

DU LỊCH VĂN HÓA: NHỮNG CHIỀU TÁC ĐỘNG VÀ TÍNH BỀN VỮNG TRONG PHÁT TRIỂN

Nguyễn Thị Phương Châm

Trong các loại hình du lịch đang phổ biến ở Việt Nam hiện nay, du lịch văn hóa đang ngày càng phát triển mang lại giá trị kinh tế, văn hóa, xã hội cho các cộng đồng và cả quốc gia, góp phần không nhỏ trong việc định hình và định hình lại nhiều thực hành văn hóa. Trong bối cảnh đó, nghiên cứu để làm rõ các chiều tác động của du lịch văn hóa đến các giá trị văn hóa của cộng đồng và chỉ ra tính bền vững trong phát triển du lịch văn hóa hiện nay sẽ mang lại những đóng góp đáng kể cho việc hiểu và đánh giá đúng về du lịch văn hóa, từ đó có những cách ứng xử hay những chính sách, những cách làm hợp lý hơn, hiệu quả hơn thúc đẩy sự phát triển bền vững của loại hình du lịch này.

1. Khái niệm Du lịch văn hóa

Khái niệm Du lịch văn hóa không đơn thuần là sự cộng lại của khái niệm Du lịch và khái niệm Văn hóa mà đây là một loại hình du lịch có nội hàm phong phú, gắn với nhiều ý nghĩa rộng, hẹp khác nhau cũng như gắn bó chặt chẽ với những thực hành, trải nghiệm văn hóa của các cộng đồng chủ thể và khách du lịch.

Prohaska, S. (1995: 35) đã xác định: “Theo nghĩa hẹp, nó (du lịch văn hóa – NTPC) bao gồm sự di chuyển của con người về cơ bản các động lực văn hóa như tham quan học tập, biểu diễn nghệ thuật, du lịch đến lễ hội, tham quan các địa điểm và di tích, văn hóa dân gian, hành hương. Theo nghĩa rộng, tất cả các chuyển động của con người có thể được bao gồm trong định nghĩa bởi vì chúng thỏa mãn nhu cầu đa dạng của con người, có xu hướng nâng cao trình độ văn hóa của cá nhân và làm phát sinh kiến thức, kinh nghiệm và trình bao quát mới”.

Craik (1997: 121) cho rằng du lịch văn hóa bao gồm “các cuộc tham quan những nền văn hoá và địa điểm khác để học hỏi về con người, lối sống, di sản, và nghệ thuật trong một hình thức thông tin đại diện một cách tự nhiên cho bối cảnh văn hoá và lịch sử của những con người đó”.

Từ các chuyên ngành khác nhau cũng có cách định nghĩa về du lịch văn hóa khác nhau.

Ví như, từ góc độ Dân tộc học, du lịch văn hóa có thể được định nghĩa là một loại hình du lịch quan tâm đặc biệt tới việc tìm kiếm và tham gia vào các trải nghiệm văn hóa mới và sâu sắc về thẩm mỹ, cảm xúc trí tuệ hoặc tâm lý (Reisinger 1994: 24). Từ góc độ Nhân học, du lịch văn hóa được hiểu không chỉ là những nghi thức, nghi lễ và điệu nhảy mà cư dân có thể thực hiện cho khách du lịch tại các trung tâm văn hóa. Ý nghĩa phong phú hơn của văn hóa đề cập đến những hoạt động gắn liền với nhiều truyền thống riêng tư và chưa được biết đến và đó chính là một phần của cuộc sống hàng ngày của người dân địa phương (Fridgen 1996: 77). Từ góc độ Du lịch học, tác giả Phạm Quang Hưng cho rằng: “Nội dung về du lịch văn hóa rất rộng, nhưng thường được hiểu một cách đơn giản và phổ biến là sự tìm kiếm và trải nghiệm của du khách đối với các lĩnh vực liên quan tới sản phẩm văn hóa; các hoạt động lễ hội, lễ kỷ niệm, sự kiện, lễ nghi; các di sản vật thể và phi vật thể. Bên cạnh đó, du lịch văn hóa còn bao gồm cả những hoạt động liên quan tới xây dựng, quản lý và phát triển chúng như bảo tồn các di sản, nghiên cứu, xây dựng tư liệu, đánh giá các giá trị văn hóa và lịch sử, thuyết minh về văn hóa, quản lý các điểm di sản, quản lý lễ hội và sự kiện, bảo tồn di sản, khảo cổ và kiến trúc, đầu tư và xúc tiến quảng bá”⁽¹⁾.

Theo Luật Du lịch (2006), du lịch văn hóa được xác định là hình thức du lịch dựa vào bản sắc văn hóa dân tộc với sự tham gia của cộng đồng nhằm bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống (Chương I, Điều 4, khoản 20). Đến năm 2017, trong Luật Du lịch sửa đổi, du lịch văn hóa được định nghĩa là loại hình du lịch được phát triển trên cơ sở khai thác giá trị văn hóa, góp phần bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống, tôn vinh giá trị văn hóa mới của nhân loại (Chương I, Điều 3, khoản 17).

Không trực tiếp định nghĩa du lịch văn hóa nhưng Nguyễn Ngọc đưa ra cách hiểu rất thực tế về khái niệm này: “Du lịch bao giờ cũng là văn hóa, là trao đổi văn hóa, là hành động của những con người tìm đến với nhau bằng văn hóa, qua văn hóa. Du lịch rất cần tìm hiểu cho ra sự chuyển động và hình thành văn hóa mới của chuyển động đó trên vùng đất này để làm món “hàng độc” của mình. Hướng đi mới, theo tôi, chính là một hướng đi văn hóa, theo nghĩa sâu xa và cũng rất thời sự của văn hóa”⁽²⁾.

Qua những cách hiểu trên, có thể thấy từ mỗi góc nhìn khác nhau nội hàm khái niệm này được xác định với những nét nghĩa khác nhau song luôn có điểm chung là du lịch văn hóa được gắn với những trải nghiệm văn hóa, trao đổi văn hóa, tương tác văn hóa và cộng đồng văn hóa. Du lịch văn hóa là loại hình du lịch đề cao sự trải nghiệm của khách du lịch đối với các thực hành văn hóa ở nơi họ đến, những trải nghiệm này giúp họ hiểu biết hơn về các thực hành văn hóa cũng như con người nơi đó, điều này giúp họ được thỏa mãn nhu cầu về vật chất và tinh thần đối với hoạt động du lịch của mình.

Từ giới thuyết về du lịch văn hóa như vậy, chúng ta có thể nhìn ra những đặc điểm cơ bản của du lịch văn hóa. Trước hết, *du lịch văn hóa là một loại hình du lịch mang tính đa dạng và tích hợp cao*. Đây là loại hình du lịch dựa trên nguồn tài nguyên văn hóa của các cộng đồng dân cư trên khắp cả nước, trong khi văn hóa Việt Nam luôn là một nền văn hóa đa dạng trên nền tảng của đa dạng sinh thái, đa dạng tộc người và đa dạng các biểu đạt văn hóa. Các cộng đồng cư dân ở Việt Nam chính là các cộng đồng văn hóa và có sự đa dạng theo sinh thái, tộc người,

vùng miền, nghề nghiệp... Chính sự đa dạng này là nguồn lực dồi dào cho phát triển du lịch nói chung và du lịch văn hóa nói riêng. Loại hình du lịch văn hóa cũng tích hợp trong nó nhiều loại hình du lịch khác như du lịch cộng đồng, du lịch tham quan, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch vui chơi giải trí, du lịch sinh thái, du lịch tâm linh, du lịch khám phá, du lịch mạo hiểm,... bởi vì trong các loại hình này yếu tố văn hóa luôn có vai trò quan trọng quyết định sự thành công hay không thành công của chuyến du lịch. Có thể lấy ví dụ chuyến du lịch đến một cộng đồng văn hóa là Hoàng Su Phì, Hà Giang chẳng hạn, du khách có thể cùng lúc trải nghiệm đa dạng các nét văn hóa của người Dao, người Tày ở đây qua trang phục, nhà ở, sinh hoạt văn nghệ, món ăn, thổ cẩm, đồ dùng,... khám phá các cảnh đẹp nơi đây (cánh đồng lúa trên ruộng bậc thang, các cung đường thơ mộng, những ngọn đồi, con dốc, các loài cây, hoa,...), tham quan di tích đền Cổng Trời, di tích Quốc gia Thông Nguyên, Nậm Ty, tham gia các hoạt động thể thao (đạp xe, leo núi,...), nghỉ dưỡng trong các khu sinh thái hay ở ngay trong gia đình người Dao, người Tày các làng Phìn Hồ, Giàng Thượng, Làng Giang,... giao lưu văn hóa nghệ thuật với người dân địa phương và du khách đến từ nhiều vùng miền, quốc gia,... Như vậy, qua chuyến du lịch đó, du khách có trải nghiệm để hiểu biết sâu hơn về đời sống văn hóa (từ văn hóa sản xuất đến văn hóa tinh thần, từ văn hóa nghệ thuật đến văn hóa tâm linh) của các cộng đồng địa phương ở Hoàng Su Phì, hiểu biết rõ hơn về cảnh quan thiên nhiên vùng núi Đông Bắc này, những di tích lịch sử, văn hóa và cũng hiểu hơn về vùng đất, con người Hoàng Su Phì. Qua chuyến du lịch văn hóa như vậy, các nhu cầu khám phá, hiểu biết, trải nghiệm cũng như vui chơi giải trí của du khách đều được đáp ứng. Với sự đa dạng, phong phú như vậy, du lịch văn hóa là loại hình du lịch đặc sắc trong các loại hình du lịch hiện nay.

Du lịch văn hóa là loại hình du lịch thấm đẫm tính nhân văn. Tham gia vào du lịch văn hóa, du khách và cộng đồng cùng tham gia vào quá trình học văn hóa, khám phá văn hóa, tương tác văn hóa, thích ứng văn hóa,... tất cả những quá trình này giúp bồi đắp tính nhân văn cho

con người, giúp mọi người hiểu biết, chia sẻ và tôn trọng sự đa dạng văn hóa của nhau, học tập ở nhau những phong tục tập quán, những thói quen hay đơn giản chỉ là một món ăn ngon và lạ, ... Không chỉ vậy, tham gia vào quá trình tìm hiểu, khám phá, tương tác, giao lưu văn hóa, con người có thể xích lại gần nhau hơn trong sự đoàn kết và ấm áp, cùng nhau thưởng thức những giá trị văn hóa, những thực hành văn hóa mang đậm tính nhân văn.

Du lịch văn hóa đề cao tài nguyên văn hóa của các cộng đồng trong vai trò là chủ thể văn hóa. Đa dạng các biểu đạt văn hóa cùng với sự đa dạng của các cộng đồng luôn được xác định là tài nguyên vô giá cho sự phát triển du lịch, tạo ra sức hấp dẫn của điểm đến du lịch, là chất liệu quan trọng để xây dựng các sản phẩm du lịch đặc trưng. Không có nền tảng văn hóa đương nhiên không thể có được loại hình du lịch văn hóa, chính vì vậy nền tảng văn hóa có vai trò vô cùng quan trọng tạo ra và duy trì, phát triển loại hình du lịch văn hóa. Khẳng định như vậy không có nghĩa các tài nguyên văn hóa của các cộng đồng đương nhiên là các sản phẩm du lịch của loại hình du lịch văn hóa mà muốn tạo ra sản phẩm du lịch, các cộng đồng chủ thể phải có ý thức về điều đó và cơ cấu lại các thực hành văn hóa của mình, thậm chí sáng tạo, làm mới, làm nổi bật hơn các thực hành văn hóa đó để phục vụ cho du lịch. Chính quá trình ý thức và làm mới, làm mới các thực hành văn hóa, các cộng đồng làm giàu có thêm vốn văn hóa của mình và chuyển động vốn văn hóa đó cho phù hợp với bối cảnh mới. Quá trình tương tác văn hóa, sáng tạo văn hóa, thích ứng văn hóa nhờ đó mà được tiếp nối liên tục.

2. Tác động của du lịch văn hóa đến các giá trị văn hóa

Như đã khẳng định, du lịch văn hóa được xây dựng và phát triển trên nền tảng của các giá trị văn hóa, song khi đã phát triển và hoạt động ổn định thì du lịch văn hóa lại có những tác động to lớn đến các giá trị văn hóa theo nhiều chiều hướng khác nhau mà ở đây chúng tôi sẽ đề cập đến một số chiều hướng cơ bản.

Du lịch văn hóa khiến cho người dân ý thức hơn về các giá trị văn hóa của mình. Khi

nghiên cứu về du lịch ở Bali, Indonesia, Shepherd cho rằng: “Du lịch... đã khiến cư dân địa phương tự ý thức về một thứ mà họ sở hữu được gọi là văn hóa” (2002: 94). Kết luận này của Shepherd có sự chia sẻ với nhiều nghiên cứu trường hợp về du lịch văn hóa ở Việt Nam, ví như luận án của Malita Allan, Nguyễn Tuệ Chi, Nguyễn Thị Hồng Tâm, ... về du lịch và bản sắc tộc người Mường và Thái ở Hoà Bình...⁽³⁾. Do có sự phát triển của du lịch người dân địa phương ý thức được các giá trị văn hóa của họ hấp dẫn khách du lịch và có thể trở thành nguồn lực quan trọng cho phát triển kinh tế hộ gia đình cũng như nâng cao đời sống của cộng đồng. Trước khi có du lịch, họ vẫn thực hành văn hóa song không phải lúc nào cũng ý thức được những thực hành văn hóa đó là giá trị, là tài sản. Khi có sự phát triển du lịch, không những họ ý thức về gia tài văn hóa của mình mà còn ý thức về việc bảo vệ nó thế nào, thực hành nó ra sao để tạo ra giá trị thu hút khách du lịch. Nhận thức rõ về văn hóa của mình, hiểu về văn hóa của mình chính là một phương cách hữu hiệu để kết nối, để tạo dựng nên những sản phẩm du lịch văn hóa và cũng là để bảo vệ và phát huy gia tài văn hóa của họ.

Du lịch văn hóa là môi trường quan trọng cho sự hồi sinh và sáng tạo nhiều thực hành văn hóa truyền thống. Theo dòng thời gian, ở nhiều cộng đồng, nhiều nét văn hóa truyền thống đã không còn được thực hành nữa do nhiều nguyên nhân song trong bối cảnh phát triển du lịch văn hóa, nhiều nét văn hóa truyền thống đã được khôi phục tạo điểm nhấn cần thiết cho du lịch và cũng là cách để thu hút du khách đến với các cộng đồng. Ví dụ như việc phục dựng Lễ hội Lam Kinh năm 2005, Lễ hội Xên mường (Mai Châu, Hoà Bình) năm 2010, lễ hội Cầu Ngư ở Nha Trang năm 2010, lễ hội Quảng Chiếu ở Huế năm 2016, ... Những nét văn hóa được phục dựng lại luôn in đậm dấu ấn sáng tạo của cộng đồng để những nét văn hóa này phù hợp với xã hội đương đại và phù hợp với bối cảnh phát triển du lịch văn hóa tại địa phương. Nghiên cứu của tác giả Hoàng Cẩm (2014) đã chỉ ra sự hồi sinh văn hóa dân gian của một cộng đồng tộc người thiểu số ở Tây Nguyên trong bối cảnh du lịch: “Nhu cầu thưởng thức văn hóa tộc người của

khách du lịch đã tạo điều kiện cho sự phục hồi và phát triển mạnh mẽ của văn hoá, văn nghệ dân gian sau nhiều năm bị lãng quên do môi trường diễn xướng bị mai một” hay “Sự phát triển của du lịch văn hoá đi kèm với nó là nguồn lợi kinh tế từ việc ‘bán’ các sản phẩm văn hoá cho khách du lịch đã trở thành một chất xúc tác cho người dân tự sưu tầm và bảo tồn các thực hành văn hoá truyền thống của họ”. Không chỉ hồi sinh văn hoá truyền thống mà rất nhiều cộng đồng còn sáng tạo thêm nhiều nét văn hoá dựa trên cơ sở của truyền thống và xác định rõ là để phục vụ du lịch, ví như trường hợp các festival ở các điểm du lịch nổi tiếng như: Đà Lạt, Nha Trang, Đà Nẵng, Hạ Long,...

Du lịch văn hoá tạo cơ hội cho các cộng đồng địa phương, tộc người khẳng định bản sắc văn hoá và tạo dựng nhiều bản sắc. Bản sắc văn hoá của mỗi cộng đồng được định hình và tạo dựng trong nhiều bối cảnh khác nhau, trong đó có bối cảnh phát triển của du lịch văn hoá. Từ trải nghiệm sâu quá trình làm du lịch văn hoá ở cộng đồng người Thái Mai Châu, Hoà Bình, Malita Allan đã nhận thấy rõ: “Du lịch cung cấp không gian để họ có thể sáng tạo và thể hiện nhiều bản sắc mà họ gắn bó” (2011: 215). Thực tế, các cộng đồng địa phương có phát triển du lịch văn hoá đều cố gắng một cách có chủ đích khẳng định bản sắc văn hoá riêng của mình để quảng bá du lịch, ví như người Thái, người Mường ở Hoà Bình, người Mông ở Sa Pa, Lào Cai, người Lạch ở Lạc Dương, Lâm Đồng,... luôn linh hoạt lựa chọn những nét văn hoá đặc sắc của cộng đồng mình như nhà cửa, món ăn, các loại hình văn nghệ, nghi lễ, phong tục... để tạo dựng nét đặc trưng hay chính là bản sắc tộc người để giới thiệu, trình diễn cho du khách thưởng thức. Trong quá trình lựa chọn và làm đậm bản sắc tộc người đó, họ có thể sáng tạo, có thể thay đổi và có thể làm ra nhiều bản sắc khác nhau phục vụ du lịch. Mỗi nét bản sắc sẽ ghi dấu cả quá trình tạo dựng, sự linh hoạt và chủ động của cộng đồng.

Du lịch văn hoá tạo môi trường giao lưu, kết nối văn hoá rộng mở, làm giàu thêm, đa dạng thêm màu sắc văn hoá cộng đồng, tộc người. Luận án đã dẫn của tác giả Malita Allan cũng

nhiều nghiên cứu khác cũng đều đề cập đến các chiều kết nối, tương tác đa dạng trong du lịch văn hoá. Du lịch văn hoá phát triển, cộng đồng có cơ hội kết nối rộng mở hơn với thế giới bên ngoài thông qua rất nhiều các nhóm du lịch cùng thực hành văn hoá của họ tại địa bàn. Dần dần cộng đồng làm du lịch hiểu biết về thị hiếu, về “gu” của từng nhóm khách để phục vụ họ được tốt hơn, quá trình “học văn hoá” diễn ra tự nhiên và liên tục giữa cộng đồng và khách du lịch cùng các bên tham gia. Quá trình này thúc đẩy nhiều sự sáng tạo, sự chia sẻ văn hoá, góp phần bổ sung và làm giàu thêm màu sắc văn hoá của cộng đồng, kết nối cộng đồng với thế giới. Ở các địa bàn du lịch văn hoá nổi tiếng như ở Mù Cang Chải, Hà Giang, Sa Pa, Lào Cai, Mai Châu, Hoà Bình, Hội An, Quảng Nam, Lạc Dương, Lâm Đồng,... chúng ta không khó nhận thấy quá trình kết nối rộng mở mang tính toàn cầu này. Quá trình địa phương hoá và toàn cầu hoá cũng như quá trình thương thảo về bản sắc trong bối cảnh giao lưu, kết nối diễn ra mạnh mẽ ở những nơi này trở thành nguồn lợi mà du lịch văn hoá đem lại cho văn hoá cộng đồng, tộc người.

Du lịch văn hoá, như vừa phân tích, có những tác động to lớn đến việc hồi sinh văn hoá cũng như bảo vệ, phát huy, sáng tạo và làm giàu các giá trị văn hoá cộng đồng, tộc người. Tuy nhiên, dù du lịch văn hoá là hình thức du lịch mang tính nhân văn như vậy song nó vẫn là một loại hình du lịch với tất cả các đặc tính về kinh tế, xã hội của nó và vì vậy, nó vẫn có những tác động theo một chiều hướng khác - chiều hướng tiêu cực đến các giá trị văn hoá.

Du lịch văn hoá làm thay đổi cảnh quan môi trường văn hoá. Du lịch văn hoá, bản thân nó là đã là loại hình du lịch thân thiện với môi trường song sự phát triển của nó vẫn không thể không ảnh hưởng đến cảnh quan môi trường của cộng đồng địa phương - nơi phát triển loại hình du lịch này. Cảnh quan, môi trường vừa là tự nhiên vừa do con người tạo dựng nên và trở thành tài sản văn hoá của cộng đồng. Một làng/bản/buôn có cảnh quan đẹp sẽ rất hấp dẫn du khách nhưng khi phát triển du lịch văn hoá, cảnh quan ấy ngay lập tức bị tác động do cộng đồng ấy cần đáp ứng các nhu cầu của khách du lịch về

chỗ ăn, chỗ ở, chỗ chơi, chỗ sinh hoạt tập thể,... nên không có cách nào khác phải thay đổi cảnh quan, môi trường. Ví dụ các khách sạn, nhà nghỉ, các khu sinh thái được xây dựng ngay trong hoặc gần nhất có thể các khu vực cảnh quan du lịch ruộng bậc thang ở Hà Giang, thung lũng hoa ở Đà Lạt, cánh đồng lúa ở Mai Châu,..., các cảnh quan phải thiết kế lại như làm đường vào cho du khách chụp ảnh giữa cánh đồng hoa, dưới chân thác nước hay làm cáp treo lên núi,... đi cùng với đó là các vấn đề về môi trường (nước thải, rác thải...) khi có quá đông du khách tại một điểm du lịch và sự thay đổi các cảnh quan văn hóa. Ngay cả mật độ xây dựng nhà cửa, hàng quán, mở rộng các khu vui chơi phục vụ khách du lịch cũng đã tác động tiêu cực tới môi trường, cảnh quan văn hóa.

Du lịch văn hoá làm thay đổi đời sống văn hoá bình thường của người dân. Một trong những giá trị văn hoá hấp dẫn khách du lịch chính là đời sống thường ngày của các cộng đồng, tộc người. Du khách luôn muốn trải nghiệm để hiểu về đời sống văn hoá thường ngày ấy song sự có mặt của du khách lại không thể không có những tác động nhất định dù cả hai bên (cộng đồng và du khách) đều không mong muốn điều đó. Khi có sự xuất hiện của du khách, các thực hành văn hoá thường ngày của người dân buộc phải có sự thay đổi cho phù hợp, họ thực hành văn hoá thường ngày theo hướng trình diễn, giới thiệu, giảng giải cho du lịch hiểu, nhiều thực hành văn hoá được sáng tạo thêm chỉ để phục vụ khách du lịch,... Điều đó khiến cho nhịp sống, lối sống của cộng đồng thay đổi. Không chỉ vậy, khi cộng đồng tham gia vào làm du lịch văn hoá, khi khách du lịch có mặt trong từng ngôi nhà của người dân, dù muốn dù không, sự trật tự, an toàn của người dân cũng có phần bị ảnh hưởng, sự cạnh tranh cũng không thể không có giữa các gia đình, các cộng đồng làm du lịch,... Chính vì vậy cách sống của họ cũng phải thay đổi, ở các cộng đồng dân tộc thiểu số không thể còn cách sống “một nhà còn gạo, còn thịt, cả làng không đói” hay ra khỏi nhà không cần khoá cửa, mua bán tự trả tiền lấy đồ,...

Du lịch văn hoá làm mờ nhạt bản sắc văn hoá của cộng đồng, tộc người. Bên cạnh chiều

hướng rất tích cực là du lịch văn hoá làm cho người dân ý thức hơn về bản sắc văn hoá của họ, làm đậm thêm, sáng tạo thêm nhiều nét bản sắc như đã phân tích thì cũng còn có một chiều hướng khác là du lịch văn hoá làm mờ nhạt đi bản sắc văn hoá cộng đồng. Cả hai chiều hướng này song song tồn tại ở các cộng đồng làm du lịch văn hoá. Học giả Oscar Salemink (1997) đã đề cập đến sự “hàng hoá hóa văn hoá” đã biến nhiều thực hành văn hoá giảm đi giá trị và được tạo dựng theo hướng trưng bày và trình diễn theo tiêu chuẩn cho khán giả bên ngoài, bao gồm cả khán giả quốc tế. Một số học giả khác như Urry (1990) hay Yamashita (2003) đều cho rằng khi cộng đồng có ý thức thực hành văn hoá phục vụ du lịch, các thực hành văn hoá đó bị hàng hoá hoá và vì vậy đánh mất đi phần nào giá trị văn hoá của nó. Tác giả Hoàng Cẩm khi tìm hiểu về du lịch văn hoá ở Lạc Dương, Lâm Đồng cũng cho rằng: “Để tạo sự hấp dẫn và đáp ứng nhu cầu giải trí của khách du lịch, những đạo diễn của các chương trình ‘liên hoan lửa trại’ chỉ lựa chọn bảo tồn và sáng chế các yếu tố ‘văn hoá cổ truyền’ theo thực đơn của khách du lịch trong khi bỏ qua các thực hành và những yếu tố văn hoá được cho là ‘nhàm chán’ và ‘không hợp thời’” (2014: 12). Thực tế này phổ biến ở các cộng đồng có sự phát triển của du lịch văn hoá, các thực hành văn hoá phục vụ du lịch đã không còn giữ được nét bản sắc đã được tạo dựng trước đó; thay vào đó, nét bản sắc mới được tạo ra chỉ để phục vụ cho du lịch. Dần dần những nét bản sắc ấy của cộng đồng bị mai một, những nét bản sắc mới được sáng tạo trong sự pha trộn, lai ghép nhưng lại được thực hành hàng ngày và sống trong ký ức của du khách.

Du lịch văn hoá tạo ra những không gian trình diễn mang nặng tính tạo dựng, sân khấu hoá các thực hành di sản văn hoá, thiếu chân thực so với thực hành văn hoá của cộng đồng, tộc người. Không thể phủ nhận rằng du lịch văn hoá phát triển dựa trên các giá trị văn hoá của cộng đồng song chính du lịch văn hoá tạo nên sự chọn lọc các giá trị văn hoá, không phải giá trị văn hoá nào cũng trở thành sản phẩm để khai thác du lịch văn hoá và các giá trị văn hoá khi trở thành sản phẩm của du lịch văn hoá cũng đã trải qua cả quá trình

chọn lọc, làm mới cho phù hợp với từng kiểu loại du lịch văn hoá, từng đối tượng du khách. Chính vì vậy, không phải khi nào các thực hành văn hoá cũng giữ nguyên được tính nguyên gốc, chân thực của nó trong phục vụ du lịch. Các di sản văn hoá như dân ca, dân vũ, các hình thức tín ngưỡng,... đều đã được sân khấu hoá, khách du lịch khó có thể được nghe hát Quan họ tự nhiên theo hình thức hát canh cổ truyền, nghe hát Xoan trong những chặng hát đối đáp thực sự của cộng đồng, nghe hát Then trong thực hành nghi lễ hay quan sát lễ cầu mưa trong đúng đời sống thực của nó. Có thể nói, những trình diễn mang tính mô phỏng, tạo dựng, sân khấu hoá là phổ biến trong hoạt động du lịch văn hóa. Điều đó không phải là không có ý nghĩa song rõ ràng là khách du lịch đã tiếp nhận các thực hành văn hoá thiếu chân thực so với thực tế chúng được thực hành trong đời sống cộng đồng. Tuy nhiên với sự phát triển của du lịch văn hóa, dần dần các nét văn hoá mô phỏng, tạo dựng, trình diễn ấy dần dần trở nên phổ biến và người dân ít còn nhu cầu bảo vệ các thực hành văn hoá gốc vì chúng không đem lại nguồn lợi cũng như được biết đến rộng rãi. Vì vậy, trong không ít trường hợp, bản sắc văn hóa của cộng đồng, tộc người phần nào bị mờ đi khi phát triển du lịch.

Có thể nói, dù được tạo dựng trên nền tảng văn hóa song rõ ràng hình thức du lịch này vẫn có những tác động không nhỏ tới văn hóa, cả tác động tích cực và tác động thiếu tích cực. Phát triển du lịch văn hóa bền vững phụ thuộc vào nhiều yếu tố song chắc chắn sự phải là sự phát triển du lịch mà không làm tổn hại tới bất cứ yếu tố văn hóa của cộng đồng mà ngược lại là giàu có thêm các giá trị văn hóa cộng đồng và trao truyền được các giá trị ấy cho thế hệ sau.

3. Tính bền vững trong phát triển du lịch văn hóa

Phát triển du lịch văn hóa thế nào thì được xem là phát triển bền vững? là câu hỏi luôn được đặt ra trong nhiều diễn đàn liên quan đến du lịch và văn hóa. Xuất phát từ nhiều góc nhìn khác nhau mà du lịch bền vững được định nghĩa khác nhau, ví như xuất phát từ nhu cầu của khách du lịch, Hội đồng Du lịch và Lữ hành quốc tế (WTTC) năm 1996 cho rằng: *Du lịch bền vững là*

việc đáp ứng các nhu cầu hiện tại của du khách và vùng du lịch mà vẫn đảm bảo những khả năng đáp ứng nhu cầu cho các thế hệ du lịch tương lai, hay xuất phát từ mối quan hệ của du khách với cộng đồng địa phương, Liên minh bảo tồn thiên nhiên thế giới (World Conservation Union) năm 1996 xác định: Du lịch bền vững là việc di chuyển và tham quan đến các vùng tự nhiên một cách có trách nhiệm với môi trường để tận hưởng và đánh giá cao tự nhiên (và tất cả những đặc điểm văn hoá kèm theo, có thể là trong quá khứ và cả hiện tại) theo cách khuyến cáo về bảo tồn, có tác động thấp từ du khách và mang lại những lợi ích cho sự tham gia chủ động về kinh tế-xã hội của cộng đồng địa phương. Có lẽ định nghĩa đầy đủ hơn cả về du lịch bền vững là định nghĩa của Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO) trong Hội nghị về môi trường và phát triển của Liên hợp quốc tại Rio de Janeiro năm 1992: Du lịch bền vững là việc phát triển các hoạt động du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu hiện tại của khách du lịch và người dân bản địa trong khi vẫn quan tâm đến việc bảo tồn và tôn tạo các nguồn tài nguyên cho việc phát triển hoạt động du lịch trong tương lai. Du lịch bền vững sẽ có kế hoạch quản lý các nguồn tài nguyên nhằm thỏa mãn các nhu cầu về kinh tế, xã hội, thẩm mỹ của con người trong khi đó vẫn duy trì được sự toàn vẹn về văn hóa, đa dạng sinh học, sự phát triển của các hệ sinh thái và các hệ thống hỗ trợ cho sự phát triển của con người. Dù có thể có cách định nghĩa khác nhau song trong các định nghĩa về du lịch bền vững đều có bóng dáng của yếu tố văn hóa, đề cao và bảo toàn yếu tố văn hóa bên cạnh yếu tố sinh thái, môi trường.

Từ cách nhìn về phát triển du lịch bền vững nói chung, có thể hiểu tính bền vững trong du lịch văn hóa chính là sự gắn gũi về mặt văn hóa, xã hội, thân thiện với môi trường, tạo hiệu quả kinh tế, chia sẻ công bằng về lợi ích, đảm bảo sự đa dạng và bền vững của các nguồn lực văn hoá và sự chuyên nghiệp, đồng bộ của các bên tham gia vào hoạt động du lịch văn hoá.

Gắn gũi về xã hội có nghĩa là phát triển du lịch văn hóa mà không làm tổn hại các cấu trúc xã hội, không làm xáo trộn cuộc sống của người dân, gia tăng phúc lợi và an sinh xã hội, mở rộng

các chiều kết nối giữa cộng đồng chủ thể với các cá nhân, nhóm và cộng đồng khác. Bất cứ hình thức du lịch văn hóa nào cũng luôn có mối quan hệ mật thiết với các không gian xã hội bao chứa hình thức du lịch ấy và chỉ khi mối quan hệ này hài hòa, gắn gũi, dựa vào nhau và cùng nhau phát triển thì khi đó du lịch văn hóa sẽ đảm bảo tính bền vững.

Du lịch văn hóa đúng nghĩa dựa trên sự khai thác và phát huy các giá trị văn hóa và loại hình này chỉ bền vững khi tạo ra được sự bền vững trong việc khai thác ấy, có nghĩa là phát triển du lịch không làm mai một, làm nghèo đi hay làm biến dạng các giá trị văn hóa của cộng đồng chủ thể. Ngược lại, loại hình du lịch này tạo sự ý thức cao hơn của cộng đồng về văn hóa, khơi dậy niềm tự hào về văn hóa, tạo điều kiện thuận lợi cho sự phục hồi, bảo vệ, sáng tạo và làm giàu thêm các giá trị văn hóa của cộng đồng. Hơn nữa, du lịch văn hóa còn thực hiện sứ mệnh đưa thế giới đến với cộng đồng chủ thể văn hóa và đưa cộng đồng chủ thể văn hóa đến với thế giới, có nghĩa là thúc đẩy các chiều cạnh giao lưu văn hóa. Như vậy, tính bền vững du lịch văn hóa chính là việc gắn gũi nhưng *trân trọng các giá trị văn hóa*, khơi dòng chảy văn hóa tiếp nối quá khứ và hiện tại, ta và người khác, cộng đồng và thế giới ngoài cộng đồng, địa phương và toàn cầu,...

Du lịch văn hóa, bản thân nó đã luôn là loại hình du lịch gắn với sự tôn trọng các biểu đạt văn hóa của cộng đồng chủ thể, tôn trọng môi trường sinh thái và môi trường văn hóa của họ nên đây là loại hình du lịch thân thiện và nhân văn. Điều đó cho thấy tính bền vững của du lịch văn hóa chính là phát triển loại hình du lịch này đi cùng với sự giảm thiểu tối đa những tác động đến môi trường, du khách không can thiệp hay phá vỡ sự đa dạng của môi trường, không làm tổn thương các giá trị văn hóa gắn với môi trường tại điểm đến du lịch. Ngược lại, du khách tham gia vào các thực hành văn hóa tại điểm du lịch, hiểu biết về tri thức địa phương, từ đó góp phần tích cực bảo vệ và duy trì môi trường sinh thái và văn hóa.

Dù dựa trên văn hoá, gắn gũi về mặt xã hội hay thân thiện với môi trường thì một trong

những điều kiện vô cùng quan trọng tạo nên tính bền vững của du lịch văn hoá vẫn là *hiệu quả kinh tế*. Cộng đồng địa phương phải được hưởng lợi từ du lịch, thu nhập từ du lịch phải góp phần rõ rệt gia tăng thu nhập của cộng đồng và thu nhập ấy lại cần có sự ổn định lâu dài. Người dân địa phương sẽ không chú tâm đến phát triển du lịch nếu như họ không có lợi ích kinh tế trực tiếp và cụ thể, không thể khai thác các giá trị văn hoá của người dân phục vụ du lịch song lợi ích kinh tế lại thuộc về phía các bên liên quan khác, nếu như vậy thì du lịch văn hoá sẽ chỉ tồn tại trong một thời gian rất ngắn và không thể có được sự tham gia tích cực và hiệu quả của người dân. Tuy vậy việc có hiệu quả kinh tế cũng chưa thực sự đầy đủ mà việc *chia sẻ công bằng về lợi ích kinh tế giữa các bên tham gia* vào du lịch mới thực sự tạo ra tính bền vững cho du lịch văn hoá. Để đảm bảo sự phát triển của du lịch văn hóa, có nhiều bên liên quan như những người làm du lịch, quản lý, dịch vụ, xây dựng cơ sở hạ tầng, du khách, cộng đồng địa phương, các nhà nghiên cứu văn hóa... trong đó cộng đồng địa phương cũng có thể chia thành nhiều nhóm, nhóm trực tiếp tham gia vào các hoạt động du lịch, nhóm không tham gia trực tiếp, nhóm không tham gia, nhóm trí thức địa phương, nhóm người dân bình thường, nhóm có quyền lợi từ du lịch, nhóm không có quyền lợi từ du lịch,... Với sự đa dạng như vậy của các bên tham gia vào loại hình du lịch văn hóa, vấn đề chia sẻ, hài hòa lợi ích, công bằng trong việc có tiếng nói và tham gia vào quá trình làm du lịch (từ xây dựng sản phẩm du lịch đến khai thác và hưởng lợi) của các bên luôn được đặt ra để đảm bảo tính bền vững của loại hình du lịch này. Trong đó lợi ích của du khách và cộng đồng địa phương giữ vai trò then chốt, khi du khách có được lợi ích từ việc khám phá, trải nghiệm văn hóa, thỏa mãn nhu cầu vật chất và tinh thần thì cộng đồng địa phương cũng nhận lại được những lợi ích từ đó: lợi ích về thu nhập, về quảng bá văn hóa, giao lưu văn hóa,... Chỉ khi lợi ích của du khách, của cộng đồng và các bên liên quan được bảo đảm trong sự chia sẻ hài hòa, sự công bằng được thực thi thì mới có thể tạo ra được tính bền vững cho du lịch văn hóa.

Bên cạnh đó, tính bền vững của du lịch văn hóa dựa căn bản vào *tính bền vững của các nguồn lực văn hóa* mà trên cơ sở đó, loại hình du lịch này phát triển. Nguồn lực văn hoá là linh hồn của du lịch văn hoá, nguồn lực ấy thiếu bền vững thì loại hình du lịch này cũng không thể phát triển bền vững. Bản thân nguồn lực văn hoá của các cộng đồng luôn đa dạng, phát triển du lịch dựa trên sự đa dạng ấy, làm giàu sự đa dạng ấy sẽ khiến cho du lịch văn hoá có được sự giàu có về sản phẩm du lịch, sự hấp dẫn về điểm đến, sự kích thích nhu cầu khám phá của du khách. Tuy nhiên cũng cần xác định rõ, nguồn lực văn hoá không bao giờ là vô tận, không bao giờ tồn tại một cách tĩnh tại, nguyên vẹn, mãi mãi để cho du lịch văn hoá khai thác mà nguồn lực ấy luôn vận động, biến đổi theo thời gian, không gian, theo bối cảnh cụ thể và những sự lựa chọn mang tính chủ đích của cộng đồng chủ thể. Chính vì vậy muốn tạo ra sự bền vững của nguồn lực văn hoá cần quan tâm đúng mức đến các vấn đề này.

Tính bền vững trong phát triển du lịch văn hóa còn phụ thuộc vào *sự chuyên nghiệp và đồng bộ của các bên liên quan*. Sự chuyên nghiệp và đồng bộ thể hiện ở nhiều khía cạnh liên quan trực tiếp và gián tiếp đến phát triển du lịch. Bản thân các giá trị văn hoá chưa phải là những sản phẩm du lịch, muốn chúng trở thành sản phẩm du lịch cần có quá trình làm du lịch của đội ngũ các nhà làm du lịch chuyên nghiệp, chỉ họ mới biết nên khai thác tài nguyên văn hoá nào để chúng trở thành sản phẩm du lịch. Song, cũng không nên hiểu lầm rằng chỉ khi có các nhà làm du lịch với tay vào khai thác thì các giá trị văn hoá mới gắn kết được với du lịch mà thực chất, các giá trị văn hoá, bản thân nó đã có sức hấp dẫn riêng đối với du lịch, văn hoá càng nguyên bản bao nhiêu nhiều khi lại càng hấp dẫn khách du lịch bấy nhiêu. Tuy vậy, muốn phát triển du lịch văn hoá bền vững thì không thể không có sự chuyên nghiệp của bên làm du lịch cùng các bên liên quan khác. Sự chuyên nghiệp và đồng bộ đòi hỏi các bên có sự chia sẻ, thoả thuận hợp lý với nhau, vì nhau, thậm chí nhường nhau và có sự tập trung ưu tiên vào những thời điểm cụ thể. Tất cả vì sự phát triển của du lịch văn hoá, rất nhiều khi bên quảng bá du lịch, bên giao thông, bên

cơ sở hạ tầng du lịch chịu nhường để bên dịch vụ du lịch phát triển. Hay muốn có sự phát triển bền vững du lịch rất cần sự đồng bộ và thống nhất từ chính sách đến quy hoạch phát triển, từ dịch vụ đến quảng bá, từ quản lý văn hoá, xã hội, môi trường đến thực hành văn hóa hàng ngày của người dân,...

Như vậy, có thể thấy, để tạo ra tính bền vững của du lịch văn hoá cần có sự kết hợp của nhiều yếu tố, trong đó có yếu tố nội tại của một nền văn hoá, một cộng đồng văn hoá và các yếu tố bên ngoài nhưng có mối liên hệ chặt chẽ, hữu cơ với các yếu tố bên trong. Phát triển du lịch văn hoá bền vững là một quá trình, một tổng thể trong đó các yếu tố gắn kết với nhau một cách hài hoà và ổn định. Nếu một trong các yếu tố đó không đảm bảo sự hài hoà và ổn định có nghĩa là cả tổng thể sẽ bị ảnh hưởng và khó phát triển được bền vững. Phát triển du lịch bền vững không chỉ là một tiêu chí, một khẩu hiệu mà nó là một thực hành hay đúng hơn là một chuỗi những thực hành được thực hiện bởi tất cả các bên liên quan. Hiểu về phát triển du lịch văn hoá bền vững như vậy mới có cơ hội đạt được đến đích của sự phát triển này.

Có lẽ chúng ta cũng cần nhìn nhận rõ rằng, mặc dù chúng ta có một nền văn hóa giàu có, đa dạng có thể đáp ứng được nhu cầu khai thác của du lịch văn hóa song những giá trị văn hóa, bản thân nó không đương nhiên là sản phẩm du lịch văn hóa. Ngành văn hóa có thể nghĩ rằng có văn hóa mới có du lịch văn hóa, ngành du lịch cũng có thể nghĩ có du lịch thì văn hóa mới được biết đến và được quảng bá. Có lẽ đó đều là cách nhìn nhận một chiều và chủ quan, trong khi thực tế chỉ ra rằng nếu không có sự kết hợp hài hòa thì cả hai bên (du lịch và văn hóa) đều bỏ qua các cơ hội cho mình. Mối quan hệ giữa văn hóa với du lịch văn hóa là mối quan hệ tương tác, gắn bó mật thiết với nhau, phụ thuộc nhau và hòa quyện vào nhau khó tách rời. Hiểu đúng và khoa học về mối quan hệ này, đồng thời nhìn rõ những chiều tác động cũng như những yếu tố tạo nên sự bền vững của du lịch văn hóa thì mới có thể có được phương cách hữu hiệu trong khai thác và làm giàu các giá trị văn hóa cho phát triển du lịch văn hóa.

* Bài báo là sản phẩm của Đề tài "Giải pháp xây dựng tổng thể sản phẩm và điểm đến du lịch gắn với khai thác tối ưu các giá trị của Hà Giang trong phát triển du lịch bền vững". Mã số: ĐTXH.HG-06/18.

Chú thích

(1) Phạm Quang Hưng, "Xây dựng sản phẩm du lịch văn hóa độc đáo, sáng tạo", Tạp chí *Du lịch*, nguồn <http://www.vtr.org.vn/xay-dung-san-pham-du-lich-van-hoa-doc-dao-sang-tao.html>, truy cập ngày 29/04/2019.

(2) Bài trình bày tại Hội thảo *Xóa đói giảm nghèo với du lịch cộng đồng* (do Bộ Văn hóa - Thể thao & Du lịch và UBND tỉnh Vĩnh Long tổ chức tại Vĩnh Long ngày 26-10-2007).

(3) Malita Allan (2011), *Living in a Tourism Village: Strategies, Negotiations and Transformations among Upland Tai in Northern Vietnam*, Luận án Tiến sĩ, Đại học La Trobe; Nguyễn Tuệ Chi (2015), *Bản sắc tộc người di sản văn hóa và du lịch* Nghiên cứu trường hợp người Mường và người Thái Hòa Bình, Luận án Tiến sĩ ngành Văn hoá học, Học viện Khoa học xã hội; Nguyễn Thị Hồng Tâm (2017), *Biến đổi văn hóa truyền thống của người Thái ở huyện Mai Châu, tỉnh Hòa Bình trong phát triển du lịch*, Luận án Tiến sĩ ngành Văn hoá học, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.

Tài liệu tham khảo

1. Trần Thúy Anh (2011), *Du lịch văn hóa - Những vấn đề lý luận và thực tiễn*, Nxb. Giáo dục Việt Nam.
2. Lê Huy Bá (2006), *Du lịch sinh thái*, Nxb. Khoa học kỹ thuật.
3. Vũ Thế Bình (2008), "Một số vấn đề về du lịch văn hóa ở Việt Nam", trong *Một con đường tiếp cận di sản, Cội Di sản văn hóa*.
4. Borowiecki, K.J. and C. Castiglione (2014), "Cultural participation and tourism flows: An empirical investigation of Italian provinces", *Tourism Economics*, 20(2): 241 - 262.
5. Hoàng Cẩm (2014), "Du lịch văn hoá và vấn đề bảo vệ, phát huy di sản ở người Lạch, Lạc Dương, Lâm Đồng", Tạp chí *Văn hoá dân gian* số 4, tr. 3 - 13.
6. Nguyễn Tuệ Chi (2015), *Bản sắc tộc người di sản Văn hóa và du lịch* Nghiên cứu trường hợp người Mường và người Thái Hòa Bình, Luận án Tiến sĩ ngành Văn hoá học, Học viện Khoa học xã hội.
7. Craik (1997), "Culture of Tourism", trong *Touring Culture*, Rojek Chris and John Urry, Routledge, London and New York.
8. Fridgen, J. (1996), *Dimension of Tourism*. East Lansing: Educational Institute of American, Hotel &

Motel Association.

9. Trương Thị Thu Hằng (2011), *Doing it for HIM: Religion and Tourism on Long Son island, Ba Ria Vung Tau - Vietnam*, PhD disertaiton, University of Washington Seattle.
10. Hudman, Lloyd E. and Donald E. Hawkins (1989), *Tourism in Contemporary Society: An Introductory Text*, Prentice Hall, New Jersey.
11. Lê Hồng Lý chủ biên (1999), *Giáo trình quản lý di sản văn hóa với phát triển du lịch*, Nxb. ĐHQG Hà Nội.
12. Malita Allan (2011), *Living in a Tourism Village: Strategies, Negotiations and Transformations among Upland Tai in Northern Vietnam*, Ph.D thesis, La Trobe University.
13. Reisinger, Y. (1994), "Tourist - Host contact as a part of cultural tourism", *World Leisure and Recreation*, 36 (Summer).
14. Prohaska, S. (1995), *Trends in cultural heritage tourism, in Island tourism, management principle and practice*, Colin, M & T. Baum eds., West Sussex, John Wiley & Sons Ltd, UK.
15. Salemin, O. (1997), "The King of Fire and Vietnamese Ethnic Policy in the Central Highlands", in D McCaskill & K Kampe (Eds.) *Development Or Domestication? Indigenous Peoples Of Southeast Asia*, Silkworm Books, Chiang Mai, 488-535.
16. Shepherd, R. (2002), "A green and sumptuous garden: Authenticity, Hybridity, and the Bali Tourism Project", *South East Asia Research*, 10, 1, 63-97.
17. Nguyễn Thị Hồng Tâm (2017), *Biến đổi văn hóa truyền thống của người Thái ở huyện Mai Châu, tỉnh Hòa Bình trong phát triển du lịch*, Luận án Tiến sĩ ngành Văn hoá học, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
18. Urry, J. (1990), "The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies", Sage, London & Newbury Park.
19. Yamashita, Shinji (2003), *Bali and Beyond: Explorations in the Anthropology of Tourism*. (Translated by J.S. Eades), Berghahn Books, New York.