

Preserving a Bygone Art Form

When Mr. Hung—a skilled barber—chose to open a men’s barber shop in Cholon in the mid-1980s, he was just as particular about the signage for his storefront as his craft.

Mr. Hung told our team, “I began asking around for recommendations for sign painters from other shops whose signs I admired. Even though the sign painter I chose was significantly more expensive than others, I was impressed with the artist’s works and thought it would be fitting for my new establishment.”



Fig.1 — Mr. Hùng’s signage in front of his shop in the 1980s — Photography by Giang Nguyen, 2014

He went on to tell us that he had no idea what typography or lettering was, but the color usage and type treatments of the samples shown by the sign painter really impressed him. He knew he was commissioning a work of art.

The tradesmen’s practice of choosing artists and paying them to create unique signage dates back as early as the pre-Renaissance period. The sign painting industry originated in Europe and the United States, out of the need to brand products in the late 19th century. Generations before computers and the advertising industry, the sign painter was the “go-to person.” Many of the men who chose this profession were skilled lettering artists who were supplementing their incomes painting signs. For some, it became a life-long trade.

The art produced by Vietnamese sign painters, whose influences can be traced back to the French peintres en bâtiment, was once the style and substance of the city that houses them. Despite its waned popularity, there is a nascent movement among the community of young creatives today to appreciate and preserve the art of lettering and sign painting.

In urban Saigon, remnants of this bygone art form still cling to the brick and concrete facades of older buildings. They are ghost signs, advertising products and companies, that are lost to time. Some of the remnants, as seen on the site of Mr. Hung’s former shop, are still there but hidden under extensions of modern, mechanically manufactured signage.



Fig.2 — The new signage in place of Mr. Hùng’s, now a lawyer office — Photography by Ha Doan, 2020



Fig 3.1 & 3.2 — What is left of Mr. Hùng’s signage can be seen hidden behind the new sign — Photography by Minh Nguyen, 2019

The handsome lettering and eye-catching graphics that survive the test of time can be seen as the legacy of each sign painter, who acted as designer, artist and contractor, all in one. For most of the 20th century, nearly every business in Saigon hired artists/sign painters to attract customers with their skillfully arranged lettering and images, whether painted on a building facade or an exterior billboard.

Mr. Hung said: “The type treatment was to be determined by the artist. I only shared my liking for his use of colors and shapes. The fact that it was a men’s barber shop was intuitively picked up by the artist and incorporated into the lettering design.” Such creative freedom can be seen as either an opportunity or a challenge for modern-day creatives—how would you feel if you were to receive such a “brief” today?

The design team took inspiration from the signage above Mr. Hung’s shop, as well as other barber shops of the same era, and developed the digitized font Barber (Thợ Cạo). By layering the different font variants together, the typeface simulates a dimensional, chromatic effect with light and shadow, paying homage to the original hand-painted signs.

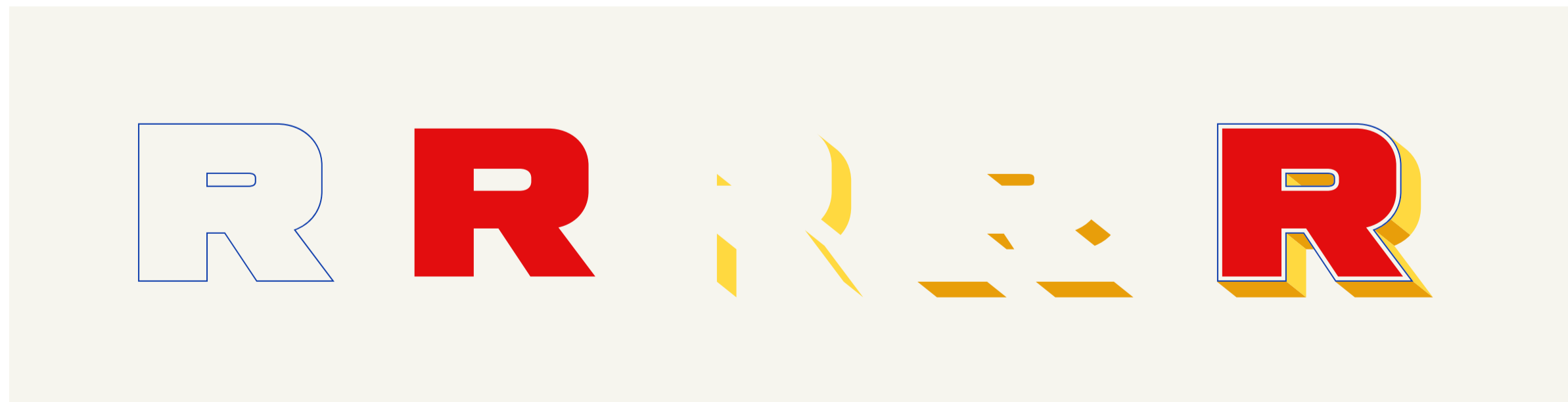


Fig.4 — Demonstration of the layering of the Barber font variants

Despite the ever-increasing role of modern technology and the “get it done fast and inexpensively” mindset of businesses today, there is a noticeable resurgence of hand-painted signage in Saigon. It is part of a global movement of returning to craft-built aesthetics.

Mr. Hung closed his shop after many years at his former location and merged his business at another one in Cholon. When our team asked Mr. Hung how he thought of today’s signs, he lamented that he doesn’t think they’re as nice or well-crafted. “I am proud that the sign painter did a good job and I was very satisfied about what I got.”

Mr. Hung was, in his own small way, preserving a treasured art form and part of Vietnamese heritage.

Giữ Gìn Một Nét Nghệ Thuật Cũ

Khi mới mở tiệm hớt tóc tại khu Chợ Lớn vào giữa những năm 1980, chú Hùng, một thợ hớt tóc lành nghề, cũng cân nhắc rất kĩ về một tấm biển hiệu trước cửa.

Nhớ lại hồi đó, chú Hùng kể: “Chú phải đi hỏi vòng vòng mấy thợ vẽ biển hiệu mà chú ưng nhất. Ông họa sĩ chú chọn mắc hơn mấy người khác nhưng mà ưng là được, nhìn biển hiệu đẹp như vậy thì chắc chắn hợp với tiệm hớt tóc của mình rồi.”



Fig.1 — Biển hiệu trước cửa tiệm của chú Hùng những năm 80 — Hình chụp bởi Giang Nguyễn, 2014

Chú Hùng nói: “Hồi đó thì biết gì về nghệ thuật vẽ chữ hay sắp chữ là gì đâu, thấy màu sắc đẹp đẽ, nhìn chữ thuận mắt là cũng ưng lắm.” Đồng tiền chú bỏ ra cũng xứng đáng với một tác phẩm nghệ thuật thực sự.

Chuyện các cửa tiệm chọn và thuê họa sĩ vẽ biển hiệu đã có từ rất sớm, trước thời kỳ Phục Hưng. Nghề vẽ biển hiệu bắt nguồn từ châu Âu và Mỹ, nở rộ vào cuối thế kỷ 19 với nhu cầu thiết kế thương hiệu ngày càng cao của các nhãn hàng. Rất lâu trước khi máy tính và ngành quảng cáo ra đời, các họa sĩ vẽ biển hiệu luôn là cái tên được săn đón. Người chọn nghề này đều là những nghệ nhân vẽ chữ trang trí (lettering artists), mong muốn tìm kiếm nguồn thu nhập phụ qua nghề vẽ biển hiệu. Với một số người, cái nghề ấy trở thành cái nghiệp theo họ cả đời.

Các tác phẩm của những nghệ nhân vẽ biển hiệu Việt Nam chịu ảnh hưởng nhiều từ những người thợ sơn nhà cửa (peintres en bâtiment) của Pháp. Một thời những tác phẩm ấy từng mang dáng dấp và linh hồn của cả một vùng đất nơi những người nghệ nhân sinh sống. Dần bị mai một dần, các tác phẩm ngày càng được những nghệ sĩ sáng tạo trẻ trân trọng, nỗ lực gìn giữ để vực dậy nghệ thuật vẽ chữ và vẽ biển hiệu (lettering and sign painting).

Tại khu trung tâm Sài Gòn, tàn dư của dòng nghệ thuật xưa cũ này vẫn còn in đậm trước mặt tiền của những căn nhà cổ. Những vết tích mờ nhạt, biển hiệu của các sản phẩm quảng cáo và nhiều cửa hàng, nay đã lạc theo dấu vết thời gian. Số ít biển hiệu, như tấm biển trước tiệm hớt tóc cũ của chú Hùng, vẫn tồn tại nhưng lặng lẽ khép mình sau những biển quảng cáo hiện đại, được sản xuất công nghiệp hơn.



Fig.2 — Biển hiệu mới thay biển hiệu của chú Hùng. Nơi đây giờ là một văn phòng luật sư — Hình chụp bởi Hạ Đoàn, 2020



Fig 3.1 & 3.2 — Biển hiệu của chú Hùng giờ chỉ còn lấp ló phía sau biển hiệu mới — Hình chụp bởi Minh Nguyễn, 2019

Những kiểu chữ duy mỹ với nét đồ họa bắt mắt trường tồn cùng với thời gian được xem như di sản để lại của các họa sĩ. Họ vừa là nhà thiết kế, vừa là nghệ sĩ kiêm cả người thi công. Suốt thế kỷ 20, hầu như thương nghiệp nào ở Sài Gòn cũng thuê họa sĩ vẽ biển hiệu, mong sao có tấm biển bắt mắt đặt ngay mặt tiền hay những biển ngoài trời cho thật nổi bật, chữ đẹp hình hay, để thu hút khách hàng.

Chú Hùng tâm sự: “Chọn kiểu chữ gì thì là do họa sĩ. Thấy ưng thì chú khen cách phối màu, dáng chữ này nọ. Rồi chú nói thêm đó là tiệm hớt tóc cho nam, còn lại họa sĩ sẽ tự nghĩ và thể hiện kiểu chữ sao cho hợp.” Sự tự do sáng tạo vừa là một cơ hội nhưng cũng là thách thức cho những bạn trẻ làm sáng tạo thời nay: đặt mình vào tình huống nhận “đề bài” như vậy, không biết họ sẽ nghĩ sao?

Lấy cảm hứng từ biển hiệu của chú Hùng cùng phong cách vẽ biển hiệu của các tiệm hớt tóc thời bấy giờ, nhóm thiết kế đã phục dựng và cho ra mắt phòng chữ số hóa (digital typeface) Thợ Cạo (Barber). Việc xếp chồng những lớp phòng chữ lên nhau tạo hiệu ứng đa chiều (dimensional), đa màu (chromatic) với ánh sáng và bóng đổ, là sự tôn trọng nét vẽ ở biển hiệu gốc.

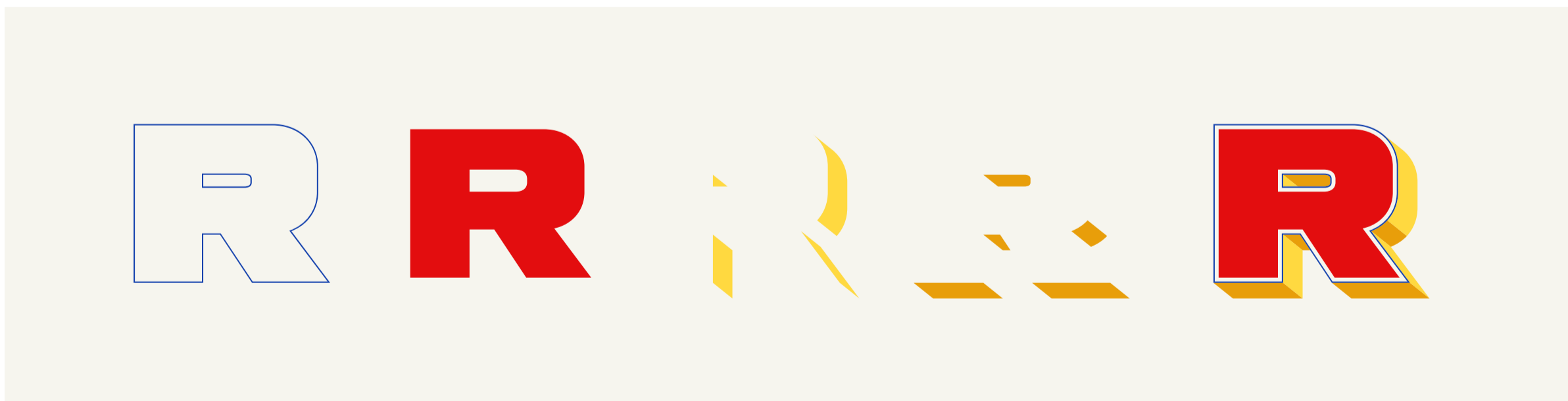


Fig.4 — Minh họa việc chồng những lớp phòng chữ của bộ chữ Thợ Cạo

Dẫu công nghệ hiện đại ngày càng phát triển, đi cùng với tư duy kinh doanh “nhanh, gọn, rẻ” của phần lớn doanh nghiệp, ngày càng có nhiều người tìm lại những biển hiệu vẽ tay tại Sài Gòn. Đó là một phần trong dòng chảy của thế giới: ngược tìm về những giá trị nghệ thuật thủ công dựng lên từ đôi bàn tay nghệ nhân.

Sau nhiều năm gắn bó, cửa tiệm cũ nay không còn; chú Hùng sát nhập tiệm cũ với một cửa tiệm khác tại khu vực Chợ Lớn. Hỏi chú Hùng nghĩ gì về những biển hiệu ngày xưa, chú than thở, có phần không hài lòng với các tác phẩm thiếu sự tử tế và chịn chu. “Chú tự hào về tác phẩm của người họa sĩ ngày xưa, lúc nào nhìn biển hiệu cũ cũng thấy hài lòng cả.”

Những con người như chú Hùng, bằng cách riêng nhớ bé, đang góp phần gìn giữ không gian nghệ thuật và một phần di sản của Việt Nam.