

THÔNG TIN, TRUYỀN THÔNG VÀ BIẾN ĐỔI VĂN HÓA TỘC NGƯỜI Ở VÙNG BIÊN GIỚI

(Nghiên cứu tại ba tỉnh Lạng Sơn, Nghệ An và An Giang)

TRẦN HỒNG HẠNH

1. Giới thiệu

Thông tin và truyền thông có vị trí rất quan trọng trong sự phát triển của xã hội. Ở xã hội công nghiệp, thông tin và truyền thông là nhân tố quyết định của xã hội đó. Nghiên cứu của CSAGA (2009) đã chỉ rõ truyền thông đóng vai trò rất quan trọng trong tất cả những chiến dịch thay đổi giá trị, quan niệm đến hành vi của một cộng đồng. Ở Việt Nam, sự phát triển của thông tin và truyền thông thâm nhập ngày càng nhiều vào mọi cộng đồng cư dân trên khắp cả nước và đã tạo ra những đổi thay về mọi mặt đời sống người dân. Tuy nhiên, thông tin và truyền thông cũng có tính hai mặt. Một mặt, chúng có thể cổ vũ cho những lựa chọn hướng tới sự tiến bộ và phát triển của văn hoá; mặt khác, cũng có thể góp phần kìm hãm sự phát triển. Nhận diện được tính hai mặt này tạo tiền đề cho việc khai thác tốt nhất những ảnh hưởng tích cực và hạn chế những ảnh hưởng tiêu cực của truyền thông, đặc biệt là truyền thông đại chúng, để làm cho truyền thông thực sự trở thành một động lực của sự phát triển trong xã hội hiện đại.

Nghiên cứu này được thực hiện ở 3 khu vực biên giới của Việt Nam tiếp giáp với 3 nước láng giềng: Trung Quốc, Lào và Campuchia. Theo đó, 6 cộng đồng của 6 dân tộc (Tày, Nùng, Hmông, Khơ-mú, Chăm và

Khơ-me) ở 3 vùng biên giới Việt Nam - Trung Quốc (người Tày ở thôn Cồn Háng, xã Bảo Lâm; và người Nùng ở thôn Nà Pheo, xã Thanh Lòa, đều thuộc huyện Cao Lộc, tỉnh Lạng Sơn), Việt Nam - Lào (người Hmông ở bản Trường Sơn, xã Nậm Cắn; và người Khơ-mú ở bản Bình Sơn 1, xã Tà Cạ, đều thuộc huyện Kỳ Sơn, tỉnh Nghệ An) và Việt Nam - Campuchia (người Chăm ở làng Sa Bâu, ấp Bình Di, xã Khánh Bình, huyện An Phú; và người Khơ-me ở sóc Tà Ngáo, ấp Phú Tâm, xã An Phú, huyện Tịnh Biên, đều thuộc tỉnh An Giang) được lựa chọn để nghiên cứu.

2. Khái niệm thông tin và truyền thông

Thông tin, theo Từ điển tiếng Việt, được định nghĩa như sau: i) điều hoặc tin được truyền đi cho biết; và/hoặc ii) sự truyền đạt, sự phản ánh tri thức dưới các hình thức khác nhau, cho biết về thế giới xung quanh và những quá trình xảy ra trong nó (Trung tâm Từ điển học, 2007, tr. 1476).

Truyền thông là sự luân chuyển thông tin và hiểu biết từ người này sang người khác thông qua các ký tín hiệu có ý nghĩa. Truyền thông là sự trao đổi thông điệp giữa các thành viên hay các nhóm người trong xã hội nhằm đạt được sự hiểu biết lẫn nhau (Tạ Ngọc Tấn, 2001, tr. 8). Truyền thông

còn được hiểu là: i) truyền dữ liệu theo những quy tắc và cách thức nhất định; và ii) thông tin và tuyên truyền nói chung (Trung tâm Từ điển học, 2007, tr. 1628). Truyền thông không chỉ là quá trình chia sẻ thông tin mà còn là quá trình tương tác, mang tính hợp tác, đòi hỏi phải có sự phối hợp và thương thuyết về ứng xử giữa hai hoặc nhiều người (Barfield, 1997, tr. 138).

Truyền thông được chia thành hai loại chính: truyền thông truyền miệng và truyền thông đại chúng. Truyền thông truyền miệng là truyền đạt thông tin bằng cách nói trực tiếp, và nội dung các thông điệp chủ yếu mang tính chất mệnh lệnh, và thường được phát ra theo hệ thống tôn ti trật tự trong xã hội. Khác với truyền thông truyền miệng, các hệ thống truyền thông đại chúng do những tổ chức chuyên nghiệp đảm trách, đưa thông tin ra công chúng một cách rộng rãi mà không phân biệt ai với ai, và nội dung thông điệp chủ yếu mang tính chất tường thuật chứ không phải là ra lệnh (Daniel Lerner, 1957, trích trong: Trần Hữu Quang, 2008).

“Truyền thông đại chúng” (mass communication), xét về phương diện xã hội học, là một quá trình xã hội: quá trình truyền tải thông tin đến rộng rãi công chúng. Năm 1946, lần đầu tiên thuật ngữ truyền thông đại chúng được sử dụng trong “Lời nói đầu của Hiến chương Liên hiệp quốc về văn hoá, khoa học và giáo dục” (Mai Quỳnh Nam, 2001, tr. 21). Hiện nay, thuật ngữ này đã phổ biến rất rộng rãi trên các phương tiện truyền thông đại chúng, tác động hàng ngày, hàng giờ đến sự phát triển của từng lĩnh vực của xã hội.

Quá trình truyền tải thông tin đến rộng rãi công chúng được tiến hành thông qua các phương tiện truyền thông đại chúng. “Các phương tiện truyền thông đại chúng” (mass media) là những công cụ kỹ thuật hay những kênh truyền mà phải nhờ vào đó người ta mới có thể tiến hành quá trình truyền thông đại chúng, tức truyền tải thông tin đến rộng rãi công chúng. Báo viết, phát thanh, truyền hình, internet... là những công cụ được sử dụng để phổ biến, loan truyền thông tin cho người dân. Hiện nay, máy vi tính và các phương tiện truyền thông là một phần trong tổng thể thông tin và quá trình ra quyết định của các nền văn hóa công nghiệp hóa (Barfield, 1997, tr. 449).

3. Khả năng tiếp cận thông tin của người dân vùng biên giới

3.1. Nguồn thông tin

Tại các cộng đồng được nghiên cứu nguồn thông tin mà người dân tiếp cận được chủ yếu gồm hai loại chính: chính thống và không/phi chính thống. Những thông tin chính thống thường là những chính sách, chương trình của Đảng và Nhà nước, và các thông tin khác được truyền qua kênh của tổ chức chính quyền các cấp, các tổ chức đoàn thể và bộ đội biên phòng ở địa phương cũng như những thông tin được truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng (tin tức thời sự, phổ biến kiến thức, ca nhạc, phim...). Các thông tin không chính thống thường gồm các loại thông tin được truyền qua kênh truyền miệng (không tính đến các cuộc họp thôn bản), trong đó có “tin đồn”, giữa một số người và nhóm người cả ở trong và ngoài nước. Vấn đề này sẽ được bàn kỹ hơn ở những phần sau khi đề cập đến ảnh hưởng

của thông tin và truyền thông đến sự biến đổi văn hóa của các cộng đồng được nghiên cứu.

3.2. Cách thức tiếp cận thông tin

Ở các dân tộc và địa bàn được nghiên cứu, thông tin đến với người dân bằng nhiều cách thức khác nhau. Các cuộc phỏng vấn sâu cho thấy cách thức phổ biến thông tin truyền thống và thông dụng nhất hiện nay vẫn là thông qua các cuộc họp thôn bản. Tuy nhiên, có một tình trạng phổ biến là nam giới thường đi họp nhiều hơn nữ giới. Chỉ khi người chủ gia đình hoặc con trai đã trưởng thành đi vắng và/hoặc vì một lý do nào đó không thể tham dự cuộc họp thì người phụ nữ mới đi thay. Trong trường hợp này, việc tiếp nhận thông tin của người phụ nữ dù ít hay nhiều vẫn hạn chế hơn so với những người nam bởi những rào cản về ngôn ngữ, trình độ dân trí, tâm lý e ngại xuất hiện trước đám đông... của họ.

Ngoài ra, thông tin còn đến với các hộ dân theo kênh của dòng họ, những người cùng có mối quan tâm chung về công việc - nhóm đồng sở thích (những người cùng làm nông nghiệp, làm thuê, làm ăn xa...). Do biên giới của tộc người, dòng họ và văn hóa không phải lúc nào cũng trùng với biên giới lãnh thổ, biên giới quốc gia nên thông tin được truyền đi và nhận lại cũng không dừng lại ở phạm vi cư trú của các dân tộc được nghiên cứu. Trái lại, các thông tin được phổ biến và có sự tương tác qua lại giữa những người có chung nguồn gốc lịch sử, văn hóa và mối quan hệ làm ăn... Do đó, trong nhiều trường hợp, các thông tin và việc truyền tin đã vượt khỏi phạm vi lãnh thổ quốc gia và mang tính xuyên/liên quốc gia. Nhờ vậy, các

thông tin rất phong phú, đa dạng nhưng cũng rất phức tạp và khó lường trước, đặc biệt là những thông tin có ảnh hưởng đến trật tự xã hội và an ninh quốc gia.

Bên cạnh các cách tiếp cận thông tin truyền thống và thông dụng vừa kể trên, các phương tiện truyền thông đại chúng cũng đóng vai trò rất quan trọng trong việc truyền tải nhiều loại thông tin khác nhau đến người dân. Kết quả khảo sát bằng phiếu hỏi cho thấy truyền hình là kênh thông tin đại chúng được nhiều người tiếp cận nhất hiện nay, đạt 84,7% tổng số người được hỏi¹; tiếp đến là truyền thanh (đài) - 34%, báo - 21,9%, và internet - 2,4%. Trong đó, mức độ tiếp cận thông tin thường xuyên qua truyền hình là cao nhất - đạt 62%, rồi đến nghe đài - 10,7%, đọc báo - 3,7% và sử dụng internet - 0,5%. Mức độ thành thạo tiếp cận các phương tiện truyền thông đại chúng đạt tỷ lệ cao nhất ở phương tiện truyền thanh (đài) với 23,3%, rồi đến truyền hình - 22,7%, báo - 18,2%, và internet - 1,9%. Nguyên nhân của tình trạng này là do có nhiều yếu tố chi phối sự lựa chọn và tính hiệu quả của các kênh thông tin đối với từng đối tượng người dân, trong đó không thể không kể đến điều kiện địa hình của bản làng vốn nằm trong vùng lũng khiến sóng không thể phủ đến, tình trạng kinh tế hộ, trình độ dân trí (trong đó có khả năng sử dụng tiếng phổ thông) và văn hóa của người dân.

¹ Tất cả các tỷ lệ phần trăm trong nghiên cứu này đều chỉ giới hạn trong số những người được hỏi/phỏng vấn/điều tra phiếu hỏi tại các địa bàn nghiên cứu, chứ không bao hàm tất cả các hộ/người trên địa bàn nghiên cứu. Do đó, từ đây, tác giả bài viết này sẽ không nêu “người được hỏi” khi đề cập đến tỷ lệ phần trăm của bất kỳ vấn đề nào.

Các dân tộc khác nhau tiếp cận thông tin không giống nhau. Nghiên cứu này chỉ ra rằng sự tiếp cận thông tin qua kênh truyền hình cao nhất ở người Tày, với 100%; rồi đến người Nùng - 96,7%, Khơ-mú - 93,1%, Hmông - 86,3%, Chăm - 84,8%, và Khơ-me - 45,5%. Xếp sau truyền hình là kênh thông tin qua truyền thanh, phổ biến nhất ở người Chăm, với 78,8%, rồi đến người Khơ-me - 39,4%, Khơ-mú - 31%, Nùng - 27,5%, Tày - 22,5%, và Hmông - 15,7%. Điều ngạc nhiên là không phải lúc nào khả năng thông thạo tiếng phổ thông cũng quyết định tính phổ biến trong tiếp cận thông tin qua đọc báo của người dân như kết quả phân tích của các cuộc phỏng vấn sâu người dân đã chỉ ra. Cuộc khảo sát bằng phiếu hỏi đã minh chứng cho điều này. Mặc dù người Tày và người Nùng thông thạo tiếng phổ thông, thậm chí là cả một số ngôn ngữ khác, hơn các dân tộc thiểu số khác trong địa bàn nghiên cứu nhưng tỷ lệ những người đọc báo lại thấp hơn so với người Khơ-mú vốn được cho là có trình độ dân trí, trong đó có khả năng sử dụng tiếng phổ thông, còn nhiều hạn chế. Kết quả điều tra phiếu hỏi cho thấy tỷ lệ đọc báo của người Khơ-mú là cao nhất, đạt 37,9%; rồi đến người Chăm - 28,1%, Tày - 27,5%, Nùng - 24,1%, Hmông - 17,6%, và Khơ-me - 0%. So với các phương tiện truyền thông đại chúng khác, các dân tộc thiểu số ít sử dụng internet hơn cả, dù có sự khác biệt trong sử dụng phương tiện này ở các dân tộc: Tày - 5%, Nùng - 3,4%, Chăm - 3,2%, Hmông - 2%, Khơ-mú và Khơ-me - 0%. Do đó, các thông tin có được từ sử dụng internet dường như chưa có ảnh hưởng gì đến sự biến đổi văn hóa ở các cộng đồng được nghiên cứu.

Sự tiếp cận thông tin còn phụ thuộc vào giới tính, lứa tuổi và nghề nghiệp. Khảo sát thực tế cho thấy những người nam thường tiếp cận thông tin thông qua các phương tiện truyền thông đại chúng nhiều hơn những đối tượng là nữ giới, cho dù mức độ tiếp cận thông tin của các đối tượng trong cùng nhóm nam và/hoặc nữ là không giống nhau. Trong đó, mức độ tiếp cận thông tin thường xuyên thông qua các phương tiện truyền thông đại chúng như đài, truyền hình, báo và internet khác nhau giữa nam và nữ với tỷ lệ tương ứng là 16,5% (nam) so với 5,4% (nữ); 72,1% (nam) so với 52,7 (nữ); 5,9% (nam) so với 1,8% (nữ); tuy nhiên, tỷ lệ thường xuyên sử dụng internet của nữ lại nhiều hơn so với các đối tượng là nam: 0,9% ở nữ so với 0% ở nam². Các cuộc phỏng vấn sâu và thảo luận nhóm cho thấy những người già và trung niên nghe đài nhiều hơn những người trẻ tuổi; và thông tin ngược lại đối với việc xem truyền hình và sử dụng internet: người trẻ xem và sử dụng hai phương tiện truyền thông này phổ biến hơn những người già. Tương tự như vậy, những người thông thạo tiếng phổ thông và đặc biệt là các đối tượng là cán bộ và/hoặc những người có nhiều điều kiện tiếp xúc với thế giới bên ngoài thường sử dụng internet nhiều hơn so với các đối tượng khác trong cộng đồng.

Các trang thiết bị viễn thông hiện đại, đặc biệt là sự phát triển của điện thoại cố định và di động, cũng ngày càng góp phần quan trọng trong việc kết nối, liên lạc phổ biến và thường xuyên hơn tại các cộng đồng được nghiên cứu. Hiệu quả rõ nét nhất của việc tiếp cận và sử dụng các phương tiện này

² Điều này là do đối tượng nữ làm cán bộ được lựa chọn ngẫu nhiên để khảo sát phiếu cao hơn đối tượng nam.

là ban quản lý các thôn bản tiết kiệm được nhiều thời gian và công sức hơn trong việc triệu tập người dân tham gia vào các cuộc họp, đặc biệt là những cuộc họp đột xuất. Ngoài ra, tùy theo từng nhóm đối tượng cụ thể (đặc biệt là những người thuộc nhóm đồng sở thích), người ta cũng có những trao đổi và chia sẻ thông tin qua kênh này.

Sự đa dạng thông tin và truyền thông đã có những tác động nhất định đến các cộng đồng cư dân ở vùng biên giới. Chúng có thể làm thay đổi, dù là tích cực hay tiêu cực, diện mạo kinh tế - xã hội³ và văn hóa của tộc người, nhưng ở những mức độ khác nhau tùy theo từng dân tộc và địa phương.

4. Văn hóa tộc người ở vùng biên giới dưới tác động của thông tin và truyền thông

4.1. Ảnh hưởng tích cực

Truyền thông, đặc biệt là truyền thông đại chúng, đã mở ra một môi trường thông tin rộng lớn và thuận tiện cho các dân tộc và giúp họ tăng cường hiểu biết và tri thức cần thiết cho cuộc sống. Rõ ràng, với sự quan tâm của Chính phủ cùng một loạt những chính sách phát triển kinh tế - xã hội và văn hóa đồng bộ ở trên khắp mọi miền đất nước, trong đó có tính đến sự ưu tiên đối với vùng dân tộc thiểu số và vùng miền núi, mọi mặt đời sống của người dân đã có những khởi sắc nhất định. Tại tất cả các điểm nghiên cứu, các cuộc phỏng vấn sâu và thảo luận nhóm đều cho thấy có sự kết hợp chặt chẽ giữa chính quyền và đoàn thể địa phương

với các đơn vị bộ đội biên phòng trong tuyên truyền và triển khai các chính sách và chương trình phát triển của Chính phủ tại vùng biên giới.

Ngày nay, thông tin về các chính sách và chương trình phát triển đến với người dân ngày càng nhiều và đa dạng qua nhiều kênh khác nhau. Sự tham gia họp thôn của người dân trong thời gian gần đây ngày càng thường xuyên hơn; những thông tin trong các cuộc họp thôn cũng được người dân quan tâm hơn, được thể hiện ở việc tập trung lắng nghe, chủ động tìm hiểu và chia sẻ thông tin giữa người dân thường với cán bộ xã, thôn. Bên cạnh đó, ở nhiều dân tộc, những người trong cùng dòng họ cũng có những dịp gặp gỡ và chia sẻ thông tin cũng như kinh nghiệm cho nhau để cùng nhau phát triển kinh tế và bảo ban con cháu giữ gìn những giá trị văn hóa của dân tộc mình.

Việc duy trì ngôn ngữ của dân tộc - được coi là một trong 5 tiêu chí quan trọng đảm bảo sự phát triển bền vững của văn hóa tộc người ở Việt Nam (Xem thêm: Vương Xuân Tình, 2011, tr. 3-11) - cũng được các dân tộc thiểu số được nghiên cứu chú trọng và gìn giữ. Đặc biệt là trong thời gian gần đây, một số phương tiện truyền thông đại chúng ở trung ương và địa phương đã phát những kênh về dân tộc thiểu số bằng tiếng dân tộc (Thái, Hmông, Chăm...) để phục vụ nhu cầu về thông tin của người dân. Tại tất cả các điểm nghiên cứu, tiếng mẹ đẻ của các dân tộc hầu hết đều được duy trì trong môi trường gia đình bằng cách truyền khẩu từ đời này sang đời khác, dù mức độ không giống nhau giữa các tộc người. Đặc biệt, ở cộng đồng người Chăm, trong thời gian thực hiện lễ *Ramadan* - tháng chay tịnh, kiêng ăn

³ Do hạn chế về dung lượng một bài tạp chí, bài viết này chỉ đề cập đến những thay đổi về văn hóa tộc người dưới tác động của thông tin và truyền thông. Những thay đổi về kinh tế - xã hội dưới tác động của thông tin và truyền thông sẽ được đề cập trong một nghiên cứu khác.

vào ban ngày trong vòng 1 tháng, trẻ em được học tiếng của dân tộc mình (thậm chí cả học viết chữ) ngay tại thánh đường Hồi giáo do chính những người đồng tộc lớn tuổi trong cộng đồng giảng dạy. Đây là một giải pháp rất tốt và hiệu quả để phổ biến và duy trì ngôn ngữ của dân tộc mình cho các thế hệ trẻ người Chăm.

Bên cạnh đó, tiếng phổ thông cũng được tăng cường củng cố trong trường học và được sử dụng khá nhiều trong giao tiếp với các dân tộc khác. Do vậy, việc sử dụng song ngữ gồm tiếng dân tộc thiểu số - tiếng phổ thông, thậm chí là đa ngữ, là khá phổ biến ở vùng miền núi và vùng biên giới. Chẳng hạn, ngoài tiếng mẹ đẻ và tiếng phổ thông, người Tày có thể nói tiếng Nùng và Dao; tương tự như vậy với người Nùng; người Khơ-mú dù ít hay nhiều có thể nói tiếng Thái; nhiều người Chăm và Khơ-me có thể nói thành thạo tiếng Campuchia. Rõ ràng, rào cản ngôn ngữ đang từng bước được khắc phục qua sự nâng cao trình độ dân trí của người dân và sự mở rộng môi trường giao tiếp và làm việc của họ. Tuy nhiên, sự phổ cập tiếng phổ thông hiện đang được thực hiện rộng rãi tại các trường học cũng dẫn đến những hạn chế trong sử dụng tiếng dân tộc thiểu số ở thế hệ trẻ, khiến có thể dẫn đến nguy cơ mất tiếng dân tộc, đặc biệt ở những nơi có điều kiện phát triển kinh tế.

Truyền thông cũng giúp đưa lại một môi trường học tập, tích lũy kiến thức, tạo điều kiện thúc đẩy sự phát triển, ứng dụng các tiến bộ khoa học, kỹ thuật và công nghệ vào đời sống. Tri thức địa phương - như là một bộ phận của văn hóa tộc người - cũng có những thay đổi bởi sự đa dạng về thông tin và sự phổ biến ngày càng rộng rãi của các

phương tiện truyền thông đại chúng. Các kiến thức trong sản xuất của các dân tộc thiểu số với sự kết hợp giữa các kiến thức truyền thống (những hiểu biết về sử dụng đất đai, đặc biệt là canh tác trên đất dốc; cơ cấu cây trồng... - phổ biến ở người Tày, Nùng, Hmông và Khơ-mú) và áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật (áp dụng giống cây trồng, vật nuôi mới; các kỹ thuật trồng trọt và chăm sóc, cơ giới hóa sản xuất...) ngày càng phát huy hiệu quả của chúng trong phát triển kinh tế hộ, hướng đến xóa đói giảm nghèo cho các nông hộ. Chẳng hạn, nhiều giống cây trồng mới đã được một số dân tộc thiểu số trồng để đảm bảo lương thực cho hộ gia đình và phục vụ chăn nuôi: giống lúa lai 108 (người Tày), 504 và 2517 (người Chăm), R504 (người Khơ-me); hoặc giống ngô lai Bioseed, 888, 9898 (người Nùng), L10 (người Hmông), VN 10 (người Khơ-mú), 9901 và 4414 (người Chăm)... Tuy nhiên, việc lạm dụng phân bón hóa học (NPK, D.A.P...) và sử dụng phân bón không rõ nguồn gốc (như trường hợp nhiều người Tày và Nùng mua phân bón ở Trung Quốc về bón cho lúa nhưng không hiểu tiếng Trung Quốc được ghi trên bao bì của phân bón mà họ mua) cũng đang là vấn đề đáng lo ngại vì chúng có thể gây ra những hậu quả khó lường trước đối với mùa màng, đất đai, nguồn nước, không khí và sức khỏe của người dân.

Các kiến thức tìm kiếm nguồn thu từ các hoạt động phi nông nghiệp cũng ngày càng được cải thiện và mở rộng nhờ hệ thống thông tin đan xen và dày đặc từ các mạng xã hội và hệ thống truyền thông, kể cả truyền miệng và đại chúng. Từ những người nông dân thuần túy, một bộ phận người dân

(đáng chú ý là người Tày và Nùng ở tỉnh Lạng Sơn, người Chăm và người Khơ-me ở tỉnh An Giang) đã tham gia ngày càng nhiều vào mạng lưới kinh doanh nhỏ và đi làm ăn xa; thậm chí một số ít còn kinh doanh với quy mô khá lớn (như trường hợp kinh doanh trâu, bò xuyên biên giới của người Hmông ở tỉnh Nghệ An). Gắn liền với chúng là sự tăng cường những kiến thức liên quan đến văn hóa ứng xử trong nhóm nghề nghiệp để có thể duy trì và phát triển các hoạt động phi nông nghiệp của họ.

Việc kết hôn với những người dân tộc khác, trong đó có cả những dân tộc ở bên kia biên giới, dẫn đến sự chia sẻ thông tin và ảnh hưởng văn hóa của các cặp vợ chồng có hôn nhân hỗn hợp dân tộc. Trước đây hôn nhân là do cha mẹ sắp đặt, nay thì tự do duyên ái và tự do kết hôn dựa trên tình yêu của đôi trẻ. Mặc dù hôn nhân giữa những người đồng tộc vẫn là xu hướng được nhiều người ưa chuộng, nhưng hôn nhân khác tộc cũng xuất hiện nhiều hơn do sự mở rộng mạng lưới xã hội của thế hệ trẻ. Kết quả điều tra phiếu cho thấy ở tất cả các dân tộc được nghiên cứu đều có tình trạng kết hôn với người khác dân tộc. Trong đó, người Tày có tỷ lệ kết hôn với người dân tộc khác nhiều hơn cả, chiếm 40%; rồi đến người Nùng với 13,3%, Khơ-me - 12,1%, Hmông - 7,8%, Chăm - 6,1%, và Khơ-mú - 3,4%. Đối với kết hôn với các dân tộc khác, chẳng hạn, ở người Hmông ở tỉnh Nghệ An, nam giới Hmông lấy vợ là người dân tộc khác (Thái và Kinh) nhiều hơn là nữ Hmông lấy chồng người dân tộc khác; hoặc trường hợp người Tày lấy người Kinh và người Nùng ở trong vùng. Trong những trường hợp này, hỗn dung văn hóa diễn ra yếu ớt bởi những

người về làm dâu thường có xu hướng học hỏi và/hoặc thích nghi với văn hóa nhà chồng và ít có sự trao đổi văn hóa ngược lại. Nghiên cứu thực địa chưa thấy có hiệu ứng tiêu cực từ sự hỗn dung văn hóa do hôn nhân hỗn hợp tộc người như ở các trường hợp vừa kể trên; trái lại, đa số những cặp vợ chồng khác tộc này lại thuộc diện tương đối khá giả trong cộng đồng bởi sự chia sẻ lẫn nhau trong công việc.

Tương tự như kết hôn với người khác tộc, tình trạng kết hôn với những người bên kia biên giới cũng ngày càng có chiều hướng gia tăng; trong đó, phổ biến nhất là ở dân tộc Khơ-me với 12,1%, rồi đến dân tộc Hmông - 9,8%, Chăm - 9,1%, Khơ-mú - 6,9%, Nùng - 6,7%, và Tày - 5%. Trong đó, hôn nhân xuyên biên giới Việt Nam - Trung Quốc chủ yếu vẫn là phụ nữ lớn tuổi người Tày (khoảng trên 40 tuổi) lấy chồng người Trung Quốc. Ở các trường hợp khác, những người kết hôn với những người ở bên kia biên giới thường là những cặp vợ chồng, về cơ bản, có chung tiếng nói và chia sẻ nhiều nét văn hóa giống nhau bởi họ là những người đồng tộc của hai quốc gia có chung đường biên giới (chẳng hạn như trường hợp người Khơ-me và người Chăm ở tỉnh An Giang; người Hmông ở tỉnh Nghệ An). Tuy nhiên, do số dân của những người đồng tộc ở Campuchia và Trung Quốc vượt trội so với những người đồng tộc ở Việt Nam nên ảnh hưởng văn hóa của những người đồng tộc ở bên kia biên giới đến các dân tộc ở Việt Nam vẫn mạnh hơn so với ảnh hưởng của các dân tộc ở Việt Nam tới các dân tộc ở hai nước láng giềng vừa kể trên. Riêng đối với các cộng đồng người Hmông ở biên giới Việt - Lào, chưa thấy có sự ảnh hưởng xuyên biên giới rõ rệt về

mặt văn hóa trong các cộng đồng này bởi sự tương đồng và rất đặc trưng của văn hóa Hmông.

Sự truyền bá thông tin và giao thoa văn hóa cũng được thể hiện trong lĩnh vực ẩm thực ở các cộng đồng dân tộc thiểu số. Đó là tình trạng ngày càng trở nên phổ biến của một số món ăn của người Kinh bên cạnh các món ăn truyền thống của dân tộc trong những bữa ăn hàng ngày, với tỷ lệ 58,8% số người được hỏi đồng ý với nhận định này. Việc sử dụng món ăn của người Kinh trong các bữa ăn hàng ngày của các dân tộc thiểu số được nghiên cứu không giống nhau; tỷ lệ tương ứng ở các dân tộc Kơ-me, Tày, Hmông, Chăm, Nùng, và Kơ-mú là 93,9% - 75% - 56,9% - 54,5% - 36,7% - 27,6%. Như vậy, sự du nhập món ăn của người Kinh vào cộng đồng Kơ-me và Tày là phổ biến hơn cả; ít phổ biến nhất là ở cộng đồng Kơ-mú. Không chỉ được phản ánh trong bữa ăn hàng ngày, sự giao thoa văn hóa trong ẩm thực cũng được thể hiện đặc biệt rõ nét trong các mâm cỗ cưới (với nhiều món ăn và thức uống của người Kinh như giò, chả, bia, nước ngọt...), khi mối quan hệ của các cộng đồng dân tộc thiểu số không chỉ còn bó hẹp trong phạm vi thôn làng của mình mà đã được mở rộng tới các cộng đồng bên ngoài. Khách mời của họ vì vậy cũng đa dạng hơn trước và có xu hướng ngày càng tăng. Tuy nhiên, không chỉ có ảnh hưởng một chiều của ẩm thực người Kinh đến ẩm thực của các dân tộc thiểu số mà còn có sự tương tác trở lại của một số món ăn của dân tộc thiểu số trong bữa ăn của người Kinh và một số dân tộc khác. Theo đó, một số món ăn của dân tộc thiểu số đã trở thành món ăn quen thuộc của nhiều dân tộc trong vùng, chẳng hạn

như món *khau nhục*, lợn quay, vịt quay, xôi cẩm... của dân tộc Tày và Nùng ở Lạng Sơn.

Sự phát triển của mạng lưới xã hội và truyền thông đã khiến cho nhiều lễ hội truyền thống vốn trước đây chỉ thuộc về một hoặc một số ít dân tộc thiểu số, nay đã được nhiều người biết đến và tham gia ngày càng nhiều. Ở nhiều dân tộc, một số lễ hội dân gian vẫn được duy trì hàng năm, thậm chí ngày càng có xu hướng mở rộng về quy mô, chẳng hạn như lễ hội *Lồng tồng*, lễ hội Bắc Nga, lễ hội đèn Mẫu (Đồng Đăng), lễ hội Bảo Lâm, lễ hội ở xã Thanh Lò, Cao Lâu, Xuất Lễ của tỉnh Lạng Sơn - phổ biến được tổ chức trong tháng Giêng âm lịch hàng năm; lễ hội *Gầu tào* vào mùa xuân và lễ hội chọi bò của người Hmông ở Nghệ An; lễ hội đua thuyền và thi đấu thể thao của người Chăm ở An Giang; lễ hội đua bò kéo bừa và biểu diễn kịch nói *rì kê* của người Kơ-me ở An Giang... Bên cạnh đó, các dân tộc thiểu số còn ăn tết Nguyên đán, một số dân tộc còn duy trì tết cổ truyền của dân tộc mình...

Gắn liền với lễ hội là việc duy trì một số thể loại văn nghệ truyền thống (hát *sli*, hát lượn và múa sư tử của người Tày và Nùng ở Lạng Sơn; *tom* của người Kơ-mú ở Nghệ An; 25 bài hát truyền thống của người Chăm ở An Giang...), một số trò chơi dân gian (ném còn...) và thi đấu thể thao (bóng đá, kéo co...) [Xem thêm: Vương Xuân Tinh và Trần Hồng Hạnh (Đồng chủ biên), 2012]. Riêng *tom* của người Kơ-mú ở Nghệ An còn được sử dụng vào nhiều dịp khác nhau và chúng cũng có nhiều nội dung không giống nhau: dùng để hát giao duyên; giải bày và than khóc trong đám ma; hát đối đáp giữa hai họ trong đám cưới...

Ngoài ra, còn có một số ngày lễ liên quan đến tôn giáo của người dân, chẳng hạn như 2 lễ lớn nhất trong năm của người Chăm ở An Giang gồm lễ *Ramadan* và lễ *Rirasi* - tập trung hành lễ tại thánh địa Mecca. Tương tự như vậy, nhiều hoạt động văn hóa diễn ra và gắn mật thiết với nơi thờ cúng chung của cộng đồng: chẳng hạn như ở nơi thờ *thó ti* của người Tày và Nùng ở Lạng Sơn; 65 ngôi chùa của người Khơ-me và 27 thánh đường Hồi giáo của người Chăm ở tỉnh An Giang.

Không chỉ có các lễ hội trong phạm vi lãnh thổ Việt Nam, hàng năm, chính quyền địa phương và nhân dân hai bên biên giới thường tổ chức các buổi giao lưu văn hóa, văn nghệ với nhau nhằm tạo sân chơi lành mạnh cho cư dân vùng biên, để người dân giáp biên sang thăm họ hàng, bạn bè, cùng vui chơi, ăn uống. Ngoài ra, đây cũng là một cách truyền thông tốt để tôn vinh các giá trị văn hóa tộc người của mỗi nước và tăng cường khối đoàn kết dân tộc ở các khu vực biên giới, tạo sự ổn định và phát triển cho những vùng này.

4.2. Ảnh hưởng tiêu cực

Bên cạnh những tác động tích cực như vừa kể trên, truyền thông có thể lưu hành những thông tin xấu, bất lợi, ảnh hưởng tiêu cực đến những giá trị văn hóa và nhân văn truyền thống của các dân tộc. Tình trạng sử dụng băng đĩa nhạc, đặc biệt là những băng đĩa được mua ở Trung Quốc (phổ biến với cộng đồng người Tày và Nùng ở Lạng Sơn), Lào (người Hmông và người Khơ-mú ở Nghệ An), và Campuchia (người Khơ-me và Chăm ở An Giang) đã ảnh hưởng rất lớn đến “gu” âm nhạc, trang phục và lối sống của một số đối tượng người dân, đặc biệt là tầng lớp thanh thiếu niên. Cuộc phỏng vấn sâu và

thảo luận nhóm tại An Giang cho thấy các sản phẩm văn hóa, văn nghệ ở Campuchia phong phú hơn ở Việt Nam rất nhiều, trong khi người dân ở hai bên biên giới cũng có nhiều nét tương đồng về văn hóa, đặc biệt được thể hiện rõ nét ở ngôn ngữ. Do đó, nhiều đài truyền thanh và truyền hình ở Việt Nam thậm chí đã mua sản phẩm bên đó về phát trong chương trình của đài sau khi đã chọn lọc nội dung phù hợp. Mặc dù vậy, hiện nay, các chương trình phát thanh của An Giang nói riêng và đồng bằng sông Cửu Long nói chung dành cho người Khơ-me vẫn còn nhiều hạn chế (với thời lượng từ 1 đến 1,5 giờ/ngày) và chưa đáp ứng đủ nhu cầu của người xem nên người dân thường xuyên bắt đài truyền hình Campuchia để xem hàng ngày. Điều này đã ảnh hưởng không tốt đến sự cảm thụ văn hóa của người dân địa phương bởi về nguyên tắc, nguồn thông tin truyền thông của quốc gia nào thì mang các giá trị văn hóa của quốc gia đó. Tình trạng tương tự cũng diễn ra với người Tày, Nùng ở Lạng Sơn và người Hmông, Khơ-mú ở Nghệ An. Ảnh hưởng tiêu cực tương ứng xảy ra với một số dân tộc thiểu số khác ở vùng Đông Bắc Việt Nam dường như cũng là những minh chứng đáng chú ý cho xu hướng này [xem thêm: Vương Xuân Tình và Trần Hồng Hạnh (Đồng chủ biên), 2012].

Có những luồng thông tin có thể gây ra sự nhiễu loạn trong nhận thức của người dân; từ đó, dẫn đến mất phương hướng và gây ra bất lợi cho sự ổn định chính trị - xã hội đối với không chỉ một dân tộc, một vùng mà còn với cả quốc gia. Lợi dụng quyền tự do tín ngưỡng và sự phát triển nhanh chóng của các hệ thống truyền thông truyền miệng (qua mối quan hệ họ hàng, thông gia, bằng hữu...) và truyền thông đại chúng (qua phát

thanh, truyền hình và băng đĩa), một số đối tượng và tổ chức đã tiến hành các hoạt động truyền đạo trái phép ở vùng biên giới. Mặc dù tình trạng này không trở thành phổ biến hiện nay ở các vùng nghiên cứu nhưng thực tế đã chứng minh rằng đạo Tin Lành đã thâm nhập khá nhiều vào cộng đồng Hmông ở vùng biên giới Việt - Lào, cũng như ở vùng biên giới Việt - Trung, và đã gây ra những hệ lụy không tốt đối với sự ổn định, trật tự an toàn xã hội, tình đoàn kết giữa các dân tộc và giữ gìn những giá trị văn hóa truyền thống của tộc người.

Việc “thương mại hóa” lễ hội ở một số địa phương cũng đang là vấn đề đáng lo ngại bởi việc làm này có thể làm nảy sinh những tiêu cực trong quá trình tổ chức lễ hội và trong bảo lưu những giá trị văn hóa tộc người, đặc biệt là của các cộng đồng là chủ thể của văn hóa ấy.

Một số yếu tố văn hóa vật chất như trang phục, nhà cửa biến đổi nhanh chóng do nhiều nguyên nhân khác nhau: sự cải thiện về điều kiện kinh tế - xã hội, tâm lý ưa chuộng cái mới vì sự tiện dụng và hòa nhập với xã hội, tâm lý tự ti dân tộc... Trong đó, cũng phải kể đến sự bùng nổ thông tin, đặc biệt là ảnh hưởng của các phương tiện thông tin đại chúng đến sự lựa chọn “cái mới” của người dân. Cuộc khảo sát thực địa bằng phiếu hỏi cho thấy hiện nay ở tất cả 6 dân tộc được nghiên cứu, chỉ có 28,5% số người được hỏi vẫn sử dụng trang phục truyền thống hàng ngày trong khi 71,5% không còn sử dụng chúng nữa. Tuy nhiên, mức độ sử dụng chúng có sự khác nhau theo từng dân tộc. Trong đó, tỷ lệ sử dụng trang phục truyền thống hàng ngày phổ biến nhất ở người Chăm với 97%, rồi đến người Nùng - 50%, Kơ-mú - 17,2%, Hmông -

9,8%, Tày - 7,9%, và Kơ-me - 3%. Về nhà cửa, tỷ lệ nhà truyền thống chiếm 63,9%; kiểu nhà của người Kinh - 25,5%; kiểu nhà pha tạp giữa truyền thống và hiện đại - 10,2%; kiểu nhà của các tộc người khác - 0,5%. Sự biến đổi vừa kể trên dường như cũng là xu hướng chung của nhiều dân tộc, đặc biệt ở các dân tộc thiểu số miền núi và biên giới [xem thêm: Vương Xuân Tình và Trần Hồng Hạnh (Đồng chủ biên), 2012].

Kết luận và khuyến nghị

Các cộng đồng khác nhau ở các vùng biên giới khác nhau có các nguồn thông tin và cách thức tiếp cận thông tin không giống nhau. Các nguồn thông tin ngày càng trở nên phong phú, đa dạng, nhiều chiều nhưng cũng khá phức tạp và khó lường bởi tính chính thống và phi chính thống cũng như xuyên/liên quốc gia của các nguồn thông tin. Để tiếp cận được những nguồn thông tin này, người dân đã sử dụng nhiều cách thức khác nhau; tuy nhiên, phổ biến vẫn là tiếp cận thông tin qua các kênh truyền thông truyền thống (truyền miệng qua họp thôn, “tin đồn”, gặp gỡ dòng họ...) và các phương tiện truyền thông đại chúng (truyền thanh, truyền hình, báo, internet...). Theo đó, truyền thông đại chúng ngày càng xâm nhập sâu vào đời sống của người dân; trong đó, truyền hình là kênh thông tin đại chúng được nhiều người tiếp cận nhất hiện nay. Việc tiếp cận thông tin và sử dụng thông tin phụ thuộc vào từng dân tộc, giới tính, lứa tuổi và nghề nghiệp.

Xã hội càng phát triển, nhu cầu về thông tin và trao đổi thông tin ngày càng trở nên cấp thiết và không thể thiếu trong đời sống của người dân. Tuy nhiên, sự đa dạng hóa thông tin và hệ thống truyền thông cũng

đưa lại những hiệu ứng hai mặt của chúng. Một mặt, chúng giúp các cộng đồng cư dân tiếp cận ngày càng tốt hơn các thông tin liên quan đến các chính sách, chương trình của Chính phủ và mở rộng mạng xã hội, từ đó tạo đà cho sự linh hoạt, năng động trong phát triển kinh tế hộ hướng tới xóa đói giảm nghèo, cải thiện mức sống, góp phần giữ gìn và phát triển một số yếu tố văn hóa truyền thống của tộc người (duy trì ngôn ngữ dân tộc và sử dụng song ngữ, đa ngữ trong các cộng đồng dân tộc thiểu số; duy trì các lễ hội truyền thống, truyền bá những món ăn ngon giữa các dân tộc...). Mặt khác, chúng cũng gây ra những hệ lụy, sự bất ổn về chính trị - xã hội, làm suy giảm giá trị văn hóa và nhân văn tốt đẹp của tộc người (sự suy giảm bộ trang phục truyền thống; sự thay đổi của ngôi nhà truyền thống; du nhập đạo trái phép; “thương mại hóa” lễ hội...).

Để có thể phát huy những ảnh hưởng tích cực và hạn chế những tác động tiêu cực của thông tin và truyền thông đến sự phát triển chung của đất nước, trong đó có gìn giữ và phát huy những giá trị văn hóa và nhân văn tốt đẹp của các dân tộc, nghiên cứu này đề xuất một số khuyến nghị sau: 1) Tiếp tục đẩy mạnh và tăng cường hơn nữa sự đổi mới về nội dung và cách thức truyền thông, đặc biệt ở những vùng sâu vùng xa, vùng biên giới và hải đảo. Chú trọng các chương trình phổ biến thông tin và truyền bá các giá trị văn hóa tộc người bằng tiếng dân tộc thiểu số với thời lượng hợp lý. 2) Cần có những đổi mới về cơ chế, chính sách và pháp luật trong quản lý văn hóa, trong đó có quản lý hoạt động của các cơ quan truyền thông đại chúng và các nhà cung cấp dịch vụ văn hóa. 3) Nâng cao năng lực cán bộ, đặc biệt ở cấp cơ sở, nhằm xây dựng và phát triển đội ngũ cán bộ có kinh nghiệm, kiến thức chuyên

môn và những hiểu biết sâu rộng về vùng và dân tộc thuộc địa bàn mình phụ trách. 4) Bản thân các dân tộc thiểu số - những chủ thể văn hóa - cũng cần ý thức được trách nhiệm và quyền lợi của mình trong việc gìn giữ, phát huy và quảng bá những giá trị văn hóa của dân tộc mình trong nền văn hóa chung của quốc gia.

Tài liệu tham khảo

1. Barfield, Thomas (1997), *Từ điển nhân học* (Bản dịch tiếng Việt từ nguyên bản tiếng Anh “The Dictionary of Anthropology”), Nxb Blackwell.
2. CSAGA (2009), *Mẫu hình văn hóa và tiêu chuẩn về người phụ nữ trên các phương tiện truyền thông đại chúng*, Số 5, Oxfam Anh.
3. Mai Quỳnh Nam (2001), “Về vấn đề nghiên cứu hiệu quả truyền thông đại chúng”, *Tạp chí Xã hội học*, Số 4(76), tr. 21-25.
4. Trần Hữu Quang (2008), “Truyền thông đại chúng trong xã hội hiện đại”, *Thời báo kinh tế Sài Gòn*, Số 7&8, Xuân Mậu Tý, 7/2/2008, tr. 16-19. Cũng có thể tìm thấy trên trang web <http://huc.edu.vn/chi-tiet/293/Truyen-thong-dai-chung-trong-xa-hoi-hien-dai.html>.
5. Tạ Ngọc Tấn (2001), *Truyền thông đại chúng*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
6. Trung tâm Từ điển học (2007), *Từ điển tiếng Việt*, Nxb Đà Nẵng.
7. Vương Xuân Tình (2011), “Về xây dựng chỉ báo phát triển bền vững văn hóa tộc người ở Việt Nam”, *Tạp chí Dân tộc học*, Số 6, tr. 3-11.
8. Vương Xuân Tình và Trần Hồng Hạnh (Đồng chủ biên) (2012), *Phát triển bền vững văn hóa tộc người trong quá trình hội nhập ở vùng Đông Bắc*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.