

THIẾT KẾ ĐỒ HOẠ: KHẲNG ĐỊNH PHONG CÁCH CÁ NHÂN ĐỂ TRÁNH “HOÀ TAN” TRONG THỜI ĐẠI CÔNG NGHỆ 4.0

Đàm Ngọc Linh
Trường Đại Học Kiến trúc Đà Nẵng

Tóm tắt: Trong bối cảnh công nghệ 4.0 phát triển mạnh mẽ, đặc biệt là sự hiện diện ngày càng rõ nét của trí tuệ nhân tạo (AI) trong ngành thiết kế Đồ hoạ, việc phát triển phong cách cá nhân không chỉ là một yếu tố thẩm mỹ, mà còn là chiến lược sinh tồn của người làm nghề. Bài viết này trình bày vai trò của phong cách cá nhân như một lợi thế cạnh tranh không thể thay thế bởi AI, đồng thời chỉ ra những thách thức trong đào tạo nhân lực thiết kế hiện nay. Qua đó, đề xuất một số giải pháp giáo dục nhằm nuôi dưỡng tư duy sáng tạo cá nhân trong bối cảnh giáo dục nghệ thuật hiện đại.

Từ khóa: Thiết kế đồ hoạ, phong cách cá nhân, giáo dục nghệ thuật, trí tuệ nhân tạo, công nghệ 4.0.

GRAPHIC DESIGN: ASSERT YOUR PERSONAL STYLE TO AVOID LOSING IDENTITY IN THE AGE OF INDUSTRY 4.0

Dam Ngoc Linh
University of Architecture of Da Nang

Abstract: In the context of the rapid development of Industry 4.0, especially with the increasing presence of artificial intelligence (AI) in the graphic design industry, developing a personal style is not only an aesthetic factor but also a survival strategy for professionals. This article discusses the role of personal style as a competitive advantage that cannot be replaced by AI, while also addressing the challenges in the current design workforce training. Furthermore, it proposes several educational solutions to nurture creative thinking in the context of modern art education.

Keywords: Graphic design, personal style, art education, artificial intelligence, Industry 4.0.

Nhận bài: 15/04/2025

Phản biện: 10/05/2025

Duyệt đăng: 14/05/2025

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCN 4.0) đang tạo ra một bước ngoặt lịch sử, làm thay đổi cơ bản cách con người lao động, sáng tạo và giao tiếp. Trong dòng chảy số hoá đó, ngành thiết kế đồ hoạ – vốn được xem là lãnh địa của cảm xúc, tư duy thẩm mỹ và cá tính thị giác – cũng đang chịu ảnh hưởng mạnh mẽ.

Tuy nhiên, đi cùng với sự tiện lợi và công suất vượt trội ấy là một vấn đề cốt lõi: các sản phẩm do AI tạo ra thường thiếu chiều sâu biểu cảm, đồng dạng về bố cục, màu sắc và ngôn ngữ thị giác – những đặc điểm khiến chúng trở nên dễ thay thế, nhưng khó để lại ấn tượng. AI có thể tạo ra những hình ảnh “đẹp”, nhưng thứ mà nó chưa thể mô phỏng được chính là phong cách cá nhân – một dấu ấn thị giác mang tính biểu hiện sâu sắc, được hình thành từ trải nghiệm sống, quan điểm thẩm mỹ và hệ giá trị nội tại của người thiết kế.

Nhà thiết kế đồ hoạ lừng danh Paula Scher, giáo sư tại Trường Thiết kế Parsons, từng chia sẻ trong một buổi phỏng vấn:

“I built my career on putting personality into design projects, which used to be considered heresy.”
(Tôi đã xây dựng sự nghiệp của mình dựa trên việc đưa cá tính vào dự án thiết kế – điều từng bị coi là dị giáo.) [1]

Câu nói này thể hiện một sự chuyển dịch trong quan niệm nghề nghiệp: từ chỗ xem sự can thiệp của cảm xúc cá nhân là trái chuẩn mực, đến việc công nhận cá tính thiết kế như một yếu tố tạo thương hiệu thị giác. Trong một thế giới ngày càng chuẩn hoá bởi thuật toán và công cụ số, chính phong cách cá nhân – dù từng bị xem là “khác biệt nguy hiểm” – lại trở thành tài sản quý giá nhất của người làm sáng tạo.

Tại Hội thảo “Đào tạo nhân lực thích ứng với sự thay đổi công nghệ trong bối cảnh CMCN 4.0” (2023), PGS.TS Lê Thanh Hà đã nhận định:

“Công nghệ đang dịch chuyển cầu lao động từ công việc thủ công, đơn giản sang các công việc đòi hỏi kỹ năng và trình độ cao hơn.”

(Trích từ *Tạp chí Lao động & Xã hội*, 2023) [2]

TS. Nguyễn Chí Trường, Vụ trưởng Vụ Kỹ năng nghề (Tổng cục Giáo dục nghề nghiệp) thì nhấn mạnh:

“Đào tạo nhân lực thích ứng với sự thay đổi công nghệ là giải pháp sống còn trong kỷ nguyên 4.0.” [2]

Hai nhận định này cho thấy: công nghệ không loại bỏ vai trò con người, mà tái định nghĩa lại vai trò đó, buộc người lao động – đặc biệt là trong

ngành sáng tạo – phải xây dựng năng lực mà công nghệ không thể thay thế: sự khác biệt, tư duy phản biện, bản sắc cá nhân.

II. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Phong cách cá nhân trong thiết kế

Khái niệm, vai trò và chiều sâu biểu đạt: Phong cách cá nhân (personal style) là một khái niệm nền tảng trong mỹ học ứng dụng, đặc biệt trong các ngành nghệ thuật thị giác như thiết kế Đồ họa. Theo quan điểm hiện đại, phong cách cá nhân không chỉ là cái “gu thẩm mỹ” hay “kỹ thuật quen thuộc”, mà là một hệ thống biểu đạt thẩm mỹ được hình thành từ trải nghiệm, phản tư [3] và quá trình cá nhân hoá thị giác – thể hiện qua việc lựa chọn màu sắc, bố cục, hình khối, cách xử lý thông tin và tư duy biểu tượng.

Trong tác phẩm *A Primer of Visual Literacy*, nhà lý luận thị giác Donis A. Dondis định nghĩa: “Style in visual communication is the consistent visual identity that emerges when choices are made based on internalized aesthetic values rather than external models.”

(“Phong cách trong giao tiếp thị giác là bản sắc hình ảnh nhất quán xuất hiện khi người thiết kế đưa ra lựa chọn dựa trên giá trị thẩm mỹ nội tại, thay vì sao chép từ mô hình bên ngoài.”) [4]

Nguồn gốc và sự phát triển của khái niệm “phong cách cá nhân”: Khái niệm phong cách cá nhân (*personal style*) xuất hiện sớm trong mỹ học phương Tây từ thời Phục Hưng, khi các nghệ sĩ như Leonardo da Vinci, Michelangelo hay Caravaggio thể hiện dấu ấn cá nhân mạnh mẽ trong phong cách hội họa. Tuy nhiên, chỉ từ giữa thế kỷ 20, khái niệm này mới được hệ thống hoá rõ ràng trong lý thuyết thiết kế, đặc biệt trong bối cảnh các phong trào thiết kế hiện đại như Bauhaus (Đức), Swiss Style (Thụy Sĩ), Ulm School of Design – HfG Ulm (Đức), Cranbrook Academy of Art (Hoa Kỳ), và Royal College of Art (Vương quốc Anh) phát triển mạnh mẽ. Các trường phái này đề cao tính chuẩn mực, lý tính và sự tối giản, từ đó tạo nên những quy phạm thị giác có tính khuôn mẫu cao. Chính trong môi trường khắt khe ấy, đã kích thích nhu cầu phản kháng bằng cái tôi thẩm mỹ, nhu cầu khẳng định “cái tôi thiết kế” đã kích hoạt sự nổi dậy của phong cách cá nhân như một yếu tố phản biện thẩm mỹ – góp phần thúc đẩy tư duy thiết kế mang tính bản sắc hoá và sáng tạo cá nhân hoá.

Từ những năm 1980 trở đi, tư tưởng hậu hiện đại (postmodernism) đưa cá nhân trở lại trung tâm sáng tạo. Các trường thiết kế hàng đầu như Parsons School of Design (Hoa Kỳ), Royal College of Art – RCA (Vương quốc Anh), Rhode Island School of Design – RISD (Hoa Kỳ), California Institute of the Arts – CalArts (Hoa Kỳ), và École Nationale Supérieure des Arts Décoratifs – ENSAD (Pháp) bắt đầu đưa “phát triển phong cách cá nhân” thành một phần chính thức trong giáo trình, xem đây là tiêu chí đánh giá sự trưởng thành nghề nghiệp thay vì chỉ dựa trên kỹ năng kỹ thuật hay mức độ thẩm mỹ thuần túy.

Phong cách cá nhân và giao tiếp thị giác: Phong cách cá nhân là biểu hiện rõ nét nhất của giao tiếp thị giác (*visual communication*) – nơi người thiết kế sử dụng ngôn ngữ hình ảnh để truyền tải tư tưởng, cảm xúc và lập trường thẩm mỹ. Từ góc nhìn ký hiệu học (semiotics), giao tiếp thị giác không chỉ truyền đạt nội dung, mà còn thể hiện thái độ xã hội, hệ giá trị và nhận thức cá nhân.

Phong cách cá nhân vì vậy là hình thức giao tiếp ngầm – mang theo thông điệp vô ngôn nhưng có sức ảnh hưởng mạnh mẽ đến cảm xúc, nhận thức và khả năng nhận diện của công chúng đối với nhà thiết kế.

Từ phong cách cá nhân đến bản sắc thiết kế: Từ nền tảng phong cách cá nhân, nhà thiết kế có thể phát triển thành một khái niệm rộng hơn: bản sắc thiết kế (*design identity*) – bao gồm không chỉ hình thức thẩm mỹ, mà cả phương pháp sáng tạo, triết lý nghề nghiệp và hệ giá trị nhân văn.

Phong cách cá nhân là cơ chế sinh tồn: Không chỉ là công cụ thẩm mỹ, phong cách cá nhân ngày nay còn là một chiến lược nghề nghiệp để tồn tại và phát triển bền vững trong thị trường toàn cầu hoá. Nhà thiết kế nổi tiếng Steven Heller, cựu giám đốc mỹ thuật của The New York Times, nhận định:

“In a saturated design world, your personal style is not vanity – it’s your survival mechanism.”

(“Trong một thế giới thiết kế bão hoà, phong cách cá nhân không phải sự tự phụ – mà là cơ chế sinh tồn của bạn.”) [7]

Phong cách cá nhân là năng lực hình ảnh cốt lõi giúp nhà thiết kế tạo nên sự khác biệt trong thế giới bị chuẩn hoá bởi AI và các nền tảng công cụ hoá sáng tạo. Nó không chỉ định hình cảm quan thẩm mỹ, mà còn thể hiện tư duy phản biện, lựa

chọn nhân văn và bản sắc xã hội của người làm nghề. Trong bối cảnh công nghệ phát triển vượt bậc, phong cách cá nhân không còn là “đặc điểm cá tính”, mà đã trở thành “vùng không thể sao chép!” – bảo vệ con người khỏi bị hoà tan bởi thuật toán và công thức thị giác đại trà.

2.2. Phong cách cá nhân và vai trò khác biệt trong thời đại AI

Sự phát triển bùng nổ của trí tuệ nhân tạo (AI), đặc biệt là AI tạo sinh hình ảnh, video, vfx, animation (generative AI), ... đã làm thay đổi căn bản chuỗi giá trị trong ngành thiết kế đồ hoạ. Chỉ với vài dòng mô tả văn bản (prompt), các công cụ như Midjourney, DALL•E, Stable Diffusion, Adobe Firefly ... có thể tạo ra hình ảnh chất lượng cao với tốc độ và số lượng vượt ngoài khả năng của bất kỳ con người nào.

Tuy nhiên, chính sự “vượt trội” về năng suất đó lại tạo ra một mặt trái đáng lo ngại. Các sản phẩm do AI tạo sinh ra có xu hướng chuẩn hoá thẩm mỹ, công nghiệp sản phẩm, bị “na ná nhau” về bảng màu, cách tạo hình, bố cục thị giác. Vì thuật toán của AI học từ một lượng lớn dữ liệu thị giác có sẵn, nó không tạo ra cái mới một cách thực sự, mà tái tổ hợp cái cũ theo xác suất tối ưu. Tôi cũng đã từng có nhận định cá nhân trong quá trình hướng dẫn sinh viên: “Sản phẩm tạo bởi AI nhìn cái là biết ngay, những sản phẩm tạo không mang tính sáng tác của cá nhân, không có dấu ấn, không có điểm mới!”

Phong cách cá nhân – vũ khí kháng cự sự đồng nhất thị giác: Khi hàng nghìn người sử dụng chung một công cụ thiết kế AI và nhập cùng một từ khoá (*prompt*), kết quả tạo ra dễ rơi vào tình trạng “thị giác đại trà” – tức là những sản phẩm giống nhau về cảm giác, cấu trúc và thông điệp hình ảnh. Đây chính là hiện tượng mà nhiều chuyên gia gọi là đồng hoá thẩm mỹ bởi thuật toán (*algorithmic homogenization of aesthetics*).

Trong bối cảnh đó, phong cách cá nhân có vai trò như vũ khí kháng cự – nó giúp nhà thiết kế “thoát ra khỏi template của máy” bằng những lựa chọn thị giác không có trong dữ liệu huấn luyện. Điều này rất phù hợp với nhận định của Marian Bantjes:

“Design created by machines may be technically accurate, but lacks emotion and humanity.”

(“*Thiết kế do máy tạo ra có thể chính xác về kỹ thuật, nhưng thiếu cảm xúc và tính nhân văn.*”) [9]

Sự thiếu vắng cảm xúc và tính người trong

thiết kế AI không chỉ khiến sản phẩm trở nên lạnh lùng, mà còn làm giảm tính gắn kết văn hoá – vốn là điều quan trọng với các sản phẩm truyền thông tại địa phương, các thiết kế cho cộng đồng, hoặc các sản phẩm liên quan đến biểu tượng dân tộc và truyền thống.

Khi người học bị đồng hoá thẩm mỹ bởi công cụ: Một trong những hệ quả rõ rệt nhất của AI trong môi trường giáo dục thiết kế là sự phụ thuộc của sinh viên vào sản phẩm sinh bởi máy, thay vì tư duy cá nhân. Sinh viên dễ bị hấp dẫn bởi tốc độ và vẻ ngoài hào nhoáng của hình ảnh do AI tạo ra, và bắt đầu học cách “tạo prompt” thay vì học cách “phát triển bản sắc sáng tạo”.

Trong khi đó, bản sắc sáng tạo đòi hỏi thời gian, sự va chạm, trải qua sai lầm, thử nghiệm và phản biện – những yếu tố mà AI không thể làm thay. Nếu người học không được rèn luyện khả năng tự kiến tạo phong cách, họ dễ rơi vào trạng thái “người thao tác mẫu”, chứ không còn là “người sáng tạo hình ảnh có ý thức thẩm mỹ cá nhân”.

Nhà giáo dục nghệ thuật Elliot Eisner đã từng nhấn mạnh:

“Art is not about correct solutions – it is about finding meaning through visual form.”

(“*Nghệ thuật không nhằm tìm ra lời giải đúng – mà là hành trình tìm kiếm ý nghĩa thông qua hình thức thị giác.*”) [10]

Trong thời đại AI có thể sinh sản hình ảnh nhanh, đẹp và đại trà, phong cách cá nhân là “năng lực không thể tự động hoá” – là lời khẳng định rằng: chúng ta không chỉ tạo ra hình ảnh, mà còn gửi gắm tư duy, ký ức và cảm xúc cá nhân vào đó.

Đó chính là biên giới giữa thiết kế bởi con người và sản phẩm tạo bởi máy – nơi mà phong cách cá nhân đóng vai trò như một bản sắc – một sự kháng cự cần thiết – và cũng là một “hệ miễn dịch sáng tạo” giúp người học và nhà thiết kế đứng vững trong kỷ nguyên công nghệ số.

2.3. Quan điểm giáo dục nghệ thuật về phát triển phong cách cá nhân

Giáo dục nghệ thuật không chỉ hướng đến việc truyền đạt kỹ năng kỹ thuật hay lịch sử thẩm mỹ, mà còn đóng vai trò cốt lõi trong việc phát triển bản sắc sáng tạo và tư duy cá nhân của người học. Trong bối cảnh hiện đại, khi các công cụ thiết kế ngày càng được tự động hoá, giáo dục nghệ thuật cần được tái định vị như môi trường nuôi dưỡng cái tôi sáng tạo, phản biện hình ảnh và hình thành

phong cách cá nhân có chiều sâu.

Nhà giáo dục nghệ thuật nổi tiếng Elliot W. Eisner, trong tác phẩm “The Arts and the Creation of Mind”, đã nhấn mạnh: “Art education should help students develop the ability to express themselves personally and make conscious aesthetic choices.”

(“Giáo dục nghệ thuật cần giúp học sinh phát triển khả năng thể hiện bản thân một cách cá nhân và đưa ra những lựa chọn thẩm mỹ có ý thức.”) [10]

Nhiều chương trình đào tạo quốc tế hiện đại như Parsons School of Design (Hoa Kỳ), Rhode Island School of Design – RISD (Hoa Kỳ), Royal College of Art – RCA (Vương quốc Anh), California Institute of the Arts – CalArts (Hoa Kỳ), và École Nationale Supérieure des Arts Décoratifs – ENSAD (Pháp) đã xem việc phát triển phong cách cá nhân như một tiêu chí cốt lõi trong đánh giá năng lực thiết kế, thay vì chỉ tập trung vào khả năng sử dụng phần mềm hay lặp lại hình thức có sẵn:

- Khuyến khích người học xây dựng portfolio như một hành trình tự truyện thị giác.
- Lồng ghép các học phần phản biện thị giác (visual critique), triết lý thiết kế cá nhân, storytelling bằng hình ảnh.
- Chuyển từ đánh giá kỹ thuật sang đánh giá tư duy thẩm mỹ độc lập và cá tính sáng tạo.

2.4. Thực trạng đào tạo thiết kế hiện nay

Một thực tế dễ nhận thấy là sinh viên thiết kế thường tiếp cận nghề nghiệp thông qua kỹ năng công cụ, mà thiếu sự dẫn dắt trong việc hình thành cá tính thẩm mỹ. Khi được hỏi về phong cách cá nhân, nhiều sinh viên có xu hướng mô tả theo phần mềm quen thuộc hoặc theo nền tảng trực tuyến mà họ thường sử dụng, thay vì dựa trên định hướng thẩm mỹ nội tại hoặc quan điểm thiết kế riêng biệt.

Ngoài ra, phương pháp giảng dạy tại một số trường vẫn dựa nhiều vào mẫu minh họa có sẵn, dẫn đến hiện tượng sinh viên làm bài theo khuôn mẫu của giảng viên hoặc tài liệu phổ biến. Điều này khiến việc “sáng tạo” bị hiểu nhầm là “làm giống”, làm xói mòn tư duy phản biện và hạn chế sự phát triển của phong cách cá nhân.

Không thể không nhắc đến ảnh hưởng mạnh mẽ của các nền tảng chia sẻ mẫu thiết kế như Canva, Freepik, Envato Elements, hay Slidesgo. Đây là những kho tài nguyên giúp sinh viên dễ

dàng hoàn thiện sản phẩm với tốc độ nhanh và hình thức bắt mắt. Tuy nhiên, nếu việc sử dụng các mẫu này không đi kèm định hướng phân tư và cá nhân hoá, thì người học rất dễ rơi vào trạng thái thiết kế theo lối lắp ghép – chỉ thay chữ, đổi màu, thay ảnh – mà không có tư duy xây dựng hình ảnh từ nền tảng ý tưởng cá nhân.

Sự phổ biến của template có thể tạo ra ảo tưởng rằng sinh viên đang làm chủ thiết kế, trong khi thực chất chỉ đang vận hành lại một cấu trúc thị giác được tạo sẵn bởi người khác. Điều đáng lo ngại là nếu cả sinh viên và giảng viên đều sử dụng template như giải pháp giảng dạy – đánh giá – sản xuất hình ảnh, thì phong cách cá nhân khó có cơ hội được định hình và nuôi dưỡng một cách nghiêm túc.

2.5. Giải pháp xây dựng phong cách cá nhân trong đào tạo thiết kế

Trước những thách thức đặt ra từ phía công nghệ và hạn chế trong giáo dục hiện nay, cần triển khai các nhóm giải pháp chiến lược nhằm giúp sinh viên thiết kế hình thành và phát triển phong cách cá nhân như một năng lực nghề nghiệp thiết yếu:

1. Trong chương trình đào tạo:

- Tích hợp các học phần tư duy thị giác, phản biện hình ảnh, triết lý thiết kế cá nhân, kể chuyện bằng hình ảnh.
- Thiết kế lớp phản biện nhóm định kỳ, khuyến khích sinh viên tự đặt câu hỏi: “Vì sao tôi thiết kế thế này? Nó phản ánh gì từ tôi?”
- Tổ chức các studio theo hướng cá nhân hoá: một đề tài – nhiều giải pháp, giúp sinh viên phát triển góc nhìn riêng biệt.
- Giảng dạy công cụ AI như một trợ lý sáng tạo, song hành cùng kỹ năng phát triển tiếng nói thị giác riêng.

2. Trong hoạt động học tập cá nhân:

- Hướng dẫn sinh viên xây dựng “portfolio tự truyện” – kể lại hành trình phát triển sáng tạo qua tác phẩm.
- Viết tuyên ngôn thiết kế cá nhân (personal design statement) để xác định triết lý và định hướng thẩm mỹ của chính mình.
- Khuyến khích tham gia cộng đồng sáng tạo (Behance, Adobe Community,...) để học hỏi, phản biện và phát triển bản sắc.

3. Với giảng viên:

- Tăng cường đào tạo chuyên sâu về lý thuyết thiết kế hiện đại và phương pháp giáo dục nghệ

thuật theo hướng cá nhân hoá.

- Trở thành người đồng hành, dẫn dắt sinh viên phát triển nội lực sáng tạo thay vì chỉ đánh giá qua sản phẩm đầu ra.

Phong cách cá nhân không thể được sao chép hay “học thuộc”, mà phải được hình thành qua thời gian, phản tư, va chạm thẩm mỹ và sự dẫn dắt đúng lúc. Trong kỷ nguyên công nghệ số, đó chính là vùng giá trị nhân văn còn lại – nơi con người vẫn giữ được vị thế trong thế giới sáng tạo.

III. KẾT LUẬN

Trong bối cảnh công nghệ phát triển mạnh mẽ, đặc biệt là trí tuệ nhân tạo có khả năng tái tạo hình ảnh với tốc độ và độ chính xác vượt trội, ngành thiết kế đồ hoạ đang chứng kiến một sự thay đổi căn bản trong phương thức sáng tạo. Tuy nhiên, chính trong môi trường được tối ưu hoá bởi công nghệ, phong cách cá nhân lại trở thành yếu tố mang tính chiến lược để nhà thiết kế khẳng định vị thế và khác biệt.

Phong cách cá nhân không chỉ là lựa chọn thẩm mỹ mà là kết quả của hành trình tích lũy

trải nghiệm, cảm xúc, tư duy phản biện và nhận thức xã hội. Đó là “chữ ký sáng tạo” của người làm nghề – thứ không thể thay thế bằng công cụ, không thể lặp lại bởi AI, và không thể học thuộc như một kỹ năng phần mềm.

Phong cách cá nhân là năng lực sống còn để nhà thiết kế tồn tại và phát triển trong một thế giới ngày càng đồng hoá thẩm mỹ. Đây là điều không chỉ đòi hỏi người học thiết kế phải rèn luyện nội lực sáng tạo, mà còn yêu cầu các cơ sở giáo dục nghệ thuật cần đổi mới chương trình, phương pháp giảng dạy và đánh giá – để thực sự lấy sự phát triển cá nhân làm trung tâm.

Về mặt học thuật, nghiên cứu này gợi mở một hướng tiếp cận mới trong giáo dục thiết kế: chuyển từ “đào tạo kỹ năng” sang “phát triển bản sắc sáng tạo”. Về mặt thực tiễn, nó đề xuất một hệ giải pháp chiến lược để nuôi dưỡng phong cách cá nhân như một giá trị nhân văn không thể tự động hoá – từ đó giúp sinh viên không bị hoà tan trong thời đại công nghệ số hoá.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Paula Scher (2013). The Great Discontent Interview. <https://thegreatdiscontent.com/interview/paula-scher/>
- [2] Lê Thanh Hà & Nguyễn Chí Trường (2023). Đào tạo nhân lực thích ứng với sự thay đổi công nghệ trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0. Tạp chí Lao động & Xã hội. <https://tapchilaodongxahoi.vn/dao-tao-nhan-luc-thich-ung-voi-su-thay-doi-cong-nghe-trong-boi-can-gh-cach-mang-cong-nghe-40-1325263.html>
- [3] Phản tư: là một thuật ngữ triết học, được dịch từ tiếng Nga, có nghĩa là “hướng ý thức vào bản thân mình, ngừng nghĩ về trạng thái tâm lý của mình”
- [4] Dondis, D. A. (1973). *A Primer of Visual Literacy*. MIT Press.
- [5] Barnard, M. (2005). *Graphic Design as Communication*. Routledge.
- [6] Heskett, J. (2002). *Design: A Very Short Introduction*. Oxford University Press.
- [8] Mod, C. (2022). *Designing with AI: From Replication to Resistance*. Creative Futures Journal..
- [7] Heller, S. (2005). *Design Literacy: Understanding Graphic Design*. Allworth Press.
- [9] Bantjes, M. (2010). *I Wonder*. Monacelli Press.
- [10] Eisner, E. W. (2002). *The Arts and the Creation of Mind*. Yale University Press
- [11] Davis, M. (2012). *Teaching Graphic Design*. Allworth Press.