

CÂY BÈO - BIỂU TƯỢNG VĂN HÓA TRÊN CHỢ NỔI VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

NGUYỄN TRỌNG NHÂN*

TÓM TẮT

Cây bèo xuất hiện trên chợ nổi vùng đồng bằng sông Cửu Long không biết từ lúc nào nhưng nó đã sớm trở thành một hình thức quảng cáo trực quan sinh động. Trong phạm vi bài viết, tác giả đã khai thác “cây bèo” với những giá trị như một biểu tượng văn hóa của cộng đồng nơi đây.

Từ khóa: cây bèo, biểu tượng văn hóa, đồng bằng sông Cửu Long.

ABSTRACT

No one knows when Bèo tree appears on floating market in Mekong delta but it becomes a vivid advertisement. In the paper, the author exploits the tree with its value as a cultural symbol of this region.

Key words: bèo tree, cultural symbol, Mekong delta.

Đồng bằng sông Cửu Long là đồng bằng có diện tích lớn nhất ở Việt Nam (40.604,7 km²), là một trong các đồng bằng phì nhiêu và màu mỡ nhất ở Đông Nam Á và là một trong số những châu thổ lớn, màu mỡ nhất trên thế giới. Đồng bằng sông Cửu Long được đặc trưng bởi một hệ thống sông ngòi, kênh rạch chằng chịt là một trong những nhân tố quan trọng góp phần hình thành nên chợ nổi - nơi trao đổi, mua bán nhiều loại sản vật của các địa phương trong vùng, đồng thời là nơi gắn liền với hình dáng cây bèo.

Không biết có từ bao giờ cây bèo trên chợ nổi đã trở thành một hình ảnh gần gũi, quen thuộc với người dân ở vùng đồng bằng sông Cửu Long từ bao đời nay bởi nét giản dị, mộc mạc nhưng không kém phần độc đáo, hấp dẫn của nó. Đối với người dân, từ lâu cây bèo đã trở thành một biểu tượng văn hóa trên chợ nổi và là hình thức tiếp thị, quảng cáo sản phẩm một cách hiệu quả, độc đáo. Với vai trò chính là phương tiện tiếp thị, quảng cáo nhưng cây bèo luôn thể hiện được hình ảnh chân thực, sống động về chủng loại hàng hóa chào mời. Bên cạnh đó, cây bèo còn là một hình thức văn hóa tiếp thị “độc nhất vô nhị” ở Việt Nam và trên thế giới. Chính điều đó, nhiều du khách khi đến tham quan chợ nổi, hình ảnh cây bèo bao giờ cũng là đối tượng đầu tiên để lại trong họ những ký ức rất khó quên.

Hiện nay, trong các tài liệu nghiên cứu vùng đồng bằng sông Cửu Long của các tác giả Sơn Nam, Vương Hồng Sển, Phan Quang, Lê Bá Thảo,... vẫn không thấy giải thích từ cây bèo. Cùng với đó, cây bèo ra đời từ khi nào cũng không thấy nhà nghiên cứu nào đề cập đến và có thể lý giải điều này do cây bèo ra đời một cách tự phát cùng với quá trình tiến triển của hoạt động mua bán trên sông nước của cư dân vùng đồng bằng sông Cửu Long.

Theo Huỳnh Công Tín (2007, tr. 160 - 161), từ “bèo” có hai tuyến nghĩa: (1) - Chung ra, đưa ra để kêu gọi, kích thích lòng ham muốn của người khác; (2) - Treo lên cây sào cao ở trên ghe, xuống để mọi người có thể nhìn thấy (“Ở chợ nổi, muốn biết ghe nào bán đồ gì, anh chỉ cần nhìn những đồ bèo trên cây sào là biết ngay thôi”). Trong hai tuyến nghĩa trên, tuyến nghĩa thứ hai phù hợp hơn trong việc giải thích từ “bèo” trong từ “cây bèo”. Theo đó, cây bèo là thanh cây có chiều dài khoảng 3 - 6 m (thường làm bằng tre) được cắm ở trên ghe, có mắc lên nhiều loại hàng nông sản nhằm để chào mời khách hàng đến mua tại các chợ nổi.

Thở ban sơ, cây bèo được làm chủ yếu bằng tre nhưng hiện tại một số thương buôn đã dùng cây bèo bằng ống nhựa cứng hoặc ống tuýt sắt. Trên nhiều ghe ở chợ nổi, cây bèo được cột ở hai bên hoặc ở mũi với các dạng thẳng đứng, xiên hoặc nằm ngang, tùy theo chủ ý của chủ ghe và trên thân cây được treo lủng lẳng các loại rau, củ, quả.

* Đại học Cần Thơ

Do đó, cây bẹo đã trở thành “tín hiệu” phát ra nhằm thu hút sự chú ý của thương lái, vì vậy, nó đã thực hiện được vai trò gắn kết giữa kẻ mua và người bán trên các chợ nổi.

Nhâm Hùng (2009, tr. 50) căn cứ vào lời ăn, tiếng nói dân dã của bà mẹ Nam Bộ thường nhắc nhở cô con gái của mình khi đến tuổi cặp kê rằng: “Không được bẹo hình, bẹo dáng đấm con trai”. Tác giả bàn tiếp, “phải chằng cốt lõi của từ bẹo ở đây như một cách gọi, mời “chọc tức” để gây sự chú ý cho đối tượng (con trai). Theo cách suy nghĩ của người xưa, thì con gái mà cứ đi nhờn nhờn trước đấm con trai là không đúng đắn! Qua lý giải này, người ta đã vận dụng từ kiểu “bẹo người” thành ra “bẹo hàng”. Từ đó, giới thương hồ dần sáng chế ra “cây bẹo”,...”.

Thiên Lý (2009), cho rằng, từ “bẹo” cũng giống như “trêu gan”. Vô hình chung, từ “bẹo” mang ý nghĩa “quảng bá thương hiệu” không hơn, không kém và chắc có lẽ cây bẹo xuất hiện từ đó.

Hai tác giả trên có điểm giống nhau khi lý giải về xuất xứ của cây bẹo là dựa trên hình ảnh trêu, gọi, mời của phái nữ đối với phái nam, tức trong mối quan hệ hấp dẫn, cuốn hút giữa người với người, sau đó trở thành mối quan hệ chú ý của người đối với vật; hoặc là sự trêu chọc, làm tức tối đối phương.

Cũng trong bài viết “Một thời cây bẹo ở chợ nổi”, Thiên Lý (2009) lại có thêm cách giải thích khác: vào thế kỷ trước, vùng đất chằng chịt sông rạch của “Nam kỳ lục tỉnh” khi giao thông đường bộ còn muôn vàn khó khăn, mọi di chuyển hầu hết phụ thuộc vào đường thủy. Những chiếc xuống ba lá, xuống năm lá, ghe tam bản,... là phương tiện cơ động chủ yếu của người dân vùng sâu. Người dân miệt đồng thường tranh thủ những tháng nông nhàn trồng thêm một vài thứ nông sản, như bí rợ, bí đao, bắp, khoai,... để bổ sung thêm trong bữa ăn hàng ngày. Hoặc đôi khi có những cây trái quanh nhà như mít, măng cầu, mận,..., hườm hườm chín mà “ăn không hết, bỏ thì uổng”. Khi những thứ ấy có số lượng khá khá nhưng không thể mang ra chợ bán được họ đành tìm cách bán tại chỗ. Nhưng để cho người mua biết được sản phẩm, họ nghĩ ra một cách dùng cây sào tre (hoặc những cây tương tự) treo lủng lẳng “sản vật” ít ỏi của mình cho bà con qua lại nhận biết. Mọi người quen miệng gọi đó là cây bẹo. Và, cây bẹo xuất phát từ bối cảnh đó.

Trên là một số lý giải về nguồn gốc ra đời của cây bẹo, tuy nhiên, chúng ta hãy xem xét bối cảnh sau đây trước khi đi đến kết luận: rất lâu trước đây, người

nông dân vùng đồng bằng sông Cửu Long còn làm lúa mùa (loại lúa được cấy phổ biến vào tháng Bảy, tháng Tám Âm lịch và thu hoạch rộ vào tháng Mười Một, tháng Chạp Âm lịch, mỗi năm chỉ canh tác được một vụ) và đến thời điểm lúa chín, họ thường dùng rất nhiều thanh cây dài, trên các thanh cây ấy có mắc quần áo, vỏ dừa khô, lon sữa bò, hình ảnh con diều bằng vải, bằng cao su,... để cho chim sợ mà không dám lại ăn lúa và họ gọi cây đó là cây bẹo. Do đó, từ “bẹo” ở đây không có nghĩa là gọi, mời, trêu mà là treo, mắc lên thanh cây một hoặc một số vật cùng hoặc khác loại để đối tượng tiếp cận dễ phát hiện. Vì vậy, có thể kết luận, cây bẹo trên các ghe buôn ở chợ nổi vùng đồng bằng sông Cửu Long xuất phát từ việc người dân vận dụng cây bẹo dùng để xua đuổi chim thành cây bẹo để giới thiệu hàng hóa. Nếu suy xét lại, chúng ta thấy cây bẹo dùng để đuổi chim đã có từ rất lâu đời và nhiều người mua bán trên sông phần lớn xuất phát từ nông dân. Tùy theo mục đích của người sử dụng mà hình ảnh cây bẹo có tác dụng xua đuổi hay mời mọc.

Hiện nay, hầu hết mọi nơi ở vùng đồng bằng sông Cửu Long đã chuyển từ cách làm lúa mùa sang làm lúa thâm nông (chỉ chung các loại lúa xạ, ngắn ngày, một năm có thể canh tác từ 2 đến 3 vụ), mật độ chim ăn lúa đã giảm đi rất nhiều nên hình ảnh cây bẹo gần như vắng bóng trên các cánh đồng. Điều này một mặt cho thấy sự thay đổi nhanh chóng về kỹ thuật canh tác, khả năng áp dụng nhanh các tiến bộ khoa học - kỹ thuật vào sản xuất của nông dân Nam Bộ, nhưng mặt khác đã làm mất đi bóng dáng cây bẹo trên những thửa ruộng vào mùa lúa ngậm sữa và chín rất đặc trưng ở vùng đất phương Nam xưa.

Trên các chợ nổi, cây bẹo luôn là điểm ngắm đầu tiên của bạn hàng khi xác định các loại hàng cần mua. Các loại hàng hóa được người bán treo trên cây bẹo bao gồm: bí rợ, củ sắn, bắp cải, cà rốt, xu hào, củ hành, cà chua, khoai ngọt, củ tỏi, dưa leo,... Nói chung, tất cả mọi thứ hàng nông sản cần bán trên ghe đều được chủ treo lên cây bẹo theo hình thức làm mẫu. Khi muốn mua loại hàng nông sản gì, bạn hàng chỉ cần nhìn vào cây bẹo là biết ghe đó bán chủng loại hàng hóa gì. Riêng các mặt hàng gốm sứ, đồ gia dụng, nhu yếu phẩm, hoa kiểng, giống cây trồng, thức ăn, đồ uống; các loại quả có kích thước và trọng lượng lớn như khóm, dưa, mít, sầu riêng, chuối,..., thì thương buôn thường không treo lên cây bẹo vì bất tiện. Có điều đặc biệt, ghe nào có treo tấm lá

lợp nhà thì có nghĩa là người chủ muốn bán ghe, tức “bán nhà” luôn.

Sự ra đời của cây bèo cùng một lúc giải quyết được hai mục đích. Thứ nhất, do điều kiện mặt bằng sông nước mênh mông, không gian rộng lớn nên người mua hàng ở các chợ nổi cần phải có cái nhìn và quan sát hàng từ xa và cây bèo ra đời đã đáp ứng được nhu cầu đó. Thứ hai, tất cả các giao dịch trên chợ nổi đều bằng ghe, xuống, vì vậy, cây bèo đã trở thành tín hiệu cụ thể nhất để quảng bá nhanh chóng các loại hàng hóa mà người ta muốn bán. Như vậy, cây bèo ra đời thể hiện sự sáng tạo độc đáo của cư dân vùng sông nước nhằm khắc phục những khó khăn, trở ngại trong việc dùng lời rao để giới thiệu hàng hóa đến khách hàng ở điều kiện tiếng ồn và không gian bao la, thoáng đãng. Sự ra đời của cây bèo đã đáp ứng được phần nào nhu cầu cạnh tranh trên thị trường hàng hóa của cư dân dù đây chỉ là một kiểu thông tin, cách chào mời, tiếp thị, quảng cáo không có lời nói, ngôn ngữ và âm thanh.

Có thể nói, hầu như không có một hình thức tiếp thị, quảng cáo nào thích hợp và hiệu quả như cây bèo trong điều kiện mua bán trên sông nước mênh mông. Hình thức này đạt được một số tối ưu là vừa đơn giản, tiện lợi nhưng lại vừa hài hòa với môi trường thiên nhiên. Việc dùng cây bèo để chào hàng đã trở thành một quy ước, một thông lệ bất biến (Nhâm Hùng, 2009, tr. 52), bất thành văn mà bất cứ ai khi đến giao thương ở chợ nổi cũng đều phải biết và chấp nhận hình thức giới thiệu hình tượng này.

Trong khoảng thời gian ba mươi năm trở lại đây, trên nhiều chợ nổi vùng đồng bằng sông Cửu Long đã bắt đầu xuất hiện và phát triển loại hình du lịch tham quan, học tập, nghiên cứu mà đi đầu trong lĩnh vực này cả về thời gian và tốc độ phát triển phải nói đến là chợ nổi Cái Bè (tỉnh Tiền Giang), chợ nổi Cái Răng (thành phố Cần Thơ) và chợ nổi Ngã Bảy (hiện tại đã bị di dời sang Ba Ngàn, tỉnh Hậu Giang). Ngoài mục đích tìm hiểu môi trường sông nước Cửu Long; tận hưởng bầu khí hậu trong lành, mát mẻ; thâm nhập đời sống của khách thương hồ và cư dân địa phương; thưởng thức các loại trái cây đặc sản ở vùng; tận mắt chứng kiến cảnh mua bán diễn ra trên sông nước,...; nhiều du khách còn đến chợ nổi vì sự hấp dẫn của hình dáng cây bèo.

Do được trang điểm bởi nhiều loại hàng nông sản nên vô hình chung cây bèo đã trở thành bảng hiệu không được sơn phết, tô vẽ nhưng lại đa sắc màu. Trên mỗi ghe là một cây bèo, nhiều ghe tụ lại tạo thành một quần thể cây bèo tạo nên một bức tranh chân thực, sống động trên mặt sông. Cây bèo



Hình ảnh cây bèo trên Chợ nổi Ngã năm (tỉnh Sóc Trăng)-

Ảnh: Tác giả

vô tình tô điểm thêm cho toàn cảnh chợ nổi một vẻ đẹp lạ lùng, khiến ai đến chợ nổi cũng đều tấm tắc ngợi khen và không một bài báo, thước phim nào về chợ nổi mà không mô tả sự độc đáo của cây bèo (Nhâm Hùng, 2009, tr. 52). Nhiều du khách, nhất là khách nước ngoài khi đến tham quan chợ nổi đều hồ hởi khi nhìn thấy cây bèo từ đằng xa. Nhờ vậy, hoạt động du lịch đỡ đơn điệu hơn và phần nào kéo dài thêm thời gian tham quan của du khách.

Mặc dù đơn giản, mộc mạc nhưng cây bèo vẫn là một yếu tố văn hóa mang tính đặc trưng trong hoạt động mua bán trên sông nước Cửu Long. Đó là văn hóa tiếp thị mang tính truyền thống do quá trình lao động mà con người đã sáng tạo ra bằng phương pháp thủ công và được truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác trong tầng lớp dân cư thương hồ. Từ chỗ chỉ là phương tiện báo tin cho giới thương hồ biết về thứ hàng hóa cần mua, cây bèo đã trở thành biểu tượng văn hóa dân gian được chiêm ngưỡng, tìm hiểu, nghiên cứu của các nhà khoa học và du khách khi đến chợ nổi. Vì vậy, nó đã trở thành đối tượng được ghi hình chủ yếu đối với rất nhiều người, nhiều giới ở Việt Nam cũng như ở nhiều quốc gia khác./.

N.T.N

Tài liệu tham khảo

1- Nhâm Hùng (2009), *Chợ nổi đồng bằng sông Cửu Long*, Nxb. Trẻ.

2- Thiên Lý (2009), *Một thời “cây bèo” ở chợ nổi*, <http://web.soctrang.gov.vn/TinTuc/TinKhac/tabid/110/ArticleID/1084/View/Detail/Default.aspx>.

3- Huỳnh Công Tín (2007), *Từ điển Từ ngữ Nam Bộ*, Nxb. Khoa học Xã hội.

(Ngày nhận bài: 12/9/2014; Ngày phân biện đánh giá: 19/11/2014; Ngày duyệt đăng bài: 24/11/2014).