

ỨNG XỬ VỚI CÁC GIÁ TRỊ KIẾN TRÚC TRUYỀN THỐNG TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG THÔN

PGS.TS **TRẦN MINH TÙNG** | TRƯỜNG ĐẠI HỌC XÂY DỰNG HÀ NỘI

DẪN NHẬP

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và đô thị hóa diễn ra mạnh mẽ, khu vực nông thôn Việt Nam đang trải qua những biến đổi sâu sắc. Không chỉ là nơi sản xuất nông nghiệp, nông thôn ngày nay còn đóng vai trò quan trọng trong việc bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống, duy trì sự cân bằng sinh thái và tạo ra không gian sống lý tưởng cho con người. Nhận thức được tầm quan trọng này, Đảng và Nhà nước ta đã ban hành nhiều chủ trương, chính sách nhằm phát triển nông thôn một cách toàn diện, bền vững, hướng tới mục tiêu xây dựng nông thôn mới văn minh, hiện đại, giàu bản sắc văn hóa.

Khu vực nông thôn là nơi hội tụ của nhiều giá trị văn hóa đặc sắc, trong đó kiến trúc truyền thống nông thôn đóng vai trò quan trọng trong việc định hình bản sắc văn hóa của từng vùng, miền. Những ngôi nhà không chỉ là nơi cư trú, sinh hoạt của người dân nông thôn mà còn là nơi lưu giữ những phong tục tập quán, kỹ năng nghề thủ công truyền thống, và những câu chuyện lịch sử lâu đời. Tuy nhiên, trước áp lực của quá trình đô thị hóa và sự thay đổi lối sống, nhiều kiến trúc truyền thống nông thôn đang bị xuống cấp, phá dỡ hoặc thay thế bởi những kiến trúc hiện đại thiếu bản sắc. Điều này không chỉ gây ra sự mất mát về mặt vật chất mà còn ảnh hưởng đến đời sống văn hóa tinh thần của cộng đồng. Trong bối cảnh đó, du lịch được xem là một trong những giải pháp hiệu quả để bảo tồn và phát huy giá trị kiến trúc truyền thống nông thôn. Du lịch không chỉ tạo ra nguồn thu nhập cho người dân địa phương, mà còn giúp nâng cao nhận thức về giá trị văn hóa truyền thống, khuyến khích cộng đồng tham gia vào quá trình bảo tồn và phát triển. Nội dung thành phần số 03 trong Chương trình mục tiêu Quốc gia xây dựng Nông thôn mới giai đoạn 2021-2025 (Thủ tướng Chính phủ, 2022) có đề



Vây xung quanh ngôi nhà ruộng di sản tại làng cổ Phước Tích (TP Huế) là những kiến trúc mới thể cho thấy những giá trị kiến trúc truyền thống nông thôn hiện đang chịu những tác động mạnh mẽ từ những biến đổi của xã hội

cập về phát triển du lịch nông thôn: “*Tiếp tục thực hiện có hiệu quả cơ cấu lại ngành Nông nghiệp, phát triển kinh tế nông thôn; triển khai mạnh mẽ Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) nhằm nâng cao giá trị gia tăng, phù hợp với quá trình chuyển đổi số, thích ứng với biến đổi khí hậu; phát triển mạnh ngành nghề nông thôn; phát triển du lịch nông thôn; nâng cao hiệu quả hoạt động của các hợp tác xã; hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp ở nông thôn; nâng cao chất lượng đào tạo nghề cho lao động nông thôn... góp phần nâng cao thu nhập người dân theo hướng bền vững*”.

Thực tế cho thấy, việc bảo tồn kiến trúc truyền thống nông thôn phục vụ phát triển du lịch ở khu vực nông thôn còn gặp nhiều khó khăn, thách thức. Các quan điểm bảo tồn hiện nay còn mang nặng tính “truyền thống”, chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển nông thôn toàn diện trong bối cảnh mới. Thiếu một hệ thống lý luận và thực tiễn đồng bộ, dẫn đến việc triển khai các hoạt động bảo tồn và phát triển du lịch còn thiếu hiệu

quả, chưa khai thác hết tiềm năng và giá trị của nhà truyền thống. Nói cách khác, việc phát triển du lịch gắn liền với kiến trúc truyền thống cần được thực hiện một cách bài bản, có quy hoạch, đảm bảo tính bền vững và tôn trọng các giá trị văn hóa địa phương.

NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA CHO CÁCH THỨC TIẾP CẬN MỚI VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG THÔN

Từ những nghiên cứu trong và ngoài nước cùng những thực tế đã nêu trên, các vấn đề đặt ra cho cách thức tiếp cận mới về phát triển du lịch nông thôn nhằm tạo cơ hội việc làm, giữ gìn bản sắc văn hóa và lan tỏa giá trị địa phương như sau:

Du lịch nông nghiệp và nông thôn ngày càng trở thành một xu hướng du lịch mới trên thế giới và tại Việt Nam bởi hiệu quả mang lại cho những cộng đồng nông dân cả trên phương diện kinh tế lẫn thôi thúc họ lưu giữ lại các giá trị văn hóa truyền thống.

Các làng xã nông thôn đang trở thành một nguồn tài nguyên quan trọng trong phát triển du lịch, đặc biệt là các làng nghề truyền thống, bởi sự hấp dẫn không chỉ gói gọn trong bản thân kiến trúc truyền thống nông thôn mà còn thể hiện qua sự gắn kết kiến trúc nhà truyền thống nông thôn với bối cảnh, môi trường tự nhiên và xã hội cũng như các sản phẩm OCOP (“Mỗi xã một sản phẩm”) của địa phương.

Giá trị nhà truyền thống nông thôn được xét trên hai cấp độ: các giá trị của bản thân ngôi nhà và các giá trị khi các ngôi nhà được gắn kết với nhau trong cộng đồng làng xã.

Những kiến trúc truyền thống ngày càng mai một trước xu hướng kiên cố hóa, bền vững hóa và “mới hóa” ngôi nhà bằng những vật liệu xây dựng hiện đại với những kiểu cách kiến trúc mới do thường xuyên bị đe dọa bởi các điều kiện thời tiết bất lợi, nhất là khi những kiến trúc truyền thống này lại không bền vững và không tham gia đóng góp vào sinh kế hàng ngày của người dân.

Bắt đầu xuất hiện các hoạt động phát triển du lịch cộng đồng, du lịch nông thôn dựa trên việc khai thác giá trị nhà truyền thống nhưng đa phần theo kiểu tự phát, “nghĩ gì làm nấy”, thiếu chiến lược, thiếu mô hình phát triển khiến hiệu quả khai thác không cao, chưa đủ sức hấp dẫn với du khách ngày càng có yêu cầu cao về chất lượng sản phẩm du lịch.

Cần có những mô hình gắn kết chặt chẽ giữa sản phẩm OCOP du lịch với các sản phẩm OCOP khác, nhằm đẩy mạnh sự hỗ trợ lẫn nhau giữa các sản phẩm OCOP không chỉ trong việc phát triển kinh tế địa phương, cải thiện sinh kế của người dân mà còn tạo ra cho địa phương những văn hóa đặc thù và lợi thế cạnh tranh trong du lịch.

Chưa nhiều các đề tài nghiên cứu liên ngành giữa kiến trúc truyền thống nông thôn và phát triển du lịch nông thôn khiến hai lĩnh vực này vẫn hoạt động riêng rẽ, không có tính kết nối và không có mục tiêu cụ thể, dẫn đến tình trạng một số nhà truyền thống nông thôn “bảo tồn vị bảo tồn” chứ không phải “bảo tồn vị nhân sinh”, làm giảm đi giá trị của các hoạt động bảo tồn kiến trúc truyền thống nông thôn.

NHỮNG QUAN ĐIỂM VỀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN TRONG BỐI CẢNH MỚI

Nông nghiệp, nông dân và nông thôn đóng vai trò quan trọng và chiến lược trong quá trình phát triển kinh tế - xã hội bền vững ở Việt Nam. Văn kiện Đại hội XIII của Đảng đã đặt ra mục tiêu chiến lược để xây dựng nông thôn mới ở Việt Nam trong tương lai “Nông nghiệp sinh thái, nông thôn hiện đại và nông dân văn minh”. Theo đó, mô hình nông thôn hiện đại được đề xuất không chỉ là một khái niệm mà còn là một hướng phát triển toàn diện, đồng bộ, từng bước đưa nông thôn Việt Nam tiến về mục tiêu thỏa mãn các yêu cầu về chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội, y tế và môi trường (Dũng, 2024).

Như vậy, nông thôn hiện đại là một khái niệm thể hiện sự phát triển của nông thôn, được thể hiện thông qua quá trình hiện đại hóa, giúp nâng cao chất lượng cuộc sống và trình độ phát triển của cộng đồng nông dân. Nông thôn hiện đại không chỉ đồng bộ với khu vực đô thị mà còn kế thừa và tôn vinh các giá trị truyền thống. Đồng thời, cần được điều chỉnh để phù hợp với nền kinh tế thị trường hiện đại, tham gia vào quá trình hội nhập quốc tế và tuân thủ nguyên tắc của nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa của dân, do dân, vì dân. Mục tiêu của nông thôn hiện đại là tạo ra một môi trường sống bền vững, đồng thời tăng cường khả năng cạnh tranh và đổi mới trong nông nghiệp. Trên cơ sở đó, các quan điểm về nông thôn cũng được định hướng (Hoan, 2022):

Nông thôn không chỉ là nơi sản xuất nông nghiệp, mà còn là nơi cân bằng cảm xúc

Nông thôn là không gian mở, con người sống hài hòa với nhau, hài hòa với môi trường thiên nhiên. Những con đường làng quanh co, rộng thoáng, “cây chen lá, đá chen hoa”. Những nương nước trong veo, những tường rào gỗ mộc mạc phủ mảng dây leo. Ao làng vừa lưu giữ truyền thống tích một thời ngày xưa, vừa cân bằng nhiệt độ, không khí, môi trường sống cũng dễ chịu, trong lành hơn. Con người hạnh phúc khi sinh hoạt và lao động trong không gian tràn đầy cảm xúc, với những hình ảnh quen thuộc như thế. Quá trình hình thành nên làng xã nhờ vào tính cố kết cộng đồng, giúp giữ xóm giữ làng trước thiên tai,

địch họa. Khi con người mưu cầu cuộc sống vật chất tốt hơn, thì không tránh khỏi xung đột về lợi ích, tính cố kết cộng đồng dần mất đi. Khi ấy, thay vì hợp tác với nhau, thì “đèn nhà ai nấy sáng, ruộng nhà ai nấy làm”, sự so đo, đố kỵ sẽ làm rạn nứt tình làng nghĩa xóm. Con người luôn tồn tại hai trạng thái cảm xúc: tích cực và tiêu cực. Văn hóa giúp cân bằng cảm xúc, tạo ra cảm xúc tích cực, hạn chế cảm xúc tiêu cực. Cảm xúc tích cực giúp tạo ra xã hội nông thôn hài hòa.

Nông thôn không chỉ là nơi diễn ra hoạt động kinh tế mà còn là không gian văn hóa

Văn hóa bao gồm vật thể và phi vật thể. Cây đa, bến nước, sân đình vừa có giá trị hữu hình, vừa có giá trị vô hình. Văn hóa vật thể như kiến trúc nhà ở dân gian, trang phục dân tộc, đền chùa, miếu mạo; văn hóa phi vật thể như tín ngưỡng dân gian, âm nhạc truyền thống,... Tất cả đều tạo ra cảm xúc cho người làng. Người làng là chủ thể tạo lập làng, hình thành văn hóa làng, phát triển kinh tế làng. Người làng kết nối lại thành cộng đồng dân cư làng, xã hội làng. “Lệ làng”, những quy tắc ứng xử, không phải để vượt lên “Phép nước”, mà giúp cho pháp luật được tiếp nhận một cách tự nguyện. Về mặt nào đó, “Lệ làng” cũng là không gian văn hóa đặc sắc ở nông thôn Việt Nam.

Nông thôn không chỉ là không gian vật chất, mà còn là tài nguyên phát triển

Việc giữ gìn và phát huy các giá trị nông thôn, hướng đến hai mục tiêu chính. Thứ nhất, để người làng quê trân quý những giá trị truyền thống cha ông để lại. Thứ hai, để nông thôn trở thành tài nguyên phục vụ phát triển, du lịch nông nghiệp, nông thôn, bao gồm: trải nghiệm cách làm nông, cuộc sống nhà nông, môi trường cảnh quan, làng nghề, văn hóa bản địa. Hình ảnh làng quê dân dã, giàu bản sắc, đậm chất văn hóa, tràn đầy sức sống, cộng đồng hài hòa thân thiện do chính người làng tạo lập. Hình ảnh ấy sẽ là sức hút người xa làng quay trở về nhiều hơn, khách phương xa tìm đến trải nghiệm khám phá nét tinh hoa. Sản phẩm từ làng sẽ được tiêu thụ, ưa chuộng nhiều hơn. Thu nhập và chất lượng sống người làng sẽ được nâng thêm.

Hình ảnh làng quê cũng ẩn chứa văn hóa nông thôn, tạo ra bản sắc riêng

cho nông thôn. Đó chính là “tài nguyên mềm”, “tri thức địa phương” phục vụ phát triển. Theo kinh tế học hiện đại, phát triển không chỉ dựa vào nguồn vốn kinh tế, tài nguyên tự nhiên, mà còn có cả các nguồn vốn phi kinh tế: “vốn văn hóa” và “vốn xã hội”. Cách tiếp cận như trên rộng hơn và sâu hơn cách tiếp cận hẹp, đơn giản trước đây. Các nguồn vốn phi kinh tế nếu được nhìn nhận đúng, đủ và biết cách phát huy sẽ chuyển hóa thành vốn kinh tế. Tư duy tích hợp trong Nghị quyết 19-NQ/TW là hướng đến đa tầng giá trị như vậy.

Nông thôn cần được xem là một miền di sản

Giá trị nông thôn được bảo tồn như một di sản văn hóa, được quan tâm ở cấp độ quốc gia. Trong khi đô thị được xem là hình ảnh đại diện cho mức độ phát triển kinh tế-xã hội của mỗi quốc gia, thì nông thôn chính là nơi gìn giữ trọn vẹn đời sống tinh thần, bản sắc văn hóa dân tộc, giá trị tinh thần cốt lõi. Không chỉ là không gian sống hữu hình, nông thôn còn là không gian tâm thức, trong đó văn hóa tạo ra giá trị tâm thức. Những giá trị vô hình là nền tảng hướng tới các làng thông minh, làng hài hòa, làng hạnh phúc. Đó chính là các yếu tố để nông thôn trở thành di sản.

XÂY DỰNG QUAN ĐIỂM ỨNG XỬ VỚI CÁC GIÁ TRỊ KIẾN TRÚC TRUYỀN THỐNG NÔNG THÔN PHỤC VỤ PHÁT TRIỂN DU LỊCH

Những năm gần đây, các điểm du lịch ở nông thôn Việt Nam đã đạt được nhiều kết quả đáng kể. Du lịch nông thôn góp phần chuyển dịch kinh tế, giảm khoảng cách phát triển giữa nông thôn và thành thị, cũng như quảng bá, tôn vinh, bảo tồn, phát triển và lan tỏa các giá trị độc đáo, đồng thời góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế-xã hội.

Khu vực nông thôn sở hữu đa dạng các di sản văn hóa, thiên nhiên đặc sắc với nhiều giá trị đặc trưng khác biệt với khu vực đô thị. Đây là tài nguyên quý giá cung cấp các giá trị trải nghiệm khác biệt, góp phần thu hút khách du lịch về khu vực nông thôn và đóng góp tích cực cho sự phát triển kinh tế-xã hội. Chính vì vậy, quan điểm ứng xử với các giá trị kiến trúc truyền thống nông thôn phục vụ phát triển du lịch sẽ được tạo ra bởi hai chiều tác động:

“Văn hóa hóa kinh tế” - nâng cao hàm lượng văn hóa trong kinh doanh và phát triển du lịch

“Văn hóa hóa kinh tế” có thể hiểu là làm cho hoạt động kinh tế mang tính văn hóa nhiều hơn hay tích hợp văn hóa trở thành yếu tố quan trọng để tiến hành các hoạt động kinh tế. Như vậy, mục tiêu của việc ứng xử với các giá trị kiến trúc truyền thống là nhằm nâng cao tính văn hóa, trở thành nguồn tài nguyên văn hóa quan trọng trong phát triển du lịch nông thôn, góp phần vào quá trình chuyển đổi nghề nghiệp, cải thiện sinh kế người dân nông thôn.

“Kinh tế hóa văn hóa” - kinh doanh và phát triển du lịch dựa trên khai thác các giá trị văn hóa

“Kinh tế hóa văn hóa” có thể hiểu là làm cho văn hóa trở nên có giá trị khi tham gia vào các hoạt động kinh tế hay tạo giá trị kinh tế cho văn hóa, nôm na là “có thể thu được giá trị kinh tế từ các giá trị văn hóa”. Như vậy, mục tiêu của phát triển các hoạt động du lịch nông thôn dựa trên việc khai thác các giá trị kiến trúc truyền thống là giúp ứng xử với kiến trúc truyền thống trở nên thuận lợi, hợp lý và đảm bảo nguồn tài chính.

Như vậy, có 6 quan điểm ứng xử với các giá trị kiến trúc truyền thống nông thôn phục vụ phát triển du lịch được đề xuất như sau:

Quan điểm 1: “Biến tài sản thành di sản” và “Biến di sản thành tài sản” trong ứng xử với các giá trị kiến trúc truyền thống nông thôn phục vụ phát triển du lịch

Liên quan đến quan điểm này, trước hết cần làm rõ các khái niệm sau:

“Tài sản” là nguồn lực kinh tế được xác định giá trị cụ thể mà một chủ thể đang nắm giữ, có quyền sử dụng và kiểm soát tài sản. Đồng thời, việc sử dụng các tài sản này chắc chắn sẽ thu được lợi ích trong tương lai.

“Di sản” (văn hóa) là những giá trị vật chất, tinh thần có ý nghĩa đặc biệt về mặt khoa học, văn hóa, lịch sử và được gìn giữ, lưu truyền từ thế hệ trước đến những thế hệ sau.

Dựa trên những khái niệm này, quan điểm thứ nhất - “Biến tài sản thành di sản” và “Biến di sản thành tài sản” - sẽ được hiểu:

“Biến tài sản thành di sản” nghĩa là biến tài sản (vật chất) là nhà truyền thống trở thành những tài nguyên di sản tham gia các hoạt động du lịch.

“Biến di sản thành tài sản” nghĩa là biến những di sản mà cộng đồng, người dân đang nắm giữ thành những tài sản để kinh doanh du lịch.

Từ đó, quan điểm “Biến tài sản thành di sản” và “Biến di sản thành tài sản” trong ứng xử với các giá trị kiến trúc truyền thống nông thôn phục vụ phát triển du lịch được cụ thể hóa thành:

Quan điểm 1.1: Các giá trị di sản của nhà truyền thống mà cộng đồng, người dân đang nắm giữ cần phải được gìn giữ và bảo tồn để trở thành những tài sản thực sự có giá trị nhằm tạo dựng thương hiệu trong kinh doanh và phát triển du lịch nông thôn.

Quan điểm 1.2: Giá trị di sản nhà truyền thống càng cao, càng đặc trưng thì giá trị tài sản quy đổi để kinh doanh và phát triển du lịch nông thôn cũng càng cao, và ngược lại.

Quan điểm 1.3: Di sản hóa để xác lập và có cơ sở pháp lý, góp phần làm tăng giá trị kiến trúc truyền thống nông thôn, tránh việc bị đối xử như một tài sản (vật chất) đơn thuần.

Quan điểm 2: “Biến hàng hóa thành văn hóa” và “Biến văn hóa thành hàng hóa” trong ứng xử với các giá trị kiến trúc truyền thống nông thôn phục vụ phát triển du lịch

Liên quan đến quan điểm này, trước hết cần làm rõ các khái niệm sau:

“Hàng hóa” là sản phẩm có thể trao đổi, mua, bán trên thị trường. Dịch vụ là hàng hóa có tính vô hình, quá trình sản xuất và tiêu dùng không thể tách rời nhau.

“Văn hóa” là tổng thể sống động các hoạt động và sáng tạo trong quá khứ và trong hiện tại, hình thành nên một hệ thống các giá trị, các truyền thống và thị hiếu. Như vậy, có thể hiểu văn hóa là những giá trị vật chất, tinh thần do con người sáng tạo ra trong lịch sử.



Mối quan hệ giữa văn hóa và kinh tế là chìa khóa quan trọng trong phát triển du lịch nông thôn

Dựa trên những khái niệm này, quan điểm thứ hai - “Biến hàng hóa thành văn hóa” và “Biến văn hóa thành hàng hóa” - sẽ được hiểu:

“Biến hàng hóa thành văn hóa” nghĩa là biến các sản phẩm hàng hóa kinh doanh du lịch thành các giá trị văn hóa để thu hút khách du lịch.

“Biến văn hóa thành hàng hóa” nghĩa là biến các giá trị văn hóa thành các sản phẩm hàng hóa để kinh doanh và phát triển du lịch.

Từ đó, quan điểm “Biến hàng hóa thành văn hóa” và “Biến văn hóa thành hàng hóa” trong ứng xử với các giá trị kiến trúc truyền thống nông thôn phục vụ phát triển du lịch được cụ thể hóa thành:

Quan điểm 2.1: “Văn hóa như là hàng hóa” - quý kiến trúc truyền thống được coi là một tập hợp và là kho lưu trữ hàng hóa quan trọng cho hoạt động du lịch nông thôn.

Quan điểm 2.2: Hàng hóa du lịch được cấu thành từ hai biểu hiện văn hóa: (i) văn hóa vật chất/vật thể - kiến trúc truyền thống nông thôn, và (ii) văn hóa phi vật chất/vật thể - các hoạt động sống của con người và cộng đồng trong và xung quanh kiến trúc truyền thống nông thôn.

Quan điểm 2.3: Đặc tính của loại hàng hóa này dựa trên các yếu tố “độc đáo”, “nghệ thuật”, “thẩm mỹ”, “tinh thần”... cần được gìn giữ và bảo tồn của kiến trúc truyền thống nông thôn.

Quan điểm 3: “Biến giá cả thành giá trị” và “Biến giá trị thành giá cả” trong ứng xử với các giá trị kiến trúc truyền thống nông thôn phục vụ phát triển du lịch

Liên quan đến quan điểm này, trước hết cần làm rõ các khái niệm sau:

“Giá cả” là biểu hiện bằng tiền của giá trị hàng hóa, nghĩa là số lượng tiền phải trả cho hàng hóa đó. Về nghĩa rộng đó là số tiền phải trả cho một hàng hóa, một dịch vụ, hay một tài sản nào đó. Giá cả của hàng hóa nói chung là đại lượng thay đổi xoay quanh giá trị.

“Giá trị” chỉ tính có ích, có ý nghĩa của những sự vật, hiện tượng tự nhiên hay xã hội có khả năng thỏa mãn nhu cầu, phục vụ lợi ích của con người. Như vậy, giá trị là cái mà người ta dùng làm cơ sở để xét xem một vật có lợi ích tới mức nào đối với con người. Giá trị có thể quy ra được thành tiền của một vật trong quan hệ mua bán, đổi chác, và hoàn toàn có thể biến thiên. Giá trị hàng hóa thể hiện sự kết tinh của lao động xã hội cần thiết để sản xuất ra hàng hóa đó.

Dựa trên những khái niệm này, quan điểm thứ ba - “Biến giá cả thành giá trị” và “Biến giá trị thành giá cả” - sẽ được hiểu:

“Biến giá cả thành giá trị” nghĩa là biến giá cả của các sản phẩm và dịch vụ trong kinh doanh và phát triển du lịch góp phần vào khẳng định giá trị di sản - “tiền nào của nấy”.

“Biến giá trị thành giá cả” nghĩa là biến các giá trị di sản trở thành yếu tố quan trọng để xác định giá cả cho các sản

phẩm và dịch vụ trong kinh doanh và phát triển du lịch.

Từ đó, quan điểm “Biến giá cả thành giá trị” và “Biến giá trị thành giá cả” trong ứng xử với các giá trị kiến trúc truyền thống nông thôn phục vụ phát triển du lịch được cụ thể hóa thành:

Quan điểm 3.1: Giá cả các sản phẩm hàng hóa và dịch vụ du lịch nông thôn được xác định tương ứng với giá trị di sản theo số lượng và chất lượng nhà truyền thống.

Quan điểm 3.2: Giá thành dịch vụ du lịch là chỉ tiêu kinh tế tổng hợp phản ánh chất lượng hoạt động kinh doanh dịch vụ du lịch, kết quả của sử dụng lao động và khai thác giá trị kiến trúc truyền thống nông thôn trong quá trình kinh doanh du lịch.

Quan điểm 3.3: Giá thành dịch vụ du lịch từ việc khai thác kiến trúc truyền thống nông thôn phải bù đắp được các chi phí bảo tồn và có thể mang lại lợi nhuận cho chủ sở hữu.

Quan điểm 4: “Biến tài chính thành tài nguyên” và “Biến tài nguyên thành tài chính” trong ứng xử với các giá trị kiến trúc truyền thống nông thôn phục vụ phát triển du lịch

Liên quan đến quan điểm này, trước hết cần làm rõ các khái niệm sau:

“Tài chính” là một phạm trù kinh tế phản ánh các quan hệ phân phối của cải xã hội dưới hình thức giá trị, phát sinh trong quá trình hình thành, tạo lập và phân phối các giá trị trong nền kinh tế. Như vậy, tài chính là phương thức huy động, phân bổ và sử dụng nguồn tiền nhằm đáp ứng nhu cầu của các chủ thể kinh tế - xã hội. Bản chất của tài chính là việc quản lý các hoạt động sử dụng tài sản và nguồn lực một cách hiệu quả để đạt được các mục tiêu tài chính.

“Tài nguyên” là tất cả các dạng vật chất, tri thức được sử dụng để tạo ra của cải vật chất, hoặc tạo ra giá trị sử dụng mới của con người.

Dựa trên những khái niệm này, quan điểm thứ tư - “Biến tài chính thành tài nguyên” và “Biến tài nguyên thành tài chính” - sẽ được hiểu:



Văn hóa ẩm thực bản địa các khu vực nông thôn trở thành một loại “hàng hóa” quan trọng trong việc thu hút khách du lịch

“Biến tài chính thành tài nguyên” nghĩa là biến nguồn tài chính từ du lịch trở thành nguồn tài nguyên cho việc gìn giữ và bảo tồn các giá trị văn hóa.

“Biến tài nguyên thành tài chính” nghĩa là biến các tài nguyên du lịch văn hóa mà cộng đồng, người dân đang nắm giữ trở thành nguồn tài chính.

Từ đó, quan điểm “Biến tài chính thành tài nguyên” và “Biến tài nguyên thành tài chính” trong ứng xử với các giá trị kiến trúc truyền thống nông thôn phục vụ phát triển du lịch được cụ thể hóa thành:

Quan điểm 4.1: Khai thác các tài nguyên du lịch văn hóa được hình thành từ quỹ nhà truyền thống để tạo ra các nguồn tài chính phục vụ công tác bảo tồn nhà truyền thống và gia tăng sinh kế cho người dân nông thôn.

Quan điểm 4.2: Tài nguyên du lịch văn hóa được hình thành từ quỹ kiến trúc truyền thống nông thôn càng dồi dào, càng độc đáo và càng đặc trưng thì nguồn thu từ kinh doanh du lịch càng cao.

Quan điểm 4.3: Mục tiêu cho công tác bảo tồn và phát huy giá trị kiến trúc truyền thống nông thôn được xác định rõ ràng dựa trên nguồn thu mang lại cho người dân và cộng đồng.

Quan điểm 5: “Biến động lực thành nguồn lực” và “Biến nguồn lực thành động lực” trong ứng xử với các giá trị kiến trúc truyền thống nông thôn phục vụ phát triển du lịch

Liên quan đến quan điểm này, trước hết cần làm rõ các khái niệm sau:

“Động lực” là sự định hướng, thúc đẩy và duy trì một hoạt động hay hành vi nào đó của chủ thể. Động lực được hiểu là những động cơ bên trong hoặc tác động từ môi trường bên ngoài thúc đẩy một chủ thể hành động để đạt được mục tiêu cụ thể.

“Nguồn lực” là tổng thể các giá trị vật chất và phi vật chất để phục vụ cho một mục tiêu phát triển nhất định của một chủ thể cụ thể. Nguồn lực là toàn bộ tài sản, tài nguyên, sức mạnh vốn có sẵn sàng đưa vào sử dụng hoặc dự trữ để phục vụ cho sản xuất và đời sống con người.

Dựa trên những khái niệm này, quan điểm thứ năm - “Biến động lực thành nguồn lực” và “Biến nguồn lực thành động lực” - sẽ được hiểu:

“Biến động lực thành nguồn lực” nghĩa là biến động lực gìn giữ và bảo tồn di sản thành nguồn lực để thúc đẩy hoạt động kinh doanh và phát triển du lịch.

“Biến nguồn lực thành động lực” nghĩa là biến những nguồn lực kinh tế thu được từ kinh doanh và phát triển du lịch thành động lực gìn giữ và bảo tồn di sản.

Từ đó, quan điểm “Biến động lực thành nguồn lực” và “Biến nguồn lực thành động lực” trong ứng xử với các giá trị kiến trúc truyền thống nông thôn phục vụ phát triển du lịch được cụ thể hóa thành:

Quan điểm 5.1: Kinh tế di sản không chỉ dừng lại ở việc bảo vệ và gìn giữ nhà truyền thống mà còn tập trung vào việc tạo ra cơ hội kinh doanh và việc làm từ các hoạt động liên quan đến khai thác giá trị kiến trúc truyền thống nông thôn.

Quan điểm 5.2: Khuyến khích người dân tự bảo tồn và phát huy giá trị kiến trúc truyền thống nông thôn để gia tăng các nguồn sinh kế từ việc khai thác du lịch.

Quan điểm 5.3: Khuyến khích động lực sáng tạo, sáng kiến địa phương trong việc phát triển các sản phẩm và dịch vụ du lịch dựa trên các nguồn lực đặc trưng của kiến trúc truyền thống nông thôn.

Quan điểm 6: “Biến thị trường thành môi trường” và “Biến môi trường thành thị trường” trong ứng xử với các giá trị kiến trúc truyền thống nông thôn phục vụ phát triển du lịch

Liên quan đến quan điểm này, trước hết cần làm rõ các khái niệm sau:

“Thị trường” là nơi diễn ra các hoạt động mua bán, trao đổi một thứ hàng hóa nhất định nào đó giữa người mua và người bán. Mở rộng ra, thị trường là nơi mà hai hoặc nhiều bên tương tác để trao đổi hàng hóa, dịch vụ, vốn, sức lao động và các nguồn lực khác.

“Môi trường” là nơi xảy ra một hiện tượng hoặc diễn ra một quá trình, trong quan hệ với hiện tượng, quá trình ấy. Môi trường còn để chỉ toàn bộ những điều kiện tự nhiên, xã hội, trong đó con người hay một sinh vật tồn tại, phát triển, trong quan hệ với con người, với sinh vật ấy.

Môi trường sinh thái của rừng dừa nước ngập mặn Cẩm Thanh trở thành một địa điểm mang lại sinh kế cho người dân địa phương thông qua các hoạt động du lịch cộng đồng

Dựa trên những khái niệm này, quan điểm thứ sáu - “Biến thị trường thành môi trường” và “Biến môi trường thành thị trường” - sẽ được hiểu:

“Biến thị trường thành môi trường” nghĩa là biến thị trường kinh doanh du lịch thành môi trường phát triển lành mạnh cho cảnh quan, kiến trúc di sản.

“Biến môi trường thành thị trường” nghĩa là biến môi trường cảnh quan, kiến trúc di sản trở thành thị trường kinh doanh và phát triển du lịch.

Từ đó, quan điểm “Biến thị trường thành môi trường” và “Biến môi trường thành thị trường” trong ứng xử với các giá trị kiến trúc truyền thống nông thôn phục vụ phát triển du lịch được cụ thể hóa thành:

Quan điểm 6.1: Hoàn thiện thị trường du lịch nông thôn bằng gìn giữ môi trường cảnh quan tự nhiên, cải thiện và nâng cấp các kết cấu hạ tầng như giao thông, cơ sở lưu trú và dịch vụ công cộng xung quanh nhà truyền thống.

Quan điểm 6.2: “Mua có bạn, bán có phường” - tạo ra sự gắn kết nội tại và liên kết ngoại sinh các cộng đồng người dân nông thôn và khuyến khích họ tự thỏa thuận, phân công cung ứng lao động và dịch vụ du lịch.

Quan điểm 6.3: Mở rộng mạng lưới kinh doanh du lịch dựa trên việc kết nối nhiều cấp độ: (i) liên kết các nhà truyền thống, (ii) liên kết các làng truyền thống, (iii) liên kết các khu vực nông thôn các địa phương.

KẾT LUẬN

Sáu quan điểm ứng xử với các giá trị kiến trúc truyền thống nông thôn phục vụ phát triển du lịch được đề xuất trong bài viết - “Biến tài sản thành di sản” và ngược lại, “Biến hàng hóa thành văn hóa” và ngược lại, “Biến giá cả thành giá trị” và ngược lại, “Biến tài chính thành tài nguyên” và ngược lại, “Biến động lực thành nguồn lực” và ngược lại, “Biến thị trường thành môi trường” và ngược lại - không chỉ là những nguyên tắc mà còn là những định hướng hành động cụ thể, giúp các nhà quản lý, nhà nghiên cứu và cộng đồng địa phương có một cách tiếp cận hệ thống và hiệu quả hơn trong việc bảo tồn và phát huy giá trị kiến trúc truyền thống.

Các quan điểm này nhấn mạnh sự tương tác và chuyển đổi qua lại giữa các yếu tố vật chất, phi vật chất, kinh tế, văn hóa và xã hội, tạo ra một vòng tuần hoàn giá trị, thúc đẩy sự phát triển bền vững của du lịch và nông thôn.

RESPONDING TO TRADITIONAL ARCHITECTURAL VALUES TO SERVE RURAL TOURISM DEVELOPMENT

ASSOC.PROF.DR. TRAN MINH TUNG | HANOI UNIVERSITY OF CIVIL ENGINEERING

In the context of strong globalization and urbanization, Vietnam's rural areas are undergoing profound changes. Not only a place for agricultural production, the countryside today also plays an important role in preserving traditional cultural values, maintaining ecological balance and creating an ideal living space for people. Recognizing this importance, our Party and State have issued many policies and guidelines to develop the countryside in a comprehensive and sustainable manner, aiming at the goal of building a new, civilized, modern countryside rich in cultural identity./.

Hệ thống các quan điểm sẽ cung cấp một khung lý thuyết và thực tiễn cho việc bảo tồn và phát triển kiến trúc truyền thống nông thôn, góp phần vào việc thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững của quốc gia. Việc áp dụng các quan điểm này không chỉ giúp bảo tồn những giá trị văn hóa truyền thống mà còn tạo ra cơ hội kinh tế cho người dân địa phương, nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của cộng đồng. Đồng thời, nó cũng góp phần quảng bá hình ảnh du lịch Việt Nam ra thế giới, thu hút du khách và tạo ra nguồn thu ngoại tệ cho đất nước.

Tuy nhiên, việc triển khai các quan điểm này trong thực tế đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa các bên liên quan, như chính quyền địa phương, các cơ quan quản lý văn hóa, các doanh nghiệp du lịch và cộng đồng địa phương. Bên cạnh đó, cũng cần có sự đầu tư về nguồn lực tài chính, nhân lực và kỹ thuật để thực hiện các hoạt động bảo tồn, phục dựng và phát triển kiến trúc truyền thống. Đồng thời, cần kêu gọi sự tham gia tích cực của cộng đồng địa phương trong quá trình này, đảm bảo rằng các hoạt động du lịch không gây ảnh hưởng tiêu cực đến đời sống văn hóa và xã hội của cộng đồng.

Trong tương lai, cần có thêm nhiều nghiên cứu sâu hơn về các yếu tố ảnh hưởng đến sự thành công của việc bảo tồn và phát triển kiến trúc truyền thống nông thôn, như vai trò của chính sách, sự tham gia của cộng đồng, năng lực quản lý và tiếp thị. Ngoài ra, cũng cần nghiên cứu

về tác động của du lịch đến đời sống văn hóa và xã hội của cộng đồng địa phương, nhằm đảm bảo rằng du lịch thực sự mang lại lợi ích cho cộng đồng và góp phần vào sự phát triển bền vững của khu vực. Bên cạnh đó, những nghiên cứu so sánh giữa các mô hình bảo tồn và phát triển nhà truyền thống ở các vùng miền khác nhau đóng vai trò quan trọng để từ đó rút ra những bài học kinh nghiệm và áp dụng vào thực tiễn.

Hy vọng rằng những quan điểm được trình bày sẽ góp phần vào việc nâng cao nhận thức về giá trị của kiến trúc truyền thống nông thôn, khơi dậy niềm tự hào và ý thức trách nhiệm trong việc bảo tồn và phát huy những giá trị đó cho các thế hệ tương lai./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Thủ tướng Chính phủ. (2022, Feb 22). Quyết định số 263/QĐ-TTg ngày 22/02/2022. Phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025. Hà Nội: Chính phủ.
- Dũng, H. T. (2024, 02 01). Xây dựng nông thôn hiện đại theo tinh thần Nghị quyết XIII của Đảng. Được truy lục từ Tạp chí Quản lý Nhà nước: <https://www.quanlynhanuoc.vn/2024/02/01/xay-dung-nong-thon-hien-dai-theo-tinh-than-nghi-quyet-xiii-cua-dang/>
- Hoan, L. M. (2022, 12 17). Giữ gìn, phát huy giá trị văn hóa trong xây dựng nông thôn mới: Thêm một góc nhìn về nông thôn đáng sống. Được truy lục từ Báo Nhân dân điện tử: <https://special.nhandan.vn/Bo-truong-NNPTNN-giu-gin-phat-huy-gia-tri-van-hoa-trong-xay-dung-nong-thon-moi/index.html>