TÁC ĐỘNG CỦA QUÁ TRÌNH HIỆN ĐẠI HÓA VÀ THƯƠNG MẠI HÓA MÂM CƠM TẾT OSECHI ĐỐI VỚI MỐI QUAN HỆ GIA ĐÌNH NHẬT BẢN ĐƯƠNG ĐẠI

Đào Thiên Linh Thảo, Khổng Thị Thúy Nga
Khoa Ngoại ngữ, Trường Đại học Công nghệ Đồng Nai

Tóm tắt: *Nghiên cứu này tập trung phân tích tác động của hai tiến trình hiện đại hóa và thương mại hóa đối với mâm cơm Tết Osechi,, qua đó đánh giá sự chuyển dịch trong mối quan hệ gia đình tại Nhật Bản đương đại. Ban đầu vốn là một nghi lễ tâm linh gắn liền với triết lý Washoku và vai trò kết nối các thế hệ thông qua thực hành bếp núc, Osechi ngày nay đang chịu sự biến đổi sâu sắc bởi nhịp sống công nghiệp, sự gia tăng của mô hình gia đình hạt nhân và sự phát triển của dịch vụ Osechi chế biến sẵn. Bằng việc kết hợp phương pháp phân tích tài liệu, tổng hợp dữ liệu xã hội học và tiếp cận liên ngành giữa văn hóa ẩm thực với xã hội học gia đình, bài viết làm rõ hai mặt tác động của hiện tượng này. Một mặt, việc thương mại hóa Osechi giúp giải phóng sức lao động cho người phụ nữ, tạo điều kiện tối ưu hóa thời gian chất lượng để gia đình sum họp. Mặt khác, sự phụ thuộc vào các sản phẩm tiện ích thương mại làm thu hẹp không gian thực hành văn hóa, gây suy giảm sự trao truyền tri thức ẩm thực giữa các thế hệ. Kết quả nghiên cứu góp phần làm rõ cơ chế ứng biến văn hóa của gia đình Nhật Bản đương đại trong việc cân bằng giữa tính tiện lợi hiện đại và nhu cầu duy trì bản sắc truyền thống.*

Từ khóa: *Osechi, Hiện đại hóa, Thương mại hóa, Gia đình Nhật Bản, Văn hóa ẩm thực*

THE IMPACT OF MODERNIZATION AND COMMERCIALIZATION OF OSECHI NEW YEAR MEALS ON FAMILY RELATIONSHIPS IN CONTEMPORARY JAPAN

Abstract: *This study examines the impacts of modernization and commercialization on Osechi New Year meals, evaluating the shifting dynamics of family relationships in contemporary Japan. Originally a spiritual ritual rooted in Washoku philosophy that fostered intergenerational bonding through home culinary practices, Osechi is undergoing profound transformations driven by industrial lifestyles, the rise of nuclear families, and the booming market for pre-packaged meals. Utilizing document analysis, sociological data synthesis, and an interdisciplinary approach bridging foodways with family sociology, this paper elucidates the dual effects of this phenomenon. On one hand, the commercialization of Osechi alleviates domestic labor burdens, allowing families to maximize quality time during the holiday season. On the other hand, reliance on commercialized convenience diminishes traditional space for cultural practice, weakening the intergenerational transmission of culinary heritage. The findings illuminate how contemporary Japanese families adapt culturally to balance modern convenience with the preservation of traditional identity.*

Keywords: *Osechi, Modernization, Commercialization, Japanese Family, Food Culture*

Nhận bài: 09/09/2026 *Phản biện: 09/10/2026* *Duyệt đăng: 12/10/2026*

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong không gian văn hóa Đông Á, bữa ăn ngày Tết không chỉ đáp ứng nhu cầu dinh dưỡng mà là biểu tượng cội nguồn cho sự đoàn tụ và thực hành nghi lễ gia đình. Tại Nhật Bản, mâm cơm Tết Osechi đại diện cho cốt lõi của triết lý ẩm thực Washoku – di sản văn hóa phi vật thể được UNESCO công nhận từ năm 2013. Về mặt lịch sử, Osechi ra đời như một hình thức dâng cúng thần linh Toshigami để cầu mong một năm mới an lành, thịnh vượng, đồng thời mang chức năng kết nối các thành viên gia đình thông qua việc cùng nhau chuẩn bị và thưởng thức các món ăn mang ý nghĩa biểu trưng sâu sắc. Tuy nhiên, bước vào giai đoạn hậu công nghiệp, xã hội Nhật Bản đối mặt với những biến động cấu trúc sâu sắc: sự gia tăng nhanh chóng của mô hình gia đình hạt nhân, hộ gia đình đơn thân, tỷ lệ sinh giảm, và đặc biệt là sự tham gia ngày càng rộng rãi của phụ nữ vào lực lượng lao động. Nhịp sống đô thị gấp gáp cùng sự bùng nổ của hạ tầng thương mại tiện ích (cửa hàng tiện lợi, siêu thị, sàn thương mại điện tử) đã thúc đẩy quá trình hiện đại hóa và thương mại hóa Osechi. Mâm cơm Tết truyền thống vốn đòi hỏi nhiều ngày sửa soạn công phu tại gia nay dần được thay thế bằng các bộ Osechi đóng gói sẵn, giao tận nhà. Sự chuyển dịch từ "tự nấu tại gia" sang "đặt mua thương mại" không chỉ đơn thuần là sự thay đổi thói quen tiêu dùng, mà còn tác động trực tiếp đến cấu trúc sinh hoạt và mối quan hệ giữa các thành viên trong gia đình Nhật Bản đương đại. Đề tài nghiên cứu này được triển khai nhằm phân tích tác động hai mặt – cả cơ hội thích ứng lẫn những thách thức biến đổi của tiến trình hiện đại hóa, thương mại hóa Osechi đối với tính kết nối gia đình, từ đó phác họa cơ chế ứng biến văn hóa của người Nhật trong bối cảnh hiện đại.

II. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU

Các công trình nghiên cứu đi trước về Osechi và ẩm thực Nhật Bản có thể được hệ thống hóa theo ba hướng tiếp cận chính: Hướng nghiên cứu Lịch sử - Văn hóa: Cwiertka (2006), Ashkenazi & Jacob (2000) tập trung giải mã ý nghĩa biểu trưng của Osechi trong di sản Washoku và nguyên lý Shun (mùa nào thức nấy). Các công trình này làm rõ vai trò của Osechi như một biểu trưng văn hóa dân tộc, song chủ yếu dừng lại ở việc mô tả lịch sử và giá trị truyền thống, chưa khai thác sâu khía cạnh biến đổi mối quan hệ gia đình trong bối cảnh đương đại. Hướng nghiên cứu Xã hội học Gia đình: Ochiai (1997), Goldstein (2015) chỉ ra rằng việc chuẩn bị Osechi truyền thống tạo ra áp lực nội trợ nặng nề – vốn được coi là "gánh nặng vô hình" gán cho phụ nữ trong mô hình gia đình truyền thống (Ie). Tuy nhiên, các tác giả chủ yếu coi thực phẩm mua sẵn như một giải pháp giải phóng sức lao động, chứ chưa đánh giá chiều ngược lại: những tổn thất về mặt gắn kết và đứt gãy không gian thực hành văn hóa gia đình. Hướng nghiên cứu Kinh tế tiêu dùng: Các báo cáo thị trường từ Viện Nghiên cứu Yano (2024–2025) và Bộ Nông nghiệp, Lâm nghiệp và Thủy sản Nhật Bản - MAFF (2021) cung cấp nguồn dữ liệu định lượng giá trị về sự tăng trưởng của Osechi đóng gói, xu hướng mua sắm trực tuyến và sự thay đổi trong hành vi tiêu dùng của hộ gia đình. Dù vậy, các báo cáo này thiếu hụt khung lý luận xã hội học để giải thích tác động văn hóa - xã hội đằng sau các con số thống kê. Mặc dù các nghiên cứu trước đây đã đề cập đến yếu tố văn hóa, xã hội hoặc kinh tế của Osechi, nhưng chưa có công trình nào đặt Osechi vào vị trí trung tâm để đo lường trực tiếp sự biến đổi trong cấu trúc tương tác và mối quan hệ giữa các thế hệ trong gia đình Nhật Bản đương đại. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm lấp đầy khoảng trống đó, qua đó làm rõ sự dịch chuyển trong phương thức kết nối giữa các thế hệ từ thực hành sang thụ hưởng ẩm thực nghi lễ.

III. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Cơ sở lý thuyết và các khái niệm

3.1.1. Khái niệm và đặc trưng của Osechi

Về mặt nguồn gốc lịch sử, Osechi khởi phát từ thuật ngữ Osechi-ku (節供), vốn là các buổi tiệc nghi lễ đánh dấu thời điểm chuyển giao giữa các mùa diễn ra trong không gian triều đình Nhật Bản thời cổ đại. Bước sang thời kỳ Edo (1603–1867), cùng với sự bình dân hóa các giá trị văn hóa tinh thần, Osechi dần định hình thành mâm cỗ nghi lễ đặc trưng dành riêng cho dịp Tết Nguyên đán, mang sứ mệnh linh thiêng là dâng cúng thần linh Toshigami (Thần Năm Mới) để cầu mong một năm mới an lành, vụ mùa bội thu và gia đạo bình an (Ashkenazi & Jacob, 2000). Xét ở khía cạnh cấu trúc thực thể và kỹ thuật chế biến, Osechi đại diện cho đỉnh cao của trí tuệ bảo quản thực phẩm dân gian. Do quan niệm truyền thống kiêng kỵ việc đốt lửa nấu nướng và gây ra tiếng động trong ba ngày đầu năm mới (nhằm tránh làm phiền thần linh và cho phép người phụ nữ nghỉ ngơi), toàn bộ các món ăn trong mâm Cỗ Tết đều được sửa soạn hoàn tất trước đêm Giao thừa. Các phương pháp chế biến chuyên sâu như kho đậm, muối chua, hoặc sấy khô được ưu tiên áp dụng nhằm kéo dài thời gian bảo quản mà không cần đến sự hỗ trợ của công nghệ hiện đại. Những món ăn này sau đó được bài trí tỉ mỉ và xếp lớp trong hộp gỗ vuông nhiều tầng, tượng trưng cho sự tích tụ những may mắn, phước lành gối lên nhau qua năm tháng (Cwiertka, 2006). Bên cạnh giá trị sử dụng và thẩm mỹ, sức sống bền bỉ của Osechi trong đời sống tinh thần người Nhật còn bắt nguồn từ hệ thống biểu trưng văn hóa dày đặc được mã hóa qua từng nguyên liệu cấu thành. Mỗi thành tố trong mâm cỗ đều mang một thông điệp ẩn dụ gắn liền với ước vọng nhân sinh: Kazunoko (trứng cá tuyết) với hàng ngàn hạt nhỏ biểu trưng cho sự sinh sôi và trường tồn của dòng tộc; Kuromame (đậu đen) gắn liền với từ đồng âm mame (chăm chỉ, khỏe mạnh) gửi gắm lời chúc sức khỏe và ý chí lao động; Tazukuri (cá bống kho ngọt) nhắc nhớ về lịch sử dùng cá làm phân bón để cầu mong mùa màng bội thu; trong khi Kamaboko (chả cá hai màu đỏ - trắng) mô phỏng hình ảnh mặt trời mọc, mang ý nghĩa xua đuổi tà khí và đón chào sự khởi đầu may mắn (Goldstein, 2015). Như vậy, Osechi không đơn thuần là một tập hợp các món ăn ngày Tết, mà chính là một di sản văn hóa sống – nơi kết tinh triết lý ẩm thực Washoku và đóng vai trò như một chất keo kết nối đời sống tâm linh lẫn quan hệ xã hội của người Nhật qua nhiều thế hệ.

3.1.2. Phương pháp nghiên cứu

Bài báo sử dụng phối hợp các phương pháp nghiên cứu chuyên sâu bao gồm:

Phương pháp phân tích - tổng hợp tài liệu thứ cấp: Thu thập, đối chiếu các báo cáo khảo sát xã hội học và dữ liệu thống kê tiêu dùng từ Bộ Nông nghiệp, Lâm nghiệp và Thủy sản Nhật Bản (MAFF), Viện Nghiên cứu Yano, cũng như các

công trình nghiên cứu công bố về văn hóa ẩm thực Nhật Bản đương đại. Phương pháp so sánh lịch sử: Đối chiếu mô hình thực hành Osechi trong gia đình Nhật Bản truyền thống (trước thập niên 1970) và gia đình đương đại (từ thập niên 1990 đến nay) để làm rõ bản chất của sự chuyển dịch giá trị.

IV. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

4.1. Bối cảnh chuyển dịch xã hội và thực trạng thương mại hóa Osechi

Sự biến đổi của mâm cơm Tết Osechi không diễn ra trong một khoảng chân không văn hóa, mà là hệ quả trực tiếp từ những biến động sâu sắc trong cấu trúc kinh tế - xã hội Nhật Bản giai đoạn hậu công nghiệp. Sự bùng nổ của quá trình đô thị hóa, kết hợp với xu hướng thu nhỏ quy mô gia đình đã tạo nên một bước ngoặt căn bản trong phương thức sinh hoạt. Dữ liệu từ Bộ Nội vụ và Truyền thông Nhật Bản (MIC) cho thấy sự gia tăng nhanh chóng của mô hình gia đình hạt nhân, hộ gia đình đơn thân và đặc biệt là sự giảm sút nghiêm trọng tỷ lệ sinh. Đồng thời, sự tham gia ngày càng rộng rãi của phụ nữ vào lực lượng lao động chính thức đã làm suy giảm đáng kể quỹ thời gian dành cho công việc nội trợ truyền thống – vốn đòi hỏi sự tỉ mỉ và nhiều ngày chuẩn bị công phu trước thềm năm mới (Ochiai, 1997). Đáp ứng nhu cầu cấp thiết về mặt thời gian của xã hội đương đại, hạ tầng thương mại tiện ích kết hợp với sự phát triển của công nghệ chế biến thực phẩm đã châm ngòi cho tiến trình thương mại hóa Osechi quy mô lớn. Việc ứng dụng công nghệ cấp đông siêu tốc cùng sự mở rộng của mạng lưới cửa hàng tiện lợi, hệ thống siêu thị và các sàn thương mại điện tử đã biến Osechi từ một thực hành văn hóa mang tính tự cung tự cấp tại gia trở thành một mặt hàng tiêu dùng sẵn có trên thị trường. Báo cáo thị trường từ Viện Nghiên cứu Yano (2024–2025) chỉ ra rằng tỷ lệ các hộ gia đình Nhật Bản lựa chọn mua Osechi chế biến sẵn đã tiệm cận mức 50%, đánh dấu sự thống trị của các sản phẩm công nghiệp trong dịp Tết Nguyên đán. Đáng chú ý, các nhà sản xuất không chỉ dừng lại ở việc mô phỏng mâm cỗ truyền thống mà còn liên tục đa dạng hóa sản phẩm: từ các bộ Osechi mang phong cách ẩm thực phương Tây hay Trung Hoa đến việc phát triển dòng Osechi thiết kế riêng cho cá nhân, phản ánh sự phân mảnh và cá nhân hóa sâu sắc trong thói quen tiêu dùng ngày Tết.

4.2. Tác động hai mặt của thương mại hóa Osechi đối với mối quan hệ gia đình

Dưới góc độ xã hội học gia đình, sự xuất hiện của Osechi thương mại hóa mang lại những giá trị thích ứng quan trọng, trước hết là việc tái phân bổ sức lao động và giải phóng gánh nặng nội trợ cho người phụ nữ. Trong xã hội truyền thống, việc chuẩn bị Osechi vô hình trung gán lên vai người phụ nữ vai trò duy trì nghi lễ, tạo ra áp lực tâm lý và thể lực nặng nề trong suốt thời điểm đáng ra phải được nghỉ ngơi (Goldstein, 2015). Việc chuyển sang sử dụng các bộ Osechi chế biến sẵn giúp san sẻ áp lực này, biến ngày Tết thành khoảng thời gian tái tạo sức lao động và thư giãn thực sự cho mọi thành viên trong gia đình. Hơn thế nữa, việc giản lược khâu chuẩn bị bếp núc công phu đã tối ưu hóa quỹ "thời gian chất lượng" giữa các thế hệ. Thay vì dành hàng giờ đồng hồ trong không gian gian bếp riêng lẻ, các thành viên gia đình có thêm điều kiện để cùng nhau trò chuyện, tham gia các hoạt động giải trí hoặc thực hiện các chuyến du lịch đầu năm. Trong bối cảnh khoảng cách địa lý giữa cha mẹ và con cái trưởng thành ngày càng gia tăng do áp lực công việc tại các đô thị lớn, việc đặt mua và gửi tặng những hộp Osechi cao cấp về quê nhà đã trở thành một phương thức biểu đạt tình cảm, sự hiếu thảo và duy trì sợi dây liên kết gia đình kiểu mới phù hợp với nhịp sống hiện đại. Ở chiều ngược lại, tiến trình thương mại hóa Osechi cũng đặt ra những thách thức không nhỏ đối với tính bền vững của các giá trị gia đình truyền thống. Dưới tác động của Lý thuyết Thương mại hóa Ẩm thực (Cwiertka, 2006), khi giá trị trao đổi đè bẹp giá trị sử dụng, mâm cỗ Tết có nguy cơ bị biến thành một loại hàng hóa thuần túy, làm mờ nhạt đi chiều sâu tâm linh và chức năng gắn kết cộng đồng vốn có. Việc đóng gói sẵn các món ăn khiến không gian gian bếp ngày cận Tết – nơi từng là "trung tâm thực hành văn hóa" tập thể của gia đình trở nên lạnh lẽo và vắng bóng các hoạt động tương tác liên thế hệ. Thách thức nghiêm trọng nhất nằm ở nguy cơ đứt gãy tri thức ẩm thực truyền thống giữa các thế hệ. Khảo sát của Bộ Nông nghiệp, Lâm nghiệp và Thủy sản Nhật Bản (MAFF, 2021) ghi nhận sự suy giảm rõ rệt về kỹ năng và sự hiểu biết của thế hệ trẻ đối với cách thức chế biến cũng như ý nghĩa biểu trưng của từng món ăn Osechi. Khi việc thụ hưởng ẩm thực phụ thuộc hoàn toàn vào dịch vụ thương mại, thế hệ trẻ tiếp nhận văn hóa Osechi thông qua các chiến dịch quảng cáo và bao bì sản

phẩm thay vì qua sự truyền dạy trực tiếp, mang tính cảm xúc từ người mẹ hay người bà. Ngoài ra, sự ra đời của các bộ Osechi dành riêng cho từng cá nhân tuy đáp ứng tính tiện lợi nhưng lại vô hình trung làm phá vỡ tính đồng nhất của bữa ăn đoàn tụ, góp phần gia tăng sự phân mảnh và tính cá nhân hóa trong sinh hoạt gia đình đương đại.

4.3. Xu hướng thích ứng- Sự hình thành mô hình Osechi kết hợp

Đứng trước sự giằng co giữa tính tiện lợi công nghiệp và yêu cầu bảo tồn bản sắc, các gia đình Nhật Bản đương đại đã phát triển một chiến lược thích ứng linh hoạt thông qua mô hình Osechi kết hợp. Thay vì lựa chọn thái cực phụ thuộc hoàn toàn vào hàng mua sẵn hoặc tự nấu toàn bộ như trước đây, nhiều hộ gia đình chủ động đặt mua các món ăn đòi hỏi kỹ thuật chế biến phức tạp hoặc nguyên liệu đắt đỏ từ các cửa hàng chuyên nghiệp, đồng thời vẫn duy trì việc tự tay chuẩn bị 1–2 món ăn cốt lõi (như Ozoni – món canh súp bánh mochi ngày Tết) tại nhà. Mô hình kết hợp này thể hiện tư duy ứng biến văn hóa sắc bén của người Nhật: vừa tối ưu hóa hiệu quả thời gian trong xã hội hiện đại, vừa giữ lại "linh hồn" và không gian thực hành nghi lễ tối thiểu cho gia đình. Qua đó, mâm cơm Tết không bị mất đi giá trị di sản mà được tái định hình để phù hợp với năng lực và điều kiện sinh hoạt của gia đình hạt nhân đương đại.

V. KẾT LUẬN

Sự biến đổi của mâm cơm Tết Osechi Ryori qua tiến trình hiện đại hóa và thương mại hóa phản chiếu một cách trung thực những bước chuyển mình căn bản trong cấu trúc xã hội và mối quan hệ gia đình tại Nhật Bản đương đại. Nghiên cứu cho thấy tiến trình này mang tính chất hai mặt rõ rệt. Một mặt, việc thương mại hóa Osechi đem lại giải pháp thích ứng hiệu quả trước áp lực thời gian của xã hội công nghiệp, giải phóng sức lao động nội trợ cho phụ nữ và tối ưu hóa quỹ thời gian nghỉ ngơi, tương tác chất lượng giữa các thành viên. Mặt khác, việc phụ thuộc vào các sản phẩm đóng gói sẵn cũng vô hình trung thu hẹp không gian thực hành văn hóa truyền thống tại gia đình, làm suy giảm cơ hội trao truyền tri thức ẩm thực liên thế hệ và gia tăng tính phân mảnh trong sinh hoạt. Mặc dù vậy, sự xuất hiện của mô hình Osechi kết hợp đã chứng minh tính linh hoạt và sức sống bền bỉ của di sản văn hóa Washoku. Gia đình Nhật Bản đương đại không từ bỏ truyền thống mà đang chủ động tái định nghĩa khái niệm "đoàn tụ" chuyển từ phương thức cùng nhau sản xuất (chuẩn bị, nấu nướng) sang cùng nhau thụ hưởng (thưởng thức và chia sẻ không gian gia đình). Kết quả nghiên cứu này không chỉ góp phần làm rõ sự biến đổi của ẩm thực nghi lễ Nhật Bản mà còn gợi mở những bài học kinh nghiệm quan trọng cho các quốc gia Đông Á khác trong đó có Việt Nam trong việc bảo tồn và phát huy giá trị của mâm cơm Tết truyền thống trước làn sóng hiện đại hóa và thương mại hóa đương đại.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Cwiertka, K. J. (2006). Modern Japanese cuisine: Food, power and national identity. Reaktion Books.

Ngô Hương Giang. (2020). Xu hướng biến đổi của gia đình Nhật Bản truyền thống dưới tác động của hiện đại hóa. Tạp chí Nghiên cứu Đông Bắc Á, 6 (232), 41–50.

Nguyễn Thị Thu Hương. (2019). Triết lý Washoku và vai trò của văn hóa ẩm thực trong việc duy trì tính kết nối cộng đồng tại Nhật Bản. Tạp chí Khoa học Xã hội Việt Nam, 8(141), 63–72.

Ochiai, E. (1997). The Japanese family system in transition: A sociological analysis of everyday life. LTCB International Library Foundation.

Phan Hải Linh. (2018). Biến đổi lối sống và tiêu dùng thực phẩm của người dân đô thị Nhật Bản trong thời kỳ hậu công nghiệp. Tạp chí Nghiên cứu Đông Á, 3(15), 29–38.