

Dân tộc học



NƯỚC NGOÀI

MÓN THỊT CHÓ CỦA NGƯỜI HÀN QUỐC TRONG CÁCH NHÌN NHÂN HỌC VĂN HÓA

MAI ĐẶNG HIỀN QUẢN

1. Mở đầu

Một câu tục ngữ cổ Hàn Quốc nói: “Không gì có thể làm dịu bạn vào một ngày hè nóng nực bằng bát súp *bosintang*”¹ (NIKL, 1999, tr. 176). Một câu tục ngữ cổ khác của nước Anh lại nói: “Bất cứ ai cho rằng tiền không thể mua được hạnh phúc chắc chắn đã quên mất những chú chó nhỏ của họ”. Những câu dẫn này tự chúng đã thể hiện các cảm nhận và ý kiến khác nhau về danh phận của loài chó trong đời sống xã hội. Trong khi người Hàn Quốc coi chó như một nguồn thực phẩm, cũng giống như bất cứ loài vật nuôi nào khác như lợn hay bò, thì ở phương Tây người ta lại coi chó là bầu bạn của loài người.

Bài viết dưới đây đặt món thịt chó của người Hàn Quốc trong cách nhìn nhân học văn hóa và lý giải những bất đồng giữa các nền văn hóa về vấn đề này. Một số nước phương Tây có khuynh hướng áp đặt quan điểm vị chủng văn hoá và thường không quan tâm đến thuyết tương đối về văn hoá

trong việc xem xét vấn đề này khi văn hóa ăn thịt chó cần được hiểu bên trong bối cảnh nền văn hóa Hàn Quốc. Bài viết không tranh luận tiếp về việc ăn thịt chó đúng hay sai mà chỉ phân tích vấn đề dưới góc độ nhân học văn hoá và khẳng định rằng cần có một cái nhìn khoa học trên quan điểm thuyết tương đối về văn hoá để hiểu thấu đáo vấn đề.

2. Khung lý thuyết

Cách tốt nhất để mô tả và nhận thức việc ăn thịt chó của người Hàn Quốc là sử dụng nhân học văn hóa để giải thích mối quan hệ của loài chó với các yếu tố trong cấu trúc xã hội - văn hóa, từ đó thấy vai trò của loài chó trong các xã hội khác nhau. Tâm điểm của sự giải thích từ phía nhân học văn hóa là nghiên cứu các cách mà người ta hiểu và giải thích thế giới xung quanh họ cũng như những hành vi và sự bày tỏ của các thành viên khác trong xã hội. Những giải thích này hình thành nên một hệ thống văn hóa được chia sẻ về các ý nghĩa, đến lượt nó lại được các thành viên trong xã hội chia sẻ (Des Chene, 1996, tr. 1274). Nhân học văn hóa giải thích, nghiên cứu các biểu tượng và quá trình nhờ đó con người gắn ý nghĩa cho những

¹ Món chó hầm gồm thịt chó là nguyên liệu ban đầu chủ yếu, theo bài “*Các nhà hàng thịt chó đóng kín thực khách đến ăn tối*” trên tờ Seoul Times (Tháng 8 năm 2003).

biểu tượng để chỉ những vấn đề cơ bản về đời sống xã hội (Spencer, 1996, tr. 535).

Hơn nữa, phân tích văn hóa phải là ngành khoa học giải thích khi tìm kiếm ý nghĩa (Greetz, 1973a, tr. 5) vì văn hóa chỉ có thể hiểu như “mô hình ý nghĩa được gắn trong các biểu tượng được truyền tải theo dòng lịch sử, như một hệ thống các quan niệm thừa kế và thể hiện ở dạng biểu tượng, nhờ đó con người giao tiếp, duy trì và phát triển tri thức về cuộc sống và thái độ của họ đối với cuộc sống” (Greetz, 1973, tr. 89). Bài viết sử dụng phương pháp nhân học văn hóa để mô tả quá trình, qua đó ý nghĩa của loài chó được đặt ra trong cơ cấu xã hội - văn hóa tại Hàn Quốc và các nước phương Tây. Đó có thể là căn nguyên để hiểu vì sao thực tế ăn thịt chó được coi là bình thường tại Hàn Quốc nhưng lại là đáng ghê tởm và thậm chí vô nhân đạo tại phần lớn xã hội phương Tây.

Để mô tả thói quen ăn thịt chó của người Hàn Quốc, cần tập trung vào những thực tế được biết đến, được chia sẻ và những niềm tin được tạo lập theo cách có ý thức hay vô thức rồi được duy trì từ thế hệ này đến thế hệ khác như là sự trao truyền văn hóa trong bối cảnh xã hội Hàn Quốc. Quan điểm của thuyết tương đối về văn hoá cũng được sử dụng với lập luận rằng thói quen ăn thịt chó không thể chỉ được giải thích bên ngoài bối cảnh Hàn Quốc vì nền văn hóa này, cũng giống như bất cứ nền văn hóa nào khác, là một sản phẩm của những hoàn cảnh thực tế và không một nền văn hóa nào lại phải chịu sự phán xét bằng những giá trị của nền văn hóa khác. Cách nhìn phê phán được sử dụng trong lập luận rằng do những khác biệt về văn hóa, nên

việc ăn thịt chó không được chấp nhận ở hầu khắp các nước phương Tây, nhưng lại được ghi nhận trong văn hóa Hàn Quốc cùng với lịch sử và những ý nghĩa xã hội của nó. Quan điểm đạo đức cũng được sử dụng để tranh luận với những lý lẽ từ các nước phương Tây rằng các nước văn minh không cho phép ăn thịt chó vì không một nền văn hóa nào lại có quyền coi những chuẩn mực và giá trị của mình siêu đẳng hơn những nền văn hóa khác.

3. Mô tả

3.1. Lịch sử và những con số

Việc ăn thịt chó ở Hàn Quốc có mầm mống từ quá khứ xa xưa. Xương chó từng được khai quật trong lớp trầm tích thời kỳ đồ đá mới ở Changnyeong, phía Nam tỉnh Gyeongsang. Những bức bích họa lớn khắc trên tường trong khu mộ Gorgueyo ở phía Nam tỉnh Hwangghae - một địa điểm di sản thế giới của UNESCO có từ thế kỷ thứ 4 - đã mô tả những con chó bị mổ thịt trong nhà kho. Đó là những bằng chứng cho thấy người Balhea, vương quốc chính thức đầu tiên của Hàn Quốc, thích ăn thịt chó, điều ấy ở chừng mực nào đó, có thể giải thích cho thú khoái khẩu đặc biệt này của người Hàn Quốc hiện đại (Yang, 2006, tr. 354).

Thịt chó đứng hàng thứ tư trong số các loại thịt được ăn nhiều nhất ở Hàn Quốc sau lợn, bò và gà (KAPS, 2004, tr. 3). Mỗi năm có khoảng hai triệu con chó bị xẻ thịt (KAPS, 2004, tr. 41) và được chế biến làm món ăn trong hơn 20 ngàn nhà hàng (Kim, 2006). Cuộc khảo sát do Hội Nghiên cứu chính sách Hàn Quốc (KAPS) tiến hành cho thấy: 61,7% người Hàn Quốc ăn thịt chó ít nhất một lần trong đời (KAPS, 2004, tr. 39),

trung bình những người ăn thịt chó ăn 4,6 lần trong năm (KAPS, 2004, tr. 40). Việc sản xuất, buôn bán và chế biến thịt chó thành các món hấp dẫn thực khách như: *Bosintang* - thịt chó hầm, *Gejangguk* - súp thịt chó, *Geasuyuk* - thịt chó luộc, *Gaesaju* - món đồ uống hỗn hợp gồm thịt chó và một số nguyên liệu có dược tính phương Đông như nhung hươu, đã tạo ra ngành công nghiệp lớn, với giá trị ước tính khoảng hai tỷ đô la Mỹ.

3.2. Thái độ của người Hàn Quốc đối với loài chó

Thái độ truyền thống của người Hàn Quốc đối với loài chó có thể phát hiện thông qua việc phân tích các câu tục ngữ của họ, vì tục ngữ được xem như một phần của khía cạnh nhân học văn hóa. Đây là cách hữu ích để nghiên cứu hình ảnh xã hội, biểu tượng và ý nghĩa của loài chó được biểu hiện như thế nào theo thời gian? Có tới hơn một trăm câu tục ngữ liên quan đến loài chó mô tả mối quan hệ gần gũi giữa chó và người. Con số này lớn hơn rất nhiều so với những tục ngữ liên quan đến bất cứ loài động vật nào khác (Kim, 2008). Tuy nhiên, lượng tục ngữ về chó nhiều không có nghĩa là chó được coi như bầu bạn của người, hay như các nền văn hóa phương Tây thường nói, chó là *người bạn tốt nhất của con người*. Thay vào đó, các sắc về hình ảnh của loài chó được nhận thấy trong tất cả các câu tục ngữ thường là loài động vật vô giá trị, không quan trọng, hay quấy rối, hư và vô ơn (NIKL, 1999, tr. 181-182). Một số tục ngữ lại liên quan đặc biệt đến thịt chó, chẳng hạn: “Thịt chó bao giờ cũng có vị thịt chó” (NIKL, 1999, tr. 184).

Người ta ghi nhận có sự khác biệt rất lớn giữa hình ảnh của loài chó ở Hàn Quốc và ở các nước phương Tây, nơi hình ảnh của chó được coi là loài động vật đáng yêu, trung thành, tận tụy và tinh khôn. Sự khác biệt này là nguyên nhân dẫn đến việc coi ăn thịt chó là điều không thể chấp nhận tại các nước phương Tây.

3.3. Tác động y học của thịt chó và các niềm tin truyền thống

Ở Hàn Quốc, những người ăn món *bosintang* (súp tăng lực) tin rằng món ăn này bổ dưỡng và làm tăng cường khí chất. Người ta cũng tin rằng thịt chó có thể làm mát dịu cơ thể trong những ngày hè nóng bức. Hơn nữa, có thể do những loại thịt khác khan hiếm, nên người ta có thói quen ăn thịt chó vào những ngày đặc biệt (Kim, 2008, tr. 206). Trong đó có ba ngày nóng nhất theo âm lịch, gọi là ngày *boknal* hay *bok²*. Tuy nhiên, vấn đề là vì sao lại chính là thịt chó? Câu trả lời đến từ thuyết siêu hình Trung hoa cổ đại Yin-Yang (Âm - Dương) và thuyết Ngũ hành. Theo *Jibongyuseol*, cuốn *Bách khoa toàn thư* đầu tiên của Hàn Quốc xuất bản năm 1614, *bok* chỉ giai đoạn mùa trong năm khi *Yin* (thể lực đàn bà) mạnh mẽ và có xu hướng vươn lên nhưng lại bị *Yang* (thể lực đàn ông) chặn lại và giữ ở bên dưới. Thịt chó là “hòa” trong năm nguyên tố ngũ hành và *bok* là cái đối nghịch lại - “kim”; người ta ăn thịt chó hầm để nạp thêm *Yang* và chống lại *Yin*, nhờ đó mà vượt được cái nóng. Ngoài ra, trong nhiều bản y văn kinh điển như *Donguibogam* cũng chỉ ra những sự tương tự trong chế độ ăn giữa chó và người rồi khuyên ăn thịt chó làm sáng khoái tinh

² Ký tự chữ Hán cho *Bok* là hình con chó cúi mình trước con người.

thần, làm cơ thể ảm áp, giúp hồi phục sức khỏe khi đau ốm (Shin và cộng sự, 1991).

3.4. Tình trạng pháp lý của thịt chó ở Hàn Quốc

Buôn bán thịt chó được coi là bất hợp pháp ở Hàn Quốc từ năm 1984. Luật Vệ sinh thực phẩm Hàn Quốc không đưa thịt chó vào danh mục nguyên liệu thực phẩm hợp pháp. Chính quyền Seoul xếp thịt chó vào loại “thực phẩm ghê tởm”; bởi vậy, việc sử dụng thịt chó làm nguyên liệu cho các món ăn bị cấm. Tuy nhiên, những quy định đó không bị áp đặt chặt chẽ (Huer, 2009). Mặc dù bán đồ ăn từ thịt chó về nguyên tắc là bất hợp pháp, nhưng nhiều nhà hàng Hàn Quốc vẫn kinh doanh loại thực phẩm này dù họ có thể bị thu hồi giấy phép (Hopkins, 2004, tr. 23). Theo BBC, trong năm 2003, tại Hàn Quốc khoảng 4.000 đến 6.000 nhà hàng phục vụ loại súp làm từ thịt chó, một bát súp giá khoảng 10\$ trong khi giá một đĩa thịt chó hấp với cơm là 25\$ (BBC News a, 2003).

4. Phân tích những tranh cãi

Thói quen dùng thịt chó trong bữa ăn ở Hàn Quốc đã đẩy lên một cuộc tranh cãi ở ngoài khu vực Hàn Quốc. Một số nước, chủ yếu là các nước phương Tây, cho rằng khó có thể tin và chấp nhận văn hóa này. Việc sử dụng thịt chó làm thực phẩm và cách xẻ thịt chó đã làm những người yêu quý chó ở phương Tây lo ngại, do vậy xung đột giữa họ với những người Hàn Quốc vẫn thường xảy ra.

Ta hãy nhìn lại lịch sử, trong kỳ thi Olympics mùa hè 1988 tại Seoul, để tránh quảng bá cái xấu, Hàn Quốc đã yêu cầu công dân nước này dùng ăn thịt chó dù trời nóng đến đâu và các cửa hàng thịt không

treo thịt chó tươi trên quầy hàng (Der, 2004, tr. 26). Tranh cãi lại nổi lên lần nữa vào năm 2001, trong giải Cúp bóng đá thế giới do FIFA tổ chức. FIFA, dưới áp lực của các nhóm tích cực hoạt động bảo vệ quyền động vật như PETA đã yêu cầu chính quyền Hàn Quốc tái lập những quy định bắt buộc chống tiêu thụ và bày thịt chó nơi công cộng. Sepp Blatter, Chủ tịch FIFA, kêu gọi phải có những *biện pháp ngay lập tức và kiên quyết* và tuyên bố rằng thịt chó sẽ *làm xấu đi hình ảnh quốc tế của Hàn Quốc* (BBC News b, 2001). Brigitte Bardot, nữ nghệ sĩ điện ảnh Pháp, nhà hoạt động tích cực, thủ lĩnh xuất sắc của tổ chức bảo vệ quyền động vật hiện mang tên bà, đã khởi động chiến dịch tẩy chay thịt chó trong các nhà hàng Hàn Quốc. Các đồng minh của bà viết đầy trên mạng Internet những bài với tiêu đề như: “Hàn Quốc: một đất nước tàn bạo” hay “Nền ảm thực độc ác của Hàn Quốc”. Bardot tuyên bố trong một cuộc trả lời phỏng vấn với báo chí Hàn Quốc: “Bò được nuôi để ăn thịt, còn chó thì không. Tôi chấp nhận việc nhiều người ăn thịt bò nhưng một đất nước có văn hóa không cho phép dân chúng của mình ăn thịt chó” và “việc ăn thịt chó làm xấu đi nghiêm trọng hình ảnh của đất nước các bạn” (Feffer, 2002, tr. 1-2). Tóm lại, Bardot thấy việc ăn thịt chó là vô nhân đạo, bà tin rằng chó được nuôi không phải để bị ăn thịt.

Ngược với tình trạng tại các nước phương Tây, ở Hàn Quốc, chó được nuôi không phải để làm bầu bạn và cũng không để làm những việc khác như chặn giữ cửa hay kéo xe. Chó thường được dùng làm thực phẩm. Chúng được nuôi trong nhà để ăn thịt. Chó không được phép vào trong nhà và được đối xử ít nhiều như gia súc, giống như lợn. Có giống chó lai vẫn thường gọi là

ddong-gae nghĩa đen là “chó cút” vì loài chó này ăn và sống bằng phân người, giống như lợn (NIKL, 1991, tr. 181). Điều thú vị là, khác với các nước phương Tây, ở Hàn Quốc người ta không có thói quen đặt tên cho chó. Chó thường được gọi là *meong-meong*, trong tiếng Hàn nghĩa là “gâu gâu”, cho thấy những chú chó này không được đối xử như chó cảnh (Kim, 2008, tr. 205). Vấn đề là, ở Hàn Quốc, người ta không nuôi chó cảnh cho đến tận những năm 80 thế kỷ trước (Kim, 2004). Câu trả lời sau có thể coi là cách nói điển hình của người Hàn Quốc khi được hỏi về tính đạo đức của việc ăn thịt chó: “Chúng tôi chỉ ăn *ddong-gae*, được nuôi để làm thực phẩm như lợn ấy” (Ann, 2008). Hơn nữa, những giống chó được nuôi để lấy thịt là *Nureongi* hay *Hwangu* khác với những giống chó được nuôi làm cảnh mà người Hàn Quốc có thể giữ trong nhà họ (NIKL, 1991, tr. 184).

Như vậy, trong bối cảnh văn hóa Hàn Quốc, chó được nuôi không phải để làm bạn như ở các nền văn hóa phương Tây mà chúng được nuôi làm nguồn thức ăn. Bardot, khi bình luận như đã nêu ở trên, đã không nhìn nhận việc ăn thịt chó của người Hàn Quốc theo thuyết tương đối về văn hóa: rõ ràng là thực tế đặc biệt này không thể và cũng không nên được hiểu bên ngoài bối cảnh Hàn Quốc và người Hàn Quốc chấp nhận thực tế đó vì họ nuôi chó để xẻ thịt chứ không phải để làm vật cảnh. Do vậy, từ quan điểm của thuyết tương đối về văn hóa, lập luận của bà Bardot không đứng vững vì chúng mang tính vị chủng cao, bởi không một nền văn hóa nào lại có thể tuyên bố mình có những chuẩn mực và giá trị siêu đẳng hơn nền văn hóa khác. Lý lẽ đó dựa trên quan niệm “Giá trị của con vật phụ thuộc vào việc

bạn đối xử với nó như thế nào. Nếu bạn đối xử với nó như người bạn, nó sẽ là bạn. Còn nếu bạn nuôi nó để xẻ thịt, nó sẽ là thực phẩm. Lập luận của Bardot còn nguy hiểm hơn thuyết tuyệt đối của những người ăn chay hoặc thậm chí của những loài ăn thịt” và “có hơi hướng của sự đề cao uy quyền văn hóa, nếu không nói là sự phân biệt chủng tộc, điều này thể hiện rõ trong cách bà Bardot phản đối việc ăn thịt chó của những người Hàn Quốc” (Saletan, 2002, tr. 2).

5. Kết luận

Bài viết trình bày cách nhìn về văn hóa ăn thịt chó ở Hàn Quốc qua lăng kính nhân học văn hóa. Việc phân tích quá trình xã hội tạo ra ý nghĩa biểu tượng cũng như thái độ của người Hàn Quốc đối với loài chó cho thấy rõ rằng hiện tượng này chỉ có thể nghiên cứu trong khuôn khổ văn hóa Hàn Quốc. Cũng cần có những quan sát bổ sung về văn hóa ăn thịt chó ở các nước châu Á khác để hiểu rõ hơn tại sao Hàn Quốc lại bị soi xét kỹ lưỡng vì việc ăn thịt chó, trong khi những nước châu Á khác lại không.

Toàn cầu hóa đã làm cho các nền ẩm thực phong phú trở nên phổ biến và xóa bỏ rào cản di cư ẩm thực. Món thịt chó của người Hàn Quốc có thể không là ngoại lệ, giống như món *kim chi* của họ.

Có thể kết thúc bài viết này bằng lời dẫn từ câu chuyện của John Feffer, một nhà báo nổi tiếng hiện nay “Tôi ngồi ăn món *bosintang* trong một nhà hàng nhỏ trên góc phố hẹp tại Seoul. Quanh góc phố này, trên những đại lộ lớn, thanh niên Hàn Quốc tận hưởng bánh rán *Dunkin*, đồ ăn nhanh của Nhật, món *Hamburger* và *Pizza* nhân thịt Hàn Quốc, tất cả đều thõng hơn nhiều bởi các chuẩn mực của Seoul so với những

gi đi liền với thuốc đông y Trung Quốc và các tiêu chuẩn giết mổ đang còn bàn cãi. Về lâu dài, đối thủ lớn nhất của *bosintang* không phải là Briggit Bardot mà là Colonel Sander³” (Feffer, 2002).

Tài liệu tham khảo

1. Ann, Yong-Geun (2008), *The Illogic of Anti-Dog Eating Arguments*. Chonbuk National, University of Korea Publication, April 16th 2008.

2. BBC News a (2009), *South-Korea's Dog Day*, August 17th 2009.

3. BBC News b, BBC News Asia-Pacific (2001), *Fifa Warns South Korea over dog-meat*, June 11th 2001.

4. Des Chene, Mary (1996), “Symbolic Anthropology”, trong: *Encyclopedia of Cultural Anthropology*, David Levinson and Melvin Ember eds., Henry Holt, New York.

5. Derr, Mark (2004), *Dog's Best Friend*, University of Chicago Press, Chicago.

6. Feffer, Jon (2002), “The Politics of Dogs”, *The American Prospect* Vol. 13, No. 10, June 3, 2002.

7. Geertz, Clifford (1973a), “Thick Description: Toward an Interpretive Theory of Culture”, trong: *The Interpretation of Cultures*, tr. 3-30, Basic Books, Inc., New York.

8. Geertz, Clifford (1973b), “Religion as a Cultural System”, trong: *The Interpretation of Cultures*, tr. 87-125, Basic Books, Inc., New York.

9. KAPS – Korean Association for Policy Studies: *A Policy Study for Hygienic Treatment of Slaughtered Dogs*, Final

Report to the Office for Government Policy Coordination, 2004.

10. Kim, Am-Youn (2004), *A Study on the Future Development of Korea's Pet Dog Industry*, Ph.D Assertion, Chungnam National University.

11. Kim, Ji Hyun (2006), “Bosintang Controversy: What is the Solution?”, *National Assembly News - National Assembly of the Republic of Korea as part of Korea E-Government*, Seoul Korea.

12. Kim, Rakhuyun E. (2008), “Dog Meat in Korea: A Socio-Legal Challenge”, *Animal Law Review*, Vol. 14, No. 2-2008.

13. Hopkins, Jerry (2004), *Extreme Cuisine: The Weird & Wonderful Foods that People Eat*, Tuttle Publishing, Singapore.

14. Huer, John (2009), “The Dog's Life in Korea”, *The Korea Times*, March 29.

15. NIKL - National Institute of the Korean Language: *Dictionary of Standard Korean 182-183*, National Institute of Korean Language - Dusan Donga, Seoul, 1999.

16. Saletan, William (2002), *Wok the Dog*, Copyrights 2009 Washington Post, Newsweek Interactive Co. LLC, January 16th 2002.

17. Shin Dong-Won, Kim Nam-II & Yeo In-Seok (1991), *Donguibogam in Single*, Volume 835, Deulnyeok, Seoul.

18. Spencer, Jonathan (1996), “Symbolic Anthropology”, trong: *Encyclopedia of Social and Cultural Anthropology*, Alan Barnard and Jonathan Spencer eds., tr. 535-539, Routledge, London and New York.

19. Yang, Ouk-Da (2006), “A Study of The Favorite Foods of The Balhae People!”, *Korean Ancient History Academic Research Journal*, tr. 347-363.

³ Colonel Sander, người Mỹ, sinh năm 1890, nhà sáng lập doanh nghiệp KFC nổi tiếng thế giới, người tiên phong cho dịch vụ nhà hàng ăn nhanh.