

DỊCH VỤ TRONG TÍN NGƯỠNG THỜ MẪU TỪ GÓC NHÌN LÝ THUYẾT MẠNG LƯỚI XÃ HỘI (Nghiên cứu trường hợp đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng)

NGUYỄN VĂN THẮNG

Tóm tắt

Vận dụng lý thuyết mạng lưới xã hội, chúng tôi nghiên cứu quá trình thực hành tín ngưỡng thờ Mẫu của đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng, thủ nhang đền Nguyễn Khiết Linh Từ, 102 Hàng Bạc, Hoàn Kiếm, Hà Nội trên phương diện sự phát triển của các loại hình dịch vụ. Nghiên cứu này của chúng tôi hướng tới mục tiêu vận dụng các lý thuyết nhân học hiện đại để tìm hiểu các vấn đề thực hành tín ngưỡng trong bối cảnh hội nhập toàn cầu ở Việt Nam hiện nay.

Từ khóa: Dịch vụ, lý thuyết mạng lưới xã hội, thực hành tín ngưỡng

Abstract

Applying the theory of social networks, we have studied the practice of the beliefs of Mother Goddesses of practitioner Nguyen Tat Kim Hung, the temple custodian at Nguyen Khiết Linh Tu, 102 Hang Bac Street, Hoan Kiem District, Hanoi in terms of the development of these types of services. Our study aims at applying the modern anthropological theories to explore issues of the religious practice in the context of global integration in Vietnam today.

Keywords: Service, social network theory, religious practice

Là loại hình tín ngưỡng kết tinh nhiều giá trị văn hóa đặc sắc, từ lâu, tín ngưỡng thờ Mẫu của người Việt đã trở thành đối tượng nghiên cứu quan trọng, được các nhà khoa học trong và ngoài nước đặc biệt quan tâm, tìm hiểu theo nhiều định hướng tiếp cận: văn học, nghệ thuật, triết học, tâm lý học, văn hóa học,... Với những định hướng tiếp cận trên, nhiều công trình đã bàn luận chuyên sâu các phương diện: loại hình, nguồn gốc, thần điện, nghệ thuật, nghi lễ, thanh đồng, hầu đồng, giá trị văn hóa... Trong bài viết này, chúng tôi tiếp cận tín ngưỡng thờ Mẫu từ định hướng nhân học tôn giáo

để nghiên cứu một vấn đề còn nhiều mảng khuyết trống: dịch vụ¹ trong tín ngưỡng thờ Mẫu của người Việt. Nghiên cứu này hướng tới chủ thể thực hành văn hóa để từ đó nhận diện quá trình hiện đại hóa của tín ngưỡng thờ Mẫu trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay.

1. Lý thuyết mạng lưới xã hội

Khái niệm *mạng lưới xã hội* (réseau social/ social network) đã được đề cập, phân tích trong các nghiên cứu của ngành nhân học gắn với tên tuổi của Barnes² (1954), Mitchell³ (1956, 1971)... Thực ra, quan điểm về mạng lưới xã hội đã xuất hiện cuối thế kỷ XIX trong nghiên cứu của các nhà nhân học Émile Durkheim⁴ và

Ferdinand Tonnies⁵. Đầu thế kỷ XX, những nền tảng đầu tiên của lý thuyết mạng xã hội đã định hình trong nghiên cứu của các nhà nhân học Bronislaw Malinowski, Alfred Radcliffe-Brown, và một nhóm bao gồm các nhà nhân học tại trường Manchester: John A. Barnes, Clyde Mitchell và Elizabeth Bott Spillius. Nhóm này đã nghiên cứu thực địa, tiến hành điều tra mạng lưới cộng đồng ở miền nam châu Phi, Ấn Độ và vương quốc Anh. Trên cơ sở đó, nhà nhân học SF NADEL⁶ đã hệ thống hóa thành một lý thuyết về cấu trúc xã hội. Lý thuyết này đã ảnh hưởng lớn trong phân tích mạng lưới xã hội sau đó. Sau thập niên 70 của thế kỷ XX, các nhà khoa học thuộc nhiều lĩnh vực như kinh tế học, xã hội học, tâm lý xã hội, nhân học... tiếp tục nghiên cứu chuyên sâu, xây dựng, bổ sung hệ thống lý thuyết mạng lưới xã hội với các quan điểm đa chiều. Tuy nhiên, dù có điểm tương đồng hay khác biệt song về cơ bản, các nhà nhân học tương đối đồng thuận trong quan niệm:

"Một cách chung nhất, có thể định nghĩa mạng lưới xã hội là một tập hợp các mối quan hệ giữa các thực thể xã hội gọi chung là các actor. Các thực thể xã hội này không nhất thiết chỉ là các cá nhân mà còn là các nhóm xã hội, các tổ chức, các thiết chế, các công ty xí nghiệp và cả quốc gia. Các mối quan hệ giữa các actor cũng có thể mang nhiều nội dung khác nhau từ sự tương trợ, trao đổi thông tin cho đến việc trao đổi hàng hóa, trao đổi các dịch vụ..." (1, tr.302).

Từ định nghĩa trên, ta có thể thấy, mạng lưới xã hội được hình thành trên cơ sở của các mối quan hệ xã hội. Các actor thiết lập, duy trì, phát triển mối quan hệ xã hội này nhằm mục tiêu trao đổi đa nội dung như: thông tin, tình cảm, tri thức, tương trợ, hàng hóa, dịch vụ... Vì bản chất của mạng lưới xã hội là các quan hệ xã hội nên phương pháp phân tích mạng lưới xã hội (Social Network Analysis-SNA) sẽ khác với phương pháp phân tích biến số (variable analysis). Nếu phương pháp phân tích biến số xem các yếu tố tuổi tác, giới tính, học vấn...

quy định hành vi của các actor thì phương pháp phân tích mạng lưới xã hội lại cho rằng mối quan hệ xã hội mới là yếu tố quyết định. Chính tính đặc thù của phương pháp phân tích mạng lưới xã hội như trên đã chi phối tới việc chọn và phân tích mẫu trong nghiên cứu.

2. Trường hợp đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng

Như trên đã trình bày, phương pháp phân tích mạng lưới xã hội khác biệt với phương pháp phân tích biến số bởi nó chú ý tới bản chất của các mối quan hệ xã hội. Từ định hướng nghiên cứu mối quan hệ xã hội, chúng tôi sẽ lựa chọn tổ hợp các phương pháp tương thích. Thứ nhất là phương pháp chọn mẫu nhằm thu thập dữ liệu sơ cấp. Trong bài viết này, chúng tôi đã lựa chọn mẫu nghiên cứu không ngẫu nhiên: *đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng, thủ nhang đền Nguyễn Khiết Linh Từ, 102 Hàng Bạc, Hoàn Kiếm, Hà Nội*. Để thu được những dữ liệu sơ cấp, chúng tôi đã tiến hành điền dã dài ngày: từ tháng 8 đến tháng 11/2015. Thứ hai, để xử lý dữ liệu sơ cấp đã thu được, chúng tôi vận dụng một số lý thuyết mạng lưới xã hội nhằm mô tả, phân tích quy luật hình thành, cấu trúc của mối quan hệ giữa các actor, nhất là sự ảnh hưởng của các quan hệ xã hội đối với hành vi của các actor.

Về mẫu nghiên cứu, chúng tôi chọn mẫu nghiên cứu không ngẫu nhiên bởi đặc biệt chú ý tới tiêu chí tính đại diện của mẫu. Thực tế cho thấy, tuy hầu hết các đồng thầy đều có một mạng lưới xã hội song không phải đồng thầy nào cũng có và thường xuyên sử dụng mạng lưới xã hội cung cấp các dịch vụ nhằm phục vụ cho quá trình thực hành tín ngưỡng thờ Mẫu. Đây là nhóm thứ nhất, những đồng thầy thực hành tín ngưỡng thờ Mẫu nhưng không tìm kiếm dịch vụ từ mạng lưới mà mình sở hữu. Bên cạnh đó, một nhóm những đồng thầy khác, vì nhiều lý do, họ không chỉ có mà còn thường xuyên tận dụng mạng lưới xã hội mà mình dày công thiết lập, duy giữ để tìm kiếm các dịch vụ chuyên nghiệp. Đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng là trường hợp tiêu biểu của

nhóm thứ hai. Hơn 20 năm tính từ thời điểm trình đồng (năm 1990), đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng đã có đủ độ dài thời gian để tạo dựng và sở hữu một mạng lưới xã hội chuyên cung cấp các dịch vụ cần thiết phục vụ cho quá trình thực hành tín ngưỡng thờ Mẫu, đặc biệt là hoạt động hầu đồng. Hiện nay, để phục vụ cho quá trình thực hành tín ngưỡng thờ Mẫu, đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng đã và đang sử dụng đa loại hình dịch vụ như: dịch vụ trang phục, dịch vụ cúng lễ, dịch vụ cung văn, dịch vụ chấp tác, dịch vụ ghi âm ghi hình, dịch vụ vận chuyển,... đặc biệt là dịch vụ cung ứng lễ vật. Các loại hình dịch vụ này không chỉ giúp kẻ thứ ba hưởng lợi (*Tertius gaudens*) như cách nói của R.Burt mà còn mang lại lợi ích cho nhiều nhóm đối tượng khác. Vì vậy, sự lựa chọn mẫu nghiên cứu có định hướng (*purposive* hay *judgment sam-pling*) không chỉ đảm bảo tiêu chí tính đại diện mà còn giúp chúng tôi khai thác nhiều thông tin dân tộc học hữu ích, làm sáng tỏ lý thuyết mạng lưới xã hội trong nghiên cứu thực hành tín ngưỡng thờ Mẫu.

Về phân tích mẫu nghiên cứu, bên cạnh việc chọn mẫu như đã giới thuyết, chúng tôi đặc biệt chú ý tới việc vận dụng các lý thuyết mạng lưới xã hội để phân tích, lý giải mối quan hệ giữa các actor trong mạng lưới này. Đối với trường hợp đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng, chúng tôi lựa chọn một số quan điểm cơ bản trong 3 lý thuyết mạng lưới xã hội sau: quan điểm sức mạnh của những kết nối yếu (*the strength of weak ties*) của Mark S.Granovetter; quan điểm của Ronald Burt về các lỗ hổng cấu trúc (*Structural Holes*) và quan điểm của J.Miller McPherson, Lynn Smith - Lovin về sự đồng dạng (*homophily*).

Tìm hiểu toàn bộ các loại hình dịch vụ trong tín ngưỡng thờ Mẫu là một hướng nghiên cứu thú vị, cần được thực hiện trong một chuyên luận lớn. Trong phạm vi bài viết này, chúng tôi tập trung nghiên cứu chuyên sâu một loại hình dịch vụ cốt yếu, tiêu biểu: dịch vụ cung ứng lễ vật.

3. Dịch vụ cung ứng lễ vật

3.1. Lễ vật dâng cúng

Trong tín ngưỡng thờ Mẫu, lễ vật dâng cúng có vai trò đặc biệt quan trọng. Đối với thanh đồng, lễ vật dâng cúng không chỉ chứng tâm cho lòng sùng kính mà còn là nghi thức bắt buộc để thực hiện các nghi lễ quan trọng, nhất là hầu đồng. Đối với con nhang đệ tử, sau khi được ban phát, những lễ vật này đã vượt ra khỏi phạm trù vật chất tầm thường, mang một ý nghĩa tâm linh thiêng liêng: đó là tài lộc mà Thánh Mẫu nhân từ đã ban phát để cứu giúp trong bối cảnh con người đang phải trực diện đương đầu với muôn nỗi khó khăn nơi trần thế. Đối với tín ngưỡng thờ Mẫu, lễ vật dâng cúng không chỉ phản ánh đặc tính dung hợp mà còn là biểu tượng văn hóa, kết tinh trong đó vũ trụ quan, nhân sinh quan của người Việt cổ. Giữ một vị trí đặc biệt quan trọng như vậy nên trong quá trình thực hành tín ngưỡng thờ Mẫu, lễ vật dâng cúng không chỉ đa dạng về chủng loại, lớn về số lượng lớn mà còn được thường xuyên sử dụng trong nhiều dịp lễ tiết của một năm. Đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng là một trong những trường hợp tiêu biểu cho việc sử dụng lễ vật này.

Tính chất tiêu biểu được thể hiện trên nhiều phương diện mà trước hết là sự phong phú về chủng loại. Giống như nhiều thanh đồng khác, khi thực hành tín ngưỡng thờ Mẫu, nhất là hầu đồng, đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng cần đến một hệ thống lễ vật gồm nhiều chủng loại như đồ mã, xôi thịt, hương hoa, cau trầu, trà quả, bánh kẹo, đường sữa, bia rượu, nước giải khát, mì tôm, mì chính...

Không chỉ phong phú về chủng loại, trong mỗi lần hầu đồng, các lễ vật trên còn được sử dụng với số lượng rất lớn. Ví dụ, khi làm lễ mở phủ cho đệ tử vào ngày 12/10/2015 tại bản điện, đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng đã dùng một số lượng đồ mã không nhỏ, tổng 557 đầu mã bao gồm: 24 đôi hài, 15 cỗ mũ, 5 hình nhân, 4 lốt, 1 tòa sơn trang, 1 voi, 1 ngựa, 1 thuyền rồng, 1 man vàng thoi, vàng lá, tiền âm phủ. Cùng với đồ mã, đồng thầy Nguyễn

Tất Kim Hùng còn dùng nhiều lễ vật bánh kẹo khác. Khi đi lễ hội và hầu đồng ở đền phủ khác vào ngày 8 tháng Giêng, đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng sử dụng tới 2.500⁸ lễ vật gồm: 500 lon nước ngọt, 500 gói bánh, 500 gói đường, 500 gói kẹo.

Cùng với chủng loại, số lượng, tính chất tiêu biểu còn được thể hiện rõ trong tần suất sử dụng lễ vật. Cùng với những ngày đại tiệc vào các tháng 2, 3, 6, 10 âm lịch hàng năm như các đền phủ khác, 8 tháng còn lại thường tương ứng với tiệc của 8 vị thánh khác. Tuy số lượng nhỏ hơn so với những tháng đại tiệc, nhưng vào tiệc của mỗi vị thánh này vẫn có mũ mã và những lễ vật dâng cúng phù hợp. Ngoài việc hầu đồng, cúng lễ tại bản điện, trung bình mỗi năm, đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng còn trực tiếp hầu chính cho bản hội từ 5 - 6 lần tại các đền phủ nổi tiếng khác. Như vậy, tính trung bình một năm, để thực hành tín ngưỡng thờ Mẫu, đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng đã phải sử dụng từ 17 - 18 lần các lễ vật dâng cúng.

Tính chất đa chủng loại, số lượng lớn và tần suất sử dụng cao đã khiến quá trình chuẩn bị lễ vật dâng cúng của các đồng thầy gặp không ít khó khăn về thời gian, tâm sức, tiền của. Để có thể thực hành tín ngưỡng thờ Mẫu thuận lợi, nhiều đồng thầy trong đó có đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng đã hóa giải những vướng mắc này bằng giải pháp tìm kiếm các dịch vụ cung ứng lễ vật từ một mạng lưới xã hội do mình dày công thiết lập và duy giữ.

3.2. Mạng lưới xã hội cung ứng lễ vật

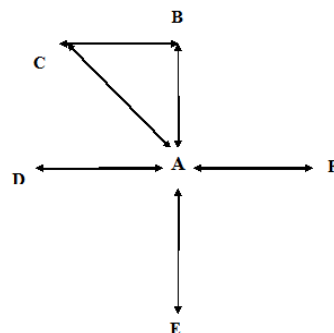
Trong hơn 20 năm hầu đồng, đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng đã dần tạo lập cho mình một mạng lưới xã hội tương đối ổn định để cung ứng lễ vật dâng cúng. Mạng lưới xã hội này được hợp thành bởi 3 yếu tố: thời gian hình thành, nguyên nhân gắn kết của các actor và mối liên kết giữa các actor.

Hiện nay, đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng đang sở hữu một mạng lưới xã hội cung ứng lễ vật dâng cúng được tạo lập và duy giữ trên dưới 10 năm. Các actor tham gia vào mạng lưới

xã hội này chuyên cung cấp một loại lễ vật nhất định. Chẳng hạn, mũ mã, ngựa voi, hình nhân do ông Đặng Xuân Hòa, 38 tuổi, đang cư trú tại Duyên Thái, Thường Tín, Hà Nội cung cấp. Ông Lê Minh Hoạt, 58 tuổi, Giáp Nhị, Hoàng Mai, Hà Nội chuyên bán vàng thoi. Ông Nguyễn Văn Đại, 62 tuổi, làng Thượng, Cầu Giấy, Hà Nội đáp ứng nhu cầu vàng lá, tiền âm phủ. Các loại bia rượu, trà bánh, đường sữa thường do hai bà: Nguyễn Thị Kim Oanh, 46 tuổi, 60 Hàng Buồm, Hoàn Kiếm, Hà Nội và bà Lê Thị Băng Huyền, 55 tuổi, số 1 Nguyễn Siêu, Hoàn Kiếm, Hà Nội cung ứng.

So với nhiều nguồn cung ứng dịch vụ lễ vật khác, mạng lưới xã hội này có nhiều lợi thế biệt trội trên các phương diện mũ mã, giá thành, niềm tin... Lợi thế đó chính là lý do để đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng đã quyết định chuyên dùng các nguồn cung ứng dịch vụ của mạng lưới xã hội này từ trên dưới 10 năm nay.

Các actor tham gia vào mạng lưới cung ứng dịch vụ lễ vật này có mối gắn kết chặt chẽ với đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng bởi nhiều nguyên nhân. Một số actor như ông Hòa tự tìm đến để giới thiệu sản phẩm. Các actor khác như ông Hoạt, ông Đại lại là do tự thân đồng thầy tìm kiếm. Còn bà Oanh, bà Huyền vốn là con nhang đệ tử tại đền nhiều năm nay. Mối quan hệ đa diện giữa các actor này sẽ được cụ thể hóa trong sơ đồ số 1 dưới đây:



Sơ đồ 1: Mối quan hệ giữa các actor trong mạng lưới xã hội cung cấp lễ vật của đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng

Trong sơ đồ lược tả mối gắn kết giữa các actor trên, nếu đồng thấy ở vị trí trung tâm A thì các actor ở các điểm B (bà Oanh) và C (bà Huyền) là những con nhang đệ tử. Các actor điểm D (ông Hào), điểm E (ông Hoạt) điểm F (ông Đại) tuy không phải con nhang đệ tử nhưng tham gia vào mạng lưới xã hội này với tư cách là những người cung ứng dịch vụ. Từ sơ đồ trên, theo quan điểm của J.Miller McPherson và Lynn Smith-Lovin, mạng lưới xã hội này được kết cấu theo hai dạng thức: đồng dạng nền tảng (baseline homophily) và đồng dạng khác biệt (inbreeding homophily). Mối quan hệ giữa B (bà Oanh) với C (bà Huyền) là mối quan hệ đồng dạng nền tảng bởi các actor này được kết nối với đồng thấy và kết nối với nhau trên cơ sở cùng chung tín ngưỡng. Mối quan hệ giữa D (ông Hào), E (ông Hoạt) với F (ông Đại) là mối quan hệ đồng dạng khác biệt bởi các actor này chỉ kết nối với đồng thấy vì lợi ích riêng, không có bất cứ mối gắn kết nào với nhau. Đây là một mạng lưới cá nhân được kết nối bởi một actor chính là đồng thấy (còn gọi là ego). 5 actor còn lại xoay quanh trục kết nối chính với ego, có hoặc không có quan hệ với nhau. Với các mối quan hệ trên, theo quan điểm của Mark S.Granovetter, trong cung ứng dịch vụ, mạng lưới xã hội này đã bao chứa song trùng cả hai lợi thế: những quan hệ mạnh và sức mạnh của những kết nối yếu. Vấn đề này chúng tôi sẽ phân tích cụ thể trong mục 3 của bài viết.

Vậy để có thể cung ứng lễ vật, mạng lưới xã hội được tạo lập bởi các actor với nhiều dạng thức như trên sẽ vận hành ra sao? Nguyên tắc vận hành của mạng lưới này chính là nội dung tiếp theo mà chúng tôi sẽ đề cập tới.

3.3. Nguyên tắc vận hành

Trong khung lý thuyết "*Sức mạnh của các mối quan hệ yếu*", Mark S.Granovetter đã chỉ ra rằng: tình cảm, sự tin cậy và tính đa diện của các mối quan hệ là 3 nguyên tắc chính yếu trong số các nguyên tắc vận hành của mạng lưới xã hội. Soi chiếu khung lý thuyết này vào

trường hợp nghiên cứu, chúng tôi nhận thấy, để mạng lưới xã hội cung ứng dịch vụ lễ vật có thể vận hành bền vững nhiều năm, 3 nguyên tắc trên đều được tuân thủ gắn với những nét văn hóa đặc thù riêng.

Trước hết là nguyên tắc tình cảm. Nguyên tắc này chủ yếu thể hiện ở dạng kết nối đồng dạng nền tảng trong mối quan hệ giữa B, C với đồng thấy và giữa B với C. Đây là hai actor gắn bó với nhau bởi họ cùng chung một bản hội. Với đồng thấy, họ là những con nhang, đệ tử nên không chỉ có tình cảm gắn bó mà họ còn tri ân tâm đức của đồng thấy. Trên cơ sở của sự gắn bó và tri ân đó, họ đã tham gia và trở thành một trong những điểm kết nối quan trọng, bền vững của mạng lưới cung cấp dịch vụ cúng lễ.

Thứ hai là nguyên tắc niềm tin. Nguyên tắc này hình thành ở cả hai điểm kết nối đồng dạng nền tảng và kết nối đồng dạng khác biệt. Đối với điểm kết nối đồng dạng khác biệt, các actor D, E, F đã có đủ độ dài thời gian cần thiết (trên dưới 10 năm) để đặt lòng tin vào đồng thấy Nguyễn Tất Kim Hùng. Đối với điểm kết nối đồng dạng nền tảng, niềm tin của các actor B, C không chỉ là niềm tin vào con người mà còn là niềm tin tôn giáo. Với con nhang đệ tử, đồng thấy chính là hiện thân của sự linh thiêng bởi có khả năng kết nối giữa thế giới phàm trần và thế giới thần linh của Thánh Mẫu. Vì vậy, niềm tin vào đồng thấy chính là niềm tin vào sự linh nghiệm huyền bí của thế giới thần thánh. Sự đan kết, hợp dung giữa niềm tin con người với niềm tin thần thánh đã giúp mạng lưới xã hội này vận hành bền vững trong nhiều năm.

Cuối cùng là nguyên tắc đa nội dung của các mối quan hệ. Nguyên tắc này xuất hiện chủ yếu trong điểm kết nối đồng dạng nền tảng. Các actor B, C gắn bó với đồng thấy không chỉ vì mục tiêu cung ứng các dịch vụ lễ vật. Mối quan hệ giữa họ và đồng thấy còn được xây dựng trên cơ sở tương tác đa nội dung. Trong quá trình thực hành các phong tục vòng đời như hôn nhân, tang ma... hoặc công việc bán

buôn hay gia sự gặp rủi ro, bất trắc, các actor này thường tìm đến mong nhờ đồng thầy chỉ dạy hoặc cầu xin Thánh Mẫu độ phúc, cứu nguy. Với nội dung trao đổi đa chiều như vậy, sự gắn kết giữa các actor này với đồng thầy càng thêm bền chặt.

Một mạng lưới xã hội được dày công gây dựng trong hơn 10 năm qua với những nguyên tắc vận hành chặt chẽ, bền vững như trên sẽ mang những lợi ích gì? Chúng tôi sẽ trả lời câu hỏi này trong mục 4 của bài viết: Lợi ích của mạng lưới xã hội cung ứng dịch vụ lễ vật dâng cúng.

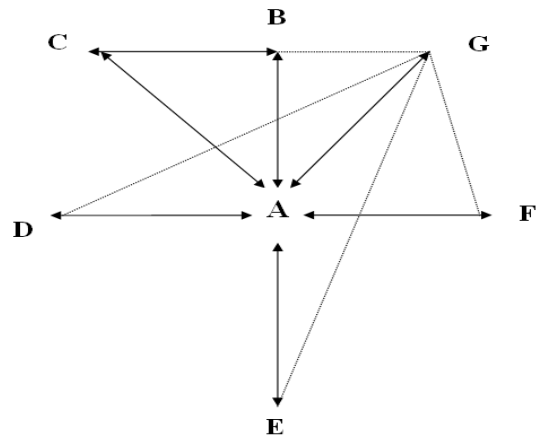
4. Lợi ích của mạng lưới xã hội cung ứng dịch vụ lễ vật dâng cúng

Trong lý thuyết “*Sức mạnh của những mối quan hệ yếu*”, Mark Granovetter đã chỉ ra rằng, một khi đã duy trì được mạng lưới với những nguyên tắc vận hành chặt chẽ, các hoạt động của những mối quan hệ giữa các actor trong mạng lưới sẽ mang tính chất tương hỗ. Nghĩa là, khi gắn bó với nhau trong một mạng lưới, các actor sẽ có mối trao đổi, tương trợ lẫn nhau. Nội dung của sự trao đổi, tương trợ phụ thuộc vào mục đích gắn kết của mạng lưới. Trong trường hợp nghiên cứu, tuy mục đích gắn kết với nhau bởi nhu cầu cung ứng dịch vụ lễ vật song tính chất tương hỗ giữa các actor không chỉ mang lại lợi ích kinh tế mà còn lan thấm sâu rộng tới lợi ích văn hóa, nhất là lợi ích văn hóa đối với tín ngưỡng thờ Mẫu. Sự tương hỗ đa chiều này được thể hiện rõ nét trong lợi ích của các actor tham gia vào mạng lưới mà trước hết là lợi ích của actor trung tâm (ego) - đồng thầy.

4.1. Lợi ích của ego

Dày công tạo lập và duy giữ mạng lưới cung ứng dịch vụ lễ vật này trong hàng chục năm, actor trung tâm (ego) đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng đã thu được nhiều lợi ích mà trước hết là lợi ích kinh tế. Lợi ích kinh tế đó nảy sinh từ điểm kết nối đồng dạng nền tảng với các actor là con nhang đệ tử. Vì mối quan hệ bền

chặt giữa các actor với ego dựa trên nhiều yếu tố: thâm niên, tình cảm tri ân, trao đổi đa nội dung, đặc biệt là niềm tin tín ngưỡng nên các actor này thường tính giá thành đồ lễ thấp hơn từ 10% - 15%⁹ so với thị trường. Bên cạnh đó, ego còn thu được lợi ích kinh tế từ việc môi giới dịch vụ cho người làm lễ trình đồng mở phủ. Chúng ta có thể thấy quá trình môi giới này được thể hiện trong sơ đồ số 2 dưới đây:



Sơ đồ 2: Quá trình môi giới dịch vụ của đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng cho người làm lễ trình đồng, mở phủ.

Trong sơ đồ trên, G là actor làm lễ trình đồng mở phủ. Nếu có nhu cầu trợ giúp, ego sẽ làm vai trò trung gian, môi giới G với các actor của cả hai điểm kết nối: đồng dạng nền tảng và đồng dạng khác biệt. Ở sơ đồ trên, các đường kẻ đứt đoạn thể hiện mối quan hệ mới, được thiết lập nhờ vai trò môi giới của ego. Trong trường hợp này, theo quan điểm mạng lưới xã hội của R. Burt, ego đã lợi dụng các lỗ hổng cấu trúc trong mạng lưới cung cấp dịch vụ để hưởng lợi. Thực tế điển dã cho thấy, việc môi giới của ego không chỉ giúp người trình đồng hưởng lợi mà bản thân ego cũng thu được lợi nhuận từ 10% - 15%¹⁰ tổng số tiền mà actor chi trả khi dùng dịch vụ được môi giới.

Tuy nhiên lợi ích kinh tế chỉ là mặt nổi. Lợi ích văn hóa mà ego thu được từ dịch vụ cung ứng lễ vật này mới giữ vai trò quan trọng. Dịch

vụ cung cấp lễ vật không chỉ giúp đồng thầy bảo lưu những giá trị cốt lõi, đặc sắc mà còn góp phần hiện đại hóa quá trình thực hành tín ngưỡng thờ Mẫu. Trước hết là vấn đề bảo lưu những giá trị đặc sắc. Trong quá trình thực hành tín ngưỡng thờ Mẫu, do sở hữu một mạng lưới cung cấp các dịch vụ đồ lễ chuyên nghiệp nên đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng thường yêu cầu mạng lưới này cung cấp đồ lễ theo đúng nghi lễ truyền thống về màu mã, kích cỡ, đặc biệt là màu sắc. Không phải ngẫu nhiên mà lễ vật trong tín ngưỡng thờ Mẫu bao gồm cả đồ mã và lễ chay thường qui định 4 màu: đỏ, xanh, vàng và trắng tùy từng đối tượng được dâng cúng. Bốn màu sắc này chính là bốn biểu tượng văn hóa trong nhận thức về một thế giới kết cấu 4 tầng: màu đỏ (thiên phủ), màu xanh (nhạc phủ), màu vàng (địa phủ) và màu trắng (thủy phủ). Không sáng tạo những màu sắc mới, giữ lại bản gốc những sắc màu nguyên thủy, thông qua dịch vụ cung ứng lễ vật, đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng đã góp phần bảo lưu giá trị căn cốt, đặc sắc của tín ngưỡng thờ Mẫu: giá trị triết học trong vũ trụ quan của người Việt cổ.

Cùng với bảo lưu, việc sử dụng mạng lưới dịch vụ này cho thấy quá trình hiện đại hóa trong thực hành tín ngưỡng thờ Mẫu hiện nay. Tính chất hiện đại hóa ấy không đơn giản thể hiện ở lễ vật dâng cúng mới như nước uống lavie, mì tôm, dầu ăn, sữa tươi... mà quan trọng hơn là tính chuyên nghiệp trong việc tiêu dùng dịch vụ để phục vụ cho quá trình thực hành tín ngưỡng thờ Mẫu.

4.2. Lợi ích của các actor trong điểm kết nối đồng dạng nền tảng

Cùng với lợi ích của ego, các actor trong điểm kết nối đồng dạng nền tảng ở mạng lưới này còn thu được nhiều lợi ích. Bên cạnh lợi ích kinh tế, văn hóa là lợi ích lớn nhất mà các actor này có được khi tham gia vào mạng lưới cung ứng lễ vật.

Khi tham gia vào mạng lưới cung cấp dịch vụ lễ vật, các actor trong điểm kết nối đồng

dạng nền tảng này đã có được sự an ủi từ niềm tin tôn giáo: họ sẽ được Thánh Mẫu phù trì, ban phát tài lộc. Bước vào những thập niên đầu tiên của thế kỷ XXI, thế giới đã và đang chứng kiến những biến động kinh tế, văn hóa, xã hội chưa từng có trong lịch sử nhân loại. Những biến động sâu sắc của quá trình toàn cầu hóa này bên cạnh những mặt tích cực cũng để lại không ít hậu quả tiêu cực như sự đổ vỡ niềm tin, sự khủng hoảng tinh thần hay những cú sốc văn hóa. Trước những biến động ấy, cảm giác lo âu, bất ổn đã khiến nhiều người đã tìm đến với tôn giáo, tín ngưỡng như một giải pháp để tìm kiếm an ninh tinh thần. Cuộc sống của người Việt Nam cũng không nằm ngoài những biến động toàn cầu đó. Rủi ro, bất trắc luôn là nỗi ám ảnh thường trực đối với nhiều người, nhất là với đối tượng làm nghề kinh doanh, buôn bán khi nền kinh tế thị trường phát triển trong bối cảnh toàn cầu hóa mạnh mẽ như hiện nay. Hóa giải nỗi lo âu này, theo mô thức ứng xử của văn hóa truyền thống, những người làm nghề thương mại thường tìm đến kêu cầu cửa Mẫu, cúi mong Thánh Mẫu phù trì, tai qua nạn khỏi, ban tài phát lộc. Để Thánh Mẫu đoái hoài thân phận, rủ lòng thương xót, họ thường dâng cúng lễ vật. Trong tâm thế ứng xử của mô thức văn hóa truyền thống đó, các actor của điểm kết nối đồng dạng nền tảng này đã coi việc cung cấp dịch vụ lễ vật với giá rẻ như một hình thức tiến dâng để Thánh Mẫu ban phát tài lộc cho mình. Không chỉ cung ứng dịch vụ lễ vật với giá cả thấp hơn thị trường, vào những ngày tiệc lớn của bản điện, các actor này còn thường xuyên dâng tiến lễ vật với số lượng không nhỏ. Thực chất việc cung ứng và dâng tiến lễ vật như trên chính là một phương thức đặc biệt để các actor tìm kiếm lợi ích an ninh tinh thần, nhằm mục tiêu cân bằng đời sống tâm linh trong một xã hội nhiều biến đổi như hiện nay.

4.3. Lợi ích của các actor trong điểm kết nối đồng dạng khác biệt

Với thời gian gặp gỡ không thường xuyên, nội dung trao đổi giữa các actor đơn nhất nên

có thể nói, các actor trong điểm kết nối đồng dạng khác biệt thuộc mối quan hệ yếu. Tuy nhiên, những mối quan hệ yếu này lại có sức mạnh riêng. Trong lý thuyết của mình, Mark Granovetter nhấn mạnh tuyệt đối không thể xem thường những mối quan hệ yếu bởi nó có sức mạnh riêng. Ông gọi đó là “Sức mạnh của các mối quan hệ yếu”. Trong điểm kết nối đồng dạng khác biệt này, cái mà Mark Granovetter gọi là sức mạnh của những quan hệ yếu ấy chính là lợi ích mà các actor đã tìm kiếm được từ mạng lưới này.

Không khó khăn lắm để chúng ta nhận ra, nhờ vai trò trung tâm và môi giới của đồng thầy, các actor ở điểm kết nối đồng dạng khác biệt này đang sở hữu một thị trường giàu tiềm năng, có nhu cầu cao đối với việc tiêu thụ các dịch vụ lễ vật mà họ cung ứng. Chính thị trường giàu tiềm năng, có nhu cầu cao đã giúp họ đảm bảo một nguồn thu nhập ổn định. Chẳng hạn, đối với actor D (ông Hào) chuyên cung cấp đồ mã, chỉ tính riêng đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng, trung bình một năm sử dụng đồ mã tới gần 20 lần. Mỗi lần làm mã ước khoảng 3.000.000¹¹ đồng. Bình quân ông Hào có thể thu được gần 60.000.000 đồng mỗi năm. Đó là chưa kể tới một mạng lưới hàng trăm con nhang đệ tử mà đồng thầy Nguyễn Tất Kim Hùng có thể môi giới. Tóm lại, một thị trường tiêu thụ tiềm năng với nguồn thu có tính ổn định chính là lợi ích kinh tế đầu tiên mà các actor của mạng lưới này thu được từ dịch vụ cúng ứng lễ vật.

Như đã phân tích, các mối quan hệ yếu này có sức mạnh riêng. Nếu như các mối quan hệ mạnh chú trọng hướng nội thì các mối quan hệ yếu lại có nhiều cơ hội hướng ngoại. Ở mạng lưới cung ứng lễ vật này, lợi ích mang lại không chỉ có ý nghĩa đối với các actor mà còn có vai trò quan trọng đối với các mối quan hệ khác. Cụ thể, nhờ mạng lưới này, các actor D (ông Hào), E (ông Hoạ), F (ông Đại) đã tạo công ăn việc làm cho nhiều lao động địa phương, đặc biệt là góp phần phát triển các làng nghề

truyền thống theo hướng chuyên hóa như Duyên Trường, Giáp Nhi, làng Thượng.

Tuy nhiên không phải khi nào và ở đâu, các dịch vụ cung ứng lễ vật dâng cúng đều mang lại lợi ích xuôi chiều. Trong nhiều trường hợp, dịch vụ cung ứng lễ vật có những tác động ngược chiều với những biểu hiện tiêu cực như dùng đồ mã tràn lan, ganh đua lễ vật dâng cúng.... Những biến tướng đó đang làm cho tín ngưỡng thờ Mẫu bị trần tục hóa, mài mòn những giá trị cốt lõi, đặc sắc của tín ngưỡng này. Tuy nhiên, đó là một nội dung khoa học có thể bàn luận chuyên sâu trong một công trình nghiên cứu khác.

Trên cơ sở tương tác của nhiều yếu tố: kinh tế, chính trị, xã hội, văn hóa... quá trình hiện đại hóa của tín ngưỡng thờ Mẫu diễn ra trên nhiều cấp độ mà các loại hình dịch vụ chỉ là một trong số những phương diện tiêu biểu. Định hướng tiếp cận nhân học tôn giáo với những lý thuyết nhân học hiện đại sẽ giúp chúng ta phát hiện nhiều vấn đề khoa học mới, nhất là những vấn đề đương đại của tín ngưỡng thờ Mẫu trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay.

N.V.T

(TS., Khoa Việt Nam học, Trường ĐHSP HN)

Chú thích

¹Dịch vụ là một khái niệm công cụ, được dùng rộng rãi trong ngành kinh tế học với cách hiểu là những thứ tương tự như hàng hóa gắn với các loại hình giáo dục, y tế, tài chính, du lịch... Tuy nhiên, cùng với sự phát triển của xã hội, bên cạnh những loại hình dịch vụ truyền thống, nhiều loại hình dịch vụ mới xuất hiện như dịch vụ tư vấn, dịch vụ an ninh, dịch vụ bảo vệ môi trường, nhất là sự xuất hiện hàng loạt các dịch vụ văn hóa mới như dịch vụ internet, dịch vụ hôn nhân, dịch vụ tang ma, dịch vụ thờ cúng tổ tiên, dịch vụ phục vụ tín ngưỡng thờ Mẫu... Thông thường, do vị

trí đặc biệt quan trọng nên hoạt động thương mại thường được tách riêng khỏi phạm trù dịch vụ. Tuy nhiên, trong trường hợp nghiên cứu, vì nhiều lý do, hoạt động thương mại chỉ giữ vai trò cung ứng, nhiều khi mang tính chất phục vụ hơn là tính chất thương mại bán mua. Vì vậy, trong bài viết này, để phục vụ tín ngưỡng thờ Mẫu, bên cạnh các dịch vụ như chấp tác, cung văn... chúng tôi quan niệm việc cung ứng các loại lễ vật dâng cúng cũng là một loại hình dịch vụ.

²John Barnes Arundel (1918-2010) là nhà nhân học người Úc. Ông là một trong số những người đầu tiên đề cập đến khái niệm mạng lưới xã hội vào năm 1954 trong bài viết về giáo xứ đảo Na Uy: "*Class and Committees in a Norwegian Island Parish*", in trong Barnes, John (1954), "*Class and Committees in a Norwegian Island Parish. Human Relations*, tr. 39 - 58. Từ đây, quan điểm mạng lưới xã hội của ông được áp dụng rộng rãi trong nghiên cứu khoa học xã hội, chính trị và một số lĩnh vực khác.

³James Clyde Mitchell (1918 - 1995) là nhà nhân học người Anh. Ông đã có những nghiên cứu quan trọng về mạng lưới xã hội tại Đại học Manchester. Kết quả nghiên cứu về mạng lưới xã hội của ông lần lượt được công bố vào các năm 1956, *The Kalela dance: Aspects of social relationships among urban Africans in Northern Rhodesia, Manchester, Manchester University Press*; 1966, 1971, *The Yao Village: a Study in the Social Structure of a Malawian Tribe Manchester, Manchester University Press*.

⁴David Émile Durkheim (1858 - 1917) là một nhà xã hội học, tâm lý học xã hội và triết học người Pháp. Ông được coi là một trong những người đi tiên phong, xây nền, đắp móng cho ngành xã hội học.

⁵Ferdinand Tönnies (1855 - 1936) là một là một nhà xã hội học, triết học người Đức. Ông có đóng góp lớn cho lý thuyết xã hội học với kết quả nghiên cứu về hai loại nhóm xã hội: *Gemeinschaft* và *Gesellschaft*.

⁶Siegfried Frederick NADEL (1903 - 1956) là nhà nhân học người Áo. Công trình *Lý thuyết cơ cấu xã hội* của ông được xuất bản năm 1957, sau khi ông qua đời một năm.

^{7 - 11} Số liệu điền dã của tác giả thu được vào tháng 11/2015.

Tài liệu tham khảo

1. Nhiều tác giả (2013), *Lòng tin và vốn xã hội*, Nxb. Tri thức, Hà Nội.
2. Ngô Đức Thịnh (2014), *Lên đồng, hành trình của thần linh và thần phận*, Nxb. Thế giới, Hà Nội.
3. James Clyde Mitchell (1956), *The Kalela dance: Aspects of social relationships among urban Africans in Northern Rhodesia, Manchester, Manchester University Press*.
4. James Clyde Mitchell (1966, 1971), *The Yao Village: a Study in the Social Structure of a Malawian Tribe Manchester, Manchester University Press*.
5. J. B.Arundel (1954), *Class and Committees in a Norwegian Island Parish, Human Relations*, pp. 39-58.

Ngày nhận bài: 17 - 2 - 2016

Ngày phản biện, đánh giá: 10 - 12 - 2017

Ngày chấp nhận đăng: 25 - 12 - 2017