

# Mấy suy nghĩ về sự phát triển các nghề thủ công mỹ nghệ truyền thống ở Việt Nam

NGUYỄN LAN HƯƠNG\*

Ở nước ta có nhiều nghề thủ công. Nhiều nghề đã nổi tiếng, trở thành nghề truyền thống, để cái tên của nghề đã trở thành tên gọi của một vùng hay tên gọi của một địa phương. Còn tên của một vùng sẽ không được nhắc đến nếu không có sự phát triển của “cái” nghề vùng ấy, ví dụ như gốm Bát Tràng, tranh Hàng Trống, vàng bạc Đình Công, sơn mài Hạ Thái, sơn quang Cát Đằng, thêu Quất Động, khảm Chuôn Ngọ, mây tre đan Phú Vinh, dệt lụa Vạn Phúc, đúc đồng Ngũ Xã, gỗ Đồng Kỵ.

Làng nghề xét theo tổng thể của cấu trúc địa lý, hầu như được trải kín từ Bắc chí Nam. Quan niệm lập nghề gắn với lập làng, có làng là có nghề hoặc ngược lại có nghề là thành làng, thành phường, thành phố. Hiện nay Việt Nam có trên 2.017 làng nghề phân bố trên cả nước, nhưng tập trung ở đồng bằng Bắc Bộ và Bắc Trung Bộ. Nhịp thúc đẩy hoàn thiện nghề của làng không ngoài mục đích sinh nhai, song bên cạnh mục đích ấy còn hình thành những tập tục, những giá trị nhân văn trong đời sống cộng đồng. Để tồn tại và

phát triển, con người đã biết tạo ra những đồ vật dựa vào nguyên liệu sẵn có tại địa phương để phục vụ cho cuộc sống của chính mình, những đồ dùng phục vụ đời sống sinh hoạt cũng có quá trình lịch sử nhằm phục vụ nhu cầu một cách thiết thực - hợp lý và thuận tiện nhất. Những đồ dùng ấy đã thể hiện ý thích và niềm vui của con người và tạo ra những đặc điểm riêng sinh hoạt, song bên cạnh mục đích ấy còn hình thành những tập tục, những giá trị nhân văn trong đời sống cộng đồng.

Quả thực như vậy, nhiều người nước ngoài khi được tiếp xúc với các sản phẩm thủ công mỹ nghệ của Việt Nam, gặp gỡ các nghệ nhân của nhiều nghề đã phát biểu: “Các bạn Việt Nam có đôi bàn tay vàng”. Một nhận xét đích thực của một lịch sử với những con người có nhiều điểm tinh tế trong ứng xử, có những cần cù và sáng tạo trong lao động.

Các nghề thủ công ra đời trên cơ sở xã hội nông nghiệp, phục vụ trực tiếp cho đời sống nông nghiệp. Người nông dân và người thợ thủ công nhiều khi thống nhất

\* Ths. Nguyễn Lan Hương, Nghiên cứu sinh, Viện Nghiên cứu Văn Hoá

trong một con người sau lũy tre xanh và trong mỗi nghề thủ công khiến chúng ta nhận thấy không ít sự gắn bó của một nghề với nhiều nghề, và, sự gắn bó ấy hình thành như một hệ thống hoạt động kinh tế liên hoàn tự phát. Những thành tựu và tiến bộ của nghề này nhiều khi là cơ sở thúc đẩy những cái mới của nghề kia, thành phẩm của nghề này là nguyên liệu, vật liệu sản xuất của ngành khác (ví dụ dát vàng, dát bạc gắn với sơn mài, giấy dó gắn với nghề làm tranh). Chính vì vậy, tuy các nghề thủ công chỉ được coi là nghề phụ được sản xuất khi nông nhàn, nhưng do nhiều khả năng và những đặc trưng riêng về kỹ thuật, về nguyên liệu, về truyền thống tay nghề của một nghề, sản phẩm do làng nghề làm ra giữ vai trò quan trọng đáp ứng nhu cầu tiêu dùng và thẩm mỹ. Xịn lầy Hà Nội, trung tâm của nền văn hoá sông Hồng, nơi mà nhiều tập đoàn người đến đây tụ họp, cư trú và tồn tại, nơi đã nảy nở nhiều nghề thủ công mỹ nghệ.

Hiếm có một vùng nào ở Việt Nam có một bề dày lịch sử và văn hoá như Hà Nội. Và cũng hiếm có nơi nào lại có nhiều nghề thủ công mỹ nghệ truyền thống như vùng đất Thăng Long xưa. Nhiều nghề thủ công còn lại và lưu truyền cho đến hôm nay như chạm gỗ, làm giấy, đúc đồng, làm gốm, làm tranh, thêu, dệt, đan mây tre, làm hàng mã... đã thể hiện rõ tài năng của người Hà Nội. Thế nhưng, do nhiều nguyên nhân, trong suốt một thời gian dài thời kỳ cận - hiện đại, các nghề thủ công mỹ nghệ truyền thống ở Việt Nam không được phát triển mạnh như trước kia. Chỉ mãi đến vài chục năm gần đây, do nhu cầu đời sống, do chính sách mở cửa của Đảng và Nhà nước, một số ngành trong các nghề truyền thống được

phục hồi, phát triển, và, một số ngành mới (như làm hoa giấy, đục đá, dệt thảm) được hình thành. Trên thực tế, các cơ sở, các hộ gia đình làm hàng thủ công mỹ nghệ tăng lên rõ rệt. Nhờ vào các nghề thủ công mà hàng vạn người lao động có công ăn việc làm (với thu nhập bình quân từ 200.000 - 500.000 đồng/người/tháng). Sản phẩm của các ngành nghề thủ công, ngoài mục đích kinh tế ra, trong chừng mực nào đó, còn được đưa lên làm đại diện cho văn hoá Việt Nam tại các cửa hàng bán sản phẩm thủ công mỹ nghệ, các cuộc triển lãm sản phẩm thủ công mỹ nghệ trong và ngoài nước.

Chúng ta có thể đặt ra một triển vọng tốt đẹp về sự phát triển của các ngành thủ công mỹ nghệ, song cũng phải thấy những khó khăn trong phát triển cần phải giải quyết như:

1. Giải quyết và tìm thị trường
2. Giải quyết nguồn cung cấp vật tư cho một số mặt hàng thủ công mỹ nghệ
3. Tổ chức sản xuất và định hướng sản xuất
4. Cải tiến sản xuất công nghệ hoá một phần trong các công đoạn sản xuất

### **1. Giải quyết và tìm thị trường**

Một vấn đề khó khăn nhất, khiến các doanh nghiệp và các hợp tác xã, các hộ gia đình làm nghề luôn luôn phải suy nghĩ. Một suy nghĩ triển miên không được giải đáp, khiến ngành thủ công mỹ nghệ luôn ở trạng thái thăng trầm. Để khắc phục điều này có ba giải pháp.

1.1. Người sản xuất phải tự tìm kiếm thị trường

1.2. Nhà nước nên có biện pháp hỗ trợ tổ chức giới thiệu sản phẩm qua nhiều hình thức, triển lãm trong và ngoài nước,

giới thiệu các sản phẩm trên các phương tiện truyền thông, báo chí, cung cấp thông tin và tìm hiểu thị hiếu của từng nước, từng khu vực.

1.3. Lập một phòng bày mẫu, chọn các mẫu tiêu biểu của xưa và nay, của từng vùng có lý lịch sản phẩm. Phòng trưng bày này có mục đích giới thiệu mặt hàng, để thông qua đó có thể ký hợp đồng.

## 2. Giải quyết nguồn cung cấp vật tư

Nguồn vật tư thường bao giờ cũng hữu hạn, nhu cầu tiêu dùng bao giờ cũng vô hạn. Vấn đề này luôn luôn phải điều hoà hợp lý, trên cơ sở tiết kiệm và tận dụng. Về vấn đề này, tôi muốn nêu ra một vài suy nghĩ, được coi như đề xuất biện pháp giải quyết.

2.1. Việc cung cấp vật tư cần có chỉ tiêu và có đối tượng cụ thể (cần xem xét trình độ cụ thể của nơi được cấp). Ví dụ, gỗ quý chỉ nên cung cấp để sản xuất các loại mặt hàng nào có giá trị nghệ thuật cao, có lợi nhuận lớn.

2.2. Nguồn nguyên liệu khai thác ngoài các vùng trong nước, cần nhập của nước ngoài. Nhập nước ngoài có nhiều hình thức ví dụ như: Mua đồng để cung cấp cho các cơ sở làm đồng sản xuất hàng lưu niệm, xuất khẩu; kết hợp với nước láng giềng tổ chức sản xuất đồ gỗ tại chỗ có vật liệu.

2.3. Luôn luôn tìm vật liệu thay thế, đổi mới công nghệ chế tác. Hạn chế việc sử dụng gỗ nguyên thể làm các đồ dân dụng (Ví dụ bàn ghế trong nhà nên dùng các hình thức gỗ ép).

2.4. Việc cung cấp vật tư nên ưu tiên cho các địa điểm thực sự có nghề truyền thống, có tay nghề cao. Tránh tình trạng

như hiện nay, dùng vật liệu quý sản xuất hàng chợ, hàng thiếu chất lượng.

## 3. Tổ chức sản xuất và định hướng sản xuất

3.1. Cần tổ chức lại việc sản xuất các ngành, quan tâm đến các cơ sở truyền thống, có các nghệ nhân. Trước mắt cần có những trao đổi nhận thức, tiếp theo có chính sách hỗ trợ, để sự phát triển các ngành thủ công hợp với quy luật (như sự phát triển từ trước tới nay) trước mắt cần đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước. Trên cơ sở các sản phẩm được sản xuất định hình dần các sản phẩm xuất khẩu.

3.2. Đối với các mặt hàng xuất khẩu cần tập trung theo các hướng như:

- Lựa chọn các mẫu đồ truyền thống có giá trị nghệ thuật giới thiệu để tìm người đặt hàng, tiến tới có một cơ sở sản xuất chuyên các sản phẩm cổ dưới hình thức phục chế (đồ gỗ, đồ đồng, đồ gốm). Ví dụ như ngành gốm Bát Tràng không nên tập trung với 1.200 hộ trên một mảnh đất nhỏ sản xuất các hàng chợ như hiện nay, vừa ô nhiễm môi trường vừa không thuận lợi cho việc cung cấp vật tư. Nên chăng ở đây cần duy trì một số lò bầu, tuyển chọn nghệ nhân sản xuất các sản phẩm gốm có giá trị truyền thống, có giá trị nghệ thuật cao. Hình thức có thể dùng từ hai dạng: hàng mới có chất lượng, hàng phục chế, phục chế các màu men quý.

- Sản xuất các mặt hàng lưu niệm, đồ chơi (người lớn và trẻ con) trên một quy mô hợp lý, tạo mọi điều kiện giảm giá thành và phong phú mặt hàng. Như vậy quy mô sản xuất lớn hơn các tổ sản xuất, các hợp tác xã nhỏ và vừa, nếu không như vậy nên có sự liên kết, hỗ trợ nhau về sản xuất.

- Cần tập trung vào các sản phẩm có thể mạnh về vật tư, tay nghề (mây, tre đan, gốm dệt lụa, chạm khắc) có triển vọng phát triển trong tiêu dùng, trong đời sống thẩm mỹ.

3.3. Quan tâm đến sáng tạo mẫu, nếu chưa có cơ sở sáng tác riêng cho từng loại hàng thì vấn đề này luôn luôn trở thành mục đích của phát triển. Đối với mặt hàng thủ công mỹ nghệ, người sáng tác mẫu mới chính là người thợ. Vì vậy cần phải đào tạo lớp trẻ có tay nghề cao, tiếp thu được kỹ xảo của các nghệ nhân già, có trình độ nghệ thuật, đánh giá và thưởng ngoạn cái đẹp để có thể vừa làm vừa hoàn thiện vừa sáng tác mẫu mới.

Việc đào tạo thế hệ nghệ nhân mới là điều cần thiết, bởi lẽ nhu cầu tiêu dùng và thẩm mỹ luôn phát triển. Nghệ thủ công không phải chỉ lập lại cái cũ, không có tiến triển và không phải là chạy theo diễn biến thị trường với các hệ nhận thức "tiêu dùng chớp nhoáng", làm lu mờ giá trị truyền thống. Sự đổi mới chỉ có được ở những người có tay nghề cao, thực sự quan tâm và yêu nghề. Việc bỏ đi cái cũ, thêm vào cái mới không dễ dàng, mà là một quá trình thai nghén sáng tạo.

3.4. Phải có hướng phát triển, không nên tùy tiện:

Trước mắt các tổ chức nghề, các cơ quan hữu trách nên tập trung giúp đỡ sự phát triển các ngành nghề thực sự có truyền thống, đặc biệt chú ý tới các gia đình có nghề lâu năm, để làm ra được những sản phẩm thực sự có giá trị. Tập trung chỉ đạo các cơ sở có trình độ sản xuất cao, giúp đỡ họ nâng cao chủng loại mặt hàng, cung cấp các thông tin quan trọng để tìm vùng tiêu thụ sản phẩm.

Đối với các sản phẩm tuy chưa có

truyền thống lâu đời nhưng nhìn thấy khả năng phát triển nên khuyến khích và hỗ trợ. Ví dụ như ngành mây tre đan, có thể kết hợp chất liệu, xử lý công nghệ làm tăng chất lượng vật lý của mây, có thể sản xuất nhiều mẫu trang trí trong nhà, bàn ghế dùng cho các khu vực nghỉ mát. Ngành dệt tơ tằm nên phục hồi, phát triển hình thành thời trang tơ tằm. Xu thế sản phẩm loại này sẽ chiếm lĩnh thị trường lâu dài.

3.5. Nền văn hoá của thế kỷ chúng ta đang là nền văn hoá kỹ trị, trong tương lai thế kỷ 21, văn hoá và môi sinh sẽ là nhu cầu lớn của xã hội. Chuẩn bị cho hôm nay hướng phát triển của các ngành thủ công mỹ nghệ là đúng lúc tạo thời cơ phát triển.

#### **4. Cải tiến sản xuất, công nghệ hoá một phần các công nghệ sản xuất**

Giá trị của các sản phẩm thủ công mỹ nghệ là làm bằng tay, vì trong quá trình thao tác của bàn tay người nghệ nhân, người thợ thủ công không thể không lồng vào đó tính cách của mình. Như vậy, trong vấn đề này cần phải phân ra hai cách ứng xử.

4.1. Đối với sản phẩm đòi hỏi những thao tác, chi tiết tinh vi, máy móc không đảm nhiệm nổi, thì cần tổ chức sản xuất hướng đến độ tinh vi cao nhất của thủ công. Muốn vậy nghệ nhân ngoài cái vốn của truyền thống còn hội nhập với thời đại, trong phạm vi rộng lớn của sự hình thành thẩm mỹ thời đại. Về mặt này không nên chỉ dựa vào các nghệ nhân cao tuổi. Họ chỉ có khả năng và hữu ích trong việc bảo tồn truyền thống, còn hướng tới tương lai phải từ đào tạo thế hệ trẻ, có góc gác truyền thống.

4.2. Đối với các sản phẩm tiêu dùng,

nhu cầu tiêu dùng cao hơn nhu cầu thẩm mỹ, nên cải tiến kỹ thuật sản xuất ở từng công đoạn (công đoạn nào công nghệ hoá được thì nên tìm giải pháp thi công công nghiệp, phần còn lại vẫn thi công theo phương pháp thủ công ở mức độ tinh xảo).

Việc cải tiến quy trình công nghệ sẽ giúp cho việc hạ giá thành sản phẩm, sẽ có nhiều cơ hội tiết kiệm nguyên vật liệu, mặt khác sẽ gây cảm hứng cho các người thợ thủ công trong sáng tạo, đỡ được những nặng nề trong tâm lý sản xuất, tránh được những bệnh do nghề nghiệp gây ra.

4.3. Muốn cải tiến sản xuất, ngoài các biện pháp ứng dụng công nghệ hoá một phần, điều quan trọng là bảo vệ và gìn giữ các mẫu hàng từ truyền thống đến nay, đúc kết từng phần, từng điểm cải tiến, từng sự thay đổi của hình dáng, hoa văn. Bảo tồn sản phẩm là quan trọng, phần quan trọng hơn là bảo tồn tay nghề của các nghệ nhân, đúc kết kinh nghiệm, ghi lại bằng hình những thao tác của các nghệ nhân tài năng.

## 5. Một số kiến nghị với việc phục hồi thủ công mỹ nghệ ở Hà Nội

Hà Nội từ xưa vẫn nổi tiếng là vùng có nhiều nghề thủ công. Trên thực tế, nhiều ngành thủ công có giá trị, độc đáo, như nghề làm giấy ở Bưởi, nghề dệt lụa ở Nghi Tàm, làm nón quai thao ở Triều Khúc, nghề làm tranh ở Hàng Trống, nghề đúc đồng ở Ngũ Xã. Những nghề này hiện nay hầu như không còn, hoặc nếu còn thì hoạt động cũng không đáng kể cả về số lượng và về nghệ thuật.

Thành phố cần có những biện pháp hữu hiệu để phục hồi và phát huy những nghề thủ công mỹ nghệ. Việc làm này vô

cùng khó khăn vì không có cơ quan chuyên trách, vì không có vốn, vì nhiều nghề đã mai một... Nhưng đó là những việc làm không thể bỏ qua. Việc bảo tồn các nghề cổ truyền có một ý nghĩa quan trọng như bảo vệ các Phố cổ. Hai việc bảo vệ này gắn với nhau như một linh hồn và thể xác. Ở nhiều nước, người ta đã làm việc này có kết quả.

Với một thành phố đông dân, nhiều người thiếu việc làm, nếu giải quyết được việc phục hồi các nghề thủ công, cũng thu hút được một số đông lao động.

5.1. Trên cơ sở có nhiều nghề sản xuất, có lực lượng lao động thích hợp, việc mở rộng phạm vi sản xuất các nghề thủ công là một nhu cầu quan trọng để Hà Nội trở thành một thành phố du lịch.

Biện pháp để phục hồi và phát triển các nghề thủ công Hà Nội nên tiến hành từ nhỏ, đến lớn. Một phần, Hà Nội phải có bộ phận chuyên trách và phần khác dựa vào các cơ sở sản xuất sẵn có. Đối với các cơ sở đang hoạt động, cần hỗ trợ những điều kiện cần thiết, nhưng quan trọng hơn cả là giúp họ phương hướng phát triển.

5.2. Trên cách nhìn bao quát, có thể chia việc sản xuất các ngành nghề thủ công ra các nhóm như sau:

- Nhóm sản phẩm phục vụ tiêu dùng (trong phạm vi mỹ nghệ truyền thống).
- Nhóm sản phẩm lưu niệm.
- Nhóm sản phẩm phục chế các mẫu đồ cổ có giá trị.

5.3. Trước hết tôi xin nêu ý kiến về nhóm ba. Để phát triển và xây dựng cơ sở sản xuất, có tính chất phục chế các sản phẩm thuộc dạng đồ cổ có giá trị về mặt nghệ thuật đòi hỏi những vấn đề sau:

- Cần có nguồn vốn để xây dựng cơ sở

sản xuất. Trước mắt dựa vào các cơ sở sản xuất sẵn có, hướng họ đến hoạt động này.

- Cần xây dựng tư liệu, tuyển chọn các sản phẩm thuộc loại cổ có giá trị nghệ thuật, giới thiệu với các cơ sở như khách sạn, các cơ quan có nhiệm vụ đối ngoại quan hệ rộng rãi với các khách hàng trong nước và ngoài nước (nếu có nơi trưng bày nên giới thiệu một số mẫu có lý lịch, có hồ sơ rõ ràng).

- Với nhóm hàng này nên chú ý vào các loại sản phẩm đồ gỗ, đồ gốm, đồ đồng.

5.4. Tiếp theo, cần quan tâm đến các sản phẩm thuộc nhóm một, hai. Những sản phẩm này không đòi hỏi phải có tổ chức sản xuất quy mô, nhưng lại có nhiều khả năng tiêu thụ. Song lại đòi hỏi những kiến thức xã hội và thị trường nhạy bén. Người tiêu dùng luôn luôn đòi hỏi các sản phẩm mới. Các mặt hàng thủ công mỹ nghệ của ta thường ít đổi mới, phần lớn là làm lại các mẫu cũ. ở điểm này có hai cách giải quyết: đối với các sản phẩm có giá trị truyền thống, có thể làm hàng bán lưu niệm cho khách du lịch. Loại hàng lưu niệm này không cần phải thay đổi mẫu, nhưng lại đòi hỏi cao về tay nghề và trình độ thẩm mỹ.

Thay đổi mẫu có nhiều hình thức. Hình thức nào cũng đòi hỏi sự sáng tạo. Thông thường việc sáng tác mẫu dành riêng cho các họa sĩ chuyên trách việc này. Làm như vậy cũng có nhiều hạn chế, vì người họa sĩ không trực tiếp sản xuất những mẫu mới làm ra chưa chắc đã phù hợp với sản xuất. Nhiều khi không phải thay đổi nhiều, mà chỉ ở một điểm, một chỗ nào đó của sản phẩm đang sản xuất, có thể cũng đã mỹ mãn. Như vậy tốt hơn là chính người sản xuất ra nó là người có khả năng tốt nhất để cải tiến nó. Người

thợ đơn thuần thì không có khả năng cải tiến, nhưng nếu họ có trình độ thẩm mỹ (nghĩa là đã qua lớp học về mỹ thuật) thì sẽ có khả năng cải tiến mẫu tốt hơn, nhưng điều quan trọng hơn là họ cần được cung cấp những thông tin mới trong nhu cầu tiêu dùng, trong phạm vi có chừng mực về việc phát triển các ngành khoa học ứng dụng mới.

Trong việc cải tiến mẫu, nên quan tâm đến những vấn đề như:

Quan tâm đến việc kết hợp chất liệu, ví dụ như dùng bình gốm làm chân đèn, a ba dua đèn bằng mảnh tre. Kết hợp sơn mài với tre trúc làm đồ dùng trang trí trong nhà, kết hợp da với thổ cẩm làm các túi sách phụ nữ, kết hợp phần thông sản xuất bằng tay với phần sản xuất bằng máy móc.

Trong việc cải tiến các sản phẩm thủ công, hay sản phẩm lưu niệm cần chú ý đến chức năng tiêu dùng.

Người sản xuất các sản phẩm mỹ nghệ còn cần phải căn cứ vào tính năng của các vật liệu để nghiên cứu, sản xuất chủng loại sản phẩm mới.

Trong sản xuất hàng lưu niệm, hàng sản phẩm mỹ nghệ cao cho tiêu dùng cần chú ý đến đặc điểm địa phương. Ví dụ, các hàng lưu niệm của Hà Nội phải làm sao mang dấu ấn Hà Nội. Người du lịch đến Hà Nội, họ mua đồ lưu niệm chắc sẽ thích đồ dùng nào gắn với Hà Nội, họ mua sản phẩm ấy là họ mua tình cảm của Hà Nội với họ. Việc sản xuất hàng lưu niệm cần gắn liền với các sự kiện xã hội quan trọng của từng năm, ví dụ những sản phẩm phục vụ cho một đợt bóng đá của giải Quốc tế tại Hà Nội, hay sản phẩm được đưa ra vào dịp kỷ niệm Thủ đô 1.000 năm...

Nhìn chung, các sản phẩm đang được

sản xuất vẫn nên duy trì, nhưng cần có một tổ chức giúp cho việc sản xuất và tiêu thụ sản phẩm có kết quả hơn. Để làm được việc này Hà Nội cần có một hình thức tập trung, làm nổi bật sự phong phú của sản phẩm, hướng được người tiêu dùng vào việc lựa chọn và hứng thú mua. Xét về điểm này nên chăng có một cửa hàng bán các hàng lưu niệm tập trung trong các siêu thị, hay một cửa hàng riêng, có một địa chỉ như một siêu thị nhỏ mang tính chất văn hoá. Việc sản xuất các sản phẩm thủ công nên sản xuất theo vùng. Ví dụ đồ gỗ ở Liên Hà (Đông Anh) đồ đồng ở Ngũ Xã, đồ mây tre đan ở Ninh Sở, đồ dệt thổ cẩm, hay có thể cả đồ dệt lụa ở Triều Khúc, Gốm Bát Tràng.... ở đây ngoài việc làm nghề để sinh sống còn hướng dẫn đến tổ chức vùng văn hoá làng nghề. Hai ý nghĩa này luôn phải được quan tâm như nhau, vì cái này sẽ tạo nguồn phát triển cho cái kia.

Đối với một số ngành không còn hoạt động như nghề làm giấy ở Yên Thái, nghề nuôi tằm, dệt vải của những làng quanh Hồ Tây, cần suy nghĩ có biện pháp phục hồi. Phục hồi là cần thiết, vì ở đây sẽ là điểm tham quan ngoạn mục. Hồ Tây không phải là một hồ đẹp với các khách sạn, quán ăn như hiện nay cái đẹp của nó còn có ý nghĩa một vùng in dấu nhiều nét đẹp văn hoá. Văn hoá Tây Hồ chính là văn hoá của các làng nghề. Mặt khác, phục hồi hai nghề làm giấy, nuôi tằm dệt lụa, dệt đũi có khả năng kinh tế. Giấy bản có nhu cầu tiêu dùng lớn trong xã hội, vải tơ tằm là loại vải được ưa thích, có xu hướng của thời đại. Nếu như các loại vải này được kết hợp với thời trang, sản xuất ra những bộ quần áo tiêu biểu của Hà Nội, bán cho người Hà Nội và có nhiều khả năng bán

cho khách du lịch. Đó là điều dự đoán, nhưng đã có tín hiệu cho thấy chiều hướng đúng của dự đoán. Một lần có một nhà thời trang Nhật Bản đến Hà Nội đã ngỡ ý muốn cùng với một tổ chức Việt Nam nào đó may các bộ quần áo bằng chất vải tơ tằm theo mẫu của họ và của hoạ sĩ thời trang Việt Nam đem bán tại thị trường Nhật, một lần khác một nhà thời trang người Pháp đã bị chất vải tơ tằm cuốn hút và nhà thời trang đó đã sáng tác nhiều mẫu quần áo bằng chất liệu này, mang về Pháp trình diễn và triển lãm.

Để thực hiện những điều mong muốn trên, trước hết Hà Nội cần quan tâm đến nghệ nhân. Sự quan tâm này không phải chỉ có việc áp dụng một số chính sách với nghệ nhân, mà đòi hỏi phải có tổng kết kinh nghiệm của các nghệ nhân đó. Ví dụ như nghề gốm, trước mắt chúng ta đang phát triển. Sự phát triển này mới chỉ đơn thuần ở mặt số lượng, còn chất lượng thì vẫn chưa được cao. Số nghệ nhân giỏi trong từng khâu chế tác đồ gốm không nhiều, nhất là nghệ nhân về lò, nghệ nhân am hiểu về chế biến màu men lại càng không có ai đáng kể.

Sản xuất thủ công mỹ nghệ cần được kết hợp với khoa học. Cần đặt ra những câu hỏi mà sản xuất đang vướng mắc, hay những câu hỏi mà sản xuất đã có ý đồ, nhưng chưa có khả năng thực hiện, cho các nhà khoa học để họ nghiên cứu và ứng dụng.

Sản phẩm thủ công mỹ nghệ, còn mang theo nó nhiều ý nghĩa văn hoá. Nó là văn hoá, vì vậy cần có sự tham gia cùng phục hồi các ngành nghề thủ công của các cơ quan văn hoá. Sự cộng tác đa ngành nghề kinh tế, khoa học, văn hoá là biện pháp tối ưu trong sự nghiệp phục hồi và phát triển các ngành nghề thủ công mỹ nghệ./