

VĂN HÓA ĐẠI CHÚNG TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở HỘI AN

Đỗ Thị Ngọc Uyển

Trong những năm gần đây, nói đến du lịch Việt Nam thì một điểm đến thú vị mà mọi du khách trong nước và quốc tế thường quan tâm, đó là Hội An. Nhiều danh hiệu về du lịch đã được các tổ chức bình chọn cho điểm đến du lịch này như “110 điểm đến có giá trị lịch sử trên thế giới” do tạp chí Nation Geographic (Mỹ) xếp hạng năm 2008; “5 trong 10 điểm du lịch tốt nhất Châu Á” do website Trip Advisor bình chọn năm 2013; “Thành phố du lịch hấp dẫn nhất thế giới” do Tạp chí du lịch Wanderlust - Anh bình chọn năm 2013; “Điểm đến đặc sắc và thu hút khách du lịch nhất Việt Nam” do tạp chí Hufington - Mỹ bình chọn năm 2013; “Thành phố du lịch được yêu thích thứ 2 ở Châu Á” do tạp chí Condes Nast Traveller - Mỹ bình chọn năm 2013; “Một trong các thành phố du lịch bụi rẻ nhất Châu Á” do website du lịch Priceoftravel bình chọn năm 2014; “Một trong những thành phố lãng mạn nhất thế giới” do tạp chí Indiatimes - Ấn Độ bình chọn năm 2014 và rất nhiều danh hiệu khác như : núp chân du khách, top 50 thành phố nên đến một lần trong đời , 10 điểm đến lãng mạn nhất để “ hẹn hò”, thành phố tuyệt vời xe đạp... Với những danh hiệu này, điều đó nói lên thương hiệu du lịch và sản phẩm du lịch Hội An đã được phổ quát và nổi tiếng không chỉ trong nước mà lan toả ra cả thế giới. Đặc biệt là du lịch

văn hoá, một sản phẩm du lịch gắn liền với di sản văn hoá thế giới Hội An. Những giá trị của khu di sản văn hoá thế giới này giờ đây đã không còn là tinh hoa của văn hoá Hội An nói riêng và của Việt Nam nói chung mà trở thành sản phẩm văn hoá đại chúng thông qua hoạt động du lịch. Vậy, việc phát triển du lịch Hội An đã khai thác những giá trị văn hoá để trở thành sản phẩm văn hoá đại chúng như thế nào? chúng ta đi vào tìm hiểu và nghiên cứu mô hình này.

Văn hoá đại chúng ngày nay phổ biến trên toàn thế giới và nhiều nước đã khai thác loại hình văn hoá này để phát triển kinh tế mà nổi bật nhất là Mỹ và Hàn Quốc. Họ đã dựa vào sự phát triển của khoa học kỹ thuật và phương tiện thông tin điện tử để phát triển loại hình văn hoá này. Từ những phong cách thời trang với những chiếc quần Jean áo sọc caro theo miền viễn Tây Hoa Kỳ hay những màu tóc nâu, môi trâm theo xu hướng thời trang Hàn Quốc hiện nay được giới trẻ ưa chuộng và sử dụng. Những sản phẩm văn hoá này không những được bán ra đơn lẻ mà được lồng ghép tuyên truyền, quảng bá thông qua những thước phim giới thiệu sâu đậm nền văn hoá của quốc gia, dân tộc và được hình tượng hoá bằng những biểu tượng, những nhân vật đặc biệt gắn liền với từng sản phẩm văn hoá và chúng được sản xuất hàng loạt để giới thiệu,

phổ biến trên toàn thế giới. Những giá trị văn hoá Mỹ và Hàn Quốc giờ không có gì xa lạ với các nước trên thế giới, từ vùng sâu cho đến vùng xa, chúng trở thành những sản phẩm văn hoá của toàn cầu và mang lại một nguồn doanh thu to lớn cho đất nước. Và với loại hình này, Hội An dù hữu thức tiếp cận được mô hình văn hoá đại chúng hay vô thức muốn tận dụng những giá trị văn hoá sẵn có để khai thác phát triển du lịch mà ngành du lịch của Hội An đã phát triển từ rất sớm. Ngành du lịch Hội An được quan tâm và đầu tư phát triển kể từ năm 1995, tức là trước năm được công nhận di sản văn hoá thế giới 4 năm (4/12/1999). Từ con số 41.636 lượt khách năm 1995, Hội An đã đón 1.756.916 lượt khách năm 2014. Trong đó lượt khách quốc tế trong năm 2014 là 839.198 lượt và khách nội địa là 917.718 lượt. Doanh thu mang lại của ngành du lịch Hội An từ 1,097 triệu USD năm 1995 đã tăng 95,367 triệu USD năm 2014. Những con số trên cho thấy sự phát triển rất mạnh của ngành du lịch Hội An, điều đó cũng đồng nghĩa với những giá trị văn hoá Hội An được khai thác, phát huy và trở thành sản phẩm văn hoá đại chúng đã thu hút lượng du khách lớn từ các nơi đến với Hội An. Ngày nay, nói đến du lịch Hội An, chúng ta dễ dàng bắt gặp không gian quen thuộc của khu phố cổ với vẻ trầm mặc, mái ngói rêu phong cổ kính vào mỗi sáng sớm và ánh sáng mờ ảo về đêm được phát ra từ những chiếc đèn lồng được treo trước cửa của các ngôi nhà cổ; và từng góc phố, hẻm ngõ là những gánh hàng rong với tiếng rao quen thuộc của các bà lão bán những món ăn dân dã; và đâu đó là những cụ già đang ngồi đánh cờ, trẻ con tập hát đồng dao và thanh niên thì giao lưu

bằng những chiếc đàn nhị, đàn bầu, đàn độc huyền cầm tạo nên không khí du dương; cùng với sự nhộn nhịp mua sắm của các du khách Việt - Tây - Á từ các cửa hàng trong phố cổ khiến chúng ta như trở về với quá khứ của một thời thương cảng Hội An thế kỷ 17-18. Xa ra khu phố cổ, chúng ta dễ dàng bắt gặp những hình ảnh quen thuộc của một vùng quê với người dân đang dắt trâu cày ruộng; bán mặt cho đất bán lưng cho trời để chăm bón từng nếp rau; những cụ già với đôi chân chai lì đập trên bàn xoay để tạo ra những sản phẩm gốm và những nghệ nhân cặm cùi trau chuốt sản phẩm thủ công bằng gỗ để tạo ra những món quà lưu niệm cho du khách khi đến với Hội An, mà những hình ảnh đó không chỉ là con người thật, việc thật ở Hội An làm mà đó cũng chính là những công việc mà du khách tham gia cùng với người dân Hội An thực hiện. Những công việc tưởng chừng như đòi thường nhưng đối với Hội An nó trở thành những sản phẩm du lịch và thu hút sự tham gia rất lớn của du khách. Nhìn vào việc tổ chức du lịch ở Hội An, chúng ta sẽ thấy một kiểu thức chung cho du lịch Hội An là sự hoài cổ, trở về quá khứ, về đời thường với sự yên bình, tĩnh lặng.

Với sự đa dạng về hình thức tổ chức, du lịch Hội An không chỉ là điểm đến cho một riêng ai mà nó phù hợp với tất cả đối tượng. Người già thì tận hưởng sự yên bình với cuộc sống chậm rãi, giản dị trên từng bước đi trong khu phố cổ; thanh niên thì thoải thích với những hình ảnh thơ mộng, êm đềm bên dòng sông Hoài với ánh đèn lung linh như góp phần gắn kết thêm tình yêu đôi lứa; trẻ con thì vô tư vui đùa với những trò chơi dân gian như đập nôi, hát đồng dao,... và với Hội An, thì phố không



còn là phố của người Việt hay phố của Tây mà là sự hoà trộn vào không gian chung của một khu phố du lịch, nhộn nhịp nhưng yên bình, sâu lắng trong sự đa sắc văn hoá vốn hiện hữu trên từng công trình kiến trúc của quần thể khu phố cổ Hội An.

Mô hình du lịch Hội An là sự lắp ghép các mảng văn hoá, trong đó có văn hoá kiến trúc, văn hoá tín ngưỡng, văn hoá dân gian, văn hoá ẩm thực, văn hoá lễ hội,... tạo thành bức tranh tổng thể về cuộc sống đời thường của cộng đồng người dân Hội An ở một thương cảng trong quá khứ gắn với cuộc sống đời thường hiện nay, giúp du khách đi vào phố thực nhưng tưởng như quay về quá khứ; giúp du khách hoài niệm về một thương cảng xưa, nơi tàu bè tấp nập buôn bán, trao đổi hàng hoá. Những sản vật trong sách vở ghi lại như vàng, trầm hương, hồ tiêu, lụa, gốm,...

giờ đây được khai thác, phát huy và du khách dễ dàng bắt gặp, chọn mua những món hàng đó tại khu phố cổ Hội An; những lễ hội, trò chơi dân gian tưởng chỉ có trong quá khứ nhưng vẫn được khai thác và biểu diễn một cách sống động;... Tất cả những giá trị văn hoá truyền thống đó được chuyển hoá thành những sản phẩm văn hoá đại chúng thông qua hoạt động du lịch và được tuyên truyền quảng bá đến bạn bè trong nước và quốc tế. Ngày nay, chỉ cần lên mạng internet vào mục tìm kiếm gõ chữ “Hoi An” đã hiện lên 14,7 triệu kết quả về Hội An. Những khung hình, thước phim giới thiệu về Hội An được các nhà nhiếp ảnh, những nhà làm phim và những người yêu Hội An tuyên truyền, phổ biến khắp thế giới, nó len lỏi vào nhà của những du khách đã từng đặt chân đến Hội An. Những hình ảnh thơ mộng, huyền ảo, rêu phong, trầm mặc của phố cổ Hội An trở thành những đề tài cho các nhà làm phim, nhà nhiếp ảnh khai thác và kiếm lời từ những giá trị đó. Con số doanh thu từ du lịch kể trên chỉ là những con số mà do cơ quan nhà nước quản lý thống kê được. Còn số doanh thu mà cộng đồng người dân cũng như các nhà kinh doanh các loại hình khác khai thác từ giá trị văn hoá truyền thống này chưa được kể đến. Như vậy chúng ta thấy, với những giá trị văn hoá truyền thống tưởng chừng như ẩn mình nhưng đã được chính quyền và cộng đồng người Hội An cũng như các nhà doanh nghiệp từ các nơi khác khai thác dưới hình thức văn hoá đại chúng thông qua hoạt động du lịch đã giúp Hội An phát triển và mang lại một doanh thu lớn cho sự phát triển kinh tế và đây cũng là nguồn thu đáp ứng lại công tác bảo tồn những giá trị văn hoá truyền thống này. Bao năm

qua, du lịch Hội An vẫn tăng đều từng năm, Hội An đã biết khai thác giá trị văn hoá nền tảng, xây dựng những biểu tượng thông qua những chiếc đèn lồng, những ngôi nhà cổ, những con phố nhỏ hẹp, những gánh hàng rong,... bên cạnh đó là khai thác cuộc sống đời thường của những con người Hội An hiền hoà và giản dị để làm thành sản phẩm du lịch phục vụ sự thưởng ngoạn của du khách và đã gặt hái nhiều thành công. Nhưng, sản phẩm văn hoá đại chúng đó chỉ là những sản phẩm du lịch mang tính địa phương và chỉ được thưởng thức khi du khách đến chính Hội An để cảm nhận và doanh thu mang lại dù có tăng nhưng vẫn chưa đạt hết khả năng của nó. Nếu như Hội An tiếp tục nhận diện được loại hình văn hoá đại chúng này, khai thác những giá trị lịch sử, văn hoá và tự nhiên tiềm năng của Hội An bằng cách tái hiện lại những câu chuyện lịch sử, hoặc cách điệu nó thành những truyền thuyết và dựng lại thông qua nghệ thuật điện ảnh để giới thiệu với đến công chúng trên thế giới, điều này không những tuyên truyền, quảng bá hình ảnh Hội An, những giá trị văn hoá của Hội An; thu hút lượng du khách đến với Hội An ngày càng nhiều để tìm hiểu thật sự khu phố cổ này; mà thông qua đó doanh thu từ các loại hình nghệ thuật này sẽ là con số không nhỏ nếu chúng được đầu tư chu đáo và chứa đầy giá trị tinh hoa trong đó. Bên cạnh đó thì nhiều sản phẩm văn hoá khác cũng có cơ hội phát triển kèm theo. Điều này có ý nghĩa rất lớn với một danh hiệu di sản văn hoá thế giới, đúng tâm của một danh hiệu thế giới và nó sẽ là sản phẩm văn hoá của nhân loại, của đại chúng, góp phần thúc đẩy nền kinh tế của Hội An nói riêng và của Việt

Nam nói chung phát triển nhưng vẫn không đánh mất giá trị nền tảng của nó.

Với việc nhìn nhận hoạt động du lịch Hội An dưới hình thức văn hoá đại chúng, chúng tôi nhận thấy Hội An còn có nhiều tiềm năng để phát triển, không những giúp cho du lịch Hội An phát triển trong tương lai mà nhiều loại hình văn hoá đại chúng khác như nói trên khai thác từ giá trị nền tảng của khu phố cổ Hội An có thể thực hiện thành công. Tuy nhiên, chúng cần phải được các nhà khoa học nghiên cứu, cần có các nhà đầu tư lớn, cần xây dựng kịch bản chuyên nghiệp, ứng dụng công nghệ hiện đại tiên tiến nhất, với đội ngũ diễn viên, đạo diễn chuyên nghiệp nhất như các nước đã thực hiện. Thay vì đầu tư cho quảng cáo về du lịch Hội An, thì nguồn kinh phí này nên được tập trung đầu tư cho những sản phẩm văn hoá đại chúng. Qua bài viết này, với hướng tiếp cận của văn hoá đại chúng, rất mong các nhà quản lý, các nhà doanh nghiệp, các nhà đầu tư có suy nghĩ nhằm thu hút lượng du khách đến với Hội An đông hơn, đồng thời khai thác giá trị văn hoá này thành sản phẩm văn hoá được nhân loại biết đến♥