



BẢO TỒN DI SẢN VĂN HOÁ VÌ SỰ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG: TRƯỜNG HỢP BẢO TỒN VÀ PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH Ở HOÀNG THÀNH HUẾ

Phan Thị Diễm Hương*

Trường Du lịch, Đại học Huế, 22 Lâm Hoàng, Huế, Việt Nam

Tóm tắt. Bài báo này phân tích kết quả trùng tu di sản ở khu vực Hoàng Thành Huế trong giai đoạn 1996–2010 và 2010–2020, đồng thời phân tích kết quả của một số nghiên cứu về nhu cầu hoặc trải nghiệm của du khách khi tham quan di tích này. Từ đây, bài báo đề xuất một số giải pháp nhằm đảm bảo các giá trị di sản văn hoá được bảo tồn toàn vẹn, đồng thời thoả mãn được nhu cầu của du khách khi đến tham quan di tích Hoàng Thành Huế. Kết quả cho thấy có sự mất cân bằng trong bảo tồn và phát triển các sản phẩm dịch vụ du lịch tại đây dẫn đến du khách có cái nhìn thiên lệch, thiếu tính tổng thể về vai trò lịch sử của di tích, mới chỉ được quan tâm với tư cách là ngôi nhà của hoàng gia triều Nguyễn mà gần như lãng quên rằng đó là một trung tâm quyền lực của Việt Nam và thế kỷ 19. Khi có sự lựa chọn giữa các lợi ích kinh tế hay bảo tồn các giá trị văn hoá di sản theo hướng bền vững, các nhà quản lý di sản Huế có xu hướng lựa chọn bảo tồn và phát triển các sản phẩm du lịch di sản theo hướng giải trí nhằm thu hút du khách. Tuy nhiên, điều họ đã bỏ qua đó là giá trị và lợi ích cốt lõi mà một sản phẩm cần mang lại cho khách hàng của mình, dẫn đến có những cách tiếp cận định kiến trong việc phát triển du lịch, đã phần nào làm giảm sự hài lòng của du khách đối với điểm tham quan Hoàng Thành Huế.

Từ khóa: phát triển bền vững, bảo tồn di sản văn hoá với phát triển du lịch, Hoàng Thành Huế

1 Đặt vấn đề

Chúng ta đều công nhận rằng, các di sản văn hoá liên quan đến chế độ quân chủ đang đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển du lịch ở khắp nơi trên thế giới. Nước Anh là một trường hợp điển hình cho việc phát triển du lịch dựa vào di sản Hoàng gia. Ploysri và King cho rằng du lịch nước Anh sẽ không có cơ sở để phát triển nếu không có cung điện Buckingham, phức hợp cảnh quan xung quanh cung điện, Công viên Hoàng gia Anh, hay các sự kiện, lễ kỷ niệm Hoàng gia [17, Tr. 1–19]. Mặc dù không cùng qui mô nhưng các hoàng gia khác ở châu Âu cũng có vai trò đáng kể trong việc thúc đẩy du lịch ở trong nước cũng như trên trường quốc tế, như ở Hà Lan, Bỉ, Đan Mạch, Monaco, Na Uy, Thụy Điển, Luxembourg và Tây Ban Nha. Tương tự, hiện tượng này cũng xảy ra ở các quốc gia Quân chủ lập hiến ở khu vực Đông Nam Á như

* Liên hệ: ptdhuong@hueuni.edu.vn

Thái Lan và Malaysia, lẫn ở các quốc gia mà chế độ quân chủ đã mất và chỉ để lại di sản của nó như Lào, Việt Nam, Myanmar, Indonesia và Singapore [17, Tr. 1–19].

Ở Việt Nam, nguồn lợi mà di sản Hoàng cung mang lại chính là sức hút tạo nên sự tăng nhanh về số lượng khách quốc tế cũng như nội địa. Quần thể di tích cố đô Huế mà trung tâm là Hoàng Thành Huế được UNESCO công nhận là di sản văn hoá vào năm 1993 đã dẫn đến số lượng du khách đến Huế, đặc biệt là đến Hoàng Thành Huế, tăng một cách đột biến, tăng gấp đôi vào năm 1994 (500.000 lượt khách) [27] và con số này tiếp tục tăng nhanh chóng vào những năm sau đó. Chính điều này đã làm cho chính phủ Việt Nam cũng như chính quyền địa phương thừa nhận tầm quan trọng kinh tế của ngành du lịch. Họ đã kết hợp các dự án bảo tồn di sản văn hoá vào các chiến lược phát triển kinh tế địa phương và quốc gia. Đặc biệt, vai trò của du lịch văn hóa và di sản ngày càng có vai trò quan trọng trong các kế hoạch của chính phủ. Việc đề ra các dự án bảo tồn di sản nhằm hướng đến phát triển kinh tế du lịch đã dẫn đến hoạt động trùng tu, tôn tạo được tập trung vào các di tích kiến trúc và thực hành di sản (những yếu tố thuộc về tính hữu hình của di sản) – những thứ mà họ nghĩ rằng sẽ hấp dẫn và thu hút được du khách. Tuy nhiên, thực tế là giá trị của di sản nằm ở câu chuyện lịch sử mà nó mang theo và ở cảm xúc về tính “chân xác” mà nó mang lại khi con người có trải nghiệm, tương tác với nó. Đây chính là “giá trị lõi” đáp ứng nhu cầu của khách du lịch di sản. Rất đáng tiếc là hầu hết các nhà quản lý và phát triển sản phẩm du lịch di sản đã bỏ qua yếu tố này. Bài báo này phân tích thực trạng hoạt động bảo tồn di sản trong mối quan hệ với việc phát triển sản phẩm du lịch Hoàng Thành Huế. Từ đó, đề xuất các định hướng để cân bằng mối quan hệ giữa bảo tồn di sản và phát triển sản phẩm du lịch nhằm hướng tới sự phát triển bền vững di ở khu di sản văn hoá Thế giới – Hoàng Thành Huế.

2 Bảo tồn di sản văn hoá vì sự phát triển bền vững

Không thể phủ nhận rằng, các điểm di sản, đặc biệt tại điểm di sản thế giới chính là nguồn vốn văn hoá cho sự phát triển kinh tế địa phương. Danh hiệu di sản thế giới thực sự ảnh hưởng rất lớn đến ngành công nghiệp du lịch. Ví dụ, Sihu ở Hàng Châu đã tăng 162% doanh thu du lịch vào năm 2009 sau khi dự án khôi phục kênh đào Vận Hà vào năm 2006 hay Hội An – Việt Nam – được xem là trường hợp điển hình cho việc xoá đói giảm nghèo. Con số thống kê khách du lịch và doanh thu tăng hàng năm ở Huế cho thấy nó giúp ích rất lớn trong sự tăng trưởng kinh tế của địa phương [7].

Tuy nhiên, việc phát triển ngành công nghiệp du lịch dựa trên tài nguyên di sản văn hoá cũng gây ra một số hệ lụy đối với bảo tồn di sản. Vào năm 1987, hang đá Dunhuang ở tỉnh Cam Túc, Trung Quốc, sau khi được công nhận là Di sản thế giới, đã thu hút rất nhiều du khách, dẫn đến nhiệt độ và độ ẩm trong hang tăng lên làm sập tường của di tích [7]. Tương tự, trường hợp ở Huế, nhiều chuyên gia cho rằng việc trùng tu các di tích thuộc di sản văn hoá thế giới – Quần

thể di tích cố đô Huế – nhằm mục đích thu hút và làm hấp dẫn du khách, các nhà quản lý đã tập trung vào việc trùng tu các công trình phụ như điện chiếu sáng, lối đi, vườn cây, công viên, hồ nước để tạo cảnh quan bắt mắt du khách, thay vì tập trung vào các công trình kiến trúc cổ dẫn đến sự mất mát giá trị của di sản [11, 26].

Như vậy, vấn đề đặt ra là làm thế nào để cân bằng giữa hoạt động bảo tồn di sản và phát triển du lịch nhằm đưa lại doanh thu cho địa phương và tái phát triển các điểm di sản văn hoá?

Phát triển bền vững được hiểu là sự phát triển có thể đáp ứng nhu cầu hiện tại mà không ảnh hưởng, tổn hại đến những khả năng đáp ứng nhu cầu của các thế hệ tương lai. Sự phát triển bền vững ban đầu chỉ bao gồm ba trụ cột cơ bản đó là: kinh tế, môi trường và xã hội. Sau đó, văn hoá mới được đề cập với vai trò là trụ cột thứ tư trong phát triển bền vững với nhiều lý do. Văn hoá có thể được hiểu là bao gồm các tôn giáo, tín ngưỡng, các giá trị, các sinh hoạt và khát vọng của một xã hội, là cách thức mà các giá trị qui định đời sống hàng ngày của một xã hội và là tiến trình bảo tồn, chuyển hoá các giá trị cho thế hệ tương lai [5]. Để đạt được các yêu cầu về trách nhiệm bảo vệ môi trường, công bằng xã hội và phát triển kinh tế, điều tất yếu là phải thông qua việc định hình các giá trị và giáo dục hành vi cá nhân mỗi người trong xã hội [8]. Vì vậy, một xã hội phát triển bền vững phải dựa sự bền vững về văn hoá; mọi hành động nhằm đạt được mục tiêu phát triển bền vững không chỉ liên quan đến môi trường tự nhiên, môi trường xã hội và sự phát triển kinh tế mà còn là môi trường văn hoá. Tổng thư ký ICHCAP, ông Huh Kwon, cho rằng *“dù xã hội phát triển về kinh tế, môi trường, xã hội tiên tiến thế nào đi chăng nữa thì chúng ta cần nhận thức rằng không có văn hoá thì điều đó chẳng có ý nghĩa gì. Đó chính là sức mạnh và tính năng động của văn hoá đã cho phép xã hội phát triển bền vững, con người sống đúng nghĩa và phát huy khả năng tư duy sáng tạo [7, Tr. 27].* Như vậy, văn hoá chính là căn nguyên của sự phát triển bền vững xã hội [10]. Dựa trên những tranh luận này của các học giả, vào năm 2001, *Tuyên bố toàn cầu của UNESCO về Đa dạng văn hoá* đã đưa văn hoá trở thành trụ cột thứ tư của phát triển bền vững [2, Tr. 42]. Phát triển bền vững văn hoá nghĩa là thế hệ đương đại có thể sử dụng và thích ứng các hình thái di sản văn hoá của quá khứ mà không ảnh hưởng đến sự hiểu biết của các thế hệ tương lai về “tính chân thực” của di sản. Nói cách khác, khía cạnh văn hoá của phát triển bền vững chính là việc đảm bảo sự tiếp nối các giá trị văn hoá từ quá khứ đến hiện tại và tương lai [1].

Bàn về di sản, Laurajane Smith mở đầu cuốn sách của mình có tựa đề “Sử dụng di sản” bằng một tuyên bố đầy thách thức “không có cái thứ gọi là di sản”. Tuyên bố này dường như đối lập hoàn toàn với xu hướng đề cao các báu vật, di tích, đài tưởng niệm của người châu Âu. Smith chỉ ra rằng “nói đến di sản, người ta có thể liên tưởng đến những thứ cổ/cũ hoành tráng, uy nghi, các di tích kiến trúc nghệ thuật, những lâu đài, địa danh lịch sử hay các báu vật”. Tuy nhiên, điều tạo nên ý nghĩa và giá trị thực sự cho những di sản đó là các hoạt động văn hóa đương đại, những hoạt động đang diễn ra xung quanh di sản và trở thành một phần của di sản [22, Tr. 1–7]. Smith chứng minh rằng di sản không phải là một “thứ”, một hình thái vật thể hoặc thực hành của quá

khứ, mà cái làm nên “di sản” chính là tập hợp những ký ức, tri thức và trải nghiệm hay cảm xúc của con người khi thực hiện hành vi trao – nhận giá trị, ý nghĩa của di sản. Khoảnh khắc đó mới làm nên bản chất của di sản – là khi mà cảm xúc của con người được kết nối từ quá khứ đến hiện tại và tương lai. Di sản tồn tại ở cách mà chúng ta sử dụng nó để ghi nhớ các ký ức và tri thức giúp chúng ta không những biết chúng ta là ai mà còn định hình chúng ta sẽ trở thành như thế nào trong tương lai. Như vậy, tính bền vững của di sản nằm ở quá trình trao truyền giá trị, tri thức di sản cho thế hệ tương lai.

Bàn về sản phẩm du lịch, các nhà marketing cho rằng cấu trúc của sản phẩm bao gồm bốn mức độ đó là: sản phẩm lõi – là lợi ích mà du khách sẽ nhận được khi họ mua dịch vụ du lịch, sản phẩm hữu hình – là những hàng hoá hoặc dịch vụ cần có để du khách thụ hưởng được sản phẩm lõi, sản phẩm bổ sung và sản phẩm gia tăng – là những sản phẩm nhằm tạo thêm giá trị gia tăng cho sản phẩm lõi, trong đó sản phẩm lõi giữ vai trò quyết định sự thành công của sản phẩm vì nó chính là lợi ích mà du khách sẽ nhận được khi tiêu thụ sản phẩm du lịch [3]. Như vậy, sản phẩm lõi trong du lịch di sản không phải nằm ở tính hữu hình của di sản vật thể hay thực hành di sản văn hoá mà đó là giá trị của di sản trong quá khứ và cảm xúc của du khách khi họ trải nghiệm di sản. Rõ ràng, *“du khách không mua sản phẩm vì tính hữu hình của sản phẩm, cái họ mong muốn chính là lợi ích/hay giải pháp đáp ứng nhu cầu của họ. Các giá trị cốt lõi/lợi ích này được “đóng gói” thành những thứ hữu hình mà khách hàng có thể tiêu thụ”* [3, Tr. 7]. Vì vậy, sự thành công của một sản phẩm phụ thuộc vào khả năng hiểu biết nhu cầu khách hàng của nhà sản xuất để phát triển sản phẩm. Nói cách khác, việc ứng dụng khái niệm bốn mức độ của sản phẩm sẽ tạo nhiều cơ hội cho các nhà quảng bá du lịch trong việc thoả mãn nhu cầu đa dạng của du khách. Tuy nhiên, khái niệm này không được các nhà quản lý di sản chú ý, họ tập trung vào các giá trị hiện hữu của di sản (tangible and intangible presentation) để thu hút du khách mà quên đi các giá trị cốt lõi của di sản (the intrinsic values of the heritage) [3].

Vì vậy, có thể kết luận rằng bảo tồn di sản văn hoá vì sự phát triển du lịch bền vững chính là quá trình trao truyền cho thế hệ sau giá trị cốt lõi của di sản – chính là những giá trị lịch sử chân thực và tạo cho du khách cảm xúc về tính “chân xác” của di sản.

Cách tiếp cận lý thuyết về bảo tồn di sản văn hoá vì sự phát triển bền vững trên sẽ được áp dụng để phân tích cho trường hợp quản lý – bảo tồn di sản và phát triển du lịch ở Hoàng Thành Huế nhằm đề xuất một số giải pháp để bảo tồn di sản và phát triển du lịch mang tính bền vững.

3 Phương pháp

Đối với phần thực trạng trùng tu – bảo tồn di sản và khai thác phát triển sản phẩm du lịch ở Hoàng Thành Huế, chúng tôi sử dụng phương pháp phân tích số liệu thống kê. Số liệu được

sử dụng trong nghiên cứu này là số liệu thống kê hoạt động trùng tu – bảo tồn từ năm 1996 đến 2005 do Trung tâm Bảo tồn di tích Cố đô Huế công bố trên ấn phẩm “*Di sản Huế: 35 năm (1982–2017) thành lập Trung tâm bảo tồn di tích Cố đô Huế*” [27, Tr. 31–34] và số liệu thống kê hoạt động trùng tu bảo tồn từ năm 1996 đến năm 2018 được thu thập trực tiếp từ Trung tâm bảo tồn di tích Cố đô Huế năm 2019. Thêm vào đó, nội dung các quyết định “*Phê duyệt Đề án quy hoạch bảo tồn và phát huy giá trị di tích cố đô Huế 1996–2010*” và “*Phê duyệt Dự án điều chỉnh quy hoạch bảo tồn và phát huy giá trị di tích cố đô Huế 2010–2020*” cũng được sử dụng để xác minh các nhận định có được từ việc phân tích số liệu. Ngoài ra, các sản phẩm và dịch vụ du lịch hiện có cũng được thu thập, thống kê từ các công bố trên website của Trung tâm bảo tồn di tích Cố đô Huế.

Các số liệu thống kê về thực trạng hoạt động trùng tu – bảo tồn được xử lý thống kê và phân tích theo các nhóm chức năng công trình bao gồm (1) Không gian hành chính của triều đình; (2) Không gian sinh hoạt của hoàng gia; (3) Cơ sở hạ tầng. Các dịch vụ, sản phẩm du lịch hiện có được xử lý thống kê và phân tích theo chủ đề như sau: (1) Sản phẩm liên quan đến hoạt động hành chính của vương triều; (2) Sản phẩm liên quan đến đời sống và giải trí; (3) Sản phẩm liên quan đến nghi lễ và thờ cúng. Từ việc xử lý số liệu thống kê cụ thể về số lượng công trình, chi phí trùng tu tu bổ và các sản phẩm dịch vụ, du lịch hiện có theo các nhóm chức năng đề xuất trên, bài báo sẽ đưa ra nhận định về tỉ trọng trong xu hướng bảo tồn khai thác di sản văn hoá ở Hoàng Thành Huế hiện nay.

Đối với hướng tiếp cận từ phía du khách, nghiên cứu này phân tích kết quả của một số nghiên cứu khác về sự hài lòng/trải nghiệm của du khách đối với điểm tham quan di sản Hoàng Thành Huế.

Từ kết quả của hai hướng tiếp cận trên, nghiên cứu này sẽ so sánh và chỉ ra những điểm khác biệt giữa quan điểm trùng tu và phát huy giá trị di sản với nhu cầu của du khách đối với sản phẩm du lịch di sản. Từ đó, bài báo sẽ đề xuất những định hướng nhằm cân bằng mối quan hệ giữa bảo tồn di sản và phát triển du lịch mang tính bền vững.

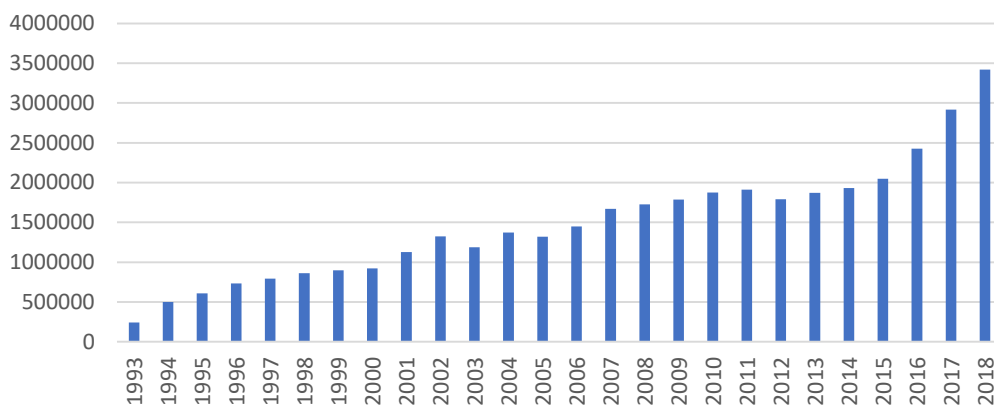
4 Bảo tồn di sản Hoàng cung Huế gắn với phát triển du lịch

Cùng với sự sụp đổ của vương triều Nguyễn vào năm 1945, di sản Huế cũng bắt đầu rơi vào tình trạng hoang phế. Sau đó, trải qua hai cuộc chiến tranh khốc liệt chống thực dân Pháp và đế quốc Mỹ, cố đô Huế, nơi tập trung mật độ rất cao di sản văn hoá, đã bị tàn phá nặng nề. Các trận chiến ác liệt năm 1947 và mùa xuân năm 1968 đã phá huỷ hàng loạt các công trình thuộc Kinh Thành, điện Cần Chánh và hàng loạt cung điện trong Tử Cấm Thành bị thiêu rụi. Sau chiến tranh, toàn bộ khu vực Tử Cấm Thành gần như bị xoá sổ, khu vực Hoàng Thành chỉ còn lại 62 công trình so với 136 công trình kiến trúc lúc nguyên thủy [25].

Sau ngày đất nước thống nhất vào năm 1975, chính phủ nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam không hào hứng với việc bảo tồn di sản Huế bởi đó chính là tàn dư của chế độ “phong kiến phản động”. Một học giả Việt Nam cho rằng “*Cũng như các lĩnh vực khác, nhiệm vụ xây dựng nền văn hoá mới phải bắt đầu bằng sự xoá bỏ... Do đó nhiệm vụ đầu tiên là phải tiêu diệt hoàn toàn nọc độc của chế độ phong kiến và thực dân*” [19, Tr. 63].

Tuy nhiên, sau chuyến thăm Huế vào năm 1981, Tổng Giám đốc UNESCO lúc bấy giờ là Amadou-Mahtar M'Bow đã ra lời kêu gọi chính quyền Việt Nam cứu vãn thành phố Huế tại Hà Nội nhằm phát động trên phạm vi quốc tế một cuộc vận động bảo tồn và khôi phục các giá trị di sản văn hoá Huế. Đây là thời điểm thuận lợi cho một đề xuất như vậy vì Việt Nam bắt đầu nói lỏng các chính sách học thuyết trong nông nghiệp và nhận thấy nhu cầu tìm kiếm hỗ trợ tài chính bên ngoài khỏi xã hội chủ nghĩa. Những thay đổi chính sách như vậy dẫn đến sự ra đời của chính sách đổi mới (“*đổi mới*”) vào năm 1986, cho phép Việt Nam tiến tới cơ chế thị trường và kết nối lại với phương Tây. Vì vậy, thập kỷ 1980 chính là giai đoạn vận động cho việc bảo tồn, trùng tu di tích Huế bước sang một trang mới với sự hỗ trợ của quốc tế cùng với sự nỗ lực của chính phủ Việt Nam [15, 25]. Cuối cùng, vào ngày 11 tháng 12 năm 1993, trong phiên họp tại Carthegene (Colombia), Hội đồng di sản thế giới đã ghi danh “*Quần thể Di tích Cố đô Huế*” vào Danh sách Di sản văn hoá Thế giới [15, 25].

Việc Quần thể di tích cố đô Huế mà trung tâm là Hoàng Thành Huế – biểu trưng quyền lực của triều đại phong kiến cuối cùng ở Việt Nam – được UNESCO công nhận là di sản văn hoá đã dẫn đến số lượng du khách đến Huế, đặc biệt là du khách quốc tế đến Hoàng Thành Huế và hệ thống lăng tẩm triều Nguyễn tăng nhanh chóng vào những năm 90. Số lượng khách du lịch đến thăm di sản Huế tăng gấp đôi từ 19.000 lượt khách quốc tế và 208.000 lượt nội địa năm 1990 – năm Việt Nam mở cửa đón khách quốc tế, đến 500.000 lượt khách vào năm 1994 – một năm sau khi Huế đón nhận danh hiệu di sản văn hoá thế giới và đạt con số trên một triệu lượt khách vào năm 2001. Ngoài ra, để thu hút du khách đến với Huế, một lễ hội văn hoá Festival Huế được tổ chức định kỳ hai năm một lần kể từ năm 2000 và hiện nay nó đã biến Huế trở thành “*Thành phố Festival*”, là một trong những yếu tố trọng yếu cho sự tăng trưởng du lịch ở Huế (Biểu đồ 1).

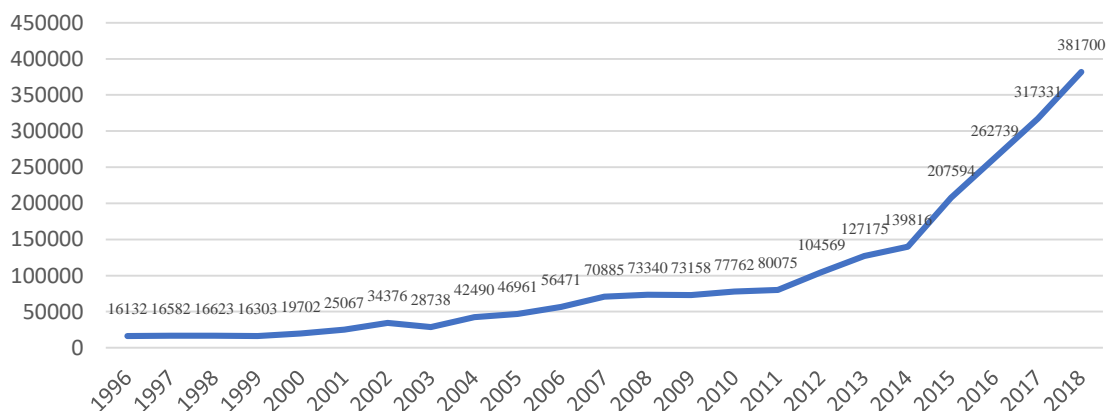


Biểu đồ 1. Lượng khách tham quan đến Quần thể di tích cố đô Huế từ 1993 đến 2018 (người)

Nguồn: TTBTDTCD Huế, năm 2019

Từ năm 2003 đến 2011, doanh thu từ vé tham quan di tích Huế đạt 695 tỷ đồng; từ năm 2012 đến 2016, doanh thu đã đạt gần 841,9 tỷ đồng. Dự kiến, trong giai đoạn 2017–2026, tổng doanh thu từ vé tham quan dự kiến sẽ đạt khoảng 3.800 tỷ đồng. Năm 2019, trong 7 tháng đầu năm đã có khoảng 1,4 triệu lượt khách quốc tế đến với di tích Huế, chiếm 90% (1,5 triệu) tổng lượng khách đến Huế và 804.000 lượt khách nội địa, đưa lại nguồn thu khoảng 267 tỷ đồng. Du lịch di sản Hoàng cung trở thành một nguồn thu nhập chủ đạo của địa phương.

Điều này dẫn đến việc chính quyền địa phương và trung ương bắt đầu có những đánh giá lại di tích Hoàng Thành Huế từ những năm 1990 do những giá trị kinh tế mà di tích mang lại và tiếp tục có các kế hoạch thúc đẩy sự phát triển kinh tế du lịch dựa trên việc bảo tồn giá trị di sản.



Biểu đồ 2. Doanh thu từ phí tham quan tại Quần thể di tích cố đô Huế qua các năm (1996–2018) (tỷ đồng)

Nguồn: Báo cáo của TTBTDTCD Huế [27]

Hội nghị đại biểu Đảng bộ Thừa Thiên Huế giữa nhiệm kỳ khoá X (năm 1993) đã nêu rõ: “*Đã đến lúc cần đầu tư phát triển du lịch để sớm trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*” và quyết tâm đó lại được khẳng định tại Đại hội Đảng bộ lần thứ XI (năm 1995) qua quyết định chuyển dịch cơ cấu kinh tế từ nông nghiệp – công nghiệp – dịch vụ sang công nghiệp – dịch vụ – nông nghiệp với mục tiêu phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, góp phần thực hiện thắng lợi nhiệm vụ công nghiệp hoá, hiện đại hoá tỉnh nhà [24]. Cho đến năm 2013, tỉnh Thừa Thiên Huế vẫn tiếp tục xác định di sản văn hoá là mũi nhọn chiến lược để thúc đẩy phát triển du lịch, được thể hiện trong đề án *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2013–2020*.

5 Đánh giá hoạt động bảo tồn di sản ở khu vực Hoàng Thành Huế từ sau khi được ghi tên vào danh mục Di sản văn hoá thế giới cho đến nay

5.1 Giới thiệu về Hoàng Thành Huế

Vào năm 1802, sau khi chiến thắng triều Tây Sơn và lập nên vương triều Nguyễn, Gia Long chọn Thuận Hoá (Huế) để định đô và gọi vùng đất này là Kinh Sư. Tại đây, ba trung tâm chính trị của vương triều Nguyễn được xây dựng, bao gồm Kinh thành (Metropolitan City); Hoàng Thành (Imperial Citadel) và Tử Cấm Thành (Forbidden Purple Citadel).

Trong phạm vi bài báo này, tác giả chỉ tập trung phân tích các vấn đề bảo tồn di sản ở khu vực Hoàng Thành bởi vì nó được xem là cái rốn, là trọng địa số một của Kinh đô triều Nguyễn. Tổng thể kiến trúc của Hoàng Thành đã được quy hoạch và xây dựng chủ yếu dưới thời Gia Long (1802–1819). Dưới thời Minh Mệnh (1820–1841), nó được chỉnh đốn, cải trang hoàn chỉnh như những gì chúng ta nhìn thấy trên bản đồ hiện nay [16].

Hoàng Thành là nơi tập trung nhất của bộ máy hành chính trung ương và lõi của nó chính là Tử Cấm Thành – là nơi ăn ở và làm việc hàng ngày của vua và hoàng gia. Căn cứ vào chức năng của các công trình kiến trúc, không gian Hoàng Thành Huế có thể được chia thành hai khu vực chính: (1) Không gian hành chính của triều đình bao gồm không gian thiết triều và không gian làm việc; (2) Không gian sinh hoạt của hoàng gia bao gồm không gian sinh hoạt ăn ở, không gian giải trí, sinh hoạt văn hoá, nghệ thuật và giáo dục; khu vực cảnh quan, vườn ngự và không gian thờ cúng, tâm linh. Ngoài ra còn có các không gian xen kẽ, kết nối các công trình là các lối đi, hành lang và các cổng, tháp canh giữ chức năng bảo vệ Hoàng cung (So đồ 1).

lượng và 43,5% nguồn kinh phí được sử dụng để bảo tồn, trùng tu ở khu vực không gian sinh hoạt của hoàng gia, trong đó chú trọng nhất là không gian thờ cúng và tâm linh (khu vực Thế Miếu, Hưng Miếu, Thái Miếu, Triệu Miếu...); thứ hai là không gian ăn ở của hoàng gia, mà ở đây là khu vực cung của Hoàng Thái Hậu và Thái Hoàng Thái Hậu (cung Trường Sanh, cung Diên Thọ) – nằm ngoài khu vực Tử Cấm Thành; tiếp theo là nhóm các công trình liên quan đến hoạt động văn hoá nghệ thuật, giáo dục, giải trí và việc chỉnh trang cảnh quan, vườn ngự được các nhà quản lý di sản quan tâm. Hầu hết nguồn kinh phí còn lại (55,09%) được phân bổ để tôn tạo hệ thống cơ sở vật chất như chống mối mọt, hệ thống điện chiếu sáng, thoát nước và các không gian xen kẽ là các lối đi, trường lang hay các tháp canh. Như vậy, con số còn lại rất ít ỏi là 0,6% được đầu tư để trùng tu khu vực trung tâm chính trị của vương triều Nguyễn – không gian hành chính của triều đình với một công trình phục vụ cho hoạt động thiết triều là Điện Thái Hoà – nơi tồn tại ngai vàng của nhà vua, nơi diễn ra các nghi lễ trọng đại của triều đình và hai công trình phục vụ cho hoạt động của vương triều là Tả Vu – nơi làm việc của một số cơ quan trung ương như Nội Các và Cơ Mật Viện và Phủ Nội Vụ là nơi cất giữ của cải của triều đình và là quan xưởng của triều đình.

Như vậy, có thể kết luận rằng mục tiêu chính của *Dự án quy hoạch bảo tồn và phát huy giá trị khu di tích cố đô Huế giai đoạn 1996–2010* là “*phục hồi hoàn nguyên toàn bộ khu vực Đại nội theo kiến trúc hoàng thành trước kia*” vẫn còn dang dở vì sự thiếu hụt của việc phục hồi rất nhiều công trình,

Bảng 1. Thống kê hoạt động trùng tu, bảo tồn theo bố cục không gian ở Hoàng Thành Huế giai đoạn 1996–2010

Tên không gian được trùng tu	Số lượng	%	Kinh phí (triệu đồng)	%
Không gian hành chính của triều đình	3	5	1.639.694	0,6
1. Không gian thiết triều	1		130.887	
2. Không gian làm việc	2		1.508.807	
Không gian sinh hoạt của hoàng gia	29	50	103.421.804	43,5
1. Không gian sinh hoạt ăn ở của hoàng gia	7		32.694.406	
2. Không gian giải trí, sinh hoạt văn hoá, nghệ thuật và giáo dục của hoàng gia	5		28.273.126	
3. Cảnh quan, vườn ngự	5		5.954.804	
4. Không gian thờ cúng, tâm linh	12		36.499.504	
Không gian xen kẽ	13	22,5	83.140.793	35
3. Lối đi, hành lang	3		74.757.013	
4. Cổng, tháp canh	10		8.383.780	
Cơ sở hạ tầng	13	22,5	49.577.956	20,9
Tổng số	58	100	237.780.202	100

Nguồn: Xử lý số liệu của tác giả từ thông tin do TTBTĐTCĐ Huế cung cấp, 2019

đặc biệt là các công trình thuộc không gian hành chính, phục vụ cho hoạt động của bộ máy chính quyền trung ương triều Nguyễn và một số công trình kiến trúc là nơi ăn ở, sinh hoạt cho nhà vua và hoàng hậu ở khu vực Tử Cấm Thành vẫn chỉ còn nền móng.

Chính tình trạng trên của hoạt động bảo tồn di sản Huế, giữa tháng 6-2010, Chính phủ đã phê duyệt đề án điều chỉnh quy hoạch bảo tồn và phát huy giá trị di tích cố đô Huế giai đoạn 2010–2020, với mục tiêu hoàn thiện tổng thể di tích Huế, đưa di tích Huế vào thời kỳ ổn định bền vững, trong đó khu Hoàng thành sẽ gần như được phục hồi nguyên trạng [19]. Điều này có nghĩa là ở giai đoạn này, quá trình trùng tu sẽ tiếp tục những công việc còn dang dở ở giai đoạn trước đó và thực hiện trùng tu toàn bộ những công trình còn lại để khôi phục hoàn nguyên khu vực Hoàng thành.

Bảng 2. Thống kê hoạt động trùng tu, bảo tồn theo bố cục không gian ở Hoàng Thành Huế giai đoạn 2010–2020

Tên không gian được trùng tu	Số lượng	%	Kinh phí (1000 đồng)	%
Không gian hành chính của triều đình	1	3,8	250.288	0,05
1. Không gian thiết triều	0		0	
2. Không gian làm việc	1		250.288	
Không gian sinh hoạt của hoàng gia	11	42,3	196.155.040	41,9
1. Không gian sinh hoạt ăn ở của hoàng gia	3		31.493.481	
2. Không gian giải trí, sinh hoạt văn hoá, nghệ thuật và giáo dục của hoàng gia	2		29.800.000	
3. Cảnh quan, vườn ngự	2		59.700.000	
4. Không gian thờ cúng, tâm linh	4		75.163.559	
Không gian xen kẽ	12	46,3	238.951.410	51,1
3. Lối đi, hành lang	6		59.800.000	
4. Cổng, tháp canh	6		179.151.410	
Cơ sở hạ tầng	2	7,6	32.100.000	6,95
Tổng số	26	100	467.456.738	

Nguồn: Xử lý số liệu của tác giả dựa trên thông tin do TTBTĐTCĐ Huế cung cấp, 2019

Bảng 2 cho thấy rằng, hoạt động bảo tồn, trùng tu di tích ở khu vực Hoàng Thành Huế thuộc đề án điều chỉnh quy hoạch bảo tồn và phát huy giá trị di tích cố đô Huế giai đoạn 2010–2020 có xu hướng tương tự như giai đoạn trước đó, như tập trung hoàn thiện phục hồi các công trình kiến trúc thuộc không gian sinh hoạt của hoàng gia, chiếm 42,3% số lượng công trình trùng tu, bảo tồn và 41,9% nguồn vốn. Ngoài việc tiếp tục trùng tu các công trình kiến trúc như nơi sinh hoạt ăn ở của hoàng gia thì ở giai đoạn này, các công trình thuộc không gian xen kẽ như hành lang, lối đi, cổng, tháp canh đặc biệt được chú ý trùng tu, với số lượng công trình chiếm 46,3 và 51,1% tổng vốn đầu tư cho khu vực Hoàng Thành, tăng gấp đôi so với giai đoạn trước đó.

Ngoài việc tập trung trùng tu, bảo tồn các công trình kiến trúc nhằm mục đích thu hút du khách, việc phát triển các sản phẩm dịch vụ du lịch ở Hoàng Thành Huế cũng được các nhà quản lý di sản chú trọng. Hiện tại, theo thống kê từ website của Trung tâm Bảo tồn di tích cố đô Huế thì có khoảng 12 hoạt động văn hoá bao gồm cả hoạt động thường xuyên và hoạt động không thường xuyên, chỉ diễn ra vào các dịp lễ hội ở khu vực Hoàng Thành Huế. Trong đó, theo thống kê của nhóm tác giả thì khoảng 67% các hoạt động văn hoá tập trung khai thác sinh hoạt, đời sống – giải trí chốn Hoàng cung như *biểu diễn Nhã nhạc, biểu diễn dàn Đại nhạc, Tiểu nhạc, các trò chơi cung đình*, đồng thời phục dựng một số nghi lễ cung đình như *lễ tế Nam Giao, lễ tế Xã Tắc, dựng nêu ngày Tết* (25%) trong khi các hoạt động thể hiện vai trò quyền lực của vương triều như lễ lên ngôi, lễ thiết đại triều, lễ thường triều thì hầu như không được giới thiệu (Bảng 3).

Bảng 3. Sản phẩm và dịch vụ du lịch ở Hoàng Thành Huế

Stt	Sản phẩm liên quan đến hoạt động hành chính của vương triều	Sản phẩm liên quan đến đời sống và giải trí	Sản phẩm liên quan đến nghi lễ và thờ cúng
1	Lễ đổi gác	Biểu diễn Đại nhạc	Lễ dựng nêu ngày Tết
2		Biểu diễn tiểu nhạc	Lễ tế Nam Giao
3		Biểu diễn múa cung đình	Lễ tế Xã tắc
4		Trò chơi cung đình (Xăm hường, Bài vự, Đầu hồ)	
5		Yến tiệc cung đình	
6		Chụp ảnh trang phục cung đình	
7		Áo dài cung nữ	
8		Chương trình âm sắc cung đình tại Đại Nội về đêm	
Tổng số	1	8	3

Nguồn: Tổng hợp của tác giả từ website của Trung tâm Bảo tồn di tích cố đô Huế, 2019

Như vậy, có thể nhận thấy rằng có sự mất cân bằng trong việc bảo tồn và phát triển các sản phẩm du lịch ở Hoàng Thành Huế khi các nhà quản lý di sản có xu hướng muốn bảo tồn, trùng tu các công trình kiến trúc và khôi phục các hoạt động văn hoá liên quan đến sinh hoạt giải trí và lễ nghi của Hoàng gia hơn là các không gian hành chính và hoạt động biểu trưng cho quyền lực và hoạt động của bộ máy nhà nước trung ương của vương triều phong kiến cuối cùng của Việt Nam.

Lý do chính của hiện tượng này có thể kể đến là các không gian và hoạt động đó gắn với nhu cầu của đời sống đương đại (giải trí và tín ngưỡng), nên chúng dễ dàng thu hút sự chú ý của du khách. Lý do thứ hai là do các không gian khác, đặc biệt là các không gian hành chính – nơi làm việc của vương triều đã hầu như bị phá huỷ trong chiến tranh. Lý do thứ ba, tác giả cho là quan trọng nhất, là rất khó khăn để khôi phục lại các không gian hành chính. Các không gian hành chính chính là nơi tập trung quyền lực cao nhất của bộ máy nhà nước vương triều Nguyễn nên các sử quan hạn chế mô tả cụ thể về lịch sử, kiến trúc và công năng của các công trình này. Vì vậy, giải pháp duy nhất để có cứ liệu lịch sử của các công trình này đó là kiên trì tập hợp, hệ thống các mảnh vụn thông tin từ hai bộ chính sử là Đại Nam thực lục và Khâm định Đại Nam hội điển sự lệ.

5.3 Nhu cầu và trải nghiệm của du khách khi tham quan khu di sản văn hoá thế giới – Hoàng Thành Huế

Ngay từ trong khái niệm về du lịch bền vững, Tổ chức Du lịch Thế giới đã nhận định rất rõ rằng *“du lịch bền vững là việc phát triển các hoạt động du lịch nhằm đáp ứng các nhu cầu hiện tại của khách du lịch”* [6, Tr. 137]. Như vậy, có thể nói rằng sự hài lòng của khách du lịch là một yếu tố quan trọng đối với sự bền vững không chỉ của doanh nghiệp du lịch mà còn của một điểm du lịch [6].

Các nghiên cứu gần đây về sức hấp dẫn của điểm đến cho thấy rằng cùng với cảnh quan thiên nhiên tươi đẹp, các di sản vật thể và phi vật thể và các lễ hội là những yếu tố quyết định chính đến sức hấp dẫn du lịch của Huế. Đây là lý do mà hơn 80% số khách du lịch đến thăm Huế vì các điểm tham quan di sản văn hóa [3, 13, 26].

Tuy nhiên, Hai và Cheung cho thấy rằng khoảng 66,5% trong số họ có trải nghiệm bề mặt về các di sản Huế, tức là chỉ một phần ba khách du lịch di sản ở Huế có trải nghiệm sâu sắc. Những con số này tương đồng với kết quả của một nghiên cứu khác [3], cho rằng khoảng 36% khách du lịch di sản hài lòng với điểm đến di sản Huế và 61,7% trong số họ là trung lập và không hài lòng.

Nguyên nhân của hiện tượng này, theo Bùi Thị Tám, là: *“Các yếu tố hữu hình không phải là trải nghiệm cốt lõi duy nhất mà một sản phẩm du lịch di sản cung cấp. Khách du lịch đến thăm một địa điểm di sản nhằm thỏa mãn nhu cầu tìm hiểu, khám phá và trải nghiệm những điều mới mẻ bằng “nhận*

thức, tình cảm và trải nghiệm”¹ của họ. Đối với trường hợp sản phẩm du lịch di sản ở Huế thì lợi ích cốt lõi của việc tham quan Quần thể di tích cố đô Huế là tìm hiểu về chế độ quân chủ phong kiến cuối cùng của Việt Nam, các giá trị lịch sử, văn hóa và kiến trúc của nó. Như vậy, nếu xem khu di sản mà không đi kèm với hiểu biết về lịch sử, sự phát triển và các giá trị nội tại của nó thì du lịch di sản chỉ có thể coi là tham quan và lợi ích cốt lõi không đáp ứng được đầy đủ nhu cầu của du khách. . . . Thật không may, những yếu tố này phần lớn bị bỏ qua trong quản lý và phát triển sản phẩm du lịch di sản ở Huế. Do đó, các sản phẩm du lịch di sản Huế thường bị chê là quá đơn điệu, kém hấp dẫn” [3].

Kết quả của những nghiên cứu nêu trên về nhu cầu hoặc trải nghiệm của du khách đối với di sản Huế hoàn toàn khớp với kết quả của một nghiên cứu khác cùng chủ đề nhưng tập trung vào phạm vi khu vực Hoàng Thành Huế.

Khi đánh giá các vấn đề liên quan đến trải nghiệm của du khách, Hoàng Thị Diệu Thuý đã khảo sát ý kiến của 534 du khách tại bốn điểm tham quan thuộc Quần thể di tích cố đô Huế, trong đó khoảng 50% số mẫu điều tra tập trung ở điểm tham quan Đại Nội (Hoàng Thành Huế) và cho ra kết quả “tỷ lệ khách tham quan quay trở lại từ lần thứ hai trở lên là 27%; trong đó, tỷ lệ khách quốc tế quay trở lại di tích Huế chỉ là 7%.” [6, Tr. 136] Kết quả này phần nào phản ánh hoạt động du lịch ở các điểm di tích Huế, đặc biệt là ở điểm tham quan Hoàng Thành Huế chưa thực sự hấp dẫn và đáp ứng các nhu cầu của du khách. Thêm vào đó, kết quả của nghiên cứu này cũng cho thấy chỉ có 50% số khách đến tham quan di tích Huế hài lòng đối với các biển chỉ dẫn thông tin du lịch hỗ trợ cho khách trong quá trình tham quan. Trong số những du khách không hài lòng, 18/62 ý kiến (29%) cho rằng số lượng các biển chỉ dẫn thông tin liên quan đến du lịch cần phải nhiều hơn, nội dung đa dạng hơn [6, Tr. 138].

Như vậy, từ kết quả của các nghiên cứu nêu trên, có thể nhận định rằng rằng mong muốn của hầu hết du khách tham quan di tích Huế, đặc biệt là điểm tham quan Hoàng Thành Huế, chính là trải nghiệm giá trị lịch sử về “quyên uy của một đế chế phong kiến đã mất của Việt Nam vào thời kỳ hưng thịnh nhất” và là “điển hình nổi bật của một kinh đô phong kiến phương Đông” [28]. Tuy nhiên, nhu cầu này của du khách chưa được các nhà cung cấp sản phẩm du lịch di sản đáp ứng bởi vì du khách chưa có được những thông tin diễn giải chi tiết và trải nghiệm sâu về giá trị “cốt lõi” khi tham quan ở các điểm di sản văn hoá Huế.

6 Kết luận và đề xuất định hướng nhằm đảm bảo bảo tồn di sản văn hoá vì sự phát triển bền vững ở khu di sản Hoàng Thành Huế

Việc khai thác di sản văn hoá phục vụ phát triển du lịch phần nào đã dẫn đến sự mất cân bằng trong bảo tồn và phát triển các sản phẩm dịch vụ du lịch ở Hoàng Thành Huế. Các nhà quản

¹ Tạm dịch từ nguyên gốc tiếng Anh “head, heart and hand” [3]

lý di sản có xu hướng muốn bảo tồn, trùng tu các công trình kiến trúc và khôi phục các hoạt động văn hoá liên quan đến sinh hoạt giải trí và lễ nghi của Hoàng gia hơn là các không gian hành chính và hoạt động biểu trưng cho quyền lực và hoạt động của bộ máy nhà nước trung ương của vương triều phong kiến cuối cùng của Việt Nam. Nguyên nhân chính là các không gian và hoạt động đó gắn với nhu cầu của đời sống đương đại (giải trí và tín ngưỡng), nên chúng dễ dàng thu hút sự chú ý của du khách. Như vậy, các nhà quản lý di sản Huế có xu hướng lựa chọn bảo tồn và phát triển các sản phẩm du lịch di sản theo hướng giải trí nhằm thu hút du khách. Tuy nhiên, nhu cầu trải nghiệm của du khách chính là giá trị lịch sử của Hoàng Thành Huế với tư cách là biểu trưng “quyền uy của một đế chế phong kiến đã mất của Việt Nam vào thời kỳ hưng thịnh nhất” và là “điển hình nổi bật của một kinh đô phong kiến phương Đông. Đây chính là “giá trị cốt lõi” mà sản phẩm du lịch ở khu di sản Thế giới – Hoàng Thành Huế – cần mang lại cho khách du lịch. Vì vậy, cách tiếp cận định kiến của các nhà quản lý di sản ở di tích Huế nói chung và ở Hoàng Thành Huế nói riêng trong việc phát triển du lịch đã phần nào làm giảm sự hài lòng của du khách đối với điểm tham quan Hoàng Thành Huế.

Qua kết quả phân tích ở trên, câu hỏi được đặt ra là: làm thế nào để thay đổi cách tiếp cận định kiến về phát triển du lịch di sản nhằm đạt được tính bền vững trong bảo tồn di sản và phát triển du lịch ở Hoàng Thành Huế? Bài báo này đề xuất rằng: các nhà quản lý di sản và ngành công nghiệp du lịch cần chú ý quảng bá “vai trò lịch sử của Huế với tư cách là nơi tồn tại một chính quyền trung ương đầy uy quyền của Việt Nam vào thế kỷ 19 – nơi tập trung quyền lực cao nhất của Hoàng đế triều Nguyễn. Như vậy, Huế sẽ được biết đến với hình ảnh toàn diện về một trung tâm chính trị, văn hoá trong suốt thế kỷ 19 và 20 chứ không chỉ là nơi sinh sống của hoàng gia triều Nguyễn.

Có rất nhiều cách để thực hiện điều này, nhưng sẽ quá lạc quan nếu muốn phục dựng các không gian hành chính (các công trình là nơi làm việc của bộ máy nhà nước triều Nguyễn) bởi chi phí phục dựng quá lớn và thiếu tư liệu chi tiết về kiến trúc của các công trình này. Vì vậy, bài báo đề xuất việc xây dựng các chương trình số hoá di sản, diễn giải các công trình kiến trúc tiêu biểu cho bộ máy trung ương của vương triều Nguyễn bằng cách ứng dụng hình thức công nghệ số – thực tế ảo hay sản xuất các video tái hiện quá trình xử lý, điều hành, quản lý nhà nước phong kiến cuối cùng ở Việt Nam của các hoàng đế trong các không gian cung đình ở Hoàng Thành Huế. Làm được điều này thì giá trị “chân xác” của di sản Huế sẽ được giới thiệu đến với thế giới và du khách sẽ có cái nhìn đầy đủ về vai trò của vương triều Nguyễn trong lịch sử Việt Nam. Nói cách khác, phần khuyết của hình ảnh về triều Nguyễn sẽ được lấp đầy trong mắt du khách và các thế hệ kế thừa di sản Huế.

Tài liệu tham khảo

1. Al-Hagla, K. S. (2005), *Cultural Sustainability: An Asset of Cultural Tourism Industry*, Working Paper No. 6/2005, EBLA Center: University of Turin, Italy.
2. Axelsson, R., Angelstam, P., Degerman, E., Teitelbaum, S., Andersson, K., Elbakidze, M., Drotz, M.K. (2013), *Social and cultural sustainability: Criteria, indicators, verifier variables for measurement and maps for visualization to support planning*, *Ambio* 42, 215–228.
3. Bui Thi Tam (2016), *Management of World Cultural Heritage for Sustainable Tourism in Hue Royal Capital, Vietnam*, In *Tourism and Monarchy in Southeast Asia*, UK: Cambridge Scholars Publishing, 103–117.
4. Guccio, C., Martorana, M. F., Mazza, I., Rizzo, I. (2016), *Technology and Public Access to Cultural Heritage: The Italian Experience on ICT for Public Historical Archives*, In *Cultural Heritage in a Changing World*, Borowiecki, K., Forbes, N., Fresa, A., Eds., Springer: Cham, Switzerland, 55–75.
5. Hawkes, J. (2001), *The Fourth Pillar of Sustainability: Culture's Essential Role in Public Planning*, Common Ground Publishing: Melbourne, Australia.
6. Hoàng Thị Diệu Thuý (2010), Nghiên cứu các chỉ báo phát triển du lịch bền vững tại các điểm tham quan du lịch thuộc quần thể di tích Huế (Việt Nam), *Tạp chí khoa học, Đại học Huế*, 62, 127–140.
7. Huh Kwon (2017), *Bảo tồn và phát triển bền vững các thành phố lịch sử châu Á: Mục tiêu và nhiệm vụ*, Hội thảo chuyên đề Huế – Gyeongju: Bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hoá thế giới. Hàn Quốc: Viện nghiên cứu di sản văn hoá Silla.
8. Janhonen-Abuquah, H., Topp, J., Posti-Ahokas, H. (2018), *Educating Professionals for Sustainable Futures*, *Sustainability*, 10, 592.
9. Kim Ninh (2002), *A world transformed: The politics of culture in revolutionary Vietnam*, Ann Arbor: University of Michigan Press.
10. Loach, K., Rowley, J., Griffiths, J. (2017), Cultural sustainability as a strategy for the survival of museums and libraries, *Int. J. Cult. Policy*, 23, 186–198.
11. Minh Tụ và Thái Lộc (2010), *Bảo tồn cố đô Huế: 2.300 tỷ đồng*, Báo Tuổi Trẻ Online, Lần cuối truy cập ngày 8/10/2020, website: <https://tuoitre.vn/bao-ton-co-do-hue-2300-ti-dong-399895.htm>.
12. Navarrete, T. (2013a), *Digital cultural heritage*, In I. Rizzo & A. Mignosa (Eds.), *Handbook on the economics of cultural heritage*, Cheltenham, England: Edward Elgar, 251–271.
13. Nguyen Thi Hong Hai and Catherine Cheung (2013), The classification of heritage tourists: a case of Hue City, Vietnam, *Journal of Heritage Tourism*, 1–16.

14. Paolini, P., Mitroff Silvers, D. & Proctor, N. (2013), *Technologies for cultural heritage*, In I. Rizzo & A. Mignosa (Eds.), *Handbook on the economics of cultural heritage*, Cheltenham, England: Edward Elgar, 272–289.
15. Phan Thanh Hải, (2019), *43 năm phục hưng di sản văn hoá Cố đô Huế – Từ cứu nguy khẩn cấp đến phát triển bền vững*, Trung tâm Bảo tồn di tích Cố đô Huế, Lần cuối truy cập ngày 8/10/2020, website: <http://hueworldheritage.org.vn/TTBTDTCDH.aspx?TieuDeID=127&TinTucID=2899&l=vn>.
16. Phan Thuận An (2013), Hoàng cung Huế: bố cục và ý nghĩa, *Tạp chí Di sản văn hoá*, Số 3.
17. Ploysri Porananond và Victor T. King (2016), *Introduction: Tourism and Monarchy in Southeast Asia: From Symbolism to Commoditization*, In *Tourism and Monarchy in Southeast Asia*, UK: Cambridge Scholars Publishing, 1–19.
18. Preuss, U. (2016), *Sustainable Digitalization of Cultural Heritage—Report on Initiatives and Projects in Brandenburg*, Germany, Sustainability.
19. Quyết định, *Phê duyệt Đề án điều chỉnh quy hoạch bảo tồn và phát huy giá trị di tích cố đô Huế 1996–2010*, Số 818/TTg. Hà Nội, ngày 12 tháng 02 năm 1996.
20. Quyết định, *Phê duyệt Dự án quy hoạch bảo tồn và phát huy giá trị di tích cố đô Huế 2010 – 2020*, Số 105/TTg. Hà Nội, ngày 07 tháng 06 năm 2010.
21. Salaün, J. M. (2013), *The immeasurable economics of libraries*, In I. Rizzo & A. Mignosa (Eds.), *Handbook on the economics of cultural heritage*, Cheltenham, England: Edward Elgar, 290–305.
22. Smith, Laurajane (2006), *Use of heritage*, London & New York.
23. Swanson, K. K., DeVereaux, C. (2017), A theoretical framework for sustaining culture: Culturally sustainable entrepreneurship, *Ann. Tour. Res.*, 62, 78–88
24. Tổng cục Du lịch (2020), *Du lịch Thừa Thiên Huế – Những cú hích phát triển*, Lần cuối truy cập vào ngày 8/10/2020, website: <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/printer/4201>.
25. Trần Đức Anh Sơn, Phan Thanh Hải (2002), *Quần thể di tích cố đô Huế: Hai thế kỷ nhìn lại*, Đăng trong Tuyển tập những bài nghiên cứu về triều Nguyễn, Huế: Sở KHCN&MT Thừa Thiên Huế – Trung tâm bảo tồn di tích cố đô Huế xuất bản, 131–141.
26. Trần Thị Ngọc Liên (2013), Quần thể di tích cố đô Huế trong quá trình phát triển du lịch: cơ hội và thách thức, *Tạp chí Nghiên cứu và phát triển*, 5(112), 109–116.
27. Trung tâm bảo tồn di tích cố đô Huế (2017), *Di sản Huế: Kỷ niệm 35 năm ngày thành lập Trung tâm bảo tồn di tích cố đô Huế (10.6.1982–10.6.2017)*, Huế: TTBTDTCD Huế xuất bản.
28. William Logan (2017), *Hue at Existential Crossroads: Heritage protection and sustainability in Asian developing country context*, In Marie-Theres Albert, Francesco Bandarin & Ana Pereira

Roders (Eds), *Going Beyond: Perceptions of Sustainability in Heritage Studies*. Springer International Publishing.

CULTURAL HERITAGE CONSERVATION FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT: CASE OF CULTURAL HERITAGE PRESERVATION AND DEVELOPING TOURISM PRODUCTS IN HUE IMPERIAL CITADEL

Phan Thi Diem Huong*

School of Hospitality and Tourism, Hue University, 22 Lam Hoang St., Hue, Vietnam

Abstract. This paper discusses how to achieve sustainable tourism in Hue's Imperial City in terms of a balance between heritage conservation and tourism strategy by analyzing the results of heritage conservation in Hoang Thanh Hue over the 1996–2010 and 2010–2020 periods. At the same time, it analyzes the results of some studies on the tourists' needs or satisfaction when visiting Hoang Thanh Hue to determine the core value of benefits that tourists want to experience in this area. The results show the imbalance of heritage conservation, leading visitors to a biased view about the historical role of Imperial Citadel, which has just been seen as a house of the royal family but not as the central government of Vietnam in the 19th century. When it comes to the competition between economic benefits and preserving sustainable values of Hue's heritage sites, the tourist industry in Hue, to some extent, has been more inclining to economic rather than cultural (or historical) values. This biased approach to Imperial Citadel might somehow make Hue less attractive to tourists.

Keywords: sustainable development, cultural heritage conservation and tourism, Imperial Citadel