

DU LỊCH Ở TỈNH HÒA BÌNH VÀ VẤN ĐỀ TÍNH XÁC THỰC CỦA VĂN HÓA TỘC NGƯỜI¹

ThS. Phạm Thị Mùi
Viện Nghiên cứu Đông Nam Á

Tóm tắt: Du lịch đã và đang tác động cả tích cực lẫn tiêu cực đến cuộc sống của người dân tỉnh Hòa Bình. Trong du lịch văn hóa, văn hóa tộc người được coi là một sản phẩm “trung bày” để thu hút khách du lịch. Các nhà nhân học, giới truyền thông có vai trò quan trọng trong việc đưa hình ảnh người dân tộc thiểu số đến với khách du lịch - người mong muốn khám phá những nền văn hóa truyền thống mới lạ. Đáp lại mong muốn đó, những chủ nhân văn hóa đã “trình diễn” văn hóa của mình để phục vụ cho mục đích du lịch. Văn hóa tộc người truyền thống qua đó có thể được giữ gìn nhưng cũng có thể bị biến đổi cho phù hợp với mục đích du lịch. Bài viết này làm rõ vai trò tính xác thực của văn hóa tộc người trong du lịch văn hóa ở Hòa Bình.

Từ khóa: Tộc người, du lịch, văn hóa tộc người, tỉnh Hòa Bình.

Ngày nhận bài: 25/4/2019; ngày gửi phản biện: 2/7/2019; ngày duyệt đăng: 7/8/2019

Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, UBND tỉnh Hòa Bình đã xác định mũi nhọn phát triển du lịch của địa phương là phải gắn liền với văn hóa tộc người. Các hoạt động du lịch tại đây bước đầu đã tác động cả tích cực và tiêu cực đến đời sống kinh tế cũng như đời sống văn hóa của người dân. Không chỉ vậy, sự tương tác giữa nhu cầu khám phá tính đích thực văn hóa của khách du lịch với việc người dân cố tình dàn dựng các sản phẩm văn hóa để phục vụ du khách là hiện tượng rất thú vị, đáng để các nhà nhân học quan tâm khám phá.

Trong tác phẩm Bức khám văn hóa Châu Á, Grant Evans (2001) đã dùng chương cuối cùng để bàn về một làng toàn cầu Nhân học trong tương lai. Ông cho rằng, du lịch là cuộc truy tìm tính xác thực văn hóa. Trong du lịch văn hóa, du khách được đến thăm những tộc người “không bị văn minh đụng chạm đến”, để chứng kiến “những lễ thức trường tồn” và để chụp ảnh những người dân làng hiện vẫn đang thực hiện “những văn hóa cổ” và đang “tạo tác những vật phẩm đích thực”. Tuy nhiên, chẳng bao lâu sau, du lịch đã “làm hư hỏng”

¹ Bài viết là kết quả của đề tài khoa học cấp Quốc gia “Nghiên cứu giải pháp khoa học và công nghệ, xây dựng mô hình phục vụ bảo tồn và phát huy các giá trị di sản cho phát triển bền vững du lịch lòng hồ Hòa Bình”, mã số KH-CN-TB.24C/13-18.

những địa chỉ đó và để “mua vui” cho những ai đi tìm “cái lạ”, một cộng đồng hoặc một nét văn hóa tộc người nào đó lại được công nghệ du lịch phát hiện ra.

Các công trình nghiên cứu du lịch trong khu vực trước đây thường tập trung vào đánh giá tác động của du lịch đối với cộng đồng địa phương như: Nguyễn Thị Hồng Vân (2007), Trịnh Lê Anh (2005), Micheal Dirgegorio (1996), Mark E. Grindley (1997), Lâm Thị Mai Lan và Phạm Thị Mộng Hoa (2000),... Trong công trình của Parasit Leepreecha (2005) đã phân tích mức độ quan hệ chính trị giữa khách du lịch, người trung gian (bao gồm những người làm thương mại và nhà nước) và những người dân tham gia vào hoạt động du lịch (ethnic tourees),... Bài viết này tìm hiểu vấn đề văn hóa tộc người khi nó được coi là một loại hàng hóa trong phát triển du lịch và sự hình thành mối quan hệ giữa chủ thể văn hóa (bao gồm chính quyền địa phương, người dân tộc thiểu số) và du khách để phục vụ cho những mục đích khác nhau.

1. Vai trò của truyền thông đối với việc phát triển du lịch: giới thiệu văn hóa tộc người đến với công chúng

Các nhà dân tộc học/nhân học là những người đầu tiên quan tâm đến những nền văn hóa nguyên sắc, chưa bị đụng chạm đến của các dân tộc thiểu số tỉnh Hòa Bình như Jeanne Cuisier (1995), Từ Chi (1996), Đặng Nghiêm Vạn (2009), Diệp Đình Hoa (1995),... Các công trình khoa học của họ đã vạch đường cho du lịch phát triển về sau, hoặc trở thành tư liệu để các công ty du lịch cho ra những tập sách hướng dẫn du lịch, được bày bán nhiều nơi ở Việt Nam và trên thế giới.

Tiếp đó, truyền thông có ý nghĩa quan trọng trong việc mang hình ảnh người dân tộc thiểu số đến với khách du lịch. Ví dụ những bộ phim về văn hóa các tộc người thiểu số ở nhiều nước Đông Nam Á được công chiếu phổ biến như *Tai Fah Khram*/Dưới bầu trời xanh, *Khon Phukhao*/Người miền núi, *Sua Phukhao*/Hổ miền núi (Thái Lan); *Chuyện của Pao*, *Tiếng cồng đình mệnh*, *Ngọn lửa Krông Jung*, *Tình thắm Sapa* (Việt Nam); các bài hát như *Voi bản Đôn*, *Đắc Lắc những mùa nắng đỏ*, *Cao nguyên Đắc Lắc - vẻ đẹp và huyền thoại*,... Đặc biệt, có rất nhiều bộ phim trên YouTube nói về văn hóa các tộc người ở Hòa Bình như *Dấu ấn Hòa Bình*, *Khám phá xứ Mường - Hòa Bình*, *Hát giao duyên tiếng Mường*, *Hát đúm dân tộc Mường*... được nhiều người ưa thích. Phương tiện truyền thông có ảnh hưởng nhất định, thường truyền các hình ảnh tộc người vùng cao đến thế giới bên ngoài dưới dạng bưu thiếp. Hitchcock, King và Pawnwell (1993) đã miêu tả vai trò của ảnh trong du lịch tộc người ở Đông Nam Á như sau: “*Nhiếp ảnh có mối liên hệ đáng kể với du lịch ở Đông Nam Á, và các hình tượng được sản xuất với sự trợ giúp của truyền thông đã ảnh hưởng bằng nhiều cách, trong đó người bên ngoài hiểu được con người và văn hóa của khu vực này*...”. Những tấm bưu thiếp in hình ảnh các dân tộc thiểu số ở Việt Nam và trong khu vực được bày bán cho khách du lịch ở Hòa Bình hay nhiều nơi khác dù hiện tại có thể đã có ít nhiều

thay đổi nhưng có vai trò quan trọng trong việc quảng bá văn hóa tộc người của địa phương đến khách du lịch.

UBND tỉnh Hòa Bình cũng đã có nhiều hoạt động quảng cáo giới thiệu về văn hóa, lịch sử sinh sống lâu đời của các tộc người, thiên nhiên hoang sơ ở Hòa Bình tại các website, như: Hòa Bình - điểm hẹn du lịch (Cổng thông tin điện tử tỉnh Hòa Bình, (<http://www.hoabinh.gov.vn/web/guest/dukhach>), Trung tâm xúc tiến đầu tư, thương mại và du lịch tỉnh Hòa Bình (<http://ipa.hoabinh.gov.vn/category/diem-den-du-lich>),...

Hiện nay ở Hòa Bình, một số hộ gia đình người dân tộc thiểu số đã bắt đầu kinh doanh homestay và có website, facebook để tiện cho việc quảng cáo và giao dịch thương mại. Qua các trang mạng điện tử, người ta đưa lên những bài viết, những hình ảnh về hội hè, các cô gái trong trang phục truyền thống, các món ăn, nhà sàn... để thu hút sự quan tâm của du khách.

Có thể thấy, các nhà khoa học là người đi tiên phong trong việc phát hiện giá trị nguyên sơ của văn hóa tộc người, và truyền thông với sứ mệnh của mình đã nỗ lực đưa văn hóa các tộc người ở những vùng xa xôi đến gần với công chúng. Đôi khi, văn hóa tộc người vùng cao được giới thiệu có phần khác đi, nhằm mục đích gây sự tò mò, mong muốn được khám phá của người vùng thấp. Tất cả những việc làm này có tác động không nhỏ tới việc cuốn hút du khách đến khám phá nền văn hóa độc đáo ở Hòa Bình. Điều này sẽ được làm rõ hơn ở những phần dưới đây.

2. Nhu cầu trải nghiệm văn hóa truyền thống của du khách

Tỉnh Hòa Bình là nơi cư trú của 6 dân tộc chủ yếu là Mường, Kinh, Thái, Tày, Dao, Hmông và một số tộc người khác nhưng chiếm số lượng rất nhỏ. Theo thống kê năm 1999, trên địa bàn tỉnh có tổng số hơn 830.000 người, đông nhất là dân tộc Mường chiếm 63,3%; dân tộc Kinh chiếm 27,73%; dân tộc Thái chiếm 3,9%; dân tộc Dao chiếm 1,7%; dân tộc Tày chiếm 2,7%; dân tộc Hmông chiếm 0,52%; các dân tộc khác chiếm 1,18% (UBND tỉnh Hòa Bình, 2005). Người Mường là tộc người tại chỗ của vùng đất này, là chủ nhân của các nền văn hóa đã xuất hiện từ rất lâu ở Hòa Bình như nền văn hóa Sơn Vi, nền văn hóa Hòa Bình. Suốt chiều dài lịch sử định cư ở đây, người Mường đã khai phá những vùng thung lũng chân núi thành ruộng trồng lúa nước, thành bản làng, tạo dựng cuộc sống bình yên, no đủ. Người Mường cùng với người Thái, Tày, Dao, Hmông... đã tạo nên sự phong phú và đặc sắc của các giá trị văn hóa.

Từ nhiều thế kỷ nay, do bối cảnh lịch sử và môi trường, người dân tộc thiểu số ở vùng cao rất ít chia sẻ văn hóa và lối sống với những người ở vùng thấp hơn. Lối sống tách biệt, ít bị pha trộn về văn hóa của cộng đồng cư dân nơi đây cùng với phong cảnh thiên nhiên ở Hòa Bình đã thu hút du khách trong và ngoài nước. Người sinh sống ở nơi đô thị hiện đại mong muốn tìm hiểu các cộng đồng vùng cao những điều kỳ bí, khác lạ. Hiện nay, mô hình du lịch

cộng đồng homestay² đang phát triển nở rộ ở Hòa Bình như: làng Giang Mỗ, bản Ngòi Hoa, bản Lác, bản Đá Bia, Bản Sung, bản Suối Lớn,...

Tại những cộng đồng này, du khách được đắm chìm trong không gian văn hóa của các tộc người địa phương. Người Mường với “Cơm đồ, nhà gác, nước vác, lợn thui” luôn khiến du khách thích thú mỗi khi có dịp ghé qua và thưởng thức. Tại đây, ẩm thực người Mường và người Thái có nhiều nét tương đồng về khẩu vị với các món ăn đặc trưng: lợn thui luộc, thịt lợn muối chua, măng chua nấu thịt gà, chả cuốn lá bưởi, cá nướng đồ, thịt trâu nấu lá lồm, cơm lam, xôi nhiều màu, măng đắng, rau rừng đồ, canh loãng, nước chấm ớt, rượu cần,... Những món ăn này ngày nay trở nên phổ biến, đặc biệt tại các khu du lịch.

Du khách được ở cùng người Thái, người Mường trong những ngôi nhà sàn, cùng sinh hoạt với người dân sở tại, được tham gia vào các công việc thường ngày cũng như lễ hội tại đó. Khi có khách đến, chủ nhà mặc trang phục truyền thống của dân tộc để đón tiếp. Bên cạnh nhu cầu thưởng thức văn nghệ, du khách còn được trải nghiệm cuộc sống dân dã như thả lưới bắt cá, tham gia dệt thổ cẩm, chế biến món ăn,... Tại bản Đá Bia, khách du lịch được khám phá văn hóa của người Mường Âu Tá³ như: bơi thuyền Kayak, trải nghiệm các hoạt động nuôi và khai thác thủy sản trên lòng hồ Hòa Bình. Du khách cũng được hòa mình vào đêm hội múa xòe quanh lửa trại bập bùng. Trong những dịp đó, du khách được say nghiêng ngã bên hũ rượu cần. Khách du lịch đến thăm quan các làng bản thường đề nghị chụp hình với người dân tộc thiểu số trong trang phục truyền thống. Một vài khách du lịch nước ngoài hoặc người miền xuôi cũng đề nghị được mặc trang phục truyền thống để chụp hình làm kỷ niệm. Đây là cách mà du khách nhanh chóng và trực tiếp hòa nhập với vùng đất mà họ đang đến, chứ không đơn thuần chỉ là tham quan.

Bên cạnh sức hút từ ẩm thực và trang phục, các nghề thủ công cũng được khai thác đưa vào phục vụ hoạt động du lịch, tiêu biểu là nghề dệt thổ cẩm của người Thái và nghề đan lát của người Mường. Thổ cẩm của người Thái Mai Châu với những tấm chăn, thảm vải, bộ trang phục, khăn áo... mang nét đặc trưng văn hóa riêng. Các sản phẩm ngày càng phong phú về kiểu dáng và màu sắc. Những sản phẩm thủ, dệt này luôn xuất hiện ở các làng, bản du lịch như: bản Lác, bản Pom Coọng, bản Vãn, khu du lịch suối khoáng Kim Bôi,... Hình ảnh các cô gái Thái xinh đẹp bên khung cửi, lách cách tiếng thoi đưa, rộn rã vui tai mang đến cho du khách nhiều cảm xúc. Những nét độc đáo, tinh tế ở váy áo truyền thống của các thiếu nữ dân tộc thiểu số luôn khiến du khách tò mò muốn mua hoặc thuê để mặc thử. Một số sản phẩm đã có thương hiệu riêng như thổ cẩm của Hợp tác xã dệt thổ cẩm Chiềng Châu (Mai Châu),...

² Homestay là loại hình du lịch mà khách du lịch sẽ nghỉ, ngủ tại nhà người dân địa phương nhằm giúp họ khám phá, trải nghiệm và tìm hiểu phong tục tập quán, đời sống văn hóa của cộng đồng tại địa phương đó.

³ Tên một nhóm địa phương người Mường ở tỉnh Hòa Bình.

Hoà Bình nổi tiếng với nhiều lễ hội dân gian mang bản sắc dân tộc như: lễ hội Khai hạ Mường Bi (Tân Lạc), lễ hội chùa Tiên (Lạc Thủy), lễ hội chùa Hang (Yên Thủy), lễ mừng cơm mới của người Mường, lễ cấp sắc của người Dao... được tổ chức đều đặn hàng năm để cầu cho mưa thuận, gió hòa, mùa màng tốt tươi, hướng về nguồn cội. Những lễ hội này đã thu hút sự tham quan của đông đảo du khách trên cả nước.

Trong những năm gần đây, hình thức du lịch văn hóa ngày càng phổ biến. Cùng với sự phát triển loại hình du lịch này, người dân cung cấp những dịch vụ như: phòng trọ, nấu ăn, dẫn đường, vác đồ, hướng dẫn những công việc nhà nông, bán đồ lưu niệm, bán những sản vật địa phương và những món quà độc đáo,... Những hoạt động du lịch này đã góp phần làm tăng thêm sức hút đối với du khách ưa sự trải nghiệm và khám phá.

3. Văn hóa truyền thống và văn hóa được dần dựng để phục vụ du khách

Việc thực hành văn hóa của các tộc người thiểu số ở những cộng đồng vùng cao và những địa điểm du lịch vùng thấp với mục đích để “trung bày” và thu hút khách du lịch. Theo ý nghĩa này, du khách được nhìn nhận như là những khách hàng, người chủ của hoạt động thương mại và người trình diễn có thể thu được lợi ích về mặt kinh tế. Tuy nhiên, các hoạt động trình diễn văn hóa này đôi khi bị biến tấu nên không thực sự giữ được những nét văn hóa truyền thống. Ở những điểm được quy hoạch phát triển du lịch như Giang Mỗ, Ngòi Hoa, Đá Bia, bên cạnh những ngôi nhà sàn còn mang đặc trưng truyền thống, người dân đã dùng vật liệu xi măng, mái tôn thay thế cho gỗ. Phần không gian dưới sàn nhà vốn trước đây chỉ sử dụng để nhốt gia súc, gia cầm hoặc để công cụ lao động, nay các hộ dân đã nâng lên làm không gian sinh hoạt cho cả gia đình, thậm chí dùng làm nơi tiếp khách, bán hàng,... Nhà sàn xây bằng gạch, xi măng kiên cố, bền hơn, không bị gió lùa qua vách như nhà gỗ mà chi phí giá thành lại rẻ hơn. Mặc dù khách du lịch rất thích ngắm những ngôi nhà sàn gỗ, nhưng thường lựa chọn nghỉ ở những ngôi nhà sàn xây bởi sự sạch sẽ và tiện lợi hơn. Không gian sinh hoạt trên nhà sàn có nhiều thay đổi, những kiêng kỵ hiện nay cũng không còn được xem trọng, đặc biệt với những hộ kinh doanh homestay. Họ cho phép khách nữ ngồi bất cứ đâu trong không gian sinh hoạt nhà sàn, như ngồi gần bàn thờ hay bên cửa sổ mà không kiêng gia đình có thể gặp những rủi ro. Người Mường ngồi trên sàn nhà để ăn, nhưng nhiều chủ nhà homestay đã kê bàn cho khách vì họ không quen ngồi bệt trên sàn. Ở xóm Đá Bia, khi giới thiệu cho khách du lịch về chiếc áo truyền thống được mặc trong đám tang, phụ nữ Mường đã mang ra cho du khách chụp ảnh và mặc chiếc áo đó lên người để giới thiệu thêm về bộ lễ phục, cho dù đây là việc làm kiêng kỵ đối với người Mường Aụ Tá bởi chiếc áo này là do bà mẹ chồng cất giữ và truyền lại cho người con dâu và cô con dâu chỉ được mặc khi gia đình có tang lễ (Trần Đức Tùng, 2018). Tại điểm du lịch bản Lác, một số người bán hàng vốn là dân tộc Thái nhưng đôi khi lại mặc những bộ quần áo sắc sỡ của người Hmông, Dao; họ vừa trình diễn dệt vải vừa nói với du khách rằng mình đang bán những sản phẩm tự tạo ra. Mặt khác, người Kinh ở vùng xuôi lên đây làm ăn lại vận các trang phục truyền thống của

người Thái để mời du khách mua hàng và chụp ảnh với du khách để kiếm tiền. Tương tự, tại một cửa hàng cho thuê trang phục quần áo dân tộc để chụp ảnh, chủ nhà đưa ra những chiếc váy truyền thống của các tộc người thiểu số khác nhau cho du khách lựa chọn. Nhiều khi, khách hàng mặc lẫn lộn váy của dân tộc này với mũ, trang sức của dân tộc khác.

Để đáp ứng mong muốn của du khách, người dân tộc thiểu số đã biểu diễn văn hóa để tạo niềm hứng thú cho du khách. Trước khi du khách đến, chủ nhà đã nhận được thông báo từ các hướng dẫn viên du lịch và thỏa thuận về chương trình trong thời gian khách lưu trú, chi phí và các vấn đề liên quan khác. Các hình thức hát múa dân gian của người Mường thường được yêu cầu trình diễn phục vụ du khách tại các bản khách ghé thăm. Hầu hết các điệu múa, bài hát của người Mường đều có ý nghĩa đặc biệt và được biểu diễn trong những nghi lễ khác nhau. Tuy nhiên, để làm hài lòng du khách, người dân địa phương đã biểu diễn liên tục các bài hát, các điệu múa trong cùng một không gian và không quan tâm đến độ chính xác của nghi thức, ý nghĩa, mục đích ban đầu của nó. Ví như Mo “Đẻ đất, đẻ nước” thường được thầy mo kể trong các đám tang nhưng đôi khi được trình diễn bằng cách đọc cho du khách nghe một trích đoạn nào đó nếu được yêu cầu, tất nhiên cả người đọc và người nghe đều không quan tâm đến độ chính xác của lời ca cũng như sự trang nghiêm cần thiết của nghi lễ. Cồng chiêng được coi là vật dụng linh thiêng trong văn hóa người Mường. Tiếng cồng chiêng vang lên có ý nghĩa đuổi tà ma, thường được đánh trong các dịp lễ hội xuân, đám cưới, mừng nhà mới, lễ khai hạ, ăn cơm mới, đám ma, hay các cuộc đi săn,... Có thể nói, tiếng cồng tiếng chiêng có mặt ở nhiều không gian khác nhau, mọi thời khắc đáng ghi nhớ trong cuộc đời một con người, nhưng để phục vụ du khách, đội cồng chiêng biểu diễn bất cứ lúc nào khi được yêu cầu. Không chỉ ngồi nghe, để góp vui, những du khách cũng tham gia giao lưu vào các hoạt động văn nghệ bằng cách hát các bài hát, múa theo tiếng nhạc hay có thể đánh thử vào bộ chiêng,...

Trước khi phát triển du lịch, cuộc sống của người dân vùng cao chủ yếu là tự cung, tự cấp. Từ khi khách du lịch tới tham quan và đề nghị mua các vật dụng đang được sử dụng trong cuộc sống hàng ngày, những người dân làng nhìn thấy giá trị kinh tế của các vật dụng này. Đầu tiên, họ bán các đồ vật đang sử dụng hàng ngày cho khách du lịch như tẩu thuốc làm bằng ngà voi, bát đĩa bạc, trang sức bạc, thổ cẩm dệt thủ công,... Sau đó, họ tạo ra các sản phẩm để bán cho khách du lịch, hoặc thậm chí mua các vật dụng từ một nơi nào đó để bán.

Thời gian đầu, hàng hóa được bày bán ở bản Lác (Mai Châu) như đồ vải, đồ mây tre đan, các vật dụng gia đình, nông cụ... là những sản phẩm thủ công được làm bằng tay của cư dân các tộc người địa phương như Thái, Mường, Hmông, Dao,... Về sau, nhằm tìm kiếm lợi nhuận, người dân địa phương đã kết hợp kiểu dáng và chất liệu giữa truyền thống với hiện đại để sáng tạo ra những mẫu mã mới, tiện dụng nhưng vẫn có “tính dân tộc” như: túi xách, túi đựng điện thoại, giày dép, loại trang sức giả đồ bạc như nhẫn đeo tay, thắt lưng, vòng

bạc. Đây là những sản phẩm được rất nhiều khách du lịch nước ngoài ưa chuộng. Do sự phát triển nhanh chóng của du lịch tại bản Lác cùng với sự gia tăng nhu cầu của du khách, những người bán hàng không chỉ bán các sản phẩm do họ làm ra mà còn nhập sản phẩm sản xuất công nghiệp từ Trung Quốc qua các thương lái để bán cho du khách. Để tăng “độ tin cậy” cho các sản phẩm được bày bán, những người phụ nữ bán hàng luôn tay thêu họa tiết hoa văn trên miếng vải thổ cẩm; còn người bán sáo và khèn (Thái) thường thổi những điệu nhạc du dương chào mời khách mua hàng,... Nhiều du khách không phân biệt được sự khác nhau giữa hàng được sản xuất thủ công tại địa phương với hàng có xuất xứ Trung Quốc. Mặt khác, những mặt hàng công nghiệp của Trung Quốc thường có giá rẻ hơn nên được du khách lựa chọn. Các hoạt động bán hàng phục vụ khách du lịch như vừa lược tả ở trên, đã và đang làm biến dạng tính “đích thực văn hóa” của tộc người.

Văn hóa mang dấu ấn của các tộc người thiểu số góp phần thu hút du khách đến Hòa Bình, đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy du lịch phát triển. Đồ thủ công của các tộc người thiểu số ở các địa điểm du lịch Hòa Bình được bán ở nhiều chợ vùng thấp và vùng cao để phục vụ cho du khách. Du khách là người hăng hái khám phá, không chỉ muốn nhìn thấy những người dân địa phương mà còn muốn chụp các bức ảnh trong trang phục truyền thống và mua những món đồ lưu niệm đáng tin cậy của họ. Tuy nhiên, trong du lịch văn hóa, nhiều hoạt động văn hóa tộc người chỉ được “trình diễn” do mục tiêu kinh tế của người dân địa phương, do đó tính xác thực của văn hóa tộc người là vấn đề rất đáng quan tâm.

Kết luận

Truyền thông đóng một vai trò vô cùng quan trọng trong việc phát triển du lịch văn hóa ở các tộc người. Hòa Bình là một bức tranh khá đầy đủ và đa dạng về bức khảm văn hóa tộc người vùng cao: trang phục, ẩm thực, lễ hội, âm nhạc,... Đến đây, du khách được đắm chìm và trải nghiệm các nền văn hóa dân tộc khác nhau và mua những món quà lưu niệm. Với sự tác động của cơ chế thị trường, các hoạt động văn hóa tộc người được người dân trình diễn là điểm nổi bật trong hoạt động phát triển du lịch. Đồ thủ công mỹ nghệ truyền thống của các tộc người sản xuất tại địa phương cũng không còn đáp ứng được nhu cầu thị trường, nên xuất hiện hàng hóa được nhập từ nơi khác, các mặt hàng được cải tiến mẫu mã và chất liệu để giảm giá thành và phù hợp với nhu cầu của khách du lịch. Du khách là những người luôn mong muốn khám phá các đặc điểm văn hóa tộc người một cách xác thực, nhưng họ chủ yếu lại lựa chọn những mặt hàng lưu niệm bày bán ở địa phương mà không quan tâm đến nguồn gốc hàng hóa. Tuy nhiên, cũng phải thừa nhận rằng, du lịch văn hóa được đưa vào khai thác hơn 10 năm nay đã đem lại lợi ích thiết thực cho người dân.

Từ thực tiễn được đề cập trên đây, chúng tôi xin đưa ra một số khuyến nghị như sau để phát triển du lịch ở Hòa Bình một cách bền vững:

- Cải thiện hệ thống giao thông là việc làm quan trọng đầu tiên trong việc thu hút du khách đến thăm quan và nghỉ dưỡng. Tuy nhiên, việc cải tạo giao thông lại làm mất đi cảnh quan nguyên sơ vốn có của các cộng đồng. Do đó, cần phải có quy hoạch các tuyến đường giao thông đến bản làng bằng cách trồng các loại hoa, cây cỏ mang đặc trưng của địa phương, trang trí những bức tranh có hình ảnh người dân tộc thiểu số.

- Ngôi nhà sàn gỗ trong truyền thống hiện nay dần được thay thế bằng chất liệu gạch, xi măng. Đây là xu hướng không thể tránh khỏi trong điều kiện hiện đại hóa. Những ngôi nhà sàn xi măng mang dấu ấn văn hóa truyền thống với công trình phụ và nội thất hiện đại cũng là một lựa chọn nghỉ dưỡng thích thú cho khách du lịch, cần được phát huy. Tuy nhiên, cũng cần có biện pháp khuyến khích, hỗ trợ người dân giữ gìn những ngôi nhà sàn gỗ cổ còn tồn tại bởi đây là loại nhà - hiện vật mà du khách thích ngắm nhìn, tham quan.

- Các món ăn phục vụ trong du lịch cộng đồng tại địa phương tuy rất phong phú nhưng cũng cần có những nét đặc thù của từng bản, từng tộc người khác nhau, tránh việc du khách chỉ cần đến một bản, thăm một tộc người và không cần đi thăm nơi khác nữa.

- Cần có chương trình đào tạo, hướng dẫn người dân địa phương làm du lịch cộng đồng, tránh những ứng xử thiếu chuyên nghiệp trong kinh doanh, xin tiền du khách,...

- Cần phát triển đa dạng các món quà lưu niệm mang dấu ấn văn hóa tộc người địa phương đáp ứng được nhu cầu của du khách ở trong và ngoài nước.

Tài liệu tham khảo

1. Trịnh Lê Anh (2005), “Tourism and trekking activities in Sapa (Laocai province, Vietnam) and their impacts on the the local environmet and communities”, trong: Kỳ yếu Hội thảo quốc tế *Transborder issue in the Mekong Sub-region*, Thai Lan, 7/2005.
2. Từ Chi (1988), “Người Mường ở Hòa Bình”, trong: *Người Mường với văn hóa cổ truyền Mường Bi*, UBND huyện Tân Lạc, Sở Văn hóa và Thể thao Hà Sơn Bình.
3. Cuisier, Jeanne (1995), *Người Mường địa lý nhân văn và xã hội học*, Nxb. Lao động, Hà Nội
4. DiGregorio, Michael and Pham Thi Quynh Phuong, Minako Yasui (1996), *The growth and Impact of tourism in Sa Pa*, Center for natural resources and environmental studies and The east-west center.
5. Evans, Grant (Chủ biên, 2001), *Bức khám văn hóa châu Á*, Nxb. Văn hóa Dân tộc, Hà Nội.

6. Nguyễn Thị Hồng Vân (2007), *Tác động của du lịch đến đời sống văn hóa - xã hội của người Thái ở Mai Châu - Hòa Bình và các giải pháp phát triển*, Luận văn cao học, Trường Đại Khoa học Xã hội và Nhân văn.
7. Hitchcock, Michael, Victor T. King and Michael J. Gl. Parnwell (1993) “Tourism in South-East Asia: Introduction”, in: *Tourism in South-East Asia*, Michael Hitchcock, Victor T. King and Michael J. G. Parnwell (eds.), London and New York: Routledge. tr. 1-31; trích theo Parasit Leepreecha (2005), *The politics of Ethnic Tourism in Northern Thailand*”, Hội thảo “Mekong tourism: learning Across Borders-Social research Institutue, Chiang Mai University.
8. Diệp Đình Hoa (1995), *Sự biến động của cộng đồng dân tộc do tác động của hồ Hòa Bình*, Nxb. Khoa học Xã hội, Hà Nội.
9. Mark E. Grindley (1997), *Preliminary study of tourism in around Sapa, Laocai province* (Nghiên cứu ban đầu về Du lịch trong và xung quanh thị trấn Sa Pa), Tổ chức Frontier Việt Nam.
10. Lâm Thị Mai Lan, Phạm Thị Mộng Hoa (2000), *Du lịch với dân tộc thiểu số ở SaPa*, Nxb. Văn hóa Dân tộc, Hà Nội.
11. Leepreecha, Parasit (2005), “The politics of Ethnic Tourism in Northern Thailand”, trong: Kỷ yếu Hội thảo *Mekong tourism: learning Across Borders*, Social research Institutue, Chiang Mai University.
12. Trần Đức Tùng (2018), “Du lịch văn hóa tộc người: trải nghiệm của cộng đồng ở vùng lòng hồ Hòa Bình”, trong: Tuyển tập Báo cáo Hội thảo *Phương pháp luận về xây dựng mô hình phục vụ bảo tồn và phát huy các giá trị di sản cho phát triển bền vững du lịch vùng lòng hồ Hòa Bình*, Hà Nội.
13. Đặng Nghiêm Vạn (2009), *Cộng đồng quốc gia dân tộc Việt Nam đa tộc người*, Nxb. Đại học Quốc gia Tp. Hồ Chí Minh.
14. UBND tỉnh Hòa Bình (2005), *Địa chí Hòa Bình*, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.