

BÀN VỀ TRUYỀN THỐNG TRONG THỊ TRƯỜNG TỰ DO: NHỮNG SO SÁNH MANG TÍNH GIAO THOA VĂN HÓA

Gerald Waite*

I. GIỚI THIỆU

Phát triển kinh tế, tư bản và các vấn đề giao dịch liên quan thường được xem như điểm cốt lõi của thời hiện đại trong quá trình chuyển đổi của các quốc gia đang nổi lên. Việc đề cập quá nhiều tới thay đổi, toàn cầu hóa và sáp nhập công ty đã chiếm phần lớn ý nghĩ và các bài viết của một số lớn các nhà khoa học xã hội và kinh doanh. Dường như các biện pháp để thành công của bất kỳ một quốc gia hiện đại nào được dựa trên sự diễn giải tích hợp các thông số được thu thập cho các mục đích kinh doanh và chính trị. Hạ tầng cơ sở, thành tựu nông nghiệp, công nghệ/đầu tư nước ngoài, những dự đoán của ngân hàng thế giới, và một danh sách bất tận các thuật ngữ tiền tệ choán cả những đóng góp của không biết bao nhiêu tác giả khi họ cố gắng hình tượng hóa và cụ thể hóa sự phát triển (xem: Fforde và de Vylder, 1996; Griffin, 1998; Harve và Trần Văn Hòa, 1997; Heibert, 1996). Những người theo chủ nghĩa Đác-uyn về xã hội và cộng đồng doanh nghiệp quốc tế cho rằng, phát triển và sự hội nhập kinh tế vào trong *Ngôi làng thế giới* là một kết quả tất yếu của tiến bộ loài người. Những lực lượng này sau đó trở thành những yếu tố phá huỷ nhiều nền văn hóa truyền thống trên toàn thế giới trong quá trình bị dồn ép để hiện đại hóa.

Việt Nam là một nước như vậy: bị cuốn vào thời điểm quyết định của phát triển giữa một bên là truyền thống và một bên là thời hiện đại đang ngày càng lấn át. Một dân tộc khác là người Dine ở phía Tây Nam thuộc vùng Bắc Mỹ. Cả hai quốc gia đều đã chiến đấu gian khổ để giành độc lập từ các lực lượng thực dân, cả hai có những nền văn hóa truyền thống chú trọng đơn vị gia đình mang tính cố kết, ngược hẳn với mô-típ chủ nghĩa cá nhân của phương Tây, và cả hai đang đấu tranh để hiện đại hóa trong

* Đại học Ball State. Mỹ.

một thế giới đang thay đổi nhanh chóng trong đó việc sản xuất ra tư bản là thước đo của thành công. Quê hương của người Dine là Khu bảo tồn Navajo, một quốc gia có chủ quyền nằm trong lãnh thổ của nước Mỹ, một khu vực rộng 80.000 km với dân số khoảng 300.000 người. Trong nền văn hóa của cả Việt Nam lẫn Navajo, các lực lượng bên ngoài đã thực thi việc củng cố các giá trị ngoại bang và không khuyến khích các giá trị truyền thống, và ở cả hai nước, truyền thống đã tác động ngược theo một số cách ngoài mong muốn.

Người Navajo và người Việt Nam chiếm cứ những vùng đất đẹp nhất trong châu lục của họ và qua làm việc chăm chỉ và lên kế hoạch cẩn thận họ đã tạo ra được một vị trí sinh lợi trong nền kinh tế du lịch của thế giới đang bung ra nhanh chóng. Bên cạnh những phương tiện thông thường phục vụ cho giao thông và du khách, người dân ở cả hai nền văn hóa đã sản sinh ra một làn sóng nghệ thuật và nghề thủ công khắc họa những biểu trưng dân tộc theo nhiều hình thức đa dạng được phát triển từ không gian địa phương tới một hiện tượng thương mại quốc tế được biết đến như là nghệ thuật bản xứ và đồ tạo tác của thế giới thứ ba.

II. PHÁT TRIỂN VÀ BẢN SẮC

Sự phát triển và thị trường toàn cầu đòi hỏi một sự pha trộn đồng nhất của các xu hướng kinh tế có thể được đánh giá từ quan điểm tiền tệ. Những thể chế tài chính như Ngân hàng thế giới và Quỹ Tiền tệ quốc tế xác định sức mạnh của các quốc gia từ một quan điểm về tài chính trong đó họ nhìn vào các thuật ngữ như cân bằng ngân sách, giá tiêu dùng, dự trữ ngoại tệ, và hiếm khi nếu như không nói là chưa bao giờ đề cập tới sức mạnh và quyền tự chủ về văn hóa. Phát triển, theo John Bodley, là một thuật ngữ lấy dân tộc làm trung tâm trong đó giả định rằng, các nền kinh tế quy mô nhỏ phải bị hấp thu bởi các cường quốc thế giới lớn hơn (1999:111). Sự sụp đổ này của các nền kinh tế nhỏ bắt đầu từ những áp lực của chủ nghĩa thực dân và chuyển sang thời kỳ toàn cầu hóa trong đó các nhân tố thực dân mới thúc ép để có được lao động rẻ mạt và nguồn ngoại tệ quốc tế. Những áp lực này đều quy vào cái được gọi là các nước thuộc thế giới thứ ba và thứ tư (quốc gia Navajo tự coi mình là nước thuộc thế giới thứ tư) dồn ép sự xóa bỏ các cấu trúc xã hội tương hỗ và thay thế bằng các cơ cấu tiền mặt cụ thể của nền kinh tế thị trường thế giới. Sự chuyển dịch của cơ cấu theo đó chỉ sản xuất hơn là thực hiện xóa bỏ đói nghèo. Các xã hội tương hỗ, theo nhà kinh tế học Karl Polanyi, là những xã hội nhỏ trong đó những nhu cầu cơ bản của con người được đáp ứng thông qua những mạng lưới chia sẻ. Trong "Sự chuyển đổi vĩ đại" Polanyi tuyên bố rằng, sự bành trướng của thị trường và việc tổ chức sản xuất trong quá trình phát triển của "thị trường tự điều tiết" sản sinh ra những tội ác ghê gớm và nếu không được kiểm soát có

thể sẽ rất có hại cho xã hội (1944: 130-131). Ông viết tiếp rằng, những xã hội tự cấp tự túc được tổ chức theo những cách không cho phép cái đói tồn tại và những xã hội như vậy còn nhân bản hơn những xã hội tiên tiến hơn và rằng, biện pháp duy nhất để đồng hóa con người từ những nhóm xã hội kiểu này vào trong nền kinh tế thị trường là thông qua việc đem đến cho họ sự chết đói (1944: 164-165).

Tôi cho rằng, một cách khác có thể thuyết phục được để các chính phủ tin rằng, nhân dân của họ đang sống trong nghèo khổ. Nghèo là một thước đo vô đoán để tiếp cận tới các nguồn lực. Nếu một biểu số tài chính có thể được áp dụng, và những chính phủ nào không thể đáp ứng mức tối thiểu được xác định cụ thể trong các bảng biểu đó thì được coi là sống trong nghèo đói, tiếp theo đó nghèo đói và việc đo lường một cách khách quan các thông số liên quan có thể được áp dụng bởi bất kỳ một cơ quan tài chính nào có thẩm quyền với uy tín nhất định. Một quan điểm như vậy mới có thể đánh giá chính xác sự tiếp cận của một xã hội đối với lương thực và dịch vụ, vốn là một phần của nền kinh tế tiền mặt nhưng lương thực và dịch vụ lại có thể không có vai trò gì đáng kể trong việc đáp ứng những nhu cầu cơ bản của con người và một quan điểm mang tính bản địa mà trong đó những nhu cầu đó có thể là có thực. Những biện pháp xác định nghèo đói cũng có thể là sự so sánh với các nền kinh tế của các dân tộc giàu có hơn nhiều. Theo cách này “nghèo” có thể trở thành một con số vô danh gộp tất cả những dân tộc được coi là đang phát triển lại thành một nhóm có chung thuộc tính.

Những phương pháp tiếp cận chú trọng vào dữ liệu và số lượng được các thể chế điều khiển nhằm tạo ra các phạm trù khác nhau của những phương pháp đó để rồi chúng lại quy thành những tiêu chuẩn của sự phát triển. Những tiêu chuẩn này sau đó thể chế hóa một đất nước mà chúng bình phẩm bằng nghệ thuật của một cây bút lông lớn phác họa nên một bức tranh toàn cầu. Nói cách khác bản sắc dân tộc và địa phương có thể bị biến mất trong dòng xoáy của sự phát triển.

III. BẢN SẮC DÂN TỘC VÀ SẮC TỘC

Bản sắc văn hóa dường như hay bị lép vế so với một bản sắc hiện đại. Khi những đồ tạo tác của một thế giới toàn cầu và tinh tế phân tán ra những tầng lớp nhân loại đang tồn tại ở diện rộng hơn, thì những dấu hiệu có thể nhận biết để phân biệt những nhóm đặc thù trở nên ngày càng ít hơn. Quần jean của Levi-Strauss, máy nghe nhạc bỏ túi walkman, ô tô, âm nhạc, và văn hóa đại chúng thuộc mọi thể loại đang hiển hiện ở mọi đất nước. Khi hệ thống tiền tệ toàn cầu áp đặt những giá trị kinh tế của nó lên các nền kinh tế quy mô nhỏ, chúng ta cũng chứng kiến sự biến mất của các giá trị bản địa. Chất lượng cuộc sống và tất cả các thành tố khác có liên quan được đo đếm bằng những so sánh về tiền tệ. Những hệ thống

hành chính toàn cầu như vậy hiện diện trong sự diễn giải của George Ritzer về “tính duy lý hình thức” của Weber và được thể chế hóa trong những cấu trúc quy mô lớn như luật hiện đại và nền kinh tế tư bản chủ nghĩa (1998: 37-39). Hệ thống hành chính và các yếu tố đi kèm nó như hiệu suất, khả năng dự đoán và khả năng lượng hóa thay thế các giá trị xã hội truyền thống về gia đình và tính tương hỗ bằng sự điều khiển và cơ cấu mang tính thể chế. Hệ thống vận hành theo quy tắc này là đối nghịch với điều mà Ritzer gọi là “tính duy lý thực sự” của Weber, một hệ thống vận hành theo giá trị truyền thống (1998:40-41).

Những hao tổn được gom lại của những dấu hiệu mang đặc tính tạo tác và giá trị đánh dấu những giới hạn của một nền văn hóa đặc thù và rồi sẽ đe dọa cả bản sắc dân tộc lẫn sắc tộc. Các hệ thống hành chính tiền tệ toàn cầu cùng với các biện pháp giao thoa văn hóa liên đới của chúng nhằm đảm bảo sự lành mạnh tài chính quốc gia phải thúc ép để có sự đồng nhất về văn hóa hơn là sự đa dạng. Federick Barth tuyên bố khi viết về sự tiếp xúc và thay đổi văn hóa mà con người sống trong những môi trường văn hoá ít bị công nghiệp hóa hơn có được sự lựa chọn đối với việc sáp nhập, lệ thuộc hay nhấn mạnh sự khác biệt đối với lợi ích của họ (1969:32). Cho dù ý định của Barth chỉ là nhằm vào các nền văn hóa bị một nền văn hóa khác lấn át, nhưng tác phẩm ấy có thể áp dụng ở thời điểm hiện tại cho các nước nằm trong môi trường phát triển kinh tế toàn cầu rộng lớn hơn. Khía cạnh thứ nhất, về sự sáp nhập, chỉ rõ việc từ bỏ bản sắc văn hóa độc đáo⁽¹⁾. Sự lựa chọn thứ hai chắc chắn là không mấy hấp dẫn đối với bất kỳ nhóm người nào vốn có quyền lựa chọn trong vấn đề này. Sự lựa chọn thứ ba, về việc nhấn mạnh tính đa dạng và khác biệt nhằm phát triển những hình thái mới và hoạt động mới, nhất định sẽ được nhiều nhóm người đang phát triển trong thế giới hiện đại quan tâm nhất. Sự lựa chọn này có thể biểu lộ khả năng về những bản sắc truyền thống riêng biệt cùng với khả năng thích ứng trong thị trường hiện đại.

IV. NGHỆ THUẬT, NGHỀ THỦ CÔNG VÀ TRUYỀN THỐNG

Việc tiếp thị cái gọi là “di sản” dưới hình thức nghệ thuật, nghề thủ công, nghi thức và lễ hội đã phát triển nhanh chóng và mang theo nó những biểu trưng của tính dân tộc và sắc tộc cũng như một cảm giác về truyền thống được dàn xếp bị ảnh hưởng bởi những tác động cả bên trong lẫn bên ngoài. Truyền thống có thể được thể hiện bằng sự đa dạng của những bối cảnh mang tính tượng trưng, nhưng chỉ có một số ít những biểu trưng về nghệ thuật hoặc văn hoá độc đáo mang tính bản địa được giới thiệu và tiếp thị cho du khách trong chương trình du lịch sắc tộc. Những nỗ lực mang tính nghệ thuật như vậy thường ít liên quan đến lịch sử thời nay của một tộc người mà họ đang đại diện, nhưng thay vào đó là những hình thức hấp dẫn có khả năng chuyển tải vô số những ý nghĩa

khác nhau vượt qua những ranh giới văn hóa biểu thị một cảm nhận không mạch lạc về cái tôi bẩm sinh, nhưng chưa phải một hình ảnh thống nhất về bản sắc dân tộc giành cho người quan sát bên ngoài⁽²⁾ (Berger, và đồng sự. 1973: 63-66). Trong nhiều trường hợp, khi một người tham gia vào việc sản xuất cái được hiểu là một món đồ mỹ nghệ truyền thống thì người đó vẫn có thể đang mưu cầu lợi ích từ khía cạnh văn hóa đặc thù nào đó chưa được tiêu chuẩn hóa để đại diện cho một truyền thống. Tuy nhiên, đối với người mua thì đồ vật ấy hay sự trình diễn ấy vẫn đại diện cho một chân dung văn hóa thống nhất mà họ có thể mang về nước, do vậy đó là nghệ thuật truyền thống. Hình thức nghệ thuật này sau đó trở thành một biểu trưng duy nhất đối với người ngoài cuộc về tính sắc tộc, dân tộc, hay về cái tôi của người sáng tạo/người bán và có thể giúp củng cố chính bản sắc đó cho người trong cuộc. Những người được du khách coi là truyền thống lại thường không nghĩ về mình như thế cho đến khi sức ép bên ngoài buộc họ phải nghĩ như vậy (Chambers 2000:95). Quá trình chế tác đồ thủ công mỹ nghệ mang nội hàm văn hóa cũng thường gây ra những vấn đề khi người ta coi việc sử dụng thiết kế bên ngoài vào sản xuất hàng tiêu dùng là sự chiếm đoạt hay đánh cắp nội hàm văn hóa và cuối cùng dẫn đến sự phá huỷ nền kinh tế quy mô nhỏ đã sản xuất ra chính mặt hàng đó.

Trên thực tế, cảm nhận về tổn thất văn hóa này của một số thành viên trong xã hội và những người ủng hộ họ có thể là kết quả của những thay đổi trong cái mà người ta coi là truyền thống. Nếu quan niệm về truyền thống bị vận động hoặc thay đổi trước áp lực của người tiêu dùng, thì một số mẫu hình mang tính truyền thống có thể trở thành lỗi mốt hoặc hết thời, đơn giản là bởi chúng không bán được. Ví dụ, nếu một thiết kế hàng may mặc mà người ta cho là có tính lịch sử và do đó mang tính truyền thống mà không bán được và phải cải biên để thay đổi quan niệm của du khách và tăng lượng bán, thì hình mẫu ban đầu của thiết kế đó có thể bị mất đi. Do vậy di sản của một xã hội nhỏ bị biến đổi bởi những tác động qua lại với hậu quả tư bản chủ nghĩa. Những người khác sẽ lập luận rằng, truyền thống phục vụ cuộc sống và bị giằng kéo trong khuôn khổ cái hiện tại (Chambers 2000:97). Lập luận sau thể hiện một quan điểm hiện hành và có lẽ là một quan điểm thực dụng về văn hoá và truyền thống. Biểu trưng văn hóa không ngừng được tái tạo và thay đổi bởi các lực lượng của thời hiện đại. Sự tương tác của một nền văn hóa này lên một nền văn hóa khác và những hệ quả của nó có thể thay đổi nhưng không vượt ra khỏi thời hiện tại. Lập luận này sau đó xoay quanh việc ai có quyền quyết định về tính biểu trưng vật chất của văn hóa hoặc, điều mà Erve Chamber gọi một cách nhã nhặn là “cơ quan hay sự chú ý thông báo về xây dựng truyền thống” (2000:97). Điều này dường như nói lên rằng, quyền đại diện là một cách giải quyết được thương thảo giữa người tạo ra vật thể và người mua vật thể đó.

Sự tương tác giữa óc thẩm mỹ của người tiêu dùng và các tiêu chuẩn truyền thống trở thành một vấn đề thương lượng về ranh giới mang tính lãnh thổ có thể xác định mức độ sáp nhập giữa những nền kinh tế nhỏ với hiện trạng toàn cầu rộng lớn hơn. Kimberly Grimes và Lynne Milgram chỉ ra trong “Những người thợ thủ công và hợp tác xã” rằng, sự lệ thuộc và đi vào mô hình tư bản chủ nghĩa có thể thay đổi tùy thuộc vào bối cảnh, nhưng có thể được điều hòa bởi vốn tư bản sẵn có thông qua nguồn thợ thủ công (2000:4). Các nhà kinh tế học và những người khác trước đó đã chỉ ra một xu thế vận động cần thiết theo hướng hiện đại và thị trường toàn cầu và vì thế đã bỏ rơi cơ cấu xã hội quy mô nhỏ cùng với các mạng lưới tương hỗ của chúng. Khả năng của loại văn hóa một chiều mang tính quốc tế này có lẽ là sự đơn giản hóa và cắt giảm quá mức những tác động của văn hóa. Tuy nhiên, các nền kinh tế nhỏ đang chịu sức ép lớn để không bị hòa tan trong hiện trạng toàn cầu rộng lớn hơn và buộc phải tìm cách duy trì sự tách biệt và chủ quyền. Grimes và Milgram chỉ ra rằng, cho dù các nền kinh tế nhỏ lệ thuộc vào thị trường quốc gia và toàn cầu để tiếp thị các sản phẩm của họ, nhưng việc sản xuất các mặt hàng truyền thống vẫn cho phép các nền kinh tế này tiếp cận mà không phải áp dụng những chuẩn mực của quan hệ tư bản chủ nghĩa (2000:5). Điều này ngụ ý rằng, quyền tự quản không nhất thiết phải được nhận biết khi công nhân trong nước bị sáp nhập vào lực lượng lao động quốc tế.

V. NGÀNH CÔNG NGHIỆP DU LỊCH

Cả Việt Nam và Navajo đều có sự hiện diện mạnh mẽ trên mạng máy tính toàn cầu với tư cách là những điểm đến du lịch quan trọng. Việt Nam gọi đây là “ngành công nghiệp không khói” của mình. Bất kỳ ai cũng có thể thấy những điểm tương đồng rõ rệt nếu mở các trang web đầy hấp dẫn về các điểm du lịch chính thức. Đây là trang web của Việt Nam:

Tỉnh Thanh Hóa quyến rũ du khách và khách tham quan với Bãi biển Sầm Sơn nổi tiếng. Nhưng không phải nhiều người biết rằng, nơi đây còn có thể thỏa mãn niềm ao ước được khám phá những hiện tượng thiên nhiên kỳ thú và chiêm ngưỡng quá khứ của dân tộc Việt Nam.

[http://www.vietnamtourism.com/update_info/e_index.asp]

Hoặc trang web này của quốc gia Navajo:

Tại đây, bạn có thể quay ngược trở lại thời gian và xem xem những người cổ đại – người Anasazi - đã sống hàng nghìn năm trước như thế nào... Từ những vách đá dựng đứng của Thung lũng Tượng đài đến những tia sáng lấp lánh từ Hồ Wheatfields (Cánh đồng lúa mì) trên núi Lukachukai, đây là đất nước của những sự đối lập vĩ đại.

[<http://www.discovernavajo.com/main.html>]

Những quảng cáo này đã thu hút ngày càng nhiều người tới hai đất nước trên. Tính thương mại trong du lịch sắc tộc sẽ đem lại những lợi ích tích cực cho người dân ở hai nước bằng việc khai thác du khách trong các dịch vụ về giao thông, nơi ăn nghỉ, nhà hàng, bảo tàng và các nguồn sản sinh thu nhập tương tự⁽³⁾. Bên cạnh tạo ra việc làm trong những ngành công nghiệp liên quan trực tiếp tới du lịch, người dân ở cả hai nước đang tham gia ngày càng nhiều vào việc sản xuất và bán các mặt hàng, sản phẩm thủ công mỹ nghệ, nghệ thuật truyền thống. Ngành công nghiệp du lịch lớn hơn tạo ra vốn ở cấp độ nhà nước và doanh nghiệp. Ở cấp độ thứ hai, doanh nghiệp tạo ra vốn trong khu vực tư nhân với những kết quả khả quan. Nó khuyến khích tăng trưởng kinh tế hộ gia đình và cá thể với một mức hỗ trợ tài chính tối thiểu từ bên ngoài. Nó đem đến cho những cá nhân trong nền văn hóa một cảm giác tự chủ trong việc quyết định đường hướng và sức mạnh bản sắc dân tộc và sắc tộc. Như đã đề cập ở phần trên, cấp độ doanh nghiệp cho phép sản xuất ra tư bản mà không bị cuốn vào các giá trị và chuẩn mực của chủ nghĩa tư bản. Tôi có thể đề xuất rằng, thị trường này làm được hơn một việc mà chưa được sách vở nhìn nhận. Nó cho phép tạo ra một phương pháp không tốn kém đánh giá hàng hóa để trao đổi trong tương lai và hàng hóa này khi được trao đổi trong thị trường quốc tế sẽ thực thi hai chức năng quan trọng. Chúng sản sinh doanh thu và ngoại tệ cả ở cấp độ quốc gia và địa phương và chúng trở thành những dấu mốc về bản sắc dân tộc cho một nhóm người nào đó và cả quốc gia nơi hàng hóa đó biểu trưng.

VI. KẾT LUẬN

Một cuộc điều tra không chính thức về các cửa hàng bán lẻ ở Indianapolis, Indiana, một thành phố cỡ trung bình của Mỹ, đã cho thấy 4 cửa hàng bán lẻ có hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam. Trong số này, một cửa hàng có hơn 11% hàng trong kho là các sản phẩm từ Việt Nam. Một cửa hàng khác là bán tạp phẩm phục vụ cho người Việt Nam ở vùng Trung Tây. Hai cửa hàng bán lẻ ở Indianapolis có bày bán các hàng thủ công mỹ nghệ của Navajo, cả hai cửa hàng này chỉ chuyên bán hàng thủ công mỹ nghệ của dân bản địa. Những cửa hàng này đại diện cho một sự quan tâm kinh doanh mới và đang ngày càng phát triển, một điều mà 4 năm trước không có. Hầu như tất cả số hàng hoá bày bán ở những cửa hàng này đều là đồ thủ công mỹ nghệ được chế tác ở cấp hộ gia đình để bán trong thị trường du lịch. Tất cả số hàng này đều được trưng bày như là mặt hàng “truyền thống” trong cả cách thiết kế bề ngoài và độ tinh xảo.

Điều này thể hiện một khuynh hướng quan trọng trong ngành công nghiệp du lịch cũng như trong kinh doanh quốc tế. Những năm qua, chỉ

có một cách duy nhất để có được một chiếc khăn quàng Sa Pa hoặc chiếc thảm trải sàn Navajo là bạn phải đến thăm những đất nước nơi chúng được sản xuất. Giờ đây, những hàng hoá này luôn sẵn có bán ở cả những nước khác và ngày càng trở nên thông dụng. Ngành công nghiệp du lịch đã tạo ra những khuynh hướng cho phép phổ biến những mặt hàng đó. Bởi vì những mặt hàng này được sản xuất tại cấp hộ gia đình nên người sản xuất ra chúng không thể tiến hành nghiên cứu thị trường hoặc không đủ khả năng chi phí cho việc xuất khẩu sản phẩm đó tới một thị trường còn bí ẩn. Thị trường được tạo ra bằng việc đưa khách hàng tới với sản phẩm, còn việc thử nghiệm nghiên cứu thị trường một cách sâu rộng có thể mang đến chút rủi ro cho nhà sản xuất. Sự thử nghiệm này bao gồm cả việc nghiên cứu thiết kế một cách cẩn trọng và tái tạo lại thiết kế truyền thống nhằm thu hút thị trường nước ngoài. Khái niệm về “truyền thống đàm phán” có lẽ là một lĩnh vực mơ hồ và nhạy cảm nhất trong quá trình này.

Việc trưng bày mẫu thiết kế tượng trưng có khả năng thể hiện bản sắc riêng hoặc chung trước đông đảo những người ngoài cuộc có thể tạo cơ hội cho những người được phép xây dựng truyền thống thảo luận công khai và thậm chí là cả những cuộc tranh luận rộng rãi hơn về ý nghĩa khái niệm của bản thân truyền thống. Rõ ràng ngành công nghiệp du lịch và thương mại quốc tế mà nó tạo ra đang thay đổi cách mà người ta vẫn bàn về truyền thống. Nếu truyền thống bắt nguồn từ một vài cảm giác về lịch sử hay di sản không thay đổi, thì du lịch và những hệ quả của nó có thể được xem là tiêu cực. Tuy nhiên, nếu truyền thống được tái tạo một cách nhất quán trong hiện tại và những phương tiện tạo ra truyền thống được chế ngự phần lớn bởi những người mà nó đại diện, thì du lịch có thể được xem là một động lực tích cực trong sự sáng tạo của một bản sắc dân tộc hiện đại.

Neil Mamieson viết về đặc tính của thuyết âm và dương trong xã hội Việt Nam. Những thuật ngữ này cho ta lời giải thích về những lực lượng mà chúng ta đã nói đến về hoạt động trong xã hội hiện đại (1995:1-41). Những quan điểm của chủ nghĩa thực dân và chủ nghĩa thực dân mới về các cường quốc kinh tế lớn và những thể chế tài chính hỗ trợ cho chúng chứa đựng một giả định cố hữu cho rằng, những nền văn hoá nhỏ là lạc hậu nhất và thường đòi hỏi đồng hoá vào mô hình chủ nghĩa tư bản toàn cầu như là một điều kiện cho khoản tài trợ phát triển. Hệ tư tưởng theo quy luật này liên quan đến tính hợp lý đã được chính thức bàn đến trước đó và biểu lộ hệ tư tưởng mang tính dương. Quan niệm cho rằng, con người có quyền lựa chọn phương tiện hoặc lực đẩy trong sự phát triển bản sắc và sinh kế chính là sự hợp lý thực sự và là tính âm của cái hiện đại. Những miêu tả này thể hiện tính lô-gích của hệ tư tưởng theo quy luật so với với hệ tư tưởng theo giá trị. Chúng có thể được dùng để bối cảnh hoá phương diện truyền thống rộng lớn hơn cũng như cái hiện đại tại nhiều nước và hy vọng tạo ra những hiểu biết mới về vị trí của những giá trị truyền thống trong thế giới đang phát triển.

CHÚ THÍCH

1. Mặc dù Barth cho rằng, giảm sự khác biệt về văn hóa không có cách nào tương quan với sự sụp đổ của các quá trình duy trì ranh giới, nhưng về sau ông nói rằng, lựa chọn thứ nhất này sẽ sản sinh ra một nhóm sắc tộc thiếu bản sắc và vị thế trong một hệ thống xã hội rộng lớn hơn.
2. Berger và Keller thảo luận các vấn đề về tính đa nguyên của những thế giới sinh tồn khi liên hệ tới tính hiện đại đối lập với những thế giới sinh tồn thống nhất trong "Tâm hồn vô gia cư". Nhận định của tôi ở đây về tính đa nguyên có thể ngược lại với ý định của hai ông nhưng phải tính tới ý nghĩa của sự biểu trưng đối lập với cảm quan rộng hơn về ý nghĩa liên quan tới trật tự xã hội.
3. Các tác giả có kiến thức về chủ đề du lịch được chia ra làm hai về tác động văn hóa của du lịch và tác động của du lịch lên văn hóa. Một vài người như Bodley (1999) có quan điểm tiêu cực và coi du lịch là một sự ảnh hưởng mang tính phá hoại lên những gì nó tác động. Những người khác như Chambers cho rằng, du lịch là một động lực tích cực, nó cho người ta quyền kiểm soát cuộc sống và nền kinh tế của họ trong thế giới hiện đại. Davydd Greenwood trong "Văn hóa trong rào chắn" kết thúc bài viết năm 2004 của mình bằng cách nói rằng, việc giới thiệu nghiên cứu và đánh giá về du lịch thường là "tự phục vụ mình" và có lẽ chỉ "đưa ra một cách nhìn phiến diện đối với tiến trình này" (2004: 166-167).

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Barth, Frederick 1969, *Các nhóm sắc tộc và đường biên giới*, George Allen & Unwin. London, U.K.
2. Berger, Berger, và Kellner 1974, *Tâm hồn vô gia cư*, Random House, New York, NY USA.
3. Bernstein, Crow, và Johnson 1992, *Đời sống nông thôn: Khủng hoảng và phản ứng*. Nxb Đại học Oxford. Oxford U.K.
4. Bodley, John H. 1999, *Những nạn nhân của sự tiến bộ*. Công ty xuất bản Mayfield. Mountain View. Ca. USA
5. Chambers, Erve, *Những chuyến đi Bản địa: nhân chủng học của đi lại và du lịch*. Nxb Waveland. Long Grove. Il, USA.
6. Fforde, Adam and Stefan De Vylder 1996, *Từ kế hoạch đến thị trường: Sự chuyển đổi kinh tế ở Việt Nam*, Nxb Westview, Boulder, Co. USA.
7. Gmelch, Sharon Bohn 2004, *Du khách và du lịch: Một độc giả*. Nxb Waveland. Long Grove, Il. USA
8. Greenwood, David J. 2004. *Nền văn hoá của đồng Bằng trong du khách và du lịch: Một độc giả*. Nxb Waveland. Long Grove, Il. USA.
9. Griffin, Keith 1998. *Đổi mới kinh tế ở Việt Nam*. Nxb St. Martin Inc. New York, NY USA.
10. Grimes, and Milgram 2000. *Thợ thủ công và hợp tác xã*. Đại học Tổng hợp Arizona xuất bản Tuscon, Az. USA
11. Grimes, Kimberly M. 2000, *Dân chủ hoá nền sản xuất và thương mại quốc tế: Tổ chức Thương mại thay thế Bắc Mỹ trong thợ thủ công và hợp tác xã*. Đại học Tổng hợp Arizona xuất bản Tuscon, Az. USA.

12. Hardy, Andrew 2003. *Red Hills: Người di cư và nhà nước ở vùng cao Việt Nam*. Đại học Tổng hợp Hawaii xuất bản. Honolulu, Hawaii, USA.
13. Halperin, Rhoda H. 1998. *Cộng đồng thực hành*. Đại học Tổng hợp Texas xuất bản. Austin Tx. USA.
14. Halperin, Rhoda H. 1994, *Những nền kinh tế văn hoá: Quá khứ và hiện tại*. Đại học Tổng hợp Texas xuất bản. Austin Tx. USA.
15. Harvie, Charles and Tran Van Hoa 1997, *Những cái cách ở Việt Nam và sự tăng trưởng kinh tế*. Nxb St. Martin's Inc. New York, NY USA.
16. Hiebert, Murray 1996, *Đuổi theo những con hổ: Một bức chân dung của nước Việt Nam mới*. Kondansha International. New York, NY. USA.
17. Jamieson, Neil 1995, *Hiểu về Việt Nam*. Đại học Tổng hợp California xuất bản. Berkeley, Ca. USA.
18. Leinbach, Thomas R. and Richard Ulack 2000, *Đông Nam Á: Đa dạng và phát triển*. Prentice Hall. Upper River, NJ USA.
19. M'Closkey, Kathy 2000, *Thời không việc dành cho đồng tiền lẻ: Di sản về Sản xuất thủ công của Phụ nữ Navajo*. Trong *Thợ Thủ công và Hợp tác xã*. Đại học Tổng hợp Arizona xuất bản Tuscon, Az. USA.
20. Nguyễn Văn Huy and Laurel Kendall 2003, *Việt Nam: Hành trình của trí tuệ, thân xác và linh hồn*. Đại học Tổng hợp California xuất bản. Berkeley and Los Angeles Ca. USA.
21. Polanyi, Karl 1944, *Sự chuyển đổi to lớn*. Farrer & Rinehart, Inc., New York and Toronto.
22. Ritzer, George 1998, *Lý thuyết Weberian về hợp lý hoá và Mc Donald hoá xã hội đương đại trong việc soi sáng đời sống xã hội*. Pine Forge Press. Thousand Oaks Ca. USA.
23. Taylor, Phillip 2001, *Những mảnh vỡ của hiện tại*. Allen and Unwin. Crows Nest NSW. Australia.
24. Wolff, Peter 1999, *Việt Nam - sự chuyển đổi chưa hoàn tất*. Antony Rowe Ltd. Chippenham, Wilts, UK.

Những bài tham khảo trên Internet

http://www.vietnamtourism.com/update_info/e_index.asp

<http://www.discovernavajo.com/main.htm>