

Cách thức truyền thông đưa làng nghề truyền thống Việt Nam hội nhập quốc tế

NGUYỄN HỮU THIÊN THANH

Trường Đại học Công nghệ Đông Á; Email: thanhnhth@eaut.edu.vn

Tóm tắt: Việt Nam đang trong thời kỳ khoa học - công nghệ phát triển. Nhiều hoạt động đã và đang dần thay đổi, đặc biệt là trong thời kỳ kỷ nguyên số, khi mà rất nhiều việc do con người thực hiện, đang dần được thay thế bởi trí tuệ nhân tạo. Điều này khiến cho xã hội truyền thống trở nên tiến bộ, là động lực thúc đẩy quá trình hội nhập quốc tế. Tuy nhiên, sự phát triển nhanh chóng đã làm mai một đi những làng nghề truyền thống - đại diện cho nét đẹp văn hóa dân tộc. Bài viết khẳng định tinh hoa của các làng nghề với muôn vàn thông điệp được gửi gắm qua từng sản phẩm của người nghệ nhân Việt, đồng thời, thể hiện mong muốn bảo tồn, phát huy các giá trị cốt lõi ở Việt Nam và thế giới thông qua truyền thông.

Từ khóa: cách thức truyền thông, hội nhập quốc tế, làng nghề truyền thống.

1. Vị thế của các làng nghề truyền thống Việt Nam

Các nhà nghiên cứu cho rằng làng nghề ra đời ở Việt Nam từ đầu thế kỷ thứ 11. Làng nghề để chỉ những người cùng nghề sống tại một quần thể để phát triển công ăn việc làm. Cơ sở vững chắc của các làng nghề chính là vừa làm ăn tập thể, phát triển kinh tế, vừa giữ gìn bản sắc dân tộc của địa phương. Từ xa xưa, nhân dân ta đã có thói quen dùng các sản phẩm chuyên dụng trong sinh hoạt hàng ngày hoặc phục vụ cho nhu cầu tâm linh, xây dựng nhà cửa, chùa chiền, .. Từ đó, các sản phẩm thủ công ra đời, dẫn đến việc hình thành các nghề thủ công truyền thống và các làng nghề ở Việt Nam.

Sang thế kỷ thứ 13, các sản phẩm đó đã bắt đầu được xuất khẩu, mang lại lợi ích kinh tế to lớn cho người dân vốn trước đây chỉ trông chờ vào các vụ lúa; đóng góp cho sự phát triển văn hóa và xã hội Việt Nam. Thậm chí vào các thế kỷ 16-17, Việt Nam còn trở thành thị trường xuất nhập khẩu nhộn nhịp ở khu vực châu Á - Thái Bình Dương với các sản phẩm truyền thống mang đậm bản sắc và dấu ấn dân tộc. Trải qua nhiều thăng trầm lịch sử, các làng nghề truyền thống của Việt Nam ít nhiều có sự biến chuyển và thay đổi để phù hợp, thích nghi với thời đại. Cùng với sự đột phá của khoa học - công nghệ hiện đại, kỹ thuật tối tân, các làng nghề truyền thống không ngừng nâng cao, cải tiến năng suất lao động cũng như chất lượng sản phẩm nhưng vẫn giữ được đặc trưng tinh

hoa văn hóa.

Theo thống kê của Hiệp hội Làng nghề Việt Nam, hiện cả nước có 5400 làng nghề, trong đó có khoảng 2000 làng nghề truyền thống (Ban thời sự VTV, 2023. Hướng đi mới bảo tồn và phát triển làng nghề). Ở các địa phương Miền Trung - Tây Nguyên hiện nay còn lưu giữ và phát triển hơn 1.500 làng nghề có lịch sử hình thành và phát triển hàng trăm năm như: làng đá mỹ nghệ Non Nước Đà Nẵng; làng đúc đồng Phước Kiều, làng mộc Kim Bồng, dệt lụa Mã Châu, đèn lồng Hội An, rau Trà Quế ở Quảng Nam; gốm Chăm Ninh Thuận, dệt thổ cẩm Tây Nguyên.

Ở miền Bắc, theo thống kê của Chi cục Phát triển Nông thôn TP Hà Nội, Hà Nội có 1.350 làng nghề và làng có nghề, chiếm số lượng làng nghề lớn nhất toàn quốc, hội tụ 47 nghề trong tổng số 52 nghề truyền thống của cả nước (Hoàng Lan, 2022. Dòng chảy văn hóa Việt qua các làng nghề). Trong số đó có 309 làng nghề, làng nghề truyền thống được UBND TP công nhận. Ước tính trên địa bàn các quận, huyện, thị xã của TP Hà Nội có khoảng 7.215 sản phẩm địa phương. Nhiều sản phẩm làng nghề, thủ công mỹ nghệ đã xuất khẩu ra thị trường quốc tế. Hà Nội có trên 5.000 sản phẩm nông sản thực phẩm đã gắn mã truy xuất nguồn gốc QR Code. Ở Nam Bộ, có thể kể đến nhiều di sản văn hóa phi vật thể quốc gia liên quan đến nghề thủ công truyền thống như: nghề làm bánh tráng Trảng Bàng (Tây Ninh); nghề dệt chiếu ở

xã Định Yên, huyện Lấp Vò (Đồng Tháp) hay nghề làm nước mắm truyền thống ở Phú Quốc (Kiên Giang); nghề gác kèo ong của người dân tỉnh Cà Mau. Theo đại diện Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đồng Tháp, sản phẩm của làng nghề dệt chiếu này rất đa dạng. Trước đây, làng nghề còn có chợ chiếu, thường họp vào nửa đêm bên dòng sông Hậu mà nhiều người quen gọi là [chợ ma], phù hợp với tập quán giao thương bằng ghe thuyền, từ sáng sớm đã chở đầy những chiếc chiếu đi bán khắp vùng Đồng bằng sông Cửu Long, thậm chí qua cả nước bạn Campuchia, làm nên nét văn hóa làng nghề đặc sắc của vùng sông nước phương Nam.

Các làng nghề truyền thống luôn là một niềm tự hào đối với không chỉ riêng những người nghệ nhân làng nghề mà còn là niềm tự hào của đồng bào cả nước. Không ít thơ ca đã được sáng tác từ chính những người con của làng nghề để chứng minh cho điều đó. Hơn thế, các tác phẩm được xem như là một nguồn động lực lớn lao, truyền tải năng lượng tích cực, cổ vũ, truyền cảm hứng đến nhân dân lao động và là minh chứng giá trị lưu dấu ấn muôn đời.

2. Cách thức truyền thông đưa làng nghề truyền thống hội nhập quốc tế

Hội nhập quốc tế là một quá trình tất yếu trong giai đoạn hiện nay. Một quốc gia muốn phát triển, phải liên kết với các quốc gia khác. Cũng như các hình thức hợp tác quốc tế khác, hội nhập quốc tế đều vì lợi ích cho đất nước; vì sự phồn vinh của quốc gia, dân tộc. Quá trình hội nhập quốc tế sẽ làm sâu sắc nội dung hợp tác, tạo sự gắn kết bền vững giữa các quốc gia, gần gũi hơn về văn hoá nhưng vẫn giữ được bản sắc riêng. Người dân các nước sẽ được lĩnh hội tốt hơn các giá trị văn hóa chung của nhân loại khi hội nhập quốc tế. [Kết nối cộng đồng làng nghề, bảo tồn văn hoá, phát triển du lịch, hội nhập quốc tế là những yếu tố quyết định trong việc bảo tồn và phát huy những giá trị văn hoá nghề, làng nghề truyền thống trong bối cảnh hội nhập hiện nay], đây là khẳng định của ông Lưu Duy Dần, Chủ tịch Hiệp hội Làng nghề Việt Nam tại Tọa đàm [Di sản văn hoá nghề, làng nghề truyền thống hội nhập quốc tế] tổ chức tại Hà Nội.

Muốn hội nhập quốc tế, cách thức truyền thông đóng vai trò rất quan trọng nhằm mục đích truyền tải thông điệp, tiếp cận đến các đối tượng, địa điểm mà

chúng ta muốn phủ sóng. Có rất nhiều cách truyền thông mà Việt Nam đang áp dụng để quảng bá cho các làng nghề truyền thống, ví dụ, Internet là phương tiện truyền thông có số lượng truy cập nhiều nhất, đặc biệt là mạng xã hội hoặc các website giới thiệu về các làng nghề truyền thống; hay báo chí cũng là một phương tiện phổ biến. Ngoài ra, phải kể đến sách, phim ảnh, .. Các hộ kinh doanh trong các làng nghề còn thực hiện truyền thông ngay tại cửa hàng hoặc ngay xưởng sản xuất của mình. Họ vừa là người bán, vừa là người truyền thông, giới thiệu thông tin, lịch sử về làng nghề, về sản phẩm hiện có.

Ngày càng nhiều các hội chợ triển lãm, hội chợ thương mại trong và ngoài nước được tổ chức, hay các cuộc thi tay nghề sản phẩm thủ công với mục đích tôn vinh các nghệ nhân thợ thủ công, thợ thiết kế sản phẩm. Ví dụ, từ ngày 17/08/2018 - 19/08/2018 đã có buổi trình diễn nghề và trưng bày sản phẩm tại khu vực vườn tượng An Hội, TP Hội An, tỉnh Quảng Nam giữa 13 làng nghề truyền thống của Hà Nội và 6 làng nghề truyền thống của Quảng Nam. Đây là hoạt động trong dịp diễn ra những ngày văn hóa Nhật Bản tại Quảng Nam và giao lưu văn hóa Hội An - Nhật Bản lần thứ 16 với sự tham gia phối hợp giữa Trung tâm Thông tin xúc tiến du lịch tỉnh Quảng Nam, Dự án JICA Nhật Bản, Liên hiệp các Tổ chức Hữu nghị tỉnh Quảng Nam, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư Thương mại Du lịch TP. Hà Nội. Tháng 08/2020, Trung tâm Thông tin Công nghiệp & Thương mại - Bộ Công Thương phối hợp với Trung tâm Xúc tiến thương mại Nông nghiệp - Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn đã tổ chức Hội nghị với chủ đề [Quảng bá kết nối sản phẩm làng nghề - Góp phần đẩy mạnh thương hiệu Việt Nam năm 2020] tại Hà Nội. Đây là dịp để các Bộ, ban, ngành, địa phương và các cơ sở sản xuất làng nghề, các nghệ nhân, các hiệp hội ngành hàng trao đổi, đề xuất một số phương án khuyến khích phát triển các sản phẩm là lợi thế của vùng miền, tỉnh thành phố trong cả nước, xây dựng và phát triển mạng lưới phân phối sản phẩm. Đồng thời, tuyên truyền, quảng bá kết nối thị trường trong và ngoài nước, tăng cường đưa các sản phẩm làng nghề vào giới thiệu, tiêu thụ tại các điểm du lịch, các chuỗi siêu thị, khu tham quan và xuất khẩu đi các thị trường trên thế giới.

3. Thách thức và định hướng quảng bá nét đẹp

của các làng nghề truyền thống Việt Nam đến bạn bè năm châu

Tiềm năng lớn là vậy, tuy nhiên các sản phẩm của làng nghề truyền thống hiện nay chưa thực sự phát huy được sức mạnh. Ở các làng nghề, với sự phát triển về kinh tế, cơ sở hạ tầng thì môi trường trong tình trạng xuống cấp, những nét đẹp truyền thống dần mất đi. Đó cũng là một nguyên nhân dẫn đến tình trạng vắng khách du lịch. Văn hóa đô thị xâm nhập cùng với lối sống thực dụng làm cho hình ảnh các làng nghề có sự thay đổi theo xu hướng đáng quan ngại, chạy theo kinh tế mà không giữ được bản sắc riêng cũng như chất lượng, uy tín sản phẩm. Việc này khiến cho mặt hàng Việt Nam truyền thống chưa thể chạm đến được những thị trường châu Âu [khó tính] như: Anh, Mỹ, Pháp và Đức. [Thị trường châu Âu khá nghiêm ngặt, nhiều quy định. Muốn vào thị trường này, phải có đối tác của châu Âu, biết các quy trình cần phải thực hiện] ông Dương Ngọc Tú, Phó Chủ tịch Mạng lưới đổi mới sáng tạo Việt Nam tại châu Âu cho biết. Có thể nhận định, các làng nghề vẫn chưa có kinh nghiệm trong công tác nghiên cứu thị trường nước ngoài, thị hiếu tiêu dùng. Phương pháp thực hiện còn theo kiểu truyền thống, chưa bắt kịp với xu hướng hiện đại như: quảng bá, trưng bày sản phẩm, bán hàng online, tổ chức các chương trình kích cầu, du lịch [

Định hướng lâu dài nhằm quảng bá, duy trì và phát huy nét đẹp của các làng nghề truyền thống Việt Nam đến bạn bè năm châu là hết sức quan trọng. Trong thời kỳ kỷ nguyên số [hòa nhập nhưng không hòa tan], vấn đề bảo tồn và phát triển phải được coi trọng ngang nhau. Phải giữ vững tính truyền thống, đề cao giá trị cốt lõi, khuyến khích các nghệ nhân không ngừng trau dồi kỹ năng nghề nghiệp, sáng tạo, thổi nét [mới] vào trong từng tác phẩm một cách tinh tế phù hợp với thời đại. Các Bộ, ban, ngành, địa phương cũng cần có quan tâm kịp thời, có phương án hỗ trợ, vận động nguồn vốn để điều chỉnh, khắc phục các vấn đề còn tồn đọng tại các làng nghề. Để tiêu thụ được sản phẩm, các doanh nghiệp, hộ kinh doanh sản phẩm làng nghề truyền thống cũng cần nghiên cứu thị trường trong nước và quốc tế để có cái nhìn tổng quan nhất. Với thị trường nước ngoài, làng nghề cần xem xét kỹ về các yếu tố văn hóa và nhu cầu của đối tượng tiếp cận đang hướng đến. Quan trọng nhất, mỗi

cá nhân hãy tự nâng cao nhận thức, nắm được tầm quan trọng, ý nghĩa tinh thần và vẻ đẹp của các giá trị truyền thống mà cha ông để lại.

4. Kết luận

Như vậy, mỗi làng nghề là một môi trường văn hóa, kinh tế - xã hội, bảo lưu những tinh hoa nghệ thuật, kỹ thuật sản xuất được đúc kết từ những người nghệ nhân tài ba. Vai trò của các làng nghề truyền thống được nhìn nhận, đánh giá từ nhiều góc độ của kinh tế xã hội với những giá trị to lớn. Ở thời đại kỷ nguyên số, xã hội phát triển nhưng cũng không thể thay thế sự sáng tạo từ chính những làng nghề được sinh ra nơi quê cha đất tổ. Tinh hoa nghề xưa mang văn hoá truyền thống là nhân tố cần thiết giúp cho sự phát triển của các làng nghề thời kỳ mới. Trong bối cảnh đất nước đang trong tiến trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá, các làng nghề cổ truyền có các sản phẩm gắn kết với các yếu tố văn hóa truyền thống có ý nghĩa rất quan trọng trong việc giữ gìn bản sắc văn hoá Việt Nam./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ban thời sự (2023), *Hướng đi mới bảo tồn và phát triển làng nghề*, <https://vtv.vn/van-hoa-giai-tri/huong-di-moi-bao-ton-va-phat-trien-lang-nghe-20230104115729048.htm>, truy cập ngày 5 tháng 6 năm 2023.
2. Cổng thông tin điện tử Bộ Tư pháp (2022), *Bảo tồn và phát triển làng nghề Việt Nam giai đoạn 2021 - 2030*, <https://moj.gov.vn/qt/tintuc/Pages/thong-tin-khac.aspx?ItemID=3509>, truy cập ngày 7 tháng 7 năm 2023.
3. Báo điện tử Đảng cộng sản Việt Nam (2011), *Tìm hướng phát triển làng nghề truyền thống miền Trung-Tây Nguyên*, <https://dangcongsan.vn/the-thao/tim-huong-phat-trien-lang-nghe-truyen-thong-mien-trungtay-nguyen-68066.html>, truy cập ngày 8 tháng 7 năm 2023.
4. Hoàng Lan (2022), *Dòng chảy văn hóa Việt qua các làng nghề*, <https://kinhtedothi.vn/bai-1-dong-chay-van-hoa-viet-qua-cac-lang-nghe.html>, truy cập ngày 14 tháng 7 năm 2023.
5. Thanh Trà (2021), *Bảo tồn các di sản nghề truyền thống ở Nam Bộ*, <https://dantocmiennui.vn/bao-ton-cac-di-san-nghe-truyen-thong-o-nam-bo-bai-1/313126.html>, truy cập ngày 16 tháng 7 năm 2023.
6. Minh Hiền (2023), *Đưa sản phẩm làng nghề truyền thống vươn xa*, <https://matran.thuathienhue.gov.vn/?gd=1&cn=117&tc=82601>, truy cập ngày 16 tháng 7 năm 2023.