

ỨNG DỤNG HOA VĂN CỔ TRONG THIẾT KẾ BAO BÌ HIỆN ĐẠI SỰ KẾT NỐI GIỮA DI SẢN VÀ MỸ THUẬT ỨNG DỤNG

Nguyễn Thị Thu Thảo

Khoa Công nghệ thông tin, Trường Đại học Hạ Long

Email: nguyenthithuthao@daihochalong.edu.vn

Tóm tắt: Trong bối cảnh hội nhập văn hóa, việc khai thác giá trị truyền thống trong thiết kế đương đại ngày càng trở nên cần thiết. Nghiên cứu này phân tích khả năng ứng dụng hoa văn cổ Việt Nam trong thiết kế bao bì hiện đại, tập trung vào đặc điểm tạo hình, giá trị biểu tượng và phương thức chuyển hóa. Kết quả cho thấy việc tích hợp hoa văn cổ không chỉ nâng cao giá trị thẩm mỹ và nhận diện thương hiệu mà còn góp phần lan tỏa bản sắc văn hóa dân tộc trong đời sống đương đại.

Từ khóa: hoa văn cổ, di sản văn hóa, thiết kế bao bì, mỹ thuật ứng dụng, bản sắc dân tộc.

APPLICATION OF TRADITIONAL PATTERNS IN CONTEMPORARY PACKAGING DESIGN: BRIDGING CULTURAL HERITAGE AND APPLIED ARTS

Abstract: In the context of cultural integration, leveraging traditional values in contemporary design is becoming increasingly necessary. This study analyzes the applicability of ancient Vietnamese patterns in modern packaging design, focusing on their formative characteristics, symbolic value, and transformation methods. The results show that integrating ancient patterns not only enhances aesthetic value and brand recognition but also contributes to spreading national cultural identity in contemporary life.

Keywords: ancient patterns, cultural heritage, packaging design, applied arts, national identity.

Nhận bài: 15/03/2026

Phản biện: 15/04/2026

Duyệt đăng: 19/04/2026

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Giáo sư Trần Lâm Biền từng phát biểu: Nghiên cứu “hoa văn Việt Nam” cũng là tìm về một mạch nguồn bản sắc văn hóa Việt Nam.

Khi xu hướng thiết kế hiện đại chịu nhiều ảnh hưởng từ phong cách quốc tế, việc khẳng định bản sắc văn hóa dân tộc trong thiết kế trở thành một yêu cầu cấp thiết, đặc biệt đối với các thương hiệu nội địa Việt Nam đang tìm kiếm chỗ đứng trên thị trường toàn cầu.

Trong kho tàng mỹ thuật truyền thống, hoa văn cổ Việt Nam là một di sản quý báu, chứa đựng tinh hoa thẩm mỹ và triết lý nhân sinh của cha ông. Hoa văn cổ Việt Nam ra đời và phát triển song hành với lịch sử dân tộc, phản ánh tiến trình phát triển của văn hóa, tín ngưỡng và thẩm mỹ qua các thời kỳ. Mỗi giai đoạn lịch sử đều để lại dấu ấn đặc trưng về hình thức tạo hình, chất liệu và giá trị biểu tượng của hoa văn. Mỗi mô típ hoa văn không chỉ mang giá trị trang trí, mà còn là ngôn ngữ văn hóa, thể hiện thế giới quan, tín ngưỡng và tinh thần sáng tạo của dân tộc qua nhiều thời kỳ lịch sử. Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy việc ứng dụng hoa văn cổ trong thiết kế đương đại, đặc biệt là thiết kế bao bì, vẫn còn hạn chế và mang tính tự phát. Vì vậy, nghiên cứu này hướng tới việc khai thác, chuyển hóa và ứng dụng sáng tạo hoa văn cổ trong thiết kế bao bì hiện đại, nhằm khẳng định

vai trò của mỹ thuật ứng dụng như một cầu nối giữa di sản và cuộc sống đương đại, góp phần lan tỏa bản sắc văn hóa Việt Nam trong thời kỳ hội nhập quốc tế.

II. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Giá trị cốt lõi của hoa văn cổ

Hoa văn cổ Việt Nam được xem là một nguồn tài nguyên văn hóa và thẩm mỹ vô giá, không chỉ vì tính nghệ thuật mà còn vì những giá trị cốt lõi mang tính hệ thống mà chúng chứa đựng. Việc khai thác hoa văn trong thiết kế bao bì phải dựa trên sự nhận thức toàn diện về ba giá trị cốt lõi.

2.1.1. Giá trị biểu tượng

Giá trị biểu tượng của hoa văn cổ Hoa văn cổ không chỉ là yếu tố trang trí mang tính thẩm mỹ mà còn là ngôn ngữ tạo hình chứa đựng những lớp nghĩa biểu tượng sâu sắc, phản ánh thế giới quan, nhân sinh quan và hệ giá trị văn hóa của cộng đồng. Mỗi mô-típ, đường nét hay hình khối trong hoa văn đều hàm chứa tư duy nghệ thuật, tín ngưỡng và quan niệm sống của con người qua từng thời kỳ lịch sử. Các họa tiết hình học như vòng tròn, tam giác, xoắn ốc biểu trưng cho sự vận động của vũ trụ, cho chu kỳ sinh – diệt của tự nhiên và con người. Hoa văn động vật, thực vật thể hiện ước vọng về sự sinh sôi, no đủ, gắn bó với thiên nhiên và tín ngưỡng phồn thực. Những

mô-típ như rồng, phượng, hổ, chim lạc... không chỉ là biểu tượng quyền lực và thiêng liêng mà còn phản ánh khát vọng vươn lên, hướng thiện và bảo hộ cuộc sống. Giá trị biểu tượng của hoa văn cổ vì vậy không dừng lại ở mặt hình thức trang trí, mà còn là kết tinh của trí tuệ dân gian, của ký ức cộng đồng và bản sắc văn hóa dân tộc. Khi được vận dụng vào thiết kế hiện đại, những giá trị biểu tượng ấy giúp tác phẩm không chỉ mang tính thẩm mỹ cao mà còn tạo nên chiều sâu văn hóa và ý nghĩa tinh thần, góp phần khẳng định bản sắc và lan tỏa giá trị truyền thống trong đời sống đương đại

2.1.2. Giá trị thẩm mỹ và cấu trúc

Hoa văn cổ là kết tinh của tư duy nghệ thuật và cảm xúc thẩm mỹ được hình thành qua quá trình lao động, sáng tạo và giao lưu văn hóa của con người trong lịch sử. Giá trị thẩm mỹ của hoa văn cổ thể hiện ở sự hài hòa giữa hình thức và nội dung, giữa yếu tố trang trí và ý nghĩa biểu tượng. Mỗi đường nét, mô-típ, họa tiết đều mang tính khái quát, tinh giản nhưng giàu nhịp điệu và cảm xúc, phản ánh tinh thần quan sát tự nhiên và khả năng trừu tượng hóa cao của nghệ nhân xưa.

Vẻ đẹp của hoa văn cổ còn nằm ở tính nhịp điệu, sự cân đối và tinh thần ước lệ. Những quy luật như đối xứng, lặp lại, xen kẽ hay cách điệu đã tạo nên sự phong phú trong ngôn ngữ tạo hình, khiến hoa văn vừa mang tính trang trí, vừa thể hiện tính biểu cảm sâu sắc. Màu sắc trong hoa văn cổ thường hài hòa, có sự tương phản vừa phải, tạo nên hiệu ứng thị giác sinh động nhưng vẫn giữ nét tinh tế và trang nhã.

Giá trị thẩm mỹ của hoa văn cổ vì thế không chỉ dừng lại ở cái đẹp hình thức mà còn là biểu hiện của tâm hồn dân tộc, phản ánh quan niệm sống, tình yêu thiên nhiên và khát vọng hướng tới cái đẹp của con người. Trong bối cảnh thiết kế hiện đại, việc kế thừa và vận dụng những giá trị thẩm mỹ ấy góp phần tạo nên bản sắc thị giác riêng, làm giàu thêm cho ngôn ngữ thiết kế đương đại

2.1.3. Giá trị lịch sử và Văn hoá cộng đồng

Hoa văn đóng vai trò là “chứng nhân lịch sử” và là “kho tàng lưu trữ ký ức” của cộng đồng người Việt qua các thời kỳ lịch sử phát triển con người và xã hội.

Hoa văn cổ là sản phẩm của quá trình hình thành và phát triển lâu đời, mang trong mình giá trị lịch sử và văn hóa cộng đồng. Trước hết, về

giá trị lịch sử, hoa văn cổ phản ánh rõ ràng quá trình phát triển của xã hội và cộng đồng dân tộc qua các thời kỳ. Mỗi họa tiết từ trống đồng, rồng, phượng đến hoa sen hay các đường nét mây, sóng, trúc đều gắn liền với các sự kiện lịch sử, lễ hội, tín ngưỡng và lối sống của người xưa. Việc nghiên cứu hoa văn cổ giúp làm sáng tỏ nguồn gốc, kỹ thuật chế tác, cách điệu hóa hình khối và tiến trình phát triển của nghệ thuật tạo hình dân tộc, đồng thời cung cấp bằng chứng sinh động về bản sắc văn hóa, tri thức và quan niệm sống của các thế hệ đi trước.

Về giá trị văn hóa cộng đồng, hoa văn cổ không chỉ là sản phẩm của cá nhân mà là kết quả của sáng tạo tập thể và truyền thống dân gian. Các họa tiết được hình thành và hoàn thiện qua quá trình truyền dạy, sáng tạo liên tục trong cộng đồng, phản ánh mối quan hệ giữa con người với thiên nhiên, xã hội và vũ trụ. Chúng ghi lại tri thức, kinh nghiệm sống, tín ngưỡng và quan niệm đạo đức, góp phần gìn giữ bản sắc văn hóa dân tộc và tạo ra sự đồng thuận trong cộng đồng.

Hoa văn cổ còn đóng vai trò như một cầu nối giữa các thế hệ, khi thế hệ sau học hỏi và lấy cảm hứng từ giá trị thẩm mỹ, triết lý và kỹ thuật chế tác của thế hệ trước. Trong bối cảnh hiện đại, việc nghiên cứu và ứng dụng các hoa văn này trong thiết kế bao bì, mỹ thuật ứng dụng hoặc sản phẩm văn hóa không chỉ giúp bảo tồn di sản, mà còn tạo cơ hội để lan tỏa bản sắc cộng đồng đến công chúng, đồng thời khuyến khích sự sáng tạo dựa trên nền tảng văn hóa truyền thống.

Giá trị lịch sử và văn hóa cộng đồng của hoa văn cổ không chỉ nằm ở yếu tố thẩm mỹ hay trang trí, mà còn ở khả năng ghi lại và truyền tải bản sắc, tri thức và truyền thống của cộng đồng dân tộc, tạo nền tảng quan trọng cho việc bảo tồn, phát triển và ứng dụng sáng tạo trong nghệ thuật hiện đại. Việc nắm vững những giá trị cốt lõi của hoa văn cổ là điều kiện tiên quyết để nhà thiết kế mỹ thuật ứng dụng có thể chuyển hóa di sản một cách sáng tạo và có trách nhiệm, đảm bảo sự cân bằng giữa yêu cầu thương mại và bảo tồn giá trị văn hóa.

2.2. Ngôn ngữ thị giác mang đậm tinh thần dân tộc Việt

Hoa văn cổ Việt Nam được xem như “ngôn ngữ hình tượng của văn hóa dân tộc”. Mỗi hoa văn không chỉ mang chức năng trang trí thuần túy

mà còn ẩn chứa trong đó những thông điệp, biểu tượng và tri thức văn hóa được tích lũy qua hàng nghìn năm lịch sử của dân tộc.

Thông qua hệ thống hình ảnh đa dạng và giàu tính biểu trưng, hoa văn cổ phản ánh thế giới quan, nhân sinh quan và thẩm mỹ quan đặc trưng của người Việt. Chẳng hạn, hình tượng hoa sen biểu trưng cho sự thanh khiết, trí tuệ và tinh thần hướng thiện; đường mây tượng trưng cho yếu tố linh thiêng của vũ trụ; trong khi tứ linh (Long - Lân - Quy - Phụng) thể hiện khát vọng về quyền lực, sự bảo hộ và cát tường.

Tư duy tạo hình của nghệ nhân Việt luôn hướng đến sự cách điệu hóa hiện thực, chứ không mô phỏng máy móc thiên nhiên. Họ chọn lọc và khái quát những đặc điểm tiêu biểu của đối tượng, chuyển hóa chúng thành đường nét, nhịp điệu và bố cục giàu tính biểu cảm. Chính nhờ đó, hoa văn cổ không chỉ mang giá trị mỹ thuật mà còn thể hiện chiều sâu tư tưởng và tinh thần sáng tạo của dân tộc.

Hoa văn cổ Việt Nam có khả năng “giao tiếp” với người xem thông qua ngôn ngữ thị giác, tạo nên sự đồng điệu cảm xúc giữa nghệ nhân và người thưởng thức. Tính nhịp điệu, đối xứng và hài hòa trong bố cục giúp hoa văn vừa mang tính trang trí, vừa chứa đựng thông điệp thẩm mỹ sâu sắc. Khi được ứng dụng vào thiết kế hiện đại đặc biệt trong mỹ thuật ứng dụng như thiết kế bao bì hoa văn cổ trở thành cầu nối giữa truyền thống và đương đại, góp phần khẳng định “tinh thần Việt” trong dòng chảy toàn cầu hóa hiện nay.

2.3. Nguồn cảm hứng cho mỹ thuật ứng dụng

Hoa văn cổ Việt Nam, với đặc trưng giàu tính tạo hình, nhịp điệu và biểu tượng, là nguồn tài nguyên thẩm mỹ quan trọng cho mỹ thuật ứng dụng. Không chỉ phản ánh giá trị văn hóa truyền thống, các họa tiết này còn mang tiềm năng sáng tạo lớn khi được tích hợp vào các lĩnh vực như thiết kế bao bì, truyền thông thị giác, thời trang hay kiến trúc.

Thông qua quá trình cách điệu, tối giản hoặc kết hợp với ngôn ngữ đồ họa hiện đại, hoa văn cổ có thể tạo nên những hình thức biểu đạt mới, vừa giữ được bản sắc dân tộc, vừa phù hợp với thị hiếu đương đại. Đặc biệt, trong thiết kế bao bì, việc sử dụng hoa văn cổ góp phần nâng cao giá trị thẩm mỹ, tăng khả năng nhận diện thương hiệu và gợi liên tưởng đến nguồn gốc văn hóa của sản phẩm.

Sự ứng dụng này không chỉ làm phong phú ngôn ngữ thiết kế mà còn góp phần đưa di sản văn hóa từ trạng thái “tĩnh” sang “động”, trở thành yếu tố sống động trong đời sống hiện đại và công nghiệp sáng tạo.

2.4. Ứng dụng hoa văn cổ trong thiết kế bao bì hiện đại

2.4.1. Không gian chuyển hoá của hoa văn truyền thống

Trong xã hội hiện đại, khi đời sống vật chất và tinh thần ngày càng được nâng cao, nhu cầu thẩm mỹ của người tiêu dùng cũng phát triển theo hướng ngày càng tinh tế và đa dạng hơn. Bao bì không chỉ đóng vai trò đóng gói, bảo vệ hay vận chuyển sản phẩm, mà đã trở thành một nhân tố chủ chốt trong quy trình truyền thông thương hiệu. Là điểm tiếp xúc đầu tiên giữa sản phẩm và người tiêu dùng, bao bì có thể quyết định đến cảm nhận ban đầu, ảnh hưởng đến hành vi mua sắm, cũng như khả năng ghi nhớ thương hiệu của khách hàng. Theo Nguyễn Thị Hợp (2004), bao bì là “hồn của sản phẩm”, bởi nó truyền tải bản sắc, thông điệp và giá trị cảm xúc mà thương hiệu muốn gửi gắm đến người tiêu dùng.

“Khi đứng trước hai sản phẩm cùng loại và giá, sản phẩm nào có thiết kế thu hút hơn thường được lựa chọn nhiều hơn” cho thấy tầm quan trọng của thiết kế bao bì. Một thiết kế bao bì đẹp, độc đáo và mang dấu ấn văn hóa không chỉ giúp sản phẩm nổi bật trên kệ hàng mà còn đóng vai trò như một “đại sứ thương hiệu”, truyền tải hiệu quả các giá trị cốt lõi và thông điệp mà doanh nghiệp muốn hướng đến. Thông qua văn bản và hình ảnh, bao bì góp phần lan tỏa không chỉ nội dung sản phẩm mà còn cả giá trị văn hóa, bản sắc dân tộc, giúp thương hiệu tạo dựng mối liên kết cảm xúc sâu sắc hơn với người tiêu dùng trong nước và quốc tế.

Ngày nay, bao bì được xem là nhân tố chủ chốt trong chiến lược marketing tổng thể của doanh nghiệp. Là điểm tiếp xúc đầu tiên giữa sản phẩm và khách hàng, một thiết kế bao bì đẹp, ấn tượng có thể thu hút sự chú ý nhanh chóng, tạo ra kết nối cảm xúc và thúc đẩy hành vi tiêu dùng. Không chỉ đơn giản là công cụ chứa đựng sản phẩm, bao bì hiện đại còn góp phần lan tỏa giá trị văn hóa thông qua hình ảnh, màu sắc, chất liệu và thông điệp thiết kế. Trong bối cảnh đó, việc tích hợp hoa văn cổ vào thiết kế bao bì không chỉ là một giải

pháp thẩm mỹ, mà còn là hành vi văn hóa tạo nên sự kết nối giữa sản phẩm tiêu dùng hiện đại với di sản truyền thống dân tộc.

Hoa văn cổ với các đặc điểm như tính cách điệu cao, bố cục hài hòa, nhịp điệu thị giác mạnh có khả năng chuyển hóa linh hoạt để phù hợp với yêu cầu của mỹ thuật ứng dụng đương đại. Thông qua quá trình tái tạo, tối giản hóa hoặc kết hợp với các yếu tố thiết kế hiện đại (typography, màu sắc, hình khối...), hoa văn truyền thống có thể góp phần tạo nên bao bì mang tính nhận diện cao, vừa hiện đại vừa đậm bản sắc Việt.

2.4.2. Các hình thức ứng dụng sáng tạo

Việc ứng dụng hoa văn cổ trong thiết kế bao bì không phải là hành động sao chép đơn thuần, mà là quá trình sáng tạo mang tính chọn lọc, chuyển hóa nhằm đáp ứng cả giá trị thẩm mỹ, chức năng truyền thông và xu hướng tiêu dùng hiện đại. Tùy vào định vị thương hiệu, phân khúc sản phẩm và đối tượng khách hàng mục tiêu, nhà thiết kế có thể lựa chọn một trong các hình thức ứng dụng sau:

a, Ứng dụng nguyên bản (bảo tồn giá trị gốc)

Đây là hình thức sử dụng trực tiếp mô-típ hoa văn truyền thống từ hiện vật khảo cổ hoặc di sản kiến trúc chẳng hạn như hoa văn trên trống đồng Đông Sơn, gốm cổ Bát Tràng, phù điêu chùa tháp, các họa tiết dân gian như tranh Đông Hồ, thổ cẩm... Việc giữ nguyên hình dáng, đường nét, màu sắc hoặc bố cục của hoa văn gốc mang đến cảm giác chân thực, gần gũi với truyền thống.

Hình thức này đặc biệt phù hợp với các sản phẩm mang tính văn hóa, thủ công mỹ nghệ, thực phẩm truyền thống hoặc đặc sản vùng miền. Tuy nhiên, để tránh cảm giác cũ kỹ hay rườm rà, nhà thiết kế cần có sự điều chỉnh về tỷ lệ, phối cảnh hoặc màu sắc để đảm bảo sự hài hòa trong tổng thể thiết kế bao bì.

b) Ứng dụng cách điệu (sáng tạo hình thức mới)

Trong hình thức này, các hoa văn cổ được tái cấu trúc dưới góc nhìn đồ họa hiện đại, có thể là biến thể hình học, dạng vector, sử dụng màu phẳng, lược giản chi tiết, hoặc áp dụng các phong cách thiết kế đương đại như minimalism (tối giản), flat design, geometric style...

Cách tiếp cận này giúp sản phẩm vừa giữ được tinh thần Việt, vừa đáp ứng được thị hiếu thẩm mỹ mới của người tiêu dùng trẻ. Đây là xu hướng phổ biến trong các ngành hàng như mỹ phẩm thiên nhiên, sản phẩm lifestyle, thời trang, thực phẩm

cao cấp... khi thương hiệu muốn thể hiện cá tính hiện đại nhưng vẫn có chiều sâu văn hóa

c) Ứng dụng biểu tượng hóa (chuyển hóa thành thông điệp thương hiệu)

Nhiều hoa văn cổ không chỉ mang tính trang trí mà còn chứa đựng ý nghĩa biểu tượng sâu sắc – là kết tinh của tư duy triết học, tín ngưỡng và nhân sinh quan người Việt. Việc trích xuất và sử dụng các hoa văn theo hướng biểu tượng hóa có thể giúp thương hiệu xây dựng hệ thống nhận diện độc đáo, mang thông điệp rõ ràng và dễ ghi nhớ.

d, Ứng dụng đa phương tiện (tăng cường trải nghiệm thị giác - xúc giác)

Ngoài yếu tố thị giác, thiết kế bao bì hiện nay còn chú trọng đến trải nghiệm xúc giác và hiệu ứng cảm xúc của người dùng. Việc kết hợp hoa văn cổ với công nghệ in ấn hiện đại như dập nổi, in UV định hình, ép kim (foil stamping), in metalize... tạo nên sự khác biệt rõ rệt về chất lượng cảm nhận sản phẩm,...

Hình thức này thường được áp dụng cho các sản phẩm cao cấp, quà tặng, hoặc ấn phẩm truyền thông đặc biệt. Hoa văn cổ không chỉ mang đến hiệu quả thị giác mạnh mà còn góp phần tạo nên trải nghiệm tinh tế và cảm xúc văn hóa cho người tiêu dùng.

Trong bối cảnh hội nhập và toàn cầu hóa sâu rộng, việc khẳng định bản sắc văn hóa trong sản phẩm tiêu dùng không chỉ là nhu cầu thẩm mỹ, mà còn là chiến lược phát triển bền vững của các thương hiệu nội địa. Hoa văn cổ Việt Nam vốn là kết tinh của tư duy tạo hình, tinh thần dân tộc và triết lý nhân sinh đang trở thành một nguồn tài nguyên thẩm mỹ và văn hóa quý giá, cần được khai thác một cách sáng tạo và có trách nhiệm.

Việc ứng dụng hoa văn cổ trong thiết kế bao bì không chỉ giúp nâng cao giá trị thẩm mỹ và khả năng nhận diện của sản phẩm, mà còn tạo ra sự kết nối tinh tế giữa truyền thống và hiện đại. Qua đó, di sản văn hóa được đưa trở lại đời sống đương đại theo cách gần gũi, sinh động, góp phần định hình bản sắc thị giác cho thương hiệu Việt trong mắt người tiêu dùng trong nước và quốc tế.

Tuy nhiên, quá trình ứng dụng này đòi hỏi sự hiểu biết sâu sắc về ngôn ngữ hình tượng truyền thống, khả năng phân tích biểu tượng văn hóa, cùng tư duy thiết kế hiện đại mang tính chọn lọc và thích nghi. Đây cũng chính là vai trò và trách nhiệm của người làm mỹ thuật ứng dụng như

những người “dịch” ngôn ngữ của di sản sang ngôn ngữ thẩm mỹ đương đại.

Trong tương lai, việc kết nối giữa thiết kế bao bì và di sản văn hóa đặc biệt là hoa văn cổ cần tiếp tục được thúc đẩy thông qua các hoạt động nghiên cứu, số hóa, tư liệu hóa và ứng dụng sáng tạo. Qua đó, không chỉ giúp các thương hiệu nội địa tạo dựng hình ảnh đặc sắc và riêng biệt, mà còn góp phần bảo tồn, phát huy và lan tỏa giá trị của di sản văn hóa Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa. Tuy nhiên, quá trình ứng dụng này đòi hỏi sự hiểu biết sâu sắc về ngôn ngữ hình tượng truyền thống, khả năng phân tích biểu tượng văn hóa, cùng tư duy thiết kế hiện đại mang tính chọn lọc và thích nghi. Đây cũng chính là vai trò và trách nhiệm của

người làm mỹ thuật ứng dụng như những người “dịch” ngôn ngữ của di sản sang ngôn ngữ thẩm mỹ đương đại.

III. KẾT LUẬN

Nghiên cứu khẳng định hoa văn cổ Việt Nam là nguồn tư liệu giàu giá trị thẩm mỹ và văn hóa, có khả năng ứng dụng hiệu quả trong thiết kế bao bì hiện đại. Việc chuyển hóa phù hợp không chỉ góp phần nâng cao giá trị sản phẩm mà còn lan tỏa bản sắc dân tộc trong bối cảnh đương đại.

Về mặt giáo dục, cần tăng cường lồng ghép nội dung mỹ thuật truyền thống vào đào tạo thiết kế, khuyến khích tư duy sáng tạo trên nền tảng di sản, qua đó góp phần hình thành đội ngũ thiết kế vừa có chuyên môn, vừa có ý thức gìn giữ và phát huy giá trị văn hóa dân tộc.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Trần Lâm Biên (2018), Trang trí trong mỹ thuật truyền thống của người Việt, NXB Hồng Đức.
Nguyễn Du Chi (2019), Hoa văn Việt Nam, NXB Hồng Đức, Hà Nội.
Nguyễn Thị Hợp (2008), Bao bì hồn của sản phẩm, NXB Mỹ thuật.
Lê Huy Văn, Trần Tử Thành (2002), Cơ sở tạo hình, NXB Văn hoá – Thông tin.
Phạm Quang Vinh – Chủ biên (2023), Nghệ thuật Việt Nam, NXB Kim Đồng.
Sean Adams (2025), Tư duy màu sắc trong thiết kế, Dịch giả Tuấn Anh, Nxb Thế Giới.