

SO SÁNH VĂN HOÁ UỐNG TRÀ CỦA VIỆT NAM VÀ VƯƠNG QUỐC ANH

Nguyễn Thúy Hạnh
Đại học Ngoại ngữ, Đại học Quốc gia Hà Nội

Tóm tắt: Văn hoá uống trà có thể được coi là một phần không thể thiếu giúp định hình nên bản sắc dân tộc của Việt Nam và vương quốc Anh. Trà không chỉ có lợi cho sức khỏe mà còn đóng vai trò quan trọng trong đời sống tinh thần của người dân hai nước. Nghiên cứu này được thực hiện với hy vọng giúp sinh viên và các giảng viên quan tâm có một cái nhìn sâu sắc hơn về vấn đề này.

Từ khoá: trà, văn hoá Anh, văn hoá Việt Nam

A COMPARISON OF VIETNAMESE AND BRITISH TEA CULTURE

Nguyen Thuy Hanh
University of Languages and International Studies, Vietnam National University

Abstract: Tea culture is an inseparable part in Vietnamese culture as well as that of the United Kingdom. Tea is not only good for health but also plays an important role in people's social life. This study aims at helping students and lecturers have a better understanding regarding Vietnamese and British tea culture.

Keywords: tea, British culture, Vietnamese culture

Nhận bài: 06/02/2025

Phản biện: 21/02/2025

Duyệt đăng: 26/02/2025

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Việc dạy tiếng Anh nên đi kèm với việc dạy văn hóa của nước Anh bởi mục đích của học tiếng là để có thể giao tiếp với người bản địa. Muốn giao tiếp thành công, người học cần hiểu ngôn ngữ đồng thời cần có vốn kiến thức văn hoá nhất định để tránh mắc lỗi giao tiếp. Bên cạnh đó, hiểu biết về bản sắc dân tộc của nước khác tiếp thêm động lực để học tiếng tốt hơn. Văn hoá uống trà có thể được coi là một phần không thể thiếu giúp định hình nên bản sắc dân tộc của Việt Nam cũng như của vương quốc Anh. Bài nghiên cứu được thực hiện giúp độc giả có một cái nhìn sâu sắc hơn về nét văn hóa đặc sắc này thông qua việc so sánh phong tục uống trà của hai quốc gia.

II. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu này tập trung vào việc khảo sát về lịch sử, đặc điểm của văn hoá uống trà, những loại trà phổ biến và vị thế của văn hoá uống trà trong cuộc sống ngày nay của người Việt Nam và người Anh.

Nghiên cứu này được thực hiện với các phương pháp:

- Thu thập ngữ liệu: Ngữ liệu được thu thập từ các bài nghiên cứu trước đây về văn hoá uống trà của Anh và Việt Nam.

- Phân tích và so sánh ngữ liệu: các ngữ liệu được phân tích và so sánh với nhau.

- Tổng hợp ngữ liệu: các điểm tương đồng và khác biệt về văn hoá uống trà giữa hai quốc gia được chỉ ra.

2.1. Lịch sử văn hoá uống trà của Việt Nam và Vương quốc Anh

2.1.1. Việt Nam

Theo Wenner (2011), tục uống trà tại Việt Nam

đã xuất hiện từ trước ách thống trị của Trung Quốc và tồn tại bền bỉ qua hàng thế kỉ. Ban đầu, trà chỉ phổ biến với tầng lớp nông dân. Nông dân hái lá trà từ cây trong rừng hay trong vườn nhà, ngâm nước, rồi đun lên uống và thường được dùng để mời khách. Lúc này, trà chỉ được thu hoạch để sử dụng cho mục đích cá nhân, chưa được buôn bán hay xuất khẩu. Việc sản xuất trà trên quy mô lớn chỉ diễn ra sau khi thực dân Pháp tới xâm chiếm Việt Nam.

Đồn điền chè đầu tiên ở Việt Nam được dựng lên vào năm 1890 ở Phú Thọ với diện tích 60 ha. Kể từ đó, việc sản xuất chè ở Việt Nam phát triển nhanh chóng. Người Pháp lập nên nhiều đồn chè ở cả miền Bắc và miền Nam, đồng thời bắt đầu xuất khẩu chè sang Pháp, Tây Âu, Hồng Kông, Singapore, Trung Quốc... Từ sau năm 1945, việc đầu tư và sản xuất chè sụt giảm do cuộc chiến với Pháp và Mỹ.

Nhu cầu uống trà trong nước cũng thấp do người dân coi đây là một thứ xa xỉ phẩm trong thời chiến. Sau khi Việt Nam hoàn toàn giải phóng vào năm 1975, ngành công nghiệp chè bắt đầu khởi sắc trong thập niên 90. Liên Xô cũ cung cấp vốn đầu tư cũng như trang thiết bị, đồng thời cũng là thị trường xuất khẩu lớn cho Việt Nam. Sau khi Liên Xô tan rã vào năm 1991, ngành chè gặp nhiều khó khăn vì mất đi thị trường lớn. Tuy vậy, sau thời kì Đổi Mới, ngành chè đã được vực dậy và phát triển mạnh vào cuối thập niên 90. Việt Nam liên doanh với Trung Quốc, Ấn Độ, Iraq... để thúc đẩy đầu tư và sản xuất. Hiện nay Việt Nam có 34 tỉnh trồng chè với diện tích 130000 ha với

sản lượng 7,15 tấn/ha.

2.1.2. Vương quốc Anh

Theo Ukers (1935), người Hà Lan đưa trà vào nước Anh vào giữa thế kỉ XVII. Quảng cáo trà đầu tiên xuất hiện vào ngày 30-9-1658. Thomas Garway là một trong những người đầu tiên bán trà ở Anh. Vào năm 1660, Thomas Garway quảng bá trà như là một loại thần dược giúp bồi bổ sức khoẻ, tốt cho mắt và có công dụng chữa bệnh. Trà nhanh chóng trở nên phổ biến và kể từ năm 1700, nó được bán tại hơn 500 quán cà phê tại Luân Đôn. Đến giữa thế kỷ XVIII, trà đã thay thế bia và rượu gin để trở thành thức uống phổ biến nhất ở Anh.

2.2. Đặc điểm văn hoá uống trà ở Việt Nam và vương quốc Anh

Văn hoá uống trà ở Việt Nam

Có hai loại hình uống trà phổ biến ở Việt Nam, đó là: chè tươi và trà đạo.

• Chè tươi

Hình thức uống trà bắt nguồn từ những người nông dân thời xưa. Thói quen ngắt lá trà tươi, đun lên đổ vào bát để uống. Cách uống trà này là đặc trưng của văn hoá Việt Nam và được trân trọng bởi phản ánh cách sống của những người dân lao động. Văn hoá uống chè tươi mang tính cộng đồng cao bởi mọi người không chỉ đơn thuần ngồi uống mà còn trò chuyện, chia sẻ với nhau. Uống trà là dịp để mọi người gặp gỡ và đàm đạo. Đây cũng là cơ sở của văn hoá trà hiện đại của Việt Nam: trà được pha đơn giản và uống cùng bạn bè.

• Trà đạo

Trà đạo hình thành từ ảnh hưởng của văn hoá Trung Quốc. Loại hình uống trà vốn phổ biến ở tầng lớp học giả và quý tộc Trung Quốc, và khi sang đến Việt Nam, trà đạo trở nên thịnh hành với tầng lớp thượng lưu ở nước ta. Trà đạo mang tính trang trọng, cả người uống và người pha trà đều nắm những vai trò cụ thể nên nó tạo ra sự phân tách rõ rệt giữa người giàu và người nghèo. Trà lá được pha bằng nước sạch, nước tinh khiết lấy từ nước mưa, nước giếng đá ong hoặc sông, suối. Trà cụ bao gồm một bình pha trà, một chén tổng để chuyên trà, chén uống trà, một khay trà, một thuyền ngâm bình vào nước nóng trước khi pha trà, một hộp đựng trà, một thìa gỗ hoặc thìa tre để múc trà. Trà thường được dùng kèm với đồ ngọt như bánh đậu xanh, bánh cốm, kẹo lạc, kẹo vừng, bánh quy... (Vũ Thế Ngọc, 2006).

Văn hoá uống trà ở vương quốc Anh

Theo Wang (2011), có ba loại hình uống trà phổ biến ở vương quốc Anh, đó là: trà chiều (afternoon tea), trà mạn (high tea) và trà giải lao (tea breaks).

• Trà chiều (afternoon tea)

Đây là hình thức uống trà nổi tiếng nhất của vương quốc Anh. Nữ bá tước thứ 7 của Bedford –Anna được coi là người đã sáng tạo ra hình thức uống trà này vào đầu những năm 1840. Vào thời đó, bữa tối thường diễn ra rất muộn, vào tầm 8h30-09h tối, vì vậy nữ công tước thường cảm thấy rất đói. Bà bí mật sai người mang bánh trái đến phòng mình. Sau này, mọi người biết được và họ không những không giễu cợt bà mà còn học theo cách làm này của bà và những bữa ăn nhẹ kèm với trà ra đời, lấy tên là trà chiều (afternoon tea). Tại thời điểm đó, chỉ những người giàu mới có đủ tiền để mua trà. Họ thường mời khách đến nhà. Trà được để trong bộ ấm chén bằng sứ, ăn kèm với sandwich dưa chuột và giăm bông, bánh ngọt, bánh nướng, kem, kem bọc sữa và mứt. Nghi lễ uống trà chú trọng vào cách bày biện và cuộc trò chuyện giữa chủ nhà và khách. Trà chiều thường diễn ra từ 02-04h chiều và kéo dài trong khoảng một tiếng rưỡi đến hai tiếng. Ngày nay, ở những gia đình trung lưu ở vùng ngoại ô, trà chiều thường chỉ là trà túi ăn kèm bánh quy hoặc một chiếc bánh ngọt nhỏ. Trà có thể được bày trang trọng trong phòng khách hay phòng ăn hoặc đơn giản là uống trong bếp, trong vườn, khi đi dã ngoại hay tại bất cứ địa điểm nào. Hiện tại trà chiều hầu hết được tổ chức tại các phòng trà ở khắp nơi trên nước Anh thay vì ở nhà. Bạn bè, mẹ và con gái thường gặp mặt và tán gẫu ở đây.

• Trà mạn (high tea)

Trà mạn là sự kết hợp giữa trà chiều và bữa tối cho người dân lao động. Trà mạn là một bữa ăn gia đình, diễn ra bất kì lúc nào từ 05-07 giờ tối. Người dân thường dùng một hay hai món ăn nóng ăn kèm với thịt gà nguội, thú săn bắt được, giăm bông, salad, và bánh ngọt hoặc bánh tạc. Đây là một bữa ăn cho đàn ông không phải là nơi trò chuyện của phụ nữ như trà chiều.

• Trà giải lao (tea breaks)

Trà giải lao là một phong tục đã tồn tại ở Anh từ khoảng 200 năm nay. Trước kia khi người lao động bắt đầu ngày làm việc vào lúc 5-6 giờ sáng, các ông chủ thường cho phép họ có một giờ giải lao vào buổi sáng để ăn và uống trà. Một vài người còn cho người làm công một giờ giải lao nữa vào buổi chiều. Đây là dịp để những người lao động nghỉ ngơi, tán gẫu với nhau.

• Trà cụ

Trà cụ ở vương quốc Anh bao gồm ấm pha trà, hộp đựng chè, và thìa múc chè.

Khi người Hà Lan đưa trà vào nước Anh, họ mang theo ấm pha trà của người Trung Quốc. Ấm

được làm bằng sứ mỏng với đáy và vôi âm rộng. Phải đến những năm 1670, những thợ gốm Hà Lan mới tìm ra cách tự sản xuất âm chịu nhiệt.

Ban đầu, trà được đựng trong những bình và lọ của Trung Quốc. Dần dần, người châu Âu tự sản xuất ra lọ và hộp đựng trà với đủ mọi kích cỡ và hình dáng: tròn, vuông, hình trụ, hình các loại trái cây như lê, táo, dâu, cà tím, dứa... làm từ vàng, bạc, đá và gỗ. Hộp có thể được sơn hoặc sơn mài và được bọc giấy thiếc ở bên trong để đựng chè. Vào đầu thế kỉ XVIII, hộp chè được gọi là rương đựng chè với hai hoặc ba ngăn riêng biệt để trữ những loại chè khác nhau và đôi khi cả đường. Các hòm đều có khoá và chìa khoá do bà chủ nhà giữ. Vì chè thời thời đó là vật quý hiếm và đắt đỏ, hòm này được để trong phòng khách để phòng người làm lấy trộm. Vào cuối thế kỉ XIX, khi giá chè sụt giảm, hòm có khoá và các lọ, hộp cầu kì dần mất đi, thay thế bằng hộp và lọ thiếc và được để trong bếp.

Khi mới du nhập vào Anh, thìa múc chè có dạng cái muôi có tay cầm dài, dùng để xúc chè từ rương đựng chè. Kể từ năm 1770, thìa múc chè với tay cầm ngắn bắt đầu xuất hiện để lấy chè từ những hộp chè ngắn và rộng hơn. Thìa có nhiều hình dáng như hình lá cây, cái xẻng, hạt sồi, cá hồi... nhưng phổ biến nhất là hình con sò nhỏ, bắt nguồn từ việc những thương lái châu Á hay để một vỏ sò trên hộp chè để khách lấy mẫu thử xem trước khi mua.

2.3. Chỗ đứng của văn hoá trà trong cuộc sống hiện đại ở Việt Nam và vương quốc Anh

• Việt Nam

Tục uống chè xanh vẫn còn rất phổ biến tại Việt Nam. Có thể nói, uống chè xanh là một phần thiết yếu của trong văn hoá xã hội và cộng đồng của Việt Nam. Trong khi đó, trà đạo lại không phổ biến bằng; thường chỉ xuất hiện trong những dịp trang trọng như lễ hội văn hoá, biểu diễn pha trà hay một bữa tối sang trọng. Nhìn chung, đại bộ phận người dân Việt Nam coi việc uống trà như một hoạt động xã hội, đặc biệt là ở các vùng quê. Ở các thành phố lớn như Hà Nội, người cao tuổi

thường hay ngồi uống trà ở các quán ven đường. Theo Tạp chí điện tử Kinh tế và Đồ uống, giới trẻ ngày nay yêu thích trà đậm vị, với thành phần trà chiếm 70% công thức. Ngoài trà thuần túy, họ còn ưa chuộng trà trái cây và các loại trà biến tấu khác. Mức tiêu thụ trà tại Việt Nam tăng từ 40.000 tấn vào năm 2018 lên khoảng 50.000 tấn năm 2023. Có thể nói, văn hóa trà của Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ và sẽ còn tiếp tục vươn xa trong tương lai.

• Vương quốc Anh

Vào năm 2003, công ty DataMonitor thông báo rằng tục lệ uống trà ở Anh đang trên đà sụt giảm. Lượng tiêu thụ túi trà ở Anh giảm 10,25% từ năm 1997 đến năm 2002. Thay vì trà, người Anh lại uống những loại đồ uống bổ dưỡng như nước trái cây hay nước sả. Sản lượng tiêu thụ của những loại thức uống này tăng 50% từ năm 1997 đến năm 2002. Lượng trà đã lọc hết caffeine được bán ra còn giảm nhiều hơn so với các loại trà thông thường. Năm 2011, cà phê espresso còn bán chạy hơn cả trà. Trong năm 2023, doanh thu của trà là 377 triệu bảng Anh, trong khi doanh số của cà phê hòa tan là 978 triệu bảng Anh. Theo các nhà phân tích của NielsenIQ, sản lượng trà bán ra trong năm 2024 đã giảm 4,3% so với năm 2022. Một khảo sát của Mintel vào năm 2024 cho thấy chỉ có 48% người Anh uống trà ít nhất một lần một ngày. Giới trẻ Anh thường gắn trà với hình ảnh của người già, nên loại đồ uống này không phổ biến với họ.

III. KẾT LUẬN

Từ những so sánh trên, có thể thấy văn hoá trà của Việt Nam bắt đầu sớm hơn rất nhiều so với vương quốc Anh. Tục uống trà của người dân Việt Nam cũng có xu hướng dần dãn, mộc mạc hơn ngay từ thuở ban đầu. Điểm giống nhau giữa hai nền văn hoá là đều chịu ảnh hưởng của Trung Quốc và đều là những hoạt động mang tính xã hội. Tuy vậy, với sự phát triển của cuộc sống hiện đại và sự ra đời của những loại nước uống tiện lợi hay bổ dưỡng khác, văn hoá trà ở cả hai quốc gia đã có sự sụt giảm rõ rệt.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. *Britons have less time for tea.* (2003). <https://www.beveragedaily.com/Article/2003/06/16/Britons-have-less-time-for-tea/>
2. Hồng Anh. (2024). *Thị trường trà Việt Nam: Cuộc đua mới đầy tiềm năng.* <https://kinhtedouong.vn/thi-truong-tra-viet-nam-cuoc-dua-moi-day-tiem-nang-102267.html>
3. Masud, F., McMinn, J., & Meierhans, J. (2024). *'It's an old person drink. 'Is Britain's love for tea cooling off?'* <https://www.bbc.com/news/articles/c4gpl191535o>
4. Ukers, W.H. (1935). *All About Tea.* New York: The Tea and Coffee Trade Journal.
5. Vũ Thế Ngọc (2006). *Trà kinh – Nghệ thuật thưởng trà trong lịch sử và văn hóa Đông phương.* Nhà xuất bản Văn nghệ, thành phố Hồ Chí Minh.
6. Wang, N. (2011). *A comparison of Chinese and British tea culture.* Asian Culture and History, 3(2), 13-18.
7. Wenner, R. (2011). *The deep roots of Vietnamese tea: Culture, production and prospects for development.* http://digitalcollections.sit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2154&context=isp_collection