

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HOÁ HÀ NỘI**  
**KHOA VĂN HÓA HỌC**

-----

**NGUYỄN THỊ LÝ**

**SỰ BIẾN ĐỔI VĂN HÓA CHỢ MỘC - THỊ TRẤN CAO**  
**THƯỢNG**  
**HUYỆN TÂN YÊN - TỈNH BẮC GIANG TRONG CƠ**  
**CHẾ**  
**KINH TẾ THỊ TRƯỜNG ĐỊNH HƯỚNG XÃ HỘI CHỦ**  
**NGHĨA**

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:**  
**THS. HOÀNG THỊ KIM THANH**

**HÀ NỘI - 2013**

## LỜI CẢM ƠN

*Trong quá trình thực hiện đề tài: “Sự biến đổi văn hóa chợ Mọc – Thị trấn Cao Thượng – Huyện Tân Yên – Tỉnh Bắc Giang”, ngoài sự nỗ lực của bản thân, tôi đã nhận được sự giúp đỡ nhiệt tình của chính quyền địa phương, các thông tin viên – đặc biệt là cụ Hoàng Lê Vân (cán bộ tiên khởi nghĩa cách mạng – phố Hoàng Hoa Thám – TT Cao Thượng – Huyện Tân Yên – Tỉnh Bắc Giang) đã cung cấp cho tôi những thông tin, tài liệu quý báu về chợ Mọc, cùng sự định hướng của GS.TS. Lê Hồng Lý (Viện trưởng Viện nghiên cứu văn hóa), các thầy cô trong Khoa văn hóa học – Trường Đại học văn hóa Hà Nội (Ths. Lê Thị Kim Loan, Ths. Nguyễn Thị Thanh Mai và đặc biệt là sự hướng dẫn, chỉ bảo tận tình của Ths. Hoàng Thị Kim Thanh (giảng viên hướng dẫn chính). Tôi xin chân thành cảm ơn thầy cô, các thông tin viên và Ban quản lý chợ Mọc đã giúp tôi hoàn thành đề tài này.*

*Dù đã cố gắng tìm tòi kiến thức thật tỉ mỉ nhưng đề tài cũng không thể tránh khỏi những thiếu sót, kính mong sự đóng góp ý kiến của thầy cô và Hội đồng phản biện cho đề tài của tôi được hoàn thiện hơn.*

*Hà Nội, ngày 27 tháng 05 năm 2013*

*Sinh viên*

*Nguyễn Thị Lý*

## MỤC LỤC

<b>MỞ ĐẦU</b> .....	1
<b>Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ VĂN HÓA, VĂN HÓA CHỢ VÀ SỰ TÁC ĐỘNG CỦA CƠ CHẾ KINH TẾ THỊ TRƯỜNG TỚI VĂN HÓA – XÃ HỘI</b> .....	12
<b>1.1. Một số vấn đề lý luận cơ bản về văn hóa và văn hóa chợ (văn hóa chợ truyền thống và văn hóa chợ hiện đại)</b> .....	12
1.1.1. Sự mở rộng nội hàm của phạm trù văn hóa và định nghĩa văn hóa.....	12
1.1.2 Định nghĩa văn hóa chợ (văn hóa chợ truyền thống và văn hóa chợ hiện đại, sự biến đổi văn hóa chợ).....	16
1.1.3 Cơ sở hình thành chợ truyền thống .....	19
1.1.4 Phân loại chợ chợ Việt truyền thống.....	22
1.1.5 Các giá trị văn hóa chợ truyền thống .....	23
1.1.6 Vai trò của chợ truyền thống đối với đời sống người dân .....	26
<b>1.2. Cơ chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và những ảnh hưởng của nó tới lĩnh vực văn hóa – xã hội</b> .....	27
1.2.1 Khái lược về nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa .....	27
1.2.2 Sự biến đổi văn hóa trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa .....	31
<b>Chương 2: CHỢ MỘC – THỊ TRẤN CAO THƯỢNG – HUYỆN TÂN YÊN – TỈNH BẮC GIANG TỪ GÓC NHÌN VĂN HÓA</b> .....	37
<b>2.1. Tân Yên vùng đất và con người</b> .....	37
2.1.1 Điều kiện tự nhiên .....	37
2.1.2 Điều kiện xã hội .....	38
<b>2.2. Sự biến đổi văn hóa chợ Mộc – thị trấn Cao Thượng – huyện Tân Yên – tỉnh Bắc Giang trong giai đoạn kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa</b> .....	41
2.2.1 Khái quát về chợ Mộc – Thị trấn Cao Thượng – Huyện Tân Yên – Tỉnh Bắc Giang .....	41
2.2.2 Văn hóa chợ Mộc – Thị trấn Cao Thượng – huyện Tân Yên – tỉnh Bắc Giang biến đổi toàn diện và mạnh mẽ dưới sự tác động của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.....	43
2.2.3 Những ảnh hưởng của văn hóa chợ đến tính cách của người dân địa phương.....	78

<b>Chương 3: ĐÁNH GIÁ VỀ SỰ BIẾN ĐỔI VĂN HÓA, XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN VÀ ĐỀ XUẤT KIẾN NGHỊ NHẪM XÂY DỰNG MÔI TRƯỜNG VĂN HÓA CHỢ MỘC – THỊ TRẤN CAO THƯỢNG – HUYỆN TÂN YÊN – TỈNH BẮC GIANG TRONG CƠ CHẾ KINH TẾ THỊ TRƯỜNG ĐỊNH HƯỚNG XÃ HỘI CHỦ NGHĨA.....</b>	<b>80</b>
<b>3.1. Đánh giá về sự biến đổi chợ Mộc hiện nay .....</b>	<b>80</b>
3.1.1 Những đóng góp tích cực của sự biến đổi văn hóa ở chợ Mộc.....	80
3.1.2 Những hạn chế của sự biến đổi văn hóa ở chợ Mộc – Thị trấn Cao Thượng – huyện Tân Yên – tỉnh Bắc Giang .....	83
<b>3.2. Nguyên nhân của thực trạng biến đổi văn hóa ở chợ Mộc – thị trấn Cao Thượng – huyện Tân Yên – tỉnh Bắc Giang .....</b>	<b>86</b>
3.2.1 Do xu hướng hội nhập của thời đại .....	86
3.2.2 Do chính sách đổi mới của Nhà nước .....	86
3.2.3 Do văn hóa ngoại sinh và văn hóa nội sinh có nhiều điểm khác biệt tạo nên sự va đập văn hóa và sàng lọc của nhân dân để lựa chọn các giá trị văn hóa phù hợp với nhu cầu cá nhân .....	86
<b>3.3 Về vấn đề định hướng xu hướng phát triển chợ Mộc trong giai đoạn hiện nay .....</b>	<b>88</b>
3.3.1 Xu hướng tồn tại và phát triển của chợ Mộc trong tương lai.....	88
3.3.2 Đề xuất kiến nghị phát triển chợ Mộc – Thị trấn Cao Thượng – huyện Tân Yên – tỉnh Bắc Giang.....	91
<b>KẾT LUẬN.....</b>	<b>96</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>101</b>
<b>PHỤ LỤC.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## MỞ ĐẦU

### 1. LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI

Ở hầu hết các quốc gia trên thế giới đều có những không gian để diễn ra các hoạt động trao đổi hàng hóa mà phương Tây người ta gọi là “Market”, còn ở Việt Nam thì gọi là chợ. Chợ Việt không chỉ có ý nghĩa về mặt buôn bán, trao đổi hàng hóa mà còn mang những giá trị về lịch sử, văn hóa đối với đất nước và con người nơi đây.

Xưa kia, với lối sản xuất tự cung, tự cấp, lấy cộng đồng làng làm trọng thì chợ của người Việt không quy mô, không đồ sộ mà nhỏ lẻ trong phạm vi làng là chủ yếu. Ban đầu, người ta gặp nhau bên các con kênh, con suối, bờ ao,... trò chuyện và trao đổi một vài sản vật, dần phát triển rộng rãi và đa dạng hơn. Nhà nào có sản vật gì nhiều thì mang ra trao đổi những cái mà mình chưa có. Ra chợ, người ta có thể gặp gỡ được rất nhiều cá nhân trong cộng đồng, thậm chí là người từ nơi khác tới. Người ta trò chuyện, giao lưu với nhau. Chính vì vậy mà các nhà nghiên cứu cho rằng chợ là nơi phản ánh rõ nhất phương thức sống, lối sống, phong tục, tập quán, cách ứng xử của con người tại địa phương đó.

Trong tâm thức của người Việt truyền thống bởi ghét sự buôn gian bán lận, tha hương cầu thực của những con buôn mà luôn đặt bậc sĩ lên hàng đầu, rồi đến hàng nông, hàng công và hàng thương thì ở hạng cuối cùng. Nhưng có điều ngược lại là người Việt khi xa quê, bên cạnh “Cây đa, bến nước, sân đình” thì họ lại nhớ da diết những phiên chợ quê. Với mớ rau lang, rau muống, quả cà, chén tương, mớ tôm, mớ tép, hàng quà, hàng bánh, những mái tranh quây thành chợ,...Đàn ông bán diều thuốc lào. Đàn bà đội nón lá, quẩy quang gánh, thúng mủng trên vai, trên đầu. Hơn nữa, chợ còn là nơi giao duyên, hò hẹn, tâm tình của người dân trong một cộng đồng, của những đôi

trai gái vì chợ xưa không họp thường xuyên như bây giờ mà phải lâu lâu mới có phiên tùy vào nội dung và điều kiện sinh hoạt của địa phương đó, hay các sinh hoạt văn hóa cộng đồng (chiếu phim, biểu diễn văn nghệ của các đoàn văn công,...). Ngày nay, chợ Việt truyền thống đã đi vào tác phẩm văn học dân gian, thơ, họa,... và trong sâu thẳm ký ức của những người đã từng gắn bó với chợ quê.

Từ năm 1896, Đảng và Nhà nước thực hiện chính sách Đổi mới – Xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, phá bỏ chế độ bao cấp, phát triển kinh tế hàng hóa nhiều thành phần, khuyến khích tư nhân làm kinh tế, mở cửa hội nhập theo xu hướng toàn cầu hóa với thế giới, dưới sự lãnh đạo của Đảng và Nhà nước theo định hướng chủ nghĩa xã hội. Việt Nam từ đây có nhiều biến đổi bởi chính sách này trên tất cả các lĩnh vực trong đó có văn hóa.

Sau hơn hai mươi năm đổi mới, hiện nay, với sự phát triển của xã hội hiện đại, trong lòng các đô thị mọc lên các siêu thị thay thế cho vai trò thương mại của chợ quê truyền thống. Có nhiều ý kiến được đưa ra, có người muốn tiếp tục duy trì nguyên bản chợ truyền thống, có người muốn lưu giữ chợ truyền thống nhưng có sự biến đổi cho phù hợp, có người thì đưa ra bản thiết kế siêu thị không có sự xuất hiện của yếu tố chợ quê, nghĩa là Tây hóa hoàn toàn,... Vậy muốn lưu giữ thì phải lưu giữ trong hoàn cảnh nào? Muốn vừa lưu giữ, vừa biến đổi thì biến đổi thế nào? Hủy bỏ nó thì hủy ra sao? Suy cho cùng, chúng ta phải đi từ hiện thực cuộc sống, phải nghiên cứu kỹ điều kiện, hoàn cảnh sống, nhu cầu của người dân tại địa phương đó rồi mới quyết định được ở đây sẽ xây dựng chợ hay là siêu thị.

Chợ Mọc – Thị trấn Cao Thượng – huyện Tân Yên – tỉnh Bắc Giang, ra đời khoảng cuối thế kỷ XIX, từng bị chính quyền thực dân Pháp đô hộ. Đây là chợ lớn nhất huyện Tân Yên. Hiện nay chợ vẫn tồn tại và phát triển mạnh mẽ.

Bên cạnh những nét đặc trưng của chợ Việt truyền thống thì chợ Mọc hiện nay cũng đã hòa nhập cùng xu thế hiện đại trên cả phương diện thương mại và văn hóa. Đề tài đặc biệt quan tâm và nghiên cứu sâu về phương diện văn hóa vật chất và văn hóa tinh thần tại chợ Mọc để tìm hiểu những giá trị văn hóa truyền thống và bức tranh chợ Mọc trong giai đoạn kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, nhằm tìm ra những vấn đề liên quan tới biến đổi văn hóa chợ quê và xu hướng tồn tại, phát triển của chợ Mọc.

Hiện nay xu hướng nghiên cứu văn hóa tập trung nhiều vào khía cạnh biến đổi văn hóa, nghiên cứu đề tài “Sự biến đổi văn hóa chợ Mọc – Thị trấn Cao Thượng – huyện Tân Yên – tỉnh Bắc Giang trong cơ chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa” góp phần bổ sung vào bức tranh nghiên cứu biến đổi văn hóa hiện nay thêm toàn diện.

Chợ quê là nơi thể hiện rõ những phong tục tập quán của người Việt ở làng xã với nền kinh tế nông nghiệp lúa nước thô sơ, lạc hậu nhưng cũng vì thế mà chợ quê không chỉ mang tính kinh tế thương mại mà còn có những giá trị văn hóa gắn bó sâu sắc với người nông dân ngày xưa. Ngày nay, chợ Việt đã và đang biến đổi, chúng ta cần phải tìm hiểu về các giá trị văn hóa chợ quê để có định hướng cho sự tồn tại của chợ trong giai đoạn hiện nay và thời gian sắp tới.

## 2. TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu đề tài từ góc độ lý thuyết: Văn hóa, văn hóa chợ, biến đổi văn hóa,...Khảo sát các giá trị văn hóa chợ Mọc (trước năm 1986) và từ năm 1986 đến nay.

Về mặt cơ sở lý luận, đã có những công trình nghiên cứu, viết sách về văn hóa chợ như:

### **Sách viết về chợ Việt:**

\* “*Chợ búa, chợ bến*” (Nguyễn Đức Nghinh) viết về các loại hình chợ Việt.

\* “*Chợ Việt*”, của tác giả Huỳnh Thị Dung, nhà xuất bản từ điển bách khoa 2011: Cuốn sách tổng hợp số lượng và hình thức, nội dung và ý nghĩa của các phiên chợ nổi tiếng ở cả ba miền Bắc – Trung – Nam.

### **Các công trình nghiên cứu:**

\* “*Chợ và văn hóa chợ ở thành phố Hồ Chí Minh*”: Luận văn thạc sĩ của Nguyễn Vĩnh Thiện và Nguyễn Minh Tường: Đề tài nghiên cứu về văn hóa, ứng xử văn hóa giữa người với người, chủ yếu giữa người mua và người bán. Văn hóa trong nghề thương mại.

\* “*Chợ các tỉnh miền núi phía Bắc trung tâm sinh hoạt văn hóa toàn vùng*”: Đề tài nghiên cứu thực tiễn hoạt động văn hóa, văn hóa chợ. Nhu cầu văn hóa của người dân miền núi và hình thức sinh hoạt văn hóa chợ.

Những bài viết, công trình nghiên cứu này cung cấp những thông tin cơ bản về nguồn gốc, phân loại, đặc trưng của chợ Việt truyền thống.

### **Chợ Mọc:**

Ngoài các bài tập tiểu luận về nguồn gốc và văn hóa ứng xử của các bạn sinh viên trường Đại học văn hóa Hà Nội các năm trước thì chưa có đề tài, công trình nghiên cứu nào nghiên cứu, khảo sát về “Sự biến đổi văn hóa chợ Mọc – Thị trấn Cao Thượng – huyện Tân Yên – tỉnh Bắc Giang trong cơ chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa”.

## **3. MỤC ĐÍCH VÀ NHIỆM VỤ NGHIÊN CỨU CỦA ĐỀ TÀI**

### **3.1. Mục đích của đề tài**

Nghiên cứu nhằm tìm hiểu về các giá trị văn hóa của chợ quê nói chung và chợ Mọc nói riêng. Ngoài ra, còn tìm hiểu về quá trình tồn tại của chợ truyền thống giao thoa với thời kỳ hiện đại ở chợ Mọc – Thị trấn Cao Thượng – huyện Tân Yên – tỉnh Bắc Giang. Trên cơ sở đó, đưa ra những nhận định, đánh



giá về xu hướng phát triển các hình thức trao đổi buôn bán ở địa phương trong tương lai.

### **3.2. Nhiệm vụ của đề tài**

Nhiệm vụ của đề tài là nghiên cứu các giá trị văn hóa chợ Mọc truyền thống, tìm hiểu sự biến đổi văn hóa chợ Mọc trong cơ chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, dự kiến xu hướng phát triển của chợ Mọc và đề xuất kiến nghị nhằm xây dựng môi trường văn hóa chợ Mọc – Thị trấn Cao Thượng – huyện Tân Yên – tỉnh Bắc Giang.

## **4. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU CỦA ĐỀ TÀI**

### **4.1. Đối tượng nghiên cứu của đề tài**

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là “Sự biến đổi văn hóa chợ Mọc – Thị trấn Cao Thượng – huyện Tân Yên – tỉnh Bắc Giang trong cơ chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa”, cụ thể là:

- Sự biến đổi trong chức năng của chợ Mọc.
- Sự biến đổi trong văn hóa vật chất của chợ Mọc như : Quy mô – kiến trúc, cơ sở vật chất trang thiết bị, hàng hóa,...
- Sự biến đổi trong văn hóa tinh thần của chợ Mọc như : Văn hóa tâm linh, nhận thức của người dân địa phương về nghề buôn bán, cách ứng xử của người mua và người bán, cách ứng xử với môi trường tự nhiên xung quanh chợ,...

### **4.2. Phạm vi nghiên cứu của đề tài**

Đề tài nghiên cứu toàn bộ các giá trị văn hóa vật chất và tinh thần của chợ Mọc – Thị trấn Cao Thượng – huyện Tân Yên – tỉnh Bắc Giang, lấy năm 1986 làm mốc thời gian để phân chia chợ Mọc trước và sau đổi mới, từ đó làm rõ sự biến đổi văn hóa chợ Mọc trong giai đoạn kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

## **5. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU CỦA ĐỀ TÀI**

### **5.1. Cơ sở lý thuyết**

Đề tài “Sự biến đổi văn hóa chợ Mộc – Thị trấn Cao Thượng – huyện Tân Yên – tỉnh Bắc Giang trong cơ chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa” có hai phạm trù lý thuyết cần phải làm sáng tỏ:

Thứ nhất là phạm trù văn hóa, trên cơ sở đọc và nghiên cứu các tài liệu định nghĩa và nghiên cứu về văn hóa để có cơ sở xây dựng đề cương lý thuyết cho văn hóa chợ (văn hóa chợ truyền thống và văn hóa chợ trong cơ chế kinh tế thị trường).

Thứ hai là phạm trù biến đổi văn hóa, tìm hiểu về các vấn đề bản chất xoay quanh biến đổi văn hóa vì trọng tâm của đề tài là sự biến đổi văn hóa chợ.

### **5.2. Phương pháp nghiên cứu của đề tài**

Để nghiên cứu đề tài, tôi chọn và sử dụng các phương pháp sau đây:

#### **a. Phương pháp nghiên cứu tài liệu thứ cấp**

Lập danh sách các danh mục tài liệu tham khảo: mạng Internet, sách, báo, các công trình nghiên cứu theo trình tự chủ đề đã phân loại từ đề tài chính để tìm hiểu các thông tin về văn hóa và văn hóa chợ truyền thống.

#### **b. Một số phương pháp trong điền dã nhân học**

Văn hóa học là môn học có tính chất liên ngành nên trong quá trình nghiên cứu có thể sử dụng các phương pháp nghiên cứu của các bộ môn liên quan, nhất là các phương pháp nghiên cứu trong nhân học văn hóa.

Do đặc trưng của không gian văn hóa chợ là đa dạng các đối tượng và phức tạp về giao tiếp nên các phương pháp điền dã được sử dụng đó là:

### **\*Phỏng vấn**

Vận dụng các kỹ năng, phương pháp phỏng vấn (phỏng vấn thân mật, phỏng vấn phi cấu trúc, phỏng vấn bán cấu trúc, phỏng vấn cấu trúc) để khai thác thông tin của thông tin viên, thông tin từ nhiều đối tượng khác nhau về các vấn đề của văn hóa chợ Mọc truyền thống và hiện đại.

### **\*Quan sát**

Sử dụng phương pháp này để trực tiếp tiếp cận với đối tượng nghiên cứu, từ đó có thể mô tả lại được tình huống, sự vật, hiện tượng xung quanh vấn đề nghiên cứu.

## **6. BỐ CỤC CỦA KHÓA LUẬN**

Ngoài Mở đầu, Kết luận, Tài liệu tham khảo, Chú thích và Phụ lục, nội dung chính của Khóa luận được chia làm 03 chương:

**Chương 1:** Cơ sở lý luận về văn hóa, văn hóa chợ và sự tác động của cơ chế kinh tế thị trường tới văn hóa – xã hội

**Chương 2:** Chợ Mọc – Thị trấn Cao Thượng – huyện Tân Yên – tỉnh Bắc Giang từ góc nhìn văn hóa

**Chương 3:** Những nhận định, đánh giá về sự biến đổi văn hóa, xu hướng phát triển và đề xuất kiến nghị nhằm xây dựng môi trường văn hóa chợ Mọc – Thị trấn Cao Thượng – huyện Tân Yên – tỉnh Bắc Giang trong cơ chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

### Tài liệu sách, giáo trình

1. Ban tư tưởng văn hóa trung ương (2003), *Tư tưởng Hồ Chí Minh về văn hóa*, Nxb Chính trị quốc gia.
2. Đảng cộng sản Việt Nam (1991), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VII*, Nxb Chính trị.
3. Đảng cộng sản Việt Nam (1996), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VIII*, Nxb Chính trị quốc gia.
4. Đảng cộng sản Việt Nam (1991), *Cương lĩnh xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội*, Nxb Sự thật.
5. Đảng cộng sản Việt Nam (2001), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ IX*, Nxb Sự thật.
6. Đảng cộng sản Việt Nam (2006), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X*, Nxb Chính trị quốc gia.
7. Đoàn Văn Chúc (1997), *Xã hội học văn hóa*, Nxb Viện văn hóa thông tin.
8. E.Tylor (1871), *Văn hóa nguyên thủy*, Nxb Văn hóa thông tin.
9. Hồ Liên (2008), *Một hướng tiếp cận văn hóa Việt Nam*, Nxb Văn học.
10. Huỳnh Thị Dung (2010), *Chợ Việt*, Nxb Từ điển bách khoa.
11. Ngô Sĩ Lực, Nguyễn Văn Minh (1996), *Du địa chí Tân Yên*, Công ty in Thống Nhất, Hà Nội.

12. Nguyễn Văn Huyền, Trường Lưu (1996), *Văn hóa mới Việt Nam sự thống nhất và đa dạng*, Nxb Khoa học xã hội.

13. Nguyễn Từ Chi (1996), *Góp phần nghiên cứu văn hóa và tộc người*, Nxb Văn hóa thông tin, Hà Nội.

14. Nhiều tác giả (2007), *Văn hóa học những phương pháp nghiên cứu*, Nxb Văn hóa thông tin.

15. Phan Ngọc (1994), *Văn hóa Việt Nam và cách tiếp cận mới*, Nxb Văn hóa thông tin, Hà Nội).

16. Trần Ngọc Thêm (2001), *Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam*, Nxb Văn hóa thông tin.

17. Trần Quốc Vượng (2011), *Cơ sở văn hóa Việt Nam*, Nxb Giáo dục.

#### **Tài liệu báo mạng**

1. [www.baomoi.com.vn](http://www.baomoi.com.vn)
2. [www.baophutho.com.vn](http://www.baophutho.com.vn)
3. [www.baophuyen.com.vn](http://www.baophuyen.com.vn)
4. [www.ca.cand.com.vn](http://www.ca.cand.com.vn)
5. [www.congly.com.vn](http://www.congly.com.vn)
6. [www.hagiang.gov.vn](http://www.hagiang.gov.vn)
7. [www.huba.org.vn](http://www.huba.org.vn)
8. [www.kienviet.net](http://www.kienviet.net)
9. [www.kilobooks.com](http://www.kilobooks.com)