

THIẾT KẾ ÁP PHÍCH TRONG TIẾN TRÌNH CHUYỂN ĐỔI SỐ: TÁI CẤU TRÚC NGÔN NGỮ THỊ GIÁC VÀ CHỨC NĂNG TRUYỀN THÔNG

Lương Thị Mai Anh¹

Email: luongthimaianh.mtcn1586@gmail.com

Ngày tòa soạn nhận được bài báo: 29/09/2025

Ngày phản biện đánh giá: 15/10/2025

Ngày bài báo được duyệt đăng: 24/10/2025

DOI: 10.59266/houjs.2025.921

Tóm tắt: Trong bối cảnh chuyển đổi số toàn cầu, thiết kế áp phích, một hình thức truyền thông thị giác lâu đời đang trải qua sự biến đổi sâu sắc cả về ngôn ngữ thể hiện lẫn chức năng truyền thông, phản ánh sự giao thoa giữa nghệ thuật, công nghệ và văn hóa đương đại. Trên cơ sở so sánh giữa áp phích in truyền thống và áp phích kỹ thuật số, nghiên cứu chỉ ra rằng sự phát triển của AI, AR/VR, đồ họa chuyển động và mạng xã hội đã làm thay đổi bản chất của áp phích, từ ấn phẩm tĩnh và truyền thông một chiều trở thành phương tiện tương tác đa chiều, giàu trải nghiệm và mang tính cá nhân hóa. Bài viết phân tích quá trình tái cấu trúc ngôn ngữ thị giác qua hình ảnh, màu sắc, bố cục, đường nét và chữ; đồng thời chỉ ra sự chuyển đổi chức năng truyền thông, từ tuyên truyền tập thể sang công cụ định danh thương hiệu và truyền thông dữ liệu hóa. Bên cạnh đó, nghiên cứu nhận diện các thách thức như nguy cơ thương mại hóa, vấn đề bản quyền, chênh lệch hạ tầng công nghệ và thiếu hụt nhân lực sáng tạo. Tác giả đề xuất hướng phát triển bền vững thông qua đổi mới đào tạo liên ngành, xây dựng hệ sinh thái áp phích số mang bản sắc Việt, chuẩn hóa kỹ thuật, số hóa di sản và thu hẹp khoảng cách công nghệ. Qua đó khẳng định, thiết kế áp phích trong kỷ nguyên số vừa kế thừa truyền thống in ấn, vừa tái tạo ngôn ngữ thẩm mỹ và chức năng truyền thông hiện đại, góp phần nâng cao vị thế sáng tạo và văn hóa của Việt Nam trong thời đại số.

Từ khóa: áp phích kỹ thuật số, ngôn ngữ thị giác, chuyển đổi số, thiết kế đồ họa, chức năng truyền thông, bản sắc văn hóa Việt

I. Đặt vấn đề

Từ cuối thế kỷ 19, áp phích đã giữ vai trò quan trọng như một công cụ truyền thông trực quan phổ biến trong các lĩnh vực chính trị, tuyên truyền, quảng cáo

và nghệ thuật thị giác. Với khả năng kết hợp hình ảnh, chữ và màu sắc, áp phích truyền thống in trên giấy từng là phương tiện truyền tải thông điệp hiệu quả trong không gian công cộng.

¹ Trường Cao Đẳng FPT Polytechnic

Ngày nay, sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ số, đặc biệt là internet, mạng xã hội, màn hình LED, trí tuệ nhân tạo (AI) và thực tế tăng cường (AR/VR) đã làm thay đổi căn bản ngôn ngữ thị giác và chức năng truyền thông của áp phích. Áp phích kỹ thuật số không còn giới hạn trong hình thức tĩnh mà trở thành phương tiện tương tác đa chiều, nơi công chúng có thể tham gia và đồng sáng tạo nội dung. Trước sự biến đổi đó, bài viết tập trung phân tích quá trình tái cấu trúc ngôn ngữ thị giác và chuyển đổi chức năng truyền thông của áp phích trong thời đại số, đồng thời đề xuất giải pháp và định hướng phát triển hệ sinh thái áp phích số gắn với văn hóa Việt Nam. Nghiên cứu này góp phần bổ sung cơ sở lý luận cho ngành thiết kế đồ họa và còn có giá trị thực tiễn trong việc định hướng đào tạo, sáng tạo và ứng dụng trong bối cảnh truyền thông hiện đại.

II. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái niệm và phạm vi

2.1.1. Khái niệm áp phích

Trong đề tài “Yếu tố đồ họa trên poster quảng cáo phim Việt Nam từ năm 1975 đến nay” (2017) của tác giả Nguyễn Thị Minh Thi, Luận văn thạc sĩ trường Đại học Mỹ thuật Công nghiệp có viết “Áp phích” trong tiếng Anh nghĩa là Poster, Tiếng Pháp là “Affiche”. Vậy thì Poster hay còn gọi là áp phích là một loại ấn phẩm. Mục đích của Poster là tuyên truyền, thông báo, quảng cáo cho một sự kiện hay chiến dịch quảng bá sản phẩm” [4, tr.22].

Trong cuốn “Poster quảng cáo thương mại” (2021) của tác giả Nguyễn Thị Việt Hà có đưa ra khái niệm áp phích “Poster hay bích chương, áp phích là một ấn phẩm kích thước lớn có thông tin, vừa

có tính nghệ thuật, được thiết kế bằng các thủ pháp tạo hình có tính thẩm mỹ, nhằm mục đích truyền đạt đến người xem qua thị giác những thông tin chính về một sản phẩm, một sự kiện hay một vấn đề...” [2, tr. 26].

Như vậy, áp phích (poster) là hình thức truyền thông đồ họa kích thước lớn, sử dụng hình ảnh, chữ và màu sắc nổi bật để truyền tải thông điệp nhanh chóng, ấn tượng. Với nội dung ngắn gọn, dễ hiểu, áp phích được dùng phổ biến trong quảng cáo, tuyên truyền và giới thiệu sự kiện, góp phần quan trọng vào hoạt động văn hóa và truyền thông xã hội.

2.1.2. Khái niệm ngôn ngữ thị giác

Ngôn ngữ thị giác của áp phích hay còn gọi là ngôn ngữ thiết kế đồ họa, trong đề tài “Ngôn ngữ thiết kế đồ họa trong áp phích tuyên truyền chống đại dịch Covid” (2021) của thạc sĩ Nguyễn Thị Mai Sương, Luận văn thạc sĩ trường Đại học Mỹ thuật Công nghiệp có nhận định “Các loại hình nghệ thuật đến với công chúng thông qua “cửa ngõ” thị giác và cùng hệ thống ngôn ngữ là: hình khối, đường nét, màu sắc, không gian và bố cục, như: kiến trúc, điêu khắc, hội họa, đồ họa...gọi chung là nghệ thuật tạo hình. Ngôn ngữ đồ họa là ngôn ngữ của nghệ thuật thị giác” [3, tr.13].

Theo cuốn sách “Nhận diện nghệ thuật Đồ họa để nghiên cứu, sáng tác và giảng dạy thiết kế đồ họa” (2024) của tác giả Nhà giáo nhân dân, họa sĩ Uyên Huy (Huỳnh Văn Mười) “Ngôn ngữ đồ họa luôn gắn liền với nghệ thuật thị giác qua nhiều lĩnh vực với các hình thái biểu hiện qua các yếu tố thị giác cơ bản là: Các chấm, nét, hình, mảng.” [5, tr.27]

Từ đó có thể hiểu, ngôn ngữ thiết kế đồ họa là hệ thống các yếu tố thị giác

được sắp đặt có chủ đích nhằm truyền tải thông điệp một cách trực quan và hiệu quả. Đây là hình thức giao tiếp không lời, kết hợp hài hòa hình ảnh, màu sắc, chữ và đường nét để tạo ấn tượng và cảm xúc cho người xem. Ngôn ngữ này vừa mang tính nghệ thuật vừa mang tính khoa học, giúp nhà thiết kế truyền đạt ý tưởng và giá trị thẩm mỹ một cách rõ ràng, sinh động và dễ tiếp nhận.

Trong khuôn khổ bài báo, thuật ngữ áp phích bao gồm ấn phẩm in truyền thông và các biến thể số hiển thị trên màn hình, bảng điện tử ngoài trời và môi trường thực tế tăng cường.

2.2. Các dòng áp phích và đặc trưng ngôn ngữ thị giác tại Việt Nam

2.2.1. Áp phích tuyên truyền

Ngôn ngữ thị giác trong thiết kế áp phích được hiểu là một hệ thống biểu đạt thông tin bằng hình ảnh, màu sắc, chữ viết, bố cục và các chi tiết hỗ trợ nhằm vừa tạo ra giá trị thẩm mỹ vừa truyền đạt thông điệp một cách nhanh chóng, trực diện. Vậy thì áp phích là một loại ấn phẩm. Mục đích của áp phích là tuyên truyền, thông báo, quảng cáo cho một sự kiện hay chiến dịch quảng bá sản phẩm” [2, tr.22]. Trong lịch sử phát triển, ngôn ngữ này đã được vận dụng khác nhau tùy theo mục đích của từng dòng áp phích. Ở Việt Nam, áp phích tuyên truyền ra đời sớm nhất và gắn liền với phong trào đấu tranh cách mạng từ thập niên 1940. Các áp phích này thường in khắc bản gỗ, in offset đơn sắc hoặc hai, ba màu, sử dụng các hình tượng cách mạng: người chiến sĩ, cờ đỏ, búa liềm, lửa cách mạng. Màu đỏ và vàng được ưu tiên vì tính nổi bật và gợi cảm xúc mạnh mẽ. Loại hình này mang rõ chức năng tuyên truyền tập thể, dùng hình ảnh đại chúng để nhận diện.

Trong giai đoạn chiến tranh Việt Nam (1955-1975), áp phích tuyên truyền tiếp tục được sử dụng rộng rãi. Miền Bắc và Mặt trận Dân tộc Giải phóng miền Nam đã phát hành hàng loạt áp phích màu, kế thừa tranh cổ động, nhằm cổ vũ nhiệm vụ kháng chiến và công cuộc bảo vệ đất nước. Các áp phích này kết hợp hình ảnh lao động, chiến đấu, khôi phục quê hương kèm khẩu hiệu mạnh mẽ.



Hình 1: Tranh chào mừng đất nước thống nhất - Thục Phi, 1975. Nguồn : Bảo Tàng Phụ Nữ

2.2.2. Áp phích phim

Song song với đó, áp phích phim xuất hiện khi điện ảnh Việt Nam phát triển từ thập niên 1950. Khác với áp phích tuyên truyền, loại hình này hướng đến kể chuyện và gợi cảm xúc cá nhân. Hình ảnh nhân vật chính thường được đặt ở trung tâm, phía sau là bối cảnh gợi tả nội dung phim. Các họa sĩ sử dụng gam màu tương phản mạnh, kết hợp ánh sáng và bóng tối để tăng chiều sâu, trong khi chữ vẫn thường được vẽ tay, mềm mại, linh hoạt, hòa vào bố cục chung.



Hình 2: Áp phích phim “Người Công sản trẻ tuổi” (1971)

Nguồn: Áp phích phim điện ảnh Việt Nam Theo dòng lịch sử [6, tr.53]

Đến cuối thế kỷ XX và đầu những năm 2000, khi thiết kế số được áp dụng, áp phích phim bắt đầu kết hợp ảnh chụp diễn viên với các hiệu ứng ánh sáng, gradient kỹ thuật số, đánh dấu sự chuyển tiếp từ áp phích in truyền thống sang giai đoạn chịu tác động của công nghệ số.

2.2.3. Áp phích quảng cáo thương mại:

Trong khi đó, áp phích quảng cáo sản phẩm thương mại phát triển mạnh từ thời kỳ Đổi mới và đặc biệt bùng nổ từ những năm 1988-2000. Ban đầu, các hình ảnh quảng cáo thường xuất hiện trên báo chí, tạp chí, dưới dạng minh họa, sau đó lan rộng thành các áp phích ngoài trời.

Đến thập niên 2000, khi cạnh tranh thương mại gia tăng, áp phích quảng cáo sản phẩm chuyển hướng sang thể hiện sản phẩm bằng hình ảnh chân thực, màu sắc tươi sáng, kết hợp với người mẫu trẻ trung nhằm gắn sản phẩm với lối sống hiện đại. Typography trong giai đoạn này dần chuyển từ chữ vẽ tay sang font in kỹ thuật số, rõ ràng và dễ đọc, còn bố cục thường nhấn mạnh logo, slogan ngắn gọn và thông điệp thương hiệu.



Hình 3: Áp phích quảng cáo sản phẩm thương mại (2000-2018)

Như vậy mỗi dòng áp phích từ tuyên truyền chính trị - xã hội, quảng bá phim ảnh, cho đến quảng cáo thương mại đều hình thành và phát triển những đặc trưng riêng biệt, phù hợp với bối cảnh lịch sử, nhu cầu xã hội và mục tiêu truyền thông của từng giai đoạn. Áp phích tuyên truyền nổi bật với hình ảnh giàu tính biểu tượng, màu sắc tương phản mạnh và khẩu hiệu ngắn gọn, nhằm khơi dậy tinh thần đoàn kết, cổ vũ ý chí kháng chiến và xây dựng niềm tin tập thể. Áp phích phim ảnh lại chú trọng vào việc khắc họa nhân vật trung tâm, sử dụng ánh sáng, màu sắc và chữ đề gợi mở nội dung và cảm xúc của tác phẩm điện ảnh, đồng thời thu hút khán giả đến rạp. Trong khi đó, áp phích quảng cáo thương mại phát triển mạnh từ thời kỳ Đổi mới, gắn với hình ảnh sản phẩm rõ nét, màu sắc tươi sáng, người mẫu đại diện cho phong cách sống hiện đại, cùng khẩu hiệu súc tích nhằm thuyết phục người tiêu dùng.

2.3. Cơ chế tác động của công nghệ số tới cấu trúc ngôn ngữ thị giác và chức năng truyền thông của áp phích.

Trong thời đại số, ngôn ngữ thị giác của áp phích đã được tái cấu trúc toàn diện. Từ hình thức in tĩnh truyền thống, áp phích

nay trở thành phương tiện đa hình thái, kết hợp thiết kế đồ họa chuyển động, đồ họa 3D, AR/VR và các hiệu ứng ánh sáng, chuyển động, tương tác dữ liệu. Màu sắc, bố cục và typography đều linh hoạt hơn, cho phép người xem tham gia trực tiếp vào trải nghiệm thị giác. Nhờ ứng dụng AI và dữ liệu lớn, nội dung áp phích có thể thay đổi theo thời gian, địa điểm hoặc người dùng, mang tính cá nhân hóa cao.

Sự chuyển đổi này kéo theo biến đổi chức năng truyền thông: áp phích từ công cụ truyền thông một chiều trở thành nền tảng tương tác đa chiều, nơi công chúng có thể chia sẻ, phản hồi và đồng sáng tạo nội dung. Trên các nền tảng số và màn hình LED đô thị, áp phích kỹ thuật số không chỉ là ấn phẩm quảng bá mà còn là biểu tượng giao thoa giữa nghệ thuật, truyền thông và công nghệ, phản ánh xu hướng hội nhập của thiết kế đồ họa trong kỷ nguyên số.

III. Phương pháp, vật liệu nghiên cứu

3.1. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được triển khai qua ba phương pháp chính: tổng quan khái niệm học thuật có hệ thống, phân tích so sánh và nghiên cứu trường hợp.

Trước hết, tổng quan khái niệm học thuật có hệ thống được thực hiện để xây dựng nền tảng lý thuyết và bối cảnh thực tiễn cho chủ đề áp phích trong môi trường số, với các tài liệu được chọn lọc từ nguồn học thuật chính thống liên quan đến ngôn ngữ thị giác.

Tiếp theo, phân tích so sánh được dùng để đối chiếu áp phích in truyền thống và áp phích kỹ thuật số trên hai phương diện: ngôn ngữ thị giác (hình ảnh, màu sắc, bố cục, chữ) và chức năng truyền thông (mục tiêu, cách tiếp nhận, mức độ tương tác).

Cuối cùng, nghiên cứu trường hợp được lựa chọn dựa trên tính tiêu biểu, mức độ ảnh hưởng và khả năng truy xuất tư liệu, bao gồm các ví dụ trong nước (áp phích tương tác, quảng cáo 3D, chiến dịch truyền thông số) và quốc tế (áp phích có sử dụng công nghệ kỹ thuật số, AR, LED). Tất cả được phân tích trong khuôn khổ học thuật, trích dẫn đầy đủ và đối chiếu với khung lý thuyết đã xác lập.

3.2. Dữ liệu minh họa

Dữ liệu minh họa được tổng hợp từ tư liệu hình và mô tả trường hợp trong bản thảo gốc, đồng thời được sàng lọc lại theo tiêu chí tính tiêu biểu cho luận điểm, tính đại diện cho giai đoạn hoặc xu hướng, chất lượng hình ảnh và sự rõ ràng về nguồn. Các hình còn lại, tuy có giá trị tham khảo nhưng trùng lặp về thông tin hoặc chưa đạt chuẩn kỹ thuật, được chuyển sang Phụ lục để bảo đảm mạch luận gọn và tập trung trong thân bài. Mỗi hình được chuẩn hóa chú thích gồm tên tác phẩm hoặc sự kiện, năm, địa điểm, tác giả hoặc đơn vị sở hữu, nguồn trích dẫn. Về kỹ thuật, hình được hiệu chỉnh ở mức tối thiểu nhằm bảo toàn tính xác thực, chuyển cùng hệ màu sRGB, định dạng thống nhất và dung lượng phù hợp cho xuất bản; đồng thời bổ sung mô tả thay thế cho phiên bản số để tăng khả năng tiếp cận. Cách tổ chức này vừa duy trì tính minh chứng trực quan cho các lập luận chính, vừa đảm bảo tổng thể bài viết súc tích và tuân thủ cấu trúc của tạp chí.

IV. Kết quả và thảo luận

4.1. Sự tái cấu trúc ngôn ngữ thị giác trong thiết kế áp phích thời kỳ chuyển đổi số

4.1.1. Về hình ảnh

Ngôn ngữ thị giác của áp phích trong bối cảnh chuyển đổi số đã trải qua

sự biến đổi căn bản, đánh dấu bước ngoặt quan trọng trong tiến trình phát triển của thiết kế đồ họa hiện đại. Nếu như áp phích in ấn truyền thống chủ yếu dừng lại ở các yếu tố tĩnh như minh họa, bố cục cố định, màu sắc giới hạn bởi kỹ thuật in, thì ngày nay, áp phích kỹ thuật số đã vượt ra ngoài những giới hạn đó, mở ra một hệ thống biểu đạt hoàn toàn mới, giàu tính tương tác và linh hoạt. Sự chuyển đổi này phản ánh rõ tác động của tiến trình chuyển đổi số trong ngành công nghiệp văn hóa, đồng thời minh chứng cho quá trình hội nhập toàn cầu của thiết kế đồ họa Việt Nam.

Trước hết, ở phương diện hình ảnh, thay vì những nhân vật được vẽ tĩnh hoặc ảnh chụp sắp đặt như trước, áp phích kỹ thuật số ngày nay có thể kết hợp hình ảnh động (*motion graphics*), hiệu ứng ánh sáng, hoặc mô phỏng ba chiều (*3D modeling*). Trên thế giới có áp phích phim *Avengers: Endgame* khi quảng bá tại các trung tâm thương mại lớn đã sử dụng màn hình LED để hiển thị hình ảnh các nhân vật xoay chuyển, ánh sáng thay đổi liên tục, tạo cảm giác kịch tính và hấp dẫn hơn nhiều so với áp phích giấy.



Hình 4: Áp phích quảng cáo 3D của OMO -Unilever tại Việt Nam

Nguồn: Ibbonline.com

Tại Việt Nam, một số chiến dịch quảng cáo của các thương hiệu như OMO hay VPBank cũng sử dụng billboard 3D ngoài trời, khiến hình ảnh sản phẩm

đường như bước ra khỏi khung màn hình, gây ấn tượng mạnh cho người xem. Những minh chứng này cho thấy hình ảnh trong áp phích số không còn là tĩnh, mà đã trở thành môi trường sống động, mở rộng không gian thẩm mỹ và trải nghiệm.

4.1.2. Về màu sắc

Công nghệ số mang lại phổ màu rộng và linh hoạt vượt xa giới hạn in ấn CMYK truyền thống. Màn hình LED, OLED có khả năng tái tạo màu sắc rực rỡ, độ sáng cao, độ bão hòa mạnh, cho phép thể hiện các hiệu ứng ánh sáng động hoặc chuyển màu mượt mà, nâng cảm xúc và khả năng nhận diện. Một màu sắc mạnh mẽ, mãnh liệt có khả năng kích thích, và một màu có độ bão hòa thấp có khả năng làm dịu [1, tr 242] Tuy nhiên ở áp phích kỹ thuật số nói chung và áp phích của hãng Vinamilk nói riêng với màu sắc đa dạng, bắt mắt, nổi bật gây chú ý tới người nhìn, phát huy được khả năng quảng bá thương mại cho sản phẩm một cách tối ưu. Điều này cho thấy màu sắc trong poster số không chỉ để phân biệt thông tin, mà còn là công cụ tạo cảm xúc và duy trì sự chú ý.



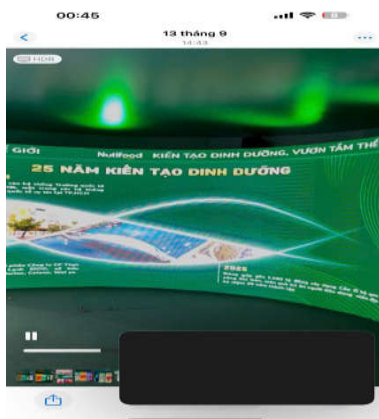
Hình 5: Áp phích kỹ thuật số quảng cáo sản phẩm của Vinamilk. Nguồn: Tác giả nghiên cứu

4.1.2. Về đường nét

Trong thiết kế áp phích, đường nét giữ vai trò quan trọng trong việc định hình

bố cục, tạo điểm nhấn và dẫn dắt thị giác. Ở các áp phích truyền truyền thời kháng chiến, đường nét thường dứt khoát, mảng khối lớn, viền chắc khỏe nhằm khắc họa hình tượng người lao động, chiến sĩ thể hiện sức mạnh tập thể, tính rõ ràng và trực diện trong truyền thông.

Trong **kỷ nguyên số**, nhờ công nghệ đồ họa và phần mềm thiết kế, đường nét trở nên linh hoạt và biến đổi theo ngữ cảnh: có thể chuyển động, phát sáng, hòa vào nền hoặc phản ứng theo tương tác người dùng. Điều này biến đường nét từ yếu tố tĩnh thành thành phần động, góp phần kiến tạo trải nghiệm thị giác sống động. Nếu trước đây nó nhấn mạnh sự mạch lạc và sức mạnh tập thể, thì nay đường nét biểu đạt tính linh hoạt, nhập vai và tương tác đặc trưng của không gian kỹ thuật số.



Hình 6: Áp phích kỹ thuật số quảng cáo sản phẩm của Vinamilk. Nguồn: Tác giả nghiên cứu

4.1.3. Về bố cục

Bố cục của áp phích in truyền thống vốn cố định, thường theo lối đối xứng hoặc phân tầng ngang dọc, đảm bảo dễ đọc và dễ ghi nhớ. Trong môi trường số, bố cục lại trở thành một hệ thống động, thay đổi theo bối cảnh và hành vi của người xem. Ví dụ, trong sự kiện triển lãm “Thành tựu Đất nước” với chủ đề “80 năm hành trình

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc” tại trung tâm Triển lãm Quốc gia, khu trưng bày thành tựu của Thành phố Hồ Chí Minh, người dùng có thể tương tác với áp phích từ hình ảnh đến chi tiết hiện vật, từ văn bản giải thích đến video minh họa.



Hình 7: Người xem tương tác áp phích tại triển lãm “Thành Tựu Đất Nước”.

Nguồn: Tác giả nghiên cứu

Như vậy, bố cục không còn chỉ là một khung trật tự duy nhất mà được tái cấu trúc thành mạng lưới mở, khuyến khích người xem tự do khám phá. Đây chính là minh chứng rõ nét cho sự dịch chuyển từ bố cục tĩnh của áp phích in sang bố cục có sự hoạt động của kỹ thuật số và tương tác của áp phích kỹ thuật số.

4.1.4. Về chữ

Trong áp phích truyền thống, chữ thường đóng vai trò truyền tải thông tin cơ bản và hỗ trợ cho hình ảnh. Kiểu chữ được vẽ tay hoặc chọn font in ấn chủ yếu nhấn mạnh tính dễ đọc, rõ ràng, đảm bảo thông điệp tiếp cận được với số đông công chúng. Tuy nhiên, trong bối cảnh chuyển đổi số, typography đã được tái cấu trúc cả về hình thức lẫn chức năng. Với sự phát

triển của font chữ động và font chữ biến đổi, chữ không còn giữ nguyên trạng thái tĩnh, mà có thể phóng to, thu nhỏ, biến hình, xoay tròn hoặc hòa trộn vào hiệu ứng đồ họa. Vì vậy, typography trong áp phích kỹ thuật số vừa giữ vai trò truyền đạt thông tin, vừa tham gia vào quá trình kiến tạo trải nghiệm thị giác, khiến áp phích trở thành một chỉnh thể giàu biểu cảm và tương tác.



Hình 8: Màn hình led 3D tại số 4D Phạm Ngọc Thạch, TP. Hồ Chí Minh

Nguồn: Media Group Unique

Tóm lại, sự tái cấu trúc ngôn ngữ thị giác trong kỷ nguyên số đã đưa áp phích từ dạng ấn phẩm tĩnh sang phương tiện biểu đạt đa phương tiện. Hình ảnh, màu sắc, đường nét, bố cục và typography đều được mở rộng biên độ biểu đạt, khiến áp phích trở thành không gian thẩm mỹ kết hợp giữa nghệ thuật, công nghệ, dữ liệu, vượt xa chức năng truyền thông của nó.

4.2. Biến đổi chức năng truyền thông

Song song với sự thay đổi ngôn ngữ thị giác, chức năng truyền thông của áp

phích cũng biến đổi mạnh mẽ trong thời kỳ chuyển đổi số.

Thứ nhất, từ truyền thông một chiều sang đa chiều. Nếu áp phích in truyền thống chỉ được treo cố định để công chúng tiếp nhận thụ động, thì áp phích số lan truyền nhanh chóng trên mạng xã hội, cho phép người xem tương tác, chia sẻ và phản hồi. Ví dụ, tại triển lãm “80 năm Thành tựu Đất nước”, áp phích kỹ thuật số của Bộ Giáo dục cho phép người xem tra cứu, chia sẻ hình ảnh và dữ liệu hiện vật trực tiếp, mang lại trải nghiệm phong phú hơn so với hình thức in ấn.



Hình 9: Áp phích kỹ thuật số tại gian trưng bày của Bộ giáo dục, triển lãm “80 năm Thành tựu Đất nước”.

Nguồn: Tác giả nghiên cứu

Thứ hai, từ công cụ tuyên truyền sang công cụ định danh thương hiệu. Trong bối cảnh kinh tế số, áp phích kỹ thuật số trở thành phương tiện nhận diện và kể chuyện thương hiệu sinh động, có khả năng cá nhân hóa thông điệp theo thời gian, địa điểm và đối tượng.

Thứ ba, từ truyền thông đại chúng sang truyền thông tương tác. Nhờ ứng dụng AI và Big Data, nội dung áp phích số có thể thay đổi linh hoạt theo hành vi người dùng. Triển lãm 3D trực tuyến

“Hội đồng bào Thủ đô” là ví dụ tiêu biểu, khi người xem có thể quét mã QR để trải nghiệm tư liệu lịch sử và hình ảnh theo nhiều lớp thông tin khác nhau. Cuối cùng, áp phích ngày nay mở rộng vai trò từ truyền tải thông tin sang tạo trải nghiệm và kết nối cộng đồng. Bộ áp phích “Đờn ca tài tử Nam Bộ” ứng dụng công nghệ AR của sinh viên FPT Edu là minh chứng cho việc áp phích kỹ thuật số không chỉ quảng bá giá trị văn hóa mà còn mang lại trải nghiệm tương tác, giúp người xem vừa thưởng thức vừa tìm hiểu sâu hơn về di sản.



Hình 10: Một số áp phích kỹ thuật số quảng bá thương hiệu

Nguồn: Tác giả nghiên cứu

Cuối cùng, áp phích ngày nay đã mở rộng vai trò từ công cụ truyền tải thông tin sang phương tiện xây dựng trải nghiệm, gắn kết cộng đồng và định hình bản sắc văn hóa - thẩm mỹ. Tại vòng chung kết, “Ứng dụng công nghệ AR trong thiết kế mỹ thuật số nhằm lan tỏa giá trị của đờn ca tài tử Nam Bộ” FPT Edu ResFes 2023 nhóm sinh viên FPT Edu đã xuất sắc

giành giải Nhất tiểu ban Thiết kế Mỹ thuật số với Bộ 5 áp phích Đờn ca tài tử Nam Bộ được tích hợp công nghệ AR, 1 cuốn artbook mang tên Điều Phương Nam và một số sản phẩm phụ khác. Người dùng có thể sử dụng smartphone quét hình ảnh để thưởng thức ngay giai điệu hoặc tra cứu thêm thông tin qua bộ artbook đi kèm.

4.3. Thách thức đặt ra

Quá trình tái cấu trúc ngôn ngữ thị giác và chức năng truyền thông của áp phích đem lại nhiều cơ hội nhưng đồng thời bộc lộ các điểm nghẽn đáng kể. Trước hết là nguy cơ thương mại hóa, khi tiêu chí “gây chú ý nhanh - chuyển đổi tức thì” lấn át chuẩn mực thẩm mỹ và chiều sâu văn hóa. Việc lạm dụng hiệu ứng thị giác, màu bão hòa và chuyển động phô trương có thể khiến áp phích bị công thức hóa, đồng dạng, làm suy giảm khả năng sáng tạo và bản sắc địa phương.

Thứ hai, rủi ro bản quyền và dữ liệu gia tăng trong môi trường số khiến tác phẩm dễ bị sao chép, cắt ghép, phát tán không kiểm soát, các hệ thống cá nhân hóa dựa trên dữ liệu hành vi đặt ra yêu cầu minh bạch về nguồn dữ liệu, mục đích sử dụng và quyền riêng tư của người xem.

Thứ ba, tồn tại khoảng cách hạ tầng về công nghệ giữa đô thị và nông thôn: màn hình hiển thị, mạng tốc độ cao, và hệ thống quản trị nội dung tập trung ở vài trung tâm lớn, khiến cơ hội thụ hưởng văn hóa số không đồng đều.

Cuối cùng, năng lực nhân sự chưa theo kịp nhịp đổi mới. Nhiều nhà thiết kế thành thạo công cụ đồ họa 2D nhưng còn hạn chế ở motion, 3D, nguyên lý tương tác, tiêu chuẩn khả dụng, hay tích hợp AI/AR/VR, trong khi phía quản trị, đặt hàng, thẩm định cũng thiếu bộ tiêu chí đánh giá chuyên biệt cho áp phích số như an toàn

thương hiệu, hiệu quả tương tác, đo lường thời gian dùng nhìn.

4.4. Giải pháp và định hướng

Để hướng tới sự phát triển bền vững của ngôn ngữ thiết kế áp phích Việt Nam trong thời đại số, cần có một cách tiếp cận hệ thống, cân bằng giữa bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống và đổi mới sáng tạo nghệ thuật thị giác. Quá trình này không giới hạn trong hoạt động sáng tác mà còn bao gồm đổi mới giáo dục, hạ tầng công nghệ, chính sách hỗ trợ và hệ sinh thái văn hóa sáng tạo.

Thứ nhất, đổi mới công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực thiết kế. Cần xây dựng chương trình đào tạo mang tính liên ngành, tích hợp giữa nghệ thuật, công nghệ và truyền thông số. Các học phần mới như motion design, thiết kế 3D cơ bản, nguyên lý tương tác thị giác, quản lý dữ liệu bản quyền số và ứng dụng AI/AR/VR nên được đưa vào khung chương trình chính thức. Song song, việc tổ chức workshop, studio thực hành và dự án hợp tác doanh nghiệp sẽ giúp người học rèn luyện năng lực sáng tạo gắn với thực tiễn nghề nghiệp. Qua đó, đào tạo không chỉ hướng đến kỹ năng thiết kế mà còn hình thành tư duy phản biện và năng lực sáng tạo có trách nhiệm trong môi trường văn hóa số.

Thứ hai, xây dựng hệ sinh thái áp phích số mang bản sắc Việt. Cần chuẩn hóa và số hóa các họa tiết dân gian, biểu tượng lịch sử, địa danh văn hóa dưới dạng vector, 3D hoặc AR, kèm theo giấy phép mở để cộng đồng thiết kế có thể sử dụng hợp pháp. Đây là cơ sở để hình thành thư viện tài nguyên thị giác Việt Nam, giúp nhà thiết kế sáng tạo ra những sản phẩm đương đại mà vẫn gắn kết sâu sắc với truyền thống. Việc kết hợp chất liệu thủ công, họa tiết dân gian với kỹ thuật số không chỉ tạo nên ngôn ngữ thị giác

mới mẻ mà còn khẳng định sức sống bền vững của văn hóa Việt trong môi trường toàn cầu hóa. Như đã được khẳng định, . “Con người không ngừng nảy ra ý tưởng mới và phát minh mới, vì chúng ta trải qua thay đổi mỗi ngày, qua mỗi thế hệ”.

Thứ ba, thúc đẩy cơ chế đồng sáng tạo và chuẩn hóa nghề nghiệp. Cần thiết lập cơ chế đặt hàng giữa khu vực công và tư cho các dự án áp phích số trong không gian công cộng, đồng thời ban hành bộ tiêu chí đánh giá áp phích số theo các chuẩn kỹ thuật quốc tế: dải màu, độ sáng, tương phản chữ, tốc độ chuyển cảnh, tiêu chuẩn WCAG về khả năng tiếp cận, chỉ số tương tác và an toàn thương hiệu. Điều này không chỉ nâng cao chất lượng chuyên môn mà còn tạo cơ sở cho việc chuyên nghiệp hóa ngành thiết kế đồ họa số.

Thứ tư, thu hẹp khoảng cách hạ tầng và tiếp cận công nghệ. Cần triển khai các chương trình hỗ trợ lắp đặt màn hình LED tại trung tâm văn hóa địa phương, đi kèm kho dữ liệu chuẩn hóa và tài liệu hướng dẫn vận hành, bảo trì, nhằm bảo đảm tính bền vững của các hoạt động truyền thông số. Việc đầu tư đồng bộ hạ tầng sẽ tạo điều kiện cho các sản phẩm áp phích kỹ thuật số được lan tỏa rộng rãi hơn, tiếp cận công chúng một cách bình đẳng giữa các vùng miền.

Cuối cùng, bảo tồn và phát huy giá trị di sản áp phích Việt Nam. Cần thực hiện song song số hóa và lưu trữ các bộ sưu tập áp phích in qua các thập niên, đồng thời tổ chức triển lãm kết hợp bản in và bản số (AR) nhằm khơi dậy ký ức thị giác và giáo dục công chúng về di sản mỹ thuật Việt Nam. Các dự án học thuật và nghiên cứu chuyên sâu về tiến hóa ngôn ngữ thị giác cũng cần được khuyến khích, tạo nền tảng tri thức và dữ liệu khoa học cho thế hệ nhà thiết kế mới.

Tóm lại, việc kết hợp công nghệ số với chất liệu văn hóa bản địa sẽ giúp áp phích Việt Nam vừa khẳng định bản sắc dân tộc, vừa nâng cao hiệu quả truyền thông hiện đại. Khi đó, áp phích không chỉ là công cụ quảng bá mà còn trở thành phương tiện chiến lược trong hệ sinh thái truyền thông số, nơi văn hóa và sáng tạo cùng hội tụ để phát triển bền vững.

IV. Kết luận

Thiết kế áp phích trong thời kỳ chuyển đổi số đánh dấu bước ngoặt quan trọng của ngành thiết kế đồ họa Việt Nam, khi công nghệ hiện đại làm thay đổi sâu sắc ngôn ngữ thị giác và chức năng truyền thông. Từ những áp phích in ấn tĩnh mang tính tuyên truyền một chiều, áp phích kỹ thuật số nay trở thành phương tiện truyền thông đa dạng, kết hợp hình ảnh, âm thanh, chuyển động và khả năng tương tác trực tiếp với công chúng, tạo ra không gian thẩm mỹ và trải nghiệm thị giác mới.

Ngôn ngữ thị giác của áp phích được tái cấu trúc toàn diện, từ hình ảnh, màu sắc, bố cục đến chữ, trở nên linh hoạt và thích ứng với môi trường số. Chức năng truyền thông cũng chuyển dịch mạnh mẽ: từ tuyên truyền tập thể sang nhận diện thương hiệu, từ truyền thông đại chúng sang cá nhân hóa và dữ liệu hóa. Nhờ AI, AR/VR và mạng xã hội, áp phích không chỉ truyền tải thông tin mà còn tạo giá trị trải nghiệm, gắn kết cộng đồng và lan tỏa bản sắc Việt.

Tuy nhiên, quá trình này cũng đặt ra thách thức như nguy cơ thương mại hóa, mất bản sắc văn hóa, vấn đề bản quyền và chênh lệch hạ tầng. Để phát triển bền vững, cần đổi mới đào tạo theo hướng liên ngành, xây dựng thư viện thị giác số mang bản sắc Việt, tăng cường hợp tác và đầu tư hạ tầng công nghệ đồng bộ.

Tóm lại, thiết kế áp phích trong kỷ nguyên số không chỉ kế thừa truyền thống in ấn mà còn tái tạo ngôn ngữ thị giác và chức năng truyền thông theo hướng hiện đại, tương tác và hội nhập, góp phần khẳng định bản sắc sáng tạo Việt Nam trên trường quốc tế.

Tài liệu tham khảo

- [1]. Haller, K. (2019). *Ứng dụng màu sắc để thay đổi cuộc sống* (Bùi Thu Vân, dịch). Hà Nội, Việt Nam: Nhà xuất bản Công Thương.
- [2]. Huỳnh, V. M. [Uyên Huy]. (2024). *Nhận diện nghệ thuật đồ họa để nghiên cứu, sáng tác và giảng dạy thiết kế đồ họa*. Hà Nội, Việt Nam: Nhà xuất bản Mỹ Thuật.
- [3]. Viện Phim Việt Nam. (2023). *Áp phích phim Việt Nam theo dòng lịch sử* (Tập 1: 1953-2000). Hà Nội, Việt Nam: Nhà xuất bản Thế Giới.
- [4]. Nguyễn, T. V. H. (2017). *Yếu tố hậu hiện đại trong poster quảng cáo tại Việt Nam* [Luận án Tiến sĩ Nghệ thuật, Viện Văn hoá Nghệ thuật Quốc gia Việt Nam]. Hà Nội, Việt Nam.
- [5]. Nguyễn, T. M. S. (2021). *Ngôn ngữ thiết kế đồ họa trong áp phích tuyên truyền chống đại dịch Covid* [Luận văn Thạc sĩ, Trường Đại học Mỹ thuật Công nghiệp]. Hà Nội, Việt Nam.
- [6]. Nguyễn, T. M. T. (2017). *Yếu tố đồ họa trên poster quảng cáo phim Việt Nam từ năm 1975 đến nay* [Luận văn Thạc sĩ, Trường Đại học Mỹ thuật Công nghiệp]. Hà Nội, Việt Nam.
- [7]. Vietnam Propaganda. (n.d.). *Vibrant and passionate propaganda posters look fantastic in our homes but also have a rich and fascinating history*. Vietnam Propaganda. Retrieved June 12, 2025, from <https://vietnampropaganda.com/vietnamese-propaganda-posters-need-know>

POSTER DESIGN IN THE ERA OF DIGITAL TRANSFORMATION: RESTRUCTURING VISUAL LANGUAGE AND THE COMMUNICATIVE FUNCTION

*Luong Thi Mai Anh*²

Abstract: *In the context of global digital transformation, poster design, a long-standing form of visual communication, is undergoing profound changes in both its expressive language and communicative function, reflecting the interplay of art, technology, and contemporary culture. By comparing traditional print posters with digital posters, this study shows that advances in AI, AR/VR, motion graphics, and social media have altered the very nature of posters, shifting them from static, one-way publications to interactive, multi-dimensional, experience-rich, and personalized media. The article analyzes the restructuring of visual language through image, color, composition, line, and type, and it elucidates the transformation of the communicative function from collective propaganda to tools for brand identity and datafied communication. It also identifies challenges, including risks of over-commercialization, copyright issues, technological infrastructure gaps, and shortages of creative talent. The author proposes sustainable pathways through interdisciplinary curriculum reform, the development of a Vietnamese-identity digital poster ecosystem, technical standardization, heritage digitization, and narrowing the technology divide. The study affirms that poster design in the digital age both inherits the traditions of print and renews aesthetic languages and communicative functions, thereby enhancing Vietnam's creative and cultural standing in the digital era.*

Keywords: *digital poster, visual language, digital transformation, graphic design, communicative function, Vietnamese cultural identity*

² FPT Polytechnic College