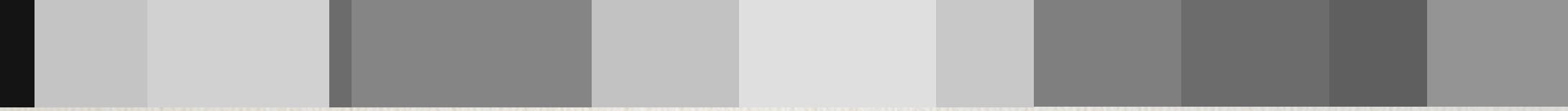




2022 MKT COURSE

VCA  
visual communication art



# Phần 1-NGÔN NGỮ của **HÌNH & BỐ CỤC**



## Lesson 1- hình hình học

+ hình cơ bản

+ hình kỹ thuật

## - hình hữu cơ

+ hình tự nhiên

+ hình trừu tượng

## THÔNG ĐIỆP TRUYỀN TẢI của HÌNH

01 - CHẤT LƯỢNG

02 - HY VỌNG

03 - SỰ NỔI TIẾNG

## THÔNG ĐIỆP TRUYỀN TẢI của HÌNH



01-CHẤT LƯỢNG

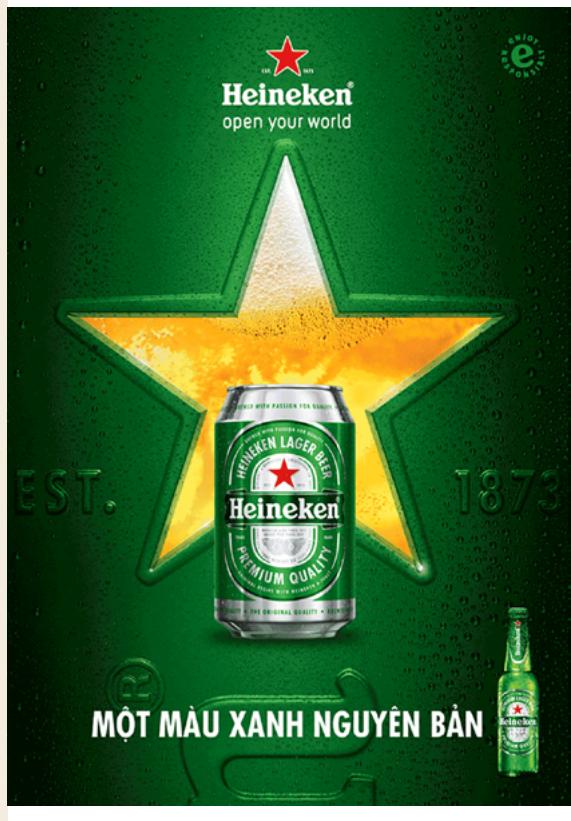


02-HY VỌNG



03-SỰ NỔI TIẾNG

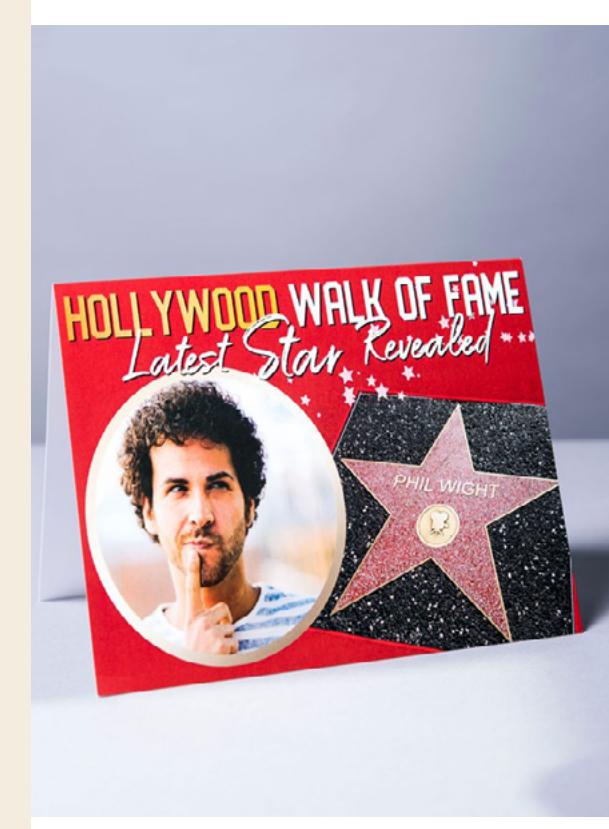
## THÔNG ĐIỆP TRUYỀN TẢI của HÌNH



01-CHẤT LƯỢNG



02-HY VỌNG



03-SỰ NỔI TIẾNG

## THÔNG ĐIỆP TRUYỀN TẢI của HÌNH



## THÔNG ĐIỆP TRUYỀN TẢI của HÌNH

04 - SỨC KHOẺ

05 - TÌNH YÊU

06 - NỮ TÍNH

## THÔNG ĐIỆP TRUYỀN TẢI của HÌNH



04 - SỨC KHOẺ



05 - TÌNH YÊU



06 - NỮ TÍNH

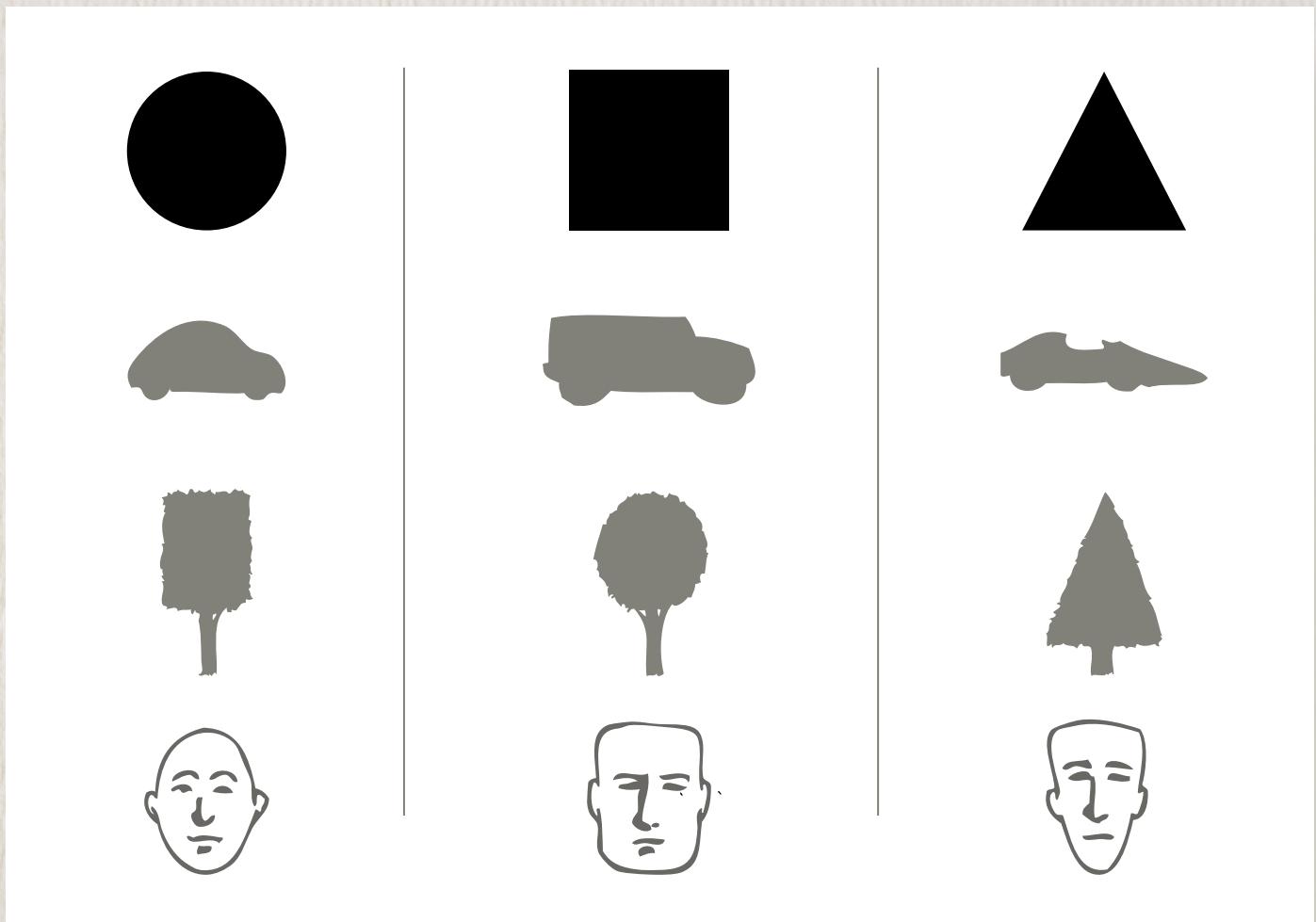
## I - NGÔN NGỮ HÌNH - Hình Hình Học

Khi nhìn bất kì hình dạng nào, não chúng ta thường cố gắng thiết lập một định nghĩa cho chúng thông qua việc nhận dạng các đường biên bao quanh. Hình được chia làm 2 phân nhóm lớn: **hình hình học và hình hữu cơ.**

### Hình Hình Học

Các hình hình học có thể đo đạc đường bao ngoài một cách dễ dàng bằng các công cụ toán học, do chúng thường xuất hiện với những đường viền rõ nét, các góc và hướng xác định.

Do đó, khi nhìn vào chúng, ta có cảm giác về **sự khoa học, trật tự, chính xác, và cả sự hiện đại.** Qua tiếp xúc với các hình cơ bản thông qua kinh nghiệm và thông qua giáo dục, chúng ta thường có khuynh hướng qui các hình tự nhiên về dạng hình cơ bản gần nhất (tròn, vuông, tam giác) để hiểu ngôn ngữ và ghi nhớ nó.



minh họa sự quy chiếu các hình hữu cơ của tâm lý thị giác về hình cơ bản

## I - NGÔN NGỮ HÌNH - Hình Hình Học

Hình hình học cũng được chia làm 2 phân nhóm:

**hình cơ bản** và **hình kỹ thuật** nói chung.

Trong đó, hình cơ bản có 3 kiểu hình:

+ **hình tròn**

+ **hình vuông**

+ **hình tam giác**

### Hình Tròn

còn được gọi là **hình vô hướng**, vì nó không có góc

hoặc các đường thẳng chỉ hướng. Ta cảm nhận từ  
hình tròn những đặc tính như:

+ *không trực tiếp, mềm mại, đáng yêu, gần gũi  
với tự nhiên, an toàn và linh hoạt... (mang tính  
tích cực).*

+ *thụ động, tù túng, thiếu dứt khoát....  
(mang tính tiêu cực).*

Bản thiết kế sử dụng **hình tròn** có **tính tiêu cực** hay  
**tích cực** là do cách phối hợp với các ngôn ngữ khác  
như **khổ**, **bố cục**, **mầu sắc**...theo **hướng cộng hưởng**  
hoặc **giảm trừ**.



các poster ngành dịch vụ chăm sóc sức khỏe và thực phẩm thường sử dụng **hình và nét tròn** để tạo cảm giác thân thiện và an toàn.

SIEMENS

Small cells don't have to lead to big problems.

Siemens answers help doctors detect diseases earlier, saving costs and extending lives.

When diseases are caught early, they make less of an impact on everyone. That's because 80% of today's healthcare costs go toward treating late stages of illnesses like cancer and heart disease. With Siemens advanced diagnostic technology, doctors can accurately identify these killers earlier. So patients get the treatment they need sooner – saving lives as well as costs. Somewhere in America, our team of more than 60,000 employees spends every day creating answers that will last for years to come.

siemens.com/answers

## I - NGÔN NGỮ HÌNH - Hình Hình Học

Các hình có tính cách đặc trưng của nó không phải gán ghép, mà nó bắt nguồn từ kinh nghiệm của con người trong đời sống hàng ngày. Hình tròn có ngôn ngữ trên là do:

+ *Nó không có điểm bắt đầu và điểm kết thúc:*

*tạo ra chảy trôi bất tận cho thị giác.*

+ *Nó có một tiếp điểm với cách hình bên cạnh:*

*tạo cảm giác dễ di chuyển và linh hoạt.*

+ *Nó không có góc và đường thẳng*

*định hướng: tạo ra sự thụ động, thiếu dứt khoát.*

+ *Khuynh hướng chuyển động cuốn thị giác*

*vào trung tâm: khiến có cảm giác tập trung cao độ, nhưng an toàn, đôi khi tù túng.*



khi đi kèm với cách thành tố thị giác tiêu cực khác, hình tròn tạo ra cảm giác tù túng, vây bủa, giam hãm

## I - NGÔN NGỮ HÌNH - Hình Hình Học

### Hình Vuông

Dựa vào đó, ta có thể cảm nhận hình vuông có đặc tính:

- + trực tiếp, công nghiệp, trật tự, trưởng thành, tin cậy...(mang tính tích cực)
- + không tự nhiên, khô khan, cứng nhắc, nhảm chán, lạnh lẽo....(mang tính tiêu cực).

Bản thiết kế sử dụng hình vuông có tính tiêu cực hay tích cực là do cách phối hợp với các ngôn ngữ khác như khổ, bố cục, màu sắc...theo hướng cộng hưởng hoặc giảm trừ.



poster của IKEA luôn đem lại cảm giác về 1 không gian ngăn lắp, hiện đại và tươi sáng

## I - NGÔN NGỮ HÌNH - Hình Hình Học

Sở dĩ ta cảm nhận được những tính cách này  
của hình vuông và hình chữ nhật là do:

+ *Nó có các cạnh song song với các trục x và y:  
tạo ra sự trật tự, dễ tổ chức trong một không gian  
nhất định.*

+ *Nó có cạnh theo chiều rộng song song với  
mặt đất: tạo ra sự chắc chắn, vững vàng.*

+ *Nó có các cạnh thẳng, tương ứng với trục  
quan sát của mắt người: tạo ra sự rõ ràng,  
tin cậy.*

Trong các hình cơ bản, hình vuông là hình thân  
thiện với các mục đích sử dụng của con người  
nhất cũng vì 3 lí do trên.



poster của IKEA luôn đem lại cảm giác về 1 không gian ngăn lấp, hiện đại và tươi sáng

## I - NGÔN NGỮ HÌNH - Hình Hình Học

### Hình Tam Giác

Còn được gọi là hình đa hướng, vì nó có các góc nhọn dẫn mắt theo các hướng đối nhau.

Ta cảm nhận từ hình tam giác những đặc tính như:

- + *táo bạo, năng động; linh hoạt, sắc bén;*
- đa dạng, biến hóa; giàu nội lực...*
- + *giận dữ, gai góc; nguy hiểm, đe dọa; hỗn loạn,*
- mất phương hướng; thiếu tổ chức...*

Bản thiết kế sử dụng hình vuông có tính tiêu cực hay tích cực là do cách phối hợp với các ngôn ngữ khác như khổ, bố cục, màu sắc...theo hướng cộng hưởng hoặc giảm trừ.



các chi tiết minh họa sức mạnh của đồ uống được vuốt nhọn để gợi ra cảm giác mạnh mẽ, đầy thách thức

## I - NGÔN NGỮ HÌNH - Hình Hình Học

Trong các hình cơ bản tròn, vuông và tam giác, thì hình tam giác gây được ấn tượng với thị giác mạnh nhất, và cũng thách thức cảm giác của người xem nhất. Nguyên do trên bắt nguồn từ việc hình tam giác:

- + Có 3 góc nhọn, là những mũi tên chỉ hướng cho thị giác có hướng đối nhau: làm thị giác bối rối khi định hướng di chuyển.
- + Các góc của nó là góc nhọn: tạo cảm giác gai góc, không thân thiện với thị giác.
- + Các cạnh của nó có độ xiên nhất định: gây ấn tượng mạnh với thị giác, nhưng lại khó tạo ra một bố cục trật tự.



các mảnh vỡ có các góc nhọn cùng 1 bố cục "lộn xộn" mô tả sự nguy hiểm của một vụ tai nạn xe hơi nghiêm trọng

## I - NGÔN NGỮ HÌNH - Hình Hữu Cơ

Hình hữu cơ là những hình tồn tại trong tự nhiên, và thường không có trực đối xứng với rất nhiều hình dạng và chi tiết đơn nhất, không lặp lại. Vì thế, rất khó để có thể mô tả, gọi tên một hình tự nhiên nào đó một cách chính xác. Để mô tả chúng, ta thường dựa vào một đối tượng quen thuộc hoặc qui chúng về các hình cơ bản tròn - vuông - tam giác.

Hình hữu cơ được chia làm 2 phân nhóm:  
**hình tự nhiên** và **hình trừu tượng**.

### Hình Tự Nhiên

Như đã nói, vốn gần như không có trực đối xứng và các hình dáng đa dạng, nên chúng truyền tải cảm giác:

- + *sống động, thân thiện.*
- + *linh hoạt, ngẫu hứng.*
- + *độc đáo, đơn nhất, nguyên bản.*
- + *lộn xộn, thiếu tổ chức.*



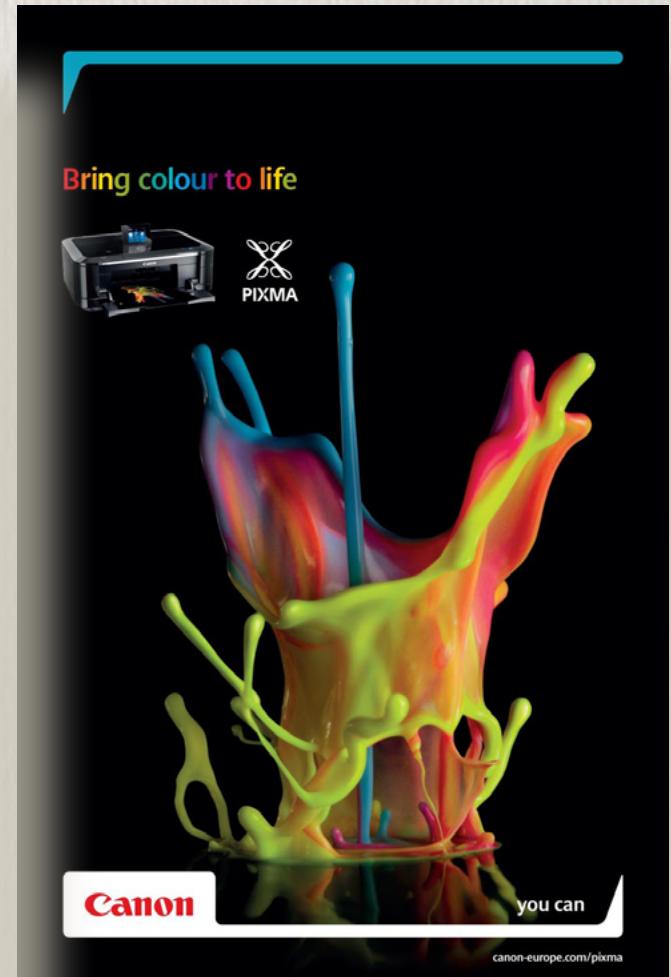
minh họa sử dụng hình vẽ sketch và chữ theo lối hình tự nhiên để tạo độ vui vẻ và thân thiện đối với khách hàng là trẻ em

## I - NGÔN NGỮ HÌNH - Hình Hữu Cơ

Vì những đặc tính của mình, hình tự nhiên rất khó nhớ, khó gọi tên và khó tái tạo chính xác.

Thế nên, khi sử dụng hình tự nhiên cho thiết kế, designer phải điều tiết lượng chi tiết, đối tượng trong bố cục phù hợp với đối tượng người xem định hướng tới.

**Lưu ý:** trong thiết kế logo, icon, việc sử dụng hình tự nhiên sẽ gây khó khăn cho khách hàng khi muốn nhớ chúng. Và việc này đòi hỏi thời gian và chi phí truyền thông tốn kém hơn. Do đó, những logo này thường chỉ phù hợp với các đơn vị kinh doanh nhỏ, và lượng khách hàng vừa phải.



hình tự nhiên thường mô phỏng đối tượng, sự kiện trong đời sống thực tế, tuy vậy, chúng lại không dễ ghi nhớ và nắm bắt

## I - NGÔN NGỮ HÌNH - Hình Hữu Cơ

### Hình Trừu Tượng

Là các hình không có đường biên rõ ràng bồng  
bềnh, huyền hồ, lăng mạn.

+ linh hoạt, uyển chuyển, ngẫu hứng.

+ hòa quyện, gắn bó.

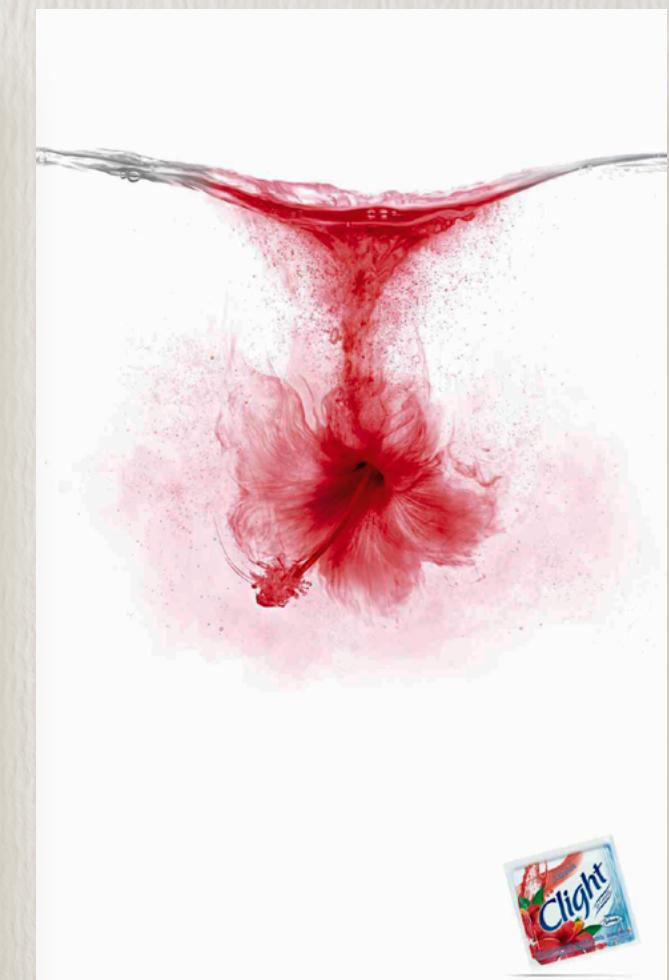
+ mơ hồ, khó hiểu, khó nắm bắt.

+ không chân thực.

Đây là dạng hình khó tạo ra và cũng khó kiểm  
soát nhất. Muốn kiểm soát tốt dạng hình này, bạn  
cần nắm rất vững những ngôn ngữ hình ở trên.

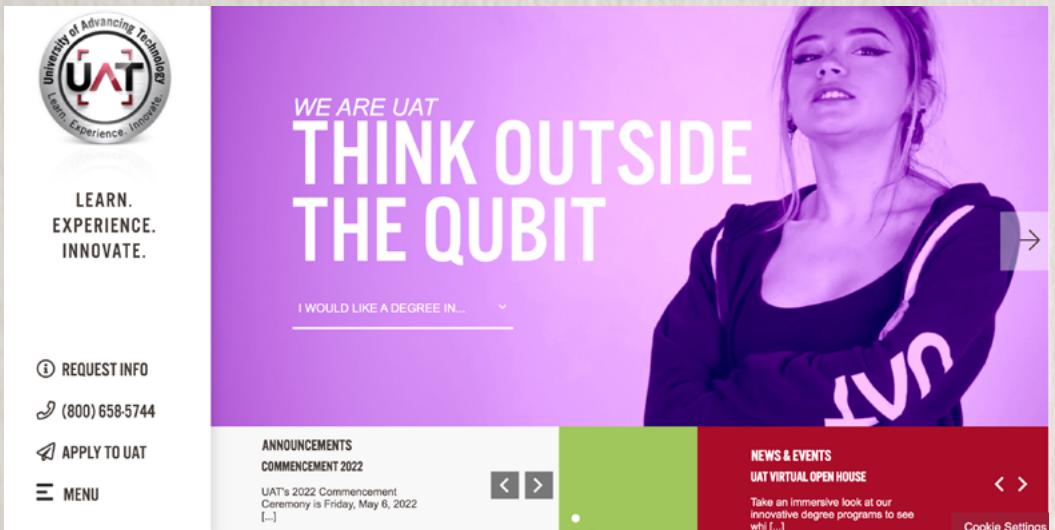
**Lưu ý:** trong thiết kế logo, icon, việc sử dụng  
hình mơ hồ gần như là điều cấm kị, mặc dù có  
một số năm nó đã tạo thành những trào lưu  
được các designer ưa thích.

Nhưng bạn cần ghi nhớ, truyền thông là dành  
cho khán giả mục tiêu, không phải là sân chơi  
của desiger, và chuyển tải thông tin rõ ràng và  
chính xác là nhiệm vụ quan trọng nhất.

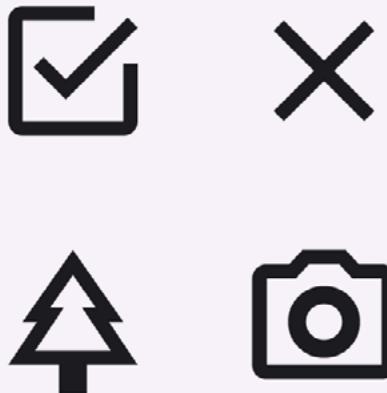


minh họa sử dụng hình trừu tượng để diễn tả sự ngẫu hứng và tính chất dễ hòa quyện của sản phẩm





thiết kế không đồng nhất về icon



✓ Do

Use and maintain a consistent visual style throughout one icon set.



✗ Don't

Avoid mixing styles for one icon set.

Hướng dẫn sử dụng bộ icon của Google Material



chỉnh sửa icon về thể thống nhất

## Lesson 2- không gian bố cục

+ kg phẳng

+ kg sâu

+ kg giới hạn

# 4 Thành Tố trong Bố Cục

Nguyên lý thị giác là những gì được đúc kết, quy nạp và hệ thống của nhân loại về các qui luật thị giác xảy ra khi con người quan sát một hay nhiều đối tượng nhất định. Nó làm công cụ nghiên cứu lý luận mỹ học và là công cụ sáng tạo cho tất cả các môn liên quan đến nghệ thuật thị giác.

- 1-kiểu không gian
- 2-hướng bố cục
- 3-tỉ lệ không gian: âm bản - dương bản
- 4-tỉ lệ hình



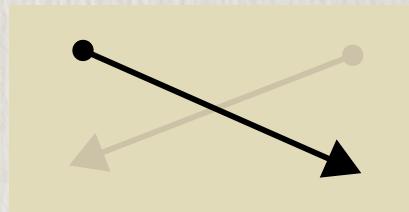
1-kiểu không gian: KGP



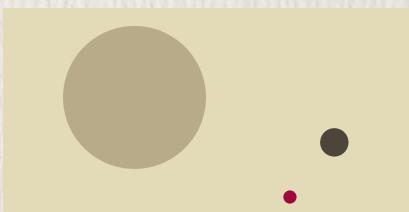
1-kiểu không gian: SÂU



2-hướng bố cục: ngang



2-hướng bố cục: xiên



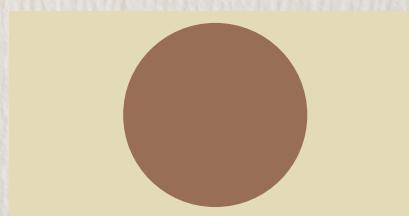
3-tỉ lệ kg dương: nhỏ



3-tỉ lệ kg dương: lớn



4-tỉ lệ hình: nhỏ

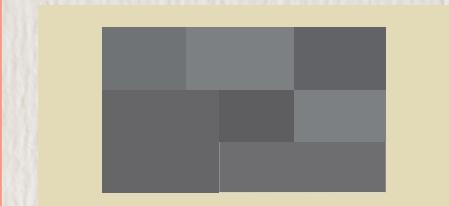


4-tỉ lệ hình: lớn

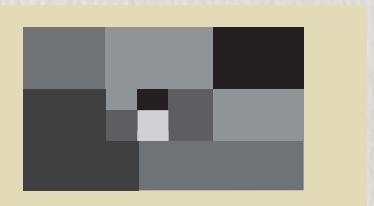
# 8 Khái Niệm Không Gian trên mặt phẳng

Không gian là một thành tố thị giác phức tạp. Nó không chỉ làm nhiệm vụ định nghĩa khung hình cho tất cả các thành tố thị giác khác, mà bản thân nó cũng nội hàm những thành tố cần được giải thích rõ ràng. Những kiểu không gian trên mặt phẳng có thể phân chia dựa vào các yếu tố: độ sâu, độ phẳng, giới hạn và ảo giác của thị giác về không gian...

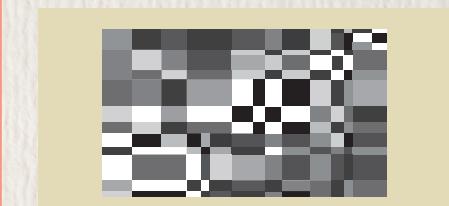
- Phân chia không gian dựa vào CẤU TRÚC
  - 1. không gian phẳng
  - 2. không gian giới hạn
  - 3. không gian sâu
  - 4. không gian mơ hồ
- Phân chia không gian dựa vào TÍNH CHẤT
  - 5. không gian đóng
  - 6. không gian mở
- Phân chia không gian dựa vào DIỆN TÍCH
  - 7. không gian dương bản
  - 8. không gian âm bản



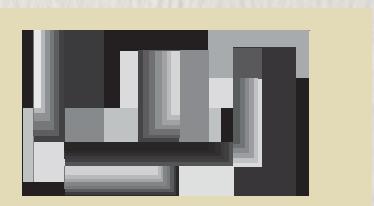
1-không gian phẳng



2-không gian giới hạn



3-không gian sâu



4-không gian mơ hồ



5-không gian đóng



6-không gian mở

## II - NGÔN NGỮ KHÔNG GIAN - Không Gian Phẳng

### Giá trị của Không Gian Phẳng

#### ■ Cảm xúc tích cực:

- Giúp người xem tập trung vào đối tượng chính (lớp số 1).
- Mô tả đối tượng trực diện, tạo ra cảm giác tiếp xúc trực tiếp.
- Mô tả nội tâm hoặc cảm xúc được bộc lộ rõ ràng, giản dị.

#### ■ Cảm xúc tiêu cực:

- Tạo ra không gian có cảm giác chật chội, tù túng.
- Mô tả cảm giác nồng cạn, hời hợt, bồng bột.



tạo không gian cận, giúp người xem tiếp cận thiết kế 1 cách trực tiếp



tạo không gian nồng cạn, buồn tẻ, thiếu tương tác thị giác nơi người xem.



Ảnh sử dụng không gian phẳng - 1: tạo cái nhìn trực tiếp, giản dị và mạnh mẽ



ảnh sử dụng không gian phẳng -2

## II - NGÔN NGỮ KHÔNG GIAN - Không Gian Phẳng

### Phương pháp tạo Không Gian Phẳng

#### ■ Không gian phẳng vật lí:

- Các đối tượng có kích thước và sắc độ tương đồng.
- Các đối tượng nằm trên một đường thẳng và sắc độ tương đồng.



#### ■ Không gian phẳng thị giác:

- Các đối tượng có cùng mức độ thu hút thị giác như tương phản, hướng, vị trí, hình, sắc độ và màu thì sẽ nằm trên cùng một mặt phẳng.



Không gian phẳng là dạng không gian đơn giản với thị giác, nhưng để tạo dựng nó thì lại rất khó, đòi hỏi designer phải điều tiết sự chú ý lên các đối tượng trong cùng một lớp là ngang nhau.

Về khía cạnh kĩ thuật, designer phải rất am hiểu các ngôn ngữ và thủ pháp đồ họa để kiểm soát, không cho một đối tượng nào gây sự chú ý nhiều hơn các đối tượng khác. Điều này sẽ khiến Không gian phẳng chuyển sang dạng không gian khác.

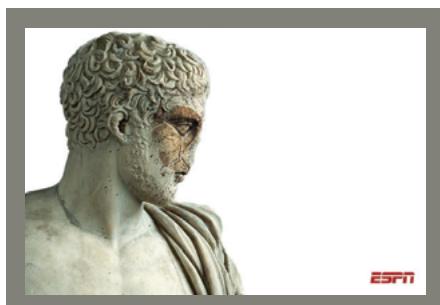


tạo không gian cận, giúp người xem tiếp cận thiết kế 1 cách trực tiếp

## không gian phẳng vật lý



Các đối tượng có cùng kích thước, sắc độ và chất liệu.



Bóc tách lớp: lớp đối tượng số 1 - ở trên cùng.



Bóc tách lớp: lớp đối tượng số 2- lớp nền.



Các đối tượng có cùng kích thước, sắc độ và chất liệu.

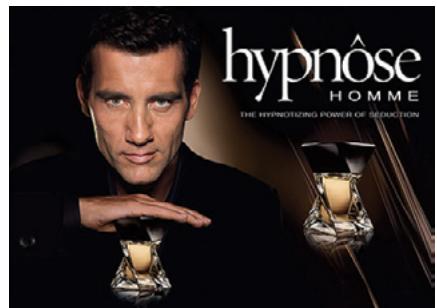


Bóc tách lớp: lớp đối tượng số 1 - ở trên cùng.



Bóc tách lớp: lớp đối tượng số 2- lớp nền.

## không gian phẳng thị giác



Poster đã sử dụng sắc độ tương phản mạnh cho chữ + kích thước lớn cho sản phẩm + hương xiên của hình nên để cân bằng sự chú ý với hình ảnh nhân vật + sản phẩm bên trái.



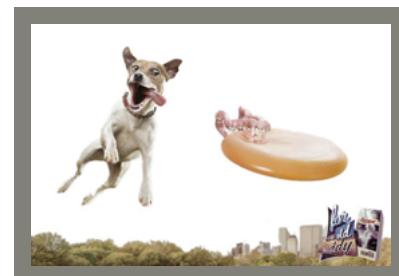
Bóc tách lớp: lớp đối tượng số 1 - ở trên cùng.



Bóc tách lớp: lớp đối tượng số 2- lớp nền.



Poster đã sử dụng sắc độ tương phản mạnh cho hình ảnh chó để cân bằng lại được vị trí và màu của món đồ chơi.  
Nhóm cảnh quan thì cân đối sự chú ý bằng chi tiết.



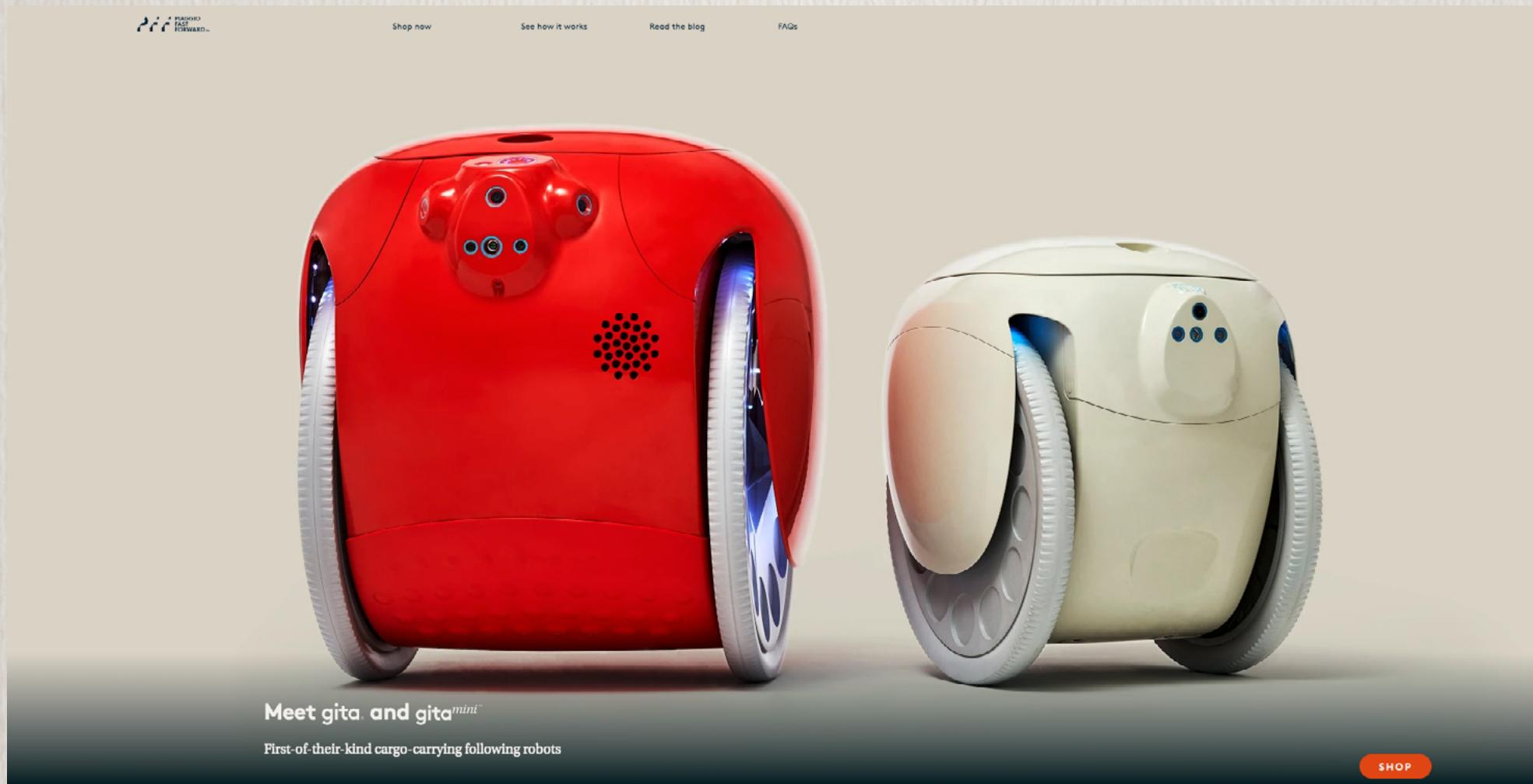
Bóc tách lớp: lớp đối tượng số 1 - ở trên cùng.



Bóc tách lớp: lớp đối tượng số 2- lớp nền.



không gian phẳng vật lí



không gian phẳng vật lý



không gian phẳng thị giác

The image shows the homepage of the Jude website. At the top, there is a navigation bar with links: Shop All, Liners, Pads, Supplements, Community, About, a user icon, and a shopping cart icon showing 0 items. The main visual features a woman's hand with blue nail polish holding a single brown supplement capsule. To the left is a white product box for 'Jude Daily Support' which contains 60 capsules. The box has text: 'Proven to improve bladder strength, day and night. PUMPKIN SEEDS + SOY ISOFOLIC ACIDS'. To the right is another product box for 'Jude Bladder Control' with the text: 'It happens in us all. Middle-aged people, young people, fun people, famous people, normal people, in fact, I'm 3 women in the UK feel a little.' Below the main image, there is a large red headline: 'Bladder care made better'. Underneath it, a subtext reads: 'Clinically proven (and community tested) essentials for life's trickly moments.' A red button below says 'Try our starter kit'. At the bottom, there are four icons with text: 'Free discreet delivery' (with a delivery truck icon), 'Approved by doctors' (with a doctor icon), 'Co-created with real women' (with a woman icon), and 'Planet friendly' (with a recycling icon).

Jude

Shop All ▾ Liners ▾ Pads ▾ Supplements Community About ▾

Jude Daily Support  
Proven to improve bladder strength, day and night.  
PUMPKIN SEEDS + SOY ISOFOLIC ACIDS

Jude Bladder Control  
It happens in us all.  
Middle-aged people,  
young people, fun people,  
famous people, normal  
people, in fact, I'm 3 women  
in the UK feel a little.

Bladder care made better

Clinically proven (and community tested)  
essentials for life's trickly moments.

Try our starter kit

Free discreet delivery

Approved by doctors

Co-created with real women

Planet friendly

không gian phẳng thị giác



1



2



3



4

thiết kế ko đồng nhất style do sai kiểu không gian



bao bì thiết kế trên nền không gian phẳng thị giác



1

2



3



4

thiết kế sử dụng không gian phẳng vs không gian sâu để tạo cảm xúc đối lập



Ứng dụng không gian phẳng trong trình bày hàng hoá (merchandise department)



Ứng dụng không gian phẳng trong trình bày hàng hoá (merchandise department)



Ứng dụng không gian phẳng trong trình bày hàng hoá (merchandise department)

## II - NGÔN NGỮ KHÔNG GIAN - Không Gian Sâu

### Giá trị của Không Gian Sâu

Không gian sâu là không gian có 4 lớp đối tượng trở lên. Vì thế, để có thể nhận biết được số lớp không gian trong bố cục, bạn cần phải nắm được các nguyên lí & qui luật thị giác.

#### ■ Cảm xúc tích cực:

- Do tái tạo lại không gian 3D có thực, không gian sâu tạo ra cảm giác quen thuộc với người xem.
- Không gian sâu cũng giúp gắn các đối tượng vào cảnh một cách tự nhiên và hiệu quả.
- Sâu lắng, thân thiện, sống động, chân thật là những gì người xem có thể cảm nhận được từ không gian sâu.

#### ■ Cảm xúc tiêu cực:

- Do có độ sâu lớn, nếu cộng hưởng với những ngôn ngữ tiêu cực khác như màu, hình, không gian sâu sẽ đem lại bầu không khí âm u, thâm trầm, xa vắng, bí ẩn...

Nhưng dù tiêu cực hay tích cực, không gian sâu đều rất phù hợp cho những hình ảnh, thông điệp mang dấu ấn của thời gian, lịch sử dài rộng...



bộ bao bì phong cách truyền thống của Café Runam



nhãn chè mang phong cách cổ điển



tạo không gian sâu, cổ điển và sống động cho dòng thời trang retro của D&G

## không gian sâu vật lý



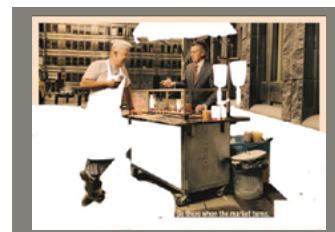
Không gian có độ sâu thấp: gồm 4 lớp đối tượng.



Bóc tách lớp: lớp đối tượng số 1 - ở trên cùng.



Bóc tách lớp: lớp đối tượng số 2 - bổ trợ nhận diện thương hiệu



Bóc tách lớp: lớp đối tượng số 3- cung cấp thông tin của thông điệp



Bóc tách lớp: lớp đối tượng số 4- lớp nền.

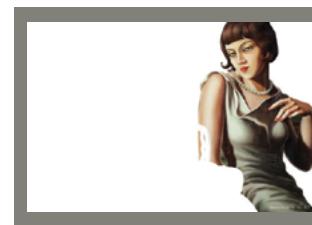
không gian sâu  
thị giác



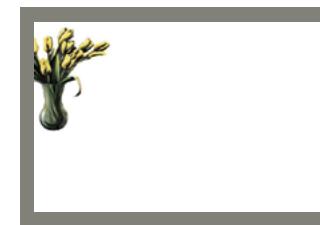
Bóc tách lớp: lớp đối tượng số 1 - ở trên cùng.



Không gian có độ sâu lớn: 6 lớp đối tượng.



Bóc tách lớp: lớp đối tượng số 3 - hình ảnh nhóm khách hàng mục tiêu.



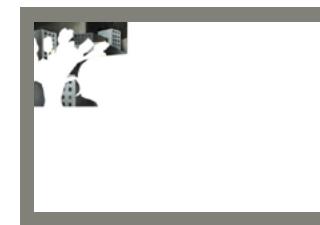
Bóc tách lớp: lớp đối tượng số 4 - bổ trợ thông tin, làm rõ nét phong cách sống của nhóm khách hàng mục tiêu.



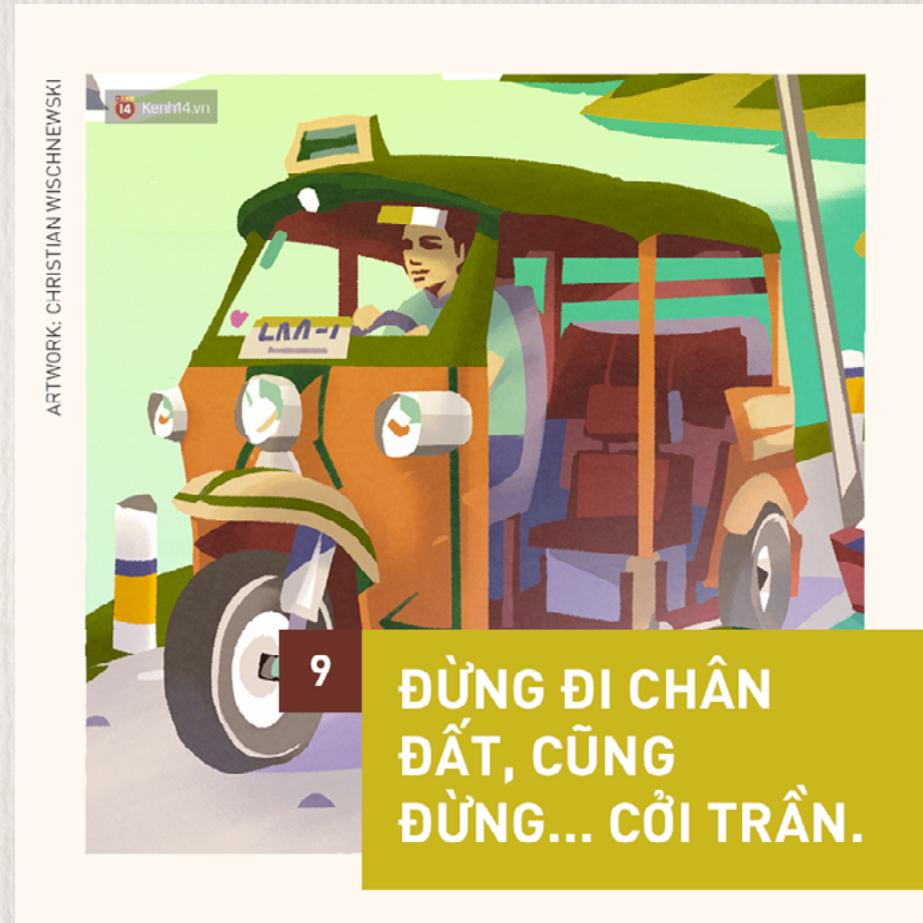
Bóc tách lớp: lớp đối tượng số 2- bổ trợ công năng cho sản phẩm.



Bóc tách lớp: lớp đối tượng số 5- lớp nền cho nhóm thông tin 3-4.



Bóc tách lớp: lớp đối tượng số 6- lớp nền cho nhóm thông tin 3-4-5.



không gian sâu vật lí

**Accord Crosstour**

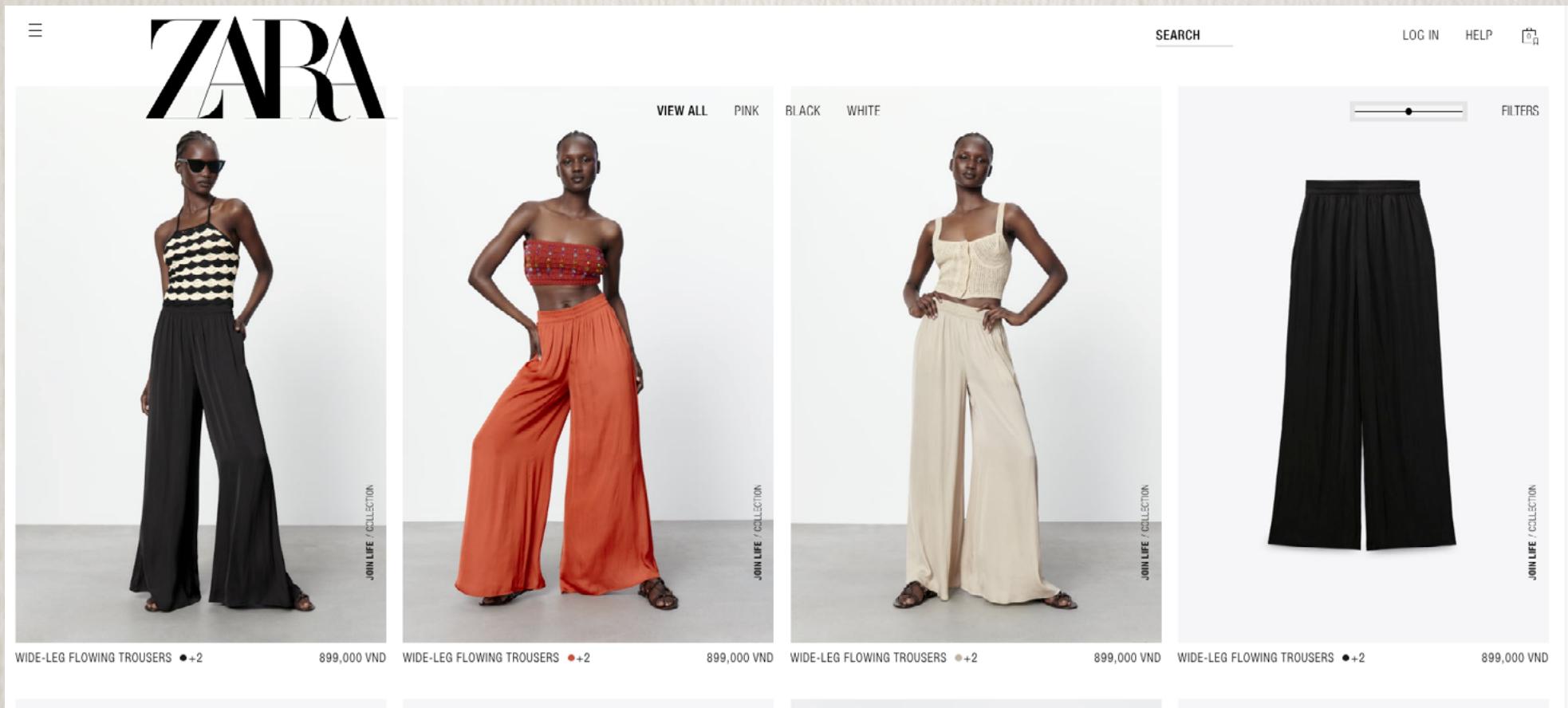
**DISCREETLY UTILITARIAN.**

Introducing the all-new Accord Crosstour from Honda. Designed to be practical without looking like it was designed to be practical. The Crosstour's sleek, contoured body cloaks a cargo-savvy, tech-enabled interior. It's versatility, modernized. Style that screams, space that whispers.

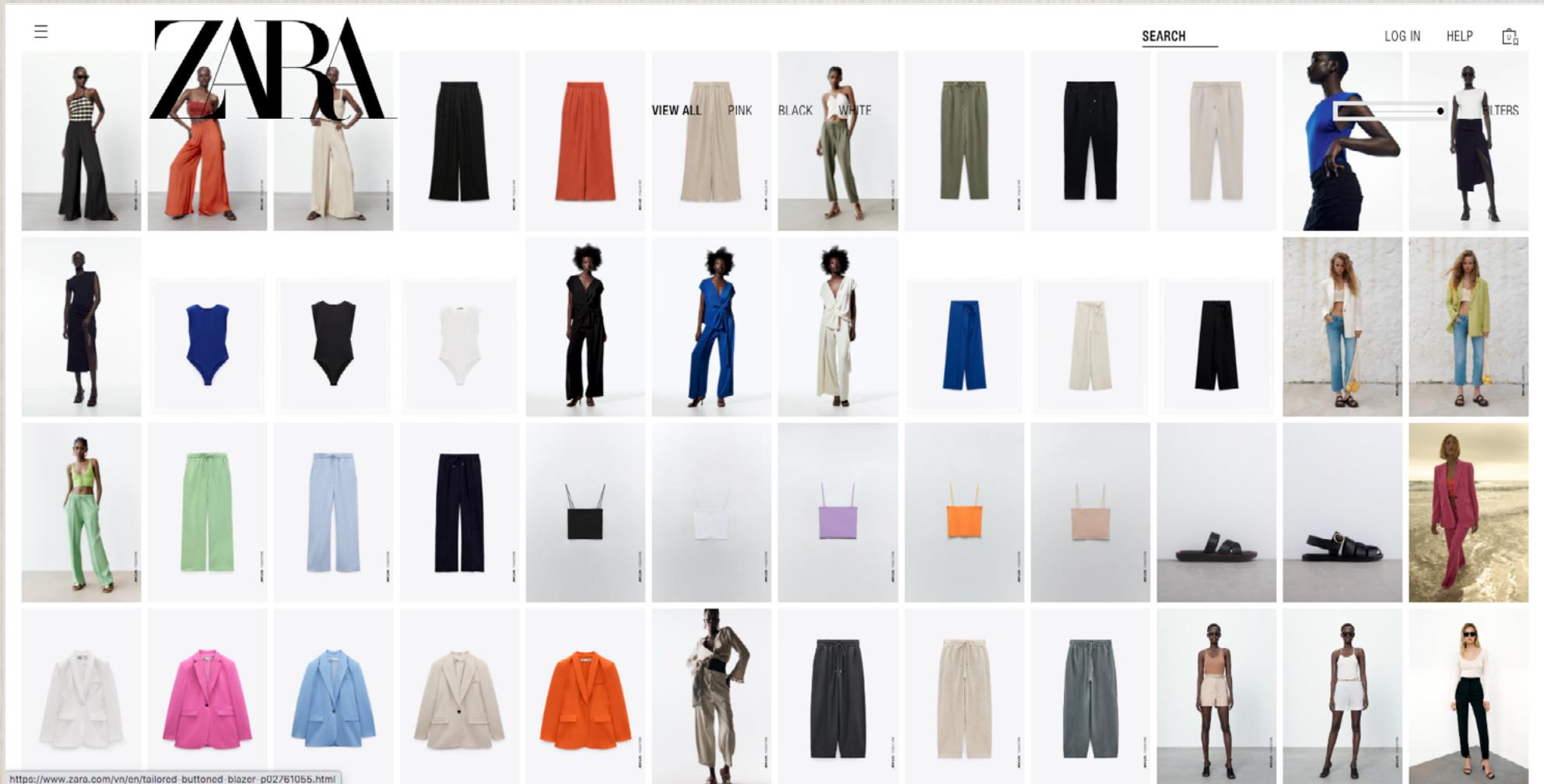
crossTour.honda.com

1-800-33-Honda \*Carrying too much cargo or improperly storing it can affect the handling, stability and operation of this vehicle. Before carrying any cargo, be sure to consult the owner's manual for load limits and loading guidelines. 4WD EX-L model shown. © 2009 American Honda Motor Co., Inc.

không gian sâu thị giác



không gian sâu thị giác



không gian sâu thị giác

## II - NGÔN NGỮ KHÔNG GIAN - Không Gian Sâu

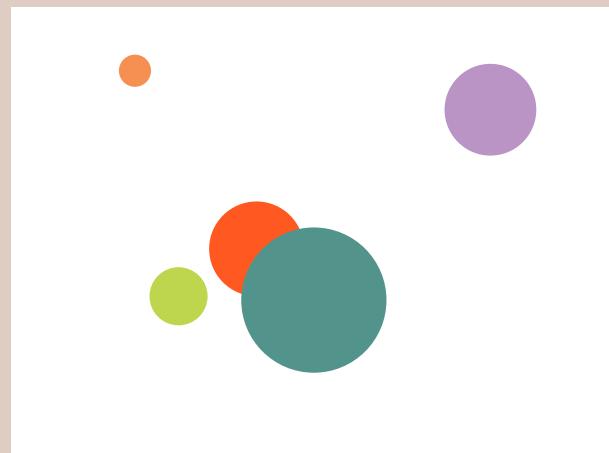
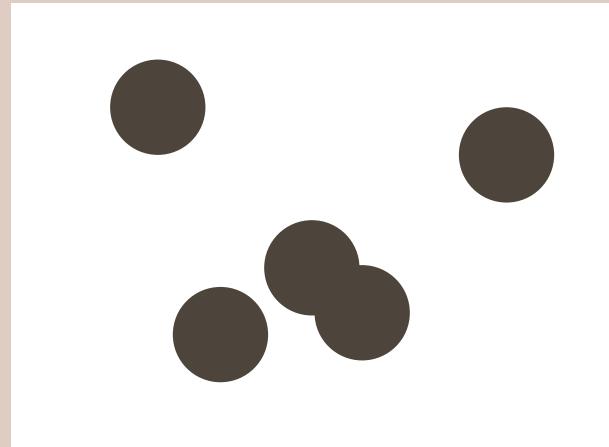
### Phương pháp tạo Không Gian Sâu

#### ■ Không gian sâu vật lí:

- Là các phối cảnh có điểm tụ.
- Các đối tượng chồng xếp lên nhau với sắc độ/hình/kích thước khác nhau từ 4 lớp trở lên.

#### ■ Không gian sâu thị giác:

- Các đối tượng có mức độ thu hút thị giác khác nhau về tương phản, hướng, vị trí, hình, sắc độ và màu...



tạo không gian sâu bằng màu/kích thước và vị trí



ứng dụng không gian phẳng và sâu trong trình bày hàng hoá (merchandise department)



Ứng dụng không gian sâu trong bài trí không gian cửa hàng (merchandise department)

## II - NGÔN NGỮ KHÔNG GIAN - Không Gian Mơ Hồ

### Giá trị của Không Gian Mơ Hồ

Là dạng không gian sử dụng nguyên lí thị giác để đánh lừa mắt người xem, khiến họ rời xa cảm nhận không gian vật lí thông thường, rơi vào một không gian mang tính ảo giác không có thật. Mức độ ảo giác phụ thuộc vào các kĩ thuật đồ họa sử dụng mạnh hay yếu, nhiều hay ít.

#### ■ Cảm xúc tích cực:

- Làm cho họ thẩm thấu được cảm giác về một điều gì đó phi thực tế nay đã trở thành hiện thực.
- Bồng bềnh, lảng mạn, kì diệu, hư ảo...

#### ■ Cảm xúc tiêu cực:

- Không gian mơ hồ là dạng không gian được tạo ra nhằm gây ảo giác cho người xem, khiến họ mất mối liên hệ với môi trường và cuộc sống thực tế đang tồn tại.  
Tò mò, bí ẩn, không chân thực, xa xôi huyền hồ...



không gian mơ hồ khiến 1 đối tượng như nhìn từ nhiều góc



hoặc nhiều đối tượng khác không gian như nhìn từ 1 góc

## II - NGÔN NGỮ KHÔNG GIAN - Không Gian Mơ Hồ

### Phương pháp tạo Không Gian Mơ Hồ

#### ■ Không gian mơ hồ vật lí:

- Là các phối cảnh có điểm tụ.
- Các đối tượng chồng xếp lên nhau với sắc độ/hình/kích thước khác nhau từ 4 lớp trở lên.



#### ■ Không gian mơ hồ thị giác:

- Các đối tượng có mức độ thu hút thị giác khác nhau về tương phản, hướng, vị trí, hình, sắc độ và màu...

bối cảnh không gian mơ hồ

## II - NGÔN NGỮ KHÔNG GIAN - Không Gian Mơ Hồ

### Phương pháp tạo Không Gian Mơ Hồ

#### ■ Không gian mơ hồ vật lí:

- **dựa vào việc che giấu kích thước và hình dáng**

Kích thước đối tượng trong thực tế thường mặc định, và con người sẽ lấy mình làm chuẩn để so sánh to - nhỏ.

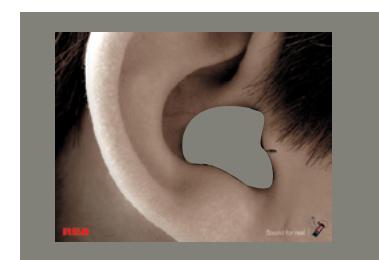
Nếu những đối tượng có kích thước không giống với kinh nghiệm thị giác chúng ta có trước đó, sẽ làm ta mất ý niệm thực tế.

Che giấu hình dáng thật của đối tượng bằng cách crop cận, dùng các hình ảnh mơ hồ hoặc chồng nhiều layer lên cũng góp phần tạo ra sự mơ hồ về đối tượng với người xem.

Poster sử dụng tương quan so sánh về kích thước để cho người nghe thấy sự sống động như thật của headphone RCA.



Lớp 1: đối tượng được mô tả trọn vẹn, nhưng kích thước thì đã bị thay đổi.



Lớp 2: đối tượng bị che giấu hình dáng thật do bị crop cận.

## II - NGÔN NGỮ KHÔNG GIAN - Không Gian Mơ Hồ

### Phương pháp tạo Không Gian Mơ Hồ

#### ■ Không gian mơ hồ vật lí:

- **dựa vào hình phản chiếu của đối tượng**

Sự phản chiếu hình ảnh của đối tượng trong không gian sẽ làm tăng góc hoặc hướng nhìn trong cùng một bố cục. Điều này, tạo ra một không gian nhiều chiều, nhiều độ sâu lớn hơn mức có thật, gây ra ảo giác thị giác nơi người xem.

Poster sử dụng hình ảnh phản chiếu trong không gian để tạo ra ảo giác thị giác cho người xem về một hình ảnh mới không có thật, và truyền đi thông điệp về hòa hợp của con người với cuộc sống hoang dã bên ngoài.



Lớp 1: là hình của đối tượng chính.



Lớp 2: là hình của đối tượng bị phản chiếu trong gương.

## II - NGÔN NGỮ KHÔNG GIAN - Không Gian Mơ Hồ

### Phương pháp tạo Không Gian Mơ Hồ

#### ■ Không gian mơ hồ tâm lí:

- **dựa vào các nguyên lí thị giác để phá vỡ cấu trúc không gian vật lí mặc định**

Trong thực tế, ta dựa vào cấu trúc không gian mặc định để xác định các vật ở gần (trước) và ở xa (sau).

Nhưng khi sử dụng các nguyên lí thị giác nhằm thay đổi độ tương phản của đối tượng - thay đổi sự chú ý theo tuần tự mặc định của người xem - khiến họ không còn đối chiếu được giữa không gian thực và không gian ảo. Mục đích sử dụng kiểu không gian này là đưa người xem vào một "thực tại ảo" của hình ảnh một cách tự nhiên nhất.

Poster sử dụng tương phản về sắc độ để kéo hình ảnh từ lớp thứ 2 & 3 về thành lớp 1&2,

đẩy lớp trên cùng mầu đen về thành lớp nền cuối cùng.

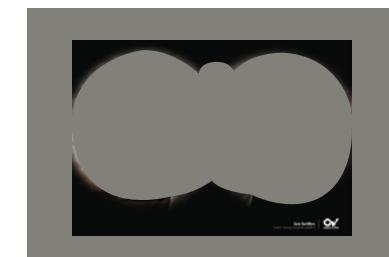
Điều này tạo ra một không gian sâu (4 lớp) kết hợp với mơ hồ, để minh họa cho slogan quảng cáo kính mắt “A whole new range of binoculars available at Optique et Vision” của Optique et Vision.

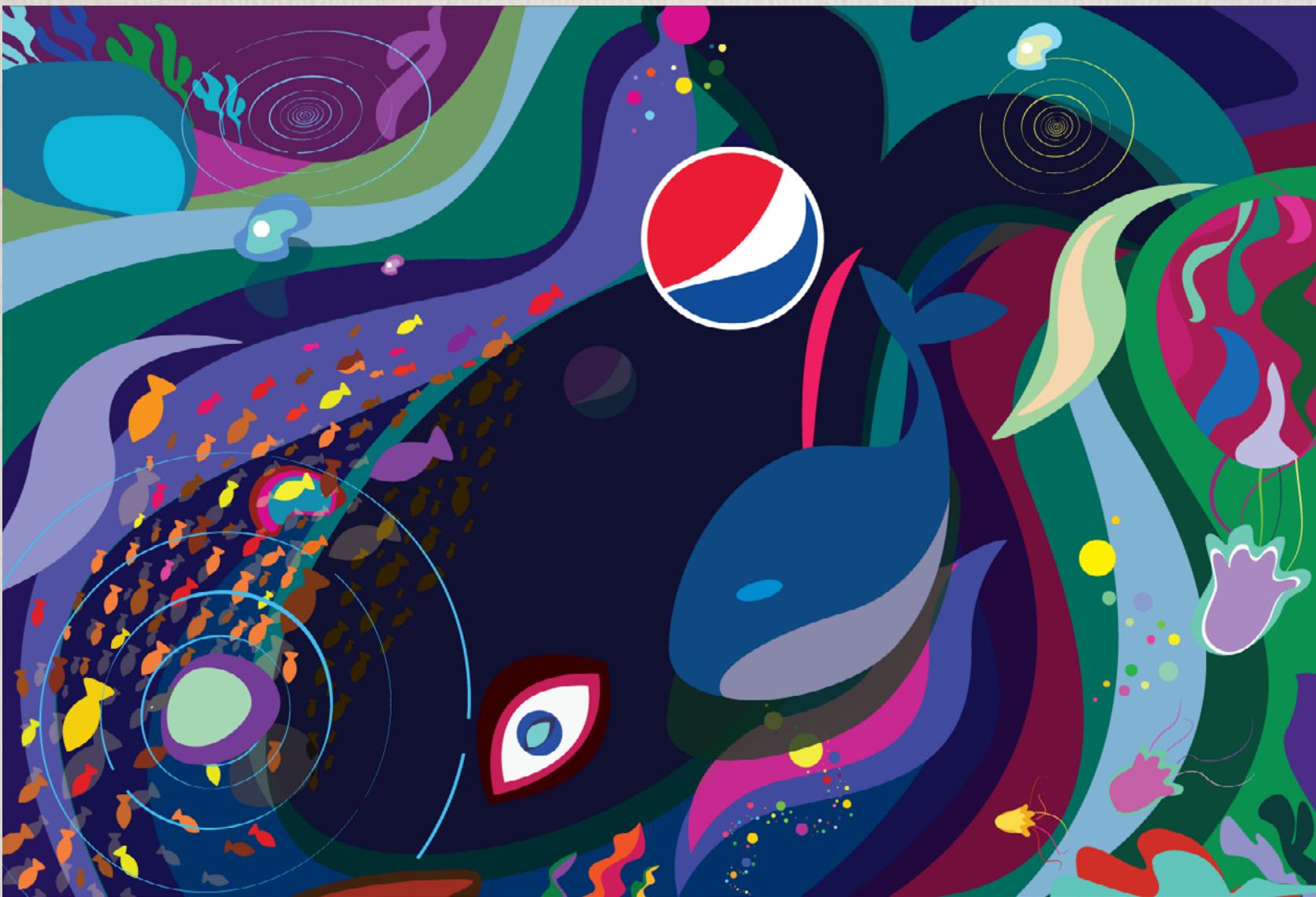


Bóc tách lớp: lớp đối tượng số 2&3 - lớp thông tin bổ trợ.



Bóc tách lớp: lớp đối tượng số 1- thông tin cấp 1 của poster nói về hiệu quả của sản phẩm.





Ứng dụng không gian mơ hồ dựa vào hình ảnh phản chiếu và kích thước của đối tượng - 1



Ứng dụng không gian mơ hồ dựa vào hình ảnh phản chiếu và kích thước của đối tượng - 2



Robin Wood là một tổ chức ủng hộ môi trường của Đức. Tổ chức được thành lập vào năm 1982 bởi các thành viên cũ của tổ chức Hòa bình Xanh, những người mong muốn có một tổ chức phi tập trung với quyền tự trị cao hơn để giải quyết các vấn đề cụ thể của địa phương.



Mục tiêu ban đầu của nhóm là quan tâm đến việc bảo tồn rừng Đức, đặc biệt là Rừng Đen. Sau này, nhóm đã mở rộng hoạt động để bảo tồn rừng mưa, tái chế giấy, giảm mưa axit và các khu vực liên quan khác.



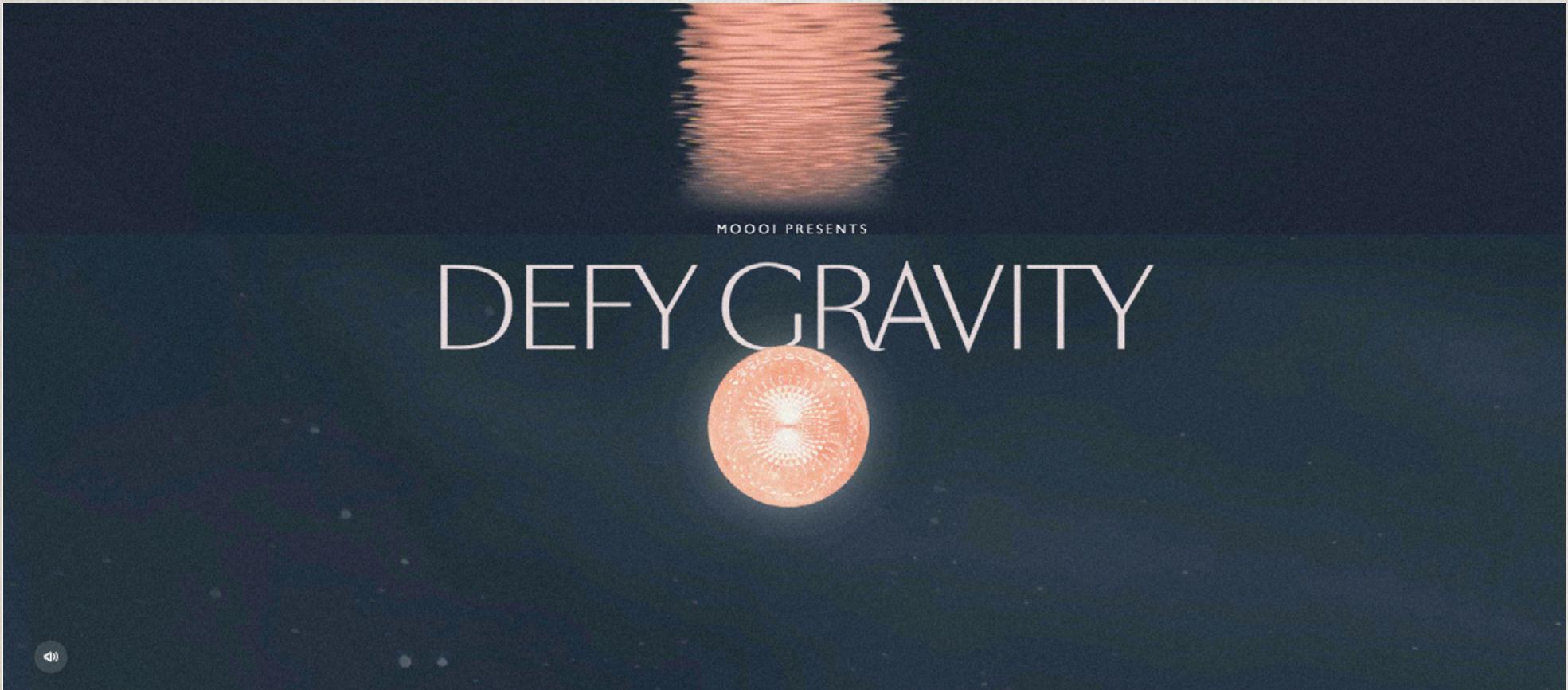
"Phá hủy thiên nhiên là đang phá hủy cuộc sống" của Robin Wood đã tạo ra một tác động thi giác mạnh mẽ tới người xem, giúp gia tăng nhận thức về quá trình phá huỷ môi trường sống của các loài vật trong tự nhiên.



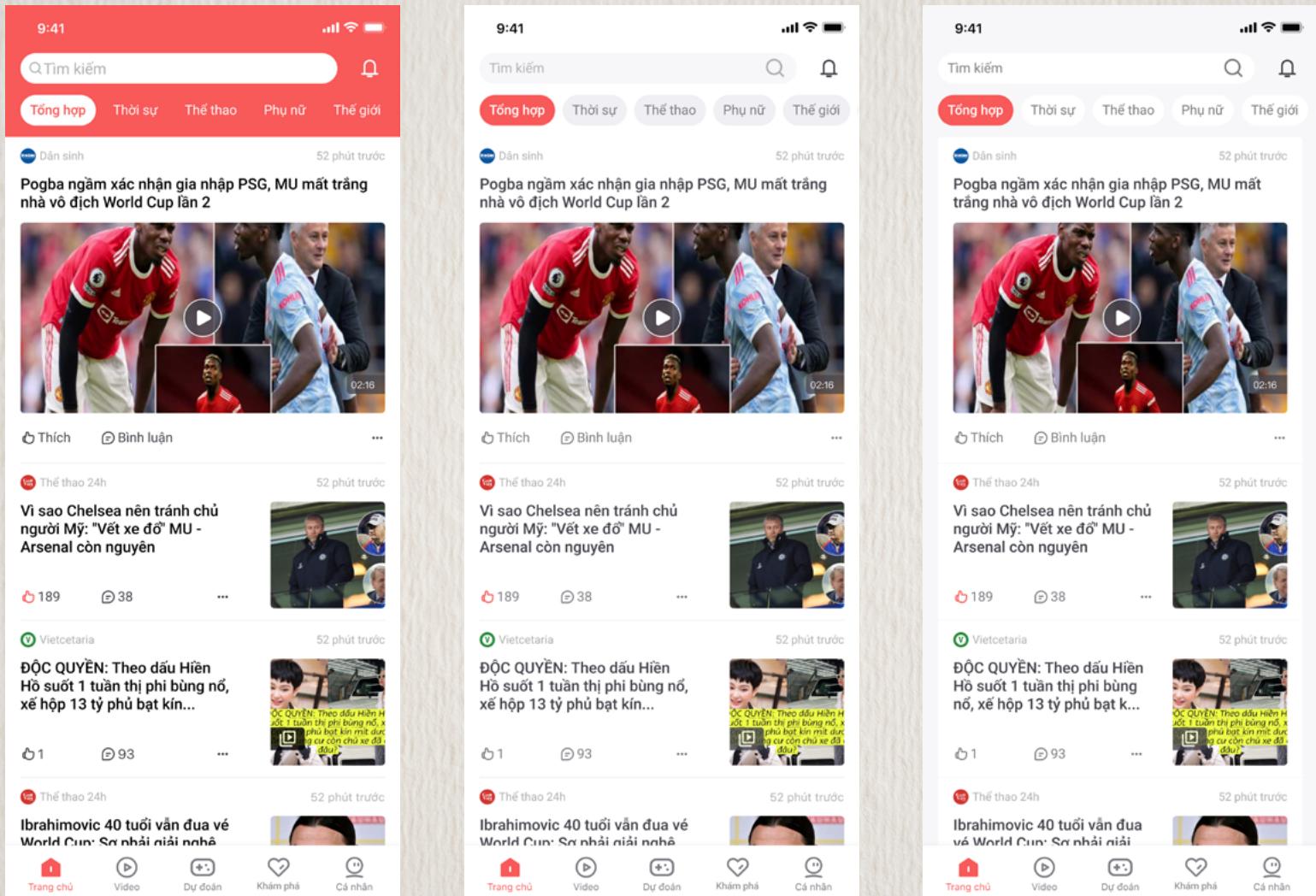
iGUANEYE Aoyama Main Store: sử dụng không gian mơ hồ để tạo ra một cái nhìn hiện đại, mới mẻ, tựa như những sự tái tạo của các tế bào sống, mô tả đặc tính mềm nhẹ như một lớp da của vật liệu cao su mới.



Frankie's Los Angeles boutique: được làm dưới dạng module để có thể di chuyển và thay đổi công năng giữa phòng trưng bày và thay đồ. Khi kết hợp lại với nhau, nó có thể biến thành một cuộc trình diễn nhỏ kèm theo chỗ ngồi.



không gian mơ hồ



Ứng dụng không gian trong thiết kế mobile

