

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**

---



**ISO 9001-2008**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**NGÀNH: VĂN HOÁ DU LỊCH**

Sinh viên : Nguyễn Thị Mai Anh

Người hướng dẫn: Th.S Bùi Văn Hoà

***HẢI PHÒNG - 2014***

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**

-----

**ĐỀ XUẤT CÁC GIẢI PHÁP GÓP PHẦN BẢO TỒN VÀ  
PHÁT TRIỂN " THĂNG LONG TỨ TRẦN" THÀNH  
SẢN PHẨM DU LỊCH ĐẶC THÙ CỦA HÀ NỘI**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY**

**NGÀNH: VĂN HOÁ DU LỊCH**

Sinh viên : Nguyễn Thị Mai Anh

Người hướng dẫn: Th.S Bùi Văn Hoà

***HẢI PHÒNG - 2014***

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**

---

**NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP**

Sinh viên: Nguyễn Thị Mai Anh    Mã số: 1213601002

Lớp: VHL601    Ngành: Văn hoá du lịch

Tên đề tài: Đề xuất các giải pháp góp phần bảo tồn và phát triển

“Thăng Long Tứ trấn” thành sản phẩm du lịch đặc thù của Hà Nội.

## NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

1. Nội dung và các yêu cầu cần giải quyết trong nhiệm vụ đề tài tốt nghiệp (*về lý luận, thực tiễn, các số liệu...*).

.....  
.....  
.....  
.....

2. Các tài liệu, số liệu cần thiết:.....

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp

.....  
.....  
.....

## CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

### Người hướng dẫn thứ nhất:

Họ và tên: Bùi Văn Hoà

Học hàm, học vị: Thạc sĩ

Cơ quan công tác: Sở Văn hoá Du lịch và Thể thao Hải Phòng

Nội dung hướng dẫn:

.....

.....

.....

### Người hướng dẫn thứ hai:

Họ và tên:

Học hàm, học vị:

Cơ quan công tác :

Nội dung hướng dẫn

.....

.....

.....

Đề tài tốt nghiệp được giao ngày .... tháng ..... năm 2014

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày.... tháng..... năm 2014

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

*Sinh viên*

*Người hướng dẫn*

***Hải Phòng, ngày    tháng    năm 2014***

**HIỆU TRƯỞNG**

**GS.TS.NGŨT *Trần Hữu Nghị***

## PHẦN NHẬN XÉT TÓM TẮT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

**1. Tinh thần thái độ của sinh viên trong quá trình làm đề tài tốt nghiệp:**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**2. Đánh giá chất lượng của đề tài (so với nội dung yêu cầu đã đề ra trong nhiệm vụ Đ.T. T.N trên các mặt lý luận, thực tiễn, tính toán số liệu...):**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**3. Cho điểm của cán bộ hướng dẫn (ghi cả số và chữ):**

.....

.....

.....

*Hải Phòng, ngày      tháng      năm 2014*

Cán bộ hướng dẫn

*(Ký và ghi rõ họ tên)*

## LỜI CẢM ƠN

Em xin chân thành cảm ơn tất cả các thầy cô giáo trong khoa Văn hoá Du lịch-Trường ĐHDL Hải Phòng, những người đã nhiệt tình giảng dạy và truyền đạt những kiến thức cần thiết trong suốt thời gian em học tập tại trường, để em hoàn thành tốt quá trình tốt nghiệp.

Em xin tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến thầy Bùi Văn Hoà, người đã trực tiếp hướng dẫn, giúp đỡ và truyền đạt cho em những kinh nghiệm để đề tài này có thể thực hiện được và hoàn thành.

Em xin cảm ơn gia đình và bạn bè đã động viên và giúp đỡ em trong suốt thời gian em làm đề tài tốt nghiệp.

Vì thời gian có hạn, trình độ hiểu biết của bản thân còn nhiều hạn chế. Cho nên trong khoá luận không tránh khỏi những thiếu sót, em rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến của tất cả các thầy cô giáo cũng như các bạn bè để đề tài khoá luận tốt nghiệp của em được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

Hải phòng, ngày 30 tháng 06 năm 2014

Sinh viên

Nguyễn Thị Mai Anh

## MỤC LỤC

<b>LỜI CẢM ƠN .....</b>	<b>1</b>
<b>PHẦN MỞ ĐẦU .....</b>	<b>10</b>
<b>CHƯƠNG 1:LÝ LUẬN CHUNG VỀ DI SẢN VĂN HÓA VÀ DU LỊCH.....</b>	<b>14</b>
1. Các khái niệm về di sản văn hóa: .....	14
2. Một số khái niệm và thuật ngữ về du lịch .....	16
2.1. Khái niệm về du lịch: .....	16
2.2. Khách du lịch:.....	17
2.3. Tài nguyên du lịch:.....	17
2.4. Khái niệm về sản phẩm du lịch: .....	18
2.5. Đặc điểm của sản phẩm du lịch:.....	19
2.6. Sản phẩm du lịch đặc trưng:.....	20
2.6.1. Quan niệm về sản phẩm du lịch đặc trưng: .....	20
2.6.2. Đặc điểm của sản phẩm du lịch đặc trưng.....	22
2.7. Du lịch văn hóa:.....	24
2.7.1. Quan niệm về du lịch văn hóa: .....	24
2.7.2. Loại hình du lịch văn hóa: .....	24
<b>CHƯƠNG 2:THỰC TRẠNG BẢO TỒN VÀ KHAI THÁC GIÁ TRỊ DI SẢN “THĂNG LONG TỨ TRẦN” PHỤC VỤ PHÁT TRIỂN DU LỊCH HÀ NỘI .....</b>	<b>28</b>
1. Tiềm năng và yếu tố thúc đẩy phát triển du lịch tại đình, đền, chùa Hà Nội .....	28
2. Tổng quan về Thăng Long Tứ trấn.....	33
2.1. Khái niệm về tên gọi “Thăng Long Tứ trấn” .....	33
2.2. Giới thiệu chung: .....	36
2.2.1. Đền Bạch Mã.....	36
2.2.2. Đền Voi Phục .....	39
2.2.3. Đền Kim Liên .....	40
2.2.4. Đền Quán Thánh.....	41
2.3. Vai trò, vị trí của Thăng Long Tứ trấn trong tâm linh người Việt:.....	44
3. Thực trạng về bảo tồn, tôn tạo di sản “Thăng Long Tứ trấn”: .....	45
3.1. Thực trạng công tác bảo tồn và hoạt động du lịch đến các đình, đền, chùa trên địa bàn Hà Nội.....	45
3.1.1.Thực trạng công tác bảo tồn các di tích:.....	45
3.1.2.Thực trạng hoạt động du lịch đến các đình, đền,chùa trên địa bàn Hà Nội.....	49
3.2. Thực trạng bảo tồn, tôn tạo, quản lý, khai thác di sản “Thăng Long Tứ trấn”: .....	51
3.2.1. Các cơ quan quản lý Thăng Long Tứ trấn:.....	51
3.2.2. Thực trạng công tác bảo tồn tại từng điểm của Thăng Long Tứ trấn: .....	53
3.2.2.1. Đền Bạch Mã .....	53



3.2.2.2. Đền Quán Thánh.....	54
3.2.2.3. Đền Kim Liên: .....	54
3.2.2.4. Đền Voi Phục: .....	56
3.2.3. Thực trạng về khai thác giá trị di sản phục vụ du lịch: .....	58
3.2.3.1. Đối tượng khách đến với di tích: .....	58
3.2.3.2. Doanh thu và lượt khách tham quan:.....	58
3.2.3.3. Kết nối với các tuyến điểm khác .....	59
3.3. Nguồn nhân lực .....	60
3.4. Các dịch vụ hỗ trợ: .....	60
4. Đánh giá chung, khó khăn, hạn chế:.....	61
4.1.Đánh giá chung:.....	61
4.2. Khó khăn, hạn chế: .....	61
<b>CHƯƠNG 3: ĐỀ XUẤT CÁC GIẢI PHÁP GÓP PHẦN BẢO TỒN VÀ KHAI THÁC GIÁ TRỊ DI SẢN “THĂNG LONG TỨ TRẦN” THÀNH SẢN PHẨM DU LỊCH ĐẶC THÙ CỦA HÀ NỘI .....</b>	<b>64</b>
1. Chủ trương của Trung ương: .....	64
2. Chủ trương của thành phố Hà Nội: .....	65
3. Nhóm các giải pháp về bảo tồn và khai thác giá trị di sản “Thăng Long Tứ trấn”:..	66
3.1. Giải pháp về công tác bảo tồn di sản:.....	66
3.1.1. Tăng cường công tác quản lý các di tích: .....	66
3.1.2. Giải pháp về cảnh quan: .....	66
3.1.3. Giải pháp về tăng cường tuyên truyền, quảng bá: .....	67
3.1.4. Giải pháp về nâng cao nhận thức người dân. ....	68
3.1.5. Áp dụng thành tựu khoa học và đào tạo nhân lực. ....	69
3.2. Giải pháp về khai thác giá trị di sản: .....	70
3.2.1. Giải pháp về tổ chức và quản lý: .....	70
3.2.2. Nâng cao chất lượng, đa dạng hóa sản phẩm du lịch .....	71
3.2.3. Giải pháp về nguồn nhân lực:.....	71
3.2.3. Giải pháp về khai thác tối đa lợi ích:.....	72
<b>KẾT LUẬN .....</b>	<b>74</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO.....</b>	<b>76</b>
<b>PHỤ LỤC .....</b>	<b>71</b>

## PHẦN MỞ ĐẦU

### 1. Lý do chọn đề tài:

Trong thời đại ngày nay, Du lịch đã trở thành hiện tượng phổ biến và là một trong những ngành công nghiệp lớn nhất thế giới. Nhờ những đóng góp to lớn về kinh tế - xã hội, Du lịch đã trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của nhiều quốc gia. Đây là một trong những hoạt động kinh tế quan trọng, không chỉ đem lại nguồn thu nhập lớn, tạo nhiều việc làm, phát triển các ngành dịch vụ, cơ sở hạ tầng mà còn là phương tiện thúc đẩy hoà bình, giao lưu văn hoá, tạo ra những giá trị vô hình nhưng bền chặt. Như vậy, có thể nói du lịch là một trong những hoạt động quan trọng đầu tiên hướng tới xây dựng và phát triển thương hiệu đất nước.

Việt Nam là quốc gia được đánh giá có tiềm năng du lịch to lớn không chỉ bởi trời phú cho hệ thống cảnh quan thiên nhiên tươi đẹp, sơn thủy hữu tình mà còn bởi vốn văn hóa tinh thần vừa đa dạng, phong phú, vừa độc đáo và mang nhiều bản sắc. Một trong những khía cạnh văn hóa Việt Nam là đời sống văn hóa tâm linh của con người Việt Nam. Nó tạo nên những giá trị nhân văn ở tín ngưỡng đa thần, ở phong tục trả hội, lễ chùa khi xuân sang, tết đến, ở hệ thống công trình kiến trúc đình, đền, chùa, lăng tẩm, miếu mạo khắp nơi trên cả nước và có lịch sử ngàn đời. Đến các đình, đền, chùa trên đất nước Việt Nam, du khách sẽ cảm nhận ngay được con người Việt Nam, văn hóa Việt Nam ở góc độ linh thiêng nhất, đậm đà bản sắc nhất. Bởi vậy, hệ thống các công trình kiến trúc tâm linh được coi là tiềm năng du lịch văn hóa vật thể cần được quan tâm và khai thác. Tuy nhiên, du lịch Việt Nam còn chưa khai thác hết tiềm năng của tài nguyên du lịch. Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã đề cập một số định hướng quan trọng, trong đó vấn đề xây dựng thương hiệu du lịch được đặt thành trọng tâm. Chiến lược nhấn mạnh tập trung phát triển thương hiệu du lịch quốc gia trên cơ sở phát triển các thương hiệu du lịch địa phương. Mỗi một địa phương cần căn cứ vào tiềm năng, điều kiện cụ thể của mình để tạo ra những sản phẩm du lịch đặc trưng phục vụ du khách.

Trong những năm gần đây các chương trình du lịch văn hóa tâm linh ngày càng phát triển mạnh. Thăng Long - Hà Nội, mảnh đất ngàn năm văn hiến, trung tâm kinh tế - văn hóa - chính trị của cả nước, kinh đô của nhiều triều đại phong kiến, vùng đất giao thoa của các nền văn hóa đã hình thành nên bản sắc dân tộc riêng mà không nơi nào có được. Theo số liệu thống kê, Hà Nội hiện sở hữu 1.774 di tích. Trong đó có 1.358 di tích tôn giáo tín ngưỡng (gồm 551 đình, 258 đền, 549 chùa), 82 di tích lịch sử cách mạng kháng chiến, 334 di tích khác (gồm am, miếu, lăng mộ, cửa ô, điểm canh, văn miếu, văn chỉ...). Trong đó, có hơn 500 di tích đã chính thức được Nhà nước xếp hạng. Đó là lợi thế cho sự phát triển du lịch văn hóa, cho bàn bè thế giới biết đến Việt Nam là một đất nước ngàn năm văn hiến.

Thăng Long Tứ trấn - bốn ngôi đền “Trấn Yêm” bốn phương Đông - Tây - Nam - Bắc trên long mạch lớn Hà Nội, đã có từ lâu đời, là đối tượng thu hút sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu lịch sử, văn hóa, kiến trúc. Làm thế nào để thu hút lượng khách du lịch trong và ngoài nước đến với Thăng Long Tứ trấn, làm thế nào để bảo tồn và phát huy những nét đẹp văn hóa dân tộc. Đó là những câu hỏi đặt ra cho ngành du lịch Hà Nội nói chung và cho các điểm du lịch của Thăng Long Tứ Trấn nói riêng.

Với mong muốn sẽ góp phần xây dựng được sản phẩm du lịch văn hóa mang dấu ấn đặc trưng của Hà Nội cũng như thực hiện tốt công tác bảo tồn và phát triển “Thăng Long Tứ trấn” thành sản phẩm du lịch đặc thù. Đồng thời, đề tài còn đóng góp vào hệ thống lí luận về xây dựng sản phẩm đặc trưng trong du lịch nhằm phát triển du lịch tại các cấp phân vùng lãnh thổ du lịch. Từ đó, tác giả đã nghiên cứu và thực hiện đề tài: ***Đề xuất các giải pháp góp phần bảo tồn và phát triển “Thăng Long Tứ trấn” thành sản phẩm du lịch đặc thù của Hà Nội***

## **2. Mục đích nghiên cứu:**

Tìm hiểu và đưa ra những đánh giá về những giá trị văn hóa - lịch sử quý báu cũng như hiện trạng khai thác kinh doanh du lịch của Thăng Long Tứ trấn, từ đó nhấn mạnh khả năng phục vụ du lịch tâm linh trên địa bàn Hà Nội, đồng thời đề xuất một số giải pháp nhằm bảo tồn và phát triển Thăng Long Tứ trấn trở

thành sản phẩm du lịch đặc thù của Hà Nội, thu hút du khách đến với di tích văn hóa tâm linh ngày càng nhiều hơn.

Bên cạnh đó, đề tài còn góp phần giải quyết bài toán trong du lịch hiện nay về việc xây dựng sản phẩm du lịch tạo thương hiệu cho du lịch thành phố Hà Nội. Tạo nên sự nổi bật, sức hút du lịch của Hà Nội so với các điểm đến du lịch khác.

### **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:**

#### **3.1. Đối tượng nghiên cứu:**

Lịch sử, kiến trúc cùng giá trị văn hóa tâm linh của Thăng Long Tứ trấn - 4 ngôi đền thiêng trấn giữ bốn phương Đông - Tây - Nam - Bắc của Hà Nội:

Trấn Đông: Đền Bạch Mã, số 76 phố Hàng Buồm, quận Hoàn Kiếm

Trấn Tây: Đền Voi Phục, nằm bên hồ Thủ Lệ, quận Ba Đình

Trấn Nam: Đền Kim Liên, nằm trên đường Kim Liên mới, quận Đống Đa

Trấn Bắc: Đền Quán Thánh, nằm ở ngã tư đường Thanh Niên và Quán Thánh

#### **3.2. Phạm vi nghiên cứu:**

Khóa luận tập trung nghiên cứu dựa trên các giá trị văn hóa, lịch sử, tâm linh cùng những nguồn tài liệu khác nhau nhằm tiếp cận với Thăng Long Tứ trấn dưới góc độ một sinh viên du lịch để hiểu rõ hơn những tiềm năng vốn có, hiện trạng của mỗi di tích, thực trạng khai thác du lịch từ đó đề ra một số các giải pháp bảo tồn, phát triển tiềm năng nhằm thúc đẩy hoạt động du lịch tại Thăng Long Tứ trấn trên phạm vi một bài khóa luận tốt nghiệp.

- Không gian: Các di tích nghiên cứu nằm trong địa bàn các quận Hoàn Kiếm, Đống Đa, Ba Đình của Hà Nội

- Thời gian: Bắt đầu từ dấu mốc được xây dựng của 4 di tích đền cho đến nay.

### **4. Nhiệm vụ nghiên cứu:**

Nghiên cứu thực trạng và khả năng khai thác tài nguyên du lịch văn hóa tâm linh tại bốn di tích là Đền Bạch Mã, Đền Quán Thánh, Đền Kim Liên, Đền Voi Phục và từ đó đề xuất các giải pháp góp phần bảo tồn và phát triển “Thăng Long Tứ trấn” thành sản phẩm du lịch đặc thù của Hà Nội.

Đề tài cũng sẽ trở thành một tài liệu phục vụ cho việc nghiên cứu tìm hiểu về Thăng Long Tứ trấn, góp phần giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc, hướng về cội nguồn cùng những giá trị tinh thần to lớn trong đời sống văn hóa tâm linh của người Việt.

## **5. Phương pháp nghiên cứu:**

Để thực hiện được nhiệm vụ của đề tài, có một số phương pháp nghiên cứu chủ yếu sau đây:

- Phương pháp khảo sát điều tra thực địa: Phương pháp này có ý nghĩa vô cùng quan trọng trong việc đánh giá một cách khách quan về tài nguyên du lịch, việc khảo sát giúp tác giả có cái nhìn thực tế và tổng quát hơn về tài nguyên du lịch mà trước đó tác giả vốn chỉ biết qua sách vở, báo chí, mặt khác nó giúp người nghiên cứu có thể khẳng định được tính chính xác của thông tin.

- Phương pháp tra cứu, thu thập tài liệu: Đây là phương pháp có tính hệ thống cao, mang lại hiệu quả nhất định cho người thực hiện, phương pháp này ta phải thu thập thông tin chính xác nhất, cần thiết nhất phù hợp với mục đích và yêu cầu của đề tài.

- Phương pháp thống kê: Tổ chức xử lý các số liệu, thu thập số liệu về đối tượng nghiên cứu.

- Phương pháp tổng hợp: phương pháp này nhằm kết hợp các thông tin thu thập được để xây dựng lên hệ thống lí luận, kiến thức mang tính khoa học, logic.

## **6. Kết cấu của đề tài:**

Ngoài phần mở đầu, kết luận, mục lục, tài liệu tham khảo và phụ lục, ảnh, đề tài có kết cấu 3 chương:

*Chương 1:* Lý luận chung về di sản văn hóa và du lịch

*Chương 2:* Thực trạng bảo tồn và khai thác giá trị di sản “Thăng Long Tứ trấn” phục vụ phát triển du lịch Hà Nội

*Chương 3:* Đề xuất các giải pháp góp phần bảo tồn và khai thác giá trị di sản “Thăng Long Tứ trấn” thành sản phẩm du lịch đặc thù của Hà Nội

# CHƯƠNG 1

## LÝ LUẬN CHUNG VỀ DI SẢN VĂN HÓA VÀ DU LỊCH

### 1. Các khái niệm về di sản văn hóa:

Luật Di sản văn hoá (2001) quy định “di sản văn hoá bao gồm di sản văn hoá phi vật thể và di sản văn hoá vật thể, là sản phẩm tinh thần, vật chất có giá trị lịch sử, văn hoá, khoa học, được lưu truyền từ thế hệ này qua thế hệ khác ở nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam”.

- *Di sản văn hoá phi vật thể* là sản phẩm tinh thần có giá trị lịch sử, văn hoá, khoa học, được lưu giữ bằng trí nhớ, chữ viết, được lưu truyền bằng truyền miệng, truyền nghề, trình diễn và các hình thức lưu giữ, lưu truyền khác, bao gồm tiếng nói, chữ viết, tác phẩm văn học, nghệ thuật, khoa học, ngữ văn truyền miệng, diễn xướng dân gian, lối sống, nếp sống, lễ hội, bí quyết về nghề thủ công truyền thống, tri thức về y, dược học cổ truyền, về văn hoá ẩm thực, về trang phục truyền thống dân tộc và những tri thức dân gian khác.

- *Di sản văn hoá vật thể* là sản phẩm vật chất có giá trị lịch sử, văn hoá, khoa học, bao gồm di tích lịch sử - văn hoá, danh lam thắng cảnh, di vật, cổ vật, bảo vật quốc gia.

- *Di tích lịch sử - văn hoá* là công trình xây dựng, địa điểm và các di vật, cổ vật, bảo vật quốc gia thuộc công trình, địa điểm đó có giá trị lịch sử, văn hoá, khoa học.

- *Danh lam thắng cảnh* là cảnh quan thiên nhiên hoặc địa điểm có sự kết hợp giữa cảnh quan thiên nhiên với công trình kiến trúc có giá trị lịch sử, thẩm mỹ, khoa học.

- *Di vật* là hiện vật được lưu truyền lại, có giá trị lịch sử, văn hoá, khoa học.

- *Cổ vật* là hiện vật được lưu truyền lại, có giá trị tiêu biểu về lịch sử, văn hoá, khoa học, có từ một trăm năm tuổi trở lên.

- *Bảo vật quốc gia* là hiện vật được lưu truyền lại, có giá trị đặc biệt quý hiếm tiêu biểu của đất nước về lịch sử, văn hoá, khoa học.

- *Bản sao di vật, cổ vật, bảo vật quốc gia* là sản phẩm được làm giống như bản gốc về hình dáng, kích thước, chất liệu, màu sắc, trang trí và những đặc điểm khác.

- *Sưu tập* là một tập hợp các di vật, cổ vật, bảo vật quốc gia hoặc di sản văn hoá phi vật thể, được thu thập, gìn giữ, sắp xếp có hệ thống theo những dấu hiệu chung về hình thức, nội dung và chất liệu để đáp ứng nhu cầu tìm hiểu lịch sử tự nhiên và xã hội.

- *Thăm dò, khai quật khảo cổ* là hoạt động khoa học nhằm phát hiện, thu thập, nghiên cứu di vật, cổ vật, bảo vật quốc gia và địa điểm khảo cổ.

- *Bảo quản di tích lịch sử - văn hoá, danh lam thắng cảnh, di vật, cổ vật, bảo vật quốc gia* là hoạt động nhằm phòng ngừa và hạn chế những nguy cơ làm hư hỏng mà không làm thay đổi những yếu tố nguyên gốc vốn có của di tích lịch sử - văn hoá, danh lam thắng cảnh, di vật, cổ vật, bảo vật quốc gia.

- *Tu bổ di tích lịch sử - văn hoá, danh lam thắng cảnh* là hoạt động nhằm tu sửa, gia cố, tôn tạo di tích lịch sử - văn hoá, danh lam thắng cảnh.

- *Phục hồi di tích lịch sử - văn hoá, danh lam thắng cảnh* là hoạt động nhằm phục dựng lại di tích lịch sử - văn hoá, danh lam thắng cảnh đã bị huỷ hoại trên cơ sở các cứ liệu khoa học về di tích lịch sử - văn hoá, danh lam thắng cảnh đó.

*Theo công ước di sản thế giới thì Di sản văn hóa là:*

- *Các di tích:* Các tác phẩm kiến trúc, tác phẩm điêu khắc và hội họa, các yếu tố hay các cấu trúc có tính chất khảo cổ học chất, ký tự, nhà ở trong hang đá và các công trình sự kết hợp giữa công trình xây dựng tách biệt hay liên kết lại với nhau mà do kiến trúc của chúng, do tính đồng nhất hoặc vị trí trong cảnh quan, có giá trị nổi bật toàn cầu xét theo quan điểm lịch sử, nghệ thuật và khoa học.

- *Các di chỉ:* Các tác phẩm do con người tạo nên hoặc các tác phẩm có sự kết hợp giữa thiên nhiên và nhân tạo và các khu vực trong đó có các di chỉ khảo cổ có giá trị nổi bật toàn cầu xét theo quan điểm lịch sử, thẩm mỹ, dân tộc học hoặc nhân chủng học.

Đến năm 1992, Ủy ban di sản thế giới mới đưa ra khái niệm di sản hỗn hợp hay còn gọi là cảnh quan văn hóa để miêu tả các mối quan hệ tương hỗ nổi bật giữa văn hóa và thiên nhiên của một số khu di sản.

## **2. Một số khái niệm và thuật ngữ về du lịch**

### **2.1. Khái niệm về du lịch:**

Từ xa xưa trong lịch sử nhân loại, du lịch đã được ghi nhận như một sở thích, một hoạt động nghỉ ngơi tích cực của con người. Ngày nay, dưới sự phát triển như vũ bão của nền kinh tế thế giới, du lịch đã trở thành một xu thế tất yếu trong đời sống văn hoá - xã hội của người dân tại tất cả các nước, đặc biệt tại ở các quốc gia phát triển. Xét trên góc độ kinh tế, du lịch được coi như “con gà đẻ trứng vàng”, là “cứu cánh” để vực dậy nền kinh tế ốm yếu của nhiều quốc gia.

Thuật ngữ “*du lịch*” từ lâu đã trở nên khá thông dụng. Nó bắt nguồn từ tiếng Pháp: “*Tour*” nghĩa là đi vòng quanh, cuộc dạo chơi, còn “*Touriste*” là người đi dạo chơi.

Trong số những học giả đưa ra định nghĩa ngắn gọn nhất (tuy không phải là đơn giản nhất) phải nhắc tới Ausher và Nguyễn Khắc Viện. Theo Ausher thì: “du lịch là nghệ thuật đi chơi của các cá nhân”, còn viện sĩ Nguyễn Khắc Viện lại quan niệm rằng “du lịch là sự mở rộng không gian văn hoá của con người”.

Theo Hiệp hội quốc tế các tổ chức du lịch IUOTO (International of Union Travel Organization): Du lịch được hiểu là hành động du hành đến một nơi khác địa điểm cư trú thường xuyên của mình nhằm mục đích không phải để làm ăn, tức không phải làm một nghề hay một việc kiếm tiền sinh sống ...”

Cũng tại hội nghị Liên hợp Quốc về du lịch ở Roma, Italia (21/8 - 5/9/1963) với mục đích quốc tế hoá. Các chuyên gia đưa ra định nghĩa: “du lịch là tổng hợp các mối quan hệ, hiện tượng và các hoạt động kinh tế bắt nguồn từ các cuộc hành trình và lưu trú của cá nhân hay tập thể ở bên ngoài nơi ở thường xuyên của họ hay ngoài nước họ với mục đích hoà bình. Nơi họ đến lưu trú không phải là nơi làm việc của họ”. Định nghĩa này là cơ sở cho định nghĩa du khách đã được Liên minh quốc tế các tổ chức du lịch chính thức, tiền thân của Tổ chức du lịch thế giới thông qua.



Luật Du lịch Việt Nam năm 2005: “Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyên đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm đáp ứng nhu cầu *tham quan, tìm hiểu giải trí, nghỉ dưỡng trong một thời gian nhất định*”.

## **2.2. Khách du lịch:**

Theo Luật du lịch Việt Nam quy định cụ thể: “Khách du lịch là người đi du lịch hoặc kết hợp đi du lịch, trừ trường hợp đi học, làm việc hoặc hành nghề để nhận thu nhập ở nơi đến”.

Bên cạnh đó, tại nhiều quốc gia trên thế giới thường có sự phân biệt rõ ràng giữa du khách trong nước và du khách nước ngoài. Tại nước ta khách du lịch bao gồm khách du lịch nội địa và khách du lịch quốc tế:

- Khách du lịch nội địa là công dân Việt Nam, người nước ngoài thường trú tại Việt Nam đi du lịch trong phạm vi lãnh thổ Việt Nam.

- Khách du lịch quốc tế là người nước ngoài, người Việt Nam định cư ở nước ngoài vào Việt Nam du lịch; công dân Việt Nam, người nước ngoài thường trú tại Việt Nam ra nước ngoài du lịch.

## **2.3. Tài nguyên du lịch:**

Du lịch là một trong những ngành có sự định hướng tài nguyên rõ rệt. Tài nguyên du lịch ảnh hưởng trực tiếp đến tổ chức lãnh thổ của ngành du lịch, đến việc hình thành, chuyên môn hoá các vùng du lịch và hiệu quả kinh tế của hoạt động dịch vụ. Do đó, việc nghiên cứu, thảo luận để đi tới thống nhất khái niệm “tài nguyên du lịch” là một đòi hỏi cần thiết.

Trong cuốn Địa lý du lịch với một nội dung khá chi tiết, PTS.Nguyễn Minh Tuệ cùng tập thể các tác giả đã nhấn mạnh: “Tài nguyên du lịch là tổng thể tự nhiên và văn hóa lịch sử cùng các thành phần của chúng góp phần khôi phục và phát triển thể lực và trí lực của con người, khả năng lao động và sức khoẻ của họ, những tài nguyên này được sử dụng cho nhu cầu trực tiếp và gián tiếp, cho việc sản xuất dịch vụ du lịch”.

Tại Luật Du lịch Việt Nam năm 2005 ghi rõ:

Tài nguyên du lịch là cảnh quan thiên nhiên, yếu tố tự nhiên, di tích lịch sử - văn hoá, công trình lao động sáng tạo của con người và các giá trị nhân văn

khác có thể được sử dụng nhằm đáp ứng nhu cầu du lịch, là yếu tố cơ bản để hình thành các khu du lịch, điểm du lịch, tuyến du lịch, đô thị du lịch. Tài nguyên du lịch gồm tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch nhân văn đang được khai thác và chưa được khai thác.

- Tài nguyên du lịch tự nhiên gồm các yếu tố địa chất, địa hình, địa mạo, khí hậu, thủy văn, hệ sinh thái, cảnh quan thiên nhiên có thể được sử dụng phục vụ mục đích du lịch.

- Tài nguyên du lịch nhân văn gồm truyền thống văn hoá, các yếu tố văn hoá, văn nghệ dân gian, di tích lịch sử, cách mạng, khảo cổ, kiến trúc, các công trình lao động sáng tạo của con người và các di sản văn hoá vật thể, phi vật thể khác có thể được sử dụng mục đích du lịch.

#### **2.4. Khái niệm về sản phẩm du lịch:**

*Theo nghĩa rộng:* Từ giác độ thỏa mãn chung nhu cầu du lịch. “Sản phẩm du lịch là sự kết hợp các dịch vụ hàng hoá cung cấp cho du khách, được tạo nên bởi sự kết hợp của việc khai thác các yếu tố tự nhiên, xã hội với việc sử dụng các nguồn lực: cơ sở vật chất kỹ thuật và nhân lực tại một cơ sở, một vùng, địa phương hay của một quốc gia”.

$$SPDL = GTTNDL + DV + HH$$

SPDL: sản phẩm du lịch tổng thể

GTTNDL: giá trị tài nguyên du lịch

DV: dịch vụ

HH: hàng hóa

*Theo nghĩa hẹp:* Từ giác độ thỏa mãn đơn lẻ từng nhu cầu khi đi du lịch. Sản phẩm du lịch là dịch vụ hàng hóa cụ thể thỏa mãn các nhu cầu khi đi du lịch của con người. Có nghĩa là bất cứ cái gì có thể mang ra trao đổi để thỏa mãn mong muốn của khách du lịch. Bao gồm sản phẩm hữu hình và sản phẩm vô hình. Ví dụ: món ăn, đồ uống, chỗ ngồi trên phương tiện vận chuyển, buồng ngủ, tham quan, hàng lưu niệm.

$$SPDL = CSVCKT + NL + LDS$$

SPDL: dịch vụ du lịch cụ thể

CSVCKT: điều kiện phương tiện tạo ra sản phẩm

NL: nguyên nhiên liệu tạo ra sản phẩm

LDS: lao động phục vụ

(PGS-TS Nguyễn Văn Mạnh - ĐH Kinh tế Quốc dân)

Ngoài ra trong *Luật Du lịch Việt Nam 2005* đã quy định rõ: “Sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ cần thiết để thoả mãn nhu cầu của khách du lịch trong chuyến đi du lịch”.

### **2.5. Đặc điểm của sản phẩm du lịch:**

Sản phẩm du lịch chiếm phần lớn là dịch vụ du lịch nên nó có những đặc điểm sau:

- Sản phẩm du lịch mang tính vô hình, không cụ thể. Mặc dù trong cấu thành sản phẩm du lịch có hàng hóa vật chất, tuy nhiên sản phẩm du lịch lại không cụ thể và rất dễ bị sao chép, bắt chước, chẳng hạn như một chương trình du lịch, hay cách bài trí phòng ngủ trong khách sạn... Để tạo ra một sản phẩm du lịch các nhà thiết kế gặp những khó khăn nhất định khi thiết kế sản phẩm mới. Rất hiếm khi người thiết kế kiểm soát được toàn bộ sản phẩm từ đầu đến cuối trong chu kỳ sống của sản phẩm. Vì vậy, mà việc làm khác biệt cũng như tạo ra sản phẩm du lịch mang tính cạnh tranh là vô cùng khó khăn. Sản phẩm du lịch là sự tổng hợp của nhiều ngành kinh doanh khác nhau. Đồng thời chất lượng của sản phẩm du lịch còn phụ thuộc vào kinh nghiệm tiêu dùng sản phẩm của khách, trên cơ sở các cảm nhận trước đó khách sẽ so sánh và đưa ra những đánh giá của mình. Hơn nữa, chất lượng của sản phẩm du lịch cũng bị phụ thuộc vào các điều kiện khách quan khác: thời tiết, kinh tế, chính trị, xã hội...

- Tính không đồng nhất (bất khả phân). Do sản phẩm du lịch chủ yếu là dịch vụ nên khách hàng không thể nhìn, chạm thấy và kiểm tra chất lượng sản phẩm trước khi mua. Khách hàng chỉ có thể cảm nhận được thông qua những ấn tượng và sự cam kết của nhà cung cấp. Do vậy, trong du lịch hoạt động quảng cáo đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển sản phẩm.

- Việc sản xuất và tiêu dùng sản phẩm du lịch được diễn ra cùng một thời gian và địa điểm (tính khả biến). Sản phẩm du lịch thường gắn liền với tài nguyên du lịch và thường ở cách xa khách hàng. Khoảng thời gian mua, thấy và sử dụng sản phẩm du lịch của khách hàng thường lớn hơn so với việc tiêu dùng các sản phẩm thông thường khác. Sản phẩm du lịch chỉ được thực hiện khi có sự tham gia trực tiếp của khách hàng.

- Sản phẩm du lịch không thể lưu kho, không thể dự trữ được. Các dịch vụ du lịch sẽ bị tiêu hao khi không được sử dụng, chẳng hạn: chỗ ngồi trên máy bay, một phòng khách sạn... nếu không bán được cho khách trong ngày hôm nay thì không thể cất đi để hôm sau bán cho khách khác được vì dịch vụ của ngày hôm nay đã bị tiêu hao rồi.

- Nhu cầu của khách về sản phẩm du lịch thường dễ bị thay đổi khi các yếu tố chính trị, kinh tế và môi trường biến động. Du lịch là một hiện tượng kinh tế xã hội.

- Sự khác biệt của sản phẩm du lịch đối với các sản phẩm khác là việc khách hàng mua sản phẩm du lịch chỉ được quyền sử dụng sản phẩm khác so với việc mua các hàng hóa thông thường khác (được quyền sử dụng).

Chính những đặc tính này mà việc đưa ra sản phẩm du lịch cần phải cân nhắc và cẩn trọng ngay từ khi khởi tạo ý tưởng, thiết kế sản phẩm và đưa ra thị trường.

## **2.6. Sản phẩm du lịch đặc trưng:**

### **2.6.1. Quan niệm về sản phẩm du lịch đặc trưng:**

Du lịch là một ngành kinh tế mang tính định hướng của tài nguyên du lịch và tài nguyên du lịch sẽ quyết định đến các sản phẩm du lịch. Sản phẩm du lịch ở mỗi nơi sẽ mang những đặc điểm chung của các sản phẩm cùng loại, tuy nhiên nó lại có hình ảnh đặc trưng của riêng địa phương đó mới có. Điều này khác hẳn so với các sản phẩm thông thường khác. Do vậy, từ những sản phẩm du lịch “độc nhất vô nhị”, chỉ có ở một địa phương, một quốc gia mới có đã góp phần tạo dựng nên một thương hiệu du lịch của quốc gia, địa phương. Và khi đó sản

phẩm du lịch sẽ là động lực thúc đẩy du khách tìm đến với các sản phẩm du lịch này để tiêu dùng và cảm nhận sự khác biệt của nó.

Từ những ấn tượng đặc trưng riêng có của một số sản phẩm du lịch tại một điểm du lịch nhất định đã hình thành nên trong suy nghĩ của du khách rằng chỉ có thể đến điểm du lịch đó, đất nước đó, thì mới có thể thưởng thức trọn vẹn những nét hấp dẫn, mới lạ của các sản phẩm du lịch đặc trưng. Trong quá trình tiêu dùng các dịch vụ, sản phẩm du lịch du khách mong muốn được đáp ứng không chỉ nhu cầu sinh học, du khách còn mong muốn được thỏa mãn các nhu cầu văn hóa ngày càng cao. Những nhu cầu này phụ thuộc nhiều vào các yếu tố quốc gia, dân tộc, tuổi tác, giới tính, nghề nghiệp, vị trí xã hội, sức khỏe, khả năng tài chính và các yếu tố tâm sinh lý khác... Do vậy, để thỏa mãn nhu cầu ngày càng cao của du khách, các sản phẩm du lịch đòi hỏi phải đạt được nhiều tiêu chí hết sức cơ bản. Trên thực tế, hoạt động du lịch mang bản chất và nội dung văn hóa sâu sắc. Trên cơ sở nền tảng văn hóa dân tộc - vùng miền, hoạt động du lịch luôn đem đến cho du khách những sản phẩm chứa đựng các giá trị nhân văn đặc sắc mang sắc thái bản địa, đó chính là những sản phẩm du lịch đặc trưng. Bên cạnh việc định hướng tài nguyên, du lịch còn là một hoạt động kinh tế mang định hướng khách hàng. Sự lựa chọn của du khách phụ thuộc vào khả năng bán và tạo dựng nên nét riêng vốn có của các sản phẩm tại nơi đến du lịch. Trong khi đó, các sản phẩm của ngành du lịch khi đưa ra cần phải tính đến định hướng vào nét hấp dẫn của tài nguyên, tính độc đáo do con người sáng tạo nên, hay đơn giản là các chương trình mang tính cá biệt chỉ dành cho những đối tượng khách nhất định.

Mặc dù đã được đưa vào khai thác ở một số quốc gia và một vài điểm du lịch nổi tiếng khác ở nước ta, tuy nhiên việc đưa ra một khái niệm chính thống còn chưa được thực hiện. Việc tìm kiếm một khái niệm cụ thể và đầy đủ về sản phẩm du lịch đặc trưng còn gặp nhiều hạn chế. Tiếp cận khái niệm sản phẩm du lịch đặc trưng dựa trên các tiêu chí của một sản phẩm du lịch nói chung và đưa ra những đánh giá về yếu tố đặc trưng trong một sản phẩm du lịch. Các sản phẩm được nhắc tới trong du lịch thường gắn với một điểm đến như: “sex tour”

tại Thái Lan, du lịch mua sắm tại Hồng Kông, “con đường di sản miền Trung” tại Việt Nam... Những sản phẩm này mang tính khác biệt, riêng có và gắn liền với điểm đến du lịch. Dựa trên những đặc tính này mà du khách định hình được cho mình những sản phẩm du lịch phù hợp mà mình sắp tiêu dùng. Đồng thời, sản phẩm du lịch đặc trưng phải mang tính khả thi trong quá trình khai thác và luôn được nghiên cứu để xác định khả năng khai thác, hay giai đoạn phát triển của sản phẩm.

Tiếp cận sản phẩm du lịch đặc trưng trên cơ sở đặt nó là một bộ phận của sản phẩm du lịch, có thể hiểu “*sản phẩm du lịch đặc trưng là các hàng hóa, dịch vụ du lịch được tạo nên bởi các yếu tố vật chất và phi vật chất trên cơ sở tính hấp dẫn của các nguồn tài nguyên và có khả năng đáp ứng các nhu cầu vật chất, tinh thần trong quá trình đi du lịch của du khách. Đồng thời, sản phẩm du lịch đặc trưng còn mang tính độc đáo, mới lạ, khác biệt, có tính cạnh tranh cao và mang những dấu ấn riêng của điểm đến du lịch*” .

#### 2.6.2. Đặc điểm của sản phẩm du lịch đặc trưng

Sản phẩm du lịch đặc trưng là một bộ phận của sản phẩm du lịch. Do vậy nó mang đầy đủ các đặc điểm chung của sản phẩm du lịch, đồng thời nó còn mang thêm những nét riêng biệt như:

- **Tính mới lạ, khác biệt, độc đáo:** Sản phẩm du lịch mang tính định hướng tài nguyên rõ nét, do vậy cùng là một dạng tài nguyên thì sẽ tạo ra các sản phẩm du lịch giống nhau, hay có những nét tương đồng nhau. Chẳng hạn, du lịch biển ở đâu cũng khai thác theo độ mặn nước biển, độ dốc bờ biển, độ cao sóng và cảnh quan xung quanh... Vì những yếu tố tài nguyên thiên nhiên mang tính tương đồng, do vậy để tạo nên tính khác lạ thì mỗi điểm du lịch lại phải biết kết hợp với các yếu tố nhân tạo khác. Chẳng hạn, khu du lịch Vinpearland - Nha Trang khi khai thác du lịch biển đã kết hợp với các yếu tố nhân tạo như: bên cạnh việc sử dụng tàu cao tốc, khu du lịch còn xây dựng cáp treo vượt biển vừa giúp du khách ngắm cảnh, vừa vận chuyển du khách từ đất liền ra đảo, xây dựng khu giải trí công nghệ cao với những trò chơi như: công viên nước, trò chơi trong nhà (trò chơi thế giới ảo, xe đung điện, phim 4D...) và trò chơi ngoài trời

với cảm giác mạnh... Các dịch vụ bổ sung này giúp hỗ trợ cho du lịch biển của Nha Trang được khai thác một cách có hiệu quả và mang những dấu ấn khác lạ so với các khu du lịch khác. Cho nên, để các sản phẩm du lịch mang tính độc đáo, khác lạ không chỉ dựa vào yếu tố tài nguyên du lịch vốn có của địa phương mà cần có sự đầu tư và kết hợp hài hòa các yếu tố nhân tạo trong đó.

- **Sản phẩm du lịch đặc trưng có tính cạnh tranhcao**, được thể hiện ở chỗ trong cùng một nguồn tài nguyên để phát triển tại một phân vùng du lịch bất kì, ở đâu có sản phẩm du lịch đặc trưng ở đó có hoạt động du lịch diễn ra một cách hiệu quả và tạo ấn tượng đối với du khách. Để có thể cạnh tranh trên thị trường mỗi sản phẩm phải mang trong mình yếu tố lợi ích độc đáo của sản phẩm (unique selling proposition). Lợi ích độc đáo đó có thể là chất lượng, giá cả, độ đa dạng hay sự cập nhật những nhu cầu sở thích của mỗi loại sản phẩm... Chính những lợi ích độc đáo này sẽ giúp cho du khách định hướng được những sản phẩm phù hợp với bản thân. Do vậy, các nhà kinh doanh du lịch khi khai thác các sản phẩm du lịch ở cùng những điều kiện như nhau thì cần phải tạo ra cho mình một giá trị riêng biệt nhằm tăng tính cạnh tranh và nâng cao hiệu quả kinh doanh.

- **Mang dấu ấn của điểm đến du lịch**, sản phẩm du lịch đặc trưng sẽ thể hiện những nét hấp dẫn vốn có của tài nguyên du lịch nơi đến du lịch. Điều này sẽ giúp thu hút du khách và tạo dựng nên một thương hiệu cho điểm đến du lịch. Việc xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch sao cho có sức hút, có hiệu quả cần phải đưa những yếu tố mới lạ, độc đáo và riêng có của điểm đến du lịch vào các sản phẩm du lịch. Tạo cho nó tính hấp dẫn và chỉ có đến với điểm du lịch đó mới có thể sử dụng và được tận hưởng trọn vẹn các giá trị mà sản phẩm đó bao hàm (mang tính định hướng điểm đến của du lịch).

Như vậy, dựa trên nguồn tài nguyên du lịch vốn có của mỗi địa phương mà ngành du lịch cần xây dựng nên những sản phẩm có tính hấp dẫn, mang tính độc đáo, cá biệt và mang dấu ấn riêng của địa phương mình.

## **2.7. Du lịch văn hóa:**

### **2.7.1. Quan niệm về du lịch văn hóa:**

Xu thế quốc tế hoá trong sinh hoạt văn hóa giữa cộng đồng và các quốc gia trên thế giới được mở rộng dẫn tới việc giao lưu văn hoá tìm kiếm những kiến thức về nền văn hoá nhân loại đã trở thành một trong những nhu cầu của nhiều tầng lớp dân cư trong xã hội, du lịch không còn là nghỉ ngơi giải trí đơn thuần mà còn là nghỉ ngơi giải trí tích cực có tác dụng bổ sung tri thức làm phong phú thêm đời sống tinh thần của con người.

Có thể hiểu du lịch văn hóa là một loại du lịch mà mục đích chính là nâng cao hiểu biết cho cá nhân đáp ứng sự tìm hiểu qua các chuyến du lịch đến những vùng đất mới, tìm hiểu và nghiên cứu lịch sử, kiến trúc, kinh tế, chế độ xã hội, cuộc sống và phong tục tập quán của địa phương đất nước đến du lịch hoặc kết hợp với nhiều mục đích khác nữa.

Du lịch văn hoá vừa là phương tiện, vừa là mục đích của kinh doanh du lịch, du lịch văn hoá nhằm chuyên hoá các giá trị văn hóa, các giá trị vật chất cũng như tinh thần cho hoạt động du lịch, du lịch văn hoá là phương thức hấp dẫn vì nó giải quyết những nhu cầu về cảm thụ cảnh quan của quốc gia và du lịch văn hoá thường dành cho những du khách có trình độ cao trong xã hội. Du lịch văn hoá được xem như là tổng thể của du lịch, xem đó là một hiện tượng văn hoá. Những cố gắng thu hút khách ở các điểm du lịch phải mang tính văn hoá. Những động cơ thu hút đến các điểm du lịch là để nghỉ ngơi và giải trí.

### **2.7.2. Loại hình du lịch văn hóa:**

- Du lịch tìm hiểu bản sắc văn hoá: khách đi tìm hiểu các nền văn hóa chủ yếu. Mục đích chuyến đi tìm hiểu, nghiên cứu đối tượng khách chủ yếu là các nhà nghiên cứu khoa học, học sinh, sinh viên đó là những chương trình du lịch dã ngoại đến các bản làng dân tộc ít người như: Hoà Bình, Sơn La, Lai Châu,... để khách tìm hiểu phong tục tập quán, lối sống văn hoá của các dân tộc đó. Khách sẽ đi bộ khi tham quan các bản làng và thường nghỉ qua đêm ở các bản làng đó.



- Du lịch tham quan văn hoá: Đây là loại hình du lịch kết hợp giữa tham quan với nghiên cứu tìm hiểu văn hóa trong một chuyến đi. Đối tượng tham gia phong phú gồm cả khách đi để tham quan, vừa để nghiên cứu và những khách chỉ đi để chiêm ngưỡng, để biết và thoả mãn sự tò mò có thể theo trào lưu. Do vậy, trong một chuyến đi du khách thường đi đến những điểm du lịch trong đó vừa có những điểm du lịch văn hoá vừa có những điểm du lịch núi, du lịch biển, du lịch già ngoại, săn bắn... Đối tượng khách là những người ưa phiêu lưu mạo hiểm, thích tìm cảm giác mới và chủ yếu là những người trẻ tuổi.

- Du lịch kết hợp giữa tham quan văn hoá với các mục đích khác: Mục đích chính của khách là đi công tác có kết hợp với tham quan văn hoá. Đối tượng là những người đi dự hội thảo, hội nghị, kỷ niệm những ngày lễ lớn, các cuộc triển lãm...

Du lịch văn hoá là loại hình du lịch tiềm năng bởi vì nó ít chịu sự chi phối của tính thời vụ (thời tiết, khí hậu) nhưng nó phụ thuộc vào đặc điểm nhân khẩu học như: giới tính, độ tuổi, trình độ văn hoá, nghề nghiệp, tôn giáo của du khách.

### *2.7.3. Vai trò và ý nghĩa của du lịch văn hoá.*

Khi nói đến văn hoá du lịch không có ý nghĩa rằng du lịch là chỗ dựa duy nhất của sự phát triển văn hoá, không nhận thức rõ rằng điều này thì vô tình phát triển chỉ có thể thành công xét về kinh tế, còn sẽ thất bại về việc giữ gìn bản sắc dân tộc do sự tiếp xúc với du khách từ các miền khác đến du lịch. Phát triển văn hoá là ngành kinh tế mũi nhọn, đó là một định hướng đúng của Đảng và Nhà nước. Văn hoá chính là nền tảng, là động lực thúc đẩy sự phát triển du lịch và du lịch văn hoá phải tạo ra một môi trường văn hoá vừa tiên tiến vừa đậm đà bản sắc dân tộc, làm sống lại các giá trị văn hoá truyền thống, giữ vững sự ổn định chính trị và an ninh xã hội. Xây dựng đội ngũ cán bộ, nhân viên làm du lịch tốt... Nhằm tạo ra sức hấp dẫn với khách thập phương.

Hoạt động du lịch càng hiện đại hoá thì càng phải làm giàu thêm bản sắc truyền thống dân tộc, nhưng văn hoá phải thật sự là yếu tố nhân bản, là những yếu tố vô hình và hữu hình cái gọi là vô hình đó chính là sự chuyển hoá các năng lực tinh thần của con người vào hoạt động kinh doanh, đó chính là văn hóa.

Tổ chức bộ máy là một yếu tố nghệ thuật và quản lý du lịch, sự tín nhiệm của khách hàng đối với công ty sản phẩm du lịch, tuyệt nhiên văn hoá không phải là những gian hàng bán sách, bán văn hoá phẩm và đặc sản của mỗi vùng, mỗi miền. Văn hoá du lịch bền bỉ tích góp, gạn lọc muôn ngàn tinh hoa từ muôn nẻo, không ngừng chuyển tải, giao lưu, biến đổi và nâng cao để góp phần vào sự giàu có và cường thịnh về nền văn hoá, kinh tế xã hội của dân tộc, của đất nước. Vai trò và ý nghĩa của du lịch văn hoá đối với kinh doanh du lịch là hết sức quan trọng, góp phần thúc đẩy du lịch vươn lên, tạo đà cho du lịch ngày càng phát triển đem lại hiệu quả to lớn và ổn định cho nền kinh tế. Nó có hiệu quả là càng tăng giá trị văn hoá- văn minh bản sắc dân tộc thì hiệu quả kinh doanh du lịch này càng cao. Nhận biết được vấn đề đó các nhà kinh doanh du lịch, các nhà quản lý kinh tế phải không những kiểm tra ngăn chặn những vật phi văn hoá bằng hệ thống pháp luật mà vấn đề lâu dài và quan trọng hơn là xây dựng tạo ra để hấp dẫn từ bản sắc dân tộc, thuần phong mỹ tục dân tộc được bảo tồn, nâng cấp các di tích lịch sử văn hoá kiến trúc.

### ***3. Mối tương tác năng động giữa du lịch và di sản văn hoá:***

Du lịch nội địa và quốc tế đến nay là một trong những phương tiện hàng đầu để trao đổi văn hoá, tạo cơ hội cho mỗi con người được trải nghiệm không chỉ những gì quá khứ còn để lại mà cả cuộc sống và xã hội đương đại. Du lịch ngày càng được thừa nhận rộng rãi là một động lực tích cực cho việc bảo vệ di sản thiên nhiên và văn hoá. Du lịch có thể nắm bắt các đặc trưng về kinh tế của di sản và sử dụng chúng vào việc bảo vệ bằng cách gây quỹ, giáo dục cộng đồng và tác động đến chính sách. Đây là một bộ phận chủ yếu của nhiều nền kinh tế quốc gia và khu vực và có thể là một nhân tố quan trọng trong phát triển, khi được quản lý hữu hiệu.

Bản thân du lịch đã thành một hiện tượng ngày càng phức hợp, đóng một vai trò chủ yếu trong các lĩnh vực kinh tế, chính trị, xã hội, văn hoá, giáo dục, sinh thái và thẩm mỹ. Để thành tựu được mối tương tác có lợi giữa mong đợi và ước muốn của khách tham quan và cộng đồng, chủ nhà hoặc địa phương - mà có khi là xung đột nhau - là cả một thách đố và một cơ hội.

Di sản thiên nhiên và văn hoá cũng như tính đa dạng của các nền văn hoá đang tồn tại là những hấp lực to lớn, một kiểu du lịch cực đoan hoặc quản lý tồi và sự phát triển tuỳ thuộc vào du lịch có thể đe dọa tính toàn vẹn của hình thể tự nhiên và ý nghĩa của di sản.

Sự viếng thăm hàng ngày của khách du lịch cũng có thể làm cho hệ sinh thái, văn hoá và lối sống cộng đồng địa phương bị xuống cấp. Du lịch phải đem lại lợi lộc cho các cộng đồng địa phương, tạo cho họ một phương thức quan trọng và một động lực để chăm nom, duy trì di sản và các tập tục văn hoá của họ. Sự tham gia và hợp tác giữa các cộng đồng địa phương hoặc bản địa đại diện, các nhà bảo tồn, các điều hành viên du lịch, chủ sở hữu tài sản, các nhà hoạch định chính sách, các nhà làm kế hoạch phát triển quốc gia và các nhà quản lý di tích là cần thiết để thực hiện được một ngành kinh doanh du lịch bền vững và nâng cao việc bảo vệ các nguồn lực của di sản cho các thế hệ tương lai. ICOMOS, Hội đồng Quốc tế Di tích và Di chỉ, với tư cách là tác giả công ước này, các tổ chức quốc tế khác và ngành kinh doanh du lịch, sẵn sàng ứng đáp thách đố này.

## **CHƯƠNG 2**

### **THỰC TRẠNG BẢO TỒN VÀ KHAI THÁC GIÁ TRỊ DI SẢN “THĂNG LONG TỨ TRẦN” PHỤC VỤ PHÁT TRIỂN DU LỊCH HÀ NỘI**

Ngày nay, trên đà phát triển như vũ bão của ngành kinh doanh du lịch dịch vụ trên toàn thế giới, Việt Nam là quốc gia được đánh giá có tiềm năng du lịch to lớn không chỉ bởi trời phú cho hệ thống cảnh quan thiên nhiên tươi đẹp, sơn thủy hữu tình mà còn bởi vốn văn hóa tinh thần vừa đa dạng, phong phú, vừa độc đáo và mang nhiều bản sắc. Một trong những khía cạnh văn hóa Việt Nam là đời sống văn hóa tâm linh của con người Việt Nam. Nó tạo nên những giá trị nhân văn ở tín ngưỡng đa thần, ở phong tục trảy hội, lễ chùa khi xuân sang, tết đến, ở hệ thống công trình kiến trúc đình, đền, chùa, lăng tẩm, miếu mạo khắp nơi trên cả nước và có lịch sử ngàn đời. Đến các đình, đền, chùa trên đất nước Việt Nam, du khách sẽ cảm nhận ngay được con người Việt Nam, văn hóa Việt Nam ở góc độ linh thiêng nhất, đậm đà bản sắc nhất. Bởi vậy, hệ thống các công trình kiến trúc tâm linh được coi là tiềm năng du lịch văn hóa vật thể cần được quan tâm và khai thác.

#### **1. Tiềm năng và yếu tố thúc đẩy phát triển du lịch tại đình, đền, chùa Hà Nội**

Vì là nơi chứa đựng những giá trị văn hóa tinh thần vô giá của con người Việt Nam nên những công trình kiến trúc tâm linh thường là những nơi du khách nước ngoài đến Hà Nội quan tâm tìm hiểu. Còn đối với người dân bản địa, phong tục tập quán đã khiến họ coi đình, đền, chùa là nơi cầu an, nơi che chở về đời sống tinh thần nên cứ mỗi độ xuân sang, tết đến, người dân tứ phương nô nức về Hà Nội trảy hội, lễ chùa. Cho nên hoạt động du lịch tự phát đã diễn ra ở đây từ rất lâu. Theo thời gian nó phát sinh những tác động tiêu cực, ảnh hưởng đến môi trường, làm mai một những giá trị. Điều này đặt ra một yêu cầu cấp bách đưa hoạt động du lịch đi vào chuyên nghiệp. Để làm được điều này, cần đánh giá lại tiềm năng du lịch của những công trình này tại điểm du lịch cũng như những yếu tố hỗ trợ tạo nên một sản phẩm du lịch hoàn thiện.

Trước tiên cần đánh giá đúng tiềm năng của các công trình kiến trúc tôn giáo, tâm linh như một nguồn tài nguyên vô giá mà cha ông đã để lại cho muôn đời.

Có thể nói rằng đình, đền, chùa là đại diện tiêu biểu cho hình thức kiến trúc - cách thức ứng xử với môi trường tự nhiên và nghệ thuật điêu khắc, hình khối - văn hóa tổ chức cộng đồng của con người Việt Nam.

Về kiến trúc, đền, chùa được coi là chốn linh thiêng nên việc lựa chọn nơi xây dựng thường là nơi có phong cảnh hữu tình, hội tụ đủ yếu tố phong thủy trên căn bản âm dương ngũ hành. Mặc dù ở đất đồng bằng bằng phẳng nhưng các ngôi chùa Hà Nội vẫn được tạo dựng trên những địa hình cao ráo như chùa Chèm (Từ Liêm), chùa Đại Cát (Từ Liêm), chùa Bát Tháp (Ba Đình), chùa Am Cây Đề (Ba Đình),...thường quay về hướng Nam như chùa Diên Phúc (Gia Lâm), chùa Ích Vịnh (Thanh Trì), chùa Bát Tháp (Ba Đình),... hoặc gần ao, sông, hồ như chùa Kim Giang (Thanh Trì), chùa Kim Liên (Tây Hồ),... Đình cũng được coi là trung tâm tôn giáo của làng, thế đất, hướng đình được xem là quyết định vận mệnh của cả làng nên đình cũng được xây dựng ở nơi cao ráo, thoáng mát, tựa núi, nhìn sông nhưng vẫn ở vị trí trung tâm để người dân đi đâu cũng tụ hội tại đình. Đền, miếu lại thường đặt ở vị trí có liên quan đến truyền thuyết hoặc sự tích cuộc sống của các vị thần thánh linh thiêng hay nhân vật lịch sử được lưu truyền ăn sâu vào tâm trí người dân từ đời này qua đời khác như đền Voi Phục, đền Bạch Mã, đền Hai Bà Trưng... Về hình thức kiến trúc tuân thủ nguyên tắc trọng số lẻ theo lối ba tòa nhà liên kết song song nhau gọi là tam tòa như chùa Kim Liên, chùa Tây Phương,...công phổ biến là công tam quan. Nhiều công trình được xây dựng theo kiểu nhà sàn – đặc điểm của vùng sông nước như đình Chu Quyến,... Đặc biệt, hình ảnh của con thuyền hiện diện rõ nét trong mỗi công trình kiến trúc này ở những chiếc mái cong, những chiếc đầu đao cong vút tạo cảm giác hài hòa, thanh thoát. Có thể nói rằng, kiến trúc đình, đền, chùa là sản phẩm tiêu biểu cho cách thức ứng xử với môi trường tự nhiên của con người trong văn hóa Việt Nam.

Bên cạnh kiến trúc là nghệ thuật trang trí, hình khối. Thủ pháp mô hình hóa đã tạo nên một nền nghệ thuật trang trí với nhiều mô hình mang tính triết lý

sâu sắc. Tiêu biểu ở những chôn linh thiêng như đình, chùa là đồ án trang trí rỗng, nó phản ánh chính xác những đặc trưng của thời đại. Nếu như vào thời Lý, hình ảnh rỗng có thân dài uốn lượn nhịp nhàng, chòm tóc và lông dài và dày cùng viên ngọc ngậm trong miệng, toàn thân toát lên vẻ mềm mại, hiền từ biểu trưng cho sự ổn định của xã hội thì đến đời Trần rỗng uốn lượn có phần thoải mái hơn, biểu trưng cho sự phát triển năng động của thời đại. Đến đời Lê, rỗng với móng quặp và hình dáng dữ tợn biểu trưng cho giai đoạn văn hóa Trung Hoa du nhập mạnh mẽ khi Nho giáo đã trở thành quốc giáo. Nhưng rỗng thời Lê có cái hung hãn của một sức mạnh thực lực bên trong thì rỗng thời Nguyễn thiên về dọa nạt bên ngoài - cái hung hãn của thời kỳ Nho giáo đi vào giai đoạn suy thoái. Bởi vậy mà đến đình, chùa, không cần xem văn bia một du khách am hiểu cũng có thể đoán biết được giá trị lịch sử của nó và ngược lại, sự khác biệt trong nghệ thuật trang trí ở từng đình, chùa tạo nên sự hấp dẫn, cuốn hút thực sự với du khách thập phương.

Bên cạnh những giá trị vật thể to lớn, những công trình tôn giáo, tín ngưỡng còn chứa đựng những giá trị phi vật thể, là tính cách, tâm hồn con người Việt Nam. Đền, chùa cũng là trung tâm tôn giáo và trung tâm văn hóa của cộng đồng dân cư nên đây cũng là nơi tập trung của lễ hội - một phong tục đẹp của con người Việt Nam diễn ra khi nông nhàn. Phần lễ diễn ra chính ở đình, đền, chùa và phần hội ở khu vực xung quanh đó. Hà Nội có một số lễ hội đặc biệt. Về nghề nghiệp, có hội pháo Bình Đà (Thanh Oai), có hội làng Cổ Nhuế (Từ Liêm) diễn ra ở đình làng Cổ Nhuế thờ thần gập phân, nhắc nhở vai trò của phân bón diễn ra vào những ngày đầu tháng giêng. Về kỷ niệm các anh hùng dựng nước và giữ nước, có hội Gióng (Phù Đổng, Gia Lâm), hội đền An Dương Vương (Cổ Loa, Đông Anh), hội Hai Bà Trưng (làng Đồng Nhân, quận Hai Bà Trưng), hội đền Hạ Lôi (Mê Linh),... Lễ hội tôn giáo như hội chùa Hương (Mỹ Đức), hội chùa Tây Phương (Thạch Thất),...; lễ hội tín ngưỡng dân gian như hội đền Và (Bát Bạt) thờ thần Tản Viên, hội Chử Đồng Tử (Tự Nhiên, Thường Tín),... Lễ hội là một yếu tố quan trọng thu hút một số lượng đông đảo du khách hàng năm nên nó được coi là một tiềm năng lớn của ngành du lịch.

Tựu chung lại, đình, đền, chùa là nơi chứa đựng nguồn tài nguyên nhân văn to lớn về tôn giáo, tín ngưỡng, phong tục, tập quán, lịch sử,... Những công trình tôn giáo, tín ngưỡng như thế này ngày nay được đánh giá và xếp hạng di tích theo các thang bậc khác nhau về giá trị. Hà Nội có khoảng 2000 di tích được xếp hạng, trong đó đa phần là các đình, đền, chùa, miếu, phủ. Đó chính là tiềm năng vô giá cho ngành kinh doanh du lịch - ngành có định hướng tài nguyên rõ rệt.

Tuy nhiên, để thực sự có một sản phẩm du lịch đến tay khách hàng, cần phải xét đến những giá trị tiềm năng của cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ ngành kinh doanh du lịch trên địa bàn.

Cơ sở hạ tầng bao gồm các yếu tố: giao thông vận tải, thông tin liên lạc, các công trình cung cấp điện, nước có vai trò đặc biệt quan trọng trong việc đẩy mạnh phát triển du lịch. Vì Hà Nội là trung tâm văn hóa, chính trị, kinh tế của cả nước nên việc đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng đồng bộ, chuyên nghiệp là vấn đề tất yếu. Từ ngày Hà Nội mở rộng, các vùng lân cận cũng được nhà nước quan tâm và gấp rút đầu tư xây dựng hệ thống đường xá, hệ thống truyền thông và các công trình cung cấp điện nước. Điều này hỗ trợ cho việc đẩy mạnh phát triển kinh tế địa phương trong đó có cả ngành du lịch. Một số điểm du lịch là đền, chùa ở vùng sâu, vùng xa hoặc núi cao, chính quyền địa phương cũng đã cố gắng xây dựng hệ thống cung cấp nước sạch, điện cao thế, xây dựng hệ thống giao thông đa dạng và thuận lợi phục vụ du khách. Về điện, nước và các hệ thống truyền thông, các điểm du lịch tại Hà Nội luôn là nơi ưu tiên số một của nhà nước và chính quyền các cấp. Về giao thông vận tải, các nhà quản lý hoạt động du lịch và chính quyền địa phương đang từng bước nghiên cứu và xây dựng hệ thống thuận tiện, nhanh chóng và an toàn nhất theo yêu cầu của du khách. Về đường bộ, tuy đường xá tới điểm du lịch còn nhỏ hẹp nhưng đã có thể giúp các phương tiện vận chuyển (ô tô, xe máy,...) đưa du khách tới tận điểm du lịch, hệ thống các bậc lên xuống an toàn và thuận tiện hơn cho du khách hành hương lên các đền, chùa,... Ngoài ra, các nhà quản lý đã vận dụng sự phát triển của khoa học kỹ thuật cho việc đa dạng hóa phương tiện vận chuyển như xây dựng cáp treo ở Chùa Hương; tận dụng sự đa dạng của địa hình để tạo ra các loại

hình du lịch khác nhau như tour du lịch sông Hồng bằng tàu thủy tới thăm một số điểm du lịch đền, chùa ven sông Hồng như đền Hai Bà Trưng, đền Gióng, đền Dâm, đền Đại Lộ, đền Chử Đồng Tử,...chùa Trung Hậu, chùa Kiến Sơ, ... đình Hoa Lâm, Bát Tràng,... Có thể nói rằng, cơ sở hạ tầng ở Hà Nội tuy còn nhiều hạn chế về quy mô, tầm nhìn và chất lượng nhưng nhìn chung đã sẵn sàng để hoạt động du lịch tại đây có thể phát triển.

Cơ sở vật chất kỹ thuật đóng một vai trò hết sức quan trọng trong quá trình tạo ra và thực hiện sản phẩm du lịch cũng như quyết định mức độ khai thác tiềm năng du lịch nhằm thoả mãn nhu cầu của du khách. Tài nguyên du lịch nhân văn ở các đình, đền, chùa Hà Nội dù có phong phú đến đâu nhưng nếu không có hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch hỗ trợ thì nó vẫn không thể được khai thác và luôn ở dạng tiềm năng. Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch bao gồm nhiều thành phần, chúng có những chức năng và ý nghĩa nhất định đối với việc tạo ra, thực hiện các sản phẩm du lịch.

Cơ sở phục vụ ăn uống và lưu trú là thành phần đặc trưng nhất trong toàn bộ hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch. Chúng đáp ứng nhu cầu căn bản nhất của con người (ăn và ở) khi họ sống ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình. Tại một số điểm du lịch tôn giáo, tín ngưỡng trên địa bàn Hà Nội đã có các cơ sở lưu trú xã hội là các nhà dân, do dân địa phương tổ chức và phục vụ khách du lịch trong nước ở mức độ chất lượng trung bình. Có thể thấy rõ sự nở rộ của loại hình kinh doanh này ở Chùa Hương, chùa và đền Bia Bà, phủ Tây Hồ và một số đền chùa có tiếng khác. Trong quần thể đền, chùa có các quán ăn tạm, những chỗ ngủ tạm cho du khách hành hương được dựng, lợp chóng vánh, theo mùa và tự phát theo nhu cầu của khách. Các cơ sở ăn uống và lưu trú lớn hơn như nhà hàng, khách sạn loại nhỏ là nơi trung chuyển khách hoặc ở vùng nông thôn chưa thực sự phổ biến bởi nhu cầu sử dụng không cao do việc di chuyển từ các khách sạn lớn, nhỏ ở trung tâm Hà Nội đến các điểm du lịch này không xa. Ở một số điểm du lịch trọng tâm đã có các khách sạn lớn, đạt tiêu chuẩn quốc tế phục vụ du khách nước ngoài quan tâm tìm hiểu văn hóa Việt Nam. Khách du lịch lưu trú tại khách sạn Sofitel Plaza Hanoi thường thích thú với việc có thể ngắm nhìn



hình ảnh chùa Trấn Quốc từ cửa sổ phòng mình, với việc đi bộ tham quan chùa Trấn Quốc, đền Quán Thánh và việc chỉ mất vài phút đi xe tới chùa Kim Liên hay Phủ Tây Hồ. Đó là những yếu tố thiết yếu hiện nay có thể đáp ứng cho việc khai thác tiềm năng du lịch tại các đình, đền, chùa Hà Nội.

Các cơ sở khác như mạng lưới các cửa hàng, các công trình phục vụ hoạt động thông tin, văn hóa du lịch, các cơ sở phục vụ dịch vụ bổ sung như trạm xăng dầu, thiết bị cấp cứu, trạm sửa chữa, bưu điện,... đã từng bước được xây dựng và mở rộng. Tại các đình, đền, chùa đã có hệ thống các cửa hàng bán đồ lưu niệm là các đặc sản địa phương như các sản phẩm từ sữa ở khu vực Ba Vì, các sản phẩm từ gôm ở đình làng Bát Tràng,... Các trung tâm thông tin văn hóa tuy chưa nhiều và quy mô nhỏ song đã được quan tâm xây dựng tại mỗi điểm để cung cấp các thông tin cần thiết cho du khách trong và ngoài nước thông qua các ấn phẩm sách, tờ rơi, postcard,... bằng nhiều thứ tiếng. Các bưu điện, trạm sửa chữa, trạm xăng dầu,... tuy chưa được quan tâm ở các khu vực nông thôn nhưng ở các điểm du lịch trung tâm đó là những yếu tố không thể thiếu trong việc hoàn thiện chất lượng điểm du lịch.

Tuy còn nhiều yếu tố chưa hoàn thiện trong việc xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật trong ngành du lịch nhưng nó đã bước đầu phục vụ cho việc hình thành và kinh doanh các tuyến du lịch văn hóa đến các đình, đền, chùa trên địa bàn Hà Nội.

## **2. Tổng quan về Thăng Long Tứ trấn.**

### **2.1. Khái niệm về tên gọi “Thăng Long Tứ trấn”**

Thăng Long - Hà Nội, chốn kinh đô bậc nhất của các vị đế vương, một trung tâm văn hóa, kinh tế, chính trị quan trọng và phồn thịnh nhất của cả nước trong các thời kỳ. Đây còn là nơi lưu giữ những giá trị truyền thống, những di sản quý báu của dân tộc, hàng loạt các công trình kiến trúc cổ vô giá và độc đáo hiện vẫn đang được bảo tồn gìn giữ, tiêu biểu là “Thăng Long Tứ trấn”.

#### *Về tên gọi “Thăng Long Tứ trấn”*

Thăng Long Tứ trấn là một hệ thống kiến trúc lịch sử với bốn ngôi đền thiêng của vùng đất thủ đô Hà Nội ngày nay, gồm: đền Bạch Mã, đền Voi Phục, đền Quán Thánh và đền Kim Liên, tất cả được xếp là di tích lịch sử cấp quốc gia.

Thăng Long Tứ trấn là một danh từ xuất hiện từ rất lâu trong lịch sử dân tộc, gắn liền với nhiều giai thoại về công cuộc dựng nước, giữ nước của cha ông chúng ta và có vai trò quan trọng đối với sự bình yên, hưng vong của vùng đất đế đô Thăng Long trong những năm tháng đầy biến động của lịch sử. Về tên gọi, Thăng Long Tứ Trấn được hiểu với hai hàm nghĩa khác nhau:

\* *Thứ nhất*, về mặt tín ngưỡng dân gian:

Thăng Long Tứ trấn là khái niệm dùng để nói về bốn ngôi đền thiêng trấn giữ bốn hướng Đông - Tây- Nam - Bắc của kinh thành Thăng Long. Bốn ngôi đền thờ bốn vị thần coi giữ long mạch của vùng kinh đô. Ngay từ khi dời đô từ Hoa Lư ra Thăng Long, để xác định về mặt hành chính và tầm vóc to lớn của kinh thành Thăng Long vua Lý Thái Tổ đã cho xây dựng 4 ngôi đền ở 4 trấn, đây được xem như là một ý tưởng chu đáo của các bậc tiền nhân lo cho vận mệnh của quốc gia muôn đời.

- Trấn Đông: đền Bạch Mã (phố Hàng Buồm) thờ thần Long Đỗ - thành hoàng Hà Nội. Đền được xây dựng từ thế kỷ IX.

- Trấn Tây: đền Voi Phục (đúng ra là đền Thủ Lệ), (hiện nằm trong Công viên Thủ Lệ) thờ Linh Lang - một hoàng tử thời nhà Lý. Đền được xây dựng từ thế kỷ XI.

- Trấn Nam: đền Kim Liên, trước đây thuộc phường Kim Hoa, sau thuộc phường Đông Tác, huyện Thọ Xương, phủ Hoài Đức (nay là phường Phương Liên, Đống Đa, Hà Nội), thờ Cao Sơn Đại Vương. Đền được xây dựng từ thế kỷ XVII.

- Trấn Bắc: đền Quán Thánh (đúng ra là đền Trấn Vũ), (cuối đường Thanh Niên), thờ Huyền Thiên Trấn Vũ. Đền được xây dựng từ thế kỷ X.

\* *Thứ hai*, về mặt địa lý, hành chính:

Đây là bốn kinh trấn hay còn gọi là nội trấn ở nước ta, có từ đời vua Lê Thánh Tông (1490), khi ông cho định lại bản đồ cả nước gồm 13 xứ thừa tuyên (sau này gọi là Trấn). Bốn kinh trấn gồm:

- Kinh Bắc: bao gồm 4 phủ (20 huyện) các tỉnh Bắc Ninh, Bắc Giang và Phúc Yên sau này. Cụ thể, đó là các huyện: Đông Ngàn, Yên Phong,

Tiên Du, Võ Giàng, Quế Dương (5 huyện - thuộc phủ Từ Sơn) Gia Lâm, Siêu Loại, Văn Giang, Gia Định, Lang Tài (5 huyện - thuộc phủ Thuận An) Kim Hoa, Hiệp Hoà, Yên Việt, Tân Phúc (4 huyện - thuộc phủ Bắc Hà), và cuối cùng là: Phượng Nhãn, Hữu Lũng, Yên Dũng, Bảo Lộc, Yên Thế, Lục Ngạn (6 huyện - thuộc phủ Lạng Giang). Vì trấn lỵ ở Đáp Cầu, huyện Võ Giàng (phía Bắc kinh thành), nên Kinh Bắc cũng được gọi là trấn Bắc hay trấn Khâm =>> Thành Bắc Ninh đặt tại Bắc Ninh.

- Sơn Nam: Gồm 11 phủ (42 huyện) tương đương các tỉnh Hà Đông, Hà Nam, Thái Bình, Nam Định, Ninh Bình và Hưng Yên sau này. Cụ thể, đó là các huyện: Thanh Đàm, Thượng Phúc, Phú Xuyên (3 huyện - thuộc phủ Thường Tín) Thanh Oai, Chương Đức, Sơn Minh, Hoài An (4 huyện - thuộc phủ Ứng Thiên) Nam Xang, Kim Bảng, Duy Tiên, Thanh Liêm, Bình Lục (5 huyện - thuộc phủ Lý Nhân) Đông An, Kim Động, Tiên Lữ, Thiên Thi, Phù Dung (5 huyện - thuộc phủ Khoái Châu) Nam Chân, Giao Thủy, Mỹ Lộc, Thượng Nguyên (4 huyện - thuộc phủ Thiên Trường) Đại An, Vọng Doanh, Thiên Bản, Ý Yên (4 huyện - thuộc phủ Nghĩa Hưng) Thụy Anh, Phụ Dực, Quỳnh Côi, Đông Quan (4 huyện - thuộc phủ Thái Bình) Ngự Thiên, Duyên Hà, Thần Khê, Thanh Lan (4 huyện - thuộc phủ Tân Hýng) Thý Trì, Vũ Tiên, Chân Định (3 huyện - thuộc phủ Kiến Xương) Gia Viễn, Yên Mô, Yên Khang (3 huyện thuộc phủ Trường An) và cuối cùng là: Phụng Hoá, An Hoá, Lạc Thổ (3 huyện - thuộc phủ Thiên Quan). Vì trấn lỵ ở phía Nam kinh thành, nên Sơn Nam cũng được gọi là trấn Nam hay trấn Ly =>> Thành Nam đặt tại Nam Định.

- Hải Dương: Gồm 4 phủ (18 huyện) bao gồm các tỉnh Hải Dương, Hải Phòng và Kiến An sau này. Cụ thể, đó là các huyện: Đường Hào, Đường An, Cẩm Giàng (3 huyện - thuộc phủ Thượng Hồng) Gia Phúc, Tứ Kỳ, Thanh Miện, Vĩnh Lại (4 huyện - thuộc phủ Hạ Hồng) Thanh Hà, Thanh Lâm, Tiên Minh, Chí Linh (4 huyện - thuộc phủ Nam Sách) và cuối cùng là: Giáp Sơn, Đông Triều, An Lão, Nghi Dương, Kim Thành, Thủy Đường, An Dương (7 huyện - thuộc phủ Kinh Môn). Vì trấn lỵ ở phía Đông kinh thành, nên Hải Dương cũng

được gọi là trấn Đông hay trấn Chấn =>> Thành Đông -Thành Hải Dương đặt tại Hải Dương.

- Sơn Tây: Gồm 6 phủ (24 huyện) tương đương các tỉnh Phú Thọ, Vĩnh Yên và Sơn Tây sau này. Cụ thể, đó là các huyện: Từ Liêm, Phúc Lộc, Yên Sơn, Thạch Thất, Đan Phượng (5 huyện - thuộc phủ Quốc Oai) An Lãng, An Lạc, Bạch Hạc, Tiên Phong, Lập Thạch, Phù Khang (6 huyện - thuộc phủ Tam Đái) Sơn Vi, Thanh Ba, Hoa Khê, Hạ Hoà (4 huyện - thuộc phủ Lâm Thao) Đông Lan, Tây Lan, Sơn Dương, Đương Đạo, Tam Dương (5 huyện - thuộc phủ Đoan Hùng) Tam Nông, Bất Bạt (2 huyện - thuộc phủ Đà Dương) và cuối cùng là: Mỹ Lương, Minh Nghĩa (2 huyện - thuộc phủ Quảng Oai). Vì trấn lỵ ở phía Tây kinh thành, nên Sơn Tây cũng được gọi là trấn Tây hay trấn Đoài =>>Thành Tây - Thành cổ Sơn Tây đặt tại Sơn Tây.

Do nằm ở bốn phương lại bao quanh kinh thành Thăng Long, nên Thăng Long Tứ trấn giữ nhiều nhiệm vụ rất quan trọng như: vừa phải che chắn bảo vệ kinh thành ngay từ bên ngoài vào, vừa là lực lượng cứu giá và dẹp nội loạn khi trong kinh xảy ra biến loạn.

Như vậy, Thăng Long Tứ trấn vừa mang nghĩa gốc (bốn ngôi đền thiêng - xuất hiện từ thời nhà Lý) lại vừa có nghĩa phát sinh (bốn kinh trấn bảo vệ kinh thành - được biết đến từ sau năm 1490, thời vua Lê Thánh Tông). Trong đề tài này, tác giả đi vào nghiên cứu khái niệm đầu tiên là “Thăng Long Tứ trấn - Bốn ngôi đền thiêng trấn giữ thành Thăng Long”.

## **2.2. Giới thiệu chung:**

### **2.2.1. Đền Bạch Mã**

Giữa phố Hàng Buồm, tại số nhà 76-78 có một di tích lịch sử quan trọng của Hà Nội, nó gắn liền với câu chuyện dời đô của Lý Thái Tổ và là một trong “Thăng LongTứ trấn” đó là đền Bạch Mã. Đền Bạch Mã xưa thuộc phường Hà Khẩu, tổng Hữu Túc, huyện Thọ Xương, phủ Hoài Đức - là cửa sông Tô Lịch thông với sông Hồng - hai dòng sông huyết mạch của Hà Nội cổ.

- Huyền thoại và lịch sử:

Đền Bạch Mã thờ thần Long Đỗ, hay còn gọi là Tô Lịch giang thần, thành hoàng Hà Nội gốc, (có tài liệu ghi đền Bạch Mã có từ năm 866), đây cũng là vị thần đã làm thất bại các pháp thuật của viên quan đô hộ thời Bắc thuộc là Cao Biền và Cao Biền cũng phải phong thần là “Đô phủ thành hoàng thần quân”. Lý Thái Tổ dời đô ra Thăng Long, cũng đã phong thần làm “Quốc đô định bang thành hoàng đại vương”.

Nhưng vì sao đền thờ thần Long Đỗ lại được gọi là đền Bạch Mã? Huyền thoại kể rằng khi vua Lý Thái Tổ dời đô đến Đại La đổi tên là kinh đô Thăng Long, ngài đã cho xây dựng đô thành, nhưng thành cứ xây lên rồi lại lở. Vua liền sai người tới cầu đảo, chợt thấy ngựa trắng từ trong đền đi ra, đi quanh một vòng, đi đến chỗ nào thì để lại dấu chân đến đó, rồi trở lại vào trong đền thì biến mất. Vua liền theo dấu chân ngựa mà đắp thành lũy thì không lở nữa, nên thờ làm thành hoàng Thăng Long. Tạ ơn thần linh trợ giúp, vua bèn tôn phong thần Long Đỗ làm “Quốc đô Định bang Thành Hoàng Đại Vương”, và cho gọi tên ngôi đền thờ thần là “Bạch Mã linh từ” (đền thiêng ngựa trắng).

Theo GS.Trần Quốc Vượng thì ngựa trắng là biểu tượng thần thoại của mặt trời. Đền Bạch Mã trấn cửa Đông kinh thành Thăng Long. Ngựa trắng từ đền ra, đi một vòng từ Đông sang Tây rồi lại quay về đền. Đó là biểu tượng sự vận động biểu kiến của mặt trời, mặt trời mọc đằng Đông, lặn ở đằng Tây rồi lại quay về Đông (trong câu chuyện Cổ Loa, rùa vàng cũng hiện ra ở cửa Đông kinh thành). Phía Đông là đền Bạch Mã, phía Tây là đền Voi Phục, phía Bắc là đền Trấn Vũ, phía Nam là đền Cao Sơn. Đó chính là “Thăng Long Tứ trấn” trong quan niệm cổ truyền.

Đền đã được sửa chữa nhiều lần, cuối thế kỷ XVII được tôn nền cũ và mở rộng. Năm 1781, chúa Trịnh cho dân các giáp Mật Thái, Bắc Thượng, Bắc Hạ thuộc phường Hà Khẩu chung quanh đền Bạch Mã được "tạo lệ" (sắm lễ vật tế, không phải sưu sai, tạp dịch khác). Năm 1829, sửa chữa đền thêm tráng lệ. Năm 1839, dựng văn chỉ ở bên trái đền, dựng Phương đình để làm nơi cúng lễ các tuần tiết.

- Kiến trúc:

Đền Bạch Mã là ngôi đền lớn, được nhiều triều đại trùng tu tôn tạo, công trình kiến trúc đền Bạch Mã hôm nay là dấu ấn đặc trưng của phong cách kiến trúc thế kỷ XIX thời Nguyễn. Đền được xây theo hình chữ “tam”, bên ngoài là phương đình tám mái, có một tam bảo và có hơn 13 hoành phi, văn bia nói về thần Long Đỗ và Bạch Mã. Cái đặc sắc của công trình kiến trúc này chính là cái “vỏ cua” (mái vòm hình mai con cua) thứ nhất liên kết giữa phương đình và đại bái của ngôi đền. Rồi, nối đại bái với thiêu hương, lại một “vỏ cua” thứ hai nữa. Những chiếc “vỏ cua” này, ngoài hình thù độc đáo, còn có tác dụng khép kín các đơn nguyên kiến trúc, liên kết chúng lại dưới một hình thức đặc biệt che đỡ toàn bộ bên trên, tạo ra sự rộng rãi cho tổng thể kiến trúc, đồng thời khiến cho ngôi đền Bạch Mã trở thành một công trình nghệ thuật kiến trúc hiếm thấy giữa các kiến trúc tín ngưỡng cùng niên đại, trên vùng đồng bằng Bắc Bộ.

Trong các ngôi đền ở Hà Nội, đền Bạch Mã hiện còn lưu giữ được nhiều bia, 15 văn bia (nội dung các văn bia đề cập sự tích của đền, thần, nghi lễ cúng thần, các lần trùng tu tôn tạo). Và nhiều hiện vật có giá trị khác như Cổ Long ngai có hàng chữ ghi tên vị thần được thờ chính, ở đây là “Long Đỗ Thần quân quảng lợi Bạch mã Đại Vương”, bức hoành phi “Đông trấn linh từ”, đồ thờ gồm các vũ khí thời cổ như xích, đao, thương, câu liêm... được sơn son thếp vàng, chạm khắc tinh xảo. Trong đền, cùng với các lư hương đồng, bình đồng, còn có tượng Phật và một đôi hạc, đôi phỗng trong tư thế đứng trang nghiêm.

Trong cuộc kháng chiến chống Mỹ, bom B52 rải thảm ở miền Bắc, mọi thứ xung quanh đền đều bị tàn phá, riêng ngôi đền vẫn còn đó. Hiện ngôi đền vẫn giữ nguyên kiến trúc nhưng được sắp xếp lại theo cấu trúc Tam nguyên đồng hóa - tức là thêm điện thờ Phật và Mẫu.

Đền Bạch Mã đã được xếp hạng Di tích lịch sử - văn hóa cấp quốc gia từ năm 1986 được trùng tu tôn tạo nhiều lần khang trang.

Lễ hội đền hàng năm diễn ra vào tháng hai âm lịch (13/2 âm lịch). Trước đây người ta còn tổ chức đánh trâu rước xuân vào đúng hội... Năm ngay giữa

phố Hàng Buồm, giữa những lô xô mái ngói rêu phong phố cổ, đền Bạch Mã trở thành một điểm nhấn bức tranh phố cổ Hà Nội.

### 2.2.2. Đền Voi Phục

Đền Voi Phục cùng với Đền Kim Liên, Đền Quan Thánh, Đền Ngọc Sơn là những Tứ trấn thành Thăng Long có từ thời Lý. Đền Voi Phục Hà Nội trước kia thuộc tổng nội, huyện Quảng Đức, phủ Phụng Thiên.

Đền Voi Phục hiện nay nằm ở phường Ngọc Khánh, quận Ba Đình, Hà Nội. Đây là nơi có nhiều đầm lầy, ao hồ, được coi là một Thập tam trại của thời Lý. Một số người đã có kinh nghiệm khám phá các điểm thăm quan tại Hà Nội cho biết, để tới được đền, bạn phải đi qua một con đường đất mà khi gặp mưa thì rất khó đi. Sử sách ghi chép lại rằng, từ thời Gia Long, đền Voi Phục nằm ở gò long thủ, quay về phía Nam, ngả sang hướng Đông. Điều đó thể hiện ý chí về nguồn lực vũ trụ vô biên của thánh thân và đó cũng chính là hướng dành riêng cho các bậc đế vương. Quanh đền Voi Phục có rất ít ruộng đất, dân sống chủ yếu bằng đánh bắt hải sản và buôn bán.

Đền chính được xây theo hình chữ công, có tiền bái 5 gian. Nóc điện đắp đôi rồng châu, hoành phi đề “Linh Lang từ”. Trôi theo thời gian lịch sử, dù đây là một trong các kiến trúc của Tứ trấn nhưng dân gian hóa đã dần xâm nhập vào các lễ hội, sinh hoạt của người dân xung quanh đền. Theo truyền thuyết kể lại rằng, Linh Lang Đại vương là hoàng tử thứ 4 của vua Lý Thánh Tông với nàng Hạo. Khi có giặc xâm lược, Linh Lang lúc đó còn rất nhỏ bỗng nhiên vụt lớn nhanh như thổi, xin cha cho đi trừ giặc. Hoàng Lang đã thắng trận và hóa rắn bò về phía Hồ Tây. Ven sông Tô Lịch, nhiều người đã lập đền thờ.

Là một trong những địa điểm nằm trong tour du lịch Hà Nội của một số người đã quen với địa hình và điểm đến, cũng như thích hình thức du lịch tự túc, Đền Voi Phục luôn chào đón các khách hành hương mỗi năm vào dịp lễ hội nói riêng. Đến nay, đền Voi Phục được coi như một “*đặc sản Hà Nội*” tinh thần của những người con đất kinh kì.

### 2.2.3. Đền Kim Liên

Đền Kim Liên vốn được lập nên để thờ Cao Sơn Đại Vương, tương truyền đã có công giúp Sơn Tinh chiến thắng Thủy Tinh và sau này giúp vua Lê Tương Dực dẹp loạn, khôi phục nhà Lê. Do đó, vua Lê cho xây đền, dựng bia “Cao Sơn Đại vương thân từ bi minh tự” để hương khói phụng thờ.

Sau này, dân làng Kim Liên đã lập thêm công tam quan ở phía trước cổng đền ngay sát đầm Kim Liên và bổ sung thêm một số kiến trúc mới, tạo thành đình Kim Liên. Ngoài Cao Sơn Đại Vương, trong đền và đình này còn thờ Tam Phủ, thờ Mẫu...

Đình Kim Liên xây trên gò đất cao, quay mặt về hướng Nam, trông ra một hồ rộng có tên xưa là hồ Đồng Lâm. Kim Liên, tên cũ là làng Kim Hoa, gọi nôm là Đồng Lâm, vốn là một làng đẹp, có nghề nhuộm vải, có phong tục lễ nghi phong phú (đầm này nay không còn do bị lấp đi để làm đường vành đai 1).

Đây là một trong 23 phường thôn hợp thành tổng Tả Nghiêm, huyện Thọ Xương cũ. Đến khoảng đầu đời Vua Thiệu Trị - Nguyễn Phúc Miên Tông tức Nguyễn Hiến Tổ (1841 - 1847) vì phải kiêng húy tên của bà mẹ vua Thiệu Trị là Hồ Thị Hoa nên đổi là Kim Liên sau là tổng Kim Liên.

Kiến trúc của đền bao gồm hai phần tương đối rõ: phần phía trước gò có một cổng trụ biểu, hai dãy giải vũ hai bên sân gạch rộng và phần kiến trúc chính của di tích nằm trên gò đất cao. Đi hết khoảng sân trên thì qua chín bậc gạch cao được xây bằng những viên gạch vồ có kích thước lớn thời Lê Trung Hưng nổi hai bộ phận kiến trúc trên.

Đình chính gồm nghi môn, đại bái và cung cấm. Nghi môn là một nếp nhà ba gian, xây kiểu tường hồi bít đốc. Bốn bộ vì đỡ mái được làm theo kiểu chồng rường giá chiêng, cột tròn. Trên các bộ phận kiến trúc các họa tiết trang trí được thể hiện sinh động, công phu mang phong cách nghệ thuật thời Nguyễn.

Nhà đại bái gồm 5 gian mới được thành phố tôn tạo trong dịp kỷ niệm 990 năm Thăng Long-Hà Nội, với kiểu dáng kiến trúc truyền thống.

Hậu cung là một nếp nhà ba gian dọc, xây gạch trần mái lợp ngói ta. Trong nhà xây vòm cuốn, nội thất được bố trí như sau: gian ngoài cùng, bó bệ



gạch cao để đặt hương án; gian thứ hai xây bệ gạch cao để đặt long ngai và các đồ tế khí.

Gian cuối cùng là nơi thờ Cao Sơn Đại Vương và hai nữ thần phối hưởng (Tôn nữ Động Hồ Trung Vương (công chúa con gái vua Lê) và Huệ Minh công chúa).

Di vật quan trọng nhất tại đền Kim Liên là tấm bia đá "Cao sơn Đại Vương thần từ bi minh" do sử thần Lê Tung soạn năm 1510 nói về công lao của thần Cao Sơn trong việc ngầm giúp vua Lê giành lại ngai vàng từ tay ngoại thích và hệ thống 39 đạo sắc phong cho thần Cao Sơn Đại Vương, trong đó có 26 đạo thời Lê Trung Hưng, 13 đạo thời nhà Nguyễn, sớm nhất trong số đó là sắc phong có niên đại Vĩnh Tộ năm thứ hai (1620)

Câu đối hiện vẫn ghi ở đình:

*Xuất vi tuấn kiệt nhập vi thân*

*Công tại quốc gia danh tại sử*

Tạm dịch:

*Sống làm hào kiệt chết hóa thân*

*Công với quốc gia, danh sử ghi*

Hội đền và đình Kim Liên được tổ chức vào ngày 16 tháng 3 âm lịch hàng năm. Sau phần nghi lễ, người ta tổ chức các sinh hoạt văn hóa độc đáo như chơi chim, thi nấu cơm trên thuyền, chơi bập bênh dưới nước... Ngoài ra, hội còn có một cuộc thi độc đáo khác là thi tài dọn cỗ cúng thần với những mâm cỗ rất độc đáo.

#### 2.2.4. Đền Quán Thánh

Trần Vũ Quán hay còn gọi là đền Quán Thánh, từ xưa đã nổi danh trấn Bắc trong “Thăng Long Tứ trấn” của đất kinh kỳ. Đền Quán Thánh là nơi thờ Huyền Thiên Trấn Vũ - một vị thần trấn giữ hướng Bắc kinh thành Thăng Long.

Đền Quán Thánh ngày nay nằm ở ngã tư đường Thanh Niên và đường Quán Thánh, Hà Nội, trên đất phường Quán Thánh, quận Ba Đình, thành phố Hà Nội, phía Nam Hồ Tây và gần cửa Bắc Thành Hà Nội. Đến du lịch Hà Nội, du khách nên tham quan nơi này để chiêm ngưỡng kiểu kiến trúc mang tầm vóc văn hóa lịch sử lâu dài.

*Mặt hướng Hồ Tây một quán xưa  
Ngàn năm linh tích tiếng còn đưa  
Hoa chen quanh bên sen gương kiếm  
Lá rụng vào sông trúc thủ bùa...*

Đền được xây dựng vào đầu thời nhà Lý và từng trải qua nhiều đợt trùng tu vào các năm 1618, 1677, 1768, 1836, 1843, 1941 (những lần trùng tu này đến nay vẫn còn lưu lại trên văn bia). Đợt trùng tu năm Đinh Ty, niên hiệu Vĩnh Trị thứ 2 đời vua Lê Hy Tông thì đúc tượng Huyền Thiên Trấn Vũ bằng đồng hun, thay cho pho tượng bằng gỗ trước đó. Năm Cảnh Thịnh 2 (1794) đời vua Quang Toản, viên Đô đốc Tây Sơn là Lê Văn Ngữ cho đúc chiếc khánh đồng lớn.

Vua Minh Mạng nhà Nguyễn khi ra tuần thú Bắc Thành, cho đổi tên đền thành Chân Vũ quán, ba chữ Hán này được tạc trên nóc cổng tam quan. Tuy nhiên, trên bức hoành trong Bái đường vẫn ghi là Trấn Vũ quán. Năm 1842, vua Thiệu Trị cũng đến thăm đền và ban tiền đúc vòng vàng đeo cho tượng Trấn Vũ. Đền được công nhận di tích lịch sử- văn hóa cấp quốc gia đợt đầu năm 1962. Có thể thấy, người xưa chấp nhận cả hai cách viết và gọi là Trấn Vũ quán và Đền Quan Thánh. Quán là Đạo Quán và là nơi thờ tự của Đạo Giáo, cũng như là chùa của Phật Giáo. Thánh Trấn Vũ là một hình tượng kết hợp nhận vật thần thoại Việt Nam (ông Thánh đã giúp An Dương Vương trừ ma trong khi xây dựng thành Cổ Loa) và nhân vật thần thoại Trung Quốc Chân Võ Tinh quân ( vị Thánh coi giữ phương Bắc).

Đền Quán Thánh đứng ở một địa thế rất đẹp cạnh hai hồ trên đường Cổ Ngự là hồ Trúc Bạch và Hồ Tây. Trong đền có một bức tượng đồng Trấn Vũ cao lớn uy nghi nặng 4 tấn. Pho tượng đồng đen lớn này là tác phẩm nghệ thuật của các tay thợ tài hoa làng đúc đồng Ngũ Xã.

Đền được tu sửa vào năm 1838. Các bộ phận kiến trúc sau khi trùng tu bao gồm: tam quan, sân, ba lớp nhà tiền tế, trung tế, hậu cung. Các mảng chạm, khắc trên gỗ có giá trị nghệ thuật rất cao. Bố cục không gian rất thoáng và hài hòa. Hồ Tây trước mặt tạo cho đền luôn có không khí mát mẻ quanh năm.

Ngôi đền hiện nay đã được sửa chữa nhiều lần, kiểu kiến trúc hiện nay là của thời Nguyễn. Năm Đinh Ty niên hiệu Vĩnh Trị II (1677), đời Lê Hy Tông, chúa Trịnh Tạc sai đình thần là Nguyễn Đình Luân trùng tu. Tượng Huyền Thiên Trấn Vũ được triều đình cho đúc lại bằng đồng đen (hun). Tượng cao 3,07m, chu vi 8m. Tượng mặt vuông, mắt nhìn thẳng, râu dài, tóc xoã không đội mũ, mặc áo đạo sĩ, ngồi trên bục đá, tay trái bắt quyết, tay phải chống gươm có rảnh quấn và chống lên lưng một con rùa. Tượng Huyền Thiên Trấn Vũ là một công trình nghệ thuật độc đáo, đánh dấu kỹ thuật đúc đồng và tài nghệ của dân tộc Việt Nam cách đây 3 thế kỷ. Tại nhà Bái Đường còn một pho tượng nữa, nhỏ hơn, cũng bằng đồng đen, nhiều người cho rằng đây là tượng ông Trùm Trọng, người thợ cả đã chỉ huy việc đúc pho tượng Trấn Vũ. Tượng này là do các học trò của ông đúc để ghi nhớ công ơn của thầy. Cùng đúc với tượng là quả chuông cao gần 1,5m treo ở gác tam quan. Tiếng chuông này đã được đi vào thi ca:

*Gió đưa cành trúc la đà*

*Tiếng chuông Trấn Vũ canh gà Thọ Xương*

Văn bia tại đền do trạng nguyên Đặng Công Chất và tiến sĩ Hồ Sĩ Dương soạn. Thời Tây Sơn, đô đốc Lê Văn Ngữ, cùng nhiều người nữa đã quyên tiền đúc chiếc khánh bằng đồng (chiều 1,10 x 1,25m) vào năm Cảnh Thịnh thứ hai. Đến đời Nguyễn, vua Minh Mạng đến thăm đền, đã cấp tiền tu sửa.

Năm 1842, vua Thiệu Trị đến thăm và dâng một đồng tiền vàng, cộng với số tiền vàng do các hoàng thân dâng, đúc lại thành vòng. Vòng dùng sợi dây bạc xâu để treo ở cổ tay tượng thần. Đằng sau đền lại đắp hòn núi non bộ trong một bể con và dựng một đền nhỏ gọi là Vũ Đương Sơn. Sửa chữa xong, có dựng bia do tiến sĩ Lê Hy Vĩnh soạn.

Năm 1856, bố chánh Sơn Tây là Phạm Xuân Quế, bố chánh Hà Nội là Tôn Thất Giáo, tri huyện Vĩnh Thuận là Phan Huy Khiêm đã tổ chức quyên góp trùng tu, sửa lại chính điện, đình thiêu hương, Bái Đường và gác chuông, làm thêm hai dãy hành lang bên phải và bên trái, đắp lại bốn pho tượng đại nguyên soái, tượng thần Đương Niên hành khiển, Văn Xương Đế Quân.

Ngoài nghệ thuật đúc đồng, đền Quán Thánh còn nổi tiếng với vẻ đẹp của nghệ thuật chạm khắc gỗ. Trên các bộ phận kiến trúc bằng gỗ của ngôi đền các đề tài như tứ linh, dơi, cá, tùng, trúc, cúc, mai, lãng hoa, bầu rượu, thanh gươm, cảnh sinh hoạt của trần gian và thượng giới... được chạm khắc một cách tinh xảo mang đậm phong cách nghệ thuật thời Lê.

Không chỉ là một công trình có giá trị về mặt lịch sử và kiến trúc, đền Quán Thánh còn là nơi sinh hoạt tín ngưỡng văn hóa nổi tiếng của người dân Hà Nội xưa và nay. Đền Quán Thánh tổ chức chính hội vào ngày 3/3 âm lịch, du khách phương xa nên đến du lịch Hà Nội vào những ngày Tết để được tham gia lễ hội Đền Quán Thánh. Trải qua gần một thiên niên kỷ nhưng ngôi đền Quán Thánh vẫn còn giữ gìn nguyên vẹn những giá trị văn hóa lịch sử cho con cháu mai sau. Song hành cùng lịch sử, ngôi đền được in dấu bởi nét thời gian tạo nên một vẻ đẹp rất riêng, vẻ đẹp của một Hà Nội những ngày tháng cũ.

### ***2.3. Vai trò, vị trí của Thăng Long Tứ trấn trong tâm linh người Việt:***

Thăng Long Tứ trấn luôn là niềm tự hào của người dân đất Hà thành nói riêng và cả dân tộc Việt Nam nói chung. Đây là nơi lưu giữ các giá trị văn hóa truyền thống, tín ngưỡng tâm linh cùng một khối lượng lớn các hiện vật rất có giá trị.

Ngày nay, mọi người biết đến Thăng Long Tứ trấn với hàm nghĩa gốc là phổ biến nhất. Bởi nó có lịch sử hình thành và tồn tại dài lâu, luôn gắn liền với những biến cố thăng trầm trong lịch sử. Và hơn hết là gắn liền với cuộc sống hàng ngày của người dân - đền nơi thờ cúng thần linh, nơi con người gửi gắm hy vọng của mình, đồng thời đây cũng được xem là tài sản nghệ thuật vô giá của dân tộc mãi vẫn còn được lưu giữ. Bốn ngôi đền với những lối kiến trúc truyền thống hết sức tinh tế, độc đáo đã tạo nên một không gian thiêng liêng cổ kính cho vùng đất Thăng Long - Hà Nội.

Bốn ngôi Đền: Bạch Mã, Voi Phục, Kim Liên, Quán Thánh xác định địa giới Thăng Long, tạo nên ý nghĩa và tầm vóc của mảnh đất kinh kỳ. Vì thế, cả bốn ngôi đền đều là những địa điểm mà người dân Hà Nội thường đến dâng lễ cũng như văn cảnh đặc biệt vào đầu xuân mới và ngày mùng Một, ngày Rằm.

Đây cũng là một cách thể hiện lòng thành kính đến với những vị thần ngày đêm canh giữ, bảo vệ để người dân kinh kỳ có cuộc sống ấm no, an lành.

Việc thờ 4 vị thần bảo vệ thành Thăng Long từ 4 phía là nét độc đáo của văn hóa tâm linh Thăng Long. Không chỉ thế, Thăng Long Tứ trấn là những di tích lịch sử văn hóa, kiến trúc, điêu khắc độc đáo gắn với huyền thoại dân gian, lịch sử Thăng Long và đất nước Việt Nam được nhiều người tìm tới để hiểu biết thêm về Thăng Long ngàn năm văn hiến. Đây còn là địa chỉ du lịch hấp dẫn nhiều du khách nước ngoài khi tới thăm quan thủ đô Hà Nội

### **3. Thực trạng về bảo tồn, tôn tạo di sản “Thăng Long Tứ trấn”:**

#### ***3.1. Thực trạng công tác bảo tồn và hoạt động du lịch đến các đình, đền, chùa trên địa bàn Hà Nội.***

##### *3.1.1. Thực trạng công tác bảo tồn các di tích:*

Trải qua mấy ngàn năm, lịch sử đã để lại trên mảnh đất Thủ đô nhiều di tích nổi tiếng, có giá trị lớn để Hà Nội trở thành một trong những trung tâm văn hoá du lịch lớn nhất ở Việt Nam. So với các tỉnh, thành phố khác trong toàn quốc, Hà Nội là một trong những địa phương có số lượng di tích lịch sử văn hoá nhiều và phong phú nhất, gần 600 di tích đã được xếp hạng. Những nơi nổi tiếng, thu hút sự chú ý của khách du lịch là Văn Miếu - Quốc Tử Giám, Hồ Gươm - Tháp Rùa - Đền Ngọc Sơn, khu thành cổ, khu phố cổ, các công trình mang nét kiến trúc châu Âu thế kỷ 19, các di tích lịch sử liên quan đến cuộc đời và sự nghiệp của chủ tịch Hồ Chí Minh, các làng nghề truyền thống... Tài nguyên kể trên đang là nhân tố hết sức quan trọng để phát triển du lịch Hà Nội mà không phải địa phương nào, quốc gia nào cũng có.

Tuy nhiên, việc quản lý bảo vệ và khai thác các tài nguyên du lịch là các di tích tại Hà Nội còn nhiều bất cập. Cụ thể như sau:

Trên cùng một khu vực, các di tích/tài nguyên du lịch khi do Bộ Văn hoá, Thể Thao và Du lịch, khi là Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch, khi là chính quyền sở tại hoặc các ngành khác quản lý. Mỗi ngành, mỗi cấp lại có quan niệm khác nhau dẫn đến việc đầu tư, bảo vệ, giữ gìn cũng với các cách rất khác nhau.

- Trách nhiệm bảo vệ giữ gìn các di tích/tài nguyên du lịch không được phân công rõ ràng và thiếu sự phối hợp giữa nhà chức trách với người sử dụng, khai thác. Hiện tượng đó dẫn đến tình trạng khai thác bừa bãi, vô trách nhiệm hoặc bỏ mặc cho các di tích xuống cấp. Hàng loạt các di tích của Thủ Đô như gò Đống Đa, chùa Vĩnh Trù, khu phố cổ Hà Nội, làng gốm Bát Tràng... đang trong tình trạng như vậy. Đó là nguy cơ lớn nhất hiện nay.

- Những vụ hỏa hoạn ở di tích thời gian gần đây, mà gần nhất là đền thờ Lê Lai nằm trong quần thể Di tích Lam Kinh (Thanh Hóa), khiến người ta không thể không nghĩ đến nguy cơ có thể xảy ra đối với các di tích trên địa bàn Hà Nội - nhất là khi mùa hanh khô vừa đến, mùa lễ hội cũng cận kề.

Điều đáng nói, các phương án phòng cháy chữa cháy (PCCC) ở những nơi nhạy cảm với lửa này gần như bị bỏ ngỏ, hoặc nếu có cũng rất sơ sài. Nguy cơ thường trực: Có dạo một vòng qua các di tích trong Khu phố cổ, khu vực nội thành và cả ngoại thành mới hiểu, bất kể lúc nào nguy cơ cháy cũng luôn thường trực ở chôn đình, đền, chùa... Với 5.175 di tích, trong đó 2.209 di tích đã được xếp hạng (chiếm 42,65%), Hà Nội dẫn đầu cả nước về số lượng di tích. Nhưng có nhìn vào những "địa thế" mà di tích tọa lạc lẫn với các nhà dân trong cuộc sống diễn ra từng ngày sẽ thấy di tích đang từng ngày từng giờ nằm dưới tầm kiểm soát của hỏa hoạn.

Dù hàng năm, thành phố đã quyết liệt chỉ đạo, có văn bản hướng dẫn, đôn đốc các di tích, bảo tàng, khu vực có di sản làm tốt công tác PCCC, nhưng ở nhiều di tích, công tác PCCC được thực hiện quá sơ sài, thậm chí có nơi còn không có cả bình cứu hỏa. Đơn cử, tại chùa Một Cột - Diên Hựu - di tích Lịch sử kiến trúc nghệ thuật quốc gia, không có các biển cảnh báo cần thiết để phòng hỏa hoạn. Diện tích chùa nhỏ, nhưng khó khăn lắm mới tìm thấy 3 bình cứu hỏa phủ bụi được dồn vào khe hẹp giữa hai tủ thờ. Nếu chẳng may xảy ra hỏa hoạn, trừ người biết chỗ cất, người khác khó có thể tìm ra dụng cụ chữa cháy. Đó là chưa kể đến trường hợp xấu như bình cứu hỏa lâu năm không dùng bị hỏng, hoặc chất lượng không đảm bảo... Nhưng dù gì thì chùa Một Cột - Diên Hựu cũng còn khá hơn nhiều di tích khác về phương tiện PCCC. Bởi như ông

Nguyễn Doãn Tuân - Trưởng ban Quản lý Di tích & danh thắng Hà Nội cho biết: "Ở trong nội thành cũng chỉ có những di tích lớn mới được đầu tư mua sắm bình cứu hỏa, cán bộ mới được tập huấn về công tác PCCC".

Thực tế, trong khu vực nội thành, có rất nhiều di tích nằm gọn trong vùng lưới điện phức tạp, rất dễ bị bén lửa, nhưng "vắng bóng" bình cứu hỏa như chùa Kim Cổ (số 73 Đường Thành, quận Hoàn Kiếm), đền Hỏa thần (số 30 Hàng Điều, quận Hoàn Kiếm)... Hay nhiều di tích khác trong khu vực phố cổ Hà Nội tứ bề nhà dân bao vây như đình Thanh Hà (số 10 Ngõ Gạch), đình Ngọc Hà (số 158 Ngọc Hà), chùa Bà Đá (số 3 Nhà Thờ)... cũng có nguy cơ "lây" cháy bất cứ lúc nào từ điện, lửa, bếp núc sinh hoạt. Địa thế thoáng hơn đôi chút như đền Bạch Mã (phố Hàng Buồm) cũng không thoát khỏi nỗi lo hỏa thần rình rập. Ông Lâm, người trông coi đền Bạch Mã chia sẻ: "Mấy năm trước, gần đền có một nhà dân bị cháy, may mà không chế kịp, nếu không hậu quả sẽ thật khó lường. Từ ngày nhận trọng trách bảo vệ di tích, tôi luôn cẩn thận để tránh xảy ra hỏa hoạn". Ông Lâm cũng không giấu, đền được trang bị bình cứu hỏa đã lâu, nhưng ông vẫn chưa biết sử dụng. Để phòng cháy, ông phải thường xuyên nhắc nhở người dân và du khách không thắp hương trong chùa chính mà chỉ thắp ở lu hương phía ngoài, đốt vàng mã đúng nơi quy định.

Các di tích ở khu vực ngoại thành có phần thông thoáng hơn về mặt không gian, nhưng lại yếu về trang thiết bị cũng như kỹ năng PCCC cho người trông coi di tích. Điển hình như trên địa bàn huyện Ba Vì hiện có 59 di tích đã được xếp hạng, thế nhưng, trừ chùa Mía, đình Tây Đằng, đền Thượng, đền Trung, đền Hạ, đình Chu Quyên, còn lại hầu hết các đình, đền, chùa đều thiếu phương tiện chữa cháy, hoặc nếu có thì vừa thô sơ, không đúng chủng loại, vừa không được kiểm tra bảo dưỡng thường xuyên nên không thể đáp ứng yêu cầu cứu cháy tại chỗ. Trong khi đó, việc tập huấn, diễn tập PCCC ở đình, đền, chùa, miếu gần như là... không thể, bởi di tích liên quan đến tín ngưỡng, tâm linh, không thích hợp với sự ồn ào. Hơn nữa, theo ông Nguyễn Đức Trí - Phó Chủ tịch UBND xã Kim Lan (huyện Gia Lâm): "Hiện nay, đình và chùa Kim Lan đã được trang bị hệ thống bình bọt chữa cháy, nhưng những người được giao trông

nom, trụ trì đình, chùa đều đã có tuổi nên công tác PCCC rất hạn chế". Ông Nguyễn Doãn Tuân thừa nhận: "Các di tích ở nông thôn thì gần như tuyệt đối không được quan tâm đến công tác PCCC, không tập huấn". Tại Hà Nội, chỉ với những di tích được xếp hạng đặc biệt mới có Ban quản lý riêng để đảm bảo việc PCCC. Ví như Ban Quản lý di tích & danh thắng Hà Nội là đơn vị trực tiếp quản lý các di sản như đền Bà Kiệu, đền Ngọc Sơn, đền thờ vua Lê, Bích Câu đạo quán và Chùa Láng... hàng năm đều có khoản kinh phí đầu tư cho việc mua sắm thiết bị, tập huấn PCCC. Còn những di tích đã phân cấp cho quận, huyện thì công tác này chủ yếu phụ thuộc vào lực lượng cảnh sát PCCC ở địa phương, ngành văn hóa gần như bỏ lửng công việc này. Tại quận Hoàn Kiếm có 43 đình, chùa được phân loại và đưa vào hồ sơ quản lý của Phòng PCCC quận. "Việc lập hồ sơ quản lý này đồng nghĩa với việc, các cơ sở sẽ được kiểm tra định kỳ, hướng dẫn PCCC, xây dựng phương án chữa cháy, khuyến cáo sử dụng gas và các vật liệu dễ bắt nhiệt. Tuy nhiên, tất cả các đợt kiểm tra PCCC ở di tích đều do lực lượng cảnh sát PCCC phối hợp với cơ sở thực hiện, không có sự tham gia của ngành văn hóa" - Thượng tá Trần Văn Vụ - Trưởng Phòng PCCC quận Hoàn Kiếm chia sẻ. Đây rõ ràng là sự thiếu sót của ngành văn hóa, bởi, điều cần nhất trong việc PCCC ở di tích là cơ chế phối hợp giữa ngành văn hóa (đơn vị có tài sản) và lực lượng PCCC.

- Việc đầu tư nâng cấp các di tích với tư cách là một sản phẩm du lịch chưa được triển khai trong một quy chế chặt chẽ và toàn diện, trong đó có tính đến yếu tố du lịch. Còn phổ biến tình trạng giao khoán cải tạo thậm chí được phó mặc cho những người quản lý, đầu tư tự sáng tạo theo ý mình trong trùng tu, tôn tạo, xây mới bằng các biện pháp chặt cây, phá núi; xây bậc xi măng thay cho vẻ đẹp của đất và đá tự nhiên; thay gạch, bê tông cho các cấu kiện gỗ; dùng sơn công nghiệp thay cho sơn ta trong trang trí kiến trúc... làm mất đi vẻ đẹp ban đầu, mất đi những "phần hồn" của các di tích như trường hợp của Đền Voi Phục và nhiều di tích khác trên địa bàn Hà Nội như chùa Trấn Quốc, chùa Thiên Phúc (Cửa Nam), chùa Kim Liên, đình Yên Phụ, chùa Hương, phủ Tây Hồ... Những lỗ hổng trong cách quản lý đó dẫn đến hậu quả khôn lường, không những không



có tác dụng thu hút du khách mà ở một chừng mực nhất định còn làm phương hại đến hình ảnh của điểm du lịch, hình ảnh chung về nền văn hoá của cả quốc gia. Nếu không sớm khắc phục, chúng ta sẽ có lỗi rất lớn với lịch sử.

### *3.1.2. Thực trạng hoạt động du lịch đến các đình, đền, chùa trên địa bàn Hà Nội*

Với tiềm năng to lớn như vậy, đó là động cơ thúc đẩy hoạt động du lịch tại các di tích, các công trình kiến trúc tôn giáo, tín ngưỡng phát triển mạnh. Nhưng thực tế hoạt động du lịch đang diễn ra tại các nơi này ra sao? Chính quyền, các công ty du lịch và người dân địa phương đã có sự phối hợp đồng bộ để khai thác được tối đa lợi nhuận cho hoạt động kinh doanh du lịch hay chưa? Khi đưa vào kinh doanh du lịch, các di tích này đang phải đối mặt với những yêu cầu gì? Đó là những vấn đề cấp thiết đặt ra cho các cơ quan chức năng và cả các nhà nghiên cứu phải luôn quản lý, giám sát, tìm hiểu thực trạng để có những hướng giải quyết kịp thời. Trong phạm vi báo cáo nghiên cứu khoa học, tác giả chỉ mong muốn đưa ra được một số vấn đề “thời sự” tại các điểm du lịch đình, đền, chùa ở Hà Nội trên hai góc độ: khả năng thu hút và đáp ứng nhu cầu du khách nội địa và du khách quốc tế.

Đối với du lịch nội địa, theo phong tục người Việt Nam thường đi lễ, cầu bình an vào đầu năm. Đây cũng là mùa chính diễn ra các lễ hội lớn. Bởi vậy mà thời gian từ tháng 1 đến tháng 3 âm lịch là thời điểm thu hút một lượng lớn khách du lịch trong nước đến các di tích, các công trình tôn giáo, tín ngưỡng. Năm bắt được tâm lý khách hàng, hầu hết các công ty du lịch đều rầm rộ đưa vào khai thác các tour kết hợp du xuân - lễ hội như công ty du lịch Hanoitourist đưa ra chum các tour tham quan Hà Nội (1 ngày) tới các chùa Trấn Quốc, đền Quán Thánh, Ngọc Sơn; Hà Nội – chùa Hương (1 ngày), “trở về không gian Việt cổ” – xã Đường Lâm, đến thăm chùa Mía, đền thờ Phùng Hưng, Ngô Quyền, đình Mông Phụ (1 ngày)...với chi phí hợp lý. Tại các điểm du lịch lớn, các cơ quan chức năng cũng sẵn sàng cho hoạt động đón tiếp lượng lớn du khách như việc trùng tu, cải tạo lại chùa Trấn Quốc, đền Quán Thánh, tại chùa Hương năm 2014 Ban quản lý tăng cường thêm 200 chiếc đò chất lượng cao đưa vào phục vụ du khách,...

Cũng giống như mọi năm, đầu xuân Canh Dần tại các đền chùa luôn luôn đón hàng vạn du khách mỗi ngày. Riêng trong ngày từ mùng 5 đến trưa mùng 6 âm lịch, ban quản lý di tích Hương Sơn đã ghi nhận 150 lượt khách. Các con đường dẫn đến đền chùa luôn đông nghịt du khách thập phương như chùa Hà, chùa Quán Sứ, phủ Tây Hồ. Đa phần du khách đến đền, chùa theo khuynh hướng tự phát, không đi theo tour do một công ty nào tổ chức. Bởi đa phần họ là dân địa phương. Họ là người Hà Nội nên việc đầu năm họ đến Thăng Long tứ trấn (đền Voi Phục, đền Quán Thánh, đền Bạch Mã, đền Kim Liên) dường như là một thói quen. Họ là người Hà Nội nên với họ việc tìm đến các nơi thờ tự có tiếng như phủ Tây Hồ, chùa Quán Sứ,... là chuyện dễ dàng. Họ đến đền, chùa để thắp một nén hương, để cầu xin một sự an lành cho năm mới nên thời gian lưu lại của họ tại điểm du lịch không lâu, chỉ khoảng 1 đến 2 tiếng và hầu như không sử dụng bất cứ dịch vụ chính nào tại đây. Một số đông khác là du khách từ các vùng lân cận. Họ trả hội về nơi đất Phật bằng nhiều phương tiện khác nhau như ô tô, xe máy,... Họ có thể đi và về trong ngày hoặc lưu trú qua đêm trong thời gian ngắn 2 hoặc 3 ngày. Du khách loại này sẽ sử dụng các dịch vụ chính như ăn và ở tại các điểm du lịch. Đa phần họ là đối tượng khách với mức chi trả trung bình nên dịch vụ họ sử dụng chính vẫn là những quán ăn, nhà hàng bình dân, những phòng trọ và những cơ sở lưu trú xã hội chất lượng thấp.

Những quán ăn, phòng trọ loại này đều do người dân địa phương tự xây dựng theo yêu cầu của du khách tại chính nhà ở của họ hoặc họ thuê những lô đất của ban quản lý để dựng quán, lập ki-ốt bán hàng. Những quán ăn với các món cơm bình dân, bún, phở được chế biến sơ sài. Những nhà trọ thường chỉ có 1,2 phòng nhưng mỗi phòng có thể chứa tới vài ba chục người nằm la liệt trên những phản lớn và cả nhà trọ mới có một khu vệ sinh phục vụ các nhu cầu phụ của khách. Bên cạnh đó, mùa lễ hội là mùa dân địa phương kinh doanh đủ các mặt hàng phục vụ cho chuyến hành hương của du khách. Có thể thấy trên đường vào chùa Hà, phủ Tây Hồ rợp một màu “cành vàng lá ngọc” và đồ bày lễ. Những bàn viết số thuê, đôi tiền lẻ mọc lên san sát. Ở những nơi có địa hình không thuận lợi như chùa Hương, chùa Thầy,... mọc lên cả các dịch vụ cho thuê

gây, dèp để tiện cho việc leo trèo, đi lại của du khách. Trước đây, các dịch vụ này cứ tự nhiên hình thành do ý muốn tự phát của người dân. Ngày nay, ban quản lý điểm du lịch đã bước đầu có hình thức quản lý bằng việc cho thuê mặt bằng buôn bán, giám sát mặt hàng kinh doanh trong phạm vi điểm du lịch.

Tuy nhiên, vẫn còn nhiều hạn chế trong việc quản lý hoạt động du lịch tại các điểm di tích này vào mùa cao điểm. Tình trạng tập trung quá đông du khách vào một thời điểm dễ dẫn tới tình trạng quá tải, quá tải phương tiện chuyên chở (ví dụ: thuyền, đò ở những nơi có sông suối), quá tải sức chứa của di tích gây nguy hiểm cho người đi tham quan và làm xuống cấp di tích. Điều này cũng gây ra một số tệ nạn như việc đội giá các dịch vụ lên hàng loạt mà điển hình là dịch vụ trông giữ xe, tệ nạn chèo kéo khách, tệ nạn mê tín dị đoan như việc xem bói, rút thẻ trước cửa chùa, tệ nạn ăn xin, giả dạng sư khất thực, tệ nạn móc túi, trộm cắp,... Những ảnh hưởng xấu này đã được phản ánh và rút kinh nghiệm trong những năm trước, năm nay nhiều điểm đã tăng cường công tác an ninh, quản lý. Điển hình ở Phủ Tây Hồ, đã có dán bảng khuyến cáo khách đi lễ không cho tiền ăn xin, sư khất thực, cẩn thận giữ gìn tài sản và dán ảnh những kẻ móc túi, trộm đồ lễ. Theo nhân viên Ban quản lý Phủ Tây Hồ, năm nay ngoài nhân viên của Ban quản lý, Phủ còn huy động cả một đội ngũ bảo vệ, nhân viên tình nguyện giữ trật tự. Tuy có nhiều cố gắng nhưng do ý thức kém của người dân, do việc quản lý thiếu đồng bộ từ các cơ quan chức năng, chính quyền địa phương, các tổ chức kinh doanh du lịch nên việc giám sát và quản lý còn nhiều thiếu sót. Vẫn còn diễn ra tình trạng du khách chen lấn, xô đẩy lẫn nhau, tình trạng lộn xộn của các sạp hàng bán đồ lễ trước cổng chùa, các tệ nạn chỉ được hạn chế chứ chưa được kiên quyết loại bỏ...

### **3.2. Thực trạng bảo tồn, tôn tạo, quản lý, khai thác di sản “Thăng Long Tứ trấn”:**

#### **3.2.1. Các cơ quan quản lý Thăng Long Tứ trấn:**

Thăng Long Tứ trấn thuộc sự quản lý của nhiều ban, ngành, tổ chức khác nhau như:

\* Phòng Văn hóa và Thông tin các quận Đống Đa, Ba Đình, Hoàn Kiếm.  
Phòng Văn hóa và Thông tin là cơ quan quản lý nhà nước về văn hóa, thông tin,

thể thao, du lịch và gia đình trên địa bàn quận và chịu sự chỉ đạo, quản lý trực tiếp của lãnh đạo các quận và quản lý chuyên ngành về văn hóa, thể thao, du lịch và thông tin của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và Sở Thông tin và Truyền thông.

\*Ban Quản lý di tích Hà Nội và Ban Quản lý di tích các đền Quán Thánh, Bạch Mã, Voi Phục, Kim Liên. Ban Quản lý di tích Hà Nội có chức năng, nhiệm vụ như sau:

- Tham mưu, giúp việc cho lãnh đạo Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch quản lý di tích lịch sử, văn hóa, danh lam thắng cảnh và di sản văn hóa phi vật thể trên địa bàn Hà Nội.

- Xây dựng kế hoạch dài hạn, hàng năm, chương trình, giải pháp về phát triển và quản lý các di tích lịch sử văn hóa và danh lam thắng cảnh, văn hóa phi vật thể trên địa bàn Hà Nội. Tổ chức thực hiện sau khi được duyệt.

- Hướng dẫn các tổ chức, đơn vị, cá nhân trên địa bàn Hà Nội thực hiện Luật Di sản văn hóa và các quy định của Nhà nước về quản lý các di tích trên địa bàn Hà Nội.

- Quản lý và tổ chức các hoạt động bảo vệ và khai thác phát huy giá trị di sản văn hóa, danh lam thắng cảnh trên địa bàn Hà Nội.

- Quản lý và huy động nguồn nhân lực để bảo vệ, tôn tạo, trùng tu các di tích. Nghiên cứu, sưu tầm lập hồ sơ xếp hạng các di tích trên địa bàn Hà Nội. Thu nhận di vật, bảo vật quốc gia do thăm dò, khai quật, hoặc do tổ chức, cá nhân phát hiện giao nộp hoặc hiến tặng.

- Nghiên cứu, xây dựng kịch bản tổ chức Lễ hội và phát huy giá trị văn hóa các lễ hội truyền thống của địa phương.

- Tổ chức kiểm tra phối hợp với các cơ quan chức năng kiểm tra để giữ gìn phát huy giá trị di sản văn hóa. Xử lý hoặc kiến nghị cấp có thẩm quyền xử lý các hành vi vi phạm các di tích lịch sử, văn hóa và danh lam thắng cảnh.

- Bồi dưỡng đội ngũ chuyên môn, nghiệp vụ cho đội ngũ các bộ, viên chức làm công tác quản lý.

- Ban quản lý di tích chịu sự chỉ đạo quản lý về tổ chức, biên chế và hoạt động của Sở Văn hóa, Thể thao và Du Lịch, đồng thời chịu sự chỉ đạo, hướng

dẫn, kiểm tra về chuyên môn nghiệp vụ của Cục Di sản văn hóa - Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

\* Cục Di sản văn hóa là cơ quan của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch có chức năng tham mưu giúp Bộ trưởng thực chức năng quản lý nhà nước về di sản văn hóa, được Bộ trưởng giao trách nhiệm chỉ đạo và hướng dẫn hoạt động phát triển sự nghiệp bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa trong phạm vi cả nước theo đường lối, chính sách của Đảng và pháp luật của nhà nước. Thẩm định trình Bộ trưởng phê duyệt hoặc thỏa thuận quy hoạch, dự án bảo quản, tu bổ và phục hồi di tích Thăng Long Tứ trấn, các dự án cải tạo, xây dựng công trình nằm ngoài các khu vực bảo vệ tích quốc gia, di tích quốc gia đặc biệt và di sản thế giới xét thấy có khả năng ảnh hưởng xấu đến di tích theo quy định của pháp luật. Phối hợp thẩm định trình Bộ trưởng thỏa thuận quy hoạch, các dự án phát triển kinh tế - xã hội có liên quan đến di sản văn hóa. Thẩm định hồ sơ thiết kế kỹ thuật của các dự án bảo quản, tu bổ và phục hồi di tích.

\*Công ty TNHH nhà nước Một thành viên Vườn thú Hà Nội: quản lý Đền Voi Phục.

\*Ban Quản lý dự án các quận: Đống Đa, Ba Đình, Hoàn Kiếm.

\*Ủy ban nhân dân các phường:

3.2.2. *Thực trạng công tác bảo tồn tại từng điểm của Thăng Long Tứ trấn:*

3.2.2.1. *Đền Bạch Mã*

Đền Bạch Mã với diện tích hơn 500m<sup>2</sup>, sâu 37,33m x 15,96m bề rộng là một công trình đồ sộ còn được gìn giữ, bảo quản khá tốt. Tuy đền đã được trùng tu nhiều lần, nhưng vẫn giữ được dáng vẻ kiến trúc thời Trần, Lê. Các cửa võng, các mảng điêu khắc trong đền mang tính nghệ thuật cao.

Vào thời Trần, tuy ba lần quân Mông-Nguyên sang xâm lược, đốt phá kinh thành nhưng may mắn đền vẫn được vô sự lúc hoàn giả Kinh đô. Thái sư Trần Quang Khải đã có thơ đề:

*Hỏa tức tam diện thiêu bất cập  
Phong lôi nhất trận triển nham khuynh.*

Tạm dịch:

*Lửa bốc ba lần không cháy đến*

*Gió bùng một trận chẳng hề nghiêng.*

Nhân dịp đại lễ 1000 năm Thăng Long - Hà Nội, nhà nước đã đầu tư 20 tỉ đồng, người dân địa phương công đức 10 tỉ đồng để tiến hành đại trùng tu toàn bộ đền. Số tiền phần lớn được dùng để đền bù cho 7 hộ dân sống trong đất của đền từ những năm cuối của thời bao cấp, các hộ dân tìm xây nhà tái định cư nơi khác. 10 tỉ đồng để sơn son thiếp vàng lại toàn bộ kèo, cột gỗ, cửa, các di vật. Chiếc giếng thiêng của Hà Nội cũng được phục hồi. Ngày 26.9.2010, giếng Ngọc được tìm thấy ở đền Bạch Mã. Trước đây, giếng đã bị che đi để làm sân bán hàng của các hộ dân. Phần thành giếng mới được làm bằng đá xanh, giếng sâu khoảng 5m và nước vẫn trong.

#### 3.2.2.2. Đền Quán Thánh

Là ngôi đền còn gìn giữ được tương đối nguyên vẹn kiến trúc của đền, cũng là di tích đông khách tham quan nhất trong bốn di tích. Tuy nhiên, di tích thu phí khách vào đền cao dẫn đến tình trạng nhiều người dân địa phương bất bình vì họ thường xuyên đi lễ các ngày Rằm và Mùng 1 như một thói quen trong đời sống tâm linh chứ không vì mục đích tham quan. Thứ hai là di tích miễn vé cho trẻ em dưới 15 tuổi, nhưng rất khó trong việc kiểm tra, trình chứng minh nhân dân đối chiếu, gây khó khăn cho cả ban quản lý di tích lẫn khách tham quan

Bên cạnh công tác quản lý chặt chẽ vẫn có những du khách thiếu ý thức trong việc bảo vệ di tích. Đặc biệt với bức tượng đồng đen Huyền Thiên Trấn Vũ đã bị tổn hại không nhỏ do việc mọi người xoa tay vào chân tượng với mong muốn cầu may, cầu lộc đã khiến chân tượng bị mòn bóng, mất mỹ quan.

#### 3.2.2.3. Đền Kim Liên:

Đền Kim Liên - một trong "Thăng Long Tứ trấn" , có từ thời vua Lý Thái Tổ (vua Lý Công Uẩn) dời đô từ Hoa Lư về Thăng Long, đang bị lấn chiếm tới 30% tổng diện tích.

Tại quận Đống Đa, khi đến thăm khu di tích lịch sử này, du khách không khỏi ngậm ngùi trước thực trạng một di tích lịch sử quan trọng của quốc gia đã

và đang bị xâm phạm một cách ngang nhiên, trắng trợn. Trước cửa đền tập trung nhiều hàng ăn và quán nước lôi thôi nhếch nhác, bất chấp cảnh báo cấm vi phạm trên tấm biển cạnh cổng vào. Ao đền đã từ lâu bị san bằng, dấu tích còn lại chỉ là một bãi đất trồng huơ, trồng hoắc án ngữ trước đình.

Bên cạnh đền là Giếng Ngọc vốn xưa là giếng nước ăn của làng. Các cụ cao niên trong làng cho biết: "Giếng có diện tích chừng hơn 400m<sup>2</sup>, hình tròn, được đào rất sâu, nước trong và mát, có bậc lên xuống bằng gạch để dân làng tiện lấy nước sinh hoạt"; nhưng hình ảnh đó chỉ còn nằm lại trong ký ức của những bô lão trong làng. Giờ đây, Giếng Ngọc đã trở thành một ao nước tù đọng, lênh bênh rác rưởi, bốc mùi hôi hám. Trước đây, cứ đến xế chiều khu giếng đã trở thành nơi nghỉ ngơi - giao hòa của các cụ, nay Giếng Ngọc trở thành nơi sinh đẻ lý tưởng cho các loại ruồi, muỗi. Điều đáng nói, hiện nay Giếng Ngọc đang trở thành nơi tập kết rác, đổ nước thải sinh hoạt, bãi phế liệu, vật liệu xây dựng... Chưa hết, một vài hộ dân quanh Giếng Ngọc đã khoanh vùng, chiếm dụng đất quanh giếng làm nơi chăn nuôi các loại gia cầm như gà, vịt...

Xung quanh ngôi đền này, nhiều công trình dân sinh được xây dựng kiên cố sừng sững mọc lên, cao hơn nhiều lần với chiều cao của ngôi đình thiêng liêng này. Cụ thể là căn nhà xây dựng kiên cố, vi phạm vào đường giới chỉ đồ lẩn sát vào nhà bia khiến tấm bia đá đồ sộ (cao 2,43m, rộng 1,5m, dày 22cm) mang tên "Cao Sơn Đại Vương Thần Từ Bi Minh", ghi thần tích và bài minh ca ngợi thần Cao Sơn, do sử thần Lê Tung soạn năm 1509, cũng trở thành bé nhỏ đến tội nghiệp.

Bên cạnh đó là công tác trùng tu tôn tạo: Từ năm 2008, đền đã được khởi công trùng tu, với kinh phí khoảng 36,6 tỷ đồng, do Ủy ban nhân dân quận Đống Đa làm chủ đầu tư. Tiếc thay, việc trùng tu với đền Kim Liên đã trở thành sự "đánh đổi"!

Nghi môn (cổng) của đền Kim Liên được xây dựng cuối thế kỷ 19, đầu thế kỷ 20, cột cổng được coi như mạch nguồn của ước vọng nông nghiệp... Đỉnh cột đắp lân, trong thế nhìn xuống như sự kiểm soát tâm hồn kẻ hành hương. Cây cột như mạch nối nguồn sinh lực thiêng liêng giữa trời và đất, như một trục vũ trụ...

Đây là trước kia, còn bây giờ: Mái cổng sao chép cổng đình Thượng Cát, huyện Từ Liêm, Hà Nội một cách không trọn vẹn, mái gá thẳng vào cột đình, không trùm lên trên mà “leo” ra ngoài cắt ngang cột. Đến nay, các câu đối trên cổng một số chữ đã bị mờ, chữ đen, chữ trắng. Nhìn cảnh này, nhà nghiên cứu Trần Lâm Biền - Cục Di sản văn hóa, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch bức xúc: “Mái đình xòe ra, cắt đứt cổ cột!”.

Cùng với đó, bức bình phong đặt trước đình cũng nhận được nhiều “phản nản” của các nhà khoa học. Bình phong vốn được xây dựng với mục đích ngăn khí độc, cũng được hiểu như khí độc quỷ dữ thổi vào thần thánh. Theo nguyên tắc, bình phong phải kín. Tuy nhiên, bức bình phong ở đền Kim Liên đã bị trở thủng chữ “Thọ” ở giữa.

Trong quá trình trùng tu, xây dựng, Cục Di sản văn hóa đã có những góp ý với đơn vị thi công và chủ đầu tư. Tuy nhiên, các hạng mục trên hoàn toàn không đáp ứng được những yêu cầu đảm bảo giá trị văn hoá, lịch sử.

#### 3.2.2.4. Đền Voi Phục:

Ngôi đền đã trải qua nhiều lần trùng tu, sửa chữa sau khi bị thực dân Pháp phá hủy năm 1947.

- Năm 1994, nhân dân quyên góp đúc lại quả chuông cao 93cm, đường kính miệng 70cm, thân chia 4 múi, mỗi múi có hàng chữ Hán đúc nổi: “Tây trấn thượng đẳng”.

- Ngày 10/8/2000, thành phố Hà Nội khởi công tu sửa lại Đền Voi Phục, tập trung chủ yếu vào khôi phục nhà Hữu Vu, hoàn chỉnh kiến trúc tổng thể cho khu di tích

- Ngày 4/7/2009, đền Voi Phục một lần nữa được trùng tu tôn tạo để hướng tới Đại lễ kỷ niệm 1000 năm Thăng Long - Hà Nội.

Có thể nói rằng, những gì đã và đang diễn ra ở đây còn chưa tương xứng với tầm vóc một di tích lịch sử quan trọng của đất nước. Nằm ở vị trí rất đẹp, ngay ngã tư Kim Mã - La Thành, nhưng vẫn không nhiều người biết đến di tích lịch sử quan trọng này. Rất nhiều người có biết đền Voi Phục, nhưng lại không biết đó là một trong "Tứ trấn Thăng Long".



Ông Trần Văn Phao, một trong 3 vị thủ từ của đền Voi Phục cho biết: Theo tục lệ, hàng năm, làng cắt cử người ra trong coi đền, còn mọi việc như giới thiệu, quảng bá về giá trị của ngôi đền, dân làng cũng chưa nghĩ đến. Nhưng cũng chưa thấy các cơ quan quản lý có hoạt động gì để giới thiệu rộng rãi ngôi đền. Vì thế, các ấn phẩm sơ đẳng nhất mà các di tích, danh thắng khác thường có như tờ rơi, catalog, sách vv... chưa bao giờ xuất hiện ở ngôi đền này.

Mỗi tháng, theo ông Trần Văn Phao cho biết, ngôi đền này chỉ đón 1.000 đến 1.500 lượt khách, chủ yếu đến thắp hương, cầu khẩn vào ngày rằm, mùng một âm lịch. Còn ngày thường, hầu như không có khách. Nếu biết rằng, đây là ngôi đền gắn với chiều dài lịch sử hơn 900 năm, mới thấy sự im hơi lặng tiếng của di tích là không tương xứng với những giá trị thực có.

Chính cụ thủ từ Nguyễn Văn Kim cũng công nhận: Vào đây, thường chỉ khách quen đến. Chứ nếu khách lạ, không có người quen dẫn đường thì cũng chẳng thể biết được giá trị to lớn của ngôi đền trong lịch sử. Thậm chí, nhiều người đã vào khu vực đền nhưng vẫn chỉ đi lướt qua, vì không hiểu lịch sử ngôi đền.

Có lẽ, đó là lý do khiến ngôi đền này dù nằm ở một điểm giao thông thuận tiện, lại ngay khuôn viên Công viên Thủ Lệ, là nơi mỗi dịp lễ, tết đều đón hàng vạn khách tham quan công viên, nhưng rất ít người ghé thăm đền.

Đây quả là một thiếu sót của thế hệ con cháu chúng ta trước một di tích lịch sử có giá trị văn hóa lớn cha ông để lại. Theo Viện nghiên cứu Hán Nôm, có tới hơn 70 vạn bản thân tích ghi chép sự tích thần Linh Lang, cho thấy sức ảnh hưởng của vị thần trong đời sống tinh thần dân tộc. Thế nhưng, là di tích gốc, mà đến nay, đền Voi Phục chưa phát huy được những giá trị to lớn của mình, để giáo dục truyền thống cũng như phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn, quả là điều rất đáng tiếc.

Để tôn vinh ngôi đền đúng với giá trị lịch sử là một trong "Tứ trấn Thăng Long" ngoài việc tôn tạo, không thể không quan tâm đến việc giới thiệu rộng rãi với du khách trong và ngoài nước những giá trị to lớn của mảnh đất địa linh nhân kiệt này.

### 3.2.3. Thực trạng về khai thác giá trị di sản phục vụ du lịch:

#### 3.2.3.1. Đối tượng khách đến với di tích:

Đối tượng khách tham quan di sản Thăng Long Tứ trấn không phân biệt lứa tuổi, giới tính, nghề nghiệp, họ thường là:

- Người dân quanh vùng đi lễ, cúng bái. Những ngày đông khách là những ngày lễ lớn của dân tộc (Tết Nguyên Đán, tết bánh trôi, Tết Đoan Ngọ, tết trùng cừ, ...) và ngày Rằm, Mồng Một.

- Học sinh, sinh viên đi thăm quan để lấy tư liệu học tập.

- Khách đến ngắm cảnh, nghỉ ngơi, thư giãn...

- Các nhà nghiên cứu đến tìm hiểu về các di tích lịch sử văn hóa tâm linh.

- Du khách nước ngoài đến với các di tích chủ yếu là khách lẻ, nhóm nhỏ, lượng khách không đều, chủ yếu với mục đích tham quan, tìm hiểu văn hóa.

#### 3.2.3.2. Doanh thu và lượt khách tham quan:

- Nguồn thu ở các di tích chủ yếu là tiền công đức và tiền giọt dầu của người dân đi lễ đền, khách tham quan. Riêng đền Quán Thánh thu phí vào đền là 10.000đ/người. Cứ 6 tháng 1 lần, ban quản lý di tích cùng với chính quyền địa phương thành lập ban kiểm kê tiền công đức, tất cả số tiền thu được sẽ được gửi tiết kiệm trong ngân hàng. Nguồn thu này chủ yếu quay trở lại phục vụ công tác trùng tu, sửa chữa, bảo tồn di tích khi cần.

- Lượt khách tham quan: Năm 2013, Hà Nội được tạp chí Smart Travel Asia bình chọn là một trong 10 điểm đến du lịch, nghỉ ngơi được ưu tiên lựa chọn hàng đầu châu Á. Còn độc giả website du lịch danh tiếng TripAdvisor đã bình chọn Hà Nội xếp thứ 8 trong tổng số 10 điểm du lịch đang lên của thế giới, riêng đối với khu vực Châu Á thì Hà Nội chỉ xếp thứ 3 sau Kathmandu (Nepal) và Sapporo (Nhật Bản).

Đây là điểm đáng khích lệ cho ngành du lịch Thủ đô khi trong bối cảnh nền kinh tế thế giới đang khủng hoảng, ảnh hưởng mạnh tới ngành du lịch nhưng lượng khách quốc tế đến Hà Nội vẫn đạt mức tăng cao, trong đó một số thị trường trọng điểm có lượng khách du lịch quốc tế đến Hà Nội cao như Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Mỹ, Pháp...

Theo ước tính của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Hà Nội thì lượng khách quốc tế đến Hà Nội đạt 2,58 triệu lượt người, như vậy là tăng 12,2% so với năm 2012. Khách nội địa đến Hà Nội đạt 14 triệu lượt người, tăng 11,3% so với năm trước.

+ Đền Bạch Mã nằm trong khu phố cổ sầm uất, khách nước ngoài dạo quanh phố cổ thường không bỏ qua ngôi đền cổ kính này. Trung bình mỗi tháng đền Bạch Mã đón từ 900 đến 1000 lượt khách. Riêng khoảng thời gian từ tháng 7 đến tháng 3 âm lịch năm sau, du khách đến với đền rất đông khoảng 2000 lượt khách/tháng, đặc biệt trong tháng Tết.

+ Đền Kim Liên đón khoảng 10.000 lượt khách mỗi năm, chủ yếu là người dân địa phương đi lễ, lượng khách quốc tế ít hơn so với đền Bạch Mã và đền Quán Thánh.

+ Đền Quán Thánh nằm ở vị trí giữa hồ Tây và hồ Trúc Bạch lại gần với lăng Hồ Chủ tịch cùng kiến trúc to đẹp, độc đáo thu hút lượng khách đông nhất trong Tứ trấn. Hàng năm đền Quán Thánh đón từ 20.000 – 25.000 lượt khách quốc tế và nội địa đến tham quan, đi lễ. Đền đông khách du lịch vào mọi thời điểm trong năm, đặc biệt vào dịp Tết.

+ Đền Voi Phục cũng rất đông du khách, trung bình mỗi năm có khoảng 10 đến 12.000 lượt khách tham quan bao gồm cả khách quốc tế và khách nội địa.

#### *3.2.3.3. Kết nối với các tuyến điểm khác*

Hiện nay, các công ty du lịch trên địa bàn cả nước đều có chương trình tour du lịch đến với Thăng Long Tứ trấn, trong đó đa phần là chương trình tham quan thành phố Hà Nội có tham một Trấn trong Thăng Long Tứ trấn. Chương trình tham quan đầy đủ cả bốn ngôi đền trong Thăng Long Tứ trấn tuy đã có nhưng do tính chất mới mẻ, số lượng khách tham quan chưa nhiều.

- Trên cả nước có rất nhiều công ty du lịch đưa Thăng Long Tứ trấn vào khai thác như:

- Công ty Du lịch Saigontourist - 55B Phan Châu Trinh, Hà Nội.
- Công ty Du lịch Hanoitourist - 18 Lý Thường Kiệt, Hà Nội.
- Công ty Du lịch Hạ Trắng - 23 Lý Nam Đế, Hà Nội.

- Công ty Du lịch Vạn Xuân - 96 Lạc Trung, Hà Nội.
- Công ty Du lịch châu Á Thái Bình Dương APT travel - số 5 Hàng Chiếu, Hoàn Kiếm, Hà Nội. Lịch trình tour du lịch. Dưới đây là một danh sách một số công ty du lịch tiêu biểu.

- + Lịch trình 1: Thăng Long Tứ Trấn (01 ngày đi ô tô)
- + Lịch trình 2: Thanh Hóa - Chùa Hương - Phủ Tây Hồ - Đền Quán Thánh - Chùa Trấn Quốc
- + Lịch trình 3: Chương trình du lịch Tâm linh

### **3.3. Nguồn nhân lực**

- Mỗi đền đều có ban quản lý riêng khoảng 25 đến 30 người trong đó bao gồm 1 trưởng ban, 1 phó ban, 1 ông từ và ban nghi lễ chịu trách nhiệm trông coi, quét dọn, hương khói trong đền.

- Trong 4 ngôi đền thì có đền Quán Thánh có thuyết minh viên tại điểm riêng, 3 ngôi đền còn lại do kiến trúc không lớn cùng nhu cầu tìm hiểu, nghe thuyết minh ko nhiều nên ông từ của đền có thể thay thế hướng dẫn viên thuyết minh về lịch sử của đền khi có khách hoặc đoàn khách yêu cầu. Còn lại chủ yếu là các hướng dẫn viên của cty du lịch có thể tự giới thiệu qua về lịch sử, huyền thoại, kiến trúc của các di tích mà không gặp khó khăn gì.

- Đền Quán Thánh cũng là đền duy nhất thu phí vào cửa trong Tứ trấn nên tại đền có 2 người chịu trách nhiệm bán vé cạnh cổng vào.

- Ngoài ra, ban quản lý di tích có thể thành lập ban bảo vệ, trông giữ xe vào thời điểm đông khách như mừng 1, ngày rằm, các dịp lễ, tết, hội đền,...

### **3.4. Các dịch vụ hỗ trợ:**

Tại các Thăng Long Tứ trấn đều có dịch vụ cung cấp đồ lễ cho khách tới viếng đền: vàng mã, hương, oản, bánh kẹo... các quán bán đồ lễ nằm ngay trên đường vào đền, ngay gần cổng vào. Những hàng quán đó đều là của các hộ gia đình nằm gần khu di tích, đều là kinh doanh cá nhân riêng lẻ, không phụ thuộc tổ chức nhân sự của đền.

Tất cả các đền trong Thăng Long Tứ Trấn đều có dịch vụ viết Sớ cho khách đến cúng bái.

Tại đền Voi Phục, Kim Liên có hát văn phục vụ việc thắp hương dâng lễ của người dân.

Cũng tại Đền Voi Phục có xem bói, xem Tướng Số cho khách.

#### **4. Đánh giá chung, khó khăn, hạn chế:**

##### **4.1. Đánh giá chung:**

Công tác quản lý bảo tồn ở Thăng Long Tứ trấn diễn ra tốt. Các công trình liên tục được chăm sóc và trùng tu, tôn tạo, giữ được nét đẹp truyền thống vốn có. Đã có các hành động thiết thực bảo vệ cảnh quan môi trường của các cơ quan có thẩm quyền.

Các hoạt động văn hóa tâm linh, lễ hội tại đây vẫn được phát huy, giữ nguyên bản sắc vốn có của dân tộc.

Ở Thăng Long Tứ trấn không có hiện tượng mê tín dị đoan.

Do có nhiều ban, ngành, bộ phận quản lý di tích nên các chức năng của từng bộ phận cũng được phân tách rõ ràng.

Thăng Long Tứ trấn đang dần trở thành sản phẩm du lịch, vừa đem lại nguồn thu cho đất nước, vừa quảng bá hình ảnh Việt Nam đến thế giới.

##### **4.2. Khó khăn, hạn chế:**

Các cơ quan quản lý có hiện tượng trùng lặp về một số quyền hạn, chức năng, chồng chéo về tổ chức, nhiệm vụ.

Đa phần người dân vào lễ tại các điểm văn hóa tâm linh nói chung vẫn chưa nhận thức đúng về hành vi và thái độ khi vào làm lễ: còn nặng về việc thắp hương, mang lễ vật linh đình, hóa vàng mã nhiều quá mức cần thiết.

Người lễ còn chưa hiểu rõ trình tự vào thắp hương làm lễ khi đến các địa điểm tâm linh. Vẫn còn hiện tượng người làm lễ nhét tiền vào tay tượng Thần, Phật,... và thả tiền xuống giếng.

Một số thanh niên, khách nước ngoài khi vào đền mặc trang phục không phù hợp: quần ngắn, áo hai dây,...

Xét về mặt lịch sử, kiến trúc, giá trị văn hóa và ý nghĩa tâm linh to lớn của Thăng Long Tứ trấn, có thể khẳng định Thăng Long Tứ trấn có tiềm năng rất lớn để trở thành sản phẩm du lịch đặc thù của Hà Nội nếu được khai thác đúng

hướng, phát huy các thế mạnh của di tích và khắc phục được những hạn chế yếu kém trong công tác quản lý, bảo tồn di tích.

Việc đầu tư nâng cấp các di tích với tư cách là một sản phẩm du lịch chưa được triển khai trong một quy chế chặt chẽ và toàn diện, trong đó có tính đến yếu tố du lịch. Còn phổ biến tình trạng giao khoán cải tạo thậm chí được phó mặc cho những người quản lý, đầu tư tự sáng tạo theo ý mình trong trùng tu, tôn tạo, xây mới bằng các biện pháp chặt cây, phá núi; xây bậc xi măng thay cho vẻ đẹp của đất và đá tự nhiên; thay gạch, bê tông cho các cấu kiện gỗ; dùng sơn công nghiệp thay cho sơn ta trong trang trí kiến trúc... làm mất đi vẻ đẹp ban đầu, mất đi những “phần hồn” của các di tích. Những lỗ hổng trong cách quản lý đó dẫn đến hậu quả khôn lường, không những không có tác dụng thu hút du khách mà ở một chừng mực nhất định còn làm phương hại đến hình ảnh của điểm du lịch, hình ảnh chung về nền văn hoá của cả quốc gia. Nếu không sớm khắc phục, chúng ta sẽ có lỗi rất lớn với lịch sử.

Hơn nữa, thực tế còn tồn tại một mâu thuẫn khá lớn giữa nhu cầu phát triển kinh tế đất nước và yêu cầu của những nguyên tắc/cách thức bảo tồn di tích. Nhận thức của cộng đồng về giá trị của di sản văn hoá chưa thật sâu sắc nên trong nhiều trường hợp cụ thể người ta lại muốn hy sinh văn hoá cho nhu cầu kinh tế.

Cũng phải kể tới nguyên nhân do chính sự phát triển du lịch làm ảnh hưởng trực tiếp tới trạng thái bảo quản di tích, di vật. Để phát triển du lịch, các nhà quản lý/kinh doanh du lịch đã khai thác một cách bừa bãi giá trị của di tích hoặc phá hỏng không gian cảnh quan di tích để xây dựng các dịch vụ du lịch. Vành đai bảo vệ của các di tích ngày càng bị thu hẹp. Người ta xây dựng tràn lan các cơ sở phục vụ khách tham quan/khách du lịch làm thay đổi diện mạo di tích và làm biến mất sự tồn tại của vùng cảnh quan, vốn là một nhân tố tạo sức hấp dẫn lớn đối với khách du lịch. Giá trị của di tích không còn được nhận biết.

Các di tích có một đặc tính "mong manh, dễ vỡ". Tác động của điều kiện tự nhiên (thời tiết, khí hậu) và quá trình khai thác của con người, sự quá tải của số lượng khách tham quan tại một thời điểm nào đó đã tạo nên những tác động

cơ học, hoá học làm huỷ hoại di tích và di vật như các vật dụng trang trí, các đồ thờ tự. Điều này trở thành mối nguy cơ đe dọa sự xuống cấp của các di tích, di vật. Ví dụ: chân của pho tượng đức thánh Trần Vũ bị trơn nhẵn không còn nhận biết được nét nghệ thuật trong điêu khắc do khách tham quan xoa đầu, chân lấy may những viên gạch cổ bị mòn lõm; những hàng cây không thể đâm lá do lượng người qua lại...

Sự phát triển các dịch vụ du lịch thiếu kiểm soát và sự bùng nổ du khách còn có tác động mạnh mẽ đến môi trường văn hoá và môi trường sinh thái tại các khu di tích. Tại nhiều khu di tích, du khách đã viết tên, khắc tên lên các bộ phận di tích một cách bừa bãi. Bụi bặm, khói xăng dầu, rác thải gây ô nhiễm, ảnh hưởng không ít đến di tích.

### **CHƯƠNG 3**

## **ĐỀ XUẤT CÁC GIẢI PHÁP GÓP PHẦN BẢO TỒN VÀ KHAI THÁC GIÁ TRỊ DI SẢN “THĂNG LONG TỨ TRẦN” THÀNH SẢN PHẨM DU LỊCH ĐẶC THÙ CỦA HÀ NỘI**

### **1. Chủ trương của Trung ương:**

Nhà nước cần sớm nghiên cứu và ban hành một cơ chế tổng hợp, có hiệu quả nhằm khai thác tốt hơn các di tích - tài nguyên du lịch văn hoá như: cơ chế phân công, phân cấp quản lý di tích; cơ chế định mức và các quy chuẩn về công tác bảo tồn di tích; cơ chế chính sách thu hút các nghệ nhân, các chuyên gia khoa học trong và ngoài nước đến làm việc và đóng góp cho công cuộc bảo tồn di sản văn hoá.

- Cần nghiên cứu cải tiến và nâng cao hiệu quả hoạt động của bộ máy quản lý di sản văn hoá hiện nay theo một cơ chế tách bạch, rành rọt, thực hiện được ba chức năng lớn: bảo vệ, trùng tu, khai thác.

- Cần có chính sách hỗ trợ cho người dân và các tổ chức cá nhân trong việc trùng tu, tôn tạo các di tích thuộc sở hữu tư nhân phục vụ cho phát triển du lịch và bảo tồn các giá trị văn hoá chung của dân tộc. Có chính sách cụ thể về việc phân chia quyền lợi giữa tổ chức kinh doanh du lịch với các cộng đồng dân cư.

- Bộ máy lãnh đạo các hoạt động liên quan đến công tác bảo tồn và phát huy di tích phải có tầm nhìn chiến lược, có “tuệ và tâm”

- Rà soát, sắp xếp và quy hoạch lại hoạt động kinh doanh dịch vụ du lịch tại tất cả các điểm tham quan du lịch, đặc biệt là ở những khu vực có di tích lịch sử văn hoá thường xuyên có khách đến tham quan. Mọi hoạt động kinh doanh, dịch vụ phải theo đúng luật pháp và quy chế hoạt động của điểm đến tham quan.

- Thực hiện nghiêm túc Luật Di sản văn hoá và Luật Đất đai, Chỉ thị của Thủ tướng Chính phủ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam gửi các Bộ, các Ngành và các cấp về tăng cường giữ gìn trật tự, trị an và vệ sinh môi trường tại các điểm tham quan du lịch.



- Các ngành, các cấp phối hợp cùng với Bộ Giáo dục và Đào tạo tập trung nghiên cứu, biên soạn, đưa nội dung giáo dục ý thức bảo vệ di sản văn hoá trong các trường học. Cần phải tuyên truyền, giáo dục bằng mọi phương tiện thông tin đại chúng: ti vi, đài, sách báo, tạp chí, ảnh, phim phóng sự... để cho mọi người dân thấy được tầm quan trọng và giá trị của các di tích, về bảo vệ môi trường, nâng cao ý thức trách nhiệm, tự giác đối với việc bảo vệ các di tích, môi trường nói chung và môi trường du lịch nói riêng.

- Nhà nước cần hỗ trợ kinh phí nhằm xây dựng và ứng dụng công nghệ thông tin địa lý GIS một cách đồng bộ, hoàn chỉnh trong quản lý phát triển hoạt động du lịch cũng như trong công tác quản lý bảo tồn và khai thác các tài nguyên du lịch văn hoá, bảo vệ môi trường.

## **2. Chủ trương của thành phố Hà Nội:**

Phải xác định rõ quan điểm phát triển du lịch trên cơ sở khai thác các di tích là luôn gắn công tác bảo tồn tính đa dạng, gìn giữ các giá trị di tích lịch sử văn hoá với việc khai thác phục vụ du lịch; hay nói cách khác phát triển du lịch vì mục tiêu văn hoá; đồng thời, việc bảo vệ tôn tạo di tích phải hướng tới phục vụ ngày càng tốt hơn các đối tượng đến tham quan nghiên cứu, trong đó có khách du lịch.

Khuyến khích sự tham gia của cộng đồng địa phương vào các hoạt động bảo tồn di tích, phục hồi các giá trị văn hoá truyền thống và phát triển du lịch văn hoá là nhiệm vụ quan trọng và lâu dài của các cơ quan chức năng.

Việc khai thác di tích lịch sử văn hoá phục vụ cho phát triển du lịch của Thủ Đô phải đạt được mục tiêu: Giáo dục truyền thống lịch sử thủ đô Hà Nội và lòng tự hào yêu quê hương đất nước; giới thiệu cho khách du lịch trong nước và quốc tế về lịch sử, văn hoá, nét đẹp thiên nhiên của Hà Nội; tăng thêm lợi ích kinh tế cho xã hội, cho thủ đô Hà Nội, cho người dân và các đơn vị kinh doanh du lịch. Hạn chế thấp nhất những tác động xấu từ hoạt động du lịch đối với tài sản văn hoá. Theo kinh nghiệm của các nước, thông qua phát triển du lịch, "*lấy di tích để nuôi di tích*" (*chữ nuôi ở đây mang hàm nghĩa bảo tồn, bảo vệ, trùng tu, tu sửa và phát triển*).

### **3. Nhóm các giải pháp về bảo tồn và khai thác giá trị di sản “Thăng Long Tứ trấn”:**

#### **3.1. Giải pháp về công tác bảo tồn di sản:**

##### *3.1.1. Tăng cường công tác quản lý các di tích:*

Trước hết cần định rõ những yếu tố cơ bản tác động có hiệu quả trong việc bảo vệ di tích lịch sử văn hoá, đảm bảo duy trì được tính đặc sắc cho di tích:

- Các văn bản pháp lý của quốc gia và quốc tế về bảo vệ di sản văn hoá nói chung và di tích lịch sử văn hoá nói riêng.
- Các thiết chế văn hoá là cơ quan thường trực được giao quyền quản lý tài sản văn hoá.
- Các phương pháp/cách thức bảo quản, tu sửa, tôn tạo.
- Các tổ chức quần chúng và trách nhiệm của mỗi cá nhân trong cộng đồng.

Bốn yếu tố cơ bản trên đây đều rất cần thiết và quan trọng, tác động một cách đồng bộ tới các di sản văn hoá nói chung và di sản Thăng Long Tứ trấn nói riêng nhằm mục đích bảo vệ cho di sản tồn tại lâu dài để khai thác phục vụ xã hội.

##### *3.1.2. Giải pháp về cảnh quan:*

Trước sức ép của nền kinh tế thị trường, cảnh quan đô thị đã bị tác động thay đổi nhiều, gây ảnh hưởng không nhỏ đến công trình kiến trúc cổ. Do đó cần quản lý, kiểm soát chặt chẽ việc xây dựng, quy hoạch các công trình nhà ở, khách sạn đường xá,... tại gần khu vực di tích, tránh tình trạng các công trình nhà cao tầng, đường xá,... tại gần khu vực di tích, tránh tình trạng các công trình nhà cao tầng, đường xá lấn át cảnh quan di tích.

Cần giữ nguyên cảnh quan của mỗi di tích, trùng tu tôn tạo, bảo tồn những giá trị truyền thống cổ xưa của di tích: khi trùng tu cách di tích cần giữ nguyên mẫu mã hiện vật, chọn vật liệu phù hợp tương đồng với vật liệu cũ của di tích.

Bảo vệ nguyên trạng vị trí bố trí các công trình kiến trúc trong khu di tích, không thêm bớt các công trình khác vào, tránh tình trạng làm mới toàn bộ mà mất đi kiến trúc truyền thống.

Đảm bảo vấn đề vệ sinh cảnh quan môi trường, không xả rác bừa bãi tại khu di tích văn hóa tâm linh, không hóa vàng sai nơi quy định. Không viết vẽ bậy tại khu di tích.

Dùng nguồn vốn xứng đáng cho việc bảo vệ môi trường trong tổng số vốn đầu tư cho các công trình văn hóa tâm linh này, có kế hoạch phân phối nguồn vốn vào các hạng mục một cách phù hợp.

Giáo dục nâng cao ý thức cộng đồng trong việc bảo vệ môi trường cảnh quan di tích thông qua các phương tiện thông tin đại chúng.

Việc khai thác các di tích phải làm nổi bật được những giá trị đặc sắc của di tích, của thủ đô Hà Nội, đó chính là việc tạo ra sức thu hút đối với khách tham quan, khách du lịch và cũng là linh hồn của hoạt động du lịch. Các di tích đặc sắc, độc đáo mới có sức hấp dẫn và khả năng cạnh tranh cao. Kinh nghiệm thực tiễn cho thấy, để tích có giá trị đặc sắc, cần phải cố gắng hết sức duy trì diện mạo nguyên thủy của nó, tránh sửa chữa một cách quá mức hoặc phá cũ xây mới hoàn toàn.

### *3.1.3. Giải pháp về tăng cường tuyên truyền, quảng bá:*

Tuyên truyền giáo dục, phổ biến cho quần chúng nhân dân hiểu biết đúng đắn về giá trị lễ hội và di tích lịch sử văn hóa tâm linh, làm tăng niềm tự hào dân tộc, từ đó nâng cao ý thức giữ gìn và bảo vệ nét văn hóa đặc sắc đó. Thực hiện có hiệu quả công tác tuyên truyền, giáo dục phối hợp với các cơ quan báo chí, phát thanh truyền hình nhằm tuyên truyền, quảng bá các giá trị của di tích lịch sử văn hoá.

Thông qua hoạt động của các văn phòng du lịch giới thiệu rộng rãi hơn về Thăng Long Tứ trấn nói riêng và các công trình kiến trúc tâm linh nói chung.

Đặc biệt, muốn hoạt động khai thác di tích phục vụ phát triển du lịch được đẩy mạnh và đạt hiệu quả, cần phải tăng cường công tác quảng bá, tiếp thị, tập trung giới thiệu rộng rãi các di tích dưới góc độ tài nguyên du lịch văn hoá cho

du khách trong và ngoài nước thông qua ấn phẩm quảng cáo, tập gấp, sách hướng dẫn, mạng Internet, các cuộc hội chợ, triển lãm...

Mở rộng mối quan hệ quốc tế trong lĩnh vực bảo vệ và khai thác di sản để tranh thủ sự trợ giúp về vật chất và tinh thần của các nước trên thế giới và khu vực cần kêu gọi sự đóng góp của các tổ chức cá nhân trong và ngoài nước để thành lập quỹ hỗ trợ bảo tồn và phát triển di tích, góp phần vào công cuộc bảo tồn và phát huy giá trị các di tích.

#### *3.1.4. Giải pháp về nâng cao nhận thức người dân.*

Thực tế khi lên thắp hương ở các Đền, Chùa, lễ vật thắp hương không cần đơn giản nhưng tinh khiết. Do trong đền thờ có nhiều hình thức thờ cúng khác nhau (thờ thần, thờ thánh, thờ Phật, thờ Mẫu,...) nên việc sắp lễ thắp hương cũng cần chú ý nhiều.

Đền là nơi thanh tịnh, tôn nghiêm nên vào dâng lễ hay văn cảnh, người vào phải giữ được tôn nghiêm, thanh tịnh, không có những hành động, lời nói không hay không lịch sự, không ăn mặc hở hang, kệch cỡm.

Không tự tiện lấy tài sản của các Đền, Đình, Chùa, Miếu, Điện,... làm vật sở hữu của mình. Mọi vật ở những nơi thờ tự đó, dù chỉ là cành cây, viên gạch,... không ai được phép nhặt làm của riêng cho mình, trừ khi có sự cho phép của người quản lí.

Đồ được phép lấy khi có sự cho phép của người quản lí là hoa quả, bánh kẹo, oản, vài cành củi, lá cây, viên gạch... những loại hình người đến cúng coi là “lộc”.

Trên các bàn thờ Phật thì tuyệt nhiên không được thắp hương lễ mặn, rượu và thuốc lá, vì những thứ này nhà Phật cấm kị. Nhiều người còn sắm cả tiền vàng, tiền âm phủ và đồ mã. Khi lên thắp hương tại ban Phật, các loại tiền giấy âm phủ và cả tiền thật cũng không được phép đặt lên hương án của chính điện. Điều kiêng kị nữa là việc kẹp tiền vào mâm hoa quả dâng cúng, vì cách làm đó phạm luật tục dâng cúng phẩm vật tại chính điện, làm mất vẻ thanh tịnh thờ Phật.

Trên các bàn thờ Thánh, Thần, Mẫu, thì đơn giản hơn không yêu cầu khắc khe như thờ Phật, có thể sắm lễ mặn gà, giò, chả, rượu, trầu cau,... nhưng cũng không nên làm quá cầu kì, tốn kém.

Người dân đến Đền, Chùa, thắp hương chỉ mỗi người một nén là đủ. Không thắp nhiều hương gây tình trạng khói nhiều ám vào công trình kiến trúc, nhanh hỏng, lại dễ gây hỏa hoạn. Chỉ cần có lòng thành, không cần nhiều hương khói lễ vật.

Không nhét tiền vào các tượng thờ, vừa gây mất mỹ quan, vừa tạo cảm giác “đút lót” thần thánh. Nên để tiền vào trong hòm công đức thay cho việc nhét tiền vào tượng.

Khi vào Chùa lễ Phật, nên vào lễ ban Đức Ông trước, sau đó mới vào lễ ở Tam Bảo và các ban khác. Vào Đền lễ Thần Thánh thì lễ ở ngoài tiền đường trước, rồi sau đó vào lễ riêng trong các Cung Thánh ở trong.

### *3.1.5. Áp dụng thành tựu khoa học và đào tạo nhân lực.*

Áp dụng những thành tựu khoa học và kỹ thuật mới nhất vào lĩnh vực bảo tồn và phát huy di tích là: thành tựu tin học phục vụ cho việc xây dựng và quản lý hệ thống dữ liệu về di tích và bảo tàng, ứng dụng hoá chất vào việc bảo quản di tích, sử dụng vật liệu hiện đại cho việc tu bổ di tích; ứng dụng công nghệ 3D trong việc phục dựng không gian di tích,...

Tạo điều kiện cho cán bộ quản lý ngành du lịch và văn hoá được học tập kinh nghiệm quản lý và khai thác tài nguyên tại các nước, các vùng trong khu vực và trên thế giới phục vụ cho phát triển du lịch, bảo tồn di sản văn hoá.

Đẩy mạnh các hoạt động nghiên cứu tìm hiểu tại các địa điểm di tích văn hóa tâm linh, với các đối tượng khách là học sinh, sinh viên, các nhà nghiên cứu,... Tăng cường tổ chức các cuộc thi tìm hiểu về di tích, lễ hội, các trò chơi dân gian, các loại hình nghệ thuật truyền thống.

### **3.2. Giải pháp về khai thác giá trị di sản:**

#### **3.2.1. Giải pháp về tổ chức và quản lý:**

Để giải quyết có hiệu quả những vấn đề liên quan đến bảo tồn các đền thờ và đề hoạt động du lịch phát triển bền vững cần có sự nâng cao tăng cường công tác quản lý của nhà nước.

Cần có sự quản lý chỉ đạo thống nhất từ trung ương đến địa phương. Chính quyền phường, quận, các ngành văn hóa, các ban ngành đoàn thể cần có sự phối hợp thống nhất chặt chẽ để tổ chức khai thác các thế mạnh của Thăng Long Tứ trấn.

Cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các bộ, ban ngành, các cơ quan, các công ty du lịch,... trong hoạt động du lịch và bảo tồn Thăng Long Tứ trấn, tránh tình trạng chông chéo về quyền lợi và nghĩa vụ của các bên tham gia.

Xây dựng cơ quan chuyên trách về các di tích lịch sử văn hóa tâm linh ở Hà Nội. Cơ quan này tồn tại song song với cơ quan kiểm tra giám sát mọi hoạt động diễn ra tại các di tích văn hóa tâm linh Hà Nội.

Tăng cường công tác nghiên cứu thống kê để có cơ sở khoa học cho việc tăng cường tổ chức quản lý các hoạt động bảo tồn cũng như tôn tạo và phát triển du lịch.

Thường xuyên kiểm tra giám sát các hoạt động kinh doanh du lịch, bảo vệ, tôn tạo các công trình kiến trúc, các di tích lịch sử văn hóa tâm linh. Nghiêm cấm tuyệt đối các hành vi bói toán, mê tín dị đoan, cờ bạc, rượu chè.

Tập trung các hộ kinh doanh buôn bán đồ lễ dưới sự quản lý chung của di tích, trở thành bộ phận trong đội ngũ nhân sự của di tích.

Đẩy mạnh công tác quản lý giám sát, nâng cao chất lượng các dịch vụ hiện đang khai thác phục vụ khách tham quan tại các điểm di tích như: dịch vụ bán đồ lưu niệm, bán hàng giải khát, dịch vụ bán vé tham quan, thuyết minh tại chỗ... nhằm giảm thiểu mọi phiền hà không đáng có cho khách du lịch, đảm bảo chất lượng hàng hoá, dịch vụ trong sự quản lý của ngành Du lịch.

Các ngành có liên quan như Công an thành phố, Giao thông vận tải, Tài nguyên và Môi trường, các tổ chức chính quyền cần phối hợp chặt chẽ với

ngành Văn hoá, Thể thao và Du lịch để triển khai những biện pháp đồng bộ nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho du khách đến tham quan.

### *3.2.2. Nâng cao chất lượng, đa dạng hóa sản phẩm du lịch*

Hình thành chiến lược sản phẩm du lịch phù hợp với tiềm năng và thế mạnh của Thủ đô; chú trọng phát triển và nâng cao chất lượng các sản phẩm du lịch văn hoá. Nghiên cứu kỹ thị trường du lịch và xây dựng các sản phẩm du lịch phù hợp với từng loại thị trường để khai thác tài nguyên du lịch của Thủ Đô nói chung và các di tích lịch sử văn hoá nói riêng hiệu quả hơn.

Có thể tổ chức đan xen các loại hình văn hoá truyền thống ngay tại các điểm đến của Thăng Long Tứ trấn để chương trình du lịch thêm sinh động, kéo dài thời gian lưu lại của khách.

Đề ra nhiều lịch trình tour mới cho việc phát triển Thăng Long Tứ trấn nói riêng và các di tích lịch sử văn hóa tâm linh nói chung, đa dạng hóa hình thức phục vụ, nâng cao chất lượng dịch vụ và du lịch.

Đề xuất các tour mở cụ thể cho từng đối tượng khách thăm quan Thăng Long Tứ Trấn: khách là người cao tuổi, là sinh viên, nhà nghiên cứu, người văn cảnh,...

Tại Thăng Long Tứ trấn cần thay đổi phương thức kinh doanh phục vụ du khách: mở rộng các bộ phận kinh doanh hoạt động viết sớ, hát lễ, dâng lễ, bán đồ cúng, xem bói, xem tướng,... tại một địa điểm quy định trong khu di tích và các bộ phận này chịu sự quản lý của các cơ quan chức năng có thẩm quyền, tương tự như các điểm du lịch tâm linh lớn hiện nay: đền Chu Văn An, Chùa Côn Sơn, đền Kiếp Bạc (Hải Dương), Văn Miếu Quốc Tử Giám (Hà Nội)

### *3.2.3. Giải pháp về nguồn nhân lực:*

Nâng cao chất lượng hoạt động thuyết minh hướng dẫn tại các điểm tham quan di tích bằng cách tăng cường đào tạo đội ngũ hướng dẫn viên du lịch và các thuyết minh viên tại các địa danh để đạt yêu cầu cao về trình độ, ngoại ngữ, cách giao tiếp ứng xử với khách. Tổ chức lại việc đón tiếp khách, giới thiệu, trưng bày và tổ chức các sự kiện tránh cảm giác tẻ nhạt, nhàm chán.

Cần xác định việc đào tạo nguồn nhân lực, nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên là điều quan trọng trong việc phát triển du lịch bền vững. Yếu tố con người luôn được quan tâm đặc biệt trong ngành du lịch.

Trước hết, cần nâng cao năng lực quản lí của các lãnh đạo các phòng ban văn hóa của phường, quận, thành phố, ban quản lí, người quản lí di tích,... để bảo tồn và khai thác tốt hơn các di tích lịch sử văn hóa tâm linh.

Các công ty du lịch cần nâng cao năng lực người điều hành, đưa ra được những chương trình tour du lịch mới, những tour du lịch hấp dẫn về với các di tích lịch sử văn hóa tâm linh.

Đội ngũ hướng dẫn viên, người quản lí di tích (người thủ từ, sư trụ trì,...) Cần nâng cao trình độ hiểu biết để giới thiệu một cách đầy đủ nhất, hấp dẫn nhất về di tích.

Phân công lao động hợp lí, đúng chuyên ngành, trình độ, sức khỏe để đạt hiệu quả công việc cao.

### *3.2.3. Giải pháp về khai thác tối đa lợi ích:*

Trước tiên, để tiềm năng du lịch tại những công trình này không bị lãng phí thì phải khai thác được tối đa lợi ích mà nó mang lại cho hoạt động du lịch. Tuy nhiên, để hoạt động du lịch tại đây mang lại tối đa nguồn lợi nhuận cho nhà kinh doanh thì chất lượng dịch vụ phải đáp ứng được tối đa nhu cầu của khách du lịch.

Tại các điểm đã và đang được khai thác, đối với cơ sở hạ tầng cần thường xuyên nâng cấp, chỉnh sửa. Đặc biệt với hệ thống giao thông, cần nghiên cứu xây dựng đường giao thông một chiều xung quanh điểm du lịch tránh ùn tắc, bãi xe rộng, không quá gần điểm chính ảnh hưởng đến cảnh quan nhưng cũng không quá xa bất tiện cho việc đón trả khách. Đối với cơ sở vật chất kỹ thuật, các cơ quan chức năng cần giám sát, quản lý chặt chẽ những cơ sở ăn uống, lưu trú bình dân do dân địa phương tổ chức kinh doanh để đảm bảo chất lượng. Cần quan tâm đầu tư, xây dựng thêm các cơ sở lưu trú, ăn uống chất lượng cao ở những điểm du lịch xa trung tâm để thu hút thêm khách du lịch có khả năng chi trả cao và du khách nước ngoài. Cần đa dạng hóa các phương tiện vận chuyển



vừa tránh tắc nghẽn trên một tuyến đường vừa giúp du khách thuận tiện và tiết kiệm thời gian hơn trong di chuyển.

Về dịch vụ, các hoạt động kinh doanh nhỏ lẻ của dân địa phương tại điểm nên đưa vào dưới sự quản lý của cơ quan chức năng, nên có biện pháp xóa bỏ triệt để tình trạng chèo kéo, chèn ép khách, tự ý nâng giá các mặt hàng tùy thời vụ, trừng phạt nghiêm khắc các hiện tượng ăn xin, ăn bám, móc túi, trộm cắp. Tại mỗi điểm cần tổ chức một trung tâm thông tin văn hóa, phát hành các ấn phẩm về điểm du lịch tạo thế mạnh quảng bá, cung cấp hướng dẫn viên tại điểm cũng như trang thiết bị cần thiết phục vụ cho tour tuyến của du khách.

Đối với các công ty du lịch, cần thu hút khách du lịch ngoài thời vụ bằng các chương trình quảng bá, các chính sách giảm giá,...

## KẾT LUẬN

Hà Nội mảnh đất ngàn năm văn hiến, nơi hội tụ biết bao tinh hoa của đất trời Việt Nam, trải bao thăng trầm của lịch sử, Hà Nội vẫn giữ được nét đẹp rất riêng của Á Đông. Không quá ồn ào sôi động nhưng cũng không quá tĩnh lặng, Hà Nội mang trong mình những nét đẹp thanh cao tao nhã hài hòa truyền thống. Vốn được thiên nhiên đất trời ưu đãi về điều kiện tự nhiên và khí hậu, thêm vào đó lại có điều kiện thuận lợi để phát triển văn hóa xã hội, để nơi đây trở thành điểm hội tụ tinh hoa của cả nước. Người dân Hà Thành bao đời qua đã gửi tâm hồn mình vào những giá trị truyền thống, làm nên một Hà Nội ngàn năm văn hiến.

Hà Nội đang từng ngày thay da đổi thịt, ngày càng đẹp hơn, văn minh hơn, hiện đại hơn. Song song với đó vẫn còn một Hà Nội truyền thống cổ kính, nho nhã lịch thiệp và những giá trị truyền thống quý báu. Nếu biết khai thác những giá trị đó một cách hợp lý thì Hà Nội sẽ càng hấp dẫn du khách hơn nữa bởi sự hiện đại và cổ kính của mình.

Nếu việc thờ Cao Sơn và Linh Lang là sự phát huy các giá trị cổ truyền của văn hóa dân tộc thì các đền Quán Thánh và Bạch Mã lại là tiếp thu tinh hoa văn hóa lớn của nhân loại ở ngay láng giềng gần gũi giúp cho dân tộc luôn đi lên bằng cả hai sức mạnh là nội lực và ngoại sinh. Tầm nhìn ấy của cha ông từ nghìn năm trước, ngày càng là bài học cho chúng ta, nhất là thời mở cửa, thông tin bùng nổ, chúng ta càng hòa đồng càng kết tinh. Trong cuộc cách mạng công nghiệp hóa hiện đại hóa, chúng ta đi sau nhưng biết đón đầu sẽ mau sánh bước cùng bầu bạn. Trong cả nước, đô thị hóa đang đà phi mã, nhiều thành phố mọc lên, song trong quy hoạch vẫn có thể học được ở Thăng Long Tứ trấn tầm nhìn xuyên thời đại.

Thăng Long Tứ trấn - niềm tự hào của nét đẹp văn hóa tâm linh nước ta, là những công trình mang kiến trúc cổ xưa, địa chỉ du lịch lí tưởng đối với những du khách muốn tìm hiểu về lịch sử văn hóa Việt Nam. Bảo tồn, giữ gìn và phát huy những giá trị văn hóa dân tộc là nét đẹp trong văn hóa truyền thống của

dân tộc ta, cũng đồng thời làm cho Thăng Long Tứ Trấn trở thành sản phẩm du lịch đặc thù hấp dẫn có giá trị cao về mặt văn hóa.

Mặc dù cố gắng rất nhiều nhưng do vốn kiến thức thực tế còn ít, nên bài khóa luận còn nhiều sai sót và hạn chế... Do đó em rất mong nhận được sự cảm thông cùng những ý kiến đóng góp quý báu của các thầy cô giáo.

Em xin chân thành cảm ơn Thầy Bùi Văn Hòa, cùng các thầy, cô trong Khoa Văn hóa du lịch, Trường Đại học Dân Lập Hải Phòng đã giúp em hoàn thành bài khóa luận tốt nghiệp này.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

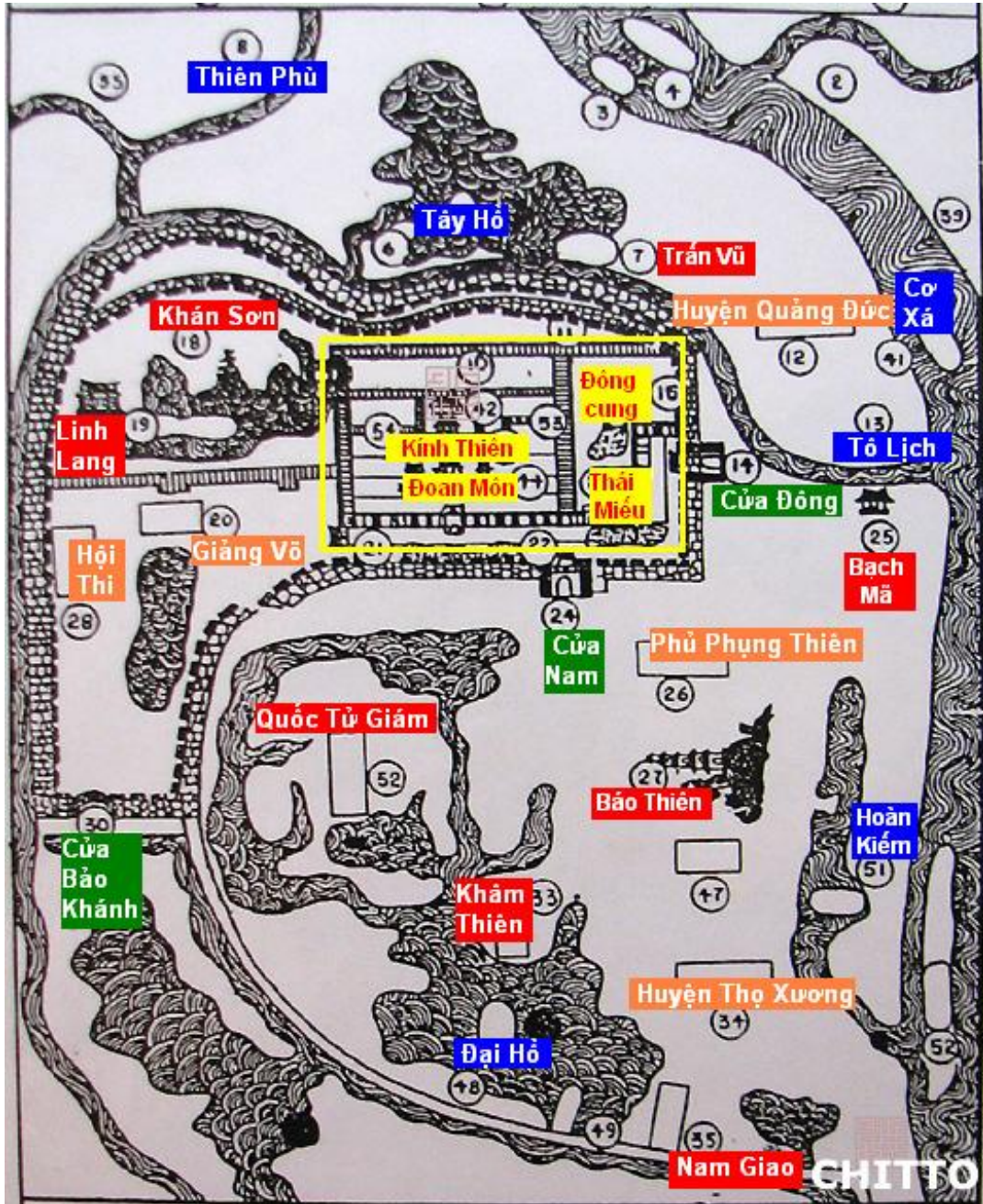
### Sách tham khảo

1. Nguyễn Đăng Duy (2009). *Văn Hóa Tâm Linh*. NXB Văn Hóa Thông Tin
2. Phạm Văn Khoái(2007). *Hán Nôm dành cho du lịch*. NXB Đại Học Quốc Gia Hà Nội.
3. Trương Thìn, Đại Đức Thích Nghiêm Minh(2009). *Lên Chùa Lễ Phật*. NXB – Hà Nội.
4. Mai Thục(2006). *Tinh hoa Hà Nội*. NXB Văn Hóa Thông Tin
5. Doãn Doan Trinh(2003). *Hà Nội Địa Chỉ Du Lịch Văn Hóa*. NXB Văn Hóa Thông Tin.
6. Dương Văn Sáu(2007). *Di tích lịch sử văn hóa và danh lam thắng Việt Nam*. NXB Đại Học Quốc Gia Hà Nội.

### II. Internet

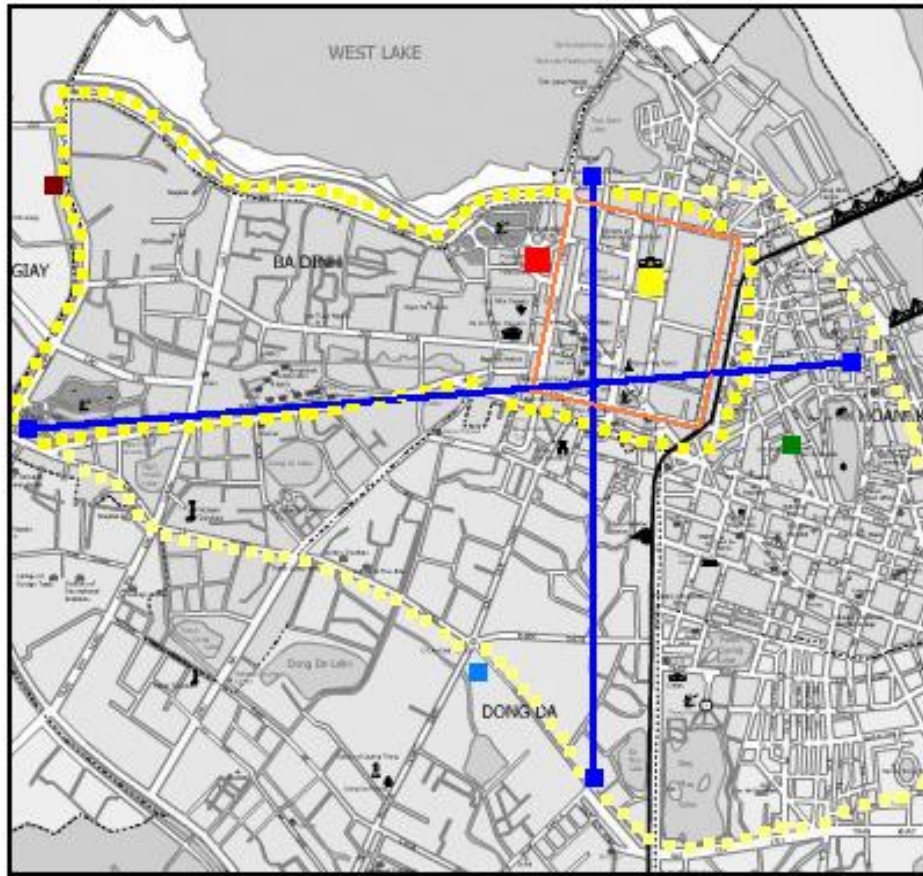
1. google.com.vn
2. vi.wikipedia.org
3. baomoi.com

## PHỤ LỤC

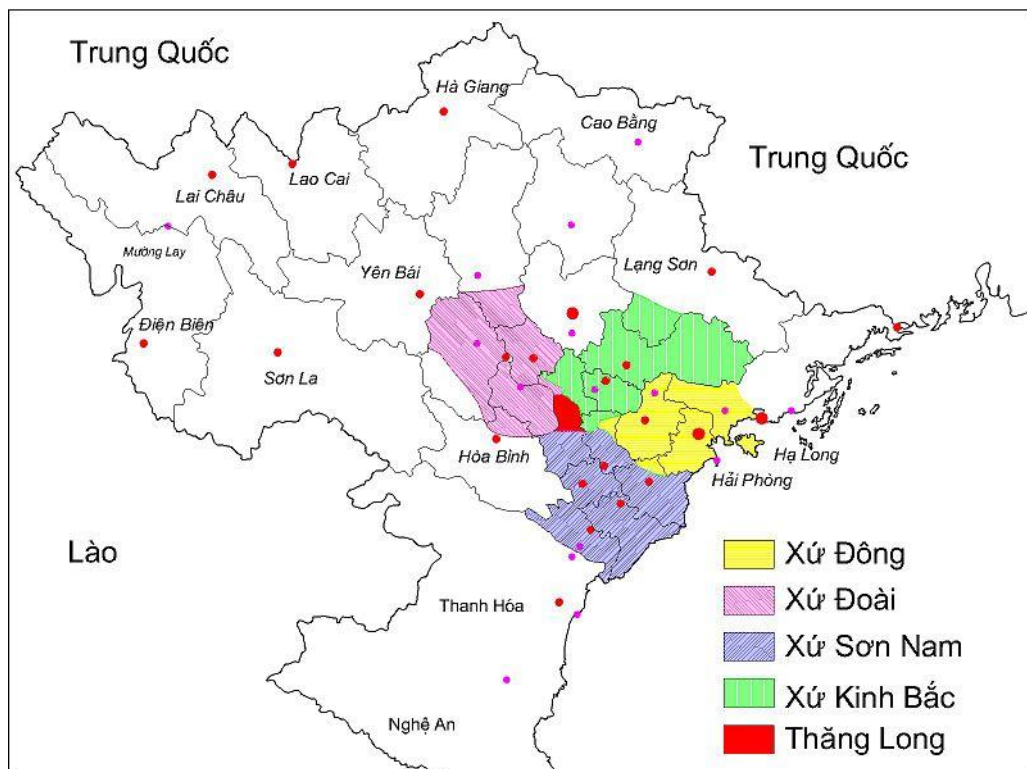


Bản đồ Thăng Long Tứ trấn





Thăng Long Tứ trấn trên bản đồ HN



Thăng Long Tứ trấn theo nghĩa thứ 2



Đền Bạch Mã trên phố Hàng Buồm



Phong đình đền Bạch Mã





Đình - Đền Kim Liên



Đền Quán Thánh





Tượng Huyền Thiên Trần Vũ





Đền Voi Phục sau đại lễ 1000 năm Thăng Long



Đền Voi Phục thế kỷ XIX