

# SHOW KỊCH THỰC CẢNH *NHỮNG ĐƯỜNG CHIM BAY*: VÀI HÀM Ý VỀ SÁNG TẠO NGHỆ THUẬT, GẮN KẾT CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA VỚI DU LỊCH

HUỲNH NGUYỄN PHÚC THỊNH\*

**Tóm tắt:** Show kịch thực cảnh *Những đường chim bay* tại Tổ hợp Madame de Dalat là dự án sáng tạo được “đóng gói” và “hàng hóa hóa” chuyên nghiệp, hiện đại; với nỗ lực lần kỳ vọng “làm mới” một điểm đến “cũ”. Nghiên cứu này phân tích sức hấp dẫn của show, qua đó đóng góp kinh nghiệm tham khảo hữu ích, cấp hàm ý về sáng tạo nghệ thuật, gắn kết công nghiệp văn hóa với du lịch, góp phần xúc tiến kinh tế đêm, kinh tế trải nghiệm, kinh tế sáng tạo, trong bối cảnh phát triển các thương hiệu signature show, must-see show (show đặc trưng, “nhất định phải xem”) được tiêu thụ dưới dạng trải nghiệm là xu hướng của nhiều điểm đến trên thế giới, khách du lịch hậu hiện đại sẵn sàng chi trả để có được trải nghiệm đáng giá.

**Từ khóa:** biểu diễn thực cảnh, sáng tạo nghệ thuật, công nghiệp văn hóa, du lịch.

**Abstract:** The live-action theatrical show *The paths of flying birds* at the Madame de Dalat Complex is a creative project that is professionally and modernly “packaged” and “commercialized”, with the effort and expectation of “rejuvenating” an “old” destination. This study analyzes the show’s attractiveness, thereby contributing useful reference experiences, providing implications for artistic creation, connecting cultural industries with tourism, and contributing to the promotion of the night economy, experience economy, and creative economy, in the context of developing signature show and must-see show brands that are consumed as experiences, a trend of many destinations worldwide, where postmodern tourists are willing to pay for valuable experiences.

**Keywords:** live-action performance, artistic creativity, cultural industries, tourism.

## 1. Show kịch thực cảnh *Những đường chim bay* tại Tổ hợp Madame de Dalat

Tổ hợp tham quan - văn hóa - giải trí Madame de Dalat

Madame de Dalat là điểm đến “lạ mà quen, quen mà lạ”. Dự án được phát triển trên nền Biệt điện Trần Lệ Xuân xưa và Trung tâm Lưu trữ Quốc gia IV nay, với nỗ lực lần kỳ vọng “làm mới” (*renew*), tạo sức hút - đặc biệt với giới trẻ - cho một điểm đến “cũ” có phần trầm lắng trên bản đồ du lịch thành phố.

Biệt điện Trần Lệ Xuân xây năm 1958, rộng hơn 1,3ha, gồm 3 biệt thự chính Lam Ngọc, Bạch Ngọc và Hồng Ngọc. Đây từng là nơi nghỉ dưỡng xa hoa của vợ chồng “Cố vấn” Ngô Đình Nhu và “Đệ nhất phu nhân” Trần Lệ Xuân. Thăng trầm thời cuộc nhất là sau đảo chính 1963 và sau giải phóng 1975 khiến biệt điện trở nên hoang tàn, xuống cấp, chìm vào

quên lãng. Năm 2006, nơi đây được trùng tu, tôn tạo thành trụ sở Trung tâm Lưu trữ Quốc gia IV, bảo quản khối Mộc bản triều Nguyễn gồm 34.619 tấm đã được UNESCO công nhận Di sản Tư liệu Thế giới đầu tiên của Việt Nam (2009).

Theo quan sát, qua tham quan thực tế vào các năm 2016, 2021 và 2024, Tổ hợp Madame de Dalat hiện làm biến đổi hoàn toàn diện mạo khu biệt điện trước đó. Tổ hợp gồm các hạng mục chính: Tòa lưu trữ Mộc bản triều Nguyễn; Vườn Ký ức - mê cung của vô vàn những nghi vấn, những dấu hỏi bất tận về Madame Trần Lệ Xuân; Con đường áo dài - giới thiệu lịch sử áo dài các thời kỳ; Bảo tàng Cao nguyên - hình ảnh, hiện vật thời kỳ khẩn hoang, kiến thiết Đà Lạt; Khu vườn Madame Nhu - vốn là vườn hoa Nhật Bản do KTS Hiroshi Kitagawa thiết kế, có hồ nước hình bản đồ Việt Nam, nay làm con đường

trung bày những cột mốc trong cuộc đời đầy tranh cãi của Bà Nhu; Sân khấu kịch thực cảnh **Những đường chim bay** - cải tạo từ không gian ngoài trời và hồ bơi nước nóng trước biệt thự Bạch Ngọc, mô phỏng hai ngọn đồi mini cấu trúc hình xoáy tròn ốc, lấy cảm hứng từ huyền thoại Lang Biang. Một phần biệt thự Bạch Ngọc cũng được thiết kế lại cho phù hợp các phân cảnh. Hệ thống ghế ngồi 300 chỗ, trang thiết bị âm thanh - ánh sáng, không gian mặt hồ cho hiệu ứng nước... được thiết lập, đảm bảo đáp ứng các tiêu chuẩn cơ bản, cần thiết cho show.

#### *Show kịch thực cảnh Những đường chim bay*

Công diễn đêm 20-9-2024 tại Tổ hợp Madame de Dalat, kịch thực cảnh **Madame Show - Chuyện kể thứ nhất: Những đường chim bay** được sáng tạo để “kể” cho khán giả - du khách nghe câu chuyện về Đà Lạt, nơi “những giá trị trăm năm của Đà Lạt sẽ được tri ân và nhắc nhở”. Đội ngũ thực hiện khoảng 100 người, hơn nửa số đó là diễn viên, nghệ sĩ biểu diễn. Nhóm sáng tạo chủ chốt gồm: Tổng đạo diễn Vũ Trần, Giám đốc nghệ thuật Trác Thúy Miêu, Giám đốc sản xuất Trọng Khương, Biên đạo múa Lê Hải, Âm nhạc Trương Khoa, Đạo diễn hành động Katt...

Show **Những đường chim bay** diễn ra lúc 18 giờ 30 phút mỗi tối thứ 7 hằng tuần. Show không bán vé thương mại độc lập, mà là một hạng mục trải nghiệm trong các gói tham quan Tổ hợp Madame de Dalat. Từ khi ra mắt, theo ghi nhận, giá vé liên tục điều chỉnh. Khảo sát mạng xã hội, một số ý kiến của du khách cho rằng giá vé khá cao.

**Những đường chim bay** đến nay đã “trụ được” 6 tháng với số suất diễn tăng dần. Đây là “kỳ tích” đối với người làm kịch tại Đà Lạt, bởi 20 năm qua, kịch đã nhiều lần đến Đà Lạt rồi phải rời đi bởi sự đón nhận quá yếu ớt (1). Ngoài nỗ lực duy trì lịch diễn cố định, Madame de Dalat còn linh động phục vụ du khách. Tiêu biểu, Tết Nguyên đán Ất Ty 2025, vở được công diễn 3 đêm liên tiếp vào mùng 3, 4, 5 Tết. Lượng đặt vé cho 3 suất diễn Tết tăng gấp đôi ngày thường, hơn 80% trong tổng số 900 vé đã được bán (2).

Ngoài du khách thuần túy, bước đầu show **Những đường chim bay** còn nỗ lực tiếp cận các đối tượng khác. Ngày 21-12-2024, gần 200 nhà khoa học trong và ngoài nước đã xem vở diễn, theo lịch trình của Hội thảo Quốc tế **Những câu chuyện Đông Dương: Đối thoại giữa Lưu trữ, Học thuật, Ký ức và Tương tác đương đại**, trong khuôn khổ Festival Hoa

Đà Lạt 2024. Ngày 11-1-2025, show phục vụ 3 suất diễn liên tục trong ngày cho khoảng 1.000 học sinh Trường THPT Nguyễn Thị Minh Khai (TP.HCM).

## **2. Sức hấp dẫn trên các phương diện sáng tạo nghệ thuật**

**Những đường chim bay** theo quan điểm của người nghiên cứu và qua khảo sát phản hồi của khán giả - du khách trên mạng xã hội, bước đầu đã thành công “đáng xem”, “đáng trải nghiệm”. Sức hấp dẫn của nó, theo chúng tôi, đến từ việc sử dụng, thể hiện các thủ pháp sáng tạo nghệ thuật, văn hóa đại chúng để cuốn hút số đông công chúng. Cụ thể:

*Tự sự phi tuyến tính, xâu chuỗi trong nghệ thuật kể chuyện, có concept / ý tưởng và content / nội dung*

Với **Những đường chim bay**, nhóm sáng tạo đã chọn cách “kể” (*storytelling*) câu chuyện Đà Lạt với thủ pháp phi tuyến tính, xâu chuỗi. Xuyên suốt show, nữ nghệ sĩ - MC Trác Thúy Miêu giữ vai trò dẫn chuyện, kể cho khán giả - du khách nghe 5 câu chuyện tình nổi tiếng tồn tại trong huyền sử lẫn chính sử về: Mai Nương và Hoàng Tùng (gắn với địa danh hồ Than Thở ở Đà Lạt), Tâm và Thảo (gắn với địa danh Đồi thông hai mộ ở Đà Lạt), Vua Bảo Đại Nguyễn Phúc Vĩnh Thụy và Nam Phương hoàng hậu Nguyễn Hữu Thị Lan (gắn với địa điểm Khách sạn Dalat Palace ở Đà Lạt, nơi họ lần đầu gặp nhau và Lăng Nguyễn Hữu Hào (thân phụ Nam Phương)), Lê Uyên và Phương (huyền thoại của âm nhạc Việt Nam, “đôi tình nhân Đà Lạt”), K’Lang và H’Biang (“Mối tình huyền sử truyền đời của xứ Thượng”; kết hợp giải thích địa danh Đà Lạt). Show còn tôn vinh và tri ân một “mối tình” đặc biệt khác giữa nhà khoa học, nhà thám hiểm người Pháp gốc Thụy Sĩ Alexandre Émile Jean Yersin với vùng đất cao nguyên Đà Lạt mà ông đã “tìm ra”.

Nói về một vùng đất cùng lịch sử, văn hóa, con người nơi đó, cách kể chuyện tuyến tính theo dòng thời gian thường được chọn, “dễ” thực hiện hơn trong sáng tạo - sản xuất, cũng như “dễ” cảm, hiểu hơn trong tiếp nhận. Phá vỡ kết cấu tự sự tuyến tính thường thấy, tránh lối mòn, “dễ đoán”, **Những đường chim bay** chọn xâu chuỗi 5 chuyện tình, sắp xếp “phi trật tự”, mang tính liên văn bản (*intertextuality*), gợi nhắc những giai thoại, sự kiện... khán giả từng nghe, từng đọc, từng biết. Có thể liên tưởng cách “kể” câu chuyện Đà Lạt qua chân dung các nhân vật tiêu biểu này với một số tác phẩm trước đó, như **Đà Lạt, những cuộc gặp gỡ** (2020), biên khảo về **Con người và Đô thị Đà**

**Lạt 1899-1975** của Nguyễn Vĩnh Nguyên (3) - tác giả bộ tứ tác phẩm (*tetralogy*) khảo về Đà Lạt có tiếng trong 10 năm qua, gồm cuốn vừa kể và **Đà Lạt, một thời hương xa** (2016), **Đà Lạt, bên dưới sương mù** (2019), **Đà Lạt, thành phố trong album** (2024).

Từ khóa “tình yêu” liên kết các câu chuyện được kể trong **Những đường chim bay** trở thành concept/ ý tưởng chủ đạo, bồi đắp content / nội dung bởi các huyền thoại - chuyện tình của đủ mọi tầng lớp: từ bậc đế vương quyền quý đến thường dân, văn nghệ sĩ... Song, với tư cách một khán giả - du khách, theo lý thuyết tiếp nhận, liên quan “tâm đón đợi”, chúng tôi kỳ vọng sẽ có những câu chuyện như nhạc sĩ Trịnh Công Sơn - danh ca Khánh Ly gắn với Đà Lạt. Hoặc, tưởng nghĩ sẽ có chuyện kể “*Lady Dragon*”, “*Madame Nhu*” Trần Lệ Xuân - chủ nhân lịch sử của khu biệt điện nơi tổ chức show, nhưng hóa ra, lại không có. Có thể **Những đường chim bay** chỉ mới là “Chuyện kể thứ nhất”, nhà sản xuất còn “để dành”, ấp ủ những chuyện kể thứ hai, thứ ba, thứ n... trong tương lai.

*Tình Spectacle / hoành tráng, đa dạng, tạp kỹ*

Đặc điểm/ thủ pháp *Spectacle* chỉ cảnh quan, trình diễn hoành tráng, ngoạn mục, đa dạng, tạp kỹ, “hiện hữu khắp nơi trong văn hóa đại chúng” (4), “có thể đáp ứng sở thích của nhiều đối tượng khán giả khác nhau” (5). Sân khấu **Những đường chim bay** dù độc đáo, nhưng so sánh, rõ ràng không thể ngang độ hoành tráng, ngoạn mục ở các show thực cảnh như **Tình hoa Bắc Bộ** (Hà Nội), **Ký ức Hội An** (Quảng Nam)... nhưng **Những đường chim bay** nổi bật hơn ở tính đa dạng, tạp kỹ. Tổng thể, show pha trộn (*mixes*) đủ hình thức ngôn ngữ “vũ - nhạc - kịch”, thiếu “ca”. Dẫn chuyện, MC Trác Thúy Miêu đan cài linh hoạt đối thoại - độc thoại, được “kịch tính hóa” với giọng điệu nhấn nhá trầm bổng đặc trưng. MC còn tương tác, tạo kết nối với khán giả. Cách “kể” của MC có khi là *người ngoài cuộc* (*outsider*), có khi là *người trong cuộc* (*insider*) đang chứng kiến sự việc nhưng bị “vô hình/ bên lề hóa” khá ấn tượng.

Show dàn dựng “sân khấu hóa” lễ hội hôn giữa Vua Bảo Đại và hoàng hậu Nam Phương, có sử dụng “cỗ phục Việt” kiểu cung đình, đang là *trend* - xu hướng thu hút giới trẻ tìm về văn hóa truyền thống dân tộc. Show có phân cảnh võ thuật, tiêu biểu như màn tái hiện giao tranh giữa các tộc người trong huyền thoại Lang Biang.

Đáng chú ý, show gây được bất ngờ, dành thời lượng xây dựng trải nghiệm cho khán giả một cách có chủ đích. Ở cảnh tái hiện con dốc bậc thang “chợ âm phủ” khu Hòa Bình, người xem được ăn khoai lang nướng, uống sữa đậu nành... Như vậy, show mang đến trải nghiệm tham gia, hóa thân, nhập vai, đa giác quan.

*Tình Nostalgia / hoài niệm, hoài nhớ, hoài cố*

*Nostalgia* “là những xúc cảm (vui tươi, hạnh phúc hoặc nhung nhớ, sầu thương) gắn bó con người với những kỷ niệm quá khứ (ngôi nhà xưa, cố hương, tuổi thơ, mối tình đầu...). Với sức mạnh xúc cảm, văn hóa đại chúng có thể cuốn hút đông đảo quần chúng bằng cách thể hiện, sẽ chia những hoài niệm của họ” (6). **Những đường chim bay** đậm tính *Nostalgia* khi cố gắng chạm đến cảm xúc, ký ức quá khứ của bao thế hệ người dân và du khách. Sắc thái “*Nostalgia* Đà Lạt” bàng bạc trong show, tiêu biểu là phân đoạn “chợ âm phủ”, hay “đôi tình nhân âm nhạc” Lê Uyên - Phương.

Theo Trác Thúy Miêu chia sẻ, từ một bức ảnh tình cờ thấy trong dinh Tỉnh trưởng, sau đó “lang thang” trang cộng đồng người Đà Lạt trên mạng xã hội, nữ nghệ sĩ quyết định nghiên cứu, đưa vào kịch bản nhân vật Hoàng Vũ Quang: “ông già bán hàng rong bánh nhất xứ này”, mặc suit trắng, đạp xe, chở thùng thiếc bán đậu phụng rang. Trong thùng thiếc “là cả một bầu trời ký ức của tuổi thơ Đà Lạt” khu Hòa Bình. Hoặc, chuyện tình huyền thoại âm nhạc miền Nam Lê Uyên - Phương cuối thập niên 60, đầu 70 được dàn dựng vừa thơ mộng, lãng mạn, vừa theo tinh thần Hippie của thời đại. Tiếng nam nhạc sĩ (thu âm) vang lên: “Đã có lần ta sống cho tình yêu bằng cả con tim nóng bỏng của ta...”. Năng lực vô hạn của âm nhạc trong đánh thức xúc cảm được phát huy tối đa khi những khúc ca **Đêm chợ phiên mùa đông, Một ngày vui mùa đông, Tôi đứng trên đồi mây...** của Lê Uyên - Phương trở dậy.

Những “mẫu nhỏ”, “lát cắt” như thế trong **Những đường chim bay** kỳ thực là tiếp cận vi lịch sử (*microhistory*), tiểu tự sự (*small narratives*) - thay vì đại lịch sử (*macrohistory*), đại tự sự (*grand narratives*), nỗ lực trình hiện ký ức cộng đồng, tâm thức thị dân như là di sản đặc biệt trong đời sống đô thị.

Trong so sánh, show **Tình hoa Bắc Bộ** cũng nổi trội thủ pháp *Nostalgia* khi trình hiện văn hóa nông nghiệp, nông thôn của làng quê đồng bằng Bắc Bộ; song với **Ký ức Hội An** - tính “phục cổ” của nó lại mang đến cảm giác quá tân kỳ, thiếu chân thật.

*Tính Occultism / huyền bí, ma mị, siêu linh*

Show **Những đường chim bay** khai thác tính Occultism, chỉ sự huyền bí, ma mị, siêu linh, khiến phần đông công chúng “vừa sợ hãi vừa mê đắm những gì bí ẩn, tối tăm không thể lý giải...” của văn hóa đại chúng (7). Điểm nhấn của toàn bộ show là ý niệm “sự trở về của những linh hồn”, những con người gắn bó với Đà Lạt. Trailer quảng bá show có lời dẫn của Trác Thúy Miêu: “Những ai đã một lần đến với Đà Lạt, sẽ luôn tìm cách để quay trở về, dấu cách trở bao đường chim bay, hay chỉ một - mặt - hồ...”.

Show cố gắng đưa khán giả vào thế giới bí ẩn của các chuyện tình, giai thoại. Ngay mở đầu show chính là không khí đó, khi kể về “oán khí Mai Nương” bên hồ Than Thở, chuyện tình buồn của cặp đôi Tâm - Thảo nơi Đồi thông hai mộ, đến mức “gieo mình xuống hồ tự tử”...

Trong so sánh, một số thực cảnh khác cũng có tính Occultism, nhưng không rõ nét bằng. **Tinh hoa Bắc Bộ** có phân đoạn huyền bí, tâm linh, nghiêng về màu sắc Phật giáo như phần “Cõi Phật” (về thiền sư Từ Đạo Hạnh). **Ký ức Hội An** có màn diễn “Đền và Biển” - chồng ra khơi, vợ vọng phu - vừa hư vừa thực... Nói chung, các sản phẩm văn hóa đại chúng cố gắng khám phá, khai thác “bản năng huyền bí như một hình thức giải trí có tính thanh lọc” (8).

*Thương hiệu cá nhân của người nổi tiếng*

**Những đường chim bay** được quảng bá: “Một tác phẩm của Trác Thúy Miêu”. Dấu ấn thương hiệu cá nhân của nữ MC trong chiến lược marketing rất rõ. Trong khi thành phần diễn viên, nghệ sĩ là gương mặt mới, trẻ, thì “ngôi sao”/ celebrities thực sự của show chính là Trác Thúy Miêu. Nền tảng quản lý và bán vé sự kiện trực tuyến *Ticketbox.vn* giới thiệu vở diễn ra đời “từ ngòi bút đầy mộng tưởng của tác giả Trác Thúy Miêu”. Trên Truyền hình Quốc hội (28-9-2024), Tổng đạo diễn Vũ Trần khẳng định “phát triển ý tưởng đầu tiên cho Madame Show” là “Madame” Trác Thúy Miêu, người “lúc nào cũng khao khát kể chuyện”; đó là “linh hồn”, “tinh thần” của vở diễn.

Bằng cách xâu chuỗi 5 chuyện tình, các nhân vật trong **Những đường chim bay** đều “bình đẳng”, không phân biệt chính - phụ, nghĩa là phi trung tâm hóa (*decentralization*) chuyện kể. Song, chừng mực nào đó, vai trò của MC Trác Thúy Miêu lại được “trung tâm hóa” trong toàn bộ show diễn. Cá tính, tư duy, phong cách của nữ nghệ sĩ - tiêu biểu như ở chương trình truyền hình đình đám *Solo cùng Bolero*

(Đài Vĩnh Long và Truyền thông Khang thực hiện) - vẫn “giữ nguyên” trong **Những đường chim bay**. Trên mạng xã hội, du khách bày tỏ họ “bị cuốn” với cách dẫn chuyện của “người đàn bà ngôn từ” Trác Thúy Miêu. Hiệu ứng truyền miệng (*word-of-mouth*) về MC khá tốt.

Trong so sánh, hầu hết show thực cảnh khác hiện có, vắng dấu ấn cá nhân như thế. Trường hợp Trác Thúy Miêu và **Những đường chim bay** khá giống - dù mọi so sánh là khép khiếm - loạt show thực cảnh *Impression* như **Ấn tượng Lưu Tam Ty** (2003) ở Quê Lâm, **Ấn tượng Lệ Giang** (2006) ở Vân Nam, **Ấn tượng Tây Hồ** (2007) ở Hàng Châu, **Ấn tượng Đại Hồng Bào** (2010) ở Vũ Di Sơn... của đạo diễn Trung Quốc lừng danh Trương Nghệ Mưu. Thương hiệu Trương Nghệ Mưu - với phong cách đặc trưng chuyển dịch từ di sản điện ảnh đồ sộ sang các nền tảng khác, cân bằng nghệ thuật với thương mại, đạt danh tiếng chất lượng toàn cầu - chính là “bảo chứng”, tạo sức hút không nhỏ cho series *Impression* tại các điểm du lịch nổi tiếng của Trung Hoa. Song, với *Impression*, đạo diễn Trương giữ vai trò cố vấn sáng tạo cấp cao, khác với vai trò tham gia biểu diễn trực tiếp như MC Trác Thúy Miêu - đó thực sự là thách thức không nhỏ trong “đóng gói” show diễn để vận hành thương mại liên tục, đều đặn.

*Ranh giới giữa tính sáng tạo và tính xác thực*

Ngoài ưu điểm, theo chúng tôi, **Những đường chim bay** vẫn gọi bản khoán ở một số nội dung thông tin đưa vào show. Nói cách khác, chính là vấn đề giữa tính sáng tạo (*creativity*) và tính xác thực (*authenticity*). Chẳng hạn, chọn kể chuyện tình Mai Nương và Hoàng Tùng gắn với địa danh hồ Than Thở là quyền sáng tạo nghệ thuật của ê-kíp. Trên thực tế, nó tạo được không khí ma mị ấn tượng, cuốn hút khán giả ngay từ giây phút đầu. Song cần lưu ý, như có học giả “đỉnh chính”: “câu chuyện mối tình của chàng trai Việt Hoàng Tùng và cô gái Thượng Mai Nương, cũng như việc chàng trai theo Nguyễn Huệ... là sáng tác sau này”, có hay không ảnh hưởng của khởi nghĩa Tây Sơn đến Đà Lạt “vẫn chưa có chứng cứ lịch sử nào thuyết phục” (9). Hoặc, khi người dẫn chuyện nói với khán giả rằng “bắt đầu một ngày mới bên ly cà phê đầy năng lượng, ly cà phê với những hạt giống đầu tiên của bác sĩ Yersin mang về trồng tại Việt Nam”, bạn nhớ nói thêm: “Merci, Yersin” (Cảm ơn, Yersin), rất dễ khiến người xem hiểu nhầm rằng, chính Yersin là người đầu tiên mang cà phê vào Việt Nam. Trong

khi, khảo về lịch sử cả phê du nhập nước ta, e không phải thế.

### 3. Phát triển gắn kết công nghiệp văn hóa với du lịch

Phát triển các thương hiệu *signature show*, *must-see show* (show đặc trưng, “nhất định phải xem”) được tiêu thụ dưới dạng trải nghiệm là xu hướng của nhiều điểm đến trên thế giới, hình thành từ quan hệ tương hỗ tích cực giữa công nghiệp văn hóa và du lịch với tiềm năng, cơ hội không giới hạn. Tiêu biểu, có thể kể series *Impression* của Trương Nghệ Mưu như trên. Việt Nam cũng đã có một số thương hiệu như *Tinh hoa Bắc Bộ*, *Ký ức Hội An...* hay các chương trình thực cảnh gây tiếng vang như *Dòng sông kể chuyện*, *Chuyến tàu huyền thoại* trong lễ hội sông nước TP.HCM 2023, 2024.

Đà Lạt và các trọng điểm du lịch khác có thể và cần phát triển những sản phẩm show du lịch - văn hóa đặc sắc, hấp dẫn, làm nên thương hiệu riêng có, trên nền tảng gắn kết công nghiệp văn hóa với du lịch. Kinh nghiệm quốc tế cũng như trong nước, và cả trường hợp *Những đường chim bay* tại Tổ hợp Madame de Dalat có thể đưa ra một vài gợi ý:

*Phát huy sức mạnh sân khấu “thực cảnh” kết hợp công nghệ hiện đại, mở rộng danh mục đầu tư sáng tạo*

Một bí quyết của các show thực cảnh (*real-scenery performance / landscape live performance*) nói trên ở Trung Quốc - vốn thiết lập chuẩn mực cho thị trường du lịch văn hóa, là tận dụng, kết hợp, khai thác tối đa giá trị cảnh quan di sản thiên nhiên của điểm đến để thiết lập sân khấu, phong nền cho buổi biểu diễn. Theo nghĩa này, ở Việt Nam, *Tinh hoa Bắc Bộ* với sân khấu nước có núi Thầy làm hậu cảnh là gần với tính chất “thực cảnh” hơn cả. Tương tự, có thể nghĩ đến các show thực cảnh lấy thiên nhiên Đà Lạt, thí dụ, đỉnh Lang Biang, làm “sân khấu”.

Cũng quy chiếu theo cách hiểu trên, *Những đường chim bay* dù có tính “thực cảnh”, song có khác biệt, bởi yếu tố cảnh quan thiên nhiên không rõ nét; song mặt khác, lại mở ra một cách tiếp cận triển vọng: sáng tạo show thực cảnh trên nền địa điểm di sản - di tích mang giá trị lịch sử, văn hóa, kiến trúc, nghệ thuật... Bằng cách đó, có thể tiếp thêm sức sống, “kéo” du khách, củng cố danh tiếng điểm đến...

Cùng với khai thác tối đa yếu tố địa điểm, cần tăng cường, ứng dụng công nghệ cao, trang thiết bị, kỹ thuật, cơ sở vật chất hỗ trợ biểu diễn tối tân như hệ thống âm thanh, ánh sáng, hiệu ứng khói lửa, hiệu

ứng đặc biệt, trình chiếu laser, mapping, sân khấu xoay, sân khấu nâng, sân khấu rời...; nói cách khác, cần mở rộng danh mục đầu tư sáng tạo để nâng cao trải nghiệm của du khách.

*Câu chuyện được kể và cách kể vẫn là “chìa khóa thành công”*

Những yếu tố cơ bản làm nên nội dung và hình thức show thực cảnh phải là “không thể tìm thấy ở bất kỳ nơi nào khác”, “không thể bắt chước/ thay thế”, thường là gắn kết chặt chẽ giữa các chủ đề nơi chốn và con người (*place & people*), tự nhiên và văn hóa (*nature & culture*). Ngược lại, hình thức biểu diễn thực cảnh làm cho các vấn đề lịch sử và văn hóa vốn có về “tĩnh” trở nên “động” hơn, từ đó khán giả dễ cảm, dễ hiểu hơn (10).

Quá trình hình thành, phát triển hơn 130 năm, cùng ký ức phong phú về đô thị Đà Lạt chắc chắn vẫn còn dư địa lớn, là “kho tàng chất liệu”, cấp nguồn tài nguyên quý báu, tăng thêm giá trị cho concept và content trong những *must-see show*. Cũng cần lưu ý rằng trước khi có những lớp văn hóa qua tiếp xúc, giao lưu, tiếp biến, vùng đất này đã tồn tại cơ tầng văn hóa bản địa “phi Hoa phi Ấn” (Ngô Đức Thịnh) của các tộc người sinh sống lâu đời, nói cách khác đó là “mảng di sản tiền đô thị” (Nguyễn Vĩnh Nguyên) của Đà Lạt. Những giá trị của/ về một Đà Lạt - thành phố Sáng tạo Âm nhạc của UNESCO cũng phải được chú ý và truyền tải sinh động. Nhìn chung, các show thực cảnh cần nỗ lực thâm nhập đào sâu, chạm đến phần chìm chiếm 90% của “tầng băng văn hóa” (11), thay vì phản ánh những gì giản đơn, bề mặt, hời hợt, cạn cợt, thoáng qua như là phần nổi chỉ chiếm 10% tầng băng ấy.

*Tiếp cận hệ thống và chuyên nghiệp hóa toàn bộ chu trình “vòng đời” sản phẩm công nghiệp văn hóa*

Thiết lập chiến lược phù hợp trong tất cả các khâu, từ sáng tạo, sản xuất, phân phối, đến tiếp nhận/ tiêu dùng các show thực cảnh với tư cách một sản phẩm hàng hóa, dịch vụ văn hóa được thương mại hóa. Chú ý sáng tạo cả trong nghệ thuật lẫn kinh doanh. Nâng cao kỹ năng và tích lũy kinh nghiệm trong vận hành và quản lý hiệu quả các show thực cảnh là rất quan trọng.

*Huy động sự hợp tác, đồng tham gia, đồng sáng tạo của các bên liên quan*

Cần thúc đẩy hợp tác công tư. Mô hình, cơ chế phối hợp giữa các “nhà” đảm bảo thành công cho phát triển dự án show thực cảnh trong môi trường cực kỳ cạnh tranh. Nhà nước, chính quyền địa

phương ủng hộ, tạo điều kiện thuận lợi, hỗ trợ về mặt chủ trương, chính sách, pháp lý... Nhà sáng tạo, bao gồm ê-kíp sản xuất chủ chốt, đội ngũ biểu diễn cả chuyên nghiệp lẫn không/ bán chuyên (người dân địa phương tham gia show, có qua đào tạo cơ bản)... làm xương sống. Nhà khoa học, các chuyên gia tham góp ý kiến tư vấn, phản biện, phê bình. Nhà đầu tư, hỗ trợ tài chính trong dài hạn là cần thiết (12), vì các chương trình biểu diễn, nhất là thực cảnh ngoài trời vốn có chi phí sản xuất đặc biệt cao...

### Kết luận

Đà Lạt và các trọng điểm du lịch xứng đáng có những signature show, must-see show xứng tầm, nâng cao danh tiếng, vị thế điểm đến trên bản đồ du lịch Việt Nam và khu vực, thế giới, góp phần xúc tiến kinh tế đêm, kinh tế trải nghiệm, kinh tế sáng tạo. Những phân tích, thảo luận trong nghiên cứu về sức hấp dẫn của show kịch thực cảnh **Những đường chim bay** tại Tổ hợp Madame de Dalat hy vọng có thể đóng góp kinh nghiệm tham khảo hữu ích, gợi mở suy ngẫm về phương hướng sáng tạo nghệ thuật, phát triển gắn kết công nghiệp văn hóa với du lịch bền vững, tạo ra những giá trị mà khách du lịch hậu hiện đại sẵn sàng chi trả để có được trải nghiệm đáng giá■

H.N.P.T

1. Mai Vinh, **Sức hút nào để Madame Show trụ tại biệt điện Trần Lệ Xuân Đà Lạt 6 tháng trời?**, tuoitre.vn, 31-1-2025.

2. Tuấn Anh, **Show thực cảnh ký ức Đà Lạt hút khách dịp Tết**, vnexpress.net, 21-1-2025.

3. Nguyễn Vĩnh Nguyên, **Đà Lạt, những cuộc gặp gỡ**, Nxb Trẻ, TP.HCM, 2020.

4, 8. Marcel Danesi, **Popular Culture: Introductory Perspectives (Văn hóa đại chúng: Giới thiệu)**, Nxb Rowman & Littlefield, New York, 2018, tr.34, 39.

5, 6, 7, 11. Phan Thị Thu Hiền, **Văn hóa đại chúng trong thời đại Toàn cầu hóa**, Nxb Đại học Quốc gia TP.HCM, TP.HCM, 2023, tr.29, 30, 31, 32-33.

9. Nguyễn Tuấn Tài, **Địa danh Đà Lạt**, trong *Những vấn đề Ngữ văn - Lịch sử, tập 2. Những vấn đề lịch sử và văn hóa*, Nxb Đại học Quốc gia TP.HCM, TP.HCM, 2022, tr.199.

10, 12. Hanqun Song & Catherine Cheung, **What Makes Theatrical Performances Successful in China's Tourism Industry? (Điều gì làm nên thành công của biểu diễn sân khấu trong ngành công nghiệp du lịch Trung Quốc?)**, *Journal of China Tourism Research*, 8:2, 2012, tr.159-173.

Ngày Tòa soạn nhận bài: 20-3-2025; Ngày phản biện, đánh giá, sửa chữa: 24-3-2025; Ngày duyệt đăng: 31-3-2025.

## TÁC ĐỘNG CỦA BIẾN ĐỔI KHÍ HẬU...

(tiếp theo trang 78)

Vườn quốc gia Bidoup - Núi Bà nằm ở vị trí thuận lợi cho việc tiếp cận khách du lịch từ các địa phương trong tỉnh Lâm Đồng, các tỉnh trong vùng và các vùng trong cả nước. Đây là cơ hội tốt để Vườn quốc gia Bidoup - Núi Bà đa dạng hóa hoạt động của loại hình du lịch mạo hiểm gắn với bảo tồn văn hóa của cư dân bản địa. Phát triển loại hình du lịch mạo hiểm gắn với bảo tồn văn hóa của cư dân bản địa tại Vườn quốc gia Bidoup - Núi Bà có nhiều điều kiện để xây dựng sản phẩm với các hoạt động của loại hình du lịch mạo hiểm từ nguồn lực tự nhiên (địa hình, khí hậu, sông suối, tài nguyên rừng...)

D.V.C

1. [bidouppnuiba.gov.vn](http://bidouppnuiba.gov.vn).

2. Hà Thái, **Du lịch mạo hiểm - Xu hướng đang phát triển mạnh trên thế giới**, *itdr.org.vn*, 11-3-2019.

3. **Du lịch mạo hiểm - hệ thống an toàn - yêu cầu (TCVN 12592:2018/ISO 21101:2014)**, *iso-ahead.vn*, 26-4-2024.

Tài liệu tham khảo

1. Trần Thọ Đạt - Vũ Thị Hoài Thu, **Kinh tế và chính sách biến đổi khí hậu**, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội, 2017, tr.32.

2. Quốc hội, **Luật Bảo vệ môi trường**, số 55/2014/QH13, 2014.

3. Trần Đức Thanh (chủ biên), **Nhập môn du lịch**, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội, 2017, tr. 47- 49.

Ngày Tòa soạn nhận bài: 26-2-2025; Ngày phản biện, đánh giá, sửa chữa: 31-3-2025; Ngày duyệt đăng: 31-3-2025.