

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH  
VIỆN VĂN HÓA NGHỆ THUẬT QUỐC GIA VIỆT NAM

Nguyễn Cẩm Ly

NGHỆ THUẬT THIẾT KẾ ĐỒ HOẠ BAO BÌ GẠO  
GIAI ĐOẠN 2015 - 2022 Ở VIỆT NAM

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ  
LÝ LUẬN VÀ LỊCH SỬ MỸ THUẬT

Hà Nội - 2024

**Công trình được hoàn thành tại:**  
**Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam**  
**Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch**

**Phản biện 1: PGS.TS Đặng Mai Anh**  
**Trường Đại học Mỹ thuật Công nghiệp**  
**Phản biện 2: PGS.TS Nguyễn Văn Dương**  
**Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam**  
**Phản biện 3: PGS.TS Đặng Hữu Tuyên**  
**Trường Đại học Mỹ thuật Công nghiệp**

Luận án được bảo vệ trước Hội đồng đánh giá luận án họp tại  
**Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam**  
Số 32, Hào Nam, Ô Chợ Dừa, Đống Đa, Hà Nội  
Vào lúc: 14 giờ 00 ngày 16 tháng 01 năm 2024

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC**

**NGHIÊN CỨU SINH**



**PGS.TS. Đỗ Thị Thanh Thủy PGS. TS. Nguyễn Nghĩa Phương Nguyễn Cẩm Ly**

**XÁC NHẬN CỦA CƠ SỞ ĐÀO TẠO**



**PHÓ VIỆN TRƯỞNG**

**Mai Thị Thùy Hương**

**Có thể tìm hiểu luận án tại:**

- Thư viện Quốc gia Việt Nam;
- Thư viện Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam

## MỞ ĐẦU

### 1. Lý do chọn đề tài

Thiết kế đồ họa bao bì gạo đang trở thành mối quan tâm hàng đầu đối với các thương hiệu, doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh lúa gạo tại Việt Nam trong xu thế tiêu dùng toàn cầu đòi hỏi những sản phẩm có tính cạnh tranh cao cả về chất lượng lẫn yếu tố thẩm mỹ. Những năm gần đây ngành sản xuất lúa gạo đã có những bước phát triển, đạt được nhiều kết quả tích cực trong đó có đóng góp không nhỏ của các thiết kế đồ họa bao bì, đây là yếu tố quan trọng trong nhận diện, quảng bá và thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm gạo trên thị trường.

Giai đoạn 2015 - 2022 là giai đoạn ghi nhận sự phát triển kinh tế thương mại cũng như hội nhập quốc tế có ảnh hưởng mạnh mẽ đến việc phát triển thiết kế đồ họa bao bì gạo ở Việt Nam. Những hiệp định thương mại tự do mới được ký kết trong giai đoạn 2015 - 2022 (EVFTA, UKVFTA, ...) đã mở ra cơ hội tiêu thụ lớn cho nông sản Việt trong đó có gạo, đồng thời đã giúp thương hiệu gạo Việt Nam được biết đến nhiều hơn, điều đó không chỉ góp phần thúc đẩy thương mại mà còn là động lực quan trọng trong tiến trình xây dựng thương hiệu, phát triển mẫu mã bao bì gạo Việt khi thâm nhập và mở rộng thị phần tại các thị trường quốc tế. Thiết kế đồ họa bao bì gạo đang là vấn đề được các doanh nghiệp quan tâm nhằm mở ra một trải nghiệm thị giác giúp thu hút người tiêu dùng về sản phẩm, thương hiệu gạo Việt.

*Đề án phát triển thương hiệu gạo Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030* của Thủ tướng Chính phủ đã tạo động lực thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ trong xây dựng thương hiệu cũng như sự phát triển đa dạng của các hình thức mẫu mã bao bì gạo Việt. Việc nghiên cứu các yếu tố truyền tải chi dẫn địa lý, văn hoá vùng, địa phương trong mỗi thiết kế là vấn đề thực tiễn được quan tâm hiện nay, điều đó không chỉ giúp thương hiệu phát triển lâu dài, bền bỉ mà còn lan toả các giá trị văn hoá vùng miền, địa phương đến cộng đồng.

Các nghiên cứu liên quan đến thiết kế đồ họa bao bì gạo mới chỉ nhìn thấy ở những bài nghiên cứu khoa học chủ yếu của các tác giả nước ngoài, hướng nghiên cứu dưới góc độ mỹ thuật học còn rất ít và hạn chế.

Xuất phát từ tầm quan trọng về lý luận và thực tiễn trên, nghiên cứu *Nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn 2015 - 2022 ở Việt Nam* là nghiên cứu cần thiết nhằm làm sáng rõ những biểu hiện nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo, đồng thời chỉ ra những đặc trưng thẩm mỹ và giá trị nghệ thuật của thiết kế đồ họa bao bì gạo ở Việt Nam giai đoạn này.

## **2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu**

### ***2.1. Mục đích nghiên cứu***

Mục đích nghiên cứu của luận án nhằm làm rõ những biểu hiện nghệ thuật của thiết kế đồ họa bao bì gạo ở Việt Nam giai đoạn 2015 - 2022. Qua những biểu hiện đó luận án chỉ ra những đặc trưng và giá trị nổi bật của thiết kế đồ họa bao bì gạo, đánh giá chúng dưới góc độ mỹ thuật học và góc độ liên ngành. Đồng thời đánh giá về thành công và hạn chế; quan điểm và xu hướng thiết kế cũng như tương quan giữa thiết kế đồ họa bao bì gạo ở Việt Nam với một số nước trong khu vực và châu Á.

### ***2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu***

Tổng quan các công trình nghiên cứu để thấy được tính mới của đề tài luận án. Làm rõ cơ sở lý luận về thiết kế đồ họa bao bì gạo. Làm rõ những biểu hiện của nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn 2015 - 2022 ở Việt Nam thông qua các yếu tố tạo hình như: màu sắc, hình ảnh, chữ và bố cục trên bao bì gạo thông qua các dạng thức phổ biến. Chỉ ra các đặc trưng và giá trị nổi bật của nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn 2015 - 2022 ở Việt Nam. Luận bàn về các thành công hay hạn chế của thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn này; nhận định về quan điểm và xu hướng thiết kế, làm rõ mối tương quan giữa thiết kế đồ họa bao bì gạo ở Việt Nam với một số nước trong khu vực và châu Á.

### **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

#### **3.1. Đối tượng nghiên cứu**

Đối tượng nghiên cứu của luận án là Nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo ở Việt Nam, bao gồm: hình ảnh, màu sắc, kiểu chữ, bố cục đồng thời cũng chú ý đến yếu tố chất liệu, kiểu dáng ảnh hưởng đến thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn này.

#### **3.2. Phạm vi nghiên cứu**

- Phạm vi không gian: NCS tập trung nghiên cứu các thiết kế bao bì gạo tiêu thụ trực tiếp của các doanh nghiệp sản xuất lúa gạo ở Việt Nam

- Phạm vi thời gian: giai đoạn 2015 - 2022

### **4. Câu hỏi nghiên cứu**

*Câu hỏi 1:* Nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo ở Việt Nam có những biểu hiện như thế nào? *Câu hỏi 2:* Nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo ở Việt Nam có những đặc trưng và giá trị nổi bật gì? *Câu hỏi 3:* Thiết kế đồ họa bao bì gạo ở Việt Nam giai đoạn này có những thành công và hạn chế như thế nào? Quan điểm, xu hướng thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn 2015- 2022 ra sao? Mối tương quan giữa thiết kế đồ họa bao bì gạo ở Việt Nam với một số nước trong khu vực và châu Á như thế nào?

### **5. Giả thuyết nghiên cứu**

- *Giả thuyết thứ nhất:* Biểu hiện của nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn này là sự tổng hoà của nhiều yếu tố khác nhau về mặt thẩm mỹ như: hình ảnh, màu sắc, kiểu chữ, bố cục, đồng thời cũng chú ý đến chất liệu, kiểu dáng kết hợp nhằm truyền tải thông điệp về sản phẩm, truyền thông thương hiệu và các giá trị thẩm mỹ đến công chúng.

- *Giả thuyết thứ hai:* Đặc trưng của nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo thể hiện ở: thiết kế đồ họa bao bì gạo phản ánh nét văn hóa truyền thống, vùng miền; thiết kế đồ họa bao bì gạo mang phong cách thiết kế của thương hiệu. Đồng thời nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn này mang giá trị thẩm mỹ; ẩn chứa và lan toả các giá trị

văn hóa truyền thống, vùng miền đến người tiêu dùng mang lại giá trị kinh tế cho doanh nghiệp qua việc nhận diện và quảng bá thương hiệu gạo Việt tại thị trường trong nước và thế giới

- *Giả thuyết thứ ba*: Dù còn hạn chế nhưng không thể phủ nhận sự phát triển trong nhận diện thương hiệu của các thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn này. Quan điểm thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn 2015 - 2022 đó là: Thiết kế đồ họa bao bì gạo mang tính khoa học thể hiện ở mối liên kết giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng, đồng thời xu hướng thiết kế đồ họa bao bì gạo được nhìn thấy ở bốn hướng chính: Thiết kế đồ họa bao bì gạo đáp ứng nhu cầu tiêu dùng. Thiết kế đồ họa bao bì gạo gắn với văn hóa vùng miền, văn hóa truyền thống của Việt Nam. Thiết kế đồ họa bao bì gạo hướng đến nhận diện thương hiệu. Thiết kế đồ họa bao bì gạo ứng dụng công nghệ, vật liệu; Thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn này cho thấy điểm tương đồng ở sự phong phú trong các cách phối màu, đa dạng trong các loại hình ảnh, kiểu chữ hay các dạng bố cục khác nhau để truyền tải thông điệp của sản phẩm, thương hiệu. Điểm khác biệt thể hiện ở chỗ thiết kế đồ họa bao bì gạo nước ngoài luôn có sự đột phá trong việc kết hợp vật liệu, kỹ thuật, nghệ thuật truyền thống để tạo nên tính thẩm mỹ trong thiết kế đồ họa bao bì gạo.

## **6. Hướng tiếp cận và phương pháp nghiên cứu**

### **6.1. Hướng tiếp cận**

NCS tiếp cận vấn đề nghiên cứu từ góc độ mỹ thuật học, cùng sự hỗ trợ của cách tiếp cận liên ngành như các kiến thức nghiên cứu về tâm lý học, kinh tế học và quản trị thương hiệu, trong đó phương pháp luận mỹ thuật học là phương pháp tiếp cận chính. Dựa trên những phân tích mỹ thuật học để làm sáng tỏ những vấn đề nghiên cứu của đề tài luận án về *Nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn 2015 - 2022 ở Việt Nam*.

### **6.2. Phương pháp nghiên cứu**

Các phương pháp nghiên cứu được thực hiện là: Phương pháp Điều tra bảng hỏi, Phương pháp Khảo sát thực địa, Phương pháp

Phòng vấn, Phương pháp Tổng hợp và thống kê, Phương pháp phân tích và so sánh.

## **7. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài**

Luận án là công trình khoa học chuyên biệt đầu tiên nghiên cứu có hệ thống về *Nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn 2015 - 2022 ở Việt Nam*, bổ sung thêm những cứ liệu khoa học, đồng thời góp phần hoàn thiện hơn nữa cho những công trình nghiên cứu về thẩm mỹ của thiết kế đồ họa bao bì tại Việt Nam.

## **8. Kết cấu của luận án**

Luận án ngoài phần Mở đầu (9 trang), Kết luận (4 trang), Tài liệu tham khảo (16 trang), Phụ lục (97 trang) phần nội dung được chia thành 3 chương:

Chương 1: Tổng quan tình hình nghiên cứu, cơ sở lý luận và khái quát về thiết kế đồ họa bao bì gạo ở Việt Nam (43 trang)

Chương 2: Biểu hiện nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn 2015 - 2022 ở Việt Nam (52 trang)

Chương 3: Đặc trưng, giá trị của nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn 2015 - 2022 ở Việt Nam và một số luận bàn (60 trang)

### **Chương 1**

## **TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU, CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ KHÁI QUÁT VỀ THIẾT KẾ ĐỒ HỌA BAO BÌ GẠO Ở VIỆT NAM**

### **1.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu**

#### **1.1.1. Các công trình nghiên cứu từ góc độ mỹ thuật học**

Các nghiên cứu về nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo còn khá khiêm tốn, chủ yếu được thực hiện bởi các tác giả nước ngoài, cùng cách tiếp cận mỹ thuật học tuy nhiên bài nghiên cứu mới chỉ đưa ra các bàn luận về giải pháp phát triển thiết kế, các biểu hiện thẩm mỹ của thiết kế đồ họa bao bì gạo còn chưa được nghiên cứu nhắc tới. Do đó, NCS thực hiện hướng nghiên cứu của mình là nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo với các biểu hiện về màu sắc, hình ảnh, kiểu chữ, bố

cục... Đồng thời kế thừa, học hỏi những công trình đã được đề cập đến nhằm làm sáng tỏ câu hỏi nghiên cứu của luận án.

### ***1.1.2. Các công trình nghiên cứu từ góc độ thương hiệu, tiếp thị và tâm lý tiêu dùng***

Các công trình nghiên cứu đề cập đến những thông tin, kiến thức liên quan đến thiết kế đồ họa bao bì trong mối liên hệ với tiếp thị sản phẩm, hay gắn với thiết kế bao bì trong xây dựng thương hiệu. Đây là những công trình nghiên cứu rất hữu ích dựa trên những phân tích đánh giá vấn đề thiết kế bao bì nói chung và đồ họa bao bì nói riêng trên cơ sở khoa học, tâm lý và trải nghiệm của khách hàng.

#### ***Đánh giá chung***

NCS nhận thấy các tài liệu nghiên cứu liên quan tới thiết kế đồ họa bao bì gạo còn chưa nhiều, chưa có công trình nào chỉ ra một cách cụ thể toàn diện về nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo dưới góc độ mỹ thuật học. Như vậy hướng nghiên cứu thiết kế đồ họa bao bì gạo dưới góc độ mỹ thuật chưa đủ dung lượng cần thiết hay các phân tích, bình luận chuyên sâu về thẩm mỹ, nhằm làm rõ biểu hiện của thiết kế đồ họa bao bì gạo ở Việt Nam giai đoạn này. Đây chính là khoảng trống nghiên cứu, mà NCS thực hiện nhằm làm sáng rõ nội dung nghiên cứu đề ra.

## **1.2. Cơ sở lý luận**

### ***1.2.1. Các khái niệm sử dụng trong nghiên cứu đề tài***

#### ***Khái niệm về nghệ thuật***

Thông qua việc tìm hiểu các thuật ngữ, khái niệm liên quan đến nghệ thuật trên đây, trong khuôn khổ luận án, NCS tiếp thu và khai thác khái niệm nghệ thuật là: sự sáng tạo mang tính khoa học, mô phỏng (phản ánh) hiện thực để tạo ra những sản phẩm mang tính thẩm mỹ, giàu cảm xúc tác động đến các giác quan (tập trung thông qua nhận thức thị giác).

#### ***Khái niệm về thiết kế đồ họa***

Khái niệm “thiết kế đồ họa” được hiểu là sự sắp xếp sáng tạo có chủ đích các yếu tố ngôn ngữ đồ họa như nét, hình, màu sắc, chữ trên



một bề mặt (không gian hai chiều hoặc ba, bốn chiều) để tạo nên một sản phẩm đồ họa mang giá trị thẩm mỹ, truyền đạt một ý tưởng, thông điệp về sản phẩm, thương hiệu đến công chúng.

#### *Khái niệm về thiết kế bao bì*

Từ những nghiên cứu của các tác giả đi trước, trong khuôn khổ luận án có thể hiểu khái niệm về thiết kế bao bì là quá trình thiết kế dựa trên nền tảng kiến thức của nhiều lĩnh vực trong đó có thiết kế đồ họa, thiết kế cấu trúc nhằm tạo ra sự kết nối giữa kiểu dáng, chất liệu, hình ảnh, màu sắc, kiểu chữ và cách trình bày trên bao bì để sản phẩm mang tính thẩm mỹ, đảm bảo các quy định ghi nhãn cũng như truyền thông về sản phẩm, thương hiệu.

#### *Khái niệm về nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo*

Khái niệm nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo trong khuôn khổ luận án là sự sáng tạo có chủ đích, mang tính khoa học thông qua những yếu tố của ngôn ngữ thiết kế đồ họa như hình ảnh, màu sắc, kiểu chữ cùng cách thức bố cục trên bao bì gạo đồng thời chú ý đến chất liệu, kiểu dáng kết hợp để tạo nên hiệu quả thẩm mỹ thông qua nhận thức thị giác, giúp mô tả nhận biết và phân biệt sản phẩm trên thị trường cũng như truyền đạt thông điệp về sản phẩm và truyền thông thương hiệu đến khách hàng.

### **1.2.2. Các lý thuyết sử dụng trong nghiên cứu**

#### *Vận dụng lý thuyết ký hiệu học*

Lý thuyết ký hiệu học khi soi chiếu, áp dụng vào đề tài để thấy hệ thống các ký hiệu cụ thể là ký hiệu biểu hình và hệ thống ký hiệu ghi chép là cơ sở cho việc nghiên cứu, kiến giải các hình thức biểu hiện của nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo thông qua màu sắc, hình ảnh, kiểu chữ hay bố cục trên bao bì nhằm truyền tải thông điệp của sản phẩm, thương hiệu đến khách hàng.

#### *Vận dụng lý thuyết Vùng văn hóa*

Vận dụng lý thuyết Vùng văn hóa để làm sáng rõ những biểu hiện nghệ thuật trên thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn này đó là có sự

thay đổi khi đưa ra các hình tượng nhân vật minh họa, hình ảnh minh họa, màu sắc,... để mô phỏng các điều kiện tự nhiên, con người, tập quán canh tác sản xuất của từng vùng phản ánh bản sắc văn hóa vùng miền, tạo ra sự liên kết với nguồn gốc, chỉ dẫn địa lý, đặc tính của vùng trồng sản phẩm, đồng thời phản ánh những nét đặc trưng riêng biệt của từng sản phẩm, thương hiệu mang lại giá trị nghệ thuật cho thiết kế đồ họa bao bì gạo ở Việt Nam.

### *Luận điểm về tính khoa học trong thiết kế*

Thông qua các luận điểm có thể soi rõ được tính khoa học trong thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn này. Đó là mối liên hệ chặt chẽ giữa các đối tượng trong quá trình thiết kế cũng như những biểu hiện mới trong hình thức thiết kế đồ họa bao bì để phù hợp với nhu cầu, sở thích của khách hàng đồng thời đáp ứng yêu cầu của nhà sản xuất. Vận dụng luận điểm về tính khoa học trong thiết kế nhằm lý giải sự thay đổi trong quan điểm sáng tác thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn này, thể hiện ở mối liên hệ chặt chẽ giữa nhà sản xuất - người tiêu dùng được thể hiện qua sản phẩm thiết kế.

### *Nguyên lý trong thiết kế đồ họa bao bì*

NCS vận dụng các kiến thức, luận điểm này trong nghiên cứu đề tài luận án để làm sáng tỏ những biểu hiện trong nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo được thể hiện trong bố cục thiết kế nhằm sắp xếp các thành phần thiết kế trên bao bì (Hình ảnh, màu sắc, chữ) một cách có chủ đích nhằm tạo ra sự giao tiếp về mặt thị giác.

### **1.3. Khái quát về thiết kế đồ họa bao bì gạo ở Việt Nam**

Nhìn nhận về sự phát triển của thiết kế đồ họa bao bì gạo tại Việt Nam cho thấy, hoạt động sản xuất và tiêu thụ gạo phát triển đã hình thành nhu cầu phải tạo ra những mẫu bao bì phong phú để bao chứa, bảo quản, nhận diện, phân biệt và quảng bá các chủng loại gạo của các thương hiệu gạo Việt trên thị trường. Thiết kế đồ họa bao bì gạo là sự kết hợp giữa các yếu tố màu sắc, hình ảnh, kiểu chữ, hay các dạng thức bố cục trình bày trên bao bì, đồng thời chú ý đến kiểu dáng vật liệu kết

hợp nhằm tạo ra hiệu quả thẩm mỹ cho bao bì gạo, thúc đẩy quảng bá, tiếp thị và truyền thông của các thương hiệu gạo Việt. Các thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn này không chỉ giúp nhận biết và phân biệt sản phẩm, thương hiệu gạo trên thị trường mà còn lan toả các giá trị văn hóa, các thông điệp về thương hiệu đến người tiêu dùng, cao hơn các thiết kế đồ họa bao bì gạo còn góp phần xây dựng nhận diện thương hiệu gạo Việt tại thị trường trong nước và thế giới.

### **Tiểu kết**

Trong chương 1, luận án đã đề cập đến các nhóm nghiên cứu có liên quan đến nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì từ góc độ mỹ thuật học và từ góc độ thương hiệu, tiếp thị và tâm lý tiêu dùng. Từ đó cho thấy chưa có công trình nghiên cứu nào đề cập đến Nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo ở Việt Nam dưới góc độ mỹ thuật. Nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn 2015 - 2022 ở Việt Nam là khoảng trống nghiên cứu còn bỏ ngỏ, chưa được đề cập đến trong các công trình nghiên cứu trước đó, và đây cũng chính là trọng tâm nghiên cứu của đề tài luận án.

Luận án cũng đã xây dựng khung cơ sở lý luận của đề tài bao gồm hệ thống hóa các tài liệu về khái niệm, thuật ngữ liên quan đến hướng nghiên cứu và xây dựng khái niệm về nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì làm nền tảng cho quá trình nghiên cứu.

Nghiên cứu đề tài của luận án được vận dụng lý thuyết Ký hiệu học và Lý thuyết Vùng văn hóa cùng các luận điểm về tính khoa học trong thiết kế và nguyên lý thiết kế bao bì nhằm làm rõ các biểu hiện của thiết kế đồ họa bao bì gạo. Trong đó lý thuyết ký hiệu học cho thấy hiệu quả thẩm mỹ, truyền thông của các hệ thống dấu hiệu, ký hiệu được biểu đạt trên bao bì gạo. Lý thuyết Vùng văn hóa khi được áp dụng cho thấy điểm đặc trưng của chỉ dẫn địa lý hoặc xuất xứ vùng trồng, đặc tính sản phẩm thông qua thiết kế đồ họa bao bì gạo. Luận điểm về nghệ thuật hai chức năng và nguyên lý thiết kế cho thấy mối quan hệ chặt chẽ giữa nhà sản xuất - người tiêu dùng trong việc tạo ra thiết kế bao bì gạo thu hút sự chú ý, đáp ứng thị hiếu khách hàng, thể

hiện sự khác biệt của thương hiệu và yêu cầu nhận diện thương hiệu của nhà sản xuất trong thời kỳ mới.

## **Chương 2**

### **BIỂU HIỆN NGHỆ THUẬT THIẾT KẾ ĐỒ HỌA BAO BÌ GẠO GIAI ĐOẠN 2015 - 2022 Ở VIỆT NAM**

#### **2.1. Biểu hiện của màu sắc trong thiết kế đồ họa bao bì gạo**

##### *Màu tương phản*

Có thể thấy, màu tương phản trên thiết kế đồ họa bao bì gạo như tạo cảm giác về sự đối nghịch, điều đó không hẳn là chúng khó kết hợp, mặt khác sự đối nghịch này làm tăng sự tương tác và thể hiện cá tính mạnh mẽ, đặc điểm nổi trội của sản phẩm, đồng thời màu tương phản còn tạo nên sự hấp dẫn, lôi cuốn sự chú ý của người tiêu dùng đối với nhóm sản phẩm gạo.

##### *Màu tương đồng*

Màu tương đồng trong thiết kế đồ họa bao bì gạo phần nào thể hiện màu sắc đặc trưng của thương hiệu, nó giúp thương hiệu có lợi thế trong việc nhận diện thông qua màu sắc trên các phương tiện truyền thông khác nhau.

##### *Màu tối giản*

Màu tối giản trong thiết kế đồ họa bao bì gạo không chú trọng việc thu hút thị giác bởi những gam màu tương phản bắt mắt mà tập trung vào sự đơn giản của các gam màu kết hợp với sự mộc mạc của chất liệu nhằm lôi cuốn sự chú ý của khách hàng. Đôi khi cho thấy hiệu quả đối với những sản phẩm thuần tự nhiên, thể hiện sự thô mộc như các sản phẩm hữu cơ, gạo lứt, gạo nguyên cám,...

#### **2.2. Biểu hiện của hình ảnh trong thiết kế đồ họa bao bì gạo**

##### *Hình vẽ trên bao bì gạo*

##### *Hình vẽ minh họa*

Hình vẽ minh họa trên bao bì gạo được thể hiện với nhiều phong cách và phương tiện khác nhau để biểu đạt nội dung, truyền tải thông tin tới khách hàng. Có rất nhiều cách thức để thể hiện hình vẽ minh họa trên

bao bì gạo, với những phương tiện thể hiện khác nhau, từ đường nét đơn giản tới phức tạp có thể ký họa hoặc thực hiện trên máy tính mỗi cách thức sẽ là một điều mới mẻ truyền tải thông tin mới đầy hấp dẫn.

#### Minh họa nhân vật

Trong thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn này, hình nhân vật trên bao bì gạo có thể thiết kế dưới dạng hình người đại diện mang nét tính cách mà thương hiệu muốn hướng tới (người nội trợ trong gia đình, người nông dân, ...) hoặc thực vật nhân cách hóa với biểu cảm con người được mô tả bằng hình vẽ minh họa (hạt gạo), các nhân vật minh họa có thể mang vóc dáng trẻ em hoặc người lớn, điệu bộ của nhân vật có thể truyền tải những thông điệp của sản phẩm (cá tính, sự thích thú, hạnh phúc, năng lượng).

#### Minh họa hướng dẫn

Những biểu hiện của hình minh họa hướng dẫn đôi khi tách biệt với các hình ảnh truyền thông thị giác mang tính thẩm mỹ chung của bao bì. Chúng thường thể hiện bằng cách vẽ nét đơn giản, tập trung phác họa cụ thể các bước hướng dẫn và thường xuất hiện ở các vị trí mặt lưng, mặt hông của bao bì gạo.

#### Hình đồ họa

Sự phong phú trong tạo hình của hình đồ họa không chỉ ở sự kết hợp giữa các loại hình mà còn ở kỹ thuật thể hiện để tạo nên hình thức mới. Trên các thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn này, hình đồ họa đang cho thấy sự linh hoạt, là biểu hiện mới mẻ tạo nên sự đa dạng trong hình ảnh trên mỗi thiết kế đồng thời mang lại “cá tính”, dấu hiệu nhận biết riêng biệt của từng thương hiệu

#### Hình biểu tượng

Trên bao bì gạo còn xuất hiện một loại hình mang tính biểu tượng cao, chúng ẩn chứa trong đó thông điệp của thương hiệu.

Một điều dễ nhận thấy trong các thiết kế hình biểu tượng trên bao bì gạo là thường sử dụng các tín hiệu cách điệu biểu thị cho sản phẩm, biểu thị cho ngành sản xuất lúa gạo (cánh đồng, bông lúa, hạt gạo, mặt trời...) để tạo sự nhận biết cho thương hiệu, hoặc biểu thị chất lượng của sản phẩm.

### *Ảnh chụp trên bao bì gạo*

Ảnh chụp cũng có những biểu hiện nghệ thuật thể mạnh riêng khác biệt, có thể đó là những hình ảnh được trau chuốt, được bố cục theo một dụng ý nhất định, có thể đó là những hình ảnh mộc mạc phản ánh đúng bản chất sự việc, nhưng trên tất cả nó giúp truyền đi một thông điệp về sản phẩm đến người tiêu dùng.

### *Kết hợp giữa hình vẽ và ảnh chụp*

Sự kết hợp của nhiều loại hình khác nhau hay hình vẽ với ảnh chụp tạo ra sự đa dạng trong nét vẽ, hình khối,... tạo nên sự tác động mạnh mẽ tới cảm xúc người xem, chúng tạo nên tính chất riêng khác biệt của hình kết hợp, mang tinh thần của một sản phẩm thiết kế hiện đại với đa dạng các biểu hiện của hình ảnh và cảm xúc lan toả đến công chúng.

## **2.3. Biểu hiện của kiểu chữ trong thiết kế đồ họa bao bì gạo**

### *Chữ thể hiện tên thương hiệu*

Kiểu chữ trên thiết kế bao bì gạo giai đoạn này cho thấy sự phong phú, thể hiện sự ăn nhập với tổng thể bao bì và tạo ra nhịp điệu cho sản phẩm. Kiểu chữ có khi chắc khoẻ, dày dặn nhưng cũng có khi nhẹ nhàng bay bổng để tạo ra sự uyển chuyển trong liên kết cũng như truyền tải thông điệp về nội dung sản phẩm, thương hiệu. Mỗi kiểu chữ có một đặc tính riêng, tạo nên sự phong phú trong biểu hiện của chữ trên thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn này.

### *Chữ diễn giải nội dung thông tin trên bao bì gạo*

Trong thiết kế đồ họa bao bì gạo việc sử dụng chữ rất quan trọng. Bởi chữ không chỉ dùng để truyền tải ngữ nghĩa, tên sản phẩm, tính năng cũng như các thông tin thiết yếu khác mà còn biểu đạt thông điệp của nhà sản xuất, việc sắp xếp bố cục chữ còn có thể tạo tính thẩm mỹ cho bao bì gạo.

## **2.4. Biểu hiện của bố cục trong thiết kế đồ họa bao bì gạo**

### *Các kiểu bố cục thiết kế đồ họa bao bì gạo*

Có bốn nhóm bố cục thường được sử dụng trong các thiết kế đồ họa giai đoạn này để tạo nên hiệu quả thẩm mỹ riêng biệt cho từng

thương hiệu: Bố cục tạo sự cân bằng, bố cục tạo sự tương phản, bố cục tạo điểm nhấn, bố cục tạo sự chuyển động

Ngoài bốn nhóm bố cục thường được xuất hiện kể trên thì vẫn có những dạng thức bố cục không tuân theo các nguyên lý thiết kế, thường thì dạng thức này ít tạo được sự rõ ràng, mạch lạc về nội dung thông tin, hình ảnh có thể nhìn thấy quá nhiều trong một thiết kế gây khó nắm bắt về nội dung thông tin, ...

#### *Phân cấp nội dung thông tin trong bố cục*

Bố cục trên bao bì gạo còn thể hiện ở sự sắp xếp các yếu tố thiết kế như logo, hình ảnh, chữ theo tương quan về vị trí nhằm tạo ra một định dạng rõ ràng cho từng sản phẩm.

### **2.5. Biểu hiện của thiết kế đồ họa trên các kiểu dáng, chất liệu**

Chất liệu làm bao bì gạo hiện nay khá phong phú gồm nhiều loại khác nhau như: nilon (màng nhựa mỏng), sợi nhựa dệt, giấy, nhựa, thủy tinh và sợi đay. Kiểu dáng bao bì gạo cũng phát triển nhằm nâng cao thẩm mỹ và thu hút người tiêu dùng cũng như đa dạng hóa nhu cầu tiêu dùng sản phẩm như: Túi nilon, túi nilon hút chân không, túi zip, túi giấy, hộp giấy, bao tải sợi nhựa dệt, bao tải sợi đay, hộp nhựa, lọ thủy tinh.

Thiết kế đồ họa trên các dạng thức bao bì gạo giai đoạn này cũng cho thấy sự nghiên cứu về thiết kế trong việc đáp ứng hành vi và nhu cầu tiêu dùng trong thời kỳ mới.

#### *Thiết kế đồ họa bao bì gạo dạng nilon*

Bao bì dạng túi nilon: Các biểu hiện thiết kế đồ họa bao bì dạng này có sự phong phú và đa dạng. Sự mới mẻ về hình ảnh trên bao bì gạo còn thể hiện ở việc kết hợp giữa hình ảnh và chất liệu để tạo ra các cửa sổ trong suốt có chủ đích để khách hàng có thể nhìn rõ sản phẩm bên trong. Đối với bao bì dạng túi zip: Dạng thức bao bì mới này mang đến sự tiện lợi trong tiêu dùng sản phẩm. Cùng với cách kết hợp màu sắc cũng như bố cục chữ để tạo hiệu quả thẩm mỹ cho bao bì. Tuy nhiên mức độ phổ biến của các thiết kế đồ họa bao bì dạng túi zip còn thấp.

### *Thiết kế đồ họa bao bì gạo dạng giấy*

Các thiết kế đồ họa bao bì gạo dạng hộp giấy, túi giấy kraft đang cho thấy sự mới mẻ trong các hình thức thiết kế. Biểu hiện đồ họa trên bao bì dạng túi giấy kraft thường chú trọng sự mộc mạc, bình dị như cách sử dụng chất liệu của bao bì. Hình ảnh minh họa trên bao bì thường là hình vẽ. Màu sắc trên bao bì giấy kraft thường sử dụng mảng màu hoặc màu vẽ của nét, ít sử dụng các cách thức pha phối hay tạo các hiệu ứng màu chuyên.

### *Thiết kế đồ họa bao bì gạo dạng sợi dệt*

Dạng thức bao bì sợi dệt thường được phổ biến với những định lượng lớn, thường là các bao bì bằng sợi nhựa dệt (bao tải dứa), và bao bì sợi đay (bao tải đay). Trên bao bì sợi nhựa dệt những hình ảnh thường là hình vẽ nét, hình vẽ cách điệu, hoặc chỉ có chữ. Màu sắc thường thể hiện theo dạng thức mảng, hoặc dùng màu của nét vẽ. Sử dụng chữ thiết kế trên bao bì mới dừng ở truyền đạt thông tin, mô tả về sản phẩm, chưa chú trọng phân cấp thông tin trên bao bì. Bố cục cân bằng là hình thức được nhìn thấy trên một số bao bì dạng này.

### **Tiểu kết**

Chương 2 đã làm rõ những biểu hiện cốt lõi của nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo về màu sắc là sự phong phú trong sử dụng màu tương đồng, màu tương phản, màu tối giản. Hình ảnh thể hiện đa dạng, loại hình ảnh bao gồm: hình minh họa, minh họa nhân vật, hình đồ họa, hình biểu tượng, hình quy ước, ảnh chụp và các dạng kết hợp để truyền đạt cảm xúc đến khách hàng và sáng tạo, mở rộng ở những hình vẽ minh họa, hình đồ họa. Đã có sự chú trọng đến kiểu chữ, cỡ chữ, cách sắp xếp chữ để thể hiện đặc trưng riêng của thương hiệu, cũng như tạo sự phân cấp trong nội dung thông tin. Bố cục thiết kế tập trung ở sự cân bằng, sự tương phản, sự chuyển động và điểm nhấn được biểu hiện qua những bố cục mới mẻ như tạo chất liệu bề mặt hay tạo không gian âm - dương, ... trên bao bì góp phần tạo ra những điểm mới lạ trong bố cục thiết kế giai đoạn này. Cuối cùng là những biểu hiện của thiết kế đồ họa trên các chất



liệu, kiểu dáng thể hiện sự đa dạng phù hợp cho tiêu dùng và tiếp thị sản phẩm, đồng thời cho thấy sự tiện dụng trong sử dụng và vận chuyển sản phẩm. Biểu hiện của thiết kế đồ họa bao bì gạo trên các dạng thức bao bì cho thấy kiểu dáng, chất liệu cũng góp phần vào bố cục thiết kế và tạo nên hiệu quả của hình thức thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn này.

### **Chương 3**

## **ĐẶC TRUNG, GIÁ TRỊ CỦA NGHỆ THUẬT THIẾT KẾ ĐỒ HỌA BAO BÌ GẠO GIAI ĐOẠN 2015 - 2022 Ở VIỆT NAM VÀ MỘT SỐ LUẬN BÀN**

### **3.1. Đặc trưng của nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn 2015 - 2022**

#### **3.1.1. Nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo phản ánh nét văn hóa truyền thống, vùng miền**

##### *Về màu sắc*

\* Màu sắc gợi liên tưởng tự nhiên gắn với đặc tính của sản phẩm

Màu sắc trong các thiết kế đồ họa bao bì gạo Việt Nam phần nhiều chọn những tông màu sáng mang tính chất mô phỏng, gợi liên tưởng đến thiên nhiên, hoặc sử dụng những gam màu tối giản để gợi liên tưởng đến đặc tính hữu cơ, thuần tự nhiên của sản phẩm.

\* Màu sắc gợi liên tưởng văn hóa vùng gắn với nguồn gốc xuất xứ của sản phẩm.

Màu sắc trong thiết kế đồ họa bao bì gạo cũng phần nào phản ánh văn hóa, thị hiếu riêng của từng vùng miền. Màu sắc của sản phẩm mang dấu ấn của từng vùng sẽ có sự khác nhau.

##### *Về hình ảnh*

Thiết kế bao bì gạo giai đoạn này được nghiên cứu để thu hút thị giác của người tiêu dùng và truyền tải nét văn hoá truyền thống, vùng miền thông qua hình ảnh trên bao bì. Bản sắc văn hóa của Việt Nam được biểu hiện trên bao bì không chỉ là những hình ảnh hữu hình, những biểu tượng của Việt Nam mà còn chứa đựng các giá trị tinh thần của người Việt.

- Hình ảnh phản ánh đặc điểm địa lý, phương thức canh tác địa phương:

Thiết kế đồ họa bao bì gạo gạo giai đoạn này sử dụng hình ảnh để phản ánh các đặc điểm địa lý, con người, tập quán canh tác sản xuất của từng vùng tạo ra sự liên kết với nguồn gốc, đặc tính của vùng trồng sản phẩm, đồng thời mang lại giá trị nghệ thuật cho thiết kế đồ họa bao bì gạo ở Việt Nam.

- Hình ảnh chủ thể tiêu dùng, canh tác và sản xuất lúa gạo:

Hình ảnh người nông dân Việt Nam được thể hiện thông qua hình minh họa trên bao bì để phác lên các nét lao động cần cù, hăng say với tâm thế vui tươi, hồn hậu.

Bên cạnh đó, hình ảnh người phụ nữ, người nội trợ trong gia đình thường được sử dụng để thể hiện những thông điệp liên quan đến sự chăm sóc sức khỏe hay vun vén tổ ấm gia đình với vẻ đẹp giản dị, chân thành, tạo ra sự thân thiện, gần gũi.

- Hình ảnh biểu thị nét đẹp trong văn hóa truyền thống Việt Nam:

Thiết kế đồ họa bao bì gạo sử dụng hình ảnh minh họa cảnh bữa cơm gia đình với ba thế hệ: ông bà, bố mẹ, con cái quây quần bên nhau với những nụ cười nở trên môi, nhắc nhở về truyền thống, sự sum họp bên nhau của mỗi gia đình người Việt.

Các đức tính được thể hiện qua cách ứng xử giữa con người với con người mang tư tưởng nho giáo trong đời sống của người Việt cũng là một nét đẹp được khắc họa thông qua hình ảnh trên thiết kế đồ họa bao bì gạo.

#### *Về kiểu chữ*

Kiểu chữ mang nét riêng của thương hiệu

Đặc trưng của kiểu chữ đang cho thấy vai trò trong thể hiện thông điệp, cá tính của thương hiệu, điều đó không chỉ dừng ở việc lựa chọn kiểu chữ mà còn biến nó thành điểm nhấn, dấu hiệu nhận biết riêng biệt mang nét riêng của từng thương hiệu gắn với nền nông nghiệp lúa nước tại Việt Nam.

### ***3.1.2. Nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo mang phong cách thiết kế của thương hiệu***

Có thể thấy đặc trưng của nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn này là việc định hình phong cách thiết kế của thương hiệu nhờ sự đồng bộ, nhất quán trong các bố cục thiết kế, đảm bảo các nguyên tắc về vị trí, căn gióng và phân cấp. Thể hiện bố cục nhất quán giữa các hình thức bao bì của cùng một thương hiệu giúp cho việc nhận diện được hiệu quả, đồng thời thể hiện phong cách thiết kế xuyên suốt của thương hiệu.

## **3.2. Giá trị của nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn 2015 – 2022**

### ***3.2.1. Giá trị thẩm mỹ và văn hóa***

#### ***Giá trị thẩm mỹ***

Nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo mang giá trị thẩm mỹ riêng biệt khi làm đẹp cho các sản phẩm hàng hoá thiết yếu đặc trưng của từng vùng miền và nền nông nghiệp lúa nước ở Việt Nam. Đó là cái đẹp trong cách thức phối màu tạo sự liên tưởng tự nhiên và vùng văn hóa, đẹp trong sự đa dạng của các loại hình ảnh với những tính chất và sự biểu cảm khác nhau để mở ra một không gian, câu chuyện gắn với sản phẩm, đẹp trong từng kiểu chữ lúc thì khoẻ khoắn khi thì nhẹ nhàng, bay bổng để truyền tải thông điệp thương hiệu và đẹp trong tương quan chính phụ, to nhỏ... để tạo ra những cách sắp xếp bố cục hướng sự chú ý trực diện vào hình ảnh sản phẩm hay mở ra một không gian có chiều sâu, có sự chuyển động tạo sự thu hút thông qua bố cục thiết kế đồ họa bao bì gạo.

#### ***Giá trị văn hóa***

Từ những biểu hiện và đặc trưng nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn 2015 - 2022 ở Việt Nam, có thể thấy rằng thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn này ẩn chứa trong đó giá trị văn hóa hướng đến thị trường tiêu dùng khách hàng đa dạng đồng thời truyền tải đặc trưng văn hóa bản địa lan toả đến cộng đồng.

### ***3.2.2. Giá trị truyền thông thương hiệu***

Thiết kế đồ họa bao bì gạo đang đóng vai trò như một phương tiện cốt yếu để thể hiện sự khác biệt và ưu việt của một thương hiệu thông qua màu sắc, hình ảnh, kiểu chữ và bố cục. Điều đó cho thấy mối quan hệ chắc chắn giữa thương hiệu và bao bì thể hiện ở tính ổn định của sự hiện diện thương hiệu trên các dạng và cách thức bố cục của bao bì. Sự đồng bộ, nhất quán trong bố cục trên bao bì gạo tạo cho khách hàng tin tưởng về chủng loại hàng hóa của cùng một thương hiệu cũng như thúc đẩy mua hàng, đồng thời khẳng định giá trị nhận diện và truyền thông thương hiệu.

### **3.3. Một số luận bàn về thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn 2015 – 2022 ở Việt Nam**

#### ***3.3.1. Thành công và hạn chế của thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn 2015 - 2022***

##### *Thành công của thiết kế đồ họa bao bì gạo*

Nhìn nhận mỗi thiết kế bao bì gạo riêng rẽ một số đã bắt đầu hình thành những phong cách và có những nét đặc trưng riêng biệt, trong việc tạo nên tín hiệu nhận biết của thương hiệu thể hiện thông qua hình ảnh, màu sắc, hay bố cục.

##### *Hạn chế của thiết kế đồ họa bao bì gạo*

Vẫn còn tồn tại các hình thức bán gạo không có bao bì do đó các bao bì gạo chỉ dừng ở chức năng chứa đựng với định lượng lớn, các biểu hiện thiết kế đồ họa bao bì dạng bao tải dẹt còn hạn chế, chỉ thể hiện thông tin dạng chữ trên bao bì, hoặc có kết hợp hình vẽ dạng nét đơn điệu.

Bố cục trong một số nhóm bao bì còn lộn xộn và không nhất quán dẫn đến việc nhận diện thương hiệu còn kém hiệu quả.

Một số nội dung truyền thông trên bao bì còn nghèo nàn, đơn điệu. Có những thiết kế chỉ sử dụng hình ảnh chụp về sản phẩm một cách dễ dãi trên bao bì, mà chưa chú ý đến chất lượng hình ảnh, kích cỡ hình ảnh và tương quan giữa hình ảnh với các yếu tố khác trên bao bì.

### **3.3.2. Quan điểm, xu hướng thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn 2015 - 2022**

*Về quan điểm thiết kế:*

\* Thiết kế đồ họa bao bì gạo mang tính khoa học thể hiện ở mối liên kết giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng

Nhờ có sự nghiên cứu kỹ lưỡng nhu cầu, mong muốn của khách hàng mà các yếu tố đồ họa trên bao bì gạo giai đoạn này đã truyền tải đúng thông điệp mà nhà sản xuất đề ra, điều đó đã phản ánh sự liên hệ chặt chẽ giữa nhà sản xuất, nhà thiết kế, khách hàng được thể hiện thông qua sản phẩm thiết kế.

*Về xu hướng thiết kế:*

\* Thiết kế đồ họa bao bì gạo đáp ứng nhu cầu tiêu dùng

Nhu cầu và xu hướng tiêu dùng đối với mặt hàng gạo có tác động không nhỏ đến các thiết kế đồ họa bao bì gạo, có thể kể đến là xu hướng tiêu dùng đối với sản phẩm gạo chất lượng cao, xu hướng tiêu dùng tiện lợi, hay tiêu dùng đa kênh đối với mặt hàng gạo.

Các thiết kế bao bì cho sản phẩm gạo hữu cơ với phối màu nhã nhặn, thể hiện sự mộc mạc cùng chất liệu thân thiện với môi trường đang và có thể là hướng phát triển mạnh mẽ của các thiết kế đồ họa bao bì gạo.

Các thiết kế với hình thức túi zip có khóa kéo, hộp nhựa đang là những biểu hiện mới mẻ cho thấy thiết kế đang thay đổi đáp ứng sự thuận tiện trong quá trình sử dụng sản phẩm.

Dạng thức bao bì sẽ được chú ý nhiều hơn về kiểu dáng, chất liệu với các hình thức dễ xếp gọn, và chịu lực va đập trong quá trình vận chuyển sản phẩm theo các hình thức thương mại điện tử.

\* Thiết kế đồ họa bao bì gạo gắn với văn hóa vùng miền, văn hóa truyền thống của Việt Nam.

Trong tương lai xu hướng phát triển thiết kế đồ họa bao bì gạo gắn với các giá trị lịch sử, văn hóa, nghệ thuật truyền thống địa phương là xu hướng tất yếu bởi lẽ các thiết kế bao bì gạo không chỉ tạo ra diện

mạo mới, hấp dẫn mà còn lan toả các giá trị văn hóa, nghệ thuật, các đặc trưng riêng biệt của từng vùng miền trồng lúa gạo tới người tiêu dùng trong nước và thế giới. Những biểu hiện của hình ảnh, màu sắc, chữ kết hợp cùng vật liệu truyền thống địa phương có thể là những yếu tố sẽ được nghiên cứu đưa vào thiết kế đồ họa bao bì gạo để tạo nên giá trị nghệ thuật gắn với chỉ dẫn địa lý và đặc trưng văn hóa vùng, miền trong mỗi thiết kế.

\* Thiết kế đồ họa bao bì gạo hướng đến nhận diện thương hiệu

Với tiềm lực về sản xuất và phát triển trong lĩnh vực lúa gạo giai đoạn này đã thúc đẩy thiết kế bao bì gạo phát triển, đó là yếu tố quan trọng mang sản phẩm gạo Việt đến gần hơn với người tiêu dùng trong nước và thế giới, đồng thời quảng bá hình ảnh thương hiệu sản phẩm, thương hiệu địa phương, thương hiệu gạo của Việt Nam.

Những thay đổi trong nhận thức của doanh nghiệp sản xuất lúa gạo giai đoạn này về sở hữu trí tuệ thông qua xây dựng thương hiệu riêng, nhãn hiệu sản phẩm, hay các hiển thị của thương hiệu thông qua bao bì hàng hóa (màu sắc, hình ảnh, kiểu chữ, cách thức bố cục) đã thúc đẩy việc thiết kế đồ họa bao bì nhằm truyền tải những đặc điểm riêng, dấu hiệu nhận biết của thương hiệu, đồng thời bảo vệ các dấu hiệu nhận biết, hình ảnh riêng biệt của từng thương hiệu gạo trên thị trường.

\* Thiết kế đồ họa bao bì gạo ứng dụng công nghệ, vật liệu

Công việc sáng tạo thiết kế, tạo hình nhân vật hay sự đa dạng của các loại hình ảnh trên bao bì gạo cho thấy sự tác động, hỗ trợ của công nghệ trong quá trình sáng tác. Sự kết hợp của vật liệu, kiểu in cũng tạo nên sự mới mẻ trong xu hướng thiết kế tạo khoảng trống trong suốt trên bao bì gạo. Điều đó cho thấy việc nghiên cứu kết hợp giữa công nghệ in, vật liệu, và hình ảnh thiết kế trên bao bì gạo đang và sẽ vẫn là xu hướng phát triển thiết kế để tạo ra sự mới mẻ, hấp dẫn cho bao bì gạo.

Trong tương lai công nghệ thực tế ảo sẽ có thể hỗ trợ cho lĩnh vực thiết kế bao bì tại Việt Nam nói chung và thiết kế bao bì gạo nói riêng, giúp gia tăng trải nghiệm của khách hàng về sản phẩm,

thương hiệu Công nghệ thực tế ảo có thể giúp cho khách hàng có thể truy xuất nguồn gốc của sản phẩm, hướng dẫn quy trình nấu, hay kể một câu chuyện về thương hiệu liên quan đến nguồn gốc xuất xứ hay đặc điểm vùng trồng trên bao bì.

### ***3.3.3. Nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo ở Việt Nam trong mối tương quan với một số nước trong khu vực***

Về sự tương đồng:

Thiết kế đồ họa bao bì gạo tại Việt Nam và một số nước trong khu vực có sự phong phú, đa dạng trong sử dụng màu sắc trên mỗi thiết kế để truyền tải thông điệp của sản phẩm, thương hiệu

Hình ảnh trên thiết kế đồ họa bao bì gạo tập trung ở hình vẽ minh họa, ảnh chụp và hình đồ họa và một số dạng thức kết hợp.

Nội dung trong các thiết kế xoay quanh các chủ đề liên quan đến đặc tính của sản phẩm, nguồn gốc xuất xứ, lợi ích của sản phẩm,.. và các giá trị văn hóa vùng miền, bản địa được truyền tải thông qua thiết kế đồ họa bao bì gạo.

Chữ thường xuất hiện ở vị trí trung tâm mặt chính diện

Kiểu dáng và chất liệu phổ biến và thông dụng là dạng bao nilon, túi nilon và bao tải dệt, một số sản phẩm cao cấp được thiết kế dạng hộp giấy, túi giấy. Chất liệu, kiểu dáng là yếu tố tương hỗ kết hợp với các yếu tố đồ họa tạo nên sự thành công của các dạng thức thiết kế đồ họa bao bì gạo.

Về sự khác biệt:

Tại Việt Nam, các thiết kế mới tập trung ở các phân khúc thông dụng với hình thức phổ biến là bao tải dệt, túi nilon và hộp giấy. Vẫn còn những bao bì thể hiện còn rời, gây khó nắm bắt khó nhận biết.

Các thiết kế đồ họa bao bì gạo nước ngoài chú trọng đến chất liệu kiểu dáng kết hợp để tạo ra các hình thức cao cấp dùng làm quà tặng trong các dịp đặc biệt với những định lượng nhỏ.

Các mẫu thiết kế đồ họa bao bì gạo ở nước ngoài luôn có sự đột phá trong sử dụng hình ảnh, màu sắc, kiểu chữ trong thiết kế đồ họa

bao bì gạo, kết hợp với vật liệu, kỹ thuật, nghệ thuật truyền thống để tạo nên tính thẩm mỹ trong thiết kế bao bì gạo.

### **Tiểu kết**

Qua những phân tích về biểu hiện nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo ở chương 2, nội dung chương 3 đã chỉ ra đặc trưng thẩm mỹ và giá trị của nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo ở Việt Nam giai đoạn này thể hiện ở: nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo phản ánh nét văn hóa truyền thống, vùng miền và nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo mang phong cách thiết kế của thương hiệu. Đồng thời khẳng định các giá trị thẩm mỹ, văn hóa và truyền thông thương hiệu của thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn này. Dù còn hạn chế nhưng không thể phủ nhận sự phát triển mạnh mẽ của các mẫu thiết kế đồ họa bao bì gạo và những đóng góp trong việc truyền thông đến khách hàng và nhận diện thương hiệu gạo Việt Nam.

### **KẾT LUẬN**

Nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo ở Việt Nam là một thuật ngữ chỉ hoạt động sáng tạo có chủ đích, mang tính khoa học thông qua những yếu tố của ngôn ngữ thiết kế đồ họa như hình ảnh, màu sắc, kiểu chữ, cách bố cục trình bày trên bao bì gạo đồng thời chú ý đến kiểu dáng, chất liệu kết hợp để tạo nên hiệu quả thẩm mỹ thông qua nhận thức thị giác. Điểm đặc biệt của loại hình nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì này ở chỗ đó là sự tổng hoà của nhiều yếu tố có chức năng, đặc điểm riêng khác biệt nhưng cùng với nhau để tạo nên hiệu quả thẩm mỹ của thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn này.

Thông qua nghiên cứu đề tài, luận án đã làm rõ một số vấn đề lý luận và thực tiễn thể hiện ở một số đóng góp khoa học như sau:

1. Luận án tổng hợp các vấn đề lý luận nhằm luận giải sự hình thành và phát triển của thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn 2015 - 2022 ở Việt Nam. Bối cảnh kinh tế xã hội của đất nước, của ngành sản xuất lúa gạo giai đoạn này đã thúc đẩy sự phát triển và tạo ra hình thức thiết kế đồ họa bao bì gạo mới mang giá trị nghệ thuật. Nghiên cứu chỉ ra rằng thiết kế đồ họa bao bì gạo là loại hình nghệ thuật đặc thù vừa



mang tính thẩm mỹ vừa mang tính khoa học.

2. Luận án đã chỉ ra những biểu hiện của nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo là sự tổng hoà các yếu tố: màu sắc, hình ảnh, kiểu chữ và bố cục. Đồng thời cũng chú ý đến chất liệu, kiểu dáng kết hợp nhằm truyền tải thông điệp về sản phẩm, truyền thông thương hiệu và các giá trị thẩm mỹ đến công chúng. Dưới góc độ mỹ thuật học, luận án đã phân loại các kiểu hình ảnh, các cách phối màu hay kiểu chữ cùng cách thức bố cục, đồng thời làm rõ biểu hiện của thiết kế đồ họa trên các dạng thức bao bì gạo, nhờ đó có thể phân tích và đánh giá được các biểu hiện nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn này, đồng thời là minh chứng cho sự phát triển đa dạng về mặt hình thức trong thiết kế.

3. Nghiên cứu luận án đã đánh giá và chỉ ra điểm nổi bật trong đặc trưng của thiết kế đồ họa bao bì gạo ở Việt Nam giai đoạn này thể hiện ở thiết kế đồ họa bao bì gạo phản ánh nét văn hóa truyền thống, vùng miền; thiết kế đồ họa bao bì gạo mang phong cách thiết kế của thương hiệu. Đồng thời khẳng định giá trị thẩm mỹ riêng biệt của thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn này khi làm đẹp cho các sản phẩm hàng hóa thiết yếu mang nét đặc trưng của từng vùng miền, của nền nông nghiệp lúa nước ở Việt Nam.

4. Thiết kế đồ họa bao bì gạo là sản phẩm phản ánh văn hóa và chứa đựng trong đó những nét đặc trưng văn hóa truyền thống, vùng miền. Những biểu hiện văn hóa vùng được truyền tải thông qua thiết kế đồ họa bao bì gạo góp phần phản ánh chỉ dẫn địa lý đối với các sản phẩm gạo địa phương, lan toả đặc trưng văn hóa vùng miền, địa phương, quốc gia. Các biểu hiện thẩm mỹ truyền tải nét đặc trưng văn hóa vùng miền trong thiết kế bao bì gạo được tiếp cận dưới góc nhìn của đồ họa hiện đại, giúp người tiêu dùng hiểu hơn về văn hóa của từng vùng miền, đồng thời là yếu tố quan trọng tạo nên sức cạnh tranh và dấu ấn riêng cho các thương hiệu gạo Việt và doanh nghiệp thời kỳ hội nhập.

5. Xác định những yếu tố làm nên giá trị nghệ thuật của thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn này còn tạo nên giá trị nhận diện, truyền thông

thương hiệu gạo Việt Nam. Sự nhất quán, đồng bộ trong các bộ cục thiết kế đồ họa bao bì tạo nên một phong cách xuyên suốt cho thương hiệu sản phẩm và ghi nhớ hình ảnh sản phẩm trong tâm trí khách hàng.

6. Các nghiên cứu của luận án cũng phần nào phản ánh sự thay đổi tích cực trong quan điểm, hình thức và xu hướng thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn này. Các thiết kế đồ họa bao bì gạo không chỉ đơn thuần tập trung vào nhận biết và phân biệt sản phẩm, mà còn đáp ứng nhu cầu, xu hướng tiêu dùng; gắn với văn hoá vùng miền, văn hoá truyền thống của Việt Nam; hướng đến nhận diện thương hiệu; và ứng dụng công nghệ, vật liệu để tạo ra sản phẩm thiết kế bắt kịp thị hiếu thời đại.

7. Luận án đã chỉ ra những tương đồng và khác biệt của thiết kế đồ họa bao bì gạo ở Việt Nam với tương quan một số nước trong khu vực trong đó sự khác biệt chủ yếu thể hiện ở chỗ các mẫu thiết kế đồ họa bao bì gạo ở nước ngoài luôn có những đột phá trong khai thác nghệ thuật, kỹ thuật truyền thống bản địa để tạo nên tính thẩm mỹ trong thiết kế, mở rộng thiết kế sang những phân khúc cao cấp và kết hợp với vật liệu truyền thống, hoặc kỹ thuật mới tạo ra những sản phẩm thiết kế thân thiện với môi trường.

Kết quả nghiên cứu của luận án mong muốn góp nguồn tư liệu tham khảo cho các nhà nghiên cứu, giảng viên và sinh viên các trường đào tạo mỹ thuật ứng dụng, đồng thời là nguồn tham khảo cho các doanh nghiệp các nhà thiết kế trong lĩnh vực lúa gạo có thêm cái nhìn mới trong việc phát triển sản phẩm, thương hiệu dưới góc độ mỹ thuật. Nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo trong tương lai ngoài mục tiêu quảng bá, nhận diện thương hiệu gạo Việt còn có thể gia tăng nhận thức thẩm mỹ, các giá trị tiêu dùng sản phẩm mở ra một hướng đi mới gắn với đặc trưng nông nghiệp và văn hóa Việt Nam thời kỳ hội nhập.

Với những đặc trưng và dấu ấn riêng biệt, *Nghệ thuật thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn 2015 - 2022 ở Việt Nam* đã đang và sẽ tiếp tục đóng góp vào tiến trình phát triển chung của mỹ thuật Việt Nam, khu vực và thế giới.

## **DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC CỦA TÁC GIẢ ĐÃ CÔNG BỐ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN**

1. Nguyễn Cẩm Ly (2019), “Sức mạnh của màu sắc trong thiết kế đồ họa bao bì thực phẩm”, Tạp chí *khoa học*, Trường Đại học Mở Hà Nội, số 54 tháng 4, trang 65 - 74.

2. Nguyễn Cẩm Ly (2020), “Truyền tải đặc trưng văn hóa bản địa trong thiết kế bao bì thực phẩm”, *Kỹ yếu hội nghị nghiên cứu khoa học của nghiên cứu sinh 2019*, Nxb Thế giới, Hà Nội, trang 367-377.

3. Nguyễn Cẩm Ly (2021), “Indigenous culture in Vietnamese rice packaging design - a comparable view with some asia countries” (Văn hóa bản địa trong thiết kế bao bì gạo Việt Nam - góc nhìn tương quan với một số nước Châu Á), *International education and research journal*, volume 7-Issue 11- November 2021, page no 29-34.

4. Nguyễn Cẩm Ly (2022), “Nghệ thuật đồ họa trong thiết kế bao bì gạo tại Việt Nam và tương quan với một số nước Châu Á”, *Kỹ yếu hội nghị nghiên cứu khoa học của nghiên cứu sinh 2021*, Nxb Thế giới, Hà Nội, trang 216 - 240.

5. Nguyễn Cẩm Ly (2023), “Đặc điểm thiết kế đồ họa bao bì gạo giai đoạn 2013 - 2023 ở Việt Nam”, Tạp chí *Văn hóa học*, số 4 (68), trang 78- 93.

6. Nguyễn Cẩm Ly (2023), “Biểu tượng văn hóa trong nghệ thuật thiết kế bao bì sản phẩm gạo ở Việt Nam”, Tạp chí *Văn hóa Nghệ thuật*, số 548, tháng 10, trang 116 - 120.