MỤC LỤC

Chương 11. Phân tích tác phẩm và phát triển ý tưởng.....5
11.1 Phân tích tác phẩm: từ "thấy" đến "nói".....5
11.2 Bảng kiểm phân tích hình thức.....8
11.3 Buổi phê bình (critique).....12
11.4 Từ ý tưởng đến định hướng hình ảnh.....14
11.5 Dùng hình tham chiếu cho đúng.....22
11.6 Dự án tổng hợp và hồ sơ năng lực.....25

DANH MỤC HÌNH VẼ

Hình 11.1 Quy trình phân tích bốn bước: mô tả, phân tích hình thức, diễn giải, đánh giá. Hai bước đầu dựa vào điều quan sát được; hai bước sau là suy luận có căn cứ..... 6
Hình 11.2 Ba lớp phát biểu về một tác phẩm: THẤY (quan sát, kiểm chứng được bằng mắt), HIỂU (diễn giải, suy ra từ điều đã thấy), NÊN (đề xuất theo mục đích đã nêu).....7
Hình 11.3 Phân tích mẫu một poster giả định theo bảng kiểm: (1) khung và bố cục, (2) thứ bậc, (3) màu, (4) sáng tối, (5) chữ, (6) phong cách.....10
Hình 11.4 Biểu đồ mạng nhện tự đánh giá theo mười hạng mục: bản nháp (nét đứt xám) và bản sau khi sửa (nét liền đỏ). Số liệu minh họa.....11
Hình 11.5 Sơ đồ một buổi phê bình: người trình bày, người góp ý, người điều phối, người ghi chép; thời gian gợi ý cho buổi 20 phút.....12
Hình 11.6 Từ brief đến style frame: sáu bước (brief, từ khóa, moodboard, bảng phong cách, style frame, trình bày và sửa). Sau buổi phê bình có thể quay lại bước 3, 4 hoặc 5..... 15
Hình 11.7 Từ khóa cảm giác đổi thành quyết định hình ảnh: màu (nâu đất, kem, vàng nghệ, men lam), chữ (có chân, nét mềm), ánh sáng (giờ vàng, mềm), chất cảm (hạt mịn, rạn men), nhịp (cảnh dài, chuyển chậm).....17
Hình 11.8 Sáu phác nhanh (thumbnail) bố cục poster cho dự án giả định; phương án B (chia đôi) được chọn để làm tiếp.....18
Hình 11.9 Moodboard mẫu cho dự án giả định "Chiều ở làng gốm": mười sáu ô gồm bảng màu, chất cảm, mẫu chữ, ánh sáng, hình bóng. Mọi ô tự vẽ.....19
Hình 11.10 Bảng phong cách (style tile) mẫu: năm màu có mã HEX, cặp chữ Cambria đậm và Segoe UI, hai mẫu chất cảm, nút và nhãn, hoa văn.....20
Hình 11.11 Ba loại style frame mẫu cho dự án giả định: poster dọc, màn hình ứng dụng, và hai khung hình video (toàn cảnh lò nung, cận cảnh tay nặn bình), cùng bảng màu, chữ và chất cảm.....21
Hình 11.12 Cây quyết định khi dùng một hình tham chiếu trong sản phẩm công bố: tự làm, có giấy phép rõ ràng, có người hoặc logo trong hình; kèm điều kiện của CC0, CC BY, CC BY-SA, Unsplash, Pexels.....23
Hình 11.13 Trang portfolio mẫu: sáu mục gồm các bài thực hành (vòng màu, thumbnail bố cục, hệ thống chữ), poster, bảng phong cách và khung hình video, mỗi mục có tiêu đề và mô tả ngắn.....26

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 11.1 Bảng kiểm phân tích hình thức mười hạng mục.....9
Bảng 11.2 Góp ý chưa tốt và góp ý tốt hơn.....14
Bảng 11.3 Brief mẫu cho phim ngắn "Chiều ở làng gốm" (dự án giả định).....16
Bảng 11.4 So sánh moodboard, bảng phong cách và style frame.....21
Bảng 11.5 Ba nguồn hình có giấy phép thường dùng (tóm tắt, tra ngày 08/11/2026)…24
Bảng 11.6 Thuật ngữ chính của chương 11.....31

CHƯƠNG 11
PHÂN TÍCH TÁC PHẨM VÀ PHÁT TRIỂN Ý TƯỞNG

Bạn vừa làm xong một poster và đem treo cùng bài của cả nhóm. Người đầu tiên bước lại xem nói: "Đẹp đấy." Người thứ hai nói: "Tôi thấy chưa ổn lắm." Bạn gật đầu, nhưng quay về bàn mà không biết phải sửa gì. Cả hai câu nhận xét đều thật lòng, và cả hai đều không giúp được bạn.

Bây giờ đổi cảnh. Người xem nói: "Mắt tôi dừng ngay ở dòng chữ vàng giữa poster, nên tôi biết đây là tên lễ hội. Nhưng dòng ngày giờ ở cuối nhỏ và nhạt, tôi phải lại gần mới đọc được. Nếu thử tăng sáng cho dòng đó thì người đi ngang cũng sẽ biết lễ hội diễn ra khi nào." Câu nói này có ba phần: điều người ấy **thấy**, điều nó **gây ra**, và điều có thể **thử**. Bạn biết ngay phải làm gì.

Chương cuối này gom mười chương trước thành hai kỹ năng nghề nghiệp. Kỹ năng thứ nhất là **nói được vì sao một hình ảnh hiệu quả** hoặc chưa hiệu quả, bằng đúng thuật ngữ bạn đã học. Kỹ năng thứ hai là **biến một ý tưởng thành định hướng hình ảnh**: một tờ brief, một moodboard, một bảng phong cách và vài khung hình mẫu, để cả nhóm cùng nhìn về một phía trước khi bắt tay dựng sản phẩm. Cả hai đều dùng phác tay cơ bản và công cụ số, không đòi hỏi vẽ hàn lâm.

Mục tiêu

Sau chương này, bạn làm được những việc sau:

- Phân tích một tác phẩm theo quy trình bốn bước, tách rõ điều quan sát được với điều suy luận.
- Dùng bảng kiểm mười hạng mục để viết một bản phân tích hình thức có bằng chứng.
- Tham gia một buổi phê bình (critique): trình bày tác phẩm, đặt câu hỏi và góp ý có đề xuất.
- Lập brief, từ khóa, moodboard, bảng phong cách và style frame cho một dự án.
- Dùng hình tham chiếu đúng cách: học nguyên lý, ghi nguồn, tôn trọng giấy phép và quyền hình ảnh.

11.1 Phân tích tác phẩm: từ "thấy" đến "nói"

11.1.1 Vì sao phải có quy trình

Ở Chương 1, bạn đã học đọc một hình ảnh ở ba tầng: hình thức, cảm xúc và ý nghĩa. Ba tầng đó là cách nhìn. Chương này thêm một thứ cần cho người

làm nghề: **một trình tự** để biến cách nhìn thành lời nói và văn bản mà người khác kiểm chứng được.

Nếu không có trình tự, chúng ta dễ nhảy cóc. Vừa nhìn thấy một poster, ta đã thốt lên "rối quá" mà chưa kịp nói rối ở chỗ nào, vì cái gì. Nhảy cóc làm hỏng hai việc. Thứ nhất, người nghe không có gì để đối chiếu, nên chỉ còn hai lựa chọn là tin hoặc cãi. Thứ hai, chính bạn cũng bỏ sót những điều đã nằm sẵn trong hình.

11.1.2 Bốn bước theo Feldman

Edmund Feldman, trong các sách về giáo dục nghệ thuật của ông từ đầu thập niên 1970, mô tả một phương pháp phê bình gồm bốn bước. Phương pháp này được dạy rộng rãi trong giáo dục mỹ thuật vì nó dễ nhớ và dễ áp dụng. Hình 11.1 tóm tắt bốn bước.



Hình 11.1. Quy trình phân tích bốn bước: mô tả, phân tích hình thức, diễn giải, đánh giá. Hai bước đầu dựa vào điều quan sát được; hai bước sau là suy luận có căn cứ.

Nguồn: Tác giả, dựa trên phương pháp bốn bước của Edmund Feldman. Hình vẽ bằng code.

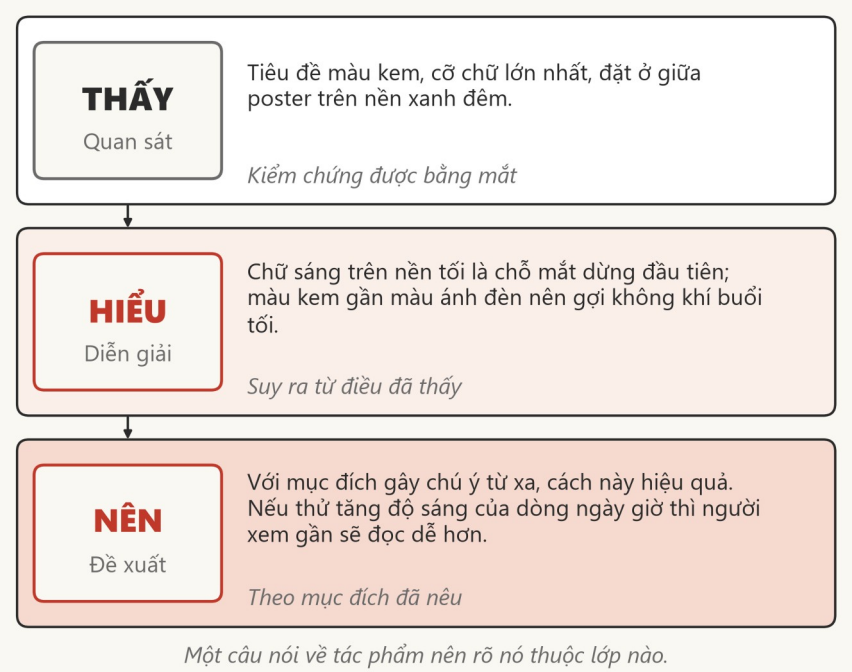
1. **Mô tả** (description). Bạn **thấy gì**? Chủ thể là gì, làm bằng chất liệu gì, kích thước ra sao, đặt trong bối cảnh nào. Ở bước này, bạn chỉ liệt kê những điều ai nhìn cũng thấy, và **chưa đánh giá**.
2. **Phân tích hình thức** (formal analysis). Tác phẩm dùng **yếu tố tạo hình và nguyên lý nào**? Đường, hình, màu, ánh sáng, bố cục, chữ. Mục 11.2 cung cấp bảng kiểm để bạn không bỏ sót.
3. **Diễn giải** (interpretation). Hình thức đó **gợi cảm xúc và ý nghĩa gì**? Có liên hệ nào với bối cảnh lịch sử, văn hóa, với nhóm người xem mà tác phẩm hướng tới?
4. **Đánh giá** (judgment). Tác phẩm **đạt mục đích chưa**? So với những tác phẩm cùng loại thì thế nào? Nên giữ gì, sửa gì?

Có hai điểm cần nhớ. Một là thứ tự: không nên đảo, vì mỗi bước dựa vào bước trước. Hai là bản chất của từng bước. Hai bước đầu đòi hỏi bạn **nói điều quan sát được**. Hai bước sau đòi hỏi bạn **suy luận có căn cứ**, tức là mọi nhận định đều phải chỉ ngược về một điều đã nhìn thấy ở bước 1 hoặc 2.

> **Ghi nhớ:** Feldman mô tả phương pháp này cho việc xem tranh và tác phẩm tạo hình. Trong sách này, bạn dùng nó cho poster, giao diện, khung hình video, ảnh bìa, tức mọi sản phẩm hình ảnh. Với sản phẩm thương mại, bước đánh giá có thêm một tiêu chí quan trọng: nó có làm được việc nó được giao không?

11.1.3 Tách "thấy", "hiểu" và "nên"

Lý do bốn bước tách nhau là để bạn không trộn ba loại phát biểu rất khác nhau. Hình 11.2 gọi tên chúng là **thấy**, **hiểu** và **nên**, kèm một ví dụ trên poster ở mục 11.2.



Hình 11.2. Ba lớp phát biểu về một tác phẩm: THẤY (quan sát, kiểm chứng được bằng mắt), HIỂU (diễn giải, suy ra từ điều đã thấy), NÊN (đề xuất theo mục đích đã nêu).

Nguồn: Tác giả. Hình vẽ bằng code.

- **Thấy:** "Tiêu đề màu kem, cỡ chữ lớn nhất, đặt ở giữa poster trên nền xanh đêm." Người khác nhìn vào hình có thể đồng ý hoặc chỉ ra bạn nhìn sai. Đây là lớp chắc chắn nhất.
- **Hiểu:** "Chữ sáng trên nền tối là chỗ mắt dừng đầu tiên; màu kem gần màu ánh đèn nên gợi không khí buổi tối." Đây là một suy luận. Người khác có thể hiểu khác, và hai bên có thể thảo luận dựa trên điều đã thấy.
- **Nên:** "Với mục đích gây chú ý từ xa, cách này hiệu quả. Nếu thử tăng độ sáng của dòng ngày giờ thì người xem ở gần sẽ đọc dễ hơn." Đây là đề xuất, và nó chỉ có nghĩa khi có **mục đích** đi kèm. Một poster treo ở phố đi bộ có mục đích khác với một trang bìa sách in.

Khi nhận xét của bạn bị phản bác, hãy xem nó thuộc lớp nào. Nếu là lớp "thấy", chỉ cần nhìn lại hình. Nếu là "hiểu", hãy trình bày bằng chứng. Nếu là "nên", hãy quay lại hỏi mục đích. Phần lớn tranh cãi vô ích trong buổi xem bài đến từ việc hai người đang nói ở hai lớp khác nhau mà không biết.

Lỗi thường gặp: nhảy thẳng sang lớp "nên" hoặc "đánh giá" ("poster này dở", "tôi thích hơn bản kia") khi chưa nói gì về lớp "thấy". Hãy ép mình hoàn thành một câu ở lớp "thấy" trước, rồi mới nói tiếp.

Thử ngay (5 phút): chọn một poster bất kỳ trong điện thoại hoặc trên phố. Viết ba câu ở lớp "thấy", ba câu ở lớp "hiểu", một câu ở lớp "nên". Gạch dưới những câu mà người khác không thể kiểm chứng bằng mắt: đó thường là câu đã trượt sang lớp khác.

11.2 Bảng kiểm phân tích hình thức

11.2.1 Mười hạng mục

Bước phân tích hình thức là bước dễ bỏ sót nhất, vì mắt ta tự động bị hút vào một hai chi tiết nổi bật. Bảng 11.1 gom các kiến thức của mười chương trước thành mười hạng mục. Bạn đi qua từng hạng mục như đi qua danh sách soát lỗi của phi công: không cần hạng mục nào cũng có điều đáng nói, nhưng phải liếc qua tất cả.

Bảng 11.1. Bảng kiểm phân tích hình thức mười hạng mục

Hạng mục	Câu hỏi gợi ý	Xem lại
Khung và bố cục	Tỷ lệ khung là gì? Bố cục theo sơ đồ nào? Trọng tâm nằm ở đâu?	Chương 4
Thứ bậc	Mắt đi theo thứ tự nào? Vì sao: kích thước, màu, vị trí?	Chương 3
Đường và hình	Đường chủ đạo là đường nào? Hình hình học hay hữu cơ?	Chương 2
Không gian	Nông hay sâu? Dùng loại phối cảnh nào, lớp tiền, trung, hậu cảnh ra sao?	Chương 6
Sáng tối	Key cao hay thấp? Hướng và chất ánh sáng? Có bóng đổ không?	Chương 7
Màu	Hòa sắc gì? Tương phản gì? Màu nhấn nằm ở đâu?	Chương 5
Chất cảm	Mịn, thô, hạt? Gợi nhớ chất liệu gì?	Chương 2
Chữ (nếu có)	Kiểu chữ, thứ bậc chữ, quan hệ giữa chữ và hình?	Chương 8
Thời gian (nếu là hình động)	Chuyển động, nhịp, màu và ánh sáng đổi thế nào theo thời gian?	Chương 10
Phong cách	Gần với trào lưu hay truyền thống nào?	Chương 9

Hai hạng mục "Chữ" và "Thời gian" ghi "nếu có" vì không phải tác phẩm nào cũng có. Một ảnh chân dung không có chữ; một poster in không có thời gian. Khi một hạng mục không áp dụng, bạn ghi "không có" thay vì bỏ trống, để người đọc biết bạn đã xem xét.

11.2.2 Phân tích mẫu một poster

Hình 11.3 áp bảng kiểm vào một poster giả định cho "Lễ hội Đèn Lồng Phố Cổ". Đây là thương hiệu hư cấu và poster do sách tự vẽ bằng code, để bạn có thể xem phân tích mà không vướng bản quyền. Mỗi con số trên poster ứng với một hạng mục trong danh sách bên phải.



Poster giả định, tự vẽ

1. **Khung và bố cục**
   Khổ đứng; ba tầng: đèn ở trên, chữ ở giữa, mái nhà ở dưới.
2. **Thứ bậc**
   Mắt dừng ở "ĐÈN LỒNG", rồi hai dòng nhỏ, cuối cùng ngày giờ.
3. **Màu**
   Nền xanh tím đêm, nhấn cam và vàng của đèn: gần cặp bổ túc.
4. **Sáng tối**
   Key thấp; quầng sáng quanh đèn là nguồn sáng, mái nhà là bóng đen.
5. **Chữ**
   Một họ chữ đậm không chân; chữ kem trên nền tối; dòng phụ nhạt.
6. **Phong cách**
   Đồ họa phẳng, bóng đen và quầng sáng; không dùng ảnh thật.

Điền theo bảng kiểm 11.1; mỗi nhận xét chỉ nói điều nhìn thấy trong hình.

Hình 11.3. Phân tích mẫu một poster giả định theo bảng kiểm: (1) khung và bố cục, (2) thứ bậc, (3) màu, (4) sáng tối, (5) chữ, (6) phong cách.

Nguồn: Tác giả. Poster giả định, tự vẽ bằng code; lớp chú thích đánh số.

Ta cùng đọc theo bốn bước, ở dạng ngắn.

Mô tả. Một poster dọc. Phần trên có năm chiếc đèn lồng nhiều cỡ, màu cam, vàng, hồng, treo trên một sợi dây. Ở giữa là ba dòng chữ: "LỄ HỘI", "ĐÈN LỒNG", "PHỐ CỔ". Phần dưới là dải mái nhà đen với vài ô cửa sáng, và dòng nhỏ ghi ngày giờ.

Phân tích hình thức. Bố cục chia ba tầng theo chiều dọc: đèn, chữ, nhà. Thứ bậc rõ: "ĐÈN LỒNG" lớn nhất và sáng nhất, hai dòng còn lại nhỏ hơn, dòng ngày giờ nhỏ và nhạt nhất. Màu nền là xanh tím đêm, màu nhấn là cam và vàng ấm của đèn: cặp gần như bổ túc. Ánh sáng ở key thấp; quầng sáng quanh đèn đóng vai nguồn sáng, mái nhà là bóng đen. Chữ dùng một họ chữ đậm không chân, màu kem. Phong cách là đồ họa phẳng với bóng đen và quầng sáng, không dùng ảnh thật.

Diễn giải. Tương phản giữa nền tối và vật sáng gợi cảnh phố về đêm. Màu ấm của đèn tạo cảm giác náo nức, thân thiện. Việc dùng bóng đen cho mái nhà đơn giản hóa phố cổ thành một biểu tượng dễ nhận ra.

Đánh giá. Nếu mục đích là gây chú ý từ xa trên phố đi bộ thì poster làm được: hình và tiêu đề đọc được ngay. Điểm yếu là dòng ngày giờ quá nhỏ và nhạt so với tầm quan trọng của thông tin đó. Có thể thử tăng độ sáng hoặc đưa lên gần tiêu đề hơn.

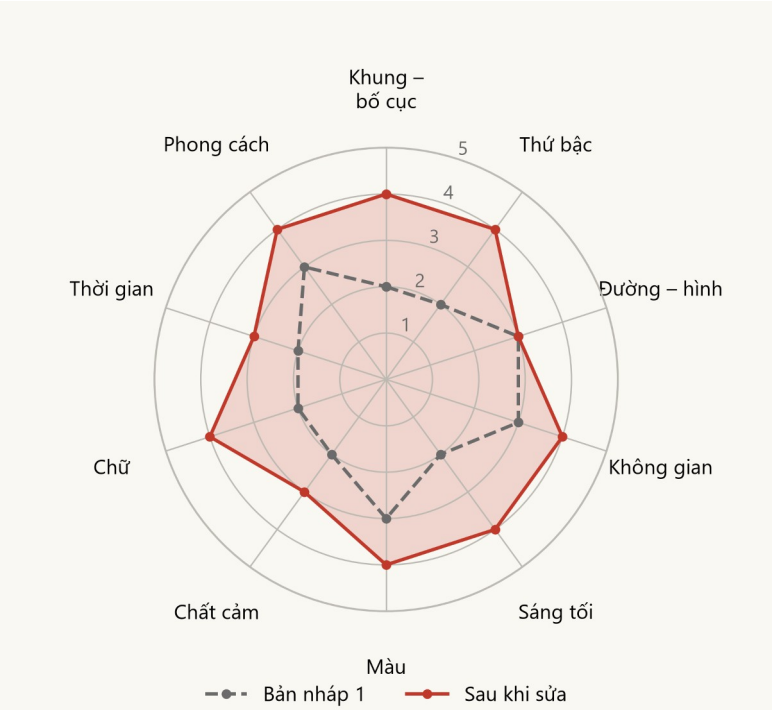
Để ý rằng ở bước đánh giá, ta quay lại hai điều đã nêu ở các bước trước (thứ bậc và chữ). Mọi nhận định đều có chỗ bám.

Trong khung hình: bảng kiểm dùng được cho một khung hình phim hay video. Thêm hai câu hỏi: nhân vật hoặc vật chính ở vùng nào của khung, và khung này nằm ở đâu trong chuỗi (mở đầu, cao trào hay kết)? Từ Chương 10 trở đi, hạng mục "Thời gian" sẽ có nhiều điều để nói hơn.

Trên màn hình: với một màn hình giao diện, hạng mục "Thứ bậc" thường là điều đáng nói nhất: nút hành động chính có nổi hơn các nút còn lại không, người dùng có biết nhìn vào đâu trước? Hạng mục "Chữ" cũng đáng xem kỹ về cỡ và tương phản (Chương 5 và Chương 8).

11.2.3 Biến bảng kiểm thành tự đánh giá

Bảng kiểm không chỉ dùng cho tác phẩm của người khác. Bạn có thể chấm điểm bài của chính mình từ 1 (yếu) đến 5 (tốt) cho từng hạng mục **theo mục đích của sản phẩm**, rồi nối các điểm thành một hình mạng nhện như Hình 11.4. Điểm không phải là con số tuyệt đối; nó giúp bạn thấy hạng mục nào kéo cả bài xuống.



Hình 11.4. Biểu đồ mạng nhện tự đánh giá theo mười hạng mục: bản nháp (nét đứt xám) và bản sau khi sửa (nét liền đỏ). Số liệu minh họa.

Nguồn: Tác giả. Số liệu minh họa, không phải kết quả đo. Hình vẽ bằng code.

Trong hình, giả sử đây là một khung video có chữ. Bản nháp có nhiều hạng mục ở điểm 2, nổi bật là "Khung và bố cục", "Thứ bậc", "Sáng tối" và "Chữ". Người sửa tập trung vào bốn chỗ đó trước, thay vì sửa đều mọi thứ, và đưa cả bốn lên điểm 4. Hai bản cùng một người chấm, vì vậy so sánh với nhau có ý nghĩa; so sánh điểm của hai người khác nhau thì ít ý nghĩa hơn.

> **Ghi nhớ:** một bản phân tích tốt có ba đặc điểm. Mỗi nhận định đều chỉ vào một chỗ cụ thể trong hình. Các lớp "thấy", "hiểu", "nên" không lẫn vào nhau. Và phần đánh giá luôn nhắc đến mục đích của sản phẩm.

11.3 Buổi phê bình (critique)

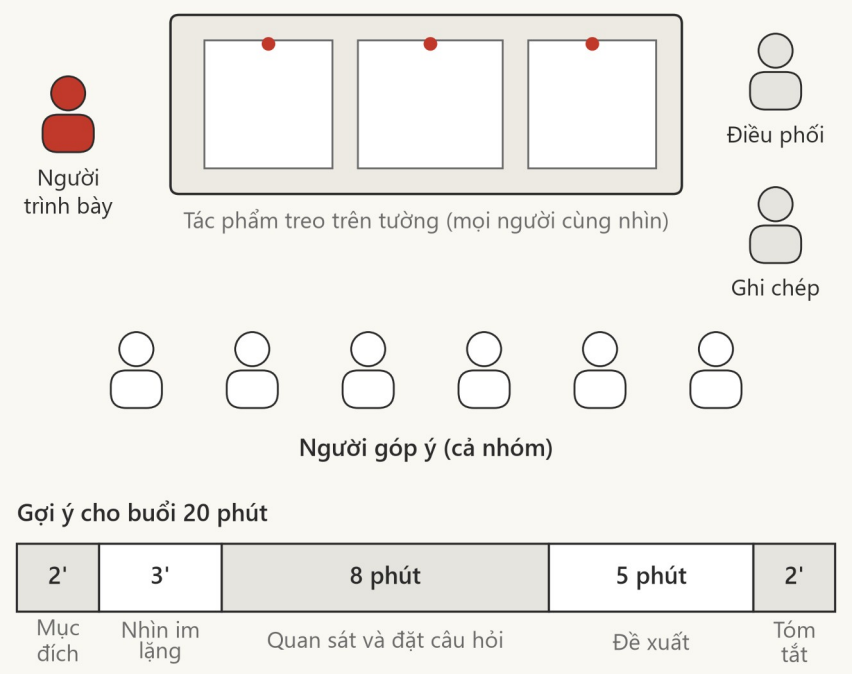
11.3.1 Buổi phê bình để làm gì

Buổi phê bình (critique) là một buổi họp ngắn, trong đó người làm treo hoặc chiếu tác phẩm, cả nhóm cùng xem, và mọi người góp ý để tác phẩm tốt lên. Hình thức này được dùng rộng rãi trong các xưởng sáng tạo và lớp học thiết kế, hội họa, kiến trúc. Với người làm đa phương tiện, nó còn có mặt ở buổi duyệt cắt dựng, buổi duyệt thiết kế giao diện, buổi duyệt kịch bản hình ảnh.

Mục đích của buổi phê bình **không phải** chấm điểm, mà là cho người làm thấy tác phẩm của mình qua con mắt người khác. Bạn đã nhìn nó quá lâu nên khó thấy điều người mới nhìn thấy trong ba giây đầu. Nếu buổi phê bình khiến người trình bày chỉ muốn che bài lại, nghĩa là cách tổ chức đang sai.

11.3.2 Vai trò và thời gian

Một buổi phê bình đơn giản có bốn vai trò, thể hiện trong Hình 11.5.



Hình 11.5. Sơ đồ một buổi phê bình: người trình bày, người góp ý, người điều phối, người ghi chép; thời gian gợi ý cho buổi 20 phút.

Nguồn: Tác giả. Thời gian là gợi ý của sách. Hình vẽ bằng code.

- **Người trình bày** nói rõ mục đích và đối tượng của sản phẩm, rồi lắng nghe. Không biện hộ ngay.
- **Người góp ý** là cả nhóm. Mọi người đều có phần, kể cả người ít nói.
- **Người điều phối** giữ thời gian, nhắc quy tắc, kéo cuộc trao đổi về tác phẩm khi nó trôi sang chuyện khác.

- **Người ghi chép** ghi lại những góp ý, vì người trình bày thường không đủ bình tĩnh để nhớ hết.

Thời gian trong hình là gợi ý cho một buổi 20 phút. Hai phút đầu để người trình bày nói mục đích. Ba phút tiếp theo mọi người **nhìn im lặng**: ghi nhanh điều mình thấy trước khi nghe người khác, để không bị ảnh hưởng. Tám phút cho quan sát và câu hỏi. Năm phút cho đề xuất. Hai phút cuối để người trình bày tóm tắt điều mình sẽ làm. Buổi dài hơn thì kéo các khoảng ra theo tỷ lệ.

11.3.3 Quy tắc và mẫu câu

Một số quy tắc đơn giản giúp buổi phê bình có ích.

1. **Nói về tác phẩm, không nói về người.** "Dòng chữ này khó đọc" thay vì "Bạn chọn font dở".
2. **Quan sát cụ thể trước khi đánh giá.** Quay lại các lớp "thấy", "hiểu", "nên" ở mục 11.1.
3. **Mỗi góp ý đi kèm một đề xuất.** "Tôi thấy chữ nhỏ" nên đi cùng "Nếu thử tăng cỡ lên 1,5 lần thì có thể…".
4. **Đánh giá theo mục đích mà người trình bày đã nêu**, không theo sở thích của mình.
5. **Người trình bày nghe trước, trả lời sau.** Chỉ làm rõ khi được hỏi.

Ba mẫu câu rất hữu dụng, vì mỗi mẫu ép người nói đi đúng thứ tự:

- **"Tôi thấy…"** (lớp thấy): "Tôi thấy dòng ngày giờ nằm sát mép dưới, nhỏ hơn mọi thứ khác."
- **"Điều này khiến tôi cảm thấy…"** (lớp hiểu): "Điều này khiến tôi cảm thấy đó là thông tin phụ."
- **"Nếu thử… thì có thể…"** (lớp nên): "Nếu thử đưa dòng này lên sát tiêu đề thì có thể người đi ngang sẽ nhìn thấy ngay."

Còn một khung khác cũng hay được dùng trong các nhóm thiết kế, gọi là **"Tôi thích, tôi ước, nếu như"** (I like, I wish, What if). Mỗi người mở đầu từng câu bằng một trong ba cụm: "Tôi thích…" để nói điều đang tốt, "Tôi ước…" để nêu điều chưa tốt, "Nếu như…" để đưa ra một ý tưởng thử. Cụm thứ ba đặc biệt hữu ích vì nó biến phê bình thành lời mời cùng thử.

Ngoài ra, nhà biên đạo múa Liz Lerman đề xuất một quy trình bốn bước gọi là **Critical Response Process**: người xem trước hết nói điều gì có ý nghĩa với họ; rồi người làm đặt câu hỏi cho người xem; sau đó người xem hỏi người làm bằng các câu hỏi trung tính, không giấu ý kiến bên trong; cuối cùng người xem chỉ nêu ý kiến **khi người làm cho phép**. Quy trình này đặt người làm vào vị trí chủ động. Nó thường được dùng trong biểu diễn và rất đáng thử khi nhóm có người dễ bị tổn thương khi nghe góp ý.

Bảng 11.2 cho ví dụ ba lời góp ý, trước và sau khi sửa theo quy tắc.

Bảng 11.2. Góp ý chưa tốt và góp ý tốt hơn

Chưa tốt	Tốt hơn	Vì sao
"Poster này dở."	"Tôi thấy phần chữ chiếm gần nửa poster, che mất hình. Nếu thử thu chữ lại một phần ba thì hình có thể thở hơn."	Nêu chỗ cụ thể và một đề xuất thử được
"Màu chói quá."	"Tôi thấy hai màu cam và đỏ cùng độ bão hòa, đặt sát nhau nên mắt mỏi. Nếu thử giảm bão hòa của màu đỏ thì có thể màu cam nổi hơn."	Gọi tên điều quan sát, dùng thuật ngữ Chương 5
"Bạn làm kiểu này không đúng."	"Mục đích là đọc được từ xa; tôi thấy dòng ngày giờ nhỏ nên có thể chưa đạt. Bạn nghĩ sao nếu tăng cỡ chữ?"	Đánh giá theo mục đích, kết bằng câu hỏi mở

Lỗi thường gặp: góp ý theo sở thích ("tôi không thích màu xanh") rồi coi đó là sự thật. Nếu mục đích sản phẩm là gây cảm giác mát, bình tĩnh thì màu xanh có thể là lựa chọn đúng, dù người góp ý không thích. Hãy tự hỏi: ý kiến này nói về sản phẩm hay nói về mình?

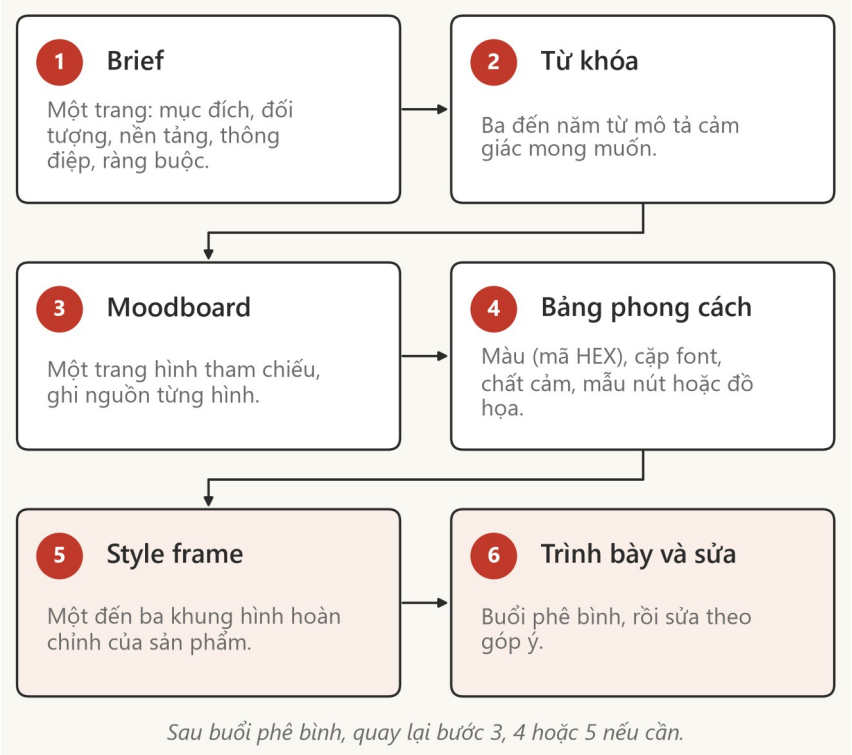
Góc Việt Nam: văn hóa trọng hòa khí khiến nhiều người ngại nói thẳng điều chưa tốt, hoặc ngược lại, nói chung chung "được rồi" để khỏi mất lòng. Quy tắc "một quan sát cụ thể, một đề xuất" giúp cả hai bên: người góp ý dễ mở lời hơn vì mình đang đưa ý tưởng thử chứ không đang phán xét, và người nghe dễ tiếp thu hơn.

Trên màn hình: buổi phê bình chạy tốt trên công cụ trực tuyến. Trong Figma, bạn có thể để mọi người đặt bình luận lên đúng chỗ trên khung. Mỗi bình luận nên theo cùng ba lớp: thấy, hiểu, nên. Sau buổi, người trình bày gom bình luận thành một danh sách việc cần làm, đánh dấu cái nào sẽ làm, cái nào không và vì sao.

11.4 Từ ý tưởng đến định hướng hình ảnh

11.4.1 Bức tranh sáu bước

Phân tích là nhìn vào cái đã có. Mục này đi chiều ngược lại: từ một ý tưởng còn mơ hồ đến một định hướng hình ảnh đủ rõ để cả nhóm dựng. Hình 11.6 liệt kê sáu bước, và mỗi bước có một sản phẩm cụ thể.



Hình 11.6. Từ brief đến style frame: sáu bước (brief, từ khóa, moodboard, bảng phong cách, style frame, trình bày và sửa). Sau buổi phê bình có thể quay lại bước 3, 4 hoặc 5.

Nguồn: Tác giả. Hình vẽ bằng code.

Để các ví dụ liền mạch, xuyên suốt mục này dùng một dự án giả định do sách đặt ra: phim ngắn **"Chiều ở làng gốm"**, kể về một buổi chiều ở một làng làm gốm. Làng gốm "Đất Lửa" là địa danh hư cấu, được chọn để tránh dùng sai thông tin về một làng nghề có thật.

11.4.2 Bước 1: Brief

Brief là tài liệu ngắn nói rõ bạn đang làm gì, cho ai, và trong giới hạn nào. Nó ngăn nhóm đi lạc và là thứ để quay lại khi có tranh cãi về hướng đi. Một brief tốt vừa một trang giấy. Bảng 11.3 là brief mẫu cho dự án giả định.

Bảng 11.3. Brief mẫu cho phim ngắn "Chiều ở làng gốm" (dự án giả định)

Hạng mục	Nội dung ví dụ
Mục đích	Giới thiệu nghề gốm và những người giữ nghề, tạo thiện cảm với làng nghề
Đối tượng	Người trẻ thành thị từ 18 đến 30 tuổi, ít có cơ hội đến làng nghề
Nền tảng	Phát trực tuyến, xem trên điện thoại là chủ yếu, kèm poster và trang giới thiệu
Thông điệp chính	Mỗi món đồ gốm giữ lại bàn tay và thời gian của người làm
Thời lượng và định dạng	Phim 3 phút, khung 16:9 và bản cắt dọc 9:16
Ràng buộc	Một tuần chuẩn bị, ba buổi quay, không dùng nhạc có bản quyền
Điều không làm	Không dựng cảnh đóng kịch, không dùng hiệu ứng sặc sỡ

Hạng mục cuối, "Điều không làm", thường bị bỏ quên, nhưng nó giúp nhóm loại ý tưởng nhanh. Một brief nên trả lời được: nếu có hai hướng đi, hướng nào phục vụ mục đích hơn?

11.4.3 Bước 2: Từ khóa

Từ khóa là ba đến năm từ mô tả cảm giác mong muốn của sản phẩm. Từ khóa tốt là từ khiến ta hình dung ngay một hình ảnh: "hoài niệm", "ấm", "chậm", "chất đất nung". Từ khóa kém là từ ai cũng muốn: "đẹp", "hiện đại", "chuyên nghiệp".

Điều quan trọng nhất của từ khóa là **đổi được thành quyết định nhìn thấy**. Hình 11.7 làm điều đó cho bốn từ khóa của dự án: mỗi từ khóa chuyển thành lựa chọn về màu, chữ, ánh sáng, chất cảm và nhịp.



Hình 11.7. Từ khóa cảm giác đổi thành quyết định hình ảnh: màu (nâu đất, kem, vàng nghệ, men lam), chữ (có chân, nét mềm), ánh sáng (giờ vàng, mềm), chất cảm (hạt mịn, rạn men), nhịp (cảnh dài, chuyển chậm).

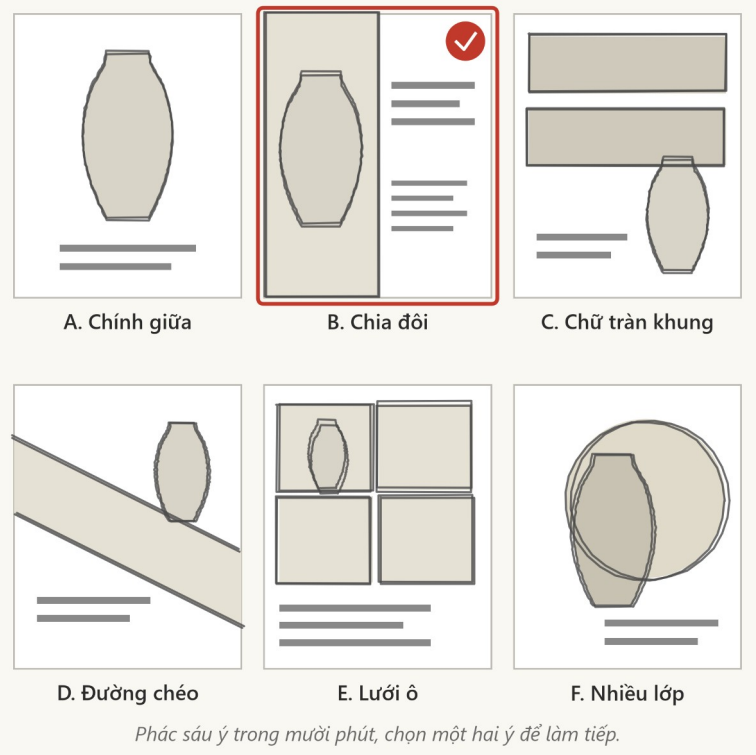
Nguồn: Tác giả. Hình vẽ bằng code; mẫu chất cảm là hình tự tạo.

Để từ khóa hữu dụng, hãy thử đổi từng từ sang thang đối lập. "Ấm" đối lập với "lạnh", vậy mọi lựa chọn màu và ánh sáng phải nghiêng về ấm. "Chậm" đối lập với "nhanh", vậy cảnh dài, chuyển cảnh mềm, không cắt vụn. Một từ khóa không đối lập được với từ nào thì có thể chưa đủ cụ thể.

11.4.4 Bước 3a: Phác nhanh bằng tay

Trước khi tìm hình tham chiếu hay mở phần mềm, hãy **phác nhanh** bằng bút chì hoặc bút bi trên giấy. Vẽ đẹp thì càng tốt, nhưng ở bước này chưa cần. Chỉ cần ghi nhanh vị trí các khối chính trong khung: đâu là hình, đâu là chữ, đâu là khoảng trống. Những bản phác như vậy gọi là **thumbnail**, như bạn đã làm ở Bài 4.1.

Hình 11.8 cho sáu phác nhanh của poster "Chiều ở làng gốm": chính giữa, chia đôi, chữ tràn khung, đường chéo, lưới ô, nhiều lớp. Sáu ý chỉ mất khoảng mười phút vẽ.



Hình 11.8. Sáu phác nhanh (thumbnail) bố cục poster cho dự án giả định; phương án B (chia đôi) được chọn để làm tiếp.

Nguồn: Tác giả. Nét phác mô phỏng bằng code; bản thật của bạn là phác tay trên giấy.

Sức mạnh của cách làm này là **số lượng**. Ý đầu tiên thường là ý ai cũng nghĩ ra. Phải phác sáu hoặc mười ý thì những ý lạ mới xuất hiện. Sau đó, chọn một hai ý để làm tiếp, và có thể kết hợp: lấy bố cục của ý B, chữ của ý C.

> **Ghi nhớ:** phác nhanh là công cụ **suy nghĩ**, không phải sản phẩm. Hãy đánh số, viết vài chữ ghi chú bên cạnh, và đừng tẩy xóa. Bản phác "dở" đôi khi chứa ý hay nhất.

11.4.5 Bước 3b: Moodboard

Moodboard (bảng cảm hứng) là một trang xếp nhiều hình tham chiếu cạnh nhau: ảnh, tranh, khung hình phim, chữ, chất cảm, màu. Nó không phải thiết kế, mà là **bảng nghiên cứu thị giác**: nó nói "sản phẩm sẽ có cảm giác như thế này", để cả nhóm và khách hàng thống nhất trước khi dựng.

Một moodboard tốt có ba đặc điểm. **Thứ nhất**, có điểm chung: nhìn vào là thấy cùng một không khí, khớp với các từ khóa. **Thứ hai**, có đa dạng: không chỉ ảnh phong cảnh, mà còn màu, chữ, chất cảm, ánh sáng. **Thứ ba**, mọi hình đều ghi nguồn. Số lượng thường khoảng 15 đến 30 hình trên một trang; đó là hướng dẫn thực hành của sách, không phải quy định. Ít hơn thì chưa thấy hướng, nhiều hơn thì rối.

Hình 11.9 là một moodboard mẫu cho "Chiều ở làng gốm". Để tránh bản quyền, toàn bộ mười sáu ô đều là hình tự vẽ bằng code: khối màu, hình bóng bình gốm, chất cảm giấy và đất, mẫu chữ. Moodboard thật của bạn sẽ dùng ảnh chụp và hình tham chiếu có giấy phép.



Hình 11.9. Moodboard mẫu cho dự án giả định "Chiều ở làng gốm": mười sáu ô gồm bảng màu, chất cảm, mẫu chữ, ánh sáng, hình bóng. Mọi ô tự vẽ.

Nguồn: Tác giả. Mười sáu ô tự vẽ bằng code; moodboard thật phải ghi nguồn từng ô.

Công cụ để làm moodboard rất đa dạng. Figma và FigJam cho phép kéo thả, nhiều người cùng sửa. Milanote và Canva có sẵn khung moodboard. Pinterest hữu ích để tìm hình, nhưng nhớ rằng hình trên đó vẫn thuộc về người đăng, không tự do dùng. Một tờ giấy lớn và vài tấm ảnh in cũng là moodboard tốt.

Lỗi thường gặp: moodboard chỉ toàn ảnh đẹp nhưng không có điểm chung, hoặc chỉ là một album của một phim duy nhất. Cách kiểm tra: che từ khóa đi, đưa cho người khác xem và hỏi họ gọi tên cảm giác của bảng. Nếu họ không nói gần với từ khóa của bạn, hãy sửa.

11.4.6 Bước 4: Bảng phong cách (style tile)

Bảng phong cách (style tile) là một trang tóm các lựa chọn hình ảnh cụ thể: bảng màu có mã HEX, cặp font, chất cảm, mẫu nút hoặc đồ họa. Khái niệm này do Samantha Warren đề xuất cho thiết kế web, trình bày trong bài "Style Tiles and How They Work" trên tạp chí A List Apart năm 2012. Warren dùng nó để giúp khách hàng và nhà thiết kế thống nhất hướng thị giác trước khi làm bản dàn trang đầy đủ, qua việc trao đổi những tính từ mô tả thương hiệu và chuyển chúng thành lựa chọn cụ thể.

Nếu moodboard nói "cảm giác thế này", thì bảng phong cách nói "cụ thể là màu này, chữ này, nút này". Hình 11.10 là bảng phong cách mẫu cho "Chiều ở làng gốm".



Hình 11.10. Bảng phong cách (style tile) mẫu: năm màu có mã HEX, cặp chữ Cambria đậm và Segoe UI, hai mẫu chất cảm, nút và nhãn, hoa văn.

Nguồn: Tác giả. Hình vẽ bằng code; font Cambria và Segoe UI có sẵn trên Windows và hỗ trợ đủ tiếng Việt (xem Chương 8).

Có ba điều cần làm khi lập bảng phong cách.

- **Chọn ít màu, ghi mã.** Năm màu như trong hình là đủ cho phần lớn dự án. Ghi mã HEX để mọi người dùng cùng một màu. Kiểm tra tương phản chữ trên nền bằng công cụ ở Chương 5.
- **Chọn tối đa hai họ chữ**, kiểm tra đủ dấu tiếng Việt (Chương 8), và ghi cả cỡ lẫn độ đậm.
- **Cho một vài thành phần mẫu**: nút chính, nút phụ, nhãn. Người khác nhìn vào là biết dựng tiếp.

Với phim và đồ họa chuyển động, bảng phong cách thường mở rộng thêm: kiểu chuyển cảnh, kiểu chữ hiện, loại ánh sáng. Cũng nên ghi vào đó các quy tắc ngắn như "không dùng đen tuyền, dùng nâu than", để người dựng cuối không phải đoán.

11.4.7 Bước 5: Style frame

Style frame (khung phong cách) là một khung hình hoàn chỉnh cho thấy **sản phẩm cuối sẽ trông như thế nào**. Trong đồ họa chuyển động và quảng cáo, đây là chuẩn thông dụng: một đến ba khung ở những khoảnh khắc đặc trưng, gần với chất lượng cuối, được duyệt trước khi dựng hoạt cảnh hay quay. Với sản phẩm khác, style frame có thể là một poster hoàn chỉnh hoặc một màn hình giao diện.

Style frame được dựng bằng cách nào thì tùy ngân sách: ảnh chụp, ghép ảnh, hình khối, 3D đơn giản, hoặc vẽ thẳng bằng phần mềm đồ họa. Điều quan

trọng là nó **tuân theo bảng phong cách**: cùng bảng màu, cùng chữ, cùng chất cảm. Hình 11.11 cho ba loại style frame của "Chiều ở làng gốm": một poster dọc, một màn hình ứng dụng giới thiệu phim và hai khung hình video (toàn cảnh và cận cảnh).



Hình 11.11. Ba loại style frame mẫu cho dự án giả định: poster dọc, màn hình ứng dụng, và hai khung hình video (toàn cảnh lò nung, cận cảnh tay nặn bình), cùng bảng màu, chữ và chất cảm.

Nguồn: Tác giả. Mọi khung tự vẽ bằng code, không dựa vào tác phẩm có bản quyền. Cuốn sách thứ hai của bộ sách sẽ bổ sung cách dùng AI cho bước này.

Bảng 11.4 giúp phân biệt ba thứ dễ lẫn: moodboard, bảng phong cách và style frame.

Bảng 11.4. So sánh moodboard, bảng phong cách và style frame

	Moodboard	**Bảng phong cách**	**Style frame**
Trả lời câu hỏi	Cảm giác thế nào?	Dùng những lựa chọn cụ thể nào?	Sản phẩm trông ra sao?
Nội dung	Hình tham chiếu của người khác, màu, chất cảm	Màu có mã, cặp font, chất cảm, mẫu thành phần	Khung hình hoàn chỉnh của chính sản phẩm
Mức hoàn thiện	Thấp, nhanh	Trung bình	Cao, gần bản cuối
Ai tạo	Cả nhóm, nhiều nguồn	Nhà thiết kế chính	Nhà thiết kế, họa sĩ dựng hình
Dùng để	Thống nhất hướng cảm xúc	Thống nhất lựa chọn thị giác	Duyệt trước khi sản xuất

Ba thứ này xếp thành một phễu: từ rộng và mơ hồ (moodboard) đến hẹp và cụ thể (style frame). Mỗi bước đều thu hẹp những điều nhóm còn phải tranh luận. Một số studio bỏ qua moodboard, đi thẳng từ kịch bản đến storyboard và

style frame; một số khác dựa nhiều vào moodboard. Cách làm tùy nhóm, miễn là có một bước nào đó cho cả nhóm thấy chung một hình ảnh trước khi sản xuất.

11.4.8 Bước 6: Trình bày và chỉnh sửa

Bước cuối quay lại buổi phê bình ở mục 11.3. Bạn đưa bộ ba (moodboard, bảng phong cách, style frame) ra cho nhóm, trình bày theo trình tự: mục đích (từ brief), từ khóa, rồi các hình. Mỗi lần góp ý, quay lại hỏi: nó nói về hướng cảm xúc (sửa moodboard), lựa chọn thị giác (sửa bảng phong cách) hay khung hình (sửa style frame)? Sửa ở tầng thấp nhất có thể giải quyết vấn đề, vì nó tránh phải làm lại cả ba tầng.

> **Trong khung hình:** với phim, sau style frame người ta thường làm **storyboard**, tức chuỗi tranh từng cảnh theo thứ tự. Style frame trả lời "hình ảnh trông thế nào", storyboard trả lời "câu chuyện đi thế nào". Chương 10 nói thêm về chuỗi hình và nhịp.

> **Thử ngay (15 phút):** chọn một sản phẩm đa phương tiện bạn yêu thích (một phim ngắn, một bài đăng, một ứng dụng). Đoán xem brief của nó là gì: viết ra mục đích, đối tượng, thông điệp trong ba dòng. Rồi viết ba từ khóa cảm giác. Nếu bạn viết được dễ dàng, sản phẩm đó có định hướng hình ảnh rõ.

11.5 Dùng hình tham chiếu cho đúng

Moodboard và style frame đều cần hình tham chiếu. Đây cũng là nơi người mới dễ vấp: lấy ảnh trên mạng bỏ vào, quên nguồn, quên giấy phép, hoặc đi quá xa từ "lấy cảm hứng" sang "chép". Mục này nêu ba nguyên tắc: học nguyên lý chứ không chép tác phẩm, ghi nguồn và dùng hình có giấy phép, và tôn trọng người xuất hiện trong hình.

Nội dung pháp lý dưới đây là thông tin phổ thông cho người làm nghề, **không phải tư vấn pháp lý**. Khi làm dự án có tiền, có hợp đồng, hãy hỏi người am hiểu luật.

11.5.1 Học nguyên lý, không sao chép tác phẩm

Nhà văn Austin Kleon, trong cuốn *Steal Like an Artist*, phân biệt "ăn cắp tốt" với "ăn cắp xấu". Ý chính: người sáng tạo nào cũng học từ người đi trước, nhưng học khác với chép. Học là nghiên cứu kỹ, lấy từ nhiều nguồn, biến đổi thành cái của mình và ghi nhận nguồn. Chép là lướt qua, lấy từ một nguồn và cho là của mình.

Trong công việc hằng ngày, bạn có thể dùng một phép thử đơn giản: **đặt tác phẩm của bạn cạnh tác phẩm tham chiếu. Người xem có nhận ra bạn đang làm lại cái cụ thể nào không?** Nếu có, bạn đã đi quá xa.

Cách an toàn là rút **nguyên lý** ra khỏi tác phẩm, rồi áp vào một chủ đề khác. Giả sử bạn thích một khung hình phim có ánh sáng ấm từ cửa sổ bên trái và nhân vật đứng ở đường chia ba bên phải. Điều đáng học ở đây là ba nguyên lý: **ánh sáng một phía từ cửa sổ, nhân vật đặt ở đường chia ba, độ bão hòa thấp**.

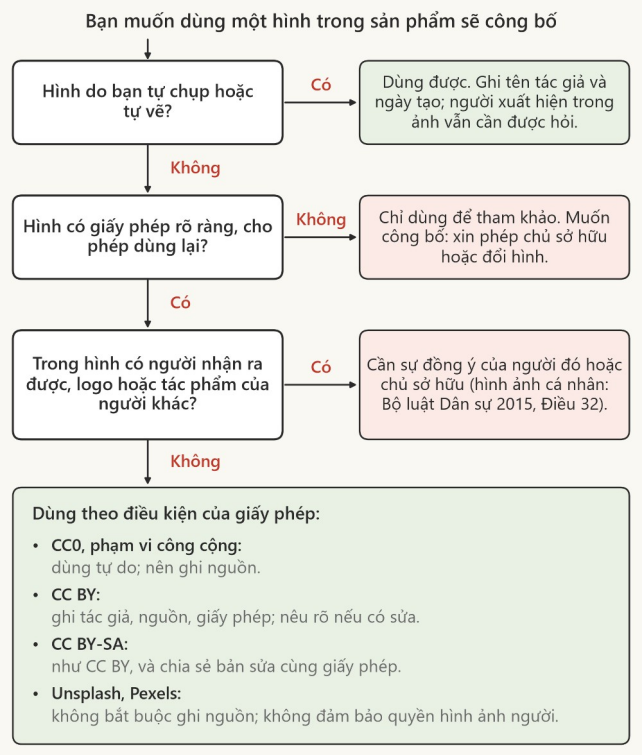
Bạn có thể áp ba điều đó vào khung hình của một thợ gốm trong xưởng, mà hình thức cụ thể của bạn khác hẳn. Đó là học. Dựng lại đúng căn phòng, đúng tư thế, đúng màu của cảnh ấy là chép.

> **Ghi nhớ:** hãy ghi cạnh mỗi ô moodboard **một dòng nguyên lý** bạn muốn học từ ô đó ("ánh sáng một phía", "bảng màu ba tông", "chữ đặt lệch trái"). Việc này biến moodboard từ bộ sưu tập thành bảng nghiên cứu, và ngăn bạn chép nguyên hình.

11.5.2 Ghi nguồn và chọn hình có giấy phép

Ở Việt Nam, theo Luật Sở hữu trí tuệ, quyền tác giả phát sinh từ khi tác phẩm được sáng tạo và thể hiện dưới một hình thức vật chất, và không cần đăng ký mới có quyền. Nghĩa là một bức ảnh trên mạng thường **đã có chủ**, dù trên đó không in dấu "bản quyền". Việc ảnh xuất hiện công khai không có nghĩa nó được dùng tự do.

Vì vậy, với sản phẩm bạn sẽ công bố, hãy ưu tiên hình bạn tự chụp, tự vẽ, hoặc hình có giấy phép cho phép dùng lại. Hình 11.12 là cây quyết định ngắn.



Hình 11.12. Cây quyết định khi dùng một hình tham chiếu trong sản phẩm công bố: tự làm, có giấy phép rõ ràng, có người hoặc logo trong hình; kèm điều kiện của CC0, CC BY, CC BY-SA, Unsplash, Pexels.

Nguồn: Tác giả, tổng hợp từ trang giấy phép của các nguồn (tra ngày 08/11/2026). Hình vẽ bằng code.

Bảng 11.5 tóm tắt ba nguồn hình có giấy phép mà người làm đa phương tiện hay dùng.

Bảng 11.5. Ba nguồn hình có giấy phép thường dùng (tóm tắt, tra ngày 08/11/2026)

Nguồn	Điều kiện chính	Lưu ý
Wikimedia Commons	Mỗi tệp có giấy phép riêng: phạm vi công cộng, CC0, CC BY, CC BY-SA. Với CC BY và CC BY-SA, phải ghi tác giả, giấy phép; với CC BY-SA, bản sửa đổi chia sẻ cùng giấy phép	Mở trang mô tả của từng tệp để xem giấy phép và dòng ghi nguồn gợi ý
Unsplash	Dùng miễn phí cho mục đích thương mại và phi thương mại; không bắt buộc ghi nguồn; không được gom ảnh để lập dịch vụ tương tự, cạnh tranh	Không bảo đảm có sự đồng ý của người hoặc tài sản xuất hiện trong ảnh
Pexels	Dùng miễn phí; không bắt buộc ghi nguồn; không bán lại nguyên bản	Hạn chế với người nhận ra được, logo, thương hiệu; nên đọc kỹ trước khi dùng cho quảng cáo

Điều kiện của các nguồn này có thể đổi theo thời gian. Quy tắc làm việc: **đọc trang giấy phép của chính nguồn vào ngày bạn tải ảnh, và lưu lại địa chỉ trang đó cùng ngày tải.** Ghi nguồn cả khi không bắt buộc, vì nó giúp người xem tìm lại hình và thể hiện sự tôn trọng người chụp.

Một dòng ghi nguồn tốt gồm bốn thứ: tên tác giả, tên hoặc nội dung hình, nguồn (địa chỉ), giấy phép. Ví dụ: "Nguyễn Văn A, *Lò gốm chiều muộn*, Wikimedia Commons, CC BY-SA 4.0". (Tên và hình này chỉ để minh họa cách viết.)

11.5.3 Quyền hình ảnh của người trong hình

Một vấn đề khác với bản quyền ảnh là **quyền của người xuất hiện trong ảnh**. Theo Điều 32 Bộ luật Dân sự 2015, cá nhân có quyền đối với hình ảnh của mình, và việc sử dụng hình ảnh của một người phải được người đó đồng ý, trừ một số trường hợp luật quy định (ví dụ vì lợi ích quốc gia, dân tộc, lợi ích công cộng). Nếu hình ảnh bị dùng trái phép, người có hình ảnh có thể yêu cầu chấm dứt việc sử dụng.

Trong thực hành, bạn nên:

- **Xin phép người được chụp** trước khi dùng cho sản phẩm công bố, nhất là khi đăng lên mạng hay in quảng cáo. Một mẫu đồng ý ngắn (họ tên, mục đích sử dụng, thời gian, chữ ký hoặc tin nhắn xác nhận) là đủ cho nhiều dự án nhỏ.
- **Hỏi cha mẹ hoặc người giám hộ** khi người trong hình là trẻ em.

- **Cẩn thận với ảnh chụp đám đông và ảnh chụp lén.** Một người nhận ra được trong ảnh, dù không phải chủ thể, vẫn là một người có quyền.
- **Cẩn thận với logo, thương hiệu, tác phẩm nghệ thuật** xuất hiện trong khung (bức tranh treo tường, hình trên áo). Chúng có thể có chủ sở hữu riêng.

Góc Việt Nam: khi lấy cảm hứng từ hoa văn truyền thống, tranh dân gian, nghề thủ công, hãy nhớ rằng những thứ ấy gắn với một cộng đồng và những nghệ nhân cụ thể. Tìm hiểu nguồn gốc, ghi tên làng nghề và nghệ nhân, và nếu có thể, trao đổi trực tiếp với họ. Một dự án về làng nghề sẽ có giá trị hơn nhiều khi cộng đồng đó thấy mình được tôn trọng và được kể đúng.

Trên màn hình: các nền tảng mạng xã hội có quy định riêng về việc đăng ảnh của người khác và về nhạc, hình trong video. Đọc điều khoản của nền tảng bạn dùng, vì chúng có thể chặt hơn quy định pháp luật chung.

Khi dùng công cụ tạo ảnh bằng AI để làm moodboard hoặc style frame, các nguyên tắc trên vẫn đúng: không bảo cho công cụ "làm giống hệt" tác phẩm của một người cụ thể, và vẫn ghi chú nguồn, công cụ và ngày tạo. Cuốn sách thứ hai của bộ sách sẽ nói chi tiết về cách dùng AI cho các bước phác thảo.

11.6 Dự án tổng hợp và hồ sơ năng lực

11.6.1 Dự án tổng hợp

Dự án tổng hợp gom mọi thứ bạn học trong sách vào một sản phẩm: **xây dựng định hướng hình ảnh cho một sản phẩm đa phương tiện về một đề tài văn hóa Việt Nam.** Gợi ý đề tài: một phim ngắn về làng nghề, một ứng dụng giới thiệu tranh dân gian, poster và teaser cho một vở diễn, một chiến dịch truyền thông trên mạng xã hội. Bạn không phải làm sản phẩm hoàn chỉnh, chỉ làm **định hướng hình ảnh** đủ rõ để người khác dựng tiếp.

Sáu thứ cần hoàn thành:

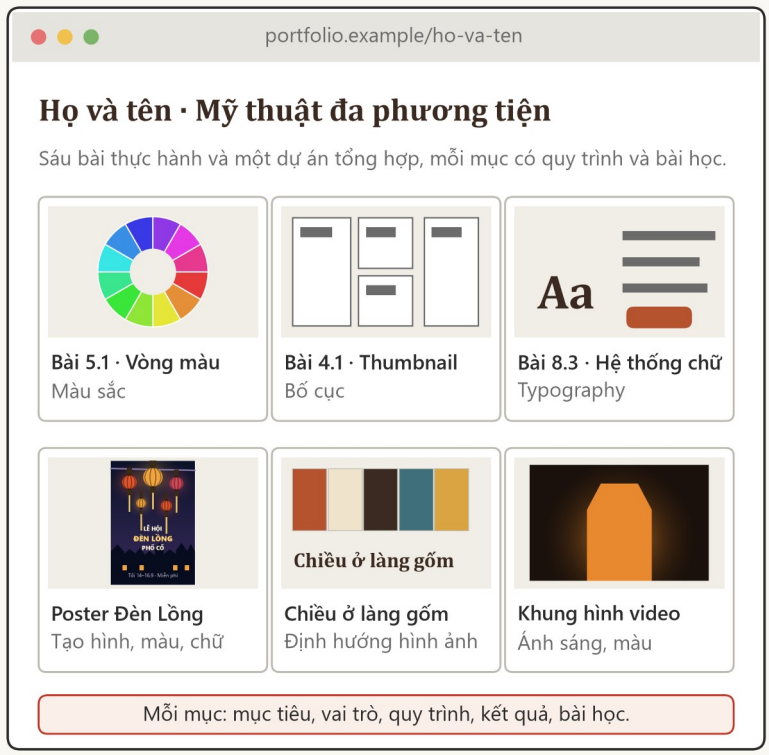
1. **Brief** một trang (mục 11.4.2).
2. **Moodboard** có chú thích nguồn, mỗi ô một dòng nguyên lý (mục 11.4.5 và 11.5).
3. **Bảng phong cách**: màu có mã, chữ, chất cảm (mục 11.4.6).
4. **Ba style frame**, hoặc một poster, hai khung hình video và một màn hình giao diện (mục 11.4.7).
5. **Bản phân tích tự đánh giá** một đến hai trang, dùng bảng kiểm 11.1 (mục 11.2).
6. **Hồ sơ năng lực** tổng hợp các bài thực hành trong sách (mục 11.6.2).

Gợi ý tiến độ cho người làm một mình: ngày một viết brief và từ khóa; ngày hai phác nhanh và tìm hình; ngày ba làm moodboard và bảng phong cách; ngày bốn và năm dựng style frame; ngày sáu mở buổi phê bình với ít nhất ba người; ngày bảy sửa và làm bản phân tích.

Để biết dự án đã đạt chưa, hãy dùng những câu hỏi có/không sau: Brief có trả lời được "nếu có hai hướng đi, hướng nào phục vụ mục đích hơn" không? Ba từ khóa có đổi được thành quyết định về màu, chữ, ánh sáng không? Mọi hình trong moodboard có nguồn không? Ba style frame có dùng cùng một bảng phong cách không? Người xem lạ có đoán được từ khóa khi nhìn vào moodboard không?

11.6.2 Hồ sơ năng lực (portfolio)

Hồ sơ năng lực (portfolio) là bộ sưu tập sản phẩm bạn chọn để cho người khác thấy bạn làm được gì. Với người làm đa phương tiện, nó thường quan trọng hơn bằng cấp khi xin việc hoặc nhận dự án tự do. Có thể làm dưới dạng một file PDF hoặc một trang trên nền tảng như Behance, hoặc trang web riêng.



Hình 11.13. Trang portfolio mẫu: sáu mục gồm các bài thực hành (vòng màu, thumbnail bố cục, hệ thống chữ), poster, bảng phong cách và khung hình video, mỗi mục có tiêu đề và mô tả ngắn.

Nguồn: Tác giả. Giao diện giả định, tự vẽ bằng code; các tên bài lấy từ chương 4, 5 và 8 của sách.

Một vài nguyên tắc để hồ sơ có sức thuyết phục:

- **Ít mà tốt.** Sáu đến mười sản phẩm tốt hơn hai mươi sản phẩm lẫn lộn. Đặt sản phẩm mạnh nhất ở đầu.
- **Cho thấy quy trình, không chỉ kết quả.** Mỗi mục có tên dự án, mục tiêu, vai trò của bạn, quy trình (brief, moodboard, style frame, bản cuối), kết quả và điều bạn rút ra. Người xem muốn biết bạn **nghĩ** thế nào.
- **Nói rõ vai trò.** Nếu làm nhóm, ghi bạn làm phần nào. Nếu dùng hình tham chiếu, ghi nguồn.

- **Nhất quán.** Dùng một bảng phong cách riêng cho chính hồ sơ: cùng màu, cùng chữ, cùng lưới.
- **Cập nhật.** Thay bài yếu bằng bài mới, và ghi ngày.

Bắt đầu từ chính các bài thực hành trong sách: vòng màu ở Chương 5, thumbnail ở Chương 4, hệ thống chữ ở Chương 8, và dự án tổng hợp này. Chúng đã có sẵn quy trình và bài học để bạn kể.

Tóm tắt chương

- Phân tích tác phẩm theo bốn bước của Feldman: mô tả, phân tích hình thức, diễn giải, đánh giá. Hai bước đầu là quan sát được, hai bước sau là suy luận có căn cứ.
- Tách ba lớp phát biểu: thấy (kiểm chứng bằng mắt), hiểu (suy ra từ điều đã thấy), nên (đề xuất theo mục đích).
- Bảng kiểm mười hạng mục (khung, thứ bậc, đường hình, không gian, sáng tối, màu, chất cảm, chữ, thời gian, phong cách) giúp phân tích không bỏ sót và dùng được cho tự đánh giá.
- Buổi phê bình tốt nói về tác phẩm chứ không về người, đưa quan sát cụ thể trước, đánh giá theo mục đích, và mỗi góp ý đi kèm một đề xuất ("Tôi thấy… Điều này khiến tôi cảm thấy… Nếu thử… thì có thể…").
- Định hướng hình ảnh đi qua sáu bước: brief, từ khóa, moodboard, bảng phong cách, style frame, trình bày và sửa. Phễu đi từ cảm giác đến lựa chọn cụ thể đến khung hình hoàn chỉnh.
- Từ khóa chỉ hữu ích khi đổi được thành quyết định nhìn thấy về màu, chữ, ánh sáng, chất cảm, nhịp. Phác nhanh nhiều ý trước khi chọn.
- Học nguyên lý từ hình tham chiếu, không chép tác phẩm; ghi nguồn và dùng hình có giấy phép; xin phép người xuất hiện trong hình.
- Hồ sơ năng lực cho thấy quy trình và vai trò của bạn, ít mà tốt, nhất quán và được cập nhật.

Thực hành

Bài 11.1. Phân tích một poster theo bốn bước

- **Mục đích:** làm quen quy trình bốn bước và bảng kiểm.
- **Công cụ:** một poster bất kỳ (in hoặc trên màn hình), giấy và bút hoặc một file văn bản.
- **Các bước:**
  1. Chọn một poster. Viết mục đích mà bạn đoán poster nhắm tới.
  2. Mô tả: viết 5 đến 8 câu chỉ nói điều nhìn thấy, không đánh giá.
  3. Phân tích hình thức: điền ít nhất 8 trong 10 hạng mục của Bảng 11.1.
  4. Diễn giải: viết 3 câu "hiểu", mỗi câu chỉ ngược về một điều ở bước 2 hoặc 3.
  5. Đánh giá: viết một đoạn ngắn theo mục đích đã nêu, kèm hai đề xuất thử.

- **Sản phẩm:** một trang phân tích có bốn phần, rõ từng bước.
- **Tự kiểm tra (có/không):**
  - Phần mô tả không chứa từ đánh giá ("đẹp", "dở", "rối")?
  - Mỗi câu "hiểu" chỉ về một điều đã quan sát?
  - Phần đánh giá nhắc đến mục đích?
  - Có ít nhất một đề xuất thử được?

Bài 11.2. Viết lại góp ý

- **Mục đích:** luyện nói thành ba lớp: thấy, hiểu, nên.
- **Công cụ:** giấy và bút.
- **Các bước:**
  1. Chép năm lời góp ý chung chung bạn từng nghe hoặc từng nói ("đẹp", "rối", "chưa ổn", "màu lạ quá", "chữ khó đọc").
  2. Chọn một tác phẩm cụ thể (có thể là poster ở Bài 11.1).
  3. Viết lại mỗi lời góp ý thành ba câu: "Tôi thấy…", "Điều này khiến tôi cảm thấy…", "Nếu thử… thì có thể…".
  4. Đọc lại và gạch những câu không kiểm chứng được bằng mắt.
- **Sản phẩm:** năm bộ ba câu.
- **Tự kiểm tra (có/không):**
  - Câu "Tôi thấy" chỉ ra được vị trí cụ thể trong hình?
  - Câu "Nếu thử" đủ rõ để người khác làm theo?
  - Không có câu nào nói về con người thay vì tác phẩm?

Bài 11.3. Một buổi phê bình nhỏ

- **Mục đích:** trải nghiệm vai trò người trình bày và người góp ý.
- **Công cụ:** tác phẩm của mỗi người (in hoặc trên màn hình); đồng hồ; một tờ giấy ghi quy tắc.
- **Các bước:**
  1. Mời ba đến năm người. Chọn một người điều phối và một người ghi chép.
  2. Mỗi người trình bày hai phút: mục đích và đối tượng của tác phẩm.
  3. Cả nhóm nhìn im lặng ba phút, ghi điều mình thấy.
  4. Góp ý theo mẫu "Tôi thấy… / Điều này khiến tôi cảm thấy… / Nếu thử… thì có thể…", trong tám phút.
  5. Người trình bày tóm tắt ba việc sẽ làm. Người ghi chép đưa lại bản ghi.
- **Sản phẩm:** một danh sách ba việc cần sửa cho mỗi tác phẩm.
- **Tự kiểm tra (có/không):**
  - Không ai nói về người thay vì tác phẩm?
  - Mọi góp ý đều có một đề xuất đi kèm?
  - Người trình bày đã nêu mục đích trước khi nghe góp ý?
  - Danh sách việc cần sửa có thứ tự ưu tiên?

Bài 11.4. Brief và từ khóa

- **Mục đích:** làm nền cho dự án tổng hợp.
- **Công cụ:** một file văn bản hoặc Figma.
- **Các bước:**
  1. Chọn đề tài văn hóa Việt Nam cho dự án tổng hợp.
  2. Viết brief một trang theo mẫu Bảng 11.3, gồm cả mục "Điều không làm".
  3. Viết năm từ khóa cảm giác. Gạch những từ ai cũng muốn ("đẹp", "chuyên nghiệp").
  4. Với mỗi từ khóa, viết thang đối lập (ấm đối lập với lạnh) và một quyết định về màu, chữ, ánh sáng, chất cảm hoặc nhịp.
- **Sản phẩm:** một brief một trang và một bảng "từ khóa đến quyết định" như Hình 11.7.
- **Tự kiểm tra (có/không):**
  – Brief có đủ mục đích, đối tượng, nền tảng, thông điệp, ràng buộc?
  – Mỗi từ khóa có thang đối lập?
  – Mỗi từ khóa có ít nhất một quyết định nhìn thấy?

Bài 11.5. Moodboard và bảng phong cách

- **Mục đích:** chuyển từ khóa thành hình tham chiếu và lựa chọn cụ thể.
- **Công cụ:** Figma, Canva hoặc giấy lớn; điện thoại để chụp; nguồn hình có giấy phép.
- **Các bước:**
  1. Phác nhanh sáu ý bố cục (như Hình 11.8) và chọn một hai ý.
  2. Gom 15 đến 30 hình: hình bạn tự chụp, hình có giấy phép, hình tự vẽ. Với mỗi hình, ghi nguồn và một dòng nguyên lý.
  3. Xếp thành một trang, kiểm tra nhóm cảm giác với một người xem lạ.
  4. Từ moodboard, lập bảng phong cách: năm màu có mã HEX, tối đa hai họ chữ đủ tiếng Việt, một mẫu chất cảm, hai thành phần mẫu.
- **Sản phẩm:** một moodboard có chú thích nguồn và một bảng phong cách.
- **Tự kiểm tra (có/không):**
  – Mọi hình đều có nguồn và giấy phép hoặc là hình tự làm?
  – Người xem lạ gọi được tên cảm giác gần với từ khóa?
  – Bảng phong cách có mã màu và tên font?
  – Chữ trong bảng phong cách hiển thị đủ dấu tiếng Việt?

Bài 11.6. Style frame, phân tích tự đánh giá và hồ sơ năng lực

- **Mục đích:** hoàn thành dự án tổng hợp.
- **Công cụ:** phần mềm đồ họa bạn quen dùng (Figma, Photoshop, hoặc Canva), một file PDF hoặc trang Behance.
- **Các bước:**

1. Dựng ba style frame theo bảng phong cách: một poster, hai khung hình video và một màn hình giao diện (hoặc ba loại bạn chọn).
2. Mở một buổi phê bình (Bài 11.3) với ít nhất ba người và sửa theo góp ý.
3. Viết bản phân tích tự đánh giá một đến hai trang theo bảng kiểm, có biểu đồ mạng nhện như Hình 11.4.
4. Chọn sáu đến mười sản phẩm, trong đó có bài thực hành ở Chương 4, 5 và 8, làm hồ sơ năng lực.

- **Sản phẩm:** bộ định hướng hình ảnh hoàn chỉnh và hồ sơ năng lực.
- **Tự kiểm tra (có/không):**
  - Ba style frame dùng cùng một bảng màu, chữ và chất cảm?
  - Bản phân tích có đủ bốn bước và ba lớp thấy, hiểu, nên?
  - Mỗi mục trong hồ sơ nêu vai trò và quy trình?
  - Hình tham chiếu đều ghi nguồn?

Câu hỏi ôn tập

1. Vì sao bước mô tả phải tách khỏi bước đánh giá?
2. Phân biệt moodboard, bảng phong cách (style tile) và style frame.
3. Thế nào là một góp ý có ích trong buổi phê bình?
4. Nêu bốn bước của phương pháp Feldman và cho biết bước nào là quan sát, bước nào là suy luận.
5. Phân biệt ba lớp phát biểu "thấy", "hiểu", "nên" bằng một ví dụ trên poster.
6. Nêu ba quy tắc của một buổi phê bình và một mẫu câu giúp tuân theo quy tắc đó.
7. Một brief gồm những mục nào? Vì sao nên có mục "Điều không làm"?
8. Vì sao từ khóa "đẹp" kém hơn từ khóa "hoài niệm"? Cách kiểm tra một từ khóa đã đủ cụ thể chưa?
9. Vì sao nên phác nhiều ý nhanh trước khi chọn bố cục?
10. Khác nhau giữa học nguyên lý từ một tác phẩm và sao chép tác phẩm đó là gì? Cho một ví dụ.
11. Nêu ba điều cần kiểm tra trước khi dùng một ảnh trên mạng trong sản phẩm công bố.
12. Vì sao hồ sơ năng lực nên cho thấy quy trình chứ không chỉ kết quả?

Thuật ngữ cần nhớ

Bảng 11.6. Thuật ngữ chính của chương 11

Tiếng Việt	Tiếng Anh	Nghĩa ngắn
phân tích hình thức	formal analysis	Xét yếu tố tạo hình và nguyên lý được dùng
diễn giải	interpretation	Suy ra cảm xúc và ý nghĩa từ hình thức
phê bình (buổi phê bình)	critique	Buổi cả nhóm xem tác phẩm và góp ý
bảng kiểm	checklist	Danh sách hạng mục để không bỏ sót
brief	brief	Tài liệu ngắn nêu mục đích, đối tượng, giới hạn
từ khóa cảm giác	mood keywords	Ba đến năm từ mô tả cảm giác mong muốn
thumbnail (phác nhỏ)	thumbnail sketch	Bản phác nhanh bố cục
bảng cảm hứng	moodboard	Trang xếp hình tham chiếu thể hiện không khí
bảng phong cách	style tile	Trang tóm màu, chữ, chất cảm, thành phần mẫu
khung phong cách	style frame	Khung hình hoàn chỉnh cho thấy sản phẩm cuối
kịch bản hình ảnh	storyboard	Chuỗi tranh từng cảnh theo thứ tự
hồ sơ năng lực	portfolio	Bộ sản phẩm chọn lọc để giới thiệu bản thân
phạm vi công cộng	public domain	Tác phẩm không còn hoặc không có độc quyền
ghi nguồn	attribution	Nêu tác giả, nguồn, giấy phép của hình

Đọc thêm

- Edmund Burke Feldman, *Varieties of Visual Experience* (Prentice Hall; bản 4, 1992): trình bày phương pháp phê bình bốn bước.
- Sylvan Barnet, *A Short Guide to Writing About Art* (Pearson; bản 11): hướng dẫn viết về tác phẩm, từ mô tả đến phân tích.
- Austin Kleon, *Steal Like an Artist* (Workman, 2012): về tham chiếu, học hỏi và sáng tạo.

- Samantha Warren, "Style Tiles and How They Work" (A List Apart, 2012) và trang styletil.es: về bảng phong cách.
- Liz Lerman và John Borstel, *Critique Is Creative*: về Critical Response Process. (Nhà xuất bản và năm cần đối chiếu bìa sách.)
- Trang giấy phép của Wikimedia Commons, Unsplash và Pexels, và Creative Commons (creativecommons.org), để đọc điều kiện hiện hành.
- Luật Sở hữu trí tuệ và Bộ luật Dân sự 2015, Điều 32 (quyền của cá nhân đối với hình ảnh): đọc văn bản hiện hành trên cơ sở dữ liệu pháp luật chính thức.