

PHÁT TRIỂN VĂN HÓA DU LỊCH Ở VIỆT NAM

BÙI XUÂN THANH (*)

Ngày nhận bài: 20/10/2024 Ngày thẩm định: 24/10/2024 Ngày duyệt đăng: 25/11/2024

Tóm tắt: Văn hóa du lịch là tổng hợp các giá trị văn hóa được thể hiện qua hoạt động du lịch, là sự kết hợp giữa nhận thức và hành động của du khách trong quá trình tham gia hoạt động du lịch. Phát triển văn hóa du lịch là quá trình thúc đẩy, bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa đặc trưng của một quốc gia hoặc địa phương thông qua hoạt động du lịch. Bài viết phân tích một số vấn đề lý luận về phát triển văn hóa du lịch và gợi mở một số định hướng để tiếp tục phát triển văn hóa du lịch ở Việt Nam hiện nay.

Từ khóa: du khách; văn hóa du lịch; Việt Nam

1. Khái quát về phát triển du lịch

Văn hóa là hệ thống giá trị vật chất, tinh thần do con người sáng tạo ra trong quá trình hoạt động thực tiễn, cũng như trong sự tương tác giữa con người với môi trường tự nhiên và xã hội.

Với tính cách là hệ thống các giá trị, văn hóa là tổng thể phức hợp bao gồm cả tri thức, tín ngưỡng, nghệ thuật, đạo đức, luật pháp, phong tục, tập quán,... mà con người có được với tư cách thành viên của xã hội. Theo UNESCO: “Văn hóa cần phải được coi như là tập hợp các nét đặc trưng về mặt tinh thần và vật chất, về mặt trí tuệ và tình cảm, đặc trưng cho một xã hội hoặc một cộng đồng mang tính xã hội, và rằng, ngoài văn học và nghệ thuật, nó còn bao gồm lối sống, các cách chung sống cùng nhau, các hệ thống giá trị, các truyền thống và tín ngưỡng”^(*).

Văn hóa du lịch là sự thể hiện nội dung văn hóa trong lĩnh vực du lịch, được hình thành, phát triển cùng với hoạt động du lịch của các vùng miền, quốc gia, dân tộc. Văn hóa du lịch chỉ yếu tố văn hóa trong du lịch khác với nghĩa khai thác văn hóa để phục vụ du lịch.

Văn hóa có những tính chất chung, cơ bản và được thể hiện trong du lịch với tính cách là sự thể hiện của cái chung trong cái riêng thành văn hóa du lịch mang những sắc thái đặc thù. Nếu xem xét văn hóa du lịch từ góc nhìn văn hóa vật chất, du lịch sẽ thể hiện tính văn hóa trong các sản phẩm du lịch, trong ẩm thực, trang phục, đi lại,... Nếu xem xét văn hóa du lịch từ góc nhìn văn hóa tinh thần, thì văn hóa du lịch cũng bao hàm những hệ thống nhỏ, như văn hóa giao tiếp, văn hóa ứng xử, văn hóa đạo đức, phong tục tập quán, lễ hội, tín ngưỡng, tôn giáo, vui chơi, giải trí, văn hóa nghe, nhìn,... thể hiện trong lĩnh vực du lịch. Các yếu tố, bộ phận đó của văn hóa du lịch không cô lập, tách rời nhau, mà tác động

(*) TS, Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh

qua lại với nhau, thâm nhập vào nhau, tạo nên đời sống văn hóa du lịch vừa thống nhất, vừa phong phú, đa dạng.

Văn hóa du lịch bao gồm nhiều thành tố, như: văn hóa ứng xử của nhà tổ chức hoạt động du lịch, của khách du lịch đối với cảnh quan - môi trường; của nhà tổ chức du lịch đối với khách du lịch, biểu hiện thông qua thái độ, chất lượng phục vụ, chất lượng sản phẩm du lịch cả về hình thức lẫn nội dung. Văn hóa du lịch còn thể hiện ở các mặt: điều hành, hướng dẫn tour, marketing sản phẩm, mua - bán sản phẩm du lịch, chất lượng thanh quyết toán,... Những mặt này đều phải thể hiện văn hóa thông qua thương hiệu sản phẩm. Như vậy, văn hóa du lịch thuộc cả hai lĩnh vực văn hóa vật chất và văn hóa tinh thần. Những sản phẩm vật chất con người sáng tạo ra phục vụ lĩnh vực du lịch bao giờ cũng chứa đựng, kết tinh các giá trị tinh thần của con người, như trình độ tri thức, thẩm mỹ, thậm chí là triết lý sống và ngược lại, các giá trị văn hóa tinh thần trong du lịch bao giờ cũng chứa đựng và được chuyển tải dưới những hình thức vật chất nhất định.

Văn hóa du lịch chính là sự thể hiện những giá trị văn hóa của chuỗi hoạt động quản lý, kinh doanh và trải nghiệm du lịch; đồng thời, nội dung văn hóa du lịch được tích lũy và sáng tạo trong hoạt động du lịch bởi nhiều chủ thể tham gia vào hoạt động này bao gồm: doanh nghiệp du lịch, khách du lịch, chính quyền các cấp và cộng đồng dân cư nơi diễn ra hoạt động du lịch. Giữa văn hóa và du lịch có mối quan hệ mật thiết, hòa quyện vào nhau, tác động qua lại ảnh hưởng lẫn nhau. Trong mối quan hệ này, văn hóa vừa là tài nguyên nhân văn, vừa là biện pháp, cách thức làm ra lợi nhuận. Do đó, văn hóa là môi trường, là lực hấp dẫn tạo động lực cho du lịch phát triển. Bản chất của du lịch là thể hiện văn hóa. Đối với du khách, du lịch là để trải nghiệm, vui chơi, thể hiện nền văn hóa của mình và tìm hiểu những giá trị văn hóa khác lạ. Nếu hoạt động du lịch

không tạo ra sản phẩm văn hóa đặc sắc trong giao tiếp, ẩm thực, giao thông,... và không thể hiện bản sắc văn hóa dân tộc thì sẽ nghèo nàn về nội dung, không có điểm nhấn để thu hút du khách. Chính vì vậy, muốn phát triển du lịch, bất kỳ quốc gia, dân tộc nào cũng cần thiết lập những giá trị văn hóa bền vững trong kinh doanh du lịch.

Các giá trị nhân văn là một trong những cái đẹp thể hiện trong văn hóa du lịch. Giá trị của văn hóa trong lĩnh vực du lịch được kết tinh, tích lũy trong các hoạt động du lịch có thể là giá trị vật chất hoặc giá trị tinh thần mang tính chân - thiện - mỹ, nên văn hóa du lịch là một trong những tiêu chuẩn đánh giá sự phát triển, tiến bộ của con người và xã hội.

Một trong những tính chất không thể thiếu của văn hóa du lịch là tính lịch sử. Điều này có nghĩa hoạt động du lịch phải thể hiện được truyền thống văn hóa, những giá trị được tích lũy và tái tạo của cộng đồng người trong lịch sử. Tính lịch sử gắn liền với tính dân tộc. Tính dân tộc trong văn hóa du lịch thể hiện những nét riêng về phương thức sản xuất sinh hoạt, dựng nước, giữ nước,... để thu hút du khách và quảng bá văn hóa dân tộc. Nếu văn hóa du lịch không có sự kế thừa, không có một mối liên hệ nào với quá khứ thì sự phát triển của du lịch khó bền vững. Do đó, trong quá trình xây dựng và phát triển văn hóa du lịch phải phát huy năng lực sáng tạo của con người, kế thừa và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc và tinh hoa văn hóa nhân loại để tránh tình trạng trì trệ, lạc hậu hoặc đánh mất mình.

Phát triển văn hóa du lịch là quá trình thúc đẩy, bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa đặc trưng của một quốc gia hoặc địa phương thông qua hoạt động du lịch. Quá trình này không chỉ nhằm quảng bá văn hóa đến du khách, mà còn tạo điều kiện giao lưu, học hỏi giữa các nền văn hóa khác nhau, đồng thời mang lại lợi ích kinh tế, xã hội và môi trường. Phát triển văn hóa du lịch bao gồm việc bảo tồn di sản văn hóa, tạo ra các

sản phẩm du lịch mang bản sắc địa phương, khuyến khích sự tương tác văn hóa giữa du khách và cộng đồng địa phương, góp phần xây dựng nhận thức, tôn trọng và hiểu biết lẫn nhau giữa các nền văn hóa.

Phát triển văn hóa du lịch đóng góp đáng kể vào kinh tế, thúc đẩy các ngành công nghiệp văn hóa, như quảng cáo, kiến trúc, giải trí, thủ công mỹ nghệ, điện ảnh, thời trang ngày càng phát triển; góp phần bảo tồn và phát huy giá trị truyền thống, tạo ra lợi ích kinh tế cho địa phương, thu hút hàng triệu du khách và quảng bá văn hóa Việt Nam. Phát triển văn hóa du lịch không chỉ phục vụ khách quốc tế, mà còn đáp ứng nhu cầu của người dân trong nước, giúp họ khám phá và thụ hưởng giá trị văn hóa phong phú.

Ngoài lợi ích kinh tế, phát triển văn hóa du lịch còn có giá trị về chính trị và ngoại giao, góp phần xây dựng hình ảnh quốc gia và nâng cao vị thế Việt Nam trên trường quốc tế. Việc quảng bá sản phẩm và phát triển du lịch qua internet và truyền thông hiện đại giúp du khách dễ dàng tiếp cận, đồng thời lan tỏa văn hóa Việt Nam ra thế giới.

2. Định hướng phát triển văn hóa du lịch ở Việt Nam hiện nay

Một là, nâng cao nhận thức về vai trò của văn hóa đối với hoạt động du lịch

Trong giai đoạn hiện nay, để phát triển du lịch, Việt Nam cần phải xác định đúng đắn về vai trò của văn hóa đối với hoạt động du lịch, để tạo nên sự tương tác tích cực giữa bảo tồn và phát triển văn hóa với phát triển du lịch. Trong bối cảnh toàn cầu hóa, yếu tố văn hóa cần được coi là một nguồn tài nguyên tạo nền móng cho ngành du lịch phát triển bền vững. Chính sự phát triển bền vững của du lịch sẽ góp phần quan trọng vào việc bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa dân tộc và phát triển kinh tế - xã hội. Để làm được điều này, phải coi văn hóa du lịch vừa là mục tiêu, vừa là nội dung và bản chất đích thực của lĩnh vực du lịch để tạo nên sự hấp dẫn, tính độc đáo, đặc sắc của sản phẩm du lịch

Việt Nam, góp phần tạo dựng hình ảnh quốc gia trong lòng du khách và bạn bè quốc tế. Đây mạnh tuyên truyền nâng cao nhận thức của toàn xã hội về văn hóa du lịch, đấu tranh, phòng ngừa các hành vi tiêu cực ảnh hưởng đến môi trường du lịch, tăng cường vận động nhân dân thực hiện ứng xử văn hóa trong mọi hoạt động du lịch.

Văn hóa du lịch đóng vai trò rất quan trọng đối với sự phát triển du lịch bền vững vì nó tạo ra phong thái, bản sắc du lịch của các doanh nghiệp du lịch và các vùng, miền, quốc gia, dân tộc. Do có thể làm nên sự khác biệt về sản phẩm du lịch của các doanh nghiệp du lịch và các vùng, miền nên văn hóa du lịch là một thành tố quan trọng xây dựng uy tín và phát triển thương hiệu du lịch, góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh du lịch giữa các doanh nghiệp, các quốc gia và các sản phẩm du lịch. Tuy nhiên, cần hiểu rằng, tài nguyên văn hóa không chỉ là những di sản văn hóa như di tích lịch sử, công trình kiến trúc, tập quán, lễ hội, mà còn là sự thể hiện văn hóa trong du lịch. Chỉ khi văn hóa trong du lịch chính phục được du khách; những giá trị văn hóa trong giao tiếp, ẩm thực, giao thông,... được thể hiện tốt, thì các nhà kinh doanh du lịch mới có thể tiến hành các hoạt động chuyên môn có hiệu quả để quảng bá du lịch, tạo ra môi trường và điều kiện cho du lịch phát triển, nâng cao chất lượng và hiệu quả hoạt động du lịch, ngành du lịch.

Hai là, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch và môi trường văn hóa du lịch

Thông thường, khi nói đến văn hóa du lịch người ta thường nghĩ đến việc đáp ứng mọi tiện ích tốt nhất cho du khách, nhưng sự đáp ứng đó phải thể hiện được tính chân - thiện - mỹ. Nếu hạ tầng giao thông, phương tiện vận chuyển, hệ thống nhà nghỉ, khách sạn, nhà hàng thể hiện được tính nhân văn, nhân bản; các hoạt động vui chơi giải trí, thưởng thức nghệ thuật, ẩm thực đáp ứng nhu cầu nghỉ dưỡng, nâng cao thể chất của du khách một cách tốt nhất; đội ngũ nhân viên phục vụ được đào

tạo chuyên nghiệp, thân thiện và có kiến thức sâu rộng về văn hóa địa phương, về sản phẩm du lịch thì khi đó du lịch đã có được những sản phẩm văn hóa đặc sắc tạo cho du khách sự thích thú, hào hứng, ấn tượng với hành trình du lịch mà họ đã, đang trải qua.

Trong du lịch, văn hóa không chỉ cần thiết thể hiện được tinh hoa trí tuệ, mà còn phải thể hiện được tính nhân văn, sự chân tình của người làm du lịch. Nếu người làm du lịch quan tâm những vấn đề lớn mà lại bỏ quên những điều tưởng như rất nhỏ nhưng thể hiện văn hóa trong du lịch, như điều hành, hướng dẫn tour, mua - bán sản phẩm du lịch, marketing sản phẩm, chất lượng thanh quyết toán,... sẽ dẫn đến thất bại của hoạt động du lịch.

Mỗi hành vi của người làm du lịch, mỗi tiêu chuẩn tiện ích phục vụ du lịch đều có ý nghĩa văn hóa. Bởi vì, khách du lịch đến từ nhiều vùng, miền mang theo những những tập tục, thói quen, tâm lý khác nhau nên muốn du khách tôn trọng văn hóa địa phương và ứng xử có văn hóa thì trước hết những người làm du lịch phải ứng xử văn hóa với du khách và tạo được môi trường văn hóa - văn minh tại điểm du lịch. Thực tế cho thấy, một môi trường kém văn hóa sẽ tạo điều kiện cho những hành vi thiếu văn hóa có cơ hội phát triển. Những hình thức kinh doanh phi văn hóa trong du lịch cùng với sự yếu kém trong chất lượng hoạt động dịch vụ du lịch đều đem đến sự phiền lòng, thậm chí là bất bình cho du khách và đó chính là hậu quả được sinh ra từ sự yếu kém của văn hóa du lịch.

Nói đến du lịch là nói tới những chủ thể làm du lịch và khả năng sáng tạo, cống hiến của họ vào sự nghiệp phát triển của ngành du lịch, cùng các cộng đồng dân cư địa phương và chủ nhân của các tài nguyên du lịch. Nếu giữa các chủ thể này không có sự gắn kết chặt chẽ thì không tạo ra được hình ảnh chung của du lịch quốc gia, dân tộc. Xây dựng và phát triển nguồn nhân lực ngành du lịch có tác phong chuyên nghiệp,

am hiểu văn hóa vùng miền sâu sắc gắn kết các cộng đồng thành một khối vững chắc hình thành nên văn hóa du lịch mang tính khu vực, góp phần tạo ra môi trường hoạt động du lịch lành mạnh, chuyên nghiệp.

Ba là, coi trọng văn hóa trong sản phẩm du lịch và quảng bá hình ảnh du lịch

Xây dựng văn hóa du lịch là xây dựng hình ảnh du lịch. Hình ảnh du lịch thể hiện ở giao tiếp văn hóa, ứng xử văn minh, lịch sự với khách du lịch của cán bộ, hướng dẫn viên và người dân sở tại. Nó cũng thể hiện ở việc bảo đảm an ninh, an toàn cho du khách và thái độ cởi mở, chân thành đối với du khách trên tinh thần, thái độ cầu thị vì sự phát triển của ngành du lịch. Để làm được điều đó, ngoài việc nâng cao trình độ chuyên môn và văn hóa du lịch cần thực hiện đồng bộ các giải pháp bảo đảm an ninh, trật tự nhằm bảo vệ an toàn cho du khách; phải có những biện pháp thiết thực để cải thiện môi trường văn hóa tại các điểm du lịch như: tuyên truyền vận động nhân dân tại các điểm du lịch, nâng cao ý thức giữ gìn hình ảnh địa phương, tập huấn nghiệp vụ cho nhân viên du lịch trong việc phục vụ, hướng dẫn, hỗ trợ khách du lịch,... hướng đến mục tiêu xây dựng một ngành du lịch chất lượng cao, từng bước đưa du lịch thành ngành kinh tế dịch vụ quan trọng, đóng góp vào việc phát triển kinh tế bền vững của đất nước.

Trong giai đoạn hiện nay, để quảng bá hình ảnh du lịch, ngành du lịch Việt Nam cần phải chú trọng sản phẩm du lịch trên nguồn tài nguyên văn hóa để phát triển du lịch, thu hút khách quốc tế và trong nước. Phát huy vai trò của văn hóa đối với sự phát triển du lịch, đẩy mạnh khai thác các loại hình du lịch văn hóa, như: du lịch lễ hội, du lịch di sản vật thể và phi vật thể, du lịch sinh thái; quan tâm sâu sắc, bài bản đến lĩnh vực văn hóa âm thực nhằm thực hiện kỳ vọng đưa Việt Nam là điểm đến của thế giới về du lịch ẩm thực.

Coi trọng văn hóa trong sản phẩm du lịch, cần quan tâm sâu sắc đến việc giữ gìn, tôn

tạo cảnh quan, danh lam thắng cảnh và đầu tư vào kiến trúc các công trình du lịch, như cơ sở lưu trú du lịch, cơ sở vui chơi giải trí; đồng thời, chú trọng thể hiện nét đẹp truyền thống, văn hóa địa phương, kết hợp hài hòa tính dân tộc và hiện đại trong văn hóa giao tiếp, trang phục, thiết kế cơ sở vật chất du lịch thân thiện với môi trường, tạo thêm sự hấp dẫn khách du lịch, góp phần khai thác tốt tiềm năng và thế mạnh du lịch của đất nước. Chính vì vậy, việc khắc phục tình trạng sản phẩm du lịch nghèo nàn về số lượng, hạn chế về chất lượng, cùng tâm lý manh mún, nhỏ lẻ, với tư duy và tầm nhìn du lịch hạn hẹp, khiến liên kết trong du lịch lỏng lẻo, thiếu bền vững mang nặng tính cát cứ, cục bộ địa phương là việc làm cần thiết. Trong giai đoạn hiện nay, các cơ quan chức năng địa phương và doanh nghiệp du lịch cần có biện pháp thiết thực để khắc phục tình trạng kinh doanh phục vụ du lịch mang nặng tư tưởng trục lợi, như nâng giá phòng nghỉ, ăn uống, chèn ép, chèo kéo khách mua hàng lưu niệm, bán hàng kém chất lượng, ăn xin,... gây phản cảm đối với du khách.

Như vậy, đối với mỗi quốc gia, sự thành công trong lĩnh vực du lịch có được là do rất nhiều nguyên nhân, trong đó nguyên nhân cơ bản là hoạt động du lịch khai thác hiệu quả các giá trị đặc sắc của văn hóa dân tộc trong kinh doanh du lịch. Tuy nhiên, trong tiến trình hội nhập hiện nay, vấn đề văn hóa với du lịch không chỉ “đóng khung” trong mỗi nước, đã hòa nhập và tiếp biến các giá trị văn hóa vượt khỏi phạm vi biên giới quốc gia. Chính vì thế, lĩnh vực du lịch cần chủ động đón nhận cơ hội phát triển, nhưng phải biết cách vượt qua các thách thức để giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc.

Trong giai đoạn toàn cầu hóa hiện nay, để du lịch Việt Nam phát triển bền vững, phải coi văn hóa vừa là mục tiêu, vừa là nội dung và bản chất đích thực của lĩnh vực du lịch để tạo ra sự hấp dẫn, tính độc đáo, đặc sắc của sản phẩm du lịch, góp phần tạo

dựng hình ảnh quốc gia trong lòng du khách và bạn bè quốc tế. Nâng cao nhận thức về vai trò của văn hóa đối với hoạt động du lịch, tiếp tục đổi mới phương thức lãnh đạo, quản lý văn hóa du lịch; nâng cao chất lượng nguồn nhân lực làm du lịch và môi trường văn hóa du lịch; đồng thời, coi trọng văn hóa trong sản phẩm du lịch, quảng bá hình ảnh du lịch. Chỉ khi văn hóa trong du lịch Việt Nam chinh phục được bạn bè thế giới thì ngành du lịch mới thực sự tạo ra môi trường và điều kiện để phát triển hài hòa và bền vững □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trần Bạch Đằng, *Văn hóa - mục tiêu và động lực của sự phát triển xã hội*, Nxb Tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh, 2000
2. Trịnh Đình Bảy, *Vai trò của văn hóa trong đời sống xã hội*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2001
3. Phan Xuân Biên, *Miền Đông Nam Bộ con người và văn hóa*, Nxb Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, 2004
4. Nguyễn Hồng Hà, *Môi trường văn hóa với việc xây dựng lối sống con người Việt Nam*, Nxb Văn hóa - Thông tin, Hà Nội, 2005
5. Đỗ Huy, *Văn hóa và phát triển*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2005
6. Nguyễn Văn Dân, *Văn hóa và phát triển trong bối cảnh toàn cầu hóa*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội, 2006, tr.19
7. Phạm Duy Đức (chủ biên), *Những thách thức của văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế*, Nxb Văn hoá - Thông tin và Viện văn hóa, Hà Nội, 2006
8. Nguyễn Duy Bắc, *Sự biến đổi các giá trị văn hóa trong bối cảnh xây dựng nền kinh tế thị trường ở Việt Nam hiện nay*, Nxb Từ điển Bách khoa & Viện Văn hóa, Hà Nội, 2008