

DI SẢN VĂN HÓA NGHỆ THUẬT VÀ THIẾT KẾ XÃ HỘI Ở VIỆT NAM

CULTURAL HERITAGES AND SOCIAL DESIGN IN VIET NAM

MÃ THANH CAO^(*)

TÓM TẮT: Trong hoàn cảnh hội nhập toàn cầu, ngành thiết kế xã hội ở Việt Nam không thể đứng ngoài xu thế hiện nay của khu vực và thế giới. Để có được một vị trí nhất định, góp phần vào việc phát triển đất nước bền vững, ngành thiết kế xã hội ở Việt Nam cần phải đi đúng hướng bằng cách tích hợp các giá trị của kho tàng di sản văn hóa nghệ thuật dân tộc với những yếu tố mới để tạo ra những sản phẩm đáp ứng nhu cầu phát triển của xã hội.

Từ khóa: bản sắc dân tộc; di sản văn hóa nghệ thuật; thiết kế và thiết kế xã hội.

ABSTRACT: In the context of global integration, Social Design in Viet Nam can't stay separately from the regional and global trend. To have a certain position, contributing to sustainable development of the country, Social Design in Viet Nam needs to go in the right direction by integrating the values in the treasure of national cultural and artistic heritages with new elements to create products to meet the growing needs of society.

Key words: national identity; cultural and artistic heritage; design and social design.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Ngành thiết kế ra đời từ rất lâu, thăng trầm theo từng giai đoạn của lịch sử và ngày càng phát triển mạnh. Trong xã hội hiện đại, vai trò của ngành thiết kế ngày càng được coi trọng vì thiết kế tác động đến mọi lĩnh vực đời sống con người từ những vật dụng nhỏ trong đời sống thường nhật đến những thiết kế có quy mô một đô thị, thậm chí một quốc gia. Khi ngành thiết kế phát triển nhanh đáp ứng nhu cầu sản xuất, tiêu dùng của xã hội cũng đã dẫn đến những hệ lụy. Với sự phát triển vũ bão của các ngành công nghiệp, việc khai thác tài nguyên thiên nhiên một cách ồ ạt, dẫn đến ô nhiễm môi trường, tàn phá thiên nhiên. Ngoài ra, các vấn đề xã hội cũng đặt ra cho ngành thiết kế những vấn đề như mâu thuẫn trong xã hội, sự phân biệt giàu nghèo, sự bất công trong xã hội giữa các cộng đồng, tầng lớp, phân biệt chủng tộc, bạo hành phụ nữ, trẻ em... Vì vậy, ngành thiết kế đã phải tự thay đổi mạnh ở các nước phương

Tây từ thập niên 70 của thế kỷ trước bằng cách quan tâm đến việc phục vụ xã hội, góp phần cải tạo xã hội thông qua các sản phẩm của mình. thiết kế xã hội luôn mang tính nhân văn khi quan tâm đến việc nâng cao chất lượng cuộc sống cho mọi người không phân biệt tuổi tác, giàu nghèo, dân tộc, quốc gia, khu vực. Một trong những vấn đề đang được ngành thiết kế xã hội chú trọng đó là việc bảo vệ môi trường sống xanh bằng nhiều giải pháp khác nhau như tiết kiệm nguyên liệu, sử dụng nguyên liệu thân thiện môi trường, xử lý chất thải.

Việt Nam cũng không nằm ngoài xu hướng chung của thế giới về định hướng phát triển ngành thiết kế vì cộng đồng, vì sự phát triển xã hội bền vững. Để có được vị thế trong ngành thiết kế, các nhà hoạch định và các nhà thiết kế cần nhìn nhận một cách khách quan thực trạng của ngành này ở Việt Nam. Bắt đầu từ việc hiểu đúng những khái niệm thiết kế, thiết kế xã hội, Nhà thiết kế đến những thuận lợi, khó

^(*) TS. Trường Đại học Văn Lang, cao.mt@vlu.edu.vn, Mã số: TCKH23-23-2020

khăn, thách thức hiện nay. Để đạt được một vị thế nhất định trong ngành thiết kế xã hội trong khu vực và quốc tế, vừa mang tính hiện đại vừa mang dấu ấn Việt Nam, không có con đường nào khác ngoài việc tăng cường giao lưu quốc tế và phát huy những giá trị di sản văn hóa nghệ thuật truyền thống.

2. NỘI DUNG

2.1. Thực trạng của ngành thiết kế xã hội ở Việt Nam

Thiết kế là một khái niệm không còn mới ở Việt Nam, nhất là giới trẻ. Bởi một số ngành trong lĩnh vực này đã được giảng dạy trong các cơ sở đào tạo chuyên như thiết kế đồ họa, thiết kế sản phẩm, thiết kế thời trang, thiết kế nội thất,... Các cụm từ như thiết kế cộng đồng, thiết kế công cộng, thiết kế môi trường, thiết kế xanh, thiết kế bền vững cũng đã được đề cập trên các phương tiện thông tin đại chúng. Tuy nhiên, thiết kế xã hội (Social Design) vẫn còn là một khái niệm tương đối mới đối với nhiều người Việt Nam.

2.1.1. Khái niệm thiết kế xã hội

Thiết kế xã hội: Trên thế giới có rất nhiều định nghĩa về “Social Design”, nhất là ở các nước có ngành này phát triển. Một trong những khái niệm về thiết kế xã hội được Giáo sư danh dự Lịch sử thiết kế tại Đại học Illinois, Chicago Victor Margolin đưa ra khá dễ hiểu: *“thiết kế cho xã hội, thay đổi sinh thái và xã hội của con người”* [5]. Nhưng dù các chuyên gia hiểu, giải thích theo cách này hay cách khác, cuối cùng vẫn có chung nội dung về mục đích và vai trò của thiết kế xã hội đối với xã hội là tạo ra những sản phẩm phục vụ xã hội và góp phần vào việc cải tạo, phát triển xã hội để cuộc sống con người ngày càng tốt đẹp hơn, với cả những người kém may mắn trong xã hội.

Không phải tự nhiên mà ngày nay khắp nơi trên thế giới, nhất là ở các nước có ngành thiết kế xã hội như: Đan Mạch, Hà Lan, Anh, Pháp, Italia, Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc,... phát triển đều quan tâm các vấn đề như bảo vệ môi trường, chống biến đổi khí hậu, hạn chế hiệu ứng nhà kính, tiết kiệm nhiên liệu thiên nhiên

vì tất cả các vấn đề đó đang ảnh hưởng nghiêm trọng đến đời sống của con người, đe dọa hủy diệt sự sống trên trái đất trong một tương lai không xa. Nhiều vấn đề nóng của xã hội (thất nghiệp, nghèo đói, dịch bệnh), các tệ nạn xã hội (ma túy, buôn người, buôn bán nội tạng người), bạo hành trẻ em và phụ nữ,... đang được thiết kế xã hội chú trọng. Để đạt được mục đích và thực hiện được vai trò đó, nhà thiết kế có một vị trí quan trọng, mang ý nghĩa quyết định như một chủ thể sáng tạo nghệ thuật.

Nhà thiết kế: Ở Việt Nam hiện nay, một trong những định nghĩa dễ hiểu và tương đối sát về nhà thiết kế, là khái niệm được ghi trong từ điển Anh - Việt của Viện Ngôn ngữ. Nhà thiết kế là *“người phác họa, người vẽ kiểu, người phác thảo cách trình bày, người trang trí, người thiết kế”* [4].

Nhà thiết kế xã hội (Social Designer): Với mục đích phục vụ và góp phần thay đổi xã hội, thiết kế xã hội đòi hỏi người hoạt động trong lĩnh vực này phải có trách nhiệm với xã hội bằng khả năng sáng tạo khi trực tiếp tham gia vào quá trình tạo ra sản phẩm đáp ứng nhu cầu của xã hội. Những sản phẩm khi được lưu hành trong xã hội có thể ảnh hưởng nhất định đến ý thức, hành vi của người tiêu dùng. Nên nhà thiết kế có vai trò gián tiếp trong tiến trình phát triển của xã hội. Để thực hiện vai trò và nhiệm vụ, trong ý tưởng sáng tạo, nhà thiết kế xã hội không chỉ quan tâm đến các yếu tố làm tăng giá trị kinh tế thuần túy của sản phẩm khi đưa ra thị trường, mà còn phải quan tâm đến các yếu tố có lợi cho con người hay môi trường tự nhiên. Và muốn làm tròn vai trò của mình, nhà thiết kế xã hội không chỉ trang bị cho bản thân các kỹ năng chuyên môn của một nhà thiết kế, các kỹ năng mềm trong cuộc sống, mà còn có kiến thức nền tảng về văn hóa nghệ thuật truyền thống dân tộc, khả năng kết hợp tinh tế giữa những giá trị truyền thống và những yếu tố của thời đại.

2.1.2. Thiết kế xã hội ở Việt Nam hiện nay

Thực tế, ngành Thiết kế ra đời ở Việt Nam từ rất lâu, theo tiến trình lịch sử dân tộc.

Trong tất cả các lĩnh vực của đời sống xã hội, từ những đồ dùng, công cụ đến không gian sống đều có sự tham gia của thiết kế như đồ đá, đồ gốm thô sơ, đồ đồng tới những ngôi đình chùa, miếu mạo, những tác phẩm điêu khắc trang trí hay các bộ tranh dân gian,... Thiết kế đã góp phần thúc đẩy xã hội Việt Nam phát triển. Ngành Thiết kế ở Việt Nam đã có những tiến bộ rõ nét nhất từ khi tiến hành chính sách đổi mới. Vai trò của thiết kế trong nhiều lĩnh vực đã tạo ra các sản phẩm thúc đẩy việc lưu thông hàng hóa khi Nhà nước chủ trương đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm nông nghiệp, tiểu thủ công nghiệp là không thể phủ nhận trong thời gian qua. Đội ngũ nhà thiết kế ngày càng đông hơn và hoạt động ở mọi lĩnh vực. Những người trẻ tuổi với lợi thế về khả năng tiếp cận các thành tựu khoa học, công nghệ hiện đại đã mạnh dạn trên con đường sáng tạo của mình và gặt hái được những thành tựu nhất định. Tuy nhiên, để theo kịp các xu hướng thiết kế mới, định hướng phát triển,... còn nhiều vấn đề phải thực hiện, nhất là công tác đào tạo các nhà thiết kế chuyên nghiệp và chính sách của Nhà nước trong lĩnh vực đầu tư, khuyến khích ngành nghề đặc thù.

Dù đã có những bước phát triển nhanh và rộng trong lĩnh vực thiết kế, nhưng so với nhiều nước trong khu vực và thế giới, chúng ta vẫn là một trong những nước tiếp cận với ngành Thiết kế xã hội khá muộn. Thiết kế xã hội đã có ở Mỹ và các nước châu Âu từ giữa thế kỷ XX với sự quan tâm về lợi ích xã hội khi thiết kế sản phẩm và sang thế kỷ XXI, thiết kế xã hội càng được chú trọng hơn và trở thành xu hướng tất yếu của thiết kế hiện đại. Ở Việt Nam trong những năm gần đây mới được đặt ra và còn khá lúng túng trong việc chọn cho mình một con đường và các bước đi tiếp theo. Một trong những dấu hiệu đáng mừng khi một số cơ sở đào tạo đã quan tâm đến công tác nâng cao trình độ cho các nhà thiết kế tương lai bằng nhiều hình thức liên kết đào tạo với nước ngoài, tổ chức các hoạt động giao lưu với nhiều trường, hiệp hội

thiết kế của những nước có kinh nghiệm đào tạo và gắn đào tạo với nhà doanh nghiệp.

Vài năm gần đây, cộng đồng đã hào hứng với việc vẽ tranh trên tường của các tổ chức, cá nhân trong nước và quốc tế như ở phố Phùng Hưng, Thành phố Hà Nội, Làng Bích Họa hữu nghị Việt – Úc, thành phố Cao Lãnh, Đồng Tháp. Gần đây ở làng chài Cảnh Dương, Quảng Bình cũng đã có đề án tranh tường khá đẹp, độc đáo mang dấu ấn riêng của làng chài cổ từ thế kỷ XVII. Những nội dung ca ngợi truyền thống yêu nước chống ngoại xâm của làng, ca ngợi nghề cá, thông điệp kêu gọi bảo vệ các loại chim, thú rừng và môi trường và các sinh vật biển.



Hình 1. Làng chài Cảnh Dương, Quảng Trạch
Quảng Bình [7]

2.2. Giá trị di sản nghệ thuật truyền thống trong thiết kế xã hội

2.2.1. Sự cần thiết thể hiện các giá trị di sản văn hóa nghệ thuật dân tộc trong thiết kế xã hội hiện đại

Nghệ thuật được coi như một thành tố cấu thành văn hóa như Hội nghị quốc tế của UNESCO từ ngày 26-7 đến ngày 06-8-1982 đã khẳng định, văn hóa gồm: “*Nghệ thuật và văn chương, những lối sống, những quyền cơ bản của con người, những hệ thống những giá trị, những tập quán và những tín ngưỡng*” [3, tr.7].

Tác động của những tiến bộ trong lĩnh vực tin học và viễn thông, mối liên kết và trao đổi giữa các khu vực, các quốc gia, các tổ chức hay các cá nhân trong mọi lĩnh vực đời sống trên quy mô toàn cầu ngày càng tăng, mối quan hệ giữa các khu vực trên thế giới cũng ngày càng gần gũi hơn, nhằm tăng cường trao đổi và hiểu

biết lẫn nhau hướng tới một nền văn minh toàn cầu. Toàn cầu hóa giúp con người hiểu hơn về thế giới ở quy mô toàn cầu trong nhiều lĩnh vực, trong đó có văn hóa nghệ thuật. Tuy nhiên, toàn cầu hóa là hướng tới đảm bảo sự đa dạng của văn hóa, không nhằm triệt tiêu bản sắc riêng của mỗi cộng đồng dân tộc. Tuy nhiên, toàn cầu hóa đặt ra nhiều thách thức cho những cộng đồng, cá nhân trong việc giữ gìn bản sắc dân tộc. Trong thời đại toàn cầu hóa, thiết kế xã hội phục vụ cho toàn nhân loại, đương nhiên nó phải mang tính đại chúng. Với vai trò góp phần thay đổi cuộc sống con người ngày càng tốt đẹp hơn nên thiết kế xã hội luôn mang tính nhân văn.

Tuy vậy, sản phẩm của thiết kế xã hội cũng như tác phẩm mỹ thuật vẫn luôn mang bản sắc của cộng đồng xã hội với những đặc trưng trong nội dung và hình thức thể hiện. Bản sắc dân tộc được hình thành qua quá trình lao động sáng tạo của một cộng đồng có chung lãnh thổ, ngôn ngữ, nghệ thuật, phong tục tập quán trong một hoàn cảnh lịch sử xã hội cụ thể. Nó thể hiện mối quan hệ giữa con người với môi trường tự nhiên và môi trường xã hội. Trong những mối quan hệ đó, con người đã sáng tạo ra các giá trị văn hóa, các tiêu chí chân, thiện, mỹ và các chuẩn mực nhân văn làm nền tảng cho giá trị của một dân tộc. Hệ thống các giá trị mang tính đặc thù ấy giúp phân biệt nền văn hóa này với những nền văn hóa khác. Bản sắc dân tộc được duy trì, tái tạo cùng với sự cải biến trong giới hạn để vừa lưu giữ những giá trị trong quá khứ vừa góp phần tạo ra giá trị mới. Chính điều này tạo nên sức sống của mỗi dân tộc; đúng như nhà nghiên cứu Chu Quang Trứ đã khẳng định: *“Tất cả những nét đặc sắc của dân tộc tạo thành trong trường kỳ lịch sử, trong cuộc giao lưu văn hóa phức tạp, để kiến định một bản lĩnh mà tồn tại đỉnh đạc, ta mãi là ta, ta ngày càng đậm càng sắc trong trào lưu tiến hóa của loài người”* [2, tr.111].

Như vậy, theo định nghĩa về bản sắc dân tộc và khái niệm thiết kế xã hội đã trình bày, sự cần thiết tích hợp những giá trị văn hóa nghệ

thuật truyền thống trong sản phẩm thiết kế xã hội hiện đại đã khẳng định. Với mục đích phục vụ cho đời sống con người, đối tượng phục vụ được thiết kế xã hội nhắm đến trước tiên là cộng đồng các dân tộc đang sống trên lãnh thổ Việt Nam. Để gắn kết các cộng đồng ấy, đáp ứng các nhu cầu của cộng đồng với những phong tục, tập quán, nhà thiết kế không thể không quan tâm đến những giá trị đã được cộng đồng tích lũy từ đời này qua đời khác để chuyển tải thông điệp tốt nhất đến cộng đồng đó. Hơn nữa, bản thân nhà thiết kế cũng là một thành viên trong cộng đồng mang bản sắc ấy, nên các giá trị có thể đã được thấm thấu trong quá trình sống, học tập và trưởng thành. Theo dòng lịch sử, tính dân tộc và hiện đại sẽ được sàng lọc và bồi đắp thêm. Cái gì hay, đẹp và có giá trị thì được lưu giữ và phát triển, cái gì chưa hay, chưa đẹp, không phù hợp, không còn có giá trị thì dần dần sẽ bị loại trừ như một quy luật tất yếu của sự phát triển.

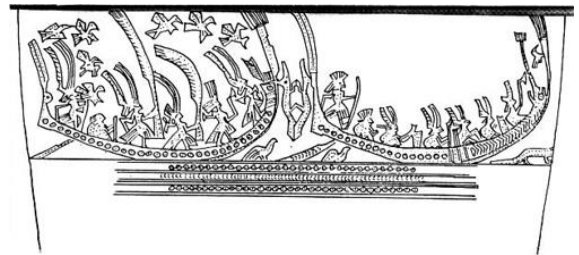
2.2.2. Sự thể hiện các giá trị di sản văn hóa nghệ thuật dân tộc trong thiết kế xã hội ở Việt Nam hiện đại

Khi so sánh một sản phẩm thiết kế với một tác phẩm mỹ thuật, chúng ta không khó nhận ra sự giống và khác nhau giữa chúng. Người nghệ sĩ tạo ra tác phẩm mỹ thuật luôn chú trọng đến yếu tố thẩm mỹ; Nhà thiết kế khi sáng tạo vừa phải quan tâm đến lợi ích thực tế cho người sử dụng vừa phải chú trọng yếu tố thẩm mỹ của sản phẩm. Để thiết kế xã hội Việt Nam trong thời hiện đại có một vị trí nhất định, vừa mang dấu ấn của thời đại, vừa mang bản sắc riêng, các nhà thiết kế phải khéo léo tích hợp các yếu tố thẩm mỹ tạo nên bản sắc dân tộc của kho tàng di sản văn hóa nghệ thuật kết hợp với các quan niệm thiết kế hiện đại mang tính toàn cầu. Bản sắc dân tộc trong nghệ thuật truyền thống gồm: nội dung và hình thức thể hiện. Về nội dung, bản sắc dân tộc thể hiện qua chủ đề tư tưởng và qua hình tượng nghệ thuật. Các hình tượng nghệ thuật thể hiện lối sống, cách suy

nghĩ, cách giải quyết các quan hệ giữa con người với tự nhiên và xã hội đã làm nên tinh thần, cốt cách của dân tộc. Về hình thức, bản sắc dân tộc thể hiện qua ngôn ngữ nghệ thuật và bằng chất liệu. Đó là đường nét, hình họa, màu sắc, bố cục và các vật liệu được sử dụng và những phương thức thể hiện. Kho tàng di sản văn hóa nghệ thuật dân tộc là nguồn tư liệu rất phong phú để nhà thiết kế khai thác và phát huy chúng trong sản phẩm của mình, trong phạm vi bài viết này, chúng tôi chỉ đề cập đến một vài trường hợp cụ thể và tiêu biểu liên quan đến thiết kế truyền thống của người Việt.

Phát huy các giá trị của văn hóa nghệ thuật trên đồ đồng thời Đông Sơn. Cho đến nay, với những khám phá của khoa học khảo cổ, nghệ thuật Đông Sơn là đỉnh cao của thời kỳ dựng nước của người Việt cổ. Các đồ án trang trí trên đồ đồng như trống, tháp, chậu, chuông, chân đèn, chuỗi kiếm, gương các loại rất độc đáo, không chỉ mang giá trị lịch sử, dân tộc học, mà còn có giá trị nghệ thuật. Quan niệm thẩm mỹ được thể hiện qua việc khám phá, phản ánh thế giới xung quanh bằng các mô típ trang trí đặc sắc. Các loài vật thường xuyên xuất hiện trên các mô típ trang trí là chim (trống Ngọc Lũ, Cổ Loa, tháp Đào Thịnh), cá, cóc (trống Lạng Sơn), voi (trống Hối Xuân), hổ (qua đồng núi Voi), hươu, trâu, bò (trống Đồi Ro), chó, cá sấu (trống Hòa Bình), cáo (trống Phú Xuyên), bò nông (trống Hoàng Hạ),... Hình tượng con người được diễn tả trong các hoạt động thường ngày như gĩa gạo, đánh trống, nhảy múa, chèo thuyền, bắn cung,... và cả giao hoan (tháp Đào Thịnh). Các mảng trang trí trên các đồ đồng Đông Sơn là những minh chứng cho sự khéo léo của nghệ nhân xưa và lối tạo hình độc đáo của mỹ thuật Việt Nam thời dựng nước. Một trong những nét đặc sắc nhất của đồ đồng thời này là tính chặt chẽ của bố cục trong các đồ án trang trí. Mỗi hình, mỗi chi tiết xuất hiện trên mặt trống, tháp, gương tròn hay trên tang, vai trống, thân tháp, chậu đều được cân nhắc kỹ lưỡng, sắp xếp một

cách hợp lý theo luật “Thuận mắt” của người Việt cổ. Vì vậy, khi quan sát các mảng trang trí người xem thường không cảm thấy bố cục chật chội hay rời rạc bởi khoảng cách giữa các hình và khoảng trống luôn được tính toán hợp lý cho những khoảng nghỉ mắt. Nghệ thuật sử dụng nét tạo hình luôn đơn giản, chất lọc nhưng rất “đắt giá” như nhà nghiên cứu Nguyễn Đức Hòa đã nhận xét: *“Phương pháp vẽ hình trên đồ đồng Đông Sơn rất thống nhất, đó là kiểu “kỷ hà” hay còn gọi là “hình học hóa” nghĩa là quy hình tượng vào các nét hình học thẳng hay cong đều, mảng miếng rõ nét theo hướng tối giản, gần hình học như vuông, chữ nhật, tam giác, thang, tròn,... Thành ra các nét rất sắc, không rườm rà, các mảng phẳng đều mà không tả chất.”*



Hình 2. Hình thuyền trên thân tháp đồng Đào Thịnh [6]

Phát huy các yếu tố độc đáo của tranh dân gian Việt Nam. Ra đời khoảng thế kỷ XV và thịnh hành vào thế kỷ XVII, tranh dân gian Việt Nam là sản phẩm của tập thể, của cộng đồng làng. Giá trị của tranh dân gian được thể hiện qua nội dung và hình thức. Nội dung tranh dân gian xoay quanh đời sống của người nông dân trồng lúa nước ở làng quê Việt Nam. Những người nông dân quanh năm chăm chỉ làm lụng trên đồng ruộng, dù vất vả nhưng vẫn lạc quan yêu đời được thể hiện trong loạt tranh *Ngày mùa, Chì thợ cày, Chì thợ bừa*,... Ước mơ về một cuộc sống ấm no và hạnh phúc, con cháu đề huề là đề tài chủ yếu trong loạt tranh chúc tụng như *Gà đàn, Lợn đàn, Đại cát, Cá chép trông trăng, Thắt đồng, Vinh quy*.

Lối ứng xử tinh tế, hóm hỉnh và khéo léo của người Việt được khắc họa trong các tranh đề tài

châm biếm đả kích có thể được phát huy rất tốt trong các thiết kế mang tính xã hội đương đại. Tiếng cười phê phán nhẹ nhàng và hóm hỉnh nhưng dễ đi vào lòng người khi diễn tả thói hư tật xấu trong xã hội như trong tranh *Cóc kiện tre*, *Đánh ghen*, *Thầy đồ cóc*, *Đám cưới chuột*... Cách gửi thông điệp mang tính phê phán, xây dựng như vậy chắc chắn vẫn chưa mất đi giá trị về tính thời sự của nó, nhất là đối với các vấn đề tệ nạn xã hội hiện nay như việc buôn bán ma túy, xả rác bừa bãi gây ô nhiễm môi trường,... Nguyên liệu từ thiên nhiên như giấy dó, vỏ điệp, màu từ than tro lá tre, rơm nếp, đất sét, trái dành dành, bảng màu tươi vui với vàng, trắng điệp, đỏ, xanh bền theo thời gian, sự linh hoạt và sáng tạo không gian, bố cục, đường viền màu đen, nét chắc, khỏe, mạch lạc, nhưng uyển chuyển đã trở thành các đặc trưng riêng của tranh Việt Nam. “*Từ đề tài, chất liệu, màu sắc, đến nhan đề là những câu tục ngữ, dân ca. Chẳng hề có gì quý tộc, siêu phàm, khe khắt, chi li cả. Cái gì cũng mộc mạc, chân chất, giản dị*” [1, tr.123].



Hình 3. Tranh Đông Hồ [8]

3. KẾT LUẬN

Thiết kế xã hội là sự tích hợp các giá trị truyền thống và hiện đại để tạo ra những sản phẩm có giá trị đặc trưng của dân tộc. Để thực hiện tốt vai trò của một công dân, bằng ngôn ngữ đặc thù và các phương tiện kỹ thuật hiện đại, mỗi nhà thiết kế xã hội ở Việt Nam có thể góp phần vào việc xây dựng một xã hội ngày càng tốt đẹp hơn thông qua các tác phẩm của mình. Ngành thiết kế xã hội Việt Nam không chỉ có trách nhiệm khai thác các giá trị truyền thống mà còn phải tạo ra những giá trị mới, phù hợp với điều kiện và đáp ứng nhu cầu của xã hội Việt Nam góp phần kết nối cộng đồng trong môi trường toàn cầu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Phan Ngọc (1994), *Văn hoá Việt Nam và cách tiếp cận mới*, Nxb Văn hóa - Thông tin, Hà Nội.
- [2] Chu Quang Trứ (2013), *Văn hóa Việt Nam nhìn từ mỹ thuật*, Nxb Mỹ thuật.
- [3] Nhiều tác giả (1998), *Hỏi và đáp về văn hóa Việt Nam*, *Tạp chí Văn hóa nghệ thuật*, Nxb Văn hóa dân tộc, Hà Nội.
- [4] Viện Ngôn ngữ học (1985), *Từ điển Anh - Việt*, Nxb Khoa học Xã hội.
- [5] Victor Margolin and Sylvia Margolin (2002), *A “Social Model” of Design: Issues of Practice and Research*.
- [6] <http://ape.gov.vn/bao-vat-quo-gia-thap-dao-thinh-chiec-thap-dong-dung-trong-nghi-le-co-the-chua-toi-200-lit-ruou-ds205.th>
- [7] <http://kientrucvietnam.org.vn/akzonobel-dong-hanh-cung-du-an-ve-tranh-vi-bien-dao-que-huong/>
- [8] https://vi.wikipedia.org/wiki/Tranh_%C4%90%C3%B4ng_H%E1%BB%93.

Ngày nhận bài: 27-6-2020. Ngày biên tập xong: 24-8-2020. Duyệt đăng: 24-9-2020