

HỘI GIÓNG DƯỚI GÓC NHÌN VĂN HÓA ĐẠI CHÚNG: ỨNG DỤNG MÔ HÌNH “NGÔI NHÀ VĂN HÓA ĐẠI CHÚNG” CỦA NACHBAR & LAUSE

Nguyễn Thị Ngọc Bích¹

Tóm tắt: Bài nghiên cứu này phân tích lễ hội Hội Gióng dưới góc nhìn văn hóa đại chúng bằng cách vận dụng mô hình “Ngôi nhà văn hóa đại chúng” của Jack Nachbar và Kevin Lause. Từ việc khảo sát các yếu tố cấu thành lễ hội như hệ thống niềm tin, giá trị, biểu tượng và hình tượng anh hùng, nghiên cứu làm rõ quá trình tái định nghĩa ý nghĩa văn hóa khi Hội Gióng được chuyển hóa thành sản phẩm truyền thông đại chúng. Qua các dẫn chứng từ hoạt hình, trò chơi, sách tranh và truyền thông mạng xã hội, bài viết chỉ ra tính hai mặt của hiện tượng đại chúng hóa: vừa giúp di sản lan tỏa mạnh mẽ hơn, vừa đặt ra nguy cơ làm mất chiều sâu nghi lễ và tính cộng đồng. Nghiên cứu đề xuất một hướng tiếp cận cân bằng giữa bảo tồn truyền thống và sáng tạo nội dung, để Hội Gióng thực sự trở thành một “địa sản sống” phù hợp với thời đại.

Từ khóa: Hội Gióng; văn hóa đại chúng; truyền thông hóa; di sản; ngôi nhà văn hóa; biểu tượng; giải thiêng; truyền thống và hiện đại.

1. MỞ ĐẦU

Trong tiến trình phát triển văn hóa Việt Nam, lễ hội dân gian là một trong những hình thức biểu đạt tập thể quan trọng, phản ánh niềm tin, tập quán và cấu trúc xã hội truyền thống. Giữa hàng nghìn lễ hội trải dài khắp ba miền, Hội Gióng nổi bật như một biểu tượng vừa giàu ý nghĩa lịch sử, vừa có sức sống mạnh mẽ trong đời sống đương đại. Không chỉ là lễ nghi tưởng niệm Thánh Gióng, một hình tượng anh hùng gắn liền với truyền thuyết dân gian, Hội Gióng còn là không gian văn hóa nơi cộng đồng tái hiện ký ức lịch sử và củng cố bản sắc tập thể.

Tuy nhiên, trong bối cảnh hiện đại, khi truyền thông đại chúng và công nghệ số trở thành lực lượng định hình đời sống văn hóa, các lễ hội truyền thống như Hội Gióng buộc phải đối diện với những thay đổi sâu sắc. Một mặt, sự xuất hiện của hình tượng Thánh Gióng trên các phương tiện như truyền hình, hoạt hình, mạng xã hội giúp lễ hội dễ tiếp cận hơn với công chúng, đặc biệt là giới trẻ. Mặt khác, chính sự lan tỏa ấy lại đặt ra câu hỏi về tính thiêng, tính cộng đồng và chiều sâu văn hóa: liệu một biểu tượng từng gắn chặt với nghi lễ làng xã có thể giữ được giá trị nguyên bản khi bước vào không gian tiêu dùng đại chúng?

¹ Trường Cao đẳng Văn hóa Nghệ thuật TPHCM

Vấn đề đặt ra là: chúng ta đang chứng kiến sự mở rộng tầm ảnh hưởng của di sản hay là sự phai nhạt dần những yếu tố cấu thành bản sắc văn hóa? Việc tiếp cận Hội Gióng từ góc nhìn văn hóa đại chúng không chỉ đơn thuần là miêu tả sự thay đổi, mà còn là một cách phản tư về mối quan hệ giữa truyền thống và hiện đại, giữa bảo tồn và sáng tạo, giữa cộng đồng sở hữu văn hóa và các tác nhân truyền thông hóa di sản.

Lễ hội Gióng được xem là một trong những lễ hội lớn ở vùng đồng bằng Bắc bộ, được tổ chức chủ yếu tại xã Phù Đổng (huyện Gia Lâm) và xã Phù Linh (huyện Sóc Sơn), Hà Nội. Lễ hội gắn liền với truyền thuyết về Thánh Gióng⁽¹⁾, người anh hùng dân gian cưỡi ngựa sắt, nhổ tre làm vũ khí để đánh giặc Ân, rồi hóa thân bay lên trời sau khi hoàn thành sứ mệnh. Câu chuyện mang đậm yếu tố thần thoại, nhưng đồng thời cũng phản ánh khát vọng tập thể về sức mạnh tự vệ và tinh thần độc lập dân tộc. Được tổ chức hằng năm với các phần lễ như rước kiệu, tế thần, tái hiện trận đánh giặc..., kết hợp cùng phần hội gồm nhiều trò chơi dân gian và hoạt động nghệ thuật. Cho thấy đây là một hình thức lưu giữ "mã văn hóa" của làng xã Bắc Bộ. Quan trọng hơn, Hội Gióng không chỉ là nghi lễ, mà còn là không gian thực hành văn hóa và giáo dục xã hội theo chiều dài lịch sử.

Kể từ khi được UNESCO ghi danh là Di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại vào năm 2010, Hội Gióng đã có những thay đổi về hình thức thể hiện và mức độ lan tỏa. Từ một lễ hội mang tính địa phương, Hội Gióng đã bước ra không gian toàn quốc và toàn cầu, một quá trình vừa tạo cơ hội khẳng định giá trị di sản, vừa đặt ra thách thức trong việc bảo tồn tính thiêng và tính cộng đồng.

Trong bối cảnh hiện đại, lễ hội không còn giới hạn trong không gian vật lý truyền thống, mà được "truyền thông hóa", tức tái tạo, chuyển thể qua các định dạng truyền thông như video, hoạt hình, trò chơi điện tử, nội dung mạng xã hội. Việc Thánh Gióng xuất hiện trên YouTube, phim hoạt hình thiếu nhi, tranh truyện, game là ví dụ rõ ràng cho quá trình đó.

Cần đặt ra vấn đề rằng liệu sự phổ biến ấy có đi kèm với sự bảo tồn ý nghĩa? Liệu hình tượng Thánh Gióng có còn là biểu tượng thiêng liêng của cộng đồng, hay đã trở thành một "sản phẩm minh họa" phục vụ mục tiêu giáo dục hoặc giải trí? Vì vậy, vai trò của nghiên cứu văn hóa trở nên quan trọng trong việc phản ánh những dịch chuyển ý nghĩa khi một thực hành nghi lễ trở thành sản phẩm văn hóa đại chúng.

Bài viết sử dụng phương pháp định tính, kết hợp giữa phân tích tư liệu (truyền thuyết, tài liệu nghiên cứu) và khảo sát các sản phẩm truyền thông có liên quan đến Hội Gióng. Mô hình "Ngôi nhà văn hóa đại chúng" được sử dụng như một khung lý thuyết xuyên

¹ Thánh Gióng – Phù Đổng Thiên Vương một trong bốn vị Thánh bất tử trong tâm tưởng người Việt

suốt, giúp bóc tách và lý giải từng tầng ý nghĩa văn hóa của lễ hội trong bối cảnh hiện nay. Nghiên cứu Hội Gióng hướng tới ba mục tiêu cụ thể:

- Phân tích cách thức các yếu tố văn hóa đại chúng thâm nhập và ảnh hưởng đến cấu trúc Hội Gióng.
- Đánh giá tác động hai chiều của quá trình đại chúng hóa: cơ hội lan tỏa và nguy cơ thương mại hóa.
- Đề xuất hướng tiếp cận cân bằng trong bảo tồn và phát triển di sản lễ hội truyền thống.

2. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý luận về văn hóa đại chúng và mô hình "ngôi nhà văn hóa đại chúng"

Văn hóa đại chúng thường bị hiểu lầm như một dạng giải trí đơn giản, phục vụ thị hiếu thị trường và thiếu chiều sâu tri thức. Tuy nhiên, cách tiếp cận hiện đại về khái niệm này đã có nhiều điều chỉnh quan trọng. Theo John Storey (2018), văn hóa đại chúng không chỉ tạo ra các sản phẩm tiêu dùng phổ biến, mà còn là nơi diễn ra các cuộc thương lượng ý nghĩa giữa các tầng lớp xã hội, nơi mà các giá trị, huyền thoại và bản sắc được định hình và tái cấu trúc. Cách hiểu này giúp ta nhận diện văn hóa đại chúng như một không gian mang tính chính trị - xã hội, thay vì chỉ là môi trường giải trí thuần túy.

Quan điểm của John Storey (2018) phù hợp khi phân tích sự chuyển dịch của các lễ hội truyền thống vào không gian đại chúng. Sự dịch chuyển này không đơn thuần là lan tỏa thông tin, mà là quá trình tái định nghĩa biểu tượng trong một môi trường có logic tiêu dùng và thẩm mỹ khác biệt với không gian nghi lễ nguyên bản. Một trong những biểu hiện nổi bật trong tiến trình đại chúng hóa văn hóa truyền thống là sự can thiệp ngày càng mạnh mẽ của truyền thông hiện đại vào cấu trúc biểu nghĩa của các nghi lễ và biểu tượng. Khi các thực hành văn hóa truyền thống đi vào các định dạng truyền thông đại chúng, từ truyền hình, mạng xã hội đến trò chơi điện tử. Chúng thường không chỉ bị sao chép lại nguyên trạng, mà còn phải thích nghi với các biểu đạt mới.

Quá trình này có thể được hiểu qua hai khái niệm: *mimesis* (mô phỏng) và *alterity* (sự thay đổi/khác biệt) của Nhà nhân học Michael Taussig (1993). Mô phỏng thể hiện ở việc các biểu tượng văn hóa, như hình ảnh Thánh Gióng, ngựa sắt, hay roi tre được tái hiện lại bằng các công cụ kỹ thuật số với mục tiêu tiếp cận số đông. Nhưng đồng thời, sự mô phỏng này cũng tạo ra khoảng cách và biến dạng so với bản gốc, khiến cho các biểu tượng không còn gắn chặt với không gian nghi lễ gốc. Hiện tượng này được xem là quá trình sự thay đổi. Sự kết hợp giữa *mimesis* (mô phỏng) và *alterity* (sự thay đổi/khác biệt) khiến các yếu tố văn hóa truyền thống khi bước vào môi trường đại chúng không chỉ lan

tỏa rộng hơn, mà còn trở thành một hình thức “dịch chuyển biểu tượng”, nơi ý nghĩa cũ và mới cùng tồn tại, đan xen và đôi khi xung đột. Đây chính là thách thức lớn trong việc gìn giữ tính xác thực của di sản văn hóa trong thời đại truyền thông kỹ thuật số.

Nick Couldry (2012) đã chỉ ra rằng trong xã hội truyền thông hóa cao độ, truyền thông không còn chỉ là phương tiện phản ánh thực tại, mà trở thành một thiết chế có khả năng tái tạo nghi lễ và quy định tính hợp lệ của biểu tượng. Quá trình này dẫn đến hiện tượng “giải thiêng hóa” (desacralization), khi nghi lễ bị rút gọn, sân khấu hóa hoặc chuyển hóa thành sản phẩm đại chúng, khiến lớp ý nghĩa linh thiêng ban đầu dần mờ nhạt. Với Hội Gióng, khi hình tượng Thánh Gióng được tái hiện dưới hình thức siêu anh hùng công nghệ (cho minh chứng), hay khi nghi thức lễ hội trở thành phong nền cho video quảng bá du lịch, hiện tượng “giải thiêng hóa” có thể đang diễn ra. Điều đáng lưu tâm là, quá trình này diễn ra âm thầm dưới vỏ bọc phát triển và quảng bá văn hóa, nên dễ bị xem nhẹ hoặc không được đặt câu hỏi một cách phê phán. (cho minh chứng)

Một trong những yếu tố quan trọng trong lễ hội truyền thống là hệ thống giá trị, như lòng yêu nước, tinh thần cộng đồng và lý tưởng phụng sự. Trong Hội Gióng, các giá trị này được thể hiện rõ qua truyền thuyết và nghi thức lễ hội. Theo Nguyễn Hữu Sơn (2020), hình tượng Thánh Gióng là sự kết tinh của đạo lý “vì dân, vì nước” và tinh thần vô tư không cầu danh lợi, một mẫu hình đạo đức truyền thống của văn hóa Việt Nam. Khi những giá trị ấy được chuyển thể thành bài học đạo đức trong sách giáo khoa, hoạt hình hoặc sách tranh thiếu nhi, chúng thường bị giản lược thành các mô-típ dễ tiếp thu. Dù điều này không nhất thiết là tiêu cực, nhưng cũng có thể làm mất đi tính đa tầng và phức tạp vốn có của các hệ giá trị truyền thống. Do đó, việc chuyển hóa giá trị truyền thống vào không gian văn hóa đại chúng cần định hướng rõ ràng, tránh rơi vào tình trạng thương mại hóa.

Mô hình “Ngôi nhà văn hóa đại chúng” do Jack Nachbar và Kevin Lause (1992) đề xuất là một khung phân tích hữu ích để nhận diện cấu trúc và ý nghĩa của các sản phẩm văn hóa trong bối cảnh hiện đại. Theo đó, văn hóa được hình dung như một “ngôi nhà” gồm ba phần chính: nền móng là niềm tin và giá trị, tường là thiết chế xã hội và thực hành nghi lễ, mái nhà là các huyền thoại, biểu tượng và hình tượng anh hùng. Mỗi yếu tố đóng vai trò trong việc định hình và duy trì hệ thống ý nghĩa chung của cộng đồng.

Ưu điểm của mô hình nằm ở khả năng phân tầng ý nghĩa: từ tầng sâu niềm tin, giá trị đến tầng biểu tượng dễ thấy bên ngoài. Khi áp dụng vào Hội Gióng, mô hình giúp ta thấy rõ quá trình “di động biểu nghĩa”, từ một hệ thống tín ngưỡng cổ truyền sang các phiên bản văn hóa đại chúng. Từ đó, người nghiên cứu có thể đánh giá được mức độ bảo lưu hay biến dạng của từng yếu tố cấu thành trong lễ hội, cũng như các lực lượng định hình lại chúng (chẳng hạn như truyền thông, thị trường, giáo dục...).

Việc vận dụng mô hình “Ngôi nhà văn hóa đại chúng” không chỉ giúp soi chiếu cấu trúc của Hội Gióng như một thực hành văn hóa, mà còn đặt ra những câu hỏi quan trọng về quyền sở hữu biểu tượng, ranh giới giữa bảo tồn và tái sáng tạo, cũng như trách nhiệm của các chủ thể truyền thông trong việc xử lý di sản.

2.2. Hội Gióng và tiến trình đại chúng hóa

Ai ơi mông chín tháng tư

Không đi Hội Gióng cũng hư mất đời”

Hội Gióng là một trong những lễ hội dân gian tiêu biểu và có tầm ảnh hưởng rộng trong đời sống văn hóa người Việt. Lễ hội này không chỉ gắn liền với truyền thuyết về Thánh Gióng, nhân vật huyền thoại đã giúp dân tộc đánh bại giặc Ân, mà còn là biểu hiện điển hình của mối quan hệ giữa ký ức lịch sử, tín ngưỡng dân gian và cấu trúc xã hội làng xã.

Lễ hội được tổ chức chủ yếu tại hai địa phương: làng Phù Đổng (huyện Gia Lâm) và đền Sóc (huyện Sóc Sơn), đều thuộc Hà Nội ngày nay. Về mặt cấu trúc, Hội Gióng bao gồm hai phần rõ rệt: phần lễ, với các nghi thức như rước kiệu, tế thần, diễn xướng thần tích thể hiện sự trang nghiêm và tôn kính với các; phần hội, với các trò chơi dân gian, hoạt động cộng đồng tạo nên không khí vui tươi, kết nối cộng đồng. Đây là hình thức kết hợp đặc trưng của lễ hội truyền thống Việt Nam, nơi thiêng liêng và đời thường cùng tồn tại hài hòa trong một không gian văn hóa chung.

Quan trọng hơn, Hội Gióng là nơi cộng đồng thực hành ký ức văn hóa thông qua các nghi lễ có tính chu kỳ, tính kế thừa và sự tham gia của nhiều thế hệ. Những vai trò như "ông hiệu", "bà soạn lễ", "người múa cờ", “28 cô tướng từ 9 đến 12 tuổi mặc tướng phục thật đẹp tượng trưng cho 28 đạo quân thù, 80 phù giá lưng đeo túi dết, chân quấn xà cạp là quân ta”, “dăm ba bé trai cầm roi rồng, mặc áo đỏ đi dọn đường tượng trưng cho đạo quân mục đồng”, “ông Hổ từng giúp Thánh phá giặc”... Hội Gióng là một hệ thống lễ với các thao tác thuần thực mang tính nghệ thuật với các biểu tượng và biểu trưng cao thường được truyền từ đời này sang đời khác, thể hiện mối liên kết giữa nghi lễ và mối quan hệ nhiều chiều giữa cá nhân và cộng đồng, giữa thực tại và hư vô, giữ thiêng liêng và trần thế. Chính những yếu tố này đã tạo nên chiều sâu văn hóa của lễ hội, thứ không dễ bị thay thế bằng các hình thức trình diễn hiện đại.

Một bước ngoặt quan trọng trong quá trình phát triển của Hội Gióng là khi lễ hội này được UNESCO ghi nhận là Di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại vào năm 2010. Dấu mốc này không chỉ mang ý nghĩa ghi nhận giá trị văn hóa - lịch sử, mà còn tạo điều kiện để Hội Gióng bước ra khỏi không gian làng xã truyền thống, trở thành một biểu tượng văn hóa cấp quốc gia, thậm chí quốc tế.

Kể từ đó, Hội Gióng dần hiện diện trong nhiều sản phẩm và kênh truyền thông đại chúng. Hình ảnh Thánh Gióng được chuyển thể thành nhân vật hoạt hình ⁽¹⁾, được minh họa trong sách giáo khoa, xuất hiện trong trò chơi giáo dục như năm 2014 có Game “Hùng Thánh Gióng” của nhà phát triển Hiker games hay game “Thánh Gióng – Hào khí non sông” được phát hành bởi AZ Vietgame⁽²⁾, và các kênh truyền thông văn hóa ⁽³⁾. Không ít lần, Gióng trở thành hình ảnh biểu trưng cho tinh thần Việt trong các hoạt động văn hóa lớn – từ quảng bá du lịch đến cổ vũ thể thao.

Sự lan tỏa này phần nào giúp Hội Gióng đến gần hơn với công chúng trẻ – những người ít có cơ hội tham gia nghi lễ gốc. Tuy nhiên, cũng cần nhìn nhận rằng quá trình “đại chúng hóa” không chỉ mang lại lợi ích về nhận diện, mà còn đặt ra nhiều vấn đề về sự biến đổi nội dung và ý nghĩa. Khi nghi lễ bị rút gọn thành hình ảnh minh họa, hoặc khi truyền thuyết bị cắt ghép để phù hợp với định dạng truyền thông, các lớp ý nghĩa văn hóa có nguy cơ bị mờ hóa hoặc đơn giản hóa.

Từ góc nhìn phê phán, hiện tượng này phản ánh rõ nét xu hướng “mềm hóa” (softening) di sản để phù hợp với nhu cầu tiêu dùng nhanh của văn hóa đại chúng. Những yếu tố mang tính nghi lễ, vốn gắn liền với chiều sâu tín ngưỡng và tính cộng đồng, có thể bị thay thế bằng các mô-típ giải trí ngắn hạn. Do đó, việc phổ biến Hội Gióng trong truyền thông cần được xem xét không chỉ dưới góc độ quảng bá, mà còn là một bài toán về bảo tồn chiều sâu văn hóa.

Quá trình đại chúng hóa Hội Gióng là một hiện tượng mang tính hai mặt. Một mặt, nó tạo điều kiện để di sản vượt khỏi giới hạn không gian, tiếp cận được nhiều nhóm công chúng hơn, đặc biệt là thế hệ trẻ vốn quen thuộc với các nền tảng số. Các sản phẩm văn hóa mới như phim hoạt hình, truyện tranh dân gian Đông hồ, trò chơi tương tác... góp phần duy trì sự hiện diện của Thánh Gióng trong tâm trí người Việt hiện đại.

Mặt khác, chính sự lan tỏa rộng rãi ấy cũng có thể làm thay đổi bản chất của lễ hội. Khi các yếu tố như “ngựa sắt”, “roi tre”, “Gióng bay lên trời” trở thành hình tượng sân khấu hóa, hoặc khi chúng được sử dụng như biểu tượng tiếp thị trong các chiến dịch

¹ Phim truyền hình “Thánh Gióng” (2009) – Đài Truyền hình Việt Nam (VTV): Là một phần trong loạt phim “Huyền thoại Việt”, phim tái hiện truyền thuyết Thánh Gióng với góc nhìn lịch sử - huyền thoại kết hợp.

² - Game “Hùng Thánh Gióng” (2014): Đây là trò chơi hành động – nhập vai, được phát triển nhằm mục tiêu quảng bá văn hóa Việt Nam, đặc biệt hướng đến giới trẻ. Nhân vật Thánh Gióng được thiết kế theo phong cách “anh hùng sử thi” pha trộn với yếu tố hiện đại, chiến đấu chống lại giặc ngoại xâm bằng các đòn thế võ thuật và sức mạnh siêu nhiên.

Game giáo dục “Thánh Gióng - Hào khí non sông”: Thiết kế cho lứa tuổi tiểu học, trung học, kết hợp kể chuyện, giải đố và tái hiện các trận đánh theo truyền thuyết. Có yếu tố tương tác, giúp người chơi tìm hiểu cội nguồn văn hóa dân tộc.

³ Kênh VTV2 (HD): Chương trình Giải mã cuộc sống: Thánh Gióng truyền thuyết và lịch sử

thương mại, thì mối liên hệ giữa cộng đồng với thực hành nghi lễ nguyên bản dần bị đứt gãy. Từ một nghi thức sống động mang tính cộng đồng, Hội Gióng có thể trở thành một "phông nền văn hóa" phục vụ mục tiêu trình diễn, hơn là sự kết nối tâm linh và ký ức cộng đồng.

Vấn đề cốt lõi nằm ở cách thức chúng ta “đại chúng hóa” di sản: nếu quá trình này diễn ra không có định hướng văn hóa rõ ràng, thì việc lan tỏa rộng rãi chưa chắc đồng nghĩa với sự trường tồn của giá trị. Hội Gióng với tính biểu tượng, biểu trưng cao và cấu trúc nghi lễ đặc thù, là một trường hợp điển hình cho thấy cần có một chiến lược tiếp cận cân bằng giữa lan tỏa và bảo tồn, giữa sáng tạo và tôn trọng nguyên bản.

2.3. Phân tích Hội Gióng theo mô hình “Ngôi nhà văn hóa đại chúng”

Mô hình “Ngôi nhà văn hóa đại chúng” do Jack Nachbar và Kevin Lause (1992) xây dựng là công cụ phân tích có cấu trúc rõ ràng, giúp bóc tách từng thành phần tạo nên ý nghĩa của một hiện tượng văn hóa. Trong trường hợp Hội Gióng, việc áp dụng mô hình này cho phép nhận diện sự vận hành, biến đổi thậm chí là xung đột giữa giá trị truyền thống và cơ chế của văn hóa đại chúng.

* **Tầng nền móng:** *Tầng nền móng, chính là những giá trị và niềm tin (beliefs and values) hoặc những huyền thoại và giá trị (myths and values) được thừa nhận rộng rãi trong một nền văn hóa.*⁽¹⁾

Niềm tin (Beliefs)

Niềm tin trung tâm được thể hiện qua Hội Gióng là sự tồn tại của sức mạnh siêu nhiên, có khả năng can thiệp và bảo vệ cộng đồng khi đất nước lâm nguy. Nhân vật Thánh Gióng, từ một đứa trẻ ba tuổi bất động, bỗng trở thành chiến binh cưỡi ngựa sắt đánh giặc Ân, là biểu hiện rõ nét của quan niệm về sự can thiệp của thế giới siêu nhiên ở trần thế.

Theo Nick Couldry (2012), truyền thông hiện đại định hình lại trung tâm biểu nghĩa của xã hội, tạo ra một “huyền thoại truyền thông”, qua đó góp phần làm lu mờ các giá trị linh thiêng truyền thống, dẫn đến một quá trình có thể gọi là “giải thiêng hóa” trong thực hành văn hóa đương đại. Khi Hội Gióng xuất hiện trong phim hoạt hình, video giáo dục, trò chơi điện tử..., yếu tố linh thiêng gốc có xu hướng bị giản lược thành nội dung giải trí dễ tiếp nhận. Hình tượng Thánh Gióng không còn là biểu tượng nối kết cộng đồng với chiều kích tâm linh, mà trở thành chất liệu minh họa cho sức mạnh “siêu nhiên mô phỏng” một dạng sức mạnh phi cộng đồng, thiên về cá nhân hóa. Quá trình này vừa mở ra cơ hội

¹ Phan Thị Thu Hiền (2022): *Văn hóa đại chúng trong thời đại toàn cầu hóa*. Nhà xuất bản Đại học quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh. (Trang 36)

tiếp cận rộng rãi, vừa đặt ra nguy cơ đánh mất chiều sâu tín ngưỡng. Điều vốn là cốt lõi của nghi lễ nguyên bản.

Giá trị (Values)

Hội Gióng thể hiện rõ hệ giá trị cốt lõi của văn hóa Việt: lý tưởng hy sinh, phụng sự cộng đồng và tinh thần vô cầu. Sau khi hoàn thành nhiệm vụ, Thánh Gióng không nhận thưởng mà “bay lên trời”, khép lại hành trình bằng một kết thúc siêu nhiên. Theo Nguyễn Hữu Sơn (2020), đây là sự kết tinh của đạo lý phương Đông: trọng đức hơn danh, trọng công hiến hơn thụ hưởng, một lối tư duy nhân cách hóa lý tưởng đạo đức.

Tuy vậy, khi các giá trị này được chuyển tải qua sản phẩm giáo dục như sách tranh, truyện thiếu nhi, video hoạt hình..., nội dung thường bị lược giản thành những bài học đạo đức tuyến tính, ví dụ “bé ngoan học theo Thánh Gióng dũng cảm”. Việc đơn giản hóa giúp thông điệp dễ tiếp cận hơn với đối tượng trẻ, nhưng cũng khiến thông điệp gốc mất đi tính đa tầng và sức nặng biểu tượng. Nói cách khác, đây là biểu hiện của một quá trình lược giản hệ giá trị, khi các yếu tố văn hóa truyền thống bị tái định hình theo hướng thích nghi với nhịp tiếp nhận nhanh và đại chúng. Trong bối cảnh thiếu sự giám sát và định hướng văn hóa, quá trình này có thể dẫn tới việc mài mòn chiều sâu tư tưởng từng làm nên bản sắc nguyên khởi của lễ hội.

Huyền thoại (Myths)

Hội Gióng là một dạng “huyền thoại tập thể”, nơi cộng đồng tái hiện ký ức lịch sử thông qua biểu tượng hóa nhân vật và sự kiện. Câu chuyện về Thánh Gióng, mặc dù chứa đựng yếu tố kỳ ảo, nhưng phản ánh khát vọng của cộng đồng về một sức mạnh đoàn kết, siêu vượt để chiến thắng xâm lăng.

Khi được chuyển vào không gian truyền thông đại chúng, huyền thoại buộc phải thích nghi về mặt hình thức và nội dung nhằm đáp ứng các tiêu chí như tính giải trí, sự gần gũi cá nhân và khả năng lan tỏa trong môi trường số. Nhân vật Thánh Gióng trong phiên bản hoạt hình, với giọng nói trẻ thơ, áo giáp phát sáng hay vũ khí công nghệ, đã trở thành một tái trình hiện huyền thoại mang tính thị giác hóa cao, khác biệt đáng kể so với cấu trúc biểu tượng nguyên gốc. Huyền thoại không bị chối bỏ, nhưng đã được tái lập trình thẩm mỹ và ngữ nghĩa để tương thích với ngữ cảnh tiếp nhận mới. Sự biến đổi này đồng thời phản ánh tính linh hoạt của biểu tượng văn hóa, và cũng cho thấy nguy cơ lệch khỏi nền tảng bản địa nếu thiếu định hướng nội dung trong quá trình tái hiện Thánh Gióng

* **Tầng lầu 1:** là những tạo tác văn hóa đại chúng, bao gồm: những biểu tượng (Icons), những anh hùng (Heroes), những đồ vật (objects). Tất cả đều là những giá trị và niềm tin ở tầng nền móng

Biểu tượng và đồ vật (Icons and objects)

Trong cấu trúc của lễ hội Gióng, các biểu tượng như ngựa sắt, roi tre, áo giáp sắt, cờ lệnh... đóng vai trò thiết yếu, không chỉ tạo nên hiệu ứng thị giác đặc trưng mà còn hàm chứa những tầng nghĩa văn hóa sâu xa. Theo góc nhìn cá nhân, tôi cho rằng những biểu tượng này chính là phương tiện biểu đạt tư duy và kinh nghiệm lịch sử của cộng đồng: hình ảnh ngựa sắt có thể được hiểu như một biểu tượng cho khả năng sáng tạo và ứng biến của nhân dân; trong khi đó, roi tre phản ánh tinh thần khai thác hiệu quả nguồn tài nguyên bản địa để đối đầu với giặc ngoại xâm.

Ngày nay, các biểu tượng này hiện diện trong nhiều hình thức văn hóa đại chúng, từ logo chương trình, tượng đài, đồ chơi thông minh đến các hoạt động cosplay tại sự kiện văn hóa. Sự hiện diện đa dạng ấy phản ánh khả năng thích nghi và tính linh hoạt cao của các biểu tượng văn hóa trong bối cảnh đương đại. Tuy nhiên, như Michael Taussig (1993) cảnh báo, việc chuyển biểu tượng từ không gian nghi lễ sang không gian tiêu dùng có thể dẫn đến hiện tượng xa rời nguyên bản. Biểu tượng, khi không còn gắn với chức năng nghi lễ, dễ bị tái định vị như một “mã thị trường”, mất đi tính thiêng và chiều sâu bản địa. Đây là hiện tượng đang diễn ra rõ rệt với Hội Gióng, từ roi tre thiêng, đến “roi phát sáng” trong trò chơi tương tác.

Anh hùng (Heroes)

Thánh Gióng là hình mẫu anh hùng lý tưởng. Xuất thân khiêm nhường, sức mạnh phi thường, hành động vì cộng đồng, kết thúc bằng sự siêu thăng. Theo Nachbar và Lause (1992), hình tượng anh hùng trong văn hóa đại chúng là nơi cộng đồng gửi gắm kỳ vọng lý tưởng, vừa là tấm gương, vừa là biểu tượng định hướng hành vi.

Trong môi trường truyền thông hiện đại, hình tượng Thánh Gióng đang được “tái định dạng” để phù hợp với thẩm mỹ đương thời. Một số phiên bản mới cho thấy Thánh Gióng được vẽ lại theo phong cách anime, chiến đấu với robot ngoài hành tinh, hay thậm chí xuất hiện trong game nhập vai với kỹ năng siêu nhiên. Điều này có thể giúp biểu tượng trở nên hấp dẫn hơn với giới trẻ, nhưng cũng dễ khiến nhân vật bị siêu nhân hóa theo mô hình giải trí toàn cầu, thay vì giữ lại chiều sâu nhân bản mang tính truyền thống.

Việc chuyển hóa từ “anh hùng cộng đồng” sang “anh hùng cá nhân hóa” đặt ra câu hỏi về bản chất của sự ngưỡng mộ: chúng ta đang tôn vinh Thánh Gióng vì những gì ông đại diện, hay chỉ vì ông là một hình tượng hấp dẫn trên nền tảng kỹ thuật số?

*** Tầng lầu 2, sự kiện (Event) bao gồm:** các nghệ thuật đại chúng (Arts) và các nghi thức văn hóa đại chúng (Rituals)

Nghệ thuật (Arts)

Các biểu tượng ngựa tre, cờ lệnh, trống chiêng và cả những bộ quần áo (tướng phục, quần xà cạp, áo đỏ, áo xanh...) mà người dân mặc khi nhập vai mô phỏng cảnh Thánh

Gióng đánh giặc. Tất cả những yếu tố đó bắt nguồn từ chính cuộc sống hàng ngày của người dân. Đó là loại hình nghệ thuật mà ai cũng có thể tham gia, và ai cũng hiểu được. và họ đang “sống” lại một phần lịch sử.

Phim hoạt hình “Thánh Gióng” (1970), đạo diễn Ngô Mạnh Lân do Hãng phim Hoạt hình Việt Nam sản xuất. Đây là một trong những tác phẩm hoạt hình kinh điển, đạt nhiều giải thưởng trong và ngoài nước, trong đó có giải Bò Câu Vàng tại Liên hoan phim hoạt hình quốc tế Leipzig (Đức) năm 1971. Bộ phim đã khắc họa sống động hình ảnh Thánh Gióng cưỡi ngựa sắt, phun lửa, đánh đuổi giặc Ân được thể hiện bằng phong cách mỹ thuật dân gian Việt Nam

Sách minh họa thực tế ảo “Thánh Gióng -AR”, kể câu chuyện về anh hùng Phù Đổng Thiên Vương bằng đoạn phim đi kèm âm thanh sinh động, giúp chúng ta hiểu biết thêm về khoa tàng văn hóa dân gian Việt Nam.

Trong tranh Đông Hồ, hình ảnh Thánh Gióng thường được thể hiện ở khoảnh khắc tiêu biểu nhất của truyền thuyết: cậu bé cưỡi ngựa tre bay lên trời sau khi đánh tan giặc Ân. Tranh thường mang tính tượng trưng cao, với hình tượng Thánh Gióng cưỡi ngựa, cầm bụi tre trong tư thế dũng mãnh, và những đám mây cuộn tròn gợi liên tưởng đến sự thần thánh hóa, thăng thiên. Tranh vẫn gợi nên hình ảnh huyền thoại đậm chất dân gian, đồng thời thể hiện được niềm tin của cộng đồng vào sức mạnh thiêng liêng của người anh hùng Thánh Gióng. Tranh Thánh Gióng không đơn thuần là “nghệ thuật dân gian”, mà là một phương tiện truyền thông văn hóa, nơi hình ảnh và biểu tượng trở thành ngôn ngữ chung của cộng đồng. Tranh dân gian Đông hồ không chỉ tái hiện hình ảnh Thánh Gióng như một anh hùng dân tộc, mà còn góp phần định hình, bảo tồn và truyền tải ký ức tập thể thông qua ngôn ngữ hình ảnh đại chúng.

Nghi thức (Rituals)

Một trong những yếu tố cốt lõi giúp định hình Hội Gióng như một hiện tượng văn hóa đại chúng chính là hệ thống nghi thức đặc trưng được lặp lại qua nhiều thế hệ. Trong trường hợp của Hội Gióng, các nghi lễ như rước kiệu, tế lễ, và mô phỏng đánh trận không chỉ đóng vai trò tưởng niệm người anh hùng làng Phù Đổng, mà còn tái hiện quá trình chuyển hóa từ trạng thái bình thường sang trạng thái thiêng liêng của cả cộng đồng tham dự.

Điều đặc biệt ở Hội Gióng là tính tập thể và tính lặp lại theo chu kỳ của các nghi thức. Hằng năm, vào tháng Tư âm lịch, người dân không chỉ tham gia lễ hội như một hình thức vui chơi đơn thuần mà còn như một hành vi xã hội mang ý nghĩa nghiêm túc và linh thiêng. Mỗi chi tiết trong nghi lễ từ màu sắc cờ hội, trang phục, đến trình tự rước đều được thực hiện theo những quy tắc và có tính biểu trưng sâu sắc, tính biểu tượng cho tinh thần đoàn kết và khát vọng chiến thắng của dân tộc.

Thông qua các nghi thức này, Hội Gióng đã vượt ra khỏi giới hạn của một lễ hội truyền thống, trở thành một hình thức biểu đạt tập thể mang tính đại chúng rõ nét. Nó cho phép cộng đồng địa phương cùng nhau kể lại một câu chuyện lịch sử theo cách vừa linh thiêng vừa gần gũi, đồng thời tái khẳng định niềm tin vào các giá trị văn hóa cốt lõi như lòng yêu nước, tinh thần cộng đồng và sự gắn kết giữa các thế hệ. Có thể thấy, Hội Gióng có thể được xem là một mô hình nghi lễ văn hóa đại chúng tiêu biểu trong bối cảnh Việt Nam hiện đại.

*** Mái nhà- Daily life:**

Trong cấu trúc biểu tượng của một “ngôi nhà văn hóa đại chúng”, phần mái nhà thường được ví như lớp bao phủ các hoạt động đời sống thường ngày. Nơi văn hóa không còn tách biệt với nghi lễ hay biểu tượng tôn giáo, mà luôn tồn tại vào từng hành vi, sinh hoạt, và thói quen cộng đồng. Hội Gióng không chỉ là một nghi lễ thiêng liêng, mà còn là một phần của đời sống thường nhật, nơi các yếu tố văn hóa đại chúng được tái hiện một cách sống động trong đời sống thường nhật của người dân địa phương.

Những hoạt động chuẩn bị cho lễ hội, đều phản ánh một sự tiếp nối văn hóa trong đời sống thường nhật. Chính trong những chi tiết diễn ra trong lễ hội cho chúng ta thấy được cách văn hóa đại chúng không phải là thứ gì xa vời, mà là “mái nhà” che chở và hiện diện trong từng nếp sống. Điều này cũng phù hợp với cách hiểu của John Storey (2018) về văn hóa đại chúng như là “*thực hành văn hóa hằng ngày*” (everyday cultural practices), chứ không chỉ là sản phẩm tiêu dùng hay giải trí.

Khi lễ hội được tổ chức định kỳ, nó không còn là sự kiện “đột xuất” trong đời sống xã hội, mà dần trở thành một phần của chu kỳ sống “*Mái của ngôi nhà – Daily life - cho thấy văn hóa đại chúng bao trùm đời sống thường nhật*” [6] Cư dân các làng tham gia vào Hội Gióng không chỉ là “người dự lễ”, mà còn là những nhân tố kiến tạo văn hóa, truyền lại ký ức tập thể qua từng hành động lặp đi lặp lại mỗi năm. “Mái nhà” văn hóa không chỉ là nơi trú ngụ biểu tượng, mà còn là tấm gương phản chiếu bản sắc cộng đồng qua đời sống hằng ngày.

Tuy nhiên, chính sự lặp lại và quen thuộc ấy cũng mang đến một số hạn chế. Trước hết, tính thiêng của lễ hội dễ bị xói mòn khi nghi lễ trở nên quá quen thuộc. Người dân đôi khi tham gia lễ hội theo thói quen chứ không còn cảm nhận rõ ý nghĩa văn hóa sâu xa. Thêm vào đó, sự can thiệp của yếu tố thị trường, như hàng quán, dịch vụ thương mại ăn theo đang dần khiến không gian lễ hội mất đi sự trang nghiêm vốn có.

Như vậy, dù “mái nhà” là phần thiết yếu trong cấu trúc văn hóa, góp phần gìn giữ văn hóa trong đời sống thường ngày. “Mái nhà” cũng cần được điều chỉnh để không trở thành vùng an toàn khiến văn hóa trở nên trì trệ. Việc tái cấu trúc đời sống thường nhật

xung quanh lễ hội theo hướng mở, kết nối với công chúng và tránh thương mại hóa tiêu cực là điều cần thiết để Hội Gióng tiếp tục sống động trong không gian văn hóa đại chúng hiện đại.

2.4. Một số bàn luận

Tiếp cận Hội Gióng dưới góc nhìn văn hóa đại chúng đã cho thấy một thực tế kép: lễ hội này không chỉ là di sản được kế thừa, mà còn là đối tượng của những quá trình tái định nghĩa mang tính liên tục. Những yếu tố từng gắn liền với nghi lễ thiêng, như hình tượng Thánh Gióng, các biểu tượng vật dụng, hệ giá trị đạo đức hiện đang được “dịch chuyển” vào không gian truyền thông đại chúng với mức độ phổ biến ngày càng rộng.

Quá trình này mang lại nhiều cơ hội: Hội Gióng không còn là “của riêng” không gian làng xã, mà trở thành biểu tượng quốc gia có khả năng tiếp cận đa dạng đối tượng. Các sản phẩm đại chúng như sách tranh, video hoạt hình, trò chơi giáo dục... đã góp phần đưa Thánh Gióng vào đời sống văn hóa của thế hệ trẻ, những người vốn ít có điều kiện tham gia lễ hội truyền thống.

Việc Hội Gióng vượt ra khỏi khuôn khổ làng xã truyền thống đã tạo điều kiện cho di sản này tiếp cận với nhiều đối tượng hơn. Hình ảnh Thánh Gióng không chỉ còn là biểu tượng của một cộng đồng địa phương mà đã trở thành biểu tượng quốc gia, dễ dàng kết nối với nhiều tầng lớp công chúng. Các sản phẩm đại chúng như sách tranh, hoạt hình hay trò chơi giáo dục đã đóng vai trò như cầu nối, giúp thế hệ trẻ ít có cơ hội tham gia trực tiếp lễ hội thì vẫn có thể tiếp cận và cảm nhận giá trị văn hóa từ xa.

Song, mặt trái của sự lan tỏa là nguy cơ “giải thiêng” và “phi bản địa hóa”. Khi các yếu tố thiêng bị tái cấu trúc thành hình thức giải trí, hoặc bị cắt ghép theo logic thị trường, di sản dễ rơi vào trạng thái trình diễn thuần túy, nơi nghi lễ trở thành sân khấu, và biểu tượng trở thành mã tiếp thị. Điều này đặc biệt nguy hiểm nếu cộng đồng gốc không còn vai trò trung tâm trong việc giữ gìn và định hướng ý nghĩa văn hóa.

Phân tích từ mô hình “Ngôi nhà văn hóa đại chúng” cho thấy rõ những điểm đang bị thay đổi trong cấu trúc ý nghĩa của Hội Gióng. Niềm tin vào sự can thiệp thiêng liêng bị thay thế bởi hình thức giải trí mô phỏng; hệ giá trị hy sinh, phụng sự bị rút gọn thành mô-típ đạo đức giáo dục; huyền thoại trở nên linh hoạt nhưng có nguy cơ mất gốc; biểu tượng dễ bị tiêu dùng hóa; và hình tượng anh hùng dần bị toàn cầu hóa theo mô hình giải trí phổ biến.

Trước thực trạng này, vấn đề không nằm ở việc “ngăn cản” quá trình đại chúng hóa, mà ở chỗ “hướng dẫn” nó đi theo chiều sâu văn hóa. Điều này đòi hỏi sự phối hợp đa ngành, các nhà nghiên cứu văn hóa cũng cần tham gia vào quá trình sản xuất nội dung đại chúng; nghệ sĩ sáng tạo cần được tiếp cận với hệ thống biểu tượng gốc một cách có

chiều sâu; cộng đồng sở hữu di sản cần có tiếng nói trong việc định hình phiên bản hiện đại của chính di sản ấy. Sự cân bằng giữa bảo tồn và sáng tạo không chỉ là lựa chọn kỹ thuật, mà là lựa chọn đạo đức, cho thấy chúng ta hiểu và trân trọng di sản không chỉ như một “chất liệu”, mà như một “thực thể sống” có lịch sử, cấu trúc và giá trị tinh thần riêng biệt.

3. KẾT LUẬN

Hội Gióng là một ví dụ điển hình cho thấy sự chuyển hóa của lễ hội truyền thống trong thời đại truyền thông đại chúng. Từ một thực hành nghi lễ mang tính cộng đồng và thiêng liêng, Hội Gióng đang dần trở thành một biểu tượng linh hoạt, có thể được tái tạo, tiêu dùng và lan tỏa trên nhiều nền tảng khác nhau. Việc sử dụng mô hình “Ngôi nhà văn hóa đại chúng” đã giúp làm rõ các tầng lớp ý nghĩa đang bị thay đổi từ niềm tin, giá trị đến biểu tượng và huyền thoại.

Tuy nhiên, chính sự thay đổi ấy cũng đặt ra yêu cầu mới: nếu muốn di sản sống tiếp một cách đúng nghĩa, chúng ta cần có một chiến lược tiếp cận cân bằng – biết sáng tạo nhưng không phá vỡ cấu trúc gốc; biết lan tỏa nhưng không làm rỗng chiều sâu. Chỉ khi đó, Hội Gióng mới thực sự là một “di sản sống” vừa mang bản sắc văn hóa Việt, vừa có khả năng đối thoại với thế giới hiện đại.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Couldry, Nick (2012), *Media, society, world: Social theory and digital media practice*, Polity Press.
2. Nachbar, Jack, & Lause, Kevin (1992), *Popular culture: An introductory text*. Bowling Green State University Popular Press.
3. Storey, John (2018), *Cultural theory and popular culture: An introduction* (8th ed.). Routledge.
4. Taussig, Michael (1993), *Mimesis and alterity: A particular history of the senses*. Routledge.
5. Vũ Thị An (2013): *Lễ hội văn hóa ba miền*, Nxb Thanh Niên
6. Phan Thị Thu Hiền (2022): *Văn hóa đại chúng trong thời đại toàn cầu hóa*, Nxb Đại học quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
7. Nguyễn Hữu Sơn (2020), *Truyền thống và hiện đại trong văn học Việt Nam đương đại*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.

THE GIÓNG FESTIVAL THROUGH THE LENS OF POPULAR CULTURE:
A THEORETICAL APPLICATION OF NACHBAR AND LAUSE'S "HOUSE OF POPULAR
CULTURE" MODEL

Nguyen Thi Ngoc Bich

Abstract: *This research article analyzes the Hoi Giong festival from a popular culture perspective by applying the "House of Popular Culture" model of Jack Nachbar and Kevin Lause. From examining the elements that make up the festival such as belief systems, values, symbols and heroic images, the study clarifies the process of redefining cultural meaning when Hoi Giong is transformed into a mass media product. Through evidence from animation, games, picture books and social media, the article points out the duality of the phenomenon of massification: it both helps heritage spread more strongly and poses the risk of losing ritual depth and community. The study proposes a balanced approach between preserving traditions and creating content, so that Hoi Giong truly becomes a "living heritage" suitable for the times.*

Keywords: *Hội Gióng; popular culture; mediatization; heritage; house of popular culture; symbol; desacralization; tradition and modernity.*

(Ngày Tòa soạn nhận được bài: 08-3-2025; ngày phản biện đánh giá: 21-3-2025; ngày chấp nhận đăng: 15-4-2025)