

ĐẶC TRƯNG NGÔN NGỮ TẠO HÌNH TRONG KIẾN TRÚC CHỢ SÀI GÒN – THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Nguyễn Công Trí¹

Tóm tắt: Kiến trúc chợ tại Sài Gòn – Thành phố Hồ Chí Minh là một trong những loại hình kiến trúc công cộng đặc thù, phản ánh sinh động đời sống kinh tế – văn hóa – xã hội đô thị Nam Bộ từ cuối thế kỷ XIX đến nay. Bài báo tập trung khảo sát ba chợ tiêu biểu: Chợ Bến Thành, Chợ Bình Tây và Chợ Tân Định, nhằm nhận diện đặc trưng ngôn ngữ tạo hình thể hiện qua hình khối kiến trúc, tổ chức mặt bằng, chi tiết trang trí, chất liệu và biểu tượng mỹ thuật. Thông qua phân tích hệ thống, bài viết chỉ ra rằng ngôn ngữ tạo hình của chợ Sài Gòn mang tính giao thoa Đông – Tây rõ rệt, kết hợp giữa nguyên tắc công năng của kiến trúc phương Tây với chất liệu biểu tượng dân gian Nam Bộ. Từ hệ mái cong, tháp đồng hồ, lan can trang trí, đến các họa tiết long – phụng, hoa lá, mây hình uốn lượn, kiến trúc chợ không chỉ đáp ứng yêu cầu thương mại mà còn trở thành một “bản sắc thị giác” của đô thị Sài Gòn. Trong bối cảnh hiện đại hóa và tái thiết đô thị, việc nghiên cứu, bảo tồn và phát huy ngôn ngữ tạo hình của kiến trúc chợ có ý nghĩa quan trọng trong gìn giữ di sản đô thị và nhận diện bản sắc văn hóa của Thành phố Hồ Chí Minh.

Từ khóa: ngôn ngữ tạo hình; kiến trúc chợ; di sản đô thị; Sài Gòn – TP.HCM; bản sắc thị giác.

1. MỞ ĐẦU

Chợ truyền thống là một thiết chế kinh tế – xã hội quan trọng của đô thị Việt Nam, trong đó Sài Gòn – Thành phố Hồ Chí Minh là địa bàn sở hữu hệ thống chợ phong phú và đa dạng nhất cả nước. Kiến trúc chợ tại đây không chỉ phản ánh sự phát triển của hoạt động thương mại mà còn chứa đựng các giá trị văn hóa – lịch sử – mỹ thuật độc đáo. Từ thời thuộc địa đến thời kỳ đô thị hóa hiện đại, các khu chợ như Bến Thành, Bình Tây, Tân Định luôn giữ vai trò trung tâm kết nối cộng đồng, tạo dựng nếp sống và hình thành diện mạo thị giác cho không gian đô thị.

Ngôn ngữ tạo hình trong kiến trúc chợ vì vậy là một lĩnh vực quan trọng cần được nghiên cứu sâu. Hình khối, trang trí, màu sắc và biểu tượng kiến trúc không chỉ làm nên “bộ mặt” của công trình mà còn phản ánh cấu trúc xã hội, thẩm mỹ dân gian và quan niệm sinh hoạt đô thị của cư dân Nam Bộ. Tuy nhiên, dưới tác động của quá trình đô thị hóa và cải tạo công trình, nhiều chợ đang đứng trước nguy cơ mai một các giá trị tạo hình truyền thống. Do đó, việc khảo sát, phân tích và hệ thống hóa những đặc trưng ngôn ngữ tạo hình của kiến trúc chợ Sài Gòn là cần thiết nhằm góp phần bảo tồn và phát huy di sản kiến trúc đô thị.

¹ Trường Đại Học Sư phạm Kỹ thuật Tp. Hồ Chí Minh

Nghiên cứu này nhằm làm rõ những đặc trưng tạo hình trong kiến trúc chợ Sài Gòn, khẳng định sự khác biệt so với các chợ ở các đô thị khác tại Việt Nam. Cụ thể, bài viết sẽ phân tích sự giao thoa giữa kiến trúc phương Tây và các yếu tố văn hóa bản địa, đặc biệt là sự kết hợp giữa kiến trúc thuộc địa Pháp và biểu tượng văn hóa Nam Bộ – Hoa trong các chợ Sài Gòn, điều này không dễ dàng tìm thấy ở các chợ tại miền Bắc hay miền Trung

Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp phân tích định tính kết hợp với các phương pháp nghiên cứu lịch sử và so sánh đối chiếu để khảo sát và nhận diện ngôn ngữ tạo hình trong kiến trúc chợ Sài Gòn. Cụ thể, nghiên cứu bao gồm các bước sau:

Khảo sát hiện trạng: Tiến hành khảo sát trực tiếp ba chợ tiêu biểu của Sài Gòn (Bến Thành, Bình Tây, Tân Định) để ghi nhận các yếu tố hình khối, tổ chức mặt bằng, hệ mái, vật liệu và chi tiết trang trí, từ đó nhận diện sự biến đổi trong quá trình phát triển.

Phân tích hình thái kiến trúc (Formal Analysis): Phân tích các yếu tố hình thức của công trình, bao gồm các tỷ lệ, cấu trúc không gian, hệ mái và các chi tiết trang trí, nhằm làm rõ ngôn ngữ tạo hình trong kiến trúc chợ.

Nghiên cứu tư liệu lịch sử (Archival Research): Khai thác các tư liệu lịch sử, hình ảnh và bản vẽ kiến trúc để đối chiếu các thay đổi qua thời gian, đồng thời làm rõ các yếu tố văn hóa và biểu tượng gắn với từng chợ.

So sánh đối chiếu (Comparative Analysis): So sánh ba chợ tiêu biểu để nhận diện các yếu tố giao thoa giữa kiến trúc phương Tây và phương Đông, cũng như các yếu tố riêng biệt phản ánh bản sắc văn hóa từng cộng đồng.

2. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Tổng quan ngôn ngữ tạo hình trong kiến trúc chợ Việt Nam

Ngôn ngữ tạo hình trong kiến trúc được cấu thành từ một hệ thống các yếu tố có tính tổ chức, bao gồm hình khối, tỷ lệ, đường nét, màu sắc, chất liệu và những chi tiết trang trí mang tính biểu tượng. Các yếu tố này không tồn tại rời rạc mà tạo thành một “trường thẩm mỹ” thống nhất, qua đó phản ánh tư duy tạo hình và hệ giá trị thị giác của cộng đồng sản sinh ra công trình kiến trúc. Ở mỗi loại hình kiến trúc khác nhau – tôn giáo, dân dụng hay thương mại – ngôn ngữ tạo hình lại có sự biến đổi nhất định để thích ứng với chức năng, không gian và bối cảnh văn hóa – xã hội.

Trong bối cảnh Việt Nam, đặc biệt là tại các đô thị có bề dày lịch sử như Sài Gòn – Thành phố Hồ Chí Minh, kiến trúc chợ truyền thống thể hiện rõ đặc điểm dung hòa giữa công năng sử dụng và biểu tượng Mỹ thuật dân gian. Chu Quang Trứ (2013) nhấn mạnh rằng kiến trúc chợ Việt Nam luôn là kết quả của sự đan xen giữa hai hệ giá trị: một bên là yêu cầu thực tiễn của hoạt động thương mại – như thông gió, chiếu sáng tự nhiên, khả năng lưu thông hàng hóa và cấu trúc phân khu hợp lý; bên còn lại là yếu tố thẩm mỹ mang tính biểu tượng, thể hiện qua các họa tiết tứ linh (long – lân – quy – phụng), hoa sen, hoa

thị, sóng nước, mây cuộn, hay các mô típ hình học truyền thống. Đây là những mô-típ trang trí không chỉ tạo nên vẻ đẹp hình thức cho công trình, mà còn truyền tải ý niệm về sự thịnh vượng, an khang và thuận hòa – những giá trị được cộng đồng thương nhân xem trọng.

Sự kết hợp giữa công năng và biểu tượng dân gian giúp kiến trúc chợ vừa đáp ứng nhu cầu sinh hoạt cộng đồng, vừa bảo tồn được tinh thần thẩm mỹ truyền thống của người Việt. Ở góc độ tạo hình, hệ mái lớn để giải nhiệt, cửa vòm để thông gió, hành lang rộng để lưu thông hàng hóa... là những giải pháp kỹ thuật mang tính thích ứng khí hậu, đồng thời trở thành yếu tố tạo hình đặc trưng của kiến trúc chợ Nam Bộ. Bên cạnh đó, các họa tiết trang trí được bố trí trên đầu kèo, mặt đứng, lan can hay tháp đồng hồ lại đóng vai trò như một “ngôn ngữ văn hóa”, giúp nhận diện bản sắc kiến trúc và tạo nên dấu ấn thị giác riêng cho từng công trình.

Như vậy, có thể thấy ngôn ngữ tạo hình của kiến trúc chợ Việt Nam nói chung và chợ Sài Gòn nói riêng là một hệ thống đa tầng, dung hợp giữa công năng, khí hậu, mỹ thuật truyền thống và quan niệm biểu tượng dân gian. Đây chính là yếu tố khiến kiến trúc chợ trở thành một bộ phận quan trọng trong bản sắc thị giác đô thị và trong ký ức văn hóa của cộng đồng cư dân địa phương.

2.2. Ngôn ngữ tạo hình trong kiến trúc chợ Sài Gòn – Thành phố Hồ Chí Minh

2.2.1. Hình khối kiến trúc và tổ chức mặt bằng

Các chợ lớn của Sài Gòn – Thành phố Hồ Chí Minh nhìn chung đều được tổ chức theo bố cục mặt bằng mang tính hợp lý cao, phù hợp với đặc thù khí hậu và nhu cầu lưu thông hàng hóa của đô thị Nam Bộ. Phổ biến nhất là mặt bằng dạng hành lang bao quanh hoặc khối chữ nhật nhiều nhánh, trong đó hệ thống gian hàng được bố trí thành các dãy song song để tạo ra lối đi thông thoáng, thuận tiện cho việc vận chuyển, bày bán và tiếp cận của người dân. Dạng bố cục này giúp công trình đạt được sự cân bằng giữa tính khép kín cần thiết cho hoạt động thương mại và sự mở thoáng tự nhiên nhờ hệ mái cao, cửa đón gió và các dãy hành lang tạo dòng đối lưu khí hiệu quả. Điều này phù hợp với giải thích của Waterson (2009) về “nguyên lý khí hậu trong kiến trúc Đông Nam Á”, theo đó các công trình công cộng truyền thống luôn ưu tiên khả năng thông gió và kiểm soát nhiệt.

Trong hệ thống chợ tiêu biểu của Sài Gòn, Chợ Bến Thành được xem là hình mẫu rõ rệt nhất của sự kết hợp giữa công năng và ngôn ngữ hình khối mang ảnh hưởng phương Tây. Công trình có khối vuông vững chắc, các mảng tường lớn, ít trang trí, tạo nên cảm giác quy mô và ổn định. Điểm nhấn nổi bật là tháp đồng hồ bốn mặt, mang phong cách tân cổ điển Pháp, với đường nét hình học, tỷ lệ đăng đối và nhấn mạnh tính biểu tượng đô thị. Tháp đồng hồ không chỉ là dấu ấn thẩm mỹ mà còn là chức năng nhận diện không gian, trở thành một biểu tượng thị giác quan trọng của trung tâm Sài Gòn trong cả thế kỷ.



Hình 1. Chợ Bến Thành. Nguồn: Nguyễn Công Trí. Năm 2025

Trái ngược với phong cách Tây phương đó, Chợ Bình Tây thể hiện rõ đặc trưng kiến trúc Hoa – Nam Bộ, phản ánh sự giao thoa sâu sắc giữa cộng đồng người Hoa và cư dân bản địa. Công trình nổi bật với mái ngói nhiều tầng, chông diêm, tạo hình thức vững chãi nhưng mềm mại, kết hợp các góc mái cong nhẹ, gần với hình thức kiến trúc truyền thống Trung Hoa vùng Quảng Đông. Bố cục nội sân rộng (courtyard) là yếu tố đặc trưng, vừa tạo ra không gian sinh hoạt cộng đồng, vừa đóng vai trò điều hòa vi khí hậu cho toàn bộ khu chợ. Hình thức này thể hiện rõ triết lý “khai phóng – tụ khí” trong kiến trúc Hoa, đồng thời phù hợp với môi trường nóng ẩm của Nam Bộ (Waterson, 2009; Knapp, 2005).



Hình 2. Chợ Bình Tây. Nguồn: Nguyễn Công Trí. Năm 2025

Khác với hai công trình có tính biểu tượng mạnh, Chợ Tân Định lại đại diện cho nhóm chợ mang tính chất công năng thuần túy và giản lược hơn trong ngôn ngữ hình khối. Kiến trúc của chợ tập trung vào nhịp điệu tuyến tính của các khối nhà chính – phụ, ít trang trí, ưu tiên sự thông thoáng và tính thực dụng. Tinh thần kiến trúc này phù hợp với nhu cầu sinh hoạt của một khu dân cư đô thị phát triển sớm, nơi chợ không chỉ là không gian buôn bán mà còn là điểm giao tiếp cộng đồng thường nhật.



Hình 3. Chợ Tân Định. Nguồn: Nguyễn Công Trí. Năm 2025

Nhìn tổng thể, ba ngôi chợ tiêu biểu này cho thấy sự đa dạng trong ngôn ngữ hình khối của kiến trúc chợ Sài Gòn. Mỗi công trình là một cách tiếp cận khác nhau đối với tổ chức mặt bằng, xử lý mái, tạo hình mặt đứng và các yếu tố nhận diện thị giác. Bến Thành thể hiện sự hiện đại hóa kiểu thuộc địa; Bình Tây lưu giữ tinh hoa kiến trúc Hoa – Nam Bộ; còn Tân Định phản ánh xu hướng đơn giản hóa trong giai đoạn phát triển đô thị. Chính sự đa dạng này tạo nên tính đa tầng về thẩm mỹ và bản sắc cho kiến trúc chợ Sài Gòn.

2.2.2. Hệ mái – biểu tượng và kỹ thuật

Hệ mái trong kiến trúc chợ Sài Gòn đóng vai trò then chốt trong việc định hình thẩm mỹ và chất lượng vi khí hậu của công trình. Theo Waterson (2009), mái là “lá chắn khí hậu,” thể hiện sự kết hợp giữa tư duy thích ứng môi trường và biểu đạt văn hóa.

Chợ Bến Thành, với mái dốc lớn và ngói đỏ sẫm, phản ánh kiến trúc thuộc địa Pháp, tạo khối vững chắc giúp giảm nhiệt và hạn chế bức xạ mặt trời. Mái này hòa hợp với tháp đồng hồ, tạo tính nhận diện cao cho không gian đô thị Sài Gòn.



Hình 4. Hệ mái chợ Bến Thành. Nguồn: <https://dantri.com.vn/thoi-su/cho-ben-thanh-thay-doi-the-nao-sau-hon-160-nam-20231105090451079.htm>

Chợ Bình Tây mang đậm ảnh hưởng Hoa – Nam Bộ, với mái chông diêm nhiều tầng giúp tản nhiệt và tạo đối lưu khí tự nhiên. Kiểu mái này không chỉ có giá trị thẩm mỹ mà còn phù hợp với khí hậu nhiệt đới và thể hiện dấu ấn văn hóa Hoa.



Hình 5. Hệ mái chợ Bình Tây. Nguồn: <https://tuoitre.vn/cho-lon-moi-cho-binh-tay-truoc-gio-dai-trung-tu-1210891.htm>

Chợ Tân Định, với mái dốc thấp, thể hiện sự giản lược trong thiết kế, ưu tiên công năng và tiết kiệm chi phí xây dựng. Mái này hỗ trợ thông gió hiệu quả và giảm chi phí xây dựng.



Hình 6. Hệ mái chợ Tân Định. Nguồn: Nguyễn Công Trí. Năm 2025

Tất cả ba hệ mái đều có chung mục tiêu giảm hấp thụ nhiệt, tăng thông gió tự nhiên, và cải thiện vi khí hậu, đồng thời mang tính biểu tượng văn hóa, phản ánh quá trình hiện đại hóa (Bến Thành), chiều sâu văn hóa Hoa (Bình Tây), và tinh thần thực dụng (Tân Định).

2.2.3. Ngôn ngữ trang trí và biểu tượng

Ngôn ngữ trang trí trong kiến trúc chợ Sài Gòn thể hiện sự giao thoa văn hóa giữa mỹ thuật dân gian Việt, nghệ thuật Hoa – Nam Bộ và các yếu tố tạo hình phương Tây. Theo Chu Quang Trứ (2013), trang trí không chỉ mang giá trị thẩm mỹ mà còn là một hệ biểu tượng văn hóa, gắn kết tín ngưỡng và đời sống cộng đồng.

Chợ Bến Thành sử dụng các mô típ hình học tân cổ điển, với các mảng tường phẳng và tỷ lệ cân đối, tạo nên tính công năng và hiện đại, làm nổi bật tháp đồng hồ – biểu tượng thị giác của thành phố. Trong khi đó, chợ Bình Tây thể hiện phong cách Hoa – Nam Bộ

với các mô típ rồng, cá chép và mây nước, kết hợp vật liệu gốm men, tạo chiều sâu biểu tượng và phản ánh giá trị tín ngưỡng của cộng đồng Hoa.



Hình 7. Bức Phù điêu của thầy Lê Văn Mậu tại chợ Bến Thành. Nguồn: https://congan.com.vn/doi-song/mot-lan-ngam-cho-ben-thanh_128227.html



Hình 8. Đồng hồ và Bức phù điêu tại Tây chợ Bến Thành.

Nguồn: Nguyễn Công Trí. Năm 2025

Chợ Tân Định, mang kiến trúc giản lược, sử dụng cửa vòm và kết cấu bê tông, không thiên về trang trí cầu kỳ mà chú trọng tính thực dụng và công năng, phản ánh xu hướng đô thị hóa đầu thế kỷ XX.



Hình 9. Trang trí và biểu tượng chợ Bình Tây. Nguồn: <https://vietnam.vnanet.vn/vietnamese/tin-tuc/cho-binh-tay-32872.html>

Chợ Tân Định, mang kiến trúc giản lược, sử dụng cửa vòm và kết cấu bê tông, không thiên về trang trí cầu kỳ mà chú trọng tính thực dụng và công năng, phản ánh xu hướng đô thị hóa đầu thế kỷ XX.



Hình 10. Trang trí và biểu tượng chợ Tân Định. Nguồn: <https://sgtt.thesaigontimes.vn/sac-mau-mot-the-ky-o-cho-tan-dinh-di-tich-kien-truc-moi-duoc-cong-nhan/>

Mỗi mô típ trang trí – rồng, phượng, hoa sen, mây nước – không chỉ có giá trị thẩm mỹ mà còn chứa đựng các ý niệm văn hóa sâu sắc: phúc lộc, sự thanh khiết và sự hanh thông, góp phần củng cố bản sắc văn hóa đô thị Sài Gòn.



Hình 11. Biểu tượng Rồng, Mây nước chợ Bình Tây.

Nguồn: <https://vietnam.vnanet.vn/vietnamese/tin-tuc/cho-binh-tay-32872.html>

2.2.4. Màu sắc và chất liệu

Màu sắc và chất liệu là hai yếu tố quan trọng trong ngôn ngữ tạo hình, góp phần định hình tính thẩm mỹ và bản sắc thị giác của các công trình kiến trúc công cộng. Theo Nguyễn Quân (2006), chất liệu và màu sắc không chỉ tạo nên cảm giác thị giác mà còn gắn liền với chức năng, kỹ thuật và môi trường văn hóa của công trình kiến trúc. Đối với các chợ truyền thống ở Sài Gòn – Thành phố Hồ Chí Minh, hai yếu tố này đặc biệt mang dấu ấn khí hậu, lịch sử và bản sắc cộng đồng.

Về chất liệu, các chợ lớn như Bến Thành, Bình Tây hay Tân Định đều sử dụng những vật liệu phổ biến của kiến trúc Nam Bộ thời kỳ cuối thế kỷ XIX – đầu thế kỷ XX, gồm ngói đỏ, tường vữa vàng – trắng, gạch đất nung, kết hợp với gốm men trang trí. Những chất liệu này có nguồn gốc tự nhiên, dễ thi công, bền với khí hậu nóng ẩm, đồng thời tạo

nên một bề mặt kiến trúc vừa mộc mạc vừa gần gũi. Ngói đỏ phối cùng tường vữa sáng màu giúp phản xạ ánh sáng hiệu quả, giảm hấp thu nhiệt, phù hợp với môi trường nhiệt đới – điều mà Waterson (2009) xem là đặc trưng của kiến trúc Đông Nam Á truyền thống.

Sự khác biệt về màu sắc lại phản ánh rõ nét bản sắc văn hóa của từng khu chợ. Tại chợ Bình Tây, bảng màu rực rỡ với các gam vàng – xanh – nâu của gốm men kết hợp cùng mái ngói đỏ thẫm tạo nên một diện mạo đậm chất Hoa – Nam Bộ. Theo Knapp (2005), việc sử dụng màu men mạnh, tương phản cao là đặc điểm của mỹ thuật kiến trúc Hoa vùng Quảng Đông và Phúc Kiến. Do đó, màu sắc của chợ Bình Tây không chỉ là yếu tố thẩm mỹ mà còn thể hiện dấu ấn văn hóa của cộng đồng người Hoa đã sinh sống và kinh doanh truyền đời tại khu vực Chợ Lớn.

Trong khi đó, chợ Bến Thành lại phát triển theo hướng ngược lại: gam màu trầm, ổn định, chủ yếu là đỏ sẫm của ngói và vàng nhạt của tường vữa, tạo nên cảm giác bền vững, trang nghiêm. Sự tiết chế màu sắc cùng hình khối vững chắc giúp Bến Thành trở thành “biểu tượng thị giác” của trung tâm Sài Gòn – một hình ảnh đã được cố định trong ký ức cộng đồng và các ấn phẩm du lịch qua nhiều thập kỷ. Sự nhất quán màu sắc của chợ Bến Thành là minh chứng cho việc màu sắc có thể trở thành công cụ để tạo dựng thương hiệu không gian đô thị.

Đối với chợ Tân Định, bảng màu nhẹ và trung tính hơn, phản ánh xu hướng đơn giản hóa của kiến trúc dân sinh đầu thế kỷ XX. Việc sử dụng tường vữa trắng – vàng và mái ngói đỏ tạo nên một diện mạo hài hòa, không quá phô trương nhưng vẫn giữ được tính nhận diện.

Từ góc nhìn lý thuyết ký hiệu học kiến trúc, màu sắc ở đây đóng vai trò như một “ngôn ngữ nhận diện”:

- Chợ Bến Thành – biểu tượng của trung tâm Sài Gòn với gam màu trầm mạnh.
- Chợ Bình Tây – đại diện cho khu vực Chợ Lớn với bảng màu gốm men rực rỡ.
- Chợ Tân Định – phản chiếu tính dân sinh giản dị của khu cư dân trung tâm cũ.

Nhờ hệ màu sắc đặc trưng này, mỗi chợ không chỉ tồn tại như một công trình chức năng mà còn trở thành biểu tượng đô thị, góp phần hình thành ký ức thị giác và bản sắc văn hóa của Thành phố Hồ Chí Minh.

2.3. Giá trị thị giác và bản sắc đô thị

Ngôn ngữ tạo hình trong kiến trúc chợ Sài Gòn – Thành phố Hồ Chí Minh không chỉ dừng lại ở chức năng thẩm mỹ hay công năng mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành bản sắc thị giác (visual identity) của đô thị. Theo khái niệm “hình ảnh đô thị” của Kevin Lynch, bản sắc thị giác được tạo nên từ những công trình có khả năng kích hoạt ký ức, định hướng không gian và tạo mối liên kết cảm xúc giữa con người với môi trường sống. Ba chợ tiêu biểu của Sài Gòn – Bến Thành, Bình Tây và Tân Định – chính là những “điểm mốc thị giác” (landmarks) như vậy.

Tháp đồng hồ chợ Bến Thành là một biểu tượng thị giác nổi bật nhất. Với hình khối vững chắc, tỷ lệ cân đối và vị trí nằm tại trung tâm giao thông quan trọng, tháp đồng hồ

trở thành “dấu mốc không gian” giúp người dân định vị khu vực trung tâm thành phố. Hình ảnh này đã vượt ra khỏi phạm vi vật thể, trở thành một ký hiệu văn hóa được tái hiện trong tranh vẽ, nhiếp ảnh, truyền thông và du lịch. Như vậy, ngôn ngữ tạo hình của Bến Thành không chỉ mang tính kiến trúc mà còn đóng góp vào hình ảnh thương hiệu của Sài Gòn.

Trong khi đó, không gian nội sân và hệ mái cong của chợ Bình Tây tạo nên một giá trị thị giác khác biệt. Nội sân rộng, kết hợp hệ mái ngói chồng diêm đặc trưng kiến trúc Hoa – Nam Bộ, tạo nên hiệu ứng thị giác đa tầng, vừa hoành tráng vừa gần gũi. Giá trị thị giác ở đây không chỉ nằm ở hình khối mà còn ở tính trải nghiệm không gian, nơi ánh sáng, gió và nhịp sinh hoạt buôn bán cộng hưởng để tạo nên một “không gian sống” giàu bản sắc. Cấu trúc này phản ánh lịch sử cộng đồng người Hoa, sự phát triển của thương mại khu vực Chợ Lớn và vai trò của Bình Tây như trung tâm giao thương truyền thống.

Đối với chợ Tân Định, giá trị thị giác lại đến từ nhịp điệu mặt đứng và sự mạch lạc trong tổ chức công năng. Mặc dù trang trí không cầu kỳ như Bến Thành hay Bình Tây, chợ Tân Định thể hiện ngôn ngữ tạo hình đặc trưng của kiến trúc dân sinh Sài Gòn đầu thế kỷ XX: nhịp điệu cửa vòm đều đặn, mặt đứng mang tính hình học và hệ kết cấu hướng đến sự tiện dụng. Giá trị này phản ánh một lát cắt khác của bản sắc đô thị Sài Gòn – một thành phố nơi tính thực dụng và nhịp sống năng động luôn chi phối hình thức kiến trúc.

Tổng hòa ba hình thái thị giác trên cho thấy kiến trúc chợ Sài Gòn chính là “bản đồ ký ức đô thị”, nơi mỗi khu chợ trở thành một biểu tượng đại diện cho một vùng lịch sử – văn hóa khác nhau: Bến Thành: trung tâm thương mại – hành chính và quá trình hiện đại hóa theo mô hình phương Tây; Bình Tây: lịch sử cộng đồng người Hoa và vùng thương mại Chợ Lớn; Tân Định: bản sắc dân sinh và đô thị hóa bản địa.

Những giá trị này không chỉ mang ý nghĩa thẩm mỹ mà còn phản ánh lịch sử thương mại, cấu trúc cộng đồng, quá trình đô thị hóa, và sự giao thoa văn hóa kéo dài hơn một thế kỷ. Ngôn ngữ tạo hình trong kiến trúc chợ vì vậy trở thành một thành tố quan trọng trong việc nhận diện bản sắc đô thị Sài Gòn – TP.HCM, góp phần duy trì sự liên tục của ký ức văn hóa trong dòng chảy phát triển hiện đại.

2.4. Bảo tồn và phát huy ngôn ngữ tạo hình trong kiến trúc chợ Sài Gòn

Trong bối cảnh đô thị hóa nhanh chóng tại Thành phố Hồ Chí Minh, nhiều khu chợ truyền thống đang bị thay thế hoặc cải tạo theo các mô hình trung tâm thương mại hiện đại. Điều này dẫn đến sự mai một của những giá trị thẩm mỹ – văn hóa gắn liền với ngôn ngữ tạo hình đặc trưng của kiến trúc chợ. Theo quan điểm bảo tồn đô thị của UNESCO (2011), di sản kiến trúc không chỉ bao gồm vật thể hữu hình mà còn bao hàm môi trường văn hóa, ký ức cộng đồng và bản sắc thị giác. Việc bảo tồn kiến trúc chợ Sài Gòn vì vậy cần được đặt trong mối quan hệ tổng thể giữa di sản vật thể – không gian đô thị – đời sống cộng đồng.

Thứ nhất, bảo tồn giá trị vật chất và cấu trúc kiến trúc. Những yếu tố tạo hình như hệ mái truyền thống, mô-típ trang trí, hình khối mặt đứng, vật liệu ngói – gạch đất nung –

gồm men cần được ưu tiên giữ lại trong các dự án trùng tu, cải tạo. Các chợ có giá trị lịch sử như Bến Thành và Bình Tây cần tuân thủ nguyên tắc bảo tồn nguyên trạng đối với các chi tiết kiến trúc mang tính nhận diện cao (tháp đồng hồ, hệ mái chèo diêm, góm trang trí...). Phương pháp này phù hợp với khuyến nghị của ICOMOS (1994) về “tính chân xác” trong bảo tồn công trình di sản.

Thứ hai, bảo tồn giá trị phi vật thể gắn với không gian kiến trúc chợ. Kiến trúc chợ không chỉ là một công trình vật chất mà còn là không gian văn hóa – xã hội, nơi sinh hoạt buôn bán, giao tiếp, nghệ thuật dân gian và các phong tục tập quán được duy trì. Theo Trần Ngọc Thêm (2011), chợ là “thiết chế văn hóa mềm” góp phần tạo nên bản sắc vùng. Vì vậy, bảo tồn kiến trúc chợ phải gắn với việc giữ gìn các hoạt động truyền thống: hình thức phân khu, nhịp sinh hoạt buôn bán, lễ hội gắn với cộng đồng (như lễ vía của cộng đồng Hoa tại chợ Bình Tây).

Thứ ba, phát huy giá trị thông qua thiết kế – quản lý đô thị đương đại. Thành phố có thể tích hợp các yếu tố tạo hình truyền thống vào trong các dự án cải tạo, tôn tạo chợ theo hướng: tái hiện mô típ trang trí đặc trưng (hoa văn mây nước, họa tiết Hoa – Nam Bộ, gờ chi tân cổ điển); sử dụng vật liệu truyền thống kết hợp kỹ thuật thi công hiện đại; đảm bảo tính mở, thông gió tự nhiên và ánh sáng – những yếu tố cốt lõi của kiến trúc chợ Sài Gòn.

Cách tiếp cận này phù hợp với mô hình “bảo tồn thích ứng”, di sản tiếp tục được sống và phát triển trong bối cảnh mới.

Thứ tư, giáo dục và truyền thông về giá trị của ngôn ngữ tạo hình. Cộng đồng cần được nâng cao nhận thức về vai trò của kiến trúc chợ như một phần của di sản đô thị. Việc tổ chức triển lãm, nghiên cứu chuyên sâu, tư liệu hóa (dưới dạng ảnh, bản vẽ, phim tư liệu) và đưa nội dung này vào các hoạt động giáo dục địa phương sẽ giúp bảo tồn trở thành một quá trình bền vững. Những mô hình du lịch văn hóa – lịch sử cũng có thể khai thác ngôn ngữ tạo hình của chợ như một tài nguyên văn hóa đặc sắc.

Thứ năm, tích hợp bảo tồn vào quy hoạch đô thị. Công tác quy hoạch cần xác định các chợ có giá trị đặc biệt (như Bến Thành, Bình Tây) là “khu vực bảo tồn trọng điểm,” hạn chế phá dỡ hoặc xây dựng mới làm phá vỡ cấu trúc thị giác. Quy hoạch cần hướng đến việc kết nối các chợ truyền thống với hệ thống không gian công cộng, nhằm duy trì vai trò của chúng như “điểm nhấn bản sắc” trong tổng thể đô thị.

Tóm lại, bảo tồn và phát huy ngôn ngữ tạo hình trong kiến trúc chợ Sài Gòn không chỉ là vấn đề kỹ thuật mà còn là nhiệm vụ mang tính văn hóa – xã hội. Việc duy trì các yếu tố thẩm mỹ, biểu tượng và cấu trúc truyền thống của chợ chính là cách để Thành phố Hồ Chí Minh gìn giữ ký ức đô thị và bảo vệ bản sắc văn hóa đặc thù trong bối cảnh phát triển nhanh và đa dạng của hiện đại hóa.

3. KẾT LUẬN

Kiến trúc chợ Sài Gòn – Thành phố Hồ Chí Minh thể hiện một hệ ngôn ngữ tạo hình đa dạng và giàu giá trị văn hóa, được hình thành từ sự kết hợp hài hòa giữa công năng sử dụng, nhu cầu thích ứng khí hậu, thẩm mỹ dân gian và các lớp ảnh hưởng lịch sử – xã

hội. Qua phân tích ba trường hợp điển hình – chợ Bến Thành, chợ Bình Tây và chợ Tân Định – có thể nhận thấy những đặc trưng nhất quán của loại hình kiến trúc chợ đô thị: hình khối rõ ràng, thuận tiện cho việc tổ chức không gian thương mại; hệ mái thích ứng khí hậu, đóng vai trò quan trọng trong thông gió và điều hòa nhiệt độ; hệ trang trí phản ánh sự giao thoa văn hóa Việt – Hoa – Pháp; và chất liệu gắn gũi với điều kiện địa phương, như ngói, gạch đất nung, gốm men, tường vữa.

Những yếu tố này kết hợp với nhau tạo thành một “bản sắc tạo hình” đặc thù, góp phần định hình danh tính thị giác (visual identity) của Sài Gòn. Không gian kiến trúc chợ vì thế không chỉ là nơi diễn ra hoạt động buôn bán mà còn trở thành những điểm mốc thị giác, những biểu tượng được lưu giữ trong ký ức tập thể. Tháp đồng hồ của chợ Bến Thành, mái cong – nội sân của chợ Bình Tây hay mặt đứng tuyến tính của chợ Tân Định đều đã trở thành những hình ảnh quen thuộc, mang tính nhận diện đô thị bền vững theo thời gian. Như Kevin Lynch (1960) từng khẳng định, chính những “landmarks” này tạo nên khả năng định vị không gian và gắn kết cảm xúc giữa cư dân với thành phố họ đang sống.

Tuy nhiên, trước tốc độ đô thị hóa nhanh chóng và áp lực cải tạo hạ tầng thương mại hiện nay, nhiều chợ truyền thống đang đứng trước nguy cơ bị thay thế bởi các công trình hiện đại với ngôn ngữ kiến trúc hoàn toàn khác biệt. Điều này đặt ra thách thức lớn trong việc bảo tồn giá trị tạo hình và ký ức văn hóa của các chợ cũ. Do đó, nghiên cứu và nhận diện các giá trị tạo hình của kiến trúc chợ không chỉ là nhiệm vụ học thuật mà còn là cơ sở quan trọng để đề xuất các chiến lược quy hoạch – bảo tồn phù hợp. Việc duy trì, phục hồi hoặc tái hiện các yếu tố đặc trưng như hệ mái truyền thống, mô típ trang trí bản địa hay vật liệu gắn với khí hậu – văn hóa chính là cách giúp đô thị giữ lại những dấu ấn lịch sử trong quá trình phát triển hiện đại.

Có thể khẳng định rằng, việc bảo tồn ngôn ngữ tạo hình trong kiến trúc chợ Sài Gòn là một phần quan trọng của chiến lược bảo vệ di sản kiến trúc đô thị, đồng thời cũng là cách để duy trì bản sắc văn hóa của thành phố. Trong dòng chảy đô thị hóa, những không gian chợ truyền thống sẽ tiếp tục đóng vai trò như cầu nối giữa quá khứ và hiện tại – nơi lưu giữ ký ức cộng đồng và nuôi dưỡng hình ảnh đô thị đặc trưng của Sài Gòn – Thành phố Hồ Chí Minh.

Đóng góp mới của nghiên cứu này là việc làm rõ những đặc trưng tạo hình riêng của kiến trúc chợ Sài Gòn, nổi bật là sự kết hợp giữa kiến trúc phương Tây (thuộc địa Pháp) và các yếu tố biểu tượng văn hóa Nam Bộ và Hoa. Điều này tạo nên một hình ảnh đặc trưng không thể nhầm lẫn, khác biệt hoàn toàn với các chợ ở các đô thị khác tại Việt Nam, nơi chủ yếu chịu ảnh hưởng của kiến trúc truyền thống Việt hoặc kiến trúc đơn giản hóa.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bùi Anh Lâm (2021), *Đình Phong Phú và vai trò của nó trong cộng đồng Nam Bộ*, Tạp chí Kiến trúc và Xây dựng, 45(3), 12–20.
2. Chu Quang Trứ (2013), *Văn hóa Việt Nam nhìn từ mỹ thuật*, NXB Mỹ thuật.

3. Nguyễn Quân (2006), *Ngôn ngữ của hình và màu sắc*, NXB Văn hóa – Thông tin.
4. Trần Ngọc Thêm (2011), *Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam*, NXB TP.HCM.
5. Nguyễn Văn Tường và Trần Thị Mai Hoa (2015), *Kiến trúc truyền thống Việt Nam: Đặc điểm và sự phát triển*, NXB Văn hóa – Thông tin.
6. Waterson, R. (2009), *The Living House: An Anthropology of Architecture in South-East Asia*, Tuttle Publishing.
7. Knapp, R. (2005), *Chinese Houses: The Architectural Heritage of a Nation*, Tuttle Publishing.
8. Hardy, A. (2003), *Red Hills: Migrants and the State in the Highlands of Vietnam*, University of Hawai'i Press.
9. Dân Việt (2021), *TP Thủ Đức: Chợ Bình Tây – Di sản của cộng đồng người Hoa Nam Bộ*.

VISUAL LANGUAGE CHARACTERISTICS IN THE MARKET ARCHITECTURE OF SAIGON – HO CHI MINH CITY

Nguyen Cong Tri

Abstract: Market architecture in Saigon – Ho Chi Minh City represents a distinctive form of public architecture that vividly reflects the economic, cultural, and social life of the Southern Vietnamese urban milieu from the late 19th century to the present. This article examines three representative markets – Ben Thanh Market, Binh Tay Market, and Tan Dinh Market – to identify the characteristic visual language expressed through architectural form, spatial organization, decorative details, materials, and artistic symbolism. Through systematic analysis, the paper demonstrates that the visual language of Saigon's markets exhibits a prominent East–West hybridity, combining the functional principles of Western colonial architecture with the symbolic materials of Southern Vietnamese folk culture. From curved roof systems, clock towers, and decorative balustrades to motifs of dragons and phoenixes, floral patterns, and flowing cloud forms, market architecture not only fulfills commercial demands but also contributes to the “visual identity” of Saigon's urban landscape. In the context of modernization and urban redevelopment, studying, preserving, and promoting the visual language of market architecture is crucial for safeguarding urban heritage and reinforcing the cultural identity of Ho Chi Minh City.

Keywords: visual language; market architecture; urban heritage; Saigon – Ho Chi Minh City; visual identity.

(Ngày Tòa soạn nhận được bài: 16-11-2025; ngày phản biện đánh giá: 10-12-2025; ngày chấp nhận đăng: 08-01-2026)