

NGHỆ THUẬT DIỄN XƯỞNG DÂN GIAN TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG: MỘT NGHIÊN CỨU XUYÊN NGÀNH TẠI THÁP BÀ PO NAGAR – NHA TRANG

Nguyễn Thị Thanh Xuyên⁽¹⁾

(1) Viện khoa học xã hội vùng Trung Bộ

Ngày nhận bài 25/12/2020; Ngày gửi phản biện 30/12/2020; Chấp nhận đăng 15/02/2021

Liên hệ email: xuyenthanh27@gmail.com

<https://doi.org/10.37550/tdmu.VJS/2021.01.156>

Tóm tắt

Quá trình phát triển của du lịch tâm linh, tín ngưỡng dẫn đến sự xuất hiện của một số sản phẩm du lịch dựa trên nguồn lực nghi lễ, diễn xướng dân gian. Với nghiên cứu trường hợp tại tháp Bà Po Nagar, thành phố Nha Trang (tỉnh Khánh Hòa) bằng phương pháp điền dã dân tộc học (quan sát tham gia và phỏng vấn sâu), bài viết này cung cấp khung phân tích để giải thích phương thức tham gia của các chủ thể, cách thức khai thác sản phẩm du lịch và đánh giá tính hiệu quả của mô hình du lịch dựa vào cộng đồng. Kết quả nghiên cứu cho thấy các sản phẩm du lịch này phản ánh cách tiếp cận mới về khai thác nguồn lực nghi lễ, diễn xướng, thể hiện vai trò, sự đóng góp của cộng đồng. Quá trình xây dựng sản phẩm du lịch diễn xướng dân gian hàm chứa giá trị văn hóa và liên kết tộc người. Những yếu tố này cần được làm rõ để đánh giá sự thành công và hạn chế của sản phẩm diễn xướng dân gian nhìn từ mô hình du lịch cộng đồng. Qua đó, nghiên cứu này đề xuất sự cần thiết phải tăng cường sự tham gia của cộng đồng trong xây dựng sản phẩm du lịch với tư cách là chủ thể thực hành và bảo tồn văn hóa.

Từ khóa: du lịch cộng đồng, nghi lễ, sản phẩm du lịch, tháp Bà Po Nagar – Nha Trang

Abstract

FOLK PERFORMING ARTS IN THE COMMUNITY-BASED TOURISM DEVELOPMENT: A TRANSDISCIPLINARY STUDY AT PO NAGAR TOWER – NHA TRANG

The tourism product based on exploring folk performing art resources is a new factor that has arisen from the spiritual tourism development process. This study is at Po Nagar tower, Nha Trang city, Khanh Hoa province, using the ethnographic fieldwork includes participant observation and in-depth interview. This article provides a framework to explain the participation manner of the subjects, how to explore tourism products, and to evaluate the effectiveness of the community-based tourism model. These tourism products present a new approach to exploring folk performing art resources via the community role and contribution. Building the tourism product process of folk performing arts implies the renewal of traditional cultural values in the

new context. These findings contribute to consider the success and restriction of the community-based tourism model for exploring tourism products. Therefore, this study suggests that should enhance community involvement in cultural practicer and preserver position for building the tourism product.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh gia tăng nhu cầu du lịch và sản phẩm du lịch, sự xuất hiện của các sản phẩm du lịch từ nguồn lực nghi lễ, diễn xướng tạo nên diện mạo mới cho du lịch tâm linh. Sự góp mặt của các loại hình sản phẩm du lịch này thể hiện xu hướng đáp ứng nhu cầu trải nghiệm của du khách đối với thực hành văn hóa của cộng đồng địa phương. Đồng thời, quá trình xây dựng sản phẩm từ nguồn lực nghi lễ/lễ hội chứng tỏ tầm quan trọng của phương thức khai thác, quản lý nguồn lực văn hóa dựa trên sự tham gia của cộng đồng địa phương. Cách tiếp cận mới này không những mang lại giá trị tích cực và sức hút cho điểm đến du lịch, mà còn đem lại cơ hội phát triển cộng đồng trên khía cạnh kinh tế, xã hội.

Tháp Bà Po Nagar Nha Trang (tọa lạc tại phường Vĩnh Phước, thành phố Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa), trong quá khứ là trung tâm tôn giáo ở xứ Kauthara (vương quốc Champa), hiện nay là di tích xếp hạng cấp quốc gia, là trung tâm hành hương của người Chăm và người Việt cùng thờ cúng nữ thần Thiên Y A Na/nữ thần xứ sở, và cũng là một trong những địa điểm du lịch nổi tiếng của thành phố Nha Trang. Những động thái mới của quá trình khai thác sản phẩm du lịch dựa trên nguồn lực nghi lễ, diễn xướng nhằm đáp ứng nhu cầu du khách và bảo tồn văn hóa thể hiện mối quan tâm và định hướng phát triển du lịch bền vững đối với di sản văn hóa thờ Mẫu, là một hướng tiếp cận mới nhằm hội nhập thực hành nghi lễ thờ Mẫu vào hoạt động du lịch, tôn vinh và quảng bá văn hóa thờ Mẫu. Việc nghiên cứu, đánh giá quá trình khai thác sản phẩm du lịch dựa trên nguồn lực nghi lễ/lễ hội tại một địa điểm di sản như tháp Bà Po Nagar nhằm sáng tỏ nhận thức mới về thực hành thờ Mẫu, yếu tố văn hóa tộc người, vai trò và vị trí của các nhóm tín đồ thờ Mẫu nhìn từ quá trình tham gia của cộng đồng trong khai thác sản phẩm du lịch. Tiếp theo, vấn đề quan trọng nhất cần đặt ra là tại sao sự tham gia của cộng đồng trở nên quan trọng khai thác sản phẩm du lịch? Điều này liên quan đến việc xác định vai trò và vị trí của chủ thể thực hành, bảo tồn nguồn lực văn hóa. Từ đó, đánh giá sự phát triển cộng đồng trên ba khía cạnh là lợi ích kinh tế, chính trị và bảo tồn văn hóa, tác động tích cực tới hình ảnh của điểm đến du lịch và góp phần thúc đẩy mục tiêu phát triển du lịch di sản bền vững.

Bài viết này trình bày hai sản phẩm du lịch diễn xướng dân gian tại tháp Bà Po Nagar Nha Trang là diễn xướng múa dân gian của người Chăm và diễn xướng múa bóng của người Việt. Trong đó, diễn xướng múa dân gian của người Chăm là sản phẩm du lịch thành công và diễn xướng múa bóng của người Việt đang ở trong giai đoạn thử

nghiệm. Từ việc phân tích quá trình khai thác, tính hiệu quả và so sánh giữa hai sản phẩm du lịch trên nhằm đánh giá lại mô hình du lịch dựa trên sự tham gia của cộng đồng, nhờ đó, nhận diện những điểm mạnh và hạn chế của mô hình này, đặc biệt là sự đóng góp của cộng đồng trong việc xây dựng và thành công của sản phẩm du lịch.

2. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

2.1. Luận điểm du lịch dựa vào cộng đồng

2.1.1. Khái niệm cộng đồng

Cộng đồng là tập hợp của nhóm người có cùng mục tiêu và mục đích chung hoặc cùng chia sẻ những nhiệm vụ chung (Joppe, 1996). Các tiêu chí xác định cộng đồng có thể dựa trên đặc điểm địa lý, tương tác và mối liên kết xã hội (Hillery, 1955). Khái niệm cộng đồng có ba chiều kích thông thường như sau: Chức năng xã hội, vùng không gian và được người bên ngoài thừa nhận (Murphy, 1985). Như vậy, những người có cùng mục tiêu và chia sẻ những mối quan tâm chung có thể thuộc về một cộng đồng là định nghĩa phù hợp với bối cảnh nghiên cứu của bài viết, chẳng hạn tín đồ thờ Mẫu, bao gồm ông/bà đồng Tứ Phủ hoặc người múa bóng, cộng đồng người Việt và người Chăm tham gia hành hương là những người liên kết với nhau dựa trên đức tin vào Nữ thần/Thánh Mẫu, cùng hành hương và thờ cúng Thiên Y A Na.

Cộng đồng địa phương và nguồn lực văn hóa có mối quan hệ chặt chẽ, thể hiện như sau: Văn hóa không chỉ được xem như một lĩnh vực mà còn được xem như một nguồn lực của cộng đồng, liên kết chặt chẽ với sự đồng thuận và đối thoại trong cộng đồng đó (Hawkes, 2001). Hawkes (2001) đặt ra ba vấn đề quan trọng để xác định vai trò của cộng đồng trong việc nhận thức và đánh giá nguồn lực văn hóa như sau: 1) Cộng đồng tham gia như thế nào trong hoạt động đề xuất các giải pháp đánh giá?; 2) Những nhóm xã hội khác nhau chịu ảnh hưởng từ những đề xuất trên, từ đó phản ánh giá trị văn hóa xã hội của họ như thế nào?; 3) Phải chăng việc lập kế hoạch có sự tham gia cải thiện cơ hội tham gia và tương tác của cộng đồng?

2.1.2. Du lịch dựa vào cộng đồng

Theo Giampiccoli và Mtapuri (2012), có ba loại hình du lịch liên quan đến cộng đồng, bao gồm CBT (community-based tourism: Du lịch dựa trên cộng đồng), CBPT (community-based partnership tourism: Du lịch hợp tác dựa trên cộng đồng), CT (community tourism: Du lịch cộng đồng). Ba loại hình du lịch này phân biệt ở mức độ quản lý của cộng đồng và cách tiếp cận, cụ thể CBT và CBPT dựa trên cách tiếp cận phát triển đa tuyến, trong đó CBT có đặc điểm là cộng đồng kiểm soát và quản lý doanh nghiệp du lịch; CBPT có đặc điểm là cộng đồng cam kết hợp tác với cơ quan tư nhân về du lịch; CT dựa trên tiếp cận tân tự do, đặc điểm dễ nhận diện là tài sản, nguồn lực của cộng đồng được xem như một nguồn đầu tư của lĩnh vực tư nhân. Giampiccoli & Mtapuri (2012) chia thành sáu bậc thang phát triển của ba loại hình CBT, trong đó, CBT

ở bậc thang cao nhất gắn với “trao quyền”:

Thấp nhất: Khai thác (CT) → Cung cấp lao động (CT) → Hợp tác (bắt lợi cho cộng đồng) (CBPT) → Hợp tác công bằng (CBPT) → Hợp tác thuận lợi cho cộng đồng (CBPT) → Trao quyền (CBT): Cao nhất

Như vậy, CBT là loại hình du lịch nảy sinh trong bối cảnh chủ nghĩa tân tự do và phát triển đa tuyến, hiện nay CBT được sử dụng như công cụ phát triển cộng đồng, bao gồm sự trao quyền và tự tương trợ, phát triển nhờ sức mạnh nội tại (self-reliance) (Giampiccoli & Mtapuri).

Trên thực tế, việc xác định tiêu chí của CBT phụ thuộc rất nhiều vào bối cảnh chính trị và việc triển khai các dự án chương trình phát triển. Zapata et al. (2011) cho rằng CBT có ba tiêu chí như sau: Diễn ra tại cộng đồng, sở hữu bởi cộng đồng và quản lý bởi cộng đồng. Trong đó, CBT có hai cách tiếp cận, từ trên xuống (top-down) và từ dưới lên (bottom-up). Thông qua nghiên cứu trường hợp tại Nicaragua, Zapata và nnk. (2011) phân biệt giữa hai cách thức tiếp cận CBT dựa trên nhiều yếu tố khác nhau. CBT tiếp cận từ trên xuống được thành lập và sáng tạo bởi doanh nghiệp đến từ bên ngoài cộng đồng và được sự hỗ trợ và duy trì của các tổ chức bên ngoài, tập trung vào thị trường quốc tế với sự phụ thuộc rất lớn vào các tổ chức điều phối. Trong khi đó, CBT tiếp cận từ dưới lên thường mang lại nhiều việc làm cho cộng đồng với lợi ích kinh tế và hình thành liên kết thị trường nội địa với mô hình kinh tế phi chính thức.

Các nghiên cứu của Okazaki (2008) và Mayaka, Croy, và Wolfram Cox (2019) làm rõ mức độ tham gia của cộng đồng trong mô hình CBT. Mô hình CBT của về du lịch sinh thái tại Palawan (Philippines) do Okazaki (2008) xây dựng gồm 4 hợp phần chính như sau: Mức độ tham gia của công dân, phân chia quyền lực, tiến trình hợp tác và tạo dựng vốn xã hội. Mô hình CBT này tỏ ra hiệu quả trong việc nhận diện bối cảnh xung đột đất đai, quyền về đất đai và văn hóa của cộng đồng trước tác động của du lịch. Điều này liên quan đến các yếu tố như tính quản trị, vốn xã hội, mạng lưới liên kết, hiệu quả của sự hợp tác, đặc biệt là mức độ tham gia của cộng đồng ở giai đoạn cung cấp thông tin chưa mang lại kết quả tối ưu cho cộng đồng. Do đó, CBT là một giải pháp tốt để cải thiện xung đột, tăng cường hiệu quả quản trị, đồng thời đẩy mạnh trao quyền cho cộng đồng khi tham gia vào dự án du lịch (Okazaki, 2008).

Mô hình CBT do Mayaka, Croy, và Wolfram Cox (2019) đề xuất trong nghiên cứu du lịch cộng đồng tại Kenya là sự kết hợp giữa sự tham gia, quyền lực và yếu tố kiểm soát kết quả. Bên cạnh yếu tố truyền thống của mô hình CBT là mức độ tham gia của cộng đồng và sự phân chia quyền lực, hợp tác giữa nhân tố bên trong và bên ngoài, mô hình CBT này còn cung cấp quan điểm của người trong cuộc thông qua mô tả và giải thích bối cảnh lịch sử, văn hóa, xã hội của cộng đồng. Qua đó, nhóm tác giả cung cấp một số giải pháp dành cho các bên liên quan như nhà nghiên cứu, nhà giáo dục, nhà quản lý, các bên tham gia khác và cộng đồng. Nhờ đó, có thể ứng dụng mô hình CBT trong nhiều không gian và bối cảnh khác nhau.

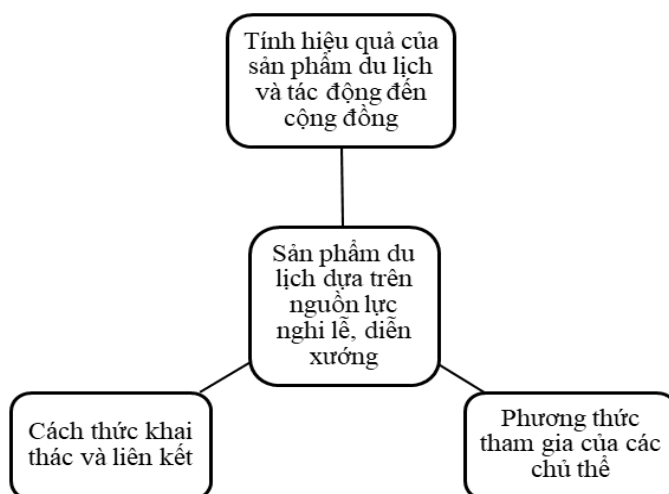
2.2. Khung phân tích đánh giá sản phẩm du lịch nhìn từ mô hình CBT

Từ việc tích hợp luận điểm lý thuyết nghiên cứu phát triển cộng đồng trong giải thích vấn đề nghệ thuật diễn xướng và văn hóa thờ cúng, đồng thời vận dụng phương pháp điền dã dân tộc học để giải thích hoạt động khai thác sản phẩm du lịch tại tháp Bà Po Nagar Nha Trang theo nhiều góc độ đa dạng và đa chủ thể. Với tiếp cận xuyên ngành, nghiên cứu này cung cấp một khung phân tích có giá trị liên kết luận điểm lý thuyết du lịch cộng đồng với góc nhìn của nhân học văn hóa và nghệ thuật diễn xướng nhằm xây dựng cách giải thích vấn đề đang nảy sinh của mô hình du lịch dựa vào cộng đồng tại tháp Bà Po Nagar là tính đa văn hóa, đa tộc người, tính cố kết tộc người, sự phân hóa và mạng lưới liên kết giữa các chủ thể trong khai thác giá trị văn hóa; đặc biệt, sáng tỏ kinh nghiệm thành công và hạn chế của mô hình này khi chưa phát huy đầy đủ vai trò của cộng đồng và trao quyền cho cộng đồng. Do vậy, không thể sử dụng một cách tiếp cận đơn nhất mà cần đặt vấn đề nghiên cứu trong một khung phân tích đa chiều, đa góc độ và đa chủ thể, nhằm mang lại nhận thức mới về việc khai thác sản phẩm du lịch diễn xướng dân gian dựa trên quan điểm và đóng góp của cộng đồng.

Khung phân tích dưới đây thể hiện góc nhìn đa chủ thể cùng quy chiếu về cùng một hệ tọa độ để giải thích sản phẩm du lịch diễn xướng dưới ba chiều kích như sau:

- Phương thức tham gia của các chủ thể tham gia vào quá trình xây dựng sản phẩm du lịch.
- Cách thức khai thác nguồn lực nghi lễ diễn xướng.
- Đánh giá tính hiệu quả của sản phẩm du lịch và tác động đến cộng đồng.

Sơ đồ: Khung phân tích đánh giá sản phẩm du lịch nhìn từ mô hình CBT



2.3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu xuyên suốt là điền dã dân tộc học với hai công cụ chính là quan sát tham gia và phỏng vấn sâu. Trên phương diện nghiên cứu đa chủ thể, bao

gồm nhà quản lý, các bên liên quan (chuyên gia, chủ doanh nghiệp địa phương), nghệ nhân người Chăm, người trình diễn hầu đồng/múa bóng. Đối tượng phỏng vấn cụ thể như sau: Cán bộ quản lý Trung tâm Bảo tồn Di tích tỉnh Khánh Hòa; cán bộ quản lý di tích tháp Bà Po Nagar, Ban hào lão; Ban quản lý đình Cù Lao; cán bộ hưu trí (nguyên cán bộ Trung tâm Bảo tồn Di tích, chuyên gia); đại diện của nhóm múa Chăm (nghệ nhân); chủ cơ sở sản xuất mỹ nghệ ở làng Mỹ Nghiệp; đại diện của nhóm hầu đồng Tứ Phủ (9 điện thờ); đại diện của nhóm múa bóng (11 nhóm, phân bố tại các huyện Diên Khánh, Ninh Hòa, Nha Trang).

Quan sát tham gia: Thực hiện điền dã trong thời gian diễn ra lễ hội (tháng ba âm lịch, năm 2019), quan sát và ghi chép diễn trình tổ chức nghi lễ của người Chăm và người Việt; quan sát sự trình diễn của các loại sản phẩm du lịch như gốm Chăm, dệt thổ cẩm và diễn xướng múa Chăm, diễn xướng múa bóng thử nghiệm.

Thông qua kết quả phỏng vấn sâu và quan sát tham gia, nhằm cung cấp thông tin về quá trình khai thác và kết quả của sản phẩm du lịch diễn xướng dân gian, qua đó thể hiện tiếng nói và cách nhìn nhận của người tham gia và các bên liên quan khác đối với đánh giá mô hình CBT.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Sản phẩm diễn xướng múa dân gian của người Chăm

3.1.1. Bối cảnh và quá trình liên kết hợp tác phát triển sản phẩm du lịch

Vào năm 2005, Trung tâm Bảo tồn Di tích và Hội Bảo trợ tháp Bà đã triển khai kế hoạch thúc đẩy sự trưng bày hình ảnh văn hóa của cộng đồng Chăm thông qua việc mời gọi người Chăm đến trình diễn nghi lễ trong dịp lễ hội kết hợp trưng bày các sản phẩm văn hóa vật chất như gốm và thổ cẩm. Sự xuất hiện của sắc màu văn hóa Chăm qua trình diễn nghi lễ tạ ơn tại tháp Bà Po Nagar thể hiện giá trị văn hóa tộc người và đoàn kết dân tộc, một trong những nét văn hóa hiếm có, rất ít khi hiện hữu tại những tháp Chăm do người Việt tiếp quản từ nhiều thế kỉ trước.

Bên cạnh đó, tháp Bà Po Nagar tọa lạc giữa trung tâm thành phố Nha Trang, tiện lợi cho việc tham quan của khách du lịch và là điểm đến ưu tiên của các đoàn lữ hành, sắc màu văn hóa Chăm là nét độc đáo trong bối cảnh đô thị náo nhiệt, giúp tạo ấn tượng mạnh mẽ cho du khách. Nắm bắt xu hướng này, từ năm 2007, đội ngũ quản lý lãnh đạo của Trung tâm Bảo tồn Di tích và Ban quản lý tháp Bà Po Nagar đã lên kế hoạch liên kết với cộng đồng Chăm làng Mỹ Nghiệp nhằm tái hiện hình ảnh văn hóa của người Chăm diễn ra hằng ngày trên tháp, không chỉ giới hạn trong dịp lễ hội tháng ba âm lịch mỗi năm.

Một trong những chức sắc Chăm có uy tín dẫn dắt nhóm hành hương tại tháp Bà Po Nagar là ông Đ. ở làng Mỹ Nghiệp (Ninh Phước, Ninh Thuận). Với địa vị là chức sắc, nên ông Đ. có vai trò và tiếng nói quan trọng đối với cộng đồng Chăm ở làng Mỹ Nghiệp, đồng thời cũng có uy tín trong tổ chức nghi lễ tạ ơn của người Chăm ở tháp Bà Po Nagar. Người

con trai kế nghiệp ông Đ là chủ sở hữu của cơ sở sản xuất thổ cẩm ở làng Mỹ Nghiệp (ông X.D). Cũng giống như cha mình, ông X.D cũng có uy tín với cộng đồng người Chăm. Thông qua những người có uy tín này, Ban quản lý tháp Bà Po Nagar đã thiết lập mối liên kết với họ, qua đó kêu gọi sự hợp tác của cộng đồng người Chăm để chọn lựa những sản phẩm thủ công mỹ nghệ trưng bày tại tháp Bà Po Nagar trong dịp lễ hội. Sau một thời gian, được sự chấp thuận của Ban quản lý tháp, ông X.D đã mở rộng mạng lưới kinh doanh sản phẩm thổ cẩm tại tháp Bà Po Nagar. Tại đây, thổ cẩm là một loại hàng lưu niệm (đồ dùng được làm từ thổ cẩm Chăm). Tuy nhiên, đây chỉ là bước đầu của việc liên kết với cộng đồng Chăm thông qua doanh nghiệp sản xuất có uy tín. Bước tiếp theo là xây dựng sản phẩm du lịch mang tính trình diễn để phục vụ khách du lịch hằng ngày.

3.1.2. Phương thức xây dựng sản phẩm du lịch của các bên liên quan

Hai bên liên quan trực tiếp là nhà quản lý (lãnh đạo Trung tâm Bảo tồn Di tích và thành viên Ban Quản lý tháp Bà PoNagar) và chủ sở hữu cơ sở sản xuất thổ cẩm làng Mỹ Nghiệp đã đề xuất, lên kế hoạch và xây dựng sản phẩm du lịch trình diễn là múa dân gian Chăm. Quan điểm của nhà quản lý là mong muốn tái hiện hình ảnh văn hóa và cuộc sống hằng ngày ở làng Chăm thông qua diễn xướng dân gian và nghệ thuật múa, kết hợp với nghệ nhân chơi nhạc cụ dân gian truyền thống. Hình thức nghệ thuật này vừa đảm bảo tính thẩm mỹ, tính giải trí đồng thời phải chuyển tải hồn cốt văn hóa truyền thống của người Chăm. Những tiết mục múa truyền thống có độ dài vừa phải, cô đọng nhưng đủ sức để lan tỏa sắc màu văn hóa Chăm cho khách du lịch nhưng không mất tính thiêng liêng hướng đến tôn thờ nữ thần xứ sở Bà Po Nagar. Do vậy, nhà quản lý không yêu cầu dàn dựng sân khấu, không cần đến những người được đào tạo nghệ thuật bài bản mà hướng đến tính chân thực, bình dị với hình ảnh của những cô gái người Chăm biểu diễn dưới chân tháp. Tóm lại, tiêu chí xây dựng sản phẩm du lịch mang tính diễn xướng của nhà quản lý là tính chân thực, tính thẩm mỹ và giải trí kết hợp nhưng không đánh mất tính thiêng liêng và nghiêm túc trong không gian tín ngưỡng. Do đó, họ đã đặt ra một số yêu cầu về nhân sự và đào tạo trực tiếp tại làng Chăm Mỹ Nghiệp do ông X.D. phụ trách thực hiện.

“Tôi cho rằng muốn văn hóa thể hiện hay hơn thì phải cần tộc người gốc, dân tộc gốc, đó cũng là điều các du khách cần, cho nên tôi có ý mời người Chăm. Tiếp theo nữa tôi muốn múa của người Chăm tại tháp Bà không phải là múa nghệ thuật với ánh đèn sân khấu, đèn màu, cái múa của người Chăm là múa dâng lên Mẫu, dâng lên thần linh. Do đó, diễn xướng múa Chăm tại tháp Bà không có sân khấu, chỉ trải một tấm thảm thôi, đó là bản sắc của người Chăm” (PVS, ông T., Huru trí, chuyên gia, Nha Trang).

Những tiêu chí trên đã được sự đồng thuận của người có uy tín trong cộng đồng Chăm làng Mỹ Nghiệp, từ đó tạo nên bước đột phá để phát triển sản phẩm du lịch. Khởi đầu kinh doanh sản phẩm thổ cẩm từ năm 2002, đến năm 2005 sau sự thành công của trình diễn nghệ thuật múa Chăm và hàng thổ cẩm, ông X.D bắt đầu triển khai kế hoạch xây dựng đội diễn xướng múa Chăm. Được trao quyền trong việc chọn lựa nhân sự, ông X.D tuyên chọn đạo diễn, vũ công và các nghệ nhân trong làng Chăm; trong đó khó khăn nhất là người tham gia múa, bao gồm những em gái trẻ từ 14 đến 18 tuổi, nhanh nhẹn, khéo léo và có sức khỏe. Bên cạnh những tiêu chí trên, việc lựa chọn người tham gia cũng hướng đến ưu tiên

những em gái thuộc gia đình có hoàn cảnh kinh tế khó khăn và không có điều kiện đi học. Do đó, tham gia vào đội diễn xướng múa Chăm là một cơ hội để các em có việc làm với thu nhập ổn định. Có thể thấy rằng, sự đồng thuận giữa nhà quản lý và người đại diện cộng đồng¹ là tiền đề để thiết lập mối liên kết và kế hoạch xây dựng sản phẩm du lịch. Bên cạnh đó, sự ủng hộ của cộng đồng và tham gia của nghệ nhân dựa trên tinh thần bảo tồn văn hóa truyền thống đã góp phần thúc đẩy và duy trì sản phẩm diễn xướng này qua thời gian dài. Từ đó, diễn xướng múa Chăm đã trở thành thương hiệu của tháp Bà Po Nagar.

“Mỗi lần khách du lịch lên tháp Bà Po Nagar mà không có đoàn múa Chăm là họ cứ hỏi, họ rất thích đoàn múa Chăm. Mỗi lần người Chăm lên cúng, nghe thấy tiếng trống và kèn Sanarai khởi lên thì khách du lịch rất phấn khích muốn nhảy múa chung với đội múa. Hiện nay, cộng đồng người Chăm có đời sống nâng lên, vào lễ hội người ta đi cúng nhiều lắm, nhiều người lớn tuổi 50-60 tuổi cũng đi, thấy con cháu mình múa trên đó họ phấn khích lắm” (PVS, ông X.D, người Chăm, kinh doanh, Ninh Thuận).

3.1.3. Đặc điểm của sản phẩm du lịch

Diễn xướng múa Chăm phục vụ du lịch là một loại hình nghệ thuật diễn xướng tổng hợp, vừa có tính nghệ thuật vừa truyền tải ý nghĩa văn hóa tín ngưỡng của cộng đồng Chăm. Trong đó, một số diễn xướng dân gian cách điệu từ loại hình múa lu, múa quạt và múa Apsara. Trong đó múa lu, múa quạt là những hình thức diễn xướng thể hiện cuộc sống hằng ngày, mô tả sinh hoạt dân dã, bình dị, gắn với phần hội trong hoạt động nghi lễ ở làng Chăm.

Tính chất quan trọng nhất tạo nên sự độc đáo của loại hình diễn xướng này là chúng được trình diễn trong không gian tín ngưỡng thiêng liêng với hàm ý tôn trọng thần linh xứ sở và không đơn thuần là hoạt động giải trí thông thường. Điều này cũng phù hợp với tinh thần phát triển bền vững của tháp Bà Po Nagar, đề cao giá trị tín ngưỡng và khai thác sản phẩm du lịch trong giới hạn cho phép, không ảnh hưởng xấu đến thực hành văn hóa thờ cúng của cộng đồng các tộc người.

3.1.4. Hiệu quả của sản phẩm du lịch diễn xướng múa Chăm

Hiệu quả của sản phẩm du lịch diễn xướng múa Chăm từ góc nhìn của người tham gia với một số tác động tích cực đến *phát triển cộng đồng như sau:*

Góp phần mang lại lợi ích kinh tế, lợi ích chính trị cho người tham gia

Những người tham gia vào nhóm múa Chăm gồm có một số nghệ nhân và các em gái thực hiện hình thức hợp đồng với Trung tâm Bảo tồn Di tích và được trả lương hàng tháng. Vì họ diễn xướng hàng ngày và những lúc du khách yêu cầu, do đó họ tham gia vào đội múa toàn thời gian như một loại hình công việc ổn định. Ngoài tiền lương hàng tháng, còn có tiền tip của du khách.

“Đối với các em đó giống kiểu đi làm việc, thay vì đi làm ở chỗ khác, ở đây là “đất của mẹ”¹ thì về đây làm. Nếu không có tiền để hỗ trợ gia đình thì chắc các em ấy không làm và không thành lập được đội múa. Yếu tố kinh tế vẫn quan trọng” (PVS, ông D, cán bộ, Nha Trang).

Mức độ thụ hưởng từ tiền lương tăng dần theo thời gian, góp phần đảm bảo kinh tế cho người tham gia. Điều này còn cho thấy sự phát triển theo hướng tích cực của sản

phẩm du lịch. Đặc biệt từ năm 2016 đến nay, lượng khách và doanh thu của tháp Bà Po Nagar gia tăng, nhờ đó thu nhập của các thành viên trong nhóm múa Chăm cũng tăng hơn trước. Mặc dù mức độ thụ hưởng có thể dao động qua thời gian song chế độ hợp đồng lao động rất thỏa đáng cho người tham gia. Bên cạnh đó, theo quan điểm của những thành viên trong đội diễn xướng, phần lớn là những em gái trẻ có gia cảnh khó khăn và một số những nghệ nhân không có điều kiện kinh tế khá giả thì với mức lao động và thụ hưởng nhờ trình diễn múa Chăm đã mang lại sự ổn định về kinh tế.

“Nói chung thì ăn ở họ lo, tiền lương thì 3 triệu/tháng, lương 3 triệu mới tăng đây thôi, trước đây có khoảng mấy trăm ngàn. Mình cũng có thêm tiền khách boa, bồi dưỡng, cũng nhờ cái đó thôi” (PVS, ông C, nghệ nhân người Chăm, Ninh Thuận).

Bên cạnh lợi ích kinh tế, người tham gia cũng thể hiện quyền cộng tác và góp ý, tư vấn cho nhà quản lý trong chọn lựa nhân sự và kế hoạch thực hiện. Với phương thức khai thác sản phẩm du lịch tại tháp Bà Po Nagar, có thể thấy rằng nhà quản lý chỉ trực tiếp tác động đến người đại diện cộng đồng, và để cho họ tự do lựa chọn nhân sự phù hợp. Nhà quản lý không tham khảo và lấy ý kiến trực tiếp của các thành viên trong cộng đồng mà để cho cộng đồng tự quyết định nhờ sự chủ động dẫn dắt của người có uy tín là ông X.D. Như vậy, trong một phạm vi hạn chế của tính chất hợp tác giữa các bên liên quan, cộng đồng được trao quyền chủ động tìm kiếm cơ hội và chọn lựa người tham gia dựa trên tiêu chí do chính họ đề ra.

Bảo tồn văn hóa của cộng đồng

Quá trình tái tạo, phục dựng diễn xướng dân gian không chỉ quảng bá hình ảnh văn hóa Chăm mà còn góp phần bảo tồn văn hóa truyền thống. Đặc biệt, diễn xướng múa Chăm với nhiều người trẻ tuổi tham gia trình diễn có tác động tích cực đến quan niệm và nhận thức của thành viên trong cộng đồng về giá trị và ý nghĩa của văn hóa truyền thống.

NPV: Vì sao chú tham gia vào đội múa?

NTL: Thì nói chung mình không muốn văn hóa của mình mai một, mình muốn văn hóa của mình để cho khách thập phương hiểu biết. (PVS, ông C, nghệ nhân Chăm, Ninh Thuận).

NPV: Người Chăm trong cộng đồng nói thế nào?

NTL: Người Chăm họ đồng ý lắm, đó là cách hay giúp bảo tồn điệu múa Chăm và con cháu múa Chăm múa trên tháp là chỗ thiêng liêng, họ rất thích, họ không phản nản gì hết. (PVS, ông T, người Chăm, Ninh Thuận).

3.2. Sản phẩm diễn xướng múa bóng của người Việt

3.2.1. Kế hoạch khai thác và liên kết

Kế hoạch khai thác diễn xướng múa bóng khởi đầu từ năm 2019 với mục đích đa dạng hóa loại hình sản phẩm du lịch và góp phần bảo tồn văn hóa truyền thống theo chủ trương của Ban lãnh đạo nhiệm kỳ mới. Trước tiên, kế hoạch khai thác thử nghiệm múa bóng đặt ra mục tiêu liên kết với các nhóm múa bóng trong tỉnh Khánh Hòa. Nhà quản lý dự kiến liên kết với năm nhóm múa bóng (2 nhóm ở Nha Trang, 2 nhóm ở huyện Diên Khánh và 1 nhóm ở huyện Ninh Hòa). Trong đó, Trung tâm Bảo tồn Di tích đã

liên kết với nhóm múa bóng Kim Thuyền Suối Đổ (K.T.S.Đ.) tại huyện Diên Khánh để lên kế hoạch tập luyện, trình diễn thử nghiệm tại tháp Bà Po Nagar trong một vài buổi nhằm đánh giá phản ứng của khách du lịch và cộng đồng múa bóng, sau đó tìm kiếm một lộ trình phát triển phù hợp và lâu dài hơn.

Năm nhóm múa bóng dự kiến được chọn để liên kết phát triển sản phẩm diễn xướng theo một số tiêu chí như sau:

- Năm nhóm múa bóng này có thời gian thành lập sớm, trung bình khoảng trên 15 năm. Trong đó, có 3 nhóm múa bóng còn giữ lại một số nét diễn xướng truyền thống (múa dâng lễ cho thần thánh hoặc sử dụng nhạc cụ, âm nhạc cổ truyền) và 2 nhóm múa bóng đã dung hợp với hầu đồng Tứ Phủ.

- Người đứng đầu các nhóm múa bóng này là những người có uy tín trong cộng đồng múa bóng, có thể tập hợp và kêu gọi sự tham gia của thành viên, cũng như truyền tải những nội dung của kế hoạch khai thác diễn xướng để tạo sự đồng thuận trong cộng đồng múa bóng. Trong đó, người đứng đầu nhóm múa bóng K.T.S.Đ với vị thế chủ quản cơ sở thờ Mẫu quan trọng hàng đầu của phái Thiên Tiên ở Khánh Hòa và được cộng đồng múa bóng tôn trọng.

- Các nhóm múa bóng này đáp ứng yêu cầu diễn xướng phù hợp với tiêu chí thuần phong mỹ tục, tiêu chí nghệ thuật kết hợp với tâm linh, không có biểu hiện biến tướng trong trình diễn. Các nhóm này đã được Ban quản lý đánh giá cao khi trình diễn tại tháp Bà Po Nagar vào dịp lễ hội tháng ba âm lịch hằng năm.

3.2.2. Kết quả

Khác với kì vọng về sản phẩm du lịch diễn xướng múa bóng của nhà quản lý, vì trên thực tế, khi tách hẳn yếu tố thiêng liêng ra khỏi múa bóng, phần còn lại là biểu diễn như dâng hương, dâng hoa, dâng rượu diễn ra trong thời gian ngắn với những động tác đơn điệu, nhàm chán, không liên tục, do đó không thể chuyển tải bản sắc văn hóa của nghệ thuật diễn xướng múa bóng. Trong khi đó, nghi lễ múa bóng trong lễ hội tại tháp Bà Po Nagar hoặc các miếu làng thường diễn ra trong thời gian dài, với đầy đủ yếu tố linh thiêng, nghệ thuật, thể hiện đầy đủ ý nghĩa cả đời sống tâm linh cũng như tái hiện hoạt động sản xuất truyền thống. Bên cạnh đó, trong một nhóm múa bóng, thông thường người tham gia có độ tuổi khác nhau và rất đa dạng, bao gồm nhiều thế hệ (người già, trung niên, thiếu niên và trẻ em). Do vậy, nếu không tuân theo thứ tự và lớp lang trình diễn của nghệ thuật múa bóng truyền thống thì không thể diễn tả nét đẹp và ý nghĩa văn hóa, tâm linh của múa bóng. Với sự hạn chế thời gian trình diễn dẫn đến không thể biểu lộ cảm xúc tâm linh và khó thể hiện tính nghệ thuật. Cũng chính bởi yếu tố tâm linh và nghệ thuật hòa quyện vào nhau như một phức hợp tồn tại trong diễn xướng múa bóng, cho nên, để phát triển thành một sản phẩm diễn xướng thì cần phải đầu tư nghiên cứu và thử nghiệm trong thời gian dài. Kết quả cuối cùng là sản phẩm múa bóng đang dừng lại để nhà quản lý tiếp tục nghiên cứu và thăm dò dư luận.

NPV: Hiện tại mình đã dừng lại rồi, nhưng trong tương lai mình có tiếp tục không, múa bóng có triển vọng về sản phẩm du lịch không?

NTL: Cái này vẫn tiếp tục, có một hướng vẫn phải phát triển, vẫn phải làm. Hướng của lãnh đạo Trung tâm này đều mong muốn có. Thời gian dừng lại để nghe ngóng, phát triển bền vững thì phải lâu dài. Mà đã xác định làm thì mức độ thành công dự đoán phải đạt 70 - 80% thì mới triển khai một cách quyết liệt. (PVS, ông N, cán bộ, Nha Trang).

NPV: Khi du lịch phát triển, việc đưa diễn xướng múa bóng ra khách du lịch có nên hay không?

NTL: Đây là văn hóa của đất nước Việt Nam mình, đó là một truyền thống, nền múa bóng từ xưa đến giờ nên phải giữ. Tất cả đoàn tâm linh cũng muốn đem tâm để đền đáp cho tâm linh. Điều đó đẹp chứ không có gì xấu cả. (PVS, ông D, Người múa bóng, Nha Trang).

3.3. Một số nhận xét và vấn đề đặt ra về hai sản phẩm du lịch

Hai nghiên cứu trường hợp sản phẩm du lịch trên thể hiện sự khác biệt về văn hóa tộc người, sản phẩm du lịch, mức độ thành công, bền vững hoặc thử nghiệm tạm thời. Tuy nhiên, cách thức khai thác, mối liên kết giữa nhà quản lý và các bên tham gia có nhiều đặc điểm giống nhau: Nhà quản lý liên kết với người đại diện cộng đồng, trao quyền cho cộng đồng trong chọn lựa nhân sự và trình diễn trên cơ sở đáp ứng các yêu cầu cơ bản do nhà quản lý đặt ra. Những điểm giống nhau này là cơ sở để phân tích mô hình CBT cùng với sự tham gia của cộng đồng, mức độ trao quyền gắn với lợi ích chính trị của cộng đồng. Thông qua phân tích sản phẩm du lịch để đánh giá mô hình CBT nhằm khẳng định và lý giải bản chất thực sự của mô hình này. Phân tích mô hình CBT từ sản phẩm du lịch thể hiện sự thận trọng bởi vì không phải bất kì sự khai thác du lịch nào có yếu tố cộng đồng cũng phản ánh giá trị thực chất của mô hình CBT.

Từ hai trường hợp này, có thể nhận thấy một số lý do tạo nên thành công cho sản phẩm du lịch mang tính trình diễn như sau: 1) Sự tham gia ổn định, bền vững của cộng đồng là yếu tố quan trọng đầu tiên có tính chất quyết định; 2) Loại hình diễn xướng dựa trên nghi lễ cần được chuyển đổi sang yếu tố nghệ thuật. Yếu tố thứ hai phụ thuộc vào khuyến nghị của nhà chuyên môn am hiểu nghi lễ diễn xướng truyền thống. Đối với diễn xướng múa bóng, vấn đề liên quan trực tiếp là sự liên kết giữa nhà quản lý và cộng đồng còn yếu và thiếu, do đó giữa các bên chưa đạt được sự đồng thuận và am hiểu về nghi lễ múa bóng và nghệ thuật diễn xướng múa bóng. Bên cạnh đó, cộng đồng múa bóng là những người không chuyên, họ vừa lao động kiếm sống vừa tham gia nghi lễ như một loại nhu cầu tâm linh. Ngoài ra, nguyên nhân chính là sự thiếu đồng thuận về tính thiêng/tính nghệ thuật. Điều này đặt ra một số vấn đề về hậu cảnh văn hóa – xã hội như sự mâu thuẫn, thiếu đồng thuận, quan niệm về tính thiêng/tính thế tục của cộng đồng, việc sắp xếp và điều tiết sự tham gia diễn xướng theo quan niệm của cộng đồng; qua đó dự báo một số tác động của khai thác diễn xướng múa bóng đến nhận thức và bảo tồn văn hóa của cộng đồng.

3.4. Đánh giá mô hình CBT đối với khai thác nguồn lực nghi lễ diễn xướng

Về khía cạnh lợi ích, cộng đồng (cụ thể là nhóm múa Chăm) đạt được lợi ích kinh tế là nguồn thu nhập như một loại công việc thực sự được trả bằng lương theo hợp đồng. Ngoài ra, cộng đồng (nhóm múa Chăm và nhóm múa bóng K.T.S.Đ) cũng có lợi ích về

mặt chính trị là được tham gia trao đổi ý kiến, hợp tác; người đại diện cộng đồng có uy quyền nhất định trong thỏa thuận và tìm kiếm nhân sự, đào tạo trình diễn theo yêu cầu của nhà quản lý.

Mô hình CBT trong khai thác nguồn lực văn hóa phát triển du lịch tại tháp Bà Po Nagar là một mô hình đặc biệt, khác với các mô hình CBT được mô tả trong các nghiên cứu hiện nay. Mô hình CBT này phản ánh khía cạnh lý thuyết của chủ nghĩa tân tự do là xem thực hành văn hóa thờ cúng (nghỉ lễ, diễn xướng) của cộng đồng như một loại nguồn lực/tài sản để khai thác sản phẩm du lịch. Tuy nhiên, khác với ý nghĩa khai thác nguồn lực của quan điểm tân tự do, nguồn lực văn hóa này không do các doanh nghiệp tư nhân khai thác mà nhà nước trực tiếp quản lý và khai thác (hiện tại, tháp Bà Po Nagar không sử dụng nguồn lực xã hội hóa và tài trợ của doanh nghiệp). Đồng thời, mô hình CBT ở tháp Bà Po Nagar phản ánh khía cạnh lý thuyết phát triển đa tuyến đó là tạo cơ hội để phát triển cộng đồng thông qua lợi ích kinh tế. Tuy nhiên, mô hình CBT này không thực sự trao quyền cho cộng đồng và do cộng đồng quản lý (doanh nghiệp sản xuất thổ cẩm của cộng đồng do nhà nước quản lý). Bên cạnh đó, tính chất liên kết giữa nhà quản lý và người đại diện cộng đồng là mối liên kết khá phổ biến ở các nước đang phát triển trong chiến lược xây dựng mô hình CBT (Giampiccoli & Mtapuri, 2015; Guaraldo Choguill, 1996).

Dù vậy, mô hình CBT này cũng thể hiện một số điểm yếu và khó khăn, hạn chế trong khai thác sản phẩm du lịch, đồng thời cũng bộc lộ một số mâu thuẫn, thiếu đồng thuận và sự không nhất quán về tính thiêng/tính thế tục của tín ngưỡng, nghi lễ, cũng như chưa cung cấp một cách tiếp cận vượt qua sự phân biệt nhị nguyên giữa tính thiêng và tính thế tục để nhìn nhận nghi lễ diễn xướng trong một chỉnh thể thống nhất. Bên cạnh đó, việc thu thập ý kiến và lắng nghe phản biện của cộng đồng còn khá hạn chế. Do vậy, từ việc phân tích những khía cạnh hạn chế này góp phần bổ sung và điều chỉnh một số thiếu sót trong mô hình CBT trên, đồng thời cung cấp ý kiến phản biện của cộng đồng với vai trò như những chủ thể có tiếng nói và uy quyền nhất định trong khai thác và bảo vệ nguồn lực văn hóa do chính cộng đồng sở hữu.

4. Kết luận

Thông qua việc xem xét và đánh giá hai loại sản phẩm du lịch tại tháp Bà Po Nagar với một sản phẩm thành công và một sản phẩm thử nghiệm, có thể thấy rằng đây là xu hướng mới trong nhận diện và khai thác nguồn lực nghi lễ, diễn xướng. Qua đó thể hiện tính gắn kết tộc người, sự đa dạng văn hóa, tính chất liên kết, đồng thuận và chia sẻ giữa các chủ thể khác nhau trong khai thác và quản lý nguồn lực nghi lễ, diễn xướng. Phương thức tham gia của các chủ thể, cách thức xây dựng sản phẩm du lịch và tính hiệu quả/tác động đến cộng đồng của sản phẩm du lịch phản ánh rõ nét đặc điểm mô hình du lịch dựa vào cộng đồng. Mô hình này phản ánh tính đặc thù của tiếp cận từ trên xuống kết hợp với phân chia lợi ích và phát triển cộng đồng, do vậy, chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa tiến hành song song với quản lý văn hóa là cách tiếp cận phù hợp với bối cảnh phát triển du lịch

tại địa điểm di sản đa tộc người, đa văn hóa. Bên cạnh một số thành công bước đầu của sản phẩm du lịch, cũng phản ánh một số hạn chế, điểm yếu là vai trò tham gia của cộng đồng chưa được chú trọng đúng mức và hợp lý, chưa đạt được sự đồng thuận về quan điểm tính thiêng – tính giải trí/thẩm mỹ, sản phẩm du lịch còn đơn điệu và thiếu sức hút. Do vậy, cần thiết phải điều chỉnh cách tiếp cận trong xây dựng sản phẩm du lịch bằng cách nâng cao sự tham gia của cộng đồng với vai trò là người thực hành và bảo tồn văn hóa.

Chú thích:

- (1) Trong nghiên cứu này, người đại diện cộng đồng là người có uy tín và tiếng nói đối với các thành viên khác trong nhóm hoặc cộng đồng.
- (2) “Mẹ” là cách nói dân gian thể hiện sự tôn kính và tình cảm đối với nữ thần xứ sở (Po Ina Nagar/Thiên Y A Na).

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bernstein, J.H. (2017). Xuyên ngành: Một tổng quan về xuất xứ, phát triển và những vấn đề hiện nay (Bùi Thế Cường chuyển ngữ). 12(232), 60-77. Khoa học xã hội thành phố Hồ Chí Minh.
- [2] Giampiccoli, A., & Mtapuri, O. (2012). Community-Based Tourism: An Exploration of the Concept(s) from a Political Perspective. *Tourism Review International*, 16, 29-43. DOI: 10.3727/154427212x13431568321500
- [3] Giampiccoli, A., & Mtapuri, O. (2015). Between Theory and Practice: A Conceptualization of Community Based Tourism and Community Participation. *Loyola Journal of Social Sciences*, XXIX(1), 27-52.
- [4] Guaraldo Choguill, M. B. (1996). A Ladder of Community Participation for Underdeveloped Countries. *Habitat International*, 20(3), 431-444. DOI: 10.1016/0197-3975(96)00020-3
- [5] Hawkes, J. (2001). *The fourth pillar of sustainability: Culture's essential role in public planning* (Issue January 2001). Cultural Development Network (Vic). [http://www.culturaldevelopment.net.au/community/Downloads/HawkesJon\(2001\)TheFourthPillarOfSustainability.pdf](http://www.culturaldevelopment.net.au/community/Downloads/HawkesJon(2001)TheFourthPillarOfSustainability.pdf)
- [6] Hillery, G.A. (1955). Definitions of community: Areas of agreement. *Rural Sociology*, 20, 111-123.
- [7] Joppe, M. (1996). Sustainable community tourism development revisited. *Tourism Management*, 17(7), 475-479. DOI: 10.1016/S0261-5177(96)00065-9
- [8] Mayaka, M., Croy, W. G., & Wolfram Cox, J. (2019). A dimensional approach to community-based tourism: *Recognising and differentiating form and context*. *Annals of Tourism Research*, 74(November 2018), 177-190. DOI: 10.1016/j.annals.2018.12.002
- [9] Murphy, Peter E. (1985). *Tourism: A community approach*. New York: Methuen
- [10] Okazaki, E. (2008). A Community-Based Tourism Model: Its Conception and Use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 511-530. DOI: 10.2167/jost782.0
- [11] Zapata, M. J., Hall, C. M., Lindo, P., & Vanderschaeghe, M. (2011). *Can community-based tourism contribute to development and poverty alleviation? Lessons from Nicaragua*. *Current Issues in Tourism*, 14(8), 725-749. DOI: 10.1080/13683500.2011.559200.