BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH

CỤC DI SẢN VĂN HÓA

KỶ YẾU HỘI THẢO

"BẢO VỆ VÀ PHÁT HUY GIÁ TRỊ NGHỀ LÀM NƯỚC MẮM NAM Ô GẮN VỚI PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG"

Hà Nội, tháng 10 năm 2023

MỤC LỤC
KỶ YẾU HỘI THẢO
"BẢO VỆ VÀ PHÁT HUY GIÁ TRỊNGHỀ LÀM NƯỚC MẮM NAM Ô GẮN VỚIPHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG"

		Trang
ThS. Đinh Thị Hoa Mỹ	Quá trình khôi phục và phát triển nghề làm nước mắm Nam Ô trong bối cảnh chuyển đổi kinh tế ở Đà Nẵng	**2**
Huỳnh Đình Quốc Thiện	Thực trạng nghề làm nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch cộng đồng	**10**
TS. Trần Ngọc Dũng	"Khôi phục di sản nước mắm Tĩn Phan Thiết bằng mô hình kết hợp ba trong một: văn hóa - du lịch - kinh tế	**18**
Dương Thị Anh	Nước mắm - Lịch sử và hiện tại	**26**
CN. Nguyễn Thị Phương Thảo	Hoạt động bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hoá nghề làm nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch cộng đồng	**37**
Phòng Kinh tế quận Liên Chiểu	Công tác bảo tồn và phát triển làng nghề nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch	**43**
Nhà nghiên cứu Đặng Dùng	Sức sống nghề làm nước mắm Nam Ô	**47**
Phòng Quản lý Văn hóa	"Nghề làm nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịchcộng đồng ở Nam Ô"	**54**
TS. Phạm Lan Hương	Quản lý di sản văn hoá phi vật thể- tiếp cận từ quan điểm "quá trình di sản" (Nghiên cứu trường hợp nghề làm nước mắm Nam Ô, Đà Nẵng)	**59**
Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Đà Nẵng	Bảo vệ và phát huy giá trị Nghề làm nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch cộng đồng	**66**
TS. Trần Thị Dung	Tầm quan trọng của nước mắm truyền thống và nghề làm nước mắm truyền thống trong đời sống kinh tế-xã hội	**71**
Trần Thị Phương	Nghề làm nước mắm Nam Ô và các giá trị của nghề gắn với đời sống, văn hóa của người dân thành phố Đà Nẵng	**76**
TS. Nguyễn Thị Thu Mai - TS. Nguyễn Thị Thu Trang	Giải pháp bảo vệ và phát huy giá trị nghề làm nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch cộng đồng	**86**
Nguyễn Thức	Về giải pháp bảo vệ và phát huy Nghề làm nước mắm Nam Ô (Đà Nẵng)	**96**
ThS. Tưởng Thị Hoàng Nga	Khai thác lợi thế và tiềm năng tài nguyên du lịch tại làng Nam Ô để phát triển du lịch cộng đồng và bảo tồn di sản văn hoá phi vật thể Nghề làm nước mắm Nam Ô	**101**
Nguyễn Đình Thịnh	Nghề làm nước mắm truyền thống ở Việt Nam những tương đồng và khác biệt	**108**

Quá trình khôi phục và phát triển nghề làm nước mắm Nam Ô trong bối cảnh chuyển đổi kinh tế ở Đà Nẵng

Đinh Thị Hoa Mỹ

(Viện Nghiên cứu phát triển Kinh tế - xã hội Đà Nẵng)

1. Giai đoạn 1990 - 1995

Từ năm 1990 đến năm 1995 khi mà chưa có lệnh cấm pháo thì người dân nơi đây vẫn tham gia nghề làm nước mắm, nghề làm nước mắm vào thời điểm này rất phát triển, hầu như nhà nào cũng làm. Nhưng khi có nghề làm pháo xuất hiện, người dân ở đây cảm thấy làm pháo có lợi nhuận hơn làm nước mắm nên nhiều người đã bỏ nghề làm nước mắm chuyển sang làm pháo. Những người cao tuổi ở làng cũng không nhớ công việc làm pháo xuất phát từ khi nào chỉ biết rằng trước khi bị cấm, họ đã có vài thế hệ gắn bó với cái nghề nguy hiểm này. Được truyền nghề từ đời này qua đời khác, nhà nhà làm pháo, người người làm pháo, tất cả người dân Nam Ô những năm trước 1995. Công việc này còn thu hút thêm hàng trăm lao động từ các địa phương khác đến Nam Ô, đông nhất là vài tháng trước tết. Nghề làm pháo này cực kỳ nguy hiểm, nhưng cũng chính nó đã đem lại cuộc sống đầy đủ cho nhiều hộ gia đình, nhất là vào dịp sát Tết.

2. Giai đoạn năm 1995 đến năm 2015

Kể từ ngày 08/8/1994 khi Thủ tướng Chính phủ ban hành Chỉ thị số 406 - TTg về việc cấm sản xuất, buôn bán pháo, người dân Nam Ô rơi vào hoàn cảnh khó khăn, hoang mang. Để vượt qua giai đoạn khó khăn này nên nhiều người dã bỏ đi tha hương cầu thực. Những người ở lại thì làm đủ việc để trang trải cuộc sống khó khăn ấy.

Năm 2006, trước nguy cơ mai một của làng nghề, chính quyền quận Liên Chiểu đã xây dựng và triển khai "Đề án khôi phục làng nghề truyền thống nước mắm Nam Ô". Cho đến năm 2012, quận lại tiếp tục xây dựng Đề án Bảo tồn và phát triển làng nghề truyền thống nước mắm Nam Ô nhằm khai thác tốt tiềm năng tự nhiên, đảm bảo sự phát triển bền vững thông qua việc duy trì nét văn hóa truyền thống, giải quyết việc làm, nâng cao đời sống cho người lao động, thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương, đồng thời không gây tổn hại đến môi trường.

Với những mục tiêu rõ ràng như trên, chính quyền quận và các ban ngành của thành phố đã thực hiện hỗ trợ, đầu tư nhằm khôi phục, bảo tồn và phát triển làng nghề. Chẳng hạn như, thành lập Hội làng nghề truyền thống nước mắm Nam Ô theo Quyết định số 2939/QĐ-UBND ngày 18/4/2007 về việc cho phép thành lập Hội làng nghề truyền thống nước mắm Nam Ô quận Liên Chiểu (gọi tắt là Hội làng nghề) và đăng ký logo, nhãn mác tập thể tại Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam theo Quyết định số 26266/QĐ-SHTT ngày 16/12/2009 của Cục Sở trí tuệ. Bên cạnh đó, hỗ trợ tham gia các hội chợ trong và ngoài thành phố; các tủ trưng bày sản phẩm,

bảng hiệu làng nghề và chai, nhãn nước mắm; khuôn và vỏ chai; đăng ký mã vạch, mã số để thuận lợi trong việc ký kết hợp đồng đưa hàng vào siêu thị…

3. Giai đoạn từ năm 2016 đến nay

Trong giai đoạn 2015 – 2019, do ảnh hưởng quá trình đô thị hóa và thực hiện dự án khu du lịch sinh thái Nam Ô, trong hơn 700 hộ di dời có gần 50% hội viên (khoảng 50 hộ) của Hội làng nghề truyền thống nước mắm Nam Ô đã di dời đến nơi ở mới tại một số khu đô thị mới trong địa phương. Tuy nhiên, những hội viên này không thể tiếp tục sản xuất nước mắm tại nơi ở mới do mặt bằng không đáp ứng nhu cầu sản xuất và chế biến.

Cụ thể về thực trạng nghề sản xuất nước mắm Nam Ô như sau:

- Lao động

Với nghề lao động thủ công như nghề sản xuất nước mắm tại làng nghề và hình thức "cha truyền con nối" nên trong các hộ sản xuất nước mắm lao động thường xuyên chủ yếu là người già, phụ nữ trung niên. Trình độ học vấn của người lao động đa số từ tiểu học đến trung học phổ thông.

Về số lượng lao động tại làng nghề, từ khi thành lập Hội làng nghề truyền thống nước mắm Nam Ô (sau đây gọi tắt là Hội làng nghề) đã tập hợp hơn 110 hộ dân tham gia sản xuất, kinh doanh nước mắm truyền thống Nam Ô tại làng. Tuy nhiên, trong quá trình đô thị hóa diễn ra tại địa phương nên hơn 50 hộ đã di dời khỏi làng nghề. Cho đến năm 2015, số lượng hộ tham gia sản xuất kinh doanh nước mắm tại làng tham gia Hội làng nghề chỉ còn 46 hộ sản xuất, kinh doanh. Tuy nhiên, càng ngày càng có nhiều hộ gia đình tham gia sản xuất, kinh doanh nước mắm, với số lượng hộ sản xuất, kinh doanh nước mắm năm 2022 tại làng Nam Ô là 92 hộ trong đó có 64 hộ là hội viên Hội làng nghề (Bảng 1). Trong đó có 10 cơ sở chế biến nước mắm quy mô tương đối lớn, 17 cơ sở đã đăng ký thương hiệu riêng, các hộ còn lại làm theo mùa vụ.

Tại các cơ sở sản xuất, người đứng đầu cũng là chủ hộ và sử dụng người nhà là lao động chính. Vào thời điểm vào mùa vụ muối cá hoặc thu hoạch đòi hỏi nhiều lao động, các cơ sở sản xuất có thể thuê thêm người dân địa phương làm việc thời vụ. Trong các đợt cao điểm như Tết Nguyên Đán, con cháu trong gia đình tham gia hỗ trợ chủ hộ trong kinh doanh nước mắm của hộ gia đình.

Bảng 1. Tình hình lao động làm nghề nước mắm tại làng Nam Ô giai đoạn 2015 - 2022

STT	Năm	Lao động hộ gia đình (Người)		Cơ sở sản xuất kinh doanh		
		Tổng số	Thường xuyên	Doanh nghiệp	Hợp tác xã	Hộ kinh doanh
1	2015	46	46			46
2	2016	50	50	1	1	50

3	2017	55	55	1	1	55
4	2018	60	60	1	1	60
5	2019	62	62	1	1	62
6	2020	63	63	1	1	63
7	2021	63	63	1	1	63
8	2022	64	64	1	1	64

(Nguồn: Hội Làng nghề nước mắm Nam Ô cung cấp)

- Quy mô sản xuất

Trong giai đoạn 2016 – 2022, sản lượng sản xuất và tiêu thụ nước mắm ngày càng tăng. Theo Bảng 2, năm 2016 làng nghề sản xuất và tiêu thụ khoảng 60.000 lít nước mắm, số lượng này tăng lên 110.000 lít trong năm 2019. Tuy nhiên, do ảnh hưởng của đại dịch COVID-19, tiêu thụ trong năm 2020 đã giảm xuống chỉ còn lần lượt là 88.000 lít. Đến năm 2021 và 2022, việc tiêu thụ nước mắm của làng nghề đã được phục hồi với lần lượt 130.000 và 140.000 lít nước mắm được tiêu thụ. Dự kiến, trong năm 2023, sản xuất khoảng 170.000 lít và tiêu thụ được khoảng 150.000 lít nước mắm. Do đó, doanh thu từ nghề sản xuất nước mắm tại làng nghề cũng ngày càng tăng, đến năm 2022 đạt mức doanh thu đến 10 tỷ đồng (Bảng 2). Với quá trình tăng trưởng về sản lượng và doanh thu, thu nhập của lao động trong làng nghề đạt trung bình khoảng 4-5 triệu đồng/người/tháng.

Bảng 2. Tình hình sản xuất kinh doanh nước mắm Nam Ô

STT	Năm	Sản lượng (lít)	Tiêu thụ (lít)	Giá (đồng)	Doanh thu (đồng)
1	2016	60.000	60.000	60.000	3.600.000.000
2	2017	85.000	65.000	65.000	4.225.000.000
3	2018	110.000	80.000	75.000	6.000.000.000
4	2019	110.000	110.000	80.000	8.800.000.000
5	2020	110.000	88.000	80.000	7.040.000.000
6	2021	150.000	130.000	90.000	11.700.000.000
7	2022	150.000	140.000	90.000	12.600.000.000
8	2023 (Dự kiến)	170.000	150.000	100.000	15.000.000.000

(Nguồn: Hội Làng nghề nước mắm Nam Ô)

Bên cạnh Hội làng nghề, tại làng Nam Ô còn có 01 Hợp tác xã và 01 Doanh nghiệp tại làng nghề (HTX nước mắm Bình Minh và Doanh nghiệp nước

mắm Hồng Hương) mạnh dạn đầu tư chế biến nước mắm để chủ động nguồn hàng và hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm của làng nghề.

- Mặt bằng sản xuất của các hộ sản xuất chủ yếu tận dụng không gian còn trống trong khuôn viên nhà ở. Do đó, mặt bằng sản xuất đa số từ 40-50 m^2, một số hộ có diện tích khá nhỏ 16-20m^2 và cũng có một số cơ sở sản xuất có mặt bằng sản xuất từ 100-150m^2.

b) Về nguyên liệu

Nguồn nguyên liệu chế biến nước mắm Nam Ô chủ yếu là cá cơm, có thể cần khối lượng khá lớn khoảng 100 - 200 tấn cá cơm/năm.

Về nguồn cung các nguyên liệu sản xuất nước mắm: Muối là muối hạt to tại Cà Ná (Bình Thuận) hoặc Sa Huỳnh (Quảng Ngãi).

Về cá cơm, người sản xuất tại địa phương mua nguyên liệu sản xuất nước mắm từ những nhà cung cấp tại thành phố Đà Nẵng và đây là những "mối mua bán" quen biết từ trước đến nay. Giá cả thay đổi theo từng thời điểm và thống nhất giữa hai bên mua và bán. Do đó, có thể thấy rằng giữa bên mua và bán chỉ làm việc dựa trên uy tín mà không có hợp đồng mua bán mang tính pháp lý. Theo người dân địa phương, họ hoàn toàn tin tưởng vào những mối làm ăn này.Do đó, số lượng cung cấp cho người sản xuất tại làng nghề hoàn toàn phụ thuộc vào thời tiết, sản lượng đánh bắt của các tàu cá ở các địa phương khác.

- Kỹ thuật sản xuất và chất lượng nước mắm

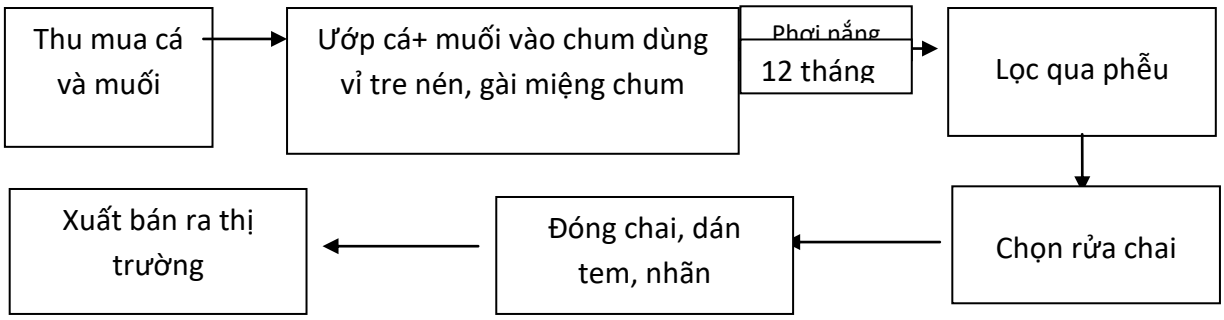
+ Kỹ thuật sản xuất nước mắm Nam Ô

Hiện nay, hầu hết các công đoạn trong quá trình chế biến nước mắm tại làng nghề Nam Ô đều được thực hiện thủ công và nước mắm làm ra được ủ trong một năm để tinh chế ra loại nước mắm ngon nhất.

Nước mắm Nam Ô được sản xuất theo phương thức đánh, quậy, gài, nén với công thức truyền thống là cá cơm than tươi kết hợp với muối theo liều lượng 10 cá/4 muối, muối và cá được trộn đều trước khi đưa vào ủ, chượp. Khi chum đầy thì dùng vỉa tre chèn cá xuống, sau đó gài miệng chum cho thật kín và để chum ở nơi khô ráo, an toàn và hoàn toàn kín gió. Sau 12 tháng, khi cá bắt đầu chín rục thành mắm, thì mang ra lọc. Muốn có được những giọt mắm thơm tinh khiết, không lẫn xác cá và có màu cánh gián, thì người dân phải dùng nhiều lớp vải lót trong một chiếc phễu tre to và để cho từng giọt mắm nhỉ xuống.

Quy trình sản xuất nước mắm Nam Ô được thể hiện qua sơ đồ Hình 6.

Với phương thức sản xuất thủ công chủ yếu theo hình thức "cha truyền con nối" nên mỗi hộ có một bí quyết sản xuất riêng.



Sơ đồ sản xuất nước mắm Nam Ô

+ Chất lượng nước mắm:

Nước mắm Nam Ô được sản xuất thủ công theo phương thức truyền thống và không sử dụng các hóa chất bảo quản cũng như không pha chế thêm các loại gia vị nào. Theo người sản xuất cho biết, nước mắm đóng chai chủ yếu là nước mắm loại 1 lấy từ chượp lần đầu thường được gọi là "Mắm nhĩ". Hàm lượng đạm của nước mắm loại 1 tại làng nghề có độ đạm từ 35 đến 55gam/lít và nước mắm có vị mặn đặc trưng của nước mắm truyền thống không pha trộn đường hoặc các loại gia vị khác. Đó là do mắm được bảo quản tự nhiên nhờ lượng muối có trong mắm. Đồng thời, khi để lâu nước mắm chuyển sang màu đen sẫm và có mùi khó chịu nhưng vẫn sử dụng được.

Cho đến nay, đã có 3 thương hiệu nước mắm Nam Ô tại làng Nam Ô được công nhận sản phẩm OCOP cấp thành phố gồm: nước mắm Bình Minh, nước mắm Hương Làng Cổ và nước nắm Nam Ô - Hiệp Hải.

- Mẫu mã sản phẩm, quảng cáo, tiếp thị và thị trường tiêu thụ

+ Từ năm 2015, UBND quận hỗ trợ cho 4 hộ đăng ký mã vạch, mã số để thuận lợi trong việc ký kết hợp đồng đưa hàng vào siêu thị. Đến năm 2017, đăng ký lại Giấy Chứng nhận nhãn hiệu tập thể.

Đồng thời, nước mắm Nam Ô đã được hỗ trợ xây dựng nhãn nước mắm cho cũng như hỗ trợ khuôn và vỏ chai đựng nước mắm bằng thủy tinh với dung tích từ 0,3 lít, 0,5 lít đến 01 lít.

Tại các cơ sở sản xuất có quy mô lớn đã có sự đầu tư về bao bì, nhãn mác đẹp. Trong khi đó, một số hộ gia đình sản xuất nhỏ lẻ đã tận dụng các loại chai nhựa đựng nước uống (0,5-1,5 lít) để đựng nước mắm; đóng nút chai thủ công.

+ Thị trường tiêu thụ: Hiện nay thị trường tiêu thụ nước mắm của làng nghề Nam Ô chủ yếu bán lẻ tại nhà cho khách hàng quen; 90% sản phẩm được tiêu thụ vào dịp Tết Âm lịch được bán cho một số "mối" quen ở các thành phố lớn như Hà Nội, TP. HCM. Ngoài ra, sản phẩm của làng nghề được bán tại các cửa hàng Đặc sản miền Trung, tại chợ Hàn, chợ Cồn, chợ Hòa Khánh và các chợ

trên địa bàn thành phố Đà Nẵng. Một số cơ sở sản xuất đã triển khai bán hàng trên mạng xã hội như trên facebook của Nước mắm Nam Ô-Hiệp Hải .

Công ty TNHH mắm Hồng Hương đã xây dựng trang thông tin điện tử: nuocmamnamo.vn để giới thiệu thông tin về làng nghề, nước mắm Nam Ô và quảng cáo nước mắm do công ty sản xuất.Bên cạnh đó, công ty đã triển khai mô hình kết hợp sản xuất nước mắm và du lịch bằng cách kết hợp với các công ty lữ hành để đưa khách du lịch để trải nghiệm làm nước mắm tại công ty.

Các ban ngành của thành phố đã hỗ trợ Hội làng nghề nước mắm Nam Ô, hợp tác xã, doanh nghiệp và các hộ sản xuất tham gia các hội chợ, triển lãm trong và ngoài thành phố. Tuy nhiên, quảng cáo, tiếp thị của nước mắm Nam Ô hiện còn khá khiêm tốn so với các sản phẩm nước mắm khác như Chinsu, Nam Ngư, Phan Thiết, Phú Quốc…

Mặc dù tại làng Nam Ô đã có Hội làng nghề là nơi tập hợp, liên kết giữa các hộ sản xuất và hỗ trợ phát triển làng nghề tại địa phương, nhưng trong những năm gần đây Hội làng nghề đang mất dần vai trò này. Bên cạnh đó, Hội làng nghề đã thành lập được 12 năm nhưng chưa gia nhập Hiệp Hội làng nghề truyền thống Việt Nam nhằm tăng cường vị trí và quảng bá sản phẩm của làng nghề nước mắm Nam Ô.

- Về vốn sản xuất

Tất cả các hộ gia đình và CSSX được hỏi đều sử dụng nguồn vốn tự có của mình để sản xuất, kinh doanh. Một số năm, thông qua Vốn vay 120 giải quyết việc làm, phòng Lao động - Thương binh và Xã hội quận đã giải quyết cho 30 hộ sản xuất vay 300 triệu đồng. Trong khi đó, có đến 90% số hội viên làng nghề đang rất cần vốn với lãi suất ưu đãi để mua nguyên liệu, chế biến các sản phẩm ngắn ngày tạo thu nhập trước mắt cho gia đình.

- Môi trường tại làng nghề

Trong quá trình sản xuất tại các hộ gia đình cũng như các cơ sở sản xuất vừa thải ra xác mắm và nước thải từ hoạt động vệ sinh các thùng chứa, chai lọ. Trong đó, tỉ lệ xác mắm còn lại khoảng 30% lượng cá sử dụng làm mắm nên hàng năm toàn bộ làng nghề có thể thải ra khoảng 50.000 - 80.000kg xác mắm. Trong đó, một phần xác mắm được các hộ chăn nuôi ở các địa phương khác đến thu gom, còn lại người dân xả thải ra môi trường. Đối với nước thải, khối lượng xả thải mỗi hộ không quá 30m^3, các hộ gia đình thu và xả theo đướng cống nước thải sinh hoạt chung.

- Cơ sở hạ tầng

Hiện nay tại khu vực Nam Ô có khoảng 1.254 hộ dân sống trong những căn nhà nhỏ, thấp tầng. Hệ thống hạ tầng giao thông nội bộ trong khu vực chủ yếu là những con hẻm nhỏ, ngoằn nghèo, rộng từ 02 – 03 m kết nối ra những hẻm lớn hơn, rộng từ 04 - 05 m bao bọc quanh khu vực để đi ra đường chính Nguyễn Tất Thành và quốc lộ 1A.

- Hệ thống cấp điện, cấp nước sinh hoạt đã được đầu tư và đưa đến từng hộ dân trong khu vực. Hệ thống thoát nước thải sinh hoạt đã thành phố đầu tư và rác thải sinh hoạt tại khu vực đã được thu gom hàng ngày.

+ Riêng hệ thống cây xanh công cộng trong làng còn thiếu do quỹ đất công cộng còn khá hạn hẹp, các tuyến giao thông chủ yếu là hẻm nhỏ nên không có vỉa hè để trồng cây xanh bóng mát. Cây xanh trong khu vực chủ yếu tập trung tại khu vực ghềnh Nam Ô.

+ Hệ thống nhà vệ sinh công cộng còn thiếu do khu vực chưa phát triển mạnh các loại hình kinh doanh dịch vụ du lịch.

- Hoạt động du lịch tại làng Nam Ô gắn với nước mắm

Với cảnh quan thiên nhiên tươi đẹp với bờ biển xanh, cát trắng mịn, bãi đá rêu phong, đồi núi Hải Vân hùng vĩ cùng với các di chỉ văn hóa có lịch sử lâu đời, như đền thờ bà Liễu Hạnh, dấu tích Huyền Trân công chúa, mộ cổ tiền hiền làng Nam Ô, lăng thờ cá Ông, các di chỉ, dấu tích Chăm, các nét đẹp văn hoá, phong tục tập quán, lễ hội tại địa phương... Đây chính là điều kiện thuận lợi để liên kết phát triển du lịch làng nghề nước mắm Nam Ô gắn với phát triển các hoạt động du lịch tại địa phương.

Năm 2019, Bộ Văn hóa - Thể thao và Du lịch đã công nhận nghề làm nước mắm Nam Ô là Di sản Văn hóa phi vật thể quốc gia.

Ngày 02/3/2020, UBND thành phố Đà Nẵng ban hành Quyết định số 720/QĐ-UBND về việc ban hành Đề án phát triển du lịch cộng đồng Nam Ô với dự kiến đầu tư các hạng mục phục vụ du lịch và các hoạt động du lịch như trải nghiệm bình minh, hoàng hôn ở vịnh Nam Ô trên thuyền thúng, Tham quan tìm hiểu câu chuyện về các di tích, tham quan làng nghề truyền thống và thưởng thức ẩm thực địa phương Nam Ô, Chụp ảnh tại khu vực ghềnh Nam Ô…

Hiện nay, dự án vẫn chưa hoàn thiện cũng như chưa hoạt động nhưng một số hoạt động du lịch đã được người dân và doanh nghiệp sản xuất nước mắm tại làng Nam Ô thực hiện.

Cụ thể là, Doanh nghiệp nước mắm Hồng Hương với thương hiệu "Nước mắm Nam Ô – Hương Làng cổ" đã triển khai hoạt động trải nghiệm quy trình sản xuất nước mắm và giới thiệu về biển Nam Ô: bãi biển, thúng, lưới, các loại rong biển, con còng, rau muống biển…

Tóm lại, có thể thấy những chuyển đổi về kinh tế của thành phố nói chung và quận Liên Chiểu nói riêng đã ảnh hưởng khá lớn đến nghề làm nước mắm Nam Ô, cụ thể như sau:

- Vùng nguyên liệu: Đô thị hóa dẫn đến hệ lụy thấy rõ là nguồn nguyên liệu bị mai một. Do đó, người dân phải nhập từ bên ngoài thông qua hệ thống các doanh nghiệp, công ty tư nhân theo hình thức kinh doanh trung gian khiến việc sản xuất của các làng nghề bị phụ thuộc nhiều vào nguồn cung bên ngoài cả về chất lượng, số lượng và giá cả.

- Cạnh tranh: Đô thị hóa tạo ra thị trường mở cho nước mắm Nam Ô, nhưng cũng từ đây, sự cạnh tranh kinh tế giữa nước mắm Nam Ô với sản phẩm cùng loại ở các địa phương khác, quốc gia kháccũng như nước mắm công nghiệp càng trở nên gay gắt.

- Tổ chức sản xuất: Sau khi di dời đến ở tại các khu dân cư mới trên địa bàn quận, nhiều hộ gia đình đã không thể tiếp tục sản xuất nước mắm do nước và rác thải trong quá trình sản xuất nước mắm gây mùi ảnh hưởng đến cuộc sống của các hộ sinh sống xung quanh.

Đất cho sản xuất không chỉ là khó khăn đối với các doanh nghiệp hiện có trong làng nghề mà còn là khó khăn lớn đối với việc mở mang thêm các hộ sản xuất và doanh nghiệp làng nghề.

Thực trạng nghề làm nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch cộng đồng

Huỳnh Đình Quốc Thiện[1]

Dẫn nhập

Nam Ô - làng chài nằm nghiêng mình bên bờ biển phía Nam đèo Hải Vân được xem là một trong những làng chài cổ nhất xứ Đàng Trong, mảnh đất nhỏ bé nơi đây không chỉ nổi tiếng với vẻ đẹp của thiên nhiên mà còn lưu giữ trong mình những giá trị văn hóa đặc sắc, các di tích văn hóa đan xen với nhiều câu chuyện kể, giai thoại.

Nơi đây nổi tiếng với nghề làm nước mắm truyền thống bao đời nay. Nước mắm Nam Ô vốn vang danh gần xa bởi vị mặn mòi của vùng biển miền Trung, với bí quyết làm nước mắm 3 cá 1 muối riêng biệt. Một trong những nét đặc trưng của mắm Nam Ô là cách làm mắm hoàn toàn thủ công truyền thống, nước mắm làm ra được ủ ròng trong một năm để tinh chế ra loại mắm nhỉ ngon nhất có hương thơm, mùi vị đặc trưng, ngọt tự nhiên, màu đỏ thẫm như màu cánh gián. Trong quá khứ, nước mắm Nam Ô đã từng là sản vật tiến Vua.

Ngày nay, nghề làm nước mắm Nam Ô đang có những bước chuyển mình để phù hợp với bối cảnh của xã hội. Giá trị của nghề làm nước mắm mang lại không chỉ dừng lại ở khía cạnh đơn thuần của việc sản xuất các sản phẩm nước mắm truyền thống bằng phương pháp thủ công mà còn có tiềm năng lớn để phát triển du lịch, cụ thể ở đây là du lịch cộng đồng.

1. Du lịch cộng đồng - nhu cầu và xu hướng phát triển tại Đà Nẵng

Du lịch là một hoạt động vốn đã có từ rất lâu đời nhưng thực sự được các nhà nghiên cứu, đặc biệt là nhân học văn hoá quan tâm đến thì phải đến những năm 70 của thế kỷ XX. Theo tổ chức du lịch thế giới: "Du lịch là một hoạt động du hành đến một nơi khác với địa điểm thường trú thường xuyên của mình nhằm mục đích thỏa mãn những thú vui của họ, không vì mục đích làm ăn".

Theo định nghĩa của Luật Du lịch, du lịch cộng đồng (DLCĐ) là loại hình du lịch được phát triển trên cơ sở các giá trị văn hóa của cộng đồng, do cộng đồng dân cư quản lý, tổ chức khai thác và hưởng lợi. Nói cụ thể hơn, đây loại hình du lịch sẽ khuyến khích các cộng đồng cư dân tại nơi khách đến tham gia vào các hoạt động du lịch và tạo thêm thu nhập, giảm nhẹ một phần những khó khăn trong đời sống vật chất và tinh thần mà họ đang phải chịu đựng, rút ngắn khoảng cách giữa nông thôn và thành thị.

Theo Chương trình Phát triển năng lực du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội của Liên minh Châu Âu (EU) tại Việt Nam, du lịch cộng đồng mang lại cho du khách những trải nghiệm về cuộc sống địa phương, trong đó các cộng đồng địa phương tham gia trực tiếp vào các hoạt động du lịch và thu được

[1] Giám đốc Bảo tàng Đà Nẵng

các lợi ích kinh tế - xã hội từ các hoạt động du lịch và chịu trách nhiệm bảo vệ tài nguyên thiên nhiên, môi trường và văn hóa địa phương

Nhu cầu và xu hướng phát triển du lịch cộng đồng tại Đà Nẵng

Trong nhiều năm trở lại đây, ngành du lịch Đà Nẵng đã và đang có nhiều bước phát triển nhanh, trở thành một trong những ngành kinh tế mũi nhọn góp phần đáng kể vào sự tăng trưởng của thành phố thông qua việc tạo ra nhiều việc làm mới, cải thiện môi trường và nâng cao chất lượng sống cho người dân. Tuy nhiên, so với các tỉnh lân cận thì phát triển du lịch cộng đồng tại Đà Nẵng chưa tương xứng với tiềm năng và còn khá mới mẻ. Vì vậy, thành phố đang quan tâm thúc đẩy loại hình du lịch này để tạo sức hút mới cho du khách đến với thành phố và thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương.

Với những tiềm năng về cảnh quan thiên nhiên và giá trị văn hóa, Nam Ô có tiềm năng rất lớn để phát triển mô hình du lịch cộng động, đẩy mạnh khai thác tối đa lợi thế du lịch cộng đồng với 04 lợi thế chủ yếu về thiên nhiên cảnh quan, câu chuyện di tích, làng nghề truyền thống, ẩm thực địa phương. Khi đến với Nam Ô khách du lịch không chỉ tận hưởng nghỉ dưỡng hòa mình với cảnh quan ven biển mà còn hòa mình vào cuộc sống của người dân địa phương tìm hiểu văn hóa làng nghề, thưởng thức ẩm thực, khám phá trải nghiệm theo mô hình du lịch cộng đồng

Tuy nhiên, để đảm bảo điều kiện phát huy tiềm năng lợi thế du lịch cộng đồng tại nơi đây, cần xác định được thực trạng của nghề làm nước mắm Nam Ô mà rộng hơn là của cả làng cổ Nam Ô để sớm triển khai khắc phục, hạn chế tồn tại đồng thời có định hướng đúng đắn để phát triển du lịch cộng đồng tương xứng với tiềm năng, lợi thế của khu vực.

2. Thực trạng nghề làm nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch cộng đồng

Từ sản xuất nước mắm đến phát triển du lịch là một câu chuyện dài đòi hỏi phải có sự vận động, thay đổi từ bên trong chủ thể - những hộ dân sản xuất nước mắm và sự phối hợp đồng bộ của các thành tố đi cùng (cảnh quan, dịch vụ, cơ sở hạ tầng, môi trường…)

a) Nguồn nhân lực

Yếu tố con người - nhân lực trong tất cả các ngành nghề hay hoạt động sản xuất đều đóng vai trò hết sức quan trọng và đối với ngành du lịch cũng không phải là ngoại lệ, đặc biệt là với loại hình du lịch cộng đồng, yếu tố con người có thể được xem là yếu tố tiên quyết.

Nguồn nhân lực phục vụ du lịch tại khu vực này chủ yếu là người dân địa phương, ngư dân với trình độ thấp, trình độ học vấn của người lao động đa số từ tiểu học đến trung học phổ thông, chưa được đào tạo qua các lớp bồi dưỡng nghiệp vụ du lịch hayphát triển kinh tế từ hoạt động du lịch.

Hiện nay tại khu vực làng Nam Ô có trên dưới 1,254 hộ dân, đa số mọi người là bà con họ hàng quen biết nhau, nhà ở cư dân là những căn nhà nhỏ

được xây dựng từ lâu với những con hẻm nhỏ ngoằn nghèo chỉ vừa đủ hai xe máy tránh nhau khi đi ngược chiều. Nhà dân Nam Ô thường sống chung 3 thế hệ, nhà nhỏ, hẻm nhỏ chỉ đủ đáp ứng như cầu ăn ở, đi lại cho người dân trong làng.

Với nghề lao động thủ công như nghề sản xuất nước mắm tại làng nghề và hình thức "cha truyền con nối" nêntại các cơ sở sản xuất, người đứng đầu cũng là chủ hộ và sử dụng người nhà là lao động chính. Lao động thường xuyên chủ yếu là người già, phụ nữ trung niên chiếm 50% số lượng lao động, còn lại là con cháu trong gia đình tham gia hỗ trợ trong các đợt cao điểm như Tết Nguyên Đán… Vào thời điểm vào mùa vụ muối cá hoặc thu hoạch đòi hỏi nhiều lao động, các cơ sở sản xuất có thể thuê thêm người dân địa phương làm việc thời vụ.

Các hộ dân trước đây chủ yếu đi biển và làm nước mắm truyền thống tuy nhiên đến nay chỉ còn lại những người trên 40 tuổi theo nghề biển, nghề nước mắm, các lớp trẻ về sau đang dần bỏ nghề liên quan đến biển để theo xu hướng xã hội hiện đại mới. Trước kia, làng còn có nghề làm pháo, tuy nguy hiểm nhưng mang lại nhiều lợi nhuận nên đa số người dân Nam Ô bỏ nghề nước mắm đi làm pháo. Đến cuối năm 1994, nhà nước cấm pháo thì người dân quay lại với nghề nước mắm tuy nhiên đến nay số lượng cơ sở nước mắm giảm dần chỉ còn khoảng trên dưới 20 cơ sở sản xuất. Các nguyên liệu chế biến: cá cơm than, chum muối cá bằng gỗ mít, chum nẹp gỗ, chum đất cũng khan hiếm dần, chỉ còn lại công thức sản xuất truyền thống. Người Nam Ô sống và tâm huyết với nghề mắm không thể cạnh tranh lại với các loại nước mắm công nghiệp đang sản xuất bán đại trà trên khắp các chuỗi siêu thị trên toàn quốc.

Xét về yếu tố tâm lý của đại đa số các cơ sở và người lao động, họ đều sẵn sàng tham gia các hoạt động để phát triển du lịch tại làng nghề thể hiện thông qua việc: dọn dẹp môi trường, trang trí cảnh quan, thành lập đội văn nghệ, tập huấn kỹ năng đón tiếp khách du lịch….Người lao động mong muốn bảo tồn nghề làm nước mắm tại Nam Ô và họ tiếp tục tham gia làm việc tại địa phương, theo họ thông qua việc phát triển du lịch cộng đồng sẽ giúp họ vừa bảo tồn và phát triển nghề truyền thống của cha ông vừa nâng cao thu nhập cũng như giải quyết vấn đề lao động tại địa phương

Tuy nhiên để lồng ghép việc phát triển du lịch cộng đồng với việc sản xuất nước mắm tại làng nghề, người dân mong muốn chính quyền quan tâm đến nâng cấp cơ sở hạ tầng, tạo điều kiện được vay vốn từ Ngân hàng Chính sách xã hội để đầu tư sản xuất, đào tạo chuyên môn nghiệp vụ,…

b) Không gian tổng thể làng nghề

Để nghề làm nước mắm Nam Ô gắn phát triển du lịch cộng đồng thì bắt buộc phải được đặt trong không gian tổng thể của làng cổ Nam Ô, khi đó nghề làm nước mắm Nam Ô là một thành tố - nghề truyền thống, trở thành một nguồn tài nguyên cùng với các nguồn tài nguyên khác (cảnh quản thiên nhiên, văn hóa,

dịch vụ…) góp phần vào mục đích xây dựng Nam Ô thành một địa điểm du lịch cộng đồng.

Nhìn tổng thể, làng Nam Ô có nét đẹp của một khu vực làng chài truyền thống với nhiều nghề đặc trưng: nghề đánh bắt hải sản bằng thuyền thúng và ngư lưới cụ truyền thống, nghề chế biến hải sản trong đó nổi bật là nghề làm nước mắm…Các hoạt động trải nghiệm sản xuất làm ra sản phẩm từ các nghề nêu trên hứa hẹn sẽ mang lại cảm giác thú vị, trải nghiệm khó quên trong lòng du khách.

Về cảnh quan thiên nhiên, Nam Ô có nhiều lợi thế khi phát triển các hoạt động du lịch cộng đồng tại đây khi có vị trí nằm ở ven biển thuộc khu vực phía Tây Bắc vịnh Đà Nẵng, nằm gần chân đèo Hải Vân với nhánh sông Cu Đê đổ ra biển. Khu vực được thiên nhiên ưu đãi bao bọc bởi núi, sông, biển, cây cối xanh tươi, khí hậu mát mẻ, nước biển xanh trong cùng sóng nhẹ nhàng và đặc biệt là khu vực ghềnh đá và bãi rêu với nhiều cảnh quan đẹp khác.

Với ngành nghề đi biển đánh bắt, người dân Nam Ô đã dần quen với con sóng, ngọn gió, bám biển mưu sinh, biển đem lại cho con người nhiều nguồn lợi, song nó cũng đi kèm với nhiều rủi ro, bất trắc không ai có thể lường trước được. Với ngư dân, mỗi lần ra khơi như đặt cược tính mạng của mình. Chính vì phải luôn đối mặt thường trực với hiểm nguy nên những ngư dân luôn có một niềm tin "tâm linh" để bám víu, nương tựa trong lúc lênh đênh ngoài biển khơi vì lẽ đó, văn hóa và những tín ngưỡng của người dân nơi đây mang đậm nét hơi thở của biển cả, thể hiện thông qua các lễ hội và di tích như Lăng Ông, dinh âm linh, lễ hội Cầu ngư. Ngoài ra Nam Ô còn có một bề dày về văn hóa thể hiện qua hệ thống các di tích phong phú và đan xen ở đây như miếu Bà Liễu Hạnh, mộ Tiền Hiền, giếng vuông, đình làng Xuân Dương, nghĩa trủng Nam Ô...đây đều là các tài nguyên du lịch quý báu để giúp thu hút du khách đến với khu vực.

Văn hóa ẩm thực tại Nam Ô cũng mang đậm nét đặc trưng của văn hóa biển, người dân Nam Ô biết chế biến nhiều món ăn dân dã nhưng cũng đã trở thành đặc sản như gỏi cá Nam Ô, rong biển Nam Ô, bún chả cá, cháo chờ (bánh canh nấu bằng cá), bún mắm ...khiến du khách không thể nào quên được hương vị khi thưởng thức.

Tuy nhiên, khu vực làng chài Nam Ô hiện nay vẫn còn tình trạng nhếch nhác. Việc dự án Khu du lịch Nam Ô còn đang thực hiện thủ tục, chưa được triển khai dẫn đến tình trạng bỏ hoang, cỏ dại mọc um tùm, rác thải vứt bừa bãi và xà bần chưa được chuyển đi. Bên cạnh đó trong quá trình sản xuất nước mắm tại các hộ gia đình cũng như các cơ sở sản xuất vừa thải ra xác mắm và nước thải từ hoạt động vệ sinh các thùng chứa, chai lọ. Trong đó, tỉ lệ xác mắm còn lại khoảng 30% lượng cá sử dụng làm mắm nên hàng năm toàn bộ làng nghề có thể thải ra khoảng 60.000kg xác mắm. Trong đó, một phần xác mắm được các hộ chăn nuôi ở các địa phương khác đến thu gom, còn lại người dân xả thải ra môi trường. Đối với nước thải, các hộ gia đình thu và xả theo đướng cống nước thải sinh hoạt chung. Ngoài ra, trong quá trình sản xuất nước mắm gây ra mùi

hôi, đây là các vấn đề cấp thiết về môi trường cần được lưu tâm nếu muốn thu hút và giữ chân khách du lịch khi đến với làng nghề.

c) Cơ sở hạ tầng, giao thông kết nối

Làng Nam Ô thuộc địa phận phường Hòa Hiệp Nam, quận Liên Chiểu cách trung tâm thành phố khoảng 13 km về phía Tây Bắc và được kết nối với trung tâm thành phố chủ yếu bằng tuyến giao thông đường bộ Nguyễn Tất Thành, tuyến đường quốc lộ 1A đã được đầu tư hoàn chỉnh, đồng bộ nên tạo điều kiện thuận lợi cho du khách tham quan, tiếp cận khu vực.

Hiện nay tại khu vực Nam Ô có khoảng 1,254 hộ dân sống trong những căn nhà nhỏ, thấp tầng. Hệ thống hạ tầng giao thông nội bộ trong khu vực chủ yếu là những con hẻm nhỏ, ngoằn nghèo, rộng từ 0,5 – 1 m kết nối ra những hẻm lớn hơn, rộng từ 1 – 1,5 m bao bọc quanh khu vực để đi ra đường chính Nguyễn Tất Thành và quốc lộ 1A. Đây là lợi thế khi phát triển du lịch cộng đồng cho mô hình xe đạp, không ảnh hưởng tiếng ồn và tạo nên làng chài bình yên, trải nghiệm sinh hoạt văn hóa địa phương tuy nhiên cũng phần nào hạn chế việc đi lại cũng như vận chuyển.

Trước kia các hộ dân chưa được gắn số nhà, gây khó khăn trong việc kết nối và tìm địa chỉ. Hiện nay, chính quyền địa phương đang triển khai gắn số nhà, việc gắn số nhà đòi hỏi phải tiến hành đồng bộ và thống nhất để thuận tiện cho đời sống người dân và việc tổ chức các hoạt động du lịch cộng đồng về sau.

Hệ thống cấp điện, cấp nước sinh hoạt đã được đầu tư và đưa đến từng hộ dân trong khu vực. Hệ thống thoát nước thải sinh hoạt đã thành phố đầu tư và rác thải sinh hoạt tại khu vực đã được thu gom hàng ngày.

Các nhà ở vẫn còn tình trạng xây dựng tạm bợ, không tuân theo kiến trúc nhất định, nhà ở thấp tầng, chắp vá, không có kiến trúc đặc biệt. Các công trình được xây dựng sát nhau, không có đất trống nên khó có không gian tổ chức các hoạt động sinh hoạt cộng đồng trong khu dân cư (các hoạt động này chủ yếu diễn ra ngoài bãi biển và tại các di tích)

Riêng hệ thống cây xanh công cộng trong làng còn thiếu do quỹ đất công cộng còn khá hạn hẹp, các tuyến giao thông chủ yếu là hẻm nhỏ nên không có vỉa hè để trồng cây xanh bóng mát. Cây xanh trong khu vực chủ yếu tập trung tại khu vực ghềnh Nam Ô.

Hệ thống nhà vệ sinh công cộng còn thiếu do khu vực chưa phát triển mạnh các loại hình kinh doanh dịch vụ du lịch.

d) Về sản phẩm, dịch vụ du lịch

Trong các nguồn tài nguyên du lịch có tiềm năng đưa vào khai thác khi thực hiện du lịch cộng đồng tại Nam Ô thì du lịch làng nghề đóng yếu tố trọng tâm. Du lịch làng nghề là loại hình du lịch văn hoá tổng hợp đưa du khách tới tham quan, trải nghiệm, cảm nhận các giá trị văn hóa và mua sắm những hàng hóa đặc trưng.

Cụ thể khi nghề làm nước mắm Nam Ô được đưa vào để phục vụ du lịch cộng đồng, các hình thức sản phẩm và dịch vụ có thể hình thành như tham quan và trải nghiệm các công đoạn của nghề làm mắm, trải nghiệm ẩm thực và đời sống người dân Nam Ô, mua sắm các sản phẩm mắm thành phẩm hoặc sản phẩm từ biển (hải sản, vỏ ốc...). Bên cạnh đó các dịch vụ có thể kể đến như đạp xe đạp, cắm trại trên bãi biển, chèo thuyền thúng, kéo lưới, câu mực...

Hiện nay, đã có một số mô hình du lịch trải nghiệm sản xuất nước mắm cho du khách như tại Công ty TNHH mắm Hồng Hương (K884/74/04 Nguyễn Lương Bằng). Tuy nhiên hoạt động du lịch hiện nay tại khu vực chủ yếu là hoạt động du lịch tự phát (chụp ảnh, ăn uống tại khu vực bãi đá rêu và tham quan xung quanh ghềnh). Các dịch vụ phục vụ khách tại đây cũng mang yếu tố tự phát: dựng lều bạt, bán quán ăn nhỏ (khoảng 15 hộ) và dịch vụ trông giữ xe gắn máy (khoảng 05 hộ) dẫn đến việc xả rác thải không đúng nơi quy định gây ô nhiễm, tranh chấp tranh giành khách gây mất an toàn trật tự, du khách ở lại qua đêm gây mất an ninh và tiềm ẩn nguy cơ gây cháy nổ. Bên cạnh đó, khu vực này chưa có lực lượng cứu hộ nên không đảm bảo an toàn cho du khách khi tự ý tắm biển tại đây. Về vấn đề này, UBND quận Liên Chiểu đã nhiều lần ra quân yêu cầu tháo dỡ các lều quán tự phát, cắm bảng khuyến cáo, nội quy nhưng đến nay tình trạng này vẫn có dấu hiệu tiếp diễn.

Các hoạt động lễ hội văn hóa tại các khu vực di tích như lăng Ngư Ông, miếu Âm hồn, miếu Bà Liễu Hạnh, mộ Tiền Hiền, đình Xuân Dương chưa được nhiều người biết đến, đa phần chỉ có người dân Nam Ô đến thắp hương và tổ chức các lễ hội truyền thống định kỳ của dân làng.

e) Về thị trường và nhu cầu khách

Hiện nay, khách tham quan tại khu vực đa số là khách địa phương và các sinh viên đến từ các trường đại học trên địa bàn thành phố như trường đại học Sư phạm, trường đại học Bách khoa, trường đại học Duy Tân, trường cao đẳng Giao thông Vận tải, Trường Cao Đẳng Lương thực - Thực phẩm, trường đại học FPT Đà Nẵng đến tham quan, tắm biển, chụp ảnh tại rạn Nam Ô. Số lượng khách quốc tế đến Nam Ô trải nghiệm còn tương đối hạn chế và lẻ tẻ.

Gần đây khi Công ty CP Trung Thủy (Chủ đầu tư dự án KDL Nam Ô) mở đường dân sinh rộng 4 mét vào khu vực ghềnh lượng khách đã tập trung đông hơn, ước tính ngày cao điểm có ngày đạt khoảng 1,000 khách đến tham quan.

f) Về quản lý Nhà nước

Theo chủ trương phân cấp quản lý tại Công văn số 10635/UBND-SDL ngày 30/12/2016 của UBND thành phố, việc quản lý các hoạt động du lịch tự phát tại khu vực này được giao cho UBND quận Liên Chiểu chịu trách nhiệm quản lý. Tuy nhiên, do lực lượng quản lý còn mỏng nên tình trạng này vẫn có dấu hiệu tiếp diễn. Bên cạnh đó, cơ quan quản lý địa phương chưa có cơ chế quản lý, quy định hoạt động tham quan của du khách nên hoạt động du lịch tại khu vực còn khá nhiều vấn đề bất cập (an ninh trật tự, vệ sinh môi trường, an toàn tham quan, an toàn thực phẩm…).

Ngày 2-3-2020, UBND thành phố có Quyết định số 720/QĐ-UBND ban hành đề án Phát triển du lịch cộng đồng Nam Ô với kinh phí thực hiện đề án là 46,1 tỷ đồng, trong đó, nguồn ngân sách của thành phố là 10,7 tỷ đồng, còn lại là vận động doanh nghiệp, nhà đầu tư và chủ đầu tư dự án Khu du lịch sinh thái Nam Ô (Công ty CP Trung Thủy Đà Nẵng) hỗ trợ.

Tiếp theo đó, ngày 31-3-2020, UBND thành phố có Quyết định số 1142/QĐ-UBND ban hành đề án Bảo tồn làng nghề nước mắm Nam Ô với phát triển du lịch của thành phố Đà Nẵng.

UBND thành phố cũng đã ban hành Kế hoạch số 3472/KH-UBND ngày 29-5-2020 vềtriển khai đề án Phát triển du lịch cộng đồng Nam Ô nhằm đôn đốc, chỉ đạo các đơn vị, địa phương liên quan khẩn trương thực hiện đề án, tạo sản phẩm du lịch tại khu vực Nam Ô theo nội dung đề án đã phê duyệt.

Theo đó, UBND thành phố yêu cầu các sở, ban, ngành, nhà đầu tư, UBND quận Liên Chiểu tổ chức thực hiện đầu tư cơ sở vật chất, hạ tầng kỹ thuật, đầu tư hình thành các gói sản phẩm du lịch; nghiên cứu thực hiện các giải pháp quản lý phù hợp với nội dung đề án, tình hình phát triển kinh tế xã hội của địa phương, tập quán văn hóa, sinh hoạt, đời sống vật chất tinh thần… của người dân địa phương; huy động, vận dụng tối đa các nguồn lực cần thiết để triển khai thực hiện hiệu quả đề án...

3. Đánh giá chung những thuận lợi và khó khăn

a) Thuận lợi

Nhìn chung chính quyền thành phố rất quan tâm đến việc bảo tồn và phát triển làng nghề Nam Ô, trong đó chú trọng đến việc phát triển du lịch tại làng nghề. Thành phố đã điều chỉnh quy hoạch của Khu du lịch sinh thái Nam Ô, trong đó thu hồi một số diện tích đất nằm trong dự án so với phê duyệt ban đầu gồm: vệt đất mặt tiền đường Nguyễn Tất Thành (nối dài), toàn bộ ghềnh đá Nam Ô, bãi cát để phục vụ công cộng, mở rộng đường dân sinh từ 4 m lên 5,5 m. Đồng thời, giữ nguyên các khu di tích tâm linh ở khu vực dự án, giữ nguyên hồ chứa nước sinh thái bên trong.

Nam Ô hội tụ nhiều yếu tố thuận lợi hứa hẹn trở thành một địa điểm du lịch cộng đồng hấp dẫn, từ yếu tố văn hóa làng nghề đến cảnh quan thiên nhiên. Trên địa bàn quận Liên Chiểu có nhiều di tích và hoạt động lễ hội diễn ra rất phong phú, phía Bắc làng Nam Ô có làng Vân và Hải Vân quan với cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ, vì vậy có thể lồng ghép các địa điểm cảnh quan, lễ hội, di tích này vào một số tour du lịch tại quận để thu hút khách thập phương tới dự.

Với xu hướng phát triển nhanh chóng của truyền thông và mạng xã hội hiện nay, Gềnh đá Nam Ô và bãi tắm Nam Ô là những địa điểm ngày càng trở nên phổ biến và thu hút du khách và được các trang du lịch uy tín như VNtrip, Tago, Dulich24, Foody… đưa vào danh mục Cẩm nang du lịch tại Đà Nẵng.

- Hệ thống giao thông và cơ sở hạ tầng đến Nam Ô và trong làng Nam Ô ngày càng được chú trọng đầu tư, nâng cấp. Nam Ô vốn nằm bên đường quốc lộ nên các dịch vụ ăn uống, mua sắm xung quanh làng nghề khá đầy đủ, thuận lợi.

b) Khó khăn

Việc chuyển đổi từ các hoạt động quen thuộc như đi biển, sản xuất nước mắm, chế biến hải sản...sang hoạt động du lịch cộng đồng còn khá xa lạ với người dân địa phương dẫn đến người dân chưa "quen" và chưa có kỹ năng về tiếp đón, phục vụ khách du lịch.

Công tác tổ chức hoạt động du lịch còn diễn ra lẻ tẻ, tự phát và chưa đồng bộ, chưa có sự kết nối, chung tay của cả cộng đồng. Hoạt động truyền thông quảng bá chưa hiệu quả và hướng đúng đối tượng, đặc biệt là đối tượng khách ngoại quốc. Làng nghề cũng như các di tích, điểm du lịch chưa trở thành điểm du lịch trong bản đồ du lịch của thành phố nên rất ít du khách biết đến.

Cở sở hạ tầng, đường giao thông trong làng nghề và giao thông đến các điểm du lịch như gềnh Nam Ô hay các di tích ở một số địa điểm còn khá hẹp và khó khăn. Khuôn viên một số hộ sản xuất nước mắm còn khá chật, hẹp. Một số hộ sản xuất nước nắm chưa coi trọng việc vệ sinh và trang trí cảnh quan.

Kết luận

Việc nhận diện và đánh giá được thực trạng phát triển của làng nghề nước mắm truyền thống Nam Ô trong những năm qua, từ đó, phân tích được thuận lợi, khó khăn khi triển khai các hoạt động phục vụ du lịch tại đây là việc làm cần thiết nhằm có định hướng đúng đắn để phát triển du lịch cộng đồng tương xứng với tiềm năng, lợi thế của khu vực. Để làm được việc này, cần có sự tích cực tuyên truyền, hướng dẫn, quản lý của chính quyền địa phương, sự chung tay góp sức của người dân và sự hỗ trợ của doanh nghiệp đồng thời các cấp quản lý nhà nước cần định hướng để phát triển du lịch cộng đồng tương xứng với tiềm năng, lợi thế của khu vực

"Khôi phục di sản nước mắm Tĩn Phan Thiết bằng mô hình kết hợp ba trong một: văn hóa – du lịch – kinh tế

TS. Trần Ngọc Dũng

(Bảo tàng Nước mắm Làng chài xưa)

Như chúng ta đều biết, nước mắm không chỉ là một loại gia vị quan trọng trong ẩm thực, mà còn mang trong mình một giá trị văn hóa và truyền thống sâu sắc. Nghề làm mắm không chỉ là công việc hàng ngày mà còn là một nghệ thuật đòi hỏi kỹ thuật và kiến thức tinh hoa. Tuy nhiên, với sự tiến bộ của công nghệ và sự thay đổi trong thị trường, nghề làm mắm đang đối mặt với những thách thức lớn, và giá trị truyền thống này đang dần bị mai một.

Với ý tưởng xây dựng khu bảo tàng nước mắm Phan Thiết, Làng Chài Xưa mong muốn tạo ra một không gian để bảo tồn và giới thiệu giá trị truyền thống của nghề làm mắm cho cả du khách và cộng đồng địa phương. Thành lập từ năm 2018, đến nay Làng Chài Xưa đã có 5 năm duy trì và phát triển *"Bảo tàng nước mắm"* và đạt được sự công nhận ủng hộ cũng như gặt hái được một số thành quả đáng khích lệ.

Mô hình kinh doanh *"Kiềng 3 chân"* được thể hiện qua 3 yếu tố: *"Phát triển du lịch, Bảo tồn truyền thống và Phát triển kinh tế"*. Qua việc kết hợp ba yếu tố này, Làng Chài Xưa hy vọng có thể tạo ra một sự phát triển bền vững cho nghề làm nước mắm truyền thống Phan Thiết và góp phần vào sự phát triển toàn diện của khu vực.

I. LỊCH SỬ VÀ GIÁ TRỊ TRUYỀN THỐNG CỦA LÀNG NGHỀ NƯỚC MẮM PHAN THIẾT

Từ thời La Mã cổ đại hơn 2000 năm về trước, La Mã đã có nước mắm gồm hai loại: Garum và Liquamen đều ủ cá và muối. Axit Amin và các chất ngọt được kích hoạt từ quy trình lên men thịt cá có trong nước mắm cổ của La Mã giống như nước mắm ngày nay.

Từ thời kỳ Champa, hơn 1000 năm trước, với sự phát triển của con đường tơ lụa trên biển từ thế kỷ IX, nước mắm đã theo chân những thương buôn Ấn Độ du nhập vào Chăm Pa. Hải trình của con đường tơ lụa này xuất phát từ cực Tây là Roma qua các hải cảng trung cận đông như Cairo, men theo bờ biển Nam Ấn Độ, qua Thái Lan, vòng xuống eo Malacca để vào Thái Bình Dương với vương quốc Chăm Pa nằm ngay cửa ngõ vùng biển này.

Hơn 300 năm trước đây, sau khi chúa Nguyễn Phúc Nguyên gả con gái thứ ba là công nữ Nguyễn Phúc Ngọc Khoa cho vua Chămpa là Po Romé vào năm Tân Mùi 1631, người Việt đã tiếp cận cách làm nước mắm của người Chămpa. Từ *"ủ chượp"* nước mắm ngày nay cũng có nguồn gốc từ tiếng Chăm.

Xuất phát từ cuộc sống của những người dân sinh sống tại các làng chài ven biển, nghề đánh bắt cá dưới biển đã trở thành nguồn sống chính. Tuy nhiên,

do lượng cá quá lớn không thể tiêu thụ trong thời gian ngắn, người dân đã tìm kiếm những phương pháp bảo quản lâu dài. Trong quá trình nghiên cứu, phương pháp muối cá bắt đầu được áp dụng và chứng minh hiệu quả. Một trong những tỉnh thành đã đạt được nhiều thành tựu và nổi tiếng trong nghề làm mắm truyền thống này phải kể đến Phan Thiết.

Người Việt tại Phan Thiết đã nâng kỹ nghệ làm nước mắm lên tầm cao hơn thành một ngành thương mại quan trọng với sự xuất hiện của thùng lều gỗ ủ chượp lượng lớn, sự ra đời của tĩn gốm đựng nước mắm và ghe bầu chuyên chở đi khắp cả nước từ hàng trăm năm trước, từ đó nghề làm nước mắm đã nảy nở tại đây và lan rộng khắp các tỉnh thành trong cả nước.

II. BẢO TÀNG NƯỚC MẮM ĐẦU TIÊN TẠI VIỆT NAM

Trải qua hàng trăm năm lịch sử, nghề làm nước mắm Tĩn tại vùng biển Phan Thiết đã trở thành một huyền thoại và phát triển vượt bậc.

Không chỉ đơn thuần là một cái nghề làm nước mắm, người dân Phan Thiết nơi đây còn dành tình cảm đặc biệt cho cái gọi là "Tinh hoa dân tộc" ấy. Để duy trì, gìn giữ và thể hiện tình yêu thương, trân quý đối với nước mắm, "Bảo tàng nước mắm Làng Chài Xưa" chính thức được UBND tỉnh Bình Thuận cấp phép hoạt động. Đây chính là Bảo tàng nước mắm đầu tiên tại Việt Nam, thiết kế như một phim trường trên diện tích gần 2.000m2, với 14 gian trưng bày, tái hiện lịch sử, những gian nhà cổ của Hàm Hộ (đại gia nước mắm xưa) và nghề làm nước mắm hơn 300 năm qua của làng chài Phan Thiết.

Bảo tàng nước mắm đầu tiên tại Việt Nam - với 14 gian trưng bày, tái hiện lịch sử

1. Câu chuyện thương hiệu

Cách đây 50 năm, nước mắm Tĩn - loại nước mắm truyền thống nguyên chất, đã dần mai một khi các nhà thùng lớn (hàm hộ) hầu hết sinh sống tại hải ngoại. Thế hệ từ 7X đến 10X của Việt Nam hoàn toàn không có khái niệm về nước mắm Tĩn nguyên chất với những phương pháp truyền thống như que lều, chổi đắp lù, trấu lọc, gài nén, ủ chượp, que cá, đồng muối, lò tĩn, nước mắm rin, kéo rút.

Bảo tàng nước mắm Làng Chài Xưa đã phục dựng 300 năm lịch sử và đưa nước mắm Tĩn trong bình gốm ngày xưa quay trở lại, với mục đích lấp đầy khoảng trống trong lòng thế hệ hiện tại.

Những hình ảnh và trải nghiệm tại bảo tàng đưa các du khách qua một cuộc hành trình đặc biệt. Khi đi qua sông Cà Ty, họ có thể tưởng tượng mình đang đi trên ghe bầu chở nước mắm Tĩn, trải dọc khắp Việt Nam. Khi đi qua cảng cá Phú Hài, họ được chiêm ngưỡng những hạm thuyền dọc ngang của chúa Nguyễn, như một hình ảnh sống động của thời kỳ trước đây. Bên kia sông là tháp Chăm kỳ vĩ, từng in bóng thủ phủ trấn Thuận Thành Pandura-nga với kỹ nghệ ủ chượp truyền thống ngàn năm, tạo nên sự độc đáo cho nước mắm Tĩn.

Qua trải nghiệm này, các thế hệ trẻ có thể hiểu vì sao nước mắm Tĩn xưa kia hút hồn giới sỹ trí như Nguyễn Thông, Hàn Mặc Tử, Hồ Lộng Địch. Họ nhận thấy rằng nước mắm Tĩn không chỉ là một món ăn đặc sản, mà còn là một phần của di sản văn hóa, mang trong mình những giá trị lịch sử và truyền thống sâu sắc.

Nhờ sự tái hiện của bảo tàng nước mắm Làng Chài Xưa, nước mắm Tĩn đã trở thành một biểu tượng độc đáo của quê hương Phan Thiết, đem đến cho mọi người một trải nghiệm gần gũi với lịch sử và văn hóa của Việt Nam. Bằng cách lấp đầy khoảng trống giữa các thế hệ, nước mắm Tĩn thúc đẩy sự tìm hiểu và truyền thống kiến thức về nét đẹp truyền thống của quê hương, gắn kết tình yêu và niềm tự hào dân tộc.

Như vậy, *"Nước mắm Tĩn"* không chỉ là một sản phẩm ẩm thực ngon miệng, mà còn mang trong mình một câu chuyện thương hiệu sâu sắc về sự gìn giữ và tái hiện lịch sử. Nó gợi lên trong lòng mỗi người không chỉ niềm vui của việc thưởng thức một món ăn truyền thống, mà còn niềm tự hào về quê hương và những giá trị văn hóa độc đáo của nước mình.

2. Nước mắm Tĩn – Sống lại công thức 300 năm – Từ truyền thống đến đương đại

Sống lại công thức nước mắm Tĩn 300 năm…

Ông Trần Gia Hòa, người con của gia đình giáo sống ở làng Phú Trinh, Phan Thiết, được xem là người sáng lập và ông tổ của nghề làm nước mắm Tĩn.Ông quan Bát Phẩm này nghĩ ra cách đưa lượng lớn mắm nước đó vào chứa trong những thùng chứa bằng gỗ, bằng tĩn gốm cao cấp, đính lên nhãn dán độc quyền và dùng ghe bầu để vận chuyển chuyên chở đi dọc các tỉnh Nam, Trung, Bắc, nhờ công sáng tạo ra phương pháp rút lấy nước mắm từ những tĩn gốm xưa

và vận chuyển bằng ghe bầu đến khắp nơi, ông đã được nhà vua Nguyễn ban tặng chức quan bát phẩm và trở thành một hàm hộ của các hàm hộ nơi ấy,tức ví như đại gia thời ấy. Ông Trần Gia Hòa đã có sức ảnh hưởng vô cùng to lớn và được coi là ông tổ của nghề làm nước mắm Tĩn thời bấy giờ.

Tuy nhiên, khi xã hội ngày càng trở nên phát triển, những quy trình làm nước mắm tiện lợi hơn, nhanh chóng hơn được ra đời đã phần nào làm mai một đi truyền thống làm mắm Tĩn, cái tên gọi như *"Tĩn nước mắm hay nước mắm Tĩn"*, có lẽ đã hoàn toàn trở nên xa la đối với người trẻ Việt Nam, nhưng đối với ông bà xưa đó chính là một cái tên hoài niệm. Ngày nay, khó có thể thấy được nhiều gia đình sử dụng loại nước mắm trong *"cái Tĩn"* truyền thống nguyên chất như xưa. Có lẽ chính vì tình yêu lớn lao dành cho văn hoá dân tộc, vì một niềm tin rằng nước mắm chính là *"Quốc bảo thiên hương"*. Là người con của quê hương Phan Thiết, chúng tôi đã quyết tâm tìm mọi cách để làm sống lại công thức nước mắm Tĩn từ 300 năm, phát triển thành thương hiệu *"Nước mắm Tĩn"* hiện giờ.

Nghề làm nước mắm tồn tại và phát triển không chỉ ở Phan Thiết mà còn tại nhiều vùng biển khác trên toàn quốc. Tuy nhiên, nước mắm Tĩn từ Phan Thiết luôn nổi bật hơn cả. Nơi đây, người ta áp dụng phương pháp phơi ủ dưới ánh nắng mạnh và gió biển lớn, tận dụng tối đa điều kiện tự nhiên từ vùng biển cực Nam Trung Bộ.

Ngày nay, nước mắm Tĩn đã trở thành một thương hiệu được biết đến nhiều hơn với người dân cả nước. Thấm nhuần câu chuyện về lịch sử nước mắm, cũng như hiểu được giá trị truyền thống đất nước mà thương hiệu *"Nước mắm Tĩn"* muốn truyền tải. Từ công lao sáng tạo và cống hiến của ông Trần Gia Hòa và những người làm sống lại nước mắm Tĩn Phan Thiết, để giờ đây *"Nước mắm Tĩn"* đã tồn tại và đang phát triển, trở thành một biểu tượng văn hóa ẩm thực của Việt Nam.

Từ truyền thống đến đương đại…

Như chúng ta đã biết, khi xưa ông Trần Gia Hoà sáng tạo ra phương pháp rút lấy nước mắm từ những tĩn gốm xưa và vận chuyển bằng ghe bầu đến khắp nơi. Những Tĩn gốm ấy là những bình có lòng bầu, rất to và nặng. Khi quyết định làm sống dậy nước mắm Tĩn một lần nữa, Làng Chài Xưa đã rất băn khoan làm thế nào để giữ lại được nét truyền thống *"cái Tĩn gốm"* nhưng vẫn phù hợp với thời kỳ đương đại. Sau khoảng thời gian ròng rã suy nghĩ, nghiên cứu cấu trúc cổ của lọ mắm Tĩn, sau đó tái cấu trúc và thiết kế lại sao cho người dùng có thể cầm và sử dụng dễ dàng trong nhà bếp và bàn ăn. Chất liệu gốm bên ngoài giữ nguyên độ nhám, gắn liền với những nhãn mác, hình ảnh thương hiệu, thông tin sản phẩm đặc trưng. Bên trong lọ mắm Tĩn còn được tráng một lớp men đặc biệt để đảm bảo nước mắm không bị biến chất trong thời gian dài.

"Cái Tĩn nước mắm thu nhỏ" vừa giữ được truyền thống xưa và phù hợp với thị hiếu đương thời.

III. MÔ HÌNH "KIỀNG BA CHÂN": BẢO TỒN VĂN HOÁ – QUẢNG BÁ DU LỊCH – PHÁT TRIỂN KINH TẾ

Trong thời kỳhiện đại, việc bảo tồn văn hoá truyền thống và phát triển kinh tế địa phương đang trở thành một nhiệm vụ quan trọng và cấp bách. Mô hình *"Kiềng Ba Chân"*được tạo ra với mục tiêu: Bảo tồn văn hoá và quảng bá du lịch, cùng với việc thúc đẩy phát triển kinh tế trong một cách bền vững.

Trong bối cảnh văn hóa ngày càng bị lãng quên và sự phát triển kinh tế địa phương gặp nhiều thách thức, việc tạo ra mô hình *"Kiềng Ba Chân"* là một cú hích quan trọng. Mô hình này tập trung vào việc bảo tồn và phục hồi các giá trị văn hóa truyền thống liên quan đến nước mắm Tĩn - một loại nước mắm nguyên chất truyền thống của Việt Nam. Nhờ đó, mô hình không chỉ mang lại sự gìn giữ văn hóa, mà còn tạo điều kiện cho việc truyền đạt và quảng bá giá trị văn hoá này đến du khách Việt Nam và quốc tế.

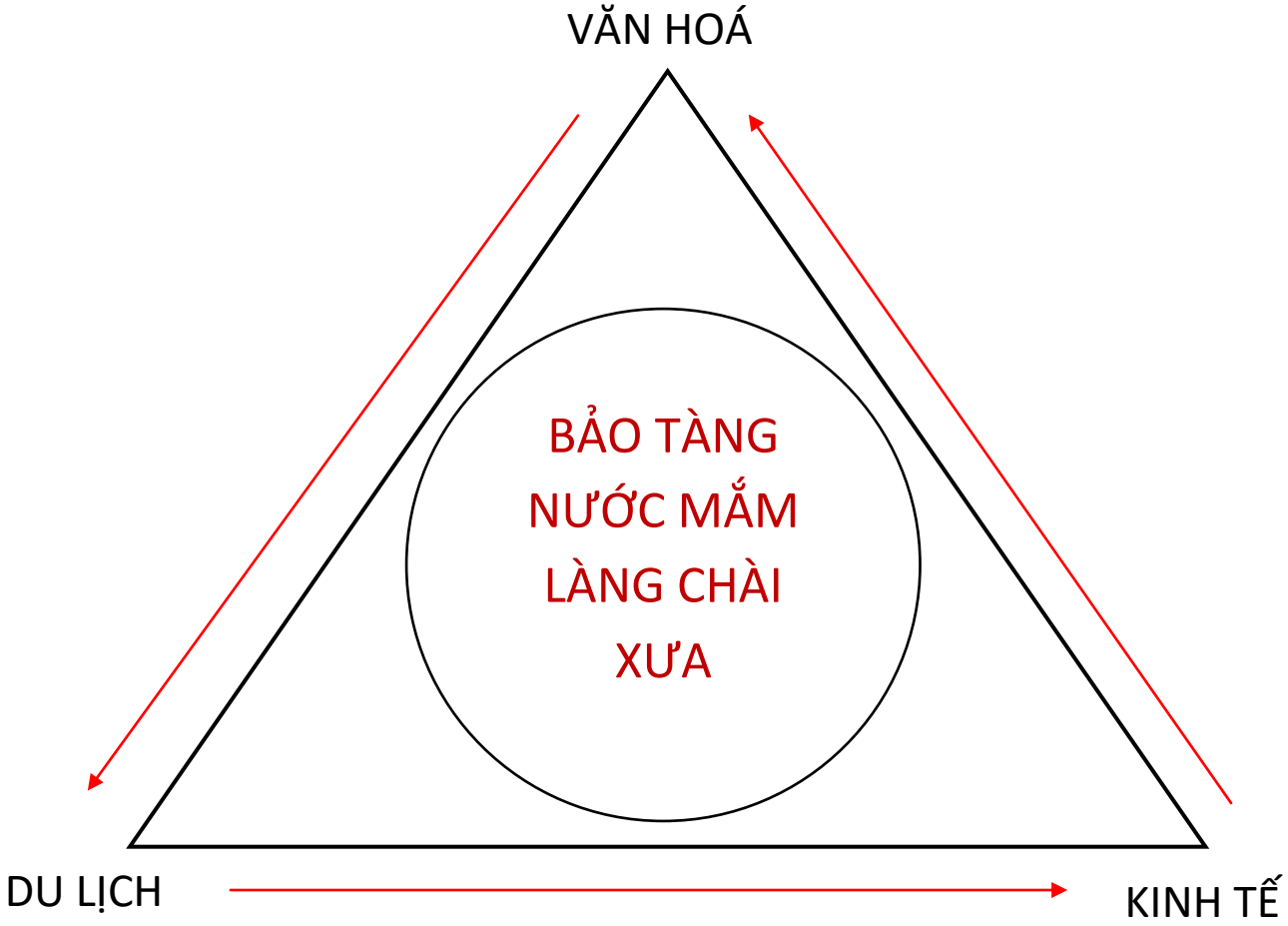
Mô hình *"Kiềng Ba Chân"* tạo ra một hệ sinh thái văn hoá độc đáo xung quanh nước mắm Tĩn. Đầu tiên, nó tái hiện lại 14 tiểu cảnh về lịch sử nước mắm xưa qua từng thời kì, cùng với đó là nhà máy sản xuất nước mắm Tĩn truyền thống, nơi các nhà sản xuất sử dụng các phương pháp và công cụ truyền thống để sản xuất nước mắm. Các công đoạn như đắp lù bằng que lều, trấu lọc, gài nén và ủ chượp được thực hiện để đảm bảo chất lượng và hương vị đặc trưng của nước mắm Tĩn.

Hơn nữa, mô hình còn bao gồm các bảo tàng và khu vực trưng bày, như bảo tàng nước mắm và làng chài truyền thống, nơi du khách có thể khám phá lịch sử, quy trình sản xuất và giá trị văn hóa của nước mắm Tĩn. Các cuộc triển lãm, hướng dẫn và hoạt động tương tác được tổ chức để mang lại cho du khách một trải nghiệm sâu sắc và gắn kết với nền văn hoá độc đáo này.

Ngoài ra, nơi đây cũng đưa ra các hoạt động quảng bá du lịch liên quan đến nước mắm Tĩn. Các tour du lịch và chương trình trải nghiệm, các *show diễn Fisherman* được tổ chức liên tục nhằm tái hiện lại được khung cảnh đánh bắt cá của làng chài xưa và nghề làm nước mắm. Đến với *"Bảo tàng nước mắm"* du khách sẽ được khám phá quy trình sản xuất nước mắm, tham gia vào các hoạt động truyền thống như đắp lù, và thưởng thức các món ăn sử dụng nước mắm Tĩn. Điều này giúp thu hút du khách đến vùng đất, tạo ra nguồn thu nhập từ ngành du lịch và đồng thời tạo ra cơ hội phát triển kinh tế địa phương.

Mô hình *"Kiềng Ba Chân"* không chỉ đảm bảo sự bền vững của nền văn hoá truyền thống mà còn tạo ra những lợi ích kinh tế cho cộng đồng địa phương. Việc phát triển du lịch và kinh doanh liên quan đến nước mắm Tĩn tạo ra cơ hội việc làm, tăng cường thu nhập cho các hộ gia đình và góp phần vào phát triển kinh tế địa phương.

Có thể nói đây chính là một ví dụ điển hình về cách kết hợp bảo tồn văn hoá, quảng bá du lịch và phát triển kinh tế trong một cách bền vững. Nó mang lại lợi ích cho cộng đồng, gắn kết người dân với giá trị văn hóa và tạo điều kiện cho du khách khám phá và trải nghiệm văn hóa đặc biệt của nước mắm Tĩn Phan Thiết.



Mô hình "Kiềng 3 chân" bảo tồn di sản bền vững Làng Chài Xưa

MÔ HÌNH KẾT HỢP PHÁT TRIỂN 3 YẾU TỐ

SẢN PHẨM	TIẾP THỊ	BÁN HÀNG
Nước mắm Tĩn truyền thống xưa, được sản xuất với chất lượng cao nhất, đựng trong bao bì tinh tế nhất, được nâng tầm và làm cho phù hợp với nhu cầu hiện đại. Một sản phẩm được tái sinh theo phong cách: Xưa nhưng không cũ.	Câu chuyện thương hiệu truyền bá được những giá trị sản phẩm, tạo tiền để giúp cho *"Bảo tàng nước mắm và Nước mắm Tĩn Phan Thiết"* được biết đến một cách có ý nghĩa sâu sắc.	Kênh bán hàng tại chỗ như là một sản phẩm du lịch: thông qua kết nối với các công ty lữ hành, khách du lịch nhóm cá nhân giúp sản phẩm tiếp cận khách hàng nhanh, sâu và hiệu quả.

Trong khoảng thời gian từ năm 2020 đến năm 2021, khu du lịch Làng Chài Xưa có số lượng du khách đến tham quan tăng đáng kể, với 20.000 khách trong năm 2020 và 50.000 khách trong năm 2021.

Trong năm 2022, khi thời điểm mà đại dịch Covid-19 đã được kiểm soát, du khách đã quay trở lại với những hoạt động du lịch một cách tự nhiên. Bảo tàng, nhà hàng, các show diễn và cửa hàng đặc sản tại Làng Chài Xưa Phan Thiết đã có tổng cộng 100.000 lượt khách đến tham quan. Đây là một thành tựu lớn cho khu du lịch và là một minh chứng cho sức hấp dẫn của nó đối với du khách.

Việc mở rộng đường cao tốc Phan Thiết - Sài Gòn đã làm cho Phan Thiết trở thành một địa điểm du lịch mới. Mục tiêu của *"Làng Chài Xưa"* sẽ đón khoảng 200.000 khách trong năm 2023. Sự tăng trưởng này sẽ mang lại những

cơ hội mới cho việc phát triển mô hình kinh doanh bền vững, góp phần thúc đẩy sự phát triển văn hóa, du lịch và kinh tế trong khu vực.

Với tốc độ tăng trưởng ấn tượng, Làng Chài Xưa hy vọng trở thành một mô hình kinh doanh bền vững, đồng thời đảm bảo bảo tồn và truyền bá các giá trị văn hóa của Việt Nam tới du khách. Sự thành công của nó không chỉ mang lại lợi ích kinh tế địa phương, đa dạng hóa sản phẩm du lịch cho điểm đến Phan Thiết Mũi Né mà còn góp phần quan trọng trong việc bảo tồn và truyền bá giá trị văn hoá nơi đây.

Bên trong "Bảo tàng nước mắm Tĩn Phan Thiết"

Nước mắm – Lịch sử và hiện tại

Dương Thị Anh

Nước mắm có lịch sử từ hơn 2.000 năm trước, xuất phát từ người Hy Lạp và phát triển vào thời kỳ La Mã. Những ghi chép của người La Mã đã đề cập đến các loại nước mắm khác nhau: garum, liquamen, allec, muria và haimation [Mark Kurlansky, 2002; Sally Grainger, 2021; Declan Henesy, 2018]. Tuy nhiên, đến nay người ta không biết ý nghĩa chính xác của các thuật ngữ này. Garum, thuật ngữ thường được sử dụng để mô tả tất cả các loại nước mắm của người La Mã. Nó có thể đến từ tiếng Hy Lạp, gàros. Liquamen, thuật ngữ chung khác cho nước mắm, được dịch là "hỗn hợp lỏng". Liquamen được làm chủ yếu từ các loại cá thuộc họ cá trích như: sardine, herring, shad và cá chình. Muria là nước muối được lọc ra sau khi ướp muối cá và thường được làm từ cá ngừ. Allec có thể là phần cặn còn sót lại sau khi chắt nước mắm. Haimation, một loại garum, đây là loại nước mắm cao cấp nhất và do đó chủ yếu dành cho tầng lớp giàu có. Haimation, hay "nước sốt máu", thường được làm từ máu và ruột của cá ngừ [Declan Henesy, 2018]. Các nhà khảo cổ và sử học cùng nhất trí rằng có một chất là nước mắm có tên gọi là garos/garum, và thuật ngữ này được dùng để gọi tên chất đó vào thời kỳ đầu Hy Lạp/La Mã. Lý thuyết này xác định vào một thời điểm sau đó, việc sử dụng thuật ngữ garum đã lỗi thời vì một lý do nào đó và được thay thế bằng thuật ngữ liquamen, thuật ngữ phổ biến cho nước mắm trong thời kỳ La Mã sau này [Sally Grainger, 2021:6]. Tuy nhiên, chúng ta có thể thấy, đến nay, garum được coi là từ chỉ nước mắm thời cổ đại có vẻ phổ biến hơn cả.

Ở giai đoạn này, garum là một loại gia vị đặc biệt được làm từ cá, gần giống nước mắm ngày nay. Đây là loại nước mắm lên men, trước đây được làm từ loại cá mà người Hy Lạp gọi là garos, sau đó nó được làm từ vô số loại cá, nhưng vẫn giữ nguyên tên gọi ban đầu [Sally Grainger, 2021:33]. Người Hy Lạp và La Mã đã phát triển loại garum này và phổ biến khắp đế chế La Mã (100 TCN-400 SCN). Garum được sử dụng thường xuyên hơn muối trong các công thức nấu ăn của người La Mã còn sót lại từ thời cổ đại. Garum được tạo ra bằng cách trộn ruột cá, máu và các cơ quan khác (bộ phận bên trong) với muối và để hỗn hợp lên men, gây ra sự thủy phân chủ yếu thông qua quá trình phân giải protein bằng enzym nội sinh, "…*người ta cho muối vào ruột cá và chượp (muối) các loại cá nhỏ như cá atherina, cá cơm, cá đối non, v.v. với một độ mặm nhất định, rồi cho chúng vào trong vại và phơi nắng để chúng lên men. Đến lúc chín, một cái rổ dài đan nhặt mắt vào trong vại, phần nước nổi lên là garum*" [Duméril và Bibron, *Bộ Bách khoa Geoponica*[2]]. Chất lỏng thu được là garum, khi kết hợp với các thực phẩm khác sẽ tạo ra vị umami. Thời đó, loại garum ngon nhất chính là loại garum được lên men từ cá thu tại thành phố Carthage (thành phố cổ tại Bắc Phi) và có tên là garum nigrum hay còn gọi là garum đen. Những loại garum được ủ bằng ruột cá, vây mang sẽ là loại garum rẻ tiền, chủ yếu

[2] Dẫn theo J. Guillerm (Công Khanh dịch), *Kỹ nghệ nước mắm ở Đông Dương (L'industrie du Nioc-Mam en Indochine)*, Viện Pasteur Đông Dương, 1931.

dành cho dân lao động hoặc nô lệ. Dưới ảnh hưởng của đế chế La Mã, việc buôn bán nước mắm trở nên phổ biến. Vào giữa thế kỷ 1 trước Công nguyên, các nhà máy quy mô công nghiệp bắt đầu phát triển ở những địa điểm đang làm mắm và lan rộng đến những khu vực có nguồn nguyên liệu cung cấp đảm bảo. Với sự phát triển mạnh mẽ của garum, đế chế La Mã đã đem garum đi trao đổi buôn bán với các nước khác. Các nhà khảo cổ tin rằng nhờ giao dịch vận chuyển trên con đường tơ lụa mà garum đã đến với châu Á.

Tuy nhiên, sau thời kỳ phát triển đỉnh cao, garum hầu như biến mất khỏi châu Âu. Một số nhà sử học tin rằng, khi đế chế La Mã sụp đổ, garum không còn phổ biến do muối quá khó kiếm. Thuế muối nặng làm tăng chi phí sản xuất nước mắm và làm chậm sản xuất. Ngoài ra, không có sự bảo vệ bờ biển của người La Mã, những tên cướp biển ở Địa Trung Hải bắt đầu cắt đứt hoạt động thương mại khi đế chế suy yếu và cắt đứt các tuyến đường thương mại truyền thống. Có một điều chắc chắn, với sự suy tàn của đế chế La Mã, việc sản xuất nước mắm cũng giảm theo cho đến khi gần như ngừng hẳn.

Nước mắm đã từng rất phổ biến trong ẩm thực và thương mại cổ đại, ngày nay nước mắm thời cổ đại được công nhận về cơ bản giống như các loại nước nắm ở Đông Nam Á, được đánh giá cao về chất lượng của chúng khi sử dụng trong ẩm thực [Sally Grainger, 2021:1]. Trong giới nghiên cứu về nước mắm xuất hiện những quan điểm khác biệt về sự ra đời của nước mắm ở châu Á, đặc biệt là ở Đông Nam Á. Mark Kurlansky đưa ra giả thuyết rằng hai loại nước mắm không phải là kết quả của loại kia, mà thay vào đó được phát triển ở phương Đông và phương Tây vào những thời điểm riêng biệt. "*Như một số nhà sử học tin vào việc thuần hoá lợn, nước mắm xuất hiện là một ý tưởng độc lập ở phương Đông và phương Tây. Nước mắm ở châu Á được cho là có nguồn gốc từ Việt Nam, mặc dù người Việt Nam chắc hẳn đã học từ cách làm nước tương của Trung Quốc từ thời cổ đại, vào thời kỳ đầu khi người Trung Quốc lên men cá với đậu tương*[3]" [Mark Kurlansky, 2002].

"*Nhìn từ góc độ dân tộc học, nhà dân tộc học Nguyễn Từ Chi đã cho rằng, tập quán làm nước mắm và các loại mắm của cộng đồng các dân cư ven biển là tập quá văn hóa của cư dân nông nghiệp trong nội đồng được kèo dài ra vùng ven biển*[4]" [Nguyễn Duy Thiệu]. "*Cũng có thể kỹ thuật ủ nước mắm từ châu Á sang châu Âu qua thương lái bằng đường bộ và đường biển. Các nước Á Đông (Nhật, Trung Hoa, Việt Nam, Campuchia, Malaysia, Ấn Độ…) có rất nhiều bờ biển và nắng quanh năm thuận lợi cho việc sản xuất muối và nước mắm. Biết đâu một ngày nào đó các nhà khảo cổ phát hiện ra được trên đất Việt Nam hay một nước châu Á nào đó các di chỉ sản xuất nước mắm thời cổ đại tại các trung tâm sản xuất nước mắm hiện nay như Phú Quốc, Phan Thiết, Nam Ô… Bởi vì tính cách ăn mặn là một hằng số trong lịch sử ẩm thực dân Việt*[5]"

[3] Mark Kurlansky, *Salt: A world history*, Penguin Books, 2002.

[4] Dẫn theo Nguyễn Duy Thiệu, *Biển đảo Việt Nam từ góc nhìn nhân học*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội, 2022, 285.

[5] Nguyễn Tiến Hữu, *Nước mắm, nguồn gốc và con đường thiên di*, Tạp chí Xưa và nay, số 518 tháng 4 năm 2020, 43-47.

[Nguyễn Tiến Hữu, 2020:45]. Rằng "*Nước mắm và chượp, sản xuất đặc sản của người Chăm, Mã Lai được xuất khẩu sang tận La Mã*" [Dẫn theo Nguyễn Tiến Hữu, 2020:46].

Ngược lại, nhà sử học ẩm thực Laura Kelley thì cho rằng, garum là nguồn gốc của nước mắm hiện đại, di chuyển theo các tuyến đường thương mại từ Tây sang Đông. "*Vì vậy, một lần nữa, chúng ta có thể xác định được một sản phẩm chảy từ Tây sang Đông và được người châu Á trên Con đường tơ lụa háo hức đón nhận. Các công thức chế biến garum đã thay đổi và thích nghi khi chúng di chuyển về phía Đông và trở thành nước mắm và nam pla tùy theo sở thích văn hóa và những món quà mà các vùng biển châu Á mang lại. Các nhà khảo cổ học và nhà khoa học thực phẩm đang làm việc để xác nhận các dòng chảy và mối liên kết này*[6]" [Laura Kelley, 2011].

Declan Henesy, một cây viết về lịch sử ẩm thực, cho rằng "*Một trong hai hoặc cả hai có thể đúng. Điều thú vị là vào năm 2010, một nhóm các nhà nghiên cứu đã phân tích các mẫu garum lấy từ các thùng chứa được bảo quản tại Pompeii. Họ phát hiện ra rằng nước mắm La Mã từ thế kỷ thứ nhất sau Công nguyên có hương vị gần giống với nước mắm được sản xuất ngày nay ở Đông Nam Á*[7]" [Declan Henesy, 2018, Fish sauce in the ancient world].

Ngày nay, nhiều loại nước mắm được sản xuất ở Đông Nam Á có vẻ giống với nước mắm cổ xưa về thành phẩm và quy trình sản xuất[8] với các tên gọi khác nhau: *nước mắm* ở Việt Nam, *nam pla* ở Thái Lan, *petis* ở Indonesia, *buda* ở Malaysia, *patis* ở Philippines, *yu-lu* ở Trung Quốc, *shotsuru* và *Uo-joyu* ở Nhật Bản, *miolchi aek chok* ở Hàn Quốc v.v…

Kurlansky cũng tiếp tục lưu ý rằng, khi vào Việt Nam, người Pháp đã kinh hoàng khi thấy người Việt Nam ăn "cá thối". Viện Pasteur Paris sau đó đã dành 16 năm nghiên cứu về nước mắm, từ năm 1914 đến năm 1930 để xác định cách thức lên men mà người dân Việt đã áp dụng qua nhiều thế kỷ [J. Guillerm, 1931; Mark Kurlansky, 2002; Kenneth Ruddle, Naomichi Ishige, 2010]. Một lượng nhỏ như vậy của loại gia vị này sẽ tạo thêm hương vị cho bất kỳ bữa ăn nào, một cách kỳ diệu. Tuy nhiên, các nghiên cứu về nước mắm chủ yếu liên quan đến phân tích hoá học về chất lượng nước mắm, đặc biệt dùng cho mục đích đánh thuế [Kenneth Ruddle, Naomichi Ishige, 2010].

Đối với người Việt, nước mắm có lịch sử tồn tại lâu đời, là phần không thể thiếu trong đời sống và văn hóa của người Việt, được nhìn nhận như là một biểu tượng của tinh thần đoàn kết dân tộc [Vũ Hạnh, 1992][9]. Không ai có thể hình dung một bữa cơm Việt lại có thể thiếu vắng nước mắm. Nước mắm vừa là

[6] Laura Kelley, *Culinary History Mystery #3: Garum & Nuoc Mam*, 2011, Culinary History Mystery #3: Garum & Nuoc Mam – Silk Road Gourmet

[7] Declan Henesy, *Fish sauce in the ancient world*, 2018, https://www.worldhistory.org/article/1276/fish-sauce-in-the-ancient-world/

[8] Sally Grainger (2021), *Fermented fish sauce in Southeast Asia* trong *Fermented fish sauceand salted fish in the ancient world*,Routledge, 2021.

[9] Vũ Hạnh (A. Pazi), *Người Việt cao quý* (Nguyên tác: Per Comporedere Vietnam Il Vietnamila, tiếng Ý), Hội Liên hiệp Văn học nghệ thuật Tp. Hồ Chí Minh, 1992.

gia vị nêm nếm, vừa là món ăn, là thực phẩm chức năng giúp bổ sung dinh dưỡng cho người Việt, thậm chí, trong một số trường hợp, nước mắm còn là dược liệu để trị bệnh và tăng cường sinh lực cho con người. Do đó, nước mắm chính là linh hồn của ẩm thực Việt, là thứ làm cho ẩm thực Việt khác với ẩm thực của các nước khác.

Qua nghiên cứu các nguồn sử liệu, nước mắm đã được đề cập đến trong các tài liệu như: "Đại Việt sử ký toàn thư", bản khắc in vào năm Chính Hòa thứ 18 (1697); "Phủ biên tạp lục" (của Lê Quý Đôn, ấn hành vào cuối thế kỷ XVIII); "Lịch triều hiếnchương loại chí" (của Phan Huy Chú, đầu thế kỷ XIX); "Gia Định thành thông chí" (của Trịnh Hoài Đức, đầu thế kỷ XIX); trong các bộ sử của triều Nguyễn như "Khâm định Đại Nam hội điển sự lệ" và "Đại Nam nhất thống chí". Trong các tài liệu thư tịch này, nước mắm được xem là thổ sản của nhiều địa phương Đàng Trong.

Nước mắm không chỉ được ghi nhận trong thư tịch cổ Việt Nam mà còn được phản ánh trong các hồi ký, nhật ký của những người Phương Tây từng hiện diện ở Việt Nam từ hàng trăm năm trước.

Vào năm 1621, khi Christoforo Borri, nhà truyền giáo dòng Tên người Ý, trong một chuyến du hành đến Đàng Trong, ông đã miêu tả về nghề đánh cá và nước mắm, trong đó, nước mắm là "*thứ nước "sốt" gọi là balaciam làm bằng cá ướp muối cho mềm và làm nhão ra trong nước*", được sử dụng trong ẩm thực hàng ngày của cư dân "*để gợi nên hương vị và kích thích tì vị*" nên "*phải có một lượng nước mắm lớn và cũng do đó phải liên tục đánh cá*"[10].

Năm 1793, phái bộ người Anh do Bá tước George Macartney dẫn đầu, trong hành trình đến Trung Hoa, có ghé thăm cảng Đà Nẵng. Viên quan trấn thủ cửa Hàn đã làm bữa tiệc chiêu đãi khách và mời phái bộ Macartney, George Staunton, Phó Trưởng phái đoàn Macartney kiêm đặc mệnh toàn quyền, đã nhắc đến nước mắm trong cuốn *An Authentic Account of an Embassy from the King of Great Britain to the Emperor of China* (Tường thuật chính thức của một Đại sứ từ nhà vua của Vương quốc Anh đến Hoàng đế Trung Hoa):"*...khi đãi tiệc thì có rất nhiều món thịt heo, thịt bò, cá, gà vịt... tính ra phải đến hàng trăm bát. Thịt cắt thành miếng vuông chấm nước mắm*"[11] khiến các thành viên trong phái bộ cứ tấm tắc khen ngon.

Khoảng 500 năm trước, theo con đường di cư, người Kinh làm nghề đánh bắt cá ở Đồ Sơn, Việt Nam đã đến định cư tại vịnh Phòng Thành (Quảng Tây, Trung Quốc), mang theo nghề làm nước mắm của quê hương. Người Kinh đến đây và trở thành một trong 56 dân tộc ở Trung Quốc, được người Trung Quốc gọi là Việt tộc hay Kinh tộc, họ vẫn giữ nghề đánh bắt cá và làm nước mắm như một "thức điều vị" để sử dụng trong bữa ăn hàng ngày[12]. Ở Trung Quốc, nước

[10]. Dẫn theo Tống Quốc Hưng, Võ Văn Hoàng (2017), *Biển trong đời sống văn hoá của ngư dân Đà Nẵng*, tr. 535-, trong Đà Nẵng – Miền Trung, Những vấn đề lịch sử - văn hoá, Nxb Văn hoá – Văn nghệ, Tp. HCM, 2017.

[11]. Dẫn theo Nguyễn Duy Chính (2017), *Phái bộ Macartney ghé Đàng Trong*, tr. 164. trong Đà Nẵng – Miền Trung, Những vấn đề lịch sử - văn hoá, Nxb Văn hoá – Văn nghệ, Tp. HCM, 2017.

[12]. Vương Văn Quang (1999), *Trung Quốc nam phương dân tộc sử*, Dân tộc xuất bản xã, Bắc Kinh.

mắm được gọi là "ngư lộ" (魚露), trong đó "ngư" nghĩa là cá, "lộ" là giọt sương móc. Ngư lộ nghĩa là "giọt sương tiết ra từ cá".

Ở Việt Nam, nước mắm được sản xuất ở hầu hết các vùng miền trong cả nước, trong đó có những địa danh nổi tiếng gắn liền với nghề làm nước mắm lâu đời, được lưu truyền trong dân gian, cũng như được ghi nhận trong nhiều nguồn thư tịch, như: ở Thanh Hóa, Nghệ An, Quảng Bình, Huế, Quảng Nam, Bình Định, Phú Yên, Bình Thuận, Nam bộ.

Đối với người Việt, nước mắm là loại thực phẩm, gia vị quan trọng trong bữa ăn hàng ngày. Có thể nói, mỗi món ăn của người Việt đều có nước mắm. Bởi vậy, nghề làm nước mắm tồn tại trải dài các tỉnh, thành ven biển để đáp ứng nhu cầu của người dân trong nước. Có hai địa điểm sản xuất nước mắm nổi tiếng và rất phát triển là ở Phan Thiết và Phú Quốc. Đây là hai nơi có địa thế thuận lợi cho việc đánh bắt cá, đặc biệt là các loại cá có thể làm nước mắm. Ở các vùng khác, sản lượng đánh bắt cá có thể làm nước mắm không lớn nên nghề làm nước mắm chỉ sản xuất đáp ứng nhu cầu trong gia đình hay cung cấp sản phẩm trong và quanh địa phương đó.

Trong lịch sử, nước mắm là một sản phẩm thương mại quan trọng, mặt hàng có giá trị, bị đánh thuế (thuế biệt nạp – thời phong kiến, thuế gián thu (Công quản) – thời Pháp thuộc). Liên quan đến mắm muối, theo ghi chép trong Đại Việt sử ký toàn thư, năm 1013, vua Lý Thái Tổ đã định ra các lệ thuế, trong đó có "các quan ải xét hỏi về mắm muối", các đời vua chúa sau này tiếp tục thu thuế muối và nước mắm là mặt hàng thổ sản phải đóng thuế biệt nạp. Thời Pháp thuộc, người Pháp đặt ra các loại thuế để vơ vét, bóc lột. Liên quan đến nghề làm nước mắm là muối, bị người Pháp đánh thuế rất nặng. Chính quyền thuộc địa quy định toàn bộ số muối mà dân sản xuất phải bán hết cho sở muối với giá rẻ, rồi sở sẽ lập các cửa hàng bán muối lẻ cho dân, bao gồm cả diêm dân, với giá cao hơn, để hưởng lợi nhuận, có thời điểm giá muối đắt như gạo. Chế độ thuế này đã gây nên nhiều khó khăn trong đời sống của người dân Việt Nam, đặc biệt đối với cư dân vùng biển, nghề làm muối, nghề chài lưới, nghề làm mắm đều bị điêu đứng vì chính sách độc quyền muối của người Pháp. Việc thu thuế muối không chỉ phục vụ mục tiêu tận thu của chính quyền Pháp mà còn mang ý nghĩa chính trị: Pháp có thể dùng muối làm áp lực với nhân dân khi cần, bởi muối là mặt hàng thiết yếu của người dân. Chính sách đánh thuế muối của người Pháp đối với diêm dân Việt Nam đã thu về một khoản tiền khổng lồ, chiếm 6% - 8% tổng thu ngân sách, đủ trả lương cho 50% công chức ở Đông Dương.

Có thể nói, nghề làm nước mắm có lịch sử lâu đời, sản phẩm là mặt hàng thiết yếu, có giá trị trong đời sống kinh tế xã hội, đặc biệt từ thời Pháp thuộc trở về trước. Chính vì vậy, nước mắm đã bị làm giả để thu lợi bất chính, gây thiệt hại cho người làm mắm truyền thống ở các địa phương và người tiêu dùng. Có thể kể đến việc người Hoa ở Sài Gòn đã làm giả nước mắm bằng hóa chất. Năm 1914, vụ việc đã bị các hàm hộ làm nước mắm của ba địa phương Nam Ô (Tourane), Phan Thiết và Phú Quốc kiện lên Toàn quyền Đông Dương Albert Sarraut. Nước mắm đã trở thành đối tượng nghiên cứu khoa học mà trước năm 1914 chưa có nhà nghiên cứu nào tiếp cận.

Toàn quyền Albert Sarraut đã giao cho Viện Pasteur Sài Gòn nghiên cứu và người thực hiện nghiên cứu về nước mắm là bác sĩ M.E. Rosé, phụ trách Phòng Nghiên cứu hoá. Sau hai năm nghiên cứu ở phòng thí nghiệm của Viện Pasteur Sài Gòn và điều tra khảo sát tại các trung tâm sản xuất nước mắm ở Bình Thuận và đảo Phú Quốc, ông công bố kết quả nghiên cứu trong "*Nghiên cứu thành phần hóa học của nước mắm*". Nước mắm lần đầu tiên đã được định nghĩa "*Đó là kết quả của sự ngấu chín cá trong dung dịch muối biển đậm đặc. Về cơ bản đó là một dung dịch muối hòa tan các chất albuminoid*[13] *với một mức độ phân giải nhất định. Sự hòa tan này phải chứa một tỷ lệ muối vừa đủ để các chất albuminoid giữ được sự cố định đáng kể mức độ phân hủy của chúng*[14] *"*. Kết quả nghiên cứu này là cơ sở để chính quyền Pháp tại Việt Nam ban hành Nghị định ngày 21/12/1916 có tính pháp lý đầu tiên về nước mắm, trong đó Điều 2 là định nghĩa về nước mắm của Rosé. Năm 1916, Rosé mở rộng nghiên cứu của ông về nước mắm ra vùng Bắc Trung kỳ và Bắc kỳ, công bố kết quả trong cuốn sách "*Thành phần hóa học và sự sản xuất nước mắm miền Bắc*". Trở về Pháp, ông tiếp tục nghiên cứu với sự hợp tác của bác sĩ J. Messnard và thiết lập được nguyên nhân sâu xa của sự hòa tan các chất albuminoid trong nước muối để cho ra nước mắm.

Năm 1931,J. Guillerm đã tóm lược những nghiên cứu sơ khởi này (của Rosé và các nhà nghiên cứu khác ở Viện Pasteur Pháp) với tựa đề "*Kỹ nghệ nước mắm ở Đông Dương"* đăng trên tạp chí *Các Viện Pasteur Đông Dương (Archives des Instituts Pasteur de l'Indochine)*. Các bài đăng tóm tắt nghiên cứu trong suốt mười sáu năm, chủ yếu là công trình của Rosé thuộc Viện Pasteur Sài Gòn, trong đó bao gồm các nội dung như: Lịch sử; Sản xuất nước mắm và kỹ thuật ủ chượp; Nghiên cứu hóa sinh – giá trị thực phẩm của nước mắm; Buôn bán nước mắm ở Đông Dương; Các phó phẩm của kỹ nghệ ủ chượp.

Những nghiên cứu về nước mắm ở giai đoạn này chủ yếu là các phân tích hóa học về nước mắm để bảo vệ ngành nghề làm nước mắm và cũng vì mục đích quản lý, đánh thuế. Tuy nhiên, có thể thấy, các nhà nghiên cứu người Pháp đã quan tâm đến tính toàn diện của đối tượng nghiên cứu như tìm hiểu về lịch sử, quy trình sản xuất nước mắm ở các địa phương, việc tiêu thụ… Nghiên cứu đã khảo sát, thống kê về sản lượng nước mắm vào các thời điểm và ở các khu vực khác nhau với số liệu cụ thể. Năm 1918, bác sĩ M.E. Rosé đã khảo sát và cho biết sản lượng nước mắm ở đảo Phú Quốc khoảng 1.100.000 lít, bờ biển Nam kỳ 400.000 lít, miền Trung từ Phan Thiết đến Nha Trang 24.000.000 lít, khu vực phía Bắc Trung kỳ 5.000.000 lít [Tiểu Vũ][15].

[13] Hiện nay, Albuminoid được hiểu là một nhóm protein, chủ yếu có trong mô liên kết và mô nâng đỡ của động vật, nhưng thời của nhà nghiên cứu Rosé xem chất đạm (protein), kể cả acid amin cũng được kể là albuminoid. Ý của tác giả cho rằng, nước mắm là dung dịch muối hòa tan các loại acid amin. Những acid amin này có được từ sự phân giải của protein thịt cá, và sự phân giải này không trọn vẹn ("với một mức độ phân giải nhất định") – Theo Vũ Thế Thành

[14] Nếu chượp thiếu muối, lên men thối (ra đạm ammonium) sẽ chiếm ưu thế, thay vì ra đạm acid amin – Theo Vũ Thế Thành

[15] Tiểu Vũ (2019), *Nước mắm truyền thống và những con số đặc biệt từ cổ chí kim*, https://1thegioi.vn/nuoc-mam-truyen-thong-va-nhung-con-so-dac-biet-tu-co-chi-kim-50818.html

Năm 1925, số liệu về nghề làm nước mắm chỉ riêng ở tỉnh Bình Thuận cho thấy: có 638 người làm mắm; 1.525 thùng chượp lớn và 7.759 thùng chượp trung bình và nhỏ; sản lượng mắm là 40.618.160 lít nước mắm chứa trong 13.000.000 tĩn (tĩn có dung tích bình quân 3,25 lít 250), gần như toàn bộ sản lượng được đưa đi tiêu thụ tại Nam Kỳ mà Sài Gòn là thị trường trung tâm; 15.130.800kg muối được tiêu thụ trong tỉnh, phần lớn muối dùng để chế biến nước mắm (khoảng 15.000.000 kg muối để có 40.618.160 lít nước mắm). Theo tính toán, với giá bán sỉ của 125 tĩn nước mắm dao động từ 25 đến 40 đồng, việc kinh doanh nước mắm thu được 2.600.000 đồng đến 4.160.000 đồng Đông Dương. Những con số này cho thấy nghề làm nước mắm truyền thống có vai trò quan trọng với đời sống kinh tế ở riêng tỉnh Bình Thuận. Sản lượng nước mắm ở đây chiếm xấp xỉ 7/10 tổng sản lượng nước mắm toàn Đông Dương[16].

Theo số liệu thống kê năm 1943 của người Pháp, "*tại các vựa mắm lớn, nhiều người làm mắm có không dưới 400 thùng 3000 lít. Những vựa mắm chính gồm có Phan Thiết, Mũi Né và Phan Rí ở Bình Thuận, cung cấp gần 35 triệu lít. Rồi đến Phú Quốc với cảng nhỏ Đương Đông: 6 triệu lít. Nghệ An và Thanh Hóa sản xuất 5 triệu lít; Cát Hải ở Bắc Kỳ 2 triệu lít và Nam Ô, gần Đà Nẵng 1 triệu lít; tổng cộng gần 50 triệu lít*[17]" [Bùi Hệ].

Thời Pháp thuộc, nước mắm đã vượt khỏi biên giới quốc gia để đến với cộng đồng rộng lớn hơn. Năm 1915, Thống đốc Nam Kỳ đã đưa nước mắm hảo hạng qua châu Âu. Năm 1939, nước mắm Vạn Vân (Hải Phòng) bắt đầu xuất khẩu chính thức qua Pháp [Tiểu Vũ].

Đến những năm đầu thế kỷ 20, việc chuyên chở mắm chủ yếu vẫn dựa vào đường thủy, "*phản ánh một phương thức phân phối sản phẩm rất linh hoạt, về việc tiêu dùng một loại gia vị đặc biệt*[18]" đến người tiêu dùng bằng các thuyền buôn. Có thể kể đến các nhà kinh doanh ở Tĩnh Gia (Thanh Hóa) dùng thuyền mành thu mua nước mắm từ các cơ sở sản xuất và chở nước mắm xuôi ngược các sông, kênh đào ở Bắc Kỳ và về tận Hà Nội bán cho người tiêu dùng. Ở Nghệ An, thường các chủ thuyền kiêm chủ làm nước mắm, kiêm chủ vận tải đường thủy, mỗi người có vài ba chiếc thuyền mành chở các chum nước mắm đi bán ở Hà Nội, Nam Định, Hải Phòng, Huế, Đà Nẵng... Ở miền Trung thì đội ghe bầu Quảng Nam rất phát triển, thường xuyên có những chuyến mua bán hàng hóa, trong đó có muối, cá, mắm với các địa phương như: Hà Nội, Hải Phòng, Nam Định, Nghệ An, Quảng Bình, Huế, Quảng Ngãi, Bình Định, Phú Yên, Phan Thiết, Sài Gòn, Nam Vang (Campuchia). Khoảng cuối thế kỷ 18, tại Hội An đã xuất hiện đội thương thuyền buôn nước mắm và nông sản của thương gia Trần Văn Thuyên (1874-1956) [Tiểu Vũ][19]. Các tỉnh

[16] J. Guillerm (Công Khanh dịch), *Kỹ nghệ nước mắm ở Đông Dương (L'industrie du Nioc-Mam en Indochine)*, Viện Pasteur Đông Dương, 1931.

[17] Bùi Hệ, *Nước mắm – Tinh túy của ẩm thực Việt Nam qua ghi chép của người Pháp*, https://archives.org.vn/gioi-thieu-tai-lieu-nghiep-vu/nuoc-mam-%E2%80%93-tinh-tuy-cua-am-thuc-viet-nam-qua-ghi-chep-cua-nguoi-phap.htm?fbclid=IwAR05dEmKEtZPk1xj2dHPny3qx9hya_pR1qusVb1fV2Wj5YR_6PfsuXMowVY, truy cập ngày 11/5/2022.

[18] Nguyễn Thanh Lợi (2016), "Nghề buôn nước mắm bằng đường thủy", Tạp chí Nghiên cứu và phát triển, số 4 (130), tr. 3-11.

[19] Tiểu Vũ (2019), *Nước mắm truyền thống và những con số đặc biệt từ cổ chí kim*, https://1thegioi.vn/nuoc-mam-truyen-thong-va-nhung-con-so-dac-biet-tu-co-chi-kim-50818.html

khác như Quảng Ngãi, Bình Định, Phan Thiết… cũng có đội ghe bầu buôn mắm. "*Nghề buôn nước mắm bằng đường thủy đã góp phần quan trọng vào việc giao thương một loại gia vị đặc biệt, gần gũi với đời sống hàng ngày của dân Việt. … Nghề buôn ghe bầu nói chung và buôn nước mắm bằng ghe bầu nói riêng đã thúc đẩy ngành chế biến thủy sản phát triển, tạo nên sự phồn vinh, công ăn việc làm cho nhiều tầng lớp tham gia trong chuỗi phân phối sản phẩm này (chủ ghe, lái bạn, nhà thùng, nhân công làm nước mắm, đại lý phân phối, ngư dân, người bán lẻ, diêm dân, thợ đóng ghe, người khai thác gỗ...)*"[20].

Nước mắm là một mặt hàng buôn bán có lợi nhuận cao. Thời Pháp thuộc, việc buôn bán nước mắm chủ yếu tiêu thụ trong nội địa, tự phân chia thành 2 vùng miền:

- Ở Bắc Trung kỳ và Bắc kỳ, thị trường tiêu thụ quan trọng là Nam Định và Hà Nội. Các chợ ở hai nơi này thu hút các loại nước mắm của vùng duyên hải Bắc Trung kỳ, từ Thừa Thiên Huế trở ra Bắc. Tuy nhiên, các thị trường này không phải là thị trường chính của nước mắm. Nước mắm được đựng và vận chuyển trong các vại lớn tráng men với dung tích từ 100 lít trở lên, đặt trong các ghe bầu được bố trí đặc biệt cho việc vận chuyển này. Đến những nơi bán, tiệm bán lẻ, nước mắm được chuyển sang các đồ chứa khác như thùng hoặc tĩn với hình dáng khác nhau

- Ở Nam Trung kỳ và Nam kỳ, thị trường chính của nước mắm là ở Sài Gòn và Nam Kỳ, chủ yếu là nước mắm từ Bình Thuận và nước mắm Phú Quốc, được sản xuất hầu như chỉ từ cá cơm. Nước mắm đưa ra thị trường thường được nhà sản xuất đựng trong các tĩn làm bằng đất nung, dung tích từ 3 lít đến 3,25 lít.

Đối với thị trường Nam kỳ, người sản xuất nước mắm lại hoàn toàn nằm trong tay người buôn, phần lớn là người Tàu. Chi phí cho đồ đựng, vỡ bể trong quá trình vận chuyển nước mắm đi Sài Gòn (khá đáng kể) hoàn toàn do người làm nước mắm gánh chịu. Thời kỳ này có một thói quen thương mại lâu đời được áp dụng là nhà cung cấp phải xuất 125 tĩn nước mắm nhưng tính giá 100 tĩn. Người buôn "*nhận hàng hóa không có rủi ro nào ngay tại bến cảng Sài Gòn và chuyển ngay đến các trạm bên trong Nam kỳ qua đường giao thông của dân vạn đò, vì vậy không cần kho bãi, không cần lưu trữ, nước mắm chỉ được mua khi có nhu cầu tiêu thụ. Giá bán tùy thuộc vào sự hài lòng (ngã giá) nơi người mua, người làm nước mắm buộc phải chấp nhận điều đó để tránh phải kéo dài thời gian lưu trữ tại bến rất tốn kém*[21]".

Ngày nay, nghề làm nước mắm vẫn được người dân ven biển sử dụng các công thức theo truyền thống cha ông để tạo nên nước mắm thơm ngon đặc trưng theo vùng miền. Đi theo đường cong bờ biển Việt Nam là những vùng nước mắm nổi tiếng với nguồn nguyên liệu mang đặc trưng về loài, độ ngon, độ béo, độ mắn của muối và bí quyết làm nghề riêng của mỗi vùng để tạo ra loại nước mắm mang hương vị không thể lẫn với nơi khác như Cát Hải, Ba Làng, Nam Ô, Nha Trang, Cà Ná, Phan Thiết, Phú Quốc… Hương vị nước mắm được quyết

[20] Nguyễn Thanh Lợi (2016), tlđd.

[21] J. Guillerm (Công Khanh dịch), *Kỹ nghệ nước mắm ở Đông Dương (L'industrie du Nioc-Mam en Indochine)*, Viện Pasteur Đông Dương, 1931.

định bởi nguồn cá, cách ướp muối, tỷ lệ muối trộn, đặc thù khí hậu của mỗi vùng, sự khác biệt đó đã tạo cho nước mắm mỗi vùng có phong vị ẩm thực đặc trưng.

Quy trình làm nước mắm truyền thống ở các địa phương ven biển hiện ghi nhận có 03 phương pháp: phương pháp đánh khuấy, phương pháp gài nén và phương pháp hỗn hợp giữa đánh khuấy và gài nén.

Phương pháp đánh khuấy được dùng phổ biến trong chế biến nước mắm ở các tỉnh miền Bắc và Bắc Trung bộ. Thời tiết và nguyên liệu cá ở các tỉnh miền Bắc và Bắc Trung bộ không thuận lợi cho việc làm nước mắm. Khí hậu vùng này có nền nhiệt thấp, lượng mưa nhiều, ảnh hưởng đến quá trình ủ chượp nên thời gian ủ chượp kéo dài hơn. Nguồn cá làm mắm không nhiều, nhiều cá tạp, đạm ít. Điều kiện thời tiết khắc nghiệt, các tháng Thu, Đông, Xuân không đủ nóng để chượp lên men tối ưu. Cá nguyên liệu đến tay người làm mắm mới được chượp, cho muối làm nhiều lần, thêm nước lã, sau đó mang đi phơi nắng để tiếp nhiệt và đánh đảo hàng ngày. Việc cho muối nhiều lần nhằm lợi dụng được khả năng phân giải của enzyme và vi sinh vật tới mức độ cao để rút ngắn thời gian chế biến chượp, đồng thời tăng mức độ tiêu diệt các vi khuẩn gây thối thông thường và không kìm hãm nhiều quá khả năng hoạt động của men. Ban đầu cho muối nhạt để quá trình phân hủy diễn ra mạnh, sau đó khống chế phân hủy bằng cách cho thêm muối đến khi đủ mặn và cá chín. Nước lã được bổ sung trong quá trình ủ chượp giúp cung cấp cho môi trường phân giải một lượng vi sinh vật đáng kể, tạo môi trường lỏng giúp cho men và vi sinh vật hoạt động được dễ dàng, làm cho tế bào thịt cá chóng được phân giải. Các giải pháp trên giúp cá dễ phân giải hơn trong điều kiện khí hậu miền Bắc và Bắc Trung bộ có mùa đông, nhiệt độ thấp, không nắng quanh năm. Vì vậy, nước mắm vùng này có mùi mạnh, sẫm màu, vị mặn do mùa hè nắng quá gắt, gió Lào làm cháy mắm.

Phương pháp gài nén phổ biến ở Nam Trung bộ, các tỉnh Khánh Hòa, Bình Thuận, và ở Phú Quốc, tỉnh Kiên Giang. Cá nguyên liệu các vùng này chủ yếu là cá cơm. Cá được trộn đều với muối, đủ lượng muối ngay từ ban đầu, theo tỉ lệ 1:3, rồi cho vào thùng gỗ hoặc chum sành, rải thêm một lớp muối 3-5cm trên bề mặt để giữ nhiệt và tránh ruồi nhặng, gài nẹp, đè đá bên trên để nén, tiếp nhiệt tự nhiên và kéo rút, đảo "nước bổi" cho đến khi chượp chín hoàn toàn. Phương pháp này dựa vào men trong cá để phân giải protein của thịt cá, hoàn toàn không cho nước lã và không đánh khuấy thùng chượp. Khi ướp muối đủ độ trong một thời gian nhất định, cá không còn hiện tượng trương và nổi lên nữa. Lúc đó, người ta nói cá đã "đứng cá". Nhờ nén chặt, nhiệt nội có trong cá làm cho men hoạt động tăng lên, trung tâm tích tụ khí NH_3, CO_2, H_2S... làm cho cá trương lên, thịt cá bị xé nát nhưng xương và da vẫn còn nguyên. Muối thẩm thấu vào cá, nước tiết ra gọi là nước bổi. Khoảng 1 tháng sau thì cá chìm xuống hẳn, nước nổi lên có màu vàng, trong và xuất hiện mùi nước mắm rõ rệt, lúc đó cá đã "đứng mặt dầu". Khoảng 12 đến 18 tháng sau, màu sắc của nước mắm chuyển từ màu vàng nhạt sang hẳn màu vàng đậm, nước mắm trong, dậy mùi thơm tự nhiên của nước mắm là nước mắm đã chín đủ, có thể tiến hành rút nỏ. Nước

mắm rút nỏ lần đầu gọi là nước mắm nhĩ, loại nước mắm thượng hạng, hàm lượng dinh dưỡng cao nhất. Chế biến nước mắm theo phương pháp gài nén, rút nỏ thì thời gian dài hơn, ít nhất là 12 tháng, dài có thể đến 24 tháng, đạm thối ít hơn, màu sắc và mùi vị nước mắm tốt hơn.

Phương pháp hỗn hợp là cách kết hợp gài nén, phơi nắng và đánh khuấy, khá phổ biến ở Phan Thiết, Nam Ô và Bắc Trung bộ. Với phương pháp này, người làm mắm rút nước bồi phơi nắng, đổ lại thùng chượp hoặc đưa ra chum, đánh đảo, phơi nắng hàng ngày. Thành phẩm nước mắm gần giống nước mắm làm từ phương pháp gài nén nhưng màu sẫm hơn do phơi nắng trực tiếp.

Mỗi phương pháp làm nước mắm, với nguồn nguyên liệu, khí hậu và kỹ thuật chăm sóc ở từng địa phương sẽ cho ra thành phẩm có hương vị, màu sắc khác nhau. Ví dụ, cá cơm ở Phú Quốc sống trong môi trường nước ấm quanh năm, nước biển có nhiều rong tảo thủy sinh làm thức ăn nên cá mập thịt, giàu dinh dưỡng. Cá được ướp muối ở trên tàu ngay sau khi đánh bắt. Trong điều kiện thời tiết nắng nóng quanh năm nên cá được chượp nhiều muối hơn, hơn một năm sau cho ra loại nước mắm cao đạm, màu hổ phách, hương nước mắm có mùi dịu. Đối với vùng biển Phan Thiết và Nha Trang cũng trong điều kiện thời tiết nắng nóng quanh năm nhưng nguyên liệu cá cơm không mập bằng cá cơm ở Phú Quốc, cá được chượp muối khi chuyển vào bờ, đến tay người làm mắm nên độ tươi có giảm đi ít nhiều. Nước mắm vùng này có mùi đậm hơn nước mắm Phú Quốc một chút. Mùi nước mắm mỗi vùng miền khác nhau, thân quen với người dùng của vùng đó, vì thế nước mắm thường gắn liền với tên tuổi làng quê làm ra nước mắm đó như: nước mắm Nam Ô, nước mắm Phú Quốc, nước mắm Cát Hải, nước mắm Hàm Tiến...

Nghề làm nước mắm cũng có một số cải tiến kỹ thuật để người làm đỡ vất vả, rút ngắn thời gian sản xuất, như cải tiến công đoạn đắp lù, kéo rút bằng phương pháp phơi kín nên quá trình lên men diễn ra nhanh hơn, rút ngắn thời gian ủ chượp nhưng vẫn giữ được hương vị tự nhiên và chất lượng của nước mắm truyền thống.

Lịch sử lâu đời của nghề làm nước mắm và thói quen sử dụng nước mắm trong bữa cơm hàng ngày của người Việt đã đưa Việt Nam trở thành thị trường tiêu thụ nước mắm lớn nhất thế giới, với khoảng 200-300 triệu lít/năm. Tuy nhiên, thị phần của nước mắm truyền thống chỉ chiếm khoảng 20-30%. Nước mắm truyền thống đang phải đối mặt với sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt của nước mắm công nghiệp. Khoảng 15 năm nay, nước mắm truyền thống không cạnh tranh nổi về giá bán, không chỉ chịu mất thị trường mà còn phải chấp nhận gia công cho các doanh nghiệp chế biến công nghiệp. Làm nước mắm gia công dẫn đến việc mất thương hiệu hoàn toàn, hoặc một phần, kèm theo là bị ép giá, dẫn đến những tiêu chuẩn về nguyên liệu, thời gian ngâm ủ, chất lượng nước mắm thành phẩm… không còn được một số người sản xuất truyền thống tôn trọng. Hơn nữa, các văn bản pháp quy hiện hành không có quy định rõ ràng nên người tiêu dùng rất khó phân biệt, có thể nói hầu như không phân biệt được, nước mắm, nước chấm công nghiệp và các định mức chất lượng. Nước mắm cần quay về với khái niệm mà bác sĩ Rosé và chính quyền bảo hộ Pháp đã đưa ra

trong nghị định mang tính pháp lý từ năm 1916 là nước mắm được làm từ cá và muối.

Nước mắm không phải là sản phẩm riêng có của Việt Nam nhưng ở Việt Nam, nước mắm là thực phẩm, gia vị hiện diện trực tiếp trong bữa cơm hàng ngày của người dân Việt. Nghề làm nước mắm ở Việt Nam và cách sử dụng sản phẩm trong ẩm thực của người dân mang đậm bản sắc vùng miền, thể hiện đặc trưng của từng cộng đồng địa phương, phản ánh sự đa dạng văn hóa, sự sáng tạo của con người trong đời sống lao động sản xuất. Nước mắm và sử dụng nước mắm trong đời sống góp phần giữ gìn truyền thống ẩm thực Việt Nam, tạo mối dây tình cảm bền chắc trong gia đình và cộng đồng.

Tài liệu tham khảo

1. Nguyễn Duy Chính, 2017, *Phái bộ Macartney ghé Đàng Trong*, trong Đà Nẵng – Miền Trung, Những vấn đề lịch sử - văn hoá, Nxb Văn hoá – Văn nghệ, Tp. HCM.
2. J. Guillerm (Công Khanh dịch), 1931, *Kỹ nghệ nước mắm ở Đông Dương (L'industrie du Nioc-Mam en Indochine)*, Viện Pasteur Đông Dương.
3. Declan Henesy, 2018, *Fish sauce in the ancient world*, https://www.worldhistory.org/article/1276/fish-sauce-in-the-ancient-world/
4. Vũ Hạnh (A. Pazi), 1992, *Người Việt cao quý* (Nguyên tác: Per Comporedere Vietnam Il Vietnamila, tiếng Ý), Hội Liên hiệp Văn học nghệ thuật Tp. Hồ Chí Minh.
5. Bùi Hệ, *Nước mắm – Tinh túy của ẩm thực Việt Nam qua ghi chép của người Pháp*, https://archives.org.vn/gioi-thieu-tai-lieu-nghiep-vu/nuoc-mam-%E2%80%93-tinh-tuy-cua-am-thuc-viet-nam-qua-ghi-chep-cua-nguoi-phap.htm?fbclid=IwAR05dEmKEtZPk1xj2dHPny3qx9hya_pR1qusVb1fV2Wj5YR_6PfsuXMowVY, truy cập ngày 11/5/2022.
6. Tống Quốc Hưng, Võ Văn Hoàng, 2017, *Biển trong đời sống văn hoá của ngư dân Đà Nẵng*, trong Đà Nẵng – Miền Trung, Những vấn đề lịch sử - văn hoá, Nxb Văn hoá – Văn nghệ, Tp. HCM.
7. Nguyễn Tiến Hữu, 2020, *Nước mắm, nguồn gốc và con đường thiên di*, Tạp chí Xưa và nay, số 518 tháng 4 năm 2020, 43-47.
8. Laura Kelley, 2011, *Culinary History Mystery #3: Garum & Nuoc Mam*, Culinary History Mystery #3: Garum & Nuoc Mam – Silk Road Gourmet
9. Nguyễn Thanh Lợi, 2016, *Nghề buôn nước mắm bằng đường thủy*, Tạp chí Nghiên cứu và phát triển, số 4 (130), tr. 3-11.
10. Mark Kurlansky, 2002, *Salt: A world history*, Penguin Books.
11. Vương Văn Quang, 1999, *Trung Quốc nam phương dân tộc sử*, Dân tộc xuất bản xã, Bắc Kinh.

12. Sally Grainger, 2021, *Fermented fish sauceand salted fish in the ancient world*, Routledge.
13. Nguyễn Duy Thiệu, 2022, *Biển đảo Việt Nam từ góc nhìn nhân học*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
14. Tiểu Vũ, 2019, *Nước mắm truyền thống và những con số đặc biệt từ cổ chí kim*, https://1thegioi.vn/nuoc-mam-truyen-thong-va-nhung-con-so-dac-biet-tu-co-chi-kim-50818.html

Hoạt động bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hoá nghề làm nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch cộng đồng

CN. Nguyễn Thị Phương Thảo

(UBND quận Liên Chiểu, thành phố Đà Nẵng)

Làng Nam Ô có vị trí nằm ở ven biển tại khu vực phía Tây Bắc vịnh Đà Nẵng, nằm gần chân đèo Hải Vân với nhánh sông Cu Đê đổ ra biển. Với vị trí đó, từ lâu đời, người dân địa phương đã khai thác thủy sản và nghề làm nước mắm Nam Ô được hình thành tại địa phương. Tuy nhiên, cho đến nay người dân địa phương vẫn chưa biết chính xác thời điểm nghề ra đời mà các bậc cao niên ở làng chỉ nhớ vào khoảng cuối thế kỷ XIX, đầu thế kỷ XX, nghề làm nước mắm Nam Ô đã phát triển khá mạnh. Các loại nước mắm của làng nghề từng được lựa chọn để tiến Vua.

Trải qua bao nhiêu thăng trầm của nghề nước mắm Nam Ô, cho đến nay, nghề làm nước mắm ở Nam Ô đã đem lại cho một bộ phận nhân dân của làng có công ăn việc làm ổn định, có thu nhập khá hơn so với nghề nông. Sản phẩm nước mắm Nam Ô được tiêu thụ tại các nơi phương trên địa bàn thành phố và các địa phương lân cận, ngoài ra còn theo chân người dân, du khách đến các vùng miền trong nước và quốc tế.

Đáng chú ý, trong những năm gần đây, bên cạnh các dịch vụ ăn uống, tắm biển, check-in bãi rêu tại Bãi Rạn Nam Ô, dịch vụ du lịch trải nghiệm nghề làm nước mắm Nam Ô và các tài nguyên du lịch khác tại làng Nam Ô đã bắt đầu hình thành và được người dân cũng như du khách đón nhận.

Để đạt được kết quả như trên, công tác giữ gìn, bảo vệ và phát huy các giá trị của nghề làm nước mắm Nam Ô luôn được chính quyền và người dân làng Nam Ô quan tâm thông qua việc triển khai thực hiện các nhiều hoạt động. Cụ thể như sau:

- Giai đoạn 2006 – 2014:

Năm 2006, để khôi phục nghề nước mắm Nam Ô, UBND quận Liên Chiểu đã xây dựng và triển khai thực hiện "Đề án khôi phục làng nghề truyền thống nước mắm Nam Ô".

UBND quận đề xuất UBND thành phố Đà Nẵng thành lập Hội làng nghề truyền thống nước mắm Nam Ô. Ngày 18/4/2007, UBND thành phố Đà Nẵng đã ban hành Quyết định số 2939/QĐ-UBND về việc cho phép thành lập Hội làng nghề truyền thống nước mắm Nam Ô quận Liên Chiểu.

Đến ngày 16/12/2009, Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam đã ban hành Quyết định số 26266/QĐ-SHTT về Logo, nhãn mác tập thể đối với nghề nước mắm Nam Ô, quận Liên Chiểu.

Năm 2012, UBND quận Liên Chiểu đã xây dựng Đề án Bảo tồn và phát triển làng nghề truyền thống nước mắm Nam Ô

Ngày 01/3/2013, UBND quận đã ban hành Quyết định số 387/QĐ-UBND về việc phê duyệt Đề án Bảo tồn và phát triển làng nghề truyền thống nước mắm Nam Ô.

- Giai đoạn 2015-2017

Việc đầu tư khôi phục làng nghề truyền thống nước mắm Nam Ô tiếp tục được Sở, ban ngành thành phố, Quận ủy, UBND quận Liên Chiểu đầu tư vớitổng kinh phí đầu tư là 267.500.000 đồng, trong đó tập trung vào xây dựng, quảng bá thương hiệu. Cụ thể như sau:

Năm	**Nội dung hỗ trợ**	**Số tiền (đồng)**
2015	Hỗ trợ xây dựng mã số mã vạch	19.000.000
	Hỗ trợ in tờ rơi	8.000.000
	Hỗ trợ xây dựng trang website quảng bá sản phẩm	6.000.000
2016	Trung tâm khuyến công hỗ trợ khuôn và vỏ chai	30.000.000
2017	Hỗ trợ 80 chum sành loại 200 lít và 100 lít	110.000.000
	Hỗ trợ 01 máy chiết rót	32.000.000
	Đăng ký lại giấy Chứng nhận nhãn hiệu tập thể	15.000.000
	Hỗ trợ xây dựng mã số mã vạch	10.000.000
	Hỗ trợ 01 tủ giới thiệu sản phẩm và trưng bày các thành tựu của làng nghề, láp đặt bảng hiệu Văn phòng Hội làng nghề	20.000.000
	Tổ chức tập huấn về VSATTP	10.000.000
	Tham gia Chương trình xây dựng, quảng bá thương hiệu và sản phẩm nông nghiệp nổi tiếng Việt Nam	7.500.000
Tổng cộng		267.500.000

Bên cạnh đó, Hội làng nghề truyền thống nước mắm Nam Ô được các ban ngành thành phố hỗ trợ các hoạt động như sau:

(i) Tham gia các hội chợ ở trong và ngoài thành phố để quảng bá thương hiệu, cụ thể như: Tham gia Chương trình xây dựng, quảng bá thương hiệu và sản phẩm nông nghiệp nổi tiếng Việt Nam tổ chức tại Hà Nội; Hội chợ Tây nguyên; Hội chợ Festival Huế; Hội chợ Hàng chất lượng cao tại Đà Nẵng, tham gia Hội chợ Xuân hằng năm tại Đà Nẵng.

(ii) Tổ chức mở lớp tập huấn nâng cao kiến thức cho hội viên về các nội dung:Bảo vệ thương hiệu nhãn mác và hàng hóa, vệ sinh an toàn thực phẩm, nâng cao chất lượng và số lượng sản phẩm, du lịch có trách nhiệm.

Qua ba năm triển khai thực hiện Đề án Bảo tồn và phát triển làng nghề truyền thống nước mắm Nam Ô (2015 – 2017), đã đạt được một số kết quả sau:

+ Sản lượng mắm đặc biệt hằng năm 50.000 lít đặc biệt, trên 25.000 lít mắm loại 1; Trong đó: Năm 2015: 60.000 lít, năm 2016: 70.000 lít và năm 2017: 100.000 lít.

+ Tổng số hội viên Hội làng nghề là 50 hộ sản xuất, giảm 60 hộ so với năm đầu thành lập, trong đó 10 cơ sở chế biến nước mắm có quy mô lớn, 17 cơ sở đăng ký thương hiệu riêng, các hộ còn lại làm theo mùa vụ (Bảng 1).

+ 3 HTX tại làng nghề (HTX nông nghiệp Hòa Hiệp I, HTX Chế biến hải sản Đông Hải, HTX Đồng Thuận tăng so với năm 2012 là 2 HTX, nhưng sau đó HTX Đồng Thuận ngừng hoạt động); những HTX này mạnh dạn đầu tư chế biến mắm để chủ động nguồn hàng và hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm Làng nghề.

+ Trên 40 hộ được vay khoảng 700 triệu đồng tư nguồn Phòng Lao động-Thương binh và Xã hội quận Liên Chiểu thông đã giải quyết cho 30 hộ vay vốn với tổng số tiền là 300.000.000đồng, Quỹ hỗ trợ Nông dân 10 hộ với 400 triệu đồng góp phần để hội viên có điều kiện thu mua nguyên liệu sản xuất và có vốn để tích lũy và tái sản xuất.

+ Nhiều hộ xây dựng được hệ thống tiêu thụ trong các cửa hàng Đặc sản miền Trung, các chợ lớn: 01 tại chợ Hàn, 01 chợ Cồn, 02 quầy tại chợ Hòa Khánh.

+ Năm 2016, nước mắm Nam Ô được UBND thành phố công nhận là sản phẩm nông nghiệp nông thôn tiêu biểu.

- *Giai đoạn 2018 – 2022*:

Số lao động nghề nước mắm Nam Ô tăng dần lên 64 người (năm 2022) (Bảng 1).

Bảng 1. Tình hình lao động làm nghề nước mắm tại làng Nam Ô giai đoạn 2015 - 2022

STT	Năm	Lao động hộ gia đình (Người)		Cơ sở sản xuất kinh doanh		
		Tổng số	Thường xuyên	Doanh nghiệp	Hợp tác xã	Hộ kinh doanh
1	2018	60	60	1	1	60
2	2019	62	62	1	1	62
3	2020	63	63	1	1	63
4	2021	63	63	1	1	63
5	2022	64	64	1	1	64

(Nguồn: Hội Làng nghề nước mắm Nam Ô cung cấp)

Ngày 27/8/2019, Bộ Văn hóa – Thể thao và Du lịch đã ban hành Quyết định số 2974/QĐ-BVHTTDL công nhận Di sản văn hoá phi vật thể quốc gia đối với nghề làm nước mắm Nam Ô, phường Hòa Hiệp Nam và phường Hòa Hiệp Bắc, quận Liên Chiểu.

Để nghề nước mắm Nam Ô xứng đáng là di sản sản văn hoá phi vật thể quốc gia và phát triển phục vụ du lịch cộng đồng,từ năm 2020 đến nay, UBND quận Liên Chiểu đã triển khai nhiều giải pháp nhằm hỗ trợ phát triển làng nghề nước mắm Nam Ô. Trong đó, UBND quận Liên Chiểu hỗ trợ kinh phí xây dựng hồ sơ cho từ 1 - 2 chủ thể đăng ký tham gia đánh giá và xếp hạng OCOP; hỗ trợ các cơ sở sản xuất tham gia các hội chợ tại các địa phương. Đồng thời, UBND quận Liên Chiểu đã chi ngân sách quận 150 triệu đồng để hỗ trợ các hộ sản xuất mua chum sành, làm bảng hiệu quảng cáo, bảng chỉ dẫn Hội làng nghề; đề xuất thành phố hỗ trợ máy móc thiết bị cho các hội viên từ nguồn khuyến công địa phương với tổng kinh phí 286 triệu.

Cho đến nay, đã có 3 thương hiệu nước mắm Nam Ô tại làng Nam Ô được công nhận sản phẩm OCOP cấp thành phố gồm: nước mắm Bình Minh, nước mắm Hương Làng Cổ và nước nắm Nam Ô - Hiệp Hải.

Đáng chú ý nhất là Đề án phát triển du lịch cộng đồng Nam Ô được UBND thành phố Đà Nẵng ban hành Quyết định số 720/QD-UBND ngày 02/3/2020. Trong đó, Đề án hướng đến mục tiêu: (i) Khai thác lợi thế, tiềm năng tài nguyên du lịch địa phương để tạo sản phẩm du lịch mới, đa dạng hóa các loại hình dịch vụ và tiện ích phục vụ lợi ích công cộng, góp phần thu hút người dân và du khách đến tham quan vui chơi, giải trí, du lịch trải nghiệm. Khai thác du lịch kết hợp bảo tồn các di sản văn hóa; giới thiệu các tập quán, sản phẩm làng chài đến với du khách, hình thành khu vực để du khách khám phá, trải nghiệm khi đến với biển Đà Nẵng; (ii) Tạo điều kiện cho cư dân địa phương tham gia làm du lịch, đặc biệt là ngư dân ven biển khu vực vịnh Nam Ô, quận Liên Chiểu nhằm mục đích chuyển đổi ngành nghề cho ngư dân, cải thiện đời sống người dân góp phần nâng cao thu nhập, phát triển kinh tế - xã hội địa phương; và (iii) Đưa các hoạt động tham quan du lịch tại khu vực vào quản lý nề nếp, phân công trách nhiệm cụ thể cho các sở, ngành, địa phương để đảm bảo công tác quản lý địa bàn, đảm bảo an ninh trật tự, an toàn cho du khách, vệ sinh môi trường… Các sản phẩm, dịch vụ du lịch được đề xuất trong đề án là trải nghiệm bình minh, hoàng hôn ở vịnh Nam Ô trên thuyền thúng; tắm biển ở bãi tắm Nam Ô; tham quan tìm hiểu câu chuyện về các di tích lịch sử; tham quan làng nghề truyền thống và thưởng thức ẩm thực địa phương Nam Ô; Chụp ảnh tại khu vực ghềnh Nam Ô; Dịch vụ lưu trú homestay trải nghiệm tại nhà dân, tham quan làng bích họa; Đi bộ, tham quan ghềnh Nam Ô…

Đến nay, Đề án vẫn đang trong quá trình triển khai thực thiện nhưng một số hoạt động du lịch đã được người dân và doanh nghiệp sản xuất nước mắm tại làng Nam Ô thực hiện.

Cụ thể là, Doanh nghiệp nước mắm Hồng Hương với thương hiệu "Nước mắm Nam Ô – Hương Làng cổ" đã triển khai hoạt động trải nghiệm quy trình sản xuất nước mắm và giới thiệu về biển Nam Ô: bãi biển, thúng, lưới, các loại rong biển, con còng, rau muống biển (Hình 1 và 2).

Hiện nay, dọc công viên cuối đường Nguyễn Tất Thành đã hình thành tuyến phố ăn vặt, với 50 xe bán hàng do các hộ dân sinh sống tại làng Nam Ô tổ chức kinh doanh các món ăn địa phương. Đồng thời, nơi đây đã trở thành nơi người dân đến đây vui chơi giải trí như check in hẹn hò của các cặp đôi, vui chơi của thanh thiếu niên và một địa điểm tập thể dục, yoga vào buổi sáng sớm hay chiều tà (Hình 3 và 4).

Đồng thời, UBND thành phố Đà Nẵng tiếp tục ban hành Quyết định số 1142/QĐ-UBND ngày 31/3/2020 phê duyệt Đề án "Bảo tồn làng nghề nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch thành phố Đà Nẵng" với mục tiêu cụ thể của Đề án là (i) Xây dựng sản phẩm nước mắm Nam Ô trở thành sản phẩm du lịch. Trong đó tập trung các chỉ tiêu: Đạt sản lượng nước mắm tiêu thụ từ 200.000 - 250.000 lit/năm; Nâng cao chất lượng, mẫu mã bao bì, nhãn mác của sản phẩm để tạo thương hiệu riêng; Tăng thu nhập bình quân đầu người từ nghề đạt 3 - 4 triệu đồng/người/tháng vào năm 2020 và đạt 4,5 - 5 triệu đồng vào năm 2025; (ii) Xây dựng làng nghề nước mắm Nam Ô trở thành điểm du lịch của thành phố Đà Nẵng nhằm giới thiệu, tiêu thụ sản phẩm nước mắm và các sản phẩm liên quan của làng nghề. Từ đó thúc đẩy phát triển kinh tế của địa phương, tạo việc làm ổn định cho lao động tại địa phương, từng bước nâng cao đời sống vật chất và tinh thần cho nhân dân.

UBND quận Liên Chiểu đang triển khai quy hoạch, xây dựng phòng trưng bày, bảo tàng nghề, làng nghề và khu trình diễn cho các nghệ nhân, các hộ làm mắm.

Với những nội dung trên đã cho thấy các hoạt động bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa của nghề làm nước mắm Nam Ô được chia làm 2 giai đoạn như sau:

- Giai đoạn 2006 đến 2018, chính quyền và người dân đã triển khai các hoạt động khôi phục, củng cố và quảng bá, giới thiệu sản phẩm nước mắm Nam Ô.

- Sau năm 2019 đến nay, khi nghề làm nước mắm được vinh danh là di sản văn hóa phi vật thể quốc gia, bên cạnh các hoạt động trên các doanh nghiệp và người dân địa phương đã phát triển nước mắm Nam Ô thành sản phẩm OCOP kết hợp với các hoạt động du lịch cộng đồng. Từ đó đã góp phần gia tăng giá trị cả về văn hóa và kinh tế của nghề làm nước mắm Nam Ô./.

Hình 1. Khách trải nghiệm làm nước mắm và mua sản phẩm (Nguồn: Internet)

Hình 2. Hoạt động trải nghiệm tìm hiểu bãi biển, hoa muống biển (Nguồn: facebook của Hương làng cổ)

Hình 3. Phố ăn vặt (Nguồn: Internet)

Hình 4. Tập Yoga tại Công viên Nguyễn Tất Thành (Nguồn: Internet)

CÔNG TÁC BẢO TỒN VÀ PHÁT TRIỂN LÀNG NGHỀ NƯỚC MẮM NAM Ô GẮN VỚI PHÁT TRIỂN DU LỊCH

Phòng Kinh tế quận Liên Chiểu, thành phố Đà Nẵng

Trên suốt dọc đường thiên lí từ Bắc vào Nam, mỗi vùng đất lại lưu luyến, níu bước chân người qua bằng những đặc trưng riêng, mỗi nơi một vẻ. Đến với Đà Nẵng, ngoài việc hòa mình cùng thiên nhiên thơ mộng với núi cao vời vợi biển rộng mênh mông, bạn cũng sẽ không thể "*kìm lòng*" trước vốn ẩm thực vừa phong phú vừa độc đáo mang đậm phong vị xứ Quảng, trong đó nổi tiếng nhất phải kể đến nước mắm Nam Ô.

Sẽ thật thú vị khi khách gần xa có dịp đặt chân đến Nam Ô, đến với vùng đất sau lưng tựa núi, trước mặt là biển khơi, ngoảnh về tây là dòng sông Cu Đê hiền hòa, trong vắt uốn lượn giữa đôi bờ xanh màu trù phú, nhìn về đông nghe sóng vỗ mặt ghềnh như tha thiết bản tình ca bất tận...Giữa thiên nhiên hữu tình ấy, ta lại được nghe câu chuyện về một làng nghề đã đi vào tâm thức của bao thế hệ và trở thành một phần văn hóa của xứ Quảng. Đó chính là làng nghề nước mắm Nam Ô.

Nước mắm Nam Ô vang danh xa gần, trở thành niềm tự hào và là nguồn sống của cư dân làng chài cổ. Thế nhưng, cuộc sống nhiều đổi thay thăng trầm. Số phận của làng nghề nước mắm Nam Ô dẫu nổi tiếng cũng không nằm ngoài quy luật ấy. Tuy nhiên, một tín hiệu đáng mừng là trong những năm gần đây, nghề truyền thống của quê hương đã dần có dấu hiệu khởi sắc trở lại.

Việc khôi phục, bảo tồn và phát triển làng nghề nước mắm Nam Ô đã và đang được các cấp chính quyền quan tâm với nhiều chủ trương, định hướng lớn. Tại Quyết định số 1142/QĐ-UBND ngày 31/3/2020 của UBND thành phố Đà Nẵng phê duyệt đề án "Bảo tồn làng nghề nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch thành phố Đà Nẵng" thành phố xác định nhiều mục tiêu và giải pháp lớn, giao trách nhiệm cho các sở ngành, UBND quận Liên Chiểu đẩy mạnh triển khai. Mục tiêu chung của đề án là Bảo tồn và phát huy giá trị làng nghề nước mắm Nam Ô và gắn với phát triển du lịch – di sản văn hoá phi vật thể quốc gia, trở thành sản phẩm du lịch tiêu biểu, đặc sắc của Đà Nẵng, góp phần xây dựng nền văn hoá Việt Nam tiến tiến, đậm đà bản sắc dân tộc.

Hiện nay, mục tiêu đề án đang dần được thực hiện với nhiều giải pháp kết hợp. Song song với việc thực hiện các dự án phát triển kinh tế thì việc đầu tư khôi phục làng nghề cũng được quan tâm, trong đó ưu tiên đầu tư cơ sở hạ tầng, chỉnh trang đô thị, đảm bảo an ninh trật tự, vệ sinh môi trường tại làng nghề; cùng với đó là việc nâng cao chất lượng mẫu mã, giá thành, tăng cường tuyên truyền, tiếp thị sản phẩm…

Sản lượng nước mắm tiêu thụ năm 2022 đạt 300 nghìn lít, tăng 50 nghìn lít so với năm 2021. Ngoài ra, còn có một số sản phẩm khác như: Mắm ruốc,

mắm ngắn ngày, cá khô các loại, bình quân đạt từ 25-30 tấn/năm, với tổng doanh thu trên 5 tỷ đồng, giải quyết việc làm cho 220 lao động.

Nước mắm Nam Ô đã được đăng ký Logo, nhãn mác tập thể tại Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam; Năm 2016 được UBND thành phố Đà Nẵng Chứng nhận sản phẩm nông nghiệp nông thôn tiêu biểu; Năm 2017 được Hội khoa học kinh tế nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam thuộc Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn trao Cúp vàng và Chứng nhận "Sản phẩm nông nghiệp nổi tiếng Việt Nam".

Tính đến năm 2023, đã có 03 chủ thể của làng nghề đăng ký tham gia chương trình OCOP cấp thành phố, kết quả được Hội đồng OCOP thành phố đánh giá và được UBND thành phố quyết định công nhận sản phẩm đạt 4 sao cho 2 chủ thể đó là: HTX mắm Bình Minh, Hộ kinh doanh mắm Hương Làng Cổ và 3 sao cho chủ thể nước mắm Hiệp Hải.

Hiện nay UBND quận đang chỉ đạo các ngành chức năng hướng dẫn Hội làng nghề nước mắm Nam Ô thành lập đội tàu khai thác cá cơm để phục vụ nguyên liệu cho làng nghề một cách ổn định và bền vững.

Hiện nay số lượng Hội viên của làm nghề là 64 hội viên, tăng 8 hội viên so với năm 2019; trong đó có 3 HTX tại làng nghề (HTX nông nghiệp Hòa Hiệp I, HTX Chế biến hải sản Đông Hải, HTX Ô Long và Doanh nghiệp). Với 10 cơ sở chế biến nước mắm có quy mô tương đối, 17 cơ sở đăng ký thương hiệu riêng, các hộ còn lại làm theo mùa vụ. Tuy vậy, so với khi mới thành lập, số hộ sản xuất đã giảm gần 60 hộ. Nguyên nhân là do ảnh hưởng của quy hoạch, giải tỏa dự án Khu du lịch sinh thái Nam Ô, và một số nguyên nhân khác.

Nhìn chung tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của làng nghề ngày càng phát triển, sản lượng hằng năm đều tăng. Một số cơ sở đã đầu tư mở rộng quy mô sản xuất, ứng dụng khao học kỹ thuật, mạnh dạn đầu tư chế biến mắm để chủ động nguồn hàng và hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm làng nghề.

Việc phát triển du lịch làng nghề cũng là mục tiêu đề án hướng đến. Trong đó nêu rõ, kết nối, xây dựng và tổ chức thực hiện các tour du lịch đường bộ hiện có giua các địa điểm nổi tiếng: Hội An, Bà Nà hill – Vịnh Lăng Cô – Cố đô Huế và các tour du lịch đường sông ven sông Cu Đê lên khu du lịch sinh thái cộng đồng thôn Tà Lang – Giàn bí…Được sự quan tâm, đầu tư của chính quyền nên cụm 7 di tích trên địa bàn đã được trùng tu, Ghềnh Nam Ô và bãi biển không nằm trong dự án Nam Ô Resort nên có rất nhiều thuận lợi cho việc duy trì, khôi phục và phát triển làng nghề nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch trên địa bàn quận Liên Chiểu nói riêng và thành phố Đà Nẵng nói chung. Qua một số hoạt động trải nghiệm thử nghiệm, người dân và du khách rất hứng khởi trong việc tham gia các hoạt động trải nghiệm du lịch cộng đồng tại làng chài như tham quan các di tích của làng Nam Ô: Đình Nam Ô, Miếu bà Liễu Hạnh, Giếng Vuông cổ…, tìm hiểu về lịch sử và cách làm nước mắm Nam Ô, tham gia vào công đoạn khoáy, lọc, đóng chai nước mắm hoàn thiện…và cùng chuẩn bị và thưởng thức các món ăn đặc sản địa phương sử dụng nước mắm

Nam Ô truyền thống như gỏi cá, mực hấp chấm mắm gừng, bún mắm nêm, cá nấu thơm cà chấm mắm nhĩ, thịt heo luộc chấm mắm tép, bánh xèo chấm nước mắm…

Việc đưa sản phẩm nước mắm truyền thống trở lại với thị trường cũng như khôi phục lại vị thế xứng đáng của thương hiệu nước mắm Nam Ô rõ ràng sẽ là cả một hành trình dài, cần sự đồng thuận cao của người dân và các cấp chính quyền với những giải pháp mang tính đồng bộ. Trong đó, việc bảo tồn, phát triển làng nghề nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch được xem là giải pháp xanh, mang lại những giá trị bền vững cả về vật chất lẫn tinh thần cho cả địa phương.

Quá trình bảo tồn và phát triển làng nghề nước mắm Nam ô gắn với phát triển du lịch đang có những thuận lợi nhất định như:

- Làng Nam Ô mang trong mình nhiều giá trị văn hóa, lịch sử to lớn, trong đó có cụm các di tích lịch sử đã được Thành phố công nhận: Giếng Vuông, Dinh, Lăng,.. để chúng ta có thể truyền đạt để du khánh biết hơn về lịch sử và văn hóa của Đà Nẵng.

- Bên cạnh đó, Làng Nam Ô lại được thiên nhiên ban tặng cảnh vật tuyệt đẹp: trước là biển lớn, sau là sông và núi khép kín, cùng với dòng Cu Đê hiền hòa chảy ra biển lớn. Ghềnh Nam Ô với khu rừng nguyên sinh được người dân nơi đây bao đời gìn giữ như máu thịt của quê hương, bãi rêu xanh vào mùa xuân là nơi tập trung rất nhiều người dân và du khách đến đây tham quan, du lịch.

- Đời sống người dân còn mang đậm văn hóa vùng biển. Nghề làm thúng, làm mắm còn hiện hữu trong đời sống hằng ngày của người dân địa phương. Bên cạnh đó, ẩm thực nơi đây với những hương vị riêng cũng thu hút được thực khách ở nhiều nơi khi đến thăm Đà Nẵng.

- Nghề làm nước mắm Nam Ô được Nhà nước công nhận là nghề văn hóa phi vật thể đầu tiên trong nhiều nghề làm nước mắm của cả nước. Những năm gần đây, nước mắm Nam Ô được chính quyền quan tâm và đầu tư rất nhiều dự án để bảo tồn và phát triển.

- Thương hiệu "Nước mắm Nam Ô" đã từng tiến Vua và được rất nhiều người biết đến, sản lượng trước đây đã từng lên đến triệu lít và đã được đi vào các câu ca dao, tục ngữ, câu hò, câu vè trong đời sống người dân như một trong những biểu tượng nổi tiếng nhất của xứ Quảng.

Tuy nhiên, cũng gặp không ít khó khăn như:

- Diện tích sản xuất và trình diễn để phục vụ du khách đang bị thu hẹp rất nhiều do qua trình đô thị hóa rất nhanh tại địa phương.

- Hiện nay hệ thống giao thông trong khu vực còn nhiều hạn chế, các xe du lịch khó tiếp cận đến các điểm di tích và các hộ dân sản xuất nước mắm trong làng nghề.

- Nhiều hộ sản xuất nước mắm trong làng là người lớn tuổi và diện tích sản xuất nhỏ nên khó tiếp cận các chương trình, các thay đổi nhanh chóng của thị trường giai đoạn hiện nay. Các sản phẩm chưa có sự đầu tư đồng bộ về mẫu mã, tiếp thị và các chính sách để nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm.

- Làng nghề chưa có khu trình diễn, mô hình sản xuất mẫu, các tài liệu chính thống về làng nghề để mọi người có thể tiếp cận thông tin một cách chính thống, nhanh và trực quan nhất. Đồng thời chưa có không gian tổ chức các buổi tham quan, học tập cho học sinh, sinh viên trên địa bàn nhằm đám ứng được nội dung chương trình sách giáo khoa mới và giáo dục các em lòng yêu thương quê hương, đất nước và các ngành nghề lao động tại địa phương.

- Người dân địa phương chưa hưởng được nhiều lợi ích từ các dự án vì vậy nhận thức của nhiều người còn chưa được nhìn nhận rõ đâu là hướng phát triển của địa phương, đâu là giá trí cốt lõi mà các thế hệ trước để lại. Từ nhận thức ấy nên còn có nhiều người chưa đồng lòng trong các dự án và chưa có trách nhiệm cao trong công tác gìn giữ và phát huy các giá trị truyền thống tại địa phương.

Khó khăn còn rất nhiều nhưng rõ ràng, chúng ta đang có những lợi thế rất lớn. Đó là sự ưu ái của thiên nhiên, là bề dày lịch sử, là trầm tích văn hoá của một làng nghề vẫn đang hiện hữu, là sự công nhận và hỗ trợ của chính quyền cùng với xu hướng quay về với sản phẩm truyền thống của người tiêu dùng…Vậy nên, con đường phát triển nghề làm mắm Nam Ô kết hợp với du lịch sẽ là một hướng đi mở ra nhiều cơ hội cho sự vươn lên không chỉ của một làng nghề mà còn là cả một địa phương với nhiều tiềm năng nhưng chưa thực sự được đánh thức đúng tầm.

Sức sống Nghề làm nước mắm Nam Ô

Nhà nghiên cứu Đặng Dùng

Đất nước Việt Nam có bờ biển dài như một bao lơn trông ra biển Đông, là điều kiện hình thành nên nghề đánh bắt cá biển với lịch sử lâu đời. Sản vật cá, tôm do ngư dân đánh bắt từ biển rất dồi dào, phong phú. Ban đầu, cá tôm đánh bắt được sử dụng trong bữa ăn gia đình, trao đổi với nông sản ở nơi khác. Sau khai thác được nhiều, ngư dân tìm cách bảo quản để sử dụng lâu dài. Ngoài việc phơi cá cho khô dưới ánh nắng mặt trời, người dân tìm cách bảo quản cá bằng cách dùng muối, một sản vật cũng được làm ra từ nước biển. Đó là sự kết hợp hoàn hảo của hai nguyên liệu chính hình thành nên nghề làm mắm và tiếp tục chiết xuất ra thứ nước chấm gọi là nước mắm.

Trong *Đại Việt sử ký toàn thư*[22] có chép về việc người Việt phải cống nước mắm cho nhà Tống. Trong diễn trình Nam tiến, dân Đại Việt mang theo nghề làm mắm của cha ông đến phát triển ở vùng đất mới suốt hàng trăm năm trong môi trường dân sinh cộng cư Chăm – Việt. Không ai có thể đoán chắc không có sự tiếp biến, giao thoa văn hóa giữa hai dân tộc, nhất là đối với nghề làm nước mắm. Trong cuốn *Xứ Đàng Trong năm 1621*, xuất bản tại Ý năm 1631, Giáo sĩ Cristoforo Borri gọi nước mắm là *Bala Ciam* với nghĩa là thứ nước chấm Đàng Trong hay nước chấm Chăm bởi lúc ấy xứ Đàng Trong còn đậm đặc hơi hướng của người Chăm chăng? Trong tác phẩm này, ông còn ghi nhận người Việt dùng thứ nước chấm này làm chất dẫn vị khoái khẩu để chan vào cơm vốn nhạt nhẽo.

Thời các chúa Nguyễn ở xứ Đàng Trong, theo Lê Quý Đôn trong *Phủ biên tạp lục* (1776), nước mắm được gọi là hàm thủy, những người theo nghề làm nước mắm gọi là hàm hộ. Các hàm hộ phải nộp thuế mắm hàng năm theo các hạng: Tráng, Quân, Dân, Lão. Theo đó, người làm mắm phải đóng thuế từ 04 tĩn đến 01 tĩn mỗi năm. Các đội hàm thủy chia làm 02 hạng: đội 30 người đóng 30 lường/năm; đội 20 người đóng 02 vò mắm cá mòi, 01 mủng mắm ướp[23]. Điều đó chứng tỏ nghề làm nước mắm đã được tổ chức quy củ thế nào từ thời xa xưa ấy.

Đối với người Việt Nam, nước mắm là loại thực phẩm quốc hồn quốc túy của dân tộc. Từ lâu, chén nước mắm không thể thiếu trong mâm cơm của mọi gia đình Việt Nam. Trong tác phẩm *Người Việt cao quý*[24], tác giả A. Pazi (nhà văn Vũ Hạnh ẩn danh) đã nhìn nhận nước mắm giữa mâm cơm của gia định Việt như là một biểu tượng của tinh thần đoàn kết và sẻ chia mặn mòi tình cảm gắn bó, hun đúc nên một sức mạnh đoàn kết dân tộc.

---

[22] Ngô Sĩ Liên, *Đại Việt sử ký toàn thư*, Nxb Văn hóa thông tin, 2009, tr .147.

[23] Vò, lường, mủng, tĩn… là cách gọi các đồ đựng được nhắc đến trong Phủ biên tạp lục của Lê Quý Đôn. Qua tìm hiểu, các lão ngư cho biết: 1 vò là 1 kiệu sành, bằng 5 lường; 1 lường bằng 5 mủng; 1 mủng bằng 5 tĩn; 1 tĩn tương đương 5 lít ngày nay.

[24] Vũ Hạnh (A. Pazi), *Người Việt cao quý* (Nguyên tác: Per Comporedere Vietnam Il Vietnamila, tiếng Ý), Hội Liên hiệp Văn học nghệ thuật Tp. Hồ Chí Minh, 1992.

Nghề làm nước mắm Nam Ô nằm trong làng cổ Nam Ô. Đây là nơi người Việt dừng chân trên đường Nam tiến và cộng cư với người Chăm, chọn đất bờ nam sông Cu Đê dưới chân núi Hải Vân, nơi cửa Nam Châu Ô ác địa. Mảnh đất nơi bờ Tây vịnh Trà Sơn có phong cảnh hữu tình, tôm cá dồi dào. Có thể người Việt đã mang nghề đánh bắt cá biển của cha ông từ đất tổ (miền Bắc) đến đây và khai thác lợi thế trên vùng biển mới. Có thể nghề biển của người Việt cũng giao thoa tiếp biến, "chuyển giao công nghệ" từ người Chăm, dân bản địa vốn thạo nghề biển, đã hình thành nên nghề đánh bắt cá biển với kỹ thuật đánh bắt cá mới mẻ hơn.

Theo những bậc cao niên ở Nam Ô, nghề đánh bắt cá biển nơi đây có từ rất sớm, từ khi tiền nhân dừng chân trên đường Nam tiến, chọn đất lành cộng cư với người Chăm bản địa cùng ra khơi khai thác cá theo lối của người Chăm xưa. Từng đàn cá cơm than, cá nục nổi trên mặt nước trong vùng biển lộng, ngư dân chỉ việc trải mành là thu về hàng trăm tấn "đầy đất chật bãi". Cá nhiều, người dân phơi khô, làm mắm để ăn dần và cung cấp cho các nơi có nhu cầu, hình thành nên làng nghề làm nước mắm, thương hiệu nước mắm Nam Ô nổi tiếng trong lịch sử.

Cá cơm than, cá nục là các loại cá nhỏ ngon thịt, được chọn làm nguyên liệu chính để làm nước mắm. Ngư dân đánh bắt cá lên thuyền, đứng cá trong các *bộng* bằng nan tre để tự nhiên cho rỉ sạch nhớt vốn có trong cá tươi, không muối cá tươi ngoài biển như nơi khác. Cá sau khi về bến đã được ráo trần sạch sẽ và người làm mắm bắt đầu muối cá. Theo kinh nghiệm truyền đời, định lượng 10 bát cá, 04 bát muối. Muối phải là muối tinh hạt lớn sau khi đã ủ trong nhà ít nhất là 6 tháng để loại bỏ tạp chất có hại. Theo định lượng ấy, cá và muối được trộn đều, thậm chí còn bóp từng nắm cá một, nhất thiết con cá nào cũng phải ăn muối. Từng hỗn hợp cá muối ấy, người làm mắm tiếp tục đổ vào kiệu, lu, thạp, hũ sành đã rửa sạch khô ráo, đáy được rải đều một lớp muối. Cá muối đầy, bề mặt tiếp tục rắc lên bề mặt một lớp muối, đoạn tiếp tục dùng vỉ tre chằn lên trên là xong.

Cá được trộn bóp cho ăn đều muối có thể là bí quyết để cá ăn muối không ươn, trong quá trình phân hủy không sinh thối, khách đến làng Nam Ô tuy làm mắm mà không ngửi thấy mùi khó chịu như từng đến các làng làm mắm khác.

Cá muối đã vào kiệu lu như *đặt con vào dạ thì mạ phải lo*, trong quá trình mắm phân hủy, phình xẹp phải kịp thời can thiệp cho cân bằng mặt mắm. Kiệu mắm rịn nước như đổ mồ hôi phải lau không cho đóng mảng, để duy trì sự hô hấp tự nhiên của kiệu mắm đang hấp thu khí trời, khí đất. Qua thời gian, chăm mắm như *chăm con dại*, khi mắm nổi tăm là biết mắm đang chín tới, phải gỡ vỉ dùng que dài khuấy đảo rồi lại gài vỉ, dùng đá nặng đè lên trên mặt mắm. Khi phiến đá chìm sâu vào đáy kiệu là mắm đã *nghếu* thì chuyển qua lọc.

Dụng cụ lọc mắm đan bằng tre cật, gọi là *giuộc*, có hình như chiếc nón, đặt nằm ngửa, vành giuộc nằm vừa vặn trên giàn bằng gỗ, chóp nón nhọn ở dưới cách đồ hứng nước mắm rỉ xuống chừng 20 – 30cm, tùy thuộc đồ hứng cao hay

thấp. Lòng giuộc được trải đều tấm vải thưa. Sau đó, người làm mắm khuấy đều mắm đã chín *nghếu*, múc mắm đổ đầy vào giuộc lọc, chờ nước mắm rỉ xuống qua vải lọc trong vắt, lóng lánh. Nước mắm Nam Ô có màu đỏ tiết dê, tỏa mùi thơm cay hấp dẫn, nhấm vào miệng thấy vị mặn nhưng nghe ngọt hậu trong họng. Người sành về nước mắm cho rằng, đó là hậu vị cần thiết để biết nước mắm ấy là mắm ngon nguyên chất.

Hơn 100 năm trước, nước mắm Nam Ô cùng với nước mắm Phan Thiết, Phú Quốc vang danh toàn cõi Đông Dương qua vụ kiện năm 1914. Năm đó, Toàn quyền Đông Dương Albert Sarraut tiếp đơn của các hàm hộ làm nước mắm của ba địa phương Nam Ô (Tourane), Phan Thiết và Phú Quốc kiện các xưởng Ba Tàu làm nước mắm bằng hóa chất ảnh hưởng đến các địa phương làm nước mắm truyền thống. Toàn quyền Albert Sarraut giao cho Viện Pasteur Sài Gòn kiểm định. Sau hai năm, ngày 21 tháng 12 năm 1916 có kết quả, một nghị định ban hành bởi Phủ Toàn quyền, phạt vạ những nơi làm mắm giả thật nặng. Theo đó, hai bác sĩ của Viện Pasteur còn công bố một công trình bổ sung *nghiên cứu về sản xuất nước mắm*. Toàn văn được đăng trên tập san Viện Pasteur số 34 (1920). Điều đáng lưu ý là màu sắc, mùi vị và độ đạm được nhấn mạnh hơn hẳn các nơi khác. Trong đó, nước mắm Nam Ô, Phan Thiết và Phú Quốc có độ đạm cao nhất, ổn định từ 18gr/lít trở lên.

Nhắc đến chuyện này để thấy tuổi nghề làm nước mắm, chất lượng nước mắm Nam Ô ổn định lâu đời như thế nào. Hơn 100 năm, làng Nam Ô nhỏ bé nằm bên bờ Tây vịnh Đà Nẵng đã đứng ngang hàng trong nghề làm nước mắm với hai địa danh ông lớn trong nghề là Phan Thiết, Phú Quốc. Qua vụ kiện ấy, có thể xem là niềm tự hào chính đáng của nghề làm nước mắm Nam Ô chăng?

Từ thắng lợi trong vụ kiện này, cùng với chất lượng nước mắm được công bố bởi tập san của Viện Pasteur, làng nghề nước mắm Nam Ô có những khởi sắc đáng kể. Theo các cụ cao niên kể lại, sau đó, nhiều thương lái các nơi trong Nam, ngoài Bắc dồn về Nam Ô, họ đến từng nhà (bởi mỗi ngư dân là một hộ làm mắm cá thể), từng vựa của các nhà giàu, các chủ mành làm mắm chứa trong thùng gỗ, kiệu, lu, hũ sành theo kiểu sản xuất lớn tập trung, nơi nào cũng cho chất lượng mắm như nhau. Họ đến trong những ngày tháng Chạp giáp Tết, mùa lọc mắm. Hương mắm đã lan tỏa khắp đường làng ngõ xóm, nhà nhà nhộn nhịp. Hương vị mắm Nam Ô theo họ để lừng danh khắp chốn.

Cũng theo các cụ, những năm sau đó, trời yên biển lặng, cá cơm than dồn ứ áp bờ. Từ sáng, trưa, chiều, tối, từng đoàn thuyền mành chở cá cơm than "lút bặp" (khẳm), lặc lè cập bến. Đúng là năm được mùa cá cơm than, dân gian gọi là "đầy đất chật bãi". Từng đoàn ghe bầu của các lái từ Bình Định, Quảng Ngãi chở nặng muối Đề Gi, kiệu, lu, hũ, tĩn, sành Bàu Trúc (Ninh Thuận) cũng kịp thời đến đậu ken dày trước Bến Làng. Bến Làng tấp nập thuyền thúng bán buôn vô, ra, thật là một cảnh tượng rộn ràng, nhộn nhịp! Muối cho mùa muối năm sau, kiệu, lu đồ dùng chứa mắm cho những mùa biển tới đã kịp thời về nằm chờ trong từng nhà, từng vựa, đáp ứng nhu cầu tăng lượng làm mắm của người Nam Ô năm sau.

Qua kết quả vụ kiện ấn tượng, vang danh khắp cõi ấy cùng cảnh tượng sinh hoạt sôi động của làng biển nhỏ này đã làm động lòng ông Ngô Đình Khôi, Tổng đốc Nam Ngãi lúc bấy giờ, chuyện kể còn ghi: "*Do sự nổi tiếng của nước mắm Nam Ô khắp trong Nam ngoài Bắc, Tổng đốc Nam Ngãi lúc đó là ông Ngô Đình Khôi, đã dùng qua nước mắm Nam Ô, gật gù khen ngon mãi. Ông bèn truyền cho thuộc hạ tìm hiểu quy trình sản xuất thứ nước chấm tuyệt hảo này để sản xuất tại Hội An, nơi đặt lỵ sở của Quảng Nam lúc bấy giờ, trong ý tính toán được món lợi lớn từ sản phẩm này mang lại.*

Gặp năm mành cơm làng biển Nam Ô được mùa, cá cơm than đầy đất chật bãi, ông Tổng đốc kỹ tính chuẩn bị sẵn số lượng kiệu sành và muối đúng chất lượng như đã từng tìm hiểu qua, mang ra Nam Ô và "sức" cho dân muối mắm tại chỗ. Ông ra tận nơi thúc thuộc hạ mua cá, trực tiếp chứng kiến và được lý trưởng sở tại kiểm tra từng công đoạn, quy trình. Người dân Nam Ô tận tình, chân thật, bằng niềm tự hào về sản phẩm của mình đã hết lòng muối giúp cho "Ngài" Tổng đốc. Bà con ưng ý lắm, bởi đã không ép giá mua cá mà còn được tiền công hậu. Qua mấy ngày 200 thúng cá mỗi thúng 40kg, vị chi là 8 tấn cá cơm than muối vào 100 kiệu sành, đã được chở về Hội An.

Đến tháng Chạp năm ấy, đúng thời hạn khui mắm để lọc thì bật ngửa vì chất lượng thua quá xa với nước mắm được sản xuất từ cùng một loại cá, cùng thời gian và cùng do người Nam Ô thực hiện ngay tại chỗ. Tại sao vậy? Ông ngẫm nghĩ mãi, cũng cá cơm than Nam Ô, cũng kiệu sành Bàu Trúc, cũng muối Đề Gi để qua năm, cũng người Nam Ô trộn bóp theo định lượng, quy trình. Mà sao? Ông nghĩ mãi, cuối cùng rút ra kết luận: "Chính chất đất, không khí tại nam Ô đã làm cho nước mắm tại đây ngon như vậy". Câu phán quyết này đã làm cho uy tín nước mắm Nam Ô càng nâng cao và đã đẩy niềm tin dân dã về thổ ngơi, thổ nhưỡng, thổ khí mơ hồ của người Nam Ô lên một cấp mới[25].

Ông Đinh Ngọc Xướng, chủ vựa mắm Vĩnh Thành, người đã nhiều năm sống chết với nghề này lý giải thêm: Cũng có thể một phần do đất đai, không khí nhưng có lẽ họ đã bỏ qua bí quyết "chăm mắm như chăm con dại" chăng? Thật vậy, trong quá trình phân hủy, mắm trong kiệu diễn ra mấy thời kỳ. Thời kỳ quan trọng nhất là vào tháng thứ 3, thứ 4 từ khi chắn vỉ, mắm đang hồi phân hủy, nước tiết ra từ mắm dâng lên, rút xuống theo thủy triều cường hay kiệt. Triều cường, nước mắm trong kiệu dâng lên vượt miệng kiệu tràn ra ngoài, nếu không kịp thời múc nước sắp tràn ấy đổ vào hũ sành nhỏ để bên cạnh thì khi triều kiệt, nước trong kiệu rút xuống lộ cả lớp mắm trên mặt đến 20 phân sẽ không có nước bù vào. Nếu việc hụt nước lặp đi lặp lại nhiều lần thì kiệu mắm ấy đã bị hôi *kháng* (có vị ngang và mùi hơi nồng) chất lượng giảm đi rất nhiều, thậm chí là hỏng.

Giải thích về sự phình lên xẹp xuống này, ông Xương cho biết thêm: Nước nổi lên tràn be là lúc cá đang hồi phân hủy, hàng vạn bong bóng cá nhỏ li ti nở ra chiếm chỗ, đẩy nước trong kiệu dâng lên khi triều cường, khi triều kiệt

[25] Đảng bộ phường Hòa Hiệp, *Lịch sử đấu tranh cách mạng và xây dựng phường Hòa Hiệp (1930-2005)*, Sở Thông tin – Truyền thông thành phố Đà Nẵng, 2009, tr. 21.

hàng vạn bong bóng ấy xẹp nước lại rút xuống. Khi từng đợt bong bóng nổi lên, người ta gọi là mắm nổi tăm, tức là thời kỳ mắm bắt đầu chín.

Thời kỳ mắm chín, người ta càng để mắt đến kiệu mắm hơn – là vệ sinh quanh thành và miệng kiệu, đồng thời gỡ vỉ, dùng que dài đánh đảo xong, gài vỉ lại và chần đá lên trên. Nước nổi lên là nước mắm chín tới. Múc một muỗng nước mắm này chan vào chén cơm gạo lúa mới thì tuyệt. Có lẽ cụ Tổng đốc không nắm bí quyết "chăm con dại" này chăng?

Với cá tháng 3, tháng 4 người ta lọc mắm vào tháng Chạp đúng lúc bán ăn Tết. Có thể lọc hết nếu thị trường có nhu cầu, bwangf không để đó bán mắm ngang chế thành mắm nêm chấm thịt bò tái. Một tô bún chan mắm ngang này, thêm vài lát thịt heo ba chỉ là khó có thể từ chối! Còn lại, người ta lọc lai rai, đến giáp năm thì mắm *nghếu* hoàn toàn, cho nước nhiều hơn, đạt chất lượng tuyệt hảo. Mắm này có dược tính, có thể chữa khỏi đau bụng đầy hơi thông thường, lại có nhiệt lượng giúp các thợ lặn ấm mình khi ngâm quá lâu trong nước biển lạnh.

Nghề làm nước mắm Nam Ô đã truyền qua mấy trăm năm không ai dám xác quyết nhưng chắc chắn đó là nghề truyền thống cổ truyền, sản xuất ra thứ nước mắm nổi tiếng từ lâu đời bằng thủ công, một đặc sản thượng tiến không thể thiếu trong các bữa "ngự thiện" thời các vua Nguyễn, lừng danh trên toàn cõi Đông Dương, lan tới tận trời tây nước Pháp. Những việt kiều tha hương trong nỗi nhớ quê nhà luôn có vị ngon nước mắm,mà phải là nước mắm Nam Ô. Để đáp ứng nhu cầu thiết thân của bà con Việt kiều xa xứ, khi các doanh nghiệp xuất nhập khẩu chưa chú ý đến xuất khẩu loại nước chấm tuyệt hảo này, đã có người dùng nhãn hiệu Nam Ô dán lên chai nước mắm sản xuất tại Thái Lan.

Nghe các cụ kể, từ thập niên 30 đến thập niên 60 của thế kỷ trước, ga trạm Nam Ô hàng năm đến mùa lọc mắm đã tập kết cả ngàn thùng nước mắm lọc loại 20 lít chất lên nhiều toa tàu chở đi phân phối khắp nơi. Lúc bấy giờ ngoài mấy trăm hộ trong làng làm mắm theo hộ gia đình còn có các vựa mắm lớn có nhãn hiệu như hiệu Vĩnh Thành, Ô Long, Nam Hương, Hồng Hương, Ký Châu, Gáo Phố, Đôi Cứ… Đó là những hàm hộ thời xưa từng đứng đơn trong vụ kiện năm 1914 đã nói ở trên.

Sau ngày thống nhất 1975, làng Nam Ô vẫn duy trì cách sản xuất cá thể ấy. Còn có vựa mắm theo hình thức hợp tác xã theo xu thế thời đại, tổ chức thực hiện sản xuất khá quy mô, quy củ. Tuy không duy trì lâu dài bởi nguồn nguyên liệu cá không còn dồi dào như xưa nhưng còn để lại thành quả là tấm Huy chương vàng cho sản phẩm nước mắm Nam Ô từ Triển lãm thành tựu kinh tế quốc gia năm 1985 ở hội chợ Giảng Võ, Hà Nội. Chất lượng nước mắm Nam Ô đã được khẳng định thương hiệu quốc gia.

Trong Đề án Giải pháp hỗ trợ, bảo tồn làng nghề nước mắm Nam Ô của các sở, ngành liên quan của thành phố Đà Nẵng cho thấy những con số đáng suy nghĩ. Nghề làm nước mắm ở Cát Hải (Hải Phòng) xuất ra thị trường hàng năm là 5 triệu lít nước mắm, đời sống dân đảo ấy được nâng lên rất tốt. Sản lượng nước

mắm ấy chúng ta đừng ngạc nhiên, bởi từ trong lịch sử, cái thời "vàng son" của nghề làm nước mắm Nam Ô từ năm 1926 đến năm 1962 đã từng đạt 1 triệu lít/năm (theo tài liệu tiếng Pháp mà tác giả tiếp cận được).

Theo ông Phạm Văn Phú, chủ cơ sở nước mắm Hương Làng Cổ cho biết: Cứ 2 kg cá cho 1 lít nước mắm nguyên chất thì 1 triệu lít nước mắm kia phải sản xuất từ 2 triệu kg cá, vị chi là 2.000 tấn cá. Nhiều không? Không nhiều, bởi vạn mành Nam Ô, hơn trăm đôi mành trong lịch sử có năm được mùa thu hoạch nhiều hơn như vậy. Tuy nhiên, để có sản lượng như vậy thì phải để kến những kỹ thuật rút kiệt đạm trong xác mắm và đấu hương cần thiết để nâng sản lượng nước mắm lên theo nhu cầu mà vẫn giữ được hương vị của sản phẩm là bí quyết đỉnh cao đạt tầm nghệ thuật, chỉ có người làm nước mắm truyền đời mới thực hiện được. Đến bây giờ có ai còn nắm được bí quyết ấy không?

Hội làng nghề nước mắm Nam Ô với 62 hội viên, trong đó có 10 cơ sở chế biến nước mắm quy mô tương đối, 17 cơ sở đăng ký thương hiệu riêng, các hộ còn lại làm theo mùa vụ, vẫn cần mẫn làm ra nước mắm Nam Ô, sản lượng nước mắm năm 2020 đạt 250.000 lít. Ôi! Con số quá khiêm tốn so với sản lượng trên toàn quốc 150-170 triệu lít mà *Tự điển bách khoa Việt Nam* công bố 14 năm trước, quả là "muối bỏ biển". Nhớ lại thời xưa "một thời vang bóng" mà thèm! Nếu biết nhu cầu tiêu thụ nước mắm trong nước ta đã có chuyển biến, tăng đến 300 triệu lít/năm (Vũ Thế Thành, đã dẫn) thì rất đáng háo hức cho những người sản xuất nước mắm nếu giành được một tỷ lệ nhỏ thị phần trong 300 triệu lít ấy.

Sự háo hức ấy cũng lan tỏa kịp thời, chạm đến trái tim của những người có trách nhiệm, có tấm lòng muốn nâng cao đời sống của nhân dân, hơn 10 năm trước Phòng Khuyến nông thuộc Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn thành phố Đà Nẵng đã xắn tay hành động. Thành phố đã có những chương trình hành động xác thực mong phục hồi nghề làm nước mắm Nam Ô đang trên đà sa sút. Những buổi tập huấn kỹ thuật được mở ra, các dụng cụ làm mắm được hỗ trợ tận tay các hộ làm mắm trong làng từ ngân sách của nhà nước. Hội làng nghề được thành lập và hoạt động song hành từ kế sách, sản lượng nước mắm hàng năm có nhích lên nhưng chẳng được cao. Sao vậy? Ông Trần Ngọc Vinh, Chủ tịch Hội làng nghề nước mắm Nam Ô cho biết: Nguyên liệu không còn tại chỗ, vì tất cả những ngư dân theo nghề mành khai thác cá cơm than đã giải nghệ. Cá không còn vào lộng, muốn đánh bắt xa bờ thì phương tiện lại nhỏ, không đủ sức vươn khơi, gặp nhiều năm mất mùa liên tiếp, đói meo! Gặp lúc đất ven bờ biển Nam Ô nằm trong diện giải tỏa, hàng trăm hộ ngư dân đành phải nhường cho dự án phát triển Khu du lịch sinh thái Nam Ô. Họ đã bán tống bán tán phương tiện làm nghề của mình, mặc mắc rẻ. Một số phiêu tán định cư trong các khu dân cư được nhà nước sắp xếp đền bù; một số thu nhỏ trong những chiếc thúng nhôm mới sắm lại, tiếp tục ra biển bủa lưới giăng câu thu từng con cá nhỏ vừa chạy gạo nuôi gia đình vừa cho đỡ nhớ biển! Vậy nguyên liệu các cơm than đâu để tiếp tục làm ra nước mắm? Lấy từ xa, từ những làng biển ở phía Bắc, phía Nam và vùng lân cận còn khai thác được loại cá cơm than quý giá này. Từng cơ sở sản xuất phải hợp đồng từ trước, nếu có thì thu mua giúp chở về Nam Ô cho địa

chỉ đặt hàng. Nguyên liệu phải vận chuyển từ xa đến nên chất lượng cá không bằng như trước, tại chỗ quê nhà. Nguyên liệu cá thu mua kiểu này đã không dồi dào lại không được thường xuyên. Nói như ông Vinh: "Đâu cũng thế, biển giã mà!". Hiện những cơ sở làm nước mắm trong làng Nam Ô như: Hương Làng Cổ, Ô Long, Ngọc Vinh, Hiệp Hải, Bà Hoa… và nhiều hộ làm mắm lẻ khác với những người chủ vựa, chủ kiệu, già có, trẻ có tiếp nối nghề của tổ tiên qua nhiều đời, bên hàng kiệu sắp đều tăm tắp chứa đầy mắm "chín tới", người thì đang cầm que dài khuấy đảo, người đang cần mẫm "chăm con dại" với niềm tin giữ được "cái nghề cha ông để lại", giữ được mùi hương tự nhiên của nước mắm.

Năm 2016, nghề làm nước mắm truyền thống nói chung và nghề làm nước mắm của làng Nam Ô gặp phải cơn lao đao với thông tin trong nước mắm truyền thống có thạch tín. Thạch tín là chất cực độc giết người! Cả làng nước mắm chết điếng, đứng ngồi không yên. Chả lẽ cả ngàn năm nay dân ta ăn nước mắm chứa chất độc mà vẫn sống mạnh mẽ khí phách hào hùng? Sau đó mới biết là có chàng nhà báo nào đó nhận tiền bọn làm nước mắm "đểu" nên viết ba xàm bá láp. May là nhà nước sáng suốt nhìn ra, nếu không thì nghề làm nước mắm chết rồi. Nhờ đó mà người dân hiểu hơn về nước mắm truyền thống, biết được "nước mắm công nghiệp" là chất nước chấm không phải từ cá.

Nghề làm nước mắm Nam Ô thể hiện những giá trị về lịch sử, văn hóa của vùng đất, con người Nam Ô, có tính đại diện, thể hiện bản sắc của cộng đồng, phản ánh sự đa dạng văn hóa, sự sáng tạo của con người, được cộng đồng thực hành, kế tục qua nhiều thế hệ, đồng thuận, tự nguyện đề cử và cam kết bảo vệ nên đã được Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch công bố đưa di sản vào Danh mục di sản văn hóa phi vật thể quốc gia tại Quyết định số 2974/QĐ-BVHTTDL ngày 27 tháng 8 năm 2019.

Đến nay, nghề làm nước mắm Nam Ô vẫn được người dân làng Nam Ô giữ gìn và phát triển. Nước mắm Nam Ô là sản phẩm được người tiêu dùng ưa chuộng. Có thể thấy, qua những lần Hội làng nghề nước mắm Nam Ô tổ chức giới thiệu sản phẩm ở các điểm du lịch, sản phẩm nước mắm của tất cả 62 hội viên làng nghề mang đến đều không đủ phục vụ nhu cầu của khách hàng. Điều đó cho thấy nhu cầu tiêu thụ của người tiêu dùng trong nước khá cao và chất lượng sản phẩm nước mắm Nam Ô lừng danh vẫn giữ được đến ngày nay. Người ta có thể nghĩ về một tương lai xán lạn cho nghề làm nước măm Nam Ô khi nghiên cứu về thị phần của sản phẩm này trong nước. Tuy nhiên, do không còn nguồn nguyên liệu tại chỗ của ngư dân Nam Ô đánh bắt gần bờ, người làm mắm Nam Ô phải thụ động chờ đợi nguyên liệu từ xa thì niềm hy vọng phát triển lớn nghề này quả là không có cơ sở. Điều kiện phát triển không nằm trong khả năng của các hàm hộ, hiện họ tồn tại như một sứ mệnh để giữ lại kỷ niệm đẹp của văn hoá quê hương và nhớ về một thời vang bóng của làng nghề./.

"Nghề làm nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch cộng đồng ở Nam Ô"

Phòng Quản lý Văn hóa

(Sở VH&TT Tp. Đà Nẵng)

Trong thời gian gần đây, ngành du lịch đã có những bước phát triển vượt bậc khi nhiều doanh nghiệp đã đầu tư xây dựng các khu du lịch lớn nhằm khai thác lợi thế về cảnh quan, lịch sử, văn hóa, con người để thu hút khách du lịch trong và ngoài nước. Trong đó, phát triển du lịch cộng đồng đang được xem là một hướng đi tất yếu để vừa phát triển du lịch vừa giữ gìn những tinh hoa văn hóa của dân tộc; du lịch lễ hội văn hóa, làng nghề truyền thống được xem là một thế mạnh và nét đặc trưng vốn có của du lịch Việt Nam. Tận dụng cơ hội phát triển đa dạng và bền vững các sản phẩm du lịch làng nghề là một trong những đặc trưng quan trọng và là động lực trong xây dựng nông thôn mới. Việc khai thác và phát huy các làng nghề truyền thống như là một chiến lược phát triển bền vững gắn với cộng đồng dân cư địa phương; đồng thời giữ gìn những nét bản sắc văn hóa của các địa phương đã đi vào tiềm thức của quốc gia, của dân tộc. Do đó, làm thế nào để các làng nghề đáp ứng được mục tiêu vừa bảo tồn, vừa gắn kết với du lịch, góp phần cải thiện đời sống người dân là một yêu cầu cấp thiết hiện nay.

1. Hệ thống di sản văn hóa tại thành phố Đà Nẵng

Đà Nẵng với vị trí trung tâm khu vực miền Trung, đã trở thành cầu nối các di sản văn hóa thế giới: Huế - Hội An - Thánh địa Mỹ Sơn. Không những vậy, Đà Nẵng còn sở hữu hệ thống di sản văn hóa đa dạng và phong phú như:

Hệ thống di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh nổi trội gồm: 02 di tích quốc gia đặc biệt, 17 di tích quốc gia, 68 di tích cấp thành phố, 06 di sản văn hóa phi vật thể được đưa vào danh mục di sản văn hóa phi vật thể quốc gia. Đặc biệt, năm 2022, Ma Nhai tại danh thắng Ngũ Hành Sơn được UNESCO vinh danh là Di sản tư liệu khu vực Châu Á - Thái Bình Dương. Một số di tích tiêu biểu thu hút khách du lịch như: Thành Điện Hải, Hải Vân Quan, Danh thắng Ngũ Hành Sơn, Đình Túy Loan, Nhà thờ tiền hiền làng An Hải và Thoại Ngọc Hầu… Các lễ hội truyền thống như: lễ hội đình làng, lễ hội Cầu ngư, lễ hội Quán Thế Âm...

Nghệ thuật dân gian: làn điệu dân ca, hát hò khoan, bài chòi, lý, hò vè độc đáo, chân chất đồng hành cùng các câu hát đồng dao, hát bả trạo. Nội dung, tư tương, âm sắc, thanh điệu của vùng miền đã làm cho bức tranh nghệ thuật dân gian nơi đây đa sắc màu, trong đó phản ánh rõ nét tâm hồn đôn hậu, chân chất, lối sống hài hòa và nghĩa tình của một vùng văn hóa rất riêng.

Tín ngưỡng, tôn giáo: với đặc điểm là trung gian của nhiều vùng miền, Đà Nẵng là nơi hội tụ của các lớp cư dân từ nhiều địa phương tìm về lập nghiệp. Vì thế, dù là một địa phương nhỏ nhưng Đà Nẵng hội tụ và du nhập của nhiều tín ngưỡng và tôn giáo hết sức đa dạng.

Làng nghề truyền thống: Làng nghề đá Non Nước, guốc mộc Xuân Dương, nước mắm Nam Ô, thuốc lá Cẩm Lệ, bánh tráng Túy Loan... Trong đó Nghề điêu khắc đá mỹ nghệ Non Nước và Nghề làm nước mắm Nam Ô được đưa vào danh mục di sản văn hoá phi vật thể quốc gia năm 2014 và 2019. Trải qua bao thăng trầm, các làng nghề này vẫn mang nét văn hóa, tinh thần của đời sống con người Đà Nẵng từ nhiều thế kỷ trước, vừa thiêng liêng vừa gần gũi với người dân xứ Quảng.

2. Di sản văn hóa phi vật thể "Nghề làm nước mắm Nam Ô" gắn với phát triển du lịch cộng đồng tại thành phố Đà Nẵng

Làng nghề du lịch là một không gian lãnh thổ nông thôn, ở đó người dân không những tổ chức sản xuất một hoặc một số sản phẩm thủ công truyền thống mà còn cung cấp các dịch vụ phục vụ và thu hút khách du lịch. Phát triển du lịch làng nghề được coi là một hướng đi rất quan trọng để gìn giữ, giới thiệu, bảo tồn và tôn vinh những giá trị văn hóa truyền thống đặc sắc của dân tộc, của quốc gia. Phát triển mô hình du lịch làng nghề còn có tác dụng hỗ trợ đắc lực cho khu vực nông thôn chuyển dịch cơ cấu phát triển kinh tế theo hướng phát triển bền vững trong tiêu thụ sản phẩm, đáp ứng được nhu cầu tiêu thụ sản phẩm trong nước cũng như trên thị trường quốc tế. Ngoài ra, ở mỗi làng nghề du lịch là sự kết hợp với tìm hiểu văn hóa, tín ngưỡng và phong tục tập quán của bản thân làng nghề đó, để có thể tìm ra những nét độc đáo, gây ấn tượng cho du khách. Nếu trong một chương trình du lịch đúng dịp làng nghề tổ chức các lễ hội tôn vinh tổ nghề thì đó sẽ là dịp may hiếm có, không thể bỏ qua của du khách. Các công ty du lịch sẽ tận dụng tốt những cơ hội như vậy để sắp xếp chương trình và thực hiện đan xen vào những điểm du lịch khác.

Du lịch làng nghề không chỉ đơn thuần là đến xem các nghệ nhân làng nghề làm ra sản phẩm, hay đến mua sắm, tham quan làng nghề mà khách du lịch còn mong muốn được tìm hiểu những giá trị nhân văn trong nó, những giá trị phi vật thể tồn tại hàng ngàn năm. Vì vậy, để đáp ứng được nhu cầu khách du lịch thì việc khai thác các làng nghề truyền thống làm sản phẩm kinh doanh du lịch với hình thức "3 cùng" (khách du lịch sẽ được trải nghiệm *"*ăn cùng, ở cùng và làm cùng"*)* với những người dân bản địa của một làng nghề truyền thống nào đó sẽ kéo khách du lịch cùng hòa vào cuộc sống của người dân bản địa và làm cho thời gian của một chương trình du lịch được dài hơn. Đồng thời sự hứng thú đối với khách du lịch sẽ đtăng lên khi chính họ tận hưởng thành quả do chính bàn tay mình làm ra dưới sự hướng dẫn của các nghệ nhân làng nghề.

Đối với thành phố Đà Nẵng, Nghề làm nước mắm Nam Ô truyền thống được hình thành và phát triển từ sự sáng tạo trong quá trình lao động của người nông dân và các nghệ nhân dân gian nên trong sản phẩm của nghề từ kiểu dáng, mẫu mã đều mang đậm nét về bản sắc văn hoá của địa phương. Trải qua thời gian, đến nay, nghề làm nước mắm Nam Ô vẫn được gìn giữ, bảo tồn, phát huy và trao truyền những kinh nghiệm dân gian, những bí quyết về kỹ thuật làm nước mắm. Đây không chỉ là một sản phẩm vật chất hiện diện trong bữa ăn hàng

ngày của người dân mà còn mang lại lợi ích trong phát triển kinh tế - xã hội cho địa phương và cộng đồng.

Nước mắm Nam Ô là một sản phẩm văn hóa tinh thần đặc sắc của làng nghề truyền thống bao đời, thể hiện bản sắc của cộng đồng địa phương, phản ánh sự đa dạng văn hóa, sự sáng tạo của con người, được kế tục qua nhiều thế hệ. Đối với người dân xứ Quảng, trong đó có người dân thành phố Đà Nẵng, nước mắm không chỉ là món ăn, là gia vị mà còn là một phần của lịch sử, văn hóa, hàm chứa những tri thức dân gian, thể hiện bản sắc của cộng đồng địa phương. Bên cạnh đó, ngoài lợi thế về cảnh quan thiên nhiên lý tưởng, Làng nghề truyền thống nước mắm Nam Ô có vị trí địa lý thuận lợi, lại gắn với các di chỉ văn hóa có lịch sử hình thành từ thời cha ông mở cõi như: đền thờ bà Liễu Hạnh, mộ Huyền Trân công chúa, mộ cổ tiền hiền làng Nam Ô, lăng thờ cá Ông và các di chỉ, phế tích Chăm… Đó là điều kiện thuận lợi và rất phù hợp để liên kết phát triển du lịch làng nghề gắn với phát triển du lịch tại địa phương.

Hiện nay, còn 92 hộ làm nước mắm, trong số đó có 54 hộ tham gia vào Hội Làng nghề nước mắm truyền thống, được cấp thẻ hội viên và có chứng chỉ hành nghề, chịu sự quản lý, giám sát của Hội Làng nghề. Trong 54 hộ này, có: 10 cơ sở làm nước mắm có quy mô lớn, 17 cơ sở đăng ký thương hiệu riêng, có 3 Hợp tác xã và 01 Doanh nghiệp (Hợp tác xã nông nghiệp Hòa Hiệp I - Xuân Thiều, Hợp tác xã Chế biến hải sản Đông Hải, Hợp tác xã Ô Long và Doanh nghiệp nước mắm Hồng Hương), các hộ còn lại làm theo mùa vụ.

Với những tiềm năng này, những năm qua thành phố và địa phương đã có những cơ chế, đề án để bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa nói chung, nghề làm Nước mắm nói riêng, trong đó đặc biệt chú trọng các giải pháp lấy việc bảo tồn di sản văn hóa bền vững gắn với phát triển du lịch làm trọng điểm, được xem là vấn đề cấp thiết, mang tính chiến lược lâu dài, tạo nguồn lực phát triển kinh tế - xã hội. Nhiều cơ sở đã đầu tư mở rộng sản xuất, sản lượng sản xuất nước mắm hằng năm tăng đáng kể, góp phần giải quyết việc làm, ổn định cuộc sống cho nhiều lao động, vừa nâng cao đời sống nhân dân, vừa đóng góp tích cực vào ngân sách địa phương, thúc đẩy quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn.

Tuy nhiên, vẫn còn những khó khăn nhất định như: Đội ngũ nghệ nhân, những người lưu giữ và thực hành di sản văn hóa phi vật thể ngày càng cao tuổi, việc truyền dạy di sản văn hóa cũng gặp không ít khó khăn. Chưa có chính sách ưu đãi, hỗ trợ nghệ nhân, người thực hành di sản; việc kết nối giữa làng nghề truyền thống với các đơn vị du lịch lữ hành còn hạn chế; công tác quảng bá, xúc tiến du lịch tại các làng nghề cũng chưa thật sự hiệu quả; chưa chú trọng xây dựng không gian trình diễn nghề và trưng bày sản phẩm phù hợp để thu hút du khách đến tham quan… Do đó, chưa khai thác được những lợi thế du lịch mà một làng nghề truyền thống đem lại bằng hình thức trải nghiệmthực tế một quy trình làm nước mắm.

3. Một số định hướng công tác quản lý, phát triển nghề làm nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch cộng đồng ở Nam Ô

Trong các hoạt động của du lịch có tham quan, tìm hiểu, giải trí, nghỉ ngơi và mua sắm thì việc đến thăm các làng nghề truyền thống luôn giữ một vị trí quan trọng trong chương trình du lịch, là điểm đến thú vị để du khách trong và ngoài nước có cơ hội tham quan, tìm hiểu nghề, mua sắm sản phẩm từ làng nghề, đồ dùng và hàng lưu niệm… Để đáp ứng nhu cầu của du khách, thách thức mới đặt ra đối với các nhà quản lý ngành và các cấp chính quyền địa phương là phải tạo ra sản phẩm làng nghề hấp dẫn, độc đáo mang nét đặc thù riêng nhằm thu hút ngày càng đông các đoàn khách đến địa phương mình đồng thời tạo cơ hội bán hàng tại chỗ tạo thêm công ăn việc làm cho người dân sở tại nhờ dịch vụ du lịch, góp phần tăng nguồn thu cho người dân, tăng ngân sách cho địa phương và xã hội. Mặc dù đã có rất nhiều cố gắng của các cấp chính quyền ở các địa phương, nhưng nhiều năm qua mới chỉ có một số làng nghề được khai thác đưa vào các chương trình du lịch của một số doanh nghiệp lữ hành. Hơn nữa, việc khai thác này cũng còn rất khiêm tốn chưa được tổ chức một cách quy mô lớn, có hệ thống và chủ yếu mang tính tự phát từ phía các doanh nghiệp lữ hành do nhu cầu đa dạng sản phẩm du lịch cho khách trong chương trình du lịch. Nhằm bảo tồn và phát huy giá trị làng nghề nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch, trở thành sản phẩm du lịch tiêu biểu, đặc sắc của Đà Nẵng, thành phố Đà Nẵng đã định hướng một số nhiệm vụ và giải pháp theo các nội dung sau:

- Chú trọng bảo tồn và phát triển nghề làm nước mắm Nam Ô: Khôi phục đội tàu đánh cá để chủ động nguồn nguyên liệu; khuyến khích và tạo điều kiện cho người dân đóng mới tàu thuyền, tham gia đánh bắt cá nhằm tăng quy mô và sản lượng cá phục vụ cho nghề làm nước mắm; ứng dụng tiến bộ khoa học - kỹ thuật vào quản lý, sản xuất sản phẩm; tư vấn, hỗ trợ công tác đào tạo, bồi dưỡng kiến thức nhằm nâng cao trình độ quản lý, sản xuất của Hội làng nghề, các cơ sở sản xuất… đặc biệt chú trọng đến đội ngũ kế nghiệp sản xuất nước mắm tại làng nghề; có chính sách tôn vinh đối với các nghệ nhân tiêu biểu, có công giữ gìn và phát huy nghề truyền thống nước mắm Nam Ô.

- Đầu tư cơ sở hạ tầng, chỉnh trang đô thị, đảm bảo an ninh trật tự và vệ sinh môi trường: Đầu tư chỉnh trang đô thị, quy hoạch mạng lưới giao thông, các khu vực trong làng nghề nhằm đảm bảo nhu cầu đi lại, mua sắm, tham quan của người dân địa phương và khách du lịch; đầu tư, nâng cấp hệ thống thoát nước; đầu tư bãi đỗ xe, phương tiện đi lại trong làng nghề để phục vụ du lịch; thực hiện tốt công tác đảm bảo an ninh trật tự, vệ sinh môi trường…

- Nâng cao chất lượng sản phẩm, tăng cường công tác tuyên truyền, giới thiệu sản phẩm làng nghề: Trên cơ sở bảo tồn và phát huy ngành nghề, phương thức sản xuất truyền thống, các hộ gia đình, cơ sở sản xuất, hợp tác xã, doanh nghiệp cần nghiên cứu, áp dụng quy trình công nghệ sản xuất tiên tiến nhằm tạo ra sản phẩm mang vị truyền thống nhưng đảm bảo các tiêu chuẩn về chất lượng; đa dạng hóa mẫu mã tăng sức cạnh tranh của sản phẩm.

Đẩy mạnh tuyên truyền, giới thiệu trên các phương tiện thông tin đại chúng về ý nghĩa, giá trị văn hóa và sự cần thiết bảo tồn, gìn giữ nghề truyền thống làm nước mắm Nam Ô; giới thiệu, quảng bá các cơ sở, tổ hợp tác, hợp tác xã, doanh nghiệp làng nghề điển hình hoạt động có hiệu quả, phát triển mạnh; tuyên truyền, phổ biến kịp thời các cơ chế, chính sách về phát triển ngành nghề nông thôn đến người dân, tổ chức có liên quan.

- Phát triển du lịch làng nghề: Tập trung trùng tu, cải tạo các di tích tại làng Nam Ô; xây dựng khu trưng bày và giới thiệu sản phẩm, hiện vật, dụng cụ sản xuất, quy trình sản xuất, tổ chức trình diễn mô hình sản xuất nước mắm nhằm quảng bá và tăng sức tiêu thụ sản phẩm, quảng bá phát triển du lịch; kết nối, xây dựng và tổ chức thực hiện các tour du lịch; tổ chức mời các đơn vị lữ hành đến khảo sát, góp ý, tư vấn về định hướng và các giải pháp phát triển du lịch cộng đồng tại làng nghề nước mắm Nam Ô; bên cạnh đó, tiếp tục nâng cao chất lượng các hoạt động văn hóa văn nghệ tại làng nghề.

- Xây dựng và triển khai thực hiện một số chính sách hỗ trợ phát triển làng nghề: Hỗ trợ xây dựng và thực hiện các chương trình xúc tiến thương mại, các chuỗi sản xuất - cung ứng nước mắm an toàn, qua đó từng bước nâng tầm thương hiệu và mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm; hỗ trợ các hộ gia đình, cơ sở sản xuất về xúc tiến thương mại, khuyến khích đầu tư, khởi nghiệp, ứng dụng công nghệ trong sản xuất, phân phối sản phẩm; hỗ trợ đào tạo nhân lực, học tập kinh nghiệm và một số chính sách khác theo quy định của thành phố./.

Quản lý di sản văn hóa phi vật thể-
tiếp cận từ quan điểm "quá trình di sản"
(Nghiên cứu trường hợp Nghề làm nước mắm Nam Ô, Đà Nẵng)

Phạm Lan Hương*

Mở đầu

Di sản và nghiên cứu di sản là lĩnh vực được nhiều cá nhân, tổ chức, quốc gia và thế giới quan tâm, đặc biệt là những vấn đề về khái niệm, lịch sử, lý thuyết, bảo tồn, phát huy giá trị và quản lý di sản. Trong phạm vi bài viết này, chúng tôi đề cập đến một khía cạnh quản lý di sản qua luận điểm của Peter Howard - di sản là một quá trình.

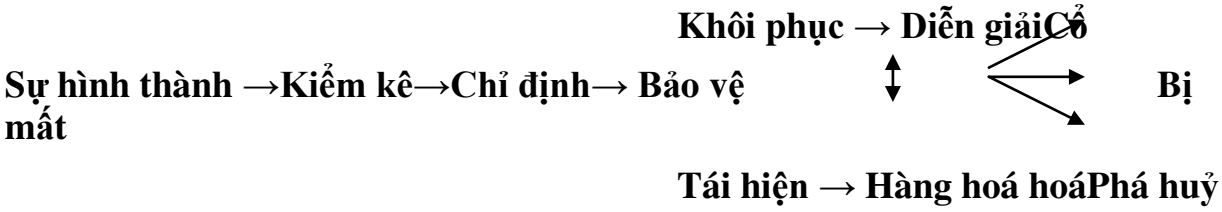
Peter Howard là một nhà địa lý họctiếp cận với di sản từcác nghiên cứu vềcảnh quan. Ông là biên tập viên của tạp chí quốc tế "Nghiên cứu di sản" (Heritage Studies). Ông đã có nhiều năm giảng dạy về di sản tại Trường Đại học Plymouth. Hiện nay, ông đảm nhiệm việc nghiên cứu và giảng dạy tại một số viện nghiên cứu ở Vương quốc Anh. Các công trình đã xuất bản của ông như: *The Artists' Vision* (1991), *European Heritage Planning and Management* (1999), *Heriatge: Mangement, Interpretation, Identity* (2003).

Một trong những luận điểm Howard đưa ra là *"Di sản không phải là hiện tượng tĩnh; tất cả mọi khía cạnh của nó – những thứ được coi là di sản, thị trường di sản và bản sắc – tất cả đều thay đổi rất nhanh. Đặc biệt, người ta có thể lần theo một quá trình tiếp đến là các mục trong chuỗi di sản. Việc này trải qua các giai đoạn: phát hiện hoặc hình thành, kiểm kê, chỉ định xếp hạng, bảo vệ, phục hồi, chuyển đổi và đôi khi phá huỷ. Các nhà quản lý di sản chịu trách nhiệm rất lớn đối với việc kiểm soát sự vận động này"*[26].(Heritage is not a static phenomenon; all aspects of it – things which are considered heritage, the markets for it, and identities – all change quite fast. Inparticular, one can trace a process followed by items entering the heritage chain. This moves through discovery or formation, inventory, designation, protection, renovation, commodification and, sometimes, destruction. Heritage managers are responsible largely for controlling this movement).

* Khoa Di sản Văn hóa, Trường Đại học Văn hóa TP. Hồ Chí Minh

[26] Peter Horward (2003),*Heriatge: Mangement, Interpretation, Identity;* Continuum, London – New York, trang 186.

Mô hình về quá trình của di sản được Howard đưa ra như sau:



Quá trình được bắt đầu với sự hình thành di sản và kết thúc là 3 tình trạng của di sản: hoặc cổ, hoặc bị mất hoặc bị phá hủy. Trong quá trình này có sự hiện diện của thị trường với đặc điểm nổi bật là hàng hóa hóa. Nội dung dưới đây là những tìm hiểu về nghề làm nước mắm Nam Ô, thành phố Đà Nẵng, với mục đích cụ thể hóa quá trình di sản.

1. Sự hình thành di sản

Có nhiều nguyên nhân dẫn đến sự hình thành di sản. Nói khác đi, các di sản đều có nguồn gốc khác nhau. Theo Howard, có một số di sản, bản thân sinh ra đã là di sản, một số khác trở thành di sản bởi sự tồn tại qua thời gian, vì sự hiếm cóhoặc vì ý nghĩa của nó. Nghề làm nước mắm Nam Ô được hình thành gắn liền với điều kiện địa lý, lịch sử của địa phương và nhu cầu của cộng đồng.

Nam Ô, "xưa kia là làng Xuân Thiều. Xuân Thiều là làng cổ có từ thời mở đất. Thời Vương quốc Chăm pa gọi là Trà Bì. Thời Lê Thánh Tông gọi là Vĩnh Thành xứ. Sau tách thành 2 làng Ba Ô và Xuân Sơn. Đến thời Nguyễn, làng Ba Ô do kỵ húy nên đổi thành Hóa Ô, sau lại đổi thành làng Nam Ô"[27]. Hiện nay, làng Nam Ô nằm trong địa phận phường Hòa Hiệp Bắc và Hoà Hiệp Nam, quận Liên Chiểu, thành phố Đà Nẵng. Đây là một làng chài (đánh cá) có bề dày hàng trăm năm, ở vị trí phía Nam dưới chân đèo Hải Vân, với bãi cát vàng trải dài và mặt biển "xanh ngát một màu thênhthang"[28], có nhiều loài hải sản phong phú thuận lợi cho việc đánh bắt và neo đậu tàu thuyền.Làng biển Nam Ô ngoài những giá trị lịch sử văn hóa còn nổi tiếng với nghề làm nước mắm truyền thống.

"Nước mắm là đặc sản của xứ Thuận - Quảng, là thứ mà các chúa Nguyễn bắt phải nộp thuế biệt nạp, nghĩa là thay vì phải nộp thuế thân, thì các hộ dân làm nghề nước mắm, hàng năm phải nộp về cho triều đình nhà chúa

[27]Võ Văn Hòe (2016), *Địa danh Thành phố Đà Nẵng*, quyển 6, Hội Văn Nghệ Dân gian Việt Nam, NXB Hội Nhà Văn, trang 28

[28]https://vietnamtourism.gov.vn/post/47665, truy cập lúc 15g20 ngày 28/8/2023

một lượng nước mắm nhất định."[29]. Trong nhật ký hải trình của Bá tước George Macartney có ghi vào năm 1793, phái bộ người Anh do ông dẫn đầu, trong hành trình đến Trung Hoa, có ghé thăm cảng Đà Nẵng. Viên quan trấn thủ cửa Hàn đã làm bữa tiệc chiêu đãi khách và mời phái bộ Macartney "những đĩa thịt bò xắt miếng vuông, chấm thứ nước rất ngon" khiến các thành viên trong phái bộ cứ tấm tắc khen ngon, còn phải ghi nhớ thứ nước chấm độc đáo ấy – chính là nước mắm[30].

"Từ thời mở đất, lập làng của các thế hệ trước, nghề đi biển đánh bắt hải sản phát triển mạnh và kéo theo đó là nghề chế biến thực phẩm cũng hình thành và phát triển, đặc biệt là từ con cá cơm than, người dân đã biết chế biến ra thứ nước mắm thơm ngon, mang thương hiệu nước mắm Nam Ô"[31]. Cá than giàu chất đạm, protein, a xít béo không no (Omega 3) phù hợp để làm nước mắm. Mặt khác, lại có nhiều loại rong biển và các sinh vật phù du làm thức ăn cho loài cá này, tạo nên nguồn cá dồi dào.

Làng nghề nước mắm Nam Ô truyền thống với quy mô gia đình được truyền qua bao thế hệ. Thói quen ăn uống của cộng đồng dân cư kết hợp với nguồn cá từ vùng biển là điều kiện phù hợp để hình thành làng nghề làm nước mắm nơi đây. Nước mắm, không chỉ là thói quen và nhu cầu ăn uống, mà còn là giải pháp giúp bổ sung dinh dưỡng cho những ngư dân. Trong một số trường hợp, nước mắm còn là dược liệu và tăng cường sinh lực cho con người.

Với nhu cầu của cộng đồng và nguồn nguyên liệu tại chỗ, nghề làm nước mắm Nam Ô đã thực sự trở thành di sản.

2. Kiểm kêvà chỉ định xếp hạng

Một giai đoạn quan trọng trong quá trình di sản là kiểm kê, lập hồ sơ cho các di sản. Di sản được xếp hạng cũng trên cơ sở hồ sơ được gửi đến các cơ quan liên quan.

Những con số và tài liệu liên quan đến di sản trong giai đoạn kiểm kê chính là cơ sở quan trọng cho việc bảo vệ, phục hồi và các hoạt động phát huy giá trị di tích. Cũng trong giai đoạn này, sau kiểm kê là việc chỉ định xếp hạng. Peter Howard cho rằng, "một khi đã được đưa vào danh sách (xếp hạng) và được kiểm kê, mong muốn chỉ định có thể không còn xa nữa. Hình thức chỉ định hàm ý ở đây là chính thức đưa một di sản vào trong lĩnh vực quản lý. Nói cách khác, như việc các cơ quan chính phủ ghi nhận và chỉ định những công trình xếp hạng, họ sẽ có tiêu chí riêng, có thể là một phần của pháp chế. Sự chỉ định có thể hàm ý

[29] Lê Quý Đôn (2007) *Phủ biên tạp lục*, cuốn 6 *"Sản vật và phong tục"*, NXB Văn hóa Thông tin, trang 235

[30] Nguyễn Duy Chính (2008) *Phái bộ Macartney ghé Đàng Trong*, trong Nghiên cứu Huế, Tập 6, trang 157.

[31] https://vietnamtourism.gov.vn/post/29992, truy cập lúc 11g20 ngày 28/8/2023

một số hành động nào đó sẽ được tiến hành và một số tình trạng chính thức và có thể là các quyền trong việc bảo vệ các di sản...”[32].

Nghề làm nước mắm Nam Ô đã được Sở Văn hóa và Thể thao thành phố Đà Nẵng, các đơn vị quản lý địa phương, các nhà nghiên cứu tìm hiểu, thống kê, kiểm kê, lập hồ sơ di sản này. Lịch sử nghề, giá trị, các công thức và quy trình sản xuất đã được ghi chép, lập hồ sơ.

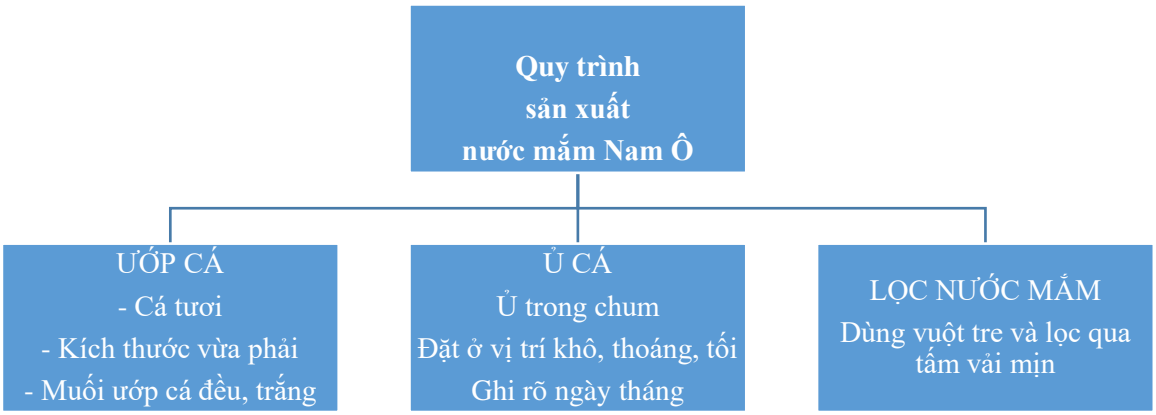
Sự khác biệt của nước mắm Nam Ô là công thức chế biến. Nguồn nguyên liệu cá cơm than được đánh bắt vào tháng ba âm lịch, với những con cá vừa phải, không to và cũng không nhỏ. Cá được lựa chọn trong quá trình xử lý nguyên liệu sẽ không rửa bằng nước ngọt (vì để lâu, cá dính nước ngọt dễ bị thối). Muối ướp cá có hạt trắng tinh, to, già, được nắng, không bị nước mưa, mang về đổ trên nền xi măng khô ráo, trong năm đến bảy ngày cho chảy hết chất nước đắng, sau đó cho vào vại cất vài năm trước khi đem muối cá làm nước mắm.

Khi ủ cá với muối, cần cho cá thấm muối thật đều, không bị nát, xếp từ từ từng lượt vào chum vại, trên cùng đặt vỉ đan bằng tre hoặc mo cau khô. Chum muối cá bằng gỗ mít, được đưa vào phòng tối, khô ráo, kín gió. Thông thường khoảng 6, 7 tháng trộn cá muối lại. Khi lớp vỉ chèn xuất hiện men mầu trắng thì tháo vỉ, vớt lớp men trắng ra. Nước mắm chảy từ từ, có màu đỏ sậm như màu cánh gián. Một chum thường chứa được 200-300 kg cá, sau 12 tháng được khoảng 100-150 lít nước mắm loại 1. Còn lại lọc thành nước mắm loại 2, loại 3 bán với giá rẻ hơn.

Nước mắm Nam Ô có màu đỏ thẫm, độ ngọt hài hòa, tự nhiên. Trong quy trình chế biến, những người thực hành di sản này có những bí kíp gia truyền, lưu giữ từ nhiều đời trước. Điều làm nên nét đặc trưng của thương hiệu nước mắm Nam Ô không chỉ ở chất lượng, mùi thơm ngon đặc trưng mà còn bởi đây từng là sản phẩm được lựa chọn để tiến vua[33].

[32] Peter Horward (2003), *Heriatge: Mangement, Interpretation, Identity;* Continuum, London – New York, trang 254.

[33] https://www.danang.gov.vn/gioi-thieu/chi-tiet?id=1639&_c=166, truy cập lúc 16g05, ngày 28/8/2023



Với những giá trị tự thân, nghề làm nước mắm Nam Ô đã được đưa vào danh mục di sản văn hóa phi vật thể quốc gia theo Quyết định số 2974/QĐ-BVHTTDL ngày 6/9/2019 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

3. Bảo vệ và phục hồi

Trong giai đoạn bảo vệ và phục hồi của quá trình di sản, có thể thấy đây là giai đoạn di sản có những thay đổi rõ rệt. Nghề làm nước mắm Nam Ô cũng có những thay đổi theo sự phát triển của xã hội. Theo như Peter Howard, di sản không phải là hiện tượng tĩnh.

Trước đây, nước mắm Nam Ô từng được xem như "mật biển", làm sản vật tiến vua. "Nước mắm Nam Ô, cá rô Xuân Thiều", câu ca xưa như khẳng định tên tuổi nước mắm làng chài cổ này. Tuy nhiên, nghề làm nước mắm Nam Ô cũng thăng trầm theo sự biến đổi thời cuộc. Có những giai đoạn trong thời kỳ bao cấp, nghề thủ công này gần như mai một, người dân trong làng chuyển qua làm pháo. Cho đến khi, Nhà nước cấm sản xuất pháo, cộng đồng mới quay trở lại nghề truyền thống của làng chài. Trong bối cảnh kinh tế thị trường, sự phát triển du lịch và kinh doanh bất động sản, với sự ra đời của của các khu nghỉ dưỡng, resort, nhiều hộ dân di dời đến địa phương khác, cũng ảnh hưởng không ít đến việc bảo tồn và phát triển nghề làm nước mắm Nam Ô.

Hiện nay, làng nghề còn 92 hộ làm nước mắm, trong số đó có 54 hộ tham gia vào Hội Làng nghề nước mắm truyền thống. Các Đề án khôi phục làng nghề, Đề án Bảo tồn và phát triển Làng nghề truyền thống nước mắm Nam Ô cùng với sự quan tâm của chính quyền địa phương, nhiều cơ sở đã đầu tư mở rộng sản xuất, sản lượng sản xuất nước mắm hằng năm tăng đáng kể, góp phần giải quyết việc làm, ổn định cuộc sống cho nhiều lao động, vừa nâng cao đời sống nhân dân, vừa đóng góp tích cực vào ngân sách địa phương, thúc đẩy quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn[34].

Qua bao thời gian, đến nay, nghề làm nước mắm Nam Ô vẫn được gìn giữ, bảo tồn, phát huy và trao truyền những kinh nghiệm dân gian, những bí

[34]https://vietnamtourism.gov.vn/post/29992, truy cập lúc 11g25, ngày 29/8/2023

quyết về kỹ thuật làm nước mắm. Đây không chỉ là một sản phẩm vật chất hiện diện trong bữa ăn hàng ngày của người dân mà còn mang lại lợi ích trong phát triển kinh tế - xã hội cho địa phương và cộng đồng. Nước mắm Nam Ô - "một sản phẩm văn hóa tinh thần đặc sắc của làng nghề truyền thống bao đời, thể hiện bản sắc của cộng đồng địa phương, phản ánh sự đa dạng văn hóa, sự sáng tạo của con người, được kế tục qua nhiều thế hệ."[35].

4. Hàng hóa hóa

"Hàng hóa hóa về cơ bản là một hoạt động thương mại, mặc dù không phải lúc nào việc đó cũng được tiến hành bởi các tổ chức thương mại... Trong lĩnh vực di sản hàng hóa hóa là những nỗ lực cụ thể được tiến hành để thu hút khách tham quan".Trong một số trường hợp, hàng hóa hóa có hình thức rõ ràng của việc có thể mua bán được. Ở một khía cạnh khác, thu nhập của các di sản từ khách tham quan/khách du lịch không chỉ là lợi nhuận hiện kim mà còn là lợi ích các giá trị của di sản và sự đánh giá, công nhận của công chúng.

Ở giai đoạn hàng hóa hóa, nghề làm nước mắm Nam Ô đã có nhiều biến đổi mnag tính tích cực, vừa nhằm bảo tồn và phát triển làng nghề, vừa đáp ứng nhu cầu của khách du lịch.

Nghề làm nước mắm Nam Ô hiện nay vẫn được sản xuất thủ công truyền thống, những đã có những thay đổi trong công thức để hỗ trợ bảo quản thực phẩm và sáng tạo bao bì mẫu mã sản phẩm. Những đặc trưng của nước mắm Nam Ô: hương vị đầu thấm vào lưỡi mặn nhưng lại thấy vị ngọt tự nhiên khi xuống cổ họng; nước mắm đậm màu cánh gián.

Hội làng nghề nước mắm Nam Ô truyền thống được thành lập, đã mang lại những hiệu quả cho làng nghề: liên kết giữa các hộ dân thực hành di sản trong việc đánh bắt cá; đầu ra cho sản phẩm; tham gia hội chợ, triển lãm; cấp Giấy chứng nhận nhãn mác tập thể của Cục Sở hữu trí tuệ; công nhận sản phẩm OCOP…

Mặt khác, làng nghề làm nước mắm Nam Ô có đường bờ biển dài, đẹp, có các di tích lịch sử văn hóa, như mộ cổ tiền hiền làng Nam Ô, lăng thờ cá Ông và các di chỉ, phế tích Chăm… Đây là điều kiện để bảo tồn và phát huy giá trị nghề thủ công gắn với phát triển du lịch của làng biển Nam Ô. Khách du lịch khi đến với làng nghề này còn được tham gia trải nghiệm làm nước mắm, từ khâu đánh bắt cá cơm, chọn cá, ủ cá cho đến việc lọc mắm.

Hàng hóa gắn với thị trường. Như vậy, ở giai đoạn hàng hóa hóa này, nghề làm nước mắm Nam Ô đã đi vào thị trường và tạo được chỗ đứng cho mình trong thị trường di sản.

5. Kết thúc quá trình

Trong giai đoạn kết thúc quá trình, thực tế, nhiều di sản đã bị mất đi, bị bỏ quên hoặc bị phá hủy do khí hậu, ý thức của con người và do các mâu thuẫn

[35]https://vietnamtourism.gov.vn/post/29992, truy cập lúc 11g56, ngày 29/8/2023

chính trị hoặc tôn giáo... Ở một chiều hướng khác, nhiều di sản được bảo tồn, phát huy giá trị và tồn tại lâu dài.

"Sau khi nghề mắm Nam Ô được công nhận Di sản văn hóa phi vật thể Quốc gia, Sở Văn hóa và Thể thao TP đã phối hợp với UBND quận Liên Chiểu xây dựng xong Đề án xây dựng và phát triển nghề làm mắm Nam Ô. Trong thời gian tới, Sở Văn hóa và Thể thao sẽ phối hợp với Sở Du lịch thành phốđể biến nơi đây thành điểm đến hấp dẫn, kết nối với di tích Hải Vân Quan trở thành tour du lịch văn hóa - lịch sử độc đáo. Trong tháng 10 tới, Sở Văn hóa và Thể thao thành phố cũng sẽ tổ chức lễ hội đua thuyền, kéo co, lắc thúng, các nghi lễ dân gian để tuyên truyền quảng bá nghề mắm Nam Ô tới các du khách…"[36].

Như vậy, nghề làm nước mắm Nam Ô có sự kết thúc quá trình di sản theo chiều hướng tích cực, mặc dù còn không ít khó khăn. Vì lợi nhuận, nhiều thành phẩm của làng nghề chưa đạt yêu cầu về nguyên liệu, thời gian ủ... Nguồn nhân lực thực hành di sản, mẫu mã bao bì sản phẩm, cạnh tranh thị trường... cũng là những khó khăn của nghề. Di sản văn hóa phi vật thể này đã được vận hành dưới nhiều hình thức mới, không chỉ đơn thuần của hoạt động bảo vệ mà còn tạo ra một sự trải nghiệm gắn kết với phát triển du lịch ở địa phương.

Đối với nghề làm nước mắm Nam Ô, sự kết thúc không chỉ có những khía cạnh địa phương, quốc gia mà còn ở phạm vi quốc tế. **"**Báo chí Anh đánh giá nước mắm Nam Ô là một trong những sản phẩm đặc trưng thơm ngon của Việt Nam. Báo Mỹ CNN Travel từng đưa nước mắm Nam Ô vào danh sách những sản phẩm đặc trưng cần phải thử khi đến thăm Đà Nẵng"[37].

Thay lời kết luận, đặt nghề làm nước mắm Nam Ô trong một quá trình mới thấy rõ sự biến đổi và những vấn đề trong việc quản lý di sản này cũng như ảnh hưởng liên hoàn từ sự hình thành cho đến kết thúc quá trình của di sản. Chất lượng quản lý của giai đoạn này chi phối hiệu quả cho các giai đoạn tiếp theo. Nói cách khác, qua quá trình, thấy rõ di sản trong một sự vận động chứ không là một hiện tượng tĩnh. Cũng trong quá trình này, các lát cắt của di sản thể hiện rõ thị trường và bản sắc của di sản.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Peter Horward (2003), *Heriatge: Mangement, Interpretation, Identity;* Continuum, London – New York
2. Quảng Nam, Đà Nẵng Xưa và Nay, NXB Đà Nẵng, 1996
3. Võ Văn Hòe (2016), Địa danh Thành phố Đà Nẵng, quyển 6, Hội Văn Nghệ Dân gian Việt Nam, NXB Hội Nhà Văn

[36]https://www.danang.gov.vn/gioi-thieu/chi-tiet?id=1639&_c=166, truy cập lúc 15g36, ngày 28/8/2023

[37]https://sohuutritue.net.vn/nuoc-mam-nam-o-thang-tram-mat-bien-tien-vua-d156806.html, truy cập lúc 13g16 ngày 27/8/2023

4. Lê Quý Đôn (2007) *Phủ biên tạp lục*, cuốn 6 *"Sản vật và phong tục"*, NXB Văn hóa Thông tin
5. https://www.danang.gov.vn/gioi-thieu/chi-tiet?id=1639&_c=166
6. https://vietnamtourism.gov.vn/post/47665
7. https://sohuutritue.net.vn/nuoc-mam-nam-o-thang-tram-mat-bien-tien-vua-d156806.html

Bảo vệ và phát huy giá trị Nghề làm nước mắm Nam Ôgắn với phát triển du lịch cộng đồng

Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Đà Nẵng

Nam Ô là tên một ngôi làng cổ, cửa ô phía Nam của nước Đại Việt xưa, hình thành cách ngày nay hàng trăm năm, nằm bên vịnh Đà Nẵng, dưới chân đèo Hải Vân, thuộc phường Hòa Hiệp Nam, quận Liên Chiểu, TP. Đà Nẵng. Đây là một làng nghề truyền thống khai thác, đánh bắt thủy hải sản, làm nước mắm. Làng biển Nam Ô có bờ biển dài,nhiều loài hải sản phong phú thuận lợi cho việc đánh bắt và neo đậu tàu thuyền. Từ thời mở đất, lập làng của các thế hệ trước, nghề đi biển đánh bắt hải sản phát triển mạnh và kéo theo đó là nghề chế biến thực phẩm cũng hình thành và phát triển, đặc biệt là từ con cá cơm than, người dân đã biết chế biến ra thứ nước mắm thơm ngon, mang thương hiệu nước mắm Nam Ô. Nghề làm nước mắm ở Nam Ô đã đem lại cho một bộ phận nhân dân của làng có công ăn việc làmổn định, có thu nhập khá hơn so với nghề nông. Sản phẩm của làng nghề được tiêu thụ tại các nơi phương trên địa bàn thành phố và các địa phương lân cận, ngoài ra còn theo chân người dân, du khách đến các vùng miền trong nước và quốc tế.

Nước mắm Nam Ô được chế biến theo phương pháp thủ công truyền thống, có hương thơm, mùi vị đặc trưng, ngọt tự nhiên, màu đỏ thẫm như màu cánh gián. Trải qua thời gian, đến nay, nghề làm nước mắm Nam Ô vẫn được gìn giữ, bảo tồn, phát huy và trao truyền những kinh nghiệm dân gian, những bí quyết về kỹ thuật làm nước mắm.

Nước mắm Nam Ô còn là một sản phẩm văn hóa tinh thần đặc sắc của làng nghề truyền thống bao đời, thể hiện bản sắc của cộng đồng địa phương, phản ánh sự đa dạng văn hóa, sự sáng tạo của con người, được kế tục qua nhiều thế hệ. Làng nghề truyền thống nước mắm Nam Ô đã có danh tiếng lâu đời và được dùng làm sản phẩm tiến vua từ thế kỷ thứ 18. Đến nay, Cục Sở hữu trí tuệ đã có Quyết định số 26266/QĐ-SHTT ngày 16/12/2009 về cấp Giấy chứng nhận nhãn hiệu tập thể nước mắm Nam Ô và đã gia hạn theo Quyết định số 1973/QSS-SHTT ngày 09/01/2018. Ngày 27/8/2019, Bộ Văn hoá Thể thao Và Du lịch đã ban hành Quyết định số 2974/QĐ-BVHTTDL công nhân Di sản phi vật thể quốc gia, trong đó có nghề làm nước mắm Nam Ô, phường Hoà Hiệp Nam, phường Hoà Hiệp Bắc, quận Liên Chiểu, thành phố Đà Nẵng.

Hiện nay, làng nghề còn 92 hộ làm nước mắm, trong số đó có 61 hộ tham gia vào Hội Làng nghề nước mắm truyền thống. Hiện có 17 cơ sở đăng ký thương hiệu riêng, 3 hợp tác xã và 1 doanh nghiệp.

Ngoài lợi thế về cảnh quan thiên nhiên, làng nghề nước mắm Nam Ô có vị trí địa lý thuận lợi, gắn với các di chỉ văn hoá có lịch sử hình thành từ thơi cha ông như đền thờ bà Liễu Hạnh, phế tích Huyền Trân Công Chúa, mộ cổ tiền hiền làng Nam Ô, lăng thờ cá Ông, phế tích Chăm… do đó có điều kiện thuận lợi và phù hợp để phát triển làng nghề gắn với du lịch.

I. BẢO VỆ VÀ PHÁT HUY GIÁ TRỊ NGHỀ LÀM NƯỚC MĂM NAM Ô GẮN VỚI PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TẠI ĐÀ NẴNG

1. Bảo vệ và phát huy giá trị Nghề làm nước mắm Nam Ô

Bảo vệ và phát huy giá trị nghề làm nước mắm Nam Ô là giữ gìn di sản của tiền nhân, giữ gìn bản sắc băn hóa của cộng đồng, địa phương, làm cho giá trị di sản văn hóa trờ thành động lực cho sản xuất, phát triển bền vững. Tạo việc làm, thu nhập cho người dân.

Ngày 31/3/2020, Chủ tịch UBND thành phố Đà Nẵng đã ban hành Quyết định số 1142/QĐ-UBND Phê duyệt Đề án "Bảo tồn làng nghề nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch thành phố Đà Nẵng". Mục tiêu đề án là đưa sản phẩm nước mắm Nam Ô trờ thành sản phẩm du lịch, tăng thu nhập cho người làm nước mắm, xây dựng làng nghề trở thành điểm di lịch của thành phố; khai thác các tiềm năng di tích, phong cảnh cũng như các hoạt động văn hóa văn nghệ của địa phương.

Nhiều chương trình Hội thảo, đề tài khoa học đã tổ chức liên quan đến bảo vệ và phát huy giá trị làng nghề nước mắm Nam Ô. Cụ thể:

a) Nhiệm vụ "Đăng ký bảo hộ, quản lý và phát triển chỉ dẫn địa lý cho sản phẩm nước mắm Nam Ô của thành phố Đà Nẵng" thuộc Chương trình phát triển tài sản trí tuệ đến năm 2030 do Trung tâm Tiết kiệm năng lượng và Tư vấn chuyển giao công nghệ Đà Nẵng là đơn vị chủ trìnhiệm vụ và TS. Vũ Thị Bích Hậu chủ nhiệm nhiệm vụ.

Thời gian thực hiện: 30 tháng (từ tháng 4 năm 2022 đến tháng 10 năm 2024).

Nhiệm vụ tập trung vào các nội dung chính: Xây dựng hồ sơ đăng ký bảo hộ Chỉ dẫn địa lý (CDĐL) cho sản phẩm nước mắm Nam Ô của thành phố Đà Nẵng;Quản lý và phát triển CDĐL cho sản phẩm nước mắm Nam Ô của Thành phố Đà Nẵng

b) Nhiệm vụ "Nghiên cứu xây dựng chuỗi cung ứng nước mắm an toàn cho nước mắm Nam Ô" do Viện Khoa học xã hội vùng Trung Bộ chủ trì và PGS.TS. Vũ Tuấn Hưng chủ nhiệm nhiệm vụ.

Thời gian thực hiện:24 tháng (từ tháng 11 năm 2021 đến tháng 11 năm 2023).

Nhiệm vụ tập trung phân tích và đánh giá thực trạng về chuỗi cung ứng nước mắm Nam Ô, bao gồm toàn bộ các khâu từ cung ứng, sản xuất đến tiêu thụ. Trên cơ sở đó, xây dựng mô hình chuỗi cung ứng nước mắm an toàn cho nước mắm Nam Ô, đồng thời đề xuất các nhóm giải pháp và khuyến nghị chính sách để triển khai kết quả thực hiện mô hình đạt hiệu quả cho chuỗi nước mắm Nam Ô; góp phần thúc đẩy phát triển Làng nghề nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch thành phố Đà Nẵng.

c) Nhiệm vụ "Nghiên cứu một số giải pháp nâng cao chất lượng và đa dạng hoá sản phẩm nước mắm Nam Ô" do Trung tâm Công nghệ sinh học Đà Nẵng chủ trì và TS. Phạm Châu Huỳnh làm chủ nhiệm nhiệm vụ.

Thời gian thực hiện: 36 tháng (Từ tháng 10/2022 đến tháng 10/2025).

Nhiệm vụ tập trung đánh giá các hạn chế về chất lượng và công nghệ sản xuất của nước mắm Nam Ô, nghiên cứu các giải pháp nâng cao chất lượng nước mắm Nam Ô trên cơ sở bảo tồn và phát huy công nghệ truyền thống kết hợp ứng dụng tiến bộ khoa học - kỹ thuật; Nghiên cứu phát triển đa dạng hoá một số sản phẩm từ nước mắm Nam Ô đáp ứng tốt hơn thị trường hiện đại và đề xuất mô hình công nghệ sản xuất nước mắm Nam Ô theo công nghệ truyền thống kết hợp chuẩn hoá đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng quốc gia, quốc tế và xu hướng dinh dưỡng hiện đại.

d) Nhiệm vụ"Nghiên cứu xử lý bã thải mắm làm phân bón hữu cơ cho cây trồng tại làng nghề nước mắm Nam Ô, thành phố Đà Nẵng" do Trung tâm Tiết kiệm năng lượng và Tư vấn chuyển giao công nghệ chủ trì thực hiện và KS. Nguyễn Đức Huỳnh làm chủ nhiệm nhiệm vụ.

Thời gian thực hiện: Tháng 1/2022-12/2022.

Nhiệm vụ tập trung đánh giá hiện trạng phát sinh, xử lý bã mắm và hiệu quả các biện pháp xử lý bã mắm tại làng nghề Nam Ô. Qua đó, đề xuất giải pháp xử lý bã mắm phù hợp, nghiên cứu giải pháp và xây dựng mô hình tận dụng bã mắm làm phân bón hữu cơ.

Nhiệm vụ đã nghiệm thu và xếp loại đạt. Kết quả của nhiệm vụ đã đánh giá được hiện trạng phát sinh và thực tế xử lý bã mắm tại làng nghề nước mắm Nam Ô; Đánh giá mô hình thực nghiệm ủ bã mắm trong phòng thí nghiệm và thực tế; so sánh với tiêu chuẩn về phân bón hữu cơ; đề xuất quy trình công nghệ xử lý bã mắm thải làm phân bón hữu cơ cho cây trồng qui mô hộ sản xuất phù hợp với thực tế.

*e) Nhiệm vụ "Xây dựng Làng nghề nước mắm Nam Ô trên nền tảng thực tế ảo TOUR VR360"*doTrung tâm Hỗ trợ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo Đà Nẵng chủ trì và ThS. Trần Thị Thanh Thảo là chủ nhiệm nhiệm vụ.

Thời gian thực hiện: Tháng 6/2021-11/2021.

Nhiệm vụ đã nghiệm thu và xếp loại đạt. Nhiệm vụ xử lý toàn bộ dữ liệu, hình ảnh 360 trên không, mặt đất, các cơ sở sản xuất cho giao diện Làng; Tạo VR Tour từ các hình ảnh thu thập được, bao gồm đầy đủ các chức năng: truy cập nhanh, xoay, phóng to, thu nhỏ,…; Tạo mã QR CODE của website 360 làng nghề nước mắm Nam Ô để hỗ trợ người dùng truy cập nhanh vào nền tảng. Ngoài ra, tích hợp đầy đủ những thông tin chung giới thiệu về Làng nghề và tích hợp thông tin của 63 hội viên của Hội làng nghề nước mắm Nam Ô lên Làng nghề VR360; Hỗ trợ truyền thông, giới thiệu, quảng bá Làng nghề nước mắm Nam Ô, Trung tâm đã xâydựng và phát hành 01 video tổng hợp về hoạt động nghiên cứu, giới thiệu quy trình sản xuất và thương mại hóa sản phẩm Làng

nghề nước mắm Nam Ô giúp cho đông đảo người dân, doanh nghiệp biết đến thương hiệu này của Thành phố Đà Nẵng.

2. Phát triển du lịch cộng đồng đối với làng nghề nước mắm Nam Ô

Cùng với việc bảo tồn, phát triển đối với nghề làm nước mắm Nam Ô thì việc kết nối giữa làng nghề với phát triển du lịch cũng đã được quan tâm tại Đà Nẵng. Bên cạnh các điểm tham quan di tích tại Liên Chiểu, việc quảng bá thương hiệu nước mắm Nam Ô, kết nối các điểm du lịch cộng đồng tại địa phương với điểm tham quan làng nghề, trải nghiệm làm mắm… cũng đã được người dân địa phương tổ chức trong thời gian qua.

Bên cạnh nghề nước mắm, Nam Ô còn có lợi thế cảnh quan thiên thiên gắn với di chỉ văn hóa như đền thờ bà Liễu Hạnh, dấu tích Huyền Trân Công chúa, mộ cổ tiền hiền, Lăng Cá Ông và các dấu tích Chăm, bãi rêu Nam Ô… rất thuận lợi để phát triển du lịch. Một số hãng lữ hành đã nhanh nhạy nắm bắt điểm mạnh này và đưa khách đến làng nước mắm Nam Ô. Điểm đặc sắc của tour này là người dân làng Nam Ô cũng chính là những "hướng dẫn viên du lịch" trực tiếp thuyết minh về "đặc sản tiến vua" của địa phương mình.

II. NHỮNG THUẬN LỢI, KHÓ KHĂN VÀ ĐỀ XUẤT

1. Thuận lợi, ưu thế

- Làng nghề có vị trí địa lý thuận lợi, gắn với các di chỉ văn hóa có lịch sử hình thành lâu đời, là điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch làng nghề.

- Sản phẩm nước mắm Nam Ô đã được công nhận về sở hữu trí tuệ như nhãn hiệu tập thể, di sản văn hóa phi vật thể và sản phẩm nước mắm Hương làng cổ đã được công nhận sản phẩm OCOP 4 sao.

- Được sự quan tâm của UBND thành phố, quận Liên Chiểu.

- Được sự đồng thuận của người dân trong việc bảo tồn, phát triển nghề làm mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch cộng đồng.

- Đà Nẵng có cảng cá Thọ Quang với lượng sản phẩm hằng năm qua cảng lớn nên thuận lợi cho việc cung cấp nguyên liệu làm mắm truyền thống Nam Ô.

2. Khó khăn, thách thức

- Với đặc thù của nhãn hiệu tập thể, các hộ chế biến nước mắm phải có sự thống nhất cao trong việc tuân thủ kỹ thuật, quy trình, sản phẩm đồng nhất để lưu giữ hồn cốt của làng nghề. Một cá nhân không tuân thủ sẽ ảnh hưởng lớn đến uy tín của nghề nước mắm Nam Ô.

- Việc phát triển nước mắm phi truyền thống, sản xuất mắm công nghiệp trên thị trường là thách thức lớn đối với nghề nước mắm truyền thống khi cạnh tranh về giá sản phẩm.

-Tàu cá tại Liên Chiểu có số lượng ít, có 37/1.239 chiếc (chiếm 2,9% tổng tàu cá của thành phố). Việc kết nối giữa tàu cung ứng nguyên liệu với các cơ sở chế biến nước mắm chủ yếu thông qua các nậu, vựa tại cảng cá.

- Khó quản lý chuỗi từ khi đánh bắt đến khi chế biến sản phẩm. Khó xây dựng được một mô hình hoạt động chuỗi từ khi đánh bắt đến khi cho ra sản phẩm nước mắm để thu hút khách du lịch cộng đồng.

- Khó khăn về diện tích mặt bằng sản xuất. Quỹ đất phát triển làng nghề hiện không còn nên không thể mở rộng làng nghề.

- Việc phát triển du lịch tại các làng nghề nước mắm Nam Ô mới dừng ở quy mô nhỏ lẻ, chưa có quy hoạch, bố trí cơ sở hạ tầng cũng như khu vực riêng để trình diễn quy trình làm mắm, trưng bày và giới thiệu sản phẩm cho các tour du lịch. Việc tổ chức tham quan ngay trong các cơ sở làm mắm có thể ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng sản phẩm.

3. Đề xuất

- Có chính sách hỗ trợ, phát triển nghề làm mắm truyền thống Nam Ô qua các nội dung công tác tuyên truyền, quảng bá sản phẩm và quản lý hoạt động sản xuấtcủa làng nghề.

- Bổ sung quy hoạch để đảm bảo điều kiện sản xuất cũng như xây dựng các điểm đến tham quan nhằm phát triển dịch vụ du lịch chuyên nghiệp.

- Xây dựng các mô hình liên kết giữa các tàu khai thác với cơ sở chế biến nước mắm nhằm quản lý, truy xuất được nguồn gốc sản phẩm được thuận lợi.

- Tiếp tục phối hợp với các đơn vị du lịch để nghiên cứu, xây dựng các điểm kết nối tham quan làng nghề nước mắm Nam Ô.

Tài liệu tham khảo

1. Tài liệu Hội thảo Khoa học Phát triển nhãn hiệu tập thể nước mắm Nam Ô
2. Quyết định 1142/QĐ-UBND ngày 31/3/2020 của UBND thành phố Quyết định Phê duyệt Đề án "Bảo tồn làng nghề nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch thành phố Đà Nẵng"

Tầm quan trọng của nước mắm truyền thống và nghề làm nước mắm truyền thống trong đời sống kinh tế-xã hội

TS. Trần Thị Dung

(Hiệp hội Nước mắm truyền thống Việt Nam)

I. KHÁI QUÁT VỀ NƯỚC MẮM

1.1 Giới thiệu chung

Nướcmắm là một loại gia vị nhưng cũng là một loại thực phẩm được coi là có giá trị dinh dưỡng tốt, là thứ nước chấm và món nêm không thể thiếu trong bữa ăn hàng ngày của người dân Việt Nam[38] .

Nước mắm đã được phát triển từ lâu đời, tồn tại và phát triển cùng lịch sử và văn hoá của dân tộc và mang bản sắc đặc thù của Việt Nam. Nước mắm hấp dẫn người ăn bởi hương vị đặc biệt của nó và bởi thành phần dinh dưỡng là đạm hoàn hảo, chứa nhiều a xit a min thiết yếu, một số vitamin và các chất khoáng.

Nước mắm không chỉ được sử dụng rộng rãi ở Việt Nam mà còn được ưa chuộng tại nhiều nước trên thế giới. Người ta ước tính có khoảng 450 triệu người trên toàn thế giới sử dụng nước mắm và các nước chấm tương tự nước mắm, nhưng khác nhau ở tên gọi. Ví dụ ở Nhật bản có shottsuru hay senji, ở Thái lan có nampla, ở Miến Điện có ngapi, ở Indonesia có Ketjapikan, ở Philippines có patis, ở Hy lạp có garum,[39] ..Do điều kiện tự nhiên, địa lý và phương pháp chế biến có phần khác nhau nên hương vị của chúng cũng khác nhau. Ngay tại Việt Nam, tại 3 miền Bắc, Trung và Nam do điều kiện khí hậu, vùng biển khác nhau có nguồn cá và muối khác nhau, công nghệ chế biến nước mắm khác nhau nên hương vị nước mắm tại ba miền cũng khác nhau ở mức độ có thể phân biệt được.

Cho đến nay chưa có tài liệu khoa học nào chính thức công bố về lịch sử của nghề nước mắm. Một số tác giả người Pháp cho rằng nguồn gốc của nước mắm Việt Nam bắt nguồn từ nước chấm của Nhật Bản vào thế kỷ 16-17, khi thương mại giữa Việt Nam và Nhật Bản phát triển mạnh ở thời kỳ này. Cũng có tác giả dựa trên đặc điểm tương tự giữa nước mắm của Việt Nam và garum của Hy Lạp mà cho rằng nước mắm của Việt Nam bắt nguồn từ nước chấm của Hy lạp và La mã vào thế kỷ 18.

Tuy nhiên, nước mắm của Việt Nam có đặc trưng riêng, được chế biến từ cá biển (có thể là cá nước ngọt nhưng không đáng kể) và muối biển ở nồng độ bão hoà, trải qua quá trình phân giải thịt cá thành các axit amin và các sản vật phân giải hữu ích khác, dưới tác động của hệ men (enzym) và hệ vi sinh vật có sẵn trong cá nguyên liệu.

---

[38] Nguyễn Trọng Cẩn và cộng sự, Công nghệ chế biến thực phẩm thuỷ sản, tập 2: Chế biến nước mắm, chế biến khô và thức ăn liền, NXB Khoa học và Kỹ thuật, Tp. HCM, 2011

39 Trần Thị Dung, 1993. Luận văn tiến sĩ "Nghiên cứu qua trình tự phân giải của cá và đặc tính hương vị của chúng" Trường Đại học Công nghệ Thực phẩm Plovdiv, Bulgaria.

Có thể nói rằng, nghề làm nước mắm và các sản phẩm cá muối là sự sáng tạo của ngư dân Việt Nam, được hình thành trong quá trình đánh bắt cá và làm muối ở ven biển ra đời, cách đây hàng nhiều trăm năm.

Trong mỗi bữa ăn của người Việt, dù là ở mâm cỗ sang trọng hay trong bữa cơm đạm bạc của mỗi gia đình, bát nước mắm luôn được đặt ở vị trí giữa mâm, hay trước mặt mỗi thực khách tuỳ theo tập quán ẩm thực vùng miền.

1.2. Công nghệ làm nước mắm truyền thống

Nghề làm nước mắm truyền thống phụ thuộc rất nhiều vào:

- **Điều kiện tự nhiên: thời tiết (nóng hay lạnh, mưa hay nắng)**

- **Vùng miền địa lý (vùng biển khác nhau nguồn lợi cá và chất lượng nước biển để làm muối khác nhau)**

- **Mùa vụ: Cá dùng làm nguyên liệu để làm nước mắm chủ yếu là cá biển, các loài cá thuộc họ cá nổi (cá cơm, cá trích, cá nục…), di cư theo các dòng hải lưu theo mùa và vào các vùng cửa sông để sinh sản theo đặc tính sinh học của loài, nên cá sẽ béo gầy, kích thước lớn nhỏ khác nhau ảnh hưởng đến chất lượng nước mắm thu được.**

- **Công nghệ làm nước mắm (knowhow) của người dân các vùng miền.**

Do đặc điểm bờ biển nước ta dài hơn 3.200 km, chạy từ Bắc xuống Nam với nhiều vũng vịnh, đảo và bán đảo, đầm phá, nên đặc tính của cá sống ở mỗi vùng miền ven biển cũng khác nhau, cộng thêm điều kiện khí hậu thời tiết khác biệt giữa ba miền nên điều kiện lên men cá trong muối mặn ở ba miền cũng khác nhau. Người dân vùng biển luôn sáng tạo ra cách làm nước mắm cho phù hợp với điều kiện của từng vùng miền. Vì vậy, đặc điểm của nước mắm về mùi và vị theo vùng miền cũng không giống nhau.

Nghề làm nước mắm ở Việt Nam đã nổi tiếng từ lâu với việc nước mắm gắn với tên địa danh các vùng miền: nước mắm Cát Hải (Hải phòng), Diêm Điền (Thái Bình) đặc trưng cho nước mắm vùng duyên hải phía Bắc; nước mắm Ba Làng (Thanh Hoá), Cửa Hội (Nghệ An) đặc trưng cho nước mắm vùng duyên hải Bắc Trung Bộ; nước mắm Nam Ô (Đà Nẵng), Phan Thiết (Bình Thuận) đặc trưng cho nước mắm cùng duyên hải Nam Trung Bộ; nước mắm Phú Quốc (Kiên Giang) nổi tiếng thế giới và luôn bị nước mắm Thái Lan giả mạo trên thị trường thế giới, đặc trưng cho nước mắm vùng duyên hải Nam Bộ.

Với công nghệ cho muối nhiều lần và cho nước lã vào ban đầu khi muối cá để ủ chượp làm nước mắm, kết hợp đánh đảo phơi nắng hàng ngày trong điều kiện khí hậu 4 mùa (Xuân, Hạ, Thu, Đông) đã làm cho nước mắm vùng duyên hải phía Bắccó mùi vị mạnh đặc trưng không nơi nào có được.

Vùng duyên hải phía Bắc Trung Bộ và Nam Trung Bộ do có đặc điểm thời tiết nắng nhiều quanh năm, thời gian nắng kéo dài trong ngày, nền nhiệt độ cao nên bà con thường dùng cách muối cá một lần và đưa vào gài nén, xen lẫn náo đảo nước bổi rút ra hàng ngày để phơi nắng. Dụng cụ ủ chượp của vùng trước

đây là chum ang sành đặt phơi nắng ngoài trời, có nắp đậy để tránh nước mưa hoặc che đậy vào ngày nắng đổ lửa.Càng vào phía trong tới Nam Trung Bộ, người ta dùng thùng gỗ để ủ chượp, việc dùng thùng gỗ, chum ang sành hay bể xi măng cũng đều có tác động nhất định lên mùi vị của nước mắm. Một đặc điểm nữa của nghề làm nước mắm vùng Trung Bộ là các thùng, bể chượp được đặt trong các nhà lều (có mái che) nhiều hơn là để phơi nắng ngoài trời.

Vùng duyên hải Nam Bộ, đặc trưng là nước mắm Phú Quốc, nơi có nhiều điều kiện thuận lợi cho làm nước mắm ngon: vùng ngư trường đánh bắt cá ở gần, cá được muối ngay trên tàu trước khi đem về bờ để ủ chượp. Thời tiết nắng nóng quanh năm, chượp được ủ trong các thùng gỗ được đặt trong nhà có mái che. Nhờ vậy nước mắm Phú Quốc trở nên nổi tiếng không chỉ trong nước mà cả trên thị trường quốc tế, đến mức các nhà kinh doanh nước mắm Thái Lan đã giả danh, lấy tên Phú Quốc đặt cho các sản phẩm nươc mắm của mình.

II. TẦM QUAN TRỌNG CỦA NƯỚC MẮM TRUYỀN THỐNG VÀ NGHỀ LÀM NƯỚC MẮM TRUYỀN THỐNG TRONG ĐỜI SỐNG KINH TẾ-XÃ HỘI

2.1. Nước mắm truyền thống - một loại nước chấm, một gia vị trong bữa cơm người Việt

Như trên đã trình bày: Trong mỗi bữa ăn của người Việt, dù là ở mâm cỗ sang trọng hay trong bữa cơm đạm bạc của mỗi gia đình, bát nước mắm luôn được đặt ở vị trí giữa mâm, hay trước mặt mỗi thực khách tuỳ theo tập quán ẩm thực vùng miền.

Nước Việt Nam với đặc điểm có trên 3.200 km bờ biển và ¾ dân số sống ở các vùng đồng bằng ven biển với diện tích chiếm 1/3 diện tích cả nước, nên cuộc sống của đa số dân cư sử dụng thức ăn gắn liền với cơm và cá (thủy sản nói chung gồm cá, giáp xác, nhuyễn thể) Với sự sáng tạo của con người trong quá trình tiến hóa, ngư dân đã biết sử dụng cá và muối để bảo quản cá đánh bắt được trong điều kiện tự nhiên, kết quả cho ra nước mắm truyền thống ngày nay. Và nước mắm này được coi là thứ nước chấm, gia vị không thể thiếu trong bữa ăn của họ, dù khi họ ăn cơm với chút nước mắm, hay rau, thịt, cá luộc chấm nước mắm, hay các món ăn được ướp với nước mắm trước khi nấu chín. Tất cả các cách sử dụng nước mắm với các thực phẩm khác đã làm nên ẩm thực của người Việt Nam khác hẳn với các dân tộc ở các quốc gia khác trong khu vực Đông Nam Á cũng như ở châu lục khác. Cách làm nước mắm truyền thống khác với cách làm nước mắm pha chế ngày nay.

Như đã nói ở trên, do đặc điểm tự nhiên, khí hậu 3 miền ở Việt Nam có khác nhau, nên mùi vị của nước mắm được làm tại 3 miền có sự khác biệt có thể cảm nhận được. Nhưng giá trị cơ bản của nước mắm không chỉ nằm ở mùi, vị tạo cảm giác ăn ngon trong bữa cơm Việt, nó còn cung cấp cho người ăn các a xit amin tự do rất cần thiết cho cơ thể con người mà tự thân con người, cũng như các loài động vật trên cạn khác không tổng hợp được trong cơ thịt của mình. Trong kiến thức về dinh dưỡng và hấp thu dinh dưỡng của con người, các a xit

amin tự do trong nước mắm khi ăn vào cơ thể có thể trực tiếp thẩm thấu qua thành ruột non và máu đi vào nuôi cơ thể, không cần qua bất cứ quá trình chuyển hóa nào trong hệ tiêu hóa con người. Chính vì vậy, khi nước mắm được kéo rút từ chượp ủ lâu năm, hoặc nước mắm cốt hạ thổ lâu năm hàm lượng a xit amin tự do cao, có thể sử dụng để cung cấp cho người bệnh thực thể bị suy kiệt sử dụng như là một nguồn a xit amin đầy đủ để giúp cơ thể hồi phục tốt.

Các nhà khoa học nước ngoài cũng đã tiến hành nghiên cứu giá trị dinh dưỡng của nước mắm Việt Nam và đi đến kết luận là giá trị dinh dưỡng của nước mắm cao hơn shoyu của Nhật Bản[40], cũng từ đó tác giả quan tâm nhiều hơn đến thành phần dinh dưỡng của nước mắm.

Trong nước mắm còn chứa nhiều các thành phần vi lượng có giá trị như I ôt, các nguyên tố can xi, phospho…, rất cần cho sức khỏe. Nhưng giá trị dinh dưỡng của các a xit amin tự do không thể thay thế là quan trọng hơn cả. Các nhà khoa học người Pháp như Rose, Autret và Goudou từ những năm đầu thế kỷ 20 đã nghiên cứu sâu về nước mắm Phan thiết và Phú Quốc và chỉ ra các giá trị đong đếm được của nước mắm[41] phụ thuộc vào các chỉ tiêu: màu sắc, mùi vị, hàm lượng ni tơ tổng số, ni tơ a xit amin, pH, hàm lượng muối ăn[42].

2.2. Nghề làm nước mắm truyền thống ở Việt Nam

Hiện nay, theo thống kê trong báo cáo nhiệm vụ "Nghiên cứu cơ sở khoa học để làm căn cứ xây dựng quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về nước mắm", 2021 do Viện

Nghiên cứu Nuôi trồng thuỷ sản III thực hiện cho thấy: cả nước có 4.250 cơ sở tham gia sản xuất, kinh doanh nước mắm ở cả ba miền, trong đó miền Bắc có 3.293 cơ sở, chiếm tỷ lệ 77,5%, miền Trung có 784 cơ sở chiếm tỷ lệ 18,4 % và miền Nam có 173 cơ sở chiếm tỷ lệ 4,1%.

Về lao động, cả nước có 9.466 người làm việc cho các cơ sở sản xuất, kinh doanh nước mắm, số lao động phân bố không đều theo vùng miền, miền Bắc có 6.627 lao động, miền Trung có 2.071 lao động và miền Nam có 768 lao động.

Về sản lượng: tổng sản lượng nước mắm trên toàn quốc là 236,9 triệu lít/năm, chủ yếu tập trung ở miền Trung và miền Nam. Sản lượng cao nhất ở miền Trung với hơn 128,8 triệu lít/năm, miền Nam đứng thứ hai với 72,5 triệu lít/năm.

Như vậy, hàng năm nghề làm nước mắm truyền thống đã tiêu thụ khoảng 250 ngàn tấn cá cơm, cá nục, cá trích và cá tạp cho ngư dân làm nghề đánh bắt

---

[40,4] Nguyễn Trọng Cẩn, Đỗ Minh Phụng, Nguyễn Việt Dũng, Nguyễn Anh Tuấn, 2011.Công nghệ chế biến thực phẩm thủy sản, tập 2: Chế biến nước mắm, chế biến khô và thức ăn liền, NXB Khoa Học và Kỹ Thuật, TP. HCM.

[5]TCVN 8336:2010. Chượp chín; TCCS 01:2021/VATFI. Nước mắm truyền thống; 28TCN 230:2006. Nước mắm Phú Quốc; TCVN 5107:2018 Nước mắm; Codex stan 302-2011. Standard for Fish sauce; Thai Industrial standard, 1983, TIS 3-2526 Standard for Local fish sauce.

trên biển, đi cùng với đó là hàng trăm ngàn tấn muối của bà con diêm dân trên cả nước.

Hiện tại, nhiều làng nghề nước mắm truyền thống đã và đang gắn sản xuất, kinh doanh nước mắm truyền thống với du lịch tại địa phương. Việc công nhận làng nghề nước mắm truyền thống là di sản văn hoá phii vật thể cũng đang là hướng đi để tôn vinh sản phẩm,làng nghề, một kênh quảng bá cho sản phẩm nước mắm truyền thống nếu chúng ta biết gắn kết các câu chuyện của nghề với quảng bá du lịch.

Nghề làm nước mắm đang dần bị mai một bởi sự phát triển của du lịch và công nghiệp. Ở các địa phương vì sự phát triển kinh tế tăng trưởng nóng, thường chính quyền các cấp tập trung giải phóng đất đai phục vụ cho du lịch, công nghiệp, với lý do bảo vệ môi trường để lấy hết đất làng nghề, bến bãi của ngư dân, đẩy họ về các vị trí không thuận lợi cho sản xuất, kinh doanh, dẫn đế nhiều người bỏ nghề. Việc trên thị trường tràn lan thứ nước chấm pha chế làm mất hết bản chất của nước mắm truyền thống, được nhiều nhà kinh doanh mạo danh nước mắm để quảng cáo bán cho người tiêu dùng với giá rẻ, làm cho một bộ phận lớn người tiêu dùng có thu nhập thấp, các nhà hàng, quán ăn sử dụng, vì vậy thị phần nước mắm truyền thống bị thu hẹp lại đáng kể.

Chính sách của Chính phủ đã có để hỗ trợ cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, các làng nghề truyền thống trong đó có các làng nghề làm nước mắm truyền thống. Tuy nhiên sự quan tâm này chưa đủ, chưa thật sâu sát với hiện trạng làng nghề nước mắm truyền thống. Rất cần sự khảo sát điều tra kỹ lưỡng, có chính sách thoả đáng, toàn diện để bảo tồn và phát triển các làng nghề nước mắm truyền thống, bảo vệ sinh kế ngư dân các vùng ven biển cả nước.

Nghề làm nước mắm Nam Ô và các giá trị của nghề gắn với đời sống, văn hóa của người dân thành phố Đà Nẵng

Trần Thị Phương

(Bảo tàng Đà Nẵng)

1. Vài nét khái quát về nghề làm nước mắm Nam Ô

Nói đến nước mắm không một người Việt Nam nào mà không biết đến. Nước mắm là một thứ gia vị đặc biệt không thể thiếu trong bữa cơm hằng ngày của mỗi gia đình. Cùng với thời gian, nước mắm đã trở thành linh hồn của ẩm thực Việt.Ở Việt Nam, nước mắm được sản xuất ở hầu hết các vùng miền trên cả nước, trong đó có những địa phương gắn liền với nghề làm nước mắm nổi tiếng như: Phú Quốc (Kiên Giang), Phan Thiết (Bình Thuận), Nha Trang (Khánh Hòa), Cát Hải (Hải Phòng) và một số tỉnh miền Trung trong đó có thành phố Đà Nẵng.

Tại thành phố Đà Nẵng, có rất nhiều hộ dân sống ven biển, thực hành nghề biển, hằng năm đều làm nước mắm để ăn, để bán, nhưng có lẽ ở Nam Ô, quận Liên Chiểu có số hộ dân làm nước mắm nhiều và tập trung hơn cả. Danh xưng, tiếng vang của nghề làm nước mắm Nam Ô nổi tiếng từ xưa đến nay. Xưa, nước mắm Nam Ô cũng đã từng là đặc sản tiến vua và đã có nhiều câu ca/câu nói/câu chuyện dân gian, được truyền tụng khắp các vùng đất xứ Quảng, ngợi ca một loại nước mắm thơm ngon và cũng là đặc sản ẩm thực của làng nghề nghề truyền thống này, như: *"Nước mắm Nam Ô/Cá rô Xuân Thiều"*. *Hay: "Nam Ô nước mắm thơm nồng/Đi mô cũng nhớ mùi hương quê nhà"*.

Nam Ô là một ngôi làng cổ hình thành cách đây hàng trăm năm, nằm bên vịnh Đà Nẵng, dưới chân đèo Hải Vân khoảng 3 km về phía Nam. Nơi đây lưu giữ trong mình những giá trị văn hóa, minh chứng cho sự tiếp biến giữa hai nền văn hóa Chăm - Việt với những tập tục sinh hoạt, các lớp trầm tích văn hóa đan xen, trong đó có nghề làm nước mắm.

Nghề làm nước mắm Nam Ô có từ lâu. Vào khoảng cuối thế kỷ XIX đầu thế kỷ XX, nghề làm nước mắm Nam Ô phát triển mạnh và nổi tiếng xa gần. Không chỉ vì số lượng mà cả chất lượng đặc biệt của nó. Và đã từng cùng với nước mắm Phan Thiết, Phú Quốc xuống tàu buôn bán trên toàn cõi Đông Dương. Vào giữa thập niên 80 của thế kỷ XX, nước mắm Nam Ô đã từng được tặng thưởng Huy chương Vàng tại Hội chợ triển lãm Giảng Võ ở Hà Nội.

Vào những năm 1980 - 1990, nghề làm pháo du nhập vào Nam Ô và phát triển cực thịnh, đem lại nguồn thu nhập cao hơn so với nghề làm nước mắm nên hầu như cả làng đã chuyển sang nghề làm pháo. Từ đó, nghề làm nước mắm chững lại và có nguy cơ mai một. Năm 1994, sau khi Thủ tướng Chính phủ ban hành Chỉ thị số 406/TTg về việc cấm sản xuất, vận chuyển, đốt pháo và cùng với chính sách hỗ trợ đầu tư của Quận ủy, Uỷ ban nhân dân quận Liên Chiểu thì các hộ dân quay về với nghề làm nghề nước mắm.

Khi được khôi phục và hoạt động trở lại, có gần 200 hộ làm nước mắm. Nhưng từ khi có Dự án Khu du lịch sinh thái Nam Ô, hơn một nửa số hộ làm nước mắm nằm trong diện giải tỏa, phải chuyển về khu tái định cư Xuân Thiều, nên không có địa điểm không gian để tiếp tục làm nước mắm.Hiện nay, còn 92 hộ làm nước mắm, trong số đó có 54 hộ tham gia vào Hội Làng nghề nước mắm truyền thống, được cấp thẻ hội viên và có chứng chỉ hành nghề, chịu sự quản lý, giám sát của Hội Làng nghề. Trong 54 hộ này, có: 10 cơ sở làm nước mắm có quy mô lớn, 17 cơ sở đăng ký thương hiệu riêng, có 3 Hợp tác xã và 01 Doanh nghiệp (Hợp tác xã nông nghiệp Hòa Hiệp I - Xuân Thiều, Hợp tác xã Chế biến hải sản Đông Hải, Hợp tác xã Ô Long và Doanh nghiệp nước mắm Hồng Hương), các hộ còn lại làm theo mùa vụ. Số hộ không tham gia vào Hội Làng nghề (38 hộ), lý do đây là những hộ chỉ sản xuất nước mắm để dùng và phục vụ cho nhu cầu của gia đình.

Qua khảo sát sơ bộ các hộ làm nước mắm tại làng nghề, ý kiến của các ngành, chính quyền địa phương cho thấy: Từ khi Hội Làng nghề được thành lập và sản phẩm nước mắm Nam Ô được Cục Sở hữu trí tuệ cấp Logo, nhãn hiệu tập thể. Có các Đề án khôi phục làng nghề, Đề án Bảo tồn và phát triển Làng nghề truyền thống nước mắm Nam Ô. Đặc biệt, được chính quyền địa phương quan tâm, hỗ trợ nên nhiều cơ sở đã đầu tư mở rộng sản xuất. Sản lượng sản xuất nước mắm hằng năm tăng đáng kể, góp phần giải quyết việc làm, ổn định cuộc sống cho lao động nghề làm nước mắm, vừa nâng cao đời sống nhân dân, đóng góp một phần vào ngân sách địa phương, thúc đẩy quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn theo hướng công nghiệp hóa, sản phẩm đáp ứng ngày càng cao nhu cầu của người tiêu dùng có xu hướng sử dụng sản phẩm sạch, sản phẩm truyền thống.

Năm 2019, Nghề làm nước mắm Nam Ô đã được Bộ Trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đưa vào Danh mục di sản văn hóa phi vật thể quốc gia.

Năm 2020, sau khi di sản được ghi danh vào Danh mục di sản văn hóa phi vật thể quốc gia, Ủy ban nhân dân thành phố Đà Nẵng đã phê duyệt Đề án "Bảo tồn làng nghề làm nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch thành phốĐà Nẵng". Tổng kinh phí 4,65 tỷ đồng. Mục tiêu của đề án nhằm bảo tồn, phát huy giá trị làng nghề nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch, trở thành một sản phẩm du lịch tiêu biểu, đặc sắc của thành phố Đà Nẵng. Đặc biệt Đề án chú trọng việc xây dựng làng nghề nước mắm Nam Ô, trở thành điểm du lịch của thành phố nhằm giới thiệu tiêu thụ sản phẩm nước mắm và các sản phẩm liên quan của làng nghề; khai thác các tiềm năng di tích, phong cảnh, cũng như các hoạt động văn hóa văn nghệ của địa phương; Bổ sung làng nghề nước mắm Nam Ô vào các tour du lịch hiện có như: tour Đà Nẵng - Bà Nà Hills, Đà Nẵng vịnh Lăng Cô Huế, Đà Nẵng - Huế - Quảng Bình. Đồng thời, xây dựng tour du lịch bằng đường sông từ làng nghề nước mắm Nam Ô - dọc sông Cu Đê lên Trường Định - Khu du lịch sinh thái cộng đồng tại thôn Tà Lang - Giàn Bí (huyện Hòa Vang)…

2. Các giá trị của nghề nước mắm Nam Ô gắn với đời sống, văn hóa của người dân

Nghề làm nước mắm Nam Ô ra đời, phát triển và thương hiệu nước mắm Nam Ô nổi tiếng bao đời đã trở thành niềm tự hào của người dân làng Nam Ô nói riêng, Đà Nẵng nói chung. Đặc biệt, ngày nay nghề thủ công truyền thống này không những là một thành tố cơ bản của văn hóa dân gian mà còn đóng một vai trò quan trọng góp phần vào việc hình thành và phát triển các giá trị văn hóa, kinh tế, xã hội của địa phương.

Thứ nhất, về giá trị lịch sử: Tuy rằng, cho đến nay chưa có tài liệu nào xác định mốc thời gian cụ thể về sự hình thành của nghề làm nước mắm ở Nam Ô? Ai là người đầu tiên nghĩ ra kỹ thuật làm nước mắm? Song thể khẳng định rằng, nghề làm nước mắm Nam Ô, quận Liên Chiểu, thành phố Đà Nẵng là di sản văn hóa phi vật thể có từ lâu đời và gắn liền với tiến trình mở cõi về phương Nam của dân tộc.Và thương hiệu nước mắm Nam Ô đã nổi tiếng từ xưa tới nay. Đặc biệt, ngày nay nó đã đóng vai trò quan trọng trong đời sống văn hóa, kinh tế, xã hội của địa phương.

Thứ hai, về giá trị văn hóa:

- Nghề làm nước mắm Nam Ô là sản phẩm của quá trình giao lưu, tiếp biến văn hóa Việt - Chăm

Nói đến nghề làm nước mắm Nam Ô thì không thể không nhắc đến vai trò của người Chăm đối với việc làm ra nước mắm và văn hóa sử dụng nước mắm. Trước đây, Nam Ô thuộc vương quốc Champa.Trong quá trình di dân lập nghiệp của các cư dân người Việt tại vùng đất vốn thuộc vương quốc Champa và với việc cộng cư lâu dài với người Chăm trên mãnh đất này, người Việt đã tiếp nhận phần nào văn hóa của người Chăm. Một trong những dấu ấn văn hóa đặc sắc đã được tiếp biến qua thời gian cộng cư giữa người Việt và người Chăm ở đây chính là văn hóa biển, với tục thờ cá Voi; văn hóa ẩm thực và kỹ thuật làm nước mắm. Bởi người Chăm đã có truyền thống và kỹ thuật làm nước mắm từ lâu đời. Chẳng hạn, từ *"chượp"* trong tên gọi ở các công đoạn chế biến nước mắm mà người dân làng nghề làm nước mắm Nam Ô thường sử dụng có nguồn gốc kỹ thuật làm nước mắm của người Champa, như: "làm chượp" (có nghĩa trộn cá với muối vào nhau để tạo thành hỗn hợp cá với muối làm nước mắm), "ủ chượp" tức là cá với muối sau khi trộn đều đem vào chum để ủ 12 tháng...

Điều đó cho thấy rằng, nghề làm nước mắm Nam Ô là sản phẩm của quá trình giao lưu, tiếp biến văn hóa Việt - Chăm. Và dần dần người Việt đã nâng kỹ thuật sản xuất nước mắm lên tầm cao hơn. Ngày nay, sản phẩm nước mắm ở Nam Ô, thành phố Đà Nẵng không chỉ là một thứ gia vị, nó còn là hương vị, là đặc sản của quê hương. Ngay cái tên gọi *Nước mắm Nam Ô* đã cho thấy cái hồn quê hương ẩn chứa bên trong từng giọt nước mắm thơm ngon ấy, nhất là đối với những người con của quê hương Quảng Nam - Đà Nẵng mỗi khi xa quê không thể nào quên hương vị quê nhà.

-Nghề làm nước mắm-nghề thủ công truyền thống thể hiện đậm nét cốt cách, đặc trưng văn hóa của cư dân địa phương.

Xuất phát từ nghề đánh bắt hải sản để kiếm ăn hàng ngày, những khi đánh bắt dư dả thì những người ngư dân đã nghĩ đến việc chế biến từ những con cá đó bằng cách muối cá để thành nước mắm và các loại mắm, nhằm phục vụ nhu cầu ăn uống hàng ngày của mình và cất giữ lâu ngày không hư hỏng. Do vậy mà bao đời nay, các thế hệ người dân Nam Ô sinh ra và lớn lên đã gắn bó và nối nghiệp nhau gìn giữ và phát triển nghề làm nước mắm truyền thống của cha ôngtruyền lại.

Tuytrảiqua bao thăng trầm, biến thiên của thời gian, nhưng ngày nay nghề làm nước mắmNam Ô vẫn tồn tại, phát triển và những kinh nghiệm dân gian, bí quyết, kỹ thuật làm nước mắm vẫn không ngừng được bảo lưu và trao truyền qua nhiều thế hệ. Những sản phẩm của làng nghề không chỉ là một phần không thể thiếu trong bữa ăn hằng ngày của người dân Đà Nẵng mà còn là biểu tượng văn hóa, có tính đại diện, thể hiện bản sắc văn hóa của cộng đồng địa phương.

Có thể nói rằng, một trong những đặc điểm nổi bật của văn hóa ẩm thực xứ Quảng nói chung người dân Đà Nẵng nói riêng là thích ăn mặn, ưa ăn mặn. Bởi trong khẩu vị, người Quảng Nam - Đà Nẵng khác với người Huế, người Bắc lẫn người Nam. Khác ngay trong nước chấm.

Nếu người Bắc thích tương không mặn lắm, người Nam bộ thích mắm… hơi ngọt vì pha nhiều đường thì người Quảng thích nước mắm và các loại mắm cái nguyên chất, không pha loãng và đặc biệt, phải ăn mặn mới đã.Cho nên, bữa cơm dù giàu nghèo, sang hèn, thiếu gì thì thiếu nhưng không thể thiếu chén mắm. Và, tuyệt nhất, đó phải là chén mắm nguyên chất chính hiệu.Nhà nghèo, đến bữa, cứ luộc rau lang ngoài vườn, rồi có chén nước mắm dằm ớt xanh, chỉ đơn giản vậy thôi, là đã thấy ngon miệng. Nhất là đối với những người Quảng xa quê, chút mắm ớt dân dã đó còn ngon hơn cả cao lương mĩ vị.

Vì thế, khi bàn về văn hóa ẩm thực xứ Quảng, nhiều nhà nghiên cứu gốc Quảng đều có chung nhận định là: *"người Quảng thích ăn mặn. Sở thích ăn mặn của người Quảng có mối quan hệ khăng khít với nước mắm (và các loại mắm nói chung). Nước mắm vừa là món ăn, vừa là nguyên liệu, vừa là gia vị nêm nếm đóng vai trò quan trọng bậc nhất trong ẩm thực của người xứ Quảng. Bữa ăn mà thiếu nước mắm thì người Quảng cảm thấy nhạt nhẽo, đôi khi vô vị. Nhiều ngư dân xứ Quảng, trước khi lặn xuống biển, thường bưng chén nước mắm uống cạn để chống lạnh. Không chỉ ngư dân, ngay cả người bình thường, ăn cơm xong, có khi cứ chan thêm chút mắm mà húp, cứ như thèm mắm lắm. Làm như vậy, theo họ, bữa cơm mới thật sự trọn vẹn, mặn mà".* [43]

Nhà nghiên cứu Bùi Văn Tiếng nhận xét: *"Ăn thật mặn là sở thích của đông đảo người Quảng mà cũng là nhược điểm khiến người Quảng từng mang*

[43]. Dẫn theo Phạm Hữu Đăng Đạt, *"Ẩm thực Đà Nẵng trong di sản văn hóa ẩm thực xứ Quảng"*, Nghiên cứu đặc sản ẩm thực phục vụ phát triển du lịch ở Đà Nẵng, (Đà Nẵng: Viện Nghiên cứu Phát triển Kinh tế - Xã hội Đà Nẵng, 2011), 5.

tiếng "chặt to kho mặn" trong kỹ thuật/nghệ thuật nêm nếm/nấu nướng. Tiêu biểu cho sở thích ăn thật mặn của người Quảng là cách ăn nước mắm không pha thêm bất cứ thứ gì có thể làm nước mắm nhạt đi/bớt mặn đi như chanh, đường...".[44] Điều này cũng được minh chứng qua kỹ thuật làm nước mắm của người dân Nam Ô ở Đà Nẵng với bí quyết muối nước mắm 3 cá 1 muối rất riêng biệt, cho nên nước mắm Nam Ô vang danh gần xa bởi vị mặn mòi của vùng biển miền Trung.

Đối với người dân xứ Quảng, trong đó có người dân thành phố Đà Nẵng, nước mắm Nam Ô không chỉ là món ăn, là gia vị mà còn được xem là "linh hồn", là sản phẩm chính tạo nên sự nổi tiếng của làng Nam Ô. Ngoài ra, đó còn là một phần của lịch sử, của văn hóa, hàm chứa những trị thức dân gian, thể hiện đậm nét cốt cách, đặc trưng văn hóa của cư dânđịa phương. Chính vì vậy, kể từ khi làng nghề làm nước mắm được khôi phục, chính quyền địa phương quan tâm hỗ trợ, nghề làm nước mắm Nam Ô đã phát triển mạnh, đáp ứng được nhu cầu thị hiếu của người tiêu dùng trong và ngoài thành phố. Đời sống vật chất, đời sống tinh thần của bà con làm nghề ngày càng được nâng cao. Vì, nghề làm nước mắm Nam Ô đã đem lại cho một bộ phận nhân dân của địa phương có công ăn việc làm tương đối ổn định, có thu nhập khá hơn so với nghề nông, góp phần xóa đối giảm nghèo. Sản phẩm của làng nghề được tiêu thụ tại các địa phương trên địa bàn thành phố và các địa phương lân cận, ngoài ra còn theo chân người dân, du khách đến các vùng miền trong nước và quốc tế.

-Giá trị cố kết cộng đồng trong việc gìn giữ nghề truyền thống nước mắmNam Ô

Sự tồn tại của nghề tác động tích cực đến cơ cấu xã hội của làng nghề. Đó là yếu tố nghề được duy trì theo kiểu cha truyền con nối, thợ cũ truyền dạy cho thợ mới trong gia đình, làng xóm, góp phần làm tăng tính cố kết gia đình, cố kết cộng đồng vững chắc, là động lực và là nền tảng cho truyền thống đạo đức của dân tộc.Giá trị cố kết cộng đồng được hình thành và thể hiện từ trong hiện thực của nhu cầu lao động, hoạt động sản xuất, trong sinh hoạt hằng ngày và các yếu tố tinh thần của cộng đồng. Với đặc điểm là làng chài ven biển, việc cố kết cộng đồng tạo nên sức mạnh trong đánh bắt thủy hải sản, kéo chài lưới và hỗ trợ khi gặp các biến cố về thời tiết trên biển…; trong hoạt động sản xuất, việc chia sẻ về nguyên liệu đầu vào, hỗ trợ kỹ thuật sản xuất, vốn, tiêu thụ sản phẩm… là cần thiết cho quá trình sản xuất và hoạt động sống, góp phần tăng thêm tình làng nghĩa xóm, tinh thần tương trợ, cách ứng xử của những người cùng chung làng.

Giá trị cố kết cộng đồng còn thể hiện trong tín ngưỡng thờ cá Ông và lễ hội Cầu Ngư (diễn ra vào ngày 16/2 âm lịch hằng năm) cũng như các lễ hội khác tại làng Nam Ô (lễ tế âm linh tại miếu Âm Linh diễn ra vào rằm tháng Giêng, lễ vía bà Liễu Hạnh vào ngày 20/2 âm lịch hằng năm…). Việc tổ chức lễ hội và các hoạt động gắn với lăng/miếu…đều mang tính cộng đồng, thể hiện trách

[44].Bùi Văn Tiếng, *"Tổng quan văn hóa ẩm thực dân gian xứ Quảng"*, Văn hóa Du lịch Đà Nẵng, Số Xuân Tân Mão 2011, 53.

nhiệm của cả làng với việc làng, việc nước thông qua sự chung tay, góp sức của từng gia đình. Đó vừa là trách nhiệm, vừa là tinh thần đoàn kết trên cơ sở tín ngưỡng chung của làng. Các hoạt động từ phần lễ tới phần hội của lễ hội đều đề cao tính cộng đồng (phân chia công việc làng giữa các ban, thành phần, các hội cho đến sinh hoạt cộng đồng như hội đua thuyền, cả làng cùng hát, cùng nhau thực hành nghi lễ cúng tế liên quan đến tín ngưỡng nghề nghiệp… thể hiện sự gắn bó, liên kết chặt chẽ giữa các thành viên trong cộng đồng hướng tới giáo dục con người lòng biết ơn đối với tiền nhân).

Với nghề làm nước mắm Nam Ô, giá trị cố kết cộng đồng thể hiện ở việc gắn kết các hộ gia đình làm mắm vào Hội làng nghề nước mắm Nam Ô để cùng sinh hoạt, chia sẻ kinh nghiệm, khó khăn, hỗ trợ trong sản xuất, tiêu thụ sản phẩm và hơn hết là truyền dạy nghề cho các thế hệ kế cận. Đây là điều kiện cần thiết cho việc bảo tồn và phát huy giá trị di sản của nghề và làng nghề. Hơn nữa, tính cố kết cộng đồng trong nghề làm mắm còn thể hiện ở sự phân chia trách nhiệm, phần công việc trong từng khâu của quá trình làm mắm như đàn ông, thanh niên thì kéo chài, đi biển, đàn bà lựa cá, chọn muối, muối cá, phụ nữ chiết mắm, đóng chai… cho thấy công việc được chia sẻ với từng thành viên phù hợp với độ tuổi, sức khỏe và hơn hết tạo sự liên kết với các thành viên, tính kế thừa và tiếp cận với nghề truyền thống đảm bảo sự trao truyền nghề, tạo dựng niềm đam mê, gắn bó với nghề trong các thế hệ của một gia đình nói riêng, một cộng đồng làng nghề nói chung.

- Lưu giữ giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể trong thực hành nghề

+ Lưu giữ giá trị di sản văn hóa phi vật thể:

Thông qua sản phẩm của nghề, những tri thức nghề nghiệp (bí quyết nghề nghiệp, kinh nghiệm thực hành nghề của nghệ nhân), đến các tập quán, tín ngưỡng, lễ hội…được bảo lưu, gìn giữ. Từ khâu chọn nguyên liệu cá, muối, kỹ thuật thêm bớt muối, cá tùy theo mùa, ủ chợp, kỹ thuật đánh khuấy, đảo mắm, vệ sinh mắm, lọc mắm, ủ mắm… cho đến những kiêng kỵ trong lúc muối cá… được lưu giữ để cho ra đời những chai mắm đẹp về màu sắc, ngon về chất lượng, cho thấy đó là phần tồn tại vô hình cần được bảo tồn của nghề và sản phẩm của làng nghề.

Tuy làng nghề không có tổ nghề nhưng trong tâm thức người dân Nam Ô, biển cả và cá Ông luôn che chở, độ trì cho dân làng được mùa, ấm no, cá về đầy khoang để làm mắm, cho ra những hũ mắm mang hương vị biển cả. Vì vậy, ngoài các hình thức thờ cúng tổ tiên, tiền hiền, nhân thần, thiên thần… thì tục thờ cá Ông (thờ vật linh) được đặc biệt chú trọng và lễ hội Cầu Ngư tại làng Nam Ô (diễn ra từ 14 đến 16/2 âm lịch hằng năm) thể hiện sự biết ơn của dân làng đối với cá Ông và cầu mong một mùa biển bình an, tôm cá đầy khoang, mắm cá tươi ngon. Gắn với nghi thức thờ cá Ông là phần hội cũng chứa đựng những yếu tố mang đậm dấu ấn văn hóa biển, thể hiện màu sắc văn hóa dân gian, nét độc đáo của địa phương tạo nên đặc trưng riêng biệt về tính cộng đồng cư trú, cộng đồng lợi ích và cộng cảm rất cao. Hội đua thuyền ngay trên biển

Nam Ô nhằm khuấy động thủy cung, cầu mưa cho mùa màng tươi tốt; hội hát bội - hình thức trả lễ, tạ ơn cho lực lượng siêu nhiên cũng được tổ chức ở sân lăng Ông để nhân dân đến xem… là những sinh hoạt cộng đồng, một bộ phận văn hóa tạo nên bức tranh đầy đủ về làng nghề.

Làng nghề nước mắm Nam Ô cũng có những quy ước, luật lệ để giữ gìn bí quyết nghề nghiệp và bảo tồn nghề truyền thống của cộng đồng. Việc giữ bí quyết nghề ở làng Nam Ô không chỉ mang tính giữ nghề, mà còn chi phối các quan hệ xã hội khác trong cộng đồng. Vì vậy, truyền nghề tại làng nghề nước mắm Nam Ô, ngoài những kỹ thuật cơ bản có thể trao truyền rộng rãi cho cộng đồng thì "bí quyết riêng" chỉ được trao truyền trong gia đình theo kiểu cha truyền con nối và cho đến nay, tất cả các bí quyết nghề nghiệp đó vẫn duy trì trong từng gia đình theo kiểu truyền miệng.

Ở làng nghề còn có những người dân, mặc dù chưa được công nhận là nghệ nhân nhưng với tuổi đời, tuổi nghề trên 50 năm luôn được xem là tài sản vô giá của cộng đồng, đóng vai trò quan trọng trong việc giữ gìn, trao truyền và phát huy giá trị văn hóa làng nghề thông qua việc truyền dạy cho các thế hệ con cháu. Mỗi gia đình, mỗi nghệ nhân đều có những bí quyết nghề nghiệp riêng vì thế sản phẩm làm ra sẽ khác nhau về màu sắc, mùi vị cũng như chất lượng sản phẩm. Những "báu vật sống" này đã và đang nắm giữ các di sản văn hóa phi vật thể, góp phần gìn giữ giá trị văn hóa, tiếp tục duy trì, truyền dạy, lan tỏa nghề cho các lớp kế cận.

Tóm lại, thông qua sản phẩm của nghề nước mắm Nam Ô với các giá trị văn hóa phi vật thể, chúng ta có thể nhận dạng được làng nghề nước mắm Nam Ô từ nguồn gốc lịch sử, địa lý, nhân văn, đặc trưng xã hội, quy mô, cơ cấu… tạo nên những giá trị văn hóa riêng có của làng nghề.

+ Lưu giữ giá trị di sản văn hóa vật thể:

Từ những sản phẩm nước mắm, chúng ta dễ dàng nhận thấy gốc tích nông nghiệp trong từng công đoạn, thể hiện qua các khâu của quá trình làm nghề: đó là dụng cụ sản xuất nước mắm, giá trị sử dụng, tính chuyên dụng và sinh hoạt cộng đồng của cư dân trên những sản phẩm của làng. Cụ thể: dụng cụ để muối cá ngon nhất phải là lu sành - nét đặc trưng văn hóa nông nghiệp, chứa đựng những yếu tố truyền thống, triết lý âm dương và giá trị sử dụng giúp mắm không bị biến chất và đảm bảo an toàn tuyệt đối cho người sử dụng; các sản phẩm từ nông nghiệp như vỉ tre để gài nén, phễu tre và vải mịn để lọc mắm không chỉ thể hiện sự hài hòa, linh hoạt trong ứng xử với thiên nhiên mà những vật dụng truyền thống đó còn giúp cho sản phẩm giữ được tối ưu dưỡng chất và mùi vị. Cho đến ngày nay, kỹ thuật sản xuất hiện đại đã được thay thế ở một số khâu của quá trình, nhưng các vật dụng truyền thống trong sản xuất nước mắm vẫn được làng Nam Ô gìn giữ và duy trì để tạo nên hương vị riêng biệt của mắm Nam Ô cùng với những khác biệt khác trong kỹ thuật chọn cá, con nước, nguồn muối…

Làng nghề nước mắm Nam Ô với những đặc trưng của văn hóa làng nghề truyền thống, những yếu tố cấu thành về văn hóa vật thể gắn với nghề, tín ngưỡng thờ tổ nghề mà tiêu biểu là các di tích lịch sử gắn với quá trình hình thành và phát triển của làng nghề. Nổi bật tại làng nghề nước mắm Nam Ô là Cụm di tích Nam Ô, mang dấu ấn, giá trị văn hóa lịch sử và sự giao thoa văn hóa Việt - Chăm của làng nghề nước mắm Nam Ô trong tiến trình lịch sử lập làng, mở đất, hình thành và phát triển nghề mắm như hiện nay. Cụm di tích này bao gồm đình làng Nam Ô (nơi thờ thần thành hoàng lập làng), lăng Ông (thờ cá Ông gắn với nghề biển và cũng được xem là tổ nghề mắm), dinh Âm Linh, nghĩa trủng Nam Ô, miếu bà Liễu Hạnh, miếu bà Bô Bô, giếng Lăng. Đây là những di tích gắn với không gian văn hóa làng nghề và sự phát triển của nghề làm nước mắm Nam Ô. Việc công nhận Cụm di tích này là di tích cấp thành phố là sự tôn vinh, khẳng định giá trị văn hóa, lịch sử, sự ghi nhận của chính quyền với việc bảo tồn và phát huy giá trị Cụm di tích. Thêm vào đó, trong thời gian tới, hướng phát triển du lịch làng nghề Nam Ô với việc xây dựng điểm đến để quảng bá, giới thiệu về các di tích làng Nam Ô sẽ góp phần bảo tồn và phát triển các giá trị văn hóa vật thể làng nghề một cách bền vững.

Thứ ba, giá trị kinh tế và du lịch:

Hiện nay, loại hình du lịch làng nghề truyền thống ở Việt Nam ngày càng hấp dẫn du khách, đặc biệt là du khách nước ngoài, bởi những giá trị văn hóa lâu đời và các sản phẩm thủ công đặc trưng ở mỗi vùng/miền. Vì thế, nhu cầu đi du lịch về những miền nông thôn, làng nghề truyền thống ngày càng cao.

Khác với những loại hình di sản văn hóa phi vật thể khác như lễ hội, tôn giáo, tín ngưỡng, nghệ thuật trình diễn thì di sản văn hóa phi vật thể nghề thủ công truyền thống bao gồm nhiều giá trị, đặc trưng phù hợp với việc phát triển du lịch. Điều này là khá quan trọng bởi nếu đối với một số loại hình khác của di sản văn hóa phi vật thể thì các nguyên tắc thực hành và trình diễn của nó đòi hỏi sự chuẩn bị công phu về không gian, thời gian….Có một số loại hình di sản văn hóa phi vật thể còn không thể hoặc khó đem trình diễn phục vụ du lịch được do những kiêng kị khác nhau về tôn giáo, tín ngưỡng, văn hóa của chủ thể văn hóa và du khách. Đối với loại hình di sản văn hóa phi vật thể nghề thủ công truyền thống, như: nghề làm nước mắm Nam Ô, du khách dễ tiếp cận hơn. Họ không chỉ được xem, được trải nghiệm mà họ còn được thực hành, sáng tạo. Điều này sẽ hấp dẫn du khách hơn là chỉ đến và quan sát. Trong bối cảnh đô thị hóa và công nghiệp hóa tăng cao thì những giá trị về không gian, về lịch sử và về văn hóa sẽ trở thành sản phẩm du lịch văn hóa hấp dẫn, cuốn hút. Di sản văn hóa phi vật thể nghề làm nước mắm Nam Ô là tiềm năng là động lực khi các chủ thể phát huy thích hợp với thời buổi kinh tế thị trường hôm nay.

Nam Ô ngoài lợi thế về cảnh quan thiên nhiên lý tưởng, làng nghề truyền thống làm nước mắm ở Nam Ô có vị trí địa lý thuận lợi: gần biển, có đường quốc lộ 1A, đường sắt Bắc - Nam đi qua,nằm trong vùng kinh tế phát triển năng động với nhiều khu công nghiệp và trường học, …tiềm năng thị trường lớn. Lại gắn với các di chỉ văn hóa có lịch sử hình thành từ thời cha ông mở cõi, như:

đền thờ bà Liễu Hạnh, mộ Huyền Trân công chúa, mộ cổ tiền hiền làng Nam Ô, lăng thờ cá Ông và các di chỉ, phế tích Chăm… rất phù hợp để phát triển kinh tế của địa phương, đặc biệt là kinh tế du lịch.Hơn nữa, thương hiệu nước mắm Nam Ô đã nổi tiếng từ lâu, đến nay những kinh nghiệm dân gian, những bí quyết về kỹ thuật làm nước mắm vẫn được gìn giữ, bảo lưu. Bản thân sản phẩm nước mắm Nam Ô có giá trị kinh tế, được khách hàng đánh giá cao, đó sẽ là những điều kiện thuận lợi để tạo ra một sản phẩm du lịch.

Bởi, gắn với du lịch sẽ thu hút được nhiều khách tham quan, du lịch thì các sản phẩm làng nghề được giới thiệu, quảng bá rộng rãi,được nhiều người biết đến hơn.Tạo ra nhiều cơ hội thuận lợi để thúc đẩy việc phát triển sản xuất, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm, nâng cao thu nhập của cư dân làng nghề, mang lại lợi ích kinh tế không nhỏ cho làng nghề và cho địa phươngmột cách ổn định, bền vững. Đồng thời, góp phần tôn vinh, bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống tại địa phương.

Thứ tư, giá trị khoa học:

Nước mắm Nam Ô, được làm hoàn toàn bằng phương pháp thủ công truyền thống, là thành quả lao động sáng tạo của người dân được truyền nối qua bao thế hệ dựa trên sự biến đổi sinh hóa phân giải protid thịt cá bằng dung dịch nước muối. Đó là quá trình phân hủy thịt cá sinh ra đạm xấu là Amoniac, trong quá trình này Asen hữu cơ đã có sẵn trong cá và muối không có hại sức khỏe. Đánh giá nước mắm ngon không chỉ do đạm toàn phần cao, an toàn sức khỏe mà phải quan tâm tỉ lệ đạm Axit Amin cao nhất và đạm Amoniac thấp nhất.

Thành phần hóa học của nước mắm gồm có: Các chất đạm Axit Amin (đạm toàn phần), muối khoáng và sinh tố... Đạm trong nước mắm là hàm lượng Nitơ bằng gram trong một lít nước mắm. Đạm toàn phần chứng tỏ giá trị của nước mắm, đạm toàn phần cao nhưng đạm hữu cơ trong nước mắm thấp thì giá trị kém. Trong nước mắm các Axit hữu cơ khi ăn vào cơ thể được hấp thụ ngay mà không phải qua quá trình phân giải ở ruột như khi ta ăn thịt, cá.

Hiện nay, các công trình nghiên cứu của các nhà dinh dưỡng và thực phẩm học đã tìm thấy trong nước mắm cốt truyền thống có khoảng 20 loại acid amin - Vitamin, đặc biệt là các acid amin thiết yếu, không thể thay thế trong quá trình phát triển của mỗi con người. Và đặc biệt hơn nữa là 8 loại Axit amin thiết yếu mà cơ thể chúng ta không tự tổng hợp được như: Phenylalanine, Lysine, Leucine, Isoleucine, Threonine, Valine, Tryptophan, Methionine. Bên cạnh đó, một trong những kết quả rất quý của quá trình lên men của nước mắm là làm tăng hàm lượng một số vitamin, phải kể đến là B1, B2, PP và quan trọng là B12. Lượng Omega 3 có trong nước mắm nguyên chất cũng là điều đáng quý đối với tất cả mọi người, nhất là trẻ em và phụ nữ. Chất béo Omega-3 có trong cá, tốt cho phát triển trí não, tim và mắt.

Theo Đông y, nước mắm ngon chôn dưới đất lâu năm là vị thuốc quý chữa được nhiều bệnh, vị đắng của mật cá làm cho bình tâm an thần, hạ áp. Nước mắm ngon nhiều đạm còn chữa bệnh tăng huyết áp. Đặc biệt, nước mắm

chôn dưới đất lâu năm này còn chữa được bệnh bướu cổ, hen suyễn, đau nhức xương khớp và trẻ con gầy yếu. Những người dân địa phương đi biển họ thường uống một chén nước mắm và xem đây là vị thuốc tăng sinh lực, giữ ấm cho cơ thể khi lặn xuống biển sâu. Điều này cho thấy nước mắm là thực phẩm bổ dưỡng an toàn và không có Asen vô cơ gây hại cho sức khỏe.

Như vậy, nghề làm nước mắm Nam Ô quận Liên Chiểu, thành phố Đà Nẵng là một nghề truyền thống có từ lâu đời. Sản phẩm của nghề đã trở thành một thực phẩm, thứ gia vị không thể thiếu trong bữa ăn hằng ngày của người dân nơi đây. Ngoài ra, còn là biểu tượng văn hóa, có tính đại diện, thể hiện bản sắc văn hóa của cộng đồng địa phương có di sản.

Giải pháp bảo vệ và phát huy giá trị Nghề làm nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch cộng đồng

TS. Nguyễn Thị Thu Mai –TS. Nguyễn Thị Thu Trang

(Viện Đại học Mở Hà Nội – Cục Di sản văn hóa)

Đặt vấn đề

Nằm ở ven biển phía Tây Bắc vịnh Đà Nẵng - nơi có nhiều cảnh quan hấp dẫn, lại sở hữu một hệ thống di tích lịch sử, tâm linh có giá trị, làng nghề làm nước mắm Nam Ô có rất nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch. Để du lịch phát triển hài hoà trong mối quan hệ với việc bảo tồn các giá trị tự nhiên, văn hoá-lịch sử của làng nghề làm nước mắm Nam Ô, sự tham gia của cộng đồng dân cư địa phương vào quá trình ra quyết định và vận hành hoạt động du lịch là hết sức cần thiết. Lý do là bởi du lịch cộng đồng hay du lịch do cộng đồng quản lý, điều hành được đánh giá là một hình thức tổ chức du lịch có thể làm giảm thiểu những tác động tiêu cực của hoạt động du lịch trong khi tạo ra thu nhập cho cộng đồng, đa dạng hoá nền kinh tế địa phương, bảo vệ môi trường tự nhiên, văn hoá. Vì vậy, giá trị nghề làm nước mắm Nam Ô cần đượcbảo vệ và phát huy gắn với sựphát triển du lịch cộng đồng ở khu vực Nam Ô bằng những giải pháp thiết thực.

Một số vấn đề lý luận

Bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa

Di sản văn hóa được quy định tại Luật Di sản văn hoá là"…sản phẩm tinh thần, vật chất có giá trị lịch sử văn hóa, khoa học, được lưu truyền từ thế hệ này qua thế hệ khác ở nước cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam" (Quốc hội, 2019). Để được xác định là di sản văn hóa, một đối tượng cần có 03 tiêu chí cơ bản: i) Là sản phẩm sáng tạo của con người/ "thiên nhiên"; ii) Có giá trị lịch sử, văn hóa, khoa học; iii) Được lưu truyền qua nhiều đời/được thử thách, kiểm nghiệm sự đắc dụng và chọn lọc qua nhiều thế hệ con người để đọng lại những tinh hoa của dân tộc. Di sản văn hoá phải được tiếp cận ở các mặt giá trị cụ thể bao gồm: Giá trị lịch sử gắn với các sự kiện lịch sử tiêu biểu, nhân vật lịch sử lỗi lạc và danh nhân văn hóa kiệt xuất của đất nước; Giá trị kiến trúc nghệ thuật biểu hiện qua các hợp thể thiên nhiên, kiến trúc, điêu khắc - hội họa; Giá trị gắn với không gian văn hóa truyền thống - nơi thường diễn ra các nghi lễ, các sinh hoạt văn hóa cộng đồng (tiêu biểu là các lễ hội cổ truyền và các di sản văn hóa phi vật thể khác) có sức hút và ảnh hưởng lan tỏa trong những vùng rộng lớn của đất nước; Giá trị gắn với tiềm năng du lịch không bao giờ cạn kiệt, là nhu cầu giao lưu văn hóa và đối thoại quốc tế vì hòa bình, khoan dung và hòa hợp trong từng quốc gia dân tộc và trên phạm vi toàn thế giới.

Bảo vệ di sản văn hóa tức là bảo vệ phần cốt lõi nhất làm nên bản sắc văn hóa Việt Nam và căn bản cần được triển khai một cách đồng bộ ở cả 03 mặt hoạt động có gắn bó mật thiết và tác động qua lại lẫn nhau, đó là bảo vệ di sản văn hóa về mặt pháp lý và khoa học; Bảo vệ di sản văn hóa về mặt vật chất và kỹ thuật; Sử dụng và phát huy giá trị di sản văn hóa phục vụ thiết thực các nhu cầu hiện đại do xã hội đặt ra.

Trách nhiệm bảo vệ và phát huy giá trị di sản được quy định rõ trong Luật Di sản văn hoá, theo đó, Nhà nước, các tổ chức, cá nhân đều có nghĩa vụ bảo vệ và phát huy giá trị di sản. Bảo vệ và phát huy giá trị di sản thường được hiểu là việc thực hiện các hoạt động nhằm ngăn ngừa nguy cơ hoặc hoạt động xâm phạm, huỷ hoại để giữ gìn và đảm bảo sự tồn tại của di sản theo dạng thức vốn có, đồng thời thúc đẩy các giá trị của di sản lan toả, phát triển, được nhiều người biết đến.

Có thể thấy, góp phần quan trọng trong việc bảo tồn và phát huy giá trị di sản phải kể tới vai trò của cộng đồng – nhóm dân cư sinh sống trong khu vực địa lý có di sản. Vai trò hay sự tham gia của cộng đồng trong quá trình bảo tồn và phát huy giá trị di sản đã thấy đượctrên cả lý thuyết lẫn thực tiễn. Công ước quốc tế về bảo vệ di sản văn hóa phi vật thể năm 2003 của UNESCO (Công ước 2003) đã khẳng định vai trò chủ chốt của cộng đồng trong hoạt động bảo vệ di sản văn hóa, đồng thời đánh giá cao và coi cộng đồng là nguồn lực quan trọng nhất, có tính chất quyết định trong sự nghiệp bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa.

Du lịch cộng đồng

Khái niệm du lịch cộng đồng được giới thiệu vào những năm 1970 như một loại hình du lịch có khả năng giảm thiểu những tác động không mong muốn đến môi trường so với hình thức du lịch đại trà. Khái niệm này dần trở nên phổ biến khi quan điểm tiếp cận cộng đồng trong quá trình phát triển du lịch được Murphy (1985) đề cập trong tài liệu viết về du lịch và cộng đồng.

Quan điểm về du lịch cộng đồng khá đa dạng. Theo Hall (1996), du lịch cộng đồng là hình thức du lịch tập trung vào sự tham gia của cộng đồng địa phương trong việc lập kế hoạch và duy trì sự phát triển của du lịch để tạo ra tính bền vững của ngành du lịch. Cũng nhấn mạnh vào vai trò của cộng đồng, Tolkach (2013) cho rằng, đặc điểm chính của du lịch cộng đồng là sự tham gia của cộng đồng vào quá trình ra các quyết định liên quan đến sự phát triển. Du lịch cộng đồng còn được xác định là một công cụ phục vụ phát triển và nếu được sử dụng phù hợp, công cụ này có thể giảm thiểu các tác động tiêu cực của du lịch, đồng thời mang lại thu nhập cho cộng đồng, đa dạng hoá nền kinh tế, bảo tồn văn hoá, môi trường tự nhiên và cung cấp các cơ hội giáo dục (Lukhele, 2013). Quan điểm này thể hiện khá rõ sự bền vững trong phát triển mà du lịch cộng đồng có thể mang lại. Vai trò của cộng đồng cũng như mục tiêu bền vững đã được làm rõ hơn trong định nghĩa về du lịch cộng đồng theo Tiêu chuẩn du lịch cộng đồng ASEAN (2016), theo đó, cộng đồng là hoạt động du lịch do cộng

đồng sở hữu và điều hành, được quản lý và điều phối ở cấp cộng đồng, góp phần vào sự thịnh vượng của cộng đồng thông qua việc hỗ trợ sinh kế bền vững, bảo vệ truyền thống văn hoá-xã hội và các nguồn tài nguyên di sản thiên nhiên, văn hoá.

Các quan điểm trên dù không hoàn toàn thống nhất, nhưng có điểm chung là đều nhấn mạnh vai trò và sự tham gia của cộng đồng địa phương vào du lịch và khả năng đóng góp tích cực vào sự phát triển bền vững của các yếu tố kinh tế, văn hoá-xã hội và môi trường.

Cũng cần nhận thức rằng, về phía du khách - những người có nhu cầu đi du lịch thì du lịch cộng đồng mang lại cho họ những trải nghiệm ở địa phương. Theo tổ chức Pachmama (2019), du lịch cộng đồng là loại hình du lịch mà du khách đến với cộng đồng địa phương để trải nghiệm cuộc sống địa phương, tìm hiểu về phong tục, lối sống, tín ngưỡng và thưởng thức ẩm thực địa phương. Quan điểm này rất có ý nghĩa bởi tiếp cận từ góc độ thị trường thì nhu cầu của du khách là căn cứ quan trọng bậc nhất giúp cho cộng đồng địa phương hình thành các dịch vụ du lịch gắn với đặc điểm và bản sắc của cộng đồng để chào bán cho khách. Luật Du lịch cũng quy định: "Du lịch cộng đồng là loại hình du lịch được phát triển trên cơ sở các giá trị văn hoá của cộng đồng, do cộng đồng dân cư quản lý, tổ chức và khai thác hưởng lợi" (Quốc hội, 2017).

Như vậy, tựu chung lại, du lịch cộng đồng có thể hiểu là *loại hình du lịch cung cấp cho du khách những trải nghiệm tại cộng đồng địa phương, do cộng đồng quản lý, tổ chức, vận hành dựa trên việc sử dụng nguồn tài nguyên du lịch tại chỗ nhằm đảm bảo sự phát triển bền vững về kinh tế, văn hoá-xã hội và môi trường tự nhiên của địa phương.*

Như đã đề cập, cộng đồng được xem là lực lượng quyết định sự thành bại trong việc bảo vệ và phát huy giá trị di sản. Tuy nhiên, một trong những điều kiện tiên quyết cho sự thành công của du lịch cộng đồng là sự sẵn có của kiến thức và nguồn lực trong chính cộng đồng đó (Mathieson & Wall, 1982) bởi nếu người dân không đủ tri thức và các nguồn lực khác thì chính sự tham gia của cộng đồng địa phương lại sẽ là trở ngại cho sự phát triển bền vững. Ngoài ra, dưới áp lực của sự phát triển và các lợi ích kinh tế, tính bền vững có thể bị lệch khỏi các mục tiêu ban đầu của chúng (J. Li & các cộng sự, 2020). Trên thực tế, các giải pháp không hề đơn giản nhưng cũng đã có những bài học thành công trong tổ chức triển khai du lịch cộng đồng ở Trung Quốc. Chính phủ Trung Quốc đã và đang thực hiện rất tốt việc dẫn dắt cộng đồng địa phương tham gia vào phát triển bền vững, hài hoà giữa bảo tồn và phát triển bởi họ tìm thấy những điểm chung về lợi ích (Fan, 2014; Verdini, 2015). Đây cũng chính là vấn đề mấu chốt khi muốn phát triển du lịch của nhiều quốc gia và là bài học kinh nghiệm cho quá trình bảo vệ và phát huy giá trị di sản gắn với du lịch cộng đồng tại Nam Ô.

Tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng của Nam Ô

Nam Ô là một ngôi làng cổ nằm ở cửa ô phía Nam của nước Đại Việt xưa, được hình thành cùng với quá trình mở đất phương Nam. Không chỉ sở hữu cảnh quan thiên nhiên đẹp, trải qua nhiều thăng trầm của lịch sử, Nam Ô còn chứa đựng một hệ thống di tích văn hoá, lịch sử và làng nghề làm nước mắm – làng nghề truyền thống đã đượcBộ Văn hóa- Thể thao và Du lịch công nhận là Di sản Văn hóa phi vật thể vào năm 2019.

*Về vị trí địa lý,*Nam Ô nằm bên vịnh Đà Nẵng, dưới chân đèo Hải Vân khoảng 3km về phía Nam, thuộc địa phận phường Hòa Hiệp Nam, quận Liên Chiểu, thành phố Đà Nẵng. Nam Ô cách trung tâm thành phố Đà Nẵng 13km về phía Tây Bắc, được kết nối bằng tuyến giao thông đường bộ Nguyễn Tất Thành và Quốc lộ 1A nên rất thuận tiện cho việc tiếp cận, tham quan du lịch của du khách.

*Về môi trường tự nhiên,*Nam Ô có cảnh quan thiên nhiên tươi đẹp, khí hậu mát mẻ, trong lành bởi được núi, sông, biển bao bọc xung quanh. Nam Ô nằm gần núi, bên cạnh cửa sông, lại có bờ biển dài, nước biển trong xanh. Nam Ô còn có khu rừng nguyên sinh hàng trăm năm tuổi, cây cối tươi tốt, đặc biệt có ghềnh đá rêu và rạn san hô với nhiều cảnh quan đẹp. Điều kiện tự nhiên với cảnh quan thiên nhiên đẹp là thế mạnh để Nam Ô phát triển các hoạt động du lịch sinh thái, du lịch tham quan, du lịch biển.

Về giá trị văn hoá, lịch sử, Nam Ô có một hệ thống di tích lịch sử phong phú và là cũng là nơi lưu lại những dấu tích về sự giao thoa văn hoá của người Chăm và người Việt. Bề dày văn hoá, lịch sử của Nam Ô được hiện diện ở các giếng vuông của người Chăm Pa cổ, miếu Âm Linh/dinh Cô Hồn, miếu Bà Liễu Hạnh, Lăng Ngư Ông, Mộ Tiền Hiền, Mộ công chúa Huyền Trân, Đình làng Xuân Dương, núi Hòn Phụng, mỏm Hạc… cũng như ở một số nghi lễ tín ngưỡng gắn với các giai thoại về những con người ở vùng đất này trong quá trình phát triển. Nam Ô còn có làng chài với nghề làm nước mắm truyền thống nổi tiếng đã được biết đến từ lâu cùng các món ăn đậm đà hương vị địa phương. Đây là những điều kiện hết sức thuận lợi để Nam Ô phát triển các hoạt động du lịch đa dạng gắn với văn hoá, lịch sử, lễ hội, tâm linh, ẩm thực và làng nghề.

*Về làng nghề,*làng nghề truyền thống nước mắm Nam Ô đượcBộ Văn hóa-Thể thao và Du lịch công nhận là Di sản Văn hóa phi vật thể vào năm 2019. Nước mắm Nam Ơ vốn có danh tiếng từ nhiều thế kỷ và đãđược dùng làm sản phẩm tiến vua từ thế kỷ thứ 18. Nước mắm được sản xuất theo công thức truyền thống với phương thức thủ công gồm đánh, khuấy, gài, nén, ủ, lọc. Điểm đặc biệt là nước mắm Nam Ô không sử dụng chất bảo quản hay bất cứ thành phần nào ngoài cá và muối, sản phẩm có hương vị đặc trưng của nước mắm truyền thống với độ đạm từ 35 đến 55gam/lít. Tuy nhiên, nước mắm Nam Ô chưa được tiêu thụ rộng rãi mà chủ yếu được tiêu thụ tại thành phố Đà Nẵng và một số địa phương lân cận. Hiện Nam Ô còn trên 20 cơ sở sản xuất của các hộ dân địa phương, so với cách đây 20 năm thì con số này chỉ còn phân nửa vì quá trình đô thị hoá, vì người dân không có đủ mặt bằng sản xuất. Tuy nhiên, với quy mô

hiện tại, Nam Ô vẫn có thể khai thác hoạt động sản xuất nước mắm trong các chương trình du lịch làng nghề, du lịch trải nghiệm phục vụ du khách.

Về hạ tầng phục vụ du lịch, hạ tầng giao thông trong khu vực Nam Ô là những con hẻm hẹp khoảng trên dưới 1,5 m nối với những hẻm rộng hơn khoảng trên 4m chạy bao quanh làng để đi ra tuyến giao thông đường bộ Nguyễn Tất Thành và Quốc lộ 1A. Bên cạnh đó, hệ thống điện, nước được cung cấp đến từng hộ dân. Ngoài ra, ở đây cũng có hệ thống thoát nước và thu gom rác thải hàng ngày. Tuy nhiên, do quá trình sản xuất mắm, trong đó có việc xả thải xác mắm và vệ sinh các dụng cụ đựng mắm trong làng nên đã gây ra mùi khó chịu. Kết quả khảo sát cho thấy, có 48% số người tham gia khảo sát xác định là không xử lý nước thải trước khi đưa vào hệ thống xả thải chung của làng. Bên cạnh đó, trong khu vực làng Nam Ô thiếu cây xanh có bóng mát và chưa có cơ sở lưu trú cũng như hệ thống nhà vệ sinh công cộng phục vụ nhu cầu của du khách. Đây chính là những điểm hạn chế, ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng trải nghiệm của khách cần được lưu ý.

Về nhân lực, khu vực Nam Ô có khoảng hơn 1.200 hộ dân sinh sống Nguồn nhân lực tham gia lao động là người địa phương, đa số có trình độ học vấn từ tiểu học đến trung học phổ thông. Trong các hộ sản xuất nước mắm tại làng nghề, tỷ lệ người già và phụ nữ trung niên chiếm hơn 50%. Điểm thuận lợi là nhân lực ổn định và người dân nơi đây có tâm thế sẵn sàng tham gia các hoạt động phát triển du lịch. Người dân Nam Ô có niềm tin tín ngưỡng, tôn trọng và tích cực tham gia các lễ hội văn hóa truyền thống của địa phương với tỷ lệ tham gia trung bình khoảng 55%. Tuy nhiên, nhân lực trình độ thấp, nhân lực tham gia phục vụ du lịch chưa được đào tạo nghiệp vụ du lịch, phát triển sản phẩm làng nghề hay các lớp tập huấn về bảo tồn và phát huy giá trị di sản qua các chương trình nghiệp vụ du lịch là những điểm hạn chế của Nam Ô trong phát triển du lịch.

Về thị trường khách du lịch tiềm năng, Nam Ô có thị trường khách du lịch tiềm năng khá dồi dào về quy mô cũng như sự tương thích về nhu cầu sản phẩm. Theo Sở Du lịch TP. Đà Nẵng, khách du lịch sử dụng các cơ sở lưu trú ở Đà Nẵng trong quý 1 năm 2023 ước đạt khoảng 1,4 triệu lượt, tăng 4,6 lần so với cùng kỳ năm 2022 và ngang bằng với con số năm 2019 (trước dịch Covid 19) trong đó, khách quốc tế gần 400 nghìn lượt, khách nội địa hơn 1 triệu lượt. Hết quý 2, số lượt khách đạt 3,5 triệu lượt, trong đó khách quốc tế đạt 930 nghìn lượt, khách nội địa đạt gần 2,6 triệu lượt. Theo kết quả khảo sát của Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, giai đoạn 2016-2022, Đà Nẵng được đánh giá là một trong những điểm du lịch biển được khách nội địa yêu thích hàng đầu. Bên cạnh đó, tỷ lệ khách du lịch nội địa (trong giai đoạn khảo sát) yêu thích và quan tâm đến các sản phẩm du lịch mà Đà Nẵng nói chung và Nam Ô nói riêng có thể cung cấp rất đáng quan tâm: du lịch nghỉ dưỡng biển (49%), du lịch sinh thái (50%), du lịch cộng đồng (50,9%), du lịch tâm linh và du lịch chăm sóc sức khoẻ (32,7%). Ngoài ra, kết quả khảo sát cũng cho thấy mục đích chuyến đi của khách nội địa năm 2022 rất phù hợp với khả năng đáp ứng của Đà Nẵng và Nam

Ô, đó là mục đích nghỉ dưỡng, tham quan, tìm hiểu văn hoá, lịch sử và mua sắm. Tuy nhiên, thời gian du lịch của khách nội địa có tính mùa vụ rõ nét, thường tập trung vào những dịp lễ lớn, những đợt nghỉ dài ngày như Tết cổ truyền, các đợt nghỉ lễ (30/4; 2/9; Tết dương lịch) và dịp hè từ tháng 6 đến tháng 9. Bên cạnh thị trường khách nội địa, khách du lịch quốc tế đến Đà Nẵng cũng là một thị trường tiềm năng dồi dào mà Nam Ô có thể hướng tới để phục vụ quanh năm với các sản phẩm du lịch trong ngày gắn với nhu cầu của khách và thế mạnh của địa phương.

Có thể thấy, bên cạnh một vài hạn chế có thể khắc phục, Nam Ô có rất nhiều điều kiện thuận lợi về thị trường khách du lịch tiềm năng, về nguồn lực tại chỗ phục vụ du lịch, đặc biệt là tiềm năng du lịch tự nhiên và văn hoá phong phú để phát triển các hoạt động du lịch đa dạng với sự tham gia trực tiếp của cộng đồng. Đánh giá chung về khả năng phát triển du lịch cộng đồng ở Nam Ô được tóm tắt trong bảng sau:

TT	Tiêu chí đánh giá	Nhận xét		
		Lợi thế	**Hạn chế**	**Hoạt động du lịch/trải nghiệm phù hợp**
1	Vị trí địa lý	Gần trung tâm du lịch; giao thông thuận tiện, dễ tiếp cận	-	Di chuyển bằng ô tô
2	Tài nguyên tự nhiên	Đa dạng; cảnh quan đẹp, độc đáo; khí hậu mát mẻ	Khung cảnh giới hạn ở trong không gian ngoài Dự án	Du lịch sinh thái, du lịch biển
3	Tài nguyên nhân văn	Phong phú; đặc trưng; có bề dày truyền thống	-	Du lịch văn hoá, lịch sử, lễ hội, tâm linh, ẩm thực và du lịch làng nghề
4	Hạ tầng du lịch	Có đầy đủ điện, nước	Đường nội bộ nhỏ, hẹp; thiếu cây xanh; không có cơ sở lưu trú và nhà vệ sinh công cộng; ô nhiễm mùi mắm	Di chuyển bằng xe đạp hoặc đi bộ
5	Nhân lực	Tâm huyết với nghề truyền thống; tích cực, sẵn sàng tham gia các hoạt động du lịch	Trình độ thấp, không có chuyên môn, nghiệp vụ du lịch hay di sản	-

6	Thị trường khách du lịch	Quy mô lớn, xu hướng phát triển tốt; Nhu cầu tương tích với nguồn lực du lịch địa phương	Có tính mùa vụ, cao điểm vào dịp Tết nguyên đán, dịp hè và một số đợt nghỉ lễ trong năm	-

Một số giải pháp bảo vệ và phát huy giá trị nghề làm nước mắm Nam Ô gắn với du lịch cộng đồng

Phát triển sản phẩm du lịch

Việc phát triển sản phẩm du lịch với sự tham gia của cộng đồng cần được xem là ưu tiên hàng đầu góp phần bảo vệ và phát huy giá trị nghề làm nước mắm Nam Ô bởi một số lý do chủ yếu: Nam Ô có điều kiện về tài nguyên và các nguồn lực khác để xây dựng sản phẩm du lịch phù hợp với nhu cầu của du khách, đặc biệt là thị trường khách du lịch nội địa; Làm đa dạng sinh kế của cộng đồng địa phương, có nguồn thu để hỗ trợ dân cư duy trì, phát triển nghề truyền thống cũng như bảo vệ các di sản của địa phương; Thông qua các chương trình du lịch, giá trị của nước mắm Nam Ô nói riêng, những giá trị văn hoá, lịch sử, tự nhiên của Nam Ô nói chung sẽ được lan toả, được nhiều người biết đến.

Dựa trên lợi thế về tài nguyên du lịch, dựa trên nhu cầu của khách du lịch tiềm năng, Nam Ô có thể nghiên cứu phát triển 02 dòng sản phẩm chính, đó là sản phẩm du lịch tổng hợp và dòng sản phẩm du lịch chuyên đề. Theo đó, sản phẩm du lịch tổng hợp được cấu thành bởi các hoạt động đa dạng, gắn với những giá trị văn hoá, lịch sử, tự nhiên, trong đó có hoạt động trải nghiệm nghề làm nước mắm truyền thống của Nam Ô để thu hút thị trường khách du lịch đại chúng tìm kiếm sự đa dạng trong 01 sản phẩm; sản phẩm du lịch chuyên đề như du lịch tâm linh, du lịch văn hoá lịch sử, du lịch làng nghề, du lịch biển, du lịch sinh thái được phát triển để phục vụ các thị trường chuyên biệt có nhu cầu với sản phẩm đặc thù. Tất cả các chương trình du lịch thuộc 02 dòng sản phẩm phải được thực hiện với sự tham gia, cung cấp dịch vụ trực tiếp bởi cộng đồng dân cư địa phương theo đúng tinh thần "du lịch cộng đồng". Theo đó, người dân có thể tham gia ngay từ khâu thiết kế sản phẩm với sự hỗ trợ về chuyên môn của doanh nghiệp lữ hành cho đến các khâu đón khách, hướng dẫn khách, biểu diễn nghề… Trong ngắn hạn, các chương trình du lịch nên được thiết kế trong ngày vì Nam Ô chưa có cơ sở lưu trú tại gia, ngoài ra, khách ít có nhu cầu nghỉ lại qua đêm bởi khoảng cách giữa Nam Ô tới các cơ sở lưu trú tại TP. Đà Nẵng gần, đi lại thuận tiện; hơn nữa không khí làng biển với mùi mắm đặc trưng khó nhận được sự hưởng ứng của hầu hết khách du lịch nội địa cũng như quốc tế. Cũng vì lý do này, trong dài hạn, việc phát triển hệ thống cơ sở lưu trú tại gia để phục vụ du lịch cần được tính toán hết sức kỹ lưỡng, tránh lãng phí. Ngoài ra, chuỗi giá trị du lịch không thể khoanh vùng hay giới hạn trên địa bàn làng Nam Ô bởi việc liên kết không gian phát triển du lịch vừa cho phép khai thác những lợi thế của làng vừa sử dụng được lợi thế của các khu vực khác để bổ khuyết cho nhau

những hạn chế về nguồn lực. Vì vậy, bên cạnh việc phát triển các sản phẩm du lịch trọn gói tại chỗ, làng Nam Ô có thể được khai thác như 01 điểm dừng trong các chương trình du lịch trọn gói cung cấp cho khách các trải nghiệm bên ngoài phạm vi địa giới Nam Ô.

Tăng cường sự tham gia của cộng đồng

Tăng cường sự tham gia của cộng đồng vào hoạt động du lịch nói chung, vào nghề làm mắm nói riêng không chỉ góp phần tạo thêm công ăn việc làm, cải thiện đời sống kinh tế mà còn giúp cộng đồng gắn bó với nghề, bảo vệ và phát huy được nghề truyền thống. Mặc dù, lý thuyết và thực tiễn đã chỉ ra rằng mức độ tham gia của cộng đồng vào du lịch càng cao, du lịch càng phát triển bền vững nhưng nếu người dân không đủ tri thức và các nguồn lực khác thì sự tham gia của cộng đồng địa phương lại sẽ là trở ngại cho sự phát triển. Vì vậy, năng lực của cộng đồng trong việc tổ chức, vận hành các chương trình du lịch cần được xem xét, đánh giá để có cơ chế bố trí, sử dụng nhân lực tại chỗ phù hợp; để thiết kế các chương trình bồi dưỡng năng cao năng lực của cộng đồng, tiến tới trao quyền cho cộng đồng làm du lịch dưới sự hỗ trợ về kỹ thuật, chuyên môn và kinh phí của chính quyền địa phương và các đơn vị hữu quan.

Để tăng cường sự tham gia của cộng đồng, chính quyền địa phương cần đẩy mạnh các mô hình tự quản tại Nam Ô; tạo điều kiện cho cộng đồng dântham gia nhiều hơn vào công tác quản lý tài nguyên du lịch và các hoạt động liên quan, đặc biệt là ở cấp cơ sở - nơi người dân gắn bó và hiểu biết rõ về đặc điểm của địa bàn hoạt động. Bên cạnh đó, tăng cường tương tác, chia sẻ thông tin thông qua đối thoại, lấy ý kiến rộng rãi của người dân làm căn cứ xây dựng chính sách, kế hoạch phát triển du lịch địa phương. Các cơ chế, chính sách phải được xây dựng và ban hành theo hướng đảm bảo sinh kế bền vững, đảm bảo các quyền lợi thiết thực gắn với trách nhiệm của người dân để họ có điều kiện làm tốt vai trò then chốt trong việc bảo tồn và phát huy di sản. Hướng tiếp cận này sẽ góp phần hài hoà nhu cầu của các bên tham gia, tránh xung đột trong quá trình phát triển như thực tế đã diễn ra trong thời gian vừa qua tại làng nghề Nam Ô - khi người dân bị thu hẹp không gian sản xuất nghề mắm hoặc/và bị ảnh hưởng bởi dự án du lịch của doanh nghiệp trên địa bàn.

Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến, phát triển thị trường

Nam Ô chưa được khách du lịch biết tới nhiều, vì vậy, cùng với việc phát triển các sản phẩm mới, nhiệm vụ phát triển thị trường là một yêu cầu quan trọng. Thế mạnh đặc trưng về tài nguyên du lịch tại chỗ và nhu cầu thực tế của thị trường khách như đã phân tích là điều kiện thuận lợi để Nam Ô khai thác thị trường khách du lịch nội địa. Theo đó, nên tập trung vào thị trường khách du lịch có mục đích du lịch nghỉ dưỡng, tham quan, tìm hiểu văn hoá, lịch sử và mua sắm thông qua các loại hình du lịch du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng và du lịch tâm linh.

Để hoạt động tiếp cận và phục vụ thị trường khách hiệu quả, Tỉnh cần có chính sách và cơ chế đẩy mạnh nghiên cứu thị trường, xây dựng chiến lược

marketing du lịch nói chung và các chính sách hỗ trợ xúc tiến du lịch cho Nam Ô nói riêng. Trong bối cảnh công nghệ số phát triển, thông tin được truyền tải trên các mạng xã hội như Facebook, Twister, Tiktok, Instagram… có tác động đáng kể đối với quyết định lựa chọn sản phẩm của khách du lịch, vì vậy cần đặc biệt tập trung vào các hoạt động truyền thông, marketing trên các nền tảng trực tuyến về du lịch cộng đồng Nam Ô để đảm bảo hiệu quả trong việc tiếp cận các thị trường mục tiêu. Bên cạnh đó, các đơn vị quản lý nhà nước về du lịch ở cấp Thành phố, cấp Quận cần thực hiện vai trò đầu mối cùng chính quyền địa phương phối hợp, khuyến khích, hướng dẫn cộng đồng cùng các doanh nghiệp liên quan tận dụng kết quả nghiên cứu thị trường làm căn cứ xây dựng các sản phẩm du lịch, sản phẩm xúc tiến, truyền thông để tiếp cận và phục vụ thị trường; chủ động tiếp cận các doanh nghiệp du lịch lữ hành trên địa bàn thành phố để có thêm nguồn khách và liên kết với các điểm du lịch lân cận để kết hợp nguồn lực nhằm đa dạng hoá sản phẩm, tăng cường khả năng tiếp cận khách, mở rộng và phục vụ nhu cầu đa dạng của thị trường.

Đầu tư, đảm bảo các điều kiện phục vụ

Chính quyền địa phương và các đơn vị hữu quan cần tiếp tục có chính sách đầu tư cho hạ tầng du lịch trong đó chú trọng công tác xã hội hoá để huy động nguồn lực hiệu quả, tạo ra sự đồng bộ cho các dịch vụ cấu thành chuỗi giá trị du lịch, tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển du lịch tại Nam Ô. Theo đó, những điểm hạn chế về hạ tầng du lịch cần được cải thiện như: nâng cấp, mở rộng một số tuyến đường dân sinh nội bộ, hệ thống đường đi đến các điểm du lịch; xây dựng bãi đỗ xe, nhà vệ sinh công cộng; bổ sung biển chỉ dẫn; tăng cường cây xanh, bóng mát trong làng; cải thiện những hạn chế về môi trường thông qua các biện pháp cụ thể như: tăng cường nhận thức cho các bên tham gia; xây dựng bộ quy tắc ứng xử dành cho du khách và dành cho cộng đồng địa phương; chỉnh trang/ nâng cấp hệ thống thoát nước, hệ thống xả thải; quy định, giám sát và có chế tài đối với hoạt động thu gom, xử lý xác mắm, rác thải trong khu vực nhằm đảm bảo sự an toàn, thuận tiện, thân thiện với môi trường.

Đối với cộng đồng dân cư địa phương và nguồn nhân lực phục vụ tại chỗ, bên cạnh việc khuyến khích một bộ phận cộng đồng chuyển đổi sinh kế phù hợp với bối cảnh phát triển, chính quyền địa phương phải đảm bảo được quỹ đất, mặt bằng sản xuất nước mắm của làng nghề bởi đây là điều kiện sống còn để bảo vệ và phát huy giá trị nghề làm nước mắm truyền thống gắn với du lịch cộng đồng. Cùng với việc nâng cao nhận thức của cộng đồng về du lịch, việc quy hoạch, rà soát số lượng, chất lượng nhân lực phục vụ trực tiếp và gián tiếp hoạt động du lịch trong cộng đồng cần được thực hiện để tiến hành công tác đào tạo, đào tạo lại, bồi dưỡng kiến thức kỹ năng nghiệp vụ du lịch cũng như tổ chức các hình thức truyền dạy nghề làm mắm truyền thống, đảm bảo được sự chuyển giao hiệu quả giữa các thế hệ tại cộng đồng địa phương.

Các giải pháp nêu trên cần được thực hiện một cách đồng bộ với sự tham gia của tất cả các bên liên quan, trong đó đề cao vai trò của cộng đồng và sự hài

lòng của du khách để du lịch phát triển hài hoà trong mối quan hệ với việc bảo tồn các giá trị tự nhiên, văn hoá-lịch sử của làng nghề làm nước mắm Nam Ô.

Tài liệu tham khảo

Ban thư ký ASEAN (2016). Tiêu chuẩn Du lịch cộng đồng ASEAN.

Fan, L. (2014). International influence and local response: Understanding community involvement in urban heritage conservation in China. International Journal of Heritage Studies, 20(6), 651-662.https://doi.org/10.1080/13527258.2013.834837.

Li, J., Krishnamurthy, S., Pereira Roders, A., & vanWesemael, P. (2020). Community participation in cultural heritage management: A systematic literature review comparing Chinese and international practices. Cities, 96, 102476. https://doi.org/10.1016/j.cities.2019.102476

Lukhele S.E. (2013). Aninvestigtion into the operationalchallenges of community-based tourismin Swaziland. Master thesis. University of Johannesburg.

Mathieson, A., & Wall, G. (1982). Tourism: Economic, physical and social impacts. Longman.

Murphy, Peter E. (1985). Tourism: a community approach. New York; lodon: Methuen.

Pachamama (2019). Community-Based Tourism, Truy cập ngày 12/6/2023 từ liên kết: http://www.pachamama.org/community-based-tourism.

Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam. Luật Di sản văn hoá (2019). Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia.

Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam. Luật Du lịch (2017). Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia.

Uỷ ban Nhân dân Thành phố Đã Nẵng. (2020). Đề án phát triển du lịch cộng đồng Nam Ô.

Verdini, G. (2015). Is the incipient Chinese civil society playing a role in regenerating historic urban areas? Evidence from Nanjing, Suzhou and Shanghai. Habitat International, 50, 366-372. https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2015.09.008.

Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, (2022) Kỷ yếu hội thảo Thúc đẩy thị trường khách du lịch nội địa trong bối cảnh mới – Thách thức và giải pháp.

Về giải pháp bảo vệ và phát huy Nghề làm nước mắm Nam Ô (Đà Nẵng)

Nguyễn Thức

Đến thời điểm hiện tại (Tháng 10/2023), cả nước đã có 498 di sản văn hóa phi vật thể được Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đưa vào Danh mục Di sản văn hóa phi vật thể quốc gia (Danh mục quốc gia), trong đó có 57 di sản thuộc loại hình nghề thủ công truyền thống được. Trong số 57 di sản này, có 03 di sản gắn với nghề làm nước mắm truyền thống được đưa vào Danh mục quốc gia, gồm: *Nghề làm nước mắm Nam Ô, Đà Nẵng (Quyết định số 2974/QĐ-BVHTTDL ngày 27/8/2019), Nghề làm nước mắm Phú Quốc, Kiên Giang (Quyết định số 1730/QĐ-BVHTTDL ngày 27/5/2021), Nghề làm nước mắm Phú Yên (Quyết định số 71/QĐ-BVHTTDL ngày 12/1/2022)*. Theo quy định hiện hành, đối với các di sản khi lập hồ sơ trình cấp có thẩm quyền xem xét đưa vào Danh mục quốc gia, một trong những yêu cầu bắt buộc là phải thể hiện rõ được "Các biện pháp bảo vệ và phát huy giá trị di sản" đã và sẽ tiến hành trong tương lai để đảm bảo sức sống của di sản. Tuy nhiên, khi xem xét trong mối tương quan tổng thể về các di sản gắn với nghề làm nước mắm, một điều dễ nhận thấy, là định hướng bảo vệ các di sản đều chú trọng mục tiêu giải quyết hài hòa (tương đối) mối quan hệ giữa bảo tồn và phát triển nhưng mỗi địa phương lại có một cách tiệp cận khác với di sản của mình, tùy thuộc vào điều kiện thực tiễn và góc tiếp cận. Từ thực tế này, bài viết bước đầu đặt vấn đề thử tìn một hướng bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa gắn với nghề làm nước mắm nói chung và nước mắm Nam Ô nói riêng từ hướng nhìn thực trạng và tổng thể để cùng nhau thảo luận.

Theo Hồ sơ khoa học di sản văn hóa phi vật thể Nghề làm nước mắm Nam Ô, các biện pháp bảo vệ cơ bản được xác định như sau:

Về định hướng chung:

- Bảotồnnghềlàm nước mắm Nam Ô phảipháthuysựthamgiacủacộngđồnggắnvớisựhỗ trợ của Nhà nước và các tổ chức, doanh nghiệp góp phần tạo việc làm tại chỗ, tăng thu nhập, giảm nghèo, tạo ổn định về an ninh trật tự và an toàn xãhội.

- Bảo tồn nghề làm nước mắm Nam Ô kết hợp với phát triển du lịch thông qua các hoạt động tham quan tại làng nghề gắn kết làng nghề với di tích lịch sử, các lễ hội và các khu du lịch được quy hoạch và xây dựng trên địa bànquận.

- Pháttriểnnghềlàm nước mắm Nam Ô trêncơsởpháttriểnhàihòagiữa sảnxuấtvớibảo vệ môi trường và giữ gìn, phát huy giá trị văn hóa truyền thống của địaphương.

Về giải pháp cụ thể:

- Hỗ trợ về nguồn vốn và đảm bảo về nguyên liệu cho nghề làm nước mắmNam Ô.

- Ứng dụng khoa học công nghệ để nâng cao chất lượng và mẫu mã sản phẩm.

- Phát triển thị trường, tăng cường quảng cáo, tiếp thịsản phẩm.

- Xây dựng chuỗi cung ứng nước mắm an toàn cho sản phẩm.

- Hệ giải pháp nhằm giảm thiểu ô nhiễm môi trường tại làng nghề

- Phát triển nghề truyền thống sản xuất nước mắm Nam Ô thành sản phẩm du lịch.

- Đào tạo đội ngũ kế nghiệp, trao truyền di sản[45].

Với Nghề làm nước mắm Phú Quốc, biện pháp bảo vệ di sản được xác định theo hướng:

- Giữ phương thức khai thác nguyên liệu và công cụ sản xuất truyền thống, tránh tình trạng đánh bắt tận diệt để bảo đảm sự phát triển bền vững của nghề…

- Chính quyền định hướng và có những giải pháp cụ thể để bảo tồn, phát triển nghề trên địa bàn huyện. Theo đó, định hướng chung được xác định là: cộng đồng bảo vệ và phát huy nghề với sự hỗ trợ của chính quyền các cấp, các tổ chức, doanh nghiệp; quy hoạch, bố trí khu vực sản xuất tập trung, đầu tư cơ sở vật chất và xử lý môi trường tại chỗ; bảo vệ nghề kết hợp với phát triển du lịch…

- Hỗ trợ chủ nhà thùng, người thực hành lưu giữ bí quyết nghề nghiệp, hỗ trợ chính sách để phát huy nghề; bảo vệ thương hiệu và chất lượng nước mắm Phú Quốc; thành lập các tổ chức xã hội nghề nghiệp như: Nghiệp đoàn nước mắm Phú Quốc, Hội sản xuất nước mắm Phú Quốc; xây dựng chính sách hỗ trợ, khuyến khích các nghệ nhân, người tham gia thực hành nghề tiếp tục truyền dạy nghề; mở một số lớp tập huấn về du lịch cho một số nhà thùng; quy hoạch khai thác đảm bảo nguồn nguyên liệu...

- Tổ chức kiểm kê, tư liệu hóa về nghề làm nước mắm.

- Trưng bày về nghề làm nước mắn Phú Quốc tại Bảo tàng Kiên Giang, Bảo tàng Cội nguồn.

- Lựa chọn nghệ nhân làm hồ sơ đề nghị xét tặng danh hiệu "Nghệ nhân nhân dân", "Nghệ nhân ưu tú"[46].

Tương tự, với Nghề làm nước mắm Phú Yên, các biện pháp bảo vệ di sản cũng được đề xuất, cơ bản theo định hướng:

"- Chú trọng phát triển làng nghề phù hợp với quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của từng địa phương và dựa trên cơ sở kết hợp giữa phương pháp thủ công truyền thống và từng bước áp dụng khoa học công nghệ hiện đại để tạo ra

[45] Hồ sơ khoa học di sản văn hóa phi vật thể Nghề làm nước mắm Nam Ô, Tư liệu Cục Di sản văn hóa
[46] Theo Hồ sơ khoa học di sản văn hóa phi vật thể Nghề làm nước mắm Phú Quốc, Tư liệu Cục Di sản văn hóa

các sản phẩm phù hợp với thị trường, phục vụ tiêu dùng trong nước và xuất khẩu.

- Thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, giải quyết việc làm, nâng cao thu nhập cho người dân, phù hợp với chủ trương chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa - hiện đại hóa. Xây dựng làng nghề theo quy hoạch, đảm bảo điều kiện vệ sinh môi trường và giữ gìn văn hóa truyền thống của địa phương.

- Phát triển làng nghề kết hợp với phát triển dịch vụ du lịch nhằm thu hút được khách tham quan du lịch, tìm hiểu văn hóa làng nghề, đây cũng là cơ hội để quảng bá, giới thiệu sản phẩm đến trực tiếp với khách hàng"[47].

Theo đó, các giải pháp cụ thể được nhấn mạnh là:

- Hỗ trợ và ưu đãi nguồn vốn đầu tư sản xuất.

- Đảm bảo chất lượng nguồn nguyên liệu.

- Hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm, tích cực tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, thương mại điện tử. Các tổ hội sản xuất nước mắm ở các địa phương liên kết với các doanh nghiệp thương mại để cung ứng việc tiêu thụ sản phẩm, quảng bá thương hiệu như các cửa hàng đặc sản, hệ thống các siêu thị, mở chi nhánh trong và ngoài tỉnh; đa dạng cả về mẫu mã, chất lượng và tạo ra các sản phẩm đặc trưng, phù hợp với hàng lưu niệm, quà tặng phục vụ du lịch, đảm bảo an toàn và tiện lợi trong vận chuyển.

- Thường xuyên tổ chức tập huấn kiến thức về vệ sinh an toàn thực phẩm; tăng cường kiểm tra giám sát cơ sở sản xuất, quy trình sản xuất, nguyên vật liệu; sản phẩm trước khi tiêu thụ phải đảm bảo đầy đủ các tiêu chuẩn.

- Tạo điều kiện trao truyền nghề thông qua việc vận động các nghệ nhân thực hành di sản trao truyền nghề, bí quyết, kỹ năng trong nghề cho thế hệ trẻ; tôn vinh các nghệ nhân xuất sắc, có công gìn giữ và truyền dạy nghề làm nước mắm truyền thống; tổ chức các lớp tập huấn nâng cao năng lực sản xuất kinh doanh nhằm trang bị kiến thức cho các chủ cơ sở về kỹ năng kinh doanh, thị trường, thương hiệu; khuyến khích các tổ hội nghề nghiệp thực hiện việc tư vấn, tập hợp hội viên, giúp đỡ nhau trong sản xuất, kinh doanh; tổ chức tham quan học tập, chia sẻ kinh nghiệm nhằm giúp các nghệ nhân, các hộ sản xuất tiếp cận công nghệ mới, mẫu mã mới, trang thiết bị hiện đại, năng lực cạnh tranh và cách quản lý trong sản xuất kinh doanh.

- Vận động, tuyên truyền phổ biến đến người dân trong làng nghề tích cực nâng cao ý thức bảo vệ môi trường, tập kết chất thải rắn đúng nơi quy định, xử lý chất thải lỏng bằng hệ thống hố ga, tránh gây mùi hôi ảnh hưởng môi trường.

- Liên kết với các đơn vị lữ hành trong và ngoài tỉnh, khảo sát thu thập ý kiến doanh nghiệp để định hướng xây dựng làng nghề trở thành điểm đến hấp

[47]Quyết định số 2549/QĐ-UBND ngày 26/12/2017 của Ủy ban nhân dân tỉnh Phú Yên về việc phê duyệt điều chỉnh quy hoạch phát triển công nghiệp của tỉnh Phú Yên đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (Chuyển dẫn từ Hồ sơ khoa học di sản văn hóa phi vật thể Nghề làm nước mắm Phú Yên, Tư liệu Cục Di sản văn hóa)

dẫn trong chương trình tour phục vụ khách du lịch; xây dựng cửa hàng, khu trưng bày sản phẩm, trình diễn mô hình sản xuất và bán sản phẩm cho khách du lịch tại cửa hàng hoặc tại ngay cơ sở sản xuất; cải tạo chỉnh trang cảnh quan môi trường tại các làng nghề, đảm bảo điều kiện đón khách du lịch; đáp ứng yêu cầu trải nghiệm, khám phá làng nghề, tìm hiểu về phong tục tập quán địa phương, được tham gia làm nước mắm cùng người dân ở một vài công đoạn[48].

Đặc biệt, riêng với nước mắm Nam Ô, một tín hiệu đáng mừng, là sau hơn 1 năm kể từ khi di sản được ghi danh, ngày 31/12/2020, Ủy ban Nhân dân thành phố Đà Nẵng đã ban hành Quyết định số 1142/QĐ-UBND phê duyệt *Đề án "Bảo tồn làng nghề nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch thành phố Đà Nẵng"*. Ở một góc độ nào đó, có thể thấy rằng, thông qua Quyết định này, Ủy ban Nhân dân Thành phố Đà Nẵng đã chú trọng hướng tiếp cận vấn đề bảo tồn nghề làm nước mắm gắn với phát triển kinh tế - xã hội của địa phương, mà cụ thể ở đây là gắn với định hướng phát triển du lịch thành phố. Theo đó, nghề làm nước mắm Nam Ô, ngoài tư cách là một di sản văn hóa phi vật thể, còn được coi là tài nguyên cần được bảo tồn để khai thác phục vụ phát triển du lịch.

Theo Quyết định nêu trên, Đền án hướng tới 02 mục tiêu cụ thể sau:

1) Xây dựng sản phẩm nước mắm Nam Ô trở thành sản phẩm du lịch[49];

2) "Xây dựng làng nghề thành một điểm du lịch của Thành phố nhằm giới thiệu, tiêu thụ sản phẩm nước mắm và các sản phẩm liên quan của làng nghề; khai thác tiềm năng các di tích, phong cảnh cũng như các hoạt động văn hóa văn nghệ của địa phương. Từ đó thúc đẩy phát triển kinh tế của địa phương, tạo việc làm ổn định cho lao động tại địa phương, từng bước nâng cao đời sống vật chất và tinh thần cho nhân dân"[50].

Theo đó, để đạt được các mục tiêu này, Đề án sẽ tập vào thực hiện một số nhiệm vụ cụ thể, như: Bảo tồn và phát triển nghề làm nước mắm (Khôi phục đội tàu đánh cá từ 3- 4 chiếu để chủ động về nguyên liệu, khuyến khích và tạo điều kiện cho người dân đóng tàu thuyền tham gia đánh bắt nhằm tăng quy mô và sản lượng phục vụ phát triển nghề; Ứng dụng tiến bộ khoa học – kỹ thuật vào quản lý, sản xuất; Tư vấn, hỗ trợ đào tạo, bồi dưỡng kiến thức nhằm nâng cao trình độ quản lý, sản xuất cho các bên liên quan, và, có chính sách tôn vinh đối với nghệ nhân).

Bên cạnh đó, Đề án cũng chú trọng đến việc đầu tư cơ sở hạ tầng, chỉnh trang đô thị, đảm bảo an ninh trật tự và vệ sinh môi trường; nâng cao chất lượng sản phẩm, mẫu mã sản phẩm, giá thành sản phẩm; tăng cường tuyên truyền, quảng bá tiếp thị về sản phẩm và di sản; phát triển du lịch làng nghề; có chính sách hỗ trợ phát triển làng nghề...

[48] Hồ sơ khoa học di sản văn hóa phi vật thể Nghề làm nước mắm Phú Yên, Tư liệu Cục Di sản văn hóa

[49] Trong mục tiêu này, Dự án cũng đề ra các chỉ tiêu cụ thể về lượng sản phẩm tiêu thụ (2000.000 - 250.000 lít/năm); nâng cao chất lượng, mẫu mã bao bì, nhãn mác sản phẩm để tạo ra thương hiệu sản phẩm riêng biệt; Nâng cao thu nhập bình quân đầu người cho lang động làm nghề: Tăng từ 3-4 triệu đồng/người/tháng (2020) lên 4.5 – 5 triệu đồng/người/tháng vào năm 2025; Hỗ trợ bồi dưỡng, nâng cao trình độ quản lý kinh doanh cho Hội làng nghề và các hộ làm nghề, chủ cơ sở sản xuất, kinh doanh; (Xem thêm: Quyết định số 1142/QĐ-UBND ngày 31/12/2020, Ủy ban Nhân dân thành phố Đà Nẵng)

[50] Quyết định số 1142/QĐ-UBND ngày 31/12/2020 của Ủy ban Nhân dân thành phố Đà Nẵng

Tổng kinh phí của Đề án, dự trù khoảng 4.665.000.000đ (Bốn tỉ sáu trăm sáu mươi lăm triệu đồng). Việc thực hiện được giao cho Ủy ban Nhân dân quận Liên Chiểu chủ trì, với sự tham gia đầy đủ của các sở, ban ngành và cơ quan truyền thông (Sở Nông nghiệp và phát triển nông thôn, Sở Tài chính, Sở Công thương, Sở Du lịch, Sở Khoa học và công nghệ, Sở Văn hóa và Thể thao, Sở Tài nguyên Môi trường, Sở Lao động Thương binh và Xã hội, Ban Quản lý An toàn thực phẩm thành phố, Đài Phát thanh và Truyền hình Đà Nẵng, Báo Đà Nẵng, Báo Công an Đà Nẵng, Cổng Thông tin điện tử thành phố) song, có một điều đáng tiếc là Đề án lại chưa thực sự chú trọng vai trò của cộng đồng chủ thể di sản, đặc biệt là những người trực tiếp hành nghề, đội ngũ nghệ nhân trong công tác bảo vệ và phát huy giá trị di sản, trong khi chính họ mới là chủ nhân sáng tạo, duy trì và đang thực hành nghề (Nước mắm Nam Ô)… Một điểm đáng quan tâm khác, là qua các nội dung công việc cụ thể được thực hiện trong Đền án[51], những người làm công tác di sản cũng không khỏi chạnh lòng khi Đề án quá chú trọng đến vấn đề khai thác giá trị di sản (phục vụ phát triển du lịch), trong khi các nội dung công việc trực tiếp liên quan đến công tác bảo vệ giá trị di sản văn hóa lại được đầu tư ở mức khiêm tốn và thiếu trọng tâm.

Thực tiễn và lịch sử hình thành và phát triển của di sản cho thấy, Nước mắm Nam ô là một nghề thủ công truyền thống, do đó các vấn đề về khai thác và sử dụng nguyên liệu truyền thống, phương pháp truyền thống, kỹ thuật truyền thống, tri thức kinh nghiệm, chất lượng sản phẩm, thị trường tiêu thụ sản phẩm, phổ biến và truyền dạy kỹ thuật truyền thống, kỹ năng nghề nghiệp truyền thống[52]… mới thực sự là những nhân tố quan trọng, quyết định sức sống và sự phát triển của nghề. Mặt khác, theo quy luật phát triển, một ngành nghề được cộng đồng duy trì và phát triển chỉ khi nó mang lại nguồn thu nhập đủ để đảm bảo cho cuộc sống của họ. Khi cơ sở này được đảm bảo thì mối quan hệ liên kết đa ngành để cùng phát triển bền vững mới được định hình và phát triển. Theo đó, định hướng "bảo tồn nghề làm nước mắm Nam Ô phải phát huy sự tham gia của cộng đồng gắn với sự hỗ trợ của Nhà nước và các tổ chức, doanh nghiệp góp phần tạo việc làm tại chỗ, tăng thu nhập, giảm nghèo, tạo ổn định về an ninh trật tự và an toàn xã hội" như xác định trong hồ sơ khoa học di sản là một định hướng đúng đắn, cần được xem trọng, ưu tiên

[51] Xem thêm: Phụ lục (Tr. 7- 8) ban hành kèm theo Quyết định số 1142/QĐ-UBND ngày 31/12/2020 của Ủy ban Nhân dân thành phố Đà Nẵng

[52] Nhà nước khuyến khích duy trì, phục hồi và phát triển nghề thủ công truyền thống thông qua các biện pháp sau đây:

1. Điều tra, phân loại các nghề thủ công truyền thống trong phạm vi cả nước; hỗ trợ việc duy trì và phục hồi các nghề thủ công truyền thống có giá trị tiêu biểu hoặc có nguy cơ bị mai một, thất truyền;

2. Tạo điều kiện thuận lợi cho việc khai thác và sử dụng vật liệu truyền thống;

3. Có chính sách khuyến khích và hỗ trợ việc sử dụng các phương pháp, kỹ thuật thủ công truyền thống;

4. Đẩy mạnh việc quảng bá sản phẩm thủ công truyền thống ở thị trường trong nước và nước ngoài bằng nhiều hình thức;

5. Đề cao và tạo điều kiện thuận lợi cho việc phổ biến và truyền dạy kỹ thuật, kỹ năng nghề nghiệp các nghề thủ công truyền thống có giá trị tiêu biểu;

6. Có chính sách ưu đãi về thuế đối với các hoạt động duy trì, phục hồi và phát triển nghề thủ công truyền thống có giá trị tiêu biểu theo quy định của pháp luật về thuế. (Điều 7, Nghị định số 98/2010/NĐ-CP ngày 21 tháng 9 năm 2010 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật di sản văn hóa và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật di sản văn hóa)

giải quyết thỏa đáng để đảm bảo sức sống và giá trị của di sản trong quá trình khai thác di sản. Đây cũng là cơ sở quan trọng để đảm bảo gắn kết hoạt động bảo tồn di sản văn hóa này với phát triển bền vững kinh tế - xã hội của địa phương (trong đó có phát triển du lịch) trong xu thế hiện nay./.

Khai thác lợi thế và tiềm năng tài nguyên du lịch tại làng Nam Ô để phát triển du lịch cộng đồng và bảo tồn di sản văn hoá phi vật thể Nghề làm nước mắm Nam Ô

ThS. Tưởng Thị Hoàng Nga

(Đại học Ngoại ngữ Đà Nẵng)

1. Một số khái niệm

Theo khoản 4 Điều 3 Luật Du lịch 2017, tài nguyên du lịch là cảnh quan thiên nhiên, yếu tố tự nhiên và các giá trị văn hóa làm cơ sở để hình thành sản phẩm du lịch, khu du lịch, điểm du lịch, nhằm đáp ứng nhu cầu du lịch.

Tại Điều 15 Luật Du lịch 2017 đã phân loại tài nguyên du lịch, bao gồm:

- Tài nguyên du lịch tự nhiên bao gồm cảnh quan thiên nhiên, các yếu tố địa chất, địa mạo, khí hậu, thủy văn, hệ sinh thái và các yếu tố tự nhiên khác có thể được sử dụng cho mục đích du lịch.

- Tài nguyên du lịch văn hóa bao gồm di tích lịch sử - văn hóa, di tích cách mạng, khảo cổ, kiến trúc; giá trị văn hóa truyền thống, lễ hội, văn nghệ dân gian và các giá trị văn hóa khác; công trình lao động sáng tạo của con người có thể được sử dụng cho mục đích du lịch.

Du lịch cộng đồng là loại hình du lịch được phát triển trên cơ sở các giá trị văn hóa của cộng đồng, do cộng đồng dân cư quản lý, tổ chức khai thác và hưởng lợi (Khoản 15 Điều 3 Luật Du lịch). Đồng thời, để phát triển du lịch cộng đồng, cá nhân, hộ gia đình nơi phát triển du lịch cộng đồng được ưu đãi, khuyến khích cung cấp dịch vụ lưu trú, ăn uống; hướng dẫn khách du lịch tham quan, trải nghiệm văn hóa, nếp sống tại cộng đồng; sản xuất hàng hóa, hàng thủ công truyền thống và các dịch vụ khác phục vụ khách du lịch (khoản 1 Điều 19 Luật Du lịch).

2. Đánh giá lợi thế và tiềm năng tài nguyên du lịch để phát triển du lịch cộng đồng tại Nam Ô

a) Vị trí địa lý và hệ thống giao thông

Làng Nam Ô có vị trí nằm ở ven biển tại khu vực phía Tây Bắc vịnh Đà Nẵng, nằm gần chân đèo Hải Vân với nhánh sông Cu Đê đổ ra biển. Làng được bao bọc bởi núi, sông, biển, cây cối xanh tươi, nước biển xanh ngọc, khí hậu mát mẻ và điều đặc biệt nhất là khu vực ghềnh đá Nam Ô với cảnh quan đẹp.

Làng Nam Ô cách trung tâm thành phố Đà Nẵng khoảng 13km về phía Tây Bắc và kết nối với trung tâm thành phố bằng hai tuyến đường chính là đường ven biển Nguyễn Tất Thành và quốc lộ 1A.

b) Về tài nguyên du lịch tại Nam Ô

- Di tích lịch sử và lễ hội

Tại làng và khu vực lân cận có nhiều di tích như dinh Cô Hồn (hay còn gọi là miếu Âm Linh làng Nam Ô), miếu Bà Liễu Hạnh, lăng Ông Nam Ô, miếu thờ Huyền Trân Công chúa, mộ tiền hiền làng, hay đình Xuân Dương, các giếng vuông... với những giai thoại, câu chuyện kỳ bí.

Từ năm 2021, cụm di tích lịch sử Nam Ô bao gồm đình Nam Ô, lăng Ông, dinh Âm Linh, nghĩa trủng Nam Ô, miếu bà Liễu Hạnh, miếu bà Bô Bô, giếng Lăng được xếp hạng di tích lịch sử cấp thành phố.

Đồng thời, các lễ hội ở Nam Ô mang đặc trưng văn hóa tín ngưỡng ngành nghề rõ rệt, chẳng hạn như hai lễ hội lớn, có lịch sử hàng trăm năm qua, đó là lễ tế cô hồn tại Miếu Âm Linh và lễ hội cầu ngư tại Lăng Ông Nam Ô; hay lễ tế đình làng Kỳ Yên để mong thuận lợi đường buôn bán, lễ vía Bà Phường Buôn 24 tháng Giêng-cầu mua may bán đắt…Trong các lễ hội, bên cạnh các hoạt động lễ tế, người dân địa phương vẫn bảo tồn và duy trì lối hát dân ca hò khoan của địa phương. Chẳng hạn như lễ cầu ngư tại Lăng Ông Nam Ô diễn ra vào ngày 16 tháng 2 âm lịch hàng năm, người dân của làng Nam Ô đã có nhiều tiết mục dân ca hò khoan trong chương trình "Cả làng cùng hát" được người dân đánh giá khá cao. Hay mỗi độ Tết đến xuân về, tại phường Hòa Hiệp Nam tổ chức hô hát bài chòi từ đêm giao thừa đến mồng 4 Tết.

Bên cạnh các di tích lịch sử, ghềnh đá Nam Ô hay còn gọi là bãi Rạn Nam Ô mang vẻ đẹp hoang sơ với những tảng đá lớn, nhỏ nhiều hình dáng, chen lẫn trong cát. Trong những ngày đầu xuân mới, rêu xanh kết thành thảm trên các khối đá tạo nên quang cảnh đẹp và nơi này đã trở nên thành điểm check-in của người dân và du khách.

- Di sảnvăn hóa - Nghề làm nước mắm Nam Ô và công tác bảo tồn

Nghề làm nước mắm Nam Ô trải qua bao thăng trầm, bị cạnh tranh với các sản phẩm cùng loại trên thị trường, thu nhập người làm nghề bấp bênh và tưởng chừng như nghề bị quên lãng. Tuy nhiên, với lòng yêu nghề, đến năm 2004, nghề làm nước mắm chính thức được khôi phục và phát triển với những kinh nghiệm dân gian, bí quyết, kỹ thuật làm mắm được bảo tồn và lưu truyền.

Thương hiệu Nước mắm Nam Ô đã được đăng ký Logo, nhãn mác tập thể tại Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam và UBND thành phố Đà Nẵng công nhận sản phẩm nông nghiệp nông thôn tiêu biểu năm 2016. Năm 2019, nghề làm nước mắm Nam Ô được công nhận là di sản văn hóa phi vật thể quốc gia.

Đến nay, đã có 3 thương hiệu của Làng nghề được công nhận sản phẩm OCOP cấp thành phố, là: Nước mắm Bình Minh, Nước mắm Hương Làng Cổ và Nước nắm Nam Ô - Hiệp Hải.

Đồng thời, để bảo tồn và phát huy giá trị truyền thống của nghề sản xuất nước mắm Nam Ô, nâng cao giá trị và danh tiếng của sản phẩm nước mắm Nam Ô làm cơ sở cho sự phát triển thị trường sản phẩm trong thời gian tới, Sở Khoa học và Công nghệ thành phố đang hỗ trợ thực hiện 03 nhiệm vụ khoa học và công nghệ, gồm: Nghiên cứu xây dựng chuỗi cung ứng nước mắm an toàn cho

nước mắm Nam Ô;Nghiên cứu một số giải pháp nâng cao chất lượng và đa dạng hoá sản phẩm nước mắm Nam Ô; và Nghiên cứu xử lý bã thải mắm làm phân bón hữu cơ cho cây trồng tại làng nghề nước mắm Nam Ô, thành phố Đà Nẵng.

- Ẩm thực tại địa phương

Làng Nam Ô với vị trí sát biển địa lý và người dân làng Nam Ô đã làm nghề khai thác thủy sản từ nhiều đời nên ngoài nước mắm là đặc sản của Nam Ô, người dân Nam Ô còn sử dụng các loại hải sản và sản vật từ biển để chế biến thành nhiều món đặc sản của địa phương. Chẳng hạn như, người dân philê cá trích kết hợp với các loại rau rừng, nước chấm để chế biến ra các món gỏi cá Nam Ô với hương vị đậm đà, khó quên (Hình 1); các loại cá được đánh bắt từ biển Nam Ô được chế biến thành chả cá để chế biến thành món bún chả cá.

Vào khoảng tháng 10, 11 âm lịch, mứt biển mọc trên các rạn đá, người dân làng Nam Ô bắt đầu thu hoạch mứt. Từ ngày xưa, đây là món ăn tiến vua nhờ sự thơm ngon, bổ dưỡng của nó. Ngày nay, mứt biển còn được người dân ưu ái gọi là "lộc trời" bởi lợi ích kinh tế cao. Mứt biển được người dân để chế biến mứt biển như hầm xương, nấu canh, xào lăn… hoặc phơi khô để bảo quản được lâu.

c) Các dịch vụ du lịch

Trong những năm gần đây, một số hoạt động du lịch đã được người dân và doanh nghiệp sản xuất nước mắm tại làng Nam Ô thực hiện.

Cụ thể là, Doanh nghiệp nước mắm Hồng Hương với thương hiệu "Nước mắm Nam Ô – Hương Làng cổ" đã triển khai hoạt động trải nghiệm quy trình sản xuất nước mắm và giới thiệu về biển Nam Ô: bãi biển, thúng, lưới, các loại rong biển, con còng, rau muống biển…

Ngoài ra, tại khu vực bãi đá rêu và tham quan xung quanh ghềnh Nam Ô, người dân đã tổ chức một số hoạt động du lịch tự phát như chụp ảnh, ăn uống, tắm biển. Các dịch vụ phục vụ khách tại đây cũng mang yếu tố tự phát: dựng lều bạt, bán quán ăn nhỏ (khoảng 15 hộ) và dịch vụ trông giữ xe gắn máy (khoảng 05 hộ) dẫn đến việc xả rác thải không đúng nơi quy định gây ô nhiễm, tranh chấp tranh giành khách gây mất an toàn trật tự, du khách ở lại qua đêm gây mất an ninh và tiềm ẩn nguy cơ gây cháy nổ. Bên cạnh đó, khu vực này chưa có lực lượng cứu hộ nên không đảm bảo an toàn cho du khách khi tự ý tắm biển tại đây.

d)Nguồn lực phục vụ du lịch

Các dịch vụ du lịch hiện có tại làng Nam Ô chủ yếu là người dân địa phương, ngư dân có trình độ thấp, chưa được đào tạo qua các lớp bồi dưỡng nghiệp vụ du lịch, kỹ năng cứu hộ, phát triển kinh tế từ hoạt động du lịch.

đ) Đánh giá chung

Với những đặc điểm về vị trí địa lý, điều kiện tự nhiên và các tài nguyên du lịch nêu trên cho thấy nước mắm Nam Ô - di sản phi vật thể được xem là

"linh hồn", là sản phẩm chính tạo nên sự nổi tiếng của làng Nam Ô. Bên cạnh đó, làng Nam Ô có các tiềm năng để phát triển du lịch cộng đồng, bao gồm: cảnh quan thiên nhiên, cụm di tích lịch sử, ẩm thực địa phương. Người dân địa phương đã tổ chức và tham gia các dịch vụ du lịch tại làng Nam Ô mặc dù là những hoạt động mang tính tự phát và chưa được tập huấn, đào tạo.

Do đó, cần triển khai các giải pháp biến nước mắm Nam Ô thành sản phẩm phục vụ du lịch; khắc phục, hạn chế tồn tại về cơ sở hạ tầng, sớm đào tạo nhân lực tại chỗ phục vụ du lịch và huy động sự tham gia của người dân trong hướng dẫn khách du lịch tham quan, trải nghiệm văn hóa, nếp sống tại cộng đồng…

3. Đề xuất giải pháp phát triển du lịch cộng đồng tại Nam Ô kết hợp bảo tồn di sản văn hóa nghề nước mắm Nam Ô

Bên cạnh các giải pháp các giải pháp phát triển du lịch cộng đồng được phê duyệt theo Quyết định số 720/QĐ-UBND ngày 02/3/2020 của UBND thành phố về việc ban hành Đề án phát triển du lịch cộng đồng Nam Ô, trong khuôn khổ tham luận này căn cứ lợi thế và tiềm năng về tài nguyên du lịch tại nơi đây, chúng tôi đề xuất một số giảp pháp sau:

a) Giải pháp bảo tồn nghề làm nước mắm Nam Ô

-Vinh danh các nghệ nhân tiêu biểu của nghề và đào tạo đội ngũ kế nghiệp sản xuất nước mắm tại làng nghề

+ Lập các thủ tục cần thiết để tôn vinh và xét tặng các danh hiệu cao quý đối với các nghệ nhân tiêu biểu, có công gìn giữ và phát huy nghề truyền thống làm nước mắm Nam Ô. Đồng thời, áp dụng chính sách đãi ngộ, hỗ trợ đối với các nghệ nhân thực hiện tốt trao truyền di sản cho cộng đồng.

+ Các nghệ nhân của làng nghề sẽ truyền thụ kỹ thuật, bí quyết thực hành nghề làm nước mắm cho các lao động trẻ, người mới học nghề và mọi đối tượng có nhu cầu tìm hiểu về nghề và học nghề.

-Tăng cường quảng cáo, tiếp thị

Ưu tiên đẩy mạnh các hoạt động quảng cáo, giới thiệu sản phẩm như:

+ Trang thông tin điện tử của: UBND thành phố, các Sở, ngành như: Du lịch, Công thương, Kế hoạch - Đầu tư, Nông nghiệp- Phát triển nông thôn…;UBND các quận và phường/xã trên địa bàn thành phố cũng như trang nuocmamnamo.vn của Công ty TNHH mắm Hồng Hương.

Khuyến khích các cơ sở sản xuất sử dụng các trang mạng xã hội (như facebook) cung cấp thông tin, quảng cáo về du lịch, sản phẩm nước mắm đến với du khách và người tiêu dùng được nhanh chóng, thuận lợi.

+ Hỗ trợ quảng cáo trên sóng truyền hình trung ương như VTV (6 tháng/lần);Dán logo, áp phích quảng cáo nước mắm Nam Ô trên các phương tiện lưu thông như xe bus, tàu khách… hoặc tại một số siêu thị như Coop Mart,

Big C, điểm du lịch trên địa bàn thành phố như Công viên Biển Đông, Bà Nà Hills…

- *Củng cố bộ máy Hội làng nghề nước mắm truyền thống Nam Ô* nhằm tăng cường vai trò là trung tâm liên kết, hỗ trợ các hộ sản xuất nước mắm trong quảng bá, tiêu thụ sản phẩm.

Tiếp tục bồi dưỡng trang bị kiến thức cho Ban chấp hành Hội Làng nghề về công tác hội để tư vấn, tập hợp hội viên, giúp đỡ hội viên trong sản xuất, kinh doanh.

Khi Hiệp hội nước mắm truyền thống Việt Nam được thành lập, Hội làng nghề tham gia vào Hiệp Hội để nâng cao vai trò và cũng là để quảng bá sản phẩm nước mắm của làng nghề.

- Giải pháp về môi trường

+ Tuyên truyền, phổ biến các quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường cho các cơ sở sản xuất, cụ thể là Thông tư số 31/2016/TT-BTNMT về bảo vệ môi trường cụm công nghiệp, khu kinh doanh, dịch vụ tập trung, làng nghề và cơ sở sản xuất, kinh doanh, dịch vụ ban hành ngày 14 tháng 10 năm 2016 của Bộ trưởng Bộ Tài nguyên và Môi trường (gọi tắt là Thông tư 31/2016).

+ Trước mắt, tổ chức các hoạt động khuyến khích các cơ sở thu gom và tái chế chất thải trong quá trình sản xuất nước mắm.

Khuyến khích các hộ gia đình, cơ sở sản xuất đăng ký kinh doanh nhằm đảm bảo về cơ sở pháp lý trong sản xuất kinh doanh và cam kết bảo vệ môi trường.

+ Áp dụng kết quả nghiên cứu của nhiệm vụ "Nghiên cứu xử lý bã thải mắm làm phân bón hữu cơ cho cây trồng tại làng nghề nước mắm Nam Ô, thành phố Đà Nẵng" nhằm giải quyết vấn đề chất thải rắn từ nghề nước mắm tại địa phương.

+ Khi triển khai chỉnh trang đô thị tại làng nghề cần quan tâm đến hệ thống thu gom nước thải trong làng nghề.

- Áp dụng các biện pháp trước mắt nhằm một số hạn chế trong bảo quản và sử dụng nước mắm Nam Ô

Nước mắm Nam Ô hiện nay được đánh giá khá cao về vệ sinh an toàn thực phẩm nhờ không có chất bảo quản và độ đạm đều đảm bảo theo TCVN 5107: 2003 . Trong khi đó, một số người dân lại cho rằng nước mắm Nam Ô có mùi khó chịu khi để lâu. Do đó, trước mắt khi nhiệm vụ "Nghiên cứu một số giải pháp nâng cao chất lượng và đa dạng hoá sản phẩm nước mắm Nam Ô" đưa ra các giải pháp khoa học công nghệ, khuyến khích sử dụng chai thủy tinh để đựng nước mắm vì đây là giải pháp tốt nhất, an toàn nhất để đựng nước mắm nguyên chất giữ được mùi vị thơm ngon; nên sử dụng những chai dung tích nhỏ nhằm rút ngắn thời gian sử dụng.

+ Về lâu dài, các cơ sở sản xuất trong làng nghề phải xây dựng đánh giá tác động môi trường hoặc xác nhận kế hoạch bảo vệ môi trường hoặc có báo cáo

về các biện pháp bảo vệ môi trường theo quy định tại Điều 17 Thông tư 31/2016 tại làng nghề trình UBND phường.

UBND phường xây dựng phương án bảo vệ môi trường làng nghề trình UBND quận xem xét, phê duyệt. Ủy ban nhân dân quận gửi lấy ý kiến tham vấn Sở Tài nguyên và Môi trường, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn trong quá trình xem xét, phê duyệt phương án bảo vệ môi trường làng nghề.

Hằng năm, UBND quận bố trí kinh phí đảm bảo thực hiện các nhiệm vụ về bảo vệ môi trường làng nghề trên địa bàn.

b) Các giải pháp phát triển du lịch cộng đồng tại làng Nam Ô

- Công tác tập huấn phục vụ du lịch cộng đồng cho người dân

Tập huấn các kỹ năng phục vụ khách du lịch cho người dân địa phương và hướng dẫn sử dụng các tài liệu về lịch sử hình thành và phát triển của nghề sản xuất nước mắm Nam Ô.

- Đầu tư cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch

+ Hình thành khu trưng bày làng nghề

+ Trùng tu, cải tạo và bảo tồn các di tích

Trên cơ sở Đề án "*Bảo tồn và phát huy giá trị di tích trên địa bàn quận Liên Chiểu giai đoạn 2015-2022*" đã được phê duyệt, các cơ quan chức năng của quận triển khai công tác trùng tu, cải tạo các di tích trên địa bàn quận nói chung và ưu tiên cho các di tích tại làng Nam Ô nói riêng, như dinh Âm Hồn, miếu Bà Liễu Hạnh... Bên cạnh đó, huy động tài chính từ người dân địa phương để cùng nhà nước trùng tu, bảo tồn các di tích tại địa phương.

Đồng thời, lập bản đồ mạng lưới di tích trên địa bàn để gắn với phát triển du lịch.

+ Vận động các cơ sở sản xuất và hộ dân sản xuất nước mắm tu bổ nhà ở, nhà xưởng/nơi sản xuất nước mắm phù hợp để có thể làm nơi trình diễn, tham quan phục vụ du khách.

+ Đầu tư chỉnh trang đô thị trong làng nghề, bao gồm các nội dung:

(i) Giải tỏa mở rộng đường khoảng 1,5m, đặc biệt tại một số điểm "nút thắt" giao thông tại làng nghề.

(ii) Cải tạo đường giao thông trong làng nghề và hệ thống giao thông đến các di tích, điểm du lịch trên địa bàn.

(iii) Gắn các bảng chỉ dẫn đến làng nghề và các di tích, địa điểm du lịch tại làng nghề và các khu vực lân cận.

(iv) Quy hoạch các điểm phục vụ khách tại khu vực từ ghềnh đá Nam Ô cho đến bãi tắm Nam Ô nhằm hạn chế tình trạng người dân địa phương tự dựng lều quán buôn bán phục vụ du khách khi đến đây ngắm cảnh, tắm biển…gây mất trật tự an ninh và ô nhiễm môi trường như đã xảy ra trong những năm qua.

(v) Xây dựng các điểm dừng chân nghỉ mát cho khách du lịch tại một số điểm khi tham quan trong làng nghề, tại các di tích. Chẳng hạn như, diện tích khu giếng vuông giữa Dinh Âm hồn và Lăng Ông Nam Ô…

- Các hoạt động hỗ trợ phục vụ du lịch cộng đồng

+ Biên soạn tài liệu giới thiệu về làng nghề nước mắm Nam Ô và các di tích, lễ hội tại Nam Ô.

+ Nghiên cứu, sưu tầm các tài liệu liên quan để biên soạn tài liệu về lịch sử hình thành, phát triển nghề sản xuất nước mắm Nam Ô để người dân địa phương hoặc các công ty lữ hành giới thiệu với du khách tại đây. Đồng thời, giúp lưu trữ được lịch sử của nghề nước mắm Nam Ô cho thế hệ sau; xây dựng các đoạn phim tư liệu về hoạt động sản xuất để trình chiếu tại khu trưng bày làng nghề.

+ Xây dựng tài liệu, các đoạn phim giới thiệu về các di tích, lễ hội trên địa bàn.

+ Thành lập Đội văn nghệ làng Nam Ô: Hiện nay, phong trào văn nghệ tại làng nghề được người dân địa phương hưởng ứng khá tích cực nên việc thành lập đội văn nghệ khá thuận lợi. Huy động người dân địa phương từ phụ nữ, nông dân, thanh thiếu niên nhi đồng tham gia. Trong đó, vận động một số thành viên nòng cốt - gồm những người biết hát và biết các bài hát dân ca, tuồng tích tại địa phương- là những người tham gia hướng dẫn tập luyện cũng như giữ gìn lối hát dân ca của địa phương.

- Tăng cường quảng bá du lịch làng nghề nước mắm Nam Ô

+ Xây dựng phóng sự về làng nghề Nam Ô và giới thiệu các điểm tham quan, du lịch từ đó có thể phát trên các phương tiện truyền hình Đà Nẵng, khu vực miền Trung và đăng trên các trang mạng xã hội.

+ Liên kết với các công ty lữ hành trên địa bàn thành phố Đà Nẵng và Thừa Thiên Huế: Bổ sung làng nghề nước mắm Nam Ô vào các tour du lịch hiện có như tour Đà Nẵng-Bà Nà Hills; Đà Nẵng- Vịnh Lăng Cô - Huế, Đà Nẵng - Huế- Quảng Bình…

Sử dụng mô hình gắn sản xuất nước mắm và du lịch tại Công ty TNHH mắm Hồng Hương làm thí điểm để nhận rộng tại một số hộ dân, cơ sở sản xuất đủ điều kiện đón khách du lịch đến tham quan.

+ Giới thiệu và khuyến khích khách du lịch:

Tham gia các lễ hội tại làng nghề như lễ hội cầu ngư tại Lăng Ông Nam Ô, lễ tế cô hồn tại Miếu Âm Linh… Bên cạnh tham gia phần lễ, du khách có thể tham gia các trò chơi dân gian, thưởng thức các làn điệu dân ca hò khoan của đội văn nghệ làng trình diễn…

Từ đó, kết hợp tham quan tại khu trưng bày nước mắm hoặc trình diễn sản xuất nước mắm tại làng nghề.

+ Xây dựng tour du lịch bằng đường sông từ làng nghề nước mắm Nam Ô - dọc sông Cu Đê lên Trường Định - Khu du lịch sinh thái cộng đồng tại thôn Tà Lang - Giàn Bí (xã Hòa Bắc, huyện Hòa Vang).

Trên đây là những lợi thế và tiềm năng tài nguyên du lịch tại làng Nam Ô và một số giải pháp nhằm khai thác những lợi thế và tiềm năng đó trong phát triển du lịch cộng đồng vừa bảo tồn di sản văn hoá phi vật thể Nghề làm nước mắm Nam Ô./.

Nghề làm nước mắm truyền thống ở Việt Nam
Những tương đồng và khác biệt

ThS. Nguyễn Đình Thịnh
(Trường Đại học Văn hóa Tp. HCM)

1. Mở đầu

Là một quốc gia ven biển nằm trong khu vực trung tâm của Đông Nam Á, vùng biển Việt Nam nối liền tuyến giao thông vận tải đường biển giữa Ấn Độ Dương với Thái Bình Dương. Bờ biển Việt Nam dài 3.260 km, từ Quảng Ninh ở phía đông bắc tới Kiên Giang ở phía tây nam. Tính trung bình tỷ lệ diện tích theo số km bờ biển thì cứ 100 km^2 có 1 km bờ biển (so với trung bình của thế giới là 600km^2 đất liền trên 1 km bờ biển). Biển có vùng nội thủy, lãnh hải, vùng đặc quyền kinh tế và thềm lục địa với diện tích trên 1 triệu km^2 (gấp ba lần diện tích đất liền: 1 triệu km^2/330.000km^2)[53]. Đây là một trong những lợi thế của Việt Nam về tiềm năng phát triển kinh tế biển như đóng tàu, vận tải đường biển, phát triển cảng và công trình đường thủy, khai thác thủy hải sản, khai thác tài nguyên khoáng sản biển và dầu khí, du lịch biển và hải đảo, dịch vụ đường biển và các ngành khác liên quan (tin học ứng dụng). Và trong số những tiềm năng này, không thể không đề cập đến các làng nghề làm nước mắm suốt dọc chiều dài bờ biển quốc gia.

Nước mắm có lịch sử tồn tại lâu đời trong đời sống và văn hóa của người Việt. Vừa là gia vị, vừa là món ăn, góp phần tăng cường sinh lực cho con người vừa là nét văn hóa ẩm thực mang đậm bản sắc của cộng đồng cư dân Việt. Theo sử liệu, muộn nhất là vào trước năm 997, người Việt đã biết làm và dùng nước mắm: "Đinh Dậu, Ứng Thiên năm thứ 4 (997)… mùa hạ, tháng 4, nhà Tống phong vua làm Nam Bình Vương. Vua sai sứ sang nước Tống đáp lễ. Vua Tống ban chiếu thư khen ngợi. Trước kia sứ Tống sang thường mượn cớ đòi cống nước mắm, nhân thế bắt đóng góp. Đến đây Tống Chân Tông, nghe biết chuyện ấy, chỉ sai quan giữ biên giới gọi đến nhận mệnh, không sai sứ sang nữa".[54] SauĐại Việt sử ký toàn thư, nước mắm còn xuất hiện trong các trước tác như Phủ biên tạp lục (của Lê Quý Đôn, ấn hành vào cuối thế kỷ XVIII), Lịch triều hiến chương loại chí (của Phan Huy Chú, đầu thế kỷ XIX), Gia Định thành thông chí (của Trịnh Hoài Đức, đầu thế kỷ XIX) và trong các bộsử của triều Nguyễn như Khâm địnhĐại Nam hội điển sự lệ và Đại Nam nhất thống chí,…

Trong bài viết này, chúng tôi đề cập đến sự tương đồng và khác biệt của nghề làm nước mắm tại 5 làng nghề nước mắm truyền thống ở Việt Nam hiện nay: nước

[53] Trần Nam Tiến (2011), *Khái quát về biển của Việt Nam,* NXB Trẻ(https://tuoitre.vn/khai-quat-ve-bien-cua-vn-508690.htm) truy cập lúc 16g35, ngày 2/10/2023

[54]*Đại Việt sử ký toàn thư*, Bản in Nội các quan bản, Tập 1, NXB Khoa học Xã hội, Hà Nội (2004) trang 235.

mắm Cát Hải (Hải Phòng), nước mắm Nam Ô (Đà Nẵng), nước mắm Phú Yên, nước mắm Phan Thiết (Bình Thuận) và nước mắm Phú Quốc (Kiên Giang).

2. Sự tương đồng của các làng nghề nước mắm

Cả 5 làng nghề làm nước mắm truyền thống nêu trên đều có một số đặc điểm chung.

Trước hết, các làng nghề làm nước mắm đều nằm trong các vùng biển có nguồn cá tự nhiên phong phú. Làng nghề nước mắm Cát Hải trong khu vực Vịnh Bắc Bộ, là một trong những ngư trường lớn ở Hải Phòng. Làng Nam Ô nằm trong địa phận phường Hòa Hiệp Bắc và Hòa Hiệp Nam, quận Liên Chiểu, thành phố Đà Nẵng. Đây là một làng chài (đánh cá) có bề dày hàng trăm năm, ở vị trí phía Nam dưới chân đèo Hải Vân, có nhiều loài hải sản phong phú thuận lợi cho việc đánh bắt và neo đậu tàu thuyền. Phú Yên là một tỉnh ven biển Nam Trung Bộ có chiều dài bờ biển 189 km [55], với nhiều vịnh, bãi, vũng, đầm, phá, gành, thuận lợi cho phát triển nuôi trồng, đánh bắt thủy sản. Phan Thiết là một đô thị của vùng duyên hải Trung Kỳ, có 57,4 km[56] bờ biển với nguồn lợi thủy sản phong phú, đa dạng, thuận lợi cho nghề chài lưới. Phú Quốc là hòn đảo lớn nhất của Việt Nam nằm ở phía Tây Nam, cùng với các hòn đảo khác tạo thành thành phố đảo Phú Quốc, tỉnh Kiên Giang. Nguồn tài nguyên biển quý giá, trong đó nguồn nguyên liệu cá cơm đã giúp Phú Quốc nổi tiếng với nghề làm nước mắm truyền thống.

Bên cạnh đó, các làng nghề làm nước mắm đều là những khu vực có tiềm năng du lịch: du lịch biển, du lịch nghỉ dưỡng và du lịch sinh thái. Với nhiều điểm du lịch nổi tiếng trong và ngoài nước như: Đà Nẵng, Phan Thiết, đặc biệt Phú Quốc là thiên đường du lịch vùng nhiệt đới. Đây là một trong những điều kiện hỗ trợ việc bảo tồn và phát triển các làng nghề làm nước mắm.

Một điểm tương đồng nữa của các làng nghề này, đó là nguyên liệu chính làm nước mắm chủ yếu là cá cơm, ngon nhất là cá cơm than, cá sọc tiêu.

Ngoài ra, một điểm chung của các làng nghề là nguyên tắc tạo ra sản phẩm là sự lên men trong quá trình ủ muối cá. Các loại cá lên men này chứa nhiều hệ vi sinh vật có lợi, khiến chúng trở thành nguồn cung cấp men vi sinh quý giá, mang lại lợi ích dinh dưỡng và sức khỏe; cùng với quá trình chuyển đổi sinh khối xanh thành các chất dinh dưỡng như các axit amin, các vitamin nhóm B, sắt, omega 3,… giúp làm tăng giá trị của các sản phẩm nước mắm truyền thống.

3. Những khác biệt của các làng nghề làm nước mắm

- Khác biệt thứ nhất là thời điểm đánh bắt cá để làm nguyên liệu chế biến nước mắm. Cá cơm làm nước mắm Cát Hải (Hải Phòng) được đánh bắt từ tháng ba đến tháng tám âm lịch. Nguồn nguyên liệu cá cơm than ở làng nghề nước

[55] https://www.phuyen.gov.vn/wps/portal/home/trang-chu/chi-tiet/gioi-thieu/gioi-thieu-chung, truy cập lúc 10g03, ngày 3/10/2023

[56] https://vi.wikipedia.org/wiki/Phan_Thi%E1%BA%BFt, truy cập lúc 10g07, ngày 3/10/2023

mắm Nam Ô (Đà Nẵng) được đánh bắt vào tháng ba âm lịch, với những con cá vừa phải, không to và cũng không nhỏ. Đối với nước mắm Phú Yên, cộng đồng những người làm nghề nước mắm cũng sử dụng cá cơm đánh bắt vào tháng ba âm lịch. Họ cho rằng, tháng ba âm lịch (cá nam) ngon hơn cá cơm tháng tám âm lịch (cá bắc). Vào tháng ba con nước có nồng độ mặn cao hơn các tháng khác, vì vậy ruột cá cơm sẽ sạch hơn. Tuy nhiên, thời điểm đánh bắt cá cơm làm nước mắm Phan Thiết có sự khác biệt; ở vùng biển Phan Thiết, cá cơm xuất hiện từ tháng tư cho đến tháng tám âm lịch. Theo những hộ dân làm nước mắm ở đây, nguyên liệu cá cho chất lượng nước mắmngon là cá cơm được đánh bắt vào tháng tám, vì cá béo mập. Ngược lại với 4 làng nghề trên, cá cơm Phú Quốc được đánh bắt làm nước mắm khoảng từ tháng tám đến tháng giêng âm lịch. Thêm vào đó, cá được ướp tươi trên thuyền ngay sau khi đánh bắt.

- Khác biệt thứ hai là phương pháp làm nước mắm:

+ Phương pháp thứ nhất, làm nước mắm bằng phương pháp gài nén: cho muối một lần ngay từ đầu, gài nén và tiếp nhiệt tự nhiên và kéo rút đảo nước bổi cho đến khi chượp chín. Phương pháp này được thực hiện ở làng nghề nước mắm Phan Thiết và Phú Quốc.

+ Phương pháp thứ hai, làm nước mắm bằng phương pháp đánh khuấy. Đặc điểm của phương pháp này là cho muối nhiều lần, thêm nước lã, kết hợp với đánh khuấy và tiếp nhiệt tự nhiên bằng cách phơi nắng cho đến khi chượp chín. Phương pháp này được thực hiện ở vùng Cát Hải (Hải Phòng).

+ Phương pháp thứ ba, làm nước mắm bằng phương pháp kết hợp gài nén và đánh khuấy (nghề làm nước mắm Nam Ô, thành phố Đà Nẵng và Phú Yên).

- Khác biệt thứ ba là chất liệu của thùng, chum muối/ủ cá:

+ Làng nghề làm nước mắm Cát Hải (Hải Phòng) sử dụng lu, chum chất liệu sành được làm từ đất sét nung ở nhiệt độ cao. Các lu, chum có kích thước khoảng 70 x 70 cm.

+ Người làm nước mắm làng Nam Ô sử dụng thùng đóng bằng gỗ mít để muối cá làm nước mắm. Hiện nay, thùng làm bằng gỗ mít hiếm nên hầu hết hộ dân sử dụng chum, vại, thạp bằng sành với nhiều kích cỡ khác nhau để làm mắm. Ưu điểm của chum, vại, thạp bằng sành hấp thu nhiệt tốt giúp cho nước mắm nhanh chín, đồng thời chất liệu bằng đất nung ít ảnh hưởng đến chất lượng của nước mắm trong quá trình phơi và lên men của cá.

+ Phú Yên, việc muối cá làm nước mắm thường sử dụng thùng nô - loại thùng gỗ truyền thống, có thể tích lớn có thể muối từ 2 tạ đến gần 2 tấn cá. Thùng nô được làm từ gỗ mít hoặc gỗ bằng lăng, theo người dân chia sẻ, đặc tính của các loại gỗ này rất bền, ít co giãn, ghép với nhau dễ kín và muối mắm sẽ thơm ngon hơn các loại khác. Thùng nô với chiều cao từ 1m – 1,6m tùy kích thước thùng lớn hay nhỏ. Được đóng, ghép lại từ những tấm ván gỗ, xen các kẻ hở bằng dầu rái hoặc nhựa chai, gài nẹp tỉ mỉ, nhất là phần đáy thùng, gần đáy thùng gắn một ống lù nhỏ (nút gài) để nhỉ mắm, sau đó quét dầu rái cả bên trong

lẫn bên ngoài và phơi nắng trong thời gian dài từ 1 – 2 tháng để bay hết mùi dầu rái đảm bảo khi dùng nước mắm sẽ không bị rò rỉ và bay mùi dầu. Lớp dầu rái bên trong để bảo vệ không cho nước mắm rò rỉ ra ngoài. Lớp dầu rái bên ngoài để bảo vệ thùng gỗ được bền chắc, hạn chế sự tác động của môi trường bên ngoài, tăng tính thẩm mỹ vì thùng gỗ được trét dầu rái sẽ bóng đẹp và nhìn rất mới. Xung quanh được niềng từ 4 - 6 vòng dây niềng bện bằng tre chẻ lạt có đường kính từ 3 - 5cm chia đều từ đáy thùng đến gần miệng thùng là dây gằng để tạo sự chắc chắn cho thùng. Thùng nô được dùng chủ yếu để muối mắm cốt, mắm nhỉ để trong nhà, đảm bảo nhiệt độ ổn định.

+ Làng nghề làm nước mắm truyền thống ở Phan Thiết sử dụng thùng lều.Thùng lều thường làm bằng gỗ cây bằng lăng, mít, bời lời, vì cây này mềm nên khi cột xiết niềng sẽ không có chỗ hở; niềng bằng song mây. Những đường kẽ ván giáp nhau, người ta dùng vỏ xốp của cây tràm trám kín lại. Bên hông, gần đáy thùng khoét một lỗ nhỏ, gắn vòi vào để tháo nước gọi là "lỗ lù".

+ Ở Phú Quốc, thùng ủ được dùng trong quá trình ướp, ủ cá cho đến khi sản phẩm được hoàn chỉnh. Thùng ủ có hình nón cụt (*Tron de cone*) thường làm bằng gỗ cây bời lời, vên vên vì cây này mềm nên khi cột xiết niềng sẽ không có chỗ hở. Thùng được niềng bằng song mây có nhiều ở Phú Quốc. Những tấm ván của các loại cây này được xẻ dày khoảng 2 – 3 cm, ngang 20 cm ở đầu trên, đầu dưới 15 cm. Cạnh của tấm ván được bào thật thẳng. Những tấm ván được ráp theo cách thức đầu nhỏ cắm xuống làm đáy, đầu lớn dựng lên làm miệng, bên ngoài xiết chặt bằng những vòng niềng làm bằng dây mây núi hoặc dây tre do nhiều sợi vót tròn, đánh xoắn vào nhau. Miệng thùng rộng hơn đáy thùng với tỷ lệ 2/3. Những tấm ván làm đáy thùng được lộng tròn và chầm cho thật khớp, nhận thật khít bên trong. Những đường kẽ ván giáp nhau, người ta dùng vỏ xốp của cây tràm trám kín lại. Bên hông, gần đáy thùng khoét một lỗ nhỏ, gắn vòi vào để tháo nước gọi là "lỗ lù".

- Bên cạnh đó, không thể không kể đến sự khác biệt của các làng nghề làm nước mắm về các kỹ thuật bí truyền của từng vùng, gắn với các điều kiện khí hậu, môi trường, thành phần đất và nét văn hóa ở từng làng nghề. Các yếu tố này sẽ tạo ra sự khác biệt về độ đạm, vị mặn ngọt, màu sắc và thành phần dinh dưỡng cũng khác đôi chút của các sản phẩm ở mỗi làng nghề.

4. Kết luận

Năm làng nghề làm nước mắm truyền thống ở 5 vùng khác nhau trên dải đất Việt Nam trải dài hình chữ S, với những thăng trầm của làng nghề, của người làm nghề và việc tiêu thụ sản phẩm, đã tạo ra sự đa dạng về nghề thủ công truyền thống này. Qua bao thời gian, đến nay, các làng nghề này vẫn tồn tại và phát triển, với những kinh nghiệm từ tri thức dân gian được gìn giữ và trao truyền. Nhiều làng nghề làm nước mắm đã tạo dựng được thương hiệu thông qua các chỉ dẫn địa lý và chứng nhận sở hữu trí tuệ, là sản phẩm OCOP phục vụ người tiêu dùng.

Các làng nghề này đều được sự quan tâm, đầu tư của các cấp chính quyền, được chú trọng đến vấn đề an toàn thực phẩm, mẫu mã và đa dạng sản phẩm. Bên cạnh đó, các làng nghề làm nước mắm còn là các điểm đến du lịch, như làng nghề làm nước mắm Nam Ô (Đà Nẵng), Bảo tàng nước mắm Phan Thiết (Bình Thuận), làng nghề làm nước mắm Phú Quốc (Kiên Giang),…

Có thể nói, những làng nghề làm nước mắm truyền thống không chỉ gắn với các địa danh mà còn là dấu ấn văn hóa, bản sắc của cộng đồng địa phương./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. *Đại Việt sử ký toàn thư*, Bản in Nội các quan bản, Tập 1, NXB Khoa học Xã hội, Hà Nội (2004).

2. Nguyễn Anh Tuấn, Phạm Văn Triều Anh, Nguyễn Xuân Duy (2019), "Hiện trạng sản xuất và chất lượng của nước mắm mang chỉ dẫn địa lý Phú Quốc", Tạp chí Khoa học – Công nghệ thủy sản, số 1/2019, tr. 87-94.

3. Đinh Thị Trang, "Bảo tồn làng nghề nước mắm ở Nam Ô", nguồn http://vannghedanang.vn.

4. Trần Nam Tiến (2011), *Khái quát về biển của Việt Nam,* NXB Trẻ(https://tuoitre.vn/khai-quat-ve-bien-cua-vn-508690.htm).

5. https://www.phuyen.gov.vn/wps/portal/home/trang-chu/chi-tiet/gioi-thieu/gioi-thieu-chung.

6. https://vi.wikipedia.org/wiki/Phan_Thi%E1%BA%BFt.