

SỰ GIAO THOA GIỮA TRUYỀN THỐNG VÀ HIỆN ĐẠI TRONG VĂN HÓA ĐƯỜNG PHỐ Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH HIỆN NAY

NCS. NGUYỄN VĂN HIỆP

Viện Văn hóa Nghệ thuật, Thể thao và Du lịch Việt Nam

Nhận bài ngày 30/7/2026. Sửa chữa xong 28/8/2026. Duyệt đăng 10/9/2026.

Abstract

Amid urbanization and international integration, street culture in Ho Chi Minh City reflects a dynamic intersection between traditional and modern values. Using document analysis, synthesis, and an interdisciplinary approach, this article examines manifestations of this interaction and evaluates its cultural significance and associated challenges. It also proposes solutions for preserving cultural identity while supporting modern urban development. The findings help clarify the distinctive characteristics of contemporary street culture in Ho Chi Minh City.

Keywords: Cultural identity, Ho Chi Minh City, modernity, street culture, tradition.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh đô thị hóa, toàn cầu hóa và chuyển đổi số, không gian văn hóa đô thị ở Việt Nam đang có nhiều biến đổi, tạo nên sự giao thoa giữa các giá trị truyền thống và hiện đại. Là trung tâm kinh tế, văn hóa và giao lưu quốc tế lớn của cả nước, Thành phố (TP.) Hồ Chí Minh là nơi thể hiện rõ nét quá trình này thông qua các hoạt động văn hóa đường phố. Không chỉ phản ánh nhịp sống đô thị năng động, văn hóa đường phố còn là không gian lưu giữ, tiếp biến và lan tỏa các giá trị văn hóa địa phương. Tuy nhiên, bên cạnh những giá trị tích cực, quá trình giao thoa cũng đặt ra những thách thức đối với việc bảo tồn bản sắc văn hóa. Vì vậy, bài viết tập trung làm rõ sự kế thừa các giá trị truyền thống, sự tác động của các yếu tố hiện đại trong văn hóa đường phố ở TP. Hồ Chí Minh, từ đó đề xuất một số định hướng nhằm phát huy giá trị văn hóa gắn với phát triển đô thị hiện đại.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý luận về văn hóa đường phố và sự giao thoa giữa truyền thống và hiện đại

2.1.1. Khái niệm văn hóa đường phố

Để nhận diện văn hóa đường phố, cần đặt nó trong bối cảnh đời sống văn hóa đô thị. Văn hóa là sản phẩm của quá trình kiến tạo và gìn giữ các giá trị xuyên suốt chiều dài lịch sử. Theo Tổng Giám đốc UNESCO Federico Mayor Zaragoza: "Văn hóa là tổng thể sống động các hoạt động sáng tạo của quá khứ và hiện tại. Qua nhiều thế kỷ, các hoạt động sáng tạo đã hình thành nên hệ thống các giá trị và truyền thống - những yếu tố định hình nên bản sắc riêng biệt của mỗi dân tộc" (Trần Ngọc Thêm, 2000, tr. 13). Chủ tịch Hồ Chí Minh cũng nhìn nhận văn hóa qua lăng kính đời sống con người và hoạt động sáng tạo: "Vì lẽ sinh tồn cũng như mục đích của cuộc sống... toàn bộ những sáng tạo và phát minh đó tức là văn hóa" (Chu Xuân Diên, 2002, tr. 10). Như vậy, văn hóa gắn bó mật thiết với đời sống xã hội và biến đổi cùng với các điều kiện lịch sử.

Từ góc độ này, văn hóa đường phố có thể được xem là một bộ phận của văn hóa đô thị, biểu hiện qua các hoạt động văn hóa, nghệ thuật, giải trí, sự tương tác xã hội và lối sống trong các không gian công cộng như đường phố, vỉa hè, công viên, quảng trường và phố đi bộ. Khác với các hoạt động văn

Email: nsnguyenthaihiiep@gmail.com

hóa diễn ra tại những địa điểm chuyên biệt, văn hóa đường phố gắn liền trực tiếp với nhịp sống thường nhật và sự tương tác cộng đồng.

Trong bối cảnh đô thị hóa, hội nhập quốc tế và sự phát triển của truyền thông kỹ thuật số, không gian này ngày càng trở nên rộng mở và đa dạng. Các hệ giá trị đang được làm mới thông qua những hình thức mới mẻ, đồng thời các yếu tố hiện đại được tiếp nhận và điều chỉnh để đáp ứng nhu cầu của cộng đồng. Do đó, quá trình “văn hóa hóa” đường phố tạo nên một lĩnh vực năng động với sự chuyển biến không ngừng, nơi truyền thống và hiện đại tương tác, bổ trợ lẫn nhau và cùng kiến tạo nên những hình thức văn hóa mới.

2.1.2. Quan niệm truyền thống và hiện đại trong văn hóa

Giá trị truyền thống là những giá trị được hun đúc và bồi đắp qua lịch sử, được cộng đồng gìn giữ và trao truyền qua nhiều thế hệ. Những giá trị này định hình bản sắc, đồng thời thúc đẩy sự gắn kết cộng đồng. Song hành cùng sự phát triển kinh tế - xã hội, đô thị hóa và hội nhập quốc tế, các giá trị hiện đại cũng đã hình thành, nổi bật với tinh thần sáng tạo, đổi mới, cởi mở và khả năng thích ứng với những thay đổi của cuộc sống.

Hai hệ giá trị này không tồn tại biệt lập mà thường xuyên giao thoa, tác động và bổ trợ lẫn nhau. Tiếp biến văn hóa được hiểu là quá trình chọn lọc tiếp nhận các yếu tố mới trên nền tảng các hệ giá trị hiện có, qua đó hình thành nên những hình thái văn hóa phù hợp với bối cảnh mới. Trong bối cảnh văn hóa đường phố tại TP. Hồ Chí Minh, điều này thể hiện qua việc bảo tồn và làm mới các yếu tố truyền thống - kết hợp với nghệ thuật và lối sống hiện đại - nhằm tạo nên một diện mạo đô thị năng động nhưng vẫn giữ được bản sắc địa phương.

2.1.3. Các yếu tố ảnh hưởng

Văn hóa đường phố tại TP. Hồ Chí Minh phát triển dưới sự tác động tổng hòa của nhiều yếu tố. Quá trình đô thị hóa làm thay đổi không gian công cộng và cách thức sử dụng các không gian này, trong khi toàn cầu hóa mở rộng giao lưu, tạo điều kiện cho việc tiếp nhận các xu hướng văn hóa mới. Đồng thời, sự phát triển của công nghệ kỹ thuật số và mạng xã hội đã thay đổi mạnh mẽ cách thức sáng tạo, quảng bá và lan tỏa các hoạt động văn hóa đường phố. Các hoạt động du lịch và kinh tế tạo ra nhu cầu lớn đối với các hình thức biểu đạt nghệ thuật, lễ hội, trải nghiệm ẩm thực và các loại hình giải trí đường phố. Ngược lại, giao lưu quốc tế không chỉ mang lại những giá trị mới cho đời sống đô thị mà còn mở ra cơ hội quảng bá văn hóa địa phương ra thế giới. Sự tương tác đồng thời của các yếu tố này khiến văn hóa đường phố ngày càng trở nên đa dạng, cởi mở và sáng tạo, qua đó tạo môi trường thuận lợi cho sự hòa quyện hài hòa giữa truyền thống và hiện đại.

2.2. Sự giao thoa giữa truyền thống và hiện đại trong văn hóa đường phố tại TP. Hồ Chí Minh

2.2.1. Không gian văn hóa

Không gian văn hóa đường phố tại TP. Hồ Chí Minh là nơi phản ánh rõ nét sự giao thoa giữa các giá trị truyền thống và hiện đại. Quá trình đô thị hóa cùng sự phát triển của nền kinh tế dịch vụ đã làm thay đổi diện mạo của các không gian công cộng, song nhiều giá trị văn hóa truyền thống vẫn được gìn giữ và tái hiện dưới những hình thức mới.

Các chợ truyền thống như chợ Bến Thành và chợ Bình Tây không chỉ là nơi diễn ra các hoạt động giao thương mà còn lưu giữ những nét văn hóa đặc trưng của người dân Nam Bộ thông qua kiến trúc, ẩm thực, phong tục tập quán và cách thức giao tiếp. Đồng thời, việc áp dụng các phương thức thanh toán điện tử, quảng bá trên nền tảng số và phục vụ du khách quốc tế đã mang lại diện mạo hiện đại cho các khu chợ, tạo nên sự kết hợp giữa truyền thống và xu hướng tiêu dùng mới.

Song song đó, các không gian công cộng như phố đi bộ Nguyễn Huệ, Bến Bạch Đằng và các công viên trung tâm đã trở thành địa điểm tổ chức nhiều hoạt động văn hóa, nghệ thuật và giải trí. Nếu trước đây các không gian này chủ yếu phục vụ hoạt động cộng đồng, thì nay đã xuất hiện nhiều loại hình biểu diễn đường phố, triển lãm nghệ thuật, lễ hội và các hoạt động trải nghiệm văn hóa, thu hút đông

đạo người dân và du khách tham gia. Đặc biệt, nhiều chương trình đã kết hợp các tiết mục nghệ thuật truyền thống như đờn ca tài tử, múa lân, biểu diễn nhạc cụ dân tộc với các loại hình nghệ thuật hiện đại, tạo nên sức hút mới cho không gian đô thị.

Các khu phố ẩm thực và chợ đêm cũng thể hiện rõ sự giao thoa giữa văn hóa truyền thống và hiện đại. Bên cạnh những món ăn mang đậm bản sắc địa phương, còn có sự xuất hiện của các sản phẩm, dịch vụ và phong cách tổ chức hiện đại, đáp ứng nhu cầu trải nghiệm của cư dân đô thị và du khách. Điều này cho thấy không gian văn hóa đường phố tại TP. Hồ Chí Minh không chỉ kế thừa và phát huy các giá trị truyền thống mà còn không ngừng tiếp nhận, sáng tạo và đổi mới, góp phần hình thành diện mạo văn hóa đô thị năng động, đa dạng nhưng vẫn giữ được bản sắc riêng.

2.2.2. Văn hóa ẩm thực đường phố

Ẩm thực đường phố tại TP. Hồ Chí Minh thể hiện sức sống của những giá trị đã hình thành từ lâu trong bối cảnh giao lưu văn hóa và tiêu dùng ngày càng cởi mở. Các món như mì, bánh mì, cơm tấm, phở, bánh xèo, chè... vẫn hiện diện thường xuyên trong đời sống, không chỉ đáp ứng nhu cầu ăn uống mà còn góp phần tạo nên dấu ấn văn hóa của thành phố. Khi những món ăn quen thuộc trở nên hấp dẫn đối với du khách, các giá trị ẩm thực truyền thống cũng được đặt vào một không gian giao lưu rộng lớn hơn.

Sự thay đổi thể hiện rõ nét qua cách thức tiếp nhận và biến đổi món ăn. Song hành cùng quá trình hội nhập, ẩm thực Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc, Thái Lan và phương Tây xuất hiện ngày càng nhiều. Không chỉ được du nhập dưới hình thức nguyên bản, sự kết hợp giữa nguyên liệu, gia vị, cách chế biến và trình bày còn tạo ra các sản phẩm giao thoa, trong đó xu hướng “fusion” (kết hợp ẩm thực) là một biểu hiện đáng chú ý. Như vậy, những yếu tố mới được tiếp nhận không nhất thiết thay thế cái cũ mà có thể tạo ra những cách thức thể hiện và thưởng thức mới trên nền tảng sẵn có.

Quá trình hiện đại hóa cũng diễn ra trong phương thức kinh doanh và dịch vụ. Thanh toán không dùng tiền mặt, đặt món trực tuyến, giao hàng tận nơi và quảng bá qua mạng xã hội đang thay đổi cách thức đưa món ăn đến tay khách hàng. Do đó, sự giao thoa của ẩm thực đường phố không chỉ nằm ở bản thân món ăn mà còn ở phương thức kinh doanh, quảng bá và trải nghiệm, qua đó giúp các giá trị truyền thống thích nghi với lối sống đô thị hiện đại.

2.2.3. Nghệ thuật đường phố

Nghệ thuật đường phố thể hiện sự giao thoa rõ rệt về mặt hình thức thể hiện. Graffiti, biểu diễn âm nhạc, nhảy cover, nhạc acoustic và các lễ hội đường phố đã tạo ra nhiều không gian sáng tạo và giao lưu cho giới trẻ cũng như du khách, đồng thời làm phong phú thêm đời sống văn hóa đô thị.

Đáng chú ý là các loại hình nghệ thuật mới không hoàn toàn tách biệt khỏi văn hóa bản địa. Trong một số chương trình, các nhạc cụ truyền thống, đờn ca tài tử, múa lân và các tiết mục biểu diễn dân gian được lồng ghép vào những sự kiện có phương thức tổ chức và thể hiện hiện đại. Nhờ đó, các giá trị truyền thống được tiếp cận dưới những hình thức gần gũi hơn với công chúng đương đại. Đây là biểu hiện của sự tiếp biến văn hóa, trong đó những yếu tố mới tạo thêm điều kiện để làm mới và lan tỏa những giá trị đã tồn tại từ trước.

Tuy nhiên, sự phát triển của nghệ thuật đường phố cũng đặt ra vấn đề về thương mại hóa. Khi các hoạt động biểu diễn ngày càng gắn liền với quảng bá, kinh doanh và thu hút công chúng, giá trị nghệ thuật có thể bị chi phối bởi các mục tiêu thị trường. Vì vậy, cần đảm bảo sự cân bằng giữa yêu cầu sáng tạo, khai thác kinh tế và việc bảo tồn các giá trị văn hóa trong không gian công cộng.

2.2.4. Văn hóa giao tiếp và lối sống đô thị

Trong đời sống đô thị, những thay đổi về cách thức giao tiếp và sử dụng không gian công cộng đã thể hiện rõ nét sự tương tác giữa các giá trị truyền thống và những chuẩn mực mới đang hình thành. Sự thân thiện, cởi mở, tinh thần gắn kết và thái độ tôn trọng lẫn nhau vẫn là những nét đặc trưng trong giao tiếp của người dân TP. Hồ Chí Minh. Đồng thời, các thói quen như xếp hàng, giữ gìn vệ sinh chung, giúp đỡ người khác và tôn trọng không gian công cộng ngày càng được coi trọng, phản ánh yêu cầu của một đô thị văn minh.

Không gian giao tiếp không còn bó hẹp ở đường phố mà đã mở rộng sang môi trường kỹ thuật số. Một địa điểm có thể vừa là nơi gặp gỡ, vừa là nơi trải nghiệm văn hóa, đồng thời trở thành nội dung được chia sẻ qua các hoạt động “check-in”, phát trực tiếp (livestream) hay các hoạt động sáng tạo của người dùng và những người có sức ảnh hưởng (influencer). Mặc dù điều này tạo điều kiện cho việc lan tỏa nhanh chóng hình ảnh và giá trị văn hóa địa phương, nhưng nó cũng làm thay đổi đáng kể cách mọi người nhìn nhận và tương tác với các không gian văn hóa.

Điều này đặt ra một vấn đề đáng lưu ý: ranh giới giữa việc lan tỏa giá trị văn hóa và việc khai thác không gian văn hóa để chạy theo các trào lưu mạng xã hội đang ngày càng trở nên mờ nhạt. Khi các hoạt động “check-in”, livestream hay sáng tạo nội dung chủ yếu bị chi phối bởi mục đích thương mại, các không gian văn hóa có nguy cơ bị biến thành những “phông nền” đơn thuần cho truyền thông, có thể gây ảnh hưởng đến trật tự công cộng và làm mất đi tính chân thực của đời sống văn hóa. Do đó, việc hiện đại hóa lối sống đô thị không chỉ dừng lại ở việc tiếp nhận các phương thức giao tiếp mới, mà còn đòi hỏi phải đề cao tinh thần cộng đồng và trách nhiệm trong việc sử dụng các không gian chung.

2.3. Đánh giá sự giao thoa giữa truyền thống và hiện đại

Dựa trên những quan sát nêu trên, sự giao thoa giữa truyền thống và hiện đại trong văn hóa đường phố tại TP. Hồ Chí Minh không đồng nghĩa với việc cái mới thay thế hoàn toàn cái cũ. Điều đáng chú ý hơn cả là tiềm năng tích hợp các giá trị truyền thống vào những môi trường, phương thức thể hiện và bối cảnh sử dụng mới. Điều này làm phong phú thêm đời sống văn hóa đô thị và gia tăng sức hấp dẫn của các hoạt động đường phố đối với cả người dân lẫn du khách, đồng thời tạo cơ hội kết nối văn hóa với du lịch, dịch vụ và các ngành công nghiệp văn hóa. Việc giao lưu quốc tế cũng mang lại cho giới trẻ cơ hội tiếp cận các hình thức sáng tạo mới và quảng bá các giá trị địa phương trên một sân khấu rộng lớn hơn.

Tuy nhiên, quá trình này không phải lúc nào cũng mang lại kết quả tích cực. Khi các yếu tố thị trường chi phối quá mức, các hoạt động văn hóa đường phố có nguy cơ thiên lệch quá nhiều về tính giải trí và thương mại, đôi khi làm suy giảm chiều sâu văn hóa. Việc tiếp nhận các trào lưu bên ngoài một cách thiếu chọn lọc cũng có thể làm phai nhạt những nét đặc trưng của địa phương. Hơn nữa, các vấn đề như hành vi thiếu chuẩn mực, hoạt động quảng bá thái quá và việc sử dụng sai mục đích các không gian công cộng có thể tác động tiêu cực đến môi trường văn hóa đô thị.

Cần lưu ý rằng những hạn chế này không xuất phát từ chính quá trình hiện đại hóa, mà nằm ở cách thức tiếp nhận, tận dụng và quản lý các giá trị mới. Trong khi nền kinh tế thị trường và mạng xã hội thúc đẩy sự lan tỏa của các trào lưu văn hóa, thì cơ chế quản lý tại một số không gian công cộng lại chưa theo kịp những thay đổi nhanh chóng này. Bên cạnh đó, nhận thức của một bộ phận người dân, du khách và người sáng tạo nội dung về trách nhiệm gìn giữ môi trường văn hóa vẫn còn thiếu sự đồng bộ. Do đó, thách thức đặt ra không phải là hạn chế giao lưu văn hóa, mà là định hướng quá trình thích ứng và hội nhập văn hóa—đảm bảo sự sáng tạo được phát huy mà không làm mai một bản sắc độc đáo của văn hóa đường phố TP. Hồ Chí Minh.

2.4. Một số giải pháp phát huy giá trị văn hóa đường phố trong bối cảnh hiện nay

2.4.1. Tạo dựng môi trường thể chế phù hợp cho văn hóa đường phố

Để văn hóa đường phố phát triển bền vững, cần có không gian và phương thức quản lý thích hợp. Thành phố cần rà soát, hoàn thiện các cơ chế liên quan, đồng thời gắn kết việc bố trí, khai thác không gian công cộng với quy hoạch đô thị và định hướng phát triển văn hóa. Việc đầu tư vào các địa điểm sinh hoạt cộng đồng và tạo điều kiện cho các hoạt động nghệ thuật phù hợp cũng là cách để các giá trị truyền thống hiện diện nhiều hơn trong đời sống hiện đại.

2.4.2. Chuyển hóa các giá trị văn hóa thành sản phẩm mà không làm mất đi bản sắc

Ẩm thực, nghệ thuật, lễ hội và các hình thức sinh hoạt đường phố khác đều có tiềm năng trở thành nguồn lực cho du lịch và công nghiệp văn hóa. Tuy nhiên, việc khai thác kinh tế chỉ bền vững khi gắn liền với việc nhận diện và bảo vệ các đặc trưng văn hóa địa phương. Do đó, cần ưu tiên các sản phẩm

có nội dung văn hóa rõ nét, có khả năng tạo ra trải nghiệm độc đáo cho du khách, đồng thời nâng cao giá trị của di sản, phong tục và nghệ thuật truyền thống.

2.4.3. Đưa các chuẩn mực ứng xử trở thành một phần của đời sống văn hóa đường phố

Không gian công cộng chỉ thực sự có giá trị khi các chủ thể có ý thức sử dụng và gìn giữ nó. Các nội dung về hành vi nơi công cộng, bảo vệ môi trường, tôn trọng cảnh quan và bảo tồn bản sắc cần được tuyên truyền thường xuyên thông qua nhà trường, gia đình, truyền thông và các tổ chức xã hội. Quan trọng hơn, cần tạo điều kiện để người dân không chỉ là người thụ hưởng mà còn trực tiếp tham gia tổ chức, duy trì và bảo vệ các hoạt động văn hóa đường phố.

2.4.4. Ứng dụng công nghệ trong cả công tác quảng bá và quản lý

Công nghệ số có thể mở rộng đáng kể phạm vi lan tỏa của văn hóa đường phố, từ việc giới thiệu các địa điểm, sự kiện đến việc kết nối người dân và du khách. Các nền tảng số, mạng xã hội và ứng dụng công nghệ cần được khai thác cho cả hai mục tiêu: đưa giá trị văn hóa đến với đông đảo công chúng và hỗ trợ quản lý không gian, hoạt động, thông tin cũng như trải nghiệm. Như vậy, chuyển đổi số không chỉ phục vụ công tác truyền thông mà còn trở thành phương thức quản lý văn hóa phù hợp với đời sống đô thị mới.

2.4.5. Coi sự tham gia của các chủ thể là điều kiện tiên quyết để đảm bảo tính bền vững

Văn hóa đường phố không phải là sản phẩm do riêng các cơ quan quản lý tạo ra. Nghệ sĩ, doanh nghiệp, tổ chức xã hội, cộng đồng và chính quyền đều có những lợi ích và trách nhiệm khác nhau đối với không gian này. Cần hình thành cơ chế phối hợp để tất cả các bên cùng tham gia, từ khâu lựa chọn nội dung, tổ chức hoạt động cho đến đánh giá và điều chỉnh. Khi cộng đồng thực sự trở thành chủ thể, việc gìn giữ các giá trị truyền thống và khuyến khích sự sáng tạo sẽ có cơ sở để duy trì bền vững.

3. Kết luận

Qua những phân tích và đánh giá trên, có thể thấy sức sống của văn hóa đường phố TP. Hồ Chí Minh nằm ở khả năng thích ứng với những thay đổi của đời sống đô thị mà không tách rời nền tảng văn hóa đã được hình thành trong lịch sử. Truyền thống không đứng yên, và tính hiện đại cũng không xuất hiện như một yếu tố thay thế hoàn toàn cái cũ; giữa chúng diễn ra quá trình chọn lọc, điều chỉnh và tái tạo. Quá trình đó tạo nên một nền văn hóa đường phố vừa năng động, đa dạng, vừa mang đậm dấu ấn riêng của thành phố.

Tuy nhiên, sự giao thoa văn hóa chỉ thực sự có ý nghĩa khi đi kèm với ý thức bảo vệ các giá trị văn hóa. Áp lực từ thị trường, du lịch, truyền thông kỹ thuật số và các trào lưu du nhập có thể làm gia tăng tính thương mại hóa hoặc làm phai nhạt bản sắc địa phương nếu thiếu định hướng. Do đó, việc phát triển văn hóa đường phố cần được đặt trong mối quan hệ song hành giữa bảo tồn, sáng tạo và khai thác các nguồn lực văn hóa. Nhà nước và chính quyền địa phương đóng vai trò kiến tạo, nhưng hiệu quả lâu dài lại phụ thuộc vào sự tham gia của cộng đồng, nghệ sĩ, doanh nghiệp và người dân. Đây chính là cơ sở để văn hóa đường phố TP. Hồ Chí Minh tiếp tục đổi mới mà vẫn giữ được chiều sâu văn hóa trong quá trình phát triển đô thị hiện nay.

Tài liệu tham khảo

- Bộ Chính trị (2026). *Nghị quyết số 80-NQ/TW ngày 07/01/2026 về phát triển văn hóa Việt Nam*.
- Bộ Chính trị (2024). *Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia*.
- Chu Xuân Diên (2002). *Cơ sở văn hóa Việt Nam*. NXB Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh.
- Đảng Cộng sản Việt Nam (2021). *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII (tập I)*. NXB Chính trị Quốc gia Sự thật.
- Hồ Chí Minh (2011). *Toàn tập (tập 3)*. NXB Chính trị Quốc gia Sự thật.