

BIỂU HIỆN CỦA VĂN HÓA HUẾ VÀ VIỆT NAM QUA MỘT SỐ SẢN PHẨM LƯU NIỆM Ở HUẾ

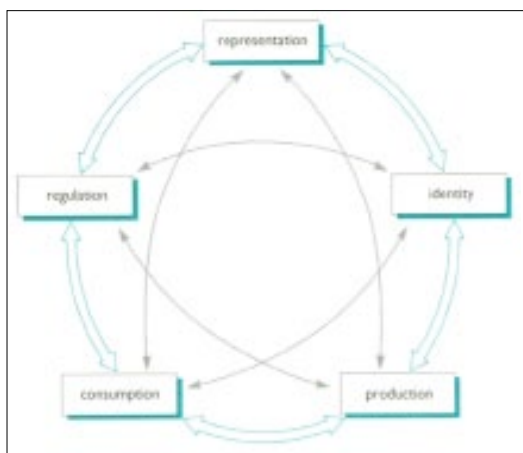
Trương Tiến Dũng*

Dẫn nhập

Văn hóa, theo Hall (1997, tr. 2), là khái niệm khó định nghĩa nhất trong các ngành khoa học xã hội và nhân văn và có nhiều cách để định nghĩa văn hóa. Theo tác giả này, văn hóa có thể được định nghĩa theo cách truyền thống như một tập hợp các tư tưởng lớn được thể hiện trong các tác phẩm văn học, hội họa, âm nhạc và triết học cổ điển. Nói cách khác, văn hóa này được gọi là “văn hóa cao” của một giai đoạn. Một định nghĩa hiện đại hơn tập hợp các hình thức phổ biến của âm nhạc đại chúng, nghệ thuật, thiết kế, văn học cũng như các hoạt động vui chơi giải trí và được gọi là “văn hóa đại chúng” hay “văn hóa phổ thông” của một giai đoạn (Hall, 1997, tr. 2). Còn UNESCO (2001) định nghĩa văn hóa là “một phức thể bao gồm kiến thức, tín ngưỡng, nghệ thuật, đạo đức, luật pháp, phong tục và tất cả khả năng và thói quen khác do một cá nhân tiếp nhận với tư cách là thành viên của một xã hội”. Chassany (2010, tr. 195) xác định rõ văn hóa được hình thành từ bốn thành tố: giá trị, chuẩn mực, thiết chế và vật phẩm. Hệ thống giá trị tương ứng với các hệ tư tưởng quan trọng của các nhóm xã hội. Các chuẩn mực tương ứng với mong đợi về cách hành xử của con người trong các tình huống khác nhau. Các giá trị và chuẩn mực này sau đó được chuyển tải qua các cấu trúc xã hội, gồm các thiết chế và các vật phẩm. Vật phẩm gồm các vật và các khía cạnh vật chất của một nền văn hóa (*ibid.*). Bài viết này tập trung phân tích các giá trị văn hóa được biểu hiện qua một loại vật phẩm đặc biệt: sản phẩm lưu niệm. Nhưng trước tiên, chúng ta cần hiểu rõ hơn về biểu hiện văn hóa.

Biểu hiện văn hóa được xem như “một quá trình mà qua đó các thành viên trong cùng một nền văn hóa sử dụng ngôn ngữ để tạo ra một ý nghĩa” (Hall, 1997: 61). Quá trình này nối kết ba yếu tố và giúp chúng tạo nên ý nghĩa: các sự vật, các khái niệm và các dấu hiệu (Hall, 1997: 19). Còn theo Du Gay *et al.* (1997, tr. 3), biểu hiện văn hóa, là một trong năm quy trình tạo nên “chu trình văn hóa”. *Bản sắc, biểu hiện, sản xuất, tiêu thụ và điều chỉnh văn hóa* là năm quy trình của “chu trình văn hóa” không ngừng chồng lên nhau và hòa lẫn vào nhau một cách phức tạp và ngẫu nhiên (xem hình 1). Quan trọng hơn nữa, “chu trình văn hóa” là

* Trường Đại học Ngoại ngữ Huế.



Hình 1. Chu trình văn hóa theo Du Gay et al., (1997, tr. 3).

nên bản sắc riêng được gọi là “văn hóa Huế”. Văn hóa Huế đã được hình thành từ việc tiếp nhận “các dòng văn hóa đô thị - văn hóa làng (chùa) và văn hóa cung đình (bác học) - văn hóa dân gian không có sự đối lập, loại trừ” (Dư địa chí Thừa Thiên Huế). Đặc biệt, thời Nguyễn, khi nhà nước trung ương tập quyền phát triển cao, đánh dấu thời kỳ bắt đầu phân hóa hai dòng văn hóa cung đình (bác học, chuyên nghiệp) và văn hóa dân gian. Từ đây, hai dòng văn hóa dân gian và bác học vừa song song tồn tại vừa tác động lẫn nhau (Ngô Đức Thịnh, 2005, tr. 52). Ví dụ cụ thể là các công trình kiến trúc được xây dựng dưới triều Nguyễn như Đại Nội, hệ thống lăng tẩm, chúng vừa là biểu hiện của văn hóa đô thị vừa là biểu hiện của văn hóa cung đình. Các công trình này được xây dựng bảo đảm các yêu cầu về phong thủy, cân đối trong tổng thể chung của kinh đô xưa, hài hòa trong sự bao bọc của thiên nhiên, đảm bảo cân bằng âm dương. Sự hài hòa, cân bằng giữa các công trình kiến trúc cung đình với thiên nhiên ảnh hưởng trở lại văn hóa dân gian tạo nên một giá trị văn hóa khác của Huế: nhà - vườn Huế.

Một giá trị khác của văn hóa Huế là văn hóa Phật giáo. Huế được mệnh danh là kinh đô Phật giáo của Việt Nam với hàng trăm ngôi chùa lớn nhỏ, hình thành dòng văn hóa chùa (Dư địa chí Thừa Thiên Huế), tiêu biểu cho di sản văn hóa Huế (Jansen-Verbeke và Go, 1995, tr. 317). Hệ thống chùa chiền ở Huế có đầy đủ các loại hình chùa ở Việt Nam: từ tổ đình như tổ đình Từ Hiếu, tổ đình Từ Đàm; quốc tự như quốc tự Thiên Mụ, quốc tự Diệu Đế đến hàng trăm Niệm Phật đường. Như vậy, hệ thống chùa Huế có đầy đủ tính chất cung đình và dân gian, lần lượt được thể hiện qua các quốc tự và Niệm Phật đường. Không chỉ có các chùa thuộc Bắc tông, Huế cũng có các chùa thuộc Nam tông, ví dụ như chùa Tăng Quang, Huyền Không, Huyền Không Sơn Thượng, Thiền Lâm. Không những thế, hiện nay ở Huế còn có cả Trung tâm Văn hóa Phật giáo Liễu Quán và Thiền viện Trúc Lâm Bạch Mã.

chu trình mà việc phân tích mọi văn bản văn hóa hay vật phẩm văn hóa đều phải trải qua nếu muốn được nghiên cứu đầy đủ (Du Gay *et al.*, 1997: 3). Do đó, muốn phân tích biểu hiện văn hóa của các sản phẩm lưu niệm của Huế, trước tiên cần tìm hiểu bản sắc của văn hóa Huế.

Bản sắc “văn hóa Huế”

Huế đã từng là kinh đô của Việt Nam trong vòng 143 năm (1802-1945) dưới triều Nguyễn và được thừa hưởng từ thời kỳ này các giá trị văn hóa để góp phần hun đúc

Cố đô Huế nói riêng và Việt Nam nói chung cũng chịu ảnh hưởng từ thời kỳ Pháp đô hộ và hiện nay vẫn còn gần 200 công trình thuộc quần thể kiến trúc Pháp (Khám phá Huế, 2013) nhưng mang dấu ấn Pháp đậm nét nhất là cầu Trường Tiền được hãng Eiffel (Pháp) của Gustave Eiffel thiết kế lại và hoàn thành năm 1899.

Với tầm quan trọng đó, một bảo tàng mang tên “Bảo tàng Văn hóa Huế” đã được thành lập năm 2012 để sưu tập, bảo quản và trưng bày các tư liệu và hiện vật, các di sản văn hóa phi vật thể và vật thể, quảng bá các di sản văn hóa - lịch sử trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế (Ủy ban Nhân dân thành phố Huế).

Văn hóa Huế được bảo tồn và phát triển bằng nhiều phương thức, trong đó phải kể đến Festival Huế và Festival nghề truyền thống Huế, hai lễ hội mang đậm thương hiệu Huế. Festival Huế với chủ đề “Di sản văn hóa, hội nhập và phát triển” được tổ chức vào các năm chẵn từ năm 2000 là lễ hội quảng bá văn hóa Huế không chỉ với người Việt mà cả với bạn bè quốc tế. Còn Festival nghề truyền thống Huế được tổ chức vào các năm lẻ là dịp để các nghệ nhân, các làng nghề ở Huế nói riêng và cả nước nói chung quảng diễn tài nghệ chế tác các sản phẩm thủ công đặc sắc của địa phương mình.

Các đặc trưng này của văn hóa Huế cũng được thể hiện đậm nét qua các sản phẩm lưu niệm của đất Cố đô. Khảo sát bước đầu của tôi xác định được tám sản phẩm lưu niệm mang nhiều biểu hiện của văn hóa Huế và/hoặc của Việt Nam được sản xuất ở Huế như sau (được sắp xếp theo thứ tự trong bảng chữ cái - xem bảng 1): *Áo dài, điều Huế, đèn lồng Cố Đô, hoa sen giấy, nghệ thuật Trúc Chi, nón bài thơ, pháp lam Huế, tranh thêu XQ*.

Các sản phẩm lưu niệm này có thể được phân loại theo ba hình thức. Hình thức thứ nhất là phân loại theo khả năng kết hợp các loại chất liệu, bao gồm các *sản phẩm đơn liệu* và *đa liệu*. Sản phẩm đơn liệu như sen giấy, được làm từ một vật liệu là giấy; sản phẩm đa liệu như nón bài thơ được làm từ lá nón, tre, sợi polymer và dải nón từ vải. Hình thức phân loại thứ hai là theo nguồn gốc hình thành nghề. Các nghề làm sản phẩm lưu niệm được chia thành ba loại: nghề truyền thống có từ lâu đời và phát triển đến nay như nghề làm nón bài thơ, nghề thêu, nghề làm điều. Loại thứ hai gồm các nghề được phục hồi từ các nghề truyền thống đã từng bị mai một như pháp lam, sen giấy. Loại thứ ba gồm các nghề mới được hình thành, dĩ nhiên là dựa trên việc cải tiến một nghề đã tồn tại. Nghệ thuật Trúc Chi là ví dụ điển hình cho loại hình nghề mới này, dựa trên các kỹ thuật làm giấy truyền thống.

Cách phân loại sản phẩm lưu niệm thứ ba là cách phân loại theo khả năng thể hiện các chủ đề, cũng là cách phân loại quan trọng nhất mà bài viết này muốn phân tích. Theo cách phân loại này, sản phẩm lưu niệm có thể là (1) *đơn chủ đề* như sen giấy hay (2) *đa chủ đề* như nón bài thơ, điều, pháp lam, tranh thêu, đèn lồng Cố Đô,

nghệ thuật Trúc Chi. Các sản phẩm lưu niệm đa chủ đề còn có thể được phân nhỏ thành *đa chủ đề khép* và *đa chủ đề mở*. Nón bài thơ thuộc loại đa chủ đề khép khi chỉ thể hiện bốn hình ảnh - bốn chủ đề: một bài thơ, tháp Phước Duyên, cầu Trường Tiền và một hình trái tim. Các sản phẩm lưu niệm đa chủ đề còn lại thuộc loại mở.

Khảo sát các sản phẩm lưu niệm trên đây ở Huế cho thấy có *sáu nhóm chủ đề* hay *sáu nhóm biểu hiện văn hóa*. Nhóm chủ đề thứ nhất thường thấy trên các sản phẩm lưu niệm là nhóm *cảnh quan*, bao gồm cảnh quan tự nhiên và cảnh quan nhân tạo. Tiểu nhóm cảnh quan tự nhiên thể hiện các hình ảnh thân quen của đất nước như nông thôn Việt Nam với lũy tre bao quanh làng; ruộng đồng có mục đồng đang ôn bài trên lưng trâu hay vui đùa với cánh diều; cây đa, bến nước, sân đình. Hình ảnh cây cối bốn mùa cũng thường xuất hiện trên các sản phẩm lưu niệm. Các phong cảnh của Huế cũng được thể hiện như Sông Hương, Núi Ngự, Bạch Mã, Lăng Cô v.v... Tiểu nhóm cảnh quan nhân tạo tập trung các công trình kiến trúc biểu trưng của Huế thuộc “Quần thể di tích cổ đô Huế” như Đại Nội, lăng vua Gia Long, lăng vua Minh Mạng, lăng vua Thiệu Trị, lăng vua Tự Đức, lăng vua Khải Định, chùa Thiên Mụ, hay cầu Trường Tiền, chợ Đông Ba.

Thực vật, động vật và đồ vật là nhóm chủ đề thứ hai. Tứ quý (mai, lan, cúc, trúc) biểu trưng cho bốn mùa và hoa sen, biểu tượng của Việt Nam và của Phật giáo, là những loài hoa thường được thể hiện. Cây tre, một biểu tượng khác của dân tộc Việt, thể hiện tinh thần đoàn kết, tính thủy chung, thanh cao, bất khuất và khả năng thích ứng (Hà Quỳnh, 2013) cũng hay xuất hiện. Những phẩm chất này được nêu bật trong bài thơ “Tre Việt Nam” của Nguyễn Duy (1973). Còn về động vật, thường gặp nhất là Tứ linh (long, lân, quy, phụng). Con rồng là biểu tượng cho uy quyền của đấng thiên tử. Con lân tượng trưng cho sự từ tâm và lòng trung thành. Lân cũng được chọn để làm logo cho Festival Huế. Con rùa tượng trưng cho trời đất (lưng cong tượng trưng cho trời, bụng phẳng tượng trưng cho đất) và sự trường thọ. Con phụng là biểu tượng cho đức hạnh của người phụ nữ. Bốn con vật trong tứ linh có khi được thể hiện cùng nhau, có khi được thể hiện riêng lẻ. Ngoài ra, cặp đôi rồng - phụng cũng thường được kết hợp để thể hiện hạnh phúc lứa đôi trong tranh thêu hay được làm thành diều. Thuyền rồng, một kết hợp khác từ hình tượng con rồng và là một phương tiện chuyên chở kế thừa từ triều Nguyễn, đôi khi cũng được thể hiện cùng với Sông Hương.

Nhóm chủ đề thứ ba liên quan đến *tôn giáo - đạo đức*, chủ yếu phản ánh các giá trị văn hóa kế thừa từ “Tam giáo đồng quy” mà nổi bật nhất là Phật giáo do ảnh hưởng của triết lý này đối với Huế. Hoa sen, tháp Phước Duyên là những biểu tượng gắn với đạo Phật thường xuất hiện trong các sản phẩm lưu niệm ở Huế. Hoa sen tinh khiết “gần bùn mà chẳng hôi tanh mùi bùn” không chỉ liên quan đến sự tích Phật đản sinh (sau khi sinh ra, Ngài bước đi bảy bước, bảy đóa sen nở ra) mà

còn được đặt tên cho một bộ kinh Phật (Kinh Diệu pháp liên hoa). Ngoài ra, các giá trị văn hóa của Nho giáo cũng hay xuất hiện như ngũ thường (nhân, nghĩa, lễ, trí, tín), đạo hiếu, tam đa (phúc, lộc, thọ). Còn triết lý âm dương của Lão giáo được biểu hiện bằng hình ảnh đôi nam nữ ở nón bài thơ hay cặp đôi rồng - phụng như đã giới thiệu ở trên.

Lịch sử là nhóm chủ đề quan trọng thứ tư cần nêu lên. Chủ đề lịch sử được thể hiện qua các công trình như cầu Trường Tiền, di tích từ thời Pháp thuộc ở Huế; Đại Nội và các công trình khác thuộc “Quần thể di tích cố đô” đại diện cho thời kỳ Huế là thủ đô của Việt Nam dưới triều Nguyễn.

Phân phân tích trên đây cũng cho thấy một nhóm chủ đề khác, tiêu biểu cho văn hóa Huế, có thể được gọi là chủ đề *cung đình*. Nhóm chủ đề này không chỉ được thể hiện qua các công trình kiến trúc cung đình mà còn qua hình ảnh thuyền rồng; hình ảnh con rồng năm móng đại diện cho hoàng đế và con phụng đại diện cho hoàng hậu lẫn hình ảnh của chùa Thiên Mụ, một trong số những quốc tự được ngự ban sắc tứ và có tên trong “Thần kinh nhị thập cảnh” của vua Thiệu Trị.

Nhóm chủ đề thứ sáu là nhóm chủ đề về *các con số và chữ viết*. Tam đa (phúc, lộc, thọ), tứ quý, tứ linh, ngũ thường, con số 7 linh thiêng trong Phật giáo (bảy đóa sen, bảy tầng của tháp Phước Duyên) là những con số thường gặp. Về chữ viết, chữ thường gặp nhất là chữ “Huế”, riêng bản thân nó đã là một dấu hiệu định vị sản phẩm lưu niệm về mặt không gian. Nếu chữ “Huế” còn đi kèm với năm sản xuất thì lại thêm một dấu hiệu định vị về mặt thời gian. Ngoài ra, hình ảnh các danh lam thắng cảnh của Huế cũng thường được gọi tên. Các tên gọi này trên sản phẩm lưu niệm được Gordon (1986) gọi là dấu hiệu (*marker*). Trong bộ tam đa thì chữ “thọ” thường được thể hiện nhất và thường được viết bằng chữ Hán cách điệu, ví dụ như trên áo dài. Nhóm năm chữ thuộc ngũ thường (nhân, nghĩa, lễ, trí, tín) cũng hay được thể hiện như trên đèn lồng Cố Đô.

Cũng cần thấy rằng một số hình ảnh có thể biểu hiện nhiều giá trị văn hóa, nhiều nhóm chủ đề văn hóa khác nhau. Ví dụ như hình ảnh con rồng vừa là linh vật đứng đầu trong tứ linh, vừa đại diện cho bậc đế vương trong nhóm chủ đề cung đình; ngoài ra khi kết hợp với chim phụng thì còn có thể biểu thị cho sự hòa hợp âm dương thuộc chủ đề tôn giáo-đạo đức. Ví dụ thứ hai là tháp Phước Duyên, vừa là cảnh quan nhân tạo, đặc biệt là thuộc cảnh quan kiến trúc cung đình, vừa đại diện cho Phật giáo. Tháp Phước Duyên cũng thể hiện chủ đề lịch sử khi nó đại diện cho chùa Thiên Mụ, ngôi cổ tự xưa nhất ở Huế được xây dựng từ năm 1601. Ngoài ra, bảy tầng của tháp cũng biểu hiện cho nhóm chủ đề các con số. Tháp được vua Thiệu Trị cho xây dựng để mừng lễ bát thọ của bà nội nên nó còn là biểu tượng của đạo hiếu.

Sự kết hợp ba phương pháp phân loại nêu trên cho ra bảng tổng hợp (xem bảng 1). Trong bảng này còn có thêm một yếu tố, được gọi là *quy mô văn hóa - địa lý*. Khái niệm này được điều chỉnh từ khái niệm “quy mô địa lý” do Hashimoto và Telfer (2007) đưa ra do tầm quan trọng của thành tố văn hóa đối với một điểm đến (Ritchie và Zins, 1978, được nêu bởi Goeldner và Ritchie, 2009, tr. 269).

Bảng 1. Phân loại sản phẩm lưu niệm ở Huế

Sản phẩm lưu niệm	Phân loại theo chất liệu		Phân loại theo nguồn gốc hình thành nghề	Phân loại theo chủ đề thể hiện		Quy mô văn hóa - địa lý
	Đơn liệu	Đa liệu		Đơn chủ đề	Đa chủ đề	
1 Áo dài	x		Truyền thống		Mở	Việt Nam
2 Điều Huế		x	Truyền thống		Mở	Huế
3 Đèn lồng Cổ Đô		x	Khôi phục		Mở	Huế
4 Hoa sen giấy	x		Khôi phục	x		Huế, Việt Nam
5 Nghệ thuật Trúc Chi		x	Mới		Mở	Huế, Việt Nam
6 Nón bài thơ		x	Truyền thống		Đóng	Huế
7 Pháp lam Huế		x	Khôi phục		Mở	Huế, Việt Nam
8 Tranh thêu XQ	x		Truyền thống		Mở	Huế, Việt Nam

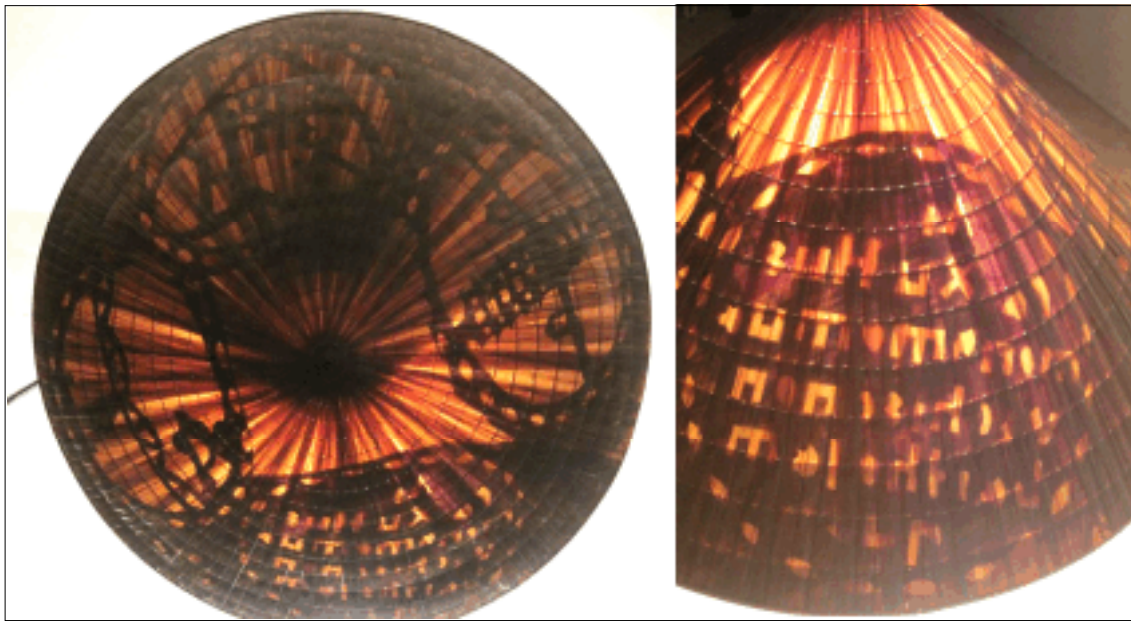
Tóm lại, tám sản phẩm lưu niệm của Huế đã được ghi nhận. Biểu hiện của các sản phẩm này, nhìn từ góc độ văn hóa- địa lý, có thể được phân thành ba loại như sau: Áo dài và tranh thêu XQ đại diện cho Việt Nam; điều Huế, đèn lồng Cổ Đô, hoa sen giấy, nón bài thơ đại diện cho Huế. Pháp lam Huế và nghệ thuật Trúc Chi đầu tiên đại diện cho Huế, thành phố nơi chúng được tạo ra, nhưng sau đó, với bản sắc riêng có của chúng ở Việt Nam, có thể đại diện cho cả Việt Nam.

Phần tiếp theo giới thiệu một sản phẩm lưu niệm đặc trưng của Huế: nón bài thơ.

Nón bài thơ - nét duyên người con gái Huế

Nón bài thơ Huế là một sản phẩm thuộc dòng sản phẩm nón lá, một trong những sản phẩm lưu niệm phổ biến và đại diện cho văn hóa Việt Nam (theo Thirumaran *et al.*, 2014). Nón bài thơ Huế đặc biệt ở chỗ nó có những câu thơ và một số hoa văn trang trí đặc trưng của Huế được khéo léo lồng vào hai tầng lá nón. Điều thú vị là các biểu tượng văn hóa Huế này chỉ có thể nhìn thấy khi đưa ra ngoài ánh sáng. Hơn nữa, tính cho đến nay, nón lá Huế (trong đó có nón bài thơ) là sản phẩm duy nhất của Huế được bảo hộ bằng chỉ dẫn địa lý.

Nhìn chung, một chiếc nón bài thơ gồm bốn hoa văn bằng giấy (xem hình 2): hai câu thơ (hình 2.1), tháp Phước Duyên (hình 2.2), dòng chữ “Huế” + năm sản xuất (hình 2.3) và cầu Trường Tiền (hình 2.4).



Hình 2. Nón bài thơ Huế nhìn từ trên xuống (với ánh sáng đèn ở dưới). Ảnh tác giả.

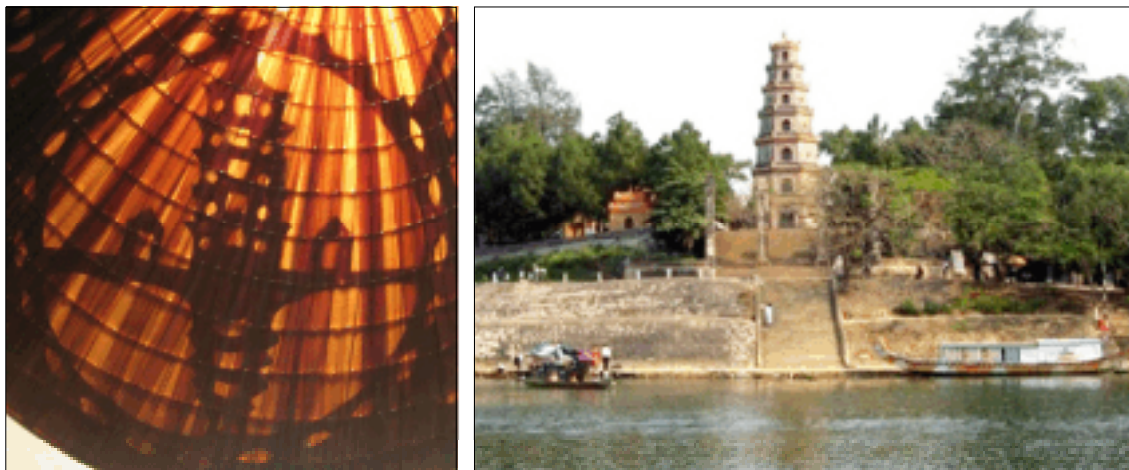
Hình 2.1. Bài thơ lồng vào nón. Ảnh tác giả.

Thơ được cắt và lồng vào chiếc nón thường là 2 câu sau đây:

“Ai ra xứ Huế mộng mơ

Mua về chiếc nón bài thơ làm quà”

Hai câu thơ này của nghệ nhân Bùi Quang Bắc, được xem là người sáng tạo ra loại nón độc đáo này vào những năm 1959-1960 ở làng Tây Hồ, xã Phú Hồ, huyện Phú Vang, tỉnh Thừa Thiên Huế.



Hình 2.2. Hình ảnh tháp Phước Duyên trên nón và hình ảnh thực tế. Ảnh tác giả và Trung tâm Bảo tồn Di tích Cố đô Huế, 2013.

Hình ảnh thứ hai là tháp Phước Duyên thuộc chùa Thiên Mụ. Tháp cao 7 tầng. Con số bảy này được xem là con số linh thiêng trong Phật giáo vì nhiều sự

kiện trong cuộc đời của đức Phật liên quan đến con số này. Hơn nữa, Huế được xem như là trung tâm văn hóa Phật giáo của Việt Nam. Vì thế, ngôi chùa cổ nhất của thành phố, chùa Thiên Mụ, và cả tháp Phước Duyên, dĩ nhiên đã trở thành một biểu tượng văn hóa, tôn giáo và tâm linh của người Huế.



Hình 2.3. Dòng chữ “Huế 2013” lồng trong trái tim. Ảnh tác giả.

Hình ảnh thứ ba được đưa vào nón là từ “Huế” kèm theo năm sản xuất ra nón, tất cả được bao quanh bởi một hình trái tim. Chữ viết và con số này là những dấu hiệu giúp người mua nón nhớ địa danh và thời gian họ đã mua nón bài thơ.

Hình ảnh thứ tư là cầu Trường Tiền bắc qua Sông Hương chia thành phố Huế thành hai phần: bờ bắc cổ kính và bờ nam hiện đại. Là chứng tích của thời chiến, cầu Trường Tiền là một biểu tượng văn hóa-lịch sử của Huế dù cho sau đó một số cây cầu khác cũng đã được xây thêm. Với ý nghĩa đó, cầu Trường Tiền đã hiện diện trong bộ sưu tập tem mới của Cơ quan

Bưu chính Pháp gồm ba con tem đại diện cho ba miền của Việt Nam (xem hình 2.4). Một điều thú vị nữa là tại Sénégal cũng có cây cầu Faidherbe có hình dáng y hệt cầu Trường Tiền (xem hình 2.5).



Hình 2.4. Hình ảnh cầu Trường Tiền trên nón, trên tem và hình thật. Ảnh tác giả, VOV (2015) và Du lịch Huế (2013).



Hình 2.5. Hình ảnh cầu Trường Tiền - Việt Nam (trái) và cầu Faidherbe - Sénégal (phải). Ảnh sưu tầm.

Một đặc điểm văn hóa cần nói đến nữa là con số *mười sáu* liên quan đến mười sáu vành nón của nón bài thơ. Con số 16 chỉ lứa tuổi trưởng thành của thiếu nữ Việt Nam. Nó tương ứng với “mười sáu trăng tròn”, đêm mà trăng tròn nhất, sáng nhất, đẹp nhất như lứa tuổi mười sáu của thiếu nữ :

“Bàn tay xây lá, tay xuyên chỉ

Mười sáu vành, mười sáu trăng lên”

(“Người con gái chằm nón bài thơ”, Nguyễn Khoa Điềm, 1970)

Tóm lại, nón bài thơ Huế biểu hiện văn hóa với dấu ấn lịch sử và tôn giáo của cổ đô.

Kết luận

Qua phân tích, nhiều sản phẩm lưu niệm ở Huế biểu hiện khá rõ nét văn hóa Huế. Hơn nữa, biểu hiện văn hóa lại là một trong năm thành tố tạo nên “chu trình văn hóa”, cần thiết cho việc phân tích mọi văn bản hay vật phẩm văn hóa. Nghĩa là, nếu biểu hiện văn hóa của các vật phẩm này – các sản phẩm lưu niệm, được nghiên cứu kỹ càng thì sẽ giúp những nhà làm văn hóa và những người liên quan đề xuất những điều chỉnh để việc sản xuất các sản phẩm này đáp ứng mong muốn của người tiêu dùng. Một nghiên cứu của chúng tôi thực hiện vào giữa năm 2014 cũng cho thấy du khách xem biểu hiện văn hóa là tiêu chí quan trọng nhất quyết định việc mua sản phẩm lưu niệm của họ ở Huế. Do đó, một lần nữa, những người làm công tác văn hóa và du lịch cần có giải pháp để thông tin và quảng bá mạnh mẽ hơn nữa các dấu ấn văn hóa địa phương và quốc gia ẩn chứa trong các sản phẩm lưu niệm của Huế nói riêng và của Việt Nam nói chung.

Về cá nhân mình, tôi có một số đề xuất như sau. Thứ nhất, trong Biểu điểm thẩm định cơ sở mua sắm đạt chuẩn du lịch do UBND tỉnh Thừa Thiên Huế ban hành năm 2007 không hề có tiêu chí nào liên quan đến văn hóa. Do đó, các cơ quan chức năng cần xem xét để đưa tiêu chí này vào. Thứ hai, liên quan đến các biểu hiện văn hóa thể hiện trên nón bài thơ đã phân tích, chữ viết của hai câu thơ không được rõ nét. Vì vậy, để nón bài thơ hấp dẫn hơn nữa, điều quan trọng là phải viết đúng, rõ ràng hai câu thơ này.

Thứ ba, các nhà văn hóa và du lịch cũng nên đưa thêm một số biểu hiện văn hóa đặc trưng của Huế, mà cụ thể là văn hóa cung đình và văn hóa Phật giáo, vào các sản phẩm lưu niệm, đặc biệt là các biểu tượng có ý nghĩa tốt đẹp. Biểu tượng đầu tiên cần đưa vào là cái *khánh*, một trong những pháp khí của Phật giáo, được cho là có khả năng giúp các nhà sư tu thiền tỉnh giác. Ở Huế hiện còn cái khánh đồng cổ ở chùa Thiên Mụ. Khánh đã được chọn làm bảng tên đường của thành phố Huế cùng với Ngọ Môn (hình 3). Ngoài ra, chữ “*khánh*” trong Hán-Việt còn có nghĩa là “*mừng, chào mừng*” nên chắc chắn sẽ khiến du khách hài lòng khi chọn mua.



Hình 3. Chiếc khánh đồng ở chùa Thiên Mụ và logo tên đường phố Huế. Ảnh sưu tầm.

Hình ảnh *con dơi*, biểu tượng cho chữ Phúc, do phát âm giống với chữ này trong tiếng Trung, là biểu tượng thứ hai cần đưa vào. Nhất là hình tượng năm con dơi tượng trưng cho ngũ phúc (thọ, phúc, Khang ninh, du hạo đức, khảo chung mạng), thậm chí cả hình ảnh con dơi đang ngậm cái khánh cách điệu, biểu thị cho mong ước “phúc khánh” càng hấp dẫn du khách. Ngoài ra, du khách phương Tây, nơi con dơi được xem như là biểu tượng cho bóng tối, sẽ càng thích thú với biểu tượng văn hóa có vẻ trái ngược này.

Hình ảnh thứ ba, *bảo tỷ*, biểu thị cho quyền lực tối cao của hoàng đế và vương triều, có lẽ cũng gây hứng thú cho du khách khi nó xuất hiện trên sản phẩm lưu niệm. Hay một tích khác, cá chép vượt vũ môn hóa rồng, biểu thị cho sự đỗ đạt hiển vinh của học trò thời phong kiến sau thời gian dùi mài kinh sử gian nan cũng nên được đưa vào các sản phẩm lưu niệm để đề cao việc học của một trung tâm văn hóa như Huế.

Tóm lại, bản sắc văn hóa Huế đã được biểu hiện khá rõ nét qua các sản phẩm lưu niệm. Tuy nhiên, chúng ta cần điều chỉnh, đưa thêm vào một số biểu tượng văn hóa khác của Huế hoặc của Việt Nam vẫn còn được thể hiện rõ ở Huế để làm phong phú thêm thị trường sản phẩm lưu niệm của Huế.

T T D

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bảo tàng Văn hóa Huế, Cổng thông tin điện tử Thành phố Huế, http://www.huecity.gov.vn/?cat_id=260&id=325
2. Chassany, Jean-Paul (2010). Les attributs de l'agro pastoralisme méditerranéen dans ses composantes culturelles. Propositions pour un cadre d'analyse, trong LERIN F. (ed.). *Pastoralisme méditerranéen: patrimoine culturel et paysager et développement durable* (p.193-209). Montpellier: CIHEAM / AVECC / UNESCO (Options Méditerranéennes: Série A. Séminaires Méditerranéens; số 93).
3. Cổng thông tin điện tử Thừa Thiên Huế, *Du địa chí. Văn hóa Huế*, https://www.thuathienhue.gov.vn/portal_ge/Views/Default.aspx?OneID=8.
4. Gordon, Beverly (1986). The souvenir: messenger of the extraordinary, *Journal of Popular Culture*, 20(3), 135-146.

5. Hà Quỳnh (2013). “Cây tre mới là biểu tượng văn hóa”, <http://vietnamnet.vn/vn/van-hoa/115185/cay-tre-moi-la-bieu-tuong-van-hoa-viet.html>.
6. Hall, Stuart (1997). “The work of representation”, chương 1, trong HALL, Stuart (xb). (1997). *Representation: cultural representations and signifying practices*. London; Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications in association with the Open University, 400 trang.
7. Hashimoto, Atsuka và Telfer, David T. (2007). Geographical representations embedded within souvenirs in Niagara: The case of geographically displaced authenticity, *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 9 (2), 191-217.
8. Jansen-Verbeke, Myriam và Go, Frank (1995). Tourism development in Vietnam, *Tourism Management*, 16 (4) : 315-321.
9. Khám phá Huế (2013). “Tháp thoáng "nhà Tây" cổ ở Huế”, <http://khamphahue.com.vn/vanhua-dulich-Hue/l-3/A172D222-093C-40D2-A83D-F901F123540F/12369-thap-thoang-nha-tay-co-o-hue.aspx#.Vs5ruseOLXY>.
10. Ngô Đức Thịnh (2005), “Văn hóa dân gian trong di sản văn hóa dân tộc”, *Di sản văn hóa*, số 4 (13), trang 51-57.
11. Ritchie, J. R. Brentet Zins, Michel (1978). “Culture as determinant of the attractiveness of a tourism region”, *Annals of Tourism Research*, 5 (2), 252–267, trong GOELDNER, Charles R. và RITCHIE, J. R. Brent (2009). *Tourism: principles, practices, philosophies* (11e éd.). Hoboken, New Jersey: John Wiley et Sons, Inc., 624 trang.
12. Thích Nhật Từ (2015). “Đức Phật có dạy 84,000 pháp môn không?” <http://www.daophatngaynay.com/vn/phan-phap/buoc-dau-hoc-phat/dd-dao-phat/16991-duc-phat-co-day-84-000-phap-mon-khong.html>.
13. Thirumaran, K, Dam, Minh Xuan et Thirumaran, Carol Marie (2014). Integrating souvenirs with tourism development: Vietnam's challenges, *Tourism Planning and Development*, 11 (1), 57-67.
14. Trung tâm Bảo tồn Di tích Cố đô Huế (2013). Thien Mu pagoda, <http://www.hueworldheritage.org.vn/TTBTDTCDH.aspx?TieuDeID=59&TinTucID=56&l=en>.
15. UNESCO (2001). Đa dạng văn hóa, <http://www.unesco.org/new/fr/social-and-human-sciences/themes/international-migration/glossary/cultural-diversity/>.

TÓM TẮT

Văn hóa Huế mang những đặc điểm riêng biệt của vùng đất cố đô và được biểu hiện qua nhiều hình thức. Bài viết này phân tích những biểu hiện văn hóa Huế qua một hình thức đặc biệt: sản phẩm lưu niệm. Ba cách phân loại các sản phẩm lưu niệm của Huế cũng được trình bày.

ABSTRACT

HUẾ AND VIETNAMESE CULTURAL MANIFESTATION THROUGH SOME SOUVENIR PRODUCTS OF HUẾ

Huế's culture possesses distinct characteristics of an ancient capital, which manifests in various forms. This article analyzes the cultural manifestation of Huế through a special form: souvenir products. Three classifications of souvenir products of Huế are also presented.