

## ĐẠI QUAN VỀ GỐM SỨ HIZEN (NHẬT BẢN)

PHẠM QUỐC QUÂN\*

Từ xưa tới nay, giới nghiên cứu Việt Nam nói chung và những nhà sưu tập cổ ngoạn nói riêng, biết và hiểu về gốm sứ Hizen thông qua những sưu tập hiện vật được khai quật trong các ngôi mộ cổ ở vùng Mường (Hòa Bình), vùng Mạ ở Đại Làng, Đại Lào (Lâm Đồng), trong các cảng thị ở Hội An (Quảng Nam), Thanh Hà (Thừa Thiên Huế), cùng nhiều nơi khác, giới hạn tới Nam Trung Bộ. Đó là những đồ sứ hoa lam, thuộc thế kỷ XVII, được xuất khẩu sang Việt Nam và một số quốc gia Đông Nam Á, như là một minh chứng cho thời kì hoàng kim và thịnh đạt nhất của gốm sứ Hizen, khi mà nhà Minh (Trung Hoa) xung đột dữ dội với người Mãn Châu, khiến cho ngành sản xuất gốm sứ của nước này bị ngưng trệ, theo đó, gốm sứ Hizen đã nhanh chóng trám lấp vào sự thiếu hụt này để xuất khẩu. Gốm sứ Hizen nhập khẩu vào Việt Nam chủ yếu là đồ gia dụng, với một dòng gốm hoa lam đặc trưng, chịu nhiều ảnh hưởng kỹ thuật và nghệ thuật Trung Hoa. Chính sự ảnh hưởng này đã khiến một thời, giới nghiên cứu Việt Nam khó nhận ra sự khác biệt giữa Hizen và hoa lam Trung Hoa, giới sưu tầm cổ ngoạn thì xếp chung vào đồ sứ dân diêu thời Minh, thế kỷ XVII. Giờ đây, với nhận thức ngày một được điển đầy, sự tách bạch giữa hai dòng gốm sứ này dễ dàng hơn rất nhiều so với vài thập niên trước. Thế nhưng, để hiểu cho thật đầy đủ và trọn vẹn gốm sứ Hizen, hẳn còn là một thách thức đối với người nghiên cứu và sưu tầm. Bài viết này cũng không hề có tham vọng giải quyết được những vấn đề về gốm sứ Hizen trong quá trình hình thành và phát triển của nó với bao biến động và thăng trầm, nhưng có thể cung cấp cho bạn đọc một cách nhìn bao quát về trung tâm sản xuất gốm sứ này với sự phong phú và đa dạng của những dòng sản phẩm, thiết nghĩ, nó không quá đơn điệu

như nhiều người lầm tưởng bấy lâu nay.

Cũng như bao trung tâm sản xuất gốm sứ khác của các quốc gia, Hizen là một địa danh và địa danh ấy thuộc đảo Kyushu. Đó là đảo lớn thứ ba trong bốn hòn đảo lớn của Nhật Bản. Vào thời kỳ thịnh đạt nhất, thế kỷ XVII, Hizen được chia ra 10 phiên, nhưng gốm sứ chỉ được tập trung sản xuất ở bốn nơi, đó là Karatshu, Hirado, Omura và Saga. Chính ở 4 nơi này đã hình thành nên những dòng gốm sứ riêng biệt, để ra đời một trung tâm Hizen đa sắc màu. Dòng Karatshu ở Karatshu, dòng Mikawachi ở Hirado, dòng Hasami ở Omura và dòng Arita ở Saga.

1. Sứ Arita ở Saga làm cho tôi ấn tượng nhất, vì cách đây hơn một thập niên, tôi có mời Kikuchi Seilichi, giáo sư Đại học Nữ Chiêu Hòa đến tham vấn về một chiếc đĩa vẽ "bát bảo". Ông ngạc nhiên khi thấy chiếc đĩa ấy có mặt ở Việt Nam mà không hiểu vì lý do gì, một đồ dùng của quý tộc võ sĩ đạo lại lưu lạc nơi đất khách. Ông bảo đó là đồ sứ quý tộc Arita, đặc biệt quý hiếm ở Nhật Bản và trên thế giới.

Arita là trung tâm sản xuất gốm sứ đầu tiên và nổi tiếng ở Nhật Bản. Thế nhưng, có không ít người vẫn thường gọi Arita là Imari, vì Imari là cảng biển và gốm sứ Arita được xuất khẩu qua đây.

Tại Arita có ba dòng sứ tiêu biểu, đó là Nabeshima, Koimari và Kakiemon.

Chiếc đĩa mà tôi nói tới trên đây chính là sản phẩm của Arita Nabeshima. Nabeshima, chủ yếu sản xuất loại sứ men mầu nung nặng lửa, với ba gam màu chủ đạo: đỏ, xanh lục và vàng. Cũng có khi, đó là xanh cobal, xanh lục và vàng. Những màu này được tạo thành những mảng ấn tượng trên nền trắng và nghệ nhân dùng những đường bút lông tia những đường cong tạo họa tiết hoa văn. Trong những đường cong vẫn là những mảng, những miếng ấn tượng của ba màu chủ đạo để có hình hạc đứng, hạc bay, hoa và quả đào, phong lan và "bát bửu" phủ kín trong những chiếc đĩa lớn, đường kính

\* Ủy viên Hội đồng Di sản văn hóa quốc gia

khoảng 30cm. Nabeshima đã cho ra đời những sản phẩm như thế và tương tự như thế, nhưng đã trở thành hàng hóa đắt đỏ, chỉ có giới quý tộc đương thời của Nhật Bản dám tiêu dùng.

Arita - Koimari trình làng hai loại sản phẩm, có thể được coi là hai dòng gốm chủ đạo ở đây, đó là sứ men trắng vẽ lam và sứ màu đa sắc. Ở thời kỳ đầu, Koimari có phong cách trang trí thô cứng và khuôn mẫu, do ảnh hưởng của hoa văn đồ dệt trên vải truyền thống của Nhật Bản. Những đường viền bằng vàng, bạc làm cho những họa tiết đơn điệu và khô cứng, dẫu có tăng thêm sự sang trọng cho đồ sứ Koimari, nhưng lúc đương thời đã tiêu tốn đáng kể đến kho kim loại hiếm quý này của Nhật Bản.

Dần dần, sứ Koimari đã quan tâm khai thác những loại hoa văn đa dạng hơn, ngoài dệt, đó là những hình động vật thân quen như chim trĩ, hạc, cá, mèo, chuột và những con vật thân thiện, linh thiêng như rồng, phượng... Để tài thực vật mang tính truyền thống của Nhật Bản cũng được lưu ý, đó là hoa cúc, hoa anh đào, lá đỏ... Thiên nhiên, mây trời, sông núi, nhà cửa, bàn ghế, dụng cụ nông nghiệp cũng phần nào được phản ánh trên sứ Koimari, khiến cho nó gắn gũi với cuộc sống đương thời của người dân Nhật Bản.

Đặc biệt, trong bộ sưu tập sứ Koimari có nhiều đề tài về văn hóa phương Tây, đó là những con tàu buôn Hà Lan hay lối sống, lối sinh hoạt của người Hà Lan. Có lẽ đây là sản phẩm được Công ty Đông Ấn Hà Lan (VOC) đặt làm để thỏa mãn cho thị trường xuất khẩu lúc bấy giờ của đồ sứ Arita nói chung và Koimari nói riêng.

Mặc dù có sự đa dạng, phong phú về thể tài trang trí, nhưng Koimari không có nhiều loại hình đặc sắc, dường như là bằng chứng sinh động cho một thực tế rằng, dòng sứ này chủ yếu phục vụ đời sống thường nhật và xuất khẩu.

Arita - Kakiemon quan tâm chủ yếu tới việc sản xuất đồ sứ màu đa sắc với những chiếc bát có nắp,

bát sâu lòng tám múi, đĩa kích thước lớn, hộp lục giác, bình hoa... trang trí rồng, chim phượng, chim hạc, hoa lá, tam hữu (tùng, cúc, trúc/mai). Đây là những đề tài gắn gũi với Á Đông và văn hóa Nhật Bản, lại được thể hiện trên những đồ sứ mỏng thấu quang của Kakiemon, với lối vẽ công bút tài hoa của nghệ nhân, do đó, đã tạo nên một sự hấp dẫn đáng kể tới thị trường trong và ngoài nước, đặc biệt với tầng lớp trên của Nhật Bản.

Kakiemon cũng như Koimari, do là hàng hóa xuất khẩu, nên ở đây vẫn khá phổ biến những đề tài Âu châu, do thương nhân Hà Lan đặt hàng để phục vụ cho chiến lược xuất khẩu của họ, lúc này đã vươn xa đến khu vực Nam Mỹ.

2. Gốm Karatshu xuất hiện đầu đó vào khoảng cuối thế kỷ XIV và phát triển vào cuối thế kỷ XVI, bằng việc bắt tù binh là các nghệ nhân gốm sứ từ Triều Tiên đưa về Nhật Bản (sau chiến tranh), theo đó, kỹ thuật và công nghệ được du nhập vào cùng với họ.



Gốm vẽ nhiều màu lò Arita - Hizen (Nhật Bản)  
Trang trí đề tài hoa cúc  
Niên đại: Cuối thế kỷ 19 - Đầu thế kỷ 20

Sứ vẽ nhiều màu lò Arita - Hizen (Nhật Bản)  
Trang trí đề tài Samurai  
Niên đại: Cuối thế kỷ 18

Sứ vẽ nhiều màu, tam lam, lò Arita - Hizen (Nhật Bản)  
Trang trí đề tài Bát bảo  
Niên đại: Nửa sau thế kỷ 17

Ảnh: Tác giả cung cấp

Gốm Karatshu không được ưa chuộng dưới con mắt của người châu Âu, nhưng lại rất được yêu thích từ người Nhật, với vai trò là đồ dùng trong trà đạo.

Mặc dù có sự tiếp thu của Triều Tiên, nhưng Karatshu vốn đã có sẵn tiền đề của truyền thống bản địa, đó là những sản phẩm gốm thô, xương không mịn. Tiền đề ấy đã tạo nên đặc điểm và đặc điểm này đã chi phối toàn bộ tiến trình phát triển của Karatshu, với những sản phẩm gốm thô, dường như rất quyện hòa với mẫu mã của trà đạo và với những loại men tự nhiên lấy từ tro và khoáng chất ở vùng đất này.

Gốm Karatshu có nhiều chủng loại, đó là những lọ tì bà được tráng men tro có màu vàng nhạt, không trang trí hoa văn, những chiếc bát sâu lòng, miệng loe được tráng hai lớp men (tro và oxit sắt) tạo nên những tia như mưa rơi, như hỏa biến. Đây là loại bát dùng phổ biến trong trà đạo. Ngoài ra, dòng Karatshu còn có những đồ gốm không men, được chài khắc hoa văn ngay trên phiôi gốm, tạo những đồ án tam giác, trong có gạch chéo, hay những đồ án hoa dương xỉ, những hoa văn vẽ màu oxit sắt giống như những chiếc nơ trên nền gốm mộc. Đặc biệt, sự thô phác tưởng đâu như là một đặc điểm chi phối toàn bộ công - kỹ nghệ gốm Karatshu, thì trong bộ sưu tập lóe lên những sản phẩm tráng men trắng vẽ hoa bằng men lam, như là một báo dẫn cho sự phát triển của những dòng gốm khác ở Hizen.

Gốm Karatshu lưu hành chủ yếu trong nội địa nên không thấy có mặt ở nước ngoài, theo đó, không tạo được sự quan tâm của giới nghiên cứu và sưu tầm trên thế giới, dẫu rằng, những sản phẩm của dòng gốm này vô cùng hiếm hoi.

3. Sứ Hasami có hai dòng chủ yếu, đó là đồ men ngọc và sứ men trắng vẽ lam. Tuy nhiên, tên gọi Hasami ít được biết đến, mà người ta quen gọi loại này với tên cảng xuất khẩu chúng, đó là Imari và Arita.

Sứ hoa lam Hasami chủ yếu sản xuất phục vụ trong nước, nên rất đơn giản về loại hình và hoa văn trang trí. Bát đĩa có tên gọi Karamanka chiếm chủ đạo, với kỹ thuật nung chồng xếp, để lại dấu khoanh lòng, đã đáp ứng được yêu cầu thị trường trong nước khi cung thấp hơn cầu. Hoa văn trang trí trên loại sản phẩm này là ở trong và ngoài thành bát, đĩa, với các họa tiết hoa dây liên hoàn, cỏ cây và sóng nước.

Ngoài phục vụ nhu cầu trong nước, cho tầng lớp bình dân là chủ yếu, sứ men trắng vẽ lam

Hasami còn cung cấp bao bì cho các hãng xuất khẩu thực phẩm của Nhật Bản, đó là bình đựng nước, bình đựng xì dầu, là do các thương nhân Hà Lan, Bồ Đào Nha đặt hàng, theo đó, trên các bình này có chữ nước ngoài: Japanschzoya, Japanschzaky.

Mặc dù là đồ bao bì và bình dân, nhưng, sứ xanh trắng của dòng gốm này cũng trình ra thị trường những mặt hàng tương đối cao cấp, mà ta có thể thấy trên các khí vật có xương mỏng, được vẽ hoa văn kín bề mặt với các họa tiết hoa đồng tiền, chim, tùng, trúc, cúc, qua những chiếc nậm rượu hình cầu, hình quả nhót cổ nhỏ.

Sứ hoa lam Hasami tuy không đẹp, không ấn tượng, nhưng với tính thực dụng cao của nó; nên trong suốt thời Edo (1603 - 1868) nó vẫn được sản xuất rầm rộ, cho đến thời Minh Trị (1868 - 1912).

Sứ men ngọc Hasami dường như lại xuất trình một diện mạo trái ngược với men trắng vẽ lam. Ở thời kì hoàng kim, đó là sản phẩm hướng tới phục vụ giới quý tộc.

Sứ men ngọc Hasami được sản xuất tại lò Mitama, Kiba và Nageta có màu xanh không đồng đều, nhưng ấn tượng. Đó là những chiếc đĩa sâu lòng, miệng lợi chậu, đĩa lòng bằng, miệng khum, bát dáng lồng bàn và nhiều loại hình khác. Hoa văn trang trí chủ yếu là ám họa với các họa tiết hoa cỏ (lan, cúc). Kiểu dáng, kỹ thuật và mô típ hoa văn ấy, làm ta liên tưởng tới sứ Long Tuyền (Trung Hoa), dẫu rằng Hasami men ngọc muộn hơn rất nhiều, so với Long Tuyền, thế kỉ XI - XIV. Men ngọc Hazami phát triển trong khoảng đầu thế kỷ XVII đến giữa thế kỉ XVIII. Cho đến nay, nó vẫn chiếm một thị phần khoảng 12% trong bộ đồ ẩm thực Nhật.

Có thể nói, sứ hoa lam và men ngọc Hasami mặc dẫu xuất hiện muộn so với khu vực và so với các quốc gia xuất khẩu gốm sứ của Đông Á và Đông Nam Á, nhưng dường như, sứ mệnh đã trao gửi với sự quyết định của người Nhật, nên hàng hóa của nó đã tràn ngập thị trường khu vực, trước một Trung Hoa đang lúng túng với nội chiến, sản xuất gốm sứ bị ngừng trệ và trước một Triều Tiên và Việt Nam đã thoái trào, không nắm bắt được cơ hội.

4. Sứ Mikawachi là một trung tâm sản xuất nổi tiếng có truyền thống lâu đời, đầu đó vào 400 năm trước. Trung tâm này cho ra đời nhiều dòng gốm đặc sắc, ngời ngàng với vẻ đẹp thanh cao, tao nhã, hướng tới phục vụ tầng lớp quý tộc và xuất khẩu đương thời.

Dòng sứ trắng Mikawachi trình làng nhiều hiện vật độc nhất, vô nhị để phục vụ cho hoàng gia và giới quý tộc. Đây có lẽ là mẫu số chung cho cả sứ trắng Trung Quốc, Hàn Quốc và Việt Nam.

Sứ trắng Mikawachi nổi tiếng bởi nguyên liệu đất chỉ riêng có ở Amakusa. Với loại nguyên liệu đặc biệt này, cộng với sự đào luyện xương gốm vô cùng kỹ lưỡng, cùng với những bàn tay điều luyện của nghệ nhân và độ lửa nung trong lò được khống chế tới mức tối ưu, đã tạo nên nhiều sản phẩm sứ trắng cao cấp, có độ mỏng như vỏ trứng và thấu quang.

Sản phẩm sứ trắng Mikawachi được dùng trong trà đạo, đó là những bát không nắp và có nắp, bình đốt trầm, lư đốt trầm được chế tác như bạch ngọc với các họa tiết trở thủng mỏng manh, những cánh sen nhiều tầng, nhiều lớp, cong vểnh như mái ngói, những tượng thú uy nghi trên đỉnh nắp lư trầm... Tất cả đều thể hiện sự cao sang, quyền quý của khí vật mà tôi có thể khẳng định, chúng vượt trội hơn cả đồ sứ Trung Hoa đương thời. Có thể nói, sứ trắng Mikawachi là niềm tự hào của Hizen, của Nhật Bản.

Bộ sưu tập sứ trắng Mikawachi có niên đại đầu thế kỷ XVII - hẳn là muộn hơn nhiều so với sự khởi nguồn của sứ trắng Trung Hoa, Triều Tiên và Việt Nam. Chính vì sự ra đời muộn màng này và từ lợi thế của người đi sau, đã tạo cho sứ trắng nơi đây có sự tiếp biến ngoạn mục.

Dòng sứ men trắng vẽ lam Mikawachi cũng dường như không chịu thua kém sứ trắng nơi này, thậm chí còn sánh ngang với Arita nổi tiếng. Nhìn những chiếc bát trà đạo, với màu men trắng như ngọc làm nền cho màu xanh lam, qua những họa tiết hoa lá mềm mại, với lối công bút điều luyện, ít ai nghĩ đó là sứ Nhật Bản, thế kỷ XVII. Mặc dầu vậy, nếu đặt chúng với gốm sứ đồng thời của Trung Hoa, chúng hơn hẳn chất lượng và tạo nên đặc trưng riêng biệt của đồ xanh trắng Mikawachi.

Nói điều này, tôi đã so sánh chiếc đĩa vẽ đào đặt bên cạnh những chiếc bình cũng vẽ đào của Trung Hoa thời Ung Chính, được xem như là một đề tài ưa chuộng nhất trên đồ sứ đa sắc thời này, với giá cao ngất ngưỡng của cổ vật chất liệu gốm sứ, thì sự khác biệt vẫn hiển lộ, dẫu chiếc đĩa Mikawachi ra đời sớm hơn một thế kỷ.

Sứ men trắng vẽ lam Mikawachi thế kỷ XVII còn cho ra đời những tác phẩm vẽ người - loại đề tài ít thấy trên đồ sứ Nhật Bản vẽ lam và khó khăn đối với các nghệ nhân vẽ và nung đồ gốm sứ nặng lửa. Đó là những em bé, khi thì 7, khi thì 5, khi thì 3, tương

đương với thứ bậc trong cách vẽ dành cho quà tặng triều đình, tướng quân, lãnh chúa và võ sĩ. Số lượng 1 hoặc 2 chú bé trang trí trên đồ sứ Mikawachi cũng là quà tặng, nhưng dùng cho tầng lớp bình dân hơn. Lễ đương nhiên, đề tài em bé không chỉ quy định về số lượng mà những họa tiết làm nền cho những chú bé ấy cũng là những tiêu chí về thứ bậc: tùng - trúc - mai, thể hiện cho sự thanh cao của người quân tử.

Trên đây, tôi đã cung cấp cho độc giả một cái nhìn khái quát về những dòng gốm sứ của trung tâm sản xuất nổi tiếng Hizen của Nhật Bản. Dù còn khái quát, cũng đã thấy được sự đa dạng, phong phú, với những dòng gốm Arita, Karatshu, Hasami và Mikawachi. Trong mỗi dòng lại có nhiều dòng sản phẩm khác nhau: gốm sứ hoa lam, gốm sứ vẽ nhiều màu, sứ bạch định và sứ men ngọc... Tất cả đều thể hiện sự phát triển nội tại và luôn tiếp nhận những giá trị tinh hoa của truyền thống gốm sứ Triều Tiên, Trung Quốc và sau này, cả với phương Tây xa xôi. Sự năng động và quyết liệt của người Nhật, thông qua trung tâm sản xuất gốm sứ Hizen đã khẳng định vai trò chiếm lĩnh của loại hàng này trên thị trường xuất khẩu, khi mà đại gia Trung Hoa bị thất sủng, hoảng loạn trong nội chiến và các cường quốc khác của khu vực không tận dụng được thời cơ.

Gốm sứ Hizen đã khẳng định được vị trí, vai trò của mình trong lịch sử, mà ở thế kỷ XVII, nó xứng đáng là một trung tâm sản xuất đáng được vị nể. Tuy nhiên, với bất cứ trung tâm nào, sau một thời đỉnh cao, thường bị suy thoái và tàn lụi, do nhiều nguyên nhân khách quan và chủ quan. Hizen nói chung và các trung tâm vệ tinh của Hizen nói riêng, cũng không nằm ngoài quy luật ấy. Sự thật nghiệt ngã dẫu có làm cho Hizen bị suy tàn hay thu hẹp, nhưng những giá trị cơ bản của các dòng gốm vẫn được bảo lưu, khiến cho nhiều người, trong đó có tôi, khó nhận ra được sự khác biệt giữa những sản phẩm mới của Arita với Arita cổ, nếu như nghệ nhân hôm nay không ghi dưới đáy dòng chữ Anh chỉ dẫn "Arita - Gold hands".

Thu hẹp, thậm chí chấp nhận lụi tàn chứ không chối bỏ truyền thống để chạy theo thị hiếu tầm thường, được coi là tuyên ngôn của các làng nghề - đặc biệt là gốm sứ, mà với Việt Nam, nhiều bài học đắt giá đã phải trả./.

P.Q.Q

(Ngày nhận bài: 13/6/2014; Ngày phản biện đánh giá: 23/7/2014; Ngày duyệt đăng bài: 21/8/2014)