

VĂN HÓA CHỢ NỔI TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

NGUYỄN TRỌNG NHÂN*

1. Lịch sử hình thành và phát triển chợ nổi

Cách đây khoảng 5.000 đến 2.500 năm, con người đã có mặt trên vùng đất Đông Nam Bộ, trong đó có phần tiếp giáp với đồng bằng sông Cửu Long ngày nay. Họ là những người thuộc nhóm nhân chủng Indônêdiên nói tiếng Nam Đảo (Huỳnh Lúa, 2000; Nguyễn Quang Ngọc và cộng sự, 2006).

Dựa vào các di chỉ khảo cổ, nhiều nhà Sử học cho rằng đến khoảng thế kỉ đầu Công nguyên mới có con người định cư ở vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Các địa điểm gắn với quá trình sinh sống của con người thời đó bao gồm: Đồng Tháp Mười (Đồng Tháp); Óc Eo - Ba Thê (An Giang); Đá Nổi, Nền Chùa, Tân Long (Kiên Giang); U Minh, Năm Căn (Cà Mau), v.v. Có thể những cư dân cổ đã di chuyển dần từ vùng Đông Nam Bộ xuống và thành lập nên vương quốc Phù Nam với một nền văn hóa rực rỡ vào thế kỉ II (Huỳnh Lúa, 2000; Nguyễn Quang Ngọc và cộng sự, 2006).

Đến cuối thế kỉ VI, vương quốc Phù Nam bị xóa tên bởi tiểu vương quốc Kambuja hay Campuchia, Chân Lạp (Phạm Côn Sơn, 2005; Nguyễn Quang Ngọc và cộng sự, 2006). Trong tác phẩm “Tiền trình lịch sử Việt Nam”, Nguyễn Quang Ngọc và cộng sự cho rằng: “*Phù Nam không phải là đế quốc đã được tổ chức thống nhất thành một bộ máy cai trị và bóc lột, mà chỉ là sự tập hợp của những tiểu quốc, trong đó bộ phận chủ yếu của nó là chủ nhân của nền văn hóa Óc Eo, v.v. Vùng đất này vào cuối thế kỉ VI đã bị người Chân Lạp (Khmer) thôn tính*”. Do sự thống trị của người Chân Lạp rất hình thức và lỏng lẻo, nên vùng này từ thế kỉ VII cho đến thế kỉ XVI chỉ có một số ít cư dân Khmer sinh sống lẻ tẻ, rải rác trên các giồng đất cao, các vùng đồi núi ven sông Tiền và sông Hậu. Do số lượng dân cư ít cùng với trình độ kỹ thuật thấp kém, nên kết quả khai phá, mở đất chưa nhiều và được xem như là vô chủ.

Từ đầu thế kỉ XVII, trên vùng đất đồng bằng sông Cửu Long bắt đầu xuất hiện lớp cư dân mới, phần lớn là những nông dân và thợ thủ công

* ThS. Trường Đại học Cần Thơ.

nghèo khổ ở các tỉnh miền Trung do không chịu được sự áp bức, bóc lột của giai cấp phong kiến, những thiệt hại mất mát do cuộc chiến tranh dai dẳng giữa hai tập đoàn Trịnh - Nguyễn, họ buộc phải di cư vào đây để tìm phương kế sinh sống. Địa bàn cư trú và canh tác đầu tiên là ở bờ sông Vàm Cỏ Tây, bờ Bắc sông Tiền và các cù lao nơi cửa sông Tiền. Khu vực này khá rộng lớn và không bị ngập lụt, bao gồm: Tân An, Cay Lậy, Gò Công, Mỹ Tho, v.v. Ở Nam sông Tiền, lưu dân người Việt cũng đến sinh sống và khai khẩn trên vùng đất giống như Mỏ Cày của Bến Tre. Ở khu vực Trà Vinh, Sóc Trăng cũng có một ít lưu dân người Việt đến cư trú lẫn lộn với người Khmer (Huỳnh Lúa, 2000).

Vào cuối thế kỷ XVII, ở vùng Đồng bằng sông Cửu Long còn có một số người Hoa đến từ các tỉnh Quảng Đông, Quảng Tây, Phúc Kiến của Trung Quốc. Họ đa số là quan quân nhà Minh không chịu khuất phục triều đình Mãn Thanh đã đến Mỹ Tho (1679) và Hà Tiên (1680) do Dương Ngạn Địch và Mạc Cửu thống lĩnh. Tiếp sau đó, lần lượt nhiều người dân nghèo thuộc các tỉnh Triều Châu, Hải Nam, Quảng Đông, Phúc Kiến của Trung Quốc dắt díu nhau nhập cư vào vùng Đồng bằng sông Cửu Long ngày một đông. Vùng Rạch Giá, Hà Tiên, Cà Mau được người Việt, người Hoa khai khẩn ruộng đất, canh tác, sinh sống cùng với cư dân bản địa người Khmer (Huỳnh Lúa, 2000; Nguyễn Văn Hiếu, 2003).

Thế kỉ XVIII, nhiều nơi khai phá ở vùng Đồng bằng sông Cửu Long từ người Việt, người Hoa, người Khmer ở các thế kỷ trước lần lượt thuộc chủ quyền của chúa Nguyễn. Năm 1708, Mạc Cửu đem đất Hà Tiên bao gồm 7 xã thôn (Phủ Quốc, Càn Bột, Rạch Giá, Lũng Kè, Hương Úc, Cà Mau, v.v) dâng cho chúa Nguyễn Phước Chu. Năm 1756, Nặc Nguyên xin dâng hai phủ Tầm Bôn và Lôi Lạp, sau này trở thành hai phủ Tân An và Gò Công cho chúa Nguyễn Phước Khoát để chuộc tội (không nộp cống liên tiếp 3 năm lại còn thông sứ với chúa Trịnh âm mưu đánh chúa Nguyễn để cướp lại các phần đất trên vùng Thủy Chân Lạp) và xin về nước. Năm 1757, Nặc Nguyên mất, chú họ là Nặc Nhuận làm giám quốc, từ lâu đã có ý muốn làm vua Chân Lạp liền dâng hai xứ Preáh Trapeang và Bassac (tức vùng Trà Vinh, Ba Thắc) cho chúa Nguyễn Phước Khoát. Cũng trong năm ấy, Nặc Nhuận bị con rể giết chết cướp ngôi. Con trai Nặc Nhuận là Nặc Tôn chạy sang cầu cứu Hà Tiên. Mạc Thiên Tứ xin chúa Nguyễn Phước Khoát cho Nặc Tôn làm vua Chân Lạp. Chúa Nguyễn chấp thuận và sai Mạc Thiên Tứ cùng tướng sĩ đưa Nặc Tôn về nước. Để tạ ơn, Nặc Tôn dâng đất Tầm Phong Long (thuộc các tỉnh Tiền

Giang, Đồng Tháp, Vĩnh Long và An Giang ngày nay) cho chúa Nguyễn. Riêng họ Mạc, Nặc Tôn dâng năm phủ là Hương Úc, Cần Bột, Trực Sâm, Sài Mạt và Linh Quỳnh để tạ ơn giúp đỡ. Mạc Thiên Tứ đem đất ấy dâng chúa Nguyễn. Chúa Nguyễn cho sáp nhập vào trấn Hà Tiên và giao cho họ Mạc cai quản. Mạc Thiên Tứ chia chỗ đất đó thành hai đạo: xứ Rạch Giá là Kiên Giang đạo, xứ Cà Mau là Long Xuyên đạo (Nguyễn Văn Hiếu, 2003; Trần Trọng Kim, 2005).

Như vậy, công cuộc Nam tiến của người Việt trên vùng đất Đồng bằng sông Cửu Long cơ bản hoàn thành vào năm 1757 dưới thời chúa Nguyễn Phước Khoát trị vì ở xứ Đàng trong. Tuy nhiên, việc khai khẩn đất đai và định cư chưa phân bố đều khắp vùng do điều kiện thiên nhiên cản trở (đất thấp trũng sinh lầy, rừng hoang cỏ rậm, thú dữ, cá sấu, muỗi mòng, rắn rết, v.v). Nhiều câu ca dao nói lên sự lo sợ của lưu dân thời bấy giờ trước khung cảnh thiên nhiên ở vùng đất này: “Đến đây xứ sở lạ lùng, con chim kêu phải sợ, con cá vùng phải kinh”; “Chèo ghe sợ sấu cắn chân, xuống sông sợ địa, lên rừng cọp um”.

Cùng với người Khmer, lớp dân cư mới bao gồm nhiều thành phần dân tộc, trong đó người Việt đóng vai trò là chủ thể đã đoàn kết, tương trợ nhau đẩy mạnh công cuộc khai khẩn có quy mô ở vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Từ đó, cảnh quan của vùng từng bước được thay đổi: xóm làng trù mật, ruộng đồng phì nhiêu, nhiều thị tứ, trung tâm dân cư được thiết lập.

Thế kỉ XVIII, ở vùng Đồng bằng sông Cửu Long, việc sản xuất hàng hóa bắt đầu phát triển đã kéo theo nhu cầu buôn bán hàng hóa của người dân. Nhiều thị tứ và tụ điểm mua bán đã ra đời và trở thành trung tâm thương mại, giao dịch nổi tiếng như: thương cảng Hà Tiên, Bãi Xàu (Mỹ Xuyên ngày nay), chợ phố Mỹ Tho, Sa Đéc, Nha Môn, Long Hồ, Hưng Lợi, v.v (Huỳnh Lúa, 2000). Phố xá liền nhau như vẩy cá, trông ra sông lớn, kẻ qua lại thường đậu thuyền ở đây đợi con nước lên rồi theo dòng nước đi xuống Đông hay là lên Tây, cho nên trên sông có nhiều xuồng chở bán đồ ăn, trong ấy có người bán thịt lợn luộc chín, v.v.

Qua những cụm từ “ghe thuyền đậu đầy bến”, “ghe thuyền ở các ngã sông biển đến đậu đông đúc” và “trên sông có nhiều xuồng chở bán đồ ăn” có thể kết luận, vào thế kỉ XVIII các hoạt động mua bán trên sông ở vùng Đồng bằng sông Cửu Long đã phát triển, nhưng việc mua bán chủ yếu diễn ra ở các chợ phố. Nơi nào có phố xá, dân cư thường đến mua và bán hàng hóa, phương tiện đi lại của họ chủ yếu là ghe, xuồng tạo nên sự

đồng đúc cả khúc sông. Bên cạnh đó, đã xuất hiện dịch vụ buôn bán đồ ăn trên sông nhằm phục vụ khách thương hồ. Đây được xem là xuất phát điểm cho việc ra đời chợ nổi.

Năm 1819, vua Gia Long sai Huỳnh Công Lý đốc xuất dân phu đào kênh An Thông nối liền từ cầu Bà Thuồng đến kênh Ruột Ngựa để thuận tiện cho việc đưa sản phẩm từ Tiền Giang lên Sài Gòn (Sơn Nam, 2005). Đầu thế kỉ XIX, các hoạt động mua bán trên sông diễn ra nhộn nhịp hơn, đặc biệt là việc đào kênh để tiện cho việc lưu thông hàng hóa giữa các thị trường đầu mối. Cụm từ “lưu thông khắp ngã” gắn với đặc điểm của chợ nổi ngày nay.

Từ năm 1908, đầu mối quan trọng về đường thủy là chợ Ngã Bảy thành hình, hội tụ đường sông, đường bộ từ phía tây nam lên Tiền Giang và Sài Gòn - Chợ Lớn, v.v. Dọc bờ kênh, nhà cửa cất ngay hàng như ở đường phố, tàu thuyền qua lại, v.v (Sơn Nam, 2005). Sau đó ít lâu chợ nổi cũng được hình thành ở tại Ngã Bảy này.

Theo lời kể lại của nhiều người lớn tuổi, chợ nổi Cái Răng được hình thành vào những năm đầu của thế kỷ XX khi các ghe chở hàng gia dụng, gốm sứ từ Biên Hòa, Sài Gòn, Lái Thiêu xuống; các ghe chở lá lợp nhà, chiếu, than đước, cà ràng từ miệt Cà Mau, Rạch Giá lên tụ họp, mua bán.

Từ những cứ liệu trên có thể rút ra một vài nhận định về lịch sử hình thành và phát triển chợ nổi ở vùng Đồng bằng sông Cửu Long như sau:

Thế kỉ XVIII là thời kì chợ nổi mạnh nहा cạnh các chợ phố dọc hai bờ sông Tiền.

Cuối thế kỉ XIX, đầu thế kỉ XX, chợ nổi được hình thành không chỉ ở ven sông Tiền mà còn mở rộng xuống ven sông Hậu, điển hình là vùng đất Cần Thơ, Hậu Giang, Sóc Trăng. Tuy nhiên, thời điểm này cung cách mua bán chưa chuyên nghiệp và đa ngành hàng, một số dịch vụ trên sông đã có nhưng lẻ tẻ.

Từ năm 1945 đến năm 1975, miền Nam nói chung, Đồng bằng sông Cửu Long nói riêng còn chịu sự cai trị của chính quyền Mỹ - Ngụy, nên nhiều chợ nổi không hoạt động. Một mặt do việc tụ tập ghe, xuồng đông đúc ở thị tứ, khó kiểm soát về mặt an ninh, nên chính quyền cũ không khuyến khích. Mặt khác, do nhiều ruộng rẫy, vườn tược bị bom đạn tàn phá hoặc bị bỏ hoang không sản xuất, nên nông sản ngày càng ít đi, các hoạt động mua bán trên sông thưa vắng.

Khi miền Nam hoàn toàn được giải phóng, tức sau ngày 30 tháng 4 năm 1975 cho đến nay, chợ nổi định hình và phát triển rộng khắp ở vùng Đồng bằng sông Cửu Long với cung cách mua bán chuyên nghiệp và đa ngành hàng.

2. Nguyên nhân ra đời chợ nổi

Chợ nổi vùng Đồng bằng sông Cửu Long ra đời gắn liền với điều kiện tự nhiên, điều kiện sản xuất hàng hóa và tập quán đi lại trên sông của người dân. Có nhiều nguyên nhân dẫn đến việc ra đời và phát triển của chợ nổi:

Thứ nhất, *sự phát triển ngày càng nhanh của ngành nông nghiệp dẫn đến hàng nông sản dư thừa cần có nơi tiêu thụ nhanh, đồng thời đảm bảo giá cả*. Xuất phát điểm của chợ nổi gắn liền với miệt vườn, nơi người dân sản xuất với quy mô và sản lượng lớn nhiều loại cây ăn trái và nhiều loại hoa màu. Đây là các loại hàng hóa dễ hỏng và dễ mất giá khi phải tích trữ một thời gian. Do nhu cầu tiêu thụ nhanh các loại hàng hóa trên, nên các chợ nổi Cái Bè, Trà Ôn, Cái Răng, Phong Điền ra đời rất sớm. Theo thời gian, các mặt hàng khác như: thủ công gia dụng; hàng gia dụng thiết yếu; bông kiếng cũng xuất hiện trên chợ nổi.

Thứ hai, *sự thuận lợi về điều kiện tự nhiên, cụ thể là mạng lưới sông ngòi*. Mạng lưới sông ngòi ở vùng Đồng bằng sông Cửu Long được hình thành do sự tác động của hai yếu tố tự nhiên và nhân tạo, trong đó yếu tố tự nhiên đóng vai trò quan trọng hơn. Điểm đặc biệt khó có được ở các vùng khác trên lãnh thổ Việt Nam là tại các ngã ba, ngã tư, ngã năm thậm chí ngã bảy sông lại hội tụ thêm các yếu tố không quá rộng nhưng không hẹp, không quá sâu nhưng không cạn, nước không chảy xiết là môi trường lý tưởng cho việc neo đậu, mua bán. Đây được xem là nhân tố quan trọng góp phần làm nên chợ nổi và nó cũng có thể lý giải vì sao ở các vùng khác trên lãnh thổ Việt Nam mặc dù có nhiều sông ngòi, kênh rạch nhưng lại không thể hình thành nên chợ nổi và ngay cả trong vùng Đồng bằng sông Cửu Long cũng không phải nơi nào có ngã ba, ngã tư đều có chợ nổi.

Thứ ba, *nếu căn cứ vào thời gian lúc chợ nổi mới được hình thành thì điều kiện đi lại, mua bán trên đường bộ thật sự chưa tiện lợi*. Lúc bấy giờ đường xá chưa phát triển, trong khi người dân Nam Bộ đã có thói quen dùng ghe, xuồng và rất thành thạo trong việc dùng ghe, xuồng để đi lại và chuyên chở hàng hóa kể từ khi họ đến định cư ở vùng đất này.

Thứ tư, *thế kỉ XVIII - XIX cho đến nay*, phần lớn người dân sinh sống ở vùng Đồng bằng sông Cửu Long vẫn là nông dân và tiểu thương. Đối với nông dân, những hộ có nhiều ruộng đất để canh tác nông nghiệp họ có nhu cầu bán hàng sản xuất, còn những hộ không có đất canh tác phải làm đủ nghề trong đó có nghề thương hồ. Riêng tiểu thương, họ mưu sinh chủ yếu dựa vào việc mua bán, trong đó có người hành nghề trên sông. Vì hoàn cảnh sống của cư dân như đã phân tích cũng góp phần làm nên chợ nổi.

Thứ năm, *thông thường sông là nơi không thuộc quyền sở hữu của riêng ai*. Đây là điểm thuận lợi cho những người mua và người bán khi họ không xác lập được một địa điểm mua bán ở chợ trên bờ. Ban đầu chỉ có một số người tụ tập mua bán, theo thời gian số lượng ghe xuồng đông thêm và nơi đó trở thành cái chợ. Thêm vào đó, mua bán ở chợ trên bờ phải đóng thuế nhà đất trong khi mua bán ở chợ nổi không phải thực hiện nghĩa vụ ấy.

Thứ sáu, *phương thức mua bán trên chợ nổi hiệu quả*.

Ban đầu các chợ nổi chỉ xuất hiện và phổ biến ở những tỉnh dọc sông Tiền và sông Hậu (chợ nổi Cái Bè, Trà Ôn, Cái Răng, Ngã Bảy, v.v). Nhưng trong những năm gần đây đã lần lượt xuất hiện thêm nhiều chợ nổi khác như: Chợ nổi Cà Mau (Cà Mau), Vĩnh Thuận (Kiên Giang), Long Xuyên (An Giang), v.v. Điều này cho thấy tính hiệu quả trong hoạt động mua bán ở chợ nổi và vì vậy nảy sinh nhu cầu và ý tưởng về sự kế thừa và phát triển mô hình chợ nổi ở những nơi có điều kiện thích hợp.

Thứ bảy, *mối quan hệ rất mật thiết giữa chợ nổi và chợ phố và chính chợ phố đã tạo điều kiện để chợ nổi ra đời*. Nơi nào có chợ nổi nhất định ở đó có chợ phố. Chẳng hạn, chợ nổi Cái Bè nằm ngay chợ phố cùng tên, chợ nổi Ngã Năm, Ngã Bảy và các chợ nổi khác cũng không ngoại lệ. Một là, chợ phố cung cấp các dịch vụ cần thiết cho những cư dân chợ nổi trong thời gian mua bán; hai là, chợ phố tiêu thụ một khối lượng lớn hàng hóa từ chợ nổi. Vì vậy, chợ phố là tác nhân quan trọng thúc đẩy việc hình thành chợ nổi.

3. Đặc điểm của chợ nổi

Chợ nổi là một hình thức giao thương, mua bán đặc thù của cư dân sông nước vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Tính đặc thù của chợ nổi thể hiện ở vị trí nhóm chợ; thời gian diễn ra mua bán; cách mời gọi khách hàng; và được hình thành một cách tự phát, tự quản.

Chợ nổi nằm ở nơi sông chính có một hoặc vài nhánh sông nhỏ hơn đổ ra. Thông thường nơi chợ nổi ra đời là ngã ba, ngã tư, ngã năm, đôi khi có tới ngã bảy. Chẳng hạn, chợ nổi Cái Răng là nơi hợp lưu của các sông: Cần Thơ, Đàng Sầu, Cái Răng Bé và Cái Sơn; nơi gặp nhau của các sông: Cái Côn, Lái Hiếu, Mương Lộ, Mang Cá, Xẻo Vòng, Xẻo Môn, Quan Lộ làm nên chợ nổi Ngã Bảy¹, v.v. Đặc điểm này làm cho quy mô và mật độ ghe xuồng ở chợ nổi lớn và đông đúc. Vào những ngày thường, chợ nổi Cái Răng có khoảng 400 - 500 lượt ghe, xuồng tụ tập mua bán, trong khi vào những ngày giáp Tết số lượng lên đến khoảng 1.000; đối với chợ nổi Cái Bè số lượng cũng không dưới 500 ghe, xuồng mỗi ngày. Các loại hàng hóa được bày bán ở chợ nổi bao gồm: nhóm hàng nông sản (cam, quýt, ổi, mận, xoài, xu hào, bắp cải, ớt, hành lá, v.v); nhóm hàng thủ công, gia dụng (lu, hũ, khay, chén, v.v); hàng thực phẩm được chế biến sẵn (bún, cơm, bánh bò, bánh tét, v.v); hàng gia dụng thiết yếu hàng ngày (nước mắm, bột ngọt, quần áo, giày dép, v.v).

Thời gian diễn ra hoạt động mua bán sớm và thời gian kết thúc cũng sớm trong ngày. Khác với chợ trên bờ, thời gian chợ nổi bắt đầu nhóm họp vào khoảng 3 giờ, và đông nhất vào lúc 5 - 6 giờ, đến khoảng 8 giờ chợ thưa dần và sau đó các hoạt động mua bán chỉ rải rác và kết thúc khoảng lúc 10 giờ sáng. Mỗi ngày cứ tiếp diễn như vậy, duy chỉ những ngày giáp Tết hoạt động mua bán của chợ mới diễn ra sớm hơn (khoảng 2 giờ sáng đã bắt đầu) và kéo dài lâu hơn (đôi khi cả ngày). Nhìn chung, thời gian buôn bán ở chợ nổi là thế, nhưng do đặc thù của từng chợ và từng thời điểm, nên thời gian có xê dịch đôi chút.

Cách mời gọi khách hàng thông qua "cây bèo". Cây bèo là cây sào dài được cắm trước mũi ghe hoặc mũi ghe để treo các thứ hàng hóa cần bán lên trên ấy. Từ thói quen dùng cây bèo để đuổi chim, người dân thương hồ đã biết dùng nó để chào hàng. Không gian chợ nổi mênh mông, ghe xuồng lưu thông đông đúc, tiếng máy nổ trên sông, tiếng xe chạy trên bờ át cả tiếng rao hàng. Để tiện cho bạn hàng đến mua, đồng thời giới thiệu được sản phẩm cần bán (trái cây, rau, củ), mỗi chủ ghe hàng đều dùng đến cây bèo. Đối với các mặt hàng thủ công gia dụng, hàng thực phẩm được chế biến sẵn, hàng gia dụng thiết yếu hàng ngày dân thương hồ không dùng cách tiếp thị này, mà họ để trong ghe hoặc

¹ Theo Phạm Côn Sơn, bảy nhánh sông tạo nên Ngã Bảy, bao gồm: Bùn Tàu, Mang Cá, Xẻo Môn, Xẻo Đông, Cái Hiếu, Cái Côn và Sóc Trăng.

chất lên mui ghe. Một khi người dân treo tấm lá lợp nhà lên cây bẹo cũng đồng nghĩa với việc họ muốn bán ghe, tức “bán nhà” luôn.

Chợ nổi được hình thành một cách tự phát và tự quản. Do tính tự phát và tự quản đã dẫn đến “lợi bất cập hại” ở chợ nổi. Lợi ích thấy rõ nhất là ai cũng có thể tham gia mua bán được và không tốn kinh phí cho việc xây dựng chợ. Tuy nhiên, cũng có nhiều bất lợi, đó là tình trạng thiếu nề nếp trong mua bán và vấn đề ô nhiễm môi trường do sự thiếu ý thức của người dân gây nên.

4. Văn hóa chợ nổi trong phát triển du lịch vùng Đồng bằng sông Cửu Long

Không phải ngẫu nhiên mà nhiều du khách trong và ngoài nước khi đến Đồng bằng sông Cửu Long đều chọn chợ nổi (Cái Bè, Cái Răng, Ngã Năm, Ngã Bảy, Cà Mau, v.v) làm nơi đến trong các chuyến du lịch của mình. Ngoài vị trí địa lý và khả năng tiếp cận dễ dàng; hàng hóa đa dạng, đặc trưng cho vùng Đồng bằng sông Cửu Long; cảm giác đi thuyền trên sông thú vị; họ còn tìm đến chợ nổi vì các yếu tố văn hóa bản địa đặc sắc như: phương thức mua bán khác lạ với chợ trên bờ; đời sống, sinh hoạt và sự thân thiện, mến khách của người dân mua bán trên sông.

Phương thức mua bán: Phương tiện mua bán ở chợ nổi phần lớn là ghe, xuồng với chiếc to chiếc nhỏ đủ cỡ. Điều thú vị là trên mũi ghe có đáng vẻ như đôi mắt, nhưng kiểu cách từng tỉnh có sự khác nhau. Trên mỗi ghe người dân thường cắm một cây bẹo trước mui hoặc mũi với nhiều loại hàng hóa được mắc trên ấy. Buổi sáng sớm khi đến chợ nổi chúng ta dễ dàng bắt gặp những cây bẹo nhô lên như những cột “ăng ten” di động dưới sông. Cây bẹo này treo vài trái khóm, cây bẹo khác treo vài củ sắn, củ khoai, su hào, bắp cải, bí rợ... Những cây bẹo khác lại treo thành từng chùm các loại trái cây, rau củ: chôm chôm, nhãn, bòn bon, củ hành, ớt, v.v. Sự đa dạng về các loại rau, củ, quả cùng với sự khác biệt về màu sắc tạo nên khung cảnh đầy sắc màu và thêm vui mắt. Từ lâu cây bẹo đã trở thành hình ảnh tô điểm làm rạng ngời thêm nét đẹp của văn hóa chợ nổi. Có thể nói, hình ảnh cây bẹo không chỉ đi vào báo chí, phim ảnh mà còn để lại ấn tượng sâu sắc không bao giờ quên được đối với mỗi du khách khi đến tham quan chợ nổi. Trong tất cả các bài báo cũng như các đoạn phóng sự về chợ nổi, hình ảnh cây bẹo lúc nào cũng được ghi nhận và nhắc đến. Còn đối với khách nước ngoài khi đến tham quan, trước hết họ trầm trồ khen ngợi và sau đó lấy máy chụp lại vài bức ảnh. Người dân thương hồ tính tình rất phóng khoáng, nên việc mua bán diễn

ra rất nhanh, “thuận mua vừa bán” chứ không đến nỗi kèo nài, ngả giá lâu lắc như chợ trên bờ. Cách thức giao hàng của dân thương hồ ở chợ nổi cũng rất độc đáo. Người bán đứng trên thuyền này gieo từng cặp khóm, cặp dừa cho người mua ở thuyền khác bắt lấy bằng hai tay thật nhịp nhàng, điệu nghệ. Hình ảnh này làm cho nhiều du khách cảm thấy thích thú và họ cho thuyền len lỏi vào sát thuyền hàng để xem, chụp ảnh, nhờ vậy mà thời gian tham quan ở chợ nổi được lâu hơn.

Đời sống sinh hoạt văn hóa trên sông nước của người dân thương hồ: Chợ nổi chủ yếu là nơi buôn bán của các ghe thương hồ lớn nhỏ từ các xứ khác đổ lại cũng như của cư dân địa phương. Đối với các ghe lớn có hoạt động mua bán đường dài, chiếc ghe giống như một “căn nhà di động” vì trên ấy bao gồm nhiều thành viên trong gia đình cùng sinh sống, bao gồm: chồng vợ, con cái và có cả vật nuôi. Trong thời gian nán lại chờ bán hết hàng, họ sinh hoạt cơm nước, tắm giặt, vệ sinh, giải trí ngay trên ghe như ở nhà vậy. Mặc dù cuộc sống lênh đênh nay đây mai đó trên vùng sông nước, nhưng họ vẫn lạc quan, yêu đời, yêu nghề. Bên cạnh đó, một lực lượng chuyên cung cấp các dịch vụ ăn uống, đi lại, sửa chữa, xăng dầu, v.v, cũng hiện hữu ở chợ nổi. Hai thành phần này góp phần làm nên bức tranh sinh động về đời sống của người dân vùng sông nước Cửu Long. Chính đời sống sinh hoạt của họ ở các chợ nổi cũng là yếu tố gây sự hiếu kỳ cho du khách khi đến tham quan.

Sự thân thiện và mến khách cũng góp phần làm nên vẻ đẹp của văn hóa chợ nổi: Chợ nổi là môi trường mua bán, gặp nhau của những người từ xứ với điều kiện xuất thân khác nhau: dân vườn, dân chợ, dân đồng ruộng với lối sống, tập quán cũng khác nhau. Tuy nhiên, họ có điểm chung là sống tương thân, tương ái và giúp đỡ nhau. Do cùng cảnh xa quê, xa xứ, nên họ rất quý trọng nhau. Khi các ghe đậu vài ngày chờ bán hết hàng, họ xem nhau như “hàng xóm, láng giềng”. Dù xa lạ, nhưng chỉ qua vài câu chào hỏi tự nhiên họ trở nên thân thiết tự lúc nào không hay. Sự thân thiện, mến khách của dân thương hồ không chỉ thể hiện bó hẹp giữa những người cùng nghề nghiệp, cùng cảnh với nhau, mà tinh thần đó còn được họ thể hiện với cả du khách. Khi đến tham quan, du khách có thể lên tận mũi ghe mua vài loại trái cây và thưởng thức ngay tại chỗ. Nếu du khách có yêu cầu giúp đỡ trong việc ăn uống, họ sẵn sàng trong sự vui vẻ. Tính khí người trên sông nước phóng khoáng, chân chất, hiếm khi có cảnh chèo kéo, đòi co nặng nề.

Kết luận

Chợ nổi là tự điểm giao thương mang lại những hiệu quả kinh tế nhất định cho nhân dân địa phương, đồng thời phản ánh những nét sinh hoạt văn hóa đặc thù của cư dân vùng sông nước Đồng bằng sông Cửu Long. Sinh hoạt chợ nổi và văn hóa chợ nổi đã góp phần tích cực thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế mỗi khi đến vùng Đồng bằng Nam Bộ. Điều quan trọng để phát huy vai trò và ý nghĩa của chợ nổi trong phát triển du lịch là giữ gìn môi trường sông nước không bị ô nhiễm, giao thông đường thủy thật sự an toàn, thuận lợi, tổ chức chợ nổi một cách trật tự, có văn hóa, theo hướng văn minh, lịch sự. Đó là trách nhiệm và chung tay góp sức của chính quyền, nhân dân địa phương và Ngành Văn hóa - Du lịch./.

Tài liệu tham khảo

1. Đào Ngọc Cảnh (2008), *Dân cư và môi trường đồng bằng sông Cửu Long*, Trường Đại học Cần Thơ.
2. Trịnh Hoài Đức (2005), *Gia Định thành thông chí*, Nxb. Tổng hợp Đồng Nai.
3. Nguyễn Văn Hiếu (2003), *Chúa Nguyễn và các giai thoại mở đất phương Nam*, Nxb. Trẻ.
4. Trần Trọng Kim (2005), *Việt Nam sử lược*, Nxb. Tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh.
5. Nhâm Hùng (2009), *Chợ nổi đồng bằng sông Cửu Long*, Nxb. Trẻ.
6. Huỳnh Lứa (2000), *Góp phần tìm hiểu vùng đất Nam Bộ các thế kỉ XVII, XVIII, XIX*, Nxb. Khoa học xã hội.
7. Trần Thị Mai và cộng sự (2006), *Giáo trình tổng quan du lịch*, Nxb. Lao động - Xã hội, Hà Nội.
8. Sơn Nam (2005), *Đồng bằng sông Cửu Long - Nét sinh hoạt xưa và văn minh miệt vườn*, Nxb. Trẻ.
9. Sơn Nam (2005), *Lịch sử khẩn hoang miền Nam*, Nxb. Trẻ.
10. Nguyễn Quang Ngọc và cộng sự (2006), *Tiến trình lịch sử Việt Nam*, Nxb. Giáo dục.
11. Hoàng Phê và cộng sự (2007), *Từ điển Tiếng Việt*, Nxb. Đà Nẵng.
12. Phạm Côn Sơn (2005), *Non nước Việt Nam (Sắc màu Nam Bộ)*, Nxb. Phương Đông.
13. Trần Đức Thanh (2003), *Nhập môn khoa học du lịch*, Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội.
14. Trần Diễm Thúy (2006), *Giáo trình Tổng quan Văn hóa du lịch*, Tài liệu lưu hành nội bộ.
15. Nguyễn Khắc Viện và cộng sự (1989), *Đất nước Việt Nam*, sách lưu hành nội bộ dành cho cán bộ hướng dẫn du lịch, Công ty tuyên truyền quảng cáo du lịch.
16. Quốc Việt - Tấn Đức (3/8/2007), *Đời thương hồ - Những phiên chợ nổi (kỳ 2)*, báo Tuổi trẻ, <http://tuoitre.vn/Chinh-tri-Xa-hoi/Phong-su-Ky-su/213462/Doi-thuong-ho-Ky-2-Nhung-phen-cho-noi.html>