

KIẾN TRÚC & ĐỜI SỐNG



HỘI KIẾN TRÚC SƯ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

SỐ 113-THÁNG 10.2015

ĐIỂM NHẤN TRONG NHÀ

QUẦY QUÂN
BA THỂ HỆ

NGHỈ TIẾP TỪ
CHUYÊN "MƠ"

HEP MÀ
KHÔNG CHẶT

IRVING HARPER

NHỮNG THIẾT KẾ ĐI VÀO LỊCH SỬ

113

KIẾN TRÚC & ĐỜI SỐNG

THÁNG 10.2015





Nhà phân phối chính thức
sản phẩm Blum tại Việt Nam

Trung tâm hỗ trợ khách hàng

Gọi miễn phí: 1800 1797

 Häfele Viet Nam

www.hafele.com.vn

HÄFELE

Tay nâng AVENTOS HK-XS

Công nghệ mới nhất kế thừa tất cả ưu điểm của dòng sản phẩm tay nâng AVENTOS phổ biến cho mọi tủ treo nội thất.

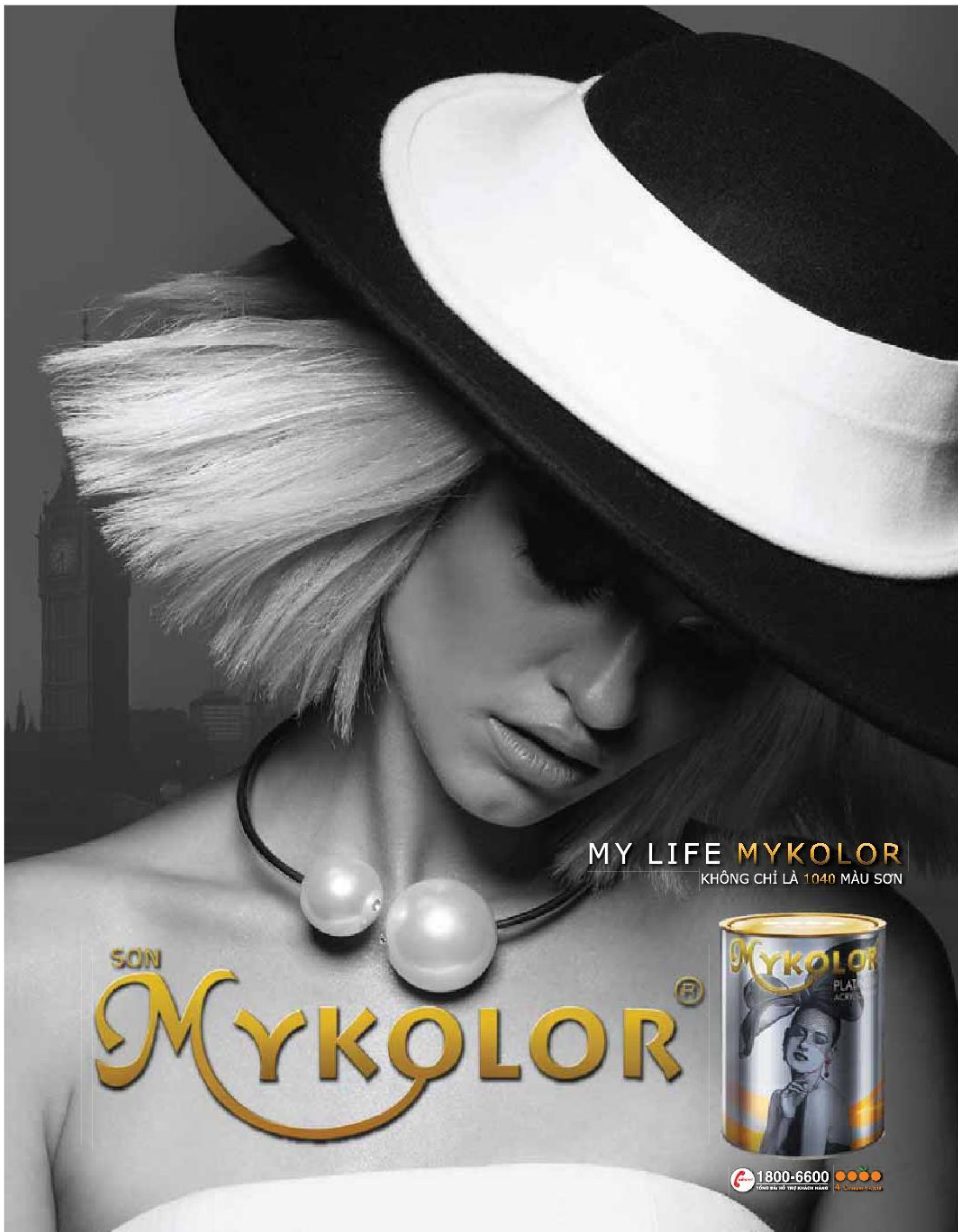
Dành cho tủ có kích thước nhỏ với mức giá đặc biệt cạnh tranh.

Hiện đã có mặt tại thị trường Việt Nam!

www.blum.com







MY LIFE MYKOLOR
KHÔNG CHỈ LÀ 1040 MÀU SƠN

SON
MyKOLOR®



 **1800-6600**
TỔNG ĐÀI MIỄN PHÍ QUỐC GIA
 **4** CRAMER KOLOR

TRỤ SỞ

88/1B MẠC ĐÌNH CHI, QUẬN 1, TP.HCM

TỔNG BIÊN TẬP

PGS.TS.KTS NGUYỄN KHÔI

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

PGS.TS.KTS NGUYỄN KHÔI
KTS KHƯƠNG VĂN MUỘI
KTS NGUYỄN TRƯỜNG LƯU
NHÀ BÁO PHẠM HY HÙNG
NHÀ BÁO NGUYỄN VINH PHƯƠNG

MỸ THUẬT

THU VẤN
LIFE SPACE MEDIA CO.,LTD

LIÊN HỆ BẠN ĐỌC, THƯ TỬ, BÀI VỞ

ĐT: 08.38229314
88/1B MẠC ĐÌNH CHI, TP.HCM
EMAIL: BANDOC.KTDS@GMAIL.COM

LIÊN HỆ QUẢNG CÁO

CÔNG TY TNHH KHÔNG GIAN SỐNG MEDIA
(LIFE SPACE MEDIA)
88/1B MẠC ĐÌNH CHI, P. ĐA KAO, Q.1 TP.HCM
MOBILE: 0902 636 588
WWW.KHONGGIANSONGMEDIA.COM

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN SỐ 23/GP-BTTTT CẤP NGÀY 5.1.2012
CỦA CỤC BÁO CHÍ - BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG.
IN TẠI CÔNG TY TNHH MTV LÊ QUANG LỘC



ẢNH LÊ ANH ĐỨC



Dụng màu cho điểm nhấn

Bạn đọc thân mến!

Sử dụng màu sắc sao cho khéo đã là khó. Nhấn nhá từng điểm, từng mảng thế nào cho hiệu quả, rồi cần phải dùng chất liệu nào, loại sơn gì cho phù hợp... lại càng khó hơn. Để thêm chút kinh nghiệm cho bạn đọc, trong số báo này chúng ta cùng trao đổi những chủ đề làm thế nào để làm nổi bật điểm nhấn, làm thế nào cho không gian hài hòa màu sắc... Hy vọng sẽ cung cấp đến bạn đọc những thông tin đáng tham khảo.

Bên cạnh những bài viết cùng những chuyên mục thường xuyên khác, trong số báo tháng 10 này, chúng tôi cũng giới thiệu đến quý bạn đọc một không gian chỉ rộng chừng 40m² nhưng được thiết kế đầy đủ tiện nghi để cho thấy nếu biết sắp xếp thì không gian hẹp chưa hẳn là chật nếu không nói là còn đẹp hơn nhiều không gian khác nữa.

Trong số tới chúng ta sẽ trao đổi về một số không gian chức năng quen thuộc trong nhà như phòng ngủ, phòng em bé, phòng dành cho người già...

Tổng biên tập

PGS.TS.KTS Nguyễn Khôi

Bạn đọc có thể đọc *Kiến Trúc & Đời Sống* phiên bản điện tử trên điện thoại hoặc máy tính bằng ứng dụng Viet Bookstore, hoặc vào các trang web: www.kientrucvadoisong.net; khonggiansongmedia.com, ashui.com; <https://www.facebook.com/kientrucvadoisong>





Mã sản phẩm: 03.800800.08803



Chất lượng sản phẩm Prime được chứng nhận bởi:



HTQL chất lượng, môi trường,
an toàn & sức khỏe nghề nghiệp

Chứng nhận hợp quy,
hợp chuẩn trong nước

Chứng nhận quốc tế

Prime Group Joint Stock Company

Binh Xuyen IZ, Vinh Phuc, Vietnam

T: +84 211 3888 987 | F: +84 211 3888 986

f | www.prime.vn | info@prime.vn





8 Quây quán 3 thế hệ
Lê Anh Đức - Ngọc Hà



16 Hẹp mà không chật
CTV

CĂN HỘ

20 Điểm nhấn “nóng”
Hà Thành



24 Hài hòa màu sắc
Trần Văn Châu



CHUYÊN ĐỀ

26 Ấm áp một chỗ ngồi
Trương Gia Hòa - Leftstudio

28 Người đi tìm mùi của phố
Trần Thủy Linh - Văn Nguyễn



SÀI GÒN VÀ TÔI

**CÂU CHUYỆN
KIẾN TRÚC**



34 Những lối ít nắng mưa
Vọng Bình - Quốc Thống

42 Nét quyến rũ của nóc nhà châu Âu
Nguyễn Đình

**THẾ GIỚI
KIẾN TRÚC**

GIẢI PHÁP

68 Nhà nhiều cầu thang
Hoàng Dương - Trần Nguyễn

76 Ngôi làng nghệ nhân
Nguyễn Đình



PHÒNG SỰ ẢNH

84 City 2016
VP



86 Vừa đi xe vừa bấm like
Hy Hưng

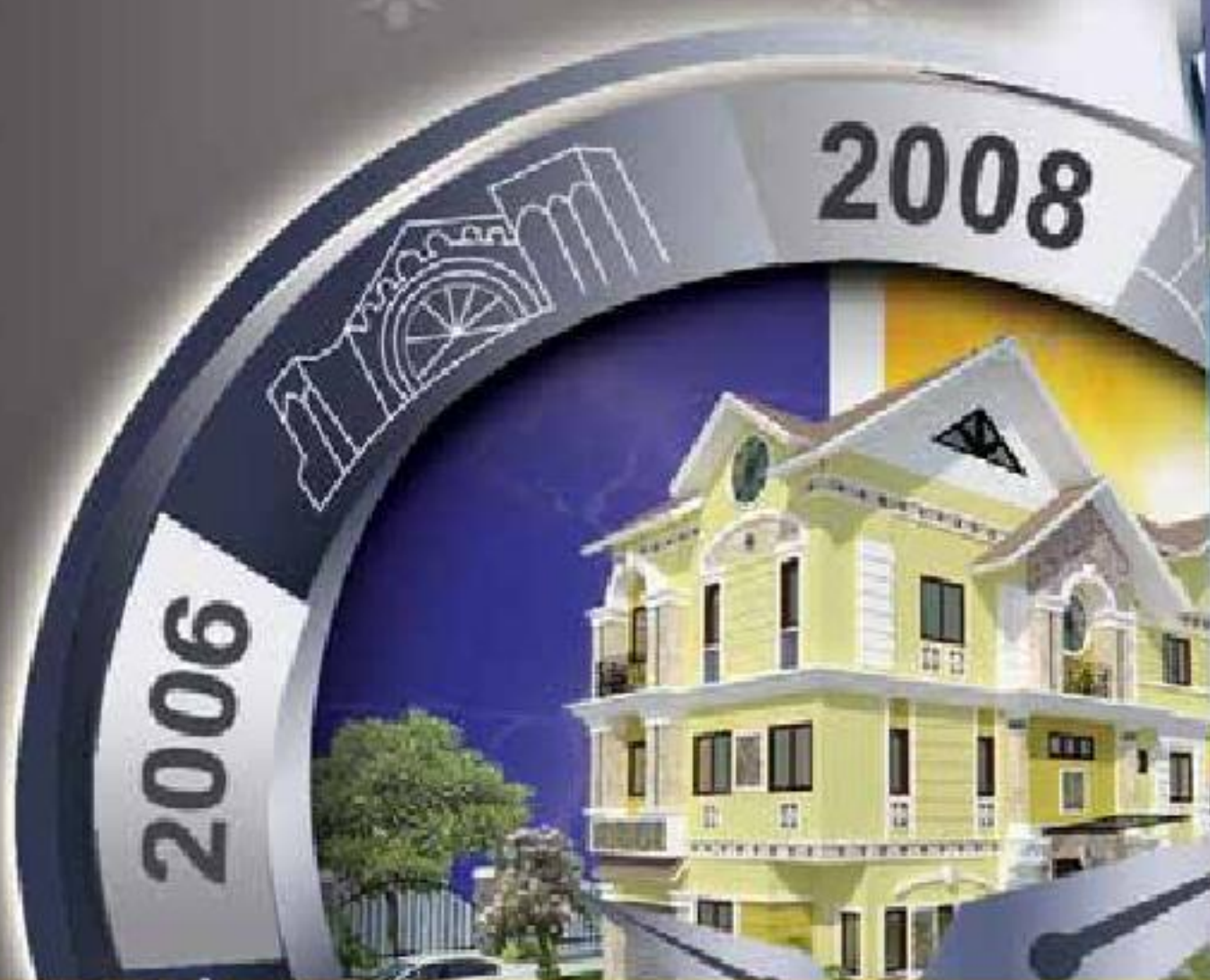
KHÔNG GIAN DI ĐỘNG



SƠN NERO®

Điểm tô ngôi nhà Việt

SIÊU CHỐNG THẤM



www.neropaint.vn



SƠN NERO

Điểm tô ngôi nhà Việt

Được thành lập từ năm 2006, bằng những bước đi vững chắc, thương hiệu Nero đã trở nên thân thuộc với khách hàng khắp cả nước và trở thành một trong những thương hiệu hàng đầu trong lĩnh vực hàng vật liệu xây dựng và trang trí nội thất tại Việt Nam.



Năm 2008, công ty đã đầu tư xây dựng nhà máy sơn với quy mô 13.750 m² tại khu công nghiệp Đức Hòa, tỉnh Long An.

Đến nay sơn Nero đã phát triển 2 chi nhánh lớn tại TP. HCM và Bắc Ninh đồng thời xây dựng được hệ thống hơn 500 cửa hàng - đại lý phân phối trên khắp các vùng miền của cả nước đảm bảo việc giao hàng nhanh chóng, kịp thời đến khách hàng.

Không chỉ trở thành một trong những thương hiệu sơn hàng đầu tại Việt Nam, mà mục tiêu của Nero còn là đưa thương hiệu vươn ra thị trường quốc tế sang các khu vực lân cận như Lào, Campuchia, và Myanmar.

Với tiêu chí “Sơn Nero - điểm tô ngôi nhà Việt”, đến nay, công ty đã

đưa ra thị trường hơn 15 dòng sản phẩm sơn nước nội - ngoại thất, sơn dầu trang trí, phụ gia chống thấm và bột trét tường cao cấp.

Đặc biệt năm 2013 nắm bắt được nhu cầu ngày càng khát khe của người tiêu dùng, công ty sơn Nero không ngừng đầu tư, nghiên cứu để đưa ra thị trường thế hệ sơn thứ 3 áp dụng công nghệ nano với chất lượng vượt trội đáp ứng tối đa mong muốn của người tiêu dùng về chất lượng như: tăng cường độ bền màng sơn, màu sắc lâu phai, chống rạn nứt, chống thấm, chống bám bụi, ngăn chặn sự phát triển rêu mốc... Ngoài ra, công ty còn đầu tư hệ thống máy pha màu tự động Nero Tinting pha được 1.001 màu nhằm giúp khách hàng dễ dàng chọn lựa được màu sơn ưng ý nhất.

Tất cả các sản phẩm của Nero đều được sản xuất theo công nghệ hiện đại, được cấp giấy chứng nhận tiêu chuẩn chất lượng JIS của Nhật Bản và luôn hướng đến 2 tiêu chí: “An toàn với sức khỏe con người” và “Thân thiện với môi trường”.

Sau 10 năm hình thành và phát triển, sơn Nero đã góp phần điểm tô cho rất nhiều công trình trên khắp cả nước.

Với phương châm “Nhanh chóng - Uy tín - Chất lượng”, sơn Nero luôn nỗ lực để đem đến cho khách hàng những sản phẩm chất lượng tốt nhất với giá cả cạnh tranh nhất.

Với sơn Nero, tiêu chuẩn luôn là:

Màu chuẩn như ý
Chẳng ngại mưa nắng
Chẳng sợ rêu mốc
Bền vững thời gian

Với sự đầu tư bài bản về công nghệ và con người, sơn Nero mong muốn được đồng hành trong việc tô điểm và bảo vệ ngôi nhà của khách hàng. 





Xi măng Holcim đa dụng Power - S được các nhà thầu chuyên nghiệp tin dùng

Chủ nhà lựa chọn vật liệu xây dựng, dễ hay khó?

Nghiên cứu kỹ thương hiệu

Bạn nên nghiên cứu kỹ thông tin và chỉ đặt niềm tin vào các thương hiệu lớn. Ngoài ra, công ty sản xuất có bề dày uy tín lâu đời và có quy mô phân phối rộng khắp trên thị trường quốc tế cũng là cơ sở vững chắc đáng tin cậy.

Nếu đầu tư thời gian hơn một chút, bạn có thể tìm hiểu tiêu chuẩn của ngành xây dựng về VLXD, chẳng hạn như sản phẩm xi măng phải tuân thủ các chỉ tiêu theo tiêu chuẩn sản xuất xi măng TCVN 6260: 2009 loại PCB 40 và phải có dấu chứng nhận hợp quy QCVN 16:2014/BXD thì mới là xi măng đạt chất lượng.

Chế độ hỗ trợ khách hàng

Dịch vụ hậu mãi cũng như các kênh hỗ trợ trong quá trình sử dụng VLXD là một điểm rất đáng lưu ý, vì trong các giai đoạn sử dụng sản phẩm, thi công ngôi nhà có thể phát sinh những thắc mắc cần được hướng dẫn, tư vấn, điều chỉnh. Đây là những dịch vụ từ nhà sản xuất nhằm đảm bảo uy tín và chất lượng ổn định của sản phẩm. Xi măng Holcim là một công ty đi đầu trong việc duy trì các kênh hỗ trợ khách hàng với tổng đài Alo Holcim 18001718 và đội ngũ kỹ sư tư vấn kỹ thuật luôn sẵn sàng tư vấn, kiểm tra chất lượng VLXD trong quá trình thi công giúp chủ nhà đảm bảo các yêu cầu kỹ thuật đạt tiêu chuẩn.

Lắng nghe và tham khảo kinh nghiệm từ nhà thầu

Hãy chủ động trao đổi với nhà thầu những khó khăn vướng mắc mà bạn gặp phải. Anh K. cho biết nhờ thường xuyên trao đổi với nhà thầu mà anh am hiểu hơn về mỗi giai đoạn xây dựng căn nhà của mình, và có được những bí quyết bỏ túi riêng để có thể chia sẻ cùng những người sắp xây nhà như trên.

Bên cạnh đó, với tinh thần luôn trao đổi, chia sẻ tất cả những kinh nghiệm với chủ nhà giúp chủ nhà yên tâm và có quyết định đúng đắn, nhà thầu Trần Bình Minh (tỉnh An Giang) cũng chia sẻ: “Xi măng chất lượng cao mới mang lại độ bền đẹp cho ngôi nhà. Trải qua nhiều năm kinh nghiệm trong nghề, tôi khuyên chủ nhà nên sử dụng xi măng của thương hiệu uy tín, như xi măng Holcim. Độ bền chắc và kết dính tốt của xi măng Holcim khiến tôi luôn an tâm khi thi công”.

Xây nhà là một quá trình phức tạp, đòi hỏi chủ nhà phải có những hoạch định kỹ lưỡng từ khâu chuẩn bị đến giai đoạn nghiệm thu. Trong đó, lựa chọn vật liệu xây dựng (VLXD) là khâu quan trọng thường khiến nhiều chủ nhà bối rối do ít am hiểu về VLXD và thị trường này có quá nhiều sự lựa chọn. Theo anh Trần Nguyễn K., chủ nhân của hai căn nhà ưng ý cho bản thân và cho cha mẹ thì chỉ cần nắm lòng một số bí quyết dưới đây là bạn có thể tự tin với ngôi nhà sắp tới.

Chọn VLXD càng tốt càng tiết kiệm về sau

VLXD chất lượng cao không chỉ giúp ngôi nhà có nền móng vững chắc, độ bền cao, tăng tuổi thọ cho ngôi nhà mà còn giúp bạn giảm được chi phí bảo dưỡng nhà sau nhiều năm sử dụng. Nếu vì thấy giá tiền rẻ mà lựa chọn loại xi măng kém chất lượng, có thể giúp bạn tiết kiệm chi phí nhất thời khi thi công nhưng sau một thời gian đi vào sử dụng, những bức tường, cột hay dầm, sàn... trở nên xuống cấp, thậm chí ngôi nhà xuất hiện dấu hiệu hư hỏng. Lúc đó việc bồi đắp và sửa chữa lại tiêu tốn một khoản tiền không nhỏ.

Anh Trần Văn Quốc, ngay sau khi xuất sắc đoạt giải quán quân cuộc thi Holcim - Chiếc Bay Vàng 2015 tại tỉnh Bạc Liêu, hào hứng chia sẻ anh đã giúp rất nhiều gia chủ tiết kiệm được chi phí sửa chữa về sau khi tư vấn cho họ lựa chọn xi măng Holcim có hoạt chất Power - S vì mang đến sự bền chắc cho móng, tường được láng mịn. TÔ AN

Xi măng Holcim là thương hiệu xi măng hàng đầu thế giới, tự hào đã có hơn 100 năm “Vững xây cuộc sống” cho hàng triệu tổ ấm tại hơn 70 quốc gia trên toàn thế giới.

Xi măng Holcim đa dụng với hoạt chất Power - S được phát triển theo công thức cải tiến của Viện Nghiên cứu xi măng Holcim tại Thụy Sĩ, giúp cho nền móng công trình bền chắc dài lâu, giúp vừa tô tường dẻo hơn, cho bề mặt tường hoàn thiện láng mịn hơn.





Nơi quây quần ba thế hệ

NẪM TRONG KHU ĐÔ THỊ CIPUTRA - MỘT KHU ĐÔ THỊ THEO TRƯỜNG PHÁI CỔ ĐIỂN, NGÔI NHÀ LÀ NƠI QUÂY QUẦN CỦA ĐẠI GIA ĐÌNH 3 THẾ HỆ.

BÀI KTS LÊ ANH ĐỨC ẢNH NGỌC HÀ



Am hiểu về kiến trúc và nội thất, chủ nhà mong muốn căn biệt thự mới được thiết kế theo phong cách nhà cổ điển hài hòa trong tổng thể không gian khu đô thị. Đồng thời không gian mới phải thoáng đãng, rộng rãi nhưng vẫn cần ấm cúng.

Lấy cảm hứng từ chi tiết kiến trúc Địa Trung Hải, thiết kế căn biệt thự trở nên nhẹ nhàng gần gũi hơn.

Nhược điểm của ngôi nhà cũng là đặc điểm cố hữu của những căn nhà được xây hàng loạt cách đây 10 năm là giao thông chéo chéo và dài. Lối vào chính của nhà đi xuyên qua phòng khách để tới được sảnh thang. Thiết kế



Ảnh hai trang Không gian phòng khách và phòng ăn sang trọng, được kết nối với sân vườn và sảnh qua hệ cửa vòm ấn tượng.

đã loại bỏ thang cũ để tạo 1 sảnh mới tiếp cận gần hơn và mạch lạc hơn. Sảnh mới có thêm thông tầng tạo sự sang trọng, bên phải là phòng khách rộng rãi, bên trái là bếp với phòng ăn. Tỷ lệ không gian sử dụng tầng công năng với kiểu ngăn chia không gian mở làm cho không gian sử dụng có vẻ rộng hơn con số 100 m² sàn.

Cầu thang mới nằm theo trục cũ nhưng đẩy vào sâu và đưa ra ngoài trời. Một lớp lam vừa để chắn nắng vừa tạo hiệu ứng thị giác khi di chuyển. Trong phong cách cổ điển của biệt thự, chúng ta vẫn bắt gặp những chi tiết kiến trúc đầy tinh đương đại. **iii**







Ảnh hai trang Sân vào kết nối các không gian khách và ăn, mang lại cảm giác thân thiện rộng rãi.







Ảnh trang bên Không gian đệm nhẹ nhàng với khoảng thông tầng xanh. Trò chơi ánh sáng ở thang bộ qua hệ sắt trang trí đem lại trải nghiệm thú vị.

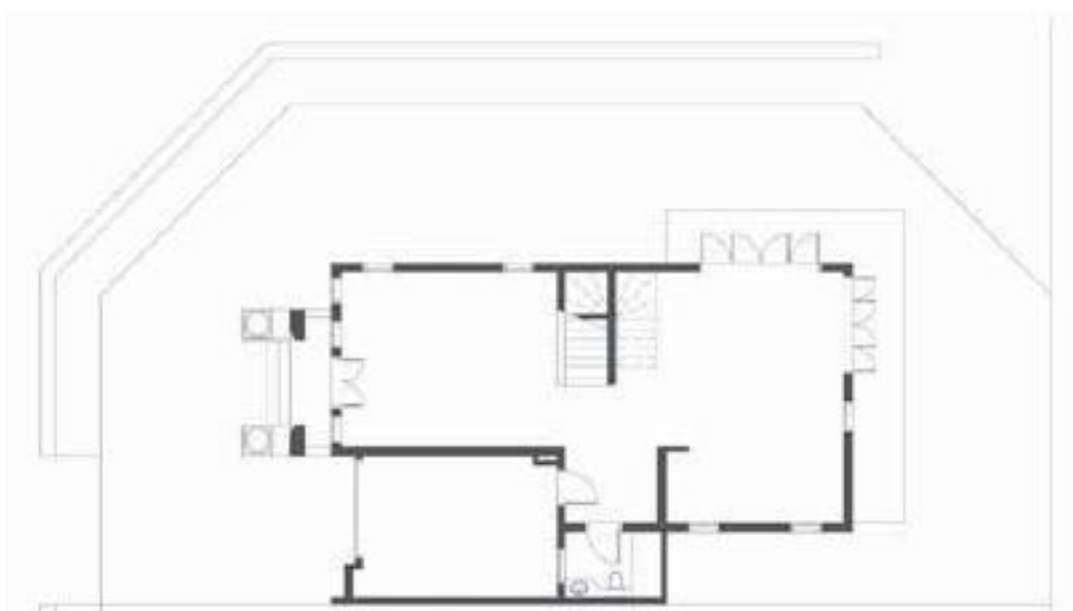
Ảnh trên Phòng ngủ được thiết kế nội thất với màu sắc tương phản mạnh tạo sự sang trọng. **Ảnh dưới** Sau khi cải tạo, công trình tạo ấn tượng riêng mà vẫn hài hòa trong tổng thể khu đô thị.

THIẾT KẾ: Nghiêm Xuân Phong, Đào Xuân Thành

ĐỊA ĐIỂM: khu đô thị Ciputra

TỔNG DIỆN TÍCH SÀN: 300 m²

THỜI GIAN HOÀN THÀNH: tháng 8.2015



Mặt bằng hiện trạng tầng 1



Mặt bằng hiện trạng tầng 2



Mặt bằng cải tạo tầng 1



Mặt bằng cải tạo tầng 2





HẸP MÀ KHÔNG CHẬT

SỰ NĂNG ĐỘNG VÀ TIỆN NGHI LÀ NHỮNG GÌ MÀ DỰ ÁN NÀY HƯỚNG ĐẾN. CĂN HỘ NHỎ 40M² TẠI CỘNG HÒA PLAZA ĐƯỢC BÀY TRÍ THEO PHONG CÁCH HIỆN ĐẠI VỚI TÔNG MÀU GỖ SÁNG, HỌA TIẾT HÌNH HỌC VÀ NHỮNG CHI TIẾT, PHỤ KIỆN TRANG TRÍ MÀU ĐỒNG THAU.

BÀI VÀ ẢNH CTV

Gam màu trung tính và pastel được kết hợp triệt để qua màu sắc của tường, sofa, gối con hay những chi tiết trang trí tạo nên sự tinh tế và tươi sáng cho không gian. Một chiếc thảm trải màu trắng đen mang lại sự tương phản và tạo điểm nhấn khiến không gian có chiều sâu hơn.

Đây là một gợi ý thú vị cho các cặp đôi trẻ. Nhưng cũng mở ra cho người sống độc thân nếu chọn một chiếc giường vừa phải và kết hợp thêm khu vực làm việc ngay bên



Ảnh hai trang Chỉ 40m² nhưng những gợi ý về thiết kế tạo nên căn hộ năng động, tiện nghi dành cho các cặp đôi trẻ hoặc người độc thân.

cạnh để giúp tạo ra nhiều không gian hơn cho căn hộ. Các kệ tủ ở đây được sử dụng như một loại vách ngăn để tách biệt hai khu vực đồng thời gia tăng diện tích lưu trữ đồ đạc.

Một chi tiết đáng chú ý khác là chỉ cần chạm nhẹ chân vào những ô nhỏ trên sàn nhà, đã dễ dàng có thêm “nhiều căn hầm bí mật” để cất giữ đồ đạc.

Trong nhà bếp, những vật dụng được sử dụng thường xuyên được đặt trên các kệ mở, giúp cho việc lấy và sử dụng dễ dàng hơn. Các nhà thiết kế cũng không quên việc tạo ra sự sành điệu cho căn hộ qua giấy dán tường với họa tiết hình học thịnh hành nhất trong năm.

Không gian phòng ăn được trang bị bộ bàn ghế theo phong cách tối giản. Ngoài ra, không để bức tường mang một màu đen trắng đơn điệu, các nhà thiết kế đã tận dụng nhiều loại thảo mộc và gia vị vào trang trí để tăng thêm hơi thở thiên nhiên cho ngôi nhà.

Căn phòng có tên là Sunroom - căn phòng Mặt trời,





thực ra là một kiểu biến tấu từ lan can. Nhờ cửa kính to, căn phòng vừa đón được nhiều ánh sáng, vừa giảm được bụi và ngăn mưa. Đây cũng là một góc thú vị dành riêng cho thú vui đọc sách và chăm sóc cây cỏ của gia chủ. Có ai lại không muốn bắt đầu một ngày mới của mình ở đây chứ?

Một góc nhỏ gần cửa ra vào đã được sử dụng để làm khu vực giặt đồ. Thiết kế nhiều tầng giúp tăng diện tích chứa đồ đạc và một tấm màn che được dùng để xóa dấu tích của khu vực này khi không sử dụng đến.

Phòng tắm chỉ có 6m² nhưng vẫn tiện nghi với bồn tắm và vòi hoa sen tích hợp. Tuy sàn gỗ mang lại cảm giác sang trọng nhưng sàn gạch men lại dễ lau chùi giúp gia chủ tiết kiệm thời gian và công sức tối đa. **iii**



Ảnh hai trang Tuy nhỏ nhưng căn hộ cũng có nhiều góc thú vị riêng dành cho thú vui đọc sách, chăm sóc cây cỏ, đặc biệt khu vực giặt quần áo, góc chứa đồ đạc được giấu khéo léo nhờ vào những tấm màn.

THIẾT KẾ & THI CÔNG CĂN HỘ: UMA



ĐIỂM NHẤN “NÓNG” TRONG NHÀ

Trong mỗi ngôi nhà, mỗi không gian thường có một hay vài điểm nhấn như là sự trang điểm để cho ngôi nhà, không gian đó đẹp hơn, bắt mắt và duyên dáng hơn. Những năm gần đây, với sự phát triển đa dạng của vật liệu, việc “nhấn” được chú trọng hơn và thực hiện cũng mạnh mẽ hơn. Những ngôi nhà hiện đại có xu hướng dùng điểm nhấn “nóng” – là việc sử dụng các màu nóng. Những điểm nhấn “nóng” này thực sự gây ấn tượng, cuốn hút thị giác và tạo nên sự mới mẻ, mạnh mẽ cho những không gian trong ngôi nhà.

BÀI HÀ THÀNH ẢNH TL KT&ĐS

Nhấn “nóng” ở đâu?

Xét về không gian, thì nhấn “nóng” ở đâu cũng được; có thể là ở sảnh, ở phòng khách, phòng bếp, khu vực cầu thang, trong phòng ngủ hay thậm chí cả trong phòng vệ sinh. Còn xét về vị trí cụ thể thì vị trí nhấn phải ở những chỗ “đắc địa” có thể tôn cho không gian đẹp thêm, nhấn mạnh những ý đồ hình khối, mảng miếng, vị trí chức năng trong không gian nội thất. Điểm nhấn “nóng” có thể ở trên trần hoặc trên các diện - mảng tường. Đó có thể là một mảng cột - dầm kết cấu, một khối kiến trúc, một khối tường xây, mảng tường sau kệ tivi, mảng tường ở đầu giường phòng ngủ... hay trang trí trong giếng trời.

Điều cần lưu ý là điểm nhấn phải ở vị trí xứng đáng là điểm nhấn, dễ nhìn, dễ thấy, không hoặc ít bị che khuất, nhận được ánh sáng đủ để “lên” màu đẹp, chuẩn.

Nhấn “nóng” bằng chất liệu gì?

Với sự phát triển mạnh mẽ của thị trường vật liệu xây dựng, đặc biệt là các vật liệu hoàn thiện; có rất nhiều loại vật liệu đa dạng về màu sắc - trong đó có những màu nóng, màu đỏ - cam; mà tiêu biểu là sơn tường (sơn nước). Ngoài sơn nước, các loại vật liệu khác cũng có màu nóng như sơn dầu (dùng cho sơn gỗ, sơn kim loại), các loại gạch ốp lát, giấy dán tường, kính trang trí, tấm nhôm ốp (aluminum composite)... Các hãng sơn có thể cung cấp tới hàng ngàn màu sắc và chỉ riêng dải màu nóng cũng tới hàng trăm màu, biến thiên qua các sắc độ và sắc tố, cho các nhà thiết kế và khách hàng thoải mái lựa chọn. Các loại vật liệu khác bằng màu có ít hơn hoặc giới hạn trong một số màu có sẵn song cũng đủ để làm điểm nhấn “nóng” trở nên đa dạng về chất liệu và phù hợp với từng vị trí công năng của ngôi nhà.



Ảnh hai trang Nhấn “nóng” có thể “chơi” cả mảng khối lớn, cũng có thể là những điểm xuyết nhỏ nhỏ đều có thể tạo nên hiệu quả, tất cả tùy thuộc vào sự mạnh dạn của chủ nhà.

Ngoài các chất liệu được lựa chọn và chủ động trong thiết kế - thi công thì cũng có thể nhấn “nóng” bằng các chất liệu khác ở công đoạn bố trí - sắp đặt nội thất. Các đồ gia dụng được bán sẵn trên thị trường cũng có rất nhiều gam màu nóng để nhà thiết kế có thể chủ động lựa chọn, hoàn thiện ý đồ thiết kế của mình. Ví dụ như các loại bàn, ghế, đèn... bán sẵn, có màu đỏ, màu cam có thể sử dụng như một điểm nhấn trang trí bên cạnh chức năng sử dụng. Chất liệu của các đồ gia dụng này là nhựa tổng hợp, da, vải... Một số thiết bị của một số hãng cũng được thiết kế với những màu nóng, như một thứ đồ trang trí, như tủ lạnh, lò vi sóng, lò nướng, bình nước nóng... mà nếu khéo sử dụng, đặt đúng chỗ cũng là những điểm nhấn “nóng” trong các không gian của ngôi nhà.

Nhấn “nóng” như thế nào?

Một trong những nguyên tắc cơ bản là điểm nhấn thì phải tiết chế, vì nếu tràn lan ra sẽ không phải là điểm nhấn nữa. Nhấn “nóng” càng phải tiết chế và phù hợp với không gian, các điều kiện có liên quan như khoảng cách, tỷ lệ, diện tích, vị trí, chất liệu, màu sắc cụ thể... Ngoài ra còn phải lưu ý đến tâm sinh lý của người sử dụng trong đó. Một ngôi nhà có nhiều người, có thể có người thấy màu đỏ là đẹp và dễ chịu, nhưng người khác lại thấy nhức mắt, bức bối. Nếu mảng nhấn lớn (theo kiến trúc - nội thất) thì có thể cân điều chỉnh màu sắc - vẫn là màu đỏ nhưng sắc tố, cường độ màu giảm đi. Hoặc điểm nhấn “nóng” nếu ở nơi ánh sáng chiếu





Ảnh trên Nhấn “nóng” bằng thảm và sofa ở phòng khách.



trực tiếp, thường xuyên thì không nên sử dụng chất liệu bóng phản quang - dễ gây chói lóa, khó chịu.

Màu nóng (màu đỏ, màu cam) gây ấn tượng mạnh với thị giác và cảm xúc con người. Trong một khoảng thời gian ngắn, phạm vi hẹp thì có thể tạo cảm giác vui tươi hưng phấn, song nếu nhìn lâu hoặc mảng nhấn quá lớn, màu quá tươi thì sẽ gây tâm lý bức bối như đã nói. Vì thế cần phải cân bằng lại tương quan màu bằng những màu khác nhẹ nhàng. Tốt nhất là điểm nhấn “nóng” đặt trên nền màu sáng, kết hợp với một số màu trung tính, sắc tố nhẹ/yếu như các màu trắng, đen, xám, nâu. Cần tránh tối đa việc sử dụng quá nhiều màu, với các màu cũng mạnh ở tông màu khác.

Nhấn “nóng” có thể “chơi” cả mảng khối lớn, cũng có thể là những điểm xuyết nhỏ; đều tạo nên hiệu quả. Lý thuyết là vậy, nhưng đẹp hay không là do kiến trúc sư và cả sự... mạnh dạn của chủ nhà. **iii**





www.toagroup.com.vn

TOA NANO - CÔNG NGHỆ BẢO VỆ TỔ ẤM

TOA **NanoShield** Hybrid Nano

Công nghệ Nano

Là công nghệ có thể thay đổi kích thước phân tử nhỏ đến 1 phần tỷ mét (Nanomet).

Ứng dụng trong ngành sản xuất sơn, có thể cho ra đời những sản phẩm có khả năng chống thấm tuyệt hảo, chống bám bẩn bảo vệ bề mặt màng sơn.

Công nghệ Teflon® - bảo vệ bề mặt

Teflon® - Công nghệ bảo vệ bề mặt để làm tăng khả năng lau chùi và chống bám bẩn tuyệt vời kể cả những vết bẩn cứng đầu nhất.

*Teflon® là thương hiệu đã được đăng ký của DuPont và sử dụng bởi công ty TNHH Sơn TOA Việt Nam dưới sự cho phép của DuPont.



HÀI HÒA MÀU SẮC

DƯỚI ĐÂY LÀ NHỮNG CÂU HỎI MÀ MỘT SỐ CHỦ NHÀ, CHỦ ĐẦU TƯ HAY NHÀ PHÁT TRIỂN DỰ ÁN LUÔN TRẦN TRỞ. NẾU GẶP ĐƯỢC MỘT KIẾN TRÚC SƯ, MỘT NHÀ THIẾT KẾ GIỎI THÌ ĐÓ LÀ MỘT CÁI DUYỀN, TUY NHIÊN GIỎI VÀ HỢP GU LẠI LÀ MỘT VẤN ĐỀ.

BÀI TRẦN VĂN CHÂU - CEO KELLY-MOORE VIET NAM

Việc được kiến trúc sư/nhà thiết kế giỏi, hợp gu bỏ công sức, chần chừ từ khi sáng tạo cho đến phần xây dựng sẽ được lần lượt trình bày trong các số báo tới. Trong số này chúng tôi xin chia sẻ với quý bạn đọc những cách để làm sao cho công trình và không gian có giá trị hơn.

Ứng dụng sơn mỹ thuật làm dấu nhấn

Sơn mỹ thuật (Art & Decorative Painting) bắt nguồn từ thuật ngữ Faux Finishing. Faux, phát xuất từ tiếng Pháp có nghĩa là “giả” như giả đá, giả gỗ, giả đồng, tạo da... bằng cách ứng dụng một số kỹ thuật - Faux Technique như Color Washing, Denim, Leather, Linen, Sponging... để tái tạo

lại những công trình xưa cổ bị xuống cấp mà người Ý muốn phục dựng lại vào thế kỷ XVII/XVIII.

Nhưng trong khoảng 20 năm trở lại đây, tại châu Âu và Mỹ, đã có những hãng sơn chuyên nghiên cứu, sản xuất những dòng sơn đặc biệt này hầu thay thế những vật liệu nặng nề thành nhẹ nhàng - chuyển những kỹ thuật phức tạp thành đơn giản - phá kiểu tạo nhiều phong cách.

Trong nhiều dòng sản phẩm của sơn mỹ thuật, người ta thấy có ba loại chính đại diện như: Venetian plaster, Metal Effects, Metallic Paint.

Venetian plaster: Bột dẻo được xay nhuyễn từ các loại đá quý để tạo ra đá hay da và có thể làm ra nhiều hiệu ứng khác nhau mà đặc biệt là tạo hoa văn.

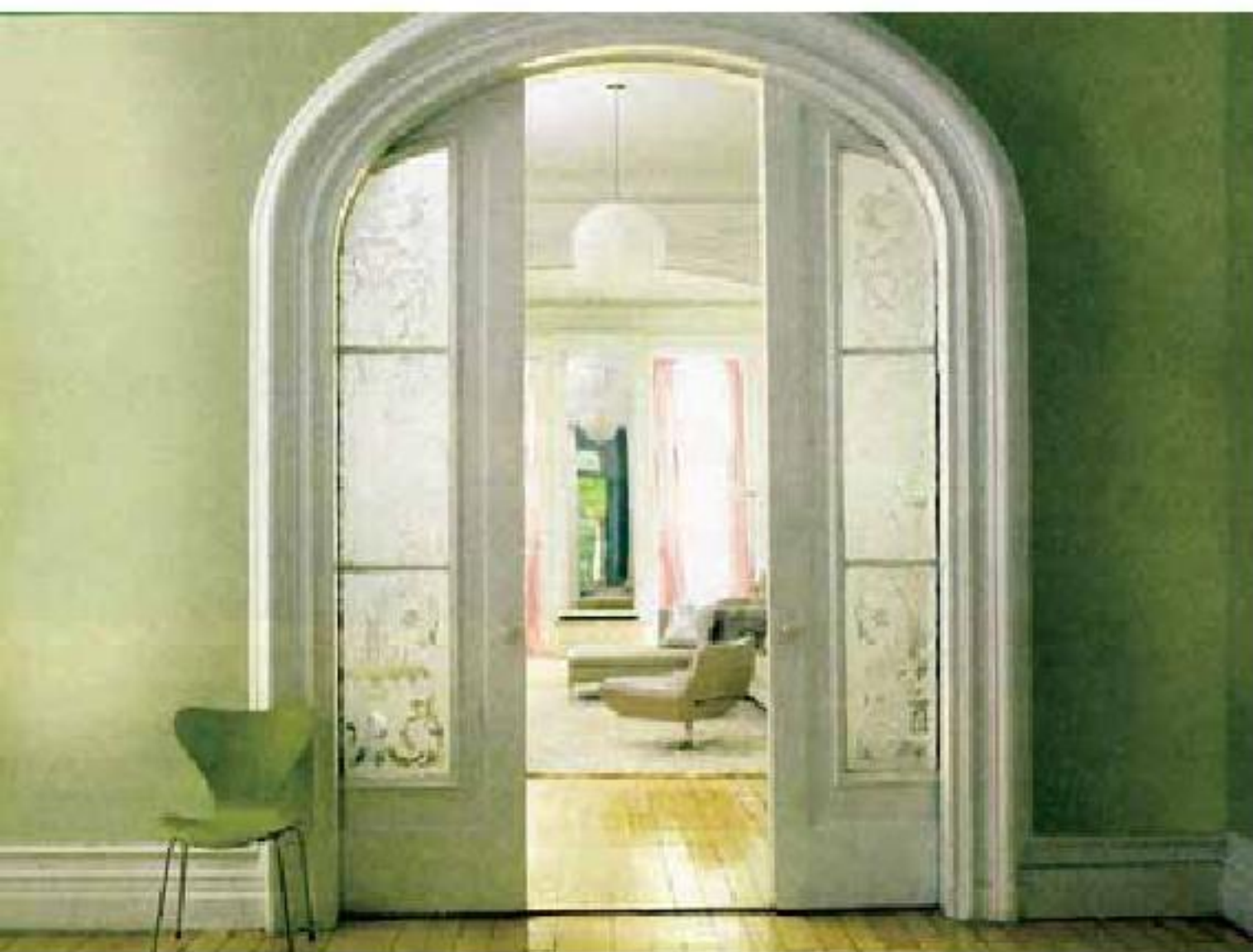
Metal Effects: Sơn tạo kim loại như sắt, đồng, kẽm và với sự kết hợp kỹ thuật rì đồng, sắt từ các chất kích hoạt, các chất hàm lại sao cho sản phẩm trở thành như đồng lên ten, lên xanh, sắt rỉ sét đủ kiểu, đủ thời đại.

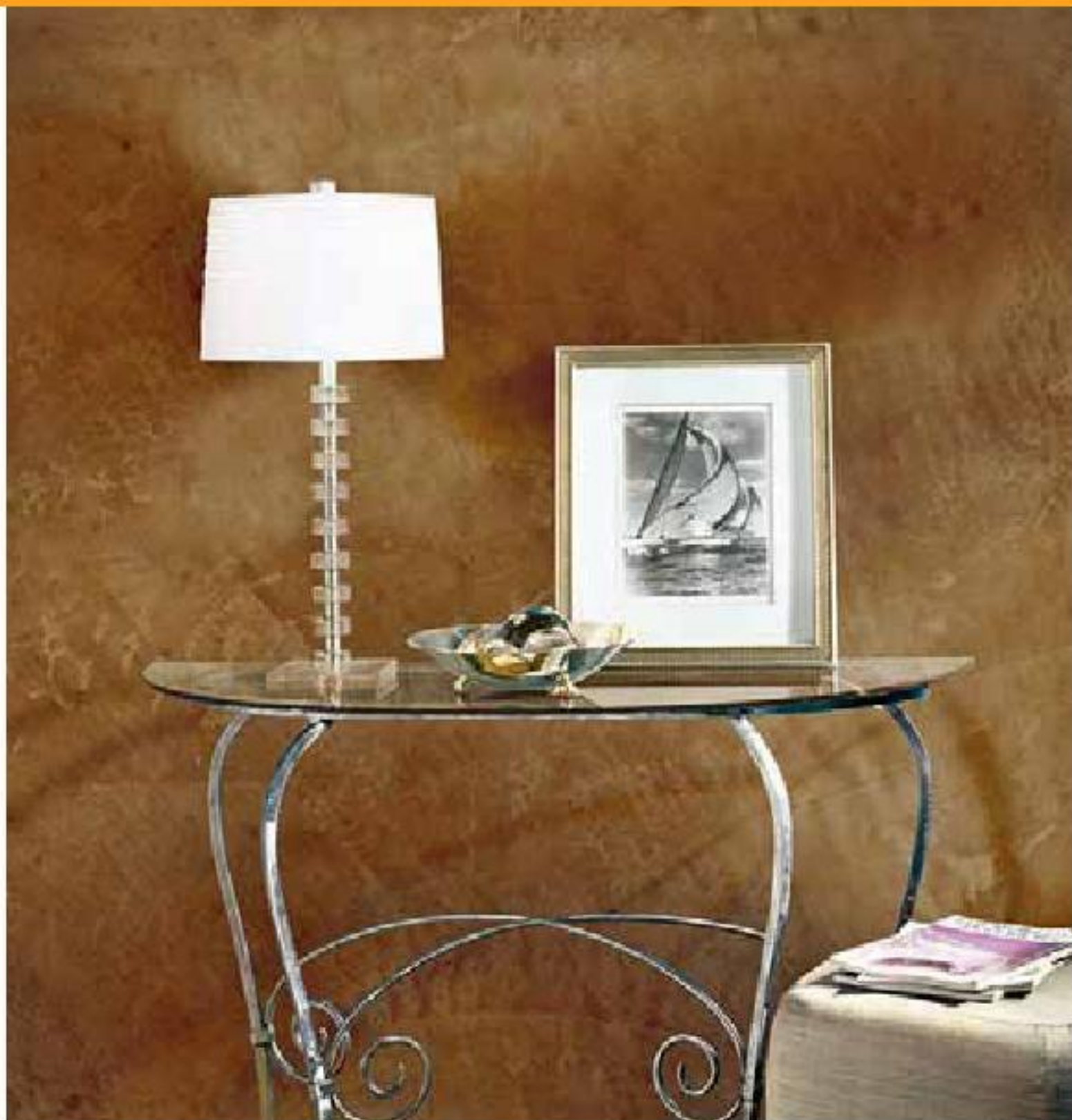
Metallic Paint: Sơn nhũ ánh kim được nhiều người biết tới trong phần hoàn thiện để làm cho công trình trở nên sang trọng, lộng lẫy và đầy ấn tượng. Mới đây, lần đầu tiên, sau bao năm nghiên cứu, Modern Masters đã cho ra mắt một dòng sơn nhũ ánh kim mờ (có thể tham khảo thêm qua <http://www.modernmasters.com>).

Tuy nhiên, việc áp dụng những sản phẩm này vào công trình cho hài hòa là cả một nghệ thuật. Vẫn biết, sơn mỹ thuật là mỹ phẩm cho công trình, nhưng phải biết sử dụng thì nó mới “ăn tiền” như chuyện phụ nữ làm đẹp, bởi chiếc trâm này hợp với kiểu tóc nọ, đôi hoa tai này hợp với khuôn mặt kia...

Chọn màu sắc tạo sự hài hòa

Màu sắc là cả một vùng trời đầy thú vị, bởi cuộc đời không chỉ có trắng hay đen mà nó thể hiện và thay đổi muôn màu như tâm tư chúng ta thay đổi theo dòng chảy của cuộc đời. Ngay cả hàng vạn lá vàng của mùa

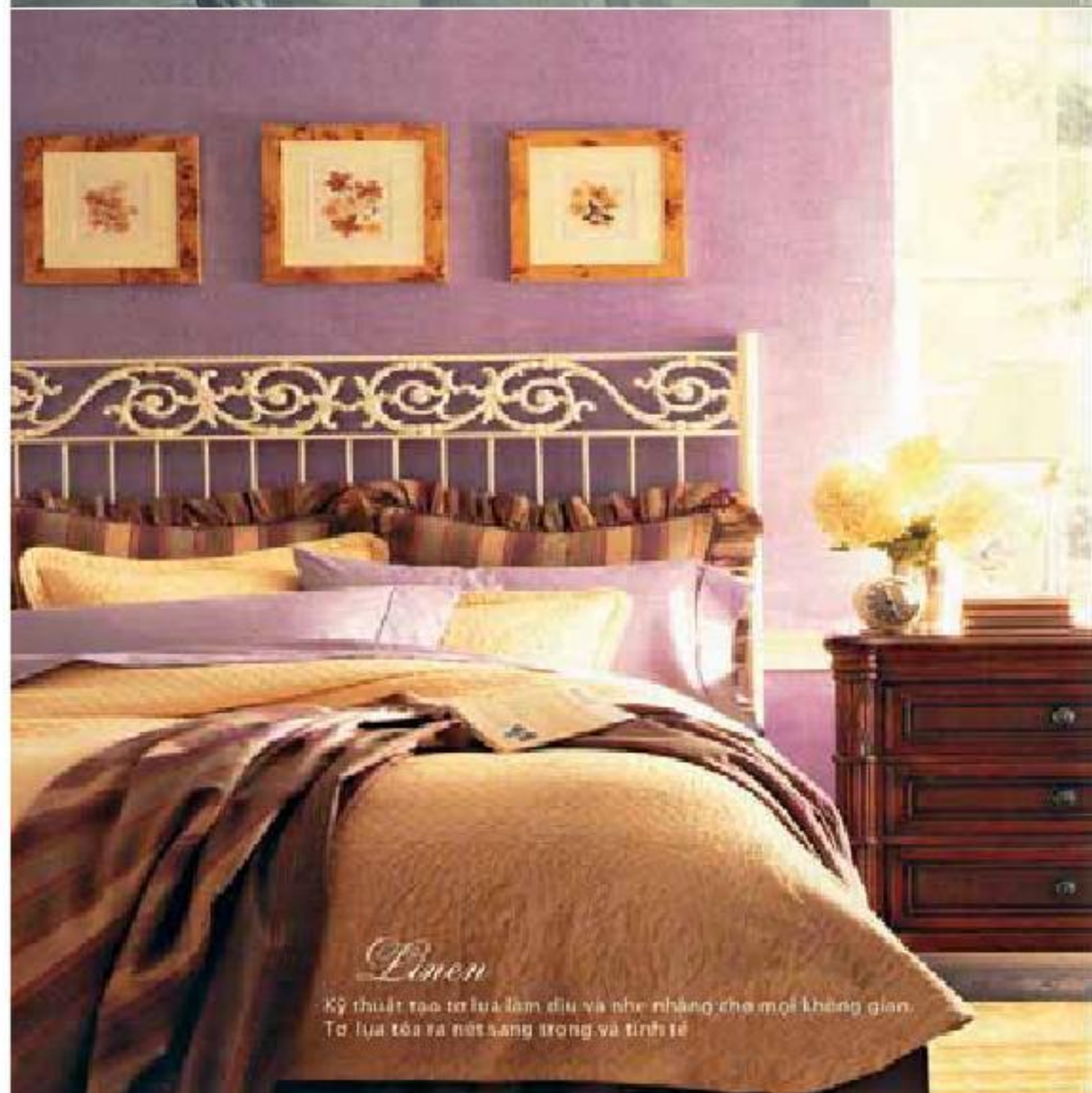




thu trên cánh cũng không giống hệt nhau từng chiếc. Do vậy, nếu nói rằng: âm nhạc là để diễn đạt tình cảm và tư tưởng của con người thì màu sắc là âm nhạc không lời biểu hiện ý nghĩ, cá tính qua không gian.

Màu sắc cần được chọn lọc kỹ để giới thiệu, trình bày cho đúng đối tượng của từng loại người trong từng khu vực, vùng miền, có bản sắc, bản địa khác nhau. Sự lựa chọn khôn ngoan và đặt đúng vị trí làm màu sắc hài hòa, tăng giá trị không gian sống. Màu sắc có thể giúp tạo ra một không gian riêng tư, làm hạnh phúc cho người ta sống và làm việc trong môi trường đó. Màu sắc có sức thu hút kỳ diệu, có sức lan tỏa mãnh liệt và nó tạo ra một thứ quyền lực vô hình, bởi chúng ảnh hưởng qua nhiều hình thức, thể loại như thời trang, điện ảnh, báo chí.. Nó đến bằng hai cách cả tự nhiên lẫn tiến hóa. Nó ảnh hưởng từ thể xác lẫn tinh thần và cảm xúc. Một điều đáng nói là màu sắc sẽ có tác dụng giúp tăng giá trị sản phẩm trong việc kinh doanh.

Trong nhiều năm về lại Việt Nam xây dựng công ty chúng tôi đã tiếp xúc rất nhiều gia chủ, chủ đầu tư để tham mưu về sơn mỹ thuật hay tư vấn cách phối màu như mới đây chúng tôi đã phải mất hơn 3 tháng để cùng với ông Võ Văn Bé, tổng giám đốc công ty xây dựng Thuận Việt và bà Mỹ Anh, đại diện công ty tư vấn thiết kế Phương Nam trong việc phối màu cho một dự án. Khi nhìn lại, đây là cả một sự đầu tư thời gian, chất xám để tập trung chọn và phối màu sao cho cân đối cả hai mặt từ sự bền vững, hài hòa màu sắc cho dự án lẫn phù hợp tương quan cho nhiều công trình kế cận của một môi trường tổng thể. **iii**



chia sẻ không gian sống



ấm áp một chỗ ngồi

Sau ba tháng xin nghỉ ốm không lương, tôi nhận được tin nhắn của cô em gái đồng nghiệp: chị ơi, em vẫn chăm bệnh cây xanh của chị và cho chị vào làm việc đây, mau lên nhé!

BAI TRƯỞNG GIA HÒA MINH HÒA LEFTSTUDIO



m làm tôi xúc động thật sự, và suy nghĩ nhiều về gia đình thứ hai của mình khi vẫn chưa quyết định được mình có tiếp tục đồng hành với họ nữa hay không. Chỉ sau một tin nhắn, tôi nhận ra thăm sâu lòng mình. Tôi trân trọng nơi ấy, thấy quý rất nhiều đồng nghiệp và đặc biệt, tôi nhớ nồn nao một chỗ ngồi.

Không cần phân tích sâu xa, chỉ cần nhìn vào thời lượng chúng ta có mặt ở nơi ấy, bạn sẽ thấy ngay rằng, bàn làm việc là một nơi thực sự quan trọng. Nói nó quan trọng nhất có khi cũng không sai, đặc biệt là với dân văn phòng. Bàn làm việc cần được bố trí khoa học để chúng ta thuận tiện di chuyển, thao tác dù một mình hay trao đổi với đồng nghiệp? Bàn làm việc nên bằng chất liệu nào và trang bị những gì? Bàn làm việc cần được nghiên cứu dựa trên đặc thù công việc và điều kiện của công ty?... Tất cả những điều đó, đã có kiến trúc sư nội thất và phòng quản trị lo. Và điều thú vị nhất là, dù văn phòng đó, cơ quan đó có 100 chỗ ngồi - modul như nhau thì chỉ cần sau 1 tuần “tiếp quản”, từng chỗ ngồi sẽ bắt đầu có khác biệt. Dù muốn hay không, bàn làm việc sẽ dần dần phò bày cá tính người đang sử dụng nó. Người ngăn nắp, sạch sẽ; kẻ hoa hòe búp bê thú bông; người tiết kiệm, kẻ bẻ bộn ngón ngón sách báo... Bàn làm việc có khi được trang trí theo mùa, theo tâm trạng. Bàn làm việc còn là một cuộc trưng bày hình ảnh con cái, gia đình. Là một vườn hoa mini, một bộ sưu tập thủy tinh, một gian hàng bánh kẹo...

Bàn làm việc là chỗ để... làm việc, dĩ nhiên. Nhưng đâu chỉ có thế.

Mới đây, theo vov.vn, kênh NDTV (Ấn Độ) vừa đăng tải clips CEO Mark Zuckerberg giới thiệu trụ sở làm việc mới của Facebook tại Menlo Park, California, Mỹ. Mặc dù là người đứng đầu mạng xã hội lớn nhất hành tinh và sở hữu khối tài sản “khủng” lên tới 33,4 tỷ USD nhưng bàn làm việc của Mark Zuckerberg khá đơn giản và không có gì đặc biệt hơn so với những nhân viên khác của Facebook. Trên bàn làm việc của mình, vị CEO 31 tuổi để sách, máy tính, logo công ty, chai nước, mô hình vệ tinh, vài tác phẩm nghệ thuật, và... đồ chơi khủng long nhồi bông màu xanh!

CEO Facebook cũng có một phòng riêng để tiếp khách hoặc họp hành, nhưng căn phòng này không tách biệt với mọi người, vẫn nằm trong một không gian chung, và mọi người đều có thể nhìn thấy hết mọi thứ đang diễn ra trong đó. Mark Zuckerberg chia sẻ, anh muốn tạo ra một văn hóa mở và minh bạch trong công ty, và tin rằng điều đó sẽ giúp mọi người có thể làm việc tốt nhất.

Biết rằng mọi sự so sánh đều khập khiễng. Nhưng sự giản dị và thành công của Mark làm tôi nhớ đến rất rất nhiều không gian làm việc của các “chóp bu” khác mà tôi được biết trong quá trình làm việc của mình. Đó là chữ giám đốc, chữ chủ tịch mạ vàng to oạch từ cửa phòng đến tận bàn ngồi. Sau lưng ghế ngồi như ngai vàng là ngà voi, là sừng nai, là tranh chữ tàu mã đảo thành công mạ vàng sáng lóa. Trước mặt, là bộ salon gỗ quý chạm rồng, chân sư tử. Trên ấy bày một là bộ đồ trà viên vàng, nạm bạc, trên ấy là bình hoa giả đỏ đỏ vàng vàng, đúng màu hạp tuổi, vân vân và vân vân...

Vàng. Bàn làm việc thể hiện cá tính, văn hóa, tâm vóc và gì gì nữa tôi không dám nói. Cũng như không dám cả so sánh những gì họ đã “làm được” cho đất nước này.

Tôi là con ốc bệ tí trong một guồng máy to, chỗ ngồi của tôi cũng bé tí trong một cao ốc, nhưng thật may mắn, nghĩ về nó, tôi luôn cảm thấy ấm áp và gần gũi vô cùng. Tôi nhớ một lần về thăm cô giáo cũ, khoe cô cái hình góc làm việc xinh xắn của mình, cô giáo thân thương đã truyền cho tôi một suy nghĩ bằng an mà trước đó tôi chưa từng nghĩ ra. Theo cô, có một cái bàn làm việc để điều đà, là một may mắn, vì trước hết, em đang có việc làm, một công việc không phải dầm mưa dãi nắng, không phải chợ đời tất tả ngược xuôi.

Cô giáo của tôi, suốt quãng thời gian dạy học của mình, cô toàn chấm bài, soạn giáo án trên cái bàn... ăn cơm của gia đình. Và dù bàn làm việc của cô là bàn ăn cơm, nhưng điều đó, chưa từng làm giảm một chút kính trọng lẫn thương yêu của bao lớp học trò dành cho cô cũng như, chưa từng khiến cô cảm thấy đó là một sự khó khăn, hay thiệt thòi. Và thật diệu kỳ, đứa học trò bé nhỏ ngày nào giờ đã quá 40, với trái tim đầy thương tích, lại được cô an ủi, vỗ về thông qua Facebook của anh chàng Mark giản dị kia.

Bàn làm việc, hóa ra cũng chẳng là gì.

Bàn làm việc, đã có lúc, tôi muốn đổ hết mọi trách nhiệm cho nó, vì sự ra đi của một người.

Mùa xuân năm đó, sau kỳ nghỉ dài cho tết, anh muốn sắp xếp lại công ty. Phòng riêng của anh, vốn chẳng rộng rãi mấy, phá dỡ đi một bức tường, coi như nhập chung với phòng nhân viên. Bàn của anh lui về một góc, vì theo anh, anh cũng ít khi ngồi. Công việc của anh hầu hết diễn ra ở phòng họp và ở ngoài văn phòng, anh muốn nhường không gian lại cho nhân viên, càng nhiều càng tốt.

Tôi tin anh luôn biết cần làm gì cho công ty của mình, từ kế hoạch đường xa đến chăm chút những chi tiết nhỏ trong từng cái email. Nhưng tôi cũng từng nghe nói, chỗ ngồi của mỗi người đôi khi cũng ảnh hưởng đến nổi thịnh suy, trong sự thăng tiến của cá nhân hoặc sự mất còn của cả doanh nghiệp. Tôi nhớ mình đã e ngại nhắc anh, công ty đang làm ăn suôn sẻ, nếu không quá bức bách thì anh thay đổi làm chi. Anh kết thúc nỗi lo sợ mơ hồ trong tôi bằng một lý luận khác, nhân viên của anh làm việc hơn 8 tiếng mỗi ngày ở đó, họ cần thoải mái và vui vẻ, họ mới thực sự là “người nuôi nấng” anh, giúp anh vận hành công ty khỏe mạnh cho đến thời điểm này.

Giữa hè năm đó, anh đi, sau 50 ngày bạo bệnh. 50 ngày nhào nhào, 50 ngày cũng nhanh như một cơn mơ. Mọi thứ không gì kiểm soát được, chỉ có thể đổ hết vào số trời. Đổ hết vào thuyết nợ nần trần gian, anh đã trả xong nợ, thì anh đi trước. Mọi người ở lại tự lo phần nợ của đời mình, rồi cũng sẽ chung đường với anh. Ấy mới thực sự là một chuyến vịnh hàng an lạc. Anh đi với một gương mặt cười, tôi tin như thế vì biết những gì anh đã để lại cho đời. Nhưng cũng nhiều khi chơi với trong nhói buốt nhớ nhung, tôi chỉ ước giá mà lần đó anh đừng xê dịch gì hết chỗ ngồi của mình, thì mọi thứ có khác hơn không? 



Người đi tìm mùi của phố

Cũng giống như mùi mưa, mùi nắng, mùi bụi, mùi gió, mùi sông, mùi cỏ cây, mùi của đồ ăn, mùi của cà phê quán cóc, mùi áo quần của người đi đường... tất cả làm thành một thứ mùi mang tên quê hương, thành một thương hiệu gắn bó tự thân trong cuộc đời mỗi người. Dễ gì quên, dù không phải lúc nào cũng nhớ.

BÀI HỌA SĨ TRẦN THUY LINH ẢNH VÂN NGUYỄN



Anh nhắm nghiền mắt khi máy bay vừa chạm bánh xuống đường băng Tân Sơn Nhất. Và cứ ngồi như vậy, mặc cho xung quanh hết lao xao tới lặng như tờ, cho tới khi cô tiếp viên đến bên, khẽ chạm vào vai vì tưởng anh ngủ quên. Khoác ba lô lên vai anh bước ra cửa máy bay. Không có cầu ống, cái nóng đập thẳng ngay vào mặt. Một lần nữa, anh nhắm mắt lại. Trong tích tắc, mùi của nắng gió Sài Gòn, cái mùi nồng nồng oi oi, từng đục ngầu bao giấc mơ của anh nơi xứ người, bủa vây xung quanh, khiến mọi tế bào thần kinh của anh dường như tê liệt, chỉ duy nhất khứu giác còn hoạt động. Hít một hơi thật sâu, anh mở mắt, bước từng bước xuống bậc thang, chậm rãi đi vào bức màn oi nóng, như đang quay về ký ức.

Mười lăm năm, không phải là quá dài so với một đời người. Nhưng mười lăm năm là quá đủ để biến một cậu trai hơn hai mươi tuổi ngày nào thành một người đàn ông chứng chạc trưởng thành. Trong suốt thời gian đó, thực ra anh cũng vài ba lần về quê hương. Nhưng lần nào cũng vội vàng, vội tới nỗi không thể tới những nơi thường tới, không thể nhớ những người xưa thường nhớ. Vội tới nỗi đánh rơi luôn nỗi nhớ lúc nào không hay. Những kỷ niệm dúi vội vào đâu đó trong bộn bề hiện tại. Và đương nhiên thôi, làm gì còn phân biệt nổi mùi của phố, của nhà, mùi của người nay và mùi



của ngày xưa. Những lần trở về ấy luôn là những lần ngụp lặn trong một bình chân không khổng lồ, đầy màu sắc mà không mùi vị.

Nhưng lần này thì khác. Anh đã về nhà. Mười lăm năm ra đi để rồi kết thúc với một quyết định trở về. Mười lăm năm hóa ra lại là quá dài đối với những đổi thay của một thành phố. Anh ngỡ ngàng nhận ra thương xá Tax chỉ còn lại hình thù, nhiều tòa nhà cổ biến mất, trong đó có cả tòa chung cư kiểu Pháp nơi anh đã trải qua tuổi ấu thơ đầy biến động. Bao phủ lên trung tâm thành phố là mùi xi măng, bê tông, mùi của sắt và kim loại. Nóng và hăng, mùi đậm đặc dưới ánh lửa hàn. Mùi của công trường hòa vào mùi của nắng không hiểu sao lại làm anh nhớ tới thằng bạn tuổi thơ, tóc hoe vàng lờm chờm, cũng có cái mùi y chang. Cái mùi ấy cũng làm anh nhớ lại khu bến cảng chứa container ở quận 4 ngày xưa, nhớ những trò quậy phá tuổi học trò khi trèo rào vào những công trường xây dựng hay cảng Ba Son. Mùi của ngày hôm nay bỗng tràn vào lồng ngực anh, nghẹn cứng. Lấn át và phủ đầy lên mọi cảm xúc của người đàn ông trung niên hôm nay là mùi vị của Sài Gòn những ngày thơ bé. Là những trưa gian nắng và những chiều tắm mưa dưới vòm me trên đường Nguyễn Du, hay ở công viên Chi Lăng đối diện nhà. Vẫn nguyên vẹn cái mùi đáng đáng của mặt nhựa đường sau cái nắng chiếu chói chang, ngùn ngụt bốc lên, đón nhận và hòa tan vào hương mưa tinh khiết, khi những hạt nước to tròn xối xả thả bong bóng trên mặt đường. Anh cũng đã từng ngửa mặt và nhắm mắt như bây giờ, nhưng mong “cảm” được tận cùng mùi vị khi đất trời hòa hợp. Những lúc như thế anh thấy người nhẹ bồng, như thể bay lượn được



Ảnh TL KT&ĐS



mãi trong “bầu trời” đầy hương thơm ấy. Những hồi ức cũng đưa anh về với những chiều Sài Gòn tháng mười hai mát dịu. Con đường đi học về tràn ngập mùi khoai lang nướng, chuối nướng, chuối chiên, thơm ngào ngạt. Tiếng cười con gái áo dài trắng, đầy mùi vô tư. Mới đó mà đã xưa lắc lơ như từ thuở nào. Kể từ khi đi xa, hình như anh đã không còn biết nhắm mắt nữa. Lúc nào cũng phải tỉnh táo, luôn luôn phải giữ cho mình một cái đầu lạnh, vận dụng mọi giác quan, nhưng lại ít dùng khứu giác. Có phải khoa học đã chứng minh rằng, màu sắc hình thành qua phổ sóng điện từ của ánh sáng; âm thanh được đo bằng tần số; miêu tả vị giác cũng có nhiều khái niệm như: đắng, cay, ngọt, bùi, mặn, nhạt... Nhưng còn khứu giác? Khái niệm nào để “đo” ngoài “hôi, thối, thơm”? Và mùi thì quan trọng gì với một nơi chốn?

Những cảm nhận đầu tiên về mùi của Sài Gòn ngày trở lại, luôn trở đi trở lại trong anh, khiến anh phải bận tâm vào những ngày sau đó. Anh trở nên nhạy cảm hơn, hay nhắm mắt hơn. Anh có cảm giác rằng, hình như trước kia mình chưa từng biết ngủ. Hay nói đúng hơn là, đã đánh mất khả năng nhận biết mùi. Anh cũng nhận thấy, hầu hết những người xung quanh cũng chưa từng biết “ngủ” một cách đúng nghĩa. Anh tìm đọc mọi tài liệu liên quan và ngỡ ngàng nhận ra rằng, đa số người không hề biết: mùi không chỉ tác động trực tiếp lên cơ thể, mà còn ảnh hưởng tới những quyết định và hành động của con người, do sự tác động của nó lên những tế bào thần kinh trong não bộ. Những phân tử của mùi đi qua mũi vào phổi và từ đó đi vào máu, lan tỏa ra toàn bộ cơ thể. Có thể tin được không, khi nói “mùi” thật quan trọng với cuộc đời con người? Khi con người ngưng thở - đồng nghĩa với việc khứu giác ngừng hoạt động - người ta sẽ chết. Anh chỉ biết rằng, mỗi ngày người ta hít thở tới 23.000 lần, và trong những lần ấy, bao nhiêu mùi và hương từ xung quanh đã đi vào cơ thể người? Chúng nằm đâu đó trong tiềm thức - và đáng buồn thay - người ta hưng hờ, người ta cho qua; chỉ khoảng 20% được sử dụng mà thôi. Mà nếu không có ý thức, thì ngay cả 20% ấy sẽ vĩnh viễn nằm sâu trong ký ức.

Anh chợt lý giải được, tại sao anh mua chiếc tivi Samsung hôm ấy, dù nó chưa hẳn là loại tối ưu nhất trong các lựa chọn. Rõ ràng là có một thứ mùi gì đó không định nghĩa được khi anh tới gần nó. Một cái gì đó gần như là quen thuộc, không thể định nghĩa, cứ lúng lúng trong không khí. Mãi



Ảnh INTERNET



sau này, anh mới phát hiện ra rằng, nó có mùi giống chiếc tivi cũ thời thơ ấu của anh. Tivi mà cũng có mùi ư? Anh tin chắc như vậy. Cũng như anh luôn tin rằng, mùi của một đồ vật, một căn phòng, nhất là của một nơi chốn, có thể “nói” lên rất nhiều, mang lại cho con người rất nhiều hồi tưởng về cuộc đời họ, cũng như “kể” được rất nhiều về bản thân chúng.

Vậy thì, Sài Gòn có mùi gì? Có nhiều ngày anh lang thang trên những con đường, quận nhất, quận ba, quận tám, quận năm, Phú Nhuận, Tân Bình... Anh đi tìm câu trả lời cho câu hỏi: Có gì trong không khí nơi đây? Mùi gì đã nằm sâu trong tiềm thức của anh? Liệu có phải nó đã ảnh hưởng lên quyết định quay trở về của anh không? Anh đi tìm một bức chân dung của phố, không phải qua hình khối, màu sắc, âm thanh, hay tiếng động. Một chân dung không thấy mặt, mà vẫn đầy áp phố, một chân dung mùi Sài Gòn. Như đi tìm chân dung của chính mình.

Trong không khí và lồng ngực anh luôn tràn đầy một mùi hương sương ban mai - trong lành, tinh khiết - khi theo chân những người đàn bà đi chợ sớm hay thả bộ buổi sáng trong công viên Nhà thờ Đức Bà. Một mùi xưa cũ vẫn bốc lên rất rõ trong tòa nhà Bưu điện thành phố, trên

bậc cầu thang các chung cư cũ, trong những cửa tiệm, quán cà phê trong đó, dù chúng hầu như đã được đổi mới hoàn toàn. Mùi tươi mới của rau quả, mùi tanh của tôm cá, mùi hôi hoi của thịt sống, mùi chua của măng, đậu hủ, mùi khét của đồ nướng... đậm đặc ngay trên đường phố, cho anh biết gần đó có một khu chợ hoặc vô số các nhà hàng. Đường Lê Thành Tôn làm nơi mang mùi của biển, tỏa ra từ các tiệm bán đồ ăn Nhật. Trong khi những con đường Chợ Lớn lại đậm đặc mùi dầu chiên của các loại bánh, hay vịt quay, heo quay, phá lấu. Những con đường mới ven sông bên quận 2, quận 7, toát ra một mùi pha trộn của nhà cửa mới xây và mùi sông nước. Mùi trong những con hẻm quận 4 cũng thay đổi nhiều, nhưng thay đổi lớn nhất vẫn là mùi của kênh rạch Sài Gòn. Những kênh nước đen ít hôi hơn xưa, dù vẫn chưa hết hẳn. Gió mang theo hơi nước ấm áp từ sông Sài Gòn trải mùi phù sa trên những dòng kênh đang dần hồi sinh. Trong những tòa cao ốc, anh nghe mùi của kính, của sơn, của thép, gọi lại những năm tháng hồi hã nơi xứ người, giờ đã thành kỷ niệm. Mùi dầu thơm, mỹ phẩm, mùi dầu gội toát ra từ những mái tóc dài, ngắn của những cô nhân viên văn phòng trong thang máy lại khiến anh nhớ về mái tóc dài thơm hương xả hương chanh của mẹ, và cả những mối tình đã qua...

Càng đi thì anh càng biết rằng, thành phố sinh ra anh là một nơi kỳ lạ. Nếu ai tìm một chân dung phố - chân dung mùi của phố - nguyên chất, đồng nhất, hay tìm một từ duy nhất để định nghĩa về nó, chắc chắn người đó sẽ thất vọng. Đơn giản vì mùi của thành phố này cũng đa sắc, đa dạng và đa vị như chính nơi sinh ra và nuôi dưỡng nó. Một nơi mà phố có rất nhiều chân dung. Một tập hợp của thật nhiều hương ngày xưa và mùi ngày nay, làm nên một chân dung về mùi, không thể lẫn của Sài Gòn.

Câu trả lời cho quyết định trở về của anh có lẽ không cần lời giải đáp. Chỉ biết rằng, anh đã về, đã ở Sài Gòn.

Mười lăm năm. Ra đi là để trở về .ii





Ảnh trên Ngôi nhà có thể có nhiều cửa, miễn sao phân biệt chính phụ về hình thức và công năng rõ ràng. **Ảnh dưới** Một nhà phố sử dụng cầu thang phụ phía trước dẫn lên phòng khám bệnh trên lầu sao cho không ảnh hưởng đến phần nhà ở phía sau.

Nhà vừa ở vừa cho thuê

Chúng tôi đang có một ngôi nhà vừa cho thuê kinh doanh bên dưới vừa để gia đình ở 2 lầu trên. Tuy nhiên gần đây tình hình kinh doanh không tốt, người thuê sắp trả lại mặt bằng, và người khác đến, sau khi xem nhà người này có nói do bố trí cửa và lối đi không đúng phong thủy, nhà bị nhiều cửa nên lắm chuyện thị phi. Mặt khác tôi đọc sách thấy nói rằng loại hình kinh doanh cho thuê bán nước giải khát là thuộc thủy, còn nhà tôi dạng nhà có mái ngói chóp nhọn thuộc hỏa nên xung khắc, không biết có phải vậy không. Nhờ các chuyên gia của quý báo giải đáp giúp vấn đề này.

Lê Huỳnh, phường 11, quận Gò Vấp, TPHCM.

BAI KTS HÀ ANH TUẤN ẢNH KHÁNH PHƯƠNG, TL KT&ĐS

Nhà vừa để ở vừa cho thuê hoặc trong nhà trực tiếp kinh doanh khá phổ biến hiện nay, vì giúp nhà thêm khả năng sinh lợi mà gia chủ vẫn kiểm soát được, khác với dạng cho thuê nguyên căn. Nhưng điều này cũng làm nảy sinh vấn đề về ngân chia, cấu trúc không gian, bố trí hệ thống cửa, lối ra vào sao cho hợp lý.

Thông thường, có 2 tình huống xảy ra trên thực tế là nhà đang ở ngân ra cho thuê, và nhà được thiết kế từ ban đầu có tính toán sẵn cấu trúc nơi cho thuê và nơi để ở rạch ròi. Với dạng nhà có thiết kế từ đầu dự kiến sẽ cho thuê thì đa số đều có cách tính toán bố trí sao cho lối ra vào, đi lại

của phần kinh doanh và phần để ở độc lập nhau. Vấn đề phong thủy tốt hay xấu khi đó là việc độc lập giữa hai phần. Có thể xem như đây giống dạng nhà chung cư, phần dưới là khối thương mại, ai thuê thì bố trí hợp với tính chất kinh doanh của họ. Phần trên là dạng căn hộ, gia đình ở thì tính toán phong thủy cho gia đình ấy về phương hướng, vị trí, bếp núc, phòng ốc... như một căn nhà độc lập. Còn tình huống nhà đang ở hiện hữu mà ngân chia ra để cho thuê thì sẽ có nhiều xáo trộn về cấu trúc và ảnh hưởng phong thủy nếu không tính toán bố trí cho hợp lý.



Giải quyết từ cửa và lối đi

Vì cửa luôn là phần nạp khí cơ bản, tốt xấu ra vào cũng do hệ thống cửa, cách mở cửa (khai môn) quyết định trường khí của ngôi nhà. Bài toán đặt ra là chủ nhà dùng lối đi và cửa nào, phần cho thuê dùng cửa nào để không ảnh hưởng lẫn nhau, tránh hoặc giảm được các lộn xộn và phiền toái trong quá trình sử dụng.

Với nhà phố mặt tiền “tắc đất tắc vàng” đa phần người thuê nhà đều tận dụng tối đa phần diện tích kinh doanh để mở cửa tiếp cận, trưng bày sản phẩm, dẫn đến việc lấn chiếm cả mặt tiền lẫn vỉa hè, cửa cho chủ nhà ở phía sau hoặc phía trên lầu đôi khi chỉ còn là một cánh cửa phụ nhỏ xíu (đối với nhà một mặt trước) hoặc dùng cửa hậu, cửa hông. Khi chiều rộng nhà tương đối (từ 5m trở lên) hoàn toàn có thể làm một lối đi riêng cho khu vực ở với cửa ngoài nhỏ gọn, đủ lối dắt xe gắn máy vào trong, và xác định về phong thủy cửa này không phải là cửa chính của chủ nhà, nó chỉ là đường dẫn giống như vào tầng trệt của chung cư mà thôi.

Trường hợp nhà không đủ rộng, cầu thang nằm giữa và chủ nhà ở trên đi xuyên qua trệt để vào cầu thang, thì ở cầu thang phải ngăn lại sao cho tách được hai phần chủ ở - khách cho thuê. Một số nhà còn sử dụng cầu thang phụ phía trước dẫn lên lầu thẳng từ ngoài sân hoặc thang xoáy tròn tiếp cận ban công lầu 1. Khi đó việc xem xét phong thủy hướng cửa cho chủ nhà nên căn cứ vào cửa đi mở ở phần trên lầu, còn tầng trệt chẳng qua chỉ là cửa cổng, cửa phụ mà thôi. Một số nhà có nhiều hộ ở trên các tầng lầu đều làm cách gia cố, trang trí cửa đầu cầu thang dẫn vào phần ở của gia đình riêng sao cho rõ ràng,

như một cách nổi bật khí, bởi đây là cửa chính của căn hộ.

Vấn đề đa môn

Khi nhà có nhiều cửa, nhiều lối ra vào thì vấn đề mà dân gian thường nhắc là “đa môn tác đa khẩu” (nhiều cửa ắt có nhiều chuyện và chạm thị phi) sẽ thường xảy ra. Bởi nhiều cửa và lối đi lại thì sẽ đưa đến nhiều nắng và gió, tiếng ồn, bụi bặm, người lạ... xâm nhập vào nhà từ nhiều hướng cả tốt lẫn xấu, gây phức tạp trong kiểm soát an ninh.

Bên cạnh đó, cũng cần hiểu rằng công trình có nhiều cửa là điều đương nhiên và cần thiết cho công năng, thông thoáng, thoát hiểm... Thực chất trong nhà ở xưa nay luôn có nhiều loại cửa, từ cửa trước, cửa sau, đến cửa hông... tùy theo hình thế đất đai và giao thông đối ngoại. Tuy nhiên về kiến trúc cũng như khoa học phong thủy thì vẫn luôn coi mỗi ngôi nhà, mỗi gia đình chỉ nên có một bộ cửa chính (đại môn). Các cửa cổng, cửa hậu, cửa bên... chỉ là cửa phụ. Trường hợp cửa chính mở ra gặp nhiều bất lợi (hướng nắng gió, điểm nhìn bị xấu) khi đó sẽ phải điều chỉnh cửa chính hoặc bít hẳn, mở cửa khác làm cửa chính. Người tiếp cận ngôi nhà cũng có thể phân biệt được đâu là cửa chính, đâu là cửa phụ qua cách bố trí, kích thước, màu sắc, kiểu dáng...

Trường hợp nhà có kinh doanh ồn ào hoặc có nhu cầu để xe phía trước, tốt nhất nên làm thêm lớp cửa phụ chặn bên trong khi kết thúc phần kinh doanh. Có thể làm một hàng rào thấp ở ngoài cửa lớn ở trong. Hoặc với dạng kinh doanh cà phê thì có thể cô lập phần để ở, làm “đường dẫn” vào không gian quán tách biệt với

không gian ở giúp giảm ồn ào. Không gian đệm, không gian biệt lập, chỗ để xe... giúp giảm tác động xấu qua lại giữa các chức năng ở và kinh doanh, và từ đó không ngại ngần chuyện đa môn nữa, vì cửa chính cho phần kinh doanh và phần để ở vẫn tách bạch rõ ràng.

Vấn đề hình thể nơi thuê kinh doanh

Cho dù có nhiều tài liệu khác nhau nói về việc kiêng kỵ ngũ hành tại nơi kinh doanh, kiểu như “... bản nước giải khát là thuộc thủy, còn nhà dạng nhà có mái ngói chóp nhọn thuộc hỏa nên xung khắc” thì ai cũng biết vấn đề không thô sơ như vậy. Vì hình thể của ngôi nhà tạo nên không gian, cấu trúc đó có hợp với việc ở hay kinh doanh hay không phụ thuộc rất nhiều yếu tố, mái ngói nhọn thuộc hỏa chỉ là một biểu tượng nho nhỏ để phân biệt với mái bằng thuộc thổ hay mái vòm tròn thuộc kim.

Về mặt phong thủy, cần xác định quan niệm “hình thức đi cùng nội dung” là hai phần khó tách rời, không thể trọng cái này bỏ cái kia được. Do hình thức có thể điều chỉnh được nên khi thuê địa điểm trước hết cần quan tâm đến các thông số tiềm ẩn (hướng nhà, vị trí, hạ tầng chung quanh) có gì bất lợi với công việc dự định kinh doanh hay không. Sau đó cần nhắc các điều kiện về kết cấu, kỹ thuật, hoàn thiện... để điều chỉnh phần hình thức của nhà cho thích hợp. Phải xác định cái tạo về thể quan trọng hơn về hình, ví dụ như nhà cũ ngăn chia nhiều thiếu thoáng đãng, khi người thuê vào có thể cải tạo sao cho thoáng hơn để phù hợp với việc kinh doanh. Như vậy, những vấn đề tồn tại của ngôi nhà cũ (nếu có) sẽ không ảnh hưởng gì đến không gian kinh doanh mới nữa. **!!!**

Ảnh trái Sau phần kinh doanh là hành lang dẫn vào cửa riêng cho phần nhà ở, được trang trí, treo tranh, sáng sủa và thoáng rộng. **Ảnh phải** Một quán cà phê tách với phần nhà ở bằng lối vào độc lập, tuy hẹp nhưng vẫn trang trí đẹp và hài hòa.





Những lối ít nắng mưa

Những ngày gần đây, chuyện mưa ngập phố biến thành sông hầu như thành cơm bữa, chuyện đưa đón con cái giữa mưa nắng thất thường thành ám ảnh của không ít phụ huynh.

BÀI VONG BÌNH ẢNH QUỐC THỐNG



Anh trang bên Bạc thêm ở Belgrade, hàng hiên Florence, hành lang ở Kuala Lumpur: những chỗ nghỉ chân và đi lại thân thiện, thoải mái, không ai xua đuổi hay làm phiền. Những hành lang đi bộ và mua sắm ở Tanglin Road và Newton Road (Singapore), ở Garisenda (Bologna - Italia).

Anh trên và dưới Từ công trình này sang công trình khác, hay khi có công trường xây dựng thì luật Singapore bắt buộc phải luôn không thể thiếu những lối bộ hành có mái che, an toàn, tôn trọng tối đa người đi bộ.



Nghe chuyện cứ ngỡ như là của ngành giao thông, thoát nước đô thị, xa hơn là biến đổi khí hậu... Thế nhưng, trong tâm thức của người làm thiết kế công trình và quy hoạch, những thứ tác động vật và của nắng mưa ấy lại liên quan nhiều đến chuyện nhỏ mà không nhỏ: tìm đâu ra nơi đô thị hiện nay của chúng ta những lối đi bộ, những chỗ dừng chân đủ an toàn và tiện ích?

Các nghiên cứu chính thống về không gian đi bộ nơi công cộng đều chỉ ra rằng: việc đi bộ với các tiện ích công cộng mang tính kết nối cộng đồng, định vị lại hành vi của cộng đồng và góp phần biến đổi tích cực lối sống, thái độ và nâng cao sự tin tưởng của cư dân trong bối cảnh đô thị (Jens Jacobs, The death and Life of great American cities). Nghĩa là người ta không chỉ cần một chỗ sạch sẽ khô ráo mưa không hắt nắng không chói, mà còn cần hơn những nơi giao tiếp và thư giãn, thỏa mãn các nhu cầu cá nhân và cộng đồng mà nhà ở, công sở và quán xá không có được. Phải chăng vì thiếu những chỗ như thế mà giờ đây mọi lễ đường mới mở dọc bờ sông mát mẻ hay ven các trục lộ lớn ở xứ ta chỉ toàn thấy quán nhậu bình dân như một nơi giao tiếp duy nhất?

Hãy thử một lần bát phố đông đúc, shopping nặng trĩu vai, hoặc cùng bạn bè người thân đi dạo phố xá, ai cũng sẽ bất chợt thèm một băng ghế, bậc thềm, mái hiên... để ngồi dưới tay chân, đọc tờ báo, tán gẫu bạn bè, hoặc ít ra là ngắm nhìn thiên hạ. Đơn giản vậy mà sao tìm khó thấy! “Mệt quá đôi chân này...” là cái cớ, sâu xa hơn chính là niềm vui được núp mưa núp nắng mà vẫn ở ngoài phố, được thư thái ăn chút gì đó mang theo mà không phải vào chễm chệ nơi nhà hàng, quán xá. Muốn vậy, có lẽ không đâu bằng dưới những mặt tiền, bên những hàng hiên, sát ngay vỉa hè, mà phải là mặt tiền khu trung tâm mới đáng mặt, chốn buôn bán sầm uất hoặc nơi hội tụ trai thanh gái lịch, mới thích thú, mới thực sự trải nghiệm và tiện ích.

Có lúc tôi không hiểu được tại sao mấy anh Tây ba lô sang ta hay thích ngồi bậc bậc thềm ngoài phố, mở cuốn sách du lịch hay nhìn ngắm



ông đi qua bà đi lại... cho đến khi chính mình lê bước với chực ký đồ trên lưng giữa phố Roma, ngoài trời chuyển mưa, được lẩn vào một teracce, nhìn dòng người vẫn qua lại không ngừng nhờ những hành lang mái vòm nối nhau. Tôi ngồi đấy, thích thú và thấy nhớ Sài Gòn quá. Thay vì đưa bạn công ra ngoài, những ngôi nhà phố cũ thủ đô nước Ý đều lùi cửa chính tầng trệt vào trong, đủ để tạo nên lối đi lại, mà vẫn không làm giảm sức mua bán. Những hành lang cổ điển chạm trổ hay hiện đại bọc nhôm, đều góp phần làm nên một “mặt tiền” khác của khu phố, một loại mặt tiền có thể chạm vào được chứ không chỉ nhìn ngắm xa xa qua cửa kính xe. Mặt tiền sống thực, không thuần túy xếp đặt. Sống vì sức sống, hơi thở, tiếng cười của người qua kẻ lại được gói ghém và lưu chảy không cân bằng hướng dẫn hay cấm cản gì cả. Ở đây, cho khách bộ hành nương nhờ mặt tiền của phố



xá là một thái độ văn hóa hơn là giải pháp kiến trúc. Khách thêm chỗ dừng chân, chủ thêm cơ hội buôn bán, còn phố phường thêm vui chứ không bị nắng chang chang chẳng chỗ trú chân. Những khung kính trưng bày hàng hóa đẹp và lạ mắt thêm dịp khoe sắc. Mặt tiền lúc này đúng nghĩa là bề mặt “hài ra tiền” chứ không phải là một bộ mặt ở phía trước nhà có cửa tiếp cận đường phố để đi ra đi vào thuận tiện (xin nói thêm là việc xuất nhập hàng hóa, lấy rác ở những mặt tiền kiểu này đều qua đường hầm, lối phía sau hoặc vào ban đêm, đảm bảo được “tốt khoe xấu che”).

Nhưng đó là chuyện xứ người, còn tại Sài Gòn hay Hà Nội thì sao? Nhiều lần tôi muốn ngồi bên một khung cửa kính khu trung tâm Lê Lợi, Đống Khởi, Nguyễn Huệ... hay ra Hà Nội thì Tràng Thi, Tràng Tiền... vậy mà không có chỗ và không được cho phép, thành ra những khoảng vỉa hè có mái hiên hiếm hoi ấy càng trở nên ít ỏi. Chợt nhớ ở Sài Gòn vào dịp Noel, những chiếc ghế (có in tên nhà tài trợ trên lưng) được đặt và giúp đoạn vỉa hè thương xá Tax trước kia trở nên sống động, tấp nập lạ thường. Người người chụp ảnh lưu niệm, người người dừng chân như chưa bao giờ được đến đây, được chụp ảnh vậy. Nhưng cũng chỉ được vài ngày ngắn ngủi, và cốt lõi của vấn đề vẫn chưa giải quyết được: đi ở đâu, nghỉ chỗ nào khi ra khỏi nhà là lên xe gắn máy, ghé tới đâu cũng chỉ là những chen chúc của phương tiện giao thông, và những tuyến phố được ngăn lại để làm phố đi bộ thực ra đang là những khu chợ nhỏ dựng lên vội vã.

Hình như trong quy định nhà tại các khu phố thương mại tự xây ở Phú Mỹ Hưng cũng đều có chứa một dạng hành lang tầng trệt mặt tiền như thế, bên trên không có ban công, bên dưới có thể đi xuyên toàn khu phố.



Ảnh hai trang Những khoảng hành lang mặt tiền hiếm hoi được có mái che ở khu trung tâm Sài Gòn thì lại bị ngát ra cho kinh doanh, hoặc không hề có tiện ích nghỉ chân thoải mái. Các lớp không gian “tùy chọn” dưới mái hiên, lộ thiên, tán dù hay mái kính để che mưa và vẫn đủ nắng.

Nhưng hiện nay nhiều nhà vẫn đang “tư hữu một cách vô tư” khoảng không gian công cộng này, còn người đi bộ thì xin mời đi ra ngoài, xuống lòng đường. Dưới chân các cao ốc trung tâm Sài Gòn như Sun Wah hay Saigon Centre cũng vậy, vẫn có những hành lang thú vị ít ỏi chỉ để... dành cho người ngồi uống cà phê hoặc vào trong mua sắm. Còn khách vắng lại thì... xin mời đi vòng ra ngoài nhé!

Chắc chán lối đi bộ và văn hóa sử dụng không gian công cộng như thế nào là một câu chuyện dài, rộng, và vài lát cắt qua những hành lang bên phố kể trên, dưới một tầm nhìn gần mặt đất không đủ nói lên nhiều

điều. Chỉ là chút ước ao của kẻ từng lê bước qua nhiều nơi chốn, luôn mong hưởng thụ cái thú “tôi như trẻ nhỏ, ngồi bên hiên nhà...”. Hiên của mặt tiền chung ấy, bao giờ mới không chỉ là chỗ bán cà phê hay sắp đặt chút ít nhân dịp lễ hội? Để đúng nghĩa là hiên của những bước chân ngày thường được nương nhờ mặt phố. Và phố của những ca từ nhạc Trịnh gần đây lại thành luôn một nỗi ám ảnh: dưới hiên nhà, nước dâng đầy, phố bỗng là dòng sông uốn quanh... **III**

(Viết trong những ngày nước dâng quanh hẻm, nhà lên giá thành view bốn mặt sông)



Nghĩ tiếp từ chuyện “mở...” ?

Bài viết “Mở đến đâu, mở thế nào” của tác giả Trường Vũ trên Kiến Trúc & Đời Sống số tháng 9.2015 đã gợi lên nhiều vấn đề lý thú và cũng nhạy cảm của giới làm nghề thiết kế. Có khá nhiều ý kiến xoay quanh chuyện “mở” và cũng mở ra những câu chuyện khác. Kiến Trúc & Đời Sống số này xin giới thiệu bài viết của một người trong nghề, để tiếp tục tương tác trên tinh thần khách quan, lành mạnh, trong sáng.

BÀI VÀ ẢNH KIẾN CON



Cách đây mấy bữa, báo chí ồn ào đang chuyện nhà một ca sỹ nổi tiếng ở Hà Nội bị trộm đột nhập vào ban đêm. Tên trộm táo tợn lũng lục khắp nhà và chui cả vào buồng ngủ của chủ nhân thì bị phát hiện. Rất may không có tranh giành, đối kháng gây nguy hiểm; mà tên trộm nhanh chóng lui mất; và ngay ngày hôm sau công an đã tóm được thủ phạm. Rất nhiều người đã có ý nghĩ rằng, nếu tên trộm mà liều linh, manh động hơn thì thật nguy hiểm cho chủ nhân. Đó là nhận định rất có lý khi hàng ngày đây trên các báo đang tải các vụ việc tội phạm tấn công người táo tợn và tàn nhẫn, các án mạng liên tiếp xảy ra. Nói tiếp việc vụ trộm, tất nhiên là có mớ xé nguyên nhân. Nguyên nhân thì có nhiều, nhưng có một nguyên nhân chắc chắn để cho tên trộm có thể dễ dàng đột nhập, tung hoành trong nhà và chui tận buồng ngủ, đó là nhà “mở”, “thoảng”. Nếu không, với một ngôi nhà thiết kế bảo vệ cẩn trọng, thì khi cửa đóng then cài, trộm cướp không dễ gì đột nhập cho dù có cả cửa sắt hay búa đục trong tay. Chuyện trộm

Ảnh trên Và thực tế “mái xanh” sau khi công trình hoàn thành và nhận giải thưởng. **Ảnh bên** Mái xanh trong phối cảnh công trình rất đẹp và thuyết phục



thì nhiều, nhưng trộm vào nhà người nổi tiếng, lại cũng được coi là giàu vẫn được chú ý nhiều hơn, có sự lan tỏa rộng hơn. Hẳn không ít người nghe câu chuyện này cũng giật mình xem lại ngôi nhà của mình có an toàn, có kín đáo hay không, có thể bị đột nhập hay không; và thậm chí dựng nên cả kịch bản tương tự với mình, thì sẽ phải ứng xử, đối phó thế nào trước một tên trộm, trong phòng ngủ, vào ban đêm? Với những ngôi nhà có kiến trúc “mở”, “thoảng”, hẳn chủ nhân phải lo lắng và đau đầu hơn nữa. Cũng cần nói thêm rằng, những ngôi nhà theo lối kiến trúc “mở”, “thoảng” hiện đại này, chủ nhân thường là người khá giả, giàu có và sẽ là mối quan tâm của những tên đạo chích bất lương.

Vậy nên chuyện “mở” có lẽ cũng cần cân nhắc cho kín kẽ, bởi không hẳn mở là hay, mở là tốt, mở là thời thượng, là văn hóa hay cứu cánh của kiến trúc cần hướng tới.

2.

Tôi là người làm nghề thiết kế, và cũng rất quan tâm đến thời sự kiến trúc, thích ngắm nghía, thường ngoạn các công trình kiến trúc, chụp ảnh, đánh giá, nhận xét bằng coi mắt chuyên môn; vừa là làm phong phú thêm thẩm mỹ, cảm xúc; cũng là học hỏi, rút kinh nghiệm cho chính công việc của mình. Tôi cũng hay chụp ảnh công trình cho các bạn đồng nghiệp.

Cách đây vài tháng, tôi có gặp một bạn đồng nghiệp mà tôi đã từng chụp ảnh công trình cho anh. Chàng hỏi nhưng anh lại kể rằng nhà anh Q. (là công trình tôi đã chụp ảnh) xây lại phòng vệ sinh bằng tường rồi. Chuyện là thế này: Công trình nhà anh Q. có phòng vệ sinh kế bên phòng ngủ chính. Kiến trúc sư chơi kinh ngân, một vách kính lớn trong suốt. Đứng ở phòng ngủ ngó vô phòng vệ sinh thì... cũng thấy đẹp. Vâng, không gian mở, cho nó thoáng tâm mắt, cho nó hiện đại, cho nó... máu. Thế rồi chỉ một thời gian ngắn sau khi công trình hoàn thành, là thời điểm tôi đến chụp ảnh, vách kính đó đã được dán để can cho mờ đi, kiểu nửa kín nửa hở. Chán hẳn ý tưởng “mờ” đó có vấn đề. Sau đó, một lần khác tôi cũng có dịp tới công trình đó, thì thấy vách kính phòng vệ sinh được dán để can hoa kín đặc, vách kính không còn là vách kính nữa. Và rồi, giờ thì bỏ kính đi xây tường... Chán chán rằng cái vách kính “mờ” kia càng dùng càng thấy sự bất tiện của nó. Cực chẳng đã chủ nhân mới phải cải tạo, sửa đổi thiết kế.

“Mờ” đang là một thứ mốt, một trào lưu thời thượng trong kiến trúc, là “style” của không ít kiến trúc sư, văn phòng thiết kế. “Mờ” là mỹ từ của giới truyền thông kiến trúc. Có nhiều kiểu mờ: mờ từ chỗ nọ sang chỗ kia, từ trên xuống dưới, từ trong ra ngoài...; mờ bằng những ô cửa, vách kính lớn, hoặc bằng... không gì cả. Tất nhiên, “mờ” có nhiều cái hay, có ưu điểm, nhưng không có nghĩa “mờ” là tiên đế tuyệt nhiên đúng, là mục đích tối thượng của tổ chức không gian kiến trúc. Kiến trúc còn cần nhiều hơn thế và còn nhiều khía cạnh khác. Cách đặt vấn đề “mờ đến đâu, mờ thế nào?” của tác giả Trường Vũ rất đúng và đáng được xem xét, trao đổi nghiêm túc.

3.

Cách đây hơn 2 năm, trong một chuyến đi Sài Gòn, tôi đã lặn lội chạy xe máy sang Bình Dương để mục sở thị hai công trình của kiến trúc sư V. - người đang rất nổi trong giới kiến trúc Việt Nam với vô số giải thưởng trong tay. Hai công trình này cũng được cả giải thưởng quốc gia và quốc tế.

Công trình thứ nhất là một ngôi trường phổ thông. Công trình này được truyền thông mô tả (qua thuyết minh của tác giả?) là kiến trúc xanh, thân thiện với môi trường. Điều ấn tượng và đặc biệt nhất của công trình là một mái xanh lớn phủ lên khối kiến trúc chính. Tôi đã đi xem triển lãm giải thưởng kiến trúc quốc gia và thấy ở bản vẽ mặt bằng trong hồ sơ tham dự, phần mái được tô xanh và chú thích: “green roof” (mái xanh). Tôi cũng đã xem một số hình ảnh của ngôi trường đăng tải trên truyền thông nước ngoài với bản vẽ phối cảnh công trình có mái xanh rất ấn tượng. Và quả thực tôi hồi hộp khi đến ngôi trường này để chiêm ngưỡng điều độc đáo đó. Thực tế thì... đó là một mái bê tông xám xịt với lổn nhổn dầm lộn ngược và tua tủa thép của cột chịu lực vẫn chờ lên. Khi tôi hỏi người bảo vệ ngôi trường về cái mái xanh này, thì ông bảo đâu có đâu, chưa từng có! Xin lưu ý là tôi đến chỉ là thời điểm, cách đây hơn 2 năm. Cũng có thể sau này nó có, nó khác - thì thật mừng. Nhưng ở thời điểm trước đó, nó rình rang trên truyền thông và nhận giải thưởng, thì nó chưa có mái xanh. Có lẽ cả giám khảo ở Tây và ở ta họ chỉ ngắm phối cảnh và tin vào thuyết minh mà thôi.



Ảnh trên Kiến trúc tre rất đẹp, nhưng chỉ là cái xác vô hồn, để ngắm và chụp ảnh? **Ảnh dưới** Mặt nước rất đẹp trong tổng thể kiến trúc, nhưng cũng là nơi nuôi muỗi.



Công trình thứ hai, đúng hơn là cụm công trình với hai công trình kế gần nhau trong khuôn viên là một quán cà phê và một quán bar. Hai công trình này rất độc đáo với vật liệu tre chủ đạo và được xây dựng trước - sau không lâu lắm. Cả quán cà phê và bar đều được giải thưởng kiến trúc quốc gia và nhiều giải quốc tế. Phải công nhận khách quan rằng kiến trúc và cấu trúc công trình rất đẹp, độc đáo. Tuy nhiên, khi vào trong quán bar thì tôi thấy... không có ai hết, không có hoạt động gì cả. Hỏi nhân viên thì họ cũng bảo vậy: không hoạt động. Ngó nghiêng thấy tất cả phủ bụi, trống rỗng, mạng nhện giăng. Sân khấu không thấy hệ thống âm thanh, quầy pha chế không thấy bóng dáng một cái ly nào. Tôi loay hoay trong ấy, chỉ có một mình, để ngắm nghía và chụp ảnh mà toát hết mồ hôi; thấy bức bí vô cùng - không như mô tả của truyền thông về vấn đề thông gió hiệu quả vốn là đặc sản, thế mạnh của kiến trúc sư V. Có thể vấn đề bức bí khiến công trình không đáp ứng được hoạt động, cũng có thể còn nhiều lý do khác. Nhưng



Ảnh trên Mở để có những view đẹp cho phòng khách, tôi nổi không có cả chỗ để kệ tivi. Như vậy nếu muốn xem tivi thì phải vào phòng ngủ? **Ảnh trang bên** Phòng ngủ có cần mở nhiều tới mức dư sáng thế này? Cửa rộng như vậy lấy đâu chỗ kê đồ? (ảnh trên). Phòng vệ sinh mở với vách kính, liệu có phù hợp với tập quán và văn hóa? (ảnh dưới).

rõ ràng một công trình kiến trúc được dựng lên, có công năng rõ ràng mà không hoạt động được thì là thất bại. Công trình dựng lên để ngắm và chụp ảnh? Công trình dựng lên để gửi tham gia giải thưởng? Vậy là kiến trúc gì? Ở quán cà phê thì tốt hơn, khá đông khách. Tuy vậy, khi buổi chiều tối tôi quay lại để chụp một vài hình ảnh lên đèn thì phát hiện ra rằng thật khó mà ngồi yên nơi đây vào buổi tối. Đó là... muỗi. Muỗi bay hàng đàn, nhiều tới nỗi dưới mỗi bàn cà phê, nhân viên phải đốt nhang muỗi, vậy mà vẫn không đuổi xuể. Ai cũng có thể dễ dàng nhận ra rằng nguyên nhân là do cái mặt nước nằm ở trung tâm quán kia...

Tôi cũng có may mắn tham quan hai công trình tre khác của kiến trúc sư V., một ở Hà Nội (đã bị phá dỡ) và một ở Vinh Phúc. Tôi phát hiện ra rằng ở những công trình tre này, có một thứ mùi rất khó chịu. Về sau tìm hiểu, được biết; đó là mùi của hóa chất xử lý mối mọt cho vật liệu tre.

Vẫn biết, không có gì có thể hoàn hảo, và các công trình kiến trúc kia cũng vậy. Nhưng thực sự tôi vẫn thất vọng và từ đó bắt đầu nghi ngờ sự ca tụng của giới truyền thông. Những giải thưởng, vinh quang lấp lánh chưa hẳn là sự bảo đảm cho giá trị công trình. Và những công trình được vinh danh ấy, nó vẫn có vô số những nhược điểm không phô bày trên thuyết minh, bản vẽ hay ảnh chụp đẹp long lanh.

4.

Chúng ta đang sống trong thời đại truyền thông phát triển chóng mặt. Dù muốn hay không chúng ta cũng ít nhiều bị cuốn vào vòng xoáy đó, cả kiến trúc cũng vậy. Thế giới phẳng và công nghệ, sức mạnh truyền thông đã cho cơ hội kiến trúc vươn đến tầm xa hơn, và thực tế là như vậy. Trong những năm gần đây, kiến trúc Việt Nam có nhiều khởi sắc, mới mẻ và đang hội nhập với nhiều thành công. Điều đó không thể phủ nhận. Nhưng sau những ồn ào của truyền thông, của giải thưởng, của hào quang lấp lánh thì dường như kiến trúc của chúng ta vẫn còn rất nhiều vấn đề. Lẽ ra, những vấn đề ấy cần tiếp tục được mổ xẻ, trao đổi, thẳng thắn nhìn nhận thì tất cả lại tránh né đi. Nhờ thế giới phẳng, nên nhiều kiến trúc sư bây giờ gửi thẳng công trình ra nước ngoài, không thèm đếm xỉa tới giới làm nghề và phê bình trong nước. Và khi có mặt, có tên ở nước ngoài, thì truyền thông trong nước lại hót ngược về, giật tit theo kiểu: “Nhà Việt gây sốt trên báo Mỹ”. Mà các ông trên báo Mỹ ấy chỉ nhận công trình qua email và xem ảnh, chứ đâu biết thực công trình thế nào, nhu cầu công năng, yếu tố văn hóa xã hội ra sao? Xem đi xem lại các công trình gây sốt trong thời gian qua ở các tạp chí, báo điện tử, trang mạng xã hội, thấy quanh đi quẩn lại vẫn là một bộ ảnh của phía thiết kế cung cấp ra ngoài, hiếm thấy có những cái nhìn khác, góc nhìn khác. Và thực tế phần lớn các “phóng viên”, “nhà báo” trong giới truyền thông góp phần làm âm ỷ, ca tụng hết lời với những mỹ từ lấp lánh chưa từng đặt chân, có mặt ở những công trình đó, mà chỉ bình qua ảnh hoặc lấy lại, chế biến từ những thuyết minh hoa mỹ của nhà thiết kế.

Tôi biết có kiến trúc sư H. ở Hà Nội, làm một công trình nhà cộng



đồng ở một tỉnh miền núi phía Bắc. Công trình được đầu tư công phu, đẹp, có ý nghĩa nhân văn và nhận được giải thưởng trong nước và quốc tế. Và đương nhiên cũng ồn ào, tưng ca. Nhưng sau khi những ồn ào qua đi, một nhà báo chuyên viết về kiến trúc đã tới tận nơi và nhận thấy rằng nó nhanh chóng bị quên lãng và đang dần biến mất khỏi đời sống xã hội, không đúng như chức năng phận sự nó phải mang. Vậy đó cũng là thất bại.

Còn chuyện mới hơn, là chuyện của kiến trúc sư N. trong miền Nam, cũng đang rất nổi. Năm ngoái công trình của kiến trúc sư này nhận giải thưởng công trình của năm trong một festival kiến trúc quốc tế. Vẫn là bài

“mở”, “tận dụng vật liệu tái chế” cùng với cách đặt tên mỹ miều để đánh bóng công trình và che lấp đi những khiếm khuyết khác. Công trình chẳng phải quán cà phê, không ra câu lạc bộ hay nhà cộng đồng, nhưng được đặt cái tên rất lạ: “Nhà nguyện”? Phải chăng cách đặt tên công trình kiến trúc giờ cũng là một để thu hút sự chú ý? Truyền thông trong nước ăn theo sự kiện tung hô hết lời. Năm nay, nghe nói một công trình rất “độc đáo” của anh lại lọt vào chung kết cuộc thi hay festival nào đó, và truyền thông cũng đua nhau ca tụng sự độc đáo này. Công trình có tên là “Chùa đá”. Đó chỉ là một tảng đá đặt lên mấy cái cột thép khẳng khiu trong... công viên. Với tính chất, quy mô công trình, với mối quan hệ như vậy, liệu đây có là ngôi chùa, một kiến trúc tôn giáo? Đường như để nhấn mạnh ý nghĩa và tên gọi công trình, nhà thiết kế bố trí thêm một ông sư, với ngọn đèn, để... chụp ảnh. Rất khó tìm cái gì nực cười và khiến cười hơn. Trao đổi chuyện này với một đồng nghiệp, anh nói rằng: Công trình cũng có cái độc đáo trong cách tổ chức hình khối, sử dụng vật liệu. Nhưng đừng bắt nó là chùa, đừng bắt sự đúng ngôi chụp ảnh. Nó là một cái chòi nghỉ, không hơn không kém. Một cái chòi đấy... bất an vì có mái là tảng đá đè nặng trên đầu.

Trao đổi những điều này, xin nói rằng tôi không phải là người cực đoan, đổ kỹ hay “chọc gậy bánh xe”... Tôi không phủ nhận những gì các đồng nghiệp đã và đang làm, với nhiều thành công đáng được ghi nhận. Nhưng có lẽ, chúng ta cần có những khoảng lặng để nhìn lại một cách bình tĩnh và thấu đáo của người làm chuyên môn, chứ không phải chạy theo những giải thưởng hay hào quang hư ảo. Sau hết, thời gian sẽ là trọng tài kiểm chứng rõ ràng và công bằng nhất. **III**

quảng cáo

THÉP MIỀN NAM

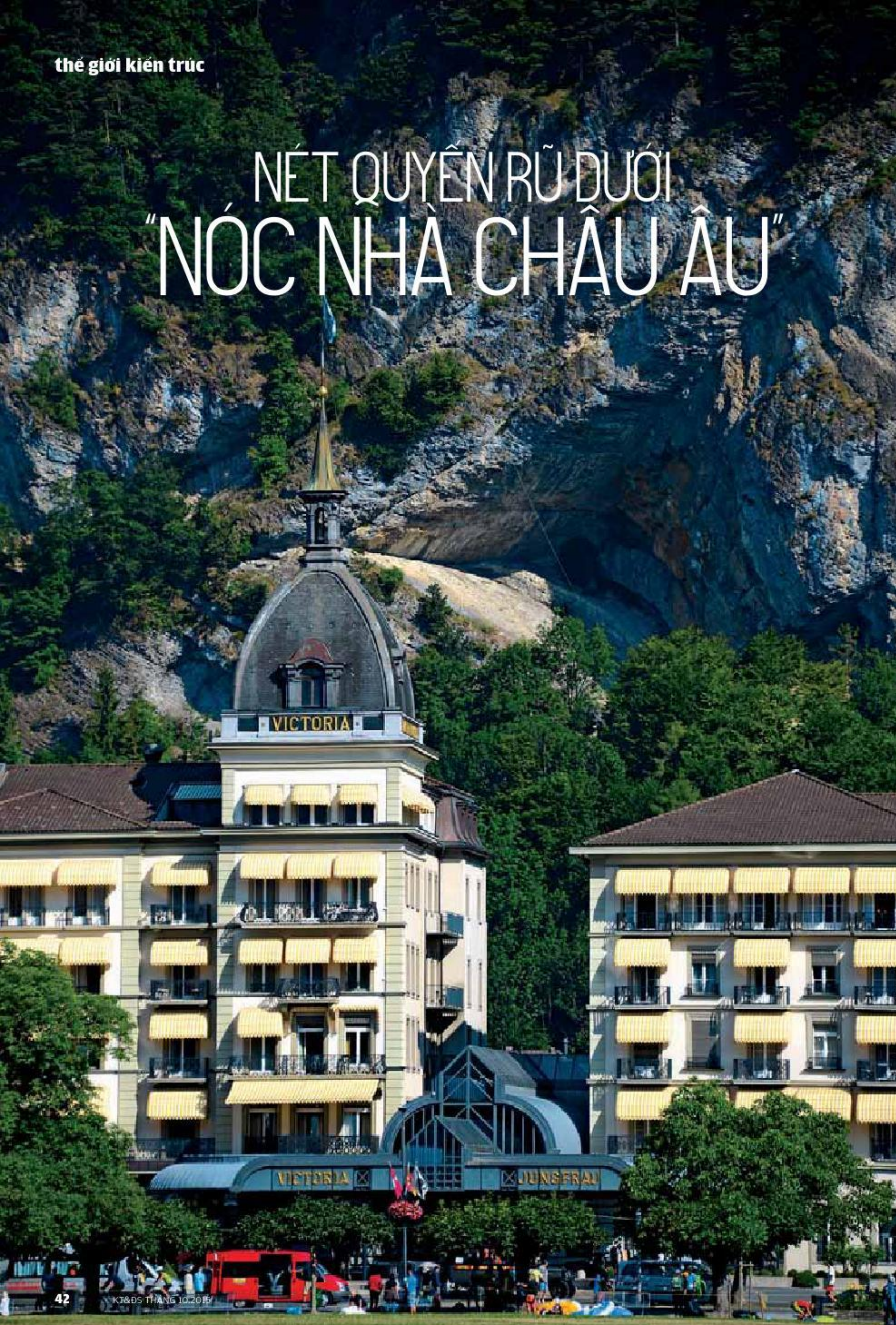


Nền tảng cho tương lai vững bền

Sản phẩm của
VN-STEEL



NÉT QUYỀN RỪ DƯỚI “NÓC NHÀ CHÂU ÂU”





Ảnh trang bên Victoria Jungfrau nhìn từ công viên phía đối diện, phần mái vòm của sảnh tiếp tân là một chi tiết kiến trúc lạ, kết nối hoàn hảo hai khối nhà thành một tổng thể hợp nhất. **Ảnh trên** Hồ bơi trong nhà ở Victoria Jungfrau đây hiện đại, nhưng bố cục kiến trúc gợi về không gian nhà tắm công cộng thuộc đế chế La Mã cổ đại.

Đỉnh cao huyền thoại của châu Âu chính là Jungfrau (4.158m), và dưới chân núi, tòa nhà cổ Victoria Jungfrau được mệnh danh là biểu tượng kiến trúc toàn vùng Interlaken, không chỉ bởi nét đẹp từ thiết kế xây dựng, mà còn là niềm tự hào với vai trò tiên phong trong ngành du lịch nghỉ dưỡng của Thụy Sĩ từ hơn 140 năm qua.

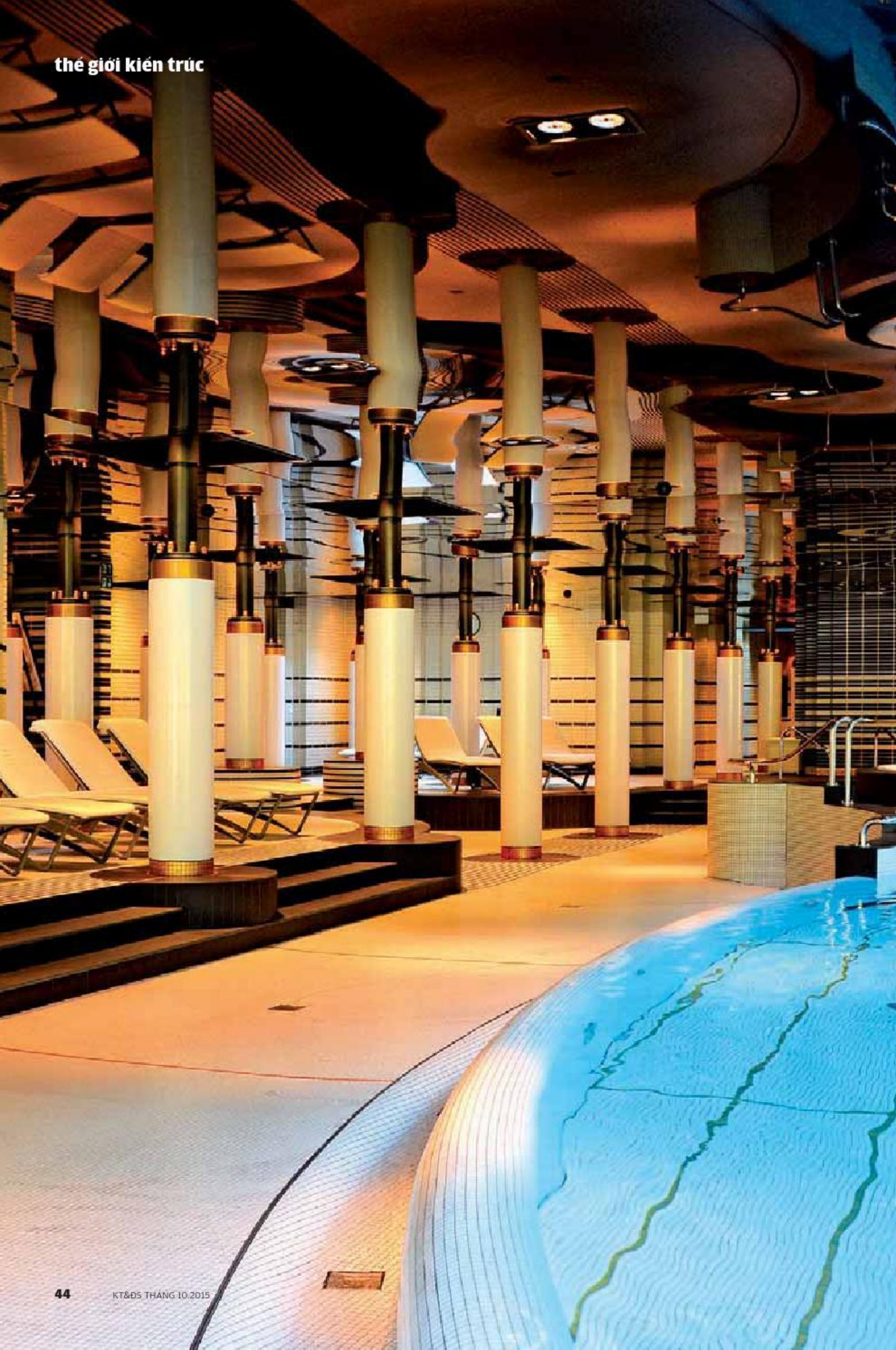
BÀI VÀ ẢNH NGUYỄN ĐÌNH

Khoảng đất nối giữa hai vùng hồ Thun và Brienz có tên gọi Interlaken hình thành nên một thị tứ nhỏ xinh dưới chân đỉnh núi cao nhất châu Âu là Jungfrau, thuộc đất nước Thụy Sĩ. Interlaken, vùng đất “giữa hai hồ” - dịch theo từ nguyên của Interlaken từ tiếng Latin - từ những năm 1800 đã là điểm đến du lịch nổi tiếng bởi cảnh đẹp đặc biệt của hồ nước, của các thung lũng ngập tràn hoa, cùng những đỉnh cao phủ đầy tuyết trắng thuộc dãy Alps bên cạnh Jungfrau như Mönch (4.107m), Eiger (3.970m)... Những công trình xây dựng lần lượt mọc lên ở Interlaken để phục vụ nhu cầu ăn ở, nghỉ dưỡng đẳng cấp cao dành cho giới thượng lưu, quý tộc và du khách quốc tế. Rất nhiều kiến trúc ở Interlaken đã qua hơn trăm năm tồn tại, nhưng nổi bật và tiêu biểu nhất mà du khách danh giá như nhà vua Thái Lan, đại văn hào Mark Twain, hay vị hoàng đế

Pedro II của Brazil... chọn làm điểm đến ở Interlaken, chỉ có thể là Victoria Jungfrau.

Giấc mơ vương triều

Nằm trong danh sách khách sạn hàng đầu Thụy Sĩ và cả thế giới về sự sang trọng, quý phái với những đường nét cổ điển từ thời kỳ Victoria (1819 - 1901), khách sạn Victoria Jungfrau ở Interlaken có một lịch sử hình thành thú vị. Từ năm 1803, Interlaken chỉ có 3 công trình nhà ở phục vụ du lịch nghỉ dưỡng. Cảnh quan thiên nhiên và nét đẹp quanh đỉnh Jungfrau cùng những hoạt động truyền thống như lễ hội của những người chăn thả gia súc trên núi cao lần đầu được tổ chức ở Interlaken năm 1805, đã hấp dẫn du khách tự về Interlaken ngày một đông. Sự tiếp cận và chinh phục





Ảnh trên và dưới Mái vòm kết nối giữa hai khối khách sạn Victoria và Jungfrau khi xưa tạo thành một sảnh đón khách đặc biệt nhờ lối xử lý kiến trúc thông minh ở Victoria Jungfrau.

thành công Jungfrau của các nhà leo núi Hieronymus Meyer, Johann Rudolf Meyer, Alois Volken và Joseph Bortis vào ngày 3.8.1811 càng khiến Jungfrau và Interlaken thêm nổi danh trên bản đồ du lịch thời bấy giờ. Và đến thập niên 30 của thế kỷ 19, Interlaken bắt đầu bùng nổ du khách từ việc vận hành tuyến đường thủy chạy bằng tàu hơi nước trên hai hồ Thun và Brienz.

Năm 1856, Interlaken đón một du khách đặc biệt là Eduard Ruchti, chỉ mới ở tuổi 22 nhưng rất giàu kinh nghiệm trong việc đầu tư và kinh doanh loại hình khách sạn. Nhận ra tiềm năng hấp dẫn ở Interlaken, Ruchti mua lại một tư dinh của vị bác sĩ địa phương. Và 9 năm sau, Ruchti tìm gặp hai kiến trúc sư bản xứ là Friedrich Studer và Horace Edouard Davinet để đưa ra các giải pháp phục chế, tôn tạo và bảo tồn tòa kiến trúc cũ thành công năng mới là khách sạn cao cấp phục vụ nghỉ dưỡng. Công đoạn trùng tu, tôn tạo mất đến 9 tháng, khách sạn Victoria ra đời và bắt đầu đón những vị khách đầu tiên từ năm 1865.





Ảnh trên và dưới Ở Victoria Jungfrau, tùy từng không gian, việc sắp đặt các chi tiết trang trí sẽ mang gam màu và phong cách khác biệt, nhưng đều có điểm chung thể hiện sự sang trọng, lịch lãm và quý phái.





Ảnh trên và dưới Các dây hành lang, và cả những góc hẹp ở Victoria Jungfrau đều được xử lý nhờ kỹ thuật trang trí tinh tế bằng các chất liệu thủy tinh màu, đá marble hoặc thảm sàn, nêu bật vẻ nguy nga, quyến rũ cho toàn công trình.

Lấy tên gọi của nữ hoàng Anh Victoria đặt cho khách sạn, cùng lối trang trí nội thất sử dụng nhiều thủ pháp kiến trúc của thời kỳ Victoria, Ruchti khiến giới kinh doanh kháo nhau rằng việc đặt tên là một chiêu tiếp thị, gây chú ý đến nữ hoàng và hiển nhiên mong sẽ có ngày được Victoria ngự giá. Nếu đúng theo lý giải ấy thì thật không may cho ông chủ trẻ Ruchti, bởi suốt quãng đời mình, nữ hoàng Victoria chưa một lần ghé qua hay đêm xia đến khách sạn Victoria ở Interlaken.

Đẳng cấp dân đầu

Dẫu vậy, khách sạn Victoria vẫn trở nên nổi tiếng, làm ăn phát đạt, và chuyển đổi từ doanh nghiệp tư nhân thành công ty cổ phần (1895), mua lại khách sạn Jungfrau bên cạnh (xây dựng năm 1864). Hai tòa nhà ngăn cách bởi một con đường và sau thương vụ mua bán, phần đường ngăn cách được nối bằng một mái vòm thiết kế công phu, mất đến 2 năm để hoàn thiện. Victoria Jungfrau ra đời (1899), là khách sạn cung cấp các dịch vụ với chất lượng chưa từng có của ngành du lịch khách sạn thời bấy giờ như thang





Ảnh trái Không gian lấy nguồn sáng từ giếng trời là sự phối hợp của màu sắc, đường nét giản đơn nhưng thật đầy tinh tế. **Ảnh phải** Nét vương giả của kiến trúc thời kỳ Victoria với các chi tiết uốn lượn duyên dáng trong trang trí nội thất.

máy vận hành bằng thủy lực, hệ thống điện thoại và sử dụng ánh sáng đèn điện trong tất cả các phòng.

Điểm nhấn kiến trúc gây ấn tượng ở Victoria Jungfrau là hành lang nối hai tòa nhà, với thiết kế đậm chất hiện đại gồm hai vật liệu chính là kim loại và pha lê, sử dụng kỹ nghệ sắt uốn tạo các chi tiết đường cong cho mái vòm, xử lý thông minh ấy đem lại sự kết nối hoàn hảo cho hai khối nhà tách biệt. Vẻ đẹp của hành lang mái vòm nay đã hơn trăm năm tồn tại mà vẫn không mất đi tính đương đại cùng sự sang trọng vốn có ở Victoria Jungfrau.

Tổng thể khách sạn hiện có 212 phòng, với đẳng cấp 5 sao, mang tinh thần một không gian xưa cũ nhưng từng đường nét luôn bắt nhịp với hiện đại trong cả trang trí và kiến trúc. Có thể cảm được ở Victoria Jungfrau hơi thở quý phái từ không gian phòng ăn, phòng hội họp, với tranh tường, vòm trần cao, đèn nền... như gợi về một chốn hoàng tộc nơi cung điện kiểu Anh, Pháp chứ không phải một khách sạn nghỉ dưỡng thông thường.

Không gian của các phòng chức năng như đọc sách, quầy bar, nơi tiếp khách, kết hợp cùng chi tiết trang trí từng góc nhỏ như cầu thang, lan can, các dây trường lang... tất cả được nhấn nhá, điểm xuyết bằng chất liệu đá marble hoặc thủy tinh màu... hợp thành một tổng thể công trình đẹp, lạ, độc đáo, xứng danh là đại diện tiêu biểu về cả kiến trúc lẫn chất lượng của một đẳng cấp khách sạn 5 sao tại cái nôi của ngành đào tạo quản trị khách sạn danh tiếng hàng đầu thế giới.

Một không gian đặc biệt khác ở Victoria Jungfrau mang nét hòa trộn cổ - kim thú vị là khu vực spa và hồ bơi trong nhà, cũng sử dụng kết cấu đường cong như ở phần mái vòm ngay sảnh tiếp khách chính. Những cột trụ song song, đối xứng, bố trí dọc theo chiều dài hồ bơi lại gợi về một nhà tắm theo phong cách La Mã xưa. Đã qua hơn 140 năm, những dấu ấn và đẳng cấp của Victoria Jungfrau dưới “nóc nhà châu Âu” vẫn nguyên vẹn sức hấp dẫn, mang nét duyên đầy quyến rũ, đáng để lữ khách thập phương tìm đến trải nghiệm và khám phá. **iii**

NHÀ TRÊN THÁC NƯỚC

“Nhà trên thác nước” (Falling Water House), thiết kế bởi KTS Frank Lloyd Wright vào thời kỳ ông đã là một kiến trúc sư danh tiếng lẫy lừng, có lẽ là ngôi nhà riêng nổi tiếng nhất ở Mỹ.

KTS TRỊNH THÙY DƯƠNG



Ảnh trên Biệt thự Kaufmann hay còn gọi là Biệt thự trên thác nước (falling water house).

Nằm ở vùng quê hẻo lánh của miền tây Pennsylvania trên một dòng suối gọi là “Bear Run”, ngôi nhà có nhiều đặc điểm độc đáo, đáng kể nhất là phần các hiên lớn vượt thác, đan chéo nhau một cách hết sức táo bạo trên mặt nước, thu được cả tiếng suối reo, tiếng lá cây và tiếng gió thổi xào xạc vào trong nội thất.

Hiện giờ ngôi nhà nằm dưới sự quản lý của Viện Bảo tồn miền tây Pennsylvania. Từ khách sạn gần sân bay Pittsburgh, Pennsylvania, tôi lái xe đến ngôi biệt thự Kaufmann vào một sáng tháng 5 mưa tầm tã. Mất khoảng gần 2 tiếng đồng hồ mới tới nơi (nếu trời không mưa thì có lẽ sẽ nhanh hơn),

vé đã được đặt trước trên mạng (65USD cho vé tham quan chuyên sâu, 20USD cho tham quan thường không chụp ảnh). Chuyến tham quan (loại chuyên sâu - được phép chụp ảnh và thăm cả những phần phụ của ngôi nhà) kéo dài 2 tiếng đồng hồ và hầu hết khách đều là sinh viên hoặc công tác trong ngành kiến trúc, xây dựng.

Khác với nguyên lý sáng tác kết cấu “bố cục tự do” của Le Corbusier bị hạn chế bởi một mạng lưới cột cố định, Wright cho phép sáng tác của mình hình thành từ những thiết kế hoàn toàn tự do với khẩu hiệu “hình khối và công năng hợp nhất”. Wright đề cao trường phái kiến trúc hữu cơ trong đó

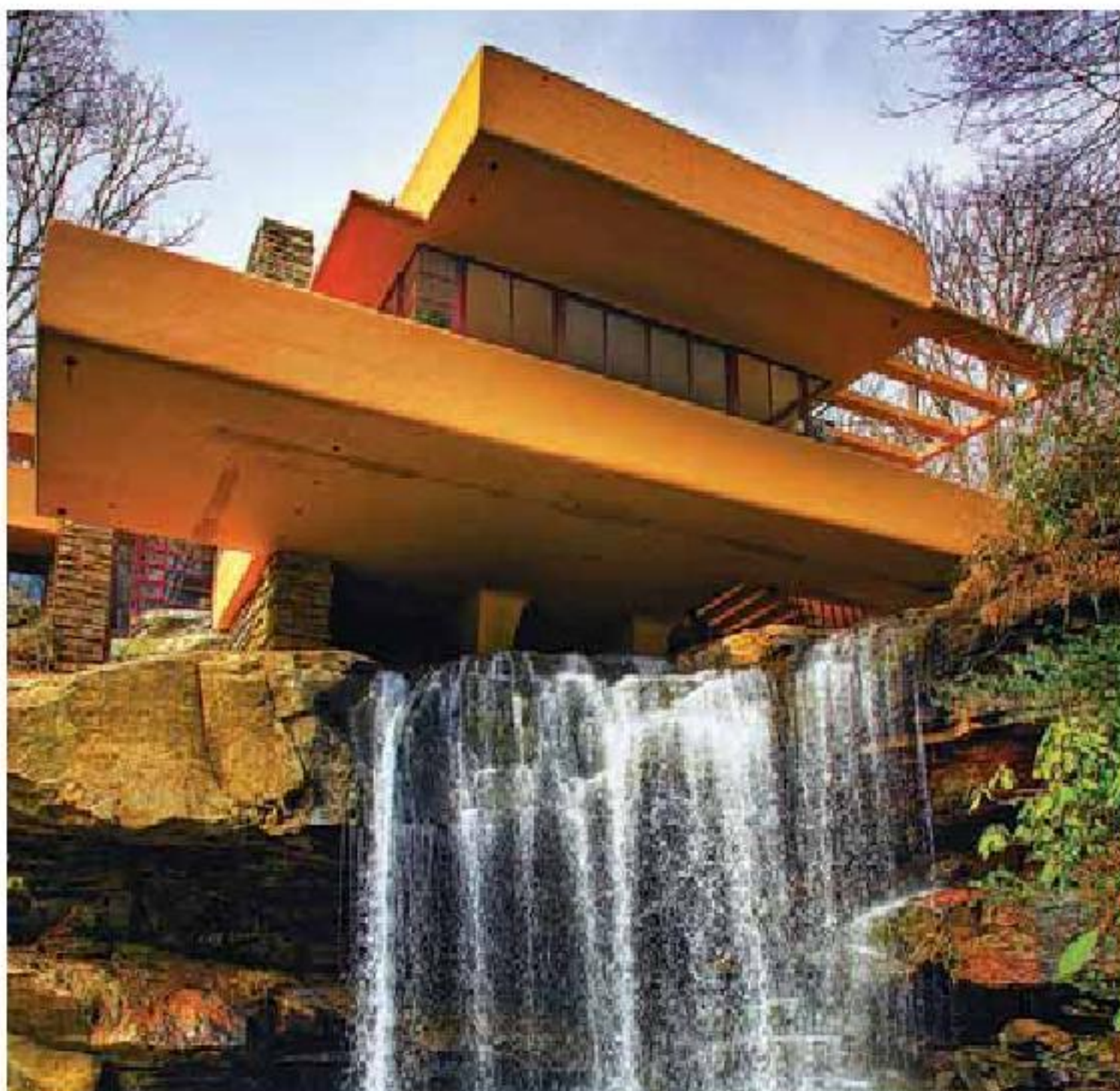


Ảnh trên Tổ hợp cầu thang nối các tầng. **Ảnh dưới** Đứng từ công trình, có thể nhìn thấy cảnh quan xung quanh còn nguyên vẹn, hòa quyện cùng thiên nhiên.



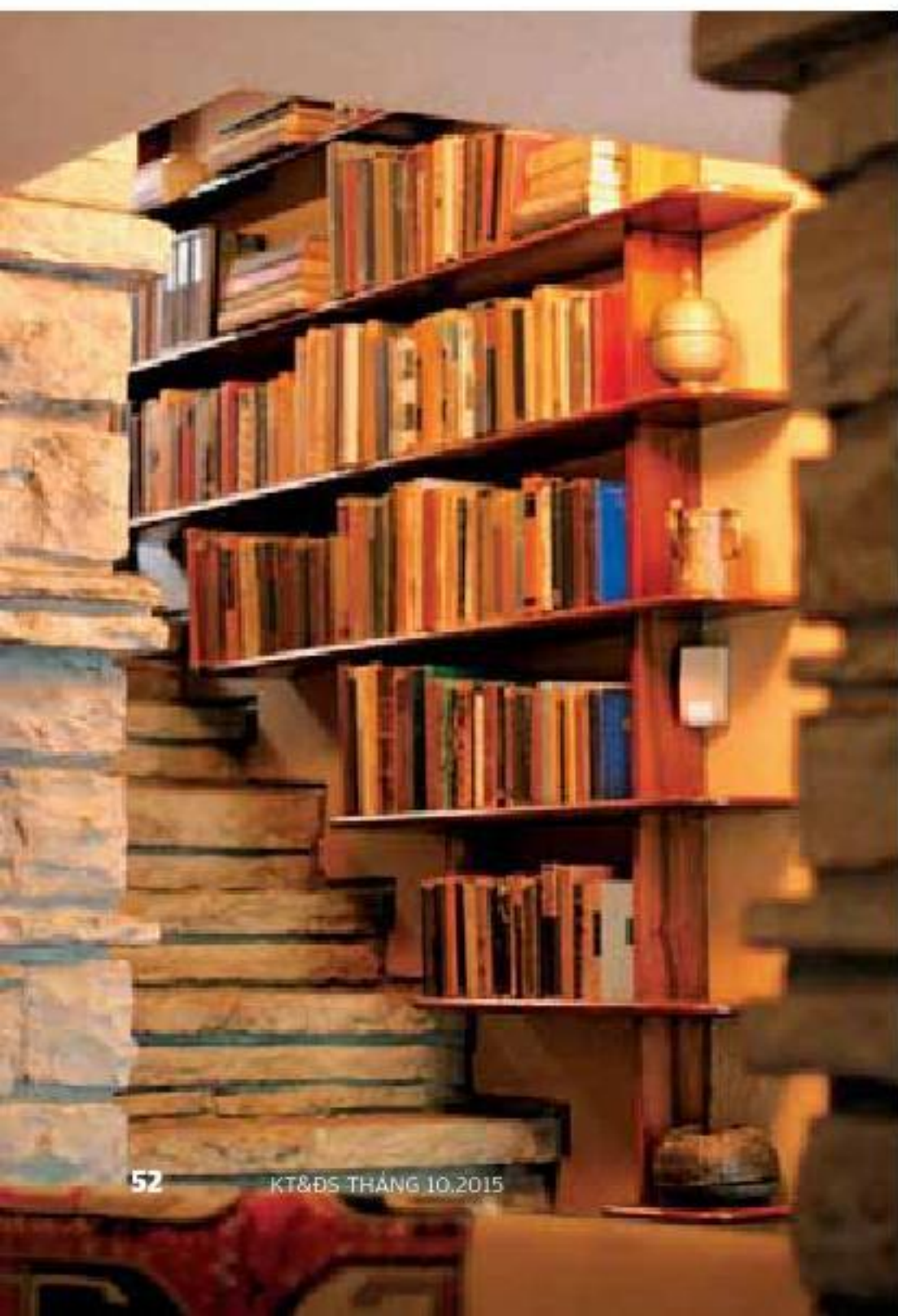


Ảnh trên Kết cấu lấy cảm hứng từ tầng thác đổ. **Ảnh dưới trái** Tòa biệt thự trở thành một phần của cảnh quan thiên nhiên, ôm lấy thác nước vào lòng. **Ảnh dưới phải** Vị trí ngôi biệt thự được xây trên khối đá mà người chủ biệt thự thường đến ngồi.





Ảnh trên Phòng khách bao gồm nhiều đồ đạc được thiết kế cố định, hoặc có thể dời - tất cả đồ nội thất đều do KTS Frank Lloyd Wright thiết kế riêng cho căn biệt thự. **Ảnh dưới** Đồ nội thất được thiết kế đồng bộ với kiến trúc ngôi nhà.



kiến trúc kết hợp hài hòa với thiên nhiên, ông chống lại chủ nghĩa hình học và chủ nghĩa sơ đồ vì ông cho rằng nó xa lạ với bản chất con người. Có thể thấy mặt bằng công trình biệt thự Kaufmann được phát triển từ “bố cục khai phóng”, không có một sự ràng buộc nào cả, các góc cạnh của tòa nhà như là “có sức sống vươn ra xung quanh”.

Điều này được thể hiện ngay từ bước đầu tiên, khi phải chọn vị trí xây nhà, Wright chọn một vị trí hiểm hóc và bất ngờ: ông quyết định xây nhà ngay trên khối đá gồ ghề trông xuống thác nước, vị trí ngồi yêu thích của người chủ đầu tư công trình mỗi khi đến thăm nơi đây. Có lẽ ngoài ông ra thì không ai khác chọn xây nhà tại vị trí đó, ý tưởng xây nhà “can thiệp vào thiên nhiên nhưng lại bao bọc lấy (thiên nhiên)” đã cho ra đời một thiết kế với tầm vóc phi thường. Vài năm sau, trong cuốn “The Truth Against The World” (tạm dịch là “Chân lý và những gì được tuyên truyền”), Wright đã đưa ra lời khuyên sau: “... chọn một vị trí không ai thích - một nơi có những đặc tính riêng biệt: cây cối, cá tính riêng, hay một nhược điểm gì khác. Đứng ở vị trí đó, quan sát xung quanh và tìm xem anh/chị bị thu hút bởi điều gì. Lý do gì khiến cho anh/chị muốn xây công trình của mình ở đó? Tìm cho ra những lý do đó rồi thiết kế làm sao để khi xây nhà xong thì vẫn có thể đứng ở cùng vị trí đó nhìn ra xung quanh, tất cả vẻ đẹp của cảnh quan vẫn còn nguyên vẹn. Công trình xây ra nhấn mạnh, làm tăng thêm vẻ đẹp nguyên thủy của cảnh quan...”.

Phòng khách bao gồm nhiều đồ đạc cố định và có thể di dời, được thiết kế và sắp xếp đồng bộ với kiến trúc của ngôi nhà. Ví dụ như những cái ghế dài

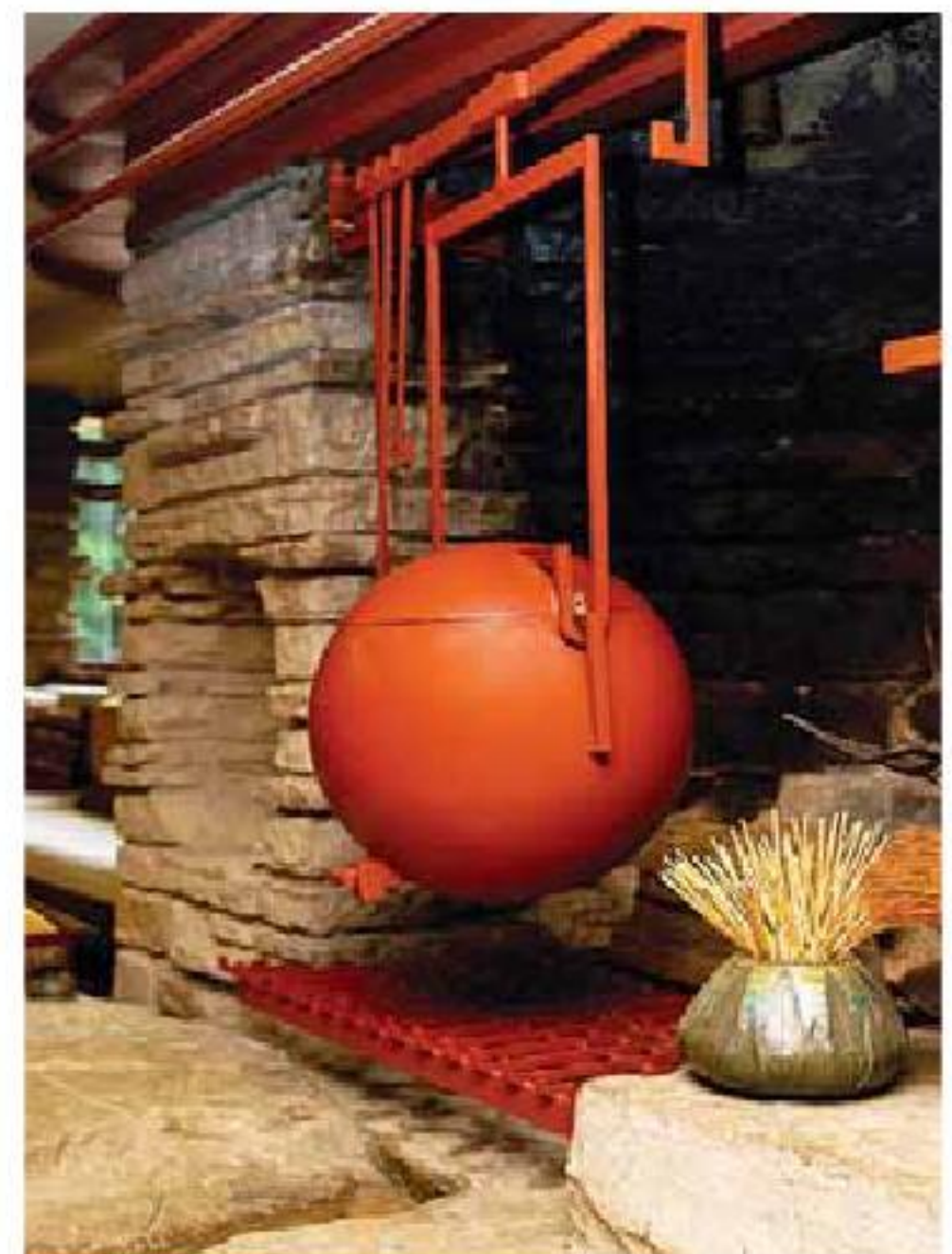


Ảnh trên trái Bàn làm việc được cắt một khoảng 1/4 cung tròn để tiện cho việc mở cửa sổ. **Ảnh trên phải** Những dầm lớn vượt thác đan chéo nhau nhịp nhàng theo nguyên lý âm nhạc. **Ảnh dưới phải** Ghế ngồi cố định dọc cửa sổ có thể làm chỗ ngủ cho khách. **Ảnh dưới trái** Lò sưởi xây từ khối đá giờ đã trở thành trung tâm - trái tim của ngôi nhà và nồi đun nước có thể xếp vừa vặn vào tường.

có đem gọi đến những xà đỡ bao lơn bên ngoài. Những ghế ngồi cố định dọc cửa sổ có thể dùng làm chỗ ngủ cho khách.

Nhà trên thác được xây trên tảng đá mà khách hàng của Wright thích ngồi và thưởng thức vẻ đẹp của thác nước cũng như cảnh quan xung quanh. Nhưng thiết kế còn đi xa hơn thế: khối đá trở thành một phần của căn nhà, kiến trúc sư đã thiết kế để lò sưởi của phòng khách đặt ngay trên khối đá đó. Khối đá đã trở thành trái tim của căn nhà. Ở đây cũng phải nói thêm về sự tinh tế, quan tâm tới từng chi tiết nhỏ nhất nhất trong thiết kế của người kiến trúc sư. Wright đã tính toán chừa sẵn một khoảng lõm trên tường để cái nồi đun nước có thể xếp vào vừa vặn khi không sử dụng. Sự tính toán “đo ni đóng giày” này còn có thể thấy ở thiết kế phòng làm việc của người con trai, khi Wright cắt một khoảng trên bàn 1/4 cung tròn để vừa vặn cho việc mở cửa sổ.

Công trình “nhà trên thác nước”, như tất cả các công trình kiến trúc vĩ đại khác, đều có thể được phân tích bằng ngôn ngữ của âm nhạc ở kết cấu tổ chức, nhịp điệu, chủ đề. “Falling Water”, ngay từ cái tên đã thấy được cảm hứng từ tầng thác đổ, nhiều chi tiết trong ngôi nhà như cũng được phối lại nhịp nhàng theo nguyên lý âm nhạc. Giai điệu của dòng thác nghe được khi đứng ở ngoài tầng bao lơn treo lơ lửng, hợp âm trên hợp âm, quãng tám trên quãng tám, được lặp lại réo rắt trong chủ đề phụ: tổ hợp cầu thang mở thành thoát từng nốt từ tầng này lên tầng khác. Với một chút trí tưởng tượng ta có thể nhìn những bậc thang như là những nốt nhạc - một hàng những phím đàn lơ lửng được giữ lại bởi những sợi dây treo dài và mỏng. **li**

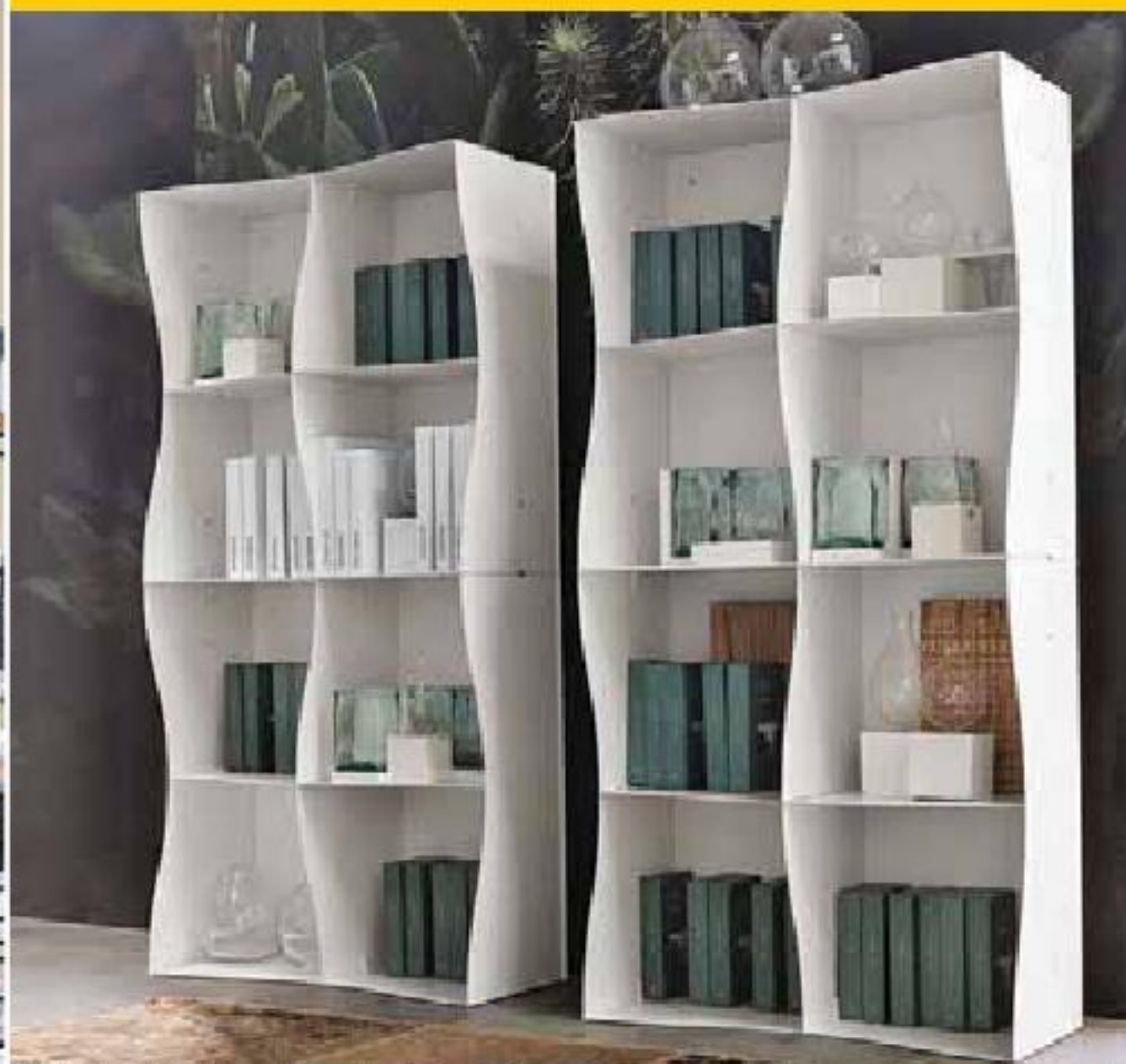




Modul giá sách Iron-ic

Được thực hiện bởi hãng thiết kế Ronda, uốn lượn mềm mại, linh hoạt là những gì có thể cảm nhận từ thiết kế này. Thiết kế có kiến trúc sắt lắp ráp với nhau từ các modul thành phần. Các mặt cong tạo cho nó đáng vẻ hài hòa và sự hấp dẫn có thể kết hợp với bất kỳ không gian nội thất nào xung quanh, hiện đại hay cổ điển.

Theo Freshome



Bàn Sliced

Được thiết kế bởi nhà thiết kế Francesco Perego, ra mắt vào năm 2015, ý tưởng xuất phát từ mong muốn tạo ra một chiếc bàn mà người sử dụng có thể tương tác với nó trong quá trình lắp ráp, xây dựng. Có cấu trúc bao gồm các module ván ép, loại vật liệu có tính tùy biến cao, sẽ tạo ra ý tưởng thẩm mỹ và chức năng sáng tạo khác nhau.

Theo architonic



Đợt Gil

Được thiết kế bởi A.Jacob Marks, đợt Gil là bộ gồm ba đợt trang trí với các độ rộng khác nhau. Có hình dáng đơn giản, Gil được tạo hình bằng cách uốn dập các tấm thép và sơn hoàn thiện bởi nhiều màu sắc đa dạng. Các dây thép mỏng cài vào hai đầu gia cường độ cứng, tuy nhiên lại không cảm thấy sự hiện diện của bộ phận này.

Theo Architonic



Bàn trà Icy-A

Icy-A không chỉ có chức năng của một bàn trà, nó còn là trò chơi hình học trong thiết kế nội thất. Được thiết kế bởi Marconato Maurizio và Terry Zappa, chiếc bàn có được sự kết hợp tinh tế giữa các vật liệu gỗ và kim loại, điều đó mang lại cho thiết kế sự thanh lịch và hiện đại.

Theo Architonic



quảng cáo



KHI CÁN

Đóng tủ, bàn ghế, kệ bếp, kệ treo, cửa, cầu thang... bằng gỗ các loại. Nhận thi công sản phẩm, nội thất theo bản vẽ...

MỘC TRUNG PHAN

**HÃY
GỌI**

0 9 1 3 6 8 2 3 6 2

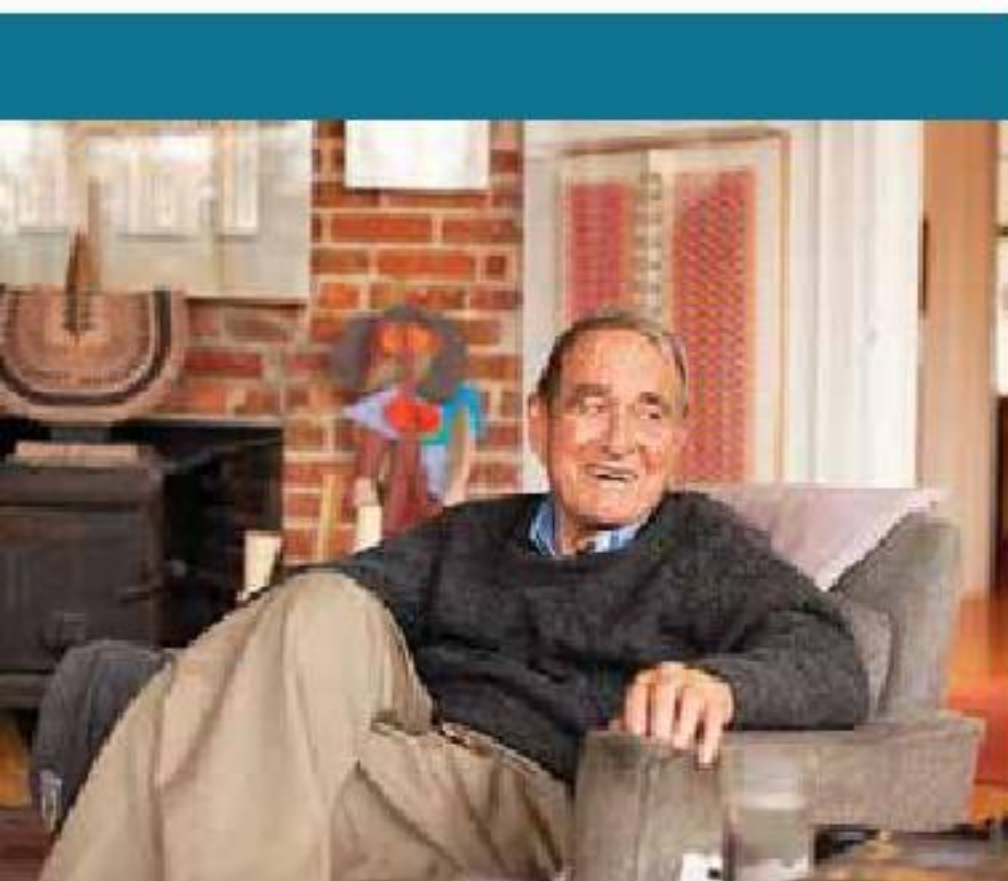
GẶP TRỊ

Email: trungphanmoc@yahoo.com



Màn sáo dọc - Màn sáo ngang - Màn cuốn - Màn Roman

CÔNG TY MÀN CỬA NGÂN HÀ - XƯỞNG MÀN SÁO GALAXY
21 Đường 5B, Phường An Lạc A, Q. Bình Tân, TP.HCM
Tel: 3751 8181 - 3877 7601 - DD: 0913 900 505 (Anh Trí)



IRVING HARPER (1916-2015) ĐƯỢC XEM LÀ MỘT TRONG SỐ NHỮNG NHÀ THIẾT KẾ TÀI NĂNG VÀ CÓ TẦM ẢNH HƯỞNG NHẤT TRÊN THẾ GIỚI. DÙ TÀI HOA, SÁNG TẠO LÀ THỂ NHƯNG ÔNG LẠI CHỌN CÁCH SỐNG RẤT KHIÊM NHƯỜNG VÀ CHƯA BAO GIỜ CÓ Ý ĐỊNH THEO ĐUỔI ÁNH HÀO QUANG CỦA DANH VỌNG. NGAY CẢ VIỆC GẮN MẮC TÊN TUỔI MÌNH LÊN CÁC THIẾT KẾ, ÔNG CŨNG NHƯỜNG VINH HẠNH ẤY CHO NGƯỜI KHÁC, CHỈ VÌ HAI CHỮ “ÂN NGHĨA”.

IRVING HARPER

Những thiết kế đi vào lịch sử

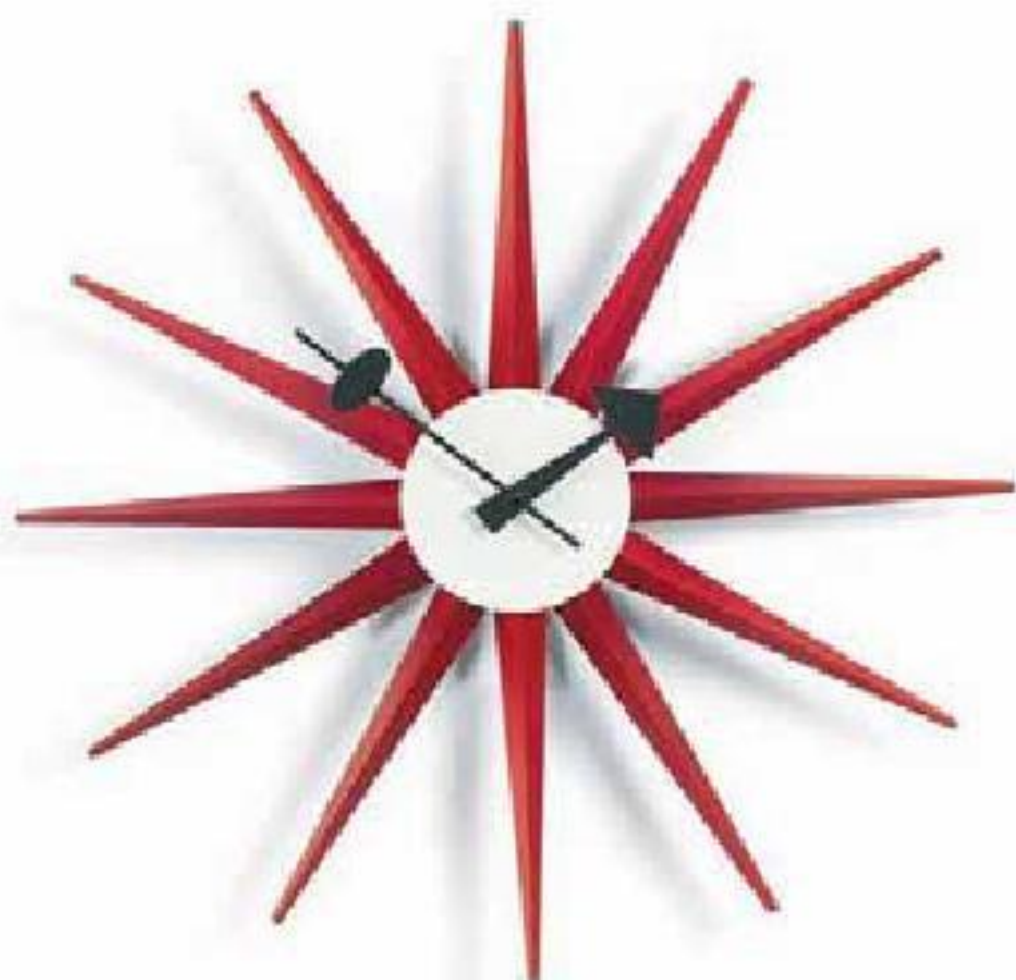
TỔNG HỢP PHƯƠNG NGUYỄN

Hữu xạ tự nhiên hương, dù chưa một lần Harper lên tiếng đánh bóng cho tên tuổi mình nhưng với tài năng sáng rõ như thế, mọi người tự khắc biết đến ông; đôi khi không phải dưới cái tên Irving Harper, mà bằng những thiết kế độc đáo đã đi vào lịch sử như *Đồng hồ tia ánh dương* (*Sunburst Clock*), *Ghế kẹo mềm* (*Marshmallow sofa*), hay thậm chí cả logo của hãng nội thất danh tiếng Herman Miller cũng do chính tay ông thiết kế.

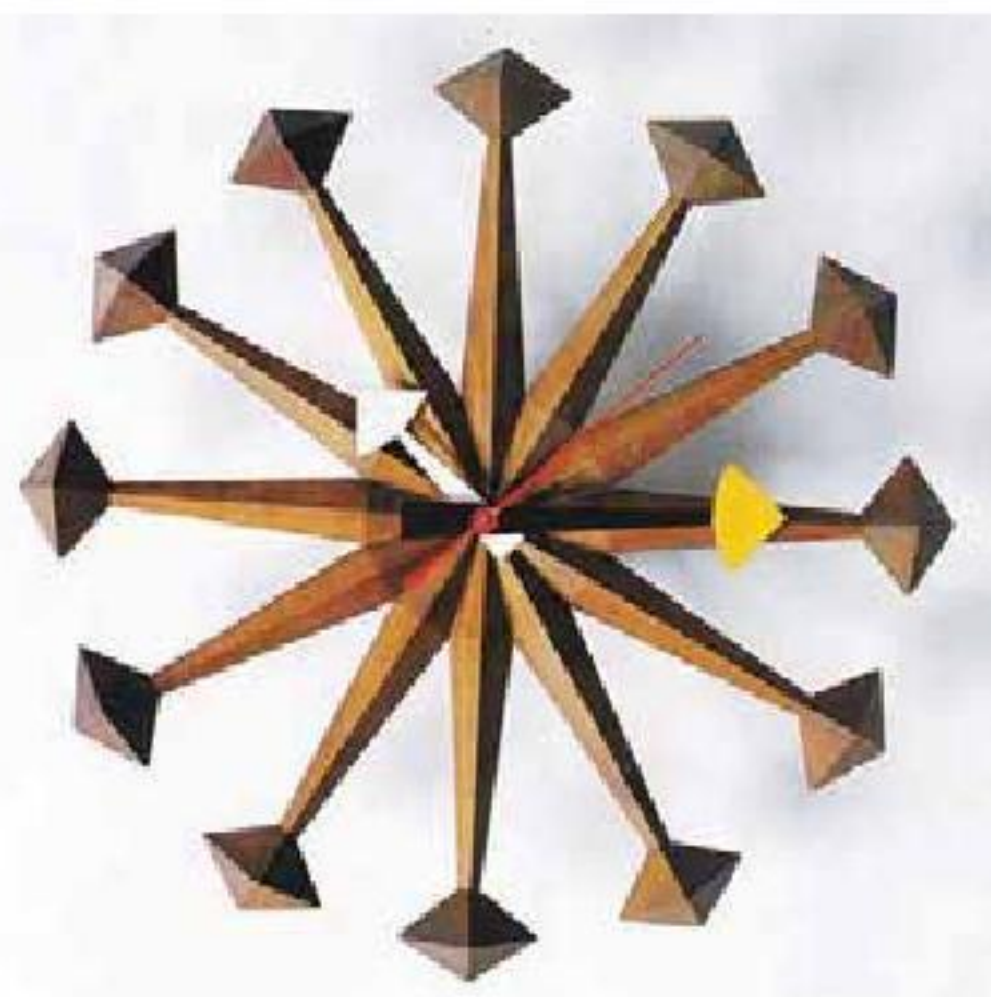
Paul Makovsky đã từng viết thế này trong tạp chí Metropolis (2001) “Có nhiều khả năng bạn chưa bao giờ nghe đến tên Irving Harper, nhưng hẳn là bạn đã từng thấy tác phẩm của ông ấy rồi”. Đó là bởi vì mọi thiết kế nổi bật nhất trong sự nghiệp thiết kế nội thất của ông đều mang tên của tập đoàn George Nelson. Harper từng tiết lộ với Makovsky rằng ông rất biết ơn Nelson vì những gì đã làm cho ông. Vì thế khi Nelson còn sống, ông chưa bao giờ đòi hỏi bất kỳ điều gì cho bản thân mình, kể cả sự công nhận về nguồn gốc thiết kế. “Nhưng giờ người đã khuất núi, mà mỗi khi ai nhắc đến *Ghế kẹo mềm* như “một thiết kế của hãng George Nelson”, thì lại khiến tôi chạnh lòng lắm. Tôi thường không hay cãi chính những chuyện như thế, nhưng nếu có ai hỏi tôi người nào đã thiết kế chiếc ghế, tôi sẽ vô cùng vui sướng nói cho họ biết”.

Sự nghiệp của ông bắt đầu trở nên sáng rõ khi Irving Harper gặp George Nelson và được nhận làm trong tập đoàn Nelson. Ông đã nắm giữ chức vụ giám đốc thiết kế trong suốt 16 năm sau đó. Và một trong những thiết kế nổi bật của ông là logo Herman Miller cho dự án quảng cáo đầu tiên của hãng với chữ M to đẹp bắt mắt. Sau đó, ông liên tục cho ra đời các thiết kế độc đáo, phá cách như *đồng hồ Hoa hướng dương* (*Sunflower Clock*), *đồng hồ Polygon*, và *đồng hồ Quả bóng* (*Ball Clock*). Tất cả các thiết kế đó sau này đều được vinh dự góp mặt trong danh sách những chiếc đồng hồ mang tính biểu tượng của Vitra.

Sau khi rời khỏi Nelson, ông cộng tác với Phillip George và khai trương studio riêng mang tên Harper+George. Họ cùng nhau thực hiện nhiều dự án liên quan đến thời trang và nghệ thuật. Trong khoảng thời gian ấy, Irving Harper đã phát triển sở thích tạo hình từ giấy của mình lên một tầm cao mới. Chỉ với những chiếc thước kẻ uốn lượn và một cây kéo, ông đã cho ra đời những tác phẩm cầu kỳ, tinh tế và đẹp đến choáng ngợp. Irving và George ngưng cộng tác vào năm 1983, nhưng Harper vẫn tiếp tục theo đuổi đam mê của mình, và chất đầy nhà, kho ở Rye, New York toàn những tượng điêu khắc giấy sáng tạo. Giờ đây khi ông mất, chúng chính là những vật gợi nhớ và là minh chứng rõ ràng nhất cho sự tài hoa, óc sáng tạo và kỹ năng xóa nhòa cái ranh giới mỏng manh giữa nghệ thuật và thiết kế.



Đồng hồ Tia ánh dương (1948), một trong những thiết kế đầu tiên và nổi bật nhất của Irving Harper.



Đồng hồ Polygon (1961) được tạo thành từ các khối đa giác, góc cạnh nhưng cũng vô cùng mềm mại vì vẻ ngoài của nó giúp ta liên tưởng tới bông hoa bồ công anh.



Đồng hồ Eye (1957) với cái tên nói lên tất cả. Có hình dạng mô phỏng con mắt, chiếc đồng hồ này là minh chứng rõ ràng cho khả năng xóa nhòa ranh giới giữa thiết kế và nghệ thuật của Irving Harper.

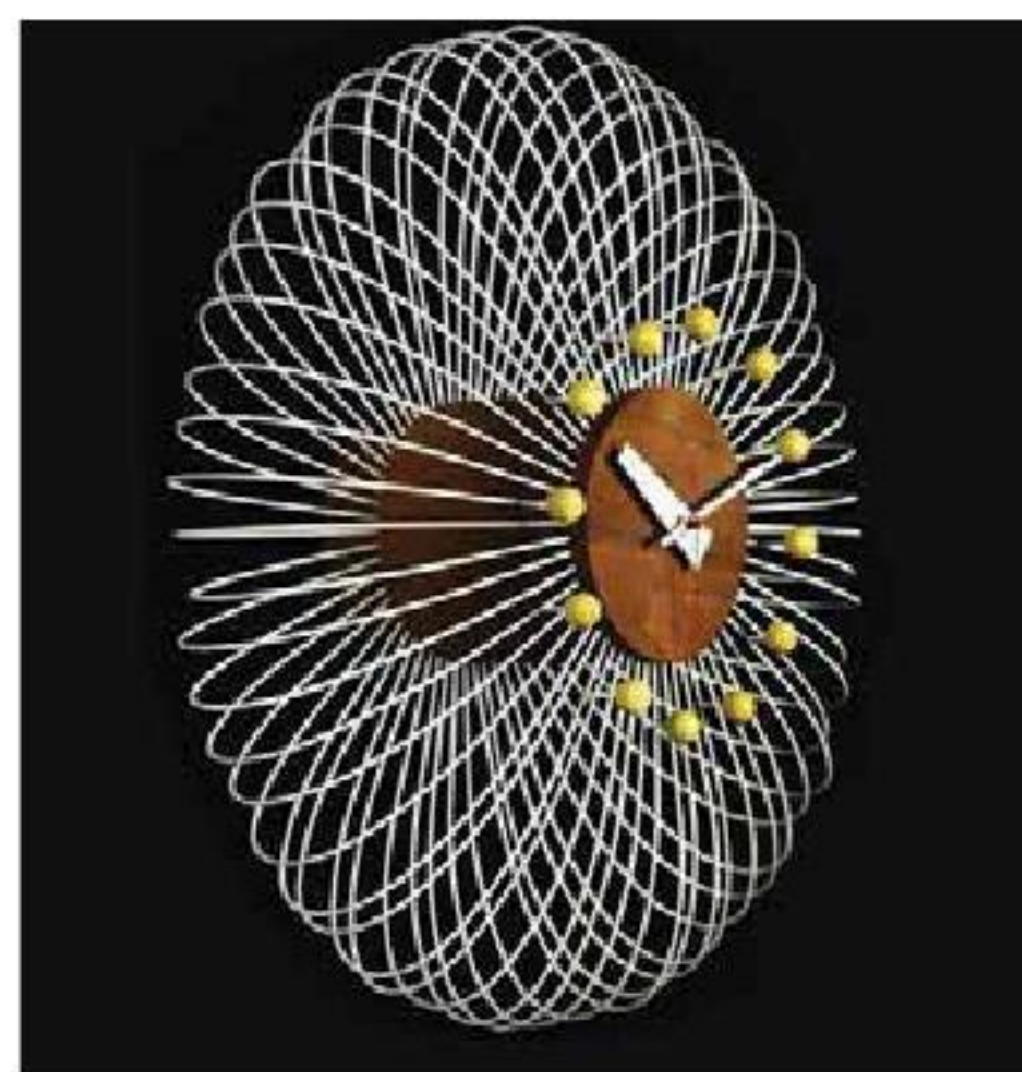
Đồng hồ Star (1955) mảnh mai, quyến rũ, mô phỏng ánh sáng lấp lánh của một ngôi sao trên bầu trời đêm.



Ghế Marshmallow gây tiếng vang lớn ngay từ khi ra đời và là thiết kế biểu tượng của sự nghiệp Irving Harper.



Chong chóng gió Carousel Weather là một vật trang trí đặc sắc có thiết kế lấy cảm hứng từ vòng quay ngựa gỗ và các tua-bin gió.



Đồng hồ Birdcage với vẻ đẹp cầu kỳ, tinh tế sẽ dễ dàng trở thành món đồ nội thất ngôi sao ở trong bất kỳ căn phòng nào.

Đồng hồ Turbine (1957) mạnh mẽ quyết liệt và có một vẻ đẹp đậm chất cơ khí.



Đồng hồ Asterisk (1953) nhỏ nhắn xinh xắn như chính dấu hoa thị mà nó mô phỏng.





Đồng hồ *Steering Wheel* (1948) có vẻ như các chi tiết cơ khí đã tạo nên rất nhiều cảm hứng cho việc thiết kế đồng hồ của Irving Harper, và chiếc đồng hồ hình bánh xe nước này cũng là một trong số đó.



Các thiết kế đồng hồ để bàn thời đại mới.



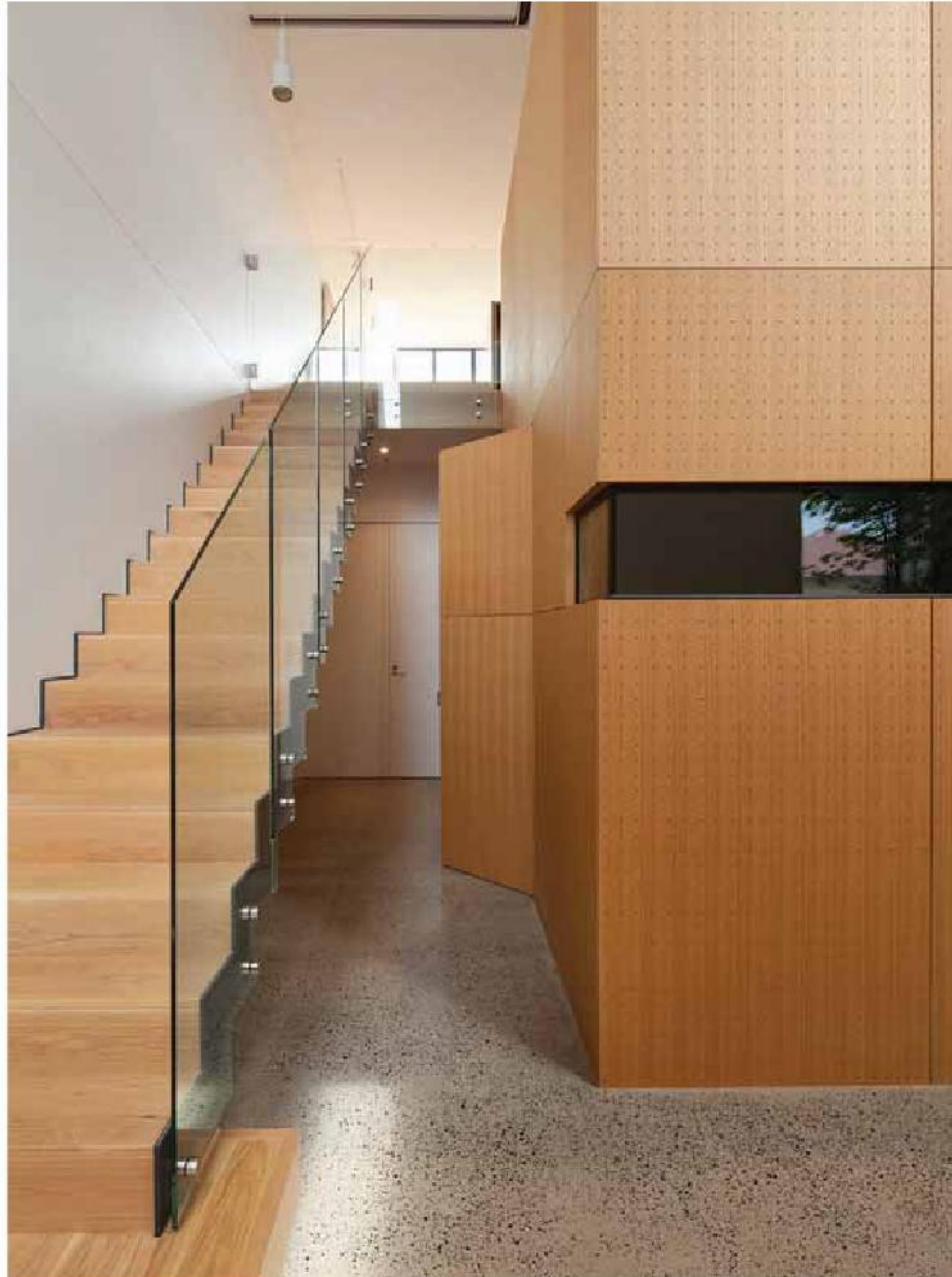
Những tác phẩm điêu khắc tạo hình bằng giấy của Irving Harper trưng bày trong nhà, và kho thóc của ông tại Rye, New York. Với sự đa dạng phong phú trong thể loại, và câu kỳ tỉ mỉ sáng tạo hình dáng.



NHÀ NORTHCOTE

Được thiết kế bởi kiến trúc sư Ploysier Perkins nằm trên một con phố thuộc Northcote, Victoria, Australia. Căn nhà ba tầng được cải tạo vẫn giữ lại phần vỏ của tòa nhà cũ mà trước kia là một trung tâm y tế. Bên trong, khối kiến trúc gỗ hiện trạng chứa đựng hầm rượu vang và phòng tắm ở tầng trệt, bên trên là không gian phòng khách ở tầng lửng. Một gara lớn và hai phòng ngủ được bố trí ở cốt thấp hơn, kết nối với phòng bếp, sân ngoài trời thông qua một cầu thang gỗ.

Theo Archdaily







TRUNG TÂM TIẾP ĐÓN CHUPEI

Trung tâm tiếp đón nằm tại quận Chupei, là sự kết hợp giữa trải nghiệm không gian bên ngoài với các phân chức năng bên trong công trình. Với chiến lược thiết kế một khoảng lùi để thiên nhiên xung quanh được biểu lộ, thẩm thấu và tràn tới mọi góc cạnh của trung tâm tiếp đón. Các lớp tường không chỉ phân chia hệ thống các phòng, mà còn như các lớp áo cho các không gian. Việc tạo ra không gian mở và bán mở mang lại trải nghiệm bên trong và bên ngoài đồng thời.

Theo Archdaily





TRUNG TÂM CỘNG ĐỒNG SONDERMARKEN PARK

Được thiết kế bởi văn phòng kiến trúc Sophus Soby, trung tâm cộng đồng có vị trí sát đường biên thuộc công viên Søndermarken, Copenhagen, Đan Mạch cung cấp một địa điểm gặp gỡ cho cư dân, người đi bộ và các nhóm dã ngoại. Khối nhà bê tông với mái dốc và ván lợp tấm ốp tạo ra một không gian tự do bên trong, tất cả được kết nối cùng sân trung tâm.

Theo Dezeen

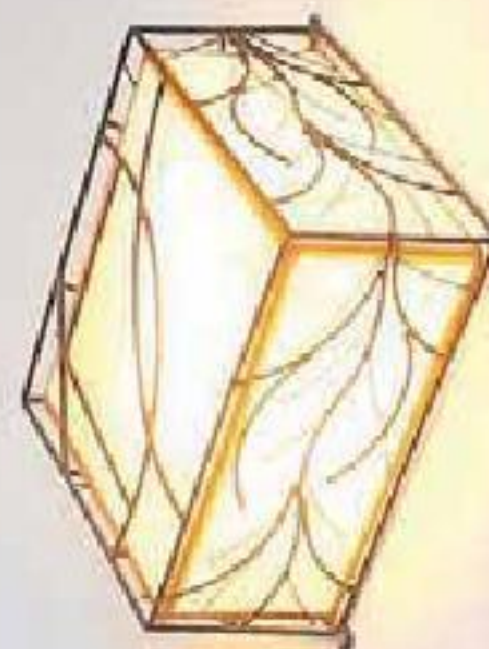




thi kiến trúc thế giới



TỔNG HỢP LÊ ANH ĐỨC



NHÀ NHIỀU CẦU THANG

CẢM GIÁC CHÚNG KHI NHÌN TRÊN BÀN VẼ CÙNG NHƯ BƯỚC VÀO NGÔI NHÀ NÀY LÀ... SAO HƠI NHIỀU CẦU THANG! KHÔNG NHỮNG CẦU THANG XUẤT HIỆN NHIỀU CHỖ KHÁC NHAU, MÀ CÒN THAY ĐỔI NHIỀU KIỂU CHẤT LIỆU ỐP LÁT BẠC, LAN CAN VÀ TAY Vịn.

BÀI KTS HOÀNG DƯƠNG
ẢNH TRẦN NGUYỄN



Ảnh trang bên Cầu thang từ phòng khách lên lầu 1 được ốp tấm conwood giả gỗ trên mặt xi măng sơn xanh lá cây khá lạ mắt. **Ảnh trên trái** Cầu thang khi lên khu ở thì đi vòng ra ngoài rồi quay vào trong, ốp gạch mosaic với đá trắng. **Ảnh trên phải, ảnh dưới** Cầu thang sắt lên phòng làm việc phía sau và cầu thang lệch tầng ở lầu 1 cũng có những biến tấu khác biệt ở khâu xử lý hoàn thiện và mảng sơn tường.

Thế nhưng sau khi đi một vòng và nghe chủ nhà giải thích thì mới vỡ lẽ ra: cái gì cũng có lý do của nó, thấy vậy mà không phải vậy.

Đầu tiên phải kể đến thế đất hai mặt tiền bị vát chéo góc khá gắt khiến thiết kế phải quan niệm lại cấu trúc không gian sao cho tận dụng diện tích tối đa và hạn chế các ngóc ngách của góc nhọn góc xéo. Đưa cầu thang về góc vát (cũng là đỉnh hướng tây nắng gắt) giúp các phòng ốc trong nhà trở nên vuông vức gọn gàng, dễ bài trí công năng và vật dụng hơn, mà bản thân khối thang cùng với hành lang trở thành một “lớp đệm” che chắn bức xạ nhiệt cho không gian bên trong mát mẻ hơn.

Tiếp theo là tính chất đa năng của một ngôi nhà tuy nhỏ nhưng vừa làm văn phòng công ty xây dựng, vừa là nơi ở của gia đình, rồi kiêm chỗ dạy học nhạc, nên việc thay đổi cầu thang là do thay đổi không gian các tầng công năng không giống nhau và có thể tận dụng gầm thang để bố trí tủ kệ khá hiệu quả. Khác với cấu trúc quen thuộc cầu thang nằm giữa chia đôi từng tầng như mẫu nhà chung quen làm, thay vào đó việc đan xen một số phòng làm việc kiểu gác lửng khiến cao độ thay đổi đòi hỏi thêm các cầu thang phụ đi cục bộ lên xuống các cốt sàn khác nhau.





Ảnh trên Tận dụng không gian gác cầu thang trong phòng ngủ con nhỏ, trang trí tủ kệ cũng là những “nấc thang” mềm mại. **Ảnh dưới** Bàn ăn bên cạnh cầu thang sắt lên mái với những góc nhìn thoáng có điểm xuyết cây xanh.





Ảnh trên Khu bếp đặt trên lầu áp mái cũng có 3 mặt thoáng dang.

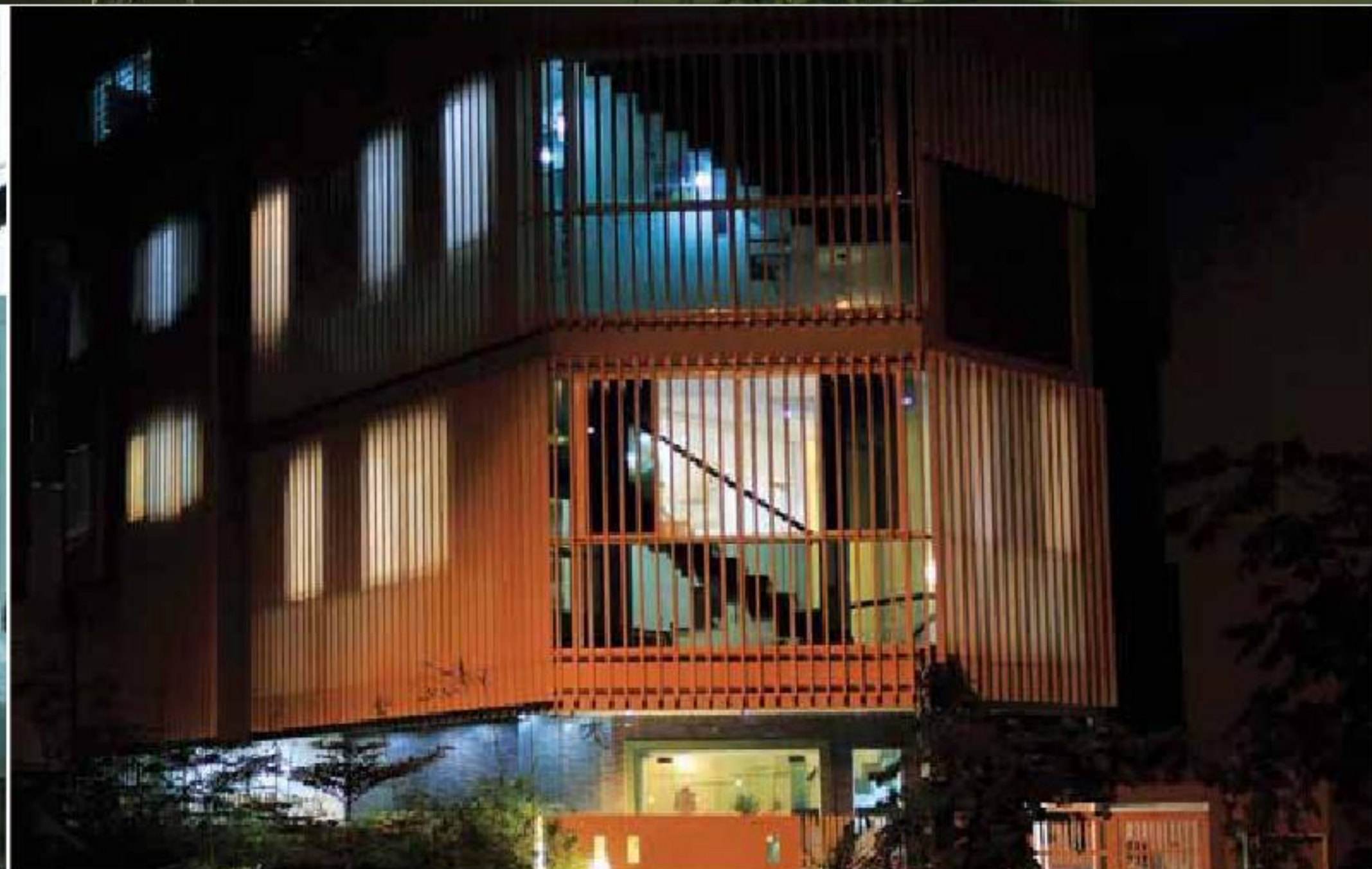
Ảnh dưới Nội thất các phòng trên lầu theo lối hiện đại và nhẹ nhàng, tiện dụng.

Sự khác biệt về chất liệu cầu thang cũng do quan niệm chủ nhà muốn biến chuyển theo công năng. Ví dụ cầu thang lên phòng thờ và tầng làm việc là sắt, còn giữa các tầng để ở là bê tông ốp mặt bậc bằng gạch mosaic trắng bạc. Cầu thang đi từ trệt lên tầng dạy học ốp tấm nhựa giả gỗ. Ngoài ra còn có một vế cầu thang lệch tầng ốp mosaic nâu đỏ, cũng như tầng trên có 2 chiếu nghỉ thiết kế bằng kính cường lực khá lạ mắt.

Đĩ nhiên, không ai sống ở cầu thang, và ngôi nhà này cũng không phải dạng “khoe cầu thang” theo kiểu cầu kỳ hay uốn lượn. Như lời chủ nhà nói, từ cái khó mới ló cái... cầu thang, và sự phong phú đó đã giải quyết bài toán cấu trúc không gian, để từ đó mọi phòng ốc đều thoáng và sáng, đi lại tiện lợi và tạo ra một số góc nhìn thú vị. Đó mới là điều làm cho ngôi nhà trở nên hữu dụng về công năng và có đôi chút khác biệt như vậy.



giải pháp



Ảnh trên, ảnh phải Hệ lam nhựa lõi thép bao quanh nhà vừa che chắn nắng gắt, vừa tạo nên một mặt đứng mang nét riêng khá đơn giản và hiện đại.

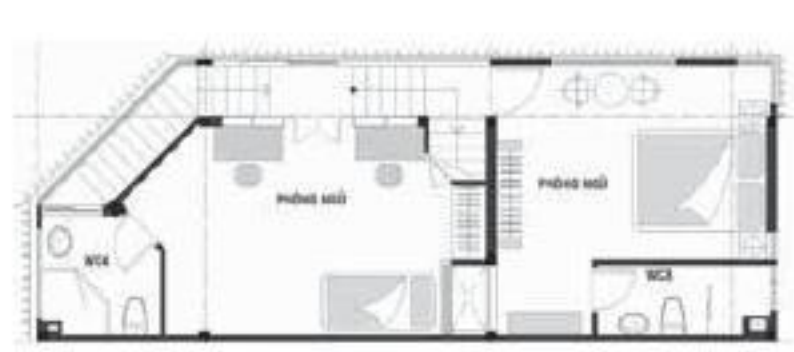
Ảnh trái Nơi chuyển tiếp giữa các cầu thang cùng thuộc dạng “không giống ai” với kính cường lực làm sàn, cột bọc gạch mosaic giấu ống kỹ thuật bên trong.



Mặt bằng trệt

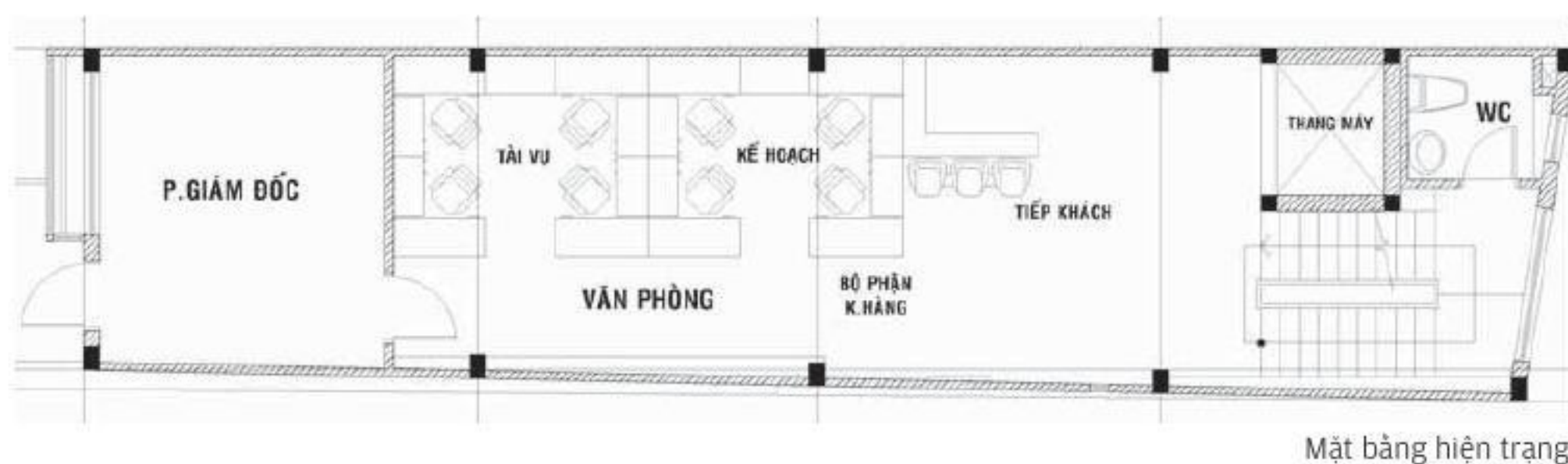


Mặt bằng lầu 1



Mặt bằng lầu 2

THIẾT KẾ VÀ THI CÔNG: Công ty TV- TK -XD Kiến Xanh



Mặt bằng hiện trạng



Mặt bằng cải tạo

Đổi công năng, tăng thẩm mỹ

Từ một ngôi nhà phố điển hình ở trung tâm quận 5 với cấu trúc ban đầu làm văn phòng thuần túy, gia chủ đã quyết định thay đổi toàn bộ để chuyển thành công năng nhà ở gia đình. Từ kiểu dáng hiện đại bọc nhôm kính chuyển sang gu nội ngoại thất có pha trộn cổ điển, có dùng lại những món đồ cũ.

BÀI KHÁNH NGỌC ẢNH QUỐC THỊNH





Ảnh trên Phòng ăn, phòng ngủ gọn ghẽ, sáng sủa, nhìn ra mặt trước thoáng đãng. **Ảnh dưới** Nhờ khoảng không giếng trời nên không gian trong nhà trở nên thông thoáng.



Kiểu “đế bài” như vậy nếu không khéo làm sẽ dễ chấp vá, bừa bộn và thiếu hiệu quả. Lợi thế lớn nhất là bộ khung kết cấu làm cách đây 6 năm khá chắc chắn, nhưng bất lợi cũng nằm ở cấu trúc ngôi nhà xây dựng để làm văn phòng ngay từ đầu nên mỗi tầng chỉ có một khu vệ sinh, lại nằm về cuối nhà và bị chia cắt bởi ô thang máy, nếu sử dụng lại sẽ khá bất tiện.

Giải pháp của kiến trúc sư là tận dụng khoảng phòng vệ sinh cũ trên mỗi tầng ở cuối nhà làm thành không gian sinh hoạt, tiếp khách nho nhỏ với khung cửa mở ra được hướng nam gió mát. Còn phòng vệ sinh riêng sẽ làm mới cho từng tầng ngủ, thông thoáng nhờ khoảng giếng trời ở giữa có tường cây xanh. Nhờ vậy, mỗi tầng trở thành như một căn hộ riêng biệt, còn các tầng sinh hoạt chung, khách và bếp ăn thì khá thoáng đãng và tiện dụng. Nhà sau cải tạo cũng làm thêm một cầu thang hơi cong từ phía trước lên thẳng phòng khách trên lửng, biến tầng trệt hiện hữu thành nơi để xe thuận tiện và tiếp khách tạm, với mảng tiểu cảnh gồm thang và tường xanh thẳng đứng khá vui mắt.

Nhờ những điều chỉnh hợp lý, ngôi nhà đã giảm bớt cảm giác hun hút nhà ống, thoáng, sáng hơn và mang cấu trúc dạng nhà phố - căn hộ vừa độc lập về mặt phòng ốc riêng cho các thành viên, vừa kết nối tốt các không gian chung. Phán thiết kế



Ảnh trên trái và ảnh dưới Tầng lửng trở thành phòng khách, với mảng “tường xanh” vừa là màu xanh của kính sơn màu glasskote, vừa là mảng trồng cây tạo chút thiên nhiên cho nhà ống hẹp. **Ảnh trên phải** Những góc nội thất trong phòng ngủ, phòng tắm, mái che thang... với nhiều ánh sáng tự nhiên và cây xanh.



giải pháp



Công trình đã được cải tạo

Các góc nhìn của ngôi nhà cũ khi còn là văn phòng

ngoại thất phảng phất nét cổ điển trong hình hài hiện đại, với giàn lam sắt được đục lỗ bằng công nghệ cắt CNC (computer numerical control), phủ sơn epoxy giả đồng. Hình ảnh họa tiết cách điệu chữ vạn trang trí lồng trong khung cong mô phỏng chiếc quạt trông vừa quen vừa lạ, bởi nó khơi gợi nên ấn tượng về một không khí Đông Phương hoài niệm nơi phố cũ Chợ Lớn.

Không phô trương, không lòe loẹt, bám sát bộ khung, chỉnh sửa công năng và gia tăng thẩm mỹ trong chừng mực có thể... là những điều ngôi nhà này đã làm được.

Không nhiều, nhưng đủ dùng. **III**

THIẾT KẾ: KTS HUÂN TÚ, QUỐC THỊNH



Ảnh trên Tiệm bán cà phê giải khát đối diện trung tâm thông tin ở Takumi no Sato. **Ảnh dưới trái** Mỗi nghề thủ công có lối thiết kế biển hiệu độc đáo mang cá tính riêng. **Ảnh dưới phải** mặt tiền của ngôi nhà có nghề dệt vải ở Takumi no Sato.

TAKUMI NO SATO

ngôi làng nghệ nhân

Một đền thờ Thần Đạo, một nhà thờ Công giáo, cùng 25 ngôi nhà mang các phong cách kiến trúc cổ trong lối dựng nhà của người Nhật, hình thành một ngôi làng đặc biệt tại Nhật Bản có tên gọi là “làng nghệ nhân”, ngoài vẻ đẹp kiến trúc của làng, điều thú vị là chủ nhân của từng ngôi nhà đều đang lưu giữ một nghề thủ công truyền thống tiêu biểu của Nhật.

BÀI VÀ ẢNH NGUYỄN ĐÌNH





Ảnh trên Kiến trúc nhà thờ Công giáo được thiết kế hòa hợp với cảnh quan chung của ngôi làng. **Ảnh dưới** Mỗi ngôi nhà ở Takumi no Sato mang một nghệ truyền thống riêng, và một lối kiến trúc khác biệt.

Nằm ở phía bắc tỉnh Gunma, giáp với Niigata và dãy núi Tanigawa, ngôi làng nghệ nhân Takumi no Sato chỉ cách Tokyo khoảng 70 phút xe buýt với một lần chuyển bến. Ngôi làng được thành lập từ cách đây hơn 30 năm, gồm 25 ngôi nhà bố trí hài hòa dọc theo con đường nhựa thẳng tắp, tạo thành một điểm đến khám phá và trải nghiệm từ kiến trúc, cảnh đẹp đến các nghệ thủ công mà những nghệ nhân của làng đang lưu giữ.

Ở Takumi no Sato có hai loại nhà truyền thống, chiếm phân nửa số lượng vừa là nhà truyền thống, vừa là xưởng làm nghề, và du khách khi đến tham quan sẽ được chỉ dạy các kỹ năng như làm giấy Washi, mì Soba, khắc gỗ, làm hộp trang sức, làm mặt nạ, vẽ màu trên đá... một loại nhà truyền thống khác chỉ phục vụ việc trưng bày sản phẩm thủ công để du khách tham quan và mua sắm như đan len, bên rom, làm đậu hũ, làm trà cụ từ gỗ, làm búp bê truyền thống...

Nét đẹp của “làng nghệ nhân” nghĩa dịch nghĩa từ Takumi no Sato gây ấn tượng với khách tham quan từ ngay khi đặt chân đến cổng làng, chính là phong cảnh tổng thể, mỗi ngôi nhà được dựng với chất liệu chủ đạo là gỗ đã ngả màu thời gian tạo nên cảm giác như đang lạc bước vào những làng cổ trăm năm tuổi quen thuộc trên đất Nhật. Tất cả kiến trúc của làng chìm ngập trong mảng xanh tươi của hoa lá, những lùm bụi, bonsai, tiểu cảnh, bờ dậu... được chăm chút và tỉa tót công phu, tạo nên một không gian sống động, thanh bình cùng thiên nhiên.





Ảnh trên, ảnh dưới trái Tinh thần Nhật Bản thể hiện rõ qua những chăm chút cảnh quan của Takumi no Sato, du khách sẽ thấy ở đó sự cầu kỳ, chi tiết của kỹ thuật chăm sóc vườn Nhật, tạo nên một không gian tuyệt đẹp, thanh bình như thường thấy trong phim ảnh Nhật. **Ảnh dưới phải** Chiếc cối giã gạo được tận dụng trở thành vật trang trí đẹp trước hiên nhà.





Ảnh trên trái Ngôi nhà có bánh xe nước được xem là biểu tượng kiến trúc của làng Takumi no Sato. **Ảnh trên phải** Góc trưng bày cách dệt sợi truyền thống của người Nhật xưa. **Ảnh giữa** Sản phẩm búp bê truyền thống Nhật Bản trưng bày ở làng Takumi no Sato. **Ảnh dưới** Người làng Takumi no Sato cũng chế biến các loại thực phẩm sạch thu hái từ nông trại sau vườn nhà để bày bán cho khách tham quan.



Hành trình khám phá ngôi làng được bắt đầu từ Horakukan - có vai trò như trung tâm cung cấp thông tin chi tiết của từng ngôi nhà ở Takumi no Sato để lữ khách có được kiến thức tổng quát về những ngôi nhà và nghề truyền thống cụ thể để tiện việc tham quan. Và khi đến Takumi no Sato, tùy thuộc vào thời gian, lữ khách sẽ tìm cho mình được những phút giây ngoạn cảnh thú vị bên kiến trúc đẹp của làng, hoặc trải nghiệm cách thực hiện một sản phẩm thủ công được chính tay các nghệ nhân truyền thống của làng chỉ dạy, cũng như có cơ hội tìm hiểu về nguồn gốc, xuất xứ của mỗi nghề. Hành trình đến Takumi no Sato chắc hẳn sẽ đem lại nhiều trải nghiệm và cảm nhận thú vị trong những ngày rong ruổi xứ Phù Tang. **iii**





Quán mini, miễn đủ là vui

Gọi là mini, mà vẫn phải đủ, như cái xe đạp mini về cơ bản vẫn phải là xe đạp ngon lành đi được, đủ chức năng, chỉ khác về hình thức. Nếu thiết kế quán trong nhà phố theo được lối tối giản (minimalism) chính là lược bớt cầu kỳ lãng phí, tinh gọn, cô đúc lại những gì cần thiết, đa số khi ấy phải theo thiếu số.

BÀI BỮU LONG ANH AN NGUYỄN

Thiếu số không đơn thuần là số ít, mà là số chọn lọc, số cơ bản, số tinh tuyển, nhất là trong điều kiện phố thị chật hẹp, nhiều mà loãng thì chắc chắn không bằng ít mà tinh. Mini, vì thế ẩn chứa và bộc lộ nhiều, rất nhiều suy tư tràn trề, để thu vén lại, gói ghém lại mà vẫn tràn đầy.

Quán mini trước hết cũng là quán theo nghĩa đa phần người Việt hiểu và chấp nhận, có bàn có ghế có lá có hoa. Nếu còn có cả chỗ riêng tư tình tự hay góc làm việc thoải mái thì thật vui, nhưng chắc chắn không thể chỉ có mấy cái ghế kê lẻ đường hay núp bóng dù đi động mà gọi là có thiết kế được. Những góc dựa tường men lề ấy, xin dành cho một khái niệm





Ảnh hai trang Có bàn, có ghế, có hoa lá, có góc ngắm người qua kẻ lại ngoài kia, có góc ngồi tự tình với nhau... thì quán dù nhỏ cũng đủ sức thu hút khách đến.





Ảnh hai trang Với diện tích khiêm tốn nhưng quán vẫn decor những góc riêng nhỏ nhỏ, thêm chút mảng xanh cho thêm phần gần gũi với thiên nhiên.



không gian khác trong lòng phố thị. Còn ở đây, xin được gọi những quán xá nhỏ nhoi mà cố gắng xếp đặt khéo léo gọn ghẽ và có gu riêng là quán mini, xinh xinh, dễ thương.

Nhỏ vậy nhưng quán vẫn ham cây xanh thiên nhiên, nên kéo theo một số mảng xanh vào quán cũng rất... mini về kỹ thuật, như cây nhỏ nhón trong chậu, lá xanh tươi treo lên giàn, hoặc xếp đặt bám theo mảng tường... vài mét vuông vẫn xử lý được. Nhờ hệ thống tưới nhỏ giọt tự động, nhờ thủy canh, nhờ chọn giống cây phù hợp, các “nhà vườn đô thị” hôm nay không thiếu món gì khi tạo lập một mảnh xanh xanh nơi góc nhà nhỏ nhỏ.

Miền là đủ tâm thể xếp bày.

Đủ thời gian chăm sóc, hưởng thụ.

Và đủ ghim nhẹ nhàng một chút tình yêu với thiên nhiên quanh ta, dù là chút thiên nhiên ít ỏi được lọc lại, tinh tuyển. **iii**

QUÁN KAMOKURA: đường Nguyễn Văn Thù, quận 1, TP.HCM.

QUÁN CAFE COFFMEE STATION: đường Võ Văn Tần, quận 3, TP.HCM.

TOA EXTRA WET PRIMER, SƠN LÓT CHỊU ẨM TỐI ĐA



VỚI MỤC TIÊU KHÔNG NGỪNG NGHIÊN CỨU ĐỔI MỚI, phát triển để phục vụ khách hàng tốt nhất, công ty TNHH Sơn TOA Việt Nam đã cho ra mắt sản phẩm TOA ExtraWet Primer là loại sơn lót cao cấp chuyên dụng kháng ẩm, ngăn kiềm cho bề mặt xi măng, bê tông mới khô chỉ sau 7 ngày hay các bề mặt có độ ẩm cao lên đến 40% (đo bằng Protimeter).

Với công nghệ Hybride Block Power đột phá kết hợp công thức đặc biệt chỉ có trong sản phẩm sơn lót TOA ExtraWet Primer giúp ngăn chặn sự phản ứng tạo muối phá hủy màng sơn, bên cạnh đó hơi ẩm thoát ra ngoài dễ dàng, ngăn nước thấm vào bên trong.

Sản phẩm TOA ExtraWet Primer là giải pháp hoàn hảo sử dụng trong nhà và ngoài trời cho bề mặt cũ và mới, giúp tiết kiệm thời gian, tiết kiệm chi phí, và đẩy nhanh tiến độ thi công cho các công trình.

CÔNG TY AA KHAI TRƯƠNG XƯỞNG SẢN XUẤT KIM LOẠI TẠI ĐỨC HÒA, LONG AN

NGÀY 12.9.2015 CÔNG TY CỔ PHẦN XÂY DỰNG KIẾN TRÚC AA đã khai trương xưởng sản xuất kim loại tại ấp Bình Tiến 2, xã Đức Hòa Hạ, huyện Đức Hòa, tỉnh Long An với tổng diện tích 5.000m² với 120 công nhân có tay nghề cao.

Xưởng kim loại được lắp đặt các thiết bị công nghệ cao theo tiêu chuẩn quốc tế, có khả năng sản xuất các sản phẩm hoàn thiện đạt độ chính xác cao, khả năng tự thiết kế và đúc kim loại màu mang tính độc đáo có thể đáp ứng yêu cầu của khách hàng.

Công ty AA có thể sản xuất các sản phẩm kim loại hoàn thiện cao - không chỉ là đồ nội thất kim loại mà có thể hiện thị một tác phẩm nghệ thuật trên bằng kim loại lớn cho các dự án.

Từ những năm trước đây, công ty AA cũng đã sản xuất sản phẩm kim loại cho các khách sạn, cửa hàng Square One, Park Hyatt Saigon, Cartier shop Hà Nội, Sheraton Hotel Nha Trang...



CAPITALLAND - THIÊN ĐỨC CÔNG BỐ TÒA THÁP HẠNG SANG ORCHID TẠI VISTA VERDE



VISTA VERDE LÀ DỰ ÁN CĂN HỘ HẠNG SANG được phát triển bởi công ty TNHH CapitaLand - Thiên Đức. Tòa lạc ngay trung tâm hành chính quận 2, TP.HCM, dự án có khuôn viên rộng 29.295m² gồm 4 tòa nhà cao từ 33-35 tầng với 1.152 căn hộ có diện tích từ 45 - 381m². Đây là tòa tháp sở hữu nhiều nhất về số lượng các căn hộ có tầm nhìn trực tiếp ra sông Sài Gòn

trải rộng toàn cảnh từ quận 1, quận 2 sang quận 7. Chất lượng cuộc sống của các cư dân tương lai tại tháp Orchid cũng được đảm bảo đạt chuẩn quốc tế với nguồn nước tinh khiết có thể uống trực tiếp tại vòi, 100% điện dự phòng, hệ thống an ninh 24/7 - 4 tầng bảo vệ, diện tích phủ xanh lên đến 4m²/người, bàn giao hoàn thiện với trang thiết bị tiêu chuẩn quốc tế từ các thương hiệu uy tín hàng đầu thế giới.

Khách hàng có thể đặt chỗ có hoàn lại để được ưu tiên chọn mua căn hộ trong ngày mở bán ưu đãi đặc biệt tháng 10.2015, có nhiều ưu đãi lớn và nhiều quà tặng bất ngờ với thanh toán chỉ từ 5%/quý.

EUROWINDOW TẶNG QUÀ KHI MUA SẢN PHẨM

EUROWINDOW Nhà cung cấp tổng thể về cửa hàng đầu Việt Nam với các dòng sản phẩm cửa nhựa uPVC, cửa và vách nhôm kính lớn, cửa gỗ, sàn gỗ, cửa nhôm gỗ cao cấp và các sản phẩm kính. Nhân dịp kỷ niệm 13 năm thành lập, từ ngày 5.9 đến 31.10.2015 Eurowindow tặng thiết bị làm sạch Katcher khi mua các sản phẩm Eurowindow cho nhà riêng trên cả nước.

Địa chỉ liên hệ: Hotline 0903118888 và www.eurowindow.biz để biết thêm chi tiết.



AEG CÔNG BỐ CHƯƠNG TRÌNH GIÁO DỤC STEAM

AMERICAN EDUCATION GROUP (AEG) vừa công bố chương trình Anh ngữ sử dụng phương pháp STEAM cho các trẻ em và bạn trẻ Việt Nam. Phương pháp giảng dạy STEAM (science - khoa học, technology - công nghệ, engineering - kỹ thuật, arts - nghệ thuật, mathematics - toán học) bao gồm chương trình học được thiết kế phù hợp cho học sinh từ 6 đến 16 tuổi với giáo trình được soạn thảo riêng biệt bởi đội ngũ giáo viên giàu kinh nghiệm của AEG. Phương pháp STEAM kết hợp các chủ đề học tập trên các lĩnh vực khoa học, công nghệ, kỹ thuật, nghệ thuật và toán học thông qua những thí nghiệm, bài tập và hoạt động mang tính thực tiễn để khuyến khích các em làm việc và giao tiếp theo nhóm, qua đó phát triển không chỉ là khả năng Anh ngữ đơn thuần nhưng được kết hợp với kiến thức học thuật toàn diện.



không gian di động



City 2016

RA ĐỜI VÀO NĂM 1996, QUA 18 NĂM PHÁT TRIỂN, HONDA CITY ĐÃ TRỞ THÀNH MỘT MẪU XE TOÀN CẦU CỦA HONDA VỚI GẦN 3 TRIỆU XE ĐƯỢC GIAO ĐẾN TAY KHÁCH HÀNG TRÊN TOÀN CẦU, TÍNH ĐẾN HẾT THÁNG 7.2015.



City thế hệ 4 đã làm nên cơn sốt mới tại Việt Nam khi liên tiếp thành công vang dội bằng những kỷ lục về doanh số bán, đạt gần 3.000 xe tính đến hết tháng 8.2015 và luôn là một trong những xe sedan cỡ nhỏ bán chạy nhất trong phân khúc B.

Với mục tiêu tối ưu hóa “niềm vui cầm lái” cho khách hàng, City 2016 được Honda Việt Nam tiếp tục nâng cấp với những tiện ích thông minh, tiên tiến và hữu dụng cũng như những trang bị an toàn tiên tiến và vượt trội trong phân khúc.

Tiện ích tiên tiến

Chế độ khởi động bằng nút bấm: giúp người lái dễ dàng khởi động hoặc ngừng động cơ mà không cần tra chìa khóa vào ổ.

Chìa khóa thông minh hiện đại: không còn thao tác nhấn nút mở cửa trên chìa khóa.

Gương chiếu hậu chỉnh điện, gập điện và tích hợp đèn xinhan.

Vô lăng tích hợp nút điều chỉnh âm thanh, chế độ thoải mái tay và lẫy chuyển số thể thao.

Nút mở cốp tích hợp trên nắp khoang hành lý.

Tính năng an toàn

Chế độ hỗ trợ khởi hành ngang dốc HSA: giúp xe không bị trôi lùi khi người lái chuyển từ chân phanh sang chân ga khi xe đang dừng ở lưng dốc.

Hệ thống cân bằng điện tử VSA giúp ổn định khi xe vào cua, giúp xe không bị văng (cua rộng) hoặc bị bó (cua hẹp) ngoài mong muốn của người lái. Cảnh báo cài dây an toàn cho ghế lái và phụ lái, đảm bảo an toàn tối ưu trên mỗi hành trình.

Ngoài những tiện ích mới, City 2016 vẫn thừa hưởng những giá trị cốt lõi của City thế hệ 4, đó là:

Hệ thống hỗ trợ lái xe tiết kiệm nhiên liệu ECO Assist - bao gồm chế độ lái tiết kiệm nhiên liệu Econ Mode và chức năng hướng dẫn lái tiết kiệm bằng hiển thị màu sắc Eco coaching.

Gói tiện ích thông minh bao gồm các trang bị cao cấp.

Cảm biến lùi; Chế độ thoải mái tay; Cửa gió điều hòa cho hàng ghế sau; Thảm tích khoang chứa hành lý lên tới 536L^{m3}

THÔNG TIN TỪ NHÀ SẢN XUẤT

Tháng 6 vừa qua, trong cuộc thi “Thử thách cùng Honda 2015”, với sự hỗ trợ đặc lực của hệ thống ECO Assist cùng kỹ năng của người tham dự, City đã đạt được mức tiêu hao nhiên liệu trung bình thuyết phục 4,73L/100Km (bản CVT) và 4,53L/100Km (bản MT), so với mức tiêu hao nhiên liệu trong điều kiện tiêu chuẩn được công bố bởi Honda Motor và kiểm tra phê duyệt bởi Cục Đăng kiểm Việt Nam (5,8L/100Km với cả 2 dòng xe CVT và MT).

City 2016 sẽ chính thức được cung cấp tại Việt Nam qua hệ thống đại lý ô tô Honda trên toàn quốc bắt đầu từ ngày 16.9.2015 với 6 màu, gồm 5 màu hiện tại là trắng ngà, titan, đen ánh, ghi bạc, xanh dương và đặc biệt thêm một màu mới - màu đỏ cho bản CVT. Giá bán lẻ đề xuất hấp dẫn: 552.000.000 đồng cho bản số sàn và 604.000.000 đồng cho bản số vô cấp (đã bao gồm VAT).





Vừa đi xe vừa bấm like...

THỰC HIỆN HY HƯNG



Ảnh trên Ngắm cảnh vật hai bên đường từ trong xe hơi là một cách tham quan thú vị... **Ảnh dưới** Đi vào những cung đường nội bộ trong các khu dân cư, đôi khi gặp một ngôi nhà vừa ý, có thể tùy hứng dừng chân chụp ảnh, trò chuyện với chủ nhà.



Chuyến đi lần này của hai vợ chồng tôi được hoạch định trước là các bang miền đông bắc nước Mỹ. Một chuyến đi có phần ngẫu hứng. Ngẫu hứng thì sẽ khó xác định thời gian, khó chọn đối tác và các điểm tham quan để tìm cách lên lịch trình cụ thể. Nhưng ngẫu hứng cũng có nét hay riêng. Thoạt đầu, chúng tôi lên kế hoạch gồm cả các phương án sử dụng máy bay (tất nhiên!), xe bus, taxi, tàu điện ngầm và xe hơi.

Vợ tôi bảo: “có nhiều phương án quá. Nhưng em thích nhất là cứ bay đến đó rồi tìm cách thuê xe hơi. Em thích đi xe hơi”.

Và vợ tôi giải thích lý do, đi xe hơi có những cái thú vị, tiện lợi mà không phương tiện nào có được. Ngồi trên xe hơi thì... không mỏi chân. Ngắm cảnh vật bên đường qua cửa kính xe hơi có lẽ là một cách quan sát quen thuộc, gần gũi, cảm nhận đầy đủ nhất cái đặc trưng phong cảnh của từng địa phương. Đi xe hơi còn thú vị là có thể tùy hứng dừng lại chụp ảnh, tham quan bất cứ lúc nào mình muốn. Bên trong chiếc xe hơi là một không gian đi động cho riêng mình, có thể thỏa mãn những sở thích rất riêng của gia đình và của từng cá nhân. Người ngồi trong xe được hưởng cái mát mẻ, trong lành, không bị nắng, gió. Người ngồi trong xe có thể nghe nhạc, có thể nói chuyện, cười đùa với nhau, chơi Facebook, check mail hoặc thậm chí, chợp mắt một chút trên những cung đường dài.

Đương nhiên là em đúng rồi Gấu! Ở nhà này, mỗi khi có ý kiến khác nhau thì ý em đều là quyết định cuối cùng mà!

Chúng tôi đang cân nhắc phương án vừa đi riêng vừa ghép chung đoàn, ưu tiên chọn xe hơi thì người quen - một anh hướng dẫn viên từng cùng chúng tôi rong ruổi miền tây nước Mỹ những năm trước thông báo là anh có thể dành cho chúng tôi một tuần!

Thế là chúng tôi quyết định lên đường! Một xe, một tài xế kiêm hướng dẫn viên! (Tôi không quên làm thủ tục đổi bằng lái để có thể tự mình cầm lái một số đoạn đường nhưng chuyến tự lái xe ở Mỹ xin hẹn một dịp khác).



Trong lộ trình miền đông bắc nước Mỹ của chúng tôi có Washington DC, New York, một số trường đại học, còn lại là tùy hứng! “Không gian đi động” của chúng tôi lần này là chiếc GMC Terrain 5 chỗ ngồi, một dạng xe “Compact SUV” dành cho gia đình. Anh lái xe nay đã sang mùa thứ ba cầm lái rong ruổi cùng chúng tôi trên những nẻo đường nước Mỹ thông báo là đã chuẩn bị đầy đủ để trên xe “có thể dùng wifi, sạc iphone và nghe nhạc từ USB theo ý thích”.

Kết thúc công việc kinh doanh, tour du lịch của chúng tôi xuất phát từ Pittsfield, một thị trấn nhỏ ở bang Maine, bang ở xa nhất của miền đông bắc nước Mỹ.

Cảm nhận đầu tiên của tôi về phong cảnh, đường xá ở Maine là “tuyệt vời để cầm lái”! Tôi so sánh một số cung đường đẹp ở Maine với đoạn đường mà tôi thích cầm lái ở Việt Nam là từ Bảo Lộc lên Đà Lạt. Tôi kết nối chiếc USB mang từ Việt Nam đi với danh mục bài hát được sắp xếp theo sở thích riêng và chọn nhạc, cảm giác cực kỳ quen thuộc, như trên chiếc xe của gia đình mình! Tôi chọn một album, tiếng hát Lệ Quyên tràn ngập trong khoang xe, âm thanh ớn.

Câu chuyện dọc đường của chúng tôi bắt đầu. Nào là so sánh miền đông với miền tây, nào là đặc trưng khí hậu, dân số, ẩm thực, nào là những gương mặt mà chúng tôi đã gặp, tiếp xúc, những món ăn đã thưởng thức ở vùng đất này. Câu chuyện lan man không đầu không đuôi, chuyển sang các nội dung về biển báo trên đường đi, về các exit, cách đổi làn, đưa xe từ đường nhỏ ra đường lớn...



Chiếc GMC Terrain 5 chỗ ngồi đã cùng gia đình tôi rong ruổi qua 11 bang trong 6 ngày với chặng đường trên 3.000km.

Chúng tôi đã quen và thích thú với những chuyến đi kiểu này. Chuyến đi hầu như không có sắp đặt trước cụ thể. Bữa ăn có thể đến tùy hứng trên đường đi. Đôi khi, ở một trạm dừng chân ven đường, thích thú với một chai vang, một miếng thịt nướng là bạn đã có một bữa ăn ngon. Đôi khi là một đoạn đường đẹp, bạn có thể dừng xe chụp ảnh. Ở Việt Nam, ôm tay lái rong ruổi trên đường, tôi nhớ cảm giác lúc chiều buông chuyến dần sang tối, chạy qua những vùng nông thôn đôi khi gặp bếp lửa chõn vòn sương khói hoặc những đồng khói hun ven đường, con người chợt thấy bao quanh mình cảm giác nhớ nhà.

Phong cảnh ở Mỹ không hoàn toàn như vậy. Không có những “bếp lửa chập chõn sương khói” ở một xóm làng nào đó lúc chiều buông. Nhưng cảm giác bước vào một căn phòng ấm cúng nào đó lúc trời đã quá khuya, lúc người đã mệt mỏi là vẫn có. Đôi khi là một motel nào đó có vẻ trông trải ven đường. Chúng tôi nhận phòng khi người tiếp tân có vẻ ngại ngủ. Chúng tôi mệt mỏi chìm sâu vào giấc ngủ. Đôi khi chẳng kịp làm quen, chẳng biết hết phong cảnh xung quanh chỗ mình đã nằm. Sáng hôm sau thức giấc đã muộn, lại lên đường. Chẳng kịp chụp một kiểu hình, chẳng kịp đi bộ một vòng quanh motel để ngắm cảnh. Có khi cả tuần sau hoặc cả tháng sau, mở google map chế độ xem phố, ngắm lại cái motel vắng vẻ ven đường mà mình đã qua đêm, nhớ lại một cảm giác muộn màng. “Đêm nằm, nằm ở”...



Chúng tôi đến Washington vào buổi sáng, sau khi tham quan Nhà Quốc hội thì trời nắng gắt. “Đến chỗ nào anh thích chụp hình thì cứ xuống chụp tự nhiên, em ngại nắng lắm”, vợ tôi quả quyết.

Em lại đúng rồi Gấu! Trời nắng thì đi shopping trong siêu thị, đến khuya khuya vòng lại cũng không sao mà.

Chúng tôi quay lại trung tâm Washington thì trời đã khuya. Trăng sáng, gió hơi lạnh lạnh. Chúng tôi chụp hình. Người hướng dẫn viên dùng iphone chụp hình rất thuần thục. Anh bắt được khoảnh khắc và reo lên: “bảo đảm là hình đẹp”. Vợ tôi nhìn ảnh và bảo “cho xin một miếng wifi” để up ngay lên Facebook vì “giờ này ở Việt Nam mọi người đang ở vãn phòng”.

Chúng tôi lên xe chạy vòng vòng trong phố. Cứ một lúc, vợ lại mở điện thoại ra và nói có thêm người like, người bình luận.

Tôi mở nhạc, ngẫu nhiên gặp ngay Vũ Khanh đang hát “Hương đồng gió nội”. “Van em, em hãy giữ nguyên quê mùa”...

Đêm ở Washington, trăng sáng, giọng người ca sỹ vang vang. Tôi biết, mai kia một nọ, cứ nghe Vũ Khanh hát “hoa chanh nở giữa vườn chanh/ thây u mình với chúng mình chân quê” là tôi sẽ nhớ về một đêm trăng Washington, gió lạnh lạnh... Có lẽ lâu lắm tôi mới quên được!

AKZONOBEL THÚC ĐẨY HOẠT ĐỘNG SƠN CÔNG NGHIỆP

AKZONOBEL đã làm lễ ra mắt văn phòng mới của sơn công nghiệp tại tầng 17 số 182 Lê Đại Hành, TP.HCM.

AkzoNobel cũng vừa giới thiệu dòng sơn trang trí nội thất Dulux Ambiance™ mới, gồm sơn nội thất Dulux Ambiance™ 5 IN 1 và sơn hiệu ứng đặc biệt Dulux Ambiance Special Effects tạo hoa văn trên tường. Đây là những giải pháp trang trí tường nhà cho phép chủ nhà hiện thực hóa cảm hứng cá nhân của mình vào không gian sống. Dulux Ambiance™ bao gồm 2 dòng sản phẩm: Sơn phủ nội thất Dulux Ambiance™ 5 IN 1 và sơn hiệu ứng đặc biệt Dulux Ambiance™ Special Effects tạo nên dáng vẻ đặc trưng cho bức tường như linen (vải lanh mộc mạc); marble (đá cẩm thạch); metallic (ánh kim); velvet (lớp vải nhung mịn).

AkzoNobel & Dulux công bố Monarch Gold - màu vàng hoàng kim là "Màu chủ đạo của năm 2016" trong *Xu hướng màu sắc lần thứ 13* với chủ đề "Nhìn về hai phía" được thể hiện trong bốn xu hướng chính bao gồm: Di sản & tương lai; Con chữ & hình ảnh; Sáng - tối; Khuôn khổ & phóng khoáng.



TRIỂN LÃM VIETBUID CẦN THƠ 2015 XÂY DỰNG - VẬT LIỆU XÂY DỰNG - BẤT ĐỘNG SẢN & TRANG TRÍ NỘI NGOẠI THẤT

TRIỂN LÃM VIETBUID CẦN THƠ với quy mô 500 gian hàng sản phẩm mới, công nghệ tiên tiến, phong phú. Đến với triển lãm, các cá nhân tổ chức sẽ có cơ hội tiếp xúc gặp gỡ cùng các kiến trúc sư, nhà thầu xây dựng, doanh nghiệp Việt Nam và quốc tế.

Với sứ mệnh: *Hội nhập - Công nghệ - Đỉnh cao* VIETBUILD 2015 tại Cần Thơ sẽ mang đến cho các doanh nghiệp, các đối tác và khách tham quan một ấn tượng, sự kiện tốt đẹp để xứng đáng với khẩu hiệu: "VIETBUILD vươn tới tương lai - vươn tầm quốc tế".

Thời gian: Từ ngày 7.10.2015 đến 11.10.2015. Vào cửa tự do từ 8 giờ 30 đến 20 giờ 30.

Địa điểm: Trung tâm Hội chợ Triển lãm Cần Thơ, 108A Lê Lợi, Q. Ninh Kiều, TP. Cần Thơ.

Thông tin chi tiết xem tại website: www.vietbuildafc.com.vn hoặc www.facebook.com/TrienLamVIETBUILD.

BAY ĐẾN LUÂN ĐÔN CÙNG SƠN MYKOLOR

VỚI XU HƯỚNG TẠO SỰ KHÁC BIỆT trong dòng sản phẩm sơn trang trí cao cấp, sơn Mykolor vừa tung ra thị trường chương trình khuyến mại đẳng cấp "Cùng sơn Mykolor đến Luân Đôn", từ ngày 5.10 đến 31.12.2015. Khi mua các sản phẩm sơn Mykolor trên toàn quốc, cứ 5 triệu đồng khách hàng có cơ hội nhận một phiếu cao có cơ hội trúng 15 chuyến du lịch đi Anh Quốc (8 ngày 7 đêm), 300 chỉ vàng 9999 hình mặt dây chuyền, tổng giá trị giải thưởng gần 3 tỷ đồng.

Với dòng sản phẩm sơn pha màu cao cấp, sơn Mykolor luôn tiên phong trong việc mang đến sự khác biệt, không chỉ là 1.040 màu sơn, sơn Mykolor với những phong cách màu sắc độc đáo - sơn Mykolor Platinum Twinkle, sơn nước khảm ngọc trai với màng sơn lấp lánh tạo sự sang trọng, đẳng cấp trong trang trí; sơn Mykolor Platinum Snow, sơn nước pha lê tuyết góp phần nâng tầm đẳng cấp sơn trang trí, mang đến hoa văn, độc đáo, lạ mắt như giấy dán tường.



HÄFELE VIỆT NAM KHAI TRƯỞNG SHOWROOM TẠI TP.HCM

VỮA QUA CÔNG TY CỔ PHẦN VINA LẮ SẮT CÙNG (HÄFELE VIETNAM) chính thức khai trương showroom mới trưng bày sản phẩm tại 182 Tô Hiến Thành, Q. 10, TP.HCM. Buổi lễ khai trương có sự hiện diện của ông Domink Fruth, tổng giám đốc Häfele Việt Nam, Singapore, Malaysia cùng với sự tham gia của nhiều khách hàng, đối tác của Häfele và đại diện các cơ quan báo chí, truyền thông. Đây là một địa chỉ mới được bổ sung vào chuỗi showroom của Häfele đã có mặt rộng khắp trên các thị trường trọng điểm trên khắp cả nước như Hà Nội, Đà Nẵng, Nha Trang, TP.HCM và Cần Thơ.

Với qui mô 560m², showroom bao gồm 4 tầng trưng bày, giới thiệu và phân phối các thiết bị gia dụng cao cấp, các thiết bị vệ sinh, phụ kiện tủ và tủ bếp, phụ kiện cửa, phụ kiện công trình... tất cả được thiết kế hiện đại cùng với nhiều tính năng thông minh phù hợp với thị hiếu đa dạng của khách hàng, đem lại cảm giác thoải mái và an toàn trong từng thao tác khi sử dụng. Đây là nơi các khách hàng, nhà thiết kế, kiến trúc sư có thể tham khảo những phong cách đầy cảm hứng, sáng tạo thể hiện tiêu chuẩn cao về một không gian lý tưởng cho cuộc sống hiện đại ngày nay nhằm giúp cho việc lên ý tưởng thiết kế ngôi nhà hay công trình.

CHƯƠNG TRÌNH TRUYỀN HÌNH Ở NHÀ VỚI ÔNG TÁM GIÚP CẢI THIỆN CHẤT LƯỢNG CUỘC SỐNG

CHƯƠNG TRÌNH TRUYỀN HÌNH THỰC TẾ Ở NHÀ VỚI ÔNG TÁM

phát sóng vào lúc 11 giờ 15 phút thứ bảy hàng tuần trên VTV9 đã đi được một nửa chặng đường. Đến với tập tiếp theo này, ông Tám sẽ hướng dẫn người xem cách để ứng dụng nội thất không chỉ dừng lại ở mức đẹp mà còn có năng cao chất lượng cuộc sống của cả gia đình.

Đến với thử thách thực tế lần này, khán giả sẽ được ghé thăm

gia đình chị Bảo Hiếu hiện đang ngụ tại chung cư Bàu Cát 2, quận Tân Bình. Yêu cầu của chủ nhà là có thể kết hợp sinh hoạt trong bếp và phòng khách nhưng vẫn đem lại sự thoải mái và tiện nghi. Mặc dù là một thử thách không hề dễ dàng nhưng hai nhà thiết kế đã hoàn thành xuất sắc và đem đến một không gian vừa tươi mới vừa tinh tế cho chủ nhà.

Khán giả theo dõi hoặc xem lại chương trình trên kênh Youtube - Uma Furniture & Decoration.

Ở nhà với ông Tám đã mở đơn đăng ký cho các gia đình tham gia vào mùa 2, có thể truy cập website của chương trình để có cơ hội được ông Tám ghé thăm và nâng cấp tổ ấm của bạn.

Chương trình *Ở nhà với ông Tám* cảm ơn sự tài trợ của CapitaLand, Red Carpet, Sapuwa, Dulux, Mizada, Avis, JBart và sự bảo trợ thông tin của tạp chí Kiến Trúc & Đời Sống, Sành Điệu, Ray, Ashui.



Mời đọc KT&ĐS
phát hành mỗi đầu tháng
Giá: 25.000đ



ĐẶT BÁO LIỀN TAY TRAO NGAY QUÀ TẶNG

ĐẶT BÁO KIẾN TRÚC & ĐỜI SỐNG

MỘT NĂM (trong đó có sổ xuân giá 47.000đ/cuốn)

bạn đọc được giảm **15%**

giá còn **255.000Đ** (12 kỳ)

và được **TẶNG** một trong hai món quà của UMA.



HOẶC



HAI NĂM (trong đó có sổ xuân giá 47.000đ/cuốn)

bạn đọc được giảm **15%**

giá còn **510.000Đ** (24 kỳ)

và được **TẶNG** một trong hai gói quà của UMA.



+



HOẶC



+



HÃY GỌI ĐỂ ĐƯỢC PHỤC VỤ TẬN NƠI

TP.HCM VÀ CÁC TỈNH THÀNH KHÁC

08 38229314

hoặc **0902636588**

HÀ NỘI

0913039857

ĐÀ NẴNG

0913494640

CẦN THƠ

0934714351

Chương trình chỉ áp dụng cho bạn đọc đặt báo từ ngày 1.6.2015 và trước mắt, do hạn chế về địa lý, phân phối, chương trình chỉ mới áp dụng được cho bạn đọc dài hạn ở TPHCM, Hà Nội, Đà Nẵng, Cần Thơ. Số lượng quà tặng có hạn nên ưu tiên cho bạn đọc đặt báo sớm.

LIFE SPACE
media
COMPANY LIMITED

▶ **Liên hệ ban đọc**

88/1B Mạc Đình Chi,
P. Đa Kao, Q.1, TP.HCM. ĐT: 08.38229314.
Email: bandoc.ktds@gmail.com

▶ **Liên hệ quảng cáo**

Phòng kinh doanh Công ty TNHH Không Gian Sống Media
88/1B Mạc Đình Chi, P. Đa Kao, Q.1, TP.HCM. ĐT: 0902 636 588.
Email: kinhdoanh.ktds@gmail.com

c h ă m s ó c t ù n g **M²** n g ô i n h à c ủ a b ạn

Final
sale

KHUYẾN MÃI LÊN ĐẾN

40%

KHI MUA BỘ SẢN PHẨM GẠCH ỐP LÁT - THIẾT BỊ PHÒNG TẮM CAO CẤP

BẮT ĐẦU TỪ 5/10/2015 - 30/12/2015

CHƯƠNG TRÌNH CHỈ ÁP DỤNG TẠI HỆ THỐNG SHOWROOM VIETCERAMICS TP.HCM



Head Office: 778K/2 Nguyễn Kiệm, Q. Phú Nhuận, HCM

Showroom 1: Shop 11A-15, Star Hill, Phú Mỹ Hưng, Đường Mười Đông, Q.7, HCM

Showroom 2: 207 Tô Hiến Thành, Q.10, HCM

Showroom 3: 768 Sư Vạn Hạnh (nối dài), Q.10, HCM

Northern Branch - Showroom: 15B1 Nguyễn Khánh Toàn, Q. Cầu Giấy, Hà Nội

(08) 38457699

(08) 54161716

(08) 38684783

(08) 62648877

(04) 39630222



www.facebook.com/vietceramics



Hotline: (08) 38422768