



VAI TRÒ CỦA BÁO CHÍ TRONG SỰ BIẾN ĐỘNG HỆ GIÁ TRỊ VĂN HÓA Ở ĐÔ THỊ VIỆT NAM CUỐI THẾ KỈ XIX ĐẦU THẾ KỈ XX (TRƯỜNG HỢP NAM KỲ)

*Nguyễn Thị Thúy Vy**

Khoa Ngữ văn – Trường Đại học Thủ Dầu Một

Ngày Tòa soạn nhận được bài: 15-5-2017; ngày phân biên đánh giá: 12-8-2017; ngày chấp nhận đăng: 27-8-2017.

TÓM TẮT

Ra đời vào cuối thế kỉ XIX tại Sài Gòn, bên cạnh vai trò tuyên truyền, phổ biến, chuyển tải thông tin đến với công chúng, báo chí còn là phương tiện để mở mang dân trí, cải cách phong tục theo hướng văn minh, hiện đại. Bài viết bàn về vai trò của báo chí trong việc làm biến đổi hệ giá trị văn hóa Việt Nam trên hai lĩnh vực truyền thông - kinh tế và văn hóa - xã hội, góp phần tạo nên một phong trào cải cách văn hóa tại các đô thị lớn như Sài Gòn và Hà Nội trong những năm cuối thế kỉ XIX đầu thế kỉ XX.

Từ khóa: báo chí, đầu thế kỉ XX, hệ giá trị văn hóa, Nam Kỳ.

ABSTRACT

The role of the Press in changing the system of cultural values in urban areas of Vietnam during the early 20th Century: The Case of Cochinchina

Started in the late 19th century in SaiGon, besides the propaganda, dissemination, transmission roles, press was also an instrument to raise general people's intellect and to reform the tradition toward modern civilization. The article discusses the role of the press in changing the system of Vietnamese cultural values in terms of media-economy and society-culture, contributing to a cultural reform movement in big urban areas such as Saigon and Hanoi in the early 20th century.

Keywords: Cochinchina, early 20th century, system of cultural values, the Press.

Theo Từ điển tiếng Việt do Hoàng Phê chủ biên (2003), báo được định nghĩa là “xuất bản phẩm định kì in trên giấy khổ lớn, đăng tin, bài, tranh ảnh để thông tin, tuyên truyền” (tr.40), nghĩa là báo chí có vai trò đáp ứng nhu cầu thông tin - giao tiếp của con người. Dưới tác động từ những chính sách, chủ trương của nhà cầm

quyền Pháp trong những năm cuối thế kỉ XIX đầu thế kỉ XX, các đô thị mang chức năng kinh tế xuất hiện ngày càng nhiều tại Việt Nam. Thêm vào đó, sự tiếp xúc dồn dập với những cái mới do phương Tây mang đến đã tạo tiền đề cho sự xuất hiện của báo chí như một sản phẩm đặc thù của cuộc sống luôn đầy ắp sự kiện sôi động

* Email: thuyvy.vh04@gmail.com

trong xã hội phương Tây. Sự có mặt của báo chí ở Sài Gòn nói riêng và đô thị Nam Kỳ nói chung trong những năm cuối thế kỉ XIX đầu thế kỉ XX đã khuấy động cuộc sống vốn tĩnh tại của người Việt, đặc biệt là trên các lĩnh vực thông tin – kinh tế và văn hóa – xã hội, góp phần làm biến đổi hệ giá trị văn hóa của người Việt, tạo nên một phong trào cải cách văn hóa tại các đô thị lớn như Sài Gòn và Hà Nội trong những năm đầu thế kỉ XX.

1. Biến động trên lĩnh vực truyền thông - kinh tế

1.1. Trong xã hội Việt Nam truyền thống, khi những yếu tố văn hóa phương Tây chưa chi phối, phương thức **truyền thông** chủ yếu trong nội bộ cộng đồng được thực hiện thông qua “Thằng mõ”. Mỗi khi cộng đồng làng có thông tin gì cần phổ biến cho các thành viên trong làng thì Xã trưởng cho “Thằng mõ” đi khắp làng gõ mõ (để thu hút sự chú ý) và truyền đạt lại (bằng miệng) những tin tức cần thông báo. Hình thức truyền thông này gần như là duy nhất ở các làng Việt Nam cho đến gần giữa thế kỉ XX.

Ở cấp độ Nhà nước, thông tin từ trung ương đến địa phương hoặc ngược lại được truyền đi dưới hình thức người đưa thư đi bộ hoặc đi ngựa, và như vậy, những tin tức quan trọng từ kinh đô đến các địa phương thường cần ít nhất là từ một tuần đến nửa tháng, còn việc phổ biến tin tức giữa các làng, các vùng với nhau lại càng hết sức hiếm hoi. Các hình thức thông tin truyền thống này đã phản ánh đúng bản chất tự trị, tĩnh tại, yên ắng, nhà nào biết việc nhà ấy, làng nào biết việc làng ấy của

một xã hội nông nghiệp khép kín.

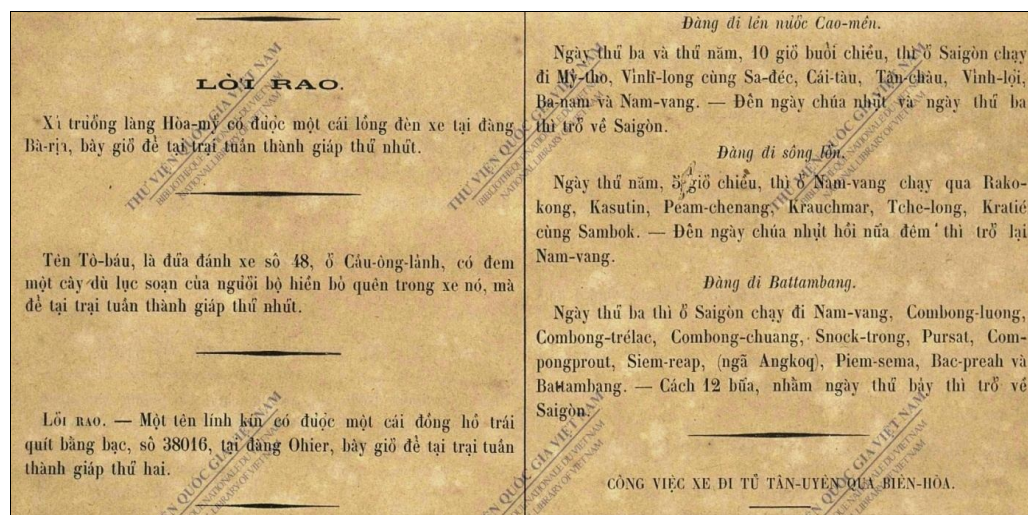
Sau khi thiết lập xong bộ máy chính quyền cai trị, người Pháp bắt tay vào quá trình khai thác thuộc địa. Để khai thác có hiệu quả, người Pháp đã chú ý xây dựng hệ thống cơ sở hạ tầng như hệ thống đường sắt, đường nhựa, cầu cống..., khiến cho phần lớn các tỉnh lỵ đã trở thành những trung tâm thương mại như Hòn Gai, Cẩm Phả, Hải Phòng, Nam Định... Trong đó Sài Gòn đã trở thành một thành phố hải cảng quan trọng bậc nhất, có hàng trăm tàu lớn ra vào mỗi năm, xuất nhập hàng triệu tấn hàng.

Trong môi trường đô thị, nơi có mật độ dân số cao, sinh hoạt xã hội diễn ra phức tạp, thì nhu cầu nắm bắt và xử lí thông tin nhanh chóng trở nên ngày càng bức thiết. Trước khi có báo chí, người Việt Nam chỉ quanh quẩn với những tin tức trong làng. Nay bên cạnh những tin tức trong nước, trên các trang báo luôn có phần dành cho **tin tức quốc tế**. Ngay từ cuối thế kỉ XIX, trên Gia Định báo ta đã có thể đọc, ví dụ: “*Paris, ngày 1 Juin, 4 giờ chiều, chôn ông Victor Hugo rồi, thiên hạ tới đưa đón dị thường*” (Gia Định báo, 27/6/1885) hoặc như “*ngày 14 février 1918 – tại Hồng-Kông từ 2 giờ đến 4 giờ, có đất động 5 lần, lần thứ nhứt động nửa giờ đồng hồ, làm cho thiên hạ sợ hãi quá sức, cũng có hư hại chút đỉnh*” (Lục tinh Tân văn, 28/2/1918).

Trong hoạt động sản xuất kinh doanh, nhằm đáp ứng nhu cầu nắm bắt thông tin kinh tế thị trường, các tờ báo lớn ở Nam Kỳ đều có chuyên mục **tap vụ, thông báo** để đưa các thông tin giá cả hàng

hóa thị trường, dịch vụ công cộng, giao thông... đến với người dân. Ví dụ, trên Gia Định báo, ngoài phần công vụ chuyên đăng về các vấn đề chính trị, pháp lí, công văn, nghị định, thông tư, đạo dụ... của nhà cầm quyền còn có phần tạp vụ chuyên đăng các tin tức từ trung ương đến địa phương như

giờ làm việc, giờ tiếp dân của Tổng thống Đông Dương; thông tin phát mãi tài sản; giá cả các loại hàng hóa như gạo, muối, đường, rượu... do Sở Thương chính cung cấp hằng tuần; thời gian phục vụ của các phương tiện giao thông... (xem Hình 1).



Hình 1. Tin tức trên Gia Định báo (số 40, 7/10/1890)

Ngoài tin tức, báo chí còn chú trọng cung cấp các thông tin **phổ cập kiến thức khoa học** nhằm nâng cao dân trí ở nhiều lĩnh vực. Gia Định báo dành riêng chuyên mục “Thứ vụ” để đăng những bài viết có tính chất khoa học thường thức, giới thiệu thông tin, kiến thức phổ thông, kĩ năng trồng trọt, chăn nuôi, chăm sóc sức khỏe... Ví dụ:

Mặt trăng là sao hầu trái đất, mỗi ngày lặn mọc cũng như mặt trời; song bởi nó phải chạy thêm 48 phút mới giáp vòng, cho nên phải có 29 ngày rưỡi nó mới trở lại điểm đối với mặt trời: ấy là tháng mặt trăng.

Mặt trăng nhỏ hơn trái đất 49 lần, ở xa trái đất 33,218 thước muôn; coi ra như

không có sinh khí, nước mặn ngọt đều không, cho nên có lẽ chắc rằng không có giống chi giống như người vật ở dưới đất cả. (Gia Định báo, 04/12/1882).

Cách tổ chức trang báo theo các chuyên mục tin tức quốc tế, tạp vụ, thông báo, phổ cập kiến thức khoa học, thông tin kinh tế..., như vậy đã góp phần làm biến đổi hệ giá trị văn hóa nông nghiệp khép kín của người Việt từ một xã hội **tự trị, tĩnh tại, yên ảng**, nhà nào biết việc nhà ấy, làng nào biết việc làng ấy sang một xã hội **năng động**, nơi người dân có thể **nắm bắt và xử lí thông tin nhanh chóng**.

1.2. Bên cạnh việc đổi mới giá trị văn hóa trong lĩnh vực truyền thông, các báo Sài Gòn như Nông Cổ Mín Đàm, Lục tỉnh Tân

vẫn còn mở các **diễn đàn hướng dẫn cho độc giả các kiến thức cơ bản trong lĩnh vực kinh tế**. Ở lĩnh vực nông nghiệp, Nông Cổ Mín Đàm có rất nhiều bài báo hướng dẫn nhà nông phương pháp trồng lúa nổi, trồng thuốc trong nước, trồng cao su, lấy mủ cao su; cách lập lò rượu, nấu rượu trắng; cách diệt trừ loài chuột để chúng khỏi phá hoại mùa màng; cách chế biến cá biển, cách làm chuối khô; cách phối giống và nuôi bò... Những kiến thức này mang đến cho người dân nhiều lợi ích trong việc phát triển nông nghiệp. Ở lĩnh vực thương nghiệp, chiếm số lượng đáng kể trên Nông Cổ Mín Đàm là những thông tin hướng dẫn người làm kinh doanh kiến thức về các vấn đề thương nghiệp như quy định mở công ti, các cách thức hợp tác, hùn hạp trong kinh doanh, các luật lệ cạnh tranh trên thương trường... vốn là những kiến thức còn khá xa lạ với đại đa số người Việt.

Có thể nói, chính nhờ từ những loạt bài trên các diễn đàn này mà người Việt đã bắt đầu thay đổi nhận thức về vai trò của kinh doanh, mua bán. Trong xã hội truyền thống, người Việt chỉ *chú trọng đến sự ổn định, an toàn mà không thích phiêu lưu, mạo hiểm*. Mong ước của người Việt truyền thống là có cuộc sống ấm no chứ không phải là giàu có, mà kim chỉ nam cho việc xây dựng cuộc sống ấm no là *tiết kiệm*, là *“thắt lưng buộc bụng”* chứ không phải là tư tưởng làm ăn lớn¹.

Đến đầu thế kỉ XX, một phong trào

Duy tân kinh tế đã diễn ra rầm rộ khắp Nam Kỳ mà cơ quan ngôn luận chính của phong trào này chính là tờ Nông Cổ Mín Đàm. Với 81 số báo từ số 260 đến số 341, Nông Cổ Mín Đàm đã trở thành diễn đàn kinh tế chung của các độc giả miền Nam. Nổi bật nhất trong cuộc vận động Duy tân kinh tế trên báo Nông Cổ Mín Đàm là hoạt động thành lập Duy Tân công ti. Trong bài báo “Duy Tân công ti”, Trần Chánh Chiếu – chủ bút tờ Nông Cổ Mín Đàm – đã kêu gọi mọi người *“mở cuộc tác tân dân lập 20.000 phần hùn, mỗi phần hùn 5 đồng mà thôi, chẳng phải là nhiều”* nhưng cũng đủ để *“dùng lập nhà nghề ra rước các thợ về xứ dạy em cháu, trước bán đồ ra trong xứ rẻ, có đại lợi, sau lần lần kẻ đồng bang noi biết nghề, lại sanh phương ra nữa thì trong năm năm cuộc hoán dân phải thành nghiệp cả mà chớ! Ấy vậy tôi mở cuộc hùn này lấy hiệu là Duy tân công ti...”* (Nông Cổ Mín Đàm, 13/7/1907).

Các bài báo kêu gọi Duy tân trên Nông Cổ Mín Đàm đã phân tích, chỉ ra cho người Việt thấy chính tâm lí coi thường kinh doanh mua bán của người Việt đã làm cho bao nhiêu lợi nhuận kinh tế đều rơi vào trong tay của ngoại bang, từ đó kích thích người Việt tích cực tham gia vào hoạt động kinh doanh của Duy Tân công ti do Trần Chánh Chiếu đề xướng. Sau khi vua Duy Tân lên ngôi, để tránh phạm húy nên Trần Chánh Chiếu đã xin đổi tên Duy Tân thành Minh Tân.

Tiếp nối thắng lợi của Minh Tân công ti, đầu năm 1908 Minh Tân công nghệ được thành lập để học hỏi *“lẻ lối quản trị giống như Tây phương đối với các*

¹ Trong số hơn 5038 quyển sách Hán Nôm được Trần Nghĩa và Phan Ngọc thống kê và phân loại thì không có một quyển nào nói về nghề thương nghiệp cả (Đỗ Minh Cường, 2001, tr.255).

xí nghiệp lớn. Mục đích nhằm dạy cho con trẻ trong xứ cho biết nghề nghiệp, làm ăn dặt dẻ, dặt hàng lụa, làm pha ly, savon, thuốc da, đóng giầy v.v...” (Nông Cổ Mìn Đàm, 25/02/1908). Tiếp theo Minh Tân công ti, Minh Tân công nghệ, Minh Tân khách sạn cũng hình thành. Phong trào Duy tân (Minh tân) do Nông Cổ Mìn Đàm phát động đã nhận được sự ủng hộ nhiệt thành từ mọi giới.

Báo chí Nam Kỳ đã góp phần quan trọng làm biến đổi hệ giá trị văn hóa của người Việt từ chỗ chỉ chú trọng đến sự **ổn định, an toàn, không thích phiêu lưu, mạo hiểm** sang một xã hội **biết kinh doanh và bảo trợ kinh doanh**. Lần đầu tiên trong lịch sử kinh doanh nước nhà, đông đảo người Việt đã tham gia tích cực vào phong trào duy tân kinh tế của xứ sở, đấu tranh để giành thế đứng cho các cơ sở kinh doanh

của người Việt trên chính quê hương của mình.

1.3. Ngoài việc sử dụng báo chí như một kênh thông tin, những người làm báo ở Sài Gòn cũng đã sớm biết làm kinh doanh kiếm tiền từ báo chí. Ngoài việc bán báo, những nhà quản lí báo chí cũng đã đề dành “đất” trên báo để làm trang **quảng cáo**. Những ai muốn đăng quảng cáo đều phải trả tiền. Trên tờ Gia Định báo, phần quảng cáo được tách riêng đặt ở trang cuối. Nội dung thông tin trong quảng cáo rất đầy đủ, từ mô tả sản phẩm đến cách sử dụng, đối tượng sử dụng, giá tiền, nơi bán... (ví dụ các thông tin quảng cáo ở Hình 2). Tương tự, những tờ báo Quốc ngữ ra đời sau như Nông Cổ Mìn Đàm, Lục tinh Tân văn, Phụ nữ Tân văn... cũng đều có dành trang riêng cho quảng cáo.

LỐI RAO
TIỆM THUỐC HIỆU **HOLBÉ** ở SAIGON :

Lối rao cho mấy người Annam ở trong mấy tỉnh trong được hay :

Tử nầy sập về tới như ai có muốn mua thuốc của ta mà dưỡng bệnh, thì trong khi gói cho ta mà mua, phải trả tiền mặc và lại cũng phải trả luôn tiền số phí gói mua thuốc ấy cho mình, là 2 cát năm ; và lại tử nầy sập lên người nào muốn gói tiền mà trả cho ta về sự mua thuốc ấy, thì được phép gói **Timbres-poste** đúng giá năm cát, chỗ quá lên không đặng, còn năm cát sập lên, thì được phép gói bằng **Mandat-poste**.

PHARMACIE HOLBÉ
— THUỐC HOÀN SẮT (*Pilules de fer.*)

Là thuốc hoàn chữa bệnh đốn bà con gái mất đờng kinh nguyệt hay là có mà không chững đời nên ra bệnh hoạn hình phải mét meo. Ngày đầu sớm mai uống một hoàn chiếu một hoàn ; ngày sau kẻ sớm mai hai hoàn chiếu hai hoàn ; lần lần như vậy cho đến khi phải uống sớm mai bốn hoàn chiếu bốn hoàn thì thôi.

THỨC BỘT KÉU LÀ FARINE LACTÉE NESTLÉ.

Đề dùng cho con nít còn bú **khí mẹ** nó hay là vú nuôi nó mắc đau ốm hay là mắc cổ gì khác mà không có sữa mà cho nó bú. Bột ấy chẳng hề làm cho phải yã, mữa chi hết.

Dùng nó dễ lắm ; phải nằn nó chừng ít phút đờng hồ, mà phải khuấy nó hoài ; hể một muỗng ăn *soupe* bột khuấy với mười muỗng nước, thì nằn ra một thứ sữa dẽ mà đồ vô bầu cho con nít bú. Nhủ một muỗng ăn *soupe* bột với năm muỗng nước, thì làm ra thứ nước sữa sền sệt cho con nít ăn.

Chớ cho ăn uống khi còn nóng quá, mà đờng dẽ cho nguội quá, phải đồ trong cái gì cho thiệt sạch mà hằm nằn cho sệt.

Gỉa mỗi hộp là nửa đồng bạc.

Bán tại tiệm thuốc **HOLBÉ**, số 8, đàng **Catinat**.

Extrait de Robinia composé.

Thuốc dùng mà thật cho hết ra máu bạc.

Đồ chừng một muỗng uống *café* thuốc ấy hòa với nửa *litre* nước là mà thật buổi sớm mai, buổi chiều.

Giá một đồng tử một ve nhỏ.

Bán tại tiệm thuốc **HOLBÉ**, số 8, đàng **Catinat**.

Hình 2. Quảng cáo trên Gia Định báo (số 22, 3/6/1890)

Hoạt động quảng cáo trên báo chí vào đầu thế kỉ đã góp phần làm thay đổi dần quan niệm về nghề buôn, đem đến sự

tin tưởng về các sản phẩm tiêu dùng nơi người Việt ở các đô thị lớn. Qua những thông tin quảng cáo trên những tờ báo này,

chúng ta có thể thấy đa phần mặt hàng được tiêu thụ, buôn bán nhiều trong xã hội thời bấy giờ chủ yếu là các sản phẩm như sữa, bánh mì, rượu, muối, thuốc, thuốc lá... mà một số nhãn hiệu vẫn còn tồn tại và giữ được tín nhiệm của người tiêu dùng đến ngày nay như các sản phẩm sữa, bột dinh dưỡng của Nestlé.



Càng về sau, quảng cáo trên báo chí ở Nam Kỳ càng phong phú, đa dạng hơn, cả về hình thức lẫn nội dung. Các thông tin quảng cáo đã được thiết kế bắt mắt hơn với những “thủ thuật” gây ấn tượng như đóng khung, dùng font chữ lớn, chữ cách điệu, có hình ảnh minh họa... để tạo sự chú ý cho người đọc (xem Hình 3).



Hình 3. Quảng cáo trên Phụ nữ Tân văn (số 84, 28/5/1931, ảnh trái) và Lục tỉnh Tân văn (số 521, 28/2/1918, ảnh phải)

Nội dung quảng cáo cũng đa dạng, phong phú hơn. Nếu như trước đây quảng cáo thuốc, rượu, thực phẩm chiếm đa số thì nay có thêm nhiều loại dịch vụ khác như nhà may âu phục, cửa hàng nữ trang, cho thuê phòng, thuê xe hơi, bán máy hát, bán đồng hồ, xe máy, chụp hình, xây nhà, hớt tóc, vẽ chân dung... Có thể nói, chính hoạt động quảng cáo trên báo ngay từ những buổi đầu đã góp phần làm biến đổi hệ giá

trị văn hóa của người Việt, từ một nền kinh tế **tự cấp tự túc** sang một nền kinh tế **mở, phát triển**, biết kinh doanh một cách **năng động**.

2. Biến động trên lĩnh vực văn hóa - xã hội

2.1. Một trong những đóng góp của báo chí trên bình diện văn hóa - xã hội là góp phần **tạo dựng nền văn học hiện đại bằng chữ Quốc ngữ**. Với ý thức dùng báo chí để

khuyến khích người dân học chữ Quốc ngữ, những cây bút đầu tiên của làng báo như Trương Vĩnh Ký, Huỳnh Tịnh Của, Trương Minh Ký... đã tổ chức dịch những câu chuyện ngụ ngôn phương Tây và giới thiệu trên các số báo như *Con quạ với con Chồn* (Gia Định báo, 07/7/1883), *Kẻ hà tiện làm mất của* (Gia Định báo, 27/9/1884), *Hai cái lưỡi cày* (Gia Định báo, 23/9/1885)... Bên cạnh việc giới thiệu các tác phẩm văn chương viết bằng chữ Quốc ngữ, các tờ báo lớn còn tổ chức các cuộc thi sáng tác tiểu thuyết. Nông Cổ Mín Đàm là tờ báo đầu tiên đã đứng ra tổ chức một cuộc thi sáng tác tiểu thuyết gọi là *Quốc âm thi cuộc*. Thông tin về cuộc thi ấy đã được đăng trên trang nhất của số báo 262 ra ngày 23/10/1906, trong đó có hướng dẫn cụ thể cách thức viết truyện cả về hình thức lẫn nội dung.

Do tính chất quá mới mẻ nên dù phát động rầm rộ hơn 4 tháng cũng chỉ có 3 người đăng kí dự thi và đến số báo 280 ngày 05/3/1907, Nông Cổ Mín Đàm thông báo là cuộc thi không thể tổ chức được.

Không nản chí bởi kết quả của *Quốc âm thi cuộc*, chính chủ bút Nông Cổ Mín Đàm là Trần Chánh Chiếu đã tự mình sáng tác và cho đăng nhiều kì trên Nông Cổ Mín Đàm hai tác phẩm *Thất Kim Ngư* (bắt đầu từ số ra ngày 27/01/1907) và *Tự truyện* (bắt đầu từ số ra ngày 30/4/1907). Tiếp theo đó, Nông Cổ Mín Đàm đã tập hợp được khá nhiều cây bút mà về sau trở thành những nhà văn tên tuổi ở Nam Kỳ như Lê Hoàng Muru, Nguyễn Chánh Sắt, Phạm Minh Kiên... Những tiểu thuyết của các tác giả này đăng trên báo đã thu hút được sự chú ý

của người đọc như *Gái trả thù cha*, *Lòng người nham hiểm*, *Nghĩa hiệp kì duyên*, *Hà hương phong nguyệt*...

Bên cạnh Nông Cổ Mín Đàm, Lục tỉnh Tân văn cũng là tờ báo có nhiều đóng góp với những cây bút như Nguyễn Văn Vĩnh, Phan Khôi, Trần Huy Liệu, Tân Đà... Phụ nữ Tân văn thì chuyên đăng tải các tiểu thuyết của Hồ Biểu Chánh và Bửu Đình, đây cũng là nơi đăng bài thơ *Tình già* của Phan Khôi – bài thơ được xem là mở đầu cho phong trào Thơ mới của người Việt ở nửa đầu thế kỉ XX.

Như vậy, từ chỗ đăng tải những sáng tác văn chương nhằm khuyến khích người dân học chữ Quốc ngữ, báo chí đã trở thành “bà đỡ” của cho sự ra đời của nền văn học hiện đại Việt Nam, làm thay đổi hệ giá trị văn hóa tinh thần của người Việt từ chỗ chỉ biết *say mê thơ ca* đến chỗ *say mê tiểu thuyết*. Có nhiều người “mê tiểu thuyết đến đổi mở tờ báo [nào] ra cũng tiểu thuyết trước, đến nổi thẳng nhỏ bán nhựt trình cũng rao cả cái tên tiểu thuyết, thì thiệt là quá mê...” (Công luận báo, số 219, 17/10/1925).

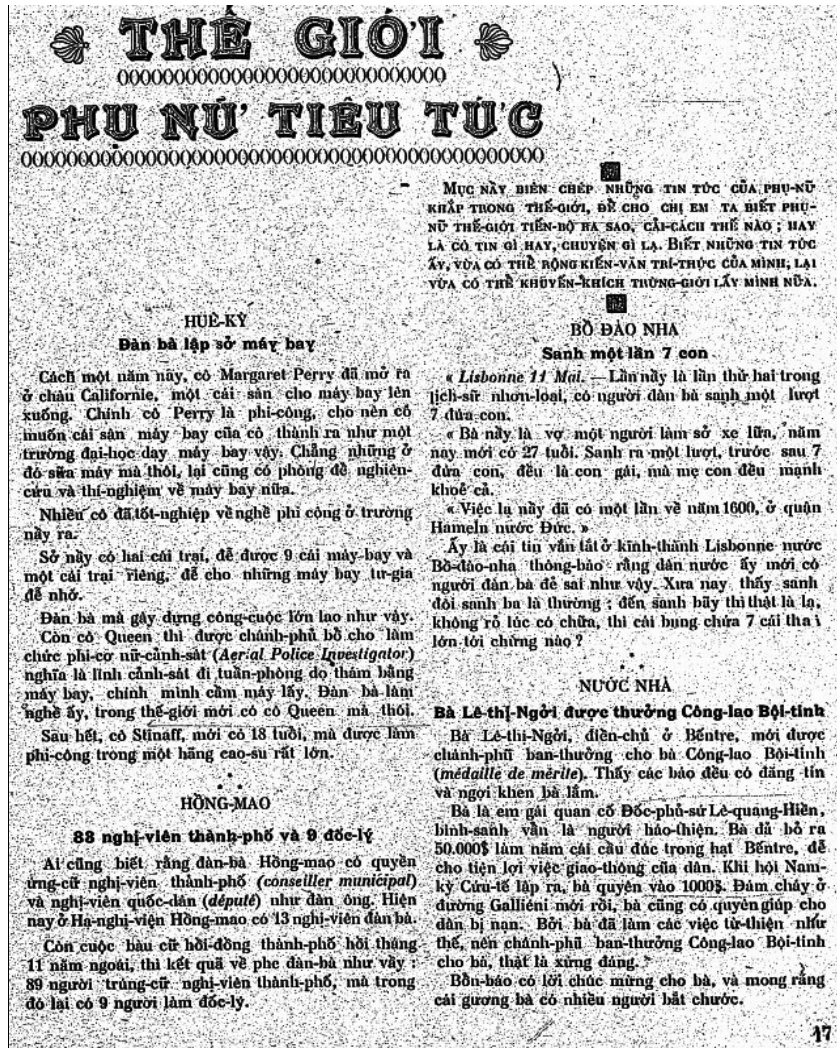
2.2. Chính hoạt động phổ biến chữ Quốc ngữ, đăng tải tiểu thuyết nhiều kì đã đẩy mạnh nhu cầu đọc báo của người dân, và cùng với đó, những tư tưởng tiến bộ từ phương Tây đã nhanh chóng thấm sâu vào người dân. Đầu thế kỉ XX, hàng loạt hoạt động cải cách xã hội đã được đăng tải rầm rộ trên các mặt báo Sài Gòn.

Một trong những hoạt động cải cách xã hội sôi nổi trên báo chí thời bấy giờ là phong trào giải phóng phụ nữ, giúp phụ nữ hướng đến lối sống mới theo tiêu chuẩn

phương Tây như: cắt tóc ngắn, tập thể thao, học chữ, học nghề để không còn sống phụ thuộc; đấu tranh cho chế độ hôn nhân tự do; đấu tranh để phụ nữ có quyền có tài sản riêng... do báo Phụ nữ Tân văn và Lục tinh Tân văn tổ chức.

Để khuyến khích chị em phụ nữ mạnh dạn tham gia các hoạt động xã hội, báo Phụ nữ Tân văn đã mở hẳn chuyên mục “Thế giới: Phụ nữ tiêu tíc” chuyên

đưa tin về những hoạt động của phụ nữ thế giới trong nhiều lĩnh vực nghề nghiệp đặc biệt như: *Đàn bà làm chúa tàu* (thuyền trưởng), làm *Tổng trưởng công ti* (Phụ nữ Tân văn, số 86, 11/6/1931). Bản tin *Đàn bà lập sở máy bay* (Phụ nữ Tân văn, số 83, 21/5/1931) đưa tin về những người phụ nữ Mỹ không chỉ biết lái máy bay mà còn mở cả sân bay để nghiên cứu và sửa chữa máy bay (xem Hình 4).



Hình 4. Chuyên mục “Phụ nữ tiêu tíc” trên báo Phụ nữ Tân văn (số 83, 21/5/1931)

Bên cạnh phong trào cổ vũ cho những đổi mới trong lĩnh vực tư tưởng, báo chí thời kì này còn luôn chú trọng giới thiệu những thay đổi trong cách ăn, mặc, ở của người dân ở Nam Kỳ, đồng thời cũng phản ánh những sinh hoạt văn hóa cộng đồng, những lễ hội mang đậm chất Tây phương như đua xe đạp, đua xe máy, đua thuyền, cưỡi ngựa, đốt pháo hoa...

Chính những hoạt động này của báo chí đã góp phần làm biến đổi hệ giá trị văn hóa của người Việt trên lĩnh vực văn hóa - xã hội, từ chỗ *trì trệ* trong bản chất, *bảo thủ* trong tư tưởng, *lạc hậu* trong lối sống, chuyển sang *năng động hơn* trong bản chất, *mở thoáng hơn* trong tư tưởng, *tiến bộ hơn* trong lối sống.

3. Kết luận

Như vậy, với thế mạnh của một loại hình văn hóa đại chúng, cùng với việc phổ biến chữ Quốc ngữ, báo chí Nam Kỳ đã góp phần quan trọng làm biến đổi hệ giá trị văn hóa của người Việt từ một xã hội *tự trị, tĩnh tại, yên ắng*, nhà nào biết việc nhà ấy, làng nào biết việc làng ấy sang một xã hội *năng*

động, nơi người dân có thể *nắm bắt và xử lý thông tin nhanh chóng*; từ chỗ chỉ chú trọng đến sự *ổn định, an toàn, không thích phiêu lưu, mạo hiểm* sang một xã hội *biết kinh doanh và bảo trợ kinh doanh*; từ một nền kinh tế *tự cấp tự túc* sang một nền kinh tế *phát triển*; từ chỗ chỉ biết *say mê thơ ca* đến chỗ *say mê tiểu thuyết*; từ chỗ *trì trệ trong bản chất, bảo thủ trong tư tưởng, lạc hậu trong lối sống*, chuyển sang *năng động hơn trong bản chất, mở thoáng hơn trong tư tưởng, tiến bộ hơn trong lối sống*, góp phần nâng cao dân trí và tăng cường tính năng động của người dân Nam Kỳ.

Với những biến động lớn trong hệ giá trị văn hóa ở Nam Kỳ giai đoạn này, tác động từ báo chí đã làm thay đổi một cách căn bản cách thức thông tin, hoạt động kinh tế, đời sống văn hóa - xã hội; là nơi phát động và cổ vũ cho những phong trào cải cách tại các đô thị lớn của Việt Nam trong giai đoạn đầu thế kỉ XX và thực sự góp phần đưa người Việt Nam bước những bước đầu tiên vào một thời kì mới trong tiến trình lịch sử văn hóa dân tộc: thời kì hiện đại.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Đỗ Minh Cương. (2001). *Văn hoá kinh doanh và triết lí kinh doanh*. Hà Nội: NXB Chính trị Quốc gia.
- Đỗ Quang Hưng. (chủ biên). (2000). *Lịch sử báo chí Việt Nam 1865-1945*. Hà Nội: NXB Đại học Quốc gia.
- Hoàng Phê (chủ biên). (2003). *Từ điển tiếng Việt*. Đà Nẵng: Trung tâm Từ điển học.
- Huỳnh Văn Tông. (2000). *Báo chí Việt Nam từ khởi thủy đến 1945*. Hồ Chí Minh: NXB Thành phố Hồ Chí Minh.
- Nguyễn Thành. (2002). *Từ điển thư tịch báo chí Việt Nam*. Hà Nội: NXB Văn hóa - Thông tin.
- Nguyễn Văn Trung. (1974). *Chữ, văn Quốc ngữ thời kì đầu Pháp thuộc*. Sài Gòn: NXB Nam Sơn.

TU LIỆU KHẢO SÁT

Công luận báo (17/10/1925)

Gia Định báo (04/12/1882; 07/7/1883; 27/9/1884; 27/6/1885; 23/9/1885)

Lục tỉnh Tân văn (28/02/1918)

Nông Cổ Mìn Đàm (13/7/1907; 25/2/1908)

Phụ nữ Tân văn (21/5/1931; 11/6/1931)