

NHỮNG GIAO THOA VỀ VĂN HÓA TẾT TRUNG THU GIỮA VIỆT NAM VÀ CÁC NƯỚC ĐÔNG Á THÔNG QUA HÌNH TƯỢNG TRƯNG GOOGLE (GOOGLE DOODLES)

Nguyễn Minh Tiến

Trường Đại học KHXH&NV, ĐHQG - TP.HCM

TÓM TẮT

Trong xã hội đương đại, việc cập nhật thông tin trên nền tảng Internet là một điều không thể thiếu. Chính môi trường không gian ảo này cũng là nơi để các giá trị văn hóa truyền thống được quảng bá một cách rộng rãi, hướng đến giới trẻ - người thụ hưởng và phát triển công nghệ của thế kỷ XXI. Google Doodles (hình tượng trưng Google) là những hình ảnh thay thế cho biểu trưng của Google vào những dịp quan trọng, vinh danh một cá nhân hay một sự kiện đặc biệt. Hình tượng trưng Google truyền tải những hình ảnh văn hóa trong khu vực và toàn cầu. Bài viết sử dụng biện pháp thu thập dữ liệu và các biện pháp liên ngành khác để tìm ra những giao thoa văn hóa trong cách biểu đạt hình tượng trưng Trung thu của Google.

Từ khóa: Hình tượng trưng, Google, Trung thu, giá trị văn hóa truyền thống.

1. MỞ ĐẦU

Khi nhắc đến sự tiếp thu tinh hoa của thế giới tại Việt Nam thời kỳ hậu chiến, đặc biệt là những phát minh về khoa học - công nghệ, không thể không kể đến sự hình thành và ra đời của mạng lưới toàn cầu hay còn được biết đến nhiều hơn với tên gọi “World Wide Web” (WWW). World Wide Web hỗ trợ việc truyền tải dữ liệu, chia sẻ thông tin, một cách công khai, tiếp cận với nhiều người dùng hơn. Từ những năm khởi phát của nó (1990) cho tới nay, World Wide Web vẫn là đang thực hiện tốt nhiệm vụ của mình.

Không thể nằm ngoài dòng chảy của phát triển khoa học công nghệ, ngày 19-11-1997, Việt Nam chính thức hòa vào mạng lưới Internet toàn cầu - một bước tiến lớn trong ngành thông tin - truyền thông. Sự xuất hiện của Internet và World Wide Web đã tạo ra một môi trường sinh

hoạt mới cho con người - môi trường mạng xã hội. Thế giới gắn kết chặt chẽ với nhau thông qua nó. Năm 2009, số lượng người sử dụng Internet tại Việt Nam rơi vào khoảng 22 triệu người dùng [1]. Cuối năm 2018, con số ấy là 55 triệu người [2], tăng gấp đôi số liệu thống kê cách đó gần 10 năm. Cùng thời điểm xuất hiện của World Wide Web, Google - trang tìm kiếm nổi tiếng và được sử dụng nhiều nhất trên thế giới cũng được giới thiệu tại Việt Nam. Vận động cùng nhịp sống xã hội, Google cũng dần trở thành một nơi để lưu giữ và truyền bá những giá trị văn hóa truyền thống của một quốc gia trên môi trường mạng xã hội, một cách lưu trữ, bảo tồn mới chỉ vừa xuất hiện trong thời đại số. Một trong các cách để Google truyền bá các giá trị văn hóa truyền thống của một quốc gia chính là những hình

CN. Nguyễn Minh Tiến

Email: 1756010117@hcmussh.edu.vn

tượng trưng của Google hay còn được gọi là Google Doodles. Trong giới hạn của nghiên cứu, bài viết sẽ tìm hiểu sự giao thoa về văn hóa giữa Việt Nam và các nước Đông Á thông qua các hình tượng trưng mừng Tết Trung thu từ năm 2005 đến 2019. Bên cạnh đó, bài viết xem xét để hiểu rõ hơn những hình tượng trưng có liên quan của Google, những ảnh hưởng của Google nói riêng và mạng xã hội nói chung trong việc gìn giữ các giá trị văn hóa truyền thống.

Trước khi tìm hiểu những giao thoa văn hóa trong các hình tượng trưng Google thì trước tiên, chúng ta cần tìm hiểu về hình tượng trưng Google. Ngày nay, hình tượng trưng Google được hiểu là những bức hình vẽ thay thế tạm thời biểu trưng của Google trong những ngày nhất định để vinh danh một sự kiện đặc biệt hoặc tôn vinh một cá nhân, tập thể nào đó. Độ phổ biến của hình tượng trưng Google cũng đa dạng. Một số hình tượng trưng sự kiện, vinh danh có thể được phổ biến trong nội tại một quốc gia nhưng cũng có thể phổ biến nhiều quốc gia. Đặc điểm này vừa giúp hình tượng trưng của Google trở nên gần gũi, đề cao tinh thần dân tộc nhưng đồng thời cũng tạo ra tính quốc tế cho riêng hình tượng trưng. Các hình tượng trưng Google cũng linh hoạt khi được thay thế vào các ngày tính theo cả Dương lịch của phương Tây và Âm lịch của phương Đông.

Tính đến năm 2016, có khoảng hơn bốn nghìn hình tượng trưng Google đã được tạo ra và đang nằm tại kho lưu trữ hình tượng trưng trực tuyến của Google [3].

2. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Lịch sử phát triển của hình tượng trưng Google trên thế giới và tại Việt Nam

Ý nghĩa ban đầu của Google Doodle lại hoàn toàn trái với những ý nghĩa và cách xây dựng hình tượng trưng của Google hiện tại. Năm 1998, Google bước vào tuổi hoạt động thứ hai của mình. Cũng trong năm này, phiên bản biểu trưng chính thức của Google và là hình tượng trưng cho dự án tốt nghiệp của hai nhà sáng lập Larry Page và Sergey Brin lần đầu tiên được ra mắt. Biểu tượng là dòng chữ “Google” có thêm dấu cảm thán (!) đặt phía sau, tạo khối nổi 3D và đổ bóng đậm. Ngày 30-8 cùng năm, biểu trưng của Google có một sự thay đổi khi được thêm vào một hình người phía sau chữ “o” thứ hai trong cụm “Google!”. Sau này hình ảnh ấy được xem là hình tượng trưng đầu tiên của Google. Việc các nhà sáng lập tạo ra hình tượng trưng đầu tiên ấy lại nhằm nhắc nhở người dùng rằng các nhân viên của Google không có ở văn phòng để phục vụ khách hàng vì họ đang tham dự lễ hội Burning Man (một lễ hội nghệ thuật được tổ chức thường niên tại sa mạc Nevada của Mỹ, bắt đầu từ năm 1986).



Hình 1. Hình tượng trưng Google đầu tiên (30-8-1998) [4]

Sau đó, hình tượng trưng thay thế biểu trưng của Google vẫn xuất hiện nhưng với tần suất thấp, gợi nhắc về những sự kiện quan trọng và quen thuộc theo văn hóa nước Mỹ. Ban đầu, độ phổ quát của hình tượng trưng chỉ nằm trong nước hoặc rất ít quốc gia (chủ yếu là các quốc gia lớn, phát triển). Cho đến năm 2000, hình tượng

trưng Google đánh dấu thêm một cột mốc mới trong lịch sử phát triển khi Denis Hwang, một thực tập sinh quản trị web bấy giờ được Sergey và Larry giao cho nhiệm vụ vẽ một hình tượng trưng cho Ngày phá ngục tù Bastille - sự kiện nổi bật của nước Pháp diễn ra vào ngày 14-7-1789. Hình tượng trưng Google đã nhận được những

phản hồi tích cực và nồng nhiệt đến mức Denis Hwang đã trở thành người phụ trách chính đội họa sĩ vẽ hình tượng trưng. Dần dần hình tượng trưng xuất hiện dày đặc hơn, nhu cầu của hình tượng trưng ngày càng tăng lên và sự đa dạng về cách biểu hiện hình tượng trưng cũng ngày càng được bộc lộ rõ hơn, sáng tạo hơn [5].

Hai năm sau thiên niên kỷ mới, Việt Nam chính thức có hình tượng trưng Google đầu tiên xuất hiện trên trang giao diện chính vào tháng 6-2002. Cụ thể hơn là vào ngày 15-6, hình tượng trưng của Google lúc ấy là Lễ hội thuyền rồng, có tính phổ biến cho ba nước: Trung Quốc, Đài Loan và Việt Nam. Lễ hội thuyền rồng là một lễ hội quan trọng trong văn hóa Trung Quốc nhân ngày Tết

Đoan Ngọ (5-5 âm lịch). Dù rằng hình tượng trưng không thể hiện rõ phong tục văn hóa Tết Đoan Ngọ tại Việt Nam nhưng đây cũng biểu thị cho một sự phát triển trong tương lai của hình tượng trưng Google tại Việt Nam. Ở những năm tiếp theo, hình tượng trưng Google xuất hiện nhiều hơn trong năm tại Việt Nam, nhưng mức độ liên tục của hình tượng trưng Google tại Việt Nam phải kể đến là từ thập niên 2010 khi Google chính thức khai trương Văn phòng đại diện Châu Á - Thái Bình Dương của Google tại Singapore vào năm 2016 [6]. Với sự mở rộng tiến về khu vực Châu Á này, Google dần chứng tỏ vị thế trở thành một doanh nghiệp hàng đầu về công nghệ thông tin trên toàn thế giới.



Hình 2. Hình tượng trưng Google “Lễ hội thuyền rồng” năm 2002 (15-06-2002) [4]

Trong những năm thập niên 2010, hình tượng trưng Google tại Việt mang màu sắc đa dạng và phong phú hơn. Hình tượng trưng dần dần được Việt hóa, phù hợp với văn hóa bản địa như Tết Nguyên đán năm 2015 miêu tả hình ảnh của chú khỉ đang cầm cây nêu Tết và họa tiết, nét vẽ lấy cảm hứng từ dòng tranh Đông Hồ Việt Nam. Hoặc như loạt hình tượng trưng mừng ngày Quốc khánh 2-9, đội ngũ vẽ hình tượng trưng của Google chọn lựa những biểu tượng đặc trưng nhất của Việt Nam như: hoa sen, Khuê Văn Các, áo dài nón lá, ruộng bậc thang Tây Bắc, v.v.. Tuy nhiên, vào thời điểm này, Google chưa có cá nhân, tập thể người Việt trên hình tượng trưng của họ. Mà mãi đến năm 2019, vào ngày 28-9, một bước dấu mốc mới trong lịch sử phát triển của hình tượng trưng Google được ghi nhận. Hình tượng trưng tôn vinh cố nhạc

sĩ Trịnh Công Sơn chính thức trở thành hình tượng trưng tôn vinh cá nhân người Việt đầu tiên nhân kỷ niệm 80 năm ngày sinh của vị nhạc sĩ đại tài này. Việc phát triển ấy cũng cho thấy sự quan tâm của Google đến thị trường Việt Nam, quảng bá văn hóa Việt cho nội tại người Việt cũng như gợi nhắc về những đóng góp do chính những người sinh ra tại quê hương này đã để lại cho cuộc đời, cho quê hương và là một phần không thể thiếu cho di sản văn minh nhân loại. Ngày 1-9-2019, Google tôn vinh họa sĩ Bùi Xuân Phái nhân kỷ niệm sinh nhật lần thứ 99 của ông. Ngày 6-10, thi sĩ Xuân Quỳnh được Google tôn vinh và có hình tượng trưng riêng, trở thành người phụ nữ Việt Nam đầu tiên được Google vinh danh và cũng là hình tượng trưng tôn vinh danh nhân đầu tiên do họa sĩ người Việt vẽ nên.



Hình 3. Hình tượng trưng Google kỷ niệm 80 năm ngày sinh của cố nhạc sĩ Trịnh Công Sơn (28-02-2019) [4]

2.2. Lịch sử hình thành và phát triển của hình tượng trưng Google về chủ đề Tết Trung thu

Hình tượng trưng Google về Tết Trung thu ra đời cũng khá sớm. Cùng với Tết Nguyên Đán và Lễ hội thuyền rồng (đại diện cho Tết Đoan Ngọ), hình tượng trưng chủ đề Tết Trung thu là những hình vẽ không cố định so với lịch phương Tây, mà dịch chuyển liên tục khi dựa vào lịch âm của các nước Đông Á. Nếu các chủ đề khác thường được hiển thị chung cho tất cả các khu vực hoặc có những nét vẽ khác biệt hoàn toàn thì Tết Trung thu lại có lịch sử hình thành đặc biệt hơn: trong cái chung có cái riêng và trong cái riêng vẫn có những cái chung.

Hình tượng trưng Google đầu tiên về chủ đề Trung thu xuất hiện vào năm 2005 và liên tục sau đó cho đến năm 2019. Có thể chia hình tượng trưng Google về Tết Trung thu thành ba giai đoạn chính: giai đoạn thập niên 2005 đến 2009; từ 2010 đến 2012 và từ 2013 đến 2019. Ba giai đoạn này biểu thị những cách quảng bá hình tượng trưng với xu hướng: chung - chung - riêng. Ban đầu hình tượng trưng chỉ được phổ biến tại Trung Quốc, cái nổi văn minh nhân loại khu vực Đông Á và cũng là nơi Tết Trung thu ra đời. Hình tượng trưng đầu tiên là phong cảnh của mặt trăng sáng ẩn sau những dãy núi, phía trước phản chiếu mờ ảo bóng trăng dưới mặt nước. Sang đến năm 2006, hình tượng trưng

Tết Trung thu bắt đầu mở rộng tiếp cận nhiều người sử dụng hơn. Hình ảnh ánh trăng vẫn được giữ nguyên nhưng được đặt trên chiếc bánh Trung thu, một món ăn phổ biến trong mỗi dịp đoàn viên trăng tròn. Hình tượng trưng lúc này đã được phổ biến cho các nước: Trung Quốc, Việt Nam và Đài Loan. Cùng trong năm 2008, xuất hiện lần đầu tiên hình tượng trưng riêng dành cho Việt Nam. Hình tượng trưng lúc bấy giờ là hình ảnh của hai đứa trẻ nắm tay nhau tung tăng cầm lồng đèn dưới ánh trăng vàng trong không gian đêm phủ màu tím tím. Nhưng việc tách riêng hình tượng trưng cho các nước có cách đón Trung thu khác nhau cũng chỉ tồn tại duy nhất trong năm này. Mãi cho đến tận năm 2014, xu hướng này mới quay trở lại và trở thành nhịp biểu thị chính của hình tượng trưng Google về tết Trung thu.

Thiên hướng thiết kế chung của thời kỳ đầu có phần cầu kỳ, phức tạp và thứ tự trước sau giữa các phần. Có thể thấy trong giai đoạn đầu của hình tượng trưng Google về Tết Trung thu, các hình tượng trưng giữ rất chặt chẽ kết cấu của biểu trưng gốc, chưa có nhiều sự thay đổi về cách sắp xếp cụm chữ. Đến năm 2009, hình tượng trưng có những dấu hiệu bứt phá đầu tiên khỏi giới hạn về màu sắc gốc khi hình tượng Hằng Nga, thỏ ngọc và ánh trăng vàng nay đi cùng với những sắc tím trên tổng thể và cả trong những chữ cái còn lại trong biểu trưng.



Hình 4.1



Hình 4.2



Hình 4.3



Hình 4.4



Hình 4.5



Hình 4.6

Hình 4. Các hình tượng trưng Google theo các năm: 2005 (Hình 4.1), 2006 (Hình 4.2), 2007 (Hình 4.3), 2008 với hai phiên bản quốc tế (Hình 4.4) và Việt Nam (Hình 4.5) và 2009 (Hình 4.6) [4]

Tín hiệu này cho thấy sự thay đổi lớn trong cách biểu diễn hình tượng trưng của Google. Tháng 5-2010, biểu trưng Google có sự thay đổi. Màu sắc của biểu trưng lúc này được tăng sáng lên và độ đổ bóng đã được lược bớt nhiều. Việc thay đổi này cũng đồng nghĩa với một sự chuyển mình trong cách thức biểu diễn hình tượng trưng. Bước qua giai đoạn 2010, hình tượng trưng đã có những sự phá cách hơn. Cụ thể vào năm 2010, hình tượng trưng Tết Trung thu mang hình ảnh Hằng Nga thối sáo dưới ánh trăng. Màu sắc của trăng ngả dần về trắng và nền cũng không bị phủ bởi màu trắng mà là một màu nâu vàng nhạt bao dài theo cụm biểu trưng. Các chữ cái còn lại của cụm chữ “Google” cũng không tuân theo quy định sắp xếp màu truyền

thống mà hòa chung với hình tượng trưng, tạo nên một tổng thể khác biệt so với thời kỳ trước đó. Hai năm tiếp theo, hình tượng trưng lấy hình ảnh chính là những chú thỏ ngọc bên ánh trăng và bánh Trung thu. Năm 2013, biểu trưng của Google một lần nữa được thay đổi, phẳng hơn không còn kiểu dập nổi 3D. Sau 12 năm biểu thị chung hình tượng trưng cho tất cả các nước, Google chuyển mình và tách riêng hình tượng trưng cho ba khu vực chính bao gồm: các nước nói tiếng Hoa (Trung Quốc (một số giai đoạn công nhận Hong Kong là một quốc gia riêng biệt), Đài Loan, Malaysia, Singapore), Nhật Bản và Việt Nam. Một giai đoạn thay đổi khác trong cách biểu thị hình tượng trưng Google về chủ đề Tết Trung thu bắt đầu.



Hình 5.1



Hình 5.2



Hình 5.3

Hình 5. Hình tượng trưng Google về Tết trung thu các năm 2010 (Hình 5.1), 2011 (Hình 5.2) và 2012 (Hình 5.3) [4]

2.3. Những giao thoa của biểu tượng văn hóa đón Tết Trung thu thông qua hình tượng trưng của Google

Về tổng thể, những sự giao thoa này chính là việc mỗi hình tượng trưng Google chủ đề Tết Trung thu mỗi năm sẽ có ba phiên bản khác nhau ứng với ba vùng địa lý văn hóa: các nước

nói tiếng Hoa, Nhật Bản và Việt Nam. Riêng tại thời điểm năm 2013, chỉ có hai hình tượng trưng là dành cho các nước nói tiếng Hoa và Nhật Bản. Những hình tượng trưng này sẽ có một cách thể hiện thống nhất và thay đổi các biểu tượng văn hóa khác nhau để phù hợp với văn hóa đón Tết Trung thu của từng khu vực.



Hình 6.1



Hình 6.2

Hình 6. Hình tượng trưng Google chủ đề Tết Trung thu năm 2013 của các nước nói tiếng Hoa (Hình 6.1) và Nhật Bản (Hình 6.2) [4]

Mặt trăng trong các hình tượng trưng đóng vai trò chính không thể thiếu, trở thành mã văn hóa chung cho cả ba khu vực. Tiếp theo sau đó chính là hình tượng của thỏ ngọc. Biểu tượng văn hóa này chủ yếu xuất hiện trong các hình tượng trưng khu vực nói tiếng Hoa và Nhật Bản. Ở Nhật Bản, câu chuyện của chú thỏ ngọc giã gạo làm bánh gạo Nhật (Tsukimi Dango - một phiên bản khác của bánh trung thu) được thể hiện nhiều và trở thành một đặc trưng khi nói đến Tết Trung thu tại đất nước mặt trời mọc này. Còn đối với Trung Quốc, hình ảnh thỏ ngọc lại bước lùi lại, trở thành nhân vật luôn kề sát với Hằng Nga. Tuy nhiên, trong những cái chung ấy vẫn có những biểu tượng rất riêng, nhất là

đối với hình tượng trưng tại Việt Nam. Hình ảnh của thỏ ngọc không trở thành biểu tượng văn hóa chính khi thể hiện hình tượng trưng tại Việt Nam. Những hình tượng trưng Google về Tết Trung thu khu vực Việt Nam chủ yếu thể hiện một hình ảnh những em bé cầm đèn và vui chơi dưới ánh trăng. Chúng phản ánh mã văn hóa khi Tết Trung thu du nhập vào Việt Nam đã được biết đến rộng khắp là một ngày lễ hội dành cho thiếu nhi. Xuyên suốt trong năm năm, biểu tượng trẻ con rước đèn chơi Trung thu tách Việt Nam nổi bật hơn so với hai khu vực kia. Chính cái riêng trong sự giao thoa chung ấy thể hiện những cách nhìn khác biệt đối với phong tục đón Tết Trung thu tại các đất nước Đông Á này.



Hình 7.1



Hình 7.2



Hình 7.3



Hình 8.1



Hình 8.2



Hình 8.3



Hình 9.1



Hình 9.2



Hình 9.3



Hình 10.1



Hình 10.2



Hình 10.3

Hình tượng trưng Google về Tết Trung thu qua các năm 2014 (Hình 7), 2015 (Hình 8), 2016 (Hình 9) và 2017 (Hình 10) theo thứ tự các khu vực: Việt Nam (Hình 7.1, 8.1, 9.1, 10.1), các nước nói Tiếng Trung (Trung Quốc, Đài Loan, Malaysia) (Hình 7.2, 8.2, 9.2, 10.2) và Nhật Bản (Hình 7.3, 8.3, 9.3, 10.3) [4]

Trong 29 hình tượng trưng Google về chủ đề Tết Trung thu, các biểu tượng văn hóa đã được thống kê lại như sau:

Bảng 1. Thống kê biểu tượng xuất hiện trong hình tượng trưng Google (2005 - 2019)

STT	BIỂU TƯỢNG	NĂM XUẤT HIỆN	TẦN SUẤT XUẤT HIỆN
1	Mặt trăng	Liên tục tất cả các năm từ 2005 - 2019	29 lần
2	Thỏ ngọc	2007, 2008, 2009, 2011, 2012, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019	18 lần
3	Trẻ em	2008, 2013, 2014, 2015, 2017, 2018, 2019	11 lần
4	Bánh Trung thu	2006, 2011, 2014, 2015, 2017, 2018, 2019	10 lần
5	Lồng đèn	2008, 2013, 2014, 2015, 2017, 2018, 2019	07 lần
6	Hàng Nga (Chị Hằng)	2007, 2009, 2010, 2016, 2017	05 lần
7	Bánh Trung thu Nhật Bản (Tsukimi Dango)/ Cây gạo	2013, 2014, 2016, 2018, 2019	05 lần
8	Thỏ ngọc giã gạo	2013, 2014, 2016, 2017	04 lần
9	Cây đa/ Chú Cuội	2016	01 lần

“Giao thoa văn hóa là một hình thức kết nối các nền văn hóa, tạo ra sự hòa quyện giữa các giá trị văn hóa bản địa và văn hóa nước ngoài” [7]. Từ cụm ba phiên bản hình tượng trưng Google chủ đề Tết Trung thu từ năm 2014, ta có thể thấy được những mã văn hóa đã được được đội ngũ họa sĩ sản xuất hình tượng trưng đan xen lẫn nhau không quá tách rời. Hình thức tương tác giao thoa văn hóa (*cross-cultural interaction*) và tự lập đi lập lại của các biểu tượng văn hóa đã góp phần định hình trong tâm thức người dùng Google khi tiếp cận đến mỗi nền văn hóa khác nhau về những sự khác biệt. Nhưng trong những cái khác biệt ấy, chúng ta vẫn tìm thấy đâu đó những cái chung, về tinh thần tích cực, hình ảnh sinh động, đầy màu sắc và ý nghĩa của Tết Trung thu - lễ hội gắn liền với sự phát triển nền văn minh lúa nước của các quốc gia trong khu vực Đông Á. Thông qua những giao thoa văn hóa, ta lại có thể truy tìm lại nguồn gốc văn hóa của lễ hội đón Tết Trung thu vốn có nguồn gốc tại Trung Quốc nhưng khi trải qua một quá trình tiếp nhận, cộng đồng của một khu vực, quốc gia đã “biến tấu” lại cái văn hóa gốc ấy, tạo ra những giá trị văn hóa bản địa. Hình thức giao

lưu văn hóa này có thể xem là một hoạt động tạo ra dị bản (*variation*), một trong những tính chất đặc trưng của văn hóa dân gian [8].

Việc giao thoa văn hóa thông qua các hình tượng trưng Google, theo tôi, tạo được một hiệu ứng tích cực trong quá trình tiếp nhận và giao lưu văn hóa của các nước trên thế giới. Chúng tạo được những hiệu ứng truyền thông quảng bá lại những biểu tượng văn hóa truyền thống đến một bộ phận người trẻ sử dụng Internet. Các tờ báo trực tuyến cũng góp phần trong công việc này. Trang web trực tuyến chính thức của Báo Lao động (laodong.vn) đã dành hẳn ra một chuyên mục để giới thiệu các hình tượng trưng Google xuất hiện trên trang chính thức tại tên miền Việt Nam. Hoặc những biểu tượng Google có tính chất tương tác sẽ có một đoạn video giới thiệu trên kênh Youtube chính thức của Google (<https://www.youtube.com/user/google doodles>). Thông qua những cách truyền tải bằng các phương tiện của văn hóa đại chúng, bước đầu có thể thấy việc gìn giữ các giá trị văn hóa truyền thống của một quốc gia hoặc khu vực thông qua biểu trưng Google mang những ý nghĩa quan trọng nhất định.

2.4. Sự tiếp nhận và nhận thức giá trị văn hóa truyền thống của các họa sĩ hình tượng trưng Google

Trong những giao thoa văn hóa thông qua trường hợp nghiên cứu của các hình tượng trưng của Google về Tết Trung thu, không thể không kể đến sự hòa trộn trong tư tưởng tiếp nhận văn hóa của chính những người đã tạo nên chúng - các họa sĩ vẽ hình tượng trưng (hay còn được gọi là “Google doodlers”). Chính trong tiểu sử của các họa sĩ cũng cho thấy những góc nhìn phương Đông và phương Tây hòa trộn. Đội ngũ các họa sĩ vẽ hình tượng trưng là những họa sĩ

người Mỹ, sinh ra tại Mỹ và sống chủ yếu tại bang California, nơi đặt trụ sở chính của Google (Googleplex). Hai trong số rất nhiều họa sĩ vẽ hình tượng trưng Google chủ đề Tết Trung thu chúng tôi có dịp phỏng vấn thông qua thư điện tử là Cynthia Cheng (người vẽ hình tượng trưng năm 2018) và Allissa Chan (người vẽ hình tượng trưng năm 2019). Cả hai đều là thế hệ người Mỹ sinh trưởng trong gia đình có gốc là người di cư đến từ vùng Đông Á. Cynthia là thế hệ người Mỹ - Đài Loan đầu tiên trong gia đình và Allissa là thế hệ thứ hai mang trong mình hai dòng máu: Hong Kong và Philippines.



Hình 11.1



Hình 11.2



Hình 11.3

Hình 11. Hình tượng trưng Google về Tết Trung thu của Cynthia Cheng (2018) tại Việt Nam (Hình 11.1), các nước nói tiếng Trung (Trung Quốc, Đài Loan, Malaysia) (Hình 11.2) và Nhật Bản (Hình 11.3) [4]

Hai thế hệ họa sĩ là người Mỹ gốc Á, họ đều trẻ, đều có những quan điểm riêng của mình khi vẽ nên những hình tượng về văn hóa dân tộc phương Đông. Điểm giống nhau giữa hai người họa sĩ này chính là quá trình nghiên cứu để cho ra đời một chùm hình tượng trưng Google đại diện cho Tết Trung thu của năm ấy. Quá trình nghiên cứu có thể trong vài tuần và hoàn chỉnh hết tất cả các bước trong khoảng hai đến ba tháng. Từ quá trình đầu tiên về nghiên cứu mặt hình ảnh, biểu tượng, có thể thấy việc đầu tư và mang đến hình ảnh tượng trưng đặc sắc thể hiện được tinh hoa các giá trị văn hóa truyền thống, cụ thể ở trường hợp này là Tết Trung thu

là một điều không hề đơn giản. Ở thế hệ đầu tiên sinh ra tại Mỹ như Cynthia, gia đình vẫn còn giữ truyền thống đón Tết Trung thu. Cô nhớ lại trong ký ức của mình được ăn bánh trung thu và gọi điện cho ông bà tại Đài Loan. Những ký ức ấy đã hỗ trợ cho cô rất nhiều trong việc vẽ nên hình tượng trưng. Nhưng sang thế hệ thứ hai như Allissa lại là một câu chuyện có phần khác biệt. Cô không lớn lên với truyền thống đón Tết Trung thu nhưng được nghe kể lại những câu chuyện về ngày lễ. Nhưng trong ký ức của cô cũng xuất hiện hình tượng trao gửi bánh Trung thu mà cô kể là “luôn cô gắng nặn bánh ra hình những chú thỏ”.



Hình 12.1



Hình 12.2



Hình 12.3

Hình 12. Hình tượng trưng Google về Tết Trung thu của Allissa Chan (2019): Việt Nam (Hình 12.1), các nước nói tiếng Trung (Trung Quốc, Đài Loan, Malaysia) (Hình 12.2) và Nhật Bản (Hình 12.3) [4]

Thông qua những lời kể và nhận xét từ chính hai họa sĩ vẽ hình tượng trưng về Tết Trung thu cho thấy sự việc gìn giữ và phát huy các giá trị truyền thống vẫn không ngừng chuyển động và luôn cho ra đời những lăng kính riêng biệt, khiến cho các biểu tượng văn hóa cũng chuyển biến phong phú và đa dạng. Sự kế thừa và phát huy các di sản văn hóa truyền thống trong bối cảnh hiện nay không chỉ thể hiện qua những sự cách tân bằng hình ảnh mà còn trong cả nhận thức của chính các họa sĩ vẽ biểu trưng. Cả hai họa sĩ được phỏng vấn nhìn nhận việc thể hiện những biểu tượng văn hóa mang tính quốc tế cần phải được lưu giữ và phát huy theo những cách tiếp cận mới mẻ, khác nhau, không để cho những mã văn hóa cứng nhắc, nằm chết trong quá khứ. Chính từ những hoạt động nghiên cứu, tạo dựng hình tượng trưng, những người trẻ đã có khoảng thời gian đi tìm lại những giá trị nguồn cội của chính họ, những điểm riêng trong nhiều điểm chung. Họ - những người con sinh ra sau những chuyến di cư đến miền đất mới - xem đây là một thử thách cần vượt qua và cố gắng vượt

qua để mang đến cho người dùng Google nói chung và chính bản thân họ nói riêng sự thích thú và ý thức hơn trong việc gìn giữ các giá trị văn hóa truyền thống.

Thời đại số phát triển cũng là lúc người ta truyền nhau những câu ca dao, tục ngữ “thời @” như: **Dân ta phải biết sử ta/Nếu mà không biết thì tra Gu-Gồ** (Google). Một bộ phận khác lại cho rằng Google là một nguồn thông tin không đáng tin cậy bởi sự thiếu xác thực trong thông tin và sự tự do thoải mái đăng tải thông tin lên Internet. Nhưng qua cách những họa sĩ trẻ trình bày những tác phẩm như hình tượng trưng Google, chúng ta có thể hình dung một lượng nghệ sĩ thật sự đang nghiêm túc mang sứ mệnh truyền tải kiến thức văn hóa truyền thống trong thời đại kỹ thuật số, tạo dựng một nền tảng kiến thức văn hóa Google có hữu ích trong việc truyền tải, lưu trữ các giá trị đặc trưng của văn hóa vùng miền, vốn từ xưa đến nay cũng vẫn được người dùng Google chấp nhận nhưng còn mang vẻ hoài nghi về độ chính xác, chân thật của các cứ liệu trên công cụ tìm kiếm này.

3. KẾT LUẬN

Từ các ý triển khai trên, có thể nhận định rằng môi trường mạng xã hội toàn cầu (cụ thể trong trường hợp này là công cụ tìm kiếm Google) vừa thực hiện nhiệm vụ quảng bá hình ảnh văn hóa truyền thống đến với các nước trên thế giới nhưng cũng vừa địa phương hóa những giá trị truyền thống đó, quảng bá trong nội tại một đất nước. Chính môi trường mạng xã hội đang mở ra nhiều cơ hội cho thế hệ những người trẻ kết nối các giá trị văn hóa truyền thống của thế hệ đi trước bằng những thao tác tạo hứng thú, gây tò mò hơn. Bằng việc hiện diện của những hình tượng trưng, chúng ta luôn được tự động nhắc nhở để ghi nhớ đến một sự kiện, tôn vinh một nhân vật nào đó. Nếu đó là sự thân quen trong một quốc gia thì ta sẽ chia sẻ chúng cho bạn bè khắp nơi trên thế giới thông qua nhiều hình thức, nhiều ứng dụng khác nhau. Còn nếu nó là một biểu tượng lạ thì chỉ cần nhấn chuột vào hình tượng trưng, ta sẽ được dẫn dắt đến những trang thông tin chi tiết về hình tượng trưng ấy.

Một trong những yếu tố quan trọng trong thời đại mạng xã hội toàn cầu chính là yếu tố kết nối. Việc kết nối có thể nhìn nhận không chỉ nằm ở sự liên kết giữa người với người mà còn trong nội tại mỗi người lại với nhau. Giao thoa văn hóa đóng vai trò rất quan trọng trong việc giữ gìn những kết nối liên văn hóa như thế. Chính giao thoa văn hóa đã mang lại những giá trị thiết yếu như: *tạo ra nền tảng cho việc phát triển nền văn hóa, tạo điều kiện tiếp thu các giá trị văn hóa mới và nâng cao các giá trị văn hóa, hướng đến giá trị văn hóa nhân loại* [9]. Các hình tượng trưng của Google cũng phản ánh được cách người họa sĩ chọn lựa biểu tượng để giới thiệu phù hợp với những quan niệm truyền thống của từng quốc gia. Và khi đặt tổng thể các hình tượng trưng với nhau, người ta cũng tìm được những mẫu số chung trong nhận thức của cộng đồng về một hiện tượng, vấn đề nào đó.

Trong hơn hai mươi năm phát triển của hình tượng trưng của Google đã truyền tải thông tin nhiều hơn cả số lượng hình tượng trưng chúng có được. Trường hợp các hình tượng trưng chủ đề Tết Trung thu chỉ là một trong hàng trăm trường hợp khác về hình tượng trưng Google mà các nhà nghiên cứu có thể đem ra và làm nghiên cứu. Rất nhiều cách tiếp cận khác nhau từ câu chuyện văn hóa cho đến kinh tế và tâm lý, nhận thức của con người. Thông qua việc nghiên cứu các hình tượng trưng Google, có thể thấy trong chính việc nghiên cứu cũng đang có những thay đổi cụ thể trực quan sinh động. Và đây cũng đang trở thành một xu thế nghiên cứu về văn hóa, đặc biệt mở ra cho ngành văn hóa dân gian, văn hóa đại chúng những vấn đề, hiện tượng mà cách đây mười lăm, hai mươi năm, chúng vẫn chỉ mờ nhạt ẩn sau những bài viết bàn luận về những điều vĩ mô, kinh điển [10]. Một hình tượng trưng có thể không quá nổi bật nhưng hơn bốn nghìn hình tượng trưng có thể tạo nên cả những cảm hứng nghiên cứu mới mà bài viết này có thể gợi ý cho các nghiên cứu khác tiếp tục kế thừa và phát huy.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bộ Thông tin và Truyền Thông, “Sách trắng Công nghệ thông tin và Truyền thông Việt Nam”, 2010. https://mic.gov.vn/Upload/Store/tintuc/vietnam/13505/SachtrangVietnam2010_Vn.pdf, trang 30, truy cập 01/10/2019.
- [2] Ella Zoe Doan, “Vietnam: Number of Internet users 2017 - 2023”, 2017. <https://www.statista.com/statistics/369732/internet-users-vietnam/>, truy cập 01/10/2019.
- [3] *Phần giới thiệu trong Kho lưu trữ hình tượng trưng*. <https://www.google.com/doodles/about?hl=vi>, truy cập 01/10/2019.

- [4] Kho lưu trữ chính thức hình tượng trưng của Google: <https://www.google.com/doodles>
- [5] Elizabeth Shockman, Annie Minoff, "Here are the people who make Google Doodles", 2016. <https://www.pri.org/stories/2016-06-26/here-are-people-who-make-google-doodles#targetText=Now%2C%20after%20almost%20two%20decades,at%20the%20full%20doodle%20archive>, truy cập 01/10/2019.
- [6] Uptin Saidii, "Google's new APAC headquarters in Singapore is a blend of office building and tech campus", 2016. <https://www.cnbc.com/2016/11/10/googles-new-apac-headquarters-in-singapore-is-a-blend-of-office-building-and-tech-campus.html>, truy cập 02/10/2019.
- [7] Duane Elmer, "Cross-Cultural Connections: Stepping Out and Fitting in Around the World". Hoa Kỳ: InterVarsity Press, 2002.
- [8] Lynne S. McNeille, "Folklore Rules – A Fun, Quick, and Useful Introduction to the Fields of Academic Folklore". Hoa Kỳ: Utah State University Press, 2013.
- [9] Lê Thanh Bình (Đoàn Văn Dũng, Nguyễn Tuấn Hiệp, Nguyễn Anh Thư), "Giao thoa văn hóa và Chính sách ngoại giao văn hóa Việt Nam". Hà Nội: Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia – Sự thật, 2012.
- [10] Organizational Culture. "Inside Google Marketing: How the Google Doodle helps us connect with people around the world", 2018. <https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/google-doodle-history/>, truy cập 08/10/2019.

THE CROSS-CULTURAL DIMENSIONS OF MID-AUTUMN FESTIVAL BETWEEN VIETNAM AND EAST ASIAN COUNTRIES THROUGH THE STUDYING OF GOOGLE DOODLES

Nguyen Minh Tien

ABSTRACT

By updating information on the Internet regularly, young people - the beneficiaries of the 4.0 industrial revolution - are easily getting more access to traditional cultures which are actively be fostered throughout this virtual environment in the contemporary society. Google Doodles are the illustrations that were replaced for the original logo of Google, represented an event or famous person during that day on the main display of the website and delivered cultural values messages throughout each illustration both regionally and internationally. In this study, the author will gather relevant information and use an interdisciplinary approach to look into the doodles and carry out some results about the cross-cultural dimensions of the Mid-Autumn festival in those illustrations.

Keywords: Doodles, Google, Mid-Autumn Festival, traditional cultural values.

Received: 18/12/2019

Revised: 20/02/2020

Accepted for publication: 03/03/2020