

TRANG PHỤC CÁC DÂN TỘC THIỂU SỐ VỚI VẤN ĐỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH

Trần Hữu Sơn* - Trần Thùy Dương**

Tóm tắt: Trang phục các dân tộc thiểu số ở Việt Nam là di sản Văn hóa đa dạng, mang đậm dấu ấn tộc người. Hiện nay, các trang phục này đang có xu hướng biến đổi mạnh mẽ, thậm chí một số tộc người chối bỏ trang phục truyền thống. Bài viết đề xuất hướng bảo tồn phát huy giá trị di sản trang phục truyền thống thông qua hoạt động du lịch. Tác giả chú trọng đề xuất xu hướng khai thác, các tiêu chí nguyên tắc xây dựng trang phục và xây dựng trang phục thành sản phẩm du lịch. Các nguyên tắc, xu hướng xây dựng sản phẩm du lịch mang tính chất định hướng chung nhưng cũng có khả năng ứng dụng với từng vùng đồng bào dân tộc thiểu số.

Từ khóa: Trang phục, sản phẩm du lịch, nguyên tắc phát triển sản phẩm.

Trang phục các dân tộc thiểu số Việt Nam không chỉ phản ánh đặc trưng văn hóa tộc người mà còn là tài nguyên phát triển du lịch. Trong bản báo cáo này, chúng tôi trình bày những vấn đề: i) Trang phục là tài nguyên du lịch nhân văn; ii) Bảo tồn, phát huy trang phục các dân tộc thiểu số trở thành sản phẩm du lịch.

1. Trang phục truyền thống ở các dân tộc thiểu số được nhiều nhà nghiên cứu đề cập. Từ năm 1990 đến nay, đã có công trình nghiên cứu về trang phục các dân tộc thiểu số như: *Nghệ thuật trang phục Thái* (Lê Ngọc Thắng - 1990), *Trang phục cổ truyền các dân tộc Việt Nam* (Ngô Đức Thịnh - 1994), *Trang phục cổ truyền của người Hmông Hoa ở tỉnh Yên Bái* (Trần Thị Thu Thủy - 2004), *Trang phục cổ truyền của người Dao Việt Nam* (Nguyễn Khắc Tụng - Nguyễn Anh Cường - 2011), *Trang phục của người Lào ở Tây Bắc Việt Nam* (Võ Thị Mai Phương - 2012), *Trang phục và nghệ thuật trang trí trên trang phục của người Dao Đỏ ở Lào Cai* (Phan Thị

Phượng - 2013), *Trang phục của người Hmông Đen ở huyện Sa Pa tỉnh Lào Cai* (Nguyễn Thị Hoa - 2016),... Nhưng các công trình này chủ yếu nghiên cứu về chức năng, các loại hình trang phục của một số dân tộc ít người ở Việt Nam. Hiện nay, chưa có công trình nào nghiên cứu trang phục với phát triển du lịch.

2. Trang phục các dân tộc ở nước ta rất phong phú, đa dạng về loại hình. Việt Nam có 53 dân tộc ít người, trong đó có hàng trăm nhóm, ngành địa phương khác nhau. Mỗi nhóm, ngành địa phương của các tộc người đều có trang phục riêng biệt. Người Tày có ngành Pa Dí, Thu Lao,...; người Dao có ngành Dao Tiền, Dao Đỏ, Quần Trắng, Quần Chẹt, Thanh Phán, Thanh Y, Áo Dài. Với các loại hình trang phục rất phong phú, thậm chí, mỗi một ngành Dao khác nhau, ở mỗi địa phương khác nhau lại có kiểu trang phục khác nhau. Trang phục người Dao Đỏ ở huyện Sìn Hồ (Lai Châu) khác với trang phục người Dao Đỏ ở huyện Bát Xát (Lào Cai). Do đó, trang phục còn trở thành tiêu chí để đặt tên cho từng nhóm địa phương tộc người. Người Hmông căn cứ vào chiếc váy

* TS. Hội Văn nghệ Dân gian Việt Nam.

** Ths. Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc gia Hà Nội.

phụ nữ mặc để đặt tên cho các ngành như Hmông Đơ (Hmông Trắng), Hmông Lèn (Hmông Hoa), Hmông Si (Hmông Đỏ), Hmông Đu (Hmông Đen)...

Sự đa dạng của trang phục phản ánh nổi bật ở màu sắc trang phục. Cư dân Tày, Nùng sống ẩn mình trong màu sắc của núi rừng, trang phục chủ yếu mang màu chàm, nền nã. Trang phục của người Hmông, Dao, Pà Thẻn, Phù Lá (nhóm Xá Phó), Hà Nhì,... như muốn vượt trội khỏi màu xanh của núi rừng đại ngàn, nhằm tôn lên vẻ đẹp con người trước khung cảnh thiên nhiên. Làm được như vậy, trang phục của các tộc người này có một nghệ thuật sử dụng màu sắc đặc biệt. Đó là sự kết hợp nhiều biện pháp kỹ thuật tạo thành các dải hoa văn gây cảm giác mạnh (kỹ thuật ghép vải, ghép hạt cườm, kỹ thuật thêu, kỹ thuật in sáp ong). Đó còn là sự mạnh dạn sử dụng các gam màu nóng làm màu chủ đạo, phối hợp màu đỏ với màu vàng và màu trắng nhằm đối chọi với nền chàm, tạo nên sắc rực rỡ của hoa văn thổ cẩm.

Tính đa dạng của trang phục còn được gắn với lứa tuổi, giới tính, chức năng nghề nghiệp của cư dân các tộc người. Các cô dâu trong ngày thường mặc bộ trang phục nền nã nhưng trong ngày cưới, bộ trang phục đó trở nên rực rỡ hơn nhờ ở các kiểu mũ, khăn đội đầu (nhóm người Dao Đỏ hay Dao Đại Bản), hoặc những đường thêu trên yếm, áo của người Dao Quần Trắng, Cao Lan (thuộc dân tộc Sán Chay)... Bộ trang phục của thầy cúng Đạo giáo của người Dao, Cao Lan, Sán Diu, Tày như một đồ án trang trí nghệ thuật phản ánh đặc trưng về quan niệm thế giới quan, nhân sinh quan tộc người. Trên bộ trang phục thầy cúng của người Dao Lán Tền, Sán Diu đều phản ánh các tầng thế giới, các đội ngũ âm binh, 28 vị tinh tú... nhưng ở vị trí trang trọng nhất là hình ảnh của 3 vị Tam thanh. Trang phục của thầy shaman người Hmông nổi bật ở chiếc áo cổ truyền và chiếc khăn bịt mặt độc

đáo, đó có thể là chiếc khăn màu đỏ, nhưng cũng có thể là chiếc khăn màu đen... Trang phục trẻ em của các dân tộc được trang trí bằng nghệ thuật hoa văn, ghép vải, ghép đồ trang sức ở mũ, áo hoặc các đồ bạc kèm theo. Hầu hết trang phục của các dân tộc đều có sự phân biệt rõ giới tính, trang phục nam và trang phục nữ. Trang phục nam đơn giản, màu sắc không rực rỡ nhưng trang phục nữ lại in đậm dấu ấn văn hóa tộc người. Ở bộ trang phục này còn ẩn chứa cả nghệ thuật tạo hoa văn, nghệ thuật cắt may, nghệ thuật ghép đồ trang sức. Như vậy, tính đa dạng, phong phú của trang phục các dân tộc thiểu số vừa được phản ánh ở các ngành, nhóm địa phương, phân chia theo lứa tuổi, giới tính, nghề nghiệp của từng thành viên. Bản sắc văn hóa của tộc người in đậm trong trang phục truyền thống. Trang phục trở thành “thẻ căn cước” của từng tộc người cụ thể.

Tính đa dạng của trang phục, bản sắc của trang phục không chỉ phản ánh trong từng tộc người khác nhau mà còn phản ánh ở từng khu vực khác nhau. Trang phục của các tộc người Trường Sơn - Tây Nguyên dù có nhiều nhóm ngôn ngữ khác nhau (Nam Đảo, Môn - Khơ me,...) nhưng đều có những nét tương đồng về kỹ thuật may cắt, kiểu váy, kiểu áo, khố. Tính riêng, cá tính tộc người chỉ được thể hiện ở nghệ thuật thêu và hình tượng các loại hoa văn. Người Dao sống ở nhiều vùng khác nhau như trên sườn núi cao có độ cao 1.500m trở lên hoặc ở những cao nguyên có độ cao xấp xỉ 1.000m nhưng họ cũng tham gia khai phá các thung lũng hẹp ven sông, ven suối cùng với người Tày, người Thái. Do đó, trang phục của người Dao dưới góc nhìn “địa hình” với độ cao thấp khác nhau cũng nhận thấy những đặc điểm khác nhau. Các ngành Dao ở trên núi cao thường sử dụng gam màu nóng thêu hoa văn thổ cẩm. Nhưng trang phục người Dao ở các thung lũng lại trở nên nền nã, thắm đậm sắc chàm như Dao Thanh Y, Dao Quần Trắng.

Tính đa dạng của trang phục còn phản ánh đặc điểm khí hậu từng vùng khác nhau. Người Hmông, Dao, Hà Nhì... ở trên núi cao, trời lạnh nên trang phục thường có nhiều lớp. Riêng áo có các kiểu áo ngắn, áo dài, khăn choàng khá phong phú. Nhưng người Sán Dìu, người Thái, người Mường ở vùng thấp thì bộ trang phục không phong phú về cách sắp xếp tầng lớp, loại hình trang phục. Các tộc người ở miền núi phía Bắc sống trong môi trường rừng nên màu sắc chủ đạo là màu chàm - màu của núi rừng. Người Chăm sống ở miền Trung, bên các cồn cát ven biển nên trang phục có gam màu chủ đạo là màu trắng - màu của nước và cát.

3. Hiện nay, trang phục các dân tộc thiểu số Việt Nam đang biến đổi nhanh chóng. Theo nghiên cứu của chúng tôi, có những biến đổi như sau:

- Xu hướng *ít biến đổi, hầu hết là giữ nguyên tính truyền thống* của trang phục. Xu hướng này phản ánh đậm nét ở trang phục của thầy cúng và một số lễ phục trong đám cưới, đám tang, ngày lễ.

- Xu hướng *chối bỏ trang phục truyền thống, mặc trang phục của người Kinh*. Đây là xu hướng chính trong quá trình biến đổi trang phục của các dân tộc thiểu số. Hầu hết các dân tộc đều có xu hướng mặc trang phục người Kinh (với quan niệm bình đẳng, tiến bộ như người Kinh) hoặc chất liệu vải như người Kinh là đơn giản, giá thành rẻ, thích hợp với từng mùa khác nhau...

- Xu hướng *mặc trang phục cải tiến* của nhiều tộc người ở biên giới: ở biên giới Việt - Trung, các tộc người mặc trang phục cải tiến của người đồng tộc ở Trung Quốc (như người Hmông, người Hà Nhì, người Dao...). Các tộc người ở biên giới Việt - Lào mặc trang phục cải tiến của người Lào, người Thái Lan (như người Hmông, người Thái...)

- Xu hướng *bỏ trang phục truyền thống, mặc các trang phục của các dân tộc có số dân đông* (như các dân tộc Kháng, La Ha, Mảng, Xinh Mun... mặc trang phục theo người Thái; nhóm Cao Lan (thuộc dân tộc Sán Chay) mặc trang phục như người Tây).

4. *Trang phục là nguồn tài nguyên du lịch nhân văn (du lịch văn hóa), vì vậy, cần nghiên cứu, bảo tồn, phát huy trang phục trở thành sản phẩm du lịch.*

Trang phục mang bản sắc văn hóa tộc người. Mỗi tộc người (mỗi ngành nhóm khác nhau), đều có những đặc điểm trang phục khác nhau. Tính đa dạng của trang phục cũng như tính thẩm mỹ đã tạo cho nó những vẻ đẹp riêng vốn có. Mặt khác, trang phục còn mang dấu ấn lịch sử. Những hoa văn hình động vật, thực vật trong trang phục của người Mường phản ánh đặc trưng của văn hóa Đông Sơn cách ngày nay hơn 2000 năm (1). Trang phục Hmông - bộ trang phục được sử dụng nhiều kỹ thuật tạo hình hoa văn nhất so với các dân tộc khác ở Việt Nam, đó là kỹ thuật thêu, kỹ thuật dệt, kỹ thuật ghép vải, kỹ thuật ghép kim loại, kỹ thuật in sáp ong. Sự phong phú về kỹ thuật không chỉ phản ánh giá trị lịch sử của trang phục mà còn đề cao giá trị thẩm mỹ. Mỗi biểu tượng hoa văn (dù là hoa văn kỳ hà, khắc vạch hay hoa văn thực vật, hoa văn động vật) đều phản ánh nét đặc sắc trong nghệ thuật thêu thùa, dệt may làm trang phục của các dân tộc. Các biểu tượng hoa văn cũng như những đặc trưng về kỹ thuật, về màu sắc, về hình dáng... đã tạo nên những nét đặc thù trong trang phục. Chính nét đặc thù, tính đa dạng trên trang phục đã tạo ra sức hút đối với du khách. Khi du khách đến với các chợ phiên Sa Pa, Bắc Hà ở Lào Cai hay chợ Quán Bạ, Đồng Văn, Mèo Vạc ở tỉnh Hà Giang thì đều có cảm giác bị lôi cuốn bởi vẻ đẹp của trang phục. Trang phục tạo nên vẻ đẹp phong phú và đặc sắc ở mỗi chợ phiên. Trang phục tạo thành "điểm nhấn", sức hút ở khu du lịch Sa Pa,

Mộc Châu. Nếu một ngày nào đó, ở các thị trấn miền núi này không còn vẻ đẹp trang phục thì sức hút du lịch sẽ giảm đi rất nhiều. Thậm chí cả sắc thái miền núi, vẻ đẹp tộc người cũng không tạo nên sức hút du khách bởi thiếu bóng dáng của những bộ trang phục. Trang phục trở thành “cái hồn”, trở thành vẻ đẹp quyến rũ đối với các du khách khi lên thăm các điểm du lịch ở vùng đồng bào dân tộc thiểu số. Du khách đến với Sa Pa không chỉ thưởng thức khí hậu và cảnh quan của núi rừng mà còn chiêm ngưỡng vẻ đẹp độc đáo của các bộ trang phục Hmông, Dao, Tày Giáy, Xá Phó. Khi đi dự chợ phiên ở huyện Mường Khương (Lào Cai), huyện Quản Bạ (Hà Giang), huyện Phong Thổ (Lai Châu)... chỉ nhìn vào các sắc màu trang phục, du khách có thể biết rõ huyện đó, vùng đó có bao nhiêu tộc người, bao nhiêu nhóm địa phương, dân tộc sinh sống. Vì vậy, cần phải nhấn mạnh trang phục là tài nguyên hấp dẫn của du lịch. Tuy nhiên, muốn cho trang phục càng thêm sức hút đối với du khách thì cần nghiên cứu trang phục trở thành sản phẩm của du lịch.

Sản phẩm của du lịch là tổng thể các dịch vụ, hàng hóa do người kinh doanh du lịch cung cấp cho du khách (2). Sản phẩm du lịch gồm có các sản phẩm cốt lõi (hạt nhân), sản phẩm hoàn thiện, sản phẩm tiềm năng. Nhưng sức hút của du lịch không chỉ dựa vào các loại hình sản phẩm trên mà chủ yếu là dựa vào *sản phẩm đặc thù*. Vì thế, cần nghiên cứu, xây dựng văn hóa trang phục trở thành sản phẩm đặc thù cho du lịch. Muốn có sản phẩm du lịch đặc thù về trang phục đòi hỏi nhà sản xuất phải nghiên cứu đặc điểm của trang phục, tìm hiểu những nét riêng của trang phục, có hướng xây dựng cụ thể. Ở điểm này, yêu cầu người thiết kế sản phẩm, người thuyết minh quảng bá sản phẩm cần nắm vững đặc điểm, nguồn gốc, đặc trưng của họa tiết hoa văn, từ đó thiết kế các sản phẩm mang tính độc đáo. Người sản xuất sản

phẩm cũng cần giải mã được các biểu tượng nổi bật trong trang phục các dân tộc như: hiểu về truyền thuyết bàn vương của người Dao để giải thích họa tiết hoa văn *ấn bàn vương* phía sau tấm áo nam giới. Trong bộ trang phục Thái, người sản xuất sản phẩm cần hiểu rõ về chức năng của tấm khăn piêu của người phụ nữ Thái Đen, cũng như biểu tượng cây piêu trong văn hóa Thái. Hoặc trong tấm áo *xửa cóm* có hàng cúc bướm bằng bạc (mák pén), hàng cúc bạc đó vừa có giá trị sử dụng nhưng cũng vừa có giá trị thẩm mỹ được tạo hình phong phú như con nhện, con ve sầu, hình hoa, hình cầu. Màu của họa tiết, màu của hàng cúc bạc nổi bật giữa khuôn ngực của người phụ nữ. Việc giải mã hình bướm, hình ve sầu cũng là điều hấp dẫn của bài thuyết minh về trang phục cho du khách. Nhìn chung, tính đặc thù của trang phục các dân tộc thiểu số phụ thuộc vào phần nguyên liệu, màu sắc, hình dáng, kỹ thuật dệt may, kỹ thuật tạo hoa văn... Tính đặc thù càng được tô đậm hơn nhờ các họa tiết hoa văn.

Từ thực tiễn về sản xuất các trang phục, về chức năng tồn tại loại hình trang phục của các tộc người, tôi đề xuất một xu hướng khai thác trang phục xây dựng thành sản phẩm du lịch:

- *Hướng khai thác thứ nhất*: xây dựng các không gian sản xuất, trình diễn và bán trang phục. Ở mỗi điểm du lịch cộng đồng của từng tộc người như điểm du lịch bản Tông, bản Pó của người Thái Sơn La; điểm du lịch Cát Cát của người Hmông ở Sa Pa; điểm du lịch của người Dao ở Tả Phìn, Sa Pa; điểm du lịch Nậm Đăm, Lũng Táo ở Hà Giang; điểm du lịch bản Lác ở Mai Châu, Hòa Bình... đều có đặc điểm chung là khai thác các di sản văn hóa của các tộc người, kết hợp với cảnh quan môi trường, xây dựng thành điểm du lịch cộng đồng. Ở nơi đây, cần xây dựng một không gian trải nghiệm khép kín theo quy trình sản xuất trang phục. Ví dụ như bản Cát Cát ở Sa

Pa đã xây dựng khu trồng lanh, dệt vải, nhuộm chàm... sử dụng các khung dệt cổ truyền đập chân chỉ còn sót lại ở vùng người Hmông Cát Cát nhằm tạo ra môi trường sản xuất trang phục. Du khách đến xem các điểm du lịch này đều được trải nghiệm việc tự sản xuất tấm vải lanh, tự tay nhuộm, in sáp ong, nhuộm chàm. Sau đó, họ có thể thiết kế thành các túi nhỏ xinh đựng điện thoại, mặt gối, ba lô du lịch... Mỗi người cũng có thể tự mua sắm cho mình một bộ trang phục truyền thống của người Hmông Cát Cát. Sự trải nghiệm sản xuất trang phục thổ cẩm có sức hút với đông đảo du khách. Nhu cầu trải nghiệm của du khách quốc tế đang ngày càng phát triển. Những năm gần đây và trong tương lai sẽ là một dòng nhu cầu chính của du khách, vì thế việc tổ chức không gian sản xuất trang phục, thổ cẩm cho du khách là hướng đi mới nhưng báo hiệu nhiều kết quả, thu hút được đông đảo du khách tham gia.

- Hướng thứ hai: ở những điểm du lịch quan trọng hoặc các khu du lịch của địa phương, vùng, quốc gia, có thể xây dựng nhà bảo tàng trưng bày trang phục. Ở các điểm du lịch quốc tế đều có các bảo tàng, trở thành hạt nhân cho điểm du lịch. Nhưng ở nước ta, bảo tàng chưa gắn với du lịch. Cơ quan làm bảo tàng cứ việc làm bảo tàng, không cần biết đến nhu cầu của du khách muốn xem gì, khám phá những gì trong bảo tàng. Vì thế, có một điều nghịch lý là hệ thống bảo tàng công lập từ Trung ương đến các tỉnh rất ít thu hút được khách. Do đó, ở mỗi khu, mỗi điểm du lịch quan trọng, có điều kiện có thể xây dựng các bảo tàng với quy mô thích hợp. Ở đây sưu tầm và trưng bày các nguyên liệu, công cụ sản xuất trang phục. Ở đây cũng có thể trưng bày các kiểu loại trang phục từ thô sơ cho đến hiện nay như các kiểu trang phục bằng vỏ cây, các tấm chăn sợi, tấm áo lá... cho đến các bộ trang phục đương đại. Ở vùng người Hmông, người Dao, người Tày, người Thái... có thể trưng bày các bộ trang phục cổ truyền của

nam và nữ, trang phục của thầy cúng, của cô dâu chú rể, trang phục của người già, trẻ em... Bảo tàng trưng bày trang phục có thể là một bảo tàng chuyên đề nhưng cũng có khi chỉ là một phần trong nhà bảo tàng trưng bày văn hóa tộc người, thậm chí chỉ là một góc trưng bày gắn với khu trải nghiệm sản xuất trang phục, hoặc các quầy bán trang phục. Vì vậy, cũng cần lồng ghép đề án bảo tồn, phát huy trang phục truyền thống dân tộc thiểu số với đề án xây dựng các buôn làng truyền thống. Trong các dự án bảo tồn các buôn làng truyền thống, cần lựa chọn ngôi nhà cổ truyền, thiết kế thành bảo tàng nhỏ trưng bày trang phục các dân tộc. Việc xây dựng thiết chế bảo tàng trong dự án bảo tồn làng bản truyền thống vừa làm phong phú, hiệu quả cho việc bảo tồn các buôn làng nhưng quan trọng hơn, bảo tàng sẽ trở thành "điểm nhấn" có sức hút du khách. Việc xây dựng thiết chế bảo tàng ở đây còn khắc phục một tư duy lệch lạc khi thực hiện dự án bảo tồn các buôn làng truyền thống là chỉ lo xây dựng các nhà văn hóa (không gắn với thiết chế truyền thống của bản làng). Tất nhiên, muốn xây dựng được bảo tàng ở các điểm du lịch, đòi hỏi các nhà chủ dự án, các nhà quản lý điểm du lịch phải am hiểu về trang phục, phải tiến hành các công đoạn từ điều tra nhu cầu du khách đến phương thức trưng bày bảo tàng cũng như hình thức thuyết minh, tham quan...

- Hướng thứ ba: tổ chức các festival, các cuộc liên hoan trình diễn trang phục với nhiều hình thức khác nhau như thi người đẹp dân tộc thiểu số với trang phục đẹp, trình diễn các trang phục, trình diễn thời trang kế thừa trang phục truyền thống... Hiện nay, trong các ngày văn hóa thể thao các dân tộc đều có hình thức thi trang phục đẹp gắn với thi người đẹp. Các cuộc thi này trở thành một nội dung của ngày hội văn hóa các dân tộc. Tuy nhiên, ngày hội này lại phải đợi chờ hàng chục năm mới được tổ chức ở một thành phố, tỉnh lỵ vùng dân tộc thiểu số nhất định. Do đó, cần nghiên cứu việc

xây dựng các cuộc thi trang phục trở thành các sản phẩm du lịch thường xuyên. Ở các khu du lịch Sa Pa, cao nguyên đá Đồng Văn, Tam Đảo, Mộc Châu... cần nghiên cứu, đưa chương trình thi trang phục, liên hoan trang phục truyền thống các dân tộc, festival trang phục cổ truyền và đương đại thành các sự kiện mang tính thường xuyên đáp ứng nhu cầu du khách. Các cuộc liên hoan này có thể tổ chức thành một lễ hội riêng như kiểu lễ hội áo dài nhưng cũng có thể trở thành một ngày hội với nhiều nội dung liên hoan, trình diễn khác nhau như: *liên hoan trang phục cưới, ngày hội các trang phục truyền thống*, hoặc thi thiết kế thời trang trên nền tảng kế thừa trang phục truyền thống như *thời trang mùa đông trên đỉnh núi Phan Xi Păng, thời trang mùa hè ở khu du lịch Tam Đảo*.

- Hướng thứ tư: Xây dựng các *quầy bán trang phục* ở các điểm du lịch. Mỗi một điểm du lịch đều thiết kế các quầy bán trang phục, các cửa hàng bán trang phục dân tộc thiểu số. Ở các cửa hàng này, cần sáng tạo từ hình thức bán hàng đến thuyết minh, giới thiệu hàng có tính hấp dẫn. Người bán hàng cần mặc trang phục truyền thống hoặc trang phục đã cách tân phù hợp với nhu cầu du khách. Bài thuyết minh phải chú trọng giới thiệu được vẻ đẹp của bộ trang phục cũng như giá trị thẩm mỹ, giá trị lịch sử được ẩn tàng trong trang phục. Đồng thời, cũng có thể xây dựng các quầy bán trang phục trở thành một không gian sản xuất trang phục thủ công. Ở quầy bán có cả khu nhuộm chàm, nhuộm màu, dệt vải. Người bán trang phục vừa là người bán hàng, vừa là hướng dẫn viên du lịch, lại vừa là nghệ nhân. Nhằm đáp ứng nhu cầu chụp ảnh của đông đảo du khách trong nước, cũng cần xây dựng các kịch bản cho thuê trang phục truyền thống với các chương trình “em là cô dâu người Hmông”, “thiếu nữ Tày cầm đàn trên đỉnh núi”, “cô gái Mường bên khung dệt”...

Muốn bảo tồn, phát huy, xây dựng trang phục thành các sản phẩm du lịch cần tuân theo một số nguyên tắc quan trọng như sau:

- *Nguyên tắc thứ nhất*: Trong xây dựng trang phục thành sản phẩm du lịch đòi hỏi sản phẩm phải chứa đựng được “hồn” của văn hóa tộc người. Tính đa dạng, nghệ thuật độc đáo, cũng như bản sắc của trang phục tộc người cần được kế thừa, thẩm thấu vào các sản phẩm trang phục. Các bảo tàng, các cuộc liên hoan trình diễn cho đến các cửa hàng bán trang phục đều thẩm đậm nét đặc trưng của mỗi tộc người - chủ nhân của trang phục. Nét đặc trưng này cũng như cái hồn của văn hóa tộc người, phải được thực hiện qua ý tưởng, khâu thiết kế sản phẩm cho đến vấn đề quảng bá, bán sản phẩm.

- *Nguyên tắc thứ hai*: Xây dựng trang phục trở thành sản phẩm du lịch cần phải hướng tới thị trường. Các sản phẩm này đều do nhu cầu của du khách và thị trường định hướng quyết định. Hiện nay, ở các điểm, khu du lịch nước ta có 3 loại hình du khách khác nhau là du khách trong nước, du khách đại trà Trung Quốc và du khách có sự chi phí cao của các nước Âu Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc... Do đó, muốn xây dựng một bảo tàng, muốn tổ chức một cuộc festival trang phục hay xây dựng một không gian văn hóa trang phục đòi hỏi cộng đồng người làm du lịch phải nghiên cứu nhu cầu của từng loại hình du khách. Từ nhu cầu đó mới tiến hành phân khúc thị trường, xây dựng các sản phẩm phù hợp.

- *Nguyên tắc thứ ba*: Cần xây dựng các sản phẩm du lịch hướng về phát triển bền vững. Ở đây, cần có quan niệm về điều tra nhu cầu du khách, định hướng du khách sử dụng các sản phẩm trang phục truyền thống, được thêu dệt, cắt may bằng các công cụ thủ công, nguyên liệu sản xuất cũng là trang phục truyền thống chứ không phải là những mặt hàng công nghiệp rẻ tiền. Từ đó, đề cao giá trị truyền thống, thổi được hồn dân tộc vào mỗi sản

phẩm, tránh tình trạng làm hàng nhái, ham rẻ bán các mặt hàng kém chất lượng, phá vỡ tính nguyên gốc của trang phục truyền thống. Trong khu bán hàng trang phục, phải dành các vị trí trang trọng, được đầu tư theo chiều sâu bán các mặt hàng trang phục truyền thống với giá cao. Đặc biệt chú ý không bán lẫn lộn các sản phẩm nhái, sản phẩm làm giả truyền thống với sản phẩm trang phục truyền thống.

- *Nguyên tắc thứ tư:* Khác với các sản phẩm du lịch khác, tài nguyên du lịch về trang phục khó có thể xây dựng độc lập thành các sản phẩm du lịch hấp dẫn, thành những dịch vụ quan trọng như văn hóa ẩm thực, như dịch vụ đi lại, dịch vụ lưu trú... Do đó, cần phải nghiên cứu, xây dựng tài nguyên trang phục các dân tộc kết hợp với các nguồn tài nguyên khác (như lễ hội, sinh hoạt văn hóa) tạo thành hệ thống cảnh quan độc lập. Trong vấn đề xây dựng sản phẩm du lịch từ tài nguyên trang phục, cần chú ý đến *tính hệ thống và chuỗi sản phẩm*, hạn chế việc bán hàng đơn lẻ, không gắn với cảnh quan môi trường và sinh hoạt văn hóa của tộc người.

Tài nguyên trang phục của các dân tộc thiểu số đa dạng, phong phú, giàu giá trị thẩm mỹ, giá trị lịch sử, giá trị sử dụng. Nhưng các tài nguyên này muốn trở thành sản phẩm du lịch đòi hỏi phải nắm vững được các đặc điểm của tài nguyên cũng như hồn văn hóa dân tộc, tính hệ thống của tài nguyên. Trong đó, đặc biệt chú ý kết hợp giữa nguyên lý bảo tồn, phát huy bản sắc văn hóa dân tộc với vấn đề tái sáng tạo; vừa đáp ứng nhu cầu bảo tồn nhưng cũng đáp ứng được nhu cầu sáng tạo

của lớp trẻ đương đại. Đề án bảo tồn, phát huy trang phục truyền thống các dân tộc thiểu số Việt Nam khi vận hành trong cuộc sống đương đại cần gắn liền với vấn đề phát triển du lịch, xác định du lịch là “đầu ra” là “điểm nhấn” của đề án./.

T.H.S - T.T.D

1. Trần Từ (1978), *Hoa văn Mường - Nhận xét đầu tay*, Nxb. Văn hóa dân tộc, Hà Nội, tr. 89-90.

2. Nguyễn Văn Đình, Trần Thị Minh Hòa (2004), *Giáo trình kinh tế du lịch*, Nxb. Lao động - xã hội, Hà Nội, tr. 31.

Tài liệu tham khảo

1. Nguyễn Thị Hoa (2016), *Trang phục của người Hmông Đen ở huyện Sa Pa, tỉnh Lào Cai*, Nxb. Mỹ thuật, Hà Nội.

2. Võ Thị Mai Phương (2012), *Trang phục của người Lào ở Tây Bắc Việt Nam*, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.

3. Phan Thị Phụng (2013), *Trang phục và nghệ thuật trang trí trên trang phục của người Dao Đỏ ở Lào Cai*, Nxb. Lao động, Hà Nội.

4. Trần Hữu Sơn (2017), *Văn hóa dân gian ứng dụng*, Nxb. Văn hóa dân tộc, Hà Nội.

5. Ngô Đức Thịnh (1994), *Trang phục cổ truyền các dân tộc Việt Nam*, Nxb. Văn hóa dân tộc, Hà Nội.

6. Lê Ngọc Thắng (1990), *Nghệ thuật trang phục Thái*, Nxb. Văn hóa dân tộc, Hà Nội.

7. Nguyễn Khắc Tụng - Nguyễn Anh Cường (2011), *Trang phục cổ truyền của người Dao ở Việt Nam*, Nxb. Văn hóa thông tin, Hà Nội.

Trần Hữu Sơn: *Costumes of ethnic minorities and tourism development issues*

Costumes of ethnic minorities in Vietnam are considered diverse cultural heritage, imbued characteristics of ethnicity. There have been recently drastic changes in attitude towards ethnic costumes; even some ethnic groups ignore their traditional costumes. This article gives suggestions to preserve and promote the heritage value of traditional costumes through tourism activities. The author proposes ways of exploitation for tourism and principles in making costumes tourism products, which provides a general orientation but could be applicable to individual ethnic minority area.

Keywords: Costume, tourism products, principles of product development.