngôi sao trong vũ trụ thành những chòm sao, chúng ta đang áp dụng Luật Liên tục để hiểu được ý nghĩa của các nhân tố kích thích thị giác. Trong Hình 5-24, bạn có thể tạo ra hình dạng của sao Bắc Đẩu (Big Dipper), bởi những ngôi sao sáng nhất có thể được coi là một hàng liên tiếp.

Hình |5-24|

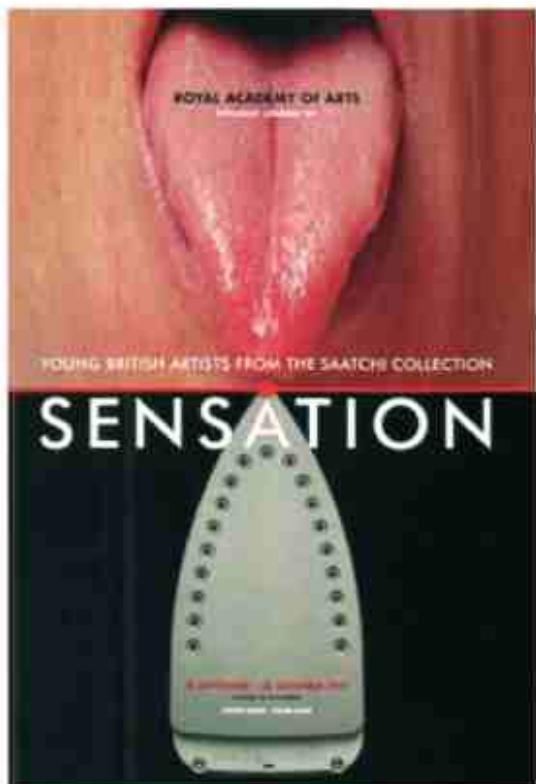
Bức ảnh sao Bắc Đẩu của Ursa Major, minh họa cho Luật Liên tục. Ảnh do Till Credner ([AlltheSky.com](http://AlltheSky.com)) cung cấp.



Luật Liên tục đặc biệt quan trọng nên cần được xem xét khi làm việc với chữ, vì chúng ta nhận diện các chuỗi từ như những câu văn cũng nhờ hiện tượng này. Trong Hình 5-25, não của chúng ta kết nối những dấu chấm lại với nhau, cho phép ta đọc các từ nhờ Luật Liên tục, ngay cả khi các ký tự không liên kết thẳng với nhau thành các hàng.

Ngoài ra, Luật Liên tục có thể khiến chúng ta cảm nhận được các dòng chảy khoáng trăng (white river) thiếu linh động, như đã thảo luận ở Chương 4; khi word spacing giữa hai hàng liền kề của văn bản được căn giống quá gần nhau, nào chúng ta thấy dòng chảy khoáng trăng dường như “chảy” xuống cuối trang. Hiện tượng này thường xảy ra trong layout áp dụng kiểu căn giống hai lề đều thẳng (justified) cho văn bản.

Hình 5-26 cho thấy nhà thiết kế đã áp dụng sự hiểu biết thấu đáo về tất cả các Luật Gestalt. Poster có hình ảnh chiếc lưỡi gần giống với một chiếc bàn là. Nhà thiết kế đã cẩn thận tạo ra sự khô chát cho người xem khi khơi gợi suy ngẫm về một vết bỏng đau đớn ở lưỡi. Thậm chí, mặc dù được tách biệt rõ ràng, song sự gắn gũi của những hình ảnh này lại cho thấy mối liên hệ về sự nguy hiểm và có thể dẫn đến cơn đau về thể xác - đây chính là một ứng dụng hiệu quả của Luật Liên tục. Sự tương đồng của hình chiếc lưỡi và bàn là, với thực tế chúng hướng vào nhau và dường như tạo nên một đường dọc chạy qua layout, tất cả đều góp phần hình thành nên mối liên kết này thông qua các Luật Gestalt như Tương đồng, Số mệnh chung và Liên tục. Bên cạnh đó, nhà thiết kế còn áp dụng Luật Đồng kin cho tấm poster; chúng ta có thể cảm thông với nỗi đau mà lưỡi cảm nhận được, bởi chúng ta tự hoàn thiện hình ảnh một khuôn mặt đau đớn trong tâm trí, tưởng tượng ra một con người thật đang rơi vào hình huống ấy, thậm chí đó có thể là bản thân chúng ta.



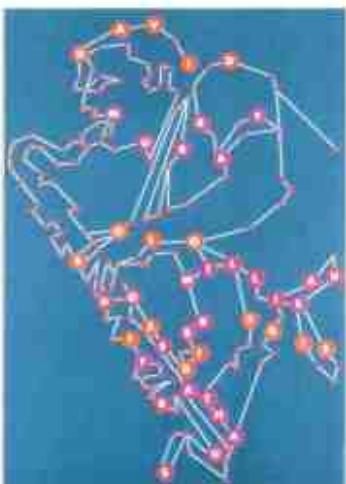
Hình |5-26|

Poster *Sensation* (tạm dịch: Cảm giác) mô tả một số Luật Gestalt. Poster này được Công ty Thiết kế Đồ họa Why Not Associates của Anh thiết kế cho Học viện Nghệ thuật Hoàng gia (Royal Academy of Arts).

## Thuật ngữ

**phép ghép (juxtaposition):** sắp đặt các đối tượng trong mối liên hệ với một đối tượng khác.

**sự đồng kin (closure):** sự hoàn thành, kết thúc.



Hình |5-25|

Poster *David Murray minh họa cho Luật Liên tục*, được Niklaus Troxler của Hãng Thiết kế Đồ họa Niklaus Troxler sáng tạo cho tờ *Jazz à Willitsau*, năm 2001.

## Công việc của NHÀ THIẾT KẾ



*Ryan Pescatore Frisk &  
Catelijne van Middelkoop*

Các bạn đã bắt đầu sự nghiệp trở thành nhà thiết kế như thế nào? Hãy kể chúng tôi nghe về công việc đầu tiên các bạn làm trong lĩnh vực thiết kế và quá trình phát triển sự nghiệp của các bạn.

Cả hai chúng tôi, nhóm "Strange Attractors", đều học thiết kế sau khi tốt nghiệp. Chúng tôi gặp nhau và cả hai được mời vào làm ở phòng 2D của Học viện Nghệ thuật Cranbrook, đây cũng là nơi chúng tôi nhận bằng MFA (Master of Fine Art - Thạc sỹ Nghệ thuật) năm 2002. Năm đầu tiên, chúng tôi nhận ra rằng "hai cái đầu sẽ tốt hơn một cái đầu" và chúng tôi bắt đầu hợp tác cùng nhau trong nhiều dự án. Mặc dù cả hai đều có kinh nghiệm thực hành thiết kế trước khi làm tự do, song đây chính là bước khởi đầu thực sự cho những cái làm nên Strange Attractors. Sau khi hoàn tất bằng thạc sỹ, chúng tôi khởi động studio riêng từ một nhà máy sản xuất xe hơi cũ ở Pontiac, bang Michigan, sau đó chuyển sang kinh doanh ở Stockholm. Từ tháng 9 năm 2003, Strange Attractors đã vận hành từ Hà Lan, nơi Ryan hoàn thành chúng chỉ MFA về thiết kế chữ ở Học viện Nghệ thuật Hoàng gia tại thành phố The Hague của nước này.

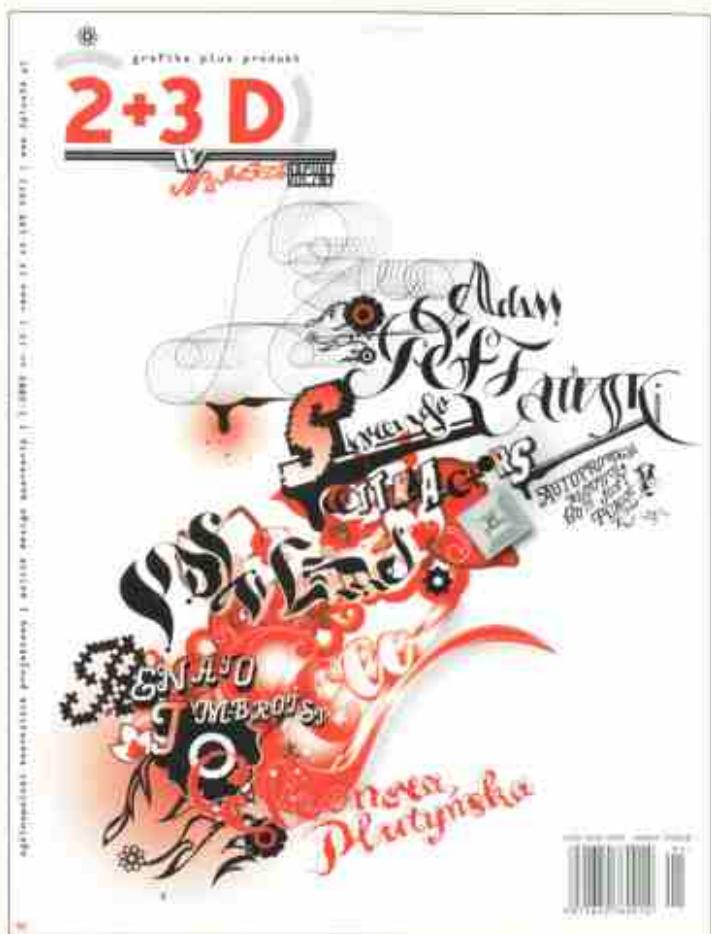
Chúng tôi đã hứa với nhau (và với bản thân) rằng Strange Attractors sẽ biến giải pháp cho mọi công việc hoặc thiết kế thành cái gì đó đáng tự hào. Cả hai rất khờ tính và tham vọng; và giờ, sau ngắn ấy năm, chúng tôi vẫn cố gắng vượt qua giới hạn của bản thân với những thử thách mới.

Các bạn thường làm gì để lấy cảm hứng trước khi bắt đầu một dự án mới? Các bạn có thể chia sẻ với chúng tôi về quy trình thiết kế của mình không? Và công nghệ đóng vai trò như thế nào trong quy trình đó?

Tinh hoa của chúng tôi luôn tràn đầy. Chỉ đơn giản là không có đủ thời gian! Chúng tôi đủ may mắn để làm việc với những dự án mình thích. Đa số khách hàng đều tự tìm đến chúng tôi, khiến cả hai luôn bận rộn. Phản thời gian còn lại, chúng tôi dành cho các dự án của riêng mình, sử dụng tên gọi khác và phát sinh những công việc khác.

Khi hoạt động với tư cách nhóm Strange Attractors, chúng tôi cố gắng đa dạng nhất có thể. Chúng tôi muốn được toàn quyền kiểm soát các dự án của mình và do đó, cố gắng theo kịp tất cả những phần mềm có sẵn - từ âm thanh tới Web, từ chuyển động đến chữ. Đặt tên cho công việc, chúng tôi sẽ thử thách chính mình khi đàm nhận và chứng minh bản thân có thể làm tốt việc đó. Một công việc mới thường bắt đầu với một cuộc thảo luận về vấn đề thiết kế được trình bày. Chúng tôi làm rất nhiều nghiên cứu sử dụng Internet, thư viện thời gian thực (real-time library) và tham gia các chuyến đi thực địa. Trong khi chờ đợi, chúng tôi bắt đầu thực hiện hàng tấn ghi chú và, tất nhiên, cả những bản phác thảo nữa. Chúng tôi luôn đem theo bút và những mảnh giấy ngẫu nhiên, từ miếng lót ly bia cho tới khăn ăn. Chúng tôi đặt câu hỏi như: "Khán giả của chúng ta là ai?", "Chúng ta có thể thúc đẩy việc này tiến xa tới mức nào?", đồng thời đưa ra những câu hỏi thực tế như: "Ngân sách cho việc in ấn lớn đến đâu?" và "Bao giờ là thời hạn cuối cùng?", nhằm giúp bản thân có được hiểu biết tốt hơn về khả năng cũng như giới hạn của chính mình.

Khi làm việc cho một khách hàng, chúng tôi dự thảo một bài thuyết trình đầu tiên và cố gắng thu được một phản hồi số tiền cọc, để chúng tôi có thể bắt đầu công việc mà không phải lo lắng về vấn đề tài chính. Bước tiếp theo là bắt đầu làm việc với ít nhất ba ý tưởng khác nhau, ba cách tiếp cận typeface khác nhau,... Mục tiêu của chúng tôi là đưa ra một kế hoạch mà chúng tôi cảm thấy tốt nhất, cộng thêm hai kế hoạch dự phòng luôn trong tình trạng "sẵn sàng", và nếu một trong hai phương án này được chọn, thậm chí nó



Thiết kế bìa và chế tác chữ của Ryan Pescatore Fresh và Catelijne van Middelkoop cho Polish Design Quarterly (Tạp chí Thiết kế Ba Lan Hàng quý), *2+3D Grafika plus Produkt* (tạm dịch: *Đồ họa 2+3D cho Sản phẩm*), 2005. Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Strange Attractors, [www.strangeattractors.com](http://www.strangeattractors.com).

còn có thể cho kết quả tốt hơn. Đây chính là thời điểm chúng tôi bắt đầu sử dụng máy tính, để có thể nhanh chóng tạo ra những bản yêu cầu dự thảo dưới định dạng PDF và bắt đầu chia sẻ với khách hàng. Từ khi Strange Attractors chủ yếu làm việc cho khách hàng nước ngoài, truy cập Internet 24/7 trở nên rất cần thiết. Khi trình bày ý tưởng với khách hàng, chúng tôi tránh đề cập đến những nội dung mình không thích. Chúng tôi có một triết lý, đó là: "Cố gắng vượt qua các giới hạn".

Vai trò của typography trong thiết kế đã thay đổi như thế nào trong thập kỷ vừa qua? Các bạn dự đoán trong tương lai, typography sẽ phát triển ra sao?

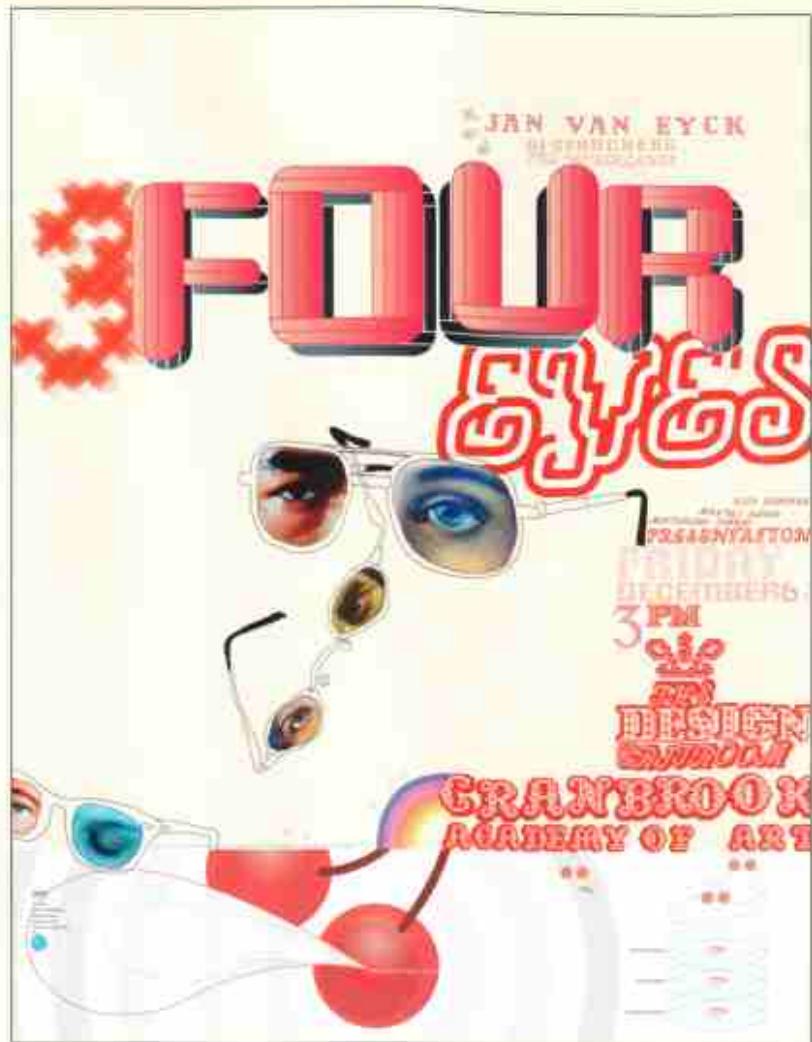
Trong thập kỷ qua, máy tính đã để lại nhiều ảnh hưởng lên vai trò của typography. Vì hiện nay, bất cứ ai có quyền truy cập vào một máy tính đều có thể tác động đến hình thức của chữ, nên nhiều "quy tắc" tương tự đem lại sức mạnh cho typeface đã bị lờ đi và lãng quên. Không còn bị giới hạn bởi leading, chữ bị làm cho biến dạng đi, kéo giãn ra và được sử dụng với kích thước point chưa từng thấy trước đó. Nói cách khác, toàn bộ hệ thống ở dưới typography đang dần biến mất.

Như bạn có thể thấy từ các tác phẩm, không phải lúc nào chúng tôi cũng sống theo những quy tắc, song chúng tôi chỉ có thể làm điều này thành công vì nắm rõ các quy tắc và nhận thức được mình đang làm gì. Bạn chỉ có thể phâ vỡ các quy tắc một cách khéo léo khi nắm rõ chúng. Đó là lý do tại sao chúng tôi không ngừng đọc thêm về chữ và tiếp tục sự nghiệp học hành...

Nhiều người "thiết kế" danh thiếp với Word, hoặc tạo ra những tấm thiệp mới sinh nhặt sử dụng phần mềm đi kèm máy tính của họ - những người này không được đào tạo về thiết kế - họ chính là những tay nghiệp dư đang từng ngày thay đổi hình ảnh của typography công chúng. Typeface ưa thích của một người mặc định là Arial, song nhiều người thậm chí còn không nhận ra đó chính là bản sao chép của typeface Helvetica cổ điển! Các công ty quảng cáo, vốn đang tiến hành cắt giảm ngân sách

## Công việc của NHÀ THIẾT KẾ

Tấm poster Four Eyes (tạm dịch: Bốn mắt) do Ryan Pescatore Frisk và Catejine van Middelkoop thiết kế. Ảnh do nhóm Strange Attractors ([www.strangeattractors.com](http://www.strangeattractors.com)) cung cấp.



sau khi bong bóng Internet bùng nổ, đã đưa ra những giải pháp chữ Sans-serif đạt mức độ phổ biến và đơn giản tương đương. Mọi dấu vết nhân văn và cá tính đã bắt đầu biến mất từ những lần va chạm hàng ngày của chúng ta với chữ. Tuy nhiên, gần đây đã có cái gì đó bắt đầu thay đổi. Nhà thiết kế dường như bắt đầu nhận ra rằng, để có được sự khác biệt và quan trọng hơn - nhằm tìm ra cái gì đó thật mới

- kiến thức về lịch sử giàu có của typography đóng vai trò rất quan trọng. Điều chúng tôi muốn thấy xảy ra với typeface là để mọi người bắt đầu sử dụng lần nữa tiếng nói của riêng họ - không phải là thứ gì đó mặc định mà chúng tôi đã quen, nhưng phải là thứ gì đó mới mẻ, được xem xét cẩn trọng. Phải có những lựa chọn thay thế thật tốt! Mà tương lai thi luôn tươi đẹp và giàu có.



Tấm poster Broadcasting Tongues Lecture and Workshop Series (tạm dịch: Bài giảng Phát thanh hàng lưỡi và chuỗi hấp dẫn) do Ryan Pescatore Frisk và Catelijne van Middelkoop thiết kế.Ảnh do nhóm Strange Attractors ([www.strangeattractors.com](http://www.strangeattractors.com) và [www.dialognouveau.com](http://www.dialognouveau.com)) cung cấp.

Các bạn có lời khuyên gì dành cho những sinh viên và nhà thiết kế mới bước chân vào lĩnh vực này ngày nay?

Phải rất, rất kiên nhẫn, đứng ngồi một chỗ và chờ đợi mọi thứ tự nhiên đến. Phải từ từ chuẩn bị cho công việc để thu về một chút may mắn, song hầu hết chúng tôi đều phải làm việc rất chăm chỉ mỗi ngày để tầm mắt luôn mở rộng ra xa hơn. Đừng từ bỏ quá sớm; việc bạn làm thực sự có khả năng thành công! Có gắng nắm vững và làm chủ "trò chơi" của

bạn bằng cách đọc sách về thiết kế, tham gia các khóa học,... nhưng đừng quên thế giới thực tại. Thế giới thực này chất đầy những điều quý giá. Đừng bao giờ ngừng bắn khoán về những thứ bạn thấy. Hãy thừa nhận rằng đôi khi, hai cái đầu tốt hơn một cái đầu. Hãy hoài nghi chính bạn, song hãy tin vào bản thân. Điều quan trọng nhất chính là: Yêu thích điều bạn đang làm.

Ryan Pescatore Frisk & Catelijne van Middelkoop  
[www.strangeattractors.com](http://www.strangeattractors.com)

## Tạo biểu đồ thị giác

"Biểu đồ phân cấp", hay "biểu đồ" ("hierarchy") có nghĩa là sắp xếp theo thứ tự quan trọng trong một nhóm người, địa điểm hay sự vật. Ví dụ, khi bạn chơi bài, có một biểu đồ phân cấp được bạn dùng để xác định người chiến thắng mỗi khi lên bài (các quân A, K, Q, J, 10,...). Trong công việc của bạn có thể tồn tại một biểu đồ phân cấp thầm quyền: Chủ tịch công ty, phó Chủ tịch công ty, Giám đốc khu vực, Chỉ huy trưởng công trình, Trợ lý giám đốc...

Áp dụng **biểu đồ thị giác (visual hierarchy)** cho thiết kế có thể giúp bạn dẫn dắt người xem đi từ thông tin quan trọng nhất tới ít quan trọng nhất trong thông điệp mà bạn gửi gắm, theo thứ tự do *bạn* định nghĩa. Điều này giúp nâng cao hiệu quả truyền thông, nhờ tiết kiệm thời gian cho người xem và đem lại sự rõ ràng (clarity). Với mỗi thiết kế, người xem có thể có hoặc không dành thời gian đọc toàn bộ thông điệp; đó là lý do giải thích tại sao việc cần làm trước tiên và cũng rất hữu ích là hướng dẫn người xem đi tới thành phần quan trọng nhất trong layout của bạn.

Bước thứ nhất trong việc tạo một biểu đồ thị giác hiệu quả cho layout của bạn là xác định tính quan trọng tương đối của mỗi phần thông tin liên quan. Khi bạn chơi bài, sự phân cấp là hiển nhiên, được quyết định bởi các quy tắc của trò chơi. Xác định biểu đồ thị giác cho layout không phải lúc nào cũng dễ dàng. Tính quan trọng tương đối của mọi nội dung bao hàm trong layout cũng có thể thay đổi, phụ thuộc vào khách hàng, nhu cầu và sự quan tâm của đối tượng khán giả mục tiêu. Thiết lập biểu đồ thị giác phản ánh những biến đổi này, giúp bạn xây dựng thiết kế của mình hiệu quả và ấn tượng hơn.

Hình 5-27 minh họa hai ví dụ về thiết kế, mỗi tác phẩm đều bao hàm thông tin tương tự nhưng lại phản ánh biểu đồ thị giác khác nhau.



Hình 5-27

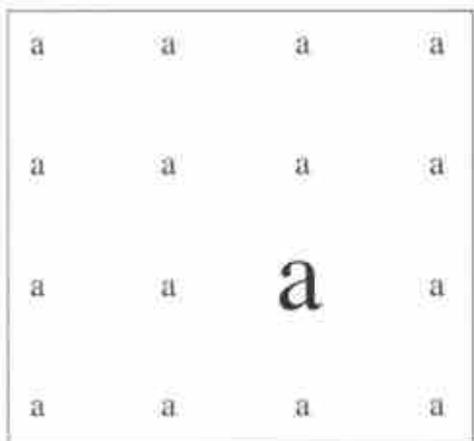
Hai thiết kế với nội dung giống nhau có thể phản ánh biểu đồ thị giác khác nhau.

## Áp dụng nguyên lý của sự nhấn mạnh

Một khi đã quyết định được một biểu đồ thị giác phù hợp, bạn có thể biến biểu đồ phản cấp này thành layout thực tế bằng cách sử dụng nguyên lý của **sự nhấn mạnh** (**emphasis**) - có nghĩa là, làm các thành phần được lựa chọn nổi bật hơn so với những thành phần còn lại, nhằm thu hút sự chú ý và để chỉ ra tầm quan trọng tương đối. Nguyên lý của sự nhấn mạnh gợi ý cho khán giả cách điều hướng và hiểu nội dung được trình bày. Thành phần nào càng được nhấn mạnh trong layout sẽ càng được người xem đánh giá là quan trọng, trong mối tương quan với những thành phần khác của thiết kế. Muốn nhấn mạnh bất cứ thành phần nào trong thiết kế, bạn phải làm cho chúng trở nên khác biệt so với những thành phần còn lại, do đó chúng ta có xu hướng bị thu hút bởi các yếu tố khác lạ về mặt thị giác, hay những thành phần **tương phản** (**contrast**).

Do đó, nếu hầu hết các đối tượng trong layout đều có kích thước nhỏ, bạn có thể nhấn mạnh một đối tượng bằng cách làm cho đối tượng đó lớn hơn, như minh họa ở Hình 5-28a.

Hoặc, nếu hầu hết các đối tượng trong layout đều lớn, bạn có thể nhấn mạnh một đối tượng bằng cách làm cho đối tượng đó nhỏ đi, như minh họa ở Hình 5-28b.



Hình |5-28a|

Bạn có thể nhấn mạnh một đối tượng nhỏ thay đổi kích thước.



Hình |5-28b|

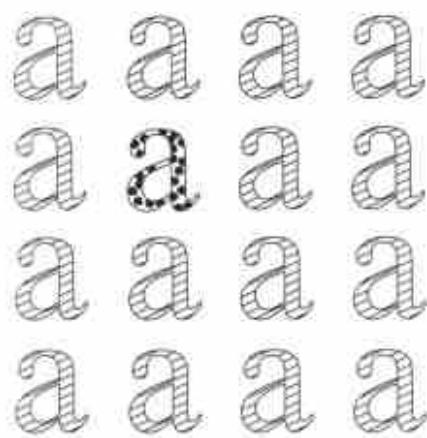
Bạn có thể nhấn mạnh một đối tượng nhỏ thay đổi kích thước.

Thay đổi kích thước của đối tượng chỉ là một cách để nhấn mạnh đối tượng đó. Chúng ta cũng có thể sử dụng màu huy động đậm nhạt tương phản (Hình 5-28c); cấu trúc bề mặt tương phản (Hình 5-28d); hình dạng tương phản (Hình 5-28e) hoặc hướng tương phản (Hình 5-28f).



Hình 5-28a

Bạn có thể nhấn mạnh một đối tượng bằng cách thay đổi màu sắc hoặc độ đậm nhạt của đối tượng đó.



Hình 5-28b

Bạn có thể nhấn mạnh một đối tượng bằng cách thay đổi cấu trúc bề mặt của đối tượng đó.



Hình 5-28c

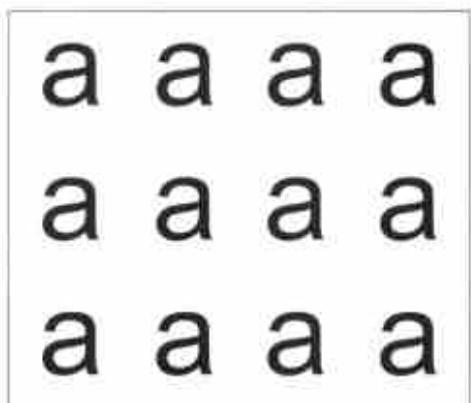
Bạn có thể nhấn mạnh một đối tượng bằng cách thay đổi hình dạng của đối tượng đó.



Hình 5-28d

Bạn có thể nhấn mạnh một đối tượng bằng cách thay đổi chiều hướng của đối tượng đó.

Quá nhiều thành phần tương phản có khả năng tạo ra hiệu ứng giống nhau vẫn chưa đủ! Ví dụ, trong Hình 5-29 và 5-30, việc xác định biểu đồ thi giác cũng không kém phần khó khăn.



Hình [5-29]

Không đối tượng nào được nhấn mạnh hơn các đối tượng khác.



Hình [5-30]

Không đối tượng nào được nhấn mạnh hơn các đối tượng khác.

## Sử dụng sự dẫn mắt/sự diều hướng đọc

Giống như Luật vận vật hấp dẫn (law of gravity) cho biết khi chúng ta làm rơi một vật, vật đó sẽ rơi xuống mặt đất, luật về sự dẫn mắt/sự diều hướng đọc (law of reading gravity) phát biểu rằng chúng ta tự nhiên có khuynh hướng đọc layout theo thứ tự mà chúng ta thấy quen thuộc nhất.

Do vậy, ví dụ như ngôn ngữ mẹ đẻ của đối tượng khán giả mục tiêu mà chúng ta nhắm tới là tiếng Anh hay tiếng Tây Ban Nha, bạn có thể giả sử rằng người xem có thói quen nhìn vào góc trên cùng bên trái của bất cứ trang nào trước tiên, sau đó họ đọc ngang và xuống trang giấy từ trái sang phải và từ trên xuống dưới. Tất nhiên, nếu ngôn ngữ của khán giả là tiếng Nhật hay tiếng Do Thái, sự dẫn mắt/sự diều hướng đọc sẽ khác.

Thói quen có thể khó phá vỡ, nên một việc rất quan trọng mà bạn cần làm là giữ vững sự dẫn mắt/sự diều hướng đọc trong dấu khi thiết kế layout.

### Hình 5-31a

Layout bô qua tác động của sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc, tớ Type 4.

*Layout: Are You Communicating or Just Making Pretty Shapes? (tạm dịch: Chữ & Layout: Bạn đang truyền thông hay chỉ tạo ra những hình dạng đẹp), do Colin Whieldon thiết kế.*

Nhà xuất bản Worsley, 2005.

The layout in this layout design follows Edward Aronoff's Guiding Diagrams. In reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 10, which defines the principle Aronoff has announced. The layout in this layout design is reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 9, which defines the principle Aronoff has announced.

The layout in this layout design with Edward Aronoff's Guiding Diagrams is reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 10, which defines the principle Aronoff has announced. The layout in this layout design with Edward Aronoff's Guiding Diagrams is reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 9, which defines the principle Aronoff has announced.

The layout in this layout design with Edward Aronoff's Guiding Diagrams is reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 10, which defines the principle Aronoff has announced.

The layout in this layout design with Edward Aronoff's Guiding Diagrams is reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 10, which defines the principle Aronoff has announced.

The layout in this layout design with Edward Aronoff's Guiding Diagrams is reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 10, which defines the principle Aronoff has announced. The layout in this layout design with Edward Aronoff's Guiding Diagrams is reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 9, which defines the principle Aronoff has announced.

The layout in this layout design with Edward Aronoff's Guiding Diagrams is reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 10, which defines the principle Aronoff has announced.

The layout in this layout design with Edward Aronoff's Guiding Diagrams is reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 10, which defines the principle Aronoff has announced.

The layout in this layout design with



## The Headline Goes Here, in the Center

The layout in this layout design follows Edward Aronoff's Guiding Diagrams. In reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 10, which defines the principle Aronoff has announced. The layout in this layout design follows Edward Aronoff's Guiding Diagrams. In reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 9, which defines the principle Aronoff has announced.

The layout in this layout design with Edward Aronoff's Guiding Diagrams is reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 10, which defines the principle Aronoff has announced.

The layout in this layout design with Edward Aronoff's Guiding Diagrams is reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 10, which defines the principle Aronoff has announced.

The layout in this layout design with Edward Aronoff's Guiding Diagrams is reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 9, which defines the principle Aronoff has announced.

The layout in this layout design with Edward Aronoff's Guiding Diagrams is reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 10, which defines the principle Aronoff has announced.

The layout in this layout design with Edward Aronoff's Guiding Diagrams is reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 9, which defines the principle Aronoff has announced.

The layout in this layout design with Edward Aronoff's Guiding Diagrams is reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 10, which defines the principle Aronoff has announced.

The layout in this layout design with Edward Aronoff's Guiding Diagrams is reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 9, which defines the principle Aronoff has announced.

The layout in this layout design with Edward Aronoff's Guiding Diagrams is reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 10, which defines the principle Aronoff has announced.

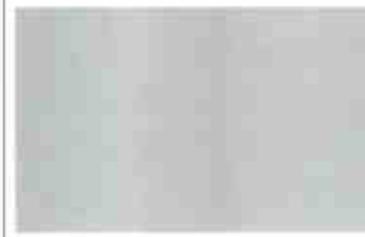
The layout in this layout design with Edward Aronoff's Guiding Diagrams is reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 9, which defines the principle Aronoff has announced.

The layout in this layout design with Edward Aronoff's Guiding Diagrams is reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 10, which defines the principle Aronoff has announced.

The layout in this layout design with Edward Aronoff's Guiding Diagrams is reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 9, which defines the principle Aronoff has announced.

The layout in this layout design with Edward Aronoff's Guiding Diagrams is reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 10, which defines the principle Aronoff has announced.

The layout in this layout design with Edward Aronoff's Guiding Diagrams is reading comprehension terms, it was communicated with a layout shown in Figure 9, which defines the principle Aronoff has announced.



Hình 5-31a là một ví dụ hoàn hảo về tác động của sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc; trong đó, người đọc bắt buộc phải đọc nửa phần dưới của trang văn bản. Bởi người đọc ít có khả năng bắt cháp thói quen đọc của mình bằng cách trở lại đầu trang, nên họ sẽ không đọc phần đầu của bài viết.

Mặt khác, một thiết kế như trên Hình 5-31b cho phép người đọc dõi theo thói quen đọc từ trên xuống dưới và từ trái qua phải vốn đã ăn sâu vào họ một cách tự nhiên.



## The Headline Goes Up Here

The more than seven hours spent without communication at the workstation were 70% to 75% justified. This means a high-quality office-worker could justify 16 to 20 minutes per day interacting with others, even if he or she was addressing people through electronic means such as e-mail, telephone, or fax. 50% is the right

He based it on the original version set by Edward Albee's *One-Person Show*, a one-act comedy-homage to Chekhov's *Three Sisters*. It was first produced with a house company at "Nights At The Project," the playwright's house and rehearsal studio. The latter is now his permanent residence, and he has recently moved into "Houseboat" (Albee's term) on Long Island. In reading *Death of a Salesman*, I was struck by the way in which the play's characters are all variations on a basic, banal theme, as in Figure 10, which defines the protagonist for us all: Wernher von Braun, the man whose life has been reduced to a series of mechanical events, from his childhood days as a boy to his present job as a rocket scientist.

The lesson in this figure concerns with Eichmann's Conflicting Diagrams, his changing comprehension state. It may be contrasted with a lesson about Figure 10, where there the perspective should have been maintained. The lesson in this figure concerns with Eichmann's Ambiguous Diagrams. By looking at comprehension state 10 it was demonstrated with a lesson shown in Figure 10 which states one perspective. As will be discussed, the two terms, *comprehension* and *perspective*, define different levels of this knowledge domain. But it fully past that. This lesson is much better by using real people than by using abstract diagrams, images, or text messages.

The issue is the Tigray conflict with

Establishing the field of accounting (Figure 9) was the first step in creating a new model. It was then used as a base model for Figure 10, which depicts the principles of social entrepreneurship. The model in Figure 10 is based on Dierckx and Cool's (1989) classification of strategic alliances. In Figure 10, although different, the principles do not need to be sequential. The model can start from one principle and move to another, or even from one communication channel to another, and vice versa. This model is clearly designed for social entrepreneurs, but it can also be used by people who work with social issues to increase their ultimate competitive position on the market.

After the initial 10-min. speech condition with the 100% male audience, the participants were asked to complete a short questionnaire. The purpose of this questionnaire was to determine if the participants had been influenced by the speech they had just heard. Specifically, the participants were asked to rate their level of agreement with 10 items related to the speech they had just heard. These items included statements such as "I was more interested in the speaker's message after hearing the speech," "I was more interested in the speaker's message after hearing the speech," and "I was more interested in the speaker's message after hearing the speech." The responses were rated on a Likert scale from 1 (strongly disagree) to 5 (strongly agree).

Editorial Review Committee Program 3

1

10 of 10

using comprehensive data, it was not until with a lesson, shown in Figure 10, that students' problem solving had increased. The teacher of this lesson took pains with Standard Number 1 (Clarifying Problems) by reading comprehensive data, 1 was introduced with a lesson, shown in Figure 10, which describes problems the child had experienced. The two new terms have been introduced into this comprehensive data framework. This is a very good find. This lesson is much favored by most second-grade teachers because they measure well.

unconscious action, or in conscious action involving emotion. Most important from the present perspective, Wilson says, the self is "an entity composed of three parts":<sup>1</sup>

The source of our thoughts, feelings, and behavior is the cognitive component; it is the "I" that makes us unique individuals. It is the self system involving with a sense, shown in Figure 2, that carries out the cognitive function and processes the information that the cognitive component sends to it. The self system also interacts with the emotional component, shown in Figure 3, to produce the feelings and emotions that are experienced with the cognitive process. The third part of the self system, the behavioral component, is concerned with carrying out the cognitive and emotional functions in the environment. Thus, in its basic form, this theory is much more than a model and may best be described as a cognitive-emotional-behavioral system, or, in common language, as being "whole".<sup>2</sup> In addition, the self system is also concerned with social interaction, which is reflected in the "I" of the self system.

The lesson in this figure continues with Edward Arnold's *Orthography*. In the leading comprehension text, it was recommended that children observe at Figure 10, which states the principles derived from the *Latin* in the *Spelling* chapter, plus with Edward Arnold's *Orthography*. In the leading comprehension text, it was concluded with a lesson, shown at Figure 25, which shows the principles derived from the *Latin* in the *Orthography*. The first part of this lesson had been omitted because it was considered unnecessary in this distinctive lesson. But it is fully justified.

Hình 5.3(b)

Layout thừa nhận sự dân dã/sự điệu hướng đọc, từ *Type & Layout: Are You Communicating or Just Making Pretty Shapes* (tạm dịch: *Chữ & Layout: Bạn đang truyền thông hay chỉ tạo ra những hình dạng đẹp*), do Colin Whieldon thiết kế, Nhà xuất bản Worsley, 2005.

GHI CHỦ

Nghiên cứu chỉ ra rằng, có khả năng đọc giả sẽ đọc và linh hoạt được layout tuân theo sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc gấp đôi so với layout không tuân thủ sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc. Hãy ghi nhớ điều này mỗi khi bạn xây dựng một layout mới.

Mục lục

Mục chữ (typographic device) cung cấp cho chúng ta gợi ý về loại thông tin được mong đợi từ các thành phần trong nguyên bản, ngay cả trước khi đọc chúng. Những đề mục như vậy giúp độc giả rút ra mối quan hệ giữa các thành phần trên trang, đồng thời giúp họ hiểu được cách thức tổ chức thông tin. Một số mục chữ có thể kể đến là: Đầu đề (headline), phụ đề (subhead), khôi trích dẫn (block quotation), đầu trang (header), bảng biểu (table), chú thích (caption), sidebar (khôi nội dung cơ bản bên cạnh trang), bảng chú thích (callout), chân trang (footer), danh sách (list), trích đoạn (pull-quote), số trang (folio), như minh họa ở Hình 5-32.

**Đầu đề**

**Đầu đề (headline)** là tiêu đề của một bài báo hay layout. Đầu đề chỉ nên bao gồm một vài từ, nhằm lôi kéo sự chú ý và nhanh chóng dẫn tới chủ đề trong phần văn bản nội dung chính (body text). Đầu đề thường sử dụng kích thước point lớn hơn văn bản nội dung, có thể được thiết lập ở kiểu typeface Display mà không làm mất đi khả năng linh hoạt của đọc giả.

**Phụ đề**

**Phụ đề (subhead)** là đầu đề phụ thứ hai, phân chia và tổ chức văn bản nội dung, giúp tăng tính dễ đọc và khả năng linh hoạt của đọc giả. Phụ đề thường có màu tối hơn và lớn hơn phần văn bản nội dung, nhưng không nên để kích thước lớn bằng đầu đề của layout.

**Khối trích dẫn**

Khối trích dẫn dài hơn vài dòng, chúng thường được thiết kế dưới dạng **khối trích dẫn (block quotation)**, đồng thời được thiết lập tách biệt, tăng khoảng cách trước và sau khối trích dẫn. Khối trích dẫn thường thử lè, giãn cách đơn và sử dụng kích thước point nhỏ hơn so với phần văn bản nội dung chính.

**Đầu trang**

**Đầu trang (header, hay running head)** là văn bản xuất hiện xuyên suốt ở lề trên cùng của nhiều trang trong một ấn phẩm, thường cung cấp thông tin định hướng như tiêu đề, ngày tháng hoặc số trang.

**Bảng**

**Bảng (table)** là sự sắp xếp dữ liệu, tổ chức thành một ô lưới gồm các hàng và cột. Bảng có thể được đặt đường viền bao quanh hoặc tạo bóng mờ.

**Sidebar**

**Sidebar (khối nội dung cơ bản bên cạnh trang)** là thông tin được tách riêng khỏi phần văn bản nội dung chính. Thường được bao kín trong một ô, sidebar chứa thông tin độc lập với phần văn bản nội dung chính, dù có thể liên tiếp liên quan. Sidebar thường được nhấn diện nhờ thay đổi màu nền hoặc độ đậm nhạt của nền; thi thoảng có đường viền bao quanh.

**Chú thích**

**Chú thích (caption)** là một dòng hay đoạn văn ngắn, giải thích hoặc mô tả ảnh hay hình vẽ đồ họa gần đó. Chú thích thường được in nghiêng, hoặc thiết lập với kích thước point nhỏ hơn chữ trong phần văn bản nội dung chính.

**Bảng chú thích**

**Bảng chú thích (callout)** chỉ ra thông tin về một thành phần trong một hình minh họa, sử dụng đường thẳng, mũi tên hoặc cùi chỏ (pointer).

**Chân trang**

**Chân trang (footer hay running foot)** là văn bản chạy dọc theo lề dưới cùng trên nhiều trang của ấn phẩm. Tương tự đầu trang, chân trang thường đưa ra thông tin định hướng như tiêu đề, ngày tháng hoặc số trang. Chân trang có thể chứa cả chú thích cuối trang (footnote).

**Trích đoạn**

**Trích đoạn (pull-quote)** là một câu văn được trích từ văn bản nội dung chính của layout. Mục đích là để thu hút sự quan tâm của người đọc, thúc đẩy sự lưu tâm đối với phần văn bản nội dung chính. Trích đoạn được đặt ở kích thước point lớn, tách biệt khỏi phần văn bản nội dung chính, sử dụng các công cụ phân chia trực quan như thanh ngang (bar) hoặc ký tự trang trí.

**Danh sách**

**Danh sách (list)** là một chuỗi các phần tử có liên quan đến nhau. Danh sách đánh số (numbering list) hay danh sách đánh dấu tròn (bulletin list) với ký tự trang trí (dingbat) có thể giúp người đọc xác định được một phần tử mới trong danh sách bắt đầu khi nào, ở đâu. Danh sách thường được thực lè, đồng thời có khoảng cách rộng được thêm vào bên trên và bên dưới.

**Số trang**

**Số trang (folio)** chỉ đơn giản là số thứ tự của trang. Đọc giả thường tìm số trang ở góc ngoài trên cùng hoặc góc ngoài dưới cùng của trang văn bản, hay chính giữa chân trang; tuy nhiên, cách đặt số trang mới (e-hon) cũng được chấp nhận, miễn là đặt ở vị trí nhất quán và không khó tìm.

**Hình | S-32**

Các mục chí.



## Thuật ngữ

**bảng chú thích (callout):** tên của một mục được minh họa, được chỉ ra bởi một đường thẳng hay mũi tên.

**biểu đồ thị giác (visual hierarchy):** thứ tự quan trọng của các thành phần trong layout, được thể hiện bằng cách áp dụng nguyên lý của sự nhấn mạnh và các thành phần typography như thanh bar, các quy tắc và dấu chấm tròn đầu dòng.

**chân trang (footer hay running foot):** văn bản chạy dọc theo lề dưới cùng của nhiều trang trong một ấn phẩm, thường đưa ra thông tin định hướng như tiêu đề, ngày tháng hoặc số trang; có thể chứa cả chú thích cuối trang (footnote).

**chú thích (caption):** một dòng hay đoạn văn ngắn, giải thích hoặc mô tả ảnh hay hình vẽ đồ họa gần đó.

**đầu đề (headline):** tiêu đề của một bài báo hoặc layout, được dùng để thu hút sự chú ý.

**đầu trang (header hay running head):** văn bản xuất hiện xuyên suốt ở lề trên cùng của nhiều trang trong một ấn phẩm, thường cung cấp thông tin định hướng như tiêu đề, ngày tháng hoặc số trang.

**khối trích dẫn (block quotation):** một trích dẫn dài hơn vài dòng, được thiết lập tách biệt, tăng khoảng cách trước và sau khối trích dẫn, thường được để thụt lề.

**phụ đề (subhead):** đầu đề phụ thứ hai, phân chia và tổ chức văn bản nội dung.

**sidebar (khối nội dung cơ bản bên cạnh trang):** thông tin được tách riêng ra khỏi phần văn bản nội dung chính, thường được bao kín trong một ô.

**số trang (folio):** chỉ đơn giản là số thứ tự của trang.

**sự nhấn mạnh (emphasis):** nguyên lý thiết kế mà tại đó, các thành phần được chọn trong layout được làm nổi bật hơn các thành phần khác, nhằm thu hút sự chú ý và để chỉ ra tầm quan trọng tương đối.

**trích dẫn (pull-quote):** một câu văn trích từ văn bản nội dung chính, được thiết lập riêng rẽ với kích thước point lớn hơn.

**tương phản (contrast):** 1. sự khác nhau giữa các thành phần được so sánh; 2. thể hiện các đặc tính khác nhau khi so sánh; 3. so sánh sự khác nhau; 4. trong chữ, dày chỉnh là sự biến đổi giữa các stroke weight của nét mỏng nhất và dày nhất trên một ký tự.

## Định hướng

Bạn luôn muốn lưu giữ trải nghiệm của người xem trong tâm trí khi thiết kế layout. Văn bản và đối tượng phải dễ đọc, đồng thời được đặt theo cách dẫn dắt trải nghiệm của người xem. Layout thị giác của các thành phần phải truyền đạt được:

- Thứ tự thông tin nên đọc.
- Những đối tượng và văn bản nào nên được nhóm lại cùng nhau.
- Thứ tự quan trọng của thông tin.

Việc đọc và định hướng thiết kế phải dễ dàng đối với người xem để duy trì sự quan tâm của khán giả. Thiết kế cần rõ ràng, dễ đọc già có thể nắm được cách tìm kiếm thông tin họ muốn. Nếu thiết kế không dẫn dắt người xem hiệu quả từ những phần thông tin quan trọng nhất đến phần ít quan trọng hơn, khán giả có thể nhầm lẫn, thất vọng, hoặc thậm chí nỗi căm.

Tính khả dụng (usability) trở nên đặc biệt quan trọng đối với những layout mà nó tương tác. Nhờ thiết kế phải dự đoán được sự dịch chuyển của độc giả thông qua thiết kế, đồng thời chỉ dẫn họ hướng về phía thông điệp dự tính cần truyền tải và các thông tin cần thiết. Có một số quy tắc đơn giản có thể giúp tác phẩm thiết kế tương tác (interactive design) của bạn trở nên thân thiện. Mặc dù những hướng dẫn này ứng dụng tốt nhất cho thiết kế tương tác kỹ thuật số, song cũng có thể áp dụng được cho bất cứ trải nghiệm tương tác nào.

- *Giữ được sự đơn giản.* Định hướng một thiết kế phải hoàn toàn đi theo trực giác. Giao diện không nên rắc rối để thu hút sự chú ý của người đọc vào nội dung.
- *Dễ sử dụng.* Dự đoán nhu cầu của người sử dụng để ban có thể làm cho các thành phần thiết kế trở nên thuận tiện với họ.
- *Hãy để sự tương tác chỉ đường cho trải nghiệm tương lai.* Cá nhân hóa một môi trường để sản phẩm mới dựa trên những lựa chọn trong quá khứ có thể là cách làm hiệu quả, giúp tạo ra trải nghiệm tích cực cho người dùng.
- *Đưa ra lựa chọn.* Nhìn chung, khán giả sẽ đánh giá cao khả năng có thể ra quyết định về cách phân bổ thời gian, nhịp độ và khám phá của họ. Đặc biệt, môi trường kỹ thuật số luôn cung cấp lựa chọn thay thế cho những người dùng muốn kết thúc trải nghiệm sớm hơn so với dự tính của bạn.
- *Rõ ràng.* Người dùng phải hình dung được các thành phần tạo nên thiết kế của bạn. Chẳng hạn, trong môi trường kỹ thuật số, điều này có nghĩa rằng người dùng không phải dự đoán đâu là những đối tượng mà họ có thể nhấn chuột vào.
- *Phản hồi.* Người dùng sẽ muốn biết liệu họ đã phản ứng hợp lý chưa và sự tham gia của họ đã được đăng ký hay chưa. Đáp án cho câu trả lời nằm ở chỗ, ánh sáng từ chiếc bật lửa hay âm thanh của nút nhấn có thể cho người sử dụng biết rằng hành động của họ đã được đăng ký và/hoặc chuẩn xác.

Layout được thiết kế cho môi trường kỹ thuật số đương như được quan sát không theo trật tự tuyến tính nào, nên các layout này đòi hỏi cần bổ sung những cấu trúc khác, nhằm giúp độc giả tìm được hướng đi. Kết hợp chất chẽ một số công cụ dưới đây khi bạn thiết kế sẽ thuận tiện hơn cho trải nghiệm của khán giả.

- *Thanh cuộn (scrolling)* thường cần thiết với khán giả khi xem toàn bộ thiết kế. Thường thì phần đang mở chỉ là một phần của thiết kế, nên cần dùng tới thao tác cuộn. Khi mở một tài liệu hay một trang Web, người xem có thể chịu đựng được nếu không phải cuộn quá mức; bằng không, khả năng cao là họ sẽ nổi giận.
- *Siêu liên kết (hyperlink)* là văn bản và/hoặc hình ảnh cho phép truy cập các vị trí ở xa bằng một cú nhấp chuột. (Siêu văn bản (hypertext) cũng là một siêu liên kết dạng văn bản). Siêu liên kết cho phép người dùng định hướng môi trường kỹ thuật số theo kiểu phi tuyến tính. Điều này giúp họ cá nhân hóa trải nghiệm hợp lý nhất với nhu cầu và sở thích của bản thân, trong khi vẫn bảo toàn được lưu lượng đọc (reading flow).
- *Di chuột (rollover)* kích hoạt hiệu ứng thị giác, chuyển động, hoặc những biến đổi khi người dùng di chuyển con trỏ qua đối tượng bằng chuột.
- *Phóng to không gian (spatial zoom)* là siêu liên kết cho phép người xem tăng hoặc giảm tỷ lệ của một đối tượng hay khung nhìn (view) bằng cách nhấp chuột vào chúng.
- *Mạng (network)*, hay hệ thống kết nối các liên kết trong một Website lại với nhau, cho phép người dùng định hướng đọc theo một đường phi tuyến tính do họ tự chọn.
- *Các chuỗi tuyến tính (linear series)* rất hữu ích khi bạn muốn sắp xếp thứ tự cho thông tin sẽ được quan sát, như trên slideshow chẳng hạn.

## TỔNG KẾT CHƯƠNG

Thuật ngữ layout chỉ cách thức nhà thiết kế bố trí các đối tượng và văn bản trên một trang để tạo ra bản thiết kế. Điều này đóng vai trò quan trọng đối với các nhà thiết kế, giúp họ đưa ra những quyết định tinh tế về từng thành phần cho mỗi layout, bởi các quyết định này sẽ tác động mạnh tới việc khán giả có thể tiếp nhận được toàn bộ thông tin mà nhà thiết kế định truyền tải hay không. Vị trí của văn bản và hình ảnh đóng vai trò then chốt trong cách khán giả tìm kiếm, chú ý, thường thức, linh hồn và định hướng thông qua thiết kế của bạn.

Muốn tạo được layout có khả năng truyền thông hiệu quả về mặt thị giác, nhà thiết kế phải xem xét mối liên hệ giữa hình thức và nội dung của layout. Cả hình thức lẫn nội dung đều truyền đạt ý nghĩa, do đó nhà thiết kế phải đưa ra lựa chọn về mối liên hệ này. Áp dụng mức độ ưu tiên nội dung trong biểu đồ thị giác có thể giúp nhà thiết kế ra quyết định hiệu quả về những thành phần cần nhấn mạnh, bằng cách áp dụng hiệu quả nguyên lý của sự tương phản. Các Luật Gestalt là tập hợp những nguyên lý giải thích và dự đoán cách bộ não của chúng ta tiếp nhận, nhóm họp cũng như phiên dịch nguồn thông tin trực quan. Hiểu rõ các luật này có thể giúp nhà thiết kế áp dụng nguyên lý của sự tương phản và sự nhấn mạnh theo hướng lôi kéo nhận thức của người xem một cách hiệu quả. Ngoài ra, nhà thiết kế có thể tăng gấp đôi cơ hội trở lên trong việc truyền tải hiệu quả thông điệp mà họ muốn nhắn gửi, bằng cách áp dụng các quan niệm về sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc trong thiết kế.



## Ôn tập

1. Layout là gì?
2. Mức độ quan tâm của khán giả (theo dự kiến) ảnh hưởng như thế nào tới hình thức thiết kế của bạn?
3. Nêu tên và giải thích từng Luật Gestalt.
4. Biểu đồ thị giác là gì? Biểu đồ thị giác của các thành phần trong thiết kế ảnh hưởng như thế nào tới layout của bạn?
5. Giải thích quan niệm về sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc.
6. Mô tả các cách thức khác nhau mà bạn có thể áp dụng để nhấn mạnh một đối tượng hoặc văn bản trong một layout.



## Bài tập

1. Xem kỹ một tờ báo hoặc tạp chí. Tìm các ví dụ thể hiện mối quan hệ khác nhau giữa hình thức và nội dung.
2. Xem kỹ vài tạp chí để tìm các ví dụ về hình ảnh và/hoặc văn bản minh họa cho từng Luật Gestalt.
3. Chọn một cuốn brochure, danh thiếp, mẫu quảng cáo hoặc layout tạp chí gây khó khăn cho sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc. Sau đó, hãy chọn một thiết kế khác tuân theo sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc. Phủ một mảnh giấy can trong suốt (tracing paper) lên trên mỗi thiết kế, vẽ mũi tên cho thấy tuyến đường mà một độc giả có khả năng sẽ di chuyển qua từng thiết kế nhất, nhờ hiệu quả từ việc áp dụng nguyên lý của sự nhấn mạnh và cách bố trí các thành phần.
4. Xem kỹ một số tạp chí để tìm ra 5 ví dụ khác nhau về cách nhà thiết kế nhấn mạnh các thành phần trong layout.

## Bài tập

5. Một vài khách hàng yêu cầu bạn thiết kế một tờ rơi quảng cáo để phân phát và treo quanh khu vực lân cận. Tờ rơi có các chữ sau:

*"Hội những người yêu nhạc Bluegrass mời bạn tham gia Lễ hội Bluegrass và Cuộc thi Khiêu vũ vào thứ Sáu, ngày 26 tháng 8, từ 7 giờ đến 9 giờ tối tại Quận Grant Park, Đường 2000 York, Springfield, California. Giá vé: 10 USD. Mỗi người tham gia sẽ góp tiền từ thiện ủng hộ Quỹ học bổng cho các nhạc sỹ trẻ".*

Khách hàng bao gồm ba tổ chức địa phương đồng tài trợ chương trình này. Tuy nhiên, mỗi khách hàng lại có quan điểm riêng và muốn bạn thiết kế tờ rơi tùy chỉnh đặc biệt cho họ để phân phối. Ba khách hàng này là:

- Hội những người yêu nhạc Bluegrass - quan điểm là cải thiện mối quan tâm trong khu vực đối với nhạc Bluegrass và thu nạp thành viên cho tổ chức của họ. Họ sẽ phân phát tờ rơi qua các thành viên trong khu vực.
- Quỹ học bổng cho các nhạc sỹ trẻ - quan điểm là cải thiện mối quan tâm của giới trẻ với âm nhạc và quyên tiền để có thể tài trợ cho việc học tập của các nhạc sỹ trẻ. Quỹ này sẽ phân phát tờ rơi qua các nhóm phụ huynh và những buổi hòa nhạc, khiêu vũ và qua các ban nhạc trong trường.
- Quận Grant Park - quan điểm là khuyến khích cộng đồng sử dụng các trang thiết bị trong công viên, đồng thời khuyến khích niềm tự hào cũng như ý thức cộng đồng. Họ sẽ phân phát tờ rơi cho những doanh nghiệp đóng tại địa phương, các cơ sở và tổ chức cộng đồng.

Với mỗi tổ chức tài trợ, hãy chia văn bản trên thành danh sách tùy biến, ưu tiên thông tin từ quan trọng đến ít quan trọng nhất. Sau đó, hãy sử dụng từng danh sách để tạo tờ rơi tùy biến tương ứng với mỗi tổ chức. Ba tờ rơi phải chứa cùng một nội dung văn bản, nhưng mỗi tờ phải phản ánh chất typography của biểu đồ thị giác tùy chỉnh. Xem xét mối liên quan giữa các đối tượng của từng tổ chức, biểu đồ thị giác bạn thiết lập và lựa chọn thiết kế của bạn.

6. Chọn một mẫu quảng cáo từ một tạp chí. Hãy tạo một danh sách nêu rõ từng thành phần của tờ tạp chí theo thứ tự mà bạn tin là biểu đồ thị giác của nhà thiết kế. Sau đó, bạn tạo danh sách mới với các thành phần tương tự, ưu tiên chúng theo một biểu đồ thị giác khác. Hãy tạo một quảng cáo mới dựa trên biểu đồ thị giác mới mà bạn vừa xây dựng.
7. Hãy tạo một cuốn sách nhỏ, với mỗi dòng chỉ chứa duy nhất văn bản (không chứa hình ảnh) mô tả từng Luật Gestalt ở cả nội dung lẫn hình thức - có nghĩa rằng, bạn cần giải thích từng Luật Gestalt và minh họa chúng, chỉ sử dụng các letterform.