

Văn hóa du lịch Việt Nam trong thời kỳ hội nhập quốc tế

• Võ Văn Thành

Viện Khoa học Xã hội vùng Nam Bộ

TÓM TẮT:

Hội nhập quốc tế là một đặc điểm lớn của thế giới. Hiện nay, chúng ta đang tích cực và chủ động hội nhập quốc tế về nhiều mặt, trong đó có du lịch. Về lĩnh vực du lịch, hội nhập quốc tế có nhiều cơ hội nhưng cũng lắm thách thức và chúng ta phải chủ động tận dụng cơ hội và biết hạn chế thách thức. Du lịch là một

ngành kinh tế có nội hàm văn hóa sâu sắc và hội nhập quốc tế có tác động mạnh mẽ và trực tiếp đến du lịch. Trong bài tham luận này, chúng tôi bàn đến 2 luận điểm: Một là, văn hóa du lịch là gì? Hai là, vai trò và ý nghĩa của giao lưu văn hóa đối với việc phát triển du lịch Việt Nam trong thời kỳ hội nhập quốc tế.

Từ khóa: văn hóa du lịch, hội nhập quốc tế, giao lưu văn hóa, bản sắc văn hóa

Đặt vấn đề

Đảng và Nhà nước đã xác định: Du lịch là một ngành “kinh tế mũi nhọn” trong cơ cấu kinh tế Việt Nam, một ngành công nghiệp không khói tạo ra nhiều công ăn việc làm và lợi nhuận cho xã hội. Hơn thế nữa, với nhận thức mới “Du lịch là một ngành kinh tế dịch vụ mang nội dung văn hóa sâu sắc, có tính tổng hợp liên ngành, liên vùng và xã hội hóa cao. Phát triển du lịch liên quan và phụ thuộc vào tất cả các ngành, lĩnh vực đời sống xã hội”¹. Đây là nhận định về du lịch mang tầm tư duy chiến lược nhằm phát triển bền vững du lịch Việt Nam trong thời kỳ mới (hội nhập quốc tế).

Lâu nay người ta thường nói du lịch là một ngành kinh tế nhưng thực ra, nội hàm của nó là văn hóa vì bản chất của du lịch là đi tìm cái mới, tận hưởng, hóa thân, đậm chất văn hóa. Chính hoạt động du lịch đã tạo ra “văn hóa du lịch”, một loại văn hóa giao tiếp, ứng xử trong hoạt động du lịch của du khách và các đối tượng có liên quan, nó là sản phẩm của thời đại toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế. Văn hóa du lịch đòi hỏi các nhóm đối

tượng có liên quan (chúng tôi sẽ đề cập ở phần sau) trong quá trình hoạt động du lịch phải có những ứng xử, giao tiếp hài hòa, theo thông lệ toàn cầu và quy tắc ứng xử văn minh của nhân loại.

1. Văn hóa du lịch là gì?

Lâu nay, văn hóa du lịch được một số nhà nghiên cứu trong các ngành văn hóa, du lịch đề cập, thế nhưng cho đến nay, chúng ta vẫn chưa có một công trình nghiên cứu mang tính chất lý luận nền tảng về văn hóa du lịch. Và với tư cách là một bộ môn khoa học, văn hóa du lịch chưa được giảng dạy rộng rãi tại các trường đại học, cao đẳng và trung cấp có đào tạo về du lịch. Vấn đề xác định đối tượng nghiên cứu, xác định nội dung cần nghiên cứu của bộ môn Văn hóa du lịch vẫn chưa có sự thống nhất giữa các nhà nghiên cứu, các nhà khoa học trong và ngoài ngành Du lịch. Nhiều người làm công tác du lịch chưa phân biệt được sự khác biệt giữa *văn hóa du lịch* và *du lịch văn hóa*, cũng như về vấn đề nội hàm văn hóa du lịch là gì!

Chúng tôi xin điếm qua những học giả có công trình và bài nghiên cứu về “văn hóa du lịch” trong và ngoài nước.

¹ Nghị quyết 92/NQ-CP.

Về các học giả trong nước, có nhóm tác giả Trần Thúy Anh (2004, 2010) với công trình *Ứng xử văn hóa trong du lịch*, NXB. Đại học Quốc gia Hà Nội. Nhóm tác giả Lê Thị Vân (2006) với giáo trình *Văn hóa du lịch*, NXB. Hà Nội. Bùi Thanh Thủy (2009) với bài nghiên cứu “Về nội hàm của văn hóa du lịch”, tạp chí *Du lịch*, số 12/2009 và đăng lại trên website của trường Đại học Văn hóa Hà Nội. Trần Diễm Thúy (2010) với công trình *Văn hóa du lịch* NXB. Văn hóa Thông tin. Dương Văn Sáu (2013) với bài viết “Phát triển sản phẩm du lịch trên nền tảng các di sản văn hóa: Công cụ hữu hiệu để quảng bá Việt Nam”, in trong *Vấn đề phát triển văn hóa (qua văn kiện qua văn kiện Đại hội Đảng lần XI)*, NXB. Văn hóa Thông tin và “Văn hóa du lịch: sản phẩm của văn hóa Việt Nam trong tiến trình hội nhập, toàn cầu hóa hiện nay”, đăng trên website của trường Cao đẳng Văn hóa Nghệ thuật và Du lịch Sài Gòn. Nguyễn Thị Thu (2014) với bài viết “Du lịch văn hóa và Văn hóa du lịch”, đăng trên website Bình Thuận (29/4/2014). Hoàng Văn Thành (2014) với giáo trình *Văn hóa du lịch*, NXB. Chính trị Quốc gia. Phan Huy Xu & Võ Văn Thành (2016) với bài nghiên cứu “Bàn về khái niệm Văn hóa du lịch”, tạp chí *Văn hóa & Nguồn lực*, số 5/2016 và *Bàn về văn hóa du lịch Việt Nam*, NXB. Tổng hợp TP.HCM, 2015.

Về các tác giả nước ngoài, chúng ta có thể kể đến các học giả như: Đồng Ngọc Minh và Vương Lôì Đình (2000): *Kinh tế du lịch và Du lịch học*, NXB. Đại học Giao thông Thượng Hải, Trung Quốc. Học giả Jafar Jafari chủ biên (2000) công trình *Encyclopedia of Tourism*. Yvette Reisinger và Lindsay Turner (2003) với công trình *Cross-cultural behaviour in Tourism – Concepts and Analysis*, Butterworth & Heinemann, Đại học Oxford.

Nhìn chung, các giả viết về văn hóa du lịch có thể quy về các cách tiếp cận như sau:

- Về cách tiếp cận giá trị, có thể kể đến nhóm tác giả Vương Lôì Đình và Đồng Ngọc Minh (2000) với công trình *Kinh tế du lịch và Du lịch học*.

Nhóm tác giả Lê Thị Vân (2006) với giáo trình *Văn hóa du lịch*. Bùi Thanh Thủy (2009) với bài nghiên cứu “Về nội hàm của văn hóa du lịch”. Dương Văn Sáu (2013) với hai bài nghiên cứu “Phát triển sản phẩm du lịch trên nền tảng các di sản văn hóa: Công cụ hữu hiệu để quảng bá Việt Nam” và “Văn hóa du lịch: sản phẩm của văn hóa Việt Nam trong tiến trình hội nhập, toàn cầu hóa hiện nay”. Hoàng Văn Thành (2014) với giáo trình *Văn hóa du lịch*. Chúng tôi nhận định rằng, lý thuyết về giá trị để tiếp cận văn hóa du lịch là chưa đủ thuyết phục để giải quyết vấn đề văn hóa du lịch.

- Về cách tiếp cận ứng xử, có thể kể đến nhóm tác giả Jafar Jafari (2000) với công trình *Encyclopedia of Tourism* (Bách khoa toàn thư về Du lịch). Yvette Reisinger và Lindsay Turner (2003) với công trình *Cross-cultural behaviour in Tourism – Concepts and Analysis*. Nhóm tác giả Trần Thúy Anh (2004, 2010) với công trình *Ứng xử văn hóa trong du lịch*. Trần Diễm Thúy (2010) với công trình *Văn hóa du lịch*. Nguyễn Thị Thu (2014) với bài nghiên cứu “Du lịch văn hóa và Văn hóa du lịch”. Phan Huy Xu và Võ Văn Thành (2016) với bài nghiên cứu “Bàn về khái niệm Văn hóa du lịch”.

Thiên về cách tiếp cận ứng xử và kết hợp với cách tiếp cận giá trị (công trình nghiên cứu *Bàn về văn hóa du lịch Việt Nam*) mà chúng tôi cho rằng nó phù hợp hơn đối với vấn đề văn hóa du lịch. Chúng tôi đưa ra khái niệm văn hóa du lịch như sau: *Văn hóa du lịch là một hệ thống các giá trị được du khách, nhà cung ứng dịch vụ du lịch, cộng đồng dân cư và nhà nước tích lũy và sáng tạo qua biểu hiện tương tác giữa các thành tố trên trong hoạt động du lịch và với tài nguyên du lịch².*

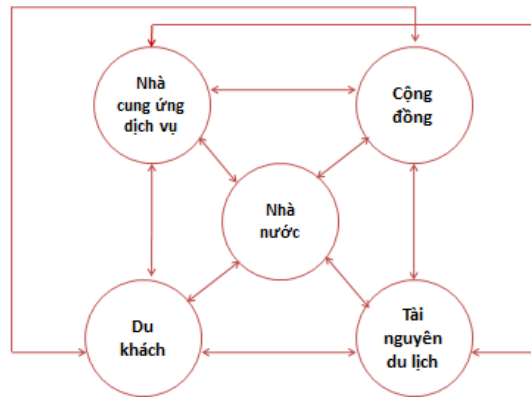
Khái niệm văn hóa du lịch nêu trên bao gồm 5 thành tố có mối quan hệ biện chứng với nhau mà nếu thiếu bất kỳ một thành tố nào trong hệ thống đó sẽ dẫn đến việc hiểu chưa chính xác về *văn hóa du lịch*. Năm thành tố của văn hóa du lịch đó là *Tài nguyên du lịch* (còn gọi là khách thể trong hoạt

² Phan Huy Xu & Võ Văn Thành 2016b: 60.

động du lịch, gọi tắt là khách thể du lịch); Du khách (chủ thể của hoạt động du lịch, gọi tắt là chủ thể du lịch); Các tổ chức và cá nhân kinh doanh du lịch có liên quan đến việc điều hành, phối hợp và tạo ra các sản phẩm du lịch cụ thể (gọi tắt là *nhà cung ứng dịch vụ du lịch*); *Cộng đồng dân cư* với tư cách là chủ thể văn hóa tại chỗ và *Nhà nước* với vai trò là quản lý và giám sát mọi hoạt động du lịch. Ba nhóm đối tượng đầu của *văn hóa du lịch* nghiên cứu văn hóa ứng xử của các nhóm đối tượng (du khách, nhà cung ứng dịch vụ du lịch và cộng đồng địa phương) => Nghiên cứu nhận thức, thái độ và hành vi rất cụ thể (cái vi mô). Trong khi đó, nhà nước đưa ra các chính sách, chủ trương nhằm định hướng và điều chỉnh hành vi văn hóa (văn hóa ứng xử) trong du lịch sao cho phù hợp với đạo đức của xã hội, luật pháp và hội nhập quốc tế (cái vĩ mô). Tuy nhiên, trong mối tương quan giữa cái vi mô và cái vĩ mô, chính cái vĩ mô sẽ tác động nhiều đến cái vi mô và ngược lại. Cụ thể trong trường hợp nghiên cứu văn hóa ứng xử trong du lịch: nội dung nghiên cứu văn hóa du lịch là việc kỳ vọng xây dựng nên giá trị cốt lõi của quốc gia, địa phương và đi đến nhằm phát triển du lịch một cách bền vững (hướng đến việc cân bằng giữa bảo tồn và phát triển). Điều này hoàn toàn phù hợp với chủ trương, chính sách và định hướng quản lý phát triển du lịch của nhà nước. Thậm chí, một số chủ trương và chính sách của nhà nước trở thành những căn cứ để xây dựng bộ quy tắc ứng xử trong phát triển du lịch. Như thế, rõ ràng hệ giá trị (value system) của việc quản lý nhà nước trong phát triển du lịch gặp gỡ hệ giá trị văn hóa du lịch. Qua đó có thể nhận thấy văn hóa du lịch hướng đến nghiên cứu những cái cụ thể (cái vi mô) trên cơ sở tham chiếu các quy định chuẩn mang tầm vĩ mô.

Có thể sơ đồ hóa các thành tố của văn hóa du lịch như sau³:

Sơ đồ 1. Các thành tố cấu thành văn hóa du lịch



Như vậy, thực chất của văn hóa du lịch là mối quan hệ ứng xử giữa các thành tố: tài nguyên du lịch, du khách, nhà cung ứng dịch vụ du lịch, cộng đồng địa phương và nhà nước nhằm tạo ra một hệ thống giá trị mà từ đó nó thỏa mãn các đối tượng tham gia vào hoạt động du lịch. Trong bài tham luận này, chúng tôi không có điều kiện bàn chi tiết đến mối quan hệ giữa các thành tố cấu thành nên văn hóa du lịch⁴.

2. Vai trò và ý nghĩa của giao lưu văn hóa đối với việc phát triển du lịch Việt Nam trong thời kỳ hội nhập quốc tế

Giao lưu văn hóa là một trong những nét lớn của thời đại toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế hiện nay. Trong giao lưu và hội nhập quốc tế, giữ gìn và bảo vệ bản sắc văn hóa của mỗi dân tộc là điều quan trọng, vì “Văn hóa bao gồm tất cả những gì làm cho dân tộc này khác với dân tộc khác!”. Chúng ta đang cố gắng giữ gìn bản sắc văn hóa của dân tộc trải qua mấy nghìn năm dựng nước và giữ nước. Mặt khác, giữ gìn bản sắc văn hóa không có nghĩa là loại trừ tất cả các yếu tố văn hóa của các dân tộc khác mà chúng ta phải biết cách tiếp thu có chọn lọc những tinh hoa văn hóa của nhân loại để bồi đắp thêm những giá trị văn hóa truyền thống và làm giàu chúng (enrich), làm cho văn hóa dân tộc thêm sức

⁴ Xin xem thêm bài viết của chúng tôi “Bàn về khái niệm văn hóa du lịch”, tạp chí *Văn hóa & Nguồn lực*, số 5/2016, tr.46-59 và công trình mới nhất *Bàn về văn hóa du lịch Việt Nam*, NXB. Tổng hợp TP.HCM.

³ Phan Huy Xu & Võ Văn Thành 2016b: 71.

sống và tươi mới theo tinh thần của cố thủ tướng Phạm Văn Đồng: “Văn hóa là đổi mới, đổi mới là văn hóa”⁵.

Hiện nay, nhắc tới giao lưu và phát triển văn hóa, người ta hay lấy mô hình văn hóa phương Tây làm định chuẩn và là cái đích để hướng tới. Do đó, có hàng loạt các chuẩn mực và giá trị văn hóa bên ngoài xâm nhập làm cho các giá trị văn hóa truyền thống bị biến dạng. Chính sự suy yếu của những yếu tố nội sinh làm cho nền văn hóa của các quốc gia nhỏ, yếu thế trở nên rối loạn. Do đó, sự phát triển của một nền văn hóa trước hết cần phải chú ý đến sự vận động và phát triển của các yếu tố nội sinh. Nó chính là nguồn lực của sự phát triển. Điều quan trọng là làm sao xử lý đúng đắn mối quan hệ biện chứng giữa các yếu tố nội sinh và ngoại sinh nhằm cho phép một xã hội, một nền văn hóa chuyển biến mà không làm mất đi tính độc đáo và bản sắc vốn có của chính nó. Nó vừa phải biết tiếp thu cái mới từ bên ngoài vừa phải có bộ lọc riêng của nó để loại bỏ những yếu tố văn hóa không phù hợp để không bị *tha hóa về mặt văn hóa*.

Giao lưu văn hóa không chỉ diễn ra đơn thuần về mặt văn hóa mà luôn gắn liền với các giao lưu kinh tế, chính trị, khoa học, công nghệ... thông qua hệ thống thông tin đa chiều, nhanh chóng như hiện nay. Nhìn chung, xu hướng chung của nhân loại ngày nay là ngày càng xích lại gần nhau hơn trên nguyên tắc hòa bình, hữu nghị, tự nguyện và cùng có lợi cho các dân tộc. Nhưng hiện nay, do tham vọng về kinh tế và chính trị mà một số nước lớn đã dùng văn hóa làm phương tiện để tấn công, nô dịch các quốc gia - dân tộc nhỏ hơn với mục tiêu về lâu về dài là đồng hóa văn hóa các quốc gia - dân tộc nhỏ và phải phụ thuộc vào họ.

Cùng với quá trình toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế, không gian văn hóa của các làng quê Việt Nam đã được mở rộng. Những con người trong các ngôi làng nhỏ bé ngày xưa cũng được mở rộng tầm mắt. Họ được biết nhiều hơn, hưởng thụ những

thành tựu văn hóa, kinh tế, khoa học kỹ thuật nhiều hơn mà trước đây họ chưa từng được biết đến và quan trọng hơn nữa là họ tham gia vào quá trình sáng tạo ra văn hóa mới nhiều hơn.

Nghị quyết số 33-NQ/TW về “Xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước” được ban hành năm 2014 đã khẳng định mạnh mẽ vai trò của văn hóa trong hội nhập quốc tế, trong đời sống xã hội, cũng như trong những chính sách của Đảng và Nhà nước: “Văn hóa là sức mạnh nội sinh của sự phát triển”. Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế, Đảng và Nhà nước đã xác định rõ đường hướng hoạt động và những nguyên tắc chặt chẽ trong việc tham gia tiến trình này: “Hội nhập quốc tế nhằm củng cố môi trường hòa bình, tranh thủ tối đa các điều kiện quốc tế thuận lợi để phát triển đất nước nhanh, bền vững, bảo vệ vững chắc Tổ quốc, quảng bá hình ảnh đất nước và con người Việt Nam, bảo tồn và phát huy bản sắc dân tộc, tăng cường sức mạnh tổng hợp quốc gia, nâng cao vị thế và uy tín quốc tế, góp phần tích cực vào sự nghiệp hòa bình, độc lập dân tộc và tiến bộ xã hội”⁶.

Giao lưu, tiếp biến văn hóa hiện nay đang diễn ra đa chiều và rất rộng trên phạm vi toàn cầu với nhiều kênh thông tin đa dạng và phong phú, trong đó có con đường du lịch. Thông qua những chuyến du lịch, du khách quốc tế hiểu biết về văn hóa Việt Nam tốt hơn, thông cảm với dân tộc Việt Nam nhiều hơn. Và cũng thông qua những chuyến đi, các giá trị văn hóa Việt Nam sẽ còn đọng lại trong tâm thức của du khách. Nếu nói theo Édouard Herriot (1872-1957), nhà khoa học và chính khách, Viện sĩ Viện hàn lâm Pháp: “*Văn hóa là cái còn lại khi ta quên tất cả, là cái còn thiếu khi ta đã học tất cả*” (La culture, c'est ce qui reste quand on a tout oublié, c'est ce qui manque quand on a tout appris)⁷. Khi du khách có những ấn tượng tốt đẹp về

⁵ Phạm Văn Đồng 1994: *Văn hóa và đổi mới*, NXB. Chính trị Quốc gia, Hà Nội, tr. 6.

⁶ Tác giả khuyết danh 2014: “Phát triển văn hóa, con người Việt Nam trong thời kỳ hội nhập quốc tế”, báo Nhân dân, 6/7/2014.

⁷ Dẫn lại Trần Ngọc Thêm 2004: *Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam*, NXB. Tổng hợp TP. HCM, tr. 4.

văn hóa và con người Việt Nam, họ sẽ tự động tuyên truyền những giá trị văn hóa của người Việt Nam với những công dân khác của nước họ và khơi dậy sự hiếu kỳ và muốn đích thân trải nghiệm (experience), tận hưởng (enjoy) những giá trị văn hóa mà chính những người đồng hương của họ đã trải nghiệm và thẩm nhận. Và cứ như thế, chúng ta sẽ được hưởng lợi từ sự cộng hưởng này với các kênh tuyên truyền, quảng bá các giá trị văn hóa Việt Nam qua hoạt động du lịch. Du lịch Việt Nam bấy lâu nay chăm chăm vào mục tiêu kinh tế, với tầm nhìn hạn hẹp, khai thác manh mún, đi ngược lại logic tồn tại của ngành du lịch. Hiện nay, du lịch Việt Nam cần là sự chuyển biến, “lột xác”. Phải coi *du lịch văn hóa là nội sinh, nội lực của du lịch* như nhận định của *Nghị quyết số 92/NQ-CP*: “Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, mang nội dung văn hóa sâu sắc...”. Thông qua hoạt động du lịch, chúng ta tiết kiệm được một khoản chi phí lớn trong việc quảng bá các giá trị văn hóa mà nếu chọn những phương thức quảng bá khác, chúng phải trả nhiều chi phí và hiệu quả chưa chắc được như mong đợi. Phát triển du lịch để quảng bá các giá trị văn hóa của Việt Nam ra thế giới, đó cũng là một phần của việc phát triển công nghiệp văn hóa của chúng ta như tinh thần *Nghị quyết số 33-NQ/TW* đã đề ra. Cụ thể hóa chương trình phát triển du lịch của Việt Nam, mới đây đã diễn ra Hội nghị toàn quốc về phát triển du lịch tại Quảng Nam vào ngày 9/8/2016 với sự có mặt của Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc, Phó Thủ tướng Vương Đình Huệ, Phó Thủ tướng Vũ Đức Đam, Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Nguyễn Ngọc Thiện và lãnh đạo 63 tỉnh, thành phố. Thủ tướng ghi nhận và đánh giá cao những kết quả đạt được trong lĩnh vực du lịch trong thời gian vừa qua và đồng thời nêu những hạn chế của ngành du lịch. Thủ tướng yêu cầu các bộ, ngành, địa phương tập trung: “Tăng cường công tác quản lý môi trường du lịch, bảo đảm an ninh, an toàn cho du khách, tạo thuận lợi cho du khách, nâng cao chất lượng dịch vụ, đặc biệt là vấn đề đơn giản hóa thị thực nhập cảnh, kết nối hàng không, đổi mới và nâng cao hiệu

quả của công tác xúc tiến du lịch”⁸. Đây là ứng xử của nhà nước đối với phát triển du lịch, một thành tố trung tâm, rất quan trọng trong văn hóa du lịch như chúng tôi đã sơ đồ hóa ở trên (thành tố nhà nước nằm ở vị trí trung tâm, giám sát, điều phối mọi hoạt động của du lịch).

Xét về thực chất, giao lưu văn hóa (biểu hiện của văn hóa du lịch) chính là sự tác động qua lại giữa các yếu tố nội sinh và ngoại sinh của quá trình phát triển. Trong đó các yếu tố nội sinh giữ vai trò chủ thể, có ý nghĩa quyết định trong việc định hướng mối quan hệ của chúng với các yếu tố ngoại sinh. Ngược lại, các yếu tố ngoại sinh có thể tác động tích cực hay tiêu cực đối với sự phát triển của các yếu tố nội sinh.

Giao lưu văn hóa là một hiện tượng phổ biến của xã hội loài người, nằm trong quy luật phát triển của các dân tộc và của mọi nền văn hóa. Giao lưu văn hóa mang một nội dung rất lớn. Nó phản ánh sự tiếp nhận và học hỏi lẫn nhau giữa các dân tộc, giữa các quốc gia về thế giới quan, về hệ tư tưởng, về phong tục, tập quán, tôn giáo, tín ngưỡng và đặc biệt là những thành tựu khoa học công nghệ và những kinh nghiệm tổ chức, quản lý đất nước (Trần Thúy Anh (cb) 2010: 45).

Ngày nay, du lịch ngày càng gắn liền với đời sống của con người hiện đại và trở thành một nhu cầu cơ bản không thể thiếu. Con người hiện đại nhận thức được rằng, họ cần quan tâm, giúp đỡ lẫn nhau, cùng nhau chia sẻ, khoan dung (tolerance) và chấp nhận những khác biệt của nhau về nhiều mặt như văn hóa, kinh tế, chính trị, tôn giáo, lối sống, đạo đức, tình cảm v.v... để cùng nhau tồn tại, siêu việt lên trên hết mọi xung đột (transcendence beyond all conflicts) nhằm chung tay xây dựng hành tinh xanh ngày càng tốt đẹp hơn hoặc là không có gì hết. Mỗi người đều được sống với bản sắc văn hóa dân tộc mình, vừa được tiếp xúc với nhiều nền văn hóa

⁸ Tác giả khuyết danh (đưa tin): “Hội nghị toàn quốc về phát triển du lịch, đăng trên”, *Nhân dân online* tại địa chỉ: <http://www.nhandan.com.vn/vanhua/item/30363802-hoi-nghi-toan-quoc-ve-phat-trien-du-lich.html>, truy cập ngày 9/8/2016.

khác. Vì vậy chúng ta phải làm quen và học cách sống với sự khác biệt đó để có khả năng thích nghi với mọi sự biến động của cuộc sống. Khoan dung (tolerance) là chấp nhận cái khác mình nơi người khác, để người khác chấp nhận cái khác họ nơi mình⁹. Đó cũng là quan điểm nhất quán của các tổ chức lớn trên thế giới hiện nay: “Đa dạng văn hóa là di sản chung của nhân loại, là nguồn sáng tạo, cổ vũ và là động lực quan trọng của phát triển kinh tế và tiến bộ của xã hội loài người. Đa dạng văn hóa là cơ hội to lớn để xây dựng một thế giới hòa bình và ổn định hơn bởi đa dạng văn hóa không loại bỏ mà đem lại sự hòa hợp, khoan dung, đối thoại và hợp tác”¹⁰.

Du khách quốc tế đến Việt Nam ngày càng nhiều từ các quốc gia khác nhau trên mọi châu lục. Chúng ta có nhiều cơ hội tiếp thu những cái mới, cái tinh hoa văn hóa của nhân loại. Những yếu tố văn hóa mới trong xuất hiện trong văn hóa truyền thống và chúng ta phải biết chọn lọc cái hay, cái tinh hoa của nhân loại để tiếp thu. Văn hóa truyền thống Việt Nam thiên về tính tĩnh, rất tĩnh do tính chất nông nghiệp điển hình. Con người trong cộng đồng làng xã ứng xử với nhau thiên về trọng tình hơn trọng lý như nhiều nhà nghiên cứu về văn hóa Việt Nam đã khẳng định. Trong khi đó, văn hóa của các nước phương Tây lại thiên về trọng lý hơn trọng tình. Có thể nói rằng, giao lưu, tiếp biến văn hóa hiện nay, chúng ta cần học tập những cái hay, cái tốt đẹp, cái mới của văn hóa các nước khác trên phạm vi toàn cầu, điển hình là văn hóa của các nước phương Tây. Người phương Tây nói năng nhẹ nhàng, không gây ồn ào như đa số người Việt Nam và các nước Đông Á như Trung Quốc, Hàn Quốc... Khi cần thiết, họ có thể phản biện rất gay gắt, không nề nang mà nói thẳng vào sự thực với mục đích là

tìm ra chân lý nhưng họ nói có nơi, có chỗ chứ không phải là tùy tiện, bạ đâu nói đó!

Du khách du lịch đến Việt Nam, giao lưu trực tiếp với người dân địa phương, họ rất coi trọng tính chân thực (authenticity), tính giản dị (simplicity) là những gì họ tiếp cận trong xã hội của nước sở tại cũng như văn hóa của người địa phương. Du khách không kỳ vọng hoặc đi tìm một phiên bản giống với văn hóa của họ tại nơi mà họ đặt chân đến du lịch. Tất nhiên, du khách cũng mong muốn người địa phương đáp ứng được một số tiện nghi vật chất cần thiết, mức độ vệ sinh và an toàn thực phẩm, cũng như là đạo đức trong quan hệ thương mại. Du khách lo ngại mắc phải một số bệnh truyền nhiễm ở địa phương trong khi đi du lịch như HIV/AIDS, SARS, EBOLA, MERS v.v.. Hơn thế nữa, họ hoàn toàn không thoải mái với sự đeo bám, chèo kéo, nài ép mua hàng hóa của một số người tại cộng đồng địa phương (biểu hiện của văn hóa du lịch thông qua ứng xử). Đó là những hình ảnh tiêu cực tại các điểm đến mà du khách sẽ có ấn tượng không tốt, không thiện cảm và nhớ rất lâu.

Tuy nhiên, hoạt động du lịch cũng mang đến những tác động tiêu cực đối với nền văn hóa bản địa mà chúng ta cần cảnh giác và có biện pháp phòng tránh. Trước tiên, du lịch thâm nhập vào cộng đồng làm thương mại hóa những giá trị văn hóa bản địa thuần túy. Chính du lịch tác động và ảnh hưởng đến lối sống của một bộ phận người dân địa phương, làm mai một đi những giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp trong tâm thức họ. Do đó, chúng ta cũng cần đến một bộ lọc văn hóa thật tốt để tiếp thu cái tinh hoa văn hóa của nhân loại và gạt bỏ cái không phù hợp với truyền thống văn hóa của Việt Nam (gạt đục khơi trong).

Trong thời đại công nghiệp hóa, hiện đại hóa và phát triển kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa, việc gìn giữ bản sắc văn hóa dân tộc được hiểu là mỗi công dân cùng có trách nhiệm, lòng tự hào về địa phương nơi mình sinh sống và quan tâm đến những sự kiện xã hội xảy ra trong cộng đồng. Họ phải thống nhất với nhau về ý thức

⁹ Dẫn lại Phạm Đức Dương (chủ biên) 2013a: *Lịch sử-Văn hóa Đông Nam Á*, NXB. Văn hóa - Thông tin, tr.1186.

¹⁰ Trích Tuyên bố chung của Hội nghị thượng đỉnh Á - Âu (ASEM 5) tại Hà Nội, tháng 10 năm 2004 với sự tham gia của những người đứng đầu Nhà nước và Chính phủ của 13 nước châu Á và 25 nước châu Âu.

hành động trước những sự kiện đó, đấu tranh bằng dư luận xã hội (public opinion) với những hiện tượng có hại cho lối sống đạo đức của cộng đồng như các tệ nạn ma túy, mại dâm, lối sống vị kỷ v.v... Giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc trong đời sống ngày nay là cả một cuộc vận động, giáo dục, đấu tranh nhằm duy trì lòng tự hào dân tộc, giữ vững quốc hồn quốc túy trong quá trình hiện đại hóa (Trần Thúy Anh (cb) 2010: 71-74).

3. Kết luận

Chúng tôi đã đưa ra khái niệm văn hóa du lịch và phân tích vai trò của chúng ở trên. Trong thời đại toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế về du lịch, chúng ta phải nâng cao nhận thức về văn hóa du lịch của mọi đối tượng tham gia vào hoạt động du lịch, đặc biệt là “các doanh nghiệp du lịch và cộng đồng địa phương” (đã được Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc nhắc đến trong Hội nghị toàn quốc về phát triển du lịch vừa qua). Một khi văn hóa du lịch được nâng cao, ngành du lịch Việt Nam sẽ phát triển ở một vị thế mới và bền vững.

Du lịch là một ngành đem lại nhiều cơ hội để bảo tồn, làm giàu và phát huy các giá trị di sản đó, nhưng cũng là thách thức nếu chúng ta không biết cách khai thác dẫn đến nguy cơ có thể làm thui chột các giá trị đích thực của di sản địa phương. Chúng tôi cũng rất đồng cảm ý kiến của nhà nghiên cứu Tô Ngọc Thanh trong bài “Di sản văn hóa và du lịch: Những điều còn bất cập”. Ông chia sẻ nhiều ý kiến liên quan đến việc khai thác các di sản văn hóa trong du lịch, mà đáng chú ý nhất là tác giả lo lắng khi các di sản văn hóa khi đưa vào hoạt động du lịch thì chúng bị khai thác một cách méo mó, dung tục dẫn đến việc đánh mất giá trị đích thực của các

di sản và ông cũng cảnh báo ngành Du lịch và người bản xứ là “Đang xuất hiện một nguy cơ là chính người bản xứ đang hạ thấp chất lượng ‘hàng hóa văn hóa’ tham gia du lịch của mình và đánh mất ngày càng nhiều hàm lượng văn hóa dân tộc vốn có của nó”¹¹.

Với xu thế toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế, lợi ích của một quốc gia đơn lẻ không thể tách khỏi lợi ích chung của quốc tế, nhân loại. Con người chấp nhận tính đa dạng văn hóa, khoan dung văn hóa, tôn trọng và bình đẳng trên cơ sở khác nhau giữa các nền văn hóa, tạo cầu nối cho sự giao lưu và học hỏi lẫn nhau; Bảo vệ hòa bình và ổn định trên toàn thế giới, chống vũ khí sinh học, hóa học giết người hàng loạt; Bảo vệ môi trường sinh thái và đa dạng sinh học của hành tinh. Cần có hiểu biết và nhận thức đúng đắn về xu hướng hội nhập, về sự tiếp thu có chọn lọc những giá trị văn hóa của các nước khác trên thế giới. Những yếu tố truyền thống là những yếu tố cơ bản, tạo nên bản sắc và sự ổn định cho đất nước¹².

Nói tóm lại, văn hóa du lịch Việt Nam thời kỳ hội nhập quốc tế góp phần giới thiệu diện mạo và hình ảnh và đất nước, con người Việt Nam với một nền văn hóa độc đáo, đa dạng và đầy bản sắc, thúc đẩy tình đoàn kết, hữu nghị và hợp tác giữa các dân tộc và quốc gia. Hơn thế nữa, du lịch còn mở rộng không gian văn hóa không những cho du khách mà còn cho chính cộng đồng địa phương như quan niệm của học giả Nguyễn Khắc Viện: “Du lịch là sự mở rộng không gian văn hóa”. Văn hóa du lịch quyết định sự phát triển ở tầm cao mới và bền vững của du lịch Việt Nam.

¹¹ Tô Ngọc Thanh 2012: “Di sản văn hóa và du lịch: Những điều còn bất cập”, in trong Mối quan hệ giữa tăng trưởng kinh tế với phát triển văn hóa, văn học, nghệ thuật trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa, NXB. Chính trị Quốc gia, tr. 466.

¹² Có tham khảo ý kiến của nhóm tác giả Trần Thúy Anh trong công trình Ứng xử văn hóa trong du lịch, NXB. Đại học Quốc gia Hà Nội, các trang 99 và 127.

Vietnam tourism culture in the period of international integration

• Vo Van Thanh

Southern Institute of Social Sciences

ABSTRACT:

International integration is a main feature of the world. Currently, we are active and proactive in terms of international integration in many aspects, including tourism. In the field of tourism, international integration not only provides many opportunities but also poses big challenges. We must actively take advantage of opportunities and limit challenges. Tourism

is an economic sector with profound cultural connotations, and international integration has a strong and direct impact on tourism. In this paper, we would like to discuss two main points: Firstly, what is tourism culture? Secondly, the role and significance of cultural exchanges for the development of Vietnam tourism in the international integration period.

Keywords: *tourism culture, international integration, cultural exchange, cultural identities*

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Bùi Thanh Thủy (2009): “Về nội hàm của văn hóa du lịch”, tạp chí *Du lịch*, số 12/2009.
- [2]. Dương Văn Sáu 2013: “Phát triển sản phẩm du lịch trên nền tảng các di sản văn hóa: Công cụ hữu hiệu để quảng bá Việt Nam”, in trong *Vấn đề phát triển văn hóa (qua văn kiện qua văn kiện Đại hội Đảng lần XI)*, NXB. Văn hóa - Thông tin.
- [3]. Đồng Ngọc Minh & Vương Lôì Đình (cb) 2000: *Kinh tế du lịch và Du lịch học*, NXB. Đại học Giao thông Thượng Hải.
- [4]. J. Jafari (Chief editor) 2000: *Encyclopedia of Tourism*, Routledge, New York.
- [5]. Hoàng Văn Thành 2014: *Giáo trình Văn hóa du lịch*, NXB. Chính trị Quốc gia.
- [6]. Lê Thị Vân (cb) 2006: *Giáo trình Văn hóa du lịch*, NXB. Hà Nội.
- [7]. Nguyễn Thị Thu 2014: “Du lịch văn hóa và Văn hóa du lịch”, Bình Thuận Online, 29/4/2014.
- [8]. Phạm Đức Dương (cb) 2013: *Lịch sử - Văn hóa Đông Nam Á*, NXB. Văn hóa - Thông tin.
- [9]. Phạm Văn Đồng 1994: *Văn hóa và đổi mới*, NXB. Chính trị Quốc gia.
- [10]. Phan Huy Xu & Võ Văn Thành 2016a: “Bàn về khái niệm văn hóa du lịch”, tạp chí *Văn hóa & Nguồn lực*, số 5/2016.
- [11]. Phan Huy Xu & Võ Văn Thành 2016b: *Bàn về văn hóa du lịch Việt Nam*, NXB. Tổng hợp TP.HCM.
- [12]. Tác giả khuyết danh 2014: “Phát triển văn hóa, con người Việt Nam trong thời kỳ hội nhập quốc tế”, báo Nhân dân, 06/7/2014.
- [13]. Tác giả khuyết danh 2016: “Hội nghị toàn quốc về phát triển du lịch, đăng trên”, Nhân dân online tại địa chỉ: <http://www.nhandan.com.vn/vanhua/item/30363802-hoi-nghi-toan-quoc-ve-phat-trien-du-lich.html>.
- [14]. Trần Ngọc Thêm 2004: *Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam*, NXB. Tổng hợp TP. HCM.

- [15]. Tuyên bố chung của Hội nghị thượng đỉnh Á - Âu (ASEM 5) tại Hà Nội, tháng 10/ 2004.
- [16]. Tô Ngọc Thanh 2012: “Di sản văn hóa và du lịch: Những điều còn bất cập”, in trong Mối quan hệ giữa tăng trưởng kinh tế với phát triển văn hóa, văn học, nghệ thuật trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa, NXB. Chính trị Quốc gia.
- [17]. Trần Diễm Thúy (2010): *Văn hóa du lịch*, NXB. Văn hóa - Thông tin.
- [18]. Trần Thúy Anh (cb) 2010: *Ứng xử văn hóa trong du lịch*, NXB. Đại học Quốc gia Hà Nội.
- [19]. Y. Reisinger & L. Turner 2003: *Cross-cultural behaviour in Tourism – Concepts and Analysis*, Butterworth & Heinemann, Oxford, UK.