

PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM LƯU NIỆM PHỤC VỤ DU LỊCH Ở PHÚ THỌ

HÀ THỊ LỊCH - BUI HUY TOÀN - TRỊNH THẾ TRUYỀN

1. Văn hóa Hùng Vương - tài nguyên cho phát triển du lịch

Trước hết, về mặt địa - chính trị, địa - văn hóa, Phú Thọ là vùng lõi tự nhiên, cổ xưa nhất của người Việt cổ, nơi tụ hội của nhiều luồng cư dân, có vị trí chiến lược trọng yếu của nhà nước Văn Lang cổ đại. Trần Quốc Vượng cho rằng: “Nếu chỉ nói một câu về vị thế địa - chính trị, địa chiến lược, địa văn hóa của kinh đô cổ đại Văn Lang... Đó là *vùng ngã ba sông* (hợp lưu Thao - Lô - Đà)”(1), trong đó Việt Trì và vùng xung quanh là vùng đỉnh xưa nhất của tam giác châu thổ sông Hồng và đi đến kết luận: “Việt Trì - Bạch Hạc trung du là trung tâm địa - chính trị của nhà nước Việt Nam cổ đại thời cách mạng luyện kim đồng - sắt. Đây là nhà nước sớm nhất của Bắc Việt Nam, nảy sinh từ trung du và sẽ khai triển xuống đồng bằng cao châu thổ ở những thế kỷ sau”(2).

Đặt trong không gian văn hóa đất tổ, Phú Thọ còn là vùng lõi, trung tâm hội tụ về văn hóa, lịch sử. Sự phức hợp về địa hình và nhiều hệ canh tác khác nhau đồng thời phản ánh quá trình người Việt cổ thiên di từ vùng núi xuống chế ngự đồng bằng và có sự tích hội giữa các nhóm người Việt cổ với nhau. Chính đặc điểm này đã tạo sự phong phú, đa dạng về văn hóa vùng đất tổ. Và trong văn hóa tâm linh của người Việt nơi đây, có sự đan bện của tín ngưỡng thờ thần núi, thờ thánh Tản, thờ bà chúa Thượng ngàn... rồi đến tín ngưỡng phồn thực, thờ trời, thờ thần lúa và đình

Phú Thọ là *vùng lõi* của không gian văn hóa đất tổ, lưu giữ nhiều di sản văn hóa có giá trị. Đặc trưng có tính trội và khu biệt của di sản văn hóa ở tỉnh Phú Thọ là khẳng định tính chất *cội nguồn, phát tích* quốc gia, dân tộc. Nói cách khác, những giá trị văn hóa Hùng Vương là tài sản vô giá mà lịch sử hàng ngàn năm của dân tộc đã ban tặng cho Phú Thọ. Điều này đồng nghĩa với một trọng trách lớn lao mà cả nước giao phó cho chính quyền và nhân dân Phú Thọ, đó là phải thiết kế, sản xuất được những sản phẩm du lịch thực sự tiêu biểu và làm rực rỡ văn hóa Hùng Vương.

cao là thờ Đức Thánh tổ Hùng Vương. Tính riêng di tích khảo cổ học, hiện nay ở Phú Thọ sở hữu một số lượng lớn di tích quan trọng như: làng Cả (TP. Việt Trì), xóm Rền (huyện Phù Ninh), gò Mun, Sơn Vi, Phùng Nguyên (huyện Lâm Thao)... Đây là những bằng chứng khoa học, mà theo Phan Huy Lê, “cho phép xác định thời Hùng Vương trong truyền thuyết là có thật theo ý nghĩa có sự tồn tại của các cộng đồng cư dân người Việt cổ trên địa bàn cư trú của họ. Hơn thế nữa, chứng cứ khảo cổ học kết hợp với các nguồn tư liệu liên quan còn cung cấp những thông tin khoa học để có thể phác họa tình hình kinh tế cùng đời sống văn hóa xã hội của họ”(3).

Như vậy, các kết quả nghiên cứu trên không chỉ là cơ sở khoa học quan trọng chứng minh cho thời kỳ lịch sử có thật của người Việt cổ và thời kỳ Hùng Vương dựng nước mà còn khẳng định, chính nhà nước Văn Lang (trung tâm ở vùng Phú Thọ) đã đặt nền móng sự ra đời cộng đồng quốc gia, dân tộc. Có thể khẳng định, với truyền thống lịch sử, văn hóa hàng ngàn năm, các di sản văn hóa trên địa bàn tỉnh Phú Thọ là những tài nguyên nhân văn vô giá, là cơ sở để tạo ra nhiều sản phẩm lưu niệm độc đáo, mang đặc trưng văn hóa vùng đất tổ.

2. Thực trạng sản phẩm lưu niệm mang đặc trưng văn hóa vùng đất tổ của tỉnh Phú Thọ

Tại các điểm du lịch, khu di tích ở tỉnh Phú

Thọ hiện nay có khá nhiều sản phẩm lưu niệm với những chủng loại, mẫu mã khác nhau. Điều này giúp cho du khách có nhiều sự lựa chọn để phục vụ nhu cầu mua sắm của mình. Mặc dù vậy, đánh giá một cách khách quan, có thể thấy sản phẩm lưu niệm của Phú Thọ chưa tạo ra lợi thế cạnh tranh rõ rệt với các sản phẩm có nguồn gốc từ nơi khác tới. Có thể nhìn nhận sản phẩm lưu niệm của Phú Thọ ở một số phương diện:

Số lượng

Hiện nay, các sản phẩm lưu niệm tại những điểm du lịch của tỉnh Phú Thọ có khoảng 50 loại, bao gồm: quần áo, giấy dép, mũ nón, móc chìa khóa, quạt giấy, bùa bình an, chuông gió, thú nhồi bông, đồ chơi điện tử... Số lượng sản phẩm đặc trưng văn hóa Hùng Vương rất ít và khá mờ nhạt về ý nghĩa, chủ yếu là trống đồng hoặc quần áo có in chữ “du lịch đền Hùng”. Các sản phẩm lưu niệm được bày bán ở các quầy dịch vụ là những mặt hàng có thể mua ở khắp nơi như: Bái Đình, chùa Hương, Yên Tử, Tràng An... Các sản phẩm này đều được sản xuất hàng loạt, chất liệu rẻ tiền, may gia công, kiểu cách lai căng... phần nhiều đều được nhập khẩu từ Trung Quốc.

Chất lượng

Trong hệ thống các sản phẩm lưu niệm được bày bán ở đền Hùng, chúng tôi thống kê được những sản phẩm mang giá trị văn hóa Hùng Vương chiếm tỷ lệ rất thấp (khoảng 10%). Các mặt hàng này đều đặt nơi khác sản xuất, chế tác đơn giản, phản ánh khá mờ nhạt giá trị văn hóa Hùng Vương... Tuy nhiên, giá thành lại tương đối cao, dẫn đến mức độ tiêu thụ rất chậm. Có thể thấy rõ điều này qua một số mặt hàng lưu niệm:

Về mặt hàng quần áo, chủ yếu là những chiếc áo phông in chữ: đất tổ, đền Hùng, du lịch đền Hùng... nếu đem so sánh với chiều dài lịch sử và bề dày văn hóa mấy ngàn năm thì quá nghèo nàn, đơn điệu. Bên cạnh đó, các sản phẩm này đều là hàng gia công kém chất lượng, nhanh bị phai màu, tuột các đường chỉ, nhàu nhĩ, rách nát.

Về mặt hàng đồ chơi, đồ trang sức, hầu hết đều giống với sản phẩm lưu niệm tại các khu du lịch khác, nhanh hỏng, sử dụng phụ phẩm gây độc hại.

Bên cạnh việc khảo sát trực tiếp, chúng tôi tiến hành phát 200 phiếu điều tra về mức độ đáp

ứng nhu cầu khách du lịch của các sản phẩm lưu niệm tại khu di tích lịch sử đền Hùng. Kết quả đạt được:

Mức độ đáp ứng	rất tốt	tốt	biên thường	chưa tốt
Số lượng	5	24	59	112
Tỷ lệ (%)	2,5	12,0	29,5	56,0

Bảng số liệu cho thấy thực trạng đáng quan ngại, số lượng khách du lịch đánh giá cao sản phẩm chỉ được 2,5%, trong khi đó đánh giá không tốt lại lên tới 56%. Việc thiếu vắng các sản phẩm lưu niệm đặc trưng chính là nguyên nhân cơ bản dẫn tới điều này.

Bên cạnh việc khảo sát mức độ đáp ứng nhu cầu khách du lịch của những sản phẩm lưu niệm đang có, chúng tôi còn tiến hành khảo sát thị hiếu và mong muốn của 200 khách du lịch về các sản phẩm lưu niệm đặc trưng vùng đất tổ, kết quả thu được:

Tiêu chí	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Gắn với thời đại Hùng Vương	134	67,0
Gắn với đặc trưng vùng miền	39	19,5
Sản phẩm làng nghề truyền thống	20	10,0
Ý nghĩa khác	7	3,5

Từ bảng số liệu cho thấy tiêu chí gắn với văn hóa Hùng Vương là cơ bản nhất (67%). Đây cũng chính là cơ sở thực tiễn để khẳng định tính khả thi của các sản phẩm lưu niệm lấy đặc trưng văn hóa Hùng Vương. Vì vậy, cần thiết phải có hệ thống giải pháp đồng bộ để phát triển những sản phẩm này.

3. Giải pháp phát triển các sản phẩm lưu niệm mang đặc trưng văn hóa Hùng Vương

Đây là vấn đề quan trọng hàng đầu của phát triển du lịch Phú Thọ, đòi hỏi phải nhanh chóng tạo ra các sản phẩm lưu niệm độc đáo, mang đậm bản sắc đất tổ. Trên cơ sở những đề tài nghiên cứu của nhóm Trường Đại học Hùng Vương, chúng tôi đưa ra một số hướng cơ bản để phát triển các sản phẩm lưu niệm mang đặc trưng văn hóa Hùng Vương phục vụ phát triển du lịch.

Thứ nhất, tiến hành điều tra, kiểm kê, phân loại và đánh giá chính xác thực trạng của sản phẩm lưu niệm (chất lượng, số lượng, khả năng đáp ứng nhu cầu, thị hiếu của du khách), những tiềm năng tạo sản phẩm còn chưa được khai thác... từ đó có kế hoạch xây dựng sản phẩm mang tính đặc thù, có

chất lượng cao đáp ứng được yêu cầu những thị trường khách của Phú Thọ.

Thứ hai, cần tiếp tục có những nghiên cứu bài bản, khoa học về khai thác những đặc trưng của văn hóa Hùng Vương phục vụ thiết kế, sản xuất các sản phẩm lưu niệm. Sản phẩm phải có giá trị tiêu biểu, đại diện cho văn hóa Hùng Vương, trong đó đặc biệt nhấn mạnh đến các giá trị: hướng về cội nguồn, tôn vinh văn hóa nông nghiệp trồng lúa và cố kết cộng đồng quốc gia, dân tộc; cần tận dụng những chất liệu và kỹ thuật của người bản địa; sản phẩm phải có tính sáng tạo, tính thẩm mỹ, tinh xảo, dễ vận chuyển, giá cả hợp lý...

Thứ ba, cần có những giải pháp quảng bá, truyền thông, liên kết, xúc tiến du lịch và đặc biệt là hệ thống cơ chế, chính sách khuyến khích việc nghiên cứu, thiết kế, sản xuất và tiêu dùng sản phẩm du lịch mang đặc trưng văn hóa Hùng Vương.

Ngoài ra, việc thu hút, kêu gọi các nguồn lực phục vụ công tác nghiên cứu, sản xuất cũng là nhân tố quan trọng giúp các giải pháp phát triển sản phẩm du lịch được triển khai một cách đồng bộ, hiệu quả.

Đối với dân tộc Việt Nam, đất tổ gắn với tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương là vùng cội nguồn, phát tích, quy tụ những giá trị căn bản. Hướng về cội nguồn là một nhu cầu xuyên suốt, gắn liền với bản sắc, tư cách tồn tại và là hạt nhân hình thành chủ nghĩa yêu nước Việt Nam. Vì vậy, việc khai thác văn hóa Hùng Vương để thiết kế thành các sản phẩm lưu niệm, phục vụ nhu cầu của khách hành hương là việc làm vô cùng cần thiết. Các sản phẩm hội tụ giá trị văn hóa đặc trưng chính là cách để các thế hệ người dân Việt Nam, đặc biệt là thế hệ trẻ nhớ về cội nguồn, để những giá trị văn hóa truyền thống không bị mai một, lãng quên trước xu thế toàn cầu hóa, đa phương và hội nhập sâu rộng như hiện nay ■

H.T.L-B.H.T-T.T.T

1, 2. Trần Quốc Vương, *Vị thế địa - văn hóa vùng đất tổ, Việt Nam, cái nhìn địa - văn hóa*, Nxb Văn hóa Dân tộc, Hà Nội, 1998, tr.29, 51.

3. Phan Huy Lê, *Di sản văn hóa Việt Nam dưới góc nhìn lịch sử*, Nxb Đại học Quốc gia, Hà Nội, 2015, tr.55.

GIÁ TRỊ ĐẠO ĐỨC TRUYỀN THỐNG TRONG XÂY DỰNG LỐI SỐNG PHỤ NỮ NÔNG THÔN

HỒ THỊ HÀ

Giá trị đạo đức truyền thống của phụ nữ Việt Nam được hình thành, hun đúc qua hàng nghìn năm lịch sử, với sự tiếp nối của các thế hệ để tạo nên cốt cách, bản sắc tinh thần phong phú, tốt đẹp của người phụ nữ. Phụ nữ nông thôn là lực lượng xã hội đóng đảo, lối sống của họ có vai trò quan trọng, ảnh hưởng trực tiếp đến các hoạt động kinh tế, văn hóa, xã hội ở nông thôn, cũng như việc xây dựng gia đình ấm no, tiến bộ, hạnh phúc. Xây dựng lối sống của người phụ nữ nông thôn hiện nay là một tất yếu khách quan, có mối quan hệ chặt chẽ với hệ giá trị đạo đức truyền thống phụ nữ Việt Nam.

Giá trị đạo đức truyền thống của phụ nữ Việt Nam được hình thành, giữ gìn, phát huy qua nhiều thế hệ, nhiều giai đoạn phát triển của đất nước. Trong quá trình phát triển, hệ giá trị đạo đức đó luôn theo đúng quy luật phủ định của phủ định, trong đó tính chất kế thừa là điều kiện, tiền đề cho sự ra đời, phát triển của cái mới thay thế cái cũ, là yếu tố đảm bảo cho giá trị mới hình thành, được khẳng định, phát triển một cách vững chắc. “Hệ giá trị đạo đức truyền thống của phụ nữ Việt được thể hiện ở lòng yêu nước, tình nhân ái, đức hy sinh, trí thông minh, tiêu biểu cho nhân cách Việt Nam. Tám chữ vàng anh hùng, bất khuất, trung hậu, đảm đang mà Bác Hồ kính yêu cùng nhân dân trao tặng phụ nữ nước