

Đánh giá giá trị và sự phát triển bền vững của di sản văn hóa phi vật thể “Đờn ca tài tử Nam bộ”, sử dụng mô hình đánh giá của Hilary Du Cros

Trương Thị Xuân Đào¹, Đoàn Lê Quỳnh Như,
Trần Minh Nguyệt và Nguyễn Diệp Tuấn Phong²

¹Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng

TÓM TẮT

Việc xem xét tiềm năng tài nguyên liên quan đến yếu tố con người, di sản văn hóa để phát triển du lịch là mong muốn của các nhà quản lý du lịch. Nghiên cứu sử dụng phương pháp đánh giá giá trị và sự phát triển bền vững của tài nguyên du lịch bằng phương pháp đánh giá của Hilary du Cros để đánh giá giá trị du lịch của: “Đờn ca tài tử Nam bộ”. Có hai nhóm mẫu được khảo sát: nhóm thứ nhất là Nhóm khách du lịch với $n_1 = 100$ và nhóm thứ hai là Nhóm người làm du lịch với $n_2 = 20$ để xác định điểm đánh giá sức hấp dẫn thị trường và tính phát triển bền vững trong khai thác du lịch của “Đờn ca tài tử Nam bộ”. Kết quả đánh giá cho thấy “Đờn ca tài tử Nam bộ” “Đờn ca tài tử” có sức hút thị trường cao, giá trị phát triển bền vững cũng cao, nằm ở ô M (1.3) trong ma trận hấp dẫn và giá trị văn hóa/phát triển bền vững của Hilary du Cros. Một số gợi ý về chính sách cũng được đề xuất nhằm gia tăng hơn nữa sức hấp dẫn thị trường cũng như sự phát triển bền vững của di sản văn hóa.

Từ khóa: đánh giá du lịch, ma trận đánh giá sức hút thị trường và phát triển bền vững, ma trận Hilary du Cros, đờn ca tài tử Nam bộ

1. GIỚI THIỆU

“Đờn ca tài tử Nam Bộ” là một loại hình nghệ thuật dân gian độc đáo được kết hợp trên hai dòng nhạc lễ, nhã nhạc cung đình và những giai điệu ngọt ngào, sâu lắng của dân ca miền Trung và dân ca miền Nam. “Đờn ca tài tử Nam Bộ” đã trở thành loại hình nghệ thuật đặc sắc của vùng sông nước Nam Bộ, đây là sự kết hợp tinh tế - hòa quyện giữa tiếng đờn, lời ca và điệu diễn, vừa phản ánh tinh hoa văn hóa ngàn năm văn hiến của dân tộc vừa mang những nét đặc trưng của người dân vùng đất phương Nam. Đây cũng là di sản văn hóa phi vật thể thứ 8 của Việt Nam được UNESCO công nhận là Di sản văn hóa đại diện của nhân loại và được bảo vệ ở cấp độ quốc tế. Trước đó, nghệ thuật Đờn ca tài tử Nam Bộ chính thức được UNESCO công nhận là Di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại vào ngày 5/12/2013.

So với một số loại hình nghệ thuật truyền thống khác như Quan họ, Ca trù, Hát xoan, Ca Huế, không gian trình diễn nghệ thuật “Đờn ca tài tử Nam Bộ” mở rộng đến nhiều tỉnh, thành phố của Việt Nam. Trong đợt điều tra, kiểm kê di sản văn hóa phi vật

thể về nghệ thuật “Đờn ca tài tử Nam Bộ” do Viện Âm nhạc Quốc gia Việt Nam chủ trì nhằm xây dựng hồ sơ trình Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa Liên Hiệp quốc (UNESCO) công nhận là di sản văn hóa phi vật thể đại diện nhân loại, kết quả cho thấy, “Đờn ca tài tử Nam Bộ” đang được thực hành phổ biến ở 21 tỉnh, thành phố của Việt Nam, từ tỉnh Ninh Thuận cho đến tỉnh Cà Mau, với 2,570 câu lạc bộ, đội, nhóm và 29,296 thành viên chơi “Đờn ca tài tử Nam Bộ” thuộc nhiều trình độ khác nhau. Từ khi được UNESCO chính thức công nhận là di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại (tháng 12/2013), “Đờn ca tài tử Nam Bộ” ngày càng được mở rộng ra nhiều tỉnh, thành phố khác của Việt Nam, với nhiều đối tượng khác nhau. Tại Thủ đô Hà Nội, bộ môn nghệ thuật này ngày càng được nhiều nghệ nhân, nghệ sĩ, khán thính giả trong và ngoài nước đón nhận nhiệt tình. Theo Nghệ sĩ Nhân dân Xuân Vinh - Nhà hát Cải lương Việt Nam, từ đầu năm 2019, Hà Nội đã hình thành hơn 30 câu lạc bộ “Đờn ca tài tử Nam Bộ” và câu lạc bộ hâm mộ Cải lương.

Tác giả liên hệ: TS. Trương Thị Xuân Đào

Email: daottx@hiu.vn

Theo Tổ chức Du lịch Thế giới, 37% các chuyến đi du lịch đều gồm có một số hoạt động du lịch văn hóa. Trong khi kết quả từ những nghiên cứu khác cho thấy thậm chí 70% các chuyến du lịch quốc tế có thể là du lịch văn hóa [1]. Nói cách khác, các giá trị địa phương, nhờ du lịch văn hóa, có thể trở nên thú vị đối với khách du lịch và do đó, là một điểm đến du lịch làm phong phú thêm nội dung văn hóa và trở nên hấp dẫn đối với người dân địa phương. Vấn đề mấu chốt là làm thế nào để vực dậy và kích hoạt những điểm hấp dẫn tiềm ẩn của du lịch văn hóa. Các điểm tham quan văn hóa chỉ tồn tại là chưa đủ mà chúng phải dễ tiếp cận và hấp dẫn đối với khách du lịch tiềm năng. Mà “Đờn ca tài tử Nam Bộ” là một trong những sản phẩm của du lịch văn hóa. Vì vậy, việc bảo tồn cũng như phát triển sản phẩm du lịch văn hóa “Đờn ca tài tử Nam Bộ” là cần thiết.

Quản lý du lịch hiệu quả bao gồm đánh giá mức độ hấp dẫn của thị trường, các yếu tố kinh tế và đánh giá/chính sách bảo tồn là sự thật hiển nhiên trong việc quản lý nhiều khu di sản văn hóa trên thế giới. Nhiều quốc gia đã giảm đáng kể chi phí quản lý cho các khu di sản quan trọng, quản lý thương mại và dịch vụ cho các khu di sản [2]. Tuy nhiên, sự sống còn và lành mạnh của kinh tế du lịch, cũng như việc bảo tồn các di sản không thể tái tạo nên phải nghĩ đến các kế hoạch phát triển du lịch bền vững. Mục tiêu chính của các kế hoạch đánh giá di sản văn hóa để phát triển du lịch bền vững là trả lời hai câu hỏi, đó là "Những địa điểm di sản văn hóa nào thích hợp nhất để phát triển du lịch?" và "Cách tốt nhất để quản lý các di sản để phát triển bền vững là gì?" Với tốc độ tăng trưởng du lịch nóng như hiện nay ở Việt Nam vừa là tín hiệu đáng mừng, vừa là tín hiệu đáng lo ngại cho các nhà quản lý du lịch cũng như người dân các điểm đến di sản, đặc biệt là các di sản văn hóa phi vật thể. Làm thế nào để định hướng phát triển du lịch đồng thời bảo tồn các giá trị di sản tại điểm đến một cách bền vững là điều mà tất cả chúng ta đều mong mỏi. Việc đánh giá giá trị khai thác của một di sản văn hóa phi vật thể, đặc biệt là những di sản văn hóa đã được thế giới công nhận là “Đờn ca tài tử Nam bộ” của Việt Nam, từ đó đưa ra những quy hoạch và định hướng phát triển bền vững cho sản phẩm là vô cùng cần thiết.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu thực hiện trên địa bàn TP.HCM, đối tượng khảo sát gồm có 2 nhóm đối tượng, một là: khách du lịch sinh sống và làm việc tại TP.HCM, hai là: các nhà làm du lịch tại TP.HCM bao gồm: hướng

dẫn viên du lịch, quản lý các công ty du lịch,... Hình thức khảo sát trực tuyến thông qua các phương tiện truyền thông xã hội như: Facebook, Zalo, email,...

Mô hình đánh giá của Hilary Du Cros [3] lần đầu tiên được giới thiệu cho các nhà quản lý du lịch và văn hóa về đánh giá khai thác du lịch. Mô hình của tác giả rất phức tạp và đầy đủ, vì nó đánh giá ngành du lịch, lĩnh vực quản lý di sản văn hóa, cũng như giá trị của tài sản văn hóa đáp ứng nhu cầu của du khách.

Ngoài các phương pháp định lượng, các biểu thức số, mô tả và đôi khi biểu diễn bằng đồ thị thể hiện giá trị của tài nguyên cần đánh giá. Hilary Du Cros đã đưa ra quy trình đánh giá điểm du lịch/sản phẩm du lịch với tỷ lệ thông qua hai khía cạnh: du lịch và quản lý, cụ thể như sau:

- Sức hấp dẫn thị trường của tài sản văn hóa và nhu cầu thiết kế sản phẩm. Kết hợp về các chỉ số phụ về sức hấp dẫn thị trường của di sản văn hóa đối với ngành du lịch: hấp dẫn thấp 0 - 15, hấp dẫn trung bình 16 - 30, hấp dẫn cao 31 - 40.
- Khía cạnh phát triển bền vững được đánh giá như di sản văn hóa, tài sản văn hóa và tính bền vững, các mức như sau: mức độ bền vững thấp từ 0 - 5, mức độ bền vững trung bình từ 6 - 10, mức độ bền vững cao từ 11 - 20.

Dựa trên điểm đánh giá, một ma trận của “Sức hấp dẫn thị trường/Phát triển bền vững” với 9 ô được thiết lập. Các ô được đánh dấu M (i, j) (i, j = 1, 2, 3) cho mỗi tài sản văn hóa (Bảng 1). Ý nghĩa của mỗi ô trong ma trận như sau:

M (1,2): Các chỉ số về tính bền vững giá trị cao và sức hấp dẫn của thị trường trung bình.

M (1,3): Chỉ số về giá trị bền vững và sức hấp dẫn thị trường cao.

M (2,1): Các chỉ số bền vững có giá trị trung bình và mức độ hấp dẫn của thị trường thấp.

M (2,2): Các chỉ số bền vững có giá trị trung bình và mức độ hấp dẫn của thị trường trung bình.

M (2,3): Các chỉ số bền vững có giá trị trung bình và tính hấp dẫn thị trường cao.

M (3,1): Các chỉ số về tính bền vững của giá trị thấp và tính hấp dẫn của thị trường thấp.

M (3,2): Các chỉ số về tính bền vững của giá trị thấp và mức độ hấp dẫn của thị trường trung bình.

M (3,3): Các chỉ số về tính bền vững của giá trị thấp và tính hấp dẫn của thị trường cao.

Bảng 1. Ma trận về mức độ hấp dẫn thị trường và phát triển bền vững theo phương pháp Hilary du Cros

Tính bền vững	11-20	M (1,1)	M (1,2)	M (1,3)
	6-10	M (2,1)	M (2,2)	M (2,3)
	0-5	M (3,1)	M (3,2)	M (3,3)
		0-15	16-30	31-40
Sức hấp dẫn thị trường				

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Thống kê mô tả mẫu

Khảo sát được thực hiện từ ngày 4/5/2022 đến ngày 11/5/2022 bằng hình thức trực tuyến. Kết

quả thu được với tổng 2 mẫu là 120 trong đó có mẫu n1 = 100 mẫu là du khách và mẫu n2 = 20 mẫu là các nhà làm du lịch. Bảng 2 sẽ trình bày cụ thể đặc điểm của các mẫu:

Bảng 2. Thống kê mô tả đặc điểm của mẫu “Du khách” (n1 = 100)

Thông tin		Số lượng	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nữ	56	56
	Nam	43	43
	Khác	1	1
Trình độ học vấn	Trung học chuyên nghiệp/Cao đẳng	4	4
	Đại học	95	95
	Sau đại học	1	1

Kết quả Bảng 2 cho thấy về giới tính nữ và nam khá tương đồng (nữ chiếm 56% và nam chiếm 43%).

Về trình độ học vấn đa số đáp viên có trình độ đại học (chiếm 95%).

Bảng 3. Thống kê mô tả đặc điểm của mẫu “Nhà làm du khách” (n2 = 20)

Thông tin		Số lượng	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nữ	8	40
	Nam	12	60
	Khác	0	0
Độ tuổi	18 đến 24	9	45
	25 đến 34	10	50
	35 đến 44	1	5
Nghề nghiệp	Hướng dẫn viên	7	35
	Quản lý công ty du lịch	6	30

Thông tin		Số lượng	Tỷ lệ (%)
Nghề nghiệp	Chủ doanh nghiệp du lịch	2	10
	Nhân viên	5	25

Nội dung bảng 3 cho thấy các đáp viên có giới tính nam là đa số (chiếm 60%), kể đến là nữ (chiếm 40%). Phần lớn các đáp viên có nhóm tuổi từ 25 đến 44 tuổi (50%). Về nghề nghiệp thì nhiều nhất

là “Hướng dẫn viên” (35%), kể đến là “Quản lý công ty du lịch” (30%), kể đến là “Nhân viên” tại các công ty du lịch (25%) và ít nhất là “Chủ doanh nghiệp du lịch (10%).

3.2. Kết quả nghiên cứu

Bảng 4. Kết quả đánh giá của nhóm “Du khách”

Tiêu chí đánh giá	Điểm trung bình
Sức hấp dẫn thị trường của “Đờn ca tài tử Nam bộ”	
Là di sản văn hóa phi vật thể quan trọng	4.35
Điểm đến thích hợp đối với di sản văn hóa phi vật thể tạo nên sức hút thị trường	3.94
“Đờn ca tài tử Nam bộ” góp mặt trong những mục đích đặc biệt (ví dụ: Lễ hội, phong tục, v.v.)	3.68
Mức độ bổ sung của “Đờn ca tài tử Nam bộ” cho những sản phẩm du lịch khác (ví dụ: tour hành hương, tour văn hóa, v.v.)	4.13
Môi trường thích hợp có loại hình nghệ thuật “Đờn ca tài tử Nam bộ” (ví dụ: Cồn Thới Sơn, khu tưởng niệm nhạc sĩ Cao Văn Lầu, v.v.)	3.67
Mức độ phổ biến của “Đờn ca tài tử Nam bộ” bên ngoài địa phương	3.32
Mức độ phổ biến của “Đờn ca tài tử Nam bộ” tại địa phương	3.39
Nhận biết được các đặc tính của “Đờn ca tài tử Nam bộ” so với những tài sản văn hóa lân cận khác	3.72
Tổng điểm của “Tính hấp dẫn thị trường”	33.89
Tính bền vững của “Đờn ca tài tử Nam bộ”	
Sản phẩm du lịch cần được tiếp cận với di sản văn hóa phi vật thể “Đờn ca tài tử Nam bộ”	3.77
Nghệ thuật “Đờn ca tài tử Nam bộ” có nội dung liên quan đến một số điểm đến	3.93
Nghệ thuật “Đờn ca tài tử Nam bộ” có nội dung gợi đến một số điểm đến	3.85
Sản phẩm du lịch sinh thái có gắn liền với di sản văn hóa phi vật thể “Đờn ca tài tử Nam bộ”	3.84
Tổng điểm của “Tính bền vững”	15.39

Kết quả Bảng 4 cho thấy: xét trên ma trận đánh giá của Hilary du Cros thì điểm số theo đánh giá của

nhóm “Du khách” thì di sản văn hóa phi vật thể “Đờn ca tài tử Nam bộ” nằm ở ô M (1.3). Cụ thể các

điểm số như sau:

- Tổng số điểm của các chỉ số sức hấp dẫn của thị trường cho ngành du lịch của việc khai thác “Đền ca tài tử Nam bộ” nhóm du khách là 33.89 nghĩa là mức độ hấp dẫn thị trường của “Đền ca tài tử Nam bộ” hiện nay có tính hấp dẫn cao (hấp dẫn thấp 0 - 15, hấp dẫn trung bình 16 - 30, hấp dẫn cao 31 - 40).

- Tổng số điểm của các chỉ số tính bền vững của thị trường cho ngành du lịch của việc khai thác “Đền ca tài tử Nam bộ” nhóm du khách là 15.39 nghĩa là tính bền vững của “Đền ca tài tử Nam bộ” nhóm du khách hiện nay có tính bền vững cao (bền vững thấp 0 - 5, bền vững trung bình 6 - 10, bền vững cao 11 - 20).

3.2.1. Kết quả đánh giá của nhóm “Nhà làm du lịch”

Bảng 5. Kết quả đánh giá của nhóm “Nhà làm du lịch”

Tiêu chí đánh giá	Điểm trung bình
Sức hấp dẫn thị trường của “Đền ca tài tử Nam bộ”	
Tính nguyên bản vẫn được giữ nguyên	4.55
Tính lịch sử của “Đền ca tài tử Nam bộ”	4.15
Tính giáo dục của “Đền ca tài tử Nam bộ”	3.8
Tính xã hội của “Đền ca tài tử Nam bộ”	3.55
Tài sản văn hóa quý hiếm (địa phương, khu vực, quốc gia)	4.4
Tính đại diện cho điểm đến	4
Giá trị nghiên cứu khoa học	2.8
Tính đại diện cho quốc gia	2.8
Tổng điểm của “Tính hấp dẫn thị trường”	30.05
Tính bền vững của “Đền ca tài tử Nam bộ”	
Tiềm năng phát triển của “Đền ca tài tử Nam bộ”	3.2
Sự tồn tại của tài sản văn hóa phi vật thể “Đền ca tài tử Nam bộ”	3.6
Sự tác động đến phong cách sống và truyền thống văn hóa của cộng đồng địa phương của “Đền ca tài tử Nam bộ”	4.4
Tiềm năng đầu tư của “Đền ca tài tử Nam bộ”	4.2
Tổng điểm của “Tính bền vững”	15.4

Kết quả Bảng 5 cho thấy: xét trên ma trận đánh giá của Hilary du Cros thì điểm số theo đánh giá của nhóm “Nhà làm du lịch” thì di sản văn hóa phi vật thể “Đền ca tài tử Nam bộ” cũng nằm ở ô M (1,3). Cụ thể:

Tổng số điểm của các chỉ số sức hấp dẫn của thị trường cho ngành du lịch của việc khai thác “Đền ca tài tử Nam bộ” nhóm nhà làm du lịch là 30.05 nghĩa là mức độ hấp dẫn thị trường của “Đền ca tài tử Nam bộ” hiện nay có tính hấp dẫn cao (hấp dẫn thấp 0 - 15, hấp dẫn trung bình 16 - 30, hấp dẫn cao 31 - 40).

Tổng số điểm của các chỉ số tính bền vững của thị

trường cho ngành du lịch của việc khai thác “Đền ca tài tử Nam bộ” nhóm nhà làm du lịch là 15.4 nghĩa là tính bền vững của “Đền ca tài tử Nam bộ” nhóm nhà làm du lịch hiện nay có tính bền vững cao (bền vững thấp 0 - 5, bền vững trung bình 6 - 10, bền vững cao 11 - 20).

4. KẾT LUẬN

Có thể nói, nghệ thuật “Đền ca tài tử Nam bộ” đã được nghiên cứu ở nhiều phương diện, góc độ khác nhau. Mỗi nghiên cứu tùy vào quan điểm, phương pháp tiếp cận, phạm vi và mục tiêu khác nhau nên đạt được kết quả cũng không giống nhau. Tuy nhiên, các nghiên cứu đã góp phần làm

sáng tỏ nhiều vấn đề của nghệ thuật “Đờn ca tài tử Nam bộ” như nguồn gốc, tính chất, đặc trưng, giá trị của nghệ thuật “Đờn ca tài tử Nam bộ”, thực trạng và giải pháp bảo tồn, phát huy nghệ thuật “Đờn ca tài tử Nam bộ”. Các nghiên cứu còn giúp chúng ta nhận diện một cách tương đối toàn diện và đầy đủ về bức tranh vận động, phát triển của nghệ thuật “Đờn ca tài tử Nam bộ” từ khi nó được sinh thành và phát triển cho tới ngày nay.

Kết quả tính toán bằng ma trận cho thấy là phù hợp với thực trạng khai thác di sản văn hóa phi vật thể “Đờn ca tài tử Nam bộ”. Đây là sản phẩm du lịch rất được du khách quan tâm nên cần đầu tư khai thác cũng như bảo tồn đúng mức.

Du lịch, văn hóa và mối quan hệ tương hỗ giữa hai

lĩnh vực này trở nên quan trọng hơn khi lập kế hoạch phát triển bền vững. Điều quan trọng này là cải thiện giao tiếp với cộng đồng địa phương; nhấn mạnh đầu tư nhiều hơn vào việc xây dựng cơ sở hạ tầng giao thông, tiện ích công cộng và cơ sở hạ tầng du lịch; các cơ sở lưu trú nhỏ, cũ hoặc đang trong tình trạng xuống cấp, ... cần nâng cấp cải tạo. Giá trị di sản văn hóa là một tiềm năng tài nguyên du lịch quan trọng chưa được phát huy hết giá trị, đặc biệt là ở Việt Nam nói chung hay di sản văn hóa “Đờn ca tài tử Nam bộ” nói riêng. Để đạt được điều đó, cần có sự phối hợp tích cực của các tổ chức, trên cả hoạt động của Tổ chức Du lịch tỉnh thành khu vực phái Nam, Bộ Thương mại, Du lịch và Viễn thông, chính quyền địa phương tỉnh các tỉnh, cũng như các tổ chức du lịch khác.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Ž. Bjeljic, J. Brankov, D. Jovičić, N. Ćurčić, and A. Terzić, “Valorization of natural and anthropogenic tourist potentials in undeveloped regions of transition countries,” *J. Geogr.* 14-1, 2019, 33-48, vol. 14, no. 1, pp. 33-48, 2019.

[2] T. X. D. Truong, H. T. Pham, D. T. Tran, and I. M. Sukana, “Assessment For Sustainable Tourism

Development In Hoi An City Using The Model Of Hilary Du Cros,” *J. Destin. Pariwisata*, vol. 9, no. 2, p. 291, 2021.

[3] H. Jahić, “Tourist valorization of cultural and historical heritage on the example of medieval tombstones (stećak) in the herzegovina-neretva canton,” *Acta Geogr. Bosniae Herzegovinae*, vol. 5, pp. 55-71, 2016.

Assessing the value and sustainable development of the intangible cultural heritage "Don ca tai tu Nam bo", using the evaluation model of Hilary Du Cros

Truong Thi Xuan Dao¹, Doan Le Quynh Nhu,
Tran Minh Nguyet and Nguyen Diep Tuan Phong²

ASBTRACT

Considering the potential of resources related to human factors, cultural heritage to develop tourism is the desire of tourism managers. The study uses the method of assessing the value and sustainable development of tourism resources by the evaluation method of Hilary du Cros to assess the tourism value of: "Don ca tai tu Nam bo". There are two sample groups surveyed: the first group is the tourist group with $n_1 = 100$ and the second group is the tourist group with $n_2 = 20$ to determine the assessment score of market attractiveness and sustainable development. sustainable in tourism exploitation of "Don ca tai tu Nam bo". The evaluation results show that "Don ca tai tu Nam bo" Don ca tai tu" has high market appeal and high sustainable development value, located in cell M (1.3) in the attractiveness and value matrix. Cultural values/sustainable development by Hilary du Cros. Some policy suggestions are also proposed to further increase the market attractiveness as well as the sustainable development of the cultural heritage of "Don ca tai tu Nam bo".

Keywords: tourism assessment, market attractiveness assessment matrix and sustainable development, Hilary du Cros matrix, Don ca tai tu Nam bo

Received: 22/09/2022

Revised: 22/10/2022

Accepted for publication: 11/11/2022