

# **BỐ CỤC & MÀU SẮC TRONG THIẾT KẾ**

Hồ Quỳnh Hoa

Nhóm Design – Câu lạc bộ Internet NVH TNTP

<http://clbinternet.info>



## Màu sắc trong thiết kế

Màu sắc luôn tác động đến cuộc sống của chúng ta. Màu sắc có ngôn ngữ riêng của nó mà chúng ta phải tự cảm nhận. Màu sắc có sức mạnh làm tâm hồn chúng ta rung động.

Trong thiết kế, màu sắc tạo nên sức hút, tâm lý và phong cách.

Tất nhiên không phải lúc nào màu sắc cũng đẹp, không phải lúc nào màu sắc cũng hài hoà. Vì vậy Người ta có thể dùng nghệ thuật phối màu để nói lên ý tưởng của mình mà không cần đến lời nói .



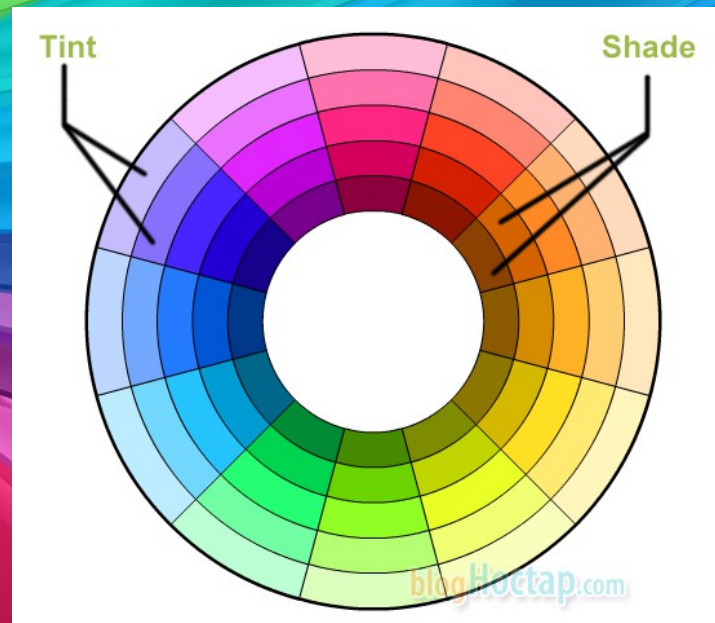
## Vòng tròn màu căn bản (the color wheel)

Vòng tròn màu căn bản có 12 cung chia đều theo hình nan quạt trên diện tích hình tròn, mỗi cung có 8 cấp độ màu đi dần vào tâm vòng tròn từ đậm đến nhạt. 12 cung x 8 cấp độ sẽ tạo ra 106 màu căn bản và được đánh số từ 1 đến 106 đó cũng là kí hiệu khi ta chọn màu . Ví dụ: Số 1 là màu đỏ sậm nhất (C:0 - M:100 - Y:100 - K:45) số 36 là màu vàng tươi (C:0 - M:0 - Y:100 - K:0) số 84 (C:80 - M:100 - Y:0 - K:0) là màu tím rượu nếp than (híc nghe mà...thèm) số 68 (C:100 - M:60 - Y:0 - K:0) là màu xanh nước biển...



Bên cạnh thuật ngữ bánh xe màu, bạn cần hiểu thêm về thuật ngữ Tint, Shade và Tone trong màu sắc. Tint là sự phối hợp của màu gốc với màu trắng để tạo thành dải màu sáng hơn. Shade là sự phối hợp của màu gốc với màu đen để tạo thành dải màu tối hơn. Còn Tone là sự phối hợp của màu gốc với cả trắng và đen hay là sự phối hợp giữa màu gốc với màu xám để tạo ra các sắc độ màu khác nhau.

Bánh xe màu dưới đây là một ví dụ về bánh xe màu có cả màu gốc, Tint và Shade.



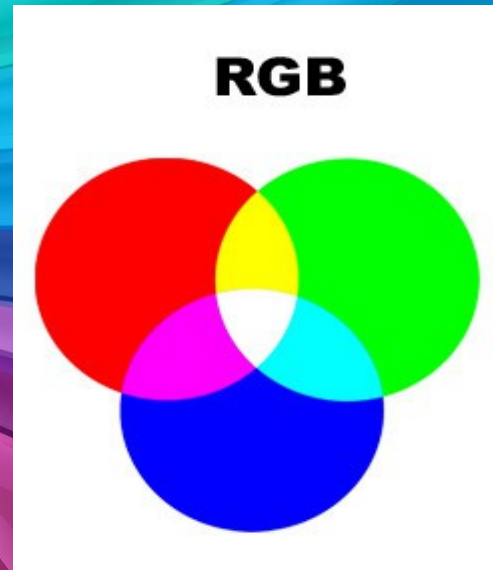
## Các hệ màu trong thiết kế

**RGB – Đỏ (Red)**

**Xanh lá cây (Green) và**

**Xanh da trời (Blue)**

. Đây là hệ màu được sử dụng nhiều nhất. Và cũng là hệ màu căn bản và phổ biến nhất trong thiết kế website và chỉnh sửa hình ảnh. Với 3 màu cơ bản này chúng ta có thể phối thành hàng tỉ màu khác, tùy vào mục đích sử dụng.



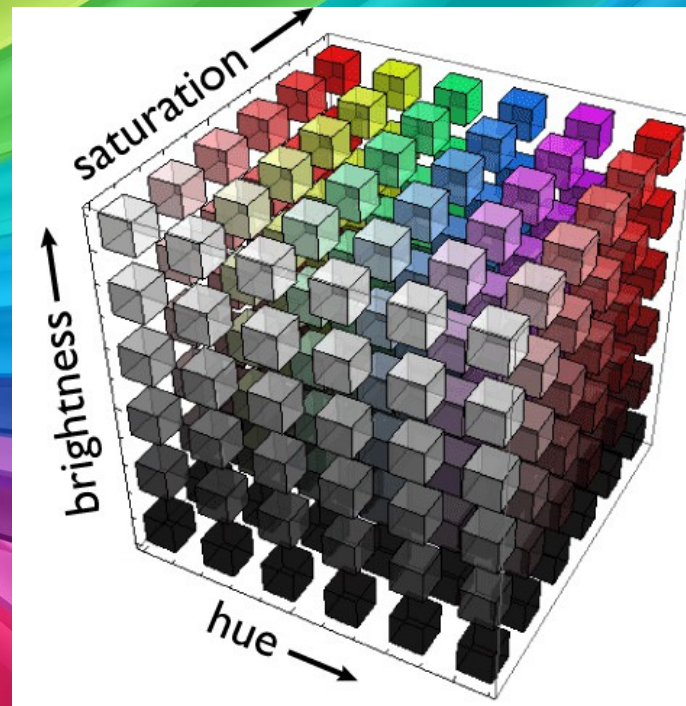
**CMYK – Hệ màu này chủ yếu được dùng trong in ấn sách báo, tạp chí, v.v..  
Là sự phối hợp giữa Cyan (da trời), Magenta (tím), Yellow (vàng) và black (đen).**



**Lap – là một không gian màu độc lập và chỉnh sửa màu trong hệ của nó là một công việc thú vị vì một sự di chuyển nhẹ nhàng trên kênh a hoặc kênh b cũng tạo ra những thay đổi mạnh mẽ nhất về màu sắc. Lab là hệ màu rất thích hợp trong chỉnh sửa ảnh KTS.**

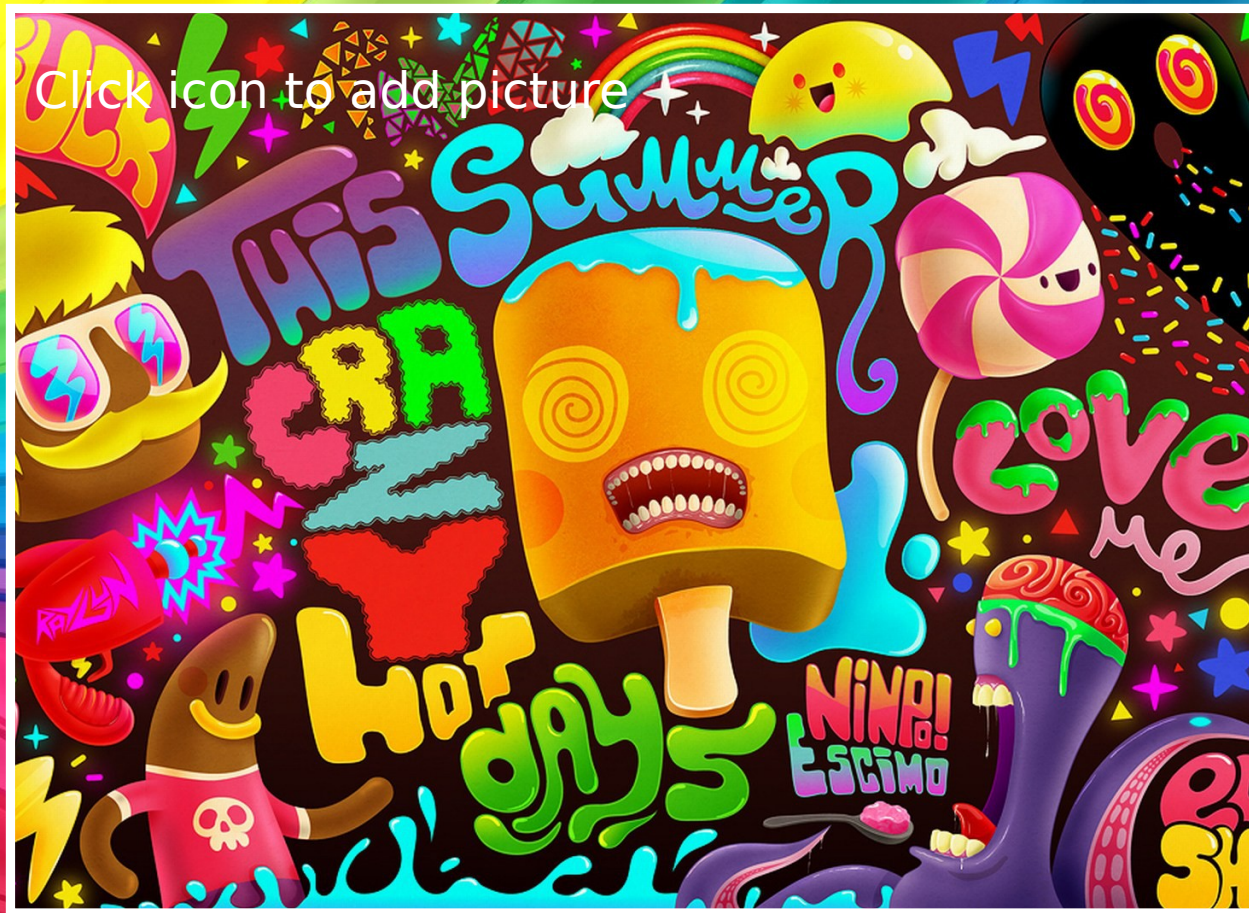


Hệ màu HSB -Hue liên quan đến màu sắc, Saturation (độ thẩm qua) xác định số lượng màu sắc và Brightness (độ chói) liên quan đến số lượng ánh sáng có trong màu sắc.  
HSB thường được dùng trong việc chỉnh sửa ảnh chân dung.





Các gam màu sắc



**Màu nóng:** Màu nóng tự mang trong nó sự lôi cuốn và gây chú ý, có tính phản chiếu cao. Tạo nên những ý tưởng tươi vui, cởi mở, kích động, ... Nó có tác động mạnh mẽ đến không gian trong bố cục chung. Màu nóng gồm 2 màu chính là đỏ và vàng cùng các màu tương cận của chúng



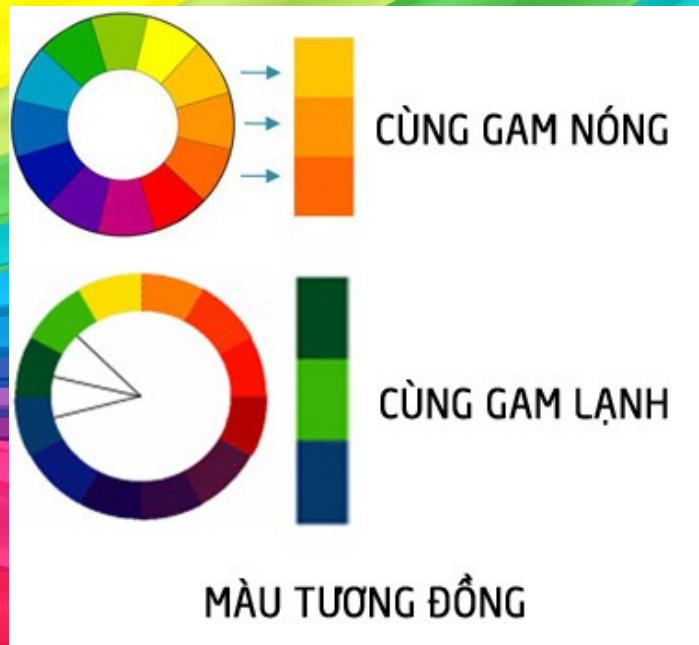
**Màu lạnh: những màu cho ta cảm giác mát mẻ, ví dụ như: xanh lam, xanh lá cây, đen, tím..... Màu lạnh làm cho bức hình cảm giác tươi tắn, toả sáng, gợi cảm giác mát mẻ, nhẹ nhàng. Màu lạnh đối lập với màu nóng.**



Màu tương phản: là sự đối lập của màu nóng và màu lạnh. Tương phản với các hệ thống các màu gốc: Xanh = C, Vàng = Y, Đỏ = M, nhờ có màu tương phản mà bức hình đạt được sự rực rỡ.

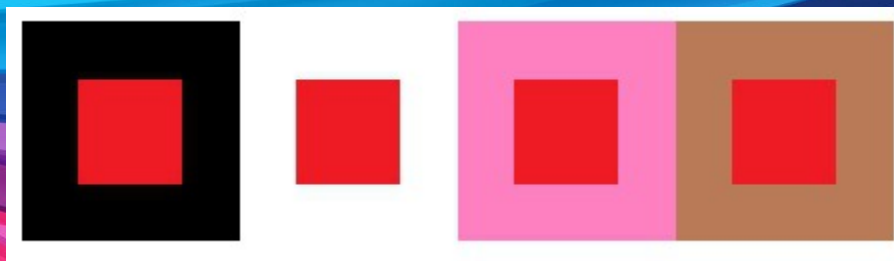


**Màu tương đồng:** Với những màu cùng Gam nóng hoặc lạnh có một sự tương quan nhất định, chúng được gọi là màu cùng tone, hoặc màu tương đồng.



## Bối Cảnh Màu Sắc

Trong lĩnh vực thiết kế đồ họa, bạn cũng nên hiểu cách thức một màu sắc này gây ảnh hưởng đến màu sắc khác. Trong thuật ngữ kỹ thuật, thuật ngữ được sử dụng là bối cảnh màu sắc. Hiểu được điều này sẽ giúp bạn tạo phong nền, tiền cảnh và hình ảnh nền hiệu quả hơn. Ví dụ, màu đỏ là tốt nhất có thể nhìn thấy đối với một nền đen hoặc trắng, nhưng đối với một nền màu hồng hoặc nâu, màu đỏ dường như là một sự lựa chọn ko sáng suốt.



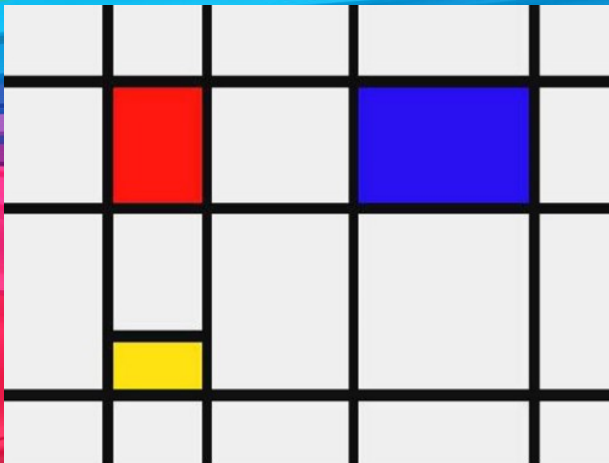
## Bố cục trong thiết kế



## Bố cục theo kiểu Mondrian

Đây là một trong những cách định dạng phổ biến nhất, tận dụng theo những đường kẻ dày hoặc vạch kẻ nhỏ nét màu đen và những khối tô đồng màu, chia bản vẽ thành những ô hình chữ nhật, ô vuông ngang dọc.

Cách vẽ này được đặt theo tên họa sỹ người Hà Lan Piet Mondrian, đặc biệt phổ biến đối với việc dàn trang báo. Dựa trên sự phối hợp tinh tế giữa ô khối và màu sắc, Mondrian vẫn là một trong những nguyên tắc bố cục lý tưởng nhất hiện nay.

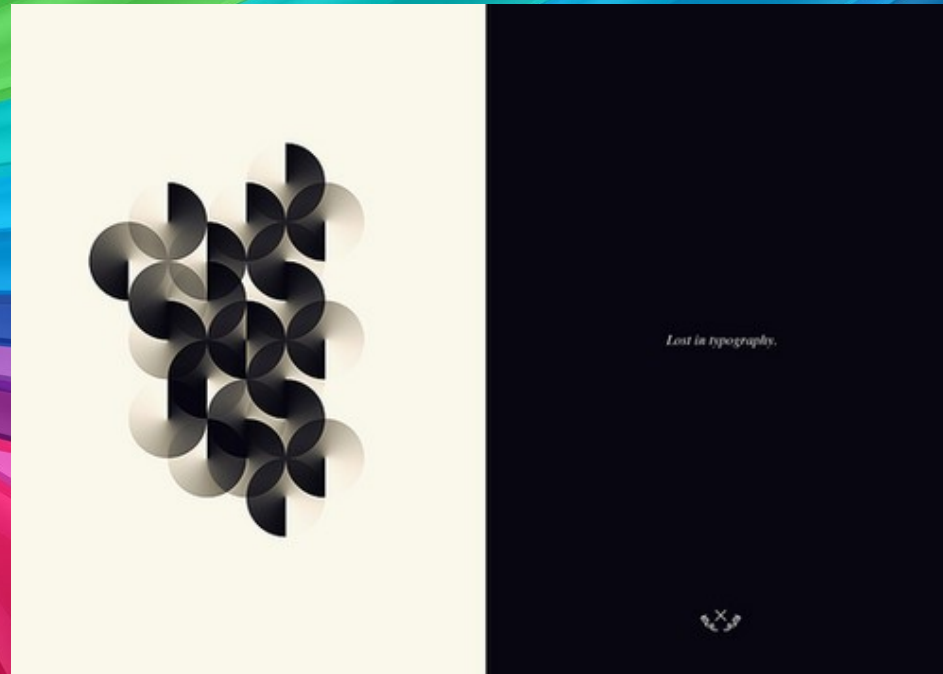




## Bố cục thiên về chữ

**Điểm nổi bật trong cách định dạng trang bố cục này là chữ.**

**Một mục quảng cáo đầy chữ, trầm lặng, có vẻ như nặng nề nhưng lại rất nổi bật.**



## **Bố cục kiểu “cửa sổ lớn”**

Cách trình bày này đặc biệt thích hợp với các tạp chí do chú trọng tới ưu thế về hình ảnh. Lợi điểm của bố cục kiểu “cửa sổ lớn” là phần hình ảnh và phần lời không trùng lên nhau. Không có vấn đề “nghệ thuật vị nghệ thuật” ở đây mà chỉ có không gian rộng lớn cho phần hình và chọn lọc chặt chẽ phần lời để có thể trình bày đủ trong phần không gian nhỏ còn thừa lại.

Các nhà thiết kế thường trình bày hình ngay sát lề và loại bỏ tối đa những phần không cần thiết nhằm tạo ấn tượng lớn cho người xem. Phía dưới hình là hàng tiêu đề canh giữa, phần lời có thể được trình bày dưới dạng hai hay ba cột.



## Bố cục kiểu pano

Thông thường, các nhà thiết kế dung các ô pano cùng cỡ và áp dụng hiệu quả ngắt âm để dẫn dắt người đọc đọc hết nội dung quảng cáo. Tạo sự khác nhau về tỷ lệ bằng cách tạo các khối ô nội dung lớn hơn những ô đóng khung tiêu đề, chủ giải và chữ ký.

Các ô pano này có thể áp dụng để trình bày một câu chuyện hoặc đơn giản để trình bày một loạt sản phẩm như kiểu bàn cờ.



## Bố cục dạng khung

Bố cục dạng khung thường được dùng nhiều trên các báo hơn là trên tạp chí, giúp tách biệt mẫu quảng cáo khỏi rừng các mẫu quảng cáo khác. Theo dạng này, các nhà thiết kế thường đóng khung phần trình bày bằng những đường viền, đôi khi là những đường vẽ mỹ thuật và dùng những khoảng trống ở giữa cho những tiêu đề và lời quảng cáo.

Một trong những biến thể dạng khung là dành phần lớn phạm vi cho phép để trình bày hình ảnh, phần trống còn lại dành cho phần tiêu đề và lời quảng cáo. Một biến thể khác là dành toàn bộ phạm vi cho phép trình bày phần hình ảnh, phần chữ thường được in đen trên phần hình màu nhạt hoặc in trắng trên nền hình màu đậm.



## **Bố cục kiểu chữ lớn**

**Sử dụng kiểu chữ trong thiết kế là 1 nghệ thuật.**

**Bố cục dùng kiểu chữ lớn sẽ tạo ấn tượng bởi cách kết hợp hoàn hảo các kiểu chữ với nhau bằng các đường nét biến tấu của kiểu chữ .**

**Các kiểu chữ có thể chạy sát nhau, không cần khoảng cách dòng hoặc chồng 1 phần lên nhau hay chấp vá pha trộn để cho ra 1 mẫu thiết kế ấn tượng**



## Cảm hứng từ các bảng chữ cái

Vẻ đẹp của các chữ cái do các nhà thiết kế tạo ra nhiều thế kỷ trước đã tạo nguồn cảm hứng mới cho các nhà thiết kế. Những hình dạng cơ bản của các chữ cái, cả chữ in và chữ thường đều có thể sử dụng như những mẫu cơ bản để sắp xếp các chi tiết của một quảng cáo.

Một mẫu thiết kế theo hình dạng một chữ cái bất kỳ trong bảng chữ cái hay một con số nào đó thường rất chặt chẽ về tính đồng nhất và dễ xem. Đó là hai yếu tố quan trọng nhất trong thiết kế, tuy nhiên các nhà thiết kế nên tránh cách bố trí quá rõ ràng theo hình dạng của một chữ cái mà chỉ nên dùng nó như một gợi ý.





## **Bố cục hình bóng**

**Bố cục hình bóng được tạo ra từ các hình thù độc nhất của thiết kế quảng cáo. Hình bóng càng không theo một quy cách càng tốt. ta có thể xem xét nghệ thuật cắt chân dung bằng giấy trước đây để thấy được tính tru việt của các hình bóng không theo quy cách so với hình bóng đúng quy cách.**

**Nghệ nhân luôn dùng kéo cắt theo hình nghiêng, chứ không theo mặt chính diện. Nếu không, khó ai có thể nhận diện được bức chân dung, các chân dung sẽ giống nhau vì đường nét của khuôn mặt chính diện không thu hút người xem bằng được nét vẽ khuôn mặt nhìn nghiêng. Bố cục hình bóng chính là cách trình bày theo hướng nhìn nghiêng.**



## Bố cục dạng sóng động

Bố cục thuộc dạng sóng động là bố cục không thuộc một trình tự mẫu sẵn có nào. Với những hình khối đảo lộn, những kiểu chữ quá cỡ, hình trang trí kiểu mặt trời tỏa sáng, độ nghiêng và những thủ thuật tinh tế.

Nó làm cho người xem phải dừng lại, suy ngẫm và chính trong quá trình tìm hiểu sự khác thường này, người xem sẽ nhớ mẫu quảng cáo đó hơn.

Bí quyết thành công của một bố cục sóng động nằm ở sự trung thành của nhà thiết kế đối với những nguyên tắc thiết kế cơ bản. Các chi tiết của mẫu quảng cáo được sắp xếp theo từng đơn vị, các đơn vị này lại được sắp xếp thành mẫu thống nhất.

Khi có nhiều chi tiết cùng kích thước, các nhà thiết kế có thể đạt được một tỷ lệ vừa ý bằng cách kết hợp một số phần để có một đơn vị lớn hơn nhằm tạo nên sự tương phản với các đơn vị khác trong cùng mẫu quảng cáo.



An advertisement for Sinh tố bơ (Avocado Smoothie) by BOSAP. The background consists of vibrant, wavy green and yellow stripes. At the top, the text "Sinh tố bơ" is written in a green, bubbly font. Below it, the slogan "Đẹp trẻ khỏe già nhà nhà đều thích" is written in a smaller font. The contact information "Hotline: 0903 153 417" and "Giao hàng tận nơi miễn phí" is displayed. A large glass of green smoothie with a green straw and a small cartoon character logo is shown on the right. At the bottom, the BOSAP logo and website "www.bosap.net" are visible.

## Bố cục câu đố bằng tranh

Câu đố bằng tranh là loại câu đố có các hình vẽ thể hiện từ ngữ hoặc âm tiết. Câu đố bằng tranh cải tiến là loại câu đố trong đó hình ảnh một từ hoặc một cụm từ không được viết ra mà được thể hiện bằng một hình vẽ.

Các nhà quảng cáo không thể hiện mẫu quảng cáo dưới dạng câu đố vì tính rõ ràng rất quan trọng, nhưng có thể thổi phồng lời quảng cáo bằng cách chèn thêm một loạt hình minh họa.

Trong một số trường hợp, “lời quảng cáo” không gì khác ngoài một loạt hình ảnh.

**LAI BY THE BEST**  
Vinyl Flooring, Lino & Carpet Specialist

- \* COMMERCIAL & DOMESTIC
- \* FREE ESTIMATES
- \* PROFESSIONAL PLANNING
- \* FULLY INSURED
- \* ALL INSURANCE WORK
- \* REPAIRS
- \* REFITS
- \* ADAPTION WORK
- \* FREE ADVICE
- \* ALL SAMPLES AVAILABLE
- \* CONTACT ANYTIME

**D. J. FLOORING**  
TEL 01273 697584  
0410 900216

**D. J. FLOORING**  
TEL 01273 697584  
0410 900216

\* ALL INSURANCE WORK  
\* ALL SAMPLES AVAILABLE  
\* CONTACT ANYTIME

cover the lady's head and glass,  
and what do do you see?

Vinyl Flooring, Lino & Carpet Specialist

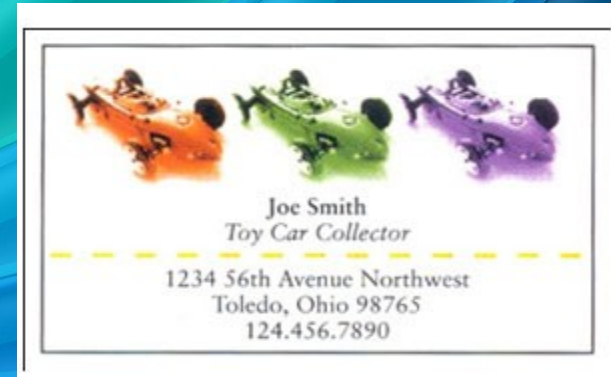
**LAI BY THE BEST**

evimik.com

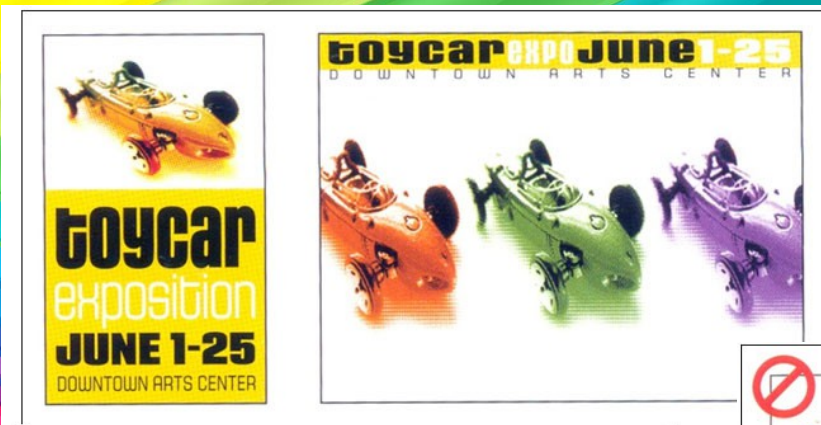
Một số mẹo bố cục hay.

Đặt đường kẻ

Chính bởi vì sự tác động thị giác của một yếu tố có thể được nâng lên bằng cách biến đổi các số đo giữa nó và các yếu tố khác, tương tự như vậy sự tác động của việc sắp đặt một đường kẻ cũng có thể được tăng cường thông qua khoảng cách bất đồng đều.



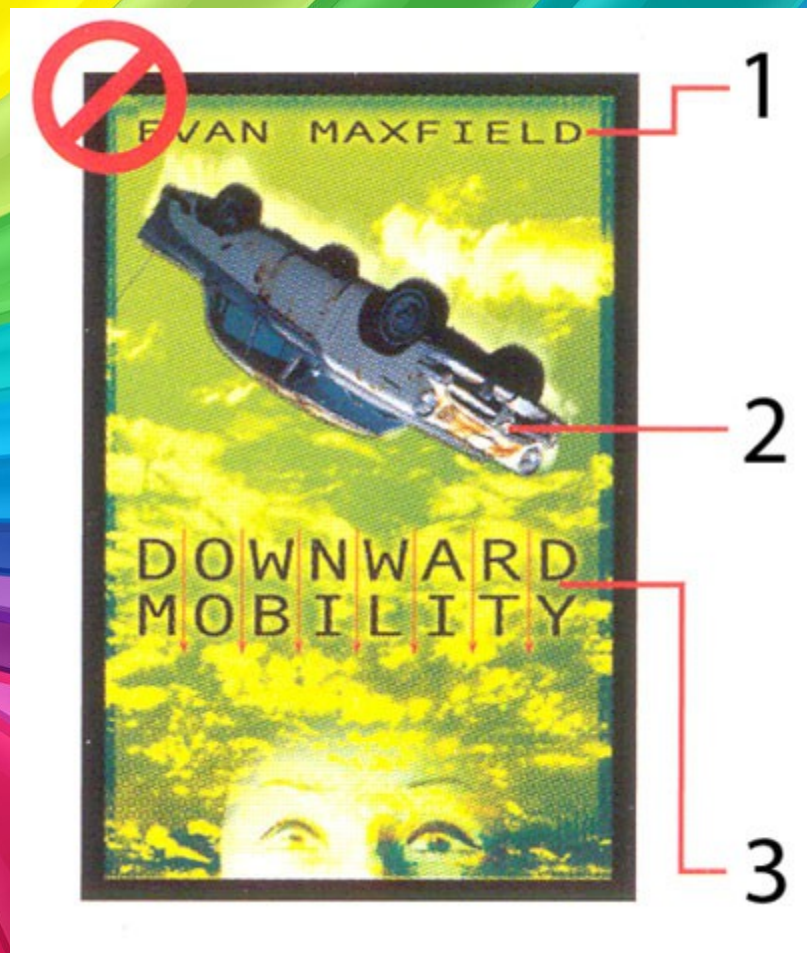
Chân lý này cũng được áp dụng cho cách sắp đặt những đường kẻ dọc trong một thiết kế nào đó. Cách sắp đặt lệch tâm, tạo ra một sự phân chia thật dễ chịu giữa hình ảnh và văn bản. Khi đường kẻ dọc được định vị ngay chính giữa tấm card theo chiều dọc thì sẽ tạo cảm giác khó chịu & dường như nó tiến hành một cuộc đòi co chằng thoải mái chút nào giữa hình ảnh và văn





Tu chỉnh khoảng cách sôi động.

Những vướng mắc:



1. Chiều cao của phần chữ này trùng khoảng không gian phía trên nó. Hậu quả là một cảm giác tĩnh tại mâu thuẫn với thông điệp của tác phẩm.

2. Chiếc xe hơi được định vị một cách đều đặn chính giữa phần tên tác giả và phần tựa đề của cuốn sách và tình huống của nó không chắc chắn cho lắm. Nó đang rơi hay đang giữ nguyên trạng thái vững chắc?

3. Phần tựa đề cuốn sách cũng được định vị một cách đầy tĩnh tại. Nó hiện diện để được cân bằng một cách an toàn giữa chiếc xe hơi phía trên và khuôn mặt ở phía dưới.

Một xác xe hơi, lộn tùng phèo và rơi thẳng về phía một khuôn mặt đầy hoảng sợ; một bầu trời đầy chất Khai huyền (ngay tận thế); những mũi tên hướng xuống chen giữa những ký tự của tựa đề sách: mỗi cái trong những yếu tố thị giác này cộng hưởng với thông điệp của tựa đề sách và nhấn mạnh những chủ đề về sự căng thẳng và sự phán xét đang treo lơ lửng trên đầu. mỗi tương quan không gian giữa những yếu tố này cũng cần phải được cân nhắc một cách kỹ lưỡng; chúng sẽ hoặc hỗ trợ hoặc làm giảm đi sự rõ ràng và sự ảnh hưởng của chủ đề chính.

## Giải pháp:

1. Kéo tên tác giả lên một chút để nó gần bó với khung viền và đồng thời cho chiếc xe hơi một cảm giác “trôi nổi tự do” hơn.
2. Hạ thấp tựa đề xuống sẽ đặt nó vào một vị trí thú vị hơn về mặt thẩm mỹ, kết nối thông điệp của nó một cách trực tiếp hơn nữa đến khuôn mặt người phía dưới và làm tăng sự xác nhận thấy rõ về chiếc xe đang rơi bằng cách tăng rõ rệt chiều cao của sự rơi này.



## Hướng thị giác phải, trái, lên, xuống.

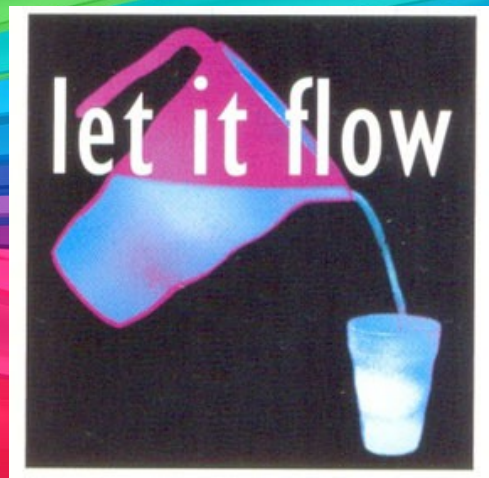
Đối với chúng ta, những người mà trong suốt cuộc đời của mình luôn hướng về thứ ngôn ngữ “Tây phương”, nên đã học cách đọc từ trái qua phải. Có lẽ vì lý do này mà chúng ta chịu ảnh hưởng mạnh mẽ để luôn chấp nhận hướng thị giác từ trái sang phải đồng nghĩa với tiến lên phía trước và nhanh chóng; còn chuyển động từ phải qua trái đồng nghĩa với thụt lùi và chậm chạp.



Hãy so sánh 2 logo này. Logo ở bên tay trái có dòng chuyển động thị giác của hình minh họa chọi nhau với chuyển động rõ ràng của phần typography; sự chuyển tải của chiều chuyển động và tốc độ bị làm suy yếu đi rất nhiều. Những yếu tố trong hình ảnh bên tay phải hoạt động rất ăn ý với nhau hướng đến việc thể hiện thông điệp của chúng.



Tiêu đề được đưa ra là thể trong khi hình ảnh dường như lại có vẻ treo ngược với thông điệp được truyền thông. Hướng chảy từ phải qua trái của chiếc bình lại mâu thuẫn với chuyển động tự nhiên của khối vẫn bản.



Ở đây, hình ảnh đã được lật ngang và dòng chuyển động thị giác của hình ảnh và tiêu đề giờ đây đã thuận với nhau.



Một sự không nhất quán khác: phần chữ trong bố cục này chảy theo một hướng ngược lại chiều hướng mà chúng ta mong đợi đó chính là dòng nước chảy tự nhiên từ chiếc bình.



Sự đồng thuận: Tất cả những yếu tố dẫn mắt người xem theo cùng một hướng.



**THE END**

**Cảm ơn các bạn đã theo dõi bài thuyết trình**