

## **ĐỊA PHƯƠNG VỚI VIỆC KHAI THÁC CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP DU LỊCH Ở VIỆT NAM**

Lưu Tuấn Anh\*

**Tóm tắt:** Mặc dù nền tảng phát triển các ngành công nghiệp văn hóa nói chung và công nghiệp du lịch nói riêng ở các địa phương ở Việt Nam không hoàn toàn nhất quán, nhưng việc thúc đẩy sự sáng tạo văn hóa địa phương, phương thức hội nhập và việc phát huy bản sắc truyền thống của các địa phương, đặc biệt là các đô thị lớn, đều là những cơ sở tích cực cho việc khai thác các thành tựu của các ngành công nghiệp văn hóa trong phát triển công nghiệp du lịch ở Việt Nam. Sự tham gia của địa phương trong việc xây dựng các mạng lưới tương tác, nguồn lực tài chính và các khía cạnh khác trong quá trình khai thác các ngành công nghiệp văn hóa trong phát triển công nghiệp du lịch ở Việt Nam rất quan trọng để thiết lập mối quan hệ đối tác tốt giữa các bên, tìm kiếm hướng phát triển cho các ngành công nghiệp văn hóa nói chung và công nghiệp du lịch ở Việt Nam nói riêng.

**Từ khóa:** Công nghiệp du lịch, công nghiệp văn hóa, địa phương, phát triển bền vững.

### **Dẫn nhập**

Việc kết hợp khai thác các giá trị văn hóa trong các hoạt động du lịch đã trở thành hiện tượng phổ biến ở nhiều địa điểm du lịch và ngày càng trở thành mục tiêu, đối tượng của các nghiên cứu về du lịch và văn hóa với nhiều cách tiếp cận lý thuyết, phương pháp luận khác nhau. Hướng nghiên cứu toàn diện về việc khai thác các thành tựu của các ngành công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch càng trở nên quan trọng trong bối cảnh đa dạng của sự phát triển bền vững xã hội Việt Nam. Để việc khai thác đạt hiệu quả, cần nhận diện được các đặc điểm và chiến lược phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa và công nghiệp du lịch, trong đó có vai trò tất yếu của các địa phương. Địa phương vừa là không gian diễn ra vừa là động lực thúc đẩy cho quá trình khai thác. Trong mỗi nghiên cứu riêng lẻ từng ngành, đa phần chỉ cung cấp cái nhìn khái quát hoặc tập trung vào các khía

cạnh nhất định về sự tác động giữa 2 ngành, công nghiệp văn hóa và công nghiệp du lịch, nên vẫn để lại những khoảng trống chưa được khai thác sâu như yếu tố địa phương. Mục đích của bài viết này là xác định khung diễn giải cho tầm quan trọng của yếu tố địa phương trong quá trình khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch ở Việt Nam, làm tăng khả năng cạnh tranh của các điểm đến du lịch được xác định bởi thành tựu của cả 2 ngành. Kết quả nghiên cứu của bài viết hướng đến phát triển các chính sách quản lý đồng bộ và toàn diện giữa 2 ngành, nhất là các chính sách về địa phương.

Phát huy vai trò của địa phương trong việc khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch là phương hướng hiệu quả, năng động để phát huy giá trị văn hóa dân tộc ở các điểm đến và phát triển ngành du lịch hiện đại trong thị trường du lịch toàn cầu ngày nay từ quan điểm lý thuyết lẫn thực tiễn. Nguồn cung từ các địa phương trong quá trình khai thác rất đa dạng và linh hoạt tùy vào điều kiện và hoàn cảnh văn hóa thực tế tại các địa

\* TS. Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh.



phương, được củng cố bởi sự thay đổi của nhu cầu trải nghiệm các giá trị văn hóa ngày càng tăng cao của khách du lịch. Bằng cách vận dụng hướng tiếp cận liên ngành, bài viết xây dựng cơ sở lý luận hỗ trợ cho các nghiên cứu thực nghiệm về việc khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch trong quá trình hội nhập. Các kết quả nghiên cứu của bài viết có thể tiếp tục được nghiên cứu sâu hơn bằng các nghiên cứu trường hợp tại từng địa phương cụ thể ở Việt Nam, đặc biệt là các đô thị du lịch lớn, trong so sánh theo chiều ngang một mặt làm tăng sự phong phú của khối lượng nghiên cứu, mặt khác có thể đúc kết kinh nghiệm trong việc phát huy yếu tố địa phương trong quá trình khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch để vận dụng vào việc phát triển chung của Việt Nam. Điều này rất hữu ích để thúc đẩy sự hội nhập sâu rộng của ngành văn hóa và ngành du lịch ở các địa phương ở Việt Nam.

### **1. Sáng tạo văn hóa địa phương trong việc khai thác công nghiệp văn hóa trong phát triển công nghiệp du lịch ở Việt Nam**

“Trong cuộc tranh luận khoa học đang diễn ra về việc xác định các yếu tố của một vùng lãnh thổ đưa vào phân tích chiến lược phát triển của một điểm du lịch, người ta hoàn toàn thừa nhận rằng có mối liên hệ rõ ràng với hệ thống của cái văn hóa” (Ludovico Solima và Antonio Minguzzi, 2014, tr. 11). Sự sáng tạo các “cửa cái” văn hóa của các địa phương nếu được đưa vào tiếp cận trong quá trình khai thác công nghiệp văn hóa trong phát triển công nghiệp du lịch ở Việt Nam sẽ có thể làm nổi bật tầm quan trọng ngày càng tăng của các nguồn lực văn hóa vô hình trong quá trình cạnh tranh và trong các mối liên hệ ảnh hưởng trực tiếp hoặc hỗ trợ đến sự phát triển của địa phương. Trong thế kỷ XXI, bối cảnh sáng tạo văn hóa của các địa phương trong quá trình khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch ở Việt Nam, chính là việc tạo điều kiện tối đa kích thích sự phát triển của

nhiều yếu tố văn hóa hấp dẫn của các địa phương, để tạo ra các giá trị cho du khách và người dân thông qua sự tồn tại của hệ thống cơ sở vật chất và cơ sở hạ tầng cùng cách thức vận hành của hai ngành này. Cơ chế của sự sáng tạo theo đó ngành công nghiệp văn hóa được khai thác trong hệ thống công nghiệp du lịch có thể được điều phối bằng các quy định, điều luật về du lịch của địa phương, quốc gia. Các địa phương du lịch cần hạn chế tối đa việc nhập khẩu sản phẩm văn hóa từ nơi khác. Trong trường hợp không có sản phẩm văn hóa đặc thù hoặc tính thực dụng của các sản phẩm văn hóa từ nơi khác đến cao hơn tính giá trị của các sản phẩm văn hóa có sẵn tại địa phương, thì cũng phải chọn lọc các sản phẩm tương thích với bối cảnh văn hóa và du lịch của địa phương mình để nhập khẩu. Việc nhập khẩu sản phẩm văn hóa từ nơi khác có thể làm ảnh hưởng đến hình ảnh địa phương, khi đó văn hóa địa phương sẽ trở nên thứ yếu trong các hoạt động du lịch tại địa phương. Các bên liên quan, đặc biệt là những người quản lý du lịch, quản lý văn hóa có vai trò rất quan trọng trong việc đánh giá chất lượng, chọn lọc và lan tỏa các giá trị, thành tựu của văn hóa địa phương trong công cuộc phát triển du lịch.

Di sản, hoạt động lịch sử, hoạt động văn hóa, không gian di sản đến là những nền tảng quan trọng để các sáng tạo văn hóa trong quá trình khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch ở Việt Nam được phát triển mạnh mẽ. Chẳng hạn các điệu múa, đặc sản ẩm thực, trò chơi dân gian, trang phục, cách thức tổ chức nghi lễ... trong các lễ hội đều trở thành những sản phẩm có thể được khai thác trong công nghiệp văn hóa để phục vụ cho sự phát triển của công nghiệp du lịch ở các địa phương. Tất cả những giá trị văn hóa, thực hành văn hóa trong các lễ hội của các tộc người ở Việt Nam sẽ được giới thiệu đến du khách thông qua các hoạt động du lịch, mang lại nguồn thu cho các địa phương và người dân. Điều cần chú ý đến là tính chân thực của



sản phẩm văn hóa được sáng tạo trong các hoạt động du lịch phải gắn chặt với nguồn gốc lịch sử của các hoạt động văn hóa liên quan, không xa rời bản sắc địa phương, hình ảnh quốc gia. Đối với du khách nước ngoài khi đến tham quan tại các địa phương ở Việt Nam thì yếu tố ngôn ngữ có thể sẽ là một cản trở. Vì vậy, cần định hình rõ ràng khung ngữ nghĩa trong các sản phẩm văn hóa để giúp người tiêu dùng (du khách) nhận ra các giá trị của chúng.

Sự sáng tạo văn hóa ở các địa phương góp phần tạo ra khoảng cách văn hóa trong cạnh tranh giữa các địa phương trong quá trình khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch. Khoảng cách văn hóa thể hiện mức độ tương đồng hoặc khác biệt về văn hóa giữa các địa phương, có tác động lớn đến việc đầu tư trực tiếp các sản phẩm văn hóa vào công nghiệp du lịch. Khoảng cách văn hóa có thể ảnh hưởng tiêu cực đến giao dịch hàng hóa văn hóa trong quá trình phát triển công nghiệp du lịch ở các địa phương hoặc nếu khoảng cách văn hóa quá lớn có thể tác động mạnh mẽ đến sự ưa thích của du khách đối với hàng hóa văn hóa của địa phương (Stephanie Lu Wang và nnk, 2020, tr. 677). Sáng tạo văn hóa hay khoảng cách văn hóa ở các địa phương đều có thể là yếu tố dùng để đánh giá tác động xã hội của các doanh nghiệp kinh doanh sản phẩm văn hóa cũng như các doanh nghiệp kinh doanh lễ hành trong quá trình khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch vì họ có xu hướng dựa trên việc khai thác các mặt hàng, sản phẩm văn hóa trong các hoạt động du lịch tại địa phương. Các doanh nghiệp này góp phần thúc đẩy hệ sinh thái hỗ trợ tăng trưởng và cạnh tranh, đóng góp xã hội trong việc giảm nghèo cho địa phương thông qua những tăng trưởng mới trong du lịch. Trong sự sáng tạo văn hóa trong công nghiệp du lịch ở các địa phương cũng cần quan tâm đến cộng đồng địa phương cùng sự dịch chuyển xã hội của họ nếu có. Người dân và

các doanh nghiệp nhỏ là hai yếu tố quan trọng trong nền kinh tế du lịch phi chính thức ở các địa phương. Bối cảnh khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch sẽ cung cấp cơ hội thực nghiệm tự nhiên nhất để khám phá những cơ hội cùng các thách thức trong việc ứng xử với người dân và các doanh nghiệp nhỏ ở các địa phương ở Việt Nam, trong đó bao gồm các quy định của chính phủ và các cải cách thể chế liên quan.

Sự liên kết giữa các địa phương tạo ra mạng lưới xã hội rộng lớn, tạo cơ hội cho các sáng tạo văn hóa mới mẻ và giúp phát huy tối đa các thành tựu văn hóa vốn có của địa phương, thông qua việc lưu thông sản phẩm văn hóa trong các hoạt động du lịch. Từ đó, tạo ra thành công cho các doanh nghiệp, cá nhân kinh doanh du lịch, kinh doanh các sản phẩm văn hóa trong du lịch. Sự sáng tạo văn hóa trong quá trình khai thác công nghiệp văn hóa trong phát triển công nghiệp du lịch ở các địa phương ở Việt Nam cần dựa trên cơ sở tài nguyên văn hóa địa phương, từ đó sáng tạo trong các hoạt động tổ chức sản xuất (bao gồm phương thức sản xuất và hình thức sản xuất) xuất phát từ định hướng của các cấu trúc và chiến lược phát triển văn hóa nội tại ở các địa phương, duy trì các yếu tố quan trọng bền vững của văn hóa địa phương để hướng đến phát triển bền vững trong du lịch của địa phương. Khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch thực chất chính là sự kết nối to lớn giữa hai ngành công nghiệp trong số các ngành công nghiệp liên quan giúp khám phá các vấn đề tiềm ẩn nảy sinh từ quá trình phát triển của địa phương, và từ sự liên kết giữa các địa phương trong quá trình toàn cầu hóa, thúc đẩy sự phát triển của cả hai ngành. Tầm quan trọng của việc khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch không chỉ phụ thuộc vào sự giao thoa giữa chúng mà còn tạo ra một môi trường khác có thể sâu rộng hơn được gọi là ngành công nghiệp “du lịch sáng tạo” (Greg



Richards, 2028, tr. 13). Các thành tựu của ngành công nghiệp văn hóa hay công nghiệp du lịch thể hiện sự sáng tạo của con người, cả trong quá khứ và hiện tại. Do đó, các sáng tạo văn hóa từ tinh hoa cho đến các sản phẩm bình dân nhất đều có thể đưa vào khai thác trong công nghiệp du lịch.

Người dân là chủ thể sáng tạo cũng như hưởng lợi từ các sáng tạo văn hóa. Bên cạnh đó, du khách cũng là chủ thể góp phần định hình lại các sáng tạo văn hóa để phù hợp hơn cho sự thụ hưởng của họ, tức là du khách có thể trở thành chủ thể sáng tạo thứ 2 và là đối tượng đồng thụ hưởng với người dân địa phương. Với sự phổ biến của mạng xã hội và các phương tiện truyền thông, cách thức sáng tạo và quảng bá văn hóa trong du lịch trở nên đa dạng, nhanh chóng hơn trước đây. Cộng đồng địa phương, du khách cùng các bên liên quan khác đều có thể tham gia thúc đẩy đổi mới việc khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch. Môi trường công nghệ gồm Internet, truy cập di động và phương tiện truyền thông tạo ra sự chuyển đổi kỹ thuật số, tác động mạnh mẽ đến sự sáng tạo các sản phẩm văn hóa, chẳng hạn các sản phẩm văn hóa kỹ thuật số, bán “tour” trực tuyến... trong quá trình khai thác. Những đột phá về công nghệ mới có thể tạo điều kiện cho sự xuất hiện của các sản phẩm văn hóa mới trong du lịch, nhưng cũng gây thách thức cho một số phương thức sản xuất văn hóa truyền thống khi đưa vào khai thác trong công nghiệp du lịch. Việc tiêu thụ hàng hóa văn hóa tăng lên cùng với trải nghiệm tiêu dùng trong các hoạt động du lịch, kích thích sự phát triển kinh tế của các địa phương ở Việt Nam.

## **2. Phương thức phát triển và hội nhập của các địa phương trong quá trình khai thác công nghiệp văn hóa trong phát triển công nghiệp du lịch ở Việt Nam**

Vai trò của cộng đồng địa phương trong việc khai thác công nghiệp văn hóa trong phát

triển công nghiệp du lịch là rất quan trọng nhằm huy động sự tham gia của họ để phát huy và bảo tồn các giá trị văn hóa, đồng thời thu hút khách du lịch. “Khu vực điểm đến du lịch được phát triển tối ưu chắc chắn thu hút khách du lịch đáng kể, cho phép khu vực hưởng lợi từ các thành quả kinh tế, do đó thúc đẩy sự phát triển khu vực và tăng phúc lợi cho cộng đồng” (Muhammad Yamin Sani và nnk, 2018, tr. 15). Khai thác các thành tựu văn hóa của cộng đồng địa phương trong công nghiệp du lịch sẽ là cơ hội để thắt chặt mối quan hệ xã hội giữa các thành viên trong cộng đồng, giữa các cộng đồng, giữa những người trong cộng đồng với những người vốn đã từng thuộc về cộng đồng đó nhưng đã rời đi. Trong sự thắt chặt này, vai trò của thể hệ trẻ kế thừa rất quan trọng. Nếu coi văn hóa là một cực quan trọng trong sự tăng trưởng kinh tế du lịch của các địa phương thì các hoạt động kinh tế du lịch phải gắn liền với lợi ích văn hóa hoặc ngược lại. Ngành công nghiệp du lịch phải định hình được hình ảnh của địa phương thông qua việc khai thác các sản phẩm, dịch vụ từ ngành công nghiệp văn hóa, từ đó thúc đẩy khả năng cạnh tranh kinh tế trong du lịch dựa trên việc huy động sức mạnh địa phương. Chẳng hạn các tộc người ở các địa phương có nhiều lễ hội với các nghi lễ, điệu múa truyền thống sẽ là tài sản văn hóa hấp dẫn thu hút du khách. Khi các lễ hội được khai thác trong du lịch, cần phát huy đi đôi với bảo tồn các giá trị truyền thống, bản sắc văn hóa của các địa phương. Cộng đồng địa phương có vai trò kết nối quan trọng trong lưu thông tiêu dùng hàng ngày các sản phẩm văn hóa thông qua cuộc sống của họ. Việc huy động nguồn lực trực tiếp từ họ sẽ tạo thành động lực quan trọng để tái thiết nhanh chóng ngành công nghiệp du lịch ở địa phương. Đây là cơ sở quan trọng cho sự tự chủ trong khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch ở địa phương.

Việc khai thác công nghiệp văn hóa trong phát triển công nghiệp du lịch giúp duy trì



tính kế thừa tạo sự liên tục của không gian văn hóa địa phương, góp phần điều chỉnh tác động từ việc du nhập những dòng văn hóa mới hoặc văn hóa không đồng nhất thông qua sự phát triển liên tục đó. “Mục tiêu cuối cùng của công nghiệp văn hóa địa phương là thực hiện đời sống văn hóa và phát triển bản sắc xã hội địa phương” (Chunzi Zheng, 2021, tr. 65). Mục tiêu này phải đạt được trọn vẹn trong quá trình khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch. Để những giá trị truyền thống của văn hóa địa phương không bị mai một, thì phải tạo cho chúng những bối cảnh phát triển và sức sống mới như bối cảnh khai thác trong công nghiệp du lịch. Từ đó, chúng có thể được bảo tồn khi nền kinh tế ở các địa phương cơ cấu lại hay phải đối mặt với các thách thức của sự hội nhập không đồng nhất. Trong suốt quá trình khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch ở các địa phương cần nhấn mạnh việc quản lý môi trường văn hóa và môi trường du lịch bằng các phương thức như: tăng cường quyền của người dân và các bên liên quan, coi trọng việc thể hiện bản sắc văn hóa của cộng đồng; triển khai các chiến lược và cách thức quy hoạch không gian văn hóa của địa phương hiệu quả, không ngừng sáng tạo các sản phẩm văn hóa đa dạng bên cạnh những sản phẩm vốn có; chú trọng tính bền vững trong phát triển ở các địa phương...

Để nâng cao chất lượng của việc khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch, các địa phương cần có chiến lược tập trung quy hoạch tổ hợp du lịch với văn hóa, du lịch với các điểm đến văn hóa. Chẳng hạn quần thể du lịch - nghỉ dưỡng - vui chơi giải trí Phú Quốc United Center là dự án lớn tích hợp hệ sinh thái dịch vụ đẳng cấp quốc tế với kỳ vọng khai thác hết tiềm năng thành phố đảo đầu tiên của Việt Nam. Trong đó, khu Grand World sở hữu nhiều công trình kiến trúc lộng lẫy với những dãy phố thương mại sầm uất, cùng hàng trăm lễ hội sôi động mang

màu sắc Việt Nam và các thành phố lớn trên thế giới. Quần thể này thể hiện nỗ lực và quyết tâm của chính quyền thành phố Phú Quốc nói riêng, tỉnh Kiên Giang nói chung và tập đoàn Vingroup trong việc xây dựng khu du lịch phức hợp văn hóa truyền thống và hiện đại, văn hóa Việt Nam và thế giới, tích hợp trải nghiệm văn hóa, thể thao, sức khỏe, giải trí và du lịch đa dạng, phù hợp tiêu chuẩn điểm đến hàng đầu Đông Nam Á. Hay như Sun World Ba Na Hills là khu du lịch trở thành điểm đến quen thuộc của du khách trong và ngoài nước khi đến Đà Nẵng qua 11 năm phát triển. Nơi đây có nhiều trải nghiệm hấp dẫn cho du khách gồm hệ thống cáp treo Bà Nà (được CNN bình chọn là 1 trong 10 tuyến cáp treo ấn tượng nhất thế giới), không gian văn hóa tâm linh (với các điểm đến như miếu Bà, nhà Bia, lầu Chuông, chùa Linh Ứng...), không gian ẩm thực Việt Nam và các nước, không gian văn hóa kiến trúc (nổi tiếng với Cầu Vàng, Làng Pháp...), không gian nghỉ dưỡng và các hoạt động giải trí đa dạng.

Việc tổ chức cho du khách thực hành các hoạt động văn hóa tại địa phương sẽ giúp họ có nhiều cảm xúc hơn khi vừa có thể thưởng thức vừa có thể tham gia vào văn hóa địa phương, từ đó nâng cao ý thức bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa của các địa phương đó. Mỗi địa phương chỉ cần một hoặc một vài giá trị văn hóa đặc trưng cũng có thể giúp phát triển công nghiệp du lịch của địa phương đó. Trong quá trình tiến hóa và hội nhập của các tộc người, mọi không gian sống đều có thể tìm thấy những di chỉ độc đáo, ghi lại những nét sinh hoạt chung và những nét văn hóa đặc trưng của các địa phương (Chunzi Zheng, 2021, tr. 660). Trong quá trình khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch tại các địa phương ở Việt Nam, điều được mong đợi là các không gian với lịch sử địa phương, lịch sử vùng miền, lịch sử dân tộc chứa đựng tình cảm tộc người, các hoạt động truyền thống và đặc trưng văn hóa của địa phương. Những hiệu quả tích cực



của quá trình khai thác này trong phát triển và hội nhập ở các địa phương ở Việt Nam gồm: 1/ Khả năng phát triển tối đa và bền vững của cả hai ngành công nghiệp, có thể kéo dài mùa du lịch; 2/ Tạo ra điểm nhấn cho các địa phương du lịch, tăng cường quảng bá và phát huy các giá trị truyền thống của các địa phương. Tuy nhiên vẫn còn các tác động tiêu cực như: 1/ Văn hóa có thể trở thành yếu tố phụ thuộc trong phát triển du lịch, các giá trị văn hóa có thể bị thương mại hóa, làm mất đi những gì quý giá cần được bảo tồn của các tộc người; 2/ Có thể tác động tiêu cực tới môi trường sống của người dân địa phương từ các dự án quy hoạch, đầu tư vào du lịch và dòng khách tìm đến; 3/ Có thể xảy ra xung đột giữa giá trị văn hóa và giá trị kinh tế cũng như đảm bảo lợi ích giữa các bên.

Hội nhập là xu thế tất yếu trong quá trình toàn cầu hóa sâu rộng hiện nay, việc khai thác công nghiệp văn hóa trong phát triển công nghiệp du lịch từng bước trở thành động lực mới thúc đẩy chuyển đổi kinh tế ở các địa phương ở Việt Nam trong bối cảnh này. Việc đưa các yếu tố văn hóa vào sự phát triển của ngành du lịch sẽ không chỉ nâng cao nội hàm của sản phẩm văn hóa mà còn giúp thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương. Về lâu dài, việc khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch sẽ phát huy sức mạnh mềm văn hóa của Việt Nam trên thế giới, nâng cao năng lực cạnh tranh của quốc gia. Những biến đổi của đời sống văn hoá xã hội của các địa phương chịu tác động mạnh mẽ từ sự phát triển của các ngành công nghiệp, khoa học công nghệ, trong đó có công nghiệp du lịch và công nghiệp văn hóa. Trong quá trình xây dựng môi trường và phát triển bền vững của cả hai ngành công nghiệp này đều cần nhấn mạnh đến các hệ thống, cơ chế, tài nguyên, môi trường sống, con người cùng sự phát triển thẩm mỹ của đời sống văn hóa từ góc độ hội nhập. Chiến lược khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch của các địa

phương ở Việt Nam tập trung vào vai trò và ý nghĩa xã hội của việc định hình, sáng tạo các giá trị văn hóa trong du lịch. Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (WTO), ngành du lịch trở thành một trong những động lực chính trong phát triển kinh tế ở các nước. Trong khi đó, ngành công nghiệp văn hóa ở nhiều nước được kỳ vọng sẽ có thể đóng góp đáng kể vào nền kinh tế của các quốc gia (Muhammad Yamin Sani và nnk, 2018, tr. 14, 16). Chúng tôi lạc quan tin rằng việc khai thác ngành công nghiệp văn hóa trong phát triển công nghiệp du lịch ở Việt Nam có thể đưa Việt Nam trở thành một quốc gia phát triển thịnh vượng.

Toàn cầu hóa đã mang đến những thách thức và cơ hội mới cho việc khai thác công nghiệp văn hóa trong phát triển công nghiệp du lịch ở Việt Nam. Với sự tăng tốc phát triển hiện nay của lực lượng sản xuất xã hội, kinh tế của Việt Nam bước sang giai đoạn mới, đối mặt với các thách thức của nền kinh tế thị trường mới. Để đạt được mục tiêu phát triển mạnh mẽ và bền vững xã hội, giải quyết những vấn đề vướng mắc trong phát triển kinh tế, xác lập toàn diện các lợi thế phát triển, các địa phương ở Việt Nam phải xác định việc khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch cần được phát triển trong cơ chế tương tác, phụ thuộc và thúc đẩy lẫn nhau giữa hai ngành. Trên cơ sở này, thúc đẩy các địa phương tiến gần hơn với sự hội nhập sâu rộng trong bối cảnh văn hóa và du lịch toàn cầu. Các địa phương cần có các chính sách và hành động hợp lý để thúc đẩy việc khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch và định hình hình ảnh đô thị, bảo tồn các giá trị văn hóa quan trọng của địa phương hướng đến phát triển du lịch bền vững, tái tạo không gian truyền thống đồng thời thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế địa phương. Tăng lớp tiêu dùng mới với các hành vi tiêu dùng các sản phẩm của công nghiệp văn hóa (chủ yếu là nghệ thuật, ẩm thực) trong du lịch trở thành động lực quan trọng cho việc cải cách



các chính sách văn hóa - xã hội đô thị. Trong hoàn cảnh này, các giá trị thuộc về văn hóa tinh hoa cũng sẽ được giải cấu trúc để tham gia vào các hoạt động khai thác trong phát triển công nghiệp du lịch. Các thành phố lớn ở Việt Nam như Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Huế, Đà Nẵng là những biểu tượng đô thị cho sự thành công của việc thực hiện các chính sách và chiến lược khai thác văn hóa trong phát triển du lịch và kết quả của việc thực hiện chúng mang lại lợi ích tích cực cho sự phát triển của các thành phố này. “Tuy là một ngành kinh tế, nhưng ngành du lịch mang đậm nét văn hóa và văn hóa là linh hồn của du lịch” (Chunzi Zheng, 2021, tr. 652). Công nghiệp văn hóa và công nghiệp du lịch đều là những ngành công nghiệp đặc biệt của Việt Nam, sự phát triển của công nghiệp văn hóa và công nghiệp du lịch cần được kết hợp với nhau là nhu cầu tất yếu, rõ ràng. Nghiên cứu phương thức để việc khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch đạt hiệu quả ở các địa phương của Việt Nam cần thiết là những nghiên cứu toàn diện và thường xuyên trên con đường hội nhập.

Trong quá trình hội nhập, việc khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch cần tập trung vào các khía cạnh như phương thức hội nhập, sáng tạo ý tưởng trong thiết kế sản phẩm, cải tiến dịch vụ... cung cấp động lực cho sự hội nhập sâu rộng của ngành du lịch ở các địa phương, kích thích tốt hơn sự hội nhập chung trong bối cảnh các ngành công nghiệp dịch vụ ở Việt Nam. Nhu cầu về trải nghiệm văn hóa trong du lịch ngày nay có xu hướng tiếp tục tăng, du khách cần cơ sở hạ tầng văn hóa hoàn chỉnh trong quá trình du lịch để thực sự thư giãn, tận hưởng trọn vẹn bầu không khí văn hóa bản địa. Sự hội nhập ngày càng tăng của công nghiệp du lịch được cân bằng bởi sự khẳng định đồng thời và tiên bộ của các hình thức khai thác công nghiệp văn hóa trong đó. Sự thịnh vượng của ngành công nghiệp du lịch đã truyền bá những ý tưởng tiêu dùng mới vào

nền kinh tế quốc dân. Bản chất độc đáo và sự phát triển của ngành công nghiệp văn hóa mang lại cơ hội mở rộng kinh doanh trong công nghiệp du lịch trong chiến lược quốc tế hóa, hòa nhập xã hội vào nền kinh tế toàn cầu của Việt Nam. Để việc khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch tạo động lực phát triển bền vững du lịch ở các địa phương thì cần xây dựng mạng lưới liên kết hài hòa giữa chính phủ, cộng đồng địa phương và các doanh nghiệp, hoàn thiện ngành công nghiệp du lịch địa phương trong khuôn khổ thể chế thống nhất và khai thác hiệu quả các thành tựu của công nghiệp văn hóa.

Quá trình khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch ở các địa phương được vận hành thông qua sự tương tác giữa người dân với hoạt động của các nhà quản lý trên cơ sở các thể chế của địa phương và nhà nước, nhấn mạnh sự hỗ trợ từ các chương trình của các cơ quan nhà nước với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch. Chính quyền các địa phương có thể chủ động đề ra kế hoạch, chiến lược để khai thác công nghiệp văn hóa trong phát triển du lịch ở địa phương mình và quản lý việc khai thác đó. Sự thành công trong phát triển du lịch của từng địa phương góp phần tạo ra bức tranh hoàn chỉnh về khai thác công nghiệp văn hóa trong phát triển du lịch của cả nước. Quá trình khai thác này sẽ ảnh hưởng đến việc điều tiết và trao quyền cho các nguồn lực kinh tế địa phương, khi đó các xung đột quyền lực có thể xảy ra. Vì vậy, cần có sự điều tiết của chính quyền các cấp cũng như sự chỉ đạo của chính phủ làm trung gian để kết nối, duy trì sự ổn định trong quá trình khai thác. Điểm mấu chốt của việc khai thác là điều tiết thỏa đáng mối quan hệ giữa các bên trong những hình thức thỏa hiệp chính thống (như thỏa thuận về các quyền lợi cùng chia sẻ), hoặc không chính thống (như sự tự ý thức về tầm quan trọng của nhau). Mối quan hệ giữa chính quyền với cộng đồng địa phương, việc xây dựng chiến lược của các cơ quan chính



phủ và sự hợp tác của các doanh nghiệp sẽ tạo ra sự khai thác hiệu quả trong các hoạt động và không gian tiêu dùng nhằm thúc đẩy sự phát triển của kinh tế du lịch ở các địa phương. Khi các thể chế và sự trao quyền ở trạng thái ổn định, việc khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch sẽ diễn ra trôi chảy theo định hướng không gian phát triển ngày càng mở rộng của các địa phương và của cả nước. Đây là mục tiêu và hướng phát triển bền vững của các địa phương thông qua sự phát triển bền vững của cả hai ngành công nghiệp. Từ những phân tích trên, có thể thấy việc khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch phải được diễn ra trên cơ sở của sự đồng thuận, môi trường hội nhập và có tác dụng thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương, kinh tế đất nước. Cấu trúc tam giác gồm chính phủ, cộng đồng địa phương và các doanh nghiệp liên quan là nội hàm quan trọng của hình thức thể chế, là yếu tố then chốt để phát triển hiệu quả nhất có thể của quá trình khai thác.

### **3. Phát huy bản sắc truyền thống của các địa phương trong quá trình khai thác công nghiệp văn hóa trong phát triển công nghiệp du lịch ở Việt Nam**

Việt Nam có nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú và nhiều loại hình văn hóa địa phương đa dạng. Tất cả đều trở thành nguồn vốn chính cho các ý tưởng sáng tạo và các hoạt động thực tế nhằm hỗ trợ ngành công nghiệp văn hóa như một phần không thể tách rời của hoạt động sáng tạo kinh tế du lịch. Ngành công nghiệp văn hóa nhấn mạnh việc khai thác các thành tựu văn hóa của dân tộc dựa vào kỹ năng quản lý, các ý tưởng sáng tạo để phát triển kinh tế. “Công nghiệp văn hóa với tư cách là bộ phận của nền kinh tế sáng tạo cần được chính phủ, các học giả, giới doanh nhân và cộng đồng ở các quốc gia quan tâm như nỗ lực để trở thành các quốc gia phát triển có phẩm chất” (Muhammad Yamin Sani và nnk, 2018, tr. 16). Công nghiệp văn hóa khi được khai thác trong công nghiệp du lịch

sẽ giúp bảo tồn và phát huy vốn văn hóa của dân tộc, nuôi dưỡng sự sáng tạo, thúc đẩy quá trình sản xuất các sản phẩm văn hóa, sản phẩm du lịch đưa vào thương mại hóa để phát triển nền kinh tế, đóng góp lớn hơn cho GNP (Gross National Product - Tổng sản phẩm sản lượng quốc gia) của quốc gia. Hiện nay trong bối cảnh toàn cầu hóa sâu rộng, văn hóa được xem là nguồn tài nguyên quan trọng và đầy tiềm năng để phát triển du lịch rộng khắp. Vì vậy ngành công nghiệp du lịch không thể chỉ nhìn từ quan điểm kinh tế mà còn cần được nhìn từ quan điểm văn hóa, nhất là sự đa dạng văn hóa. Văn hóa và những ý tưởng sáng tạo các sản phẩm từ văn hóa được kỳ vọng sẽ trở thành niềm tự hào và là đại diện của công nghiệp du lịch Việt Nam. Công nghiệp văn hóa được đưa vào khai thác trong phát triển du lịch sẽ kích thích sự tái tạo hình ảnh và bản sắc của địa phương, quốc gia. Chẳng hạn nghề dệt thổ cẩm của người Xtiêng ở tỉnh Bình Phước có thể được khai thác trong du lịch di sản, du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng cho khách du lịch biết một cách ngắn gọn nhưng đầy đủ về những đặc điểm của nghề dệt truyền thống trong quá khứ của cộng đồng S'tiêng. Hay như các loại hình nghệ thuật biểu diễn truyền thống sẽ tạo sức hút cho điểm đến du lịch do tính độc đáo riêng của chúng và những dấu ấn sâu sắc mà chúng ghi lại trong lòng du khách khi đến tham quan.

Ngành công nghiệp văn hóa nếu được khai thác trong công nghiệp du lịch ở Việt Nam cần đề cập đến bản sắc của địa phương và các hoạt động phát triển gắn liền với nó, bao gồm môi trường xã hội và kinh tế ở các địa phương. Việc phát huy bản sắc của các địa phương trong quá trình khai thác trong công nghiệp du lịch có thể huy động sự tham gia của người dân và thậm chí là kinh tế địa phương. Những năm gần đây, chính phủ Việt Nam rất quan tâm đến các chính sách khai thác và bảo tồn văn hóa trong du lịch. Các chính sách văn hóa được kết nối với các chính sách du lịch và các chính



sách khác trong không gian các đô thị tạo ra các không gian sống mới, làm cho các đô thị trở nên hấp dẫn và đặc trưng hơn. Từ đó “chuyển đổi hình ảnh và không gian trung tâm đô thị” để cộng đồng sử dụng (Chunzi Zheng, 2021, tr. 654). Khi phân tích việc khai thác công nghiệp văn hóa trong phát triển công nghiệp du lịch ở Việt Nam, không chỉ nhận thức được những tác động tích cực mà còn cả những mặt tiêu cực trong phát triển bền vững văn hóa, đặc biệt là ở các cộng đồng địa phương nhỏ. Các địa phương có thể phải đối mặt với sự suy thoái của nền văn hóa truyền thống nếu việc khai thác bị sai lệch và không có phương án bảo tồn các giá trị. Việc khai thác phải giúp củng cố hơn là làm giảm giá trị văn hóa địa phương, điều này có thể nâng cao giá trị văn hóa của cộng đồng địa phương và cải thiện mối liên kết giữa sự sáng tạo trong công nghiệp văn hóa với công nghiệp du lịch của địa phương. Bởi vậy, để tránh văn hóa của các điểm đến bị tác động tiêu cực, cần nhấn mạnh sự cần thiết và tính hiệu quả của các phương pháp và thực hành quy hoạch du lịch trên nguyên tắc bền vững.

Văn hóa của các tộc người ngày càng được liên kết vào hệ thống du lịch bởi các tác nhân bên trong và bên ngoài. Điều này rất quan trọng vì việc sử dụng ngày càng nhiều các thành tựu của văn hóa trong các hoạt động du lịch đặt con người vào trọng tâm và đề cao tính đại diện của các cộng đồng địa phương trong hoạt động khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch. Việc khai thác này ở các địa phương ở Việt Nam cần chú ý đến các chính sách và hoạt động sáng tạo văn hóa trong du lịch, sự tăng trưởng của các trải nghiệm văn hóa trong du lịch, sự phát triển của truyền thông, xây dựng thương hiệu điểm đến kết nối song song với các mục tiêu phát triển văn hóa - xã hội bền vững như mục tiêu bảo tồn văn hóa, xóa đói giảm nghèo... Chẳng hạn việc bảo tồn hệ thống di sản văn hóa ở các địa phương cần được đặt dưới sự quản lý của nhà nước, thông

qua các cơ quan giám sát được tích hợp với các cơ quan quản lý của hệ thống du lịch địa phương. Từ đây mở rộng nhanh chóng các công cụ can thiệp cho các chính sách liên quan đến việc khai thác các di sản trong công nghiệp du lịch, đặc biệt cho công nghiệp du lịch sáng tạo. Sự bảo lưu, tái tạo và phát huy bản sắc văn hóa địa phương trong các hoạt động du lịch sẽ ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển của địa phương như giúp gắn kết ý thức và tinh thần dân tộc, thúc đẩy sự chung tay của cộng đồng vì sự phát triển bền vững của địa phương, đề cao tầm quan trọng của văn hóa tộc người như nguồn tài nguyên phong phú trong du lịch. Việc chú trọng phát huy vai trò của văn hóa là trọng tâm phát triển bền vững Việt Nam trong thời gian tới, trong đó ngành công nghiệp du lịch cũng không tách rời việc khai thác các giá trị văn hóa. Vì vậy, việc xây dựng hệ thống quản lý bền vững đóng vai trò quan trọng trong quá trình khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch ở Việt Nam.

### **Kết luận**

Việc phát huy yếu tố địa phương trong quá trình khai thác công nghiệp văn hóa trong phát triển công nghiệp du lịch ở Việt Nam cần chú ý đến nguyên tắc cơ bản là không chỉ ưu tiên cảnh quan hay các giá trị văn hóa, mà còn phải quan tâm đến chất lượng sản phẩm du lịch từ văn hóa địa phương, bao gồm tính độc đáo, tính nguyên bản và tính đa dạng về văn hóa trong các sản phẩm địa phương. Mục tiêu của việc phát huy yếu tố địa phương trong quá trình khai thác công nghiệp văn hóa trong phát triển công nghiệp du lịch ở Việt Nam là để phát triển và đa dạng hóa các sản phẩm văn hóa trong du lịch và nâng cao chất lượng du lịch dựa trên việc khai thác hợp lý nguồn lực ở các yếu tố địa phương trên cơ sở bảo tồn tính bền vững của văn hóa, của môi trường sống của cộng đồng địa phương. Đánh giá đúng vai trò và có chính sách phát huy hiệu quả các yếu tố địa phương trong quá trình khai thác không chỉ đơn thuần mang lại doanh thu để phát triển



kinh tế địa phương mà quan trọng hơn, lâu dài hơn là nhằm thâm nhập giá trị văn hóa của dân tộc trong lòng người dân bản địa, trong lòng du khách khi đến Việt Nam và quảng bá tích cực ra quốc tế cho đất nước, con người Việt Nam trong nỗ lực tạo ra hiểu biết về sự đa dạng của văn hóa Việt Nam. Từ đó, nâng cao chất lượng đời sống văn hóa của cộng đồng các địa phương, tăng cường bảo vệ văn hóa của dân tộc một cách nhất quán.

Cách tiếp cận nghiên cứu việc khai thác các giá trị, thành tựu của công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch với tác động của địa phương, cung cấp cơ sở phân tích thực nghiệm liên quan đến việc loại bỏ các tác động duy nhất từ kinh tế của sự phát triển du lịch trong điều kiện nền kinh tế chung của đất nước gặp khó khăn, nêu bật tác động cấp số nhân mạnh mẽ của hệ thống văn hóa của các địa phương đối với sự phát triển của du lịch Việt Nam. Điều này phù hợp với chủ trương của Chính phủ Việt Nam lấy văn hóa làm gốc, tích cực phát triển văn hóa trong nhiều lĩnh vực. Các cấp độ phân tích địa phương tổng thể, mở rộng ra là các vùng miền và quốc gia có liên quan trực tiếp đến nghiên cứu việc khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch, bằng cách làm nổi bật các giá trị của địa phương, từ đó khẳng định vai trò của địa phương trong các hoạt động khai thác. Địa phương cần được đặt trong tương quan quản lý đi kèm đến với các sản phẩm văn hóa và sự sáng tạo văn hóa của các địa phương, để tạo ra một khuôn khổ làm mẫu số chung cho các nghiên

cứu về việc khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch, cũng như sự phát triển của từng ngành ở các địa phương ở Việt Nam. Các nghiên cứu trong tương lai có thể tiếp cận cách thức các cá nhân, cộng đồng ở các địa phương sáng tạo văn hóa hoặc nhận thức về vai trò của địa phương với các đặc điểm văn hóa, các thể chế riêng biệt trong quá trình khai thác công nghiệp văn hóa trong công nghiệp du lịch ở Việt Nam để xác định kết quả khai thác ở các cấp độ tăng trưởng khác nhau./.

L.T.A

#### Tài liệu tham khảo

1. Ludovico Solima và Antonio Minguzzi (2014), "Territorial development through cultural tourism and creative activities", *Mondes du Tourisme*, No.10, Association Mondes du tourisme, France.
2. Stephanie Lu Wang, Qian Gu, Mary Ann Von Glinow và Paul Hirsch (2020), "Cultural industries in international business research: Progress and prospect", *Journal of International Business Studies*, Palgrave Macmillan Publisher, USA.
3. Greg Richards (2018), "Cultural Tourism: A review of recent research and trends", *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Vol. 36, Elsevier Publisher.
4. Muhammad Yamin Sani, Rismawati Isbon và Yuliana (2018), "Cultural Industry in Wakatobi Tourism", *International Journal of Research in Tourism and Hospitality*, Vol. 4, Issue 3, India.
5. Chunzi Zheng (2021), "Research and Analysis on the Innovative Value of Tourism and Cultural Industry", *Revista Argentina de Clínica Psicológica*, Vol. 30, Issue 2.

#### **Lưu Tuấn Anh: Localities exploiting the cultural industry for tourism industry development in Viet Nam**

The cultural industry in general and the tourism industry in particularly in localities in Viet Nam do not have a similar development background. However, the promotion of local cultural creativity and traditional identity and integration in large cities provides a solid foundation for exploiting the achievements of the cultural industry for tourism industry development of the country. Localities are engaged in interaction networks, financial resources generation, and in other aspects of the exploitation of the cultural industry for tourism industry development in Viet Nam. It is crucial to establish a good partnership between the parties and seek development directions for the cultural industries in general and the tourism industry in particular.

**Keywords:** Tourism industry, cultural industry, locality, sustainable development.