

## PHÂN MỞ ĐẦU

### 1. Lý do chọn đề tài

Trà từ lâu đã trở thành một thứ n-ớc uống truyền thống của dân tộc ta. Th-ởng trà là một thú vui thanh tao đậm nét tinh hoa văn hóa truyền thống và triết lý sống của ng-ời Việt. Pha trà và th-ởng trà là một nghệ thuật tinh tế thể hiện sự giao cảm giữa con ng-ời với con ng-ời, sự hòa hợp với tinh hoa của trái đất nó giúp con ng-ời th- thái hơn.

Thứ n-ớc uống này không chỉ có ở Việt Nam. Trên thế giới, trà là thứ n-ớc uống t-ơng đối thông dụng. Ng-ời ta uống trà theo nhiều loại, nhiều cách, đặc biệt có trà túi lọc ở ph-ơng Tây không cầu kỳ và rất tiện lợi. Tuy nhiên để nâng tực uống trà thành một thú vui tao nhã thì chỉ có một số quốc gia nh- Trung Quốc, Nhật Bản... và cả ở Việt Nam.

Vẫn biết rằng mỗi vùng, miền đất n-ớc đều có thứ n-ớc uống khác nhau và đặc tr-ng cho văn hóa của mỗi vùng, miền, đất n-ớc ấy. Nh-ng ngày nay, trong xu thế văn hóa thế giới hội nhập và phát triển, ng-ời ta đang dần từ bỏ những thứ n-ớc uống công nghiệp nhanh. Trà đ-ợc nhiều ng-ời tìm đến hơn nh- một thứ n-ớc uống có tác dụng đem lại sự bình tâm trong một không gian yên tĩnh, không xô bồ. Ng-ời ta uống trà mọi lúc, mọi nơi, từ những quán cóc lề đ-ờng đến một quán trà ngon nổi tiếng với những loại trà từ bình dân đến hảo hạng.

Một vài năm gần đây ngành du lịch n-ớc ta có những b-ớc phát triển mạnh mẽ. Khách du lịch đến ngày càng nhiều, và hầu nh- ai cũng có nhu cầu muốn tìm hiểu về văn hóa Việt Nam. Bên cạnh nhiều loại tài nguyên du lịch nhân văn và tự nhiên đang đ-ợc khai thác hiệu quả, thiết nghĩ trà cũng là một loại tài nguyên phong phú có nhiều khả năng khai thác phát triển du lịch. Thú uống trà hay nghệ thuật th-ởng trà là một bộ phận không thể thiếu trong văn hóa ẩm thực Việt Nam, vốn từ lâu đã đ-ợc biết đến trên bản đồ ẩm thực thế giới nh- một trong những nền ẩm thực độc đáo và đa dạng nhất.

Là một sinh viên ngành Văn hóa du lịch Tr-ờng đại học dân lập Hải Phòng, việc tìm hiểu về trà giúp không chỉ giúp bản thân ng-ời viết có thêm kiến thức về

văn hóa “ẩm” của dân tộc nói riêng và bản sắc văn hóa nói chung, mà còn là một cách để giới thiệu cho khách du lịch trong và ngoài nước biết đến một nền văn hóa uống trà lâu đời ở nước ta. Xuất phát từ lý do đó, người viết đã lựa chọn đề tài nghiên cứu khoa học: “*Nghệ thuật thưởng trà Việt Nam và khả năng khai thác phát triển du lịch*”.

## **2. Lịch sử nghiên cứu vấn đề**

Trà và nghệ thuật thưởng trà là một vấn đề từ lâu đã được nghiên cứu sâu rộng và được đề cập đến trong rất nhiều cuốn sách từ xưa đến nay. Đọc tác phẩm “Trà kinh” của Lục Vũ, người đọc có thể hiểu rõ về xuất xứ của cây trà, cách thức hái trà, pha trà cũng như nghi thức thưởng trà.... Tuy nhiên, đó là nghệ thuật thưởng trà của người Trung Hoa. Với cách nhìn của một nhà văn, trong tác phẩm “Vang bóng một thời” Nguyễn Tuân cũng đã phân tích họa lại hình dung về nghệ thuật thưởng trà Việt Nam với câu chuyện nhỏ “Chén trà trong sương sớm”. Trong tác phẩm này nghệ thuật thưởng trà được viết một cách rất chi tiết, tinh tế và cũng không kém phần thanh cao, lãng mạn. Nhưng thông qua đó, tác giả muốn gửi gắm những thông điệp về đời sống nhân sinh của con người hơn là đi sâu vào lý giải những đặc trưng của “trà đạo” Việt Nam. Gần đây trong một số cuốn chuyên luận như “Tập chí nghệ thuật ăn uống”, “Tìm hiểu về khoa học văn hóa trà thế giới và Việt Nam” (Đỗ Ngọc Quỳ và Đỗ Thị Ngọc Oanh) hình ảnh của chén trà cũng không hề vắng bóng. Và cũng chẳng khó để tìm hiểu về văn hóa trà và nghệ thuật uống trà trong những công trình viết về nghệ thuật ẩm thực nói chung như: “Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam” của Trần Ngọc Thêm, hay “Nếp cũ” của Toan Ánh.

Bên cạnh đó, thật đáng tự hào khi nước ta đã thành lập được những hiệp hội và câu lạc bộ về trà. Đặc biệt đã tổ chức được những lễ hội quảng bá và tôn vinh về trà Việt như: “Lễ hội trà Đà Lạt - 2006”; “Lễ hội trà Lâm Đồng - 2008”; “Lễ hội trà Việt - 2008”. Tuy nhiên vấn đề khai thác nghệ thuật trà Việt phục vụ phát triển du lịch trong nước vẫn chưa được nghiên cứu một cách hệ thống, do đó vẫn chưa có riêng một cuốn chuyên luận nào viết về nghệ thuật thưởng trà dưới góc độ là một sản phẩm du lịch hay gợi ra hướng phát triển du lịch.

### **3. Phạm vi nghiên cứu**

Trên thế giới ng-ời ta biết nhiều đến nghệ thuật Trà đạo của Nhật Bản hay trà Công Phu của Trung Quốc với những công cụ, cách pha và th-ởng thức cầu kỳ tinh vi. Nghệ thuật th-ởng trà của hai n-ớc đó đã đ-ợc đ-a vào khai thác rất hiệu quả trong ngành du lịch. Việt Nam có tiềm năng về trà, ở Việt Nam mỗi vùng, miền cũng hình thành cho mình những đặc tr-ng riêng về cách pha và th-ởng thức trà khác nhau. Đây đều là những tiềm năng để có thể khai thác phát triển du lịch một cách mạnh mẽ.

Tuy nhiên do trình độ hiểu biết và thời gian có hạn, trong phạm vi nghiên cứu của đề tài, ng-ời viết cố gắng đi sâu tìm hiểu về nghệ thuật th-ởng trà của ng-ời Việt từ truyền thống đến hiện tại với những nét văn hóa đặc tr-ng, và tập trung khai thác nghệ thuật th-ởng trà của miền Bắc - nơi cây trà có lịch sử phát triển lâu đời với nhiều khả năng khai thác phát triển du lịch.

### **4. Ph-ong pháp nghiên cứu**

#### ***4.1. Ph-ong pháp thu thập và xử lý dữ liệu***

Là ph-ong pháp thu thập những thông tin, t- liệu từ nhiều lĩnh vực, nhiều nguồn khác nhau nh- trên sách, báo, Internet... sau đó tiến hành xử lý chúng để có đ-ợc những kết luận cần thiết nhất phục vụ cho việc nghiên cứu đề tài.

#### ***4.2. Ph-ong pháp lịch sử***

Thông qua các t- liệu lịch sử thu thập đ-ợc, với đề tài này ng-ời viết mong muốn nhìn nhận lại lịch sử th-ởng trà của ng-ời Việt từ x-a cho đến nay, qua đó nêu nên tầm quan trọng cũng nh- giá trị của loại n-ớc uống này trong việc phát triển du lịch.

#### ***4.3. Ph-ong pháp so sánh***

Bằng cách so sánh với nghệ thuật th-ởng trà của ng-ời Nhật Bản và ng-ời Trung Quốc, ng-ời viết hy vọng có thể nêu bật những đặc tr-ng trong nghệ thuật th-ởng trà của ng-ời Việt.

#### ***4.4. Ph-ong pháp điền dã***

Với việc đi tìm hiểu thực tiễn cụ thể một số quán trà nổi tiếng đang kinh doanh thành công tại Hà Nội, ng-ời viết mong muốn một mặt vừa có thể thẩm định

lại những nghiên cứu từ tài liệu sách vở của mình, mặt khác mở ra hướng kết hợp việc kinh doanh trà với việc khai thác phát triển trong lĩnh vực du lịch.

## 5. Ý nghĩa của đề tài

Ý nghĩa đầu tiên của đề tài là nhằm cung cấp cho sinh viên ngành văn hóa du lịch một cái nhìn tổng quát đối hệ thống và đầy đủ về nghệ thuật uống trà Việt Nam. Bên cạnh đó, đề tài góp phần khẳng định thế mạnh và vị trí của cây trà cũng như nghệ thuật thưởng trà trong di sản văn hóa chung của dân tộc, đồng thời, giới thiệu thêm về nghệ thuật thưởng trà của một số nước trên thế giới như Nhật Bản, Trung Quốc... trong tổng quan so sánh với nghệ thuật thưởng trà Việt.

Trên cơ sở đó, đề tài sẽ đi sâu làm rõ tiềm năng đa dạng của nghệ thuật thưởng trà trong việc khai thác phát triển du lịch ở nước ta. Cuối cùng với việc đánh giá thực trạng khai thác trà Việt trong hoạt động du lịch những năm gần đây, đề tài sẽ đưa ra một số giải pháp nhằm khai thác hiệu quả hơn nghệ thuật trà Việt, coi đó như một trong những tài nguyên du lịch nhân văn có giá trị nhất cần phát huy và gìn giữ.

## 6. Bố cục của đề tài

Ngoài phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo và phụ lục, nội dung chính của đề tài được chia thành ba chương:

**Chương 1:** Tổng quan về nghệ thuật thưởng trà Việt Nam.

**Chương 2:** Thực trạng khai thác trà Việt trong hoạt động du lịch những năm gần đây.

**Chương 3:** Một số giải pháp nâng cao khả năng khai thác nghệ thuật trà Việt phục vụ phát triển du lịch.

## CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ NGHỆ THUẬT THỜ ỜNG TRÀ VIỆT NAM

### 1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của nghệ thuật thờ ờng trà Việt Nam

Nói đến nghệ thuật uống trà, người ta thường nghĩ ngay đến hai đất nước có lịch sử phát triển lâu đời về loại hình nghệ thuật này là Nhật Bản và Trung Quốc. Tuy nhiên tại một số đất nước có nền văn hóa tương đồng như Hàn Quốc hay tại nước ta thì nghệ thuật uống trà cũng phát triển không kém.

Từ xa xưa, trà đã được sử dụng hàng ngày như một thứ nước giải khát. Các gia đình trong làng thường luân phiên pha trà mỗi tối để thiết đãi cả làng. Cứ thế uống trà trở thành cách hun đúc tình làng, nghĩa xóm làm cho con người thân thiện nhau hơn. Dần dần trà trở thành một phương tiện không thể thiếu trong giao tiếp, mở đầu cho những cuộc gặp gỡ, giao đãi thân, bạn bè hay đối tác. Nó giống như một lễ nghi giữ vai trò giao lưu giữa các giai tầng trong xã hội, không phân biệt tôn giáo, tín ngưỡng, đẳng cấp.

Khi Phật Giáo Thiên Tông phát triển ở nước ta, tục uống trà được ứng dụng vào Thiên thành một nghệ thuật để con người tịnh tâm lại. Đến thế kỷ XV cách uống trà thay đổi, xuất hiện trà khô về sau ngoài trà khô còn có trà ướp hương. Uống trà được lan rộng ra ngoài xã hội nâng lên thành nghệ thuật với cách thức pha và thờ ờng thức trà khác nhau.

#### 1.1.1. Lịch sử ra đời của cây trà

Khởi phát từ miền Nam Trung Hoa, cây trà được người ta biết đến từ rất lâu đời như một vị thuốc trong y khoa và thảo mộc học, có tác dụng bồi dưỡng sức khỏe, làm sáng khoái tinh thần, tăng cường ý chí và đem lại sự minh mẫn cho thị giác.... Khoảng giữa thế kỷ thứ IV và thứ V, trà đã trở thành một thứ thức uống thông dụng và phổ biến trong dân chúng thuộc lưu vực sông Dương Tử. Những tìm tòi, phát minh về thú uống trà dần dần được ra đời và thăng hoa nhờ ở một vị thánh sư về trà đó là Lục Vũ (thế kỷ VIII). Cuốn *Trà kinh* của ông đã trở thành một thứ kim chỉ nam cho tất cả những ai muốn nâng việc uống trà từ một thứ thức uống phàm tục trở thành một thú tiêu khiển nên thơ của các bậc tao nhân mặc khách. Đến nửa sau thế kỷ XVIII, loại cây này đã mở đường vào phương Tây đặc biệt ở

Anh với khối lượng ngày càng lớn. Cũng kể từ đó, trà trở thành một thức uống khá đặc biệt ở nhiều nước phương Tây với một cách thưởng thức khác hẳn.

Nhưng trên thực tế, lịch sử về cây trà cũng giống như cuộc sống không thiếu sự ngẫu nhiên. Cây trà ra đời như thế nào có lẽ là một vấn đề còn nhiều tranh cãi. Theo truyền thuyết, người Trung Hoa cho rằng trong một lần vua Thần Nông thời thượng cổ đi tuần thú phương Nam, một hôm ngồi hóng mát ở hiên cung bỗng có thứ lá rơi vào nồi nước sôi. Không mấy chốc nước trong nồi ngả màu và tỏa mùi thơm. Ông ném thử nhận thấy nước này có hương vị thần diệu nên đặt tên là “trà”. Trong hi đó, một huyền thoại khác lại truyền rằng tổ sư Bồ Đề Đạt Ma vào thời gian cuối đời quyết tâm không ngủ để Thiền và tu luyện khổ hạnh. Nhưng ông lại bị ngủ quên trong lúc tọa Thiền, tức giận ông đã cắt bỏ dần hai mí mắt vất xuống đất. Tại nơi ấy đã mọc lên những cây có tầng lá xum xuê, ngắt lá đem hãm nước sôi uống thì thấy đầu óc tỉnh táo. Câu chuyện này được ghi trong huyền thoại Phật giáo và người Ấn Độ xem đó là nguồn gốc của cây trà. Nhưng tất cả chỉ là những truyền thuyết mà thôi.

Hiện nay trên thế giới có 40 nước trồng trà và kho dữ liệu trà của người Trung Quốc đã khiến người ta cho rằng đó là quê hương của cây trà. Nhưng các tài liệu cổ và những kết quả nghiên cứu gần đây của các nhà khoa học nước ngoài cùng hiệp hội chè Việt Nam đã chỉ ra rằng trà không xuất xứ từ Trung Hoa cổ. Quê hương của cây trà ở tận phương Nam. Mặc dù người Trung Hoa đã biết đến trà từ đời Chu nhưng mãi đến đời nhà Tùy, cây trà mới từ phương Nam (Nam Chiếu xưa) và Việt Nam xưa nhập vào Trung Hoa. Đến đất Trung Hoa, trà được chăm sóc tinh vi và sau nhiều năm tháng, trà được đưa lên hàng nghệ thuật. Tại Việt Nam, theo tài liệu khảo cứu của Ủy ban khoa học xã hội thì người ta tìm thấy dấu tích của lá và cây chè hóa thạch ở đất tổ Hùng Vương (Phú Thọ). Xa hơn nữa họ còn nghi ngờ cây chè có từ thời đồ đá Sơn Vi (văn hóa Hòa Bình từ khoảng 20.000 - 12.000 TCN). Cho đến nay ở vùng suối Giàng (Văn Chấn - Nghĩa Lộ - Yên Bái), trên độ cao 1000 mét so với mặt biển có một vùng chè hoang khoảng 40.000 cây chè dại, trong đó có một cây chè cổ thụ lớn nhất ba người ôm không xuể.

Nh- vậy Việt Nam chính là một trong những cái nôi cổ nhất của cây chè thế giới. Ngay từ thế kỷ XVIII, Phạm Đình Hổ đã từng viết về trà, trong tr- ớc tác của Cao Bá Quát ông từng chê ng- ời uống trà h- ơng. Đầu thế kỷ XX, nhà văn tài hoa Thạch Lam cũng từng viết một tùy bút nổi tiếng về trà xanh và trà cũng không vắng mặt trong những câu ca dao, tục ngữ:

*“Làm trai biết đánh tổ tôm,  
Uống trà Mạn Hảo, xem nôm Thuý Kiều.”*

Hay các chàng trai x- a vẫn luôn tự hào:

*“Anh đây hay tửu hay tãm,  
Hay n- ớc trà đặc hay nằm ngủ tr- ờa.”*

### **1.1.2. Từ thú uống trà đến nghệ thuật uống trà**

X- a cái thú trồng trà đ- ợc những ng- ời nông thôn - a chuộng, họ trồng mấy gốc trà trong v- ườn thảnh thơi suốt mấy năm lá hãm một nồi to uống, ăn khoai luộc và hút thuốc Lào.... Sang hơn có loại trà “mật vịt” - thứ trà xanh khi pha cho n- ớc đặc nh- mật con vịt. Ngoài ra còn có trà hạt là nụ trà phơi khô, ủ vào tích, bỏ thêm hoa cúc chi hoặc mấy lát gừng cho ấm giọng. Đơn giản là trà bôm - là lá trà già tận dụng khi đốn cây trà, chờ lứa trà mới mùa xuân. Trà bánh còn đơn giản hơn nữa, trà cho n- ớc màu vàng không h- ơng không vị. Dần dần từ cách uống đơn giản đó, thú uống trà đ- ợc nâng lên thành nghệ thuật uống trà.

Do đặc thù khí hậu, ở n- ớc ta có hai loại trà ngon nhất đó là trà Thái Nguyên và trà Tuyết Suối Giàng, trà trồng ở nơi đây có tỷ lệ đ- ờng, caffein nhiều hơn và tỷ lệ chất chát ít hơn so với trà trồng ở các tỉnh khác. Nh- ng có lẽ trà quan trọng và nổi tiếng hơn chính là vì ở nhiều n- ớc, việc uống trà đã trở thành nét đẹp truyền thống văn hóa mà tiêu biểu là văn hóa Thiền. Theo sử sách ghi lại thì hình thức uống trà khởi nguồn từ các chùa chiền, gắn liền với sự phát triển của Thiền Tông Trung Hoa và đ- ợc gọi là Thiền trà.

Sau đó cùng với b- ớc chân của các nhà s- truyền giáo, Thiền trà cũng đ- ợc du nhập vào Việt Nam nh- một nghi thức tu hành không thể thiếu. Các nhà s- th- ờng uống trà và tụng kinh thay cơm sáng hay vào những lúc chiều tà, để xua đi những thời khắc đời sống trần tục đang bủa vây, tỉnh đ- ợc mộng trần, rửa đ- ợc

lòng tục và giúp bản thân không còn cảm giác cô đơn. Đến nay ngôi chùa duy nhất còn tiến hành đ- ọc nghi lễ Thiên trà định kì là chùa Văn Trì (Từ Liêm - Hà Nội).

Sau sự tiếp nhận của các nhà s- , trà nhanh chóng đ- ọc - a chuộng trong đời sống cung đình nh- một bằng chứng của sự giàu sang quyền quý để phân biệt đẳng cấp với bậc thứ dân trong xã hội phong kiến. Trà khô muốn uống phải đổi từ Trung Hoa về rất đắt và hiếm. Tiếp đến trà chinh phục tầng lớp trung l- u, phần lớn là các nho sỹ. T- ơng truyền Bích Câu Quán là nơi đầu tiên mà các học trò theo học ở Văn Miếu, th- ờng uống trà họp bàn văn ch- ơng. Dần dần trà đi vào lối sống của các nhà nho nh- một nghi thức bất thành văn, cứ mỗi sáng sớm tr- ớc khi làm việc lại dùng một tuần trà cho tinh thần sảng khoái. Thời ấy các nhà nho, các bậc công hầu quý tộc đều chuộng đồ xa xỉ, ẩm chén dùng để pha trà có thể nên tới vài m- ời lạng bạc. Thậm chí để có đ- ọc loại trà ngon, họ không tiếc mang hết tiền đi mua cốt là để có ấm trà ngon mang về thử lúc ngồi rồi pha uống với nhau. Theo dòng thời gian thú th- ờng trà cao cấp đó dần mờ nhạt trong tầng lớp nho quan để trở nên phổ biến và giản dị hơn. Trà đ- ọc pha loãng ra, đó là cách uống kiểu tiêu khiển thanh đạm, bình dân, gọn nhẹ, nhanh và xuề xòa đ- ọc tất cả mọi giới - a chuộng. Song bên cạnh đó vẫn tồn tại một phong cách th- ờng trà khác, cầu kỳ hơn, tinh tế hơn. Đối với tr- ờng phái này, pha trà mời khách cũng tốn nhiều công phu hàm d- ỡng và trở thành một nghi thức quan trọng trong đời th- ờng.

Và nh- vậy, uống trà đã trở thành một thói quen một thú vui thanh tao, h- ớng nội để thanh tâm tĩnh trí, h- ớng ngoại để kết giao tri âm tri kỷ. Con ng- ời Việt Nam là nh- thế đó, cái tình làng nghĩa xóm không cầu kỳ nó đ- ọc thể hiện ngay chính từ những chén trà. Tỉnh thoảng có khách đến chơi hoặc lúc rảnh rỗi hàng xóm th- ờng rủ nhau sang nhà uống trà. Dù nắng hay m- a, dù vui hay buồn họ cũng có thể mời nhau một chén trà mang nhiều ý nghĩa. Đã là ng- ời Việt Nam dù ở thành thị hay thôn quê, dù giàu sang hay nghèo khó đều có thói quen pha trà mời khi khách đến nhà. Và cái cách uống trà của ng- ời Việt Nam cũng rất khác nhau, có ng- ời thích uống thẳng một hơi rồi mới bắt đầu nhấp nháp cái vị ngọt ngọt xuất hiện trong cổ, nh- ng cũng có ng- ời b- ng chén lên là uống một mạch.



Ngoài lối uống trà đơn giản đến câu kỳ đó trong các gia đình Việt Nam, các cụ ngày xưa còn có những hình thức hội trà. Uống trà để thưởng xuân, thưởng hoa hay uống trà ngũ hương. Trong hội trà các cụ thưởng tụ họp những người bạn sành điệu cùng chung vui trong các dịp đặc biệt như có hộp trà ngon hay có chậu hoa quý hiếm trở bông. Thưởng trà đầu xuân là thói quen của các cụ phong lưu khá giả. Để chuẩn bị cho hội trà trước hết các cụ tự đi chọn mua các cành Mai, Đào, Thủy Tiên hay các chậu hoa Lan, hoa Cúc ở tận các nhà vườn, rồi các thứ cần thiết nhất là một hộp trà hảo hạng. Sáng mùng một cụ pha một bình trà và ngồi ở chỗ thích hợp nhất thưởng là ở giữa nhà. Cụ ngồi tĩnh tâm ngắm nhìn những đóa hoa nở rộ, thưởng trà. Khoảng đến 8 giờ sáng cả đại gia đình sum họp quanh bàn trà chúc thọ.

Còn thưởng trà ngũ hương chỉ giới hạn cho năm người. Khay uống trà ngũ hương có năm lỗ trứng sâu, dưới các lỗ trứng đó để năm loại hoa đang độ ngát hương như: Sen, Ngâu, Lài, Sói, Cúc. Các chén trà được úp che kín hoa rồi mang khay để lên nồi nước sôi cho hương hoa xông lên bám vào lòng chén. Pha bình trà mạn ngon rót đều vào từng chén, mỗi người tham dự sau khi uống trà phải đoán hương trà mình đã uống và nhận xét. Sau mỗi chén trà người chủ trà lại hoán vị hương để ai cũng được thưởng thức hết cái tinh túy của hội trà ngũ hương. Sinh thời nhà văn Nguyễn Tuân đã từng nói: chỉ có những người tao nhã, cùng một thanh khí mới có thể cùng nhau ngồi bên một ấm trà.

Hay uống trà để thưởng hoa quý như hoa Quỳnh, hoa Trà... cũng là cái thú của rất nhiều người. Đặc biệt là đối với các nhà nho, trà giữ một vị trí quan trọng. Cũng như rượu, uống trà phải có bạn hiền, có người tâm giao vừa uống trà thưởng hoa vừa ngâm thơ, luận bàn văn chương. Trà xanh, ấm chén đất có lẽ là thứ khá quen thuộc với tất cả người Việt Nam.

Trước đây, nguyên liệu dùng để chế biến trà chủ yếu lấy từ cây chè. Người ta hay gọi nhầm na loại trà nâu từ lá chè tươi là trà xanh, còn loại trà đã qua chế biến là trà đen. Song tùy thuộc vào từng vùng khí hậu, chất liệu đất, phương thức chăm sóc, cách thu hái, chế biến sao tẩm... mà người ta chia ra nhiều loại trà khác nhau: trà hương, trà mạn và trà tươi. Trà tươi là cách uống cổ xưa nhất của người Việt và có lẽ cũng là cổ nhất trên thế giới. Trà mạn là cách uống trà không ướp hương, chú

trọng đến tinh thần và cách thưởng trà. Nó có những tiêu chuẩn phức tạp về trà, ẩm uống trà, cách pha trà và bàn thưởng trà. Còn trà h-ong là một tr-ờng phái đặc tr-ng của trà Việt Nam. Các loại hoa th-ờng dùng để -ốp trà h-ong là hoa Sói, hoa Lài, hoa Ngâu, hoa Cúc và đặc biệt là hoa Sen. Ng-ời Việt Nam luôn tự hào với công phu tẩm -ốp, pha và th-ờng trà Sen.

Cùng với sự phát triển và hội nhập rộng rãi kinh tế xã hội, ngành chế biến trà trong n-ớc cũng đ- ra ra những b-ớc tiến đ-ạt về số l-ợng và chất l-ợng. Khái niệm về trà hiện nay không còn bó hẹp trong phạm vi các loại trà chế biến từ cây chè. Ngoài các loại hoa dùng để -ốp trà, nhiều loại thảo d-ợc cũng đ-ợc tr-ng dụng để bổ xung vào danh sách các loại trà nh- trà Atisô, trà khổ qua, trà trái Nhàu, trà đắng.... Trà có thêm công dụng chữa và ngăn ngừa một số loại bệnh. Hơn nữa khi nền kinh tế phát triển, công việc trở nên bận rộn, nhiều ng-ời không có nhiều thời gian để pha và đợi cho trà ngấm. Để đáp ứng nhu cầu cấp bách đó các loại trà uống liền ngay lập tức có mặt tại thị tr-ờng nh- trà túi lọc thanh nhiệt, trà Linh Chi hay trà hòa tan nh- trà xanh, trà gừng...

Mặc dù có thêm những loại trà thuận tiện đó trên thị tr-ờng nh- ng-ời Việt Nam cũng không thể từ bỏ đi thú vui thanh tao của mình bằng những chén trà đậm đà do chính tay mình pha. Nếu nh- trà Trung Quốc cầu kỳ ở cách pha, Nhật Bản cầu kỳ ở cách uống, thì trà Việt Nam đơn giản hơn nhiều nh- ng-ời cũng không kém phần tinh tế bởi để có đ-ợc một ấm trà ngon đâu phải là dễ dàng. Con ng-ời Việt Nam trọng về tình cảm, vì thế khi đ-ợc mời một chén trà để đáp lại tình cảm của ng-ời rót trà, ng-ời uống phải biết cách th-ờng trà để thấy hết đ-ợc cái hay, cái đẹp của trà. Ng-ời uống khi nâng chén lên không uống ngay mà vừa nâng vừa đỡ, lòng bàn tay chạm nhẹ kín miệng chén, đồng thời đ- a cao chén trà lên sát mũi hít, rồi mới nhâm nhi từng ngụm nhỏ. Th-ờng trà không chỉ bằng vị giác mà còn phải cảm nhận bằng mọi giác quan, từ vị giác, thị giác đến khứu giác, thính giác để cảm nhận hết đ-ợc cái d- vị ngọt ngào của trà. Cứ thế hòa theo nhịp chảy của thời gian, cái vẻ đẹp thuần khiết và bình dị của chén trà mãi toả h-ong cùng đời sống tinh thần của ng-ời Việt.

## 1.2. Đặc tr- ng của nghệ thuật uống trà Việt Nam

### 1.2.1. Vị trí của nghệ thuật uống trà trong ẩm thực Việt Nam

Nhắc đến ẩm thực Việt Nam ng- ời ta không chỉ nhắc đến sự đa dạng trong nguyên liệu, cách thức chế biến và th- ờng thức món ăn mà còn nhắc đến văn hóa uống với những nét vô cùng độc đáo. Có lẽ ai cũng biết uống ban đầu là để thỏa mãn nhu cầu của cái khát. “Đói ăn, khát uống” vốn là một nhu cầu sinh lý của toàn thể sinh vật, nh- ng với diễn trình lịch sử, uống cái gì, uống với ai, uống nh- thế nào, uống lúc nào lại cũng đã trở thành nghệ thuật. Và tục uống trà của ng- ời Việt cũng đ- ợc coi nh- một nét văn hóa uống.

Thú uống trà của ng- ời Việt Nam rất phong phú, sang trọng mà tao nhã. Ng- ời uống l- u tâm đến từng chi tiết nhỏ uống với ai, vào lúc nào, n- ớc pha trà từ đâu.... Trà chỉ ngon khi có bạn hiền và pha trà bằng những giọt s- ơng mai còn đọng trên lá sen lúc sáng sớm. Uống trà là để cảm nhận h- ơng vị tinh túy của trà, tâm t- tĩnh lặng, thanh tao bớt - u phiền, tăng hứng khởi khi đàm đạo với bạn bè. Ngày nay mỗi vùng, miền lại có cách th- ờng trà khác nhau. Ng- ời miền Nam thích uống trà có - ớp hoa Sen, hoa Nhài để tăng h- ơng thơm và thích dùng trà với đá. Ng- ời miền Bắc lại thích dùng trà tinh chất và uống nóng. Và với ng- ời miền Bắc trà hay chè xanh từ lâu đã là thức uống quen thuộc với mọi gia đình. Ng- ời ta th- ờng trà mọi lúc, mọi nơi, không gian sang trọng cũng có mà bình dân nh- vỉa hè cũng nhiều. Đặc biệt thú th- ờng trà thanh lịch, trang nhã, cầu kỳ của ng- ời Hà Nội đã đ- ợc nâng lên thành một nghệ thuật. Quan niệm uống trà x- a của ng- ời Việt ngoài ý nghĩa th- ờng lãm, nó còn mang ý nghĩa nhân văn, ý nghĩa tâm linh. Đó là tinh thần trọng chân, trọng thực, trọng cái hay cái đẹp. Nó thể hiện tâm hồn tình cảm và nhân cách của con ng- ời Việt Nam chúng ta. Chính vì thế uống trà và th- ờng thức trà đối với ng- ời Việt Nam đã trở thành một nghệ thuật, nó không chỉ là một thú ẩm thực mà nó còn là một nét văn hóa rất riêng, rất đẹp trong nền văn hóa Việt Nam. Trà là cái mở đầu và cũng là cái kết thúc một ngày, để rồi hôm sau lại mở ra một ngày mới.

Ngày nay khi cuộc sống càng hiện đại, sự tất bật của cuộc sống khiến ng- ời ta thêm cái cảm giác thanh thản và nhẹ nhàng, thêm đ- ợc chia sẻ và lắng nghe giữa

mọi ng-ời. Cũng chính bởi thế bên cạnh biết bao thức uống giải khát tiện dụng và đắt tiền, trà vẫn có vị trí quan trọng trong ẩm thực Việt Nam. Nó nh- có sức hút kỳ lạ một khi đã ăn vào máu thịt rồi khó mà dứt ra đ-ợc. Vào mỗi dịp tết đến xuân về, ngồi bên ấm trà nóng trong không khí ấm cúng của gia đình, mọi ng-ời đều cảm thấy sức xuân đang đâm chồi nảy lộc nh- chính những mầm chè non đang v-ơn mình đón gió xuân. Giây phút nhâm nhi chén trà nóng là lúc tâm hồn th- thái nhất để nhìn lại một năm đã qua, để h-ớng về một t-ương lai t-ươi sáng đầy lạc quan và hi vọng.

### ***1.2.2. Quy tắc pha trà và th-ờng trà Việt trong cái nhìn so sánh với Trà đạo Trung Hoa và Nhật Bản***

Với nhiều dân tộc trên thế giới trà từ lâu đã trở thành một thứ đồ uống hết sức thông dụng. Ng-ời Nga, Anh, Pháp hay Hà Lan đều say mê trà theo cách riêng của mình. Đặc biệt với ng-ời dân Châu Á, uống trà đã trở thành nghệ thuật th-ờng thức sành điệu mang đậm chất thơ và màu sắc tôn giáo.

Tại Việt Nam trà có mặt ít nhất cũng 10 thế kỷ, nó là thứ n-ớc uống tiêu biểu cho tinh thần bình đẳng, là sợi dây liên kết giữa chủ và khách, giữa bạn bè với nhau. Trong cuộc giao tiếp, trà luôn giữ đ-ợc nét đằm thắm mà tỉnh táo, lịch lãm mà thanh cao. Văn hóa của trà gắn liền với nếp sống thanh nhàn của ng-ời Việt.

**Về n-ớc pha trà:** Ngày x- a, pha trà ngon nhất là thứ n-ớc đọng trên lá sen vào buổi sáng sớm, mỗi lá chỉ có một ít phải gạn vét mới đủ một ấm. Đây là thứ n-ớc đặc biệt, tinh khiết lại có sẵn mùi thơm của sen, x- a các bậc cao nhân rất - a dùng. Nếu không có thì dùng n-ớc giếng, n-ớc giếng đá ong thì càng tốt, hoặc có thể dùng n-ớc m- a chứa lâu ngày trong bồn, âu, vại đã lắng đọng hết cặn. Ngày nay khi cuộc sống con ng-ời phát triển có thể dùng n-ớc máy nh-ng phải để một thời gian cho bay hết mùi hóa chất khử trùng. N-ớc pha trà phải đun sôi kỹ, khi đun dùng bếp than hoặc bếp ga để tránh các mùi lạ thấm vào n-ớc, bởi một lẽ tự nhiên trà thơm có quý đến mấy mà n-ớc lẫn mùi lạ thì không thể ngon đ-ợc.

**Trà:** Khi chọn trà phải là trà chính hiệu, loại búp nhỏ, sắn, sao tẩm đúng quy cách. Ng-ời Việt Nam th-ờng dùng trà mộc là thứ trà để lâu đã tỏa h-ớng, đem - ớp

hoa Sen, hoa Sói, Thủy Tiên hoặc hoa Nhài. Những bậc sành điệu trong việc uống trà cũng chỉ - a dùng trà mộc, thứ trà có ph- ơng pháp - ớp tằm rất cầu kỳ.

**Pha trà:** Tr- ớc đây ng- ời Việt Nam pha trà rất đơn giản, chỉ cần cho trà vào ấm, tráng trà qua n- ớc sôi để d- ắm ba phút là uống đ- ợc hay nấu vài nắm lá trà xanh h- ăm trong bình uống cả ngày. Nh- ờng khi tục uống trà đ- a lên hàng nghệ thuật, cách pha trà trở nên cầu kỳ, tr- ớc khi pha phải rót n- ớc sôi tráng ấm cho kỹ, t- ới đều n- ớc sôi lên những chiếc chuyên quân. Tráng ấm xong rồi mới cho trà vào, dùng thìa tre hoặc thìa gỗ để múc trà, không nên dùng thìa kim loại. Lần đầu, rót một ít n- ớc sôi tráng qua lớp trà rồi đổ đi coi nh- ư rửa trà. Sau đó rót n- ớc sôi để vài phút, đoạn chắt hết n- ớc trong ấm ra chuyên, phải rót hết, muốn uống nữa thì rót tiếp n- ớc sôi vào ấm. Sở dĩ phải làm vậy là để trà khỏi chín như không mất đi h- ơng vị, lại tránh bị nồng. Tuy nhiên, không phải trà nào cũng dùng n- ớc thật sôi. Ng- ời sành trà rất khắt khe với nhiệt độ n- ớc. Nh- ờng loại trà mộc thì n- ớc sử t- ắm là đ- ợc (khoảng 80 độ C), n- ớc pha trà h- ơng chỉ cần sôi lăn tăn. Các loại trà d- ợc liệu cũng chỉ cần n- ớc gần sôi. Tất cả mọi động tác của ng- ời pha trà phải thuần thục, nhẹ nhàng, chính xác, theo một chu trình định sẵn nh- ư một nghi lễ vậy. Không chỉ có vậy, dụng cụ của mỗi loại trà cũng khác nhau, trà mộc thì pha vào ấm gốm là thích hợp nhất, trà thanh h- ơng thì pha vào ấm sứ mới dậy đ- ợc mùi h- ơng.

Tiếp đến là cách rót trà, tr- ớc khi rót nên tính xem bao nhiêu ng- ời uống rồi - ớc l- ượng số n- ớc sôi cần rót. Miệng ấm kề sát với miệng chén, mấy giây sau từ từ đ- a ấm lên cao hơn, vừa đủ để có tiếng n- ớc róc rách mà không bị bắn ra ngoài. Rót sao cho tất cả các mức n- ớc trong chén đều ngang nhau. Khi rót chỉ rót mỗi chén một ít, xong l- ợt đầu sẽ rót tiếp l- ợt hai. Cứ nh- ư thế sẽ không có chén nào bị loãng hoặc quá đặc vì “rượu trên be, chè dưới ấm”. Tất cả các thao tác phải thuần thục, uyển chuyển và duyên dáng với ánh mắt chăm chú, miệng hơi mỉm c- ười.

**Ấm và chén:** ấm pha trà hay bình trà phải bằng loại đất sét màu chu sa (màu gan gà) nhỏ, xinh xắn vừa một tuần trà. Về hình dáng, ấm pha trà có nhiều kiểu chính nh- ư : trái lê, trái cau, trái hồng, bánh xe (rất quý). Tùy từng tr- ờng hợp và số l- ượng ng- ời cùng th- ưởng trà ng- ời ta còn chia ra bốn loại ấm đ- ợc đặt tên khác

nhau nh- : ng- u ẩm, quân ẩm, song ẩm và độc ẩm. Các loại chén uống trà cũng có nhiều loại: chén Tống cao và thuôn, chén Quân thấp và rộng hơn.

Ngày nay nghệ thuật pha trà không còn quá cầu kỳ nh- tr- óc nữa. Công cụ pha trà gồm một bộ trà cụ có thuyên trà, hai chiếc muống, một bộ ly trà sáu chiếc, một đĩa đựng bánh, hai chiếc khăn, thế n- óc. Trà đ- ọc pha theo quy tắc nh- làm ấm và đánh thức trà, pha trà và mời trà, sau cuối là th- ờng trà. Cách thức pha trà và những trà cụ đ- ọc xây dựng dựa trên nguyên lý ngũ hành t- ơng sinh, t- ơng khắc với hành hỏa.

**Th<sup>h</sup>ởng trà:** th- ờng trà là một nghệ thuật tinh vi vào bậc nhất của nghệ thuật. Từ x- a, các tiền nhân sành sỏi nghệ thuật uống trà đã từng nói: trà có nhiều n- óc, n- óc đầu là n- óc thiếu nữ thanh khiết ngọt ngào; n- óc thứ hai là n- óc thiếu phụ, đ- ợm đà nồng nàn, sâu thẳm. Đó mới thực sự là n- óc ngon nhất trong một ấm trà để lại d- vị trong cổ họng.

Th- ờng trà phải dùng chén nhỏ và tùy theo tiết trời bốn mùa: Xuân - Hạ - Thu - Đông, mỗi mùa một kiểu chén thích hợp. Không gian uống trà không náo nhiệt, ồn ào, mà nó yên tĩnh đến lạ th- ờng. Ng- ời Việt có thể th- ờng trà ở mọi nơi, mọi lúc với tất cả mọi ng- ời vì trà thể hiện nét văn hóa ứng xử của ng- ời Việt. Trong gia đình truyền thống, ng- ời nhỏ pha trà mời ng- ời lớn, phụ nữ pha trà mời đàn ông. Khi th- ờng trà ng- ời ta uống từng ngụm nhỏ, nhâm nhi để cảm nhận hết cái thơm ngọt của trà và cảm nhận hơi ấm của chén trà đủ nóng bàn tay khi mùa đông lạnh giá, uống để đáp lại lòng mến khách của ng- ời dâng trà. Dâng trà và dùng trà cũng là một biểu hiện phong độ văn hóa của sự thanh cao, lòng mong muốn hòa hợp và xóa đi mọi đố kỵ, hận thù. Ng- ời ta có thể uống trà một cách im lặng và nhiều khi im lặng đến ẩn chứa nhiều điều.

Trà của Việt Nam có vị chát, nặng và khó uống nh- ng khi uống xong cho cảm giác ngon, ngọt trong họng, nên ng- ời Việt Nam không uống nhiều, uống đặc và cũng không thể uống liên tục mỗi ngày, bởi uống trà rất cần sự tiết độ, và nó là một triết học về sự tế nhị, nhạy cảm, sự suy ngẫm và đầu óc tinh táo.

Còn tại Trung Hoa, trà cũng là thứ n- óc uống gắn liền với đời sống th- ờng nhật. Nghệ thuật uống trà phát triển mạnh mẽ vào thời Đ- ờng song hành cùng sự

phát triển của Thiên Tông khắp Trung Hoa. Trà đ-ợc - a chuộng trong việc thực hành thiền vì đặc tính của trà luôn làm đầu óc ng-ời uống tỉnh táo và dễ tập trung. Vào mỗi dịp tết đến xuân về tại đất n-ớc này, ng-ời ta lại nô nức mở hội đấu trà với hai cách thức thi là thi pha trà và thi phân loại trà.

Khác với ng-ời Việt Nam, ng-ời Trung Hoa coi trọng mọi công đoạn của trà. Ngay từ cái tên gọi cũng đã cầu kỳ, đến công đoạn hái trà cũng phải tuân theo những quy định nghiêm ngặt. Ng-ời hái trà luôn luôn là phụ nữ và th-ờng là những cô gái trẻ. Ba tuần tr-ớc khi hái, họ bắt buộc phải ng- ng ăn cá và một số loại thịt để hơi thở không ảnh h-ởng đến lá trà. Tiếp đến trà đ-ợc chế biến thành nhiều loại nh- trà thô, trà tán, trà mật và đặc biệt là trà bánh một sản phẩm rất riêng của Trung Hoa. Nh- ng khi ng-ời ph-ong Tây đến đây trà còn đ-ợc chế biến thành các loại khác nh- trà đen, trà xanh với th-ong hiệu nổi tiếng nhất là trà Ô long.

N-ớc pha trà là một yếu tố rất quan trọng, đời vua Tống Huy Tông (1100 - 1127) trong sách “Đại quan trà luận” đã phân loại n-ớc dùng để pha trà thành ba loại: “ Sơn thủy thượng, giang thủy trung, tỉnh thủy hạ” nghĩa là n-ớc pha trà tốt nhất là n-ớc suối, kế đến là n-ớc sông sau cùng là n-ớc giếng. Về ấm đun n-ớc nhất thiết phải là ấm đồng cò bay và ít nhất là có hai ấm, trong ấm có mấy cái mấu sùi sùi gọi là kim hỏa. Hơn nữa là ấm đất tàu đ-ợc ví von nh- : thứ nhất Thế Đức Gan Gà, thứ nhì L- u Bội, thứ ba Mạnh Thần. Và quan trọng nhất là công đoạn đun n-ớc pha trà: đun n-ớc bằng hỏa lò với than tàu cứng chắc, cháy đỏ. Ng-ời Trung Hoa luôn coi trọng việc pha trà, ng-ời pha trà vừa quạt lò vừa chăm chú xem xét hơi n-ớc bốc lên từ ấm đun. Lúc ấm đun bắt đầu tạo tiếng tiếp tục quạt than tàu dồn dập hơn. Có lúc ngừng quạt mở nắp ấm đun để quan sát những tăm n-ớc nhỏ li ti xuất hiện d-ới đáy của ấm đun n-ớc rồi đập nắp lại. Vài giây khác khi n-ớc đạt độ sôi quá già hơn mắt cá phải nhấc ấm đun ra, rót vào bên trong lẫn bên ngoài của ấm trà để làm ấm trà nóng đều và ngay lập tức cho một l- ượng trà khô vào ấm. Th-ờng trà cũng lắm công phu, n-ớc trà rót ra phải uống ngay, khi uống xong lại châm n-ớc tinh khiết vào ấm đun đặt lên hỏa lò để pha ấm trà thứ nhì. Cách rót trà của ng-ời Trung Hoa rất đặc biệt và tinh tế, ng-ời ta có thể vừa rót trà, vừa biểu diễn nghệ thuật mà n-ớc trà không tràn miệng chén, bởi theo ng-ời Trung Hoa trà

không đơn thuần chỉ là một loại thảo d-ợc mà nó còn là triết lý về khởi điểm, nguồn gốc sức mạnh của họ. Th- ởng trà phải trọn vẹn mọi ph-ong thức và không thể thiếu đi cái đẹp, từ không gian, thời gian, đến các b- ớc chuẩn bị trà, chén cũng nh- bộ đồ trà tổng thể phải chứa đ- ợc sự hài hòa. Mỗi tiệc trà phải là một kiệt tác, một mực th- ớc của mọi tiệc trà.

Vì thế, ngày nay ở Trung Quốc có nhiều quán trà lớn. Những ng- ời yêu thích th- ởng tìm đến để th- ởng thức nghệ thuật thanh tao này. Tại các quán Trà đạo, chủ quán th- ởng giới thiệu cho khách tỉ mỉ đặc điểm từng loại trà, cách pha trà, từng loại chén uống trà và cả cách uống trà ra sao để th- ởng thức hết những vị ngon khác nhau của trà. Ban đầu chủ quán th- ởng là những cô gái trẻ xinh đẹp trong trang phục truyền thống hồ hởi chào khách rồi giới thiệu sơ qua xuất xứ, cách chăm sóc, chế biến, cách nhận biết chất l- ợng các loại trà. Trong khi đó một cô khác sẽ súc ấm tráng chén, chọn chè với những động tác khéo léo, chính xác sẽ cho khách th- ởng thức một chén trà đậm đà, ngọt ngào và tinh khiết.

So với nghệ thuật th- ởng trà của Việt Nam hay của Trung Hoa, tại Nhật Bản nghệ thuật th- ởng trà cầu kỳ hơn rất nhiều, nó đã có từ lâu đời cách đây khoảng 500 năm. Theo thời gian trà đã trở thành một nghi thức chính thống nh- một tôn giáo gọi là “Trà đạo”. Trà đạo đ- ợc xem là một nghệ thuật khá công phu và phức tạp. Để thực hiện đ- ợc nghi thức Trà đạo nhất thiết phải có đầy đủ các yếu tố nh- trà thất, trà viện, đạo cụ pha chế và th- ởng thức trà. Một bữa tiệc trà chuẩn mực phải đ- ợc diễn ra trong một không gian của những khu v- ờn cảnh mang đậm tinh thần Hòa phong của Nhật Bản. Đó là cái không gian bên ngoài bao quanh trà thất nh- ng lại là một không gian không thể thiếu đ- ợc nếu trà đồ thực sự muốn đắm mình về với thiên nhiên.

Trà thất th- ởng làm bằng gỗ, giữa một v- ờn cây đầy hoa lá. Những trà đồ tr- ớc khi b- ớc vào trà thất đã tự mình rũ bỏ hết cái ồn ào, bon chen để nhập vào sự tĩnh lặng của tâm hồn, quên hết mọi - u phiền. Cung cách pha trà nh- một ph- ơng pháp lắng tâm. Qua phân nghi lễ, tâm ng- ời uống trà có dịp tập trung theo dõi từng động tác pha trà và th- ởng thức từng ngụm trà nh- theo dõi từng hơi thở trong Thiên định. Trà làm cho tâm ng- ời uống trà lắng đọng, thanh thản, do vậy n- ớc pha



trà phải trong trẻo, tinh khiết không v- ớng các mùi tạp. Còn bộ đồ uống trà, dụng cụ pha trà cũng hàm chứa những nguyên tắc chuẩn mực trong nó, kích cỡ bao nhiêu, số l- ợng thế nào.... Một bộ đồ trà quý phải là một bộ đồ trà đã lên n- ớc màu thời gian, đã mang trong mình những biến thiên của lịch sử và trên ý nghĩa đó mỗi dụng cụ đều có thể viết nên một câu chuyện về bản thân mình. Ấm pha trà làm bằng gang thông th- ờng, vỏ ấm có màu đen tuyền đ- ợc đúc sẵn sùi đều đặn nh- ỏ của trái vải có hình đính kèm. Bên trong lòng ấm có tráng một lớp men để n- ớc đun không bị ngái mùi kim loại. Với dụng cụ pha trà đặc biệt, ng- ời pha trà biểu diễn những b- ớc pha trà rất khéo và nhanh nhẹn. Tr- ớc hết bột trà đ- ợc cho vào bát sứ với một l- ợng chuẩn nhất định, sau đó rót n- ớc sôi vào từng bát một rồi dùng dụng cụ nhỏ bằng tre đánh nhẹ cho đến khi trà sủi bọt mới cung kính mời từng khách dùng.

Cách thức th- ờng trà của khách cũng đ- ợc quy định nghiêm ngặt. Tr- ớc khi uống phải để hai tay xuống sàn nhà, cúi đầu chào mọi ng- ời rồi cung kính nâng bát trà lên, xoay bát ba lần theo chiều kim đồng hồ sau đó mới từ từ uống. Khi uống xong xoay bát theo h- ớng ng- ợc lại rồi nhẹ nhàng đặt xuống. Đối với ng- ời Nhật, Trà đạo là một nghi thức không có giới hạn. Đến nay trải qua bao thời đại nh- ng Trà đạo vẫn luôn giữ đ- ợc những nguyên tắc khát khe điển hình của một tiệc trà. Ý nghĩa tinh thần của Trà đạo Nhật Bản đ- ợc thể hiện qua sự yên tĩnh, nét mộc mạc tinh tế, vẻ duyên dáng và sự cảm nhận nghệ thuật, để Trà đạo ngày càng có vai trò quan trọng trong đời sống tinh thần của ng- ời Nhật.

Có thể nói rằng trà là một bộ phận không thể tách rời trong cuộc sống tinh thần của con ng- ời. Trà hiện diện trong ẩm thực, trong giao tiếp, trong lễ hội với những cách pha và th- ờng trà rất khác nhau. Nếu lối uống trà của ng- ời Trung Hoa mang phong cách cầu kỳ đến từng chi tiết, Trà Đạo Nhật Bản uống với trạng thái tĩnh lặng, thuần khiết, lễ nghi để tiếp nhận trọn vẹn sinh khí trời đất và sự thăng hoa từ sâu lắng của tâm hồn, hòa nhập tâm và cảnh, thì cách pha và th- ờng trà Việt Nam bình dị, phóng khoáng hơn nh- ng chẳng bởi thế mà nó kém đi phần công phu và giá trị.

### 1.3. Giá trị của cây trà và nghệ thuật th- ởng trà Việt Nam

#### 1.3.1. Giá trị lịch sử

Trà là thứ n- óc uống có từ rất x- a gắn liền với đời sống con ng- ời Á Đông nhất là ng- ời Việt Nam. Trà có mặt trong đời sống con ng- ời Việt Nam từ khi sinh ra cho đến khi từ già cõi đời. Uống trà là một tập quán, tập tục của ng- ời Việt Nam, từ hình thức uống trà đơn giản và thông dụng cho đến thực hiện nghi thức cúng tế đều có sự góp mặt của trà. Với dân tộc Việt Nam uống trà là hình ảnh rất đỗi quen thuộc nh- cây đa, giếng n- óc đầu làng, con đò bến sông. Trà không thể thiếu trong sinh hoạt hàng ngày, nó là đời sống tinh thần và trở thành một thứ n- óc uống truyền thống.

Cho dù ngày nay đời sống của ng- ời Việt có văn minh hiện đại, ph- ơng tiện ẩm thực có phong phú đến bao nhiêu họ cũng không thể quên đ- ợc chén trà xanh. Bởi trà đã trở thành nếp sống văn hóa, quan trọng hơn nó đã đi vào lòng dân tộc:

*“Trà ơi! còn n- óc là vinh hạnh*

*Cháy l- ỗi, khô môi thắm những ai.”*

Chẳng thế mà những danh sĩ hay các thi sĩ đều có những câu thơ hay về trà. Nh- đại thi hào Nguyễn Du (1765 - 1820) đã th- ởng thức về trà với tâm sự:

*“Khi h- ơng sớm lúc trà tr- ả*

*Bàn lan điểm n- óc, đ- ờng tơ họa đàn.”*

Còn Nguyễn Khuyến (1835 - 1909) viết về trà với cuộc đời nhàn hạ vui với gió trăng:

*“Khi v- ườn sau khi sân tr- ả*

*Khi điếu thuốc khi miếng trầu*

*Khi trà chuyên năm ba chén*

*Khi Kiều nảy một đôi câu.”*

Thi sĩ Trần Tế X- ơng viết về trà để thừa nhận đam mê của mình:

*“Một trà, một r- ượu, một đàn bà*

*Ba cái lẳng nhăng nó quấy ta.”*

Hay vào thời Lê, Nguyễn Bình Khiêm cũng từng có lời ca ngợi về thú uống trà. Nguyễn Trãi cũng từng mơ - óc:

*“Bao giờ mây quyện mái tranh  
Trà pha nước suối, đá xanh gói năm.”*

Qua đó ta có thể thấy rằng đối với người Việt Nam trà không chỉ là lối uống từ ngàn xưa lại mà trà còn là bạn tri âm của những tâm hồn thanh cao. Nó phản ánh đặc thù của một dân tộc - a chuộng những tác phong thanh nhã nh-ng lịch sự, dịu dàng mà vẫn trang trọng.

### **1.3.2. Giá trị văn hóa**

Trong văn hóa cội nguồn dân tộc, trà là quốc thủy của người Việt Nam, là đặc trưng tính chất của nền văn minh lúa nước. Một cách tự nhiên và thâm lặng, trà đi vào tâm hồn của người Việt và trở thành một nét sinh hoạt văn hóa đặc thù không thể lẫn với bất kỳ nền văn hóa trà nào. Và cũng chẳng biết từ bao giờ trà hiện diện ở khắp nơi từ đồng bằng trung du cho đến nơi rừng núi. Ngay những dịp lễ tết, trà xuất hiện trên mâm cúng gia tiên ở mỗi gia đình, trên mâm lễ hỏi của nhà trai sang nhà gái, trà để mời khách khứa họ hàng hai bên. Và cũng thật thú vị biết chừng nào, dù con người ta ở bất cứ vị trí nào trong xã hội cũng đều có thể cùng nhau ngồi uống một chén trà nói vài câu chuyện phiếm. Họ uống trà ở mọi nơi trên phần tre, sập gỗ, bờ ruộng hay chân đê và uống bằng đủ các loại chén từ chén men ngọc đến chén đất tầm th-ờng. Chén trà vẫn vậy, là chất xúc tác để con người giao hòa với thiên nhiên với cuộc đời. Sức mạnh của trà đã lan tỏa thành một nét văn hóa cộng đồng không thể thiếu của dân tộc.

Trải qua những cung bậc của thời gian, lịch sử của dân tộc Việt Nam vẫn gắn chặt với cây chè và phong tục uống trà. Uống chè tươi hay chè - ướp h-ơng là bản sắc văn hóa ẩm thực cho đến ngày nay người Việt vẫn trân trọng và giữ đ-ợc. Để rồi trong một khoảng không gian nào đó ta vẫn nghe đ-ợc những lời chào đơn đả: *“Chè ngon nước chat xin mời. Nước non non nước, nghĩa người chó quên”* của những bà mẹ Việt Nam da nhăn nheo, chít khăn mỏ quạ, miệng bồm bễn nhai trầu hay của những cô thiếu nữ mặc áo tứ thân với chiếc yếm đào vừa mộc mạc, chân chất mà để lại ấn tượng vô cùng. Bát nước chè xanh nước chat đã trở thành biểu tượng của tâm hồn người Việt thủy chung và hiếu khách.

### ***1.3.3. Giá trị nhân sinh***

Uống trà là cả một hệ thống kinh nghiệm tinh tế, những quy tắc ứng xử về đạo đức bất thành văn từ ngàn đời x- a để lại. Nó chứa đựng tâm hồn của ng- ời Việt tự do phóng khoáng chan hòa với thiên nhiên. Uống trà không đơn thuần là để giải khát nữa mà uống để hòa mình vào nền văn hóa chung của dân tộc, đó là sự cung kính và ng- ỡng vọng. Trong mái ấm gia đình chén trà là câu hát để thuận vợ thuận chồng, là nếp gia phong để trọn bề hiếu kính. Đối với khách đến chơi nhà thì chén trà là thứ bắt đầu cuộc giao tiếp, cuộc hàn huyên tâm sự. Chẳng thế mà ông bà ta vẫn nói “Khách đến nhà không trà thì bánh”. Mời trà để tỏ lòng mến khách, để chủ và khách gần nhau hơn và quan trọng hơn ng- ời Việt không bao giờ tiếp khách bằng một chén trà nguội. Dù trong bất cứ hoàn cảnh nào chủ nhà vẫn t- ươi c- ởi cung kính dâng mời khách một chén trà bằng cả hai tay.

Và khi đã đ- a lên thành nghệ thuật thì ngoài mục đích giải khát, uống trà còn có ý nghĩa nhân văn thể hiện tâm hồn tình cảm và nhân cách của con ng- ời. Nghệ thuật uống trà và th- ờng thức trà là sự thể hiện nét văn hóa rất riêng của từng đất n- ớc, dân tộc. Nghệ thuật th- ờng trà của ng- ời Việt Nam không quá cầu kỳ nh- Trà đạo của Nhật Bản nh- ng nghệ thuật trà Việt cũng không kém phần tao nhã, thanh cao. Văn hóa ứng xử của ng- ời Việt đã đ- ợc toát lên từ chính cái cung cách uống trà đó. Uống trà để đáp lại lòng mến khách của chủ nhân, để bắt đầu tâm sự một nỗi niềm ngổn ngang, để bàn chuyện gia đình, xã hội...

Ng- ời ta uống trà một cách tao nhã không vô vập, vừa lắng nghe vừa cảm nhận hết tinh túy cái h- ơng vị của đất trời. Nhấp chén trà trên môi tâm hồn bỗng thanh thản nh- bị hòa quyện vào những làn khói nhẹ nhẹ tỏa ra một thứ h- ơng ngọt dịu đến lạ kì. Tâm tính con ng- ời cũng thay đổi, cái cáu gắt mết mòi bởi áp lực th- ờng ngày của công việc trở nên tan biến. Trong gia đình cũng nh- ngoài xã hội khi đã cùng ngồi uống với nhau một chén trà, ranh giới giữa con ng- ời không còn nữa mà thay vào đó là lòng tri âm, tri kỉ, lòng mong muốn đ- ợc hòa hợp xóa đi mọi đổ kị, hận thù, tránh điều ác, m- u điều thiện, nhất là trong môi tr- ờng xã hội ngày nay uống trà là một việc không thể thiếu để con ng- ời bắt đầu một ngày mới đầy sáng khoái.

#### **1.3.4. Giá trị du lịch**

Có lẽ sẽ chẳng mấy ai cho rằng cây trà hay nghệ thuật th- ởng trà có khả năng để có thể phát triển du lịch, bởi nó thật mới mẻ và ch- a có một nhà kinh doanh dịch vụ nào đề cập đến từ tr- ớc cho đến nay. Đó là một điều thật đáng tiếc, vì ngoài giá trị lịch sử, giá trị văn hóa và giá trị nhân sinh, cây trà cũng nh- nghệ thuật th- ởng trà còn có một giá trị rất lớn đó chính là giá trị du lịch. Hàng năm n- ớc ta xuất cảng trên 10.000 tấn trà đi khắp thế giới sang 107 n- ớc, đứng thứ 7 về sản l- ợng, đứng thứ 6 về khối l- ợng xuất khẩu. Trà đ- ợc trồng nhiều loại trên một diện tích 89.000 ha tại Sơn La, Yên Bái, Lào Cai, Tuyên Quang, Thái Nguyên, Nghệ An và Lâm Đồng. Trên thị tr- ờng hiện nay trà đã đi vào đời sống con ng- ời nh- một phần không thể thiếu với những quán trà và trà s- nổi tiếng, thậm trí trà còn chinh phục đ- ợc cả sự - a chuộng của những vị khách ng- ời n- ớc ngoài. Đây là một điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch văn hóa “ẩm” của Việt Nam.

Tại những vùng chuyên canh trồng trà nh- Lâm Đồng, Thái Nguyên, Sơn La... trà là loại cây đ- ợc khách du lịch biết đến nhiều nhất. Bên cạnh đó lại có những quán trà giới thiệu nghệ thuật pha và th- ởng trà của vùng. Khách du lịch sẽ vừa đ- ợc tham quan những đồi trà bạt ngàn xanh ngút, lại vừa có điều kiện th- ởng thức h- ơng vị của nhiều loại trà nổi tiếng của Việt Nam với cách pha điều luyện của các nghệ nhân. Những năm gần đây, n- ớc ta đã tổ chức đ- ợc những lễ hội tôn vinh và quảng bá về cây trà và nghệ thuật th- ởng trà Việt Nam, thu hút đ- ợc sự quan tâm của rất nhiều khách du lịch trong và ngoài n- ớc. Đó là cơ hội để khách du lịch có thể tiếp cận với nền văn hóa ẩm thủy hàng đầu của ng- ời Việt Nam. Vì thế có thể nói rằng cây trà và nghệ thuật th- ởng trà mang giá trị du lịch rất lớn nếu ngành du lịch chú trọng phát triển loại tài nguyên du lịch quý giá này.

#### **1.4. Tiểu kết**

Tóm lại ở Việt Nam luôn tồn tại một nền văn hóa tỏa h- ơng đó là nghệ thuật th- ởng trà Việt. Nghệ thuật th- ởng trà của ng- ời Việt giản dị, gần gũi nh- ng nó cũng rất đỗi tinh tế nh- chính tâm hồn ng- ời Việt. Nó không đặc sắc với những nghi lễ cầu kỳ phức tạp bởi những chuẩn mực nghiêm khắc của một nền văn hóa trọng quy củ nh- Nhật Bản, hay nó cũng không quá kiêu cách uyển chuyển nh-

múa nh- xiếc, kết tinh của bề dày ngàn năm văn hiến bác học của Trung Hoa. Bởi thế nó mới trở thành nền văn hóa đặc tr- ng của ng- ời Việt.

Ngoài ra, nó còn thể hiện cái phong thái của một nền văn hóa nghệ thuật chuộng tự nhiên, cái tùy hứng của một dân tộc thích tự do không gò mình vào khuôn phép. Dù bạn th- ờng thức một chén trà bằng cách thức nào độc ẩm hay tứ ẩm... cũng là việc mang nhiều ý nghĩa. Màu n- ớc trà vàng sóng sánh với h- ong vị chan chất, đậm đà tự nhiên gợi nên cho ng- ời ta nhớ đến nỗi vất vả của những con ng- ời gắn cả đời mình với nghề làm trà. Hay xa hơn nữa là nỗi nhọc nhằn của một dân tộc luôn phải đấu tranh bảo vệ đất n- ớc. Nhấp một ngụm trà sẽ làm cho tâm hồn trở nên th- thái, cái khoảng cách vô hình ngăn cách con ng- ời không còn nữa mà thay vào đó là sự chia sẻ, lắng nghe và suy nghĩ. Bên cạnh sự hội nhập của rất nhiều những loại n- ớc uống khác trên thị tr- ờng, nghệ thuật th- ờng trà Việt Nam đang tự tìm chỗ đứng cho mình, sánh vai với hai nền ẩm thủy hàng đầu thế giới đó là Trà đạo Nhật Bản và Công Phu trà Trung Hoa.

## CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG KHAI THÁC TRÀ VIỆT TRONG HOẠT ĐỘNG DU LỊCH NHỮNG NĂM GẦN ĐÂY

### 2.1. Khai thác trà tại một số vùng đặc sản và chuyên canh

Hiện nay, chè của Việt Nam được trồng chủ yếu ở khu vực miền núi phía Bắc và Tây Nguyên, với tổng diện tích trên 100.000 ha, trong đó có khoảng 75.000 ha đang cho thu hoạch với sản lượng khoảng 80.000 tấn/năm, phần lớn dành cho xuất khẩu. Chè gắn liền với cuộc sống của con người để tồn tại, để m-u sinh.

Những vùng đất làm nên cây chè nổi tiếng như Thái Nguyên, Lâm Đồng... đã trở thành địa danh khá quen thuộc trong lòng mỗi người. Thái Nguyên là mảnh đất trung du miền núi phía Bắc có nhiều loại chè được xếp vào hạng ngon nhất, có lượng các chất bảo vệ thực vật thấp hơn nhiều so với mức cho phép, nhất là không phát hiện ra bất kỳ một nhóm chất độc hại nào còn tồn đọng trong chè thành phẩm có thể gây hại cho người sử dụng. Nó nổi tiếng như câu cửa miệng mà nhiều người vẫn thường hay nhắc tới: “Chè Thái, gái Tuyên”.

Hiện tại, Thái Nguyên là vùng trồng chè lớn thứ hai ở Việt Nam sau tỉnh Lâm Đồng, có trên 14.500 ha chè, trong đó có 12.000 ha chè đang cho thu hoạch với sản lượng chè búp tươi 75.300 tấn/năm. Sản lượng chè chế biến công nghiệp trên địa bàn tỉnh đạt gần 40.000 tấn/năm, chiếm khoảng 50% sản lượng chè toàn tỉnh với hai sản phẩm chính là chè đen và chè xanh bán thành phẩm, số còn lại được chế biến thủ công tại các hộ dân, 30% sản lượng chè chế biến dành cho xuất khẩu.

Chè xanh là sản phẩm chè hảo hạng bậc nhất hiện nay ở Thái Nguyên, nó có hàm lượng đường trung bình, đạm, axit amin, chất hoà tan, đặc biệt là hoạt chất thơm rất cao, hàm lượng caffein thấp. Để có một chén chè ngon là cả một nghệ thuật, khi sao chè không bị cháy, đều lửa không có mùi khét, các cánh chè không bị nát vụn mà cuộn tròn với nhau, màu chè ngon như màu mồng cau, dáng hình ngọn chè hình mồng cau. Khi nhai thử, nhả bã thấy chè xanh như khi sao, khi uống ngậm lâu trong cổ họng thấy ngọt dần của vị chè.

Đất Thái Nguyên lại có điều kiện cho cây chè phát triển và nó thực sự trở thành một sản phẩm mang tính đặc thù, khác với những vùng đất trồng chè khác của đất nước. Các loại chè được nhập khẩu từ nước ngoài về trồng như chè Bát Tiên, chè Ô Long... sau một thời gian dần dần bị nội hóa đã trở thành đặc sản chè Tân Cương - chè Thái Nguyên cho hương vị nồng nàn như hương cốm, màu xanh vàng, vị chát dịu, vị ngọt đậm đà làm xao xuyến lòng người.

Nằm cách trung tâm thành phố Thái Nguyên 13 km về phía Tây, Tân Cương là một vùng đất bán sơn địa, cảnh quan thiên nhiên đẹp mắt với những dãy đồi thoải thoải về hướng mặt trời lặn mà dân địa phương còn gọi là núi Thần Lân. Xã Tân Cương có tới 450 ha chè kinh doanh, sản lượng chè thương phẩm hàng năm của xã đạt 1000 đến 1.200 tấn. Số hộ có thể chế biến chè đặc sản trong xã có tới 98%. Tuy nhiên, sản xuất loại chè đặc biệt hảo hạng có giá trị thương phẩm chỉ có ở các xóm: Hồng Thái 1, Hồng Thái 2, Gò Pháo và Đội Cấn.

Công đoạn chế biến đặc sản chè Tân Cương đòi hỏi phải tuân thủ nghiêm ngặt các quy trình kỹ thuật trong sao tẩm. Các công đoạn thu, hái, quặt, sấy được thực hiện từ sáng sớm khi mặt trời còn chập chờn. Công việc hái chè dành cho những cô gái trẻ. Sau khi thu hái, chè búp tươi sẽ được tải trong bóng râm chừng 3 giờ đồng hồ rồi mới đem chế biến, như thế chè sẽ cho hương vị tuyệt hảo. Trước đây, chè được sao suốt bằng chảo gang rồi lấy hương bằng chảo đồng, công việc này cũng do phụ nữ đảm nhiệm bởi để có được mẻ chè ngon cần sự kiên nhẫn và công phu. Nay, việc sao chè đã có máy móc hiện đại nên thời gian chế biến được rút ngắn. Nhưng dù theo cách nào, chè ngon hay dở đều phụ thuộc phần lớn vào việc điều chỉnh lửa. Nhiệt độ có thể lên tới 180°C, người Tân Cương cha truyền con nối bí quyết cảm nhận độ nóng qua bàn tay.

Hiện nay, Thái Nguyên đã tiến hành quy hoạch hai vùng sản xuất chè là: vùng sản xuất chè nguyên liệu cung ứng cho chế biến công nghiệp và vùng chè xanh đặc sản chất lượng cao phục vụ xuất khẩu. Trên thị trường, ngoài những đặc sản chè như chè xanh, chè Tân Cương, cây chè Thái Nguyên còn được chế biến thành nhiều sản phẩm chè khác như chè xanh túi lọc, chè hương Nhài, chè hương Sen...



Không giống nh- vùng chuyên canh chè Lâm Đồng, với danh thắng Đà Lạt là một trong những nơi thu hút đông đảo khách du lịch nên cây chè ở đó có điều kiện đ- ợc quảng bá th- ơng hiệu một cách tự nhiên, vùng đất Thái Nguyên, mặc dù từ lâu đã nổi tiếng là cái nôi của các th- ơng hiệu chè miền Bắc nh- ng việc khai thác chè trong hoạt động du lịch còn rất hạn chế. Du khách đến Thái Nguyên chủ yếu đến với khu du lịch hồ Núi Cốc, thăm Bảo tàng của đồng bào các dân tộc thiểu số, An Toàn Khu một trong những căn cứ địa của chiến khu Việt Bắc... chứ ít khi có cơ hội đ- ợc tìm đến với những đồi chè xanh m- ướt mắt. Nhận thức đ- ợc giá trị của cây chè không chỉ đem lại nguồn lợi nhuận lớn trong việc chế biến thành th- ơng phẩm và xuất khẩu ra ngoài n- ớc, lãnh đạo tỉnh Thái Nguyên và các doanh nghiệp chè trên địa bàn tỉnh đã b- ớc đầu quan tâm đến việc đ- a cây chè vào phát triển du lịch của tỉnh. Chính vì vậy, trong năm “Du lịch Thái Nguyên 2007” bên cạnh nhiều sự kiện lớn đ- ợc tổ chức tại các khu nổi tiếng của tỉnh, lần đầu tiên Thái Nguyên đã tổ chức một lễ hội nhằm tôn vinh lịch sử và giá trị của cây chè trên đất Thái Nguyên. Lễ hội đ- ợc tổ chức từ ngày 26 đến ngày 28/2/2007. Tại lễ hội có nhiều hoạt động tái hiện sinh động và chân thực đời sống sinh hoạt của ng- ời dân gắn liền với nghề trồng chè và chế biến chè của Thái Nguyên. Mở màn là lễ r- ớc cây chè cổ thụ từ làng chè truyền thống Tân C- ơng về trung tâm thành phố Thái Nguyên. Tiếp đến là hội thi chế biến trà xanh truyền thống với sự tham gia của các làng chè, vùng chè và các doanh nghiệp sản xuất chè trong tỉnh. Lễ hội còn giới thiệu các nghệ thuật pha trà và th- ờng thức h- ơng vị trà đặc tr- ơng của Thái Nguyên, trong khuôn khổ của lễ hội còn diễn ra các hoạt động hấp dẫn nh- thi viết về trà và văn hóa trà, tổ chức bình thơ...

Ngoài ra lễ hội còn tổ chức các tour du lịch đến thăm làng chè tiêu biểu để khách du lịch đến lễ hội có cơ hội đ- ợc tận h- ưởng môi tr- ờng trong lành và không khí ít sôi động tại vùng. Du khách sẽ đ- ợc nghe kể về nguồn gốc vùng chè đặc sản, sẽ đ- ợc th- ờng thức d- vị thơm ngậy của những búp chè xanh mới ra lò hay cảm nhận sự mải mê với công việc th- ờng nhật của ng- ời dân vùng chè, từ động tác hái chè với những ngón tay nh- múa đến cách thức sao vò chè nh- thể làm ảo thuật của các nghệ nhân. Đặc biệt khách du lịch sẽ đ- ợc chiêm ng- ỡng bãi chè cổ tại xóm

Lam Sơn ngay dưới chân núi Guộc rộng hàng sải tay với ngàn ngàn búp non tua tủa. Văn hóa trà Thái Nguyên đã hòa quyện cùng nét đặc sắc của các vùng chè, thương hiệu chè nổi tiếng và lễ hội là điểm nhấn đầy ấn tượng trong năm du lịch quốc gia 2007 vừa qua.

Còn Lâm Đồng là tỉnh có diện tích trồng chè lớn nhất và có thể mạnh bậc nhất cả nước về chuyên canh chè. Được thiên nhiên ưu đãi, đất đai màu mỡ, khí hậu thích hợp và đặc biệt có lợi thế là tỉnh nằm ở độ cao 800 - 1000 m, chất lượng chè của Lâm Đồng rất ngon có hương thơm và vị ngọt. Chè Lâm Đồng được nhiều người biết đến với những sản phẩm có giá trị cao như: trà Ô long, trà đen... cùng các thương hiệu nổi tiếng như: Tâm Châu, Lễ Ký, Quốc Thái.... Tỉnh có diện tích đất canh tác trên 125.000 ha, đến nay Lâm Đồng đã đạt tới 27.000 ha chè, chiếm tỷ lệ 25% cả nước, trong đó 24.500 ha đã cho thu hoạch với sản lượng 170.000 tấn chè búp tươi/năm. Mỗi năm sản xuất được 26.000 tấn chè thành phẩm với doanh thu 157 tỷ đồng, xuất khẩu từ 6.000 đến 7.000 tấn chè tới 50 nước trên thế giới.

Tại Lâm Đồng, cây chè được trồng tập trung chủ yếu ở Bảo Lộc, Bảo Lâm và Di Linh. Tuy nhiên nổi tiếng hơn hẳn là cây chè vùng đất cao nguyên xa xưa tức Bảo Lộc ngày nay. Từ vùng Cầu Đất trên độ cao 1.000 m theo quá trình hình thành và phát triển, nó có mặt tại Di Linh và có mặt tại Bảo Lộc sau năm 1930, khi thực dân Pháp đã cơ bản hoàn thành con đường quốc lộ 20 từ Đà Lạt đi vào Sài Gòn. Cây chè xuất hiện sớm nhất ở vùng Bảo Lộc, nó bắt đầu từ đồn điền của người Pháp sau đó đến các trang trại, các rẫy chè, vườn chè được trồng trong các hộ gia đình. Và từ đó tại Bảo Lộc bắt đầu xuất hiện một tầng lớp chuyên sống bằng nghề trồng chè, chế biến chè hương. Chính vì vậy mà tên của vùng đất cao nguyên này đã trở thành thương hiệu cho chính sản phẩm trà - chè của mình.

Cái ngon cuốn hút người uống trà xứ Bảo Lộc có lẽ là ở nghệ thuật chế biến sản phẩm trà. Những búp tươi ngay sau khi được hái sẽ đem lược qua, ép bớt nước đắng rồi mới sao khô, ướp hương. Hương ướp trà ở đây chủ yếu là hoa Sói, hoa Nhài. Đặc biệt là hoa Sói rất thích hợp với khí hậu Bảo Lộc, hương của nó rất “ăn” với cây trà.

Hiện nay ở tỉnh Lâm Đồng đang cho trồng các giống trà chất lượng cao nhập vào xuất khẩu như: giống trà Kim Xuyên, Tứ Quý, Ô long... và tại Bảo Lộc thương hiệu trà nổi tiếng Tâm Châu đang đầu tư 300 ha trà giống mới, trong đó đã cho kinh doanh 150 ha với ba dòng sản phẩm chính là trà Ô long, trà xanh và trà Lài. Công ty trà Tâm Châu đã mở một nhà hàng - siêu thị trà Tâm Châu để phục vụ quảng bá thương hiệu trà Bảo Lộc cũng như để phục vụ cho nhu cầu của khách du lịch. Cùng với Hồ Xuân Hương, thác Yaly, Thung lũng tình yêu, Thiên viện Trúc Lâm..., những vùng chuyên canh chè Lâm Đồng cũng đang ngày càng thu hút du khách trong và ngoài nước đến với Đà Lạt - miền đất từ lâu đã là một trong những danh thắng hàng đầu của cả nước.

## **2.2. Quán trà - nơi lưu giữ hồn trà Việt**

### **2.2.1. Hiên trà Trờng Xuân**

Hà Nội không trồng trà nhiều nhất có lẽ là Hà Nội. Hàng trăm loại trà trồng trên miền Tây Bắc đều quy tụ về đây: từ loại trà Thái Nguyên thương gặp như trà Tân Cương, Khuôn Gà, La Bằng... đến những loại quý hiếm là trà cổ thụ mọc hoang dại trên núi cao như trà Suối Giàng, Chờ lộng, Thương Sơn.... Và cũng không khó tìm thấy địa chỉ của một quán trà nổi tiếng ngay giữa lòng Hà Nội, để thưởng thức một chén trà theo đúng nghĩa với cách pha trà điêu nghệ của các nghệ nhân sành sỏi.

Nằm thâm nặng trên con phố nhỏ gần Văn Miếu, hiên trà Trờng Xuân ở 13 Ngô Tất Tố - Hà Nội do nghệ nhân Trờng Xuân đời thứ 5 của hiệu trà Linh Dược làm chủ. Ông đã dành gần trọn cuộc đời mình để nghiên cứu về cây trà và nghệ thuật trà Việt Nam. Không chỉ thu thập những kinh nghiệm quý báu về cách sao ướp trà, ông còn tìm hiểu tập quán uống trà của từng vùng đất để dựng nên một bức tranh chân thực và đầy đủ về nghệ thuật thưởng trà, thưởng đơn giản mà thật cầu kỳ của người Việt. Hiên trà thực sự là một không gian văn hóa ấm cúng và tĩnh lặng dành cho những ai muốn tìm hiểu và chìm đắm trong nét văn hóa truyền thống của người Việt.

Hiên trà có một không gian nhỏ được chia làm hai phần riêng biệt. Phòng trà dành cho những ai ưa thích sự yên tĩnh và riêng tư, những bộ bàn thấp đi cùng với

những tấm đệm tròn nhỏ xinh, đặc biệt thích hợp cho những ngày mùa đông m- a phùng gió bắc hay những lúc đất trời còn thắm đẫm h- ơng xuân. Phía bên ngoài phòng trà, v- ợt qua cây cầu nhỏ là một khoảng sân vuông vắn, thoáng đãng với một góc nhỏ dành cho bụi chuối cảnh, vài bộ bàn ghế phía bên trái và những chiếc chõng tre đặt sát t- ờng d- ối một mái hiên lợp lá cọ toát lên vẻ chân quê, mộc mạc của ng- ời Việt Nam dành cho những ai thích tự do, phóng khoáng. Khoảng sân đ- ọc trang trí bằng những bức t- ờng phủ rêu xanh, một vài chiếc lu sành và bộ s- u tập ảnh của chủ quán. Vừa th- ờng trà, vừa nghe điệu nhạc Trịnh buồn buồn, vừa ngắm ảnh là một điều thú vị thu hút đ- ọc rất nhiều khách tại hiên trà Tr- ờng Xuân. Đến hiên trà vào mùa sen nở mới thật nên thơ, những cánh sen hồng trải dài từ bậc thềm vào đến tận chân cầu toát lên một vẻ đẹp dịu dàng, tinh tế.

Do cha con ông chủ quán mê Kinh dịch nên không gian hiên trà Tr- ờng Xuân còn đ- ọc bố trí thành bốn khu th- ờng trà ứng với tứ trí trong kinh dịch: Trí xảo, Trí duy, Trí hành, Trí giác. Khu Trí xảo dành cho những ng- ời đến bàn chuyện làm ăn, cần sự tỉnh táo, minh mẫn phù hợp với những loại trà từ vùng núi cao xuôi về là Shan Tuyết, Tà Sùa, Th- ợng Sơn vốn chứa nhiều chất kích thích hệ thần kinh. Trí duy là khu th- ờng trà đặc sản trà Bạch Linh chất lọc h- ơng của ba loài hoa: Thủy Tiên, Mộc và B- ởi. Trí hành t- ờng ứng với loại trà bạch ngọc, hoa ủ h- ơng nồng nàn của năm loài trắng là Nhài, Cúc trắng, Hồng bạch, Mộc và chủ đạo là Ngọc Lan, khơi dậy tình cảm yêu th- ơng, rất hợp để những lứa đôi trò chuyện tâm tình. Còn Trí giác lại là khu đi cùng trà hoa Sen nồng đ- ơm và những họa tiết trang trí hình hoa sen, những bức th- pháp, đôi câu đối đ- ơm vị Thiên..., là không gian lý t- ờng để mỗi ng- ời nhìn lại mình, ngẫm ngợi thế thái nhân tình.

Trà Tr- ờng Xuân đ- ọc chia làm ba nhóm chính: nhóm trà mộc là trà xanh nguyên thủy của vùng Phìn Hồ, Đồng Văn, Suối Giàng, Tân C- ơng... đ- ọc chọn kỹ l- ỡng, đánh h- ơng lại theo kinh nghiệm gia truyền; nhóm trà bổ d- ỡng là sự kết hợp giữa trà với những vị thuốc bắc, long nhãn, hạt sen, mật ong, hoa cúc... vừa thơm ngon vừa bổ d- ỡng. Độc đáo hơn cả, nó cũng là yếu tố chính làm nên th- ơng hiệu trà Tr- ờng Xuân, chính là nhóm trà - ớp h- ơng hoa tự nhiên với mùi thơm dịu

mát của hoa B-ôi, ngọt ngào của Ngọc Lan, nồng nàn của hoa Nhài, thanh khiết của hoa Mộc, hoa Sen...

Đến với Hiên trà Tr-ờng xuân, du khách không những đ-ợc th-ờng thức những chén trà ngon, đậm đà, dậy h-ong do chính cha con nghệ nhân Tr-ờng Xuân sao tẩm, mà còn đ-ợc th-ờng thức cái đạo uống trà của ng-ời Việt, vừa mộc mạc vừa giản dị, đơn sơ nh- chính ng-ời uống trà.

Cũng tại Hiên trà, câu lạc bộ những ng-ời yêu trà Việt Nam đã đ-ợc thành lập. Cứ ba tháng một lần, hơn 300 hội viên lại sinh hoạt với nhiều hoạt động gặp gỡ, trò chuyện với văn nhân, tài tử khắp mọi miền đất n-ớc để cùng chia sẻ niềm đam mê. Đặc biệt, câu lạc bộ còn thu hút không ít các bạn trẻ thuộc thế hệ 8X, 9X tham gia, đó là một nhân tố quan trọng góp phần cho trà Việt dậy h-ong.

### **2.2.2. Trà Việt quán**

Bên cạnh những quán trà nổi tiếng khác ở thủ đô Hà Nội, Trà Việt quán ở số 24 - Doãn Kế Thiện - Mai Dịch - Cầu Giấy cũng là một điểm đến hết sức thú vị. Trà Việt quán rất ấm cúng, yên tĩnh, có hệ thống nhân viên phục vụ rất am hiểu về trà, đều là những sinh viên trong các ngành Văn hóa Việt Nam phục vụ với phong cách hiện đại mà cũng rất cổ truyền.

Không gian quán đ-ợc thiết kế vừa mang tính sang trọng cung đình, vừa đậm chất truyền thống văn hóa trà Việt. Quán có phòng riêng để cho khách uống chuyên biệt về trà Việt, và cả một không gian riêng dành cho khách với phòng trà hiện đại nơi khách có thể dùng một ly café đủ loại hay các loại trà túi lọc, trà thanh nhiệt nh- trà Atisô, Lipton.... Có lẽ đây là một phong cách rất sáng tạo của Trà Việt quán.

Khách đến Trà Việt quán sẽ đ-ợc thả hồn vào phòng trà riêng biệt, ngồi trong không gian ấm cúng yên tĩnh đậm nét văn hóa truyền thống, đ-ợc tìm về cội nguồn văn hóa dân tộc, để th-ờng thức những vị trà, h-ong trà cổ truyền ngây ngất d- vị đắng chát, rồi chuyển sang ngọt ngào, dần thấm vào cảm giác của cơ thể. Đó là một phong cách th-ờng trà rất Việt, với những loại trà đặc sản có tên tuổi nh- : các loại trà mạn Thái Nguyên, Hà Giang, Phú Thọ, Bảo Lộc, trà h-ong, trà đắng... cùng tất cả các loại bánh đặc sản của các địa ph-ong trên cả n-ớc quy tụ về đây.

Trà Việt quán còn là địa điểm tổ chức câu lạc bộ bạn trẻ yêu trà Việt đầu tiên ở Hà Nội. Đến Trà Việt th-ởng thức một chén trà sẽ đ-ợc các trà nô hết sức nhã nhặn, lịch sự, chân thành, cởi mở cùng ngôi đối ẩm, trao đổi, giải đáp những thắc mắc về trà. Và tại đây, bất cứ ai cũng có thể đăng kí tham gia câu lạc bộ bạn trẻ yêu trà Việt. Đó sẽ là mái nhà chung cho mọi ng-ời gặp gỡ trao đổi về văn hóa trà Việt Nam và các n-ớc, để cùng nhau hợp tác và l- u giữ bản sắc văn hóa trà Việt.

### **2.2.3. L□ trà quán**

Cái tên ông Kiều Văn L- - chủ quán trà nhỏ nằm ở nhà B6 Thanh Xuân Bắc - Thanh Xuân - Hà Nội từ lâu đã trở nên thân thuộc không chỉ với những ng-ời th-ởng trà Hà Nội, mà còn cả với những vị khách từ ph- ơng xa khi đã một lần tới quán cũng không dễ dàng quên. Bởi nơi này có một chủ quán rất yêu trà, yêu văn hóa của đất n- ớc, ông không muốn đất n- ớc mất đi một nét nghệ thuật độc đáo. Và ông cố gắng giữ gìn nét đẹp trong từng chén trà đ- ợc ông pha chế một cách thận trọng, không vội vàng.

Quán có một không gian nhỏ với chục bộ bàn ghế gỗ đơn sơ, vài chục chiếc chiếu cói, ấm pha trà và hai bếp than - một để đun n- ớc pha trà và một để luộc rửa chén. Nh- ng quán lại có sức hút khách lạ kỳ, khách đến ngôi d- ới chiếu chật ních. Ngày tr- ớc chiếu chè đ- ợc xếp thành dãy ở vỉa hè tr- ớc quán, giờ phải xếp cả trong khu tập thể - một khoảng sân rộng với đủ mọi lứa tuổi, thành phần xã hội, đặc biệt là lớp trẻ, giới sinh viên, thi thoảng có vài ng- ời khách n- ớc ngoài ghé vào quán nhâm nhi ngậm trà và ăn vài thanh kẹo lạc.

Khác với những quán trà khác, L- trà quán có một lịch uống trà rất đặc biệt với đủ 7 loại trà t- ơng ứng với 7 ngày trong tuần: thứ 2 - trà Mộc Tân C- ơng; thứ 3 - trà Sen; thứ t- - trà Nhài; thứ 5 - trà Cúc, trà Mộc; thứ 6 - trà thơm h- ơng; thứ 7 - trà Hồng Đào và chủ nhật là trà ngũ h- ơng. Khách đến quán th- ờng chia làm hai l- ợt trong một ngày. Ban ngày, đặc biệt vào buổi sáng là những cán bộ lão thành, những ng- ời yêu thơ đến vừa uống trà, vừa đàm đạo về thơ và văn hóa. Buổi tối thì có đông đủ loại khách nhiều nhất là lớp trẻ. Khách đến quán đã quen với cái h- ơng trà đậm đà, nồng nàn của một ông chủ quán trà hoài cổ với tất cả nh- ng đam mê sâu sắc về trà, trọng ng- ời, vừa rót trà cho khách vừa vịnh thơ hay vừa nói về văn

hóa và nghệ thuật th- ởng trà mà ông đã tích lũy đ- ọc sau nhiều năm tìm tòi học hỏi. Kho t- liệu về trà của ông là một chồng sách báo về nghệ thuật uống trà ở Việt Nam, Trung Quốc và trà đạo Nhật Bản. Hơn nữa, du khách còn có cơ hội th- ởng thức những hàng đố, những câu chữ th- pháp bay bổng đ- ọc ông L- treo phía trên t- ởng: Hoà - Kính - Thanh - Tĩnh, Hoa - Tuyết - Nguyệt, Chân - Thiện - Mỹ.... Đó đều là những quy tắc pha và th- ởng trà, qua đó bộc lộ những giá trị tinh thần vô song của Văn hóa trà Việt.

Cứ thế, ông đã trở thành ng- ời bạn tâm giao của trà Việt, ông hiểu trà hơn chính cả bản thân mình. Với ông, uống trà là một thú chơi, là cả một nghệ thuật - cho trà vào ấm phải dùng thìa bằng tre hoặc bằng gỗ. N- ớc pha trà dùng n- ớc s- ơng đêm và n- ớc m- a là ngon nhất. Rửa trà cũng rất cầu kì, phải rửa bằng n- ớc sôi 60 độ và đổ từ trên cao xuống rồi tráng trà cho sạch. Tiếp đến pha trà bằng loại n- ớc sôi 100 độ, đổ thấp và đầy ấm sau đó đậy nắp lại để từ 2 đến 3 phút là có thể uống đ- ọc n- ớc đầu. Cái cách cầm chén trà, rồi cách uống cũng phải nghệ thuật, ngón tay phải và ngón tay trở cầm miệng chén, ngón tay giữa đỡ lấy đế chén, cầm chén đ- a sang trái kéo sang phải nhằm làm cho h- ơng vị trà bay lên theo làn gió. Sau đó đ- a lên mũi th- ởng thức tr- ớc, xoay bàn tay vào lòng nhằm che miệng khi uống và nhấp từng ngụm nhỏ. Với những điều t- ởng nh- tỉ mỉ và vô cùng vun vạt ấy nh- ng giữa cuộc sống tất bật, lo toan của chốn Hà Thành, h- ơng trà L- trà quán đã trở thành nơi bình dị, êm đềm đem lại cảm giác th- thái và thanh thản cho mỗi con ng- ời.

Hiện nay L- trà quán còn có một cơ sở hai là “Vô thường tịch cốc” do con trai ông L- - Kiều Quốc Khánh làm chủ tại 456 đ- ờng Hoàng Hoa Thám - Hà Nội. Không khác mấy so với L- trà quán, “Vô th- ờng tịch cốc” đ- ọc trang trí thêm nhiều loại cây hoa quả, cùng những tiếng nhạc truyền thống nhẹ nhàng, vào quán để nhâm nhi ngụm trà, vài thanh kẹo lạc, ít hạt d- a quả là điều thú vị. Đặc biệt khách sẽ đ- ọc nghe con trai già L- giải đáp những kiến thức về văn hóa và nghệ thuật uống trà mà anh đã học đ- ọc từ cha mình, hay đ- ọc giao l- u gặp gỡ những cây bút th- pháp có tiếng ở miền Bắc nh- Nguyễn Hoàng Long, Nguyễn Quang Duy... trong hội “Dĩ trà hội hữu” hoạt động th- ờng xuyên trong quán nhằm mục đích

quảng bá và phát triển th- pháp Việt Nam. Có thể nói, L- trà quán thật giản dị, mộc mạc nh- ng l- u giữ và chứa đựng đ- ợc cả tâm hồn ng- ời Việt.

### **2.3. Lễ hội trà - nơi quảng bá th- ơng hiệu trà Việt**

Mặc dù việc đ- a cây trà vào khai thác trong hoạt động du lịch tại những vùng đặc sản và chuyên canh trà đã đ- ợc chú trọng ít nhiều, song trên thực tế tại những vùng đất này cây trà mới chỉ đ- ợc chú ý khai thác nh- một trong những mặt hàng xuất khẩu quan trọng đem lại nguồn doanh thu cho đất n- ớc.

Cũng nh- vậy, tại nhiều quán trà nổi tiếng ở đất Hà Thành, mặc dù nghệ thuật pha và th- ơng trà Việt đã đ- ợc tái hiện sinh động và đ- ợc nâng lên đến tầm cao thì số l- ợng khách du lịch quốc tế biết đến nghệ thuật trà Việt vẫn còn gói gọn trong một con số rất hạn chế. Để cây trà và nghệ thuật th- ơng trà của ng- ời Việt Nam thực sự đến đ- ợc với du khách trong và ngoài n- ớc có lẽ phải kể đến vai trò của những lễ hội trà Việt đ- ợc tổ chức khá th- ờng xuyên nh- ng cũng không kém phần qui mô và hấp dẫn những năm gần đây.

#### **2.3.1. Lễ hội văn hóa trà Đà Lạt**

Lễ hội văn hóa trà Đà Lạt đ- ợc tổ chức từ ngày 21 đến ngày 24/12/2006 tại thành phố Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng. Đây là sự kiện kinh tế - văn hóa - du lịch lớn trong năm của tỉnh và cũng là lần đầu tiên Việt Nam tổ chức lễ hội tôn vinh cây trà với nhiều hoạt động phong phú, sôi nổi. Khách tham dự lễ hội không chỉ đ- ợc hòa mình trọn vẹn trong một không gian của thiên nhiên Đà Lạt thoáng đạt, thơ mộng, lãng đãng khói s- ơng huyền thoại bên tách trà bốc khói, mà còn đ- ợc thả hồn phiêu lãng trong những rừng chè cổ thụ nguyên sơ độc nhất vô nhị tại Việt Nam.

Lễ hội diễn ra từ 9h sáng đến 23h tối trong suốt bốn ngày, lễ hội đầy ắp các điểm nhấn nh- : hội chợ triển lãm, giới thiệu văn hóa trà, triển lãm hoa Đà Lạt, hội chợ th- ơng mại du lịch Đà Lạt mùa đông 2006, liên hoan biểu diễn nghệ thuật chuyên nghiệp, đại hội danh trà, diễu hành đ- ờng phố biểu d- ơng th- ơng hiệu trà, thi chất l- ợng trà để lấy cúp cánh chè vàng, thi văn hóa ẩm thực trà. Tại lễ hội du khách quốc tế trong và ngoài n- ớc sẽ đ- ợc tận mắt chiêm ng- ỡng cách pha nhiều loại trà nổi tiếng khác nhau của ng- ời Việt, đ- ợc th- ơng thức miễn phí h- ơng vị trà Lâm Đồng và nhiều loại trà của mọi miền đất n- ớc.



Trong chương trình “Hội chợ triển lãm - th-ong mại - du lịch Đà Lạt 2006” chào mừng lễ hội văn hóa trà Đà Lạt, còn có khoảng 350 gian hàng, là cơ hội để các doanh nghiệp trong cả n-ớc gặp gỡ, trao đổi thông tin, quảng bá giới thiệu sản phẩm và xúc tiến th-ong mại. Mỗi gian hàng tr-ng bày đ-ợc thiết kế mang đậm tính mỹ thuật, hấp dẫn, sáng tạo, độc đáo qua từng sản phẩm, từng th-ong hiệu của doanh nghiệp và có chính sách khuyến mãi, hậu mãi tạo ra sức hấp dẫn cho ng-ời tham gia. Đặc biệt, khách đến lễ hội còn được ghé thăm địa chỉ vàng “sở trà Cầu Đất” tại nhà máy trà Cầu Đất - xã Xuân Tr-ờng cách Đà Lạt 26 km để ngắm những đồi trà bạt ngàn thấp thoáng trong s-ong mù giăng phủ, hay đ-ợc chiêm ng-ỡng những cỗ máy trên 80 năm tuổi và bộ ảnh t- liệu quý về trà trên 50 năm.

Tại lễ hội, công viên Xuân H-ong còn đ-ợc xây dựng mô phỏng thành khu vực “huong quê” với những quán nước chè ở làng quê đồng bằng Bắc Bộ ngày xưa, bên cạnh đó là những khu triển lãm dụng cụ chế biến trà thủ công gồm lò, chảo, nia, gùi...; khu tr-ng bày 200 bộ ấm chén trà Việt Nam, Trung Quốc, Nhật Bản...; khu giới thiệu, bán các sản phẩm trà của 35 th-ong hiệu trà nổi tiếng của Thái Nguyên, Yên Bái, Phú Thọ, Tuyên Quang, Lào Cai, Lâm Đồng.... Quan trọng hơn hết là khu biểu diễn nghệ thuật pha trà và các phong cách th-ỡng thức trà của các miền: miền Bắc với trà Thái Nguyên và hát xẩm, quan họ Bắc Ninh; miền Trung với trà Tiên và ca Huế; Tây Nguyên - Đà Lạt với trà Tâm Châu, trà d-ỡng sinh và ca nhạc thính phòng. Ngoài ra lễ hội còn có các hoạt động mang ý nghĩa tôn vinh và khẳng định tiềm năng, thế mạnh của nghề trồng, chế biến, xuất khẩu trà ở Lâm Đồng trong 80 năm qua.

Bên cạnh những hoạt động nhằm cung cấp cho du khách những hình ảnh, t- liệu, kiến thức về cây trà cùng hành trình văn hóa của cây trà vốn gắn bó chặt chẽ với đời sống ng-ời dân cao nguyên Lâm Đồng, lễ hội còn mang đến không khí trẻ trung, sôi động, hiện đại dành cho du khách nhân dịp lễ đáng sinh. Lễ hội văn hóa trà Đà Lạt là một lễ hội mang nhiều ý nghĩa không chỉ đối với ng-ời dân thành phố Đà Lạt mà nó còn góp phần quảng bá hình ảnh cây trà và nghệ thuật uống trà của Việt Nam với các n-ớc trên thế giới. Đây là một cơ sở quan trọng tạo tiền đề cho

th- ơng hiệu chè Việt có thêm điều kiện khẳng định vị trí của mình trên thị tr- ờng quốc tế.

### **2.3.2. Lễ hội trà Việt**

Lễ hội trà Việt đ- ợc tổ chức vào ngày 19 và 20/7/2008 tại v- ườn hoa Lý Thái Tổ (Hà Nội) có một trăm chiếu trà với đủ kiểu th- ờng trà của ng- ời Việt từ cung đình sang trọng cho đến bình dân uống bằng bát đ- ợc diễn ra trong ánh sáng lung linh của đèn nến.

Lễ hội là nơi hội ngộ của các danh trà trong cả n- ớc với những nét đặc tr- ơng của từng vùng, miền, tạo nên giá trị của văn hóa ẩm thực trà. Lễ hội tr- ơng bày các sản phẩm trà, biểu diễn nghệ thuật đ- ờng phố, dâng h- ơng, trống hội Thăng Long, các ch- ơng trình nghệ thuật tổng hợp nh- múa hoa Sen, múa cung đình, hòa nhạc, ca kịch dân tộc với sự tham gia đông đảo của các nghệ sĩ. Đặc biệt để tôn vinh nghệ thuật th- ờng trà của dân tộc, lễ hội còn có một ch- ơng trình ẩm thủy trà đ- ợc tổ chức một cách công phu, hoành tráng với một trăm chiếu trà để giới thiệu về cách pha và th- ờng trà của Việt Nam. Đây là một ch- ơng trình trọng tâm rất đáng chú ý và đ- ợc đông đảo khách tham dự quan tâm. Trong mỗi chiếu trà sẽ có những nghệ nhân pha và biểu diễn tâm trà, ẩm trà và giới thiệu nghệ thuật trà cung đình Việt Nam. Du khách tham dự vào lễ hội sẽ đ- ợc tìm hiểu về nghệ thuật th- ờng trà, cùng th- ờng trà và đàm đạo với các nghệ nhân. Ngoài ra, trong khuôn khổ của lễ hội, du khách còn đ- ợc chiêm ng- ỡng cây chè cổ thụ đ- ợc ban tổ chức chuyển từ Yên Bái về.

Đây là một sự kiện mở màn cho ngành chè Việt Nam h- ờng ứng đại lễ nghìn năm Thăng Long, nghìn năm chè Việt. Đồng thời cũng là một cơ hội để khách du lịch trong n- ớc cũng nh- khách n- ớc ngoài đ- ợc trực tiếp, tiếp cận, tìm hiểu về nền văn hóa trà tỏa h- ơng của ng- ời Việt.

### **2.3.3. Lễ hội trà Lâm Đồng**

Nhằm thu hút đông đảo hơn nữa du khách đến với Đà Lạt, đồng thời cũng để quảng bá và tôn vinh th- ơng hiệu trà Lâm Đồng, năm 2008 tỉnh Lâm Đồng đã tổ chức lễ hội văn hóa trà Lâm Đồng với tên gọi “H- ơng sắc trà B’lao” từ ngày 4 đến mồng 7/12 tại vựa chè lớn nhất n- ớc đó là thị xã Bảo Lộc. Lễ hội diễn ra với 7

ch-ong trình chính: hoạt động diễu hành đ-ờng phố “Tung bùng lễ hội”; hoạt động triển lãm và xúc tiến th-ong mại “B’lao - thương hiệu trà Việt”; đêm lễ khai mạc “Hương sắc trà B’lao”; trình diễn thời trang tơ lụa Bảo Lộc “Duyên dáng xứ trà”; đêm hội uống trà “Trà trong không gian và thời gian”; tọa đàm hội thảo về trà “Trà - những điều cần biết” và đêm lễ tổng kết bế mạc. Bên cạnh đó còn có nhiều hoạt động mở với chủ đề “Sắc màu lễ hội” tạo sân chơi cho du khách và nhân dân địa ph-ong các làng trà. Đây là dịp để ng-ời dân Lâm Đồng tự hào với đôi chè xanh ngát quanh năm cùng h-ong trà thơm tồn tại hơn 80 năm qua. Đồng thời cũng là cơ hội để ng-ời dân xứ trà chuyển bức thông điệp của trà và văn hóa trà đến tất cả mọi ng-ời.

Đêm khai mạc lễ hội “Hương sắc trà B’lao” được dàn dựng theo phong cách kết hợp giữa nghi thức lễ với các loại hình nghệ thuật biểu diễn truyền thống và đ-ong đại thắm đẫm h-ong sắc, hơi thở của con ng-ời vùng trà. Những hình ảnh các cô gái xứ trà Bảo Lâm, Di Linh, Bảo Lộc... tận tảo gửi chè đều đ-ợc tái hiện một cách sinh động. Đặc biệt có tiết mục mở màn hòa nhạc dân tộc - tiếng vọng Nam Tây Nguyên rất ấn t-ợng bởi những loại nhạc cụ truyền thống nh- : trống, chiêng, đàn đá, đàn T’rưng... và dàn nhạc dân tộc mang đậm màu sắc Tây Nguyên.

Ngoài ra, với 700 diễn viên hóa thân vào đồng chè, nhà máy và biểu t-ợng búp chè, cùng các mô hình nông cụ sản xuất trà truyền thống nh- dẫn dắt mọi ng-ời theo dòng thời gian tái hiện lại lịch sử phát triển của ngành trà Lâm Đồng. Lễ hội còn có sự tham gia của hơn 56 doanh trà trong chương trình triển lãm “B’lao thương hiệu trà Việt” cùng các làng trà diễu hành xe hoa, điểm xuyên vào đó là sự xuất hiện của các làng trà với hình ảnh những đôi chè mênh mông, những danh trà nổi tiếng ở Bảo Lộc nh- trà Sói, trà Lài, trà Ô long...

Trong đêm lễ hội còn có các giọng ca của các ca sĩ và các vũ đoàn nổi tiếng hòa cùng 200 diễn viên không chuyên đến từ làng trà Lộc Tiến hợp x-ống bài ca “Bảo Lộc quê hương tôi” vang dậy niềm tự hào của vùng đất xứ trà. Qua lễ hội văn hóa trà Lâm Đồng lần này, cây trà đã có thêm điều kiện phát triển, quan trọng hơn nó đã tiếp sức cho mỗi ng-ời dân Việt Nam thêm yêu cây trà đồng thời giúp cho

thương hiệu trà B'la trở thành một trong những thương hiệu trà Việt được biết đến nhiều nhất trên bản đồ trà thế giới.

#### **2.4. Tiểu kết**

Trà Việt chính là một trong những quốc hồn tinh túy, một trong những di sản văn hóa đặc sắc vô giá của dân tộc Việt Nam. Mỗi người đều có thể tìm thấy ở đây một nét hay trong vô vàn điều hay của văn hóa dân tộc, cũng có thể tìm thấy ở đây một góc của tâm hồn mình mà đâu đó đã bị lãng quên trong nhịp sống công nghiệp chốn thị thành. Không phải bỗng dưng, mà tại Hà Nội hiện nay ngày càng có thêm nhiều quán trà và quán trà nào cũng luôn đông khách. Điều đó cũng đủ thấy rằng lòng ái mộ với văn hóa trà Việt đang ngày được chú ý. Việc đi uống trà vào ngày cuối tuần để thả hồn mình, để cùng ngồi và chia sẻ với bạn bè, người thân là một trong những khoảng thời gian đáng quý nhất và cũng là thú vui tao nhã nhất trong cuộc sống bận rộn hôm nay.

Và cũng thật thối, khi được thả hồn theo gió, theo mây trong không gian bạt ngàn màu xanh của lễ hội văn hóa trà, để bỏ quên cái trần tục bận rộn, bận bề của cuộc sống. Văn hóa trà đang thực sự tỏa sáng không chỉ trong tiềm thức của người dân đất Việt, mà nó còn lan tỏa sức hút kỳ diệu của mình trên khắp năm châu. Và đó chính là một tiền đề, để những người làm du lịch có quyền nghĩ xa hơn về một tương lai sáng lạn hơn cho trà Việt - cho nghệ thuật “ẩm” Việt Nam.

## CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO KHẢ NĂNG KHAI THÁC NGHỆ THUẬT TRÀ VIỆT PHỤC VỤ PHÁT TRIỂN DU LỊCH

### 3.1. Một số thuận lợi và khó khăn trong việc khai thác nghệ thuật trà Việt phục vụ phát triển du lịch

#### 3.1.1. Thuận lợi

B- ớc chân lên mỗi vùng, miền của đất n- ớc là mỗi cảm nhận khác nhau trong lòng của du khách. Chậm rãi, khoan thai, thong thả đi dạo trên những cánh đồng chè, những đồi chè, tâm trạng mỗi ng- ời sẽ cảm thấy lâng lâng và nh- hít sâu vào lồng ngực mình một thứ cảm giác đặc biệt khó nói đ- ợc thành lời. Từ miền Bắc đến miền Nam, từ trung du lên đến vùng núi cao, bất cứ nơi đâu cũng có sự hiện diện của cây trà. Uống trà đã thành một phần tất yếu trong đời sống của ng- ời Việt, không thể thiếu đi đ- ợc.

Từ x- a đến nay, ăn hay uống là một nhu cầu cần thiết của cơ thể con ng- ời, nhằm duy trì sự cân bằng trọng l- ợng, đảm bảo n- ớc cho sự phát triển của cơ thể. Các nhà dinh d- ỡng học đã từng nói: ng- ời ta có thể nhịn ăn đ- ợc nhiều ngày nh- ng nhịn uống 2 ngày sẽ nguy hiểm đến tính mạng. Khát thì mới uống, đó là lẽ đ- ơng nhiên. Nh- ng đôi khi không khát mà ng- ời ta vẫn cần uống, uống để mang lại sự sảng khoái cho cơ thể và cũng là để thẩm thấu cho trọn vẹn một trong những thú vui được xếp vào hàng “tứ khoái” của con ng- ời - thú vui ẩm thực.

Ng- ời ta có thể uống theo nhiều cách với nhiều loại đồ uống khác nhau. Và trong vô vàn cách uống ấy của ng- ời Việt, phải kể đến cái thú uống trà - một thứ n- ớc uống lâu đời, cho đến nay nó vẫn là một trong những tâm điểm nổi bật trong văn hóa ẩm thực của dân tộc.

Theo một số nghiên cứu của phó tiến sĩ Đỗ Ngọc Quý và thành viên của hiệp hội trà Việt Nam, trà Việt Nam gồm hai dòng chè t- ơ là trà bản địa và trà tàu Trung Hoa. Nghệ thuật trà Việt có nhiều tiềm năng để khai thác phát triển loại hình du lịch văn hóa. Nghệ thuật th- ờng trà Việt Nam không cầu kỳ, không kén khách, không quá nhiều nghi thức phức tạp, phù hợp với nhiều đối t- ợng. Tại một số vùng

có khí hậu đặc trưng cho những loại trà rất độc đáo như: loại trà cho vị thơm ngọt ở Tân Cương (Thái Nguyên), trà cho màu đậm chín ở Vân Đồn (Quảng Ninh)...

Trước đây, thưởng trà chỉ được xem là thú vui tao nhã dành riêng cho các bậc tao nhân mặc khách, vừa nhâm nhi thưởng trà vừa ngâm thơ, ngắm hoa thưởng nguyệt, luận bàn thế sự. Trong các gia đình uống trà xanh để giải khát, để bắt đầu một ngày mới, trong những buổi làm đồng vất vả. Ngày nay, uống trà đã được nhiều đối tượng khác trong xã hội biết đến và nó trở nên phổ biến hơn, được nâng lên thành thuật ngữ “Việt Trà đạo”. Ngay giữa lòng thủ đô Hà Nội, đã có biết bao nhiêu quán trà, hiên trà nổi tiếng được thành lập, hội tụ đầy đủ những danh trà từ trà Thái Nguyên, Lâm Đồng, Yên Bái, Hà Giang... và dới bàn tay điều luyện của các bậc trà sư Việt Nam như: cụ Lê (chiếu trà Lê trà quán); cụ Trần Xuân (chiếu trà Trần Xuân)..., thú uống trà hay nghệ thuật uống trà vẫn đang tiếp nối các mạch nguồn văn hóa truyền thống bất tận của ông cha từ trong lịch sử.

Yếu tố thuận lợi đầu tiên góp phần cho hương trà Việt ngày càng phát triển là khi đất nước ta bước vào thời hội nhập, đang tiến nhanh trên con đường hiện đại hóa, thì sự tất bật của cuộc sống, không gian, thời gian làm việc căng thẳng của lối sống công nghiệp càng ngày càng khiến cho con người ta luôn muốn một cảm giác thanh thản và nhẹ nhàng, được thư giãn để quên đi những giờ phút lao động mệt nhọc, được hàn huyên tâm sự với bạn bè, được trải lòng mình, được bình tâm lắng nghe nhịp chảy của cuộc sống.

Vì thế những lúc thấy mệt mỏi, cơ thể yếu ớt, đầu óc nặng nề, con người ta thường tìm đến ngồi trong một quán trà yên tĩnh, uống một tách trà đậm hương thơm để cảm thấy mình yên ổn hơn, đầu óc dịu dàng hơn. Hay cả khi tâm trí không cảm thấy gì vướng bận, con người ta vẫn có thể ngồi nhâm nhi một chén trà - ướp ngẫu dù chỉ để cảm nhận mùi hương thơm ngọt, gợi nhớ những điều xưa cũ, để thấy cuộc đời mình nhẹ tênh giống như một câu thơ của Pautopxki: “cuộc đời trôi qua tay nhẹ như một vật áo lụa”.

Ngày nay nhu cầu đi du lịch và thưởng thức những cái mới lạ đang trở thành một nhu cầu rất lớn đối với mỗi khách du lịch. Bởi vậy, mà ta sẽ chẳng thấy ngạc nhiên khi những quán trà ở bất cứ nơi đâu, cho dù ở vỉa hè hay tại một nơi sang

trọng lúc nào cũng đông chật khách ra vào. H- ơng trà Việt thực sự đang lan tỏa trong từng tâm hồn ng- ời Việt và nghệ thuật th- ờng trà không còn xa lạ với bất cứ ai, thậm chí đối với cả thế hệ trẻ, nghệ thuật th- ờng trà cũng b- ớc đầu dành đ- ợc sự ái mộ.

Yếu tố thuận lợi thứ hai, là một vài năm gần đây n- ớc ta đã tạo nhiều điều kiện khai thác nghệ thuật trà Việt để phục vụ phát triển du lịch và quảng bá th- ơng hiệu, bằng cách cho tổ chức các lễ hội trà hàng năm tại một số vùng chuyên canh trồng trà nh- Thái Nguyên, Lâm Đồng.... Vào những dịp lễ hội này, khách du lịch trong n- ớc cũng nh- khách du lịch n- ớc ngoài đến rất đông, họ sẽ đ- ợc tiếp cận với văn hóa trà Việt - một nền văn hóa trà mang đặc tr- ng riêng của Việt Nam không cách thức, cầu kỳ nh- nền văn hóa trà Trung Hoa và Nhật Bản, đ- ơng nhiên khi ra về họ sẽ mua cho mình những gói trà hảo hạng từ lễ hội làm quà biếu. Chính điều đó đã góp phần cho loại hình du lịch văn hóa “ẩm” bước đầu có sự phát triển mạnh mẽ.

Đặc biệt nghệ thuật th- ờng trà Việt còn đ- ợc giới thiệu một cách công phu, bài bản trong những buổi sinh hoạt th- ờng nhật của các câu lạc bộ trà Việt, hiệp hội chè Việt Nam, thu hút đ- ợc rất nhiều bạn trẻ cũng nh- khách du lịch n- ớc ngoài yêu trà Việt tham gia. Hàng tháng tại câu lạc bộ trà Việt còn mở các lớp đào tạo về trà nơ sơ cấp, trung cấp chia thành nhiều khóa học trong năm. Tại đó, các trà nơ sẽ đ- ợc học cách pha trà và th- ờng trà của ng- ời Việt x- a, đây là cơ hội để giới trẻ không quên lãng văn hóa trà Việt.

### **3.1.2. Khó khăn**

N- ớc ta đứng thứ 6 trên thế giới về xuất khẩu trà, sau Ấn Độ, Trung Quốc, Indonesia.... Trong n- ớc đã thành lập đ- ợc các câu lạc bộ về trà và tổ chức tôn vinh, quảng bá th- ơng hiệu trà Việt thông qua các lễ hội trà, b- ớc đầu có những biện pháp khai thác loại hình nghệ thuật này phục vụ phát triển du lịch văn hóa, tuy nhiên vẫn còn gặp vô vàn những khó khăn.

Tr- ớc tiên nghệ thuật th- ờng trà của n- ớc ta ch- a thể cạnh tranh với Trà đạo của Nhật Bản và Trà kinh của Trung Quốc. Chất l- ợng trà ch- a cao bởi thiếu nhiều thiết bị máy móc chế biến, lại ch- a tận dụng đ- ợc tối đa h- ơng vị tự nhiên. Các nhà

máy chế biến trà trong n-ớc nguồn vốn còn hạn hẹp, giống trà không đa dạng nh- các n-ớc khác. Hơn thế do đặc thù về khí hậu, trà của Việt Nam nặng vị, ng-ời Việt lại có thói quen uống trà mộc, thứ trà không -ốp tằm trong khi đó ng-ời ph-ong Tây lại không có thói quen này, với họ trà phải kèm một h-ong vị khác.

Các quán trà, hiên trà chất l-ợng cao trong n-ớc và những nghệ nhân am hiểu thực sự về nghệ thuật th-ởng trà Việt ch- a có nhiều. Trong khi đó, ở một xã hội hiện đại nh- ngày nay, nhu cầu th- giãn giải trí lại rất cao. Nơi cung ứng dịch vụ đã ít, ng-ời hiểu biết về nghệ thuật th-ởng trà lại ít hơn, nên khách đến với văn hóa trà Việt không đ-ợc giải thích, h-ớng dẫn một cách kĩ càng. Điều đó gây khó khăn trong việc quảng bá sâu rộng cho khách du lịch biết và hiểu về giá trị đặc sắc của nghệ thuật th-ởng trà Việt, đặc biệt đối với khách du lịch n-ớc ngoài vốn đã gặp khó khăn tr-ớc sự bất đồng về ngôn ngữ và văn hóa.

Công tác quảng bá trà Việt đến khách du lịch còn hạn hẹp, khái niệm về văn hóa trà Việt còn rất mơ hồ. Ch- a có những cuốn sổ tay địa chỉ quán trà Việt trong hành trang của khách, họ đến quán trà có thể là do sự ngẫu nhiên nhiều hơn là tìm về một địa chỉ quán trà quen thuộc. Dấu ấn về nghệ thuật th-ởng trà Việt trong hành trình du lịch của khách n-ớc ngoài vẫn ch- a sâu đậm, vì thế sự thu hút khách du lịch từ loại hình du lịch văn hóa trà còn hạn chế.

Thứ hai là do đặc tính của ng-ời Việt Nam cần cù chăm chỉ “tham công tiếc việc” mà th-ởng trà là một thú vui không phải ai cũng theo đ-ợc, do đó họ khó lòng ngồi nhâm nhi một chén trà với những nghệ thuật pha chế cầu kỳ, chờ trà ngấm rồi uống theo đúng trình tự của một nghệ thuật. Trên thị tr-ờng hiện nay lại có những hãng trà từ n-ớc ngoài du nhập vào n-ớc ta nh- hãng trà Lipton, hãng trà Dilmah với nhiều h-ong vị nh- dâu, chanh, táo, đào... hoặc là trà túi lọc hoặc là trà bột uống liền vừa nhanh chóng, tiện lợi, màu sắc và h-ong vị đa dạng, dễ uống vừa cuốn hút ng-ời uống với phong cách mới mẻ, độc đáo. Trong sự t-ơng quan đó, trà Việt dần dần bị mai một trong tâm trí của mỗi ng-ời.

Nền kinh tế n-ớc ta còn hạn hẹp, nhà n-ớc ch- a có nhiều chính sách nâng cao chất l-ợng cây trà. Các ngành chức năng có liên quan đến du lịch ch- a nắm bắt hết giá trị cũng nh- tiềm năng phát triển du lịch từ nền văn hóa trà hay nghệ thuật



th- ởng trà đặc sắc này. Vì thế khái niệm khai thác nghệ thuật th- ởng trà phục vụ phát triển du lịch còn quá mới mẻ và gặp nhiều bất cập, những năm gần đây có triển khai ứng dụng song ch- a đi vào khai thác một cách triệt để. Đó là những khó khăn cần phải khắc phục sớm nếu muốn đ- a nghệ thuật trà Việt trở thành một nguồn tài nguyên du lịch nhân văn thực sự độc đáo và hấp dẫn đối với du khách trong và ngoài n- ớc.

### **3.2. Giải pháp khai thác phát triển du lịch đối với nghệ thuật trà Việt**

Trong thời đại ngày nay, khi kinh tế ngày càng phát triển và các quốc gia trên thế giới ngày càng xích lại gần nhau thì vấn đề văn hóa dân tộc đang ngày một trở thành trung tâm của sự chú ý. Văn hóa Việt Nam với bề dày truyền thống lịch sử từ ngàn x- a vẫn mang trong mình những nét đẹp bản sắc dân tộc. Xã hội mỗi ngày một tiến bộ, loài ng- ời sống văn minh lịch sự vì thế mà việc ăn, ở, đi lại đều đ- ợc đề cao và chú trọng nhiều hơn. Và vấn đề uống gắn bó với tất cả mọi ng- ời t- ởng đã quá quen thuộc nh- ng vẫn ẩn chứa nhiều điều mới lạ, t- ởng là đơn giản nh- ng lại rất phong phú, cầu kỳ, phát triển khi đặt nó trong thú đi du lịch - uống là phải có nghệ thuật.

Uống trà là một nghệ thuật có tính văn hóa và xã hội ở Việt Nam. Thời gian uống trà cũng là một thái độ tĩnh tâm và tu luyện giúp cho cuộc sống thêm th- giản và quên bớt phiền não, bon chen, cho nên x- a nay nó đã trở thành “nghi thức tôn giáo” gần nh- khắp thế giới.

Phong cách th- ởng trà đ- ợm hồn dân tộc trầm mặc, ý nhị, phóng khoáng và độc đáo đã tạo nên điểm nhấn cho trà Việt. Quanh chén trà là mọi cung bậc của cuộc sống, là lễ nghĩa với đời.

Đây là một nguồn tài nguyên có nhiều tiềm năng phát triển du lịch. Nh- ng tiếc rằng, trong thời đại ngày nay nghệ thuật th- ởng trà đã bị mai một rất nhiều, không mấy ai còn l- u tâm về một nền “văn hóa tỏa h- ơng” của dân tộc mình. Chính vì thế việc phát huy, giữ gìn bản sắc văn hóa trà Việt là một vấn đề cần thiết. Thông qua việc tìm hiểu, đánh giá thực trạng của nghệ thuật th- ởng trà Việt, ng- ời viết đã mạnh dạn đề xuất một số giải pháp với hy vọng, góp một phần nhỏ vào việc

đ- a nghệ thuật trà Việt vào khai thác, phát triển du lịch văn hóa “ẩm” một cách có hiệu quả.

### **3.2.1. Khai thác hợp lý giá trị của cây trà Việt**

Chè ở Việt Nam đ- ợc trồng chủ yếu trên đất đồi núi ở nhiều tỉnh trung du và miền núi phía Bắc; miền Trung là Hà Tĩnh; Nam Trung Bộ là Gia Lai với Lâm Đồng d- ới hai hình thức chủ yếu là nông tr- ờng và hộ gia đình. Hiện nay, diện tích trồng chè của Việt Nam đạt 70.000 ha và đạt sản l- ợng chè búp khô khoảng 45.000 tấn/năm. Hàng năm, Việt Nam xuất khẩu chè sang khoảng 30 n- ớc với sản phẩm chủ yếu là chè đen, trong đó, thị tr- ờng Trung Đông chiếm đến 40- 50% tổng kim ngạch xuất khẩu.

Việt Nam có nhiều điều kiện thiên nhiên và đất đai thuận lợi để phát triển cây trà, có thể nhập nhiều loại trà nh- trà Ôlong, trà Tân C- ơng, trà Khuôn Gà, La Bằng... từ các n- ớc về trồng. Nh- ng có lẽ, do đ- ợc trời phú cho một tài nguyên đất đai màu mỡ mà những loại trà này khi đ- ợc đem về n- ớc ta trồng đều cho những h- ơng vị đặc tr- ng từ lâu đã trở thành th- ơng hiệu khó quên của những thực khách sành uống trà trong và ngoài n- ớc.

Tuy nhiên, những giống trà cổ thụ nổi tiếng chỉ có ở Việt Nam nh- trà Suối Giàng ở Yên Bái; trà Shan Tuyết ở Hà Giang, trà Tuyết Shan ở Tủa Chùa - Điện Biên, trà Chờ Lồng thuộc huyện Mộc Châu (Sơn La) đều là những giống trà có chất l- ợng cao song tên tuổi của nó vẫn còn mờ nhạt trên thị tr- ờng.

Trà Shan là loại tài nguyên thực vật quý có vị đắng, chát, uống vào thì thấy tỉnh táo và khoan khoái hẳn lên. Đây là một trong bốn biến chủng trà phổ biến ở n- ớc ta có đặc điểm nổi bật là cây gỗ lớn, lá có diện tích lớn, răng c- a sâu, búp trà lớn, tôm trà có lông trắng nh- tuyết cho năng suất búp cao, chất l- ợng tốt. Trà Shan đ- ợc phân bố trên vùng núi cao trên 600 m, hàm l- ợng axit amin cao 30 - 35 mg/100g, caffein đơn giản cũng cao hơn, trà xanh thu hoạch bốn lứa/năm không dùng phân hóa học, thuốc trừ sâu; khi dùng sản phẩm từ loại trà này có nhiều chất dinh d- ỡng rất tốt cho sức khỏe. Đây là một giống trà tốt nh- ng từ lâu giá trị của nó vẫn ch- a đ- ợc khai thác một cách triệt để.

Gần đây do nhận biết được tính chất độc đáo và tiềm năng của cây trà Shan vùng núi cao, nước ta đã và đang cho quy hoạch cụ thể lại các vùng trà Shan. Dựa trên yêu cầu về kinh tế xã hội, nước ta đã quy hoạch các vùng trà Shan núi cao theo vùng, kèm theo các điều kiện về cơ sở hạ tầng, giao thông điện, tiến tới đa dạng hóa sản phẩm chế biến từ trà Shan núi cao. Ngoài những sản phẩm truyền thống như trà xanh, trà vàng Hà Giang, trà xanh Suối Giàng, hiện còn có thêm sản phẩm mới như trà đen chất lượng cao đóng gói túi lọc, trà xanh chất lượng cao, trà hoa...; đặc biệt chú ý phát huy thế mạnh của trà an toàn, trà hữu cơ, đẩy mạnh tiếp thị trên thị trường trong và ngoài nước.

Trà Chờ Lồng thuộc huyện Mộc Châu (Sơn La) cũng là những cây trà cho giá trị cao nhất. Cây trà cổ thụ Chờ Lồng được trồng trên cao nguyên Mộc Châu từ cách đây 200 năm, là “mẹ đẻ” của 50% diện tích trà cao nguyên Mộc Châu. Trà cổ thụ Chờ Lồng hiện có chủ yếu ở Chờ Lồng và một phần của xã Tân Lập, huyện Mộc Châu, với diện tích nước đạt trên 200 ha. Đây là loại trà có tỷ lệ đường, caffeine nhiều hơn và tỷ lệ chất chát (tananh) ít hơn so với các loại trà trồng ở các nơi khác, cho sản lượng cao, khả năng chống hạn, chống rét và phòng trừ sâu bệnh tốt nên trở thành vùng nguyên liệu quan trọng cho ngành sản xuất trà Mộc Châu. Hiện nay sản lượng từ cây trà Chờ Lồng được thu hoạch đạt trên 300 tấn/năm, chủ yếu sản xuất thành sản phẩm trà xanh dùng cho xuất khẩu, thị trường tiêu thụ chủ yếu là các nước Nam Á và Nhật Bản.

Tuy nhiên việc khai thác giá trị của giống trà này vẫn chưa xứng với tiềm năng vốn có của nó. Người trồng trà cũng như những nhà kinh doanh sản xuất trà trong nước còn nhận thức một cách rất “hời hợt” về giá trị tiềm ẩn từ loại trà này, chưa có định hướng đầu tư để phát triển cây trà theo quy hoạch, hiện đại hóa để tăng tỷ lệ các sản phẩm trà tinh chế có chất lượng cao và đa dạng hóa sản phẩm. Cây trà cổ thụ Chờ Lồng đang đứng trước nguy cơ bị xóa sổ do tình trạng quản lý không tốt từ các ngành chức năng, nhiều cây đã bị đốn trộm và trở thành mục tiêu săn lùng của các đối tượng thu mua cây cảnh.

Qua đó, có thể thấy rằng nước ta đang dần đánh mất đi một nguồn tài nguyên trà có giá trị mà bao đời nay cha ông ta cố gắng gìn giữ và bảo tồn, dẫn đến

th- ơng hiệu trà Việt bị mờ nhạt so với th- ơng hiệu trà Trung Hoa và Nhật Bản.... Đúng tr- ớc hiện trạng đó, ngành chè Việt Nam cần có những biện pháp khai thác một cách hợp lý nhất giá trị của cây trà, nên tiến hành quy hoạch, định h- ớng nhân giống và phát triển trồng với diện tích rộng những giống trà cổ thụ quý hiếm song song với những giống trà khác; đồng thời tăng c- ờng quảng bá với khách du lịch về những giá trị của giống trà này bằng cách tung ra thị tr- ờng những sản phẩm trà đa dạng và độc đáo.

### ***3.2.2. Xây dựng các ch- ơng trình du lịch th- ờng thức và tìm hiểu về nghệ thuật trà Việt Nam***

Uống trà từ lâu đã gắn bó mật thiết với nền văn minh Đại Việt và trở thành một nét đẹp văn hóa đặc tr- ơng của ng- ời Việt. Tục uống trà và văn hóa trà Việt cũng biến thiên theo thời gian. Ngay đầu thập kỷ 70 “trà chén” đã trở thành một tập quán uống mới ở Hà Nội và các đô thị lớn ở miền Bắc. Sau năm 1975 du nhập thêm tập quán uống trà đá ở miền Nam. Và dân nghiện trà Việt Nam cũng bắt đầu tiếp nhận kiểu uống trà đặc của các cán bộ miền Nam tập kết ra Bắc, trong số các loại trà đặc sản nổi tiếng của miền Bắc đ- a vào phải kể đến trà móc câu - Thái Nguyên.

M- ời năm trở lại đây cùng với tác phong công nghiệp và chính sách mở cửa, cho phép ng- ời dân đ- ợc tiếp xúc với môi tr- ờng bên ngoài, với các nền văn hóa khác nhau trên thế giới, đồng thời có điều kiện học hỏi kỹ thuật sản xuất tiên tiến cũng nh- nhiều tri thức bổ ích khác. N- ớc ta đã du nhập rất nhiều loại trà từ Trung Hoa, Anh... với nhiều cách uống mới, phổ biến trong công chức, giới trẻ nh- các loại trà túi lọc uống ngay, thêm đ- ờng sữa và chanh lát mỏng. Nh- ng bên cạnh những loại n- ớc uống hội nhập ấy, những kiểu uống trà truyền thống độc ẩm, đối ẩm, quân ẩm vẫn còn vẹn nguyên với người Việt. Câu thành ngữ “rượu ngâm nga, trà liền tay” vẫn giữ được giá trị kinh điển của nó. Dù nắng mưa, dù buồn, dù vui, lúc hiếu, lúc hỷ, ngày t- tháng tết, dù uống r- ợu, uống bia và nhất là những lúc tiệc tùng vẫn không thể thiếu đi một tách trà. Chính vì thế mà ta cần phải xây dựng các ch- ơng trình du lịch th- ờng thức và tìm hiểu về nghệ thuật trà đạo Việt Nam để h- ơng trà Việt mãi tr- ờng tồn, lan tỏa, bắt rễ tạo thành một trào l- u du lịch trong xã hội.

Hiện nay, tại Hà Nội đã có rất nhiều những quán trà với những danh trà nổi tiếng từ mọi miền của đất nước, hơn thế Hà Nội lại là thủ đô, là nơi hội nhập, kết tinh và lan tỏa văn hóa. Hàng năm khách du lịch trong và ngoài nước đến Hà Nội du lịch tham quan, chiêm bái cảnh quan, các khu di tích lịch sử rất đông. Đây là một điều kiện thuận lợi để khách du lịch tiếp cận với nền văn hóa trà Việt. Ta có thể đưa địa chỉ một số quán trà nổi tiếng vào chương trình city tour của khách, sau mỗi chuyến đi tham quan, ngao du hòa mình vào nhịp sống chốn thành thị đầy mệt mỏi, du khách sẽ trở về những quán trà này để thư giãn nghỉ ngơi. Ở đó du khách sẽ được sống thật với lòng mình, được hàn huyên chia sẻ với nhau những khoảnh khắc tuyệt vời nhất của chuyến đi. Với không gian ấm cúng, yên tĩnh cùng việc nhấp một chén trà, màu nước vàng sáng hòa quyện cùng hương trà dịu dịu, lắng nghe những bản nhạc du dương nhẹ nhẹ, tâm trí của mỗi người sẽ được thư giãn, lắng đọng, tăng lên bội phần phấn khởi. Trên nền cảnh đó, những trà sư xuất hiện một cách đúng lúc, đúng chỗ gợi mở và giới thiệu một cách tử tế về nghệ thuật thưởng thức trà sao cho ngon, cho đẹp sẽ để lại cho du khách nhiều ấn tượng khó quên.

Xa hơn nữa, vào tận miền Nam ta có thể xây dựng chương trình du lịch thăm và thưởng thức mùi vị đặc trưng của nhiều loại trái cây kết hợp uống trà theo phong cách miệt vườn, bằng những “bình tích” lớn có tráng men và vẽ hoa văn... được đặt trọn bên trong một cái vỏ dừa khô, để giữ cho trà nóng lâu, cho đến tận Tân An, vào trong ruộng miệt của Đồng Tháp để uống trà với con cá khô bống trứng ngào đường - một cách uống rất đặc biệt. Tất cả đã thu dệt nên một bức tranh phong phú cho nghệ thuật thưởng trà Việt Nam.

Hay tại một số vùng chuyên canh trồng trà như ở Thái Nguyên, Đà Lạt, Blao - Lâm Đồng... ta có thể cho xây dựng một số chương trình du lịch thuần túy tìm hiểu về cách pha và thưởng trà. Qua đó sẽ chuyển tải một cách trung thực, thuyết phục những giá trị đặc sắc của nghệ thuật uống trà Việt nhằm tạo nên sức hấp dẫn đối với du khách như các tour du lịch sinh thái về thăm những khu chế biến và sản xuất trà. Trong chương trình du lịch, du khách sẽ tự mình tìm hiểu một cách cận kề từng công đoạn từ thu hái, hoàn thành một sản phẩm trà đến cách pha, thưởng thức

một chén trà Việt theo đúng nghĩa. Đặc biệt, du khách sẽ được tận hưởng hương vị của những loại trà hảo hạng bậc nhất trong vùng do chính tay các nghệ nhân pha mời, giữa một không gian khoáng đạt, trong lành để lĩnh hội một cách trọn vẹn nhất hương vị thiên nhiên kết tụ trong từng chén trà. Gần đây nước ta có tổ chức các lễ hội trà với quy mô lớn, ta cũng có thể tận dụng điều kiện thuận lợi này xây dựng những tour du lịch văn hóa về với lễ hội trà.

### **3.2.3. Kết hợp khai thác nghệ thuật trà Việt với các loại hình du lịch khác**

#### **3.2.3.1. Kết hợp với du lịch Thiền**

Như ta đã biết du lịch Thiền (Zen tourism) là một loại hình du lịch có thể giúp con người, đặc biệt là những khách du lịch hay cảm thấy căng thẳng trong cuộc sống và công việc hoặc những khách du lịch có tâm trạng mệt mỏi muốn tìm những trạng thái tĩnh lặng để thư giãn, để được sống với cuộc sống thực tại của bản thân mình và quên đi cái tôi của quá khứ, cái tôi trong cộng đồng và cái tôi của tương lai nhằm tìm ra những chân lý và triết lý của cuộc đời.

Lật lại lịch sử, hình thức uống trà Trung Hoa - cái nổi bật nhất của thú uống trà, chính là được khởi nguồn từ hình thức Thiền trà. Các trà sư thường uống trà để lấy lại sự tỉnh táo, xua đi cuộc đời trần tục nhiều hệ lụy, xóa tan cảm giác tĩnh mịch chốn thiền môn. Dưới lăng kính của Thiền, thú uống trà đã được nâng lên trở thành một đạo giáo nghệ thuật, một nghi lễ căn cứ vào sự tôn thờ vẻ đẹp thô sơ của cuộc sống thường nhật: “Nó gây cho các tín đồ nguồn cảm hứng về sự thanh khiết, sự nhịp nhàng, sự huyền bí của lòng từ ái tương thân, sự cảm thông chủ nghĩa lãng mạn của trật tự xã hội - nó chỉ là sự sùng bái “chưa viên mãn” bởi nó là một cố gắng để làm tròn cái có thể được trong cái không thể được - tức là sự đời” [2, 9].

Không có ở nơi nào trên thế giới mà nỗi buồn và sự mộc mạc lại được coi như là một chuẩn mực của cái đẹp và cũng không có ở nơi đâu người ta cử hành một nghi thức trà đạo với cả một sự sùng kính thiêng liêng như đang được hành hương về đất Phật như ở Nhật Bản. Triết lý của trà hay triết lý của Thiền không đơn thuần là sự thẩm mỹ giản dị như ý nghĩa thông thường của nó mà ẩn chứa trong đó một sự sâu sắc thâm trầm, nó giúp ta được giải bày cùng phụ họa với luân lý và tôn giáo, cái ý niệm toàn diện của ta về con người về vạn vật. Uống trà vào buổi sáng

sớm tinh mơ, trong một thế giới thuần khiết, vô song ta dường như cảm thấy có một mùi vị “niết bàn” trong chung trà nhỏ bé mà ta cầm bằng những ngón tay tục lụy. Phòng trà là nơi du ngoạn giữa sa mạc của kiếp nhân sinh, là nơi nơi ta có thể vất bỏ đi những lo toan, bận bịu của đời sống thường nhật để dành chỗ cho sự tôn thờ cái thanh sạch của tâm hồn, cái tinh tế của nghệ thuật. Cây trà và nghệ thuật uống trà đã được khai thác rất thành công như thể cùng với du lịch Thiền ở Nhật Bản và Trung Hoa.

Hiện nay, ở Việt Nam đã có sự xuất hiện của một số hình thức du lịch Thiền sơ khai trong các chương trình du lịch, góp phần làm phong phú hơn cho loại hình du lịch trên đất nước. Vì thế ta có thể kết hợp uống trà với việc tham quan những thiền viện nổi tiếng trong nước như thiền viện Trúc Lâm ở Đà Lạt - Lâm Đồng, một thiền viện lớn nhất cả nước, tọa lạc trên một vùng đồi nơi có điểm du lịch hấp dẫn nhất cả nước, có hệ thống cáp treo dài nhất Việt Nam 2300 m. Đến thăm thiền viện Trúc Lâm ngoài việc được chiêm ngưỡng một ngôi thiền viện ẩn mình trong sương khói, du khách còn được thưởng thức những danh trà nổi tiếng tại Lâm Đồng như trà Cầu Đất, trà Blao...

Hay ngoài miền Bắc có thể kết hợp với hai thiền viện có cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ, khoáng đạt mang trong mình những giá trị lịch sử và tâm linh vô cùng sâu sắc đó là chốn tổ của Phật giáo Việt Nam - thiền viện Trúc Lâm Tây Thiên và cái nôi của Thiền Tông Việt Nam - thiền viện Trúc Lâm Yên Tử. Hai thiền viện này đã kết tinh trong mình những giá trị văn hóa hàng xuyên mà cha ông ta để lại qua hàng ngàn năm lịch sử. Thường trong mỗi thiền viện bao giờ cũng có một không gian dành riêng cho cây cỏ gọi là vườn thiền - hội tụ rất nhiều những hoa thơm cỏ lạ, từ những cây cổ thụ lâu niên cho tới những loài hoa quý, những loài thảo dược.... Thường trà trong không gian của vườn thiền để được giao hòa với thiên nhiên, trời đất chính là một cách để thẩm thấu tốt nhất ý nghĩa của của kiếp nhân sinh, cũng là một cách để hiểu biết trọn vẹn về một nét tinh hoa trong văn hóa dân tộc - nghệ thuật trà Việt và nghệ thuật Thiền.

Với những điều kiện trên, cũng giống như Trung Hoa và Nhật Bản, ở nước ta hoàn toàn có thể phát triển nghệ thuật thưởng trà thông qua loại hình du lịch Thiền.

Bởi n- ớc ta nằm trong không gian văn hóa Á Đông, hơn nữa từ lâu n- ớc ta cũng có lịch sử Trà đạo cho riêng mình, nó chỉ giản đơn nh- ng lại thật tinh tế đến không ngờ. Chỉ một bộ bàn ghế nhỏ, một bộ ấm chén với vài ba thực khách, đ- ọc xếp đặt trong một không gian có hoa, lá, cỏ, cây - nh- thế đã làm nên nghi thức uống trà của ng- ời Việt.

Những ng- ời sành trà nói rằng cái ngon của trà Trung Hoa do đ- ọc ngắm nhìn thì mãi mãi bởi kỹ thuật điều luyện của ng- ời pha chế mang lại, còn cái ngon của trà Nhật Bản là do không khí th- ởng thức thành kính, trang nghiêm. Đối với trà Việt Nam cái ngon nằm ngay trong chính vị trà, tách trà và tâm hồn của ng- ời uống. Khi bắt đầu nhấp chén trà trên môi, ng- ời ta thấy có vị chát chũa, uống đến cổ họng rồi mới thấy vị ngọt lan tỏa, khi uống xong là một cảm giác sáng khoái lâng lâng. Những cảm xúc và tâm trạng ấy cũng giống nh- ng- ời ta nếm trải những vị chua ngọt ở đời. Và nh- thế chén trà nhỏ bé chứa đựng trong mình một triết lý nhân sinh vô cùng sâu sắc.

Tuy nhiên để chén trà Việt đến đ- ọc với du khách, để tâm hồn Việt Nam đ- ọc cảm nhận một cách tinh tế, ng- ời viết thiết nghĩ không có nơi đâu thích hợp hơn là ngôi th- ởng thức những chén trà trong một khu v- ờn thiền. Hay nói một cách khác là th- ởng thức trà cùng với du lịch Thiền, đắm mình trong không gian của thiền viện là một cách tốt nhất để gột rửa sạch bụi bặm của tâm hồn và hòa mình vào nền văn hóa “âm thủy” hàng đầu của dân tộc - văn hóa trà Việt.

### *3.2.3.2. Kết hợp với du lịch văn hóa*

Du lịch văn hóa là một loại hình du lịch mà ở đó con ng- ời đ- ọc h- ởng thụ những sản phẩm văn hóa của một quốc gia, một vùng hoặc của một dân tộc. Dọc theo chiều dài của đất n- ớc có biết bao nhiêu tài nguyên du lịch văn hóa nổi tiếng đ- ọc khai thác trở thành những điểm đến thân thuộc của khách du lịch bốn ph- ơng.

Ngày nay khi đời sống của con ng- ời đ- ọc nâng lên, nhu cầu về mọi mặt của đời sống cũng từ đó tăng theo, nhu cầu đ- ọc giao l- u tìm hiểu, hiểu biết lẫn nhau giữa các quốc gia, dân tộc ngày càng phát triển. Đặc biệt trong xu thế quốc tế hóa toàn cầu, con ng- ời lại càng có xu h- ởng tìm về nguồn cội, vì một lẽ văn hóa là



ting hoa, là nét riêng biệt, là sự đặc sắc để mỗi xã hội đem ra cống hiến với thế giới trong quá trình giao l- u hội nhập.

Hàng ngày thông qua hoạt động du lịch, con ng- ời gần nh- lĩnh hội một cách đầy đủ và trọn vẹn những giá trị văn hóa tinh túy của đất n- ớc. Nh- ng điều đó chỉ là những hoạt động đ- ợc lặp đi lặp lại không có gì là mới mẻ. Nếu có sự thay đổi chẳng qua cũng chỉ khác đôi chút mà thôi. Và để làm mới cho những hoạt động du lịch ấy, cũng nh- góp phần tôn vinh cho nền văn hóa đất Việt, ta có thể khai thác nghệ thuật uống trà Việt song song với du lịch văn hóa hiện thời. Đó quả thật là một điều rất hữu ích.

X- a nay nghệ thuật th- ờng trà vẫn luôn bị bó hẹp trong khuôn khổ của những quán trà. Trong nhịp chảy hối hả của cuộc sống ng- ời ta l- ớt qua nó một cách mau lẹ bởi ng- ời ta chỉ quen đi du lịch để ngắm cảnh, để mua sắm, vui chơi. Vậy tại sao chúng ta không cùng nhau vun đắp cho nghệ thuật trà Việt đ- ợc phát triển hơn nữa, bằng cách mở rộng phạm vi uống trà ra ngoài xã hội, thông qua các lễ hội văn hóa đ- ợc tổ chức tại những khu di tích lịch sử, đền, chùa, miếu mạo... nổi tiếng trong n- ớc. Tại các địa điểm này ta sẽ đ- a nghi thức uống trà vào một phần của lễ hội, khách có thể vừa tham quan các di tích, vừa th- ờng trà thậm chí có thể tham gia các hội thi pha trà, luận thơ ca về trà... có kèm theo giải th- ờng là những sản phẩm trà hay những bộ ấm, chén pha trà. Hoặc trong các tour du lịch văn hóa, ngoài nh- ng điểm đến quen thuộc chúng ta hoàn toàn có thể đ- a thêm vào ch- ơng trình một vài điểm đến mới - đó là những quán trà đã thành danh. Tại đây du khách không chỉ có cơ hội th- ờng trà, mà còn đ- ợc nghe chủ quán giới thiệu về nghệ thuật trà Việt, đ- ợc xem viết th- pháp, đ- ợc nghe kể chuyện về các trà s- , đ- ợc ngắm các giống trà khác nhau và đ- ợc mua trà hay các sản phẩm liên quan đến thú uống trà về làm quà cho ng- ời thân.... Song để làm đ- ợc điều này cần có sự kết hợp và lên ch- ơng trình chặt chẽ giữa các công ty du lịch và các quán trà danh tiếng đó.

Ngoài ra ta có thể kết hợp khai thác nghệ thuật uống trà trong những sự kiện văn hóa lớn của đất n- ớc nh- lễ kỷ niệm nghìn năm Thăng Long, ngày giỗ tổ Hùng V- ơng, ngày quốc khánh mừng 2 - 9, Tết nguyên đán.... Đây là những ngày lễ

trọng đại của đất nước, khách thập phương cũng như khách nước ngoài hội tụ về rất đông. Văn hóa Việt Nam sẽ được chuyển tải một cách mạnh mẽ đến khách du lịch. Hoà cùng không khí tươi vui, hào hùng ấy, văn hóa trà Việt được các nghệ nhân tái hiện thông qua nghệ thuật pha trà điêu luyện, những chiếu trà với nhiều cách thưởng thức trà khác nhau sẽ là điểm nhấn quan trọng đối với du khách. Từ đó nghệ thuật trà Việt sẽ được nhiều người biết đến và có một điều chắc chắn là nếu ai đã một lần được nhấp một chén trà Việt nhất định sẽ thầm mong ít nhất có một lần được thử lại, bởi trà Việt đơn sơ, giản dị mà chứa chan tình cảm nhân ái Việt.

### 3.2.3.3. Kết hợp với du lịch ẩm thực

Món ăn thức uống của mỗi dân tộc thực sự là một sáng tạo văn hóa độc đáo của dân tộc đó. Ăn uống phản ánh trình độ văn hóa, văn minh của dân tộc, trình độ phát triển sản xuất, trình độ kỹ thuật của xã hội. Món ăn chứa đựng tiềm tàng sự sinh động và đa dạng về đặc điểm văn hóa, phong tục tập quán, ý thức tín ngưỡng của từng tầng lớp xã hội, từng vùng miền dân cư khác nhau. Với cách nhìn này, ẩm thực của dân tộc chính là "lăng kính đa chiều" phản ánh nhiều quá trình, nhiều hiện tượng xã hội của con người trải qua thời gian đã được nâng lên thành bậc nghệ thuật - nghệ thuật ẩm thực. Vì thế đã có một nhà hiền triết nói rằng: muốn tìm hiểu một nền văn hóa, cách tốt nhất là bắt đầu bằng những món ăn thức uống của nền văn hóa đó.

Đất nước ta lại có nền văn hóa ẩm thực phong phú và đa dạng, xuyên suốt chiều dài của đất nước đã có biết bao nhiêu món ăn ngon trở thành một phần không thể thiếu trong những chương trình du lịch, khiến cho khách du lịch tò mò và tìm mọi cách để thưởng thức. Vì thế du lịch ẩm thực từ lâu đã được rất nhiều người ưa chuộng. Nhân người ta thường biết đến các món ăn, hơn là món uống. Rất ít người biết rằng bên cạnh những món ăn ngon ấy còn có một nền "ẩm thủy" hàng đầu của dân tộc đang âm thầm tỏa sáng.

Xưa nay người ta đâu thể ăn mà không uống, đó là hai yếu tố quan trọng để con người sống và tồn tại. Nếu như trong du lịch ẩm thực du khách được tận hưởng những sơn hào hải vị, những miếng ngon, quả lạ và uống những loại nước uống giải

khát trên thị trường có sẵn, thì song song với thú vui này ta sẽ đi trà vào cuộc hành trình, nâng cao tầm quan trọng của nó lên như một điều tất yếu không thể thiếu đối với mỗi người. Sau mỗi bữa ăn, ta sẽ cho du khách uống những loại trà có hương vị đặc trưng của dân tộc như trà Cúc, trà Sen, trà Nhài... hay những loại trà xanh hoà tan, trà túi lọc, trà bỏ d- ồng hoặc bỏ xung những danh trà kèm vào trong thực đơn ăn, uống của du khách.

Theo nhiều nghiên cứu, uống trà rất có lợi nếu đi- ợc pha chế và bảo quản đúng cách. Trà làm h- ng phấn tinh thần, thông minh lanh lợi và tăng trí nhớ, làm hết mệt mỏi, duy trì công năng bình thường của hệ thống tim mạch và huyết quản, hệ thống tiêu hóa. Trong trà có những chất chống lão hóa làm h- ng phấn thần kinh trung - ơng và tăng c- ờng sức khoẻ, năng lực vận động. Đặc biệt trong trà có chất nhu toan làm tiêu diệt vi khuẩn vi trùng, uống trà có thể ngăn ngừa đi- ợc bức xạ, phòng đi- ợc cảm mạo và hạ thân nhiệt. Một số loại trà còn có tác dụng làm giảm mập khiến thân hình thon thả và làm da mặt đẹp hơn. Với những công dụng này, trà rất thích hợp để khai thác kết hợp với du lịch ẩm thực. Nó vừa đem lại cho du khách cảm giác yên tâm về sức khỏe lại vừa không tốn kém về mặt kinh tế mà vẫn lĩnh hội đi- ợc trọn vẹn những giá trị đích thực của chuyến đi.

#### **3.2.4. Tăng c- ờng quảng bá về nghệ thuật trà Việt**

Uống trà là một phong tục lâu đời của người Việt, trở thành một nét đẹp truyền thống trong văn hóa ẩm thực. Đây là một bản sắc dân tộc thật đáng tự hào, để mỗi người trong chúng ta gìn giữ và phát huy. Song d- ờng như nghệ thuật uống trà rất ít đi- ợc du khách biết đến. Đây là một thực trạng đáng buồn đòi hỏi sự quan tâm của nhà nước và các ngành chức năng đặc biệt là ngành du lịch.

Cuộc sống ngày nay là một cuộc sống văn minh, con người sống và làm việc với những thiết bị máy móc hiện đại, mọi tin tức trong ngày đều đi- ợc cập nhập một cách nhanh nhất, mạng Internet chính là phương tiện truyền tải và truyền bá thông tin hiệu quả nhất. Vì thế ngành du lịch phải đẩy mạnh hơn nữa những chiến lược quảng bá nghệ thuật uống trà trên các phương tiện thông tin đại chúng. Song để giá trị đích thực của nghệ thuật thưởng trà Việt đến đi- ợc với mọi người ở khắp nơi trên thế giới, cần thiết kể những chương trình hấp dẫn, những trang Web sinh động

h- ớng dẫn cách pha và th- ờng thức trà Việt để mọi ng- ời hiểu hơn về nền văn hóa “ẩm thủy” hàng đầu của ng- ời Việt. Có nh- vậy việc tuyên truyền rộng rãi những giá trị đặc sắc của nghệ thuật trà Việt mới đ- ợc thực hiện thành công.

Bên cạnh đó việc thiết kế các tờ rơi, tập gấp với địa chỉ của những quán trà Việt nổi tiếng trong n- ớc cũng là một điều rất cần thiết, khi khách n- ớc ngoài đến Việt Nam sẽ có cơ hội tiếp cận và th- ờng thức h- ớng trà đất Việt, đồng thời biên soạn các công trình nghiên cứu về nghệ thuật trà Việt có quy mô và giá trị thành nhiều cuốn sách bày bán phổ biến trên thị tr- ờng.

Tập hợp các nghệ nhân trà trong cả n- ớc thành lập nhiều câu lạc bộ về trà Việt, th- ờng xuyên có các hoạt động giao l- u, trao đổi kinh nghiệm về nghệ thuật pha và th- ờng trà, đặc biệt chú trọng mở các lớp đào tạo trà nô cho thế hệ trẻ mở rộng phạm vi đến các tr- ờng học, nhà hàng, khách sạn... cũng là một cách quan trọng để vừa giữ gìn phát huy nghệ thuật th- ờng trà của dân tộc vừa quảng bá một cách hiệu quả ra bên ngoài xã hội. Đồng thời, để nâng cao khả năng khai thác phục vụ du lịch, thiết nghĩ nên triển khai hình thức quán trà để phục vụ đông đảo những ng- ời thích và yêu trà. Bên cạnh đó, các công ty du lịch hoàn toàn có thể kết hợp với các vùng trồng trà chuyên canh, thiết kế các tour du lịch sinh thái th- ờng ngoạn đồi trà. Tại các quán trà hoặc các điểm du lịch này, nên xây dựng thêm các khu tr- ờng bày, bán hàng về sản phẩm trà, dụng cụ pha trà nh- ấm, chén, trà cụ.... Mô hình vừa th- ờng trà vừa sản xuất kinh doanh phục vụ khách du lịch nh- vậy hiện đang rất phát triển ở Trung Quốc, đặc biệt ở Bắc Kinh, Vân Nam hay Tứ Xuyên. Cũng nằm trong chính sách quảng bá, nhà n- ớc và các ban ngành đoàn thể, nên đầu t- tổ chức th- ờng niên các lễ hội văn hóa trà hay kết hợp nghệ thuật th- ờng trà Việt với các loại hình du lịch khác. Cuối cùng, cần đa dạng hóa hình thức đóng gói sản phẩm trà, tạo lô gô mang tên trà Việt để gây sự chú ý. Đó cũng là một cung cách tiếp thị trực tiếp đến khách du lịch.

### **3.3. Tiểu kết**

Trải qua những b- ớc thăng trầm của lịch sử dân tộc, cây chè vẫn gắn bó mật thiết với con ng- ời Việt Nam. Nghệ thuật th- ờng trà đã trở thành giá trị tinh thần vô cùng quý giá của dân tộc, nó mang trong mình những đặc tr- ờng rất riêng.

Nh- ng trong xã hội hiện đại ngày nay con ng- ời gần nh- thờ ơ với chính nó, giá trị đích thực của cây trà không đ- ợc khai thác một cách hợp lý. Hình ảnh về một nền văn hóa trà Việt thật nhạt nhòa tr- ớc nền văn hóa trà của Trung Hoa và Nhật Bản. Ng- ời Việt đang dần đánh mất đi nét đẹp văn hóa “ẩm thủy” của mình.

Việc bảo tồn và l- u giữ phát triển nghệ thuật trà Việt phục vụ du khách, phát triển du lịch sẽ đem lại rất nhiều lợi ích nh- đóng góp vào sự phát triển kinh tế xã hội của cả n- ớc, thúc đẩy các ngành kinh tế khác phát triển. Đặc biệt trong xu thế hiện nay, du lịch văn hóa đ- ợc coi là nguồn tài nguyên du lịch hấp dẫn thì vấn đề ấy càng trở nên cần thiết hơn bao giờ hết.

## KẾT LUẬN

Việt Nam là một trong những cái nôi trồng trà cổ nhất thế giới, một trong những quê hương đầu tiên của cây trà. Người dân Việt Nam từ ngàn đời nay đã biết đến cây trà, biết làm ra sản phẩm trà và biết uống trà. Trải qua những biến thiên của thời gian, thưởng trà đã trở thành một thứ nghệ thuật, mang trong mình sự kết tinh của trời đất, triết lý sống của người Việt và nó giữ vị trí quan trọng trong văn hóa ẩm thực. Thật khác với văn hóa trà của Trung Hoa và Nhật Bản nghệ thuật thưởng trà Việt không cầu kỳ, kiểu cách, rất đơn giản và mộc mạc nhưng lại để lại ấn tượng sâu sắc cho người uống đến không giờ.

Nghệ thuật thưởng trà thực sự là tài nguyên du lịch văn hóa đặc sắc của dân tộc có nhiều tiềm năng phát triển du lịch. Bởi vậy, xác định du lịch là một ngành kinh tế mũi nhọn, một vài năm gần đây ngành chè đã phối hợp với các ngành chức năng khác tổ chức các lễ hội văn hóa trà với nhiều chương trình đặc sắc, hấp dẫn, nhằm phát huy thế mạnh của cây trà cũng như nghệ thuật thưởng trà đến tất cả mọi người cùng với việc thành lập nhiều câu lạc bộ trà, mở những quán trà Việt phục vụ khách du lịch trong và ngoài nước. Tuy nhiên việc khai thác nghệ thuật thưởng trà phục vụ cho hoạt động du lịch còn gặp rất nhiều vấn đề khó khăn, đòi hỏi ngành du lịch cần có nhiều giải pháp thiết thực để khai thác có hiệu quả hơn nghệ thuật thưởng trà, làm nền văn hóa “ẩm thủy” này mãi tỏa hương không bị quên lãng, mai một theo thời gian.

Do năng lực và trình độ của bản thân còn nhiều hạn chế, vấn đề nghiên cứu nghệ thuật thưởng trà dù chỉ là một khía cạnh trong khai thác phát triển du lịch đất nước, song người viết hy vọng, với đề tài này sẽ đóng góp một cái nhìn tổng đối hệ thống và đầy đủ về việc nhận thức giá trị cũng như tiềm năng phát triển du lịch văn hóa từ nghệ thuật thưởng trà Việt, để từ đó nghệ thuật thưởng trà Việt sẽ có bước tiến cao hơn trong sự nghiệp phát triển du lịch của mình, sánh ngang với nghệ thuật thưởng trà của hai đất nước Trung Hoa và Nhật Bản.

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

### I. Sách:

1. Toan Ánh, **Nếp cũ**, NXB Trẻ, 2005.
2. Okakura Kakuzo, **Chén trà Nhật Bản**, NXBTP Hồ Chí Minh, 1989.
3. Nguyễn Tuân, **Vang bóng một thời**, NXB Văn Học, 2003.
4. Trần Ngọc Thêm, **Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam**, NXBTP Hồ Chí Minh, 2006.
5. Trần Quốc V- ọng, **Văn hóa Việt Nam tìm tòi và suy ngẫm**, NXB Văn Học, 2003.
6. Lục Vũ, **Trà Kinh**, NXB Văn học, 2008.

### II. Báo, tạp chí:

7. Ẩm thực văn hóa nghệ thuật, số 3.
8. Du lịch Việt Nam, NXB Bộ văn hóa thể thao và du lịch, số1, 2009.
9. Báo tuổi trẻ.
10. Báo Tài hoa trẻ.
11. Báo dân trí.

### III. Website:

12. <http://www.raovat.vn>
13. <http://www.diendandulich.com>
14. <http://www.trangon.com>
15. <http://www.traviet.org>
16. <http://www.vanhoaphuongdong.com>

## PHẦN PHỤ LỤC

### I. Mét sè ch- $\neg$ ng tr $\times$ nh du l $\beta$ ch t $\times$ m hiÓu vÒ nghÖ thuËt trư ViÖt

**I. Ch- $\neg$ ng tr $\times$ nh du l $\beta$ ch:** (,p đông cho @o $\mu$ n 20 ng-êi vúi gi, trăn gãi 584.000 VN§/ kh, ch, ch-a cả thuÖ VAT.)

#### H¶i D- $\neg$ ng - Hµ Néi

(2 nguy 1 @ $^a$ m b $\gg$ ng ph- $\neg$ ng tiÖn « t« )

• *Nguy 1: H¶i D- $\neg$ ng - Hµ Néi*

- S,ng: Xe @ãn quý kh, ch t*i* @iÓm hÑn @i th`m di tÝch l $\beta$ ch sÖ C«n S-n- KiÖp B $^1$ c, `n s,ng t*i* th $\mu$ nh phè H¶i D- $\neg$ ng.

- Tr-a: Quý kh, ch `n tr-a v $\mu$  nghØ ng- $\neg$ i t*i* KiÖp B $^1$ c.

- ChiÒu: Xe @-a quý kh, ch khèi h $\mu$ nh @i Hµ Néi, nghØ @ $^a$ m v $\mu$  `n tèi t*i* kh, ch s $^1$ n Hµ Néi.

Tèi: Uèng trư, giao l-u gÆp gì vúi c, c nghÖ nh©n trong c©u l $^1$ c bé trư ViÖt kÖt h $\mu$ p vúi nghe ca nh $^1$ c d©n téc t*i* nh $\mu$  v`n hãa Thanh Ni $^a$ n.

• *Nguy 2: Hµ Néi - H¶i D- $\neg$ ng*

- S,ng: Ăn s,ng t*i* kh, ch s $^1$ n, khèi h $\mu$ nh @i th`m Nh $\mu$  h, t lín, viÖng l`ng Chñ t $\beta$ ch Hã ChÝ Minh.

- Tr-a: Quý kh, ch `n tr-a tù do, quý kh, ch cả thÓ nghØ ng- $\neg$ i th- gi-n t*i* mét sè qu, n trư nãi tiÖng @Ó c¶m nhËn sù phong phó cña Èm thùc Hµ Néi.

- ChiÒu: Trè vÒ kh, ch s $^1$ n tr¶ phßng, xe tiÖp tc @-a quý kh, ch @i th`m Hã Ho $\mu$ n KiÖm, th`m Phè cæ Hµ Néi v $\mu$  mua s $^3$ /4m. Sau @ã trè vÒ H¶i D- $\neg$ ng kÖt thc ch- $\neg$ ng tr $\times$ nh.

✚ Ghi chú: gi, tr $^a$ n bao gồm:

- PhÝ vËn chuyn: 3000.000 VN§ 2 nguy xe «t« @èi múi, m, y l`nh.

- PhÝ l-u tr: 150.000 mét ng-êi/@ $^a$ m (kh, ch s $^1$ n/ phßng @«i).

- PhÝ `n uèng:

+ B÷a chÝnh 50.000 VN§/ng-êi.

+ B÷a ph 20.000 VN§/ng-êi.

- C, c chi phÝ kh, c:

+ H-íng dËn vi $^a$ n: 200.000 VN§/nguy.

+ Giao l-u: 2000.000 VN§.

+ B¶o hiÓm: 2000 VN§ ng-êi/nguy.

+ VÐ tham quan: 20.000 VN§/ng-êi.



2. **Ch-~~ng~~ tr×nh du lPch vÒ xø trụ:** (,p đông cho @oµn 20 ng-êi, vËn chuyỐn b»ng ph-~~ng~~ tiỐn «t» vớ gi, trăn gãi 1.036.000 VN§/kh, ch, ch-a cả thuỐ VAT.)

### Hụ Néi - Th, i Nguy<sup>a</sup>n

(3 ngày 2 @<sup>a</sup>m, @i theo quèc lé 3 vµ @-êng §, n - Nói Cèc)

- Ngày 1: Hụ Néi - Thụnh phè Th, i Nguy<sup>a</sup>n
  - S, ng: Xe @ãn quý kh, ch t<sup>i</sup> @iỐm hÑn @i Th, i Nguy<sup>a</sup>n @Ốn hủ Nói Cèc nhËn phßng vµ  n tr-a t<sup>i</sup> hủ Nói Cèc
  - ChiÒu: Quý kh, ch @i tụu th m vµ l-u tró t<sup>i</sup> hủ Nói Cèc.
    - Ngày 2: Hủ Nói Cèc - Vĩng chỈ TỐn C-~~ng~~
      - S, ng: Quý kh, ch  n s, ng, tr  phßng   hủ Nói Cèc, l<sup>a</sup>n xe @i th m vµ t m hiỐu quy tr×nh chỐ biỐn, h, i t a, sao t m @Æc s n trụ TỐn C-~~ng~~ t<sup>i</sup> xãm Hảng Th, i 1, Hảng Th, i 2, Gß Ph, o, §éi C n.
      - Tr-a: Quý kh, ch  n tr-a, ngh  ng-~~i~~ t<sup>i</sup> x. TỐn C-~~ng~~. T  do ch p  nh, th m thó nh ng @ i chỈ h nh b, t  p xanh m-~~n~~ m n t<sup>i</sup> TỐn C-~~ng~~.
      - ChiÒu: §Ốn th m vĩng @ t t  c a vĩng chỈ tỐn C-~~ng~~, chi<sup>a</sup>m ng-~~ing~~ b-~~i~~ chỈ c  t<sup>i</sup> xãm Lam S-~~n~~ d-~~í~~ chỐn nói Guéc. Th-~~eng~~ trụ vµ h c l m ngh  nhỐn sao t m trụ.
      - T i: Quý kh, ch  n t  do, giao l-u @ t l a tr<sup>i</sup> vớ ng-~~êi~~ dỐn xø trụ, th-~~eng~~ th c nh ng lo<sup>i</sup> trụ n i tiỐng Th, i Nguy<sup>a</sup>n vµ nghe c, c ngh  nhỐn kỐ chuyỐn vÒ qu n g c c y trụ.
        - Ngày 3: Vĩng chỈ TỐn C-~~ng~~ - Hụ Néi.
          - S, ng: Quý kh, ch  n s, ng, t  do mua sắm   TỐn C-~~ng~~, sau @  l<sup>a</sup>n xe vÒ thụnh phè Th, i Nguy<sup>a</sup>n.
          - Tr-a:  n tr-a t<sup>i</sup> thụnh phè Th, i Nguy<sup>a</sup>n.
          - ChiÒu: Th m b o t ng V n H a c, c DỐn T c ViỐt Nam, nghe thuyỐt minh, ch p  nh l-u niỐm vµ vÒ Hụ Néi kỐ th c ch-~~ng~~ tr×nh.
  - ✚ Ghi chú: gi, tr<sup>a</sup>n bao gồm:
    - PhÝ vËn chuyỐn:
      - + PhÝ « t : 4.500.000 VN§/ 3 ngày.
      - + PhÝ tụu th m hủ Nói Cèc: 500.000 VN§
    - PhÝ l-u tró: 300.000 mét ng-~~êi~~/@<sup>a</sup>m (kh, ch s<sup>1</sup>n/ phßng @ i).
    - PhÝ  n uống:
      - + B a chÝnh 50.000 VN§/ng-~~êi~~.
      - + B a ph  20.000 VN§/ng-~~êi~~.

- Các chi phí khác:

+ Hàng đến vận: 200.000 VNĐ/ngày.

+ Giao lưu: 2000.000 VNĐ.

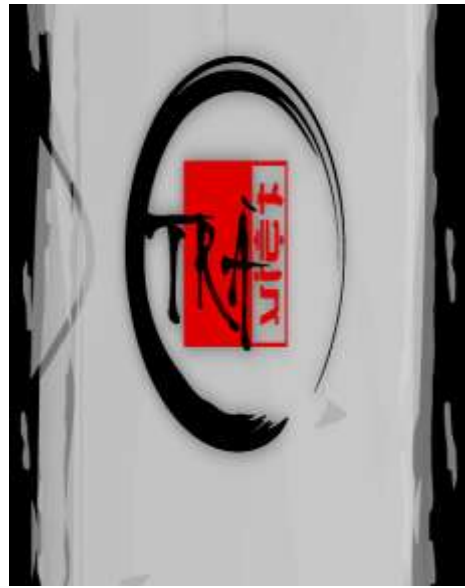
+ Bảo hiểm: 2000 VNĐ/ng-êi/ngày.

+ VĐ tham quan: trả Nội Cúc 30.000 VNĐ/ng-êi; bảo trợ vận Hành các Đoàn Tộc Việt Nam 10.000 VNĐ/ng-êi.

## II. Một số hình ảnh minh họa về trụ Việt



Cây trụ Việt Nam



Thương hiệu trụ Việt

### 1. Các sản phẩm trụ đặc trưng của Việt Nam:



Trụ hoa B-êi



Trụ Nhụi



Trụ Sen



Trụ hoa Cúc

## 2. Qu, n trụ ViÖt:



Mét gãc Hi'n trụ Tr-êng Xu©n



Mét gãc L- trụ Qu, n



Trụ viÖt qu, n

V« Th-êng TPchCèc

## 3. C, c lo'i Êm pha trụ:



Ấm ®éc Èm



Ấm song Èm



Ấm quÇn Èm



Ấm song Èm

#### 4. Lô héi v`n hĩa trư:



Lô héi trư §µ L't 2006



H×nh ¶nh trong Lô héi trư §µ L't



Lô héi trư L©m §ãng lÇn 2 - 2008



C¶nh Lô héi Trư ViÖt 2008

#### 5. Mét sè ho't ®éng b¶o tån vµ ph,t triÓn nghÖ thuËt trư ViÖt:





Hoạt động văn hóa trà Việt 2008



Lễ trao bằng tốt nghiệp lớp trà



Bụi kiêu trà cuối khóa của các chị em