

EXPLOITING THE SYMBOLS OF THE NỖ AND NƯỜNG
IN THE TRÒ TRÁM FESTIVAL
FOR DESIGN OF CULTURAL TOURISM SOUVENIRS
AND COMMUNITY LIVELIHOOD DEVELOPMENT

Bui Huy Toan

Faculty of Tourism, Vietnam Trade Union University

ROR ID: <https://ror.org/05g81h903>

Email: toanbh@dhcd.edu.vn

ORCID iD: <https://orcid.org/0009-0004-7969-3627>

Article History

Received: 17/4/2026

Reviewed: 17/6/2026

Revised: 04/7/2026

Accepted: 06/7/2026

Released: 30/9/2026

DOI: <https://doi.org/10.64223/tvj.e2026.v2.i7.a98>

Abstract:

In the context of sustainable tourism development linked to the creative economy and community livelihood transformation, exploiting local cultural values to develop souvenir products with local identity is becoming an urgent requirement. However, at many cultural destinations in Vietnam, souvenir products are still poor in symbolic content, lack distinctiveness, and do not reflect the depth of the local cultural heritage. The Tro Tram Festival in Phu Tho is a unique folk cultural heritage, in which the symbolic pair of Nỗ - Nường holds a central position in fertility beliefs, reflecting the concept of procreation, the harmony of yin and yang, and the aspiration to maintain life of traditional agricultural communities.

Using document research, cultural symbol analysis, and a heritage-based design approach, this article clarifies the cultural value and symbolic meaning of Nỗ - Nường in the space of the Tro Tram Festival. Based on this, the study proposes a direction for transforming traditional symbolic elements into contemporary visual language for the design of cultural tourism souvenirs. The proposed design principles focus on simplification and abstraction of form, while preserving the core cultural meaning of the original symbols, ensuring aesthetics, applicability, and suitability for the current tourism market.

The research results show that exploiting the Nỗ - Nường symbol not only contributes to diversifying the souvenir product system at the destination but also provides a basis for transforming intangible cultural heritage into a creative economic resource, thereby supporting the preservation of traditional values, enhancing local cultural recognition, and promoting sustainable livelihood development for the local community.

Keywords: Trò Trám Festival; Nỗ - Nường; Fertility belief; Souvenir product design; Cultural tourism; Community livelihood.

OECD FORD: 5.5; 6.4.3; 5.9.

UNESCO ISCED-F: 0213; 0215; 1015.

ANZSRC: 3902; 3904; 4306; 4406; 4410.

SDG: 1; 8; 11.4; 12

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh phát triển du lịch bền vững và kinh tế sáng tạo, di sản văn hóa ngày càng được nhìn nhận như một nguồn lực nội sinh quan trọng cho phát triển địa phương. Không chỉ dừng lại ở chức năng bảo tồn ký ức lịch sử và bản sắc cộng đồng, các giá trị văn hóa truyền thống còn có khả năng tham gia trực tiếp vào quá trình tạo lập sản phẩm, dịch vụ và sinh kế mới cho cư dân sở tại. Trong xu hướng đó, du lịch văn hóa được xem là một trong những mô hình phát triển có khả năng kết nối hiệu quả giữa bảo tồn di sản và phát triển kinh tế, đồng thời góp phần thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững thông qua việc gia tăng sự tham gia và hưởng lợi của cộng đồng địa phương.

Trong hệ thống di sản văn hóa dân gian Việt Nam, lễ hội truyền thống là không gian lưu giữ nhiều lớp biểu tượng văn hóa đặc sắc. Đặc biệt, các biểu tượng phồn thực xuất hiện trong nhiều lễ hội nông nghiệp cổ truyền không chỉ phản ánh quan niệm về sinh sản, mùa màng và sự tái sinh của vũ trụ, mà còn thể hiện những tri thức văn hóa truyền thống địa phương được tích lũy qua nhiều thế hệ. Lễ hội Trò Trám ở Phú Thọ là một trường hợp tiêu biểu. Điểm đặc sắc của lễ hội nằm ở nghi lễ mật với cặp biểu tượng Nở - Nường, vốn được cộng đồng lưu truyền như biểu tượng thiêng của sự giao hòa âm - dương, sinh sôi nảy nở và khát vọng phồn thịnh của cư dân nông nghiệp. Không chỉ mang ý nghĩa tín ngưỡng, Nở - Nường còn là biểu tượng văn hóa cô đọng, chứa đựng những giá trị nhân sinh, xã hội và cộng đồng đặc trưng của vùng đất Tổ.

Mặc dù lễ hội Trò Trám đã được nhiều công trình nghiên cứu tiếp cận dưới góc độ dân tộc học, văn hóa học và tín ngưỡng dân gian, song các nghiên cứu hiện nay chủ yếu tập trung vào việc mô tả nghi lễ hoặc giải thích ý nghĩa phồn thực của biểu tượng Nở - Nường. Khả năng chuyển hóa hệ biểu tượng này thành nguồn lực sáng tạo cho phát triển du lịch văn hóa, đặc biệt trong thiết kế sản phẩm lưu niệm gắn với sinh kế cộng đồng, vẫn chưa được quan tâm tương xứng. Đây chính là khoảng trống nghiên cứu cần được tiếp tục làm rõ trong bối cảnh phát triển du lịch dựa trên tài nguyên văn hóa truyền thống địa phương đang trở thành xu hướng quan trọng hiện nay.

Xuất phát từ thực tiễn này, bài viết tập trung phân tích giá trị biểu tượng của Nở - Nường trong lễ hội Trò Trám dưới góc nhìn văn hóa biểu tượng và thiết kế sáng tạo. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất định hướng chuyển hóa biểu tượng văn hóa này thành các sản phẩm lưu niệm du lịch theo hướng trừu tượng hóa hình thức nhưng vẫn bảo lưu được các lớp nghĩa văn hóa cốt lõi. Cách tiếp cận này không chỉ góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch văn hóa mang bản sắc địa phương, mà còn mở ra khả năng kết nối

giữa bảo tồn di sản, phát triển kinh tế sáng tạo và chuyển đổi sinh kế bền vững cho cộng đồng sở hữu di sản.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Biểu tượng Nở - Nường trong không gian văn hóa Lễ hội Trò Trám

2.1.1. Lễ hội Trò Trám và bối cảnh văn hóa của biểu tượng Nở - Nường

Lễ hội Trò Trám được tổ chức hằng năm tại xã Tứ Xã, tỉnh Phú Thọ, vào dịp đầu xuân, gắn với chu kỳ sản xuất nông nghiệp và đời sống tín ngưỡng của cư dân địa phương. Trong cấu trúc lễ hội, các nghi thức tế lễ, trò diễn dân gian và hoạt động sinh hoạt cộng đồng đan xen, tạo nên một không gian văn hóa đặc thù, nơi các giá trị tín ngưỡng, xã hội và đời sống thường nhật được kết nối trong một chỉnh thể thống nhất.

Nhiều công trình nghiên cứu đã chỉ ra rằng Trò Trám là một trong những lễ hội tiêu biểu còn lưu giữ dấu ấn đậm nét của tín ngưỡng phồn thực ở Vùng Trung du Bắc Bộ (Nguyễn Từ Chi, 1996; Trần Quốc Vượng, 2000). Trong xã hội nông nghiệp truyền thống, tín ngưỡng phồn thực phản ánh khát vọng về sự sinh sôi của con người, sự tốt tươi của mùa màng và sự phát triển bền vững của cộng đồng. Vì vậy, lễ hội không chỉ là một sinh hoạt văn hóa mang tính giải trí hay tưởng niệm mà còn là phương thức để cộng đồng gửi gắm những ước vọng căn bản về sự sống, sự thịnh vượng và tương lai của làng xã.

Điểm đặc sắc nhất của Lễ hội Trò Trám là nghi lễ mật được thực hành vào thời khắc chuyển giao giữa đêm và ngày. Đây là nghi thức thiêng, diễn ra trong không gian và thời gian được cộng đồng quy ước chặt chẽ. Trong nghi lễ này, cặp biểu tượng Nở - Nường giữ vị trí trung tâm, trở thành phương tiện biểu đạt những quan niệm văn hóa sâu xa về sự sinh thành, tái tạo và tiếp nối sự sống. Chính sự hiện diện của Nở - Nường trong không gian nghi lễ đã làm cho biểu tượng này vượt ra khỏi ý nghĩa vật thể thông thường để trở thành một mã văn hóa đặc biệt của Lễ hội Trò Trám.

2.1.2. Các tầng ý nghĩa biểu tượng của Nở - Nường

Trước hết, Nở - Nường là biểu tượng của năng lực sinh sôi và tái tạo. Theo tư duy phồn thực truyền thống, sự phát triển của con người và mùa màng đều bắt nguồn từ quy luật sinh thành của tự nhiên. Vì vậy, việc sử dụng các biểu tượng sinh thực khí trong nghi lễ không mang ý nghĩa dụng tục mà là sự vật chất hóa những khát vọng về sự sinh trưởng, phát triển và trường tồn của cộng đồng. Trong nghi lễ mật Trò Trám, Nở - Nường trở thành vật trung gian giúp cộng đồng biểu đạt mong muốn về một năm mới tốt lành, mùa màng bội thu và cuộc sống sung túc.

Ở tầng nghĩa sâu hơn, Nỗ - Nường phản ánh nguyên lý âm - dương, một trong những nền tảng tư duy quan trọng của văn hóa phương Đông. Trong hệ quy chiếu này, Nỗ đại diện cho yếu tố dương, còn Nường biểu trưng cho yếu tố âm. Ý nghĩa cốt lõi của biểu tượng không nằm ở từng thành tố riêng lẻ mà ở sự kết hợp và giao hòa giữa hai yếu tố đối lập nhưng bổ sung cho nhau. Chính sự cân bằng đó được xem là điều kiện để tạo nên sự sống, duy trì trật tự tự nhiên và bảo đảm sự phát triển bền vững của cộng đồng.

Bên cạnh ý nghĩa phồn thực và âm - dương, Nỗ - Nường còn là biểu tượng của tính cộng đồng. Nghi lễ không hướng tới việc tái hiện mối quan hệ cá nhân giữa nam và nữ mà biểu đạt khát vọng chung của cả cộng đồng làng xã về sự tiếp nối qua các thế hệ. Mỗi lần nghi lễ được thực hành cũng là một lần cộng đồng tái khẳng định những giá trị nền tảng của mình, từ niềm tin vào sự sinh sôi của sự sống đến mong muốn duy trì sự ổn định và phát triển lâu dài của làng xã.

Như vậy, giá trị của biểu tượng Nỗ - Nường không nằm ở hình thức vật chất cụ thể mà ở hệ thống ý nghĩa văn hóa đa tầng mà nó hàm chứa. Đó là biểu tượng của sự sinh sôi, của sự giao hòa âm - dương, của tính liên tục văn hóa và của khát vọng phát triển cộng đồng. Chính những lớp nghĩa này tạo nên tiềm năng để Nỗ - Nường được chuyển hóa thành nguồn tài nguyên văn hóa phục vụ thiết kế sản phẩm lưu niệm du lịch, đồng thời vẫn bảo lưu được bản sắc và chiều sâu biểu tượng của di sản.

2.2. Cơ sở lý luận về biểu tượng văn hóa và thiết kế sản phẩm lưu niệm

2.2.1. Biểu tượng văn hóa và khả năng chuyển hóa trong thiết kế

Trong nghiên cứu văn hóa đương đại, biểu tượng được xem là một hệ thống ký hiệu chứa đựng những lớp nghĩa vượt ra ngoài hình thức vật chất của nó. Theo quan điểm của Clifford Geertz (1973), các biểu tượng văn hóa là những cấu trúc ý nghĩa được cộng đồng kiến tạo, lưu giữ và truyền tải qua nhiều thế hệ. Vì vậy, giá trị của biểu tượng không nằm ở hình dáng bên ngoài mà nằm ở những thông điệp văn hóa, tín ngưỡng và thế giới quan được mã hóa bên trong.

Khác với các yếu tố văn hóa mang tính vật thể đơn thuần, biểu tượng có khả năng được tái diễn giải và chuyển hóa sang những hình thức biểu đạt mới mà vẫn bảo lưu được ý nghĩa cốt lõi. Chính đặc tính này tạo điều kiện để các biểu tượng truyền thống trở thành nguồn cảm hứng cho hoạt động thiết kế sáng tạo trong bối cảnh đương đại. Quá trình chuyển hóa biểu tượng không phải là sự sao chép nguyên trạng hình thức ban đầu, mà là sự lựa chọn, khái quát và tái cấu trúc các yếu tố mang giá trị biểu đạt cao nhất

nhằm tạo ra những sản phẩm phù hợp với nhu cầu tiếp nhận của xã hội hiện đại.

Đối với các biểu tượng tín ngưỡng dân gian, việc chuyển hóa càng đòi hỏi sự thận trọng nhằm tránh làm mất đi ý nghĩa văn hóa hoặc làm suy giảm tính thiêng vốn có. Điều quan trọng không phải là tái hiện nguyên vẹn hình thức nghi lễ mà là bảo tồn được các giá trị tư tưởng và thông điệp văn hóa ẩn chứa trong biểu tượng. Từ góc độ này, Nỗ - Nường có thể được tiếp cận như một nguồn tài nguyên văn hóa giàu tiềm năng cho thiết kế, bởi giá trị cốt lõi của biểu tượng không nằm ở hình tượng sinh thực khí mà ở ý niệm về sự sinh sôi, sự giao hòa và tính tiếp nối của cộng đồng.

2.2.2. Sản phẩm lưu niệm như phương tiện truyền tải bản sắc di sản

Trong hoạt động du lịch văn hóa, sản phẩm lưu niệm không chỉ là hàng hóa phục vụ nhu cầu mua sắm mà còn là phương tiện lưu giữ ký ức và truyền tải hình ảnh di sản. Nhiều nghiên cứu du lịch học cho rằng sản phẩm lưu niệm là một dạng “vật mang câu chuyện”, thông qua đó du khách tiếp tục kết nối với những trải nghiệm văn hóa sau khi rời khỏi điểm đến (Swanson & Timothy, 2012).

Giá trị của một sản phẩm lưu niệm không chỉ được quyết định bởi công năng sử dụng hay yếu tố thẩm mỹ mà còn bởi khả năng thể hiện bản sắc văn hóa địa phương. Những sản phẩm mang dấu ấn đặc trưng của cộng đồng thường có sức hấp dẫn và khả năng cạnh tranh cao hơn so với các sản phẩm mang tính đại trà. Vì vậy, thiết kế sản phẩm lưu niệm ngày nay không đơn thuần là hoạt động tạo hình mà còn là quá trình lựa chọn, chuyển tải và kể lại những câu chuyện văn hóa tiêu biểu của điểm đến.

Từ góc nhìn này, việc khai thác biểu tượng Nỗ - Nường trong thiết kế sản phẩm lưu niệm không nhằm tái hiện nghi lễ mật của Lễ hội Trò Trám, mà hướng tới việc chuyển tải những giá trị văn hóa cốt lõi mà biểu tượng hàm chứa. Khi được trừu tượng hóa và tái diễn giải phù hợp, Nỗ - Nường có thể trở thành dấu ấn nhận diện văn hóa của Lễ hội Trò Trám nói riêng và không gian văn hóa vùng Đất Tổ nói chung. Đồng thời, quá trình này cũng tạo cơ hội để cộng đồng địa phương tham gia vào chuỗi giá trị du lịch thông qua hoạt động sản xuất, kinh doanh và sáng tạo sản phẩm văn hóa đặc thù. Đây cũng là nền tảng để nghiên cứu đề xuất các định hướng thiết kế nhằm vừa bảo tồn giá trị di sản, vừa góp phần phát triển sinh kế cộng đồng theo hướng bền vững.

2.3. Tiềm năng chuyển hóa biểu tượng Nỗ - Nường trong thiết kế sản phẩm lưu niệm du lịch

2.3.1. Từ biểu tượng nghi lễ đến nguồn tài nguyên thiết kế

Trong nghiên cứu di sản đương đại, các biểu

tượng văn hóa không chỉ được xem là thành tố của đời sống tín ngưỡng mà còn là nguồn tài nguyên sáng tạo có khả năng tham gia vào quá trình phát triển kinh tế văn hóa. Khi được tiếp cận một cách phù hợp, các biểu tượng truyền thống có thể trở thành chất liệu cho thiết kế sản phẩm, xây dựng thương hiệu điểm đến và phát triển các ngành công nghiệp văn hóa gắn với cộng đồng địa phương.

Đối với Lễ hội Trò Trám, Nỗ - Nường là biểu tượng trung tâm của nghi lễ mật, đồng thời là hình ảnh cô đọng nhất phản ánh thể giới quan phồn thực của cư dân nông nghiệp vùng Trung du Bắc Bộ. Giá trị của biểu tượng này không chỉ nằm ở hình thức vật chất hay nghi thức thực hành mà còn nằm ở hệ thống ý niệm văn hóa được tích tụ qua nhiều thế hệ, bao gồm khát vọng sinh sôi, sự giao hòa âm - dương, tính chu kỳ của tự nhiên và sự tiếp nối của cộng đồng.

Chính tính biểu trưng cao và khả năng gợi mở nhiều tầng ý nghĩa đã tạo cho Nỗ - Nường tiềm năng trở thành nguồn cảm hứng thiết kế đặc thù. Khác với nhiều yếu tố lễ hội chỉ tồn tại trong không gian và thời gian diễn ra sự kiện, biểu tượng Nỗ - Nường có khả năng được tách khỏi bối cảnh nghi lễ cụ thể để chuyển hóa sang các hình thức biểu đạt mới mà vẫn duy trì được nội hàm văn hóa cốt lõi. Điều này cho phép biểu tượng tiếp tục hiện diện trong đời sống đương đại thông qua các sản phẩm lưu niệm, qua đó mở rộng không gian tồn tại của di sản vượt ra ngoài khuôn khổ lễ hội truyền thống.

Từ góc độ phát triển du lịch văn hóa, việc lựa chọn Nỗ - Nường làm hạt nhân thiết kế còn góp phần tạo dựng bản sắc riêng cho điểm đến. Thay vì khai thác dần trải nghiệm yếu tố văn hóa khác nhau, cách tiếp cận tập trung vào một biểu tượng trung tâm giúp hình thành hệ nhận diện rõ nét, tăng khả năng ghi nhớ của du khách và nâng cao giá trị khác biệt của sản phẩm du lịch địa phương.

2.3.2. Nguyên tắc chuyển hóa biểu tượng Nỗ - Nường trong thiết kế sản phẩm lưu niệm

Mặc dù sở hữu tiềm năng lớn về mặt văn hóa và nhận diện, việc đưa biểu tượng Nỗ - Nường vào thiết kế sản phẩm lưu niệm đòi hỏi những nguyên tắc chuyển hóa phù hợp nhằm bảo đảm sự cân bằng giữa bảo tồn giá trị truyền thống và yêu cầu tiếp nhận của xã hội đương đại.

Trước hết, việc chuyển hóa cần dựa trên nguyên tắc bảo tồn ý nghĩa thay vì sao chép hình thức. Giá trị cốt lõi của biểu tượng Nỗ - Nường nằm ở tư tưởng phồn thực, sự giao hòa và khả năng sinh thành của sự sống. Vì vậy, quá trình thiết kế cần tập trung truyền tải các ý niệm này thông qua ngôn ngữ tạo hình hiện đại, thay vì tái hiện trực diện hình ảnh sinh thực khí vốn dễ gây tranh luận hoặc hiểu lầm khi tách khỏi bối cảnh nghi lễ.

Bên cạnh đó, cần ưu tiên các giải pháp trừu tượng hóa và cách điệu hóa biểu tượng. Những đường nét, cấu trúc hình học hoặc các cặp hình khối mang tính bổ sung có thể gợi nhắc nguyên lý âm - dương mà không làm mất đi tính thẩm mỹ và khả năng tiếp nhận rộng rãi của sản phẩm. Đây cũng là phương thức được nhiều ngành công nghiệp văn hóa trên thế giới áp dụng khi chuyển hóa các biểu tượng tín ngưỡng truyền thống thành sản phẩm sáng tạo.

Một nguyên tắc quan trọng khác là bảo đảm sự liên kết giữa sản phẩm và câu chuyện văn hóa của Lễ hội Trò Trám. Sản phẩm lưu niệm chỉ thực sự có giá trị khi trở thành phương tiện kể chuyện về điểm đến. Do đó, cùng với thiết kế hình thức, cần xây dựng hệ thống diễn giải đi kèm thông qua bao bì, thuyết minh, mã QR hoặc các nền tảng số nhằm giúp du khách hiểu được nguồn gốc và ý nghĩa văn hóa của biểu tượng.

Cuối cùng, quá trình chuyển hóa cần đặt cộng đồng địa phương vào vị trí trung tâm. Sự tham gia của người dân, nghệ nhân và các chủ thể văn hóa không chỉ góp phần bảo đảm tính xác thực của sản phẩm mà còn giúp duy trì mối liên hệ giữa hoạt động khai thác du lịch với mục tiêu bảo tồn di sản.

2.3.3. Giá trị của sản phẩm lưu niệm đối với phát triển du lịch văn hóa và sinh kế cộng đồng

Việc chuyển hóa biểu tượng Nỗ - Nường thành sản phẩm lưu niệm không chỉ mang ý nghĩa sáng tạo thiết kế mà còn tạo ra nhiều giá trị đối với phát triển du lịch văn hóa và sinh kế cộng đồng.

Trước hết, sản phẩm lưu niệm giúp kéo dài trải nghiệm văn hóa của du khách sau khi kết thúc chuyến đi. Thông qua những vật phẩm mang dấu ấn biểu tượng của lễ hội Trò Trám, ký ức về điểm đến tiếp tục được duy trì trong đời sống thường nhật. Điều này góp phần gia tăng khả năng nhận diện và quảng bá hình ảnh văn hóa địa phương một cách tự nhiên và bền vững.

Thứ hai, sản phẩm lưu niệm tạo điều kiện để di sản văn hóa được hiện diện trong không gian kinh tế sáng tạo. Thay vì chỉ tồn tại trong phạm vi lễ hội diễn ra vài ngày mỗi năm, các giá trị văn hóa của Trò Trám có thể được chuyển tải liên tục thông qua các sản phẩm phục vụ du lịch. Đây là một hình thức bảo tồn động, trong đó di sản được duy trì thông qua quá trình sử dụng và tái tạo trong đời sống đương đại.

Quan trọng hơn, việc phát triển các sản phẩm lưu niệm gắn với biểu tượng Nỗ - Nường có thể mở ra cơ hội chuyển đổi sinh kế cho cộng đồng địa phương. Khi người dân tham gia vào các công đoạn thiết kế, sản xuất, phân phối và giới thiệu sản phẩm, họ trở thành chủ thể trực tiếp hưởng lợi từ nguồn tài nguyên văn hóa của chính mình. Điều này góp phần đa dạng hóa nguồn thu nhập, giảm sự phụ thuộc vào

các hoạt động kinh tế truyền thống và tạo động lực để cộng đồng tiếp tục gìn giữ các giá trị văn hóa truyền thống địa phương.

Từ góc độ phát triển bền vững, sự kết hợp giữa bảo tồn di sản, phát triển du lịch văn hóa và tạo sinh kế cộng đồng chính là nền tảng để hình thành chuỗi giá trị văn hóa địa phương. Trong chuỗi giá trị đó, biểu tượng Nỗ - Nường không chỉ là một dấu tích của tín ngưỡng phồn thực mà còn trở thành nguồn lực văn hóa có khả năng tạo ra giá trị kinh tế, xã hội và văn hóa trong bối cảnh phát triển hiện nay.

2.4. Từ biểu tượng văn hóa đến mô hình sinh kế cộng đồng dựa vào di sản

Nếu việc chuyển hóa biểu tượng Nỗ - Nường thành sản phẩm lưu niệm tạo ra giá trị văn hóa và giá trị du lịch, thì bước phát triển tiếp theo là đưa những giá trị đó tham gia vào quá trình tạo sinh kế cho cộng đồng địa phương. Theo cách tiếp cận phát triển dựa vào di sản (Heritage-Based Development), di sản văn hóa không chỉ là đối tượng cần bảo tồn mà còn có thể trở thành nguồn lực nội sinh cho phát triển kinh tế - xã hội khi được khai thác một cách phù hợp và bền vững.

Trong trường hợp Lễ hội Trò Trám, biểu tượng Nỗ - Nường có khả năng trở thành hạt nhân của một chuỗi giá trị văn hóa, trong đó các hoạt động nghiên cứu, thiết kế, sản xuất, truyền thông và tiêu thụ sản phẩm lưu niệm được liên kết với nhau nhằm tạo ra lợi ích kinh tế cho cộng đồng sở hữu di sản. Khác với các mô hình khai thác du lịch dựa chủ yếu vào tài nguyên vật chất hoặc dịch vụ ngắn hạn, mô hình này dựa trên nguồn vốn văn hóa, cho phép cộng đồng trực tiếp tham gia vào quá trình sáng tạo và hưởng lợi từ chính các giá trị văn hóa của mình.

Trong chuỗi giá trị đó, các nhóm chủ thể cộng đồng giữ những vai trò khác nhau nhưng có mối quan hệ hỗ trợ chặt chẽ. Những người cao tuổi, nghệ nhân và các cá nhân am hiểu lễ hội là lực lượng nắm giữ tri thức văn hóa, có vai trò bảo đảm tính xác thực của biểu tượng trong quá trình chuyển hóa. Đây là nhóm chủ thể góp phần duy trì sự liên tục của ký ức văn hóa và ngăn ngừa nguy cơ thương mại hóa làm sai lệch ý nghĩa di sản.

Người dân địa phương tham gia vào quá trình chế tác và hoàn thiện sản phẩm, biến tri thức văn hóa thành giá trị kinh tế cụ thể. Sự tham gia này không chỉ tạo thêm việc làm và thu nhập mà còn củng cố mối liên hệ giữa cộng đồng với di sản văn hóa của chính mình. Khi trở thành chủ thể trực tiếp của quá trình sản xuất, người dân không còn đứng ngoài hoạt động du lịch mà trở thành một mắt xích quan trọng trong chuỗi giá trị văn hóa địa phương.

Bên cạnh đó, lực lượng thanh niên có thể đảm nhận vai trò kết nối di sản với thị trường thông qua hoạt động thiết kế sáng tạo, truyền thông số và phát

triển thương hiệu sản phẩm. Với lợi thế về công nghệ và khả năng tiếp cận các xu hướng mới, nhóm chủ thể này góp phần đưa các giá trị văn hóa truyền thống vào không gian kinh tế sáng tạo đương đại, đồng thời tạo động lực để thế hệ trẻ tham gia bảo tồn và phát huy di sản.

Mô hình sinh kế dựa trên biểu tượng Nỗ - Nường vì vậy không chỉ hướng tới mục tiêu gia tăng thu nhập mà còn góp phần củng cố sự tham gia của cộng đồng trong quá trình bảo tồn di sản. Thông qua sự kết nối giữa tri thức văn hóa, lao động địa phương và sáng tạo đương đại, biểu tượng Nỗ - Nường được chuyển hóa từ một thành tố của nghi lễ truyền thống thành nguồn lực phát triển. Đây cũng chính là hướng tiếp cận phù hợp với mục tiêu phát triển du lịch văn hóa bền vững, nơi bảo tồn di sản và phát triển sinh kế không tồn tại như hai mục tiêu tách biệt mà hỗ trợ và thúc đẩy lẫn nhau trong một chỉnh thể thống nhất.

3. Kết luận

Thông qua cách tiếp cận liên ngành giữa văn hóa học, nhân học biểu tượng và du lịch học, bài viết đã làm rõ giá trị và khả năng chuyển hóa của biểu tượng Nỗ - Nường trong Lễ hội Trò Trám từ một yếu tố nghi lễ truyền thống thành nguồn lực cho phát triển du lịch văn hóa và sinh kế cộng đồng. Kết quả nghiên cứu cho thấy Nỗ - Nường không chỉ là biểu tượng phồn thực gắn với tín ngưỡng cầu mùa của cư dân nông nghiệp, mà còn hàm chứa những tầng ý nghĩa sâu sắc về sự sinh sôi, nguyên lý âm - dương, tính cộng đồng và sự tiếp nối văn hóa qua các thế hệ.

Trên cơ sở phân tích các lớp ý nghĩa biểu tượng và vận dụng lý thuyết về biểu tượng văn hóa cùng sản phẩm lưu niệm, nghiên cứu khẳng định rằng giá trị cốt lõi của Nỗ - Nường không nằm ở hình thức biểu đạt trực quan mà ở hệ ý niệm văn hóa được kết tinh bên trong. Chính điều này tạo điều kiện để biểu tượng được chuyển hóa sang ngôn ngữ thiết kế đương đại thông qua quá trình trừu tượng hóa và tái diễn giải, từ đó hình thành các sản phẩm lưu niệm mang bản sắc địa phương mà vẫn bảo đảm sự tôn trọng đối với tính thiêng và ý nghĩa văn hóa nguyên gốc.

Một đóng góp quan trọng của nghiên cứu là đề xuất cách tiếp cận phát triển du lịch văn hóa từ một biểu tượng trung tâm của di sản thay vì khai thác dàn trải toàn bộ các yếu tố lễ hội. Cách tiếp cận này giúp xây dựng hệ nhận diện văn hóa rõ nét cho điểm đến, đồng thời tạo cơ sở hình thành chuỗi giá trị văn hóa gắn với thiết kế, sản xuất và tiêu thụ sản phẩm lưu niệm. Thông qua đó, cộng đồng địa phương có thể tham gia trực tiếp vào quá trình sáng tạo và hưởng lợi từ chính các nguồn lực văn hóa của mình, góp phần thúc đẩy chuyển đổi sinh kế theo hướng bền vững.

Từ trường hợp Lễ hội Trò Trám, nghiên cứu cho thấy các biểu tượng văn hóa truyền thống hoàn toàn có thể trở thành nguồn lực cho phát triển nếu được tiếp cận bằng tư duy bảo tồn gắn với sáng tạo. Đây không chỉ là gợi ý đối với việc khai thác giá trị văn hóa của Lễ hội Trò Trám mà còn là một hướng tiếp cận có thể tham khảo đối với nhiều loại hình di sản văn hóa khác trong bối cảnh phát triển du lịch bền vững, chuyển đổi xanh và kinh tế sáng tạo hiện nay.

Trong thời gian tới, cần có thêm các nghiên cứu thực nghiệm về mức độ tiếp nhận của du khách đối với các sản phẩm lưu niệm được phát triển từ biểu tượng Nỗ - Nường, cũng như đánh giá hiệu quả của mô hình sinh kế dựa trên di sản trong thực tiễn. Những nghiên cứu này sẽ góp phần hoàn thiện cơ sở khoa học cho việc kết nối giữa bảo tồn văn hóa, phát triển du lịch và nâng cao năng lực tự chủ của cộng đồng địa phương.

Tài liệu tham khảo

- Bùi, H. T. (2015). *Tín ngưỡng phồn thực trong lễ hội Trò Trám ở xã Tứ Xã, huyện Lâm Thao, tỉnh Phú Thọ*. Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật, (377). ISSN: 0866-8655.
- Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 371–386. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90028-X](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90028-X)
- Cohen, E. (1993). The heterogenization of a tourist art. *Annals of Tourism Research*, 20(1), 138–163. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(93\)90100-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(93)90100-6)
- Fusté-Forné, F., & Nguyen, T. (2018). Communities of practice, identity and tourism: Evidence on cultural heritage preservation in World Heritage Sites. *Almatourism – Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 9(17). <https://doi.org/10.6092/issn.2036-5195/8205>
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.
- Graburn, N. H. H. (1976). *Ethnic and Tourist Arts: Cultural Expressions from the Fourth World*. Berkeley: University of California Press.
- Klein, J. T. (1990). *Interdisciplinarity: History, Theory, and Practice*. Detroit: Wayne State University Press.
- Lin, L., & Mao, P.-C. (2015). Food for memories and culture: A content analysis study of food specialties and souvenirs. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 22, 19–29. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2014.12.001>
- Nguyễn Từ Chi. (1996). *Góp phần nghiên cứu văn hóa và tộc người*. Hà Nội: Nhà xuất bản Khoa học Xã hội.
- Nguyễn, T. P. (2025). Protecting and promoting the value of intangible cultural heritage in Vietnam: Achievements and contemporary challenges. *Journal of Posthumanism*, 5(5), 714–725. <https://doi.org/10.63332/joph.v5i5.1398>
- Phạm, C. L. (2019). *Du lịch văn hóa Việt Nam*. Hà Nội: Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia Sự thật.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*, 23, 16–20.
- Shen, H., & Lai, I. K. W. (2022). Souvenirs: A systematic literature review (1981–2020) and research agenda. *SAGE Open*, 12(2). <https://doi.org/10.1177/21582440221106734>
- Swanson, K. (2014). Souvenirs, tourists, and tourism. Trong A. A. Lew, C. M. Hall, & A. M. Williams (Eds.), *The Wiley Blackwell Companion to Tourism*. Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118474648.ch14>
- Swanson, K. K., & Timothy, D. J. (2012). Souvenirs: Icons of meaning, commercialization and commoditization. *Tourism Management*, 33(3), 489–499. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.10.007>
- Soini, K., & Birkeland, I. (2014). Exploring the scientific discourse on cultural sustainability. *Geoforum*, 51, 213–223. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2013.12.001>
- Truong, T. D. (2017). Formation de la représentativité culturelle des souvenirs touristiques artisanaux: Le cas de Hué, Viet Nam. *Material Culture Review*, 84. <https://journals.lib.unb.ca/index.php/MCR/article/view/26039>
- Trần, Q. V. (2000). *Văn hóa Việt Nam – Tìm tòi và suy ngẫm*. Hà Nội: Nhà xuất bản Văn hóa Dân tộc.
- Truong, T. D. (2017). Formation de la représentativité culturelle des souvenirs touristiques artisanaux: Le cas de Hué, Viet Nam. *Material Culture Review*, 84. <https://journals.lib.unb.ca/index.php/MCR/article/view/26039>

php/MCR/article/view/26039

- Tong, J., Li, Y., & Yang, Y. (2024). System construction, tourism empowerment, and community participation: The sustainable way of rural tourism development. *Sustainability*, 16(1), 422. <https://doi.org/10.3390/su16010422>
- Timothy, D. J. (1999). Participatory planning: A view of tourism in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 371–391. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00104-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00104-2)
- UNESCO. (2003). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. <https://ich.unesco.org/en/convention>
- UNESCO. (2009). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage: Basic Texts*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf00000187086>
- UNESCO. (2007). *Safeguarding Intangible Cultural Heritage and Sustainable Cultural Tourism: Opportunities and Challenges*. <https://ich.unesco.org/en/events/safeguarding-intangible-cultural-heritage-and-sustainable-cultural-tourism-opportunities-and-challenges-00102>
- Wang, Q., Chen, M., & Liu, Y. (2022). The impact of symmetry design of intangible cultural heritage souvenir on tourists' aesthetic pleasure. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.987716>
- Wong, I. A., Cheng, M., & Xu, S. (2019). The authentic souvenir: What does it mean to souvenir suppliers in the heritage destination? *Tourism Management*, 72, 105–116. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.015>
- Yeoman, I., & Goh, S. (2021). Intangible heritage, and future past of rural Vietnam: A hero's journey and creative place-making of Yen Tu's tourism. *Journal of Tourism Futures*, 7(2), 216–225. <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2019-0147>
-

KHAI THÁC BIỂU TƯỢNG NỖ - NƯỜNG TRONG LỄ HỘI TRÒ TRÁM
CHO THIẾT KẾ SẢN PHẨM LƯU NIỆM DU LỊCH VĂN HÓA
VÀ PHÁT TRIỂN SINH KẾ CỘNG ĐỒNG

Bùi Huy Toàn

Khoa Du lịch, Trường Đại học Công đoàn

ROR ID: <https://ror.org/05g81h903>

Email: toanbh@dhcd.edu.vn

ORCID iD: <https://orcid.org/0009-0004-7969-3627>

Lịch sử bài báo

Ngày nhận bài: 17/4/2026

Ngày phản biện: 17/6/2026

Ngày tác giả sửa: 04/7/2026

Ngày duyệt đăng: 06/7/2026

Ngày phát hành: 30/9/2026

DOI: <https://doi.org/10.64223/tvj.e2026.v2.i7.a98>

Tóm tắt:

Trong bối cảnh phát triển du lịch bền vững gắn với kinh tế sáng tạo và chuyển đổi sinh kế cộng đồng, việc khai thác các giá trị văn hóa địa phương để phát triển sản phẩm lưu niệm mang bản sắc địa phương đang trở thành một yêu cầu cấp thiết. Tuy nhiên, tại nhiều điểm đến văn hóa ở Việt Nam, sản phẩm lưu niệm vẫn còn nghèo nàn về nội dung biểu tượng, thiếu tính khác biệt và chưa phản ánh được chiều sâu của di sản văn hóa sở tại. Lễ hội Trò Trám ở Phú Thọ là một di sản văn hóa dân gian đặc sắc, trong đó cặp biểu tượng Nỗ - Nường giữ vị trí trung tâm của tín ngưỡng phồn thực, phản ánh quan niệm về sự sinh sôi, hòa hợp âm - dương và khát vọng duy trì sự sống của cư dân nông nghiệp truyền thống.

Bằng phương pháp nghiên cứu tài liệu, phân tích biểu tượng văn hóa và tiếp cận thiết kế dựa trên di sản (Heritage-Based Design), bài viết làm rõ giá trị văn hóa và ý nghĩa biểu tượng của Nỗ - Nường trong không gian lễ hội Trò Trám. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất hướng chuyển hóa các yếu tố biểu tượng truyền thống thành ngôn ngữ tạo hình đương đại phục vụ thiết kế sản phẩm lưu niệm du lịch văn hóa. Các nguyên tắc thiết kế được đề xuất theo hướng giản lược, trừu tượng hóa hình thức, nhưng vẫn bảo tồn được lớp ý nghĩa văn hóa cốt lõi của biểu tượng gốc, bảo đảm tính thẩm mỹ, khả năng ứng dụng và sự phù hợp với thị trường du lịch hiện nay.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, việc khai thác biểu tượng Nỗ - Nường không chỉ góp phần đa dạng hóa hệ thống sản phẩm lưu niệm tại điểm đến, mà còn tạo cơ sở cho quá trình chuyển hóa di sản văn hóa phi vật thể thành nguồn lực kinh tế sáng tạo, qua đó hỗ trợ bảo tồn giá trị truyền thống, nâng cao nhận diện văn hóa địa phương và thúc đẩy phát triển sinh kế bền vững cho cộng đồng cư dân sở tại.

Từ khóa: Lễ hội Trò Trám; Nỗ - Nường; Tín ngưỡng phồn thực; Thiết kế sản phẩm lưu niệm; Du lịch văn hóa; Sinh kế cộng đồng.

OECD FORD: 5.5; 6.4.3; 5.9.

UNESCO ISCED-F: 0213; 0215; 1015.

ANZSRC: 3902; 3904; 4306; 4406; 4410.

SDG: 1; 8; 11.4; 12