

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỸ THUẬT TP. HỒ CHÍ MINH

Hồ Nam

**NGHỆ THUẬT TRUNG BÀY
TẠI CÁC TRIỂN LÃM THƯƠNG MẠI “VIETNAM MOTOR SHOW”
TỪ NĂM 2012 ĐẾN NĂM 2017**

Chuyên ngành: Lý luận và Lịch sử Mỹ thuật
Mã số: 9210101

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ NGHỆ THUẬT

TP. Hồ Chí Minh - 2019

Công trình được hoàn thành tại:
TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỸ THUẬT TP. HỒ CHÍ MINH
BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS Hoàng Minh Phúc

Phản biện 1:

Phản biện 2:

Phản biện 3:

Luận án sẽ được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận án cấp Trường họp tại:

Trường Đại học Mỹ thuật Tp. Hồ Chí Minh
5 Phan Đăng Lưu, Phường 3, Quận Bình Thạnh, Tp. Hồ Chí Minh

Vào hồi..... giờ, ngày..... tháng..... năm 2019

Có thể tìm hiểu luận án tại:

- Thư viện Quốc gia Việt Nam

- Thư viện Trường Đại học Mỹ thuật Tp. Hồ Chí Minh

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Hoạt động triển lãm thương mại Việt Nam xuất hiện từ thời kỳ Pháp thuộc. Từ năm 1986, điện mạo mỹ thuật trong vấn đề trưng bày tại các triển lãm thương mại (TLTM) mới có sự biến chuyển rõ nét và trở nên đa dạng trong những năm đầu thế kỷ 21. “Vietnam Motor Show” (VMS) là sự kiện TLTM mang tầm quốc gia và quốc tế được tổ chức lần đầu tiên vào năm 2002. Các kỳ TLTM VMS đều tăng nhanh số lượng khách tham quan, đối tác và ký kết thành công nhiều hợp đồng thương mại giá trị. Việc tổ chức được thường niên sự kiện này tại Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh khẳng định vị thế và sự ảnh hưởng của nó trong đời sống xã hội. Năm 2012 Hiệp hội các nhà sản xuất Ô tô Việt Nam (VAMA) đã đưa ra những lựa chọn khắt khe với đối tác tổ chức và truyền thông dựa theo tiêu chuẩn quốc tế, góp phần tạo nên diện mạo mới trong nghệ thuật trưng bày (NTTB) tại các TLTM VMS.

Từ sự kiện này, nhận thấy những hình thức biểu hiện của tạo hình không gian có sự biến chuyển rõ nét, có giá trị lan tỏa và ảnh hưởng tới NTTB tại các TLTM Việt Nam nói chung. Trong NTTB tại các TLTM VMS có thể thấy, Thứ nhất: tư duy mỹ thuật trong vấn đề bố cục không gian, tạo hình, nhịp điệu, đường nét, màu sắc, chất liệu và chiếu sáng được chú trọng, đáp ứng quy luật vốn có của thẩm mỹ học và nghệ thuật học; Thứ hai: đã có sự vận dụng linh hoạt các xu hướng mỹ thuật Hiện đại và tiếp thu xu hướng mỹ thuật Hậu hiện đại; Thứ ba: giá trị tạo sự khác biệt độc đáo tạo hình mang bản sắc Việt được đề cập và khai thác ngày càng sâu sắc khi hội nhập và tiếp biến với NTTB tại các TLTM “Motor Show” có nguồn gốc phương

Tây. Từ trước tới nay, ở Việt Nam chưa có hệ thống nghiên cứu một cách toàn diện về vấn đề này.

Với những vấn đề đặt ra trên, nghiên cứu sinh (NCS) thực hiện luận án tiến sĩ *Nghệ thuật trưng bày tại các triển lãm thương mại “Vietnam Motor Show” từ năm 2012 đến năm 2017.*

2. Mục đích nghiên cứu

Nghiên cứu các biểu hiện nghệ thuật thị giác của NTTB tại các TLTM VMS để từ đó làm rõ giá trị thẩm mỹ và xu hướng phát triển.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu là NTTB thông qua các hình thức biểu hiện nghệ thuật tạo hình không gian tại các TLTM VMS.

3.2. Phạm vi nghiên cứu là NTTB của các thương hiệu trực thuộc VAMA: Toyota năm 2012 tại Hà Nội, Honda năm 2013 tại Tp. Hồ Chí Minh, Ford năm 2014 tại Tp. Hồ Chí Minh, Lexus năm 2016 tại Hà Nội, Mercedes-Benz năm 2017 tại Hà Nội.

4. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

4.1. Cơ sở lý thuyết: Căn cứ mục đích nghiên cứu cụ thể của luận án liên quan đến Lý thuyết *Hình thái học của nghệ thuật* của M.Cagan, Lý thuyết chủ nghĩa Hậu hiện đại, Lý thuyết lan tỏa các nền văn hóa và Lý thuyết giá trị.

4.2. Phương pháp nghiên cứu: Luận án sử dụng các phương pháp nghiên cứu: Phương pháp phân tích tổng hợp tài liệu thứ cấp; Phương pháp thống kê, phân loại; Phương pháp tiếp cận liên ngành.

5. Câu hỏi nghiên cứu

- *Câu hỏi 1:* NTTB tại các TLTM VMS có những vấn đề gì? Vị trí, diện mạo của nó trong tiến trình lịch sử mỹ thuật Việt Nam nói chung và lịch sử NTTB tại các TLTM “Motor Show” trên thế giới nói riêng?

- *Câu hỏi 2:* Hình thức biểu hiện của NTTB tại các TLTM

VMS thông qua cấu trúc và phương tiện biểu hiện nghệ thuật nào?

- *Câu hỏi 3:* Giá trị thẩm mỹ của NTTB tại các TLTM VMS có những thành tựu và vấn đề gì? Xu hướng phát triển thẩm mỹ của NTTB tại các TLTM VMS trong xu thế thế giới hội nhập và phát triển?

6. Giả thuyết nghiên cứu

- *Giả thuyết 1:* NTTB tại các TLTM VMS là loại hình nghệ thuật có tính chiếm lĩnh không gian thuộc lĩnh vực Mỹ thuật ứng dụng, vận động và phát triển theo xu hướng chung của tiến trình lịch sử mỹ thuật Việt Nam nói chung và lịch sử NTTB tại các TLTM “Motor Show” trên thế giới.

- *Giả thuyết 2:* NTTB tại các TLTM VMS có những hình thức biểu hiện nghệ thuật tương ứng với bản chất cơ cấu nội tại của nó đồng thời vận động và phát triển theo quy luật thẩm mỹ học, mỹ thuật học.

- *Giả thuyết 3:* NTTB tại các TLTM VMS có những giá trị thẩm mỹ, có dấu ấn bản sắc riêng và gắn liền với sự tiến bộ của khoa học và công nghệ trong xu thế thế giới hội nhập và phát triển.

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

7.1. Ý nghĩa khoa học: Nghiên cứu xác định cơ sở lý luận và phương thức tiếp cận mới so với những nghiên cứu đi trước, chỉ ra hình thức và phương tiện biểu đạt của NTTB tại các TLTM VMS trong sự vận động và phát triển. Khẳng định NTTB tại các TLTM VMS là bộ phận quan trọng của NTTB TLTM “Motor Show” trên thế giới, có giá trị trong nền Mỹ thuật ứng dụng Việt Nam hiện đại.

7.2. Ý nghĩa thực tiễn: Kết quả nghiên cứu có thể sử dụng làm cơ sở lý luận, tài liệu tham khảo trong đào tạo và nghiên cứu NTTB tại các TLTM VMS nói riêng và NTTB tại các TLTM nói chung.

Nghiên cứu chỉ ra những điểm mạnh, hạn chế và xu hướng phát triển thẩm mỹ của NTTB tại các TLTM VMS.

8. Cấu trúc của luận án

Ngoài phần Mở đầu (8 trang), Kết luận (5 trang), Danh mục các công trình khoa học đã công bố liên quan đến đề tài luận án (1 trang), Tài liệu tham khảo (12 trang) và Phụ lục (47 trang), nội dung luận án gồm ba chương:

- Chương 1: Tổng quan tình hình nghiên cứu, cơ sở lý luận, khái quát về nghệ thuật trưng bày tại các triển lãm thương mại “Motor Show” tại Việt Nam và thế giới (42 trang)

- Chương 2: Hình thức biểu hiện của nghệ thuật trưng bày tại các triển lãm thương mại “Vietnam Motor Show” từ năm 2012 đến năm 2017 (47 trang)

- Chương 3: Giá trị thẩm mỹ và xu hướng phát triển thẩm mỹ của nghệ thuật trưng bày tại các triển lãm thương mại “Vietnam Motor Show” (50 trang)

Chương 1

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU, CƠ SỞ LÝ LUẬN, KHÁI QUÁT VỀ NGHỆ THUẬT TRƯNG BÀY TẠI CÁC TRIỂN LÃM THƯƠNG MẠI “VIETNAM MOTOR SHOW” TẠI VIỆT NAM VÀ THẾ GIỚI

1.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu

1.1.1. Triết học nghệ thuật và hình thái học nghệ thuật

Cuốn *Mỹ học* của Denis Huisman (Huyền Giang dịch năm 2003) chỉ rõ về toàn bộ hệ thống lịch sử mỹ học thế giới. Cuốn *Hình thái học của nghệ thuật* của M.Cagan (Phan Ngọc dịch năm 2004) kế thừa và phát huy những quan điểm của những nhà mỹ học đi trước, đưa ra một cách nhìn tổng quan về lịch sử và lý luận về cơ cấu bên

trong của thế giới nghệ thuật. Cuốn *Hoàn cảnh hậu hiện đại* của J.F.Lyotard (Ngân Xuyên dịch, Bùi Văn Nam Sơn hiệu đính và giới thiệu năm 2008) đề cập tới chủ nghĩa Hậu hiện đại, là thời kỳ của *sự phân mảnh* và *đa nguyên luận* với đặc trưng là sự đa dạng của nhiều thái độ và cách tiếp cận khác nhau cho các vấn đề xã hội.

1.1.2. Mỹ thuật học, mỹ thuật ứng dụng, phương pháp luận design và hệ giá trị thẩm mỹ

Cuốn *Một đề dẫn về lý thuyết nghệ thuật* của Cynthia Freeland (Nguyễn Như Huy dịch năm 2010) khái quát biên chuyển quan niệm về *cái Đẹp* và *cấu trúc tác phẩm nghệ thuật thị giác*. Cuốn *Tiếp xúc với nghệ thuật* (2009) là tập hợp các bài viết của Thái Bá Vân. Ông cho rằng sử học mỹ thuật Việt Nam không thể đứng ngoài hệ thống mỹ thuật thế giới. Cuốn *Con mắt nhìn cái đẹp* (2005) của Nguyễn Quân phân tích các yếu tố tạo hình: *hình khối, đường nét, màu sắc* như là những cơ cấu của sáng tạo nghệ thuật. Cuốn *Đi dai thị giác* (1990) của Nguyễn Luận, nghiên cứu các yếu tố tạo hình design theo hướng nhận thức lý thuyết và thực hành. Cuốn *Về sự biến đổi của chuẩn mực đánh giá thẩm mỹ trong thời kỳ đổi mới ở Việt Nam* (2003) của Vũ Thị Kim Dung đề cập tới những chuẩn mực đánh giá thẩm mỹ Việt Nam hiện nay.

1.1.3. Nghệ thuật trưng bày triển lãm thương mại

Cuốn *Nghệ thuật trang trí triển lãm và bảo tàng* của Ngô Lao (Trần Công Tả dịch năm 1963) đề cập đến các vấn đề thực tiễn trưng bày nghệ thuật của triển lãm và bảo tàng thông qua trình tự các vấn đề thiết kế: *nội dung, bố cục, ánh sáng, màu sắc, thiết bị trưng bày và trang trí hiện vật*. Cuốn *Triển lãm kiến trúc và trưng bày* của V.I.Rêviakin (Đình Trọng Nghĩa dịch năm 1982) là cẩm nang những kinh nghiệm lý luận thực tiễn trong quy hoạch kiến trúc triển lãm:

nội dung, bố cục, chiếu sáng, sơ đồ di chuyển và trang trí hiện vật. Chưa thấy một ấn phẩm nghiên cứu và đúc kết nào dưới góc nhìn của lý luận, lịch sử mỹ thuật.

Cuốn *Дизайн выставок* (Thiết kế triển lãm) (2008) của Ян Лоренц, Ли Сколник, Крейг Бергер chỉ rõ thiết kế triển lãm là sự liên quan mật thiết của *yếu tố kiến trúc và thiết kế đồ họa tương tác*. Cuốn *Exhibition Design* (Thiết kế triển lãm) (2010) và *Exhibition Design: An Introduction (2nd Edition)* (Thiết kế triển lãm: Giới thiệu - ấn bản lần 2) (2015) của Philip Hughes cung cấp nền tảng các nguyên tắc thiết kế triển lãm. Vấn đề *chiến lược triển lãm* (Exhibition strategy) rất quan trọng và ảnh hưởng trực tiếp đến *bố cục không gian*, bên cạnh đó đề cao vấn đề: *chiếu sáng, các loại hình nghệ thuật có tính tương tác, phim ảnh và âm thanh*. Cuốn *Basics Interior Design - Exhibition Design* (Cơ sở thiết kế nội thất: Thiết kế triển lãm) (2011) của Pam Locker cho rằng thiết kế triển lãm cần phải sử dụng *tất cả mọi phương tiện truyền tải, các thiết kế đa phương tiện, âm thanh, ánh sáng* để tạo ra những khoảnh khắc thú vị mang *tính kể chuyện*. Pam Locker nêu lên vai trò quan trọng của vấn đề *thương hiệu* (brand) trong các TLTM hiện nay. Các ấn phẩm nước ngoài chủ yếu thông qua cách tiếp cận theo hướng nghiên cứu thực hành.

1.1.4. Văn hóa học và nghệ thuật tạo hình truyền thống trong mỹ thuật

Cuốn *Nghiên cứu văn hóa, lý thuyết và thực hành* của Chris Barker (Đặng Tuyết Anh dịch năm 2011) đưa ra các lý thuyết, quan điểm về phương pháp luận và những mối liên hệ thực chứng đối với nhiều vấn đề nghiên cứu lý luận hiện nay. Cuốn *Văn hóa học - những phương pháp nghiên cứu văn hóa* (2016) của nhiều tác giả, trong đó đề cập tới lý thuyết lan tỏa các nền văn hóa.

Các công trình về lĩnh vực tạo hình truyền thống trong mỹ thuật Việt Nam: *Trang trí trong mỹ thuật truyền thống của người Việt, Trên đường tìm về cái đẹp của cha ông, Những biểu tượng đặc trưng trong văn hóa truyền thống Việt Nam (tập 1,2,3), Văn hóa Việt Nam nhìn từ mỹ thuật (tập 1,2),...* cho thấy những đặc điểm tự nhiên và những nét độc đáo của tính cách Việt ảnh hưởng đến quá trình tạo hình thẩm mỹ.

Các công trình nghiên cứu liên quan đến lý thuyết triết học nghệ thuật, hình thái học của nghệ thuật là nền tảng để NCS xác định rõ bản chất cơ cấu nội tại của vấn đề nghiên cứu. Đối với tài liệu lĩnh vực mỹ thuật học, mỹ thuật ứng dụng, phương pháp luận design, hệ giá trị thẩm mỹ, văn hóa học, nghệ thuật tạo hình truyền thống là cơ sở cho các phân tích, đánh giá trong quá trình nghiên cứu. Các công trình liên quan trực tiếp đến đề tài lĩnh vực NTTB cho thấy sự biến chuyển hình thức biểu hiện NTTB từ *nội dung, bố cục, ánh sáng, màu sắc, thiết bị trưng bày và trang trí hiện vật* sang các vấn đề: *nội dung, bố cục, ánh sáng, âm thanh và thiết kế đa phương tiện*.

1.2. Cơ sở lý luận để nghiên cứu đề tài luận án

1.2.1. Một số thuật ngữ và khái niệm liên quan

- Thuật ngữ *Nghệ thuật*: “là sự sáng tạo của con người thông qua cảm xúc, sự quan sát tinh tế và đôi bàn tay thành thực nghệ. Nghệ thuật phản ánh các tiêu chuẩn đẹp, khéo và sáng tạo”.

- Thuật ngữ *Trưng bày*: “bày ở nơi trang trọng cho mọi người xem để tuyên truyền, giới thiệu”.

- Khái niệm *Nghệ thuật trưng bày*: là sự sáng tạo trên cơ sở *chiến lược triển lãm* của hoạt động bày ở nơi trang trọng thông qua các hình thức biểu hiện nghệ thuật thị giác có tính chiếm lĩnh không

gian theo quy luật cái Đẹp nhằm làm sáng tỏ một vấn đề, một sự kiện trước công chúng.

- Khái niệm *Triển lãm thương mại*: “là hoạt động xúc tiến thương mại được thực hiện tập trung trong một thời gian và tại một địa điểm nhất định để thương nhân trưng bày, giới thiệu hàng hoá, dịch vụ nhằm mục đích thúc đẩy, tìm kiếm cơ hội giao kết hợp đồng mua bán hàng hoá, hợp đồng dịch vụ”.

1.2.2. Cơ sở lý luận

Việc lý luận đối với tác phẩm nghệ thuật tạo hình không gian của luận án dựa trên cơ sở lý luận mỹ thuật học. Phạm trù *cái Đẹp* của chủ nghĩa duy vật biện chứng là phạm trù trung tâm và làm hệ thước đo cho các phạm trù khác soi rọi.

1.2.3. Lý thuyết áp dụng

- Lý thuyết Hình thái học của nghệ thuật của M.Cagan đề cập *bản chất, cấu trúc nội tại và sự vận động* của nghệ thuật triển lãm, là ngành *nghệ thuật xây dựng hình thức* gắn liền với *tiến bộ kỹ thuật*. Đặc điểm của loại hình này có *tính tạm thời, tính quảng cáo và tính sân khấu*. Các phương tiện nghệ thuật tham gia vào chỉnh thể nghệ thuật triển lãm đều đóng vai trò có *tính chất bổ trợ*.

- Lý thuyết Hậu hiện đại của J.F.Lyotard và J.Derrida bổ sung cho lý thuyết Hiện đại của M.Cagan thông qua các: *yếu tố hiện sinh, yếu tố thực chứng, yếu tố duy lý và yếu tố chiết trung*.

- Lý thuyết lan tỏa các nền văn hóa của Franz Boas và Ruth Benedict thông qua tiến trình: *di chuyển, hội nhập, tiếp biến*.

- Lý thuyết giá trị khởi nguồn từ Karl Marx thông qua vấn đề *giá trị học*. Giá trị nằm trong *mối quan hệ* giữa các khách thể bao gồm quan hệ giữa chủ thể với khách thể và quan hệ giữa các khách thể với nhau.

1.3. Khái quát về nghệ thuật trưng bày tại các triển lãm thương mại “Motor Show” tại Việt Nam và thế giới

1.3.1. Nghệ thuật trưng bày tại các triển lãm thương mại “Motor Show” trên thế giới

Từ cuối thế kỷ 19, thành công về mặt thương mại đã mở đường cho việc tổ chức các cuộc TLTM “Motor Show” định kỳ. Những sự kiện TLTM “Motor Show” hàng đầu thế giới được biết đến như: Frankfurt Motor Show, Geneva Motor Show, Paris Motor Show, Tokyo Motor Show và Detroit Motor Show.

NTTB tại các TLTM các thương hiệu châu Á và Bắc Mỹ hướng tới phương thức tạo hình có tính khái quát thông qua các diện phẳng, chú trọng tạo dựng không gian *bối cảnh* để thể hiện rõ nét đặc thù bản địa. Đối với các thương hiệu châu Âu, NTTB đề cao việc tạo dáng hình khối không gian, đường nét, chất liệu thông qua trình độ kỹ thuật cao. Từ cuối thế kỷ 20 đến nay, việc sử dụng đan xen hỗ trợ của các yếu tố thuộc các nghệ thuật Hậu hiện đại đã góp phần đại chúng hóa NTTB. NTTB tại các TLTM “Motor Show” chuyển dần thành một *không gian nghệ thuật tương tác* một cách hợp lý. Sự cảm thụ hiện vật trưng bày thông qua *một bối cảnh không gian, một câu chuyện* góp phần *hình thành chuỗi cảm xúc*.

NTTB tại các TLTM “Motor Show” trên thế giới đa dạng, sáng tạo và độc đáo trong các biện pháp tạo hình. Hình thức biểu hiện của NTTB sử dụng đa dạng mọi phương tiện chuyên tải, bám sát chiến lược trưng bày thông qua tuyên ngôn thương mại, thông điệp thị trường, đồng thời phản ánh chiều sâu văn hoá, trình độ khoa học kỹ thuật của thời đại.

1.3.2. Nghệ thuật trưng bày tại các triển lãm thương mại “Vietnam Motor Show”

TLTM xuất hiện ở Việt Nam từ thời kỳ Pháp thuộc. Đến năm 1975, hoạt động triển lãm vẫn mang tính phong trào, nghiệp dư và phát triển theo bề rộng. Năm 1986, thời kỳ đất nước bước vào công cuộc Đổi mới, xuất hiện nhiều loại hình triển lãm. TLTM VMS được tổ chức lần đầu tiên tại Hà Nội năm 2002 bởi VAMA. Từ năm 2012 VAMA hướng tới tổ chức sự kiện một cách chuyên nghiệp.

Bố cục các không gian trưng bày phụ thuộc vào vị trí và đón hướng nhìn chính từ các tuyến lưu thông của người xem. Các mẫu hiện vật thường được bố cục hàng lối hoặc bố cục theo hướng lan tỏa từ sân khấu trung tâm. Tạo hình không gian phổ biến là phương thức tạo hình theo hướng phát triển về tổ hợp các diện phẳng như đối với thương hiệu Toyota, Lexus, Suzuki, Honda, Mitsubishi, Ford, GM và tạo hình theo hướng phát triển về khối lẩn diện phẳng như đối với thương hiệu Mercedes-Benz. Từ năm 2012 xuất hiện một số vật liệu mới và các hình thức quảng cáo khổ lớn thông qua công nghệ in ấn, màn hình Led khổ lớn, góp phần biến chuyển chất lượng thẩm mỹ NTTB tại các TLTM VMS. Bên cạnh đảm bảo các tiêu chuẩn chiếu sáng thông thường, từ TLTM VMS 2012 xuất hiện các phương thức chiếu sáng kết hợp kỹ thuật số. Kết hợp các thành tố của nghệ thuật Hậu hiện đại thông qua: mỹ thuật truyền thông đa phương tiện, nghệ thuật số, các nghệ thuật trình diễn: vũ đạo, nhảy hiện đại, kịch câm.

Tiểu kết

Lý thuyết lý luận về NTTB tại các TLTM VMS là một khoảng trống lớn chưa được nghiên cứu cho đến thời điểm hiện tại. Các ấn phẩm mang tính lý luận tổng quan về mỹ học, văn hóa học, mỹ thuật học, lịch sử mỹ thuật, lịch sử design, phương pháp luận design, và tài liệu chuyên biệt về NTTB tại các TLTM VMS là những điểm tựa vững chắc cho nghiên cứu luận án.

Lịch sử NTTB tại các TLTM “Motor Show” trên thế giới đã có kinh nghiệm hàng trăm năm. Năm 2002 tại Việt Nam mới tổ chức TLTM VMS lần đầu tiên. Từ năm 2012, có một số chuyển biến về hình thức biểu hiện NTTB tại các TLTM VMS. Việc xác định khái niệm NTTB, cơ sở lý luận và đặc điểm bố cục NTTB tại các TLTM VMS là cơ sở cho nghiên cứu tiếp theo.

Chương 2

HÌNH THỨC BIỂU HIỆN CỦA NGHỆ THUẬT TRƯNG BÀY TẠI CÁC TRIỂN LÃM THƯƠNG MẠI “VIETNAM MOTOR SHOW” TỪ NĂM 2012 ĐẾN NĂM 2017

2.1. Bố cục không gian

2.1.1. Đối với không gian trưng bày nằm ở vị trí góc nhà triển lãm

Không gian trưng bày của Toyota năm 2012 tạo dựng bố cục chủ đạo dựa trên tổ hợp của các khối diện phẳng tạo thành hệ thống đại trưng bày vuông góc. Đại trưng bày chiếm lĩnh toàn bộ chiều cao vách nhà triển lãm tầng một, đồng thời vươn cao tiến về phía trước. Khu trưng bày các mẫu vật được bố trí phía trước. Sân khấu được bố trí tại vị trí trung tâm. Khu chăm sóc khách hàng, khu điều hành và khu kỹ thuật sân khấu lùi về phía sau. Với chủ đề “Hướng tới người tiêu dùng”, Toyota mang đến thông điệp “Chuyển động cùng nhịp sống” qua sự hiện đại của công nghệ màn hình Led khổ lớn.

Không gian trưng bày của Ford năm 2014 cũng tạo thành góc vuông thu hút thị giác người tham quan. Đại trưng bày chủ yếu ở diện phẳng. Các mẫu xe bố trí tuần tự phía trước với dòng sản phẩm chiến lược “One Ford”: công nghệ về chất lượng, tiết kiệm nhiên liệu, an toàn, thông minh. Khu sân khấu được bố trí tại vị trí trung tâm và tựa vào đại trưng bày lớn.

2.1.2. Đối với không gian trưng bày nằm ở vị trí liền kề

Honda mang đến không gian trưng bày năm 2013 với thông điệp “Trẻ trung năng động - Chinh phục cuộc sống”. Đại trưng bày được tạo dựng như yếu tố nền cho các sản phẩm phía trước. Hình thức bố cục không gian mang xu thế tĩnh tại. Toàn bộ bố cục trên sơ đồ mặt bằng được sắp xếp theo hình thức đăng đối qua một trục chính diện. Ngược lại, các mẫu vật sắp xếp theo hướng lan tỏa từ trung tâm trưng bày, tạo nên hình thức động cho giải pháp bố cục.

Lexus năm 2016 được bố trí phòng chăm sóc khách hàng, phòng thay đồ diễn viên, phòng điều khiển kỹ thuật, khu lễ tân và không gian trưng bày ở phía trước. Khu sân khấu chính trưng bày mẫu xe thể thao công nghệ tăng áp vượt trội và hiệu suất tối ưu về nhiên liệu. Phía sau sản phẩm độc đáo này là màn hình Led lớn. Ba mẫu xe còn lại được bố trí tuần tự ở vị trí bên ngoài sát với tuyến đi của khách tham quan. Toàn bộ các mẫu xe sắp đặt có hướng vuông góc với màn hình chính.

2.1.3. Đối với không gian trưng bày sử dụng toàn bộ nhà triển lãm

Bố cục được hoạch định rõ nét thông qua không gian đón tiếp, chăm sóc khách hàng, không gian trưng bày và sân khấu. Với số lượng lớn trên 20 các mẫu Ô tô, khu trưng bày chia thành các cụm trưng bày chuyên đề nhỏ. Toàn bộ không gian được hoạch định lối ra vào riêng biệt theo tuyến tham quan định sẵn. Sử dụng toàn bộ các vách ngăn và đại trưng bày thông qua các diện phẳng và hình thức ảnh khổ lớn. Toàn bộ các mẫu vật sắp xếp tuần tự có hướng vuông góc với đại trưng bày. Một số không gian đơn lẻ bố trí mẫu vật theo hai hướng chéo xiên đối nhau tạo nên nhịp điệu bố cục. Kết hợp linh hoạt trưng bày cố định và trưng bày toàn bộ màn giới thiệu sản phẩm theo kịch bản định trước.

2.2. Tạo hình

2.2.1. Đối với không gian trưng bày nằm ở vị trí góc nhà triển lãm

Tạo hình không gian Toyota có sự chuyển nhịp khối nhờ sự khéo léo vận dụng địa thế. Sự phân chia các khu trưng bày riêng biệt theo từng nhóm trưng bày đảm bảo sự hấp dẫn cho từng mẫu vật, từng vùng và tổng thể trưng bày. Toyota và Ford có chung phương thức tạo hình từ các diện mảng lớn, tạo thành sự gấp khúc của diện không gian. Nhịp điệu, các biến tấu về màu sắc, sáng tối từ giải pháp tạo hình biến chuyển nhịp nhàng. Khu trưng bày trung tâm của Ford sử dụng các mảng uốn lượn lặp đi lặp lại tạo thành những nhịp cong chuyển dần đều hướng vào trung tâm trưng bày. Trên các diện khối phẳng vuông vức, Toyota sử dụng tông màu tối xanh - đen, Ford sử dụng tông màu xanh lam đậm. Dù ở tông màu nào, đảm bảo nổi trội mẫu vật chính do tính toán sắc độ trong sự tương quan hợp lý. Các hình thức tạo hình hỗ trợ trưng bày thông qua phương tiện và công nghệ hiện đại góp phần làm nên trạng thái động trong phương thức tạo hình. Đối với Toyota, đó là trạng thái động lớn có tính bao trùm không gian, đối với Ford tính động biểu hiện ở một vùng nhỏ, đơn lẻ.

2.2.2. Đối với không gian trưng bày nằm ở vị trí liên kết

Sự sắp đặt về màu sắc tạo nên sự chuyển động màu và nhân màu đối với không gian trưng bày của Honda và Lexus. Trong toàn bộ không gian chủ đạo là màu trắng, các tổ hợp nét vàng mảnh đan xen với các nét đen làm phong phú các diện đơn điệu của hình khối hộp tổng thể khu trưng bày. Tương phản về tỷ lệ diện trắng của sàn với các tấm phản sáng trên trần góp phần làm chi tiết hóa mảng trần của không gian Lexus. Honda và Lexus có chung phương thức tạo hình không gian được thiết lập bởi các diện phẳng. Các diện phẳng có khác nhau về chi tiết bề mặt, về độ bóng - mờ của chất liệu, về nhịp điệu và xu hướng kết cấu của chúng. Khu trưng bày trung tâm tạo dựng

hình thức khối với sự lặp nhịp điệu của các hình thức tạo hình chủ đạo như hình sáu cạnh của Honda và hình bình hành của Lexus. Màu sắc đại trung bày và sàn nhà có tông màu trung tính (màu trắng, hoặc đen, ghi), hoặc có màu nhưng gần với màu trung tính để tôn tạo hiện vật có sắc màu sặc sỡ ở phía trước. Các hình thức tạo các nét mảnh, các hình lượn sóng trên các khoảng trống của sàn nhà thông qua trình chiếu kỹ thuật số góp phần làm nên trạng thái động trong phương thức tạo hình.

2.2.3. Đối với không gian trung bày sử dụng toàn bộ nhà triển lãm

Mercedes-Benz 2017 sử dụng hình thức tạo khối đơn giản, khúc triết, có sự lặp lại của yếu tố nhịp điệu và tiết tấu. Sử dụng tông màu chủ đạo đen - trắng - ghi là một trong những yếu tố then chốt tạo nên diện mạo của Mercedes-Benz. Màu sắc và các hình thức nét, mảng, diện gắn bó chặt chẽ và chịu sự chi phối của vấn đề tạo hình khối đơn giản, chú ý tới các diện chéo. Các giải pháp, thủ pháp về ngôn ngữ đồ họa không còn bị bó hẹp trên phạm vi mặt phẳng. Xu hướng tạo hình mang tính động của Mercedes-Benz ngày càng ứng dụng rộng rãi thông qua sự trợ giúp của thành tựu khoa học và công nghệ. Biện pháp tạo hình của hình thức mỹ thuật truyền thông đa phương tiện, nghệ thuật số tham dự vào NTTB làm cho mức độ hiểu hiện tạo hình ngày càng đa dạng và hấp dẫn.

2.3. Ánh sáng

NTTB của nghiên cứu luận án biện luận chiếu sáng dưới góc độ: vị trí nguồn sáng, nhiệt độ màu nguồn sáng (gần với ánh sáng mặt trời), ánh sáng màu, bề mặt chiếu sáng, cường độ chiếu sáng và việc tạo vùng sáng - tối trong mối quan hệ biện chứng giữa cục bộ và tổng thể không gian với mục tiêu đem lại điều kiện ánh sáng tốt nhất trong việc quảng bá và giới thiệu sản phẩm.

Giải pháp chiếu sáng phổ biến của không gian trưng bày Toyota 2012, Honda 2013, Lexus 2016, Ford 2014 và Mercedes-Benz 2017 là sử dụng hình thức chiếu rọi từ hướng trần thông qua nhiều nguồn sáng hướng đến các mẫu vật trưng bày. Trường hợp của Toyota sử dụng phối kết hợp chiếu sáng chung và chiếu sáng nhẹ từ các tấm Led thông qua màn hình trung tâm và bục trưng bày. Đối với trường hợp của Lexus và Mercedes-Benz đã linh hoạt sử dụng đèn xen chiếu sáng thông qua truyền thông đa phương tiện và kỹ thuật số. Chiếu sáng kỹ thuật số sử dụng như những biện pháp làm phong phú cho những khoảng tối - khoảng mờ - khoảng sáng của tổng thể không gian ánh sáng. Bên cạnh công tác chiếu sáng thông thường với nguồn sáng lạnh là chủ yếu, một số không gian phối kết hợp với nguồn sáng ấm tùy thuộc vào màu sắc và chất liệu của bề mặt được chiếu sáng. Những năm gần đây, khoảng tối - khoảng sáng trong NTTB ngày càng được chú trọng nhằm làm nổi bật hiện vật chính trong mối tương quan hình và nền. Xuất hiện đơn lẻ một vài không gian cục bộ chiếu sáng bằng ánh sáng màu như những biện pháp tạo màu sắc trong phương thức tạo hình.

2.4. Các nghệ thuật trình diễn và âm thanh

Phạm vi của phần nghiên cứu này nằm trong khuôn khổ những biểu hiện nghệ thuật thị giác và thính giác với ý nghĩa hỗ trợ. Vấn đề diễn viên trình diễn bên cạnh các mẫu xe tại các kỳ TLTM VMS luôn là điểm nóng thu hút bình luận của báo giới và truyền thông hàng năm. Các diễn viên này thường là những người của công chúng, người mẫu... với hình thức đẹp, có sự cuốn hút thị giác và tác động dây chuyền hướng sự chú ý đến mẫu vật

Vũ (dance), nhảy hiện đại (breakdance), kịch câm (pantomime) là những “chất liệu” của nghệ thuật biểu diễn thường được sử dụng

nhằm lôi kéo số đông người xem hướng đến chương trình giới thiệu sản phẩm mới. Các hình thức trình diễn trên có thể thấy ở hầu hết trong NTTB của các thương hiệu tại TLTM VMS. Sự tham dự của các hình thức nghệ thuật trình diễn đan xen các yếu tố âm thanh, ánh sáng biểu diễn không liên quan trực tiếp đến vấn đề mỹ thuật tạo hình, song có tác dụng to lớn với mục đích tạo sự *hiếu kỳ, phấn khích* của quần chúng tham gia. TLTM không những có nhiệm vụ *giới thiệu* thuần túy mà còn có nhiệm vụ *giải trí*. Các hình thức này có ý nghĩa xúc tác làm tăng thêm hiệu lực của NTTB.

Tiểu kết

NTTB tại các TLTM VMS là *những tác phẩm nghệ thuật tạo hình không gian* toàn vẹn, được cấu thành bởi nội dung và thông qua hình thức biểu hiện của các phương tiện nghệ thuật tạo hình.

Là loại hình có nguồn gốc phương Tây, có sự chi phối bởi tuyên ngôn thương mại toàn cầu, song NTTB tại các TLTM VMS đã xuất hiện những nét riêng thông qua chủ đề nội dung và thông điệp thị trường nhằm phù hợp với điều kiện xã hội Việt Nam.

Địa thế của gian trưng bày đã mang lại giải pháp bố cục không gian và tạo hình trở nên riêng biệt. Sử dụng ánh sáng linh hoạt kết hợp với các hình thức nghệ thuật trình diễn bản địa tạo nên một NTTB với sắc thái riêng. Hình thức bố cục không gian NTTB tại các TLTM VMS hướng tới một không gian mở, bố cục linh hoạt hướng tới thể loại bố cục tự do. Các hình thức biểu đạt của tạo hình, chiếu sáng ngày càng hướng tới *trạng thái động* để tiếp cận xu thế thế giới. NTTB không những hướng tới cái Đẹp của mỹ thuật ứng dụng thuần túy mà còn hướng tới việc *thể hiện bản sắc* và *văn hóa truyền thống*. NTTB tại các TLTM VMS có sự tiếp cận khoa học và công nghệ để *dùng hợp những thành tố của các loại hình nghệ thuật Hậu hiện đại*.

Chương 3

GIÁ TRỊ THẨM MỸ VÀ XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN THẨM MỸ CỦA NGHỆ THUẬT TRUNG BÀY TẠI CÁC TRIỂN LÃM THƯỜNG MẠI “VIETNAM MOTOR SHOW”

3.1. Giá trị thẩm mỹ của NTTB tại các TLTM VMS

3.1.1. Kế thừa giá trị thẩm mỹ của NTTB tại các TLTM “Motor Show” trên thế giới

Sự tiếp thu và kế thừa bản sắc thương hiệu thể hiện thông qua:

- Bộ cục không gian, bao gồm: khu trưng bày và khu điều hành, dịch vụ.

- Đai trưng bày, sàn trưng bày thường có xu hướng tông màu trung tính hoặc pha trộn tông màu chủ đạo của thương hiệu.

- Logo, khẩu hiệu thương mại, bảng biểu, chú thích, ảnh quảng cáo, phim quảng cáo, âm thanh... được thống nhất về vị trí, phương thức biểu hiện.

- Sử dụng chiếu sáng đúng kỹ thuật, tiêu chuẩn và nhiệt độ màu nguồn sáng đến bề mặt mẫu vật.

Tỷ lệ, kích thước và liều lượng giữa bản thân từng yếu tố với nhau, tỷ lệ và liều lượng giữa chúng với tổng thể bộ cục không gian thực sự là “mảnh đất màu mỡ” cho sáng tạo của những nhà thiết kế. Việc *bảo toàn những quy chuẩn tạo hình* này khi linh hoạt kết hợp với những *đặc tính khác* sẽ làm cho vấn đề tạo hình phong phú, đa dạng phù hợp từng thị trường bản địa.

3.1.2. Giá trị nhân văn về nội dung

Tính nhân văn trước tiên của NTTB được biểu hiện ở chủ đề các kỳ TLTM VMS và thông điệp thương mại của các thương hiệu. Đó là những quyết đoán hợp lý của VAMA khi đưa ra những hướng đi của ngành sản xuất Ô tô Việt Nam phù hợp với tình hình phát triển

kinh tế, văn hóa, xã hội. Năm 2009 với chủ đề “Cho cuộc sống thêm phong phú” nhằm tạo động lực và lạc quan vượt qua ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế tài chính toàn cầu. Từ năm 2010 đến năm 2011, chủ đề “Xanh hơn và tốt hơn” và “Cùng xe hơi tận hưởng cuộc sống” thể hiện sự *hội nhập* với xu thế thế giới về giảm thiểu ô nhiễm môi trường và hướng tới phát triển bền vững.

Từ năm 2012 đến năm 2015 các chủ đề đều hướng tới một sự *hội nhập sâu rộng* nhằm thỏa mãn nhu cầu người tiêu dùng tận hưởng những thành tựu công nghệ Ô tô hiện đại. Chủ đề TLTM VMS 2016 “Tăng tốc - Đón đầu” là bước đi chủ động sau hơn 10 kỳ liên tiếp thành công của TLTM VMS và thị trường Ô tô Việt Nam. Các chủ đề tại các TLTM VMS đã có sự *tiếp biến* nhất định hướng tới các giá trị nhân văn của cuộc sống xã hội.

Bên cạnh tuyên ngôn thương mại và chủ đề của TLTM VMS, các nhà sản xuất tham dự từng sự kiện TLTM VMS đều mang đến những thông điệp riêng hướng tới một đời sống xã hội Việt Nam: năng động, trẻ trung, tiện nghi, thân thiện vì *sự phát triển của con người ngày càng toàn diện*.

3.1.3. Giá trị về sự hài hòa thẩm mỹ trong tạo hình không gian

Bản chất của cái Đẹp là sự hài hòa. Bố cục không gian đã tạo được sự liên kết các bộ phận đơn lẻ kết nối thành một chỉnh thể thống nhất đồng thời biểu hiện nội dung một cách tối ưu thông qua các phương pháp trưng bày đặc thù: *trưng bày đơn lẻ; trưng bày theo hệ thống; trưng bày theo tuyến; trưng bày theo thị hiếu khán giả*. Giải pháp bố cục không gian chú trọng đến cả sự hài hòa của *hoạt động của con người trong môi trường đó*.

Đối với bất kỳ vị trí nào, cũng có thể thấy sự tương phản mạnh thông qua tỷ lệ, kích cỡ, màu sắc và độ đậm nhạt của tông màu, đảm

bảo nổi bật trọng tâm và sự cân bằng thị giác. Bố cục không gian với lối tư duy bao quát, chú trọng không gian tổng thể thông qua tạo dựng một *bối cảnh lớn*. Điều đó nói lên sự chủ động kiểm soát tỷ lệ và liều lượng từng thành tố cấu thành thông qua: bố cục không gian, tạo hình khối, chất liệu, chiếu sáng.

Chiếu sáng màu xen kẽ và các hình thức nghệ thuật trình diễn và âm thanh tạo nên sự hưng phấn thị giác nhất định của tư duy tạo hình nghệ thuật Hậu hiện đại bởi sự *bất quy tắc, gây ấn tượng mạnh, phá cách* và *ngẫu hứng*. Bản chất NTTB là loại hình tổng hợp, phải có sự điều tiết và kiểm soát mức độ biểu hiện của mỗi thành tố cấu thành để tạo nên “một dàn hợp xướng” hài hòa. Việc tạo dựng và kiểm soát được *bối cảnh lớn* đã mang đến sự *hài hòa trong một tổng thể tạo hình nhất quán*. Đó là sự hài hòa biện chứng từ vấn đề nội dung đến hình thức biểu hiện.

3.1.4. Giá trị về hình tượng và biểu cảm thẩm mỹ

Bản thân sự hài hòa cũng mang lại giá trị biểu cảm nhưng sự biểu cảm cao nhất, sự xúc động cao nhất chỉ có thể có được thông qua hình tượng của nghệ thuật.

Rõ ràng hình tượng nghệ thuật ở đây là sự kết hợp yếu tố tạo hình trạng thái *tĩnh* thông qua tạo hình Honda năm 2013, Ford năm 2014. Tuy vậy, thể mạnh của hình thức tạo hình trạng thái *động* và âm thanh thông qua các màn hình Led khổ lớn đã tạo cho không gian trưng bày của các nhà sản xuất trên có sự gắn kết về nội dung với hình thức biểu hiện một cách nhất quán thông qua tạo hình Toyota năm 2012, Mercedes-Benz năm 2017.

Các phương thức tạo hình đều mang tính khái quát và ước lệ cao. Tính biểu cảm và hình tượng nghệ thuật của NTTB của một số không gian tại TLTM VMS đáp ứng tính đa chức năng của nghệ

thuật, thỏa mãn nhu cầu hưởng thụ của những khoái cảm tinh thần, khát vọng của con người hướng về Chân - Thiện - Mỹ. Hình thức biểu hiện của hình tượng nghệ thuật mang trạng thái tĩnh của tư duy nghệ thuật Hiện đại, vừa mang trạng thái tĩnh - động khi kết hợp với các yếu tố của hình thức tạo hình Hậu hiện đại.

3.1.5. Giá trị về sáng tạo trong tạo hình không gian

Trong mỗi hình thức bố cục không gian, đều có sự khác biệt đặc trưng đặc thù. Không gian trưng bày của Toyota năm 2012, Mercedes-Benz năm 2017 khá linh hoạt và gắn bó chặt chẽ với kiến trúc tòa nhà triển lãm. Tính sáng tạo của tạo hình trước tiên là ở chỗ sử dụng khéo léo địa thế trưng bày.

Cùng với vị trí như Toyota, song Ford năm 2014, lại đơn điệu trong biện pháp tạo hình. Sự đơn điệu này cũng có thể thấy tại không gian của Lexus năm 2016.

Trong sự kiện TLTM VMS 2013, cùng chủ đề “Cùng đi tới thành công”, tạo hình hình tượng nghệ thuật của Honda và Mercedes-Benz có sự khác biệt rõ rệt. Đây là sự sáng tạo của các đội ngũ thiết kế Việt Nam trong việc lựa chọn hình tượng nghệ thuật độc đáo và đặc sắc.

Đối với Mercedes-Benz năm 2017, sự sáng tạo thể hiện trước tiên là tổ chức tuyến lưu thông hợp lý và gắn kết chặt chẽ với nội dung kịch bản trưng bày một cách khoa học. Sự sáng tạo tạo hình không gian phù hợp với kiến trúc tòa nhà triển lãm đã đảm bảo một quy trình tham quan thống nhất, tạo cảm xúc và bất ngờ thú vị theo một “kịch bản” tri giác định sẵn.

3.2. Xu hướng phát triển thẩm mỹ của NTTB tại các TLTM VMS

3.2.1. Biến chuyển từ trạng thái tĩnh sang trạng thái động

Từ TLTM VMS 2002 đến năm 2011 là thời kỳ hình thức biểu hiện NTTB: ảnh quảng cáo, chữ, logo luôn xuất hiện với trạng thái tĩnh. Một số các hình thức quảng cáo truyền thông đa phương tiện thực thi thông qua các màn hình Led cỡ nhỏ tại vị trí cục bộ.

Từ TLTM VMS 2012 có sự xuất hiện đột phá về công nghệ màn hình Led khổ lớn của hàng loạt các công ty chuyên nghiệp về quảng cáo và tổ chức sự kiện. Hình thức này tham dự với vai trò chiếm lĩnh không gian lớn ảnh hưởng trực tiếp đến tạo hình mang trạng thái động. Bên cạnh đó cùng với xu thế thế giới, hình thức nghệ thuật số được chuyển tải qua hàng loạt các máy chiếu công nghệ cao. Các logo, tuyên ngôn thương mại, các hình kỷ hà: vuông, tròn... cùng đa dạng các tổ hợp nét... được trình chiếu tạo thành tổ hợp không gian tạo hình động. Việc trình chiếu các tuyến màu, các vùng ánh sáng màu và các hình thức chuyển sắc màu có tác dụng chiếm lĩnh không gian tạo hình lớn. Hình thức tạo hình trạng thái động đã biến đổi không gian trưng bày thành một *cảnh tượng chuyển động* góp phần mang lại phương thức tạo hình mới.

3.2.2. Thể hiện bản sắc và văn hóa truyền thống

Khả năng bộc lộ vấn đề bản sắc và văn hóa truyền thống rõ nét nhất thông qua các phương tiện tạo hình không gian và những xúc tác của nghệ thuật trình diễn mang tính bản địa. Văn hóa truyền thống không hẳn là sự đan xen và áp đặt một cách máy móc các giá trị truyền thống. Sự kết hợp này không phải chỉ mang tính trang trí, tô điểm cho tạo hình không gian của NTTB. Nó cần phải thông qua sự hòa quyện đến mức nhuần nhuyễn thông qua những tổ hợp hình tượng có tính bao trùm mang âm hưởng dân tộc và thời đại.

Bản sắc trong tạo hình bao gồm: tạo hình không gian, màu sắc, cấu trúc hình thể, tuyên ngôn thương mại, thông điệp thị trường... và

chủ đề nội dung tư tưởng. Thực tế cho thấy, trong “thế giới phẳng” hiện nay để có được tác phẩm nghệ thuật sâu sắc đòi hỏi *tài năng* xuất chúng của người sáng tạo. *Năng lực của chủ thể sáng tạo* có ý nghĩa quan trọng trong việc tạo ra các tác phẩm nghệ thuật. Vấn đề là ở chỗ phải tiếp thu những thành tựu khoa học tiên tiến, kết hợp một cách hài hoà có chọn lọc với những yếu tố truyền thống dân tộc.

3.2.3. Dung hợp với thành tố của các loại hình nghệ thuật hậu hiện đại

NTTB là loại hình nghệ thuật tổng hợp có biên độ kết hợp rộng mở với các yếu tố của nghệ thuật khác bởi cấu trúc độc đáo của nó. Những thành tố của loại hình nghệ thuật hậu hiện đại: mỹ thuật truyền thông đa phương tiện, nghệ thuật số, nghệ thuật sắp đặt đã tham dự một cách hài hòa, nhuần nhuyễn vào NTTB tại các TLTM “Motor Show”. Các vấn đề xúc tác cho hiệu lực của NTTB: các nghệ thuật trình diễn và âm thanh tham dự trong sự hỗn đồng của loại hình nghệ thuật này với nghệ thuật sân khấu.

Trên thế giới, các nghệ sĩ sử dụng ngôn ngữ của các loại hình nghệ thuật hậu hiện đại trong NTTB tại các TLTM “Motor Show” để tạo dựng không gian trưng bày thành *một cảnh tượng* và biến nó thành *một câu chuyện* hấp dẫn. Các yếu tố tạo hình, âm thanh, ánh sáng và yếu tố dàn dựng lôi cuốn người xem trở thành yếu tố tham dự, thưởng thức. Trong không gian này, các nhà thiết kế đã thiết lập mức độ *thứ tự trước sau các ấn tượng toát ra từ các khu vực trưng bày*. Người xem triển lãm trở thành những đối tượng thưởng thức, họ phải “*đi vào*” bên trong tác phẩm, “*đi vào*” không gian trưng bày để nhìn, ngắm, chiêm nghiệm.

Ảnh hưởng của khoa học kỹ thuật và những thành tố của các loại hình nghệ thuật Hậu hiện đại đã đưa NTTB vào cánh cửa rộng mở của loại hình xây dựng hình thức.

Tiểu kết

Trong quá trình hội nhập và tiếp biến, NTTB tại các TLTM VMS có giá trị nhân văn biểu hiện thông qua nội dung, có những giá trị nhất định về sự hài hòa thẩm mỹ tạo hình không gian, về hình tượng và biểu cảm thẩm mỹ, về sáng tạo tạo hình không gian phù hợp với điều kiện Việt Nam hướng tới những chân giá trị.

Xu hướng thẩm mỹ chuyển từ trạng thái tĩnh sang trạng thái động đã làm thay đổi cục diện tạo hình không gian, là động lực để tiếp cận với xu thế thế giới. Việc ứng dụng những thành tựu khoa học công nghệ vào NTTB đã biến không gian trưng bày thành những không gian tương tác của những “*cuộc chơi công nghệ*”. Vấn đề bản sắc và văn hóa truyền thống cần phát huy trong xu thế hội nhập và phát triển. NTTB tại các TLTM VMS có khả năng dung hợp những thành tố của các loại hình nghệ thuật Hậu hiện đại, lôi cuốn người xem vào “*cuộc chơi nghệ thuật*”. Cảm xúc thẩm mỹ đối với NTTB hiện đại phải là cảm xúc toát lên từ một cảnh tượng của toàn bộ không gian trưng bày để tạo ra những khoảnh khắc thú vị mang tính kể chuyện.

KẾT LUẬN

Điểm mới của nghiên cứu luận án trước tiên là việc phân định thuật ngữ NTTB. Khẳng định NTTB tại các TLTM VMS là những tác phẩm nghệ thuật tạo hình không gian toàn vẹn, điều này chưa thấy tại bất cứ công trình nghiên cứu lý luận nào cho đến thời điểm này. Khẳng định NTTB tại các TLTM VMS là kết quả của sự di chuyển, hội nhập, tiếp biến có nguồn gốc phương Tây và là bộ phận của nghệ thuật trưng bày tại các TLTM “Motor Show” trên thế giới.

Giá trị thẩm mỹ của NTTB tại các TLTM VMS là sự kế thừa thành tựu cơ bản của NTTB tại các TLTM “Motor Show” trên thế

giới. Giá trị nhân văn của nội dung được thể hiện thông qua việc hoạch định linh hoạt chủ đề các TLTM VMS của VAMA phù hợp tới tình hình kinh tế xã hội Việt Nam. NTTB là loại hình nghệ thuật tổng hợp, có những không gian trưng bày đạt giá trị về hài hòa thẩm mỹ tạo hình không gian. Có những không gian đạt giá trị hình tượng và biểu cảm thẩm mỹ. Có những không gian đạt về giá trị sáng tạo tạo hình.

Các hình thức biểu đạt của tạo hình không gian ngày càng hướng tới *trạng thái động*, chú trọng đến vấn đề không gian và thời gian của nghệ thuật tạo hình. NTTB hướng tới việc *thể hiện bản sắc* và *văn hóa truyền thống* đồng thời sẵn sàng *dung hợp những thành tố của các loại hình nghệ thuật Hậu hiện đại*, cập nhật ứng dụng *khoa học và công nghệ* để hòa nhịp với xu thế thế giới.

Đề tài nghiên cứu dừng lại ở phạm vi giá trị thẩm mỹ và xu hướng phát triển của NTTB tại các TLTM VMS. Trong lĩnh vực này còn đề nghị hình thức NTTB tại các TLTM nói chung và NTTB triển lãm văn hóa nói riêng. Có thể phân chia TLTM theo các lớp nhỏ nữa như theo *quy mô diện tích*, theo *kinh phí đầu tư*, theo *loại hình con...* của NTTB tại các TLTM. Ngoài những vấn đề nêu trên, có thể còn có vô vàn những loại hình nghệ thuật mới trong tương lai có thể tham gia trong *môi trường tương tác* của NTTB tại các TLTM VMS. Đó là những hướng nghiên cứu chuyên sâu, chuyên biệt về mỹ thuật học tiếp theo phát triển trên nền tảng của luận án này./.

DANH MỤC
CÁC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ
LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

1. Hồ Nam (2017), “Nghệ thuật trang trí và trưng bày triển lãm thương mại Việt Nam thời kỳ Pháp thuộc”, *Tạp chí Nghiên cứu Mỹ thuật*, số 2(14), tr 48-53.
2. Hồ Nam (2017), “Nghệ thuật thiết kế trưng bày triển lãm thương mại với việc khai thác công nghệ và hình thức nghệ thuật đương đại”, *Tạp chí Nghiên cứu Mỹ thuật*, số 4(16), tr 63-68.