

# GIÁO DỤC VĂN HÓA HÙNG VƯƠNG CHO HỌC SINH TRUNG HỌC PHỔ THÔNG THÔNG QUA MỘT SỐ SẢN PHẨM LƯU NIỆM ĐƯỢC THIẾT KẾ TỪ BIỂU TƯỢNG TRUYỀN THUYẾT HÙNG VƯƠNG

HÀ THỊ LỊCH\* - NGUYỄN THỊ BÍCH THỦY\*\*  
- TRẦN NỮ HẢI ANH\*\*\* - NGUYỄN HỒNG HẠNH\*\*\*

Ngày nhận bài: 17/01/2017; ngày sửa chữa: 06/02/2017; ngày duyệt đăng: 21/02/2017.

**Abstract:** *Hung Vuong legends that reflected lively history of building and defending our country of our ancestors play an important role in cultural treasures and bear the deeply national spirits. However, situation of legacy education including Hung Vuong culture has not come up to expectation. In this article, authors propose legacy education through souvenirs designed from Hung Vuong legends. In fact, these souvenirs have been much interested by high school students and received positive attitude. Through the souvenirs designed from Hung Vuong legends, students understand, treasure and preserve traditional culture values, traditional ethics and aesthetics values of our country.*

**Keywords:** *Hung Vuong legends, cultural value.*

Hiện nay, giáo dục di sản văn hóa đã được đưa vào trường phổ thông, đặc biệt là di sản truyền thuyết Hùng Vương. Tuy nhiên, để truyền thuyết Hùng Vương luôn sống mãi trong lòng các thế hệ học sinh (HS) Việt Nam, nhóm nghiên cứu đã hướng tới một cách giáo dục mới đó là giáo dục truyền thuyết Hùng Vương thông qua việc thiết kế một số sản phẩm lưu niệm tiêu biểu từ truyền thuyết Hùng Vương.

Để có được số liệu, thông tin chính xác cụ thể về thực tế giáo dục di sản và truyền thuyết Hùng Vương hiện nay ở trường phổ thông cũng như đánh giá về giá trị giáo dục của các sản phẩm lưu niệm do nhóm nghiên cứu thiết kế, từ tháng 10-12/2016, nhóm nghiên cứu tiến hành tổ chức khảo sát, điều tra và thu thập số liệu: 39 giáo viên (GV) và 201 HS tại các trường trung học phổ thông (THPT) trên địa bàn một số tỉnh, cụ thể: THPT Kỹ thuật Công nghiệp Việt Trì (Phú Thọ), THPT Nguyễn Tất Thành (Hà Nội), THPT Nguyễn Khuyến (Nam Định), THPT Nho Quan A (Ninh Bình), THPT Lê Chân (Quảng Ninh), THPT Đô Lương (Nghệ An), THPT chuyên Hoàng Văn Thụ (Hòa Bình), THPT Nội trú Tam Đường (Lai Châu).

## 1. Thực trạng giáo dục di sản và truyền thuyết Hùng Vương hiện nay ở trường THPT

Để xin ý kiến về "Hiện nay vấn đề giáo dục di sản ở trường phổ thông đạt kết quả như thế nào?", năm học 2015-2016 nhóm đề tài đã gửi phiếu khảo sát đến 39 GV thuộc các trường nêu trên.

Kết quả khảo sát cho thấy: có 27 GV (chiếm 69,3%) GV được khảo sát cho rằng không hiệu quả; có 10 GV (chiếm 25,6%) cho là hiệu quả và chỉ có 2 GV (chiếm 5,1%) cho là rất hiệu quả.

Kết quả trên, cho thấy những hoạt động giáo dục di sản cho thế hệ trẻ cũng đã được ngành Giáo dục và toàn xã hội quan tâm, tuy nhiên phải thừa nhận rằng, hoạt động giáo dục di sản chưa thu hút được sự quan tâm đầy đủ của các cấp quản lý, của các ngành, các nhà trường và của toàn xã hội. Năng lực tổ chức hoạt động giáo dục di sản cũng như các điều kiện dành cho nó (kinh phí, thời gian, nhân lực,...) chưa được đầu tư đúng mức. Các nội dung giáo dục di sản cũng chưa được vận dụng linh hoạt vào đặc điểm của từng địa phương, chưa khai thác sâu và rộng. Các hoạt động vẫn chỉ mang tính phong trào, vận động. Vì vậy, để việc giáo dục di sản cho thế hệ trẻ phát huy hết hiệu quả của nó, cần phải có những hướng nghiên cứu, cách thức giáo dục mới.

Truyền thuyết Hùng Vương đã tồn tại song hành cùng những bước thăng trầm của lịch sử dân tộc Việt Nam, góp phần tạo nên truyền thống yêu nước, tinh thần cố kết cộng đồng - là nền tảng của sức mạnh và nhân cách văn hóa Việt Nam. Truyền thuyết dân gian Hùng Vương ra đời phản ánh trình độ phát triển cao

\* Trường Đại học Hùng Vương

\*\* Trường Trung học phổ thông Chuyên Hùng Vương

\*\*\* Học sinh Trường Trung học phổ thông Chuyên Hùng Vương

cư dân nông nghiệp Văn Lang thể hiện qua xây dựng, kiến trúc tạo dựng lâu đài, thành quách, cung điện, luyện binh sĩ chống kẻ thù xâm lăng, biết chế biến lương thực thực phẩm (làm bánh), nghệ thuật diễn xướng (hát Xoan) và đặc biệt đã hình thành lễ thức thờ cúng tổ tiên, hình thành chế độ tộc quyền cha truyền con nối, đạo nghĩa cha con, vợ chồng...

Từ những ý nghĩa to lớn ấy, việc khơi dậy, bảo tồn và phát huy giá trị của văn hóa Hùng Vương trong bối cảnh hiện nay là vô cùng quan trọng, đặc biệt đối với thế hệ trẻ. Đây là vấn đề thuộc trách nhiệm của cả cộng đồng. Tuy nhiên hiện nay hiểu biết của HS về truyền thuyết Hùng Vương như thế nào? Đây là câu hỏi mà nhóm nghiên cứu rất băn khoăn và muốn tìm câu trả lời. Vì thế, năm học 2015-2016 nhóm nghiên cứu đã khảo sát GV và HS ở một số trường THPT *"Theo thầy/cô và các bạn mức độ nhận thức của HS ở các trường phổ thông hiện nay về truyền thuyết Hùng Vương?"* Kết quả như sau: 74,4% GV và 61,5% HS cho rằng HS hiểu mơ hồ; 20,5% GV và 2% HS cho rằng không hiểu gì; có 5,1% GV và 36,5% HS cho rằng hiểu tường tận.

Với kết quả khảo sát trên, có thể thấy rất ít HS Việt Nam, thậm chí ở tỉnh Phú Thọ có thể nắm hiểu tường tận một số nhân vật trong các câu chuyện truyền thuyết Hùng Vương, một số không ít HS vẫn chưa thực sự thấm thấu được giá trị của truyền thuyết Hùng Vương, còn mơ hồ về cốt truyện, nhầm lẫn về hình tượng nhân vật, thời kì. Không ít GV và HS phổ thông còn khá nhiều thắc mắc về "hình ảnh trang phục thời Hùng Vương như thế nào?, Hình tượng con người, sinh hoạt tín ngưỡng ra sao?, Giá trị như thế nào?...". Và điều đáng quan tâm là hiện nay trên thị trường xuất hiện một số truyện tranh chưa thực sự chuyển tải được hết những ý nghĩa tích cực của nội dung tích truyện, hoặc một số họa sĩ còn tùy tiện trong sáng tác nhân vật, linh vật,... "quá hiện đại", bối cảnh "quá tân thời", nhà cửa đồ dùng sinh hoạt "quá văn minh", cách vẽ đường nét, màu sắc trong truyện nhân vật có phần giống với loại hình manga của Nhật Bản, lối vẽ còn thiếu chiều sâu biểu cảm, thần thái cứng đờ, thiếu sinh khí, mất đi tính huyền hoặc, nên thực sự "làm khó" HS trong việc tưởng tượng. Ở một khía cạnh nhất định, đây là những hạn chế, làm giảm đi vẻ tuyệt tác của các nhân vật nguyên gốc. Chính điều này đã khiến các bậc phụ huynh bày tỏ không ít bức xúc, khiến HS chưa thấy thỏa mãn, chưa hiểu chân giá trị tác phẩm mà trái lại chỉ làm cho câu chuyện mất đi cái hấp dẫn, cái hay, cái đẹp, tính nhân văn trong đó.

## **2. Giáo dục di sản thông qua một số sản phẩm lưu niệm mang đặc trưng văn hóa Hùng Vương**

Ngày nay, sự xâm nhập của văn hóa bên ngoài đang tác động vào đời sống cộng đồng, thị hiếu cảm nhận văn hóa đã có sự thay đổi, không loại trừ vốn truyền thuyết dân gian đang đứng trước thách thức có nguy cơ mai một, chúng ta phải luôn chủ động để tìm ra phương pháp, biện pháp hữu hiệu nhằm bảo tồn vốn di sản văn hóa vô cùng quý báu này. Vì vậy, giáo dục văn hóa Hùng Vương cho HS như thế nào là một câu hỏi mà nhóm nghiên cứu rất băn khoăn, trăn trở. Nhóm nghiên cứu cho rằng muốn giáo dục tốt cho HS thì trước hết phương tiện mà chúng ta sử dụng phải được các em yêu thích. Do đó, nhóm nghiên cứu đã lấy ý kiến của HS về sở thích của các em khi các em đến Đền Hùng thông qua câu hỏi khảo sát *"Mặt hàng sản phẩm bạn muốn mua nhất ở Đền Hùng là gì?"*, các câu trả lời gợi ý mà nhóm nghiên cứu đề tài đưa ra là: đặc sản; hàng lưu niệm; truyện, sách; ý kiến khác. Cụ thể: đặc sản là 34,1%; hàng lưu niệm là 45,2%; truyện, sách là 10,7%; khác là 9,9%.

Phân tích kết quả trên, nhóm nghiên cứu nhận thấy việc nhóm lựa chọn vấn đề nghiên cứu, thiết kế sản phẩm lưu niệm từ truyền thuyết Hùng Vương để giáo dục văn hóa Hùng Vương là đúng đắn, phù hợp với sở thích của các em. Các sản phẩm lưu niệm được thiết kế từ biểu tượng của truyền thuyết Hùng Vương mang đến nhiều đặc điểm ưu trội, thể hiện rõ tính chất giáo dục về nhiều phương diện khác nhau, như: giáo dục đạo đức, nhân cách; giáo dục nhận thức; giáo dục thẩm mỹ và giáo dục ý thức giữ gìn, phát huy di sản văn hóa của dân tộc.

Một số sản phẩm lưu niệm mang đặc trưng văn hóa Hùng Vương do nhóm nghiên cứu thiết kế:

- *Sản phẩm thiết kế từ biểu tượng Thánh Gióng*: Nhóm đề tài lựa chọn biểu tượng Thánh Gióng để thiết kế sản phẩm lưu niệm. Bởi vì, đây là một truyền thuyết hay vào bậc nhất trong những truyền thuyết nói về truyền thống giữ nước của dân tộc ta, truyền thuyết này nằm trong chương trình văn học của phổ thông. Đặc biệt, đây là một nhân vật luôn được hàng triệu, hàng triệu trái tim của mọi lứa tuổi thanh thiếu niên yêu mến, kính trọng và ngưỡng mộ.

Các đồ lưu niệm sẽ được sản xuất có in hình tượng Thánh Gióng trên nhiều chất liệu và kiểu dáng khác nhau như: cốc, đĩa, chặn giấy, túi, móc đeo chìa khóa, áo phông,...

- *Mẫu biểu tượng "voi chín ngà, gà chín cựa, ngựa chín hồng mao"*: Nhóm đề tài lựa chọn biểu tượng này để thiết kế sản phẩm lưu niệm bởi đây là nhóm

linh vật đã trở nên quen thuộc đối với người dân Việt Nam nói chung, Phú Thọ nói riêng. Sau khi thiết kế từng biểu tượng về “voi chín ngà, gà chín cựa và ngựa chín hồng mao”, nhóm đề tài đã thống nhất ghép ba biểu tượng này trên một sản phẩm lưu niệm. Với cốc, nhóm đề tài sẽ đặt nhà sản xuất in hình từng con linh vật lên từng mặt của cốc để xoay tròn cả 3 mặt. Còn khi in trên đĩa, cốc, nhóm đề tài lựa chọn xếp lần lượt cả 3 con trên mặt đĩa, túi.

- *Mẫu thiết kế sản phẩm từ biểu tượng “bánh chưng, bánh dày”*: Nhóm đề tài chọn biểu tượng này để thiết kế một số sản phẩm lưu niệm phù hợp với lứa tuổi HS. Bởi vì, sự tích “bánh chưng bánh dày” đã đi vào truyền thuyết của dân tộc ta từ thời Vua Hùng thứ 18, nó chứa đựng tâm tình quê hương, ruộng đồng, là thứ bánh thơm ngon được dâng lên cúng tổ tiên. Đặc biệt, chúng tôi chọn biểu tượng bánh chưng, bánh dày còn bởi vì chữ hiểu trong biểu tượng này.

### **3. Đánh giá mức độ hứng thú và giá trị giáo dục của các sản phẩm lưu niệm được thiết kế từ biểu tượng trong truyền thuyết Hùng Vương do nhóm đề tài thiết kế**

Để đánh giá tác động của các sản phẩm lưu niệm do nhóm thiết kế, năm học 2015-2016, chúng tôi đã tiến hành khảo sát 201 HS qua câu hỏi “*Mức độ hứng thú của bạn về các sản phẩm được thiết kế từ biểu tượng trong truyền thuyết Hùng Vương do nhóm thiết kế*”.

Kết quả khảo sát cho thấy: có 47% HS cảm thấy rất hứng thú với sản phẩm lưu niệm do nhóm thiết kế; có 29% HS cảm thấy hứng thú. Như vậy, là có tới tổng là 76% HS thấy rất hứng thú và hứng thú, trong khi đó chỉ có 3% thấy không hứng thú, còn lại 21% là bình thường. Với kết quả này, chúng tôi nhận thấy các sản phẩm do nhóm thiết kế hoàn toàn có thể được HS yêu thích và lựa chọn, đón nhận một cách hào hứng.

Đặc biệt về ý nghĩa nhân văn của sản phẩm, ý kiến của HS rất đồng thuận, có tới 72,6% HS được khảo sát lựa chọn cấp độ 5 và 15,4% lựa chọn cấp độ 4. Đây thực sự là một điều đáng mừng bởi HS rất biết yêu cái đẹp của sản phẩm, đánh giá cao giá trị nhân văn do sản phẩm mang lại. Chúng tôi, di sản văn hóa luôn có sức sống mãnh liệt đối với mọi thời đại và mọi thế hệ người Việt Nam chúng ta. Chỉ có điều, chúng ta khơi gợi như thế nào để sức sống ấy thực sự phát huy trong tâm thức của thế hệ trẻ, những chủ nhân tương lai của đất nước.

Kết quả khảo sát về ý nghĩa giáo dục của sản phẩm đối với HS rất hiệu quả, đúng với sự mong đợi của nhóm nghiên cứu. 71% HS được khảo sát lựa chọn

cấp độ 5 và 17% lựa chọn cấp độ 4. Như vậy, 88% HS cho rằng các sản phẩm do nhóm thiết kế rất có ý nghĩa giáo dục, chỉ có 5% HS cho rằng không có ý nghĩa giáo dục. Như vậy, mục tiêu của đề tài là nhằm giáo dục HS về truyền thuyết Hùng Vương thông qua việc thiết kế và sản xuất thử nghiệm các di sản đã thành công. Đối với số HS chưa nhận thấy ý nghĩa giáo dục di sản qua sản phẩm sẽ phải tiếp tục có những hướng nghiên cứu mới để đề xuất thêm các biện pháp có thể tăng cường giáo dục cho HS về di sản văn hóa nói chung và truyền thuyết Hùng Vương nói riêng để các em thêm yêu di sản và có ý thức bảo tồn, phát huy giá trị di sản.

Để có câu trả lời chính xác, thuyết phục và đảm bảo tính khoa học về đánh giá vai trò, tác động của việc giáo dục thông qua các sản phẩm lưu niệm từ biểu tượng truyền thuyết Hùng Vương, nhóm nghiên cứu đã tiến hành khảo sát 39 GV “*Theo thầy/cô, giá trị nào của các sản phẩm lưu niệm tác động mạnh nhất đến nhận thức của HS*” và 201 HS THPT thông qua câu hỏi khảo sát “*Theo các bạn, các sản phẩm lưu niệm từ biểu tượng truyền thuyết Hùng Vương có những giá trị giáo dục nào*”.

Kết quả cho thấy cả 4 giá trị: giá trị nhận thức, giá trị lối sống đạo đức, giá trị truyền thống và giá trị thẩm mỹ đều được các GV và HS lựa chọn. Như vậy, mục đích mà nhóm nghiên cứu hướng tới đã đạt được. Phần lớn GV và HS đã lựa chọn ý nghĩa *giáo dục truyền thống* là quan trọng nhất đều trên 50%. Điều này rất đúng với sự chỉ đạo của các cấp, các ngành, đặc biệt đúng với chủ trương của Bộ GD-ĐT khi chủ trương nâng cao chất lượng giáo dục di sản vào trường học. Hiện nay, *giáo dục lối sống, đạo đức* cho thế hệ trẻ từ trong trường phổ thông là một đòi hỏi cấp thiết của giáo dục Việt Nam. Như vậy, với 23,1% GV lựa chọn và 18,9% HS lựa chọn cho thấy rằng nếu có sự vào cuộc của cả nhà trường, GV và HS thì chắc chắn hiệu quả giáo dục đạo đức, lối sống sẽ được nâng cao. Việc thiết kế sản phẩm cũng đã góp phần không nhỏ để phối hợp giáo dục nhận thức cho HS. Thông qua các sản phẩm lưu niệm, nhận thức của các em về lịch sử, văn hóa thời kì Hùng Vương sẽ được bồi đắp, tăng thêm.

\* \* \*

Trên cơ sở nghiên cứu lí luận và thực tiễn, đề tài đã tiến hành thiết kế 3 mẫu biểu tượng đã nêu. Nhóm đề tài đã đặt một số nhà sản xuất để sản xuất thử nghiệm một số sản phẩm lưu niệm như áo, túi, cốc,

(Xem tiếp trang 32)

*Bảng 3. Sự tham gia của các đối tượng liên quan trong phát triển CTĐT tại Trường Đại học Sài Gòn*

Nội dung	Mức độ tham gia	
	ĐTB	ĐLC
Kết quả khảo sát CBQL khoa/ ngành và GV		
GV trong ngành đào tạo tham gia phát triển CTĐT	3,01	0,78
Các nhà khoa học ngoài trường, đại diện các đơn vị sử dụng lao động tham gia phát triển CTĐT	2,48	0,99
Khoa/ ngành có tổ chức cho những người đã tốt nghiệp góp ý về CTĐT	2,68	1,13
Khoa/ ngành có tổ chức cho SV đang học góp ý về CTĐT	2,84	1,05
Kết quả khảo sát SV đã tốt nghiệp và SV năm cuối		
Khoa/ ngành có tổ chức cho những người đã tốt nghiệp góp ý về CTĐT	2,78	1,16
Khoa/ ngành có tổ chức cho SV đang học góp ý về CTĐT	2,93	1,13
Kết quả khảo sát người sử dụng lao động/ nhận SV thực tập		
Ông (Bà) đã từng được khoa/ ngành đề nghị góp ý về CTĐT?	1,89	1,60

Như vậy, để CTĐT phát triển đáp ứng yêu cầu của xã hội, nhà trường cần tăng cường hơn nữa sự tham gia của tất cả các bên liên quan, đặc biệt quan tâm đến góp ý của đơn vị sử dụng lao động và SV đã tốt nghiệp. Sự tham gia của những đối tượng này sẽ góp phần làm cho CTĐT tiếp cận chính xác nhu cầu của thị trường lao động.

\* \* \*

Kết quả khảo sát thực trạng công tác phát triển CTĐT tại Trường Đại học Sài Gòn cho thấy, nhà trường đã thực hiện khá tốt. Một số bài học kinh nghiệm có thể rút ra để thực hiện hiệu quả công tác này là: 1) Thường xuyên bồi dưỡng nhận thức cho đội ngũ CBQL khoa/ ngành và GV về tầm quan trọng của công tác phát triển CTĐT đáp ứng yêu cầu của xã hội; 2) Chú trọng bồi dưỡng, tập huấn cho đội ngũ CBQL khoa/ ngành và GV các kiến thức, kĩ năng về phát triển CTĐT; 3) Không chỉ thực hiện tốt quy trình phát triển CTĐT trong một chu kì nhất định (4 năm), mà còn phải chú ý phát triển CTĐT thường xuyên theo học kì, năm học nhằm đáp ứng kịp thời yêu cầu của thị trường lao động; 4) Tăng cường sự tham gia của tất cả các bên liên quan trong phát triển CTĐT (CBQL trường, khoa; GV, SV đang học; SV đã tốt nghiệp, nhà tuyển dụng...), trong đó, đặc biệt quan tâm đến những góp ý của đơn vị sử dụng lao động và SV đã tốt nghiệp. Kết quả này là bài học kinh nghiệm bổ ích

trong công tác phát triển CTĐT cho các trường đại học có điều kiện tương tự. □

#### **Tài liệu tham khảo**

- [1] Quốc hội (2012). *Luật Giáo dục đại học*.
- [2] Nguyễn Đức Chính (chủ biên) (2015). *Phát triển chương trình giáo dục*. NXB Giáo dục Việt Nam.
- [3] Nguyễn Vũ Bích Hiền (chủ biên) (2015). *Phát triển và quản lí chương trình giáo dục*. NXB Đại học Sư phạm.
- [4] Nguyễn Văn Khôi (2011). *Phát triển chương trình đào tạo*. NXB Đại học Sư phạm.
- [5] F.Oliva Peter (2006). *Xây dựng chương trình học* (xuất bản lần thứ tư; người dịch: Nguyễn Kim Dung). NXB Giáo dục tại Thành phố Hồ Chí Minh.

## **Giáo dục văn hóa Hùng Vương...**

(Tiếp theo trang 47)

bình hoa, đĩa, móc dây chìa khóa,... Với những kiểu dáng, chất liệu khác nhau phù hợp sở thích, nhu cầu và thẩm mỹ của HS phổ thông những sản phẩm này đã được các em đón nhận một cách hào hứng. Đồng thời, nhóm nghiên cứu đã đánh giá được vai trò, tác động của các sản phẩm lưu niệm từ biểu tượng trong truyền thuyết Hùng Vương do nhóm thiết kế đối với việc giáo dục văn hóa Hùng Vương cho HS phổ thông và thấy nổi bật là tác động giáo dục về nhận thức, về đạo đức lối sống, giáo dục truyền thống và giáo dục thẩm mỹ. □

#### **Tài liệu tham khảo**

- [1]. A. A. Radugin (2002). *Từ điển bách khoa Văn hóa học* (người dịch Vũ Đình Phong). Viện Nghiên cứu văn hóa nghệ thuật.
- [2]. Phan Ngọc (2002). *Bản sắc văn hóa Việt Nam*. NXB Văn học.
- [3] Hà Thị Lịch - Nguyễn Thị Huyền (2016). *Đặc trưng hóa sản phẩm lưu niệm*. Tạp chí Du lịch, số 4/2016, tr 32-33.
- [4] Chu Thị Thanh Hiền - Bùi Huy Toàn (2016). *Xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng nhằm phát triển du lịch bền vững ở tỉnh Phú Thọ*. Tạp chí Khoa học và Công nghệ, Trường Đại học Hùng Vương, số 1/2016; tr 45-48.
- [5] Hà Thị Lịch. Nguyễn Quang Hưng. Trần Văn Anh. *Nghiên cứu thiết kế sản phẩm lưu niệm từ một số biểu tượng truyền thuyết Hùng Vương nhằm phục vụ phát triển du lịch Phú Thọ*. Tạp chí Khoa học và Công nghệ, Trường Đại học Hùng Vương, số 3/2016, tr 55-58.