

CHUYỂN ĐỔI GIÁ TRỊ VĂN HÓA TỘC NGƯỜI TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG

■ Thông Thiện

Hệ giá trị văn hóa ở vùng dân tộc thiểu số ở Nghệ An nói riêng và cả nước nói chung đang thay đổi dưới tác động của quá trình thị trường hóa, hiện đại hóa, toàn cầu hóa. Nếu xem xét ở cấp độ vĩ mô hay vi mô thì cũng sẽ nhận ra điều đó. Quan sát sự thay đổi trong đời sống sinh hoạt hằng ngày, từ chiếc váy truyền thống đến chiếc xe máy hiện đại cũng phần nào thấy được sự chuyển đổi đó. Chiếc váy truyền thống của các tộc người thiểu số, vốn là sự thể hiện quan trọng các giá trị bản sắc văn hóa cộng đồng, đang ngày càng bị mai một và biến mất một cách nhanh chóng ở các làng bản, thì chiếc xe máy, vốn là một sự thể hiện của sự hiện đại hóa, lại đang ngày càng phổ biến đến các ngõ ngách rừng núi. Đó cũng là một xu hướng nổi trội trong sự biến đổi văn hóa của vùng dân tộc thiểu số hiện nay.

Sự chuyển đổi đó thể hiện từ chiều hướng nội sang hướng ngoại bởi chiếc váy truyền thống hướng giá trị đến người sản xuất, còn chiếc xe máy là sự thể hiện của người tiêu dùng. Và sự thay đổi đó là xu hướng khá rõ nét trong quá trình phát triển kinh tế theo hướng thị trường hóa.



Vùng dân tộc thiểu số ngày càng chuyển biến theo hướng hiện đại hóa
Ảnh: Đường lên Nậm Cắn (Kỳ Sơn)

Từ biểu tượng văn hóa truyền thống

Mỗi cộng đồng đều có một bộ trang phục truyền thống đặc trưng của mình. Bộ trang phục đó vừa là dấu hiệu nhận dạng cơ bản của cộng đồng tộc người, là một giá trị văn hóa quan trọng của cộng đồng. Nó cũng thể hiện sự khéo léo, chăm chỉ, đảm đang của người phụ nữ trong cộng đồng đó. Trong bối cảnh nền kinh tế thị trường chưa phát triển mạnh thì việc tạo ra một bộ trang phục truyền thống là vô cùng quan trọng. Mọi cô gái từ lúc nhỏ đã được bà, được mẹ dạy cho thêu, may và dệt vải để có đủ năng lực tạo ra các bộ trang phục truyền thống. Và nhiều giá trị của người phụ nữ được thể hiện trên bộ trang phục, đặc biệt là chiếc váy của phụ nữ, sản phẩm mang nhiều giá trị và cầu kỳ nhất, khó sản xuất nhất nhưng cũng đẹp nhất. Chiếc váy giống như một biểu tượng của văn hóa truyền thống, gắn với giá trị của người phụ nữ vì nó được sinh ra bởi phụ nữ và phục vụ cuộc sống sinh hoạt của họ. Nét đẹp, sự tỉ mỉ và công phu của chiếc váy gắn với tài năng và tính cách của người phụ nữ sản xuất ra nó. Khi sự trao đổi còn hạn chế thì một thiếu nữ mang trên mình một chiếc váy thật đẹp do mình làm ra là sự thể hiện của một cô gái tài năng, khéo léo và đảm đang. Những giá trị mà hầu như mọi người đàn ông đều mong muốn đối với người vợ của mình. Vậy nên, một cô gái làm ra những chiếc váy đẹp thì được nhiều người yêu mến, có nhiều chàng trai theo đuổi. Nói cách khác, chiếc váy thể hiện những giá trị văn hóa nội tại của cộng đồng, tôn vinh người sản xuất ra nó và tôn vinh các giá trị cộng đồng.

Một điều dễ nhận thấy là sự hiện diện của những chiếc váy, những bộ trang phục truyền thống của các cộng đồng thiểu số đang ngày càng ít đi trong cuộc sống của họ. Một cuộc khảo sát về trang phục truyền thống ở nhiều bản vùng miền núi Nghệ An trong vài năm gần đây phần nào nói lên điều đó. Tại bản Nưa (xã Yên Khê, huyện Con Cuông), là một

bản người Thái được lựa chọn để phát triển du lịch cộng đồng thì số phụ nữ mặc trang phục truyền thống hàng ngày không quá 30%, chủ yếu là những người lớn tuổi. Hay tại bản Ang (xã Xá Lượng, huyện Tương Dương), cũng một bản người Thái thì tỷ lệ phụ nữ sử dụng trang phục truyền thống trong cuộc sống hàng ngày chỉ khoảng 20%. Tương tự ở bản Cẩm (xã Tri Lễ, huyện Quế Phong) thì tỷ lệ cũng chỉ khoảng 25%. Với các cộng đồng khác cũng tương tự. Người Thổ ở bản Mỏ (xã Nghĩa Xuân, huyện Quỳnh Hợp) cũng có khoảng 30% phụ nữ còn mặc trang phục truyền thống. Người Tày Poọng ở bản Phòng (xã Tam Hợp, huyện Tương Dương) thì cũng chỉ còn vài người già là còn sử dụng các trang phục truyền thống. Ở người Ô Đu tại bản Văng Môn (xã Nga My, huyện Tương Dương) cũng chỉ vài người già mặc trang phục truyền thống mà cũng chủ yếu vào dịp lễ... Nói vậy để thấy, có một sự thay đổi nhanh chóng theo hướng các trang phục truyền thống đang bị mai một dần và thay vào đó là những bộ trang phục hiện đại được mua từ chợ.

Đến biểu tượng của hiện đại hóa

Quá trình hiện đại hóa vùng dân tộc thiểu số có lẽ bắt đầu từ đầu cuối những năm 1990 và những năm 2000, khi mà kinh tế thị trường và các chính sách phát triển miền núi đã thúc đẩy mạnh mẽ hơn công cuộc hiện đại hóa. Bắt đầu từ quá trình chuyển đổi trong đời sống sinh hoạt lẫn sản xuất. Từ tivi, tủ lạnh, nồi cơm điện, bình nước nóng lạnh, đến máy cày, máy bừa, rồi sử dụng các loại phân bón hóa học... Tuy nhiên, phổ biến nhất có lẽ là xe máy và điện thoại di động. Xe máy xuất hiện trước điện thoại di động và dần càng phổ biến hơn. Cũng như điện thoại, xe máy xuất hiện đã làm thay đổi nhiều đến đời sống người dân tộc thiểu số. Nếu trước đây, vận chuyển chủ yếu bằng sức trâu bò (kéo gỗ, vận chuyển vật nặng) hay bằng sức người (gùi, bung, bê, vác, chủ yếu trong vận chuyển lương thực và vật dụng sinh hoạt) thì nay có xe máy hỗ trợ. Sự di chuyển cũng vậy, trước đây chủ yếu đi bộ, nhà có điều kiện mới có ngựa để đi. Sau này có xe đạp, nhưng đường miền núi nhiều dốc đèo nên đi xe đạp cũng không thật sự phổ biến. Vậy nên khi cần báo thông tin hay có việc gì cần gấp gờ thì việc đi

NGHIÊN CỨU - TRAO ĐỔI

chuyển mất nhiều thời gian và sức lực. Còn khi có xe máy xuất hiện thì mọi chuyện lại khác. Xe máy giúp cho việc đi lại, di chuyển trở nên vô cùng thuận lợi. Các đường ngõ rất nhỏ hay dốc nhưng với người miền núi vốn quen thuộc địa hình vẫn có thể đi lại bằng xe máy. Rồi vận chuyển các thứ họ cũng sử dụng xe máy là phổ biến, từ đi lấy gỗ (với số lượng ít, dùng làm chất đốt hàng ngày) đến chở lương thực thực phẩm, phân bón hay các đồ dùng, trang bị nhẹ gọn. Chỉ trường hợp địa hình quá khó khăn không thể sử dụng xe máy thì họ mới dùng trâu bò hay sức người.

Trong khi chiếc váy truyền thống của các tộc người ngày càng mai một, ít thấy dần, thì chiếc xe máy là một biểu tượng của bước đầu hiện đại hóa ngày càng phổ biến ở các làng bản. Từ những người Mông trên đỉnh núi đến những người Thái, Khơ Mú, Thổ, Ô Đu ở vùng thung lũng và trung du đều sử dụng phổ biến các loại xe máy. Trừ các bản có điều kiện giao thông đi lại khó khăn, xe máy chưa thể lưu thông thuận tiện được thì hầu hết các làng bản khác đều có xe máy. Hầu hết các gia đình đều có ít nhất là một chiếc để sử dụng trong gia đình.

Qua những cuộc khảo sát cũng cho thấy, trên 80% người dân tộc từ 18-50 tuổi biết sử dụng xe máy. Chúng loại xe máy cũng đa dạng, từ loại ít tiền tầm mười triệu đến các loại xe đắt tiền lên đến dăm bảy chục, thậm chí trăm triệu đều xuất hiện ở vùng dân tộc thiểu số.

Chiếc xe máy được coi như là biểu tượng của bước đầu hiện đại hóa vì nó khác các phương tiện truyền thống trước đó đều dùng sức lực sinh học thì xe máy là sản phẩm kỹ thuật, sử dụng máy móc và nhiên liệu. Tốc độ, kỹ thuật hay độ chính xác đều vượt trội. Xe máy phổ biến ở miền xuôi từ lâu nhưng ở miền núi để phổ biến thì chỉ khoảng hơn hai thập kỷ gần đây, dù trước đó có xuất hiện nhưng khá hiếm hoi. Sự xuất hiện của xe máy thì đương nhiên kéo theo sự xuất hiện của các dịch vụ khác từ các điểm bán xăng dầu đến các cửa hàng sửa chữa xe máy, và đương nhiên là các cửa hàng bán xe máy. Vậy nên, xe máy là sản phẩm của hiện đại hóa, cũng là sản phẩm mà nền kinh tế thị trường phát triển mới cung cấp được một cách rộng rãi như vậy. Kinh tế thị trường phát triển đã thúc đẩy quá trình hiện đại hóa một cách nhanh chóng hơn. Và điều đó cũng làm cho xe máy ngày càng phổ biến và đa dạng hơn ở vùng dân tộc thiểu số. Nó gây ra hình ảnh trái ngược với chiếc váy truyền thống - biểu tượng của truyền thống văn hóa tộc người.

Sự chuyển đổi giá trị văn hóa từ hướng nội sang hướng ngoại

Về mặt văn hóa, chiếc xe máy hoàn toàn khác với chiếc váy truyền thống. Trong khi chiếc váy truyền



Xe máy hiện là phương tiện phổ biến ở vùng rừng núi

Ảnh: Tuyến đường vào bản Châm Puông, xã Lượng Minh, huyện Tương Dương

thống là biểu tượng của bản sắc văn hóa tộc người, tôn vinh các giá trị của người sản xuất ra nó, thì chiếc xe máy lại là biểu tượng của toàn cầu hóa, của hiện đại hóa vùng nông thôn, và nó không có nhiều giá trị tôn vinh người sản xuất, nhưng lại có giá trị biểu hiện của người sử dụng. Khi người ta khen chiếc váy đẹp là khen người phụ nữ đã khéo léo sản xuất ra nó. Nhưng khi khen một chiếc xe máy đẹp thì lại là sự công nhận người sử dụng nó có điều kiện kinh tế hơn chứ không phải nói về người sản xuất. Có nghĩa là chiếc xe máy mang giá trị hướng ngoại, hướng đến người tiêu dùng nó chứ không phải là người sản xuất. Và sự thay đổi từ chiếc váy đến chiếc xe máy mà chúng ta phân tích phía trên cũng thể hiện sự thay đổi trong hệ thống giá trị văn hóa của các cộng đồng dân tộc thiểu số từ các giá trị văn hóa nội tại đến các giá trị văn hóa ngoại tại, từ tôn vinh người sản xuất (cũng là người sử dụng) đến tôn vinh người tiêu dùng.

Xu hướng biến đổi văn hóa như vậy ở vùng dân tộc thiểu số cũng là xu hướng phổ biến trọng sự vận động của các nền văn hóa. Đó là hệ quả của quá trình hiện đại hóa văn hóa và thị trường hóa văn hóa vùng dân tộc thiểu số. Khi nền kinh tế tự cung tự cấp thì người sản xuất cũng là tiêu dùng nên sản phẩm gắn với bản sắc văn hóa truyền thống là chuyện bình thường. Nhưng trong bối cảnh kinh tế thị trường phát triển thì sản phẩm đa dạng và người ta có nhiều sự lựa chọn nên họ chọn cái nào thuận tiện và phù hợp cho mình hơn là giá trị văn hóa truyền thống. Điều này thể hiện ở chỗ những người mặc những chiếc váy truyền thống ở các làng bản hiện nay là những người già, chủ yếu là ngoài 50 tuổi, họ không có nhu cầu đi ra ngoài xã hội nhiều, cũng ít giao lưu văn hóa hơn và ít tiếp cận thị trường hơn. Đối với họ, trang phục không chỉ là để mặc mà còn là giá trị văn hóa thể hiện mình là ai và thuộc về đâu. Còn những người trẻ tuổi thì họ lựa chọn sự thích nghi bằng con đường hiện đại hóa. Chấp nhận các trang phục hiện đại để hòa nhập với cuộc sống hiện đại, mở rộng giao lưu văn hóa cũng như nhu cầu tiếp xúc ngoài xã hội cao hơn. Đó cũng là động thái mà họ lựa chọn xe máy và trang phục hiện đại.

Điều làm cho nhiều người lo lắng là sự thay đổi văn hóa thể hiện từ chiếc váy đến chiếc xe máy như vậy là một sự mai một, mất mát các giá trị văn hóa truyền thống. Nỗi lo đó là đúng đắn và có cơ sở khi mà trong nhiều năm

qua, trong khi kinh tế vùng dân tộc thiểu số vẫn còn phát triển chậm chạp thì sự mai một, mất mát bản sắc văn hóa lại ngày càng nhanh hơn. Và họ lo sợ hơn là lớp trẻ ngày càng chạy theo cuộc sống hiện đại và ít quan tâm đến các giá trị văn hóa truyền thống của cộng đồng mình. Đến một lúc nào đó, những người Thái, người Mông, người Khơ Mú ở trên núi cũng chẳng khác gì những người Kinh ở dưới xuôi.

Nhưng xét cho cùng thì đó cũng là một thực tế phải chấp nhận. Bản sắc văn hóa chung quy lại không phải là cái gì bất biến, mà nó cũng thay đổi qua các giai đoạn và bối cảnh khác nhau. Điều quan trọng là sự lựa chọn và tâm lý chủ động của người dân. Ai cũng mong muốn vươn lên để có cuộc sống tốt hơn, giàu đẹp và sung sướng hơn. Họ tiếp nhận các giá trị văn hóa mới vì họ thấy được những lợi ích từ các giá trị đó. Vậy nên, vấn đề bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống lại phải thay đổi và đi theo con đường khác, không phải bằng các văn bản chính sách hay các dự án từ trên xuống, mà phải đi từ dưới lên, từ sự lựa chọn của người dân chủ thể. Cần phải hoạch định sự phát triển gắn với nội lực của cộng đồng, của người dân. Trong đó làm sao để người dân họ thấy các giá trị văn hóa truyền thống cũng mang lại nhiều lợi ích cho họ trong quá trình phát triển. Và qua đó, họ sẽ chủ động lựa chọn những giá trị văn hóa phù hợp với điều kiện của mình để bảo tồn, khôi phục và phát huy trong quá trình phát triển. Lúc đó, chúng ta có thể hi vọng về viễn cảnh vừa có những phụ nữ mặc trên mình những chiếc váy truyền thống rực rỡ và ngồi trên mình những chiếc xe máy hiện đại./.