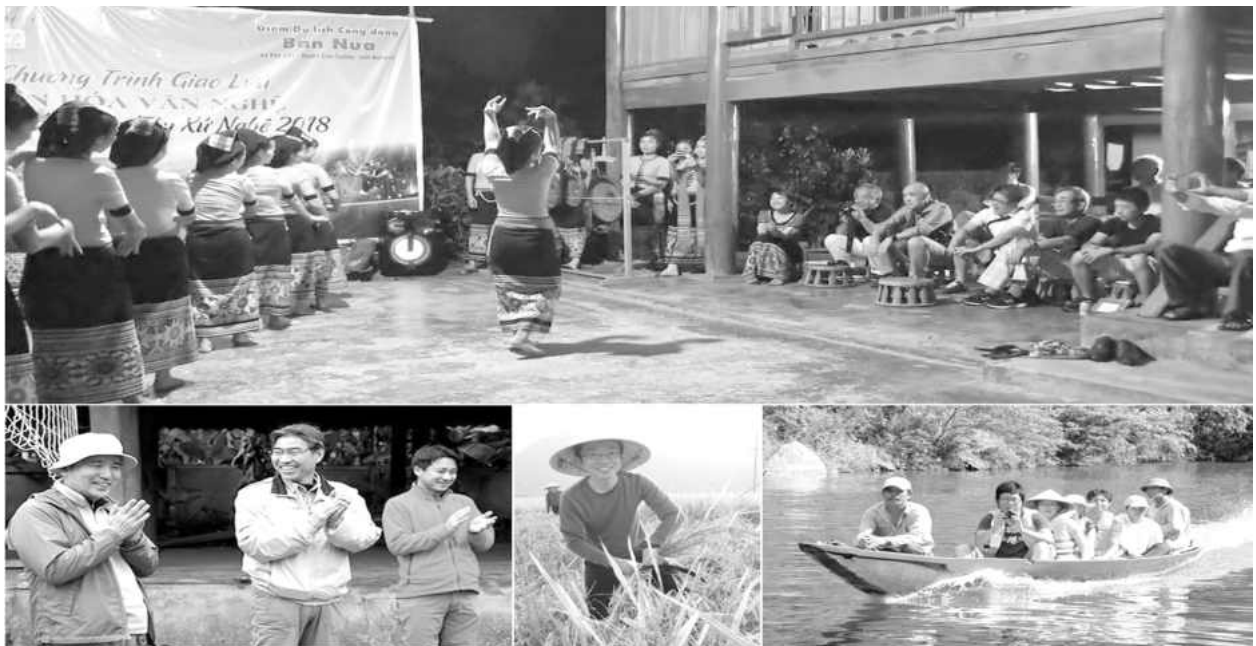


VAI TRÒ CỦA VỐN VĂN HÓA GIA ĐÌNH TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG

■ Bùi Minh Hòa

Du lịch cộng đồng là một hình thức du lịch văn hóa thiên về những hoạt động trải nghiệm dành cho du khách để vừa được thưởng ngoạn thắng cảnh, vừa được khám phá văn hóa địa phương. Vậy nên, trong phát triển du lịch cộng đồng, nguồn vốn văn hóa gia đình giữ một vai trò quan trọng. Trong phân tích vai trò vốn văn hóa phục vụ du lịch cộng đồng thì có hai nguồn quan trọng là vốn văn hóa cộng đồng (bao gồm các tài sản văn hóa chung của cả cộng đồng như lễ hội, bản sắc văn hóa, đặc trưng văn hóa, thiết chế xã hội, cảnh quan làng bản...) và vốn văn hóa gia đình (bao gồm các nguồn lực văn hóa mà gia đình đó có được như là tài sản vật chất, tài chính, giá trị văn hóa gia đình, quan hệ xã hội, danh hiệu mà gia đình đó đạt được...). Vốn văn hóa cộng đồng là một sức hấp dẫn đối với các du khách đến với địa phương, nó đóng vai trò là nguồn lực chung, nguồn lực cơ bản để phát triển du lịch cộng đồng. Còn vốn văn hóa gia đình lại giữ vai trò quan trọng ở chỗ nó là nội lực, là nguồn lực trực tiếp để các hộ gia đình tham gia vào chuỗi hàng hóa du lịch cộng đồng. Vậy nên phân tích vốn văn hóa gia đình là một phương pháp tiếp cận phù hợp nhằm giải thích vì sao trong một cộng đồng khá đông nhưng chỉ có một ít nhà có thể tham gia vào hoạt động du lịch cộng đồng, và nó cũng là một lời giải cho việc các gia đình thành công hay thất bại trong hoạt động du lịch cộng đồng.



Du khách được trải nghiệm nhiều hoạt động thú vị khi tham gia du lịch cộng đồng tại Con Cuông

Du lịch cộng đồng trong chuỗi hàng hóa du lịch

Các loại hàng hóa, dịch vụ luân chuyển trong thị trường đều theo những chuỗi hàng hóa khác nhau. Chuỗi hàng hóa được hiểu là tổng thể các khâu đoạn và những người liên quan trong mạng lưới thương mại của một dòng hàng hóa, dịch vụ. Đó chính là hệ thống các mối quan hệ giữa những người tham gia vào quá trình sản xuất, phân phối, tiêu dùng một sản phẩm nhất định. Phân tích chuỗi hàng hóa là một phương pháp để làm nổi bật những mối quan hệ trao đổi phức tạp của một loại hàng hóa trên thị trường (Claire Tugault - Lafleur và Sarad Turner 2009, tr.391). Cũng theo các tác giả này thì việc phân tích không gian xã hội của chuỗi hàng hóa là một phương pháp quan trọng để nghiên cứu về sinh kế cũng như mạng lưới thương mại của các cộng đồng trong bối cảnh đa sắc tộc.

Du lịch cộng đồng là một hoạt động du lịch văn hóa đa sắc tộc với sự tham gia của nhiều nhóm thuộc các cộng đồng khác nhau. Và du lịch cộng đồng cũng là một khâu đoạn trong chuỗi hàng hóa du lịch. Chúng ta cần hiểu rằng, trong chuỗi hàng hóa của du lịch thì du lịch cộng đồng thuộc phân đoạn cuối. Đó là các hoạt động đón tiếp, thưởng thức ẩm thực, văn nghệ, trải nghiệm các sinh hoạt văn hóa ở địa phương. Các hoạt động này gắn với các gia đình cụ thể, là các gia đình làm du lịch cộng đồng. Chính vì vậy, nên văn hóa gia đình là một nguồn vốn quan trọng để phát triển du lịch cộng đồng, đó là vốn văn hóa gia đình.

Vốn văn hóa và vốn văn hóa gia đình

Khái niệm “Vốn văn hóa” (Cultural Capital) là một trong số những khái niệm vốn được nhà xã hội học Pháp - Pierre Bourdieu xây dựng và vận dụng trong các công trình nghiên cứu về xã hội học. Theo đó, vốn văn hóa tồn tại dưới ba trạng thái chủ yếu: i - Trạng thái thể hiện (Embodied state), là các yếu tố văn hóa được thể hiện qua chủ thể của nó, tức là con người, là những yếu tố tồn tại hiện hữu và lâu dài trong tâm trí và cơ thể của con người chủ thể văn hóa. Nói cách khác thì vốn văn hóa ở trạng thái thể hiện chính là tiềm lực văn hóa của con người và năng lực vận dụng các yếu tố văn hóa để tạo ra giá trị trong quá trình phát triển. ii - Trạng thái khách quan (Objectified state), là hệ thống các yếu tố văn hóa ở dạng tồn tại hiện hữu khách quan ngoài con người, là

những hình thức vật chất của vốn văn hóa như sách vở, công cụ, nhà cửa, trang thiết bị, máy móc... iii - Trạng thái thể chế (Institutionalized state), là những yếu tố văn hóa tổ chức thành các khuôn mẫu, định hình cho sự tồn tại và hoạt động của các yếu tố văn hóa dựa trên những khuôn mẫu đó (Bourdieu, 1986). Trong ba trạng thái này, Bourdieu nhấn mạnh vai trò của vốn văn hóa ở trạng thái thể hiện, tuy nhiên, ông cũng xác định rõ: “Hầu hết các thuộc tính của vốn văn hóa có thể được rút ra từ thực tế, ở trạng thái cơ bản của nó, nó được liên kết với chủ thể văn hóa và phỏng đoán hiện thân” (Bourdieu, 1986, p.244).

Trong bối cảnh các khái niệm vốn của Bourdieu ngày càng được nhiều người quan tâm thì cần tìm những nội hàm thích hợp cho khái niệm vốn văn hóa trong quá trình vận dụng. Bản thân Bourdieu khi xây dựng các khái niệm vốn cũng nhấn mạnh đến sự chuyển đổi lẫn nhau giữa các loại vốn [Bourdieu 1986]. Vậy nên sự tách biệt giữa các khái niệm vốn của ông không thật sự rõ ràng và các khái niệm đều có tính bao quát lớn, rất trừu tượng, nên việc vận dụng vào các nghiên cứu cụ thể cũng gặp nhiều khó khăn, hạn chế nhất định. Khi đề cập đến vốn văn hóa, Bourdieu tập trung vào 3 trạng thái của nó. Nhưng trong các phân tích khác thì ông cũng mở rộng ra nhiều khía cạnh khác, trong đó nhiều khi bao gồm cả vốn xã hội và vốn kinh tế lẫn vốn biểu tượng. Điều đó cho chúng ta có cái nhìn rộng hơn về khái niệm vốn văn hóa. Như vậy, khái niệm vốn văn hóa được hiểu theo nghĩa rộng của nó, bao gồm cả các loại vốn mà Bourdieu đã phân tích. Điều này cũng dễ hiểu khi mà văn hóa, được hiểu theo nghĩa rộng là bao hàm cả kinh tế, xã hội, thể chế, biểu tượng và con người... Theo đó, vốn văn hóa được hiểu là các nguồn lực vật thể và phi vật thể, biểu hiện cá nhân hoặc cộng đồng, có thể luân chuyển và tham gia trực tiếp hoặc gián tiếp vào các quá trình kinh tế để tạo ra lợi ích cho con người. Như vậy, vốn văn hóa

NGHIÊN CỨU - TRAO ĐỔI

theo nghĩa rộng bao gồm 4 trạng thái cơ bản là vốn văn hóa cá nhân, vốn văn hóa cộng đồng, vốn văn hóa thể chế và mạng lưới xã hội. Và trong phát triển du lịch cộng đồng, một hoạt động du lịch đặc trưng gắn với các gia đình thì vốn văn hóa gia đình được hiểu là bao gồm cả 4 trạng thái đó.

Có thể thấy rằng vốn văn hóa gia đình là một biểu hiện của vốn văn hóa cá nhân, cũng vừa là một yếu tố của vốn văn hóa cộng đồng trong phát triển du lịch cộng đồng. Vì cá nhân trong phát triển du lịch cộng đồng cũng được thể hiện qua hộ gia đình chứ không qua một cá thể. Vậy nên, vốn văn hóa gia đình, không chỉ là những sinh hoạt trong gia đình hay hệ giá trị văn hóa gắn với các sinh hoạt gia đình. Với tư cách là một nguồn vốn để phát triển du lịch, văn hóa gia đình được hiểu rộng hơn là các giá trị văn hóa gia đình, những danh hiệu, uy tín, nguồn lực mà gia đình đó tạo lập được qua các thế hệ cũng như mạng lưới xã hội mà các thành viên trong gia đình đó tạo lập được. Như vậy thì vốn văn hóa của gia đình bao gồm cả cơ sở vật chất, danh hiệu và uy tín, nguồn lực tài chính cũng như mạng lưới xã hội của một gia đình và các giá trị văn hóa cốt lõi của gia đình. Hiểu như vậy chúng ta sẽ thấy được vai trò vô cùng quan trọng của văn hóa gia đình với tư cách là nguồn vốn để phát triển du lịch cộng đồng.

Vốn văn hóa gia đình trong phát triển du lịch cộng đồng của người Thái ở Bản Nua

Bản Nua - một bản người Thái thuộc xã Yên Khê, huyện Con Cuông, tỉnh Nghệ An, cách trung tâm huyện lỵ khoảng 7km. Người Thái ở Bản Nua còn lưu giữ được khá nhiều yếu tố văn hóa truyền thống phù hợp cho sự phát triển của du lịch. Từ năm 2011, được sự giúp đỡ của Ban Quản lý rừng Quốc gia Pù Mát và chính quyền xã Yên Khê, một số người dân ở Bản Nua được lựa chọn đưa đi tập huấn và tham quan học hỏi kinh nghiệm về hoạt động du lịch cộng đồng. Ban đầu có 5 thành viên của 5 hộ gia đình được lựa chọn. Họ được tập huấn các kỹ năng về đón khách du lịch, tiếp khách, lên tour, lên thực đơn và tổ chức nhóm để hoạt động du lịch. Sau đó, những người này được đưa đi tham quan học hỏi kinh nghiệm về phát triển du lịch cộng đồng ở Bản Lác (Mai Châu, Hòa Bình) trong 3 ngày. Khi về, họ tự lập thành một tổ để xây dựng và phát triển du lịch cộng đồng Bản Nua. Từ năm 2012, bắt đầu có một số đoàn khách đến với Bản Nua theo chương trình du lịch cộng đồng. Khi thông báo có khách, thì tổ du lịch cộng đồng lên thực đơn để trao đổi với khách về các món ăn, số lượng, giá cả. Trong tổ chia nhau đi liên hệ để mua thực phẩm trong bản và họp nhau cùng chế biến. Khi khách có nhu cầu xem biểu diễn văn nghệ thì tổ đi liên hệ với câu lạc bộ Dân ca Thái để tổ chức văn nghệ phục vụ khách ở gia đình



Một mâm cơm truyền thống của người Thái ở Con Cuông được tái hiện phục vụ khách du lịch

khách ở lại. Thường khách đến Bản Nưa chủ yếu ăn tối, xem văn nghệ rồi đi chỗ khác. Họ đặt các món ăn truyền thống như món mọc, xôi đỗ nếp nướng, bánh sừng trâu, canh ột, nộm hoa chuối, thịt gà nướng, thịt lợn nướng ăn cùng lá móc mật, lá sủ, lá lội... Bước đầu, các hoạt động du lịch cộng đồng đã thu được một số kết quả về mặt kinh tế. Mỗi năm đã có hàng nghìn lượt khách du lịch đến với Bản Nưa. Tuy nhiên, bên cạnh một vài gia đình hoạt động có hiệu quả thì các gia đình khác gặp nhiều khó khăn. Để hiểu rõ hơn về vấn đề này, chúng ta cần đi sâu phân tích nguồn vốn văn hóa gia đình khi họ bước chân tham gia vào hoạt động du lịch cộng đồng. Ở đây, chủ yếu phân tích về các yếu tố thuộc về gia đình, trong đó nổi bật là 5 yếu tố cơ bản nhất là cơ sở vật chất, nguồn lực tài chính, nguồn nhân lực, mạng lưới xã hội và các giá trị văn hóa cốt lõi của gia đình.

Cơ sở vật chất của gia đình: Trước hết, để phát triển du lịch cộng đồng, gia đình đó cần có một cơ sở vật chất nhất định. Thường là nhà cửa và khuôn viên gắn liền với các sinh hoạt gia đình. Đó là những ngôi nhà truyền thống, mang đậm bản sắc văn hóa địa phương hay tộc người. Cả 5 hộ gia đình tham gia hoạt động du lịch cộng đồng ở Bản Nưa đều có những ngôi nhà sàn truyền thống đẹp, rộng rãi và có khuôn viên vườn nhà sạch sẽ. Những ngôi nhà này có sức hấp dẫn về văn hóa và có tính thẩm mỹ về cảnh quan không chỉ trong khuôn viên gia đình mà còn cảnh quan làng bản, đồng thời đủ không gian cho phép gia đình có thể đón những đoàn khách vài chục người lưu trú lại trong thời gian nhất định. Từ đó, người ta bắt đầu tiến hành đầu tư thêm các hạng mục khác như xây dựng thêm nhà vệ sinh hiện đại, ngăn cản nhà thành các phòng nhỏ để du khách nghỉ lại, lắp các trang thiết bị hiện đại như bình nóng lạnh, điều hòa, quạt máy, tủ lạnh, rồi sắm giường, chiếu, chăn, ga, gối, đệm... Họ phải đối diện với mâu thuẫn thường gặp là vừa cố gắng giữ được vẻ truyền thống của ngôi nhà, lại vừa phải hiện đại hóa các trang thiết bị trong ngôi nhà để phục vụ du khách.

Nguồn lực tài chính gia đình: Có cơ sở vật

chất nhưng để hoạt động du lịch thì phải có vốn tài chính để đầu tư. Khảo sát các hộ gia đình làm du lịch cộng đồng ở Bản Nưa cho thấy, khi bước vào hoạt động du lịch cộng đồng, họ thường phải đầu tư từ 70-100 triệu đồng. Đây là một khoản tiền lớn đối với các hộ gia đình ở miền núi. Thường thì họ sẽ chấp nhận vay ngân hàng một khoản tiền với ưu đãi về lãi suất, kết hợp với việc bán một số tài sản có giá trị trong nhà như trâu, bò, lợn... để đầu tư cơ sở vật chất. Số tiền này chủ yếu tập trung vào việc tu sửa nhà cửa, mua sắm đồ đạc, trang bị hiện đại hóa ngôi nhà. Bên cạnh đó là đầu tư cho việc đi tham quan học hỏi, tìm các mối liên hệ với các doanh nghiệp... Qua những cuộc trò chuyện, chúng tôi nhận thấy có nhiều hộ gia đình trong Bản Nưa cũng có mong muốn tham gia hoạt động du lịch cộng đồng với mong muốn cải thiện đời sống kinh tế gia đình. Họ cũng có nhà sàn sạch đẹp và một vài nguồn lực khác nhưng cái họ thiếu là vốn tài chính để đầu tư. Thực ra không có gia đình nào có sẵn tài chính đầu tư vào du lịch cộng đồng mà chủ yếu họ phải vay mượn và đương nhiên như vậy sẽ đối diện với nhiều rủi ro hơn. Nếu họ đầu tư thất bại thì nguy cơ khó trả nợ là điều sẽ đến. Và nhiều nhà dù mong muốn làm du lịch cộng đồng nhưng sợ rủi ro nên không dám đi vay tiền để đầu tư. Một vài hộ thì đầu tư nhỏ lẻ dựa trên tài chính gia đình mình có và họ xem du lịch cộng đồng như là một việc phụ thêm chứ không dám kiên quyết tham gia sâu rộng hơn vào mô hình kinh tế này và tập trung vào các sinh kế khác.

Nguồn lực con người trong gia đình: Một vấn đề quan trọng gắn với gia đình chính là nguồn nhân lực trong gia đình để phục vụ du lịch cộng đồng. Trước hết là nguồn lao động. Muốn đón tiếp khách thì trong gia đình phải có đủ nguồn lao động cần thiết để hướng dẫn khách trải nghiệm các sinh hoạt, đi chợ, nấu nướng... Cả 5 gia đình làm du lịch ở Bản Nưa đều có từ 4-6 lao động đáp ứng nhu cầu các công việc đó. Nhưng quan trọng hơn chính là kỹ năng, kiến thức về văn hóa địa phương, về giao tiếp với người ngoài. Những người làm du lịch cộng đồng ban đầu được tham gia một

khóa tập huấn và được đi tham quan vài nơi để học hỏi kinh nghiệm. Nhưng chỉ từng đây thôi chưa đủ. Họ cần phải có cả kiến thức và kỹ năng về làm du lịch, vừa phải có hiểu biết nhất định về văn hóa truyền thống. Những cái này giúp họ có nhiều lợi thế trong quá trình phát triển. Ví dụ khách, đặc biệt là người nước ngoài rất thích khám phá, tìm hiểu văn hóa địa phương nên sự hiểu biết về văn hóa truyền thống của chủ nhà sẽ là một sức hấp dẫn đối với du khách. Ở hầu hết những địa phương phát triển du lịch cộng đồng, trong đó có Bản Nua đều cho thấy, chủ hộ gia đình nào có nhiều hiểu biết về văn hóa truyền thống của cộng đồng mình, của địa phương mình thì có nhiều lợi thế và thường hoạt động hiệu quả hơn khi tham gia du lịch cộng đồng. Một phụ nữ chủ hộ gia đình làm du lịch cộng đồng ở Bản Nua chia sẻ rằng chị phải mất khá nhiều thời gian để đi gặp những người lớn tuổi trong bản để hỏi về những phong tục tập quán, về văn hóa truyền thống gia đình, dân ca, dân vũ, về sản xuất nông nghiệp và thủ công nghiệp truyền thống... “Đây là một nội dung mình được đi tập huấn. Và về mình phải mang vở đi tìm những người hiểu biết trong bản để hỏi và ghi chép lại. Mình phải biết nhiều để xây dựng các hoạt động trải nghiệm cho du khách, cũng như để trao đổi, chia sẻ với khách khi họ có nhu cầu tìm hiểu về văn hóa người Thái ở đây”. Người này tâm sự: Có nhiều người mặc cảm, hoặc ngại đi học hỏi thì việc chủ động đón khách cũng hạn chế hơn. Với gia đình như vậy thì thường khi khách đông quá, các gia đình khác phải sẽ chia qua để cho phù hợp mà thôi.

Như vậy, ngoài kỹ năng du lịch vốn hay được những công ty lữ hành và một số tổ chức tập huấn, đào tạo cho những người tham gia vào du lịch cộng đồng, thì việc hiểu biết về văn hóa cộng đồng lại cần phải do người đó tự học qua quá

trình trải nghiệm cũng như qua những thế hệ đi trước. Và đến một mức độ phát triển nào đó, những tri thức này lại giữ vai trò vô cùng quan trọng trong sự phát triển du lịch cộng đồng của gia đình đó.

Mạng lưới xã hội mà gia đình tạo lập được: Mạng lưới xã hội là một khái niệm do J. A. Barnes, một nhà nhân học người Anh sáng tạo ra từ giữa thế kỷ XX và sau đó được nhiều nhà khoa học xã hội vận dụng và phát triển thành một khái niệm quan trọng và một khung phân tích phổ biến trong nghiên cứu xã hội từ giữa những năm 1970. Barnes coi những mối quan hệ như bạn bè, tộc và những sự chuyển tiếp các mối quan hệ đó (hiểu theo nghĩa quan hệ luôn được mở rộng và những người trong mạng lưới sẽ có quan hệ chuyển tiếp với nhau) làm cho cộng đồng trở thành một mạng lưới và chi phối nhiều hoạt động của các cá nhân cũng như của chính cộng đồng đó, và ông gọi đó là mạng lưới xã hội (J.A. Barnes 1954). Cũng có thể hiểu, mạng lưới xã hội là “một tập hợp các mối quan hệ giữa các thực thể xã hội gọi chung là các actor. Các thực thể xã hội này không nhất thiết chỉ là các cá nhân mà còn là các nhóm xã hội, các tổ chức, các thiết chế, các công ty xí nghiệp và cả các quốc gia. Các mối quan hệ giữa các actor cũng có thể mang nhiều nội dung khác nhau từ sự tương trợ, trao đổi thông tin cho đến việc trao đổi hàng hóa, trao đổi các dịch vụ...”. (Lê Minh Tiến 2006, tr.66). Ở đây, mạng lưới xã hội được hiểu là tổng hợp các mối quan hệ, các nhân tố kết nối và thể chế gắn kết của các cá nhân, các nhóm, các tổ chức, cộng đồng được hình thành nhằm chia sẻ những lợi ích cũng như trách nhiệm với nhau trong việc khai thác các nguồn lực để phát triển kinh tế. Trong du lịch cộng đồng, mạng lưới xã hội, trước hết là do các gia đình (hay các cá nhân trong gia đình đó) tạo ra trong quá trình tham gia phát triển của mình, đó là sự thể hiện của năng lực giao tiếp, khả năng kết nối và kỹ năng quản trị quan hệ của các cá nhân trong gia đình đó, đặc biệt là người tham gia chủ đạo trong hoạt động du lịch cộng đồng của gia đình đó.

Để phát triển du lịch cộng đồng, các gia đình cũng phải tạo lập được một mạng lưới xã hội cho riêng mình trong quá trình phát triển. Mạng lưới xã hội càng rộng lớn thì giúp họ càng có lợi thế để hoạt động du lịch cộng đồng. Trước hết là mạng xã hội nội tại giữa gia đình đó với các gia đình, các nhóm khác trong cộng đồng. Một gia đình biệt lập khó mà làm du lịch cộng đồng. Họ phải liên kết với các gia đình khác để cùng làm. Khi có đoàn

khách đông thì phải nhiều người tham gia để phục vụ. Rồi phải liên kết với các nhóm, các câu lạc bộ dân ca dân vũ để tìm kiếm chương trình văn nghệ cho khách khi họ có nhu cầu. Điều đó đòi hỏi gia đình làm du lịch cộng đồng phải có mạng lưới liên kết với các gia đình khác, các nhóm khác trong cộng đồng. Mặt khác, gia đình làm du lịch cộng đồng cũng phải xây dựng được mạng lưới xã hội bên ngoài cộng đồng. Đó là mạng lưới với các doanh nghiệp lữ hành, với các cơ quan thông tin quảng cáo du lịch, với chính quyền địa phương, với các nhóm xã hội khác quan tâm đến du lịch... Mạng lưới xã hội này càng rộng thì giúp họ càng tiếp cận được nguồn khách hàng của mình. Những gia đình thành công trong du lịch cộng đồng thường là người biết cách xây dựng và tận dụng mạng lưới xã hội của mình. Khi có khách đến thì họ thường chụp ảnh, xin facebook của khách để kết nối, rồi tag khách vào các bài giới thiệu của mình để quảng bá hình ảnh. Sự chủ động giúp họ mở rộng mạng lưới xã hội một cách hiệu quả hơn và góp phần quan trọng vào việc phát triển du lịch của mình. Còn ngồi chờ một cách thụ động thì gặp nhiều khó khăn và thất bại. Như bà Lô Thị Hoa, một người tiên phong trong làm du

lich cộng đồng ở Bản Nưa chia sẻ: Mình không thể làm du lịch mà không có sự liên kết với các gia đình khác trong bản cũng như các doanh nghiệp hay các nhóm xã hội được. Bởi phải có quen biết, chia sẻ thì mới có khách đến với mình. Và khi có khách đông thì cũng phải có nhiều gia đình cùng hợp tác làm việc với nhau mới phục vụ được nhu cầu của khách. Nói chung, mình phải có quan hệ với nhiều người, phải nhiệt tình, vui vẻ, đi ra giao lưu học hỏi thì mới biết được. Ngày nay, mạng lưới xã hội trên internet cũng vô cùng quan trọng. Vậy nên các gia đình làm du lịch cộng đồng cũng phải biết sử dụng công nghệ thông tin, xây dựng trang mạng xã hội để mở rộng mạng lưới của mình. Bởi du khách giờ trước khi đi du lịch thường lên mạng tìm kiếm thông tin nên cần phải có kênh để cung cấp cho khách. Hộ gia đình có thể cho là thành công nhất trong du lịch cộng đồng ở Bản Nưa chính là gia đình có mạng lưới xã hội rộng rãi nhất khi chủ hộ đã liên kết được với nhiều công ty lữ hành, nhiều cơ quan du lịch và phát triển các mạng lưới xã hội qua công nghệ thông tin của mình một cách tốt nhất để quảng bá thông tin và hình ảnh đến với nhiều người. Còn những gia đình gặp khó khăn trong việc tìm kiếm nguồn khách hàng chính là những gia đình có mạng lưới xã hội hạn chế, nhất là mạng lưới xã hội bên ngoài cộng đồng họ.

Các giá trị văn hóa gia đình: Đây là một điều kiện không thể thiếu để các gia đình hoạt động du lịch cộng đồng. Truyền thống gia đình, quan hệ gia đình luôn là điều cần thiết để hoạt động du lịch cộng đồng được hiệu quả. Những gia đình có truyền thống văn hóa lâu



Những điệu múa cổ truyền của đồng bào Thái làm say lòng du khách

đòi thì các thế hệ thường truyền đạt cho nhau được những tri thức về văn hóa truyền thống. Nên những người hiểu biết về văn hóa truyền thống cũng thường ở trong những gia đình có văn hóa lâu đời. Họ giữ gìn được những nét gia phong của mình và khi phát triển du lịch thì điều đó rất quan trọng. Một mô hình lý tưởng là gia đình có những người lớn tuổi hiểu biết nhiều về văn hóa truyền thống để chia sẻ với những du khách có nhu cầu khám phá văn hóa địa phương; có những người trẻ tuổi năng động để đón khách và hướng dẫn du khách tham quan, trải nghiệm; và có những đứa trẻ đáng yêu, chăm ngoan, biết múa hát để chia sẻ với du khách. Tuy nhiên, thực tế những gia đình như vậy không nhiều. Nhưng đã tham gia vào phát triển du lịch cộng đồng thì các gia đình cần thiết phải có những giá trị văn hóa cơ bản. Đó là vợ chồng hòa thuận, vui vẻ, đầm ấm, con cái chăm ngoan. Và cũng phải là những gia đình có quan hệ hài hòa, thân thiện với các gia đình khác trong cộng đồng. Như một người làm ở công ty du lịch chia sẻ: “Một gia đình mà vợ chồng hay cãi nhau, con cái nghịch phá hay nghiện ngập, thì không bao giờ làm du lịch cộng đồng được. Vì du khách nào muốn đến ở những gia đình như vậy vì không được vui vẻ thoải mái. Và cũng chẳng ai dám đưa du khách của mình đến những gia đình như vậy để mất hết uy tín của công ty”.

Vài suy nghĩ thêm

Du lịch cộng đồng được xem là một định hướng phát triển phù hợp, có giá trị trong việc phát triển kinh tế và bảo tồn bản sắc văn hóa tộc người hay việc phát huy giá trị văn hóa cộng đồng vào phát triển kinh tế. Tuy nhiên, để hoạt động du lịch cộng đồng có hiệu quả thì cần phải tính toán đến nhiều yếu tố. Không phải cứ tham gia vào du lịch cộng đồng là có thể đổi đời, có thể nhanh giàu được, ngược lại những người tham gia cũng phải đối diện với nhiều rủi ro trong quá trình hoạt động. Để giảm thiểu rủi ro cho các hộ gia đình và giúp họ tiếp cận sự phát triển du lịch cộng đồng hơn cần phân tích các yếu tố quan trọng quyết định đến quá trình tham gia cũng như tính hiệu quả của hoạt động du lịch cộng đồng. Và phương pháp phân tích vốn văn

hóa gia đình là một phương án có thể giúp chúng ta trong việc đó.

Vốn văn hóa gia đình như đã phân tích ở trên gồm nhiều yếu tố nhưng trong đó có 5 yếu tố cơ bản. Trước đây, người ta quan tâm nhiều đến các yếu tố như cơ sở vật chất, vốn tài chính trong khi nguồn nhân lực (nhất là tri thức về văn hóa truyền thống), mạng lưới xã hội và giá trị văn hóa gia đình dù đã được quan tâm nhưng chưa đúng mức với vai trò quan trọng của nó. Để phát triển du lịch cộng đồng một cách hiệu quả hơn, giảm thiểu rủi ro thì cần giúp đỡ, hỗ trợ các hộ gia đình tham gia nâng cao các nguồn vốn văn hóa gia đình, đặc biệt là năng lực xây dựng và quản trị mạng lưới xã hội cũng như gìn giữ các giá trị văn hóa cốt lõi của gia đình. Điều đó giúp họ tạo lập cơ sở vững vàng hơn vào việc phát triển du lịch cộng đồng bền vững.

Nói tóm lại, du lịch cộng đồng gắn với không gian văn hóa gia đình và cộng đồng nên văn hóa gia đình có vai trò quan trọng trong quá trình phát triển. Văn hóa gia đình ở đây được hiểu rộng hơn, bao gồm những nguồn lực vật chất, tài chính, nhân lực, trình độ, kỹ năng, mạng lưới xã hội mà một gia đình có được, và đương nhiên phải kể đến những giá trị nhân văn trong văn hóa gia đình. Những yếu tố này là điều kiện, là nguồn lực quan trọng để phát triển du lịch cộng đồng. Vậy nên, cần có những định hướng phát triển văn hóa gia đình gắn với phát triển kinh tế xã hội và xem đó là những định hướng quan trọng cho tương lai./.

Tài liệu tham khảo:

1. Bourdieu, P. (1986), *The Forms of Capital*, in J. G. Richardson (ed.) “Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education”. New York: Greenwood Press. Pp. 241-258.
2. Claire Tugault-Lafleur and Sarah Turner (2009), *The price of spice: Ethnic minority livelihoods and commodity chains in upland northern Vietnam*, Singapore Journal of Tropical Geography 30, tr.388-403.
3. Barnes, J. A. (1954), *Class and Committees in a Norwegian Island Parish*, Human Relations, VII, 1, pp.39-58.
4. Hà Hữu Nga (2020), *Vốn văn hóa và phát triển du lịch*. Tài liệu của Viện nghiên cứu du lịch bền vững.
5. Lê Minh Tiến (2006), *Phương pháp phân tích mạng lưới xã hội trong nghiên cứu xã hội*, Tạp chí Khoa học xã hội số 9, tr.66-77.