

THUẬT "THÔI MIÊN" CỦA HÀNG HI-TECH

Thông

Thông minh, thanh thoát, nhưng phải lạ và “độc”. Những sản phẩm hi-tech ngày nay phải biết cách lôi cuốn người tiêu dùng bằng kiểu dáng và màu sắc, phải trở thành những mặt hàng trang trí thật sự quyến rũ. Và xu hướng mới này chính là cuộc chơi của những nhà thiết kế.

“Bắt mắt” ngay từ cái nhìn đầu tiên là xu hướng tiêu thụ của tương lai. Thật vậy, năm 2006 chứng kiến sự ra đời của một thế hệ hi-tech được chế tác khá lạ lẫm. Vì giờ đây, theo Gérard Vergnault, giám đốc thiết kế của hãng Thomson, “tính năng hiện đại và giá cả không còn là tiêu chí hàng đầu khi khách hàng chọn TV. Họ còn muốn nó phải đẹp, phải hấp dẫn ngay từ bên ngoài”.

Điện thoại di động Sirocco của Nokia mềm mại với đường nét thiên nhiên của những đồi cát. Ảnh: Gizmodo.

Ở đây, màu sắc đóng vai trò chủ đạo. Những chi tiết rườm rà đã được thu nhỏ tối đa nhằm “mềm hoá” sản phẩm. Chúng không thể thô kệch và lỉnh kỉnh những dây nối, ổ cắm... đầy mình. Những phụ kiện đi kèm đều được ứng dụng kỹ thuật không dây. Hoàn toàn có thể khẳng định rằng trong nay mai, ngoài chất lượng hình ảnh tuyệt vời, tivi sẽ trở thành một trong những vật trang trí, là sản phẩm thẩm mỹ đúng nghĩa.

Ứng dụng hiệu ứng về cái đẹp cũng phần nào đã đưa các nhà thiết kế quay về với những giá trị truyền thống, thời mà chất liệu thép có ánh bạc là biểu tượng của sự rắn rỏi và quý phái. Và đi kèm là chất liệu cao su, hẳn sẽ giúp cho sản phẩm vừa “chắc nịch” và cũng vừa “êm ái”. Máy chụp ảnh NV 10 của Samsung đã bộc lộ rõ nét các yếu tố thẩm mỹ, kết hợp với đầy đủ các chức năng công nghệ cao của tương lai.

Đối với máy quay phim nghiệp dư, xu hướng thẩm mỹ được chú trọng ở đặc điểm nhỏ nhắn của sản phẩm. Để có yếu tố này, nhà sản xuất đã cố gắng “nén” tất cả các chức năng tân tiến nhất vào những kiểu dáng rất uyển chuyển. Nhẹ và gọn cũng là những tiêu chuẩn hàng đầu về cái đẹp.

Gần gũi với thiên nhiên qua kiểu dáng, màu sắc

Sự đơn điệu luôn gây nhàm chán. Nếu một thời, bàn phím và khung vỏ màn hình được khoác lên màu đen tuyền hoặc ánh kim, thì nay đã “trẻ hoá” với nhiều gam màu sống động, mang ý nghĩa biểu trưng đặc biệt. Như ý tưởng về điệu luân vũ màu sắc đã được thể hiện rõ nét trên máy tính xách tay hiệu Vaio của Sony.

Máy in PictureMate 280 Epson - thuật ngữ trang khéo léo. Ảnh: Amazon.

Dòng “sản phẩm ngũ sắc” này thật sự đã cuốn hút giới trẻ. Nhà thiết kế Michelle Lew, cha đẻ của Vaio giải thích: “Màu sắc giúp chuyển tải nhiều ý nghĩa liên kết tự nhiên trong trời đất, như màu xanh lá sẽ khiến chúng ta nghĩ đến thiên nhiên và môi trường. Màu đỏ với người châu Á là tín hiệu của sự may mắn, là lời chúc phúc trong dịp tết. Màu trắng khơi gợi tư tưởng trầm mặc, tĩnh lặng. Màu đen quý phái. Màu xám nhạt tượng trưng cho đời sống đô thị. Màu hồng hợp với tâm lý hướng ngoại. Chúng tôi đã lấy cảm hứng từ ngành thiết kế thời trang để nghiên cứu phối màu cho máy tính xách tay, để cho mỗi sản phẩm khi đến tay người tiêu dùng sẽ phản ánh được cá tính và xu hướng thẩm mỹ của chủ nhân nó”.

Chuyển qua máy in, những thế hệ mới nhất đã được ra đời từ ý tưởng “biến hoá ngoại hình” ngay trên mỗi sản phẩm. Một cách ngữ trang khéo léo nhằm đánh lừa con mắt người tiêu dùng, nhưng là để kéo họ vào một cuộc chơi hi-tech! Nhiều dòng sản phẩm của HP và Canon đã tự “thay hình đổi dạng” một cách linh hoạt, khiến khách hàng có thể lầm tưởng chúng là những sản phẩm gia dụng. Chẳng hạn khi tắt máy, chiếc khay bên trên sẽ được gấp lại để giấu đi toàn bộ chi tiết bên trong máy in. Và cũng có những chiếc máy in được thiết kế với một hình thù hết như dàn hi-fi, hoặc thú vị hơn là máy in PictureMate 280 của hãng Epson: khi dậy nắp, máy giống hệt một bình đá ướp lạnh cho chuyến đi dã ngoại.

Tất cả để quyến rũ

Máy chụp ảnh NV 10 của Samsung đã bộc lộ rõ nét các yếu tố thẩm mỹ, kết hợp với đầy đủ các chức năng công nghệ cao của tương lai. Ảnh: Dpreview.

Valérie Pegon, chuyên gia thiết kế của Nokia cho biết: “Chúng tôi cũng đã lấy ý tưởng từ những hình thể có sẵn trong tự nhiên, như một hòn đá cuội hay một đụn cát chẳng hạn, để sáng tạo ra những sản phẩm đẹp và gần gũi với con người”. Thế là Nokia đã có được một “Sirocco” - chú đế bóng bẩy, gợi cảm và rất kiểu cách. Chưa bao giờ một chiếc điện thoại di động lại biết “ve vãn” khách hàng hiệu quả như Sirocco!

Giám đốc thiết kế của hãng Alcatel TCT là Noel Kerjean nhìn nhận: “Rồi đây, chúng tôi sẽ nhân cách hoá các sản phẩm công nghệ cao, làm cho chúng có tính người nhiều hơn. Từ kiểu dáng cho đến các chất liệu nên phải được chất lọc kỹ nhằm mục đích tối thượng là mang đến cho khách hàng sự tiện lợi và cảm xúc thẩm mỹ cao”. Ngay cả thao tác “mở” và “bấm” điện thoại cũng sẽ được nghiên cứu cẩn thận sao cho đó phải là những “động tác đẹp nhất” dành cho người sử dụng. Thậm chí, ngay cả chiếc bao da cũng phải “biết” làm cho sản phẩm bên trong đẹp hẳn lên.

Cuối cùng, những phụ kiện cũng phải thật hoàn hảo. Là vật dụng mà chúng ta nhìn thấy và sờ mó thường xuyên, ngày nay bàn phím và con chuột vi tính đã được xem là vật “bất ly thân” của mỗi người. Bàn phím “diNovo Edge” của hãng Logitech được làm bằng chất liệu thép đen siêu mịn với các phím bấm tự phát sáng, rất thuận tiện trong những góc làm việc riêng.

Người ta tin rằng thời của những chiếc TV màn hình Plasma được “bọc” trong một bộ khung bằng gỗ quý được đeo gọt tinh tế, y hệt như hình ảnh sang trọng và lịch lãm của các thế hệ TV “tiền bối” và nổi tiếng của thập niên 1950, đã gần kề. Một trào lưu hoài cổ, những ý tưởng thẩm mỹ theo phương châm “nhìn lại để đi tới” đã đến!