

Đổi mới giáo dục trong xu hướng hội nhập vào các sản phẩm thiết kế đồ họa

NGUYỄN THỊ NGỌC CHÂU *

Trường Đại học Kinh tế - Tài chính TP.HCM

Nhận bài: 05/04/2023 - Duyệt đăng: 15/08/2023

(*) Liên hệ: chauntn@uef.edu.vn - ĐT: 0935087396

Tóm tắt:

Với bề dày lịch sử hàng ngàn năm dựng xây đất nước đã tạo nên một nền văn hóa VN đa dạng và phong phú. Điều này không những tạo ra một sức thu hút to lớn và là điểm nhấn của dân tộc với các nước trên thế giới, mà còn yếu tố quan trọng có sức thu hút dài lâu, là nguồn lực thúc đẩy sự phát triển của đất nước, tạo nên sự gắn kết giữa các dân tộc trong nước và thế giới. Các sản phẩm Thiết kế đồ họa là một trong những công cụ góp phần trong việc lưu giữ những giá trị văn hóa dân tộc vô cùng độc đáo và đa dạng của các cộng đồng. Những sản phẩm thiết kế phản ánh được sự đa dạng, độc đáo của văn hóa dân tộc sẽ góp phần tăng cường củng cố và nâng cao vị thế của đất nước đối với cộng đồng quốc tế. Ngày nay trong bối cảnh hội nhập toàn cầu hoá vấn đề phát huy bản sắc văn hóa dân tộc lại càng được đề cao trước sự mai một của bản sắc văn hóa dân tộc và việc gìn giữ văn hoá dân tộc càng trở nên cấp thiết. Việc phát triển bản sắc văn hoá dân tộc vào các sản phẩm thiết kế đồ họa sẽ góp phần tô đậm nền văn hóa VN thêm tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc.

Từ khóa: *Đổi mới giáo dục, phát triển bản sắc văn hóa, văn hoá Việt trong thiết kế.*

Abstract:

With a history of thousands of years of construction, the country has created a rich and diverse Vietnamese culture. This does not create a great attraction and is the highlight of the nation with other countries in the world, but also an important factor with long-term attraction, a source of promoting the development of the country, creating cohesion between the peoples of the country and the world. Graphic design products are one of the tools that contribute to preserving the unique and diverse ethnic cultural values of communities. Design products that reflect the diversity and uniqueness of the national culture will contribute to strengthening and enhancing the country's position in the international community. Nowadays, in the context of globalization integration, the issue of promoting national cultural identity has become more and more important in the face of the disappearance of national cultural identity and the preservation of national culture is becoming more and more urgent. The development of national cultural identity into graphic design products will contribute to highlighting the Vietnamese culture more advanced and imbued with national identity.

Keywords: *Educational innovation, ethnic culture development, vietnamese culture in Design.*

1. Giới thiệu

Lịch sử VN đã trải qua hàng nghìn năm dựng nước và giữ nước, quá trình đó đã tạo nên một nền văn hoá dân tộc đa dạng và đặc sắc mà hàng ngàn đời nay các thế hệ kế tiếp nâng niu, gìn giữ và phát huy. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế hiện nay sự tác động của toàn cầu hoá không chỉ mang lại thời cơ lớn đối với đất nước, mà còn ẩn chứa trong đó những thách thức vô cùng với các quốc gia trên thế giới, nhất là với các nước đang phát triển. Vấn đề hội nhập đưa chúng ta trước rất nhiều lựa chọn cũng như những thách thức với nhiều lĩnh vực khác nhau của đời sống xã hội, trong đó bao hàm cả giá trị văn hoá dân tộc. Hiện nay những trào lưu “lai căng” văn hoá, những văn hoá “độc hại” đang diễn ra lan tràn nhanh chóng cùng với sự mai một của bản sắc văn hóa dân tộc trong giới trẻ, thì vấn đề phát huy bản sắc văn hóa dân tộc lại càng được đề cao trước và việc gìn giữ văn hoá dân tộc càng trở nên cấp thiết. Việc phát triển bản sắc văn hoá dân tộc vào các sản phẩm thiết kế đồ hoạ sẽ góp phần tô đậm nền văn hóa VN thêm tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc. Cuộc sống hiện đại đang chuyển mình thay đổi đã làm mọi thứ trở nên thay đổi, cuộc sống hiện đại giúp con người tiến xa hơn, nhiều lĩnh vực trong cuộc sống đã thay đổi một cách vô cùng nhanh chóng. Dù vậy nhưng có một thứ dứt khoát phải được chúng ta gìn giữ, bảo tồn, phát triển và không để bị mai một là bản sắc văn hóa dân tộc. Bởi lẽ văn hóa truyền thống là cội nguồn của mỗi dân tộc nơi chứa đựng những giá trị không chỉ về vật chất mà cả về tinh thần đã

được ông cha lưu giữ và phát triển từ xa xưa cho đến nay. Giá trị mà văn hoá để lại cho mỗi dân tộc, cho đất nước là vô cùng to lớn. Hội tụ chất lọc những tinh túy, tinh hoa của bao thế hệ đã qua, chính điều đó đã tạo nên một bản sắc dân tộc riêng biệt mà chúng ta không thể dễ dàng đánh mất. Giữ gìn truyền thống văn hóa dân tộc không chỉ là trách nhiệm của đất nước mà còn là trách nhiệm của mỗi công dân trong đất nước. Một dân tộc muốn phát triển về kinh tế, chính trị - xã hội, thì không thể bỏ qua được việc bảo tồn và phát huy văn hóa truyền thống. Bởi lẽ văn hoá là cội nguồn tạo ra những giá trị bền vững, là cái đầu tiên khi nhắc đến một dân tộc một đất nước, là cái còn lại khi mọi thứ trôi qua, cũng là nền tảng đạo đức, hình thành những phẩm chất tốt đẹp để mọi người noi theo và hướng về.

Bản sắc văn hóa từ lâu đã trở thành chất liệu là nguồn cảm hứng cho mỹ thuật nói chung và các thiết kế nói riêng, những năm trở lại đây có nhiều thiết kế giàu bản sắc dân tộc đã tạo được nhiều dấu ấn với những bước chuyển mình đầy sáng tạo. Các sản phẩm thiết kế đã tiếp cận dễ dàng hơn với những thế hệ trẻ, tạo được những cảm hứng lan toả, góp phần thúc đẩy sự phát triển sáng tạo bản sắc văn hóa dân tộc. Thay vì trước đây các sản phẩm đi theo lối mòn thương mại với những thiết kế chuộng các yếu tố ngoại lai, các thương hiệu đã dần dần đổi mới, thay đổi và bứt phá đầy mạnh mẽ với các thiết kế đậm chất văn hoá dân tộc. Vai trò của người thiết kế đã ngày một trở nên ý nghĩa hơn khi họ đã biết đánh thức những nét đẹp ẩn chứa và khơi dậy niềm

cảm hứng dân tộc với những giá trị văn hóa đặc trưng. Những thiết kế theo hướng chạy theo những xu hướng các trào lưu văn hoá thị trường đã dần trở nên bão hòa. Các sản phẩm trước đây có khuynh hướng sinh ngoại dần đã thay bằng các yếu tố của bản sắc văn hóa dân tộc trong những năm gần đây đã thổi một luồng gió mới cho những người sáng tạo. Các sản phẩm với những thiết kế đậm bản sắc dân tộc đó đã tạo được những dấu ấn sâu đậm và dễ dàng được chấp nhận và ủng hộ của người tiêu dùng, bởi sự gần gũi thân quen cũng như khéo léo khơi gợi được lòng tự hào dân tộc ẩn sâu nơi tiềm thức mỗi người. Hiện nay trên thế giới, nhiều nhà thiết kế đã lồng ghép yếu tố nghệ thuật mang tính dân tộc vào thiết kế và chinh phục được bạn bè khắp năm châu. Các sản phẩm Mỹ thuật ứng dụng nói chung và Thiết kế đồ hoạ nói riêng là một trong những công cụ hiệu quả trong việc gìn giữ, bảo tồn và quảng bá những giá trị văn hóa dân tộc đặc sắc của các cộng đồng dân tộc, chính bởi lẽ đó mà càng có nhiều sản phẩm thiết kế mang đậm dấu ấn văn hoá, nét đẹp độc đáo của văn hóa VN thì càng làm tăng lên hình ảnh một VN tươi đẹp trong con mắt những người nước ngoài và gia tăng sự hấp dẫn và nâng cao vị thế của đất nước đối với cộng đồng quốc tế.

Hình ảnh toàn cầu hóa cũng như hội nhập quốc tế hiện nay đang diễn ra càng ngày càng nhanh chóng với tác động vô cùng sâu rộng vào hầu hết toàn bộ các lĩnh vực của đất nước. Vấn đề gìn giữ, phát huy bản sắc văn hóa dân tộc VN đã trở thành một trong những vấn đề ưu tiên vô cùng quan trọng đối với toàn thể dân tộc nói chung

và những nhà thiết kế đồ hoạ nói riêng. Phát triển bản sắc dân tộc Việt qua các sản phẩm thiết kế đồ hoạ góp phần phát triển tình đoàn kết dân tộc và truyền bá một nền văn hoá nước nhà tới các dân tộc với các nước trên thế giới.

2. Cơ sở lý thuyết văn hoá và ứng dụng văn hoá Việt

Bản sắc văn hóa dân tộc VN là một tập hợp chứa đựng những nét đặc thù, riêng biệt và độc đáo được hình thành và phát triển trong một quá trình hình thành, phát triển của dân tộc. Do dân tộc Việt sáng tạo và thể hiện tạo ra với nét riêng của dân tộc, gắn với sự phát triển kinh tế và xã hội chứa đựng trong đó văn hoá, sắc thái, bản chất, cũng là màu sắc đặc trưng của mỗi dân tộc. Người VN cũng giống như những dân tộc khác trên thế giới luôn song hành với các điều kiện tự nhiên và xã hội luôn biến chuyển theo thời gian cũng như dòng chảy lịch sử. Bản sắc của văn hóa cũng nhờ vậy mà luôn vận động, dẫu mang trong mình tính ổn định và bền vững nhưng vẫn không bất biến và trường tồn mà luôn được đúc kết, hun đúc và tôi luyện qua bao thế hệ trong lịch sử. Văn hoá dân tộc như những dòng sông trải qua thời gian và được bồi tụ, lắng đọng những tinh tú làm nên nét đặc sắc của dân tộc. Các quốc gia hiện nay đã biết chú trọng hơn những nghiên cứu di sản văn hóa của dân tộc mình, bởi họ hiểu được rằng nếu không gìn giữ và đề cao các bản sắc của văn hóa dân tộc thì văn hoá thế giới sẽ bị dần bị mất đi và không còn tính đa dạng bởi sự pha tạp, lai căng của các nền văn hóa.

Hoa văn truyền thống là sự kết tinh những tinh hoa từ bàn

tay khối óc của tổ tiên, được hình thành từ tư duy nông nghiệp và phản ánh về ước nguyện no đủ, hạnh phúc và cầu mong cuộc sống tốt đẹp hơn trong tương lai. Văn hóa mỹ thuật VN từ bao đời xưa đã tạo dấu ấn nổi bật với những mảng hình, đường nét, họa tiết, hoa văn trang trí độc đáo, thu hút và đẹp mắt. Được xem là một khía cạnh quan trọng trong bản sắc dân tộc song hành với đó là một nền “Nghệ thuật thủ công có truyền thống hàng ngàn năm đã để lại di sản khổng lồ cho nhân loại. Những phong cách thời đại trong lịch sử văn minh loài người chứng tỏ tính sáng tạo, trí thông minh và bàn tay khéo léo của con người đã có từ rất sớm và ngày càng phát triển đa dạng, phong phú” (Le Huy Van, 2011). Như những đường nét, họa tiết, hoa văn truyền thống của thời kỳ Đông Sơn thể hiện với những hình vẽ kỹ hà đơn giản được cách điệu từ những bông hoa chiếc lá, chim muông, ngôi nhà, những hình ảnh sinh hoạt của con người với cách thể hiện tỉ mỉ và chi tiết hay những hình tượng con Rồng trải dài theo các triều đại của dân tộc, những đường nét trang trí mộc mạc, dung dị nhưng đậm chất thơ, chứa đầy thẩm mỹ của những hình hoa sen, cảnh trúc, chim muông. Hoa văn nổi bật có thể kể đến như hoa văn trên: đồ gốm, trống đồng, đình chùa, trang trí mỹ thuật cung đình Huế. Đặc biệt, hoa văn trang trí mỹ thuật cung đình Huế là hình ảnh chạm trổ trên đồ đồng, đồ gỗ, các bức hoành phi câu đối, bình phong ở các cung điện, thể hiện nghệ thuật điêu khắc trang trí cổ truyền VN. Bản sắc văn hóa dân tộc Việt không những khắc họa được chân

dung một dân tộc, mà còn tạo nên một sức mạnh nội lực vô cùng mạnh mẽ để thúc đẩy một dân tộc phát triển. Bản sắc văn hoá còn góp phần khẳng định nền độc lập, tự chủ của mỗi dân tộc. Trong xu thế toàn cầu hóa hiện nay nói chung, việc giữ gìn và phát huy nên bản sắc văn hóa dân tộc là cơ sở để thúc đẩy sự phát triển nền kinh tế cũng như xã hội, nền tảng cơ bản cho sự nghiệp phát triển toàn diện đất nước đất nước trong bối cảnh mới. Việc giữ gìn nền bản sắc văn hóa dân tộc là hành động, là việc làm của mỗi công dân để hướng tới mục tiêu bảo vệ và giữ gìn những nét đặc trưng văn hoá, một trong những tài sản vô giá và cũng là linh hồn của mỗi dân tộc. Văn hoá dân tộc Việt đã được hình thành, trau dồi và xây dựng qua hàng ngàn năm dựng xây đất nước với biết bao mồ hôi xương máu của các bậc Cha Ông đi trước để xây dựng một nền Văn hoá đa sắc màu, độc đáo, đậm đà bản sắc dân tộc Việt.

3. Phương pháp sử dụng văn hóa dân tộc trong thiết kế

Trong công việc thiết kế tạo ra một sản phẩm phù hợp và hiệu quả, các nhà thiết kế cần phải hiểu biết cũng như nắm rõ các nét đặc trưng trong mỗi nền văn hoá bản địa, nơi mà thương hiệu hướng sẽ đến. Trong thiết kế mỹ thuật ứng dụng, văn hoá là một trong những thành tố vô cùng quan trọng, nó quyết định đến sự thành công hay thất bại của mỗi sản phẩm, bởi văn hoá và nghệ thuật luôn có mối quan hệ chặt chẽ với nhau, tác động lẫn nhau và tồn tại trong nhau. “Văn hoá trở thành sợi dây nối liền con người với con người, nó thực hiện chức năng giao tiếp và có tác dụng liên kết họ lại

với nhau. Nếu ngôn ngữ là hình thức của giao tiếp thì văn hoá là nội dung của nó” (Thêm, 1999). Chính vì thế hoạt động thiết kế luôn bị ảnh hưởng nhiều bởi các yếu tố văn hoá. Trong thiết kế đồ hoạ, một trong những bước đầu tiên và quan trọng nhất chính là nghiên cứu sâu về thương hiệu, về nhóm khách hàng mục tiêu mà thương hiệu đó hướng đến. Và để có được những điều đó, phải cần tìm hiểu về văn hoá bản địa nơi khách hàng mục tiêu sinh sống bởi mỗi vùng miền, mỗi dân tộc, tôn giáo đều có đặc trưng văn hoá riêng. Ở góc độ nào đó, văn hoá có thể làm phức tạp và khó khăn hơn cho thiết kế. Nếu muốn mang sản phẩm, dịch vụ hoặc triển khai một chiến dịch Marketing tại các quốc gia khác, các địa phương khác, thì nhất định phải tìm hiểu rõ văn hoá bản địa tại đó.

Mỗi vùng miền sẽ chứa đựng những nét yếu tố khác nhau những xu hướng thiết kế, ngôn ngữ hình ảnh, những màu sắc, phong chữ và cách phân tầng thông tin nào được sử dụng phổ biến trong thiết kế từ đó hiểu hơn về cách thiết kế phù hợp cho từng nền văn hoá và xu hướng thiết kế. Thiết kế các sản phẩm đồ hoạ ứng dụng phải hiểu rõ nền văn hoá của các sản phẩm được sinh ra chính bởi lẽ đó các sản phẩm thiết kế tốt là những sản phẩm lan toả được bản sắc dân tộc của các sản phẩm đó. Như các sản phẩm “Bao bì còn có chức năng giao tiếp. Bởi lẽ khi bộc lộ tình cảm, lợi ích, nhân sinh quan, khi đó bao bì trở thành một sản phẩm nghệ thuật, là phương tiện giao tiếp giữa người với người, giữa các thế hệ, cộng đồng, sắc tộc giống nhau hoặc khác nhau về văn hoá. Thông qua những hình

ảnh, quá trình tiếp xúc tiêu dùng thường xuyên với thế giới bao bì có chất lượng, chúng ta sẽ được bồi đắp, giàu có hơn về nhận thức thẩm mỹ, lịch sử, đặc biệt là sự giao thoa văn hoá giữa con người giữa các quốc gia” (Tinh, 2018). Các sản phẩm thiết kế bao bì đóng vai trò vô cùng quan trọng trong các thiết kế hệ của một bộ sản phẩm. Những mẫu mã bao bì của các sản phẩm mà có chứa những nét tạo hình ấn tượng, thu hút lại chứa đầy nét bản sắc văn hóa dân tộc sẽ có vai trò rất lớn trong việc thúc đẩy số lượng bán sản phẩm của mỗi doanh nghiệp. “Bao bì là một sản phẩm ứng dụng có tính giao thoa tính hữu dụng sự tiện ích, thẩm mỹ và kỹ thuật, phương thức sản xuất gắn với yêu cầu công năng và giá trị kinh tế, thương mại được sản xuất hàng loạt phổ biến từ địa phương này sang địa phương khác, quốc gia này sang quốc gia khác, từ khu vực vươn ra toàn cầu” (Huy, U, 2013). Bởi lẽ đó, các sản phẩm thiết kế bao bì đem lại nguồn lợi kinh tế, chính trị, văn hóa xã hội vô cùng lớn. Khi đưa các sản phẩm ra thị trường quốc tế, các mẫu mã bao bì còn góp phần quảng bá, truyền đạt các tư tưởng, hình ảnh văn hoá nước nhà đến với các công chúng thế giới, những phong cách, hình ảnh, màu sắc, ngôn ngữ đưa đến tay người tiêu dùng một thông điệp về văn hoá của con người và đất nước sản phẩm được sinh ra.

Tác động của những yếu tố văn hoá dân tộc ảnh hưởng đến quá trình tạo ra các sản phẩm thiết kế là vô cùng lớn. Văn hoá biểu hiện trong các sản phẩm thiết kế là những ngôn ngữ, hình ảnh biểu tượng, màu sắc, ... để có một sản phẩm tốt được thị trường

đón nhận, gây ấn tượng và thu hút khách hàng thì người thiết kế phải hiểu rõ phong tục tập quán, nền văn hoá của nơi mình muốn hướng tới của sản phẩm. Chữ viết trong thiết kế bao gồm hai chức năng cơ bản, một là nghĩa nhằm truyền tải thông tin, ngoài ra nó còn tạo sự chú ý và hấp dẫn thu hút khách hàng. Cũng như màu sắc, chữ cũng chứa đựng những nội dung và ý tưởng, nghệ thuật rất phong phú và sâu sắc. Chính bởi lẽ đó chữ là yếu tố vô cùng quan trọng và không thể thiếu trên mỗi bao bì sản phẩm. Ngoài ra chữ còn mang một yếu tố thẩm mỹ cho mỗi một sản phẩm. Đó là hai chức năng gắn kết chặt chẽ với nhau nhằm thể hiện tính chất và đặc điểm của một sản phẩm thiết. Mỗi dân tộc, mỗi quốc gia đều có một nền văn hóa riêng biệt thể hiện qua ngôn ngữ, chữ viết. Các sản phẩm giao thương giữa các quốc gia có những ngôn ngữ khác nhau, yêu cầu trên bao bì các sản phẩm bên ngoài các thiết kế phải kết hợp giữa chữ bản địa và ngôn ngữ tiếng Anh, vì đây là ngôn ngữ mang tính quốc tế. Lưu ý, có rất nhiều từ ngữ ở quốc gia này mang tới ý nghĩa tích cực nhưng với quốc gia khác lại mang ý nghĩa ngược lại thậm chí chứa những thông tin không tích cực như: “Năm 1970, American Motors đã mắc sai lầm này khi đặt tên cho chiếc xe hạng trung của mình là Matador. Mặc dù cái tên này nhằm gợi lên hình ảnh của lòng dũng cảm và sức mạnh, nhưng nó có thể hơi quá khích đối với người tiêu dùng Puerto Rico. Vì trong tiếng Tây Ban Nha, “matador” có nghĩa là “kẻ giết người”. Không cần phải nói, cái tên đã không tạo được niềm

tin cho người lái xe. Nhà sản xuất bia của Mỹ Coors đã nhận ra rằng bản dịch tiếng lóng chưa chắc khiến người ta hiểu cách bạn chơi chữ. Khi Coors tung ra chiến dịch “Turn it loose” (tạm dịch: nói lỏng, hay uống thỏa thích) đến Tây Ban Nha, có vẻ như các nhà điều hành đã quên xem xét ảnh hưởng của bản dịch đến người tiêu dùng. Khi được dịch sang tiếng Tây Ban Nha, khẩu hiệu đã sử dụng một cụm từ thường được hiểu là “bị tiêu chảy”. Mặc dù chiến dịch tạo được dấu ấn đối với những người mua sắm ở Tây Ban Nha, nhưng đó là một sai lầm về dịch thuật” (Nhi, 2021). Chính vì thế nên hiểu rõ ngôn ngữ và sử dụng cho hợp lý là một trong những điều vô cùng cần thiết ở mỗi nhà thiết kế đồ họa.

Ngoài chữ viết, một yếu tố khác cũng đóng vai trò rất quan trọng trong những thiết kế sản phẩm đó chính là yếu tố màu sắc. Màu sắc là một yếu tố thị giác không chỉ có tác dụng hấp dẫn, thu hút người mua trong các nhận diện thương hiệu sản phẩm. Nhà thiết kế còn dùng màu sắc để biểu đạt những ý tưởng của nhà thiết kế, bởi lẽ màu sắc cũng có một ngôn ngữ riêng mang đậm dấu ấn tượng trưng và góp phần tạo nên những cảm nhận rất khác nhau, dẫn cho cùng một sản phẩm nhưng với những đối tượng thưởng thức khác nhau thì sẽ có những kết quả cung bậc cảm xúc khác nhau. Màu sắc tác động trực tiếp đến cảm nhận, tâm sinh lý, ngoài ra còn chứa đựng tính tôn giáo và phong tục bản địa riêng biệt. Ở mỗi dân tộc, mỗi quốc gia, yếu tố biểu trưng về màu sắc đều có sự khác nhau nên ý nghĩa đằng sau mỗi màu sắc cũng có sự

khác biệt thậm chí là trái ngược hoàn toàn giữa quốc gia này với quốc gia khác. Một trong những yếu tố thiên về thị giác và hấp dẫn trực quan của thiết kế, các yếu tố màu sắc có khả năng tác động đến nhận thức của người dùng về thương hiệu, nên việc sử dụng màu sắc cho phù hợp rất quan trọng. Ngoài ra nắm rõ phong tục, tập quán của đối tượng nơi thương hiệu đang hoạt động là điều cần thiết trong việc thiết kế sản phẩm. Cho dù bạn là một nhà thiết kế tự do, hay đang làm việc tại một tập đoàn lớn, tất cả những chi tiết nhỏ trong thiết kế của bạn cần có sự liên hệ sâu sắc với văn hoá của đối tượng mà bạn đang nhắm mục tiêu. Khi thiết kế đáp ứng được văn hoá, nó có thể mang lại cho bạn nhiều cơ hội thành công hơn.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1 Sản phẩm dựa trên họa tiết tranh Hàng Trống

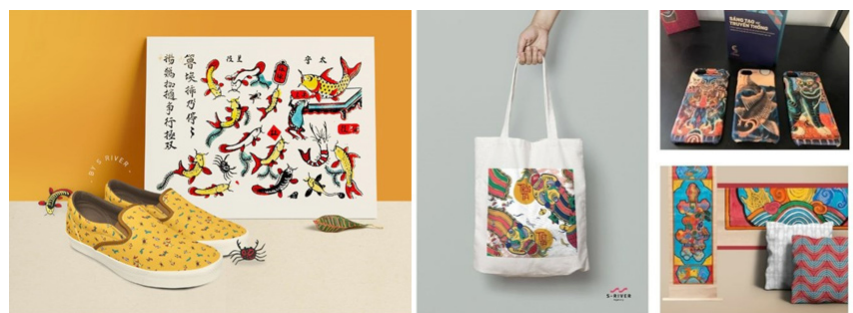
Dòng tranh Hàng Trống với những đường nét tinh tế, thanh mảnh nhưng không kém phần yêu điệu đã khéo léo thể hiện và phản ánh những nội dung đa dạng với nhiều chủ đề, thể loại phong phú giàu, đa dạng ẩn chứa các giá trị về phong tục văn hoá người Việt, được các nhà thiết kế của nhóm S-River một trong những thể hệ nhà thiết kế mỹ thuật hiện

đại của VN tìm tòi, khai thác và đưa vào ứng dụng trong thiết kế. Từ đó những giá trị truyền thống, những nét đẹp tinh tế trong tranh Hàng Trống được lưu giữ và thể hiện qua những sản phẩm thiết kế ứng dụng đương đại, từ đó lan tỏa tinh thần trách nhiệm gìn giữ, bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa trong đời sống đương đại. Với tình yêu và nhiệt huyết của những tuổi trẻ, với muốn lưu giữ một nét đặc sắc, tinh hoa của dân tộc ngay trong nhịp sống đương đại, đồng thời nhóm S-River với dự án Họa Sắc Việt tạo ra một động lực, nhiệt huyết của người làm thiết kế tạo ra được những tác phẩm mang tầm bản sắc dân tộc VN. Một tấm gương đầy ý nghĩa đến với mọi người tạo nên một phong cách văn hóa Việt đậm bản sắc không chỉ trong nước mà hình ảnh con người Việt còn được truyền bá tới các bạn bè trên thế giới qua các sản phẩm thiết kế ứng dụng.

4.2 Sản phẩm ứng dụng từ tranh Đông Hồ

Với hướng đi là vẽ lại những tác phẩm của các dòng tranh Đông Hồ, tranh Hàng Trống, ... sau đó thiết kế lại rồi trực tiếp in trên các sản phẩm ứng dụng nhưng túi xách, lịch, sổ, bao lì xì, ... nhà thiết kế trẻ Nguyễn Xuân Lam đã khéo léo đưa nền văn hoá dân tộc

Hình 1: Các sản phẩm ứng dụng họa tiết tranh Hàng Trống của nhóm S-River



Nguồn: baovanhoa.vn

đến gần hơn với bạn trẻ, góp chút sức nhỏ mong truyền cảm hứng và những nét văn hóa lâu đời cho các bạn trẻ hiện nay. Nghệ sĩ tài hoa trẻ tuổi đã góp phần bảo tồn giữ gìn dòng tranh dân gian cũng như bảo vệ cội nguồn của lịch sử.

Một bộ sưu tập quà tặng có thiết kế vô cùng ấn tượng được lấy cảm hứng từ tranh Đông Hồ “Tam Dương Khai Thái” chứa đựng và truyền tải nhiều ý nghĩa đặc biệt. Qua hình tượng chú gà trống với ý nghĩa dân gian là mang đến sự may mắn, hóa giải sát khí cho con người. Hình ảnh hai chú gà với hình dáng đứng đối xứng oai phong, cùng hình ảnh mặt trời mang ý nghĩa ngày mới, vận hội mới, mọi chuyện được hanh thông, phát triển, thiên nhiên, con người có sự hoà hợp với nhau và thúc đẩy sự vươn lên trước mọi nghịch cảnh. Cũng bởi những thông điệp tươi sáng và tốt đẹp ẩn sâu trong đó nên thương hiệu Kết đã khéo léo và tài tình tạo ra một thiết kế quà Tết với hình tượng chính là hai chú gà làm điểm nhấn chính kết hợp với những hoa văn mây núi chim muông nhằm gửi gắm những thông điệp nhân văn tới từng khách hàng.

4.3 Sản phẩm thiết kế sử dụng hình ảnh Tuồng Việt

Tôn vinh song hành nét văn hóa truyền thống lâu đời là kỹ thuật tạo chất liệu giấy Trúc chỉ, kết hợp một loại hình nghệ thuật Tuồng là một bước đi lưỡng tiện của nhà thiết kế trẻ Bích Ngọc. và tác phẩm đã được vinh danh “Tại cuộc thi do tạp chí Graphic Design USA (Mỹ) tổ chức quy tụ gần 10,000 tác phẩm tham gia, bộ poster liên hoàn vở tuồng cổ San Hậu với chất liệu trúc chỉ đoạt giải

Hình 2: Các sản phẩm thiết kế của Nguyễn Xuân Lam



Nguồn: rgb.vn

Hình 3: Sản phẩm bộ quà tết của công ty Kết



Nguồn: vtv.vn

thưởng American Graphic Design Award 2017 (Giải thiết kế đồ họa Mỹ) ở hạng mục Student design (sinh viên thiết kế). Tác phẩm đoạt giải thưởng nói trên thuộc dự án Nghệ thuật trúc chỉ VN của cô gái quê Quảng Ngãi Đặng Thị Bích Ngọc, 23 tuổi” (TRUNG, 18/02/2018). Sản phẩm là bộ poster quảng cáo về một đêm biểu diễn của vở tuồng cổ San Hậu qua các những gương mặt với các sắc thái biểu cảm khác nhau của các nhân vật đặc trưng cho tinh thần vở diễn, “gồm: Khương Linh Tá - dũng tướng, bộc trực; Tạ Ôn Đình - phản Tề, dữ dằn; Phan Đình Công - lão tướng, trung can,

nghĩa khí và Phan Diệm - con trai tướng Phan, cổ quái, phi thường” (TRUNG, 18/02/2018). Việc sử dụng chất liệu Trúc chỉ làm ngôn ngữ thể hiện chất liệu cho poster tuồng đã góp phần thu hút đưa công chúng chú ý hơn về một loại hình văn hóa truyền thống độc đáo có từ lâu đời của nghệ thuật người Việt.

Một sản phẩm khác cũng về chủ đề Tuồng được thể hiện bởi những nhà thiết kế trẻ mang lại màu sắc và âm hưởng mới của thời đại. Bộ nhận diện thương hiệu Tuồng Việt của nhóm học viên D1909H Arena Multimedia D29 Phạm Văn Bạch, Hà Nội. Thành

viên thực hiện bao gồm Nguyễn Khánh Ly - Nguyễn Quốc Khánh - Nguyễn Trọng Tiến - Nguyễn Lê Ngọc Kiên đã khắc hoạ được những đặc điểm đặc sắc của loại hình nghệ thuật Tuồng. Nhóm nhà thiết kế trẻ đã khéo léo vận dụng tài tình các đường nét, hình ảnh tới màu sắc, ... đưa nét văn hoá dân tộc Việt tới gần hơn với công chúng. Đó cũng chính là tín hiệu đáng mừng khi các bạn trẻ những chủ nhân tương lai của đất nước hiểu, yêu mến và có ý thức xây dựng nền nghệ thuật dân tộc.

5. Đề xuất kiến nghị

Thế giới ngày càng mạnh mẽ với xu hướng hội nhập, giao lưu và phát triển, bên cạnh mặt tốt của sự phát triển của kinh tế và giao thoa văn hoá, mở ra nhiều cơ hội để truyền thông và quảng bá nền văn hóa VN đến với thế giới, thì hội nhập cũng ảnh hưởng đến một số loại hình văn hóa truyền thống dần bị mai một. Giữ gìn bản sắc văn hóa là một yêu cầu vừa lâu dài vừa cấp thiết, của mỗi dân tộc cũng như mỗi cá nhân. Nhà trường, gia đình và xã hội phải tích cực trong việc tăng cường giáo dục cho mọi người dân hiểu được những nét đẹp và tầm quan trọng trong văn hóa truyền thống. Phải có những giải pháp và kế hoạch đồng bộ về các vấn đề gìn giữ, bảo tồn và phát huy những tinh hoa bản sắc dân tộc. Tuy nhiên việc này không phải là của một ban ngành nào mà phải là sự gắn kết chung tay của toàn xã hội, trong giáo dục cũng phải đưa ra những định hướng lâu dài, quy củ có tính hệ thống. Vấn đề hiện nay là phải làm sao để có thể hoà nhập mà không hoà tan, thì trong bản thân mỗi người đều phải có một ý thức của việc

Hình 4: Bộ Poster tường cổ San Hậu bằng chất liệu trúc chi



Nguồn: ldesign.vn

Hình 5: Đồ án “Tuồng Việt”



Nguồn: Arena-multimedia.vn

giữ gìn những nét đẹp văn hoá truyền thống dân tộc, nhất là đối tượng thanh thiếu niên, chủ nhân tương lai của đất nước. Để bạn bè quốc tế hiểu và yêu thích văn hóa của đất nước mình thì từng người, từng cá nhân phải tự tìm hiểu và trau dồi hiểu biết về nền văn hoá đất nước thì mới có thể lan toả được nét văn hoá đặc sắc của dân tộc. Bản sắc văn hoá đất nước có thể đến được với công chúng thế giới thì mỗi cá nhân là một thành tố góp phần lan toả nó, từ việc hiểu rõ được truyền thống văn hoá dân tộc nước sau đó trở thành một kênh truyền thông hữu hiệu đến với công chúng. Giữ gìn, phát huy truyền thống văn hoá thì phải bắt nguồn từ những việc như giữ gìn truyền thống của mỗi gia đình, mỗi vùng miền, từng người

dân phải tự có nếu cao tinh thần gìn giữ những giá trị văn hoá từ vật thể đến phi vật thể của đất nước dân tộc.

Ngoài các chính sách từ nhà nước với những biện pháp ngăn ngừa những hành vi có tác động chống phá đến truyền thống văn hoá, các vấn đề bảo tồn các di tích, những giá trị văn hoá phi vật thể cũng cần có sự quan tâm hơn nữa với những việc làm cụ thể ngay chính trong môi trường giáo dục. Bởi lẽ, nơi đây ươm mầm cho những mầm non và cũng là trụ cột tương lai của đất nước.

Trong các trường học các học sinh, sinh viên phải được dạy về vai trò và tầm quan trọng của các yếu tố văn hóa, những truyền thống tốt đẹp của dân tộc. Để học sinh, sinh viên thêm hiểu và

yêu thích thì cần có một cách dạy trực quan hơn về môn Lịch sử và Văn hoá bằng việc kết hợp với đồ ngoại tới các bảo tàng hay khu di tích lịch sử.

Những trường đại học có các ngành liên quan tới Mỹ thuật ứng dụng thì việc định hướng cho các nhà thiết kế trẻ tương lai sau này lại càng được chú trọng hơn nữa. Một số môn học về cơ sở văn hóa, lịch sử mỹ thuật, nghiên cứu vốn cổ, ... đã được đưa vào giảng dạy ở một số trường có ngành thiết kế nhưng vẫn chưa được chú trọng và chưa thực sự gây thu hút đối với người học. Một phần do chương trình dạy chưa thực sự gắn chặt với thực tiễn, chưa thực sự đưa ra các phương hướng ứng dụng vào các sản phẩm thiết kế, các bài học vẫn chỉ dừng lại ở các lý thuyết các nội dung lịch sử nên gây nhàm chán khi học. Thiết nghĩ chúng ta cần có các môn học thực hành mang tính ứng dụng để giảng dạy song song bên những môn liên quan tới các lịch sử và văn hóa, từ đó sinh viên có dịp nghiên cứu tạo ra các sản phẩm thiết kế tạo hứng thú khi học và với những sản phẩm thiết kế mang âm hưởng dân tộc lại một lần nữa góp phần tạo ra hiệu ứng quảng bá thêm những nét đặc sắc dân tộc nước nhà.

Các hoa văn, họa tiết truyền thống dân tộc có nhiều trong các vốn cổ và các trang phục dân tộc, môn ghi chép vốn cổ cần được chú trọng. Để tạo sức hút cho môn học người xây dựng chương trình cần tạo điều kiện cho sinh viên, học sinh trực tiếp đi ra các công trình văn hóa cổ như chùa, miếu, đền thờ, bảo tàng, ... để thu thập tài liệu, trực tiếp vẽ lại các vốn cổ giúp người học hiểu

Hình 6: Sản phẩm ứng dụng vốn cổ vào môn Lịch sử Mỹ thuật



rõ hơn về sự ra đời và cách thức truyền đạt các hoa văn, họa tiết của ông cha đi trước, từ đó kết hợp vào trong những sản phẩm thiết kế ứng dụng.

Bên cạnh đó mở ra các hội thảo, diễn đàn về văn hóa để truyền bá các giá trị truyền thống của dân tộc nước ta trong các trường đại học cao đẳng, đưa các ví dụ về các thiết kế ứng dụng tại một số quốc gia trên thế giới đã có nhiều tác phẩm thiết kế kết hợp với yếu tố văn hóa dân tộc nước nhà đạt hiệu quả cao, độc đáo và ấn tượng. Khuyến khích và tạo động lực cho các sinh viên thực hiện các đồ án, bài tốt nghiệp và các cuộc thi thiết kế mang đậm nét văn hóa nước nhà, tăng cường các giải thưởng về văn hoá dân tộc.

Với những sản phẩm hướng tới các yếu tố truyền thống thường là

những lĩnh vực thường kén đầu ra và các sản phẩm thường có phân khúc thị trường khá hẹp chính vì vậy độ rủi ro cũng rất cao. Trong đó nhà nước nên có một chính sách và đưa ra cơ chế riêng cho các công ty, các doanh nghiệp đang hoạt động trong lĩnh vực bảo tồn di sản văn hoá dân tộc, điều này sẽ có tác động tích cực, thúc đẩy và khuyến khích cộng đồng dân thân vào hoạt động bảo tồn di sản, góp phần giúp các doanh nghiệp phát triển một cách bền vững hơn, có nhiều lợi thế hơn để kinh doanh văn hóa.

Thiết nghĩ với sự chung tay của các ban ngành, đoàn thể cũng như mỗi cá nhân sẽ góp phần xây dựng một giá trị tiên bộ, nhân văn, tiếp thu có chọn lọc tinh hoa văn hóa nhân loại, hướng tới một nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, tạo động lực thực hiện khát vọng phát triển đất nước VN phồn vinh, hạnh phúc●

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Le Huy Van, T. V. B. (2011). *Lịch sử Design*. Construct Publishing House.
- Nhi, T. Y. (2021). 10 công ty quốc tế thất bại trong marketing vì dịch thuật. Retrieved from <https://translationifk.com/ja/10-cong-ty-quoc-te-that-bai-trong-marketing-vi-dich-thuat-ifk/>
- Thêm, T. N. (1999). *Cơ sở văn hoá VN*. Hà Nội NXB Giáo Dục.
- Tinh, Đ. K. (2018). *Xã hội học và lý luận phê bình Nghệ thuật*. TP.HCM: NXB Mỹ thuật.
- Trung, T. (18/02/2018). *Poster vở tường cổ San Hậu chất liệu trúc chi đoạt giải thưởng Mỹ*. Retrieved from <https://idesign.vn/eco-art/i-gallery/poster-vo-tuong-co-san-hau-chat-lieu-truc-chi-doat-giai-thuong-60719.html>