

HÌNH ẢNH ĐÔ THỊ HUẾ NHƯ LÀ YẾU TỐ PHÁT TRIỂN DU LỊCH

Võ Ngọc Đức

Khoa Kiến trúc, Trường Đại học Khoa học, Đại học Huế

Email: vngocduc@hueuni.edu.vn

Ngày nhận bài: 17/5/2022; ngày hoàn thành phản biện: 16/6/2022; ngày duyệt đăng: 4/8/2022

TÓM TẮT

Qua thời gian hình ảnh đô thị và du lịch văn hóa đã có mối quan hệ mật thiết, tác động tương hỗ tạo nên những đặc trưng du lịch của mỗi vùng miền. Việc bảo tồn, tôn tạo các di tích lịch sử, văn hóa phục vụ giáo dục, truyền thông, phát triển kinh tế - xã hội đồng thời gắn với phát triển du lịch là yếu tố cần thiết để phát huy giá trị di sản và nâng cao điều kiện sống của địa phương. Hình ảnh đô thị tạo sự hấp dẫn về mặt thị giác, sự khác biệt và độc đáo về hình ảnh đô thị là rất quan trọng nếu muốn các di sản văn hóa trở thành một sản phẩm du lịch. Phát triển du lịch tiếp cận từ góc độ hình ảnh đô thị, phát huy như là lợi thế cạnh tranh là hướng đi phù hợp cho mỗi địa phương. Phần cuối bài báo lấy khu trung tâm lịch sử Huế làm ví dụ nghiên cứu để minh họa.

Từ khóa: bản sắc, hình ảnh đô thị, du lịch văn hóa, lợi thế cạnh tranh.

1. MỞ ĐẦU

Du lịch là ngành cạnh tranh đang phát triển trên phạm vi toàn cầu. Những lợi thế của tinh thần nơi chốn tạo ra sự hấp dẫn, lôi cuốn du khách như các di sản văn hóa, ẩm thực, chất lượng dịch vụ... Trong đó, hình ảnh đô thị được hình thành bởi di sản văn hóa tạo ra lợi thế cạnh tranh về du lịch cho mỗi địa phương. Những đặc điểm này tạo ra những nét đặc trưng cho mỗi thành phố mà thường được nhận biết trực quan qua hình ảnh đô thị.

Giai đoạn 2019-2021, Việt Nam được World Travel Awards (WTA) bình chọn là “Điểm đến văn hóa hàng đầu châu Á”, chứng tỏ giá trị di sản văn hóa Việt Nam luôn có sức hút đối với du khách quốc tế. Trong giai đoạn 2015-2019, trước đại dịch COVID-19, ngành du lịch Việt Nam đã đạt mức tăng trưởng trung bình 22,7%/năm về lượng khách và 20,7%/năm về doanh thu. Nhiều sản phẩm như tour du lịch cố đô Huế, phố cổ Hội An, thánh địa Mỹ Sơn, quần thể danh thắng Tràng An và các lễ hội truyền thống đã nhận được sự quan tâm của du khách [1].

Bên cạnh đó, khái niệm ‘hình ảnh đô thị’ cũng được Kevin Lynch - nhà quy hoạch đô thị người Mỹ đề cập qua tác phẩm “Hình ảnh đô thị” (The image of the City) của ông vào những năm giữa thế kỷ XX. Lý thuyết của Lynch đã xác định cụ thể những yếu tố kiến trúc tạo thành hình ảnh đô thị, là một trong những phương pháp mà các nhà thiết kế đô thị trên thế giới và Việt Nam có thể tham khảo để làm căn cứ cho việc xây dựng hình ảnh tạo bản sắc đô thị.

Mỗi vùng miền có một cách khai thác tiềm năng du lịch địa phương khác nhau. Bài báo lấy đô thị Huế là nơi có hệ thống di tích lịch sử - văn hóa, danh lam thắng cảnh đa dạng làm ví dụ nghiên cứu. Quần thể di tích cố đô Huế được công nhận bởi UNESCO vào năm 1993. Các di sản văn hóa này tạo ra các hình ảnh đặc trưng đô thị. Đây là tiềm năng du lịch vô cùng quý giá, mang đậm bản sắc văn hóa, là nguồn lực quan trọng tạo nên thế mạnh, lợi thế cạnh tranh và sự khác biệt cho sản phẩm du lịch [1].

Hình ảnh đô thị như là một thế mạnh của đô thị để phát triển trong sự cạnh tranh toàn cầu nhằm thu hút khách du lịch. Phát huy giá trị của di sản thông qua cách tiếp cận hình ảnh của kiến trúc đô thị là một hướng đi giúp phát triển du lịch địa phương.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Các căn cứ tiếp cận di sản văn hóa gắn với phát triển du lịch

Năm 1960, khái niệm ‘hình ảnh đô thị’ được Kevin Lynch đề cập qua tác phẩm “Hình ảnh đô thị” xác định rõ các yếu tố cấu thành thẩm mỹ đô thị qua hai điều kiện: việc xây dựng tính hình ảnh và các nhân tố cấu thành hình tượng. Lý thuyết của Lynch như là một minh chứng cho thấy hình ảnh đô thị là yếu tố tạo bản sắc đô thị [2] [3].

Ở Việt Nam, việc xây dựng bản sắc văn hóa, tạo dựng đặc trưng đô thị đã được Đảng và Nhà nước đề cập qua các Hội nghị, Nghị quyết, cụ thể:

Hội nghị Trung ương 5 khóa VIII của Đảng (6/1998) đã đề ra mục tiêu “*Xây dựng nền văn hoá tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc*”. Theo kết luận số 48KL/TW của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển tỉnh Thừa Thiên Huế nêu rõ: “*xây dựng Thừa Thiên Huế trở thành thành phố trực thuộc Trung ương trong vài năm tới, là trung tâm của khu vực miền Trung và một trong những trung tâm lớn, đặc sắc của cả nước về văn hoá, du lịch; khoa học-công nghệ, y tế chuyên sâu và giáo dục-đào tạo đa ngành, đa lĩnh vực, chất lượng cao...*” [4]. Nghị quyết số 54-NQ/TW ngày 10 tháng 12 năm 2019 của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045, xác định rõ mục tiêu “*Đến năm 2025, Thừa Thiên Huế trở thành thành phố trực thuộc Trung ương trên nền tảng bảo tồn, phát huy giá trị di sản cố đô và bản sắc văn hoá Huế, với đặc trưng văn hoá, di sản, sinh thái, cảnh quan, thân thiện môi trường và thông minh*” [5].

Các Nghị quyết nêu trên đều đề cập đến phát triển du lịch địa phương và sự phát huy giá trị của di sản văn hóa. Đây là các định hướng hợp lý cho việc phát triển nền kinh tế của thành phố Huế. Như vậy việc tiếp cận du lịch từ góc độ phát huy giá trị di sản kiến trúc, di sản văn hóa... tạo dựng hình ảnh đô thị đã và đang được quan tâm, là một trong những cách làm đúng đắn cần được đầu tư.

2.2. Phương pháp khảo sát thực địa

Việc nhận diện và phát huy giá trị kiến trúc thuộc quần thể di tích cố đô Huế thuộc di sản văn hóa của UNESCO, là vô cùng quan trọng và cần thiết cho việc tạo dựng hình ảnh đô thị Huế.

Ở bài viết này, tác giả sử dụng trung tâm lịch sử đô thị Huế - nơi có nhiều di sản văn hóa làm ví dụ để minh họa. Nghiên cứu khảo sát, chụp ảnh, định vị bản đồ các công trình truyền thống ở trung tâm đô thị lịch sử Huế. Việc khảo sát thực địa tập trung chủ yếu vào các di tích lịch sử, cảnh quan có giá trị, để nhận diện cấu trúc truyền thống do triều Nguyễn thiết kế và xây dựng và tìm ra các hình ảnh đặc trưng của đô thị Huế. Các công trình thời hiện đại có giá trị cũng được xem xét trong mối liên hệ về mặt quy hoạch cũng như thiết kế đô thị. Phát triển du lịch thông qua cách tiếp cận từ kiến trúc đô thị, cụ thể là nhận diện hình ảnh đô thị thông qua các di sản kiến trúc, cảnh quan.

2.3. Phương pháp minh họa hình ảnh kết hợp với bản đồ nền

Có nhiều phương pháp để nhận diện, phân tích cấu trúc, hình ảnh đô thị. Ở bài viết này tác giả vận dụng lý thuyết đô thị của Lynch, các văn bản định hướng của Nhà nước, kết hợp với các phần mềm đồ họa để phân tích, minh họa bằng các hình ảnh qua các yếu tố tạo dựng bản sắc đô thị.

Các di sản văn hóa sau khi được khảo sát, chụp ảnh được định vị trên bản đồ của trung tâm đô thị lịch sử Huế. Sau đó dùng các yếu tố đô thị để phân tích, lập ra các bản vẽ để soi chiếu, nhận diện và minh họa thông qua các tour du lịch.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Hình ảnh đô thị và thương hiệu của thành phố

Dưới góc độ lịch sử, các công trình di sản văn hóa, di tích lịch sử là yếu tố văn hóa vô cùng quan trọng đã được khẳng định và lưu truyền qua thời gian. Những công trình này khi liên kết cùng nhau sẽ tạo nên một hình ảnh đô thị nhất định, đặc trưng cho đô thị đó. Tuy nhiên làm thế nào để tạo hình ảnh, đó chính là vấn đề cần quan tâm. Một trong những yếu tố quan trọng của nhận diện đô thị là sự có mặt của các hình ảnh đặc trưng, ví dụ như khi chúng ta nói tháp Eiffel hay Coliseum chúng ta lập tức nghĩ đến Paris hay Rome.

Trong đô thị, vật thể có hình tượng cụ thể khiến cho nó tạo ra được những ấn tượng mạnh mẽ cho số đông người quan sát nó. Theo Lynch tính chất đặc biệt có thể nhận biết đô thị qua ba điều kiện: bản sắc, cấu trúc và ý nghĩa. Bản sắc là đặc trưng và đặc điểm ngoại hình của vật thể, cấu trúc là quan hệ không gian nơi đặt vật thể và điều kiện thị giác, ý nghĩa là tính chất quan trọng về mặt công năng liên quan đến người quan sát. Một khi một đô thị hội tụ đủ ba yếu tố trên thì dễ xây dựng hình ảnh đô thị [3] [4].

Hình ảnh đô thị là thông điệp tinh thần của người kiến trúc sư, nhà quy hoạch được mã hoá trong môi trường đô thị bằng ngôn ngữ kiến trúc rồi lại được người xem giải mã để cảm nhận do đó khi đến với người xem hình ảnh sẽ trở nên đa dạng, phong phú. Hình ảnh đô thị được xây dựng từ tinh thần của ý tưởng, gắn liền với bản sắc dân tộc, với tinh thần của địa điểm, với các đặc trưng văn hoá thì sẽ bền vững với thời gian. Hình ảnh đô thị thị tạo nên đặc trưng, tạo dựng thương hiệu của đô thị.

Thương hiệu của thành phố được hình thành từ sự kế thừa qua thời gian từ văn hóa, các giá trị, các đặc trưng tạo nên nó. Trong đó hình ảnh đô thị đóng vai trò nhận diện bản sắc quan trọng và tạo ra sự hấp dẫn, sự cạnh tranh giữa các đô thị.

3.2. Hình ảnh đô thị nhân tố của sự giữ gìn bản sắc và phát triển du lịch

Hình ảnh của khu vực là một yếu tố quan trọng khi chọn điểm đến. Trên thực tế, một hình ảnh cần phải có đặc trưng, bản sắc về những gì mà điểm đến có để cung cấp cho khách du lịch, để hình ảnh tồn tại trong tâm trí của du khách. Khách du lịch có thể sở hữu nhiều hình ảnh khác nhau liên quan đến chuyến du lịch bao gồm các hình ảnh mà người đó đã hình thành về điểm đến, chuyến tham quan và hình ảnh bản thân của người đó. Hình ảnh này cực kỳ quan trọng đối với sở thích, động lực và hành vi đối với các sản phẩm và điểm đến du lịch, vì nó sẽ tạo ra hiệu ứng dẫn đến các lịch trình nhu cầu khác nhau [6].

Đối với trường hợp cụ thể đô thị Huế, theo kết luận số 48KL/TW và Nghị quyết số 54-NQ/TW của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045, xác định rõ mục tiêu xây dựng Thừa Thiên Huế trực thuộc Trung ương trên nền tảng bảo tồn, phát huy giá trị di sản văn hóa, phát triển du lịch gắn với sinh thái, cảnh quan, thân thiện môi trường. Với quan điểm chỉ đạo này, hình ảnh đô thị là một biểu hiện của giá trị di sản văn hóa. Phát huy giá trị của hình ảnh đô thị là nhân tố giữ gìn bản sắc. Qua đó phát huy tiềm năng du lịch, nâng cao đời sống của người dân địa phương.

Việc phát triển sản phẩm du lịch văn hóa dựa trên hình ảnh đô thị, mang nét văn hóa truyền thống, yếu tố độc đáo, riêng biệt của vùng miền, từ đó tăng sức hấp dẫn và sức cạnh tranh của sản phẩm du lịch. Bên cạnh đó sự đa dạng của nhiều loại

hình sản phẩm, tính độc đáo của nét văn hóa, hình ảnh đô thị và du lịch cần được kết hợp hài hòa với nhau.

3.3. Thành phố di sản như là một sản phẩm du lịch

Sự thúc đẩy lựa chọn khách du lịch ảnh hưởng đến động lực bao gồm các điểm tham quan văn hóa và các điểm thu hút xã hội: cách sống và thói quen của người dân địa phương, ngôn ngữ và tương tác xã hội. Cùng với đó, dịch vụ và cơ sở vật chất có sẵn tại điểm đến khiến khách du lịch có thể check-in và tận hưởng các điểm tham quan, bao gồm: chỗ ở, nhà hàng, phương tiện giao thông địa phương, dịch vụ và cơ sở hạ tầng...

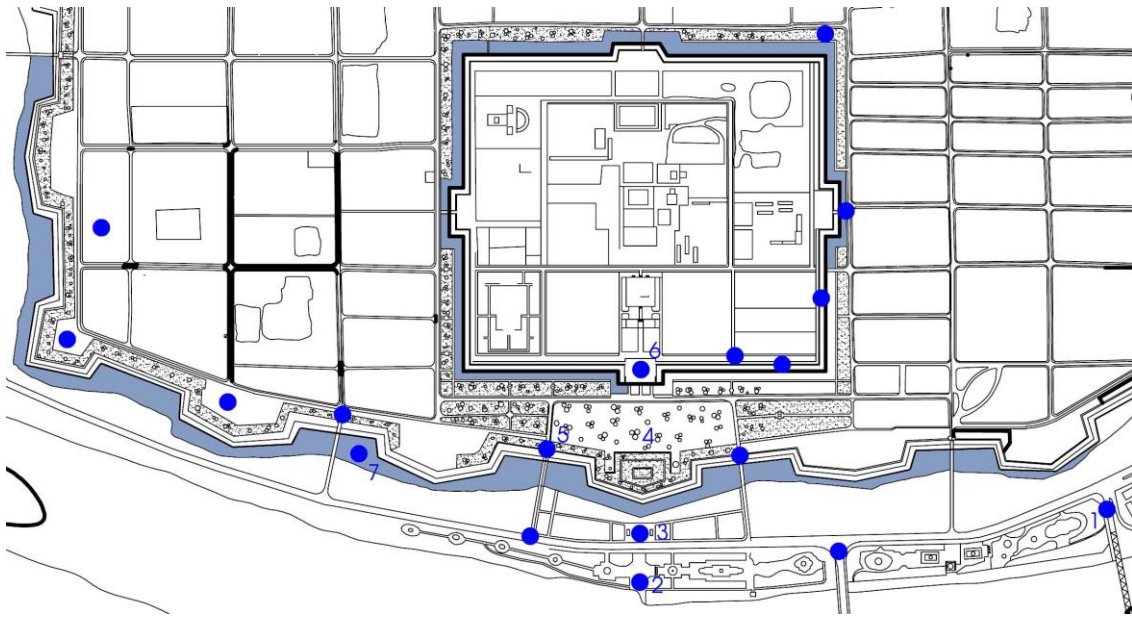
Cần thiết phải xây dựng cơ chế để phát huy lợi ích từ du lịch di sản văn hóa. Việc phát triển các điểm đến di sản văn hóa là một công việc của người dân. Phát triển du lịch di sản văn hóa cần có sự phối hợp của nhiều bên tham gia như người dân, doanh nghiệp, nhà nghiên cứu và chính quyền địa phương. Các dịch vụ địa phương và những sản phẩm di sản là những đóng góp chính trong các hoạt động du lịch văn hóa.

Kinh thành Huế có quá trình lịch sử phát triển lâu dài từ 1803, có nhiều di sản văn hóa tạo nên bản sắc đô thị và là một phần của cuộc sống đương đại. Hình ảnh Kinh thành như là yếu tố văn hóa lịch sử sẽ nâng cao tiềm năng di sản văn hóa của địa phương được giữ gìn và phát triển điều kiện sống của người dân địa phương.

a. Du lịch đường bộ

Trên cơ sở thực tế khảo sát và phân tích số liệu nghiên cứu, một số hình ảnh đô thị liên quan đến các di sản văn hóa của Kinh thành Huế. Hình 1 và 2 mô tả hình ảnh các di sản văn hóa, cùng các hoạt động của người dân là điểm ấn tượng dựa trên tiềm năng du lịch của các tuyến hào phòng thủ, tuyến du lịch đường bộ được đề xuất: tuyến cầu Trường Tiền, Nghênh Lương Đình, Phu Văn Lâu, Kỳ đài, Hộ thành hào, cửa Quảng Đức, cửa Ngọ môn... Đây là những điểm nhấn 'cột mốc' theo lý thuyết đô thị của Lynch.

Hình ảnh đô thị Huế như là yếu tố phát triển du lịch



Ghi chú:

- | | | |
|----------------------|----------------|-----------------|
| 1. Cầu Trường Tiền | 3. Phú Văn Lâu | 6. Cửa Ngọ Môn |
| 2. Nghênh Lương Đình | 4. Kỳ đài | 7. Hộ thành hào |
| 5. Cửa Quảng Đức | | |

Hình 1. Sơ đồ mặt bằng và các điểm di sản đặc trưng của Kinh thành Huế (nguồn: tác giả)



1. Cầu Trường Tiền



2. Nghênh Lương Đình



3. Phu Văn Lâu



4. Kỳ đài



5. Cửa Quảng Đức



6. Cửa Ngọ Môn

Hình 2. Các hình ảnh đô thị của Kinh thành Huế (nguồn: tác giả)*b. Du lịch đường sông*

Bên cạnh du lịch đường bộ, phát triển du lịch đường sông là cũng yếu tố thuận lợi cho sự phát triển của du lịch văn hóa. Nhờ sự thuận lợi của sự gắn bó giữa các di sản và mặt nước tạo nên sắc thái vô cùng đặc trưng và độc đáo cho đô thị Huế. Hình 3 biểu diễn mô hình 3D hình ảnh bờ tường Kinh thành, Cổng thành cùng mặt nước của Hộ thành hào (như là ‘cạnh biên’ theo lý thuyết đô thị của Lynch) tạo nên bản sắc văn hóa cho đô thị Huế.



Hình 3. Hình ảnh đô thị được tạo dựng từ 3D của kiến trúc cảnh quan Hộ thành hào (nguồn: Hà Xuân Du, Võ Văn Quả, Nguyễn Minh Phụng, Hồ Thị Uyên Phương, Võ Ngọc Đức)

4. KẾT LUẬN

Hình ảnh đô thị và du lịch đã có mối quan hệ mật thiết tạo nên những nét đặc trưng du lịch của mỗi vùng miền. Phát huy giá trị của di sản văn hóa thông qua hình ảnh đô thị là cách làm cần thiết để phát triển du lịch và nâng cao điều kiện sống của địa phương.

Các chính sách, nghị quyết của Đảng và Nhà nước đã và đang được đề cập việc quan tâm đến xây dựng bản sắc tạo đặc trưng cho việc phát triển du lịch. Cùng quan điểm đó, hình ảnh đô thị tạo nên sự độc đáo, sự cạnh tranh về thương hiệu, tạo bản sắc giúp cho các di sản văn hóa trở thành một sản phẩm du lịch. Tiếp cận du lịch từ góc độ hình ảnh đô thị, phát huy lợi thế cạnh tranh là cách đi phù hợp cho phát triển du lịch. Bài báo lấy hình ảnh đô thị bờ Bắc sông Hương nơi có nhiều công trình kiến trúc truyền thống thời nhà Nguyễn làm ví dụ minh họa, nếu có điều kiện về thời gian thì sẽ tiếp tục nghiên cứu các hình ảnh đô thị của khu phố Tây ở bờ Nam sông Hương, tạo ra một chuỗi liên kết các hình ảnh đặc trưng của đô thị Huế cho sự phát triển du lịch địa phương. Kết quả bài báo có thể chứng minh rằng hình ảnh đô thị là yếu tố tạo dựng bản sắc, sự cạnh tranh cho phát triển du lịch của mỗi địa phương.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. <https://en.nhandan.vn/travel/item/10837002-creative-tourism-to-be-developed-based-on-culture.html>
- [2]. Kevin Lynch (1960). "The Image of the City", The MIT Press, Printed in the USA.
- [3]. Kim Quảng Quân (2000). "Thiết kế đô thị có minh họa", NXB Xây dựng, Hà Nội.
- [4]. Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế (2010). "Thừa Thiên Huế với vai trò thành phố trực thuộc trung ương cơ hội và thách thức", Kỷ yếu hội thảo khoa học.
- [5]. <https://thuathienhue.gov.vn/vi-vn/Thong-tin-ket-luan-48/tid/Nghi-quyet-so-54-NQTW-ngay-10-thang-12-nam-2019-cua-Bo-Chinh-tri-ve-xay-dung-va-phat-trien-tinh-Thua-Thien-Hue-den-nam-2030-tam-nhin-den-nam-2045/newsid/BA777C04-D08B-452F-8F5C-AB4101120CED/cid/35684936-F64B-430B-9B0C-C0A12265608C>
- [6]. RG Nel & AJ Strydom (2004). "The role of image/perception in urban tourism development: a case study of Bloemfontein", link: <https://journals.co.za/doi/pdf/10.10520/EJC46532>

THE IMAGE OF HUE CITY AS A TOURISM DEVELOPMENT FACTOR**Vo Ngoc Duc**

Faculty of Architecture, University of Sciences, Hue University

Email: vngocduc@hueuni.edu.vn**ABSTRACT**

Over a period of time, the image of the city and cultural tourism have had a close interactive relationship, creating each region's characteristics of tourism. The preservation and embellishment of historical and cultural relics, which serve education, communication and socio-economic development in association with tourism development, are essential elements to promote heritage values and improve local living conditions. Since the city's images establish visual attraction, its distinctiveness and uniqueness is very important if cultural heritage is to become a tourism product. Tourism development approaching from the perspective of city's image, promoting as competitive advantage is the right way for each locality. The last part of the article takes Hue's historical center as an illustrative case study.

Keywords: identity, image of the city, cultural tourism, competitive advantage.



Võ Ngọc Đức sinh năm 1979 tại TP. Huế. Năm 2002, ông tốt nghiệp kiến trúc sư ngành kiến trúc công trình tại trường Đại học Kiến trúc Hà Nội (HAU); năm 2004-2005, ông là thực tập sinh ngành thiết kế đô thị và bảo tồn kiến trúc tại trường Kiến trúc Lille, Pháp; năm 2010, ông tốt nghiệp thạc sĩ ngành kiến trúc tại trường Đại học Kiến trúc Hà Nội (HAU); năm 2015-2019, ông là nghiên cứu sinh tại khoa Xây dựng dân dụng và Kiến trúc, trường Đại học Bách khoa Marche (UNIVPM), Italy. Hiện nay, ông là giảng viên khoa Kiến trúc, trường Đại học Khoa học (HUSC), Đại học Huế.

Lĩnh vực nghiên cứu: bảo tồn, thiết kế cảnh quan.