

Vai trò của đồ hoạ và màu sắc trong thiết kế quảng cáo

Có thể nói nền kinh tế hàng hoá nhiều thành phần cùng với sự mở cửa để hội nhập của Việt Nam ra ngoài thế giới đã tạo điều kiện thuận lợi cho ngành Đồ hoạ phát triển một cách mạnh mẽ. Các công ty nước ngoài ra đời với muôn ngàn sản phẩm mẫu mã phong phú thực sự đã tạo nên một cuộc cạnh tranh khốc liệt để chiếm lĩnh thị trường. Cùng đó là các sản phẩm ngoại nhập với mẫu mã phong phú cũng đang hiển hiện ngày càng nhiều trên thị trường Việt Nam.



Một tất yếu sẽ xảy ra là hàng hoá nào với hình thức mẫu mã đẹp, chất lượng tốt sẽ chiếm được yêu thích từ phía người tiêu dùng.

Muốn xây dựng được những biểu tượng hàng hoá có uy tín trên thị trường thì việc quảng cáo là một giải pháp tối ưu trong chiến lược của các nhà quản lý kinh doanh trên thị trường. Nhiệm vụ đặt ra cho các họa sỹ thiết kế đồ hoạ là vô cùng to lớn. Làm thế nào để thông tin từ nhà sản xuất đến với người tiêu dùng một cách nhanh nhất, chính xác nhất và ấn tượng nhất.

Một loạt câu hỏi được đặt ra, một loạt phương án được thực thi nhưng có lẽ đơn giản nhất và cũng là phức tạp nhất đó là màu sắc. Bởi màu sắc có sức thu hút rất lớn, con mắt chúng ta thường nhạy cảm với màu sắc hơn là với hình khối. Các hiện tượng màu sắc thường có tác động mạnh đến tâm lý và cảm xúc của con người. Màu sắc là phương tiện hữu hiệu nhất giúp quảng cáo tiếp cận một cách nhanh nhất tới mục tiêu quảng cáo đó là con người.

Màu sắc là một yếu tố quan trọng trong công việc cũng như là thành công trong phần thiết kế quảng cáo của người họa sỹ. Vì vậy hiệu quả và vai trò của màu sắc trong thiết kế Đồ họa quảng cáo là vô cùng to lớn. Những nguyên lý cơ bản về màu sắc Màu tồn tại bởi ba yếu tố: ánh sáng, đối tượng quan sát và chủ thể quan sát. Các nhà vật lý đã chứng minh rằng ánh sáng trắng được hợp thành từ các bước sóng của các màu đỏ, lục và xanh.

Mắt người cảm nhận được màu khi các bước sóng này được đối tượng quan sát hấp thụ và phản xạ. Ba màu đỏ, lục và xanh là những màu nguyên thủy của ánh sáng. Khi ba màu này chồng lên nhau chúng tạo ra các màu thứ cấp: Cyan, Magenta và Yellow. Các màu nguyên thủy và màu thứ cấp là những thành phần màu bổ xung cho nhau. Những màu tương hợp là những màu hầu như không giống màu nào cả. Từ các màu nguyên thủy và các màu phát triển từ chúng là màu hữu sắc. Màu đen, trắng, xám là màu vô sắc.

Theo cảm giác về mặt tâm lý, màu đỏ, vàng, cam được liên tưởng tới mặt trời cho nên những màu đó và các sắc cùng tông được coi là màu nóng.

Màu xanh, lục, tím liên tưởng tới bầu trời, mặt nước nên những màu đỏ và các sắc cùng tông được coi là lạnh. Những màu ở giữa nóng và lạnh là màu trung tính. Chính từ những thói quen tâm lý trên mà con người đưa ra những quan niệm về màu sắc hay nói cách khác đó chính là ngôn ngữ màu sắc. Màu sắc tự thân có khả năng gây cảm giác xa gần.

Thực tế cho thấy những màu nóng như đỏ, cam, vàng và các sắc điệu của chúng thường cho cảm giác đến gần mắt nhìn, những màu lạnh cho cảm giác lùi xa chạy về phía sau. Màu sáng đặt trên nền tối, màu rực rỡ đặt trên nền trầm đều làm tăng sự tương phản về khoảng cách xa gần. Màu sáng, màu nóng đặt trên nền tối, nền lạnh thường cho cảm giác lớn hơn diện tích thực của nó. Do đó gây cảm giác chiếm chỗ trong không gian nhiều hơn so với các màu sắc khác. Sự tương phản, ảnh hưởng của các màu được thể hiện rõ khi hai màu đặt cạnh nhau hoặc bao quanh nhau.

Mỗi màu đều có sự biến đổi bởi màu này tác động lên màu kia. Tính chất của màu sắc và hình khối có một mối quan hệ tương hỗ nhất định. Màu sắc có khả năng hoàn thiện khối. Nó tạo cho hình khối sự đa dạng về biểu chất, làm phong



phủ bề mặt của khối. Khi cần thiết nó có thể sử dụng nhiều quan hệ màu trên một bề mặt làm gia tăng hoặc giảm nhẹ sự chú ý của thị giác đối với từng bộ phận của hình khối. Khi hình khối bị phân thành nhiều nhóm, thành phần thì có thể dùng màu hợp nhất chúng lại thành hình khối có sự thống nhất và khái quát. Cùng trên một diện tích, hoặc một thể tích màu sáng có vẻ lớn hơn các màu tối. Màu vàng, lam nhạt gây cảm giác rộng hơn các màu khác. Tính chất nóng, lạnh của màu làm tăng tính động hoặc tĩnh. Làm nổi bật sự phát triển hoặc sự yên tĩnh của hình khối. Các hình khối động, hình khối phát triển khi mang màu đỏ, cam vàng, hoặc màu phát quang thì gây cảm giác va đập thị giác mạnh. Ngược lại những màu lạnh hoặc trầm lại có khả năng nhấn mạnh những hình khối có tính ổn định, lan tỏa, vững chãi. Tính chất này của màu sắc rất hữu ích trong việc thiết kế quảng cáo, gây sự tập trung chú ý của khách hàng.

Sắc màu là phương tiện hữu hiệu nhất để diễn tả đặc trưng của thế giới quan. Những màu vàng, các màu rực sáng gợi tiếng vang lớn. Gam tông màu nâu tạo sự tĩnh lặng gợi lại một ý tưởng xa xôi, tồn tại về lâu dài, màu nâu trông lịch sự trang nhã, những màu mát nhẹ gần với sự êm dịu ngân dài. Màu vàng chanh gợi cảm giác về vị chua, màu cam mang đến về sự ngọt ngào ngon miệng. Chính vì vậy màu cam và các sắc độ cùng tông hay được sử dụng rộng rãi trong nhà hàng, những ứng dụng cho đồ thực phẩm ăn uống. Màu đỏ, cam và các màu có độ mạnh chói được coi là các màu tích cực, kích thích hưng phấn. Những màu lạnh, màu đục tiêu biểu sự tĩnh lặng, nhã nhặn gắn liền với cảm giác về sự nhàn hạ, thanh lịch. Những tông màu tím nhạt, hồng phấn gợi cảm giác mơ mộng, lãng mạn hay được sử dụng trong đồ mỹ phẩm gợi cảm giác nhẹ nhàng, sự quyến rũ...

Phát triển cùng tư duy triết học cổ Trung Quốc, màu sắc được biết đến với những “ Ngũ sắc - đỏ, vàng, trắng, đen” ứng với “Ngũ hành –Hoả, Thổ, Mộc, Kim, Thủy” là năm thành phần nguyên bản tạo nên thế giới. Màu sắc đã được con người đề cập tới từ rất sớm từ khi hình thành ý thức xã hội, là yếu tố cần khám phá phục vụ nhu cầu trong cuộc sống . Người Trung Quốc nói riêng và người phương Đông nói chung đều có quan niệm: -Màu đỏ là màu tượng trưng cho sự may mắn. Đỏ là màu sung sướng, nồng nhiệt, hạnh phúc, chỉ có sức mạnh, có danh vọng. Màu đỏ được dùng trong các ngày đại lễ - đám cưới, khánh thành nhà mới... hay trong dịp tết . Sắc đỏ truyền thống đó hẳn trong mỗi người dân đất Việt ta đều không quên được câu đối ngày Tết “Thịt mỡ dưa hành câu đối đỏ ”.

Chính vì vậy màu đỏ là màu rất được ưa chuộng ở phương Đông. -Màu vàng tượng trưng cho quyền uy, giàu sang , phú quý. Màu vàng được sử dụng nhiều ở chốn cung đình xưa. Vua chúa thường lấy màu vàng làm màu tượng trưng của mình được sử dụng trong trang phục, sắc phong , trang trí nhà cửa... - Màu đen tạo cảm giác sâu thẳm về bề mặt lẫn chiều sâu, tượng trưng cho sự huyền bí, u ám, đen tối gắn liền với lực lượng siêu nhiên bí hiểm mà con người chưa khám phá ra được. - Màu xanh còn liên tưởng tới rừng cây, thuộc gam màu lạnh, là màu tượng trưng cho mùa xuân , tốt tươi, thanh bình, hi vọng. - Quan niệm về màu sắc ở từng vùng, từng miền là khác nhau.

Phương Tây cho rằng màu trắng là tinh khiết, trong trắng, cô dâu trong ngày cưới thường mặc màu trắng. Còn phương Đông lại ngược lại, màu trắng thể hiện sự tang tóc, nên trong ma chay người ta hay dùng màu

trắng. Những quan niệm đó không phải là bất biến, mà có sự thay đổi khi các nền văn hoá giao lưu ảnh hưởng lẫn nhau. Ngày nay màu trắng được sử dụng rộng rãi ở nước ta cũng như một số nước phương Đông khác trong cuộc sống. Những liên tưởng này chủ yếu dựa vào kinh nghiệm mà con người cảm nhận được trong cuộc sống. Cuộc sống chứa đựng trong nó biết bao màu sắc . Với những biểu hiện có tính quy luật của màu sắc, con người đã thể hiện được những ý tưởng chủ quan của mình. Cùng những hiểu biết về màu sắc trong cuộc sống như quan niệm, thói quen tâm lý, tín ngưỡng ... sẽ giúp người họa sỹ thiết kế đạt được thành công trong thiết kế đạt được thành công trong thiết kế sản phẩm của mình phục vụ cuộc sống.