

Phát triển sản phẩm du lịch từ “vốn văn hóa” Lễ hội Kiếp Bạc

TS. TRINH LÊ ANH*

Lễ hội truyền thống ở Việt Nam và Lễ hội Kiếp Bạc

Lễ hội truyền thống là một sinh hoạt văn hóa mang tính hệ thống, tính phức hợp, một hiện tượng văn hóa dân gian tổng thể. Chủ thể của lễ hội truyền thống là cộng đồng...

Một đặc điểm phổ biến của lễ hội truyền thống ở Việt Nam là gắn với đời sống tâm linh, tôn giáo tín ngưỡng, mang tính thiêng. Có nhiều sinh hoạt, trình diễn trong lễ hội nhìn bề ngoài là trần tục, như các trò vui chơi giải trí, thi tài, các diễn xướng mang tính phồn thực, nên nó mang tính “tục”, nhưng lại là cái trần tục mang tính phong tục, nên nó vẫn thuộc về cái thiêng, như tôn sùng sinh thực khí mà hội Trò Trám (Phú Thọ) là điển hình. Tính thiêng cũng một phần có được nhờ ngôn ngữ biểu tượng thông qua các diễn xướng dân gian tạo cảm giác thăng hoa, vượt lên thế giới hiện thực, trần tục của đời sống thường ngày...

Lễ hội Kiếp Bạc là một lễ hội độc lập nhưng không tách rời Lễ hội Côn Sơn vì những liên quan của hai cụm di tích này. Trên thực tế, quản lý và tổ chức hai lễ hội này thường gộp chung thành Lễ hội Côn Sơn - Kiếp Bạc nhằm phát huy tối đa nguồn lực di sản tạo thương hiệu lễ hội truyền thống cho tỉnh Hải Dương. Từ đó có cách đặt tên có tính phân biệt: Lễ hội mùa xuân và Lễ hội mùa thu. Lễ hội Kiếp Bạc chính là lễ hội mùa thu. Hầu hết các phần lễ, phần hội tại các lễ hội mùa thu diễn ra trong vòng 10 năm trở lại đây đều được phục dựng lại.

Theo Quyết định xếp hạng của Thủ tướng Chính phủ, di tích đến Kiếp Bạc có cả 2 giá trị: lịch sử và kiến trúc nghệ thuật, bởi giá trị tưởng niệm của nó (được xây trên mảnh đất xưa kia là phủ đệ của Trần Hưng Đạo), nhưng lễ hội ở đây lại không giống những lễ hội mang tính chất tưởng niệm thường

được tổ chức ở các di tích lịch sử và được hình thành gần đây như Lễ hội gò Đống Đa, Lễ hội Bạch Đằng, mà đã trở thành một lễ hội dân gian, bởi trong lễ hội đã tích hợp khá nhiều lớp văn hóa, tín ngưỡng, các trò chơi dân gian. Quan trọng hơn, Lễ hội Kiếp Bạc được tổ chức để thỏa mãn nhu cầu tâm linh của đông đảo quần chúng nhân dân chứ không chỉ đơn thuần là hoạt động văn hóa nhằm tưởng nhớ một nhân vật lịch sử, một danh tướng hay một sự kiện lịch sử đã diễn ra ở đó. Về quy mô, có thể thấy đây là một lễ hội lớn, bởi không chỉ là lễ hội của hai làng Vạn Yên và Dược Sơn, nó còn thu hút được sự quan tâm của người dân trong cả nước với câu nói “tháng tám giỗ Cha” từ lâu đã trở nên quen thuộc với người dân Việt.

Vốn văn hóa trong phát triển sản phẩm du lịch gắn với Lễ hội Kiếp Bạc

Khái niệm “vốn văn hóa” (cultural capital) là một trong những khái niệm về vốn được nhà xã hội học nổi tiếng Pháp - Pierre Bourdieu xây dựng và vận dụng trong các công trình nghiên cứu về xã hội học của ông. Từ đầu những năm 2000, nhiều nhà nghiên cứu khoa học xã hội ở Việt Nam đã quan tâm đến các khái niệm vốn của Bourdieu và tìm cách vận dụng vào các trường hợp nghiên cứu cụ thể. Trải qua hơn một thập

kỷ, bên cạnh “vốn kinh tế”, “vốn xã hội” dần trở thành một khái niệm quen thuộc và phổ biến trong giới nghiên cứu khoa học xã hội Việt Nam, khái niệm “vốn văn hóa” đang được quan tâm nhiều hơn bởi giới nghiên cứu ở Việt Nam.

Bourdieu xem “vốn văn hóa là hệ thống các thành tố văn hóa có thể luân chuyển và tạo ra những giá trị trao đổi trong quá trình phát triển, là một hình thức “tư bản văn hóa”. Rõ ràng, khái niệm này không chỉ tất cả các yếu tố văn hóa mà đề cập đến những yếu tố văn hóa có khả năng luân chuyển, có giá trị trao đổi và tạo ra lợi ích trong quá trình luân chuyển, trao đổi đó.

Từ mô hình quá trình phát triển sản phẩm từ vốn văn hóa được đề xuất: Các yếu tố văn hóa lễ hội truyền thống (tài nguyên) → Vốn văn hóa lễ hội truyền thống (vốn) → Sản phẩm du lịch từ vốn văn hóa lễ hội truyền thống (sản phẩm).

Nghiên cứu áp dụng phân tích cụ thể trường hợp Lễ hội Kiếp Bạc (Hải Dương) chỉ ra những yếu tố văn hóa có tiềm năng và hiện đang hình thành vốn văn hóa từ Lễ hội Kiếp Bạc cho phát triển sản phẩm du lịch kèm theo những đánh giá định tính sơ bộ trên thang đo Likert 5 mức độ: Rất tốt, Tốt, Trung bình, Yếu, Kém.

Bảng: Những yếu tố văn hóa có tiềm năng và đang hình thành vốn văn hóa cho phát triển du lịch từ Lễ hội Kiếp Bạc (Hải Dương)

YẾU TỐ VĂN HÓA	VỐN VĂN HÓA	SẢN PHẨM DU LỊCH	TIỀM NĂNG	HIỆN TRẠNG
1. Di sản vật thể gắn với Lễ hội Kiếp Bạc				
Đền Kiếp Bạc thờ anh hùng dân tộc Hưng Đạo Đại Vương Trần Quốc Tuấn, được Nhà nước xếp hạng Di tích lịch sử đặc biệt quan trọng của quốc gia	→ Hệ thống di tích lịch sử tái hiện chiến trường xưa Lục Đầu Giang gắn với huyền thoại quân sự Trần Hưng Đạo	→ Du lịch lịch sử (1)	Trung bình	Chưa có
Đền Nam Tào, đền Bắc Đẩu, thung lũng Vạn Yên - lưu giữ nhiều dấu tích gắn liền với Hưng Đạo Vương trong cuộc kháng chiến chống Nguyên - Mông như: <i>Sinh Từ, Sông Vàng, Xưởng Thuyền, Hành Cung</i> .	→ Hệ thống di tích tâm linh thờ Trần Hưng Đạo	→ Du lịch tâm linh (2)	Rất tốt	Tốt
<i>Các di chỉ khảo cổ và di tích khác:</i> Hang Tiến, Hồ Thóc, Viên Lăng, Ao Cháo, Hồ Chân Bia, Cồn Kiếm... Thời Trần đây là những công trình kiến trúc có tầm vóc nhưng hiện nay nhiều di tích chỉ còn là phế tích.				
2. Di sản phi vật thể gắn với Lễ hội Kiếp Bạc				
Hầu hết các phần lễ, phần hội tại các lễ hội mùa thu được tổ chức trong vòng 10 năm trở lại đây đều được phục dựng lại. Nổi bật với những lễ hội/hoạt động sau:	→ Hệ thống nghi thức tâm linh, đáng chú ý nghi thức ban Ấn	→ Du lịch tâm linh (3)	Rất Tốt	Tốt
<i>Lễ hội đền Kiếp Bạc:</i> Tin ngưỡng thờ Đức Thánh Trần.	→ Hệ thống diễn xướng dân gian	→ Du lịch tham quan, xem biểu diễn (4)	Rất Tốt	Tốt
<i>Hội quân trên sông Lục Đầu:</i> tái hiện cảnh hội quân trên sông Lục Đầu, nhắc nhớ chiến thắng hào hùng của quân dân nhà Trần dưới sự chỉ huy của Trần Hưng Đạo	→ Hệ thống vui chơi, giải trí	→ Du lịch giải trí (5)	Tốt	Yếu
<i>Lễ hội cầu an, hội hoa đăng trên sông Lục Đầu:</i> theo đề án nâng cấp Lễ hội Côn Sơn - Kiếp Bạc (2006 - 2010)	→ Hệ thống hoạt động, tập quán của cư dân địa phương trong lễ hội	→ Du lịch trải nghiệm, nhập vai (6)	Rất Tốt	Kém
<i>Nghi lễ và diễn xướng hầu đồng tại Kiếp Bạc:</i> Những người theo hầu về Đức Thánh Trần gọi là Thanh đồng.	→ Hệ thống tài nguyên ẩm thực và đặc sản địa phương	→ Du lịch ẩm thực và shopping (7)	Tốt	Yếu
Ngoài ra còn có các lễ hội nổi bật khác như: <i>Lễ rước bộ, Lễ tế, Lễ khai ấn</i> .				
<i>Một số trò chơi dân gian đặc trưng: bắt vịt, đi cầu thùm, bơi chổi, nháy phồng</i> .				
<i>Ẩm thực và đặc sản địa phương</i> .				

Một số nhận định, bàn luận

Theo bảng phân tích trên, 7 sản phẩm du lịch được liệt kê dựa trên 2 nguồn “vốn văn hóa” vật thể và phi vật thể cho thấy theo thứ tự các sản phẩm sau đây là chủ lực: du lịch tâm linh (2 liệt kê); du lịch lịch sử; du lịch tham quan, xem biểu diễn; du lịch giải trí; du lịch trải nghiệm, nhập vai; du lịch ẩm thực và shopping (mỗi loại 1 liệt kê). Phân tích ở góc độ tiềm năng cho thấy chủ lực sẽ gồm 3 loại hình sản phẩm: du lịch tâm linh (2) (3), du lịch tham quan, xem biểu diễn (4) và du lịch trải nghiệm, nhập vai (6); trong khi đó hiện trạng thì chỉ có du lịch tâm linh (2) (3) và du lịch tham quan, xem biểu diễn (4) là đang có vai trò chủ đạo, du lịch lịch sử (1) chưa hình thành, ba loại hình du lịch giải trí (5), du lịch trải nghiệm, nhập vai (6), du lịch ẩm thực và shopping (7) đều ở mức độ trung bình, yếu.

Trong trường hợp Lễ hội Kiếp Bạc, việc tập trung xây dựng chiến lược phát triển sản phẩm du lịch là rất cần thiết với hai khía cạnh: phát triển quy mô và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch gắn với lễ hội đáp ứng các nguyên tắc cơ sở: phù hợp với nhu cầu của khách; đảm bảo lợi ích kinh tế phù hợp; tôn vinh tính đặc thù tạo điểm nhấn, sức hấp dẫn, sức cạnh tranh và điểm USP trong marketing; bảo tồn và giữ gìn cho tương lai.

Phát huy “sáng tạo văn hóa” của cộng đồng trong lễ hội truyền thống

Khái niệm “cộng đồng” đã được mở rộng, là một cộng đồng mở có liên quan và quan tâm đến Lễ hội Kiếp Bạc, để lễ hội

không của chỉ 6.000 dân sở tại hay 4.000 người nhà họ Phạm tại địa phương. Cộng đồng ấy đã và đang có nhiều “sáng tạo văn hóa” trong quá trình quản lý, tổ chức, đồng hành và trải nghiệm lễ hội.

Rõ ràng, từ sau năm 2006, cùng với sự khẳng định tính truyền thống của Lễ hội Kiếp Bạc một cách chắc chắn trong tâm thức người dân, những “sáng tạo văn hóa” có nguồn gốc truyền thống đều đã trở thành “phần tất yếu” của lễ hội này. Tất cả nghi lễ, kể cả sáng tạo đều bắt nguồn từ truyền thống. Lễ rước bộ, lễ tế được phục dựng từ truyền thống, ba nghi lễ mới gồm hầu đồng, hội quân trên sông Lục Đầu, hoạt động và nghi thức ban Ấn đều có những căn cứ khoa học từ truyền thống được nghiên cứu - triển khai kỹ lưỡng trong và sau thời điểm năm 2006, được áp dụng dựa trên căn cứ pháp lý quan trọng như Luật di sản, thể chế hóa thành những quy định đương đại và phù hợp, không làm mất đi tính thiêng của lễ hội mà vẫn thu hút được du khách: tổ chức liên hoan diễn xướng hầu đồng với yêu cầu không phán truyền, không tung tiền, không kéo dài quá 12 giờ đêm; không để tồn tại diễn biến thương mại hóa lễ hội “mua ấn”, không để khách chen

lấn xô đẩy xin ấn, mỗi năm ban tổ chức lễ hội đầu tư kinh phí để phát không một vạn ấn cho dân và khách tham dự.

Như thế, những “sáng tạo văn hóa” đã trở thành “truyền thống mới” và bước đầu thể hiện sức sống song hành cùng lễ hội. Lễ hội Kiếp Bạc nếu không có 3 hoạt động/ nghi lễ “truyền thống mới” này sẽ giảm mạnh tính thu hút hiện có. Đây là một minh chứng về sự sáng tạo thành công qua gần 15 năm tổ chức. Lễ hội Kiếp Bạc cần tiếp tục tâm thế đón nhận những “sáng tạo văn hóa” phù hợp, luôn cần trọng nghiên cứu hai căn cứ quan trọng: cơ sở khoa học và cơ sở pháp lý của sáng tạo để thử nghiệm và đưa vào áp dụng cho lễ hội. Triển khai việc này cần thận trọng nhưng quyết đoán và từng bước theo đúng quy trình, tránh nóng vội và tránh “đèo cày giữa đường”.

Về việc đề cao chức năng du lịch của lễ hội truyền thống và thay đổi cấu trúc sao cho phù hợp với mục đích bảo tồn di sản gắn với phát triển du lịch

Hiện tại cấu trúc của Lễ hội Kiếp Bạc có thay đổi ở tỷ lệ không gian và thời gian cho các nghi lễ và các hoạt động. Sự thích nghi mới



Lễ hội Kiếp Bạc

Bạc 2 màn hình lớn 200inch, và có ekip quay truyền hình trực tiếp lễ hội để quảng bá tại chỗ và đưa lên mạng internet. Sau đó, họ đã dừng lại vì nhu cầu của họ (cung tiến) đã không còn, trong khi nhu cầu của địa phương thì vẫn rất lớn. Như thế, không thể trông chờ tài trợ, cần phải thay đổi suy nghĩ truyền thông marketing chỉ là phụ.

Về đầu tư kinh phí và huy động nguồn lực tổ chức lễ hội

Giống với phần lớn các lễ hội được nhận sự đầu tư của Nhà nước thông qua chính quyền địa phương, hàng năm (kể từ 2006) Lễ hội Kiếp Bạc nhận được một gói kinh phí “rót xuống”. Gần 15 năm qua, Lễ hội Kiếp Bạc đã dần chứng minh “sức sống” tự thân một cách thuyết phục sau thời điểm quan trọng phục dựng năm 2006. Điều này được

minh chứng bởi sự tham gia tài trợ của nhiều doanh nghiệp, sự tham góp tài chính, vật lực, sức người, tri thức, và sự ủng hộ tinh thần đáng kể của nhiều tổ chức, cá nhân. Trong thời gian tiếp theo, nhà nước có thể đóng vai trò một “nhà tài trợ” có điều kiện, cổ vũ cho sự đổi ứng của cộng đồng liên quan và quan tâm đến lễ hội này để cộng đồng thực sự là nhà đầu tư chính cho lễ hội. Bên cạnh đó, cần phát triển mạnh mẽ nguồn tài trợ thương mại cho lễ hội, song song với tài trợ truyền thông (khi lễ hội ngày càng đạt được quan tâm rộng rãi của công chúng). Sự đóng góp của cộng đồng sẽ ngày càng lớn và chiếm một tỷ lệ có ý nghĩa để thể hiện tâm thế “chủ nhà” của lễ hội.

Lễ hội Kiếp Bạc là một trường hợp điển hình về việc sử dụng “vốn văn hóa”, từ các tài nguyên văn hóa vật thể và phi vật thể thuộc và liên quan đến lễ hội truyền thống, trong bối cảnh vận động và biến đổi không ngừng của đời sống. Việc nghiên cứu thực tiễn việc áp dụng tiếp cận nói trên có ý nghĩa tham khảo cho công tác quản lý và hoạt động tổ chức lễ hội truyền thống có điều kiện tương tự, góp phần thực hiện định hướng lớn của Đảng và Nhà nước ta: phát triển nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc và phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn.■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Đề tài Phát triển sản phẩm du lịch từ vốn văn hóa (nghiên cứu trường hợp lễ hội Kiếp Bạc (Hải Dương), Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQGHN, mã số CS.2019.10.

*Chịu nhiệm Bộ môn QTSK, Khoa Du lịch học, ĐHKHXH&NV Hà Nội

Tour thăm và trải nghiệm nghề gốm truyền thống làng Vạn Yên (gốm dân dụng), nghề làm thuốc nam núi Dược Sơn, nghề và hoạt động làm bánh tiến Thánh (làng Vạn Yên và Dược Sơn), nghề đóng thuyền cổ truyền...

Với việc thực hiện một cách nghiêm túc, bài bản và chuyên nghiệp những đề xuất về sản phẩm du lịch trọn gói, Lễ hội Kiếp Bạc sẽ thu hút một lượng khách du lịch đúng nghĩa (khách có lưu trú qua đêm và khách quốc tế) trước, trong và sau thời vụ chính hội.

Marketing và truyền thông cho sản phẩm du lịch - lễ hội truyền thống

Hiện nay, Lễ hội Kiếp Bạc có sức thu hút riêng đối với một lực lượng đông đảo khách có nhu cầu tâm linh (khách đến vì nghi lễ hầu đồng, khách sông nước, miền biển về lễ đức Thánh Trần, khách xin ấn cầu may). Tuy nhiên, để phát triển du lịch đúng nghĩa (khách lưu trú qua đêm, khách quốc tế) thì bên cạnh việc xây dựng sản phẩm trọn gói, hoạt động truyền thông, marketing phải được thực hiện chuyên nghiệp theo phương thức xã hội hóa, chứ không thể “hữu xạ tự nhiên hương”. Một ví dụ: trước năm 2013 có 2 công ty truyền thông cung tiến cho Kiếp

này làm tăng cơ hội trải nghiệm của số đông đến với lễ hội, thay vì nhàm chán theo dõi thụ động những nghi thức thiêng trong không gian hẹp, gò bó. Người dân và du khách được thoải mái trải nghiệm văn hóa trong không gian rộng rãi và xứng đáng (diễn xướng hầu đồng, hội quân trên sông Lục Đầu, ban ấn). Giữ vững cấu trúc mới với tỷ lệ cộng đồng hóa lễ hội ngày càng cao, không từ bỏ hay thực hiện chiếu lệ các nghi thức văn hóa gốc, có tính nền móng, đề cao chức năng du lịch của lễ hội, hướng đến du khách thập phương và khách du lịch đúng nghĩa trong tương lai gần là đề xuất của nghiên cứu này.

Xây dựng “sản phẩm du lịch trọn gói” cho lễ hội truyền thống

Đây là một bước đi mạnh dạn với sự tham gia của các chuyên gia và hệ thống ngành du lịch, có thể đề xuất một số hướng sản phẩm để nghiên cứu, triển khai: 1) Sản phẩm du lịch trên sông Lục Đầu, nghe giới thiệu chiến công của quân dân Đại Việt 5 lần chống giặc ngoại xâm với khoảng 20 di tích gắn với thời Trần, biểu diễn hầu đồng, nghe hát chầu văn trên sông, tại bến sông Thương trải nghiệm văn hóa “đổi chiếu”, trải nghiệm văn hóa “nước giếng Mất Rộng”...; 2)