UED Journal of Social Sciences, Humanities & Education, ISSN: 1859 - 4603
https://doi.org/10.47393/jshe.v15.i2.3751

TẠP CHÍ KHOA HỌC XÃ HỘI, NHÂN VĂN VÀ GIÁO DỤC

PHÁT TRIỂN TỪ BÊN DƯỚI: DI SẢN SỐNG VÀ CHIẾN LƯỢC BẢN SẮC CỦA NGƯỜI TRẺ DÂN TỘC THIỂU SỐ

Phan Thuỳ Giang
Viện Khoa học xã hội vùng Trung Bộ và Tây Nguyên
Tác giả liên hệ: Phan Thuỳ Giang - Email: phangiangvtb@gmail.com
Ngày nhận bài: 23-10-2025; ngày nhận bài sửa: 15-11-2025; ngày duyệt đăng: 28-11-2025

Tóm tắt: Trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi số, di sản văn hóa của các tộc người thiểu số không còn là thực thể khép kín mà trở thành tiến trình đối thoại liên tục với xã hội rộng lớn. Trong quá trình này, người trẻ dân tộc thiểu số nổi lên như những chủ thể trung tâm, vừa kế thừa, vừa sáng tạo lại bản sắc. Bài viết này vận dụng phương pháp "điền dã" trực tuyến, kết hợp phân tích các kênh truyền thông chính thống và nền tảng số nơi người trẻ hiện diện và kiến tạo bản sắc. Về khung lý thuyết, bài viết tham chiếu khái niệm di sản sống (living heritage) và hướng tiếp cận phát triển từ bên dưới (bottom-up development) nhằm lý giải chiến lược bản sắc của người trẻ dân tộc thiểu số, qua trường hợp R'Cơm Bus như một ví dụ điển hình. Nghiên cứu cho thấy: i) người trẻ không chỉ duy trì thực hành văn hóa truyền thống, họ còn mở rộng biểu đạt trên không gian số; ii) thích ứng trở thành một chiến lược quan trọng; và iii) việc truyền dạy, kết nối cộng đồng được tái khẳng định. Qua đó, tham luận nhấn mạnh khả năng phát triển từ bên dưới, nơi người trẻ dân tộc thiểu số trở thành tác nhân tích cực trong việc tái tạo bản sắc và biến di sản thành nguồn lực cho phát triển bền vững.

Từ khóa: phát triển từ bên dưới; di sản sống, bản sắc; người trẻ; dân tộc thiểu số; Tây Nguyên.

1. Đặt vấn đề

Vào một buổi tối cuối tháng Bảy, khi tình cờ lướt xem các video trên kênh YouTube "Tarzan Tây Nguyên", tôi đã thật sự ấn tượng trước hình ảnh chàng trai trẻ R'Cơm Bus, người đảm nhận vai trò điều hành, tái hiện lễ cúng Yang trong khuôn khổ cuộc thi cồng chiêng giữa các dân tộc Gia Lai diễn ra tại thành phố Pleiku năm 2024. Trên màn hình, hiện lên hình ảnh người thanh niên trong trang phục truyền thống, thần thái thủ lĩnh nổi bật giữa đám đông. R'Cơm Bus cất tiếng gọi Yang với phong thái đĩnh đạc. Trước mặt Bus là cây nêu biểu tượng thiêng liêng nối kết con người J'rai với thần linh. Bao quanh Bus là nam nữ thanh niên và cả những em nhỏ, tất cả đều trong trang phục truyền thống, tay cầm cồng, chiêng và nhạc cụ truyền thống của dân tộc J'rai. Khi R'Cơm Bus cất lời, họ đồng thanh đáp lại, tạo nên một không gian vang vọng sự cộng hưởng của nghi lễ. Sau phần tái hiện cúng Yang và dâng lễ vật, R'Cơm Bus hòa nhập vào vòng diễn xướng, say mê cùng bạn trẻ trong nhịp cồng chiêng, trước sự chứng kiến chăm chú của khán giả.

R'Cơm Bus, còn được nhiều người biết đến với biệt danh "Tarzan Tây Nguyên", người J'rai, 23 tuổi, sinh sống tại làng Pleiku Roh (Gia Lai) - nơi Bus gắn bó và nuôi dưỡng niềm say mê với di sản văn hóa truyền thống của cộng đồng mình. Điều khiến tôi ngạc nhiên là sự khác biệt so với hình dung quen thuộc về bản sắc J'rai. Trong truyền thống, nghi lễ cúng Yang vốn do già làng hay thầy cúng và những người cao niên được cộng đồng trao uy tín và tri thức thiêng đảm nhiệm. Người trẻ chỉ đứng ngoài vòng, quan sát và học hỏi. Nhưng ở đây, R'Cơm Bus không đứng bên lề mà ở trung tâm. Bus điều phối, dẫn dắt, và trở thành chủ thể phát ngôn. Hình ảnh ấy đã thách thức khuôn mẫu quen thuộc, mở ra cách hiểu mới:

Cite this article as: Phan, T. G. (2025). Bottom-Up Development: Living Heritage and Identity Strategies among Ethnic Minority Youth. *UED Journal of Social Sciences, Humanities and Education*, *15*(02), 65-77.
https://doi.org/10.47393/jshe.v15.i2.3751

phải chăng, bản sắc không chỉ là thứ được trao truyền một chiều, mà là "không gian" thế hệ trẻ có thể bước vào, tái định nghĩa và biểu đạt theo cách của mình.

Trong hơn hai thập niên qua, các cộng đồng dân tộc thiểu số ở Việt Nam đã trải qua quá trình biến đổi văn hóa - xã hội sâu sắc dưới tác động của toàn cầu hóa, các chương trình phát triển vùng và sự bùng nổ truyền thông số. Phần lớn chính sách và dự án phát triển vẫn vận hành theo mô hình từ trên xuống, chú trọng hạ tầng, sinh kế hoặc quảng bá các "hình ảnh đặc sắc" phục vụ du lịch. Điều này vô hình trung làm suy giảm khả năng tự quyết và sáng tạo của cộng đồng. Thế nhưng, song song với dòng chảy chính thống đó, một lớp người trẻ dân tộc thiểu số đang nổi lên như những chủ thể năng động, tìm kiếm cách định nghĩa lại bản sắc ngay từ bên trong đời sống thường ngày. Câu chuyện của R'Cơm Bus là minh chứng rõ rệt. Hình ảnh Bus trong vai trò "chủ lễ" cho thấy người trẻ hoàn toàn có thể bước vào trung tâm không gian thiêng, diễn giải và biểu đạt bản sắc theo cách của họ. Đặc biệt, khi nghiên cứu một cách hệ thống hành trình của R'Cơm Bus, tôi còn nhận thấy Bus đã có chiến lược bản sắc đầy sáng tạo, linh hoạt và chủ động mang di sản J'rai lên không gian mạng, diễn giải bằng ngôn ngữ thời đại, mở rộng phạm vi tiếp nhận bản sắc của cộng đồng ra ngoài buôn làng. Những thực hành ấy cho thấy Bus không thụ động kế thừa, mà đang chủ động biến di sản thành một thực thể sống, vừa gắn với ký ức tập thể vừa thích ứng với điều kiện mới. Từ trường hợp của R'Cơm Bus, có thể nói, người trẻ dân tộc thiểu số đang triển khai các chiến lược bản sắc mang tính sáng tạo, mở ra tiềm năng cho một dạng phát triển từ bên dưới (bottom–up development) nhưng chưa được nghiên cứu sâu ở Việt Nam.

Về mặt học thuật, nghiên cứu dân tộc thiểu số ở Việt Nam hiện thiên về hai hướng: (i) đánh giá chính sách và chỉ số kinh tế - xã hội, ít chú ý tới văn hóa như quá trình kiến tạo và thích ứng; (ii) mô tả văn hóa truyền thống như "di sản" tĩnh, hiếm khi phân tích vai trò của thế hệ trẻ trong tái cấu trúc bản sắc. Việc vận dụng những khung lý thuyết về di sản sống, phát triển bản địa và thương lượng bản sắc để phân tích chiến lược bản sắc của người trẻ dân tộc thiểu số gần như chưa có. Bài viết "*Phát triển từ bên dưới: Di sản sống và chiến lược bản sắc của người trẻ dân tộc thiểu số*" được đặt ra trong bối cảnh học thuật này. Bài viết sẽ làm rõ: (i) Các chiến lược bản sắc mà người trẻ triển khai để duy trì bản sắc văn hóa và thích ứng với bối cảnh hiện đại thông qua trường hợp R'Cơm Bus; (ii) Thừa nhận phát triển không chỉ đến từ chính sách bên ngoài, mà được hình thành từ năng lực nội sinh và sự chủ động của người trẻ dân tộc thiểu số.

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết này vận dụng phương pháp "điền dã" trên không gian mạng xã hội, tập trung theo dõi và phân tích các kênh truyền thông chính thống cùng những nền tảng trực tuyến nơi R'Cơm Bus xuất hiện và tự quảng bá. Dữ liệu gồm các chương trình báo chí, truyền hình về R'Cơm Bus, cùng với những video và nội dung do chính Bus sản xuất, đăng tải trên YouTube, Facebook, Fanpage và TikTok. Đây là nguồn tư liệu chủ yếu để tôi nhận diện các dạng thức biểu đạt, phương thức truyền tải di sản, cũng như cách Bus kiến tạo hình ảnh cá nhân gắn với bản sắc cộng đồng.

Điểm mới của cách tiếp cận này nằm ở việc mở rộng phạm vi điền dã từ không gian vật chất của buôn làng sang không gian số. Nếu như điền dã truyền thống thường nhấn mạnh sự hiện diện trực tiếp của nhà nghiên cứu tại cộng đồng, thì điền dã trên mạng xã hội cho phép quan sát một "phiên bản thứ hai" của văn hóa - nơi bản sắc không chỉ được thực hành trong cộng đồng nội bộ mà còn được kiến tạo, trình diễn trước công chúng từ địa phương, quốc gia đến quốc tế.

Song song với việc quan sát và phân tích dữ liệu truyền thông, nghiên cứu còn kết hợp với việc đọc và đối chiếu các tài liệu lý thuyết liên quan đến di sản sống (living heritage), bản sắc (identity), và phát triển từ bên dưới (bottom–up development). Cách tiếp cận này nhằm tạo cơ sở để phân tích sâu chiến lược bản sắc của người trẻ dân tộc thiểu số từ trường hợp R'Cơm Bus, qua đó bài viết làm sáng rõ sự năng động, sáng tạo và tính chủ thể của người trẻ trong quá trình tái cấu trúc di sản.

3. Nội dung

3.1. Di sản, bản sắc và sự hình thành chủ thể văn hóa từ bên dưới

3.1.1. Khung lý thuyết: Di sản sống - Bản sắc - Phát triển từ bên dưới

3.1.1.1. Di sản sống (living heritage)

Trong bài viết này, tôi lựa chọn tham chiếu khái niệm "di sản sống" (living heritage) của Ioannis Poulios (2014), bởi đây là hướng tiếp cận cho phép nhìn nhận di

sản như một thực thể vận động gắn liền với đời sống cộng đồng. Trong công trình *The Past in the Present: A Living Heritage Approach – Meteora, Greece*, Poulios khẳng định di sản không phải một thực thể bất biến mà là một phần của hiện tại, được cộng đồng liên tục thực hành, thích ứng và tái tạo. Ông phê phán cách tiếp cận bảo tồn truyền thống vốn chỉ chú trọng duy trì nguyên trạng, đồng thời đề xuất một hướng tiếp cận mới đặt cộng đồng vào vị trí trung tâm, bởi chính họ là chủ thể duy trì và làm sống di sản. Theo Poulios, di sản luôn ở trạng thái biến đổi. Sự thay đổi không đồng nghĩa với mất mát mà chính là điều kiện để nó tiếp tục tồn tại, phát huy giá trị trong quan hệ với quá khứ, hiện tại và tương lai. Những luận điểm này được minh hoạ qua trường hợp Meteora (Hy Lạp)[1]. Địa điểm nảy sinh căng thẳng giữa bảo tồn theo chuẩn quốc tế với nhu cầu của cộng đồng tu sĩ cùng người dân địa phương tiếp tục sống, hành lễ trong không gian ấy. Qua trường hợp này, Poulios chỉ ra rằng, cách tiếp cận di sản sống cho phép nhìn Meteora không phải như "bảo tàng tĩnh" mà như một thực thể đang sống, gắn bó với cộng đồng và biến đổi cùng họ. Tiếp cận này có ý nghĩa lớn đối với nhân học, bởi nó mở rộng khái niệm di sản từ chỗ chỉ nhấn mạnh yếu tố vật chất sang chỗ coi di sản như một quá trình liên tục, đồng thời khẳng định vai trò trung tâm của cộng đồng trong việc bảo tồn, sử dụng, tái tạo và truyền dạy. Từ đây, Poulios khẳng định rằng chính sự thích ứng và biến đổi mới là điều kiện để di sản duy trì sức sống, bảo đảm tính bền vững và khả năng lan toả trong xã hội đương đại.

Việc vận dụng khái niệm "Di sản sống" vào bài viết "*Phát triển từ bên dưới: Di sản sống và chiến lược bản sắc của người trẻ dân tộc thiểu số*" có ý nghĩa ở ba phương diện. Thứ nhất, nó giúp vượt qua quan niệm di sản như một thực thể tĩnh, để nhìn nhận di sản J'rai như một quá trình vận động, liên tục được thế hệ trẻ tái tạo. Thứ hai, cách tiếp cận này cho phép đặt người trẻ dân tộc thiểu số, cụ thể là R'Cơm Bus vào trung tâm phân tích, từ đó lý giải cách người trẻ dân tộc thiểu số chủ động kiến tạo và duy trì bản sắc. Thứ ba, khung tiếp cận "di sản sống" mở ra cơ sở để đánh giá tiềm năng của các chiến lược bản sắc như một dạng phát triển từ bên dưới, xuất phát từ nhu cầu và hành động của chính cộng đồng.

[1]Quần thể tu viện Chính thống giáo được UNESCO công nhận là Di sản Thế giới.

3.1.1.2. Bản sắc (identity)

Khái niệm bản sắc từ lâu đã là một trong những chủ đề trung tâm của nghiên cứu xã hội và văn hoá. Song, bước ngoặt quan trọng chỉ thật sự xuất hiện cùng với các nhà tư tưởng hậu thực dân và nghiên cứu văn hoá cuối thế kỷ XX, tiêu biểu là Stuart Hall. Trong *Cultural Identity and Diaspora* (1994), Stuart Hall đề xuất một cách tiếp cận mang tính nền tảng để hiểu bản sắc văn hoá, nhấn mạnh rằng bản sắc không phải là một thực thể bất biến mà là một tiến trình liên tục kiến tạo. Theo Hall, bản sắc vừa là "cái đang là" gắn với ký ức tập thể, cội nguồn và sự tiếp nối lịch sử, vừa là "cái đang trở thành" luôn được tái tạo, biến đổi và thương thảo trong hiện tại. Như vậy, bản sắc vừa neo giữ vào quá khứ vừa mở ra những khả thể cho tương lai.

Hall minh họa quan điểm này qua nghiên cứu trường hợp Caribbean và cộng đồng diaspora. Ông chỉ ra ba "hiện diện" làm nên bản sắc Caribbean: châu Phi như một ký ức bị kìm nén nhưng vẫn hiện diện bền bỉ; châu Âu với vai trò thống trị về quyền lực và tư tưởng; và Tân Thế giới như không gian lai ghép, nơi "căn tính" được gắn kết lại trong các hình thức văn hoá mới. Bản sắc, theo đó, không thể hiểu như một thực thể nguyên vẹn mà phải nhìn như một quá trình kiến tạo. Đặc biệt, Hall nhấn mạnh vai trò của thực hành văn hoá (âm nhạc, điện ảnh, nghệ thuật) như những không gian xã hội mà cộng đồng tái định nghĩa và đối thoại với bên ngoài.

Từ khung lý thuyết của Hall, có thể rút ra ba luận điểm tham chiếu quan trọng cho nghiên cứu "*Phát triển từ bên dưới: Di sản và chiến lược bản sắc của người trẻ dân tộc thiểu số*": i) Bản sắc như tiến trình: bản sắc của người J'rai nói riêng, Tây Nguyên nói chung cần được nhìn nhận không phải là sự tiếp nối nguyên trạng mà là quá trình tái tạo liên tục trong mối quan hệ với truyền thống, hiện đại và toàn cầu hoá. ii) Cũng như diaspora Caribbean, chiến lược bản sắc của người trẻ dân tộc thiểu số không chỉ hướng về cội nguồn mà còn bao hàm những yếu tố lai ghép, tiếp biến (âm nhạc, hình ảnh, phương tiện truyền thông…). iii) Các thực hành văn hoá của người trẻ dân tộc thiểu số, điển hình là R'Cơm Bus, từ biểu diễn cồng chiêng, cải biến nhạc cụ, đến sử dụng mạng xã hội trở thành không gian để định vị bản sắc, chống lại sự mai một và đồng thời mở ra các đối thoại với những quan điểm từ bên ngoài.

Như vậy, khung lý thuyết của Hall cung cấp nền tảng để lý giải chiến lược bản sắc của người trẻ dân tộc thiểu số không phải như sự bảo tồn thuần túy, mà như một chiến lược vừa giữ căn cốt truyền thống, vừa sáng tạo và lai ghép để di sản tiếp tục sống động, bền vững và có sức lan toả trong xã hội đương đại.

3.1.1.3. Phát triển từ bên dưới (bottom-up development)

Trong lịch sử nghiên cứu phát triển, thường xuyên diễn ra những tranh luận đối chọi giữa mô hình "phát triển từ bên trên" (top-down development) và "phát triển từ bên dưới" (bottom-up development). Tuy nhiên, trong phạm vi tham luận này, tôi không đặt hai dạng thức đó vào thế loại trừ lẫn nhau, mà chỉ viện dẫn một số gợi mở từ tác phẩm *Development From Below: The Bottom-Up and Periphery-Inward Development Paradigm* của Walter Stohr (1978). Theo Stohr, phát triển cần được hiểu như một quá trình mở rộng cơ hội cho cá nhân, cộng đồng, thay vì chỉ giới hạn bởi các chính sách theo mô hình tập trung từ trên xuống. Và, một chiến lược "từ bên dưới" bao gồm việc thừa nhận nhiều con đường phát triển gắn với bối cảnh văn hóa, xã hội và sinh thái đặc thù. Ông đồng thời thừa nhận động lực nội sinh, tức cộng đồng tự xác định và huy động nguồn lực sẵn có, song vẫn linh hoạt tiếp nhận các nguồn lực từ bên ngoài.

Cách tiếp cận của Stohr có giá trị tham chiếu quan trọng cho nghiên cứu "*Phát triển từ bên dưới: Di sản và chiến lược bản sắc của người trẻ dân tộc thiểu số*". Bởi lẽ, việc tìm hiểu chiến lược bản sắc của người trẻ dân tộc thiểu số mà R'Cơm Bus là ví dụ không thể chỉ đặt trong khuôn khổ các chính sách phát triển áp đặt từ trên xuống. Ngược lại, cần nhìn nhận di sản văn hóa và ký ức cộng đồng như nguồn lực nội sinh được chính Bus chủ động huy động và tái tạo. Đồng thời, tư duy "tự lực nhưng đồng thời mở ra khả năng tiếp nhận các nguồn lực ngoại sinh" của Stohr mở ra gợi ý rằng, người trẻ dân tộc thiểu số có thể vừa duy trì bản sắc, vừa linh hoạt tiếp nhận các nguồn lực (mạng lưới xã hội, công nghệ…) để mở rộng cơ hội kiến tạo bản sắc.

3.1.2. Bối cảnh chính trị - kinh tế - văn hóa nơi người trẻ dân tộc thiểu số đang định hình vai trò

3.1.2.1. Chính sách dân tộc và tác động của chính sách dân tộc đến chiến lược bản sắc của người trẻ dân tộc thiểu số

Việt Nam là quốc gia đa dân tộc, gồm 53 dân tộc thiểu số, chiếm gần 15% dân số, chủ yếu sinh sống ở miền núi - những vùng giàu tài nguyên và đa dạng văn hóa nhưng điều kiện kinh tế xã hội còn nhiều khó khăn. Để cải thiện đời sống, Nhà nước đã triển khai các chính sách dân tộc toàn diện như Chương trình 134, 133, 135 và gần đây là 1719. Dù vẫn còn bất cập trong thực thi (Phùng Đức Tùng, 2012; Nguyễn Thị Thuận, 2019; Nguyễn Thị Thu Thanh, 2021), các chính sách này đã mở ra những cơ hội nền tảng cho người trẻ dân tộc thiểu số.

Các chương trình không chỉ giải quyết nhu cầu thiết yếu về đất ở, đất sản xuất, sinh kế và hạ tầng, mà còn mở rộng cơ hội tiếp cận giáo dục, y tế, công nghệ thông tin và tín dụng ưu đãi (Thủ tướng Chính phủ 1998a, 1998b, 2004). Nhờ đó, cộng đồng dân tộc thiểu số có điều kiện ổn định cuộc sống, nâng cao năng lực (Phùng Đức Tùng, 2012; Nguyễn Thị Thuận, 2019; Nguyễn Thị Thu Thanh, 2021), và quan trọng hơn, chuyển từ vị thế "đối tượng thụ hưởng" sang "tác nhân phát triển" (Thủ tướng Chính phủ, 2021).

Chính những thay đổi này tạo nền tảng để người trẻ triển khai chiến lược bản sắc. Trước hết, việc mở rộng cơ hội học tập, đào tạo nghề và tiếp cận công nghệ thông tin một mặt nâng cao năng lực cá nhân, mặt khác trao cho người trẻ công cụ để tái diễn giải di sản bằng ngôn ngữ thời đại. Tiếp đó, các chính sách khuyến khích khởi nghiệp và tham gia thị trường mở ra khả năng gắn kết bản sắc với các hình thức kinh tế sáng tạo như sản phẩm thủ công, ẩm thực, du lịch cộng đồng, biến di sản thành nguồn lực phát triển, đồng thời khẳng định vai trò chủ thể của giới trẻ. Cuối cùng, mặc dù hệ thống chính sách vẫn mang tính định hướng từ trên xuống, người trẻ có thể tận dụng và tái chế các nguồn lực này để thực hành chiến lược bản sắc "từ bên dưới", vừa duy trì ký ức cộng đồng, vừa mở rộng biên độ sáng tạo và kết nối toàn cầu.

Từ góc nhìn này, chính sách dân tộc chính là chất xúc tác cho sự tái tạo bản sắc của thế hệ trẻ dân tộc thiểu số. Sự giao thoa giữa khung chính sách quốc gia và chiến lược bản sắc từ bên dưới phản ánh rõ tính chất "sống" của di sản. Trong đó, cộng đồng vừa kế thừa, vừa sáng tạo để thích ứng với bối cảnh mới.

3.1.2.2. Ảnh hưởng của chính sách văn hóa và truyền thông số đến chiến lược bản sắc của người trẻ dân tộc thiểu số

Trong gần 40 năm Đổi Mới, Nhà nước Việt Nam đã ban hành nhiều chính sách văn hoá quan trọng, khẳng định văn hóa các dân tộc thiểu số là nền tảng tinh thần

của quốc gia. Những chính sách này đã nuôi dưỡng niềm tự hào, ý thức gìn giữ di sản trong cộng đồng, đồng thời tạo ra khung pháp lý, nguồn lực tài chính và hạ tầng để duy trì, khuyến khích sáng tạo bản sắc. Việc gắn bảo tồn với phát triển du lịch cộng đồng và sản phẩm văn hóa cũng mở ra cơ hội biến bản sắc thành nguồn lực phát triển. Mặt khác, khi đặt cộng đồng vào vị trí trung tâm, chính sách cũng đã khuyến khích sự tham gia chủ động của cộng đồng (Nguyễn Thị Song Hà, 2023).

Hệ thống chính sách này đã góp phần định hình chiến lược bản sắc của người trẻ dân tộc thiểu số theo nhiều hướng. Một mặt, họ có điều kiện đưa di sản - lễ hội, âm nhạc, trang phục vào các không gian truyền thông và sáng tạo mới. Đồng thời, chính sách khuyến khích cộng đồng làm chủ quá trình bảo tồn đã tạo điều kiện để người trẻ khẳng định vai trò chủ thể sáng tạo, chuyển từ thụ hưởng sang tác nhân tích cực (iSEE, 2018). Nhờ đó, người trẻ dân tộc thiểu số có nền tảng thực hiện chiến lược bản sắc, vừa duy trì tính liên tục với truyền thống, vừa mở rộng khả năng thích ứng và lan tỏa.

Đặc biệt, trong thời đại toàn cầu hóa và chuyển đổi số, mạng xã hội trở thành không gian quan trọng để người trẻ dân tộc thiểu số thực hành và đổi mới bản sắc. Các nền tảng như Facebook, YouTube, TikTok cho phép họ đưa di sản đến gần hơn với công chúng rộng rãi. Không gian mạng còn giúp bản sắc vượt khỏi phạm vi cộng đồng, mở rộng tầm ảnh hưởng trong xã hội toàn cầu, đồng thời là nơi thử nghiệm các hình thức sáng tạo mới.

Như vậy, có thể thấy, chính sách văn hoá và truyền thông số đã trở thành những yếu tố nền tảng, giúp người trẻ dân tộc thiểu số định hình các chiến lược bản sắc.

3.2. Chiến lược bản sắc của người trẻ dân tộc thiểu số tiếp cận từ trường hợp R'Cơm Bus"

3.2.1. Từ hiện diện công cộng đến kiến tạo chủ động trên không gian số

3.2.1.1. Hiện diện công cộng như một khẳng định chính trị - xã hội

Khi theo dõi các kênh truyền thông chính thống và trang mạng xã hội của R'Cơm Bus, có thể thấy Bus đã tham gia vào nhiều sự kiện công cộng quan trọng, qua đó khẳng định sự hiện diện của bản sắc J'rai trong không gian văn hóa rộng mở. Ở cấp độ buôn làng, Bus hiện diện trong các hoạt động cộng đồng gắn với sinh hoạt văn hóa truyền thống. Ở phạm vi tỉnh, Bus thường xuyên góp mặt trong chương trình "Cồng chiêng cuối tuần - Thưởng thức và trải nghiệm" tại Quảng trường Đại Đoàn Kết, cũng như trong Ngày hội văn hóa các dân tộc tỉnh Gia Lai. Trên bình diện vùng, Bus cùng đoàn Gia Lai tham dự chương trình Quảng bá kết nối du lịch các thành phố Tây Nguyên - Tuy Hòa năm 2023. Ở cấp quốc gia, Bus có mặt trong các sự kiện văn hóa mang tính đại diện cho cộng đồng như Chương trình Phiên Chợ Mùa Xuân trên kênh VTV5. Đặc biệt, ở tầm quốc tế, Bus là thành viên trẻ nhất đoàn nghệ nhân Gia Lai tham dự Lễ hội Âm thanh thế giới Jeonju 2023 tại Hàn Quốc, đồng thời biểu diễn cồng chiêng tại Expo 2025 ở Nhật Bản. Những sự kiện này cho thấy chiến lược bản sắc của Bus mang tính *bán chủ động*, khi sự hiện diện chủ yếu đến từ lời mời và sự sắp đặt trong khuôn khổ chính sách văn hóa - du lịch. Tuy nhiên, qua đó Bus vẫn khẳng định được vai trò như một đại diện thế hệ trẻ J'rai, góp phần tái hiện và lan tỏa bản sắc cộng đồng trong không gian công cộng từ địa phương đến quốc tế.

Theo khảo sát, từ lúc đang học lớp 5, Bus đã tham gia các hội làng, lễ hội truyền thống của người J'rai. Điều này cho thấy Bus không tiếp nhận âm nhạc cồng chiêng như một "màn trình diễn" tách khỏi bối cảnh, mà trong môi trường nguyên gốc gắn liền với nghi lễ, ký ức và đời sống cộng đồng. Nhờ đó, Bus có nền tảng hiểu biết sâu về tính thiêng, giá trị xã hội và vai trò của cồng chiêng trong cấu trúc văn hóa J'rai. Sự tham gia sớm này đồng thời khẳng định Bus trước hết là thành viên được cộng đồng công nhận và trao quyền kế thừa. Đây là tiền đề quan trọng cho sự chính danh sau này khi Bus bước vào không gian công cộng rộng lớn hơn và cũng là giai đoạn học hỏi, kế thừa đặt nền móng cho chiến lược bản sắc về sau. Được nuôi dưỡng trong môi trường nguyên gốc, Bus có thể tự tin tái hiện và sáng tạo di sản trong các không gian khác nhau (quảng trường, đường phố, sân khấu,…) mà vẫn duy trì được sự gắn kết với cộng đồng. Nói cách khác, bản sắc J'rai không phải được Bus kiến tạo cho công chúng từ đầu, mà được xây dựng từ một quá trình xã hội hóa văn hóa bản địa, rồi sau đó mới chuyển hóa thành chiến lược biểu đạt ra bên ngoài.

Khi tham gia vào các sự kiện công cộng như Chương trình Cồng chiêng cuối tuần tại Quảng trường Đại Đoàn Kết (Pleiku), Ngày hội văn hóa các dân tộc Gia Lai, hay các chương trình kết nối du lịch Gia Lai - Phú Yên,…, R'Cơm Bus bắt đầu mở rộng sự hiện diện văn hóa ra khỏi phạm vi làng. Trong những không gian này, Bus khoác

lên mình trang phục truyền thống, trình diễn cồng chiêng, tái hiện nghi lễ, chơi nhạc cụ truyền thống của dân tộc. Bản sắc J'rai nhờ đó được mang đến trước khán giả đa dạng: người Kinh, du khách, và công chúng ngoài tỉnh. Và chính trong những không gian này, R'Cơm Bus không còn đứng sau già làng hay nghệ nhân, mà trực tiếp trở thành gương mặt đại diện của cộng đồng.

Sự hiện diện này đánh dấu một dịch chuyển quan trọng. Trong cấu trúc xã hội truyền thống J'rai, quyền phát ngôn và đại diện cho bản sắc vốn thuộc về già làng, nghệ nhân hay thầy cúng. Nhưng khi một người trẻ như R'Cơm Bus bước lên sân khấu lớn, Bus đã tái định vị quyền đại diện: người trẻ cũng có thể trở thành chủ thể kiến tạo bản sắc. Đây không chỉ là sự phá vỡ giới hạn về tuổi tác hay vị thế xã hội, mà còn là tuyên ngôn rằng thế hệ trẻ không dừng lại ở vai trò "kế thừa thụ động" mà đang "sáng tạo chủ động" trong việc định hình văn hóa dân tộc.

Năm 2023, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Gia Lai chính thức khép lại chương trình "Cồng chiêng cuối tuần - thưởng thức và trải nghiệm", Bus đã bày tỏ sự tiếc nuối trước việc dừng chương trình này[2]. Thay vì chỉ thụ động tham gia theo sự sắp đặt của các chương trình, Bus đã biến khoảnh khắc xuất hiện trước công chúng và truyền thông thành một diễn đàn để gửi gắm thông điệp: văn hóa Tây Nguyên cần tiếp tục được lan tỏa. Lời chia sẻ của Bus không đơn thuần là cảm xúc cá nhân mà mang tính biểu đạt thành một hình thức quảng bá, đồng thời tạo "sức ép" xã hội đối với chính quyền và cộng đồng để duy trì hoặc sáng tạo thêm những hình thức thể hiện di sản. Nói cách khác, Bus đã tận dụng cơ hội xuất hiện trên truyền thông để không chỉ giữ vai trò người biểu diễn, mà là một "đại sứ trẻ" chủ động kiến tạo không gian cho bản sắc J'rai.

Các dấu mốc quốc tế quan trọng trong hành trình hiện diện công cộng là khi Bus trở thành thành viên trẻ nhất đoàn Gia Lai tham dự Festival Âm nhạc Sori quốc tế Jeonju 2023 tại Hàn Quốc và chương trình Expo 2025 tại Nhật Bản. Tại Jeonju, các tiết mục hòa tấu cồng chiêng, dân ca J'rai và nhạc cụ tre nứa được đặt trong cuộc đối thoại trực tiếp với âm nhạc thế giới, để lại ấn tượng mạnh mẽ trong lòng khán giả quốc tế. Trên trang cá nhân, nhà tổ chức chương trình Hyun Kun Kim đã chia sẻ rằng âm nhạc cồng chiêng là "văn hóa đẹp đẽ và quý giá, cần được truyền lại cho các thế hệ mai sau"[3], cho thấy sự cộng hưởng vượt biên giới mà di sản Tây Nguyên có thể khơi gợi. Trong khi đó, tại Expo 2025, Bus bày tỏ niềm hạnh phúc khi "văn hóa cồng chiêng Tây Nguyên" được đưa ra thế giới như một hình thức "xuất khẩu văn hóa" khẳng định vị thế mới của cộng đồng.

Chia sẻ của R'Cơm Bus, đặc biệt với cụm từ "xuất khẩu văn hoá" gợi mở nhiều tầng ý nghĩa về cách người trẻ dân tộc thiểu số định vị bản sắc của mình. Việc sử dụng khái niệm vốn thường gắn với hàng hóa và thị trường cho thấy một sự dịch chuyển trong cách nhìn: văn hóa không còn được hiểu đơn thuần như "tài sản tinh thần" cần bảo tồn, nó là nguồn lực có thể chia sẻ, trao đổi trên trường quốc tế.

Từ những sự kiện này, có thể thấy bản sắc J'rai đã vượt khỏi không gian địa phương để bước vào quỹ đạo toàn cầu hóa. Ở đó, người trẻ dân tộc thiểu số không chỉ là người giữ gìn di sản, họ trở thành chủ thể kiến tạo và khẳng định vị thế trong bối cảnh đa dạng văn hóa quốc tế.

3.2.1.2. Sự dịch chuyển không gian biểu đạt văn hóa

Trong năm 2023-2024, R'Cơm Bus lần lượt xuất hiện trong các giải chạy Gia Lai City Trail, giải chạy Tà Năng Trail Challenge 2024, sự kiện Tuần lễ hoa dã quỳ - núi lửa Chư Đăng Ya 2024. Thay vì hòa nhập hoàn toàn theo chuẩn mực sự kiện thể thao, Bus lựa chọn những biểu tượng văn hóa Jrai - mang trang phục truyền thống, chạy chân đất, cầm nỏ, thổi tù và. Hành động này có thể được nhìn nhận như một chiến lược hiện diện bản sắc. Trong một không gian nơi hàng nghìn vận động viên tham gia, trang phục truyền thống và những vật dụng mang tính biểu tượng trở thành ký hiệu nhận diện bản sắc. Ở cấp độ rộng hơn, đây là sự dịch chuyển không gian biểu diễn văn hóa. Truyền thống không còn bị giới hạn trong vòng nghi lễ cộng đồng, mà có thể xuất hiện ở những sự kiện công cộng mở, tạo ra khả năng tiếp nhận rộng lớn hơn. Nhờ đó, bản sắc Jrai được đưa ra khỏi "nội bộ" để bước vào dòng chảy đại chúng.

[2]Bài đăng trên fanpage Tarzan Tây Nguyên ngày 17/11/2023.

[3]Nguyên văn lời của ông Hyun Kun Kim được R'Cơm Bus chia sẻ lại trên fanpage Tarzan Tây Nguyên ngày 17/9/2023.

Về bản chất, các sự kiện mà R'Cơm Bus tham gia vốn đã mang tính giao thoa: thể thao - văn hóa - quảng bá du lịch. Trong đó, sự góp mặt của Bus tạo ra một lớp ý nghĩa cộng hưởng. Hình ảnh chàng trai trẻ mặc thổ cẩm J'rai, vừa chạy trên cung đường núi Tà Năng Phan Dũng hay Chư Đăng Ya, vừa hiện diện trên poster, thông cáo báo chí của giải chạy khiến cho bản sắc J'rai trở thành một phần của chiến lược quảng bá du lịch địa phương. Bên cạnh đó, việc tham gia các sự kiện phi truyền thống để quảng bá truyền thống cho thấy một hướng đi quan trọng: truyền thống có thể thích ứng và tái cấu trúc chính mình thông qua sự dịch chuyển không gian biểu diễn và sự tham gia chủ động của thế hệ trẻ nhằm mở rộng giao tiếp với thế giới.

Cũng trong những năm 2023-2025, R'Cơm Bus liên tục xuất hiện trên nhiều nền tảng truyền thông, từ báo chí, truyền hình đến mạng xã hội và các sản phẩm âm nhạc đương đại. Tạp chí Heritage giới thiệu Bus như người trẻ yêu âm nhạc dân tộc, trong khi ANTV khắc họa hình ảnh một R'Cơm Bus gắn liền với núi rừng, cồng chiêng và buôn làng, được nhìn nhận như "linh hồn trẻ" tiếp nối di sản. Truyền hình Gia Lai trong phóng sự Lửa Cao nguyên (Huy Chương Vàng Liên hoan truyền hình toàn quốc) đưa tiếng nói cá nhân của Bus để tôn vinh dân ca J'rai, còn ANTV (chuyên mục Việt Nam quê hương tôi) và các chương trình quảng bá du lịch (Đá Voi Yang-tao, Sun Media GL, phim du lịch ẩm thực) khai thác Bus như nhân vật trải nghiệm, làm sống động cảnh quan và văn hóa bản địa. R'Cơm Bus cũng trở thành trung tâm của phóng sự Tarzan kể chuyện làng (giải A Giải báo chí toàn quốc), khách mời trong Phiên chợ Mùa Xuân của VTV5, phỏng vấn Tết Giáp Thìn 2024 trên THGL, nhân vật của podcast Chuyện Người Gia Lai, và gương mặt chính trong video dự thi Gia Lai miền sử thi trên nền tảng Happy Vietnam. Không chỉ gắn bó với sự kiện truyền thông, Bus còn bước vào không gian âm nhạc hiện đại khi tham gia MV Kim Chỉ Tây của Tùng TeA và NamCocain. Từ báo chí, truyền hình đến mạng xã hội và âm nhạc đương đại, tất cả đã định hình R'Cơm Bus như một "người kể chuyện" trẻ của Tây Nguyên, đưa di sản J'rai đến với công chúng rộng rãi bằng cả sự mộc mạc và sáng tạo.

Đặc biệt, R'Cơm Bus đã chủ động duy trì một tập hợp hình ảnh mang tính biểu tượng: trang phục thổ cẩm J'rai, đánh chiêng, thổi tù và, thổi tiêu, cưỡi voi, hiện diện mạnh mẽ giữa đại ngàn. Những yếu tố này xuất hiện có hệ thống trong phóng sự ANTV về Đá Voi Yang-tao, nơi chương trình mở đầu bằng hình ảnh Bus cưỡi voi, đánh chiêng và thổi tù và trên nền cảnh Đắk Lắk; trong MV Kim Chỉ Tây, cảnh Bus cỡi voi, thổi tù và, đánh chiêng và chạy giữa đại ngàn được dùng như motif mở đầu và lặp lại xuyên suốt; trong video dự thi Gia Lai Miền Sử Thi, Bus được đặt ở vị trí trung tâm của tường ảnh về vùng đất. Việc Bus nhất quán xuất hiện cùng những dấu hiệu này trên các nền tảng khác nhau cho phép hình thành một "thương hiệu bản sắc". Di sản ở đây không chỉ được bảo tồn mà được tái tạo trong ngôn ngữ nghệ thuật mới, vừa xác thực vừa linh hoạt, chứng minh rằng di sản có thể tiếp tục "sống" bằng cách bước vào không gian sáng tạo của thế hệ trẻ.

Một chiến lược quan trọng khác là tự sự cá nhân hóa: nhiều chương trình mở bằng lời tự sự của Bus cũng như để Bus đóng vai "người dẫn chuyện". MV Kim Chỉ Tây khởi phát bằng câu tự sự: "*Tây Nguyên, vùng đất của những truyền thuyết chưa bao giờ được kể hết…*"; trên podcast Chuyện Người Gia Lai, Bus nói trực tiếp: "*mình muốn giới thiệu cho mọi người biết là quê hương của mình đẹp…*"; trong phỏng vấn Tết của Đài Truyền hình Gia Lai Bus tâm sự tự hào khi trình diễn văn hoá tại lễ hội quốc tế Jeonju (Hàn Quốc). Việc để chính chủ thể kể chuyện tạo ra hai hệ quả đồng thời: thứ nhất, tăng cường cảm nhận tính chân thực vì thông điệp do người trong cuộc trình bày; thứ hai, trao cho nhân vật một quyền phát ngôn công khai, từ đó làm nền tảng cho vai trò đại diện. Sự việc các đơn vị sản xuất mở khung chương trình cho lời kể của Bus, cho thấy họ công nhận quyền kể chuyện ấy và công chúng cũng thường tiếp nhận thông điệp đó dưới dạng lời của "người trong cuộc". Tuy nhiên, cần thấy rằng những chương trình này vẫn nằm trong khung dàn dựng và lời mời của các đơn vị sản xuất. Vì vậy, "quyền kể chuyện" của Bus vừa mang tính được trao, vừa mang tính chủ động. Chính trong sự kết hợp này, có thể nhận ra một sự dịch chuyển: từ chỗ dân tộc thiểu số thường chỉ được nhìn qua lăng kính "người khác", nay người trẻ đã có cơ hội xuất hiện với tư cách người tham gia trực tiếp, đưa vào truyền thông trải nghiệm và tiếng nói của chính mình. Đây có thể được hiểu như một dạng trao quyền, trong đó người trẻ dân tộc thiểu số không hoàn toàn kiểm soát bối cảnh truyền thông, nhưng tận dụng khoảng trống trong đó để khẳng định bản sắc và hình ảnh cộng đồng theo cách riêng.

Hình thức xuất hiện đa nền tảng này đã giúp Bus thực hiện một chiến lược "cầu nối" giữa các đối tượng khán giả khác nhau: khán giả quan tâm di sản và du lịch (phim du lịch, ANTV), công chúng truyền hình đại chúng (VTV5), khán giả trẻ mạng xã hội (Happy Vietnam, MV). MV kết hợp rap hiện đại với âm thanh cồng chiêng, hình ảnh cưỡi voi, và lời tự sự truyền thống là minh họa sinh động cho cách Bus tích hợp hai ngôn ngữ biểu đạt: truyền thống và đương đại để mở rộng tiếp nhận, đồng thời giữ một trục biểu tượng nhận diện. Tác động là gia tăng phạm vi tiếp cận: người Kinh ở đô thị xem có thể cảm thấy "gần" với hình tượng qua MV rap, trong khi khách du lịch hoặc khán giả quan tâm văn hóa tiếp cận qua phóng sự và phim tài liệu. Sự hiện diện đa nền tảng của R'Cơm Bus cũng cho thấy cách bản sắc được thể hiện linh hoạt giữa nhiều đối tượng công chúng. Với ANTV và VTV5, Bus đại diện cho hình ảnh "thanh niên tiêu biểu giữ gìn di sản"; với Sun Media GL và Gia Lai miền sử thi, Bus trở thành nhân vật trải nghiệm thu hút du khách và khán giả mạng xã hội; với MV Kim Chỉ Tây, Bus tham gia không gian văn hóa đại chúng, nơi rap và chiêng hòa quyện, tạo điểm chạm với khán giả trẻ toàn quốc. Chiến lược này biến di sản có thể đi từ buôn làng lên truyền hình quốc gia, rồi lan tỏa ra mạng xã hội.

Dù tính biểu diễn trên truyền thông là rõ ràng, chuỗi xuất hiện của Bus cũng cho thấy dấu vết của thực hành gắn kết cộng đồng: Bus nhắc về kinh nghiệm lưu diễn cùng đoàn nghệ nhân ra nước ngoài (Jeonju), thể hiện mong ước "trở thành người kể chuyện về văn hoá của Tây Nguyên", và trong phóng sự đoạt giải A Giải báo chí toàn quốc, phóng viên nhấn mạnh tinh thần trách nhiệm gìn giữ văn hoá của Bus. Những dẫn chứng này phản ánh chiến lược bản sắc của Bus không chỉ dừng ở việc "tạo hình ảnh" mà còn gắn với việc thực hành, điều này làm gia cố tính thuyết phục cho vai trò đại diện của Bus. Sự kết hợp giữa trình diễn trước công chúng và cam kết thực hành tại địa phương là yếu tố then chốt để giảm thiểu yếu tố "trình diễn" thuần túy và tăng tính bền vững của việc truyền tải văn hóa.

3.2.1.3. Số hóa và chủ động lan tỏa bản sắc

Năm 2023, R'Cơm Bus phát triển các kênh YouTube, TikTok và Fanpage "Tarzan Tây Nguyên", thu hút hàng trăm nghìn lượt theo dõi. Sự kiện này đánh dấu một bước ngoặt: bản sắc Jrai đã dịch chuyển từ trình diễn bán chủ động vốn dựa nhiều vào sự dàn dựng của truyền thông sang dạng tái hiện trên nền tảng số do chính người trong cuộc kiến tạo. Trên các nền tảng này, Bus không chỉ lưu giữ các sự kiện văn hóa truyền thống mà chủ động định hình cách di sản được công chúng tiếp nhận trong không gian trực tuyến.

Điểm đặc biệt là những video về lễ bỏ mả, nhà mồ, cây nêu hay quá trình chế tác nhạc cụ không chỉ là "tư liệu hóa" văn hoá, mà là một diễn ngôn mới về bản sắc. Khi một người dân J'rai diễn giải lễ bỏ mả "*là không đi bỏ mả nữa*", R'Cơm Bus lại lựa chọn cách giải thích giàu tính biểu tượng hơn: "*Lễ bỏ mả là xoá bỏ những ràng buộc giữa người sống và người chết*"[4], cho thấy vai trò của Bus như một "người kể chuyện" mới. Ở đó, bản sắc được diễn giải theo ngôn ngữ có khả năng chạm đến khán giả đa dạng ngoài cộng đồng.

Các video của R'Cơm Bus còn trở thành không gian thương thảo bản sắc giữa truyền thống và hiện đại; vừa giữ những yếu tố cốt lõi của di sản J'rai, vừa biến chúng thành những nội dung theo chuẩn mực thẩm mỹ của mạng xã hội: clip ngắn, lời dẫn gần gũi, hình ảnh sinh động. Chính sự kết hợp đó làm cho bản sắc trở nên "sống động hơn", có khả năng đi xa hơn, vượt ra khỏi làng, khỏi tỉnh Gia Lai, thậm chí vượt qua biên giới quốc gia để hiện diện trong không gian toàn cầu. Phản hồi của khán giả cho thấy rõ tác động xã hội của chiến lược này. Những bình luận như "*clip đẹp quá, muốn đến Tây Nguyên một lần quá mà chưa được*" phản ánh khả năng khơi gợi ham muốn trải nghiệm, biến bản sắc văn hoá từ một thực thể địa phương thành một đối tượng của sự tò mò, ngưỡng mộ, và đồng cảm toàn cầu. Ở đây, bản sắc không chỉ "tồn tại" mà còn "lôi cuốn", trở thành chất liệu của kết nối liên văn hoá.

Chiến lược số hóa này cũng mang tính xã hội rõ nét. Khi một người trẻ J'rai xuất hiện với tư cách "chủ kênh" có hàng trăm nghìn người theo dõi, bản sắc dân tộc thiểu số không còn chỉ được bảo lưu bởi các cơ quan văn hóa hay nghệ nhân cao tuổi, nó trở thành tài sản do chính thế hệ trẻ nắm giữ, kiến tạo và lan tỏa. Bằng ngôn ngữ và công cụ của thế hệ Gen Z, R'Cơm Bus đã khẳng định di sản không phải thuộc về quá khứ mà là nguồn lực hiện tại, có thể hòa nhập với logic của truyền thông số. Điều

[4]Diễn giải của R'Cơm Bus trong video Lễ Pơ Thi được đăng tải trên fanpage Tarzan Tây Nguyên ngày 15/3/2024.

đáng chú ý ở đây là sự chủ động. Nếu trước đây vai trò truyền tải văn hoá thường do học giả, cơ quan bảo tàng hoặc cơ quan quản lý văn hoá đảm nhiệm, thì nay chính người trong cuộc lại đảm nhận vai trò này. Điều đó cho thấy một sự dịch chuyển quyền lực trong việc kiến tạo bản sắc: từ chỗ bị diễn giải bởi người ngoài, cộng đồng nay có thể tự kể câu chuyện của mình, bằng giọng nói của chính mình, trên nền tảng do chính mình làm chủ. Đây là một dạng "công dân số" của các nhóm thiểu số, vừa gắn với trách nhiệm giữ gìn di sản, vừa góp phần định hình hình ảnh cộng đồng của họ trong sự tiếp nhận của một xã hội đa văn hoá. Trong một chia sẻ, R'Cơm Bus từng nói: "*Mình muốn trở thành người kể chuyện về văn hoá Tây Nguyên*"[5]. Lời khẳng định này có thể được xem như một tuyên bố. Khi một người trẻ J'rai tự nhận lấy vai trò "người kể chuyện", điều đó đồng nghĩa với việc cộng đồng không còn bị nhìn qua lăng kính của người ngoài (các nhà nghiên cứu, các phóng viên hay các nhà quản lý văn hoá), mà có thể trực tiếp phát ngôn về chính mình.

Nói cách khác, sự hiện diện của R'Cơm Bus trên nền tảng mạng xã hội chính là một cách khẳng định quyền phát ngôn, bằng việc nắm bắt công cụ kỹ thuật số, người trẻ dân tộc thiểu số đã trở thành chủ thể mới trong tiến trình kiến tạo bản sắc văn hoá của cộng đồng mình. Đây chính là một biểu hiện sống động của quá trình phát triển từ bên dưới, sẽ được bàn luận sâu hơn ở phần sau.

3.2.2. Thích ứng như chiến lược bản sắc của người trẻ dân tộc thiểu số

Trong bối cảnh hiện đại, người trẻ dân tộc thiểu số thể hiện bản sắc không chỉ ở không gian công cộng hay trên mạng xã hội, mà đồng thời trong quá trình tự định hình và tái tạo bản thân. Quá trình này là chuỗi chiến lược bản sắc đầy sáng tạo, linh hoạt và gắn chặt với trách nhiệm cộng đồng. Trong trường hợp R'Cơm Bus, trước hết, cần nhìn nhận sự thay đổi lối sống của Bus như một chiến lược tái tạo bản sắc cá nhân - cộng đồng. Từ một thanh niên "lông bông", sống qua ngày bằng nghề nông, Bus đã rèn luyện thể hình, nuôi tóc dài, định hình phong cách ngoại hình và xây dựng hình tượng "Tarzan Tây Nguyên"[6]. Đây không chỉ là sự thay đổi mang tính cá nhân, mà là sự gắn kết bản sắc cá nhân vào một biểu tượng văn hoá, trong đó chủ thể ý thức về việc biến mình thành hình ảnh có thể mang bản sắc đi ra ngoài, đối diện với công chúng rộng lớn. Ở đây, bản sắc mang tính trình diễn khi cơ thể, ngoại hình, phong cách sống trở thành phương tiện để biểu đạt văn hoá và hình tượng "Tarzan Tây Nguyên" vừa gợi nhớ đến không gian bản địa của núi rừng, sức mạnh thể chất, vừa gắn kết với biểu tượng phổ quát trong văn hoá đại chúng toàn cầu. Chính sự kết hợp này tạo ra một chiến lược lai ghép biểu tượng độc đáo, trong đó, yếu tố địa phương và yếu tố toàn cầu được dung hoà để tạo nên sức hút rộng rãi. Không những vậy, hình tượng này còn mở ra một cách nhìn mới về người trẻ J'rai: không chỉ gắn với nương rẫy, cồng chiêng hay buôn làng, họ hiện diện như một gương mặt mạnh mẽ, hiện đại, có khả năng hấp dẫn công chúng và lan toả di sản, bước vào không gian hiện đại mà không bị hoà tan.

Song song với việc làm mới bản thân, Bus còn triển khai chiến lược cải biến và sáng tạo nhạc cụ truyền thống như một phương diện khác của quá trình tái tạo bản sắc. Khi nhận thấy âm giai của nhạc cụ truyền thống thiếu hai nốt Rê và La, Bus đã chủ động bổ sung để có thể chơi được không chỉ nhạc trẻ mà thậm chí cả nhạc quốc tế. Hành động này là một hình thức "bổ sung" giàu tính sáng tạo nhằm mở rộng khả năng biểu đạt của nhạc cụ J'rai. Chính qua sự lai ghép này, âm nhạc truyền thống bước vào môi trường hiện đại, tạo ra một kết nối hiệu quả giữa thế hệ trẻ và di sản vốn có nguy cơ trở nên xa lạ với họ.

Dưới góc độ kỹ thuật, việc bổ sung các nốt nhạc này mở rộng biên độ giai điệu, cho phép nhạc cụ bản địa "nói" được thứ ngôn ngữ âm nhạc toàn cầu. Về phương diện văn hoá, đó là một hành động dịch chuyển tinh tế: giữ tinh thần truyền thống nhưng bổ sung yếu tố mới để thích ứng với nhu cầu thưởng thức đương đại. Về mặt xã hội, chiến lược này giúp thu hẹp khoảng cách giữa di sản và giới trẻ, bởi nhờ cải tiến mà âm nhạc Tây Nguyên không còn xa cách, khó hiểu, trở thành một phần của nhịp điệu quen thuộc trong đời sống thường nhật của họ. Có thể nói, việc sáng tạo và chơi nhạc cụ truyền thống trên nền

[5]Chia sẻ của Bus trong phóng sự Tết Giáp Thìn 2024 trên Truyền hình Gia Lai.

[6]Chia sẻ của Bus trong phóng sự Tarzan kể chuyện làng của Truyền hình Gia Lai.

nhạc hiện đại không đơn thuần là sự thử nghiệm nghệ thuật, đó là cách để di sản "sống động" và tiếp tục được duy trì trong bối cảnh mới.

Điểm đáng chú ý là Bus không chỉ dừng lại ở việc biểu diễn trực tiếp, mà đồng thời tận dụng mạng xã hội như một kênh trung gian để lan toả bản sắc. Bus quay nhiều video biểu diễn nhạc trẻ trong hình tượng trang phục truyền thống và sử dụng nhạc cụ truyền thống tạo sự gần gũi và hấp dẫn với khán giả trẻ vốn quen với môi trường số. Đây là một hình thức thích ứng với xã hội đương đại. Nhờ đó, bản sắc được trình diễn và tái tạo cả trong buôn làng, trên sân khấu và trên nền tảng kỹ thuật số. Chính sự kết hợp giữa cải tiến nhạc cụ, lai ghép giai điệu và sử dụng mạng xã hội đã tạo thành một chiến lược toàn diện. Âm nhạc truyền thống không những không bị lùi lại phía sau, ngược lại bước ra đời sống mới, đối thoại bình đẳng với âm nhạc hiện đại.

Trong hành trình kiến tạo bản sắc, điểm nổi bật ở Bus chính là ý thức về nhu cầu không ngừng thích ứng, học hỏi. Học hỏi là động lực trung tâm của quá trình tái tạo bản sắc. Bus hiểu rằng để bản sắc truyền thống không bị cô lập, nó phải được làm giàu bằng những tri thức mới, kỹ năng mới, và cả những phương thức tiếp cận khán giả mới. Vì thế, mỗi chuyến đi, mỗi buổi giao lưu, mỗi lần đứng trên sân khấu không chỉ là một lần Bus trình diễn mà còn quan sát, lắng nghe, thử nghiệm và điều chỉnh. Nhờ vậy, bản sắc không bị đóng khung trong hình ảnh bất biến, mà liên tục được "bồi đắp" qua tri thức, trải nghiệm và thực hành mới.

Từ những phân tích trên, có thể khẳng định chiến lược bản sắc của người trẻ dân tộc thiểu số là quá trình thích ứng, làm mới không ngừng. Chính sự kết hợp này làm cho di sản không bất biến mà trở nên sống động, tiếp tục lan toả trong hiện tại và tương lai.

3.2.3. Truyền dạy và duy trì bản sắc: Sự tiếp nối cộng đồng từ người trẻ

Việc truyền dạy văn hoá vừa là sự trao truyền kỹ năng, vừa là quá trình liên thế hệ về ý nghĩa và trách nhiệm đối với bản sắc. Câu chuyện của R'Cơm Bus và nghệ nhân Siu Thưm - là minh chứng điển hình cho cách thức bản sắc được tiếp nối qua nhiều thế hệ. Trong một chia sẻ, ông Siu Thưm nhấn mạnh: "*Mình truyền dạy cho em này rồi em này truyền dạy cho em khác. Cứ thế hệ này qua thế khác, dần dần, Bus cũng truyền dạy cho mấy em vậy thôi. Mong muốn là mấy em mấy cháu tiếp nối để giữ gìn bản sắc của mình*"[7]. Lời tâm sự ấy cho thấy truyền dạy chính là cơ chế bảo đảm cho tính liên tục của văn hoá, một dòng chảy không ngừng được nuôi dưỡng và tái tạo trong từng thế hệ.

Trong bối cảnh đó, R'Cơm Bus đã trở thành một mắt xích quan trọng khi cùng thầy Siu Thưm mở lớp dạy cồng chiêng và nhạc cụ dân tộc cho trẻ em trong làng với quy mô từ 10 đến 20 em. Điều đáng chú ý là hoạt động truyền dạy này không dừng lại ở việc trao truyền kỹ năng mà còn khơi dậy ký ức văn hoá, nuôi dưỡng niềm tự hào dân tộc và gắn kết cộng đồng.

Trong quá trình nghiên cứu các video biểu diễn cồng chiêng của làng Pleiku Roh, điều ấn tượng là sự tham gia say mê của những em nhỏ bên cạnh Bus. Hình ảnh trẻ em 3 đến 7 tuổi hòa nhịp cùng tiếng cồng chiêng vừa tái hiện ký ức âm nhạc cộng đồng vừa trở thành biểu tượng cho sức sống và độ bền bỉ của bản sắc trong thế hệ mới. Sự hiện diện của các em nhỏ cho thấy di sản không chỉ được lưu giữ trong ký ức của người lớn tuổi mà đang được "gieo mầm" từ rất sớm, để mỗi nhịp cồng, tiếng chiêng trở thành một phần tự nhiên trong đời sống tinh thần của thế hệ kế tiếp. Bản sắc ở đây được duy trì và tái tạo liên tục qua những buổi tập luyện, qua những lời giảng giải về cội nguồn, về vẻ đẹp của cồng chiêng. Điều này khẳng định việc truyền dạy giúp củng cố căn tính và niềm tự hào cộng đồng.

Đáng chú ý là trong khi thế hệ thầy trò trước kia chủ yếu truyền dạy trực tiếp qua thực hành trong làng, Bus đã kết hợp thêm công cụ truyền thông để mở rộng tác động. Đó là minh chứng cho sự sáng tạo chiến lược của thế hệ trẻ: vừa duy trì phương thức truyền thống, vừa số hoá trải nghiệm để tăng sức sống của bản sắc trong môi trường hiện đại.

R'Cơm Bus nhiều lần nhấn mạnh ý thức trách nhiệm cá nhân trong tiến trình này: "*Đối với một người trẻ như em, cần phải có trách nhiệm, giữ gìn bản sắc văn hoá này. Tại vì, thầy đã dạy cho em thì em phải có trách nhiệm để em dạy lại cho các bạn nhỏ thế hệ sau*"[8]. Tinh thần tiếp nối ấy cho thấy những chủ thể trẻ đã chủ động đảm nhận vai trò duy trì bản sắc cộng đồng, đồng thời

[7]Chia sẻ của ông Siu Thưm trong phóng sự Tarzan kể chuyện làng của Truyền hình Gia Lai.

[8]Chia sẻ của Bus trong phóng sự Tarzan kể chuyện làng của Truyền hình Gia Lai.

cũng phản ánh ý thức rõ rệt về tính khẩn cấp của việc truyền dạy trong bối cảnh mai một. Như vậy, truyền dạy không chỉ đơn thuần là bảo tồn, nó là một quá trình thương thảo giá trị nhằm giúp bản sắc tiếp tục tồn tại và khẳng định sức sống trong sự cạnh tranh với thị hiếu đương đại. Tất cả những nỗ lực ấy có thể được nhìn nhận như một chiến lược bản sắc sáng tạo, trong đó trao truyền và đổi mới trở thành phương tiện để duy trì sự sống động của di sản.

3.3. Phát triển từ bên dưới: Người trẻ như chủ thể tái - sáng tạo bản sắc

Tiếp cận từ khung lý thuyết di sản sống (Poulios, 2014) và phát triển từ bên dưới (Stohr, 1978), có thể thấy di sản không phải là một thực thể quá khứ bất biến mà là một nguồn lực động luôn được duy trì, tái tạo trong đời sống đương đại. Trong tiến trình này, người trẻ nổi lên với vai trò trung tâm vừa tiếp nhận vừa tái cấu trúc di sản để định hình bản sắc trong bối cảnh mới. Trường hợp R'Cơm Bus cho thấy rõ, di sản trở thành điểm tựa để người trẻ vừa khẳng định căn tính, vừa đối thoại với công chúng, qua đó khẳng định quyền chủ thể của mình trong quá trình phát triển.

Cơ chế vận hành của quá trình này dựa trên sự kết hợp giữa nguồn lực bản địa và tiếp nhận có chọn lọc các yếu tố bên ngoài. Về nguồn lực nội tại, Bus được nâng đỡ bởi ký ức nghi lễ, uy tín thầy trò với nghệ nhân Siu Thưm, các mô thức diễn xướng cồng chiêng và mạng lưới liên hệ xã hội trong buôn làng. Những yếu tố này tạo nên tính chính danh cho phép Bus bước ra không gian công cộng mà vẫn được nhìn nhận như một người "kể chuyện hợp pháp" về Tây Nguyên. Nhờ vậy, các biểu hiện sáng tạo của Bus không bị xem là phá vỡ truyền thống, mà được nhìn nhận như một phần trong dòng chảy tái tạo bản sắc.

Song song, sự tiếp nhận có chọn lọc yếu tố ngoại sinh phản ánh tính linh hoạt trong chiến lược bản sắc. Bus khai thác công nghệ số, truyền thông và "thị trường" như công cụ, nhưng không để chúng chi phối hoàn toàn giá trị văn hóa. Việc bổ sung âm giai cho nhạc cụ dân tộc không nhằm từ bỏ truyền thống, ngược lại mở rộng khả năng đối thoại của âm nhạc Tây Nguyên với âm nhạc đương đại. Việc sử dụng YouTube, Facebook, Tiktok vừa phục vụ cho trao truyền tri thức bản địa, vừa mở rộng tiếp cận công chúng, cho thấy yếu tố ngoại sinh không làm phai nhạt di sản mà trở thành phương tiện để lan tỏa và định nghĩa lại bản sắc.

Tuy nhiên, tiến trình này không tránh khỏi những thách thức. Về mặt chính sách, các chương trình 134, 135, 1719 hay các đề án bảo tồn văn hóa tuy đã mở ra nguồn lực hỗ trợ, nhưng cũng tiềm ẩn nguy cơ biến di sản thành hàng hóa trong các dự án ngắn hạn. Trường hợp của Bus cho thấy nhu cầu về một chính sách đi xa hơn hỗ trợ vật chất, hướng tới việc kiến tạo các "khoảng sáng tạo" liên tục cho người trẻ. Khi những điều kiện ấy được đảm bảo, di sản mới có thể trở thành nền tảng cho phát triển bền vững, thay vì bị thương mại hóa vô trách nhiệm.

Một thách thức khác nảy sinh từ quá trình số hóa di sản. Khi thực hành văn hóa được đưa lên không gian mạng, bản sắc không còn khép kín trong cộng đồng mà phải đối diện với những hệ quy chiếu giá trị đa dạng, thậm chí đối lập. Video về lễ bỏ mả của Bus là một minh chứng. Công chúng ngưỡng mộ chiều sâu văn hóa nhưng cũng có người coi đó là "hủ tục lạc hậu". Đây là hệ quả tất yếu khi bản sắc truyền thống trở thành đối tượng của các diễn ngôn ngoài cuộc, thường bị nhìn qua lăng kính "tiến bộ - lạc hậu". Thái độ này cho thấy bản sắc được tái định hình không phải như một thực thể khép kín, mà như một tiến trình đối thoại xã hội, nơi người trong cuộc thảo luận liên tục với diễn ngôn bên ngoài. Tuy nhiên, chính sự đa thanh trong cách nhìn nhận này buộc người trẻ như Bus vừa phải gánh vác kỳ vọng của cộng đồng, vừa đối diện với sự soi xét xã hội. Trách nhiệm trở thành "đại diện bản sắc" khiến họ phải liên tục biến "phán xét" thành cơ hội truyền đạt ý nghĩa sâu sắc hơn của di sản.

4.Kết luận

Ngày 19/9/2025, R'Cơm Bus cùng với 60 KOL đã tham gia Liên minh Niềm Tin Số tại Gia Lai - một sáng kiến nhằm kết nối KOL, doanh nghiệp, nền tảng mạng xã hội và cơ quan quản lý nhà nước nhằm xây dựng không gian mạng *an toàn - tích cực - giàu bản sắc văn hóa địa phương*. Cùng với đó, mô hình "Kiến tạo không gian số Gia Lai" được ra mắt, nhấn mạnh rằng mỗi chia sẻ và hành động của KOL không chỉ tạo ảnh hưởng trong thế giới số, mà còn góp phần định hình hình ảnh một Gia Lai mới: phát triển, văn minh và bền vững. Một lần nữa, sự hiện diện và đóng góp của Bus cho thấy người trẻ dân tộc thiểu số đang khẳng định vai trò ngày càng lớn, không

chỉ trong duy trì, tái tạo bản sắc văn hóa mà còn trong các tiến trình xã hội rộng hơn.

Trong chiến lược bản sắc, cần khẳng định rằng người trẻ dân tộc thiểu số có thể giữ vai trò trung tâm. Họ không chỉ tiếp nhận di sản từ thế hệ trước, mà còn chủ động sáng tạo và tái định nghĩa giá trị văn hóa trong bối cảnh mới. Chính sự năng động này biến họ từ "người thụ hưởng" thành "người kiến tạo", đồng thời mở rộng không gian tồn tại của bản sắc.

Di sản, qua trường hợp này, không phải là một thực thể bất biến, mà là tiến trình động, luôn vận hành trong đối thoại giữa truyền thống và hiện đại, giữa cộng đồng và xã hội rộng lớn. Việc số hóa, lưu truyền hay biểu diễn di sản trong không gian mạng cho thấy tính linh hoạt ấy khi di sản có cơ hội vươn ra khỏi biên giới cộng đồng để tham gia vào những dòng chảy văn hóa toàn cầu.

Từ đó, phát triển cần được chú trọng từ bên dưới, nghĩa là từ chính nhu cầu, nguồn lực và sáng kiến của người trẻ. Khi được trao cơ hội, họ không chỉ duy trì di sản mà còn biến nó thành nền tảng sáng tạo và nguồn lực cho phát triển bền vững. Ý nghĩa rộng hơn, đây là một minh chứng cho hướng tiếp cận phát triển lấy cộng đồng làm trung tâm: tôn trọng đa dạng, nuôi dưỡng năng lực tự chủ và coi bản sắc không phải là "trói buộc" vào quá khứ mà là chất liệu để kiến tạo tương lai.

Tài liệu tham khảo

Hall, S. (1994). *Cultural identity and diaspora*. In P. Williams & L. Chrisman (Eds.), *Colonial discourse and post-colonial theory* (1st ed.). Routledge.

iSEE. (2018). *Khơi nguồn nội lực – Các câu chuyện truyền cảm hứng của những người phụ nữ dân tộc thiểu số Việt Nam*. https://static1.squarespace.com/static/60910dcc1acfae2fdd25c4aa/t/61479c71231df50953a468aa/1632083105682/vn-Seizing-your-potential-VN-compressed.pdf

iSEE. (2018). *Tóm tắt các chương trình/chính sách liên quan tới dân tộc miền núi ở Việt Nam – giai đoạn 1998 đến nay*. https://www.isee.org.vn/thuvien/c8zk30ydi7y5ngxc99maqtpg3817r6-w7xct-l34y5

Nguyễn Thị Luyện. (2022). Giáo dục dân tộc thiểu số, miền núi ở Việt Nam qua hơn 35 năm đổi mới. *Tạp chí Cộng Sản*. https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/nghien-cu/-/2018/825497/giao-duc-dan-toc-thieu-so%2C-mien-nui-o-viet-nam-qua-hon-35-nam-doi-moi.aspx

Nguyễn Thị Song Hà. (2023). Chính sách bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa các dân tộc thiểu số ở Việt Nam. *Tạp chí Cộng Sản*. https://tapchicongsan.org.vn/van_hoa_xa_hoi/-/2018/828114/chinh-sach-bao-ton-va-phat-huy-gia-tri-van-hoa-cac-dan-toc-thieu-so-o-viet-nam.aspx

Nguyễn Thị Thu Thanh. (2021). Chính sách dân tộc của Việt Nam qua 35 năm đổi mới. *Tạp chí Cộng Sản*. https://tapchicongsan.org.vn/web/guest/van_hoa_xa_hoi/-/2018/821701/chinh-sach-dan-toc-cua-viet-nam-qua-35-nam-doi-moi.aspx

Nguyễn Thị Thuận. (2019). Một số kết quả đạt được sau 20 năm thực hiện Chương trình 135 và những vấn đề đặt ra. *Tạp chí Cộng Sản*. https://tapchicongsan.org.vn/van_hoa_xa_hoi/-/2018/54519/mot-so-ket-qua-dat-duoc-sau-20-nam-thuc-hien-chuong-trinh-135-va-nhung-van-de-dat-ra.aspx

Phạm Quỳnh Phương. (2025). Di sản học trong bối cảnh toàn cầu: phương pháp và triển vọng ở Việt Nam. *Khoa học Liên ngành và Nghệ thuật, 1*(1).

Phùng Đức Tùng & cộng sự. (2012). *Tác động của Chương trình 135 giai đoạn II qua lăng kính hai cuộc điều tra đầu kỳ và cuối kỳ*. IRC.

Poulios, I. (2014). The past in the present: A living heritage approach – Meteora, Greece. *Ubiquity Press*. https://www.jstor.org/stable/j.ctv3s8tpq

Stohr, W. (1980). *Development from below: The bottom-up and periphery-inward development paradigm* [Publisher's PDF, Version of record]. https://doi.org/10.57938/d0df5ff7-3a98-421d-a82e-3513c9c777a8

Thủ tướng Chính phủ. (1998a). Quyết định số 133/1998/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia xóa đói giảm nghèo giai đoạn 1998–2000.

Thủ tướng Chính phủ. (1998b). Quyết định số 135/1998/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình phát triển kinh tế - xã hội các xã đặc biệt khó khăn miền núi và vùng sâu, vùng xa.

Thủ tướng Chính phủ. (2004). Quyết định số 134/2004/QĐ-TTg về một số chính sách hỗ trợ đất

sản xuất, đất ở, nhà ở và nước sinh hoạt cho hộ đồng bào dân tộc thiểu số nghèo, đời sống khó khăn.

Thủ tướng Chính phủ. (2011). Quyết định số 1270/QĐ-TTg phê duyệt Đề án "Bảo tồn, phát triển văn hóa các dân tộc thiểu số Việt Nam đến năm 2020".

Thủ tướng Chính phủ. (2021). Quyết định số 1719/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021-2030, giai đoạn I: 2021-2025.

BOTTOM-UP DEVELOPMENT: LIVING HERITAGE AND IDENTITY STRATEGIES AMONG ETHNIC MINORITY YOUTH

Phan Thuy Giang

Institute of Social Sciences of Central Highlands

Author corresponding: Phan Thuy Giang - Email: phangiangvtb@gmail.com

Article History: Received on 23rd October 2025, Revised on 15th November 2025, Published on 28th November 2025

Abstract: In the context of globalization and digital transformation, the cultural heritage of ethnic minority groups is no longer a closed entity but has become an ongoing process of dialogue with the broader society. Within this process, ethnic minority youth emerge as central actors who both inherit and creatively reconfigure their identities. This paper employs an online "fieldwork" approach, combining analyses of mainstream media channels and digital platforms where young people are present and where identity is constructed. Theoretically, the paper draws on the concept of living heritage and the bottom-up development approach to interpret the identity strategies of ethnic minority youth, using the case of R'Cơm Bus as a representative example. The study shows that: (i) young people not only maintain traditional cultural practices but also expand their expressions in digital spaces; (ii) adaptation has become a crucial strategy; and (iii) the transmission of knowledge and community connectivity are reaffirmed. Accordingly, the paper highlights the potential for bottom-up development, wherein ethnic minority youth become active agents in the re-creation of identity and in transforming heritage into a resource for sustainable development.

Key words: bottom-up development; living heritage; identity; youth; ethnic minorities; Central Highlands.