

MỘT SỐ XU HƯỚNG KHAI THÁC VĂN HÓA DÂN GIAN TRONG CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở VIỆT NAM NHỮNG NĂM GẦN ĐÂY[1]

Lư Thị Thanh Lê^{1*}, Trần Thanh Việt², Nguyễn Hoàng Dương²
¹Trường Khoa học liên ngành và Nghệ thuật, Đại học Quốc gia Hà Nội
²Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội
Email: leltt@vnu.edu.vn

/Ngày nhận bài: 10/03/2025

/Ngày nhận bài sửa sau phản biện: 21/03/2025

/Ngày chấp nhận đăng: 10/04/2025

TÓM TẮT

Văn hóa dân gian vừa là những di sản văn hóa quý báu của dân tộc, vừa là nguồn tài nguyên phong phú cho sự phát triển các sản phẩm và dịch vụ trong công nghiệp văn hóa. Trong bối cảnh Việt Nam thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, các loại hình thần thoại, truyền thuyết, truyện cổ tích, nghệ thuật biểu diễn, phong tục, tập quán, tín ngưỡng dân gian,... trở thành những chất liệu quan trọng cho các sản phẩm của các ngành công nghiệp văn hóa như điện ảnh, truyền hình, nghệ thuật biểu diễn, thời trang, thủ công mỹ nghệ,... Trong bài viết này, chúng tôi điểm qua một số xu hướng khai thác văn hóa dân gian trong công nghiệp văn hóa ở Việt Nam những năm gần đây và nhận định những thành quả cũng như những thách thức đặt ra với lĩnh vực này, nhằm có những sự định hướng, thúc đẩy hơn nữa việc khai thác văn hóa dân gian trong công nghiệp văn hóa Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khóa: Văn hóa dân gian, công nghiệp văn hóa, xu hướng, Việt Nam

SOME TRENDS IN MOBILIZING FOLKLORE IN THE CULTURAL INDUSTRIES IN VIETNAM IN RECENT YEARS

ABSTRACT

Folklore is both a precious cultural heritage of the nation and a rich resource for the development of products and services in the cultural industries. In the context of Vietnam promoting the development of cultural industries, myths, legends, fairy tales, performing arts, customs, practices, folk beliefs, etc. have become important materials for products of cultural industries such as cinema, television, performing arts, fashion, handicrafts, etc. In this article, we review some trends in mobilizing folklore in the cultural industries in Vietnam in recent years and assess the achievements as well as the challenges in this field, in order to have orientations and further promote the mobilization of folklore in the Vietnamese cultural industries in the coming time.

Keywords: Folklore, cultural industries, trends, Vietnam

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Văn hóa dân gian có vai trò quan trọng trong việc cung cấp chất liệu tạo nên sản phẩm công nghiệp văn hóa của các quốc gia. Các sản phẩm công nghiệp văn hóa khai thác văn hóa dân gian góp phần thu hút sự quan tâm của công chúng, người dùng hiện nay với văn hóa dân tộc, củng cố bản sắc địa phương, quốc gia trong xu hướng hội nhập. Cùng với sự phát triển của công nghiệp văn hóa Việt Nam từ khi quyết định phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 được ban hành (năm 2016), việc khai thác văn hóa dân gian trong công nghiệp văn hóa cũng được thúc đẩy mạnh mẽ. Trong những năm gần đây, khai thác folklore nhằm thúc đẩy phát triển công nghiệp văn hóa là hướng đi nổi bật trong việc phát

triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam. Văn hoá dân gian đã và đang được khai thác trong rất nhiều lĩnh vực khác nhau của các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam. Dưới đây, chúng tôi xin trình bày về những xu hướng khai thác folklore trong các lĩnh vực của công nghiệp văn hoá ở Việt Nam những năm gần đây và đưa ra một số nhận định về lĩnh vực này.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính, kết hợp với phương pháp phân tích - tổng hợp tư liệu để làm rõ các xu hướng khai thác văn hóa dân gian trong các ngành công nghiệp văn hóa tại Việt Nam. Cụ thể, tác giả tiến hành thu thập và chọn lọc các tư liệu thứ cấp từ báo chí, công trình nghiên cứu, báo cáo ngành, cũng như các sản phẩm văn hóa tiêu biểu

VĂN HÓA - CULTURE

trong những năm gần đây như phim ảnh, chương trình truyền hình, show diễn thực cảnh, MV âm nhạc và sản phẩm du lịch. Các trường hợp điển hình được phân tích dưới góc độ ứng dụng chất liệu văn hóa dân gian vào sản phẩm văn hóa - giải trí hiện đại. Qua đó, bài viết rút ra các đặc điểm xu hướng, thành tựu đạt được và những thách thức đặt ra, từ đó đề xuất những định hướng cho việc khai thác văn hóa dân gian trong phát triển công nghiệp văn hóa của nước ta những năm gần đây.

3. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1. Một số xu hướng, hiện tượng về khai thác văn hóa dân gian trong các lĩnh vực cụ thể của các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam

Trước hết ở lĩnh vực “Điện ảnh, truyền hình và phát thanh”, trong những năm gần đây có nhiều tác phẩm khai thác nội dung các truyền thuyết, sử thi, truyện cổ tích, truyện cười,... dân gian Việt Nam với xu hướng tái hiện những câu chuyện, motif trong truyền thống, hoặc sáng tạo mới dựa trên các yếu tố truyền thống. Những bộ phim như: “Trạng Tí phiêu lưu kí”, “Trạng Quỳnh” hay “Tám Cám chuyện chưa kể”,... với sự khai thác các yếu tố dân gian đã tạo nên tiếng vang và gây được sự thu hút đối với công chúng, khán giả trong và ngoài nước. Phim “Trạng Tí phiêu lưu kí” đã có doanh thu lên tới 15 tỉ đồng. Bộ phim “Tám Cám chuyện chưa kể” tính doanh thu lên đến 46 tỉ đồng và “Trạng Quỳnh” doanh thu lên tới khoảng 100 tỉ. Những bộ phim như “Song lang”, chương trình truyền hình “Gặp nhau cuối năm” hay bộ phim điện ảnh “Đoạn trường vinh hoa” cũng đã gặt hái những thành công trong việc khai thác chất liệu văn hóa dân gian. Những sản phẩm điện ảnh, truyền hình đương đại khai thác vốn văn hoá dân gian đã có doanh thu, lợi nhuận đáng chú ý, tạo ra các dòng sản phẩm đối sánh với các sản phẩm phim nhập khẩu từ nước ngoài, đem lại thêm sự lựa chọn giàu tính địa phương cho khán giả nội địa.



Ảnh: Các poster truyền thông của các phim Trạng Tí, Trạng Quỳnh, Tám Cám chuyện chưa kể

Về lĩnh vực nghệ thuật biểu diễn, một vài năm trước đây, vở diễn Tứ phủ được diễn tại Rạp Công nhân đã thu hút được sự quan tâm của nhiều du khách nước ngoài, thúc đẩy các tour du lịch văn hoá. Đây là một trong những tác phẩm theo xu hướng thể hiện văn hoá truyền thống qua hình thức sân khấu hoá, tái hiện một

cách có chọn lọc nghi lễ văn hoá tâm linh của cộng đồng trong một sản phẩm công nghiệp văn hoá và tạo ra doanh thu. Không chỉ show diễn Tứ phủ mà việc sân khấu hoá các khía cạnh tâm linh, tín ngưỡng của cộng đồng trong nhiều chương trình nghệ thuật biểu diễn khác cũng đặt ra thách thức về việc làm thế nào giữ được tính “thiêng”, sự chân thực của các tín ngưỡng truyền thống trong sản phẩm văn hoá.

Các show diễn thực cảnh ngày càng trở nên phổ biến trong thời gian gần đây, và các show này thường có sự chọn lọc những nét văn hóa đặc sắc của địa phương để chuyển hóa thành những tiết mục biểu diễn ngoạn mục, thu hút. Có thể kể đến các show như Tinh hoa Bắc Bộ, Ký ức Hội An, À Õ Show, Teh Dar show,... với sự đầu tư công phu về kịch bản, bối cảnh, dàn diễn viên,... để tái hiện những nét văn hóa địa phương, giúp khách trải nghiệm những nét văn hóa này trong một quãng thời gian ngắn của vở diễn.



Ảnh: Một cảnh trong show diễn thực cảnh Ký ức Hội An -
Nguồn: Website: Ký ức Hội An

MV ca nhạc Bắc Bling của Hòa Minzy, Xuân Hinh, Tuấn Cry, Masew và các cộng sự được phát trên Youtube năm 2025 đã khai thác chất liệu văn hóa dân gian địa phương của Bắc Ninh và tạo nên hiệu ứng lớn với công chúng trong nước và đồng thời tạo sự lan tỏa ra nước ngoài. MV này đã tăng cường việc quảng bá thương hiệu địa phương cho Bắc Ninh, và giúp cho công chúng được tiếp xúc với các di sản văn hóa của vùng đất Bắc Ninh như quan họ, các đền, chùa và tín ngưỡng dân gian của người dân vùng đất này,...



Ảnh: MV Bắc Bling (bản quyền hình ảnh của nhóm sản xuất và phát hành MV)

VĂN HÓA - CULTURE

Ở lĩnh vực du lịch văn hoá, có thể thấy một số loại hình du lịch gắn với yếu tố văn hóa dân gian có sự phát triển mạnh trong những gần đây, như du lịch cộng đồng ở Sa Pa - Lào Cai, Mai Châu - Hoà Bình và nhiều địa phương khác. Du lịch văn hóa phát triển đem lại những cơ hội giới thiệu văn hóa của cộng đồng tới du khách, tạo thêm nguồn thu cơ kinh tế địa phương nhưng đồng thời cũng đặt ra những thách thức về bảo tồn bản sắc văn hóa của cộng đồng trong quá trình phát triển công nghiệp văn hóa.



Ảnh: Du lịch cộng đồng ở Lào Cai
(nguồn: Cổng thông tin đối ngoại tỉnh Lào Cai)



Ảnh: Nghệ nhân Đặng Văn Hậu giới thiệu sản phẩm tò he với khách trong một sự kiện văn hóa (nguồn: tác giả)

Về thủ công mỹ nghệ, trong quá trình hội nhập quốc tế, giao lưu văn hoá Việt Nam với nước ngoài cũng như là sự giao lưu giữa các vùng miền Việt Nam thì hàng thủ công cũng có sự gia tăng nhu cầu được sử dụng như quà tặng, đồ dùng. Lĩnh vực này cũng có rất nhiều đổi mới, thể nghiệm khác nhau khai thác chất liệu văn hóa dân gian. Sự đổi mới dựa trên văn hóa dân gian trong lĩnh vực thủ công có sự tham gia của giới nghệ nhân, những người được đào tạo từ các trường đại học như Trường Đại học Mỹ thuật Công nghiệp, Trường Đại học Mỹ thuật Việt Nam, những người được đào tạo về thiết kế, những người kinh doanh du lịch và giới nghiên cứu,..., tạo ra nhiều sản phẩm thủ công vừa có yếu tố truyền thống, vừa thích ứng với nhu cầu của người dùng hiện đại. Tranh trúc chi của nghệ sĩ Phan Hải Bằng ở Huế là một ví dụ của việc nhà nghiên cứu ở trường đại học phát triển sản phẩm từ văn hóa truyền thống, tạo ra sản phẩm có giá trị cao, đáp ứng nhu cầu của người dùng đương đại, sử dụng vật liệu truyền thống với các kỹ thuật được nghiên cứu, phát triển. Nghệ nhân tò he Đặng Văn Hậu có sự kết hợp với các nhà nghiên cứu, nhà thiết kế,... để phục dựng các mẫu tò he theo truyền thống, đồng thời cải tiến vật liệu, đa dạng hóa các hình thức truyền thống, kinh doanh về sản phẩm. Trong dự án con giống bột Tứ linh, nghệ nhân Đặng Văn Hậu

cũng kết hợp giữa nghề thủ công với các cách thức sáng tạo mới, đa phương tiện, tạo sự thu hút với công chúng đương đại.

Lamphong Studio khai thác chất liệu sơn mài truyền thống và những hình tượng dân gian như 12 con giáp để phát triển những sản phẩm sáng tạo đương đại đặc sắc:



Ảnh: Bộ sưu tập gắn với hình tượng rắn của Lamphong Studio năm 2025 (nguồn ảnh: Lamphong Studio)

Các sản phẩm thủ công mỹ nghệ trong thời gian gần đây đã khai thác sâu các khía cạnh văn hóa dân gian Việt Nam. Nhà nước đã có những chính sách thúc đẩy xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ và các tổ chức, đơn vị cũng có những sáng kiến thúc đẩy sản xuất một cách sáng tạo hàng thủ công, như chương trình kết hợp giữa Việt Nam và Trường đại học Sydney, Australia về sản xuất sáng tạo (Manufacturing creativity).

Trong lĩnh vực Thiết kế thời trang, có thể thấy sự biến đổi mạnh mẽ, huy động tài nguyên văn hóa dân gian trong các bộ sưu tập thời trang đương đại. Như doanh nghiệp thời trang Kilomet 109 do nhà thiết kế Vũ Thảo quản lý sử dụng chất liệu vải truyền thống, kỹ thuật nhuộm của người dân tộc thiểu số trong các sáng tạo thời trang mới. Có nhiều bộ sưu tập thời trang có yếu tố dân gian như của nhà thiết kế Đỗ Trịnh Hoài Nam, nhà thiết kế Minh Hạnh,... Trong các sản phẩm làm từ tơ tằm, với kỹ thuật thủ công của doanh nghiệp Hạnh Silk, có thể thấy chất liệu truyền thống được đưa vào những bộ trang phục cũng như những phụ kiện thời trang, đồ dùng hàng ngày. Có một số dự án thời trang kết hợp giữa truyền thống và hiện đại như show “Kê Vãng Khai Lai” của hãng thời trang Vạn Thiên Y và “Chula Show”, một bộ sưu tập áo dài sử dụng họa văn họa tiết truyền thống của Việt Nam do hãng thiết kế thời trang nước ngoài tại Việt Nam thực hiện.

Ở các lĩnh vực khác như quảng cáo, kiến trúc, phần mềm và các trò chơi giải trí, thiết kế, mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm, xuất bản, việc khai thác văn hóa dân gian để tạo ra các sản phẩm rất phong phú, đa dạng.

3.2. Nhận định về một số vấn đề, hiện tượng trong việc khai thác văn hóa dân gian trong công nghiệp văn hóa ở Việt Nam

Qua những trường hợp được điểm qua về những xu hướng khai thác văn hoá dân gian trong công nghiệp văn hoá ở Việt Nam, chúng tôi nhận thấy có sự bùng nổ xu hướng tái sinh truyền thống. Những năm gần đây, truyền thống có xu hướng được được xem như là một nguồn tài nguyên quý giá của người Việt cũng như người thiểu số trong việc phát triển công nghiệp văn hoá. Người sở hữu văn hoá truyền thống có những cơ hội khai thác những giá trị truyền thống mà trước đây họ còn chưa coi trọng để tạo ra những hàng hóa, dịch vụ mới thu hút, đem lại thu nhập. Có hàng loạt những thể nghiệm mới mẻ của giới sáng tạo, giới thiết kế Việt Nam, có sự pha trộn giữa kinh nghiệm của Việt Nam và kinh nghiệm của quốc tế để phát huy giá trị văn hoá dân gian trong công nghiệp văn hoá.

Một số thách thức đặt ra với việc khai thác và huy động văn hoá dân gian trong công nghiệp văn hoá ở Việt Nam, đó là: dù hoạt động thương mại liên quan đến folklore trong công nghiệp văn hoá khá đa dạng, nhưng thu nhập của nghệ nhân, chủ sở hữu di sản văn hoá truyền thống còn chưa cao. Có những người làm nghề thủ công để giữ nghề của cha ông nhưng gặp khó khăn để duy trì sinh kế bền vững từ những nghề truyền thống này. Năng lực thiết kế sản phẩm chưa cao, chưa có sự hỗ trợ thường xuyên của khối thiết kế với các nghệ nhân. Các nghệ nhân thường làm theo các motif, cách thức truyền thống nhưng họ chưa được tiếp sức mạnh mẽ từ giới thiết kế để có thể đổi mới mẫu mã để phù hợp với nhu cầu của xã hội đương đại. Năng lực để chuyển đổi số, marketing của đội ngũ nghệ nhân, người sản xuất để cần được nâng cao để có thể tiếp thị sản phẩm tốt hơn ra thị trường. Nhiều sản phẩm thủ công, truyền thống có nhu cầu xã hội cao nhưng không sản xuất hàng loạt được, dù khách nước ngoài muốn mua với số lượng lớn nhưng nghệ nhân không đáp ứng được những đơn hàng hàng loạt. Một số thách thức khác như là: Tính chân xác của sản phẩm (Authenticity). Thường xuyên có sự tranh cãi về tính chân xác của sản phẩm, sự bám sát văn hoá truyền thống của sản phẩm, đâu là phiên bản đúng nhất với truyền thống. Về sở hữu trí tuệ, văn hoá dân gian thường ở khoảng sở hữu công cộng, nhưng cũng có cả những khía cạnh đặc sắc của cá nhân ở trong đó. Việc bảo hộ sở hữu trí tuệ về tri thức dân gian của một cá nhân hay một cộng đồng vẫn cần nhận được quan tâm và làm rõ những thực hành về sở hữu trí tuệ. Có những thách thức về sự kế tục truyền thống giữa các thế hệ vẫn là một thách thức thường xuyên, làm sao để hỗ trợ nghệ nhân thực hiện tốt việc truyền dạy kinh nghiệm nghề nghiệp cho thế hệ kế cận.

Khi chuyển văn hóa từ trong đời sống văn hoá truyền thống vào sản phẩm trong nền sản xuất kinh doanh, sản xuất đáp ứng nhu cầu của thị trường thì sự đầu tư cho cơ sở hạ tầng cần phải đồng bộ, những đòi hỏi về

các yếu tố như môi trường, sự phát triển bền vững cũng đặt ra đối với các nghệ nhân, nghệ sĩ trong lĩnh vực văn hoá dân gian. Chẳng hạn như người sản xuất các mặt hàng thủ công truyền thống, trước đây họ vẫn sản xuất theo lối cũ nhưng hiện nay các yêu cầu về môi trường, an toàn cũng rất cao và yêu cầu họ phải đáp ứng được các yêu cầu khắt khe đó; Sự cân bằng giữa giá trị văn hoá và giá trị kinh tế cũng là một điều cũng cần được quan tâm. Khi khai thác văn hoá của một cộng đồng để phát triển sản phẩm công nghiệp văn hoá thì ngoài khai thác các lợi ích kinh tế, cần phải tôn vinh giá trị văn hoá của cộng đồng chủ thể sao cho hợp lý.

4. KẾT LUẬN

Mặc dù nhà nước đã có những sự quan tâm nhất định để hỗ trợ các nghệ nhân trong lĩnh vực văn hoá dân gian, nhưng vẫn cần thêm những hỗ trợ mạnh mẽ, tạo đòn bẩy phát triển trong lĩnh vực này. Sự ưu đãi về trợ cấp sinh hoạt, bảo hiểm y tế, bảo hiểm xã hội, thuế,... cho nghệ nhân vẫn còn hạn chế. Điều này khiến nghệ nhân gặp những thách thức trong việc bảo tồn nghề. Mặc dù đã có những nỗ lực trong việc xây dựng chính sách hỗ trợ nghệ nhân truyền dạy di sản văn hoá, việc truyền dạy và học hỏi nghề truyền thống giữa các thế hệ gặp nhiều thách thức, với nguy cơ mai một một số lĩnh vực nghề truyền thống. Điều này tạo ra những thách thức về việc duy trì và phát triển văn hoá dân gian, thúc đẩy nghệ nhân đóng góp vào sự phát triển kinh tế, xã hội chung. Trong bối cảnh này, cần có sự đổi mới và củng cố chính sách để đảm bảo rằng các nghệ nhân về văn hoá dân gian ở Việt Nam được hỗ trợ một cách toàn diện và hiệu quả, từ đó góp phần vào việc bảo tồn văn hoá dân gian và phát triển bền vững ngành công nghiệp văn hoá tại Việt Nam. Bên cạnh đó, cần có sự hỗ trợ cho các nghệ sĩ và các nhà sản xuất, kinh doanh, truyền thông, những người nghiên cứu, các đơn vị hỗ trợ khởi nghiệp... liên quan đến văn hoá dân gian, để thúc đẩy một hệ sinh thái mạnh với sự tham gia cộng tác của các bên liên quan.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08/09/2016, Thủ tướng Chính phủ, Phê duyệt Chiến lược phát triển ngành công nghiệp văn hoá Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030. Phạm Bích Huyền. (2014). Các ngành công nghiệp văn hoá: Giáo trình dành cho sinh viên đại học và cao đẳng các trường văn hoá - nghệ thuật, Hà Nội: Lao động.**
- Nguyễn Ngọc Thiện. (2018). “Phát triển công nghiệp văn hoá đi đôi với xây dựng, hoàn thiện thị trường dịch vụ và sản phẩm văn hoá ở nước ta hiện nay”, Cộng sản - số 910 - tr.18-24.**