

COSTUMES OF THE TA-OI PEOPLE IN A LUOI DISTRICT: ETHNIC IDENTITY AND SELF-EXPRESSION IN A CONTEMPORARY CONTEXT

Le Ngoc Huynh

Institute of Anthropology and Religious Studies

ARTICLE INFO		ABSTRACT
Received:	21/10/2025	The traditional clothing of the Ta-oi people is not simply a material handicraft product, it also embodies symbolic cultural categories, clearly depicting the worldview and collective memory of the ethnic group. This study analyzes how the Ta-oi people practice traditional clothing in daily life, festivals, and official settings, while also assessing the potential for transforming cultural symbols into enocomic products. Through fieldwork and a quantitative survey of 112 samples in A Luoi district, the study found that women and the elderly play a central role in preserving and expressing cultural identity. Traditional clothing is being modernized to suit the contemporary environment, contributing to the economic development of households and community tourism. However, this process also faces challenges such as changing aesthetics among the younger generation and the risk of cultural assimilation. The study affirms that clothing is a vibrant cultural practice that needs to be preserved within the relationship between culture, economy, and policy.
Revised:	22/12/2025	
Published:	22/12/2025	
KEYWORDS		
Ta - oi people		
Traditional clothing		
Cultural identity		
Ethnographic practice		
Cultural integration		

TRANG PHỤC NGƯỜI TÀ - ÔI HUYỆN A LƯỚI: BẢN SẮC TỘC NGƯỜI VÀ SỰ TỰ THỂ HIỆN TRONG BỐI CẢNH ĐƯƠNG ĐẠI

Lê Ngọc Huỳnh

Viện Dân tộc học và Tôn giáo học - Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam

THÔNG TIN BÀI BÁO		TÓM TẮT
Ngày nhận bài:	21/10/2025	Trang phục truyền thống của người Tà - ôi không đơn thuần là sản phẩm thủ công vật chất, còn hàm chứa phạm trù văn hóa mang tính biểu tượng, khắc họa rõ nét thế giới quan và ký ức cộng đồng dân tộc. Nghiên cứu này phân tích cách người Tà - ôi thực hành trang phục trong đời sống, lễ hội và công sở, đồng thời đánh giá khả năng chuyển đổi từ biểu tượng văn hóa sang sản phẩm kinh tế. Bằng phương pháp điền dã kết hợp khảo sát định lượng 112 mẫu tại huyện A Lưới cho kết quả, phụ nữ và người lớn tuổi đóng vai trò trung tâm trong bảo tồn và biểu đạt bản sắc. Trang phục truyền thống được cách tân để phù hợp với môi trường hiện đại, góp phần phát triển kinh tế hộ gia đình và du lịch cộng đồng. Tuy nhiên, quá trình này cũng đối mặt với thách thức như thay đổi thẩm mỹ ở thế hệ trẻ và nguy cơ đồng hóa văn hóa. Nghiên cứu cũng khẳng định, trang phục là thực hành văn hóa sống động, cần được bảo tồn trong mối quan hệ giữa văn hóa, kinh tế và chính sách.
Ngày hoàn thiện:	22/12/2025	
Ngày đăng:	22/12/2025	
TỪ KHÓA		
Người Tà - ôi		
Trang phục truyền thống		
Bản sắc văn hoá		
Thực hành văn hoá		
Hội nhập văn hoá		

DOI: <https://doi.org/10.34238/tnu-jst.13801>

Email: huynhathmo@gmail.com

<http://jst.tnu.edu.vn>

246

Email: jst@tnu.edu.vn

1. Giới thiệu

1.1. Vấn đề nghiên cứu

Trang phục truyền thống không đơn thuần là sản phẩm vật chất, mà còn là một biểu tượng văn hoá, phản ánh thế giới quan và nhân sinh quan của một tộc người. Trong nhân học văn hóa, trang phục được xem là phương tiện biểu đạt bản sắc, thể hiện giá trị và cấu trúc xã hội. J. Cuisinier [1] từng mô tả chi tiết văn hóa vật chất của người Mường trong đó, coi trang phục như một thành tố quan trọng. Ngược lại, Trần Từ [2] tiếp cận trang phục như một hệ thống biểu tượng, phân tích tầng lớp ý nghĩa của màu sắc và hình thức để lý giải lịch sử và xã hội tộc người. Lê Ngọc Thắng cũng nhấn mạnh chức năng xã hội, giá trị thẩm mỹ và khả năng thích ứng với môi trường của trang phục người Thái [3].

Tại Việt Nam, đã có nhiều công trình nghiên cứu về trang phục dân tộc thiểu số như người Hmông, Dao, Thái,... với các góc nhìn nhân học, mỹ thuật và văn hóa học [4], [5, tr. 40-49]. Những công trình này đã góp phần làm rõ vai trò của trang phục trong cấu trúc văn hóa tộc người, tuy nhiên, vẫn còn thiếu nghiên cứu chuyên biệt về trang phục truyền thống của người Tà - ôi ở huyện A Lưới (sau ngày 01/7/2025, huyện A Lưới tách thành 5 xã, xã Lâm Đốt đổi thành xã A Lưới 4). Các nghiên cứu hiện có chủ yếu tập trung vào văn hóa lễ hội, âm nhạc, nhà làng và nghề dệt dzèng [6, tr. 122-128], [7], [8, tr. 42-49], trong khi trang phục với tư cách là một thực hành văn hóa độc lập chưa được phân tích sâu sắc về cấu trúc biểu tượng, chức năng xã hội và khả năng thích ứng trong bối cảnh hiện đại. Điều này tạo ra một khoảng trống học thuật cần được lấp đầy, đặc biệt trong bối cảnh toàn cầu hóa đang đặt ra nhiều thách thức đối với bảo tồn bản sắc văn hóa dân tộc thiểu số.

Trang phục của người Tà - ôi mang đậm bản sắc văn hoá và đã thu hút sự quan tâm của giới nghiên cứu và thiết kế thời trang. Một số công trình trước đây tập trung mô tả quy trình dệt và cấu trúc về trang phục của người Tà - ôi. Gần đây, các nhà khoa học đã ghi nhận sự biến đổi về nguyên liệu, kỹ thuật, quy mô sản xuất của nghề dệt dzèng và cách tiếp cận thị trường, phản ánh sự thích ứng với bối cảnh kinh tế thị trường và đề xuất định hướng bảo tồn, phát triển gắn với du lịch [9, tr. 42-47], [10, tr. 185-189]. Tuy nhiên, các nghiên cứu trên vẫn chưa làm rõ hai khía cạnh quan trọng là bản sắc (authenticity) của nghề dệt dzèng như một thực thể văn hóa, và cách người Tà - ôi thể hiện bản sắc đó thông qua thực hành trang phục trong các bối cảnh đương đại. Hơn nữa, chưa có công trình nào phân tích chiều kích hàng hóa của trang phục truyền thống, tức là sự chuyển đổi từ biểu tượng văn hoá sang sản phẩm kinh tế.

Từ khoảng trống trên, bài viết này đặt ra câu hỏi, làm thế nào để nghề dệt dzèng và người Tà - ôi ở Huế thể hiện bản sắc văn hóa tộc người trong bối cảnh đương đại thông qua trang phục, đồng thời thích ứng với xu hướng thương mại hóa? từ đó, vấn đề nghiên cứu đặt ra là sự chuyển đổi của trang phục truyền thống từ biểu tượng văn hóa sang sản phẩm kinh tế và cách người dân sử dụng trang phục như một phương tiện thể hiện bản sắc cá nhân và cộng đồng. Bài viết nhằm phân tích tính bản sắc của nghề dệt dzèng, nhận diện các hình thức thực hành trang phục trong đời sống, lễ hội và công sở, đồng thời đánh giá tiềm năng thương mại hóa sản phẩm hoặc khả năng tích hợp trang phục truyền thống của người Tà - ôi vào phát triển du lịch văn hóa.

1.2. Khái quát địa bàn nghiên cứu

Huyện A Lưới nằm ở phía Tây của tỉnh Thừa Thiên Huế, giáp biên giới với Lào với địa hình núi cao, cắt mạnh. Đồng thời, đây là nơi cư trú lâu đời của nhiều dân tộc thiểu số, trong đó người Tà - ôi chiếm tỷ lệ lớn. Theo thống kê năm 2023, toàn huyện có 53.828 nhân khẩu, trong đó, dân tộc thiểu số chiếm 77%, gồm các nhóm Tà - ôi, Pa cô, Pa hy và Cơ - tu [11]. Đặc điểm địa lý và dân cư này đã tạo nên một không gian văn hóa đa dạng, song các tộc người vẫn giữ được bản sắc riêng.

Xã Lâm Đốt với hơn 5000 người sinh sống trên diện tích tự nhiên khoảng 6.786,24 ha, trong đó dân tộc Tà - ôi là 2.241 người, Cơ - tu là 2.278 người. Thôn Paris - Ka vin hoàn toàn là người Tà - ôi, thuận lợi cho việc khảo sát thực hành văn hóa đặc trưng [12]. Người Tà - ôi tại Lâm Đốt có nền văn hóa vật chất và tinh thần phong phú, gắn bó với môi trường sông. Nhà làng, lễ hội, âm

nhạc dân gian và đặc biệt trang phục truyền thống từ vải dệt dzèng là một phương tiện biểu đạt bản sắc văn hóa, tính cộng đồng và thế giới quan của người Tà - ôi.

Người dân chủ yếu làm nông nghiệp, với 89,9% hộ canh tác nương rẫy và trồng lúa nước. Chăn nuôi nhỏ lẻ chưa mang lại hiệu quả kinh tế rõ rệt. Gần đây, một bộ phận người dân bắt đầu tham gia lao động làm thuê góp phần cải thiện kinh tế hộ gia đình. Dù vậy, nghề dệt dzèng vẫn được duy trì như một thực hành văn hóa và nguồn thu nhập phụ của người dân.

Khảo sát định tính cho thấy, trong 128 hộ tại thôn Paris - Kavin, gần như tất cả làm nghề dệt với thu nhập khoảng 4-5 triệu đồng/tháng (PVD nữ, ngoài 40 tuổi). Tuy nhiên, khảo sát định lượng chỉ số ít người dân trả lời có thu nhập từ nghề thủ công. Sự chênh lệch này phản ánh khoảng cách giữa thực hành văn hóa và nhận thức giá trị kinh tế của nghề truyền thống. Có thể, đây không phải là nguồn thu nhập chính, hoặc người dân ngại chia sẻ thông tin tài chính.

Từ đó cho thấy, nghề dệt dzèng không tồn tại như một hoạt động kinh tế phụ, nó còn mang ý nghĩa biểu tượng sâu sắc. Hơn nữa, đó cũng là phương thức mưu sinh và thực hành bản sắc, khẳng định sự gắn bó văn hóa của cá nhân với cộng đồng. Bởi vậy, nghề này trở thành một cách thực hành văn hóa đặc biệt, khó lượng hóa bằng các công cụ khảo sát định lượng thông thường.

2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này được tiếp cận từ góc độ dân tộc học kết hợp giữa định tính và định lượng nhằm phân tích thực hành trang phục của người Tà - ôi. Trong hai lần điền dã vào năm 2024 và 2025, tác giả đã tham gia quan sát, phỏng vấn sâu 12 trường hợp, thực hiện 2 thảo luận nhóm với các đối tượng đại diện về thế hệ, vai trò xã hội, giới, lứa tuổi, nghề nghiệp khác nhau. Dữ liệu định tính được mã hóa theo chủ đề dựa trên khung lý thuyết về bản sắc, trong đó: Barth [13], sử dụng để phân tích cách người Tà - ôi duy trì ranh giới văn hóa qua tương tác xã hội; Geertz [14] giúp diễn giải trang phục như một hệ thống biểu tượng phản ánh thế giới quan và nhân sinh quan; Goffman [15] vận dụng để lý giải trang phục như một “màn trình diễn bản sắc” trong không gian xã hội. Kích thước mẫu dựa trên tiêu chí phân tích nhân tố khám phá (EFA) của Hair và cộng sự [16], với 112 mẫu tại xã Lâm Đốt, trong đó dân tộc Cơ - tu là 51, Tà - ôi là 59 (2 mẫu người Pa - cô là dâu trong gia đình Tà - ôi). Dữ liệu sau thu thập được xử lý bằng SPSS, hỗ trợ phân tích mối liên hệ giữa các yếu tố xã hội và hành vi sử dụng trang phục trong bối cảnh khác nhau.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Các yếu tố cấu thành bản sắc trang phục của người Tà - ôi

Nguyên liệu truyền thống không đơn thuần là vật liệu sản xuất, nó còn hàm chứa giá trị biểu tượng, phản ánh mối quan hệ giữa con người với môi trường sống. Những nguyên liệu này gồm sợi bông, hạt cườm, hạt lục lạc và chất tạo màu sắc được chiết xuất từ thực vật, nhuộm thể hàm chứa trong đó giá trị biểu tượng sâu sắc. Nguồn nguyên liệu phong phú từ tự nhiên thể hiện sự gắn bó của con người với môi trường xung quanh và tín ngưỡng bản địa, đặc biệt trong các dịp lễ hội, nơi âm thanh và màu sắc trở thành phương tiện biểu đạt văn hóa. Tuy vậy, từ thập niên 1990, nguyên liệu dệt đã dịch chuyển từ truyền thống sang công nghiệp. Điều này phản ánh khả năng thích ứng văn hoá trong bối cảnh hiện đại của người Tà - ôi. Dù sợi dệt và hạt cườm công nghiệp thay thế cho tự chế tác, song bản sắc của sản phẩm vẫn được duy trì thông qua kỹ thuật dệt dzèng độc đáo, một phương pháp khó tìm thấy ở các dân tộc khác. Kỹ thuật này thể hiện sự kế thừa, sáng tạo và bản sắc tộc người, được phụ nữ Tà - ôi lưu truyền qua nhiều thế hệ.

Khung dệt - nơi giao thoa giữa kỹ thuật và không gian biểu đạt bản sắc văn hóa của người Tà - ôi. Kỹ thuật dệt dzèng kết hợp thao tác thủ công và khả năng hình dung bố cục hoa văn, màu sắc mà không theo một khuôn mẫu cố định [17]. Bởi vậy, mỗi tấm vải dzèng đều chắc chắn, bền màu, có hiệu ứng thị giác mạnh, đồng thời mang dấu ấn cá nhân và cộng đồng. Đây là sản phẩm của sự sáng tạo dân gian, tái hiện nhịp sống và ký ức văn hóa tộc người, thể hiện giá trị thẩm mỹ và biểu tượng sâu sắc.

Hoa văn trên trang phục truyền thống của người Tà - ôi mang tính thẩm mỹ cao, phản ánh thế giới quan, nhân sinh quan và ký ức cộng đồng. Các mô típ hoa văn thường gặp gồm hình ảnh thực vật,

động vật, đồ vật, con người và hình học, mang biểu tượng và chức năng trang trí [18, tr. 132 - 146], [8, tr. 42-49]. Tuy nhiên, với sức lan tỏa mạnh của trang phục người Kinh và thời trang quốc tế đã khiến quan điểm thẩm mỹ của người Tà - ôi thay đổi. Trên các mẫu trang phục và phụ kiện cách tân xuất hiện nhiều họa tiết mới nhằm đáp ứng thị hiếu thị trường. Dù vậy, hoa văn truyền thống vẫn giữ vai trò chủ đạo, được bảo tồn và duy trì, bởi nó hàm chứa giá trị văn hóa sâu sắc của tộc người.

3.2. Biểu hiện của bản sắc qua thực hành trang phục

Thực hành trang phục truyền thống là cách biểu hiện sống động và trực tiếp nhất bản sắc văn hóa tộc người. Người Tà - ôi đã lựa chọn, sử dụng và duy trì trang phục trong các bối cảnh khác nhau thể hiện giá trị thẩm mỹ cá nhân, vai trò xã hội, sự gắn kết cộng đồng. Đồng thời, trong cách sử dụng có sự phân tầng theo độ tuổi, giới tính và vị trí công tác. Những phân tích về hình thức thực hành trang phục dưới đây sẽ làm rõ cách người Tà - ôi tái cấu trúc và biểu đạt văn hóa trong bối cảnh đương đại.

Bảng 1. Thực hành trang phục truyền thống của người Tà - ôi

Bối cảnh sử dụng	0-15 tuổi		16-35 tuổi		36-55 tuổi		Trên 55 tuổi		Tổng
	Nam	Nữ	Nam	Nữ	Nam	Nữ	Nam	Nữ	Nam/Nữ
Hàng ngày	0	0	0	2	1	3	1	2	2/7
Dịp lễ tết, đặc biệt	0	0	1	20	2	22	7	7	10/49
Nơi công sở	0	0	1	6	1	13	4	3	6/22
Tổng cộng	0	0	2	28	4	38	12	12	18/78

(Nguồn: Kết quả xử lý SPSS từ tư liệu khảo sát của nghiên cứu)

Kết quả nghiên cứu trong Bảng 1 cho thấy, tần suất sử dụng trang phục truyền thống của người Tà - ôi có sự khác biệt về độ tuổi, giới tính và ngữ cảnh. Sự khác biệt này phản ánh vai trò của phụ nữ Tà - ôi trong việc xây dựng, giữ gìn và biểu đạt bản sắc dân tộc. Đồng thời, chúng ta cũng thấy được xu hướng phát triển của trang phục truyền thống.

3.2.1. Thực hành trang phục truyền thống trong thường nhật

Trang phục truyền thống của nữ giới Tà - ôi thường gồm chân váy và áo, có gam màu nóng như đỏ, vàng và điểm xuyết màu xanh lá, trắng, đen ở viền, kết hợp với cuồn tạo nên sự cân đối về màu sắc. Trang phục nữ giới thể hiện sự mềm mại, sinh sôi và gắn bó với đất - trời, những biểu tượng phổ biến trong văn hóa dân tộc thiểu số. Trong khi đó, nam giới thường mặc khố, áo, thắt lưng và khăn với hoa văn mang tính biểu tượng về sức mạnh, vai trò giới và quyền lực. Trang phục mặc hàng ngày của cả nam và nữ thường không hoặc ít đính cuồn, phản ánh sự phân biệt giữa trang phục nghi lễ và thường nhật. Trang phục của trẻ em cơ bản giống người lớn nhưng khác kích thước, mức độ trang trí, cho thấy, có sự phân tầng theo độ tuổi trong thực hành văn hóa, mức độ tiếp cận với biểu tượng truyền thống.

Kết quả phân tích với bảng kết hợp cho thấy, có sự khác biệt rõ rệt về thực hành trang phục truyền thống theo độ tuổi và giới tính. Nhóm tuổi từ 36 tuổi trở lên có tỷ lệ sử dụng cao nhất, trong khi nhóm 0-15 tuổi hoàn toàn không sử dụng, và nhóm 16-35 tuổi sử dụng rất ít. Điều này phản ánh xu hướng suy giảm thực hành trang phục truyền thống ở thế hệ trẻ, một biểu hiện của quá trình hiện đại hóa và thay đổi thẩm mỹ. Về giới tính, nam giới chỉ có hai người từ 36 tuổi trở lên sử dụng trang phục truyền thống hàng ngày, trong khi nữ giới chiếm đa số, trải dài từ 16 tuổi trở lên, tập trung ở nhóm tuổi 36-55. Điều này cho thấy phụ nữ không chỉ là người sản xuất trang phục mà còn là người gìn giữ và thực hành bản sắc văn hóa một cách bền vững. Do đó, thực hành trang phục truyền thống trong đời sống thường nhật là một biểu hiện sống động của bản sắc, nơi phụ nữ và người lớn tuổi đóng vai trò trung tâm trong việc duy trì ký ức văn hóa và biểu tượng của cộng đồng.

3.2.2. Thực hành trang phục truyền thống trong dịp quan trọng, lễ hội

Thực hành trang phục truyền thống của người Tà - ôi trong các dịp lễ hội và sự kiện đặc biệt cũng có sự phân tầng văn hóa theo giới tính, độ tuổi và địa vị xã hội. So với trang phục thường

nhật, trang phục lễ hội có mức độ trang trí cao hơn, nhiều họa tiết hoa văn, đính cườm và phụ kiện đi kèm. Trang phục lễ hội của nam và nữ đều được cách tân để phù hợp với môi trường hiện đại, song dựa trên vải dzèng, chất liệu mang tính biểu tượng cao. Phụ nữ thường mặc trang phục tự làm từ chất liệu truyền thống, với hoa văn đính cườm tỉ mỉ, thể hiện kỹ thuật dệt và khả năng sáng tạo và thẩm mỹ cá nhân trong thiết kế theo mẫu hiện đại. Đối với những người có chức sắc như già làng, thầy cúng, trang phục mang tính nghi lễ cao, thể hiện vai trò, uy tín và địa vị xã hội trong cộng đồng. Họ thường mặc áo, khố, khăn quàng đầu riêng, đặc biệt là tấm dzèng dài khoác trên người là biểu tượng của quyền lực văn hóa và sự kết nối với thế giới tâm linh.

Theo quan niệm của người Tà - ôi, việc duy trì trang phục truyền thống trong lễ kết hôn là một cách để nhớ về cội nguồn, thiết lập và duy trì bản sắc tộc người. Bởi vậy, trong lễ thành hôn, cả cô dâu và chú rể đều mặc trang phục truyền thống. Tuy nhiên, ngày nay chú rể mặc quần tây, áo sơ mi, vest hiện đại, trong khi cô dâu vẫn mặc trang phục dân tộc, được trang trí đẹp nhất do mình tự làm. Người thân và bạn bè mặc tự do, nhưng phụ nữ lớn tuổi vẫn ưu tiên trang phục truyền thống, thể hiện sự gắn bó với giá trị văn hóa và vai trò gìn giữ bản sắc.

Kết quả phân tích định lượng cho thấy 62,8% tổng số người khảo sát sử dụng trang phục truyền thống trong lễ hội, trong đó nữ giới chiếm 83,1% và nam giới chỉ 16,9%. Nhóm tuổi từ 36 trở lên chiếm đa số, trong khi nhóm 0-15 tuổi hoàn toàn không sử dụng, và nhóm 16-35 tuổi sử dụng ít hơn. Điều này phản ánh vai trò trung tâm của phụ nữ trong việc duy trì, thực hành văn hóa lễ hội, và là người biểu đạt bản sắc thông qua trang phục, đồng thời cho thấy quá trình chuyển giao văn hóa đang gặp thách thức. Một phụ nữ Tà - ôi cho biết: “trong lễ hội, phần lớn mọi người mặc trang phục truyền thống (nữ nhiều hơn nam) để thể hiện tinh đoàn kết, trân trọng giá trị văn hóa của thế hệ trước để lại, khẳng định mình là người Tà - ôi. Nếu không mặc thì mình không còn là người Tà - ôi nữa” (PVS nữ, thôn Paris - Kavin). Câu nói này không chỉ là biểu hiện cá nhân, nó còn là một tuyên bố về bản sắc tập thể, cho thấy trang phục truyền thống trong lễ hội là một biểu tượng của sự đoàn kết, ký ức văn hóa và sự khẳng định ý thức cộng đồng. Phụ nữ lớn tuổi vẫn duy trì, thực hành trang phục truyền thống là lời khẳng định, họ là chủ thể văn hóa, góp phần bảo tồn ký ức tập thể và giá trị truyền thống trong bối cảnh biến đổi xã hội.

3.2.3. Thực hành trang phục truyền thống nơi công sở

Khoảng 20 năm trở lại đây, người Tà - ôi tham gia nhiều hơn vào các lĩnh vực hành chính, giáo dục, quân đội, đặc biệt tại các cơ quan chính quyền địa phương. Chính sách khuyến khích cán bộ mặc trang phục truyền thống vào một ngày cố định trong tuần đã tạo điều kiện để người Tà - ôi cách tân trang phục truyền thống phù hợp với môi trường công sở hiện đại.

Phân tích định lượng cho thấy: tỷ lệ nam giới mặc trang phục truyền thống đến công sở là 21,4%, trong khi nữ giới là 78,6%. Nam nữ Tà - ôi thường mặc trang phục truyền thống được thiết kế theo phong cách hiện đại kết hợp với phụ kiện trên nền vải dzèng. Điều này cho thấy xu hướng hội nhập mà không hòa tan, giúp trang phục vừa đáp ứng yêu cầu công sở vừa giữ được yếu tố bản sắc, hồn cốt của dân tộc, thể hiện sự chủ động của người Tà - ôi trong việc tái tạo bản sắc trong không gian hiện đại. Nữ cán bộ xã cho biết: “Mặc trang phục từ vải dzèng đi làm không chỉ đẹp, mà là để người ta biết mình là dân tộc nào” (PVS nữ, xã Lâm Đót). Điều này càng khẳng định rằng, trang phục công sở cũng là nơi để cá nhân, dân tộc có thể tuyên bố bản sắc, thể hiện sự gắn bó với cộng đồng và ký ức văn hóa tộc người.

So với người Cơ - tu cùng địa bàn nghiên cứu cho thấy có sự khác biệt. Họ không có nghề dệt truyền thống, nên mức độ sử dụng trang phục ở mọi khía cạnh đều thấp hơn. Trong đời sống hằng ngày, người Cơ - tu sử dụng trang phục truyền thống ít hơn người Tà - ôi, song ở công sở lại có sự tương đương giữa hai tộc người, nữ giới có tỷ lệ thấp hơn. Sự chênh lệch này do người Cơ - tu không có khả năng sản xuất, tái tạo văn hóa, họ sử dụng biểu tượng của người Tà - ôi làm văn hóa, hiện tượng này gọi là “chiếm đoạt văn hóa” [19, tr. 44-63].

Các giá trị KMO, Sig., Bartlett's Test và Eigenvalue từ Bảng 2 cho thấy, tất cả đều đạt yêu cầu, đủ điều kiện để phân tích EFA. Ba nhân tố xác định gồm: sử dụng hàng ngày, trong dịp lễ

hội, công việc, sinh hoạt cộng đồng với mức độ bản địa hóa nguồn gốc trang phục, phản ánh cấu trúc hành vi tiềm ẩn trong hành vi thực hành văn hóa của người Tà - ôi.

Bảng 2. Đánh giá độ phù hợp mô hình phân tích EFA về thực hành trang phục truyền thống

Yếu tố cần đánh giá	Giá trị tương ứng	Điều kiện	Kết luận
Hệ số KMO	0,732	$0,5 < KMO < 1$	Đạt yêu cầu
Sig. kiểm định Bartlett's Test	0,000	Sig. $< 0,05$	Đạt yêu cầu
Giá trị Eigenvalue nhân tố thứ nhất	1,978	≥ 1	Đạt yêu cầu (thực hành thường nhật)
Giá trị Eigenvalue nhân tố thứ hai	1,320	≥ 1	Đạt yêu cầu (thực hành lễ hội)
Giá trị Eigenvalue nhân tố thứ ba	1,085	≥ 1	Đạt yêu cầu (mức độ bản địa hóa)
Tổng phương sai trích (Cumulative %)	62,609%	$> 50\%$	Đạt yêu cầu (giải thích đủ phương sai)
Điểm gãy bản đồ Scree Plot	Tại nhân tố thứ 3	Rõ ràng, hợp lý	Xác nhận số nhân tố (3 nhóm hành vi tiềm ẩn)

(Nguồn: Kết quả xử lý SPSS từ tư liệu khảo sát của nghiên cứu)

Kết quả phân tích EFA xác định ba nhân tố chính có tổng phương sai giải thích là 62,609%, chứng tỏ mô hình có khả năng phản ánh tốt cấu trúc tiềm ẩn của hành vi sử dụng trang phục truyền thống. Tương quan giữa nhân tố thứ nhất với nguồn gốc sản xuất cho thấy chúng có mối liên hệ nội tại, phản ánh một chiều kích thước văn hóa thực hành ổn định và có tính kế thừa. Nhân tố thứ hai đại diện cho hành vi sử dụng trang phục truyền thống trong các dịp lễ hội, cộng đồng. Biện này tái riêng, cho thấy lễ hội là một không gian văn hóa đặc thù, nơi trang phục truyền thống mang tính nghi lễ và biểu đạt bản sắc hơn là ứng dụng thường nhật. Điều này phản ánh sự phân biệt rõ rệt giữa trang phục nghi lễ và trang phục đời sống, đồng thời cho thấy vai trò của lễ hội trong duy trì biểu tượng văn hóa. Nhân tố thứ ba là nguồn gốc sản phẩm, phản ánh mức độ bản địa hóa của nguồn gốc trang phục, tự sản xuất đến mua từ nước ngoài. Biện này hình thành nhân tố độc lập, cho thấy nguồn gốc có ảnh hưởng riêng biệt đến hành vi sử dụng, không phụ thuộc trực tiếp vào bối cảnh. Do đó, nhân tố này phản ánh chiều sâu văn hóa của thực hành trang phục qua nguồn gốc sản phẩm.

Như vậy, ba chiều kích trên góp phần lý giải cách người Tà - ôi duy trì và tái tạo bản sắc trong bối cảnh đương đại, đồng thời mở ra hướng thương mại hóa sản phẩm gắn với du lịch văn hóa.

3.3. Trang phục trong chiều kích hàng hóa và khả năng thương mại hóa

Bên cạnh ý nghĩa biểu tượng, trang phục truyền thống của người Tà - ôi còn mang tính chất hàng hóa gắn với nền kinh tế văn hóa. Bởi vậy, trong chiến lược phát triển văn hóa quốc gia, Chính phủ đã xác định cần “bảo tồn, phát huy trang phục truyền thống các dân tộc thiểu số Việt Nam trong giai đoạn hiện nay”. Chính quyền huyện A Lưới đã ban hành Nghị quyết số 06-NQ/HU (08/10/2021) [20] và Nghị quyết số 07/2021/NQ-HĐND (30/7/2021) [21] về bảo tồn, giữ gìn và phát huy giá trị văn hóa của dân tộc thiểu số gắn với du lịch, tạo động lực để người Tà - ôi thúc đẩy thương mại hóa bản sắc thông qua sản phẩm dệt dzèng.

Trước khi có chính sách hỗ trợ, từ thập niên 1990 người Tà - ôi đã trao đổi sản phẩm dzèng với đồng tộc bên Lào và các nhóm khác trong nước. Đầu thế kỷ XXI, nhờ một số nghệ nhân và giới thiết kế chuyên nghiệp, trang phục truyền thống của người Tà - ôi được tái cấu trúc theo hướng tích hợp yếu tố bản sắc vào đời sống hiện đại. Nhờ đó, sản phẩm dệt dzèng đã xuất hiện tại nhiều triển lãm trong và ngoài nước, từng bước tiến vào không gian kinh tế sáng tạo. Theo Hall [22], bản sắc là quá trình liên tục được kiến tạo và tái định nghĩa trong các bối cảnh xã hội, kinh tế khác nhau. Văn hóa trang phục của người Tà - ôi đang chuyển động để thích ứng với không gian tiêu dùng đương đại.

Bên cạnh đó, hoạt động du lịch đang trở thành kênh kết nối bản sắc văn hóa Tà - ôi với thị trường. Năm 2024, Huế đón khoảng 3,9 triệu lượt khách trong đó gần 1,45 triệu lượt khách quốc tế [23]. Tính riêng huyện A Lưới thu hút được khoảng 75.000 lượt, gồm hơn 10.000 khách quốc tế [24]. Nhờ đó, người Tà - ôi đã mở rộng sản xuất sản phẩm lưu niệm như mũ, áo, ví, túi xách từ vải dzèng. Đây là minh chứng cho việc bản sắc văn hóa đã trở thành sản phẩm thương mại.

Bảng 3. Kết quả kiểm định Chi-square giữa nhận thức về trang phục truyền thống và biến dân tộc, giới tính, nhóm tuổi

Chủ đề nhận thức	Biến phân tích	Pearson X^2 (df)	Sig. (2-sided)	Cramer's V	Mức độ liên hệ
Hiệu quả kinh tế	Dân tộc	24,908	0,000	0,340	Trung bình
	Giới tính	4,134	0,247	0,196	Yếu
	Nhóm tuổi	6,676	0,352	0,176	Yếu
Nhận thức bảo tồn	Dân tộc	0,195	0,907	0,042	Rất yếu
	Giới tính	0,262	0,609	0,049	Rất yếu
	Nhóm tuổi	3,210	0,201	0,172	Yếu
Giá trị hàng hóa	Dân tộc	26,279	0,000	0,505	Mạnh

(Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu SPSS từ tư liệu khảo sát của nghiên cứu)

Kết quả kiểm định Chi-square tại Bảng 3 về nhận thức đối với hiệu quả kinh tế, nhu cầu bảo tồn và giá trị hàng hóa của trang phục truyền thống với biến độc lập là dân tộc, giới tính và nhóm tuổi, trên tổng số 112 trường hợp (105-109 hợp lệ, tùy biến), cho thấy: (1) về khả năng biến trang phục truyền thống thành sản phẩm du lịch, người Tà - ôi có tỷ lệ đồng thuận cao hơn người Cơ - tu, phản ánh sự chủ động trong nhận thức thương mại hóa bản sắc; (2) với câu hỏi về bảo tồn, 95,4% người dân khẳng định cần, chứng tỏ nhận thức phổ quát về giá trị của văn hóa, không bị chi phối bởi giới tính, độ tuổi và dân tộc; (3) nhận thức về giá trị hàng hóa có mức độ liên hệ mạnh giữa người Tà - ôi (67,3%) và Cơ - tu (18,85), thể hiện qua chỉ số Cramer's V = 0,505; Sig. = 0,000, trong khi các yếu tố khác yếu.

Những kết quả trên cho thấy quá trình hàng hóa bản sắc văn hóa đang diễn ra trong cộng đồng người Tà - ôi, nhưng không đồng đều giữa các dân tộc, bởi nó phụ thuộc vào năng lực sản xuất, khả năng tái cấu trúc biểu tượng truyền thống và mức độ tham gia vào không gian kinh tế - du lịch. Người Tà - ôi có truyền thống dệt dzèng, chủ động chuyển hóa trang phục thành sản phẩm kinh tế, góp phần định hình bản sắc như một nguồn lực phát triển bền vững. Tuy nhiên, để quá trình diễn ra ổn định cần có chính sách hỗ trợ đào tạo nghề, bảo hộ sở hữu trí tuệ và kết nối thị trường.

4. Kết luận

Trang phục giống như là cánh cửa bước vào thế giới văn hóa của một dân tộc. Với người Tà - ôi, ngoài che thân, trang phục còn có chức năng thực hành văn hóa sống động, phản ánh thế giới quan, nhân sinh quan và ký ức cộng đồng. Kỹ thuật dệt độc đáo, hệ thống hoa văn không theo khuôn mẫu và nguyên liệu gắn với môi trường sống đã tạo nên một biểu tượng văn hóa mang tính cá nhân hóa cao.

Người Tà - ôi thực hành trang phục trong đời sống thường nhật, nghi lễ vòng đời, lễ hội và công sở. Trong các ngữ cảnh đó, phụ nữ và người lớn tuổi đóng vai trò trung tâm trong việc duy trì và biểu đạt bản sắc. Việc khoác lên mình trang phục truyền thống trong lễ hội là cách thể hiện năng lực thẩm mỹ, khẳng định bản sắc, đoàn kết tộc người và tôn kính tổ tiên.

Trong bối cảnh đương đại, trang phục truyền thống đang dịch chuyển từ không gian nghi lễ sang tiêu dùng. Chủ trương phát triển du lịch gắn với bảo tồn văn hóa, cùng sự tham gia của nhà thiết kế chuyên nghiệp và yếu tố kinh tế thị trường đã thúc đẩy quá trình hàng hóa bản sắc. Nguyên liệu truyền thống được thay thế bằng vật liệu công nghiệp, mẫu mã được cải tiến theo thị hiếu, sản phẩm dệt dzèng trở thành quà lưu niệm có giá trị kinh tế.

Phân tích định lượng từ SPSS cho thấy, người Tà - ôi đã có sự thay đổi nhận thức về giá trị kinh tế của trang phục. Kết quả kiểm định Chi - square xác nhận, dân tộc là yếu tố có ảnh hưởng và ý nghĩa thống kê đến nhận thức về chiều kích hàng hóa (Cramer's V = 0,505; Sig. = 0,000), phản ánh năng lực sản xuất và khả năng thích ứng với không gian kinh tế - du lịch.

Tuy nhiên, sự xuất hiện ngày càng nhiều hoa văn, mẫu mã mới trong quá trình tương tác văn hóa có thể làm mờ nhạt dấu hiệu nhận diện tộc người, đặt ra thách thức trong bảo tồn bản sắc. Do vậy, cần có định hướng phát triển trang phục theo hướng vừa bảo tồn vừa sáng tạo. Cụ thể: đào tạo nghề nhân trẻ và truyền nghề trong cộng đồng; kết nối nghề nhân với nhà thiết kế và doanh nghiệp để tạo ra sản phẩm ứng dụng; xây dựng thương hiệu văn hóa địa phương gắn với du lịch;

ban hành chính sách hỗ trợ sản phẩm thủ công dân tộc thiểu số. Bồi trang phục của người Tà - ôi là nguồn lực văn hóa sống và nó có khả năng tái cấu trúc để tồn tại và lan tỏa trong toàn cầu. Việc bảo tồn và phát triển cần đặt trong mối quan hệ tương hỗ giữa văn hóa, kinh tế và chính sách, nhằm đảm bảo bản sắc được lưu giữ và tái sinh trong đời sống hiện đại.

Lời cảm ơn

Nghiên cứu này là một phần kết quả của đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ “Văn hóa của các cộng đồng cư dân vùng biên giới đất liền Việt Nam hiện nay trong phát triển kinh tế - xã hội và đảm bảo an ninh, chính trị”, thuộc Chương trình trọng điểm cấp Bộ: “Nghiên cứu tổng thể vùng biên giới đất liền ở Việt Nam góp phần phát triển kinh tế - xã hội và đảm bảo an ninh, chính trị trong điều kiện hiện nay” do Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam chủ trì.

TÀI LIỆU THAM KHẢO/ REFERENCES

- [1] J. Cuisinier, *Muong people, human geography, and sociology*. Hanoi: Labor Publishing House, 1995.
- [2] T. Tran, *Muong skirt waistband*. Thanh Hoa: Hong Duc Publishing House, 2018.
- [3] N. T. Le, *Thai costume art*. Hanoi: National Culture Publishing House - Vietnam Cultural Center, 1990.
- [4] D. T. Ngo, *Costumes and jewelry of Vietnamese ethnic groups*. Hanoi: Ethnic Culture Publishing House, 1994.
- [5] V. C. Truong, "Economic transformation of the Ta-oi ethnic group: The case of Nham commune, A Luoi district, Thua Thien Hue province," *Central Highlands Social Sciences*, no. 2, pp. 40-49, 2015.
- [6] T. V. Tran, "Preserve and promote cultural heritages of the katuic branch in the Vietnam - Laos border area," *Journal of Ethnic Minorities Research*, vol. 9, no. 3, pp. 122-128, 2020.
- [7] D. M. Vu *et al.*, "Socio-economic transformation of the Ta-oi ethnic group (1980-2014) in Nham commune, A Luoi district," Basic research report, archived at the Labrary, Institute of Anthropology 07TL00001350, Hanoi, 2014.
- [8] T. G. Nguyen, "Traditional weaving profession of Ta Oi people in the context of market economy (Case study of Nham commune, A Luoi district, Thua Thien Hue province)," *Museums and Anthropology*, no. 1, pp. 42-49, 2016.
- [9] T. Phien, "Research on the dzeng weaving craft of the Ta Oi people and orientation for tourism development in A Luoi district, Thua Thien Hue province," in *Thua Thien Hue Province Science and Technology Bulletin*, 2012, pp. 42-47. [Online]. Available: [https://csdlkhoahoc.hueuni.edu.vn/data/2021/12/Nguyen_Thanh_Minh_\(SDB_thang_12\).pdf](https://csdlkhoahoc.hueuni.edu.vn/data/2021/12/Nguyen_Thanh_Minh_(SDB_thang_12).pdf). [Accessed May 10, 2025].
- [10] T. M. Nguyen, "Inheriting and promoting the cultural values of the Ta Oi ethnic group in Thua Thien Hue province in the current period," *Journal of Education*, special issue, pp. 185-189, 2019.
- [11] A Luoi District People's Committee, *Preliminary report on 02 years of implementing Project No. 07/DA-UBND dated July 8, 2021 on Tourism Development in A Luoi district for the period 2021-2025, with a vision to 2030, 2023*.
- [12] Lam Dot Commune People's Committee, *Report on Expert Monitoring on Restoration and Development of Traditional Crafts in the 2021-2025 Period*, 2024.
- [13] F. Barth, *Ethnic groups and boundaries: The social organization of cultural differences*. Oslo: Norway: Forlaget University, 1969.
- [14] C. Geertz, *The interpretation of cultures*. New York: Basic Books, 1973.
- [15] E. Goffman, *Self-expression in everyday life*. New York: Double Day, 1959.
- [16] Hair *et al.*, *Multivariate data analysis*. New Jersey: Pearson, 2010.
- [17] S. Hoang, *Ta - Oi people in Thua Thien Hue*. Hanoi: Ethnic Culture Publishing House, 2007.
- [18] N. K. P. Tran, "Decorative styles of the Ta Oi people," in *Folk culture bulletin*. Ha Noi: Insitute of Anthropology, 2007, pp. 132-146.
- [19] T. R. Vieira, "Culture of appropriation of ethnic costumes. Globalization, lending or exploitation?," *Brazilian Journal of Animal Law*, vol. 16, pp. 44-63, 2021.
- [20] People's Committee of A Luoi district, *Resolution No. 06-NQ/HU, dated October 8, 2021 on "Preserving, keeping vehicles and promoting the cultural values of ethnic minorities in A Luoi for the period 2021-2025 with a vision to 2030"*, 2021.
- [21] A Luoi District People's Committee, *Decision No. 07/2021/NQ-HDND, dated July 30, 2021 "On tourism development in A Luoi district for the period 2021-2025 and a vision to 2030"*, 2021.
- [22] S. Hall and P. du Gay, *Questions of Cultural Identity (Eds.)*. Sage Publications, 1996.
- [23] V. Dinh, "Hue Tourism Industry to Welcome Nearly 3.9 Million More Visitors in 2024," 2025. [Online]. Available: <https://nonngnghiepmoitruong.vn/nganh-du-lich-hue-don-gan-3-9-trieu-luot-khach-trong-nam-2024-d739768.html>. [Accessed April 18, 2025].
- [24] H. Phuc, "Spring colors in the A Luoi highlands" will attract tourists," 2025. [Online]. Available: <https://hue ngaynay.vn/du-lich/sac-xuan-vung-cao-a-luoi-se-thu-hut-khach-151444.html>. [Accessed April 18, 2025].