



TỪ DI SẢN VĂN HỌC ĐẾN DU LỊCH VĂN HÓA: TRƯỜNG HỢP NHÀ VĂN NAM CAO VÀ QUÊ HƯƠNG ĐẠI HOÀNG DƯỚI GÓC NHÌN DI SẢN VĂN HÓA

PHẠM LAN OANH*

Tóm tắt: Hướng tới kỷ niệm 110 năm ngày mất nhà văn Nam Cao (29-10-1915 – 29-10-2025), trên tinh thần phát huy giá trị di sản văn hóa trên quê hương nhà văn gắn với phát triển du lịch, bài viết tiếp cận nhà văn Nam Cao từ góc nhìn di sản học và du lịch văn hóa, nhằm xác lập giá trị văn học của ông không chỉ trong phạm vi nghiên cứu văn chương mà còn như một di sản văn hóa có khả năng góp phần phát triển bền vững địa phương. Dựa trên lý thuyết về ký ức văn hóa, di sản và du lịch, bài viết phân tích hành trình hình tượng Nam Cao từ cá nhân nhà văn đến biểu tượng văn hóa, từ trang sách đến không gian truyền thông, nghệ thuật và sản phẩm du lịch. Trường hợp làng Đại Hoàng được khảo sát như một “không gian ký ức văn học sống động”, nơi văn học trở thành cầu nối giữa cộng đồng, du khách và lịch sử. Bài viết đề xuất các giải pháp thiết thực như thiết kế tour kể chuyện, phát triển sản phẩm sáng tạo, giáo dục di sản và định vị thương hiệu địa phương gắn với Nam Cao, nhằm nâng cao nhận thức về vai trò của văn học kiến tạo bản sắc và thúc đẩy phát triển văn hóa - du lịch trong bối cảnh hội nhập.

Từ khóa: di sản văn học, du lịch văn hóa, làng Đại Hoàng, tiếp biến văn học, biểu tượng văn hóa.

Abstract: In commemoration of the 110th anniversary of the death of writer Nam Cao (October 29, 1915 - October 29, 2025), and with the aim of promoting the value of cultural heritage in his hometown alongside tourism development, this article approaches writer Nam Cao from the perspectives of heritage studies and cultural tourism. This is to establish his literary value not only within the scope of literary research but also as a cultural heritage capable of contributing to sustainable local development. Based on theories of cultural memory, heritage, and tourism, the article analyzes the journey of Nam Cao's image, from a personal writer to a cultural icon, and from the pages of his books to media, artistic spaces, and tourism products. The case of Dai Hoang village is studied as a “living literary memory space,” where literature serves as a bridge between the community, visitors, and history. The article proposes practical solutions such as designing storytelling tours, developing creative products, providing heritage education, and branding the local area in connection with Nam Cao. The goal is to raise awareness of literature's role in shaping identity and promoting cultural and tourism development in the context of global integration.

Keywords: literary heritage, cultural tourism, Dai Hoang village, literary adaptation, cultural icon.

1. Đặt vấn đề

Nam Cao là một trong những cây bút xuất sắc của nền văn học hiện thực phê phán Việt Nam, không chỉ được ghi nhận bởi giá trị tư tưởng và nghệ thuật trong sáng tác mà còn bởi sức lan tỏa lâu dài trong đời sống văn hóa đại chúng. Với các tác phẩm tiêu biểu như *Chí Phèo*, *Lão Hạc*, *Đời thừa*, *Sống mòn*, *Đôi mắt*... nhà văn đã kiến tạo nên một thế giới nghệ thuật độc đáo, phản ánh sâu sắc hiện thực xã hội nửa đầu TK XX đồng thời thể hiện khát vọng nhân văn mạnh mẽ.

Những địa danh như làng Vũ Đại - hình ảnh văn học hóa của làng Đại Hoàng đã trở thành một phần ký ức văn hóa của nhiều thế hệ độc giả. Di sản văn học của Nam Cao vì thế không chỉ tồn tại trên trang sách, mà còn sống động trong tâm thức cộng đồng và ngày càng trở thành nguồn lực quan trọng cho hoạt động giáo dục, nghiên cứu cũng như phát triển du lịch văn hóa địa phương.

Trong bối cảnh hiện nay, khi các địa phương ngày càng chú trọng khai thác giá trị văn hóa tại chỗ gắn với phát triển bền vững, việc phát huy giá trị di sản văn hóa gắn với tên tuổi nhà văn Nam Cao đang mở ra hướng đi mới cho du lịch Ninh Bình nói chung và xã Nam Lý nói riêng. Việc tích hợp giá trị văn học vào phát triển du lịch không chỉ giúp tôn vinh di sản mà còn góp phần làm phong phú thêm bản sắc văn hóa vùng miền, phù hợp với định hướng phát triển du lịch văn hóa theo khuyến nghị của UNESCO.

Từ góc độ đó, bài viết đề cập đến khả năng khai thác giá trị di sản văn học Nam Cao trong chiến lược phát triển du lịch văn hóa tại quê hương nhà văn, đồng thời phân tích các điều kiện cần thiết về mặt lý luận và thực tiễn để hiện thực hóa định hướng này.

2. Quan điểm về di sản văn hóa, văn học và du lịch văn hóa

Trong khoảng hai thập niên trở lại đây, tư duy về di sản văn hóa đã chuyển biến mạnh mẽ từ cách tiếp cận văn hóa vật thể và văn hóa phi vật thể sang cách tiếp cận kiến tạo và tương tác. Di sản không còn chỉ được hiểu là những hiện vật hay tập tục được lưu truyền mà còn là sản phẩm của quá trình thực hành xã hội và ký ức cộng đồng. Từ góc nhìn này, di sản học (*heritage studies*) nổi lên như một ngành nghiên cứu đa ngành, nhấn mạnh vai trò của chủ thể văn hóa trong việc kiến tạo và tái hiện quá khứ.

Theo Laurajane Smith, di sản là “một quá trình văn hóa” chứ không chỉ là một thực thể vật chất; nó là kết quả của việc lựa chọn, diễn giải và kể lại quá khứ để phục vụ mục tiêu hiện tại. Smith khẳng

định: “Di sản không tồn tại như một hiện thực cố định mà là một thực hành mang tính biểu tượng và ý thức hệ” (1).

Trong lĩnh vực văn học, tiếp cận từ di sản học cho phép chúng ta đọc tác phẩm như một hình thức kiến tạo ký ức và bản sắc, nơi mà văn học vừa là phương tiện bảo tồn, vừa là công cụ diễn giải văn hóa. Ann Rigney nhấn mạnh vai trò của văn học trong việc lan tỏa ký ức tập thể trong các bối cảnh hậu thực dân, hậu chiến tranh, như một hình thức của “*memory activism*” - chủ động thiết lập những cách nhớ thay thế trong xã hội hiện đại (2).

Khái niệm “văn học như di sản” (*heritage literature*) vì vậy không chỉ đề cập đến những tác phẩm cổ điển mà còn bao gồm các thực hành sáng tạo, tái hiện, chuyển thể và phổ biến lại văn học trong các bối cảnh văn hóa mới. Các hình thức như chuyển thể điện ảnh, sân khấu hóa, du lịch hóa văn học đều nằm trong chuỗi thực hành này.

Từ góc độ phát triển, UNESCO khẳng định du lịch văn hóa - nếu được quy hoạch bền vững - có thể là động lực thúc đẩy hiểu biết văn hóa, tăng cường bản sắc cộng đồng và phát triển kinh tế địa phương (3). Greg Richards - nhà nghiên cứu hàng đầu trong lĩnh vực du lịch văn hóa - đã chỉ ra rằng giá trị nghệ thuật, bao gồm văn học, đóng vai trò then chốt trong việc hình thành bản sắc điếm đến và nâng cao trải nghiệm du lịch (4).

Từ những nền tảng lý luận này, bài viết đề xuất tiếp cận văn học Nam Cao như một thiết chế di sản văn hóa sống động, có khả năng góp phần định hình mô hình du lịch văn hóa gắn với bản sắc địa phương và phát triển bền vững.

3. Nhà văn Nam Cao: Từ chân dung cá nhân đến biểu tượng di sản văn học

Nam Cao (1915-1951), tên thật là Trần Hữu Tri, sinh ra trong một gia đình nhà nho nghèo tại làng Đại Hoàng, tỉnh Hà Nam (nay thuộc xã Nam Lý, tỉnh Ninh Bình). Ông không chỉ là một trong những cây bút tiêu biểu của văn học hiện thực phê phán trước Cách mạng tháng Tám mà còn là nhà văn - liệt sĩ, người để lại dấu ấn sâu sắc trong ký ức văn hóa dân tộc. Với các tác phẩm như *Chí Phèo*, *Lão Hạc*, *Đôi mắt*... Nam Cao đã khắc họa những bi kịch cá nhân gắn liền với số phận cộng đồng, phản ánh sâu sắc tâm thế con người Việt Nam trong thời kỳ lịch sử đầy biến động của thế kỷ trước.

Từ góc nhìn di sản học, Nam Cao có thể được xem như một “biểu tượng văn hóa” (*cultural icon*), khi cuộc đời và tác phẩm của ông không chỉ dừng

lại ở giá trị văn học, mà còn trở thành đối tượng nghiên cứu, giảng dạy, truyền thông và tưởng niệm rộng rãi. Pierre Nora từng đề cập đến khái niệm *lieux de mémoire* - những “nơi của ký ức” không chỉ mang tính địa lý mà còn là nơi ký ức tập thể được tổ chức và duy trì. Trường hợp nhà văn Nam Cao và quê hương/ làng Đại Hoàng chính là một ví dụ điển hình: một không gian thực được nâng tầm thành nơi chứa đựng biểu tượng văn hóa và ký ức cộng đồng (5).

Di sản văn học Nam Cao không ngừng được làm mới thông qua tái bản, chuyển thể nghệ thuật, sân khấu hóa và cả trong các nghiên cứu liên ngành (văn học, văn hóa học, du lịch học...). Nhiều học giả như Hà Minh Đức, Trần Đăng Suyền, Phong Lê, Nguyễn Đăng Mạnh (6)... đã dành công trình riêng để phân tích chiều sâu tư tưởng, nghệ thuật và tính tiên phong của nhà văn. Gần đây, các hướng tiếp cận mới trong *heritage studies* và *cultural memory* tiếp tục cho phép nhìn nhận Nam Cao như một phần trong tiến trình kiến tạo bản sắc vùng - nơi mà tác giả không chỉ là một cá nhân mà còn là biểu tượng tích hợp của cộng đồng, địa phương, quốc gia.

Bằng việc đặt Nam Cao vào dòng chảy văn hóa và di sản, bài viết không chỉ khẳng định vai trò lịch sử của nhà văn mà còn mở rộng tiềm năng khai thác văn học như một chất liệu sống động cho phát triển du lịch, giáo dục và nhận thức xã hội.

Như vậy, quá trình kiến tạo Nam Cao thành biểu tượng không chỉ do nhà nước hay giới học thuật “gắn nhãn”, mà là kết quả của tương tác đa chiều giữa văn bản, cộng đồng tiếp nhận và phương tiện truyền thông đại chúng. Đúng như nhận định của Laurajane Smith, di sản là “quá trình thực hành văn hóa mang tính diễn ngôn” hơn là một thực thể được phát hiện sẵn (7).

4. Tiếp biến tác phẩm Nam Cao trong truyền thông và nghệ thuật

Tác phẩm Nam Cao, đặc biệt là *Chí Phèo*, *Lão Hạc*, *Đôi mắt*, *Sống mòn*... không chỉ dừng lại ở giá trị văn học mà đã sớm vượt khỏi trang viết để trở thành một phần ký ức văn hóa cộng đồng. Việc chuyển thể các tác phẩm này sang các loại hình nghệ thuật khác như điện ảnh, truyền hình, kịch nói, hoạt hình, âm nhạc... đã làm phong phú thêm khả năng tiếp cận và cảm thụ của công chúng đối với di sản Nam Cao.

Bộ phim *Làng Vũ Đại ngày ấy* (1982) của đạo diễn Phạm Văn Khoa là một minh chứng tiêu biểu cho xu hướng chuyển thể tác phẩm văn học nhằm tái hiện và truyền tải những thông điệp nhân văn sâu sắc của Nam Cao. Bộ phim kết hợp chi tiết từ 3 truyện *Chí Phèo*, *Lão Hạc* và *Sống mòn*, tạo nên một không

gian ký ức vừa bi kịch, vừa hiện thực, vừa mang giá trị lịch sử - văn hóa rõ nét. Từ góc độ di sản học, có thể xem đây là quá trình “hiện đại hóa ký ức” thông qua phương tiện nghệ thuật đại chúng, giúp lan tỏa biểu tượng Nam Cao ra ngoài biên giới văn bản.

Không chỉ có điện ảnh, các loại hình truyền thông như báo chí, truyện tranh, hoạt hình cũng góp phần định hình lại hình ảnh nhân vật Nam Cao như Chí Phèo, Thị Nở, lão Hạc... thành biểu tượng văn hóa sống động. Việc tái hiện những nhân vật này không chỉ tạo nên hình mẫu đại diện cho tầng lớp bị áp bức trong xã hội Việt Nam cận hiện đại mà còn mở ra khả năng tiếp biến linh hoạt trong bối cảnh hiện tại. Điều này tương ứng với quan niệm của Ann Rigney rằng các biểu tượng văn học có khả năng “du hành xuyên thời gian” (*traveling memory*), vượt khỏi nguyên bản để phục vụ những mục đích và ý nghĩa mới (8).

Ngoài ra, việc truyền thông đại chúng sử dụng hình ảnh các nhân vật văn học để phản ánh hiện thực xã hội - chẳng hạn việc gọi người ngỗ ngược là “Chí Phèo”, hay những người phụ nữ xấu xí bị gọi là “Thị Nở”, hay con chó Vàng đã trở thành *Câu Vàng*, vừa là con chó nuôi trong nhà, vừa là hình ảnh của kim loại vàng đang được xã hội quan tâm - cho thấy sức sống mạnh mẽ và sự lan tỏa lâu dài của ký ức văn học Nam Cao trong tâm trí cộng đồng. Đây cũng là minh chứng cho khả năng tích hợp của văn học vào đời sống, khi các biểu tượng hư cấu trở thành mã văn hóa.

Các biểu tượng văn học như “Chí Phèo” có thể so sánh với trường hợp “Don Quixote” trong văn hóa Tây Ban Nha hoặc “Gregor Samsa” (Kafka) trong văn học Trung Âu - khi những nhân vật tưởng chừng dị biệt trở thành mẫu hình văn hóa định hình cái nhìn xã hội về sự lệch chuẩn, tha hóa hoặc bi kịch thân phận con người.

5. Di sản văn học Nam Cao trong phát triển du lịch văn hóa bền vững

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và du lịch hóa, di sản văn học không chỉ là đối tượng nghiên cứu mà còn là nguồn tài nguyên có giá trị trong việc phát triển du lịch văn hóa bền vững. Nam Cao - với cuộc đời, tác phẩm và quê hương Đại Hoàng - là một ví dụ tiêu biểu cho khả năng kết nối giữa văn học và phát triển địa phương dựa trên tài nguyên văn hóa. Khi văn học được tiếp cận như một thiết chế di sản (*heritage institution*), nó không chỉ dừng lại ở giá trị tinh thần mà còn có thể chuyển hóa thành giá trị vật chất, thúc đẩy kinh tế, tạo sinh kế và quảng bá bản sắc địa phương.

Theo quan điểm của Gregory Ashworth và Brian Graham, di sản là “sản phẩm của sự lựa chọn xã hội

trong hiện tại, phản ánh các nhu cầu kinh tế, chính trị và văn hóa đương thời” (9). Điều này đặc biệt đúng trong trường hợp làng Đại Hoàng nơi quê hương nhà văn Nam Cao đang từng bước được quy hoạch như một điểm đến du lịch văn học. Từ việc phục dựng lại ngôi nhà Nam Cao, giới thiệu các bối cảnh gắn với nhân vật và truyện ngắn như nhà Bá Kiến, lò gạch cũ, đến việc xây dựng bảo tàng tưởng niệm, làng nghề cá kho (10), tuyến du lịch “về làng Vũ Đại”... đã mở ra một chiến lược phát triển địa phương dựa trên ký ức văn học.

Du lịch văn học, theo Greg Richards, có khả năng “biến các địa điểm tưởng như bình thường thành các biểu tượng văn hóa, tạo điểm đến độc đáo thông qua liên kết với trí nhớ tập thể và các giá trị nghệ thuật” (11). Việc đưa tác phẩm và cuộc đời Nam Cao vào không gian du lịch là một hình thức của *cultural storytelling* (kể chuyện văn hóa), trong đó du khách không chỉ đến để xem mà còn để trải nghiệm, đồng cảm và đối thoại với lịch sử, với nghệ thuật, và với những số phận nhân vật từng bước ra từ trang sách.

Không thể phủ nhận rằng sự phổ biến của *Chi Phèo*, *Lão Hạc*... trong nhà trường và văn hóa đại chúng đã tạo ra một nền tảng tiếp nhận rộng lớn, thuận lợi cho phát triển sản phẩm du lịch văn học. Tuy nhiên, vấn đề đặt ra là làm thế nào để kết nối các yếu tố di sản này một cách có chiều sâu và bền vững. Điều đó đòi hỏi sự tham gia của cộng đồng địa phương, chính quyền, các nhà nghiên cứu và doanh nghiệp văn hóa - đúng như mô hình du lịch di sản cộng đồng (*community - based heritage tourism*) mà nhiều quốc gia đã triển khai hiệu quả (12).

Bài học từ các mô hình thành công như “Shakespeare Country” (Anh), “Victor Hugo Trail” (Pháp) hay “Kafka in Prague” (CH Séc) cho thấy vai trò của văn học không chỉ trong việc bảo tồn ký ức mà còn trong việc tạo ra chuỗi giá trị du lịch - từ lưu trú, ẩm thực, hàng lưu niệm, đến giáo dục và truyền thông. Trong bối cảnh đó, di sản văn học Nam Cao hoàn toàn có thể trở thành nền tảng để xây dựng một thương hiệu địa phương giàu bản sắc, vừa mang tính giáo dục vừa hấp dẫn du khách.

6. Đề xuất giải pháp phát huy giá trị di sản văn học Nam Cao

Việc phát huy giá trị di sản văn học Nam Cao gắn với phát triển du lịch văn hóa không chỉ là nhiệm vụ của ngành Văn hóa - du lịch, mà cần sự phối hợp liên ngành giữa nghiên cứu, quy hoạch không gian, truyền thông và giáo dục cộng đồng. Trên cơ sở phân

tích lý luận và thực tiễn, có thể đề xuất một số giải pháp mang tính định hướng chiến lược như sau:

Hoàn thiện không gian ký ức văn học tại địa phương

Cần xây dựng một không gian tổng thể tích hợp các yếu tố: nhà lưu niệm, bảo tàng văn học, tuyến du lịch “làng Vũ Đại”, trải nghiệm làng nghề cá kho truyền thống... Đồng thời, thiết kế các tour du lịch kể chuyện (*storytelling tour*) tái hiện hành trình sáng tác và đời sống nhân vật văn học. Mô hình “musealization of place” (bảo tàng hóa địa điểm) như được thực hiện tại “Shakespeare’s Birthplace” (Stratford-upon-Avon) hay “Marcel Proust Museum” (Illiers-Combray) cho thấy hiệu quả bền vững của việc biến nơi chốn thành điểm đến văn hóa mang tính biểu tượng (13).

Xây dựng hệ thống sản phẩm văn hóa - du lịch gắn với tác phẩm Nam Cao

Cần thiết kế các sản phẩm có tính tương tác và gợi mở trải nghiệm, như ứng dụng công nghệ thực tế ảo (VR/AR) tái hiện nhân vật, trò chơi giáo dục dựa trên cốt truyện Nam Cao, phim tài liệu hoặc phim ngắn đa ngôn ngữ. Các sản phẩm lưu niệm (bưu thiếp, tranh vẽ, mô hình nhân vật) nên kết hợp yếu tố bản địa và hình tượng văn học nhằm tăng sức hút. Đây là hướng đi đã thành công tại Nhật Bản với các tour “Murakami Pilgrimage” hay tại CH Séc với “Kafka Tour” (14).

Phát triển giáo dục di sản văn học trong trường học và cộng đồng

Triển khai các chương trình giáo dục trải nghiệm, “trại sáng tác Nam Cao” cho học sinh, sinh viên nhằm gắn kết việc học văn với thực tiễn văn hóa - du lịch. Tổ chức cuộc thi cảm thụ tác phẩm Nam Cao bằng đa phương tiện (viết, vẽ, quay phim, thuyết trình...), đồng thời mời các nhà văn, nghệ sĩ, học giả tới nói chuyện tại quê hương nhà văn để làm sâu sắc thêm nội dung học tập và bồi dưỡng nhân cách qua văn học (15).

Tăng cường truyền thông văn hóa và định vị thương hiệu Nam Cao

Thiết kế chiến lược truyền thông theo hướng “xây dựng thương hiệu địa phương” với biểu tượng Nam Cao, trong đó kết hợp truyền thông chính thống (báo chí, truyền hình) và mạng xã hội (YouTube, TikTok, Facebook) nhằm tạo hiệu ứng lan tỏa và thu hút giới trẻ. Theo quan điểm của Philip Kotler về marketing địa phương, việc xây dựng thương hiệu gắn với nhân vật văn hóa sẽ tạo ra “tính cách của điểm đến” (*destination personality*) giúp định vị trong tâm trí du khách (16).

Bảo tồn và nghiên cứu chuyên sâu

Thiết lập một trung tâm nghiên cứu văn học Nam Cao, lưu trữ và số hóa toàn bộ di sản liên quan đến cuộc đời - tác phẩm của ông, đồng thời tổ chức hội thảo quốc gia/ quốc tế định kỳ nhằm khẳng định giá trị toàn cầu của nhà văn. Cần mời gọi sự tham gia của các nhà Việt Nam học quốc tế, thúc đẩy dịch thuật và trao đổi học thuật, mở rộng phạm vi nghiên cứu liên ngành (văn học - ký ức - du lịch - công nghệ - giáo dục).

7. Kết luận

Từ góc nhìn di sản học và du lịch văn hóa, nhà văn Nam Cao không chỉ hiện diện như một nhân vật văn học mang tính lịch sử mà còn là một biểu tượng di sản sống động có khả năng kiến tạo bản sắc địa phương và quốc gia. Di sản văn học của ông - thông qua các tác phẩm, nhân vật, bối cảnh và giá trị nhân văn - đã vượt khỏi phạm vi trang sách để định hình lên một không gian ký ức tập thể, có thể khai thác hiệu quả trong giáo dục, truyền thông và phát triển du lịch bền vững.

Bài viết đã làm rõ tiềm năng của văn học Nam Cao trong việc phát triển không gian văn hóa tại quê hương Đại Hoàng, thông qua các hoạt động như xây dựng tuyến du lịch “làng Vũ Đại”, tổ chức giáo dục di sản, truyền thông đa phương tiện và các sản phẩm văn hóa - sáng tạo. Đặc biệt, việc tích hợp lý thuyết về ký ức văn hóa, di sản học và marketing địa phương đã mở ra những hướng tiếp cận mới, từ đó đề xuất giải pháp khả thi nhằm phát huy giá trị của di sản văn học trong bối cảnh hội nhập và toàn cầu hóa.

Tương lai của việc bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn học của nhà văn Nam Cao không chỉ nằm ở việc gìn giữ mà còn ở khả năng làm mới - tức tiếp biến, chuyển thể và lan tỏa thông qua những mô hình sáng tạo. Điều này đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa nhà nước, cộng đồng, giới nghiên cứu và các chủ thể văn hóa - du lịch, để di sản văn học thực sự trở thành động lực của phát triển bền vững và công cụ vun bồi tinh thần dân tộc trong kỷ nguyên mới ■

P.L.O

1, 7, 15. Smith, L., *Uses of heritage (Sử dụng di sản)*, Routledge, London, 2006, tr.3, 3, 122.

2. Rigney, A. *Heritage, memory and literature (Di sản, ký ức và văn học)*, trong W. Logan, M. Nic Craith, & U. Kockel (Chủ biên), *A companion to heritage studies (Tập san về nghiên cứu di sản)*, Wiley-Blackwell, Chichester, UK, 2015, tr.143-157.

3. UNESCO, *World Heritage and Sustainable Tourism Programme: Cultural heritage and sustainable tourism*

(Chương trình Di sản Thế giới và Du lịch Bền vững: Di sản văn hóa và du lịch bền vững), *whc.unesco.org*.

4. Richards, G. (Chủ biên), *Cultural tourism in Europe (Du lịch văn hóa ở châu Âu)*, Wallingford, UK: CABI, 1996; Richards, G., *Cultural tourism: Global and local perspectives (Du lịch văn hóa: Quan điểm toàn cầu và địa phương)* trong M. Robinson & D. Picard (Chủ biên), *Tourism, culture and development (Du lịch, văn hóa và phát triển)*, Clevedon: Channel View Publications, 2007, tr.25-47.

5. Nora, P., *Between memory and history: Les lieux de mémoire (Giữa ký ức và lịch sử: Các địa điểm của ký ức)*, *Representations*, 26, 1989, tr.7-24.

6. Hà Minh Đức, *Nhà văn Nam Cao*, Nxb Tác phẩm mới, Hà Nội 1984; Trần Đăng Suyền, *Chủ nghĩa hiện thực Nam Cao*, Nxb Giáo dục Việt Nam, Hà Nội, 2014; Phong Lê, *Nam Cao: Đời văn và tác phẩm*, Nxb Giáo dục, Hà Nội, 2001; Nguyễn Đăng Mạnh, *Chân dung và đối thoại*, Nxb Phụ nữ, Hà Nội, 2003.

8. Rigney, A., *Plenitude, scarcity and the circulation of cultural memory (Sự phong phú, khan hiếm và sự lưu thông của ký ức văn hóa)*, *Journal of European Studies*, 35(1), 2005, tr.11-28.

9. Ashworth, G., & Graham, B., *Senses of place: Senses of time (Cảm nhận về địa điểm: Cảm nhận về thời gian)*, Ashgate, Aldershot, 2005, tr. 21.

10. Xem thêm: Phạm Lan Oanh, *Dai Hoang Village's Braised Fish Cuisine: Its Journey from the Kitchen to Cities and to the World (Ẩm thực cá kho làng Đại Hoàng: Hành trình từ căn bếp đến các thành phố và ra thế giới)*, *Proceedings of the International Conference on Vietnamese - Taiwanese Studies and the 8th Conference on Taiwanese Romanization (Kỷ yếu của Hội thảo quốc tế về Nghiên cứu Việt Nam - Đài Loan (Trung Quốc) và Hội thảo lần thứ 8 về Latinh hóa Đài Loan)*, Đại học Cheng Kung, Đài Loan (Trung Quốc), 2016, tr.12-14.

11. Richards, G., *Cultural tourism: Global and local perspectives (Du lịch văn hóa: Quan điểm toàn cầu và địa phương)*, Haworth Press, New York, 2007, tr.123.

12. Timothy, D. J., & Boyd, S. W., *Heritage tourism (Du lịch di sản)*, Prentice Hall, London, 2003, tr. 57.

13. Shaughnessy, R., *Shakespeare in performance (Shakespeare trong trình diễn)*, Macmillan, London, 2000, tr.134.

14. Urry, J., & Larsen, J., *The tourist gaze 3.0 (Cái nhìn của du khách 3.0)*, Sage, London, 2011, tr.147.

16. Kotler, P., Haider, D. H., & Rein, I., *Marketing places: Attracting investment, industry, and tourism to cities, states, and nations (Tiếp thị địa điểm: Thu hút đầu tư, công nghiệp và du lịch đến các thành phố, bang và quốc gia)*, Free Press, New York, 1993, tr.75.

Ngày Tòa soạn nhận bài: 2-8-2025; Ngày phản biện, đánh giá, sửa chữa: 12-8-2025; Ngày duyệt đăng: 28-8-2025.