**Sản vật Nghệ An “sứ giả” lan tỏa văn hóa xứ Nghệ**

Lan Trần

Mỗi sản vật tự mình trong đó cũng đã mang câu chuyện của riêng mình, để được người đời kể lại, truyền tai, tôn vinh và lan tỏa đi muôn nơi. Sản vật là nơi hội tụ hồn quê xứ sở, mang trong mình sứ mệnh kết nối những giá trị văn hóa của vùng miền đó. Và cũng chính sản vật lại truyền cảm hứng cho chúng ta không phải thông qua ngôn ngữ mà là thông qua ý tưởng, để bén duyên với nhau, cùng nhau phát triển.

Nghệ An, vùng đất “chưa nắng đã khô, chưa mưa đã ngấm” song chính trên mảnh đất cằn sỏi đá, thiên nhiên càng khắc nghiệt thì người Nghệ lại càng tha thiết với quê hương. Sản vật cây con bốn mùa nơi đây thay phiên nhau đơm hoa kết trái, sinh sôi nảy nở. Cây, con không chê đất nghèo, không phụ người khó, cứ thế tươi tốt, hấp thu tinh túy để rồi qua bao năm tháng thành những sản vật hết sức ngon ngọt, có cái ngang ngạnh, chân chất, lắng sâu của tính cách người Nghệ. Đó cũng chính là nét độc đáo, để lại dấu ấn sâu sắc trong lòng người tứ xứ.

Trước đây, sản vật ở mỗi địa phương khi ra thị trường vẫn gặp nhiều khó khăn do thiếu tính liên kết, thiếu định hướng. Từ khi Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” (OCOP) được triển khai toàn quốc, Nghệ An đã có nhiều sản phẩm chất lượng không những đáp ứng nhu cầu thị trường trong và ngoài nước, mà còn góp phần khơi dậy những thế mạnh, lợi thế so sánh về điều kiện lịch sử, sinh thái, nguồn gen, tri thức và công nghệ của từng địa phương. Năm 2021, Nghệ An có 139 sản phẩm OCOP của 88 chủ thể, trong đó có 14 sản phẩm đạt hạng 4 sao và 125 sản phẩm đạt hạng 3 sao. Nhiều sản phẩm là đặc sản vùng miền, mang đậm dấu ấn về bản sắc văn hóa của mỗi địa phương. Việc các đặc sản đã, đang và sắp được công nhận đạt chuẩn OCOP vừa tăng giá trị kinh tế, vừa lan tỏa giá trị văn hóa gắn với tên đất, tên người, trở thành “sứ giả” văn hóa của mỗi địa phương, tự hào kể lại những câu chuyện riêng có của văn hóa đất và người xứ Nghệ. Trong phạm vi bài viết này, chúng tôi xin điểm qua một số sản phẩm tiêu biểu sau:

**Thổ cẩm Hoa Tiến** (Qùy Châu), từ chỗ là đồ dùng mặc trong gia đình, làm của hồi môn cho con gái khi về nhà chồng đến sản phẩm hàng hóa được thị trường ưa chuộng là một hành trình dài. Đó là sự kết tinh của giá trị văn hóa truyền thống độc đáo, cùng sự nỗ lực không quản ngại khó khăn của cộng đồng người Thái trong việc giữ gìn, phát triển nghề dệt truyền thống. Mỗi loại hoa văn trên từng tấm thổ cẩm đều gắn với phong tục tập quán, truyền thống văn hóa Thái, quan niệm về tình yêu đôi lứa, nhân sinh quan trong vũ trụ. Mỗi công đoạn làm ra sản phẩm là cả một kho tàng tri thức bản địa về quy trình dệt vải, công thức nhuộm màu. Vì thế từ khi được chứng nhận sản phẩm OCOP 4 sao cấp tỉnh, thổ cẩm Thái càng được vươn xa, có cơ hội kể lại câu chuyện văn hóa của đồng bào mình trên thị trường nhiều thành phố lớn của Việt Nam như Hà Nội, TP.HCM, lan tỏa sang Nhật Bản và nhiều quốc gia ở châu Âu như Tây Ban Nha, Pháp, Bỉ, Ý..., chiếm trọn cảm tình của nhiều khách hàng trong nước và quốc tế.

**Sản vật sâm Thổ Hào** (Thanh Chương) và **cam Xã Đoài** (Nghi Diên, Nghi Lộc) - hai sản vật “ngoại nhập” gắn với những câu chuyện lịch sử - văn hóa hết sức hấp dẫn. Nguồn gốc của cây sâm Thổ Hào gắn liền với Tiến sỹ Phạm Kinh Vỹ - một vị tướng văn võ song toàn thời Lê Trung Hưng. Ông là một người con của xã Thổ Hào, tổng Thổ Hào (là vùng đất Thanh Tùng, Thanh Hà, Thanh Giang… ngày nay), huyện Thanh Chương ở nửa đầu thế kỷ XVIII. Tương truyền, trong một lần đi đánh giặc ở phía Bắc, ông được thần nhân báo mộng dùng loại cây này để bảo toàn tính mạng. Biết giống sâm quý, ông liền đưa về gieo trồng tại quê hương, vì vậy, sâm này còn có tên gọi là Hào sâm hay Thổ Hào sâm.

Khí hậu và thổ nhưỡng nơi đây cùng với sự bao bọc phù sa sông Lam đã hình hài nên thương hiệu sâm Thổ Hào mà sách Thanh Chương huyện chí của Nho sỹ Bùi Dương Lịch còn ghi: “Đất Thổ Hào hợp với cây nhân sâm, mọi nhà đều trồng, lá sâm màu lục, hoa màu hồng tươi đầy rực lên, trông rất đẹp”. Hào sâm được xem là vị thuốc quý, mang lại nhiều giá trị cho sức khỏe con người, là một trong ít những sản vật quý giá ở Nghệ An được “cung tiến” vào triều đình, “Hào Sâm là đặc sản có lệ tiến vua” (Trích trong cuốn “Thanh Chương huyện chí” của tác gia Bùi Dương Lịch), đồng thời còn theo chân người Nghệ bôn ba khắp miền Nam Bắc. Trải qua thăng trầm lịch sử, có giai đoạn dòng sâm này đã gần như thất truyền, có chăng chỉ rải rác trong một số vườn nhà của hộ gia đình. Sau này, bằng tâm huyết tha thiết với quê hương, những người con đất Thổ Hào đã quyết tâm phục tráng giống sâm này. Việc sâm Thổ Hào được trở lại mạnh mẽ trên mảnh đất xưa, không chỉ là tìm lại một giống cây trồng quý mà còn là việc lưu giữ lại một đặc sản gắn với lịch sử văn hóa của một vùng đất. Đó còn là sản vật mang đậm cốt cách của một vùng văn hóa, vùng đất Thanh Chương địa linh nhân kiệt.

**Cam Xã Đoài**, dòng cam quý hiếm, độ ngon, độ tinh thơm được đếm trên từng múi cam. Cam của xứ Nghệ nhưng không phải người Nghệ nào cũng có dịp được thưởng thức. Sử sách còn lưu truyền trong dân gian câu chuyện cam Xã Đoài là vật phẩm tiến vua thời nhà Nguyễn, được vua ban lên hàng thượng đẳng các loài cam. Khi tìm và dịch thuật sang tiếng Việt một phần nội dung trong cuốn “Catholicisme et sociétés asiatiques” (Công giáo và các xã hội châu Á)(1) đã nhắc đến nhân vật Nguyễn Trường Tộ (1828 - 1871), còn được gọi là Thầy Lân, một danh sĩ, kiến trúc sư và là nhà cải cách xã hội Việt Nam ở thế kỷ 19, đã khẳng định ông là người đầu tiên đưa những hạt giống cam của Tây Ban Nha (dòng cam này được các nhà truyền giáo đưa từ Tây Ban Nha về Việt Nam và đưa về đầu tiên ở tỉnh nào thì chưa rõ) về gieo trồng trên mảnh đất Xã Đoài (Nghi Lộc - Nghệ An) vào giai đoạn 1864 - 1871.

Không chỉ riêng Nghi Lộc, cam Xã Đoài còn là niềm tự hào của người dân Nghệ An. Giống cam thơm ngọt, thanh mát vươn lên từ đất Nghệ khắc nghiệt, trở thành biểu tượng của người xứ Nghệ: can trường, mạnh mẽ nhưng không kém phần dịu dàng, ngọt ngào. Điều đặc biệt hơn là chỉ có đất ở vùng Xã Đoài mới trồng được loại cam cho vị ngon ngọt đặc trưng, nếu đưa giống đi nơi khác trồng sẽ không còn hương vị này. Từ những ngày còn khổ cực cho đến ngày đủ đầy thì quả cam Xã Đoài vẫn là món quà quý cho tấm lòng người Nghệ, lan tỏa sang các nước bạn.

Món ăn có từ trong nghèo khó, gồng gánh cùng mẹ cha nuôi đàn con trưởng thành, nay cũng trở thành đặc sản của vùng đất “Nhút Thanh Chương, Tương Nam Đàn”.

**Món Tương** (Nam Đàn) nổi tiếng không chỉ bởi sự dân dã, lạ miệng, dễ ăn, dễ nghiện khi kết hợp với thịt me, thịt dê, chấm rau khoai, kho cá mà bản thân Tương còn là nơi lưu giữ ký ức tuổi thơ của biết bao thế hệ. Tương Nam Đàn được làm từ nguyên liệu gần gũi với cuộc sống hằng ngày: đậu nành, nếp hoặc ngô, muối và nước. Qua bàn tay của người lao động, thành phẩm tương trở nên thơm phức và ngọt lịm. Tương Nam Đàn được phân thành ba lớp, trên cùng là lớp đậu lơ lửng nổi lên, giữa là nước và dưới cùng là mốc. Màu nước tương Nam Đàn vàng sóng sánh như mật ong, không có màu nâu như tương Bần, khó ai có thể cưỡng lại được trước hương vị của tương quê hương.

 Ngày nay, tương Nam Đàn được sản xuất quanh năm nhưng chủ yếu vẫn là tháng 5, tháng 6, đó là những mùa được nắng, tương thường đạt chất lượng cao nhất. Đến Nam Đàn, vào thị trấn (nơi được công nhận Làng nghề làm tương) sẽ cảm nhận ngay được mùi thơm phức tỏa ra từ những chum tương đặt ở quanh vườn của các hộ gia đình. Những chiếc chum làm tương được đặt ngay ngắn, thành phẩm thơm ngon nhưng quá trình làm lại không hề đơn giản, đòi hỏi sự kỳ công, tỷ mẩn, yêu và quyết giữ nghề truyền thống của người dân nơi đây để có một thương hiệu “Tương Nam Đàn” lan tỏa mọi vùng miền.

**Món Nhút** (Thanh Chương) được làm từ quả mít non. Nhút có hẳn một “sự tích” của vùng đất nghèo nắng cháy. Ngày trước, cũng như bao làng quê nghèo khác, người dân Thanh Chương bấy giờ ăn không đủ no, bữa cơm phải độn thêm ngô, sắn mà vẫn đói. Thế là người dân đã luộc mít - thứ quả nhà nào cũng sẵn có, chấm với Chẻo - một thức chấm rất độc đáo của người Nghệ, để ăn thay cơm. Nhưng mít mỗi năm chỉ có duy nhất một mùa, vì thế họ nghĩ đến việc muối mặn để ăn dần quanh năm. Món Nhút từ đó mà được hình thành, sống với người dân từ thuở đói nghèo cho đến tận ngày đủ đầy hôm nay.

Cách làm ra món Nhút cũng không quá khó nhưng đòi hỏi người dân phải tỉ mỉ, cẩn thận để giữ được hương vị ngon và bảo quản lâu hơn. Xưa Nhút được chế biến thành món xào, nấu canh, ngày nay, nhút được phổ biến rộng rãi, chế biến thành nhiều món ăn phong phú, bổ dưỡng như làm nộm với thịt lợn, tai heo, thịt bò, canh cá lóc, cá trắm nấu nhút…. Nhút nay là đặc sản hấp dẫn, làm quà biếu cho khách phương xa, gửi đi cho những người con đất nhút, để nhớ câu ca “Đừng khinh dưa nhút, tương cà/ Tuy không lịch lãm nhưng mà sạch trong!”. Nhút mang trong đó cả một miền ký ức, để rồi ai đi xa quê cũng phải vương vít nhớ bữa cơm nhút một thời.

**Món Lươn** nức tiếng xứ Nghệ, còn được gọi tên là Thiên ngư, Trường ngư, là “sâm động vật dưới nước”. Những món ăn từ thịt lươn được biết đến là loại thần dược tốt cho sức khỏe, chứa nhiều chất dinh dưỡng và là liều thuốc đông y chữa bệnh vô cùng hiệu quả. Không phải ngẫu nhiên mà kênh truyền hình Mỹ CNN giới thiệu là 1 trong 7 món ăn sáng độc đáo trên thế giới. Cũng bởi lý do này mà giá thành của thành phẩm lươn khá cao.

Loài lươn có ở nhiều tỉnh thành, song lươn cùng những món ăn từ lươn thì ngon nhất, nổi tiếng nhất vẫn là lươn của xứ Nghệ. Vùng đất với khí hậu nhiều nắng gió, chất nước, chất đất đã nuôi dưỡng sản vật lươn, tuy nhỏ con nhưng thịt thơm, săn chắc cùng với tài nghệ nấu nướng, nêm nếm gia vị của người Nghệ mà món súp lươn, cháo lươn có vị đặc trưng riêng, gây “nghiện”, trở thành thương hiệu được bao người ưa chuộng khi đặt chân đến đất Nghệ An. Ngày nay, dưới bàn tay tài hoa của các nghệ nhân, thịt lươn được chế biến thành 80 món ăn khác nhau, được vinh dự tham dự các sự kiện festival ẩm thực tầm cỡ quốc gia. Đặc sản lươn còn được chế biến thành cháo lươn đóng gói, lươn sấy… để đa dạng trong sản phẩm, đáp ứng nhu cầu thưởng thức của thực khách mọi vùng miền trên cả nước, xuất khẩu đi các nước.

Sang trọng có dòng sản phẩm bổ dưỡng **Nhung Hươu** (Quỳnh Lưu). Nghệ An được biết đến là một trong những địa phương nuôi hươu đầu tiên trong toàn quốc, trong đó, tập trung chủ yếu ở huyện Quỳnh Lưu và thị xã Hoàng Mai, khoảng những năm 90 của thế kỷ 20. Hiện nay đã có hàng ngàn hộ chăn nuôi hươu, nai lấy nhung. Những lộc nhung (hay nhung hươu) chính là phần sừng còn non, được bao phủ bởi lớp lông mao dày, mềm mịn như nhung. Đặc biệt là hươu toàn ăn cây lộc non, lá quả bắp ngô non mang lại sản phẩm nhung rất tốt cho người sử dụng.

Lộc nhung có tên khoa học là Cornus cervi Parvum. Chúng được biết đến với cái tên quen thuộc nhung hươu, ban long châu, quan lộc nhung. Nhung hươu là nguồn dinh dưỡng vô giá của hươu, nai và là sản phẩm dinh dưỡng sạch, phù hợp cho mọi lứa tuổi, nhất là người cao tuổi, hỗ trợ tăng trưởng cho trẻ em, có chức năng chống lão hoá, đẹp da cho phái nữ... Mới đây, sản vật này của huyện Quỳnh Lưu được công nhận nhãn hiệu chứng nhận “Nhung hươu Quỳnh Lưu”. Các sản phẩm rất được các khách hàng ưa chuộng như: Nhung hươu khô tán bột, rượu nhung hươu đông trùng hạ thảo - dược liệu… Đặc biệt, các sản phẩm đều được chế biến theo quy trình công nghệ hiện đại, đạt các tiêu chuẩn chất lượng quốc tế, đảm bảo chất lượng và tạo sự yên tâm cũng như hiệu quả cho người dùng.

Còn nhiều lắm những sản vật nức tiếng của xứ Nghệ như: Rượu Men lá Đôn Phục, giò me Nam Nghĩa; Tảo xoắn Quỳnh Lưu; Lạc Sen Diễn Châu; các sản phẩm gỗ, mây tre đan; các sản vật biển của Cửa Lò, của Quỳnh Lưu, của Diễn Châu,… đều có vị thơm và ngọt hơn những vùng biển khác. Từ biển lại làm nên sản phẩm khác như nước mắm Cửa Hội, ruốc Cửa Hội, muối Quỳnh Nghĩa… và cũng trở nên mặn mòi như chính mồ hôi công sức của người lao động miền biển xứ Nghệ.

Để làm được điều đó, hơn ai hết nhờ vào bàn tay khối óc, tâm huyết của con người. Với người Nghệ nói riêng, thiên nhiên hoàn toàn không vô tri vô giác, mà có hơi thở riêng, có cuộc sống riêng, có tiếng nói riêng. Điều kỳ diệu rằng, có những sản vật xứ Nghệ, đất càng khô, nắng càng nhiều thì cây quả càng sinh sôi, càng có độ ngọt, độ đằm, ăn vào thì nhớ mãi không quên. Chỉ những người thật sự sống hết mình với quê hương, biết tạo ra bước đột phá mạnh mẽ, khơi dậy sức sống, giá trị lịch sử - văn hóa cho mỗi sản vật, tưởng chừng như nhỏ bé, bình thường lại trở nên phát triển, lan tỏa thành đặc sản riêng có. Tại miền quê xứ Nghệ ngày nay, bà con cùng nhau khôi phục làng nghề truyền thống; bà con cùng nhau làm du lịch; cùng nhau tham gia hợp tác xã, trồng trọt, chăn nuôi… để biến những mảnh đất nhỏ lẻ, cằn cỗi thành mảnh đất lớn hơn, sản phẩm nhiều hơn, giá trị cao hơn, làm giàu cho chính quê hương.

Tuy nhiên, số công trình nghiên cứu về sản vật truyền thống ở Nghệ An theo hướng nghiên cứu lịch sử văn hóa hoặc tiếp cận từ những nguồn tư liệu lịch sử thì còn rất ít. Trong khi đó, sản vật truyền thống này lại có liên quan mật thiết đến các ngành kinh tế trọng yếu như nông nghiệp, công nghiệp, thương nghiệp; tạo ra việc làm, kích thích sự phát triển kinh tế, phát huy truyền thống văn hóa và tạo ra thương hiệu của địa phương.

Trong nhiều năm gần đây, cùng với sự phát triển của khoa học công nghệ và kinh tế thị trường, nhiều sản vật truyền thống mang đậm nét đặc trưng văn hóa Nghệ An đã được xây dựng thành các thương hiệu để phục vụ nhu cầu của người tiêu dùng. Các sản vật này vừa mang tính đặc trưng vùng miền, vừa mang tính đặc trưng địa phương, đặc trưng văn hóa tộc người. Việc đưa các sản phẩm này thành hàng hóa và xây dựng thương hiệu, đăng ký bản quyền là điều cần thiết trong quá trình phát huy các nguồn lực văn hóa vào phát triển kinh tế xã hội, góp phần xóa đói giảm nghèo và nâng cao đời sống của người dân. Đó là một công việc rất đáng ghi nhận. Và cũng là một biểu hiện tích cực trong quá trình thương mại hóa sản vật. Nhưng quá trình phát triển các sản vật truyền thống thành hàng hóa để đưa ra thị trường cũng đặt ra nhiều vấn đề cần phải thảo luận thêm để không những tăng cường tính hiệu quả kinh tế, góp phần bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống mà còn giúp cho người dân có thêm nguồn lực để phát triển.

Trước hết, đó là nguồn gốc văn hóa của các sản vật truyền thống đang được xây dựng thành các thương hiệu ở địa phương hiện nay. Việc đăng ký bản quyền thương mại hay sở hữu trí tuệ của các sản vật từ văn hóa truyền thống, từ tri thức dân gian của các cộng đồng để đưa vào thị trường là một vấn đề lớn đang được nhiều nước quan tâm. Ở Việt Nam, việc xem xét nguồn gốc văn hóa của sản vật truyền thống khi tiến hành đăng ký bản quyền thương mại hay sở hữu trí tuệ vẫn chưa được làm một cách nghiêm túc. Nhất là trong việc nghiên cứu và thảo luận về nguồn gốc của các sản vật, có sự tương tác giữa các cộng đồng liên quan với nhau để có thể đảm bảo sự hài hòa về lợi ích cho các bên liên quan trong việc sản xuất, phân phối các sản phẩm hàng hóa từ văn hóa truyền thống. Vấn đề này đang ngày càng trở nên cấp thiết khi mà số lượng thương hiệu sản phẩm truyền thống cũng như số lượng hàng hóa này ngày càng tăng cao. Nó đòi hỏi phải có những nghiên cứu chuyên sâu về nguồn gốc văn hóa của các sản vật truyền thống nhằm xác định rõ ràng chủ thể của các sản vật cũng như các bên liên quan đến sản vật truyền thống đó.

Xác định nguồn gốc văn hóa chỉ là bước đầu, tiếp theo cần làm thế nào để phát triển thương hiệu các sản vật truyền thống trong nền kinh tế thị trường hiện nay. Đây là một vấn đề phức tạp và cần có một chiến lược rõ ràng để thực hiện. Cần phải xây dựng một kế hoạch cụ thể với những tiêu chí dành cho những sản vật cụ thể. Kế hoạch phát triển này cần phải xuất phát từ nguồn gốc văn hóa của sản vật nhằm đảm bảo được lợi ích cho các bên liên quan. Nó cũng phải đảm bảo được hiệu quả kinh tế gắn với việc bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống của các cộng đồng, các địa phương và các tộc người.

Kinh nghiệm các quốc gia đã đưa văn hóa, câu chuyện vào sản vật tiêu biểu như Nhật Bản, Hàn Quốc… vừa để quảng bá chính sản vật đó vừa là để quảng bá hình ảnh đất nước họ ra bên ngoài. Ở Việt Nam nói chung và Nghệ An rói riêng việc tìm hiểu nguồn gốc, văn hóa và câu chuyện của sản vật, đặc sản chưa có công trình nào thực hiện. Điều đó đòi hỏi cần phải có nghiên cứu về nguồn gốc văn hóa của các sản vật truyền thống ở Nghệ An và từ đó để có những chiến lược, kế hoạch phát triển, quảng bá xây dựng thương hiệu sản vật truyền thống trong bối cảnh toàn cầu hóa, hiện đại hóa và thị trường hóa hiện nay, qua đó quảng bá hình ảnh Nghệ An ra bên ngoài. Việc truyền thông có thể thông qua các hìn thức như: Xây dựng các TVC; Giới thiệu các sản vật trong hội chợ, hội nghị, hội thảo; Làm quà tặng cho các đoàn khách quốc tế;...

Bên cạnh đó, kết hợp giới thiệu, quảng bá các sản vật thông qua phát triển du lịch bằng những việc như: Xây dựng các sản vật địa phương trở thành sản phẩm du lịch; Kết hợp sản phẩm du lịch với điểm đến du lịch là địa phương có các sản vật; Xây dựng cơ sở dữ liệu về sản vật du lịch;...

**Chú thích**

 (1). Cuốn sách do ông Trịnh Xuân Giáo (Nghi Lộc) tìm và cung cấp.