

Chợ nổi đồng bằng sông Cửu Long – nét đặc trưng văn hóa của người Việt Nam Bộ

• Ngô Văn Lệ

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM

TÓM TẮT:

Người Việt trong quá trình chinh phục miền đất mới – vùng đồng bằng sông Cửu Long, đã cùng với các tộc người anh em không chỉ biến vùng đất một thời hoang hóa thành một đồng bằng phì nhiêu, vừa lúa quan trọng của cả nước, mà còn sáng tạo một phức hợp văn hóa trên nền tảng kế thừa các giá trị văn hóa truyền thống. Quá trình mở rộng lãnh thổ, xác lập chủ quyền, thực thi chủ quyền và bảo vệ chủ quyền là quá trình thích nghi và sáng tạo của người Việt trong môi trường mới. Cũng chính quá trình cộng cư và chinh phục vùng đất mới đã hình thành vùng văn hóa Nam Bộ với những khác biệt trong so sánh với các

vùng văn hóa khác ở Việt Nam, mà có nhà nghiên cứu gọi là “văn minh miệt vườn”, “văn minh sông nước”. Khi nói tới Nam Bộ là nói tới vùng sông nước, những cộng đồng dân cư nơi đây đã biết khai thác một cách có hiệu quả những yếu tố sông nước không chỉ làm nên nét văn hóa riêng, mà còn góp phần phát triển kinh tế, xã hội. Chợ “nổi” gắn liền với hoạt động “thương hồ” – một hoạt động kinh tế mang đậm dấu ấn của một vùng văn hóa, đã làm nên nét văn hóa riêng của vùng Nam Bộ. Bài viết của chúng tôi trình bày về chợ nổi đồng bằng sông Cửu Long - nét đặc trưng văn hóa của người Việt Nam Bộ.

Từ khóa: đồng bằng sông Cửu Long, miền đất mới, Chợ Nổi vùng đồng bằng sông Cửu Long, văn minh miệt vườn, văn minh sông nước

Đồng bằng sông Cửu Long nơi sinh sống của bốn tộc người (người Việt, người Khmer, người Hoa, người Chăm) có sự khác biệt về ngôn ngữ, tổ chức xã hội, tín ngưỡng tôn giáo. Chính sự khác biệt đó làm nên tính đa dạng văn hóa của một vùng văn hóa. Tuy nhiên, trải qua hàng trăm năm cộng cư, cùng chia ngọt sẻ bùi trong quá trình khai phá đã hình thành nên nét văn hóa chung của vùng, mà khi

phân vùng văn hóa ở Việt Nam các tác giả đều nhất trí cho rằng Nam Bộ là một vùng văn hóa có sự khác biệt trong so sánh với các vùng văn hóa khác ở Việt Nam (Trần Quốc Vượng, 1998; Chu Xuân Diên, 1998, Ngô Đức Thịnh, 1993). Trong đời sống văn hóa của một cộng đồng dân cư, thì hoạt động kinh tế góp phần làm nên sắc thái văn hóa tộc người. Mỗi tộc người trong những điều kiện cụ thể

mà có những hoạt động kinh tế ghi đậm dấu ấn văn hóa tộc người. Người Việt là tộc người duy nhất tham gia vào hầu hết các hoạt động kinh tế trong vùng, nhưng theo chúng tôi, hoạt động “thương hồ” ghi đậm dấu ấn văn hóa riêng của người Việt. Qua khảo sát tại các chợ nổi Nam Bộ, chúng tôi thấy, người Việt giữ vai trò quan trọng trong hoạt động “thương hồ”.

Đồng bằng sông Cửu Long, là vùng đồng bằng màu mỡ, chỉ chít sông ngòi kênh rạch. Nơi đây thường có những “con nước lớn tràn bờ, nước ròng phơi bãi” và ghe thuyền sinh hoạt tấp nập ngày đêm. Chính điều kiện sông nước nơi đây là cơ sở cho sự hình thành những nét văn hóa đặc thù của vùng mà một trong số đó không thể không nhắc tới chợ nổi. Chợ nổi là nét đẹp riêng có của Đồng bằng sông Cửu Long. Đó là một loại hình chợ họp trên sông, nơi cả người bán và người mua đều dùng ghe, thuyền làm phương tiện vận tải và di chuyển. Chợ họp cả ngày, nhưng thường nhộn nhịp nhất vào buổi sáng. Trên thuyền chất đầy hàng hóa, phổ biến là các sản phẩm nông nghiệp (như rau đậu, bầu bí), các loại trái cây (như cam xoài, bưởi, dưa...). Nét riêng của các thuyền là trên mỗi thuyền có một vài cây sào, trên đó treo lủng lẳng các loại sản phẩm mà mình có bán. Cho nên khách hàng chỉ cần nhìn vào cây sào đó là có thể biết trên thuyền, ghe đó có thứ mình cần hay không. Người dân đồng bằng sông Cửu Long, trong tiềm thức cũng như hiện tại những chợ nổi ở các địa phương khác nhau trở thành nơi gặp gỡ của những người buôn bán trên sông (thương hồ). Ở các địa phương như Cái Bè (Tiền Giang), Cái Răng (Cần Thơ), Vàm Láng (Phong Điền), Ngã Bảy Phụng Hiệp (Hậu Giang), Sông Gành Hào (Cà Mau), Vĩnh Thuận (Kiên Giang), Long Xuyên (An Giang)... từ lâu đã hình thành chợ trên sông nổi tiếng. Hàng trăm ghe xuồng

ngày đêm tụ họp, bán đủ thứ hàng của miệt vườn như rau, củ, hoa, trái, tôm, cua, rùa, rắn... Tuy nhiên ở mỗi địa danh khác nhau, thời gian hình thành chợ nổi khác nhau và nét đặc trưng của chợ nổi ở nơi đó cũng khác nhau đôi chút.

Trong tiến trình phát triển của lịch sử nhân loại, như là một tất yếu, con người luôn tìm cách khai thác tối đa những yếu tố thuận lợi của điều kiện tự nhiên cho chính sự phát triển của mình. Ở vùng sa mạc, những cư dân nơi đó đã biết khắc phục những khó khăn của điều kiện tự nhiên để phát triển chăn nuôi (như sa mạc Gôbi, Arabia). Còn ở một số nơi, trong điều kiện sông nước, con người lại khai thác những yếu tố của nước và đất đai cho hoạt động kinh tế nông nghiệp lúa nước và các hoạt động kinh tế khác, mà chợ nổi như là nét văn hóa riêng của một vùng. Không phải ở đâu có sông nước là ở đó có chợ nổi. Theo chúng tôi chợ nổi được hình thành trong những điều kiện tự nhiên và hoạt động kinh tế của một tộc người (Ngô Văn Lê, 2013). Ở đồng bằng sông Cửu Long, tuy cùng sinh sống trong một môi trường địa lý, cùng là cư dân nông nghiệp lúa nước, nhưng chỉ có người Việt là lực lượng chủ yếu tham gia vào buôn bán trên sông (chợ nổi). Trên thế giới có lẽ không có nơi nào có chợ nổi giống như ở đồng bằng sông Cửu Long. Ở các nước trong khu vực Đông Nam Á như Thái Lan và Campuchia cũng có chợ nổi. Tuy nhiên, những chợ nổi này có nhiều nét khác biệt so với chợ nổi ở đồng bằng sông Cửu Long cũng như điều kiện tồn tại và phát triển không giống như chợ nổi ở đồng bằng sông Cửu Long. Khi sang Thái Lan, nếu có thời gian chúng ta ghé qua chợ nổi Damnoen Saduak (Thái Lan). Đây là loại chợ không họp trên sông, mà trên các kênh rạch, không phải hình thành với mục đích trao đổi hàng hóa, mà với mục đích chủ yếu là phục vụ khách du lịch. Còn trên sông Tonle Sap

(Campuchia), cũng có những nơi tập hợp đông đảo cư dân, nhưng đây không phải là chợ nổi với đầy đủ ý nghĩa của nó, mà lại là làng nổi tập trung nhiều người Việt sinh sống. Còn ở Việt Nam, chợ nổi ở đồng bằng sông Cửu Long là một hình thức sinh hoạt kinh tế - văn hóa độc đáo của cư dân nơi đây. Chính vì thế, chợ nổi ở đồng bằng sông Cửu Long còn được coi là đặc trưng cho vùng văn hóa sông nước của người Việt Nam Bộ (Ngô Văn Lệ, 2013).

Chợ là nơi trao đổi, buôn bán hàng hóa giữa người bán và người mua. Ở đồng bằng sông Hồng, trong điều kiện của một nền kinh tế tự cung, tự cấp, nên đã hình thành một hệ thống chợ làng, để trao đổi hàng hóa. Còn ở đồng bằng sông Cửu Long, khi nền kinh tế hàng hóa đã có bước phát triển hơn so với đồng bằng sông Hồng, nhưng việc trao đổi hàng hóa cũng diễn ra mạnh mẽ tại các chợ. Các địa điểm họp chợ thường tọa lạc ở trung tâm (ở một xã hay một huyện) của một địa phương, tiện lợi cho việc di chuyển và vận chuyển hàng hóa. Chợ nổi cũng là sự trao đổi hàng hóa qua lại giữa người bán và người mua, nhưng sự trao đổi ấy lại diễn ra ở những chiếc ghe thuyền lênh đênh trên mặt sông. Nhưng tại sao chợ nổi lại được hình thành ở đồng bằng sông Cửu Long? Trong một bài viết gần đây chúng tôi đã nêu nguyên nhân dẫn đến hình thành chợ nổi (Ngô Văn Lệ, 2013). Theo chúng tôi, sở dĩ ở đồng bằng sông Cửu Long hình thành các chợ nổi chủ yếu do điều kiện sông nước ở đây đem lại – là những điều kiện về mặt địa lý tự nhiên. Đồng bằng sông Cửu Long được hình thành do quá trình lắng đọng phù sa của một hệ thống kênh rạch chằng chịt tạo nên, với độ cao trung bình so với mực nước biển chỉ là 3-5m, độ dốc trung bình là 1 cm/km. Đây là một trong những đồng bằng châu thổ rộng và phì nhiêu của Đông Nam Á và thế giới (trong đó đất phù sa chiếm 29,7% diện tích toàn vùng, đất phèn chiếm 40%,

đất mặn chiếm 16,7%, đất xám và các loại đất khác chiếm 13.6%), là vùng cây ăn trái nhiệt đới, vùng sản xuất lương thực lớn nhất cả nước. Miền Tây Nam Bộ có khí hậu nhiệt đới ẩm, nhiệt độ trung bình hàng năm là 24-27°C; lượng mưa trung bình từ 1.700-2.000 mm/năm. Ở đây có hệ thống kênh rạch dày đặc, tổng lượng nước trong năm của hệ thống sông Cửu Long là 500 tỷ m³, rất thuận tiện cho giao thông đường thủy và cho nuôi trồng thủy sản. Cùng với đó là bờ biển dài trên 736 km với nhiều đảo và quần đảo, đồng bằng sông Cửu Long trở thành vùng thủy sản lớn nhất nước, có hệ sinh thái rừng ngập mặn điển hình nhất Việt Nam.

Đồng bằng sông Cửu Long là một vùng đất đặc trưng bởi khí hậu có hai mùa rõ rệt (mùa mưa và mùa khô), cùng với nguồn phù sa bồi đắp quanh năm thuận lợi cho sản xuất nông nghiệp so với các vùng khác của Việt Nam... Một nét khá đặc biệt là ở đồng bằng sông Cửu Long, ngoài hệ thống sông ngòi tự nhiên còn có vô số các con kênh đào ngang xê dọc (có độ dài khoảng 5000km) (Nguyễn Sinh Hương, 2010) khiến cho vùng này mang đậm dấu ấn môi trường sông nước hơn cả. Và cũng chính lượng phù sa bồi đắp dọc bờ sông và các con kênh đào đã quyết định quá trình tụ cư của người dân. Bên cạnh đó, đồng bằng sông Cửu Long rất ít khi chịu ảnh hưởng của gió bão và ít biến động về thời tiết. Nơi đây thời tiết khá ổn định và ôn hòa, nóng ẩm quanh năm. Còn về lũ lụt, thường, lũ ở đồng bằng sông Cửu Long thuộc loại “lũ hiền”, chính vì thế người dân nơi đây “sống chung với lũ”, vẫn quen gọi đó là “mùa nước nổi”: nước lên rất chậm và tốc độ chảy không cao. Những điều kiện tự nhiên khá đặc biệt đó đã góp phần không nhỏ chi phối mạnh mẽ và sâu sắc đến văn hóa cư trú của vùng đất này. Và đó cũng là điều kiện và cơ sở cho sự hình thành cũng như tồn tại của chợ nổi – nét

sinh hoạt kinh tế - văn hóa đặc thù của nơi đây. Bên cạnh những điều kiện tự nhiên thì thói quen trong việc định cư của lưu dân người Việt cũng là một trong những cơ sở hình thành chợ nổi vùng đồng bằng sông Cửu Long. Người nông dân Việt, trong quá trình mở cõi đất phương Nam để định cư tại một nơi, nhất là ở đồng bằng sông Cửu Long có nhiều khác biệt so với miền Bắc và miền Trung, thì nước như là một điều kiện thiết yếu không thể bỏ qua. Chính trong bối cảnh đó những lưu dân đã nhận thấy tầm quan trọng của sông ngòi, kênh rạch trong việc ổn định cuộc sống của họ sau này. Vì thế, việc lựa chọn địa bàn cư trú ven các con sông không phải là sự lựa chọn ngẫu nhiên mà đó là những kinh nghiệm thực tiễn và những thuận lợi mà điều kiện sông nước mang lại. Hình thái cư trú trải dài theo kênh rạch và dọc các trục lộ giao thông là nét đặc trưng so với làng xã ở đồng bằng sông Hồng. Nhà của cư dân nơi đây được xây dựng theo mô hình trước sông, sau ruộng. Những ngôi nhà thường tập trung thành các dải dọc theo dòng chảy các con sông. Trước mỗi ngôi nhà bao giờ cũng là những bến sông. Ở bến sông, họ thường bắc một cây cầu ván ra mé sông để làm nơi giặt giũ, tắm gội, rửa chén bát... cũng như mọi sinh hoạt khác cần đến nguồn nước. Kế bên cầu là chỗ đậu ghe, thuyền để thuận tiện cho việc đi lại, di chuyển trên sông. Thuyền, ghe, xuồng trở thành những phương tiện di chuyển chính của người dân. Và để thuận tiện cho trao đổi hàng hóa cũng như hoạt động buôn bán thì chợ nổi cũng được hình thành. Không có nơi nào trên lãnh thổ Việt Nam, người dân lại có nhiều kinh nghiệm khai thác những yếu tố sông nước để phục vụ đời sống thường nhật cũng như để phát triển kinh tế như vậy.

Từ cuối thế kỉ XVII (1698), khi Nguyễn Hữu Cảnh được chúa Nguyễn cử vào xác lập bộ máy tổ

chức vùng đất mới và đặc biệt sau khi về cơ bản chúa Nguyễn đã xác lập chủ quyền tại vùng đất mới (1757) thì số lượng người Việt vào định cư vùng đất mới ngày một gia tăng. Cùng với quá trình định cư của lưu dân ở đồng bằng sông Cửu Long, khi làng mạc hình thành, thì chợ cũng hình thành và trở nên sung túc. Với điều kiện sông nước nơi đây, chợ nổi trở thành loại hình chợ đáp ứng mọi nhu cầu về đời sống của người dân và chợ nổi bắt đầu phát triển. Khoảng cuối thế kỉ XIX, khi người Pháp chiếm vùng đất Nam Kỳ, tiến hành công cuộc khẩn hoang bờ Tây sông Hậu, với chủ trương “đào kinh, lập chợ, mở lộ xe” thì hoạt động thương mại có điều kiện phát triển. Hàng loạt các chợ hoạt động trở nên sôi động hơn và những chợ nổi cũng phát triển. Lúc này chợ nổi Cái Răng là hoạt động sung túc cả trên bờ lẫn dưới sông do vị trí chiến lược nối Sài Gòn - Cần Thơ xuống Rạch Giá - Cà Mau. Đến giữa thế kỷ XX, nhiều nhà bè như thế vẫn còn tồn tại, chủ yếu là nhà bè của người Hoa mở tiệm tạp hóa và bán ngay trên đó và những khu chợ trên sông cũng ra đời. Ngày nay chợ nổi có ở nhiều tỉnh như: Tiền Giang, Vĩnh Long, Cần Thơ, Sóc Trăng, Cà Mau, Kiên Giang, An Giang (Trần Ngọc Thêm, 2013). Hệ thống chợ nổi góp phần thúc đẩy kinh tế, giao lưu tiếp xúc văn hóa giữa các địa phương và giữa các tộc người, làm nên nét văn hóa riêng của người Việt Nam Bộ. Những sắc thái văn hóa làm nên nét riêng được thể hiện trong các khía cạnh khác nhau. Đó là cung cách giao thương mua bán trên chợ nổi chủ yếu theo phương thức “thuận mua, vừa bán”, lối buôn bán chân thành, dễ chịu. Những thương hồ trên chợ nổi phần lớn là những nông dân Nam Bộ với tính cách thật thà, trung thực, buôn bán chủ yếu dựa trên tình cảm nên chợ nổi mỗi lúc tụ họp đông đúc hơn. Các hoạt động trao đổi hàng hóa, mua bán sản phẩm chủ yếu là thỏa thuận bằng

miệng. Các thương hồ đặt chữ tín lên hàng đầu tạo nên niềm tin cho cả người bán và người mua, họ không kỳ kèo, không nói thách về giá cả để cả người bán và người mua đều có lợi. Bởi thế hoạt động thương mại trên các chợ nổi thường tiết kiệm được thời gian vận chuyển, hạn chế chi phí, đưa hàng nhanh chóng đến nơi cần thiết, đáp ứng nhanh nhu cầu của người tiêu dùng.

Chợ nổi nào cũng vậy, rất nhiều ghe thuyền của các thương hồ từ nhiều vùng và nhiều địa phương đến giao dịch. Điểm đặc biệt của các thương hồ khi chào hàng đó là việc sử dụng “cây bẹo” treo trước mũi ghe. Hình thức “cây bẹo” ở hầu hết các thuyền, ghe bán hàng là sự sáng tạo trong quảng cáo thuận lợi cho việc chào mời khách mua hàng. Cây bẹo, tức dùng một cây sào tre dài 5-7m treo các thứ hàng hóa có trên các thuyền, ghe để khách hàng biết trên các thuyền, ghe đó bán loại sản phẩm gì. Cây bẹo được treo ở độ cao trung bình, không quá cao hoặc quá thấp, dễ với tầm nhìn của khách hàng. Bởi tính chất phù hợp của nó mà cây bẹo trở thành tín hiệu cụ thể nhất để các thương hồ quảng cáo các loại hàng muốn bán. Người đi chợ chỉ cần nhìn thấy cây bẹo treo thứ gì thì có nghĩa là ghe hàng sẽ bán thứ đó. Tuy nhiên, xét ở góc độ sâu xa và nguồn gốc thì hình thức cây bẹo trước hết được xuất phát từ yếu tố cạnh tranh, nhu cầu tiếp thị, quảng bá của hoạt động mua bán trên sông. Và cây bẹo hầu như được sử dụng cho những kiểu chào hàng các loại trái cây, rau củ, hàng tạp hóa... Tuy nhiên, có ba trường hợp ngoại lệ, không theo những quy định thông thường, nhưng lại làm nên nét riêng văn hóa của một vùng.

1/ “*Treo mà không bán*”: Chính là quần áo. Cư dân chợ nổi thường sinh sống và sinh hoạt ngay trên thuyền, vì thế, quần áo họ thường phơi cả trên thuyền, do đó “mặt hàng” này họ không bán.

2/ “*Bán mà không treo*”: Chính là các thuyền bán hàng ăn uống và nước giải khát. Những thứ này không thể treo lên được.

3/ “*Treo cái này, bán cái khác*”: Chính là treo lá dừa nhưng lại bán thuyền. Người dân muốn bán ghe thuyền của họ thường treo lên thuyền một cây sào, trên đó có gắn một miếng lá dừa.

Việc dùng cây bẹo từ lâu đã trở thành quy ước, thông lệ phổ biến mà bất cứ ai đến giao thương ở chợ nổi đều biết. Nhờ thế, sự giao thương và buôn bán diễn ra khá nhanh chóng, suôn sẻ thông qua hình thức cây bẹo. Ở các chợ nổi có sự sắp xếp phân nhóm ngành hàng. Theo thông lệ và đặc thù kinh tế của từng chợ mà xếp thành 2 loại: chợ nổi chuyên ngành hàng và chợ nổi đa ngành hàng. Chợ nổi chuyên ngành hàng ra đời do đặc thù của vùng và do nhu cầu của địa phương. Ở những địa phương khác nhau lại có những loại nông sản riêng đặc trưng cho địa phương mình, số lượng nông sản ngày càng nhiều, những người nông dân muốn có nơi tiêu thụ nên chợ ra đời đã đáp ứng những nhu cầu đó. Tiêu biểu phải kể tới vùng Tiền Giang – nơi có nhiều loại trái cây đặc sản: vú sữa, xoài... và các loại trái: cam, quýt, bưởi, chôm chôm, sầu riêng, măng cụt... với nhiều màu sắc và hình dạng góp phần hình thành chợ Vĩnh Kim chuyên mua bán trái cây. Ngoài ra có chợ nổi Trà Ôn chuyên mua bán gạo, cám... Chợ nổi đa ngành hàng là những chợ có đa dạng các chủng loại hàng hóa như chợ nổi Cái Răng, Ngã Năm, Ngã Bảy... Đây là nơi hội tụ của nhiều nhánh sông, thương hồ từ khắp các nơi họp về làm cho chợ trở nên sung túc và nhộn nhịp. Tại các chợ, ngoài hàng chục loại rau quả, người ta còn mua bán nhiều loại hàng tiêu dùng, hàng thủ công với số lượng lớn với hàng trăm chủng loại khác nhau. Chính những cách thức hoạt động đã làm nên

sự đa dạng và những nét đặc thù trong sự tồn tại phát triển của chợ nổi. Toàn cảnh chợ nổi biểu hiện hoạt động thương mại vừa có tính quy mô vừa có tính chất riêng biệt của từng địa phương ở vùng đồng bằng sông Cửu Long, góp phần làm nên nét văn hóa riêng độc đáo của vùng sông nước vùng đồng bằng sông Cửu Long. Những loại hàng hóa được bày bán trên ghe, thường thì mỗi ghe sẽ chuyên bán một loại mặt hàng. Trước mỗi ghe hàng, thường có một cây sào chống, trên đó treo loại mặt hàng mà ghe có. Cảnh mua bán ở chợ nổi diễn ra hoàn toàn trên ghe xuồng. Hoạt động mua bán náo nhiệt ngày đêm, những chiếc ghe đậu sát nhau trên mặt sông với những tiếng rao hàng ồn ào và nhộn nhịp. Phần lớn những người buôn bán trên chợ nổi là những người nông dân Nam Bộ mến khách và nhiệt tình.

Chợ nổi là một hình thức chợ hoạt động trên các con sông, kênh, rạch. Tuy nhiên, không phải cứ có sông, kênh, rạch là có chợ nổi mà tùy thuộc vào điều kiện địa lý tự nhiên cũng như văn hóa xã hội của mỗi vùng, mỗi nước. Bởi thế, chợ nổi ở mỗi vùng lại có nét khác biệt. Chợ nổi thể hiện đậm nét đặc trưng văn hóa tộc người (Ngô Văn Lê, 2013). Trong bối cảnh cụ thể của đồng bằng sông Cửu Long, nơi có nhiều thành phần tộc người sinh sống. Lẽ ra trong bối cảnh chung đó, các tộc người khác cũng sẽ góp phần làm cho hoạt động chợ nổi thêm đa dạng hơn. Tuy nhiên, trong thực tế khi quan sát các chợ nổi, mà chúng tôi có dịp đến, chúng tôi nhận thấy chỉ có người Việt Nam Bộ là lực lượng chủ đạo trong hoạt động buôn bán trên sông. Như vậy chợ nổi ở đồng bằng sông Cửu Long, không chỉ gắn liền với sông nước, mà như là một yếu tố làm nên nét khác biệt trong so sánh văn hóa giữa các tộc người. Bởi văn hóa của một tộc người bao gồm các lĩnh vực hoạt động khác nhau, trong đó có hoạt

động kinh tế. Hoạt động kinh tế của người Việt Nam Bộ, mà ở đây là việc tổ chức buôn bán trên sông không chỉ góp phần vào sự phát triển kinh tế, sự mở rộng giao lưu hàng hóa (thực chất là giao lưu văn hóa) giữa các vùng, cũng chính là góp phần làm nên tính đa dạng và phong phú văn hóa của người Việt Nam Bộ. Tuy nhiên, do điều kiện tự nhiên và môi trường xã hội của đồng bằng sông Cửu Long, buôn bán trên sông của người Việt Nam Bộ cũng có những khác biệt so với các cư dân trong vùng Đông Nam Á.

Trong khu vực Đông Nam Á, sông nước cũng có vai trò quan trọng trong hoạt động kinh tế. Vì là cư dân nông nghiệp lúa nước, nên nước không chỉ có vai trò trong cuộc sống của con người, mà cả trong hoạt động sản xuất. Để có một cái nhìn bao quát hơn về chợ nổi đồng bằng sông Cửu Long, chúng tôi trình bày đôi nét về chợ nổi ở Thái Lan và Campuchia như là một sự so sánh. Chúng tôi đã có dịp qua Thái Lan và Campuchia một vài lần, nhưng không có chủ đích nghiên cứu chợ nổi, nên những gì được trình bày sau đây chỉ là những quan sát thực địa về các chợ nổi ở các nước trong khu vực Đông Nam Á như là những thông tin.

Damnoen Saduak (nghĩa là Chợ di chuyển thuận tiện) là chợ nổi không họp trên sông mà họp trên các kênh rạch chằng chịt thuộc huyện Damnoen Saduak, tỉnh Ratchaburi cách Bangkok 105km về phía Tây Nam. Đây được xem là ngôi chợ khá sầm uất và đa dạng hàng hóa. Chợ là địa điểm du lịch lý tưởng để con người sống gần với thiên nhiên, với sông nước vùng nhiệt đới. Khách du lịch đến đây không chỉ gần gũi với đời sống thường nhật của người dân, khám phá những nét đẹp của một vùng sông nước, mà còn có thể mua hàng lưu niệm.

Chợ nổi Damnoen Saduak được xây dựng trên các kênh đào từ năm 1866 theo yêu cầu của quốc vương Thái. Khu chợ bắt đầu hoạt động vào năm 1967 và ngày nay nó phát triển, cuốn hút khách du lịch trên toàn thế giới. Chợ nổi hoạt động trên những kênh đào chằng chịt - nút giao thông khá quan trọng, giúp các thành phố liên lạc với nhau dễ dàng. Người dân sống dọc các kênh đào thường dùng thuyền như phương tiện giao thông chính trong sinh hoạt hàng ngày. Chợ khá nhỏ nhưng trải dài vài chục km từ bến thuyền lên lỏi trên khắp các kênh rạch. Ghe sử dụng của cư dân địa phương chính là loại ghe vuông, bằng mũi và chiếc nón lá đặc trưng. Ở đây có tất cả mọi thứ để thu hút khách du lịch, từ hàng thủ công mỹ nghệ đến nông sản, trái cây, gia vị, hoa và ngay cả massage Thái cổ truyền tại chợ. Ngay cả trái cây cũng được bóc vỏ sẵn. Chợ còn là nơi bán hàng thủ công mỹ nghệ và hàng lưu niệm. Từ chiếc mặt nạ Thái, tượng boxing hay những chú voi bằng gỗ, quần áo may sẵn hay sản phẩm chế biến. Theo hết con chợ sẽ là kênh rạch chằng chịt chày ngang qua các cánh đồng trái cây như cam, quýt, bưởi,...

Chợ mang tính thương mại chủ yếu để phục vụ khách du lịch. Sự giao thương ở đây nhắm đến khách vắng lai là chính và sự can thiệp, “*nhân tạo*” của ngành du lịch Thái khá đậm nét. Chợ nổi Thái Lan không có sự giao thương rộng lớn (bán sỉ) giữa các cư dân trong vùng; ít thấy cảnh giao nhận hàng mà chỉ là cuộc mua bán nhỏ, lẻ, trực tiếp với người “*bên ngoài*” và “*khách du lịch*”, nên chợ cũng không nhóm từ khuya mà chỉ bắt đầu khi trời sáng. Vì là chợ mang tính thương mại nên chợ không có cảnh trao đổi hàng hóa, vận chuyển hàng hóa hay các cây bèo thường thấy ở chợ nổi ở Việt Nam mà thay vào đó là các bảng hiệu.

Chợ nổi Tonle Sap thực ra là làng nổi, vì thực tế hình thức này trao đổi, mua bán và sinh sống đều diễn ra trên bờ, việc di chuyển từ khu vực này sang khu vực khác đều dựa vào mực nước. Đây được xem là làng nổi tập trung người Việt sinh sống đông nhất. Các làng nổi này thay đổi chức năng của mình khi có khách du lịch từ nơi khác đến, nhất là từ các nước Âu-Mỹ. Khách du lịch tới tham quan chợ càng đông, càng có nhiều hình thức bán trên sông. Có những thuyền bán nước uống, trái cây, khô mắm và các vật dụng khác. Cư dân vùng vừa đánh cá, vừa nuôi cá bè trên sông. Tại làng nổi có cả thư viện, trường học, sân đá banh, tiệm tạp hóa với rất nhiều hàng hóa đa dạng. Ở đây còn có cả một chợ cá là nơi trao đổi thủy hải sản giữa các cư dân trong vùng. Chợ hoàn toàn không có cây bèo mà chỉ có bảng hiệu tiếng Việt như: Tiệm Cắt Tóc, Tiệm Sửa Đồng Hồ, tiệm chụp pho và trạm bán xăng nhớt...

Chợ nổi đồng bằng sông Cửu Long là những chợ nổi hình thành trên cơ sở điều kiện sông nước vùng đồng bằng sông Cửu Long, hoạt động với mục đích giao thương, trao đổi, mua bán sản phẩm, hàng hóa. Trong khi đó chợ nổi ở Thái Lan họp trên các kênh rạch với mục đích du lịch là chính, còn chợ nổi ở Campuchia thì hình thành trên cơ sở là một làng nổi bao gồm các hoạt động thương mại, mua bán và phục vụ du lịch. Đó là điểm khác nhau căn bản của chợ nổi ở các nước. Từ đó có thể thấy, chợ nổi ở đồng bằng sông Cửu Long là một hình thức đặc thù của vùng sông nước đồng bằng sông Cửu Long mà từ lâu dân cư ở đây đã sáng tạo ra. Sự kinh doanh ở chợ nổi là rất năng động do có thể di chuyển từ chỗ này sang chỗ khác một cách nhanh chóng, nó cho thấy chợ nổi trên sông là một hình thức mua bán rất phù hợp với điều kiện tự nhiên, điều kiện sinh sống của cư dân Nam Bộ. Chợ nổi ở đồng bằng sông

Cửu Long là tự phát, do đó cảnh sinh hoạt là rất tự nhiên, đem lại cho du khách nhiều thích thú, không như chợ nổi ở Thái Lan hiện nay do có sự tham dự của các cơ quan du lịch quá nhiều nên mất nét sinh hoạt hồn nhiên của chợ nổi. Đây là sự khác biệt của chợ nổi ở đồng bằng sông Cửu Long với các nơi khác.

Khi nghiên cứu các thành tố văn hóa của các cộng đồng cư dân sinh sống ở đồng bằng sông Cửu Long các tác giả đều nhấn mạnh đến yếu tố sông nước như là đặc trưng văn hóa của các tộc người (Ngô Văn Lê, 2011, Trần Ngọc Thêm, 2013). Chính yếu tố sông nước của vùng đồng bằng sông Cửu Long mới làm nên một “văn minh miệt vườn”, “văn minh sông nước” (Sơn Nam). Không có những điều kiện đặc thù của vùng đồng bằng sông Cửu Long sẽ không có những điều kiện thuận lợi cho nền kinh tế phát triển và đương nhiên cũng không có một nền “văn minh sông nước”. Chợ nổi là loại hình hoạt động kinh tế rất đặc thù của người Việt Nam Bộ. Không có nơi nào trên lãnh thổ Việt Nam người dân lại khai thác có hiệu quả yếu tố nước để phát triển kinh tế như người Việt Nam Bộ. Chợ nổi được hình thành ở nhiều nơi, không chỉ góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế, mà còn góp phần làm nên nét văn hóa riêng của người Việt Nam Bộ. Chợ nổi vùng đồng bằng sông Cửu Long là một trong nhiều thành tố làm nên tính đa dạng phong phú của văn hóa người Việt Nam Bộ. Không có buôn bán trên sông, không có những chợ nổi văn hóa người Việt Nam Bộ chắc sẽ nghèo nàn hơn. Hoạt động của các chợ nổi càng nhộn nhịp với người mua, người bán góp phần thúc đẩy quá trình giao lưu văn hóa giữa các cộng đồng cư dân trong vùng. Những sản phẩm từ các nơi như dưa hấu Đại Tâm, hành tím Vĩnh Châu (Sóc Trăng), trái cây vùng Cái Mon (Bến Tre), mắm thái (Châu Đốc)...

không chỉ thuần túy à các sản phẩm lao động của một vùng, mà còn là nét văn hóa. Sự trao đổi hàng hóa mang dấu ấn của một vùng làm cho giao lưu văn hóa giữa các địa phương Nam Bộ gia tăng.

Như vậy có thể thấy, với sự ra đời và phát triển của các chợ nổi ở đồng bằng sông Cửu Long đã cho thấy đặc trưng sông nước của vùng và những đặc điểm văn hóa mang đậm chất sông nước của người Việt Nam Bộ. Những chợ nổi ở đây đã trở thành những chợ đầu mối cung cấp số lượng lớn hàng hóa, nông sản cho các tỉnh trong vùng. Hơn nữa, ngày nay chợ nổi trở thành địa điểm du lịch hấp dẫn đối với khách du lịch trong và ngoài nước. Đây là nét sinh hoạt văn hóa độc đáo của cư dân vùng sông nước đồng bằng sông Cửu Long. Trong cuộc sống hiện nay, khi quá trình đô thị hóa diễn ra mạnh mẽ đã tác động đến đời sống mọi mặt của người dân, nhất là cuộc sống đô thị với nhu cầu và thị hiếu khác nhau cùng với sự hình thành của hệ thống các siêu thị đáp ứng đầy đủ nhu cầu của người tiêu dùng thì tính chất của chợ nổi không còn nguyên vẹn như trước đây. Tuy nhiên, với tư cách là một trong nhiều thành tố văn hóa góp phần làm nên tính đa dạng của văn hóa người Việt Nam Bộ, chợ nổi vùng đồng bằng sông Cửu Long sẽ tiếp tục tồn tại. Khi đó chợ nổi không thuần túy là nơi trao đổi hàng hóa, mà còn là một điểm du lịch để cho du khách tiếp cận và tìm hiểu văn hóa của cư dân sông nước vùng đồng bằng sông Cửu Long.

Qua những trang viết cho thấy chợ nổi được hình thành trong những điều kiện cụ thể của đồng bằng sông Cửu Long, là một nét rất riêng trong hoạt động kinh tế của người Việt. Hoạt động của chợ nổi không chỉ góp phần phát triển kinh tế, mà còn góp phần làm nên nét đặc trưng văn hóa tộc người và giao lưu văn hóa giữa các vùng, giữa các tộc người.

Chợ nổi vùng đồng bằng sông Cửu Long là sản phẩm sáng tạo của người Việt Nam Bộ, gắn liền với đời sống của người Việt Nam Bộ làm nên đặc trưng văn hóa tộc người. Trong bối cảnh chung của quá trình toàn cầu hóa, chợ nổi của Nam Bộ cũng có những thay đổi. Giờ đây chợ nổi ngoài chức năng là

nơi trao đổi hàng hóa, chợ nổi có thêm chức năng là điểm thu hút du lịch đến với miền sông nước, nhất là khách du lịch nước ngoài. Chợ nổi ở đồng bằng sông Cửu Long góp phần quảng bá văn hóa Việt Nam đến với bạn bè trên thế giới.

Mekong Delta floating market – cultural features of Vietnamese people in the South of Vietnam

- **Ngo Van Le**

University of Social Sciences and Humanities, VNU-HCM

ABSTRACT:

Vietnamese people, in the process of conquering the new land – Mekong Delta, joined other ethnic minorities of Vietnam blood in not only turning the land once uncultivated into fertile plains, into granaries of the whole country, but also created a cultural complex on the basis of inheriting traditional cultural values. The process of territorial expansion, sovereignty establishment, sovereignty enforcement and sovereignty protection is a process of adaptation and creativity of the Vietnamese in the new environment.

It was the process of co-existence and conquest of the new land that formed the Southern culture with disparities in comparison with other cultural areas in Vietnam, which the

researchers call "rural civilization", "river civilization".

When it came to talking to the South, river areas were always mentioned. The communities there knew how to effectively exploit the elements of water not only to make their own cultural features, but also to contribute to socio-economic development. "Floating" markets were closely associated with the activities of "commerce on river" – an economic activity deeply engraved with the stamp of a cultural region which moulded the own specific culture of the South. Our paper presents the floating market in the Mekong River delta – cultural characteristics of the Vietnamese in the South of Vietnam.

Keywords: Mekong river delta, new land, Mekong river delta floating market, rural civilization, river civilization

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Phan An, 2012, *Người Việt Nam Bộ*, Nxb. Từ điển Bách Khoa.
- [2]. Nguyễn Công Bình, (Chủ biên), 1990, *Văn hóa và cư dân đồng bằng sông Cửu Long*, Nxb. KHXH.
- [3]. Nguyễn Công Bình, 2008, *Đời sống xã hội vùng Nam Bộ*, Nxb. ĐHQG-HCM.
- [4]. Chu Xuân Diên, 1999, *Cơ sở văn hóa Việt Nam*, ĐH KHXH&NV.
- [5]. Nguyễn Văn Huyền, 2005, *Văn minh Việt Nam*, Nxb. Hội nhà văn.
- [6]. Nguyễn Sinh Hương, 2010, *Vai trò của hệ thống sông đào ở đồng bằng sông Cửu Long nửa đầu thế kỷ XIX (1802-1858)*, Luận văn Thạc sỹ chuyên ngành Lịch sử Việt Nam.
- [7]. Ngô Văn Lê, 2011, *Về một số đặc trưng sinh hoạt văn hóa của cư dân Nam Bộ, trong sách Máy vấn đề bản sắc văn hóa-xã hội*, Nxb. Thế giới.
- [8]. Ngô Văn Lê, (Chủ nhiệm), 2011, *Đặc trưng tín ngưỡng tôn giáo và sinh hoạt văn hóa của các cộng đồng cư dân Nam Bộ*, Đề tài cấp Nhà nước trong Dự án cấp Nhà nước KHXH, *Lịch sử hình thành và phát triển vùng đất Nam Bộ*, do Gs. Vs. Phan Huy Lê làm chủ nhiệm Dự án (Nghiệm thu năm 2011).
- [9]. Ngô Văn Lê, 2013, *Quá trình hình thành cộng đồng dân cư, tổ chức và quản lý xã hội Nam Bộ: những thuận lợi và thách thức trong quá trình hội nhập ở Nam Bộ*, Tạp chí Phát triển khoa học và công nghệ, tập 16, số X2-2013.
- [10]. Ngô Văn Lê, 2013, *Nghiên cứu hoạt động “thương hồ” của người Việt Nam Bộ*, Tạp chí KHXH. Tp. HCM, số 10 (182) /2013.
- [11]. Hồng Liên, 2010, *Một thoáng hương xưa*, Nxb. Văn hóa -Thông tin.
- [12]. Huỳnh Lứa, 2004, *Nam Bộ đất và người*, tập 3, Nxb. Trẻ.
- [13]. Lê Thị Mai, 2004, *Chợ quê trong quá trình chuyển đổi*. Nxb. Thế giới.
- [14]. Sơn Nam, 1992, *Văn minh miệt vườn*, Nxb. Văn hóa.
- [15]. Bửu Ngôn, 1998, *Du lịch 3 miền, tập 1: Đất phương nam*, Nxb. Trẻ.
- [16]. Phạm Côn Sơn, 2000, *Đất Việt mến yêu, từ điển du lịch dã ngoại Việt Nam*, Nxb. Đồng Nai.
- [17]. Trần Ngọc Thêm, 2009, *Tính cách văn hóa Nam Bộ như là một hệ thống*, trong sách *Một số vấn đề lịch sử vùng đất Nam Bộ thời kỳ cận đại*, Nxb. Thế giới.
- [18]. Trần Ngọc Thêm, (Chủ biên), 2013, *Văn hóa người Việt vùng Tây Nam Bộ*, Nxb. Văn hóa-Văn nghệ.
- [19]. Ngô Đức Thịnh, 1993, *Văn hóa vùng và phân vùng văn hóa ở Việt Nam*, Nxb. KHXH.
- [20]. Trần Mạnh Thường, 1996, *Việt Nam, Văn hóa và Du lịch*, Nxb. Thông tấn xã.
- [21]. Lưu Minh Trị, 2012, *Tìm trong di sản văn hóa Việt Nam*, Nxb. Văn hóa - Thông tin.
- [22]. Bùi Văn Vượng, 2005, *Văn hóa Việt Nam, tìm hiểu và suy ngẫm*, Nxb. Văn hóa - Thông tin.