

TRỞ NGẠI HAY NGUỒN LỰC: HAI CÁCH NHÌN VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG CỦA NGƯỜI CHĂM Ở AN GIANG¹

TS. Nguyễn Công Thảo
Viện Dân tộc học

Tóm tắt: Bài viết tập trung làm rõ có phải bản sắc văn hóa là trở ngại cho phát triển du lịch của người Chăm ở một xã của tỉnh An Giang. Dựa trên khảo sát thực tế, kết quả nghiên cứu cho thấy một bộ phận người dân và chính quyền địa phương chưa nhận thức chính xác về giá trị, vai trò bản sắc văn hóa Chăm đối với phát triển du lịch. Các thực hành văn hóa liên quan đến Hồi giáo bị nhìn nhận chưa phù hợp cho phát triển ngành “công nghiệp không khói” này, dù trên thực tế, nguyên nhân sâu xa nằm ở nhận thức của người dân, tập quán sinh kế truyền thống và sự tham gia chưa đầy đủ của các bên liên quan trong việc tạo dựng chuỗi giá trị cần thiết.

Từ khóa: Du lịch cộng đồng, du lịch văn hóa, bản sắc văn hóa, người Chăm, An Giang.

Ngày nhận bài: 18/10/2019; ngày gửi phản biện: 2/1/2020; ngày duyệt đăng: 9/2/2020

Đặt vấn đề

Bản sắc văn hóa thường được coi là nguồn lực quý giá để phát triển loại hình du lịch cộng đồng - DLCĐ (Russell, 2000) bởi nó cho phép du khách có cơ hội trải nghiệm, tìm hiểu những giá trị, thực hành văn hóa khác với những gì họ đã quen thuộc (Dolezal, 2011). Đã có nhiều minh chứng cho nhận định này, cả ở tầm quốc tế và ở Việt Nam. Ở bình diện quốc tế, bản sắc văn hóa của các cộng đồng địa phương là động lực quan trọng thu hút khách du lịch ở nhiều quốc gia, khu vực như: Thái Lan, Campuchia, Trung Quốc hay một số nước Châu Phi. Ở Việt Nam, Sa Pa (Lào Cai), Mai Châu (Hòa Bình) ở phía Bắc, Huế ở miền Trung, Đắk Lắk ở Tây Nguyên, hay Cần Thơ - vùng đồng bằng Sông Cửu Long từ lâu đã trở thành điểm đến hấp dẫn khách du lịch trong và ngoài nước. Nhờ hoạt động DLCĐ, người dân địa phương có thêm nguồn thu nhập, góp phần cải thiện sinh kế, giữ gìn bản sắc văn hóa, bảo vệ môi trường cũng như nâng cao vị thế của họ (Scheyvens, 2002).

Trong tháng 9/2019, tác giả đi nghiên cứu thực địa tại xã Châu Phong, thị xã Tân Châu, tỉnh An Giang nhằm tìm hiểu hoạt động DLCĐ ở đây đã góp phần vào việc cải thiện sinh kế, giảm nghèo cho người Chăm như thế nào. Điều ngạc nhiên là cán bộ xã và cả người Chăm đều cho rằng mô hình DLCĐ khó phát triển ở đây do một số thực hành văn hóa như tập quán ăn uống, trang phục, thực hành tôn giáo mang tính đặc thù của Hồi giáo không phù hợp cho phát triển du lịch. Cách nhìn này coi những đặc trưng văn hóa đó là rào cản cho việc phát triển DLCĐ ở vùng người Chăm. Song, chỉ cách đó một con sông, hoạt động DLCĐ lại khá phát triển ở cộng đồng người Chăm láng giềng, cụ

¹ Bài viết là kết quả nghiên cứu của đề tài cấp Bộ: “Một số giải pháp phát triển các mô hình du lịch cộng đồng góp phần giảm nghèo vùng dân tộc thiểu số” do Viện Dân tộc học chủ trì, TS. Nguyễn Công Thảo làm Chủ nhiệm, Ủy ban Dân tộc quản lý.

thể là ở xã Đa Phước, huyện An Phú. Điều này cho phép đặt ra câu hỏi rằng liệu những thực hành văn hóa ấy có thực sự là rào cản? Hay trên thực tế, có một nguyên nhân nào khác chưa được nhận diện? Từ cách nhìn của mình, chúng tôi cho rằng bản sắc văn hóa, tự thân nó không hề là rào cản đối với hoạt động DLCĐ. Chúng cần phải được coi là nguồn lực quan trọng, đầu rằng đó mới chỉ là điều kiện cần. Những phân tích trong bài viết này sẽ tập trung làm rõ luận điểm đó cũng như trả lời hai câu hỏi đã đặt ra ở trên.

1. Miền đất của những thánh đường

Theo số liệu tháng 9/2019 do Ủy ban nhân dân xã Châu Phong cung cấp, dân số người Chăm trong xã có 1.304 hộ, 6.141 nhân khẩu hiện sống tập trung ở 2 ấp Phũm Soài, Châu Giang và một số ít sống xen kẽ với người Kinh ở ấp Hòa Long. Đây là xã có đông người Chăm sinh sống nhất trên địa bàn tỉnh An Giang. Hầu hết đồng bào tham gia buôn bán hoặc đi làm ăn xa và đây là nguồn thu nhập quan trọng nhất, bởi sản xuất nông nghiệp đóng vai trò thứ yếu. Người Chăm ở ấp Phũm Soài còn duy trì nghề dệt truyền thống và hiện hàng chục hộ vẫn có khung dệt để tạo ra sản phẩm bán cho khách du lịch khi viếng thăm, hoặc đem bán tại các điểm du lịch bên thành phố Châu Đốc. Xưởng dệt Mohammad tại ấp tạo việc làm cho hàng chục phụ nữ Chăm, là điểm đến của du khách trong và ngoài nước. Bên cạnh đó, ẩm thực của người Chăm cũng khá độc đáo mà điển hình là món Tôm Lò Mò (lạp xưởng bò), Cà Ri Bò, Bánh Bò được rất nhiều khách du lịch tìm mua hoặc bán cho các điểm du lịch trên thành phố. Người Chăm ở Châu Phong theo đạo Hồi và việc giảng dạy giáo lý được tiến hành nghiêm túc, thường xuyên tại 4 thánh đường và 11 tiểu thánh đường phân bố ở 3 ấp có người Chăm sinh sống (thánh đường Mubarak đã được công nhận di tích lịch sử cấp Quốc gia từ năm 2008). Niềm tin tôn giáo góp phần xây dựng lối sống lành mạnh với tình đoàn kết, tương trợ cộng đồng cao. Họ không uống rượu, bia, không ăn thịt lợn và không ăn thực phẩm thịt do người ngoài Hồi giáo chế biến. Bên cạnh thánh đường, nhiều ngôi nhà cổ có tuổi đời hàng trăm năm vẫn còn được duy trì ở 3 ấp. Sự cởi mở của những thánh đường cho phép du khách dễ dàng được thăm quan và tìm hiểu những triết lý, thực hành căn bản của đạo Hồi. Trong xã vẫn duy trì 2 đội văn nghệ của người Chăm ở ấp Phũm Soài và ấp Châu Giang. Hầu hết các hộ người Chăm trong xã đều có người đi buôn bán, làm ăn xa. Đây là nét truyền thống đặc trưng của đồng bào. Phạm vi đi làm ăn khá rộng, từ trong tỉnh đến các tỉnh lân cận, thậm chí cả thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội. Malaysia và Hoa Kỳ là hai quốc gia có nhiều người Chăm trong xã đang sinh sống và làm việc. Dù nữ giới ngày càng tham gia vào việc đi buôn bán, làm ăn xa nhưng nam giới vẫn giữ vai trò chủ đạo. Theo văn hóa Chăm, phụ nữ chịu trách nhiệm nội trợ, chăm sóc con cái, hạn chế giao tiếp ngoài xã hội. Dù hoạt động DLCĐ ở đây chưa thực sự phát triển, song qua quan sát và thảo luận, phỏng vấn ở thực địa cho thấy người Chăm vẫn tham gia vào một số hoạt động phục vụ khách du lịch như sau:

- Bán hàng rong (thỏ cầm, hàng dệt) ở các điểm du lịch khu núi Sam bên thành phố Châu Đốc như: chùa Bà Chúa Xứ, lăng Thoại Ngọc Hầu, chùa Tây An, chùa Hang.

- Dệt thổ cẩm bán cho khách du lịch khi họ đến thăm tại ấp hoặc bán cho người trong ấp để bán lại tại các điểm du lịch trong và ngoài tỉnh.

- Nấu ăn phục vụ khách du lịch khi đến thăm xã hoặc tại các điểm du lịch trong tỉnh.

- Lái xe lôi (xe đạp kéo) phục vụ khách du lịch ở thành phố Châu Đốc.
- Lái xe ô tô phục vụ khách du lịch.
- Làm việc tại một số khách sạn ở thành phố Châu Đốc.

Nữ giới là lực lượng chính tham gia vào 3 hoạt động đầu, trong khi nam giới chiếm đa số trong 3 hoạt động cuối. Sự phân chia này bị chi phối bởi đặc điểm văn hóa Chăm khi phụ nữ là người dệt vải, nội trợ. Theo truyền thống, nữ giới Chăm khi đến tuổi 12 đã được dạy kỹ thuật dệt, theo từ người cao tuổi trong gia đình. Hầu hết phụ nữ Chăm trước đây tự tay dệt, theo trang phục cho không chỉ bản thân mà cả các thành viên khác trong gia đình. Hoạt động dệt, theo chỉ phổ biến ở ấp Phũm Soài. Ở đây có xưởng dệt của ông Mohamad với 6 khung dệt tại thời điểm tháng 9/2019. Xưởng được hình thành và phát triển từ năm 2000, với mục đích chính là hướng đến phục vụ du khách. Ngoài ra, còn khoảng trên 50 người chuyên dệt, theo tại nhà khi nhận được đơn hàng, chủ yếu đến từ các cơ sở kinh doanh du lịch ở Châu Đốc, Long Xuyên, thành phố Hồ Chí Minh. Sợi dệt mua ở chợ Châu Đốc. Sản phẩm chính là khăn choàng tắm, sà rông, mũ, túi đeo, khăn bịt tóc. Tuy nhiên, khi có yêu cầu, người dân cũng dệt, theo sản phẩm theo mẫu mới như túi, ví. Ngoài bày bán tại xưởng cho người dân, du khách, các sản phẩm dệt cũng được gửi đi bán tại các điểm du lịch trong và ngoài tỉnh, thậm chí xuất khẩu đi Malaysia.

2. Trở ngại hay nguồn lực: từ cái nhìn đa chiều

2.1. Sự tham gia của người Chăm vào hoạt động du lịch

Qua kết quả khảo sát, tỷ lệ người Chăm làm việc tại các cơ sở du lịch ngoài xã rất ít và thu nhập từ hoạt động này chưa cao trong cơ cấu thu nhập. Trong 200 người được hỏi, chỉ 38,4% thừa nhận thu nhập của họ từ hoạt động du lịch trong năm 2019 có tăng so với những năm trước; hơn 80% xác nhận thu nhập trung bình tháng dao động từ 1 đến 4 triệu đồng. Ba công việc chính của họ là bán hàng ăn, làm thuê, bán hàng rong (chiếm trên 80%). Từ năm 1993, chính quyền địa phương đã nhận bao tiêu sản phẩm dệt khăn rằn cho các hộ người Chăm ở Châu Phong nhưng đến năm 1996 thì bị dừng lại. Năm 2001, đứng trước thực trạng nhiều hộ người Chăm bỏ nghề dệt, chuyển sang buôn bán, đi làm ăn xa, chính quyền tỉnh đã cung cấp các khoản vay với lãi suất thấp để người dân đầu tư khung dệt, cải tiến, đa dạng hóa sản phẩm nhằm tiếp cận thị trường tốt hơn. Nhờ đó đã góp phần khuyến khích một số hộ dân tiếp tục phát triển nghề mà điển hình là hộ ông Mohamad, người được vay 80 triệu để phát triển xưởng dệt tại ấp Phũm Soài.

Năm 2008, với nguồn tài trợ từ Ngân hàng phát triển châu Á (ADB), tỉnh An Giang đã đầu tư xây dựng trung tâm du lịch cộng đồng tại ấp Phũm Soài, nằm ven sông Hậu. Theo thiết kế, đây là nơi để người Chăm đến dệt thổ cẩm, giới thiệu và bán sản phẩm, biểu diễn văn nghệ, phục vụ ẩm thực, cung cấp thông tin về các điểm du lịch, đào tạo nghề dệt, kết nối khách du lịch với chủ nhà nghỉ cộng đồng. Tuy nhiên, do thiếu kết nối với các công ty du lịch, hoạt động của trung tâm không hiệu quả. Đến năm 2017, toàn bộ công trình này bị sạt lở xuống sông Hậu.

Dự án xây dựng nhà nghỉ cộng đồng ở người Chăm cũng không được triển khai do để có thể đăng ký kinh doanh và đón khách du lịch, các cơ sở kinh doanh phải đạt được những yêu cầu cụ thể về chất lượng cơ sở hạ tầng: phòng, nhà vệ sinh, điều kiện ánh sáng, nước sạch,... Theo một số hộ

người Chăm, điều này đòi hỏi phải vốn đầu tư lớn, nằm ngoài khả năng của họ, nhất là khi lượng khách lại chưa nhiều. Trên địa bàn ấp Châu Giang có nhà nghỉ A Mách, được xây dựng từ 2012, nhưng đến nay đã xuống cấp và không còn phù hợp để đón khách du lịch. Tính đến tháng 9/2019, khách du lịch tới xã chủ yếu để thăm xưởng dệt và các thánh đường, tiểu thánh đường. Không còn bất cứ nhà nghỉ cộng đồng nào trên địa bàn 3 ấp. Dịch vụ ẩm thực, biểu diễn văn nghệ hầu như chưa được vận hành.

So với nữ giới, nam giới tham gia nhiều hơn trong các hoạt động liên quan đến du lịch. Ước tính có 60 - 70 người ở hai ấp thường xuyên bán hàng rong, nấu cơm chay, chạy xe lôi tại khu du lịch núi Sam bên thành phố Châu Đốc. Điều khá ngạc nhiên là nhóm bán hàng rong lại chỉ bán hàng tiêu dùng, hàng lưu niệm do người Kinh sản xuất. Họ mua túi, khăn, ví da từ các đại lý lớn bên Châu Đốc rồi bán rong tại các điểm du lịch. Nếu không bán hết, họ có thể đem đổi lấy mặt hàng khác nhưng không được quyền trả lại để thu hồi tiền vốn. Lý do các sản phẩm thô cứng thủ công của người Chăm tại ấp Phum Soai không được họ đem bán phục vụ khách du lịch là do giá thành quá cao, gấp hàng chục lần so với sản phẩm công nghiệp. Kết quả phỏng vấn sâu một số người Chăm bán hàng rong khu vực núi Sam cho thấy, hầu hết du khách về đây để hành lễ, cung tiến cầu may tại Miếu Bà Chúa Xứ. Họ ít mua những sản phẩm đắt tiền do hoài nghi là hàng giả. Vì thế, họ chỉ chuộng mua một vài vật làm kỷ niệm với giá cả từ vài chục đến vài trăm nghìn đồng thay vì mua sản phẩm thủ công có giá hàng triệu đồng.

Ba tháng đầu năm là mùa du lịch tâm linh, lượng khách đổ về khu núi Sam khá lớn nên những người bán hàng rong cả ngày. Từ tháng 4, việc bán hàng rong chỉ diễn ra trong ngày thứ bảy, chủ nhật bởi đây là thời điểm du khách đông đúc nhất trong tuần. Ngoài thời gian này, họ nghỉ ngơi tại nhà, không tìm công việc làm thêm. Vai trò của dòng họ rất quan trọng trong việc giới thiệu, tìm kiếm cơ hội làm ăn cho người Chăm tại khu du lịch Núi Sam. Hầu hết người được phỏng vấn thừa nhận thành viên trong gia đình đã hướng dẫn họ đi bán hàng, làm thuê, giới thiệu với các đại lý hàng hóa ở khu vực núi Sam. Những hộ ít vốn hơn thì đạp xe lôi hoặc làm việc chân tay như bốc vác. Việc đi làm ở khu vực núi Sam diễn ra trong ngày, hầu hết vào buổi sáng.

2.2. Thực trạng du lịch cộng đồng ở Châu Phong từ cách nhìn của người trong cuộc

Nghiên cứu cho thấy, việc làm ăn của người Chăm tại các điểm du lịch trong và ngoài xã Châu Phong chủ yếu tự phát và mùa vụ, phụ thuộc vào lượng khách du lịch. Họ chưa tạo dựng được mạng lưới liên kết tại khu vực núi Sam trừ giữa những người có quan hệ họ hàng. Việc đi bán hàng của họ đơn thuần là bán lẻ một số mặt hàng tiêu dùng để hưởng chênh lệch giá. Giữa họ với các đại lý chưa thiết lập được mối quan hệ hợp tác chặt chẽ, bởi họ phải trả đủ tiền mặt cho mỗi lần lấy hàng, ngoài mua bán, hai bên không duy trì bất cứ mối tương tác nào khác. Cách trở về giao thông (cách con sông Hậu) cùng với việc đi bán hàng thất thường, ảnh hưởng đến việc định danh mối quan hệ này. Lý do khá đa dạng mà cán bộ xã và người Chăm đưa ra nhằm luận giải vì sao hoạt động DLCĐ chưa phát triển nơi đây. Ở góc độ văn hóa, một số đặc điểm dưới đây được người dân cũng như cán bộ xã chỉ ra và coi như là rào cản cho việc phát triển hoạt động này:

- Phụ nữ Chăm được kỳ vọng làm việc nội trợ, chăm sóc con cái. Cách nghĩ này hiện vẫn phổ biến ở Châu Phong. Điều đó lý giải vì sao tỷ lệ nữ giới người Chăm có trình độ học vấn cao đẳng, đại

học khá khiêm tốn. Đây là rào cản để họ có thể tìm kiếm việc làm, nhất là có đủ trình độ ngoại ngữ, kiến thức chuyên môn để tham gia hoạt động du lịch.

- Người Chăm ở Châu Phong theo đạo Hồi, trang phục của nữ giới đề cao sự kín đáo tối đa; phụ nữ luôn phải mặc váy dài, đeo khăn trùm che kín tóc. Bất kỳ ai, dù với lý do nào phá vỡ nguyên tắc này sẽ không nhận được sự tôn trọng từ cộng đồng.

- Người Chăm không ăn thịt lợn, không ăn những món ăn có sử dụng mỡ lợn. Họ cũng không ăn thịt gia súc, gia cầm nếu do người ngoài đạo sơ chế, nấu nướng. Khi phải đi xa, họ chỉ có thể lựa chọn: (i) Tự nấu nướng; (ii) Tìm đến các quán ăn của người Chăm; (iii) Tìm đến quán ăn chay.

- Giáo lý đạo Hồi cấm tín đồ tuyệt đối không uống bia, rượu, chất uống có cồn. Điều này khiến người Chăm khó hòa nhập với các dân tộc khác trong sinh hoạt cũng như làm ăn.

- Tất cả tín đồ theo đạo Hồi phải hành lễ 5 lần một ngày vào những khung giờ cố định. Vào tháng Ramadan, họ không được ăn uống cả ngày.

Nhiều cán bộ xã cũng cho rằng đó là trở ngại để phát triển du lịch ở Châu Phong, đồng thời bị chi phối bởi điều kiện giao thông. Chỉ khi cây cầu được xây dựng, kết nối xã với thành phố Châu Đốc thì mới có điều kiện để thu hút du khách. Thảo luận tại xã cho thấy cán bộ ở đây cho rằng ngoài các yếu tố trên, trong tương lai gần, cần đào tạo nghiệp vụ hướng dẫn viên và trình độ ngoại ngữ cho một số người Chăm, phục dựng các tiết mục biểu diễn văn nghệ truyền thống người Chăm, xây dựng mối liên kết với các công ty du lịch để có thể phát huy tối đa tiềm năng du lịch của xã. Việc đầu tư cơ sở vật chất thông qua các nhà hàng phục vụ ẩm thực Chăm, nhà nghỉ cộng đồng hợp vệ sinh cũng là việc làm cần thiết. Những hoạt động này cần có sự hỗ trợ từ chính quyền cấp trên hay liên kết với doanh nghiệp, bởi nó nằm ngoài khả năng của xã.

2.3. Trở ngại, từ cách nhìn khác

Nếu nhìn vào các luận giải trên, có thể thấy chúng chưa thực sự thỏa đáng bởi chỉ cách con sông Hậu, hoạt động DLCĐ của người Chăm ở xã Đa Phước lại khá phát triển với nhiều nhà nghỉ cộng đồng, cửa hàng trưng bày, bán sản phẩm dệt, ẩm thực, trình diễn văn nghệ mang bản sắc của người Chăm. Người dân ở đây thậm chí đã hợp tác với các công ty du lịch để đón tiếp khách thăm quan thường xuyên, biến du lịch trở thành nguồn thu nhập quan trọng, đặc biệt ở ấp Hà Bao 2. Trong khi, đại diện công ty du lịch Mekong và Viettravel ở thành phố Châu Đốc cho rằng những thực hành văn hóa trên không hề là trở ngại và 3 ấp Chăm ở xã Châu Phong có nhiều tiềm năng để phát triển du lịch một cách hiệu quả và bền vững hơn so với ở Đa Phước. Cơ sở cho nhận định này bao gồm các yếu tố sau:

- Ở xã Châu Phong người Chăm sống tập trung hơn, đặc biệt ấp Phũm Soài có 100% cư dân là người Chăm. Nhờ đó, các giá trị văn hóa truyền thống được bảo lưu rõ nét như: nhà ở, trang phục, ẩm thực,...

- Mức độ đô thị hóa ở Châu Phong diễn ra chậm nên cảnh quan tự nhiên chưa bị ảnh hưởng nhiều bởi các yếu tố văn hóa ngoại lai.

- Ba ấp Chăm ở xã Châu Phong có đến 4 thánh đường và 11 tiểu thánh đường. Cùng với hàng chục ngôi nhà cổ có niên đại hàng trăm năm, khung dệt thủ công do phụ nữ Chăm làm tại nhà và một số món ăn mang đặc trưng văn hóa Chăm. Đây chính là những giá trị mà khách du lịch muốn trải nghiệm.

Hai công ty trên cũng tham gia quảng bá sản phẩm dệt thủ công của người Chăm ở Châu Phong. Tuy nhiên, những hoạt động này thông qua kênh cá nhân, mùa vụ chứ không dựa trên mối liên kết dài hạn. Tính đến tháng 9/2019, trong tour thăm quan của các công ty du lịch ở Tân Châu cũng như Châu Đốc vẫn chưa thiết kế ấp Phum Soài hay Châu Giang là điểm đến. Theo họ, cản trở lớn nhất cho việc này là điều kiện giao thông chưa thuận lợi, do phải đi bằng phà từ thành phố Châu Đốc sang Châu Long, trong khi ấp Hà Bao 2 ở xã Đa Phước, nằm sát quốc lộ 51B. Vị trí thuận lợi giúp người Chăm ở đây tiếp đón du khách từ đầu những năm 2000, qua đó xây dựng được mối quan hệ hợp tác với nhiều hướng dẫn viên du lịch. Mỗi hóa đơn hàng thổ cẩm du khách mua tại đây đều được người bán trích tối đa 20% để trả công cho người dẫn khách. Vì thế, các hướng dẫn viên thường đưa khách đến Đa Phước thay vì Châu Phong, dù họ thừa nhận trên thực tế, bản sắc văn hóa truyền thống của người Chăm ở Châu Phong còn được lưu giữ rõ nét. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cũng cho rằng, chính quyền địa phương chưa tổ chức các lớp tập huấn hỗ trợ người dân duy trì và phát triển nghề dệt, thêu; kỹ năng tìm kiếm thị trường, kỹ năng làm du lịch. Điều này được đại diện chính quyền xã thừa nhận và biện giải do nhu cầu khách còn quá ít trong khi nguồn ngân sách của xã hết sức hạn hẹp.

3. Để văn hóa trở thành nguồn lực hiệu quả

Trong một bài viết gần đây, dựa trên khảo sát ở huyện A Lưới, tỉnh Thừa Thiên Huế, tác giả bài viết này đã áp dụng quan điểm của Goodwin và Rosa Santilli để so sánh và lý giải vì sao mô hình DLCĐ phát triển ở cộng đồng này mà mờ nhạt ở cộng đồng khác (Nguyễn Công Thảo, 2019). Theo hai học giả này, ngoài người dân, cần có sự tham ra đồng thời của chính quyền địa phương, công ty du lịch, các tổ chức phát triển, truyền thông để có thể phát triển hiệu quả, bền vững hoạt động DLCĐ (Goodwin và Santilli, 2009). Bên cạnh đó, cần phải duy trì mối quan hệ hữu cơ, hài hòa giữa lợi ích kinh tế, bản sắc văn hóa và yếu tố môi trường (Russell, 2000). Một nghiên cứu gần đây ở Việt Nam cũng đã chỉ ra 4 nguyên nhân khiến hoạt động du lịch nói chung ở nước ta chưa phát triển tương xứng với tiềm năng, trong đó sự đơn điệu của các sản phẩm du lịch được coi là nguyên nhân hàng đầu (Tô Đức Hạnh, 2019). Giá trị, bản sắc văn hóa luôn được coi là nguồn lực quan trọng, đóng vai trò thu hút du khách, tạo ra sản phẩm du lịch đa dạng, hấp dẫn và qua đó kết nối người dân với các bên liên quan. Từ cuối thế kỷ 20, ngày càng nhiều khách du lịch có khuynh hướng muốn tìm hiểu, thu thập kiến thức, thực hành văn hóa của những cộng đồng địa phương thay vì lựa chọn loại hình du lịch giải trí hiện đại thuần túy (McIntosh và Goeldner, 1990).

Chia sẻ với những học giả trên, tôi cho rằng Đạo Hồi hay các thực hành văn hóa liên quan đến Hồi giáo của người Chăm ở xã Châu Phong không hề là rào cản cho sự phát triển du lịch nói chung, DLCĐ nói riêng. Chính vì thế, luận giải của cán bộ xã và một số người Chăm về nguyên nhân hoạt động này chưa phát triển trên địa bàn xã là chưa thỏa đáng. Những luận điểm dưới đây sẽ được đưa ra để chứng minh cho nhận định này.

- *Thứ nhất*, khách du lịch dù trong nước hay quốc tế khi đến thăm quan các làng Chăm với kỳ vọng được tìm hiểu những giá trị, thực hành văn hóa mới lạ không thể tìm thấy ở tộc người khác. Tập

quán ăn uống, trang phục là những biểu hiện rõ nét cho sự khác biệt giữa họ với các cộng đồng láng giềng. Việc kiêng không ăn thịt lợn, không uống bia rượu hay trang phục kín đáo vì thế chính là những điểm nhấn thu hút khách du lịch, bởi họ có thể muốn quan sát, lắng nghe cách diễn giải của người dân về lý do cho những lựa chọn này. Theo Ban Tôn giáo Chính phủ, trong số hơn 8.000 lễ hội của đất nước, hơn một nửa có thể phát triển loại hình du lịch tâm linh². Các thánh đường, thực hành tôn giáo của người Chăm vì thế cần phải được nhìn nhận như tiềm năng, thay vì trở lực.

- *Thứ hai*, khách du lịch khi lựa chọn loại hình nhà nghỉ cộng đồng không có nhu cầu đối với các trang thiết bị hiện đại như điều hòa, tivi, internet. Nhiều khu nghỉ nổi tiếng như Ecolodge Mai Châu không hề trang bị tivi hay điều hòa trong phòng, bởi khách muốn trải nghiệm đời sống tĩnh lặng, dành tối đa thời gian cảm nhận nhịp sống của cộng đồng mình tham quan. Việc quan ngại hay yêu cầu cần có các tiêu chuẩn cao về trang thiết bị cho nhà nghỉ vì thế là không cần thiết. Việc nhà nghỉ A Mách xây dựng từ 2012 theo kiến trúc nhà nghỉ khép kín như người Kinh ở các thành phố lớn nhưng không có khách du lịch lưu trú là ví dụ tiêu biểu cho điều này.

- *Thứ ba*, trải nghiệm, tương tác tối đa với cộng đồng địa phương là điều mà du khách tìm kiếm. Đây là quan sát mà tác giả ghi nhận được khi trao đổi với khách du lịch ở Mai Châu (Hòa Bình), A Lưới (Thừa Thiên Huế) hay Lạc Dương (Đà Lạt). Sự tương tác không nhất thiết phải qua ngôn ngữ nói mà có thể thông qua các điệu múa, bài hát, giai điệu nhạc truyền thống như cách người Thái, người Cơ ho đã và đang thể hiện ở Mai Châu hay Lạc Dương.

Từ ba lập luận trên có thể thấy rằng, nguyên nhân sâu xa của việc hoạt động du lịch chưa phát triển ở cộng đồng người Chăm xã Châu Phong xuất phát từ nhiều yếu tố khác, nằm ngoài thực hành văn hóa của họ. Trở ngại giao thông không thực sự là vấn đề lớn, bởi có đến 4 chiếc phà lớn chạy liên tục, kết nối thành phố Châu Đốc với Châu Phong, thời gian di chuyển chỉ mất vài phút, vé phà cho mỗi người chỉ 1000 đồng một lượt. Trái lại, đây còn có thể trở thành một trải nghiệm thú vị cho du khách không đến từ miền sông nước hay đến từ các quốc gia phát triển vốn quen thuộc với đường cao tốc và xa lạ với loại hình vận chuyển này.

Nguyên nhân quan trọng đầu tiên có lẽ xuất phát từ yếu tố chủ thể. Người Chăm ở Châu Phong chưa tự tin vào việc các giá trị văn hóa của mình có thể hấp dẫn khách du lịch. Đường như họ có cách hiểu chưa đúng về thị hiếu của du khách. Khi được hỏi về hàng chục ngôi nhà cổ hiện đang còn trong xã, đa số người Chăm cho rằng đó chỉ là những căn nhà cũ, không có gì đặc biệt. Họ cho rằng cần phải có nhà nghỉ sang trọng, phòng khép kín, quán ăn lớn mới có thể hấp dẫn du khách. Họ cũng không nghĩ các câu chuyện liên quan đến lịch sử xây dựng thánh đường, tập quán kiêng kỵ hay thực hành tôn giáo của họ sẽ đem lại trải nghiệm thú vị cho người ngoài. Họ cho rằng cần phải nói ngoại ngữ thành thạo, hoạt bát mới có thể tìm được việc làm và du khách sẽ quan tâm hơn với việc đi thăm quan các miếu, đền bên núi Sam, thành phố Châu Đốc. Họ e ngại các món ăn chế biến theo phong vị của mình sẽ không phù hợp với người Kinh hay người nước ngoài và trang phục “kín bưng” của nữ giới sẽ khiến du khách không thích. Từ cách nhìn ấy, đa phần người Chăm chưa thấy giá trị bản sắc văn hóa của mình trong việc biến chúng thành sản phẩm du lịch, đem lại thu nhập cho gia đình. Điều đó dẫn đến thực tế ngày càng có ít người Chăm am hiểu về lịch sử tộc người; lưu nhớ các điệu múa, bài hát truyền thống; có đủ khả năng kể chuyện hay diễn giải những thực hành văn hóa hết sức độc

² <http://btgcp.gov.vn/Plus.aspx/vi/News/38/0/262/0/15910/Du+li+ch+tam+linh+va+nhu+ng+va+n+de+ca+n+quan+tam>.

đáo của mình.

Tập quán đi làm ăn xa cũng là trở ngại không nhỏ. Hầu hết hộ gia đình người Chăm ở Châu Phong có người đi làm ăn xa, thường là nam giới trụ cột trong gia đình. Điều đó đẩy trách nhiệm việc nhà, chăm sóc con cái lên phụ nữ. Họ vốn quen với việc có thu nhập dù ít nhưng thường xuyên, thay vì thu nhập mang tính mùa vụ. Họ cảm thấy thoải mái hơn với việc đi làm thuê lĩnh lương tháng thay vì phải tự hạch toán việc kinh doanh cho riêng mình. Điều này không có nghĩa là họ lười biếng hay kém cỏi mà chỉ đơn thuần phản ánh nếp sống cũ vẫn còn ảnh hưởng quan trọng trong suy nghĩ và lựa chọn của họ, do đó hoạt động du lịch chưa được nhìn nhận sẽ đem lại nguồn thu bền vững cho hộ gia đình.

Sự hỗ trợ của chính quyền địa phương dù đã có nhưng chưa kết nối chặt chẽ với người dân cũng như với các công ty du lịch. Khi xây dựng trung tâm du lịch cộng đồng tại ấp Phũm Soài, không tiến hành các bước tham vấn người dân về địa điểm, kiến trúc; khảo sát nhu cầu của thị trường hay hợp tác với các công ty du lịch để xây dựng theo lộ trình các sản phẩm du lịch mang tính thể mạnh của người Chăm. Điều đó dẫn đến mô hình này không hiệu quả và bị phá hủy do sạt lở đất như đã trình bày. Việc nằm cạnh điểm du lịch Đa Phước cũng như khu du lịch tâm linh núi Sam khiến ưu tiên đầu tư du lịch cho Châu Phong chưa được coi trọng do thiếu niềm tin vào khả năng cạnh tranh, tạo dựng thành công một điểm du lịch mới mặc cho thực tế đây là xã tập trung người Chăm đông nhất của tỉnh An Giang.

Kết luận

Thực trạng hoạt động DLCĐ ở Châu Phong chưa phát triển như kỳ vọng không hề bị chi phối bởi một số thực hành văn hóa của người Chăm. Trái lại, đó là những tiềm năng “*chưa được đánh thức*” bởi 3 trở ngại quan trọng nhất mà tác giả đã chỉ ra ở phần trên. Giải pháp tiên quyết, chính vì thế là phải tập trung khắc phục những nguyên nhân này thông qua việc: (i) Nâng cao nhận thức cho người dân về hiệu quả kinh tế của hoạt động du lịch với việc hỗ trợ xây dựng mô hình điểm, lấy bản sắc văn hóa Chăm để kiến tạo các sản phẩm du lịch; (ii) Có chính sách hỗ trợ bảo lưu, phục hồi các nhà cổ, xây dựng nhà nghỉ cộng đồng theo kiến trúc, bài trí của người Chăm kết hợp với phục vụ ẩm thực Chăm, trình diễn văn nghệ, kỹ thuật dệt, thêu tại chỗ; (iii) Tham vấn người dân và hợp tác với các công ty du lịch ở thành phố Long Xuyên, Châu Đốc, thậm chí cả Cần Thơ, Thành phố Hồ Chí Minh để lựa chọn, xây dựng các sản phẩm du lịch cụ thể, phù hợp với từng đối tượng khách, song hành với việc trang bị những kỹ năng cần thiết để vận hành từng sản phẩm đó; (iv) Thông qua truyền thông, đặc biệt là mạng xã hội để tăng cường quảng bá các sản phẩm du lịch; (v) Ban hành những chính sách ưu đãi về thuế, tài chính để khuyến khích đầu tư cho các sản phẩm du lịch mang bản sắc văn hóa Chăm nơi đây.

Tài liệu tham khảo

1. Dolezal., C. (2011), “Community-Based Tourism in Thailand: (Dis-) Illusions of Authenticity and the Necessity for Dynamic Concepts of Culture and Power”, *ASEAS - Austrian Journal of South-East Asian Studies*, vol.4, No.1, p. 129-138.
2. Harold Goodwin and Rosa Santilli (2009), “Community Based Tourism: A Success?” *IRCT Occasional Paper 11*, vol.37, No.1, p. 1-37.

3. Tô Đức Hạnh (2019), “Phát triển du lịch Việt Nam theo hướng bền vững”, *Tạp chí Khoa học xã hội Việt Nam*, Số 7, tr. 32-41.
4. McIntosh, R. and Goeldner, C. (1990), *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (6th ed.), New York: John Wiley & Sons, Inc.
5. Russell.P. (2000) “Community Based Tourism”, *Travel & Tourism Analyst*, No.5, pp. 89-116.
6. Scheyvens.R (2002), “Case Study: Ecotourism and Empowerment of Local Communities”, *Tourism Management*, vol.20, No.2, p. 59-62.
7. Nguyễn Công Thảo (2019), “Một mô hình, nhiều con đường: bài học từ hoạt động du lịch cộng đồng ở huyện A Lưới, tỉnh Thừa Thiên Huế”, *Tạp chí Dân tộc học*, Số 3, tr. 24-33.



Phụ nữ Chăm ở thị xã Tân Châu, tỉnh An Giang bên khung dệt truyền thống

Ảnh: Nguyễn Công Thảo, chụp tháng 11/2019