

# QUAN ĐIỂM VÀ THỰC TIỄN QUẢN LÝ LỄ HỘI TRUYỀN THỐNG VỚI TƯ CÁCH MỘT SẢN PHẨM DU LỊCH

TRỊNH LÊ ANH

## Tóm tắt

*Quản lý lễ hội truyền thống trong mối quan hệ với phát triển du lịch, trên cơ sở tiếp cận chúng như những sản phẩm du lịch là một vấn đề đang được các nhà quản lý văn hóa quan tâm. Một quan điểm quản lý lễ hội truyền thống hiện nay cho rằng khai thác, biến chúng trở thành sản phẩm du lịch là tất yếu và nên làm. Tuy nhiên, không phải lễ hội truyền thống nào cũng có thể trở thành sản phẩm du lịch. Nhu cầu phát triển ngành công nghiệp văn hóa với trường hợp lễ hội truyền thống và bài toán khai thác cho du lịch trên thực tiễn gặp phải những lúng túng trong việc đáp ứng do thiếu những cơ sở lý thuyết chắc chắn. Những vấn đề thực tiễn đang đặt ra và khoảng trống trong nghiên cứu quản lý lễ hội truyền thống như là sản phẩm du lịch cần được bù đắp. Bài viết này làm rõ khoảng trống đó cùng những phân tích liên quan từ thực tiễn đến lý thuyết.*

**Từ khóa:** Lễ hội truyền thống; quản lý lễ hội truyền thống, sản phẩm du lịch

## Abstract

*Traditional festival management in relation with tourism development, on the basis of accessing them as tourism products, is a matter of concern to current cultural managers. A traditional festival management's point of view today that mining, turning them into tourism products is inevitable and should be done. However, not all traditional festivals can become tourism products. The need to develop the cultural industry with traditional festivals and the problem of exploitation for tourism in practice has encountered the confused responses due to the lack of firm theoretical foundations. Practical issues are emerging and gaps in traditional festival management research as tourism products need to be offset. This article clarifies those gaps and the relevant analyzes from practical to theoretical.*

**Keywords:** Traditional festival; traditional festival management, tourism products

## Đặt vấn đề

Quản lý lễ hội truyền thống trong mối quan hệ với phát triển du lịch, trên cơ sở tiếp cận lễ hội như những sản phẩm du lịch là một vấn đề đang được các nhà quản lý văn hóa quan tâm hiện nay. Quan điểm quản lý lễ hội truyền thống hiện nay cho rằng việc bảo tồn lễ hội nhất

thiết phải dựa trên việc xem xét chúng có đáp ứng được các yêu cầu của công chúng đương đại hay không? Có mang lại những lợi ích kinh tế xã hội nhất định cho cộng đồng bản địa hay không? Trả lời được những câu hỏi này mới có thể đưa các lễ hội đó vào khai thác, biến chúng trở thành sản phẩm du lịch. Tuy nhiên, không phải lễ hội truyền thống nào cũng có thể đáp ứng được những tiêu chí để trở thành

sản phẩm du lịch. Việc khai thác không đúng, không trúng sẽ gây phản ứng ngược, làm mai một đi những giá trị đáng quý mà một lễ hội truyền thống chứa đựng. Nhu cầu phát triển ngành công nghiệp văn hóa với trường hợp lễ hội truyền thống và bài toán khai thác giá trị của lễ hội truyền thống cho phát triển du lịch trên thực tiễn gặp phải những lúng túng trong việc đáp ứng các yêu cầu do thiếu những cơ sở lý thuyết chắc chắn. Những vấn đề thực tiễn đang đặt ra và khoảng trống trong nghiên cứu vấn đề quản lý lễ hội truyền thống với tư cách một sản phẩm du lịch cần được bù đắp. Bài viết này làm rõ khoảng trống đó cùng những phân tích liên quan làm tiền đề cho những nghiên cứu tiếp theo.

### **1. Lễ hội truyền thống và quản lý lễ hội truyền thống trong bối cảnh hiện nay**

Lễ hội truyền thống là một sản phẩm của xã hội quá khứ, được truyền lại tới ngày nay và nó được người dân, cộng đồng tiếp nhận và thực hành trong đời sống sinh hoạt, tín ngưỡng. Lễ hội truyền thống là một loại hình sinh hoạt văn hóa dân gian tổng hợp, vừa độc đáo vừa phong phú, đa dạng của dân tộc Việt Nam, có nguồn gốc từ rất lâu đời. Có thể coi lễ hội truyền thống là hình ảnh thu nhỏ của nền văn hóa dân gian. Lễ hội truyền thống bao hàm hầu như đầy đủ các loại hình và hình thức sinh hoạt văn hóa dân gian như: truyền thuyết, thần thoại, thần tích, thần phả, văn tế, văn bia, hoành phi câu đối ca dao, hò vè... (văn học dân gian); diễn xướng, sân khấu dân gian, các làn điệu dân ca, dân vũ, dân nhạc... (nghệ thuật biểu diễn dân gian); các nghi lễ, nghi thức, trò diễn, trò chơi dân gian, tục lệ, đối tượng thờ cúng, đức tin... (tôn giáo, tín ngưỡng, phong tục, tập quán dân gian). Do vậy, lễ hội truyền thống không chỉ là hiện tượng chứa đựng văn hóa dân gian mà còn là một hiện tượng mang tính lịch sử xã hội. Nhiều yếu tố văn hóa tâm linh, văn hóa tinh thần được lễ hội truyền thống bảo lưu và truyền tụng từ đời này sang đời khác và thực sự trở thành di sản văn hóa truyền thống vô giá của dân tộc.

Lễ hội truyền thống là một loại hình sinh hoạt văn hóa mang tính hệ thống, tính phức hợp; một hiện tượng văn hóa dân gian tổng thể, bao gồm gần như tất cả các phương diện khác nhau trong đời sống xã hội của con người: sinh hoạt tín ngưỡng, nghi lễ, phong tục, giao tiếp và gắn kết xã hội, các sinh hoạt diễn xướng dân gian (hát, múa, trò chơi, sân khấu...), các cuộc thi tài, vui chơi, giải trí, ẩm thực, mua bán... Chủ thể của lễ hội truyền thống là cộng đồng. Đó là cộng đồng làng, cộng đồng nghề nghiệp, cộng đồng tôn giáo tín ngưỡng, cộng đồng thị dân và lớn hơn là cộng đồng quốc gia dân tộc. Nói cách khác, không có lễ hội nào lại không thuộc về một dạng cộng đồng, của một cộng đồng nhất định. Cộng đồng chính là chủ thể sáng tạo, hoạt động và hưởng thụ các giá trị văn hóa của lễ hội. Các giá trị đó đã được các nhà nghiên cứu đúc kết như sau:

- Giá trị cổ kết và biểu dương sức mạnh cộng đồng;
- Giá trị hướng về cội nguồn;
- Giá trị cân bằng đời sống tâm linh;
- Giá trị sáng tạo và hưởng thụ văn hóa;
- Giá trị bảo tồn và trao truyền văn hóa;
- Giá trị kinh tế;
- Giá trị giáo dục.

Với những giá trị như vậy, việc quản lý lễ hội truyền thống trong thời kỳ hiện đại như thế nào để những giá trị truyền thống không bị mai một, đồng thời vẫn đáp ứng được thị hiếu đương đại là một bài toán khó đối với ngành quản lý văn hóa. Lễ hội truyền thống "được xem là một phạm trù thuộc khái niệm di sản văn hóa phi vật thể"<sup>1</sup>, có sự biến đổi, tích lũy và lựa chọn các giá trị của văn hóa qua thời gian. Do đó, quản lý lễ hội với tư cách là một loại hình di sản sẽ khác so với việc quản lý các loại hình di sản văn hóa khác. Bởi quản lý lễ hội lúc này sẽ phải xem xét đến tính cộng đồng, tính chất tự quản, tính linh hoạt, tính không cố định trong thành phần ban tổ chức, thêm vào đó quản lý lễ hội phụ thuộc rất lớn vào sự tự nguyện đóng góp và tham dự của người dân.

Quản lý lễ hội với tư cách là di sản, theo Bùi Hoài Sơn cần phải tập trung vào quan điểm: “Quản lý lễ hội không chỉ là mục đích văn hóa mà còn là mục đích chính trị, kinh tế, xã hội. Việc quản lý lễ hội cần quan tâm đến nguồn lực tài chính, nhân lực và phải có chính sách thích hợp để tận dụng nguồn lực này; Quản lý lễ hội là vấn đề chiến lược bảo tồn”<sup>2</sup>.

Như vậy, trong bối cảnh hiện nay, quản lý lễ hội tốt không chỉ thỏa mãn nhu cầu sinh hoạt văn hóa tín ngưỡng của người dân, giáo dục truyền thống yêu nước của dân tộc mà còn nhằm tạo cơ hội cho địa phương phát triển kinh tế xã hội.

## 2. Nội hàm và thực tiễn quản lý lễ hội và lễ hội truyền thống

Quản lý lễ hội bao gồm quản lý nhà nước và những hình thức quản lý khác đối với hoạt động lễ hội. Quản lý lễ hội nói chung ở nước ta được hiểu là quá trình sử dụng các công cụ quản lý (chính sách, pháp luật) để chế tài và tổ chức vận hành bộ máy kiểm soát, can thiệp vào các hoạt động của lễ hội bằng các phương thức tổ chức thực hiện, thanh tra, kiểm tra, giám sát, nhằm duy trì hệ thống chính sách, hệ thống các văn bản pháp quy, chế tài của nhà nước đã ban hành; làm cho lễ hội được vận hành theo đúng quy luật của văn hóa. Nội dung của lễ hội phải phù hợp với truyền thống tốt đẹp của dân tộc, phải phù hợp và mang lại lợi ích nhiều mặt cho cộng đồng hiện tại. Quản lý lễ hội là quá trình thực hiện bốn công đoạn: Xác định nội dung và phương thức tổ chức; xây dựng kế hoạch; tổ chức chỉ đạo thực hiện và kiểm tra, giám sát việc thực hiện, tổng kết, đúc kết kinh nghiệm<sup>3</sup>.

Như thế, tính chất của quản lý lễ hội và lễ hội truyền thống là hoạt động quản lý của nhà nước. Cuốn *Quản lý lễ hội và sự kiện* (Đại học Văn hóa Hà Nội) có nói đến những vấn đề cụ thể và cơ bản của công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động lễ hội được thực hiện thông qua *Luật Di sản văn hóa* của nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam; Nghị định số 26/1999/

NĐ - CP ngày 19/04/1999 của Chính phủ về các hoạt động tôn giáo; Quy chế tổ chức lễ hội (kèm theo Quyết định 39/2001/QĐ - BVHTT ngày 23/8/2001 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa Thông Tin...; Quy chế về việc cưới, việc tang và lễ hội ngày 25/11/2005...) Điều đó chứng tỏ sự chặt chẽ trong quản lý, rõ ràng, có tính khoa học cao, có định hướng cụ thể mục tiêu nhằm: Giữ gìn và phát huy những giá trị của di sản lễ hội; đảm bảo an ninh, trật tự công cộng và an toàn của người dân tham gia lễ hội, chống lạm dụng tín ngưỡng vào các mục đích vụ lợi. Tổ chức tốt các dịch vụ, đáp ứng nhu cầu của du khách, đảm bảo tính minh bạch, thu - chi trong hoạt động lễ hội. Bảo vệ môi trường sống; phát triển hoạt động lễ hội với đa mục tiêu văn hóa - xã hội - kinh tế<sup>4</sup>. Theo quy định hiện hành, ngành Văn hóa, Thể thao và du lịch được phân cấp quản lý từ trung ương đến cơ sở cấp xã - phường, chịu trách nhiệm cấp phép, kiểm tra và giám sát hoạt động lễ hội và sự kiện... Thông thường bộ phận có chức năng quản lý văn hóa thuộc ngành chịu trách nhiệm chính trong việc thực thi quản lý nhà nước với hoạt động lễ hội và sự kiện. Hoạt động này tác động đến hầu hết các mặt của đời sống xã hội khu vực, địa điểm tổ chức. Do vậy, việc chịu trách nhiệm quản lý nhà nước nói chung thuộc chính quyền sở tại, nhưng được phân chia trách nhiệm cụ thể cho các cơ quan chức năng thuộc nhà nước có liên quan. Vì vậy, trong thực tế, việc kiểm tra, giám sát và xử lý vi phạm tùy từng vụ việc mà có những cơ quan chức năng chịu trách nhiệm chính... (10, tr. 64, 65).

Bên cạnh quản lý của nhà nước, một nội hàm khác trong quản lý lễ hội và lễ hội truyền thống là *quản lý tự quản của cộng đồng*. Rất mừng là vai trò của cộng đồng trong quản lý đã được thừa nhận, sau một quá trình thay đổi tư duy đến vài chục năm. Hiện nay các công ước về quản lý, bảo vệ di sản đều nhấn mạnh và khuyến nghị nâng cao vai trò của cộng đồng. Tuy nhiên năng lực, trình độ và kinh nghiệm quản lý của cộng đồng rất khác biệt ở các quốc gia. Ở Việt Nam, dù hội làng nào cũng

thấy vai trò của cộng đồng rất rõ nét, nhưng thực chất vai trò tự quản của cộng đồng còn nhiều vấn đề phải bàn thảo. Các lễ hội hiện nay đều được tổ chức dưới sự điều hành của Ban Khánh tiết, Ban quản lý di tích và Ban Tổ chức lễ hội với sự tham gia của đại diện chính quyền, nhiều tổ chức gắn chặt với các tổ chức xã hội trên. Với đặc thù này ở Việt Nam, “vấn đề cơ chế phát huy vai trò của cộng đồng, cộng đồng với tư cách là người quyết định việc bảo tồn và phát huy các giá trị của di sản và lễ hội truyền thống sẽ được thực hiện/vận hành như thế nào đang trở thành một vấn đề rất quan trọng mà khó có sẵn mô hình nào trên thế giới có sự tương đồng”<sup>5</sup>.

Ngoài ra, cần xem xét thêm những nội hàm quản lý bởi nhiều bên tham gia trong quá trình xã hội hóa lễ hội truyền thống như doanh nghiệp, nhà đầu tư, nhà tài trợ cũng đang là vấn đề đặt ra từ thực tiễn của lễ hội truyền thống ở nước ta trong vài năm trở lại đây. Quan điểm quản lý bao hàm cả quy trình thiết kế, tổ chức, PR truyền thông, marketing để đưa “sản phẩm” lễ hội truyền thống đến với công chúng mục tiêu cũng là những nội hàm mới của quản lý di sản văn hóa nói chung và quản lý lễ hội truyền thống nói riêng.

### **3. “Khoảng trống” trong nghiên cứu lễ hội truyền thống với tư cách một sản phẩm du lịch**

Các nghiên cứu về sản phẩm du lịch hay du lịch văn hoá khá phổ biến, nhưng tiếp cận lễ hội truyền thống với tư cách một sản phẩm du lịch một cách trực diện thì chỉ mới được đề cập ở một số rất ít các công bố trên thế giới và Việt Nam. Nguyễn Đình Hoà trong bài viết *Phát triển lễ hội thành sản phẩm du lịch*, Tạp chí Du lịch Việt Nam<sup>6</sup> mặc dù có đề cập đến cách tiếp cận này nhưng mới dừng lại ở một ý tưởng trực diện khi phát biểu trùng vấn đề mà bài viết này nhắm đến, chứ chưa giải quyết được nội hàm của ý tưởng đó một cách cụ thể. Pamela S. Y. Ho & Bob McKercher trong công trình *Managing Heritage Resources as Tourism Products* đã chỉ ra mô hình lý thuyết khoa học cho việc áp dụng quản lý di sản (trong đó có lễ

hội truyền thống) như là sản phẩm du lịch, bên cạnh đó cũng nêu một số nguyên tắc, tiêu chí cho sự áp dụng này và các nghiên cứu trường hợp. Pamela S. Y. Ho & Bob McKercher cho rằng về mặt lý thuyết thì hoàn toàn là hợp lý và logic khi đưa ra mục tiêu phát triển di sản văn hóa thành sản phẩm du lịch. Mặc dù vậy, trên thực tiễn, để đạt được mục tiêu đó thì không đơn giản chút nào. Trước hết là bởi du lịch và quản lý di sản bao hàm quyền hạn và phạm vi khác nhau. Hơn nữa các di sản văn hóa thiếu sự định hướng phục vụ du lịch ngay từ giai đoạn đầu, các chiến lược quản lý và phát triển chưa đồng bộ và không phù hợp<sup>7</sup>.

Một khoảng trống nữa trong nghiên cứu việc quản lý lễ hội thành sản phẩm du lịch là ngành quản lý còn non nớt (Pamela S. Y. Ho & Bob McKercher, 2014). Những ý tưởng về mặt quản lý được đưa ra mới ở trong thời kỳ phôi thai. Thậm chí, quan điểm “sản phẩm” còn bị cho là không thể chấp nhận được vì văn hóa là phi vật thể, không thể thương mại hóa, tầm thường hóa. Ngoài ra, cách hiểu nhầm thế nào là sản phẩm ngay cả đối với những người trong ngành du lịch cũng là một điểm hạn chế đối với quản lý lễ hội với tư cách một sản phẩm du lịch. Ví dụ, thông thường sản phẩm chỉ phần lớn để cập tới hàng hóa hữu hình, người ta có thể nhìn thấy, nghe thấy, sờ thấy và chạm thấy. Còn sản phẩm du lịch dù thế nào vẫn là một khái niệm trừu tượng. Để quản lý tốt, nhà quản lý du lịch cần có cách hiểu đúng về sản phẩm du lịch và không phải ai cũng hiểu đúng một cách dễ dàng. *Luật du lịch 2017* nêu “Sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ trên cơ sở khai thác giá trị tài nguyên du lịch để thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch”, tức là sản phẩm du lịch được tạo nên để đáp ứng nhu cầu của khách du lịch. Nhu cầu của khách du lịch ngày một đa dạng và cần được đáp ứng ở mức độ cao hơn với nhiều hình thức hơn. Sản phẩm du lịch có tính tổng hợp và có khả năng thỏa mãn những nhu cầu đó bởi nó tổng hòa mọi dịch vụ chứ không phải chỉ bao hàm một dịch vụ đơn lẻ. Như vậy, sản phẩm du lịch là toàn bộ chương

trình du lịch, các dịch vụ du lịch cùng với tài nguyên du lịch được khai thác cho hoạt động du lịch. Thành phần của sản phẩm du lịch: sản phẩm lõi hành; sản phẩm dịch vụ du lịch được cụ thể hoá trong các lĩnh vực dịch vụ khác nhau: dịch vụ lưu trú, ăn uống, bổ sung; các dịch vụ cụ thể khi trực tiếp phục vụ khách du lịch: đồ lưu niệm, đồ uống, món ăn...

Ngoài ra, đã là sản phẩm thì phải có tiêu thụ và tiêu thụ thì phải có khách hàng. Thuật ngữ khách hàng, tiêu thụ xuất hiện phổ biến trong thương mại nhưng ít khi xuất hiện trong văn hóa. Nói cách khác, thuật ngữ "khách hàng", "tiêu thụ" còn xa lạ với ngành ngành văn hóa. Xét sâu xa, nếu coi các di sản văn hóa là sản phẩm du lịch thì cũng hợp lý. Bởi vì ở nơi các di sản văn hóa diễn ra hoạt động du lịch, cần có các dịch vụ để đáp ứng nhu cầu khách du lịch. Du khách mua sản phẩm du lịch không có nghĩa là "mua" di sản văn hóa, mà là trả tiền cho giá trị của di sản văn hóa mà họ được trải nghiệm, thưởng ngoạn... Nhưng rõ ràng, tính kinh tế trong di sản văn hóa cũng không dễ gì được chấp nhận ngay. Đó cũng là khoảng trống trong nghiên cứu quản lý lễ hội truyền thống với tư cách một sản phẩm du lịch.

Là một trong những học giả và nhà thực hành trong lĩnh vực tổ chức lễ hội truyền thống như là tổ chức sự kiện, Bùi Quang Thắng trong các bài viết *Tổ chức Lễ hội truyền thống như là tổ chức sự kiện, Nghệ thuật đương đại với việc xây dựng thương hiệu du lịch biển của Nha Trang, Một số bài học từ việc phục dựng lễ hội Lam Kinh* đã chỉ rõ phương thức tiếp cận ưu thế trong việc tổ chức quản lý – khai thác lễ hội truyền thống là tiếp cận bảo tồn – phát triển với những minh chứng cụ thể và thuyết phục từ những trường hợp đã thực hiện của việc tổ chức lễ hội như tổ chức một sự kiện, từ đó là tính ứng dụng cho du lịch được nêu rất rõ ràng<sup>8</sup>.

Có những tác giả lại tự tin cho rằng, "Lễ hội truyền thống còn lưu giữ nhiều sinh hoạt văn hoá văn nghệ đặc sắc. Nơi mở hội nhiều khi là những danh lam thắng cảnh, một môi trường giàu tính văn hoá. Chính địa điểm mở hội đáp

ứng các tiêu chuẩn một điểm du lịch"; "lễ hội tự bản thân nó đã và sẽ là một sản phẩm du lịch đặc biệt, chúng ta vẫn cảm nhận thấy hàng ngày qua các tour du lịch về miền cội nguồn dân tộc - cái nôi của lễ hội nhưng chỉ có điều chúng ta chưa nhận thức một cách chính thức lễ hội đó chính đang được thực hiện như một sản phẩm du lịch"<sup>9</sup>. Thực tế sẽ không đơn giản như vậy. Bởi vì để lễ hội trở thành sản phẩm du lịch và đặc biệt trở thành sản phẩm du lịch lâu dài, nó còn đòi hỏi sự quản lý một cách khoa học cả ở tầm vĩ mô và vi mô.

Những học giả khác ít nhiều có đề cập đến các khía cạnh của vấn đề này: Jo Caust, trong *Giữ gìn tính toàn vẹn của lễ hội, các cách để không làm hỏng "con ngỗng vàng"*<sup>10</sup> có nêu một cách hình ảnh "lễ hội như một con ngỗng vàng", thấy được tiềm năng thì phải khai thác đúng cách để cho ra những nguồn lợi có thật và bền vững. Những công trình khác dưới đây cũng có nhiều cách đặt vấn đề tương tự nhưng diễn đạt khác nhau, về cơ bản ủng hộ cho một xu hướng "chuyển từ dân gian cũ sang dân gian mới" có cân nhắc và khoa học (Johnnes Ruehl - Festival âm nhạc của Thụy Sĩ "Alpentone" gây cảm hứng mới đối với âm nhạc truyền thống<sup>11</sup>) hay là cổ xúy cho quan điểm phát huy vốn di sản để phát triển du lịch (Hyung Yu Park - *Tương lai của lễ hội truyền thống*<sup>12</sup>; Geoffrey Wall & Monica Iorio - *Những thách thức của việc tổ chức lễ hội với du khách lễ hội thánh Antonio, Mamoiada ở Italia*<sup>13</sup>, David Harrison - *Sự kiện và lễ hội, du lịch và truyền thống: Những bài học có ích cho Việt Nam từ Tây Ban Nha và Fiji*<sup>14</sup>). Mặc dù vậy, chưa có tài liệu nào đưa ra thuyết quản lý rõ ràng đối với việc quản lý lễ hội thành sản phẩm du lịch nói chung và cho Việt Nam nói riêng.

#### **4. Bàn luận về quản lý lễ hội truyền thống với tư cách một sản phẩm du lịch**

##### **4.1. Quản lý lễ hội truyền thống với tư cách một sản phẩm du lịch là quan điểm mới với các nhà quản lý lễ hội**

Quản lý lễ hội cũng là quản lý di sản văn hóa. Trên lý thuyết, việc xem xét các di sản văn hóa như các sản phẩm cho du lịch là hợp lý

và khoa học. Tuy nhiên trong thực tế, việc này gặp nhiều khó khăn để đạt được và đã tồn tại những thử thách trong việc phát triển du lịch văn hóa.

Trong thời đại phát triển mạnh mẽ của các loại hình du lịch văn hóa, từ du lịch văn hoá dân gian đến đương đại, Việt Nam cũng như nhiều quốc gia trên thế giới gặp không ít khó khăn trong việc xây dựng một mối quan hệ hữu cơ hài hoà giữa quản lý lễ hội truyền thống với phát triển du lịch bền vững. Chúng ta nói đến các thuật ngữ “sản phẩm”, “tiêu thụ sản phẩm văn hóa”. Văn hoá đã và đang trở thành một hàng hóa mà giá trị của nó tạo thành “sản phẩm văn hóa” có tính chất trao đổi, mua bán sinh lợi nhuận một cách rõ ràng. Điều này phù hợp trong xã hội đương đại, di sản văn hoá được xem như một món hàng hoá phục vụ cho các mục đích kinh tế, đặc biệt là kinh tế du lịch. Theo mô hình đã và đang triển khai, việc quản lý các lễ hội truyền thống với mục tiêu bảo tồn các giá trị văn hoá truyền thống của đất nước được vận hành độc lập với hoạt động của các cơ quan phát triển về du lịch vốn chỉ tập trung vào mục tiêu phát triển thương mại du lịch. Chính vì vậy, nhiều bất cập đã và đang xảy ra như sự bùng nổ tự phát trong việc tổ chức lễ hội, thương mại hoá một cách thái quá các giá trị của lễ hội truyền thống hay tệ hơn là các giá trị văn hoá không được đánh giá đúng mức ở cả những người làm chuyên môn lẫn du khách, những người hưởng thụ các giá trị ấy. Nguyên nhân dễ thấy là từ góc độ vĩ mô, sự thiếu nhất quán hay liên thông giữa hai ngành quản lý văn hóa và quản lý du lịch, những hạn chế trong cơ chế quản lý và chính sách, năng lực quản lý của một bộ phận cơ quan quản lý chưa đáp ứng...

Tất cả những sự xung đột và bất hợp tác giữa các nhà quản lý lễ hội truyền thống và kinh doanh du lịch được phản ánh qua nhiều phương tiện thông tin đại chúng, những nghiên cứu được báo cáo gần đây và đặc biệt là từ chính những du khách trong và ngoài nước

khi đến tham quan các lễ hội truyền thống tại nhiều vùng miền của Việt Nam. Chính vì vậy, thúc đẩy mối quan hệ của quản lý lễ hội truyền thống và phát triển du lịch để xây dựng mô hình quản lý các lễ hội truyền thống với tư cách một sản phẩm du lịch là một việc làm cấp bách hiện tại, khi mà thực tiễn đã và đang có những nơi, những cộng đồng với lễ hội của họ, đã có những cách quản lý, cách “làm” lễ hội khác đi, nhiều sáng tạo hơn và chứng minh rằng đang có sự biến chuyển về mô hình quản lý cụ thể ứng với từng loại lễ hội truyền thống ở Việt Nam. Mô hình này sẽ không những giúp lưu giữ các giá trị văn hoá của lễ hội truyền thống, mang đến một không gian lễ hội truyền thống thực thụ cho du khách mà còn nâng cao được doanh thu cho ngành du lịch Việt Nam, trước hết là cho địa phương.

#### ***4.2. Quản lý lễ hội truyền thống hướng đến phát triển du lịch nhưng lại hạn chế thay đổi, sáng tạo***

Lễ hội truyền thống ở Việt Nam mặc dù số lượng nhiều, khá phong phú và trải dài trên các địa bàn lãnh thổ và thời gian song vẫn thiếu vắng một luồng “sinh khí” thực sự, khi còn tồn tại những vấn đề có tính phổ biến như: sự lặp lại đến mức nhàm chán trong các nghi lễ, thiếu sự giải thích thấu đáo và phù hợp cho những nghi lễ cần thiết, là cốt lõi của lễ hội, sự bắt chước một cách máy móc giữa các địa phương trong nghi trình và nội dung lễ hội, trong giao diện hay nhận diện hình ảnh của lễ hội, sự “cạnh tranh” ngầm nhằm thu hút khách một cách đơn giản giữa các lễ hội bằng cách “họ có, thì mình cũng phải có”... Tính đặc sắc, hấp dẫn riêng chưa được nhận diện, chưa tạo được sự chú ý.

Sự cảm nhận giá trị lễ hội thiếu đa chiều, đơn điệu tượng dẫn dần sẽ mất đi tính cộng đồng của lễ hội cổ truyền trong xã hội hiện nay. Điều này dễ thấy khi các tầng lớp thanh niên đi dự lễ hội những không hiểu gốc tích, không hiểu lễ hội nhằm tưởng nhớ ai, đình hay đền thờ ai, chi tiết văn hóa nào là quan trọng

trong lễ hội. Đa phần chỉ nhắm vào những hoạt động phụ trợ phục vụ cho đám đông đi lễ hội như các trò chơi, xem biểu diễn, pháo hoa, mua bán shopping hay chỉ đơn giản là đi chỗ đông người cho vui.

Mô hình bảo tồn lễ hội truyền thống hiện nay còn nhiều cứng nhắc, một số lễ hội ở quy mô làng xã với quan điểm bảo tồn y nguyên, thiếu sự phát triển cho phù hợp với nhu cầu của đối tượng cư dân mới, môi trường mới, đồng thời đáp ứng nhu cầu mở rộng công chúng lễ hội, phát triển niềm tự hào của cư dân bản địa và đem lại những nguồn lực vật chất mới từ “vốn văn hóa” cha ông để lại. Sự xơ cứng trong mô hình bảo tồn này có thể là nguyên nhân cơ bản cho sự nhạt nhòa của các lễ hội cổ truyền và là lực cản cơ bản để biến các lễ hội đó trở thành một sản phẩm du lịch văn hóa.

#### **4.3. Bản thân cộng đồng cư dân chủ thể của lễ hội ít nhiều có tâm lý bị động trong việc bảo tồn - phát triển lễ hội truyền thống**

Có một sự giằng co thực sự giữa việc bảo tồn nguyên vẹn các lễ hội cổ truyền và nhu cầu đổi mới lễ hội truyền thống nhằm đạt được các mục đích, trong đó có mục đích về tài chính. Tuy nhiên, dường như sẽ là cấm kỵ nếu đặt vấn đề biến lễ hội truyền thống thành các sự kiện hay sản phẩm du lịch. Cho đến thời điểm hiện nay, dù đã có một số ví dụ sinh động về việc quản lý - tổ chức lễ hội truyền thống gắn với phát triển sản phẩm du lịch ở nước ta nhưng quan điểm coi việc tổ chức lễ hội truyền thống như là một sự kiện và các đối tượng tham gia vào tổ chức sự kiện đó coi lễ hội là một sản phẩm du lịch còn bị phản đối và chưa thể trở thành quan điểm chủ đạo trong thời gian tới. Sự bị động trong quản lý, tổ chức, ngại đổi mới, sợ “phạm húy” đã và đang là vấn đề căn bản trong việc có thể phát triển lễ hội truyền thống theo hướng biến thành sản phẩm du lịch được hay không? Tất nhiên, không phải lễ hội truyền thống nào, không phải nội dung nào trong lễ hội cũng có thể hay cần phải đổi mới, sáng

tạo, nhưng giữ một tâm lý “không được thay đổi” sẽ kéo theo những kết cục không mấy khả quan khi lễ hội thực sự cần phát triển.

Dễ thấy, hầu hết các lễ hội mang yếu tố làng xã, quy mô làng xã và được quản lý bởi những cá nhân/nhóm trong các làng xã nông nghiệp thì khả năng biến thành hàng hóa sản phẩm từ lễ hội truyền thống là hết sức khó khăn. Vấn đề này phần nhiều không bị quyết định bởi yếu tố kinh tế mà là quan điểm tâm linh, nhận thức xã hội của nhóm cư dân, cộng đồng đó. Ngoài ra, khi các lễ hội truyền thống diễn ra ở các làng với quy mô nhỏ và tầm tác động đến cộng đồng lớn không cao thì đương nhiên cộng đồng cũng ít tạo ra các áp lực lớn cho cư dân chủ thể phải thay đổi. Về mặt tâm lý, dường như các lễ hội truyền thống ở làng với quy mô như đã nói đã trở thành những “pháo đài” cho tư tưởng muốn duy trì nguyên trạng truyền thống. Các lễ hội ở Bắc Ninh, Hà Tây cũ phản ánh rất rõ quan điểm ứng xử này của cư dân. Còn đối với các lễ hội truyền thống nhưng ở phạm vi rộng hơn về quy mô, về tầm tác động của chủ thể thờ tự sẽ có nhiều hơn cơ hội thay đổi theo hướng có thể biến thành các sản phẩm du lịch văn hóa như lễ hội Hùng Vương (Phú Thọ), lễ khai Ấn đền Trần (Nam Định), lễ hội Chùa Hương (Hà Nội, Hà Tĩnh)... Có thể, đây cũng là một “phân công” tự nhiên, những rõ thấy, đã xa rồi cái thời “thánh làng nào làng nấy thờ”, thì sự cởi mở trong tâm lý bảo vệ di sản cũng chính những người gần gũi với di sản nhất sẽ giúp họ có nhiều lựa chọn hơn trong việc bảo vệ và phát huy di sản cho chính mình.

#### **4.4. Ý chí quan phương của nhà nước ảnh hưởng đến việc biến lễ hội truyền thống thành sản phẩm du lịch**

Tạm gác việc đánh giá các quan điểm chính trị, chúng ta cần nhận thấy, tất cả các thể chế nhà nước, các lý thuyết chính trị đều thừa nhận một điều: Luôn có sự xung đột quyền lực, lợi ích giữa thần quyền và thế quyền. Trong mối quan hệ này, thế quyền luôn muốn kiểm soát và xác

lập sự quản lý đối với thần quyền. Trong khi đó, thần quyền luôn có xu hướng thoát khỏi sự kiểm tỏa của nhà nước. Đặc biệt, ở nước ta, lý luận nền tảng là Chủ nghĩa Mác-Lênin mặc dù luôn tôn trọng tôn giáo song vẫn lấy lý thuyết duy vật, biện chứng làm nền tảng lý thuyết và xây dựng tâm lý xã hội. Chính vì vậy, việc nhà nước đối với các lễ hội cổ truyền (ở mức độ nào đó là vấn đề tâm linh, tín ngưỡng, tôn giáo) luôn có quan điểm rõ ràng là tôn trọng tự do tín ngưỡng song không để vấn đề tôn giáo ảnh hưởng đến sự phát triển chung của đất nước. Điều này rất đúng và cần thiết trong xã hội Việt Nam hiện nay. Song, đã có những biểu hiện của sự tác động mạnh mẽ một cách quan phương từ nhà nước đối với những xu hướng mong muốn sáng tạo, phát triển những lễ hội truyền thống theo xu hướng mới<sup>15</sup>.

Với những nguyên nhân đó, mặc dù đã có những sự thay đổi trong tư duy, hành động của một bộ phận các nhà khoa học, các nhà lãnh đạo các cấp và nhu cầu của nhân dân song tư tưởng về sáng tạo lễ hội truyền thống và biến lễ hội trở thành một sản phẩm du lịch vẫn chưa trở thành quan điểm được ủng hộ mạnh mẽ. Vì thế, việc tổ chức lễ hội như một sự kiện chuyên nghiệp cũng không thể thực hiện được. Lẽ dĩ nhiên, quan điểm muốn duy trì lễ hội truyền thống với những giá trị và hình thức xưa cũ luôn tìm được ý nghĩa hợp lý. Tạm chưa đánh giá đến quan điểm nào đúng hay sai nhưng xét về yếu tố văn hóa du lịch, kinh tế du lịch thì việc không thể biến một bộ phận lễ hội truyền thống có đủ điều kiện thành sản phẩm du lịch văn hóa là một sự thất bại, nhìn trong bình diện chung của thế giới.

### Kết luận

Dù nhiều người cho rằng, xã hội hiện đại với nhịp sống hối hả không còn phù hợp cho việc tổ chức các lễ hội truyền thống, các lễ hội này sẽ biến mất cùng với thời gian thì thực tế trong khoảng 10 năm trở lại đây, các lễ hội truyền thống ngày càng được tổ chức nhiều hơn và ở quy mô lớn hơn, cũng như có tác động đến

những tầng lớp nhân dân trong xã hội, không chỉ ở nông thôn mà còn ở thành thị<sup>16</sup>. Nghiên cứu về lễ hội không phải là công việc mới, thậm chí đã có rất nhiều các công trình nghiên cứu về lễ hội ở dưới những góc độ khác nhau. Những nghiên cứu về lễ hội đã góp phần đáng kể trong việc giúp các nhà nghiên cứu hiểu rõ hơn về bản chất của lễ hội, cũng như hình thành nên bức tranh khá hoàn chỉnh về lễ hội ở Việt Nam: đa dạng về loại hình, phong phú về nội dung, quy mô tổ chức. Tuy vậy, những nghiên cứu về lễ hội có tính ứng dụng còn tương đối ít, đặc biệt là những đề cập trực diện ở phương diện “kinh tế học văn hóa”, coi lễ hội truyền thống là sản phẩm du lịch.

Lễ hội truyền thống có ý nghĩa quan trọng đối với đời sống xã hội địa phương nói riêng và người Việt Nam nói chung. Bên cạnh đó, lễ hội còn rất được chú ý và quan tâm bởi cộng đồng quốc tế thông qua cả kênh chính thức hay không chính thức. Người nước ngoài đến với Việt Nam để thưởng thức lễ hội vì họ tìm thấy những nét đặc sắc mà ở những nơi khác không có được, hoặc nếu ở nơi cũng có thì lễ hội Việt Nam vẫn có những đặc sắc riêng. Sức hút của điểm đến du lịch Việt Nam và nguồn lực quốc gia từ văn hóa chính là ở di sản lễ hội truyền thống.

Trước bối cảnh đó, việc quản lý lễ hội như là sản phẩm du lịch là một nhu cầu tất yếu trong ngành quản lý văn hóa nói riêng và lĩnh vực quản lý nói chung. Bài viết góp thêm sự bàn luận từ những vấn đề thực tiễn đang đặt ra và sự khuyết thiếu của nghiên cứu lý thuyết về cùng vấn đề, hy vọng sẽ nhận được sự quan tâm rộng rãi để tiếp tục cho những nghiên cứu sau.

T.L.A

(ThS, Trường ĐH KHXH&NV, HN)

### Chú thích

<sup>1</sup>Bùi Hoài Sơn, *Quản lý lễ hội với tư cách là di sản*, <http://vhnt.org.vn/NewsDetails.aspx?NewID=768&cate=75>, truy cập ngày 25/01/2014.



<sup>2</sup> Bùi Hoài Sơn, *Quản lý lễ hội truyền thống của người Việt ở châu thổ Bắc bộ từ năm 1945 đến nay*, <http://www.vjol.info/index.php/ssir/article/view/2190/2122>, truy cập ngày 25/01/2014.

<sup>3</sup> Hồ Thị Thắng (2015), *Công tác quản lý lễ hội đến Xuân Úc, xã Quỳnh Liên, thị xã Hoàng Mai, tỉnh Nghệ An*, khóa luận Trường ĐHVHN, Hà Nội, tr.13.

<sup>4</sup> Cao Đức Hải, Nguyễn Khánh Ngọc (2014), *Quản lý Lễ Hội và sự kiện*, Nxb. Lao động, Hà Nội, tr.64.

<sup>5</sup> Nguyễn Văn Huy (2012), *Vấn đề bảo tồn và phát huy giá trị của lễ hội truyền thống: thảo luận về một số khái niệm cơ bản*, Tạp chí Dân tộc học, số 4, tr.45.

<sup>6</sup> <http://www.vtr.org.vn/index.php?options=items&code=1128>, cập nhật 18/6/2017.

<sup>7</sup> Pamela S. Y. Ho & Bob McKercher (2004).

<sup>8</sup> Bùi Quang Thắng (2010, 2011).

<sup>9</sup> Hồ Ngọc Thạch, Tạp chí Du lịch Việt Nam online.

<sup>10</sup> <https://sites.google.com/site/buiquangthangvicas/home/festivals/x-4> cập nhật 19/2/2017.

<sup>11</sup> <https://sites.google.com/site/buiquangthangvicas/home/festivals/x-2> cập nhật 19/2/2017.

<sup>12</sup> <https://sites.google.com/site/buiquangthangvicas/home/festivals/x-1> cập nhật 19/2/2017.

<sup>13</sup> <https://sites.google.com/site/buiquangthangvicas/home/festivals/on> cập nhật 19/2/2017.

<sup>14</sup> <https://sites.google.com/site/buiquangthangvicas/home/festivals/x-3>.

<sup>15</sup> Ví dụ như việc Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch đã có công văn can thiệp vào việc tổ chức lễ hội Bình Đà vào năm 2014 hay sự chỉ đạo không tiếp diễn lễ hội Lam Kinh trong những năm gần đây.

<sup>16</sup> Theo Bùi Hoài Sơn (2007), *Quản lý lễ hội truyền thống của người Việt ở châu thổ Bắc bộ từ 1945 đến nay*, Luận án tiến sĩ, Viện Văn hóa Nghệ thuật Quốc gia Việt Nam, Hà Nội.

## Tài liệu tham khảo

1. Nguyễn Chí Bền (2012), *Phục dựng các lễ hội truyền thống ở Việt Nam, bảo tồn hay "sáng tạo từ truyền thống"*, Tạp chí Văn hoá học, số 4.

2. Bùi Hoài Sơn (2007), *Quản lý lễ hội truyền thống của người Việt ở châu thổ Bắc bộ từ 1945 đến nay*, Luận án tiến sĩ, Viện Văn hóa Nghệ thuật Quốc gia Việt Nam, Hà Nội.

3. Bùi Quang Thắng (2010), *Tổ chức Lễ hội truyền thống như là tổ chức sự kiện*, Hội thảo quốc tế Bảo tồn và phát huy lễ hội truyền thống trong xã hội Việt Nam đương đại - Qua trường hợp hội Gióng do Ủy ban nhân dân Thành phố Hà Nội, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Ủy ban UNESCO Việt Nam phối hợp tổ chức, Hà Nội.

4. Bùi Quang Thắng (2011), *Nghệ thuật đương đại với việc xây dựng thương hiệu du lịch biển của Nha Trang*, Hội thảo khoa học Văn hóa biển đảo ở Khánh Hòa, Khánh Hòa.

5. Bùi Quang Thắng (2005), *Một số bài học từ việc phục dựng lễ hội Lam Kinh*, Tạp chí Văn hóa nghệ thuật, số 11.

6. Pamela S. Y. Ho & Bob McKercher (2004), *"Managing Heritage Resources as Tourism Products"* (Quản lý tài nguyên di sản như các sản phẩm du lịch), Asia Pacific Journal of Tourism Research, Vol. 9, No. 3, September.

Ngày nhận bài: 7 - 8 - 2017

Ngày phản biện, đánh giá: 16 - 9 - 2017

Ngày chấp nhận đăng: 30 - 9 - 2017