

MỘT SỐ GIẢI PHÁP GIÁO DỤC BẢO TỒN VĂN HÓA VIỆT NAM QUA VIỆC PHÁT TRIỂN CÁC SẢN PHẨM LƯU NIỆM

TS. PHẠM THỊ MINH HẠNH

Trường Cao đẳng Cộng đồng Bình Thuận

Đặt vấn đề

Mỗi đất nước đều có một nền văn minh dân tộc riêng biệt, hết sức đặc trưng qua nhiều thế hệ hồn đúc tạo thành. Nền văn minh đó được khẳng định bởi sự phát triển về khoa học, kỹ thuật, kinh tế, văn hóa, xã hội... trong những điều kiện tự nhiên nhất định và được mọi người biết đến trong quá trình giao lưu.

Để khắc họa lại từng thời điểm của nền văn minh dân tộc, con người thể hiện tất cả những giá trị mà họ sở hữu được trong quá trình tạo ra các sản phẩm để phục vụ cho nhu cầu của cuộc sống theo dòng thời gian. Các sản phẩm này được xem như những món quà lưu niệm truyền từ đời này sang đời khác, di chuyển từ vùng đất này sang vùng đất khác để giới thiệu, đồng thời khẳng định sự hiện hữu của những giá trị văn hóa đặc sắc nhất của một đất nước.

Chính vì vậy, khi nhìn thấy một sản phẩm lưu niệm bất kì, một người am hiểu về văn hóa các dân tộc trên thế giới sẽ biết chính xác nó có xuất xứ từ đâu và đặc trưng cho điều gì của dân tộc đó. Các quốc gia đã dùng những sản phẩm này để thực hiện quảng bá du lịch và việc sản xuất những mặt hàng lưu niệm giới thiệu hình ảnh, văn hóa đặc trưng của quốc gia mình ngày càng được quan tâm, phát triển, đặc biệt là đối với các vùng du lịch nổi tiếng trên thế giới.

Trong những năm gần đây, du lịch Việt Nam được dần khẳng định trên thương trường quốc tế, lượng du khách đến Việt Nam ngày càng tăng, Việt Nam đã có những sản phẩm lưu niệm nào thể hiện được nền văn minh Việt để giới thiệu cùng du khách? Người Việt có những giải pháp nào để bảo tồn văn hóa Việt Nam trong những chặng đường lịch sử đất nước thông qua những sản phẩm này?

1. Khái niệm sản phẩm lưu niệm

Sản phẩm lưu niệm là những sản phẩm lưu giữ được thông điệp nào đó của một nền văn minh dân tộc bất kì như mô hình thu nhỏ, tranh, ảnh các công trình kiến trúc, di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, các tác phẩm nghệ thuật, các vật dụng được tạo thành từ các nguyên liệu địa phương... Sản phẩm lưu niệm thường chứa đựng các giá trị văn hóa của vùng lãnh thổ đó.

Các giá trị văn hóa gồm hai dạng văn hóa vật chất (vật thể) và văn hóa tinh thần (phi vật thể) tương ứng với hai loại nhu cầu cơ bản của con người là nhu cầu vật chất và tinh thần. Ngoài những cảnh quan thiên nhiên

lộng lẫy, bất tận đặc trưng cho mỗi vùng du lịch, hiển thị trong các sản phẩm lưu niệm, văn hóa vật thể còn bao gồm toàn bộ những sản phẩm vật chất do con người tạo ra như: Các công trình kiến trúc độc đáo vượt thời gian, các di tích lịch sử - văn hóa... tồn tại trong quá trình phát triển của dân tộc. Văn hóa vật thể là nguồn tài nguyên quan trọng rất dễ khai thác và thể hiện trong quá trình sản xuất các sản phẩm lưu niệm, đồng thời cũng giúp du khách dễ dàng gợi nhớ các vùng du lịch họ đã đi qua như: Những truyền thuyết, hoạt động của con người, các nhân vật lịch sử của dân tộc...

Các giá trị văn hóa phi vật thể là những sản phẩm do hoạt động tinh thần của con người tạo ra như: Tín ngưỡng, tôn giáo, nghệ thuật, phong tục tập quán, lễ hội, văn chương, âm nhạc... các giá trị này được thể hiện thông qua các loại hình nghệ thuật như: Vẽ, kiến trúc, chạm khắc, điêu khắc... các giá trị văn hóa này rất khó thể hiện trên các sản phẩm lưu niệm, để thể hiện được nó, các nhà thiết kế phải mất khá nhiều thời gian, công sức cũng như đòi hỏi trình độ mĩ thuật nhất định đối với từng loại hình nghệ thuật khác nhau.

Trong quá trình trao đổi và giới thiệu văn hóa giữa các quốc gia, những sản phẩm lưu niệm thường được người bản địa thuyết minh nguồn gốc, quá trình phát triển sản phẩm theo dòng lịch sử của dân tộc họ.

2. Sản phẩm lưu niệm của một số vùng du lịch nổi tiếng và những giá trị văn hóa đặc thù

Trước khi du lịch đến bất cứ nơi nào, một trong những công việc được du khách quan tâm đó là tìm hiểu những món quà lưu niệm chứa đựng văn hóa nơi mà họ sẽ đến để mang về làm quà tặng hay kỉ niệm cho chuyến đi. Chính vì vậy, những vùng du lịch nổi tiếng trên thế giới đều có những sản phẩm lưu niệm hết sức đặc trưng, điển hình thể hiện giá trị văn hóa khác nhau như: Biểu tượng của đất nước bách dương là những cô búp bê từ to đến nhỏ xếp vào với nhau được trang trí các họa tiết trên trang phục truyền thống của các cô gái Nga; tháp Eiffel cùng 1665 bậc thang - một công trình kiến trúc nổi tiếng vượt thời gian là hình ảnh mà bất cứ ai từng tới Paris nói riêng và nước Pháp nói chung cũng đều mong muốn mang về dưới dạng một món quà lưu niệm; tượng tự ở Úc có nhà hát opera Sydney; Hà Lan có cối xay gió; đấu trường La Mã đặc trưng của thành Rome ở Italy; sân vận động tổ chim hay Vạn Lý Trường Thành ở Trung Quốc; Campuchia với đền Angkor; những búp bê

thiếu nữ mặc kimono của xứ sở hoa Anh đào; Ai Cập với Kim tự tháp, mô hình tượng nhân sư và tượng nữ hoàng Nefertiti; Ấn Độ với cung điện Taj Mahal; tháp đồng hồ Big Ben (tháp Elizabeth) của xứ sở sương mù...

Dù là văn hóa vật thể hay phi vật thể đó vẫn là những nét đặc trưng nhất của mỗi dân tộc trong quá trình phát triển đất nước được thể hiện trên các sản phẩm lưu niệm để giới thiệu cùng du khách.

3. So sánh những giá trị văn hóa được thể hiện trên sản phẩm lưu niệm Việt Nam và một số vùng du lịch nổi tiếng

Song song với sự phát triển của du lịch trong những thập kỷ gần đây, Việt Nam ngày càng làm phong phú hơn các sản phẩm lưu niệm của mình một cách tự phát nhằm đáp ứng nhu cầu của du khách như: Chiếc áo dài thoát tha, nón bài thơ xứ Huế, những chiếc đèn lồng tinh xảo, điêu luyện với đủ các loại và màu sắc của phố cổ Hội An, vải thổ cẩm của đồng bào dân tộc, các sản phẩm đa dạng từ lụa tơ tằm nhu khăn, áo, cà vạt, tranh thêu tay độc đáo, tranh sơn mài, đồ thủ công mĩ nghệ được làm từ tre, mây, lá, những hoa văn tinh tế thể hiện văn hóa dân tộc Việt Nam trên gốm sứ Bát Tràng, trên thủy tinh, những sản phẩm gỗ đặc trưng của xứ dừa Bến Tre, những con tò he, những chiếc vòng tay, vòng cổ, khuyên tai bằng đủ loại chất liệu...

Trong số các sản phẩm đang tồn tại trên thị trường hiện nay, tùy từng vùng du lịch, mặc dù hết sức phong phú nhưng các sản phẩm có chứa đựng văn hóa Việt Nam chỉ chiếm khoảng 10 - 15%, cụ thể như trong các dòng sản phẩm kể trên chỉ có áo dài, nón lá và những bức tranh về văn hóa Việt trên với các loại chất liệu thể hiện những nét đặc trưng của văn hóa Việt Nam. Các loại sản phẩm còn lại hầu như không có sự khác biệt với các vùng du lịch khác trên thế giới như vải thổ cẩm, quà lưu niệm gỗ dừa... của Thái Lan và một số nước khác; tranh thêu, đèn lồng, gốm sứ, các loại trang sức... của Trung Quốc.

Như vậy, với các sản phẩm lưu niệm phục vụ cho thị trường du lịch Việt Nam, có thể thấy các giá trị văn hóa Việt chưa được sử dụng vào mục đích quảng bá hình ảnh, giới thiệu văn hóa Việt với du khách nước ngoài. Sự nghèo nàn của văn hóa Việt trên các sản phẩm lưu niệm so với các quốc gia phát triển du lịch khác được các nhà quản lý du lịch công nhận trong các báo cáo đánh giá về các hoạt động quảng bá du lịch ở Việt Nam.

4. Một số giải pháp giáo dục bảo tồn văn hóa Việt Nam thông qua việc phát triển các sản phẩm lưu niệm

Để có thể bảo tồn văn hóa Việt Nam, giới thiệu, quảng bá du lịch Việt Nam ra thế giới thông qua việc phát triển các sản phẩm lưu niệm cần chú ý các nhóm giải pháp cơ bản sau:

4.1. Nhóm giải pháp dành cho các nhà quản lý văn hóa - du lịch

- Xác định và công bố trên mọi phương tiện thông

tin đại chúng các giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể cấp quốc gia, giá trị văn hóa cấp địa phương từng vùng du lịch. Đây là cơ sở quan trọng nhất để tiến hành các biện pháp còn lại để bảo tồn và giới thiệu văn hóa Việt Nam. Cần lựa chọn và xây dựng các nét đặc trưng của văn hóa Việt Nam: Vật thể nào, giá trị nào là tiêu biểu cho Việt Nam? đâu là biểu tượng, giá trị của Sapa, Hà Nội, Huế, Nha Trang, Mũi Né, TP. Hồ Chí Minh?...;

- Khuyến khích các cơ sở sản xuất kinh doanh sản phẩm lưu niệm hoạt động theo mô hình làng nghề truyền thống để dễ phối hợp với các loại hình du lịch, đồng thời dễ tổ chức nhiều hoạt động văn hóa, lễ hội... nhằm giới thiệu, quảng bá các sản phẩm của quốc gia cũng như của từng vùng;

- Đầu tư xây dựng các nơi đón tiếp, trưng bày và giới thiệu với du khách các sản phẩm lưu niệm đặc sắc, ấn tượng mang đậm dấu ấn của văn hóa Việt Nam cũng như văn hóa của từng vùng du lịch;

- Tiêu chuẩn hóa các thông tin có liên quan đến sản phẩm lưu niệm và các giá trị văn hóa cần thể hiện trên sản phẩm: Quá trình hình thành, lịch sử phát triển, quy trình sản xuất, công dụng... mỗi sản phẩm đều được bán kèm với lời giới thiệu thông tin của sản phẩm.

4.2. Nhóm giải pháp dành cho các cơ sở sản xuất các sản phẩm lưu niệm

- Thiết kế mẫu sản xuất là giai đoạn quan trọng nhất của việc thể hiện các giá trị trên sản phẩm, do đó giáo dục nhận thức cho đội ngũ thiết kế hiểu được tầm quan trọng của các giá trị văn hóa cần thể hiện trên sản phẩm lưu niệm là vấn đề cơ bản nhất để thực hiện quảng bá du lịch thông qua sản xuất sản phẩm lưu niệm. Đội ngũ nhân lực này một khi đã nắm vững các giá trị văn hóa của Việt Nam và từng vùng du lịch sẽ khai thác triệt để, phát huy một cách sáng tạo nhất cách thể hiện các giá trị văn hóa trên từng sản phẩm lưu niệm, trên đó sẽ thể hiện được tối đa các giá trị văn hóa một cách hài hòa. Trong quá trình thiết kế, cần lưu ý đến các giá trị văn hóa dân gian, truyền thống của con người Việt Nam, vẻ mộc mạc, chân chất của loại sản phẩm này rất quyến rũ đối với du khách say mê tìm về cội nguồn các dân tộc, đặc biệt là những dòng sản phẩm được sản xuất thủ công. Các cơ sở sản xuất cần đặc biệt quan tâm đến giai đoạn này, bởi vì mẫu càng độc đáo thì giá trị văn hóa trên đó càng có giá trị cao, kể cả mẫu mã của bao bì;

- Để phân định sự khác biệt của các dòng sản phẩm có cùng loại nguyên liệu, có cùng hình thức giữa các vùng du lịch, trên sản phẩm lưu niệm nên ghi lại địa danh một cách tinh tế để gợi nhớ cho du khách hoặc giới thiệu cho những người được tặng quà về những điểm đến trên đất nước Việt Nam;

- Cần chú ý đến các yếu tố liên quan đến tuổi thơ của sản phẩm như chất liệu, màu sắc... của sản phẩm phải phong phú, đa dạng và đảm bảo không thay đổi,

hư hỏng theo thời gian. Chất lượng sản phẩm phải được đề cao, nhất là nên sử dụng các loại chất liệu thân thiện với môi trường và an toàn cho sức khỏe;

- Đề sản phẩm được du khách quan tâm, thuận lợi cho du khách trong suốt cuộc hành trình, sản phẩm sản xuất nên gọn nhẹ, dễ cầm, dễ đóng gói, bảo quản, dễ vận chuyển...;

- Khai thác tối đa nguyên vật liệu sẵn có tại địa phương như cát nhiều màu ở Mũi Né, đá ở Quảng Nam, dừa ở Bến Tre... với tay nghề của các nghệ nhân, thợ thủ công địa phương. Đây là yếu tố dễ thu hút và quảng bá du lịch nhất vì du khách luôn muốn biết sản phẩm mình mua được tạo ra như thế nào trong thời đại công nghiệp;

- Nên đặt cơ sở sản xuất tại vùng du lịch theo hình thức làng nghề.

4.3. Nhóm giải pháp dành cho các cơ sở kinh doanh các sản phẩm lưu niệm

Các cơ sở kinh doanh chỉ quan tâm đến lợi nhuận, do đó cần giáo dục cho họ nhận thức sự kết hợp hài hòa giữa lợi nhuận và việc bảo tồn, giới thiệu, quảng bá du lịch Việt Nam, cụ thể:

4.3.1. Đối với các sản phẩm không sản xuất tại vùng du lịch

Số lượng các sản phẩm này luôn chiếm tỉ lệ lớn trong số các sản phẩm lưu niệm do lợi nhuận luôn là vấn đề được ưu tiên nhất, vì vậy, đối với loại sản phẩm này cần yêu cầu họ phải gia công lại, ít nhất phải được gắn thêm địa danh du lịch, biểu tượng văn hóa của vùng du lịch... các sản phẩm bày bán tối thiểu phải có yếu tố văn hóa đặc trưng của vùng du lịch.

Không chỉ riêng ở Việt Nam, các quốc gia khác cũng sử dụng phần lớn loại sản phẩm này trên thị trường du lịch, nhất là các sản phẩm được sản xuất từ Trung Quốc, mặc dù vậy, trên sản phẩm đều có địa danh và một số nét văn hóa đặc trưng của vùng du lịch này.

4.3.2. Đối với các sản phẩm sản xuất tại vùng du lịch

Cần nắm vững các thông tin có liên quan đến sản phẩm đã được tiêu chuẩn hóa ở trên, nhất là các giá trị văn hóa được thể hiện trên sản phẩm để cung cấp thật chi tiết cho du khách. Giáo dục cho nhân viên của cơ sở mình biết tôn trọng và bảo tồn các giá trị văn hóa của dân tộc được thể hiện trên sản phẩm để giới thiệu cùng du khách.

4.4. Nhóm giải pháp dành cho các cơ sở dịch vụ du lịch

Sự phối hợp của cơ sở du lịch rất quan trọng trong quá trình giới thiệu sản phẩm, quảng bá các giá trị văn hóa đặc thù của Việt Nam cho du khách. Bằng nhiều hình thức: Đặt quầy lưu niệm tại lễ tân, phối hợp với cơ sở sản xuất tổ chức du lịch làng nghề, tặng quà lưu niệm đặc trưng trong các lễ hội, tổ chức lễ hội, hội thảo chuyên đề giới thiệu sản phẩm lưu niệm đặc trưng...

4.5. Nhóm giải pháp dành cho cộng đồng dân cư

Mọi hoạt động hàng ngày đều diễn ra trong cộng

đồng dân cư đa dạng, nhất là du lịch. Do đó, giáo dục cho cộng đồng nhận thức được tầm quan trọng của việc bảo tồn các giá trị văn hóa Việt Nam thông qua giới thiệu văn hóa, quảng bá hình ảnh đất nước trên mỗi sản phẩm du lịch đến du khách là hoạt động hết sức quan trọng, mỗi người chung tay cho hoạt động bảo tồn và phát triển văn hóa Việt Nam sẽ mang lại những thành công đáng kể trong lĩnh vực này. Khi đã nắm vững được ý nghĩa của hoạt động này, mỗi người dân trong vùng du lịch sẽ trở thành một nhà hoạt động văn hóa, đóng góp công sức của cá nhân cho quảng bá du lịch Việt Nam.

4.6. Nhóm giải pháp dành cho các nhà hoạch định chính sách

Để sản phẩm lưu niệm có thể trở thành sứ giả của hoạt động giới thiệu, quảng bá du lịch, lãnh đạo các cấp cần có hệ thống chính sách phát triển các sản phẩm lưu niệm phục vụ du lịch phù hợp để bảo tồn và phát huy được những giá trị văn hóa Việt Nam, lưu ý các nhóm chính sách chủ yếu sau:

- Các chính sách khuyến khích tạo ra sản phẩm lưu niệm đặc thù, ưu đãi đầu tư đào tạo đối với các sản phẩm dễ bị thất truyền trong quá trình phát triển;

- Các chính sách kiểm soát chất lượng sản phẩm lưu niệm, đặc biệt là cần có chính sách bắt buộc phải thể hiện tối thiểu các giá trị văn hóa Việt trên sản phẩm lưu niệm;

- Có chính sách nâng cao nhận thức của cộng đồng hoạt động phục vụ du lịch về giới thiệu và quảng bá văn hóa Việt;

- Các chính sách phát triển sản phẩm lưu niệm phục vụ du lịch bền vững: Khuyến khích và hỗ trợ tài chính đối với các cơ sở sản xuất theo mô hình làng nghề, ưu đãi đối với các cơ sở có sử dụng nhiều lao động địa phương;

- Chính sách đầu tư phát triển sản phẩm mới sao cho mỗi sản phẩm thể hiện tối đa giá trị văn hóa đặc trưng vùng hay quốc gia trên, tăng cường đầu tư cho các nghiên cứu thị trường để thiết kế mẫu sản xuất phù hợp;

- Chính sách phát triển nguồn nhân lực đặc biệt là đội ngũ thiết kế sản phẩm;

- Chính sách tác động đến cộng đồng: Khuyến khích, hỗ trợ phát triển các loại hình du lịch phối hợp với làng nghề truyền thống, tăng cường năng lực tham gia của cộng đồng, hỗ trợ các cơ sở, cá nhân chuyển đổi nghề sang sản xuất sản phẩm đặc thù;

- Có chính sách hỗ trợ cho các làng nghề tham gia các hội chợ, hội thi tay nghề ngoài tỉnh, ngoài nước đối với các làng nghề tiêu biểu;

- Có chính sách khuyến khích hay bắt buộc mỗi cơ sở kinh doanh sản phẩm lưu niệm đều phải giới thiệu được sản phẩm chứa đựng các giá trị văn hóa Việt Nam.

5. Kết luận

Sản phẩm lưu niệm có sức lôi cuốn mãnh liệt đối với du khách, chính vì thế rất nhiều quốc gia đã lựa



chọn hình thức phát triển loại sản phẩm này để giới thiệu, quảng bá văn hóa, xây dựng hình ảnh đất nước với các nước trên thế giới. Với số lượng khách quốc tế đạt 6,12 triệu lượt trong 10 tháng đầu năm 2013, việc giới thiệu quảng bá văn hóa Việt thông qua sản phẩm lưu niệm là hoàn toàn có khả năng thực hiện được. Trong giai đoạn sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt của kinh tế thị trường, sản xuất công nghiệp dần dần thay thế sản xuất thủ công, kèm theo việc đa dạng hóa các loại hình sản phẩm lưu niệm, việc bảo tồn và giới thiệu các giá trị văn hóa Việt trên sản phẩm lưu niệm phụ thuộc rất nhiều yếu tố chủ quan cũng như khách quan, đòi hỏi sự nỗ lực của cộng đồng mới có thể bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa dân tộc, giới thiệu văn hóa Việt Nam đến các quốc gia trên thế giới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Hương, Phát triển sản phẩm lưu niệm để quảng bá văn hóa, thúc đẩy du lịch Việt Nam, <http://www.cinet.gov.vn>, tháng 8/2013.

2. Nguyễn Văn Bốn, Văn hóa du lịch Việt Nam, Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật, số 335 tháng 5 - 2012, tr. 35 – 37.

3. Nguyễn Văn Tuấn, Chính sách du lịch có trách nhiệm báo cáo tại Hội thảo quốc gia về du lịch ngày 14-15/11/2013 tại Đà Nẵng.

4. Tường Vy, Thắng cảnh thế giới qua những món quà lưu niệm, tháng 1/2013, <http://ione.vnexpress.net>.

SUMMARY

In the culture exchange and introduction among countries, souvenir products should be talked about their origin, development process according to history of country. In the period of hard competition in market economy, industrial production was gradually replaced by craft production; forms of souvenir products were various. The preservation and introduction of Vietnamese culture through souvenir products heavily depends on subjective and objective factors, requiring community efforts to preserve and promote the ethnics and Vietnam cultural values to other countries.

BIỆN PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC QUẢN LÝ... (Tiếp theo trang 54)

bộ đương chức và kế cận cho BCN các TTHTCĐ trên địa bàn quận, huyện. Phối hợp với các cơ quan hữu quan làm tốt công tác thanh tra, kiểm tra, đánh giá đúng khách quan năng lực của cán bộ quản lý. Kịp thời động viên khích lệ cán bộ quản lý làm tốt, đồng thời kiên quyết có ý kiến với cấp trên để xử lý những cán bộ quản lý sai phạm hoặc không hoàn thành nhiệm vụ.

-Với cán bộ quản lý các TTHTCĐ: chủ động, sáng tạo trong quá trình thực hiện nhiệm vụ. Phát huy tinh thần dân chủ, trách nhiệm cao trong công việc. Đồng thời, các cán bộ quản lý phải luôn có ý thức tự học, tự bồi dưỡng thường xuyên dưới mọi hình thức để nâng cao trình độ nghiệp vụ quản lý.

Để cán bộ trong BCN các TTHTCĐ nâng cao hiệu quả quản lý, yếu tố phối kết hợp chặt chẽ giữa các cơ quan hữu quan trong công tác quản lý là rất quan trọng. Người cán bộ có đủ phẩm chất, năng lực, trình độ quản lý là điều kiện cần nhưng chưa đủ mà phải có sự chỉ đạo sát sao, kiểm tra đánh giá, động viên khuyến khích kịp thời của các cấp quản lý và các cơ quan, tổ chức có liên quan để cùng tiến tới xây dựng cả nước trở thành một xã hội học tập, đáp ứng yêu cầu đổi mới hiện nay.

4. Kết luận

Để có thể đạt được mục tiêu trong Đề án xây dựng xã hội học tập giai đoạn 2010-2020, các TTHTCĐ tỉnh Kiên Giang hiện nay đòi hỏi sự cố gắng nỗ lực rất lớn của các địa phương nói chung và đội ngũ BCN của các TTHTCĐ nói riêng. Hiện nay, đội ngũ BCN các TTHTCĐ tỉnh Kiên Giang tuy "đủ" về số lượng, song thực tế chưa "mạnh" về chất lượng. Các biện pháp đã đề xuất ở trên qua khảo

nghiệm đều được đánh giá có tính cấp thiết và tính khả thi cao, góp phần vào việc nâng cao năng lực cho đội ngũ BCN các TTHTCĐ tỉnh Kiên Giang.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Giáo dục và Đào tạo - Vụ Giáo dục thường xuyên và NFUAJ (2005), Sổ tay thành lập và quản lý trung tâm học tập cộng đồng.

2. Hội khuyến học tỉnh Nam Định (2008), Cơ sở lý luận, nội dung, thành tựu và bài học kinh nghiệm về việc xây dựng mô hình xã hội học tập.

3. Ngô Quang Sơn (2007), Thực trạng năng lực quản lý của chủ nhiệm các trung tâm học tập cộng đồng, Tạp chí khoa học Trường Đại học Sư phạm Hà Nội, số 5, Hà Nội.

4. Ngô Quang Sơn (2008), Các giải pháp phát triển trung tâm học tập cộng đồng tại một số tỉnh miền núi phía Bắc, đề tài khoa học - công nghệ cấp Bộ - Mã số B2006-29-10.

SUMMARY

Recently, there have been much development in the model of community learning center in Kien Giang province in terms of quantity and effectiveness. In order to meet the requirement of education management renewal and keep sustainable development of these centers, it is necessary to gradually develop and improve management competency to steering board. This article pointed out solutions to enhance competency of steering board at community learning centers in Kien Giang province through survey from 2011 to present.