

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG CAO ĐẲNG THƯƠNG MẠI VÀ DU LỊCH



GIÁO TRÌNH

MÔN HỌC: VĂN HÓA DU LỊCH

NGÀNH: QUẢN LÝ VÀ KINH DOANH DU LỊCH

TRÌNH ĐỘ: TRUNG CẤP

(Ban hành kèm theo Quyết định số 409/QĐ-CĐTMDL ngày 05 tháng 07 năm 2022 của trường Cao đẳng Thương mại & Du lịch)

Thái Nguyên, năm 2022

(Lưu hành nội bộ)

LỜI NÓI ĐẦU

Văn hóa du lịch là một lĩnh vực quan trọng của khoa học du lịch, bao gồm toàn bộ những vấn đề liên quan đến sáng tạo văn hóa của con người được khai thác, sử dụng trong hoạt động du lịch, cũng như toàn bộ giá trị văn hóa do con người sáng tạo ra trong chính hoạt động du lịch. Hoạt động du lịch không chỉ là một hoạt động kinh tế mà nó còn là một hoạt động văn hóa do con người sáng tạo ra. Vì vậy, ở đâu có du lịch ở đó có văn hóa du lịch. Việc trang bị những kiến thức cơ bản về văn hóa du lịch là yêu cầu bắt buộc đối với người làm du lịch, ở bất kỳ vị trí công việc nào, từ tổ chức, quản lý, điều hành, đến những hoạt động nghiệp vụ du lịch cụ thể... Văn hóa du lịch là một bộ phận của văn hóa Việt Nam mang tính nghề nghiệp, là văn hóa nghề du lịch.

Giáo trình tập trung đi sâu phân tích những thực thể văn hóa được sử dụng trong du lịch, bao gồm các tài nguyên du lịch văn hóa được con người khai thác và sử dụng để tạo ra sản phẩm du lịch phục vụ nhu cầu của du khách, cùng sự tham gia của môi trường văn hóa trong sự tương tác với môi trường tự nhiên. Đó là các tài nguyên văn hóa vật thể và phi vật thể, là các điều kiện chính trị - kinh tế - xã hội. Đồng thời giáo trình cũng cung cấp các tri thức cần thiết về những thực thể văn hóa được sáng tạo ra trong du lịch như văn hóa tổ chức, quản lý, kinh doanh du lịch, những mô hình, kiểu thức, phong cách văn hóa quản lý và kinh doanh, văn hóa người quản lý, văn hóa quản lý nhà nước – doanh nghiệp – cá nhân trong du lịch.

Nội dung của giáo trình bao gồm các chương sau:

Chương 1: Những vấn đề chung về văn hóa du lịch.

Chương 2: Những thành tố của văn hóa trong phát triển du lịch.

Chương 3: Văn hóa quản lý và văn hóa kinh doanh trong du lịch.

Chương 4: Bảo tồn các giá trị văn hóa trong phát triển du lịch.

Giáo trình này dùng để giảng dạy cho học sinh – sinh viên và học viên Trung cấp Quản lý và kinh doanh du lịch của trường Cao đẳng Thương mại & Du lịch. Mặc dù đã rất cố gắng, giáo trình vẫn khó tránh khỏi những hạn chế, thiếu sót nhất định cần được tiếp tục bổ sung, chỉnh sửa. Nhóm tác giả rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của độc giả, các nhà nghiên cứu để hoàn thiện giáo trình chất lượng nhất. Mọi ý kiến đóng góp xin vui lòng gửi về địa chỉ email của khoa khách sạn du lịch: khoaksdl2007@gmail.com.

Trân trọng cảm ơn./.

LỜI NÓI ĐẦU	1
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	4
Chương 1. NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ VĂN HÓA DU LỊCH.....	11
1.1. Những vấn đề chung về văn hóa.....	12
1.1.1. Khái niệm văn hóa	12
1.1.2. Thuộc tính của văn hóa	14
1.1.3. Chức năng của văn hóa	15
1.2. Những vấn đề về văn hóa du lịch.....	16
1.2.1. Văn hóa du lịch	16
1.2.2. Du lịch văn hóa.	17
1.2.3. Mối quan hệ giữa du lịch và văn hóa.....	19
1.3. Di sản văn hóa trong phát triển du lịch	20
1.3.1. Di sản văn hóa Việt Nam	20
1.3.2. Vai trò của di sản văn hóa trong phát triển du lịch.....	21
1.3.3. Khai thác di sản văn hóa trong phát triển du lịch	22
Chương 2. NHỮNG THÀNH TỐ CỦA VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH.....	26
2.1. Các thành tố văn hóa vật thể trong phát triển du lịch	27
2.1.1. Kiến trúc, mỹ thuật trong phát triển du lịch.....	27
2.1.2. Di tích lịch sử văn hóa, cảnh quan văn hóa trong phát triển du lịch.....	36
2.2. Các thành tố văn hóa phi vật thể trong phát triển du lịch	38
2.2.1. Tôn giáo, tín ngưỡng.....	38
2.2.2. Phong tục, tập quán.....	66
2.2.3. Lễ hội.....	71
2.2.4. Âm thực.....	77
2.2.5. Nghệ thuật diễn xướng truyền thống	80
2.2.6. Văn hóa ứng xử trong phát triển du lịch	90
Chương 3. VĂN HÓA QUẢN LÝ VÀ VĂN HÓA KINH DOANH TRONG DU LỊCH.....	94
3.1. Văn hóa quản lý trong du lịch	95
3.1.1. Khái niệm văn hóa quản lý.....	95

3.1.2. Tri thức văn hóa trong quản lý du lịch.....	98
3.1.3. Văn hóa quản lý doanh nghiệp du lịch.....	100
3.2. Văn hóa kinh doanh trong du lịch.....	103
3.2.1. Một số khái niệm.....	103
3.2.2. Vai trò của văn hóa và kinh doanh du lịch.....	110
Chương 4. BẢO TỒN CÁC GIÁ TRỊ VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH.....	112
4.1. Khái niệm, yêu cầu, nguyên tắc bảo tồn các giá trị văn hóa.....	114
4.1.1. Khái niệm bảo tồn các giá trị văn hóa.....	115
4.1.2. Yêu cầu bảo tồn các giá trị văn hóa trong phát triển du lịch	117
4.1.3. Nguyên tắc bảo tồn các giá trị văn hóa trong phát triển du lịch	120
4.2. Phương thức bảo tồn các giá trị văn hóa trong phát triển du lịch.....	123
4.3. Tổ chức, quản lý, quy hoạch du lịch gắn với bảo tồn các giá trị văn hóa..	126
4.3.1. Tổ chức du lịch gắn với bảo tồn các giá trị văn hóa	126
4.3.2. Quy hoạch du lịch gắn với bảo tồn các giá trị văn hóa.....	127
KẾT LUẬN	130

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

STT	Từ viết tắt	Giải nghĩa
1	TCN	Trước Công nguyên
2	CN	Công nguyên
3	CHXHCNVN	Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam
4	NXB	Nhà xuất bản

GIÁO TRÌNH MÔN HỌC

1. Tên môn học: Văn hóa du lịch

2. Mã môn học: MH12

3. Vị trí, tính chất của môn học:

3.1. Vị trí:

Giáo trình Văn hóa du lịch thuộc nhóm các môn học thuộc môn cơ sở ngành, trong chương trình đào tạo Trung cấp Quản lý và kinh doanh du lịch, tại trường Cao đẳng Thương Mại & Du lịch.

3.2. Tính chất: Giáo trình cung cấp kiến thức, kỹ năng và năng lực tự chủ và trách nhiệm cho người học liên quan đến các vấn đề chung về văn hóa, các thành tố văn hóa; văn hóa quản lý và văn hóa kinh doanh du lịch; Bảo tồn các giá trị văn hóa trong phát triển du lịch. Qua đó, người học đang học tập tại trường sẽ có bộ giáo trình phù hợp với chương trình đào tạo của trường; dễ dàng tiếp thu cũng như vận dụng các kiến thức và kỹ năng được học vào môi trường học tập và thực tế thuộc lĩnh vực quản trị quản lý và kinh doanh du lịch.

4. Mục tiêu của môn học:

4.1 Về kiến thức

- Nhận diện và trình bày được những nội dung cơ bản liên quan đến văn hóa, văn hóa du lịch

- Nhận thức được tầm quan trọng của các giá trị văn hóa đối với hoạt động du lịch và những biểu hiện của văn hóa quản lý, văn hóa kinh doanh trong du lịch.

- Nhận dạng và phân tích được thực trạng khai thác các giá trị văn hóa vào phát triển du lịch ở Việt Nam hiện nay và sự cần thiết phải bảo tồn các giá trị văn hóa trong hoạt động du lịch.

4.2. Về kỹ năng

- Phân tích được những cơ hội và thách thức khi khai thác các thành tố của văn hóa vào quản lý và kinh doanh du lịch

- Xác định được các thành tố của văn hóa vật thể, phi vật thể được khai thác trong hoạt động quản lý và kinh doanh du lịch.

- Lựa chọn được các phương pháp bảo tồn và phát triển di sản văn hóa.

- Lựa chọn được các biện pháp để xây dựng văn hóa kinh doanh tại các doanh nghiệp du lịch

4.3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm

- Ý thức được tầm quan trọng của việc bảo tồn, khai thác và phát triển các di sản văn hóa trong hoạt động quản lý và kinh doanh du lịch.

- Cân nhắc được các biện pháp bảo tồn, khai thác và sử dụng các di sản văn hóa trong hoạt động quản lý và kinh doanh du lịch

- Ý thức được tầm quan trọng của việc xây dựng được văn hóa kinh doanh tại các doanh nghiệp du lịch

- Ý thức tuân thủ các nội quy quy chế về bảo tồn các di sản văn hóa tại các điểm tham quan.

5. Nội dung của môn học

5.1. Chương trình khung

Mã MH	Tên môn học	Số tín chỉ	Thời gian học tập (giờ)			
			Tổng số	Trong đó		
				Lý thuyết	Thực hành/ thực tập/ thí nghiệm/ bài tập/ thảo luận	Thi/ Kiểm tra
I	Các môn học chung	12	210	132	62	16
MH01	Chính trị	2	30	28	-	2
MH02	Pháp luật	1	15	14	-	1
MH03	Giáo dục thể chất	1	30	-	27	3
MH04	Giáo dục quốc phòng và an ninh	2	45	20	22	3
MH05	Tin học	2	30	15	13	2
MH06	Ngoại ngữ	4	60	55	-	5
II	Các môn học chuyên môn	68	1590	362	1182	61
II.1	Môn học cơ sở	10	150	145	-	05
MH07	Tổng quan về du lịch	2	30	29	-	1
MH08	Tâm lý du khách và kỹ năng GT	2	30	29	-	1
MH09	Tuyến điểm du lịch VN	2	30	29	-	1
MH10	Văn hóa du lịch	4	60	58	-	2

II.2	Môn học chuyên môn	47	1395	217	1154	54
MH11	Ngoại ngữ chuyên ngành DL	4	60	57	-	3
MH12	Marketing du lịch	2	30	29	-	1
MH13	Lý thuyết nghiệp vụ HDDL	4	60	58	-	2
MH14	Nghiệp vụ Lễ tân	2	45	15	28	2
MH15	Quản trị DN du lịch lữ hành	4	60	58	-	2
MH16	Thực hành thiết kế tour du lịch	3	90	-	82	08
MH17	Thực hành hướng dẫn du lịch	4	120	-	108	12
MH18	Thực hành thuyết minh	4	120	-	108	12
MH19	Thực hành quản trị DN du lịch	4	120	-	108	12
MH20	Thực tập TN	16	720		720	
II.3	Môn học tự chọn	2	45	15	28	2
MH23	Nghiệp vụ Nhà hàng	2	45	15	28	2
MH24	Nghiệp vụ thanh toán	2	30	28	-	2
	Tổng cộng	59	1830	509	1244	77

5.2. Chương trình chi tiết môn học

Số TT	Tên chương, mục	Thời gian (giờ)			
		Tổng số	Lý thuyết	Thực hành, thí nghiệm, thảo luận, bài tập	Kiểm tra
1	Chương 1. Những vấn đề cơ bản về văn hóa du lịch	10	10		
	1. Những vấn đề về văn hóa	2	2		
	2. Khái niệm văn hóa du lịch	2	2		
	3. Du lịch văn hóa	3	3		
	4. Di sản văn hóa trong phát triển du lịch	3	3		

2	Chương 2. Những thành tố của văn hóa trong phát triển du lịch	32	31		1
	1. Các thành tố văn hóa vật thể trong phát triển du lịch	8	8		
	2. Các thành tố văn hóa phi vật thể trong phát triển du lịch	23	23		
	Kiểm tra	1			1
3	Chương 3. Văn hóa quản lý và văn hóa kinh doanh trong du lịch	8	8		
	1. Văn hóa quản lý trong du lịch	4	4		
	2. Văn hóa kinh doanh trong du lịch.	4	4		
4	Chương 4. Bảo tồn các giá trị văn hóa trong phát triển du lịch	10	8		2
	1. Thực trạng khai thác các giá trị văn hóa trong phát triển du lịch hiện nay	2	2		
	2. Yêu cầu và nguyên tắc, phương thức bảo tồn các giá trị văn hóa trong phát triển du lịch	4	4		
	3. Tổ chức, quản lý, quy hoạch du lịch gắn với bảo tồn các giá trị văn hóa	2	2		
	Kiểm tra	2			
Cộng		60	57		3

6. Điều kiện thực hiện môn học:

6.1. Phòng học Lý thuyết: Đáp ứng phòng học chuẩn

6.2. Trang thiết bị dạy học: Projector, máy vi tính, bảng, phấn

6.3. Học liệu, dụng cụ, mô hình, phương tiện: Giáo trình, mô hình học tập,...

6.4. Các điều kiện khác: Người học tìm hiểu thực tế về các vấn đề chung của văn hóa, văn hóa du lịch, thực trạng và phương pháp bảo tồn các di sản văn hóa trong quản lý và kinh doanh du lịch.

7. Nội dung và phương pháp đánh giá:

7.1. Nội dung:

- Kiến thức: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức
- Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.
- Năng lực tự chủ và trách nhiệm: Trong quá trình học tập, người học cần:
 - + Nghiên cứu bài trước khi đến lớp.
 - + Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.
 - + Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.
 - + Nghiêm túc trong quá trình học tập.

7.2. Phương pháp:

Người học được đánh giá tích lũy môn học như sau:

7.2.1. Cách đánh giá

- Áp dụng quy chế đào tạo Cao đẳng Thương mại & Du lịch Thông tư số 04/2022/TT-LĐTĐ, ban hành ngày 30/3/2022 của Bộ trưởng Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội; Quy chế Tổ chức đào tạo trình độ trung cấp, cao đẳng theo phương thức tích lũy môn học, tín chỉ của Nhà trường ban hành kèm theo Quyết định số 246/QĐ-CĐTMDL ngày 01/6/2022 và hướng dẫn cụ thể theo từng môn học/Modun trong chương trình đào tạo.

- Hướng dẫn thực hiện quy chế đào tạo áp dụng tại Trường Cao đẳng Thương mại & Du lịch như sau:

Điểm đánh giá	Trọng số
+ Điểm kiểm tra thường xuyên (Hệ số 1)	40%
+ Điểm kiểm tra định kỳ (Hệ số 2)	
+ Điểm thi kết thúc môn học	60%

7.2.2. Phương pháp đánh giá

Phương pháp đánh giá	Phương pháp tổ chức	Hình thức kiểm tra	Thời điểm kiểm tra
Thường xuyên	Viết/	Tự luận/	Sau 30 giờ.
Định kỳ	Viết/	Tự luận/	Sau 41,57 giờ
Kết thúc môn học	Viết	Tự luận và trắc nghiệm	Sau 60 giờ

7.2.3. Cách tính điểm

- Điểm đánh giá thành phần và điểm thi kết thúc môn học được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến một chữ số thập phân.

- Điểm môn học là tổng điểm của tất cả điểm đánh giá thành phần của môn học nhân với trọng số tương ứng. Điểm môn học theo thang điểm 10 làm tròn đến một chữ số thập phân, sau đó được quy đổi sang điểm chữ và điểm số theo thang điểm 4 theo quy định của Bộ Lao động Thương binh và Xã hội về đào tạo theo tín chỉ.

8. Hướng dẫn thực hiện môn học

8.1. Phạm vi, đối tượng áp dụng: Đối tượng Cao đẳng Thương mại & Du lịch

8.2. Phương pháp giảng dạy, học tập môn học

8.2.1. Đối với người dạy

* **Lý thuyết:** Áp dụng phương pháp dạy học tích cực bao gồm: thuyết trình ngắn, nêu vấn đề, hướng dẫn đọc tài liệu, bài tập tình huống, câu hỏi thảo luận....

* **Hướng dẫn tự học theo nhóm:** Nhóm trưởng phân công các thành viên trong nhóm tìm hiểu, nghiên cứu theo yêu cầu nội dung trong bài học, cả nhóm thảo luận, trình bày nội dung, ghi chép và viết báo cáo nhóm.

8.2.2. Đối với người học:

Người học phải thực hiện các nhiệm vụ như sau:

- Nghiên cứu kỹ bài học tại nhà trước khi đến lớp. Các tài liệu tham khảo sẽ được cung cấp nguồn trước khi người học vào học môn học này (trang web, thư viện, tài liệu...)

- Tham dự tối thiểu 80% các buổi giảng lý thuyết. Nếu người học vắng >20% số tiết lý thuyết phải học lại môn học mới được tham dự kì thi lần sau.

- Tham dự đủ các bài kiểm tra thường xuyên, định kỳ.

- Tham dự thi kết thúc môn học.

- Chủ động tổ chức thực hiện giờ tự học.

9. Tài liệu tham khảo:

1. Nguyễn Phạm Hùng (2017), *Giáo trình Văn hóa du lịch*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.

2. Bùi Thị Hải Yến (2010). *Tài nguyên du lịch*, NXB Giáo dục Hà Nội.

Chương 1. NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ VĂN HÓA DU LỊCH

❖ GIỚI THIỆU CHƯƠNG 1

Chương 1 là chương giới thiệu chung về các vấn đề về văn hóa và văn hóa du lịch giúp người học để người học có được kiến thức nền tảng và dễ dàng tiếp cận nội dung môn học ở những chương tiếp theo.

❖ MỤC TIÊU

** Về kiến thức*

+ Ghi nhớ được khái niệm và các nội dung có liên quan về văn hóa, văn hóa du lịch, du lịch văn hóa; di sản văn hóa; vai trò của du lịch văn hóa và mối quan hệ giữa du lịch với văn hóa.

+ Nhận diện được các nguyên tắc, yêu cầu, cơ hội, thách thức khi khai thác di sản văn hóa vào hoạt động kinh doanh du lịch

** Về kỹ năng*

+ Nhận diện được tầm quan trọng của kỹ năng thu thập, xử lý và lựa chọn thông tin;

+ Vận dụng được các nội dung về nguyên tắc, yêu cầu, cơ hội, thách thức khi khai thác di sản văn hóa khi học tập và nghiên cứu các môn học thiết kế tour du lịch.

** Về năng lực tự chủ và chịu trách nhiệm*

+ Chịu trách nhiệm trong việc vận dụng kiến thức, kỹ năng trong thực tiễn khai thác di sản văn hóa trong hoạt động kinh doanh du lịch.

+ Tiếp nhận tốt các yêu cầu, nhiệm vụ trong thực hiện nhiệm vụ bài học được giao.

❖ PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP CHƯƠNG 1

- *Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận và bài tập chương 1 (cá nhân hoặc nhóm).*

- *Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (chương 1) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận và bài tập tình huống chương 1 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.*

❖ ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 1

- *Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng:* Không

- *Trang thiết bị máy móc:* Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác

- *Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu:* Chương trình môn học, giáo trình, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.

- *Các điều kiện khác:* Không có

❖ KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG 1

- Nội dung:

+ *Kiến thức: Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức*

+ *Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.*

+ *Năng lực tự chủ và trách nhiệm: Trong quá trình học tập, người học cần:*

+ *Nghiên cứu bài trước khi đến lớp*

+ *Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.*

+ *Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.*

+ *Nghiêm túc trong quá trình học tập.*

- Phương pháp:

+ *Điểm kiểm tra thường xuyên: không có*

+ *Kiểm tra định kỳ lý thuyết: không có*

❖ NỘI DUNG CHƯƠNG 1

1.1. Những vấn đề chung về văn hóa

Văn hóa cùng với tự nhiên là hai lĩnh vực quan trọng nhất tạo nên tài nguyên du lịch và sản phẩm du lịch của bất kỳ quốc gia, vùng dân tộc và địa phương nào. Do đó, việc nhận thức đầy đủ, đúng đắn về văn hóa về tài nguyên văn hóa có ý nghĩa rất quan trọng với người học tập, nghiên cứu và hoạt động trong lĩnh vực du lịch.

1.1.1. Khái niệm văn hóa

1.1.1.1 Khái niệm

Văn hoá là một khái niệm có rất nhiều quan niệm khác nhau. Ý nghĩa của khái niệm văn hóa rất đa dạng, phong phú, nhiều màu, nhiều vẻ ở các phạm vi rộng lớn và hạn hẹp.

Những định nghĩa về văn hóa có tính phổ biến được trình bày trong sách vở hiện nay nhằm phục vụ cho những mục đích khác nhau như định nghĩa văn hóa của tổ chức UNESCO: “Văn hóa hôm nay có thể được coi là tổng thể những nét riêng biệt tinh thần và vật chất, trí tuệ và cảm xúc quyết định tính cách của một xã hội hay của một nhóm người trong xã hội, văn hóa bao gồm nghệ thuật và văn chương, những lối sống những quyền cơ bản của con người, những hệ thống các giá trị, các tập tục và những tín ngưỡng. Văn hóa đem lại cho con người những khả năng suy xét về bản thân. Chính văn hóa làm cho chúng ta trở thành những sinh vật đặc biệt nhân bản, có lý tính, có óc phê phán và dân thân một cách đạo lý. Chính nhờ văn hóa mà con người tự thể hiện, tự ý thức được bản thân mình, tự biết mình là một phương án chưa hoàn thành đặt ra để xem xét

những thành tựu của bản thân, tìm tòi không biết mệt mỏi những ý nghĩa mới mẻ và sáng tạo nên những công trình vượt trội lên bản thân”.

Theo Chủ tịch Hồ Chí Minh: “Vì lẽ sinh tồn cũng như mục đích của cuộc sống, loài người mới sáng tạo và phát minh ra ngôn ngữ, chữ viết, đạo đức, pháp luật, khoa học, tôn giáo, văn học, nghệ thuật, những công cụ cho sinh hoạt hàng ngày về mặt ăn, ở và các phương thức sử dụng. Toàn bộ những sáng tạo và phát minh đó tức là văn hóa”.

Theo Đại từ điển tiếng Việt của Trung tâm Ngôn ngữ và Văn hóa Việt Nam - Bộ Giáo dục và đào tạo xuất bản năm 1998: Văn hóa là những giá trị vật chất, tinh thần do con người sáng tạo ra trong lịch sử.

Như vậy, khái niệm dễ hiểu và dễ được nhiều người chấp nhận hơn cả là “*Văn hóa là toàn bộ những giá trị vật chất và tinh thần mà loài người sáng tạo ra trong quá trình lịch sử*”. Với ý nghĩa đó thì văn hóa có mặt trong tất cả các lĩnh vực đời sống của con người và trong mọi hoạt động xã hội của con người đều có các khía cạnh của văn hóa.

1.1.1.2. Phân loại

Việc phân loại văn hóa có ý nghĩa quan trọng giúp việc nhận diện, đánh giá, khai thác tài nguyên nhân văn phục vụ phát triển du lịch có hiệu quả hơn. Trong lịch sử có nhiều cách phân loại văn hóa khác nhau như phân loại theo ý nghĩa triết học của văn hóa, phân loại theo nội dung chức năng của văn hóa hay phân loại theo hình thức biểu hiện của văn hóa...

Đối với ngành du lịch nói chung và đối với du lịch văn hóa nói riêng, đòi hỏi chú ý tới việc kết hợp hài hòa các cách phân chia và nhận diện văn hóa, để có thể hình dung đầy đủ vai trò của văn hóa trong du lịch cũng như vai trò của du lịch trong việc bảo vệ và phát huy các giá trị của văn hóa trong thực tiễn.

Thông thường, văn hóa được phân loại theo bốn cách chủ yếu sau:

+ Phân chia theo *kiểu triết học* thành văn hóa vật chất và văn hóa tinh thần. Cách phân chia này trong nhiều trường hợp thiếu thuyết phục bởi văn hóa nào cũng tồn tại dưới dạng vật chất nhất định, chỉ có điều nó là thuộc dạng vật chất nào mà thôi và văn hóa nào cũng mang giá trị tinh thần, chỉ là các dạng thức giá trị tinh thần khác nhau mà thôi.

+ Phân chia theo *phương pháp liệt kê*. Phương pháp này dùng sơ đồ hóa, hay liệt kê đồng dạng các thành tố văn hóa trong một hình tròn đồng tâm, đồng mức. Cách phân chia này giúp hình dung văn hóa là một chỉnh thể hoàn chỉnh nhưng cũng có thể bị khuyết thiếu nếu sự liệt kê không đầy đủ.

+ Phân chia theo tiêu chí *nội dung chức năng* dựa trên cơ sở những lĩnh vực của văn hóa trong đời sống của con người hay các lĩnh vực tài nguyên khác nhau như ăn, mặc, ở, đi lại, tiêu dùng, lao động sản xuất, chiến đấu, tâm linh,.. Cách phân chia này giúp hình dung được một cách hệ thống và toàn diện những khía cạnh khác nhau của đời sống con người trong lịch sử. Nó cũng giúp ta thấy

được vai trò quan trọng của điều kiện tự nhiên trong việc hình thành nền văn hóa. Cách phân loại này rất hữu ích cho nghiên cứu du lịch và du lịch văn hóa bởi không có hoạt động du lịch nào nằm ngoài hai môi sinh văn hóa và tự nhiên.

+ Phân chia theo *hình thức thể hiện*, văn hóa gồm văn hóa vật thể và văn hóa phi vật thể. Văn hóa vật thể là những sáng tạo của con người tồn tại, hiện hữu trong không gian mà có thể cảm nhận bằng thị giác, xúc giác: kiến trúc, điêu khắc, hội họa, phương tiện sinh hoạt, công cụ lao động, vũ khí chiến đấu,.. Văn hóa phi vật thể là toàn bộ các lĩnh vực văn hóa của con người được thể hiện ra bằng những chất liệu và hình thức phi vật thể, không nhìn và sờ thấy được, không chiếm chỗ trong không gian như ngôn ngữ, tôn giáo tín ngưỡng, phong tục tập quán, lễ hội, văn học, âm nhạc, nghệ thuật diễn xướng, nghề truyền thống,...

Có những yếu tố văn hóa có vẻ tồn tại ở dạng “*lưỡng thể*”, “*lưỡng cư*” khiến cho việc nhận diện không phải lúc nào cũng đơn giản như vũ điệu, võ thuật, diễn xướng, nghề truyền thống,... Nhìn chung, việc phân loại văn hóa thành vật thể và phi vật thể là dựa vào loại chất liệu của văn hóa và cách thể hiện chất liệu của văn hóa.

1.1.2. Thuộc tính của văn hóa

Văn hóa là một phức thể đa dạng những sáng tạo của con người. Thông thường, việc người ta quan niệm khác nhau về văn hóa không phải do nguyên nhân chủ quan như trình độ nhận thức, mục đích nhận thức, động cơ nhận thức khác nhau mà chính là do nguyên nhân khách quan của việc nhận thức khác nhau về văn hóa bởi bản thân văn hóa tồn tại khách quan, nằm ngoài ý muốn chủ quan của chúng ta, nó chi phối nhận thức của con người. Việc nhận thức khác nhau về văn hóa do chính sự khác biệt của văn hóa quy định. Những nguyên nhân khách quan này là do những thuộc tính tự thân của văn hóa quy định.

+ Văn hóa mang tính lịch sử

Thời đại nào thì văn hóa đó, văn hóa phản ánh tính chất, trình độ và đặc điểm của đời sống con người trong những điều kiện lịch sử cụ thể. Như vậy, thuộc tính này chỉ ra rằng mọi giá trị của văn hóa đều gắn với những thời đại lịch sử cụ thể. Chuẩn mực văn hóa của thời đại này sẽ không còn là chuẩn mực văn hóa của thời đại khác.

+ Văn hóa mang tính dân tộc

Mỗi dân tộc đều có những giá trị văn hóa đặc trưng. Do những đặc điểm về nhân chủng về kết cấu xã hội và về môi trường sống khác nhau, con người đã tạo ra cho mình những nền văn hóa khác nhau. Mỗi cộng đồng dân tộc, trong quá trình sinh sống hay trong quá trình “*ứng xử*” với tự nhiên, xã hội và với bản thân mình, dần đã tạo ra cho mình những khác biệt về ngôn ngữ, phong tục tập

quán, lễ hội, tôn giáo, tín ngưỡng, văn học nghệ thuật, trang phục, đi lại, ở, tiêu dùng, lao động sản xuất,...

+ Văn hóa mang tính giai cấp

Do những điều kiện kinh tế, xã hội khác nhau, các giai cấp khác nhau cũng tạo nên văn hóa cho riêng mình. Tính giai cấp của văn hóa được thể hiện rõ nét trong các thời kỳ quá khứ, các tập đoàn người khác nhau tạo thành những chuẩn mực văn hóa gắn kết các thành viên trong cùng tập đoàn ấy. Vì vậy, xã hội loài người mới có văn hóa quý tộc, văn hóa bình dân, văn hóa tư sản và văn hóa vô sản.

Nhận thức các thuộc tính của văn hóa góp phần nhận thức sự khác biệt, độc đáo của các nền văn hóa giúp cho việc nhận diện và đánh giá sự khác biệt, độc đáo của tài nguyên du lịch nhân văn và sản phẩm du lịch văn hóa của mỗi vùng miền, mỗi quốc gia. Không có sự độc đáo này của văn hóa thì khó có thể có hoạt động du lịch.

1.1.3. Chức năng của văn hóa

Để nhận thức văn hóa, chúng ta cần phải chú ý đến việc nhận thức các chức năng của văn hóa. Các nhà nghiên cứu về văn hóa đều cơ bản thống nhất khi cho rằng văn hóa gồm các chức năng sau:

+ Chức năng tổ chức và điều chỉnh xã hội

Văn hoá thường xuyên làm tăng độ ổn định của xã hội, cung cấp cho xã hội mọi phương tiện cần thiết để ứng phó với môi trường tự nhiên, xã hội, giúp định hướng các chuẩn mực, làm động lực cho sự phát triển của xã hội. Những yếu tố văn hoá từ trước tới nay phát huy chức năng liên kết mạnh mẽ nhất là tôn giáo, tín ngưỡng, ngôn ngữ, phong tục tập quán, cộng đồng lịch sử, thiết chế xã hội và chính trị.

+ Chức năng thẩm mỹ

Văn hóa giúp nhận thức được cái đẹp và đánh giá được như thế nào là đẹp trong mọi lĩnh vực của đời sống xã hội. Văn hoá theo nghĩa đen là *“trở thành cái đẹp, thành có giá trị”*.

+ Chức năng giao tiếp

Văn hóa thực hiện chức năng liên kết con người với con người thông qua ngôn ngữ giao tiếp, ngôn ngữ giao tiếp cũng là một sản phẩm của văn hoá.

+ Chức năng giáo dục

Văn hoá đóng vai trò quyết định trong việc hình thành nhân cách con người, đồng thời còn đảm bảo tính kế tục của lịch sử. Mọi truyền thống văn hoá muốn tồn tại phải nhờ giáo dục. Tuy nhiên, để thực hiện chức năng giáo dục thì không chỉ cần những giá trị đã ổn định mà còn cần cả những giá trị đang hình thành. Tất cả tạo thành một hệ thống chuẩn mực mà con người hướng tới.

1.2. Những vấn đề về văn hóa du lịch

1.2.1. Văn hóa du lịch

1.2.1.1. Khái niệm du lịch

Du lịch là một khái niệm có tính lịch sử, xã hội cụ thể nên có rất nhiều quan niệm khác nhau. Nội hàm của khái niệm du lịch luôn thay đổi cho phù hợp với thực tiễn của hoạt động này.

Theo Tổ chức du lịch Thế Giới (*World Tourism Organization*): Du lịch là tổng hợp các mối quan hệ, hiện tượng và các hoạt động kinh tế bắt nguồn từ các cuộc hành trình và lưu trú của cá nhân hay tập thể ở bên ngoài nơi ở thường xuyên của họ hay người nước họ với mục đích hoà bình. Nơi họ đến không phải là nơi làm việc của họ.

Theo Khái niệm (Theo luật du lịch Việt Nam 2017): *Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên trong thời gian không quá 01 năm liên tục nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí, tìm hiểu, khám phá tài nguyên du lịch hoặc kết hợp với mục đích hợp pháp khác.*

Như vậy, Du lịch là tổng hợp các hiện tượng, các mối quan hệ phát sinh từ sự tác động qua lại giữa khách du lịch, các nhà kinh doanh, chính quyền và cộng đồng dân cư địa phương trong quá trình thu hút và tiếp đón khách du lịch.

1.2.1.2. Khái niệm văn hóa du lịch

Hiện nay, có nhiều khái niệm khác nhau về văn hóa du lịch. Có thể hiểu rằng đó chỉ là các lĩnh vực của văn hóa được đưa vào khai thác trong hoạt động du lịch. Nhưng cũng có thể cho rằng đó là một phong cách văn hóa trong lĩnh vực du lịch.

Văn hóa du lịch là một lĩnh vực của văn hóa, có tính nghề nghiệp. Nó là vấn đề văn hóa nghề, cụ thể là nghề làm du lịch. Văn hóa du lịch là khái niệm dùng để phân biệt với các lĩnh vực văn hóa khác như văn hóa chính trị, văn hóa quản lý, văn hóa kinh doanh, văn hóa thành thị.

Chúng ta có thể xác định một quan niệm tương đối thống nhất về văn hóa du lịch như sau: *Văn hóa du lịch là một bộ phận của văn hóa, bao gồm toàn bộ các thực thể văn hóa do con người tạo ra được bảo vệ, giữ gìn, khai thác và sử dụng trong du lịch; cũng như toàn bộ các thực thể văn hóa đặc thù được tạo ra trong các hoạt động du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch.* Quan niệm này giúp chúng ta có thể hình dung một cách đầy đủ hơn về văn hóa du lịch như một lĩnh vực quan trọng của ngành du lịch.

Tiếp cận văn hóa từ du lịch còn được gọi là *Văn hóa du lịch*. Những người làm du lịch khai thác các giá trị của văn hóa và biến nó thành sản phẩm du lịch văn hóa để cung cấp cho khách du lịch. Tác giả Dương Văn Sáu xem các giá trị văn hóa là sản phẩm văn hóa, do đó ông có lập luận như sau: “Khi đưa

các sản phẩm văn hóa vào trong kinh doanh du lịch sẽ tạo nên các sản phẩm du lịch. Việc nghiên cứu, khai thác các giá trị văn hóa để phát triển du lịch đã ra đời khoa học Văn hóa du lịch. Trong hệ thống các sản phẩm được sinh ra từ văn hóa, Văn hóa du lịch là một khoa học mang tính đặc trưng, nổi trội của du lịch Việt Nam, của Văn hóa Việt Nam. Dưới đây là bảng so sánh những đặc trưng giữa sản phẩm văn hóa và sản phẩm du lịch của tác giả Dương Văn Sáu:

Sản phẩm văn hóa	Sản phẩm du lịch
Bền vững, tính bất biến cao.	Thích ứng, tính khả biến cao.
Bên cạnh dấu ấn cá nhân còn mang nặng dấu ấn của cộng đồng cư dân bản địa.	Mang nặng dấu ấn của các cá nhân, các nhà tổ chức, khai thác.
Dùng cho tất cả các đối tượng khác nhau khi có nhu cầu, phục vụ mọi người.	Chỉ dùng cho khách du lịch, phục vụ những đối tượng sử dụng dịch vụ du lịch.
Sản xuất ra không nhất thiết để bán, chủ yếu phục vụ đời sống sinh hoạt văn hóa - tinh thần của cư dân bản địa.	Hàng hóa sản xuất phải được bán ra thị trường, bán cho du khách, phục vụ nhu cầu của các đối tượng khách du lịch là cư dân của các vùng miền khác nhau.
Chú trọng giá trị tinh thần, giá trị không đo được hết bằng giá cả.	Giá trị văn hóa đi kèm giá trị kinh tế - xã hội. Giá trị được đo bằng giá cả.
Qui mô hạn chế, thời gian và không gian xác định.	Qui mô không hạn chế, thời gian và không gian không xác định.
Sản phẩm mang nặng định tính, khó xác định định lượng. Giá trị của sản phẩm mang tính vô hình thể hiện qua ấn tượng, cảm nhận...	Định tính, định lượng được thể hiện qua thời gian hoạt động. Giá trị của sản phẩm là hữu hình, biểu hiện thông qua những chỉ số kinh tế thu được.

1.2.2. Du lịch văn hóa.

Văn hóa là tất cả những gì do con người tạo ra. Du lịch là một hoạt động do con người tạo ra nên có thể khẳng định rằng du lịch làm một dạng thức văn hóa đặc biệt. Trong văn hóa du lịch, du lịch văn hóa là một thực thể văn hóa được tạo ra trong du lịch.

1.2.2.1. Khái niệm du lịch văn hóa

Theo tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO): "Du lịch văn hóa bao gồm hoạt động của những người với động cơ chủ yếu là nghiên cứu, khám phá về văn hóa như các chương trình nghiên cứu, tìm hiểu về nghệ thuật biểu diễn, về các lễ hội và các sự kiện văn hóa khác, thăm các di tích và đền đài, du lịch nghiên cứu thiên nhiên, văn hóa hoặc nghệ thuật dân gian và hành hương".

Các nhà quản lý di sản văn hóa cho rằng du lịch văn hóa là loại hình du lịch được tổ chức tốt, có giáo dục, góp phần cho công tác duy tu và bảo tồn. Đối tượng mà khách du lịch hướng tới là các di tích và di chỉ. Theo hội đồng quốc tế các di chỉ và di tích (ICOMOS): "Du lịch văn hóa là loại hình du lịch mà mục tiêu là khám phá những di tích và di chỉ. Nó mang lại những ảnh hưởng tích cực bằng việc đóng góp vào việc duy tu, bảo tồn. Loại hình này trên thực tế đã minh chứng cho những nỗ lực bảo tồn và tôn tạo, đáp ứng nhu cầu của cộng đồng vì những lợi ích văn hóa - kinh tế - xã hội".

Theo Luật Du lịch Việt Nam 2017: "*Du lịch văn hóa là loại hình du lịch được phát triển trên cơ sở khai thác giá trị văn hóa, góp phần bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống, tôn vinh giá trị văn hóa mới của nhân loại*".

Về căn bản, khái niệm nêu trên đều cho rằng du lịch văn hóa là loại hình du lịch lấy văn hóa làm điểm tựa, du lịch văn hóa mang sứ mệnh tôn vinh và bảo vệ các giá trị văn hóa tốt đẹp của con người. Lấy du lịch làm cầu nối, văn hóa được làm giàu thêm thông qua sự tiếp xúc, tiếp biến, giao lưu, lan tỏa, tiếp nhận và hội tụ tinh hoa văn hóa các dân tộc. Du lịch văn hóa không chỉ đem đến lợi ích về kinh tế mà còn góp phần giáo dục tình yêu Tổ quốc, thúc đẩy tích cực sự phát triển xã hội.

1.2.2.2. Vai trò của du lịch văn hóa

Là một lĩnh vực cơ bản của du lịch, du lịch văn hóa mang những phẩm chất chung của du lịch. Sự khác biệt của nó chủ yếu là ở sản phẩm du lịch văn hóa. Du lịch văn hóa có thể nhìn nhận trên nhiều tư cách khác nhau, nhưng quan trọng nhất là với hai tư cách: là một thực thể văn hóa và là một thực thể du lịch.

* Du lịch văn hóa là một thực thể văn hóa

Du lịch văn hóa là một thực thể văn hóa được hiểu như là một thực thể văn hóa do con người sáng tạo ra trong quá trình phát triển. Đó là thực thể văn hóa kinh doanh tạo ra sản phẩm du lịch văn hóa phục vụ nhu cầu của du khách. Vì là một thực thể văn hóa nên nó cũng mang những đặc điểm chung của văn hóa về lịch sử, xã hội và dân tộc:

Du lịch văn hóa đóng vai trò là một thành tố của văn hóa du lịch. Một trong hai yếu tố quan trọng bậc nhất trong việc tạo ra sản phẩm du lịch là dịch vụ du lịch. Dịch vụ du lịch không thể tự nhiên mà có mà nó do con người tạo ra. Dịch vụ du lịch cũng là một dạng thức của văn hóa nói chung và là một bộ phận của văn hóa du lịch nói riêng.

Du lịch văn hóa đóng vai trò là hoạt động kinh tế của con người, liên quan tới những mô hình tổ chức, quản lý, kinh doanh trong những điều kiện lịch sử xã hội cụ thể. Đó cũng là toàn bộ quá trình khai thác, sử dụng tài nguyên văn hóa, sản xuất hàng hóa dịch vụ du lịch, lưu thông phân phối... phản ánh bản chất, trình độ đặc điểm của các xã hội khác nhau trong lịch sử.

* Du lịch văn hóa là một lĩnh vực du lịch

Du lịch văn hóa là một lĩnh vực rộng lớn và quan trọng của du lịch, bao gồm toàn bộ những hình thức, những chương trình du lịch có khai thác, sử dụng tài nguyên văn hóa tạo nên sản phẩm du lịch phục vụ nhu cầu của du khách. Chúng ta không chỉ thấy du lịch văn hóa trong các hoạt động có tính chuyên biệt như các chương trình tham quan di tích lịch sử văn hóa, các công trình kiến trúc nghệ thuật, tôn giáo,... du lịch ẩm thực, du lịch chữa bệnh mà chúng ta còn có thể thấy du lịch văn hóa trong tất cả các hoạt động có liên quan đến việc cung ứng các dịch vụ du lịch khác như: ăn uống, lưu trú, vận chuyển,...

Du lịch văn hóa là một bộ phận của du lịch, mang những phẩm chất chung của du lịch nhưng được giới hạn trong phạm vi khai thác tài nguyên du lịch văn hóa, xây dựng và cung cấp sản phẩm du lịch văn hóa phục vụ nhu cầu của du khách. Du lịch văn hóa cũng là một dạng hoạt động văn hóa nên cũng có thể xem là một bộ phận của văn hóa du lịch.

Cũng như các loại hình du lịch khác, du lịch văn hóa vừa mang những đặc điểm chung của du lịch, bao gồm những lĩnh vực khác nhau của du lịch như thị trường du lịch văn hóa, tài nguyên du lịch văn hóa, sản phẩm du lịch văn hóa, dịch vụ du lịch văn hóa, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch văn hóa, điểm tuyến du lịch văn hóa, nhân lực du lịch văn hóa, xúc tiến du lịch văn hóa, tổ chức quản lý du lịch văn hóa...

1.2.3. Mối quan hệ giữa du lịch và văn hóa

Mối quan hệ giữa văn hóa với du lịch là mối quan hệ tương tác, gắn bó mật thiết với nhau, hòa quyện vào nhau không thể tách rời. Văn hóa là nguồn tài nguyên nhân văn, là kho báu, là môi trường, là lực hấp dẫn để du lịch phát triển. Có thể khẳng định, du lịch là ngành kinh tế tổng hợp mang nội dung văn hóa sâu sắc. Ngược lại, thông qua du lịch, văn hóa được giới thiệu, quảng bá, phát huy và có thêm những điều kiện để giao lưu phát triển.

Văn hóa là nguồn tài nguyên độc đáo của du lịch (nguồn nguyên liệu để hình thành hoạt động du lịch. Hay nói cách khác, văn hoá là điều kiện và môi trường để cho du lịch phát sinh và phát triển. Cùng với tài nguyên tự nhiên, tài nguyên văn hoá là một trong những điều kiện đặc trưng cho việc phát triển du lịch của một quốc gia, một vùng, một địa phương. Giá trị của những di sản văn hoá như di tích lịch sử, các công trình kiến trúc, các hình thức nghệ thuật, các tập quán, lễ hội, ngành nghề truyền thống... cùng với các thành tựu kinh tế, chính trị, xã hội, các cơ sở văn hoá nghệ thuật, các bảo tàng... là những đối

tượng cho du khách khám phá, thưởng thức, cho du lịch khai thác và sử dụng. Sự khai thác và thu lợi nhuận từ tài nguyên, việc xây dựng các khu điểm du lịch đều phản ánh trí tuệ và sức sáng tạo của loài người. Chính những tài nguyên này, không chỉ tạo ra môi trường và điều kiện cho du lịch phát sinh và phát triển mà còn quyết định quy mô, thể loại, chất lượng và hiệu quả của hoạt động du lịch của một quốc gia, một vùng, một địa phương.

Du lịch cũng thể hiện một vai trò hết sức quan trọng với văn hóa: du lịch là một hoạt động văn hóa mang tính tổng hợp hay nội hàm của du lịch là văn hóa và tính văn hóa được thể hiện hoặc rõ ràng hoặc ẩn hiện xuyên suốt các mặt hoạt động du lịch.

Hiện nay, ngành du lịch Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ, thu hút hàng chục triệu lượt khách quốc tế và nội địa là nhờ vào phát triển sản phẩm trên nguồn tài nguyên văn hóa, nhân văn giàu có. Nhiều loại hình du lịch văn hóa được định hình và phát triển, như: Du lịch di sản, du lịch lễ hội, du lịch văn hóa ẩm thực, du lịch bảo tàng, du lịch sinh thái đồng quê... Đó là hệ thống di sản (vật thể và phi vật thể) có giá trị tinh thần tầm quốc gia và nhân loại. Chương trình du lịch “*Con đường di sản miền Trung*” được phát động và tổ chức thành công tại Việt Nam từ những năm cuối của thế kỷ trước, xuất phát từ Quảng Nam là một ví dụ điển hình.

1.3. Di sản văn hóa trong phát triển du lịch

1.3.1. Di sản văn hóa Việt Nam

1.3.1.1. Khái niệm

Theo luật Du lịch 2017, Di sản văn hóa được hiểu như sau: "*Di sản văn hóa bao gồm di sản văn hóa vật thể và di sản phi vật thể, là sản phẩm tinh thần, vật chất có giá trị lịch sử, văn hóa, khoa học, được lưu truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác*".

Như vậy, nói tới di sản văn hóa, chúng ta cần chú ý tới hai yếu tố cấu thành:

- Yếu tố giá trị: là sản phẩm văn hóa có giá trị cao trong đời sống cộng đồng, có khả năng đại diện, tiêu biểu cho văn hóa quá khứ của dân tộc và tiếp tục có ý nghĩa, vai trò, vị trí trong nền văn hóa đương đại.

- Yếu tố thời gian: là sản phẩm của quá khứ, để phân biệt với sản phẩm văn hóa của hiện tại. Vì thế, bất kỳ sản phẩm văn hóa nào của ngày hôm qua còn có khả năng di tồn đến hôm nay đều là di sản văn hóa. Di sản văn hóa có thể đã tồn tại hàng nghìn năm nhưng cũng có thể chỉ mới chấm dứt vai trò chính thức gần đây. Điểm chung của di sản văn hóa là ở chỗ, chúng là sản phẩm của các thời kỳ quá khứ, dù đó là quá khứ gần hay xa, đó là văn hóa không phải là được sinh ra trong hiện tại. Việc xác định chính xác thời điểm bắt đầu hay chấm dứt của một phương thức, một mô hình văn hóa chỉ là mang tính tương đối nên việc xác định

thời điểm bắt đầu của một sản phẩm văn hóa trở thành di sản văn hóa cũng mang tính tương đối.

1.3.1.2. Phân loại

Theo cách hiểu thông thường thì "*di sản văn hóa bao gồm di sản văn hóa phi vật thể và di sản văn hóa vật thể*". Đây cũng là cách hiểu phổ biến về việc phân loại di sản văn hóa, dựa trên sự phân loại của văn hóa, theo điều 4 của Luật Di sản văn hóa phân loại bao gồm:

Di sản văn hóa vật thể được hiểu là là sản phẩm vật chất có giá trị lịch sử, văn hóa, khoa học bao gồm di tích, di vật, cổ vật, bảo vật quốc gia.

Di sản văn hóa phi vật thể "*Là sản phẩm tinh thần có giá trị lịch sử, văn hóa, khoa học được lưu giữ bằng trí nhớ, chữ viết, được lưu truyền bằng miệng, truyền nghề, trình diễn và các hình thức lưu giữ, lưu truyền khác bao gồm tiếng nói, chữ viết, tác phẩm văn học nghệ thuật, khoa học, ngữ văn truyền miệng, diễn xướng dân gian, lối sống, nếp sống, lễ hội, bí quyết về nghề thủ công truyền thống, tri thức y học cổ truyền, văn hóa ẩm thực, trang phục truyền thống dân tộc và những tri thức dân gian khác*".

Xét về sở hữu di sản, quy định thông thường và phổ biến hiện nay cho rằng: "*Mọi di sản văn hóa ở trong lòng đất thuộc đất liền, hải đảo, ở vùng nội thủy, lãnh hải, vùng đặc quyền kinh tế và thềm lục địa của nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam đều thuộc sở hữu toàn dân*". Cũng giống như nhiều quy định hiện hành, chủ thể sở hữu di sản văn hóa còn nhiều vấn đề chưa thật rõ ràng, chưa thật phù hợp với thực tế cuộc sống hiện nay nên nhiều khi bị hiểu sai, bị vận dụng và lạm dụng khiến cho việc bảo tồn và phát huy di sản văn hóa gặp nhiều khó khăn. Do đó, để nhận diện tài nguyên và phát triển sản phẩm chúng ta không thể không chú ý tới những quy định có tính nguyên tắc về các đối tượng cụ thể đó được nêu lên và chế định trong các văn bản pháp quy.

1.3.2. Vai trò của di sản văn hóa trong phát triển du lịch

Tầm quan trọng của di sản văn hóa trong du lịch thể hiện ở chỗ chúng là những thực thể văn hóa quan trọng nhất được sử dụng, khai thác tạo ra sản phẩm du lịch, là bộ phận quan trọng hàng đầu của văn hóa du lịch. Không có di sản văn hóa thì không có du lịch văn hóa. Về cơ bản, chúng ta có thể thấy vai trò của di sản văn hóa trên các mặt sau:

- Di sản văn hóa góp phần quan trọng quyết định thị trường du lịch;
- Di sản văn hóa góp phần quan trọng quyết định dịch vụ du lịch phù hợp;
- Di sản văn hóa góp phần quan trọng quyết định các sản phẩm du lịch đặc thù (tài nguyên du lịch và dịch vụ du lịch);
- Di sản văn hóa góp phần quan trọng quyết định các thương hiệu, hình ảnh du lịch;

- Di sản văn hóa góp phần quan trọng quyết định bản sắc văn hóa Việt Nam trong kinh doanh du lịch (kiến trúc, điêu khắc, hội họa, giao tiếp, ứng xử văn hóa... trong kinh doanh du lịch);

- Di sản văn hóa góp phần quan trọng quyết định chất lượng văn hóa trong du lịch;

- Di sản văn hóa góp phần quan trọng quyết định các điểm du lịch;

- Di sản văn hóa góp phần quan trọng quyết định các tuyến du lịch;

- Di sản văn hóa góp phần quan trọng quyết định quy hoạch du lịch,...

Tầm quan trọng của di sản văn hóa thể hiện rõ nhất trong việc tạo ra các sản phẩm du lịch bởi nó là một trong hai yếu tố cấu thành nên sản phẩm du lịch, đó là tài nguyên du lịch và dịch vụ du lịch. Nói tới các sản phẩm du lịch văn hóa là thường thấy điều kiện tiên quyết bởi tài nguyên văn hóa, do tài nguyên văn hóa quyết định như tín ngưỡng, tâm linh (du lịch Thiền, du lịch hành hương,...), du lịch lễ hội, du lịch làng nghề, du lịch ẩm thực và ẩm thực du lịch; du lịch về nguồn, du lịch thăm lại chiến trường xưa, du lịch DMZ (Demilitarized Zone Tour – Du lịch vùng phi quân sự).

1.3.3. Khai thác di sản văn hóa trong phát triển du lịch

1.3.3.1. Những nguyên tắc khai thác các di sản văn hóa trong du lịch

Việc khai thác di sản văn hóa hiện nay đang đặt ra nhiều vấn đề bức xúc, liên quan đến việc bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa quá khứ vấn đề phát triển du lịch bền vững, hay vấn đề hội nhập và phát triển. Việc khai thác di sản văn hóa về cơ bản phải thực hiện đầy đủ các nguyên tắc sau:

- Cân bằng lợi ích văn hóa và lợi nhuận kinh tế;

- Phát triển du lịch bền vững, khai thác kết hợp tái đầu tư;

- Sự tham gia và trách nhiệm của các cơ sở kinh doanh du lịch;

- Sự tham gia và trách nhiệm của cộng đồng trong kinh doanh và bảo tồn di sản văn hóa;

- Kết hợp các lĩnh vực văn hóa xã hội khác nhau trong kinh doanh du lịch;

- Giáo dục ý thức bảo vệ di sản văn hóa trong kinh doanh du lịch (chính quyền, cư dân, người khai thác du lịch, du khách).

1.3.3.2. Các bước cơ bản của việc xây dựng sản phẩm du lịch văn hóa

Như đã nói, “*quy trình sản xuất*” sản phẩm du lịch là một quy trình sản xuất có tính “*vô hình*”, phụ thuộc vào tài nguyên du lịch vào năng lực, trình độ của nhà cung ứng du lịch cũng như vào nhu cầu tiêu dùng du lịch của du khách. “*Quy trình sản xuất*” đó về cơ bản phải đảm bảo các bước sau đây và tùy từng loại sản phẩm sẽ có những xuất nhập nhất định:

- Thu thập thông tin về di sản văn hóa;

- Phân tích, đánh giá thông tin về di sản văn hóa;
- Xác định các giá trị văn hóa cơ bản, độc đáo của di sản văn hóa;
- Xác định các mâu thuẫn nảy sinh trong quá trình khai thác tài nguyên, di sản văn hóa;
- Phân tích nhu cầu thị trường đối với các sản phẩm văn hóa;
- Phân tích các khả năng cung ứng khác trong khu vực khai thác di sản văn hóa;
- Lập kế hoạch phát triển du lịch văn hóa;
- Đề xuất phương án quy hoạch và thiết kế chương trình khai thác di sản văn hóa;
- Tiến hành quy hoạch và thiết kế chương trình khai thác di sản văn hóa;
- Kiểm tra, giám sát việc thực hiện khai thác di sản văn hóa phục vụ phát triển du lịch.

Văn hóa du lịch là một lĩnh vực quan trọng của khoa học du lịch, bao gồm nhiều yếu tố khác nhau, trong đó quan trọng nhất là các yếu tố văn hóa do con người tạo ra được sử dụng trong du lịch và các yếu tố văn hóa do con người sáng tạo ra trong hoạt động du lịch. Hai loại yếu tố này là hai thực thể tồn tại độc lập nhưng thống nhất và quan hệ hữu cơ với nhau, tạo nên chỉnh thể văn hóa du lịch.

Vì vậy, văn hóa du lịch bao gồm một phạm vi rất rộng lớn kiến thức về các lĩnh vực văn hóa tức là về toàn bộ những gì do con người tạo ra trong lịch sử phát triển của mình có khả năng khai thác sử dụng trong du lịch và toàn bộ những gì con người tạo ra trong quá trình hoạt động du lịch.

1.3.3.3. Những thách thức của việc khai thác di sản văn hóa trong phát triển du lịch

Việc khai thác di sản văn hóa phục vụ phát triển du lịch cũng có những tác động tiêu cực đối với các di sản văn hóa. Vì vậy, người học tập, nghiên cứu và làm việc trong ngành du lịch cần phải hết sức quan tâm đến vấn đề này để giảm thiểu rủi ro mà nó đem lại. Những tác động tiêu cực được thể hiện chủ yếu ở những khía cạnh sau:

- Mất bản sắc văn hóa dân tộc do tình trạng du lịch có tính thương mại hóa quá mức, nhàm hóa giá trị văn hóa; nguy cơ phai nhòa bản sắc, phá vỡ truyền thống và lối sống địa phương.
- Biến dạng các tài nguyên văn hóa truyền thống, bản địa, hiện đại hóa, lai căng, mất gốc. Do tính chất nhạy cảm và dễ bị tổn thương của di sản mà quá trình vận động du lịch ồ ạt thiếu kiểm soát ở nhiều nơi, đặc biệt là ở những di sản nổi tiếng nhạy cảm thì những tác động nhiều mặt như: sự khai thác thương

mai hóa quá mức, quá tải về khách, sự lạm dụng di sản, phục dựng sai quy cách, làm mới di sản v.v... làm cho di sản nhanh xuống cấp, biến dạng.

- Phát triển không đều, khai thác không có kế hoạch, không kiểm soát đối với các tài nguyên văn hóa, không có tái đầu tư phát triển, không cân đối các sản phẩm. Bảo vệ, gìn giữ và phát huy thiếu trọng điểm, thiếu lựa chọn,...;

- Việc khai thác di sản văn hóa trong phát triển du lịch thiếu kiểm soát trong công tác giám sát, phục hồi, nâng cao nhận thức cho người dân sẽ dẫn tới tình trạng khôi phục các hủ tục, mê tín dị đoan, những tàn tích văn hóa lạc hậu.

- Ô nhiễm môi trường văn hóa.

Thực tế minh chứng di sản văn hóa tạo sức hấp dẫn vô cùng tận cho điểm đến du lịch. Di sản văn hóa là động cơ, là duyên cớ thôi thúc chuyển đi, là môi trường tương tác và là những trải nghiệm đáng giá cho du khách, qua đó trở thành tài nguyên, nguồn lực chiến lược cho phát triển du lịch. Cũng chính sức cuốn hút ấy của di sản văn hóa đã tạo nên những làn sóng đầu tư vào du lịch di sản, những dòng khách du lịch tấp nập đổ về; người người, nhà nhà làm du lịch...Điều đó mang lại không chỉ những kết quả tăng trưởng lan tỏa nhiều mặt về kinh tế-xã hội, mà còn bảo tồn chính di sản văn hóa. Nhưng cũng chính quá trình vận động du lịch ồ ạt thiếu kiểm soát ở nhiều nơi đang gieo rắc không ít những tác động tiêu cực tới di sản văn hóa trở thành những hệ lụy phải trả giá đắt. Vì vậy, vấn đề đặt ra hiện nay đòi hỏi các bên cùng hành động, có những biện pháp kiểm soát thích đáng để bảo tồn và phát huy bền vững đối với di sản văn hóa trong phát triển du lịch.

1.3.3.4. Những cơ hội của việc khai thác di sản văn hóa trong phát triển du lịch

Khai thác di sản văn hóa phục vụ phát triển du lịch đem đến những cơ hội to lớn trong phát triển kinh tế, xã hội cũng như cho chính các di sản văn hóa đó. Điều này thể hiện chủ yếu trên một số nội dung sau:

- Tạo việc làm, thay đổi cơ cấu nghề nghiệp địa phương, vùng miền
- Nâng cao thu nhập, hiệu quả kinh tế lớn cho cộng đồng cư dân;
- Nâng cao trình độ văn hóa, đa dạng văn hóa của địa phương, cộng đồng;
- Kích thích giáo dục cộng đồng phát triển, nâng cao dân trí;
- Bồi dưỡng thái độ quý trọng, gìn giữ, phát huy các giá trị văn hóa trong thực tiễn;
- Nâng cao lòng tự hào dân tộc, trách nhiệm gìn giữ vốn quý của dân tộc;
- Giao lưu, hợp tác văn hóa các dân tộc, vùng miền, quốc gia..;
- Những cơ hội khác.

❖ TÓM TẮT CHƯƠNG 1

Trong chương này, một số nội dung chính được giới thiệu:

- Văn hóa: khái niệm, phân loại, thuộc tính, chức năng
- Văn hóa du lịch: khái niệm, vai trò, mối quan hệ giữa văn hóa và du lịch;
- Di sản văn hóa: khái niệm, phân loại vai trò của di sản văn hóa trong phát triển du lịch.

❖ CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 1

1. Trình bày khái niệm và cho biết các chức năng của văn hóa.
2. Văn hóa được phân loại thành những nhóm nào? Cho ví dụ.
3. Trình bày khái niệm văn hóa du lịch và mối quan hệ giữa du lịch và văn hóa.
4. Phân tích thực trạng khai thác di sản văn hóa trong phát triển du lịch. Liên hệ thực tế tại Việt Nam.

Chương 2. NHỮNG THÀNH TỐ CỦA VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH

❖ GIỚI THIỆU CHƯƠNG 2

Chương 2 là chương giới thiệu thành tố văn hóa phi vật thể và vật thể để người học có được kiến thức nền tảng và dễ dàng tiếp cận nội dung môn học ở những chương tiếp theo.

❖ MỤC TIÊU MÔN HỌC

S Về kiến thức*

+ Nhận dạng được các thành tố văn hóa vật thể và phi vật thể như: Kiến trúc – mỹ thuật; tôn giáo, tín ngưỡng; lễ hội; phong tục, tập quán; di sản văn hóa dân gian, văn hóa ẩm thực được khai thác trong hoạt động kinh doanh du lịch.

+ Diễn tả được tầm quan trọng của việc nghiên cứu, lựa chọn, khai thác các thành tố văn hóa vật thể và phi vật thể đối với hoạt động du lịch.

** Về kỹ năng*

+ Lựa chọn được các kỹ năng thu thập, xử lý và lựa chọn thông tin;

+ Vận dụng được các đặc điểm của các thành tố văn hóa vật thể và phi vật thể trong việc hoàn thiện tốt môn học sau như: thuyết minh du lịch, thực hành thiết kế tour du lịch cũng như trong chuyến thực tế và thực tập chuyên môn.

** Về năng lực tự chủ và chịu trách nhiệm*

+ Chịu trách nhiệm trong việc vận dụng kiến thức, kỹ năng trong thực tiễn khai thác di sản văn hóa trong hoạt động kinh doanh du lịch.

+ Tiếp nhận tốt các yêu cầu, nhiệm vụ trong thực hiện nhiệm vụ bài học được giao.

+ Tuân thủ nội quy, quy định tại các điểm có di sản văn hóa.

❖ PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP CHƯƠNG 2

- *Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (điển giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận và bài tập chương 2 (cá nhân hoặc nhóm).*

- *Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (chương 2) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận và bài tập tình huống chương 2 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.*

❖ ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 2

- *Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng:* Không

- *Trang thiết bị máy móc:* Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác

- *Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu:* Chương trình môn học, giáo trình, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.

- **Các điều kiện khác:** Không có

❖ KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG 2

- **Nội dung:**

+ **Kiến thức:** Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức

+ **Kỹ năng:** Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.

+ **Năng lực tự chủ và trách nhiệm:** Trong quá trình học tập, người học cần:

+ Nghiên cứu bài trước khi đến lớp

+ Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.

+ Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.

+ Nghiêm túc trong quá trình học tập.

- **Phương pháp:**

+ **Điểm kiểm tra thường xuyên:** 01 kiểm tra viết

+ **Kiểm tra định kỳ lý thuyết:** 01 bài kiểm tra viết

❖ NỘI DUNG CHƯƠNG 2

2.1. Các thành tố văn hóa vật thể trong phát triển du lịch

2.1.1. Kiến trúc, mỹ thuật trong phát triển du lịch

2.1.1.1. Khái niệm

a. Khái niệm Kiến trúc

Cũng như các lĩnh vực văn hóa khác, có nhiều quan niệm khác nhau về kiến trúc, nhưng nhìn chung kiến trúc là khái niệm dùng để chỉ các công trình xây dựng, các không gian xây dựng có giá trị văn hóa, nghệ thuật, có tính dân tộc và tính lịch sử cụ thể. Theo giải thích của Từ điển tiếng Việt thì kiến trúc được hiểu là “*Xây dựng các công trình thường là nhà cửa, theo những kiểu mẫu mang tính chất nghệ thuật*”.

Trong kiến trúc, ba yếu tố quan trọng nhất để giải mã văn hóa là chất liệu – kiểu dáng – công năng:

+ **Yếu tố chất liệu** (đất đá, tre gỗ, gạch ngói, bê tông, sắt thép...). Chất liệu của công trình kiến trúc phản ánh những đặc điểm của điều kiện tự nhiên, điều kiện xã hội và đặc điểm văn hóa của các dân tộc, vùng miền khác nhau. Nhiều loại chất liệu kiến trúc trở thành yếu tố đặc biệt hấp dẫn du khách như trường hợp chất liệu gạch, vữa xây dựng tháp Chăm, chất liệu đá xây dựng nhà thờ đá Phát Diệm, chất liệu gỗ xây dựng nhà thờ gỗ Kon Tum,...

+ **Yếu tố phong cách, kiểu loại** (cung đình, dân gian, khuynh hướng, trường phái, phong cách...). Phong cách, kiểu loại kiến trúc là yếu tố quan trọng

nhất để xác định giá trị nghệ thuật, khả năng sáng tạo và trình độ phát triển của kiến trúc mỗi dân tộc, mỗi thời đại hay vùng miền; là hạt nhân tạo ra sự khác biệt và mới lạ của các công trình kiến trúc, tạo nên sự hấp dẫn du lịch của tài nguyên sản phẩm du lịch văn hóa.

+ *Yếu tố công năng* (nhà ở, cung điện, chùa, miếu, tháp, mộ, tháp, công sở,...). Kiến trúc của mỗi thời đại có công năng riêng, phản ánh đặc điểm văn hóa của các công trình kiến trúc của thời đại đó. Công năng kiến trúc góp phần tạo ra sự khác biệt và mới lạ của kiến trúc của các dân tộc, vùng miền, thời đại.

Thông qua các đặc điểm văn hóa khác nhau về chất liệu kiến trúc (phản ánh điều kiện tự nhiên, kinh tế, văn hóa, xã hội...), về kiểu thức, nghệ thuật trình bày của kiến trúc (nội sinh, ngoại nhập, điều kiện kinh tế, xã hội trong các thời kỳ lịch sử, phản ánh thái độ thẩm mỹ, trình độ nghệ thuật, tay nghề của con người...), về công năng, các giá trị sử dụng của các công trình kiến trúc, chúng ta có thể thấy rõ được ý nghĩa văn hóa của kiến trúc thể hiện rõ tính dân tộc, tính lịch sử tính thẩm mỹ, thái độ ứng xử văn hóa đối với môi trường tự nhiên và xã hội.

b. Khái niệm mỹ thuật

Cũng như các lĩnh vực văn hóa khác, có nhiều quan niệm khác nhau về mỹ thuật nhưng nhìn chung, mỹ thuật là khái niệm dùng để chỉ chung các nghệ thuật thể hiện cái đẹp, có tính dân tộc và tính lịch sử cụ thể.

Mỹ thuật được hiểu nôm na là “nghệ thuật của cái đẹp”. Đây là một từ Hán Việt, với “mỹ” nghĩa là đẹp, còn “thuật” nằm trong từ “nghệ thuật”. Hiểu một cách đơn giản, mỹ thuật là những cái đẹp từ nghệ thuật, có thể là do con người hoặc từ tự nhiên tạo nên và có thể nhìn thấy được. Vì thế mà người ta còn gọi môn này là “nghệ thuật thị giác” – hay còn có tên tiếng anh là “visual art”. Như vậy, về cơ bản mỹ thuật có một số nghĩa sau:

Nghệ thuật thể hiện cái đẹp theo quan niệm của con người (văn học, âm nhạc, hội họa, điêu khắc,...);

Nghệ thuật về cái đẹp: là các nghệ thuật thể hiện cái đẹp của con người bằng các chất liệu khác nhau mang giá trị văn hóa, mang tính dân tộc và tính lịch sử cụ thể;

Các sản phẩm nghệ thuật về cái đẹp được trình bày bằng các chất liệu vật thể có giá trị văn hóa mang tính dân tộc, tính lịch sử.

2.1.1.2. Nguồn gốc của kiến trúc, mỹ thuật Việt Nam

a. Nguồn gốc nội sinh

Nguồn gốc nội sinh được quy định bởi các điều kiện tự nhiên và điều kiện kinh tế xã hội. Theo lẽ thường, tự nhiên nào thì văn hóa ấy, tự nhiên quy định đặc điểm của kiến trúc, mỹ thuật (nhà ở, phương tiện, đồ dùng, trang phục,...). Các vùng tự nhiên khác nhau sẽ ảnh hưởng tới các loại hình kiến trúc, mỹ thuật

khác nhau. Một phần quan trọng là do điều kiện tự nhiên khác nhau chi phối trên cả ba lĩnh vực cơ bản là chất liệu – kiểu dáng – công năng của công trình kiến trúc đó.

Ngoài điều kiện tự nhiên thì điều kiện kinh tế, xã hội cũng có vai trò rất quan trọng trong việc hình thành kiến trúc, mỹ thuật cổ truyền. Điều kiện kinh tế, xã hội cổ truyền quy định đặc điểm của kiến trúc, mỹ thuật đối với cả nhà ở, phương tiện sinh hoạt, trang phục, đồ dùng,... của con người. Các điều kiện tiêu biểu như sản xuất nông nghiệp lúa nước, mô hình xã hội Nhà – Làng – Nước, sự phân bố của cư dân các dân tộc, tổ chức gia đình, các tín ngưỡng bản địa, phong tục tập quán... của các dân tộc, vùng miền khác nhau đã chi phối tới kiến trúc, mỹ thuật truyền thống. Ngôi nhà dài của đồng bào Tây Nguyên là kết quả của việc nối dài các gia đình nhỏ thành một gia đình lớn khi con cái trưởng thành, lấy vợ lấy chồng. Cây đa, giếng nước, mái đình là biểu tượng không gian kiến trúc của đời sống sinh hoạt cộng đồng cư dân đồng bằng Bắc Bộ,... Đó chính là nét khác biệt của kiến trúc, mỹ thuật dân gian truyền thống.

b. Nguồn gốc ngoại lai

Do quá trình tiếp xúc, tiếp thu văn hóa nước ngoài trong các điều kiện lịch sử cụ thể: kiến trúc điện đài, thành quách, kinh đô của Hoàng Thành Thăng Long, Huế; các kiến trúc tôn giáo như chùa, Thiền viện, đền, miếu phủ đều ít nhiều bị ảnh hưởng của kiến trúc, mỹ thuật Trung Hoa,... Các kiến trúc tháp Chăm, chùa Khmer lại bị ảnh hưởng của văn hóa Ấn Độ - Nam Đảo.

Trong thời kỳ cận hiện đại, kiến trúc, mỹ thuật Việt Nam từng bước rời bỏ ảnh hưởng của Trung Hoa và quay sang bị ảnh hưởng của văn hóa phương Tây như kiến trúc các thành phố, đô thị hiện đại như Hà Nội, Sài Gòn,... đều có màu sắc của kiến trúc Châu Âu (Pháp). Kiến trúc nhà thờ Kitô giáo là bị ảnh hưởng của kiến trúc Gothick của Pháp và châu Âu. Mỹ thuật cũng vậy, trong suốt thời trung cổ, Việt Nam chủ yếu chịu ảnh hưởng của mỹ thuật Trung Hoa và Ấn Độ nhưng từ cuối thế kỷ XIX đầu thế kỷ XX lại chịu ảnh hưởng từ mỹ thuật Pháp và các nước Tây Âu.

2.1.1.3. Đặc điểm của kiến trúc, mỹ thuật truyền thống Việt Nam

b. Kiến trúc

Do điều kiện tự nhiên, kinh tế, xã hội, các công trình kiến trúc của người Việt thường không có quy mô đồ sộ, hoành tráng mà nhỏ bé và tinh tế: kiến trúc nhà ở, các công trình công cộng, cung điện, các con phố. Từ thời Pháp thuộc đến nay, mới xuất hiện những công trình kiến trúc đồ sộ như các dinh thự, các công thự, các quảng trường đặc biệt là đường, cầu, nhà ga, sân bay, bến cảng,...

Các công trình kiến trúc thường gắn bó, hài hòa với thiên nhiên xem thiên nhiên là một bộ phận của kiến trúc cảnh quan, môi trường. Hình ảnh ngôi nhà của người dân gắn với những vườn, ruộng, ao, hồ; hình ảnh làng quê gắn với cây đa, ruộng lúa,...

Kiến trúc cổ truyền của người Việt mang yếu tố ngoại lai nhất là các công trình kiến trúc cung đình, dinh thự chủ yếu bị ảnh hưởng của kiến trúc Trung Hoa, sau này là ảnh hưởng của Pháp hay các kiều kiến trúc phương Tây khác.

Tính bất chước, dập khuôn, giống nhau, ít cá tính thể hiện trong các công trình kiến trúc dân gian. Kiến trúc dân gian truyền thống thường mang tính tự phát, ngẫu nhiên, thiếu quy hoạch và tổ chức: trong không gian kiến trúc làng xã, các công trình kiến trúc phụ thuộc rất nhiều vào tự nhiên nên đường làng quanh co, ít thẳng,...

Về màu sắc kiến trúc cổ truyền thống của người Việt nhìn chung khá bình đạm, ít phô trương và sặc sỡ (trừ các công trình kiến trúc của người Khme). Với người Việt hiện đại thường ưu tiên lựa chọn màu vàng và đỏ. Ngôi nhà được quét ve màu vàng và lợp ngói đỏ luôn tạo cảm giác no ấm, êm đềm.

b. Mỹ thuật

Cũng giống như các lĩnh vực văn hóa vật thể khác, các sản phẩm mỹ thuật Việt Nam truyền thống thường nhỏ bé và tinh tế (quy mô, khung khổ) như tranh Đông Hồ, tranh Hàng Trống,... Dường như không có các bích họa lớn như sau này trong các nhà thờ Kito giáo, lăng tẩm của vua Khải Định,... Tiêu biểu về quy mô nhỏ bé của mỹ thuật là các tác phẩm điêu khắc. Mỹ thuật Việt Nam truyền thống hầu như chỉ có điêu khắc trong nhà mà không có điêu khắc ngoài trời (nếu có thì quy mô cũng nhỏ bé). Điêu khắc trong nhà của Việt Nam lại rất tinh tế và đặc sắc, thể hiện ở các tượng thờ các chạm khắc tinh vi của đồ thờ, các hoành phi, câu đối, các dụng cụ trong nhà như giường, tủ, bàn, ghế.

2.1.1.4. Những thành tựu tiêu biểu của kiến trúc, mỹ thuật Việt Nam

Chúng ta cần chú ý một cách thỏa đáng tới quan niệm có tính toàn vẹn về không gian và thời gian của văn hóa Việt Nam về các vùng tự nhiên và vùng văn hóa Việt Nam. Đó không chỉ là không gian và thời gian của nước Đại Việt được mở rộng hay kéo dài mà là sự hợp nhất tất yếu của không gian và thời gian ba vương quốc cổ là Đại Việt, Chăm-pa và Phù Nam. Chúng ta còn phải chú ý đúng mức tới vai trò của không gian văn hóa biển đảo như một tất yếu của lịch sử. Vì thế kiến trúc, mỹ thuật Việt Nam trải qua các thời kỳ chủ yếu sau:

* Thời tiền sử (từ trước thế kỷ I)

Thời kỳ đồ Đá cũ và mới với dấu tích của tượng người trên cán dao găm thời Đông Sơn, hình khắc hang Đồng Nội. Thời kỳ kim khí với dấu tích văn hóa Đại Việt như gốm Hoa Lộc, con dấu hoa văn Hoa Lộc, gốm Phùng Nguyên, Gò Mun. Những dấu tích văn hóa Chăm có mộ chum, gốm Chăm, các công cụ lao động bằng đồng, thành Cổ Loa... Những đặc điểm chính của kiến trúc, mỹ thuật thời kỳ này cho thấy rõ tính công năng, tính tôn giáo, tính tự nhiên cũng như tính thô sơ của nó.

* Thời sơ sử (thế kỷ I – X)

Thời kỳ này đánh dấu bằng địa phận nước Giao Chỉ thời Bắc thuộc diễn ra từ năm 111 TCN đến năm 938. Đây là thời kỳ tiếp xúc cưỡng bức của văn hóa Trung Hoa du nhập văn hóa Hán với tư tưởng Nho – Phật – Đạo thành Luy Lâu, kinh đô Hoa Lư, chùa (Đâu), lăng mộ, đồ gốm,... thể hiện rõ tính công năng, ứng dụng cao, tính tôn giáo đặc sắc,...

* Thời trung đại (thế kỷ X- XIX)

Kiến trúc mỹ thuật Việt Nam thời trung đại, hay thời quân chủ, gắn bó với 1000 năm phong kiến tự chủ, tính từ giữa thế kỷ X đến hết thế kỷ XIX, gồm ba bộ phận là kiến trúc mỹ thuật Đại Việt liên tục từ đầu đến cuối thời trung đại, kiến trúc mỹ thuật Chăm từ đầu đến khoảng thế kỷ XVIII và một vài dấu ấn của kiến trúc mỹ thuật Khmer vùng Tây Nam Bộ.

* Thế kỷ XI – XIII (nhà Lý)

Những thành tựu chủ yếu của kiến trúc, mỹ thuật thời trung đại bắt đầu được đánh dấu từ đây với sự hình thành kinh đô Thăng Long, các phố xá, đô thị, cảng thị mọc lên. Các đền tế Nam Giao, Xã Tắc, Văn Miếu, Quốc Tử Giám (1070)... được xây dựng và trùng tu. Các chùa chiền, thiền viện, thánh thất, quán, miếu... mọc lên khắp nơi. Tượng Phật, tháp thờ, bia đá, chuông đồng... là những sản phẩm kiến trúc, mỹ thuật thật sự đặc sắc. Điêu khắc đá, gỗ, họa tiết trang trí (rồng, sư tử, mây, sóng nước, hoa sen...) trên các công trình xây dựng, các vật dụng, phương tiện rầm rộ xuất hiện. Đáng chú ý là sự phát triển của đồ gốm, ngói, gạch... Kiến trúc mỹ thuật bằng đá, đặc biệt là bia đá được chú trọng, kiến trúc mỹ thuật gỗ cũng được chú ý. Những công trình kiến trúc, mỹ thuật có tầm ảnh hưởng vượt thời gian là “tứ đại khí” còn lưu danh sử sách bao gồm: chuông Quy Điền, vạc Phổ Minh, tháp Bảo Thiên, tượng Quỳnh Lâm. Bên cạnh Hoàng thành Thăng Long là trung tâm chính trị, bắt đầu xuất hiện những hành cung của vua chúa, dinh thự các quan, và phố cổ Thăng Long ra đời phục vụ đời sống hoàng cung cũng như thị dân kinh đô...

Những đặc điểm chính của kiến trúc, mỹ thuật thời Lý thể hiện tính chất vương quyền, tính quy phạm, sự hoàn chỉnh của các công trình xây dựng, các sản phẩm mỹ thuật. Chúng thể hiện rõ sự trường cửu, có pha chút nhân hậu nữ tính, mềm mại. Đặc biệt, kiến trúc mỹ thuật thời này mang đậm dấu ấn Phật giáo, nên mang tính huyền bí tôn giáo, sự dung hợp hài hòa tôn giáo, trong ngoài, truyền thống và thực tiễn....

* Thế kỷ XIII – XIV (nhà Trần)

Những thành tựu chủ yếu của kiến trúc, mỹ thuật thời Trần Hồ được đánh dấu bằng sự tiếp tục phát triển các cung điện, thành quách, hoàng cung, đô thị, phố xá... Tiêu biểu nhất của kiến trúc thời kỳ này là việc hoàn thiện Hoàng cung Thăng Long và xây dựng tòa thành nhà Hồ ở Thanh Hóa. Bên cạnh đó là rất nhiều cách màn cung của vua chúa, các điện trang thái ấp của quý tộc, quan lại, các dinh thự, biệt thự của tầng lớp bên trên... Nhiều lăng mộ, tháp mộ bia mộ... xuất hiện với trình độ kiến trúc, mỹ thuật cao. Bắt đầu xuất hiện các đình trạm

trên các con đường thiên lý cho lữ khách, các đình dịch ở kinh đô cho quan lại nghỉ khi công cán. Nhiều chùa chiền, thiền viện, thánh thất, miếu thờ... được xây dựng, nhất là những chùa cổ như chùa Quỳnh Lâm và kinh đô Phật giáo Trúc Lâm ở Yên Tử sơn. Những điêu khắc, trang trí bằng đá, kim loại và đồ gốm tiếp tục phát triển. Những đặc điểm chính của kiến trúc, mỹ thuật thời kỳ Trần Hồ cho thấy sự hài hoà hoàng cung – thái ấp – thứ dân. Mô hình kiến trúc, mỹ thuật quý tộc dần rõ nét. Tính huyền bí bớt đi, tăng phần biểu cảm. Cùng với thời gian, các kiến trúc mỹ thuật Phật giáo suy giảm tính cung đình và quốc giáo, mang tính đại chúng hơn. Kiến trúc, mỹ thuật bắt đầu thể hiện rõ hơn sự hồn nhiên, thiết dụng gần gũi thân mật với con người. Tính hiện thực và nghệ thuật tiếp tục được nâng cao.

* Thế kỷ XV (Hậu Lê)

Thời kỳ này, Nho giáo phát triển thành độc tôn. Văn hóa giáo dục được chính quy hóa, đề tuyển chọn tầng lớp quan lại mới cho chế độ. Văn hóa cung đình phát triển theo hướng Nho giáo hóa. Văn hóa Đại Việt dần theo chiều hướng hiện thực và thông tục hơn.

Những thành tựu chủ yếu của kiến trúc, mỹ thuật thời Lê Sơ có thể thấy rõ trên nhiều mặt của việc kiến thiết quốc gia, xây dựng kinh đô và các đô thị, xây dựng các làng mạc của người dân. Đáng chú ý nhất là việc xây dựng lại thành Thăng Long (Đông Đô, Đông Quan) đồ nát, thành Tây Đô (Lam Kinh), các cung điện, các đền đài của triều đình như điện Kính Thiên (1465), điện Lưu Bồi (thời vua Lê Hiến Tông), đại điện Trăm Nóc, Cửu Trùng Đài (thời vua Lê Tương Dực)... Bên cạnh đó là các dinh thự như Tư Lê giám, Tư Chế giám Đô Sát giám..., các dinh Bộ Công Bộ Lại, Bộ Hộ..., các viện Hàn Lâm, Thái y, Ngự sử... Các đàn tế Nam Giao, Xã Tắc Phong Vân được xây dựng lên phục vụ đời sống tín ngưỡng cung đình. Đáng chú ý nhất là sự xuất hiện của đình làng để thờ thành hoàng làng tại các làng Bắc Bộ. Đình làng trở thành trung tâm văn hóa làng bắt đầu từ đây, thay thế vai trò của chùa làng trong suốt thời Lý – Trần. Cụ thể hơn, một số công trình kiến trúc mỹ thuật tiêu biểu như Văn Miếu được trùng tu lớn, từ năm 1442 thời vua Lê Đại Bảo cho khắc văn bia, đến thời vua Lê Cảnh Hưng 1786 có cả thảy 82 bia. Các lăng mộ có quần thể lăng mộ các vua Lê tại Lam Kinh, gồm 6 vua đầu triều (Thái Tổ, Thái Tông, Nhân Tông, Thánh Tông, Hiến Tông, Túc Tông). Các vua Uy Mục Tương Dực, Chiêu Tông Cung Hoàng táng nơi khác. Các lăng Vĩnh lăng (1433, Lê Thái Tổ), Hựu lăng (1442, Lê Thái Tông), Mục lăng (1459, Lê Nhân Tông), Chiêu lăng (1498, Lê Thánh Tông), Dụ lăng (1504, Lê Hiến Tông) Kính lăng (1505, Lê Túc Tông) được xây dựng bề thế... Chùa chiền, thiền viện, thánh thất, miếu thờ, điện thờ... cũng được chú trọng xây dựng trong dân gian. Điêu khắc đá được phát triển mạnh với nhiều công trình vẫn còn lại đến nay, như bia Vĩnh Lăng, ngựa đá Vĩnh Lăng, tượng gỗ chùa Thầy, tượng đá Lê Nhân Tông,...

Những đặc điểm chính của kiến trúc, mỹ thuật thời Hậu Lê thể hiện rõ tính hỗn dung Trung – Việt, giao thoa nghệ thuật với nước ngoài. Các công trình

kiến trúc, mỹ thuật được bố cục mạch lạc, sáng sủa. Nghệ thuật cung đình đồ sộ, phô trương thể hiện quyền uy của đế chế mới. Đồng thời, nó cũng thể hiện sự phóng khoáng giàu chất nghệ thuật, cũng như sự mộc mạc, biểu cảm. Tính tôn giáo trong kiến trúc mỹ thuật cung đình phản ánh tinh thần tập quyền Khổng giáo.

* Thế kỷ XVI – XVIII (triều Mạc – Lê Trung Hưng – Tây Sơn)

Những thành tựu chủ yếu của kiến trúc, mỹ thuật được thấy trong một giai đoạn vô cùng biến động của lịch sử, như một nghịch lý, chẳng những không đổ nát, nghèo nàn, thưa thớt, mà trái lại rất sầm uất, phồn vinh, khắp trong Nam ngoài Bắc. Về kiến trúc, mỹ thuật cung đình, chúng ta có thể thấy hiện rõ ở các dấu tích và di tích còn lại của kinh thành Thăng Long, các cung điện của vua, chúa, thành nhà Mạc ở nhiều địa phương, các dinh thự của quan lại, các phố xá... Kiến trúc đình làng phát triển rực rỡ nhất, với những đình làng tiêu biểu như đình Lỗ Hạnh, đình Tây Đằng, đình Thổ Hà, đình Phù Lưu... Nhiều chùa được xây dựng với nghệ thuật tạo hình đặc sắc như chùa Cói, chùa Trà Phương... Nhiều tượng Phật, tượng người xuất hiện như tượng Quan Âm Nam Hải chùa Phạm, Hải Dương; chùa Bôi Khê, tượng Mạc Đăng Dung chùa Trà Phương, tượng Phật Quan Âm nghìn tay nghìn mắt chùa Hạ, Vĩnh Phúc, chùa Côn Sơn, Hải Dương, chùa Đa Tốn, Gia Lâm Hà Nội... Mỹ thuật gốm cũng để lại những thành tựu đặc sắc như gốm Chu Đậu, Hải Dương, lần đầu tiên có đề tên tác giả, như một minh chứng sở hữu tư nhân của kinh tế hàng hóa. Hội họa dân gian bắt đầu với mành mống tranh Đông Hồ, tranh Hàng Trống... Kiến trúc Phật giáo rực rỡ với chùa Thầy (Hà Tây cũ), chùa Mía, (Đường Lâm, Hà Tây cũ), chùa Hiến (Phổ Hiến, Hưng Yên), chùa Trăm Gian, (Chương Mỹ, Hà Tây cũ), chùa Keo (Thái Bình), chùa Bút Tháp (Bắc Ninh), chùa Phạm (Hải Dương)... Đền thờ được xây dựng với niềm cảm hứng mới, như đền Lý Bát Đế (Đình Bảng, Bắc Ninh), đền Lê Đại Hành, Đền Tiên Hoàng (Hoa Lư, Ninh Bình), đền Bà Chúa Mụa (Kim Động, Hải Dương)... Lăng mộ cũng đa dạng hơn, như lăng họ Ngô Hiệp Hoà (Bắc Ninh) lăng Vũ Hồng Lượng (Hưng Yên), lăng họ Ngô (Hiệp Hoà, Bắc Ninh)... Đặc biệt đình làng rất phát đạt, biểu thị sự lên ngôi của văn hóa làng. Nhiều đình làng nổi tiếng tại Bắc Ninh, Hà Tây cũ, Hà Nam, Ninh Bình, Hải Dương, Hải Phòng... Tượng Phật cũng đa dạng, phong phú hơn. Cùng với việc trùng tu và xây dựng các chùa chiền, điêu khắc Phật giáo phát đạt, nhất là tượng Phật, ban bệ thờ Phật...

Những đặc điểm chính của kiến trúc, mỹ thuật thời kỳ này bên cạnh phong cách cung đình và tôn giáo có tính cao nhã, trang trọng cũng thể hiện rõ tính bình dân và hiện thực, nữ tính và lý tưởng hoá thiên tính nữ trong các sáng tác dân gian. Nó rất giàu biểu cảm, phong phú, và kỳ lạ, đa dạng, nhiều vẻ và sinh động vừa mang tính tôn giáo vừa tôn vinh đời sống hiện thực và thế tục của con người. Có sự mở rộng không gian trong phản ánh nghệ thuật. Yếu tố cá nhân, cá thể và cá yếu tố khuynh hướng bắt đầu xuất hiện trong nghệ thuật. Nghệ thuật chú trọng tôn vinh đời sống hiện thực và con người...

* Thế kỷ XIX (triều Nguyễn)

Những thành tựu tiêu biểu của kiến trúc, mỹ thuật triều Nguyễn còn lại đến nay tương đối nguyên vẹn, như quần thể kiến trúc cố đô Huế, các đền thờ, lăng mộ, chùa, đình miếu, các nghệ thuật ứng dụng cung đình hay dân gian, các loại đồ gốm, đồ đồng, đồ gỗ, hay các công trình kiến trúc mỹ thuật khắp các địa phương trong nước, tiêu biểu như các di tích chùa Liên Phái, đền Quán Thánh, nhà thờ Phát Diệm, nhà thờ Phú Nhai, nhà thờ Lớn, nhà thờ Đức Bà và các nhà thờ khác, các bức tượng Phật, tượng chúa Giêsu, tượng các thánh tông đồ... Đây cũng là thời kỳ phồn vinh nhất của các dòng tranh dân gian Đông Hồ, Hàng Trống, Kim Hoàng, và đặc biệt là hội họa cung đình Huế với dòng tranh gương (hay tranh kính), thời kỳ manh nha các kiến trúc cổ điển châu Âu ở Hà Nội, Sài Gòn, Huế...

Những đặc điểm chính của kiến trúc, mỹ thuật dưới triều Nguyễn mang tính cung đình hoá, quan phương hoá, nhưng cũng rất hiện thực, sống động, đa dạng phong phú và có tính thống nhất cao. Chúng có quy mô đồ sộ, phô trương hơn trước, thể hiện tư tưởng tập quyền Khổng giáo, tập quyền quân chủ, có sự kết hợp với văn hóa châu Âu.

* Kiến trúc, mỹ thuật thời hiện đại (thế kỷ XX đến nay)

Đặc điểm nổi bật nhất về mặt văn hóa của thời kỳ này là chuyển dịch từ "*hướng tâm*" Trung Hoa sang "*hướng tâm*" Pháp và châu Âu, châu Mỹ. Văn hóa Việt Nam chuyển từ ảnh hưởng Trung Hoa sang ảnh hưởng phương Tây, tạo nên một xu hướng mới theo chiều hiện đại hóa trên mọi mặt đời sống xã hội, trong đó có kiến trúc, mỹ thuật. Bắt đầu hình thành những phong cách, kiểu thức kiến trúc mỹ thuật mới ảnh hưởng Pháp và Tây Âu nhưng mang cả đặc sắc bản địa, tạo nên những "*phong cách Đông Dương*", "*phong cách thuộc địa*". Và sau đó là những ảnh hưởng của cả kiến trúc, mỹ thuật Liên Xô (ở miền Bắc), Mỹ (ở miền Nam)... Nhưng thành tựu rõ rệt nhất là những công trình kiến trúc, mỹ thuật ảnh hưởng văn hóa Pháp, làm thành một nét riêng trong văn hóa Việt Nam hiện đại, có vai trò rất to lớn trong phát triển du lịch.

Hàng loạt các công trình kiến trúc, mỹ thuật hiện đại ra đời trong khoảng một thế kỷ giao thoa văn hóa Đông – Tây, trở thành những sản phẩm văn hóa tiêu biểu và những điểm đến du lịch hấp dẫn trải khắp đất nước, đặc biệt là các đô thị, như các khu phố cũ (hay phố Tây). Những công trình công cộng, các dinh thự, công thự, nhà thờ, tu viện (Nhà hát Lớn Hà Nội, Phủ Chủ tịch, Nhà thờ Lớn Hà Nội, Nhà thờ Đức Bà Sài Gòn, Dinh Độc Lập...) những đường xá, cầu cống.. sân bay, nhà ga, bến cảng (Hệ thống đường sắt Bắc – Nam, các sân bay, hải cảng, cầu Long Biên Hà Nội, cầu Trường Tiền Huế, cầu Sài Gòn/Tân Cảng...), những khu nghỉ mát, những dinh thự, biệt thự nghỉ dưỡng trên núi hay ven biển... Bên cạnh đó là hàng loạt các công trình điêu khắc trong nhà và ngoài trời, là các tác phẩm hội họa hiện đại tiếp thu văn hóa phương Tây... Bên cạnh những

công trình kiến trúc, mỹ thuật tôn giáo truyền thống tiêu biểu là đình và chùa, bắt đầu xuất hiện ngày càng nhiều những nhà thờ Kitô giáo trải khắp đất nước.

Đặc điểm chính của kiến trúc, mỹ thuật thời hiện đại mang ảnh hưởng phương Tây, chú trọng tính thực tiễn, công năng, là sự kết hợp “hài hòa tối đa” về phong cách và kiểu dáng, triết lý và quy ước văn hóa Đông – Tây, với quy mô và phạm vi to lớn hơn, đơn giản và phóng khoáng hơn, rành mạch, chặt chẽ và trật tự hơn, chuẩn xác và lý tính hơn, thiết thực và đại chúng hơn. Tất nhiên, chúng ta cũng phải nhận thấy, điều này chủ yếu dừng lại trước năm 1986, khi mà phong cách kiến trúc, mỹ thuật nêu trên còn được giữ lại khá nguyên dạng, chứ không dần “hỗn loạn” kể từ khi bước vào giai đoạn “kinh tế thị trường” như hiện nay.

2.1.1.5. Vai trò của kiến trúc, mỹ thuật trong phát triển du lịch

Kiến trúc, mỹ thuật là bộ phận quan trọng nhất của văn hóa vật thể, có vai trò rõ nét nhất trong việc tạo ra sản phẩm du lịch văn hóa, góp phần quan trọng trong phát triển du lịch văn hóa nói riêng và du lịch nói chung. Kiến trúc, mỹ thuật có vai trò trên nhiều phương diện, nhưng tiêu biểu nhất là trên những phương diện sau:

- Kiến trúc, mỹ thuật góp phần quan trọng phát triển thị trường du lịch;
- Kiến trúc, mỹ thuật góp phần quan trọng quyết định các tài nguyên du lịch văn hóa, là bộ phận nòng cốt của tài nguyên du lịch văn hóa’
- Kiến trúc, mỹ thuật góp phần quan trọng phát triển các dịch vụ du lịch thích hợp cung ứng cho nhu cầu của du khách;
- Kiến trúc, mỹ thuật góp phần quan trọng phát triển các sản phẩm du lịch văn hóa đặc thù, mang tính vùng miền, tính dân tộc và tính lịch sử;
- Kiến trúc, mỹ thuật góp phần quan trọng phát triển các thương hiệu, hình ảnh du lịch thông qua sự khác biệt của các tài nguyên và sản phẩm du lịch đặc thù;
- Kiến trúc, mỹ thuật góp phần quan trọng phát triển bản sắc văn hóa Việt Nam trong du lịch văn hóa, thể hiện trong sự khác biệt của các công trình xây dựng, cách bài trí, trang trí của các khách sạn, nhà hàng, các khu nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí;
- Kiến trúc, mỹ thuật góp phần quan trọng phát triển chất lượng văn hóa trong du lịch, khi đem đến cho du khách những cảm nhận trực tiếp về sự khác biệt của văn hóa vật thể của một dân tộc, một vùng miền, một thời kỳ lịch sử;
- Kiến trúc, mỹ thuật góp phần quan trọng phát triển các tuyến, điểm du lịch văn hóa, khi nó là điểm đến của những kết nối du lịch văn hóa giữa các vùng miền, địa phương;
- Kiến trúc, mỹ thuật góp phần quan trọng vào quy hoạch phát triển du lịch, mọi nghiên cứu, quy hoạch phát triển du lịch đều phải được dựa trên những

cơ sở dữ liệu khoa học thuyết phục về sức hấp dẫn và trữ lượng của tài nguyên du lịch, sản phẩm du lịch văn hóa, trong đó có cả các di sản kiến trúc, mỹ thuật.

2.1.2. Di tích lịch sử văn hóa, cảnh quan văn hóa trong phát triển du lịch

2.1.2.1. Khái niệm di tích lịch sử

Di tích lịch sử là các công trình xây dựng hoặc địa điểm gắn với sự kiện lịch sử tiêu biểu, với thân thể và sự nghiệp của anh hùng dân tộc, danh nhân văn hóa của đất nước, với sự kiện lịch sử tiêu biểu của các thời kỳ cách mạng, kháng chiến, có giá trị tiêu biểu về khảo cổ, kiến trúc, nghệ thuật của một hoặc nhiều giai đoạn lịch sử.

Theo khoản 3 Điều 4 Luật Di sản văn hóa 2001 (sửa đổi, bổ sung 2009), di tích lịch sử là công trình xây dựng, địa điểm và các di vật, cổ vật, bảo vật quốc gia thuộc công trình, địa điểm đó có giá trị lịch sử, văn hoá, khoa học.

- Di tích lịch sử cấp tỉnh
- Di tích lịch sử cấp quốc gia
- Di tích lịch sử quốc gia đặc biệt

Các tiêu chí của di tích lịch sử

Để được xem là một di tích lịch sử, thì đối tượng đó phải có một trong các tiêu chí được quy định tại Điều 28 Luật Di sản văn hóa 2001 (sửa đổi, bổ sung 2009), cụ thể như sau:

- Công trình xây dựng, địa điểm gắn với sự kiện lịch sử, văn hóa tiêu biểu của quốc gia hoặc của địa phương;
- Công trình xây dựng, địa điểm gắn với thân thể và sự nghiệp của anh hùng dân tộc, danh nhân, nhân vật lịch sử có ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển của quốc gia hoặc của địa phương trong các thời kỳ lịch sử;
- Địa điểm khảo cổ có giá trị tiêu biểu;
- Công trình kiến trúc, nghệ thuật, quần thể kiến trúc, tổng thể kiến trúc đô thị và địa điểm cư trú có giá trị tiêu biểu cho một hoặc nhiều giai đoạn phát triển kiến trúc, nghệ thuật.

2.1.2.2. Khái niệm cảnh quan văn hóa hay danh lam thắng cảnh

Cảnh quan văn hóa theo định nghĩa của Ủy ban Di sản Thế giới, là "tài sản văn hóa đại diện cho các công trình kết hợp của thiên nhiên và con người". một "cảnh quan văn hóa liên kết" có thể được đánh giá cao vì "các hiệp hội tôn giáo, nghệ thuật hoặc văn hóa của yếu tố tự nhiên."

Theo quy định tại khoản 2 Điều 28 Luật Di sản văn hóa 2001, danh lam thắng cảnh phải có một trong các tiêu chí sau đây:

- Cảnh quan thiên nhiên hoặc địa điểm có sự kết hợp giữa cảnh quan thiên nhiên với công trình kiến trúc có giá trị thẩm mỹ tiêu biểu;

- Khu vực thiên nhiên có giá trị khoa học về địa chất, địa mạo, địa lý, đa dạng sinh học, hệ sinh thái đặc thù hoặc khu vực thiên nhiên chứa đựng những dấu tích vật chất về các giai đoạn phát triển của trái đất.

Như vậy có thể hiểu cảnh quan văn hóa hay danh lam thắng cảnh là các cảnh quan thiên nhiên hoặc địa điểm có sự kết hợp giữa cảnh quan thiên nhiên với công trình kiến trúc nghệ thuật, văn hóa có giá trị thẩm mỹ tiêu biểu, có giá trị khoa học về địa chất, địa mạo, địa lý, đa dạng sinh học, hệ sinh thái đặc thù hoặc khu vực thiên nhiên chứa đựng những dấu tích vật chất về các giai đoạn phát triển của trái đất.

2.1.2.3. Vai trò của di tích lịch sử văn hóa, cảnh quan văn hóa trong phát triển du lịch

Trong hoạt động du lịch, các di tích lịch sử văn hóa, các cảnh quan văn hóa có vai trò vô cùng quan trọng, quyết định tới sự thành công hay thất bại của sản phẩm du lịch một quốc gia.

Thứ nhất, các di tích lịch sử văn hóa, các cảnh quan văn hóa chính là nguồn tài nguyên du lịch quan trọng bậc nhất của hoạt động du lịch. Nó là nguyên liệu chính của ngành công nghiệp du lịch.

Thứ hai, di tích lịch sử văn hóa, cảnh quan văn hóa là cơ sở để tạo ra các sản phẩm du lịch. Bởi sản phẩm du lịch là sự tổng hợp hữu cơ của nhiều yếu tố, trong đó có hai yếu tố quan trọng nhất là tài nguyên du lịch và dịch vụ du lịch thích hợp. Điều đó có nghĩa rằng, nếu không có tài nguyên du lịch thì không có sản phẩm du lịch, không có di sản văn hóa thì cũng không có một bộ phận quan trọng bậc nhất của sản phẩm du lịch văn hóa. Tài nguyên du lịch nào thì sản phẩm du lịch đó, cũng như di sản văn hóa nào thì có sản phẩm du lịch văn hóa đó.

Thứ ba, di tích lịch sử văn hóa, cảnh quan văn hóa là cơ sở để tạo ra các dịch vụ du lịch; Dịch vụ du lịch được con người tạo ra phụ thuộc vào đặc điểm và tính chất của tài nguyên du lịch mà ở đây là các di tích lịch sử văn hóa hay cảnh quan văn hóa. Tài nguyên nào thì đòi hỏi phải có những dịch vụ du lịch tương ứng. Các dịch vụ du lịch tại những điểm di tích lịch sử văn hóa có tính tôn giáo, tín ngưỡng phải khác các dịch vụ du lịch tại các thắng cảnh tự nhiên hay các di tích văn hóa nghệ thuật từ ăn uống, trang phục, đi lại và tiêu dùng.

Thứ tư, di tích lịch sử văn hóa, cảnh quan văn hóa là cơ sở quan trọng để tạo ra điểm du lịch. Điểm du lịch bao giờ cũng do tài nguyên du lịch quyết định, được xác định trên cơ sở của các loại tài nguyên du lịch khác nhau, trong đó có di tích lịch sử văn hóa và cảnh quan văn hóa. Luật Du lịch chỉ rõ, tài nguyên du lịch là yếu tố cơ bản để hình thành các khu du lịch, điểm du lịch, tuyến du lịch, đô thị du lịch. Để xác định các điểm du lịch văn hóa khác nhau, phải căn cứ vào các loại tài nguyên du lịch văn hóa, mà ở đây là các di tích lịch sử văn hóa và cảnh quan văn hóa, do đó ta có thể thấy có những điểm du lịch văn hóa như điểm du lịch lịch sử, điểm du lịch lịch sử cách mạng, điểm du lịch khảo cổ, điểm

du lịch kiến trúc, mỹ thuật, điểm du lịch tôn giáo, tín ngưỡng, điểm du lịch danh lam thắng cảnh.

Thứ năm, di tích lịch sử văn hóa, cảnh quan văn hóa là cơ sở quan trọng để tạo ra tuyến du lịch. Tuyến du lịch là sự nối kết các khu du lịch, điểm du lịch, và phải có tài nguyên văn hóa, cảnh quan văn hóa, môi trường văn hóa và cơ sở dịch vụ phục vụ khách du lịch dọc theo tuyến. Các tuyến du lịch văn hóa là sự kết nối của các di tích lịch sử văn hóa, cảnh quan văn hóa, các môi trường văn hóa tại các điểm du lịch với nhau, cũng như của các di tích lịch sử văn hóa, các cảnh quan văn hóa, các môi trường văn hóa dọc theo các tuyến du lịch đó.

Thứ sáu, là cơ sở quan trọng để tạo ra các hình thức hoạt động du lịch, các chương trình du lịch, góp phần quyết định thị trường du lịch, thương hiệu, hình ảnh du lịch, bản sắc văn hóa Việt Nam, chất lượng văn hóa trong du lịch, trong quy hoạch du lịch.

Văn hóa vật thể của Việt Nam khá phong phú, hấp dẫn, thể hiện những đặc điểm văn hóa của dân tộc ta được hình thành và phát triển trong hàng nghìn năm qua. Nhiều di sản văn hóa đã trở thành di sản văn hóa thế giới, di sản quốc gia. Di sản văn hóa vật thể có sức hấp dẫn du lịch rất lớn, là yếu tố quan trọng tạo nên điểm đến du lịch thu hút nhiều du khách trong và ngoài nước. Do thời gian, chiến tranh, thiên tai mà nhiều di sản bị xuống cấp, mai một. Nên việc khai thác di sản văn hóa phải gắn với bảo vệ văn hóa đang là nhiệm vụ rất quan trọng trong phát triển du lịch.

2.2. Các thành tố văn hóa phi vật thể trong phát triển du lịch

Vai trò của văn hóa trong phát triển du lịch là rất to lớn. Không chỉ văn hóa vật thể, mà văn hóa phi vật thể cũng có những đóng góp rất quan trọng trong phát triển du lịch. Văn hóa phi vật thể bao gồm nhiều lĩnh vực khác nhau như ngôn ngữ, nghệ thuật văn chương, tôn giáo tín ngưỡng, phong tục tập quán, lễ hội truyền thống, nghề truyền thống, nghệ thuật diễn xướng dân gian,... Trong phần này, giáo trình tập trung giới thiệu một số loại văn hóa phi vật thể tiêu biểu có vai trò trực tiếp tới sự phát triển du lịch, đó là tôn giáo tín ngưỡng, phong tục tập quán, lễ hội truyền thống, nghệ thuật diễn xướng dân gian và văn hóa ứng xử trong du lịch.

2.2.1. Tôn giáo, tín ngưỡng

2.2.1.1. Khái niệm

a. Khái niệm tôn giáo

Tôn giáo là niềm tin, sự kính ngưỡng của con người vào thế giới siêu nhiên, hay chỉ mối ràng buộc, liên hệ giữa con người với thế giới hư ảo, giữa trần thế với thế giới tâm linh. Các nhà duy tâm chủ nghĩa cho rằng tôn giáo là cái có trước con người, nằm ngoài con người, ở bên trên con người, là sự tồn tại tất yếu và vĩnh viễn trong đời sống con người. Berkeley George, nhà triết học

duy tâm người Anh cho rằng tôn giáo là nguồn gốc của những cảm giác chủ quan.

Theo K.Marx, tôn giáo chỉ là sự giải thích sai lầm và hư ảo của con người về thế giới hiện thực: “Tôn giáo là tiếng thở dài của chúng sinh bị áp bức, là trái tim của thế giới không có trái tim, nó là tinh thần của trật tự không có tinh thần”.

Theo Friedrich Engels cho rằng “Bất cứ hình thái tôn giáo nào cũng không phải cái gì khác là sự phản ánh hoang đường vào trong đầu óc con người những lực lượng bên ngoài, cái mà thống trị họ trong đời sống hàng ngày, nhưng phản ánh những lực lượng có thực dưới những hình thức hư ảo”.

Ngày nay, khái niệm tôn giáo được giải thích trong những từ điển tiếng Việt phổ thông, trở thành khái niệm quen thuộc trong nhận thức của mọi người “Tôn giáo là sự công nhận một sức mạnh coi là thiêng liêng quy định một hệ thống ý nghĩa và tư tưởng của con người về số phận của mình trong và sau cuộc sống hiện tại, do đó quyết định phần nào hệ thống đạo đức, đồng thời thể hiện bằng những tập quán, lễ nghi tỏ thái độ tin tưởng và tôn sùng sức mạnh đó”.

Theo quy định tại Khoản 1 Điều 2 Luật Tín ngưỡng, tôn giáo năm 2016 quy định: *Tôn giáo là niềm tin của con người tồn tại với hệ thống quan niệm và hoạt động bao gồm đối tượng tôn thờ, giáo lý, giáo luật, lễ nghi và tổ chức.*

Như vậy, khi nói đến tôn giáo, dù theo ý nghĩa hay cách biểu hiện nào thì luôn phải đề cập đến hai vấn đề hai thế giới: Thế giới hiện hữu và phi hiện hữu; thế giới của người sống, người chết; của những vật thể hữu hình và vô hình. Tôn giáo không chỉ là sự bất lực của con người trong cuộc đấu tranh với tự nhiên và xã hội, do thiếu hiểu biết dẫn đến sợ hãi và tự đánh mất mình, do đó không chỉ phải dựa vào thần thánh mà còn người hướng con người đến một hy vọng tuyệt đối, một cuộc đời thánh thiện. Nó gieo niềm tin hy vọng vào con người dù có phần hư ảo để mà yên tâm, tin tưởng để sống và phải sống trong một thế giới trần gian còn nhiều bất công và khổ ải.

b. Khái niệm tín ngưỡng

Theo quy định tại Khoản 1 Điều 2 Luật Tín ngưỡng, tôn giáo năm 2016 quy định: *Tín ngưỡng là niềm tin của con người được thể hiện thông qua những lễ nghi gắn liền với phong tục, tập quán truyền thống để mang lại sự bình an về tinh thần cho cá nhân và cộng đồng.*

Như vậy, có thể hiểu tín ngưỡng là sự tin tưởng, ngưỡng mộ, sùng bái và suy tôn những vị thần thánh, vật thiêng hoặc linh hồn do con người tưởng tượng ra với mục đích cầu mong sẽ đem lại những điều tốt đẹp nhất đến với con người.

c. Phân biệt tôn giáo và tín ngưỡng

Tôn giáo và tín ngưỡng có nhiều điểm giống nhau và khác nhau. Sự giống nhau rõ nhất là bản chất hữu thần luận trong giải thích về thế giới, là sự nhận thức hư ảo về hiện thực, là sự sùng bái những lực lượng siêu nhiên. Nhưng giữa

tôn giáo và tín ngưỡng có những sự khác biệt nhất định về phạm vi, mức độ, trình độ và cả ít nhiều nội dung cơ bản của chúng.

Hai khái niệm đó có nhiều điểm giống nhau, bởi vì chúng đều là sản phẩm của tư tưởng duy tâm, thần bí, tư tưởng hữu thần, đều là sự giải thích hư ảo của con người về thế giới hiện thực. Hiện nay, tôn giáo và tín ngưỡng là hai hình thái tư tưởng xã hội cùng song song tồn tại. Chúng có những điểm chung giống nhau và những điểm riêng khác nhau về hình thức tổ chức, hình thức thờ cúng, tư tưởng về trình độ. Tôn giáo là một học thuyết về sáng thế và cứu thế theo một vũ trụ quan và nhân sinh quan nào đó. Tôn giáo được hợp thành bởi bốn yếu tố: giáo chủ, giáo lý, giáo hội và giáo đường. Tôn giáo có thể được truyền bá, mở rộng, tồn tại ở nhiều cộng đồng. Tín ngưỡng là một nội dung, tính chất thần linh được ra đời, tin theo trong một cộng đồng từ xa xưa trong lịch sử của họ và được tiếp tục duy trì trong cộng đồng người ấy, đồng thời cũng có thể ảnh hưởng tới các cộng đồng người khác. Tín ngưỡng và tôn giáo không phải là một. Tín ngưỡng và tôn giáo có mục đích khác nhau.

Có người xem tôn giáo và tín ngưỡng là hai hình thức khác nhau của tôn giáo trong hai giai đoạn phát triển lịch sử khác nhau. Tín ngưỡng là giai đoạn thấp, tôn giáo là giai đoạn cao. Sau này, chúng tách khỏi nhau và cùng song song tồn tại, tác động qua lại với nhau, nhưng khác nhau về trình độ, tính chất, mục đích... Dù các cách giải thích khác nhau nhưng tất cả đều có một điểm chung, thống nhất cho rằng tôn giáo và tín ngưỡng đều là tư tưởng hữu thần, đều là sản phẩm của chủ nghĩa duy tâm, đều giải thích hư ảo về thế giới hiện thực.

Tín ngưỡng, là lòng tin, là niềm tin mà con người ta ngưỡng vọng vào một vị thần hay một tín điều siêu hình nào đó như tín ngưỡng thờ mẫu, thờ Thần, thờ cúng tổ tiên... Tín ngưỡng có ở bất kỳ cộng đồng nào, song không có tính phổ biến giữa các cộng đồng, mà chủ yếu tồn tại trong nội bộ cộng đồng. Tín ngưỡng không có tính hệ thống, không tổ chức chặt chẽ, không có tính thường xuyên, không có lý thuyết.

Tôn giáo, trái lại, là một (hay nhiều) hệ thống giáo lý, có tổ chức có tính bền vững, thường xuyên. Tuy nhiên, sự phân biệt này chỉ có tính chất tương đối. Sự khác biệt chủ yếu là ở phạm vi, quy mô, mức độ, tính chất,... Để phân biệt tôn giáo với tín ngưỡng, người ta thường dựa vào những yếu tố tượng trưng của tôn giáo mà tín ngưỡng không có, đó là: Giáo chủ, giáo lý, giáo đường, giáo triều, giáo dân và giáo phận.

2.2.1.2. Những tôn giáo, tín ngưỡng chính ở Việt Nam

a. Tín ngưỡng

Tín ngưỡng cũng như những bộ phận khác của văn hóa, là tấm gương phản ánh trung thực những đặc trưng nông nghiệp lúa nước của nền văn hóa Việt Nam:

Trước hết, đó là sự tôn trọng và gắn bó mật thiết với thiên nhiên (tín ngưỡng sùng bái tự nhiên). Là con đẻ của nền văn hóa nông nghiệp, tín ngưỡng Việt Nam phản ánh đậm nét *nguyên lý âm dương*: từ đối tượng thờ cúng cho đến cách thức giao lưu giữa hai cõi (xin âm dương, chợ âm dương; các cặp đôi: ông đồng – bà cốt, đồng Đức Ông – đồng Đức Bà, đồng Cô – đồng Cậu). Nguyên lý âm dương thể hiện toàn diện và tập trung nhất ở tín ngưỡng phồn thực.

Gắn liền với cuộc sống nông nghiệp và nguyên lý âm dương là khuynh hướng đề cao phụ nữ với việc thờ hàng loạt nữ thần: Bà Trời, Mẹ Đất, Bà Hỏa, các nữ thần: Mây – Mưa – Sấm – Chớp; đạo thờ Tam Phủ, Tứ Phủ, 12 bà mẹ. Việc thờ các loại mẫu ở Việt Nam mạnh đến nỗi có thể xem nó như một thứ tôn giáo dân tộc, đặc biệt là Đạo Mẫu.

* *Tín ngưỡng phồn thực*

Ngay từ đầu, duy trì và phát triển sự sống đã là một nhu cầu thiết yếu của con người và vạn vật trong vũ trụ. Đối với văn hóa nông nghiệp, hai việc này lại càng quan trọng. Để duy trì cuộc sống cần cho mùa màng tốt tươi, để phát triển sự sống cần cho con người sinh sôi. Ở loại hình văn hóa nông nghiệp, hai hình thức sản xuất lúa gạo để duy trì sự sống và sản xuất con người để kế tục dòng giống này có bản chất giống nhau, đó là sự kết hợp của hai yếu tố khác loại (đất và trời; mẹ và cha). Từ thực tiễn đó, tư duy cư dân nông nghiệp Đông Nam Á nói chung và Nam Á nói riêng, đã phát triển theo hai hướng: Những trí tuệ sắc sảo đi tìm quy luật khách quan để lý giải hiện thực, kết quả là tìm được *triết lý âm dương*. Còn những người có trình độ hạn chế thì nhìn thấy ở hiện thực một sức mạnh siêu nhiên, bởi vậy mà sùng bái nó như thần thánh, kết quả là xuất hiện *tín ngưỡng phồn thực* – tín ngưỡng cầu mong sự sinh sôi nảy nở của tự nhiên và con người. Ở Việt Nam, tín ngưỡng phồn thực từng tồn tại suốt chiều dài lịch sử.

Tín ngưỡng phồn thực là sự tin tưởng, ngưỡng mộ và sùng bái sự sinh sôi nảy nở của tự nhiên và con người. Nó được hình thành từ xa xưa trong lịch sử, trên cơ sở tư duy trực quan, cảm tính của cư dân nông nghiệp trước sự sinh sôi để duy trì sự sống của con người, sự sống của cây trồng, vật nuôi. Họ nhìn thấy ở thực tiễn một sức mạnh siêu nhiên và sùng bái các hiện vật, các hiện thực đó như thần thánh.

Thờ sinh thực khí (sinh = đẻ, thực = nảy nở, khí = công cụ): đây là hình thái đơn giản của tín ngưỡng phồn thực, phổ biến ở các nền văn hoá nông nghiệp trên thế giới. Tuy nhiên, trong khi nhiều dân tộc nông nghiệp chỉ thờ một sinh thực khí nam hoặc nữ thì người Việt Nam truyền thống và các dân tộc mang đậm triết lý âm dương thì thờ cả sinh thực khí nam và nữ. Hình nam nữ thể hiện đậm nét bộ phận sinh dục được tìm thấy ở các tượng đá có niên đại hàng nghìn năm TCN, các hình khắc trên những tảng đá cổ trong thung lũng SaPa. Trong việc trang trí nhà mồ Tây Nguyên hay ở chùa Dạm (Bắc Ninh) có một cột đá hình sinh thực khí nam có chạm nổi hình rồng thờ Lý.

Bên cạnh việc thờ sinh thực khí giống như nhiều dân tộc nông nghiệp khác, cư dân nông nghiệp lúa nước với tư duy chú trọng tới quan hệ còn có tục thờ hành vi giao phối tạo nên một dạng tín ngưỡng phồn thực độc đáo. Như trên nắp thạp đồng tìm được ở Đào Thịnh (Yên Bái) xung quanh hình mặt trời là tượng bốn đôi nam nữ đang giao phối, ở các nhà mồ Tây Nguyên với những tượng nam nữ giao phối hồn nhiên với bộ phận sinh dục được phóng to. Hoặc điệu múa “*tùng dũ*” ở hội đền Hùng: Thanh niên nam nữ từng đôi, cầm trong tay những vật biểu trưng cho sinh thực khí nam và nữ,...

** Tín ngưỡng sùng bái tự nhiên*

Sùng bái tự nhiên là giai đoạn tất yếu trong quá trình phát triển của con người, đặc biệt với người Việt sống bằng nghề lúa nước thì sự gắn bó với tự nhiên lại càng dài lâu và bền chặt. Việc đồng thời phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác nhau của tự nhiên dẫn đến hệ quả trong lĩnh vực tư duy là lối tư duy tổng hợp và trong lĩnh vực tín ngưỡng là tín ngưỡng đa thần.

Trước hết đó là tục thờ Mẫu. Chất âm tính của văn hoá nông nghiệp dẫn đến hậu quả trong quan hệ xã hội là lối sống thiên về tình cảm, trọng nữ và trong tín ngưỡng là tình trạng các nữ thần chiếm ưu thế, và vì các đích mà người nông nghiệp hướng tới là sự phồn thực, cho nên nữ thần không phải là các cô gái trẻ đẹp mà là các bà Mẹ và các Mẫu, tục thờ Mẫu là tín ngưỡng Việt Nam điển hình. Đó là thờ các Bà Trời, Bà Đất, Bà Nước: các nữ thần cai quản các hiện tượng tự nhiên. Họ được thờ chung như một bộ tam tài dưới dạng tín ngưỡng Tam Phủ cai quản ba vùng trời - đất - nước: Mẫu Thượng Thiên, mẫu Thượng Ngàn, mẫu Thoải. Các bà Mây, Mưa, Sấm, Chớp cai quản những hiện tượng tự nhiên. Khi Phật Giáo vào Việt Nam, nhóm nữ thần trở thành hệ thống Tứ Pháp: Pháp Vân, Pháp Vũ, Pháp Lôi, Pháp Điện.

Ngoài ra, người Việt còn thờ các hiện tượng tự nhiên khái quát như: không gian, và thời gian. Thần không gian được hình dung theo Ngũ hành: ngũ hành nương nương, ngũ phương chi thân coi sóc các phương trời, ngũ Đạo chi thần trông coi các ngã đường. Thần thời gian là Thập nhị Hành khiển, 12 bà mẹ coi sóc việc sinh nở.

Trong tín ngưỡng sùng bái tự nhiên còn có việc Thờ động vật và thực vật như chim, rắn, cá sấu: Nhất điều nhĩ xà, tam ngư, tứ tượng. Thậm chí thông qua nghệ thuật còn đẩy các con vật này trở thành biểu tượng: Tiên, Rồng. Theo truyền thuyết thì tổ tiên của người Việt thuộc “*họ Hồng Bàng*” và là “*giống Rồng Tiên*”. Do đó, “*Rồng là con vật đặc thù chung cho tất cả các dân tộc Việt Nam*”. Thực vật thì được tôn sùng nhất là cây Lúa với tín ngưỡng thờ thần Lúa, hồn Lúa, mẹ Lúa. Thứ đến là các loài cây xuất hiện sớm ở vùng này như cây *Cau, Đa,...*

** Tín ngưỡng sùng bái con người*

Trong khi con người bao gồm cả yếu tố vật chất và tinh thần. Yếu tố tinh thần trừu tượng, khó nắm bắt, nên người xưa đã thần thánh hóa nó thành khái

niệm “*Linh hồn*” và linh hồn trở thành đầu mối của tín ngưỡng. Người Việt và một số dân tộc Đông Nam Á còn tách linh hồn thành *hồn* và *vía*. *Vía* thường được hình dung như một khái niệm trung gian giữa xác cụ thể và hồn trừu tượng. Như người Pu Péo (một dân tộc ở miền núi phía Bắc Việt Nam) cho rằng con người có 8 hồn 9 vía. Người Việt thì cho rằng con người có 3 hồn nhưng nam thì 7 vía, nữ thì có 9 vía.

Ba hồn, theo một cách giải thích uyên bác, gồm: tinh, khí và thần. *Tinh* được hiểu như là sự tinh anh trong nhận thức. *Khí* là khí lực, là năng lượng làm cho cơ thể hoạt động. *Thần* là thần thái, là sự sống nói chung.

Vía là khái niệm trung gian giữa thể xác cụ thể và hồn trừu tượng, là cái làm hoạt động các quan năng – những nơi cơ thể tiếp xúc với môi trường xung quanh. Đàn ông 7 vía cai quản 7 vía trên mặt: 2 tai, 2 lỗ mũi, 2 mắt và miệng; Phụ nữ thêm 2 vía nữa đó là cơ quan sinh đẻ và nơi cho con bú.

Hồn và vía được người xưa dùng để giải thích các hiện tượng như trẻ con hay đau ốm, hiện tượng ngủ mê. Trong hồn và vía thì vía phụ thuộc vào thể xác nên có người lành vía và người dữ vía. Hồn trừu tượng hơn nên được xem là độc lập với thể xác: hiện tượng ngủ mê được giải thích là hồn tạm thời lìa thể xác để đi chu du. Niềm tin rằng chết là về với tổ tiên nơi chín suối, tin rằng tuy ở nơi chín suối, nhưng ông bà tổ tiên vẫn thường xuyên về thăm nom, phù hộ cho con cháu, đó chính là tín ngưỡng Thờ cúng tổ tiên. Tín ngưỡng sùng bái tổ tiên gần như trở thành đạo Ông Bà của đại đa số người Việt thể hiện ở bàn thờ Tổ tiên luôn ngự trị trong mỗi gia đình. Thờ cúng tổ tiên là một hiện tượng mang tính lịch sử - xã hội tồn tại phổ biến ở nhiều nước trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Mặt tốt của hiện tượng này là ở chỗ, nó nhắc thế hệ những người đang sống phải nhớ đến nguồn “ăn quả nhớ kẻ trồng cây”, biết kính trọng, phụng dưỡng ông bà, bố mẹ trong lúc sinh thời và thờ phụng khi đã mất. Thờ cúng tổ tiên là một hoạt động có ý thức của con người, là tình cảm biết ơn, tưởng nhớ hướng về cội nguồn, quá khứ. Thờ tổ tiên là sự thể hiện lòng thành kính, biết ơn, tưởng nhớ tổ tiên, đồng thời cũng là sự thể hiện niềm tự hào, sự che chở, bảo hộ, trợ giúp của tổ tiên cho con cháu. Trên bàn thờ tổ tiên thường có bài vị, tượng, ảnh được sắp đặt trang trọng và theo những nguyên tắc nhất định.

Do vậy, người Việt rất chú trọng đến các ngày giỗ bởi con người tin rằng đó là ngày con người đi vào cõi vĩnh hằng, điều này khác hoàn toàn với người phương Tây lại rất coi trọng ngày sinh nhật. Ngoài ngày giỗ thì việc thờ cúng tổ tiên còn được tiến hành đều đặn vào các ngày mùng một ngày rằm hàng tháng, vào các ngày lễ tết hay bất kỳ khi nào trong nhà có việc: để báo cáo tổ tiên, để cầu xin tổ tiên phù hộ và để tạ ơn tổ tiên...

Trong gia đình, ngoài thờ tổ tiên, người Việt còn có tục thờ cúng Thổ Công. Đây là một dạng của thờ cúng Mẹ Đất là vị thần trông coi gia cư, định đoạt phúc họa cho một gia đình: đất có Thổ công, sông có Hà bá. Thổ công chính là bộ ba trong truyền thuyết ông đầu rau.

Mối quan hệ giữa Thổ Công với ông bà tổ tiên trong gia đình rất thú vị: Thổ Công định đoạt phúc họa cho cả nhà nên là vị thần quan trọng nhất, nhưng ông bà tổ tiên sinh thành ra ta nên được tôn kính nhất. Mỗi khi giỗ ông bà, cha mẹ thì đều phải khấn Thổ thần trước rồi xin phép Ngài cho ông bà, cha mẹ về “Phối hưởng”. Sở dĩ Thổ Công là thần đất mà cũng là thần bếp là bởi đối với người Việt Nam nông nghiệp ưa sống định cư thì đất – nhà – bếp và người phụ nữ đồng nhất với nhau, đều tối quan trọng như nhau. Bộ ba hai ông một bà cùng chết trong lửa, hóa thành thần bếp tạo nên một bộ tam tài đặc biệt. Ở Nam bộ, Thổ Công được thay bằng Ông Địa.

Tín ngưỡng thờ thần của Việt Nam không chỉ đóng khung trong phạm vi gia đình. Ngoài các vị thần tại gia, còn có các thần linh chung cho thôn xã hoặc toàn dân tộc. Trong phạm vi thôn xã, quan trọng nhất là việc thờ thần Thành Hoàng vị thần cai quản, che chở, định đoạt phúc họa cho dân làng. Trong văn hóa Việt Nam truyền thống, không làng nào là không có thần Thành Hoàng. Trong hệ thống các thành Hoàng làng được chia làm ba hạng: thượng đẳng thần, trung đẳng thần và hạ đẳng thần. Được phong thần là những vị thần được vua thừa nhận ban sắc phong là người có tên tuổi, tước vị rõ ràng, là người có công lập ra làng xã, những anh hùng dân tộc từng sinh ra, sống hoặc mất ở làng. Ngoài những vị thần Thành Hoàng được vua sắc phong, thừa nhận, có nhiều làng còn thờ những vị thần vốn là những đứa trẻ, người ăn mày, ăn trộm, người mù, người gập phên, người chết nghẹn,... tóm lại là những người có “lý lịch” không hay ho gì, đây bị gọi là tà thần. Sở dĩ họ được thờ là vì họ, theo niềm tin của dân làng, chết vào giờ thiêng nên đã ra oai (gây dịch bệnh, hỏa hoạn, v.v...) khiến cho dân nể sợ. Cũng vì lý do như vậy và được thần linh báo mộng.

Trong nhà thờ gia tiên, trong làng thờ Thành hoàng thì trong nước, người Việt thờ Vua tổ – vua Hùng. Mảnh đất Phong Châu (Phú Thọ) nơi đóng đô của các vua Hùng khi xưa, trở thành Đất Tổ với ngày giỗ tổ là ngày 10/3 âm lịch hàng năm.

Người Việt còn một tín ngưỡng đặc biệt nữa đó là tục thờ Tứ bất tử: Tản Viên, Thánh Gióng, Chử Đồng Tử và chúa Liễu Hạnh. Tản Viên và Thánh Gióng là biểu tượng cho sức mạnh đoàn kết của một cộng đồng cư dân nông nghiệp để một mặt ứng phó với môi trường tự nhiên là chống lụt và mặt khác là ứng phó với môi trường xã hội là chống giặc ngoại xâm. Chử Đồng Tử – người nông dân nghèo với hai bàn tay trắng đã cùng vợ dựng nên cơ nghiệp chính là biểu tượng cho ước mơ xây dựng một cuộc sống phồn vinh về vật chất. Liễu Hạnh, người con gái quê ở xã Vân Các (Nam Định) tương truyền là công chúa con trời, đã ba lần từ bỏ cuộc sống đầy đủ xuống trần gian để được sống cuộc đời của người phụ nữ bình dị với khát vọng về tự do hạnh phúc, chính là biểu tượng cho ước vọng xây dựng cuộc sống *hạnh phúc về tinh thần*. Như vậy, tục thờ Tứ bất tử là một giá trị văn hoá tinh thần rất đẹp của dân tộc ta, biểu tượng cho sức mạnh liên kết cộng đồng để làm ruộng và đánh giặc, cho khát vọng xây dựng một cuộc sống vật chất phồn vinh và tinh thần hạnh phúc.

b. Tôn giáo

* Phật giáo

+ Lịch sử hình thành và phát triển của Phật giáo

Phật giáo (Buddhism) là một tôn giáo lớn ra đời ở Ấn Độ vào khoảng thế kỷ thứ VI trước Công Nguyên, suy tôn người sáng lập ra là Thái tử Tất Đạt Đa họ là Cồ Đàm. Đức Phật (Buddha) – Đấng Giác Ngộ khi mà xã hội Ấn Độ đang chịu sự thống trị với sự phân chia đẳng cấp, kỳ thị màu da theo đạo Bàlamôn.

Sự phân biệt đẳng cấp diễn ra vô cùng khắc nghiệt khiến cho tầng lớp đa số trong xã hội căm ghét chế độ đẳng cấp. Nhiều trào lưu tư tưởng chống lại đạo Bàlamôn và chế độ đẳng cấp của nó đã ra đời, trong đó có đạo Phật. Đạo Phật ra đời, trên thực tế là sự phủ nhận chế độ đẳng cấp của đạo Bàlamôn. Giáo lý đạo Phật sâu sắc, hấp dẫn, đề cao sự bình đẳng, hướng tới sự giải thoát; lễ nghi đơn giản nên nhanh chóng thu hút được đông đảo tín đồ.

Năm 483 TCN lúc 80 tuổi, Phật tịch. Sau một năm ngày Phật tịch, *Đại hội tăng đoàn lần I* được triệu tập với 500 tỉ kheo và kéo dài bảy tháng với sự chủ trì của các đệ tử của Phật như Maha Ca Diếp, A Nan, Ưu Bà Ly kể lại lời Phật nói về giáo lý, về giới luật tu hành và về những lời luận giải của Phật về giáo lý, giáo luật.

Đại hội tăng đoàn lần II, được triệu tập vào khoảng thế kỷ IV TCN với khoảng 700 tỉ kheo, kéo dài 8 tháng. Nội dung chủ yếu là giải quyết những bất đồng về thực hành giới luật và luận giải kinh điển. Hình thành hai phái Trưởng lão bộ (*Tiểu thừa*) gồm các tỉ kheo cao tuổi chiếm thiểu số và Đại chúng bộ (*Đại thừa*) gồm những người trẻ tuổi chiếm đa số. Hai bộ phái này phân biệt ở những điểm chủ yếu sau:

Phật giáo Đại thừa (Mahayana) (Đại Chúng - cỗ xe lớn): Chủ trương không cố chấp theo kinh điển, khoan dung đại lượng trong thực hiện giáo luật, thu nạp tất cả những ai muốn quy y. Phái Đại thừa phát triển lên phía Bắc gọi là Bắc tông, phổ biến sang Trung Hoa, Nhật Bản, Triều Tiên. Bộ phái này chủ trương: “Không luận” cho rằng vạn pháp tuy có “hữu” nhưng là không “vô”; Cho rằng ngay trong quá trình sinh tử, con người vẫn có thể chứng ngộ được cảnh giới Niết bàn nếu như tu luyện tốt; Chủ trương “*tự độ tự tha, tự giác giác tha*”, nghĩa là vừa tự giác ngộ, tự giải thoát vừa giác ngộ giải thoát giúp chúng sinh. Chính vì vậy mà có tên “Đại thừa” (con đường cứu vớt rộng, hay cỗ xe lớn, chở được nhiều người). Về thờ phụng và cách thức tu hành thì chủ trương thờ Phật và các vị Bồ Tát và tu qua các bậc La Hán, Bồ Tát đến Phật; người tu hành mặc áo nâu và tự lao động để kiếm sống.

Phật giáo Tiểu thừa (Nihayana) (Thượng Toạ - cỗ xe nhỏ): gồm các vị trưởng lão theo xu hướng bảo thủ, chủ trương bám sát kinh điển, giữ nghiêm giáo luật. Bộ phái này phát triển xuống phía Nam, đặc biệt là vùng Đông Nam Á nên được gọi là Nam Tông: Chủ trương “hữu luận”, cho rằng vạn pháp vô

thường nhưng vẫn có “hữu” một cách tương đối chứ không thể nói là không “vô” được; Cho rằng chỉ khi nào thoát khỏi vòng luân hồi sinh tử, con người mới có thể đạt đến cảnh giới Niết bàn; Chủ trương “*tự độ, tự tha*”, nghĩa là tự giác ngộ, tự giải thoát; Phật giáo Tiểu thừa chỉ thờ Phật và chỉ tu đến bậc La Hán; người tu hành mặc áo vàng và sống bằng khát thực.

Đại hội tăng đoàn lần III tiến hành vào giữa thế kỷ III TCN triệu tập 1000 tỉ kheo, kéo dài 9 tháng.

Đại hội tăng đoàn lần IV tiến hành vào khoảng 125 – 150 sau CN với 500 tỉ kheo tham dự, hoàn chỉnh kinh điển Phật giáo gồm: *Kinh, Luận, Luật*.

+ Về giáo lý cơ bản của đạo Phật

Cho đến nay, khó có thể thống kê hết các kinh sách của Phật giáo. Ngoài những kinh sách Phật giáo của Ấn Độ, thì khi du nhập vào các quốc gia khác, các nhà tu hành thường có truyền thống trước thuật, hoặc là dịch lại các kinh cơ bản, hoặc là giải thích chúng, hoặc là biên soạn những tác phẩm trên cơ sở của giáo lý cơ bản... Bộ kinh sách đầu tiên của nhà Phật hay còn gọi là bộ thánh điển chính là bộ Tam tạng kinh, gồm: Kinh tạng, Luật tạng và Luận tạng.

Kinh tạng là một trong ba bộ thánh điển nguyên thủy và cũng là một trong 12 bộ kinh cơ bản của đạo Phật. Đây là bộ kinh nguyên thủy nhất, ghi lại những giáo lý mà Đức Phật diễn thuyết. Trong đó cũng gồm một số lời nói của các đại đệ tử của Đức Phật. Hình thức của nó là tản văn.

Luật tạng, là phần Đức Phật nghị luận, vấn đáp, biện luận về Pháp tướng. Nó cũng bao gồm cả phần nghị luận, vấn đáp, biện luận của học trò Đức Phật sau khi Ngài nhập diệt, về pháp tướng và nhiều vấn đề cơ bản của giáo lý.

Luận tạng, là bộ sách cổ viết về các giới luật trong đời sống tu hành theo Phật giáo. Sách gồm ba phần: Các giới hạnh bắt buộc người tu hành tuân theo và các phép trừng trị; Các nghi lễ, nghi thức tu hành như nhập môn, xin tội, nhập hạ, cúng rằm, ăn mặc, thuốc men, bố thí, y phục, vật dụng, các điều luật về giáo hội, các quyền của giáo hội...; Các cách thưởng, phạt, cách dựng chùa tháp, nơi thờ tự, các quy tắc sinh hoạt, ứng xử trong giới và ngoài giới tu hành... Đây là ba bộ kinh quan trọng nhất của đạo Phật, ngoài ra còn những bộ kinh cơ bản khác.

Phật giáo tiếp thu một số tư tưởng của đạo Bàlamôn làm nền tảng tư tưởng của mình, đó là quan niệm về đạo pháp với cốt lõi là quan niệm về nghiệp và luân hồi. Từ đó đạo Phật vạch ra cho chúng sinh con đường giải thoát khỏi khổ ải của kiếp luân hồi để đạt đến cõi Niết Bàn cực lạc. Cũng như tiếp thu các quan niệm nhân, duyên quả kiếp trong giáo lý Bàlamôn... làm hạt nhân tư tưởng của giáo lý đạo Phật. Giáo lý căn bản của đạo Phật thể hiện quan niệm chủ yếu về: Tứ diệu đế, Bát chính đạo và Thập nhị nhân duyên.

- *Tứ diệu đế*, nghĩa là bốn điều suy xét kỳ diệu, bao gồm Khổ đế, Nhân đế (tập đế), Diệt đế và Đạo đế.

Trong đó, Khổ đế là chân lý về bản chất của nỗi khổ: do sinh, lão, bệnh, tử, do mọi nguyện vọng của con người không được thoả mãn.

Nhân đế (tập đế) là chân lý về nguyên nhân của nỗi khổ: do ái dục, vô minh, mà ra. Hành động xấu khiến con người phải nhận hậu quả của nó (nghiệp báo) do vậy mà cứ luẩn quẩn trong vòng luân hồi không thoát ra được.

Diệt đế là chân lý về cảnh giới diệt khổ: nỗi khổ sẽ được tiêu diệt khi nguyên nhân gây ra nỗi khổ bị loại trừ. Đó là thế giới của sự giác ngộ và giải thoát.

Còn đạo đế là chân lý chỉ ra con đường diệt khổ: đòi hỏi phải rèn luyện đạo đức, tư tưởng và khai sáng trí tuệ. Ba môn học này được cụ thể hoá trong khái niệm bát chính đạo (8 nẻo đường chân chính).

- *Bát chính đạo* là tám con đường chính để giải thoát khỏi sự khổ đau, gồm:

Chính ngữ là thành thực nói năng, đây là phép tu khẩu nghiệp, không nói lời tà, chỉ niệm lời chính, niệm ý thiện.

Chính nghiệp là thành thực làm việc đây là phép tu chi phối việc làm, sinh hoạt hàng ngày, không làm gì sai trái, không phải, chỉ làm việc đúng, viện thiện.

Chính mạng là thành thực mưu sinh, đây là phép tu chi phối sinh nghiệp không để điều gì làm hoen ố cuộc sống, không làm những gì phi nghĩa, bất chính (rèn luyện đạo đức – giới).

Chính niệm là thành thực tụng niệm, đây là phép tu chi phối những lời tụng niệm phải là những lời chân chính, thân thiện, làm cho tâm hồn sạch.

Chính định là thành thực mà nhập thiền định, để thân tâm thanh tịnh, yên lặng, trong trẻo, trong sự thành đạt, chân thiện (rèn luyện tư tưởng).

Chính kiến là nhìn rõ căn nguyên của khổ, thành thực xem xét nó.

Chính tư duy là thành thực suy nghĩ, đánh giá căn nguyên nỗi khổ và dùng lý trí để phân tích nó.

Chính tinh tiến là thành thực mà đạt tới, đây là phép tu chi phối quá trình phấn đấu đi lên để đạt tới sự giác ngộ trong tinh thần chân chính trong mong ước hướng thiện cho sự tiến bộ (thuộc lĩnh vực khai sáng trí tuệ).

- Đạo Phật nhìn nhận mọi sự vật, hiện tượng luôn trong trạng thái vận động vô thường, vận động qua các trạng thái, song có chu kỳ, có lặp lại, có biến đổi. Đồng thời nó cũng khẳng định rằng có những sự vật là bất biến, trường tồn – đó là cái tâm không của con người giác ngộ. Tuy nhiên, đó không phải là tuyệt đối. Nó chủ trương mọi sự vật có vận động, biến đổi và phát triển nhưng những vận động, biến đổi, phát triển đó không phải do khách quan, do quy luật khách quan quy định, mà là do chủ quan của con người, do sự nỗ lực của mỗi cá nhân. Mỗi con người là một thế giới riêng, dường như khép kín, tự sinh và tự diệt. Vì

thể trong phương pháp tu hành, đạo Phật kêu gọi con người phải “tự giác”. Nó đề cao tự lực, tự cường, quyết tâm, ý chí và sức mạnh cá nhân. Và khi đó, con người nếu tự mình giác ngộ thì cũng tức là đã giác ngộ cho người khác “tự giác nhi giác tha”.

Đạo Phật mang tính nhân văn sâu sắc vì nó là một tôn giáo đề cao con người, đề cao tình thương, chống lại áp bức giai cấp. Giáo lý Phật giáo chỉ rõ rằng, trong thế giới này, ai cũng có tính Phật như nhau, vì vậy ai cũng có cơ hội độ tới Niết Bàn, có cơ hội giác ngộ và thành Phật. Vì thế con người luôn bình đẳng với nhau. Giáo lý còn chỉ rõ cuộc đời là bể khổ và con người phải tu hành để được thoát khổ, tức là thoát khỏi kiếp luân hồi. Trong kiếp luân hồi, ai cũng phải trải qua những thân kiếp hèn hạ đau khổ, nghèo đói vì vậy con người cần phải rộng lượng, cần phải yêu thương nhau. Thậm chí phải yêu thương rộng rãi không chỉ trong nhân loại mà còn cả với loài động thực vật, cho nên con người cần có tư tưởng bác ái và cấm sát sinh.

Đạo Phật cũng chủ trương mở ra con đường cứu khổ, cứu nạn, diệt trừ cái ác, cái xấu đề cao cái thiện, cái tốt. Đó là thể hiện niềm khao khát của con người mong thoát khỏi áp bức, bóc lột, bất công xã hội. Song việc xác định nguyên nhân của mọi bất công, mọi điều khổ đau của con người lại có tính duy tâm chủ quan, cho nên phương pháp diệt trừ đau khổ của đạo Phật cũng mang tính duy tâm chủ quan. Đó là dựa vào sự cứu rỗi của lòng thương, của tình thương con người. Chỉ có tình thương con người mới là bè mảng đưa chúng sinh vượt qua bể khổ để độ đến bến bờ hạnh phúc.

- Tín đồ Đạo Phật có hai loại: xuất gia và tại gia. Xuất gia là người thoát khỏi gia đình và sinh hoạt xã hội, đi tu ở chùa theo quy định. Tại gia là người thờ Phật, lễ Phật tại nhà, tự giác thực hiện ngũ giới và thập thiện. Phật tử tại gia gọi là cư sĩ, Phật tử xuất gia gọi là tăng (đối với nam), ni (đối với nữ). Người mới xuất gia gọi là tiểu, sau một thời gian tập sự và tu luyện thì được thụ giới Sadi (sư bác). Sau một thời gian (10 năm hoặc lâu hơn) có đủ tư cách và trình độ thì được thụ giới Tì kheo (đại đức, sư ông). Tì kheo có nhiều tuổi hạ, có đạo đức và trình độ học Phật thì được suy tôn là Thượng Tọa và cấp cao hơn là Hòa Thượng.

+ Về giới luật, đạo Phật

Đạo Phật chủ trương người tu hành dù là xuất gia hay tại gia đều phải thực hiện đủ Ngũ giới và thập thiện.

+ Quá trình thâm nhập và phát triển của Phật giáo ở Việt Nam.

Phật giáo bắt đầu vào Việt Nam từ đầu Công Nguyên, do các nhà sư Ấn Độ theo đường biển cùng các thương nhân. Phật giáo được xem là tôn giáo thế giới có ảnh hưởng lâu dài và rộng rãi nhất trong đời sống tinh thần của người Việt Nam và có khi còn trở thành tôn giáo nhà nước, trong giai đoạn thế kỷ X – XIV. Đó là thời kỳ Phật được xem là quốc giáo. Đạo Phật sau hơn 2000 năm lịch sử đã ăn sâu bám chắc vào tâm hồn dân tộc Việt.

Địa điểm đầu tiên là Luy Lâu thuộc trị sở của quận Giao Chỉ và trở thành trung tâm Phật giáo quan trọng của Việt Nam. Phật giáo lúc này mang màu sắc Tiểu Thừa Nam Tông và Bụt (phiên âm từ chữ Buddha) đã trở thành vị thần của người dân Việt.

Thế kỷ IV-V, xuất hiện thêm Phật giáo Đại Thừa Bắc Tông từ Trung Hoa và dần lấn át và thay thế Phật giáo Tiểu thừa và từ Buddha phiên âm sang tiếng Hán là Phật.

Dưới triều đại Lý – Trần, Phật giáo phát triển cực thịnh và trở thành quốc giáo, xâm nhập và ảnh hưởng đến mọi mặt của đời sống xã hội, không phân biệt tầng lớp giai cấp từ quý tộc đến dân thường. Dưới hai triều đại này, xuất hiện hàng nghìn ngôi chùa khắp mọi nơi, thậm chí thời Trần tới nửa dân số đã theo đạo Phật. Hàng loạt ngôi chùa nổi tiếng đã được xây dựng và vẫn còn tồn tại tới ngày nay phải kể đến như: chùa Diên Hựu (nay là chùa Một Cột), chùa Phổ Minh, chùa Quỳnh Lâm, chùa Yên Tử, chùa Phật Tích,... đặc biệt là công trình nghệ thuật lớn là An Nam Tứ đại khí, đó là: Tượng Phật chùa Quỳnh Lâm (Quảng Ninh); Tháp Báo Thiên: gần 12 tầng, do vua Lý Thánh Tông cho xây dựng vào 1057, toạ lạc tại khuôn viên chùa Sùng Khánh ở phía tây hồ Lục Thủy. Tuy nhiên, tháp đã bị quân Vương Thông tàn phá; Chuông Quy Điền: 1101 thời vua Lý Nhân Tông dự định treo tại chùa Diên Hựu; Vạc Phổ Minh: vào thời vua Trần Nhân Tông đặt tại sân chùa Phổ Minh (Túc Mạc - Nam Định).

Sang tới Thời Lê, Nho giáo được tuyên bố trở thành quốc giáo và Phật giáo dần bị suy thoái, chỉ còn tồn tại trong dân gian.

Đến đầu thế kỷ XVIII, vua Quang Trung đã cho chấn hưng Phật giáo và từ đây Phật giáo dần phát triển trở lại. Đầu thế kỷ XX, Phong trào chấn hưng Phật giáo phát triển mạnh mẽ bắt đầu từ miền Nam với sự ra đời của các hội Phật giáo tại Trung, Nam, Bắc kỳ có cơ quan ngôn luận riêng.

Qua các thời kỳ lịch sử khác nhau, nó có những biến dịch, thay đổi cho phù hợp với điều kiện xã hội với trình độ và tư duy của con người Việt Nam. Điều quan trọng nhất là đạo Phật đã góp phần tạo nên một nền di sản văn hóa Phật giáo đồ sộ trong văn hóa Việt Nam, cả văn hóa vật thể và phi vật thể.

Về phương diện văn hóa vật thể, là các công trình kiến trúc, mỹ thuật Phật giáo, thiền viện, bia tháp, điêu khắc, hội họa, trang phục, ẩm thực,...; Hay các di sản văn hóa phi vật thể như phong tục tập quán, lễ hội Phật giáo, ngôn ngữ và văn học nghệ thuật, âm nhạc và vũ điệu Phật giáo... Đây là nguồn tài nguyên du lịch văn hóa vô cùng hấp dẫn của Việt Nam.

** Nho giáo*

+ Lịch sử hình thành Nho giáo

Nho giáo là một học thuyết chính trị xã hội được tôn giáo hóa, xuất hiện từ thời cổ đại ở Trung Quốc, chi phối toàn bộ thế giới quan và nhân sinh quan của con người trong suốt thời kỳ phong kiến, thậm chí cho tới tận ngày nay. Nó

mang những đặc điểm lớn như: bảo vệ trật tự xã hội phong kiến, quyền lợi của giai cấp thống trị và tầng lớp có của; bảo vệ trật tự, kỷ cương của gia đình; chủ trương trị nước bằng tôn giáo, tin trời và quỷ thần, cúng tế và cầu nguyện. Kính trời là đạo lý cơ bản của Nho giáo. Về vũ trụ luận, trời sinh ra vạn vật, vũ trụ sinh ra từ cõi mộng lung, vô thủy vô chung, vô hình vô tượng. Giáo lý của Nho giáo đề cao tư tưởng thiên nhân tương dưỡng, cho rằng thiên đạo và nhân đạo có quan hệ hữu cơ với nhau...

Cơ sở của học thuyết nho giáo được bắt đầu từ thời Tây Chu, đặc biệt là sự đóng góp của Chu Công Đán, sau đó Khổng Tử phát triển tư tưởng của Chu Công, hệ thống hoá lại và tích cực truyền bá vì vậy, ông được xem là người sáng lập Nho giáo. Từ thời Xuân Thu, thế kỷ VI TCN, Nho giáo đã được Khổng Tử hoàn thiện trở thành một học thuyết chính trị xã hội, được tôn giáo hóa nên còn gọi là Khổng giáo.

+ Về giáo lý cơ bản của Nho giáo

Nho giáo là hệ thống giáo lý của các nhà nho nhằm tổ chức xã hội có hiệu quả. Tư tưởng của Nho giáo không thuần túy là tư tưởng tôn giáo mà mang nhiều nội dung chính trị, xã hội khác nhau. Chúng ta có thể thấy tư tưởng Nho giáo thể hiện trên các phương diện cơ bản sau:

Điểm đặc sắc nhất trong tư tưởng của Khổng Tử là quan điểm chính trị. Đạo Khổng là đạo hành động, mà hành động của con người không gì bằng chính trị. Bởi vậy mới nói đạo Nho thực chất là hệ thống quan điểm chính trị - xã hội được tôn giáo hóa. Khác với quan điểm chính trị khác, đạo Nho cho rằng mấu chốt của chính trị là ở con người chứ không phải ở chế độ chính trị. Chế độ có tốt mà con người làm chính trị dở thì nền chính trị ấy sẽ dở; nếu chế độ chính trị dở, mà con người thực hành chính trị tốt thì chế độ ấy có thể cứu vãn được. Vậy nên chính trị xuất phát từ con người, từ đạo nhân, từ kính, ái,... cho nên phương châm: Tu thân, tề gia, trị quốc, bình thiên hạ, là phương châm căn bản của đạo Nho.

Nho giáo còn có thành tựu to lớn nữa là ở tư tưởng giáo dục. Tư tưởng đó được các thế hệ nho sĩ bao đời tiếp thu, truyền bá, xem như “*khuôn vàng thước ngọc*” của nền giáo dục phong kiến. Mục đích giáo dục của Khổng Tử là dạy người ta thành người có phẩm chất toàn diện để phụng sự đế vương và quản trị xã hội; gia đình. Để tổ chức, điều chỉnh xã hội: là phải đào tạo cho được những người cai trị kiêu mẫu, người Quân tử, để trở thành người quân tử thì trước hết phải: Tu thân, con đường để trở thành người quân tử với 3 tiêu chuẩn chính. Đạt đạo: đạo là con đường, là những mối quan hệ mà con người phải biết cách ứng xử trong cuộc sống: vua - tôi, cha - con; vợ - chồng; anh - em, bạn - bè. Đạt đức: hội đủ nhân - trí - dũng, về sau Mạnh Tử bỏ “*dũng*” thay bằng “*lễ, nghĩa*” (ngũ thường). Ngoài ra còn phải biết thi, thư, lễ, nhạc. Điều đó đòi hỏi người cai trị phải có văn hoá toàn diện. Khổng Tử cho rằng: con người hưng khởi trong lòng là nhờ học Thi, lập thân được là nhờ biết Lễ, thành công được là nhờ có Nhạc.

Sau tu thân rồi mới có đến tề gia, trị quốc, bình thiên hạ, đây là kim chỉ nam cho mọi hành động trong công việc cai trị là hai phương châm:

Nhân trị “*mình muốn lập thân thì cũng phải giúp người khác lập thân, muốn thành đạt thì phải giúp người khác thành đạt*”;

Chính danh là mọi sự vật phải ứng với tên gọi, mỗi người phải làm đúng với chức phận của mình. Làm sao phải đề “*vua ra vua, tôi ra tôi, cha ra cha, con ra con*” “*nếu danh không chính thì lời nói không thuận, lời nói không thuận tất việc chẳng thành*”.

Nhìn chung, Khổng Tử không đưa ra hệ thống lý luận về dạy học nhưng qua thực tiễn dạy học của ông, người ta có thể đúc kết lại thành những phương pháp hết sức quan trọng như: trọng tri thức của cổ nhân, kinh nghiệm của quá khứ; trọng thực tiễn cuộc sống; phù hợp đặc điểm của từng loại đối tượng học tập; đề cao vai trò chủ động sáng tạo của chủ thể học tập; dạy và học phải hết mình...

+ Về tư tưởng tôn giáo – kinh sách

Học thuyết của Khổng Tử là học thuyết chính trị xã hội, được xác lập trên cơ sở của thực tiễn lịch sử nhưng được tôn giáo hóa. Cơ sở của tư tưởng tôn giáo của Khổng Tử là sự kính Trời, quý thần và tổ tiên. Vì vậy, quan điểm tôn giáo của Khổng Tử chủ trương trên hai phương diện là Lễ Nhạc và hiếu đễ. Con người kính trời sợ quý thần; kính trời và sự trời, từ đó đặt ra lễ nghĩa tế trời và quý thần. Nhưng việc tế lễ có luật lệ. Vua chúa tế trời và quý thần. Chư hầu tế quý thần của bang mình. Quan lại và sĩ dân tế tổ tiên trong nhà. Việc tế tự rất quan trọng: muôn vật ở trời, gốc ở tổ tiên.

Nho giáo có hệ thống sách kinh điển rất đồ sộ. Bao gồm các sách từ thời Khổng Tử cho tới các đệ tử sau này biên soạn mà thành. Đó là, Ngũ kinh nội dung phần lớn là có từ trước (Chu Công Đán) và Khổng Tử là người gia công san định, hiệu đính, giải thích.

Ngũ kinh bao gồm 5 cuốn: *Kinh thi* là bộ sưu tập thơ ca dân gian với phần lớn chủ đề là tình yêu nam nữ. Đề giáo dục một thứ tình cảm lành mạnh. *Kinh thư* là ghi lại những truyền thuyết và biến cố về các đời vua cổ anh minh: Nghiêu, Thuấn; tàn bạo như Kiệt, Trụ để làm gương cho đời sau. *Kinh lễ* ghi chép những lễ nghi thời trước làm phương tiện duy trì và ổn định trật tự xã hội. *Kinh dịch* ghi chép về âm dương, bát quái... ở dạng ký hiệu với sự đóng góp của Chu Văn Vương, Chu Công Đán. *Kinh Xuân Thu* nguyên là sử ký của nước Lỗ quê hương của Khổng Tử. Sau khi được chọn lọc, kèm theo những lời bình, thậm chí sáng tác thêm những lời thoại để giáo dục các vua chúa. Ngoài ra còn cuốn thứ 6 là kinh nhạc nhưng bị thất lạc.

Bộ sách thứ hai là sách Luận ngữ là tập hợp những lời dạy của Khổng Tử được các học trò của ông lưu lại: Tăng Sâm với sách Đại học dạy phép làm người quân tử; Khổng Cấp viết Trung Dung nhằm phát triển tư tưởng của

Khổng Tử về cách sống dung hoà, không thiên lệch; Mạnh Tử (thời chiến quốc) với sách Mạnh Tử là những lời dạy của ông được học trò biên soạn lại.

Do đó, *Ngũ kinh* và *Luận ngữ* trở thành hai bộ sách gối đầu giường của mỗi Nho gia.

+ Quá trình thâm nhập, phát triển tại Việt Nam

Nho giáo bắt đầu được truyền bá vào khoảng đầu công nguyên theo các cuộc chiến tranh xâm lược thông qua Tích Quang, Nhâm Diên, Sĩ Nhiếp. Tuy nhiên, thời kỳ này Nho giáo chưa có chỗ đứng trong xã hội Việt Nam. Đầu năm 1070, vị trí của Nho giáo được nâng lên thông qua sự kiện vua Lý Thánh Tông cho lập Văn Miếu thờ Chu Công, Khổng Tử. Nho giáo được tiếp nhận chính thức, tuy nhiên, Phật giáo vẫn là tôn giáo chủ đạo. Chính vì vậy, Nho giáo ở Việt Nam chủ yếu là Tống nho chứ không phải Hán nho, hay Minh nho hay Thanh nho.

Đến triều Trần có sự xuất hiện đông đảo các nho gia vốn là học trò của Chu Văn An ra sức bài xích Phật giáo. Tuy nhiên thời kỳ này, Nho giáo vẫn chưa được chấp nhận rộng rãi trong xã hội.

Từ thế kỷ XV, vai trò của Phật giáo, Đạo giáo giảm sút hẳn, không còn tham gia vào đời sống chính trị mà đi vào trong dân gian. Từ đây, Nho học Việt Nam thực sự phát triển mạnh, trở thành tư tưởng chính thống của nhà nước, Nho sĩ trở thành nhân vật chính của thời đại. Triều đại vua Lê thì Nho giáo trở thành quốc giáo (nền quân chủ Nho giáo). Mọi chuẩn mực xã hội, mọi thiết chế chính trị, mọi kỷ cương, pháp luật đều được xây dựng trên cơ sở của tư tưởng phong kiến Nho giáo. Cho nên thời kỳ này được xem là thời kỳ Nho học độc tôn.

Trong cuộc kháng chiến chống quân Minh (1418-1408), các nhà Nho Việt Nam đã có đóng góp lớn và từ đây Nho giáo bắt đầu có vị thế quan trọng với nhu cầu cải cách quản lý và điều hành đất nước. Nho học chỉ thực sự chấm dứt vai trò lịch sử của mình khi thực dân Pháp hoàn thành công cuộc bình định Đông Dương và Việt Nam, tức là đầu thế kỷ XX. Khoa thi Nho giáo cuối cùng là vào năm 1919. Vị vua cuối cùng (vua Bảo Đại) của phong kiến Việt Nam đọc chiếu thoái vị là vào năm 1945.

Nho giáo góp phần quan trọng tạo nên những di sản văn hóa độc đáo có vai trò to lớn đối với sự phát triển du lịch ở Việt Nam. Những di sản của Nho giáo chiếm vị trí chính thống trong suốt nghìn năm của chế độ phong kiến, còn tồn tại đến nay như những điểm đến du lịch văn hóa quan trọng nhất ở Việt Nam, như các kinh đô, hoàng cung, tòa thành, những khu lăng mộ, các đình đền miếu và hầu hết kiến trúc mỹ thuật truyền thống khác từ trang phục, điêu khắc, hội họa... đến các di sản văn hóa phi vật thể như các phong tục tập quán, lễ hội, từ ngôn ngữ, văn học nghệ thuật đến âm nhạc và vũ điệu... Đó chính là di sản văn hóa của cả chế độ phong kiến Nho giáo nghìn năm còn lại đến nay.

* *Kito giáo*

Kitô giáo là phiên âm tiếng Pháp Christianisme, chỉ các tôn giáo suy tôn và thờ Chúa Jesu Christ (đấng cứu thế). Phiên âm tiếng Hán Việt là Cơ Đốc. Như vậy, Kitô giáo không phải là một tôn giáo, mà là tên gọi chỉ chung các tôn giáo thờ đấng Kitô. Đạo này ra đời vào khoảng thế kỷ I TCN ở các tỉnh phía đông của Đế quốc La Mã cổ đại. Xét về cơ sở lịch sử xã hội thì Kitô giáo ra đời nhằm thỏa mãn nỗi khát khao của các giai cấp bị áp bức về một xã hội tự do, bình đẳng, bác ái và no ấm hơn.

+ Hoàn cảnh ra đời và sự phát triển

Đế quốc La Mã cổ đại lâm vào khủng hoảng trầm trọng và chứa nhiều mâu thuẫn, đặc biệt là mâu thuẫn giữa nô lệ và chủ nô; mâu thuẫn giữa các dân tộc bị xâm lược với đế quốc La Mã. Thời kỳ này, khởi nghĩa nô lệ diễn ra khắp nơi tuy nhiên cũng nhanh chóng bị đế quốc La Mã dập tắt một cách tàn bạo. Lúc này tâm trạng bi quan, tuyệt vọng bao trùm đời sống của quần chúng bị áp bức. Đứng trước hoàn cảnh này, dân nô lệ trông chờ vào một đấng cứu thế có thể giải thoát họ khỏi cuộc sống thực tại. Vì vậy, sự ra đời của đạo Kitô chính là xuất phát từ nhu cầu tinh thần đó.

Sự ra đời của đạo Kitô dựa trên cơ sở tư tưởng là triết học khắc kỉ đang rất lưu hành lúc đó, đặc biệt là tư tưởng triết học của Senech và Phulông (Thế kỷ I TCN). Theo hai ông này thì, thân xác của con người chỉ là gánh nặng của tâm hồn; những tệ nạn xã hội đều do con người gây ra; hạnh phúc thật sự chỉ có được ở thế giới bên kia. Do vậy, các ông chủ trương rằng con người nên từ bỏ những lạc thú ở đời, sống nhẫn nhục, không ngừng sám hối và hãy tin vào sự an bài của Thượng đế. Bên cạnh đó, sự ra đời của Kitô còn dựa trên sự kế thừa của nhiều yếu tố thần học và tín ngưỡng, phong tục, tập quán của các dân tộc vùng Trung Cận Đông, đặc biệt là đạo Do Thái (Một tôn giáo thờ phụng chúa Giêhôva ra đời từ thế kỷ VI TCN; kinh thánh Do Thái gồm 3 phần: Luật pháp, Tiên tri và ghi chép thánh tích; sau này gọi là Kinh Cựu ước).

Khi mới ra đời, Kitô giáo là tôn giáo của những người nghèo, của những người bị áp bức thống trị luôn bị đế quốc La Mã cấm đoán, đàn áp tàn khốc. Cùng với sự biến đổi của các điều kiện kinh tế, chính trị, xã hội các thành phần xã hội của Kitô giáo cũng dần dần biến đổi: các tầng lớp sĩ quan tham gia ngày càng nhiều dẫn tới nội dung tư tưởng và tổ chức cộng đồng Kitô giáo cũng có những thay đổi đáng kể: Giáo lý và các chức sắc đã bảo vệ tầng lớp giàu có và giai cấp thống trị. Chính quyền La Mã không còn cấm đoán, đàn áp nữa mà lại ủng hộ, tạo điều kiện cho Kitô giáo hoạt động và phát triển.

Thế kỷ II các công xã Kitô giáo đã liên hiệp lại và tổ chức thành giáo hội, từ đó xuất hiện nhiều tín đồ là người giàu có và quyền lãnh đạo giáo hội chuyển dần sang tay những người thuộc tầng lớp trên. Năm 313, Kitô giáo được phép truyền bá rộng rãi sau sắc lệnh Milano của Hoàng đế Congxtangin. Năm 325 Kito giáo thành lập giáo hội lấy trung tâm là Roma (phía Tây La Mã). Năm 337, Hoàng đế Côngxtangtin trở thành vị hoàng đế La Mã đầu tiên theo đạo Kitô.

Năm 392, Hoàng đế Teododiuđ chính thức tuyên bố đạo Kitô là quốc đạo của Đế. Nhà thờ La Mã thành thủ đô của Kitô giáo; cung điện chính thức trở thành thánh đường vaticang, sau này toà thánh Vaticang trở thành thủ đô giáo hội chính của Thiên chúa giáo.

Thời kỳ Trung cổ, Kitô giáo gắn liền với nhiều sự biến động về chính trị ở châu Âu, Kitô giáo đã có những bước phát triển trên các lĩnh vực, về lực lượng: Kitô giáo phát triển ra hầu hết các nước châu Âu; về vị thế chính trị: giáo hội Kitô chi phối tuyệt đối mọi mặt của đời sống chính trị, kinh tế, văn hoá, tư tưởng ở châu Âu.

Từ thế kỷ thứ V, giữa các giáo hội Đông và Tây La Mã có sự bất đồng sâu sắc, đặc biệt là bất đồng trong cách giải thích về Đức Chúa ba ngôi và tranh giành khu vực truyền giáo, kết cục là:

Cuộc phân ly thứ I vào năm 1054: giáo hội phương Tây, gọi là Giáo hội La Mã (giáo hội Thiên Chúa) và giáo hội phương Đông, gọi là giáo hội Hy Lạp hay giáo hội Chính Thống.

Giáo hội Thiên Chúa:

- Có một trung tâm giáo hội thống nhất điều khiển là Toà Thánh Vatican; còn được gọi là Công giáo;

- Lịch sử của Chính Thống giáo gắn liền với hai cuộc thập tự chinh kéo dài gần 200 năm và các toà án tôn giáo;

- Thừa nhận Đức chúa Thánh thần (ngôi 3);

- Con người có thể hy vọng vào sự giải thoát linh hồn nhờ sự giúp đỡ của giáo hội;

- Giáo hoàng là người đại diện cho Thiên Chúa giáo trên trái đất nên không thể mắc sai lầm.

Giáo hội chính thống: quan niệm chỉ có thế giới này mới kế thừa tư tưởng của Kitô giáo trước đây. Giáo lý Chính thống về cơ bản không khác Kitô song có những điểm khác biệt nhất định, mang tính độc lập với mọi tôn giáo khác:

- Không thừa nhận Chúa 3 ngôi;

- Gồm 15 giáo hội độc lập ở 15 địa bàn: Balan, Mỹ, Thổ Nhĩ Kỳ,...;

- Cho rằng Chúa là một người truyền đạo;

- Không cộng nhận lễ rửa tội: con người khi sinh ra vốn không có tội;

- Không có ngày tận thế;

- Không làm lễ bằng tiếng Latinh mà bằng tiếng địa phương;

- Việc tổ chức giáo hội ở các nước khác nhau;

- Buộc giáo dân phải thường xuyên đi lễ nhà thờ; đeo cây thánh giá và thực hiện đủ 7 phép bí tích;

- Giám mục được phép lấy vợ.

Cùng với các thế lực phong kiến, Kitô giáo với quân đội Thập giá đã tiến hành nhiều cuộc thánh chiến, tập trung nhất là vùng Trung Cận đông và Hy Lạp (7 cuộc thánh chiến lớn). Để giữ vững vị trí thống trị của mình, nhà nước phong kiến đã tạo điều kiện và ủng hộ giáo hội Kitô thành lập các toà án tối cao. Và trong quá trình hoạt động, toà án Kitô giáo đã góp phần không nhỏ vào việc bảo vệ quyền lợi cho giáo hội và các thế lực phong kiến.

Sang thế kỷ XVI, tình hình châu Âu có những biến động lớn như giai cấp tư sản và phương thức sản xuất tư bản chủ nghĩa xuất hiện và ngày càng chiếm ưu thế trong phong trào văn hoá phục hưng và chủ nghĩa yêu nước, chủ nghĩa dân tộc phát triển mạnh ở nhiều quốc gia châu Âu. Trong khi đó hàng giáo phẩm Kitô có nhiều mâu thuẫn dẫn đến sự phản ứng của một số giáo sĩ và tín đồ. Ngày 31/11/1517, tại Đức đã chính thức bắt đầu cuộc cải cách tôn giáo. Đó là *cuộc phân ly thứ II*, một tôn giáo mới được tách ra từ giáo hội Chính Thống đó là Đạo Tin Lành. Tin Lành giáo tách ra từ Công giáo La Mã vào năm 1520 cùng với sự phát triển của giai cấp tư sản, chịu ảnh hưởng đậm nét của tư tưởng dân chủ tư sản và khuynh hướng tự do cá nhân; không phải đạo thuần nhất mà là tên gọi chung của gần 300 tổ chức tôn giáo khác nhau. Đạo có các điểm nổi bật sau:

- Chỉ tin vào kinh Phúc âm;
- Không thừa nhận có đức mẹ Maria;
- Không đi theo con đường khắc khổ;
- Giám mục được phép lấy vợ;
- Con người có thể theo tôn giáo ở niềm tin không bắt buộc;
- Chủ trương không tồn tại tổ chức tôn giáo có hệ thống;
- Hàng năm giáo dân gọi họp một lần;
- Tổ chức lễ rửa tội theo nghi thức ban đầu;
- Người dân tự quản lý nhà thờ;
- Trang trí trong nhà thờ đơn giản: nhằm kích thích thánh giá.

Đến năm 1534, do sự mâu thuẫn giữa vua Henry VIII nước Anh với giáo hội Công giáo, đồng thời Henry VIII cũng muốn thu tóm quyền lực đã dẫn đến *cuộc phân ly thứ III*, đó là sự xuất hiện Anh giáo.

Sau phát kiến địa lý thế kỷ XV, XVI Giáo hội Roma thực hiện chương trình mở rộng nước chúa với quy mô lớn. Công giáo đến với hầu hết các nước châu Âu, Mỹ, Phi. Khi chủ nghĩa cộng sản khoa học xuất hiện, chủ nghĩa xã hội và phong trào giải phóng dân tộc phát triển mạnh mẽ, khoa học kỹ thuật đạt được những thành tựu to lớn, đời sống kinh tế, văn hoá, xã hội trên thế giới có những bước tiến vượt bậc. Tại cộng đồng Vaticang II (1962 - 1965) giáo hội công

giáo đã điều chỉnh phương thức hoạt động và từng bước cải cách giáo hội, thay đổi một số quy định để phù hợp với xã hội hiện đại.

+ Về giáo lý cơ bản

Theo F. Engels, Kitô giáo – đó là sự tổng hợp của đạo Do Thái cũ và các yếu tố thần học của phương Đông được hệ thống hóa và đề cao lên, là triết lý khắc khổ (tự làm khổ mình) được thông tục hóa. Giáo lý sơ khai của Kitô giáo chủ trương rằng mọi người đều bình đẳng trước tôn giáo, bình đẳng trước Chúa, Đây là tư tưởng được quán triệt trong Kinh Phúc âm. Đó là tư tưởng bình đẳng, bác ái giữa những người nghèo khổ, dù là khác dân tộc, đẳng cấp, huyết thống... Vì thế mà hình tượng Chúa Jesu là hình tượng của người nghèo khổ (không quần áo, chỉ đóng khổ), được miêu tả như một người vô sản. Sau này, giáo lý đó bị thay đổi, Kitô giáo được coi là tôn giáo của tất cả mọi người, thậm chí có khi trở thành tôn giáo của người giàu. Và đây cũng chính là một trong những nguyên nhân sản sinh ra các dòng tu khác nhau trong Kitô giáo.

Giáo lý của Kitô giáo được thể hiện trong các bộ Kinh Thánh. Kinh thánh thực chất là 73 văn bản dân gian, có xuất xứ khác nhau, thể loại khác nhau, được chia làm hai bộ: Tân ước và Cựu ước.

Tân ước: gồm 27 văn bản gộp thành 4 cuốn

- Phúc âm: kể chuyện về cuộc đời chúa Jesu;
- Tông đồ công vụ: kể chuyện về các thánh Tông đồ;
- 21 lá thư gửi các giáo đoàn;
- Sách Khải huyền: tiên đoán về tương lai về trái đất và muôn loài tận thế; quỷ sa tăng đời đời và chúa thực hiện sự phán xét cuối cùng.

Cựu ước có 46 văn bản gồm:

- 5 cuốn đầu gọi là “5 quyển sách của Moise”;
- 14 cuốn tiếp theo là “các sách về lịch sử”: kể chuyện các chi họ Do Thái phiêu bạt khắp vùng Tiểu á;
- 7 cuốn tiếp theo là các sách văn thơ;
- 18 cuốn cuối cùng là các sách tiên tri ghi lại lời đoán ước của các bậc thông thái.

Theo giáo lý Kitô thì Thiên Chúa có trước đời đời, có trước cả không gian và thời gian. Thiên Chúa có 3 ngôi: Cha – Con – Thánh Thần; tuy là 3 ngôi nhưng cùng một bản thể là thánh; đều “*đồng đẳng, đồng vinh, đồng quyền*”; mỗi người có 1 chức năng, vai trò khác nhau đối với con người.

- Ngôi một – Cha: tạo dựng;
- Ngôi hai – Con: cứu chuộc;
- Ngôi ba – Thánh thần: thánh hoá.

Thiên Chúa là đấng sáng tạo nên trời đất, muôn loài từ hư không trong vòng 6 ngày. Con người do Thiên Chúa tạo nên theo hình ảnh của người, do vậy con người có nhiệm vụ thờ phụng Thiên Chúa và tiếp tục kiến tạo trái đất của Thiên Chúa. Adam được Thiên Chúa sáng tạo bằng cách lấy đất, bụi nặn ra rồi được thổi sinh khí vào trở thành con người và Eva được tạo nên từ xương sườn của Adam. Eva (theo tiếng Hy Lạp là mẹ của sự sống). Thiên Chúa giáo cho rằng, trong các công trình sáng tạo của Thiên Chúa, người là sản phẩm hoàn hảo nhất.

Con người có quan hệ trực tiếp với Thiên Chúa và được Thiên Chúa yêu thương. Sau này khi con người sa ngã, phạm lỗi, mối quan hệ trực tiếp không còn nữa mà thông qua đấng cứu chuộc là Chúa Giêsu. Con người có hai phần: Thể xác (mang tính phạm tục); linh hồn mang tính thiêng liêng do Thiên Chúa truyền vào, khi chết còn tồn tại vĩnh cửu, còn thể xác trở về với cát bụi. Bản chất tội lỗi của con người là tính tự do, khi chết linh hồn không được vào thiên đàng ngay mà phải chịu sự phán xét của Thiên Chúa; nếu có tội phải đẩy xuống địa ngục bị quỷ dữ hành hạ và lửa thiêu đốt.

Giáo lý Kitô thể hiện trong 12 giáo điều căn bản

- Tin có 1 đấng cứu thế trên trời;
- Tin Chúa trời có 3 ngôi: Chúa – Cha Con – Thánh thần;
- Tin Chúa là con của trinh nữ Maria và sau khi sinh vẫn là Trinh nữ;
- Tin Chúa là con người thật;
- Tin có ngày tận thế, tốt lên thiên đàng, xấu xuống địa ngục;
- Tin con người có linh hồn;
- Giáo hội có 7 phép bí tích;
- Tin giáo Hoàng thống lĩnh giáo hội;
- Các linh hồn bị đày ở địa ngục có thể nhờ thánh thần giải thoát;
- Kẻ không theo đạo khi chết bị đày xuống địa ngục.

Giáo lý còn thể hiện trong 6 điều răn của giáo hội

- Đi lễ nhà thờ;
- Nghi làm ngày Chúa Nhật;
- Xung tội ít nhất một lần trong năm;
- Đi rước lễ thánh tháng Phục sinh;
- Giữ chay tịnh một số ngày nhất định;
- Kiên tịnh trong một số ngày quy định.

Giáo lý còn thể hiện trong 10 điều răn của Chúa được ghi trong Kinh Cựu ước “*phục truyền luật lệ ki*”:

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1. Chứa răn rằng kính Chúa; | 6. Cấm dâm dục; |
| 2. Tôn kính danh Chúa; | 7. Cấm trộm cắp; |
| 3. Đi lễ ngày Chúa Nhật; | 8. Không gian rỗi; |
| 4. Kính thờ Cha mẹ; | 9. Không thêm muốn vợ người khác; |
| 5. Cấm giết người; | 10. Không được tham gia những hành động phi nghĩa. |

Bảy phép bí tích

Phép rửa tội với mục đích là rửa tội tổ tông để được trở thành tín đồ, được gia nhập hội thánh và được tái sinh trong ngày phán xét. Đối tượng là trẻ sơ sinh, người trưởng thành. Nghi lễ tiến hành: Dùng nước lã dội lên đầu người chịu phép và đọc lời kinh nguyện. Người thực hiện: Linh mục.

Phép thêm sức: Giúp cho tín đồ vững tin và được an ủi, được ban sức mạnh. Đối tượng: Những người đã chịu phép rửa tội. Nghi lễ tiến hành: Bôi dầu thảo mộc đã làm phép lên trán người chịu bí tích này và đọc lời nguyện. Người thực hiện: Linh mục, giám mục.

Phép giải tội: Nhằm tha thứ tội lỗi mà con người mắc phải. Người được giải tội phải tự xét về hành vi của mình trên cơ sở đối chiếu với lời răn dạy, khuyên bảo của Thiên Chúa và giáo hội rồi xưng tội với linh mục một cách trung thành. Linh mục thay mặt Thiên Chúa xét tha tội, hoặc định ra những hình thức sửa chữa đền tội bằng những việc làm nhân đức.

Phép thánh thể còn gọi là phép Mình Thánh Chúa là sự tái diễn việc Chúa Jesu đã hiến dâng thân thể cho sự nghiệp Cứu chuộc. Đây là bí tích dựa theo tích bữa tiệc cuối cùng của Jesu với các môn đệ. Jesu lấy bánh và rượu cho các môn đệ với lời trăng trối: “*các con hãy nhận lấy, đây là mình của ta, đây là máu của ta, mình máu ta đổ xuống để chuộc tội lỗi cho con người*”...

Thánh lễ Mình Thánh còn gọi là thánh lễ Misa. Người thực hiện là linh mục, giám mục. Tín đồ sau khi đã xưng tội và được giải tội thì được chịu mình Thánh, được ăn bánh, uống rượu đã làm phép để Thiên Chúa ngự trong lòng họ. Mỗi tín đồ phải chịu phép Mình Thánh một lần mỗi năm.

Phép xức dầu thánh, được thực hiện với các bệnh nhân trong cơn nguy cấp để xin Thiên Chúa cứu vớt. Giám mục, linh mục xức dầu thánh lên trán hoặc thân thể người bệnh và đọc lời cầu nguyện Thiên Chúa.

Phép truyền chức Thánh, được thực hiện đối với các tín đồ có ơn riêng của Thiên Chúa, trở thành thừa tác viên (giám mục, linh mục, phó tế), thay mặt Thiên Chúa để “*chấn dất*” tín đồ.

Phép hôn phối là sự nhìn nhận của Thiên Chúa đối với việc chung sống đến trọn đời của nam – nữ đã chịu phép rửa tội. Chủ tế là Linh mục

Đạo Chính thống không lễ Giáng sinh vào 25/12 mà vào 6/1.

+ Quá trình du nhập đạo Kitô vào Việt Nam

Công giáo ở Việt Nam bắt đầu du nhập vào Việt Nam từ thế kỷ XVI đến thế kỷ XVIII sự truyền đạo mới thực sự có kết quả. Được truyền vào Việt Nam từ năm 1533 do các giáo sĩ Bồ Đào Nha và Tây Ban Nha theo các thuyền buôn vào nước ta, tuy nhiên thời gian này không hiệu quả do bất đồng ngôn ngữ và lệnh cấm người Việt Nam không được tiếp xúc với Tây dương. Nhà Nguyễn chủ trương “*Bé môn toả cảng*” trong giao lưu và “*giữ nguyên hiện trạng đạo Kitô*” chứ không khuyến khích phát triển.

Năm 1613, hoạt động truyền giáo có kết quả hơn do nhiều giáo sĩ thông thạo ngôn ngữ và đường đi. Năm 1658, Giáo Hoàng ban sắc lệnh thành lập hai giáo phận đầu tiên ở Việt Nam là Đàng Trong và Đàng Ngoài.

Đến năm 1771, Giám mục Bá Đa Lộc đã có nhiều hoạt động trợ giúp Nguyễn Ánh trong việc chống lại phong trào Tây Sơn. Sau nhiều lần bị cấm phát triển thì đến thời Vua Thiệu Trị (giữa thế kỷ 19) tiếp tục phát triển trở lại. Qua thời vua Thiệu Trị (1841-1847), sang đến thời vua Tự Đức, cuộc leo thang xâm lược của thực dân Pháp ngày càng gia tăng. Đỉnh cao là vụ Pháp nổ súng chiếm Đà Nẵng vào 1858 và chiếm thành Gia Định vào năm 1859. Trong thời gian này, nhiều giáo sĩ đã gia sức tích cực tham gia liên lạc với các tàu chiến Pháp, giúp chúng trong các vụ khiêu khích quân sự. Chỉ dụ của vua Thiệu Trị năm 1847 viết: đạo Gia tô là tà giáo làm mê hoặc lòng người, không những cấm dễ làm cho tiểu dân u mê mà cả đến người trong quan chức cũng có kẻ say mê không tỉnh. Hai vua Thiệu Trị và Tự Đức vẫn tiếp tục chính sách cấm đạo với mức độ ngày càng gay gắt hơn: “*Phàm những người dân đi đạo, bắt luận trai gái, già trẻ... đều phải thích chữ vào mặt, chia ghép vào các thôn không đi đạo để quản thúc. Khi quân Pháp tràn đến vùng nào đó có dân đi đạo bị quản thúc thì phải đem mà giết đi*”.

Năm 1980, Hội đồng giám mục Việt Nam tiến hành Đại hội lần thứ nhất, theo phương châm sống phúc âm trong lòng dân tộc để phục vụ hạnh phúc đồng bào. Đến ngày nay, Công giáo đã có chỗ đứng khá ổn định trong lòng người dân Việt Nam với 3 vị Hồng y được giáo hội La Mã tấn phong: Hồng y Trịnh Như Khuê; Hồng y Trịnh Văn Căn; Hồng y Phạm Đình Tụng.

Công giáo được truyền vào Việt Nam gắn liền với cuộc chiến tranh xâm lược của chủ nghĩa thực dân do đó nó đã vấp phải sự chống trả quyết liệt của chính quyền đương thời và sự phản ứng tự vệ của nền văn hoá tín ngưỡng bản địa. Quá trình xây dựng và phát triển của giáo hội gắn liền với thời kỳ thống trị và xâm lược của các thế lực đế quốc và thường bị các thế lực thực dân lợi dụng phục vụ cho mục đích chính trị. Trong cuộc kháng chiến chống Pháp và chống Mỹ, đại đa số tín đồ và chức sắc công giáo đã có những đóng góp đáng kể vào sự nghiệp Cách mạng của dân tộc.

Kitô khi vào Việt Nam đã được bản địa hoá, tiếp nhận những dấu ấn của văn hoá Việt Nam. Với truyền thống trọng phụ nữ, người Việt Nam ngoài thờ phụng chúa Giêsu còn rất chú ý đến Mẹ Maria. Kiến trúc của nhà thờ Kitô giáo đó là lối kiến trúc Gotich cao vút có đỉnh tháp nhọn nhưng ở Việt Nam, có những ngôi nhà thờ được xây dựng với lối kiến trúc mang dấu ấn của văn hoá Việt Nam: nhà thờ Phát Diệm: mái cong hình thuyền, sử dụng các hoạ tiết hình cây tre, cây trúc, hình con rồng thời Lý. Chữ Quốc ngữ chính là thành quả của công sức tập thể các giáo sĩ người Bồ Đào Nha, Ý, Pháp... và những người Việt đã từng giúp họ học tiếng Việt.

Mặc dù Kitô giáo du nhập vào Việt Nam muộn hơn Phật giáo, Nho giáo, nhưng nó góp phần tạo nên một di sản văn hóa khá bề thế, có vai trò quan trọng trong du lịch văn hóa. Nhiều công trình kiến trúc, mỹ thuật Kitô giáo rất đặc sắc đã trở thành điểm đến du lịch hấp dẫn, thu hút đông đảo du khách như Nhà thờ Lớn ở Hà Nội, Nhà thờ Đá ở Ninh Bình, Nhà thờ Đức Bà ở Sài Gòn, Nhà thờ Gỗ ở KonTum,... cùng nhiều di sản văn hóa phi vật thể khác như lễ hội tôn giáo, trang phục, âm thực, âm nhạc,...

* Đạo Cao Đài

+ Lịch sử hình thành và phát triển

Sau chiến tranh thế giới lần thứ nhất, thực dân Pháp đẩy mạnh khai thác thuộc địa bằng hàng loạt chính sách vơ vét kinh tế, nô dịch về chính trị và văn hóa, đời sống nhân dân Nam Bộ rơi vào tình trạng bần cùng về kinh tế, bế tắc về tư tưởng, không có lối thoát trong cuộc sống. Phong trào đấu tranh chống thực dân Pháp xâm lược của nông dân diễn ra liên tục nhưng đều thất bại, tiêu biểu là cuộc khởi nghĩa của nông dân do Phan Xích Long đứng đầu năm 1913 mang tên “*Thiên địa hội*”. Bế tắc trong cuộc sống là nguyên nhân xã hội khiến quần chúng tìm tới tôn giáo. Nam Bộ là vùng đất mới nên đời sống tâm linh ít chịu ảnh hưởng của tư tưởng Nho, Phật, Lão.

Kết cấu dân cư Nam Bộ chủ yếu là bốn nhóm người Việt, Hoa, Khome và Chăm, họ đến vùng đất này và mang theo những phong tục tập quán, tín ngưỡng tôn giáo của miền quê cũ. Đời sống của người dân Nam bộ rất đa dạng, phong phú. Nhân nghĩa của Nho giáo không được coi trọng trong xã hội thực dân đầy phản trắc, căm dỗ. Phật giáo tiểu thừa chỉ phù hợp với ai xuất gia tu hành, chẳng có ích gì đối với những người lao động nghèo khổ. Đạo Thiên Chúa tuy nó bắt rễ, song vẫn chưa hết vị kỳ thị là tôn giáo của kẻ xâm lược.

Các tín ngưỡng dân gian mang nhiều yếu tố mê tín dị đoan càng làm cho con người làm lạc, đau khổ. Sự xuất hiện của nhiều đạo mới: đạo Lành, đạo Dừa, đạo Ngôi, đạo Minh sư... đều không trở thành chỗ dựa tinh thần cho nhân dân. Có thể nói, sự bất lực trước cuộc sống hiện thực, sự suy thoái của tôn giáo đương thời đã tạo ra những khoảng trống về tư tưởng, kích thích nhu cầu tâm linh tôn giáo của quần chúng nhân dân. Đó là những điều kiện thuận lợi cho sự ra đời của đạo Cao Đài.

Bên cạnh những điều kiện về kinh tế, xã hội, văn hóa – tư tưởng đó, sự ra đời của đạo Cao Đài còn có một yếu tố khác đó là công cụ đàn cơ. Đàn cơ là tục cầu cơ bằng cơ bút mong sự mách bảo của đấng thần linh. Đàn cơ có sự kết hợp loại đàn cơ của người Trung Hoa và thuyết “*Thần linh học*” của phương Tây. Trong quá trình hình thành và tồn tại của Cao Đài, đàn cơ có vai trò rất quan trọng. Thông qua cơ bút, Cao Đài xây dựng hệ thống giáo lý, giáo luật, tổ chức và các chức sắc của đạo. Phạm Công Tắc, một trong những người tham gia sáng lập đạo cho rằng: “*Đạo khai cũng nhờ cơ bút, đạo thiêng liêng huyền diệu cũng nhờ cơ bút*”.

Quá trình hình thành và phát triển của đạo gắn liền với tên tuổi của ông Ngô Minh Chiêu sinh ngày 28/2/1878 ở Chợ Lớn – Gia Định. Ông là người thông minh, nhân hậu, hiếu thảo, có tấm lòng mộ đạo, tin ở cơ bút và làm theo thuyết “*thần linh học*”. Ông đã nhiều lần lập đàn cơ với nhiều cơ duyên khác nhau. Hai người khác cùng ông sáng lập và phát triển đạo Cao Đài là ông Lê Văn Trung và Phạm Công Tắc.

Ngày 18/11/1926, lễ khai đạo được tổ chức ở chùa Từ Lâm (Tây Ninh) với nhiều quan chức người Pháp và Việt tham dự. Từ một người cầu cơ bình thường với mục đích chữa bệnh cứu người, xướng họa thi ca, ông Ngô Minh Chiêu đã thành người tu hành và sáng lập ra đạo Cao Đài.

Từ năm 1927 – 1934, đạo Cao Đài đã chia tách thành 12 chi phái, trong đó nổi bật là phái Cần Thơ do Ngô Văn Chiêu lãnh đạo và phái Tây Ninh do Lê Văn Trung, Phạm Công Tắc, Cao Hoài Sanh lãnh đạo. Thời gian này là thời gian đạo Cao Đài hoàn thiện cơ cấu tổ chức, hình thành giáo lý qua các văn bản (kinh sách) như Tân Luật, Thánh Ngôn hiệp tuyển, Pháp chánh truyền và Đại thừa chân giáo.

Đến năm 1939, Hội thánh truyền giáo Cao Đài có nhiều cuộc vận động các chức sắc, chi phái truyền giáo ra Bắc Bộ, Trung Bộ song kết quả không cao. Cho đến nay, nhìn chung đạo Cao Đài vẫn chỉ tồn tại ở vùng đồng bằng Nam Bộ. Do vậy đạo Cao Đài là tôn giáo nội sinh mang tính địa phương, dân tộc.

+ Về giáo lý cơ bản

Cao Đài không có hệ thống tín điều riêng dựa trên cơ sở triết học như các tôn giáo khác. Nó chú ý tới sự vay mượn, kết hợp giáo lý của các tôn giáo, tín ngưỡng khác. Trung tâm giáo lý của Cao Đài là tư tưởng “*Tam giáo đồng nguyên*”: sự từ bi của đạo Phật, bác ái của Lão, công bình của Nho. Bên cạnh đó, đạo Cao Đài coi trọng tư tưởng “*Hiệp nhất ngũ chi*” nhân đạo của Khổng Tử, Phật đạo của Thích Ca, Tiên đạo của Lão Tử, Thánh đạo của Giêsu, thần đạo của Khương Tử Nha.

Sự hiệp nhất “*tam giáo*” và “*ngũ chi*” thành “*Đại Đạo*” để phổ độ chúng sinh khỏi vòng khổ ải (coi các tôn giáo lớn trên thế giới đều là hay và tốt). Theo Nguyễn Ngọc Thơ trong “*Đại đạo vấn đáp căn nguyên*” là “*Phàm các tôn giáo lớn trên thế giới đều hay đều tốt cả; những nhà sáng lập ra các tôn giáo lớn trên*

thế giới đều là các bệ cao thượng trên đời, từ bi bác ái. Mục đích của Đại đạo tam kỳ phổ độ là sự kết hợp hết thảy các tôn giáo trên thế giới mà khảo cứu đi đến chỗ truy tầm nguyên ủy những điều cao thâm tinh khiết”. Phổ độ, theo Cao Đài là sự cứu rỗi chúng sinh khỏi mê lầm, khổ ải trong xã hội đang bị loạn lạc về nhân đức. Tam kỳ là các thời kỳ truyền đạo cứu người. Từ khi ra đời đến nay, loài người phải khổ vì có 100 ức nhân duyên. Thượng đế đã hai lần ra tay cứu rỗi (phổ độ) chúng sinh.

Lần thứ nhất gọi là “*Nhất kỳ phổ độ Tý hội thượng nguyên*”, bắt đầu từ khi Thái cực xuất hiện cho đến thời Bắc cổ ở Trung Quốc. Thượng đế cử các vị xuống cứu rỗi loài người khỏi khổ đau:

- Nhiên Đăng Cổ Phật (tiền thân của đức Phật Thích Ca);
- Thái Thượng Đạo Tổ (tiền thân của Lão Tử);
- Đức Phục Hy (tiền thân của Khổng Tử).

Sau một thời gian, các vị trên chỉ thu, tìm được 4 ức nhân duyên. Loài người vẫn chìm đắm trong khổ đau.

Lần thứ hai gọi là “*Nhị kỳ phổ độ Sửu hội trung nguyên*”, Thượng đế cử các vị: Thích Ca mở Phật đạo, Lão tử mở Tiên đạo, Khổng Tử mở Nhân đạo, Giêsu mở Thánh đạo, Khương Tử Nha mở Thần đạo. Sau một thời gian, các vị này cũng chỉ tìm được 4 ức nhân duyên nữa. Vẫn còn 92 ức nhân duyên loài người chưa tìm ra.

Lần thứ ba gọi là “*Tam Kỳ phổ độ*”, Thượng đế không sai thần xuống mà thân chinh lập đạo phổ độ chúng sinh, thông qua cơ bút nhằm độ hết mọi nhân linh, đem thuyền Bát Nhã lấy nốt 92 ức nhân duyên còn lại. Thượng đế của đạo Cao Đài được gọi bằng nhiều tên: Ngọc Hoàn, Ngọc Đế, Cao Đài, Cao Đài Tiên Ông, Đại Bồ Tát Ma – Ha – Tát...

Cao Đài cho rằng, các tôn giáo đơn lẻ sinh ra mâu thuẫn xung đột nên Thượng Đế phải lập ra một tôn giáo chung đó là Đại Đạo. Đạo Cao Đài chú ý kết hợp giáo lý Tam giáo (Nho, Phật, Đạo) và Ngũ chi (Nhân đạo, Phật đạo, Tiên đạo, Thánh đạo và Thần đạo) nhằm “*truy tầm những nguyên ý cao thâm tinh khiết*”, xóa bỏ những cái dị mà đem cái đồng giữa các đạo, phổ độ chúng sinh khỏi vòng khổ ải.

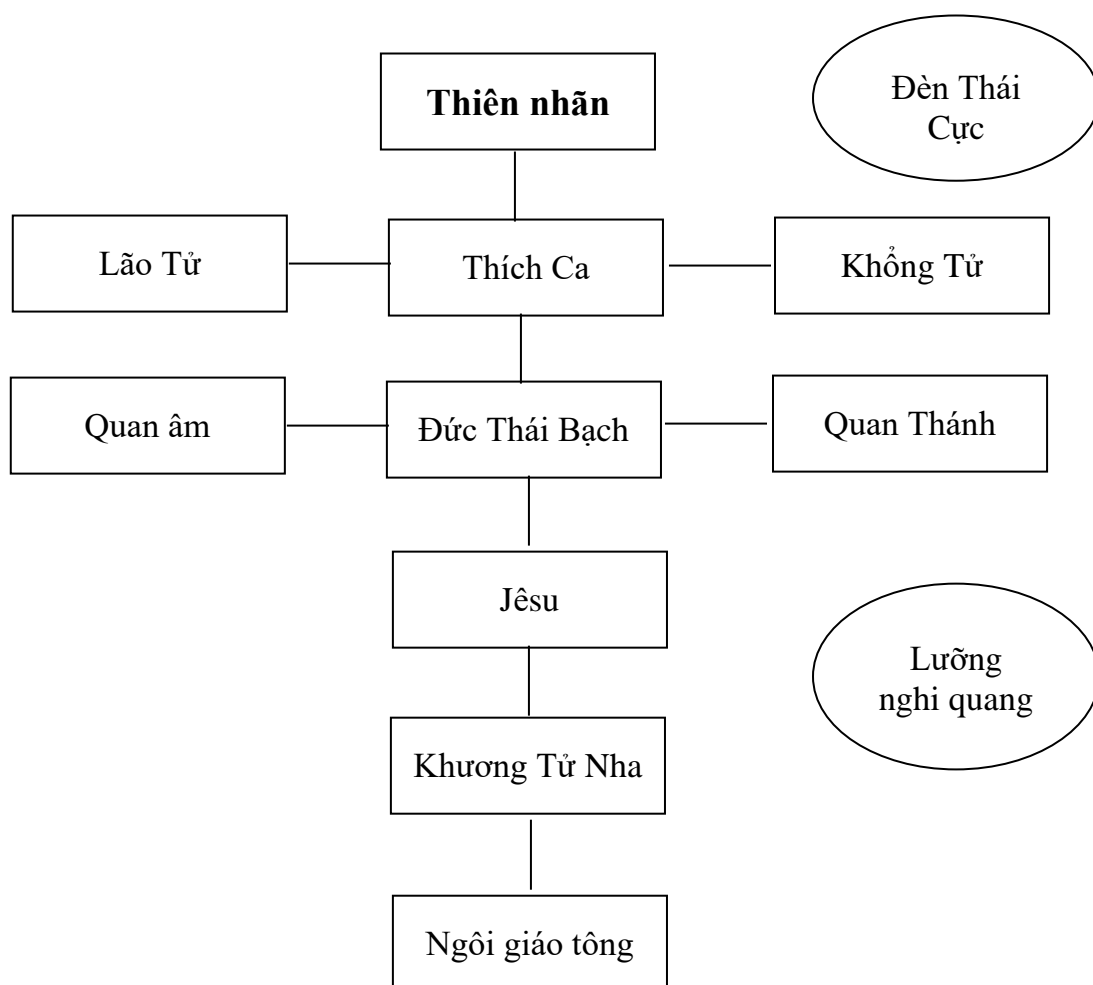
Về cơ bản, đạo Cao Đài dạy về sự an định tạm thời của các vong linh và tình huynh đệ nghĩa nhân của con người. Lấy tư tưởng “*tứ hải giai huynh đệ*” của Khổng Tử, Cao Đài khuyên mọi người phải yêu thương nhau, có trách nhiệm với bản thân và gia đình, xã hội. Lấy tư tưởng Vô vi của Lão Tử khuyên mọi người từ bỏ ham muốn nhục dục đời thường. Lấy tư tưởng “*luân hồi*” của đạo Phật cho rằng con người chỉ là kiếp tái sinh, theo luật nhân quả khuyên con người phải từ bi, cứu khổ, thoát tục, không đắm mê tửu sắc.

Con người có ba phần: Thần khí (linh hồn), thể lí (hình hài) và sinh khí. Do vậy cần phải tu dưỡng để phát triển đủ ba xác thân: Tinh, khí, thần. Muốn

siêu thoát cần phải tin vào thế giới vô hình, tin có sự tương thông giữa thế giới hữu hình và vô hình.

+ Về luật lệ và nghi lễ thờ cúng

Đạo Cao Đài đòi hỏi tín đồ phải thực hiện theo ngũ giới: Không sát sinh; Không tham lam, lừa gạt; Không tà dâm; Không nói dối, nói sai, nói tục; Không say rượu. Bốn điều trau dồi đức hạnh: Phải ôn hoà, tuân theo lời dạy của bề trên, làm lỗi phải ăn năn chịu thiệt; Phải cung kính, chớ khoe tài, kiêu ngạo, cho che lấp người hiền; Phải khiêm tốn, tiền bạc phân minh; Phải nhường nhịn, kính trước nhường sau. Nói tóm lại, bốn điều trau dồi đức hạnh ở trong bốn chữ: ôn, cung, khiêm, nhường. Nơi thờ tự đạo Cao Đài thờ “*Thiên nhân*” là mặt của Ngọc Hoàng Thượng Đế. Tín đồ có thể tiếp xúc với Thượng Đế thông qua các vị sứ giả của Người được cử xuống và được thờ trong thạch thất. “*Thiên nhân*” được thờ ở vị trí cao nhất. Dưới Thiên nhân là tượng của 8 vị: Thích Ca Mâu ni, Lão tử, Khổng tử, Quan âm, Quan Thánh, Chúa Giêsu.



Sơ đồ 1: Sơ đồ Thiên Nhân trong đạo Cao Đài

Đền Thái cực tượng trưng cho linh hồn vũ trụ, còn lưỡng nghi quang tượng trưng cho hai thế lực âm – dương.

Lễ vật: 5 nén hương tượng trưng cho ngũ hành; hoa, rượu, trà gọi là Tam bảo tượng trưng cho tinh, khí, thần (những yếu tố tạo nên con người).

Lễ phục của tín đồ màu trắng; của chức sắc: màu vàng (thuộc Phật), màu xanh (thuộc Lão), màu đỏ (thuộc Nho).

Người theo đạo được chia làm hai loại: Hạ thừa là những tín đồ bình thường và Thượng thừa là các bậc chức sắc.

Tín đồ theo đạo ăn chay nhưng chia làm ba loại: ăn chay 6 ngày trong một tháng (lục trai); 10 ngày trong một tháng (thập trai) và chay trường (trường trai).

Hàng ngày có 4 khóa lễ vào sáng sớm (giờ mao), giữa trưa (giờ ngọ), chiều (giờ dậu) và đêm khuya (giờ tỵ).

Nhìn chung nghi lễ của đạo Cao Đài không có gì mới, chỉ là sự cải biến có có sẵn của các tôn giáo lớn và mang cái tên mới. Tuy nhiên, do nó gần gũi và phù hợp với nhận thức của số đông người trong xã hội lúc bấy giờ nên bấy giờ các nghi lễ này đã trở thành phong tục tập quán, thói quen của đông đảo tín đồ.

* *Đạo Hoà Hảo*

+ Lịch sử hình thành và phát triển

Đạo Hoà Hảo hay còn được gọi là Phật giáo Hoà Hảo ra đời vào 15/5/1939 tại làng Hoà Hảo (Châu Đốc, An Giang). Ra đời vào những năm cuối của thập kỷ 30 của thế kỷ XX ở miền Tây Nam Bộ, thời kỳ mà thực dân Pháp cấu kết với giai cấp địa chủ, tư sản bóc lột các tầng lớp nhân dân vô cùng dã man cả về mặt vật chất và tinh thần. Cuộc sống của người dân bị bế tắc. Các phong trào đấu tranh chống đế quốc Pháp và bè lũ tay sai phong kiến đều bị đàn áp. Nhiều tầng lớp dân chúng có tâm trạng bi quan chán chường trong cuộc sống hiện thực, có nhu cầu được an ủi, giải thoát về mặt tinh thần.

Trong xã hội lúc đó, các tôn giáo như Nho, Phật, Lão tỏ ra bất lực trước thời cuộc. Hệ tư tưởng tư sản không phù hợp với số đông quần chúng lao động. Hệ tư tưởng vô sản lại chưa thực sự ăn sâu, bám rễ và phổ biến rộng rãi. Người dân Tây Nam Bộ phần lớn là nông dân, sống trong cảnh nghèo, trình độ học vấn hạn chế nên ít chú ý tới những vấn đề triết lý cao siêu của các tôn giáo lớn. Họ có xu hướng đơn giản hóa các triết lý cao siêu đó. Đặc biệt đề cao tinh thần bất khuất chống giặc ngoại xâm, ca ngợi nhưng tấm gương trung liệt như Trương Công Định, thủ khoa Huân, Nguyễn Trung Trực,... Trước khi đạo Hoà Hảo ra đời, ở miền Tây Nam Bộ đã hình thành và tồn tại nhiều phong trào quần chúng mang màu sắc tôn giáo như đạo Bửu Sơn kì hương, đạo Tứ ân hiếu nghĩa.

Như vậy, Phật giáo Hoà Hảo là một tôn giáo ra đời sau và mang tính địa phương. Lúc đầu đạo có tư tưởng dân tộc, yêu nước nhưng về sau bị các thế lực chính trị phản động lợi dụng gây chia rẽ nên có những hành động chống lại kháng chiến, cách mạng.

Hiện nay, hưởng ứng chính sách tôn giáo của Đảng và Nhà nước, các tín đồ Hòa Hảo đang hăng hái góp sức vào công cuộc xây dựng cuộc sống mới. Nhiều người theo cách mạng và trở thành đảng viên, đoàn viên tham gia nhiều công tác xã hội địa phương.

+ Giáo lý cơ bản của đạo Hòa Hảo thể hiện trong các bài Sám kệ do Huỳnh Phú Sổ soạn trên cơ sở tiếp thu và nâng cao tư tưởng Bửu Sơn Kỳ Hương của Phật Thầy Tây An, nội dung gồm 6 phần:

1. Sám khuyên người đời tu niệm;
2. Kệ dân của người khùng;
3. Sám giảng;
4. Giác mê tâm kệ;
5. Khuyên thiện;
6. Những điều sơ học cần thiết của kẻ tu hiền.

Giáo lý của đạo Hòa Hảo là sự cải tiến theo hướng đơn giản hóa giáo lý của Phật giáo, là sự tiếp thu và nâng cao tư tưởng của giáo phái Bửu Sơn kỳ hương do Phật thầy Tây An – Đoàn Minh Huyền khởi xướng. Nội dung của giáo lý có 2 phần:

- Phần Học Phật chủ yếu dựa vào giáo lý Phật giáo nhưng được giản lược và sửa chữa với 3 pháp môn chính là: ác pháp, chân pháp và thiện pháp.

Ác pháp là các pháp làm trở ngại cho thiện pháp, làm ô nhiễm thân tâm, gây nên tội lỗi khiến cho con người vương mãi trong vòng luân hồi sinh tử. Trong ác pháp có tam nghiệp: thân nghiệp (gây ra sát sinh, trộm cắp, tà dâm; khẩu nghiệp gây ra nói dối, nói hai mặt, nói điều ác; Ý nghiệp gây tham lam, giận dữ, si mê); Thất tình gồm 7 trạng thái tình cảm: mừng, giận, buồn, yêu, ghét, muôn sợ; Lục dục gồm 6 điều ham muốn (ham muốn danh vị, tài, lợi, sắc, hư vọng, tật đố); Ngũ uẩn (tham, sân, si, nhân, ngã) là 5 thứ tạo cho con người đần độn, ngu si, tối tăm cản trở đến chỗ siêu thoát, là nguyên nhân tạo nên sự khổ, tạo sự luân hồi; Tứ đồ tường là 4 bức tường làm cho con người ta sa ngã, nhốt chặt trong tăm tối, tội lỗi. Đó là: tử, sắc, tài và khí.

Chân pháp là các pháp phá tan những mê hoặc, tối tăm để bừng sáng về trí tuệ, giác ngộ về chân lý:

Thiện pháp là các pháp để gây thiện duyên, sửa trị thân tâm cho thanh sạch, bao gồm: Bát chính đạo (tám con đường tu hành chân chính), bát nhẫn (là tám điều nhẫn nhịn để vượt qua những thử thách trong xử thế và tu tập).

Phần Học Phật của đạo Hòa Hảo cho rằng con người ta do tam nghiệp, lục dục, ngũ uẩn, ngũ trược.... nên phạm các điều ác, chịu đau khổ trong vòng luân hồi sinh tử. Chỉ khi có chân pháp, hiểu được tứ diệu đế, thập nhị nhân duyên thì mới diệt trừ được ác pháp và đồng thời phải tu theo bát chính đạo và chịu “*bát*

nhân” thì mới có thiện pháp để thoát khỏi luân hồi sinh tử, trở thành bậc hiền nhân.

- Phần Tu nhân chủ trương là “*tứ ân hiếu nghĩa*” là Ân tổ tiên cha mẹ, Ân đất nước, Ân đồng bào, Ân tam bảo.

Đạo Hòa Hảo chủ trương vừa học Phật vừa tu nhân. Học Phật tạo nên đạo đức, tu nhân tạo nên công. Có công đức mới nhanh chóng trở thành bậc hiền nhân được. Tuy nhiên, đạo chú trọng việc tu nhân vì cho rằng tu hành phải dựa trên cơ sở đạo đức, trước hết là đạo làm người. Không có tu nhân thì không học Phật được, hoặc có học Phật cũng không có ý nghĩa gì.

Tóm lại, với nội dung giáo lý học Phật, Tu nhân, Hòa Hảo cho rằng chỉ có thể khắc phục những hạn chế của Phật giáo là có quá nhiều kinh sách, triết lý cao sâu, không phù hợp với căn cơ của đại đa số chúng sinh.

+ Về luật lệ và nghi lễ thờ cúng đạo Hòa Hảo chủ trương:

Tổ đình nằm ở làng Hoà Hảo, là trung tâm của đạo mang tính chất gia tộc. Không xây dựng chùa chiền, không tạc tượng, không ảnh thờ. Việc thờ phụng và hành đạo chủ yếu tại gia đình, mỗi gia đình chỉ thờ một miếng vải đỏ (sau đôi thành màu sẫm) tại trang thờ đặt ở gian giữa và xây dựng một bàn thờ thông thiên giữa sân trước cửa nhà thể hiện tư tưởng “*Phật tại tâm, tâm tức Phật*”. Không thờ các thần thánh nếu không rõ căn tích, chỉ thờ Phật, ông bà tổ tiên và các anh hùng có công với nước.

Lễ vật dâng thờ cúng chỉ là hương, hoa và nước mát. Ban đêm thắp đèn ở trang thờ và ban thờ thông thiên. Khi hành lễ, tín đồ không đọc kinh kệ của đạo Phật, chỉ đọc Sám kệ của giáo chủ và niệm Nam mô A Di Đà Phật để tĩnh tâm. Nam tín đồ phải để râu và búi tóc để giữ hiếu nghĩa với ông bà tổ tiên. Tín đồ phải thực hiện ăn chay từ thấp đến cao.

Ngày hai lần vào buổi sáng, tối tín đồ phải cầu nguyện và khấn lạy trước bàn thờ của Đạo và bàn thông thiên.

Đạo Hòa Hảo chủ trương tổ chức đơn giản nên không có hàng giáo phẩm. Năm 1999, được phép của Chính phủ, đạo Hoà Hảo tổ chức đại hội và bầu ra ban đại diện Phật giáo Hoà Hảo.

2.2.2. Phong tục, tập quán

Phong tục tập quán được xem là lĩnh vực rộng lớn nhất của văn hóa. Ở đâu có con người thì ở đó có phong tục tập quán. Phong tục tập quán tạo nên nét khác biệt, độc đáo trong các nền văn hóa của các dân tộc khác nhau, của các di sản văn hóa, các nguồn tài nguyên du lịch văn hóa và của sản phẩm du lịch văn hóa của các quốc gia, các vùng khác nhau.

2.2.2.1. Khái niệm phong tục, tập quán

a. Khái niệm

Có nhiều quan niệm khác nhau về phong tục, tập quán. Chúng ta có thể lựa chọn cho mình những quan niệm phù hợp để nhận thức đối tượng. Thông thường chúng ta có thể dựa vào ý nghĩa từ điển của khái niệm này.

Theo từ điển Hán Việt, phong tục, tập quán được hiểu như sau: phong tục là thói quen đã ăn sâu vào đời sống xã hội, được mọi người công nhận và làm theo; tập quán là thói quen đã thành nếp trong đời sống xã hội, trong sản xuất và sinh hoạt hàng ngày, được mọi người công nhận và làm theo.

Gắn liền với tín ngưỡng, tiếp nối tín ngưỡng là phong tục. Đó là những thói quen đã ăn sâu vào đời sống xã hội từ lâu đời, được đại đa số mọi người thừa nhận và làm theo. Được lan truyền rộng rãi, phổ biến sâu rộng từ thời xa xưa cho đến nay về mặt thời gian và được truyền bá rộng rãi từ một địa phương lên tới phạm vi toàn quốc rồi mở rộng sang thế giới theo chiều không gian. Phong tục thường sẽ được vận dụng linh hoạt hơn tập quán, nó không phải một nguyên tắc bắt buộc nhưng không vì vậy mà nó được phép sử dụng tùy tiện, nhất thời và thay đổi mạnh mẽ như các hoạt động hay mối quan hệ đời thường.

Phong tục được vận dụng linh hoạt và nó không phải là một nguyên tắc bắt buộc, nhưng phong tục không thể tùy tiện, nhất thời và thay đổi mạnh mẽ như các quan hệ đời thường. Khi phong tục được coi là một chuẩn mực ổn định trong cách xử sự, thì nó trở thành tập quán xã hội mang tính bền vững. Vì vậy, phong tục còn được hiểu là một bộ phận của văn hoá, đóng vai trò trong việc hình thành truyền thống của một địa phương, của một dân tộc nhằm điều chỉnh hành vi xử sự của cá nhân trong các quan hệ xã hội về tài sản và về nhân thân. Vì vậy, Luật tục và Hương ước có sự tác động mạnh mẽ đến phong tục. Tuy nhiên, không phải mọi phong tục đều có thể tồn tại mãi mãi và phù hợp với sự phát triển kinh tế - xã hội của các thời kỳ kế tiếp. Thời gian sẽ đào thải những phong tục không còn phù hợp với các quan niệm mới, nền sản xuất mới và theo đó, quan hệ mới phát sinh, những phong tục không phù hợp tự nhiên cũng mai một, mất đi trong sự phát triển không ngừng của quan hệ sản xuất mới.

Tập quán được hiểu là những tập tục sinh ra từ những phương thức ứng xử giữa con người với con người, được ấn định và tạo dấu ấn, được coi như một điểm nhấn và lâu dần trở thành nề nếp, lối sống của cộng đồng dân cư.

Tập quán có đặc điểm là *bất biến, bền vững*, do vậy, *rất khó thay đổi*. Trong những quan hệ xã hội nhất định, tập quán được biểu hiện và định hình một cách tự phát hoặc được hình thành và tồn tại ổn định thông qua nhận thức của chủ thể trong một quan hệ nhất định và tập quán được bảo tồn thông qua ý thức của quá trình giáo dục có định hướng rõ nét. Như vậy, tập quán được hiểu như những chuẩn mực xử sự của các chủ thể trong một cộng đồng nhất định và còn là tiêu chí để đánh giá tính cách của một cá nhân tuân theo hay không tuân theo những chuẩn mực xử sự mà cộng đồng đã thừa nhận và áp dụng trong suốt quá trình sống, lao động, sinh hoạt tạo ra vật chất và những quan hệ liên quan đến tài sản, đến tình cảm của con người trong cộng đồng. Việt Nam có

54 dân tộc, mỗi dân tộc đều có bản sắc văn hoá riêng và bản lĩnh văn hoá có tính độc lập tương đối giữa các dân tộc. Do vậy, tập quán của mỗi dân tộc đều có những nét đặc thù, khác nhau. Câu ngôn ngữ: “Luật vua thua lệ làng” đã phản ánh đúng thực trạng về tập quán của mỗi dân tộc ở Việt Nam.

b. Phân biệt phong tục và tập quán

Phong tục một khi đã được coi là một chuẩn mực ổn định trong cách ứng xử, sinh hoạt thì nó lại trở thành một tập quán xã hội mang tính bền vững. Vì vậy, có thể hiểu phong tục, tập quán khó mà tách rời nhau, chúng đều là toàn bộ thói quen về đời sống của con người và được hình thành từ rất lâu đời, được sự công nhận và hưởng ứng của một cộng đồng. Tính dễ nhận dạng nhất của phong tục tập quán là tính tuyên truyền, phổ biến hay kế thừa của nó. Phong tục tập quán đẹp, phù hợp với sự phát triển của xã hội sẽ được lan truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác và được xem là một nét đẹp truyền thống được gìn giữ, phát huy mãi về sau.

Giống nhau: Tính chất, đặc trưng, bản chất văn hóa của phong tục và tập quán là giống nhau, chúng cùng là những thói quen văn hóa, hay quy ước văn hóa được mọi người công nhận. Đó là những nguyên tắc ứng xử thành văn và bất thành văn trong một cộng đồng xã hội, là thước đo đánh giá hành vi đạo đức, nhân cách, lối sống, quan niệm... của con người trong một cộng đồng nhất định, có tính lịch sử cụ thể.

Khác nhau: Những khác nhau chủ yếu là về phạm vi, trình độ và tính quy phạm khác nhau. Phong tục có phạm vi ảnh hưởng rộng hơn, trình độ nhận thức và thực hiện của các cá nhân trong cộng đồng cao hơn, tính quy phạm chặt chẽ hơn, tính cộng đồng, tính xã hội cao hơn, chuẩn mực hơn. Còn tập quán thường mang tính cá nhân và tự nguyện. Tập quán là những nếp sống, thói quen củ cộng đồng được thực hiện tự do, tùy thích, tính bắt buộc không cao; tính cá thể song song với tính cộng đồng (thói quen ăn, mặc, ở, đi lại, giao tiếp...). Phong tục là những nếp sống, thói quen có tính chuẩn mực, tính bắt buộc cao; tính cộng đồng, xã hội cao hơn tính cá thể, tính pháp quy, định chế (phép vua, lệ làng, hương ước...) cao hơn tính tự nguyện.

Sự giống nhau giữa phong tục và tập quán là chính, sự khác biệt chỉ là tương đối. Nhiều khi ta thấy chúng chồng lấn lên nhau, vì vậy, cần dùng cả hai khái niệm với ý nghĩa cũng chỉ một hiện tượng xã hội tổng hợp có nhiều phạm vi và cấp độ khác nhau, đó là thói quen văn hóa được tạo ra trong quá trình sống của con người, thể hiện sự khác biệt văn hóa của con người trong các dân tộc, các thời đại, các vùng miền, các giai cấp khác nhau.

Như vậy có thể hiểu, phong tục tập quán là những thói quen văn hóa có tính dân tộc và tính lịch sử được hình thành trong đời sống con người, trở thành những chuẩn mực văn hóa được mọi người thừa nhận và tuân theo.

c. Phân loại phong tục, tập quán

Có nhiều cách phân loại phong tục, tập quán tùy thuộc vào từng mục đích hay tiêu chí phân loại.

** Theo không gian xã hội*

Chúng ta có thể xác định được những phong tục, tập quán được hình thành trong quan hệ gia đình (gia phong, gia pháp, nếp nhà...) có quan hệ gần gũi, thường trực, thân thiết nhất với mỗi người. Đó là những phong tục, tập quán, những thói quen văn hóa trong quan hệ vợ chồng, cha mẹ và con cái, anh chị em, họ hàng, thông gia... Từ góc độ gia đình, chúng ta có thể nhận diện được những phong tục, tập quán xuất hiện trong lễ tục thờ cúng tổ tiên, thể hiện đạo hiếu, các hoạt động mừng thọ, sinh nhật, hiếu hỉ, tang ma.

Những phong tục, tập quán được hình thành trong quan hệ làng xã (lê làng, hương ước), chi phối bởi những thói quen, những truyền thống văn hóa được lặp đi lặp lại tại làng xã, có tác dụng gắn kết các thành viên trong cộng đồng làng xã với nhau thành một khối bền chặt qua việc thực hiện các nghi thức thờ thần, tục tế tự, lệ nhập tịch, lễ hội làng, lệ phân chia ngôi thứ, lệ khao vọng, lệ việc hỉ, việc hiếu,... Phong tục, tập quán trong không gian làng xã thể hiện rõ những phẩm chất của văn hóa làng Việt Nam truyền thống gắn với xã hội nông nghiệp cổ truyền, vừa là chất keo dính kết các thành viên trong làng vừa là những điều luật mà sức mạnh có khi còn hơn cả phép nước, thể hiện tinh thần thượng tôn thần linh, thượng tôn hương ước, lệ làng.

Những phong tục, tập quán được hình thành trong không gian quốc gia (phép nước, quốc pháp, quốc đạo, quốc giáo, quốc lễ,...) thể hiện trong quan hệ vua tôi, thầy trò, bạn bè, quân dân, chủ tớ... Hoặc là những lệ tục có tính phổ dụng toàn xã hội như tục lệ chữ bệnh, bói, phong thủy, cầu cúng, lệ tướng thuật, lệ cúng cô hồn, lệ kiêng kỵ, ẩm thực, để tóc, nhuộm răng, ăn trầu, hút thuốc,... Phong tục, tập quán trong không gian quốc gia thể hiện rõ những phẩm chất của văn hóa Việt Nam truyền thống trong tinh thần thượng tôn thần, trời, Phật, thượng tôn đạo lý, giáo lý, học vấn, lễ nghĩa, pháp luật, coi trọng nghề nghiệp,...

** Theo thời gian*

Chúng ta có thể xác định được những phong tục, tập quán liên quan đến các chu kỳ thời gian (mùa vụ, cấy trồng, lễ tết,... vòng đời như sinh, đặt tên, trưởng thành, lên lão...).

** Theo tiêu chí chức năng xã hội*

Chúng ta có thể xác định được những phong tục tập quán liên quan đến ngôn ngữ như phương ngữ, phương ngôn, thổ âm, thổ ngữ...; những phong tục, tập quán liên quan đến đời sống tôn giáo, tín ngưỡng như các thói quen sinh hoạt tôn giáo của Phật giáo, Thiên Chúa giáo hay Tin Lành giáo...; những phong tục, tập quán liên quan đến lao động, sản xuất như gieo trồng, thu hoạch, đánh bắt; những phong tục, tập quán liên quan đến giao tiếp như chào hỏi, lễ nghi ứng xử

trong từng cộng đồng; những phong tục tập quán liên quan đến sinh hoạt hàng ngày như ăn, ở, đi lại, tang ma, hôn lễ,...

Tất cả những tiêu chí phân loại trên chỉ có tính tương đối, được lựa chọn tùy theo điều kiện, hoàn cảnh và mục đích nhận thức. Nhiều thành phần của chúng có thể chồng lấn hay giáp ranh nhau.

Trong các cách phân loại phong tục, tập quán, lưu ý nhất là căn cứ theo không gian xã hội. Bởi yếu tố không gian xã hội tạo ra sự khác biệt rất rõ của phong tục, tập quán trong từng thời đại. Đó là nói về sự phân tầng không gian xã hội, không gian sống của con người, không phải không gian vật lý.

2.2.2.2. Nguồn gốc phong tục, tập quán

Phong tục, tập quán được xem như là một bộ phận của văn hóa thể hiện rõ nhất bản sắc của một dân tộc. Chính vì vậy, cũng như các lĩnh vực văn hóa khác, phong tục, tập quán có cả nguồn gốc nội sinh và nguồn gốc ngoại lai.

a. Nguồn gốc nội sinh

Nhiều phong tục, tập quán của nước ngoài đã dần dần được tiếp thu, cải biến và trở thành phong tục, tập quán của Việt Nam. Nhưng rõ ràng nguồn gốc nội sinh luôn giữ vai trò chính trong việc hình thành nên phong tục, tập quán của một dân tộc. Bởi vì, con người của một dân tộc, một vùng miền phải đối mặt trực tiếp với thế giới tự nhiên và với cộng đồng xã hội trong sự đa dạng, phong phú, thường trực nhất để tạo ra thói quen văn hóa cho mình.

Do điều kiện tự nhiên khác nhau sẽ tạo nên những phong tục, tập quán khác nhau. Vùng đồng bằng sẽ sinh ra không gian văn hóa làng xã, thuần nông, hoặc nghề phụ của nhân vật chính là người nông dân, với những thói quen sinh hoạt, lao động riêng. Đô thị (kẻ chợ) lại sinh ra các tầng lớp sĩ – nông – công – thương và đi liền với nó là phong tục, tập quán của họ... Và rộng hơn, nền văn hóa nông nghiệp, nền văn minh lúa nước sẽ có những phong tục, tập quán của riêng mình.

Điều kiện xã hội thể hiện rõ cả ở yếu tố nội sinh và ngoại sinh. Những yếu tố nội sinh văn hóa của phong tục tập quán trở thành những truyền thống văn hóa, là dựa trên những hình thức tổ chức xã hội cổ truyền khác nhau, dựa trên nền kinh tế cổ truyền, văn hóa cổ truyền, các tín ngưỡng bản địa, truyền thống hiếu học, các thói quen ứng xử, giao tiếp truyền thống... Ngoài ra, còn có yếu tố nhân chủng học, của dân tộc học khi mà vai trò của khí chất, tính cách con người Việt Nam cũng chi phối phong tục, tập quán.

b. Nguồn gốc ngoại sinh

Phong tục, tập quán là kết quả của sự giao lưu, tiếp xúc văn hóa giữa các quốc gia, dân tộc, vùng miền khác nhau (cuộc tiếp xúc văn hóa Trung – Việt; Việt – Pháp; Việt - Ấn,...) tạo nên những phong tục, tập quán mới như sinh hoạt tôn giáo (tạo ra những thói quen trong thờ cúng, thực hành nghi lễ, đời sống sinh hoạt tôn giáo), thói quen về ăn, mặc, ở đi lại, tiêu dùng...

2.2.3. Lễ hội

Lễ hội là một hoạt động văn hóa đặc sắc của tất cả các dân tộc. Nếu như phong tục, tập quán có diện hoạt động, phổ dụng rộng nhất trong đời sống con người, diễn ra trong mọi không gian và thời gian, thì lễ hội lại có diện hoạt động và phổ dụng được xem là hẹp nhất trong đời sống con người.

2.2.3.1. Khái niệm

a. Khái niệm

Trong “*Từ điển tiếng Việt*” định nghĩa về “ Lễ hội ” như sau: Lễ là hệ thống các hành vi, động tác nhằm biểu hiện lòng tôn kính của con người đối với thần linh, phản ánh những ước mơ chính đáng của con người trước cuộc sống mà bản thân họ chưa có khả năng thực hiện. Hội là sinh hoạt văn hoá, tôn giáo, nghệ thuật của cộng đồng, xuất phát từ nhu cầu cuộc sống, từ sự tồn tại và phát triển của cộng đồng, sự bình yên cho từng cá nhân, hạnh phúc cho từng gia đình, sự vững mạnh cho từng dòng họ, sự sinh sôi nảy nở của gia súc, sự bội thu của mùa màng, mà từ bao đời nay quy tụ niềm mơ ước chung vào bốn chữ “nhân khang, vật thịnh”.

Như vậy, lễ hội là một hiện tượng văn hoá dân gian tổng thể, là một hình thức diễn xướng tâm linh tổng thể của lễ hội không phải là thực thể “chia đôi” như người ta quan niệm mà nó hình thành trên cơ sở một cốt lõi nghi lễ, tín ngưỡng nào đó (thường là tôn thờ một vị thần linh - lịch sử hay một thần linh nghề nghiệp nào đó) rồi từ đó nảy sinh và tích hợp các hiện tượng văn hoá phái sinh để tạo nên một tổng thể lễ hội. Cho nên, trong lễ hội phần lễ là phần gốc rễ chủ đạo, phần hội là phần phát sinh tích hợp. Lễ hội là hình thức sinh hoạt văn hoá cộng đồng diễn ra trên một địa bàn dân cư trong thời gian và không gian xác định; nhằm nhắc lại một sự kiện, nhân vật lịch sử hay huyền thoại; đồng thời là dịp để biểu hiện cách ứng xử văn hoá của con người với thiên nhiên – thần thánh và con người trong xã hội.

Lễ hội rất có ý nghĩa trong đời sống xã hội. Thông qua lễ hội, các giá trị truyền thống của làng quê như ý thức về cội nguồn, tổ tiên dân tộc, tưởng nhớ các anh hùng dân tộc,...; ý thức về đồng loại, cố kết con người trong cộng đồng, ý thức giữ gìn nét đẹp thuần phong mỹ tục của cộng đồng được gia tăng, củng cố. Con người trong thời điểm diễn ra lễ hội dường như hòa đồng, xích lại gần nhau hơn, giao lưu cởi mở chân thành hơn. Lễ hội cũng góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế địa phương, là sản phẩm du lịch văn hóa độc đáo thu hút du khách.

b. Cấu trúc của lễ hội

Nói tới lễ hội, bao giờ người ta cũng thấy có sự xuất hiện của hai thành phần chính là lễ và hội. Phần lớn các lễ hội có đủ hai thành phần đó. Ban đầu chỉ có phần lễ, sau mở rộng phát triển thêm phần hội. Về Sau này, một số lễ hội thực tế chủ yếu chỉ có phần hội, như các lễ hội sinh hoạt, lễ hội giao duyên, lễ

hội vui chơi, hội liên hoan văn nghệ hay các festival văn hóa, khi phần lễ có thể không có, hoặc nếu có chỉ như một nghi thức tuyên bố lý do rất ngắn gọn và nhanh chóng.

Lễ hội không diễn ra bên ngoài những không gian và thời gian cố định, có tính và lặp lại. Về môi trường, cần chú ý tới cả môi trường tự nhiên, tức không gian tổ chức lễ hội khác nhau (núi, rừng, sông, biển, đồng bằng...) và môi trường xã hội. Đây được xem là những thành tố tiềm ẩn trong 4 trục của bất kỳ lễ hội nào. Sau đây là sự khác biệt giữa phần Lễ và phần Hội trong Lễ hội cổ truyền:

Phần Lễ	Phần Hội
Không gian: thường tổ chức trong nhà, hay nơi có mái che, chật hẹp, có độ nén cao để tạo sự cô đọng, trang trọng, trang nghiêm, thành kính, phục vụ cho số lượng hạn chế người hành lễ...	Không gian: thường tổ chức ngoài trời, rộng rãi, thoáng đãng không hạn chế, không gò bó, để phô diễn sự cởi mở, thân thiện, gần gũi, và để mọi người cùng được tham gia...
Thời gian: ngắn, thường chỉ trong một buổi, thể hiện tính tập trung cao, phô diễn sự trang trọng, thành kính, có tính khuôn phép, hạn định... Thời gian của phần lễ là thời gian đóng, khép kín, cố định, chặt chẽ...	Thời gian: dài, ít nhất là một vài ngày, một buổi, thể hiện tính tập trung nhiều nhất có khi tới mấy tháng (phô diễn sự trang trọng dụ như lễ hội chùa Hương), để mọi trò đều được phô diễn, mọi người đều được tham gia. Thời gian là mở, không cố định, chặt chẽ, cứng nhắc...
Người tham gia: người chịu trách nhiệm tế lễ, chủ tế và giúp việc thuộc tầng lớp đặc tuyển, tinh hoa, có địa vị cao, có khả năng đại diện, thay mặt cộng đồng...	Người tham gia: toàn thể dân chúng không phân biệt tầng lớp, đẳng cấp, địa vị, tuổi tác, giới tính, nghề nghiệp... Họ không đại diện cho ai, mà họ chỉ đại diện cho mình. Tất cả những người tham gia hội đều bình đẳng với nhau về quyền lợi và trách nhiệm khi tham gia vào các trò chơi, các cuộc thi tài, các khả năng phô diễn trí tuệ và sức mạnh... Mọi người không bị những rào cản xã hội chia cắt, mà có thể thân mật, suồng sã, tự do, phóng khoáng/túng cùng nhau vui hưởng theo nhu cầu và khả năng của mình.
Nội dung tiến hành: được kiểm soát chặt chẽ, nghiêm cẩn, gồm: đồ cúng tế (đồ lễ và phẩm vật cao nhã, trang	Nội dung tiến hành: đa dạng, phong phú, nhiều mặt, tự do, tùy tiện, không kiểm soát thật máy móc. Hội có thể

<p>trọng, mang tính tượng trưng, tính biểu tượng); nghi thức khai mạc (các nghi thức theo quy định trang trọng, nghiêm cẩn); Nghi thức, nghi lễ cúng tế (dâng lễ vật, rước kiệu, tượng, lễ vật trang nghiêm). Đọc văn cúng tế hay phô diễn có tính trang trọng. Trò diễn sự tích thiêng liêng. Nghi thức kết thúc trong sự tôn nghiêm, thành kính. Tính quy phạm, điểm phạm rất rõ, không ngẫu nhiên, ngẫu hứng mà theo đúng trình tự, bài bản..</p>	<p>được tuyên bố lý do hoặc không tuyên bố lý do; có thể được tiến hành trước, đồng thời hoặc sau khi tế lễ; có thể kéo dài định trang trọng, nghiêm cẩn, hay thu ngắn thời gian, không gian, tùy thuộc vào nội dung các trò chơi, cuộc thi, thú thưởng thức và của số lượng người tham gia. Hoạt động của hội có ba nội dung quan trọng nhất là ăn - chơi - thi tài. Đây là ba niềm khát vọng thường trực của người lao động, bởi cuộc sống của họ phải thường xuyên phải đối diện với đói ăn - làm việc không ngơi nghỉ - không được thể hiện mình...</p>
--	---

Lễ hội là ngày người lao động được giải phóng khỏi công việc nặng nhọc, được vui chơi, được ăn no, ăn ngon và mặc đẹp, được thể hiện mọi khả năng, tài trí có thể của mình... Đó là ngày vui nhất của họ trong năm. Lễ hội có thể là ngày tôn vinh kẻ thống trị, tầng lớp bên trên, địa vị sang quý.., nhưng lễ hội cũng là ngày giải phóng tầng lớp bị trị, nghèo hèn, ngày tự do, dân chủ hiếm hoi của người bị áp bức, ngày mà con người bé nhỏ có thể được đứng ở những bục cao vinh quang và có thể thay đổi số phận... Tính cộng đồng, hoà hợp, dân chủ, đa dạng, phong phú của lễ hội chính là những giá trị nhân bản lớn lao được người lao động hào hứng tham gia và gìn giữ.

c. Phân loại lễ hội

Mục đích của việc phân loại lễ hội là giúp cho những nhà quản lý văn hoá thống kê, nắm được số lượng, lịch trình các lễ hội diễn ra trên địa bàn mình quản lý, từ đó có những biện pháp khai thác sử dụng có hiệu quả tối ưu phục vụ các mục tiêu phát triển kinh tế, văn hoá xã hội của địa phương...

Giúp cho việc nghiên cứu, tìm hiểu, đánh giá về nội dung các lễ hội truyền thống, đặt nó trong tiến trình phát triển của lịch sử từ quá khứ đến hiện tại. Từ đó, tìm ra những yếu tố tích cực và cả những yếu tố lỗi thời, lạc hậu (nếu có) để đưa ra những biện pháp khai thác, sử dụng, phát huy những mặt tích cực, đạt hiệu quả tối ưu.

Giúp cho việc nghiên cứu, tìm hiểu kho tàng di sản văn hoá phi vật thể cụ thể, có tính hệ thống, khách quan hơn. Thông qua đó có những biện pháp cụ thể, góp phần bảo tồn, chấn hưng và phát triển văn hoá dân tộc trong giai đoạn mới.

Cuối cùng, mục đích của việc phân loại lễ hội còn là giúp cho những người công tác trong ngành du lịch nắm được lịch trình, thời gian, không gian cùng nội dung của các lễ hội, từ đó, có kế hoạch triển khai các biện pháp nghiệp

vụ để kinh doanh loại hình “*Du lịch lễ hội*” đạt hiệu quả cao, tương xứng với tiềm năng phong phú của thành tố văn hoá đặc sắc này của dân tộc.

Lễ hội được phân loại theo các căn cứ sau:

* *Phân loại theo không gian lãnh thổ*. Là hình thức phân loại theo qui mô, mức độ và phạm vi ảnh hưởng, chi phối, tác động của các Lễ hội. Không gian Lễ hội là phạm vi không chỉ về mặt hành chính mà còn nằm trong không gian chịu tác động và ảnh hưởng của sự kiện văn hoá đó. Phân loại theo căn cứ này ta có:

+ Lễ hội mang tính quốc tế: là những lễ hội thường được du nhập từ bên ngoài vào trong đời sống chính trị, văn hoá xã hội của người Việt Nam, được cả người Việt Nam và thế giới tổ chức. Đó là các lễ hội của các tôn giáo như những lễ hội của Kitô giáo, Phật giáo, Hồi giáo, Tin lành... Các lễ kỉ niệm của các giai cấp, tầng lớp như giai cấp công nhân có ngày Quốc tế lao động 1/5, phụ nữ có ngày Quốc tế Phụ nữ 8/3... Lễ hội mang tính quốc tế thường được tổ chức vào các dịp kỉ niệm về các nhân vật, sự kiện lịch sử có liên quan, ảnh hưởng, chi phối tới ý thức, hệ tư tưởng chính trị của giai cấp cầm quyền.

+ Lễ hội mang tính quốc gia: là những Lễ hội mà nhân vật hoặc sự kiện được thờ cúng có liên quan, ảnh hưởng sâu sắc, rộng lớn tới cả dân tộc và đất nước (thường được gọi với các tên gọi như Quốc hội, Quốc tế, Quốc lễ, Quốc tự). Các lễ hội hiện đại phản ánh các sự kiện lịch sử có vai trò to lớn, tác động và ảnh hưởng sâu sắc tới tiến trình phát triển của lịch sử dân tộc (Quốc khánh 2/9, Mừng ngày sinh nhật Bác 19/5...)

+ Lễ hội mang tính vùng miền: Là những lễ hội mà nhân vật hoặc sự kiện được thờ khá nổi tiếng. Khi tổ chức Lễ hội có sự tham gia, có mặt của nhân dân trên địa bàn của nhiều địa phương ở gần nhau nằm trên một vùng rộng lớn. Lễ hội dạng này mang hai hình thức:

Việc tổ chức Lễ hội tại một tuyến điểm trong một địa phương nhưng có sức hút với cư dân của cả vùng đến tham dự Lễ hội bởi nội dung và hình thức, tính chất của Lễ hội đó.

Cùng một thời điểm, hay trong một khoảng thời gian gần nhau, tất cả các địa phương lân cận đều đồng loạt mở hội cùng để kỉ niệm về một nhân vật hay sự kiện lịch sử nào đó.

+ Lễ hội làng: Là hình thức phổ biến rộng rãi, với số lượng nhiều, nội dung phong phú, đa dạng và sinh động nhất. Hội làng truyền thống đã góp phần tạo dựng và vun đắp lối sống, phong cách và văn hoá Việt. Đây là lễ hội chủ đạo trong đời sống văn hoá của các tầng lớp cư dân. Nó trở thành hạt nhân, nền tảng cho kho tàng lễ hội của dân tộc tồn tại, phát sinh, phát triển trong suốt tiến trình lịch sử.

* *Phân loại lễ hội theo tôn giáo, tín ngưỡng*, ta có:

+ Lễ hội theo tôn giáo là các lễ hội có các đặc điểm sau: Không giới hạn về không gian mà chỉ giới hạn về thời gian tổ chức Lễ hội. Thời gian Lễ hội diễn ra vào các dịp kỉ niệm gắn với các mốc thời gian có liên quan đến cuộc đời, sự nghiệp của các Đấng Giáo chủ. Lễ hội tôn giáo diễn ra trong không gian cụ thể là các thánh đường những nơi thờ tự của các tôn giáo và phạm vi ảnh hưởng của nó. Không gian Lễ hội tôn giáo thường diễn ra rất rộng, trên tất cả những nơi có hệ thống giáo đường của các tôn giáo. Lễ hội của các tôn giáo thường gắn với các mốc thời gian, các sự kiện có liên quan đến các bậc giáo chủ của các tôn giáo và các tông đồ thân tín của Ngài. Lễ hội tôn giáo thường nặng về nghi thức hành lễ, phần hội diễn ra sau đó thường đơn giản. Dù với qui mô và hình thức như thế nào thì Lễ hội tôn giáo đều có được lòng tin tuyệt đối của đội ngũ giáo dân, tín đồ khi tham dự.

+ Lễ hội theo tín ngưỡng là các lễ hội thờ cúng trong tín ngưỡng dân gian thường được cúng đồ mặn, trong khi đó tôn giáo thường cúng đồ chay. Là những lễ hội liên quan tới các tín ngưỡng dân gian như: Lễ hội của tín ngưỡng thờ cúng tổ tiên; Lễ hội của tín ngưỡng thờ cúng Thành hoàng làng; Lễ hội của tín ngưỡng phồn thực....

* *Phân loại lễ hội theo tính chất của lễ hội*, ta có:

+ Lễ hội nông nghiệp: Thường là hội làng, diễn ra ở những vùng cư dân có lịch sử lâu đời. Đây là những lễ tiết nông nghiệp rất cổ, gắn liền với thời kì mới bắt đầu xuất hiện những hoạt động sản xuất nông nghiệp. Thuộc loại hình Lễ hội này, có những trò diễn nghệ thuật tín ngưỡng, nhắc lại những hoạt động sản xuất như cày bừa, gieo hạt, cấy lúa; hoặc rước thờ những sản phẩm nông nghiệp như bông lúa, bánh trái, gia súc hoặc rước nước, vẩy nước cầu mưa làm mùa, hoặc rèn luyện kĩ năng lao động bằng cách săn đuổi tìm bắt các thú vật.... Là các Lễ hội có liên quan đến các nghi thức thờ cúng, tế lễ trong đó có sử dụng các nghi thức để cầu mưa, cầu nước, cầu mùa, tạ ơn... nội dung và hình thức của nó chứa đựng những yếu tố trực tiếp hoặc gián tiếp đề cập đến diện mạo đời sống của cư dân nông nghiệp thông qua các hoạt động diễn ra trong đời sống xã hội như các hình thức và phương pháp canh tác truyền thống, kinh nghiệm làm ăn, xử lý các hiện tượng biến đổi của thời tiết có tác động ảnh hưởng tới cây trồng, vật nuôi. Lễ hội của người Việt Nam phổ biến là hội mùa, có thể là nông nghiệp, ngư nghiệp, lâm nghiệp... Bản chất của hội mùa là cầu mong sự trợ giúp của các thế lực siêu nhiên để được mùa hơn trong lao động sản xuất tùy theo nghề nghiệp của các nhóm cư dân khác nhau.

+ Lễ hội phồn thực giao duyên: Thường gắn liền với một thời kì rất cổ của quan niệm tín ngưỡng và quan hệ hôn nhân. Những lễ hội làng thuộc loại này, dân làng thờ cúng hoặc rước thờ những đồ vật được gọi là hình cái “*giống*” của nam nữ, hoặc những hình tượng nam nữ loa thẻ, làm động tác tính giao cho các hình tượng ấy; hoặc tổ chức tranh cướp các hình sinh thực khí hoặc biểu diễn những hình tượng tính giao hạn chế; hoặc xa xưa có thể được “*tháo khoán*”

cho mọi người giao phối tự do trong thời gian và không gian nhất định của Lễ hội.

+ Lễ hội lịch sử: Có nguồn gốc từ cách dùng trò diễn để nhắc lại hoặc biểu dương một hành động, một sự tích trong cuộc sống thường ngày của xã hội cổ sơ, về sau xoay quanh tín ngưỡng thành hoàng về một nhân vật lịch sử liên quan đến cả cộng đồng, dân các làng mở loại hội này, dùng hình thức diễn xướng để nhắc lại cuộc đời, sự tích của nhân vật ấy, và còn qua đây, dung nạp, bảo lưu khá nhiều tiết mục cổ xưa của các loại hình hội làng khác nữa. Lễ hội lịch sử cách mạng là những lễ hội liên quan đến các nhân vật, sự kiện lịch sử mà vai trò của nó tác động ảnh hưởng đến tiến trình phát triển của đời sống xã hội, của lịch sử địa phương hay của quốc gia dân tộc.

+ Các lễ hội khác

Hình thức lễ hội thuộc loại hình văn nghệ giải trí: lưu giữ nhiều những làn điệu dân ca và những trò chơi dân gian, sản phẩm của một lối sống cũng từ rất lâu đời được bảo lưu, bảo đảm bằng những hội làng. Đó còn là những loại hình hội thi tài, nhằm rèn luyện và thử thách những thành viên trong làng theo cung cách làng xã cổ xưa, phổ biến là những tiết mục có tính thượng võ..... và những tiết mục mang nội dung “nữ công gia chánh”...

Ngoài ra còn có những lễ hội hiện đại xuất hiện từ sau Cách mạng tháng 8 /1945. Những lễ hội này được tổ chức nhân dịp các sự kiện chính trị quân sự, văn hoá xã hội nổi bật mà nội dung và tính chất các sự kiện đó có ảnh hưởng sâu rộng đến đời sống mọi mặt của các tầng lớp nhân dân trên khắp miền đất nước hoặc của một địa phương cụ thể.

Những lễ hội văn hoá - thể thao – du lịch xuất hiện trong quá trình đổi mới của đất nước. Đó là những hoạt động văn hoá mang nặng yếu tố kinh tế, phản ánh trình độ và khả năng cùng các yêu cầu đặt ra của nền kinh tế đất nước trong giai đoạn mới của quá trình CNH – HĐH đất nước

2.2.3.2. Nguồn gốc của lễ hội

** Nguồn gốc nội sinh*

Lễ hội cổ truyền được sinh ra từ trong đời sống của cư dân bản địa, do các điều kiện tự nhiên, xã hội và con người bản địa chi phối, tạo thành. Chính vì thế mỗi lễ hội làng, lễ hội địa phương hay lễ hội dân tộc đều mang bản sắc văn hóa dân tộc riêng.

** Nguồn gốc ngoại sinh*

Trong quá trình tiếp xúc và ảnh hưởng văn hóa, nhiều lễ hội có nguồn gốc từ Trung Hoa (lễ tết cổ truyền, tết Nguyên tiêu, tết Trung Thu, tết Đoan Ngọ, lễ tế đàn Nam Giao,..); các lễ hội được du nhập khác như lễ tết Tây, các lễ hội tôn giáo.

2.2.3.3. Vai trò của lễ hội trong phát triển du lịch

Lễ hội có vai trò quan trọng trong nền văn hóa, là điểm nhấn văn hóa của dân tộc. Những giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp nhất, những nét văn hóa sống động và nhiều vẻ nhất đều được thể hiện trong lễ hội. Lễ hội được diễn ra trong thời gian và không gian tương đối ổn định, mang tính lặp lại, nên thường tạo ra nhiều dấu ấn đặc sắc. Thông qua lễ hội, người ta có thể biết được văn hóa của một dân tộc, một vùng miền. Hơn nữa, lễ hội thường gắn với các di tích lịch sử văn hóa như những điểm đến du lịch với cơ sở vật chất, hạ tầng kỹ thuật và hệ thống dịch vụ nên dễ dàng thu hút du khách. Lễ hội có vai trò to lớn trong phát triển du lịch. Nói tới vai trò của lễ hội, chúng ta cần chú ý tới những vấn đề sau đây: Lễ hội góp phần phát triển thị trường du lịch; phát triển các tài nguyên du lịch; phát triển các dịch vụ du lịch thích hợp; phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù; phát triển các thương hiệu, hình ảnh du lịch; phát triển bản sắc văn hóa Việt trong du lịch; phát triển chất lượng văn hóa trong du lịch; phân phát triển các tuyến, điểm du lịch, quy hoạch phát triển du lịch.

Để thấy được vai trò của lễ hội trong du lịch, để khai thác, phát huy lễ hội trong du lịch có hiệu quả, cần chú ý đến những tác động của du lịch tới lễ hội, cả những tác động tích cực và những tác động tiêu cực. Những tác động tích cực cho thấy, sự phát triển du lịch lễ hội phục vụ cho cuộc sống mới là rất có hiệu quả, giúp cho việc đa dạng hoá các lễ hội, làm phong phú hình thức và nội dung lễ hội, khôi phục những giá trị nguyên sơ, tạo sự khác biệt của lễ hội, cũng như giúp cho quá trình giao lưu và hội nhập văn hóa các vùng miền, các khu vực, các dân tộc, đem lại hiệu quả kinh tế, xã hội cho cư dân địa phương... Bên cạnh đó, du lịch cũng có những tác động tiêu cực tới lễ hội, như để chạy theo thị hiếu và nhu cầu thị trường nhiều nơi đã hiện đại hoá lễ hội truyền thống, làm tổn thương nhiều giá trị văn hoá cổ truyền, thương mại hoá tùy tiện, khai thác cạn kiệt, triệt để nhưng thiếu đầu tư tái tạo, xuất hiện các hiện tượng mê tín dị đoan, nạn cờ bạc, trộm cắp, hành khất, kinh doanh bắt chẹt khách, mất vệ sinh an toàn thực phẩm, giao thông, xâm hại thuần phong mỹ tục, ô nhiễm môi trường văn hoá...

2.2.4. Ẩm thực

2.2.4.1. Khái niệm ẩm thực

Ẩm thực (chữ Hán: 飲食, nghĩa đen là ăn uống với ẩm nghĩa là uống và thực nghĩa là ăn) là một hệ thống đặc biệt về quan điểm truyền thống và thực hành nấu ăn, nghệ thuật bếp núc, nghệ thuật chế biến thức ăn, thường gắn liền với một nền văn hóa cụ thể. Nó thường được đặt tên theo vùng hoặc nền văn hóa hiện hành.

Như vậy, văn hóa ẩm thực là nói đến những tập quán, phong tục ăn uống đã có từ hàng trăm năm trước. Với những đặc điểm riêng biệt của một quốc gia cụ thể, tạo thành những đặc điểm riêng cho quốc gia đó. Các nhà khoa học văn hóa đã tán thành quan điểm thói quen ăn uống của mỗi dân tộc là một sự kiện văn hóa khi nó thể hiện những lý tưởng về chân, thiện, mỹ. Đối với người Việt

Nam, ăn uống là một loại hình nghệ thuật, không chỉ phục vụ nhu cầu ăn uống mà còn gắn liền với văn hóa, nếp sống của đất nước.

2.2.4.2. Vai trò của văn hóa ẩm thực trong phát triển du lịch

Văn hóa ẩm thực có thể hiểu là hệ thống hữu cơ các giá trị vật chất và tinh thần của ẩm thực do con người sáng tạo ra và tích lũy qua quá trình hoạt động thực tiễn, trong sự tương tác giữa con người với môi trường tự nhiên và môi trường xã hội. Nói tới văn hóa ẩm thực là nói tới sự khái quát có tính chuẩn mực về ẩm thực thể hiện ở ba yếu tố cơ bản: Chất liệu ẩm thực (nguyên liệu dùng để chế biến món ăn, đồ uống); Phong cách chế biến ẩm thực (cách thức chế biến thức ăn, đồ uống hay nghệ thuật chế biến ẩm thực); Cách thức thưởng thức ẩm thực (nghệ thuật thưởng thức ẩm thực). Đó chính là văn hóa ăn uống hình thành trong cuộc sống, nó phản ánh rõ tính chất và trình độ văn hóa, kinh tế của con người trong các dân tộc khác nhau, các thời kỳ lịch sử khác nhau và các cộng đồng xã hội khác nhau.

Văn hóa ẩm thực là văn hóa vật thể nhưng mang đậm giá trị phi vật thể. Là văn hóa vật thể vì nó được thể hiện bằng các chất liệu vật chất, giá trị phi vật thể của ẩm thực thể hiện trong cách chế biến, trang trí món ăn hay phong cách thức thưởng thức. Nét văn hóa phi vật thể của ẩm thực còn thể hiện ở cách giao tiếp, ứng xử giữa con người với con người trong bữa ăn, những nguyên tắc, chuẩn mực, phong tục ăn uống của từng cộng đồng người. Vì thế, ăn uống là văn hóa, chính xác hơn là văn hóa tận dụng môi trường tự nhiên. Và khi việc ăn uống được nâng tầm văn hóa, không chỉ đơn thuần giúp con người tồn tại, mà còn thưởng thức, đó là thưởng thức văn hóa.

Là một bộ phận của văn hóa, văn hóa ẩm thực mang tính lịch sử, tính dân tộc và tính giai cấp. Mỗi thời đại đều có đặc trưng văn hóa ẩm thực, mỗi dân tộc cũng có văn hóa ẩm thực riêng và thậm chí mỗi giai cấp cũng có thể có văn hóa ẩm thực riêng, nhất là trong các xã hội phân chia giai cấp thời quá khứ.

Văn hóa ẩm thực cũng mang tính chung của quốc gia, khu vực hay thế giới, bởi sự giao lưu, tiếp biến văn hóa. Rất nhiều sản phẩm ẩm thực của Việt Nam được du nhập từ nước ngoài và được biến đổi cho phù hợp với điều kiện Việt Nam. Trong đó, cũng có những sản phẩm ẩm thực được tiếp thu hầu như nguyên vẹn, nhất là trong thời kỳ hội nhập toàn cầu.

Văn hóa ẩm thực còn liên quan tới các không gian ăn uống khác nhau, các mục đích ăn uống khác nhau, hay cách thức ăn uống khác nhau. Vì thế, chúng ta thấy có ẩm thực truyền thống và ẩm thực hiện đại, ẩm thực cung đình và ẩm thực bình dân, ẩm thực trong nhà hàng khách sạn và ẩm thực đường phố...

Văn hóa ẩm thực đóng vai trò qua trọng trong phát triển du lịch. Các nước có ngành du lịch phát triển đều chú trọng tạo hình ảnh của du lịch thông qua thương hiệu của doanh nghiệp và sức hấp dẫn của các món ăn và đồ uống. Văn hóa ẩm thực làm tăng hiệu quả cho hoạt động du lịch. Khi khách đến những

vùng đất mới, nhu cầu không thể thiếu là thưởng thức những món ăn đặc trưng của điểm đến đó.

Văn hóa ẩm thực còn là yếu tố cấu thành nên sản phẩm du lịch. Hơn 60% du khách quốc tế khi được hỏi về món ăn Việt đều tỏ ra hài lòng và hứng thú. Nhiều du khách đến Việt Nam đã đánh giá Việt Nam là thiên đường ẩm thực. Đây chính là yếu tố mà văn hóa ẩm thực mang lại doanh thu cho hoạt động du lịch như xây dựng thương hiệu, xúc tiến, quảng bá hình ảnh du lịch, cung cấp thông tin, tạo cơ hội cho khách du lịch được trải nghiệm những khía cạnh văn hóa truyền thống cũng như ẩm thực.

Văn hóa ẩm thực còn mang ý nghĩa như là sự giao lưu văn hóa của con người. Đó là sự kết hợp nhiều yếu tố khác nhau của các nền ẩm thực khác nhau một cách phù hợp trong chế biến món ăn để tạo ra những hương vị vừa mới lạ vừa đậm đà bản sắc văn hóa địa phương; làm phong phú hơn danh mục món ăn của các điểm đến du lịch. Những món ăn kết hợp được ra đời chủ yếu phục vụ nhu cầu của du khách, đã giúp văn hóa ẩm thực nhiều dân tộc xích lại gần nhau hơn.

Văn hóa ẩm thực góp phần đa dạng hóa, tăng sức hấp dẫn cho sản phẩm du lịch. Trong hoạt động du lịch, du lịch ẩm thực là một loại hình du lịch khá hấp dẫn. Đây cũng có thể được xem là một loại sản phẩm du lịch, nhằm thỏa mãn nhu cầu thưởng thức, trải nghiệm, khám phá những điều mới lạ và khác biệt về văn hóa tại những điểm đến du lịch. Khách tham gia loại hình du lịch ẩm thực là người tiêu dùng du lịch có mục đích tìm hiểu nền văn hóa ẩm thực của điểm đến du lịch. Họ có thể là các chuyên gia nghiên cứu văn hóa, ẩm thực, các đầu bếp, chủ Nhà hàng – Khách sạn. Họ cũng có thể là những người ham thích mở mang kiến thức về thế giới và thỏa mãn tò mò của mình về ẩm thực.

Đối với du lịch, ăn uống đóng vai trò quan trọng trong việc tác động tới cảm nhận trực tiếp của du khách về toàn bộ chuyến đi, là một yếu tố quan trọng để du khách quyết định thực hiện chuyến đi du lịch. Vì vậy, cần xây dựng thực đơn cho phong phú phù hợp với nhu cầu tìm hiểu văn hóa của du khách. Điểm đến có văn hóa ẩm thực phong phú, độc đáo bao nhiêu sẽ càng hấp dẫn du khách bấy nhiêu.

2.2.4.3. Nguyên tắc khai thác văn hóa ẩm thực trong phát triển du lịch

Việc khai thác văn hóa ẩm thực trong phát triển du lịch cần phải đảm bảo các nguyên tắc sau :

- Phải đảm bảo có những giá trị văn hóa phong phú, đặc sắc, hấp dẫn, có sự kết hợp giữa ẩm thực và các loại sản phẩm du lịch khác để có thể tạo thành các chương trình du lịch hấp dẫn;

- Có các hoạt động giáo dục, diễn giải nhằm nâng cao hiểu biết của cộng đồng du khách về các giá trị văn hóa ẩm thực;

- Tạo việc làm, lôi cuốn cộng đồng địa phương vào hoạt động bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa ẩm thực;

- Cần nhận thức đầy đủ, đúng đắn về sự cần thiết phải bảo vệ các giá trị văn hóa truyền thống nhằm bảo tồn sự đa dạng và bản sắc văn hóa ẩm thực dân tộc;

- Hoạt động du lịch ẩm thực cũng đòi hỏi phải có sự cộng tác với các nhà quản lý và cộng đồng địa phương để đảm bảo quy mô, mức độ phát triển du lịch không vượt quá ngưỡng làm thay đổi truyền thống văn hóa;

- Hoạt động du lịch ẩm thực cần được tổ chức trên cơ sở tuân thủ quy định về “sức chứa” cả về tâm lý, vật lý và xã hội học;

- Đảm bảo vệ sinh, an toàn thực phẩm trong chế biến, tiêu thụ sản phẩm.

Sản phẩm du lịch ẩm thực có vai trò vô cùng quan trọng trong kinh doanh du lịch ở bất cứ đâu, bất cứ thời điểm nào. Ẩm thực Việt Nam đang trở thành một sản phẩm du lịch hấp dẫn, mang lại nguồn thu lợi lớn cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ ăn uống nói riêng và ngành kinh tế du lịch nói chung.

2.2.5. Nghệ thuật diễn xướng truyền thống

2.2.5.1. Khái niệm

Nghệ thuật diễn xướng là một bộ phận của văn hóa, thể hiện khả năng thẩm mỹ của con người. Nó mang tính lịch sử và tính dân tộc rõ rệt, nó giúp cho con người có thể tiếp cận những đặc sắc và khác biệt văn hóa ở trạng thái sống động, hấp dẫn nhất. Nghệ thuật diễn xướng là nghệ thuật biểu diễn và trình bày bằng âm thanh, hình ảnh, động tác, hình thể của con người, phục vụ nhu cầu thưởng thức là nghe và nhìn, rất thuận lợi cho phục vụ phát triển du lịch, vốn có nhu cầu nghe nhìn.

Diễn xướng dân gian là sinh hoạt văn nghệ của người dân sáng tạo ra trong quá trình lao động, tiếp xúc với thiên nhiên. Bằng lời: nói, kể, ví, vè, hát, hò, trò, múa, ca, vũ, lễ, nhạc, họa... họ thể hiện tất cả những tâm trạng trong lúc vui, lúc buồn của cuộc sống sinh hoạt hàng ngày. Diễn xướng dân gian đã thể hiện rất phong phú và đa dạng cuộc sống của người dân địa phương.

Các nghệ thuật diễn xướng truyền thống như quan họ, chèo ca trù, rói nước, xoan, dân ca ví dặm, tuồng, cải lương, đờn ca tài tử... là kết quả của nghệ thuật biểu diễn của cư dân Việt trải qua hàng nghìn năm, phản ánh tâm tư, tình cảm cũng như năng lực thẩm mỹ của người lao động. Ngoài ra, còn có những loại hình nghệ thuật diễn xướng hiện đại như kịch nói, điện ảnh, âm nhạc..., nhưng trong giáo trình này, chúng ta chủ yếu tìm hiểu nghệ thuật diễn xướng truyền thống. Khai thác nghệ thuật diễn xướng là một hoạt động khá phổ biến trong ngành du lịch nhiều nước trên thế giới thu hút đông đảo du khách. Nghệ thuật diễn xướng truyền thống cũng góp phần tham gia vào nền công nghiệp giải

trí nói chung nhưng chiếm vị trí khiêm tốn bên cạnh những loại hình nghệ thuật giải trí hiện đại như ca nhạc, phim ảnh, kịch trường...

2.2.5.2. Những loại hình nghệ thuật diễn xướng tiêu biểu

Không phải tất cả các loại hình diễn xướng đều có thể khai thác phục vụ phát triển du lịch như nhau, mà những hình thức nghệ thuật đáp ứng yêu cầu “nhìn”, hay những hình thức nghệ thuật thu hút được sự tham gia của du khách sẽ có ưu thế hơn, như rối nước hay đờn ca tài tử chẳng hạn... Trong phần này, chúng ta sẽ tìm hiểu một số loại hình nghệ thuật diễn xướng tiêu biểu được khai thác phục vụ phát triển du lịch.

a. Nghệ thuật dân ca Quan họ trong phát triển du lịch

Dân ca Quan họ là nghệ thuật truyền thống rất hấp dẫn của người Việt vùng đồng bằng Bắc Bộ. Năm 2009, Dân ca Quan họ gồm 49 làng Quan họ gốc, trong đó Bắc Ninh 44 làng, Bắc Giang 5 làng đã được UNESCO vinh danh là “Di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại”.

Thời Lý Trần (thế kỉ XI –XIV) khi các thành tựu văn hóa, nghệ thuật dân gian nở rộ, cùng với sự am hiểu, quý trọng của các triều vua đã ảnh hưởng đến quan họ từ giao duyên cổ sơ sang lối ca hát có lề lối, quy củ rõ ràng. Tiếp đến thời Lê (thế kỉ XV), đội ngũ trí thức đông đảo làm việc sáng tác quan họ ngày càng được bổ sung. Thế kỉ XVIII, dân ca quan họ đã có những hình tượng đẹp, tế nhị, nội dung trữ tình sâu sắc, về làn điệu thì có sự giao lưu rộng rãi Bắc Nam. Những năm đầu thế kỉ XX, các nghệ thuật khác của cả nước đã gia nhập vào quan họ làm nó được cải biến và phát triển đến sau này.

Quan họ ngày nay không chỉ là lối hát giao duyên (hát đối) giữa "liền anh" (bên nam, người nam giới hát quan họ) và "liền chị" (bên nữ, người phụ nữ hát quan họ) mà còn là hình thức trao đổi tình cảm giữa liền anh, liền chị với khán giả. Một trong những hình thức biểu diễn hát quan họ mới là kiểu hát đối đáp giữa liền anh và liền chị. Kịch bản có thể diễn ra theo nội dung các câu hát đã được chuẩn bị từ trước hoặc tùy theo khả năng ứng biến của hai bên hát... Họ hát những bài ca mà lời là thơ, ca dao (phần lớn là thể lục bát, lục bát biến thể,...) từ ngữ được trau chuốt, trong sáng, mẫu mực thể hiện các trạng thái tình cảm của con người: nhớ nhung, buồn bã khi chia xa, tình yêu lứa đôi,... bằng một ngôn ngữ giàu tính ẩn dụ.

Làn điệu Quan họ: Quan họ rất phong phú về làn điệu như la rắng, đường bạn kim loan, cây gạo, giã bạn, hừ la, la hơi, tình tang, cái ả, lên núi, xuống sông,... Quan họ có 8 hình thức hát chủ yếu: Hát thờ, hát hội, hát cầu đảo, hát đối đáp, hát mừng, hát kết chạ và hát canh. Một cuộc hát quan họ hay một canh hát bao giờ cũng có ba chặng: giọng Lê lối, giọng Vặt, giọng Giã bạn.

Hát Quan họ là hình thức hát đôi đồng giọng: Người hát dẫn, người hát luôn, hát đối đáp dẫn giọng, luôn giọng một cách điêu luyện. Giọng của hai người hát cặp với nhau phải tương hợp đến mức hai giọng trở thành một để tạo

ra một âm thanh thống nhất. Có 4 kỹ thuật hát Quan họ là: Nền, rền, vang, nảy. Sự kết hợp các yếu tố vang - rền - nền - nảy trong bài hát Quan họ tạo ra sắc thái âm thanh đặc trưng của bài hát Quan họ. Quan họ được chia thành hai loại là quan họ truyền thống và quan họ hiện đại:

- Quan họ truyền thống - “*chơi Quan họ*”, là hình thức tổ chức văn hóa với quy định nghiêm ngặt, khắc khe đòi hỏi các liền anh, liền chị phải am hiểu tiêu chuẩn, luật lệ, chỉ tồn tại ở 49 làng. Nó không có nhạc đệm, chủ yếu hát đôi giữa liền anh, liền chị. Hát đôi được gọi là hát hội, hát canh. Hát cả bọn được gọi là hát chúc, mừng, thờ. “*Chơi Quan họ*” truyền thống không có khán giả, người trình diễn là người thưởng thức.

- Quan họ mới: “*hát Quan họ*” là hình thức biểu diễn trên sân khấu hoặc trong sinh hoạt cộng đồng, thực tế thì được trình diễn bất kì ngày nào, luôn có khán thính giả, người hát còn trao đổi tình cảm với người nghe. Quan họ mới không nằm trong không gian làng xã mà còn vươn ra nhiều nơi, ở quốc gia và cả thế giới. Có hình thức biểu diễn phong phú hơn, gồm hát đơn, hát đôi, hát tốp, hát múa phụ họa,... có cải biến các bài hát theo hai cách: ý thức và không ý thức. Hát Quan họ có nhạc đệm là không ý thức, còn cải biên có ý thức là cải biến cả nhạc và lời của Quan họ truyền thống

Dân ca Quan họ Bắc Ninh không chỉ là một loại hình văn hóa dân gian xứ Kinh Bắc, mà đã lan tỏa trong và ngoài nước, mang những giá trị văn hóa Việt kết nối cộng đồng. Trở thành một loại hình nghệ thuật đạt tới trình độ cao về diễn xướng, lời ca và âm nhạc... tổng hợp, hòa quyện với các phong tục, tập quán, tín ngưỡng, lễ hội... đậm chất trữ tình, hào hoa, thanh lịch.

Dân ca quan họ đã trở thành sản phẩm du lịch độc đáo và được khai thác dưới những hình thức chính sau:

- Du lịch thưởng thức nghệ thuật biểu diễn dân ca Quan họ tại các làng Quan họ hay các sân khấu Quan họ;

- Du lịch phong tục, tập quán Quan họ: du khách đến để tìm hiểu về sinh hoạt văn hóa cộng đồng làng xã Quan họ như tục kết chạ anh, chạ em giữa các làng Quan họ, là tục lệ mua và cúng gà đen trong phiên chợ âm dương ở lễ hội làng Ó, tục rước nước tắm Phỗng trong hội làng Châm Khê,...

- Du lịch lễ hội Quan họ: đây được coi là sản phẩm du lịch thu hút được đông đảo khách nội địa đến với lễ hội Lim. Những hoạt động phong phú của lễ và hội với nội dung và tầm cỡ lễ hội văn hóa dân gian Kinh Bắc, gần như hội đủ những hoạt động văn hóa nghệ thuật tín ngưỡng tâm linh của các lễ hội trên vùng quê Bắc Ninh – mảnh đất được coi là vương quốc của lễ hội dân gian, đã tạo ấn tượng cho du khách vượt ngoài biên giới quốc gia. Nhiều khách du lịch là Việt kiều ở nước ngoài mong trở về Việt Nam chỉ để tham dự đúng dịp hội Lim. Nhiều chương trình du lịch đầu xuân đều có điểm đến là hội Lim. Hội Lim là hội Quan họ đặc trưng nhất, quy mô nhất của vùng Kinh Bắc.

- Du lịch làng Quan họ: Đây là hình thức du lịch tiêu biểu của vùng văn hóa Quan họ. Làng Quan họ thường đồng thời cũng là những làng nghề, hoặc nằm gần với những làng nghề mà cho đến ngày nay, những sản phẩm của những làng nghề truyền thống này vẫn được thị trường ưa chuộng, cả nước biết đến. Việc tổ chức cho khách du lịch tìm hiểu các làng nghề truyền thống gắn liền với biểu diễn Quan họ sẽ tạo nên những sản phẩm du lịch đặc trưng riêng có của tỉnh Bắc Ninh.

- Du lịch tham quan di tích, danh thắng vùng Quan họ: Văn hóa Quan họ thường gắn với tham quan di tích, danh thắng vùng Quan họ. Trong dân gian ta có câu: "*Cầu Nam, chùa Bắc, đờn Đoài*" để ca ngợi những di sản văn hóa cộng đồng nổi tiếng của các miền trong nước. Xứ Bắc hay vùng Kinh Bắc là một trong những xứ sở của đình chùa và lễ hội. Ở đây, có những ngôi chùa cổ kính mang ý nghĩa lớn về lịch sử và kiến trúc như: Chùa Dâu, Chùa Cổ Pháp, Chùa Phật Tích, Chùa Bút Tháp, chùa Dạm, chùa Lim, chùa Viêm Xá (Diềm), Chùa Châm Khê... Trong đó, có những ngôi chùa nổi tiếng có lễ hội gắn liền với Quan họ cả phần lễ và phần hội như: chùa Lim, chùa Châm Khê, chùa Dương Ổ, chùa Hòa Đình. Ngoài ra, vùng Kinh Bắc cũng nổi tiếng với những ngôi đình "*Thứ nhất là đình Đông Khang, thứ nhì đình Bảng, về vang đình Diềm*", và những ngôi đền thờ Mẫu, như đền thờ bà thủy tổ Quan họ ở làng Viêm Xá (Diềm), đền thờ bà chúa Sành ở làng Dương Xá (Đặng Xá), đền thờ bà chúa Chè ở làng Chè (Đóng Trà), đền thờ bà chúa Quả Cảm ở làng Quả Cảm, bà chúa Kho ở làng Cổ Mễ... Danh lam thắng cảnh, di tích văn hóa hầu hết tập trung ở những làng Quan họ gốc góp phần làm tăng giá trị không gian văn hóa Quan họ.

- Du lịch tín ngưỡng, tâm linh Quan họ: Tín ngưỡng Quan họ tồn tại một cách tự nhiên, song song với sinh hoạt ca hát Quan họ và lễ hội Quan họ. Vì thế, khi tham dự lễ hội Quan họ và tìm hiểu dân ca Quan họ, trên một phương diện nhất định cũng được coi là du lịch tín ngưỡng Quan họ. Quan họ gắn với nghi lễ tín ngưỡng của từng làng xã. Đó là tín ngưỡng thờ nữ thần, tín ngưỡng Phật. Ở bất kỳ làng Quan họ nào, trong dịp hội chùa của làng đều có sinh hoạt Quan họ, Quan họ tham gia cả vào phần lễ và phần hội. Ngoài ra, Quan họ cũng gắn chặt với tín ngưỡng thờ thánh Tam Giang – vị thần tự nhiên, thần nước của cư dân nông nghiệp trồng lúa nước.

- Du lịch khảo sát, nghiên cứu văn hóa Quan họ: Trong những năm gần đây, nhiều công trình nghiên cứu về dân ca Quan họ, nguồn gốc Quan họ, sinh hoạt văn hóa Quan họ... đã ra đời khẳng định rằng Nhà nước, xã hội, nhân dân đã dành nhiều quan tâm đến di sản văn hóa Quan họ hơn. Không chỉ có các nhà nghiên cứu, các học sinh, sinh viên trong nước mà nhiều nhà khoa học, nhà nghiên cứu, sinh viên ở nước ngoài như Nhật Bản, Lào, Úc... cũng đã đến các làng Quan họ để khám phá, tìm hiểu về văn hóa Quan họ. Các thông tin, tài liệu về di sản Quan họ Bắc Ninh cũng khá phong phú. Du khách có thể đến tận làng Quan họ gốc trực tiếp phỏng vấn các nghệ nhân Quan họ, nói chuyện cùng các

liền anh liền chị tại làng Quan họ hoặc tìm hiểu, tra cứu thông tin ở Trung tâm Văn hóa Bắc Ninh, Bảo tàng Văn hóa Bắc Ninh.

Văn hóa Quan họ là sản phẩm du lịch rất độc đáo, phong phú và hấp dẫn du khách trong và ngoài nước. Tuy nhiên, hiện nay sản phẩm này chưa được các cơ quan quản lý, các doanh nghiệp du lịch ở Bắc Ninh cũng như địa phương khác đầu tư phát triển và khai thác phù hợp với tiềm năng của nó. Hy vọng trong tương lai, văn hóa Quan họ sẽ trở thành một sản phẩm không chỉ góp phần quan trọng giới thiệu tới du khách trong nước và du khách quốc tế.

b. Nghệ thuật chèo trong phát triển du lịch

Nói tới tinh hoa của văn hoá dân tộc không thể không nói tới nghệ thuật sân khấu Chèo. Nghệ thuật Chèo Việt Nam ra đời trong chiếc nôi đầu tiên là vùng đồng bằng Bắc Bộ: Chèo Đông (Hải Dương, Hưng Yên), Chèo Đoài (Hà Tây), Chèo Nam (Nam Định, Thái Bình), Chèo Bắc (Bắc Ninh, Bắc Giang). Chèo là loại hình nghệ thuật cổ truyền trong nền văn hoá Việt Nam, đây cũng là một nét tiêu biểu trong văn hoá ứng xử của dân tộc Việt Nam với môi trường xã hội.

Chèo bắt nguồn từ âm nhạc và múa dân gian, nhất là trò nhại từ thế kỷ X. Qua thời gian, người Việt đã phát triển các tích truyện ngắn của Chèo dựa trên các trò nhại này thành các vở diễn trọn vẹn dài hơn. Chèo là hình thức kể chuyện bằng sân khấu, lấy sân khấu và diễn viên làm phương tiện giao lưu với công chúng, và có thể được biểu diễn ngẫu hứng. Lối kể chuyện độc đáo này trong văn hóa Việt thấy rất rõ, bởi tính tả ý, nói bóng, nói gió, xa gần như thấy đâu đó vẫn xảy ra trong cuộc sống thường nhật, nhất là ở làng quê. Chuyện nói bóng gió, xa xôi, đôi khi còn ngoa ngoát, đã trở thành sở thích, ứng xử thường nhật của người nông dân Việt Nam xưa. Lối kể chuyện lúc nào cần “nhấn” là “nhấn”, lúc cần “lướt” là “lướt”, chủ yếu tập trung lột tả tính cách (đạo đức) của nhân vật. Trong khi đó, cả nghệ nhân và khán giả cùng kể chuyện và đồng tình chế nhạo cái xấu xa, cái nghịch cảnh cuộc đời bằng các thủ pháp nghệ thuật khác nhau mà trong phương pháp nghệ thuật của Chèo cổ thấy rõ.

Hiện nay ngành du lịch có thể khai thác nghệ thuật chèo phục vụ nhu cầu du khách trên hai hướng. Thứ nhất, tại các sân làng chia trong các tour du lịch nông thôn, du lịch nông nghiệp, hoặc sân khấu chèo chuyên nghiệp trong city tour Hà Nội; thứ hai, là tại các du lịch lễ hội, du lịch phong tục, hay du lịch tham quan các di tích danh thắng... của vùng đồng bằng Bắc Bộ. Sân khấu chèo chuyên nghiệp hiện nay tại Hà Nội là Nhà hát chèo Việt Nam và Nhà hát chèo Hà Nội.

Nhà hát Chèo Việt Nam tại Rạp hát Kim Mã. Tại đây, nhà hát Chèo Việt Nam thường biểu diễn phục vụ khán giả với các chương trình do mình dàn dựng và biểu diễn. Số lượng sân khấu biểu diễn gồm một sân khấu lớn có sức chứa 500 chỗ ngồi và một sân khấu nhỏ gần 100 ghế phục vụ người xem và du khách. Rạp có kiến trúc mang đậm phong cách truyền thống Việt Nam, từ nội thất đến

ngoại thất đều gợi nét kiến trúc đình làng Bắc Bộ, không gian biểu diễn của Chèo truyền thống. Khán phòng kang trang, có ghế bọc nhung đỏ lịch sự, thuận tiện. Sàn diễn sân khấu giữ được sự thân mật vốn có giữa nghệ nhân Chèo và người xem của chiếu Chèo sân đình xưa. Khi cần thiết, sàn diễn gỗ sẽ được kéo rộng, tiến sát ngay hàng ghế thứ nhất của người xem. Hai bên sàn diễn là hai cột đình giả, xây ốp thẳng vào diềm tường. Vây quanh sàn diễn ba bệ là chỗ của khán giả, với hai tầng ghế ngồi, để khán giả ngồi ở đâu cũng được xem thuận tiện. Hiện nay, Nhà hát chủ yếu khai thác sân khấu nhỏ. Đây là nơi giới thiệu nghệ thuật Chèo truyền thống với những chương trình, tiết mục nhỏ, nội dung ngắn gọn, dễ hiểu. Tại sân khấu nhỏ, nhà hát dàn dựng và trình diễn các trích đoạn: Thị Mầu lên chùa, Phù thủy sự,... Để phục vụ khách nước ngoài xem biểu diễn Chèo thuận lợi, nhà hát đã chọn diễn các trích đoạn có nhiều hành động, hạn chế lời thoại, trước khi xem có giới thiệu khái quát về chương trình và có phần giới thiệu bằng tiếng Anh để cho khách du lịch nước ngoài tiện theo dõi.

Nhà hát Chèo Hà Nội – Rạp Đại Nam (89 Phố Huế): Rạp Đại Nam là một trung tâm biểu diễn nghệ thuật Chèo hiện đại đồng thời mang đậm nét văn hóa truyền thống. Rạp có kiến trúc hiện đại với mô hình 5 tầng nổi và 2 tầng hầm, diện tích xây dựng 720m², trong đó diện tích sàn 2.880m² và tầng hầm 1.424m². Rạp có phòng biểu diễn đa năng với quy mô 409 chỗ ngồi. Trong khuôn viên của rạp có thiết kế khu dịch vụ đa năng, sảnh đón tiếp kết hợp trưng bày, triển lãm, khu kỹ thuật phụ trợ... Rạp được trang bị hệ thống âm thanh đèn chiếu... hiện đại, đồng bộ đủ sức thỏa mãn những khán giả khó tính. Sau khi hoàn thiện, rạp Đại Nam đã trở thành trung tâm biểu diễn nghệ thuật Chèo kết hợp một số dịch vụ văn hóa phục vụ nhân dân Thủ đô trong đó có khách du lịch. Nhà hát Chèo Hà Nội trong những năm gần đây đã tạo được mối quan hệ khá tốt với các công ty du lịch để sáng đèn mỗi tuần hai buổi và giới thiệu các trích đoạn Chèo tới du khách. Các trích đoạn Chèo cổ như Thị Mầu lên chùa, Suý Vân giả dại, Tấm Cám... được biểu diễn tại đây đã đem đến cho du khách sự yêu thích đặc biệt với bộ môn nghệ thuật này. Để các buổi biểu diễn được thường xuyên, nhà hát đã kết hợp với các công ty lữ hành tổ chức các tour cho khách. Sự kết hợp này hiện nay đã đem lại nhiều hiệu quả tích cực.

Ngoài Hà Nội, các điểm du lịch văn hóa chèo ở Bắc Bộ đáng chú ý nhất là chèo làng Khuốc (Thái Bình) và chèo Thiết Trụ (Hưng Yên).

Chèo cổ là di sản văn hóa truyền thống quý báu của cư dân đồng bằng Bắc Bộ. Việc khai thác nghệ thuật chèo cổ trong du lịch chẳng những làm phong phú thêm sản phẩm du lịch đặc thù của vùng đồng bằng sông Hồng, mà còn có ý nghĩa trong việc bảo tồn và phát huy giá trị của di sản trong thời hiện đại. Công việc này còn cần nhiều sự nỗ lực tham gia của ngành du lịch, ngành văn hóa cũng như của đông đảo người dân.

c. Nghệ thuật ca trù trong phát triển du lịch

Ca trù là loại hình nghệ thuật âm nhạc biểu diễn truyền thống của Việt Nam, có lịch sử trên 500 năm. Ngày 01/10/2009, ca trù chính thức được UNESCO công nhận là Di sản Văn hóa phi vật thể cần được bảo vệ khẩn cấp của nhân loại. Ca trù còn có các tên gọi khác như: Ả đào, đào nương ca, cô đầu (hát ở các ca quán), nhà trò (hát ở đình, đền, miếu), nhà tơ (hát ở dinh quan, tư gia các gia đình quyền quý), cửa quyền (trong cung phủ)..., bắt nguồn từ dân ca, dân nhạc cộng với một số trò diễn và múa dân gian, từ lối hát thờ nơi cửa đình, hát khao, hát đám... rồi dần dần được chuyên nghiệp hóa. Sự độc đáo của ca trù chính vì nó là một bộ môn nghệ thuật tổng hợp, là sự phối hợp đa dạng, tinh vi, nhuần nhuyễn giữa thi ca, âm nhạc và đôi khi có cả múa và trò diễn.

Tên gọi ca trù là theo hình thức diễn xướng. Người nghe đào, kếp hát được gọi là quan viên. Những người sành âm luật, thanh nhạc, vũ đạo... ngồi cầm trống châu. Nghe đào kếp hát tròn vành, rõ chữ, âm thanh lúc tha thiết, lúc dặt dìu, khi cứng cõi, lúc đả các, lúc khoan, lúc nhặt, quan viên sẽ gõ trống châu. Mỗi tiếng trống ứng với một cái thẻ (trù) thường ném vào hộp, vì vậy mới có tên gọi hát ca trù. Trù là thẻ làm bằng tre, trên thẻ có ghi số tiền (hoặc quy định ngầm với nhau là mỗi thẻ tương ứng với một khoản tiền), dùng để thưởng cho đào và kếp ngay trong khi biểu diễn thay cho việc thưởng bằng tiền mặt; cuối châu hát sẽ căn cứ vào số thẻ mà tính tiền trả cho đào và kếp hoặc giáo phường. Người quyết định việc thưởng này chính là vị quan viên (khách nghe hát), sử dụng trống châu (gọi là cầm châu). Tiếng trống thể hiện trình độ của người thưởng thức trước tài nghệ của người biểu diễn. Quan viên cầm trống châu mang vai trò người thẩm âm; tiếng trống có khi xen với tiếng tang trống dùng để khen câu thơ, giọng hát, tiếng đàn.

Ca nương vừa hát, vừa gõ phách và phải biết rành rẽ 5 khổ phách cơ bản, đánh lưu không, tiếng phách phải chắc và giòn, lời ca và tiếng phách phải ăn khớp với nhau.

Kếp đánh đàn đáy, một loại đàn cổ, thùng đàn rộng hình thang, có từ 10 đến 12 phím, mắc ba dây xe bằng sợi tơ tằm. Tiếng đàn không vang, ghìm với giọng hát, tiết tấu thì đan chặt chẽ với nhịp phách, tạo nên những tiếng nhấn nhá khi thánh thót, lúc ngân nga rất hợp với giọng hát của đào nương.

Cả đào nương và kếp đàn đều phải là những người ít nhiều biết chữ nghĩa, thơ ca mới có thể thẩm thấu hết ý nghĩa của lời ca và âm nhạc vốn do các bậc văn nhân tài tử văn hay chữ tốt tâm huyết sáng tạo nên. Sự kết hợp hài hòa giữa giọng ca của đào nương, sự nhịp nhàng của tiếng phách, sự hòa tấu giữa tiếng đàn uyển chuyển và tiếng trống tài hoa, tinh tế tạo nên một âm hưởng vừa thiết tha vừa sang trọng trong một môi trường thẩm đắm sự thấu hiểu đầy nghệ thuật. Thưởng thức ca trù là thưởng thức cả thơ và nhạc. Cả người hát, người đàn, người nghe đều tham gia cuộc hát. Họ phối hợp ăn ý với nhau và cũng làm cho nhạc và thơ hoà quyện, đưa cuộc hát đạt đến sự hoàn hảo, tao nhã, trang trọng. Đây là một sự gắn kết hết sức đặc biệt giữa người nghệ sĩ và người thưởng thức mà chúng ta không thấy được ở các loại hình nghệ thuật khác. Người thưởng

thức với chiếc trống châu không còn hoàn toàn là khách thể thụ động hưởng thụ mà đã tham gia một cách tích cực vào sáng tạo, góp phần vào sự thành công, tạo nên một môi trường nghệ thuật lý tưởng.

Hát ca trù chia ra làm ba loại chính: Hát chơi, hát cửa đình, hát thi. Hát chơi là hát ở nhà riêng, có thể ở nhà của người hát. Hát cửa đình là hát thờ thần, mang dấu ấn lễ nhạc. Hát thi là tổ chức hát để thử thách tài năng của đào kép. Hát thi có những bài hát chúc tụng vua chúa, thần dân.

Ngày nay, dấu tích ca trù còn được lưu giữ ở nhiều vùng Bắc Bộ. Tại Hải Phòng, Thủy Nguyên được biết đến như một cái nôi hát ca trù của vùng duyên hải Bắc Bộ. Vào thời điểm hưng thịnh, hát ca trù được coi là nghề kiếm sống cho hàng trăm người dân ở Đông Môn (xã Hòa Bình). Dấu ấn rõ nét nhất của nghệ thuật hát ca trù trên đất Thái Bình hiện còn tại đền Đồng Xâm (xã Hồng Thái, huyện Kiến Xương). Nơi đây đang lưu giữ một cuốn sách cổ ghi chép bằng chữ Hán, trong đó có một bài tế Tổ nghề ca công và 8 bài tế Thánh bằng ca trù. Cũng theo một số ghi chép, hội đền Đồng Xâm xưa thường được tổ chức khá quy mô. Các giáo phường trong tỉnh dù đi lưu diễn ở tỉnh ngoài, nhưng đến ngày hội của đền đều cử những ca nương đàn hay, hát giỏi nhất về hát châu Thánh, gọi là tục châu cử. Ở Nam Định, nghệ thuật ca trù gắn liền với tên tuổi của các đào nương đã vang danh sử sách cũng như phong trào diễn xướng của loại hình nghệ thuật độc đáo này tại các làng quê trong tỉnh. Thế kỷ 18, nghệ thuật ca trù phát triển mạnh tại xã Hồng Thuận, Nghĩa Thắng, Đồng Sơn... Hiện nay, thôn Thanh Tương (Bắc Ninh) vẫn còn nhà thờ tổ của dòng họ Nguyễn vốn có truyền thống hát ca trù và cố nghệ nhân Nguyễn Thị Thủy hồi trẻ từng đạt giải trong cuộc thi hát “*Ca kép phương*” thời Pháp thuộc...

Sau một thời gian dài bị mai một, những năm gần đây, ca trù được phục hồi và phát triển khá mạnh mẽ tại nhiều địa phương miền Bắc. Ngày nay, du khách có nhu cầu thưởng thức nghệ thuật ca trù có thể tìm đến những địa chỉ du lịch văn hóa tại Hà Nội (như Câu lạc bộ ca trù Thăng Long, Câu lạc bộ ca trù Hà Nội, Trung tâm văn hóa ca trù Thăng Long, Câu lạc bộ ca trù Thái Hà...) và một số tỉnh trong vùng đồng bằng Bắc Bộ.

d. Nghệ thuật rối nước trong phát triển du lịch

Múa rối nước được hình thành từ lâu đời và phát triển cực thịnh vào thế kỷ XI - kỉ nguyên Đại Việt. Múa rối nước Việt Nam từ lâu đã trở thành món ăn tinh thần hấp dẫn đối với người Việt Nam và du khách quốc tế. Những yếu tố làm nên giá trị của nghệ thuật múa rối nước Việt Nam được thể hiện trong nội dung của tác phẩm và hình thức thể hiện. Với tích chuyện hấp dẫn, sự công phu trong nghệ thuật tạo hình, sự điêu luyện trong cách thức điều khiển con rối..., nghệ thuật múa rối nước Việt Nam trải qua hàng nghìn năm hình thành, phát triển đã trở thành một “đặc sản” độc đáo của văn hóa dân tộc.

Trước đây, nghệ thuật rối nước truyền thống thường được biểu diễn trên “*sân khấu*” tự nhiên là ao làng, ở đình hoặc đầu làng. Ao làng là một nét biểu

hiện đặc thù, không thể thiếu khi nói tới nông thôn Bắc Bộ. Ao làng không chỉ cung cấp nguồn nước tại chỗ cho cuộc sống sinh hoạt và sản xuất thường nhật mà còn là nơi tổ chức nhiều trò chơi mang tính giải trí, sáng tạo của người nông dân. Từ ao làng, người ta biểu diễn nhiều trò chơi tập thể như chèo thuyền, bơi chải, bắt vịt..., trong đó có rỗi nước. Nước trở thành thành tố thứ nhất của nghệ thuật múa rỗi nước, nâng đỡ con rỗi và che giấu các dụng cụ máy móc điều khiển. Nước là không gian, là hoàn cảnh của hành động, là bạn diễn của nghệ sĩ và có lúc cũng biến thành nghệ sĩ. Khán giả hồi hộp, vui buồn cùng với nhịp điệu của nước. Kỹ thuật điều khiển quân rỗi trong múa rỗi nước gợi cho ta liên tưởng đến việc người xưa dùng mái chèo khuấy động mặt nước trong các cuộc đua thuyền tại các ngày lễ hội.

Trong hệ thống những tiết mục múa rỗi nước ở các phường, hội châu thổ sông Hồng, trò diễn về đề tài lao động chiếm tỷ lệ lớn. Nhân vật rỗi chủ yếu là những người nông dân chân lấm tay bùn và các hoạt động nhà nông như cày, bừa, cấy, xới, cuốc, gánh mạ, đánh cá, đi câu, úp nom, chẵn vịt, tát nước, cắt vó, quăng chài, đánh lưới, đánh giậm, chèo thuyền, chẵn trâu, xay thóc, giã gạo, dẹt cửi, lò rèn... được mô phỏng, “diễn” khá sinh động. Các con rỗi là động vật như trâu, bò, ngựa, vịt, gà... cùng các hành động tự nhiên, thường nhật như cày bừa, chọi trâu, cáo bắt vịt, múa rắn, múa cá, chẵn vịt, chọi gà, múa bò nông, quần ngựa, trâu chui ống, rái cá... cũng được tái hiện đặc sắc. Từ những trò diễn đó, người xem thấy được khát vọng về một cuộc sống no đủ, yên ổn, thanh bình của người nông dân ở nông thôn Việt Nam.

Nhân vật điển hình, được xem như biểu tượng của nghệ thuật múa rỗi nước là chú Tễu. Chú được tạo hình trông hồn nhiên, miệng cười toé toét, da hồng, tóc để trái đào, mình trần vận khó điều, bụng to căng tròn biểu thị cho sự no đủ, vô tư, trong sáng, phồn thực – vẻ đẹp khỏe khoắn, tự nhiên của cơ thể lao động thuần túy. Chú Tễu thường vào vai chủ trò, mở đầu buổi diễn, kết nối chương trình. Chú kể chuyện xóm làng, phê cái dở, khen điều hay, phân công việc làng, việc xã. Chú kéo cờ, đốt pháo giới thiệu tiết mục, hát, ngâm thơ, múa, kêu gọi lạc quan, đoàn kết giúp đỡ lẫn nhau và khuyên mọi người nên ca hát, sáng tạo cái hay, cái đẹp cho cuộc sống. Tễu không là hiện thân của những tư tưởng giáo huấn bác học, mà là đại diện cho cuộc sống bình dân, cho không khí náo nhiệt hội hè, của những công việc nhà nông trong không gian làng quê thanh bình sau lũy tre làng và của những sinh hoạt cộng đồng giàu tình làng nghĩa xóm.

Thông qua nghệ thuật múa rỗi nước, khán giả nhận thức sâu sắc rằng: Múa rỗi nước là sản phẩm văn hóa tiêu biểu của nền văn minh nông nghiệp, được chính những chủ nhân trồng lúa nước vùng châu thổ sông Hồng sáng tạo ra. Nó mang nhịp điệu cuộc sống đương thời, phù hợp với tư duy, quan niệm thẩm mỹ và tồn tại trong môi trường tự nhiên của con người, là nhu cầu tự nhiên, cần thiết trong cuộc sống và sinh hoạt văn hóa tinh thần của cộng đồng.

Hiện thực cuộc sống ở múa rối nước được các nghệ nhân phản ánh không bằng tư duy hiện thực mà bằng tư duy lãng mạn dân gian. Nhờ có tư duy sáng tạo này, các trò diễn rối nước không hướng tới phơi bày chân thực những tính cách điển hình trong hoàn cảnh xã hội - lịch sử cụ thể mà chủ yếu phản ánh cái đẹp chủ quan, tự nhiên với khí thế của nhân dân hướng tới cái đẹp lý tưởng. Vì vậy, hiện thực trong múa rối nước được thể hiện theo quan niệm và cách thức riêng; trình bày, lý giải cuộc sống thực tại theo tư duy, nhận thức thẩm mỹ của mình. Bởi thế mới thấy, rồng là con vật tượng trưng cho quyền lực tối thượng của vua, vậy mà trong nghệ thuật rối nước, nó vẫn ngụp lặn, phun nước phục vụ con người. Hay người đi bắt cá, bắt được con cá to hơn cả người... Hơn nữa, hiện thực cuộc sống trong múa rối nước không được phản ánh, giải quyết qua và bằng mâu thuẫn, xung đột như kịch, mà chỉ là những hình ảnh hướng về cái đẹp, cái vui của người nông dân Việt Nam. Do đó, ở các trò múa rối nước, ít gặp những hình ảnh về cái xấu, cái bi và bộ dạng của con rối cũng không đến nỗi khó ưa, đáng căm ghét như ở các loại hình nghệ thuật khác. Chất hồn nhiên, ngây thơ chính là một đặc trưng của múa rối nước. Nó dễ dàng chấp nhận được ở trẻ nhỏ và người lớn. Mỗi thế hệ, mỗi lứa tuổi cảm nhận một cách khác nhau, nhưng cùng đạt đến hiệu quả thưởng thức là tiếng cười vui sướng khoái.

Trong số 28 phường, hội rối nước dân gian thuộc 11 tỉnh thành đã từng tồn tại trong lịch sử nghệ thuật múa rối nước Việt Nam đến nay chỉ còn 15 phường đang duy trì hoạt động. Trên địa bàn Thành phố Hà Nội có 4 phường: Đào Thục (Đông Anh); Phú Đa, Chàng Sơn, Yên Thôn (Thạch Thất). Ở các phường rối nước này, hoạt động biểu diễn không chỉ diễn ra trong phạm vi làng xã mà còn mở rộng địa bàn sang các tỉnh, thành khác; đi lưu diễn tại nước ngoài hoặc tham dự các liên hoan múa rối ở trong và ngoài nước. Cùng với sự phát triển của du lịch, múa rối nước được đặc biệt yêu thích đối với khách du lịch làng quê, làm cho hoạt động tổ chức biểu diễn của các phường rối trở nên thường xuyên hơn, nhiều thủy đình được xây dựng cố định tại các làng.

Hoạt động tổ chức biểu diễn sôi động, hiệu quả nhất hiện nay phải kể đến rối nước chuyên nghiệp của các nhà hát. Nhà hát Múa rối nước Thăng Long có rạp biểu diễn trong nhà với sức chứa gần 300 chỗ ngồi, ở vị trí trung tâm với quần thể thắng cảnh lịch sử Hồ Gươm - Tháp Rùa - Đền Ngọc Sơn - Cầu Thê Húc, rất thuận lợi cho hoạt động tổ chức biểu diễn. Với lịch biểu diễn đến 6 xuất diễn mỗi ngày, nhà hát thực sự là điểm sáng trong hoạt động tổ chức biểu diễn, xứng đáng là “*nhà hát 365 ngày đờ đờ*”. Tính riêng năm 2017, nhà hát thu hút được gần 500.000 lượt người xem, doanh thu đạt trên 40 tỷ đồng. Trung tâm sản xuất con rối, Nhà hát Múa rối Việt Nam không chỉ cung cấp quân rối cho các tiết mục biểu diễn mà còn thiết kế quân rối với nhiều kích cỡ dùng làm tặng phẩm, quà lưu niệm cho khán giả, nhằm quảng bá hình ảnh nghệ thuật rối nước Việt Nam.

2.2.6. Văn hóa ứng xử trong phát triển du lịch

2.2.6.1. Khái niệm

Văn hóa ứng xử là chỉ những hành vi và thái độ có tính chuẩn mực xã hội trong giao tiếp giữa con người với con người. Văn hóa ứng xử mang tính cá nhân và tính xã hội nhưng nổi bật là phẩm chất cá nhân và chuẩn mực xã hội trong giao tiếp cộng đồng.

Du lịch là một lĩnh vực đòi hỏi rất cao văn hóa ứng xử phù hợp. Văn hóa ứng xử thậm chí còn được xem là yếu tố cấu thành nên sản phẩm du lịch, hay thể hiện chất lượng của du lịch. Bởi vì, một trong những bộ phận quan trọng nhất cái sản phẩm du lịch là dịch vụ du lịch, hay các hoạt động phục vụ của người làm du lịch cung ứng cho du khách. Văn hóa ứng xử là một thành tố không thể thiếu của dịch vụ du lịch, cũng tức là một thành tố không thể thiếu của sản phẩm du lịch. Sức hấp dẫn du lịch một phần quan trọng nhờ vào văn hóa ứng xử. Văn hóa ứng xử trong hoạt động du lịch mang những đặc trưng sau:

+ Văn hóa ứng xử mang tính xã hội

Văn hóa ứng xử là một bộ phận của văn hóa, bao gồm toàn bộ các hành vi giao tiếp và đối nhân xử thế, thể hiện mức độ học vấn và nhận thức cá nhân, suy rộng ra là của một cộng đồng dân tộc, phản ánh những đặc điểm của đời sống kinh tế, văn hóa, xã hội của một cộng đồng. Văn hóa ứng xử hình thành từ thói quen hằng ngày, được quyết định bởi luật pháp và phong tục. Xét trên một khía cạnh nhất định, nó chính là biểu hiện của phong tục, tập quán văn hóa. Nó là sự giao thoa giữa hiện tại (luật pháp xã hội) và quá khứ (phong tục, tập quán), là sản phẩm của xã hội và môi trường sống hiện đại, bao gồm cả thời gian và không gian. Thông qua văn hóa ứng xử, người ta có thể biết được lịch sử và văn hóa dân tộc của mỗi quốc gia, dân tộc hay vùng miền.

Nói tới văn hóa ứng xử của người Việt không thể không quan tâm tới đặc điểm văn hóa cổ truyền, với hai vấn đề nổi bật: Thứ nhất là ứng xử văn hóa nông nghiệp, cảm tính, duy cảm, duy tình; thứ hai là ứng xử văn hóa công nghiệp lý tính, duy lý được tiếp thu từ phương Tây. Hai đặc điểm này đan xen, hòa trộn với nhau, tùy từng trường hợp sẽ có những biểu hiện cụ thể khác nhau. Vì vậy, mà người ta thường nói “*ngoài thì là lý song trong là tình*”.

Văn hoá ứng xử là những nguyên tắc, chuẩn mực được mọi người thừa nhận và tuân theo trong giao tiếp xã hội. Nó có tính xã hội, có tính cộng đồng, phản ánh mối quan hệ của con người với thiên nhiên, xã hội và bản thân mình. Nói tới văn hóa ứng xử là nói tới văn hóa có tính xã hội. Tính xã hội của văn hóa ứng xử được thể hiện rõ trong ba thuộc tính cơ bản của nó, là tính lịch sử, tính dân tộc và tính giai cấp. Mỗi thời đại lịch sử sản sinh ra văn hóa ứng xử cho mình, không có văn hóa ứng xử nào là siêu thời gian, nó luôn luôn biến đổi cho phù hợp với sự phát triển của cuộc sống. Tuy nhiên, văn hóa là một dòng chảy liên tục, nên nó cũng kế thừa văn hóa ứng xử của quá khứ. Mỗi dân tộc có văn hóa ứng xử riêng của mình, không có văn hóa ứng xử tuyệt đối giống nhau giữa

các dân tộc, vì thế mới có câu “*nhập gia tùy tục, đảo giang tùy khúc*”, nhưng sự tồn tại của các dân tộc là luôn trong sự giao lưu, tiếp xúc, nên việc tiếp thu, vay mượn văn hóa ứng xử khác nhau cũng thường xảy ra. Mỗi giai cấp, cộng đồng xã hội có văn hóa ứng xử riêng, điều này thể hiện đặc biệt rõ rệt trong các xã hội có giai cấp.

+ Văn hóa ứng xử mang tính cá nhân

Bản chất của văn hóa ứng xử là sản phẩm của cá nhân và do cá nhân thực hiện nên nó cũng có tính cá nhân. Tính cá nhân của văn hóa ứng xử được thể hiện rất rõ ở khí chất và phẩm chất của mỗi con người. Khí chất và phẩm chất đó bộc lộ trên hai khía cạnh cơ bản là “*thiên tính*” và “*nhân tính*”. Mỗi người đều có “*thiên tính*” của mình “*Thông minh vốn sẵn tính trời*”. Những năng lực tự thân, cá nhân những tố chất di truyền, những khí chất tâm lý “*trời sinh*”... có ảnh hưởng quyết định tới văn hóa ứng xử cá nhân. Nên ta thấy con người có những khí chất rất khác nhau, không ai giống ai. Người thì điềm đạm, chín chắn, người lại nóng nảy, vội vàng... Mỗi người có “*nhân tính*” của mình, bên cạnh “*thiên tính*”, đó là phẩm chất con người do được rèn luyện, tu dưỡng, đào tạo nên. “*Hiền dữ phải đâu là định sẵn/ Phần nhiều do giáo dục mà nên*”. Những phẩm chất cá nhân do con người tạo nên từ ý thức cá nhân, từ truyền thống dòng họ từ môi trường sống riêng từ rèn luyện, tu dưỡng... tạo thành phẩm chất đạo đức, trình độ văn hóa, khả năng và kỹ năng trình bày, thái độ và quan điểm nhìn nhận, đánh giá vấn đề... Vì vậy, chúng ta cũng thấy mỗi người có một phẩm chất riêng. Phẩm chất có tính “*nhân tính*” này tác động rất mạnh tới văn hóa ứng xử. Vì vậy, ta thấy có những người biết kim tiền và có những người không biết kim nén trong giao tiếp; có người “*có văn hóa*” nhưng cũng có người “*vô văn hóa*” trong giao tiếp...

2.2.6.2. Các chiều trong thể ứng xử của người Việt với hoạt động du lịch

Ứng xử văn hóa là biểu hiện cụ thể của văn hóa ứng xử, gắn với những chủ thể nhất định. Có thể hiểu, ứng xử văn hóa là cách thức con người thể hiện qua hành vi, lối sống, quan điểm... trong mối quan hệ tương tác với môi trường tự nhiên và môi trường xã hội. Để xác định được một ứng xử nào đó có là ứng xử văn hóa hay không người ta thường xét các yếu tố sau :

- Ứng xử được thường xuyên lặp đi lặp lại, tức là thính thời gian của ứng xử ;

- Ứng xử được lặp lại tương đối theo cùng một cách bởi nhiều người, tức là tính không gian của ứng xử ;

- Ứng dụng ấy có tác dụng kim chỉ nam mẫu mực hay quy tắc cho các thành viên của một nhóm hay một xã hội ;

- Ứng xử ấy chứa đựng một ý nghĩa xã hội nào đấy, tức là nó biểu thị kiến thức tư tưởng hoặc tình cảm mà chủ thể đã đạt được, nói cách khác nó là cái mang vác một giá trị (kinh tế, chính trị, luân lý hay thẩm mỹ).

Chúng ta biết rằng, du lịch là một hoạt động đòi hỏi sự gắn kết, phối hợp, tương tác chặt chẽ của nhiều người với nhau, đó có thể là con người đi du lịch thì họ đóng vai trò là khách thể du lịch, đó có thể là cư dân địa phương với tư cách là « chủ nhà » cùng với những giá trị văn hóa, phong tục tập quán đặc sắc tạo nên sự khác biệt, thu hút khách du lịch đến từ các nền văn hóa khác nhau thì họ đóng vai trò là chủ thể của hoạt động du lịch ; đó là chính quyền địa phương nói có các điểm du lịch, hay các công ty du lịch tổ chức các chuyến đi cho khách...Các mối quan hệ, tiếp xúc, tương tác giữ các đối tượng đó tạo nên ứng xử văn hóa trong du lịch.

Ứng xử văn hoá trong du lịch được hiểu là các quy tắc, chuẩn mực giao tiếp được cấu thành bởi sự ràng buộc, tương tác qua lại trong các mối quan hệ cơ bản giữa các thành phần tham gia trong hoạt động du lịch. Các mối quan hệ đó bao gồm: chính quyền địa phương với khách du lịch; cộng đồng dân cư địa phương với khách du lịch; đơn vị cung ứng du lịch với khách du lịch; chính quyền địa phương với cộng đồng dân cư; chính quyền địa phương với đơn vị cung ứng du lịch; cộng đồng dân cư địa phương với đơn vị cung ứng du lịch...

Trong hoạt động du lịch, các chủ thể du lịch (doanh nghiệp, cư dân) có vai trò quyết định trong văn hóa ứng xử du lịch; còn khách thể du lịch (du khách) có vai trò thứ yếu.

Trong hoạt động du lịch, văn hoá ứng xử đóng vai trò vừa là mục tiêu mang tính chất định hướng (sản phẩm du lịch, thói quen tiêu dùng, tâm lý...) vừa là phương tiện của du lịch. Vì thế, ứng xử văn hoá có vai trò rất lớn trong việc thúc đẩy sự phát triển của ngành du lịch. Ứng xử văn hoá góp phần thoả mãn nhu cầu, đáp ứng sự hài lòng của khách du lịch trong mỗi chuyến đi. Khách du lịch thường kỳ vọng rất nhiều vào mỗi chuyến hành trình mà mình đã lựa chọn. Họ không chỉ mong muốn được khám phá, tìm hiểu những điều mới lạ kỳ thú, được hưởng các dịch vụ chất lượng hoàn hảo tương xứng với chi phí bỏ ra mà họ còn mong muốn được tiếp đón nồng nhiệt, được tôn trọng và đối xử công bằng.

Nghiên cứu văn hóa ứng xử trong du lịch, không chỉ là vấn đề văn hóa ứng xử cá nhân trong du lịch, mà còn là vấn đề văn hóa ứng xử xã hội trong du lịch. Đó là văn hóa ứng xử trong các doanh nghiệp du lịch, văn hóa ứng xử của doanh nghiệp du lịch với du khách với cộng đồng xã hội và chính quyền các cấp. Đó không chỉ là văn hóa ứng xử đối với môi trường xã hội, mà còn là văn hóa ứng xử đối với cả môi trường tự nhiên trong kinh doanh du lịch.

Trong hoạt động du lịch, văn hóa ứng xử của người Việt được thể hiện ở hai chiều hướng: Thứ nhất, nhiều người Việt rất thân thiện và sẵn lòng giúp đỡ khách du lịch. Họ muốn chia sẻ văn hóa và phong tục địa phương của mình với khách du lịch, và có thể cung cấp cho họ những trải nghiệm tốt nhất. Điều này có thể bao gồm việc đưa đón tại sân bay, cung cấp thông tin về các điểm tham quan, hoặc giới thiệu các món ăn và nét đẹp địa phương...; Tuy nhiên, cũng có

những người Việt có thái độ khá khó chịu và thiếu sự quan tâm đến khách du lịch. Họ có thể xem khách du lịch là một trở ngại hoặc gánh nặng, và không muốn dành quá nhiều thời gian và tâm trí cho họ. Thái độ này có thể phát sinh từ sự chênh lệch về ngôn ngữ, văn hóa, hay sự khác biệt trong quan niệm và giá trị.

Văn hóa phi vật thể của Việt Nam rất phong phú, đa dạng, có nhiều giá trị, làm nên bản sắc văn hóa dân tộc. Các di sản của quá khứ đã phản ánh rõ nét sức sáng tạo, tinh thần, ý chí và khát vọng của người Việt trong nghìn năm dựng nước và giữ nước. Cho đến nay, di sản văn hóa Việt Nam đang góp phần quan trọng vào sự nghiệp phát triển kinh tế, xã hội của đất nước. Trong đó, rõ rệt nhất là di sản văn hóa có vai trò rất quan trọng trong phát triển du lịch. Nó không chỉ là nguồn tài nguyên du lịch mà còn là yếu tố tham gia vào nhiều lĩnh vực của du lịch, như góp phần phát triển các sản phẩm du lịch, dịch vụ du lịch, tuyến điểm du lịch và nhiều vấn đề khác nữa.

❖ TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Trong chương này, một số nội dung chính được giới thiệu:

- Các thành tố của văn hóa vật thể: khái niệm, phân loại, đặc điểm, vai trò của kiến trúc mỹ thuật, điêu khắc; di tích lịch sử văn hóa; các cảnh quan văn hóa trong quản lý và kinh doanh du lịch.

- Các thành tố của văn hóa phi vật thể: khái niệm, phân loại, đặc điểm, vai trò của phong tục tập quán, lễ hội, văn hóa ẩm thực, âm nhạc diễn xướng dân gian trong quản lý và kinh doanh du lịch

❖. CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 2

1. Trình bày những thành tựu tiêu biểu của kiến trúc, mỹ thuật Việt Nam. Cho ví dụ minh họa.

2. Phân tích vai trò của di tích lịch sử văn hóa, cảnh quan văn hóa trong phát triển du lịch.

3. Kể tên các thành tố văn hóa phi vật thể trong phát triển du lịch. Cho ví dụ minh họa.

4. Phân tích vai trò của nghệ thuật diễn xướng truyền thống trong phát triển du lịch. Kể tên một số loại hình nghệ thuật diễn xướng truyền thống tiêu biểu ở Việt Nam.

Chương 3. VĂN HÓA QUẢN LÝ VÀ VĂN HÓA KINH DOANH TRONG DU LỊCH

❖ GIỚI THIỆU CHƯƠNG 3

Chương 3 là chương giới thiệu về vấn đề về văn hóa quản lý và văn hóa kinh doanh du lịch để người học có được kiến thức nền tảng và dễ dàng tiếp cận nội dung môn học ở những chương tiếp theo.

❖ MỤC TIÊU MÔN HỌC

** Về kiến thức*

+ Nhận diện các vấn đề về văn hóa quản lý, văn hóa kinh doanh, đạo đức kinh doanh và tập quán kinh doanh; nội dung về văn hóa quản lý kinh doanh du lịch; vai trò của văn hóa kinh doanh du lịch.

+ Phân tích được tầm quan trọng của việc nghiên cứu, lựa chọn, sáng tạo nên văn hóa quản lý và văn hóa kinh doanh du lịch trong hoạt động kinh doanh du lịch.

** Về kỹ năng*

+ Kỹ năng thu thập, xử lý và lựa chọn, trình bày và phát triển thông tin về văn hóa quản lý và văn hóa kinh doanh du lịch

+ Vận dụng được các nội dung về văn hóa quản lý và văn hóa kinh doanh du lịch trong môn học Quản trị doanh nghiệp du lịch lý hành và Thực hành quản trị doanh nghiệp du lịch sau này.

** Về năng lực tự chủ và chịu trách nhiệm*

+ Chịu trách nhiệm trong việc vận dụng kiến thức, kỹ năng trong thực tiễn hoạt động kinh doanh du lịch.

+ Tiếp nhận tốt các yêu cầu, nhiệm vụ trong thực hiện nhiệm vụ bài học được giao.

❖ PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP CHƯƠNG 3

- *Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận và bài tập chương 3 (cá nhân hoặc nhóm).*

- *Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (chương 3) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận và bài tập tình huống chương 3 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.*

❖ ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 3

- *Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng:* Không

- *Trang thiết bị máy móc:* Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác

- *Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu:* Chương trình môn học, giáo trình, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.

- *Các điều kiện khác:* Không có

❖ KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG 3

- **Nội dung:**

+ *Kiến thức:* Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức

+ *Kỹ năng:* Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.

+ *Năng lực tự chủ và trách nhiệm:* Trong quá trình học tập, người học cần:

+ *Nghiên cứu bài trước khi đến lớp*

+ *Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.*

+ *Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.*

+ *Nghiêm túc trong quá trình học tập.*

- **Phương pháp:**

+ *Điểm kiểm tra thường xuyên:* không có

+ *Kiểm tra định kỳ lý thuyết:* không có

❖ NỘI DUNG CHƯƠNG 3

3.1. Văn hóa quản lý trong du lịch

3.1.1. Khái niệm văn hóa quản lý

Văn hóa quản lý là một bộ phận quan trọng của văn hóa nói chung, có những đặc thù về nội dung, cấu trúc và biểu hiện, xuất hiện như là sự tích hợp không thể tách rời của văn hóa với lãnh đạo, quản lý. Bản thân các khái niệm văn hóa, lãnh đạo và quản lý thường có nhiều cách định nghĩa khác nhau, nhiều cách tiếp cận khác nhau. Văn hóa được coi là tổng thể những nét riêng biệt tinh thần và vật chất, trí tuệ và tình cảm, quyết định bản sắc của một xã hội hay của một nhóm người trong xã hội. Văn hóa là chỉnh thể hữu cơ các hoạt động của con người (trong quá khứ và hiện tại), sáng tạo nên hệ thống các giá trị vật chất và tinh thần, đáp ứng những nhu cầu của con người, phù hợp với kiểu lựa chọn đặc trưng của các nhóm và cộng đồng người khác nhau. Chính hệ thống các giá trị này chi phối cách ứng xử, giao tiếp của cộng đồng, làm cho cộng đồng này có đặc thù riêng biệt.

Cuối thế kỷ XIX, đầu thế kỷ XX, học giả Laurence Lowell đã nhận xét: “*Quản lý là nghiệp xưa nhất và là nghề mới nhất*”. Quản lý luôn gắn liền với quá trình phát triển kinh tế - xã hội nên trên thực tế đã nảy sinh nhiều quan điểm khác nhau về quản lý. Những quan điểm này có lịch sử ra đời khác nhau và gắn với mỗi tổ chức hoạt động trong một lĩnh vực, thậm chí là với mỗi quá trình trong từng tổ chức riêng biệt.

Theo F.W. Taylor, quản lý là biết chính xác điều bạn muốn người khác làm và sau đó biết được họ đã hoàn thành công việc đó một cách tốt nhất và rẻ nhất.

Henry Fayol định nghĩa quản lý là một tiến trình bao gồm cả các khâu lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo và kiểm tra các nỗ lực của mỗi thành viên trong tổ chức và sử dụng tất cả các nguồn lực khác nhau của tổ chức nhằm đạt được mục tiêu đã định trước.

Theo Mary Parker Follett, quản lý là nghệ thuật đạt mục tiêu thông qua con người.

Có tác giả cho rằng quản lý là hoạt động phối hợp các hoạt động chung của một đoàn thể hợp tác nhằm đạt mục tiêu đã định trước.

Như vậy, Quản lý là một loại hoạt động thực tiễn đặc biệt của con người, trong đó các chủ thể tác động lên các đối tượng bằng các công cụ và phương pháp khác nhau, thông qua quy trình quản lý nhất định, nhằm thực hiện một cách hiệu quả nhất các mục tiêu của tổ chức trong điều kiện biến động của môi trường. Quản lý được hiểu là hoạt động thực tiễn phổ biến trong tất cả các lĩnh vực của đời sống xã hội, trong tất cả các loại hình tổ chức khác nhau, trong tất cả các cấp, các khâu quản lý, trong tất cả các thời kỳ lịch sử phát triển của xã hội loài người.

Từ những điểm chung của các định nghĩa trên, có thể đi đến một khái niệm tổng hợp về quản lý như sau: Quản lý là một tất yếu khách quan do lịch sử quy định. Quản lý là sự tác động có tổ chức, có định hướng của chủ thể lên các khách thể nhằm đạt được mục tiêu đã định trước.

Văn hóa quản lý là một lĩnh vực của văn hóa, nếu xem văn hóa là toàn bộ những gì do con người sáng tạo ra. Văn hóa quản lý du lịch được xem là một bộ phận của văn hóa du lịch hay nói cách khác là một thực thể văn hóa được tạo ra trong du lịch. Như vậy, văn hóa quản lý gồm hai bộ phận:

Các thực thể văn hóa được sử dụng trong tổ chức, quản lý, chỉ những kiến thức về văn hóa Việt Nam và quốc tế được sử dụng phù hợp và chuẩn mực trong tổ chức, quản lý;

Các thực thể văn hóa hình thành trong hoạt động tổ chức, quản lý, chỉ những mô hình, kiểu thức, phẩm chất, giá trị có tính phù hợp và chuẩn mực được hình thành trong tổ chức và quản lý.

Văn hóa quản lý được đặt trong cùng hệ thống với các khái niệm liên quan như văn hóa lãnh đạo, văn hóa kinh doanh, văn hóa tiêu dùng,... Khái niệm văn hóa quản lý có những nội dung sau:

- Chỉ những thiết chế (mô hình, mô thức) quản lý đã tồn tại trong lịch sử loài người;

- Chỉ các phương pháp, phong cách, kiểu thức trong lãnh đạo, quản lý của một cộng đồng, một tổ chức hay một cá nhân. Chỉ những kiểu quản lý nhằm thể hiện quyền lực và ý chí của chủ thể quản lý tác động đến đối tượng quản lý nhằm thực hiện những mục đích nhất định;

- Chỉ hoạt động quản lý có văn hóa hay quản lý có tính văn hóa riêng của cá nhân hay tổ chức, mang tính lịch sử, xã hội cụ thể;

- Chỉ trình độ, quan điểm tư duy, thái độ, đạo đức, hành vi, phẩm chất,... có tính chuẩn mực văn hóa của cơ quan công quyền hay cá nhân quản lý trong quan hệ với nhân dân, với nhân viên hay với các đối tượng bị quản lý;

- Chỉ những lĩnh vực văn hóa dành cho quản lý, lãnh đạo nhằm đảm bảo cho sự quản lý, lãnh đạo có văn hóa, đạt chuẩn mực xã hội, đem lại những lợi ích cho cộng đồng.

Nhìn chung, quan niệm về văn hóa quản lý luôn có sự khác biệt nhất định, tùy thuộc vào lập trường của con người đưa ra quan niệm. Nó cũng tùy thuộc vào những hoàn cảnh lịch sử khác nhau, những mục đích tìm hiểu, đánh giá khác nhau. Mục đích của văn hóa quản lý là tạo dựng những mô hình quản lý chuẩn mực phù hợp với tính chất, trình độ của xã hội, đáp ứng sự phát triển của con người, phụng sự đời sống con người.

Văn hóa quản lý tồn tại dưới nhiều dạng thức khác nhau với nhiều phạm vi và quy mô khác nhau, từ rộng lớn nhất là phạm vi toàn cầu đến nhỏ hẹp nhất là các doanh nghiệp, các tổ chức, đơn vị tư nhân. Trong phạm vi cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp, văn hóa quản lý tạo ra sự ổn định, phát triển, sự công bằng, tự do, bình đẳng của các thành viên thông qua các chính sách, quy định, nội quy, chiến lược phát triển, thái độ của người lao động, môi trường làm việc... Cơ cấu bộ máy hành chính của các cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp chịu trách nhiệm chế định văn hóa quản lý trong phạm vi kiểm soát của mình.

Nói tới văn hóa quản lý là nói tới trách nhiệm quản lý. Đó là mô hình văn hóa chịu trách nhiệm hay không chịu trách nhiệm, chịu trách nhiệm cá nhân hay trách nhiệm tập thể, chịu trách nhiệm trực tiếp hay trách nhiệm gián tiếp... Nói tới văn hóa quản lý còn là nói tới các lĩnh vực quản lý, ở đây chủ yếu có hai lĩnh vực quản lý nhà nước và quản lý doanh nghiệp. Là nói tới công cụ quản lý, thông thường, chúng ta thấy có hai loại công cụ quản lý chính là quản lý bằng đạo đức - đức trị (quản lý truyền thống bằng kinh nghiệm, bằng tấm gương, bằng các nguyên mẫu...), điều này phổ biến trong xã hội phong kiến; và quản lý bằng pháp luật - pháp trị (tinh thần thượng tôn pháp luật, sống và làm việc theo hiến pháp và pháp luật, mọi hoạt động của các tổ chức, cá nhân đều phải tuân thủ trong khuôn khổ hiến pháp và pháp luật)...

Văn hóa quản lý được biểu hiện cụ thể ở phương pháp quản trị. Cho đến nay, tựu chung chúng ta thấy có những phương pháp quản trị cơ bản, hướng tới hai lĩnh vực quản trị chính là quản trị xã hội và quản trị kinh doanh, đó là (1) Đức trị, quản trị bằng đạo đức, lấy đạo đức làm tiêu chuẩn cao nhất trong tổ

chức, điều hành; (2) Pháp trị, quản trị bằng pháp luật, tất cả phải tuân thủ theo quy định của pháp luật, bất kể thân sơ là yêu cầu cao nhất trong tổ chức, điều hành; và (3) Dân trị, quản trị theo ý chí của nhân dân, tuân thủ nguyên tắc dân chủ, phổ thông đầu phiếu. Hay một cách trình bày khác, người ta chú ý đến hai phương pháp cơ bản hiện nay là Nhân trị, quản trị bằng con người, chỉ sử dụng những người thân thiết, tin tưởng là tiêu chuẩn cao nhất trong tổ chức, điều hành và Kỹ trị, quản trị theo “*công nghệ*”, theo mô hình, hệ thống vạch sẵn, chỉ sử dụng con người đáp ứng được yêu cầu của mô hình hệ thống đã vạch sẵn là tiêu chuẩn cao nhất trong tổ chức, điều hành.

3.1.2. Tri thức văn hóa trong quản lý du lịch

Tri thức văn hóa truyền thống có nhiều yếu tố có tác động trực tiếp tới văn hóa quản lý, như tập quán văn hóa, đạo đức truyền thống và niềm tin tôn giáo. Những hiểu biết, kiến thức về văn hóa truyền thống có tác dụng lớn tới hoạt động quản lý.

+ Tập quán văn hóa truyền thống trong quản lý: Các phong tục, tập quán chi phối mạnh mẽ đối với văn hóa quản lý hiện nay như gia phong, huyết thống, lệ làng, tình nghĩa làng xóm, phép nước. Điều đó thể hiện rõ nét nhất ở ngôn ngữ xưng hô nơi làm việc, khi lại là ngôn ngữ gia đình (anh, chị em, cô dì, chú, bác,...). Bên cạnh những tác động tích cực thì các phong tục, tập quán truyền thống cũng có nhiều điểm tiêu cực: Đã chi phối việc hoạch định chiến lược, chính sách hạn chế do tầm nhìn hạn hẹp, ăn xổi ở thì, dễ thỏa mãn; Truyền thống không có tư duy công nghiệp nên nhịp độ chậm, tầm bao quát hạn chế. Việc tổ chức thực hiện công việc nhiều khi qua loa, đại khái, cả nể, tùy tiện; Việc quản lý nhân sự, dùng người có tính gia đình “*nhất thân nhì thế*”, một người làm quan cả họ được nhờ, sự coi trọng huyết thống “*một giọt máu đào hơn ao nước lã*”; Việc kiểm tra giám sát, đánh giá nhiều khi hình thức, cảm tính, không dứt khoát, chen lẫn công tư. Tập quán văn hóa tiểu nông chi phối mạnh mẽ văn hóa quản lý hiện đại, đã ảnh hưởng không nhỏ tới hiệu quả quản lý.

+ Đạo đức truyền thống trong quản lý chủ yếu là nói tới đạo đức Nho giáo bởi Việt Nam là quốc gia có truyền thống Nho giáo, trọng “*đức trị*” trong quản lý. Những nội dung chính của truyền thống quản lý Nho giáo: Đó là chú trọng phẩm chất đạo đức con người, lòng tốt, tính thiện, chữ tín, củng cố các quan hệ xã hội chuẩn mực từ trên xuống. Đạo đức quản lý đất nước dành cho vua chúa với những yêu cầu cụ thể về “*tu thân, tề gia, trị quốc, bình thiên hạ*”; Đạo đức quản lý trong xã hội phong kiến chỉ dành cho người nam với những phẩm chất cụ thể như: “*tam cương*”, “*ngũ thường*”. Yêu cầu về tận trung với vua, tận hiếu với cha mẹ được đặt lên hàng đầu; Đạo đức quản lý gia đình thường dành cho người nữ với quan niệm “*nội tướng*” chủ việc gia đình với việc đảm bảo được các phẩm chất đạo đức như “*tam tông*”, “*tứ đức*”; Thuyết “*chính danh định phận*” là chủ thuyết quan trọng trong quản trị đất nước, đòi hỏi người nắm vị trí quản lý phải có tài đức phù hợp với vị trí công việc của mình, phải xứng danh

định phận. Những yếu tố tích cực và hạn chế trong quản lý dựa trên tư tưởng “đức trị” cần chú ý:

- Chiến lược quản lý con người dựa trên mục tiêu danh dự, phẩm chất con người. Ổn định trật tự xã hội là mục tiêu tối thượng của quản trị Nho giáo;

- Việc sử dụng con người lấy tiêu chuẩn đạo đức làm đầu đề cao phẩm chất cá nhân người quản lý; nêu cao văn hóa tấm gương; yêu cầu cao về tu dưỡng cá nhân của người quản lý;

- Đánh giá hiệu quả công việc lấy đảm bảo lễ nghĩa, danh dự làm trọng. Kiểm soát công việc dựa trên sự hài hòa của số đông và về phẩm hạnh được bảo toàn dẫn tới bình quân trong đánh giá. Không vi phạm đạo đức là tiêu chuẩn cao nhất, sau đó mới đến hiệu quả công việc;

- Đạo đức quản lý trong du lịch cũng vẫn phải chú trọng những phẩm chất chung của đạo đức quản lý. Tuy nhiên, vẫn chú trọng hơn vào đặc điểm đạo đức nghề nghiệp, đạo đức dùng người, đạo đức kinh doanh, đạo đức môi trường.

+ Niềm tin tôn giáo, tín ngưỡng trong quản lý

Trong văn hóa quản lý cần chú ý tới đức tin, lòng tin bởi nếu không có đức tin và niềm tin thì không thể có văn hóa quản lý chuẩn mực. Nó được thể hiện rõ ở việc ra những mệnh lệnh, việc ban hành những quy định bắt buộc mọi người tuân phục không phải bao giờ cũng là cách tốt nhất trong quản lý nên cần tạo ra sự tin tưởng, hiểu biết, cảm thông giữa người quản lý và người bị quản lý. Niềm tin vào học thuyết chính trị xã hội, học thuyết quản lý xã hội của Nho giáo khiến cho con người tin tưởng và thực hành một cách tự nguyện; Khai thác yếu tố niềm tin Nho giáo về một xã hội Nghiêu – Thuấn để đưa ra những chuẩn mực về tu dưỡng phẩm chất cá nhân, tổ chức trật tự xã hội; Trong tư tưởng “tam giáo” khi tham gia vào việc giải quyết mối quan hệ giữa Con người – Tự nhiên – Xã hội; Khai thác yếu tố niềm tin Phật giáo về một xã hội an lạc để đề cao tính tự giá, tính thiện của con người trong tổ chức quản lý xã hội; Khai thác yếu tố niềm tin Đạo giáo về cái Đạo của tự nhiên để đưa ra những chuẩn mực về hành động hợp quy luật tự nhiên.

+ Tri thức hiện đại trong quản lý là luật pháp. Tri thức hiện đại của văn quản lý có nhiều yếu tố tác động trực tiếp tới văn hóa quản lý được thể hiện rõ trên những mặt sau:

- Các mô hình văn hóa quản lý hiện đại cũng được học tập, tiếp thu để hoàn thiện dần thể chế quản lý ở Việt Nam. Tri thức về khoa học quản lý mới là các chủ thuyết, chủ nghĩa, trường phái, hệ tư tưởng... khác nhau chi phối văn hóa quản lý.

- Tri thức khoa học kỹ thuật, khoa học công nghệ, khoa học nhân văn: đó là vai trò của cuộc cách mạng Internet mang lại những phương pháp, kiểu thức quản lý để chính phủ và các cơ quan quản lý ngày càng đến gần với người dân

hơn, công khai minh bạch hơn, trực tiếp và cởi mở hơn như mô hình “*Chính phủ điện tử*”, “*quản lý điện tử*”, “*kinh doanh điện tử*”, “*thương mại điện tử*”;

- Tri thức thực tiễn, những bài học kinh nghiệm nước ngoài được vận dụng phong phú và đa dạng;

- Tập quán văn hóa quản lý tiên tiến từ các nước văn minh có tính phổ quát dần dần được tiếp thu và được xem như chuẩn mực cho thói quen hành xử trong văn hóa quản lý Việt Nam.

3.1.3. Văn hóa quản lý doanh nghiệp du lịch

Văn hóa quản lý doanh nghiệp du lịch là công tác tổ chức, quản lý của hệ thống các công ty doanh nghiệp du lịch, là quản lý bằng tổ chức bộ máy hành chính của các công ty, doanh nghiệp, là chiến lược phát triển, các quy định cụ thể trong tổ chức, hoạt động của các công ty, doanh nghiệp du lịch.

Văn hóa quản lý doanh nghiệp du lịch dựa trên các quy định của pháp luật, các văn bản pháp quy của nhà nước, các mô hình tổ chức quản lý tiếp thu từ trong và ngoài nước. Nó thể hiện ra ở mô hình tổ chức, kinh doanh của doanh nghiệp du lịch, ở quy mô của doanh nghiệp (doanh nghiệp lớn, doanh nghiệp vừa và nhỏ), ở thành phần của doanh nghiệp du lịch (doanh nghiệp nhà nước, doanh nghiệp dân doanh, doanh nghiệp liên doanh), ở ngành nghề của doanh nghiệp (doanh nghiệp lữ hành, doanh nghiệp lưu trú, doanh nghiệp vận tải...). Mỗi mô hình doanh nghiệp sẽ có văn hóa quản lý tương ứng, phù hợp với tính chất và trình độ của doanh nghiệp.

Văn hóa của nhà quản lý doanh nghiệp du lịch cũng là một phần của văn hóa quản lý doanh nghiệp du lịch. Như đối với mọi nhà quản lý khác, nó đòi hỏi người quản lý doanh nghiệp du lịch phải hội đủ các phẩm chất và yếu tố của một nhà quản lý nói chung nhưng được thể hiện trong lĩnh vực kinh doanh du lịch.

Một số nội dung cụ thể

- Quản lý nhân lực doanh nghiệp du lịch, quản lý con người trong lĩnh vực du lịch (quản lý bằng chế độ chính sách nhà nước, chế độ đãi ngộ, môi trường làm việc);

- Quản lý tài nguyên du lịch (quản lý doanh nghiệp trong việc khai thác và sử dụng tài nguyên du lịch, cả tài nguyên tự nhiên và tài nguyên văn hóa, theo các quy định của pháp luật);

- Quản lý quá trình lao động, sản xuất (quản lý tư liệu sản xuất, công cụ lao động, phương thức và quy trình sản xuất, người lao động trong các doanh nghiệp du lịch);

- Quản lý sản phẩm du lịch của các doanh nghiệp du lịch (quản lý chất lượng sản phẩm, giá trị và giá thành sản phẩm, chế độ chính sách đối với sản phẩm du lịch);

- Quản lý quá trình lưu thông, phân phối hàng hóa của các doanh nghiệp du lịch (quản lý thương hiệu, bán hàng, tuyên truyền quảng bá, hậu mãi...) .

Khác với quản lý nhà nước về du lịch, quản lý doanh nghiệp du lịch là hoạt động lấy mục tiêu kinh doanh thu lợi nhuận, nên để xác định những nội dung của quản lý doanh nghiệp du lịch phải căn cứ vào Luật Doanh nghiệp, được xác định rõ “*doanh nghiệp là tổ chức kinh tế có tên riêng, có tài sản, có trụ sở giao dịch ổn định, được đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật nhằm mục đích thực hiện các hoạt động kinh doanh*”.

Văn hóa quản lý doanh nghiệp du lịch nhằm mục đích đạt tới việc quản lý một cách có văn hóa, tức là đạt tới những chuẩn mực quản lý có tính phổ quát và phù hợp với đặc điểm của doanh nghiệp, mang tính chiến lược, khoa học, toàn diện, dân chủ, minh bạch, công bằng khách quan. Người quản lý doanh nghiệp phải đảm bảo những phẩm chất gương mẫu, quyết đoán, hiệu quả, hiện thực, khả thi, nhân bản, tính người, tính thiện, trách nhiệm, cộng đồng..., và phù hợp với các chuẩn mực quốc tế trong thời kỳ hội nhập thế giới. Văn hóa quản lý đó được thể hiện trong các lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp: Quản lý có văn hóa việc khai thác và sử dụng tài nguyên, quá trình sản xuất hàng hóa, ở đây là xây dựng sản phẩm du lịch, quá trình lưu thông, phân phối, quản lý thị trường, hàng hóa, quản lý tiêu dùng du lịch; bộ máy quản lý có văn hóa về tổ chức, lãnh đạo, điều hành; quản lý có văn hóa đội ngũ lao động, nhân lực có trình độ, kỹ năng, sự phục vụ quản lý có văn hóa môi trường làm việc trong doanh nghiệp du lịch, hình ảnh, thương hiệu doanh nghiệp...

Văn hóa quản lý doanh nghiệp du lịch thể hiện ở cơ cấu tổ chức của một doanh nghiệp du lịch, là hình thức liên kết, tác động của toàn bộ nguồn lực, cơ sở vật chất kỹ thuật và đội ngũ lao động của doanh nghiệp, nhằm đảm bảo sử dụng các nguồn lực này một cách có hiệu quả nhất để đạt được những mục tiêu đặt ra.

Căn cứ vào những cơ sở trên đây, các doanh nghiệp du lịch thường có cơ cấu tổ chức theo ba loại hình cơ bản: đơn giản (trực tuyến), chức năng và hỗn hợp. Mỗi một loại hình đều có ưu điểm và nhược điểm riêng.

** Cơ cấu tổ chức trực tuyến (Simple Structure)*

Đây là hình thức tổ chức cổ điển nhất, phổ biến vào thế kỷ XIX. Hình thức này phù hợp với những doanh nghiệp nhỏ, mới thành lập. Trong cơ cấu tổ chức trực tuyến, người lãnh đạo ra toàn bộ các quyết định trong hoạt động của doanh nghiệp.

Ưu điểm của cơ cấu này là đơn giản, linh hoạt, chi phí quản lý thấp, nhưng nó lại có những điểm yếu như không phát huy được tính sáng tạo của toàn doanh nghiệp, khó áp dụng chuyên môn hóa và do đó sử dụng các nguồn lực của công ty với hiệu suất thấp.

** Cơ cấu tổ chức theo chức năng (Functional Structure)*

Khi doanh nghiệp phát triển, các nhà lãnh đạo không còn đủ khả năng, kỹ năng để thực hiện mọi công việc trong tất cả các lĩnh vực (kế toán, tài chính...) của hoạt động kinh doanh. Nhà lãnh đạo buộc phải thuê (nhờ cậy) đến các chuyên gia trong từng lĩnh vực. Đó là nguyên nhân dẫn đến cơ cấu tổ chức theo chức năng, trong đó các chức năng cơ bản của kinh doanh được thực hiện tới các nhóm chuyên gia trong từng lĩnh vực. Phối hợp giữa các chức năng là yếu tố quan trọng nhất của loại hình cơ cấu tổ chức này.

Những ưu điểm chủ yếu của cơ cấu tổ chức theo chức năng bao gồm: sử dụng có hiệu quả năng lực quản lý và tính sáng tạo của doanh nghiệp; tăng cường sự phát triển chuyên môn hóa; nâng cao chất lượng các quyết định ở các cấp quản lý đặc biệt ở cấp lãnh đạo cao nhất. Tuy vậy, mô hình này vẫn tồn tại những nhược điểm sau: Khó khăn trong việc phối hợp các chức năng khác nhau; khó khăn cho các nhà lãnh đạo giải quyết các mâu thuẫn giữa các chức năng; khó khăn trong việc quy chuẩn hóa hoạt động của doanh nghiệp; chuyên môn hóa quá sâu sẽ ảnh hưởng đến khả năng bao quát của các chuyên gia.

** Cơ cấu tổ chức hỗn hợp (Matrix Structure)*

Cơ cấu tổ chức hỗn hợp được thiết kế nhằm đáp ứng nhu cầu của những dự án lớn đòi hỏi sự phối hợp của hầu hết các bộ phận trong công ty. Cơ cấu này được coi là sự kết hợp giữa hình thức tổ chức theo chức năng với mô hình tổ chức theo sản phẩm của công ty. Trong cơ cấu tổ chức hỗn hợp thường tồn tại hai hệ thống quản lý song song trên cùng một cấp quản lý. Hệ thống quản lý theo chức năng (theo chiều dọc) và hệ thống quản lý dự án (sản phẩm, thị trường...). Các bộ phận chức năng cung cấp các chuyên gia trong các lĩnh vực, còn dự án xây dựng phương án, thời gian hoạt động tài chính... nhằm phối hợp hoạt động của các chuyên gia một cách có hiệu quả nhất.

Loại hình cơ cấu tổ chức này có những ưu điểm sau đây: tăng khả năng hợp tác, thông tin, linh hoạt của các bộ phận trong công ty; sử dụng có hiệu quả hơn năng lực của công ty; tăng khả năng thích ứng với thay đổi của thị trường; tạo động lực cho các chuyên gia phát triển về mọi mặt.

Bên cạnh đó, những hạn chế của cơ cấu tổ chức này bao gồm: có nhiều khả năng xảy ra mâu thuẫn trong các mối quan hệ nội bộ công ty; tốn nhiều thời gian hơn cho các công việc vì phải thực hiện qua nhóm, tổ...; quản lý trở nên phức tạp hơn, đặc biệt là quản lý tài chính, đôi khi xảy ra lãng phí nhân lực. Mặc dù vậy, đây vẫn là hình thức tổ chức phù hợp nhất đối với các dự án quan trọng trong các doanh nghiệp lớn.

Văn hóa quản lý là một lĩnh vực vô cùng quan trọng trong thời đại ngày nay, có vai trò to lớn trong mọi mặt đời sống xã hội, từ quản lý nhà nước tới quản lý doanh nghiệp, từ quản lý vi mô đến quản lý vĩ mô. Văn hóa quản lý du lịch là một bộ phận của văn hóa quản lý, áp dụng trong lĩnh vực du lịch. Nó là mô hình quản lý mang tính lịch sử và tính dân tộc, mang tính phổ quát và tính đặc thù. Văn hóa quản lý du lịch đòi hỏi cả mô hình quản lý và phẩm chất quản

lý phù hợp với tính chất và trình độ phát triển của du lịch. Văn hóa quản lý du lịch phải đi tiên phong trong quá trình hội nhập và phát triển của du lịch Việt Nam, khi nền kinh tế du lịch bước vào thời kỳ toàn cầu hóa. Nó có vai trò quan trọng, có tác dụng thúc đẩy hay kìm hãm sự phát triển của du lịch.

3.2. Văn hóa kinh doanh trong du lịch

3.2.1. Một số khái niệm

3.2.1.1. Văn hóa kinh doanh

Theo cách hiểu phổ biến hiện nay, văn hóa kinh doanh được xác định là một lĩnh vực của văn hóa bao gồm toàn bộ những gì do con người sáng tạo ra trong hoạt động kinh doanh, là một thực thể văn hóa bao gồm tất cả những nguyên tắc và tiêu chí do con người tạo ra trong đời sống kinh doanh. Văn hóa kinh doanh có hai bộ phận:

1) Những thực thể văn hóa được sử dụng trong kinh doanh, những lĩnh vực văn hóa được khai thác, sử dụng trong kinh doanh;

2) Những thực thể văn hóa được hình thành trong kinh doanh, chỉ những mô hình, kiểu thức, phẩm chất, giá trị có tính phù hợp, chuẩn mực được hình thành trong kinh doanh.

Sự phát triển của kinh tế thường được hiểu là sự phát triển của trình độ, năng suất lao động và của cải làm ra. Nhưng mục đích của phát triển kinh tế là vì con người. Sự phát triển của kinh tế không chỉ biểu hiện ở trình độ và năng suất lao động, ở của cải làm ra mà còn được biểu hiện việc người ta làm ra của cải đó như thế nào và sự phân phối của cải phục vụ nhân loại, của cải được phân phối cho số đông hưởng thụ. Đó là chiều hướng tất yếu của phát triển kinh tế nhân văn. Bản chất của văn hóa kinh doanh là vấn đề tính người trong sản xuất của cải và việc phân phối của cải đó. Văn hóa kinh doanh còn là quan điểm, trình độ, kiến thức của con người trong kinh doanh làm sao đạt được mục tiêu tăng trưởng kinh tế và tránh được những nguy cơ tiềm ẩn trong nền kinh tế thị trường, cụ thể là vấn đề khai thác tài nguyên, ô nhiễm môi trường.

Văn hóa kinh doanh du lịch vừa là một bộ phận của văn hóa kinh doanh, cũng vừa là một bộ phận của văn hóa du lịch, phản ánh đặc điểm và tính chất của văn hóa du lịch, nên nó cũng gồm hai bộ phận tương ứng:

1) Những thực thể văn hóa được sử dụng trong kinh doanh du lịch, chỉ những lĩnh vực văn hóa được sử dụng trong kinh doanh ;

2) Những thực thể văn hóa được hình thành trong kinh doanh du lịch, chỉ những mô hình, kiểu thức, phẩm chất giá trị có tính phù hợp và chuẩn mực được hình thành trong kinh doanh du lịch. Văn hóa kinh doanh du lịch có đặc điểm riêng do tính chất ngành nghề quy định, bởi tất cả các yếu tố như tài nguyên du lịch, sản phẩm du lịch, quy trình sản xuất hàng hóa du lịch, thị trường và người tiêu dùng du lịch đều mang tính đặc thù.

Như vậy có thể hiểu: *Văn hóa kinh doanh trong du lịch là những thực thể văn hóa thể hiện chuẩn mực xã hội trong toàn bộ quá trình kinh doanh, đặc biệt là quá trình khai thác, sử dụng các nguồn lực tự nhiên, nguồn lực của hóa chất và nguồn lực con người nhằm đem lại hiệu quả kinh tế tối ưu.*

Những vấn đề được đặt ra đòi hỏi giải quyết, trước thực tiễn xuất hiện nhiều loại hình kinh doanh du lịch khác nhau, là kinh doanh có văn hóa và kinh doanh phi văn hóa, kiếm lợi với mục đích lợi nhuận tối ưu và kiếm lợi với mục đích lợi nhuận tối đa, kinh doanh như một công nghệ, kinh doanh như một ngành kinh tế thuần túy hay kinh doanh như một hành động có văn hóa. Nhìn chung, văn hóa kinh doanh du lịch là một loại văn hóa trong lĩnh vực kinh doanh hay những mô hình kinh doanh có tính văn hóa, tính lịch sử - xã hội cụ thể. Văn hóa kinh doanh du lịch phụ thuộc vào từng lĩnh vực, từng ngành nghề của kinh doanh du lịch. Vì vậy, kinh doanh dịch vụ ăn uống có văn hóa kinh doanh ăn uống; kinh doanh dịch vụ lưu trú du lịch có văn hóa kinh doanh lưu trú phục vụ du khách; kinh doanh vận chuyển khách du lịch cũng có văn hóa kinh doanh vận chuyển phục vụ khách du lịch,...

3.2.1.2. Văn hóa doanh nghiệp

Văn hóa doanh nghiệp là khái niệm dùng để chỉ văn hóa kinh doanh của doanh nghiệp, tức là những chuẩn mực văn hóa được xã hội thừa nhận của toàn bộ quá trình khai thác, sử dụng tài nguyên, sản xuất hàng hóa, lưu thông phân phối hàng hóa, thị trường, khách hàng, người tiêu dùng, lợi nhuận, lợi ích, kiếm lời và việc sử dụng lợi nhuận kiếm được phụng sự xã hội, tái sản xuất sức lao động và làm giàu cho người kinh doanh của các doanh nghiệp.

Theo tổ chức lao động quốc tế: *“Văn hóa doanh nghiệp là sự trộn lẫn đặc biệt các giá trị, tiêu chuẩn, thói quen và truyền thống, những thái độ ứng xử và lễ nghi mà toàn bộ chúng là duy nhất đối với một tổ chức đã biết”*

Trước đây, doanh nghiệp thời bao cấp hoạt động theo cơ chế tập trung, có kế hoạch nên có văn hóa doanh nghiệp riêng, sản xuất kinh doanh theo mô hình quốc doanh thống nhất, nhà nước bảo hộ hoàn toàn, nên hầu như không có cạnh tranh, không có tình trạng phá sản. Doanh nghiệp luôn trong tình trạng bị động, dựa dẫm vào nhà nước. Số lượng và kiểu loại doanh nghiệp rất ít và đơn điệu. Doanh nghiệp thời kinh tế thị trường phải tự chủ và tự chịu trách nhiệm cao, luôn đối diện với nguy cơ phá sản, tính cạnh tranh cao, tính sáng tạo, đổi mới luôn được đặt ra, chi phối toàn bộ quá trình hoạt động, nên vô cùng đa dạng, phong phú về số lượng và kiểu loại. Tuy nhiên, doanh nghiệp nhà nước hiện nay chưa theo kịp sự phát triển của kinh tế thế giới. Xét theo quy mô, hiện nay ở Việt Nam có ba loại doanh nghiệp, đó là doanh nghiệp lớn (các tập đoàn, các tổng công ty), doanh nghiệp vừa và doanh nghiệp nhỏ (chủ yếu là các doanh nghiệp tư nhân).

Mỗi loại doanh nghiệp có văn hóa doanh nghiệp riêng, phù hợp, nhưng về cơ bản, đều phải tuân thủ những nguyên tắc chung nhất trong tổ chức, quản lý,

sản xuất kinh doanh để đảm bảo những chuẩn mực văn hóa tôn trọng con người trên các mặt như: Văn hóa tổ chức quản lý doanh nghiệp, doanh nghiệp có văn hóa; văn hóa trong khai thác, sử dụng tài nguyên, sản xuất ra sản phẩm hàng hóa có chất lượng, mẫu mã, giá cả, đáp ứng thị hiếu; tính đặc thù, có thương hiệu sản phẩm; trình độ văn hóa của doanh nghiệp, trình độ khoa học kỹ thuật, trình độ tư liệu sản xuất, trình độ năng lực sản xuất kinh doanh, lưu thông phân phối, tiếp thị, quảng bá; thu nhập, thái độ với người lao động, đạt chuẩn văn hóa của doanh nghiệp; văn hóa dùng người, đối xử với người lao động; mỗi trường làm việc đạt chuẩn văn hóa trong doanh nghiệp (môi trường tự nhiên, môi trường văn hóa, vệ sinh môi trường, sử dụng chất độc hại, sức khỏe người lao động, an toàn lao động; đời sống tinh thần, phúc lợi doanh nghiệp; trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong bảo vệ môi trường đóng góp cho an sinh xã hội.

Nói tới văn hóa doanh nghiệp là nói tới văn hóa của những tập thể, những đơn vị kinh doanh được tổ chức theo các hình thức khác nhau, phù hợp với đặc điểm của từng loại lĩnh vực sản xuất kinh doanh hàng hóa khác nhau.

Trên cơ sở khái niệm của văn hóa doanh nghiệp có thể hiểu về văn hóa doanh nghiệp du lịch như sau: *“Văn hóa doanh nghiệp du lịch là hệ thống những nhân tố văn hóa được doanh nghiệp chọn lọc, tạo ra, sử dụng và biểu hiện qua hoạt động kinh doanh tạo nên bản sắc kinh doanh của doanh nghiệp du lịch đó”*

3.2.1.3. Đạo đức kinh doanh

Đạo đức kinh doanh là đạo đức trong lĩnh vực kinh doanh. Nó là những chuẩn mực, thông lệ đạo đức dựa trên các nguyên tắc như tôn trọng, công bằng, minh bạch,... nhằm điều chỉnh nhận thức, hành vi, lối sống, cách ứng xử của con người trong kinh doanh, trong các mối quan hệ với xã hội, với tự nhiên, được thực hiện bởi niềm tin cá nhân, bởi truyền thống văn hóa, tôn giáo, và sức mạnh của dư luận xã hội. Đạo đức kinh doanh là một bộ phận của văn hóa. Nó giúp con người kinh doanh có đạo đức, có những phẩm chất chuẩn mực trong quan hệ xã hội, tự nhiên... được thể hiện trong kinh doanh. Đạo đức kinh doanh cũng là cách mà doanh nghiệp tương tác với khách hàng, với các doanh nghiệp khác và chính phủ, cách doanh nghiệp đối xử với nhân viên hay đối phó với dư luận tiêu cực. Đạo đức kinh doanh không phải là một khái niệm mơ hồ, đây là phạm trù đạo đức được vận dụng vào các hoạt động kinh doanh, gắn liền với lợi ích kinh doanh và ảnh hưởng đến sự tồn tại lâu dài của một doanh nghiệp.

Trong lĩnh vực kinh doanh, có đạo đức của cá nhân người kinh doanh, thể hiện trách nhiệm cá nhân với cá nhân, cá nhân với xã hội và với môi trường tự nhiên lại có đạo đức của doanh nghiệp, thể hiện trách nhiệm của doanh nghiệp với cộng đồng xã hội. Cổ nhân nói: *“Phi thương bất phú”* (không kinh doanh thì không giàu). Nhưng cổ nhân cũng nói *“Vi phú bất nhân”* (Làm giàu thì thường bất nhân, không có đạo đức). Đó là điều phổ biến trong kinh doanh mọi thời đại. Đó là nói tới tính chất phi nhân của kinh doanh kiếm lời phi đạo đức. Chế độ phong kiến Nho giáo đề cao đạo đức, đòi hỏi con người trước hết phải có đức.

Thậm chí Nho giáo đòi hỏi làm chính trị bằng đạo đức “*Vi chính dĩ đức thí như Bắc thần, cư kỳ sở nhỏ chúng tinh cùng chi*” (Người làm chính trị bằng đạo đức, như ngôi sao Bắc thần chỉ cần ở yên một chỗ thì các ngôi sao khác sẽ tự quay quần xung quanh – Khổng Tử, Luận ngữ, Vi chính). Và kinh doanh phải có đạo đức. Đó là tư tưởng “*đức trị*” mấy nghìn năm Nho giáo. Hồ Chí Minh nói: “*Người có đức mà không có tài thì làm việc gì cũng khó, còn người có tài mà không có đức là đồ bỏ đi*”. Những người chủ trương đề cao đức trị đòi hỏi con người trước hết phải “*tu thân*”, phải có đủ các phẩm chất “*nhân, nghĩa lễ, trí, tín*”, rồi mới có thể quản trị đất nước. Đó phải là con người “*cần, kiệm, liêm, chính, chí công vô tư*”, là người “*dĩ công vi thượng*”... Nho giáo không khuyến khích làm giàu. Kinh doanh chỉ vừa đủ. Vì thế, trong phân tầng xã hội, doanh nhân đứng vị trí cuối cùng trong bảng xếp hạng “*sĩ, nông, công, thương*”. Điều này, có mặt tốt là xây dựng một xã hội trong sạch, liêm chính, nhưng có mặt chưa tốt là tình trạng nghèo nàn, lạc hậu về của cải vật chất. Trái lại, chủ nghĩa tư bản, nền kinh tế thị trường đề cao làm giàu, đề cao kiếm tiền. Doanh nhân thường đứng ở vị trí cao nhất trong xã hội. Người nào sở hữu tư bản càng nhiều thì uy tín xã hội càng nhiều. Sức mạnh của của cải, của đồng tiền quyết định mọi thứ. Đồng tiền là thước đo giá trị con người. Một được của phát triển kinh tế thị trường, của kinh doanh là đem lại đời sống vật chất đầy đủ cho con người, là thỏa mãn nhu cầu vật chất của nhân loại, nhưng mặt chưa tốt của nó là vì tiền, người ta có thể bất chấp tất cả, có thể hủy hoại xã hội, hủy hoại những giá trị cao quý của người, chà đạp lên các giá trị văn hóa.

Đạo đức mà không có kinh doanh (kinh tế) là đạo đức đói nghèo (bần nhi lạc – nghèo nhưng vui). Nhưng hiện nay, con người ta không thể chấp nhận tình trạng nghèo nhưng vui đó. Con người mong muốn no đủ, mong muốn giàu có nhưng vui vẻ, hạnh phúc. Nhưng làm giàu bất chấp và bất chính, chà đạp lên đồng loại là làm giàu vô đạo, phi nhân. Kinh doanh không có đạo đức chính là tội ác. Trong thời kỳ kinh tế thị trường ở nhiều nơi trên thế giới, chúng ta thấy có hiện tượng, xã hội càng giàu có thì tình trạng vô đạo càng rõ rệt, lòng tốt, lòng trung thực, sự cao thượng, vị tha... càng hiếm hoi. Chính vì vậy, nhu cầu đặt ra là phải xây dựng được những giá trị của đạo đức kinh doanh, như một biểu hiện quan trọng nhất của văn hóa kinh doanh. Con người phải có quyền thụ hưởng đời sống vật chất nó đủ (như ai cũng có quyền sở hữu chiếc Lexus), nhưng con người cũng phải có được một tâm hồn trong sáng, cao thượng một đời sống tinh thần, văn hóa lành mạnh, phải có tình người, lòng yêu thương, sự hi sinh, vị tha... (như ai cũng phải có bóng mát của cây ô liu trong tâm hồn mình). Đạo đức kinh doanh giúp cho việc điều tiết hài hòa mỗi xung đột khốc liệt này.

Vai trò của đạo đức kinh doanh không chỉ nâng cao lòng trung thành, tinh thần cống hiến của nhân viên và gắn kết đội ngũ quản lý. Đạo đức kinh doanh còn có thể giúp một doanh nghiệp trường tồn về lâu dài.

- Điều chỉnh hành vi của doanh nghiệp: Kiểm soát hành vi của doanh nghiệp, ngăn chặn tổ chức làm việc trái với những chuẩn mực đạo đức chung.

- Nâng cao thương hiệu doanh nghiệp: Một tổ chức hoạt động với đạo đức kinh doanh sẽ giúp họ tạo dựng sự tin tưởng của khách hàng và các đối tác. Trên thực tế, khách hàng thường chỉ muốn tìm đến những đối tác uy tín, minh bạch để hợp tác lâu dài.

- Góp phần mang đến xã hội văn minh: Khi tổ chức áp dụng các quy tắc đạo đức kinh doanh, các tệ nạn như sử dụng lao động trẻ em, quấy rối tình dục nhân viên, cạnh tranh quá mức nơi làm việc... sẽ được loại bỏ.

- Nâng cao năng suất và hiệu quả làm việc nhóm: Đạo đức kinh doanh giúp các nhân viên sớm cởi mở và hòa nhập với nhau nhanh hơn, nhờ đó năng suất làm việc nhóm được nâng cao. Đồng thời giúp nhân viên nhận ra giá trị của mình phù hợp với tổ chức và có thể cống hiến lâu dài cho doanh nghiệp.

- Tránh bị phạt: Đạo đức kinh doanh giúp các doanh nghiệp tránh các hành vi vi phạm pháp luật. Nhờ đó tránh các cáo buộc, bê bối hay hình phạt của pháp luật.

3.2.1.4. Văn hóa kinh doanh du lịch

Nền văn hóa kinh doanh là nền văn hóa nhằm đạt tới mục đích xây dựng cơ chế, mô hình kinh doanh có văn hóa, tức là kinh doanh đạt tới chuẩn mực xã hội về chân – thiện – mỹ, đạt tới việc tôn trọng và tôn vinh con người. Đó là nền kinh doanh tôn trọng và tạo dựng các giá trị văn hoá cao đẹp, tôn trọng nhân tính, xây dựng xã hội đạt tới nhân tính bằng hàng hóa và tiêu dùng hàng hóa, thỏa mãn nhu cầu con người và giải phóng mọi sự trói buộc đối với con người. Đó cũng là đích hướng tới của việc xác định bản chất con người và văn hoá, bản chất của chủ nghĩa nhân văn trong kinh doanh, trong thương trường... Nó biến nơi được xem là “*chiến trường*”, nơi “*cá lớn nuốt cá bé*”, “*khôn sống mông chét*” thành nơi có thể tự do cạnh tranh và hợp tác phát triển.

Kinh doanh có văn hóa đề cao chủ nghĩa nhân văn trong lịch sử, xây dựng nhân loại phát triển tốt đẹp, hài hòa, chung sống hài bình, là hướng tới việc tạo dựng một chủ nghĩa nhân văn môi trường tôn trọng môi trường tự nhiên và văn hóa, bảo vệ môi trường nguyên của các dân tộc. Kinh doanh có văn hóa đòi hỏi một thủ chủ nghĩa nhân văn thương mại, điều hoà xã hội, tôn trọng con người Lợi ích đem lại từ kinh doanh, thương mại không chỉ vì mục đích nhân, mà còn phải mang tính cộng đồng, tính xã hội, thể hiện qua trách nhiệm, nghĩa vụ xã hội của kinh doanh. Kinh doanh có văn hoá tạo ra sự phát triển xã hội hài hoà, bền vững, điều tiết các mâu thuẫn, các xung đột lợi ích giữa cá nhân – cá nhân, cá nhân – xã hội, nhóm lợi ích – cộng đồng bộ phận – toàn thể, trước mắt – lâu dài... Nói tới kinh doanh có văn hóa là nói tới phẩm chất nhân văn của toàn bộ quá trình khai thác sử dụng tài nguyên, quá trình sản xuất hàng hóa, sử dụng lao động lưu thông phân phối hàng hóa, trách nhiệm với người tiêu dùng và môi trường xã

hội, trong đó có cả môi trường tự nhiên và môi trường văn hóa, nhằm phát triển bền vững.

Các vấn đề cần lưu ý khi nói tới nền kinh doanh có văn hóa, là phải chú ý tới sự khác biệt của văn hóa kinh doanh trong các xã hội khác nhau, trong các nền văn hoá khác nhau, cũng như tính hai mặt của văn hoá (cái văn hoá tiềm ẩn trong nhận thức và cái văn hoá hiển lộ trong hành động, hành vi), đối với việc thực hiện văn hóa kinh doanh, nhất là trong các nước đang phát triển.

Mục đích của kinh doanh có văn hoá là đảm bảo hài hòa mục đích kiếm lời và đảm bảo tính người. Nếu kinh doanh chỉ có mục đích kiếm tiền thì sẽ làm tàn huỷ xã hội, nên nó còn mang mục đích

Những bài học đắt giá về việc khai thác tài nguyên tự nhiên không có kiểm soát tốt để kiếm lời gây nên nạn phá rừng, hạn hán, mất mùa, lũ lụt, đói kém, và nhiều vấn đề xã hội khác.

3.2.1.5. Tập quán kinh doanh

Sự tiếp thu văn hóa thế giới trong thời hiện đại, tính từ khi người Pháp đặt chân lên đất Việt Nam, đã tạo nên những phong tục, tập quán văn hóa mới ảnh hưởng phương Tây. Và sau đó, là sự tiếp thu văn hóa và các phong tục, tập quán của các nền văn hóa có tác động ảnh hưởng tới Việt Nam như Liên Xô, Trung Quốc hiện đại, Mỹ, và nhiều nước khác. Tất cả các lĩnh vực văn hóa như ăn, mặc, ở, đi lại, tiêu dùng lao động sản xuất, văn hóa vũ trang, tôn giáo tín ngưỡng... đều có những tập quán mới được tiếp thu và lưu truyền trong đời sống xã hội.

Đồng thời cũng hình thành những tập quán mới trong kinh doanh mới. Người Việt học theo những thói quen kinh doanh mới của Pháp (giai đoạn 1858 – 1945), của Liên Xô, Trung Quốc (1954 – 1975)... Từ năm 1975 đến nay thì việc học tập các tập quán này theo hướng đa phương nhưng nói nhiều theo chiều hướng phương Tây. Chúng ta thấy dần hình thành những thói quen kinh doanh mới trên toàn bộ quá trình từ khai thác, sử dụng tài nguyên đến sản xuất hàng hóa, từ lưu thông, phân phối đến tiêu dùng... Điều này thể hiện tính phổ quát của văn hóa kinh doanh khi Việt Nam gia nhập WTO.

Hầu hết các mặt hoạt động kinh doanh đều chịu tác động của tập quán kinh doanh mới, như tổ chức, quản lý, kiến trúc, các hình thức hoạt động các phương thức thực hiện... Những thay đổi còn bản về tập quán kinh doanh có thể thấy rất rõ, như thay đổi về quy mô kinh doanh, mức độ, phạm vi kinh doanh, tính chất, đặc điểm, chất lượng hình thức, quy cách... kinh doanh. Trong đó, không khó nhận thấy sự xung đột giữa truyền thống – hiện đại, cũ – mới, nội sinh – ngoại lai, đặc thù - phổ quát, quốc gia – quốc tế... Nhưng nhìn chung, quá trình hội nhập và phát triển kinh tế theo hướng toàn cầu hóa đã trở thành quy luật tất yếu, vì vậy các tập quán kinh doanh cũ cũng dần thay đổi cho thích nghi,

những gì không thích nghi được sẽ dần bị loại bỏ khỏi hoạt động kinh doanh. Tập quán văn hóa kinh doanh truyền thống tồn tại song song với tập quán văn hóa kinh doanh mới, và dần từng bước bị thu hẹp ảnh hưởng tại các đô thị. Tiêu biểu cho tập quán kinh doanh mới mang tính toàn cầu là kinh doanh điện tử, và một biểu hiện cụ thể của nó là thương mại điện tử, như là một trong những kết quả của cuộc cách mạng Internet làm rung chuyển toàn cầu. Và nhất là xu hướng “*vạn vật kết nối*” (internet of things) như một tất yếu lịch sử của văn hóa kinh doanh.

Kinh doanh điện tử, hay còn gọi là “eBusiness” hoặc “e-business” (viết tắt từ chữ Electronic business), hay Kinh doanh trên Internet, có thể được định nghĩa như là một ứng dụng thông tin và công nghệ liên lạc (ITC) trong sự hỗ trợ của tất cả các hoạt động kinh doanh. Các phương thức kinh doanh điện tử cho phép các công ty liên kết các hệ thống xử lý dữ liệu bên trong và bên ngoài một cách hiệu quả và mềm dẻo, để hoạt động gần gũi hơn với nhà cung cấp và đối tác, và để làm thỏa mãn hơn nhu cầu và mong đợi của khách hàng công ty kinh doanh điện tử liên quan đến các quá trình doanh nghiệp trong toàn bộ chuỗi dây chuyền giá trị: mua bán điện tử, quản lý dây chuyền cung ứng, quá trình đặt hàng điện tử, quản lý. Các chuẩn kỹ thuật áp dụng cho kinh doanh điện tử tạo điều kiện thuận lợi cho việc trao đổi dữ liệu giữa các công ty. Các giải pháp phần mềm kinh doanh điện tử cho phép tích hợp các quy trình kinh doanh liên hoàn nội bộ.

Thương mại điện tử, e-commerce hay EC, là sự mua bán sản phẩm hay dịch vụ trên các hệ thống điện tử như internet và cách mạng máy tính. Thương mại điện tử dựa trên một số công nghệ như chuyển tiền điện tử, quản lý chuỗi dây chuyền cung ứng, tiếp thị internet, giao dịch trực tuyến, trao đổi dữ liệu điện tử (EDI), quản lý hàng tồn kho... và các hệ thống tự động thu thập dữ liệu. Thương mại điện tử thông thường được xem ở các khía cạnh của kinh doanh điện tử (e-business). Nó cũng bao gồm việc trao đổi dữ liệu tạo điều kiện thuận lợi cho các nguồn tài chính và các khía cạnh thanh toán của việc giao dịch kinh doanh. E-commerce có thể được phân chia thành: E-tailing (bán lẻ trực tuyến) hoặc “*cửa hàng ảo*” trên website với các danh mục trực tuyến, đôi khi được gom thành các “*trung tâm mua sắm ảo*”; việc thu thập và sử dụng dữ liệu cá nhân thông qua các địa chỉ liên lạc web; trao đổi dữ liệu điện tử (EDI), trao đổi dữ liệu giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp; Email và fax và cách sử dụng chúng như là phương tiện cho việc tiếp cận và thiết lập mối quan hệ với khách hàng; việc mua và bán giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp; bảo mật các giao dịch kinh doanh...

Theo Tổ chức thương mại thế giới (WTO), “*thương mại điện tử bao gồm việc sản xuất, quảng cáo bán hàng và phân phối sản phẩm được mua bán và thanh toán trên mạng Internet, nhưng được giao nhận một cách hữu hình, cả các sản phẩm giao nhận cũng như những thông tin số hoá thông qua mạng Internet*”. Theo Ủy ban châu Âu: “*Thương mại điện tử có thể định nghĩa chung*

là sự mua bán, trao đổi hàng hóa hay dịch vụ giữa các doanh nghiệp gia đình, cá nhân, tổ chức tư nhân bằng các giao dịch điện tử thông qua mạng internet hay các mạng máy tính trung gian (thông tin liên lạc trực tuyến). Thuật ngữ bao gồm việc đặt hàng và dịch thông qua mạng máy tính, nhưng thanh toán và quá trình vận chuyển hàng hay dịch vụ cuối cùng có thể thực hiện trực tuyến hoặc bằng phương pháp thủ công". Du lịch là một trong những ngành kinh tế áp dụng thương mại điện tử phổ biến nhất hiện nay.

3.2.2. Vai trò của văn hóa và kinh doanh du lịch

3.2.2.1. Vai trò của văn hóa đối với kinh doanh du lịch

Nhìn chung trong hoạt động kinh doanh, văn hóa có vai trò rất to lớn, thể hiện cụ thể trên những nội dung sau:

- Đưa văn hoá vào trong kinh doanh để tạo nên kinh doanh có văn hoá, có nhân tính. Mục tiêu của kinh doanh là đem lại chất lượng cuộc sống, đem lại hạnh phúc cho con người hướng con người tới một thế giới có giá trị nhân văn cao hơn, chân – thiện – mỹ hơn. Văn hóa là mục đích hướng tới của kinh doanh.

- Văn hóa là những chuẩn mực xã hội, như phẩm chất đạo đức, tính lương thiện, tính cộng đồng, trách nhiệm xã hội, mối quan tâm tới người khác... Văn hóa có vai trò to lớn trong việc đánh thức lương tâm, trách nhiệm của người kinh doanh, nó giúp cho việc điều tiết hài hoà quyền lợi giữa các bên: nhà đầu tư – nhà sản xuất - nhà kinh doanh – khách hàng – cộng đồng xã hội.

- Văn hoá là những chuẩn mực về cái đẹp, cái tốt, cái cao cả... Nó có tác động rất lớn tới quá trình khai thác tài nguyên, sản xuất sản phẩm, kinh doanh, giúp cho nâng cao chất lượng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của kinh doanh để phục vụ con người tốt nhất.

- Mục tiêu chung của kinh doanh là nâng cao chất lượng cuộc sống. Nhưng chất lượng cuộc sống không chỉ được xác định bằng của cải vật chất bằng đời sống kinh tế mà còn được xác định bằng chất lượng văn hóa của của cải vật chất, của nền kinh tế. Con người thủ thực sự hạnh phúc khi được sử dụng hàng hóa có văn hóa, mang tính người, tôn trọng con người và cộng đồng.

- Đối với kinh doanh du lịch, vai trò của văn hóa còn to lớn hơn, vì văn hóa trực tiếp tham gia vào kinh doanh du lịch, ở tài nguyên và sản phẩm du lịch, ở dịch vụ du lịch có tính văn hóa, ở chất lượng và yếu tố văn hóa trong kinh doanh du lịch. Không có tài nguyên văn hóa thì không có sản phẩm du lịch, không có kinh doanh du lịch; không có dịch vụ có tính văn hóa. Văn hóa tham gia trực tiếp vào toàn bộ quá trình kinh doanh du lịch, có tác động thúc đẩy hay kìm hãm sự phát triển của kinh doanh du lịch.

3.2.2.2. Vai trò của kinh doanh du lịch đối với văn hóa

Kinh doanh du lịch cũng có vai trò quan trọng đối với văn hóa. Kinh doanh nói chung, kinh doanh du lịch nói riêng có vai trò đối với sự tồn tại và phát triển của các nền văn hóa, được thể hiện trên những mặt sau:

- Kinh doanh du lịch tạo điều kiện cho bảo vệ và phát triển văn hoá. Nhiều di sản văn hóa quá khứ được bảo tồn, tôn tạo để tạo nên sản phẩm du lịch nhỏ vào đầu tư phát triển du lịch. Nhiều giá trị văn hóa hiện đại được khai thác để tạo nên sức hấp dẫn du lịch. Nguồn vốn, nhân lực do kinh doanh du lịch mang lại góp phần vào bảo vệ và phát huy văn hóa.

- Kinh doanh du lịch là động lực cho việc bảo vệ và phát triển văn hoá. Vì có kinh doanh du lịch thì môi trường xã hội thuận lợi hơn, có các điều kiện giao lưu, hợp tác văn hóa quốc tế và khu vực Văn hóa không chỉ tồn tại tự nó mà nó còn trở thành yếu tố quan trọng của sản phẩm, hàng hóa du lịch được quan tâm gìn giữ, phát huy để đem lại nguồn lợi vật chất cho xã hội.

- Kinh doanh du lịch tham gia vào việc điều tiết nền văn hóa cho con người. Những giá trị văn hóa cổ xưa và hiện đại được chú theo nhu cầu phát triển kinh tế, nhu cầu nâng cao đời sống vật chất ý bảo vệ và phát huy hợp lý, có cơ hội phát triển thuận lợi trong đời sống hiện tại. Kinh doanh du lịch góp phần tạo nên sự hài hoà giữa nhu cầu vật chất và nhu cầu tinh thần của con người. Con người không chỉ được sống trong một môi trường văn hóa lành mạnh sung sướng mà còn được thụ hưởng một đời sống vật chất đầy đủ hơn do chính văn hóa của mình mang lại.

- Trong kinh doanh du lịch, vai trò của kinh doanh đối với văn hóa còn to lớn hơn, vì kinh doanh trực tiếp tham gia vào khai thác tài nguyên văn hóa, trực tiếp tạo ra sản phẩm du lịch từ văn hóa, trực tiếp tạo ra các dịch vụ du lịch từ văn hóa, hay trực tiếp thể hiện chất lượng và yếu tố văn hóa trong kinh doanh. Không có hoạt động kinh doanh du lịch nào không sử dụng tài nguyên văn hóa trong việc tạo ra sản phẩm du lịch, không có hoạt động kinh doanh du lịch nào không có dịch vụ có tính văn hóa do con người tạo ra. Kinh doanh du lịch trực tiếp tác động vào văn hóa trong toàn bộ quá trình hoạt động của mình, từ khai thác tài nguyên, sản xuất hàng hóa, lưu thông phân phối, thị trường, khách hàng. Kinh doanh du lịch cũng có tác động tới việc bảo vệ và phát huy văn hóa trong đời sống hôm nay.

❖ TÓM TẮT CHƯƠNG 3

Trong chương này, một số nội dung chính được giới thiệu:

- Văn hóa quản lý trong du lịch: khái niệm, tri thức văn hóa, văn hóa quản lý doanh nghiệp du lịch

- Văn hóa kinh doanh trong du lịch: Khái niệm, nội dung của văn hóa kinh doanh, văn hóa doanh nghiệp, đạo đức, tập quán kinh doanh

- Vai trò của văn hóa và kinh doanh du lịch.

❖. CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 3

1. Phân tích các đặc điểm của văn hóa quản lý doanh nghiệp du lịch. Cho ví dụ minh họa.

2. Trình bày vai trò của văn hóa đối với kinh doanh du lịch. Liên hệ thực tế tại Việt Nam.

3. Trình bày những tập quán văn hóa mới và tập quán kinh doanh mới. Liên hệ thực tế các doanh nghiệp du lịch tại Việt Nam.

Chương 4. BẢO TỒN CÁC GIÁ TRỊ VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH

❖ GIỚI THIỆU CHƯƠNG 4

Chương 4 là chương giới thiệu về vấn đề về bảo tồn các giá trị văn hóa trong phát triển du lịch: Khái niệm, yêu cầu bảo tồn, nguyên tắc bảo tồn; Phương pháp bảo tồn văn hóa; và công tác tổ chức, quản lý, quy hoạch du lịch gắn với công tác bảo tồn văn hóa. Giúp người học có được kiến thức nền tảng và dễ dàng tiếp cận nội dung môn học ở những môn tiếp theo.

❖ MỤC TIÊU MÔN HỌC

** Về kiến thức*

+ Nhận dạng được khái niệm và các nội dung có liên quan về bảo tồn, yêu cầu và nguyên tắc khai thác, phương thức bảo tồn văn hóa trong kinh doanh du lịch; Tổ chức, quản lý, quy hoạch du lịch gắn với bảo tồn các giá trị văn hóa

+ Diễn tả được tầm quan trọng của công tác bảo tồn và phát triển văn hóa trong kinh doanh du lịch.

** Về kỹ năng*

+ Khả năng nhận thức được tầm quan trọng của kỹ năng thu thập, xử lý và lựa chọn và trình bày thông tin.

+ Vận dụng được các nội dung về nguyên tắc, yêu cầu, phương thức bảo tồn và tổ chức quản lý, quy hoạch du lịch khi nghiên cứu các môn: Thực hành thuyết minh, Thực hành hướng dẫn du lịch và thực hành quản trị doanh nghiệp vụ lịch.

+ Lựa chọn được các phương thức bảo tồn văn hóa tại các điểm có di sản văn hóa.

+ Lựa chọn được cách thức tổ chức, quản lý, quy hoạch và phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch gắn với bảo tồn văn hóa.

** Về năng lực tự chủ và chịu trách nhiệm*

+ Chịu trách nhiệm trong việc vận dụng kiến thức, kỹ năng trong thực tiễn khai thác di sản văn hóa trong hoạt động kinh doanh du lịch.

+ Ý thức được tầm quan trọng của công tác bảo tồn các di sản văn hóa trong quản lý và kinh doanh du lịch.

- + Tiếp nhận tốt các yêu cầu, nhiệm vụ trong thực hiện nhiệm vụ bài học được giao.
- + Tuân thủ tốt các nội quy, quy định về công tác bảo tồn tại các di tích lịch sử văn hóa.

❖ PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP CHƯƠNG 4

- *Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận và bài tập chương 4 (cá nhân hoặc nhóm).*

- *Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (chương 4) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận và bài tập tình huống chương 4 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.*

❖ ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 4

- *Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng:* Không
- *Trang thiết bị máy móc:* Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác
- *Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu:* Chương trình môn học, giáo trình, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.
- *Các điều kiện khác:* Không có

❖ KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG 4

- **Nội dung:**
 - + *Kiến thức:* Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức
 - + *Kỹ năng:* Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.
 - + *Năng lực tự chủ và trách nhiệm:* Trong quá trình học tập, người học cần:
 - + *Nghiên cứu bài trước khi đến lớp*
 - + *Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.*
 - + *Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.*
 - + *Nghiêm túc trong quá trình học tập.*
- **Phương pháp:**
 - + *Điểm kiểm tra thường xuyên:* không có
 - + *Kiểm tra định kỳ lý thuyết:* 01 bài kiểm tra theo hình thức tự luận

❖ NỘI DUNG CHƯƠNG 4

4.1. Khái niệm, yêu cầu, nguyên tắc bảo tồn các giá trị văn hóa

Du lịch là ngành kinh tế khai thác các tài nguyên văn hóa, các di sản văn hóa để tạo ra sản phẩm du lịch phục vụ nhu cầu tiêu dùng của du khách, cũng như phục vụ hoạt động kinh doanh du lịch của doanh nghiệp. Trong quá trình kinh doanh du lịch, các tài nguyên du lịch, các di sản văn hóa luôn chịu những tác động cả tích cực và tiêu cực do con người tạo ra, luôn có nguy cơ bị mai một, bị biến dạng hay bị tàn phá. Đứng trước thực tế đó, bảo vệ văn hóa trở thành nhiệm vụ vô cùng quan trọng không phải chỉ của ngành văn hóa, mà còn của cả ngành du lịch. Bảo vệ văn hóa trong du lịch là một nội dung không thể thiếu của văn hóa du lịch, cũng như của khoa học du lịch. Bảo vệ văn hóa, trong đó có việc bảo vệ các di sản văn hóa truyền thống, bảo vệ các giá trị văn hóa xã hội hiện đại, cũng như môi trường văn hóa xã hội là nhiệm vụ ngành du lịch. Bởi vì, du lịch muốn phát triển phải nhờ vào nguyên văn hóa và các giá trị văn hóa của xã hội. Nếu không có văn hóa thì không có du lịch. Hơn nữa, văn hóa là tất cả những gì do con người tạo ra, là sự thể hiện bản chất xã hội loài người, không có hoạt động du lịch nào nằm ngoài văn hóa, nằm ngoài những sáng tạo của con người, cho nên việc bảo vệ văn hóa cũng chính là để bảo vệ và phát triển du lịch.

Trong hoạt động du lịch có sự tham gia của tất cả các lĩnh vực văn hóa. Chúng ta có thể thấy được sự tham gia trực tiếp của các lĩnh vực chủ yếu như văn hóa ăn, văn hóa mặc, văn hóa ở, văn hóa đi lại, văn hóa tiêu dùng, văn hóa giao tiếp ứng xử, văn hóa lao động sản xuất... trong du lịch. Chúng ta cũng thấy có sự tham gia của hầu hết các thành tố văn hóa từ hữu thể như kiến trúc, điêu khắc, mỹ thuật, ẩm thực... đến các thành tố văn hóa vô thể như tôn giáo, tín ngưỡng, phong tục, tập quán, lễ hội, văn học, nghệ thuật biểu diễn, nghề thủ công truyền thống... vào việc tạo dựng các sản phẩm du lịch. Dường như không ở đâu trong hoạt động du lịch không có sự hiện diện của văn hóa, dù cách này hay cách khác, dù mức độ này hay mức độ khác, dù đó là trong dịch vụ ăn uống, dịch vụ lưu trú, dịch vụ vận chuyển khách, dịch vụ thuyết minh, hướng dẫn, hay dịch vụ vui chơi giải trí... Bất luận thế nào, văn hóa như một cái phổ rộng lớn bao trùm lên mọi hoạt động của du lịch. Vì thế có thể nói rằng, đứng ở một góc độ nhất định, đã nói tới du lịch là nói tới du lịch văn hóa.

Đồng thời, chúng ta cũng thấy sự tác động qua lại của du lịch đối với văn hóa, theo cả hai chiều hướng, tích cực và tiêu cực. Tác động tích cực của du lịch là giúp cho văn hóa có điều kiện để bảo tồn và tăng sức ảnh hưởng, tác động tiêu cực là có nguy cơ ảnh hưởng tới những giá trị vốn có của văn hóa. Điều này đã được thấy rõ trong mối quan hệ giữa kinh tế và văn hóa. Những mặt tích cực của văn hóa là điều dễ thấy, và vai trò lớn nhất của văn hóa là ở chỗ tạo nên nguồn tài nguyên du lịch vô cùng đa dạng, phong phú và hấp dẫn. Trong các tài nguyên du lịch văn hóa, vai trò rõ rệt nhất, trực tiếp nhất, phổ biến nhất là sự góp mặt của các di tích lịch sử văn hóa và các lễ hội truyền thống trong việc tạo ra các sản phẩm du lịch văn hóa. Hai loại di sản văn hóa này có khả năng khai

thác phục vụ du lịch nhiều nhất, hiệu quả nhất, trở thành hai loại sản phẩm du lịch quan trọng nhất, hấp dẫn nhất ở Việt Nam. Và thông qua hai loại sản phẩm du lịch văn hóa này, chúng ta có thể phần nào thấy được những tác động của du lịch và thực trạng của việc bảo vệ văn hóa trong phát triển du lịch hiện nay.

4.1.1. Khái niệm bảo tồn các giá trị văn hóa

Có nhiều khái niệm, định nghĩa về thuật ngữ “bảo tồn” và bảo tồn di sản văn hóa.

Bảo tồn di sản (heritage preservation) được hiểu như là các nỗ lực nhằm bảo vệ và giữ gìn sự tồn tại của di sản theo dạng thức vốn có của nó.

Bảo tồn là bảo vệ và giữ gìn sự tồn tại của sự vật hiện tượng theo dạng thức vốn có của nó. Bảo tồn là giữ lại, không để mất đi, không để bị thay đổi, biến hóa hay biến thái.

Đối tượng bảo tồn (tức là các giá trị di sản văn hóa vật thể và phi vật thể) cần thỏa mãn hai điều kiện:

Một là, nó phải được coi là tinh hoa, là một giá trị đích thực được thừa nhận minh bạch, không có gì phải hồ nghi hay bàn cãi.

Hai là, nó phải hàm chứa khả năng, chí ít là tiềm năng, đứng vững lâu dài với thời gian, là cái giá trị của nhiều thời (tức là có giá trị lâu dài) trước những biến đổi tất yếu về đời sống vật chất và tinh thần của con người, nhất là trong bối cảnh nền kinh tế thị trường và quá trình toàn cầu hóa đang diễn ra cực kỳ sôi động.

Có nhiều quan điểm khác nhau bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hoá. Nhưng trên thế giới vẫn tựu trung 2 quan điểm như sau: Bảo tồn nguyên vẹn và bảo tồn trên cơ sở kế thừa.

Quan điểm bảo tồn nguyên vẹn còn được hiểu là bảo tồn trong dạng tĩn. Đối với di sản văn hóa vật thể, bảo tồn nguyên vẹn là vận dụng thành quả khoa học kỹ thuật công nghệ cao, hiện đại đảm bảo giữ nguyên trạng hiện vật như vốn có về kích thước, vị trí, chất liệu, đường nét, màu sắc, kiểu dáng. Khi cần phục nguyên, cần sử dụng hiệu quả các phương tiện kỹ thuật như: đồ họa kỹ thuật vi tính công nghệ 3D theo không gian ba chiều, chụp ảnh, băng hình *video*, xác định trọng lượng, thành phần chất liệu của di sản văn hóa vật thể. Sau khi bảo tồn nguyên vẹn, phải so sánh đối chiếu số liệu với nguyên mẫu đã được lưu giữ chi tiết để không làm biến dạng.

Đối với di sản văn hóa phi vật thể, bảo tồn nguyên vẹn là điều tra sưu tầm, thu thập các dạng thức văn hóa phi vật thể như nó hiện có theo quy trình khoa học nghiêm túc chặt chẽ, giữ chúng trong sách vở, các ghi chép, mô tả bằng băng hình (*video*), băng tiếng (*audio*), ảnh... Tất cả các hiện tượng văn hóa phi vật thể này có thể lưu giữ trong các kho lưu trữ, các viện bảo tàng.

Quan điểm bảo tồn nguyên vẹn được nhiều nhà nghiên cứu áp dụng trong việc bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa. Từ giữa tháng 4/2017, một nhóm chuyên gia Ấn Độ và nhà nghiên cứu Việt Nam thực hiện đợt cao điểm khai quật và trùng tu tháp K, tháp H trong vùng lõi quần thể Di sản văn hóa thế giới Mỹ Sơn tại xã Duy Phú, huyện Duy Xuyên, tỉnh Quảng Nam. Trong quá trình khai quật, nhóm chuyên gia đã phát hiện một con đường cổ dẫn vào tháp. Theo quan sát, tuyến đường cổ vừa mới phát lộ từ phía sau tháp K rộng khoảng 10m, nằm giữa 2 bờ tường dẫn song song với nhau. Bờ tường dẫn mỗi bên rộng 0,6m, móng tường dẫn nằm sâu cách mặt đất khoảng 1m, được xây bằng gạch gạch nung và phụ gia kết dính đặc biệt, nhiều đoạn tường dẫn còn khá nguyên vẹn.

Để bảo tồn di sản quý giá này, thay vì chỉ thực hiện trùng tu tháp K, các chuyên gia Ấn Độ và Việt Nam thống nhất phương án cùng lúc thực hiện song song hai nhiệm vụ vừa trùng tu chống đỡ ngã cho tháp K, vừa trùng tu, bảo tồn đoạn đầu của con đường và hai tường dẫn khoảng 50m. Việc trùng tu được thực hiện trên quan điểm bảo tồn nguyên vẹn nhất các giá trị cổ xưa của di sản, do vậy tất cả mọi thứ từ vật liệu, kiến trúc của di tích đến những phát hiện mới trong quá trình khai quật đều được các chuyên gia đánh dấu và bảo quản cẩn thận.

Với quan điểm bảo tồn nguyên vẹn, các di sản văn hóa sẽ được bảo vệ trong môi trường khép kín, tránh mọi tác động từ môi trường bên ngoài. Khuynh hướng này đã mang lại một số kết quả đáng kể, giúp lưu giữ được nhiều giá trị văn hóa dân tộc. Tuy nhiên, đối với các di sản văn hóa phi vật thể, luôn gắn bó với đời sống con người và môi trường xã hội do đó nó luôn biến đổi để phù hợp với đời sống. Nếu bảo tồn nguyên vẹn sẽ bộc lộ hạn chế đó là hiện tượng “đóng băng”, “khô cứng” các di sản văn hóa.

Quan điểm bảo tồn kế thừa còn được gọi là bảo tồn trong dạng động. Bảo tồn động, tức là bảo tồn các hiện tượng văn hóa trên cơ sở kế thừa. Các di sản văn hóa vật thể sẽ được bảo tồn trên tinh thần giữ gìn những nét cơ bản của di tích, cố gắng phục chế lại nguyên trạng bằng nhiều kỹ thuật công nghệ hiện đại.

Đối với các di sản văn hóa phi vật thể, bảo tồn động là bảo tồn các hiện tượng văn hóa đó ngay chính trong đời sống cộng đồng. Bởi lẽ, cộng đồng không những là môi trường sản sinh ra các hiện tượng văn hóa phi vật thể mà còn là nơi tốt nhất để giữ gìn, bảo vệ, làm giàu và phát huy chúng trong đời sống xã hội. Cần phải phục hồi các giá trị một cách khách quan, sáng suốt, tin cậy, khoa học chứ không thể chủ quan, tùy tiện. Tất cả những giá trị phải được kiểm chứng qua nhiều phương pháp nghiên cứu có tính chất chuyên môn cao, có giá trị thực chứng thuyết phục thông qua các dự án điều tra, sưu tầm, bảo quản, biên dịch và xuất bản các dấu tích di sản văn hóa phi vật thể.

Nghệ thuật Đờn ca Tài tử (ĐC TT) Nam Bộ hình thành và phát triển từ cuối thế kỷ 19, bắt nguồn từ Nhạc lễ, Nhã nhạc Cung đình Huế và văn học dân gian. ĐC TT là loại hình nghệ thuật dân gian đặc trưng của vùng Nam Bộ, mang

dấu ấn thời mở cõi đất phương Nam và theo thời gian, nghệ thuật ĐCTT phát triển vừa mang tính chuyên nghiệp, vừa mang tính dân gian, tài tử. Trải qua bao thăng trầm của lịch sử nhưng nghệ thuật ĐCTT vẫn khẳng định giá trị của một loại hình di sản văn hóa phi vật thể, có ảnh hưởng sâu sắc đến sinh hoạt văn hóa của người dân Nam Bộ

Theo ý kiến của nhiều nhà nghiên cứu, hiện nay, tính nguyên bản, vốn gốc của đờn ca tài tử mang đậm giá trị văn hóa đặc trưng của người dân Nam bộ đang bị xem nhẹ và có nhiều thay đổi. Thêm vào đó, việc truyền nghề đờn ca tài tử chưa có chiến lược sâu rộng, lượng người tham gia còn ít và thiếu chuyên môn. Đa phần người chơi nhạc tài tử biết chơi thông qua việc học lóm hoặc là được truyền dạy trong gia đình, chưa được đào tạo bài bản, chính vì vậy lực lượng soạn giả cũng như nghệ nhân ở lĩnh vực này yếu về chất lượng, thiếu về số lượng. Chúng ta cần xác định loại hình Đờn ca tài tử Nam Bộ là sản phẩm văn hóa phi vật thể, trong thực tế các tư liệu đối với loại hình này rất hiếm, vì vậy công tác sưu tầm và nghiên cứu rất cần thiết, nhằm hệ thống, biên soạn thành những tài liệu chính thống, nhằm bảo tồn, lưu truyền và làm cho loại hình này tiếp tục phát triển. Đề công tác nghiên cứu, sưu tầm đạt kết quả tốt, nên tiến hành các bước nghiệp vụ như điều tra xã hội học về nhu cầu của quần chúng nhân dân đối với loại hình nghệ thuật này, hệ thống hóa từng cụm chuyên đề, tổ chức các cuộc tọa đàm, hội thảo khoa học chuyên đề về Đờn ca tài tử Nam Bộ; sau khi sưu tầm sẽ phổ biến rộng rãi trong cộng đồng dân cư Nam Bộ.

Cả hai quan điểm nói trên đều có những điểm thuận lợi và khó khăn riêng. Nếu bảo tồn nguyên vẹn giúp các thế hệ sau dễ dàng trong việc truy nguyên các giá trị gốc của di sản thì điểm khó khăn nằm ở chỗ cần có phương pháp để xác định cụ thể yếu tố nguyên gốc và yếu tố phái sinh để từ đó quyết định yếu tố nào cần được giữ gìn nguyên vẹn. Bên cạnh đó, bảo tồn kế thừa đề cao việc lựa chọn những giá trị phù hợp với thời đại để phát huy. Tuy nhiên, việc xác định giá trị nào phù hợp và giá trị nào chưa phù hợp còn nhiều tranh cãi, dễ dẫn đến trường hợp loại bỏ những giá trị chưa có sự hiểu biết và nghiên cứu thấu đáo. Theo đó, để thoát khỏi sự tranh cãi nên bảo tồn y nguyên thể nào, nên kế thừa cái gì từ quá khứ mà đặt trọng tâm vào việc làm thế nào để di sản sống và phát huy được tác dụng trong đời sống đương đại.

Như vậy, trong phát triển du lịch đối với di sản văn hóa thì vấn đề bảo tồn nguyên vẹn hay bảo tồn kế thừa đều không quan trọng bằng việc xác định việc bảo tồn di sản đó như thế nào và lợi ích bền vững cho các thành phần có liên quan.

4.1.2. Yêu cầu bảo tồn các giá trị văn hóa trong phát triển du lịch

Văn hóa là nguồn tài nguyên quan trọng của du lịch, khai thác các giá trị văn hóa phục vụ phát triển du lịch là nhu cầu tất yếu của bất kỳ một nền kinh tế du lịch nào. Nhưng văn hóa không phải là cái bất biến, không bị tổn thương trong quá trình khai thác đó. Sự mất mát của văn hóa, ở giá trị nguyên bản của

nó, là điều không thể khôi phục. Vì vậy, việc bảo vệ văn hóa là nhiệm vụ cấp bách của ngành văn hóa cũng như ngành du lịch. Văn hóa không chỉ được bảo vệ mà còn phải được bảo tồn. Bảo tồn văn hóa là nhiệm vụ của ngành văn hóa được chế định bởi Luật Di sản văn hóa. Nhưng du lịch cũng có vai trò và trách nhiệm lớn trong việc góp phần vào quá trình bảo tồn văn hóa. Bởi vì, tác động mạnh nhất tới các di sản văn hóa chính là nhu cầu khai thác phục vụ phát triển du lịch.

Việc bảo vệ tài nguyên du lịch văn hóa đã và đang được ngành du lịch đặc biệt quan tâm. Nhưng ở đây, văn hóa được nhận thức là những yếu tố có tính môi trường quan trọng tạo nên môi trường du lịch, chứ không phải là các giá trị văn hóa cụ thể, như môi trường xã hội nhân văn, bản sắc văn hóa, thuần phong mỹ tục của dân tộc, có thái độ ứng xử văn minh, lịch sự. Những quy định hiện hành về Bảo vệ môi trường du lịch được nêu lên như sau:

- Môi trường tự nhiên, môi trường xã hội nhân văn cần được bảo vệ, tôn tạo và phát triển nhằm bảo đảm môi trường du lịch xanh, sạch, đẹp, an toàn, lành mạnh và văn minh;

- Bộ, cơ quan ngành bộ trong phạm vi nhiệm vụ, quyền hạn của mình ban hành các quy định nhằm bảo vệ, tôn tạo và phát triển môi trường du lịch;

- Ủy ban nhân dân các cấp có biện pháp để bảo vệ, tôn tạo và phát triển môi trường du lịch phù hợp với thực tế địa phương;

- Tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch có trách nhiệm thu gom, xử lý các loại chất thải phát sinh trong quá trình hoạt động kinh doanh; khắc phục tác động tiêu cực do hoạt động của mình gây ra đối với môi trường; có biện pháp phòng, chống tệ nạn xã hội trong cơ sở kinh doanh của mình;

- Khách du lịch, cộng đồng dân cư địa phương và các tổ chức, cá nhân có trách nhiệm bảo vệ và gìn giữ cảnh quan, môi trường, bản sắc văn hóa, thuần phong mỹ tục của dân tộc; có thái độ ứng xử văn minh, lịch sự nhằm nâng cao hình ảnh đất nước, con người và du lịch Việt Nam.

Những quy định này chủ yếu đề cập tới việc bảo vệ môi trường văn hóa – xã hội hiện đại trước sức ép và ảnh hưởng tiêu cực của các hoạt động du lịch. Điều này là rất cần thiết vì hiện nay, dưới tác động của toàn cầu hóa của kinh tế thị trường, trong đó có hoạt động du lịch, môi trường văn hóa – xã hội của Việt Nam đã bị ảnh hưởng nhiều, như luật nêu rõ, đó là “*an ninh, an toàn, lành mạnh và văn minh*”, là “*tệ nạn xã hội trong cơ sở kinh doanh*”, là “*cảnh quan, môi trường, bản sắc văn hoá, thuần phong mỹ tục của dân tộc*” là “*thái độ ứng xử văn minh, lịch sự*” và nhiều vấn đề khác nữa.

Bảo vệ tài nguyên du lịch văn hóa, bảo vệ di sản chính là nhiệm vụ quan trọng, trực tiếp của ngành du lịch vì đó chính là bảo vệ sự tồn tại và phát triển của ngành. Cần nhận thức rõ ba vấn đề trọng yếu của bảo vệ văn hóa trong phát

triển du lịch đó là : *đối tượng cần được bảo vệ, chủ thể của hoạt động bảo vệ và các phương pháp, hình thức* bảo vệ văn hóa trong du lịch.

Đối tượng bảo vệ là toàn bộ những gì thuộc về văn hóa, do con người sáng tạo ra, phản ánh đời sống của con người, mang tính dân tộc, tính thời đại. Đối tượng trực tiếp cần được bảo vệ đó chính là *tài nguyên văn hóa*, cả vật thể và phi vật thể tại các điểm đến du lịch. Đó không chỉ là những di sản của quá khứ mà còn là những giá trị văn hóa của đời sống hiện đại, đang trực tiếp tham gia vào các hoạt động du lịch, trong đó có *môi trường văn hóa* mà con người đang sống và hoạt động du lịch đang khai thác nó trở thành sản phẩm của mình. Cụ thể là bảo vệ các di sản văn hóa, các cảnh quan văn hóa, các di tích lịch sử văn hóa...và bảo vệ môi trường văn hóa.

Chủ thể bảo vệ là những chủ thể trực tiếp và gián tiếp tham gia vào các hoạt động du lịch, thứ nhất là các cơ quan chủ quản của ngành du lịch từ trung ương tới địa phương ; thứ hai là chính quyền các cấp, các cơ quan quản lý nhà nước trung ương đến các cơ quan quản lý địa phương, từ quản lý chuyên môn đến quản lý hành chính, thứ ba là các doanh nghiệp kinh doanh du lịch, những người tham gia kinh doanh du lịch, cộng đồng cư dân được thu lợi tại nơi có hoạt động du lịch và thứ tư là khách du lịch.

Phương thức, hình thức bảo vệ tài nguyên du lịch văn hóa phụ thuộc vào từng loại chủ thể bảo vệ, phải có các phương pháp và hình thức thích hợp đối với từng loại chủ thể. Phương pháp bảo vệ di sản văn hóa được chế định tại các văn bản pháp quy về công tác bảo tồn, như xây dựng quy trình bảo vệ di sản phù hợp với ngành du lịch, với chuỗi công việc được sắp xếp như sau :

- Nhận diện di sản: là bước nhận biết, xác định khoanh vùng di sản, chứng minh các đặc điểm, đặc tính cần được quan tâm của di sản, có giá trị phục vụ phát triển du lịch.

- Nghiên cứu và kiểm kê di sản: là bước xác định và phân loại các đặc điểm của di sản được nêu ở bước trên. Công việc này thông thường sẽ nghiên cứu những ý nghĩa về lịch sử, sinh thái, khảo cổ học để tìm ra giá trị văn hóa và quy mô của di sản ; đồng thời xác định những điều kiện bắt buộc đối với thực tiễn quản lý di sản đó trong hoạt động du lịch.

- Xây dựng chính sách bảo vệ: là việc thiết lập mục đích của việc bảo vệ cũng như khung chương trình bảo tồn. Nội dung phụ thuộc nhiều vào giá trị văn hóa của di sản và những quy định bắt buộc trong quản lý di sản đó phù hợp với thực tiễn hoạt động du lịch.

- Chỉ định cơ quan bảo vệ di sản : xác định cơ quan tổ chức thực hiện công tác bảo vệ di sản theo các quy định của *Luật Du lịch*.

- Trùng tu, tôn tạo, phát triển: đó là các công việc cụ thể như trùng tu, tôn tạo, làm mới, đầu tư cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất cho di sản.

- Quản lý và quảng bá di sản: đây là bước cuối cùng của công tác bảo vệ di sản, đặt ra yêu cầu phải tiếp tục giám sát, theo dõi và đánh giá di sản. Cần quan tâm tới tốc độ tăng lên của lượng du khách tới di sản và mục đích hướng tới việc quảng bá di sản.

Các phương pháp và cách thức bảo vệ di sản văn hóa của ngành du lịch phải theo sát mục tiêu, nhiệm vụ, phương pháp của bảo tồn văn hóa, nhưng mang đặc điểm riêng của ngành du lịch. Nó chủ yếu thể hiện ở hoạt động tuyên truyền, giáo dục, động viên, giúp đỡ việc tuân thủ pháp luật, ở trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm xã hội trong việc hoạch định chính sách kinh doanh, hay tổ chức thực hiện kinh doanh du lịch.

Giữa bảo vệ di sản văn hóa với phát triển du lịch luôn có mối quan hệ tương hỗ và trực tiếp. Sự phát triển của du lịch tác động trực tiếp và gián tiếp đến việc chấn hưng và bảo vệ các di sản văn hóa bằng nguồn thu từ hoạt động du lịch. Nhưng sự bùng nổ số lượng khách tham quan, sự phát triển của các dịch vụ thiếu kiểm soát, sự buôn bán trái phép đồ cổ, sự mai một văn hóa truyền thống do giao lưu, tiếp xúc,... đang là mối nguy đối với các di sản văn hóa. Bởi vậy, việc bảo vệ, khôi phục, gìn giữ tài sản quý đó vừa là nhu cầu tự thân, vừa là yêu cầu bắt buộc đối với hoạt động du lịch.

Bảo vệ văn hóa là nhiệm vụ của ngành bảo tồn bảo tàng, ngành văn hóa, được chế định bởi *Luật Di sản văn hóa* và các quy định riêng về văn hóa còn bảo vệ văn hóa trong phát triển du lịch được chế tài bởi *Luật Du lịch*.

4.1.3. Nguyên tắc bảo tồn các trị văn hóa trong phát triển du lịch

Nguyên tắc bảo vệ văn hóa trong du lịch phải gắn với các nguyên tắc bảo tồn văn hóa nói chung, đó là bảo vệ những giá trị văn hóa được bảo tồn. Quy định hiện hành về vấn đề này nêu rõ: "Cơ quan nhà nước có thẩm quyền phải áp dụng các biện pháp cần thiết để bảo vệ di sản văn hóa phi vật thể, ngăn chặn nguy cơ làm sai lệch, bị mai một hoặc thất truyền". "Các khu vực bảo vệ di tích bao gồm: a) Khu vực bảo vệ I gồm di tích và vùng được xác định là yếu tố gốc cấu thành di tích, phải được bảo vệ nguyên trạng; b) Khu vực bảo vệ II là vùng bao quanh khu vực bảo vệ I của di tích, có thể xây dựng những công trình phục vụ cho việc phát huy giá trị di tích nhưng không làm ảnh hưởng tới kiến trúc, cảnh quan thiên nhiên và môi trường - sinh thái của di tích". "Việc bảo quản, tu bổ và phục hồi di tích phải được xây dựng thành dự án trình cơ quan có thẩm quyền phê duyệt và phải bảo đảm giữ gìn tối đa những yếu tố nguyên gốc của di tích".

Nguyên nhân sâu xa của những bất cập trong bảo tồn di sản văn hóa hiện nay, như đã thấy, là do tình trạng làm mới di sản văn hóa. Mâu thuẫn, hay xung đột cơ bản hiện nay của việc bảo vệ, bảo tồn di sản văn hóa chính là hoạt động làm mới di sản văn hóa. Việc làm mới di sản văn hóa có nhiều nguyên nhân khác nhau. Nhưng tựu chung, có mấy nguyên nhân chính sau:

- Sự buông lỏng tổ chức, quản lý của các cơ quan hữu quan;
- Sự tự phát, tùy tiện của người dân;
- Sự thiếu thốn kinh phí, nguồn lực;
- Sự thiếu hiểu biết về văn hóa, lịch sử của con người;
- Việc chạy theo các thị hiếu tầm mĩ, văn hóa sai lạc;
- Sự thương mại hóa tùy tiện, thiếu kiểm soát.

Mâu thuẫn giữa bảo vệ di sản văn hóa và làm mới di sản văn hóa luôn luôn diễn ra rất gay gắt không chỉ ở phạm vi nhỏ hẹp tại các địa phương, mà còn ở phạm vi rộng lớn có tính quốc gia.

Việc bảo vệ di sản văn hóa với yêu cầu giữ được những nét nguyên gốc, nguyên sơ, ban đầu của di sản, phải giữ lại tối đa tính nguyên vẹn của di sản, và phải đảm bảo giữ được ý nghĩa, giá trị gốc của di sản luôn luôn bị thử thách trước việc trùng tu, tôn tạo hết sức rầm rộ hiện nay. Do kinh phí cho việc bảo tồn di sản còn hạn chế nên yêu cầu xã hội hóa là tất yếu. Nhưng quá trình trùng tu, tôn tạo di sản bị buông lỏng khiến cho việc cải tạo đã làm biến dạng nhiều di sản văn hóa. Trách nhiệm phần lớn thuộc về các cơ quan quản lý văn hóa, khi không có sự tham gia của các cơ quan chuyên môn thì việc làm biến dạng di tích là điều khó tránh khỏi, do sự hiểu biết của người dân và còn do nhu cầu hiện đại của người dân.

Tựu chung, hiện nay có những nguyên tắc căn bản sau cho bảo vệ di sản văn hóa trong du lịch:

- Khoa học chuẩn mực: bảo tồn các di sản văn hóa là một hoạt động nhằm mục đích lưu giữ, bảo vệ các di sản đang có nguy cơ biến mất. Bảo tồn bao gồm nhiều hoạt động khác nhau như điều tra, nghiên cứu, bảo quản, tu bổ, phục dựng;

- Chuyên môn chuyên nghiệp: gắn việc khai thác di sản vào hoạt động du lịch với tái đầu tư cho hoạt động bảo tồn và duy trì hiện trạng của các di sản. Nguyên tắc này liên quan đến khâu tổ chức, quản lý, khai thác sản xuất và lưu thông sản phẩm du lịch. Tại các di sản văn hóa cần hình thành bộ máy chuyên trách quản lý bảo tồn và phát huy các giá trị của di sản.

- Bền vững lâu dài: phát triển du lịch bền vững được coi là nguyên tắc đảm bảo trong bảo tồn di sản văn hóa. Hiện nay, việc không tuân thủ các nguyên tắc trong phát triển du lịch bền vững là nguyên nhân dẫn đến việc trùng tu và phục dựng tùy tiện, thiếu khoa học, hoặc làm biến dạng, đánh mất tính nguyên bản của di sản. Dưới tác động của xu hướng này công tác bảo tồn di sản mang nặng tính thực dụng. Còn xu hướng „xã hội hóa di sản“ nhưng đã bị hiểu sai và tiến hành tùy tiện nên việc thực hiện giao khoán công tác bảo tồn di sản ở các địa phương cho các hội quần chúng cơ sở, thiếu sự giám sát, không có sự hỗ trợ của các chuyên gia văn hóa đã đưa đến những hệ quả ngoài ý muốn.

- Phát huy giá trị: Di sản là những giá trị được hình thành qua quá trình lịch sử, phản ánh đời sống của cộng đồng; bao gồm những giá trị vật thể và phi vật thể. Bảo tồn di sản văn hóa là hoạt động bảo vệ gìn giữ các giá trị đó, tránh sự mai một, xuống cấp và biến mất. Bảo tồn di sản có mục tiêu chủ yếu là tôn vinh các giá trị truyền thống, phát huy nó trong điều kiện xã hội mới. Bảo tồn và phát huy là hai mặt của một vấn đề. Sự quá đề cao mặt này hay xem nhẹ mặt kia là không tốt cho công tác bảo tồn và phát huy di sản.

- Bảo tồn phát triển: Trong hoạt động bảo tồn thường có nhiều cấp độ khác nhau như: nguyên trạng, trùng tu, phục hồi, tái tạo... nhưng chủ yếu xoay quanh quan điểm lựa chọn “*nguyên trạng*” và “*không nguyên trạng*”. Bảo tồn nguyên trạng đề cao những giá trị nguyên bản trong lưu giữ và phục hồi di sản; bảo tồn không nguyên trạng ghi nhận những giá trị đổi thay của di sản, theo hai hướng kế thừa và phát triển. Mô hình “*bảo tồn phát triển*” đang là xu hướng được lựa chọn trong điều kiện hiện nay, gắn với chủ trương tạo sức sống, sinh khí mới cho di sản, gắn di sản với hoạt động du lịch nhằm khai thác tiềm năng. Tuy nhiên, đây là xu hướng gây nhiều tranh cãi, nhiều ý kiến trái chiều trong trùng tu, phục dựng, quản lý và khai thác di sản.

- Cân bằng lợi ích: Khi bảo tồn di sản văn hóa, mỗi cá nhân, mỗi tổ chức cần phải hiểu di sản là tài sản, niềm tự hào, nền văn hóa của chính người dân sở tại. Chính vì điều này mà nguyên tắc quan trọng trong bảo tồn di sản văn hóa cần phải đảm bảo, đó là cân bằng lợi ích giữa bảo tồn văn hóa và lợi ích kinh tế, giữa bảo tồn văn hóa và lợi ích văn hóa xã hội của gia đình, dòng họ, làng xã, địa phương, cộng đồng chủ sở hữu hay quản lý trực tiếp của di sản.

Có thể nói, dù với bất cứ lý do nào, việc bảo vệ, bảo tồn, tôn tạo di tích, di sản cũng phải đảm bảo đúng nguyên tắc bảo lưu tối đa những giá trị nguyên gốc của di sản. Những yêu cầu của hoạt động du lịch cũng không phải là trường hợp ngoại lệ. Trong chính sách và chiến lược phát triển ngành du lịch, một trong những mục tiêu phát triển được đặt ra là mục tiêu bảo tồn và phát huy văn hóa dân tộc. Phát triển du lịch phải nhằm bảo vệ được những giá trị văn hóa truyền thống, góp phần chấn hưng nền văn hóa truyền thống, đậm đà bản sắc dân tộc. Mục tiêu đó được thể hiện trong các chính sách, trong các quy hoạch và trong các dự án đầu tư. Vì vậy, trong khi xem xét các dự án trên, Tổng cục Du lịch cần lưu tâm đến vấn đề bảo tồn văn hóa trong các sản phẩm, các dự án, phải không được xâm hại, phá vỡ các giá trị văn hóa truyền thống, phải có tác động tích cực đến việc bảo tồn di tích, di sản văn hóa.

Quan điểm của ngành du lịch là trong bảo tồn nên tuân thủ triệt để các quy định quốc tế và trong nước, tránh tác động nhiều vào các di tích và cố gắng duy trì, bảo quản nguyên trạng di tích như khi phát hiện là tốt nhất. Đặc biệt ngày nay, khách du lịch quốc tế và ngay cả trong nước có trình độ văn hóa cao nên thường quan tâm nhiều hơn đến giá trị xác thực của di sản. Những di tích còn giữ được nhiều nét nguyên bản thường có giá trị hấp dẫn nhiều hơn đối với du khách.

4.2. Phương thức bảo tồn các giá trị văn hóa trong phát triển du lịch

Bảo vệ văn hóa trong du lịch hiện nay chưa có những phương pháp và hình thức được quy chuẩn, mang tính phổ cập cũng chưa có chế định rõ ràng. Tùy từng trường hợp cụ thể ngành du lịch đang tham gia một cách khá thụ động vào công tác này. Hơn nữa, việc tham gia chủ yếu tập trung trong lĩnh vực bảo vệ môi trường du lịch và môi trường văn hóa xã hội hiện đại. Còn việc tham gia vào bảo vệ di sản văn hóa chủ yếu dựa trên hai biểu hiện :

- Đóng góp tài chính cho hoạt động bảo tồn văn hóa;
- Tuyên truyền, vận động, giáo dục ý thức của doanh nghiệp, du khách và cộng đồng dân cư. Vì vậy, việc chú ý đến vai trò của du lịch trong bảo tồn, bảo vệ di sản văn hóa là rất cấp bách.

Du lịch phải biến thành chủ thể bảo vệ di sản văn hóa một cách chủ động, trực tiếp và có hiệu quả thông qua việc du lịch chủ động tham gia vào hoạt động bảo vệ văn hóa trên nhiều góc độ khác nhau:

+ *Phát triển sản phẩm du lịch văn hóa đặc thù*: nếu việc bảo vệ văn hóa giúp du lịch phát triển thì ngược lại, phát triển du lịch văn hóa đặc thù theo hướng hướng tới các sản phẩm du lịch mang tính nguyên bản, nguyên vẹn, nguyên nghĩa cũng góp phần bảo vệ và bảo tồn văn hóa. Sản phẩm du lịch văn hóa là sự kết hợp giữa dịch vụ phù hợp với tài nguyên du lịch mang đặc điểm văn hóa riêng biệt, tiêu biểu, độc đáo và hấp dẫn du khách. Ở đây vai trò của tài nguyên văn hóa đặc thù mang tính quyết định. Tài nguyên văn hóa đó phải phản ánh được những đặc điểm văn hóa đặc thù của một quốc gia, một dân tộc, một vùng miền, hay một điểm đến du lịch cụ thể. Nó là sản phẩm không mang tính lặp lại, tính phổ biến. Mà điều này lại được quy định bởi sự khác biệt nguyên gốc của di sản.

Vấn đề quan trọng hàng đầu trong phát triển du lịch là phải tạo ra được những sản phẩm đặc thù, khác biệt, dựa trên các di sản văn hóa truyền thống, các di tích lịch sử văn hóa và các lễ hội truyền thống. Sức hấp dẫn du lịch phụ thuộc chủ yếu vào sự khác biệt và tính đặc thù của sản phẩm du lịch, điểm du lịch dựa trên các di sản văn hóa truyền thống này. Sự khác biệt của các di sản văn hóa của từng dân tộc, vùng miền, từng địa phương được quyết định bởi tính nguyên bản, nguyên nghĩa và nguyên vẹn như một triết lý sinh tồn.

Nhưng làm sao để có được các sản phẩm du lịch đặc thù của từng địa phương? Một trong những nhiệm vụ quan trọng nhất của du lịch là tham gia vào hoạt động bảo tồn văn hóa. Chúng ta phải bảo tồn được những giá trị nguyên vẹn, nguyên bản của các di sản văn hóa của từng dân tộc, từng vùng miền, từng địa phương. Vì thế, bảo tồn di sản văn hóa không chỉ là vấn đề của riêng văn hóa, mà còn là vấn đề của du lịch, của việc xây dựng sản phẩm du lịch khác biệt, đặc thù. Như vậy, bảo tồn văn hóa cần được xem như là một hoạt động phát triển du lịch.

Sản phẩm du lịch văn hóa của Việt Nam đang đứng trước nguy cơ bị mất đi tính đặc thù, tính riêng biệt bởi nhận thức, thái độ và hành vi của chúng ta đối với việc bảo tồn và phát huy di sản văn hóa trong đời sống hiện đại, trong phát triển kinh tế, xã hội và bởi tác động của quá trình hội nhập, toàn cầu hóa. Việc làm biến dạng các di sản văn hóa có ảnh hưởng trực tiếp tới phát triển sản phẩm du lịch, tới việc xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù, xây dựng tuyến điểm du lịch văn hóa. Các di sản văn hóa cần phải được bảo tồn, phục hồi và phát huy giá trị tích cực trong đời sống hiện đại. Nhưng bảo tồn, trùng tu, tôn tạo và phát huy như thế nào là vấn đề cần được nhận thức và hành động thống nhất. Việc trùng tu, tôn tạo phải dựa trên nguyên tắc bảo vệ tối đa và tối ưu cho tính nguyên bản, nguyên vẹn, nguyên nghĩa di tích, di sản chứ không thể và không được biến nó thành một hoạt động tân tạo, tân trang di tích, di sản, hiện đại hóa hay thương mại hóa. Nguyên tắc đó cũng cần phải chi phối mạnh mẽ đối với ngành du lịch.

Nếu như di sản văn hóa quá khứ đã bị mai một hay xóa bỏ bởi con người thì dù có cố gắng đến đâu chúng ta cũng không thể làm lại được. Do đó, việc xây dựng sản phẩm du lịch văn hóa đặc thù phải hướng tới những mục tiêu bảo vệ di sản văn hóa như bảo vệ sản phẩm du lịch. Trên cơ sở các sản phẩm du lịch văn hóa đặc thù, chúng ta mới có thể xây dựng được các thương hiệu, logo các slogan du lịch của từng địa phương, từng vùng miền, thậm chí của từng quốc gia.

+ Phát triển hoạt động du lịch văn hóa dựa vào cộng đồng

Du lịch văn hóa đang trở thành xu thế chủ đạo trong việc phát triển du lịch nhằm khai thác tiềm năng di sản văn hóa. Việt Nam đang hướng tới phát triển du lịch bền vững và du lịch văn hóa cũng không nằm ngoài xu hướng này. Do đó, khai thác và phát huy di sản văn hóa được coi là nguồn tài nguyên tạo nền móng cho hoạt động du lịch phát triển bền vững. Chính vì vậy, bảo tồn và phát huy giá trị di sản phải gắn với phát triển du lịch bền vững, vừa bảo đảm mục tiêu kinh tế - xã hội, bảo vệ tài nguyên và môi trường, bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống, cũng như đảm bảo lợi ích của cộng đồng địa phương.

Di sản văn hóa luôn gắn liền với cộng đồng cư dân địa phương, vì vậy, công tác bảo tồn, phát huy giá trị của các di sản cần phải có sự tham gia của cư dân địa phương trong kinh doanh du lịch: tham gia vào việc cung cấp các dịch vụ ăn uống, lưu trú, bán hàng lưu niệm, các sản vật địa phương; hoặc được chia sẻ các quyền lợi khác từ hoạt động du lịch như đón khách tại các ngôi nhà cổ, xưởng sản xuất thủ công truyền thống,... Từ đó, cư dân địa phương sẽ có ý thức tự bảo vệ các di sản văn hóa.

Muốn bảo tồn và phát huy được các giá trị của các di sản một cách tốt nhất, trước hết phải tập trung vào việc nâng cao nhận thức của cộng đồng: như phải để cộng đồng hiểu được một cách sâu sắc giá trị di sản mà cộng đồng đang nắm giữ và khả năng khai thác của di sản đó. Vậy, để đạt được điều này trước hết cần thông qua các hoạt động tuyên truyền của địa phương phối hợp với các

tổ chức, đơn vị chức năng, sau đó là sự vận động của các cấp quản lý. Ngoài ra, còn cần có các chương trình giáo dục nhận thức về di sản cụ thể. Bởi con người được coi là trung tâm của quá trình phát triển nên di sản văn hóa phải được gắn với con người và cộng đồng dân cư địa phương, coi việc đáp ứng nhu cầu sinh hoạt văn hóa lành mạnh của đông đảo công chúng trong xã hội là mục tiêu hành động.

Du lịch văn hóa dựa vào cộng đồng được xem như là một công cụ chứng minh cho sự bảo tồn di sản văn hóa. Du lịch đã và đang được áp dụng thành công cũng như là một công cụ thể hiện nỗ lực duy trì bảo tồn văn hóa vùng miền. Ở đây, cộng đồng là chủ thể tổ chức các dịch vụ du lịch và tự phân chia lợi ích, là đối tác của doanh nghiệp du lịch và chịu sự quản lý nhà nước về hoạt động du lịch do mình tổ chức, cộng đồng có quyền tham gia vào công tác quy hoạch du lịch, có ý kiến đối với các dự án phát triển du lịch trên địa bàn địa phương, có trách nhiệm trực tiếp, phối hợp quản lý bảo tồn và phát huy các giá trị tài nguyên văn hóa và môi trường.

Ngoài ra, cần phải quan tâm xây dựng nội dung giới thiệu giá trị các di sản, bảo vệ, tôn tạo di sản nhằm mục đích giới thiệu di sản đến với công chúng. Để giới thiệu mang lại hiệu quả, cần phải chuẩn bị tốt nội dung giới thiệu về di sản. Đây cũng là yêu cầu của phục vụ phát triển du lịch. Trong Quy hoạch tổng thể bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa đến 2020, Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch cũng đã nêu rõ về vấn đề này. Trong phần định hướng cụ thể đã nêu rõ: *“Ưu tiên cho công tác tư liệu hóa qua việc xây dựng hồ sơ khoa học, phim, ảnh tư liệu hoặc hình thức ghi nhận sự kiện bằng bia, đài kỷ niệm”*. Nội dung giới thiệu cho du khách không cần thiết phải thật sự chi tiết, nhưng phải đầy đủ và chọn lọc, và cũng có thể sử dụng những hình thức giới thiệu đa dạng khác. Tuy nhiên, trong tình hình hiện nay, việc chuẩn bị nội dung giới thiệu về giá trị của các di sản cho khách du lịch vẫn còn nhiều bất cập.

Phương pháp bảo vệ văn hóa trong du lịch chủ yếu thể hiện ở tuyên truyền, vận động, giáo dục, ở các biện pháp chế tài, xử phạt vi phạm, nhưng quan trọng và hiệu quả nhất, chính là sự tham gia có thụ hưởng phù hợp của người dân vào hoạt động du lịch. Tuyên truyền, vận động giáo dục được thực hiện bằng nhiều hình thức khác nhau, như giáo dục trong nhà trường, giáo dục cộng đồng, đào tạo nhân lực, tuyên truyền trên các phương tiện truyền thông. Các biện pháp chế tài, xử phạt vi phạm là hệ thống các văn bản quy phạm pháp luật, các điều luật, các pháp lệnh, nghị định, các quy định và quy chế từ trung ương tới địa phương. Còn việc tổ chức cho cư dân địa phương tham gia hoạt động du lịch gắn với bảo tồn lại là trách nhiệm của chính quyền địa phương kết hợp với ngành du lịch.

Bảo tồn các giá trị văn hóa là một khía cạnh quan trọng của phát triển du lịch bền vững. Dưới đây là một số phương pháp có thể sử dụng để bảo tồn các giá trị văn hóa trong phát triển du lịch:

- Sự tham gia của cộng đồng: Sự tham gia của cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch có thể đảm bảo rằng các giá trị văn hóa của họ được tôn trọng và bảo tồn. Các cộng đồng có thể làm việc với các nhà phát triển du lịch để xác định các địa điểm văn hóa và phong tục quan trọng cần được bảo tồn, đồng thời có thể giúp giáo dục khách du lịch về văn hóa của họ.

- Giáo dục và nâng cao nhận thức: Các chiến dịch giáo dục và nâng cao nhận thức có thể được sử dụng để giúp khách du lịch hiểu và đánh giá cao văn hóa địa phương. Điều này có thể bao gồm việc cung cấp thông tin về phong tục, truyền thống và lịch sử địa phương. Khách du lịch có thể được khuyến khích tham gia vào các hoạt động và sự kiện văn hóa để hiểu rõ hơn về văn hóa địa phương.

- Quy hoạch du lịch văn hóa: Một kế hoạch du lịch văn hóa có thể được phát triển để định hướng phát triển du lịch theo cách tôn trọng và bảo tồn các giá trị văn hóa địa phương. Kế hoạch này có thể xác định các địa điểm văn hóa và phong tục quan trọng cần được bảo tồn và cũng có thể cung cấp hướng dẫn cho các nhà phát triển du lịch về cách tạo ra các sản phẩm du lịch tôn trọng văn hóa địa phương.

- Diễn giải di sản: Biển báo diễn giải, tham quan có hướng dẫn và các hình thức diễn giải di sản khác có thể được sử dụng để giúp khách du lịch hiểu và đánh giá cao văn hóa địa phương. Điều này có thể bao gồm cung cấp thông tin về lịch sử và tầm quan trọng của các địa điểm văn hóa, cũng như thông tin về phong tục và truyền thống địa phương.

- Các hoạt động du lịch bền vững: Các hoạt động du lịch bền vững, chẳng hạn như du lịch có trách nhiệm, có thể giúp bảo tồn các giá trị văn hóa. Điều này có thể bao gồm giảm tác động của du lịch đối với môi trường và cộng đồng địa phương, đồng thời đảm bảo rằng việc phát triển du lịch được thực hiện theo cách tôn trọng văn hóa địa phương và hỗ trợ nền kinh tế địa phương.

Nhìn chung, việc bảo tồn các giá trị văn hóa trong phát triển du lịch đòi hỏi một cách tiếp cận hợp tác có sự tham gia của cộng đồng địa phương, các nhà phát triển du lịch và khách du lịch.

4.3. Tổ chức, quản lý, quy hoạch du lịch gắn với bảo tồn các giá trị văn hóa

Bảo vệ văn hóa trong du lịch không phải là hoạt động tự phát, ngẫu hứng hay tùy tiện mà phải là một chiến lược của ngành du lịch, chi phối toàn bộ các hoạt động du lịch. Trước hết, nó phải được thực hiện từ công tác tổ chức, quản lý và quy hoạch du lịch.

4.3.1. Tổ chức du lịch gắn với bảo tồn các giá trị văn hóa

Công tác quản lý nhà nước về du lịch cần phải được quan tâm chỉ đạo để hoàn thiện, đổi mới từng bước, vừa là để có những chính sách, chiến lược đúng đắn cho phát triển du lịch văn hóa nhưng lại vừa góp phần vào bảo tồn các giá

trị văn hóa, các tài nguyên, di sản văn hóa nhằm để khai thác các tài nguyên, di sản đó một cách bền vững.s

+ Đối với công tác quản lý du lịch cấp trung ương , tổ chức bộ máy quản lý nhà nước về du lịch thực hiện công tác quy hoạch và quản lý quy hoạch du lịch phù hợp với định hướng chiến lược phát triển kinh tế - xã hội, đồng thời phải quan tâm thích đáng đến công tác bảo vệ di sản văn hóa;

+ Đối với công tác quản lý du lịch ở địa phương cần thực hiện các biện pháp tăng cường công tác kiểm tra chất lượng dịch vụ du lịch, ăn uống, an toàn phòng chống các tệ nạn xã hội, đặc biệt tại các điểm du lịch, khu vực tập trung khách du lịch, bảo đảm môi trường du lịch thân thiện, an toàn đối với du khách, cũng như tài nguyên du lịch văn hóa, di sản du lịch văn hóa. Triển khai thực hiện cải cách thủ tục hành chính theo cơ chế một cửa, hướng dẫn tạo điều kiện đối với các doanh nghiệp, thực hiện hoạt động kinh doanh dịch vụ, đầu tư du lịch vừa khai thác tốt di sản vừa góp phần bảo vệ di sản.

+ Đối với các doanh nghiệp du lịch cần có nhận thức và quan điểm bảo vệ di sản văn hóa. Điều này phải được thể hiện rõ trong chiến lược kinh doanh, xây dựng sản phẩm và cung ứng các dịch vụ du lịch cũng như trong tổ chức đào tạo cán bộ nghiệp vụ kỹ thuật du lịch, nhằm nâng cao năng lực quản lý, kinh doanh du lịch trong bối cảnh chung của nhiệm vụ bảo vệ di sản. Những đổi mới và hoàn thiện trong công tác quản lý doanh nghiệp không tách rời nhận thức, nhiệm vụ bảo vệ di sản, góp phần thúc đẩy phát triển hoạt động du lịch.

+ Đối với người dân ở địa phương là chủ nhân của các điểm du lịch cần được khuyến khích tự nguyện tham gia hoạt động du lịch di sản một cách sáng tạo. Cần xây dựng các ban quản lý du lịch di sản, có quy chế hoạt động thiết thực, dân chủ để bảo đảm hoạt động du lịch hiệu quả; người dân địa phương được hưởng lợi phù hợp, góp phần xóa đói, giảm nghèo đa chiều bền vững.

4.3.2. Quy hoạch du lịch gắn với bảo tồn các giá trị văn hóa

Hoạt động du lịch đặc biệt là du lịch văn hóa cần được quy hoạch và quản lý trên cơ sở các nguyên tắc về phát triển bền vững sẽ tạo được quan hệ cộng sinh giữa hoạt động du lịch với bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa, lịch sử và tự nhiên. Để phát triển du lịch tại một điểm di sản văn hóa, đem lại lợi ích kinh tế, môi trường và văn óa xã hội cần phải thực hiện tốt các yêu cầu sau:

- Lãnh thổ được quy hoạch phát triển khu du lịch cần có những tài nguyên du lịch văn hóa đặc sắc để phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù. Việc quy hoạch và phát triển các sản phẩm phải phù hợp với nhu cầu thị trường;

- Quy hoạch các vùng du lịch, khu du lịch, điểm du lịch phải dựa vào những di sản văn hóa tiêu biểu của các dân tộc qua các thời đại lịch sử khác nhau; Các địa phương cần tiến hành xây dựng, hoàn thiện việc quy hoạch các điểm du lịch cộng đồng, du lịch di sản, không để người dân tự phát, tự xây dựng các điểm du lịch cộng đồng, du lịch lưu trú tại gia (homestay). Cần cân nhắc

việc triển khai hoạt động du lịch tại một số di tích, di sản văn hóa dễ bị tổn thương, biến dạng trong quá trình phát triển. Trong quy hoạch du lịch, phải đặc biệt khuyến khích phát triển các loại hình du lịch có trách nhiệm gắn với văn hóa cộng đồng, tôn trọng tính đa dạng văn hóa, tính chỉnh thể nguyên hợp của di sản văn hóa phi vật thể.

- Bảo vệ môi trường khu di tích, di sản là yêu cầu quan trọng trong phát triển du lịch. Môi trường ở đây là bao gồm cả môi trường tự nhiên và môi trường văn hóa, xã hội. Môi trường tự nhiên bao gồm môi trường nước, không khí, đất và sinh thái...Môi trường văn hóa, xã hội trong du lịch, di sản thể hiện qua tình hình quản lý khu di tích, tình hình trật tự an toàn khu vực,... Môi trường tự nhiên bị ô nhiễm, cũng như môi trường văn hóa xã hội thiếu lành mạnh sẽ làm giảm tính hấp dẫn của di sản đối với khách du lịch từ đó sẽ làm giảm tính hiệu quả trong công tác bảo tồn và phát huy các giá trị di sản. Do vậy, trong nội dung công tác bảo tồn, tôn tạo di sản cần phải có nghiên cứu đánh giá tác động môi trường và có những giải pháp khả thi nhằm bảo vệ, tôn tạo và phát triển môi trường di tích.

4.4. Phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch gắn với bảo vệ văn hóa

Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch là một yếu tố cấu thành quan trọng của sản phẩm du lịch, góp phần tạo ra sự độc đáo và hấp dẫn của điểm đến du lịch, tạo dựng hình ảnh của điểm du lịch, tiêu chí quan trọng cho sự lựa chọn của du khách. Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch bao gồm các cơ sở lưu trú, ăn uống, các tiện nghi thể thao, vui chơi giải trí, phương tiện vận chuyển và các tiện nghi phục vụ du lịch khác.

Trong phát triển du lịch văn hóa cần phải có quy hoạch không gian khu di sản, tạo những điều kiện cần thiết về hạ tầng để du khách có thể tham quan, thưởng ngoạn. Thông thường không gian nguyên thủy của các di sản chưa có sẵn các cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch. Do vậy, việc xây dựng, quy hoạch, thiết kế phải được coi là một nội dung quan trọng của công tác bảo tồn. Đó là việc quy hoạch các tuyến đường tham quan, đi lại trong khu di tích phải phù hợp với tính chất lịch sử của di tích đó. Các công trình phụ trợ được phép xây dựng nhưng phải nằm ngoài khu vực bảo vệ di tích...các công trình phục vụ như bãi đỗ xe, bến thuyền, quán ăn, công trình vệ sinh, cửa hàng bán đồ lưu niệm,...bố trí tách biệt với các khu bảo vệ của di tích, không được gây ô nhiễm môi trường, phù hợp với cảnh quan chung của di tích.

Mặc dù quy định như vậy, giữa quy định và thực tiễn vẫn còn nhiều khoảng cách. Nhiều di tích, di sản khi xây dựng dự án bảo tồn, tôn tạo đã không chú ý đầy đủ đến các yếu tố tạo thuận lợi cho phát huy giá trị di sản, như thiếu quan tâm tới đường đi cho khách tham quan, trong khi lại cho phép xây dựng nhiều lều quán bán hàng lưu niệm, dịch vụ ăn uống, trong khu vực bảo vệ di tích, di sản. Bảo vệ di sản không phải chỉ đầu tư vật chất kỹ thuật cho di sản,

mà còn là việc đầu tư vật chất, kỹ thuật cho toàn bộ điểm du lịch, khu du lịch có các di sản văn hóa.

❖ TÓM TẮT CHƯƠNG 4

Trong chương này, một số nội dung chính được giới thiệu:

- Bảo tồn các giá trị văn hóa: Khái niệm, yêu cầu và nguyên tắc bảo tồn
- Phương thức bảo tồn các giá trị văn hóa trong quản lý và kinh doanh du lịch.
- Vấn đề về tổ chức, quản lý, quy hoạch du lịch; phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch gắn với công tác bảo tồn các giá trị văn hóa.

❖. CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 4

1. Phân tích những tồn tại trong vấn đề khai thác các giá trị văn hóa nhằm phát triển du lịch hiện nay tại Việt Nam. Cho ví dụ minh họa.
2. Trình bày các yêu cầu và nguyên tắc, phương thức bảo tồn các giá trị văn hóa trong phát triển du lịch.
3. Trình bày đặc điểm tổ chức, quản lý, quy hoạch du lịch gắn với bảo tồn các giá trị văn hóa. Liên hệ thực tế tại Việt Nam.

KẾT LUẬN

So với du lịch của nhiều nước trên thế giới, du lịch Việt Nam mới chỉ đang bước những bước đầu tiên, có vị trí khiêm tốn so với các ngành kinh tế xã hội khác. Vị trí và vai trò của du lịch Việt Nam cũng rất khiêm tốn và nhỏ bé so với các nước trong khu vực và thế giới. Nhưng nó hứa hẹn tương lai tươi sáng, những triển vọng to lớn trong nền kinh tế quốc dân, đóng góp nguồn thu ngày càng cao cho ngân sách, giúp xóa đói giảm nghèo, tăng thu nhập, tạo công ăn việc làm cho người dân, cũng như quảng bá hình ảnh của Việt Nam ra thế giới... Để phát triển du lịch, một trong những yêu cầu quan trọng nhất là phát triển nguồn nhân lực du lịch chuyên nghiệp, chất lượng cao, có kiến thức khoa học du lịch, có trình độ chuyên môn nghiệp vụ. Văn hóa du lịch là một bộ phận kiến thức trọng yếu trong những kiến thức đó.

Việt Nam là một quốc gia đa dạng về văn hóa do quá trình tiếp biến văn hóa khu vực và thế giới trong suốt hơn hai nghìn năm qua. Với vị trí là “ngã tư” của các cuộc giao lưu, tiếp xúc văn hóa Đông – Tây, Nam – Bắc, nên văn hóa Việt Nam mang nhiều yếu tố ngoại nhập được tiếp biến cho phù hợp với điều kiện của dân tộc. Đó là nét riêng của văn hóa Việt Nam, là nguồn tài nguyên vô cùng quý giá để tạo ra các sản phẩm du lịch hấp dẫn thu hút khách du lịch trong và ngoài nước. Tham gia vào quá trình khai thác và bảo vệ những nét riêng biệt văn hóa là nhiệm vụ rất quan trọng của ngành du lịch. Văn hóa du lịch cũng giúp cho người học có ý thức về những mối xung đột giữa bảo vệ văn hóa và phát triển kinh tế, tiếp cận với những mâu thuẫn nảy sinh trong quá trình hội nhập thế giới của thời đại toàn cầu hóa. Du lịch là lĩnh vực kinh tế hàng đầu của quá trình tiếp xúc, giao lưu, hội nhập ấy, cũng có nghĩa rằng nó phải đứng đầu với những vấn đề nóng bỏng của sự phát triển kinh tế xã hội hiện nay. Trong thời đại toàn cầu hóa, du lịch không chỉ đem lại lợi ích vật chất cho đất nước, tạo công ăn việc làm cho người dân, mà còn góp phần quan trọng vào giao lưu hợp tác, vào việc đưa hình ảnh quốc gia đến với bạn bè quốc tế. Trong tiến trình đó, những kiến thức về văn hóa du lịch góp phần nhất định vào việc nâng cao chất lượng của nguồn nhân lực du lịch, để đưa du lịch Việt Nam từng bước tiến kịp các nền công nghiệp du lịch tiên tiến trong khu vực và thế giới.