

GIÁ TRỊ VĂN HÓA ẨM THỰC CỦA CÁC TỘC NGƯỜI THIỂU SỐ Ở TỈNH HÀ GIANG TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ, DU LỊCH HIỆN NAY

BÙI THỊ BÍCH LAN*

Không chỉ có những cảnh quan thiên nhiên làm say đắm lòng người, Hà Giang còn được biết đến là một miền đất đa dạng về bản sắc văn hóa của đồng bào dân tộc thiểu số. Bên cạnh các phong tục tập quán, các lễ hội, các loại hình văn học nghệ thuật thì văn hóa ẩm thực của đồng bào các dân tộc nơi đây cũng góp phần quan trọng trong việc nhận dạng đặc trưng văn hóa tộc người, bảo vệ môi trường sinh thái, đáp ứng nhu cầu dinh dưỡng và sức khỏe. Đặc biệt, với việc đem lại những trải nghiệm khó quên cho du khách khi đặt chân đến miền đất này, văn hóa ẩm thực còn đang góp phần tích cực trong phát triển du lịch và cải thiện sinh kế. Trên cơ sở nghiên cứu về văn hóa ẩm thực Hà Giang, bài viết đưa ra một số giải pháp bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa độc đáo của các loại hình ẩm thực tiêu biểu trong bối cảnh hiện nay như việc tạo ra sự khác biệt cho sản phẩm; nâng cao tính “bản sắc” và “chuyên nghiệp” trong phục vụ ẩm thực; vinh danh những người nấu ăn giỏi và mở lớp đào tạo, truyền dạy về văn hóa ẩm thực cho thế hệ trẻ.

Từ khóa: giá trị, văn hóa ẩm thực, tộc người thiểu số, Hà Giang

Nhận bài ngày: 5/1/2020; *đưa vào biên tập:* 10/1/2020; *phản biện:* 5/2/2020; *duyet đăng:* 15/3/2020

1. DẪN NHẬP

Giao thoa và biến đổi là xu hướng tất yếu trong đời sống văn hóa, trong đó có văn hóa ẩm thực. Ở Việt Nam, do quan hệ giao lưu văn hóa giữa các tộc người thiểu số và với người Kinh mà văn hóa ẩm thực có sự biến đổi theo từng mức độ khác nhau, từ nguồn nguyên liệu, gia vị, cách chế biến... cho đến những ứng xử trong ăn uống. Xu hướng tất yếu của con người là

hướng tới sự tiện ích về mọi mặt, nên không ít món ăn tiêu biểu của một số tộc người trước đây tốn thời gian và công sức chế biến thì nay được thay thế bởi các món ăn phổ thông, đơn giản và tiện lợi. Một số món chính trong bữa ăn thường ngày trước đây của các dân tộc giờ chỉ còn xuất hiện ở một số gia đình có người lớn tuổi và vào các dịp đặc biệt. Tuy nhiên, về cơ bản, ẩm thực của các tộc người vẫn gìn giữ được những nét văn hóa truyền thống trong đời sống sinh hoạt hàng ngày như một bản sắc văn hóa.

* Viện Dân tộc học.

Trong các chuyến khảo sát tại Hà Giang (năm 2019), chúng tôi đã tiến hành nghiên cứu về văn hóa ẩm thực của một số tộc người thiểu số như người Bố Y, Dao, Hmông, Lô Lô, Nùng, Tày, Pà Thẻn... ở các huyện: Quản Bạ, Xín Mần, Hoàng Su Phì, Đồng Văn, Bắc Quang và Quang Bình. Qua nghiên cứu cho thấy, thực hiện Nghị quyết Trung ương 5 (khóa VIII) trong việc bảo tồn, phát huy các giá trị truyền thống tốt đẹp của dân tộc và nhất là thực hiện mục tiêu thúc đẩy “ngành công nghiệp không khói”, các loại hình văn hóa ẩm thực tiêu biểu, độc đáo của các tộc người ở tỉnh Hà Giang không chỉ được khuyến khích duy trì trong sinh hoạt hàng ngày mà còn được phát huy dưới nhiều hình thức.

Gần đây, Hà Giang được biết đến bởi du khách trong và ngoài nước ngày càng cao, trở thành điểm đến ấn tượng trong phát triển du lịch. Một trong những kết quả ghi nhận về phát triển du lịch thì Hà Giang được xem là địa phương đã khai thác tốt và phát huy lợi thế về văn hóa ẩm thực địa phương mình.

Bài viết nhận diện một số giá trị độc đáo của văn hóa ẩm thực các tộc người thiểu số ở Hà Giang, tạo cơ sở khoa học cho việc xây dựng chính sách và giải pháp trong việc bảo tồn, phát huy các giá trị này trong phát triển kinh tế - xã hội hiện nay⁽¹⁾.

2. MỘT SỐ GIÁ TRỊ TIÊU BIỂU CỦA VĂN HÓA ẨM THỰC HÀ GIANG

2.1. Phản ánh đặc trưng văn hóa

tộc người và sự thích nghi với môi trường sống

Ẩm thực của các tộc người ở Hà Giang là một trong những thành tố văn hóa phản ánh bản sắc, văn hóa mỗi cộng đồng, tộc người. Bên cạnh sự hùng vĩ và không kém phần khắc nghiệt của thiên nhiên, Hà Giang còn ấn tượng bởi loại hình văn hóa ẩm thực mộc mạc nhưng mang đậm phong vị của đất và người nơi đây. Điều kiện khí hậu, thổ nhưỡng, phương thức chế biến, cách thưởng thức khác nhau đã tạo nên những món ăn đặc trưng cho mỗi tộc người, mỗi địa phương; chỉ cần nhắc đến tên món ăn, người ta biết nó xuất phát từ địa phương nào, của tộc người nào. Đi liền với mỗi món ăn là những quan niệm, ứng xử, chuẩn mực và cả những thói quen và sự kiêng kỵ, phản ánh văn hóa của mỗi tộc người. Chính sự khéo léo, tinh tế, nghệ thuật trong kỹ thuật chế biến kết hợp với nguồn nguyên liệu đặc trưng của vùng cao nguyên núi đá đã tạo nên những món ăn độc đáo, ấn tượng, như mèn mèn, thắng cố, thắng dền, thịt treo gác bếp, lạp xưởng, tinh bột nghệ, những thức uống như rượu ngô, chè xanh... Đặc biệt, có những món ăn không chỉ là đặc trưng của một tộc người mà là của cả một vùng địa lý và chỉ vùng đất Hà Giang mới có như bánh cuốn trứng, cháo ấu tẩu, bánh tam giác mạch, mật ong thảo quả, mật ong bạc hà, rượu ngô Thanh Vân, chè Shan tuyết Chế Là...

Từ khoảng giữa tháng 10, cao nguyên đá Hà Giang tràn ngập sắc tím hồng

nhẹ nhàng của hoa tam giác mạch. Không chỉ được biết đến như một loại cây đặc trưng của vùng đất Hà Giang mà tam giác mạch của người Hmông còn được xem như một loại cây lương thực, dùng để nấu rượu và chế biến các loại bánh. Hạt hoa tam giác mạch được xay thành bột mịn, trộn với nước cho thật dẻo rồi nhào và đúc thành khuôn hình tròn, đem hấp chín, nướng trên bếp lửa hoặc đem chiên giòn. Bánh tam giác mạch có vị ngọt nhẹ, không bị ngấy. Cũng như nhiều tỉnh miền núi phía Bắc, một số tộc người ở tỉnh Hà Giang như Tày, Nùng, Hmông có món thịt sấy khô rất được ưa chuộng. Thịt trâu, lợn tươi được cắt thành miếng to, thớ dài, tẩm ướp một số loại gia vị, cây lá đặc trưng của núi rừng như mắc khén, hạt dổi, gừng gió... với đủ vị chua, cay, mặn, ngọt để treo trên gác bếp cho khô cứng, không bị hỏng. Khi ăn, người ta phải rửa sạch, ngâm vào nước ấm cho mềm rồi mới chế biến thành nhiều món khác nhau. Lạp xưởng hun khói cũng là món ăn quen thuộc không thể thiếu trong các ngày lễ tết của một số tộc người ở Hà Giang. Thịt thái nhỏ trộn cùng một chút rượu, móc mật, mắc khén, gừng được nhồi lại thành từng xâu để trên gác bếp; khi thưởng thức món ăn có vị béo, ngậy bùi của thịt và mùi thơm của các loại gia vị đặc trưng. Người ta có thể quên đi cái lạnh giá của mùa đông khi được ngồi cùng bạn bè bên chảo thắng cố đang bốc khói, dậy mùi thơm ngào ngạt của thảo quả và trên tay là chén rượu ngô

cay nồng. Rượu ngô Thanh Vân của người Hmông được làm từ ngô tẻ, men ủ bằng lá, nước suối từ trên cao rồi chưng cất trong thùng gỗ; trong đó, men lá (được làm từ rất nhiều loại lá thuốc quý hái từ trên rừng) là nguyên liệu quan trọng tạo nên hương vị đặc trưng của loại rượu này. Bên cạnh đó, mèn mèn, tẩu chua của người Hmông; thịt lạp của người Lô Lô; khâu nhục, xôi ngũ sắc của người Tày; đậu nhồi thịt của người Nùng; da trâu nướng của người La Chí; bánh trôi, bánh phân ngựa của người Bố Y; bánh sừng bò, bánh ốc của người Pà Thẻn,... cũng là những món ăn phản ánh tính đặc trưng, tiêu biểu trong văn hóa ẩm thực của mỗi tộc người trên cùng một địa bàn cư trú; cho dù qua thời gian, với quá trình tiếp biến văn hóa, một số món ăn của riêng một tộc người nào đó đã dần trở thành món ăn phổ biến ở nhiều tộc người.

Có thể nói, sống trong môi trường cảnh quan đặc trưng của vùng núi đá, ẩm thực của các tộc người ở Hà Giang cho thấy sự thích ứng và tận dụng tối đa nguồn lương thực, thực phẩm; từ đó, hình thành những tri thức địa phương, tri thức tộc người trong lựa chọn nguyên liệu, cách chế biến và những ứng xử trong ăn uống. Tính cộng đồng, sẻ chia, tận dụng sự ưu đãi và thích ứng với điều kiện tự nhiên là những đặc trưng cơ bản của văn hóa ứng xử trong ăn uống của các tộc người nơi đây.

2.2. Nhiều thương hiệu sản phẩm tốt cho sức khỏe và thân thiện môi

trường được hình thành và khẳng định

Hiện nay, người tiêu dùng đang đặc biệt quan tâm đến thực phẩm sạch, và vấn đề an toàn vệ sinh thực phẩm đang gây ra những bức xúc, lo lắng cho người dân, nhất là ở các trung tâm, các thành phố lớn, nơi tập trung đông dân cư. Vấn đề này xuất phát từ những hạn chế trong việc kiểm soát dư lượng hóa chất bảo vệ thực vật trong rau quả và chất kháng sinh, chất kích thích tăng trưởng, chất cấm trong chăn nuôi và trồng trọt. Trong bối cảnh đó, tận dụng nguồn nguyên liệu sạch, hữu cơ, có nguồn gốc tự nhiên, người Hà Giang đã áp dụng quy trình sản xuất hiện đại tạo nên một số món ăn, thức uống tiêu biểu được người tiêu dùng và ngoài tỉnh đón nhận bởi sự an toàn cho sức khỏe và thân thiện với môi trường sinh thái. Nhiều sản phẩm tiêu biểu trong văn hóa ẩm thực ở Hà Giang hiện nay đang hướng đến việc xây dựng thương hiệu hàng hóa với các tiêu chí “sản phẩm sạch”, “sản phẩm an toàn”, “sản phẩm VietGap”, “sản phẩm hữu cơ”.

Theo đó, các loại cây lương thực, cây công nghiệp như ngô nương, lúa nương, tam giác mạch, chè xanh... được gieo trồng và thu hái trong môi trường trong lành, khí hậu và thổ nhưỡng rất đặc trưng của vùng núi đá Hà Giang, không sử dụng các loại hóa chất để kích thích sinh trưởng. Các loại gia vị cho các món ăn cũng không phải từ các phụ gia độc hại mà hoàn toàn từ các loại cây lá, củ quả trong

rừng. Thay vì sử dụng men nấu rượu mua từ Trung Quốc như nhiều địa phương khác, rượu ngô Thanh Vân (huyện Quản Bạ) được ưa chuộng một phần do men được làm hoàn toàn từ tự nhiên với 36 lá thuốc quý trên rừng, khi thưởng thức rượu có mùi thơm nồng, cảm giác êm và không gây đau đầu. Hợp tác xã Hải Khang (huyện Bắc Quang) chuyên sản xuất thực phẩm sạch (lạp xường, nem, giò, chả...) hoạt động theo phương châm “chất lượng là sự sống còn của hợp tác xã”, tuân thủ những quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm; đặc biệt, nguồn gia súc và gia cầm đưa vào chế biến là do hợp tác xã tự chăn nuôi theo một quy trình nghiêm ngặt, giống được mua từ người dân địa phương. Theo kết quả đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP năm 2019, sản phẩm của mô hình hợp tác xã chế biến chè Phìn Hồ xã Thông Nguyên (huyện Hoàng Su Phì) với thương hiệu “Phìn Hồ trà” đã đạt 5 sao cấp tỉnh, giải thưởng “Sao vàng đất Việt”, lọt vào Top 100 sản phẩm cạnh tranh trong nước và được đề nghị Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn xem xét đánh giá, phân hạng cấp Quốc gia. Hiện tại, hợp tác xã này đã có vùng nguyên liệu trên 500ha được công nhận tiêu chuẩn hữu cơ (Organic); trong đó, trên 160ha đạt tiêu chuẩn Organic của Châu Âu. Những gốc chè Shan tuyết cổ thụ mọc trên những đỉnh núi cao từ 1.500m trở lên so với mực nước biển, thường có tuổi đời hàng trăm năm và được chế

biến thủ công nên chè có hương vị thơm ngon, hoàn toàn khác biệt với chè ở những vùng trồng khác. Người dân nơi đây tuyệt đối nói “không” với phân bón hóa học, thuốc bảo vệ thực vật, thuốc diệt cỏ và những quy định này đã được cộng đồng thống nhất đưa vào hương ước của làng văn hóa (Đức Long, 2019). Mật ong thảo quả ở xã Nám Dẩn (huyện Xín Mần) có vị ngọt dịu mát, màu sắc vàng óng và hương thơm đặc trưng của thảo quả, một loại cây dược liệu quý ở khu rừng Đèo Gió cao gần 2.000m so với mặt nước biển.

Tại các hộ tham gia du lịch cộng đồng, nguồn thực phẩm phục vụ ăn uống cho khách lưu trú cũng chủ yếu là sản phẩm sạch từ hoạt động chăn nuôi và trồng trọt của chủ nhà hoặc người dân địa phương. Phòng vấn một chủ hộ homestay ở thôn Lô Lô Chải, xã Lũng Cú (huyện Đồng Văn) được biết, cả thôn có 11 hộ kinh doanh dịch vụ homestay và nhóm hộ này đã cùng thảo luận để đưa ra những quy định trong việc hợp tác để có nguồn thực phẩm sạch phục vụ ẩm thực cho du khách. Nguồn rau xanh là do mỗi chủ hộ tự trồng quanh nhà và mỗi tuần, nhóm hộ kinh doanh này sẽ thịt chung 2 con lợn do chính các chủ hộ chăn nuôi (vào thứ 3 và thứ 5) theo chế độ quay vòng trong nhóm hộ và cùng cam kết không mua nguồn thực phẩm không rõ nguồn gốc ngoài thị trường. Nhiều du khách nghỉ dưỡng tại các homestay ở thôn Lô Lô Chải tin tưởng lựa chọn thưởng thức những món ăn

truyền thống của người dân nơi đây như gà xóc lá chanh, lẩu chua, mèn mèn, thịt treo...

Có thể nói, bên cạnh các yếu tố có thể làm thỏa mãn nhu cầu khách như thời tiết, dịch vụ lưu trú, phong cảnh tham quan... thì ẩm thực của các tộc người ở Hà Giang đã góp phần gia tăng giá trị cũng như tạo dựng hình ảnh tốt đẹp đối với du khách về điểm đến. Các món ăn độc đáo nơi đây đã đem đến cho du khách không chỉ một bữa ăn ngon, mà còn là cơ hội giúp họ hòa mình vào nền văn hóa và di sản của người dân địa phương, tạo ra những ấn tượng hoàn toàn khác biệt, bên cạnh những trải nghiệm về du lịch sinh thái, du lịch xanh.

2.3. Góp phần phát triển du lịch và xóa đói giảm nghèo

Loại hình du lịch ẩm thực – một sự kết hợp giữa nhu cầu về trải nghiệm các món ăn đặc sản của địa phương và tham quan các điểm đến của du khách, đang rất phổ biến tại nhiều nước trong khu vực và trên thế giới. Không ít quốc gia như Trung Quốc, Nhật Bản, Thái Lan, Malaysia... đã thành công trong việc xây dựng chiến lược phát triển du lịch kết hợp với ẩm thực. Các khảo sát cho thấy, “ẩm thực” là yếu tố quan trọng đứng thứ ba trong việc quyết định lựa chọn điểm đến của du khách sau “văn hóa” và “điều kiện tự nhiên”. Bên cạnh thông tin về khách sạn, điểm du lịch, cảnh quan, các phương tiện vận chuyển, điều kiện giao thông thì thông tin về ẩm thực (thể hiện qua danh mục

các món ăn, đồ uống) rất được du khách quan tâm.

Ở tỉnh Hà Giang, dù chưa hình thành “du lịch ẩm thực” nhưng văn hóa ẩm thực của các tộc người nơi đây cũng là kho tàng phong phú để “ngành công nghiệp không khói” khai thác, nhằm hình thành những sản phẩm du lịch độc đáo, mang đậm bản sắc địa phương. Và một số món ăn đặc sản của Hà Giang đã có vị trí khá quan trọng trong việc tạo sức hút cho điểm đến. Ở những phiên chợ, hội chợ, điểm du lịch... văn hóa ẩm thực của các tộc người không chỉ đáp ứng nhu cầu ăn uống cho khách du lịch, giới thiệu đến du khách bản sắc văn hóa tộc người mà còn tạo việc làm và mang lại thu nhập cho một bộ phận người dân địa phương góp phần phát triển sinh kế. Mèn mèn, cháo ấu tẩu, thắng cố, thịt treo, Lạp xưởng, rượu ngô men lá... là những món ăn mà du khách nào khi đặt chân đến Hà Giang cũng muốn thưởng thức ít nhất một lần. Kết thúc hành trình khám phá, nhiều du khách không quên việc tìm mua những đặc sản địa phương về làm quà như bánh tam giác mạch, chè Shan tuyết Chế Là, tinh bột nghệ, mật ong thảo quả...

Một số món ăn vốn được sử dụng hàng ngày nay được các tộc người cải biến, thay đổi ít nhiều về phương thức, kỹ thuật chế biến cho phù hợp với thị hiếu và nhu cầu của khách hàng. Ví như trước đây, tam giác mạch chủ yếu được sử dụng làm thức ăn vào những thời điểm đói kém và

dùng trong chăn nuôi thì nay, người dân đã thành công trong việc đưa tam giác mạch thành sản phẩm phát triển kinh tế và du lịch qua việc chế biến tam giác mạch thành các loại bánh để bán cho khách tham quan. Rượu ngô men lá thay vì kỹ thuật chế biến giản đơn truyền thống, nay để sản phẩm đứng vững được trên thị trường, người Hmông ở xã Thanh Vân đã sản xuất theo một quy trình nghiêm ngặt với máy móc, thiết bị hiện đại, đảm bảo chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm. Thắng cố vốn chỉ được làm từ thịt ngựa, nay ở các nhà hàng hay các phiên chợ vùng cao, món ăn này còn được làm từ thịt trâu, bò, lợn và bổ sung thêm một số gia vị mới. Chảo thắng cố lớn đã được thiết kế nhỏ gọn, đặt trên bếp ga ngay tại bàn ăn trong các nhà hàng. Rồi các bản làng về phố, hương vị đặc trưng của thắng cố cũng phần nào được gia giảm cho phù hợp hơn với khẩu vị của thực khách.

Không chỉ đáp ứng dịch vụ ăn uống tại chỗ, nhiều món ăn, thức uống của các tộc người ở tỉnh Hà Giang được đầu tư phát triển với những cơ sở sản xuất quy mô lớn, xây dựng được thương hiệu, nhãn mác, có chỗ đứng vững chắc trên thị trường, từ đó, góp phần giải quyết việc làm và đem lại thu nhập đáng kể cho một bộ phận lao động. Cơ sở sản xuất “Mật ong hoa thảo quả và hoa rừng xã Nám Dẩn” (huyện Xín Mần) được thành lập năm 2018 đã phát huy được tiềm năng, lợi thế địa phương, làm gia tăng giá trị sản

phẩm và thu nhập cho người dân địa phương. Được sản xuất theo hình thức cộng tác công - tư giữa *Chương trình giảm nghèo dựa trên phát triển hàng hóa (CPRP)* của tỉnh Hà Giang (do IFAD - Quỹ Quốc tế về phát triển nông nghiệp tài trợ) với hộ kinh doanh, được kiểm định chất lượng nghiêm ngặt nên sản phẩm nhanh chóng có vị trí trên thị trường trong và ngoài tỉnh, đặc biệt người tiêu dùng Hà Nội rất tin tưởng lựa chọn. Cơ sở này hỗ trợ tín dụng cho gần 100 hộ nuôi ong và 7 nhóm sở thích nuôi ong với quy mô 20 - 30 tổ/nhóm. Ngoài 120 tổ ong đặt ở các vùng rừng Đèo Gió, nơi tập trung nhiều diện tích thảo quả, cơ sở còn thu mua mật ong cho người dân trong vùng, giúp họ có thêm thu nhập từ 15 - 30 triệu đồng/người/năm; trung bình mỗi năm sản xuất hơn 600 lít mật ong hoa rừng và 100 lít mật ong thảo quả (Văn Long, 2019). Sản phẩm của Hợp tác xã rượu ngô Thanh Vân (huyện Quản Bạ) đã có mặt ở nhiều tỉnh thành miền Bắc với bình quân 80.000 lít rượu được bán ra mỗi năm, giải quyết việc làm cho hơn 40 hộ xã viên với mức thu nhập khoảng 4,5 triệu đồng/người/tháng, cải thiện rõ rệt mức sống cho các hộ xã viên người Hmông nơi đây. Năm 2017, Hợp tác xã Hải Khang (huyện Bắc Quang) đạt doanh thu 15 tỷ đồng, mang lại thu nhập 5 triệu đồng/người/tháng. Theo lãnh đạo xã Thông Nguyên (huyện Hoàng Su Phì), Hợp tác xã chế biến chè Phìn Hồ ở thôn Làng Giang đã giải quyết việc làm thường xuyên cho 46 thành viên là người Dao Đỏ với

mức lương từ 4 - 6 triệu/người/tháng; liên kết sản xuất, tiêu thụ sản phẩm chè Shan tuyết với trên 1.000 hộ dân, góp phần cải thiện đời sống, xóa đói giảm nghèo cho người dân.

3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP BẢO TỒN VÀ PHÁT HUY CÁC GIÁ TRỊ VĂN HÓA ẨM THỰC CỦA HÀ GIANG

Trong thời gian tới, để phát huy hơn nữa các giá trị độc đáo của các loại hình ẩm thực tiêu biểu, cần chú trọng hơn nữa vấn đề trao truyền cho thế hệ trẻ về văn hóa ẩm thực truyền thống, tạo sự khác biệt để sản phẩm ẩm thực có chỗ đứng trên thị trường, đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm và tính “bản sắc”, “chuyên nghiệp” trong phục vụ du lịch... Điều này đòi hỏi phải có sự giải quyết hài hòa về quyền lợi và trách nhiệm của các ban ngành liên quan về lĩnh vực văn hóa, du lịch, dịch vụ, thương mại với người dân và cộng đồng địa phương – những chủ thể trong hoạt động bảo vệ, quản lý và khai thác loại hình di sản văn hóa này.

3.1. Tăng cường quản lý chất lượng, vệ sinh, an toàn thực phẩm

Vấn đề vệ sinh, an toàn thực phẩm luôn được đặt lên hàng đầu và là điều kiện bắt buộc đối với những cơ sở cung cấp dịch vụ ăn uống cho khách du lịch. Vì vậy, Hà Giang cần chú trọng công tác quản lý các cơ sở cung cấp dịch vụ ăn uống phục vụ du lịch, xây dựng những cam kết đảm bảo nguồn gốc thực phẩm, chất lượng dịch vụ và những cơ sở này phải được cơ quan quản lý chất lượng cấp chứng nhận đủ tiêu chuẩn phục vụ.

Xây dựng thông tin tư vấn và chỉ dẫn cụ thể cho khách du lịch về hệ thống các nhà hàng, cơ sở dịch vụ đạt tiêu chuẩn và đăng tải rộng rãi trên các phương tiện truyền thông, cả ấn phẩm truyền thống và trực tuyến. Với các làng văn hóa du lịch cộng đồng, việc di dời chuồng trại xa nhà và hoàn thiện tiêu chí vệ sinh môi trường là việc cần làm trước mắt. Bên cạnh đó, cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền nâng cao kiến thức, thực hành về an toàn thực phẩm tới các nhóm đối tượng, trọng tâm là các chủ cơ sở và người chế biến ở các cơ sở này; tăng cường kiểm tra, giám sát và xử lý nghiêm những trường hợp có sai phạm quy định về an toàn thực phẩm và đưa tin trên các phương tiện thông tin đại chúng của địa phương.

3.2. Tạo ra sự khác biệt cho sản phẩm ẩm thực khi tiếp cận thị trường

Để các sản phẩm ẩm thực có chỗ đứng trên thị trường, ngoài những hoạt động đã triển khai, cần tạo ra sự khác biệt cho sản phẩm bằng cách xây dựng “câu chuyện” cho món ăn. Hình thành một “câu chuyện” riêng về món ăn là cách hữu hiệu để kết nối ẩm thực với văn hóa. “Câu chuyện” này đem lại những thông tin cơ bản như lịch sử hình thành, nguồn nguyên liệu, kỹ thuật chế biến, giá trị dinh dưỡng, giá trị văn hóa - xã hội và chú ý nhấn mạnh đến sự khác biệt, độc đáo so với các sản phẩm cùng tên ở các địa phương khác, tộc người khác. “Câu chuyện” về món ăn sẽ được các cơ sở sản xuất, đại lý phân phối, dịch

vụ ăn uống, homestay đưa vào trong các thiết kế bao bì sản phẩm, trong các bài thuyết minh, giới thiệu... bởi chính họ là “sứ giả” tốt nhất đưa ẩm thực địa phương đến với du khách và người tiêu dùng.

3.3. Nâng cao tính “bản sắc” và “chuyên nghiệp” trong phục vụ ẩm thực

Để phát huy được lợi thế của văn hóa ẩm thực, các cơ sở dịch vụ ăn uống và các mô hình homestay cần quan tâm hơn đến cách bài trí món ăn, sử dụng các vật dụng nấu ăn, gia vị, thực phẩm có tính bản sắc, thể hiện được phong tục, tập quán nơi đây. Trên thực tế, bên cạnh việc tham gia làm đồ thủ công mỹ nghệ, tham gia diễn xướng các loại hình văn hóa nghệ thuật truyền thống thì một hoạt động mà du khách mong muốn có cơ hội trải nghiệm, là tham gia chế biến và thưởng thức các món ăn truyền thống. Vì vậy, thiết kế hoạt động trải nghiệm về chế biến và thưởng thức các món ăn truyền thống trong mô hình du lịch cộng đồng cũng cần được quan tâm. Trong hoạt động này, chính chủ thể văn hóa sẽ trình diễn về kỹ thuật làm bếp, có sự tham gia của du khách ở những công đoạn nhất định như thu hái, chế biến thực phẩm và sau đó, du khách được thưởng thức món ăn mà họ vừa được quan sát, tham gia.

3.4. Đẩy mạnh quảng bá, xúc tiến du lịch qua văn hóa ẩm thực

Từ việc nghiên cứu, hệ thống hóa những món ăn tiêu biểu, đặc trưng, Hà Giang cần có chiến lược quảng bá rộng rãi về văn hóa ẩm thực của các

tộc người đến du khách trong nước và ngoài nước, nhất là những quốc gia là thị trường du lịch trọng điểm của Việt Nam, góp phần khai thác thành công chuỗi giá trị từ sự kết hợp giữa ẩm thực và du lịch. Ngoài ra, cần tiếp tục tổ chức và tham gia nhiều sự kiện giới thiệu quảng bá chuyên đề về ẩm thực hơn nữa. Việc tổ chức lễ hội văn hóa ẩm thực như một số tỉnh thành đã triển khai là hoạt động cần thiết nhằm quảng bá những nét đặc sắc trong văn hóa ẩm thực của các dân tộc ở Hà Giang tới du khách trong và ngoài nước.

3.5. Vinh danh những người nấu ăn giỏi và mở lớp đào tạo, truyền dạy về văn hóa ẩm thực

Để nâng cao ý thức bảo tồn những giá trị văn hóa ẩm thực của Hà Giang, chính quyền và người dân, cần có chính sách tôn vinh những người nấu ăn giỏi và truyền dạy về văn hóa ẩm thực trong các trường học, nhằm kịp thời biểu dương, ghi nhận những đóng góp, nỗ lực của các cá nhân trong thực hiện, giữ gìn, sáng tạo và bảo tồn văn hóa ẩm thực của mỗi tộc người. Trong chương trình giáo dục kỹ năng sống và văn hóa truyền thống các dân tộc thiểu số cho học sinh phổ thông trên địa bàn tỉnh Hà Giang, cần chú trọng đưa nội dung về văn hóa ẩm thực, thay vì chỉ tập trung đến các loại hình văn hóa dân gian (dân ca, dân vũ, nhạc cụ dân tộc) và nghề thủ

công như hiện nay đang triển khai. Bên cạnh đó, cần tăng cường việc tổ chức các lớp đào tạo, bồi dưỡng, tập huấn về nguồn nhân lực phục vụ cho ẩm thực tại các nhà hàng, khách sạn, làng văn hóa du lịch cộng đồng.

4. KẾT LUẬN

Không chỉ phản ánh đặc trưng văn hóa tộc người, không ít sản phẩm ẩm thực của các tộc người thiểu số ở Hà Giang đã gây dựng được thương hiệu, có chỗ đứng vững chắc trên thị trường, hình thành những cơ sở chế biến với quy mô lớn, giải quyết việc làm cho một bộ phận lao động địa phương và góp phần tạo sức hút đối với du khách khi lựa chọn điểm đến. Những kết quả nêu trên đã thể hiện sự quyết tâm của người dân cũng như chính quyền các cấp trên địa bàn tỉnh Hà Giang trong việc xây dựng và triển khai thực hiện các chính sách, giải pháp nhằm bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa độc đáo của các loại hình ẩm thực tiêu biểu, phục vụ phát triển kinh tế - xã hội địa phương. Hà Giang cần tiếp tục nỗ lực hơn nữa để tiến hành các giải pháp nhằm hỗ trợ, đầu tư phát triển đối với loại hình văn hóa này nhằm bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa, phát triển du lịch, giảm nghèo và phát triển kinh tế - xã hội của các địa phương; qua đó góp phần tích cực nâng cao ý thức bảo tồn văn hóa ẩm thực của cộng đồng. □

CHÚ THÍCH

⁽¹⁾ Bài viết là kết quả của đề tài nghiên cứu cấp tỉnh Hà Giang (2018 - 2020): “Nghiên cứu xây

dựng chính sách bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống độc đáo (tiêu biểu) của các dân tộc thiểu số phục vụ phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Hà Giang do Viện Dân tộc học chủ trì, PGS.TS. Nguyễn Văn Minh làm chủ nhiệm đề tài.

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN

1. Đức Long. 2019. “Chuyện về cây chè cổ thụ ở Hoàng Su Phì”, <http://hagiangtv.vn>, truy cập ngày 23/10/2019.
2. Văn Long. 2019. “Phát triển thương hiệu mật ong thảo quả ở Nấm Dẩn”, baohagiang.vn, truy cập ngày 12/9/2019.