

DU LỊCH

VÀ DI SẢN VĂN HÓA

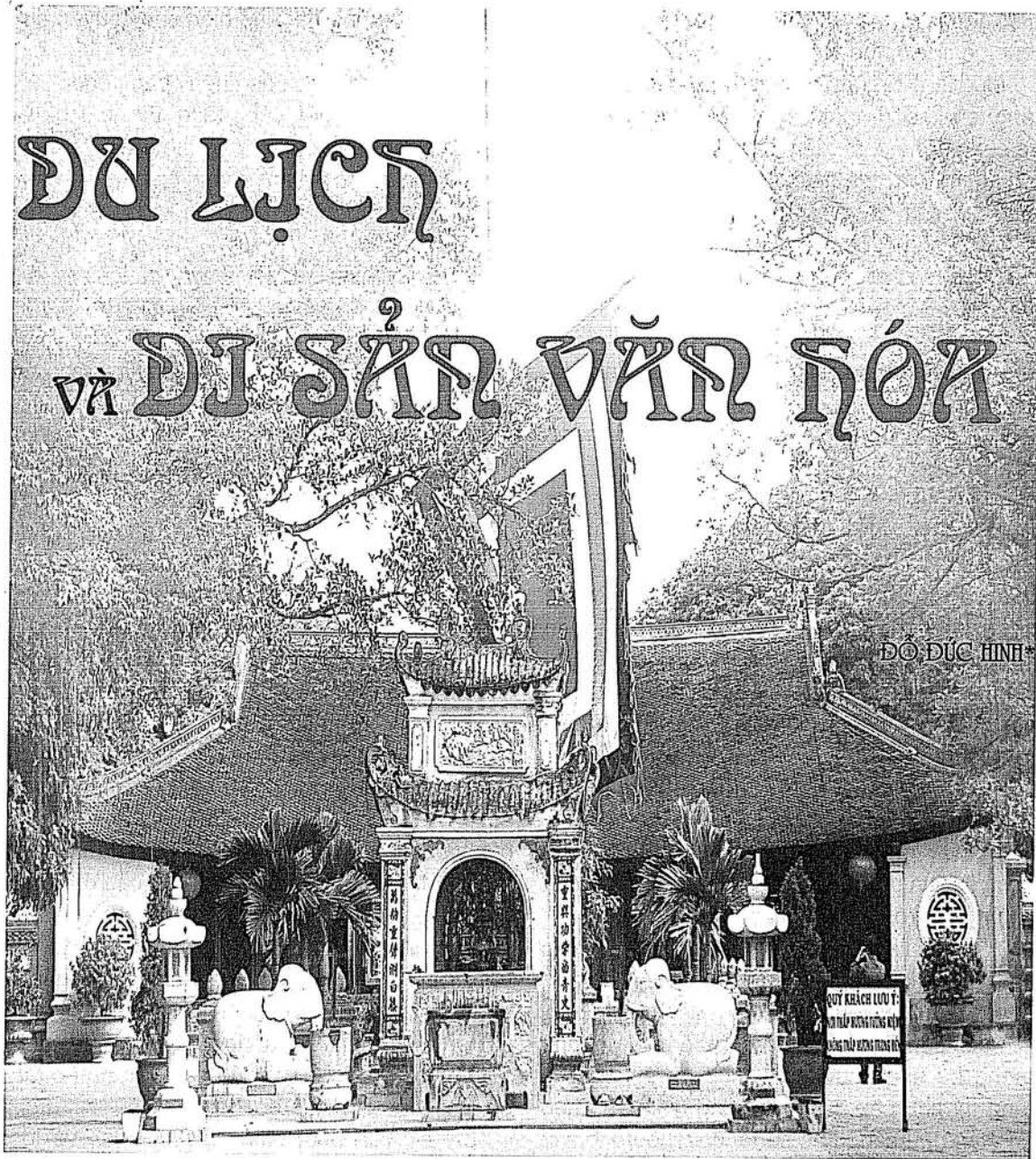


PHOTO: NGUYỄN VĂN AN - ANH

1 - Nghị quyết Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ X Đảng Cộng sản Việt Nam đã khẳng định: "Khuyến khích đầu tư phát triển và nâng cao chất lượng, hiệu quả hoạt động du lịch, đa dạng hoá sản phẩm và các loại hình du lịch".

Học giả Mỹ Au-scốt, trong cuốn *Sinh hoạt sau giờ làm việc* đã lập luận rằng: Sự biến đổi của văn hoá là chuyển từ văn hoá hoạt động sang hướng văn hoá nghỉ ngơi. Ông cho rằng: "Thời gian nghỉ ngơi ngày càng được con người coi trọng, và sẽ được coi là "không gian thứ 3"

* PHÓ GIÁM ĐỐC KHU DI TÍCH CHỦ TỊCH HỒ CHÍ MINH TẠI PHỦ CHỦ TỊCH

của cuộc sống hiện đại, với 4 tác dụng cụ thể là: "bồi bổ năng lực đã tiêu hao; làm phong phú cuộc sống; kích thích tài năng; và thứ tư là thể hiện giá trị con người"². Còn các nhà tương lai học thì dự báo rằng, đến cuối thế kỷ XXI, con người sẽ sử dụng hơn 30% thu nhập cho hoạt động du lịch và lực lượng lao động hoạt động trong lĩnh vực du lịch dịch vụ sẽ chiếm tỷ lệ xấp xỉ 80% tổng số lao động xã hội, doanh thu từ du lịch sẽ chiếm vị trí hàng đầu trong GDP của các quốc gia... Với cách nhìn nhận như vậy thì việc khẳng định du lịch sẽ trở thành một ngành "công nghiệp không khói", một ngành kinh tế

mũi nhọn, là một dự báo chính xác và hoàn toàn có cơ sở, thể hiện qua mấy điểm sau:

Một là, thời gian nhàn rỗi của con người sẽ tăng lên không ngừng - do khoa học kỹ thuật và công nghệ phát triển, đặc biệt là sự thay đổi không ngừng của giao thông, tin học và sự biến đổi của cung cách quản lý hiện đại. Sự bùng nổ của cuộc sống "mạng" và cuộc sống tiện nghi sẽ làm cho thời gian dành cho làm việc, học tập, mua sắm, thậm chí cả thời gian giải trí, cũng giảm đi đáng kể. Theo tính toán của các nhà khoa học, trong khoảng 3 thế kỷ trước, từ thế kỷ XVII đến thế kỷ XIX, thời gian lao động của con người trung bình từ 9 đến 10 giờ một ngày, nhưng đến nửa cuối thế kỷ XX, đặc biệt sang thế kỷ XXI, thời gian làm việc giảm xuống phổ biến chỉ còn 35 đến 40 giờ/tuần. Các nhà xã hội học đưa ra một kết quả khảo sát về thời gian được sử dụng hàng ngày của con người ở các quốc gia phát triển như sau: Người ta cần 6,5 đến 7 giờ để làm việc, một giờ rưỡi để đi lại, một giờ rưỡi để ăn uống và chăm sóc nhà, 9 giờ để ngủ và nghỉ ngơi, 4 giờ rưỡi để vui chơi giải trí và nửa giờ cho các việc khác... Như vậy, mỗi ngày con người có từ 5,5 đến 7 giờ nhàn rỗi. Đó chính là một điều kiện, đồng thời là một tác nhân kích thích du lịch phát triển để đáp ứng nhu cầu của con người trong xã hội hiện đại.

Hai là, điều kiện sống không ngừng được cải thiện, thu nhập cá nhân không ngừng tăng cũng sẽ là một yếu tố tác động đến nhu cầu du lịch của con người. Theo công bố của một nhà thống kê học người Đức, khi thu nhập càng tăng thì nhu cầu ăn uống càng giảm và, theo đó, các nhu cầu khác sẽ tăng - Theo ông, với thu nhập 1.000 USD trở xuống một năm thì chi phí cho ăn uống sẽ chiếm hết 50% thu nhập, y tế giáo dục chiếm hơn 20% thu nhập, vì vậy, kinh phí dành cho các hoạt động còn lại, kể cả du lịch, là rất ít. Với thu nhập 5.000 USD một năm, thì chi phí ăn uống chỉ chiếm được 30% thu nhập, do đó, khả năng kinh tế cho phép con người tham gia các hoạt động giải trí nhiều hơn, việc đi du lịch trong nước và nước ngoài gần đây sẽ trở thành một nhu cầu và có thể thực hiện được. Với thu nhập 10.000 USD một năm thì chi phí ăn uống chỉ chiếm được 20% thu nhập. Những gia đình có thu nhập ở mức này, ngoài nhu cầu vui chơi giải trí, thì ít nhất họ

cần có một tháng để thực hiện các chuyến du lịch nước ngoài.

Như vậy, khi cuộc sống ngày càng được cải thiện, thu nhập ngày càng tăng, thì du lịch sẽ trở thành một nhu cầu không thể thiếu và dần đến du lịch sẽ trở thành "không gian thứ 3" của cuộc sống con người - như nhà xã hội học Auscott đã dự báo.

Ba là, tình hình đô thị hoá ngày càng tăng, xu hướng hội nhập và toàn cầu hoá đang trở thành xu thế tất yếu đã kích thích du lịch phát triển một cách mạnh mẽ. Khi nghiên cứu tính hai mặt của đô thị hoá, các nhà nghiên cứu cho rằng: đô thị hoá làm tăng trình độ dân trí vì con người không thể tồn tại trong một không gian kiến trúc đóng kín ở một địa phương hay một cộng đồng dân cư cố định. Đô thị hoá đã làm tăng lên rất nhiều nhu cầu của con người, trong đó nhu cầu hưởng thụ về văn hoá, đặc biệt là du lịch - giải trí, ngày càng lớn. Hội nhập và toàn cầu hoá sẽ có tác động rất lớn đến việc rút ngắn các khoảng cách không gian và thời gian giữa các quốc gia, đồng thời tạo ra sự công bằng tương đối về hưởng thụ các giá trị của văn hoá nhân loại cũng như các thành tựu của khoa học kỹ thuật. Chính điều đó sẽ làm tăng lên những nhu cầu khám phá các nền văn minh, các giá trị văn hoá của các quốc gia dân tộc. Để thoả mãn các nhu cầu đó, con đường du lịch là phù hợp nhất.

Với 3 điều nêu trên, chắc chắn chưa phải là đủ, nhưng đó có thể xem là những yếu tố khách quan để tạo tiền đề và kích thích hoạt động du lịch sẽ phát triển, trở thành nhu cầu không thể thiếu của con người và của sự phát triển ở tất cả các quốc gia dân tộc.

2 - Du lịch nhất định sẽ phát triển và lợi nhuận thu được từ du lịch, cả về vật chất và tinh thần, sẽ rất đáng kể. Nhưng du lịch sẽ phát triển theo chiều hướng nào? Đó là điều rất cần được nghiên cứu để phục vụ việc hoạch định chính sách cũng như định hướng phát triển du lịch trước mắt và lâu dài. Du lịch không chỉ là một ngành kinh tế mũi nhọn đặc biệt quan trọng mà còn là một hoạt động văn hoá, hoạt động giáo dục lịch sử và truyền thống, giới thiệu về những sắc thái văn hoá đặc trưng của các quốc gia dân tộc hay của một tộc người. Trong *Từ điển tiếng Việt* của Viện Ngôn ngữ xuất bản năm 2003, Du lịch được định nghĩa: "Đi xa cho biết xứ lạ khác với nơi mình ở"³. Theo

chúng tôi, định nghĩa này còn quá đơn giản, chưa khái quát hết nội hàm của khái niệm du lịch, nhưng ít ra chúng ta cũng tìm thấy ở khái niệm này nội dung: Tìm tòi để phục vụ cho sự hiểu biết và khám phá những cái lạ! Như vậy, du lịch sẽ chuyển từ phát triển theo chiều rộng, mang ý nghĩa nghỉ ngơi giải trí - "đi cho biết" là chính, sang phát triển chiều sâu - với ý nghĩa tìm tòi thông tin, tăng thêm sự hiểu biết và làm giàu tri thức. Với cách đặt vấn đề như vậy, thì du lịch văn hoá sẽ ngày càng được quan tâm và ngày càng thu hút một lượng khách đáng kể. Nói đến du lịch văn hoá nghĩa là nói đến di sản văn hoá dân tộc, kể cả di sản vật thể và phi vật thể. Đương nhiên, khái niệm du lịch văn hoá không chỉ bao hàm có vậy. Chúng ta đều biết rằng: Trên thế giới này có nước lớn, nước nhỏ, có quốc gia văn minh và cũng có quốc gia lạc hậu, có nước giàu và có nước nghèo, nhưng không thể có một nền văn hoá lớn và một nền văn hoá bé. Chính vì điều này mà các quốc gia, các dân tộc mới có thể bình đẳng và tồn tại cùng nhau; cùng thừa nhận sự đa dạng phong phú của văn hoá nhân loại và tính đặc thù bản sắc của mỗi nền văn hoá riêng biệt. Như vậy, trong tương lai gần, sẽ có sự bùng nổ du lịch văn hoá. Và khi đó, di sản văn hoá, mà cụ thể là các di tích, các bảo tàng sẽ là những địa chỉ hấp dẫn trên bản đồ du lịch của mỗi quốc gia. Điều này cũng hoàn toàn phù hợp với dự báo của các nhà tương lai học về đặc trưng của du lịch trong thế kỷ XXI là: "Con người đang ở xu thế chuyển từ du lịch "cuối ngựa xem hoa" sang du lịch đi sâu vào các tầng văn hoá nhân văn, với những phương thức khám phá mới và một cách nhìn mới. Cụ thể là, người ta sẽ từ bỏ bớt kiểu du lịch chụp ảnh lưu niệm mà chuyển sang thói quen mới - thói quen đi sâu thu thập thông tin, tìm hiểu những giá trị mới - những giá trị đảm bảo cho những di tích đó có tính nhân văn cao và có giá trị văn hoá đích thực... Và như vậy, khách du lịch trong tương lai sẽ có cách nhìn trân trọng với văn hoá, với một tinh thần cảm thụ tri thức ngày càng cao hơn"⁴. Như vậy, di sản văn hoá đồng thời sẽ là đối tác của du lịch để khai thác phục vụ; là nguồn nguyên liệu vô cùng quý giá để tạo nên những sản phẩm du lịch có tính đặc thù; là cơ sở để góp phần tạo sự phát triển bền vững của ngành du lịch, cả trước mắt và trong tương lai.

3 - Chúng ta đã có Luật di sản văn hoá, Luật du lịch để điều chỉnh và chế tài hoá những vấn đề quy hoạch cũng như bảo vệ sự tồn tại và phát triển của hai ngành. Tuy vậy, nếu chỉ dừng ở hai bộ luật trên thì thật khó thấy sự tác động thúc đẩy và sự ảnh hưởng cũng như khả năng hợp tác phát triển giữa hai lĩnh vực nói chung, lĩnh vực di sản văn hoá nói riêng. Vì vậy, theo chúng tôi, trước mắt cần giải quyết mấy vấn đề sau:

Một là, cần nhận thức đầy đủ rằng, trong kinh tế, muốn phát triển bền vững, nhất định phải có văn hoá, đồng thời, văn hoá, ngoài mục đích tự thân, còn phải gắn liền với sự phát triển kinh tế, nhất là với mục tiêu phát triển bền vững. Nghị quyết Đại hội X của Đảng đã khẳng định: "Tiếp tục phát triển sâu rộng và nâng cao chất lượng nền văn hoá tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc. Gắn kết chặt chẽ và đồng bộ văn hoá với phát triển kinh tế - xã hội, làm cho văn hoá thấm sâu vào mọi lĩnh vực đời sống xã hội. Xây dựng và hoàn thiện giá trị, nhân cách con người Việt Nam thời kỳ công nghiệp hoá - hiện đại hoá"⁵. Có nhận thức được điều này mới có cách nhìn tổng thể, tương hỗ giữa kinh tế và văn hoá, giữa khai thác phục vụ du lịch với bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hoá dân tộc, một cách khoa học và hiệu quả nhất.

Hai là, cơ quan quản lý nhà nước và các cơ quan quản lý di sản văn hoá rất cần đẩy mạnh việc nghiên cứu để đưa ra được những thông tin đầy đủ, khoa học và thuyết phục về các di tích nói riêng, hệ thống các di sản văn hoá vật thể và phi vật thể nói chung. Trên cơ sở đó, hai ngành văn hoá và du lịch xây dựng được bản đồ hệ thống di sản vật thể và phi vật thể - căn cứ để xây dựng các "tua" du lịch văn hoá chất lượng cao, đồng thời là "chất liệu" để tạo ra các sản phẩm du lịch đặc thù, phục vụ cho nhu cầu du lịch đa dạng, kết hợp nhiều mục đích trong một loại hình du lịch văn hoá là xu hướng rất được quan tâm hiện nay. Để thực hiện được điều này, theo chúng tôi, ngành di sản văn hoá, đặc biệt là các đơn vị quản lý trực tiếp các di tích, các bảo tàng cần đổi mới tư duy mạnh mẽ, khắc phục khuynh hướng đóng khung cứng nhắc bảo tồn theo xu hướng hoài cổ, không khẳng định được mục tiêu bảo tồn phải đi đôi với phục vụ phát triển. Cùng với đổi mới về nhận thức, rất cần có hành động tích cực theo



Phủ Chủ tịch - Ảnh: ĐĐH

phương châm 5 tốt: Bảo tồn tốt, quy hoạch tốt, tuyên truyền giới thiệu tốt, hạ tầng cơ sở tốt và dịch vụ tốt. Có như vậy, di sản văn hoá mới trở thành những sản phẩm du lịch hấp dẫn với những giá trị đặc thù của di sản văn hoá.

Ba là, ngành du lịch cần có chiến lược quảng bá cho di sản văn hoá - cần có những công ty du lịch có thương hiệu tổ chức thường xuyên việc tuyên truyền giới thiệu các di sản văn hoá dưới dạng là nguồn tài nguyên của du lịch Việt Nam, đồng thời cũng là những sản phẩm du lịch có giá trị, cho khách du lịch cả trong và ngoài nước. Bởi trên thực tế, hoạt động du lịch của chúng ta mới chỉ dừng ở mức độ khai thác tự nhiên, chưa có nghiên cứu đầu tư một cách thích đáng, do vậy, phần lớn các di sản văn hoá mới chỉ dừng ở mức độ là những địa chỉ, những địa điểm du lịch chứ chưa trở thành những sản phẩm du lịch đích thực.

Để góp phần giải quyết tồn tại đó, thiết nghĩ ngành du lịch cũng cần phải quan tâm thích đáng đến vai trò, vị trí của di sản văn hoá trong hoạt động du lịch: Bổ sung đầy đủ hơn vào chương trình đào tạo của ngành nội dung về

văn hoá và di sản văn hoá; cần bố trí tiếp cận các di sản văn hoá một cách thường xuyên, có hệ thống và có mục đích để tăng cường sự nhận biết và khả năng giới thiệu về văn hoá và di sản văn hoá của đội ngũ hướng dẫn viên phục vụ cho khách tham quan...

Chỉ có như vậy thì di sản văn hoá mới trở thành những sản phẩm du lịch và sự phối hợp giữa phát triển du lịch và việc bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hoá mới có chiều sâu và đạt hiệu quả cao./.

D.Đ.H

Chú thích:

- 1 - Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ X Đảng Cộng sản Việt Nam, Nxb. CTQG, H. 2006, tr. 202.
- 2 - Dự báo thế kỷ XXI, Nxb. Thống kê, H. 1998, tr. 52 - 53.
- 3 - Từ điển tiếng Việt, Nxb. Đà Nẵng, 2003, tr. 264.
- 4 - Dự báo thế kỷ XXI, Nxb. Thống kê, H. 1998, tr. 746 - 747.
- 5 - Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ X Đảng Cộng sản Việt Nam, Sách đã dẫn, tr. 284 - 285.