

PHÁT TRIỂN Ý TƯỞNG SÁNG TẠO VÀ THẨM MỸ CÔNG NGHIỆP TRONG ĐÀO TẠO CỬ NHÂN MỸ THUẬT ỨNG DỤNG CỦA KỸ NGUYÊN SỐ

Lê Văn Thân¹

Email: thanlv@eaut.edu.vn

Ngày tòa soạn nhận được bài báo: 29/09/2025

Ngày phản biện đánh giá: 15/10/2025

Ngày bài báo được duyệt đăng: 24/10/2025

DOI: 10.59266/houjs.2025.860

Tóm tắt: Một sản phẩm mỹ thuật ứng dụng có kiểu dáng hấp dẫn, vừa đẹp, tiện dụng, tiện ích và mang lại trải nghiệm tốt hơn cho người dùng, đáp ứng nhu cầu thẩm mỹ công nghiệp, giúp cuộc sống trở nên hài hòa và thăng hoa. đó là sản phẩm có ý tưởng sáng tạo và thẩm mỹ ứng dụng sâu sắc. Trong kỷ nguyên số, trí tuệ nhân tạo (AI) đóng vai trò rất quan trọng trong các lĩnh vực hoạt động của xã hội. Tuy nhiên, trong nghệ thuật thiết kế, công nghệ thông minh chỉ là công cụ, phương tiện thể hiện các sản phẩm trên nền tảng ý tưởng sáng tạo và thẩm mỹ công nghiệp (TMCN) của các nhà thiết kế. Chính vì vậy, việc xây dựng và phát triển ý tưởng sáng tạo và thẩm mỹ công nghiệp trong đào tạo cử nhân mỹ thuật ứng dụng (MTUD) đóng vai trò cốt lõi. Bởi ý tưởng sáng tạo và TMCN giúp giúp sinh viên phát triển tư duy phản biện, sáng tạo ra các thiết kế phù hợp với xu hướng, thúc đẩy kinh tế và xây dựng văn hóa thẩm mỹ trong hành trình học tập, nghiên cứu và thiết kế sản phẩm ứng dụng trong kỷ nguyên số.

Từ khóa: ý tưởng sáng tạo, thẩm mỹ công nghiệp, trí tuệ nhân tạo (AI), đào tạo cử nhân MTUD

I. Đặt vấn đề

Kỷ nguyên số, kỷ nguyên của công nghệ và trí tuệ nhân tạo (AI) đã và đang là công cụ đắc lực, đồng thời là kho tàng trí tuệ vô tận đa lĩnh vực của nhân loại. Trí tuệ nhân tạo vô tận đó đã làm thay đổi tất cả các lĩnh vực hoạt động và khoa học của đời sống xã hội. Tuy nhiên, để kho tàng trí tuệ đó ngày càng được bồi đắp

dày thêm, tinh và sâu hơn thì nguồn cung cấp ấy chính lại do từ con người. Bởi con người chính là chủ thể của xã hội, mọi phát minh, mọi trí tuệ của con người tạo ra lại quy lại phục vụ chính con người, nên nó được gọi là trí tuệ nhân tạo. Công nghệ hay trí tuệ nhân tạo cũng đều do con người phát minh chế tạo ra nên bản chất nó là những cỗ máy, là kho tàng trí tuệ, đồng

¹ Trường Đại học Công nghệ Đông Á

thời là công cụ, phương tiện để giúp con người thực hiện những ý tưởng sáng tạo của các nhà thiết kế. Bởi ý tưởng chính là sản phẩm của trí tuệ và sáng tạo, đồng thời nó là chất xúc tác cho sự đổi mới nâng cao thẩm mỹ công nghiệp ứng dụng trong mọi lĩnh vực hoạt động của cuộc sống và xã hội đương đại.

Trong đào tạo cử nhân thiết kế các ngành và chuyên ngành thuộc lĩnh vực MTUD việc ứng dụng công nghệ trong thiết kế và thể hiện sản phẩm là rất cần thiết. Song công nghệ không thể đưa ra được những tư duy và những ý tưởng sáng tạo và có cảm nhận về thẩm mỹ công nghiệp ứng dụng như con người. Vì vậy khi chat GPT và ứng dụng AI nếu chúng ta đưa ra những câu hỏi nội dung không có ý tưởng tốt, tính thẩm mỹ hạn chế thì kết quả nhận được sẽ sai lệch hoặc không đúng như mong muốn. Do đó, việc phát triển và xây dựng ý tưởng sáng tạo và thẩm mỹ trong đào tạo cử nhân Mỹ thuật ứng dụng- nguồn nhân lực thiết kế có chất lượng cho xã hội trong kỷ nguyên số là rất quan trọng và cần thiết.

II. Cơ sở lý thuyết

Chúng ta hãy coi ý tưởng sáng tạo nó là một tính năng cần thiết và xác định đặc tính tư duy của con người. Nhận thức về ý tưởng sáng tạo và thẩm mỹ công nghiệp trong thiết kế là khả năng của người thiết kế trong việc tạo ra những ý tưởng mới mẻ, độc đáo và biến chúng thành các tác phẩm có giá trị thẩm mỹ cao, gây ấn tượng thị giác và cảm xúc cho người xem. Điều này đòi hỏi sự kết hợp kiến thức chuyên ngành và kiến thức rộng từ nhiều lĩnh vực khác như văn học, lịch sử, tâm lý, triết học, logic và xã hội học. Ý tưởng sáng tạo là nền tảng, còn thẩm mỹ là cách truyền tải giá trị và ý nghĩa đó một cách có hiệu quả.

Còn Immanuel Kant (CHLBĐức) triết gia lớn nhất của thời kỳ cận đại coi ý tưởng là “*sản phẩm của trí tuệ*”. Để hiểu được ý nghĩa của ý tưởng ta hãy coi nó là một tính năng cần thiết và xác định đặc tính tư duy của con người.

Ý tưởng sáng tạo là yếu tố định hình ban đầu cả về nội dung và hình thức cho một tác phẩm nghệ thuật thiết kế. Để có ý tưởng sáng tạo, nhà thiết kế cần có kiến thức sâu rộng về khoa học xã hội và khoa học tự nhiên ngoài chuyên ngành. Ý tưởng sáng tạo là sản phẩm của tư duy nhưng cũng dựa trên sự cảm nhận và linh cảm về những gì mà hiện thực toát ra.

Thẩm mỹ công nghiệp là cách người thiết kế chuyển đổi ý tưởng thành phương tiện để khái quát giá trị và ý nghĩa của sản phẩm. Là một lĩnh vực kết hợp nghệ thuật, kỹ thuật và khoa học để tạo ra các sản phẩm sản xuất hàng loạt vừa đẹp mắt, vừa tiện dụng, hướng đến sự hài hòa, cô đọng và sử dụng hiệu quả các yếu tố tạo hình để gây ấn tượng thị giác, đáp ứng nhu cầu vật chất và tinh thần của người dùng.

Ý tưởng là gốc rễ, thẩm mỹ là phương tiện: Ý tưởng sáng tạo là điểm khởi đầu, còn thẩm mỹ công nghiệp là cách thức để diễn đạt, làm cho ý tưởng đó trở nên hấp dẫn, dễ hiểu và có giá trị hơn và sản xuất hàng loạt mang tính công nghiệp.

III. Phương pháp nghiên cứu

Để làm sáng tỏ vấn đề nghiên cứu, bài báo sử dụng phương pháp phân tích và tổng hợp, nhằm, phân tích, tổng hợp làm sáng tỏ những dữ liệu có tính thực tế phục vụ cho quá trình nghiên cứu.

Phân tích và tổng hợp từng khái niệm, những giá trị ứng dụng, sự tương tác, mối quan hệ giữa ý tưởng sáng tạo với thẩm mỹ ứng dụng trong nội dung

chương trình đào tạo cử nhân MTUD và trong thiết kế sáng tạo dựa trên các kết quả đào tạo và những sản phẩm ứng dụng thực tế. Từ đó đưa ra những nhận định, đánh giá rồi tổng hợp, phân tích thành một hệ thống kiến thức lý thuyết và thực hành nhằm nâng cao, phát triển nội dung nghiên cứu về ý tưởng sáng tạo và thẩm mỹ công nghiệp trong quá trình đào tạo nguồn nhân lực cử nhân MTUD chất lượng cao trong kỷ nguyên số.

IV. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Vai trò của ý tưởng sáng tạo trong đào tạo cử nhân MTUD

Ý tưởng (Ideas): Ý tưởng là một khái niệm trừu tượng thường xuất hiện trong tư duy con người, đặc biệt là trong quá trình sáng tạo. Nó thể hiện khả năng tư duy con người, đặc biệt là trong quá trình sáng tạo. Nó thể hiện khả năng tư duy sáng tạo và khả năng tạo ra các suy nghĩ, ý kiến hoặc giải pháp mới, chưa từng tồn tại trước đó. Ý tưởng có thể xuất phát từ nhiều nguồn khác nhau,...

Ý tưởng là nguồn gốc của sự sáng tạo và đổi mới. Nó giúp ta tạo ra những sản phẩm, dịch vụ và giải pháp mới, nâng cao cuộc sống, thúc đẩy sự tiến bộ của xã hội. Đồng thời cũng giúp chúng ta tìm ra các cách giải quyết vấn đề, thách thức và

khó khăn mà chúng ta đang đối mặt. Nó là chìa khóa để tìm ra các phương pháp và lời giải mới cho các tình huống khác nhau.

Ý tưởng đóng vai trò chính trong nhiều khía cạnh của cuộc sống và quá trình phát triển của con người trong xã hội. Đặc biệt trong lĩnh vực đào tạo nguồn nhân lực về nghệ thuật thiết kế sản phẩm MTUD.

4.2. Những đặc điểm cơ bản của ý tưởng:

Ý tưởng là sản phẩm của tư duy không có hình dạng vật chất cụ thể nên ý tưởng là một sản phẩm vô hình. Nó mang tính “đột biến” so với những gì đã tồn tại, là sự kết hợp giữa sáng tạo và độc đáo theo hình thức mới mẻ. Mục đích để tìm ra cách giải quyết một thách thức hoặc đáp ứng một nhu cầu chưa được thỏa mãn.

Ý tưởng được xem là một khái niệm và mang ý nghĩa trừu tượng. Đó là một sự diễn xuất bằng suy nghĩ về các đối tượng và hiện tượng trong tâm lý học. Nhiều triết gia coi ý tưởng là khái niệm của một phạm trù bản thể học

Những khái niệm và đặc điểm trên là hệ thống kiến thức rất cần thiết để giúp sinh viên có khả năng phân tích, giải quyết vấn đề và tạo ra những giải pháp thiết kế độc đáo, phù hợp với nhu cầu sản phẩm ứng dụng của một xã hội hiện đại....



H1



H2



H3



H4

H:1,2,3,4: Lôgô các thương hiệu nổi tiếng có ý tưởng và thẩm mỹ sâu sắc

(Nguồn Internet)

4.3. Thẩm mỹ công nghiệp và những giá trị trong đào tạo và thiết kế sản phẩm MTUD

- *Giá trị trong đào tạo:*

Thẩm mỹ công nghiệp là yếu tố cốt lõi trong hoạt động và đào tạo nghệ thuật nói chung và trong nghệ thuật design nói riêng. Đào tạo ra các nhà thiết kế, các nghệ sĩ chính là hình thành và phát triển khả năng sáng tạo cho họ (1). Nó là sự giao thoa giữa cái đẹp trong lĩnh vực văn hóa vật thể và cái đẹp của kỹ thuật ứng dụng. Mục đích nhằm tạo ra một môi trường vật chất hài hòa, thỏa mãn đầy đủ nhất các nhu cầu về vật chất và tinh thần của con người

Trang bị và xây dựng cho sinh viên khả năng cảm thụ và sáng tạo ra các sản phẩm có giá trị thẩm mỹ ứng dụng cao, đáp ứng thị hiếu ngày càng đa dạng của công chúng trong kỷ nguyên số. Nhằm phát triển tư duy sáng tạo, nắm vững kỹ thuật và công nghệ, và có khả năng tạo ra các sản phẩm đa dạng trong thiết kế đồ họa số, thời trang, nội thất, đa phương tiện, đáp ứng nhu cầu thực tế của thị trường và hội nhập quốc tế. Đồng thời giúp sinh viên học cách kết hợp vẻ đẹp của nghệ thuật với tính năng ứng dụng của sản phẩm.

Giáo dục và phát triển ý thức ý tưởng sáng tạo và thẩm mỹ ứng dụng là một quá trình hình thành và phát triển nhân cách và tư duy thẩm mỹ công nghiệp cho sinh viên. Tăng cường về năng lực nhận thức và phản biện, đồng thời thấy được vai trò quan trọng và giá trị của thẩm mỹ công nghiệp trong đời sống nghệ thuật thiết kế của xã hội, đồng thời có khả năng tiếp nhận và sáng tạo cuộc sống của mình theo cái đẹp. (2)

- *Giá trị trong thiết kế sản phẩm:*

Là yếu tố tạo nên vẻ đẹp về hình thức, màu sắc, bố cục, giúp sản phẩm thu hút người dùng, nâng cao giá trị sử dụng và tạo lợi thế cạnh tranh cho thương hiệu. Nó không chỉ làm cho sản phẩm thu hút thị giác mạnh mẽ mà còn mang lại trải nghiệm thẩm mỹ tích cực và sự hài lòng cho người dùng, nâng cao giá trị cuộc sống và xây dựng hình ảnh của thương hiệu ngày một tích cực để phát triển.

Thúc đẩy tăng trưởng nền kinh tế và văn hóa, đồng thời tạo dựng nền văn hóa thẩm mỹ và bản sắc cho dân tộc. Đồng thời truyền tải thông điệp của nhà sản xuất một cách hiệu quả và ấn tượng hơn đến người tiêu dùng.

H5: Tác phẩm: *Tàn tích*.

H5

H6

H6: Tác Phẩm: Chất thải của bạn gây tử vong

(Nguồn Internet)

4.4. *Mối liên hệ giữa ý tưởng sáng tạo và thẩm mỹ công nghiệp:*

Ý tưởng là gốc rễ, thẩm mỹ là phương tiện, ý tưởng là yếu tố cốt lõi, mang tính đột phá, độc đáo, giải quyết vấn đề hoặc tạo ra giá trị mới. Thẩm mỹ là các nguyên tắc về hình thức, màu sắc, chất liệu, kết cấu, bố cục, tạo cảm giác dễ chịu, đẹp mắt và có ý nghĩa. Ý tưởng sáng tạo là điểm khởi đầu, còn thẩm mỹ công nghiệp là cách thức để diễn đạt, làm cho ý tưởng đó trở nên hấp dẫn, dễ hiểu, thăng hoa và có giá trị hơn. Đồng thời là một trong những chỉ tiêu để đánh giá chất lượng của sản phẩm

Ý tưởng sáng tạo và thẩm mỹ công nghiệp có mối quan hệ mật thiết, trong đó ý tưởng cung cấp nội dung và định hướng cho hoạt động sáng tạo, còn thẩm mỹ là yếu tố quyết định hình thức, vẻ đẹp và cảm xúc mà ý tưởng đó truyền tải đến người thưởng thức. Ý tưởng là nền tảng ban đầu, còn thẩm mỹ là phương tiện để biến ý tưởng thành sản phẩm nghệ thuật,

giúp biểu đạt tư tưởng, tình cảm và giá trị một cách hiệu quả. Đó là mối quan hệ tương hỗ, trong đó ý tưởng là nguồn gốc và kim chỉ nam cho thẩm mỹ công nghiệp, còn thẩm mỹ công nghiệp là công cụ để hiện thực hóa và truyền tải ý tưởng đó. Ý tưởng cung cấp tầm nhìn, còn thẩm mỹ công nghiệp là ngôn ngữ hình ảnh để biến tầm nhìn thành sản phẩm cụ thể, có khả năng thu hút và thuyết phục người tiêu dùng.

Ý tưởng sáng tạo là nền tảng cho các sản phẩm thẩm mỹ, còn thẩm mỹ ứng dụng giúp hiện thực hóa và truyền tải giá trị của ý tưởng sáng tạo đến người dùng một cách hiệu quả. Thẩm mỹ là vẻ đẹp, sự hài hòa được áp dụng vào thực tế, làm cho ý tưởng trở nên hấp dẫn, lôi cuốn và có tính ứng dụng cao. Nó là guồn gốc của quá trình đổi mới và định hình thẩm mỹ công nghiệp. Và ngược lại thẩm mỹ ứng dụng sẽ hiện thực hóa và nâng tầm giá trị của ý tưởng. Một ý tưởng tốt cần được diễn đạt bằng một thẩm mỹ công nghiệp phù hợp

để tạo ra sự hấp dẫn về mặt thị giác và cảm xúc cho sản phẩm.

4.5. Sự đồng bộ và hài hòa:

Để có được một sản phẩm thiết kế thành công, ý tưởng sáng tạo và thẩm mỹ công nghiệp cần phải đồng bộ và hài hòa với nhau, tạo nên một tổng thể thống nhất và sản xuất theo quy trình công nghiệp.

Sự đồng bộ và hài hòa giữa ý tưởng sáng tạo và thẩm mỹ ứng dụng là khi ý tưởng độc đáo, mới lạ được thể hiện một cách cân đối, đẹp mắt và phù hợp với mục đích sử dụng, tạo nên những sản phẩm, công trình có giá trị nghệ thuật và công năng hiệu quả cao.

Đó là sự kết hợp nhuần nhuyễn tính độc đáo của ý tưởng với các nguyên tắc thẩm mỹ như cân bằng, đối xứng, tỷ lệ, màu sắc, đường nét, đồng thời đáp ứng được yêu cầu thực tế của người dùng và môi trường xung quanh.

Ý tưởng và thẩm mỹ công nghiệp không tách rời nhau. Một ý tưởng không có thẩm mỹ công nghiệp phù hợp sẽ khó trở thành sản phẩm thành công, trong khi thẩm mỹ công nghiệp thiếu ý tưởng sẽ chỉ là hình thức rỗng tuếch. Cả hai phải kết hợp hài hòa để tạo ra sản phẩm vừa có giá trị cốt lõi, vừa có sức hút mạnh mẽ.

4.6. Giá trị kinh tế của ý tưởng sáng tạo và thẩm mỹ công nghiệp trong phát triển kinh tế văn hóa

- Về giá trị về kinh tế:

Ý tưởng sáng tạo và thẩm mỹ công nghiệp đã thúc đẩy sự phát triển kinh tế và công nghiệp văn hóa. Đồng thời mang lại giá trị kinh tế to lớn cho phát triển kinh tế thông qua việc tạo ra các sản phẩm, dịch vụ độc đáo, thu hút đầu tư, gia tăng sức cạnh tranh, tạo việc làm, thúc đẩy du lịch, và xây dựng thương hiệu quốc gia. Sản

xuất hàng hóa và dịch vụ sáng tạo, thu hút đầu tư và tăng trưởng kinh tế, tạo việc làm và tăng thu nhập, thúc đẩy ngành du lịch phát triển. Nâng cao giá trị thương hiệu và thúc đẩy đổi mới sáng tạo.

Giá trị kinh tế của ý tưởng là giá trị tiềm năng mà ý tưởng mang lại cho doanh nghiệp thông qua việc tạo ra sản phẩm, dịch vụ mới, giải quyết vấn đề, cải tiến quy trình, hoặc tạo lợi thế cạnh tranh. Trong khi đó, thẩm mỹ công nghiệp liên quan đến việc tạo ra sản phẩm có vẻ ngoài hấp dẫn, công thái học tốt và chức năng tối ưu, góp phần vào giá trị kinh tế bằng cách tăng sức thu hút khách hàng, nâng cao uy tín thương hiệu, và tạo ra lợi thế cạnh tranh.

- Về giá trị văn hóa:

Không chỉ làm giàu cho nền kinh tế mà còn làm sâu sắc thêm giá trị tinh thần và văn hóa của xã hội. Giúp sản phẩm thể hiện tính văn hóa và bản sắc vượt trội, thu hút sự chú ý của người tiêu dùng và tạo lợi thế cạnh tranh. Chuyển hóa tài sản văn hóa thành tài sản kinh tế. Giúp khai thác giá trị tiềm ẩn của di sản văn hóa, biến chúng thành sản phẩm, dịch vụ kinh tế, tạo ra nguồn thu bền vững. Kết hợp hài hòa giữa phát triển kinh tế với bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, hướng tới một nền kinh tế xanh và bền vững.

Bill Gates - Ông vua lĩnh vực phần mềm, Chủ tịch Hội đồng quản trị Công ty phần mềm máy tính (Microsoft) cũng có câu danh ngôn sâu sắc: “*Ý tưởng cộng với thời gian mới là tài sản quý giá nhất*».

Là nền tảng để tạo ra các sản phẩm, thiết kế tốt, góp phần xây dựng và thúc đẩy ngành công nghiệp văn hóa, một lĩnh vực quan trọng trong thời kỳ hội nhập kinh tế.

Tóm lại, ý tưởng sáng tạo và thẩm mỹ công nghiệp là nguồn lực quan trọng,

giúp kinh tế văn hóa phát triển mạnh mẽ, vừa tạo ra của cải vật chất, vừa làm phong phú đời sống tinh thần cho xã hội.

4.7. Ứng dụng công nghệ trong quá trình thể hiện ý tưởng và thiết kế sáng tạo sản phẩm

Sự phát triển vượt bậc của trí tuệ nhân tạo (AI) trong những thập kỷ gần đây đã tạo ra một cuộc cách mạng trong thiết kế đồ họa, mở ra những khả năng mới đồng thời đặt ra các thách thức về sáng tạo và đạo đức. AI đã vượt ra khỏi vai trò hỗ trợ kỹ thuật để trở thành một công cụ chủ động trong thiết kế (3).

Ứng dụng công cụ kỹ thuật công nghệ số để khai thác và thể hiện các ý tưởng sáng tạo và thẩm mỹ, giúp sinh viên và các nhà thiết kế trong quá trình thiết kế sản phẩm ứng dụng tiết kiệm được nhiều thời gian, đồng thời đưa ra được nhiều phương án thiết kế để lựa chọn, tăng thêm sức cạnh tranh trên thị trường và tối ưu quy trình và nâng cao hiệu suất làm việc và chất lượng sản phẩm. Tạo ra sản phẩm đột phá, đưa ra những ý tưởng thiết kế mới lạ khác biệt và đi trước xu hướng.

Trong thời đại số, thông qua việc sử dụng trí tuệ nhân tạo (AI) để tự động hóa thể hiện ý tưởng và thiết kế sáng tạo sản phẩm sẽ đưa ra nhiều gợi ý độc đáo và phân tích dữ liệu; phần mềm chuyên dụng như các công cụ đồ họa và thiết kế 3D để phác thảo, mô phỏng và tạo mẫu; và công nghệ thực tế ảo (VR)/tăng cường thực tế (AR) để tạo ra trải nghiệm tương tác và trực quan hơn.

Sự tham gia rộng rãi của các công cụ AI trong các hoạt động sáng tạo đặc biệt là thiết kế đồ họa đã thay đổi mạnh mẽ cách người thiết kế, tổ chức, doanh nghiệp và cả khán giả tiếp cận và sáng tạo các sản phẩm thiết kế đồ họa [4]. Chính vì vậy,

ứng dụng công nghệ thông minh trong quá trình thể hiện ý tưởng và thiết kế sáng tạo sản phẩm đã và đang là công cụ đắc lực, là yếu tố trọng tâm của cuộc cách mạng công nghệ số và chuyển đổi công nghiệp mới.

4.8. Vai trò của nhận thức xã hội và văn hóa về ý tưởng sáng tạo và thiết kế

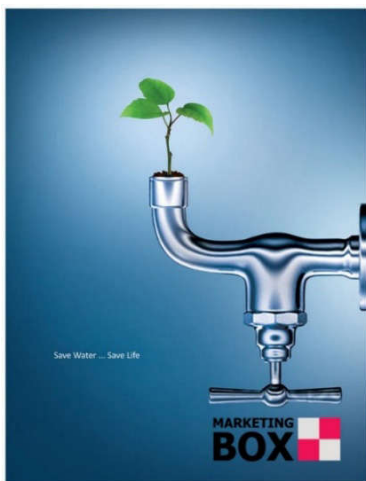
Đây là quá trình cung cấp các khuôn khổ giá trị, chuẩn mực, và kiến thức mà người sáng tạo sử dụng để giải quyết vấn đề và tạo ra sản phẩm mới, đồng thời còn ảnh hưởng đến sự tiếp nhận, đánh giá và ứng dụng của các ý tưởng đó trong cộng đồng. Nhận thức về các vấn đề, nhu cầu, và thách thức trong xã hội là động lực mạnh mẽ thúc đẩy các ý tưởng sáng tạo và thiết kế nhằm giải quyết hoặc cải thiện tình hình.

Tuy nhiên nhận thức xã hội và văn hóa về ý tưởng sáng tạo cũng ảnh hưởng đến quá trình sáng tạo và thiết kế. Các chuẩn mực văn hóa có thể ảnh hưởng đến cách một người nhìn nhận vấn đề, tư duy logic, và cách tiếp cận giải pháp sáng tạo, đôi khi theo hướng chung của cộng đồng. Có thể tạo ra các rào cản hoặc động lực cho các ý tưởng đột phá, hoặc cũng có thể là động lực để thúc đẩy sự sáng tạo trong khuôn khổ được chấp nhận.

Ý tưởng sáng tạo được đánh giá và chấp nhận hay không phụ thuộc vào sự phù hợp với các chuẩn mực, giá trị và thị hiếu của xã hội và văn hóa. Nếu một ý tưởng thiết kế đáp ứng tốt các yêu cầu xã hội và văn hóa, nó sẽ có xu hướng được duy trì, cải tiến và phát triển bền vững lâu dài. Ý tưởng sáng tạo trong thiết kế giữ vai trò quan trọng trong việc định hình và nâng cao nhận thức thẩm mỹ của xã hội, góp phần tạo dựng văn hóa thẩm mỹ đa dạng.

Thiết kế trong môi trường số đòi hỏi sự kết hợp giữa kiến thức lý thuyết, kỹ

năng thực hành công nghệ và tư duy thiết kế trong bối cảnh công việc và xã hội, bao gồm cả tác động của công nghệ số. Như vậy thẩm mỹ ứng công nghệ là ý thức phản ánh hiện thực vào ý thức con người trong quan hệ với nhu cầu thưởng thức và sáng tạo cái đẹp (2).



H7: Tiết kiệm nước, cứu mạng sống

Nguồn: internet



H8: Poster của HS Trần Giáp

4.9. Một số đề xuất để phát triển ý tưởng sáng tạo và thẩm mỹ công nghệ trong đào tạo cử nhân MTUD trong kỷ nguyên số:

Để có được nguồn nhân lực các nhà thiết kế MTUD tương lai có chất lượng cao

cho xã hội cần phải bổ sung nội dung phát triển ý tưởng sáng tạo và thẩm mỹ công nghệ trong chương trình đào tạo. Đồng thời kết hợp sử dụng các công cụ số tiên tiến như trí tuệ nhân tạo (AI), thực tế ảo (VR) và thực tế tăng cường (AR) để tạo ra các trải nghiệm thẩm mỹ mới mẻ và thú vị cho sinh viên, từ đó mở rộng không gian sáng tạo không giới hạn cho người học. Tuy nhiên, ứng dụng AI trong dạy và học, nhưng phải thận trọng, phù hợp và có kiểm soát

Trước hết các cơ sở đào tạo cần tích hợp công nghệ số, thúc đẩy sự kết hợp giữa giá trị thẩm mỹ truyền thống và hiện đại. Khuyến khích sinh viên nghiên cứu và ứng dụng các yếu tố văn hóa truyền thống Việt Nam vào các thiết kế và sản phẩm hiện đại, tạo ra sự độc đáo và giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc. Nâng cao năng lực nhận thức sáng tạo, tư duy khoa học liên ngành cho sinh viên, từ đó hình thành đội ngũ “nghệ sĩ số” đáp ứng nhu cầu hội nhập và bản sắc văn hóa Việt Nam.

Trang bị cho sinh viên những kiến thức và khả năng thích ứng nhanh với sự thay đổi, phát huy tối đa năng lực sáng tạo và sẵn sàng làm việc trong môi trường số hóa.

Phát triển tư duy liên ngành, khuyến khích sự giao thoa giữa nghệ thuật, công nghệ và các ngành nghề khác, giúp sinh viên có cái nhìn toàn diện và có thể tạo ra những giải pháp sáng tạo trong nhiều lĩnh vực.

Rà soát và bổ sung những học phần mới có nội dung và công nghệ gắn liền với sự phát triển tư duy, ý tưởng và thẩm mỹ ứng dụng sáng tạo, chú trọng phát triển kỹ năng mềm và kỹ năng số cho sinh viên.

Trang bị cho người học khả năng tư duy phản biện, làm chủ công nghệ và tạo ra những thiết kế đột phá mới. Tăng cường hợp tác, liên kết với các cơ sở đào

tạo, chuyên gia đầu ngành trong và ngoài nước để chia sẻ kiến thức, kinh nghiệm, và tạo ra môi trường học tập năng động, hiện đại. Xây dựng giáo trình chuyển hóa từ “gói kiến thức” sang học liệu mở, giúp cho người học phát triển năng lực.

V. Kết luận

Ý tưởng sáng tạo và thẩm mỹ công nghiệp là hai yếu tố không thể tách rời trong quá trình thiết kế sáng tạo, chúng hỗ trợ và nâng đỡ lẫn nhau để tạo nên những tác phẩm và sản phẩm có giá trị ứng dụng, nghệ thuật cao và sức lan tỏa mạnh mẽ. Chính vậy, trong đào tạo cử nhân MTUD cần phải tăng cường, chú trọng và phát triển giáo dục về ý tưởng sáng tạo và thẩm mỹ công nghiệp. Đây chính là khối kiến thức rất cần thiết không thể thiếu trong đào tạo nguồn nhân lực cử nhân MTUD có chất lượng cao trong môi trường đào tạo của kỷ nguyên số.

Một sản phẩm MTUD cũng như một tác phẩm Mỹ thuật nếu không có ý tưởng và thẩm mỹ ứng dụng sâu sắc thì tác phẩm đó sẽ để lại ấn tượng không tốt và sẽ tự mất đi trong tâm trí người xem và người tiêu dùng. Những tác phẩm và sản phẩm đó không những không mang lại giá trị gì cho xã hội mà còn gây tổn kém về kinh phí, thời gian, công sức đầu tư và để lại ấn tượng không đẹp cho xã hội. Bởi ý tưởng giúp tối ưu hóa hoạt động kinh doanh, giảm chi phí, tăng năng suất và hiệu quả làm việc. Ý tưởng mới và độc đáo sẽ mang đến các sản phẩm hoặc dịch vụ đột phá, mở ra thị trường mới và có thể giúp doanh nghiệp tạo ra sự khác biệt so với đối thủ cạnh tranh, từ đó chiếm lĩnh thị phần lớn hơn mang lại nguồn doanh thu mới cho doanh nghiệp.

Chính vì vậy, việc phát triển ý tưởng sáng tạo và thẩm mỹ công nghiệp trong

quá trình đào tạo cử nhân mỹ thuật ứng dụng của kỷ nguyên số đóng vai trò rất cần thiết và quan trọng. Bởi những kiến thức đó là nền tảng cốt lõi định hướng đạo đức, nhân cách tư duy sáng tạo nghệ thuật cho sinh viên. Trên cơ sở đó góp phần hình thành và nâng cao tính cách chủ thể tích cực, sáng tạo cho các Designer tương lai, cung cấp nguồn nhân lực có chất lượng cao về nghệ thuật thiết kế cho xã hội, góp phần xây dựng phát triển kinh tế và công nghiệp văn hóa cho đất nước trong thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế và kỷ nguyên số.

Tài liệu tham khảo

- [1]. ThS. Vũ Dương Công (2021), Giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo các ngành Mỹ thuật ứng dụng, đáp ứng yêu cầu xã hội, Số 01 - Tháng 9.2021 - Tạp chí KH&CN Trường Đại học Hòa Bình
- [2]. Đỗ Thị Thanh Huyền (2022), Giáo dục ,phát triển ý thức thẩm mỹ cho sinh viên khoa tạo dáng công nghiệp -Trường Đại học mở Hà Nội dưới tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 hiện nay. Tạp chí Khoa học-TC Khoa học-Trường Đại học Mở Hà Nội 93(7/2022)66-76.
- [3]. Võ Quang Phát (2025), Ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong giảng dạy thiết kế đồ họa tại Việt Nam: Cơ hội và thách thức, Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc gia về mỹ thuật ứng dụng 2025, NXB Mỹ thuật -8-2025.
- [4]. Nguyễn Thị Minh Thúy, Trần Lê Vân (2024), Tầm quan trọng và tác động của trí tuệ nhân tạo (AI) với thiết kế đồ họa đương đại, Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Quốc tế ASIA MEETS 2024 Châu Á trỗi dậy-Tác động từ Thiết kế, NXB Đại học Huế 2025.
- [5]. Internet

DEVELOPING CREATIVE IDEAS AND INDUSTRIAL AESTHETICS IN BACHELOR OF APPLIED ARTS TRAINING IN THE DIGITAL AGE

Le Van Than²

Abstract: *An applied art product has an attractive design, is beautiful, convenient, practical, and brings a better experience to the user; meets the needs of industrial aesthetics, and helps life become harmonious and sublime. It is a product with creative ideas and profound applied aesthetics. In the digital age, artificial intelligence (AI) plays a vital role in all areas of social activities. However, in the art of design, innovative technology is only a tool, a means to express products based on creative ideas and industrial aesthetics (TMCN) of designers. Therefore, the construction and development of innovative ideas and industrial aesthetics in the training of Bachelor of Applied Fine Arts (B.A.F.A.) students play a core role. Creative ideas and TMCN help students develop critical thinking, create designs that align with trends, promote economic growth, and foster aesthetic culture throughout the learning, researching, and designing of applied products in the digital age.*

Keywords: *Creative ideas, industrial aesthetics, artificial intelligence (AI), MTUD bachelor training*

² East Asia university of Technology