

# BẢO TỒN DI SẢN VĂN HÓA VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH

■ TS. ĐÀO DUY TUẤN

*Văn phòng Chính phủ*

***Du lịch được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước, việc đa dạng các loại hình, sản phẩm du lịch văn hóa trên cơ sở khai thác hiệu quả các giá trị của di sản văn hóa là việc làm cấp thiết, hơn thế nữa du lịch không chỉ đơn thuần là một hoạt động kinh tế, nó còn mang nội dung nhân văn và xã hội sâu sắc, thông qua hoạt động du lịch để truyền thụ kiến thức, giáo dục truyền thống và góp phần nâng cao dân trí.***

**1** Luật Di sản văn hóa xác định: “Di sản văn hóa Việt Nam là tài sản quý giá của cộng đồng các dân tộc Việt Nam và là một bộ phận của di sản văn hóa nhân loại, có vai trò to lớn trong sự nghiệp dựng nước và giữ nước của nhân dân ta”. Nước ta hiện nay có trên 4 vạn di tích lịch sử văn hóa, trong đó có 72 di tích quốc gia đặc biệt, 3.258 di tích cấp quốc gia và 7.484 di tích cấp tỉnh, cùng với đó là gần 4 vạn di sản phi vật thể được sưu tầm phục vụ nghiên cứu, lưu giữ; 20 di sản thế giới (gồm 8 di sản văn hóa và thiên nhiên, 8 di sản văn hóa phi vật thể và 4 di sản tư liệu).

Cùng với những di sản văn hóa đã được vinh danh, các di sản văn hóa khác, dù là ở cấp địa phương hay vùng, miền, tuy chưa được vinh danh nhưng hầu hết đều là niềm tự hào, đồng thời là trách nhiệm của các cấp chính quyền và cộng đồng cư dân trong công tác bảo tồn và phát huy giá trị; là nguồn tài nguyên quan trọng cho phát triển du lịch văn hóa. Nếu không có các di sản văn hóa thì không thể hình thành nên sản phẩm du lịch văn hóa, và

không có sản phẩm du lịch văn hóa thì đồng nghĩa với việc không có du lịch văn hóa.

Tuy nhiên, có di sản văn hóa, không có nghĩa là đã có sản phẩm du lịch văn hóa. Di sản văn hóa nếu không được đưa ra giới thiệu với công chúng, không phục vụ du lịch thì cũng không hình thành nên sản phẩm du lịch. Các hoạt động tổ chức giới thiệu cho du khách về di tích, di sản văn hóa được coi là các dịch vụ tham quan di sản văn hóa, đây chính là thành phần cơ bản của sản phẩm du lịch văn hóa. Nghĩa là khi có một di sản văn hóa như một nguồn tài nguyên du lịch, thì việc đưa nguồn tài nguyên đó thành “hàng hóa” để bán cho khách du lịch sẽ được thực hiện qua hệ thống các dịch vụ. Lúc đó tập hợp các dịch vụ du lịch dựa trên nguồn tài nguyên sẽ được coi là một sản phẩm du lịch.

Luật Du lịch (2005) đã đưa ra khái niệm “*sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ cần thiết để thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch trong chuyến đi du lịch*”. Như vậy, một sản phẩm du lịch văn hóa sẽ là một chương trình tham quan một di sản văn hóa

hoàn chỉnh, gồm vận chuyển đi về, bố trí chỗ nghỉ ngơi, ăn uống, chuẩn bị nội dung giới thiệu di sản và các dịch vụ khác. Nếu sản phẩm trên có một tên gọi thì sẽ thành một thương hiệu. Ví dụ như Chương trình du lịch “Về nguồn” đối với các tỉnh Việt Bắc, Chương trình du lịch “Con đường Di sản văn hóa” đối với các tỉnh Miền Trung - Tây Nguyên hoặc “Hành trình văn hóa qua các làng nghề”... Từ đó có thể thấy sản phẩm du lịch văn hóa bao gồm 2 yếu tố (2 thành phần) cơ bản: tài nguyên du lịch (trong trường hợp này thì chính là các di tích, các di sản văn hóa) và tập hợp các dịch vụ du lịch. Nếu dịch vụ du lịch là yếu tố phi vật thể, vô hình, thì yếu tố tài nguyên mang tính hữu hình. Chất lượng của hai yếu tố này góp phần quyết định chất lượng sản phẩm du lịch.

**Chất lượng di tích, di sản:** Nói đến chất lượng di sản, trước tiên là nói đến giá trị của di sản. Di sản có giá trị càng lớn thì chất lượng, độ hấp dẫn của di sản càng cao. Tuy nhiên, chất lượng của di sản còn phụ thuộc vào mức độ và chất lượng bảo tồn của di sản. Nếu di sản được bảo tồn và bảo tồn tốt, thì giá trị của di sản sẽ cao, tính hấp dẫn sẽ lớn hơn.

**Chất lượng dịch vụ:** Đây cũng là yếu tố quan trọng đảm bảo cho chất lượng chung của sản phẩm du lịch văn hóa. Kinh nghiệm cho thấy có những trường hợp tiềm năng di sản văn hóa rất tiềm tàng, nhưng du lịch cũng không phát triển được, ngay cả trong trường hợp các phần dịch vụ cơ bản như vận chuyển đi về, dịch vụ ăn nghỉ được đảm bảo. Vấn đề ở đây là hệ thống các dịch vụ gia tăng đã không được quan tâm, có thể là những dịch vụ như shopping, mua sắm đồ lưu niệm các sản phẩm đặc thù của địa phương, những hoạt động trình diễn văn hóa, các ứng dụng kỹ thuật và công nghệ mới trong trung bày...

Hoạt động bảo tồn di tích, di sản văn hóa có ý nghĩa rất lớn đối với phát triển du lịch. Tuy nhiên, việc hiểu đúng về yêu cầu của công tác bảo tồn, hơn nữa bảo tồn để khai thác cho phát triển du lịch thì không hẳn đã có quan điểm thống nhất.

**2.** Đã có một thời, bảo tồn các di tích văn hóa được hiểu như là việc bảo vệ giữ gìn càng cẩn thận, càng chắc chắn di tích càng tốt. Theo phương châm đó, nhiều nơi đã bảo tồn bằng cách “cất giấu” thật kỹ di tích, di sản hoặc cấm mọi người tiếp cận, nhất là di tích là những công trình kiến trúc, nghệ thuật có giá trị. Ngày nay, các nhà khoa học đã đưa

ra khái niệm mới về bảo tồn di sản. Đó là “bảo tồn tích cực”, nghĩa là đưa di sản vào phục vụ cuộc sống. Các di sản văn hóa phải được bảo vệ, tôn tạo và tổ chức giới thiệu rộng rãi cho công chúng biết, chiêm ngưỡng, nghiên cứu. Du lịch là một phương thức để đưa di sản đến với công chúng. Thông qua hoạt động du lịch mà những di sản văn hóa vốn đang “khô cứng” hoặc đang bị “bảo tàng hóa” trở thành những di sản sống; được cống hiến với sứ mạng nhân văn cao cả. Bởi vì, nhờ được giới thiệu về di sản mà có thể hình thành nên những nhân cách của con người như lòng yêu nước, quan niệm thẩm mỹ, lòng nhân ái... Đây cũng chính là tính hấp dẫn của các tài nguyên du lịch văn hóa. Trong thực tế, chính nhờ phát triển du lịch mà nhiều di sản văn hóa đã được quan tâm đầu tư bảo tồn, tôn tạo và khôi phục.

Chương trình mục tiêu quốc gia về văn hóa, giai đoạn 2011-2015 được ngân sách trung ương hỗ trợ 2.355 tỷ đồng, cùng với ngân sách địa phương và huy động xã hội hóa tập trung vào các nhiệm vụ cấp bách: hỗ trợ tu bổ, tôn tạo tổng thể cho 138 di tích quốc gia và di tích quốc gia đặc biệt quan trọng; hỗ trợ chống xuống cấp, tu bổ cấp thiết cho 748 di tích; tiến hành các dự án sưu tầm, bảo tồn lưu giữ văn hóa phi vật thể, dần hoàn thiện hệ thống ngân hàng dữ liệu văn hóa phi vật thể; lập hồ sơ di sản văn hóa phi vật thể tiêu biểu của dân tộc trình UNESCO công nhận là di sản văn hóa thế giới... Tuy nhiên, nguồn kinh phí này bước đầu mới chỉ ở mức cố gắng đạt mục tiêu gia cố, chống xuống cấp cục bộ, chứ chưa đủ khả năng thực hiện các dự án tổng thể nhằm tạo điều kiện cần và đủ để di tích tồn tại lâu dài.

Bên cạnh đó, cũng còn không ít những quan niệm sai lầm về việc bảo tồn và đặc biệt là những nhìn nhận sai lệch về nhu cầu của du lịch đối với di sản văn hóa. Thực trạng những năm qua đã xuất hiện một số hiện tượng sau đây:

**Bùng nổ về phục hồi di sản:** Có thể xuất phát từ những nguyên nhân liên quan đến đời sống vật chất và tinh thần của người dân. Khi đời sống nhân dân được nâng cao, nhất là ở những vùng nông thôn rộng lớn, nhu cầu về đời sống tinh thần, trong đó có đời sống tâm linh rất được quan tâm. Nhiều địa phương đã tự đầu tư bằng nguồn kinh phí “xã hội hóa” từ tiền quyên góp của các tầng lớp nhân dân để tôn tạo khôi phục các đình chùa, miếu mạo, lễ



hội, thậm chí xây mới các công trình văn hóa, tôn giáo tín ngưỡng... Tuy nhiên cũng có nguyên nhân xuất phát từ sự phát triển du lịch. Người ta có thể nhận thấy, ở đâu có di sản văn hóa, ở đó có khách du lịch đến. Mà du lịch thì sẽ kéo theo các hoạt động dịch vụ khác, sẽ mang lại nhiều lợi ích, trước hết là lợi ích kinh tế. Chính vì vậy mà nhiều nơi đã rất chú trọng bảo tồn, tôn tạo và khôi phục các di sản văn hóa.

*Không quan tâm đến chất lượng di sản:* Thường những di tích, di sản văn hóa được bảo tồn, tôn tạo theo dạng phong trào dễ bị làm không kỹ, chất lượng kém, thể hiện ở các chi tiết nề, mộc, tạc, tô tượng, các họa tiết chạm khắc hoa văn thiếu sự chau chuốt, đôi chỗ cầu thả, ngô nghê; nhất là các tượng được đắp bằng xi măng, tô màu xanh đỏ. Còn nhiều cầu thả trong sử dụng vật liệu mới, nhiều nơi còn dùng cả gạch men kính để lát ban thờ, hoặc dùng xi măng trám vào các cột kèo bị mối, mọt...

*Làm sai lệch di sản:* Đây cũng là một biểu hiện của chất lượng bảo tồn kém. Điều này dễ nhận ra trong việc tổ chức các lễ hội, hoặc trong làm mới các di tích. Đã có nhiều địa phương do mong

muốn khuyến khích du lịch nên đã gấp rút tổ chức những lễ hội văn hóa du lịch theo phương thức “sân khấu hóa” các lễ hội dân gian. Do cách làm sơ sài, “bắt chước” lẫn nhau nên đã có hiện tượng nhàm chán. Những lễ hội như vậy không phản ánh đúng tinh thần của di sản truyền thống.

**3.** Từ thực trạng của hoạt động bảo tồn, tôn tạo di sản văn hóa, và yêu cầu từ góc độ du lịch đối với công tác bảo tồn, phát huy giá trị các di sản văn hóa, theo chúng tôi cần quan tâm đến những khía cạnh sau:

*Một là, bảo tồn di sản phục vụ du lịch trước hết phải đảm bảo đúng yêu cầu của Công ước quốc tế và Luật Di sản văn hóa về bảo tồn.*

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 những 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 những 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, bảo vệ được những giá trị văn hóa



*Vịnh Hạ Long, một danh thắng nổi tiếng thu hút nhiều du khách. Ảnh: Bảo Đan*

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. Trong khi xem xét những dự án, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cần quan tâm hơn nữa đến khía cạnh văn hóa trong các sản phẩm theo 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, phát huy giá trị của 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. Đó là hạn chế tối đa việc tác động vào di tích, đồng thời duy trì, bảo quản tích cực những giá trị nguyên trạng của di tích khi phát hiện. Thực tế cho thấy những di tích còn giữ được nhiều nét nguyên bản thường có giá trị hấp dẫn nhiều hơn đối với du khách. Điều này càng thể hiện rõ hơn trên thế giới, khi mà trong nhiều trường hợp, các di sản là những di tích đồ nát, nhưng vẫn hấp dẫn du khách, mặc dù tổ chức, cá nhân sở hữu di sản đó hoàn toàn có thể phục chế lại như nguyên bản. Đền thờ Acropol ở Hy Lạp là một ví dụ, hoặc đấu trường Colixey ở La Mã cũng vậy.

Hiện nay, ở Việt Nam có những di tích được trùng tu, tôn tạo theo hướng làm mới đã đánh mất đi sự hấp dẫn của khách du lịch, đặc biệt là khách du lịch quốc tế. Có những di tích được tôn tạo nhưng không chú ý đến chi tiết, đặc biệt là những chi tiết nội thất. Những ví dụ thường thấy như một ngôi đền được tôn tạo thường tạo dáng mái ngói cong cổ kính, nhưng bên trong lại nhìn rõ những dầm bê tông nặng nề chống đỡ. Những chi tiết đó thường có tác động phản cảm rõ rệt đối với du khách, thể hiện sự cầu thả, từ đó làm mất đi cảm hứng và sự thụ cảm trọn vẹn những giá trị văn hóa đặc sắc mà lẽ ra di sản đã có thể cung cấp cho du khách.

*Hai là, 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 cần thiết có thể đáp ứng yêu cầu của hoạt động du lịch. Do vậy phải có quy hoạch, thiết kế cẩn thận và được coi là một nội dung quan trọng của công tác bảo tồn. Ví dụ các tuyến đường tham

quan, đi lại trong khu di tích phải phù hợp với tính chất lịch sử của di tích... hệ thống phục vụ nhu cầu vệ sinh, thu gom nước thải, chất thải rắn, chiếu sáng... cần được thiết kế hài hòa, không ảnh hưởng đến mỹ quan di sản....

Mặc dù quy định như vậy, nhưng giữa quy định và thực tế hiện nay vẫn còn có khoảng cách. Việc lấn chiếm, xây dựng nhà hàng, khu vực vui chơi giải trí... vẫn còn xuất hiện nhiều trong phạm vi di tích.

*Ba là, bảo vệ và tôn tạo môi trường các khu di sản.*

Bảo vệ môi trường khu vực di tích, di sản là yêu cầu quan trọng trong phát triển du lịch. Môi trường ở đây phải được hiểu theo nghĩa rộng, bao gồm cả môi trường tự nhiên và môi trường xã hội nhân văn.

Môi trường du lịch tự nhiên bao gồm môi trường nước, môi trường không khí, môi trường đất, tình hình nước thải, chất thải rắn... Đối với khách du lịch, không gì phản cảm bằng sự xuất hiện của rác, nước thải bừa bãi... tại các khu di tích, cần có sự vào cuộc của các cơ quan chức năng nhằm đảm bảo giá trị không gian của di tích.

Môi trường xã hội nhân văn trong khu di tích, di sản thể hiện qua việc quản lý khu di tích, tình hình trật tự trị an khu vực... Mặc dù đã có nhiều nỗ lực, nhưng tại nhiều nơi, nhất là tại các di tích tôn giáo, tín ngưỡng vào mùa cao điểm của lễ hội vẫn thường xuyên diễn ra những cảnh xô đẩy, chèo kéo, buôn bán, khấn thuê, các hoạt động lừa đảo, mê tín... vẫn chưa được giải quyết một cách hiệu quả.

Môi trường bị ô nhiễm sẽ làm giảm tính hấp dẫn của di sản đối với khách du lịch và đương nhiên làm giảm tính hiệu quả trong công tác bảo tồn, phát huy giá trị di sản. Do vậy trong nội dung công tác bảo tồn, tôn tạo di sản, di tích cũng 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.

*Bốn là, cần quan tâm xây dựng nội dung giới thiệu giá trị của di sản.*

Bảo vệ, tôn tạo di sản phải nhằm mục đích giới thiệu di sản đến với công chúng. Do vậy, cần chuẩn bị tốt nội dung giới thiệu về di sản; việc phát

huy giá trị của di sản không cần thiết phải thật sự chi tiết, nhưng phải đầy đủ và chọn lọc. Ngoài ra cũng có thể sử dụng những hình thức giới thiệu đa dạng khác.

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. Có nhiều bản giới thiệu thay vì diễn giải, phân tích, thì lại nặng về phần ca ngợi chung chung. Có những điểm du lịch là hang động đẹp, thì trong nội dung giới thiệu bên cạnh yếu tố huyền thoại với những chuyện kể mang sắc thái cổ tích cũng cần thiết phải có những thông tin mang tính khoa học, như thành tạo địa chất, niên đại, đặc điểm. Những thông tin này thực sự cần thiết để du khách có thể nhận thức được việc hình thành một kỳ quan thiên nhiên, đòi hỏi bao nhiêu thời gian, điều đó giúp nâng cao được ý thức bảo vệ di sản đối với du khách và qua họ, tới cộng đồng.

Du lịch được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước, việc đa dạng các loại hình, sản phẩm du lịch văn hóa trên cơ sở khai thác hiệu quả các giá trị của di sản văn hóa là việc làm cấp thiết, hơn thế nữa du lịch không chỉ đơn thuần là một hoạt động kinh tế, nó còn mang nội dung nhân văn và xã hội sâu sắc, thông qua hoạt động du lịch để truyền thụ kiến thức, giáo dục truyền thống và góp phần nâng cao dân trí.

Đối với các di sản văn hóa hiện nay, việc bảo tồn, tôn tạo và phát huy giá trị các di sản cần được quan tâm đúng mức. Phát triển du lịch là yêu cầu tự nhiên nhằm phát huy giá trị di sản. Tuy nhiên phát triển du lịch cần tuân thủ những nguyên tắc về bảo tồn vì giá trị các di sản là vĩnh hằng và không bao giờ cũ. Chúng ta không bao giờ sợ các di sản sẽ mất đi sức hấp dẫn của bản thân, ngoại trừ trường hợp dưới bàn tay nhào nặn của con người khiến các di sản tự mất đi "các giá trị nguyên bản". Việc nghiên cứu phát triển những sản phẩm du lịch mới tại các khu vực có di sản là cần thiết nhằm làm tăng thêm giá trị cho các di sản, làm đa dạng hóa các hoạt động du lịch tại những nơi này, qua đó mang lại lợi ích nhiều mặt cho bản thân di sản và cho cộng đồng dân cư. ■